

دليل الشرح التفصيلي للعرض التقديمي: دليلك لاحتراف LinkedIn

هذا الدليل يقدم شرحاً معمقاً ومفصلاً لكل نقطة في كل شريحة من شرائح العرض التقديمي. الهدف هو تزويدك بكل المعلومات اللازمة لتقديم شرح شامل ومقنع للشباب، مع التركيز على التفاصيل والأمثلة.

1. الشريحة الأولى: المقدمة

- **العنوان:** "دليلك لاحتراف LinkedIn"
- **الشرح التفصيلي:** هذا العنوان يحدد فوراً محور العرض. LinkedIn لم يعد مجرد منصة للبحث عن وظائف، بل هو بوابة لعالم مهني أوسع. كلمة "احتراف" هنا تعني تجاوز الاستخدام الأساسي للمنصة إلى استغلالها الأمثل لبناء مسيرة مهنية ناجحة ومستدامة.
- **المحتوى:** عرض تقديمي شامل يساعدك على فهم LinkedIn، وأهميته، وكيفية بناء ملف شخصي احترافي يبرز في سوق العمل الحالي.
- **الشرح التفصيلي:**
- **"عرض تقديمي شامل":** يؤكد على أن المحتوى ليس سطحيًا، بل يغطي جوانب متعددة من استخدام LinkedIn.
- **"يساعدك على فهم LinkedIn":** يوضح الهدف الأساسي وهو تبسيط المنصة للمستخدمين الجدد أو الذين لا يستغلونها بشكل كامل.
- **"وأهميته":** سيتم التركيز على لماذا LinkedIn ضروري في العصر الحالي، ليس فقط للبحث عن وظيفة بل لبناء العلاقات، التعلم، وبناء العلامة الشخصية.
- **"وكيفية بناء ملف شخصي احترافي يبرز في سوق العمل الحالي":** هذا هو الجانب العملي الأهم. سيتم تقديم خطوات واضحة ومحددة لإنشاء ملف شخصي جذاب يلفت انتباه أصحاب العمل والمحترفين.

2. الشريحة الثانية: جدول المحتويات

- **العنوان:** "محتويات العرض"
- **الشرح التفصيلي:** هذا العنوان يوضح للجمهور خريطة طريق العرض، وماذا سيتعلمون في كل قسم. يساعد على تنظيم الأفكار وتوقع المحتوى.
- **المحتوى:**
- **بناء الملف الشخصي المتميز ¹:**
- **الشرح التفصيلي:** هذا القسم هو الأساس. سنشرح كيف أن ملفك الشخصي هو واجهتك الرقمية الأولى على LinkedIn. سنغطي كل جزء من الملف بدءاً من الصورة وحتى المهارات، وكيفية جعل كل جزء يعكس أفضل ما لديك ويجذب الانتباه.

- **استراتيجيات البحث عن وظيفة 2**
- **الشرح التفصيلي:** يتجاوز هذا القسم مجرد الضغط على زر "تقديم". سنكشف عن طرق ذكية للبحث عن الفرص، وكيفية التواصل مع مديري التوظيف، وحتى استراتيجيات البحث عن وظائف دولياً.
- **بناء العلاقات والتفاعل الفعال 3**
- **الشرح التفصيلي:** LinkedIn هو منصة علاقات بالدرجة الأولى. سنوضح كيف أن التفاعل الهادف وبناء شبكة علاقات قوية يمكن أن يفتح أبواباً مهنية لم تكن تتوقعها، وكيفية تحويل التفاعلات العابرة إلى علاقات مهنية مثمرة.
- **صناعة المحتوى وبناء العلامة الشخصية 4**
- **الشرح التفصيلي:** هذا هو مستوى الاحتراف. سنشرح لماذا يجب أن تصبح صانع محتوى، وكيف تبني علامة شخصية قوية تجعلك مرجعاً في مجالك، وكيف تستخدم المحتوى لجذب الفرص بدلاً من مطاردتها.
- **LinkedIn الذكاء الاصطناعي و 5**
- **الشرح التفصيلي:** الذكاء الاصطناعي يغير كل شيء. سنستعرض كيف يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساعدك في تحسين ملفك، البحث عن وظائف، وحتى صناعة المحتوى، وكيف أن امتلاك مهارات الذكاء الاصطناعي أصبح ضرورياً في سوق العمل.
- **نصائح عامة وأخطاء يجب تجنبها 6**
- **الشرح التفصيلي:** هذا القسم يقدم خلاصة تجارب الخبراء. سنقدم نصائح ذهبية لتعظيم الاستفادة من LinkedIn، ونحذر من الأخطاء الشائعة التي قد تضر بمسيرتك المهنية على المنصة.

3. الشريحة الثالثة: بناء الملف الشخصي المتميز

- **العنوان:** "بناء الملف الشخصي المتميز"
- **الشرح التفصيلي:** هذه الشريحة هي قلب العرض، حيث أن الملف الشخصي هو أساس وجودك على LinkedIn. سنركز على كل عنصر وكيفية جعله احترافياً وجذاباً.
- **المحتوى:**
- **✓ قاعدة الثواني السبع الأولى:**
- **الشرح التفصيلي:** هذه القاعدة تشير إلى أن مدير التوظيف أو أي شخص يزور ملفك يكون انطباعاً أولياً عنك في أول 7 ثوانٍ. هذه الثواني الحاسمة تعتمد بشكل كبير على العناصر المرئية والعنوان الرئيسي.
- **الصورة الشخصية:**
- **من الكتف للرأس:** يجب أن تكون الصورة مقربة بما يكفي لإظهار وجهك وملامحك بوضوح، مع جزء من الكتفين لإعطاء إحساس بالاحترافية. تجنب الصور الكاملة للجسم أو الصور البعيدة جداً.

- **جودة عالية:** صورة واضحة، غير مشوشة، وبإضاءة جيدة. تجنب الصور ذات البكسلات الواضحة أو الإضاءة السيئة.
- **خلفية غير مشتتة:** يفضل خلفية بسيطة وموحدة اللون (أبيض، رمادي، أزرق فاتح) أو خلفية مكتبية احترافية. تجنب الخلفيات المزدحمة أو غير المهنية (مثل صور الإجازات أو الحفلات).
- **ابتسامة:** ابتسامة خفيفة وواثقة تعطي انطباعاً بالود والاحترافية. تجنب الصور الجادة جداً أو المبتسمة بشكل مبالغ فيه.
- **ملائمة لبيئة العمل:** يجب أن تعكس الصورة طبيعة المجال الذي تستهدفه. مثلاً، إذا كنت تستهدف مجالاً إبداعياً، قد تكون الصورة أكثر مرونة، بينما في المجالات التقليدية (مثل البنوك)، يفضل أن تكون أكثر رسمية.
- **العنوان تحت الاسم (Headline):**
 - للطلاب، لا تكتب "طالب" بل المسمى الوظيفي المستقبلي: هذا يظهر طموحك ورؤيتك المستقبلية. بدلاً من "طالب جامعي"، اكتب "طالب هندسة برمجيات أطمح لأكون مطور ذكاء اصطناعي" أو "طالب قانون أطمح لأكون محامي شركات".
 - أضف 2-3 مهارات رئيسية وقيمة فريدة أو شهادات احترافية: هذا يوضح ما تقدمه وما يميزك. مثال: "مهندس برمجيات | متخصص في تطوير الويب (React, Node.js) | خبير في حل المشكلات". أو "مسوق رقمي | استراتيجيات المحتوى | تحليلات البيانات | شهادة Google Ads".
 - يمكن للذكاء الاصطناعي المساعدة: أدوات مثل ChatGPT يمكن أن تقترح عناوين جذابة بناءً على سيرتك الذاتية أو وصفك لمهاراتك.
- **صورة الخلفية (Cover Photo):**
 - مساحة ثمينة لا يستخدمها 90% من الحسابات: هذه فرصة لتمييز نفسك. هي بمثابة لوحة إعلانية شخصية.
 - يمكن تصميمها مجاناً على Canva: استخدم أدوات التصميم المجانية لإنشاء خلفية احترافية.
 - إضافة اسمك والمسمى الوظيفي أو القيمة المضافة والإنجازات المستهدفة: يمكن أن تتضمن شعاراً شخصياً، أو صوراً لمشاريعك، أو كلمات مفتاحية تعبر عن مجال تخصصك وقيمتك المضافة.
- **النبذة الشخصية (About Section):**
 - أول 4 أسطر فقط تظهر: اجعلها جذابة ومثيرة للاهتمام. ابدأ بإحصائية، معلومة جديدة، أو مقولة قوية تجذب القارئ للاستمرار في القراءة.
 - تتضمن قصة شخصية عن سبب دخول المجال: لماذا اخترت هذا المجال؟ ما الذي دفعك إليه؟ هذا يضيف لمسة إنسانية ويجعل ملفك أكثر جاذبية.
 - الخبرات والإنجازات: لخص أهم خبراتك وإنجازاتك بشكل موجز ومثير.

- دعوة للتواصل مع بريد إلكتروني: شجع الزوار على التواصل معك واجعل الأمر سهلاً بوضع بريدك الإلكتروني مباشرة.
- ☒ الخبرة المهنية:
- لا تكتفِ بذكر المسمى الوظيفي والشركة: هذا لا يضيف قيمة. ركز على ما قمت به فعلاً.
- اذكر المهارات المستخدمة: ما هي الأدوات والتقنيات التي استخدمتها في كل وظيفة؟ (مثال: "استخدمت Python و SQL لتحليل البيانات...").
- ارفع الملفات المرتبطة بالوظيفة: عروض تقديمية، فيديوهات، صور، تقارير (مع مراعاة السرية). هذا يثبت قدراتك بشكل عملي.
- الأهم هو الإنجازات المعززة بالأرقام وتأثيرها على الشركة: بدلاً من "كنت مسؤولاً عن المبيعات"، اكتب "زودت المبيعات بنسبة 20% خلال 6 أشهر، مما أدى إلى زيادة الإيرادات بمقدار 50 ألف دولار". الأرقام تتحدث عن نفسها.
- استخدم أفعال ماضية دائماً: (مثال: "قمت بـ...", "طورت...").
- إذا كانت هناك معلومات سرية، استخدم عبارات عامة: (مثال: "ساهمت في زيادة الأرباح بملايين الدولارات" بدلاً من ذكر الرقم الدقيق).
- ☒ المهارات:
- 90% تقنية و10% مهارات اجتماعية: المهارات التقنية هي الأساس في معظم المجالات، لكن المهارات الاجتماعية (مثل التواصل، القيادة) ضرورية أيضاً.
- اكتشف المهارات المطلوبة: ابحث عن المسمى الوظيفي الذي تستهدفه في حسابات الآخرين الناجحين في نفس المجال، وانظر إلى المهارات التي يمتلكونها.
- الحد الأقصى 100 مهارة والموصى به 50: لا تضع مهارات لا تتقنها. الجودة أهم من الكمية.
- الأهم هو عدد التزكيات لكل مهارة (الأقل 9-10 تزكيات): التزكيات من الزملاء أو المديرين تزيد من مصداقية مهارتك. يمكنك الحصول عليها بتزكية الآخرين أولاً.
- ☒ للطلاب: أنشطة تطوعية، مشاريع جامعية، دورات، شهادات، توصيات من الدكاترة.
- الأنشطة التطوعية: تظهر روح الفريق، المبادرة، والمسؤولية الاجتماعية.
- المشاريع الجامعية: اذكر دورك وإنجازاتك في كل مشروع، والمهارات التي اكتسبتها.
- الدورات التدريبية والشهادات الاحترافية: تظهر التزامك بالتعلم المستمر وتطوير الذات.
- توصيات من الدكاترة: تزيد من مصداقيتك وتؤكد على أدائك الأكاديمي والمهني.

4. الشريحة الرابعة: استراتيجيات البحث عن وظيفة

- العنوان: "استراتيجيات البحث عن وظيفة"
- الشرح التفصيلي: هذه الشريحة تتجاوز الطرق التقليدية للبحث عن وظيفة، وتقدم استراتيجيات ذكية لاستغلال LinkedIn في الوصول إلى الفرص المخفية.
- المحتوى:

- إعدادات مهمة 🎯:

- زر "متاح لـ..." (Open to Work):
 - للطلاب والخريجين الجدد، أظهروها كباحثين عن وظيفة: هذا يرسل إشارة واضحة لمديري التوظيف بأنك متاح للفرص.
 - لأصحاب الخبرة (+5 سنوات)، اخفوها عن العامة واجعلوها مرئية للمستقطبين فقط: هذا يظهر موقف قوة ويحميك من أن يعرف مديرك الحالي أنك تبحث عن وظيفة أخرى.
 - تنبيهات الوظائف: تفعيل حتى 20 تنبيهاً:
 - الشرح التفصيلي: بعد البحث عن وظيفة معينة (بالمسمى الوظيفي، المدينة، الصناعة)، يمكنك تفعيل تنبيهات لتلقي إيميلات يومية أو أسبوعية بالوظائف المطابقة لمعاييرك. هذا يوفر عليك عناء البحث المتكرر ويضمن لك عدم تفويت الفرص.
- "Easy Apply" تجاوز 🎯:

- الشرح التفصيلي: "Easy Apply" هو خيار التقديم السريع على الوظائف، لكنه غالباً ما يؤدي إلى منافسة شرسة. الاستراتيجية الذكية هي البحث عن "الباب الآخر"، أي محاولة الوصول إلى الوظيفة بطرق غير مباشرة وأكثر فعالية:
- البحث عن الشركة: ادرس صفحة الشركة على LinkedIn. تعرف على ثقافتها، مشاريعها، ومنشوراتها.
- المعارف المشتركة: ابحث عن أي شخص تعرفه (من الدرجة الأولى أو الثانية) يعمل في الشركة. اطلب منه المساعدة أو النصيحة.
- مدير التوظيف: ابحث عن الشخص الذي نشر الوظيفة أو مسؤول التوظيف في الشركة. تواصل معه مباشرة برسالة مهذبة ومختصرة.
- طلب النصيحة المشروعة: تواصل مع الموظفين في الشركة (خاصة في القسم الذي تستهدفه) واطلب منهم نصيحة حول طبيعة العمل أو كيفية التقديم. هذا يفتح باباً للحوار وبناء العلاقات.
- صفحة الجامعة: ابحث عن خريجين من جامعتك يعملون في الشركة المستهدفة. غالباً ما يكونون متعاونين ومستعدين للمساعدة.
- الشبكة الواقعية: لا تنسَ قوة العلاقات الشخصية. اسأل الأصدقاء والأقارب عن معارفهم في الشركات التي تستهدفها.
- الهدف: بناء العلاقات والحصول على معلومات: كل هذه الخطوات تهدف إلى بناء جسور تواصل والحصول على معلومات داخلية قد لا تكون متاحة للجميع، مما يزيد من فرصك بشكل كبير.

- الخطة الخمسية للنجاح دولياً 🎯:

- الشرح التفصيلي: هذه استراتيجية متقدمة للباحثين عن فرص عمل خارج بلادهم، وتتطلب تخطيطاً وصبراً:
- 1. رفع جودة الحساب لأكثر من 80%: تأكد أن ملفك الشخصي مكتمل واحترافي وجذاب قبل البدء في البحث الدولي.

2. البحث عن مدراء التوظيف في الدولة المستهدفة وبناء علاقات معهم: ابدأ في إضافة مديري التوظيف من الشركات التي تهتمك في الدولة المستهدفة، وتفاعل مع منشوراتهم.
 3. تحديد الشركات المستهدفة في مجال عملك: لا تشتت نفسك. ركز على عدد محدود من الشركات التي تتوافق مع أهدافك ومهاراتك.
 4. فهم ثقافة الشركات من خلال محتوى موظفيها:
 - ابحث عن "بوستات" الشركة، ادرس منشورات الموظفين الحاليين والسابقين: هذا يعطيك فكرة عن بيئة العمل، القيم، والتحديات.
 - تفاعل مع حسابات الموظفين النشطة لمدة 2-3 أسابيع: علّق على منشوراتهم، اطرح أسئلة، أظهر اهتماماً حقيقياً. هذا يجعلك مرئياً لهم.
 - أرسل طلب تواصل مع رسالة مخصصة لمسؤولي التوظيف: لا ترسل طلب تواصل فارغاً. اكتب رسالة قصيرة توضح فيها سبب اهتمامك بالشركة أو الوظيفة.
 - عند نزول وظيفة، راسلهم لطلب المشورة: بدلاً من التقديم المباشر، اطلب نصيحتهم حول الوظيفة أو أفضل طريقة للتقديم. هذا يجعلك مميزاً.
 5. النمو السريع (Growth Hacking): غيّر مكان إقامتك على الحساب إلى المدينة المستهدفة، بشرط القدرة على السفر للمقابلات في أي وقت: هذه خطوة جريئة لكنها فعالة. تجعل ملفك يظهر في نتائج البحث المحلية لمديري التوظيف في تلك المدينة. لكن يجب أن تكون مستعداً للسفر فوراً إذا حصلت على مقابلة.
- **مستويات الفرص الأربعة** 🎯:
 - **الشرح التفصيلي:** هذه المستويات توضح كيف تتكون الفرص في حياتنا، وكيف يمكننا السعي وراءها:
 - **الفرصة العمياء:** هي الفرص التي تأتي بالقدر أو الحظ، مثل مكان الميلاد، الجنسية، أو دعوة غير متوقعة. لا يمكن التحكم فيها.
 - **فرصة الحركة:** هي الفرص التي تأتي نتيجة سعيك ونشاطك، مثل حضور الفعاليات، لقاء الناس، والمشاركة في الأنشطة. هذه هي الفرص التي يجب أن يركز عليها الشباب في بداية مسيرتهم المهنية.
 - **فرصة الوعي:** هي الفرص التي تظهر لك عندما تكتسب معرفة ومهارات جديدة. كلما زاد وعيك بمجال معين، زادت قدرتك على رؤية الفرص فيه. (مثال: تعلم الذكاء الاصطناعي يفتح لك فرصاً في هذا المجال).
 - **فرصة الفرادة:** هي أعلى مستويات الفرص، وتأتي عندما تصبح مرجعاً فريداً في مجال معين. عندما تكون "الشخص الذي لا غنى عنه" في تخصصك، الفرص هي التي ستأتي إليك.

5. الشريحة الخامسة: بناء العلاقات والتفاعل الفعال

- **العنوان:** "بناء العلاقات والتفاعل الفعال"

- **الشرح التفصيلي:** هذه الشريحة تؤكد على أن LinkedIn ليس مجرد سيرة ذاتية إلكترونية، بل هو شبكة حية من المحترفين. التفاعل هو مفتاح فتح الأبواب وبناء الثقة.
- **المحتوى:**
 - **الشرح التفصيلي:** التفاعل مع محتوى الآخرين أسهل بكثير من صناعة المحتوى الخاص بك، ويتطلب التزاماً أقل. لكنه فعال جداً في بناء حضورك ورؤيتك على المنصة.
 - **بناء قائمة الحسابات النشطة (10-30 حساباً):** اختر حسابات لأشخاص مؤثرين في مجالك، لديهم جمهور كبير (5-6 آلاف متابع على الأقل)، وينشرون محتوى قيماً بانتظام. تابعهم وتفاعل معهم.
 - **فن التعليقات (5-10 تعليقات يومياً):**
 - يجب أن تكون مبهرة وليست مجرد كلمات قليلة: تجنب التعليقات السطحية مثل "رائع" أو "أتفق". اجعل تعليقك يضيف قيمة.
 - تتضمن شكراً أو مدحاً للكاتب: ابدأ بتقدير مجهود الكاتب.
 - تلخيصاً للمنشور: أظهر أنك قرأت وفهمت المحتوى بتلخيص نقطة رئيسية.
 - أو طرح سؤال يثير النقاش: هذا يشجع الكاتب والآخرين على التفاعل معك.
 - **الهدف هو تحويل التعليقات إلى محادثات:** التعليق الجيد هو بداية لحوار قد يؤدي إلى علاقة مهنية.
 - **اعمل Tag للناس في كل تعليق:** هذا يضمن وصول التنبيه للناس ويزيد من فرص رؤيته لتعليقك.
 - **غيّر طريقة تفكيرك:** أنت هنا للمساعدة وليس للمنافسة: انظر إلى التفاعل كفرصة لتقديم قيمة ومساعدة الآخرين، وليس فقط للظهور.
- **إدارة طلبات الإضافة والتواصل:**
 - **الشرح التفصيلي:** كيفية التعامل مع طلبات التواصل ومن يجب أن تضيفه إلى شبكتك.
 - **استراتيجية الـ 10,000 الأوائل:** اقبل معظم طلبات الإضافة (باستثناء الدول الغريبة): في البداية، ركز على توسيع شبكتك. كلما زادت شبكتك، زادت فرص ظهور ملفك للآخرين (خاصة من الدرجة الثالثة).
 - **المتابعة مقابل التواصل:** فَعِّل خاصية "صانع محتوى" لتغيير الزر من "تواصل" إلى "متابعة": إذا كنت ترغب في بناء علامة شخصية وتجذب المتابعين، هذه الخاصية مفيدة. تجعل الناس يتابعونك دون الحاجة لطلب إضافة، مما يزيد من مدى وصول منشوراتك.
 - **التعامل مع الشخصيات المهمة:**
 - إذا لم يكن الشخص نشطاً على LinkedIn، يمكن محاولة التواصل معه خارج المنصة عبر البريد الإلكتروني: ابحث عن بريده الإلكتروني المهني وحاول التواصل معه برسالة مهذبة ومختصرة.

- ركز على إضافة قيمة له ولا تطلب شيئاً في البداية: لا تبدأ بطلب وظيفة أو مساعدة. قدم قيمة أولاً (مثال: "قرأت مقالاً الأخير وأعجبني كذا وكذا...").
- أهمية بناء العلاقات: 70% من الفرص المهنية تأتي من المعارف الجدد وليس من الحلقة المقربة: هذا يؤكد على أن توسيع شبكتك خارج دائرة أصدقائك المقربين هو أمر حيوي لمستقبلك المهني.

6. الشريحة السادسة: صناعة المحتوى وبناء العلامة الشخصية

- العنوان: "صناعة المحتوى وبناء العلامة الشخصية"
- الشرح التفصيلي: هذه الشريحة هي الخطوة التالية بعد التفاعل. الهدف هو أن تصبح مرجعاً في مجالك، وأن يرتبط اسمك بما تتقنه، مما يؤدي إلى بناء سمعة رقمية راسخة وترك أثر حقيقي.
- المحتوى:
- خطوات بناء العلامة الشخصية:
 1. اكتشاف الذات أولاً: ما الذي يسعدك ولا تمل منه؟ ما نقاط قوتك؟ ما القيم التي تعتز بها؟ (مثال: هل تحب مساعدة الآخرين؟ هل أنت شغوف بالتقنية؟ هل تجد حل المشكلات المعقدة؟).
 2. تحديد جمهورك المستهدف: من تريد أن تصل إليه بمحتواك؟ هل هم طلاب، موظفون، رواد أعمال، مدراء توظيف؟ ما التحديات التي يواجهونها؟ كيف يمكن لخبرتك أن تحل مشكلاتهم؟ (مثال: إذا كنت تستهدف الطلاب، ركز على نصائح الدراسة والوظائف الأولى).
 3. الوضوح والتركيز الرقمي: أوقف الإشعارات، تحكم في استهلاك المحتوى بإرادتك. "كلما زاد تركيزك، زاد وضوحك". تجنب التشتت وركز على إنتاج محتوى عالي الجودة في مجالك المحدد.
- نظام إنتاج المحتوى الذكي للأستاذ خالد:
 - الشرح التفصيلي: هذا النظام يوضح كيفية إنتاج محتوى قيم بفعالية:
 - مصادر المحتوى: اتبع أهم 25 صانع محتوى أجنبي في مجالك: هؤلاء هم الرواد في تخصصك. تعلم منهم، واستلهم أفكارهم.
 - استخدم البحث المتقدم لمتابعة منشوراتهم: لا تكتفِ بالمتابعة العادية، بل استخدم أدوات البحث المتقدمة على LinkedIn للعثور على منشوراتهم الأكثر تفاعلاً.
 - التكيف والنشر: خذ المحتوى القيم وعزّبه، أضف لمسة محلية تناسب ثقافتنا، واذكر المصدر دائماً: لا تترجم حرفياً. اجعل المحتوى مناسباً للجمهور العربي، وأضف أمثلة من واقعنا. الأهم هو ذكر المصدر الأصلي كنوع من الأمانة العلمية والمهنية.
 - إعادة النشر الذكية: راجع أنجح محتوى لك من 3 أشهر مضت وأعد نشره: المحتوى الجيد لا يفقد قيمته. أعد نشره مع تحديث بسيط أو منظور جديد. هذا يوفر عليك الوقت ويضمن وصول المحتوى لجمهور جديد.

- استخدام الذكاء الاصطناعي: استخدم ChatGPT بـ "برومبت" محدد وقدم أمثلة من مقالاتك لضمان نفس الأسلوب: الذكاء الاصطناعي يمكن أن يكون مساعداً قوياً في صياغة الأفكار، لكن يجب أن تكون لهجتك وأسلوبك الخاص واضحين. قدم له أمثلة من كتاباتك ليتعلم أسلوبك.
-  استراتيجيات النشر والمشاركات:
 - الشرح التفصيلي: كيف تنشر محتواك بفعالية:
 - إعادة النشر:
 - مع إضافة تعليق شخصي لإبراز الذات: هذا يضيف قيمتك الخاصة للمنشور الأصلي.
 - أو بدون إضافة للترويج للكاتب الأصلي: إذا كنت تريد فقط دعم زميل أو خبير.
 - نسخ منشور كامل: مع الإشارة للمؤلف الأصلي ونشره كـ "منشور أصلي" في صفحتك: هذه طريقة لنشر محتوى قيم جداً مع الحفاظ على حقوق الملكية الفكرية.
 - المصادقية: لا تتصنع المثالية:
 - شارك كيف تغلبت على التحديات: الناس تتفاعل مع القصص الحقيقية. تحدث عن الصعوبات التي واجهتها وكيف تغلبت عليها.
 - قدم "المفاتيح" لحل المشكلات: لا تكتفِ بعرض المشكلة، بل قدم حلاً عملياً.
 - أظهر الجانب الإنساني (80% مهني + 20% شخصي ملهم): شارك جوانب من حياتك الشخصية أو تجاربك التي يمكن أن تلهم الآخرين، لكن حافظ على الطابع المهني العام لحسابك.
-  علامات نجاح العلامة الشخصية:
 - الانتشار الطبيعي: الناس تأتي لك تلقائياً وتطلب خدماتك بدون ترويج. هذا هو الهدف الأسمى لبناء العلامة الشخصية.
 - الجذب بدل الصيد: أن تزرع محتوى يجذب العملاء والفرص إليك، بدلاً من أن تلاحقهم.
-  نصائح خاصة للطلاب:
 - ابدأ بحساب LinkedIn فوراً: لا تنتظر التخرج. ابدأ في بناء ملفك وشبكتك من الآن.
 - راقب الحسابات الكبيرة في مجال اهتمامك وقلِّدها: تعلم من الناجحين. انظر كيف يبنون ملفاتهم، كيف يتفاعلون، وماذا ينشرون.
 - الشهادة الجامعية هي "الجواز" لدخول سوق العمل، والمهارات الإضافية هي ما يميزك: الشهادة تفتح لك الباب، لكن المهارات العملية والخبرات الإضافية هي التي تجعلك تبرز وتتفوق.
 - استخدم صفحة جامعتك على LinkedIn لمتابعة مسارات الخريجين: تواصل مع الخريجين السابقين، واستفد من خبراتهم ونصائحهم.

7. الشريحة السابعة: الذكاء الاصطناعي وLinkedIn

- العنوان: "الذكاء الاصطناعي وLinkedIn"

- **الشرح التفصيلي:** هذه الشريحة تسلط الضوء على الدور المتزايد للذكاء الاصطناعي في عالم العمل، وكيف يمكن استغلاله لتحسين تجربتك على LinkedIn.
- **المحتوى:**
 - **مستقبل الوظائف والذكاء الاصطناعي:**
 - "الذكاء الاصطناعي لن يسرق وظيفتك، لكن شخصاً يملك مهارات الذكاء الاصطناعي سيسرق وظيفة شخص لا يملك هذه المهارات".
 - **الشرح التفصيلي:** هذه المقولة تلخص جوهر العلاقة بين الإنسان والذكاء الاصطناعي في سوق العمل. الذكاء الاصطناعي هو أداة قوية، ومن يتقن استخدام هذه الأداة سيكون له الأفضلية. يجب على الشباب أن يتعلموا كيفية دمج الذكاء الاصطناعي في عملهم ومهاراتهم.
 - **العنصر البشري أساسي: ضبط الـ Prompts وتعديل النتائج، واللمسة البشرية لقيادة عملية الذكاء الاصطناعي:** الذكاء الاصطناعي يحتاج إلى توجيه بشري. القدرة على صياغة الأوامر (Prompts) بشكل فعال، وتقييم وتعديل النتائج التي يقدمها الذكاء الاصطناعي، وإضافة اللمسة الإنسانية والإبداعية، هي مهارات حاسمة.
 - **صناع المحتوى بدون إبداع أو مهارات تقنية معرضون للاستبدال:** إذا كان المحتوى الذي تنتجه مجرد تجميع للمعلومات دون إضافة قيمة أو إبداع، فإن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يقوم بذلك بشكل أفضل وأسرع.
 - **تطوير الحساب باستخدام الذكاء الاصطناعي:**
 - **الشرح التفصيلي:** الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساعد في حل مشكلات البيانات القديمة وعدم مواكبة التحديثات، باستخدام البرومبتات الصحيحة. يمكنه تحليل ملفك الشخصي واقتراح تحسينات، أو مساعدتك في صياغة أقسام مختلفة.
 - **أدوات الذكاء الاصطناعي المعتمدة:**
 - لكل قسم. يمكن استخدامه لكتابة مسودات، Custom GPTs الأداة الأساسية مع ChatGPT-4. صياغة رسائل، توليد أفكار للمحتوى، وحتى تحسين صياغة الخبرات والإنجازات.
 - **Perplexity AI:** للكتابة والبحث المتقدم. مفيد للبحث عن معلومات دقيقة وموثوقة يمكن استخدامها في محتواك أو في إعداد ملفك الشخصي.
 - **Tail:** لتحليل شخصية الأشخاص قبل المقابلات وتقديم نصائح التواصل. هذه أداة متقدمة تساعدك على فهم من ستحدث معه وكيف تتواصل معه بفعالية.
 - **Inhub.ai تقييم الحساب باستخدام:**
 - **الشرح التفصيلي:** يمكن تقييم جودة حسابك مجاناً بتحميل حسابك كـ PDF ورفعها على الموقع. كما يقدم خدمة كتابة الـ Headline مجاناً وتطوير أقسام أخرى مدفوعة. هذه أداة ممتازة للحصول على تقييم موضوعي لملفك الشخصي.
 - **LinkedIn استخدام الشركات للذكاء الاصطناعي في التسويق على:**
 - **الشرح التفصيلي:** يمكن للشركات استخدام الذكاء الاصطناعي للمساعدة في صناعة المحتوى، تحديد أفضل أوقات ووتيرة النشر، تحديد نوع المحتوى الأنسب (تعليمي أم ترويجي)، ويساعد في

عمل Content Calendar. هذا يوضح أن الذكاء الاصطناعي ليس فقط للأفراد، بل للشركات أيضاً.

8. الشريحة الثامنة: نصائح عامة وأخطاء يجب تجنبها

- العنوان: "نصائح عامة وأخطاء يجب تجنبها"
- الشرح التفصيلي: هذه الشريحة تقدم خلاصة تجارب الخبراء، وتجمع بين النصائح الذهبية والتحذيرات من الأخطاء الشائعة.
- المحتوى:
- "استراتيجية "أنا وقتي" ⚠️:
- الشرح التفصيلي: خصص ساعتين يومياً (قبل استيقاظ الجميع أو بعد نومهم) للاستثمار في تعلم لغة أو مهارة، القراءة والتطوير الذاتي، أو بناء مشروع ريادي. هذا يسمح بالنمو الذاتي دون المخاطرة بترك الوظيفة. هذه الاستراتيجية تؤكد على أهمية الاستثمار في الذات بشكل مستمر ومنظم.
- ⚠️ LinkedIn Premium:
- الشرح التفصيلي: ينصح بالاشتراك المجاني لمدة 30 يوماً لاستكشاف المزايا المتقدمة في البحث عن وظيفة أو موظفين أو تعليم. هذه الفترة التجريبية كافية لاستكشاف الميزات الإضافية التي قد تفيدك في بحثك عن عمل أو تطوير مهاراتك.
- ⚠️ نصيحة لأصحاب الشركات:
- الشرح التفصيلي: حث الموظفين على التفاعل مع محتوى حساب الشركة. هذا يساعد الشركة في الحصول على أعمال جديدة، ويمنح الموظفين جوائز وفرصة لبناء علاقات مع الإدارة العليا. التفاعل الداخلي يعزز من ظهور الشركة ويزيد من فرصها في جذب المواهب والعملاء.
- ⚠️ تحديد LinkedIn لماذا
- الشرح التفصيلي:
- المستخدمون حقيقيون ومدراء وصناع قرار: على عكس منصات التواصل الاجتماعي الأخرى، LinkedIn يركز على المحترفين وصناع القرار، مما يجعله بيئة مثالية للتواصل المهني الجاد.
- يوفر مصادر دخل متنوعة (خدمات، استشارات، كورسات): يمكن لـ LinkedIn أن يكون منصة لتقديم خدماتك كـ Freelancer، أو تقديم استشارات، أو حتى بيع كورساتك التعليمية.
- مناسب للـ B2B أكثر من LinkedIn B2C: فعال جداً في بناء العلاقات التجارية بين الشركات (Business-to-Business) أكثر من العلاقات المباشرة مع المستهلكين (Business-to-Consumer).
- ⚠️ أخطاء يجب تجنبها:
- البيع المباشر دون تقديم قيمة: أكبر خطأ هو محاولة البيع أو طلب المساعدة مباشرة في أول تواصل. ابدأ ببناء العلاقة وتقديم القيمة أولاً.

- التواصل البارد: إرسال طلبات أو أسئلة لصناع القرار دون استثمار في العلاقة أولاً. اجعل تواصلك مبنياً على معرفة مسبقة أو اهتمام مشترك.
- النشر المفرط: النشر بوتيرة عالية جداً لمحتوى ترويجي غير قيم. الجودة أهم من الكمية. ركز على المحتوى الذي يضيف قيمة لجمهورك.
- عدم فهم ثقافة المنصة: LinkedIn تتميز ببيئة مساندة وإيجابية على عكس منصات أخرى. تجنب الجدالات الشخصية أو المحتوى غير المهني.

9. الشريحة التاسعة: تواصل معنا

- العنوان: "تواصل معنا"
- الشرح التفصيلي: هذه الشريحة هي الخاتمة، وتوفر للجمهور وسيلة للتواصل معك بعد العرض.
- المحتوى:
- تم إعداد هذا العرض التقديمي بناءً على تقرير شامل عن LinkedIn للأستاذ خالد الأحمد، الخبير العربي الأول في LinkedIn.
- الشرح التفصيلي: هذا يضيف مصداقية للعرض ويشير إلى مصدر المعلومات الموثوق به.
- معلومات التواصل (يمكنك تعديلها بمعلوماتك الخاصة).
- الشرح التفصيلي: تأكد من وضع معلومات التواصل الخاصة بك (رقم الهاتف، البريد الإلكتروني، رابط LinkedIn، GitHub) لتسهيل التواصل مع الشباب بعد العرض. شجعهم على طرح الأسئلة والتواصل معك لأي استفسارات إضافية.

نصائح عامة للتقديم (مكررة للتأكيد)

- استخدم لغة بسيطة ومباشرة: تجنب المصطلحات المعقدة قدر الإمكان. الهدف هو أن يفهم الجميع، بغض النظر عن خلفيتهم.
 - كن حماسياً: حماسك سينعكس على الجمهور ويجعلهم أكثر تفاعلاً. الطاقة الإيجابية معدية.
 - استخدم قصصاً شخصية: إذا كان لديك تجارب شخصية مع LinkedIn، شاركها معهم. القصص تجعل المعلومات أكثر قابلية للتذكر والارتباط.
 - شجع على التفاعل: اطرح أسئلة، اطلب آراء، واجعل العرض حوارياً وليس مجرد إلقاء. هذا يزيد من مشاركة الجمهور ويجعلهم يشعرون بأنهم جزء من العملية التعليمية.
- أتمنى لك كل التوفيق في تقديمك!