

صمم بروفایل شرکتك  
أ. محمد شكري



# بروفایل شرکتک

- المقدمة
- الشركاء
- الرؤية
- الرسالة
- الأهداف الاستراتيجية
- المنتجات أو الخدمات
- سياسة العمل
- جهات الاعتماد أو التعاون
- مميزات الشركة عن المنافسين
- المحتوى
- التصاميم

# المقدمة

## تعريف :

1. لا بد أن تحتوي هذه المقدمة على بداية نشأة الشركة وبيان المجال الذي تعمل فيه، وإن توافرت ميزة تنافسية لها لا بد أن يتم ذكرها في المقدمة.
2. لا بد أن تحتوي المقدمة أيضًا على كلمة للمدير العام أو رئيس مجلس الإدارة.
3. لا بد أن تحتوي المقدمة على الهيكل الأساسي لإدارة الشركة، لكن هذا الاختيار من الممكن الاستغناء عنه حسب نشاط الشركة.

# الرؤية

## تعريف :

هي وصف مستقبلي طموح لما تود المنظمة تحقيقه على المستوى البعيد وهي رسم لطريق المنظمة، الهدف من كتابتها هو استخدامها كمرشدٍ في اختيار توجهات المنظمة في أنشطتها وسياساتها وفعاليتها. محاورها :

- وهي مجموعة من الآمال والطموحات ويلعب الخيال دور هام في تكوينها، يجب شرح وإيضاح رؤية المنظمة وتفسيرها للعاملين بأسلوب سهل وواضح.
- وتشرح للعملاء كيفية التعامل مع المنظمة وما هي المتوقع منها.
- يجب إبرازها في كل وسائل التسويق المختلفة لوصول الأفكار للعاملين أو العملاء.

# الرسالة

## تعريف :

هي مختصر لعملية شرح الهدف من وجود المنظمة، أو بمعنى آخر سبب وجودها، إذ تصف الرسالة هدف المنظمة الشامل، كما أنها أداة توجه الموظفين والعملاء وأصحاب المصلحة، وتلفت انتباههم بحماس وشغف نحو أهداف المنظمة.

## محاورها :

عملاء المنظمة المباشرين وغير المباشرين والذي سوف يتم التعامل معهم.  
المنتج ويضم الخدمة أو السلعة التي ستنتجها المنظمة.  
السوق وهو المكان الذي تتم فيه المنافسة بين كل منظمة على حدي.  
التكنولوجيا هي اختيار أحدث الطرق التكنولوجية التي تتواءم مع رغبة صناع القرار.

# الأهداف الاستراتيجية

تعريف :

تعتبر الأهداف الوسيلة الوحيدة لتوضيح ماهية رسالة المنشأة والهوية الخاصة بها.

محاورها :

- يجب أن تكون أهداف المنظمة مرنة بقدر كافي حتى يسهل تحقيقها وإنجازها.
- يجب أن تكون أهداف المنظمة منطقية وتتناسب مع العاملين المختارين.
- يجب أن يسهل قياس أهداف المنظمة كل فترة معينة يتم تحديدها من قبل صانعي القرار.

# نماذج شركات

الشركة: أمازون

المهمة: نحن نسعى جاهدين لنقدم لعملائنا أدنى الأسعار الممكنة ، وأفضل اختيار متاح ، وأقصى درجات الراحة.

الرؤية: أن تكون الشركة التي تركز على العملاء في Earth، حيث يمكن للعملاء العثور على أي شيء قد يرغبون في شرائه عبر الإنترنت واكتشافه.

لماذا تعمل: مهمة أمازون تتجلى في ما تقدمه للعملاء. تأخذ الرؤية العروض إلى أبعد من ذلك ، قائلة إن الشركة ستقدم "أي شيء" يريده العملاء.

# نماذج شركات

الشركة TED

المهمة: نشر الأفكار.

الرؤية: نحن نؤمن بشغف بقوة الأفكار لتغيير المواقف والحياة والعالم في نهاية المطاف.

لماذا تعمل: مهمة " TED لنشر الأفكار " هي عرض بسيط لكيفية خدمتها. الرؤية هي كل شيء عن التأثير ، وكيف تنشر الأفكار التي تحدث التغيير في العالم.



# نماذج شركات

الشركة: جوجل

المهمة: تنظيم معلومات العالم وجعلها في متناول الجميع ومفيدة.

الرؤية: توفير الوصول إلى معلومات العالم بنقرة واحدة.

لماذا تعمل: قد تبدو Google معقدة ، لكن مهمتها التنظيم وإمكانية الوصول . بيان رؤيتهم يدور حول تحسين إمكانية الوصول في المستقبل "بنقرة واحدة".

# المنتجات أو الخدمات

- لا بد من وجود التقسيم المناسب للمنتجات التي تقدمها الشركة حسب أهميتها واستخدامها.
- بيان جميع الخدمات التي تقدمها الشركة، سواء قبل إتمام عمليات الشراء أو بعد إتمام عمليات الشراء وخدمة ما بعد البيع، وهي خدمات ميدانية كقيام الشركة بالتركيب أو الصيانة إن كان النشاط خاصا بشركة تجارية تباع المنتجات إلكترونياً.
- وتراعي نفس التفاصيل إذا كانت خدمات مع إضافة مستوى الخدمة وكيفية تقديمها

# الشركاء

- يطرح في هذا الجزء معلومات مهمة عن الشركاء المؤسسين وخبراتهم والتحصيل العلمي
- بيان جميع الخدمات التي تقدمها الشركة، سواء قبل إتمام عمليات الشراء أو بعد إتمام عمليات الشراء وخدمة ما بعد البيع، وهي خدمات ميدانية كقيام الشركة بالتركيب أو الصيانة إن كان النشاط خاصا بشركة تجارية تباع المنتجات الإلكترونية.
- وتراعي نفس التفاصيل إذا كانت خدمات مع إضافة مستوى الخدمة وكيفية تقديمها

# جهات الاعتماد أو التعاون

- يتم ذكر الجهات التي تعتمد شركتي
- الغرفة التجارية
- الوزارات والجهات الحكومية
- الجهات العالمية
- العملاء الحاليين أو الجاري التعاقد معهم

# السياسات العامة للشركة

وهي مجموعة من المعلومات التي تهم العملاء

1. كيفية تقديم الخدمة
2. الإجراءات المتبعة لخدمة العملاء
3. أنظمة التطوير
4. المنهجية التي تتبعها المنظومة للعمل

❖ وتتركز الشفافية وطبيعة العمل في هذا الجزء مما يساعد العميل في التعامل من المنظومة ويجعله أكثر ثقة في بدء العمل معها

# تواصل معانا

لابد في الجزء من طرح جميع وسائل التواصل مع المنظومة :

✓ العنوان

✓ رقم التليفون

✓ الموقع الالكتروني

✓ البريد الالكتروني

✓ الموقع

✓ الفروع

# المحتوى

راعي الآتي في كتابة المحتوى :

- اكتب محتوى خاص بشركتك بحيث يصف الشركة بدقة وشفافية.
- توضيح مميزات الشركة، والتي تخدم العميل و توفر له سبل الراحة والرفاهية.
- اقنع عملاءك من خلال كتابة محتوى متميز بحيث لا ينتهي القارئ من قراءته إلا وقد اتخذ إجراء يخص شركتك، إما بالتعامل معها أو ترشيحها أو على الأقل متابعتها.
- ينبغي أن تكون العبارات إبداعية وغير تقليدية، فهذا أدعى لجذب القارئ لإكمال قراءة المحتوى.

# المحتوى

- اجعل عبارات المحتوى قصيرة تتضمن بعض الغموض والابتكار.
- اجعل المحتوى يخاطب عاطفة القارئ مع عدم إهمال مخاطبة العقل.
- أن يكون المحتوى مناسباً للشريحة المجتمعية المستهدفة.
- عرض المحتوى بشكل علمي منظم ومفيد بعيداً عن السرد والتفاصيل المملة.
- ابتعد عن العبارات التي قتلت تكراراً من قبيل "أفضل، أكثر، أهم... إلخ".



# التصاميم

• راعي في تصميم البروفايل التالي :

- مراعاة الألوان الخاصة بالشركة للتأكيد علي Branding
- استخدام اللوجو الخاص بالشركة بأبعاد صحيحة
- عدم الافراط في تكرار اللوجو (over Branding)
- استخدام font محدد خاص بالشركة وعدم استخدام أكثر من نوع font
- ترك مساحات بيضاء (فارغة) تعطي القارئ أريحية في التصفح
- يفضل أن يكون البروفايل 16 صفحة إلى 32.
- مراعاة التبويب وسهولة حصول العميل علي المعلومة بشكل سريع
- استخدام صور خاصة بالشركة بجودة عالية



شكراً لكم