

التخصيص



فريق عمل الكتاب

فكرة وتأليف

عبد الحفيظ



هذا الكتاب عمل جماعي، فبالإضافة إلى فكرة الكاتب الأساسية وإسهاماته في التأليف، هناك فريق عمل ساهم في الإعداد والتأليف والإخراج.



فريق البحث
والإعداد الكتابي

أ/ ايمن مصباح



تدقيق لغوي

أ/ حسام علام

أ/ سامح زكريا



فريق التصميم
والجرافيكس

أ/ صالح جاهين

أ/ كريم علام

أ/ شيما سيّد

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا)

[طه: ١١٤]

المحتويات

٧ مقدمة
١٠ الفصل الاول: لماذا التخصص
١١ تمهيد
١١ تجربتي الشخصية في التخصص
١٤ اولاً: من هو المتخصص؟
١٤ تعريف المتخصص؟
١٥ اسباب ظهور التخصص
١٧ التخصص والثقافة
١٨ ثانياً: الدمج بين التخصصات
١٨ لا يوجد تخصصين لا يمكن الدمج بينهما
٢٠ الفرق بين التخصص المهني والاكاديمي؟
٢١ هل يمكن ان اتخصص في امر ثالث
٢٢ ثالثاً: لماذا اتخصص؟
٢٢ أهمية التخصص
٢٤ حدد وظيفتك كي تجدها
٢٥ المتخصص المحترف
٢٦ تنبيه ونصحتين
٢٨ الفصل الثاني: كيف اتخصص؟
٢٩ تمهيد

- ٣٠ اولا: تحديد مجال التخصص
- ٣٠ اكتشف تخصصك
- ٣١ اهمية الموهبة في اختيار التخصص
- ٣٢ ٣معايير اساسية لاختيار التخصص
- ٣٤ خطوات عملية لتحديد التخصص
- ٣٦ نقاط مساعدة في اكتشاف التخصص المناسب
- ٣٩ صلاحيات المتخصص
- ٤١ ثانيا: اختيار المسار الصحيح
- ٤١ مسارات التخصص
- ٤٤ ثالثا: أمور هامة في طريقة للتخصص
- ٤٤ اهمية التدريب والممارسة في مجال التخصص
- ٤٦ التنقل بين الوظائف واثره على التخصص
- ٤٩ مؤشر فادى
- ٥١ قوة تأثير «لنكد إن - LinkedIn» على مجال تخصصك
- ٥٤ **الفصل الثالث: ماذا بعد التخصص**
- ٥٥ تمهيد
- ٥٧ أولا: التدرج في التخصص
- ٥٧ التخصص والخبرة
- ٥٧ مامعنى أن تكون خبيرا في تخصصك؟
- ٥٨ دلائل على إمكانية ان تصبح خبيرا في تخصصك؟
- ٥٩ كيف تصبح خبيرا في مجال تخصصك؟

٦٠ نصائح عامة:
٦٤ متطلبات التدرج في مجال تخصصك
٦٧ ثانيا: الترويج عن الذات (النجومية والانتشار)
٦٧ ماذا تحتاج النجومية؟
٦٩ لماذا نحتاج ان نصنع علامة تجارية-ذهنية) على الانترنت.....
٦٩ هل يمكن أن أصنع من اسمي «brand»؟!.....
٧١ كيف تجعل اسمك ماركة «برانند»
٧١ ما الذي تغير؟
٧٢ كيف واين ابداء؟
٧٣ متطلبات صناعة علامة تجارية «برانند»
٧٤ امور تساعدك على صنع ال«برانند» الخاص بك
٨٩ خاتمة الكتاب
٩١ المراجع
٩٣ نبذه عن الكاتب
٩٧ نبذه عن مجموعة صناع الابداع
١٠١ مترو القادة



7

التخصص



المقدمة

مقدمة

الحمد لله، الذي نورّ بجميل هدايته قلوب أهل السعادة، وطهر بكريم ولايته أفئدة الصادقين فأسكن فيها وداده، ودعاها إلي ما سبق لها من عنايته فأقبلت مُنقادة، الحميد المجيد الموصوف بالحياة والعلم والقدرة والإرادة، نحمده على ما أولى من فضل ونعمة، وأشهد أن لا اله إلا الله، وحده لا شريك له، له الملك، وله الحمد وهو علي كل شيء قدير، شهادة أَعدها من أكبر نعمه وعطائه، وأَعدها وسيلة إلي يوم لقائه.

أما بعد...

فهذا الكتاب اعتبره واحداً من أهم إصداراتي، وذلك لأهمية الموضوع المطروح فيه وعظيم تأثيره على نهضة أمتنا خاصة إذا وعينا محتواه وخذونا منهجه، فهو يتناول قضية التخصص وكيفية الوصول إليه ودوره في تطور المجتمعات.

وقد جاء الكتاب في ثلاثة فصول؛ أولها يتناول مفهوم التخصص وعلاقته بالثقافة العامة، ودوره في تطور المجتمعات، ، فيما يتطرق الفصل الثاني لعمق موضوع التخصص وكيفية بلوغك له، مع تقديم وصفة متكاملة تساعدك في تحديد مجال

تخصصك مع ذكر بعض الإرشادات الهامة التي تُسهِّل لك تحقيق ذلك، مع الإشارة لأهمية دور الموهبة والممارسة في ذلك، فيما تضمن الفصل الثالث خطة عمل مفصلة لما يجب عليك فعله عقب تخصصك، سواء من حيث تدرجك في نفس المجال، أو من حيث الترويج عن ذاتك ونشر أفكارك لتعم المنفعة على الجميع.

وأنا إذ أقدم لك أخي القارئ هذا الكتاب، كلي أملٌ ورجاء من الله عز وجل أن أكون قد نجحت في تسليط الضوء على تلك القضية المهمة، وأن تتحقق لك منه الاستفادة الكاملة، فتسعى بكل جدٍ لتبلغ غايتك وتتخصص فيها، إضافة لأن تكون أنت أيضًا سببًا في عموم الفائدة منه.



الفصل الأول



لماذا اتخصص

تمهيد

تجربتي الشخصية في التخصص

لا شك أخي القارئ أنك لازلت تتذكر صديقي الكبير الذي كان له الفضل الجزيل في تغيير مسار حياتي المهنية إلى الأفضل عندما أرشدني إلى أنجح الطرق للتعريف عن نفسي، تعريفًا لا يُنسى في ٣٠ أو أقل. وإن صادف أنك لم تعرفه بعد أو لم تقرأ له ذلك الكتيب، فهذه فرصتك لتقرأ له بعضًا من أفكاره الشيقة والنافعة في موضوع التخصص، والتي أخطها لك سطورًا في هذه الصفحات راجيًا منك أن تستوعبها وتجعلها منهجًا عند التفكير في هذا الموضوع.

وهنا لا يفوتني أن أذكرك أخي القارئ بسبب تسميتي لهذا الشخص بصديقي الكبير؛ هو صديقي الكبير ليس لأنه بالضرورة أكبر مني عمراً، بل أهم من ذلك، لأنه أكثر مني خبرة في الحياة، وبالتالي فهو أدرى مني بأفضل السبل لتجاوزها بنجاح وتميز.

﴿إن الله لا يغير ما بقوم حتى يغيروا ما بأنفسهم﴾، لذلك قررت أن أبدأ بنفسني، وبناء على نصيحة صديقي الكبير الذي نصحني بالتخصص في مجال



شغفي تخصصت في مجال تكنولوجيا المعلومات، وقمت من خلال هذا التخصص بربط جميع أنشطتي به، فعلى سبيل المثال أحب كتابة المقالات، فجعلت كتاباتي في نفس تخصصي، ولدي الرغبة في تدريب الآخرين، فاخترت التدريب في مجالي الذي أتقنه، كما أنني قمت بعمل برنامج تلفزيوني في نفس التخصص وهو تخصص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

عزيزي القارئ لو احتجت أي شخص لشاركك في مشروع متعلق

بالتكنولوجيا فمن ستختار؟ (شخص يعرف كل شيء عن كل شيء) أم خبير

الكمبيوتر؟

بالضبط، هذا ما ستختاره، قد تختار من يعرف كل شيء عن كل شيء، حتى توفر في التكلفة، ولكن في النهاية المخرجات ستكون أقل مما تتوقع.

صحيح أنا مُكَلِّف، فأنا صاحب الاختصاص، وقد اخترت ألا أكون (بتاع كله) حتى أتمكن من الحصول على مميزات أكثر وبدخل أكثر ويزداد الطلب عليّ، خصوصاً أنني في مجال متخصص.

قد لا أكون الأفضل في هذا المجال، ولكن استخدمت جميع وسائل الإعلام المقروءة والسمعية والمرئية والإنترنت حتى أجعل من اسمي علامة مرتبطة بتخصصي، والذي يسمى بالمشاركة الإلكترونية، أو العلامة التجارية **Internet Branding**، وهذا هو المنهج الذي أردت نقله لكم من خلال هذا الكتاب، فهيا ننتقل.



أولا : من هو المتخصص

تعريف المتخصص؟

لا شك أخي القارئ أنك عندما تفكر في شراء وجبة بيتزا لن تتوجه إلى محل الحلويات أو إلى البقال أو إلى بائع أجهزة الكمبيوتر، بل ستتوجه مباشرة إلى محل بيع واعداد البيتزا... لماذا؟ لأنه متخصص في ذلك، أما المحلات الأخرى فهي متخصصة في مجالها الذي ليس هو بالطبع بيع وإعداد البيتزا.

نفس الفكرة تنطبق بحذافيرها على

مفهوم التخصص كأفراد، فعندما تبحث عن شخص ليؤدي لك خدمة ما في



الهندسة المعمارية ليبتك، فإنك لا تفكر ولا تبحث إلا عن شخص متخصص في مجال تلك الخدمة، وليس أي شخص أو شخص «يعرف كل شيء عن كل شيء» !!!

إن مفهوم التخصص يعني أن يختص فرد بالقيام بعملٍ مُعين دون غيره، وأن يوفر له الوقت والجهد، ويقال في اللغة العربية تخصص بالشيء أي أنه اقتصر عمله عليه، وخصه دون غيره بالبحث والاهتمام والفعل، أما عملياً فهو تقسيم المهام، والعلوم، والأعمال، وإنتاج السلع، وتقديم الخدمات إلى عدة أقسام يتميز كل منها بمتطلبات مختلفة عن الأقسام الأخرى، وفي هذا المقال سنتعرف على أسباب ظهوره وأهميته.

أسباب ظهور التخصص

ظهر التخصص نتيجة الآتي:



- صعوبة الجمع بين عدة مهام في وقت واحد، مما يؤثر في مستوى طاقة في العمل.
- البحث عن مميزات أعلى في العمل وفي مجالات العلوم المختلفة.
- الحاجة إلى تطوير المهارات المتعلقة بمجال ما تباين مهارات الأفراد واستعداداتهم، ويتم ذلك عبر التركيز على أمر معين.
- اكتشاف الأخطاء ومراجعتها يُبرز الحاجة إلى التخصص؛ وذلك حتى يتحمل كل فرد المسؤولية الكاملة عن المهمة المُتخصص بها.
- حاجة المتلقي في مجالات العلوم المختلفة للمعرفة المفصلة والكاملة نسبياً، مما



يتطلب وجود فروع للعلوم والمعارف.

- زيادة النمو الاقتصادي الذي دفع بالحاجة نحو المزيد من التخصص لرفع كفاءة العملية الإنتاجية.

التخصص والثقافة

وهنا يتبادر إلى ذهني سؤال ... إذا كنت متخصصًا في مجال معين، فهل عليك أن تطالع التخصصات الأخرى؟

والجواب نعم، حتى تربطها بمجالك، وحتى تتشكل لديك نظرة شاملة عن كل ما يمكن أن يرتبط بتخصصك بشكل أو بآخر، فأنت عندها تكون قد عرفت كل شيء عن تخصصك، وشيئًا عن كل شيء مرتبط بتخصصك أو حتى خارج عنه، باختصار، أن تجمع بين التخصص والثقافة.

فصاحب الثقافة هو من يعرف من كل البساتين زهرة، أي معلومات بسيطة حول عدة تخصصات، لكن ماذا لو كان الفرد يحمل المعرفة الدقيقة في تخصصين، فهل من الممكن أن يتم الربط بينهما؟

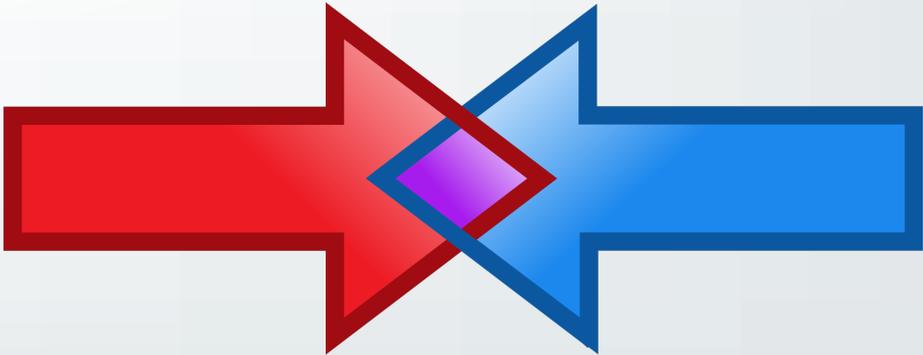


ثانياً: الدمج بين التخصصات

لا يوجد تخصصين لا يمكن الدمج بينهما

سأطرح عليك عزيزي القارئ سؤالاً هاماً...هل هنالك تخصصين لا يمكنك

الربط ما بينهما؟



على الرغم من أن تحديد التخصص هو أمر ليس بالسهل، إلا أنه من الصعب جدًا أيضًا أن يكون هنالك تخصصين أو أكثر لا يمكن الربط أو الجمع بينهما، فمع تطور العلم الحديث وكثرة العلوم والتخصصات، أصبح من الممكن الربط بين جميع التخصصات تقريبًا، على سبيل المثال الربط بين الفن والطب، ليظهر مجال الطب التجميلي، والربط ما بين الهندسة والطب، لنحصل على الهندسة الطبية... إلخ من التخصصات التي من الممكن أن يتم الجمع بينها، فمن الصعب جدًا إيجاد تخصصات لا يمكن ربطها بأي شكل من الأشكال.

كما أن كون الانسان مخلوق لا يمكن أن يعيش إلا ضمن مجتمع يلبي بعضه حاجيات البعض الآخر كما قال سبحانه وتعالى ﴿وَلِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا﴾، فإن هذا يخلق شبكة ترابطية بين جميع التخصصات الموجودة فيه (أي المجتمع)، فلو أن شخصًا متخصصًا في التربية مثلاً أخذ دورة في الأدوية، فإنه سيستعمل هذه المعرفة عند طرح موضوع المنهاج. أيضا عند البحث عن حلول عملية لمشكلة الغذاء في منطقة مهددة بالجفاف، فإن جميع التخصصات من اقتصاد وسياسة وهندسة زراعية وجيولوجيا وخلافه تضافر معا، وتتبادل المعلومات والبيانات فيما بينها من أجل الخروج من هذه المشكلة الى بر الامان.

إذن فعليك أخي الكريم التصديق بأنه لا يوجد تخصصان أو أكثر يستحيل الربط بينهما والاستفادة من أحدهما الآخر.

الفرق بين التخصص المهني والأكاديمي؟

إن نسبة كبيرة تصل إلى ٨٠٪ من الأفراد يعملون في مجالات عمل بعيدة كل البعد عن مجال الدراسة الجامعية الذي أنهوه، صحيح أن التخصص الدراسي مهم، لكنه ليس في المرتبة الأولى من حيث الأهمية، فالأهم من ذلك، أن تُرَجِّح في حياتك المهنية الأفضلية لما تحبه وتبرع فيه، ولا تقيد نفسك بالتخصص الدراسي، حاول إيجاد نقاط الالتقاء ما بين التخصص الذي تحبه والتخصص الذي درسته.



على سبيل المثال: إذا كنت قد حصلت على شهادة جامعية في مجال التاريخ، لكنك تبتدع في مجال تكنولوجيا المعلومات، عليك البحث عن النقاط المشتركة وتحاول إيجاد توازن ما بين الإثنين، جِدْ نقاط الالتقاء، كيف ذلك؟

قم بتقييم مهاراتك في كفتي ميزان، قارن ما بين مهاراتك في تكنولوجيا المعلومات وما بين تخصص التاريخ والمعلومات التي حصلت عليها خلال سنوات الدراسة لهذا التخصص، فإذا كنت ميالاً لتكنولوجيا المعلومات أكثر، تخصص في تاريخ تكنولوجيا المعلومات، وفي حال برعت في التاريخ، تكلم عن التاريخ في التكنولوجيا.

هل يمكن أن أتخصص في أمر ثالث؟

بالطبع، قد تكون تخصصت في مجال التاريخ، وأبدعت في التكنولوجيا وتوظفت في المحاسبة، ويراك أصدقاءك بارعاً في الرياضة، ما عليك فعله تمامًا، هو أن تجد الأمر المشترك بينهم، وإذا استطعت أن تجد العامل المشترك ما بين جميع الأمور التي تبذل فيها وتلم بها، ستكون أنت الوحيد في العالم بأجمعه الذي أوجد تخصصًا نادرًا ليس له مثيل، ستكون أنت وحدك في العالم بأجمعه المتخصص في تاريخ الرياضة محاسبيًا في التكنولوجيا، ولا يوجد أي أحد سواك يبذل في هذا.



ثالثاً: لماذا اتخصص؟

أهمية التخصص



صدق صديقي الكبير حين قال: إن الأمم لا تتطور إلا بمتخصصين، فنحن إذا نظرنا إلى التاريخ وإلى العظماء الذين نفتخر بهم و الذين لا يزالون يُذكرون حتى الآن وكان لهم دور جلي في تحريك عجلة التطور الحضاري، سنجد أن الشيء المشترك بينهم جميعهم، والذي جعل أسماءهم تُخلد هو «التخصص»... الخوارزمي تخصصه الرياضيات، ابن سينا الطب، ابن الهيثم الرياضيات، ابن خلدون التاريخ، وهكذا دواليك.

طبعاً هذا لا يعني أن هؤلاء العظماء وغيرهم كان لهم باع واسع في المجالات الأخرى، لكنهم أبحروا عميقاً في هذه التخصصات بحد ذاتها، حتى صار

بإمكانهم أن يبدعوا فيها ويأتوا بأشياء لم يسبقهم أحد بها، وعليه، فليس هناك شخص صاحب «كل المعرفة» يخلد اسمه في التاريخ.

• التخصص يرفع مستوى إتقان الأفراد للعمل.

• يؤدي إلى زيادة معرفة الأفراد بمجالات تخصصهم، ومنحهم مهارات جديدة يكتسبونها مع مرور الزمن، ومن خلال التعرض للعديد من التجارب.



- التركيز والبحث المكثّف في حقلٍ من حقول العلم أو العمل، والاستمرار به، مما يؤدي إلى ظهور المفاجآت النوعيّة كالوصول إلى نظريّة جديدة، أو اكتشاف علمي جديد.
- يساعد المؤسسات والشركات المختلفة على تحقيق أهدافها.
- يساهم في تقديم الحلول.

إذن، فالمتخصص هو شخص مرتبط بمجاله وكامل تركيزه فيه، وجودة عمله في هذا المجال عالية

حدد وظيفتك كي تجدها

قابلت الكثيرين في حياتي ممن يبحثون عن وظائف، وفي كل مرة أسأل أحدهم في أي مجال تريد أن تعمل؟ أجد الإجابة المعتادة (أبحث عن أي وظيفة)!! عزيزي القارئ قد تنفع مسألة أي وظيفة مع أشخاص عاديين يبحثون عن التوظيف السهل بالواسطة -هذا إذا توفرت-، فيجب أن تكون متخصصاً في شيء معين

حتى تتمكن من الحصول على وظيفة أو حتى يتمكن الآخرون من توظيفك، هذا فقط لو تكلمنا في الجانب الوظيفي، وهناك الكثير من الأمور في حياتنا لن نتمكن من فعلها إلا إذا كنا متخصصين فيها.

إذن عزيزي القارئ عليك بالتخصص، لأنه يضمن لك وظيفتك، ولأنه أساس تميزك، وهو بداية مسيرتك لأن تصبح خبيراً دولياً، فضلاً عن كونه مفتاح تقدم الأمم.

المتخصص محترف

لم يكن (ستيفن جوبز) ليتمكن من الإتيان بـ «الآي باد» على سبيل المثال، لو لم يكن محترفاً في مجال تخصصه «الحاسوبيات»... وذلك دليل على أنه أحاط إحاطة واسعة بكل المبادئ التي مكنته من اختراع «الآي باد»، أي الإتيان بشيء جديد غير مالوف.

أيضا يمكنك طرح نظريات جديدة في مجالك، (إينشتاين) طرح نظرية النسبية متى؟ بعد أن تمكن من نظريات مهمة في تخصصه.. (الفيزياء).

فالمخصص محترف وبالتالي كلامه موثوق به، فإذا جاءك شخص متخصص في الشبكات، وقال لك «إن هذا المبنى لا يصلح أن تتركب فيه أي شبكة، هل ستثق فيه، بالطبع نعم، لأن كلامه ذو وزن وذلك لكونه محترفاً.

تنبيه ونصيحتين

وقبل أن أحدثك عزيزي القارئ عن كيفية تخصصك، أجد من الضروري أن أنبهك لأمر، وأنصحك بشئين تكرم علي بهما صديقي الكبير.

التنبيه: الخبرة في التخصص على مستوى دولي لا تأتي في يومين أو ثلاثة أيام أو سنة بل هي جهد سنين، مع تعلم مهارات معينة أو مهارات التسويق لنفسك إن صحت العبارة.

النصيحة الاولى: كما قال لي صديقي الكبير، فهي، لا تحجل من قول «لا اعلم» إذا سُئلت عن أمر لم تعرفه من قبل في تخصصك، إياك والتفلسف، قل لا أعلم واشكر السائل.



النصيحة الثانية: لا تتحدث في التخصصات الأخرى غير تخصصك كأنك خبير فيها، أنت في مجالك أقوى فلا تفسد مرتبتك وتميزك بحشر أنفك في تخصص لا إحاطة لك به.



الفصل الثاني



كيف اتخصص

تمهيد

بعد أن عرفنا أهمية التخصص ودوره في تشكيل مستقبل الفرد ومن ثم المجتمع ككل، سنتطرق في هذا الفصل إلى عملية التخصص بذاتها، كيف تحد مجال تخصصك؟ وكيف تصبح متخصصًا؟ وكيف تصل غلى أقصى درجات الإبداع في تخصصك؟



أولاً: تحديد مجال التخصص

اكتشف تخصصك

هذا الكتاب هو في أساسه دعوة لاكتشاف التخصص المناسب لك، دعوة لأخذ الوقت المناسب لاكتشاف شغفك في مرحلة مبكرة من حياتك من خلال تجربة الكثير من الأشياء قبل اختيارك لتخصصك الجامعي وذلك حتى تتمكن من اختيار التخصص المناسب لك.

أثناء قراءتك لهذا الكتاب قد تكون اجتزت مرحلة اختيار التخصص الجامعي أو لم تجتازها بعد.

الحالة الأولى: أنت لم تصل بعد إلى مرحلة اختيار التخصص الجامعي: في هذه الحالة يجب أن تكتشف شغفك والتخصص المناسب من خلال تجربة العديد من الأشياء وخوض الكثير من التجارب وإياك واختيار تخصص بناء على رغبة والديك فقط دون أن تكون مقتنع بهذا التخصص.

الحالة الثانية: أنت بالفعل قد اخترت التخصص الجامعي، هنا يجب عليك سؤال نفسك الآتي: هل تخصصي الجامعي هو التخصص الذي أريد أن أكمل فيه؟ إن لم تكن الإجابة بنعم، فاعلم أنه لم تفوتك الفرصة بعد لاختيار التخصص الملائم لك، فكم من الأشخاص اختار تخصصًا مختلف عن تخصصه الدراسي في الجامعة واستطاع النجاح.

أهمية الموهبة في اختيار التخصص

أُحِبُّ لك أن تكون صاحب تخصص مع موهبة، أن تكون متمكنًا في المجال وموهوبًا فيه كذلك، لا تجعل القضية مجرد تخصص من أجل الوظيفة، أو لأن ذلك التخصص مطلوب بشدة في سوق الشغل، فهذا سيجعلك عاديًا وغير متميز وسط الحشد.

وأنا أريد أخي القارئ أن أذكرك أنه لا يوجد مخلوق على وجه الأرض من دون موهبة، وبالطبع لكل إنسان موهبة أو أكثر، ولكن المشكلة قد تكون أحيانًا عدم اكتشافك لموهبتك، وهو ما قد يسبب لك المعاناة عند اختيارك لتخصصك، وربما يؤدي ذلك لضیاع سنوات من عمرك هباء، وكم من موهبة دُفنت لعد اكتشافها أو بسبب عدم اعطاء المجتمع الفرصة لبروزها.

عليك بتجربة العديد من الهوايات مرات ومرات، فسوف يساعدك ذلك على اكتشاف موهبتك، وعندما تكتشفها، عليك بتنميتها، وكن على يقين بأنك أنت الوحيد الذي تستطيع أن ترتقي بنفسك للمكانة التي تريدها، وتذكر أنك ربما امتلكت أكثر من موهبة، فما المانع من تنميتهم جميعاً والدمج بينهم في تخصص واحد؟!!

وبالطبع لا يعني عدم امتلاكك للموهبة في مجال تخصصك حتمية فشلك فيه، ستنجح بقدر تعبك ومجهودك واثقائك له، لكن ما أتحدث عنه هو أن موهبتك هي جواز سفرك لإبداعك في مجال تخصصك، فالموهبة هي سر الإبداع.

٣ معايير أساسية لاختيار التخصص

هناك ثلاثة معايير يجب وضعها في الاعتبار عند اختيار التخصص هم الرغبة والقدرة والفرص.

١- الرغبة

اسأل نفسك ماذا تريد أن تكون يجب أن تكون الرغبة نابعة منك على اقتناع وليس رغبة أسرتك أو عائلتك، حيث يجب أن تختار تخصص ترغب فيه وتشعر أنه مناسب لك، اسأل



نفسك هذا السؤال: ماذا تريد أن تكون بعد عشر سنوات من الآن، تأمل إجابتك جيداً ثم إسأل نفسك ما هي التخصصات التي أحبها ومن ثم أرغب في الالتحاق بها.

وإياك أن تختار تخصصاً بعينه إرضاءً لأحد على حساب رغبتك الحقيقية، فكثير من الشباب اختار تخصصه بعينه إرضاءً لوالديه وهو لا يعرف أي شيء عن هذا التخصص ثم بعد ذلك لا يجد نفسه فيه.



٢- القدرة

كل مخلوق ميسر لما خلق له وأنتك إنسان متفرد ومستقل لك من القدرات ما ليست لغيرك وأن لدى غيرك من الإمكانيات ما ليست لديك وأن ما يناسب غيرك ليس بالضرورة يناسبك لذا ينبغي عليك أن تعرف إمكانياتك وقدراتك ثم تعرف متطلبات التخصص الذي تريد اختياره مثلاً هل أنت تجيد الفهم أكثر أم الحفظ؟ وهل التخصص الذي تريده

يتطلب الحفظ أم الفهم؟ ما المواد التي تميزت وتفوقت فيها في المرحلة الثانوية؟ ما المواد التي تجد نفسك مرتاح ومستمتعا في تعلمها وقراءتها؟ هل أنت تحب التفصيل والترتيب والتدقيق؟ أم تحب الإجمال والاستدلال والبرهان؟ فمثل هذه التساؤلات تكشف لك عن استعداداتك وقدراتك عند اختيارك للتخصص الذي تريد.

٣- الفرصة

وهذا يعني أن عند اختيار التخصص يجب أن نختار ما توجد له فرص وظيفية في سوق العمل.

خطوات عملية لتحديد تخصصك

قم بإحضار ورقة، وأعد التالي:

١. اكتب مجالاتك كلها.
٢. قيّم نفسك في كل من المجالات التي أدرجتها برقم من ١٠.
٣. اذكر رغبتك في كل من المجالات التي ذكرتها برقم من ١٠.
٤. تذكر أن الرغبة تتغير مع الوقت، لكن عند التقييم، قُم بذكر مستوى رغبتك في

المجال في تلك اللحظة التي تعيشها وليس لفترة سابقة.

٥. اذكر فرص العمل: ماهي فرصتك لتعمل في المجال؟

٦. القدرة: هل لديك القدرة أن تعمل في هذا المجال؟

٧. هل يتناسب التخصص مع شخصيتك؟ لتعرف ذلك عليك بإجراء اختبار

بسيط ومجاني، حيث أن هنالك ٤ أنواع من الشخصيات.

أ) شخصيات توجه كل طاقتها في التحليل، فتعمل في مجال التحليل.

ب) شخصيات تبحث في

الاكتشاف.

ج) شخصيات تحب

الدفاع.

د) شخصيات تحب الخيال.

بعد أن تقوم بتقييم جميع

مهاراتك، قم بجمع النقاط



لتحصل على الدائرة الأكبر على حسب مجموع النقاط، فأينما ظهرت الدائرة الكبيرة والنقاط الأكثر، يكن ذلك التخصص الملائم اليك.

نقاط مساعدة في اكتشاف التخصص المناسب

- من هي الشخصيات المؤثرة بالنسبة لك؟ وفي أي مجال يتحدثون؟
- شغفك في أي مجال؟ هواياتك؟
- هل سبق وأنتك حالة كنت من خلالها تحضر لشيء معين أو حدث معين في حياتك ولم تنم الليل؟ أو سمعت قصة معينة بقيت تفكر فيها طوال الوقت؟ أو شدك موضوع معين فذهبت وبحثت فيه واطلعت عليه؟ إذا كانت إجابتك نعم، ففي أي مجال كانت هذه الحادثة؟

كل هذه الأمور ستساعدك على اكتشاف نفسك بشكل أوضح، ابحث عنها

الآن اكتب مجال تخصصي هو: _____

قد تعتقد بأن هذا التخصص يناسب شخصيتك، أمامك خياران، إما أن تقوم بإجراء الاختبار الشخصية الذي يوضح مدى انسجام شخصيتك مع التخصص

-لكن لا تعتمد على التخمين والإحساس-، أو قم بالتفكير في الأمور الثلاثة التالية لمساعدتك في اختيار التخصص المناسب:

(١) من هي الشخصيات التي تؤثر بك، الشخصيات التي تتأثر بها وتستمتع لها دون كلل أو ملل وتندمج معها؟ سوف يساعدك هذا كثيرًا، حين تحدد الشخصيات المؤثرة بك ستكون قد وصلت إلى نقطة الربط وسيكون تخصصه أو ما يتكلم به مؤثرًا أنك تعشق هذا المجال وتميل لهذا التخصص.

(٢) تابع نشاطاتك على مواقع التواصل الاجتماعي، من هم الأفراد الذين تحب متابعتهم؟ بشكل تلقائي سنعود للنقطة السابقة، سيحدد ذلك اهتماماتك بالأفراد المشهورين وبالتالي ستدرك ميولك للتخصصات التي يبدعون بها أو التي يعملون بها.

(٣) حاول أن تولي الانتباه للمؤشرات التي تدل على اهتمامك بتخصص معين، على سبيل المثال تحمسك لنشاط معين، حبك للتكلم مع اصدقائك حول تخصص ما، أي شي جديد تحب أن تقوم بتجربته، موضوع معين تم عرضه عليك، وظيفة معينة، بحث معين، ووجدت أن لديك ميول وانجذاب شديد تجاهه، كلها مؤشرات على أنك تحب هذا التخصص.

صلاحيات المتخصص

وبعد أن تحدد مجال تخصصك، وتبدأ مسيرتك نحو تعميق مجال تخصصك أكثر وأكثر، عليك أن تتنبه جيدًا لصلاحياتك، فأنت كشخص متخصص تستطيع أن تتكلم في مجالك بكل ثقة وتكتسب ثقة الآخرين، بينما غير المتخصص لا يستطيع



الا اذا كان متعلماً فهذه حالة خاصة. أنا تخصصي «أي تي»، فإذا جئت أحدثك عن رياضة تسلق الجبال، فإنك لن تستمع لي أو على الأقل لن تثق فيما أقول، لأنه بكل بساطة ليس من تخصصي، باستثناء إذا أخذت من هذه الرياضة أمورًا معينة أربطها بتخصصي، عندئذ سيكون حديثي عن هذه الرياضة كمجال مستقل عن تخصصي ذو معنى (ترابطية التخصصات).

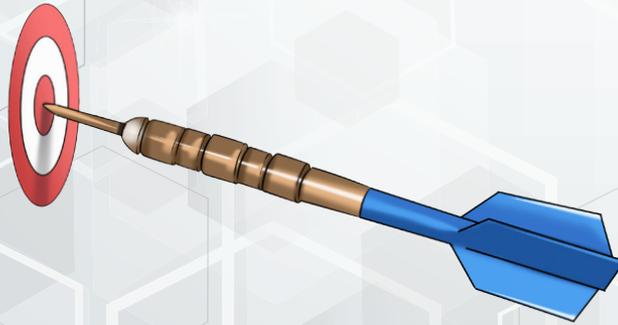
وقد أخبرني صديقي الكبير بأن من ضمن الأشياء التي تدخل في صلاحياتك كمتخصص، إمكانية تغيير قوانين دولية، وأن تؤثر على كتاب عالمين في مجالك، وأن تطرح أسئلة مخالفة للعقل والتفكير العاديين في مجالك، فالشخص المتخصص في مجاله يحق له طرح أسئلة وتساؤلات لا تحق لشخص آخر عادي، مثال.. لو أنك شخص من العامة، ثم جئت تتساءل امام مجموعة من الناس العاديين عن هذا الأمر... لماذا إذا دخل الواحد جامعًا ما يسلم ويصافح الجميع فردًا فردًا؟ بعض الناس سيسخرون منك، آخرون قد يرمونك بتهمة الانقلاب على عادات المجتمع وتقاليده... لكن لو أن شخصًا متخصصًا كرّس وقتًا لدراسة الظاهرة وتحدث عنها من الناحية العلمية، فسوف يستمعون له بكل تأكيد. لماذا؟ لأن ذلك هو تخصصه.



ثانياً: اختيار المهارات الصحيح

مهارات التخصص

بعد أن تكون حددت مجال تخصصك بدقة، سيكون أمامك عدة اختيارات، فإما أن تصعد في سلمك الوظيفي أو أن تطور مهاراتك في نفس المجال الذي أنت به أو تجمع بينهما، وهذا الأمر ليس سهلاً، فقد تحتاج إلى استشارة أحد الخبراء والحصول على بعض الجلسات الإرشادية لمساعدتك في اتخاذ القرار.



الاختيار الأول، هو أن تتعد عن مجالك وتصعد في سلمك الوظيفي، فترقى وتنقل بين مستويات القيادة المختلفة، وعندئذ ستفقد كثيراً من مهاراتك الفنية بينما تنمو مهاراتك القيادية، و**الاختيار الثاني**، هو أن تتعمق في مجالك، وتتعد عن مجالات الإدارة والقيادة في الشركة، فتصبح خبيراً متخصصاً ماهراً لكنك ستفقد إلى المهارات القيادية، ولن تمتلك الخبرة والقدرة على فتح مجالات عمل مستقبلاً، وقد تكون غير قادرٍ حتى على وضع الخطط وكتابة العروض وتعيين الموظفين، حيث أنك خصصت معظم وقتك في تطوير مهاراتك الفنية.

إذن عليك تذكر أنه كلما صعدت في سلمك القيادي والوظيفي، تفقد جزء من مهاراتك الفنية التي تمتلكها، لكن من الممكن أن تحتفظ بخبراتك وتحتل أحد المناصب القيادية بحالة واحدة!!! وهو **الاختيار الثالث** وفيه تجمع ما بين الاختيارين السابقين، بأن تصبح خبيراً في الإدارة أو في أحد المجالات القيادية، وهو أمر في غاية الصعوبة وليس بالأمر السهل، فكيف يتحقق ذلك؟

في البداية عليك أن تعرف نقاط قوتك وضعفك جيداً، هل أنت شخص إداري ولديك المهارات القيادية؟ ففي حال كنت تتصف بشخصية قيادية، عليك بفريق عمل يتضمن أفراداً يفوقونك في المهارة القيادية، لماذا؟ لتستمد منهم القوة، لأنك لن تزداد قوة إلا في حال امتلكت فريق عمل يفوقك في المهارات القيادية،

وسيرتفع مستواك القيادي نتيجة لذلك، لكن في حال اخترت أن تتعمق في مجال عملك وحافظت على مستواك الوظيفي، ستكون أنت الشخص الذي يعمل للغير.

لكن عليك أن تتذكر، أنه كلما صعدت في السلم الوظيفي، زادت نسبة المخاطرة، لذلك، فإنه من المهم جداً أن تتأني في اتخاذ قرارك، عليك التفكير جيداً، هل تريد أن تتطور في مجال تخصصك؟ أم تريد أن تتعلم وتصعد إلى المستويات الأعلى؟ وسر نجاح هذا الأمر، هو أن تحدد بدقة نقاط ضعفك، ثم تقوم بتعيين من يمتلك نقاط ضعفك كنقاط قوة لديه لمساندتك.

إن الوقت لن يكون متأخراً أبداً لتتخذ القرار وتغير من مجال اختصاصك، كل ما عليك فعله هو اختيار الشيء المناسب لك، والذي سوف يساعد في تطويرك، قم بالبحث عن المستشارين أو أي فرد يمكن أن يساندك ويقدم إليك المشورة، لا تدع العمر يقف في طريقك، فمهما كان ما حققته في السنوات الماضية، بإمكانك البدء من جديد وتحقيق الكثير في سنوات قليلة.



ثالثاً: أمور هامة في طريقك للتخصص

أهمية التدريب والممارسة في مجال التخصص

كثرة الممارسة في التخصص هو أمر حيوي وجوهري، أعطاني صديقي الكبير مثلاً جعلني أدرك مدى أهمية الممارسة في التخصص ألا وهو الخطابة، فقال: لو أنك تعاني رهاب التحدث أمام الجمهور رغم امتلاكك لكم هائل من المعلومات في هذا المجال، ثم تحدت نفسك وقررت بالتحدث أمام الجمهور عشر مرات، ماذا يحدث للرهاب؟ يقل... فإذا قمت بذلك مائة مرة؟ يختفي... وإذا قمت بذلك مائتي مرة؟ تصير خبيراً في فن إلقاء الخطاب.

مثال اخر... أول ما حاولت أن تمشي سقطت، لكنك حاولت مراراً وتكراراً، حتى خطوت خطواتك الأولى المتعثرة، ثم مع الاستمرار في المحاولة تعلمت المشي بطريقة ثابتة، هنئاً لك... فهذا أنت ذا اليوم خبير المشي في المشي، هذا يعني أن الممارسة في التخصص ركن من اركان اكتساب خبرة حقيقية فيه.

عليك دائماً تذكّر أن التدريب والممارسة هما مفتاح نجاحك وابداعك في مجال تخصصك، والأهم أيضاً أن نتذكر التدريب في الصغر يضمن سهولة وسرعة التعلم ورسوخها في العقول، وهو ما فطن إليه من سبقونا حينما قالوا: «إن التعليم في الصغر كالنقش على الحجر».

تذكر دائماً أخي القارئ أن الإبداع هو 10% موهبة و 90% جهد وتدريب لعدد من الساعات، وهناك العديد من النظريات التي يمكن من خلالها معرفة عدد الساعات اللازمة لاتقانك وتخصصك في عديد المهن، ضع في بالك دائماً أن الله سبحانه وتعالى منح عقولنا قدرات وإمكانيات كثيرة وأكبر مما نعتقد، وليست فقط قدراتنا الفكرية والعقلية هي القابلة للتطور، بل إن الأمر يمتد أيضاً لقدراتنا البيولوجية والجسدية.

إذا كنت تريد أن تكون خبيراً دولياً في تخصص ما، فكل ما عليك فعله هو القراءة لمدة ساعة أسبوعياً ولمدة خمس سنوات في نفس التخصص وستصبح خبيراً دولياً).

ولنفترض مثلاً أنك تريد أن تكون أفضل شخص يقوم بصنع الثلجات في العالم وتكون خبيراً في صنعها ومكوناتها، فلو قرأت في هذا المجال، ستتمكن من هذا التخصص فيما يقل عن خمس سنوات، فقط كل ما عليك فعله هو أن تقرر بأن تصبح أفضل شخص في العالم في مجال صناعة الثلجات، كذلك هو الحال في كل المجالات الأخرى، مثلاً تتخصص في مجال تعليم الأطفال أو مجال التربية السمعية أو مجال لغة الإشارة أو مجال الطيران، وغيرها من المجالات الكثيرة في الحياة.

التنقل بين الوظائف وأثره على التخصص

هناك من يعتقد أنك إذا قمت بتغيير وظيفتك كثيراً فإن ذلك يكون لأحد الأمرين:

- إما أنك صاحب مشاكل وانهزامي بمعنى أنك لا تستطيع التكيف مع الآخرين.
- أو أنك ملول ولا تستطيع الاستقرار في مكان واحد.

في الحقيقة إننا وبشكل مستمر نُبدل ونُغير وظائفنا، وحسب تحليل (DISC) للشخصيات فإن هناك ٤ فئات أساسية من البشر وهي:

١. فئة المهيمنين: وهم المحبون لإتباع اللوائح والروتين، ولا يجدون أية صعوبة في البقاء على نفس الروتين اليومي، وإتباع التعليمات الدائمة، تماماً كالضباط والجنود.

٢. فئة المُلهمين: وهي الفئة التي تُلهم الناس ويجبون التغيير والتجديد، ويرون الأمور عن بعد، وهذه الفئة تكره الروتين، ولا تحب البقاء تحت الأوامر وتنفيذها، ودائمًا ترى الأمور بشكل مختلف تمامًا عن الطريقة التي يراها الآخرون بها.

٣. فئة الحذرين: وهي الفئة التي تحشى دائمًا الوقوع في الأخطاء، وتخاف من أن تقوم بعمل شيء يوقعها في الخطأ.

٤. فئة الداعمين: وهي فئة الأشخاص الذين يقبلون التكيف مع الجميع، وهم اجتماعيون ويجبون أن يُيقوا الأمور في هدوء وسلام.

النظرية تقول أن أكثر صنف ملولاً من الوظائف الروتينية هم فئة المُلهمين، فليس من السهل توظيفهم في روتين معين، وهم دائمًا ما يقومون بتغيير وظائفهم والأمور التي يعملون بها.



الحقيقة أن هذا ليس خبراً سيئاً بعكس ما قد يعتقد البعض، فالدراسة تقول إن معظم القادة في العالم ينتمون إلى هذه الفئة، فهم دائماً يريدون تغيير الأمور لتجري على طريقة مختلفة تمامًا عما تسير عليه الآن.

سألت شخصاً مرة ممن يعملون في مكان واحد لفترة طويلة، كم تملك من الخبرة؟ فقال: لدي خبرة عشر سنوات في الصرافة، وأنا أعمل كأمين صندوق في أحد البنوك.

في الحقيقة الخبرة التي يمتلكها هذا الشخص عبارة عن خبرة سنتين فقط، لأنه تعلم شيئاً جديداً في أول سنتين، وبعد ذلك فهو يعيد خبرته باستمرار، ولا يجد أمراً جديداً ليتعلمه.

تقول الدراسات إن من يقوم بتغيير وظيفته يستفيد كثيراً من تجاربه، وأن أفضل وقت لتبديل الوظيفة لتعلم شيء جديد هو بعد أربع سنوات من الوظيفة الحالية. حينما نتحدث عن تغيير الوظيفة ليس بالضرورة أننا نعني تغيير مكان العمل، ولكن الأهم من ذلك هو تغيير بيئة العمل أو الصلاحيات وطبيعة العمل.

ووجهة نظري أننا يجب أن نختار الشخص المناسب للمكان المناسب، فعلى سبيل المثال لو أردت أن أستعين بشخص ما لتغيير المكان وإيجاد مشروع جديد ووضع

رؤية جديدة مُلهمة، سأبحث عن هذا الشخص ليساعدني على تغيير الإدارة التي سأقوم بتعيينه عليها، أما لو كانت وظيفة روتينية بعيدة لا تحتاج إلى مهارات كثيرة فسأقوم بالبحث عن شخص آخر يساعد على تنفيذ المهام اليومية الروتينية دون أي إبداع.

مؤشر فادي VADI

هناك طريقة جيدة لمعرفة معدل الاستفادة والخبرة في الوظيفة التي ستنتقل إليها أو وظيفتك الحالية، وهو ما يسمى بمؤشر (فادي) لتقييم مدى الاستفادة من الوظيفة.

هناك أربع عناصر أساسية إذا توافرت تستطيع أن تقيم الأشياء بشكل أفضل
هذه العناصر هي:

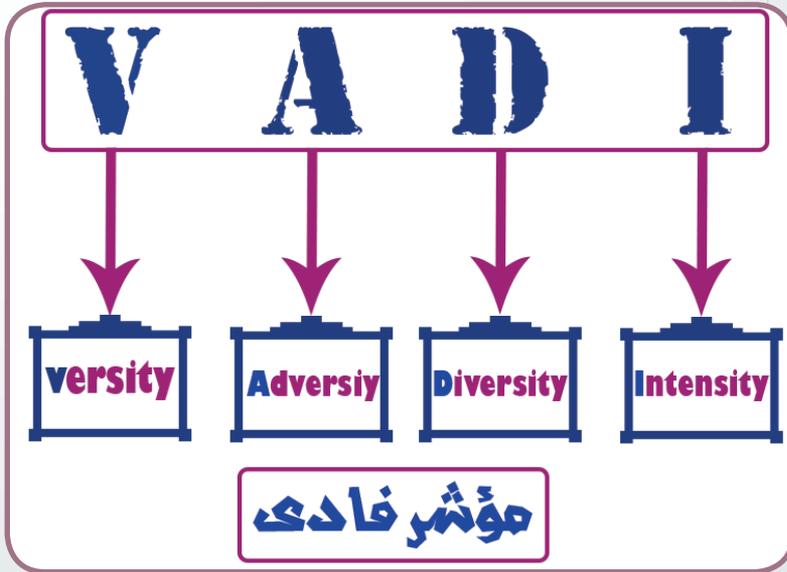
العنصر الأول: Versity وهو يتعلق بالتنوع، بمعنى إذا كان لدي شيء ما وطوال عمري أقوم بدراسته، وأردت أن أنتقل إلى شيء جديد أو حتى عمل جديد، هل هذا الشيء متنوع وجديد أم أنه هو نفس الشيء الذي أقوم بدراسته طول حياتي؟ هذا هو المقصود بالتنوع.

يجب عليك أن تعطي نفسك درجة من ٥، مثلا من الممكن أن تعطي نفسك ٤ من ٥.

العنصر الثاني: Adversity: هذا المعيار معني بالتخصص، هل هذا الشيء في مجال تخصصي؟ هل في مجال عملي مباشرة أم لا؟ يجب أن تعطي نفسك درجة أيضا من ٥ في هذا المعيار.

العنصر الثالث: Deviersity: وهو معني بالشيء المعاكس، فإذا كنت تعمل في اليابان مثلا سأجد كل شيء مختلف تماما.

العنصر الرابع: Intensity: معناه يتخلص في السؤال التالي، كم أنت متحمس للعمل؟ تعطي نفسك كم مثلا؟ ربما ٤ من ٥.



بعد الانتهاء قم بجمع دراجاتك في الأربعة عناصر
 إذا كانت النتيجة ما بين ١٠ إلى ١٤ إقبل هذه الوظيفة، فسوف تتعلم وتستمع بالعمل،
 إذا كانت فوق الـ ١٤ معنى هذا أنك ستبأس بسرعة.
 أما إذا كان أقل من ١٠ فهو عبارة عن مضيعة للوقت ليس إلا.
 الرجاء مشاهدة هذا الفيديو على يوتيوب حيث أشرح فيه مؤشر فادي وكيفية
 استخدامه

<https://www.youtube.com/watch?v=BSjMvHQ1g&t=٢١٥s>

قوة تأثير «لنكد إن - LinkedIn» على مجال تخصصك

برنامج التواصل الاجتماعي الاحترافي (linkedin) يعتبر البرنامج الاجتماعي الأكثر جدية في العالم، فمعظم منتسبي هذا الموقع هم أشخاص حقيقيين، ويدخلون لتنظيم علاقاتهم الحقيقية، ويكتبون معلومات حقيقية عن أنفسهم، هذا الموقع ساعد الآلاف من منتسبيه على الحصول على وظائف أو أشخاص لشغل وظائف مهمة في شركاتهم.

Linked in

التسجيل مجاني والبحث كذلك بدون مقابل، بإمكانك الحصول على الكثير من المتخصصين في هذا الموقع الاحترافي المميز، وسأخبركم كيف يعمل البرنامج، أياً كان عمرك صغيراً أو كبيراً، موظفاً أو متقاعداً، فالبرنامج لا يفرق بين هذه الأمور ولا حتى المسافات الجغرافية لمتسبيه، لكنه يطلب منك كتابة ما تقوم به حالياً من أعمال، وما قمت بفعله في الماضي.

والأهم من هذا وذاك هو تخصصك الأساسي والمهارات التي تتقنها، من خلال هذا البرنامج ستجد مئات الأشخاص الذين يمكنك إضافتهم كأصدقاء لك، ستتمكن من العثور على أشخاص كثيرين في نفس مجالك، قم بإضافتهم والتعرف على الطريقة التي يروجون بها عن أنفسهم، اقتبس بعض الجمل التي تثير انتباهك وضعها في صفحتك.

(لنكد إن) هو أفضل منجم للوظائف على وجه الأرض أمام البشر اليوم، أقترح

عليك الدخول إليه والتعرف على الآخرين وبناء شبكة علاقاتك من خلاله، لأنه سيحقق لك الكثير من العلاقات والفرص الوظيفية والترويج عن نفسك وإمكانياتك، أتشرف بإضافتكم على ال(لنكد إن).

ثم ابحثوا عن اسمي وقوموا بإضافتي في قوائمكم

www.linkedin.com
Mohammed Al Jefairi

كما يمكنكم وبسهولة البحث عن أصحاب القرار في بعض الجهات الكبرى في البلد، أو كتابة مقالات متخصصة أو إدراج صور لمتابعيكم، الموقع يتيح أيضاً إمكانية إعطاء شهادة لشخص معين في مجال معين، فعلى سبيل المثال أنا أشهد لشخص ما أنه جيد في التخطيط الاستراتيجي، بذلك تصلون لنتائج إيجابية في معرفة تقييمات الأشخاص للآخرين، هذا الموقع يسهل على جميع من يعملون في الموارد البشرية للحصول على كفاءات في البلد، من المعروف أن أهم مورد في أي مشروع هو المورد البشري، ومن خلال هذا الموقع سيتمكن الأشخاص من الحصول على متعاونين أو موظفين بشكل جزئي أو كامل، كذلك المديرين أو المتحدثين والكتّاب.



الفصل الثالث



ماذا بعد التخصص

تمهيد

بعد أن صرت متخصصًا في مجالك، ماذا بعد؟! ما الذي ينبغي عليك فعله؟! دعني أقول لك أخي القارئ، أنه بمجرد وصولك لتلك المرحلة ينبغي عليك الاهتمام بأمران مهمان متوازيان ومتلازمان ، أولهما أنه يجب عليك أن تتعمق في مجال تخصصك أكثر وأكثر، وأن تسعى للتدرج فيه، فتصبح خبيرًا ثم استشاريًا، ثم استشاريًا دوليًا إلى أن تعتلي قمة تخصصك فتصبح قائدًا له، ، وثانيهما أنه لا بد لك أن تُرَوِّج عن ذاتك، لكن تذكر أن لكل مرحلة من تلك المراحل متطلباتها، كما أن لها منهجها الخاص بها من حيث كيفية تحقيق النجومية والانتشار.

أنت عند بلوغك تلك المرحلة قد أصبحت لديك الإمكانية لتقديم الاستشارات والجلسات الإرشادية -فهذه هي مرحلة العطاء والخبرة الميدانية-، وبنيت العديد من العلاقات المهنية، وبلغت مرحلة متقدمة جدًا من القدرة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وامتلكت المهارة والقدرة على التسويق لذاتك عبر وسائل الإعلام المختلفة كالبرامج الإذاعية والتلفزيونية، وعندئذ سيعلم الناس أنك موجود في المجال والتخصص.

أنت بهذا تُمهّد الطريق لنفسك للنجومية، وتبدأ في الوقت ذاته في وضع اللبنة الأولى في سبيل سعيك للتعلم بصورة أكبر في مجال تخصصك ... أنت في طريقك لتصبح خبيراً، فهيا بنا نتناقش سوياً في هذا الإطار.



أولاً التدرج في التخصص:

التخصص والخبرة

لم يخجل علي الصديق الكبير بإعطائي معلومات قيمة عن التخصص الذي يعد رديف الخبرة، فأنت لا يمكن أن تكون خبيراً الا إذا تخصصت في مجال ما، بحيث تبدأ تعطيه حقه من الوقت والجهد وتتوسع فيه توسعاً كبيراً لتستوعب تقريباً كل جزئياته وليس العكس، فلم يعد الآن بالإمكان اكتساب المعرفة الموسوعية بسبب عدة عوامل، أهمها تفرع العلوم وتطبيقاتها تفرعاً شاسعاً بحيث أنك تحتاج عمراً مديداً حتى تستوعب جيداً وتحيط تقريباً - وليس حتى كلياً- بمناحي علم واحد منها وتطبيقاته إذا تخصصت فيه، فكيف بها كلها!! ولهذا أوصيك مرة أخرى.. إذا أردت أن تصل إلى حد العالمية، فعليك أن تتخصص، وتتخصص في مجالات نادرة أو قليلة قدر الإمكان إلى أن تصير خبيراً فيه.

ما معنى أن تكون خبيراً في تخصصك؟

كما أشرت سابقاً، أن تكون خبيراً معناه أن تكون شخصاً متخصصاً، ولأنك كذلك، فإنك مرتبط بالمجال ارتباطاً وثيقاً، فلا يغيب عنك ما أمكن أي مستجد في

مجالك سواء من الناحية النظرية أو التطبيقية، كما أن تركيزك له كامل، أما النتيجة، فهي جودة عمل عالية جدًا جدًا فكريه كانت أم تقنية، وفي هذا الإطار عليك الانتباه لأمرين مهمين وهما أهمية الدور الذي تلعبه موهبتك في نجاحك وابداعك في مجال تخصصك، وضرورة اهتمامك بالتدريب والممارسة لمهام عملك باعتباره الضامن الرئيسي لاتقانك له إلى أن تبلغ منزلة الخبير في تخصصك.

دلائل على إمكانية أن تصبح خبيراً في تخصصك؟

دلني صديقي الكبير على مؤشرات تدل على أنه بإمكانك أن تصبح خبيراً في تخصصك أو أنك في طريقك إلى ذلك، أهمها..

أولاً: استشارة الناس لك.. عندما يرن هاتفك «الو...عندي استشارة. الموضوع الذي أريدك فيه هو كذا وكذا...هل تستطيع أن تساعدني أم لا» هذه بداية مؤشر أنك وصلت.

ثانياً: المرجعية.. أن تكون مرجعاً للناس الذين هم في نفس تخصصك، وليس بشرط أن تكون كذلك لعامة الناس.

ثالثاً: القدرة على التحدث عن تخصصك لأكثر من ساعة... شغل هاتفك ودعه

يسجل، تحدث في تخصصك أو أي مجال تظن أنك خبير فيه، ويفضل أن يكون ذلك بحضور أحد ما، إن استطعت التحدث أكثر من ساعة في مجالك من دون تحضير، فأنت في طريقك لأن تكون خبيرًا، بقيت لك فقط لمسات بسيطة.

كيف تصبح خبيرًا في مجال تخصصك؟

كثير من الأشخاص يتساءلون عن كيف يصبح الإنسان خبيرًا في تخصصه ومجال عمله؟، ويُعد الأشخاص المهتمون بالحصول على إجابة لهذا التساؤل هم الأشخاص الأقرب للنجاح، إذا أنهم يسألون ليعرفوا كيف يكونوا خبراء في مجال تخصصهم، وبالتالي فهم يسعون لتطوير مهاراتهم وقدراتهم لينجحوا على مستوى العمل ويصبحون خبراء.



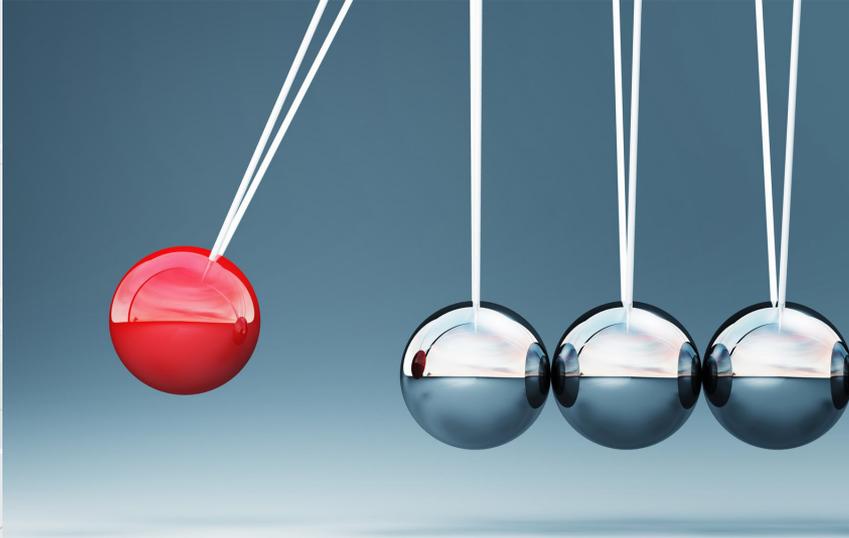
نصائح عامة:

وهذه عدد من النصائح التي تمكنك من أن تكون خبيراً في مجال تخصصك

١- امتلك زمام المبادرة ولا تنتظر توجيهاً من أحدٍ، فيمكنك اقتحام مجال العمل والتعرف عليه من خلال الاطلاع على أساسياته، اعتبر نفسك لا تعرف شيئاً وابحث واطلع وكأنه ليس مجال تخصصك، فسوف تنجذب إلى أشياء وعناصر بعينها في مجال تخصصك تؤهلك لمزيد من البحث والمعرفة.

٢- يجب عليك أن تتعرف على المعلومات الأساسية التي يجب أن تتوافر لدى أي شخص يعمل في مجال هذا العمل، ومن ثم يمكنك التعرف على خبايا وأسرار تخصصك، فهل يعقل ألا تعرف الأساسيات التي يحتاجها أي تخصص وتطمح أن تكون خبيراً فيه؟! فالأولى أن تتعرف على أساسيات العمل والتي تقودك إلى التعرف على خبايا وأسرار النجاح في مجال تخصصك.

٣- احرص على القراءة والاطلاع في مجال تخصصك لمدة لا تقل عن ساعة يومياً، وعند التزامك بهذا، فإنك ستكون قد قرأت ما لا يقل عن ٤٥ كتاب على مدار العام، فهل لك أن تتخيل الخبرة والمعرفة التي تعود عليك من خلال تخصيص ساعة للقراءة والإطلاع في مجال تخصصك!



٤- احرص على أن تسأل عن أي شيء وكل شيء تريد معرفته في مجال تخصصك، فكل ما تتعرف عليه في مجال تخصصك يصبح خبرة، ستراكم لديك الخبرات بالتعلم والملاحظة المباشرة وغير المباشرة، وبقدر اقتحامك للعمل ومهامه، بقدر ما تستطيع أن تكتسب خبرة في مجال تخصصك.

٥- احرص على أن تطلع على كل ما هو جديد في مجالك وخاصة فيما يتعلق بمجالات التكنولوجيا والطب والهندسة والتنمية البشرية والإعلام وغيرها من المجالات التي يستجد فيها الكثير والكثير كل يوم.

٦- تقرب من الرواد في مجال تخصصك، اطلع على سيرتهم الذاتية، حدد مقومات نجاحهم في نفس مجال تخصصك، وأعمل تحت يدهم، فأفضل الخبراء في مجال تخصصهم هم الأشخاص الذين تنبهوا للبحث عن الأسماء المميزة في مجال تخصصهم وحرصوا على العمل معهم أو التدريب على أيديهم، فذلك يكسبهم خبرة الخبراء في مجال التخصص.

٧- لا تنسى أن تطلع على المجالات شديدة الارتباط بمجال تخصصك، فإن كنت تعمل في مجال التدريس، فلا بد أن يكون لديك دراية واطلاع بكيفية وضع المناهج الدراسية وتصحيح الامتحانات، وهذه مجالات أساسية للتدريس، في حين أن المجالات المرتبطة بمجال تخصص التدريس تكون معرفة أنماط الشخصيات للتعامل بشكل جيد مع الطلاب وزملاء العمل وكذلك الاطلاع على موضوعات التنمية البشرية، فهو علم شديد الارتباط بالأشخاص الذين يسعون في تحقيق النجاح على المستوى الاجتماعي والمستوى العملي وهكذا، فمن الأفضل لك أن تطلع على كل ما يرتبط بمجال تخصصك سواء من قريب أو من بعيد، فهذا يُصقل خبرتك بالعمل.

٨- لا تخف من الفشل والسقوط بل ابحث عن قصص الفشل في نفس مجال تخصصك، فحينما تعرف أخطاء الآخرين سوف تتجنبها، ويكونون لك عبرة

وعِظة، فأنت عندما تتجنب الأخطاء التي وقع بها الأشخاص الذين سبقوك في نفس مجال تخصصك، فإنك بدون شك تُقلل نسبة وقوعك في نفس الخطأ، فالخبرة لن تأتي من دون تجريب وتدقيق وتمحيص، وتذكر توماس أديسون مخترع المصباح الكهربائي الذي تمكن من اختراع المصباح في المحاولة الألف، وعندما تحدث عن نجاحه في اختراع المصباح الكهربائي قال لقد أكتشفت ٩٩٩ طريقة للمصباح حتى توصلت إلى الطريقة الناجحة لصنعه، وهكذا لا تخف من السقوط والفشل، وأعتبر كل مرة تسقط فيها ما هي إلا خطأ وطريقة للوصول إلى الخبرة في مجال تخصصك.



متطلبات التدرج في مجال تخصصك كيف تصبح خبيراً؟

متطلبات المرحلة:

- شهادات جامعية ودبلومات تخصصية محلية وعالمية.
 - دورات في المجال.
 - إجازات محلية ودولية.
 - اشتراكات وعضويات.
 - شهادات شكر وتقدير لك ولأعمالك من الآخرين.
 - قائمة من المشاريع.
 - قائمة عملاء
- خمس سنوات في نفس التخصص أو أكثر

كيف تصبح استشارياً؟

متطلبات المرحلة:

- تقديم الجلسات الاستشارية.
- تدريب المدربين في مجالك.
- المناقصات والمزايدات الحكومية.
- إعداد خطط التدريب.
- إدارة وتخطيط الموارد البشرية.

• المدة المقترحة اجمالي ٥ سنوات في نفس التخصص فأكثر.

كيف تصبح استشارياً دولياً؟

• عليك أن تقوم بإعداد قادة في مجالك والإشراف الشخصي على تطويرهم

والآن، بعد أن أصبحت استشارياً دولياً، كيف يمكنك أن تصبح قائداً للتخصصك؟

كيف تصبح قائد تخصص؟

لتصل إلى أن تكون قائداً لتخصصك، عليك أن تكون رقم واحد في مجالك في العالم بأجمعه، عليك أن تكون المرجع الاول لجميع المدارس، الجامعات، المحطات

الفضائية، البرامج التلفزيونية، والآراء المجتمعية ولدى اصحاب القرار، أي أن تكون القائد في مجال تخصصك عالمياً.

على سبيل المثال لنأخذ شخصية الشيخ يوسف القرضاوي، لقد وصل إلى قيادة تخصصه وتم ترشيحه من قبل علماء ومشايخ الدين على أن يكون هو القائد المؤثر في مجاله، وبهذا يكون قد وصل إلى أعلى المستويات، فكلامه واقتراحاته تؤثر في الأفراد، المؤسسات، الدول، القارات والاتحادات العالمية.

وهناك عدد من المهارات التي يجب أن يتحلى بها القائد الخبير بمختلف تخصصاته ومستوياته:

مهارة معرفة الذات، مهارة بناء العلاقات، اللغة الإنجليزية، واللغة التخصصية للمادة، خدمة المستفيدين أو العملاء، مهارة التعامل مع الآخرين وبوجه خاص مع الشخصيات الصعبة، يُضاف إلى هذه النقاط مهارة كتابة السيرة الذاتية، جنباً إلى جنب مع مهارة فن الإنصات، وطريقة الإعداد وكتابة التقارير بمعايير الجودة العالمية.



ثانياً الترويج عن الذات (النجومية والانتشار)

تذكر أخي الكريم أنه بقدر سعيك لتدرجك وتعمقك في مجال تخصصك، فإنه عليك -وبنفس القدر من الاهتمام- التماس طريق الوصول الى الناس وتحقيق شهرة واسعة نافعة ومفيدة لهم في نفس التوقيت، وهنا لا بد من معرفة نقطتين مهمتين، أولهما: أهمية الارتباط بين ظهورك في وسائل الإعلام بالمكان والتوقيت المختارين للظهور، فالمكان الذي ستظهر فيه والتوقيت الذي تختاره للظهور يلعبان دوراً محورياً بلا شك، وثانيهما أهمية أن تصنع لاسمك علامة تجارية «براندا».

وهو ما سنناقشه سوياً خلال حديثنا التالي...

ماذا تحتاج النجومية ؟

تحتاج النجومية إلى أربعة أشياء، أولها هو «مكان النجومية» الذي تظهر فيه، على سبيل المثال، فيصل القاسم، هو نجم، ولكن نجم أي قناة؟، قناة الجزيرة، لكن إذا ذهب فيصل القاسم أو إنتقل إلى قناة أخرى، هل تستمر نجوميته أم لا ؟، ربما ولكن الأكيد أن نجوميته لن تظل على حالها، ستقل، فالنجومية ترتبط بالمكان أيضاً .

النقطة الثانية والمهمة أيضًا هي توقيت الظهور، ولأوضح لك ذلك أتذكر أنه عند بداية إنشاء موقع (Kiker) كنت أول المشتركين به، هل يمكنك توقع كم كان عدد المتابعين لي خلال أسبوعين فقط من إشارتي؟ ١١ ألف متابع لي خلال ٤ يومًا فقط، فتوقيت الظهور ومكانه شيء مهم جدًا ويلعب دورًا كبيرًا في ذلك .

ثالثًا، الموضوع والتخصص، موضوعي وتخصصي شيء مهم جدًا، يجب أن تختار تخصصًا لم يسبقك أحد فيه، أنت الأول، لو نجحت في إدراك ذلك، ستجد العديد والعديد من المتابعين لأنك الأول في تخصصك، أما المعيار الرابع فيمكن أن يتلخص في نجومية ضيوفك، وهذا أمر متعلق بالتليفزيون أكثر.



لماذا نحتاج أن نصنع لأنفسنا علامة (تجارية - ذهنية) على الانترنت؟

الإجابة على هذا السؤال عزيزي القارئ تكمن في تأكدك من أن ما يوجد على الانترنت إنما يعكس صورتك التي تريد أن يراك عليها الناس.

ولكى تفهم ما أقصده جيداً تأمل معي المثال التالي: إذا أردت أن تبحث عن أي شيء وأي معلومة فأين تبحث عنها؟ بالتأكيد تبحث عنها من خلال إستخدام شبكة الإنترنت، من خلال المتصفح «جوجل».

قم بالبحث على الإنترنت عن اسمك مستخدماً محرك البحث «جوجل»، تعرف على نتائج البحث، ما النتائج التي ظهرت؟ ماذا وجدت بها؟، ابحث الآن عن اسم الدكتور «طارق سويدان»، ماذا وجدت؟! ... والسؤال هنا، هل عرفت الفرق؟ يجب أن تسأل نفسك أيضاً، كيف وصل الدكتور طارق سويدان إلى كل هذا؟

هل يمكن أن أصنع من اسمي «brand»؟! هل يمكن تطبيق مفهوم العلامة التجارية «البراند» على الأشخاص؟

بالطبع هذا ممكن، وأصبح يحدث على نطاق واسع على شبكة الانترنت، فنحن

نتحدث عن نفس المفهوم، نفس الفكرة، وكما تعمل الشركات لتجعل من اسمها ومنتجها علامة تجارية ذات سمعة كبيرة وشهرة واسعة لدى العملاء والمستهلكين، يمكن للأشخاص تطبيق نفس المفهوم في نطاق مهنتهم وتخصصهم.

من الممكن جداً أن يكون اسمك الشخصي عبارة عن «برانند»؟ فهناك العديد من الشخصيات مشهورة شخصياً، مثلاً نجد الدكتور محمد العريفي، والدكتور إبراهيم الفقي، والدكتور طارق سويدان، وغيرهم .

والسؤال المهم هنا هو، كيف استطاع كل هؤلاء الأشخاص أن يجعلوا من أسمائهم ماركة أو «برانند»؟ ..كيف استطاع **الدكتور طارق سويدان** أن يجعل من إسمه ماركة أو «برانند»؟

في أي علم تميز **الدكتور طارق سويدان**؟ علم الإدارة، هل هو أفضل شخص في الإدارة في الوطن العربي؟ لا ندرى، ربما لا، لكن نحن نعرف من؟ نعرف **الدكتور طارق سويدان**، لماذا؟ لأنه استطاع أن يجعل من إسمه «برانند» وماركة.

أصبح إسمه في السوق يساوي الكثير، عندما يقوم بطبع كتاب مثلاً يبيع منه الكثير، كلمته تساوي الكثير، إذن كيف نصل إلى هذه المرحلة؟! هذا هو السؤال الذي سيدور حوله نقاشنا.

كيف تجعل اسمك ماركة و«برانند»؟

في البداية دعني أقول أن هناك خطوات رئيسية اتبعتها كل من بلغوا الانتشار والنجومية على شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما سنستعرضه في الجزء التالي.

ما الذي تغير؟

قبل ظهور وانتشار الانترنت، كانت شاشات التلفاز هي الوسيلة الأكثر شيوعاً



وتأثيراً وانتشاراً، وكان أمر اكتساب شهرة بين الناس مقترن بالظهور على شاشات التلفاز بشكل دوري ومنتظم، ولهذا كانت النجومية أمراً قاصراً على الممثلين والمطربين والساسة والإعلاميين الذين كانوا ضيوفاً دائمين على شاشات التلفاز.

نجحت شبكة الانترنت عامة وشبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، وتويتر، ولينكدان، وإنتساجرام، وغيرها) بصفة خاصة في تغيير مفهوم الإعلام وقواعد لعبة الانتشار، فلم يعد الإعلام قاصرًا على الوسائل المرئية والمسموعة فقط، بل امتد ليشمل وسيطًا جديدًا نجح في جذب الملايين والملايين من البشر، وهو وسيط حر ومجانى، وسيط بلا قيود، يمنح لأي شخص القدرة على الوصول الى الجمهور والتعبير عن رأيه.

وبعد انتشار موقع يوتيوب وشبكات التواصل الاجتماعي، أصبح من الممكن لأي شخص تكوين مجموعة عريضة من المتابعين والمهتمين لما يقدمه ويعرضه من خلالها، إذ لم تعد الشهرة ومعرفة الناس مقترنة بالظهور على شاشات التلفزيون، بل أصبح موقع نشر مقاطع الفيديو (يوتيوب) بمثابة شاشة تلفزيونية تتيح لأي شخص الفرصة للظهور والتعبير عن أفكاره وأراءه ونقل خبرته للناس عن طريق تصوير ونشر ومشاركة مقاطع فيديو بسيطة، ولكنها قد تكون واسعة الانتشار والتأثير، مما يسمح له بجعل اسمه بمثابة «براند» على شبكة الانترنت.

كيف ومن أين أبدأ؟

كيف ومن أين أبدأ؟ لاشك أن هذه السؤال قد طرأ على ذهنك وأنت تقرأ، لذا دعنى أقول لك أن الأمر ليس صعبًا، ويمكن لأي شخص تنفيذه، هو يحتاج فقط

مجهودات متوالية ومستمرة، وفهم وإتقان لجميع الطرق الأدوات والوسائل التي ينبغي عليك استخدامها وتوظيفها جميعاً في نسق متناغم حتى يتم تحقيق الهدف المنشود.، وتشمل الإجابة على هذا السؤال مجموعة من الخطوات التي سنستعرضها سوياً في هذا الفصل ولكن قبل ذلك عليك أن تسأل نفسك أولاً، ماذا تحتاج النجومية؟ ثم ما هي الطرق التي تستطيع أن أسلكها لكي أنجح في تخصصي ومن ثم أصنع علامة تجارية من اسمي.

متطلبات صناعة علامة تجارية «برانند»

لكي تستطيع أن تصنع
لنفسك علامة تجارية
هناك عدة طرق يجدر
عليك سلوكها:



١- الإعلام بأنوعه: مرئي ومسموع ومقروء مثل التلفاز، والراديو، وحديثاً شبكة الانترنت.

٢- تأليف الكتب.

٣- الصحافة والجرائد.

٤- التواصل مع الناس.

وبالطبع تختلف الطرق في تأثيرها فهناك الطرق ذات التأثير الواسع وهناك الأقل تأثيراً.

أمور تساعدك على صنع الـ «براند» الخاص بك

١. الظهور في وسائل الإعلام

إبحث عن فرصة للظهور في وسائل الإعلام سواء المسموعة منها كالراديو أو المرئية كالتلفزيون كخبير متخصص في مجالك.

٢. يوتيوب:

تقوم فكرة الموقع الأساسية على إتاحة الفرصة للجميع لنشر ومقاطع فيديو خاصة بهم يقومون برفعها على الموقع ومشاركتها مع الجميع، حيث يمكن لأي شخص إنشاء قناة خاصة به على يوتيوب لينشر عليها مقاطع الفيديو التي يقوم برفعها.

• قم بإنشاء قناتك الخاصة على يوتيوب وقم بتسجيل ورفع مقاطع فيديو عالية الجودة بشكل منتظم.

• المقاطع يجب أن تكون تعليمية في تخصصك.

• يراعى أن لا تكون المقاطع طويلة حتى لا يمل المشاهد.

٣. الكتابة والتأليف:

The YouTube logo is prominently displayed in the lower half of the page. It consists of the word "You" in a black, sans-serif font, followed by the word "Tube" in a white, sans-serif font inside a red rounded rectangle.

- نَظِّم أفكارك:

- حدد المجال الذي سوف تتناوله، وكُن أكثر دقةً بتحديد التخصص داخل هذا المجال على سبيل المثال؛ مجال القيادة، التخصص المالي.

- تتبع التسلسل في الكتابة بالمجال الذي اخترته مما يساعد على سرعة الإنجاز، وبذلك أيضًا تتغلب على مشكلة الوقت بإرساء نهج تتبعه.

مواصفات الموضوع الذي تتناوله:

أيضا هناك سمات معينة يجب أن تتوفر في الموضوع الذي تتناوله وهي:

١- أن يكون الموضوع غني بمحتواه، فمن الممكن أن أتناوله أكثر من مرة بزاوية مختلفة (Repeatable).

٢- أن يكون الموضوع قابل للتطور (scalable).

٣- أن يكون الموضوع قابل للإعادة (multiple use).

٤- أن يكون الموضوع قابل للانتشار (distributable).

بناءً على ما سبق، وبالمداومة عليه يكون لديك ٨-٩ مقالات خلال شهرين، وهذا

عدد كاف مادة حلقة تلفزيونية أو برنامج تدريبي أو دورة تدريبية، كما أنه بوسعك تطوير موضوعك بتسجيل برامجك ودوراتك وتحميلها على اليوتيوب مما يحقق لك الانتشار، ثم يمكنك تقسيم هذه المواد المسجلة فيما بعد.

يمكنك أيضًا أن تُبقى مادة مقالاتك المكتوبة برنامج إذاعي أو تلفزيوني أو حقيبة تدريبية لمدرّب آخر.

يجب التركيز بشكل جيد على هذه الاستراتيجيات، فهي عامل مهم وتُعتبر لب طريقة كتابة مقال أو برنامج تدريبي متكامل.

ع. الاطلاع والقراءة:

- قم بالاطلاع على فهارس البرامج التدريبية، إضافة لبعض المواقع التي تقدم دورات مثل موقع بيتنا دوت كوم.
- المتابعة الدائمة لمواقع الكتب والأبحاث الجديدة مثل غوغل والأمازون وغيرهما مستخدمًا في البحث اسم الموضوع أو البحث بعبارة/ بجملة معينة.
- قم باختيار بعض المقولات للشخصيات التي تقرأ لها، وأسرها في مادتك،

فهذا الأمر يصنع لك (براندينج) خاص بك، ويُعرِّف الناس بأنك تتبع نفس نهج من تقرأ لهم.

انتبه: عندما تنقد ما تقرأ، وجه ملاحظتك واهتمامك إلى مادة المقال، ولا تحاول أبداً تناوُل الجانب الشخصي لكاتبه.

- اقرأ أكبر قدر ممكن من المقالات التي تخص المجال الذي تتناوله، نجد مثلاً في مجال الإدارة كتاب **From good to great**.



- قم بالتسجيل في الجمعيات والمراكز العلمية والبحثية المهمة بالنشر فيما يخص مجالك وتخصصك.

- قراءة المجالات المتخصصة التي تضم الأبحاث الحديثة والدراسات الشاملة للاستعانة بها.

ماذا لو لم أجد ما أبحث عنه؟

يظهر لنا تساؤل الآن وماذا لو لم أجد ما أبحث عنه، أو أنه ليس هناك مواد كافية سواء بالإنكليزية أو العربية فيما أبحث عنه؟

الإجابة: هذه فرصتك!! لأن نقص وقلة المواد المرتبطة بموضوع مجالك وتخصصك يعتبر مؤشر جيد، وتوفر إمكانية كبيرة لتحقيق ذاتك فيه نظرًا لقلة المنافسين، مما يحقق لك سرعة الانتشار، بل والأحرى أن تتناول وتطور الموضوعات والتخصصات غير الموجودة بمجالك، فالناس دومًا تسعي إلى الجديد.

انتبه: اسمك في السوق يرتبط مباشرةً بالكتاب/ بالبرنامج/ بالدورة التي تنتجها وتعددها، وهذا يعد أكبر محفز شخصي لك، فأنظر كيف تقدم نفسك ورؤيتك لمن حولك؟

5. مواقع التواصل الاجتماعي

قم بإنشاء ملفات على جميع شبكات التواصل الاجتماعي، وقم بربطها بموقعك الشخصي، وابدأ في نشر مشاركات بشكل يومي، وعند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، اكتب كثيرًا، اربط كل شيء تكتبه بتخصصك، فمسألة التخصص ضرورية جدًا.

أهم الشبكات الاجتماعية التي يجب تقوية حضورك بها هي:





فيسبوك

أكثر من خمسين مليون مستخدم يدخلون موقع فيس بوك بشكل يومي، لك أن تتخيل حجم الانتشار الذي تحققه هذه الشبكة العملاقة، فمن منا لا يمتلك حساب على الفيس بوك، ومن منا لا يدخله بشكل يومي دائم.

من هذا المنطلق أصبح فيس بوك بمثابة سلاح تسويقي خطير تعتمد عليه الشركات بشكل كبير، وتخصص له الميزانيات الضخمة، وذلك لما أصبح له من

انتشار وفاعلية بالعين.

ولم يقتصر الامر على الشركات فقط، فقد أصبح فيس بوك سلاحاً مهماً للشخصيات العامة والمشاهير لتعزيز حضورهم وتنمية القواعد الجماهيرية الخاصة بهم. وقد أصبح الأمر متاحاً للجميع، فعبقرية الشبكات الاجتماعية في شموليتها، فهي



متاحة للجميع، وتجمع الجميع، فأنت يمكنك إنشاء حسابك الخاص بك تماما كما يفعل رئيس جمهورية أعظم دول العالم، لا تمييز أمام التكنولوجيا، إلا أن الفارق الوحيد يكمن في قدرة المشاهير على تكوين قاعدة عريضة من المتابعين على فيس بوك وبقية الشبكات الاجتماعية وذلك من منطلق معرفة الناس بهم من خلال ظهورهم على شاشات القنوات التلفزيونية.

تويتر

كل ما قلته عن فيسبوك تقريبا يمكن قوله عن تويتر، فهي شبكة عملاقة استطاعت في جذب اهتمام الناس وقبولهم بفضل فكرتها المبتكرة، وبساطة وسهولة استخدامها.

تقوم فكرة تويتر الرئيسية على مفهوم التدوينات القصيرة، حيث يقوم المستخدمين بنشر تدويناتهم ليراها متابعيهم على الشبكة، ويجب أن تكون هذه التدوينات

قصيرة ومختصرة لا تتعدى ١٤٠ حرف للتدوينة الواحدة.

الحسابات على تويتر حسابات شخصية فقط ولا يوجد أنواع أخرى للحسابات، ويجدر بك الاهتمام بتويتر بنفس قدر الاهتمام بفيسبوك، فهي شبكة كبيرة وذات تأثير قوى وواضح.

ويمكن الملاحظة بسهولة أن معظم الشخصيات العامة والمشاهير بصفة عامة يجوبون استخدام تويتر، ونشر آرائهم وتعليقاتهم على الأحداث عليه.



٦. راقب باستمرار ما يقوله «جوجل» عنك

جوجل هو المعيار الأساسي الذي يجب أن تقيس به شعبيتك، الى أين وصلت؟ وما هو حجم التقدم، كل هذا يمكنك قياسه بصفة دورية ومعرفة حجم التقدم الذي تحقّقه إجمالاً، كيف؟

قم بهذا الأمر بشكل دوري، مرة كل شهر مثلاً، وقم بملاحظة وقياس التطور الذي تحقّقه عبر محرك بحث قوقل، قم بتحليل نتائجك باستمرار حتى تتمكن من ملاحظة مدى التطور الذي تحقّقه، ولكي تتمكن أيضاً من من تحديد أسباب القصور، ومن ثم تستطيع معالجتها بسرعة، وقياس النتائج مرة أخرى بعد ذلك.



النتائج قد تكون كالآتي

- صور
- فيديوهات
- صفحات تواصل اجتماعي
- موقع شخصي
- مقالات منشورة في مواقع أو صحف أو مجلات أو منتديات.

٧. إنشاء المدونات

بعبارة بسيطة، المدونة هي موقع على الإنترنت تكتب فيها أمورًا بشكل متواصل، وتظهر الكتابات الجديدة في الأعلى دائمًا، وهكذا يبقى زوارك على اطلاع على آخر المستجدات، وبإمكانهم أن يعلقوا عليها أو يضعوا وصلة إليها أو يكتبوا إليك، وقد لا يفعلون شيئًا من ذلك.

إن المدونة هي أداة اتصال يعبر من خلالها المدون على آرائه وأفكاره حيث يسمح له بكتابة يوميات، خواطر، إنتاج أدبي أو علمي، وهناك أيضًا مدونات متخصصة

في علم من العلوم، وبالتالي يكون المدون حرًا في اختيار أي موضوع يفضله ويريد عرضه على شبكة الإنترنت بعيدًا عن التعقيدات التقنية، وتعتمد المدونات كما سبق ذكره على نظام إدارة المحتوى وهو لوحة تحكم خاصة بالمدون يقوم بكتابة التدوينات وبتعديل وضعها بأي شكل وأي مكان، إضافة إلى الإلغاء أو التحسين، وأيضا سهولة الإعداد والتركيب والتحديث لشكل المدونة، حيث أن الكثير من المدونات تقدم قوالب جاهزة.

والمدونة هي سجل مذكرات شخصية، منبر يومي، فسحة يتشارك فيها الكتّاب،



منبر سياسي، طريقة لإيصال الأخبار العاجلة، مجموعة من الروابط، فيها تعبر عن أفكار الخاصة وترسلها إلى العالم، ويمكنك أن تجعل مدونتك بالشكل الذي تريده أنت. فهناك الملايين من المدونات، من شتى الأشكال والأحجام، ولا توجد قواعد مفروضة.





خاتمة الكتاب

التخصص يعطيك الفرصة لمعرفة كل تفاصيل مجالك وجزئياته ومن ثم يتيح لك الفرصة للوصول إلى أعلى درجات الإتقان والإبداع، ولقد حاولنا في هذا الكتاب تقديم منهج عملي يساعدك على إيجاد التخصص المناسب لك والوصول إلى أقصى درجات الإبداع في هذا التخصص.





المراجع





نبذة عن الكاتب



هو باحث وكاتب قطري الجنسية حصل على
الدرجات العلمية الآتية:

- دبلوم تكنولوجيا معلومات واتصالات - كلية
شمال الأطلسي (خريجين الدفعة الأولى) ICT
CNA-Qatar ٢٠٠٤.

- حصل على درجة الماجستير في التخطيط الاستراتيجي من الجامعة
الفرنسية HEC، وهي واحدة من أرقى كليات إدارة الأعمال في العالم.
- ويحضر الدكتوراة في جامعة Northampton.

كغل كلاً من المناصب الآتية :

- كاتب إسبوعي في جريدة العرب القطرية.
- مقدم برنامج الخبر في (تليفزيون قطر).
- يعمل حالياً كمستشار تطوير وتدريب في مؤسسة قطر للإعلام.

أهم أعماله :

- مؤلف لأكثر من ٢٥ كتاب في مجال القيادة والتكنولوجيا منها: (تحليل الشخصيات - القيادة بالإرشاد - القيادة - التخطيط الاستراتيجي - صمم موقعك على الإنترنت بدون برمجة).
- ترجمت العديد من كتبه في مجالي القيادة والتكنولوجيا بعدة لغات.
- مؤسس مشروع وقف أونلاين - أكبر شبكة تدريب مجانية عربية على الإنترنت.

رسالته :

يحمل الأستاذ محمد الجفيري رسالة واضحة وهي المساهمة في إعداد جيل جديد من القادة متسلح بالعلم والمهارة والحكمة، ومؤهل لقيادة العالم العربي للالتحاق بمصاف الأمم العظمى، فهو يؤمن تمام الإيمان بقدرات الشباب القطري والعربي، لذا فهو يبذل كل طاقته في تدريب وتأهيل وتحفيز ودعم الشباب القطري والعربي لتحويل أفكارهم وأهدافهم إلى حقيقة واقعة تساهم في رسم مستقبل أكثر إشراقاً لقطر ولأمتنا العربية والإسلامية.





نبذة عن مجموعة
صناع الإبداع

مجموعة صناع الإبداع تأسست لتكون المظلة التي ترعى مهارات الشباب وقدراتهم عن طريق عدة مؤسسات صغيرة تحتها

- ١- دار صناع الإبداع للنشر والتوزيع.
- ٢- شركة إنتاج صناع الإبداع للتصوير والإخراج.
- ٣- شبكة صناع الإبداع للتدريب على الانترنت.
- ٤- مركز صناع الإبداع للتطوير وإدارة المشاريع الشبابية.

الهدف الرئيسي هو إطلاق العنان لقدرات وامكانيات الشباب العربي وتحفيزهم على نشر العلم والمعرفة في شتى المجالات.

هذا هو حلمي وهذا ما أعيش لأجله

مؤسس مجموعة صناع الإبداع

محمد الجفيري



للحصول على شهادة إتمام دورة قم
بالدخول إلى موقع صناع الابداع واتبع
الخطوات المطلوبة منك بعد قراءة
الكتاب أو مشاهدة الدورة التدريبية

www.sona3.net



”من منا لا يخطئ. ساعدوني
 في تصحيح أي خطأ أو لبس في
 اجتهاد
 إن احسنت فمن الله وإن أسأت
 واخطأت فمن نفسي ومن
 الشيطان
 تم بحمد الله”

للتواصل:

Whatsapp: 0097455221828

email: mohammedaljefairi@gmail.com

Instagram: maljefairi

twitter: maljefairi

Snaphat: Nethelper



مترو القيادة

نبذة عن مترو القادة

- دائماً ما يتبادر إلى الذهن لماذا يسبقنا العالم في النهضة،
ونبقى نحن في معظم الأحيان في دور المتفرجين وربما
كنا في الصفوف الخلفية منها؟! هل المشكلة في عدم
وجود قادة أو علماء، أم ماذا؟!

وللإجابة على سؤال كهذا نرجع إلى النظريات العلمية
العالمية التي حصرت أهم أسباب النهضة في:

1. العلم

2. الأخلاق

3. العمل

- إذن فأى تلك العوامل الذي ينقصنا؟! الشروط الثلاثة
العلم والأخلاق والعمل موجودة بنسبٍ ومستوياتٍ متفاوتة
بين المجتمعات، وكذلك بالمجتمع الواحد بين الأفراد
وبعضهم البعض، ولكن أيضاً ليست هذه هي الأسباب
الوحيدة لتأخرنا عن الركب، فربما كان الجانب المالي هو
أول تلك الأسباب، وبمعنى أكثر دقة فإن هذه المعادلة
ينقصها الثراء لتكتمل على أكمل وجه.

التخصص

- من هنا جاءت فكرة برنامج مترو القادة، لتُعالج أسباب تأخر النهضة الأربعة ولتسد هذا الثغر عن الأمة المباركة، فتحاول إيجاد حالة ومناخ حقيقي قادر على خلق قادة وعلماء ينافسون العالم في شتى المجالات، فهذا البرنامج عالج العيوب التي قد تُخالط مثل هذه البرامج، فهو لم يعتمد على الخطابة، بل عَمَد إلى خلطه بالعديد من الأنشطة العملية والتحدي والألعاب في بعض الأحيان مع الحفاظ على الجانب التعليمي بالإضافة إلى الجانب الربحي. فهذا البرنامج جاء متكاملًا يُراعي كافة الجوانب.

• إذن ما هو مترو القادة؟

هو برنامج مدته خمس سنوات، وخلالها سيمر المشاركون بالبرنامج بأربعة خطوط رئيسية، يتكون كل خط منها من عدة مراحل، ويمر بها المشاركون ليطوروا من مهارات ذاتهم ونفسهم ويكتشفوا عالم القيادة ومستوياتها، بالإضافة إلى أنهم سيطورون كذلك من مهاراتهم في التعامل مع الآخرين وسيتعلمون كيف يكونون خبيراً في تخصصه المناسب له ومتخصصاً فيه كذلك، وسيعرفون كيفية الوصول للعالمية بقدراته الشخصية وإمكانياته، وتفعيل قدراته في كيفية التعامل مع المجتمع الذي سيتفاعل معه مستقبلاً لتحقيق إنجازاته سواءً على مستواه الشخصي أو على مستوى المجتمع أو حتى على مستوى العالم أجمع، وهذا هو ما نُسميه بالوصول للعالمية.

التخصص

ويتكون من أربع محطات أساسية هي:

1. خط الإرشاد: هو من أهم الخطوط الرئيسية، فهو يبدأ بالتعريف عن مترو القادة وأهمية التغيير، كما يبدأ بمعرفة الذات والتعرف على الأنماط الشخصية وكيفية التعامل معها، مرفقاً بسلسلة كاملة من الكتب تشرح كل نمط من أنماط الشخصية بالتفصيل.

2. خط العلماء: هو عبارة عن مجموعة محطات لصناعة عالم ناجح على المستوى العلمي وأيضاً على الصعيد الاجتماعي والتسويق له عالمياً، فهي تبدأ معه رحلته من كونه فني حتى تصل به إلى مستوى استشاري عالمي.

3. خط القيادة: هو عبارة عن خمس محطات رئيسية تبدأ بتعليم المتدرب على كيفية قيادة ذاته وتطوير مهاراته حتى تصل به إلى مرحلة قيادة القادة.

4. خط ريادة الأعمال: هو الذي يتعلم فيه المتدرب بشكل عملي كيف يحقق لنفسه الثراء، وكيف يكون مشروع خاص به وسبل تطويره.

البرنامج العملي لمشروع (مترو القادة)

Play

(لعب وتحدي)

يعنى باكتساب الناس للمهارات اللازمة للتعامل مع الآخرين من خلال اللعب والتحدي فيما بينهم وكذلك يكتشف المشاركون ذاتهم ومهاراتهم من خلال مشاركة الآخرين

Learning

(تعلم بالعمل)

الطريقة التي تعتمد على نظرية 70% - 20% - 10%
1- التعلم بالممارسة الحياتية يعلم الناس بنسبة 70%:
2- التعلم من تجارب الناس مع بعضهم وتجاربه الغير يعلم الناس بنسبة 20%:
3- التعلم من المناهج الدراسية المكتوبة والكتب والمحاضرات والدورات تعلم الناس بنسبة 10%:

Earn

(كسب المال من مشروعك الخاص)

يعنى بكسب المشارك للمال من خلال مشروعه الخاص به وذلك بتحويل أعماله وانجازاته الى مشاريع تربحه وتكسبه المال من خلالها
كمثال : اذا كان للمشارك كتاب عمله وانجزه ونشره فانه فيما بعد ومن اجل ان يكسب من هذا الكتاب مالا فانه يحوله لقصة مصورة او فيديو مرئي او دورة تدريبية او اي عمل يكسب من وراءه مال.

التخصص

ما أريده من خلال مشروعي هو تحويل المناهج المكتوبة إلى مناهج عملية تُمارس عملياً للتطوير والإنتاج من خلال الأشخاص أنفسهم لأجلهم ولأجل مجتمعاتهم، وللمساعدة في تطوير وتقدم وازدهار الأمة ونهضتها كما يجب.

- الهدف الأساسي والمهم من هذا المشروع:

المشروع هو برنامج عملي، وعبارة عن لعبة يلعبها الكبار والصغار، والكبار يمكنهم خلال مدة خمس سنوات من الإنجاز والإنتاج والابداع فيما يتميزون به من قدرات، وسيرون ثمار ونتائج أعمالهم في كافة المجالات المتاحة لهم وسيرون تفاعل ومشاركة المجتمع معهم ومع إنجازاتهم في جميع النواحي وتشجيعهم وهكذا للوصول إلى العالمية بإذن الله.

وهذه هي شبكة المشروع مفصلة أكثر بكافة الخطوط
الأربعة الرئيسية ومراحلها:

يتناول هذا الكتاب محطة التخصص التي هي جزء من الخط
الأصفر غرب من مترو القادة.

شبكة مترو القادة

اهداف البرنامج

- تغيير الذات والالتصم
- المهارات القيادية
- محو الأمية المالية - زيادة الأعمال
- مهارات لتصبح خبير

البرنامج العام

- إعداد (قادة - عملاء - أعيان)
- شرح البرنامج العام

الخط الأخضر (القيادية)

- (1) "اكتشاف عالم القيادة - التعرف على درجات ومستويات القيادة - العادات السبع للناس الأكثر فعالية".
- (2) "التفكير الاستراتيجي - التحليل الداخلي " الموارد - المنافسين - العملاء - البدائل - المنافسين الجدد " التحليل الخارجي " السياسية - المجتمع والدين - البيئة - التكنولوجيا - الاقتصاد " القانون " التمركز " نظرية المحيط الأزرق - التسعير - زيادة الأعمال " .
- (3) "مراحل التغيير الستة - أعراف المؤسسات - ادارة التوقعات - ادارة الأحزاب والفرق والمجموعات - لماذا تفشل الخطط الاستراتيجية ؟".
- (4) "تسهيل الاجراءات - مهارة التوظيف - خطط تطوير الموارد البشرية - مهارات التوجيه - بناء الفرق - توزيع المهام - اعداد الخطط التفصيلية / التنفيذية - اعداد وكتابة التقارير - التقييم".
- (5) "الادوات القيادية (التوجيه - الترتيب - التحفيز - التفويض - الارشاد) الأساليب القيادية الستة (التحكم - الدبلوماسية - الشورى - الالهام - القيادة بالمثال - التفويض)".
- (6) "ادارة خدمات العملاء - ادارة الموارد البشرية - ادارة التسويق - المحاسبة للقياديين - الهياكل التنظيمية للمؤسسات - اعداد الواجبات والاجرائات - ادارة المناقصات - اعداد الموازنات المالية".
- (7) "مهارات توزيع المهام - اليات التنفيذ - مهارات تقييم وتقييم الخطط الاستراتيجية".
- (8) "المشكلات الادارية الكبرى - التعامل مع الشخصيات الصعبة - المعضلات الادارية الكبرى في المؤسسات والهيئات "
- (9) "التفاوض- مجالس الادارات - اعداد الرؤية والاهداف - اعتماد الخطط التنفيذية - اعتماد الموازنات المالية - اعتماد الخطط والطورة الذهنية للمؤسسات - التواصل والتعليم".

المهارات القيادية
العليا⁽⁹⁾

الرفاع

التحديات القيادية⁽⁸⁾

المدينة التعليمية

التنفيذ ومتابعة
الخطط والتقييم⁽⁷⁾

مكتبة قطر الوطنية

قيادة الادارات
القيادية⁽⁶⁾

الشعب

القيادة الموقفية و
الأساليب القيادية⁽⁵⁾

الريان القديم

المهارات الاشرافية⁽⁴⁾

المسيلية

محنة ادارة التغيير⁽³⁾

مستشفى حمد

محنة التخطيط
الاستراتيجي⁽²⁾

القصر الأبيض

محنة القيادة⁽¹⁾

البدع

قيادة
المتصورة

برنامج مترو القادة ومعرفة أهمية التغيير ⁽¹⁾	إكتشاف الذات وتحليل الشخصية (اختبار علمي MBTI) ⁽²⁾	قيادة الذات في محور الشكل والصحة ⁽³⁾
لوسيل	جامعة قطر	لقطيفة
		قيادة الذات في المحور الأكاديمي والتخصص ⁽⁴⁾
		كتارا
		قيادة الذات في المحور الاجتماعي ⁽⁵⁾
		القصار
		قيادة الذات في محور المهارات وتطوير الذات ⁽⁶⁾
		مركز الدوحة للمعارض والمؤتمرات
		قيادة الذات في المحور المالي ⁽⁷⁾
		الخليج الغربي
		قيادة الذات في المحور الروحاني ⁽⁸⁾
		الكورنيش
		الابداع والتفكير الابداعي ⁽¹⁰⁾
		البدع

الخط الأحمر : المهارات (فهم الذات - التخصص - التعريف والانتشار)

- (1) " مهارات التواصل مع الآخرين - كسر الجليد - الانتماء - التعارف".
- (4) " مهارات التسويق - التعامل مع العملاء - فن الاقناع".
- (5) " تحليل المواقف - اتخاذ القرار- حل المشكلات".
- (6) "الشجاعة - الثقة في النفس - اعداد المدربين - التحدث امام الجمهور - فن الالقاء".
- (7) "تحفيز الذات - المناعة من الفشل - المبادرة".
- (8) "كتابة السيرة الذاتية- التعريف عن الذات في 30 ثانية - الكتابة عن الذات كطرف ثالث".

مترجم

بناء العلاقات وفهم
الآخرين والتعامل مع
الآخرين⁽¹⁾

الدوحة الجديدة

التخطيط الاستراتيجي
للذات⁽²⁾

أم غويلية

ادارة الأولويات وترتيب
الأوقات⁽³⁾

عقبة بن نافع

مهارات الاقناع⁽⁴⁾

المطار

مهارات التعامل مع
المواقف⁽⁵⁾

المنطقة الاقتصادية

مهارات شحن الطاقة
الداخلية والعطاء⁽⁷⁾

رأس بوفنتاس

مهارات التعريف عن
الذات⁽⁸⁾

الوكرة

مهارات التحدث امام
الجمهور⁽⁶⁾

مطار حمد الدولي

الخط الذهبي (الخبير)

شرق

- (1) "كيف أقدم برنامج تلفزيوني - كيف أعد برنامج تلفزيوني - مدخل في الإعلام المرئي".
- (2) "كيف أقدم برنامج إذاعي - اعداد البرامج الإذاعية - مدخل في تقديم البرامج الإذاعية".
- (3) "فن كتابة مقال - فن كتابة تقرير - فن التأليف - كيف تؤلف كتاب - كيف أقوم بعمل الأبحاث".

غرب

- (1) "تعديل السيرة الذاتية للشخص حسب المجال - معرفة الكلمات المفتاحية للمتخصصين في المجال - تعلم لغة التخصص في المجال المختار - معرفة الشهادات الدولية التخصصية في المجال".
- (3) "الانضمام الى مجموعات في نفس التخصص - الاشتراك في جمعيات دولية في التخصص - الاشتراك في مجلات ونشرات في التخصص - التعرف على مهارات البحث في المجال - القراءة في فهارس كتاب المجال - البدء في دراسة الشهادات الدولية في المجال - متابعة العلماء في المجال".
- (4) "تعديل السيرة الذاتية للشخص حسب المجال - معرفة الكلمات المفتاحية للمتخصصين في المجال - تعلم لغة التخصص في المجال المختار - معرفة الشهادات الدولية التخصصية في المجال".
- (5) "تعلم الية النقد - التدريب - اعداد المقائبات التدريبية - صناعة الألعاب التدريبية - كيف تنشر بحث - كيف تروج عن نفسك كخبير".
- (6) "كيف تقدم جلسة ارشادية - كيف تكون مستشار - قيادة التخصص - قيادة المبادرات الشبابية والعمل التطوعي في المجال - كيف تخطط لمشروع تجاري".
- (7) "قائد التخصص - كيف تنشأ مشروع عالمي في مجالك - كيف تقدم دراسة جدوى لمشروع عملاق - كيف تحصل على التمويل - كيف تدير الاخرين".

إختبار التخصص ⁽¹⁾	الاستشاري ⁽⁶⁾	محطة الخبير ⁽⁵⁾	محطة المتخصص ⁽⁴⁾	محطة الباحث ⁽³⁾	الفني ⁽²⁾	إختبار التخصص ⁽¹⁾
بن محمود	المدينة الرياضية	الوعب	السودان	جوعان	السد	بن محمود
الاعلام الكتابي ⁽³⁾	الاستشاري العالمي ⁽⁷⁾					الاعلام المسموع ⁽²⁾
راس بوعود	العزيزة					متحف فطر الوطني
					الاعلام المرئي ⁽¹⁾	
					سوق واقف	

قطار المسافات الطويلة (ريادة الأعمال)

الانتشار - التواصل	المنتجات والخدمات	الإدارة القانونية بناء الأنظمة	ريادة الأعمال	برنامج التسويق الشبكي
التدفق المالي الأصول				تحصيل الموارد (المالية + البشرية)

الإرشاد

مشيرب