



التسويق الالكتروني لجهات العمل الخيريه



المحاور

التسويق الالكتروني
لجهات العمل
الخيرى

تمويل الجمعيات
الخيرية

مفهوم العمل
الخيرى

تطوير استراتيجيات
التسويق الالكتروني

عناصر التسويق
الالكتروني

ما هو التسويق
الالكتروني؟

مفاتيح النجاح
للتسويق الالكتروني

متطلبات التسويق
الالكتروني

لماذا نحتاج
للتسويق الالكتروني
لعمل الخيرى

توصيات هامة

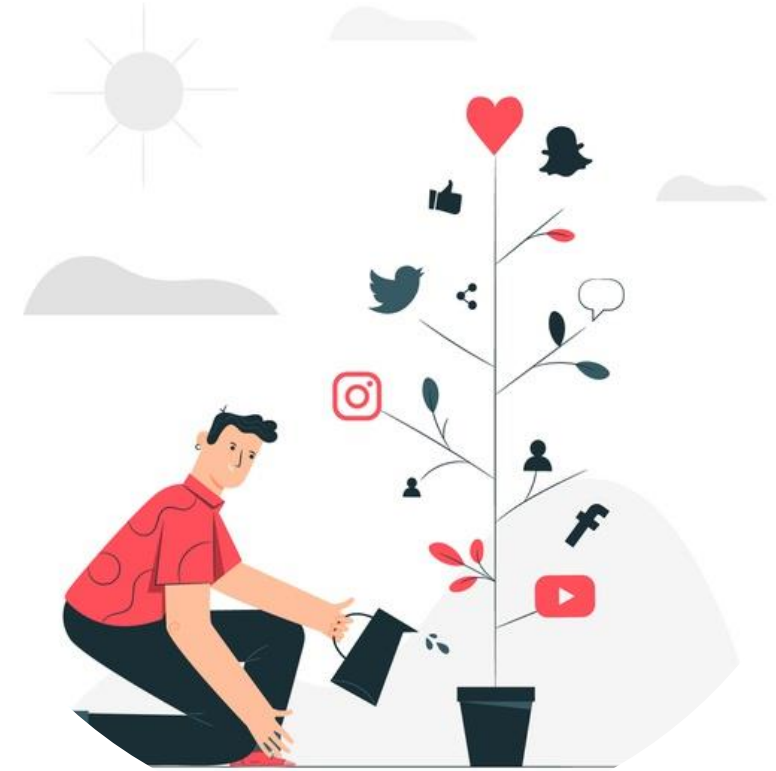
ما خطة التسويق
الالكتروني

التحديات التي توجه
التسويق الالكتروني



مفهوم العمل الخيري

يمكن تعريف العمل الخيري على أنه ذلك العمل الطَّوْعِيّ الذي يقدمه الإنسان لمصلحه المحتاجين إليه من باب الإنسانية، وفي بعض الحالات يتم الربط بين مفهوم العمل الخيري ومفهوم التَّدِين لبذل العمل الخيري من أجل الحصول على الثواب من الله تعالى.



مفهوم العمل الخيري

وهناك العديد من الصور المتخلفة التي تدخل في دائرة العمل الخيري مثل مساعدة الفقراء والأيتام، أو تقديم المساعدات العينية لبعض الحالات الإنسانية التي أصابها العوز، والمساهمة في علاج الجرحى أو المصابين من مختلف الكوارث الطبيعية أو الحروب.



D O N A T E

يدخل في تعريف الجمعيات الخيرية وجود مجموعة من مصادر التمويل التي تساعد الجمعيات الخيرية على تحقيق الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، حيث إن جمع التبرعات من الأفراد أو المنظمات الداعمة لهذه الجمعيات قد لا يكفي لتوفير السيولة المالية المناسبة.

تمويل الجمعيات الخيرية

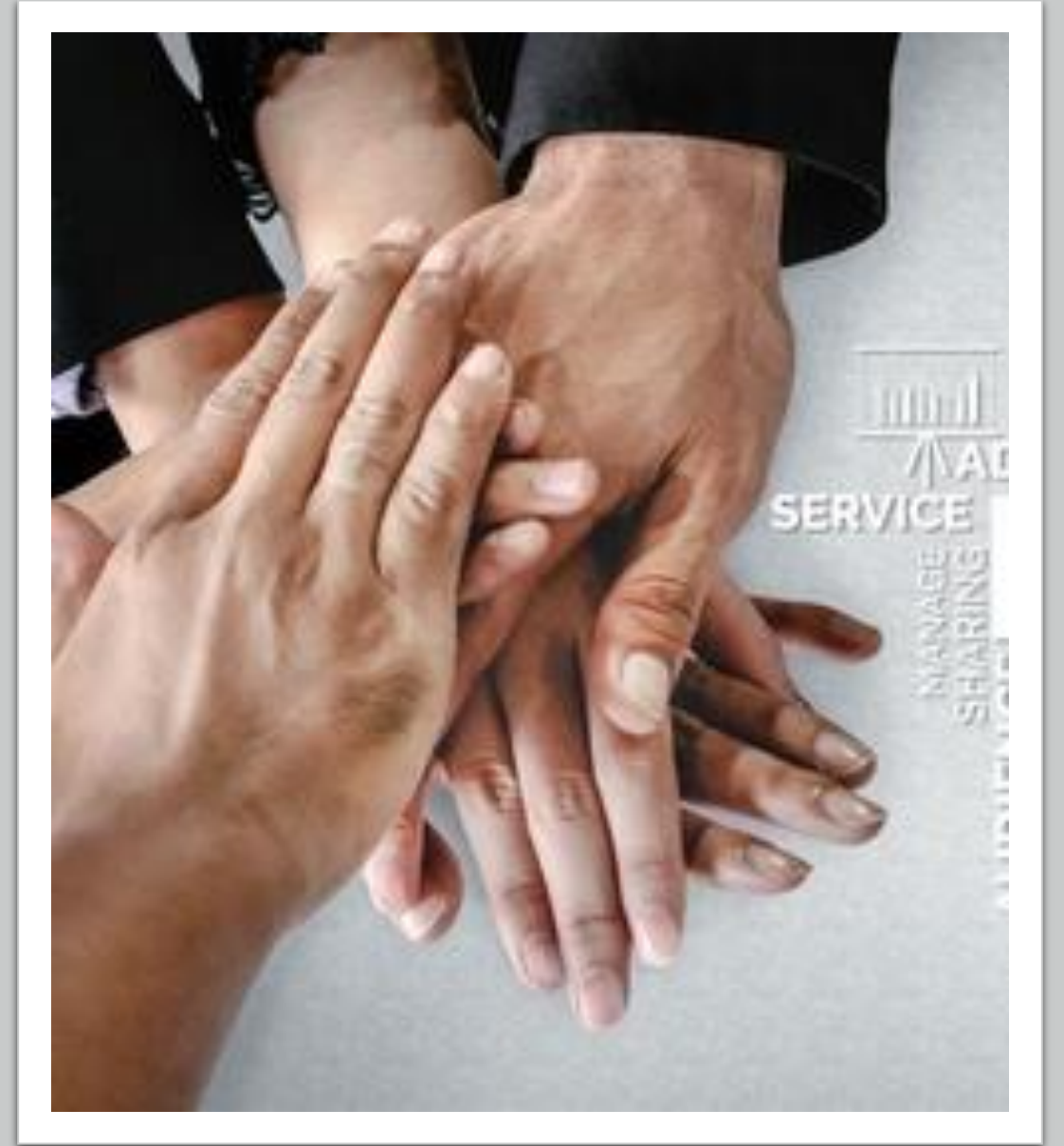
D O N A T E

الجمعيات الخيرية قد تلجأ إلى بعض المصادر التمويلية الأخرى والتي من أهمها ما يأتي:

- إقامة الفعاليات والأنشطة التي يساعد ريعها على ضخ الأموال لصالح الجمعيات الخيرية.
- بيع بعض المنتجات التابعة للجمعيات الخيرية والتي تساهم في زيادة شهرة هذه الجمعيات وتوفير بعض المال.
- إقامة حدث سنوي خاصة بالجمعية الخيرية يهدف إلى مراجعة الأنشطة والإنجازات، والحث على بذل المزيد من الأعمال الخيرية في المستقبل، حيث يعد هذا الحدث السنوي بمثابة فرصة سنوية لجمع بعض الأموال ودعم أنشطة الجمعيات الخيرية المختلفة.

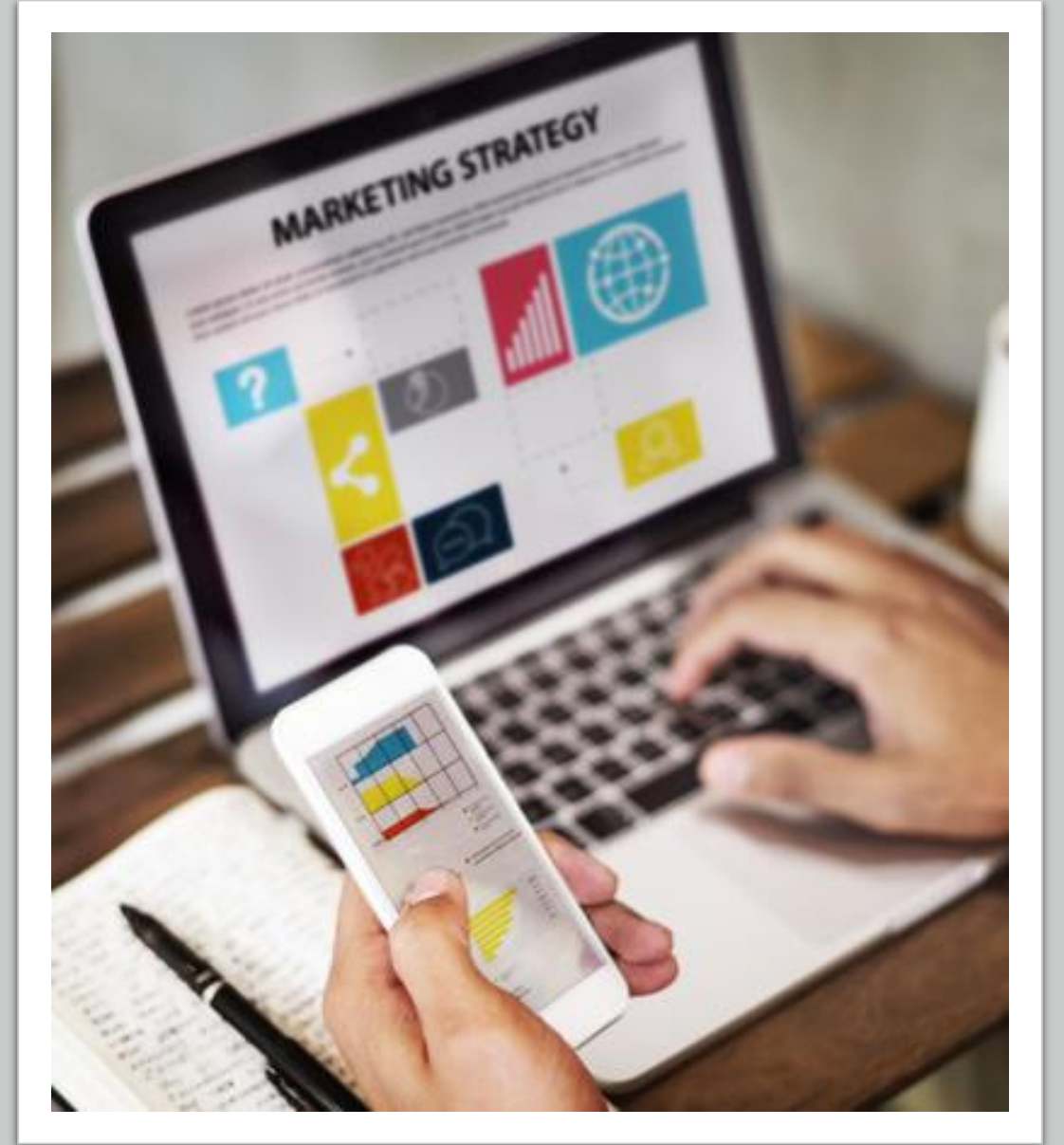
التسويق الالكتروني لجهات العمل الخيري

يعتبر التسويق الإلكتروني عالما مليئا بالفرص والمميزات التي يمكن ان تخدم العديد من المنظمات غير الربحية في عالما العربي، والذي بدوره يمكن أن يخدم مؤسسات العمل الخيري بتسويق برامجها ومشروعاتها لجلب التمويل أو لجمع التبرعات لتخدم أكبر قدر ممكن من الفئات المستفيدة من عملها.



ما هو التسويق الإلكتروني؟

التسويق الإلكتروني ويُعرّف بالتسويق الرقمي، ويطلق على ممارسة الأنشطة التسويقية باستخدام التكنولوجيا الرقمية والإنترنت.





هناك مفهوم شائع وغير دقيق لدى كثير من المنظمات الخيرية أن التسويق هو مجرد النشر على الموقع الإلكتروني وشبكات التواصل الاجتماعي، فالنشر نشاط فرعي عن أحد مكونات المزيج التسويقي (4Ps) وهو الترويج.

ملاحظة

عناصر التسويق الإلكتروني

- التسويق من خلال المواقع الإلكترونية
- الإعلانات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي
- التسويق من خلال المحتوى
- التسويق خلال البريد الإلكتروني



التسويق من خلال المواقع الإلكترونية

تعد المواقع الإلكترونية من أهم قنوات التسويق عبر الإنترنت، ويتم استخدامها للترويج إلى جميع الأنشطة، مثل الملابس والأطعمة والدورات التعليمية وأنشطة العمل الخيري، والمبادرات الشبابية، فهي وسيلة لازمة لتنفيذ مجموعة من الحملات الترويجية عبر الإنترنت، والمواقع الإلكترونية يجب أن تكون ممثلة لاسم علامة تجارية أو منتجات أو خدمات، ويجب أن يمتاز بالسرعة وسهولة الاستخدام.



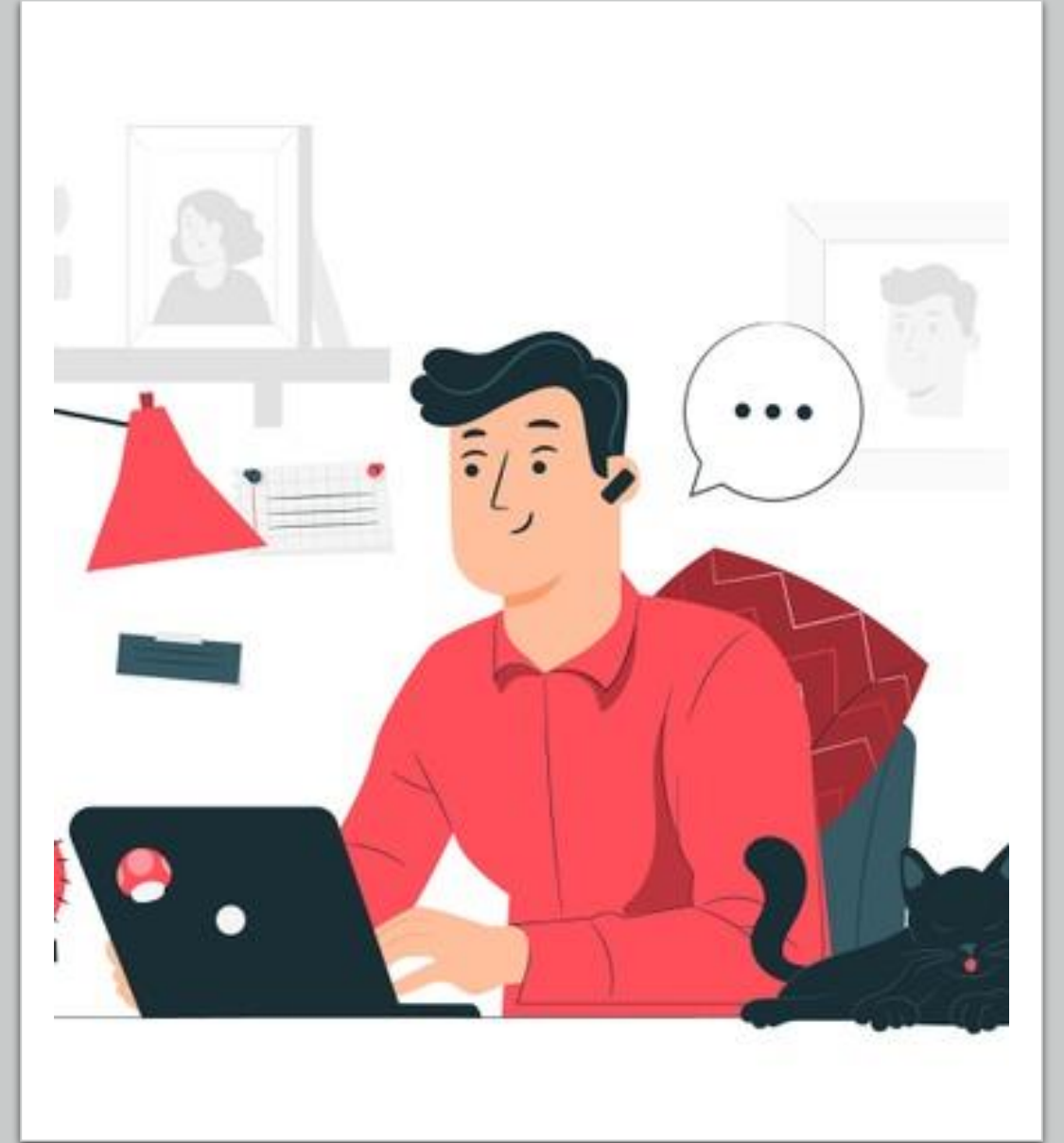
الإعلانات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي

ما تعرف باسم إعلانات الدفع لكل نقرة، وتمكن هذه الإعلانات من الوصول إلى مستخدمي الإنترنت من خلال المنصات الرقمية، فيتم إعداد حملات إعلانية على مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك أو تويتر أو انستجرام أو لينكد إن، وتمتاز بسهولة في الوصول إلى العميل الذي يبحث عن مصطلحات مرتبطة بمنتجات أو خدمات بعينها، ومن خلالها أيضًا يمكن الوصول إلى العميل بحسب عمره والمنطقة التي يعيش فيها ونوعه واهتماماته.



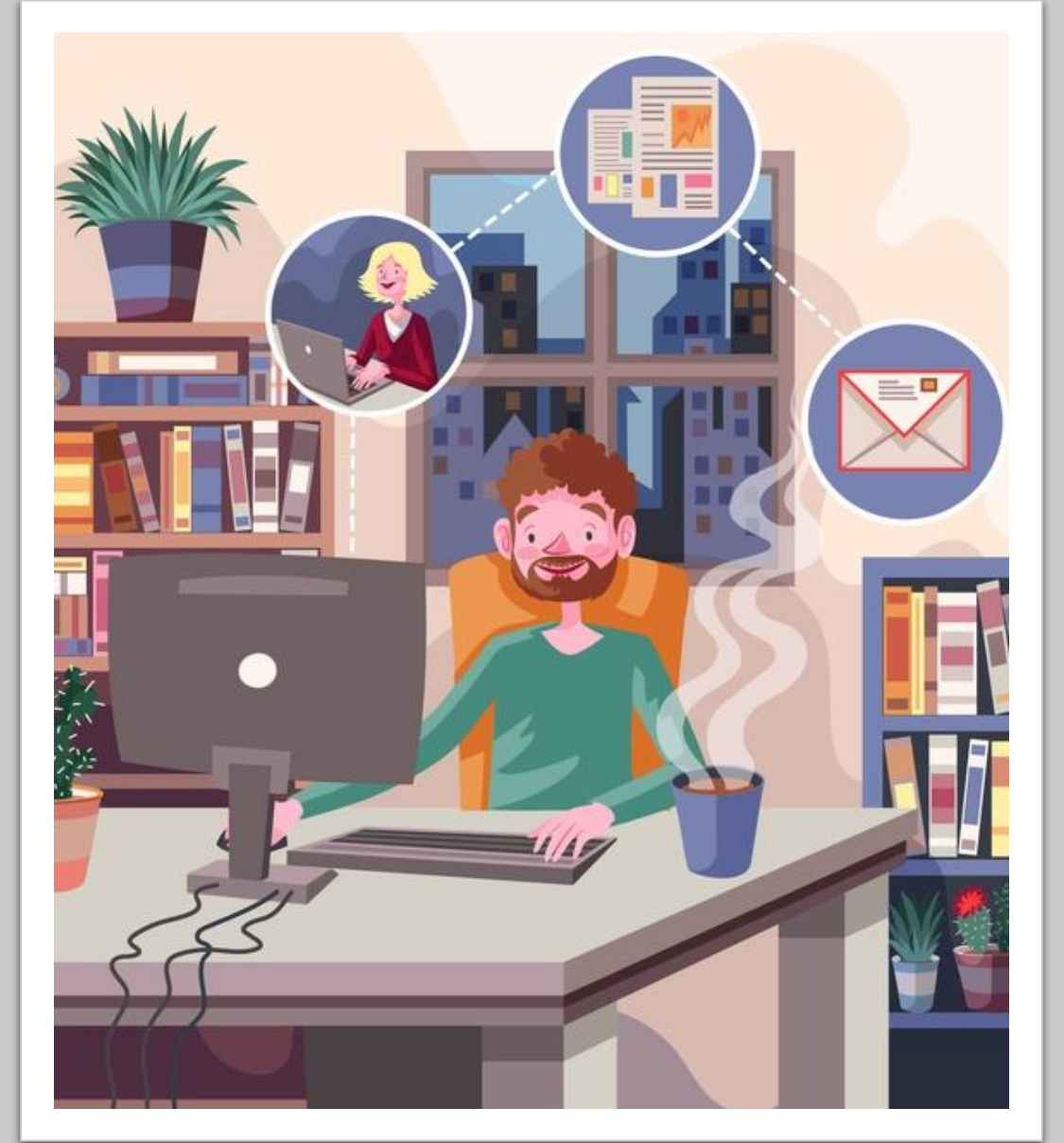
التسويق من خلال المحتوى

من أهم الأدوات المستخدمة من خلال عناصر التسويق الإلكتروني المحتوى، فهو يعد أساس جذب العميل لشراء المنتج، وذلك عن طريق نشره من خلال وسائل التواصل الاجتماعي أو البريد الإلكتروني أو استخدامه في تحسين محركات البحث.



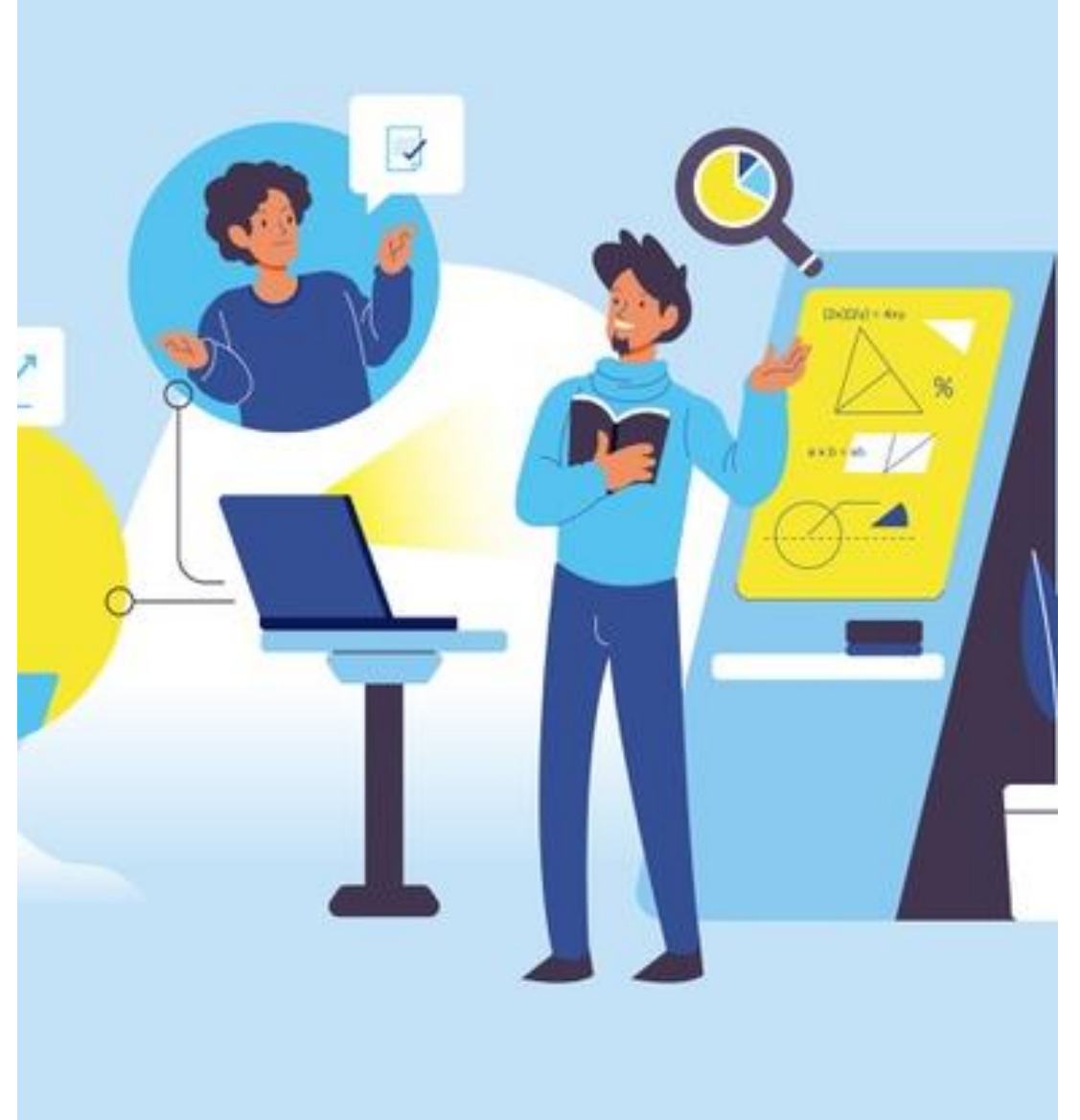
التسويق خلال البريد الإلكتروني

هو من أكثر وسائل التسويق الرقمي فعالية، ويتم استخدامه عن طريق إضافة العملاء المحتملين أو المهتمين بمنتجات معينة إلى قوائم البريد الإلكتروني للعلامة التجارية التي تبيع منتجات مشابهة، ثم يتم استهدافهم أوقات العروض والمنتجات الجديدة.



تطوير استراتيجيات التسويق الإلكتروني

- تحديد الجمهور المستهدف.
- العمل على التطوير الدائم للمنتج المعلن عنه.
- تحديد الهدف من وراء التسويق.
- تصميم وتنفيذ استراتيجية لتحقيق تلك الأهداف باستخدام عناصر التسويق الإلكتروني.
- التقرب من العملاء ومعرفة احتياجاتهم.



نشاط

حدد من هم الجمهور
المستهدف من
مؤسستك الخيرية

