



Contact Methods
Mob: (86)18668768846
Tel: (86) 577 68668118
Wechat: zigpac123
Skype: bruce.chan1999
E-mail: bruce@zigpac.com
Whatsapp: +86-18668768846
Telegram: @Zigpacstickers

Company Info
Name: Wenzhou Zigpac Industry Limited
Address: No. 148-152, Building C, Jiangbin
Commercial and Residential Building, Longgang
City, Wenzhou City, Zhejiang 325802, China



YOUR CUSTOM PRINTING & PACKAGING PARTNER FOR SMALL AND MEDIUM BUSINESSES



Details

الإجابة السريعة: تحقق ميداليات المفاتيح المخصصة للأعمال أفضل نتائجها حين ترتبط كل ميدالية بلحظة محددة: الأسبوع الأول للعميل، أو ذكرى خدمة موظف، أو محادثة مؤهلة في معرض تجاري، أو تسليم سيارة أو عقار. خطط للبرنامج بحسب المناسبة أولاً. حدد من يتسلم كل ميدالية، وما الذي ينبغي أن تقوله، ومتى تُسلم، وكيف ستقيس ما إذا كانت لا تزال قيد الاستخدام. ولا تختَر المنتج إلا بعد حسم هذه القرارات.

يبحث معظم الفرق عن ميداليات مفاتيح مخصصة للأعمال لأن أمامها موعدًا نهائيًا وطلبًا غامضًا: «نريد شيئًا يحمل شعارنا». وهذا الطلب ينتج النتيجة المألوفة: يُطلب كرتون من ميداليات المفاتيح المتطابقة لفعالية واحدة، ويُسلم نصفها لأشخاص لن يشتروا أبدًا، ويبقى الباقي في المخزن حتى يتخلص منه أحدهم.

التكلفة لا تقتصر على الميزانية الضائعة. فميدالية المفاتيح من القطع الدعائية القليلة التي يحملها الناس معهم كل يوم، ولذلك لا يصح التوفير في التخطيط لها. إذا وصلت القطعة الخطأ إلى الشخص الخطأ، خسرت نقطة اتصال يومية. وإذا وصلت القطعة المناسبة إلى الشخص المناسب في اللحظة المناسبة، احتفظت بها سنوات. والفارق ينبع من تصميم البرنامج لا من الشعار.

كُتب هذا الدليل لفرق التسويق والموارد البشرية والفعاليات. يوضح أين تخلق ميداليات المفاتيح بشعار الشركة قيمة تجارية قابلة للقياس، ويقدم طريقة تخطيط خطوة بخطوة لكل جمهور. كما يشير إلى المواضع التي تنتقل فيها القرارات إلى المنتج، مثل الخامة والتنشيط والتصميم الفني، حتى لا تطلب قبل أن تستقر الاستراتيجية.

في هذا الدليل

- [ما برنامج ميداليات المفاتيح للأعمال؟](#)
- [أين تحقق ميداليات المفاتيح المخصصة للأعمال قيمة حقيقية؟](#)
- [كيف تخطط لبرنامج ميداليات المفاتيح في سبع خطوات](#)
- [مقارنة المناسبات الأربع جنبًا إلى جنب](#)
- [الأسئلة الشائعة](#)
- [أبرز الخلاصات](#)

ما برنامج ميداليات المفاتيح للأعمال؟

برنامج ميداليات المفاتيح للأعمال هو مجموعة مخططة ومتكررة من ميداليات المفاتيح المطبوعة. يرتبط كل تصميم بجمهور محدد ولحظة تسليم محددة، مع مجرّز لإعادة الطلب مبني على بيانات التشغيل لديك، مثل عدد الموظفين الجدد في الربع أو الصفقات المغلقة أو المركبات المسلمة. أما توزيع الهدايا لمرة واحدة فمختلف: يُشتري لفعالية واحدة ولا يُحكم عليه إلا بما إذا كان الصندوق فارغًا في نهايتها.

قيمة المنتجات الترويجية في PPAI تقع هذه الفئة ضمن قناة كبيرة ومستقرة. فقد قدّر أحدث تقدير لمبيعات الموزعين لدى الذي يقيس بطريقته الخاصة، عن رقم، (ASI) الولايات المتحدة بـ **\$27.1 مليار، زيادة 1.3%**^[1]. وأعلن معهد المنتجات الدعائية **قياسي قدره \$26.6 مليار في المبيعات السنوية**^[2]. والفجوة بين الرقمين تذكير مفيد بأن إجماليات القطاع تتوقف على المنهجية. احكم على نجاح برنامجك ببياناتك الخاصة لا بمتوسطات القطاع.

ASTM ثمة تفصيل يهملك عند التخطيط: تعامل الجهات المعيارية ميداليات المفاتيح بوصفها أدوات وظيفية لا زينة. ومعيّار وهو مواصفة سلامة مجوهرات البالغين، يستثني صراحةً العناصر التي غرضها الأساسي وظيفي، ويذكر المفاتيح، **F2999**^[3] وميداليات المفاتيح بالاسم. عمليًا، يُحكم على ميدالية المفاتيح بقدرتها على العمل يوميًا على حلقة المفاتيح. والهدية التي تبدو جميلة على المكتب لكنها تفشل في الجيب لا تستحق مكانها.



أين تحقق ميداليات المفاتيح المخصصة للأعمال قيمة حقيقية؟

من بين المناسبات التي نرى الشركات تخطط لها، تبرر أربع حالات استخدام كلفتها باستمرار. وهي تشترك في سمة واحدة: تصل الميدالية في لحظة يربطها المتسلم أصلاً بالمفاتيح أو الدخول أو الانتماء. وفي كل حالة تعزز شيئاً حقيقياً بدل أن تضيف فوضى.

انضمام العملاء: جعل الأسبوع الأول ملموساً

بمخرجات غير ملموسة مثل بيانات تسجيل الدخول أو مكالمات الانطلاق أو بيان العمل. وتمنح ميدالية B2B غالباً ما تبدأ علاقات المفاتيح في حزمة الترحيب الحساب الجديد رمزاً مادياً للعلاقة. وهي تناسب أكثر الشركات ذات الخدمات المستمرة مثل الوكالات وخدمات تقنية المعلومات المُدارة ومكاتب المحاسبة ومشغلي مساحات العمل المشتركة، حيث قد يتسلم العملاء فعلياً بطاقات دخول المبنى أو مفاتيح المكاتب.

- **من يتسلمها:** أصحاب المصلحة المحددون لدى العميل، لا كل جهة اتصال في الحساب.
- **ما الذي يُطبع عليها:** علامتك، مع سطر قصير اختياري مرتبط بالتعاقد، مثل سنة التأسيس أو تاريخ الشراكة.
- **التوقيت:** مع حزمة الانطلاق أو الاجتماع الحضور الأول، لا مع الفاتورة.
- **ما الذي يُقاس:** هل يجدد متسلمو حزمة الانضمام أو يوسعون تعاقدهم بمعدل مختلف عن الحسابات التي انضمت بدونها. قارن المجموعات على امتداد دورة تعاقد كاملة.

إنجازات الموظفين: تقدير يحمله الناس فعلاً

تستخدم فرق الموارد البشرية ميداليات المفاتيح في حزم الترحيب بالموظفين في يومهم الأول وفي ذكرى سنوات الخدمة. وتكمن القيمة في التخصيص بتكلفة منخفضة للفرد: سنة مختومة أو أحرف أولى أو علامة إنجاز تحوّل قطعة شركة عامة إلى تقدير فردي. فكثير من هدايا الإنجازات عبر السنين ينتهي في درج، أما ميدالية المفاتيح فتبقى على الحلقة التي يستخدمها المرء كل يوم لدخول المكتب أو سيارته.

- **درج التصميم:** استخدم ميدالية قياسية واحدة للموظفين الجدد ونسخة مميزة لكل سنة إنجاز. وينبغي أن يوضح التصميم أي إنجاز تحتفي به الميدالية.
- **احترم الخصوصية:** تجنب طباعة المسميات الوظيفية أو أرقام هوية الموظفين على قطع تغادر المبنى معلقة بمفاتيح المنزل.
- **خطط الكميات انطلاقاً من بيانات الموارد البشرية:** استعن بتوقعات التوظيف وتواريخ الذكرى السنوية من نظام.

الموارد البشرية، لتتبع إعادة الطلب عدد الموظفين لا التخمين.

المعارض التجارية والفعاليات: من الوعاء المفتوح إلى الهدية المستحقة

أضعف طريقة لاستخدام ميداليات المفاتيح المطبوعة هي وضعها في وعاء على طاولة الجناح. وأقواها الاحتفاظ بها للزوار الذين يُتمون عرضًا توضيحيًا أو يحجزون اجتماعًا أو يحضرون إحاطة عن منتج. فحين تكون الميدالية مستحقة، تصبح مُذكّرة بمحادثة بعينها بدل أن تكون تذكيرًا من المكان.

نقطتان عمليتان. أولًا، قد تصل القطع في الفعاليات العائلية والمعارض العامة إلى أيدي الأطفال. وقد سبق أن استدعى استدعاء [قراءة 396,000 ميدالية مفاتيح معدنية باعته](#) CPSC المنظمون الأمريكيون ميداليات مفاتيح معدنية: فقد أعلنت سلسلة متاجر تخفيضات وطنية بسبب ارتفاع محتوى الرصاص^[4]، وهي حالة [نقلتها رويترز](#)^[5]. ثانيًا، إذا كان الأطفال قد يكونون من المتسلمين، فاطلب من المورد وثائق اختبار الخامة قبل الفعالية لا بعدها.

تسليم السيارات والعقارات: لحظة انتقال المفاتيح من يد إلى يد

تسلّم معارض السيارات والوسطاء العقاريون ومديرو العقارات ومشغّلو الإيجار قصير الأجل المفاتيح ضمن الصفقة نفسها. وهذا أنسب استخدام في الفئة كلها، لأن للميدالية وظيفة واضحة منذ اللحظة الأولى. وتحمل ميدالية التسليم الجيدة علامة المعرض أو الوكالة وتشير إلى الخدمة التالية التي تريد تقديمها: حجز الصيانة أو إدارة العقار أو الإحالة.

- **الأمان أولاً:** لا تضع على الميدالية عنوان الشارع أو رقم الوحدة أو رقم اللوحة الخاص بالعمل. فإذا ضاعت المفاتيح، يجب ألا تقود الميدالية غريبًا إلى الباب.
- **المتانة هنا أهم منها في أي موضع آخر.** تبقى هذه الميداليات على حلقات شديدة الاستخدام طالما يملك العميل السيارة أو يسكن المنزل.
- **ما الذي يُقاس:** معدلات عودة العملاء إلى قسم الخدمة، أو احتفاظ إدارة العقار بالعملاء، أو ذكر الإحالات من المشترين الذين تسلموا ميدالية تسليم.



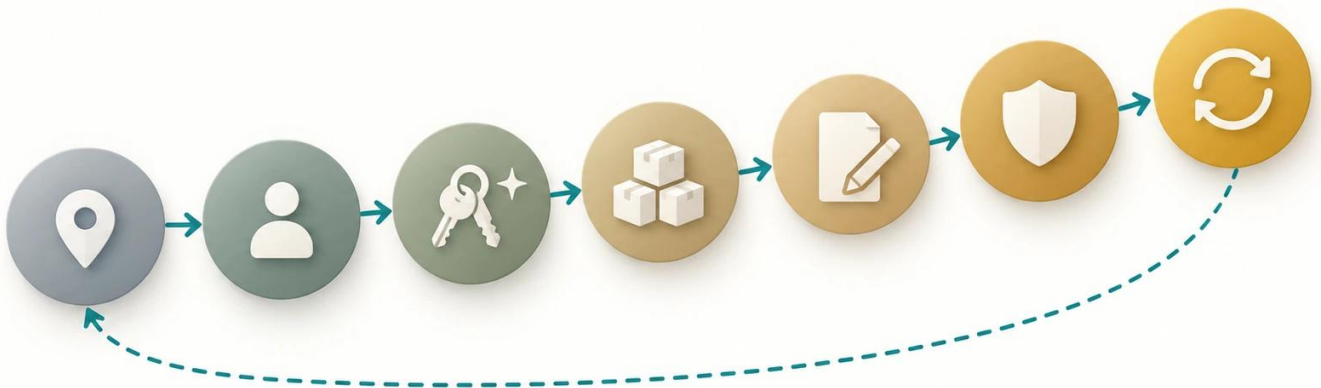
كيف تخطط لبرنامج ميداليات المفاتيح في سبع خطوات

يحافظ هذا التسلسل على تقديم قرارات الاستراتيجية على قرارات المنتج. أما الفرق التي تعكس الترتيب فتنتهي عادةً بتصميم واحد مطلوب منه خدمة أربعة جماهير لكل منها حاجات مختلفة.

1. **عدّد لحظات التسليم لديك.** دوّن كل نقطة ينضم فيها شخص أو يجدد أو يحتفل أو يتسلم مفاتيح. واحتفظ فقط باللحظات التي يضيف فيها الشيء المادي معنى، وأسقط الباقي.
2. **حدد جمهورًا واحدًا وهدفًا واحدًا لكل لحظة.** على سبيل المثال: «أصحاب المصلحة الجدد لدى العميل، تعزيز العلاقة» أو «زوار الجناح الذين أتموا عرضًا توضيحيًا، استحضار المحادثة». وإذا كان للحظة واحدة هدفان، فتحتاج إلى تصميمين أو إلى أولوية واضحة.
3. **قرر مستوى التخصيص.** هناك ثلاثة مستويات عملية: تصميم رئيسي واحد، أو تصميم رئيسي مع سطر متغير (السنة أو الأحرف الأولى أو الموقع)، أو قطع تحمل أسماء أفراد. يرفع التخصيص القيمة المُدرّكة لكنه يضيف خطوات اعتماد، فاستخدمه حيث تبرره العلاقة.
4. **قدّر الكميات من سجلاتك الخاصة.** استخدم هذه المعادلة: $\text{المناسبات المخطط لها} \times \text{المتسلمون المتوقعون في} \times \text{CRM كل مناسبة} \times \text{هامش معتدل للاستبدال والإضافات المتأخرة}$. ابن المدخلات على نظام الموارد البشرية لديك أو سجل مسح الزوار في الجناح أو سجلات التسليم. ثم اطلب عرض سعر؛ فأسعار الكميات تتوقف على مواصفاتك الدقيقة.
5. **اكتب موجز منتج واحدًا لكل تصميم.** الخامة والتشطيب وطريقة التثبيت وإعداد التصميم الفني قرارات خاصة بالمنتج لكل منها مفاضلاتها العملية. ويغطي [دليل منتج ميداليات المفاتيح المعدنية المختومة المخصصة](#) وضوح التفاصيل بالحجم الفعلي واختيار التشطيب وإعداد التصميم الفني وفحوص القبول، فلا تضطر إلى استنباطها من الصفر.
6. **أجر فحص امتثال للجماهير الحساسة.** إذا كان من الممكن أن يكون بين المتسلمين أطفال، فراجع حدود الرصاص قبل الطلب. تنص إدارة مراقبة المواد السامة في كاليفورنيا على أن [مجوهرات الأطفال يجب ألا تحتوي على أكثر من 100 ppm \(0.01 بالمئة\) من الرصاص](#)^[6]. وكانت [سياسيتها بشأن الرصاص في CPSC](#) من الرصاص [مجوهرات الأطفال المعدنية](#)^[7]. اعتبر ذلك نقطة مرجعية، واطلب تقارير اختبار للخامة الفعلية.
7. **حدد موعدًا للمراجعة ومؤشرًا للنجاح.** اختر مؤشرًا واحدًا لكل لحظة، مثل معدل التجديد، أو سؤال في استبيان. مثل «هل ما زلت تحملها؟»، أو زيارات العودة للخدمة. راجعه قبل إعادة الطلب، واستبعد أي لحظة لا تحرّك المؤشر.

تستحق ادعاءات المتانة فحصًا سريعًا أثناء الخطوة 5. وغالبًا ما تُقيّم مقاومة التآكل في المعادن المطلية بطريقة رذاذ الملح وإذا ذكر المورد نتيجة اختبار، فاسأله عن المعيار والمدة المستخدمين. أما معايير القبول نفسها. [ASTM B117](#)^[8] الموصوفة في فمكانها في موجز المنتج.

[Occupational & Environmental Medicine](#)^[9] سلامة الخامة سؤال وجيه حتى مع الجماهير من البالغين. فقد وجدت دراسة منشورة في فحصت المفاتيح وأغراضًا معدنية يومية مشابهة أن الرصاص موجود في 64% من العناصر المختبرة. وهذه حجة [Medicine](#)^[9] قوية لتوثيق الخامات في أي قطعة ستستخدم يوميًا.



مقارنة المناسبات الأربع جنبًا إلى جنب

استخدم هذا الجدول لتحديد اللحظات التي تستحق تصميمًا خاصًا بها واللحظات التي يمكن أن تشترك في تصميم واحد. في معظم البرامج تشترك مناسبتا الانضمام والإنجازات في هوية بصرية واحدة، بينما تُصمَّم ميداليات التسليم حول الخدمة التي تريد. أن يعود العملاء من أجلها.

مؤشر النجاح	التخصيص	الهدف الرئيسي	المتسلم	الجهة المسؤولة	المناسبة
معدل التجديد أو التوسع بحسب المجموعة	تصميم رئيسي، وتاريخ الشراكة اختياري	جعل العلاقة الجديدة ملموسة	أصحاب المصلحة المحددون لدى العميل	إدارة الحسابات / التسويق	انضمام العملاء
الإشارات في استبيان المشاركة، ومعدل الاستلام	سنة الإنجاز أو الأحرف الأولى	تقدير ظاهر يومي	الموظفون الجدد وموظفو الذكرى السنوية	الموارد البشرية / فريق شؤون الموظفين	إنجازات الموظفين
معدل اجتماعات المتابعة مقارنة بغير المتسلمين	عادةً بلا تخصيص؛ تصميم رئيسي واحد قوي	استحضار محادثة بعينها	زوار أتموا إجراءً محددًا	تسويق الفعاليات / التسويق الميداني	المعارض التجارية والفعاليات
عودة العملاء للخدمة، والاحتفاظ بهم، والإحالات	علامة الفرع أو الموقع، وليس العناوين الشخصية أبدًا	دفع العميل نحو الخدمة التالية أو الإحالة	المشترون والمستأجرون والصيوف	عمليات المبيعات / تسليم السيارات والخدمة	تسليم السيارات والعقارات

لكل صف جهة مسؤولة مختلفة، وهذا أكثر نقاط الإخفاق شيوعًا. فبدون منسَّق واحد، تقدم فرق التسويق والموارد البشرية والعمليات طلبات صغيرة منفصلة بهوية غير متسقة. كلّف شخصًا واحدًا بالإشراف على التصميم الفني الرئيسي وتقويم إعادة الطلب، حتى لو دفع كل قسم من ميزانيته.

بعد أن تحدد ما يجب أن تؤديه كل ميدالية مفاتيح، يبقى سؤال كيفية تصنيعها مسألة منفصلة. وتجد ما إذا كان الختم يناسب تصاميمك في [اعتبارات شراء ميداليات المفاتيح المعدنية المختومة](#).



الأسئلة الشائعة

الأسئلة الشائعة: هل ما زالت ميداليات المفاتيح هدية أعمال فعّالة؟

تكون فعّالة حين تناسب لحظة ترتبط بالمفاتيح أو الدخول، مثل تسليم عقار أو مكتب جديد أو سيارة، أو حين تحمل تقديرًا مبيعات الموزعين في PPAI شخصيًا. وتكون أقل فاعلية حين تُوزّع دون استهداف. تبقى قناة المنتجات الترويجية كبيرة، إذ تقدّر الولايات المتحدة بـ 27.1 مليار، لكن حجم القناة لا يثبت نجاح برنامجك. تتّبع مؤشر نجاح لكل مناسبة

الأسئلة الشائعة: كم ميدالية مفاتيح ينبغي أن نطلب لبرنامج أعمال؟

احسب من سجلاتك الخاصة: المناسبات في السنة × المتسلمون في كل مناسبة × هامش صغير. استعن بتوقعات التوظيف في وسجل مسح الزوار في الجناح، أو سجلات التسليم. الكميات الدنيا والأسعار تتوقف، CRM الموارد البشرية، وأعداد الانضمام في على المواصفات الدقيقة، فشارك توقعاتك عند طلب عرض السعر وأسأل كيف يؤثر توزيع الكميات على عدة تصاميم في السعر.

الأسئلة الشائعة: ما الفرق بين ميداليات المفاتيح بشعار مخصص وميداليات المفاتيح المطبوعة؟

في لغة الشراء اليومية يتداخل المصطلحان. فعبارة «ميداليات مفاتيح بشعار مخصص» تعني عادةً أن التصميم مبني حول علامتك التجارية. أما «ميداليات المفاتيح المطبوعة» فمصطلح أوسع في قطاع المنتجات الترويجية لأي ميدالية تحمل علامة مطبوعة أو مختومة أو محفورة. وللأغراض التخطيطية، الفرق المهم هو ما إذا كان المحتوى ثابتًا أم يختلف باختلاف المتسلم

الأسئلة الشائعة: هل يمكن للموارد البشرية والتسويق اشتراك تصميم واحد؟

يمكنهما اشتراك هوية بصرية واحدة، أي العلامة والشكل والتشطيب نفسها، مع استخدام سطر متغير للإنجازات. أما استخدام القطعة ذاتها للموظف الجديد وزائر المعرض التجاري فيُضعف قيمة التقدير لدى الموظفين، ولذلك تحتفظ معظم البرامج بنسخة واحدة على الأقل خاصة بالموظفين

الأسئلة الشائعة: هل من الآمن توزيع ميداليات مفاتيح معدنية في الفعاليات العائلية؟

افعل ذلك فقط بخامات موثقة. فقد استدعى المنظمون الأمريكيون ميداليات مفاتيح معدنية بسبب الرصاص، وتحدّ كاليفورنيا اطلب من المورد تقارير اختبار تغطي المعدن الأساسي وأي طلاء قبل توزيع ppm. الرصاص في مجوهرات الأطفال بـ 100 القطع على جماهير من أعمار مختلطة

الأسئلة الشائعة: ما الذي ينبغي أن تتجنبه ميدالية مفاتيح العقار أو المعرض؟

تجنب أي تفصيل تعريف يربط المفاتيح المفقودة بموقع، مثل عناوين الشوارع أو أرقام الوحدات أو لوحات السيارات. اعرض علامة شركتك وطريقًا للعودة إلى خدمتك بدلًا من ذلك

أبرز الخلاصات

- تؤكد إجماليات القطاع أن القناة كبيرة، لكنك تحتاج إلى مقياسك الخاص للحكم على برنامجك. — (27.1 مليار في مبيعات المنتجات الترويجية الأمريكية) [المصدر](#)
- تقيس الجهات المختلفة في القطاع السوق بطرق مختلفة، فاعتبر الأرقام الرئيسية سباقًا لا معايير [المصدر](#) ASI مرجعية. — 26.6 مليار في التقدير السنوي القياسي لدى
- توثيق الخامات ليس اختياريًا في الفعاليات ذات الأعمار المختلطة. — قرابة 396,000 ميدالية مفاتيح [المصدر](#) CPSC معدنية استُدعيت بسبب الرصاص في إجراء واحد لـ
- حدّ أقصى للرصاص في مجوهرات ppm حدود الرصاص في منتجات الأطفال صارمة ومحددة. — 100 (الأطفال بموجب قانون كاليفورنيا) [المصدر](#)
- الأغراض المعدنية اليومية تستدعي فحصًا للخامة حتى للبالغين. — رُصد الرصاص في 64% من الأغراض (المختبرة في دراسة محكمة) [المصدر](#)

الخلاصة: خطط للحظة أولًا ثم للميدالية

الشركات التي تجني قيمة دائمة من ميداليات المفاتيح تحدد المناسبة والجمهور والهدف ومؤشر النجاح قبل أن تفتح أي أداة لتهيئة المنتج. ابدأ بلحظة التسليم الأنسب لعملك: الأسبوع الأول للعميل، أو ذكرى سنوية لموظف، أو محادثة مستحقة في معرض تجاري، أو مفاتيح تنتقل من يد إلى يد. ابن تصميمًا واحدًا حولها، وقسه على امتداد دورة كاملة، ولا توسّع إلا عندما يتحرك المؤشر.

عندما تحدد مناسباتك وكمياتك، حوّلها إلى موجز منتج باستخدام صفحة [ميداليات المفاتيح المعدنية المختومة المخصصة](#) واطلب عرض سعر بناءً على توقعاتك الفعلية.

المراجع

1. قطاع المنتجات الترويجية يبلغ مستوى جديدًا: PPAI: تقدير حجم مبيعات، (PPAI) الرابطة الدولية للمنتجات الترويجية. [ppai.org](#) ↪ «لكن التقلبات الخارجية تعيقه».
2. «تعلن مبيعات سنوية قياسية تبلغ \$26.6 مليار لقطاع المنتجات الترويجية ASI»، (ASI) معهد المنتجات الدعائية [asicentral.com](#) ↪
3. المواصفة القياسية لسلامة المستهلك الخاصة بمجوهرات البالغين (يستثني، ASTM F2999، ASTM International، [astm.org](#) ↪ (نطاقها العناصر الوظيفية مثل المفاتيح وميداليات المفاتيح
4. بسبب Dollar General لجنة سلامة المنتجات الاستهلاكية الأمريكية، «استدعاء ميداليات مفاتيح معدنية متنوعة من [cpsc.gov](#) ↪ خطر التسمم بالرصاص»، استدعاء رقم 145-07، 3 أبريل 2007
5. [reuters.com](#) ↪ «تستدعي ميداليات المفاتيح بسبب خطر الرصاص Dollar General»، رويترز
6. «إدارة مراقبة المواد السامة في كاليفورنيا، «صحيفة وقائع قانون كاليفورنيا بشأن المجوهرات المحتوية على معادن [dtsc.ca.gov](#) ↪
7. تعلن سياسة جديدة لمعالجة الرصاص في مجوهرات الأطفال CPSC، لجنة سلامة المنتجات الاستهلاكية الأمريكية [cpsc.gov](#) ↪ «المعدنية»، 2005
8. [astm.org](#) ↪ (الممارسة القياسية لتشغيل جهاز رذاذ الملح (الضباب، ASTM B117، ASTM International،
9. دراسة عن محتوى الرصاص في المفاتيح والأغراض المعدنية، (BMJ)، Occupational & Environmental Medicine، [oem.bmj.com](#) ↪ اليومية، المجلد 81، العدد 11، الصفحة 592