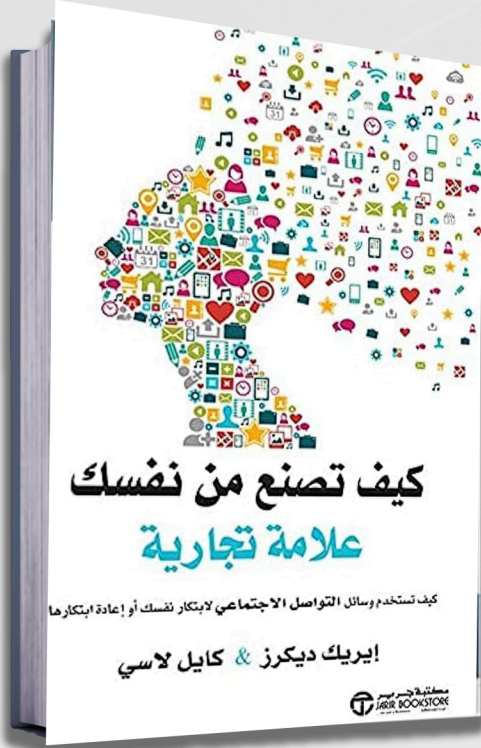


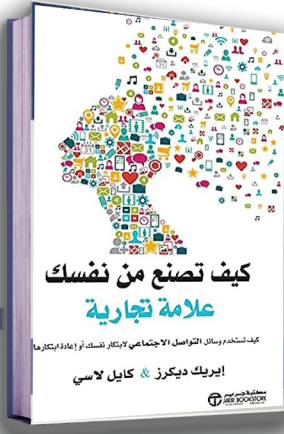
تلخيص كتاب كتاب: كيف تصنع من نفسك علامة تجارية؟

المؤلف: إيريك ديكرز / كايل لاسي
تلخيص / د. يوسف الهاجري



لمشاهدة جميع ملخصات الهاجري





تلخيص كتاب كتاب: كيف تصنع من نفسك علامة تجارية؟ المؤلف: إيريك ديكرز / كايل لاسي تلخيص / د. يوسف الهاجري

الباب الأول : لمَ يجب علي الاهتمام بترويج الذات؟

الفصل الأول: مرحبا بك في الحفل

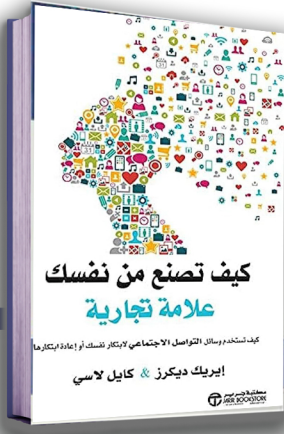
- حضور الاجتماعات والمؤتمرات والمحافل
- التعرف على الآخرين
- المبادئ راسخة والأدوات متغيرة

1 - ما ترويج الذات؟

- هو ترويج نفسك وفعالياتك وإنجازاتك وانتصاراتك بل وهزائمك ومشكلاتك والدروس المكتسبة وغير ذلك
- تروج نفسك لكي تتمكن من الحصول على المزيد من الفرص
- ترويج الذات يسمى: "بناء علامتك التجارية الشخصية"

2 - لماذا ترويج الذات مهم؟

- إعلام الناس من تكون؟
- توضيح عملك
- تمكين الناس من مناداتك
- بناء علاقات للمستقبل الوظيفي
- زيادة فرص النجاح
- صناعة اسمك



تلخيص كتاب كتاب: كيف تصنع من نفسك علامة تجارية؟ المؤلف: إيريك ديكرز / كايل لاسي تلخيص / د. يوسف الهاجري

3- بناء العلامة التجارية الشخصية

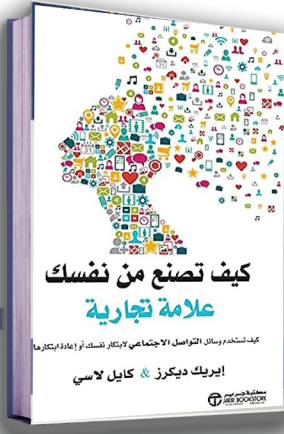
- العلامة التجارية هي استجابة عاطفية لصورة او اسم او منتج او شخص
- لابد إحداث ملاءمة من الاستجابة العاطفية لشخصيتك
- قم بتحديد ما ترغب الاشتهار به وأهم الصفات لذلك

4 - الأهداف الخمسة العامة من بناء العلامة التجارية الشخصية

- 1 اكتشاف شغفك وما الذي تحبه؟
- 2 كن جسوراً بالحديث عن نفسك
- 3 ارو قصتك وقصص الآخرين
- 4 أنشئ علاقات تقود إلى الفرص
- 5 نفذ وافعل واستمر

5 - من بحاجة إلى ترويج الذات؟

- الجميع
- مؤلفو الكتب
- الموسيقيون
- الخطباء
- مبادرو الأعمال
- موظفو المبيعات
- الباحثون عن الوظائف



تلخيص كتاب كتاب: كيف تصنع من نفسك علامة تجارية؟ المؤلف: إيريك ديكرز / كايل لاسي تلخيص / د. يوسف الهاجري

الفصل الثاني: كيف تندمج مع الجميع؟

بناء قصتك

- الرواية الجاذبة
- اكتب قصتك
- رتب إنجازاتك حسب الأولوية
- جهز النبذة بـ (القصيرة - المتوسطة - الطويلة)

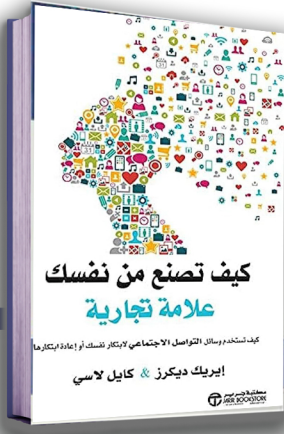
أهم النقاط الواجب ذكرها في قصتك

- عرف نفسك المهنية (الوظيفية)
- أخبرهم ماذا تعمل؟
- ماذا قد أنجزت؟
- اكتب بضمير الغائب وتحدث بضمير المتكلم
- اطلب نصيحة من صديق
- لا تنس أنه لا يكفي الاعتماد على سيرتك الذاتية

كيفية كتابة رواية القصة الكاملة لعلامتك التجارية

1- البداية

- تعريف نفسك
- من أين جئت، وكيف وصلت؟ أين تذهب؟



تلخيص كتاب كتاب: كيف تصنع من نفسك علامة تجارية؟ المؤلف: إيريك ديكرز / كايل لاسي تلخيص / د. يوسف الهاجري

2- كيف ساعدت؟

- ما الموقف الذي ساعدت فيه؟
- الصراع والحبكة
- حل المشكلة

3- سياقك العاطفي

- التفاعل الشخصي
- لا تعتمد على الأرقام والإحصاءات

4- كن متسقاً

- نوع القصص ومجالها
- التمحور حول الموضوع
- اختر مجالك الخاص وابن حوله

5- تذكر نفسك

- وضع سبب فعل الأشياء
- أخبرهم عن الغايات العميقة

6- دع الأبخرة تتصاعد بإشعال حماسة الآخرين

- إثارة اهتمام الآخرين
- لا تفقد الزخم
- تباهى بمن حولك وأحسن إليهم

7- تواصل بمستواهم

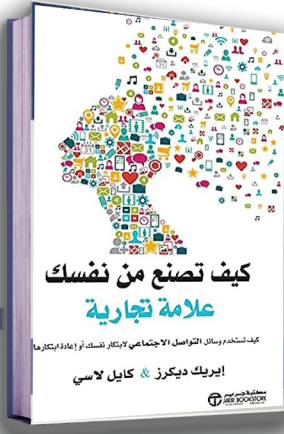
- اجعل القصة قابلة للربط
- ضع نفسك مكانهم
- تلبية احتياجاتهم
- امنحهم ما يرغبون

8- أبقهم مهتمين

- شارك القصص
- استثمر الوقت معهم
- ابن قصتك حولهم

9- عدل عملك

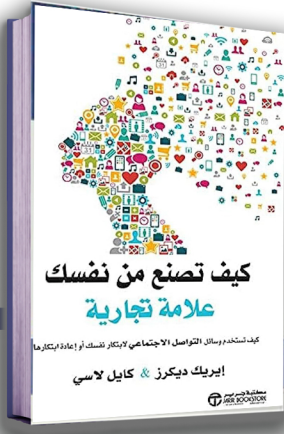
- راجع باستمرار
- حدد مكان "الحيرة"



تلخيص كتاب كتاب: كيف تصنع من نفسك علامة تجارية؟ المؤلف: إيريك ديكرز / كايل لاسي تلخيص / د. يوسف الهاجري

عشر 10 مرغوبات ومحظورات عند رواية قصتك

- 1 - لا تنشر صور قد تصدم والدتك ومحبيك
- 2 - لا تعتبر قصة علامتك التجارية عرضا للمبيعات والإعلانات
- 3 - لا تنشر شيئا قد تندم عليه
- 4 - لا تكن أول الطالبين كن آخرهم
- 5 - لا تتشتت
- 6 - لا تستهن بقوة شبكتك
- 7 - استثمر في نفسك
- 8 - استثمر في الآخرين
- 9 - كن مرئيا ونشطا
- 10 - اقتطع وقتا لنفسك



تلخيص كتاب كتاب: كيف تصنع من نفسك علامة تجارية؟ المؤلف: إيريك ديكرز / كايل لاسي تلخيص / د. يوسف الهاجري

الباب الثاني : شبكتك هي قلعتك؛ ابنها

الفصل الثالث: التدوين (رواية قصتك)

- وسيلة لنشر الآراء والأفكار والرؤى
- من منصات التدوين: بلوجسبوت - ووردبريس
- فرق بين مدونة / تدوينة

لَمْ يَنْبَغِي عَلَيْكَ التَّدْوِينُ؟

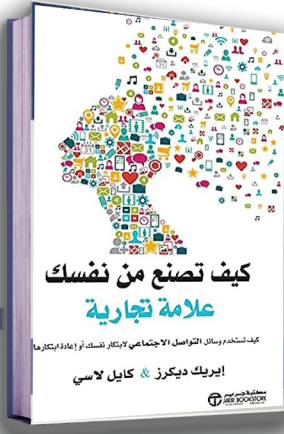
- تأكيد خبرتك
- تسويق أو بيع
- لديك شيء تقوله
- مشاركة شغفك
- تكون جزء من أحد المجتمعات
- جني المال

خطوات إعداد المدونة

- 1- اختر عنوان URL سهل النطق
- 2- اختر سمة ذات شكل احترافي
- 3- أعد تلقينا إخباريا RSS

كيف تكتب تدوينة؟

- الموضوعات الشخصية مقابل المهنية
- تدوينات القوائم الجاذبة
- تدوينات المرجع الثقة
- التدوينات الإرشادية
- المقالات الإخبارية والردود على التدوينات
- تقييمات المنتجات



تلخيص كتاب كيف تصنع من نفسك علامة تجارية؟ المؤلف: إيريك ديكرز / كايل لاسي تلخيص / د. يوسف الهاجري

إرشادات التدوين

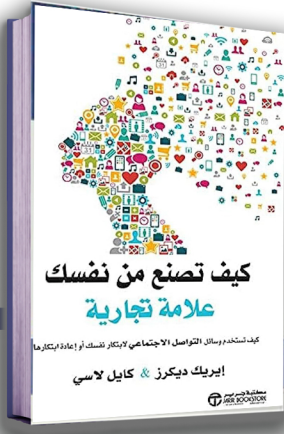
- ركز على إنتاج أفضل كتابة وليس أكثر كمًا
- مؤشرات مهمة: الوقت المنقضي في الموقع / معدل الارتداد / نسبة النقر إلى الظهور
- معدل الكتابة: مرة واحدة في الأسبوع / مرتين / ثلاثة
- مقترح عدد الكلمات في التدوينة: 500 - 700 كلمة

المرغوبات في التدوين

- 1 - قاوم دافع التحدث عن التدوين في حد ذاته
- 2 - واصل التزامك
- 3 - اكتب من القلب
- 4 - اكتب من شغفك
- 5 - دُون دائما ولا تقلق من المثالية
- 6 - اجلب مدونين لديك والعكس
- 7 - راجع الربط بأي حسابات أخرى لديك وفاعليتها
- 8 - تعهد جدولا ثابتا للنشر
- 9 - أعد القراءة قبل النشر
- 10 - استخدم النص البديل مع الصور

المحظورات في التدوين

- لا تفترض أن الناس على نفس مستوى اطلاعك
- لا تفكر بالموضوعات بمفردك
- لا تترك تعليقات عشوائية أو فاترة
- لا تجعل مدونتك إعلانا تجاريا كبيرا
- لا تهمل قواعد النحو والإملاء



تلخيص كتاب كتاب: كيف تصنع من نفسك علامة تجارية؟ المؤلف: إيريك ديكراز / كايل لاسي تلخيص / د. يوسف الهاجري

الفصل الرابع: لينكدإن (التواصل الشبكي في ذروته)

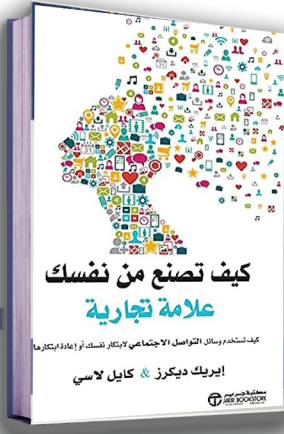
- من أهم منصات العلامة الشخصية
- موقع تواصل شبكي مع المهنيين

أساسيات لينكدإن

- إعداد سيرتك الذاتية المتألقة
- إنشاء ملف شخصي على المنصة
- ارفع صورتك الاحترافية
- إملأ الخبرة العملية
- إملأ خبراتك التعليمية
- اكتب ملخصاً لك (من أنت؟ - ما يجب فعله؟)
- أضف روابط أخرى خاصة بك (الموقع - المدونة - أخرى...)
- استمر في التعبئة حتى تصل إلى نسبة 100 %

مميزات رائعة للينكدإن لبناء العلامة الشخصية

- العنوان الشخصي (اسمك)
- المجموعات والمجموعات الفرعية (اشترك بها)
- الوظائف (بناء فرص)
- المقالات (انشر)



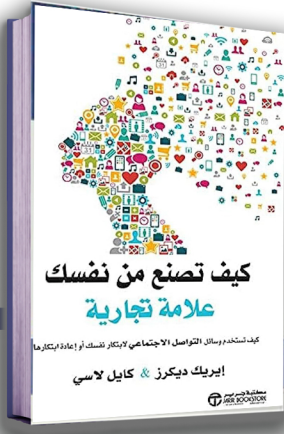
تلخيص كتاب كتاب: كيف تصنع من نفسك علامة تجارية؟ المؤلف: إيريك ديكرز / كايل لاسي تلخيص / د. يوسف الهاجري

كيفية تحويل جهات اتصالك إلى زملاء

- ابن الثقة
- توصية أصدقائك
- شارك في مجموعات جهات اتصالك
- ابق على اتصال

المرغوبات والمحظورات في استخدام لينكدإن

- 1 - ارفع صورة ملف شخصي احترافية
- 2 - تواصل مع أصدقائك وجهات اتصالك الحقيقيين
- 3 - ملفك الشخصي محدث دائما
- 4 - احذف الأشخاص المزعجين
- 5 - اجعل ملخصك يبدو في أحسن حلة
- 6 - لا تستخدم لينكدإن مثل فيسبوك وتويتر
- 7 - لا تزامن لينكدإن مع تويتر
- 8 - لا ترفض الدعوات، ضعها في الأرشفة
- 9 - لا تطلب توصيات من الجميع
- 10 - استخدم مدقق لقواعد الإملاء واللغة



تلخيص كتاب كيف تصنع من نفسك علامة تجارية؟ المؤلف: إيريك ديكرز / كايل لاسي تلخيص / د. يوسف الهاجري

الفصل الخامس: تويتر - اكس (المشاركة في المحادثة)

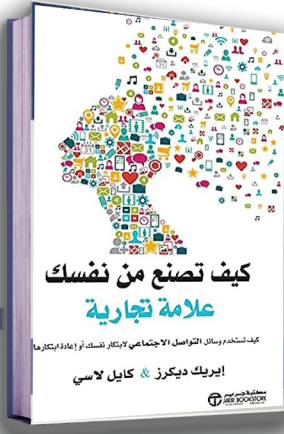
- منصة تشاركية فورية
- فرصة لمشاركة الأفكار والآراء
- تأكد أنها أداة تناسبك بحق؟

لماذا يجب استخدام منصة تويتر؟

- طلب انتباه الآخرين لك
- طريقة تواصل مع الجمهور
- إمكانية تغيير طريقة إدراك الناس لعلامتك
- أداة دخلت لغتها العامية في اللغة اليومية
- منصة عدد مستخدميها بالملايين
- إمكانية تأسيس خبرتك
- إمكانية تسويق علامتك
- إمكانية التواصل مع العملاء وغيرهم
- إمكانية الوصول إلى جميع أنواع الأبحاث
- إمكانية مشاركة الأخبار العاجلة
- إمكانية تعقب المنافسين
- العثور على أشخاص يشاركونك شغفك

كيفية استخدام تويتر

- إنشاء ملفك الشخصي
- العثور على متابعين
- إرسال التغريدات
- لا تتحدث عن نفسك أكثر من اللازم
- تذكر من هو جمهورك
- غرد عن كيفية القيام بشيء ما
- أدرج صوراً
- اكتب اقتباساً



تلخيص كتاب كتاب: كيف تصنع من نفسك علامة تجارية؟ المؤلف: إيريك ديكرز / كايل لاسي تلخيص / د. يوسف الهاجري

تطبيقات للسيطرة على تويتر

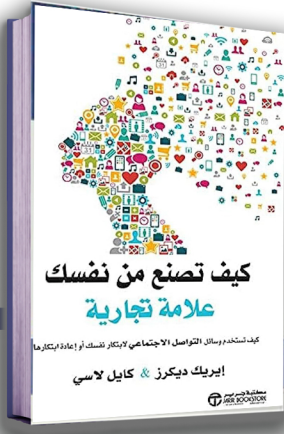
- تويت ديك
- هوت سويت
- بافر آب دوت كوم

ما ينبغي أن تغرد عنه وما لا ينبغي أن تغرد عنه

- التغريد عن الموضوعات المتداولة الآن
- المشاركة تعني الاهتمام
- تفاعل و ابدأ المحادثة
- كن متسقاً
- كن نشطاً وليس مزعجاً
- كن ذا صلة ومدعشاً
- كن موجهاً نحو الهدف
- خذ راحة

المرغوبات والمحظورات في استخدام تويتر

- كن نفسك ولا تكن مزيفاً
- تعلم فن المتابعة وإلغاء المتابعة
- لا تتابع تلقائياً من يتابعك
- لا تكن متابعاً متقلباً
- مارس "مكسب المعطي"
- غرّد عن محتواك بشكل منتظم
- لا تفقد إحساسك بالوقت



تلخيص كتاب كتاب: كيف تصنع من نفسك علامة تجارية؟ المؤلف: إيريك ديكرز / كايل لاسي تلخيص / د. يوسف الهاجري

الفصل السادس: فيسبوك (بناء مجتمع من الأصدقاء)

أكثر من 2 مليار مستخدم نشط شهريا

لماذا يجب عليك استخدام فيسبوك؟

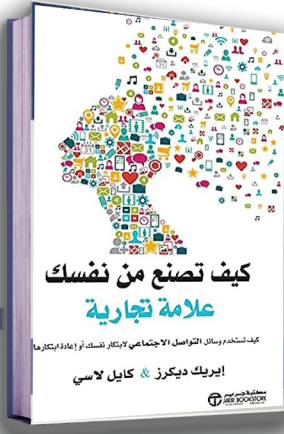
- الغاية منه مساعدة الناس على الترابط والتواصل المستمر
- يتيح مشاركة الصور والآراء

إرشادات أساسية في استخدام فيسبوك

- إنشاء ملف شخصي
- السيطرة على ملفك الشخصي باستمرار
- ضبط إعدادات الخصوصية
- استخدم عنوان URL مخصص
- اكتب على لوحات حائط أصدقائك
- أنشئ مناسبات على فيسبوك وقم بدعوة اصدقائك
- انضم لمجموعة على فيسبوك

مرغوبات ومحظورات على فيسبوك

- 1 - ارفع صورة حقيقية
- 2 - شارك بمحتوى خاص بالصناعة
- 3 - استخدم بريدك للعثور على الأصدقاء
- 4 - لا تستخدم لغة غير لائقة
- 5 - لا تزعج الناس
- 6 - لا تقم بالإشارة إلى الجميع في الصورة
- 7 - لا تزامن صفحتك مع تويتر
- 8 - لا تدع الناس إلى صفحتك المهنية مرارا وتكرارا



تلخيص كتاب كتاب: كيف تصنع من نفسك علامة تجارية؟ المؤلف: إيريك ديكرز / كايل لاسي تلخيص / د. يوسف الهاجري

الفصل السابع: ابتسم للكاميرا (مشاركة الصور والفيديوهات)

- "الصور والفيديو تؤدي أفضل من المحتوى النصي العادي"
- "المنشور الذي يحتوي على صور يتمتع بمعدل قراءة أعلى"

لماذا الفيديو؟

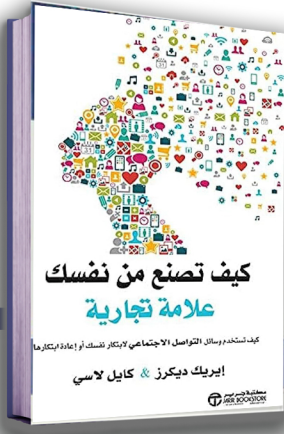
- اليوتيوب هو محرك البحث رقم 2 في العالم
- اليوتيوب هو الشبكة الاجتماعية رقم 2 في العالم
- عرض الفيديوهات بسرعة وسهولة
- الفيديوهات لها تأثير إيجابي على تحسين محركات البحث

لماذا نشر الصور؟

- سهولتها
- تأثير الاهتمام
- وسيلة للمشاركة

كيفية تحسين الظهور على محركات البحث

- استخدام كلمات مفتاحية في العنوان والوصف والوسوم
- حدد التاريخ والموقع
- اختر أفضل صور فيديو مصغرة



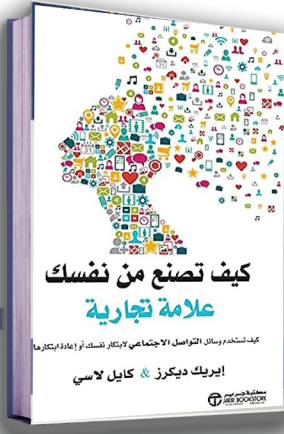
تلخيص كتاب كتاب: كيف تصنع من نفسك علامة تجارية؟ المؤلف: إيريك ديكرز / كايل لاسي تلخيص / د. يوسف الهاجري

الفصل الثامن: أدوات الشبكات الاجتماعية الأخرى

● توجد أكثر من 200 شبكة اجتماعية بارزة في العالم

أهم الشبكات البارزة

- جوجل بلس
- كورا
- ميت آب دوت كوم
- النشرات الإخبارية البريدية
- بودكاست



تلخيص كتاب كتاب: كيف تصنع من نفسك علامة تجارية؟ المؤلف: إيريك ديكرز / كايل لاسي تلخيص / د. يوسف الهاجري

الفصل التاسع: البحث عن نفسك على جوجل (إيجاد نفسك على محركات البحث)

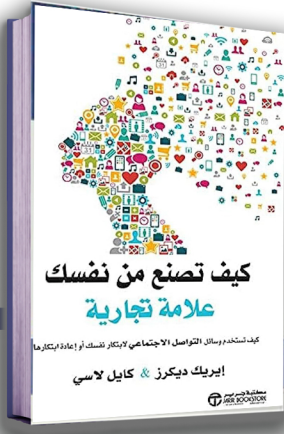
البحث عن معلومات تخصك على الإنترنت من السيء وجود أشياء عنك غير إيجابية والأسوأ ألا يتم العثور عليك على الإطلاق

تحسين محركات البحث من خلال

- الكلمات المفتاحية
- العناوين
- النص الأساسي
- الرابط النصي
- الروابط الخلفية
- محتوى عالي الجودة
- قابلية استخدام الهاتف المحمول
- التشفير
- استخدام الوسوم
- الوقت المستغرق للبحث
- معدل الارتداد
- نسبة النقر إلى الظهور
- سرعة التحميل

كيف يمكنك التأثير على هذه العوامل؟

- جودة المحتوى
- جودة التصميم
- سهولة التصفح



تلخيص كتاب كتاب: كيف تصنع من نفسك علامة تجارية؟ المؤلف: إيريك ديكرز / كايل لاسي تلخيص / د. يوسف الهاجري

الفصل العاشر: جمع كل العناصر (إطلاق علامتك)

التخطيط والتطبيق الموجز الوافي لوسيلتك
لماذا حملة العلامة التجارية الشخصية مهمة؟

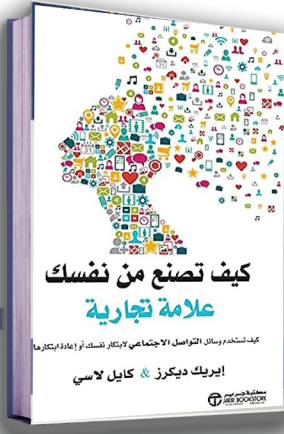
- الإقناع
- الاختلاف
- الاحتراف
- المثابرة والمواظبة

أفكار لإطلاق حملة صنع العلامة التجارية

- رسالة قصيرة تقول: شكرا للقائك بي
- استخدم الفيديو
- اكتب في الإصدارات الصغيرة
- استخدم النشرات البريدية
- امنح شيئاً مجانياً
- اكتب تدوينات مستضافة
- اكتب توقيعاً للبريد الإلكتروني
- انخرط في مجتمعك المحلي
- زين وجهك بابتسامة دائماً

المرغوبات والمحظورات في إطلاق علامتك التجارية الشخصية

- أنجز ورقة المهام اليومية والأسبوعية
- أجر محادثات مستمرة
- أعط أكثر مما تأخذ
- انتبه للانتقاد (تجاهل أغلبها)
- كن مواظباً
- لا تكن مربكاً من الناحية الاجتماعية
- لا تتوقع نتائج سريعة
- لا تقتصر على أداة واحدة
- لا تشارك المحتوى عديم القيمة
- لا تلج في العرض



تلخيص كتاب كتاب: كيف تصنع من نفسك علامة تجارية؟ المؤلف: إيريك ديكرز / كايل لاسي تلخيص / د. يوسف الهاجري

الفصل الحادي عشر: تقييم النجاح (أنت معجب بي)

- الحاجة إلى معرفة الأرقام
- كلما زاد تفاعلك مع متابعيك زاد نجاح استراتيجيتك

لماذا يجب أن تقيس؟

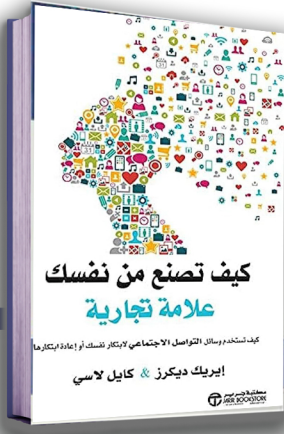
- توجيه الهدف
- معرفة القياس

ما الذي يجب أن تقيسه؟

- الوصول
- التفاعل
- الجودة
- الظهور
- التأثير

قياس علامتك التجارية الشخصية بفاعلية

- فهم التفاعل على مواقع التواصل
- استخدام إحصائيات قوئل
- استخدام أداة واحدة لكل شبكة



تلخيص كتاب كتاب: كيف تصنع من نفسك علامة تجارية؟ المؤلف: إيريك ديكرز / كايل لاسي تلخيص / د. يوسف الهاجري

الباب الثالث : الترويج لعلامتك التجارية الشخصية في العالم الواقعي

الفصل الثاني عشر: كيف تتواصل شبكيا؟

- أهمية التواصل الشخصي
- بناء العالم الواقعي

قواعد التواصل الشبكي الواقعي

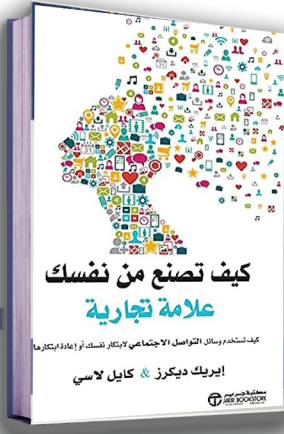
- الأمر لا يتعلق بك فأنت تتواصل لمساعدة الآخرين
- كسب السمعة الحسنة بالعطاء والنفع للآخرين
- لا تتوقع معروفا فوريا من الآخرين
- كن صادقا
- أنت جيد تماما كالآخرين جميعا
- تجنب الأشخاص الأنانيين
- تواصل مع منافسيك والالتقاء بهم

أنواع التواصل الشبكي الواقعي

- 1 - عبر المجموعات ذات العلاقة والتخصص
- 2 - لقاء الأشخاص الجدد
- 3 - الإنضمام للحديث مع الثالث

زلات التواصل الواقعي الشبكي

- توزيع البطاقات الشخصية للتعرف من غير تشبيك
- وهم عروض المصعد القصيرة
- تسجيل المعارف في النشرات الإخبارية أو البريدية بدون تأكيد على صحة العلاقة



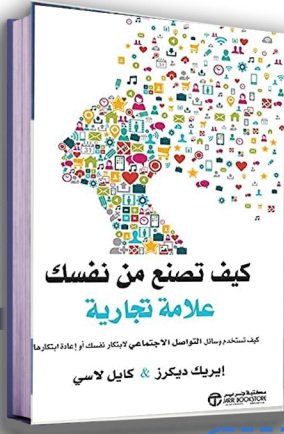
تلخيص كتاب كيف تصنع من نفسك علامة تجارية؟ المؤلف: إيريك ديكروز / كايل لاسي تلخيص / د.يوسف الهاجري

المرغوبات في التواصل الشبكي

- الإنصات
- طرح الأسئلة أكثر من الإجابة
- وضع صورتك في المدونة
- صافح بقوة وحرارة واهتمام
- عبر عن عملك في صورة حل للعميل
- اختر مكانا مناسباً للقاءات
- تواصل عندما تكون موظفا
- تتم التعارف بالمتابعة
- حدد اللقاء التالي قبل المغادرة من الأول
- حافظ على اتصالك البصري
- المجموعات الصغيرة أفضل من الكبيرة

المحظورات في التواصل الشبكي

- لا تكثر من ذكر الأشخاص المهمين لكي لا يشعر من تتحدث معه بالانتقاص
- لا تعرض بطاقتك قبل طلبها أو مناسبة تقديمها
- لا تفترض أي افتراضات سلبية



تلخيص كتاب كتاب: كيف تصنع من نفسك علامة تجارية؟ المؤلف: إيريك ديكرز / كايل لاسي تلخيص / د. يوسف الهاجري

الفصل الثالث عشر: الخطابة العامة: (نعدك أنك لن تموت)

جوهرية لصنع العلامة
ترسيخ المصادقية
الاستمتاع بمشاركة المعرفة
الناس يدفعون للخطباء

التغلب على الخوف من الخطابة العامة

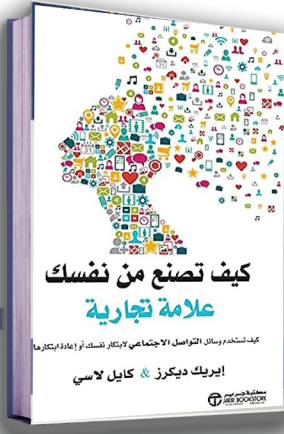
- صفوف الدراسة
- الندوات والدورات التدريبية
- الجمعيات المتخصصة
- المدربون الخاصون أو التنفيذيون

سبع خطوات لتنظيم إلقاء خطابك

- اكتب نسخة مختصرة
- احضر مبكرا
- احرص على الإضاءة الملائمة
- عامل الإلقاء الخطابي كالمسرح (تمثيل)
- اذكر أشخاصا آخرين أثناء خطابك
- اجعل لك نغمة أو صوت تتذكرها أثناء تقديمك وسيرك للمسرح
- سجل خطاباتك واستمع إليها فيما بعد

نصائح تقنية مهمة لمقدمي العروض التقديمية

- تأكد أن الجهاز مركز على العرض المخصص
- استخدم صور كبيرة وليس نصوص غالبا
- استخدم جهازك الخاص افضل
- احصل على جهاز خاص بك منفصل للعروض
- حمل العرض احتياطا في مكان آخر
- اجعل معك دائما أدوات تقنية مساندة (سلك - شاحن...)
- أنشئ لقطات شاشة للمواقع التي ترغب في استخدامها (يفيدك عند انقطاع النت)



تلخيص كتاب كتاب: كيف تصنع من نفسك علامة تجارية؟ المؤلف: إيريك ديكرز / كايل لاسي تلخيص / د. يوسف الهاجري

الفصل الرابع عشر: نشر أعمالك: (أنا مؤلف)

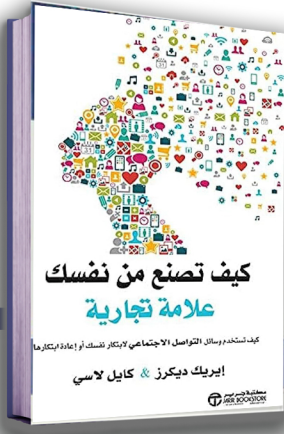
- نشر العلم
- إثبات العطاء
- الشعور بالإنجاز

لماذا تكون كاتباً صاحب أعمال منشورة؟

- صناعة العلامة التجارية
- مشاركة المعرفة كخبير في مجالك
- إيجاد مبيعات أو فرص وظيفية
- جني المال الإضافي
- لا زال للإصدارات المطبوعة رواجاً

المرغوبات والمحظورات في الكتابة والنشر

- اقرأ القواعد الإرشادية للكاتب
- استخدم التدقيق اللغوي
- اقرأ ما تكتبه بصوت عال
- التزم بالمواعيد النهائية
- لا تكن: مبدعاً / أحمقاً / مضحكاً
- لا تتزوج كلماتك وتحرر منها
- لا تسرق أعمالاً أدبية
- لا تبتعد عن القواعد الإرشادية



تلخيص كتاب كتاب: كيف تصنع من نفسك علامة تجارية؟ المؤلف: إيريك ديكرز / كايل لاسي تلخيص / د. يوسف الهاجري

الفصل الخامس عشر: صنع العلامة التجارية الشخصية (استخدام ما تعلمته لنيل وظيفة أحلامك)

- استفد من طبيعة المواقع الشخصية
- العناية بالسيرة الذاتية ومكوناتها
- لا تعتمد على مواقع خدمات التوظيف الإلكتروني
- تجاوز أقسام الموارد البشرية واعمل من خلال شبكتك
- أخبر أصدقاءك