

25 · الفريق والعمليات

نموذج الاجتماع الأسبوعي لفريق التسويق

ورقة اجتماع أسبوعي مختصرة لفريق التسويق: قراءة مسبقة، أولويات، عوائق، قرارات بمسؤول وموعد، ومتابعة بعد الاجتماع.

لمن: لمدير التسويق أو صاحب المشروع الذي يدير فريقًا صغيرًا ويريد اجتماعًا أسبوعيًا ينتهي بقرارات لا بأحاديث. المستوى: مبتدئ

الإصدار 1.0 · 21-09-2026

لماذا تحتاج إلى نموذج ثابت للاجتماع الأسبوعي؟

الاجتماع الأسبوعي لفريق التسويق هو المكان الذي تتحول فيه الأفكار والشكاوى إلى قرارات. حين يغيب الإطار يتحول الاجتماع إلى جولة تقارير شفوية: كل شخص يسرد ما فعله، ويطول الحديث عن التفاصيل، ثم ينتهي الوقت قبل مناقشة العائق الحقيقي. وبعد يومين لا يتذكر أحد ما الذي اتفق عليه، ومن سيتولاه، ومتى.

هذا النموذج يحلّ ثلاث مشكلات محدّدة: ينقل التحديثات إلى قراءة مسبقة مكتوبة حتى يُخصّص وقت الاجتماع للنقاش، ويفرض أن يكون لكل قرار مسؤول واحد وموعد، ويربط كل اجتماع بالاجتماع الذي قبله عبر مراجعة ما وُعد به الأسبوع الماضي.

القاعدة الذهبية: إذا كان يمكن قراءة المعلومة قبل الاجتماع فلا مكان لها في الاجتماع. الاجتماع للأولويات والعوائق والقرارات فقط.

الأدوار الثلاثة في كل اجتماع

- الميسّر:** يلتزم بالوقت، ويعيد النقاش إلى جدول الأعمال، ويطرح سؤال «ما القرار؟» عند نهاية كل بند. ليس بالضرورة المدير؛ يمكن أن يتناوب عليه أعضاء الفريق.
- كاتب المحضر:** يسجّل القرارات والمهام في الورقة مباشرة أثناء الاجتماع، لا بعده من الذاكرة. يمكن تدوير هذا الدور أسبوعيًا.
- صاحب القرار:** الشخص الذي يحسم عند الخلاف. يجب أن يكون معروفًا قبل الاجتماع حتى لا يتحوّل كل خلاف إلى نقاش مفتوح.

المنهجية: قبل الاجتماع، أثناءه، وبعده

- قبل 24 ساعة: القراءة المسبقة.** كل عضو يكتب في الورقة المشتركة ثلاثة أسطر: ما أنجز، ما لم يُنجز ولماذا، وما يحتاجه من الآخرين. يضيف مسؤول الأرقام لقطة مختصرة لمؤشرات الأسبوع مقارنةً بالأسبوع السابق.
- قبل ساعتين: تثبيت جدول الأعمال.** يقرأ الميسّر ما كُتب ويختار العوائق والقرارات التي تحتاج نقاشًا. أي بند لا يحتاج قرارًا يُحال إلى رسالة أو محادثة ثنائية.
- أول 5 دقائق: مراجعة التزامات الأسبوع الماضي.** تُقرأ قائمة المهام السابقة سطرًا سطرًا: تمّ، لم يتمّ، تأجل مع موعد جديد. لا نقاش هنا، فقط الحالة.

4. 10 دقائق: الأرقام والملاحظة الأهم. لا يُقرأ التقرير كاملاً؛ يُطرح سؤال واحد: ما الرقم الذي تغيّر بشكل يستدعي انتباهنا؟ وما تفسيرنا المبدئي له؟
5. 15 دقيقة: أولويات الأسبوع القادم. ثلاث أولويات للفريق كحدّ أقصى، مرتّبة. كل ما عداها يُعدّ عملاً جارياً لا أولوية.
6. 10 دقائق: العوائق. لكل عائق: ما هو بالضبط؟ من يستطيع إزالته؟ هل نزيله الآن أم نصّغه؟
7. 5 دقائق: القرارات والمهام. يقرأ كاتب المحضر بصوت عالٍ كل قرار وكل مهمة بمسؤولها وموعدها، ويتأكّد أن الجميع سمع ووافق.
8. خلال ساعتين بعد الاجتماع: المتابعة. تُرسل الورقة المكتملة إلى الفريق، وتُنقل المهام إلى أداة إدارة المهام إن وُجدت، ويُحدّد موعد الاجتماع القادم.

جدول الأعمال المقترح (45 دقيقة)

البند	المدة	المخرَج المطلوب
مراجعة التزامات الأسبوع الماضي	5 دقائق	حالة كل مهمة: تمّ / لم يتمّ / موعد جديد
الأرقام والملاحظة الأهم	10 دقائق	ملاحظة واحدة أو اثنتان تستدعيان تصرّفًا
أولويات الأسبوع القادم	15 دقيقة	ثلاث أولويات مرتّبة كحدّ أقصى
العوائق	10 دقائق	لكل عائق: حلّ الآن أو تصعيد بمسؤول
القرارات والمهام	5 دقائق	قائمة مقروءة ومتّفق عليها

إذا كان الفريق أكبر من ستة أشخاص أو يدير أكثر من علامة تجارية، فالأفضل تقسيم الاجتماع حسب المشروع بدل إطالته.

ما الذي يجعل القرار قرارًا؟

كثير من «القرارات» في المحاضر ليست قرارات، بل نوايا: «سنهتمّ أكثر بإنستغرام»، «يجب تحسين التصميم». القرار الصالح للمتابعة له أربعة عناصر:

1. **فعل واضح:** «نوقف الإعلان (ب) ونحوّل ميزانيته إلى الإعلان (أ)» بدل «نراجع الإعلانات».
2. **مسؤول واحد:** اسم شخص، لا «الفريق» ولا «قسم التصميم».
3. **موعد:** يوم محدّد، لا «قريبًا» ولا «الأسبوع القادم».
4. **علامة إنجاز:** كيف سنعرف أنه تمّ؟ رابط، ملف، رقم في لوحة المتابعة.

القالب الفارغ

ورقة الاجتماع الأسبوعي لفريق التسويق
ورقة الاجتماع الأسبوعي — فريق [اسم الفريق/المشروع] التاريخ: [.././....] المدة: [45 دقيقة] المكان/الرابط: [..] الميسّر: [الاسم] كاتب المحضر: [الاسم] صاحب القرار عند الخلاف: [الاسم] الحضور: [الأسماء] الغياب: [الأسماء + من ينوب]

(1) القراءة المسبقة (تُكتب قبل 24 ساعة)

[الاسم]: أنجزت: [...] | لم أنجز ولماذا: [...] | أحتاج من: [...]
[الاسم]: أنجزت: [...] | لم أنجز ولماذا: [...] | أحتاج من: [...]
لقطة الأرقام: [المؤشر] هذا الأسبوع [...] مقابل الأسبوع السابق [...]

(2) مراجعة التزامات الأسبوع الماضي

[المهمة] – [المسؤول] – [تمّ / لم يتمّ / موعد جديد: ..]

(3) الملاحظة الأهم من الأرقام

ما الذي تغيّر: [...] تفسيرنا المبدئي: [...] ماذا سنفعل: [...]

(4) أولويات الأسبوع القادم (ثلاث كحدّ أقصى، مرتّبة)

1. [الأولوية] – لماذا الآن: [...]

2. [الأولوية] – لماذا الآن: [...]

3. [الأولوية] – لماذا الآن: [...]

(5) العوائق

[العائق] – من يستطيع إزالته: [...] – القرار: [حلّ الآن / تصعيد إلى ..]

(6) القرارات

[القرار كفعل واضح] – المسؤول: [...] – الموعد: [...] – علامة الإنجاز: [...]

(7) المهام الجديدة

[المهمة] – المسؤول: [...] – الموعد: [...] – تحتاج مراجعة من: [...]

(8) بنود مؤجلة (لا تحتاج قرارًا الآن)

[البند] – يُعالج عبر: [رسالة / اجتماع ثنائي / الأسبوع القادم]

الاجتماع القادم: [التاريخ والساعة] أرسل المحضر في: [الساعة]

ورقة التعبئة

ما الأولويات الثلاث لفريقك هذا الأسبوع، مرتّبة؟ ولماذا الأولى أولاً؟

ما الرقم الذي تغيّر هذا الأسبوع ويستحق النقاش؟ وما تفسيرك المبدئي له؟

ما العائق الأكبر الآن؟ ومن الشخص الوحيد القادر على إزالته؟

اكتب القرارات بصيغة: فعل + مسؤول + موعد + علامة إنجاز.

ما البنود التي طُرحت ولا تحتاج قرارًا الآن؟ أين ستعالج؟

مثال مكتمل

مثال توضيحي

الفريق: فريق التسويق في «محمصة الأرز»، محمصة قهوة صغيرة في طرابلس تتبع في متجرها وعبر الطلب بالواتساب. الفريق مكوّن من أربعة أشخاص: ريم (مسؤولة التسويق وصاحبة القرار)، وسامر (المحتوى والتصوير)، ولين (الإعلانات والأرقام)، وكريم (خدمة الزبائن والطلبات).

التاريخ: الاثنين، 10:00 صباحًا، 45 دقيقة. الميسّر: لين. كاتب المحضر: كريم.

1) القراءة المسبقة

- **سامر:** أنجزت تصوير خلطة الخريف الجديدة وثلاثة فيديوهات قصيرة. لم أنجز فيديو «كيف تحضر القهوة في البيت» لأن المطبخ كانت في الصيانة. أحتاج من ريم الموافقة على نص الفيديو.
- **لين:** أطلقت إعلان الخلطة الجديدة يوم الأربعاء. أحتاج من كريم عدد الطلبات التي ذكر أصحابها الإعلان.
- **كريم:** ردّ الواتساب على الرسائل متأخر مساءً لأنني وحدي بعد السادسة. أحتاج قرارًا حول الردود الجاهزة.
- **لقطة الأرقام (بيانات توضيحية):** رسائل الواتساب 142 مقابل 96 الأسبوع السابق. الطلبات المؤكّدة 38 مقابل 35.

2) مراجعة التزامات الأسبوع الماضي

- تصوير الخلطة الجديدة – سامر – تمّ.
- إطلاق الإعلان – لين – تمّ.
- تحديث قائمة الأسعار في الملف الشخصي – ريم – لم يتمّ، موعد جديد: الأربعاء.

(3) الملاحظة الأهم

الرسائل ارتفعت بوضوح لكن الطلبات المؤكدة لم ترتفع بالنسبة نفسها. التفسير المبدئي: كثير من الرسائل تصل مساءً ولا يُرد عليها إلا صباحًا. ما سنفعله: قياس وقت الردّ لأسبوع قبل الاستنتاج النهائي.

(4) الأولويات

1. تسريع الردّ على رسائل المساء، لأن الطلب موجود ويضيع.
2. نشر فيديو «كيف تحضر القهوة في البيت» لدعم الخلطة الجديدة.
3. تحديث قائمة الأسعار في كل القنوات.

(5) العوائق

- كريم وحده بعد السادسة – تستطيع ريم إزالته – القرار: حلّ الآن (انظر القرارات).
- نصّ الفيديو ينتظر الموافقة – ريم – القرار: حلّ الآن في الاجتماع.

(6) القرارات

- نعتد خمسة ردود جاهزة للأسئلة الأكثر تكرارًا (السعر، التوصيل، أوقات العمل، الطحن، الخلطات) – المسؤول: كريم – الموعد: الثلاثاء – علامة الإنجاز: الردود محفوظة في حساب الواتساب للأعمال.
- تُوافق نسخة نصّ الفيديو الثانية مع تعديل الجملة الأخيرة – المسؤولة: ريم – الموعد: اليوم – علامة الإنجاز: رسالة موافقة لسامر.
- لا نرفع ميزانية الإعلان هذا الأسبوع قبل معرفة وقت الردّ – المسؤولة: لين – الموعد: الاثنين القادم – علامة الإنجاز: جدول وقت الردّ اليومي.

(7) المهام الجديدة

- تسجيل وقت أول ردّ يوميًا – كريم – يوميًا حتى الأحد – مراجعة: لين.
- نشر الفيديو – سامر – الخميس – مراجعة: ريم.

(8) بنود مؤجلة

فكرة سامر عن مسابقة للزبائن – تُناقش في اجتماع ثنائي مع ريم يوم الأربعاء، لأنها لا تحتاج قرارًا هذا الأسبوع.
أرسل المحضر الساعة 11:20 إلى مجموعة الفريق.

أخطاء شائعة

- **الخطأ:** قراءة التقارير بصوت عالٍ في الاجتماع. **الحل:** القراءة المسبقة إلزامية، ومن لم يكتبها يكتفي بثلاثة أسطر شفوية فقط.
- **الخطأ:** عشر أولويات في الأسبوع. **الحل:** ثلاث أولويات مرتبة كحدّ أقصى؛ الباقي عمل جارٍ.
- **الخطأ:** مهمة بلا اسم أو باسم «الفريق». **الحل:** مسؤول واحد لكل مهمة، ولو كان عمله التنسيق مع آخرين.
- **الخطأ:** نقاش مفتوح حول فكرة جديدة يأكل الوقت. **الحل:** «موقف السيارات»: بند مؤجل يُسجل ويُحدّد أين يُناقش.
- **الخطأ:** عدم مراجعة التزامات الأسبوع الماضي. **الحل:** أول خمس دقائق دائمًا للمراجعة، حتى تُصبح الوعود جدية.
- **الخطأ:** تفسير رقم واحد كأنه حقيقة نهائية. **الحل:** صف التفسير بأنه مبدئي، واطلب قياسًا إضافيًا قبل القرار الكبير.

- **الخطأ:** إرسال المحضر بعد أيام. **الحل:** المحضر يُكتب أثناء الاجتماع ويُرسَل خلال ساعتين.

قائمة التحقق

- ☐ الميسر وكاتب المحضر وصاحب القرار محدّدون قبل الاجتماع.
- ☐ كل عضو كتب القراءة المسبقة قبل 24 ساعة.
- ☐ لقطة الأرقام تقارن بالفترة نفسها من الأسبوع السابق.
- ☐ راجعنا كل التزامات الأسبوع الماضي.
- ☐ لا تتجاوز الأولويات ثلاثاً، وهي مرتّبة.
- ☐ لكل عائق قرار: حلّ الآن أو تصعيد باسم.
- ☐ كل قرار فيه فعل ومسؤول واحد وموعد وعلامة إنجاز.
- ☐ قرّنت القرارات والمهام بصوت عالٍ في نهاية الاجتماع.
- ☐ البنود المؤجلة مسجلة مع مكان معالجتها.
- ☐ أرسل المحضر خلال ساعتين وحُدّد موعد الاجتماع القادم.

ملاحظة عن الأدوات

يعمل هذا النموذج على ورقة مطبوعة أو مستند مشترك أو أداة لإدارة المهام. الأداة أقل أهمية من الانضباط في الخطوات. إذا استخدمت أداة ذكاء اصطناعي لتلخيص الاجتماع، فراجع الملخص قبل إرساله: التلخيص الآلي قد يخطئ في نسب المهام إلى الأشخاص أو في المواعيد، وقدرات هذه الأدوات تتغيّر باستمرار (حتى تاريخ كتابة هذا النموذج، أيلول/سبتمبر 2026).

عن المُعدِّد — محمد شرف الدين، رائد أعمال من طرابلس، لبنان. مؤسس وكالة باشن للتسويق الرقمي، ورئيس جمعية تكافل الشبابية، ومؤسس منصات رقمية. يدرّب الأفراد والفرق على الذكاء الاصطناعي التطبيقي والتسويق.

الأمثلة في هذا الملف خيالية للتوضيح. يمكنك استخدامه في عملك ومؤسستك مجاناً مع ذكر المصدر عند إعادة النشر.

[/mohamadcharafeddine.com/ar/resources/weekly-marketing-meeting](https://mohamadcharafeddine.com/ar/resources/weekly-marketing-meeting)