

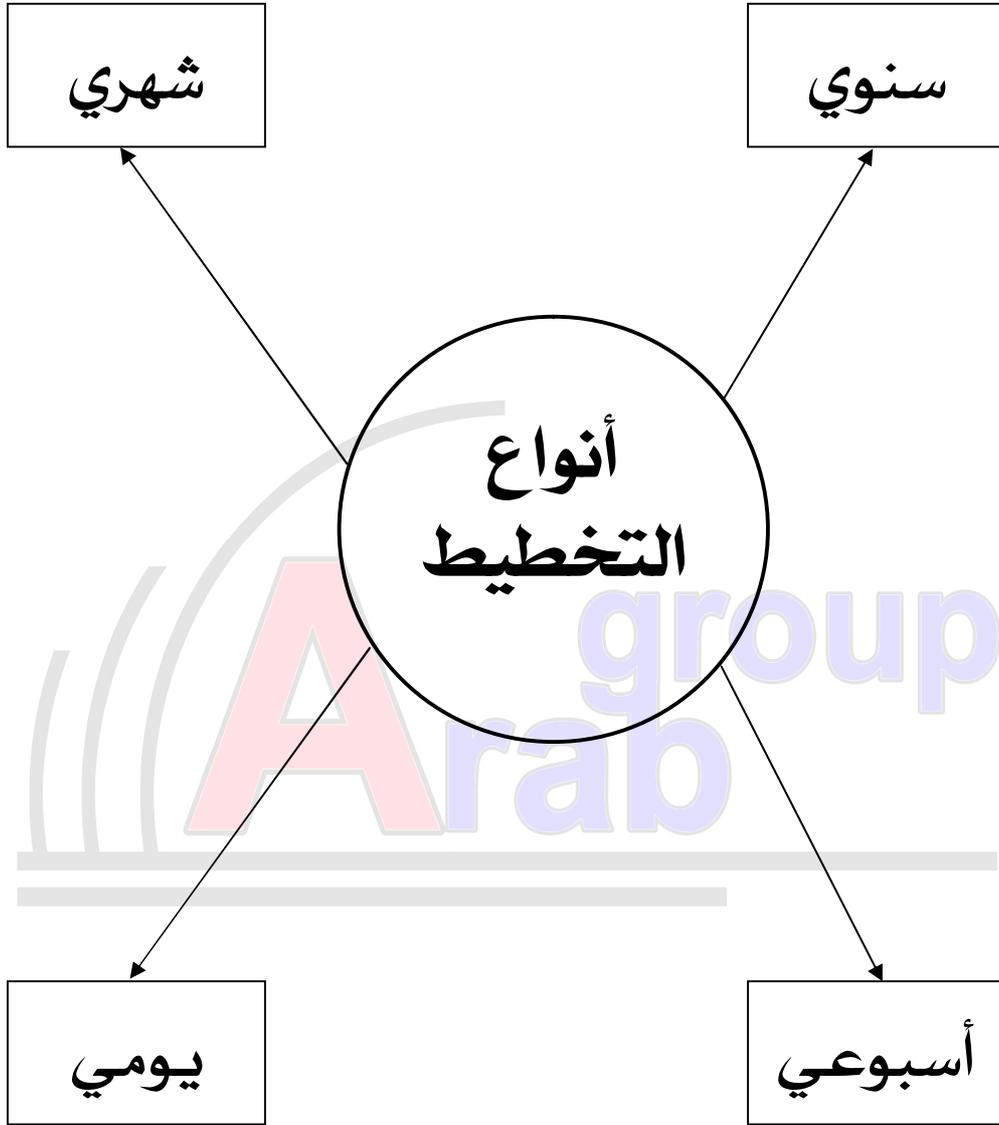
الوحدة الثالثة

تخطيط أعمال السكرتارية

يعتبر التخطيط أمراً ضرورياً للسكرتير .. وقد قال أحد رجال الأعمال المشهورين: «قبل أن تنظم الناس نظم نفسك»، لأن التخطيط يعني إعداد تصور مسبق لحاجات المكتب من القرطاسية واللوازم المكتبية كما أن التخطيط يجعل السكرتير قادراً على تحديد الأهداف ومن ثم تحديد الوسائل التي يمكن بواسطتها تحقيق الأهداف...

أنواع التخطيط:

- 1- تخطيط سنوي (خطة سنوية).
- 2- تخطيط شهري (خطة شهرية).
- 3- تخطيط أسبوعي (خطة أسبوعية).
- 4- تخطيط يومي (خطة يومية).



حيث أن

- التخطيط السنوي: هو خطة طويلة الأجل بالنسبة لأعمال السكرتارية.
- والتخطيط الشهري: تتضمن الخطة الشهرية تصوراً عاماً خلال شهر معين.
- والتخطيط الأسبوعي: تعتبر متوسطة الأجل لأنها تجمع بين مزايا السنوية واليومية،
- والتخطيط اليومي: تعتبر قصيرة الأجل ومرنة أكثر من الخطة السنوية والشهرية والأسبوعية. فالخطة اليومية هي أفضل الخطط لمواجهة الأحداث الطارئة وللأعمال ليوم واحد .

السكرتارية والعلاقات الاجتماعية والإنسانية:

لا جدال في أن العلاقات الطيبة تلعب دوراً أساسياً في نجاح أي عمل سواء كان هذا العمل تجارياً أم حكومياً، فنجاح أي مؤسسة تجارية أو أي مكتب حكومي يعتمد اعتماداً كبيراً على عدد ما يكسبه من أصدقاء، ويعتبر السكرتير هو واجهة هذه العلاقة العامة لأنه هو أول من يقابل العميل، وهو أول من يقابل ممثلي الدعاية والإعلان والزوار، لذا عليه مراعاة التالي:

أولاً : المظهر في العمل :

يعتبر السكرتير الصورة التي تعكس سمعة المكتب أمام المراجعين والزوار، ويجب أن يتصف بمجموعة مواصفات هي:

- الصفات الجسمية : إن غالبية الصفات الجسمية موروثه لا سيطرة عليها يجب على كل من سيعمل في مجال السكرتارية أن يتمتع بصفات جسمية عادية خالية من العاهات الغير عادية.

- النظافة: أي أن يعتني السكرتير بنظافة ملابسه مع الاهتمام بنظافة الجسم وتقليم الأظافر وتسريح الشعر ونظافته وتلميع الحذاء.

- يجب على السكرتير أن يعتني بصحته جيداً وأن يتمتع بصحة جيدة تساعد على أداء واجباته الأساسية دون تعطيل أعمال المدير والمكتب.

- إن ملابس المكتب تختلف كثيراً عن ملابس الشخص خارج المكتب، ويجب أن تكون ملابسه متناسقة الألوان وأن لا يظهر بمظهر غير لائق باستعمال الملابس الزاهية الألوان.....

- التجميل: المكتب هو مكان للعمل، يمارس فيه السكرتير المهارات المطلوبة منه، كما أنه المكان الذي يستقبل فيه السكرتير جمهور الزملاء والمدراء، لذلك يجب أن يظهر السكرتير بمظهر لائق دون تكلف، مع الاهتمام بكيفية استخدام المساحيق بالنسبة للسيدات أي عدم وضع مكياج مبالغ فيه، لأنه يعكس صورة المؤسسة ويعطي عنها انطباع غير لائق .

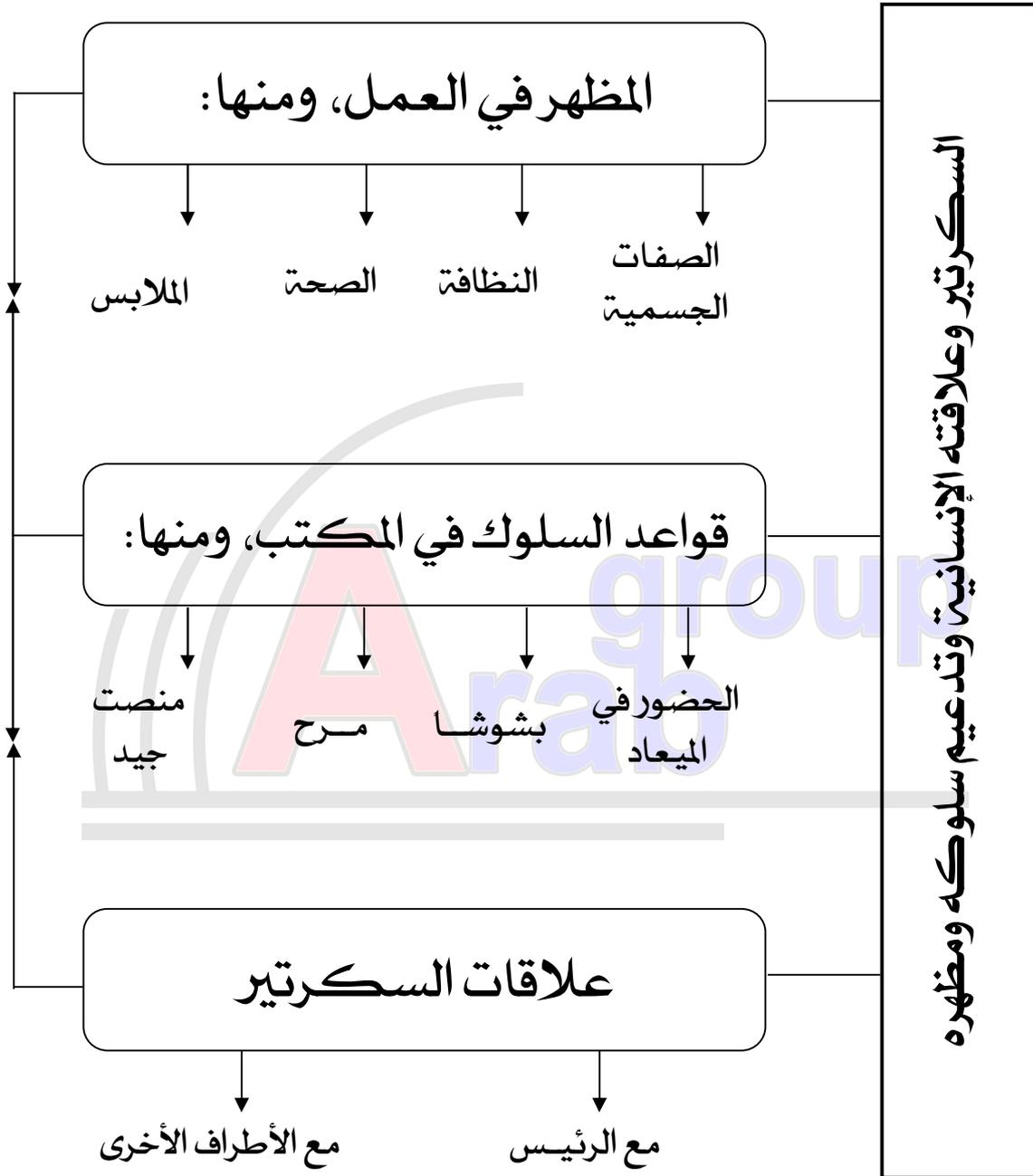
ثانياً : قواعد التصرف المثالية الأساسية والسلوك في المكتب :

- الحضور في الموعد .
- بشوشاً في كل وقت .
- متصفاً بالمرح .
- منصتاً باهتمام لتعليمات رئيسه حتى لا يكون في حاجة إلى تكرارها.
- كتوماً في الأمور .
- معتنياً بالمكتب .
- هادئاً (بمعنى يغلق الباب بهدوء، يتحدث بصوت رقيق وهادئ) .
- مقتنياً لمجموعة من المراجع الموثوق بها .

ثالثاً : علاقات السكرتير العامة والإنسانية:

- التعامل مع الرؤساء :
- يكون متفهماً لرئيسه «شخصيته – نفسيته – ما يرغب – ما يكره» .
- يكتشف هوايات الرئيس وميوله وذلك من خلال التعامل المستمر .
- يتحلى بروح المجاملة، الملاطفة، الكياسة، التي يتمتع بها السكرتير تساعد على تدعيم العلاقات الإنسانية مع الرؤساء..
- قيام السكرتير بتأدية أعماله بسرعة وإتقان وتلبية متطلبات المدير .

- التعامل مع الأفراد من المؤسسات الأخرى: " مثل: المستهلكون - المساهمون - الموزعون - المؤسسات المنافسة - البنوك - الصحفيون.
- يجب على السكرتير أن يوطد علاقاته الإنسانية والاجتماعية مع هذه الفئات وذلك بإتباع التالي :
- الاهتمام بقاعة الاستقبال من حيث الأثاث الذي يشعر الجمهور باهتمام المؤسسة بهم .
- أن يحسن السكرتير معاملة الجمهور، ودخولهم للمدير بسرعة.
- أن يشرف على الحفلات السنوية والقومية والدينية.
- يوزع على الجمهور الكتيبات والنشرات عن مشاريع الشركة المستقبلية.
- يظهر للجمهور الدور الهام الذي تقوم به المؤسسة في مجال الخدمة الاجتماعية ومساهمتها في تطوير الاقتصاد الوطني.



وفيما يلي سنعرض مفهوم الجمهور وكيفية التعامل معه وكذلك بعض الخطوات الذكية للتعامل مع الرؤساء:

مفهوم الجمهور:

الجمهور في المفهوم العام يدل على أية رابطة فضفاضة لأفراد تجمع بينهم مصالح مشتركة أو قاعدة ثقافية مشتركة ورسائل مختلفة من الاتصال ... وهناك من يعرف الجمهور بأنه مجموعة من الناس يسهل السيطرة عليهم وتوجيههم وإسقاط المعلومات إليهم بحيث يكون سلوك هذا الجمهور في الاتجاه المرغوب فيه.

والجمهور هو أهم متغير في عملية الاتصال، فإذا لم يكن لدى خبير الاتصالات فكرة جيدة عن طبيعة الجمهور العقلية والعاطفية وخصائصها الأولية فسوف يجد ذلك من مقدرته على التأثير والإقناع مهما كانت مقدرته الاتصالية ومهما أحسن اختيار طريقة التعامل .

فالجمهور هو الذي يحدد مدى فاعلية الرسالة، والجوانب المتعلقة بالجمهور والتي تؤثر على فاعلية المضمون عديدة.....جنسه وسنه وشخصيته وخلفيته وتجاربه وعواطفه وتعليمه وثقافته وظروفه النفسية والاجتماعية والحضارية والسياسية .

أهمية تحديد الجمهور وأبعاد دراسته :

يمثل الجمهور أهمية مركزية في عملية الاتصال. فلا اتصال دون جمهور ومصدر نجاح وفاعلية الاتصال يعتمد على كيف يستقبل الجمهور ويدرك ويفسر الرسالة؟ وكيف يتصرف إزاء مصدر الرسائل؟ وهل يتفاعل معه؟ وهل يقبل على هذا المصدر وحسب؟ وما وسائل الاتصال المناسبة لكل فئة من الجمهور؟ وأي الأوقات أنسب لإتمام هذا الاتصال؟

فدراسة الجماهير ومعرفة بواطن سلوكياتها وكيفية تكوين أحكامها من أهم المسؤوليات لخبير الاتصالات حتى يستطيع الوصول إلى فئات الجمهور التي لها علاقة بأهداف الاتصال. وحتى يتمكن من رسم الخطط العلمية الكفيلة بالإعلام والإقناع لإزالة سوء الفهم والتحيز والوصول إلى التوافق الاجتماعي. كما تفيد هذه الدراسات في توفير الكثير من الجهد والنفقات، لأنها تركز على الهدف مباشرة فلا تتفرق الجهود.

علاقة الجمهور بالمرسل :

تؤثر علاقة كل من المرسل والمستقبل ببعضهما على فاعلية الاتصال.. فالمرسل لا يحتاج جمهوره. وإنما يتعامل مع جمهور واقعي قائم بالفعل.. وعليه أن تكون لديه توقعات حول الجمهور ومدى تقبلهم له وحول شكل استجابة الجمهور لرسائله والعلاقة بين مدى تقبلهم له ومدى تضمن الرسالة لأفكار مقبولة أو غير مقبولة من وجهة نظر الجمهور.

علاقة الجمهور بالرسالة :

وعلى ضوء الفهم للجمهور الوقوف على خصائصه وتوقع ردود أفعاله وتصورات المرسل الاتصال يستطيع المرسل أن يتعرف على مدى إدراك الجمهور لرسالته ويكيف بالتالي الرسالة وفقاً لخصائص الجمهور كما يفهمها المرسل. ويتعلق هذا التكيف بجوانب متعددة ترتبط باختيار الموضوع وتحديد الهدف من الاتصال واختيار لغة الاتصال واختيار المادة المساعدة في الرسالة كالصور والمؤثرات الصوتية.

أنواع الجمهور:

توجد معايير عديدة لتصنيف الجمهور ويهنا هنا المعياران الآتيان:

أولاً : تصنيف الجمهور وفقاً للسمات :

ويقسم الجمهور وفقاً للسمات إلى الأنواع الآتية:

- وفقاً للسمات الشخصية .
- وفقاً للسمات الاجتماعية والفردية :
وتشتمل على التقسيمات الآتية
- تقسيم وفقاً للاتجاه نحو الموضوع .
- تقسيم وفقاً للمعايير الثقافية .
- تقسيم وفقاً لدرجة الاستعداد للاقتناع .
- تقسيم وفق لبعض السمات العامة .

ثانياً : تقسيم الجمهور وفقاً للحجم :

وينقسم الجمهور وفقاً للحجم إلى الأنواع الآتية

- الجمهور الخارجي العام .
- الجمهور الداخلي العام .
- الجماهير النوعية الداخلية والخارجية .
- جمهور المنظمات الأخرى .



القواعد العشر للتعامل مع الجمهور

- 1- ابتسم عندما تلتقي بالشخص الآخر .
- 2- أعمل علي أن يتم الاتصال البصري بينك وبينه .
- 3- كن البادئ بالترحيب والمصافحة .
- 4- استعمل اسم الشخص لدي مخاطبتك إياه .
- 5- لا تتكلم بصوت منخفض جداً ولا مرتفع جداً .
- 6- عندما تكون أنت المضيف، أظهر ضيافتك بتقديم القهوة أو المرطبات .
- 7- إذا كنت أنت الضيف فاحصل علي معلومات عن مضيفك وعن الآخرين .
- 8- استعد للزيارة بشكل جيد ، احصل علي ما تستطيع من معلومات عن الشخص وعن شركته .
- 9- التزم بالأصول وقواعد اللباقة .
- 10- كن مستمعاً أكثر منك متكلماً .

خطوات ذكية للتعامل مع الرؤساء

1- قم بذكر موضع مراسلاتك مع رئيسك

إن المدراء أناس كثيري المشاغل وغالباً ما يكون لديهم أكثر من مرؤوس. فلا تتوقع من رئيسك أن يكون متابعاً لكل تطور في نطاق عملك، أبدأ كل مذكرة مهمة بتوضيح شبيه بالتالي "إن آخر موعد لي لتحضير خطة لتدريب القسم الفلاني هو يوم الخميس، ولقد طلبت مني في الأسبوع الماضي أن أقوم بمراجعة القسم الخاص بمهارات الاتصال لزيادة التركيز علي مهارات التعامل مع الآخرين، وإليك ما توصلت إليه".

2- كن مباشراً وواضحاً ومقتصداً في الكلام:

إن المدراء لا يريدون أن يلعبوا معك لعبة التخمين. استعمل لغة واضحة واقتصد في استعمال الكلمات، اجعل ما تكتبه منظماً وتخلص من العبارات الزائدة. ولكن حين تتكلم عليك ألا تكون متسرعاً وأيضاً.. لا تكن مغلق الشفتين.

3- توقع الأسئلة التي ستواجهها والمعلومات التي يبحث عنها مديرك:

إن أفضل شرح موجز لموضوع ما هو الذي يجيب علي معظم الأسئلة، وإذا كنت قد قمت بدراسة مديرك فإنك ستعرف المنحني الذي ستأخذه الأسئلة التي سيوجهها إليك، كن مستعداً للإجابات وستبدو عظيمياً في نظره.

4- تعلم أسلوب رئيسك في الكتابة وعلاقته بالآخرين

حاول أن تتبع أسلوبه (وخصوصاً عندما تكتب) أو عندما تتصرف نيابة عنه وخلال فترة وجيزة سيقوم رئيسك بالتوقيع علي الرسائل التي تكتبها دون أن يقرأها .

5- تقبل النقد بروح طيبة

لا تأخذ موقفاً دفاعياً بل اظهر رغبتك في الاستعداد لتحسين كفاءتك . إذا كانت ردة فعلك سلبية تجاه النقد فقد لا يوجه إليك النقد ثانية إلا بعد فوات الأوان، وبعد أن يكون النقد قد تراكم ضدك حتى أصبح كالإعصار .

6- تقبل المديح الموجه إليك بشكل حسن .

تقبل المديح الذي استحقته بعيداً عن التواضع الزائف أو إنكار للمنحة التي يهبك إياها من قام بمدحك، إن المطلوب منك كلمة بسيطة في مثل هذه الموقف .. إنها كلمة : شكراً .

7- عالج رئيسك بلباقة

لا تتحد أو تهدد ولا تنتقد، لا تقل له: "كنت مخطئاً بخصوص .." عندما يكون باستطاعتك أن تقول : "أني أتساءل إن كان بإمكاننا أن نلقي نظرة أخرى علي قرار (لا تقل قرارك) .."

8- أمدح رئيسك ولكن لا تنافقه:

إن الرؤساء بحاجة إلي من يربط علي كتفهم بين الحين والآخر وإذا قام المدير بأداء عمل ناجح فلا تتردد في أن تقول له "إن قرارك بتعيين مديراً للعلاقات العامة كان أمراً هاماً في تحسين علاقتنا بالصحافة" ولكن تجنب أن تكون مبتذلاً "أن فكرتك في تعيين مدير للعلاقات العامة يعطيني المزيد من الأدلة علي أحقيتك في أن تكون المدير".

9- لا تقدم وعوداً لا تقدر عليها لتكسب ود المدير

إن الوعد دعوة للإخفاق . إضافة إلي ذلك فإن الأعمال المميزة تكون أقوى عندما لا تكون ناتجة عن وعود سابقة .