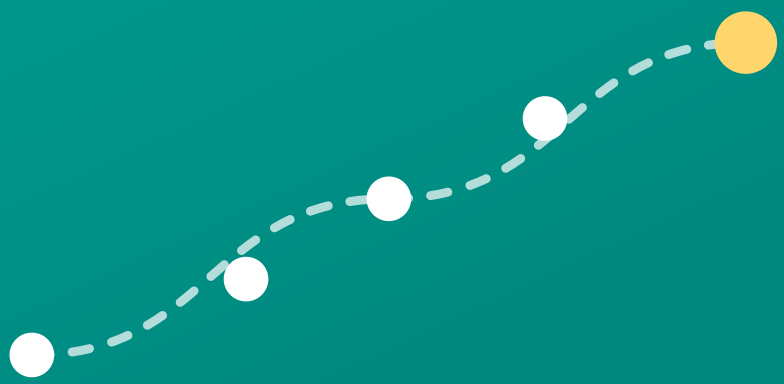
PLAYBOOK

بناء منصّة معرفة

مع CAMPUS وINTERVIEWER: من الفكرة الأولى حتى أول تقرير
إلى الإدارة العليا



Acht S · CAMPUS · INTERVIEWER

موضوع الفصل

ليس دليل استخدام. بل خارطة طريق.

المعرفة المحبوسة في الرؤوس والمجلدات المتفرقة تكلّفك وقتًا كل يوم. يوضّح لك هذا الـ Playbook كيف تتحوّل إلى منصّة معرفة يستخدمها فريقك فعلًا: كيف تخطّط لمشروعك، ومن تحتاج إليه، وبأي محتوى تبدأ، وكيف ينجح أول إطلاق، وكيف تعرف أنت ومَن فوقك في الهرم الإداري أن الجهد كان مجديًا.

سترافقك مارا (Mara) ويوناس (Jonas) من المؤسسة المتخيَّلة Butterfly Effect. يُنجز الاثنان ذلك بالضبط في ستة أسابيع، بكل ما يصاحبه من منعطفات.

بعد القراءة ستعرف

- ✓ كيف تخطّط لمشروعك وتُشكّل فريقك
- ✓ أيّ المحتويات تأتي أولًا وكيف ينجح الإطلاق
- ✓ بِمَ تعرف أن المشروع نجح وكيف تكتب عنه تقريرًا

المحتويات

تمهيد

0 قبل أن تبدأ 5

القرار

1 التعرّف والقرار 8

2 تخطيط المشروع 13

البناء

3 الفريق والأدوار 19

4 المحتوى والهيكل 25

5 التجربة والإطلاق الأول 30

التشغيل

6 بعد الإطلاق 35

7 قياس النجاح والتقرير عنه 39

نظرة عامة

8 نظرة شاملة 43

تمهيد

ليست عرضًا أولًا. بل بداية.

قبل ثماني سنوات أدخلنا لمؤسسة كبرى أولى منصّات المعرفة لدينا. كان ذلك حينها شيئًا مميزاً، وهكذا رآه العميل أيضًا: حملة، لا شيئًا دائمًا. كان هناك 600 مقعد. وتقدّم 3,000 من القياديين. كانت الموضوعات محسومة، والمحتويات كذلك.

كان نجاحًا. لفترة.

ثم خفتت الحماسة الأولى. كانت المحتويات هي نفسها كما في اليوم الأول، وتراجع الاستخدام. اضطررنا إلى إيجاد صيغ ومحتويات جديدة بسرعة. أدخلنا الجلسات المباشرة، وكانت حينها عبر WebEx، ثم أخذت وسائط أكثر فأكثر تنضمّ شيئًا فشيئًا.

وتعلّمنا في ذلك أمرًا رافقنا منذ ذلك الحين: إطلاق منصّة معرفة ليس عرضًا سينمائيًا أول. الفيلم يكتمل بعد عرضه الأول. أما منصّة المعرفة فتبدأ فعلًا في يوم الإطلاق. ومنذ ذلك الحين يدور الأمر حول استيعاب معرفة جديدة باستمرار وتوزيعها بحيث تصل إلى من يحتاجون إليها.

في الحقيقة كانت تلك لحظة ميلاد هذا الـ Playbook. إنه يحوي ما تعلمناه منذ ذلك الحين، بما في ذلك من منعطفاتنا نحن. وهو يريد أن يساعدك على بناء مشروعك بحيث يبدأ فعلًا بعد الإطلاق.

Jan Tenné

مؤسس ومدير عام، Acht S

0

تمهيد

قبل أن تبدأ

ما هو هذا الـ Playbook وما ليس هو، وكيف تجد البداية المناسبة خلال عشر دقائق.

ليس دليل استخدام. بل خارطة طريق.

يشرح لك دليل الاستخدام أيّ زرّ تضغط. أما هذا الـ Playbook فيشرح لك لماذا تضغطه، ومتى، ومن في الفريق ينبغي أن يفعل ذلك.

موضوعه الأسئلة التي تسبق التقنية وترافقها: كيف أخطّط لمشروعي؟ من أحتاج إليه؟ بأي محتوى أبدأ؟ كيف يجري أول إطلاق؟ وماذا يحدث بعده؟ وبِمَ يعرف رؤسائي وأنا أن الجهد كان مجديًا؟

حيثما يتعلّق الأمر بخطوات عملية محدّدة، يحيلك الـ Playbook إلى أدلة CAMPUS وINTERVIEWER. وتتعرّف على هذه الإحالات من رموز الكتب الصغيرة، مثل CAMPUSما هو وCAMPUS؟ وهكذا يبقى هذا الـ Playbook موجزًا، وتحصل على التفاصيل في اللحظة التي تحتاج إليها فيها.

لمن هذا الـ Playbook

لكل من لا يستخدم منصّة المعرفة بل يتحمّل مسؤوليتها: من يقود المشروع، ومن يدير قسمًا متخصصًا ويريد حفظ معارفه، ومن يقود فريقًا سيعمل أفراده لاحقًا على المنصّة. ولكل من يفكّر في الموضوع منذ مدة ويبحث عن بداية. لا تحتاج إلى معرفة تقنية مسبقة.

ليس على كل شخص أن يقرأ كل شيء. اختر مسار القراءة الذي يناسبك:

أنت ...	اقرأ أولًا	ثم عند الحاجة
مسؤول عن المشروع	جميع الفصول بالترتيب	أدوات العمل في كل فصل

أنت …	اقرأ أولًا	ثم عند الحاجة
الإدارة العليا أو الجهة المكلِّفة	الفصول 1 و2 و7	الفصل 3 (من يحتاج إليه المشروع) و6 (ما يحتاجه التشغيل بصورة دائمة)
قائد قسم متخصص أو فريق	الفصول 3 و4 و6	الفصل 5 (ما ينتظر فريقك عند الإطلاق)
في التحرير	الفصول 4 و5 و6	الإحالات إلى الأدلة

أداتان، وطريق واحد

في هذا الـ Playbook يعمل حلّان من Acht S معًا. ولكل منهما مهمته:

نقطة الانطلاق

معرفة في الرؤوس والمستندات

خبرة، وعادات، وملفات PDF، ومجلدات، ورسائل بريد

INTERVIEWER

التقاط المعرفة

يجري الذكاء الاصطناعي مقابلة، ويسأل أكثر حيث ينقص شيء، ثم يكتب مستندًا منظّمًا هو الـ iDoc.

CAMPUS

إتاحة المعرفة

تتحوّل الـ iDocs والمستندات إلى محتوى مُراجَع، مرتّب، ظاهر بصورة مقصودة للأشخاص المناسبين.

النتيجة

فريقك يجد ويتعلّم ويسأل

عبر البحث والتنقّل، وعبر مساعد الذكاء الاصطناعي Bryan إن كان ضمن اشتراكك.

يمكنك إدخال CAMPUS دون INTERVIEWER. غير أن INTERVIEWER تظهر قوته حيث لم تُدوَّن المعرفة بعد، بل تقيم في رؤوس الزملاء أصحاب الخبرة. وكيف يعمل الاثنان معًا يوضّحه الفصل 4.

كيف بُني هذا الـ Playbook

1. **التعرّف والقرار.** اختبار ذاتي: هل تحتاج إلى منصّة معرفة، وبأي حجم؟
2. **تخطيط المشروع.** الهدف، والموضوعات، والإطار القانوني، وجدول زمني واقعي.

3. **الفريق والأدوار**. من يتولّى ماذا في المشروع، وكيف توزّع الصلاحيات بحكمة.
4. **المحتوى والهيكل**. بِمَ تبدأ، ومن أين تأتي المعرفة، وكيف يمكن العثور عليها مجددًا.
5. **التجربة والإطلاق الأول**. اختبر أولًا على نطاق صغير، ثم ادعُ الجميع.
6. **بعد الإطلاق**. خطة التحرير، والصيانة، وسؤال: ماذا بعد؟
7. **قياس النجاح والتقرير عنه**. مؤشرات ذات دلالة، وتقرير يتّسع له صفحة واحدة.
8. **نظرة شاملة**. قائمة المراجعة الشاملة، وجميع أدوات العمل، ومسرد صغير.

ينتهي كل فصل بمربّع «ما تخرج به». ومن ضاق وقته فليقرأ هذه المربّعات وأدوات العمل فقط.

قصة تربط الفصول

يرافقك في هذا الـ Playbook مؤسسة متخيَّلة: Butterfly Effect. مارا (Mara)، التي تدير التطوير المهني الداخلي هناك، ويوناس (Jonas) من فريقها، يبنيان منصّة معرفة في ستة أسابيع. ستجد تجاربهما في المربّعات الملوّنة. وهي تُظهر كيف تبدو النصائح في الحياة اليومية، بما فيها المنعطفات.

في BUTTERFLY EFFECT مقدّمة

Butterfly Effect شركة متوسطة الحجم اختارت اسمها عن قصد: انطلاقًا من قناعة بأن القرارات الصغيرة تُحدث أثرًا كبيرًا.

وحين أدخلت الشركة CAMPUS، ظهر ذلك سريعًا: سؤال هدف واضح، وشخص ثانٍ في الفريق، وأربع فئات بدل أربع عشرة. كل قرار كان صغيرًا بحد ذاته. لكنها مجتمعةً حدّدت هل ستُستخدم المنصّة.

تروي هذه القصة كيف تحوّلت شاشة فارغة، في ستة أسابيع، إلى مكان يعمل فيه الفريق فعلًا. وكيف استطاعت مارا، بعد ثلاثة أشهر، أن تشرح لمديرتها العامة ما الذي أثمره ذلك.

ما تخرج به

- يجيب الـ Playbook عن: لماذا ومتى ومن. أما كيف، فتجيب عنه الأدلة الإلكترونية على help.8s.de.
- يستخرج INTERVIEWER المعرفة من الرؤوس والمستندات، ويوصلها CAMPUS إلى الأشخاص المناسبين.
- لست مضطرًا إلى قراءة كل شيء. اتبع مسار القراءة الذي يناسب دورك من جدول لمن هذا الـ Playbook.

1

القرار

التعرّف والقرار

اختباران ذاتيان قصيران: هل يفقد فريقك المعرفة؟ وإن كان الأمر كذلك، فهل يناسبك CAMPUS، وبأي حجم؟

خمس علامات تحذير على أن فريقك يفقد المعرفة

نادرًا ما يعلن فقدان المعرفة عن نفسه بصخب. إنه يظهر في احتكاكات صغيرة اعتاد عليها الجميع منذ زمن. اقرأ الجمل الخمس وأجب بصدق: هل تنطبق على فريقك؟

توجد عدة نسخ من المستندات المهمة.

☐ نعم ☐ لا

يطرح الزملاء الجدد الأسئلة نفسها باستمرار.

☐ نعم ☐ لا

إذا غاب شخص بعينه، تتوقف الأعمال.

☐ نعم ☐ لا

ليس واضحًا من يراجع المحتوى قبل نشره.

☐ نعم ☐ لا

لا يرى الجميع ما هو مخصّص لهم. أو يرون أكثر مما ينبغي.

☐ نعم ☐ لا

عُدّ كم مرة أجبت بـ «نعم».

من 0 إلى 1 نعم: الأمور تسير جيدًا. فريقك ممسك بزمام معرفته. أبقِ الجمل الخمس في ذهنك، خاصة حين يكبر الفريق.

من 2 إلى 3 نعم: يستحق الأمر نظرة. الاحتكاك موجود، لكنه ما زال تحت السيطرة. سيبيّن لك الاختبار الثاني أدناه إن كانت المنصّة مجدية الآن.

من 4 إلى 5 نعم: حان وقت التحرك. فريقك يدفع كل يوم من وقته وأعصابه. أجرِ الاختبار الثاني، وإن شئت، تحدّث إلينا.

في BUTTERFLY EFFECT · أربعة من خمسة

قرأت مارا الجمل الخمس في استراحة الغداء. عند الثالثة اضطرت إلى الضحك، لا لأنها طريفة، بل لأنها فكّرت فورًا في هانس (Hans): ثلاث وعشرون سنة في خدمة العملاء، وبعد عام سيتقاعد. وحين كان هانس في إجازة، كان نصف القسم ينتظر.

أربع مرات نعم. أما الجملة الخامسة فلم تستطع الحكم عليها. وكونها لا تعرف كان على الأرجح جوابًا أيضًا.

ما الذي تغيّره منصّة المعرفة

يمكن التصدي لكل علامة من علامات التحذير الخمس في الاختبار بمنصّة معرفة. وليس في أيٍّ من الأجوبة سحر. إنها بدهيات لا تفعل المنصّة سوى أن تجعلها موثوقة. ويبيّن الجدول كيف:

علامة التحذير	كيف تساعد المنصّة
عدة نسخ	محتوى واحد في مكان واحد يُعتنى به، بدل نسخ كثيرة في المجلدات ورسائل البريد.
الأسئلة نفسها دائمًا	يمكن العثور على المحتوى عبر البحث والموضوعات والكلمات المفتاحية. ومع الوحدة الإضافية «Interactive Avatar» يجيب مساعد الذكاء الاصطناعي Bryan عن الأسئلة استنادًا إلى محتواكم الخاص، بما في ذلك الملفات والفيديوهات المرفقة.
المعرفة مرتبطة بأشخاص	يستخرج INTERVIEWER المعرفة التجريبية من الرؤوس عبر الحوار، ويتيحها CAMPUS للجميع.

علامة التحذير	كيف تساعد المنصّة
غير واضح من يراجع	الإنشاء والاعتماد مهمتان منفصلتان حيث يلزم ذلك. وما يُنشر حينها قد رآه شخص ثانٍ.
ظهور خاطئ	تتحكم المجموعات وقواعد الظهور فيمن يرى أيّ محتوى.

كيف تتجسّد هذه الأجوبة في مشروعك، تبيّنه الفصول من 3 إلى 5.

هل يناسبك CAMPUS؟

يستغرق الاختبار الثاني دقيقتين. ولا توجد إجابات خاطئة. سيخبرك إن كانت المنصّة تستحق العناء، وبأي حجم ينبغي أن تخطّط.

1 · ما المشكلة التي تريد من CAMPUS أن يحلّها لك؟

- ☐ المعرفة مبعثرة ويصعب العثور عليها.
- ☐ أريد أن يُؤهَّل الموظفون الجدد بصورة أسرع وأفضل.
- ☐ يجب أن يكون التدريب الإلزامي قابلًا للإثبات.
- ☐ ينبغي ألا تتعلق معرفة الخبرة بأشخاص بعينهم.
- ☐ لا أعرف ذلك بدقة بعد.

2 · كم شخصًا سيستخدم المحتوى؟

- ☐ حتى 20 (0)
- ☐ من 20 إلى 100 (1)
- ☐ من 100 إلى 500 (2)
- ☐ أكثر من 500 (3)

3 · كم شخصًا سيتولّى صيانة المحتوى لاحقًا؟

- ☐ لا أحد أو شخص واحد فقط (0)
- ☐ اثنان إلى ثلاثة (1)
- ☐ من أربعة إلى عشرة (2)
- ☐ أكثر من عشرة، من عدة أقسام (3)

4 · كيف يُراجَع المحتوى اليوم قبل نشره؟

- ☐ لا يُراجَع إطلاقًا: من يكتب ينشر. (0)
- ☐ بشكل غير رسمي: يلقي أحدهم نظرة سريعة عليه. (1)
- ☐ يراجعه شخص محدّد. (2)
- ☐ عدة مراجعين، بحسب القسم المتخصص. (3)

5 · من ينبغي أن يرى أيّ محتوى؟

☐ الجميع يرون كل شيء. (0) ☐ لبضع مجموعات محتوى خاص بها. (1)

☐ فئات مستهدفة كثيرة، مفصولة بوضوح بعضها عن بعض. (3)

6 · أين توجد معرفتكم اليوم؟

☐ في الغالب في الرؤوس. (0) ☐ في مستندات وملفات PDF، موزّعة على عدة أماكن. (1)

☐ في مجموعات كبيرة، بعضها متعدد اللغات. (2)

7 · ما الذي ينبغي أن يحققه Reward-System؟

☐ لا شيء في الوقت الحالي، نريد فقط إتاحة المحتوى. ☐ إظهار تقدّم التعلّم.

☐ إتاحة الإثباتات أو الشهادات أو المنافسة.

اجمع نقاط الأسئلة من 2 إلى 6. السؤالان 1 و7 لا يمنحان نقاطًا، بل يدخلان في الملاحظات الواردة أدناه. افحص السطر الأعلى أولًا.

السؤال 1 ما زال مفتوحًا والنقاط 7 كحد أقصى: وضّح الهدف أولًا. ما زال غير محسوم فيما ستستخدم CAMPUS. وهذا ليس رفضًا. لكن بلا هدف لا يمكن تخطيط الهيكل والأدوار تخطيطًا سليمًا. تابع القراءة في الفصل 2، القرار 1.

من 0 إلى 3 نقاط: على الأرجح ليس بعد. عند هذا الحجم يكفي غالبًا حفظ منظّم للملفات مع مسؤوليات واضحة. يصبح CAMPUS مثيرًا للاهتمام حين يزداد عدد من يستخدمون المحتوى أو يعتنون به، أو حين يلزم اعتماد، أو حين يُراد أن ترى مجموعات مختلفة أشياء مختلفة.

من 4 إلى 7 نقاط: نعم، بانطلاقة مضغوطة. إعداد صغير يغطي احتياجك: أدوار قليلة، وموضوعات قليلة، وإنتاجية سريعة.

من 8 إلى 11 نقطة: نعم، بفريق تحرير. تحتاجون إلى تقسيم واضح للمهام بين الإنشاء والاعتماد، وإلى بعض المجموعات كي يصل المحتوى إلى من يخصّهم.

من 12 إلى 14 نقطة: نعم، على نطاق أكبر. مع عدة أقسام متخصصة وفئات مستهدفة كثيرة، يؤتي تخطيط الأدوار والظهور تخطيطًا دقيقًا ثماره منذ البداية.

احتفظ بنتيجتك: مضغوطة، أو فريق تحرير، أو نطاق أكبر. وفي الفصل 3 ستجد خطة توزيع مناسبة لها.

وهذا هو الجواب الصريح عن سؤال الحجم: من الناحية الاقتصادية يستحق CAMPUS العناء غالبًا من نحو 100 إلى 200 مشارك. ودون ذلك قد يكون مناسبًا تمامًا مع ذلك، مثلًا كمساحة معرفة محمية لإدارة عليا أو مجلس إدارة. وعندها تهمّ التكاليف الداخلية أكثر من غيرها: وقت المحتوى والتحرير.

ما يناسب إجاباتك

لبعض أجوبتك توجد في CAMPUS أو INTERVIEWER وظيفة تسهّل عليك البداية:

- **السؤال 1، المعرفة مبعثرة:** يمكن العثور على المحتوى عبر الفئات والوسوم والبحث. ويجيب مساعد الذكاء الاصطناعي Bryan عن الأسئلة استنادًا إلى محتواكم الخاص، بما في ذلك الملفات والفيديوهات المرفقة. وهو جزء من وحدة «Interactive Avatar» التي تتطلب إضافةً وحدة «AI Suite». والوحدتان اختياريتان ويمكن إضافتهما بالحجز.
- **السؤال 1، حفظ معرفة الخبرة:** يستخرج INTERVIEWER المعرفة من العقول عبر الحوار، قبل أن يغادر أحد أو يغيّر دوره. المزيد في الفصل 4.
- **السؤالان 3 و4، عدة أشخاص يتولّون الصيانة والمراجعة:** بصلاحية Reviewer تفصل بين الإنشاء والاعتماد. ومدى صرامة الاعتماد يتوقف على المحتوى، انظر الفصل 3.
- **السؤال 5، فئات كثيرة منفصلة من الجمهور:** خطّط للمجموعات وللظهور منذ البداية. فإضافتها لاحقًا أكثر كلفة بكثير.
- **السؤال 6، المعرفة في الرؤوس:** هنا يكون INTERVIEWER أهمّ أدواتك. فبدل أن تطلب من الناس «أن يكتبوا شيئًا ما»، يجري الذكاء الاصطناعي حوارًا معهم ويحوّله إلى مستند منظّم. المزيد عن ذلك في الفصل 4.
- **السؤال 6، المعرفة في المستندات:** يستطيع مولّد الذكاء الاصطناعي في CAMPUS أن يبني من المستندات الموجودة مسودة أولى مع تقسيم للمحتوى. أما اللمسات الأخيرة فيتولاها فريق التحرير لديك.
- **السؤال 7، Reward-System:** يمكن إضافته في أي وقت لاحقًا. وللتقدّم المرئي تناسب Badges، وللإثباتات تناسب الشهادات. والأفضل حين يكتمل الهيكل الأساسي.

> الأسعار والتراخيص والوحدات تناقشها مع جهة الاتصال الخاصة بك في Acht S.

ما تخرج به

- أربع أو خمس إجابات بـ «نعم» في الاختبار الأول تعني: فريقك يدفع ثمن فقدان المعرفة كل يوم من وقته.
- يخبرك الاختبار الثاني بالحجم: مضغوط، أو فريق تحرير، أو نطاق أكبر.
- إن كان الهدف ما زال غير واضح، فابدأ من هناك. فكل ما عداه يُبنى عليه.

2

القرار

تخطيط المشروع

ثلاثة قرارات، وجدول زمني، وقياس واحد قبل البدء. هذا يكلّفك أيامًا قليلة ويوفّر عليك لاحقًا إعادة البناء.

في BUTTERFLY EFFECT · جملة واحدة بدل اثنتي عشرة شريحة

قبل أن تُعِدّ مارا أي شيء، جلست عند كاترين (Katrin)، المديرة العامة. كانت قد أعدّت اثنتي عشرة شريحة. نظرت كاترين إلى الأولى وسألت: «ما الذي يجب أن يكون مختلفًا بعد ثلاثة أشهر؟»

فكّرت مارا. «الموظفون الجدد في خدمة العملاء يجب أن يتدبّروا أمرهم بعد ثلاثة أسابيع دون هانس.»

«جيد»، قالت كاترين. «إذن اكتبي هذا بالضبط. وأخبريني بعد ثلاثة أشهر إن كان قد تحقق.» أما الشرائح الإحدى عشرة الأخرى فلم تعرضها مارا قط.

ثلاثة قرارات قبل البدء

قبل أن يُعِدّ أحد المنصّة، توضّح ثلاثة أمور: الهدف، والموضوعات، والإطار. وكلٌّ منها يكفيه نصف صفحة. ومن يتخطّاها يضطر إلى اتخاذها على أي حال، لكن لاحقًا، تحت ضغط الوقت وبجهد أكبر.

القرار 1: الهدف

الهدف الواضح هو أساس كل ما يليه: الهيكل، والأدوار، وما تعرف به لاحقًا أن الأمر ناجح. يكون CAMPUS أقوى أثرًا في مشروع محدد المعالم: هدف واحد، وجمهور واحد، ومشروع واحد. «مكان واحد لكل معارفنا» فكرة جميلة، لكنها ليست هدفًا بعد.

- **تسمية المشكلة:** ما الذي ينبغي أن يتغيّر؟ على سبيل المثال: جمع المعرفة المتفرقة، أو تأهيل الزملاء الجدد بسرعة أكبر، أو جعل التدريب الإلزامي قابلًا للإثبات.

- **تحديد الفئة المستهدفة:** من الذي سيستخدم المنصّة، وماذا ينبغي أن يستطيع هؤلاء فعله بها؟
- **وصف النجاح:** بِمَ ستعرف بعد ثلاثة أشهر أن الجهد كان مجديًا؟ والأفضل برقم تستطيع قياسه اليوم.
- **توضيح المسؤولية:** من يتولّى المشروع، ومن يقف خلفه في الإدارة؟

اختبار جيد: هل يمكن قول هدفك في جملة واحدة؟ «بعد ثلاثة أشهر يتدبّر الزملاء الجدد في خدمة العملاء أمورهم دون مرافقة فردية، ويظهر ذلك في أنهم يستفسرون أقل من نصف عدد مرات استفسارهم اليوم.» إن وجدت هذه الجملة صعبة، فغالبًا ما زال هناك أمر مفتوح ينبغي توضيحه أولًا.

تسعى معظم المشاريع إلى واحد من أربعة أهداف. ويساعدك الجدول على ملء الأسطر الأولى من بطاقة المشروع: أي مشكلة تحلّونها، وبماذا تقيسون النجاح.

الهدف المعتاد	بماذا تقيسه	ما الذي يساعد
جعل المعرفة المبعثرة قابلة للعثور عليها	وقت البحث، والأسئلة المتكررة	الفئات، والوسوم، والبحث، وBryan عند الرغبة
تأهيل الزملاء الجدد بسرعة أكبر	الوقت اللازم لينجز الواحد منهم مهمة معتادة بمفرده	برنامج تأهيل بمسارات تعلّم
إثبات إتمام التدريبات الإلزامية	جهد إعداد الإثباتات، ونسبة التدريبات المكتملة	الشهادات في نظام Reward، والتقارير
حفظ معرفة الخبرة	الموضوعات المحفوظة قبل مغادرة أحدهم أو تغيير دوره	INTERVIEWER ومستندات iDocs الخاصة به

كيف تدوّن القيم مسبقًا، تجده لاحقًا في القيم الأساسية، وكيف تقارنها بعد ذلك، في الفصل 7.

أداة عمل

بطاقة المشروع

أجب عن كل سطر بجملة أو جملتين. فإن صعب عليك أحدها، فهذا دليل على أن الأمر يحتاج إلى مزيد من التوضيح. وبطاقة المشروع هي في الوقت نفسه الصفحة الأولى من تقريرك لاحقًا.

ما المشكلة التي نحلّها؟

من هي الفئة المستهدفة؟

هدفنا في جملة واحدة

بِمَ نقيس النجاح؟ (القيمة الأساسية اليوم)

من المسؤول، ومن الجهة المكلِّفة؟

الفترة المرغوبة للتجربة والإطلاق	
كم من الوقت في الأسبوع لدى الفريق الأساسي؟	

القرار 2: حصر الموضوعات

لست مضطرًا إلى تمثيل كل شيء دفعة واحدة. بل على العكس: منصّة تنطلق بموضوعين أو ثلاثة مُنجَزة جيدًا تُقنع أكثر من منصّة تلامس كل شيء ولا تُتمّ شيئًا.

- **جمع المعرفة:** أين توجد المعرفة اليوم؟ في الرؤوس، أم في المستندات، أم في أماكن حفظ مختلفة؟ هذا يحدد إن كنت ستبدأ بـ INTERVIEWER، أم بمولّد الذكاء الاصطناعي، أم بمحتوى يكتبه فريقك.
- **اختيار الموضوعات:** اختر موضوعات قليلة للبداية ورتّبها بحسب الأولوية. الموضوعات الجيدة للبداية تعني كثيرين، أو يكثر السؤال عنها، أو تكون إلزامية.
- **تعيين المسؤولين:** من سيعتني بكل موضوع لاحقًا؟ الموضوع بلا مسؤول هو أول ما يتقادم.

من هذه الموضوعات ستنشأ لاحقًا الأقسام الرئيسية لمنصّتك. وموضوعات قليلة وثابتة بداية جيدة. أما كل ما عدا ذلك فتتركه عمدًا لوقت لاحق.

أداة عمل

قائمة الموضوعات

الموضوع	ضمن البداية؟	الأولوية	أين توجد المعرفة؟	المسؤول
	نعم · لا		الرؤوس · المستندات	
	نعم · لا		الرؤوس · المستندات	
	نعم · لا		الرؤوس · المستندات	
	نعم · لا		الرؤوس · المستندات	

القرار 3: فحص الإطار

قبل أن تنشأ المحتويات وحسابات المستخدمين، توضّح الإطار القانوني. وهو يتوقف على البلد والقطاع والمؤسسة. والخبر الجيد: من يسأل مبكرًا يحصل عادة على جواب سريع. ومن يسأل متأخرًا كثيرًا ما يحصل على إيقاف.

- **حماية البيانات:** يعالج CAMPUS حسابات المستخدمين، وبحسب الاستخدام، تقدّم التعلّم. وضّح مع الجهة المختصة أي بيانات تجمعونها، ومن يراها، ومدة الاحتفاظ بها.
- **المشاركة في القرار:** إن وُجد مجلس عمال أو هيئة مماثلة، فأشركها مبكرًا. ومن الأسئلة المعتادة: تصور الأدوار، ومن يرى أي تقارير، وهل تُحلَّل عمليات البحث، وهل ستكون هناك لوائح ترتيب.
- **الحوارات مع INTERVIEWER:** إذا أردت التقاط المعرفة عبر الحوار وتسجيل الصوت، فتحدّث مسبقًا إلى المشاركين. ينبغي أن يعرفوا ما سيحدث للتسجيل وللنتيجة.
- **اشتراطات القطاع:** هل هناك متطلبات للإثباتات أو للاحتفاظ بها، مثلًا في التدريب الإلزامي؟ دوّنها قبل أن تحدد الهيكل.

أداة عمل

قائمة مراجعة الإطار

	نقطة الفحص	المسؤول	تاريخ الإنجاز
☐	توضيح حماية البيانات		
☐	إشراك الهيئة (إن وُجدت)		
☐	إبلاغ المشاركين في المقابلات		
☐	فحص اشتراطات القطاع		
☐	موافقة الجهة المختصة متوفرة		

لا يغني هذا الـ Playbook عن الاستشارة القانونية. افحص متطلبات مؤسستك وبلدك مع الجهة المختصة.

الجدول الزمني

في Butterfly Effect استغرق الأمر ستة أسابيع من الشاشة الفارغة حتى الإطلاق. وعندك قد تكون أربعة أو اثني عشر. ذلك يتوقف على الوقت المتاح للفريق الأساسي وعلى عدد الموضوعات التي تضمّونها. أما ترتيب المراحل فيبقى كما هو:

المرحلة 0 · من أسبوع إلى أسبوعين

القرار والتخطيط

الهدف، والموضوعات، والإطار، والقيم الأساسية. هذا الفصل.

المرحلة 1 · نحو أسبوع
وضع الأساس
تحديد الفريق الأساسي والأدوار، وإنشاء الهيكل الأساسي للموضوعات. الفصلان 3 و4.

المرحلة 2 · من أسبوعين إلى ثلاثة
ملء المحتوى
التقاط المعرفة، وإنشاء أول المحتويات، ومراجعتها واعتمادها. الفصل 4.

المرحلة 3 · من أسبوع إلى أسبوعين
التجربة
مجموعة صغيرة تختبر، والفريق يحسّن. الفصل 5.

المرحلة 4 · يوم الإطلاق وأسبوعان بعده
الإطلاق والمرافقة
دعوة الجميع، والإعلان، والمرافقة الوثيقة في الأسابيع الأولى. الفصل 5.

المرحلة 5 · بصورة دائمة
التشغيل والتوسّع
خطة التحرير، والصيانة، وموضوعات جديدة، وقياس النجاح والتقرير عنه. وحتى بعد الإطلاق تحتاج المنصّة إلى أوقات ثابتة، وكمؤشر تقريبي: نصف ساعة أسبوعيًا للمراجعة، وساعة شهريًا للتخطيط، ونصف يوم كل ربع سنة للتنظيف. الفصلان 6 و7.

> مدة كل مرحلة قيمة استرشادية للتخطيط، لا وعد. خصّص أسبوعًا احتياطيًا قبل الإطلاق، فذلك أفضل من إطلاق يضطر إلى التأجيل.

تسجيل القيم الأساسية

لن تستطيع أن تُظهر بعد ثلاثة أشهر أن المنصّة كانت مجدية إلا إن عرفت أين تقف اليوم. لذلك تقيس الآن، قبل أن يتغيّر شيء. ولا يلزم أن يكون ذلك مُكلفًا:

- **الأسئلة المتكررة:** اطلب من اثنين أو ثلاثة من حَمَلة المعرفة أن يحتفظوا، لمدة أسبوعين، بقائمة عدّ تبيّن كم مرة يجيبون عن الأسئلة نفسها.
- **التأهيل:** كم يستغرق اليوم حتى ينجز الزملاء الجدد مهمة نموذجية بمفردهم؟ اسأل آخر ثلاثة التحقوا بالعمل ومن يقود فريقهم.
- **زمن البحث:** يكفي استطلاع قصير بسؤال واحد: «كم تبحث في المتوسط عن مستند تحتاج إليه؟»
- **الإثباتات الإلزامية:** كم من الجهد يتطلّبه اليوم إثبات من أتمّ تدريبًا إلزاميًا؟

خذ فقط القيم التي تناسب هدفك. رقم أو رقمان مقيسان جيدًا أثمن من عشرة مقدَّرة. وكيف تقارنها وتكتب عنها لاحقًا، يوضّحه الفصل 7.

ما تخرج به

- يجب أن يتّسع الهدف لجملة واحدة، مع رقم تستطيع قياسه اليوم.
- ابدأ بموضوعات قليلة تعني كثيرين. وكل موضوع يحتاج إلى شخص مسؤول.
- حماية البيانات والمشاركة في القرار مكانهما في البداية، لا في النهاية.
- قس القيم الأساسية الآن. لاحقًا يكون الوقت قد فات.

3

البناء

الفريق والأدوار

من يتولّى أي مهمة في المشروع، وكيف تتحوّل إلى صلاحيات في CAMPUS وINTERVIEWER، ولماذا لا تكفي عينان اثنتان.

الأدوار في مشروع والصلاحيات في برنامج أمران مختلفان. تفكّر أولًا في المهام التي ستنشأ ومن يتولّاها. ثم تترجم ذلك إلى صلاحيات. ومن يبدأ بالعكس يوزّع الصلاحيات بالحدس، ثم يتساءل لاحقًا لماذا لا أحد مسؤول.

في BUTTERFLY EFFECT · من يحق له ماذا؟

صباح الاثنين، بعد التاسعة بقليل، جلست مارا أمام شاشة فارغة. لا خطأ، ولا رسوم تحميل، مجرد منصّة تنتظرها. لم تكن مارا مطوّرة ولا تعمل في تقنية المعلومات. لكنها تعلّمت في الأسابيع الماضية أن «إعداد المنصّة» يعني أمرين: فهم التقنية، واتخاذ قرارات لا علاقة لها بالتقنية إلا قليلًا.

لم تكن مكالمتها الأولى إلى قسم تقنية المعلومات، بل إلى يوناس من فريقها. «أظن أنني أحتاج إليك»، قالت قبل أن تعرف لماذا بالتحديد.

اكتشفا معًا أن CAMPUS لا يعرف في جوهره سوى ثلاثة أدوار: User يتعلّمون ويبحثون. و-Super Admin بوصول إلى كل شيء، وهي مسؤولية قررت مارا عمدًا ألا تحمل عبئها وحدها. وبينهما دور Admin الذي يمكن تشكيله كالصلصال. ومنه تنشأ الأسماء المألوفة: Editor لمن ينشئون المحتوى. وUser-Admin لمن يعتنون بالناس لا بالمحتوى.

«ومن يقول في النهاية: نعم، يمكن أن يُنشر؟»، سأل يوناس.

لهذا بالذات كانت هناك صلاحية مستقلة يمكن تفعيلها: Reviewer. لا يكون هو Admin تلقائيًا، ولا مارا تلقائيًا، بل مهمة مفصولة عمدًا. جعلت مارا يوناس Editor ومنحت نفسها صلاحية Reviewer. بضع نقرات، بلا مراسم. لكن منذ تلك اللحظة صار كل فرد في الفريق يعرف مسؤوليته. وهذا وحده، كما سيتبيّن، كان نصف الطريق.

الأدوار في المشروع

لا تحتاج منصّة المعرفة إلى فريق كبير، لكنها تحتاج إلى مسؤوليات واضحة، في البناء وفي التشغيل الجاري. في المشاريع الصغيرة يتولّى شخص واحد عدة أدوار، وفي الكبيرة يتشارك عدة أشخاص دورًا واحدًا. المهم فقط أن يكون لكل دور اسم.

الدور في المشروع	المهمة	من يناسب
الجهة المكلِّفة	تحمل الهدف، وتؤمّن الوقت والميزانية، وتتسلّم التقرير، وتزيل العقبات من الطريق.	شخص من الإدارة يشعر بالمشكلة بنفسه.
مسؤول المنصّة	يقود المشروع، ويقرر الهيكل والقواعد، ويكون جهة الاتصال للجميع.	شخص ملمّ بالموضوعات والفئات المستهدفة، وليس بالضرورة من تقنية المعلومات.
التحرير	ينشئ المحتوى ويعتني به، ويجري المقابلات، ويحافظ على النظام.	أشخاص يحبّون الكتابة ويفهمون الفئة المستهدفة.
الخبراء المتخصصون	يقدّمون المعرفة ويراجعونها من الناحية المهنية.	الأشخاص الذين يسألهم الجميع اليوم.
الاعتماد	يراجع المحتوى قبل نشره.	متمكّن مهنيًا ولغويًا، وليس الشخص نفسه الذي أنشأ المحتوى.
إدارة المستخدمين	تنشئ الحسابات، وتُسند المجموعات، وتتولّى الانضمام والمغادرة.	غالبًا قسم الموارد البشرية أو مساعد الفريق.
التقنية	توضّح التسجيل وتسجيل الدخول، وعند الرغبة، الربط بأنظمتكم.	قسم تقنية المعلومات لديكم، مع Acht S.
مجموعة التجربة	تختبر قبل الإطلاق وتقدّم ملاحظات صريحة.	من خمسة إلى عشرة أشخاص من الفئة المستهدفة، بينهم متشككون.
حماية البيانات	تفحص أي بيانات تُجمع وتُحلَّل، قبل البدء وعند كل توسعة.	مسؤولو حماية البيانات لديكم أو الجهة المختصة.
مجلس العمال، إن وُجد	يُشرَك في تصور الأدوار والتقارير ولوائح الترتيب، وكذلك أثناء التشغيل الجاري.	الهيئة المختصة، مبكرًا وليس قبيل البدء فقط.
قادة الفرق	يتيحون الوقت، ويحيلون فرقهم إلى المنصّة، ويبلّغون عن الموضوعات الناقصة.	قادة الفرق التي سيستخدم أفرادها المنصّة.

الأدوار الثلاثة الأخيرة ليست أدوار مشروع بالمعنى الضيق. لكنها تبقى مشاركة بصورة دائمة، ولذلك مكانها في القائمة منذ البداية.

من المهمة إلى الصلاحية

حين يتحدد التوزيع، تترجمه إلى صلاحيات. وهذا في CAMPUS أبسط مما يبدو:

- معظم الناس **User**. يتعلّمون ويبحثون ويسألون. وينطبق هذا على كثير من الخبراء المتخصصين أيضًا.
- يحصل **التحرير** على صلاحيات إنشاء المحتوى والعناية به. وفي الدليل يُسمّى هؤلاء Editor. وإذا شارك عدة أقسام متخصصة، فتقصر كل فريق تحرير على محتويات مجموعته.
- يحصل **الاعتماد** على صلاحية Reviewer. وهي صلاحية مستقلة كي يبقى الإنشاء والاعتماد منفصلين.
- تحصل **إدارة المستخدمين** على صلاحيات تخص الناس لا المحتوى.
- يكون **الوصول الكامل** بوصفه Super-Admin لشخص أو شخصين، غالبًا مسؤول المنصّة ونائبه.

كيف تُبنى الأدوار تقنيًا وكيف تمنحها، تجده في الدليل: CAMPUS الأدوار والصلاحيات، و CAMPUS من يحق له ماذا، و CAMPUS صلاحية Reviewer.

في INTERVIEWER الأمر أبسط: من ينشئ iDocs فهو عضو (Member) في مساحة العمل. وشخص واحد على الأقل هو Owner ويدعو الآخرين. وغالبًا ما يكون هو نفسه من يتولّى مسؤولية CAMPUS. التفاصيل: INTERVIEWER الأدوار في INTERVIEWER.

خمسة مبادئ للأدوار

1. **افصل بين الإنشاء والاعتماد حيث يلزم ذلك.** من كتب محتوى هو أقل الناس قدرة على رؤية أخطائه. لذلك يراجع شخص ثانٍ المحتوى المهم. لكن ليس كثيرين: إذا كان للجميع حق الاعتماد، فلن يشعر أحد بالمسؤولية.
2. **أقل قدر ممكن من الصلاحيات.** يحصل كل شخص على الصلاحيات التي تحتاج إليها مهمته، ولا يزيد. هذا يحمي من الأخطاء غير المقصودة ويُبقي المسؤولية واضحة.
3. **الوصول الكامل على كتفين.** ينبغي أن يكون Super-Admin شخصًا واحدًا على الأقل واثنين على الأكثر. فواحد وحده خطر إذا كان في إجازة. وخمسة خطر، لأن الإعدادات تسري فورًا على المنصّة بأكملها.
4. **مجموعات لا حالات فردية.** تنظّم من يحق له رؤية ماذا عبر المجموعات، لا شخصًا شخصًا. هذا يُبقي المنصّة تحت السيطرة حتى مع مئة حساب جديد.
5. **الأدوار تتغير مع الزمن.** يغيّر الناس مهامهم وأقسامهم. ألقِ نظرة مرة كل ربع سنة على قائمة الصلاحيات، واسحب الصلاحيات حين يغادر أحدهم.

ما مدى صرامة الاعتماد

ليس كل محتوى بحاجة إلى المراجعة نفسها. فبالنسبة إلى فريق صغير يبدو الاعتماد الإلزامي لكل شيء مبالغًا فيه بسرعة. أما في التدريبات الإلزامية والسلامة والمحتوى القانوني فهو غالبًا معتاد أو حتى مفروض. وكلما زادت المسودات التي يكتبها مولّد الذكاء الاصطناعي، زادت أهمية نظرة بشرية. وقد أثبتت ثلاثة مستويات جدواها:

المستوى	لأي محتوى	كيف يجري
الاعتماد الإلزامي	موضوعات التدريب الإلزامي والسلامة، والمحتوى القانوني، وسياسات الموارد البشرية، والتعهدات للعملاء مثل الأسعار أو الخدمات	يراجع شخص ثانٍ قبل النشر.
المراجعة الدورية	الإجراءات، والإرشادات، ومعرفة المنتج	يُنشر مباشرةً ويُفحص ضمن إيقاع مراجعة ثابت (الفصل 6).
بمسؤولية ذاتية	النصائح، والخبرات، وجهات الاتصال	من يكتب ينشر بنفسه، مع اسمه وتاريخه على المحتوى.

في CAMPUS تضبط ذلك عبر الصلاحيات: تحدّد لكل شخص هل يجوز له النشر مباشرةً أم عليه طلب الاعتماد. وكيف يتم ذلك: CAMPUS الاعتماد والنشر.

خطة التوزيع

كم شخصًا تحتاج لأي مهمة يتوقف على الحجم الذي بيّنه لك الاختبار في الفصل 1:

المهمة	مضغوط	فريق تحرير	نطاق أكبر
التحرير (Editor)	1 إلى 2	3 إلى 6	1 إلى 2 لكل قسم
الاعتماد (Reviewer)	1	1 إلى 2	1 على الأقل لكل قسم
إدارة المستخدمين (User-Admin)	يتولّاها مسؤول المنصّة	1	1 إلى 2
الوصول الكامل (Super-Admin)	1 إلى 2	1 إلى 2	2
المجموعات	0 إلى 2	2 إلى 5	بحسب الفئات المستهدفة، مع قواعد ظهور ثابتة

الأرقام قيم استرشادية للتفكير، وليست شرطًا من CAMPUS ولا بيانات ترخيص. وينبغي أن تكون صلاحية Reviewer، حيثما أمكن، عند شخص غير الذي ينشئ المحتوى.

ما الذي يجب أن يفعله فريقك فعلاً

السبب الأكثر شيوعًا لتعثّر منصّات المعرفة ليس التقنية. بل الافتراض بأن الأمر يسير «على الهامش». لذلك خصّص الوقت له صراحةً:

- **يحتاج التحرير** في مرحلة البناء إلى نوافذ زمنية ثابتة في الأسبوع، وفي التشغيل إلى وقت أقل بكثير لكن بانتظام. موعد ثابت يتفوّق على كل نية حسنة.
- **يحتاج الخبراء المتخصصون** إلى وقت قليل، لكن في اللحظة المناسبة: مقابلة من 30 إلى 60 دقيقة لكل موضوع، ومراجعة مهنية قصيرة للنتيجة.
- **يمنح قادة الفرق** أفرادهم هذا الوقت. ويضربون المثل: من يتلقى سؤالًا بالبريد يردّ برابط إلى المنصّة بدل نص طويل.
- **تستفسر الجهة المكلِّفة** بانتظام. لا بدافع الرقابة، بل لأن ذلك يُظهر أن المشروع مهم.

أداة عمل

خطة الأدوار

الدور في المشروع	الاسم	النائب	الصلاحيات في CAMPUS	في INTERVIEWER	الوقت في الأسبوع
الجهة المكلِّفة			لا صلاحيات خاصة	–	
مسؤول المنصّة			Super-Admin	Owner	
التحرير			Editor	Member	
الاعتماد			Reviewer	–	
إدارة المستخدمين			User-Admin	–	
الخبراء المتخصصون			User	تُجرى معهم مقابلات	

ما تخرج به

- وزّع المهام أولًا، ثم الصلاحيات. كل دور يحتاج إلى اسم وإلى نائب.
- يراجع شخص ثانٍ المحتوى المهم. ومدى الصرامة يتوقف على المحتوى: إلزامي، أو دوري، أو بمسؤولية ذاتية.
- الوصول الكامل لشخصين على الأكثر، وكل الآخرين ما تحتاج إليه مهمتهم فقط.
- خصّص وقت الفريق صراحةً. «على الهامش» ليس جدولًا زمنيًا.

4

البناء

المحتوى والهيكل

بِمَ تبدأ، وكيف تستخرج المعرفة من الرؤوس والمستندات، وكيف ترتّبها بحيث يمكن العثور عليها مجددًا.

لا قيمة للمنصّة إلا بقدر ما يجده الناس عليها. يفتحها الناس لأنهم يجدون فيها جوابًا. لذلك هذا الفصل هو الأهم للنجاح، وهو الذي ينبغي أن تخصّص له أكبر قدر من الوقت.

بِمَ تبدأ

الإغراء كبير بأن تبدأ بما هو موجود أصلًا: مجلد العروض التقديمية القديمة. والأفضل أن تبدأ بما هو مطلوب. أربعة أسئلة تساعد على الفرز:

- **هل يُسأل عنه كثيرًا؟** كل سؤال يُطرح اليوم ثلاث مرات في الأسبوع هو محتوى أول جيد.
- **هل يعني كثيرين؟** محتوى لكل الجدد أبلغ أثرًا من محتوى لمتخصصَين اثنين.
- **هل الخطأ فيه مكلف؟** الإلزامي والسلامة والتواصل مع العملاء مكانها في المقدمة.
- **هل يرتبط بشخص واحد؟** المعرفة التي تتقاعد مع إنسان لها مهلة محددة.

تمرين بسيط يوصلك سريعًا إلى قائمة البداية: اجمع مع اثنين أو ثلاثة من الزملاء الأسئلة العشرين التي يطرحها الجدد في أسابيعهم الأولى. هذه الأسئلة العشرون هي خطة محتواك الأولى. لست مضطرًا إلى الإجابة عنها كلها عند الإطلاق. لكن ينبغي أن يغطي كل موضوع انطلاق أكثر الأسئلة تكرارًا، كي لا ينقر أحد على فراغ.

من أين تأتي المعرفة

تقيم المعرفة في مكانين: في الرؤوس وفي المستندات. ولكل منهما طريقه إلى المنصّة، وثالث لكل ما يكتبه فريق التحرير بنفسه بسرعة.

INTERVIEWER

من الرؤوس

يجري الذكاء الاصطناعي حوارًا، يوجّهه قالب (Vorlage) يعرف ما المعلومات التي يحتاج إليها المستند. وحيث ينقص شيء، يسأل أكثر. والناتج ليس سجلّ محادثة، بل مستند منظّم هو الـ iDoc.

CAMPUS

من المستندات

يبني مولّد الذكاء الاصطناعي من الملفات أو الـ iDocs الموجودة مسودة أولى مع تقسيم للمحتوى. ويراجع فريق التحرير الوقائع والنبرة والبناء. وللمجموعات الكبيرة يوجد أيضًا استيراد.

CAMPUS

يكتبه الفريق

المحتوى القصير الدقيق، من دليل إرشادي أو جهة اتصال أو سير عمل، ينشئه فريق التحرير مباشرة. وكثيرًا ما يكون هذا أسرع طريق.

أقوى ما يكون الجمع بينهما: يحفظ INTERVIEWER المعرفة، ويحوّلها مولّد الذكاء الاصطناعي في CAMPUS إلى محتوى تعليمي. وهو حينئذ لا يعمل ارتجالًا، بل على معرفتكم الخاصة المراجَعة.

ليس عليك أن تحوّل كل شيء أولًا إلى محتوى تعليمي. فإذا كان Bryan محجوزًا، فإنه يبحث أيضًا في الملفات والفيديوهات المرفقة بمحتواكم. ومع ذلك يلزم ترتيب جيد، فـ Bryan أيضًا لا يجيب إلا بقدر جودة المصادر.

ثلاث قواعد للمقابلات مع الخبراء المتخصصين:

- **موضوع واحد في كل حوار.** «احكِ لي كل شيء» يقود إلى كلام عابر. أما «كيف تجري معالجة الشكوى؟» فيقود إلى مستند.
- **دعه يحكي.** الكلام الحر يعطي أكثر من الاستبيان. وأسئلة الذكاء الاصطناعي المتابِعة تستخرج ما يراه الشخص بدهيًا.
- **ابدأ مبكرًا.** في آخر يوم عمل يكون الوقت قد فات. وكيف تخطّط لتسليم كامل، يبيّنه الـ Playbook

Playbook احفظ المعرفة قبل أن تتقاعد.

المزيد في الدليل: INTERVIEWER احفظ معرفة شخص ما، و INTERVIEWER القالب ومبدأ المقابلة، و CAMPUS مولّد الذكاء الاصطناعي.

في BUTTERFLY EFFECT

الكل يعرف هذا

حجز يوناس مع هانس ثلاثة أرباع الساعة، والموضوع: الشكاوى. جاء هانس وذراعاه معقودتان. «ليس هناك الكثير ليُحكى. الكل يعرف هذا.»

حكى مع ذلك، وسأل INTERVIEWER أسئلة متابعة. ماذا يحدث إن لم يكن لدى العميل رقم فاتورة؟ ابتداءً من أي مبلغ تُبلَّغ الإدارة؟ عند السؤال الثالث فكّ هانس ذراعيه. «موضوع المبلغ هذا»، قال، «سألني عنه أحدهم قبل سنوات. وليس مكتوبًا في أي مكان.»

بعد 45 دقيقة كان بين يديهم مستند لم يكن له وجود بهذا الشكل من قبل. سلّمه يوناس مع مجموعة ملفات PDF القديمة إلى مولّد الذكاء الاصطناعي في CAMPUS ووصف باختصار ما ينبغي أن يخرج في النهاية: وحدة تأهيل لخدمة العملاء.

«لم يكتمل بعد»، قال حين ظهرت المسودة الأولى. «ولا يجب أن يكتمل»، ردّت مارا. «الذكاء الاصطناعي يقدّم الهيكل الخام. أما اللمسات الأخيرة فأنت من يضعها.»

ترتيب يمكن العثور عليه

كل منصّة ترتّب المحتوى بطريقتين: عبر أقسام كبيرة قليلة يتنقّل المرء خلالها، وعبر كلمات مفتاحية صغيرة كثيرة يجد بها. وفي CAMPUS تُسمّى الفئات والوسوم (Tags).

- **الفئات هي الصناديق الكبيرة.** قليلة وثابتة وتُسمّى من وجهة نظر المستخدمين. من خمس إلى تسع تكفي في الغالب. وهي تنشأ من موضوعات البداية في الفصل 2.
- **الوسوم هي الملصقات الصغيرة.** يمكنك أن تمنح منها الكثير: «للمبتدئين»، «يستغرق 10 دقائق»، «إلزامي». تساعد في العثور على المحتوى، ويمكن حتى أن تكون اهتمامات في الملف الشخصي.
- **الفئات المستهدفة ليست فئة.** «للمديرين فقط» ليس مكانها في التنقّل، بل في الظهور. وإلا فسيرى الجميع من ينتمي إلى أي فئة مستهدفة.

في BUTTERFLY EFFECT · صناديق وملصقات

بدأ الأسبوع الثاني بخلاف لم يكن خلافًا. أراد يوناس فئة مستقلة لكل موضوع: التأهيل، والمبيعات، والتقنية، والامتثال، والمهارات الشخصية. وبعد ساعة كان قد وصل إلى أربع عشرة.

«إذا واصلنا هكذا»، قالت مارا، «فلن يحتاج أحد إلى البحث بعد الآن. لكن لن يهتدي أحد في التنقّل أيضًا.»

في النهاية بقيت أربع فئات، سُمّيت كلٌّ منها بحيث يُعرف ما فيها دون شرح: التأهيل، والمبيعات، وخدمة العملاء، والقواعد والالتزامات. وصارت التقنية والمهارات الشخصية وسومًا، وكذلك كل ما هو أدقّ. بقي التنقّل مرتّبًا، ومع ذلك أمكن العثور على كل شيء.

دوّن القواعد باختصار قبل أن ينشئ عدة أشخاص المحتوى: ما الفئات الموجودة، وما الوسوم، وكيف تُكتب. يكفي نصف صفحة. لا أحد يقرأ لوائح طويلة، ولذلك تستعرضها بإيجاز مع كل شخص ينضم حديثًا إلى فريق التحرير. وإلا وُجد بعد ثلاثة أشهر «التأهيل» و«تأهيل» و«الإعداد الوظيفي» جنبًا إلى جنب. وكيف يتم ذلك عمليًا: CAMPUS فئة أم وسم؟ و CAMPUS الفئات والوسوم في خطة التحرير.

ما الذي يجعل المحتوى جيدًا

المحتوى الجيد على منصّة المعرفة ليس مقالًا مطوّلًا. إنه يُبحث عنه ولا يُقرأ. ومن هنا خمس قواعد:

1. **سؤال واحد لكل محتوى.** ثلاثة محتويات قصيرة أفضل من واحد يشرح كل شيء.
2. **الجواب أولًا.** من يتوقف بعد ثلاثة أسطر ينبغي أن يعرف مع ذلك ما عليه فعله. والخلفية والاستثناءات تأتي بعد ذلك.
3. **مثال.** حالة حقيقية من واقعكم اليومي تشرح أكثر من أي تعريف.
4. **اسم وتاريخ.** من المسؤول، ومتى جرت آخر مراجعة؟ هذا يخلق الثقة.
5. **تصنيف صحيح.** فئة مناسبة، وعدة وسوم، وظهور صحيح.

ستجد في الدليل إرشادات خطوة بخطوة للمحتوى القوي: CAMPUS وصفة: محتوى قوي و CAMPUS المحتوى المثالي.

اللغات

إذا كان فريقك يعمل بعدة لغات، فقرّر مبكرًا كيف ستتعاملون مع ذلك. لكل محتوى في CAMPUS لغة أساس إلزامية يجب أن تكون مكتملة دائمًا. ويمكن إضافة لغة ثانية يعتني بها فريق التحرير. وهي مجدية حيث يكون الخطأ مكلفًا، مثل موضوعات الإلزامي أو السلامة. أما نسخ اللغات الأخرى فيستطيع

CAMPUS إنتاجها تلقائيًا. وهذه الوظيفة تُطوَّر تدريجيًا، فاسأل عن وضعها في منصّتكم. المزيد: اللغة في CAMPUS CAMPUS.

أداة عمل

خطة المحتوى للبداية

السؤال الذي يجيب عنه المحتوى	الفئة	الطريق	التحرير	المراجعة المهنية	ينتهي بحلول
		مقابلة · مولّد الذكاء الاصطناعي · يكتبه الفريق			
		مقابلة · مولّد الذكاء الاصطناعي · يكتبه الفريق			
		مقابلة · مولّد الذكاء الاصطناعي · يكتبه الفريق			
		مقابلة · مولّد الذكاء الاصطناعي · يكتبه الفريق			
		مقابلة · مولّد الذكاء الاصطناعي · يكتبه الفريق			

ما تخرج به

- ابدأ بما يُبحث عنه فعلًا، لا بما يوجد صدفةً في المجلدات. الأسئلة العشرون للجدد هي خطة بدايتك.
- المعرفة في الرؤوس يستخرجها INTERVIEWER بالحوار، والمعرفة في المستندات يحوّلها مولّد الذكاء الاصطناعي إلى مسودة. واللمسات الأخيرة يضعها إنسان دائمًا.
- فئات قليلة، ووسوم كثيرة، والقواعد الخاصة بها مكتوبة.
- المحتوى الجيد يجيب عن سؤال واحد، وفي بدايته مباشرة.

5

البناء

التجربة والإطلاق الأول

أولًا مجموعة صغيرة، ثم الجميع. كيف تختبر، وبِمَ تعرف أنك جاهز، وما الذي يهم في الأسبوعين الأولين.

لا فرصة ثانية للانطباع الأول. من يفتح منصّة للمرة الأولى فيصادف أقسامًا فارغة لا يعود إليها سريعًا. لذلك لا تدعُ الجميع دفعة واحدة، بل مجموعة صغيرة أولًا. وما يلفت انتباهها لا يلزم أن يلفت انتباه الجميع لاحقًا.

تجريب مسار الاعتماد

قبل أن يأتي أي شخص من الخارج، يُجرَّب المسار من المسودة إلى النشر مرة كاملة. يُنهي فريق التحرير محتوى ويطلب الاعتماد. ويراجع صاحب صلاحية Reviewer ويوافق، أو يعيده مع ملاحظات. وعندها فقط يصبح ظاهرًا للفئة المستهدفة المقصودة.

لا يفحص الاعتماد الأخطاء المطبعية فحسب. بل ينظر في أربعة أمور: هل المحتوى صحيح مهنيًا؟ هل جميع اللغات المقررة مُعتنى بها؟ هل صُنّف تصنيفًا صحيحًا؟ هل يراه الأشخاص المناسبون تمامًا؟ وكيف يبدو المسار في CAMPUS: CAMPUS الاعتماد والنشر.

في BUTTERFLY EFFECT · أربع أعين

حين وضع يوناس أول مسودة جاهزة على «طلب الاعتماد»، لم يحدث شيء في البداية. لا رسالة للجميع، ولا إنذار. مجرد طابور صامت ينتظر مارا.

فتحت المسودة بعيني مراجِعة لا بعيني زميلة: هل اللغتان الألمانية والإنجليزية مُعتنى بهما؟ هل الفئة والوسوم صحيحة؟ هل لدى الأشخاص المناسبين حق الوصول؟ وعندما وافقت فقط، انتقلت الصفحة من مسودة إلى منشورة.

وفي وقت لاحق نسخت الرابط إلى دردشة الفريق، وخطرت لها فكرة: الرابط المشارَك لا يفتح الباب تلقائيًا للجميع. من يحق له فعلًا أن يعبر منه تقرره قواعد الظهور، مهما انتشر الرابط. حماية ثانية خلف الأولى. شعرت مارا بالاطمئنان.

مرحلة التجربة

- **المجموعة:** من خمسة إلى عشرة أشخاص من الفئة المستهدفة الحقيقية. خذ بعض الجدد، وبعض أصحاب الخبرة، وشخصًا واحدًا على الأقل يتشكك في المشروع كله. ملاحظاته هي الأثمن.
- **المدة:** من أسبوع إلى أسبوعين. حدّد البداية والنهاية مسبقًا، وكذلك أين تُجمَع الملاحظات.
- **المهام:** أعطِ المجموعة مهام حقيقية بدل «ألقوا نظرة». على سبيل المثال: «اكتشف ما تفعله عند شكوى بلا رقم فاتورة.»
- **الظهور:** افحص بحساب اختبار لكل فئة مستهدفة هل يرى كل شخص بالضبط ما هو مقصود له. واختبر في ذلك رابطًا مشارَكًا أيضًا.
- **سهولة العثور:** راقب عمّ تبحث المجموعة وهل تجده. اسأل، أو استعن بتقرير البحث إن كان مفعّلًا لديكم. مصطلحات البحث بلا نتائج تعني محتوى ناقصًا أو وسومًا ناقصة.

أداة عمل · **خطة اختبار التجربة**

مهمة لمجموعة التجربة	من يختبر	هل وُجد؟	ما الذي كان ناقصًا؟
		نعم · جزئيًا · لا	
		نعم · جزئيًا · لا	
		نعم · جزئيًا · لا	
محتوى واحد مرة كاملة من المسودة حتى النشر	التحرير والاعتماد	نعم · جزئيًا · لا	

مهمة لمجموعة التجربة	من يختبر	هل وُجد؟	ما الذي كان ناقصًا؟
حساب اختبار لكل فئة مستهدفة: هل يرى الصحيح؟	مسؤول المنصّة	نعم · جزئيًا · لا	

هل أنت جاهز؟

الإطلاق ليس مسألة تقويم، بل معايير. حدّدها قبل التجربة، وعندئذ لا تضطر في النهاية إلى القرار بالحدس.

أداة عمل

قائمة مراجعة الإطلاق

	المعيار	من يؤكد
☐	جرى مسار الاعتماد مرة كاملة على الأقل.	
☐	يجيب كل موضوع انطلاق عن أكثر الأسئلة تكرارًا.	
☐	جرى فحص الظهور بحسابات اختبار.	
☐	أُخذت ملاحظات التجربة في الحسبان أو أُجّلت عمدًا.	
☐	الحسابات والمجموعات جاهزة.	
☐	من يجيب عن الأسئلة واضح، وهذا مذكور في الإعلان.	
☐	قادة الفرق على علم ويعلنون ذلك في فرقهم.	
☐	أُنجزت قائمة مراجعة الإطار من الفصل 2.	

الإطلاق

في يوم الإطلاق نفسه لا يحدث الكثير مما يلفت النظر، وهذا جيد. تُنشأ بقية الحسابات، وتُسند الأدوار والمجموعات. معظم الناس User، وقلة قليلة تحصل على صلاحيات أكثر. ومع الحسابات الكثيرة يفيد الاستيراد الجماعي: CAMPUS إنشاء المستخدمين دفعة واحدة.

ثم يأتي الإعلان. تكفي رسالة قصيرة إن أجابت عن ثلاثة أسئلة: ما الجديد؟ أين أسجّل الدخول؟ إلى من أتوجه؟ وتؤثر أكثر إذا جاءت من الجهة المكلِّفة وليس من المشروع وحده.

أداة عمل

قالب الإعلان

الموضوع: من اليوم: معرفتنا في مكان واحد

مرحبًا بالجميع،

من اليوم ستجدون على [العنوان] منصّة المعرفة الجديدة لدينا. وفي البداية تضم كل ما يخص [موضوعات البداية]. تسجّلون الدخول عبر [طريقة تسجيل الدخول].

ما ينقص سيُضاف. أخبرونا عمّ بحثتم ولم تجدوه: [جهة الاتصال، القناة].
[إذا كان Bryan مفعّلًا: يمكنكم أيضًا طرح الأسئلة مباشرة على Bryan، في أسفل اليمين من كل صفحة.]

مع أطيب التحيات
[الجهة المكلّفة]

في BUTTERFLY EFFECT

الباب ينفتح

في الأسبوع الخامس فقط دعت مارا الفريق كله. كانت قد انتظرت عن قصد: من يفتح CAMPUS للمرة الأولى ينبغي أن يجد شيئًا، لا ورشة بناء.

إنشاء حساب استغرق دقائق. بقي معظم الزملاء User، وحصلت قلة قليلة عن قصد على صلاحيات أكثر، وليس أكثر مما تحتاج إليه. وحصل كل شخص على مجموعة، كجواب صامت عن سؤال: أي المحتويات مقصودة له.

في الأسبوع الأول وردت ثلاثة أسئلة لا جواب لها بعد. وفي يوم الجمعة كانت الأجوبة على المنصّة.

الأسبوعان الأولان

بعد الإطلاق يتحدد هل ستصبح المنصّة عادة. وفي هذه الفترة تستحق المرافقة الوثيقة العناء:

- **كن متاحًا:** تردّ جهة الاتصال بسرعة، والأفضل في اليوم نفسه.
- **سدّ الثغرات:** ما يُبحث عنه ولا يوجد يُضاف في غضون أيام قليلة. ولا شيء أكثر إقناعًا من تجربة «سألت، والآن هو موجود».
- **أحِل بدل أن تشرح:** اطلب من قادة الفرق أن يجيبوا عن الأسئلة برابط إلى المنصّة. هكذا يتعلّم الفريق أين ينظر أولًا.

- **أنصت:** بعد أسبوعين، جولة قصيرة مع مجموعة التجربة واثنين أو ثلاثة من قادة الفرق: ما الذي يعمل، وما الذي يزعج، وما الذي ينقص؟

ما تخرج به

- ادعُ أولًا مجموعة صغيرة متنوعة، بمهام حقيقية ونهاية محددة.
- قرّر الإطلاق بحسب المعايير، لا بحسب التقويم.
- يجيب الإعلان عن ثلاثة أسئلة: ما الجديد، وأين أسجّل الدخول، ومن أسأل.
- في الأسبوعين الأولين تهم السرعة: ما ينقص يوجد بعد أيام قليلة.

6

التشغيل

بعد الإطلاق

يتحول المشروع إلى عادة. خطة تحرير بثلاثة إيقاعات، وتاريخ صلاحية لكل محتوى، وتوسّع خطوة بخطوة.

في BUTTERFLY EFFECT · حديقة، لا قائمة مراجعة

بعد ستة أسابيع لم يعد CAMPUS مشروعًا ينبغي على مارا «إنهاؤه». صار شيئًا تعتني به، كما يُعتنى بحديقة، لا بقائمة مراجعة.

عدّلت الأدوار حين تغيّرت المسؤوليات. وأضاف يوناس محتويات جديدة، بإيقاع هادئ لا على دفعات. وحين أتمّ الفريق أولى الوحدات فعلًا، فعّلوا Reward-System بتحفّظ: شهادة للإثباتات الحقيقية، وBadge للمعالم المرئية. كوفئ ما أنجزه المرء، لا عدد مرات نقره.

خطة التحرير

نعم، منصّة المعرفة تحتاج إلى تخطيط تحريري. ليس كبيرًا، لكنه موثوق. وبدونه يحدث ما يحدث في كل مكان لحفظ الملفات: في البداية كل شيء حديث، وبعد سنة لا يعرف أحد ما الذي ما زال صحيحًا. تكفي ثلاثة إيقاعات:

الإيقاع	ما الذي يحدث	من
أسبوعيًا، نصف ساعة	الاطلاع على الأسئلة المفتوحة والملاحظات، ومراجعة مصطلحات البحث بلا نتائج، وإنجاز الاعتمادات المنتظرة.	التحرير والاعتماد
شهريًا، ساعة	تخطيط الموضوعات للأسابيع القادمة: ما المطروح؟ عملية جديدة، أو إطلاق منتج، أو قاعدة جديدة، أو سؤال موسمي؟	مسؤول المنصّة، والتحرير، والأقسام المتخصصة عند الحاجة

الإيقاع	ما الذي يحدث	من
كل ربع سنة، نصف يوم	فحص المخزون: أرشفة ما تقادم، ودمج الوسوم المكررة، ومراجعة الصلاحيات، وتقييم المؤشرات والتقرير عنها.	مسؤول المنصّة مع الجهة المكلِّفة

أداة عمل

خطة التحرير

الشهر	المناسبة أو الموضوع	المحتوى المخطَّط	الطريق	المسؤول	الحالة
			مقابلة · مولّد الذكاء الاصطناعي · يكتبه الفريق		
			مقابلة · مولّد الذكاء الاصطناعي · يكتبه الفريق		
			مقابلة · مولّد الذكاء الاصطناعي · يكتبه الفريق		
			مقابلة · مولّد الذكاء الاصطناعي · يكتبه الفريق		

من أين تأتي الموضوعات الجديدة

أفضل الموضوعات لا يخترعها فريق التحرير. إنها تظهر حين ينظر المرء:

- **عمليات البحث بلا نتائج:** عمّ بُحث ولم يوجد شيء؟ كل مصطلح من هذه يعني محتوى ناقصًا أو وسمًا ناقصًا. يمكن لـ CAMPUS تحليل مصطلحات البحث الشائعة وعمليات البحث بلا نتائج، إن رغبتم في ذلك وجرى الاتفاق عليه مع مجلس العمال.
- **الأسئلة الموجّهة إلى Bryan:** إذا كان مساعد الذكاء الاصطناعي مفعّلًا، تُظهر تقاريره فيمَ يُستخدم. والأسئلة المتكررة مؤشر على المحتويات الناقصة.
- **الملاحظات:** كل شكوى من محتوى ناقص أو خاطئ هدية. سهّل على الناس أن يبلّغوا عنها.
- **الأحداث:** عمليات ومنتجات وقواعد جديدة. خطّط للمحتوى مع المستجدّ لا بعده.
- **الوداعات:** إذا غيّر أحدهم دوره أو تقاعد، فمكان مقابلة مع INTERVIEWER على قائمة التسليم. قبل أشهر، لا في آخر يوم. المزيد في الـ Playbook Playbook احفظ المعرفة قبل أن تتقاعد.
- **الموضوعات المحبوبة:** ما يكثر استخدامه يستحق تعميقًا.

لكل محتوى تاريخ صلاحية

المحتوى المتقادم أسوأ من المحتوى المفقود. إنه لا يكلّف وقتًا فحسب، بل يكلّف الثقة في كل المحتويات الأخرى. لذلك يحصل كل موضوع على شخص مسؤول وإيقاع مراجعة: ربما نصف سنة للعمليات التي تتغيّر كثيرًا، وسنة للأساسيات.

مسودة	ينشئها فريق التحرير.
⌄	
اعتماد	يراجعه شخص ثانٍ.
⌄	
منشور	ظاهر للفئة المستهدفة.
⌄	
مُراجَع	بحسب الدورة: هل ما زال صحيحًا؟
⌄	
مؤرشف	أو معدَّل ومعتمَد من جديد.

الأرشفة أفضل من الحذف: المحتوى المؤرشف يختفي عن المستخدمين، لكن يمكن استرجاعه وتعديله.

تحفيز مدروس

يستطيع Reward-System في CAMPUS أن يُظهر التعلّم: بـ Badges للمعالم، وشهادات للإثباتات، ونقاط وحملات للأنشطة خلال فترة زمنية. وهذه أداة قوية، ولذلك فهي أداة تستخدمها بتروٍّ:

- **كافئ النتائج لا النقرات.** من تكافئه على النشاط تحصل على النشاط، لكن لا على التعلّم.
- **المعنى قبل الكمّ.** شهادة ذات قيمة تتفوّق على عشر Badges تافهة.
- **لوائح الترتيب بالاتفاق فقط.** ليس كل شخص يرغب في أن يُقارَن علنًا. وهنا يكون مجلس العمال، إن وُجد، عنوانًا أول جيدًا.
- **الهيكل أولًا، ثم المكافأة.** تعزّز المكافآت ما هو موجود. وهي لا تحلّ محل المحتوى الجيد.

في الدليل: CAMPUS Reward-System و CAMPUS وصفة: استخدام المكافآت بصورة مجدية.

النمو خطوة بخطوة

حين يستقر التشغيل يأتي السؤال: ماذا بعد؟ انمُ بالترتيب الذي بدأت به، خطوة تلو الأخرى:

- **موضوعات جديدة:** عُد إلى قائمة الموضوعات من الفصل 2، وخذ الأولوية التالية.
- **فئات مستهدفة جديدة:** مجموعات جديدة وقواعد ظهور، وتجربة صغيرة، ثم الإطلاق لهذه المجموعة.
- **مزيد من التحرير:** تعتني الأقسام المتخصصة بمحتوياتها بنفسها، بصلاحيات مقصورة على مجموعتها. ويبقى الاعتماد منفصلًا.
- **صيغ جديدة:** مسارات تعلّم تقود خطوة بخطوة عبر موضوع، ومواعيد مباشرة، أو بودكاست وعروض شرائح ينتجها AI Studio في INTERVIEWER من الـ iDocs.

تجد أفكارًا للمشاريع المعتادة في حالات الاستخدام (Use Cases) في الدليل، مثل CAMPUS برنامج التأهيل، وفي النظرة العامة CAMPUS حالات الاستخدام.

ما تخرج به

- خطة تحرير بثلاثة إيقاعات: اطلاع أسبوعي، وتخطيط شهري، وترتيب كل ربع سنة.
- تظهر الموضوعات الجديدة في عمليات البحث بلا نتائج، وفي الأسئلة الموجّهة إلى Bryan، وفي كل وداع.
- لكل محتوى شخص مسؤول وتاريخ مراجعة. وما تقادم يُؤرشف.
- كافئ النتائج لا النقرات. وانمُ خطوة بخطوة.

7

التشغيل

قياس النجاح والتقرير عنه

متى يكون الأمر نجاحًا؟ مؤشرات على ثلاثة مستويات، وتوقيتات مناسبة، وتقرير يتّسع له صفحة واحدة.

النجاح ليس أن ينقر كثيرون. النجاح هو ما دوّنته هدفًا في الفصل 2. لذلك لا يبدأ هذا الفصل بالأرقام، بل ببطاقة مشروعك: ما المشكلة التي أردت حلّها، وبِمَ أردت قياس ذلك؟

مؤشرات على ثلاثة مستويات

تجيب المؤشرات الجيدة عن ثلاثة أسئلة، بهذا الترتيب. الأول أسهلها قياسًا، والثالث هو الذي يهم فعلًا.

المستوى 1 · الاستخدام

هل يأتي الناس؟

المستخدمون النشطون، والزيارات، والتطور عبر الزمن. هل يعودون، أم يأتون مرة واحدة عند الإطلاق؟

المستوى 2 · المحتوى

هل يجدون الصحيح؟

عمليات البحث بلا نتائج، وتقييمات المحتوى، ونسبة المحتويات التي روجعت وفق إيقاع المراجعة.

المستوى 3 · الأثر

هل يتغيّر شيء؟

الرقم الوارد في هدفك: أسئلة متكررة أقل، وتأهيل أقصر، وإثباتات كاملة في التدريب الإلزامي.

المستويان الأولان يعرضهما لك CAMPUS. أما الثالث فتقيسه عادة كما قست القيم الأساسية: بقائمة العدّ نفسها، والاستطلاع نفسه، والأسئلة نفسها لقادة الفرق. بهذا وحده تصبح الأرقام قابلة للمقارنة.

ما يعرضه لك CAMPUS

تقدّم التقارير في CAMPUS مؤشرات عن النشاط، وعن المحتويات وتقييماتها، وعن تقدّم التعلّم مع حالات الإتمام والشهادات، وعن استخدام Bryan إن كان مفعّلًا. ومن أراد تحليلًا أعمق أو نقل الأرقام إلى لوحات معلومات خاصة، يستطيع استدعاءها عبر الواجهة البرمجية. وهذه مهمة قسم تقنية المعلومات لديكم.

التفاصيل: CAMPUS التقارير.

كلمة عن حماية البيانات: لتقرير ما، نادرًا ما تحتاج إلى أرقام عن أفراد بعينهم. حلّل مجمَّعًا، لكل فريق أو فئة مستهدفة. هذا يقلّل البيانات المجموعة وهو في الغالب أكثر دلالة أيضًا.

متى تقيس

بعد 30 يومًا
الاستخدام
هل يأتي الناس، وهل يعودون؟ إن لم يحدث: افحص الإعلان وتسجيل الدخول ومحتوى البداية.

بعد 60 يومًا
المحتوى
هل يجدون ما يبحثون عنه؟ عمليات البحث بلا نتائج والملاحظات تُظهر الثغرات.

بعد 90 يومًا
الأثر
الرقم الوارد في الهدف، مقارنًا بالقيمة الأساسية. وهذا هو التقرير الأول.

بعد ذلك كل ربع سنة
المستويات الثلاثة كلها
مع فحص المخزون من الفصل 6.

لا تحكم مبكرًا. الاستخدام يظهر في أيام، والأثر في شهور. ومن يقيس مدة التأهيل بعد أسبوعين يقيس المصادفة في الأساس.

أرقام تخدع

بعض الأرقام تبدو جيدة وتقول القليل:

- **مرات عرض الصفحات وحدها.** محتوى يُفتح ثلاث مرات لأنه لم يُفهم في المرة الأولى ليس نجاحًا.
- **عدد المحتويات.** الأكثر ليس أفضل. عشرون محتوى معتنًى به تتفوق على مئتين متقادمة.
- **نقاط Reward-System.** تُظهر مدى تقبّل حملة ما، لا هل حدث تعلّم.

سؤال فحص بسيط يفيد: هل كنت سأفعل شيئًا مختلفًا لو انخفض هذا الرقم؟ إن لم يكن كذلك، فليس مكانه في التقرير.

في BUTTERFLY EFFECT · صفحة واحدة لكاترين

بعد تسعين يومًا كتبت مارا تقريرها الأول. كانت قد تعلّمت: صفحة واحدة. وفي أعلاها جملة. «الهدف تحقق في معظمه: الزملاء الجدد في خدمة العملاء يستفسرون أقل بكثير، وهانس لم يعد شخصًا لا غنى عنه حين يكون في إجازة.»

وتحتها ثلاثة أرقام. أظهرت قائمة العدّ التي احتفظ بها هانس وزميلتان قبل البدء 31 سؤالًا متكررًا في أسبوعين. والآن صارت اثني عشر. ثم جملتان عمّا لم ينجح: قسم المبيعات بالكاد استخدم المنصّة لأن موضوعاته ما زالت غائبة.

قرأت كاترين السطر الأول، ثم الأخير. «وماذا تحتاجين؟» «ساعتين في الأسبوع من المبيعات، لثلاثة أشهر.» أومأت كاترين. واستغرقت المحادثة أربع دقائق.

كيف تكتب تقريرك

يتبع التقرير الجيد إلى المسؤولين قاعدة بسيطة: الجواب أولًا. من يقرأ السطر الأول فقط ينبغي أن يعرف كيف تسير الأمور. وكل ما بعده يعلّل هذا السطر.

1. **الوضع في جملة واحدة.** هل تحقق الهدف، أم تحقق جزئيًا، أم لم يتحقق؟ دون التفاف.
2. **رقمان إلى ثلاثة.** القيمة الأساسية، والقيمة الحالية، والهدف. لا أكثر.
3. **ما سار جيدًا وما لم يسر.** بصدق. التقرير بلا نقاط ضعف لا يبدو قويًا، بل غير موثوق.
4. **الخطوات التالية.** ماذا سيحدث في الربع القادم؟
5. **ما تحتاج إليه.** قرار، أو وقت، أو ميزانية، أو دعم. بشكل محدد، مع الحجم والتاريخ.

أداة عمل · **تقرير الوضع في صفحة واحدة**

الوضع في جملة واحدة

هدفنا (من بطاقة المشروع)

المؤشر · القيمة الأساسية · اليوم · الهدف
المؤشر · القيمة الأساسية · اليوم · الهدف
ما سار جيدًا
ما لم يسر جيدًا، ولماذا
الخطوات التالية حتى
ما نحتاج إليه، ومن من، وحتى متى

حين لا تكون الأرقام كما ينبغي

إذا غاب الأثر، فنادرًا ما يكون السبب المنصّة. وغالبًا هو أحد أربعة أمور، ولكل منها رافعة:

- **المحتويات ناقصة:** انظر في عمليات البحث بلا نتائج وسدّ الثغرات، بدءًا بالأكثر تكرارًا.
- **لا يُعثر على المحتويات:** افحص الفئات والوسوم. ابحث مع اثنين أو ثلاثة مستخدمين معًا وراقب.
- **العادة غائبة:** اطلب من قادة الفرق أن يحيلوا إلى المنصّة باستمرار. وأغلق أماكن الحفظ القديمة التي تحوي الشيء نفسه.
- **الهدف كان كبيرًا جدًا:** هذه ليست هزيمة، بل إدراك. الأفضل أن تحقق هدفًا أصغر من أن تخفق في هدف كبير. اكتب ذلك في التقرير.

ما تخرج به

- ✓ النجاح هو هدفك من الفصل 2، لا عدد النقرات.
- ✓ قس على ثلاثة مستويات: الاستخدام، والمحتوى، والأثر. وتقيس الأثر كما قست القيم الأساسية.
- ✓ انظر بعد 30 و60 و90 يومًا، ثم كل ربع سنة.
- ✓ يتّسع للتقرير صفحة واحدة: الوضع، والأرقام، والصدق، والخطوات التالية، وما تحتاج إليه.

8

نظرة عامة

نظرة شاملة

الطريق كله في صفحة واحدة، وجميع أدوات العمل، ومسرد صغير، وخطوتك التالية.

في BUTTERFLY EFFECT · خاتمة

كانت مارا تفكّر أحيانًا في ذلك الاثنين الأول، في الشاشة الفارغة. لم تكن لحظة عظيمة. مجرد بداية لشيء نما ببطء، أسبوعًا بعد أسبوع، وقرارًا بعد قرار.

لم يكن أي من هذه القرارات شاقًا بذاته. لكنها في مجموعها حددت ما صار إليه CAMPUS في Butterfly Effect. قرارات صغيرة، أثر كبير. لقد صدق الاسم.

ربما تجلس أنت نفسك الآن أمام هذه الشاشة الفارغة. والخبر الجيد: الأسئلة التي طرحتها مارا على نفسها هي نفسها التي ستعينك. لأي غاية؟ من ينشئ ومن يراجع؟ ما الذي يأتي أولًا؟ متى يكون الأمر جيدًا بما يكفي؟ وبِمَ نرى أنه يؤثر؟

الطريق كله في صفحة واحدة

أداة عمل

قائمة المراجعة الشاملة

الخطوة	ما تفعله	الفصل
☐ **التعرّف**	أجرِ الاختبارين الذاتيين، ودوّن الحجم.	1
☐ **الهدف**	املأ بطاقة المشروع، والهدف في جملة واحدة، وتوافق عليه مع الجهة المكلِّفة.	2
☐ **الموضوعات**	اختر موضوعات انطلاق قليلة، وأعطِ كلًّا منها شخصًا مسؤولًا.	2
☐ **الإطار**	وضّح حماية البيانات، والهيئة، والمقابلات، واشتراطات القطاع.	2
☐ **القيم الأساسية**	قس رقمًا أو رقمين قبل أن يتغيّر شيء.	2
☐ **الأدوار**	خطة الأدوار بالأسماء والنائب، ثم امنح الصلاحيات.	3
☐ **الهيكل**	حدّد الفئات والوسوم ودوّن القواعد.	4
☐ **المحتويات**	أجب عن الأسئلة العشرين للجدد: بالمقابلة، أو بمولّد الذكاء الاصطناعي، أو بنصوص يكتبها الفريق.	4
☐ **الاعتماد**	جرّب الطريق من المسودة إلى النشر مرة كاملة.	5
☐ **التجربة**	مجموعة صغيرة، ومهام حقيقية، ونهاية محددة، وحسابات اختبار لكل فئة مستهدفة.	5
☐ **الإطلاق**	استيفاء القائمة، وإنشاء الحسابات، وإرسال الإعلان.	5
☐ **المرافقة**	الردّ السريع وسدّ الثغرات لمدة أسبوعين.	5
☐ **التشغيل**	خطة تحرير بثلاثة إيقاعات، وتاريخ مراجعة لكل محتوى.	6
☐ **التقرير**	بعد 90 يومًا صفحة واحدة للجهة المكلِّفة، ثم كل ربع سنة.	7

جميع أدوات العمل

توجد أدوات العمل في كل فصل حيث تلزم. وهنا تجدها مجتمعة. للطباعة والتعبئة تتوفر كل أداة على حدة بصيغة PDF، وجميعها معًا في دفتر أدوات العمل.

أداة العمل	الغرض	الفصل
خمس علامات تحذير وهل يناسبك CAMPUS؟	هل تحتاج إلى منصّة، وبأي حجم؟	1
بطاقة المشروع	الهدف، والنجاح، والمسؤولية، والفترة الزمنية في صفحة واحدة	2
قائمة الموضوعات	اختيار موضوعات الانطلاق وإسنادها	2
قائمة مراجعة الإطار	حماية البيانات، والمشاركة في القرار، والاشتراطات	2
خطة الأدوار	من يتولّى أي دور، وبأي صلاحيات	3
خطة المحتوى للبداية	أي الأسئلة، وأي طريق، ومن، وحتى متى	4
خطة اختبار التجربة	مهام لمجموعة التجربة	5
قائمة مراجعة الإطلاق	هل أنت جاهز؟	5
قالب الإعلان	رسالة الانطلاق	5
خطة التحرير	موضوعات الأشهر القادمة	6
تقرير الوضع في صفحة واحدة	التقرير إلى الجهة المكلِّفة	7

مسرد صغير

أهم مصطلحات هذا الـ Playbook، دون تعقيد تقني. أما المسرد الكامل ففي دليل CAMPUS CAMPUS.

Bryan	مساعد الذكاء الاصطناعي في CAMPUS. يجيب عن الأسئلة استنادًا إلى محتواكم الخاص ومصادر معرفتكم، بما في ذلك الملفات والفيديوهات المرفقة. وهو جزء من الوحدة الاختيارية «Interactive Avatar» التي تتطلب وحدة «AI Suite».
Editor	شخص يحق له إنشاء المحتوى والعناية به. تقنيًا هو Admin بصلاحيات على المحتوى.
الاعتماد	الخطوة بين المسودة والنشر: يراجع شخص ثانٍ ويوافق.
مجموعة (Group)	تجمع الأشخاص، مثلًا بحسب القسم أو الفئة المستهدفة. وتحدد أي محتويات تتعلق بها الصلاحيات ومن يرى ماذا.

iDoc	المستند المنظّم الذي ينتجه INTERVIEWER من الحوارات والملفات والملاحظات. يمكن تضمينه في CAMPUS أو استخدامه مصدرًا لمولّد الذكاء الاصطناعي.
فئة (Kategorie)	أحد الأقسام الكبيرة القليلة التي يُتنقَّل عبرها في المنصّة.
مولّد الذكاء الاصطناعي	ينتج في CAMPUS من المعرفة الموجودة مسودة أولى مع تقسيم للمحتوى. ويراجعها إنسان ويحسّنها.
المنتج	هكذا يُسمّى في CAMPUS محتوى منفرد، مثل مقال أو صفحة نظرة عامة.
Reviewer	صلاحية مراجعة المحتوى واعتماده. منفصلة عمدًا عن صلاحية إنشاء المحتوى.
Reward-System	Badges وشهادات ونقاط وحملات تُظهر التعلّم.
قواعد الظهور	تحدد من يحق له فعلًا أن يرى محتوى ما، حتى لو شورك رابط. وتُسمّى في الدليل Restrictions.
Super-Admin	الدور ذو الوصول الكامل، بما في ذلك الإعدادات التي تسري فورًا على المنصّة كلها.
وسم (Tag)	كلمة مفتاحية تتقاطع مع الفئات وتساعد في العثور على المحتوى.
قالب (Vorlage)	في INTERVIEWER هو التعليمات الموجّهة للذكاء الاصطناعي: كيف يتعامل مع المُدخل، وأين يسأل أكثر، وكيف يُبنى المستند.

خطوتك التالية

لست مضطرًا إلى فعل كل شيء دفعة واحدة. ابدأ بجملة: اكتب هدفك، كما فعلت مارا لأجل كاترين. ثم ابحث عن شخص يشكّل معك الفريق الأساسي. والباقي يأتي بترتيب هذا الـ Playbook.

إن أردت الدخول في التفاصيل، فتعينك الأدلة: CAMPUS ما هو CAMPUS؟ و CAMPUS CAMPUS و INTERVIEWER و INTERVIEWER ما هو INTERVIEWER؟

تريد أن تعرف كيف يمكن أن يبدو ذلك لديكم؟ حدّد موعدًا لمحادثة أولى أو اطلب عرضًا تجريبيًا. نحن في خدمتك.

حدّد موعد المحادثة الأولى https://8s.de/en/contact

ما تخرج به

- هدف في جملة واحدة، وشخص ثانٍ في الفريق الأساسي: من هنا يبدأ كل شيء.
- تقودك قائمة المراجعة الشاملة عبر الطريق كله.
- للكيفية توجد الأدلة، ولكل ما عداها نحن.

بناء منصّة معرفة
مع CAMPUS وINTERVIEWER: من الفكرة الأولى حتى أول تقرير إلى الإدارة العليا

الإصدار 11/2026

يتوفّر هذا الـ Playbook أيضًا عبر الإنترنت، مع روابط تقود إلى الأدلة: /help.8s.de/playbooks/wissensplattform

الأرقام الواردة في هذا الـ Playbook قيم استرشادية للتخطيط، وليست التزامات ولا بيانات ترخيص. ولا يغني الـ Playbook عن الاستشارة القانونية. Butterfly Effect وجميع شخصيات القصة من وحي الخيال.

© 2026 Acht S GmbH · جميع الحقوق محفوظة
Acht S GmbH · 8s.de