

# منهجية الأسئلة الخمسة التي تبدأ بـ "W" والسؤال الذي يبدأ بـ "H"

## المقدمة

إن تحليل "5W1H" هي تقنية لحل المشكلات والتي تستخدم ستة أسئلة تغطي جميع جوانب المشكلة: لماذا (السبب)؟ من (الشخص)؟ ماذا (ما هو)؟ متى (الوقت)؟ أين؟ (الموقع أو المنصة) وكيف (الطريقة)؟. يهدف هذا التحليل لعرض الأفكار من وجهات نظر مختلفة من أجل اكتساب معرفة شاملة بحالة معينة. يتم استخدامه بشكل شائع كنموذج تحسين مستمر للعمل ويتم تنفيذه من خلال الإجابة على جميع العناصر الأساسية للمشكلة وهي ماذا ومن وأين ومتى ولماذا وكيف.

إن تحليل "5W1H" والذي يعرف بمنهجية كبلينغ هو عدد من الأسئلة التي استخدمها روديارد كبلينغ للإجابة بشكل وافي عن أسئلة مطروحة وطرح أفكار للمساعدة في حلها. تم استخدام هذه التقنية في الأعمال التجارية للتخلص من الأخطاء ورفع كفاءة العمل وتسهيل العمليات وقد استخدمت في العديد من الصناعات و الأعمال المختلفة.

إن منهجية "5W1H" مصطلح تم صياغته نسبة لقصيدة كتبها روديارد كبلينغ في كتاباته بعنوان "Just So Stories" والتي نشرت في عام 1902. وقد أصبحت هذه القصيدة هي أساس تسمية المنهجية فيما بعد. وصارت طريقة لحل المشكلات حيث يساعد كل واحد من الأسئلة التي تبدأ بحرف الـ "W" و حرف الـ "H" في معالجة المشكلة من زوايا مختلفة والتوصل إلى حلول مقترحة لها.

## التعريف

إن تحليل "5W1H" هو طريقة لطرح الأسئلة وحلها من خلال عرض الأفكار من وجهات نظر مختلفة بهدف اكتساب المعرفة الشاملة بموقف معين.

## استخدامات منهجية "5W1H"

يمكن استخدام تقنية 5W1H خلال مرحلة تطوير منتج أو مشروع جديد.

## منهجية الأسئلة الخمسة التي تبدأ بـ "W" والسؤال الذي يبدأ بـ "H"

### تحليل سؤال "ماذا؟"

يهدف هذا السؤال إلى فهم المعايير التي يستخدمها العملاء لاختيار منتجًا أو خدمة. وبناءً على ذلك تستطيع الشركات والمؤسسات توجيه خطط التسويق والإعلانات نحو الأهداف الصحيحة. فالهدف منه هو فهم ما يبحث عنه العملاء حقًا.

### تحليل سؤال "من؟"

إن الهدف من هذا السؤال هو معرفة من يؤثر أو يوصي بالمنتج أو الخدمة للعميل. فمعرفة هذه المعلومات تسمح لفريق الإدارة والتسويق بتوجيه عروضهم إلى الفئات المستهدفة الصحيحة. يستهدف سؤال "من" الأشخاص أو المجموعات المؤثرة على سلوك المستهلكين.

### تحليل سؤال "أين؟"

يجب أن يحتوي هذا السؤال على الموقع الفعلي للمشكلة المحددة، قد يكون مكانًا أو منشأة أو حتى عملية معينة حيث يتم تطبيق الحل فيها.

### تحليل سؤال "متى؟"

يهدف هذا السؤال إلى مساعدة الشركات على تخطيط وتوقيت إعلاناتهم و تسويقهم في الوقت المناسب كأعياد الشكر أو احتفالات رأس السنة أو في رمضان. يشمل سؤال "متى" جميع جوانب العمل المتعلقة بأي شيء متعلق بالتواريخ فيجب أن يحدد الجدول الزمني أو الموعد النهائي أو المدة أو أي تفاصيل أخرى.

### تحليل سؤال "لماذا؟"

يهدف هذا السؤال إلى فهم المعايير التي يستخدمها العملاء لاختيار منتج أو خدمة. وكنتيجه لذلك تستطيع الشركات والمؤسسات توجيه خطط التسويق والإعلانات نحو الأهداف الصحيحة، فيشرح بالتفصيل سبب الحاجة إلى منتج أو خدمة.

## تحليل سؤال "كيف؟"

إن الهدف من هذا السؤال هو فهم كيفية بحث العميل عن المعلومات قبل اتخاذ قرار بشأن منتج أو خدمة. يفترض هذا السؤال خطوات كيفية تنفيذ الخطة أو الخطط المحددة ويجب أن يشمل أيضاً الموارد الأخرى والأدوات والطرق والوسائل وحتى النفقات اللازمة لتكون المحاولة ناجحة

باختصار فإن طرح هذه الأسئلة يمكن مستخدميه منهجية "5W1H" من الوصول لحقيقة الأشياء من خلال هيكله الأشياء بشكل منهجي والتركيز على المعلومات المهمة. ونتيجة لذلك فإنه يساهم في تحديد المشكلات المحتملة والحلول المقترحة للمشكلات.

## أمثلة

ماذا يشتري المستهلك؟ (كتعريف المنتج أو ما يميز المنتج عن المنافسين).

من هو السوق المستهدف (معرفة الخصائص الديموغرافية والنفسية)؟ من الذي يؤثر على المستهلكين لشراء المنتجات؟.

لماذا يريد المستهلك شراء المنتجات؟ (العوامل الاجتماعية/الثقافية أو الشخصية التي تؤثر على طلبات منتجاتك وعروضك).

متى يشتري المستهلك المنتجات؟ (كالأيام أو المواسم أو الأشهر أو المناسبات الخاصة).

أين يريد المستهلك شراء المنتجات؟ (كالمتاجر والأسواق المركزية وأمازون والأسواق الإلكترونية الأخرى).

كيف يشتري العميل المنتجات؟ (من خلال البحث والتقييم واتخاذ القرار بالشراء).

## الخاتمة

تعد طريقة "5W1H" المعروفة أيضاً بمنهجية الأسئلة أو منهجية أسئلة الـ "W" الخمسة وسؤال الـ "H" أو منهجية كبلينغ طريقة فعالة للوصول إلى حلول من خلال طرح جميع الأسئلة المهمة وهي: ماذا ومن وأين ومتى ولماذا وكيف؟.