



جمعية البر الخيرية بأم الدوم
تحت إشراف وزارة الموارد البشرية
و التنمية الاجتماعية برقم 413



وثيقة الإعلام الرقمي

2022 م

نسخة رقم 02



الفهرس

المحتوى

الصفحة

01	تقييم الوضع الراهن: تحليل المستفيدين (العملاء)
02	تقييم الوضع الراهن: تحليل المنافسين
03	تقييم الوضع الراهن: تحليل الكفاءات
04	تقييم الوضع الراهن: اتجاهات السوق
05	الأهداف
06	المستفيدون
07	مهارات المحتوى الرقمي
08	مصادر ومراجع صناعة المحتوى
09	أنواع المحتوى
10	الإعلان لدى المشاهير
11	تخطيط الحملات الإعلامية
12	السياسات الإعلامية: الهدف والقيم + فريق العمل
12	السياسات الإعلامية: أنشر لا تنشر + الردود السلبية
13	السياسات الإعلامية: الردود الإيجابية والحيادية + الخصوصية
13	السياسات الإعلامية: حقوق النشر + الشخصية والمهنية
13	السياسات الإعلامية: الرقابة
13	تقويم الأحداث

تقييم الوضع الراهن

اتجاهات السوق

تحليل الكفاءات

تحليل المنافسين

تحليل المستفيدين

أعضاء مجلس الإدارة

أعضاء الجمعية العمومية

سكان مركز ام الدوم

رجال الاعمال

وزارة العمل والتنمية الاجتماعية

الموظفين

المتطوعين

المحسنين

الإعلاميين

الشباب

الايتم

الأرامل

المطلقات

كبار السن

ذوي الاحتياجات الخاصة

المؤسسات المانحة

الشركات

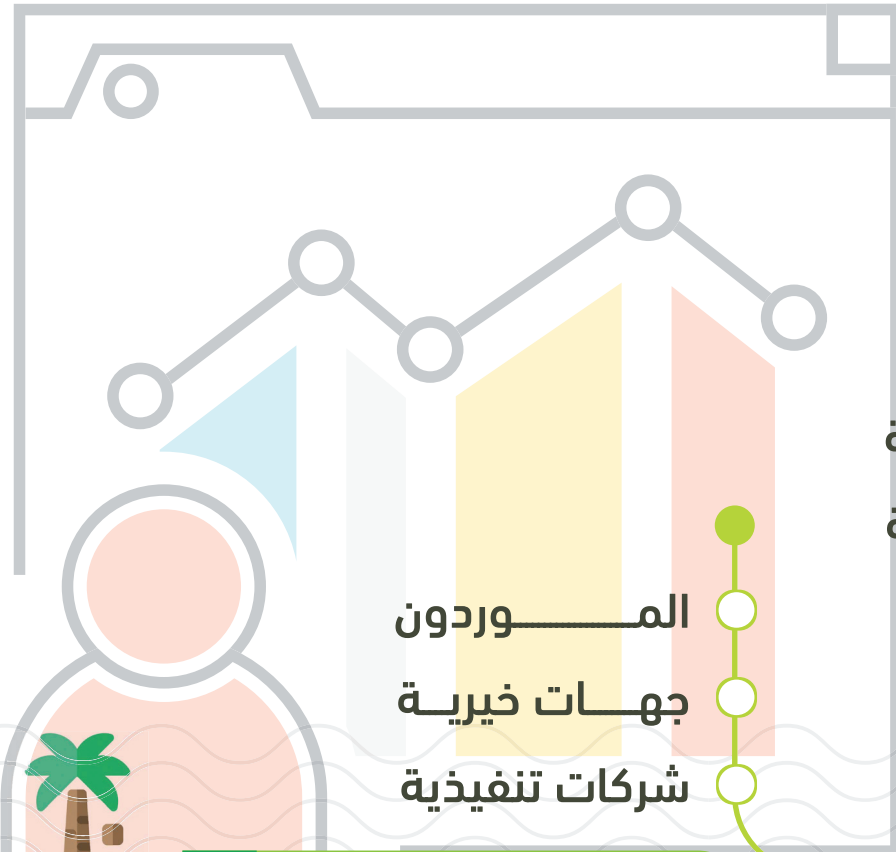
الرجال

سيدات الاعمال

الموردون

جهات خيرية

شركات تنفيذية



تقييم الوضع الراهن

اتجاهات السوق

تحليل الكفاءات

تحليل المنافسين

تحليل المستفيدين

البند	جمعية ام الدوم	زمزم	انسان
عدد المتابعين	14000	136,600	11,000
متوسط الرتويت	10	15	16
عدد التغريدات اليومية	2	2	1
سرعة الرد	ساعه	6 ساعات	5 ساعات
متوسط التفضيل	10	5	5
متوسط المشاهدات	15	9	10
متوسط الرد على التغريدة	20	9	10
متوسط المشاهدات في اليوتيوب	60	0	9
عدد الاشتراكات في اليوتيوب	42	0	279
عدد الصور في انستقرام يوميا	1	1	-
عدد الحسابات على مواقع التواصل	4	3	2
متوسط التفاعل اليومي	15	20	9
عدد المشاهير المتفاعلين	15	0	2
مستوى التفاعل مع المناسبات الاجتماعية	عالي	جيد	عالي
مستوى التفاعل من المتابعين	عالي	جيد	عالي



تقييم الوضع الراهن

اتجاهات السوق

تحليل الكفاءات

تحليل المنافسين

تحليل المستفيدين

صناعة المحتوى الابداعي	التسويق لدى المشاهير
تحليل الحسابات بشكل دور	وجود مصمم
اعادة الجدولة	وجود مسؤول للحسابات
تطوير الية الردود	وجود محتوى
المسابقات	التفاعل مع الاحداث
وجود أكثر من منصة	تفاعل الحسابات الإعلامية
عدم وجود سياسات	توثيق الحساب
استخدام الفيديو	وجود خطة نشر
الاعلان لدى المؤثرين	التاهيل والتدريب
الرد السريع	تعاون الاعلاميين

تحديث الحسابات

الأخطاء اللغوية

الردود - الرد المميز - سرعة الرد



تقييم الوضع الراهن

اتجاهات السوق

تحليل الكفاءات

تحليل المنافسين

تحليل المستفيدين

الاعلان لدى المشاهير

التركيز على المحتوى الابداعي

التسويق غير المباشر

الترويج للحساب

استخدام الفيديو

المسابقات

صغار المشاهير

الاعلان لدى المؤثرين

التشويق

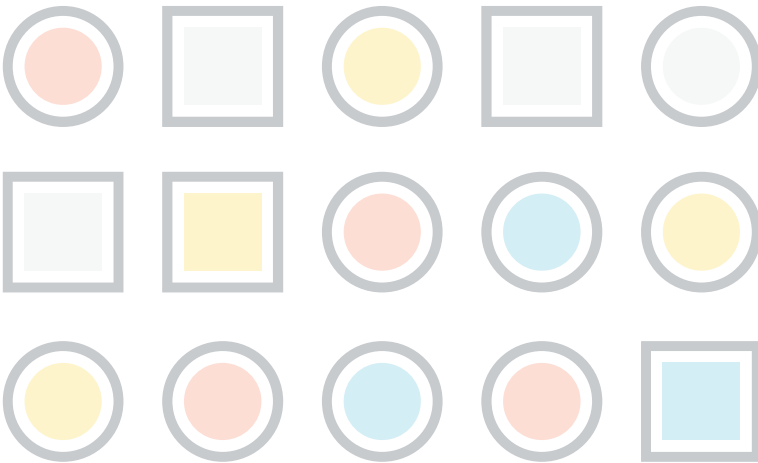
الترويج في السناب

الترويج في اليوتيوب

الإعلان في التطبيقات

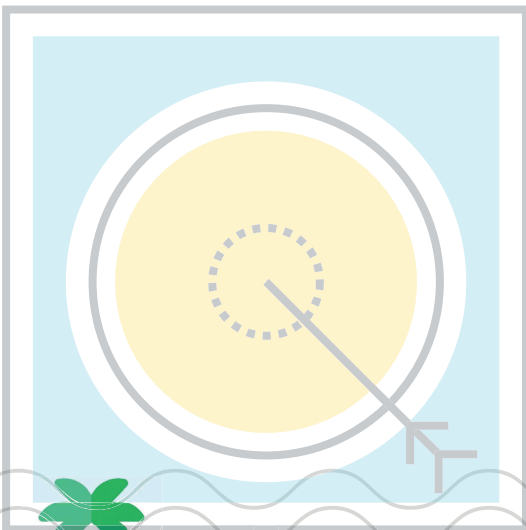
المؤثرون

ترويج فيديو



الأهداف

م	الهدف	مؤشر الأداء	المستهدف	مبادرات أو وسائل	مسؤول المبادرة
.1	تنمية موارد الجمعية	1. جمع تبرعات بقيمة	1,650,000	إعلان لدى المشاهير	سهيل
				ترويج	حامد
			3000 رقم	المتجر	محمد
.2	تحسين الصورة الذهنية للجمعية	1. زيادة نسبة الرضا 10% 2. 1500 متابعين جدد 2. زيادة عدد الردود 40		الاستقطاع (غيث)	جمال
				الاعلان لدى المؤثرين	سهيل
				نشر التقارير المالية	خالد
				التفاعل مع الاحداث المجتمعية	خالد
				نشر أنشطة الجمعية	خالد
				الترويج - المحتوى الإبداعي	محمد
.3	رفع الوعي لدى المجتمع	1. المحتوى المنشور 2. مشاهدات للمحتوى	500	محتوى توعوي	خالد
			مليون	تسويق المحتوى	خالد
				المسابقات	خالد
				المسابقات - سرعة التفاعل	خالد



المستفيدون

الأرامل	أعضاء مجلس الإدارة
سيدات الاعمال	أعضاء الجمعية العمومية
الشباب	سكان مركز ام الدوم
المحسنين	رجال الاعمال
المؤسسات المانحة	وزارة العمل والتنمية الاجتماعية
المسؤولية الاجتماعية بالشركات	الاعلاميين
الشباب	سكان مركز ام الدوم
الاعلاميين	المحسنين
رجال الاعمال	سيدات الاعمال
المحسنين	الشباب
سكان مركز أم الدوم	الاعلاميين

جميع
المستفيدين من
منظمتك

تستطيع الوصول
إليهم عبر مواقع
التواصل

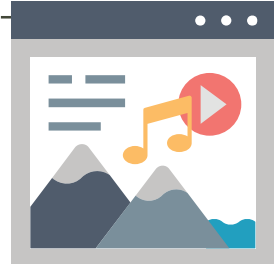
ترغب الوصول إليهم
عبر مواقع التواصل



مهارات المحتوى الرقمي

المستوى	م	المهارات	متوفرة	يجب توفرها	تحسين
الأساسية	.1	التحرير الصحفي	✓		
	.2	كتابة المقالات		✓	
	.3	ابتكار الأفكار الاتصالية		✓	
	.4	تحرير التغريدات القصيرة		✓	
	.5	تخطيط الحملات الإلكترونية	✓		
	.6	تحرير التدوينات		✓	
	.7	التوثيق بالكاميرا	✓		
	.8	التصوير (الفوتوغرافي، الفيديو)	✓		
	.9	التسجيل الصوتي		✓	
المتقدمة	.1	تخطيط المحتوى الرقمي	✓		يحتاج خطة
	.2	انتاج مواد الفيديو	✓		
	.3	النشر الإلكتروني	✓		
	.4	تصميم الإعلانات	✓		مصمم
	.5	تصميم الانفوجرافيك	✓		
	.6	تصميم الرسومات البيانية	✓		
	.7	تصميم عروض تقديمية	✓		عرض تعريفي
	.8	الرد على الجمهور والتفاعل معه	✓		
	.9	استخدام أنظمة قياس التفاعلات		✓	أدوات القياس

مصادر ومراجع صناعة المحتوى



تقارير
السنوية

التقارير
المالية

مشاريع
الجمعية

الجهات
المشابهة

المكتبات

مواقع
التواصل

قوغل

وكيبيديا

الشركات
المتخصصه

نتائج
البيانات

المتخصصين

المجلات

الهاشتاقات

المستخدمين

القروبات

الصحف

منصات
المستقلين

المتطوعين

الكتب
الالكترونية

المقالات

المدونات

الموظفين



أنواع المحتوى

نسبة
المستهدف

نسبة
توفره

نوع
المحتوى

%15

%15

رسائل متعلقة باسم المنظمة
(مثل: الأخبار، معلومات وحقائق، إعلانات عن شعار المنظمة،
برامج المسؤولية المجتمعية)

%15

%30

رسائل تعريفية للمنتجات والخدمات
(مثل: معلومات عن المنتج أو الخدمة، إعلانات تعريفية، إطلاق
منتج أو خدمة جديدة، آراء)

%30

%40

رسائل ترويجية
(مثل: إعلانات طلب تمويل، دعوة المستفيدين لطلب الخدمات،
إشهار الشعار)

%10

0

رسائل تحفيزية
(مثل: الأخبار، معلومات وحقائق، إعلانات عن شعار المنظمة،
برامج المسؤولية المجتمعية)

%10

%5

رسائل تفاعلية
(مثل: الإجابة على تساؤلات العملاء، مشاركة التجارب، التعليق،
رسائل الطريقة)

%0

%5

رسائل تعليمية
(مثل: معلومات عامة، تعليم المجتمع)

%20

%5

رسائل تثقيفية
(مثل: نشر قيم الوعي الصحي، نشر قيم الأمن الفكري)

%100

%100

الإجمالي





تخطيط الحملات الإعلامية (نموذج)

	اسم المشروع
	شعار الحملة
	تاريخها
	المستهدف
	اسم المشروع
	الايجابيات
	السلبيات
	المبلغ المستهدف
	المبلغ المتحقق



سياسات النشر

- 1 تنمية الموارد المالية للجمعية
- 2 تحسين الصورة الذهنية للجمعية
- 3 رفع الوعي لدى المجتمع والمشاركة في الأحداث الاجتماعية
- 4 القيم: الشفافية - المصداقية - الابداع



الهدف والقيم

- 1 مسؤول التسويق
- 2 مسؤول الإعلام



فريق العمل

لا تنشر ❌

- 1 صور المستفيدين
- 2 الامور السياسية
- 3 الأمور الرياضية
- 4 المناسبات الشخصية
- 5 الاسقاطات

انشر ✅

- 1 مشاريع الجمعية
- 2 الايام العالمية في الاختصاص
- 3 التقارير المالية
- 4 بيانات التواصل
- 5 الاحداث المجتمعية



أنشر لا تنشر

- 1 التأكد من حساب الشخص
- 2 البحث عن سبب الرد
- 3 التأكد من المقصود بالرد عبر التواصل على الخاص
- 4 إذا كانت معلومة خاطئة يتم تصحيحها
- 5 إذا كانت المعلومة صحيحة الوعد بمتابعة ذلك والتأكد



الردود السلبية



طريقة الرد على المتابعين:

- 1 سؤال: الرد المختصر والسريع
- 2 تعليق: رد جذاب
- 3 شكوى: الرد المدروس
- 4 الاتهامات: عدم الرد



الإيجابية والحيادية

1 المستفيدين

2 بيانات الموظفين

3 المعاملات والاوراق الرسمية



الخصوصية

1 المحتوى الخاص بالجمعية:

النشر للجميع

2 المحتوى الخاص بالآخرين:

ذكر المصدر والاشارة اليه



حقوق النشر

1 النشر بصفتك المنظمة

2 الطلب من منسوبي المنظمة التفاعل



الشخصية والمهنية

1 تعيين مسؤول للحساب

2 إعتقاد المحتوى

3 عدم متابعة أشخاص الا بموافقة رسمية

4 تحديث كلمة السر كل ربع

5 عدم إعطاء رتويت لأي شخص



الرقابة

