جمعية البر الخيرية بأم الدوم

دليل الاتصال المؤسسي

2022

بسم الله الرحمن الرحيم

بالتعاون مع

مؤسسة سالم بن محفوظ الأهلية

تـم إصدار هذا الدليـل

مؤسسة سالم بن محفوظ الخيرية

Salem Bin Mahfouz Foundation

المحتويات

نبذة عن الجمعية 04
أهداف الاتصال المؤسسي 05
مبادئ الاتصال المؤسسي 06
الخارطة الاتصالية لأصحاب المصلحة 07
بيت الصورة الذهنية 08
بروتوكول المشاركة في المعارض 09
إرشادات التعامل مع وسائل الاعلام 11
بروتوكولات توقيع الاتفاقيات 12
الوصف الوظيفي 14
النماذج 18

من نحن

جمعية البر الخيرية بأم الدوم هي جمعية أهلية رسمية ومسجلة في المركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي برقم 413، تسعى للريادة في تنمية المحتاج وبناء المجتمع عبر برامج تنموية ومستدامة بمصداقية عالية.

رؤيتنا:

بناءٌ مستدام لعطاء بإحسان

رسالتنا:

رعاية وتأهيل وتمكين الفئات المحتاجة، ورفع الوعي لديهم، من خلال عمل مؤسسي متطور وخدمات متميزة.

قيمنا

- الالتزام والمسؤولية
- الجودة والتميز
- المصداقية والشفافية
- العدل والمساواة
- الاحترام والتقدير
- الإبداع والابتكار

أهداف الاتصال المؤسسي:

يهدف الاتصال المؤسسي في جمعية البر بأم الدوم إلى:

- بناء الصورة العامة وسمعة الجمعية من خلال التواصل الفعال.
- التأكد من مطابقة إشراك الجمهور من خلال وسائل الإعلام الرقمية، الاجتماعية، أو التقليدية لمعايير الجودة العالية المعرفة بهذه السياسة.
- التأكد من مواءمة الرسائل الموجهة لكافة أصحاب المصلحة.
- توفير الخطوط الإرشادية للتواصل الفعال في جمعية البر بأم الدوم وتحديد الأدوار والمسؤوليات لجميع الأطراف.
- التركيز على إبراز الجمعية إعلامياً بمشاريعها وأنشطتها والأثر الذي تقدمه.

مبادئ الاتصال المؤسسي:

- العمل على إبراز دور الجمعية في خدمة المجتمع وأثرها في الارتقاء به.
- توضيح أهمية تمكين القطاع غير الربحي في المجتمعات.
- إعطاء المثل والقدوة لأفراد المجتمع للمساهمة في الأعمال التطوعية ضمن أسلوب عصري مناسب للبيئة السعودية.
- التأكيد على الهوية الوطنية لجمعية البر بأم الدوم والعمل وفق أنظمة الجهات الإشرافية في الدولة في كافة تعاملاتها.
- التأكيد على أن الاحترافية في إدارة العمل هي سمة من سمات جمعية البر بأم الدوم.
- التعاون مع الجهات المانحة والعاملة في القطاع غير الربحي الأخرى لتعظيم أثر العمل طبقاً للآية الكريمة "وتعاونوا على البر والتقوى."
- الشفافية التامة في إدارة أعمال الجمعية.
- تحفيز فريق العمل في الجمعية لتقديم أقصى طاقته لخدمة المجتمع.
- إبراز الشراكات الفعلية للجمعية.
- إبراز مشاريع الجمعية وأنشطتها بما يتوافق مع الصورة الذهنية للجمعية.
- إبراز مشاريع التطوع والنماذج الناجحة من الأعمال التطوعية.

الخارطة الاتصالية لأصحاب المصلحة

التصنيف	صاحب المصلحة	الرسالة الرئيسية	الأدوات	الكسب السريع
داخلي	المجلس العمومي	تحول الجمعية جميع تطلعات ألعضاء إلى واقع من خالل االلتزام بتنفيذ الخطط الاستراتيجية والتشغيلية وتحقق الجمعية السلامة المالية ونتائج مرتفعة في معايير الحوكمة	مجموعة الواتساب االجتماعات الربعية التقارير السنوية	الزيارات الهدايا قياس الرضا
	مجلس الادارة	تمثل الجمعية رأس الهرم الذي يبرز مجلس الدارة كفاعل ومساهم رئيسي في تنمية المجتمع المحلي وسد احتياجه	مجموعة الواتساب التقارير السنوية االجتماعات الدورية	
إشرافي	وزارة الموارد البشرية والتنمية االجتماعية	تعمل الجمعية للمساهمة في تحقيق مستهدفات رؤية السعودية 2030 المتعلقة بقطاع التنمية ومواءمة ذلك مع أهدافها	تقرير سنوي خاص	
	إمارة منطقة مكة المكرمة	تعمل الجمعية مع عدد من مؤسسات القطاع العام والخاص وغير الربحي لتنمية المنطقة وازدهار إنسانها	تقرير سنوي خاص	
	محافظة المويه	تعمل الجمعية مع عدد من مؤسسات القطاع العام والخاص وغير الربحي لتنمية المحافظة وازدهار إنسانها	تقرير سنوي خاص	
تشغيلي	جهات داعمة (المؤسسات المانحة – أقسام المسؤولية الاجتماعية – المنصات – رجال الأعمال)	تعمل الجمعية بدرجات عالية من الاحترافية والتميز المؤسسي وتحقق نتائج عالية في الحوكمة تصل الجمعية إلى المستفيدين في مجالات تأهيلية ورعوية وتنموية بعد دراسة وافية للاحتياج المجتمعي	التقارير الختامية للبرامج وسائل التواصل البريد الإلكتروني واتساب	
	جهات الدعم اللوجستي	تعتبر الجمعية الكثير من الجهات صاحبة القدرات والخدمات اللوجستية شريك في نجاحها لتحقيق التنمية المجتمعية بالمنطقة	حسابات التواصل الاجتماعي المخاطبات المباشرة	
	جهات شريكة	تؤمن الجمعية بأن التعاون مع الجهات ألخرى يجود المخرجات ويوفر الجهود	حسابات التواصل االجتماعي التقرير السنوي	
	جهات منفذة	تسعى الجمعية لتحقيق أهدافها وتنمية المجتمع مستعينةً بعدد من الجهات المحترفة	التقرير السنوي	
	مستفيد نهائي	تعتقد الجمعية بأنك محور اهتمامها وأنك المستهدف النهائي من وجودها وعطائها	حسابات التواصل االجتماعي الموقع الإلكتروني الرسائل النصية	
عمومي	المجتمع	تسعى الجمعية ليكون لها دور كبير في تنمية المجتمع وازدهاره يمكن لكل فرد في المجتمع المساهمة في تحقيق رؤية الجمعية مالياً أو تطوعياً	حسابات التواصل االجتماعي الموقع اللكتروني	

بيت الصورة الذهنية
لجمعية البر بأم الدوم

الجوهر
البناء المستدام لعطاءٍ بإحسان

الشخصية و أسلوب التعاطف

شريك | محترف | محبوب | شغوف | مؤثر | إبن

عناصر التشابه:
- مرونة التواصل
- استخدام التقنية

عناصر التميز:
- احترافية وتنوع في التواصل بالبرامج التقنية
- الانتشار الافتراضي

دوافع المصداقية:
- درجة حوكمة عالية
- تقارير الإنجاز الدورية
- خطة استراتيجية مبنية على احتياج

بروتوكول المشاركة في المعارض:

تحقق الجمعية هدفاً هاماً بالتواصل مع أصحاب المصلحة من خلال المشاركة في المناسبات المختلفة، وتمثل المشاركة في المعارض فرصة تظهر الجمعية عبرها لتقديم رؤيتها ورسالتها والتعريف بهويتها ومستهدفاتها وتقديم إضاءات حول برامجها ومنجزاتها، ويجب أن تحرص الجمعية على أن يكون لها جناح في كل ملتقى ومعرض تقوم برعايته أو تتلقى الدعوة إليه.

أهداف المشاركة في المعارض:

- إبراز دور الجمعية في خدمة المجتمع.
- توضيح موقف الجمعية حول بعض التفاصيل الخاصة بتسجيل المستفيدين والاستفادة من البرامج.
- تعريف أصحاب المصلحة بقيادة الجمعية وفريق عملها.
- إنجاح فعاليات الشركاء
- توزيع إصدارات الجمعية ومنتجاتها.

ممثلي الجمعية في المعارض:

يشرف على المعرض ومحتوياته قسم الاتصال المؤسسي، ويمثل الجمعية بالمعرض موظف بقسم الاتصال المؤسسي وموظف من قسم البرامج، ويكون الأخير هو الأقرب لموضوع المناسبة من حيث الخبرة والاهتمام ،ويمكن أن يمثل الجمعية في المعرض من تراه الإدارة التنفيذية أكثر قدرةً على تقديم المادة من غير القسمين المذكورين.

لباس العارض:

يلتزم العارض بارتداء الزي الرسمي ويضع في الجهة اليسرى من الصدر شعار الجمعية طبقا لهويتها.

الهوية البصرية للجناح:

يراعى في تصميم جناح الجمعية في كل معرض أن يكون مراعياً لدليل الهوية البصرية الخاص بالجمعية وفق آخر تحديثاته، مع عدم وجود أي فراغات مخلة أو مزعجة لزائر الجناح.

مكونات جناح المعرض في المعرض:

- شاشة كبيرة وواضحة إما يتم استئجارها أو استخدام إحدى شاشات الجمعية
- أعلام الجمعية طبقا للهوية البصرية
- شهادات الشكر والتميز والجوائز التي تحصلت عليها الجمعية
- نسخ من آخر تقرير سنوي
- بطاقات أعمال المتحدثين
- درع بشعار الجمعية
- صحن حلويات لكل طاولة في الجناح
- توصيلة كهربائية
- نسخ من المنشور التعريفي الخاص بالجمعية
- آخر نسخة من الهدايا
- أكياس الجمعية
- عناوين التواصل مع الجمعية في وسائل التواصل الاجتماعي

إرشادات التعامل مع وسائل الإعلام:

1. تنفتح الجمعية على كافة وسائل الإعلام التقليدية والحديثة والتي تراعي معايير محددة أخلاقي اً
2. يمثل الجمعية المدير التنفيذي أو المتحدث الرسمي أو رئيس قسم الاتصال المؤسسي أو من يراه المدير التنفيذي ملائماً لتمثيلها حسب موضوع الظهور
3. يقدم من يظهر على وسائل الإعلام من الجمعية رسالتها بصيغة تسويقية بعد استلهامها من الخارطة الاتصالية لأصحاب المصلحة
4. تتفاعل الجمعية مع مجتمعها من أصحاب المصلحة أو كافة المتعاملين والمتعاملين المحتملين من خلال وسائل الاعلام وشبكات التواصل الاجتماعي
5. تتمتع الجمعية بالحضور الرقمي عبر منصات هي)الموقع الإلكتروني للجمعية – حساب تويتر للجمعية – حساب انستغرام للجمعية – حساب سناب شات للجمعية – موقع رافد الالكتروني(
6. يجب أن يتوافر الموقع الإلكتروني على تفاصيل يقرها المدير التنفيذي وقسم الاتصال المؤسسي حول نشأة الجمعية وخطتها الاستراتيجية ومجالات عملها ونطاق عملها والبرامج والمنتجات التي تقدمها وأخبارها الدورية وآليات ونوافذ للتواصل معها.
7. يعكس حساب تويتر الخاص بالجمعية منجزات وأعمال الجمعية ويعزز التواصل مع الجهات الشريكة معها.
8. يعكس حساب انستغرام الخاص بالجمعية منجزات وأعمال الجمعية وفق المحتوى المناسب الممكن إيصاله من خلال الجمعية.
9. جميع المنصات لا تظهر الفعاليات الترفيهية الخاصة بالموظفين من رحلات ونشاطات ترويحية.
10. الرد على الرسائل في مدة لا تتجاوز ساعتين
11. تتفاعل الجمعية مع الأحداث الوطنية والأيام العالمية والتفاعل مع حسابات الشركاء وإنجازاتهم
12. الحد الأدنى للنشر اليومي في تويتر تغريدتين
13. عدم متابعة أو الإشارة لحسابات مسيئة أو وهمية
14. النشر في وسائل التواصل يكون لأخبار وبرامج الجمعية

بروتوكولات توقيع الاتفاقيات:

1. يقوم قســم البرامج بتزويد قسم الاتصال المؤسسي بالمعلومات التالية)معلومات عن المشروع - ضابط اتصال من الجهة الموقع معها(
2. يقوم قسم الاتصال المؤسسي بالبدء في الترتيبات اللازمة مع الجهة الموقع معها
3. يتم تحديد موعد التوقيع في مدة لا تقل من ثلاثة أسابيع من بداية التواصل مع الجهة الموقع معها
4. إعداد البرنامج المقترح واعتماده بالتنسيق مع الجهة الموقع معها)الضيوف - المكان - تجهيزات الاحتفال(
5. التأكيد على ظهور اسم وشعار الجمعية بالشكل اللائق

المسمى الوظيفي	رئيس قسم الاتصال المؤسسي
المدير المباشر	المدير التنفيذي

➢ الغرض من الوظيفة:

إدارة الصورة الذهنية للمؤسسة والإشراف على أنشطة العلاقات العامة ، وتعزيز التواصل مع كافة أصحاب المصلحة. ووسائل الإعلام والجمهور.

➢ مهام الوظيفة الرئيسية:

1. المشاركة في إعداد الخطة الاستراتيجية و الأهداف الرئيسية للمؤسسة وصياغتها.
2. إعداد الخطة التشغيلية والموازنة السنوية وخطط مؤشرات القسم بما يتماشى مع استراتيجية المؤسسة ومتابعة تنفيذها.
3. العمل على إخراج تقارير الإنجاز السنوي بالشكل اللائق والتي تعكس اداء المؤسسة .
4. وضع استراتيجيات للتجسير مع أصحاب المصلحة بما يعزز الظهور الإيجابي للمؤسسة وتواجدها الفاعل في المناسبات الرئيسية.
5. التخطيط والتنسيق والترتيب للزيارات والمقابلات مع المسؤولين والضيوف في المؤسسة.
6. إدارة الرسالة الإعلامية للمؤسسة وتعميق الصورة الإيجابية عن المؤسسة وأهدافها والتعريف بدورها من خلال وسائل الإعلام والندوات والمحاضرات، ووسائل التواصل الاجتماعي والحماية من التضارب والتشتت.
7. الإشراف على عملية تمثيل المؤسسة في المناسبات العامة والخاصة لتعزيز الحضور الرسمي للمؤسسة وإنشاء علاقات جديدة.
8. إعداد وتنفيذ سياسة وبرامج الاتصال الخارجي للمؤسسة بالتعاون والتنسيق مع كافة الوحدات التنظيمية.
9. مراجعة واعتماد جميع الإصدارات، الهدايا ومنتجات المؤسسة الدعائية.
10. الاشراف على صياغة جميع المواد الإعلامية الواردة لتكوين مادة صحفية قابلة للنشر.
11. الإشراف على الحملات الإعلامية والفعاليات والمناسبات الخاصة بإدارة الصورة الذهنية.
12. متابعة ما ينشر عن المؤسسة في وسائل الإعلام وتوثيقها واتخاذ الإجراءات اللازمة حيالها.
13. الاشراف على اعداد وتنفيذ الخطة الإعلامية للبرامج والمشاريع.
14. المشاركة في إعداد وتنفيذ خطة ادارة المخاطر المؤسسية
15. إعداد وتطوير السياسات والإجراءات والأنظمة المتعلقة بالقسم ومتابعة كفاءة تطبيقها.
16. العمل على تطوير مرؤوسيه ورفع كفاءتهم وتعزيز مستوى الرضى في القسم.
17. الإشراف الإداري والفني ووضع خطط الأداء لموظفي القسم ومتابعة تنفيذها وعمل المراجعات الدورية المتعلقة بها.

➢ مؤشرات الأداء المساعدة:

➢ نسبة رضا أصحاب المصلحة.	➢ المواد الإعلامية والإعلانية.
➢ عدد برامج تعزيز الصورة الذهنية الفعالة.	➢ الخطة الإعلامية.
➢ الكتيبات والنشرات التعريفية.	➢ الخطط والتقارير الإعلامية للبرامج والمشاريع.
➢ خطة العلاقات العامة.	➢ دراسات الانطباعات السائدة للجمهور.
➢ التقارير الإعلامية.	

➢ متطلبات الوظيفة:

✓ بكالوريوس اتصال او تخصص ذو علاقة. ✓ (6) سنوات في وظائف مماثله.
➢ الجدارات المطلوبة:
1. العلاقات العامة 2. العمليات الإعلامية 3. الأعمال الإدارية الإعلامية 4. التواصل مع العملاء اعلامياً 5. الشراكة المجتمعية

المسمى الوظيفي	أخصائي العلاقات و الاعلام
المدير المباشر	رئيس قسم الاتصال المؤسسي

➢ الغرض من الوظيفة:

العمل على تجسير علاقة المؤسسة مع أصحاب المصلحة بما يعكس الصورة الذهنية الإيجابية عن المؤسسة والتواصل الدائم مع الجمهور باستخدام مختلف الأدوات والقنوات المتاحة.

➢ مهام الوظيفة الرئيسية:

1. المشاركة في وضع الخطة التشغيلية وخطط مؤشرات أداء القسم.
2. تقديم الدعم الفني والتحريري لإدارة العملية الإعلامية للمؤسسة.
3. إنشاء المحتوى الإعلامي وكتابة النص واختيار الصور بما يتماشى مع وثيقة الإعلام الرقمي.
4. مراجعة وإعادة صياغة جميع المواد الإعلامية الواردة لتكوين مادة صحفية قابلة للنشر.
5. تخطيط وتنظيم وتنفيذ الفعاليات والمناسبات الخاصة بإدارة الصورة الذهنية.
6. وضع الخطط الخاصة بالتجسير مع أصحاب المصلحة.
7. القياس الدوري للصورة الذهنية للمؤسسة ورضا أصحاب المصلحة ووضع التوصيات لتصحيحها.
8. جمع ودراسة وتوثيق انطباعات الجمهور عن المؤسسة ووضع الخطط الإعلامية لتصحيح الانطباعات الخاطئة وتعميق الإيجابية منها.
9. التنسيق مع الإدارات المختلفة حول اللقاءات والندوات الصحفية وترتيب مواعيدها.
10. التوثيق الإعلامي والتنسيق مع وسائل الإعلام المختلفة للتغطية الإعلامية للمناسبات والفعاليات التي تنفذها أو تمولها المؤسسة.
11. إدارة وتطوير وتحديث الموقع الالكتروني وصفحات التواصل الإجتماعي للمؤسسة.
12. إعداد وتوزيع ونشر المواد الإعلامية والدعائية من إصدارات وتقارير وهدايا للمؤسسة وبرامجها في مختلف وسائل الإعلام المرئية والمقروءة والمسموعة.
13. المشاركة في وضع السياسات والإجراءات والأنظمة المتعلقة بالقسم وتطبيقها بكفاءة.

➢ مؤشرات الأداء المساعدة:

➢ نسبة رضا أصحاب المصلحة.	➢ طلبات تقديم خدمة إعلامية.
➢ عدد برامج تعزيز الصورة الذهنية الفعالة.	➢ التقارير الإعلامية.
➢ قاعدة بيانات الجهات ذات العلاقة.	➢ المواد الإعلامية والإعلانية.
➢ الاستبانات واستطلاعات الرأي.	➢ الخطة الإعلامية.
➢ الكتيبات والنشرات التعريفية.	➢ الخطط والتقارير الإعلامية للبرامج والمشاريع.
➢ سجل الزيارات والمقابلات.	➢ الردود الصحفية.
➢ خطة العلاقات العامة.	➢ دراسات الانطباعات السائدة للجمهور.

➢ متطلبات الوظيفة:

✓ بكالوريوس علاقات عامة وإعلام ✓ (3) سنوات في وظائف مماثله.
➢ الجدارات المطلوبة:
1. تحسين صورة المؤسسة 2. العمليات الإعلامية 3. العلاقات العامة 4. المناسبات والبروتوكول. 5. التواصل مع العملاء إعلامياً

النماذج

سجل طلبات الخدمات الإعلامية

م	الخدمة	القسم	التاريخ المطلوب	تاريخ التنفيذ	الملاحظات

سجل طلبات الخدمات الإعلامية

اسم مقدم الطلب:		القســـــــــــــــم:	
تاريخ تقديم الطلب:		تاريخ التسليم المطلوب:	
حالـــــة الطلـــــب:	☐ مهم وعاجل	☐ مهم وغير عاجل	

الخدمة الإعلامية المطلوبة

☐	تصوير فوتوغرافي	☐	تصوير فيديو	☐	توثيق خبر ونشره على موقع المؤسسة
☐	تصميم تقرير	☐	تصميم دراسة	☐	تصميم وسحب لافته
☐	شهادة	☐	أخرى (أذكرها).....		

تفاصيل ومعلومات أخرى

.....

.....

.....

.....

الاستلام

أسم المستلم:	القسم: .....
ملاحظات:	
تاريخ الاستلام: ..... / ..... / ....20 م	التوقيع:

تقرير زيارة

تاريخ الزيارة ..... / ..... / ..... 20 م

الغرض من الزيارة		
الوفد الزائر		
الحضور	1	
	2	
	3	
	4	
المتحقق من أهداف الزيارة		
نتيجة انطباع الوفد / الضيف		
الدروس المستفادة والتوصيات		

إعداد / أخصائي العلاقات العامة

الاسم:

التاريخ:

التوقيع:

نموذج تقييم الصدى الإعلامي

اسم البرنامج / المشروع	الجهة المنفذة	عدد (الأخبار / التقارير) التي تم نشرها				عدد المتابعين				عدد المشاهدات			
		صحف	مواقع إلكترونية	وسائل مرئية	أخرى	سناب	تويتر	انستا	أخرى	سناب	تويتر	انستا	أخرى

الخطة الإعلامية ومراقبة تنفيذها

المشروع: التاريخ: الإصدار:

الأنشطة	فترة التنفيذ	مكان التنفيذ	النشاط الإعلامي (خبر صحفي، تقرير، إعلان، انفوجرافيك، تصوير، ...)	مكان النشر أو البث	المسؤول عن التنفيذ	التكلفة المالية	حالة الإنجاز

إعداد/ اعتماد/

التاريخ/ التاريخ/

التوقيع/ التوقيع/

طلب استقبال ضيف / وفد

التاريخ/

الغرض من الزيارة	
القسم المضيف	الاتصال المؤسسي
الجهة المستضافة	

الحضور*	الاسم	رقم الجوال	البريد الإلكتروني

تاريخ ووقت الزيارة	التاريخ		الوقت	
أجندة اللقاء				
التغطية الإعلامية المطلوبة	☐ تصوير فوتوغرافي			
	☐ تصوير فيديو ، المدة الزمنية:			
	☐ رول أب ، الطول:			
	☐ بوب أب ، العرض:			
	☐ أخرى			
مقدم الطلب	الوظيفة / الاسم			
	التوقيع			

* مهم توفر جميع بيانات الحضور من قبل الجهة من أجل إرسال استبيان قياس الرضا عن اللقاء.

رأي أخصائي العلاقات العامة والإعلام			
الرأي			
الاسم			
التوقيع		التاريخ	

المراجعة والاعتماد						
مراجعة رئيس قسم الاتصال المؤسسي	الاسم		التوقيع		التاريخ	
اعتماد المدير التنفيذي	الاسم		التوقيع		التاريخ	

جمعية البر الخيرية بأم الدوم

jmihdom

0128540600 5070369 99

www.jmihdom.sa info@jmihdom.sa