

المحتويات

4	مقدمة.....
4	أهداف البرنامج التدريبي
5	نتائج التعلم من تنفيذ الدورة
7	مفهوم العمل الخيري
8	تمويل الجمعيات الخيرية
9	التسويق الإلكتروني
9	التسويق الإلكتروني لجهات العمل الخيري
10	ما هو التسويق الإلكتروني؟.....
10	عناصر التسويق الإلكتروني
11	تطوير استراتيجيات التسويق الإلكتروني.....
12	لماذا نحتاج للتسويق الإلكتروني للعمل الخيري.....
13	متطلبات التسويق الإلكتروني
13	فريق التسويق الإلكتروني
14	مفاتيح النجاح للتسويق الإلكتروني
22	التحديات التي توجه التسويق الإلكتروني
23	ما خطة التسويق الإلكتروني
28	مراقبة أداء الخطة الشهرية.....
28	توصيات هامة

مقدمة

يعتبر العمل الخيري هو ذلك العمل الطَّوْعِيّ الذي يقدمه الإنسان لمصلحه المحتاجين إليه من باب الإنسانيّة، وتقديم المساعدة للآخرين سواء كانت المساعدة معنوية أو مادية، وفي بعض الحالات يتم الربط بين مفهوم العمل الخيري ومفهوم التديُّن لبذل العمل الخيري من أجل الحصول على الثواب من الله تعالى.

وللتمكن من توفير خدمة أكبر لفئات أكثر يتطلب تسويق خدمات الجمعيات الخيرية والتواصل مع الجمهور من المتبرعين والممولين لتمكن من تنفيذ مشاريع أكبر، وهنا لا يمكن ان نغفل أهمية التسويق الالكتروني للجمعيات الأهلية.

أهداف البرنامج التدريبي

يحق البرنامج التدريبي هذا جملة من الأهداف التي تمكن المشاركون من تعليم مهارات التسويق الالكتروني للجمعيات الخيرية، تتمثل هذه الأهداف بالتالي:

- 1- تعريف المشاركين بمفهوم العمل الخيري.
- 2- تعريف المشاركين بمفهوم التسويق الالكتروني للجمعيات الخيرية
- 3- ما هي ناصر التسويق الالكتروني
- 4- تطوير استراتيجيات للتسويق الالكتروني للجمعيات الخيرية
- 5- ما هي مفاتيح نجاح التسويق الالكتروني.
- 6- التعرف على متطلبات التسويق الالكتروني للجمعيات الخيرية.
- 7- اعداد خطة تسويق المحتوى الرقمي

نتائج التعلم من تنفيذ الدورة

سيتمكن المشاركون بالبرنامج التدريبي من:

- فهم تفاصيل العمل الخيري.
- كيف يتم تمويل الجمعيات الخيرية
- ما هي متطلبات التسويق الالكتروني
- كيف يمكن التسويق الالكتروني لجمعيات العمل الخيري
- فهم ما هي عناصر التسويق الالكتروني
- لماذا نحتاج للتسويق الالكتروني في العمل الخيري
- مفاتيح النجاح للتسويق الالكتروني
- التحديات التي تواجه التسويق الالكتروني للجمعيات الخيرية
- اعداد خطة تسويق المحتوى الرقمي

هيا نبدأ ..

أهل وسهلا بكم



Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
5 • Meeting, AD • Monthly report	6 • Business trip	7 • Business trip	1 • Meeting, AD • Monthly report	2 • Call John • Meet stylist • Dinner	3 • Meeting at NBC	4 • Cinema
12 • Coffee with Paul • Client assignment	13 • Meeting, AD • Photoshoot • Get report	14 • Prepare plan • Pay for insurance • Lunch with John	8 • Business trip	9 • Meeting, AD • Photoshoot • Report	10	11 • Shopping • BD Party
19	20	21	15	16	17	18
26	27	28	22	23	24	25
		29	30			

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.



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.

ملاحظات

تمويل الجمعيات الخيرية



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، وعليه فإن 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.

ملاحظات

التسويق الإلكتروني

التسويق الإلكتروني هو جزء مهم من قسم التسويق الموجود بالمنظومة الإدارية، فهو يساعد على الترويج للعلامة التجارية والمنتجات عبر واحد أو أكثر من أشكال الوسائط الإلكترونية، ويعد التسويق عبر الإنترنت فن وعلم بيع المنتجات أو الخدمات عبر الشبكات الرقمية مثل وسائل التواصل الاجتماعي والهواتف المحمولة، وذلك عن طريق إيجاد المزيج المناسب من عناصر التسويق الإلكتروني التي تساعد في وضع مجموعة من الاستراتيجيات التي تتناسب مع السوق والعملاء المستهدفين، والتي ستتحول فيما بعد إلى شهرة للعلامة التجارية للمؤسسات الربحية وغير ربحية وزيادة في المبيعات، او زيادة في تقديم الخدمات الخيرية، وبعدها تأتي عملية قياس نجاح تلك الاستراتيجيات، عن طريق الوصول إلى نسبة الزيادة في المبيعات، او زيادة في عدد المستخدمين، وأيضاً قياس مدى الوصول إلى شريحة أكبر من العملاء ومعرفة احتياجاتهم.

التسويق الإلكتروني لجهات العمل الخيري

يعتبر التسويق الإلكتروني عالماً مليئاً بالفرص والمميزات التي يمكن ان تخدم العديد من المنظمات غير الربحية في عالمنا 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 أيضا 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.



عناصر التسويق الإلكتروني

عناصر التسويق الإلكتروني هي مجموعة أدوات يمكن استخدامها من خلال الاتصال بشبكات الإنترنت، فهي تساعد على زيادة مبيعات المنتج، وزيادة شهرة العلامة التجارية، ومن أهم هذه العناصر:

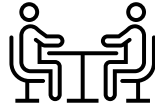
- **التسويق من خلال المواقع الإلكترونية:** تعد المواقع الإلكترونية من أهم قنوات التسويق عبر الإنترنت، ويتم استخدامها للترويج إلى جميع الأنشطة، مثل الملابس والأطعمة والدورات التعليمية وأنشطة العمل الخيري، والمبادرات الشبابية، فهي وسيلة لازمة لتنفيذ مجموعة من الحملات الترويجية عبر الإنترنت، والمواقع الإلكترونية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

بعد انتشار وسائل التواصل الاجتماعي وزيادة عدد روادها بصورة يومية، ومع كثرة استخدامها على مدار اليوم، زادت أهمية الاستعانة بها في التسويق للمنتجات، ولذلك يجب الحفاظ على تطوير الخطط الموضوعية لاستهداف الجمهور المناسب وذلك عن طريق:

- 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	

لماذا نحتاج للتسويق الإلكتروني للعمل الخيري

أصبح التسويق الإلكتروني النمط التسويقي، الذي تواجه به المنظمات تحديات المستقبل، والدخول فيه يحقق للمنظمة الخيرية فوائد جمة أهمها:



1. الوصول للجمهور العريض الممتد عبر العالم بلا حدود.
2. توسيع نطاق المتبرعين للمنظمة.
3. الحصول على المزيد من التبرعات الدائمة.
4. تقليل تكاليف التسويق التقليدي مثل السفر والمطبوعات وغيرها.
5. التواصل مع الجيل الجديد من المتبرعين بوسائل التقنية التي يفهمونها.