



بنك الإمارات دبي الوطني
Emirates NBD

دليل الهوية اللفظية

الإصدار رقم 2.0 يونيو 2026

مرحبًا بك في
“دليل الهوية اللفظية”
لبنك الإمارات دبي الوطني

تعكس هويتنا اللفظية الطريقة التي نتحدث ونكتب بها كعلامة تجارية. فمن خلالها، نتواصل مع جمهورنا بأسلوب يلامس اهتماماتهم ويعبّر عن شخصيتنا بشكل مميز، مما يعزز مكانتنا في السوق.

تساهم هويتنا اللفظية في تجسيد استراتيجية علامتنا التجارية وتوحد أسلوب تواصلنا من خلال تقديم تجربة فريدة ومتسقة لعملائنا.

يحدّد هذا الدليل الرسائل والمبادئ الأساسية التي ينبغي علينا اعتمادها عند التواصل مع عملائنا.

1.	تموضع العلامة التجارية	4-7
2.	ركائز رسائل العلامة التجارية	8-9
3.	مصفوفة رسائل العلامة التجارية	10-11
4.	مبادئ نبذة الخطاب	12-18
5.	دليل أسلوب الكتابة	19-42
6.	نمط الكتابة	43-71
7.	التواصل خلال الأزمات	72-74
8.	استخدام الذكاء الاصطناعي	75
9.	دليل المحتوى	76-90
10.	الكتابة لمختلف القنوات مع أمثلة قبل وبعد	91-97

القسم الأول

تموضع العلامة التجارية

قصة علامتنا التجارية

يشكل تموضع العلامة التجارية ل بنك الإمارات دبي الوطني الأساس الذي تستند إليه استراتيجية العلامة التجارية، فهو الذي يحدّد كيفية تصوّر الجمهور لعلامتنا التجارية ومكانتها بين المنافسين في السوق، وهو الذي يوجّه كل الجهود المبذولة عند التواصل والتسويق من أجل ضمان تقديم رسالة متّسقة، واضحة، ثابتة، ومؤثرة تنسجم مع تطلّعات الجمهور المستهدف وترسّخ مكانة وهوية علامتنا التجارية.

الهدف

هدفنا في بنك الإمارات دبي الوطني العمل على تعزيز الثقة لدى عملائنا. فسواءً كنت فرداً أو مؤسسة، أو شركة رائدة، سنرافقك بخطى ثابتة في مسيرة ملؤها الثقة والشراكة.

الإرث والانتماء لدولة الإمارات العربية المتحدة

باعتبارنا أحد أعرق وأبرز البنوك في دولة الإمارات العربية المتحدة، فإننا نجسّد تراث الدولة من خلال تمييزنا في تقديم الخدمات والمنتجات، وطموحنا للأفضل، وتقديمنا المستمر، والتي نوظفها جميعها من أجل نقدم لك أفضل مستوى من الخدمات.

الفوائد العملية

استفد من خدماتنا الاستباقية، واستخدم أدواتنا المبتكرة التي تعمل على منصات متطورة وموثوقة. اعتمد على خبراتنا ورؤيتنا العميقة لاكتشاف أفضل الفرص المالية، وكنّ واثقاً ومطمئناً عند اتخاذ قراراتك.

الإنجاز

الارتقاء معاً بجودة أسلوب الحياة اليومية، والنهوض بعالم الأعمال في إمارة دبي خاصة وفي دولة الإمارات العربية المتحدة والمنطقة عامة، والمساهمة في تشكيل مستقبل مشرق للقطاع المالي في المنطقة.

فكرة العلامة التجارية

بنك الإمارات دبي الوطني - نحن شركاؤك في الازدهار.

الإطار الاستراتيجي العام

هدف العلامة التجارية

فكرة العلامة التجارية

خلق فرص لتحقيق
الازدهار

شركاء في الازدهار

من خلال شراكتنا، نحن نعزز الثقة لدى عملائنا.

الركائز الجوهرية

وضع الاستقرار المالي للدول التي نعمل فيها في صدارة أولوياتنا

سنواصل البناء معتمدين على إرثنا العريق، من خلال دعم النمو والتقدم والرفاهية في الأسواق والمجتمعات.

نحن مؤسسة خدمية في جوهрна

نحن ملتزمون بتوفير خدمات مصرفية بمعايير عالمية لكافة عملائنا.

تقديم المشورة لعملائنا من خلال خبرتنا المالية الراسخة

إن الرؤى والتحليلات المتخصصة التي يقدمها خبراءنا ستساعد عملائنا على اتخاذ أفضل القرارات المالية.

تبسيط الخدمات المصرفية من خلال الابتكار والتطوير

نحن روّاد في مجال الابتكار، وسباقون في مجال استخدام أحدث التقنيات المصرفية وتقديم الحلول المالية المتطورة.

الركائز الأساسية
لرسائل علامتنا
التجارية

تحدد الركائز الأساسية لرسائل علامتنا التجارية الموضوعات الرئيسية التي يجب أن نؤكد عليها بشكل مستمر، مما يساعد في تشكيل صورة متكاملة للعلامة التجارية تتوافق مع مكانتنا المميزة في السوق.

الحضور المحلي
والإقليمي

نتمتع بإرث عريق وحافل في دولة الإمارات العربية المتحدة، ونفخر بمكانتنا الرائدة على مستوى المنطقة بكوننا الشريك المالي الذي يواكب مسيرة التنمية في المنطقة.

التمييز

نرتقي بمكانتنا كبنك عالمي شامل نحو الفئة المميزة، لنكون الخيار الأرقى من بين المنتجات والخدمات العامة، عبر تقديم استشارات متخصصة وتجربة عملاء استثنائية نرتقي إلى أعلى المعايير.

العلاقة والخدمة

نحن علامة تجارية خدمية، نقوم علاقتنا مع جميع أصحاب المصلحة على تقديم النصائح، والحضور الدائم، وبناء الثقة في كل مرحلة تواصل.

الابتكار

نحن نتميز بالإبداع والطموح والتجديد. نستثمر خبراتنا والتقنيات الحديثة لنقدم لعملائنا تجربة مصرفية شاملة تلي تطلعاتهم.

الازدهار والأثر الإيجابي

نحن نهتم بمصلحة عملائنا ونقف إلى جانبهم كشريك فعّال خلال كل مراحل النمو والتطور التي يمرون بها. نحن ملتزمون بأن يكون أثرنا إيجابيًا على المجتمع والبيئة معًا.

القسم الثاني

ركائز رسائل العلامة التجارية

ركانز رسائل العلامة التجارية

إن منصتنا المؤسسية هي المصدر الذي تستند إليه ركانز رسائل علامتنا التجارية، فهي تحدّد المواضيع الجوهرية التي يجب أن نبرزها على نحو متواصل. أما السمات التي تندرج تحت كل ركيزة فهي تمثل المعايير التي تضبط أسلوب عرضنا للعلامة وتواصلنا حولها.

الحضور المحلي والإقليمي

الشراكة

الإرث

الثقة

الخبرة المحلية

التميّز

الارتقاء

الالتزام

التفوّق

العلاقة والخدمة

الدعم

التجاوب

لتكيّف

الابتكار

البصيرة

التقنية

الديناميكية

الازدهار والأثر الإيجابي

تنمية المجتمع

حماية البيئة

نمو طويل الأمد

القسم الثالث

الرسائل الأساسية

للعلاقة التجارية الرئيسية

الرسائل الأساسية للعلامة التجارية الرئيسية

المحور

الحضور المحلي والإقليمي

- نحن ملتزمون بتنمية المهارات والقدرات في منطقتنا من أجل غد أفضل.
- نحن نتعاون مع رؤّاد الأعمال الإماراتيين المبدعين من أجل خلق أفاق جديدة للأزدهار.

الرسائل الأساسية

- إن تواجدا القوي على الصعيدين المحلي والإقليمي يمنحنا المعرفة والمهارات لتقديم خدمات متميّزة لعملائنا.
- إن توسع شبكتنا داخل الإمارات العربية المتحدة وخارجها يوفر لعملائنا فرصة الوصول إلى خدماتنا بسهولة ويتيح لهم الاستفادة من خبرتنا الإقليمية.
- إن وجودنا المتزايد في أسواق رئيسية مثل المملكة العربية السعودية ومصر والهند يُعزز من فعاليتها أنظمتها المالية.
- لقد قمنا بزيادة تواجدا الدولي من 7 دول في عام 2007 إلى 13 دولة في عام 2024.
- إن مبادرة "نمو دبي" التي تهدف إلى تمكين الشركات الصغيرة والمتوسطة تعتبر مثالا بارزا على النجاح في رحلة التوسع نحو الأسواق العالمية.

التميّز

- نحن ملتزمون بتقديم تجربة مصرفية ذات مستوى عالي تلي متطلبات عملائنا وقاعدتنا الواسعة من الشركاء والعملاء.
- نحن نقدم خدمات شخصية تستجيب لمتطلبات عملائنا لنضمن أن يشعر العملاء بالتقدير في جميع مراحل تواصلنا معهم.
- إن موظفينا هم أئمن أصولنا، وتفانيهم مهم جدًا للحفاظ على مستوى التميّز المستدام الذي نقدمه.

- نحن نتميّز بريادتنا في مجال الابتكار الرقمي، حيث نوّقر أدوات مالية مصمّمة خصيصًا لتلبية احتياجات كل عميل، إلى جانب امتيازات خاصة تثري أسلوب حياة جميع عملائنا.
- إن خدماتنا المتميزة، مثل خيارات الاستثمار والتأمين والامتيازات العالمية، هي خدمات متاحة للجميع، الأمر الذي يرسخ مكانة بنك الإمارات دبي الوطني كبنك رائد يقدم تجربة مميزة في جميع القطاعات.
- يوفر مركز خدمة العملاء خدماتنا على مدار الساعة، كما تتميز بتوفير خدمات رقمية متكاملة، مثل خدمة الاستجابة الصوتية التفاعلية (IVR) وخدمات الدردشة عبر تطبيق "واتساب - WhatsApp" بالإضافة إلى خدمات مركز خدمة العملاء، يضمن لعملائنا خيارات خدمة شاملة وسهلة الوصول.

العلاقة والخدمة

- نحن نحرص على تدريب موظفينا وتطوير مهاراتهم من أجل أن نضمن التزامهم بمعاييرنا ذات المستوى العالي في خدمة العملاء والاستشارات المالية.
- نحن نقدر آراء عملائنا، ونعمل على ترجمتها إلى خطوات عملية تعزز من تجربتهم المصرفية.
- نحن نؤمن بأن تعاطف موظفينا مع العملاء وسرعة استجابتهم هما حجر الأساس في تقديم خدمات مصرفية ذات معايير عالمية.

- نحن نستثمر بشكل كبير في تحسين مستوى تجربة العملاء من خلال قنواتنا الرقمية وفي فروعنا، مع العمل على توسيع شبكة خدماتنا داخل الإمارات العربية المتحدة وخارجها.
- يخضع مديرو العلاقات لدينا لبرامج تدريب وشهادات معتمدة دوليًا بشكل دوري لتعزيز مهاراتهم.
- نحن نستمع لآراء عملائنا بعناية من خلال تنفيذ أكثر من 3,000 مراجعة واستبيان شهريًا، ونقوم بتحليل البيانات بعمق ونبادر باتخاذ إجراءات عملية بناءً عليها.
- لقد شهد مؤشر رضا العملاء (NPS) الخاص بالبنك زيادة مطردة منذ بداية العام حتى تاريخه.

الابتكار

- نحن نقدّم حلولاً مصرفية سبّاقة تواكب التغيير وتبقي عملاءنا في موقع الريادة.
- إن أدواتنا الرقمية الذكية تجمع بين الأمان والسهولة والشفافية، مما يعزز من فعالية وموثوقية التجربة المصرفية.
- نحن نهزز ثقافة الابتكار والإبداع لبناء حلول تفتح آفاقًا جديدة من الفرص.

- لقد استطاع تطبيق ENBD X للخدمات المصرفية عبر الهاتف المتحرك إعادة تعريف مفهوم المعاملات المصرفية اليومية، حيث وضع معايير جديدة من خلال الدمج الفعال بين خدمات إدارة الثروات وخدمات الأفراد، الأمر الذي ساعد العملاء على تحديد أهدافهم المالية، وأحدث نقلة نوعية في خدماتنا الرقمية.
- يتعاون بنك الإمارات دبي الوطني مع مركز الابتكار في مركز دبي المالي العالمي (DIFC) منذ عام 2017 لدعم الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية، من خلال تحويل الأفكار المبتكرة إلى حلول عملية، مما يعكس التزام البنك بتحسين تجربة العملاء.
- أطلقنا برنامج "حاضنة المواهب الوطنية" (NDTI) في عام 2023، بهدف تعزيز الابتكار وتنمية الكفاءات الإماراتية في قطاع التكنولوجيا المالية.
- لقد تعاونوا مع قمة دبي للتكنولوجيا المالية 2024 التي ركزت على الابتكار في التكنولوجيا المالية والتعاون الدولي.

الازدهار والأثر

الإيجابي

- نحن نجسّد العقلية الريادية لدولة الإمارات العربية المتحدة، ونركز على المستقبل في كل ما نقوم به.
- إن سجلنا الحافل يمنح الثقة للمستثمرين، ويضمن حماية الأصول من أجل تحقيق ازدهار مستدام.
- نحن نلتزم بالشراكات المجتمعية وبإحداث أثر ملموس عبر برامج ومبادرات مجتمعية تعزز الثقيف المالي والاستدامة البيئية.
- نحن نرسّخ أعلى معايير الحوكمة والشفافية والنزاهة.

- لقد تمكّنا من بناء حضور فعال على مدار أكثر من 60 عامًا من خلال دفع عجلة النمو الاقتصادي لعملائنا وموظفينا ومستثميرنا ومجتمعاتنا ومنطقتنا.
- يقوم فريقنا للخدمات المصرفية الاستثمارية بدور محوري في دعم نمو الأسواق المالية من خلال إدارة الاكتتابات الأولية للقطاعين العام والخاص.
- لقد شاركنا في العديد من برامج الاستدامة الحكومية المؤثرة مثل الثقيف المالي، ودعم أصحاب الهمم، والتمويل المستدام، وإصدارات الصكوك الخضراء، إلى جانب مبادرات أخرى مثل الإسكان الميسر، والمشاركة المجتمعية (مثل مبادرة SHE) وتطوير الاقتصاد الرقمي (برنامج التحول الرقمي بقيمة 1 مليار درهم).
- نحن ندعم أجندة دولة الإمارات العربية المتحدة في مؤتمر (COP28) ولقد نلنا التقدير مقابل الجهود التي بذلناها في مجال التمويل المستدام. يُعتبر برنامج السندات الخضراء تجسيدًا لدورنا كمؤسسة مالية مسؤولة، نحن نقوم أيضًا بتنظيم فعاليات مؤثرة مثل فعالية (Emirates NBD Unity Run) السنوية التي تهدف إلى تعزيز الشمولية والتأثير المجتمعي.
- نحن ندعم نمو الشركات الصغيرة والمتوسطة تماشياً مع أهداف التنويع الاقتصادي الوطني، وتعتبر مبادرة "التمويل الميسر للمشاريع الصغيرة والمتوسطة بقيمة 500 مليون درهم" أحد مبادراتنا لتمكين هذه الشركات من التوسع محليًا وخارجيًا.

القسم الرابع

مبادئ نبذة الخطاب

مبادئ نبرة الخطاب

مقدمة

إذا كانت رسائِلنا تركز على ما نقوله للعملاء، فإن نبرة الخطاب تمحور حول الطريقة التي نعبر بها عن ذلك.

الغاية من هذه المبادئ هي بناء رابط حقيقي مع كل شركائنا وعملائنا، وأن نظهر لهم أننا علامة تجارية ذات طابع موّحد ومتسق، بغض النظر عن هوية الجهة التي نتواصل معها.

لماذا نحتاج إلى
نبرة خطاب؟

تعكس نبرة الخطاب الخاصة بنا (Tone Of Voice - TOV) الطابع الشخصي الفريد والمكانة المميّزة لعلامة بنك الإمارات دبي الوطني، ولقد تمّ تصميمها لتكمل الهوية البصرية للعلامة عبر جميع أشكال التواصل بشكلها الكتابي والشفهي، ابتداءً من الرسائل اليومية الاعتيادية وصولاً إلى رسائل الحملات الترويجية الإبداعية.

نبرة الخطاب هي الطريقة التي نكتب ونتحدّث بها، أي ليس في **"ما نقوله"** بل في **"كيف نقوله"**:

ما نقوله

الرسالة

"اتصل بنا"

ما نقوله

النبرة

"اتصالك بنا يسعدنا"

"تواصل معنا"

"ما رأيك في جلسة دردشة؟" (نحن بانتظار مكالمتك)*

"نحن نحب أن نسمع منك" (هل ترغب بأن نتصل نحن بك؟)*

يستند "ما نقوله" إلى مبادئنا وتجاربنا وتطلعاتنا، أما "كيف نقوله" فينبع من شخصية علامتنا التجارية.

إن الاستخدام المستمر والمدرّوس لنبرة الخطاب والتعبير، مع مراعاة ما يتناسب مع كل فئة من عملائنا، سيساهم في تعزيز الصورة الإيجابية لبنك الإمارات دبي الوطني في أذهان الناس. هدفنا أن يشعر عملاؤنا بأننا بنك يفهم احتياجاتهم ويتحدث بلغتهم.

مبادئ نبرة الخطاب

إن نبرة الخطاب هي الركيزة التي تبتّ الحياة في علامتنا التجارية، واستخدامها بشكل متنسق ومميّز عبر مختلف طرق التواصل هو ما سيبني الثقة ويعزز الحضور.

تعكس هذه المبادئ الجذور الراسخة لإرثنا وقوة استقرار ومكانة علامتنا، الأمر الذي سيمنح عملاءنا الثقة والطمأنينة. نحن نقوم بتطبيق هذه المبادئ بأسلوب متميّز وراق عند تواصلنا مع العملاء.

العمل والحفاظ على هذه المبادئ هو ما سيساعدنا على تعزيز ركائز رسائل العلامة، وهو ما سيعكس شخصية علامتنا الفريدة من أجل أن يجسّد الفكرة الأساسية لها وهي: شركاء في الازدهار.

إنسانية

نحن نتواصل مع جمهورنا بصدق وشفافية، مستخدمين لغة واضحة ومباشرة دائماً، كما نتجنب المصطلحات المعقدة، لنضمن أن يعزز كل تواصل بيننا الثقة والتعاون وروح الشراكة.

-

نحن نتواصل بأسلوب شخصي نفكر في مصلحة العميل أولاً نعبر باختصار ووضوح

ذكية

بصفتنا بنكاً يركّز على تقديم الحلول ويستشرف المستقبل، نحن نظهر وبوضوح كيف نتعاون مع شركائنا من أجل تقديم الحلول المبتكرة، ومعاً، سنعمل على خلق تجارب متقدمة تتطلع نحو المستقبل وتساهم في تحقيق النجاح المشترك.

-

نحن خبراء موثوقون نفكر بشكل استراتيجي نمتلك رؤية مستقبلية

متفائلة

نحن نعزز مكانتنا من خلال إظهار ثقتنا وتفاؤلنا بالمستقبل. ومن خلال الشراكة مع عملائنا، نستخدم خبرتنا لضمان ازدهارهم وتحقيق التقدم للجميع.

-

نحن إيجابيون نشق بأنفسنا نلهم بريادتنا

مبادئ نبذة الخطاب

إنسانية

نحن نتواصل بأسلوب شخصي

نحن نستخدم لغة سهلة وبسيطة، مع إضافة لمسة إنسانية عند الحاجة، مما يعزز الثقة ويعمق الروابط مع جمهورنا. رسائلنا مفعمة بالحيوية تتجلى من خلال استخدامنا لجمل واضحة وأفعال تشجع على الإنجاز والتفاعل.

نفكر في مصلحة العميل أولاً

نحن نضع احتياجات العميل في مقدمة أولوياتنا، فنخاطبه مباشرة مع التركيز على الفائدة التي تهمه أولاً، ونعامله دائماً باحترام مع الحرص على تقدير وعيه وفهمه.

نعبر باختصار ووضوح

نحن نقدم لعملائنا معلومات دقيقة وواضحة مع التأكد من عدم إهمال أي تفاصيل مهمة. إن عملية المراجعة هي جزء مهم من أسلوبنا، ونحن نستفيد منها من أجل تقييم كتاباتنا وتبسيطها باستمرار دون المساس بوضوح الرسالة

ذكية

نحن خبراء موثوقون

نحن نشارك المعرفة والخبرة مع عملائنا الذين يعتبرون شركائنا في النمو، مما يعكس فهمنا لاحتياجاتهم وآمالهم. نقوم بتعزيز الثقة من خلال تقديم رؤى وإرشادات عملية، ونتجنب المبالغة أو "البيع بالإكراه"، مع التأكيد لعملائنا على جاهزيتنا الدائمة للمستقبل.

نفكر بشكل استراتيجي

نحن نتخذ قراراتنا المدروسة مستندين إلى فهم عميق ورؤية مستقبلية واضحة. يجب أن يعكس تواصلنا بكافة أشكاله الوضوح والتوجه، ونحن نقوم بذلك من خلال التركيز على الصورة الكاملة والحرص على أن تكون كلماتنا دقيقة وهادفة، ومتوافقة مع أهدافنا طويلة الأمد.

نمتلك رؤية مستقبلية

إن الابتكار هو محور كل ما نقوم به، وينبغي أن ينعكس الفكر الاستشرافي والحلول التكنولوجية التي نقدمها لعملائنا في تواصلنا. فسواءً كنا نتحدث عن إنجازاتنا في الخدمات المصرفية الرقمية، أو عن تجارب العملاء السلسة، فإن تركيزنا دائماً يكون على المنافع الملموسة والأثر الواقعي.

متفائلة

نحن إيجابيون

نحن نحرص على أن يشعر عملائنا بالرضا تجاه شؤونهم المالية، لذلك نحرص دائماً على استخدام نبذة داعمة وبناءة ومتفائلة في خطابنا. نحن نركّز على الحلول والفرص والمنافع بدلاً من ذكر المشكلات والتحديات، ونستخدم لغة حاسمة تعبر عن اليقين وتعزز الثقة بعلامتنا التجارية.

نثق بأنفسنا

نحن نؤمن بما نقوم به، وبالأثر الذي نحدثه لدى عملائنا، وبالمستقبل الذي نسهم في صياغته، وبالتالي يجب أن تعكس نبذة خطابنا هذه الثقة بشكل واضح وحاسم. نحن نتحدث بكل يقين وشفافية عن الفرق الحقيقي الذي تحدثه منتجاتنا وخدماتنا، ونركّز على الفرص والتقدم من أجل أن تكون كلماتنا هي مصدر إلهام دائم للثقة والتفائل.

نلهم الآخرين بريادتنا

نحن نظهر نهجنا التقدّمي من خلال استخدام لغة مُلهمة وجذابة تجسّد ريادتنا في دولة الإمارات العربية المتحدة والمنطقة وفي القطاع المصرفي ككل. لذلك يجب أن تؤكد كلماتنا كيف أننا نسهم في تشكيل مستقبل العمل المصرفي محلياً وإقليمياً.

نحن نقوم بضبط نبذة الخطاب التي نستخدمها عند التواصل مع جميع فئات جمهورنا، ونخصّص رسائلنا بما يتماشى مع احتياجاتهم وتوقعاتهم الفردية.

خصائص النبرة

نحن نتواصل بأسلوب شخصي
نفكر في مصلحة العميل أولاً نعبر
باختصار ووضوح

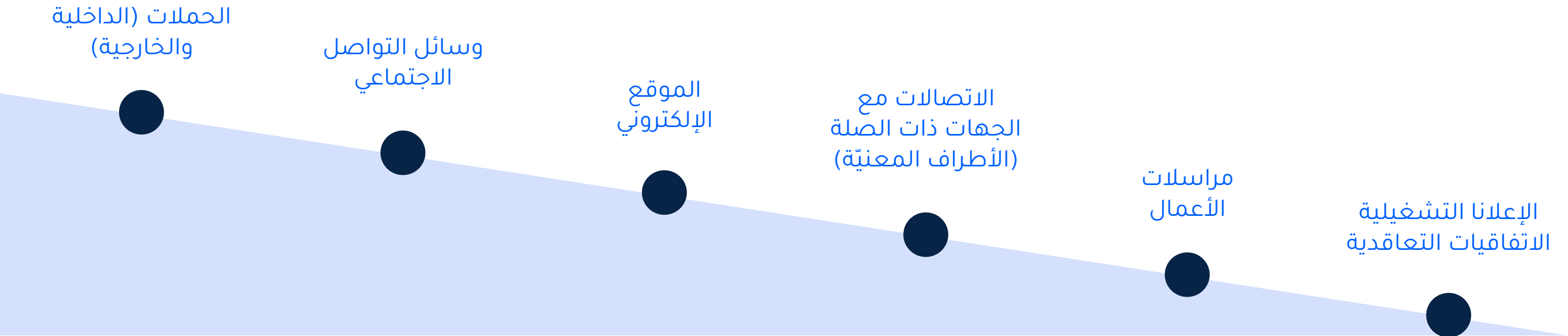
نحن خبراء موثوقون نفكر بشكل استراتيجي نمتلك رؤية مستقبلية

نحن إيجابيون نشق بأنفسنا نلهم
بريادتنا



السياق يصنع الفارق

بينما تحدّد نبرة الخطاب الخاصة بنا الطريقة التي نتواصل بها مع جمهورنا، سيبقى من المهم دائمًا أخذ السياق وطبيعة الرسالة بعين الاعتبار لأنها العامل الأساسي في توجيه أسلوب التواصل.



صوت يعبر عن الشخصية

نبرة وظيفية بسيطة

الحملة

البطاقة المميّزة الحمراء للمشجّعين الحقيقيين لفريق القمصان الحمراء. إليك هذه البطاقة الائتمانية المصمّمة خصيصًا لجمهير نادي كرة القدم الأسطوري العريق. بطاقة “مانشستر يونايتد” الائتمانية من بنك الإمارات دبي الوطني هي بطاقة مجانية مدى الحياة. وتمنحك مزايا ومكافآت فريدة ترتبط بكل ما يتعلق بفريقك المفضّل. البطاقة المصرفية الوحيدة التي سيفخر بها أي مشجّع حقيقي لفريق القمصان الحمراء.

وسائل التواصل الاجتماعي

متطوّعوننا ينشرون مشاعر المحبة والتراحم ضمن مبادراتنا المجتمعية خلال شهر رمضان.

#بنك_الإمارات_دبي_الوطني
#رمضان_العطاء #رمضان

الموقع الإلكتروني

نقذ معاملاتك المصرفية اليومية من أي مكان. تتبّع معاملاتك اليومية، أينما كنت مع تطبيق ENBD X للخدمات المصرفية الخاص بنا الحائز على الجوائز.

مراسلات الشركاء والجمهور

مع نسمات الخير التي يحملها شهر رمضان الفضيل، يتشرف بنك الإمارات دبي الوطني بدعوتكم لحضور أمسية إفطار مميزة. انضموا إلينا للاستمتاع بمأدبة عامرة وقضاء وقت ممتع يملؤه الدفء والضيافة العربية الأصيلة.

مراسلات الأعمال

عميلنا العزيز، بمناسبة عيد الأضحى المبارك، ستغلق فروعنا أبوابها في تاريخ XX XXXX 2025. لن تتم معالجة أي معاملات في هذا اليوم، ولكن ستبقى قنوات الدعم الخاصة بنا متاحة إذا كنت بحاجة إلى أي مساعدة.

الاتفاقيات التعاقدية

يمثل هذا المستند عقدًا بين بنك الإمارات دبي الوطني والمورّد، ويؤكد اتفاق الطرفين على قيام المورّد بتقديم الخدمات المتفق عليها للبنك والشركات التابعة ذات الصلة.

القسم الخامس

دليل أسلوب الكتابة

دليل أسلوب الكتابة

مقدمة

في الصفحات التالية من الدليل، ستجدون أمثلة توضّح كيف تتكامل مبادئ أسلوب الخطاب والتعبير معًا.

ندعوك لمقارنة النسخة الأصلية والمعدّلة لكل رسالة، لتتمكن من أن تدرك بشكل أعمق كيفية تطبيق هذه المبادئ عند التواصل مع عملائنا.

الوظائف: الفرص الوظيفية
للإماراتيين

قبل التحديث

فرص عمل للمواطنين

كنا على مدى 60 عامًا من أكبر جهات التوظيف للمواطنين في الدولة حيث نقدم لهم فرصًا وظيفية واعدة، وبرامج تطوير مهني بمعايير عالمية، وفرصة للمساهمة المباشرة في دعم التحول الاقتصادي المستمر لمدينتنا وأمتنا.

بعد التحديث

عالم من الفرص الواعدة للإماراتيين

نحن نقود مسيرة التقدم في المنطقة برؤية طموحة تستند إلى شغفنا برأس المال البشري.

على مدى أكثر من 60 عامًا، أصبحنا من أبرز جهات التوظيف التي يتطلع إليها الإماراتيون فنحن نوّفر فرصًا متكافئة للتطوير المهني، ونمكّن الكفاءات من الإسهام في اقتصاد نابض بالفرص.

نحن إيجابيون

نلهم بريادتنا

الحياة في بنك الإمارات دبي الوطني

قبل التحديث

الحياة في بنك الإمارات دبي الوطني. تعرفوا على فريقنا.

كنا على مدى 60 عامًا من أكبر جهات التوظيف للمواطنين في الدولة حيث نقدم لهم فرصًا وظيفية واعدة، وبرامج تطوير مهني بمعايير عالمية، وفرصة للمساهمة المباشرة في دعم التحول الاقتصادي المستمر لمدينتنا وأمتنا.

بعد التحديث

فريقنا هو سرّ تميزنا. هويتنا.

ن كفاءاتنا البشرية هي ركيزة نجاحنا الأساسية، ونحن ملتزمون بجذب أفضل الكفاءات وتطويرها لتشغل المناصب المناسبة. ثقافتنا الفريدة تقوم على ثلاثة مبادئ رئيسية: التنوّع، والتعاون، والابتكار. نحن نشجّع الجميع، مديرين كانوا أم موظفين جدد، على كسر الحواجز والعمل معًا، واستكشاف طرق عمل جديدة ومبتكرة.

نتق بأنفسنا

نحن إيجابيون

نلهم بريادتنا

التوظيف

قبل التحديث

شاركنا موهبتك، احتضن شغفك

نحن نبحث عن لاعبين أقوياء، وعن الأفراد الذين يرغبون بتغيير قواعد اللعبة ليكونوا قادة المستقبل.

في بنك الإمارات دبي الوطني، ستكون جزءًا من شركة تضع موظفيها في المقام الأول، وتحترف بالتميز، وترحب بالمواهب بأذرع مفتوحة. انضم إلينا، ومعًا سنساهم في تشكيل مستقبل العمل المصرفي.

بعد التحديث

طوّر مهاراتك. أهلاً بك في عالم مليء بالفرص.

نحن نبحث عن أشخاص يعملون بروح الفريق الواحد، ويشاركوننا الإيمان بقيم التنوّع والتعاون والابتكار.

ساعدنا في تنمية ثقافتنا النابضة بالحياة والتي تضع الإنسان في المقام الأول، وتدعم التفرد وتقدر المواهب. انضم إلينا وكن شريكًا في مسيرة الازدهار.

نتواصل بأسلوب شخصي

نحن إيجابيون

نعبر باختصار ووضوح

فتح حساب

قبل التحديث

احم مدخراتك: اكتشف مزايا الودائع.

عميلنا العزيز،

في بنك الإمارات دبي الوطني نريد مساعدتك في تحقيق تطلعاتك المالية من أجل أن تقترب من أهدافك في الحياة. الودائع الثابتة هي طريقة ذكية وسهلة لتنمية مدخراتك بشكل ثابت وآمن. فكر في استكشاف الودائع الثابتة كوسيلة لمراقبة نمو أموالك براحة بال.

بعد التحديث

هل تفكر بالادخار؟ الودائع هي خيارك الأفضل

عميلنا العزيز،

نحن نتفهم أن لديك أهدافك المالية الخاصة، ونحن هنا لتقديم الدعم لك في كل خطوة على الطريق. تعدّ الودائع الثابتة خيارًا ذكيًا للادخار بشكل منتظم وآمن.

افتح حساب وديعة ثابتة اليوم، وشاهد أموالك تنمو بثقة وتمتع براحة البال.

نعبّر باختصار ووضوح. نحن إيجابيون

نتواصل بأسلوب شخصي نفدّر في مصلحة العميل أولاً

نثق بأنفسنا

الحساب الجاري

قبل التحديث

بعد التحديث

عالم من الفرص لاستكشافه

احصل على مزايا مميزة وحرية المرونة ومجموعة كاملة من الميزات الشخصية التي ستبسط احتياجاتك المصرفية اليومية.

اكتشف عالمًا من الفرص

استمتع بمزايا حصرية وحرية تنفيذ معاملاتك المصرفية من أي مكان، مع مزايا مصمّمة خصيصًا لتبسيط تعاملاتك اليومية مع البنك.

نحن إيجابيون

نفجّر في مصلحة العميل أولاً

القروض

قبل التحديث

اكتشف كل ما يناسب احتياجاتك
بسعر مناسب.

نحن نسعى جاهدين لتقديم المساعدة المالية لكل من يحتاجها. يمكنك تقديم الطلب على قروضنا بطرق سهلة وخالية من المتاعب. انها تمطر ذهبًا هذا الصيف مع قروضنا.

بعد التحديث

قروض مرنة تلبي احتياجاتك

سواء كنت تخطط لامتلاك منزلك الجديد، أو لشراء سيارة جديدة، أو لتحقيق أي إنجاز شخصي آخر، فإن مجموعتنا الواسعة من القروض ستساعدك على تحقيق ذلك.

تمتّع بعملية تقديم سهلة وبأقل قدر من الأوراق المطلوبة، لتتفرغ لما هو أهم.

تقدم بطلبك عبر الإنترنت اليوم.

نفجّر في مصلحة العميل أولاً

نتواصل بأسلوب شخصي

نحن إيجابيون

بطاقات الائتمان: بطاقة نون الائتمانية

قبل التحديث

نقدم لك بطاقة نون One فيزا
الائتمانية الجديدة

عميلنا العزيز،

هل تتسوّق على موقع نون؟ هل ترغب في
استرجاع ما يصل إلى 20% كنقاط نون على جميع
مشترياتك؟

ابدأ التوفير معنا اليوم.

بعد التحديث

نقدم لك بطاقة نون One فيزا
الائتمانية الجديدة. مزايا أكثر
لتسوّق أذكى

عميلنا العزيز،

الآن لديك سبب إضافي للتمتع بالتسوّق على
منصة نون. استرد ما يصل إلى 20% كرصيد في
حساب نون مقابل كل عملية شراء منفذة
فيزا الائتمانية. Oneبطاقة نون

لا تفوّت الفرصة، ابدأ التوفير من اليوم.

تقدم بطلب الحصول على بطاقة نون One
فيزا الائتمانية اليوم.

نحن إيجابيون

نتواصل بأسلوب شخصي نفدّر في مصلحة العميل أولاً

نعبّر باختصار ووضوح

بطاقات الائتمان: بطاقة مانشستر يونايتد

قبل التحديث

بطاقة تعشق فريقك المفضل بقدر ما تحبه أنت.

عميلنا العزيز،

إذا كنت تبحث عن طريقة للتعبير عن حبك وشغفك تجاه فريق مانشستر يونايتد، فلا داعي للبحث أكثر. بطاقة مانشستر يونايتد الائتمانية من بنك الإمارات دبي الوطني هي بطاقة مجانية مدى الحياة وتقدّم مجموعة من المكافآت التي تحظى بمكانة خاصة في قلوب مشجعي ريد الحقيقين، بما في ذلك "ريد بوينتس" على جميع المشتريات وفرصة للفوز بهدايا مجانية!

بعد التحديث

بطاقة ريد لعشّاق ريد الحقيقين

عميلنا العزيز،
يسعدنا أن نقدّم لك بطاقة الائتمان التي سترتقي بتجربتك إلى مستوى جديد.

إن بطاقة مانشستر يونايتد الائتمانية من بنك الإمارات دبي الوطني هي بطاقة مجانية مدى الحياة، وهي الخيار المثالي لكل مشجّع مخلص.

استمتع بعالم من المزايا الحصرية، بما في ذلك كسب نقاط "ريد بوينتس" مقابل كل عملية شراء فيزا الائتمانية اليوم. وفرصة الفوز بهدايا حصرية.

نفجّر في مصلحة العميل أولاً

نعبر باختصار ووضوح

نثق بأنفسنا

نحن إيجابيون

صناعة محتوى جديد

استنادًا إلى مبادئ رسائِلنا الأساسية ومبادئ نبذة الخطاب الخاصة بنا، قمنا بصياغة مجموعة من المحتويات التعريفية لعلامتنا التجارية الأم ولكل قطاع من قطاعات أعمالنا.

نحن نقترح اعتماد الهيكل الآتي لإنشاء محتوى مؤثر لمنشورات وسائل التواصل الاجتماعي يساهم في تعزيز سمعة العلامة التجارية:

- الفكرة الأساسية أو الهدف
- تفاصيل المنتج أو الفعالية أو النشاط
- الدعوة لاتخاذ إجراء
- الخاتمة

سنستعرض في الصفحات التالية تطبيقًا عمليًا لهذا النهج على كل قطاع من قطاعات أعمالنا.

ينبغي أن تتوافق كل رسالة نقوم بكتابتها مع الركائز الرئيسية لرسائِلنا، وأن تعبّر عن فكرة العلامة التجارية: **“شركاء في الازدهار”**.

العلامة التجارية الرئيسية

يُرجى الملاحظة: عند استخدام هذا المحتوى، تأكد دائمًا من أن المعلومات المالية الواردة فيه تتوافق مع أحدث المعلومات المنشورة على موقعنا الإلكتروني ضمن قسم: **نبذة عنا > علاقات المستثمرين.**

قبل التحديث

يُعدّ بنك الإمارات دبي الوطني أحد البنوك الرائدة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وتركيا (MENAT)، وهو يسهم في دعم ازدهار الأفراد والشركات منذ أكثر من 60 عامًا. يبلغ إجمالي إيراداته 14.4 مليار درهم، فيما تصل قيمة أصوله بشكل إجمالي إلى 1.2 تريليون درهم. أن البنك مُدرج في سوق دبي المالي (DFM) ويضم أكثر من 30,000 موظف ينتمون إلى أكثر من 90 جنسية.

لقد رسّخ بنك الإمارات دبي الوطني مكانته كإحدى أكثر العلامات التجارية قيمة في دولة الإمارات العربية المتحدة، بعد أن ارتفعت قيمة علامته التجارية بنسبة 34% لتصل إلى 6.1 مليار دولار أمريكي في عام 2026.

تشمل محفظة أعمال البنك قطاع الخدمات المصرفية للأفراد، والخدمات المصرفية للشركات، والخدمات المصرفية الخاصة، إلى جانب مجموعة من الأعمال والأنشطة الأخرى. البنك ملتزم بدعم النمو المستدام في دولة الإمارات العربية المتحدة من خلال تطوير حلول مبتكرة تُسهم في إثراء المجتمعات، وبناء مستقبل مالي أكثر قوة وازدهارًا في المنطقة.

النص الطويل

بصفتنا بنكًا رائدًا في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وتركيا، فقد رسخنا وجودنا القوي في المنطقة لأكثر من ستين عامًا، حيث دعمنا تطلعات الأفراد والشركات. هذا الهدف هو الأساس الذي تقوم عليه جميع أعمالنا، وهو الذي يعزز رسالتنا في دفع عجلة التقدّم الاقتصادي لعملائنا وموظفينا ومستثمرينا ومجتمعاتنا والمنطقة ككل.

بنك الإمارات دبي الوطني هو بنك مدرج في سوق دبي المالي، وتبلغ إيراداته 14.4 مليار درهم، ولديه أصول بقيمة 1.3 تريليون درهم. تمتد بصمة البنك العالمية لتشمل الإمارات العربية المتحدة، ومصر، والهند، وتركيا، والسعودية، وسنغافورة، والمملكة المتحدة، والنمسا، وألمانيا، وروسيا، والبحرين، بالإضافة إلى مكاتب تمثيلية في الصين وإندونيسيا. لقد رسّخ بنك الإمارات دبي الوطني مكانته كإحدى أكثر العلامات التجارية قيمة في دولة الإمارات العربية المتحدة، بعد أن ارتفعت قيمة علامته التجارية بنسبة 34% لتصل إلى 6.1 مليار دولار أمريكي في عام 2026.

تقوم ثقافة البنك الفريدة على مبادئ التنوع والتعاون والابتكار والمجموعة توظف ما يزيد عن 30,000 موظف يمثلون أكثر من 90 جنسية، مما يجعله أحد أكبر جهات التوظيف وأكثرها تنوعًا ثقافيًا في دولة الإمارات العربية المتحدة. نحن في بنك الإمارات دبي الوطني فخورون بكوننا أحد أكبر جهات التوظيف للإماراتيين، حيث نوفر لهم فرصًا للتطوير المهني بمعايير عالمية وفرصة فريدة للمشاركة في رسم ملامح مستقبل القطاع المالي.

بصفتنا روادًا في مجالنا، نحن ندرك مسؤوليتنا تجاه موظفينا وعملائنا وكوكبنا. إن المسؤولية المؤسسية متجذرة بعمق في ثقافتنا، وهي التي تشكّل قراراتنا على كافة المستويات. نحن نعمل بجد على تعزيز النمو المستدام في دولة الإمارات العربية المتحدة، ونسعى لتحسين حياة الأفراد في مجتمعاتنا وبناء مستقبل مالي قوي للمنطقة. أننا نقود الطريق نحو التمويل المستدام، في ظل الطلب المتزايد على التمويل المتعلق بالمعايير البيئية والاجتماعية والحوكمة (ESG)، وذلك بما يتماشى مع خطة عمل دولة الإمارات العربية المتحدة لتحقيق "الانبعاث الصفري".

الخدمات المصرفية الشخصية

العناوين

- حلول مصرفية سلسلة
- حلول مبتكرة تلبي احتياجاتك اليومية
- شؤونك المالية في متناول يدك

نقدم لك الخدمات المصرفية الشخصية

نحن نعمل في بنك الإمارات دبي الوطني على تحسين خدماتنا المصرفية الشخصية لتلبية احتياجاتك بشكل أكثر فعالية. لقد تم تصميم حلولنا المصرفية لتلبية متطلباتك اليومية مع التركيز على البساطة وسهولة الوصول وتحقيق القيمة الحقيقية.

إن حصولك على تجربة مصرفية مميزة هو ما يصنع الفرق، ونحن ملتزمون بتوفير تجربة مصرفية مريحة وموثوقة ومتاحة على مدار الساعة. نحن نعمل على تطوير خدماتنا باستمرار لتكون أكثر توقعًا وسهولة لك عند الاستخدام. يوفر لك تطبيق ENBD X الخاص بنا، والحائز على عدة جوائز، أكثر من 200 خدمة مصرفية ذكية، مما سيمكنك من إدارة أموالك المالية في أي وقت ومن أي مكان. فسواء كنت تدخر لشراء شيء مميز، أو تخطط لتمويل مشروعك القادم، فنحن هنا لنقدم لك الدعم في كل خطوة.

إن التزامنا يتجاوز العمل المصرفي، فنحن ندعم مجتمعاتنا لتزدهر، ونعمل برؤية شاملة من أجل أن نقلل من أثرنا البيئي، ولكي نبني مستقبلًا ماليًا قويًا للأفراد والشركات في واحدة من أسرع مناطق العالم نموًا.

الخدمات المصرفية الشخصية

منشورات وسائل التواصل الاجتماعي

- الفكرة الاساسية أو الهدف
- تفاصيل المنتج أو الفعالية أو النشاط
- الدعوة لاتخاذ إجراء
- الخاتمة

العميل أولاً

إن احتياجاتك المالية هي أعلى أولويتنا. ولذلك نحن نعمل على جعل عمليات تحويل الأموال أسهل مما تتوقع. فمن خلال تحويل "دايركت دول مجاناً 6ريمت"، سيمكنك تحويل الأموال إلى وفي غضون 60 ثانية فقط.

خدمة سريعة، مجانية، ومريحة وهي متوفرة على مدار الساعة عبر موقعنا الإلكتروني، أو من خلال تطبيقنا الذكي ENBD X.

تطبيقنا الذكي emiratesnbd.com

#بنك_الإمارات_دبي_الوطني #دايركت_ريمت

الابتكار المصرفي

نحن في بنك الإمارات دبي الوطني، نعتقد أن الابتكار ليس مجرد شعار، بل هو نهجنا الذي يمكّنك من إتمام معاملتك بسرعة أكبر، وإدارة أموالك بفعالية، وتحقيق المزيد من الإنجازات.

الابتكار هو جوهر خدماتنا، فابتداءً من التجارب المصرفية الرقمية وصولاً إلى الحلول المدعومة بالذكاء الاصطناعي، سنضمن لك البقاء دائماً في المقدمة.

لنستكشف الفرص معاً.

#الابتكار_في_بنك_الإمارات_دبي_الوطني
#مستقبل_الخدمات_المصرفية

نمو مستدام لمستقبل أفضل

نحن في بنك الإمارات دبي الوطني، نضع الاستدامة في قلب رؤيتنا لمستقبل مشرق. سواء كنا نعمل على تنمية قدراتك المالية أو دعم المبادرات البيئية، فنحن ملتزمون بمساندتك ومساندة مجتمعاتنا نحو الازدهار.

معاً، سنبني مستقبلاً أكثر ازدهاراً واستدامة. اتصل بنا لتكتشف كيف يمكننا مساعدتك لتحقيق نمو مستدام.

اكتشف المزيد عبر emiratesnbd.com

#الاستدامة #نحو_غد_مستدام

الخدمات المصرفية المميزة

العناوين

- نبني مستقبلاً مالياً قوياً
- نرتقي بتجربتك المصرفية
- ازدهارك هو أولويتنا
- نساعدك على تحقيق أهدافك المالية

نقدم لك الخدمات المصرفية المميزة

توفر لك الخدمات المصرفية المميزة مدير علاقات مخصّص لك يرافقك في كل مرحلة من رحلتك المصرفية معنا. فسواء كنت تخطط لخطوتك المستقبلية، أو كنت تريد التمتع بلحظات الحاضر، سنقدم لك خدمة شخصية استثنائية، وحلول مصرفية خاصة، وتجربة مصممة لتحقيق أهدافك المالية.

التمويل يمنح الحرية، ونحن هنا لمساعدتك في الوصول إليها. نحن ندرك طموحاتك وسنرافقك في رحلتك من خلال تقديم مجموعة من المنتجات والخدمات الفريدة التي ستدعم أسلوب حياتك الذي تطمح إليه. نحن سنبدل كل ما في وسعنا لتقديم الدعم لك، بدءاً من الاستثمار في قطاع التكنولوجيا الذكية التي ستفتح لك آفاقاً جديدة، وصولاً إلى تبسيط تنفيذ العمليات المصرفية لتتمكن أنت بالتالي من التركيز على ما يهمك حقاً.

بصفتك أحد عملاء الخدمات المصرفية المميزة، سيمكنك الاعتماد على خبرائنا لوضع رؤى مالية تتجاوز الحاضر وتستشرف المستقبل بثقة. هدفنا هو تنمية ثروتك والمحافظة عليها، مع تقديم الرؤى والنصيحة عندما تكون بحاجة إلى اتخاذ قرارات مالية كبيرة، أو استكشاف فرص جديدة. معاً، سنبنّي مستقبلاً أكثر ثراءً وأماناً لك.

الخدمات المصرفية المميزة

منشورات وسائل التواصل الاجتماعي

- الفكرة الاساسية أو الهدف
- تفاصيل المنتج أو الفعالية أو النشاط
- الدعوة لاتخاذ إجراء
- الخاتمة

العميل أولاً

في بنك الإمارات دبي الوطني، نؤمن بأن دورنا يتجاوز مجرد إدارة أموالك، فنحن شركاؤك في الازدهار. من خلال تقديم خيارات الاستثمار المستدامة وحلول مالية مخصصة، نعمل معاً لبناء مستقبل أفضل.

لنرسم معاً مسار نجاحك المالي.

اكتشف المزيد عبر emiratesnbd.com

#الخدمات_المصرفية_المميزة

#بنك_الإمارات_دبي_الوطني

الابتكار المصرفي

الخدمات المصرفية المميزة من بنك الإمارات دبي الوطني تجمع بين الابتكار والتميز الشخصي.

نقدم لك أدوات ورؤية تساعدك على البقاء في موقع الريادة في عالم متغير، من الحلول الرقمية المتطورة إلى استراتيجيات إدارة الثروات التي تم تصميمها خصيصاً لتلبية احتياجات العصر الحديث وتحقيق الطموحات المستقبلية.

تعرف على حلولنا المصرفية المبتكرة

عبر emiratesnbd.com

#الخدمات_المصرفية_المميزة

#الخدمات_المصرفية_المبتكرة

#بنك_الإمارات_دبي_الوطني

نمو مستدام لمستقبل أفضل

نعمل معاً بصفتنا شريكك المصرفي الموثوق لنصنع من طموحات اليوم نجاحات الغد.

سواء كنت تسعى لتنمية ثروتك، أو تخطط لمستقبلك، أو تبحث عن حلول تمويل مستدامة، فإن فريق خبرائنا يضمن لك البقاء في موقع الريادة.

تواصل معنا اليوم لنستكشف فرص النمو

والتمويل المستدام.

#الخدمات_المصرفية_المميزة

#ارتق_بنجاحك

الخدمات المصرفية للأعمال

العناوين

- نشاركك روح ريادة الأعمال
- من الانطلاقة إلى التوسّع
- عزز نمو أعمالك بخطوات واثقة
- نوّقر لك الأدوات لتنمو وتتوسّع

نقدم لك الخدمات المصرفية للأعمال

بصفتنا أحد البنوك الرائدة في المنطقة، نحن نعي تمامًا احتياجات أعمالك، ونوفر لك خبرة مصرفية تتسم بالكفاءة وسهولة الوصول، مع خدمات مخصّصة لدعم نمو أعمالك. نحن نخطط وندير العمليات المصرفية بشكل يتيح لك التركيز على ما هو مهم: تعزيز نمو أعمالك بثقة واستمرارية.

تتميز منتجاتنا وخدماتنا بمرونة عالية تلبي تطلعاتك وتساعد في تسريع الإنجاز. من خلال استثمارنا في حلول مبتكرة مثل منصتنا المتطورة "بيزنس أونلاين - businessONLINE"، نحن نعمل على تعزيز كفاءتك وتمكينك من البقاء في طليعة السوق وتحقيق استقرار مالي مثالي. تدعم شراكاتنا مع أبرز المؤسسات في القطاع جهودنا في تقليل المخاطر وتطوير مستقبل أكثر ذكاءً للخدمات المصرفية للأعمال.

نحن فخورون بتمثيل دولة الإمارات العربية المتحدة ومنطقتنا المزدهرة على الساحة العالمية. ثقافتنا النابضة بالحياة والموجهة نحو المستقبل تلهم الطموح وتشجع على التوسع. إن شراكتك معنا ستفتح الأبواب نحو فرص جديدة وستتمكن الشركات المحلية من النمو والانطلاق نحو العالمية.

الخدمات المصرفية للأعمال

منشورات وسائل التواصل الاجتماعي

- الفكرة الاساسية أو الهدف
- تفاصيل المنتج أو الفعالية أو النشاط
- الدعوة لاتخاذ إجراء
- الخاتمة

العميل أولاً

نحن في الخدمات المصرفية للأعمال من بنك الإمارات دبي الوطني، نعتبر أنفسنا شركاؤك في تحقيق النجاح.

ابتداء من منصتنا المصرفية الرقمية "بيزنس أونلاين - businessONLINE"، مرورًا ببرامج الدعم المتخصصة المقدمة للشركات الصغيرة والمتوسطة، وصولاً إلى خبرتنا في تمويل التجارة العالمية، تم تصميم كل حل نقدّمه لك مع وضع أعمالك في على أولوياتنا.

مهما كانت رؤيتك، سنعمل معك على تحقيقها وتحويلها إلى واقع ملموس.

اكتشف حلولاً تناسب متطلبات أعمالك عبر [الرابط]

#بنك_الإمارات_دبي_الوطني
#الخدمات_المصرفية_للأعمال
#تمويل_الشركات_الصغيرة_والمتوسطة
#شركاؤك_في_الازدهار

الابتكار المصرفي

مع منصة "بيزنس أونلاين - businessONLINE"، أصبحت معاملاتك المصرفية أسهل.

تمنحك هذه المنصة الرقمية المتطورة تحكّمًا كاملاً بشؤونك المالية، وتتيح تنفيذ المعاملات من أي مكان، واتخاذ قرارات مدروسة لدفع عجلة نمو أعمالك.

اكتشف مزايا منصة "بيزنس أونلاين" عبر [الرابط]

#بيزنس_أونلاين
#بنك_الإمارات_دبي_الوطني
#الخدمات_المصرفية_للأعمال
#الخدمات_المصرفية_المبتكرة

نمو مستدام لمستقبل أفضل

نحن ملتزمون بدعم نمو أعمالك بأسلوب مستدام. إن أعمالك تستحق أكثر من مجرد بنك، فهي تستحق شريكًا في التقدّم.

تم تصميم حلولنا المالية المخصصة وتقديم الدعم من قبل خبراءنا لمساعدتك في الوصول إلى آفاق جديدة واغتنام الفرص المتاحة.

اكتشف كيف يمكننا تنمية أعمالك معًا عبر [الرابط]

#بنك_الإمارات_دبي_الوطني
#الخدمات_المصرفية_للأعمال

الخدمات المصرفية
للأعمال (فئات النخبة)

العناوين

- خدمات مصرفية احترافية تناسب احتياجات أعمالك
- خدمات مصرفية للأعمال ذكية ومتطورة
- إجراءات بسيطة، حلول ذكية، ونتائج تصنع الفرق
- توقع الأفضل، وجرب ما هو أكثر

الخدمات المصرفية للأعمال (فئات النخبة)

لأننا ندرك أن نجاحك اليوم هو أساس طموحاتك المستقبلية، يضع فريق الخدمات المصرفية للأعمال المتخصص خبرته بين يديك لبناء نموذج مالي متين، لا يقتصر على تعزيز قوة أعمالك فحسب، بل يرتقي بكفاءتها التشغيلية إلى أعلى المستويات.

ولتحقيق ذلك، نوفر لك باقة من الحلول المبتكرة والمصممة خصيصًا لتلبية متطلباتك. فسواء كنتم بحاجة إلى التقنيات المتقدمة التي توفرها منصتنا الرقمية "بيزنس أونلاين - businessONLINE" لتوفير وقتك وجهدك، أو إلى الخبرة العميقة التي يقدمها مستشارونا ومديرو العلاقات لتجاوز أعقد التحديات، فإننا هنا لتقديم الدعم لك في كل خطوة.

يمتد دعمنا إلى ما هو أبعد من ذلك، فبفضل شبكتنا الإقليمية الواسعة، سنفتح لك الأبواب للتوسع عبر الحدود بكل ثقة، وسنكون معك لتحويل رؤيتكم إلى واقع ملموس واقتناص الفرص الواعدة أينما كانت.

إن الشاهد الأكبر على التزامنا هذا هو قصة النجاح التي يكتبها عملاؤنا كل يوم. هذا النجاح المشترك هو ما أهّلنا في عام 2024 لنيل تقدير عالمي مرموق، حيث حصدنا جائزتي "أفضل بنك" و"أفضل بنك في العالمية ضمن جوائز مهرجان "يوروموني - Euromoney" العالمية.

الخدمات المصرفية للأعمال (الفئات المميزة)

منشورات وسائل التواصل الاجتماعي

- الفكرة الاساسية أو الهدف
- تفاصيل المنتج أو الفعالية أو النشاط
- الدعوة لاتخاذ إجراء
- الخاتمة

العميل أولاً

تتطلب أهدافك الخاصة في الخدمات المصرفية للأعمال حلولاً مخصصة تلبي احتياجاتك. يقوم خبراءنا بالتعاون معك عن كثب لفهم متطلباتك وتطوير استراتيجيات تعزز نمو أعمالك.

نحن هنا لنقدم لك الدعم والإرشاد في كل خطوة، من خلال مدير علاقات عملاء مخصص، مما يتيح لك التركيز على تطوير أعمالك.

تعرّف على المزيد عن حلول الخدمات المصرفية للأعمال عبر [الرابط](#)
#بنك_الإمارات_دبي_الوطني
#الخدمات_المصرفية_للأعمال

الابتكار المصرفي

استكشف مستقبل الخدمات المصرفية للأعمال مع الحلول المبتكرة من بنك الإمارات دبي الوطني، والمصممة خصيصاً لرواد الأعمال أصحاب الرؤى والطموحات.

نقدم الابتكار في جميع جوانب تجربتك المصرفية للأعمال، حيث توفر لك مدير علاقات مخصص، بالإضافة إلى الوصول الحصري إلى منصتنا الرقمية المتطورة "بيزنس أونلاين - businessONLINE"، والحلول المالية التي تلبي احتياجات أعمالك.

اكتشف كيف يمكننا دعم أعمالك لتحقيق أقصى إمكاناتها [\[الرابط\]](#)
#بنك_الإمارات_دبي_الوطني
#الخدمات_المصرفية_للأعمال

نمو مستدام لمستقبل أفضل

التعاون مع بنك رائد في المنطقة يعزز عملك بالخبرات المطلوبة لتحقيق النمو المستقبلي.

إن فريق الخدمات المصرفية للأعمال هو الشريك الموثوق الذي يكرّس جهوده لدعم خططك الطموحة نحو التوسع والنجاح.

اكتشف المزيد حول كيفية دعم مسيرتك الناجحة عبر [الرابط](#)
#بنك_الإمارات_دبي_الوطني
#الخدمات_المصرفية_للأعمال

القسم السادس

نمط الكتابة

نمط الكتابة

مقدمة

يتناول هذا الدليل قواعد الأسلوب والإملاء والنحو المعتمدة في إعداد المحتوى لجميع قنوات الاتصال الخاصة ببنك الإمارات دبي الوطني.

الكتابة الجيدة تترك أثرًا

يحتاج القارئ لبضع ثوانٍ فقط من أجل أن يقرر متابعة قراءة المحتوى أو تجاهله. وهنا تكمن قوة الكلمات: فالكتابة الجيدة واللغة السليمة والأسلوب الجذاب هي ما يأسر انتباه القارئ ويشجعه على المتابعة.

إن التزامك بهذه الإرشادات يضمن أن تكون كتاباتك متسقة وواضحة، مما يعكس مهنتك ويساهم في تعزيز صورة البنك.

المراجعة والتدقيق خطوة أساسية لا يمكن إغفالها. يجب أن يكون كل ما تكتبه خاليًا تمامًا من الأخطاء.

قائمة المحتويات

- كيف نكتب
 - مراحل الكتابة الأساسية
 - تحديد البنية السردية
- كيفية كتابة التعليمات
- كتابة الأسماء والمصطلحات
- كتابة أسماء المنتجات
- الأرقام وأسماء العملات، وأرقام الهواتف، والمليون والمليار
- التاريخ والوقت
- ضوابط عامة
 - بنك الإمارات دبي الوطني
 - العناوين الرئيسية
 - حرف العطف (و)
 - الاختصارات
 - صيغة المبالغة

- عبارات التوضيح والتمثيل
- المصطلحات التقنية:
- تسجيل الدخول
- القوائم النقطية
- استخدام القوائم المرقمة
- مخاطبة الزملاء والعملاء
- كتابة أسماء الدول والمناطق باللغة العربية
- تبسيط الأسلوب العربي
- علامات الترقيم
- نضع العميل أولاً والتعاطف
- قواعد كتابة العدد والمعدود
- قواعد كتابة الهمزة
- الوضوح والدقة في الكتابة

أسلوب واضح وبسيط

"فالمهارة أن ترفع السلسلة عن الابتذال، وأن يكون هناك فرق واضح بين البساطة والكلام الركيك"

الكاتب يحيى حقي، كاتب مصري.

كيف نكتب

نحن نستخدم لغة عربية بسيطة وواضحة تهدف إلى تقديم المعلومات بطريقة مفيدة وسلسة، مع تجنب المصطلحات الغامضة أو المعقدة. نحرص على أن تكون لغة المحتوى الموجّه للعملاء إنسانية ومحترفة في آن واحد، وفي الوقت نفسه أن تعكس قيم الثقة والوضوح.

يتميز أسلوبنا في الكتابة بـ :

- موجزًا، وليس مطوّلًا
- احترافيا، وليس مبتدئًا
- فعّال، وليس سلبيًا
- إنساني، وليس مؤتمتًا
- صادقًا، وليس متلاعبًا
- جذابًا، وليس مملاً
- شاملاً، وليس إقصائيًا

تتميز منتجاتنا المصرفية ذات الدرجة الممتازة، مثل منتجات الخدمات المصرفية المميزة، بأسلوب كتابة خاص يبرز قيمتها ومكانتها، لذا، من الضروري أخذ هذا الأسلوب بعين الاعتبار عند إعداد أي محتوى يتعلق بها.

نحن نتجنب استخدام عبارات إقصائية مثل: "خدمات مصرفية للنخبة الراقية..." لأنها قد تنقّر بعضًا من فئات عملائنا. وبدلاً من ذلك نعتمد صياغة احترافية وشاملة مثل: "الخدمات المصرفية المميزة من بنك الإمارات دبي الوطني هي برنامج خاص يُقدّم من خلال الدعوة فقط."

الأسلوب المعتمد في الكتابة

نحن نلتزم باستخدام لغة عربية فصحي حديثة، خالية من التعقيد، والتي يسهل فهمها بشكل واسع. نتجنب اللهجات العامية والتراكيب المترجمة حرفياً من لغات أخرى، ونحرص على استخدام مفردات متسقة تعبّر عن هوية العلامة التجارية وأسلوب الخطاب والتعبير الخاص بها.

مراحل الكتابة الأساسية

تعتمد الكتابة الجيدة على ثلاثة أجزاء متساوية: ثلث للتخطيط، وثلث للصياغة، وثلث للمراجعة والتدقيق.

التخطيط للكتابة

لماذا؟ - حدّد الهدف من الكتابة

قبل أن تبدأ الكتابة، حدد هدفك بوضوح. قد يكون هدفك هو إعلام العملاء بمنتج جديد أو تغيير شيء ما، أو الإقرار بمشكلة والاعتذار عنها. وقد يكون أيضاً طلب للمعلومات، أو وصف لفعالية، أو إعلان عن تعليمات، أو إقناع لعميل محتمل. إن معرفة هدفك هي حجر الأساس لكتابة فعالة.

لمن؟ - حلل فئة الجمهور المستهدف

بعد تحديد الهدف، فكّر: لمن أكتب؟ ما الفئة العمرية أو الخلفية التعليمية أو السياق الاجتماعي للقارئ؟ هل أتوجّه إلى عميل خدمات مصرفية شخصية، أو مميزة، أو خاصة؟ ما احتياجاته وتطلّعاته؟ ما التحديات أو الحساسيات الثقافية التي يجب أخذها بعين الاعتبار؟ إن معرفة جمهورك المستهدف ستساعدك في اختيار اللغة والأسلوب المناسبين.

ماذا؟ - اختر المحتوى

بعد تحديدك للسبب "لماذا" والجمهور "لمن"، سيمكنك الانتقال لتحديد المحتوى "ماذا". وهنا سيتوجب عليك أن تسأل نفسك عن الأفكار والمعلومات التي ستحقق هدفك. قد يشمل ذلك جمع الأفكار، والبحث، والتركيز على الفوائد وليس المميزات، وتقديم الدلائل التي تهم العميل. ودمج المفاهيم الأساسية التي تعكس هوية علامتنا التجارية

تحديد البنية السردية (تحديد هيكل المحتوى)

بعد أن قمت بتحديد المراحل "لماذا"، "لمن"، و"ماذا"، يأتي دور تحديد كيفية تنظيم رسالتك وصياغة أفكارك الرئيسية.

يجب أن تحتوي كل رسالة على ثلاث مكونات أساسية: المقدمة، المحتوى، والخاتمة. ينقسم كل مكون من هذه المكونات الأساسية إلى فقرات، حيث تركز كل فقرة على فكرة رئيسية واحدة تعرض في ثلاث إلى خمس جمل، وينبغي أن يكون الانتقال بين هذه الفقرات سهلاً ومتناغماً.

بناءً على ما سبق، اسأل نفسك السؤال التالي: ما هو الترتيب الذي سأتبعه في هذه الرسالة؟ ماذا سأقول في البداية؟ وماذا بعد ذلك؟ وبماذا سأختتم؟ وكيف سأضمن سلاسة الانتقال من فقرة إلى أخرى؟

الكلمات الانتقالية الموصى بها:

لذا، لذلك، لهذا السبب، وعليه بعد، لاحقًا، فيما بعد، عقب ذلك بالتالي، ونتيجة لذلك، وعليه، إذن لأن، حيث، بسبب، نظرًا لـ أولاً، ثانيًا، بداية، ثم، أخيرًا بعد ذلك، التالي، لاحقًا، ثم

على سبيل المثال، مثلًا، كمثال، من ذلك بنفس الطريقة، على النحو نفسه، بالمثل علاوة على ذلك، فضلًا عن ذلك، إضافة إلى ذلك بالإضافة إلى، إلى جانب ذلك، مع ذلك ليس فقط... بل أيضاً، لا يقتصر على... بل يشمل كذلك وكذلك، إضافة إلى، إلى جانب

مثال

الهدف

إبلاغ عميل مخلص للبنك بأنه سيتم ترقية باقته المصرفية من باقة "بيوند" إلى باقة "بلس".

نبذة عن الجمهور

الشخص المستهدف هو عميل مخلص للبنك منذ تسع سنوات، وأصبح الآن مؤهلاً للانتقال إلى مستوى جديد من الخدمات المصرفية.

عناصر المحتوى (بغض النظر عن الترتيب)

- تقدير العلاقة الطويلة مع البنك
- تقديم الخبر السار
- مزايا باقة "بلس"
- رسائل العلامة التجارية

البنية المقترحة

- مقدمة
- الاهتمام والاحتفاء بالعميل
- أسباب الترقية
- إعلان الخبر السار
- خاتمة إيجابية

مثال تطبيقي
النص الأصلي

الخدمات المصرفية للأفراد - من باقة "بيوند" إلى باقة "بلس"	
نرافقك في رحلتك المصرفية، ونكافئك مع كل خطوة للأمام.	
اللقب + اسم العائلة فقط	عميلنا العزيز[الاسم الأول] [اسم العائلة].
يضعف وقع الخبر السار بسبب إدراج قائمة المتطلبات مباشرة بعده.	في بنك الإمارات دبي الوطني، نبذل كل جهد ممكن لضمان أن تستمر في التمتع بتجربة مصرفية تناسب احتياجاتك وأسلوب حياتك.
يضعف وقع الخبر السار بسبب إدراج قائمة المتطلبات مباشرة بعده.	يسعدنا إبلاغك بأنه، اعتبارًا من يناير 2025، سيتم ترقية علاقتك المصرفية إلى باقة "بلس"، والتي تعد أكثر ملاءمة لاحتياجاتك المصرفية. سيُطلب منك الحفاظ على متوسط رصيد شهري لا يقل عن (XXXX) درهم، أو تحويل راتب شهري بقيمة (XXXX) درهم أو أكثر. ستظل بطاقة الخصم ودفتر الشيكات الحاليين ساريين دون تغيير.
خطأ لغوي: عدم توافق الفعل مع الاسم (الإفراد والجمع)	يطبق الحد الأدنى للرصيد فقط في حال كان متوسط الرصيد الشهري أقل من (XXXXدرهم.
العودة إلى ذكر المزايا بعد الشروط تسبّب ارتباكًا في تسلسل الرسالة.	بالإضافة إلى ذلك، سيحق لك الحصول على المزايا والامتيازات التالية:
أخطاء نحوية وعلامات ترقيم غير صحيحة في القائمة.	• خدمات مصرفية يومية مجانية • عدد X دفاتر شيكات سنويًا • عدد X شيكات مصرفية أو شيك مدير سنويًا • تحويلات محلية ودولية غير محدودة عبر الخدمات المصرفية الإلكترونية، وتحويل واحد مجاني في الفروع كل شهر.
هل هذا عنوان؟ لا وجود لكلمات انتقالية في النص.	عرض باقة جديدة على البطاقات الائتمانية ومنتجات التأمين المصرفي قدّم طلبًا للحصول على بطاقة سكاى واردرز أو بطاقة SPG الائتمانية واسترد 100% من رسوم الانضمام عند الاشتراك في منتج تأمين مصرفي من MetLife بقسط شهري قدره (XXXX) دولار أمريكي أو أكثر خلال فترة 30 يومًا.
الخاتمة غير فعّالة يوجد خطأ في علامات الترقيم	تعرّف على باقاتنا للخدمات المصرفية الشخصية [رابط] جدول الرسوم والأجور [رابط] نتطلع لخدمتك بشكل أفضل. وتفضّل بقبول فائق التحيات،

مثال تطبيقي
بعد التحديث

الخدمات المصرفية للأفراد - من باقة "بيوند" إلى باقة "بلس"	
نرافقك في رحلتك المصرفية، ونكافئك مع كل خطوة للأمام.	
اللقب + اسم العائلة فقط	عميلنا العزيز[الاسم الأول] [اسم العائلة].
الرسالة الرئيسية نرکز على مصلحة العميل من خلال إبراز المزايا التي تهمة يفضل العملاء البنوك التي تسهل عليهم عملياتهم المصرفية.	يسعدنا إبلاغك بأنه ابتداءً من يناير 2025، سيتم ترقية باقتك المصرفية من باقة "بيوند" إلى باقة "بلس". هذه الترقية تمنحك مزايا حصرية وتلبي احتياجاتك المصرفية بشكل أفضل. بطاقتك الحالية ودفتر الشيكات سيبقيان صالحين للاستخدام، ولا حاجة لاستبدالهما.
تنسيق النص يعزز الوضوح	إليك بعض مزايا باقة "بلس":
• استخدام علامات ترقيم صحيحة	• معاملات مصرفية يومية مجانية
• قواعد لغوية ثابتة	• الحصول على دفترَي (2) شيكات مجاناً كل عام
	• الحصول على دفترَي (2) شيكات مصرفية أو شيكات مدير مجاناً كل عام
	• تحويلات محلية ودولية غير محدودة من خلال الخدمات المصرفية عبر الإنترنت
	• تحويل مجاني واحد (1) من خلال أحد الفروع شهرياً
يجب عرض الشروط بعد المزايا، وبأسلوب توضيحي لا يأخذ شكل المطالب أو الأوامر.	أنت مؤهل للحصول على هذه الباقة لكونك تقوم بتحويل راتب شهري لا يقل عن (XXX) درهم، أو لأنك تحتفظ برصيد لا يقل عن (XXX) درهم شهرياً. في حال كان متوسط الرصيد الشهري أقل من هذا الحد، سيتم تطبيق رسوم الحد الأدنى للرصيد.
كلمة الانتقال "وفي الختام" تمهّد لموضوع جديد وتروّج لمزايا الباقة، مع التأكيد على سهولة الحصول عليها دون عناء.	وفي الختام، يسعدنا أن نشاركك فرصة إضافية مقدمة مع باقة "بلس": عند التقدم بطلب الحصول على بطاقة سكاى واردرز أو على بطاقة SPG ستحصل على استرداد 100% لرسوم الانضمام، كل ما عليك هو الاشتراك في منتج تأمين مصرفي من MetLife بقسط شهري لا يقل عن (XXX) دولار أمريكي خلال فترة أول 30 يوماً تبدأ من تاريخ استلام بطاقتك.
الخاتمة مناسبة للعميل وتعكس هوية العلامة التجارية، مع استخدام صحيح لعلامات الترقيم.	تعرّف على باقات الخدمات المصرفية الشخصية الخاصة بنا [رابط] جدول الرسوم والتكاليف [رابط]
	نحن على يقين بأنك ستستمتع بباقة "بلس" الجديدة، المصممة لتناسب احتياجاتك. للاستفسارات، يُرجى التواصل معنا على الرقم [رقم الهاتف].
	وتفضّل بقبول فائق التحيات، بنك الإمارات دبي الوطني

كيفية كتابة التعليمات

تذكّر أن القارئ يعتمد على التعليمات لإنجاز المهمة بنجاح. اختبر التعليمات بنفسك للتأكد من أنها واضحة ومضمونة النتائج.

يلجأ العملاء إلى قراءة التعليمات عندما يحتاجون إلى إنجاز مهمة معينة. ولضمان إنجاز هذه المهمة بأمان ودقة، يجب أن تكون التعليمات واضحة ويسهل اتباعها. إن وجود معلومات ناقصة أو في غير محلها قد يسبب إرباكًا، بل وقد يشكل خطرًا في بعض الأحيان.

إذا كانت التعليمات غير دقيقة أو مبنية على افتراضات كثيرة، فقد يؤدي ذلك إلى مشاكل خطيرة، وقد يتحمل البنك المسؤولية عن أي أضرار تنتج عن ذلك.

- لا تفترض أبدًا أن القارئ يعرف ما تعرفه أنت أو يمتلك نفس خبرتك.
- قم بتنفيذ المهمة بنفسك أولاً ودوّن كل خطوة.
- أعد تنفيذ المهمة مرة أخرى باتباع تعليماتك التي كتبتها، ثم اطلب من شخص يمثل جمهورك المستهدف أن يقوم بها أيضاً.
- راجع التعليمات وعدّلها حتى لا تترك أي مجال للخطأ.
- إذا كانت الرسالة تحتوي على روابط إلكترونية، فتأكد أنها جميعها تعمل بشكل صحيح.

كتابة الأسماء والمصطلحات

لضمان الاتساق والحفاظ على هويتنا الاحترافية، نلتزم بالطريقة المعتمدة في كتابة أسماء المنتجات، والخدمات والمصطلحات التقنية والرسمية.

القواعد العامة

- الألقاب: اكتب ألقاب الأشخاص دائماً قبل الاسم، مثل: السيد والسيدة...
- أسماء الشركات والمؤسسات الأجنبية: اكتب أسماء الشركات الأجنبية كما هي مذكورة في موقعها الإلكتروني الرسمي باللغة العربية (إن وجدت)، أو تكتب كما تلفظ تماماً باللغة العربية ويضاف إليها الاسم بالإنكليزية، ويوضع قبلها الكلمة التي توضح طبيعتها، مثل: شركة، صحيفة، وهكذا (صحيفة نيويورك تايمز).
- اكتب الكلمات الإنكليزية التي تكتب بالحروف اللاتينية باستخدام الهجاء البريطاني لها.
- أسماء المنتجات العالمية: اكتب أسماء المنتجات والعلامات التجارية العالمية كما تمّ ذكرها في المواقع الإلكترونية الرسمية باللغة العربية لتلك العلامات (إن وجدت). أمثلة: Apple، سامسونج، وهكذا. في حال عدم توقّر الاسم بالعربية، فسيتم كتابة اسم العلامة التجارية بالعربية كما يتم لفظها باللغة الإنكليزية ويضاف إليها الاسم بالإنكليزية للتأكيد وتضع بين إشارتي "XX" (مثال: ماريوت بونفوي - Marriott Bonvoy). تطبّق هذه القاعدة عدد ذكر أي اسم، أو علامة تجارية، أو منتج، أو خدمة، أو ما شابهها باللغة الإنكليزية.
- الجيم غير المعطشة في الألفاظ ذات الأصول الأجنبية: حوّل الجيم غير المعطشة في الألفاظ ذات الأصول الأجنبية إلى "غ" (مثال: غوغل غرينتش.) باستثناء الكلمات التي جرى فيها استخدام آخر (مثال: الإنكليزية وسامسونج).
- ملاحظة: يمكن استخدام أسماء الأجهزة التي شاع استخدامها باللغة العربية، مع مراعاة عدم المبالغة باستخدام كلمات غير شائعة في اللغة العربية. (مثال: كمبيوتر وتكنولوجيا.)

كتابة أسماء المنتجات

أسماء المنتجات:

- اكتب أسماء المنتجات المحددة بأسمائها الرسمية الكاملة والمعتمدة كما وردت في قاموس المصطلحات الرسمي لبنك الإمارات دبي الوطني. أمثلة:
- بطاقة سكاى واردرز إنفينيت الائتمانية
 - بطاقة لولو 247 بلاทินوم الإئتمانية
 - منصة "بيزنس أونلاين"
 - وديعة "الفائدة الفورية"
 - حساب "المليونير" من بنك الإمارات دبي الوطني
 - وديعة "الفائدة الفورية"

الخدمات المصرفية عبر الإنترنت:

- استخدم المصطلحات الرسمية المعتمدة لهذه الخدمات دائماً:
- الخدمات المصرفية عبر الإنترنت

الخدمات المصرفية عبر تطبيق الهاتف المتحرك ENBD X

- الشكل الصحيح لكتابة الاسم هو ENBD X
- لا يُكتب بهذا الشكل: ENBDX أو ENBD-X
- عند الإشارة إليه في جملة، نستخدم: تطبيق ENBD X

Schedule of Fees and Charges: تكتب "جدول الرسوم والتكاليف"

الأرقام والعملات

كتابة الأرقام واحد واثنين: اكتب الرقمين "واحد" و "اثنين" بالحروف في سياق النصوص السردية مع إضافة الرقم للتشديد (مثل: "تم افتتاح فرعين (2) جديدين").

- نحن نستخدم الأرقام العربية أي: 1، 2، 3...

فواصل الآلاف والعلامة العشرية: تستخدم الفاصلة المقلوبة "," للفصل بين كل ثلاثة أرقام (مثل: 500,000,000 درهم). وتستخدم النقطة "." كعلامة عشرية (مثل: 0.5%).

العملات: يُكتب رمز العملة الدولي (مثل: AED) أو اسمها الكامل (درهم إماراتي - الرمز الجديد لعملة الدرهم D) مع ترك مسافة بينه وبين الرقم (مثل: 100 درهم). ملاحظة: نقوم بإضافة اسم العملة مثل "درهم إماراتي، دولار أمريكي..." في المحتوى الذي يتعلق بصرف العملات الأجنبية فقط.

النسب المئوية: تستخدم علامة النسبة المئوية % مع الأرقام والتأكيد على وضع الإشارة على يسار الرقم دائماً (مثل: 0.5%).

أرقام الهواتف

استخدم رموز الاتصال الدولية عند الحاجة (مثل: 00000 54 40 971+), إلا إذا كان الرقم من فئة 600 أو 800.

عند ذكر رقم محلي ودولي معًا، يُكتب بهذا الشكل: "اتصل بنا على 600 54 0000 من داخل دولة الإمارات العربية المتحدة، أو على XXXXXXX 40 971+ عند الاتصال من خارج الدولة.

المليون والمليار

المليون والمليار

الكلمة المستخدمة للتعبير عن ألف مليون هي مليار" وليس "بليون".

اكتب الكلمتان "مليون" و"مليار" كاملتين دائماً في جميع السياقات، بما في ذلك الجداول والعناوين واللافتات الإعلانية. (مثل: 12 مليار درهم، أو 3 مليون دولار أمريكي).

لا تستخدم أي اختصارات لهذه الكلمات (مثل: استخدام حرف ال م للتعبير عن رقم المليون).

صافي الربح (درهم إماراتي)

1.7 مليار

(نمو بنسبة 90% على أساس سنوي)

التمويل الممنوح للعملاء

306 مليار

(نمو بنسبة 5% على أساس سنوي)

ودائع العملاء (درهم إماراتي)

التاريخ

اكتب التاريخ بصيغة اليوم، ثم الشهر، ثم السنة (مثال: 13 أكتوبر 2025).
عند ذكر اليوم، ضع فاصلة بعده للوضوح (مثال: الأحد، 13 أكتوبر 2025).

الفترة الزمنية:
اكتب بهذا الشكل: "من 21 أكتوبر إلى 30 ديسمبر".
مثال: "يسري العرض من 21 أكتوبر إلى 30 ديسمبر 2025".

كتابة الأشهر:
استخدم الاسم الكامل للشهر بالحروف، ولا تستخدم الأرقام للإشارة إليه (مثل: "أكتوبر" وليس "10").

الوقت

بشكل عام، اكتب الوقت بالأرقام في النصوص (مثال: "يبدأ دوام البنك في الساعة 9:00 صباحًا"). وفي حال الاضطرار إلى إضافة الدقائق، كما في الجداول، استخدم النقطتان الرأسيتان (:). للفصل بين الساعات والدقائق. (مثال: 10:30 صباحًا (أي العاشرة وثلاثون دقيقة صباحًا)).

لا تكتب الوقت بنظام الأربع وعشرين ساعة، مثال: الخامسة بعد الظهر تكتب (5:00 بعد الظهر) ولا تكتب (17:00).

للمزيد من الوضوح، استخدم الكلمات التالية "ظهرًا" و "منتصف الليل". مثال: "يتطلع مدير الحساب المخصّص لك لمقابلتك غدًا الساعة الواحدة بعد الظهر*".

- *تقسيمات فترات اليوم:
- نستخدم كلمة "صباحًا" في الفترة من 00:01 إلى 11:59
 - نستخدم كلمة "ظهرًا" في الساعة 12:00 تحديدًا
 - نستخدم تعبير "بعد الظهر" في الفترة من 12:01 إلى 4:59
 - نستخدم تعبير "مساءً" في الفترة من 5:00 إلى 7:59
 - نستخدم تعبير "ليلًا" في الفترة من 8:00 إلى 11:59

ضوابط عامة

بنك الإمارات دبي الوطني

استخدم دائماً الاسم الكامل للبنك "بنك الإمارات دبي الوطني". يجب تجنب استخدام الاختصارات مثل "NBD" أو "ENBD".

استخدم الأسماء الرسمية الكاملة للجهات الأخرى، مثل: مصرف الإمارات العربية المتحدة المركزي وبطاقة الهوية الإماراتية.

العناوين الرئيسية

اكتب العناوين بأسلوب مباشر وواضح، وتخلو من علامات الترقيم في نهايتها (مثل النقطة) ما لم تكن سؤالاً.

حرف العطف (و)

استخدم حرف الواو "و" للعطف بدلاً من الرمز (&)، إلا إذا كان الرمز جزءاً من شعار أو اسم رسمي لشركة.

صيغة المبالغة

تجنب استخدام صيغ التفضيل المطلقة مثل "أفضل بنك في الإمارات العربية المتحدة" أو "أفضل أسعار فائدة". يمكن استخدام بعض العبارات الوصفية مثل "منزل أحلامك" طالما كانت الشروط والأحكام واضحة.

إضافة حرف الكاف

تجنب إضافة حرف الكاف إلا مع الأفعال التي يكون فيها المعني مقبول. مثال مقبول: احم مدخراتك / خيارك / مساعدتك... أمثلة عن الاستخدامات غير المقبولة: دعمك / نموّك / تقريبيك / ترقيةتك...

الاختصارات

اكتب المصطلح كاملاً عند وروده للمرة الأولى في كل صفحة، متبوعاً بالاختصار بين قوسين (مثال: مذكرة تفاهم (MoU)).

الاختصارات باللغة الإنجليزية: لا تستخدم النقاط بين الحروف، مثال:

UAE وليس U.A.E.
OTP وليس O.T.P.
VAT وليس V.A.T. أو vat
PIN وليس P.I.N. أو Pin.

الاختصارات باللغة العربية: ضع نقطة بعد كل حرف، دون ترك فراغات بين الأحرف. مثال: (إ.ع.م.) وليس (إ. ع. م.) أو (إ.ع.م.).

عبارات التوضيح والتمثيل

استخدم عبارات عربية صريحة لضمان الوضوح مثل "على سبيل المثال" أو "مثل".

تجنب استخدام "إلخ" في نهاية القوائم، ونفضل استخدام عبارات مثل "بما في ذلك" أو "وغيرها".

التعابير السلبية

استخدم كلمات إيجابية مثل "سلسلة" أو "خطوات سهلة" ولا تستخدم التعابير السلبية مثل: "خالية من المتاعب" أو "بلا تعقيد".

ضوابط عامة

الإماراتيون:

استخدم دائماً مصطلح "الإماراتيون" للإشارة إلى مواطني الدولة. ولا تستخدم كلمة "مواطن" أو "مواطنين".

مجاني

استخدم كلمة "مجاني" بشكل مباشر وواضح للتعبير عن الخدمة المقدمة دون مقابل.

المصطلحات التقنية:

Email: البريد الإلكتروني.

Webchat: الدردشة الإلكترونية.

Webpage: صفحة الشبكة.

Wifi: واي فاي.

Internet: إنترنت.

Username: اسم المستخدم

User ID: هوية المستخدم.

PDF: تستخدم الأحرف الإنجليزية كما هي. عند الإشارة للملف، يُذكر حجمه (مثال: "حمّل الملف ذو الصلة بصيغة PDF، وبسعة 360 كيلوبايت").

OTP: كلمة المرور الصالحة لمرة واحدة

PIN: رقم التعريف الشخصي

Download = نزل / Upload = حمّل

(Log in / login): تسجيل الدخول.

استخدم عبارة "تسجيل الدخول" كفعل (مثال: "سجّل الدخول إلى الخدمات المصرفية عبر الإنترنت") وكصفة (مثال: "صفحة تسجيل الدخول").

Register = اشترك / Sign in = اشترك / Log in = سجّل الدخول

مثال: "هل أنت جاهز لإدارة أموالك بسهولة؟ اشترك اليوم في خدماتنا الرقمية لتبدأ رحلتك نحو عالم من المزايا."

FAQs: الأسئلة الشائعة أو "الأسئلة المتكررة".

المصطلحات الحكومية والضريبية:

استخدم هذا المصطلح الرسمي "حكومة دولة الإمارات العربية المتحدة". أما الإدارات

الحكومية فاكتب أسماؤها الرسمية الكاملة (مثال: "وزارة المالية").

ضريبة: اكتب كلمة "ضريبة" و"إقرار ضريبي" ككلمات عادية، أما أسماء الضرائب المحددة

فاكتبها بأسمائها الرسمية (مثال: "ضريبة القيمة المضافة").

الخط المائل: لا تستخدم الخط المائل في النصوص العربية. بدلاً من ذلك، استخدم

علامات التنصيص (" ") للتأكيد على الكلمات أو للاقتباسات.

ضوابط عامة

استخدم الكلمات القصيرة والجمل القصيرة

اختر دائماً كلمات بسيطة وواضحة ذات معاني مباشرة، خاصة في الإعلانات على الطرق واللوحات الكبيرة، حيث يجب تقليل عدد الكلمات لتسهيل القراءة وسرعة الفهم. على سبيل المثال: استخدم "تمتع" بدلاً من "استمتع"، "تمتع بعالم من المزايا الحصرية مع بطاقتك".

استخدام حرف السين (س) مع الأفعال

استخدم السين (س) باعتدال لتعكس نبرة صوتنا الإيجابية والمبادرة، ولكن تأكد دائماً من أن الفعل الذي يليها يعبر عن التزام حقيقي أو خطوة فعلية، وليس مجرد أمنية أو مبالغة تسويقية. مثال صحيح: سنواصل البناء معتمدين على إرثنا العريق (الالتزام فعلي). مثال غير صحيح: سنضمن لك النجاح الدائم. (مبالغة غير دقيقة).

أسلوب المخاطبة في النصوص العربية

استخدم أسلوب المفرد المخاطب عند التوجّه إلى العميل، لتعزيز القرب والشخصية الإنسانية في الرسالة. لذلك، تجنب استخدام أسلوب الجمع في الخطاب العام مثل: ندعوكم، حساباتكم، مستنداتكم إلا في التواصل مع العملاء من فئة كبار الشخصيات (Very VIP) فيُستحسن استخدام أسلوب الجمع بصيغة الاحترام للتعبير عن التقدير والهيبة، مثل: سموكم، حضرّتكم، تفضّلكم، بطاقتكم الخاصة.

اختيار الترجمة الدقيقة للمصطلحات متعدّدة المعاني

يجب أن تتحقق من المعنى المقصود قبل ترجمة الكلمات التي تحمل أكثر من معنى، لتجنب الالتباس أو سوء الفهم في السياق البنكي. مثال: كلمة "Benefits" لا تترجم دائماً إلى "فوائد"، لأن هذه الكلمة تستخدم ماليًا للدلالة على "Interest" (عوائد مالية أو أرباح).

العناوين الرئيسية والفرعية

العناوين الرئيسية والفرعية لا تنتهي بنقطة، حتى لو كانت طويلة أو تحتوي على فاصلة. استخدم النقطة لإنهاء جملة أو فقرة كاملة في النص الأساسي، أما العنوان فوظيفته التعريف بالمحتوى الذي يليه. مثال صحيح: خدماتنا المصرفية للأفراد، شريكك في تحقيق أهدافك مثال غير صحيح: خدماتنا المصرفية للأفراد، شريكك في تحقيق أهدافك.

تنسيق النص داخل المواد الإعلانية

لا تترك أي كلمة منفصلة في سطر بمفردها داخل الإعلانات أو المواد التسويقية، حفاظاً على جمال التنسيق وسلاسة القراءة. احرص على أن تكون الجملة مكتملة بصرياً ومتصلة في سياق واحد.

القوائم النقطية

استخدم القوائم النقطية لتسهيل قراءة النص وتنظيمه. ولضمان وضوحه وتناسقه، نوصي باتباع بعض القواعد البسيطة:

- اجعل عناصر القائمة قصيرة ومتقاربة في الطول.
- يجب ألا تكرر عناصر القائمة الكلمات الموجودة في الجملة التمهيدية.
- إذا كانت عناصر القائمة جُملاً كاملة، فيجب أن تكون كلها كذلك. وإذا كانت كلمات مفردة، فيجب أن تكون كلها كذلك.
- يجب أن تبدأ جميع عناصر القائمة بنفس نوع الكلمة (مثل: أسماء، أو أفعال، أو صفات).
- عند استخدام الأفعال، احرص على أن تكون في نفس الزمن

علامات الترقيم في القوائم النقطية

إذا كانت عناصر القائمة جُملاً كاملة، يبدأ كل عنصر بكلمة افتتاحية مناسبة، وينتهي بنقطة أو بعلامة ترقيم ملائمة بحسب سياق الجملة.

ما يمكنك فعله من خلال القرص الشخصي:

- خطط لعطلة مع العائلة أو الأصدقاء داخل الدولة أو خارجها.
- حدّث منزلك بإطلالة جديدة أو أثاث حديث.
- التحق بالدورة التدريبية التي طالما رغبت بها لتعزيز مسارك المهني.

إذا كانت عناصر القائمة كلمات أو عبارات قصيرة وليست جُملاً كاملة، اكتبها بدون علامات ترقيم في نهايتها، مع الالتزام بما يلي:

- عدم وضع أي علامة ترقيم بعد العنصر الأول.
- عدم وضع أي علامات ترقيم بعد العناصر التالية.
- عدم وضع نقطة بعد آخر عنصر.
- إذا انتهى العنصر قبل الأخير بـ"و" أو "أو"، توضع فاصلة قبلها.

استخدام القوائم المرقمة

استخدم القوائم المرقمة عند عرض خطوات تنفيذ مهمة ما، لإظهار سهولة القيام بها: افتح حسابك في ثلاث خطوات بسيطة:

- نزل تطبيق ENBD X
- أدخل بياناتك
- ابدأ باستخدام التطبيق

مخاطبة الزملاء والعملاء

الزملاء:

استخدم دائماً الاسم الأول للزميل (مثال: "عزيزي أحمد،") عند إرسال رسالة عامة، استخدم صيغة المفرد "الزميل العزيز،" بدلاً من "الزملاء الأعزاء،" لأنها تبدو شخصية أكثر.

العملاء:

استخدم الاسم الكامل للعميل (مثال: "عميلنا العزيز أحمد عارف،") عند مخاطبة العملاء بشكل عام، نستخدم دائماً تعبير "عميلنا العزيز،". نتجنب استخدام عبارات مثل "عميلنا العزيز المحترم،". فالتقدير يجب أن يظهر من خلال محتوى الرسالة المفيد والهادف، وليس فقط من خلال الألقاب.

توخّ الحذر عند استخدام خاصية **الدمج البريدي**، فلا شيء يدل على عدم الاهتمام بالعميل أكثر من الوقوع في خطأ كهذا:

- عزيزي [اسم العميل] أو عزيزي %%الاسم الأول%%؛
- تأكد من مراجعة جميع الرسائل قبل إرسالها.

كتابة أسماء الدول والمناطق باللغة العربية

تبسيط أسلوب الكتابة باللغة العربية

- اكتب الاسم الرسمي للدولة عند الاستخدام الرسمي (مثال: دولة الإمارات العربية المتحدة، المملكة العربية السعودية).
- اكتب دولة الإمارات العربية المتحدة (دائمًا) (لا تكتب "الإمارات أو دولة الإمارات" لوحدها).
- التزم بصيغة واحدة في جميع النصوص لتفادي التناقضات.
- اذكر الاسم من الأكبر إلى الأصغر عند ذكر الدولة مقرونة بمدينة أو منطقة (مثال: دبي، دولة الإمارات العربية المتحدة).

- استخدم الجمل القصيرة وقسّم المعلومات إلى جمل موجزة لتسهيل الفهم.
- ابتعد عن التعقيد النحوي: تجنب التراكيب الطويلة والمتشابكة التي قد تربك القارئ.
- استخدم لغة قريبة من المتلقي مع الحفاظ على إظهار الاحترام. (مثال: "نسعد بخدمتك في أي وقت" بدلاً من "نرجو التكرم بالتواصل معنا في أقرب فرصة ممكنة").
- استخدم الأسلوب الرسمي الكامل في الوثائق القانونية أو العقود، واستخدم أسلوبًا أخف وأكثر وديّة في الحملات الإعلانية أو الرسائل التسويقية.
- قدّم المعلومة الأساسية في البداية، ثم التفاصيل إذا لزم الأمر.
- تجنب الحشو واللغة الزائدة: لا تستخدم عبارات مكررة أو غير ضرورية.
- التزم بنفس الأسلوب في جميع قنوات التواصل لتقوية هوية العلامة.
- اعتمد إضافة أدوات التشكيل الأساسية، كالشدة والتنوين، لضمان وضوح المعنى وتجنب أي لبس في قراءة الكلمات.

علامات الترقيم

الاستخدام الصحيح لعلامات الترقيم يجعل كتابتك أكثر وضوحًا وأناقة.

المسافات قبل وبعد علامات الترقيم

- لا تترك فراغ قبل علامات الترقيم، وإترك فراغ بعدها فقط. مثال:
- استخدام صحيح: نشكرك على تواصلك معنا. نتطلع لخدمتك قريبًا.
- استخدام خاطئ: نشكرك على تواصلك معنا .نتطلع لخدمتك قريبًا.

النقطتان الرأسيتان (:)

- استخدم النقطتان الرأسيتان للإشارة إلى أن ما بعدها هو تفصيل، أو شرح، أو قائمة، أو مثال لما قبلها. من مواضعها الرئيسية:
- قبل القوائم: (مثال: نحن متخصصون في أنواع مختلفة من الخدمات المصرفية: الشخصية، والمميزة، والأعمال).
 - بعد القول: (مثال: قال مدير البنك: "نحن ملتزمون بخدمة عملائنا").
 - قبل ذكر الأمثلة: (مثال: تنقسم الكلمة إلى ثلاثة أنواع: اسم، وفعل، وحرف).

الفاصلة المنقوطة (.)

تجنب استخدام الفاصلة المنقوطة لضمان بساطة ووضوح كتاباتنا. يُفضل دائمًا تقسيم الجمل الطويلة إلى جمل أقصر ومنفصلة باستخدام النقطة.

علامة الحذف (...)

- استخدم للدلالة على وجود كلام محذوف من النص.
- مثال: لقد قمنا بإبلاغك بأننا في تلك المناسبة ... قمنا بعمل استثناء خاص. قواعد التنسيق:
- لضمان التناسق، اترك فراغ قبل علامة الحذف وبعدها.
 - اكتب النقاط الثلاث متصلة دائمًا، ولا تفصل بينها.
 - إذا جاءت علامة الحذف في نهاية جملة، فإنها ستغني عن النقطة النهائية، ولا تضاف نقطة رابعة.

علامات الترقيم

الفاصلة (،)

استخدم الفاصلة للتوقف القصير في الجملة وللفصل بين أجزائها، مما يجعل الكتابة أكثر وضوحًا وأناقة.

مواضع الاستخدام الرئيسية:

- للفصل بين عناصر القائمة. مثال: خدماتنا تتميز بالدقة، والسهولة، والموثوقية.
- للفصل بين الجمل المترابطة التي يجمعها حرف عطف. مثال: لقد أرسلنا لك المبلغ اليوم، ولكنه سيظهر في حسابك خلال ثلاثة إلى خمسة أيام عمل.
- لحصر المعلومات الإضافية (الجملة الاعتراضية). مثال: سيتم تحديث حسابك، الذي تم فتحه في 1 مارس 2017، قريبًا.
- للفصل بعد الجمل الثانوية التي تأتي في بداية الكلام. مثال: لسبب ما، حدث خلل فني في النظام.
- بعد كلمات الاستدراك مثل "لكن". مثال: لقد قمنا بالتدقيق في البيانات التي شاركتها معنا. لكن، لم نتمكن من العثور على رقم حسابك.
- بعد مخاطبة شخص باسمه (المنادى). مثال: نرجو أن ننال ثقتك يا سيد أحمد، فقد بذلنا قصارى جهدنا لمساعدتك.

الفاصلة وحرف العطف في القوائم

لا تستخدم الفاصلة فقط للفصل بين عناصر القائمة (على عكس اللغة الإنجليزية). الأسلوب العربي الصحيح يقتضي استخدام حرف العطف "و" لربط جميع العناصر لضمان سلاسة القراءة.

- كتابة صحيحة: قيمنا هي: التركيز على العميل والخدمة المتميزة والابتكار والنزاهة.
- كتابة خاطئة: قيمنا هي: التركيز على العميل، الخدمة المتميزة، الابتكار، والنزاهة.

علامات الترقيم

الشرطة (- / - / -)

تماشياً مع أسلوبنا في الكتابة العربية، تجنب استخدام الشرطة بجميع أشكالها. بدلاً من ذلك، استخدم الفاصلة (,) أو القوسين () للفصل بين الجمل، أو أعد صياغة الجملة لتكون أكثر سلاسة.

الشرطة المائلة (/)

تجنب الأساليب الدخيلة على اللغة العربية، لا تستخدم الشرطة المائلة بمعنى "أو". بدلاً من ذلك، استخدم كلمة "أو" بشكل صريح.

عند الضرورة القصوى لاستخدامها في سياقات أخرى (مثل التواريخ أو الرموز)، لا تترك فراغ قبلها، واطرك فراغ بعدها فقط.

علامة التعجّب (!)

لا تستخدم علامة التعجّب في النصوص البنكية أو المهنية إلا عند الحاجة الحقيقية للتعبير عن مشاعر قوية أو مفاجأة حقيقية، مثل الدهشة، الفرح، أو التحذير الشديد. ولا تستخدم لمجرد تأكيد معلومة أو جملة خبرية.

- استخدام غير صحيح (مجرد تأكيد): تم تحديث الشروط والأحكام الخاصة بحسابك! (نستخدم النقطة لأنها جملة إخبارية).
- استخدام صحيح (جملة تعجبية حقيقية): تهانينا، لقد فزت بالجائزة الكبرى!

القوسان ()

استخدم القوسان () لحصر المعلومات الإضافية أو التوضيحية التي يمكن حذفها دون أن يتأثر المعنى الأساسي للجملة. مثال: يعمل بنك الإمارات دبي الوطني (والشركات التابعة له) دائماً على تحقيق التميز في خدمة العملاء.

إذا كانت العبارة بين القوسين جملة كاملة ومستقلة، ضع علامة الترقيم الخاصة بها داخل القوسين. مثال: (وعلى صعيد آخر، نحن نعمل أيضاً على حل هذه المشكلة.)

إذا كانت علامة الترقيم (مثل الفاصلة أو النقطة) تابعة للجملة الرئيسية، فإنها توضع خارج القوسين. مثال: لقد أوضحنا أيضاً (بشكل منفصل)، ما هي إجراءاتنا المتبعة.

للإشارة إلى أن الكلمة قد تكون مفردة أو جمعاً، استخدم الصيغة التالية (خاصة في النماذج والتعليمات). مثال: اختر المستفيد (المستفيدين).

علامات الترقيم

علامة الاستفهام (?)

استخدم علامة الاستفهام في نهاية الجملة الاستفهامية المباشرة.
مثال: هل لديك حساب آخر مع بنك الإمارات دبي الوطني؟ إذا كانت الإجابة نعم، يرجى ملء الجدول أدناه.

قواعد الاستخدام:

- لا تستخدم علامة الاستفهام مع الأسئلة غير المباشرة. مثال: لقد سألنا عما إذا كان لديك حساب آخر مع بنك الإمارات دبي الوطني.
- ضع علامة الاستفهام خارج القوسين إذا كنت تشير إلى الجملة بأكملها. مثال: هل لديك حساب آخر مع بنك الإمارات دبي الوطني (مثل: حساب الشركات، أو حساب مؤسسات)؟
- ضع علامة الاستفهام داخل القوسين إذا كنت تشير فقط إلى المعلومة الموجودة بين القوسين. مثال: لقد سألنا عما إذا كان لديك حساب آخر مع بنك الإمارات دبي الوطني (حساب أعمال؟ حساب شركات؟).

النقطة (.)

استخدم النقطة في نهاية الجملة التامة للمعنى، وتدل على الوقوف التام.
مثال: شكرًا لتواصلك معنا. يسعدنا أن نقدم لك المساعدة.

استخدامات أخرى:
في بعض الاختصارات:
مثال: د. وائل (للدكتور وائل)، السيد والسيدة نور الدين.

- في العناوين والدعوات:
- العناوين الرئيسية والفرعية لا تنتهي بنقطة.
 - النصوص الوصفية تحت العناوين تنتهي بنقطة.
 - عبارات الدعوة لاتخاذ إجراء لا تنتهي بنقطة.

علامات الترقيم

علامات التنصيص " "

استخدم علامات التنصيص " " في اللغة العربية بشكل أساسي لوضع الكلام المنقول حرفياً من مصدر آخر. هذا يضمن فصل الكلام المقتبس عن النص الأصلي بوضوح.

قواعد الاستخدام:

عند تقديم الاقتباس: استخدم النقطتين الرأسيتين (:): قبل البدء بالنص المقتبس.
مثال: وصلتنا رسالة سويقت تقول: "تم تحويل المبلغ بالخطأ".

موضع علامات الترقيم الأخرى: ضع جميع علامات الترقيم (مثل النقطة أو الفاصلة) التي هي جزء من الكلام المقتبس داخل علامات التنصيص. أما علامات الترقيم التي هي جزء من الجملة الرئيسية، فضعها خارجها.
مثال (الترقيم بالداخل): جاء في الرسالة: "تم تحويل المبلغ بالخطأ".
مثال (الترقيم بالخارج): كان سبب المشكلة هو أن المبلغ "تم تحويله بالخطأ"، حسبما ورد في الرسالة.

الاقتباس داخل اقتباس: لتجنب التعقيد، أعد صياغة الجملة لتجنب الحاجة لاستعمال "الاقتباس داخل اقتباس".
مثال: قال الرئيس التنفيذي إن العملاء يخبروننا دائماً بأن منصتنا الرقمية هي الأفضل، وأضاف: "وهذا ما نسعى لتحقيقه دائماً".

نضع العميل أولاً

اجعل العميل محور الخطاب، ووجّه الرسالة إليه مباشرة

اجعل العميل محور رسالتك دائماً

نشكرك على تعاملك مع بنك الإمارات دبي الوطني.

شكراً لاختيارك الخدمات المصرفية من بنك الإمارات دبي الوطني، ويسرّنا أن نعلمك بأن... سيسرّك معرفة أن...

سنوافيك بالرد حال توفره.

نشير إلى رسالتك المؤرخة في... بخصوص...

لقد تواصلت معنا بتاريخ... بخصوص...

سنعاود التواصل معك فور أن تتوفر الإجابة.

يرغب العملاء في الحصول على تعاطف حقيقي بدلاً من الشفقة، فالتعاطف يتطلب أن تضع نفسك في موقع العميل لفهم حالته وما يواجهه، ثم أن تعبر عن هذا الفهم بأسلوب عملي ومفيد. الهدف هو إظهار تقديرك لمخاوفه ومبادرتك إلى تقديم الحلول.

إليك بعض النماذج لعبارات تعكس التعاطف في الكتابة:

- نحن نقدر تواصلك معنا ونتفهم مشاعرك تماماً.
- لقد شاركنا ملاحظاتك مع مدير الفرع، وسنأخذها بعين الاعتبار لضمان عدم تكرار الموقف.
- نشكر لك إبلاغنا عن هذه المشكلة، وندرك تماماً ما تعنيه.
- نحن نقدر قلقك حقاً ونتعهد ببذل قصارى جهدنا لمعالجة الأمر في أسرع وقت ممكن.

تجنب استخدام عبارات مثل: "نعتذر، لم يكن من المفترض أن يحدث هذا" أو "نعتذر لأنك تواجه صعوبات مع...". يمكنك أن تقول: "نشكرك على إبلاغنا بالمشكلة. إليك الخطوات لحلها..." أو "إليك ما يمكنك فعله...".

الوضوح والدقة في الكتابة

يهدف هذا القسم إلى توضيح القواعد اللغوية التي تساعد على تجنب الأخطاء الشائعة في النصوص المصرفية، لضمان كتابة عربية دقيقة ومعبرة تنسجم مع هوية بنك الإمارات دبي الوطني.

قاعدة تنوين الفتح (تنوين النصب)

اكتب تنوين الفتح على الحرف الصحيح الذي يسبق الألف الزائدة. مثال: "بصفتنا بنكًا رائدًا في منطقة الشرق الأوسط..." مع مراعاة الحالات التي لا تضاف فيها ألف التنوين:

- الكلمات المنتهية بتاء مربوطة (ة): يوضع التنوين على التاء المربوطة مباشرة. مثال: "نحن نقدّم تجربة جديدة في عالم الخدمات المصرفية الرقمية".
- الكلمات المنتهية بألف مقصورة (ى): يوضع التنوين على الحرف الذي يسبق الألف المقصورة. مثال: "نحن نقدم مدًى واسعًا من حلول التمويل التي تناسب احتياجات أعمالك".

قواعد كتابة العدد والمعدود

نظرًا لالتزامنا بالدقة اللغوية في عملنا كبنك، نفضل دائمًا استخدام الأرقام (مثل: 1، 2، 3) بدلاً من كتابتها ككلمات، مما يسهل قراءة وفهم المعلومات المالية عبر جميع قنواتنا.

مثال: بدلاً من كتابة: "استثمر مبلغًا لا يقل عن خمسة آلاف درهم في وديعة الفائدة الفورية واحصل على ثلاثة دفاتر شيكات مجاناً".

اعتمد الأسلوب التالي: "استثمر مبلغًا لا يقل عن 5,000 درهم في وديعة "الفائدة الفورية" واحصل على 3 دفاتر شيكات مجاناً".

في حالات خاصة قد يتطلب فيها الأسلوب السردى كتابة الأرقام بالحروف (كما في بعض المواد التسويقية)، التزم بالقواعد اللغوية التالية لضمان الدقة:

- العددان 1 و 2: يطابق العدد المعدود في التذكير والتأنيث، ويأتي المعدود أولاً. مثال: "استفد من تحويلين دوليين (2) مجانيين كل عام مع باقتك الجديدة".
- الأعداد من 3 إلى 10: يجب أن يخالف العدد المعدود في التذكير والتأنيث، ويكون المعدود جمعًا مجرورًا. مثال: "تتوفر بطاقتك الائتمانية الجديدة مع خمسة تصميمات مختلفة".
- الأعداد من 11 إلى 99: يكون المعدود مفردًا منصوبًا. مثال: "حوّل راتبك الذي لا يقل عن خمسين ألف درهم واستفد من عرضنا الحصري".

الوضوح والدقة في الكتابة

قواعد كتابة الهمزة

تعتبر الهمزة من أكثر المواضع التي تحدث فيها الأخطاء الإملائية. لضمان كتابة سليمة، التزم بالقواعد الأساسية التالية:

همزة الوصل (ا) وهمزة القطع (أ، إ)

همزة القطع تكتب وتنطق دائماً. وتكون في معظم الأسماء والأفعال (مثل: أحمد، أكرم، إرسال).

همزة الوصل تكتب ألقاً بدون همزة، وتنطق في بداية الكلام فقط. وتكون في مواضع محددة مثل أل التعريف (البنك)، والفعل الخماسي والسداسي (اجتمع، استقبل)، وفعل الأمر الثلاثي (اكتب).

للتفريق بينهما: أضف حرف الواو (و) قبل الكلمة. إذا نطقت الهمزة، فهي همزة قطع (مثال: وأحمد). إذا اختفت في النطق، فهي همزة وصل (مثال: واستقبل).

الهمزة المتوسطة (ئ، ؤ، أُ)

تكتب بناءً على الحركة (التشكيل) الأقوى: حركة الهمزة نفسها وحركة الحرف الذي قبلها.

ترتيب قوة الحركات: الكسرة (ِ) هي الأقوى ويناسبها الياء (ئ)، تليها الضمة (ُ) ويناسبها الواو (ؤ)، ثم الفتحة (َ) ويناسبها الألف (أ)، وأضعفها السكون (ـ).

مثال: كلمة "سُئِلَ"، حركة الهمزة هي الكسرة وهي أقوى من الضمة، لذا تكتب على ياء (نبرة).

الهمزة المتطرفة (ء)

- تكتب بناءً على حركة الحرف الذي قبلها فقط.
- إذا كان ما قبلها مكسوراً، تكتب على ياء (مثال: شاطئ).
 - إذا كان ما قبلها مضموماً، تكتب على واو (مثال: تباطؤ).
 - إذا كان ما قبلها مفتوحاً، تكتب على ألف (مثال: قرأ).
 - إذا كان ما قبلها ساكناً، تكتب على السطر (مثال: بدء، سماء).

الهمزة المتوسطة بعد ألف المد

إذا كانت الهمزة المتوسطة مفتوحة وجاءت بعد ألف مد (ا)، فاكتبها على السطر (ء). مثال: "تضمن كفاءة خدماتنا الرقمية إنجاز معاملاتك بسرعة."

الهمزة المتوسطة بعد ياء ساكنة

إذا جاءت الهمزة المتوسطة بعد ياء ساكنة (ي)، فاكتبها على نبرة (ئ) بغض النظر عن حركتها.

مثال: "نحن ملتزمون بدعم بيئة اقتصادية مستدامة."

الوضوح والدقة في الكتابة

تجنب: نتطلع لخدمتكم بشكل أفضل. (هذه العبارة توجي بأن خدمتنا الحالية ليست جيدة وتحتاج إلى تحسين).

قل بدلاً من ذلك: نتطلع لتقديم خدمة مميزة لكم لسنوات عديدة قادمة. (هذه الصيغة أكثر إيجابية، تركز على العميل، وتعبر عن الاستمرارية).

تجنب: يُرجى منك التواصل مع مدير العلاقات المخصّص لك... لتسوية متطلبات الخزانة الخاصة بك. (هذه الصيغة تبدو وكأنها أمر صارم).

قل بدلاً من ذلك: سنكون ممتنين لو تكرمت بتأكيد المتطلبات المستقبلية لخزانتك. يمكنك القيام بذلك بسهولة عبر زيارة الفرع أو بالتواصل مع مدير العلاقات المخصّص لك. (هذه النبرة أكثر لطفًا ودفئًا).

تجنب (صيغة المبني للمجهول): تم استلام مستنداتك. (هذه الصيغة ضعيفة وغير واضحة).

قل بدلاً من ذلك (صيغة المبني للمعلوم): لقد استلمنا مستنداتك. (صيغة أوضح).

استخدم كلمات أبسط لتعزيز الوضوح. إليك بعض الأمثلة مع بدائلها المفضلة

يقوم البنك بتوفير <---- يوقّر البنك... (نستخدم الفعل مباشرة لأنه أكثر إيجازًا).

تم إرسال طلبك <---- لقد أرسلنا طلبكم. (نفضل المبني للمعلوم لأنه أكثر شفافية ونشاطًا).

يتوجب على العميل <---- يجب على العميل (تعتبر "يجب" كلمة مباشرة وواضحة، بينما "يتوجب" تبدو رسمية بشكل مبالغ فيه).

في إطار جهودنا المستمرة <---- لأننا نسعى دائماً (البديل أبسط، وأكثر إنسانية).

يرجى التكرم بالعلم <---- يسرنا إبلاغكم (البديل مباشر ويحافظ على نبرة احترافية وودودة في نفس الوقت).

لاحقاً <---- قريباً / خلال 24 ساعة (البديل أكثر تحديداً ووضوحًا).

شاكرين لك حسن تعاونك <---- نشكر لك اهتمامك/ نقدّر لك وقتك (البديل يبدو أكثر صدقًا وتحديداً، ويتجنب العبارات الختامية المستهلكة).

يرجى الإيعاز لمن يلزم <---- نرجو من الفريق المعني اتخاذ اللازم (البديل يستخدم لغة أكثر تعاوناً وإنسانية، ويتعد عن الأسلوب البيروقراطي).

نحو كتابة أوضح: أمثلة توضيحية

المثال الأول: تحديث بيانات العميل

قبل (الأسلوب المعقد)

عملاً بتنظيمات مصرف الإمارات العربية المتحدة المركزي، نحن مطالبون بالاحتفاظ بسجلات محدثة لعملائنا. وبهذا الصدد، قمنا بإرسال عدة خطابات ورسائل تذكيرية إلى عنوان البريد الإلكتروني ورقم الهاتف المتحرك المسجلان لدينا، طالبين منك تحديث السجلات غير المكتملة أو القديمة المحفوظة لدينا. ولكن، لم نستلم بعد المجموعة الكاملة من المستندات كما هو مطلوب، وبالتالي نطلب اهتمامك الفوري بهذه المسألة في فترة أقصاها 30 يومًا تبدأ من تاريخ استلام هذا الإشعار.

بعد (الأسلوب المبسط والواضح)

وفقاً لتعليمات مصرف الإمارات العربية المتحدة المركزي، يجب علينا الحفاظ على سجلات محدثة لجميع عملائنا. لقد قمنا بإرسال عدة رسائل إلى عنوان البريد الإلكتروني المسجل لدينا، نطلب منك فيه إرسال مجموعة من المستندات التي ستساعدنا في تحديث ملفك. نرجو منك التكرم بإتمام ذلك خلال فترة 30 يومًا تبدأ من تاريخ استلام هذا الإشعار

المثال الثاني: إغلاق الحساب

قبل (الأسلوب المعقد)

لقد لوحظ أنك قد تخلّقت عن الوفاء بالتزاماتك المالية تجاه البنك من خلال عدم سداد الدفعات في الوقت المناسب لتسوية مشترياتك أو الرسوم المستحقة عليك. يرجى ملاحظة أنه نظرًا لحالات عدم سداد مستحقاتك بما في ذلك الرسوم والفوائد المستحقة على معاملتك عبر أجهزة نقاط البيع أو الصراف الآلي، ورسوم الصيانة أو رسوم الخدمة، وامتثالاً للشروط والأحكام المنصوص عليها وقت فتح حسابك فيما يتعلق بصيانة الحساب، فقد تم الآن إغلاق حسابك لدينا رسميًا.

بعد (الأسلوب المبسط والواضح)

لقد لاحظنا أنك لم تسدد المبلغ المستحق في الموعد المحدد لتغطية تكلفة معاملتك من خلال أجهزة نقاط البيع أو الصراف الآلي والرسوم المرتبطة بها. لذلك، فقد تم إغلاق حسابك الآن. هذا الإجراء تم اتخاذه وفقاً للشروط والأحكام التي وافقت عليها عند فتح حسابك.

إدارة طرق التواصل خلال فترات النزاعات أو الأزمات

المؤشرات التحذيرية الشائعة:

اللغة السياسية والعسكرية والمرتبطة بالنزاعات

يُمنع استخدام التعليقات السياسية، أو إظهار أي اصطفا ف أو تبّي لموقف معيّن، أو استخدام أي لغة قد توجي باتخاذ موقف، أو حتى ذكر أسماء لدول أو جهات محددة. يجب أن يلتزم البنك بالحياد التام.

الثقة والامتانة المؤسسية

احرص على تعزيز صورة البنك واطهاره كجهة موثوقة من دون اللجوء إلى المبالغة أو لاستخدام تعابير استعراضية. يمكن هنا الاستعانة بالكلمات التالية: المرونة، القدرة على التكيف، الاستقرار، الثبات، الجاهزية الجيدة، الأسس المتينة، استمرارية العمليات بشكل كامل، عدم انقطاع الخدمات، الحماية، الأمان، والسجل الحافل بالإنجازات.

التعاطف والتفهم

يحتاج العملاء إلى الطمأنينة وإلى من يصغي إليهم بصبر، لذلك سيكون من المهم التعبير عن ذلك من دون المساهمة في تضخيم المخاوف.

تشمل التعابير التي يمكن الاستعانة بها:

نحن نتفهم، نحن هنا من أجلك / لتقديم الدعم لك، دعنا نساعدك، إن راحتك ورفاهيتك المالية هما محل اهتمامنا، راحة البال، كن مطمئناً، منتجات مصمّمة لتوفير الحماية.

التخفيف من اللغة التسويقية المبالغ فيها أو الترويجية

تجنّب استخدام تعابير مثل: عرض حصري، عرض لفترة محدودة، اغتنم الفرصة، أفضل عرض، مثير، مشوّق، مذهل، عرض سيغيّر قواعد اللعبة... وما شابه ذلك. تشمل الكلمات والتعابير التي يمكن الاستعانة بها: خصومات خاصة، عروض تهدف إلى تقديم الدعم لك، عروض مخصّصة لك ولعائلتك وأصدقائك.

الرسائل الشائعة

الكلمات والتعابير التي يُفضّل تجنّبها وما يمكن استخدامه بدلاً منها:

لا تستخدم: حرب، أعمال حربية، جيوسياسي، أزمة، حالة طوارئ، نزاع
استخدم: الوضع الحالي، البيئة الحالية، المستجدات الإقليمية

لا تستخدم: مخاطر، محفوف بالمخاطر
استخدم: اعتبارات، أمور ينبغي أخذها بعين الاعتبار

لا تستخدم: متقلّب، تقلّبات
استخدم: تحركات السوق، الظروف المتغيرة

لا تستخدم: لا داعي للذعر، لا يوجد ما يدعو للقلق أو الذعر
استخدم: نحن هنا لتقديم الدعم لك، حساباتك محمية وآمنة

لا تستخدم: تأثير، ضربة
استخدم: متأثر، تأثر، طرأ عليه تغيير

لا تستخدم: الأمان، السلامة، آمن، الحماية عند الحديث عن السلامة الجسدية للعملاء، إذ لا يمكننا تقديم أي ضمانات بهذا الشأن.
استخدام هذه التعابير فقط في الحالات المتعلقة ببيانات العملاء، وحساباتهم المصرفية، أو قنواتنا الرقمية.

رسائل المناسبات خلال فترات النزاعات أو الأزمات

خلال فترات النزاعات أو الأزمات، تصبح النبيرة والغاية من الرسالة أكثر أهمية من محتواها بحد ذاته. من المهم هنا أن تكون الرسائل المرتبطة بالمناسبات مصدرًا للراحة والطمأنينة، وليست غير منسجمة مع الواقع ومنفصلة عما يمر به العملاء، وسيكون ذلك متعلقًا بالطريقة التي تتم صياغتها بها.

الاعتراف بخصوصية المرحلة التي نمر بها

رغز على معاني الوحدة والسلام والرفاهية، وليس على الاحتفال أو الترويح. استخدم لغة شاملة تراعي مشاعر الجميع.

ما الذي ينبغي تجنبه؟

استخدام اللغة المفرطة في البهجة أو الاحتفالية (مثل: "احتفالات مفعمة بالفرح" أو "الاحتفالات الكبرى").
ربط الرسائل بأي عروض أو أنشطة ترويجية.
تجاهل السياق العام المحيط بشكل كامل، لأن ذلك قد يجعل الرسالة تبدو منفصلة عن الواقع.

التوازن المطلوب

- ليس من الضروري التوقف عن البدء بالعبارات الترحيبية، ولكن سينبغي أن تكون تلك العبارات أكثر هدوءًا واتزانًا.
- تقليل الطابع الاحتفالي.
 - التركيز بصورة أكبر على مشاعر الاهتمام وأسلوب التواصل والأمل.

أمثلة

بمناسبة حلول [المناسبة/ عيد]. نتمنى لك ولأحبائك السلام، والقوة وأوقاتًا عامرة بالتآلف والتواصل.

بينما نحبي [المناسبة/ عيد]. نتوجه بأطيب الأمنيات لمجتمعاتنا، راجين لكم السلام والقوة وراحة البال في الأيام المقبلة.

إننا نفخر بك وبأحبائك، ونتمنى لكم السلام والقوة.

إن أفكارنا مع أفراد مجتمعاتنا الذين يحتفلون بـ [المناسبة/ عيد] اليوم. نتمنى لكم الراحة والطمأنينة وأيامًا تحمل المزيد من الأمل.

بمناسبة حلول [المناسبة/ عيد]. يبقى الاهتمام بالآخرين هو الأهم. نتمنى لكم القوة والراحة والطمأنينة.

العروض والرسائل الترويجية خلال الفترات الحساسة

عندما يواجه العملاء حالة من عدم اليقين، أو ضغوطًا مالية، أو تحديات عاطفية، يجب ألا تبدو الرسائل التسويقية أو الترويجية وكأنها تستغل هذه الظروف. لذلك فإننا نحرص على إعطاء الأولوية لتقديم الدعم قبل التركيز على البيع.

ما الذي ينبغي القيام به؟

- أوقف أو خفف العروض الترويجية غير الضرورية كلما أمكن ذلك.
- إذا كان التواصل ضروريًا، فليكن التركيز على القيمة المقدّمة للعميل، وليس على خلق شعور بالإلحاح.
- قدّم العروض باعتبارها حلولاً داعمة، وليس كرسائل موجهة بهدف البيع.
- حافظ على نبرة هادئة ومحترمة ومتزنة.
- رّكّز على الفوائد العملية، مثل المرونة والتوفير والسهولة.

ما الذي ينبغي تجنّبه؟

- استخدام لغة بيع مباشرة تخلق شعورًا بالضغط أو الإلحاح (مثل: "لا تفوّت الفرصة"، "عرض لفترة محدودة"، "بادر الآن"، "قبل فوات الأوان").
- استخدام نبرة مفعمة بالحماس أو احتفالية بشكل مبالغ فيه.
- إرسال رسائل ترويجية تتجاهل السياق العام المحيط.
- ربط العروض بالآزمة أو الاستفادة منها في الترويج، لأن ذلك يُعدّ استغلالاً للظروف.

إذا كان لا بدّ من الترويج، فلا ينبغي المضي قدماً إلا إذا كانت الرسالة:

- تقدّم فائدة حقيقية أو ذات صلة باحتياجات العميل.
- تصبّ بوضوح في مصلحة العميل، مع مراعاة الحساسية المطلوبة في النبرة والتوقيت.

أمثلة

بدلاً من: حصل على خصم 20% الآن قبل انتهاء العرض.
استخدم: لقد أطلقنا عرضًا خاصًا لمساعدتك على إدارة شؤونك المالية بصورة أفضل.

بدلاً من: تمتّع بإجازتك مع الأصدقاء والعائلة باستخدام بطاقتك الائتمانية من بنك الإمارات دبي الوطني.
استخدم: إذا كنت مسافرًا خلال هذه الفترة، فإليك مجموعة من العروض والخصومات الخاصة على بطاقتنا الائتمانية.

بدلاً من: احتفل بـ [المناسبة] مع عروضنا وحملاتنا الترويجية.
استخدم: تمتّع بـ [المناسبة] مع عائلتك وأصدقائك مستفيدًا من عروضنا الخاصة.

بدلاً من: استفد من سهولة تنفيذ عمليات التحويل من خلال خدمة "دايركت ريمت"، وتمتّع بخصومات على أسعار صرف العملات الأجنبية الخاصة بنا.
استخدم: لقد خقّضنا أسعار صرف العملات الأجنبية الخاصة بنا لتسهيل إرسال الأموال إلى بلدك. أرسل الأموال مباشرة من خلال خدمة "دايركت ريمت" وذلك إلى أكثر من XX دولة.

استخدام الذكاء الاصطناعي بمسؤولية

يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساعدك على العمل بوتيرة أسرع، وتحسين بنية المحتوى، وتكييف النبرة والأسلوب، إلا أنه لن يغني عن المراجعة واللمسة البشرية والخبرة المهنية والإشراف المستمر.

استخدم الذكاء الاصطناعي لدعم عملك

- استخدم الذكاء الاصطناعي للمساعدة في توليد الأفكار، وتنظيم المحتوى، وتحسينه، وتبسيطه.
- لا تعتمد عليه في التفكير الاستراتيجي أو لاتخاذ القرارات نيابة عنك.
- تعامل مع الذكاء الاصطناعي باعتباره مساعدًا، وليس خبيرًا متخصصًا في المجال.

درّب وعلم الذكاء الاصطناعي قبل أن تبدأ باستخدامه

- قم بتحميل أو بإضافة دليل الهوية اللفظية الخاص بنا. بإمكانك أيضاً إنشاء مشروع مخصّص للمحتوى الخاص ببنك الإمارات دبي الوطني على منصة الذكاء الاصطناعي التي تستخدمها، مع تزويده بإرشاداتنا المختصرة لأسلوب الكتابة (والتي يقوم فريق العلامة التجارية بتحديثها بانتظام).
- زوّد الذكاء الاصطناعي بأمثلة عن محتوى معتمد من بنك الإمارات دبي الوطني، واحرص على أن تشمل هذه الأمثلة محتوى من مختلف القطاعات والقنوات.
- إذا لم يكن الناتج ملتزمًا بالإرشادات بالشكل المطلوب، فقم بتحسين التعليمات التي تقدمها له. واحرص على تحديد النبرة، والجمهور المستهدف، والقناة، والهدف المطلوب في كل مرة حتى يتحسن مستوى المحتوى.
- إن تقديم موجز عمل متكامل يساهم في تحسين جودة المحتوى الذي يتم إنشاؤه.

احرص دائماً على مراجعة المحتوى الذي ينشئه الذكاء الاصطناعي وتحسينها

- اقرأ كل سطر بعناية قبل استخدامه.
- تأكد من أن النبرة تبدو إنسانية وذكية ومتفائلة.
- تأكد من أن المحتوى يعكس أسلوب بنك الإمارات دبي الوطني، وليس أسلوبًا عامًا أو نمطيًا مماثل لما ينشئه الذكاء الاصطناعي عادةً.

تحقق من صحة كل المعلومات

- لا تفترض أبداً أن المعلومات التي ينشئها الذكاء الاصطناعي دقيقة.
- تحقق من أسماء المنتجات، ومعدلات الفائدة، والأرقام، واللوائح، والتعليمات، والإجراءات.
- احرص دائماً على التحقق من المعلومات المالية والقانونية.

اعتمد على الحكم البشري

- ضع الحساسية الثقافية والظروف المحيطة في اعتبارك.
- قم بتكييف الرسالة بما يناسب الجمهور المستهدف والقناة المستخدمة لتوصيلها.
- إذا شعرت بأن الصياغة تبدو مصطنعة أو غير مألوفة، فقم بإعادة كتابتها.

حافظ على سرية البيانات والمعلومات

- لا تقم أبداً بنسخ أي معلومات سرية، أو خاصة بالعملاء، أو معلومات داخلية وحساسة ولصقها في تطبيقات أو أدوات الذكاء الاصطناعي العامة.
- اتبع جميع سياسات حماية البيانات والامتثال الداخلية.

المراجعة النهائية - تحقق من التالي:

- هل يبدو هذا المحتوى وكأنه صادر عن بنك الإمارات دبي الوطني؟
- هل يقدم قيمة حقيقية للعميل بطريقة واضحة وسهلة الفهم؟
- هل قمت بمراجعة جميع المعلومات والتأكد من دقتها؟
- هل أنا واثق بما يكفي لنشر هذا المحتوى؟

القسم السابع

دليل المحتوى

دليل المحتوى
المقدمة

يقدم هذا الدليل إرشادات عملية وأمثلة واضحة تساعد على صياغة محتوى جذاب، ومتسق، ويلتزم بالمعايير. ومن خلال التركيز على الوضوح والملاءمة وبناء الثقة، نعزز علاقتنا مع الجمهور ونعكس قيم علامتنا التجارية في كل تواصل مع العميل.

مُنشئ الرسائل

الحالات العامة

يجب أن تكون كل رسالة واضحة وهادفة وسهلة الفهم. يوضح هذا القسم العناصر الخمسة الأساسية التي تساعد في تنظيم المحتوى بطريقة متسقة وفعّالة.

التحية

تحدد التحية نبرة الرسالة. اعتمادًا على القناة والسياق، يمكن تحية العميل بعدة طرق:

العميل [الاسم الكامل]،
عميلنا العزيز.
العميل العزيز،
مرحبًا [الاسم الأول].

تجنب التحيات غير الرسمية بشكل مُفرط، وحافظ على نبرة مهنية ومحترمة.

وسيلة الجذب

تشد وسيلة الجذب الانتباه وتوضح للعميل ما يهمه منذ البداية.

ابدأ بالمزايا أو المنافع، أو بسؤال، أو بعبارات قوية تلبّي حاجة قد تسترعي اهتمام العميل، أو قد تحل مشكلة، أو تقدّم شيئًا ذا قيمة.

إن وسيلة الجذب القوية تجعل العميل راغبًا في متابعة القراءة.

المحتوى الرئيسي

يقدم المحتوى الرئيسي الرسالة الأساسية. كن واضح وموجز، واستخدم جملًا قصيرة ولغة بسيطة.

ركّز على ما يهم العميل بالدرجة الأولى، وتذكّر أنّ الرسالة تخصّه هو لا نحن، فاحرص على أن تعكس احتياجاته والفائدة التي سيحصل عليها.

قسّم المحتوى إلى أجزاء صغيرة وسهلة القراءة. تجنب المصطلحات المعقدة، واشرح الاختصارات، ولا تفترض أن العميل يعرف ما تعرفه.

استخدم دائمًا أسلوب الهرم المقلوب، وضع المعلومات الأهم أولاً.

الدعوة لاتخاذ إجراء

يجب أن تحتوي كل رسالة على دعوة واضحة لاتخاذ إجراء لتوجيه العميل نحو الخطوة التالية وتوضيح أهميتها. احرص على أن تكون التعليمات واضحة ومفيدة.

تجنب استخدام عبارة "اضغط هنا" فقط كإضافة للمحتوى.

اجعل الإجراء سهل الفهم ومرتبّطًا بفائدة للعميل.

- ابدأ طلب الخدمة
- قدّم طلبك وابدأ في كسب الأُمَيال
- استكشف حلول إدارة الثروات

إذا كانت الرسالة تهدف إلى التبسيط أو الإعلام، يمكن أن تربط الدعوة لاتخاذ إجراء بمحتوى ذي صلة على موقعنا الإلكتروني، مثل المنتجات أو القنوات المصرفية الرقمية.

الدعم والخاتمة

اختم الرسالة بنص ذو طابع ودّي ومطمئن، وأوضّح للعميل أن الدعم متاح عند الحاجة. اترك المجال مفتوح للتواصل.

"نحن هنا للردّ على جميع استفساراتك."
"تواصل معنا في أي وقت."

اختم بطريقة مهنية مع لمسة ودّية. يمكن القيام بذلك بعدة أساليب حسب الرسالة والقناة:

وتفضل بقبول فائق التحيات،
(الافتراضي)
شكرًا، (عند التواصل الشخصي أو على وسائل التواصل الاجتماعي)

مُنشئ الرسائل

الحالات الحساسة

قد لا تكون رسائلنا دائمًا موضع ترحيب من قبل العميل، لذلك من المهم الحفاظ على الوضوح والتعاطف وبناء الثقة في هذه المواقف.

استخدم قائمة التحقق أدناه وراجع هيكل الرسالة على اليمين لتوجيه محتواك بشكل صحيح.

1. تجنب الاعتذارات غير المباشرة أو العبارات التي تعبّر عن الأسف.
2. حافظ على نبرة حيادية ومُساعدة، وتركّز على الحلول.
3. ركّز على الخطوة التالية التي يمكن للعميل اتخاذها.
4. أظهر الوضوح والثقة والاستعداد لتقديم المساعدة.
5. في حال وجود مسائل امتثال، كن واضحًا وموضوعيًا، وتجنب أي لغة توجي بالخطأ أو الأسف.
6. ابتعد عن المصطلحات القانونية المعقدة، وحاول تبسيط اللغة قدر الإمكان من الناحية القانونية لضمان سهولة القراءة.

التحية

اجعل أسلوب التحية محترم وحيادي، واستخدم اسم العميل إذا أمكن.

العميل [الاسم الكامل].

وسيلة الجذب

كن مباشرًا وواضحًا منذ البداية، حدد التوقعات دون مقدمات مطوّلة.

نود إعلامك عن المستجدات المتعلقة بطلب الاعتراض ذو الرقم [الرقم] على بطاقتك الائتمانية المنتهية بالرقم [الرقم].

تم حظر بطاقتك الائتمانية المنتهية بالرقم [الرقم] مؤقتًا نتيجة نشاط مشبوه.

المحتوى الرئيسي

شارك التفاصيل المهمة بلغة واضحة وبسيطة. كن موضوعيًا بعيدًا عن اللوم أو الندم. إذا كان هناك إجراء مطلوب، اشرحه ببساطة:

لقد استلمنا مستنداتك، لكن المستند [اسم المستند] الخاص بك مفقود. يرجى تحميله [هنا](#) لنتمكن من متابعة طلبك.

لقد قمنا بمراجعة طلبك ذو الرقم [الرقم] الخاص بالحساب المنتهي بالرقم [الرقم]، ونؤكد أنه تم معالجة المعاملة المكررة. وسيتم إضافة مبلغ [المبلغ] درهم إلى حسابك خلال [عدد] أيام عمل.

الدعوة لاتخاذ إجراء

ركز على الخطوة التالية واجعلها محددة، ومفيدة، وسهلة المتابعة.

قم بتحميل مستنداتك هنا.

تفضل بزيارة أقرب فرع لإكمال الإجراءات.

الدعم والخاتمة

أكد للعميل أن الدعم متاح دائمًا.

إذا كانت لديك أي أسئلة، يرجى الاتصال على الرقم [الرقم]. إذا كنت بحاجة إلى متابعة طلبك، يرجى الاتصال على الرقم [الرقم] واذكر "متابعة طلبي" عند الطلب.

اعتمادًا على سياق الرسالة، يمكن إنهاء الرسالة بنبرة احترافية أو باستخدام الخاتمة المعتادة.

شكرًا على اختيارك لخدماتنا المصرفية.

وتفضل بقبول فائق التحيات،
بنك الإمارات دبي الوطني

وتفضل بقبول فائق التحيات،
بنك الإمارات دبي الوطني
(ش.م.ع.)

مُنشئ الرسائل التحية

تعتمد طريقة التواصل مع العملاء على القناة والسياق. إن بداية الرسالة بتحية واضحة ومحترمة تضع الأساس الصحيح للتواصل.

العميل [الاسم الكامل].

هذه هي التحية الأساسية المستخدمة في معظم رسائل البريد الإلكتروني.

- استخدم الاسم الكامل للعميل
- استخدم فاصلة بعد اسم العميل الأخير
- لا تستخدم ألقاب الشرف

أمثلة على حالات الاستخدام

- رسائل التسويق
- تأكيد استلام الشكاوى أو تفعيل حلولها
- تنبيهات الاحتيال أو الأنشطة المشبوهة
- رسائل الترحيب والتوجيه عبر البريد الإلكتروني
- تغييرات في السياسات أو الرسوم أو الشروط والأحكام
- تحديثات حالة الحساب أو البطاقة (مثل التفعيل، والحظر، والحدود)

عميلنا العزيز أو العميل العزيز.

عندما لا يمكن تخصيص الرسالة باسم العميل، استخدم مايلي:

- ضع فاصلة بعد كلمة "العزيز"
- تجنب إضافة كلمة "المحترم" في كلا الحالتين

أمثلة على حالات الاستخدام

- عندما لا نعرف اسم العميل أو لا يمكن استخدامه لأسباب تقنية أو تنظيمية أو امتثالية
- في الخدمات المصرفية الخاصة والخدمات المصرفية للأعمال، استخدم "العميل العزيز" بدلاً من "عميلنا العزيز".

مرحبًا [الاسم الأول].

تستخدم في تطبيق "واتساب" وإشعارات التنبيه والقنوات الرقمية مثل برنامج الدردشة الآلية "chatbots".

- ضع فاصلة بعد الاسم

أمثلة على حالات الاستخدام

- دعم العملاء فورياً
- المحادثات المستمرة
- التذكيرات والتنبيهات عبر القنوات الرقمية

دون تحية

تستخدم في الرسائل النصية القصيرة (بسبب عدد الحروف المحدود) أو رسالة كلمة المرور لمرة واحدة وهي رسائل (إجرائية وغير شخصية).

أمثلة على حالات الاستخدام

- رسائل كلمة المرور لمرة واحدة أو إعادة ضبط كلمة المرور
- تنبيهات معاملات الخصم أو الإيداع
- إشعارات الرصيد المنخفض
- تأكيدات عملية الدفع
- تنبيهات السحب من أجهزة الصراف الآلي

مُنشئ الرسائل وسيلة الجذب

ابدأ رسائلك بكلمات قوية ومناسبة تجذب انتباه العملاء. الأمثلة التالية قصيرة وجذابة، تهدف لإثارة الفضول أو توصيل رسالة واضحة وعملية.

- لقد استلمنا طلبك...
- مجرد تحديث سريع عن [الحساب/الدفع/الطلب] الخاص بك...
- تحديث سريع بخصوص...
- لاحظنا وجود مشكلة في [الحساب/الدفع/البطاقة] الخاصة بك.
- نحتاج إلى معلومات إضافية لمعالجة طلب الخدمة الخاص بـ [بطاقة الائتمان/الحساب].

وسائل جذب شخصية بطريقة حوارية

- أنت طلبت، ونحن استجبنا.
- إليك بعض العروض المصممة خصيصاً لك.
- لديك أحلام، ونحن نوفر الحلول لمساعدتك على تحقيقها.
- أهدافك تتغير، ويجب أن تتغير معها خدماتك المصرفية أيضاً.

وسائل جذب تركز على القيمة

- خدمات مصرفية أذكى تبدأ من هنا.
- إليك طريقة أسرع للوصول إلى أهدافك المالية.
- نقدر وقتك، ولذلك نسعى دائماً لتبسيط تجربتك المصرفية.

وسائل جذب على شكل أسئلة

- هل ترغب في التحكم بشكل أكبر بأموالك؟
- هل أنت مستعد لتنمية مدخراتك بالشروط التي تناسبك؟
- ماذا لو كان بإمكانك الحصول على مساعد للخدمات المصرفية الشخصية في أي مكان حول العالم؟
- تطبيقات كثيرة؟ إليك حل واحد يلبي كل احتياجاتك.

وسائل جذب ودية وشاملة وتتمحور حول الإنسان

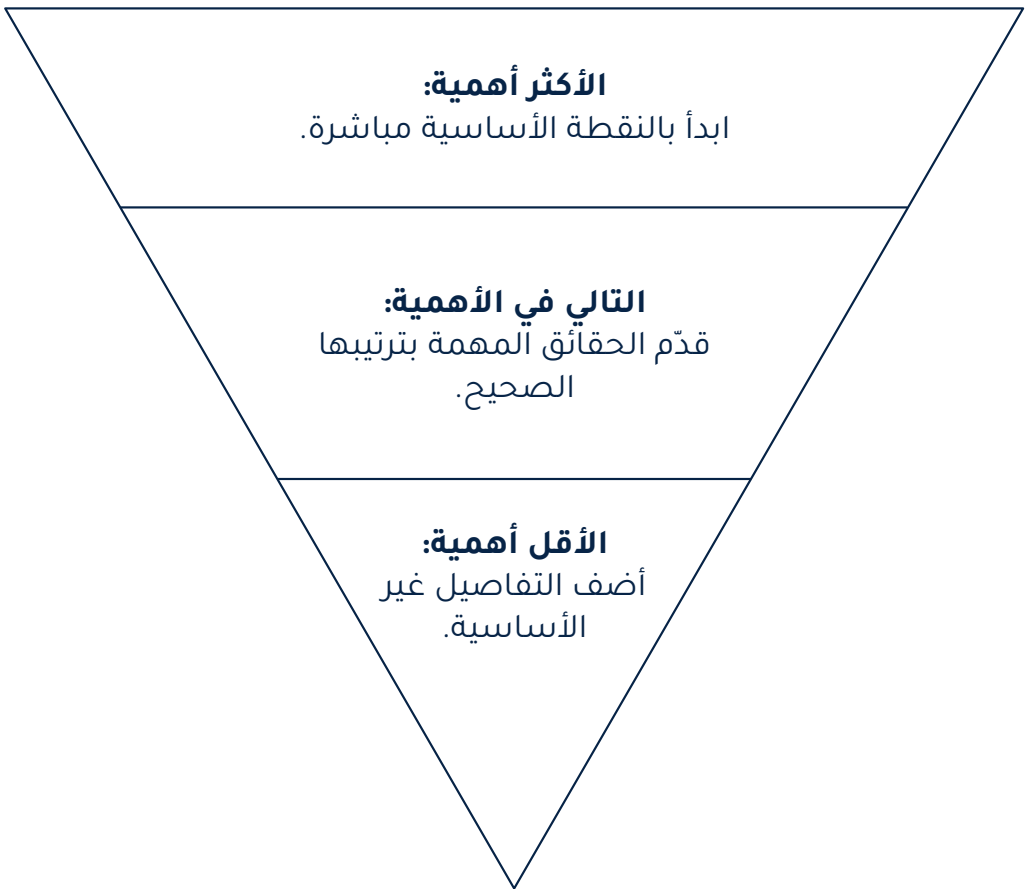
- أنت لست مجرد عميل، بل شريك في التقدم.
- ليست الأرقام وحدها المهمة، بل راحة البال.
- الثقة تحتاج وقتاً، ونحن هنا من أجلك على المدى الطويل.
- أنت تبني مستقبلك، ونحن فخورون بأن نكون جزءاً من هذه الرحلة معك.

مُنشئ الرسائل المحتوى الرئيسي

في هذا الجزء تقدّم الرسالة الأساسية. ركّز على ما يهم العميل، وما يحتاج لمعرفته، وما يمكنه فعله بعد ذلك. التنظيم مهم جدًا: ابدأ بالنقطة الأكثر أهمية واجعل القراءة سهلة وسريعة.

- استخدم هذه القائمة:
1. ابدأ بالرسالة الرئيسية.
 2. استخدم جمل قصيرة ولغة واضحة وبسيطة.
 3. استخدم صيغة الخطاب المباشرة.
 4. اكتب ما يناسب القارئ، لا ما يناسب الجهة.
 5. تجنب المصطلحات المعقدة.
 6. قسّم المحتوى إلى فقرات قصيرة أو قائمة نقاط.

أسلوب الهرم المقلوب



مثال على الرسالة

عميلنا العزيز،

تمت الموافقة على طلبك ذو الرقم [الرقم] المتعلق بالحصول على بطاقة ائتمان، وسيتم تسليم البطاقة خلال [عدد] يوم عمل.

عند التسليم، ستتلقى رسالة نصية تحتوي على كلمة مرور لمرة واحدة، يمكنك استخدامها لتفعيل بطاقتك فورًا. بعدها ستتمكن من الاستفادة من هذه المزايا والمزيد:

- استرداد نقدي X %
- دخول مجاني إلى صالات اللونج
- خصومات على المطاعم وعلى أسلوب نمط الحياة
- خدمات الكونسيرج

اطلع على المزيد من مزايا بطاقتك هنا. إذا كانت لديك أي أسئلة، يرجى الاتصال على 600 54 0000.

شكرًا على اختيارك لخدماتنا المصرفية.

وتفضل بقبول فائق التحيات،

بنك الإمارات دبي الوطني

مُنشئ الرسائل الدعوة لاتخاذ إجراء

يجب أن تساعد كل رسالة العميل على اتخاذ الخطوة التالية. سواء كان ذلك لقراءة المزيد، أو إكمال مهمة، أو الحصول على المساعدة، فإن دعوة واضحة لاتخاذ إجراء تمنح الرسالة هدفًا واتجاهًا.

الدعوة لاتخاذ إجراء (نماذج شائعة) (ثلاث كلمات أو أقل)

- اتصل بنا الآن
- تفضل بزيارة الفرع
- حمّل الآن
- نزل الآن
- تواصل معنا
- الدردشة على تطبيق "واتساب"
- اطلب المساعدة
- اعرف المزيد
- فعّل الآن
- قدّم الآن
- افتح حسابك

تحويل الدعوات العامة إلى خطوات فعّالة

يمكن استخدام هذه الطريقة لجعل الإجراء أكثر وضوحًا وفائدة من خلال ربطه بفائدة محددة للعميل. حافظ على صياغتها قصيرة وسهلة التنفيذ.

- ← "اعرف المزيد" يمكن أن تكون "اطلب حزمة المعلومات"
- ← "حدّث الآن" يمكن أن تكون "أقن حسابك"
- ← "ابدأ الآن" يمكن أن تكون "ابدأ في تنمية ثروتك"
- ← "تواصل معنا اليوم" يمكن أن تكون "تحدث مع خبير اليوم"
- ← "افتح طلب" يمكن أن تكون "ابدأ طلب الخدمة الخاص بك"
- ← "قدّم الآن" يمكن أن تكون "قدّم الآن وابدأ في كسب الأرباح"
- ← "تعرف على المزيد" يمكن أن تكون "استكشف حلول إدارة الثروات"

مُنشئ الرسائل الدعم

عند تقديم الإرشادات للعملاء فيما يتعلق بالدعم أو بالحصول على المزيد من المعلومات، كن واضحًا وركّز على ما يهم العميل.

- إذا كانت لديك أي أسئلة أو تحتاج إلى المساعدة، يرجى الاتصال على الرقم [الرقم].
- إذا كنت بحاجة لمتابعة طلبك، يرجى الاتصال على الرقم [الرقم] واذكر "متابعة طلبي" عند الطلب.
- إذا كانت لديك أي أسئلة، يرجى الاتصال على الرقم [الرقم] أو مراسلتنا عبر البريد الإلكتروني] كما يمكنك العثور على المزيد من التفاصيل على موقعنا الإلكتروني من خلال [الرابط].

إذا كنت بحاجة لتحديد جدول زمني

- سيتواصل معك أحد ممثلي بنك الإمارات دبي الوطني خلال [عدد] يوم عمل لمساعدتك في استكمال طلبك.
- ستتلقى تحديثًا منا خلال [عدد] يوم عمل.

إذا كنت بحاجة لمعالجة مشكلة تقنية

- خدمات مصرفية أذكي تبدأ إذا لم تتمكن من عرض كشف حسابك الإلكتروني، يرجى الاتصال بنا على الرقم [الرقم] أو مراسلتنا عبر البريد الإلكتروني].

إذا كنت بحاجة لطلب مستندات

- يرجى إرسال المستندات المطلوبة أدناه عبر تطبيق ENBD Xحتى تتمكن من متابعة طلبك.

مُنشئ الرسائل الخاتمة

اختم رسالتك بجملة تتناسب مع محتوى الرسالة ونبرتها وغرضها. اجعل الخاتمة واضحة، مهنية، ومناسبة للسياق.

جملة ختامية

اختر خاتمة تعكس طبيعة الرسالة.

شكرًا على اختيارك لخدماتنا المصرفية. شكرًا لتفهمك.

صيغة الخاتمة

استخدم خاتمة حسب سياق الرسالة ومن يرسلها.

وتفضل بقبول فائق التحيات،
بنك الإمارات دبي الوطني

وتفضل بقبول فائق التحيات،
بنك الإمارات دبي الوطني
(ش.م.ع.)

وتفضل بقبول فائق التحيات،
[توقيعك الرسمي في الشركة]

في معظم رسائل البريد الإلكتروني، نستخدم الخاتمة الافتراضية التالية:

شكرًا على اختيارك لخدماتنا المصرفية.

وتفضل بقبول فائق التحيات،
بنك الإمارات دبي الوطني
(إضافة الفاصلة بعد "وتفضل بقبول فائق التحيات"، واسم **بنك الإمارات دبي الوطني** بالخط العريض)

مثال للترحيب بالعميل الجديد:

شكرًا لاختيارك بنك الإمارات دبي الوطني. نتطلع للعمل معك ومرافقتك في رحلتك المالية.

وتفضل بقبول فائق التحيات،
بنك الإمارات دبي الوطني

مثال للتواصل المباشر:

يرجى إعلامي إذا كان هناك أي أمر آخر يمكنني مساعدتك فيه؟ أنا هنا لدعمك.

وتفضل بقبول فائق التحيات،
[توقيعك الرسمي للشركة]

مثال للتواصل عبر تطبيق "واتساب":

يرجى إعلامي إذا كان هناك أي أمر آخر يمكنني مساعدتك فيه. أنا هنا لدعمك.

(أو)
أمل أن أكون قد قدمت المساعدة. هل هناك أي شيء آخر يمكنني مساعدتك فيه؟

منصائح لكتابة رسائل البريد الإلكتروني

يجب أن يوضح العنوان باختصار مضمون البريد الإلكتروني لجذب انتباه القارئ.

كتابة عنوان جيد

- **ابدأ بوضوح:** يجب أن يعكس العنوان مضمون الرسالة، دون أي مفاجآت.
- **اجعله قصيرًا وسهل القراءة:** حاول ألا يزيد عن 8 كلمات وفكر كيف سيظهر على الهاتف المتحرك.
- **استخدم صيغة الخطاب المباشرة واجعلها ذات صلة:** ركز على الفائدة، النتيجة أو الإجراء. استخدم أفعال قوية ومباشرة.

استخدام الأسئلة

إذا كان سطر الموضوع سؤالاً، تأكد أن العنوان يوضّح الإجابة ولا تضع سؤالين واحدًا تلو الآخر.

إذا بدأت البريد الإلكتروني بسؤال، فلا تستخدم الأسئلة في سطر الموضوع أو العنوان الرئيسي داخل الرسالة.

تجنب

- علامات التعجب) واستخدمها فقط عند اللزوم.
- **العناوين الغامضة:** التي لا توضح للقارئ سبب أهمية الرسالة.
- **استخدام الكلمات التسويقية المبالغ فيها:** والتي تبدو غير صادقة وغالبًا غير صحيحة، مثل "مغير قواعد اللعبة"، "مبتكر"، "ثوري".
- **استخدام التلاعب بالكلمات بشكل مبالغ فيه:** ثق بنا (هل يمكنك توضيح الأمر أكثر؟)
- **أساليب التخويف أو الضغط على القارئ:** مثل "ستفوتك الفرصة"، و"فرصتك الأخيرة". إن الإفراط في استخدامها قد يضعف الثقة أو يؤدي لإلغاء الاشتراك.

حد الأحرف المتاح

احرص على أن لا يتجاوز 60 حرفًا (بما في ذلك الفراغات) لضمان الوضوح والتأثير.

نصائح لكتابة رسائل البريد الإلكتروني نص الموضوع

يمكن أن يحدد موضوع الرسالة ما إذا كان العميل سيفتح البريد الإلكتروني أم لا. اجعل نص الموضوع واضحًا وملائمًا ويحث على اتخاذ إجراء.

كتابة نص موضوع جيد

- **كن واضحًا وتجنب المبالغة في الذكاء:** عبّر بالضبط عن مضمون البريد الإلكتروني.
- **اجعل المحتوى محدد:** إن العنوان العام مثل "معلومات مهمة" أو "تحديث" هو أقل فائدة من "معلومات مهمة عن بطاقتك الائتمانية" أو "تحديث بخصوص طلب القرض الخاص بك".
- **ضع التفاصيل المهمة في البداية:** الكلمات الأهم يجب أن تأتي أولاً، حتى لا يتم تجاهلها.
- **استخدام الأسئلة:** راجع الإرشادات في الشريحة السابقة.
- **استخدم أفعالاً تحث على اتخاذ إجراء:** شجع القارئ على القيام بشيء ما.
 - اجز عطلّة مع خصم.
 - اطلع على مزايا بطاقتك الجديدة.
- **أضف إحساسًا بالعجلة عند الحاجة، لكن لا تضغط على العميل.**
 - بقي أسبوع واحد للاستفادة من هذا العرض.
 - ينتهي العرض خلال خمسة أيام.

تجنب

- **استخدام علامات الترقيم.** (تجنب علامات التعجب) واستخدمها فقط عند اللزوم.
- **الادعاءات المضللة والمبالغ فيها** لجذب العميل لفتح البريد الإلكتروني.
- **العناوين الغامضة** التي لا توضح للعميل سبب أهمية الرسالة، أو قد تدفعه لإلغاء الاشتراك.
- **استخدام الكلمات التسويقية المبالغ فيها، أو التلاعب بالألفاظ، أو أساليب التخويف والضغط** التي قد تضر بالثقة وتؤدي لإلغاء الاشتراك.

عدد الأحرف المتاح

احرص على ألا يتجاوز 40 حرفًا (بما في ذلك الفراغات) لضمان الوضوح والشفافية، خصوصًا على الهاتف المتحرك.

أمثلة على التركيبات

- **الموضوع:** خطوة واحدة نحو خدمات مصرفية ذكية **العنوان:** أكمل طلبك في أقل من دقيقتين
- **الموضوع:** إمكانية الدخول إلى ملاعب الغولف وغيرها، مصممة خصيصًا لك **العنوان:** قدّم طلبك للحصول على بطاقة أئتمان من الخدمات المصرفية المميزة من بنك الإمارات دبي الوطني اليوم
- **الموضوع:** تتبع وصول بطاقتك لحظة بلحظة **العنوان:** بطاقتك الائتمانية الجديدة في طريقها إليك
- **الموضوع:** هل تفكر في امتلاك منزلك الخاص؟ **العنوان:** اكتشف حلول التمويل المرنة التي تناسب احتياجاتك

نصائح لكتابة الرسائل SMS النصية القصيرة

استخدم لغة بسيطة، وقلل الكلمات غير الضرورية، ونسق التفاصيل بشكل صحيح للالتزام بالحد المسموح به من الأحرف.

اعرف الحد الأقصى

احسب عدد أحرف رسالتك. يجب ألا يتجاوز 160 حرفاً (بما في ذلك الفراغات).

تجاوز حد الـ 160 حرفاً يزيد تكلفة الشركة، وهذا يتضاعف بسرعة عند إرسال ملايين الرسائل.

هناك بعض الاستثناءات التي لا يمكننا فيها التقليل من الكلمات: مثل الرسائل التنظيمية، والامتثال، والأمان وبعض رسائل المنتجات.

المراجعة والتدقيق

وضّح الهدف مباشرة واحذف الكلمات غير الضرورية: تجنب عبارات مثل "نود إعلامكم بأن..."

استخدم الأرقام بدل الكلمات: مثل 24/7، ساعة، 5 أيام.

عند ذكر اسم علامة تجارية أو اسم خدمة بالعربي، يجب وضع الاسم داخل علامتي اقتباس مزدوجتين بالشكل التالي: "اسم العلامة التجارية" أو "اسم الخدمة".

استخدم الاختصارات الشائعة: عند الضرورة القصوى (عندما يشترط أن يكون النص بعدد كلمات أو حروف معينة) وبشكل لا يربك القارئ عن المعنى المقصود.

تخلص من المسافات المزدوجة: إنه من السهل إغفالها. قم بمراجعة رسائلتك بعناية.

دائماً تحقق من الإملاء: الأخطاء الإملائية لا تبدو غير احترافية فقط، بل قد تشغل مساحة إضافية.

أرقام الهواتف

على الرغم من استخدامنا للمسافات في أرقام الهواتف، تعد الرسائل النصية القصيرة استثناءً. يجب أن يكون النص مختصراً وواضحاً بهدف الالتزام بالحد الأقصى لعدد الأحرف.

ليس هكذا: 0000 54 600

استخدم: 600 54 0000

ليس هكذا: +971 4 0000

استخدم: +971 4 0000

ليس هكذا: اتصل بـ

600 54 0000

استخدم: اتصل بـ 600 54 0000

ليس هكذا: اتصل بـ 600 54 0000 من داخل الإمارات العربية المتحدة و+971 4 0000

من خارج الإمارات العربية المتحدة.

استخدم: اتصل بـ 600 54 0000

داخل الإمارات العربية المتحدة

و+971 4 0000

من الخارج.

ليس هكذا: إذا كانت لديك أي استفسارات، اتصل بالرقم [الرقم].
استخدم: للاستفسارات، اتصل بالرقم [الرقم].

استخدم روابط قصيرة

استخدم دائماً روابط قصيرة تحمل علامة البنك التجارية. اطلب المساعدة من مجموعة قسم التسويق عند الحاجة.

الرابط الذي يحمل علامة البنك يبني الثقة ويقلل القلق من رسائل "التصيد الاحتيالي". لا تستخدم روابط مختصرة مثل tinyurl.com أو bit.ly لأنها قد تبدو غير موثوقة.

احتفظ بالروابط على شكل عناوين مشفرة (https://، فهذا يطمئن العملاء ويتوافق مع سياسات الأمان.

اجعل الرابط معبراً: الكلمات الوصفية في الرابط تحسّن وضوح الرسالة وتزيد من معدلات الوصول.

يجب معاينة الرابط على أجهزة مختلفة للتأكد من عمله بشكل صحيح.

ضع الرابط في نهاية الرسالة لتسهيل القراءة.

قائمة التحقق الخاصة بالامتثال والتسويق

استخدم قائمة التحقق المتاحة لضمان توافق جميع المحتويات مع المتطلبات التنظيمية والمعايير التسويقية. فهي تساعد على ضمان الوضوح والمصداقية والحفاظ على هوية العلامة التجارية في مختلف قنوات التواصل.

يرجى مراجعة المستند الكامل بالتفصيل. ويمكنك طلب نسخة عبر عنوان البريد الإلكتروني: brand@emiratesnbd.com

إرشادات عامة

- يجب أن تكون جميع الاتصالات الموجهة للعملاء باللغتين العربية والإنجليزية، مع ضرورة تضمين الشروط والأحكام بوضوح في العروض الترويجية.
- المنتجات والخدمات المالية: يجب ضمان سهولة الوصول إلى القواعد والشروط والأحكام والتكاليف المُعلنة، خاصة المتعلقة بالسحوبات/ الياصيب/ القوعات، بما يتوافق مع موافقات الدولة/ الهيئات التنظيمية.
- الشفافية: يجب أن تكون الحملات الترويجية واضحة ويمكن تمييزها بسهولة، وأن تتسم بالمصداقية. كما ينبغي تضمين إشعارات بأي تغييرات، وملخصات بلغة واضحة، وروابط للشروط والأحكام المُحدّثة.
- القيود: يجب على المؤسسات المالية المرخصة عدم نشر معلومات تسويقية/ معلومات المبيعات المتعلقة بالمنتجات المالية/ الخدمات للعامة أو للمستهلكين ما لم تكن متوافقة مع معايير الإفصاح المطلوبة.

إطار المحتوى حسب نوع الرسالة

تتطلب أنواع التواصل المختلفة مع العملاء مستويات مختلفة من التفاصيل والنبذة والشفافية. يساعد هذا الإطار في تحديد العناصر الأساسية اللازمة لضمان أن يكون المحتوى متسقاً، وهادفاً ومتوافقاً مع احتياجات العملاء والسياسات الداخلية.

العناصر المطلوبة	التعريف	أمثلة
نوع المنتج	ما هو المنتج المرتبط بهذه الرسالة.	
مرحلة الرحلة	أين تقع هذه الرسالة ضمن أسلوب الحياة الخاص بالعميل.	
نوع التواصل	نوع الرسالة المرسلة.	
هدف التواصل	ما الذي يجب أن يحققه هذه الرسالة.	
النبذة	مستوى الودية، والتعاطف أو الرسمية في الرسالة.	
مستوى الشفافية	مقدار المعلومات التي يجب الكشف عنها، خاصة للمواضيع الحساسة.	
الإجراء أو المساهمة المطلوبة من العميل	هل هناك شيء يجب على العميل فعله أو تقديمه؟	
التفاصيل الداعمة	هل يجب أن تتضمن الرسالة جداول زمنية، ومزايا، وقنوات دعم أو تفاصيل أخرى؟	
دعوة لاتخاذ إجراء	ما هو الإجراء التالي المطلوب من العميل؟	
التوجيهات القانونية والامتثال	هل هناك أي قيود أو تعليمات تنظيمية يجب مراعاتها لهذا النوع من الرسائل؟	

لأي استفسارات بخصوص إرشادات الهوية اللفظية،
يرجى التواصل مع فريق إدارة العلامة التجارية عبر البريد
الإلكتروني: brand@emiratesnbd.com

شكراً لكم