



تصميم حملة تسويقية لمشاريع جمعية نماء مكة للسقاية والرفادة بمنطقة مكة المكرمة

إعداد
د. عبدالعزيز بن محمد الغامدي
رئيس مجلس الإدارة



حي الرحاب - طريق الأمير متعب
مركز الأقصى للأعمال
الدور الخامس - مكتب 514



info@nmamakkyah.sa
www.nmamakkyah.sa



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

✉ info@nmamakkyah.sa

🌐 nmamakkyah.sa

📍 حي الرحاب - طريق الأمير متعب - مركز الأقصى للأعمال - الدور الخامس - مكتب 514

تهدف جمعية نماء المكية للسقاية والرفادة إلى تقديم خدمات السقاية والرفادة للحجاج والمعتمرين في منطقة مكة المكرمة، وهي مشاريع خيرية ذات أثر اجتماعي كبير. ولضمان وصول هذه الخدمات إلى أكبر عدد من المستفيدين، من الضروري أن يتم تصميم حملة تسويقية مبتكرة وفعالة لزيادة الوعي بتلك المشاريع جذب المتبرعين، وتحفيز المتطوعين على المشاركة.

فيما يلي تصميم شامل لحملة تسويقية تهدف إلى تعزيز حضور الجمعية وزيادة تأثيرها:

1 أهداف الحملة التسويقية

- **زيادة الوعي:** نشر المعرفة حول أهمية مشاريع السقاية والرفادة التي تقوم بها الجمعية، وكيفية تأثيرها في حياة الحجاج والمعتمرين.
- **جذب التبرعات:** تحفيز الجمهور المحلي والدولي على التبرع لدعم مشاريع الجمعية.
- **التفاعل مع المتطوعين:** جذب المتطوعين للمشاركة في الأنشطة الخيرية التي تقوم بها الجمعية.
- **تعزيز سمعة الجمعية:** بناء صورة إيجابية للجمعية من خلال تسليط الضوء على جهودها في خدمة ضيوف الرحمن.

2 الفئة المستهدفة

- **المتبرعون:** الأفراد والشركات التي ترغب في دعم الأنشطة الخيرية.
- **المجتمع المحلي:** سكان مكة المكرمة والمناطق المجاورة الذين يستفيدون من مشاريع الجمعية.
- **الحجاج والمعتّمون:** لضمان وصول خدمات السقاية والرفادة لهم.
- **المتطوعون:** الأشخاص الراغبون في الانضمام إلى الأنشطة التطوعية.
- **الشركاء:** مؤسسات وشركات يمكن أن تكون شريكاً في دعم المشاريع الخيرية.

3 الرسائل الرئيسية للحملة

- **كل قطرة ماء تروي روحاً:** تسليط الضوء على أهمية خدمات السقاية للحجاج والمعتمرين وكيف أن كل تبرع يساعد في توفير الماء النقي لهم.
- **معاً نسهم في تقديم الراحة لضيوف الرحمن:** تحفيز الأفراد والشركات على التبرع والمشاركة في تقديم الرفادة.
- **دعونا نكون جزءاً من خدمة الحجاج:** دعوة للمتطوعين للانضمام إلى الأنشطة التطوعية.
- **تبرعك يحدث فرقاً في حياة الحجاج:** التأكيد على تأثير التبرعات في تحسين حياة الحجاج والمعتمرين.

أ. الموقع الإلكتروني

- **تحديث الموقع:** يجب تحديث الموقع الإلكتروني للجمعية ليشمل معلومات واضحة حول المشاريع الحالية والمستقبلية، مع إبراز كيفية التبرع إلكترونياً.
- **إضافة بوابة تبرع إلكتروني:** تسهيل عملية التبرع عبر الإنترنت باستخدام بطاقات الائتمان أو الخدمات الإلكترونية مثل PayPal .
- **محتوى مرئي:** إضافة مقاطع فيديو وصور توضح كيفية تقديم الخدمات مثل السقاية والرفادة.

ب. وسائل التواصل الاجتماعي

- فيسبوك وإنستغرام:

- نشر صور وفيديوهات توضح أنشطة الجمعية وأثرها في المجتمع.
- حملات إعلانات مدفوعة على فيسبوك وإنستغرام لاستهداف المتبرعين المحتملين.
- استخدام القصص (Stories) على إنستغرام وفيسبوك لنشر تحديثات سريعة وحية عن الأنشطة.
- **تويتر:**

- نشر التغريدات اليومية مع الوسوم (Hashtags) مثل #سقاية_الرفادة أو #نماء_المكية.
- التفاعل مع الجمهور عبر الردود على الاستفسارات والمشاركات.

- يوتيوب:

- إنتاج فيديوهات قصيرة توضح قصص نجاح المستفيدين من خدمات الجمعية، مثل الحجاج الذين استفادوا من السقاية أو الرفادة.
- بث مباشر للأنشطة والفعاليات في مكة المكرمة.

ج. البريد الإلكتروني

- **حملات بريدية دورية:** إرسال رسائل بريدية تحتوي على معلومات حول أنشطة الجمعية وتحديثات عن المشاريع. تشمل الرسائل دعوات للتبرع ومشاركة القصص المؤثرة.
- **نشرة إخبارية:** نشر تقرير دوري عن نشاط الجمعية وتأثير التبرعات على المشاريع.

د. إعلانات محركات البحث (Google Ads)

- **إعلانات البحث المدفوعة:** استهداف الأشخاص الذين يبحثون عن التبرعات الخيرية أو خدمات الحج والعمرة في مكة المكرمة.
- **إعلانات العرض:** تصميم إعلانات مرئية جذابة تُعرض على شبكة جوجل للأشخاص المهتمين بالأنشطة الخيرية.

هـ. التسويق عبر المؤثرين (Influencers)

- التعاون مع مؤثرين محليين في المجتمع الإسلامي أو المؤثرين في مجال الأعمال الخيرية للترويج للمشاريع.
- مؤثرون في وسائل التواصل الاجتماعي: يمكن للمؤثرين التحدث عن أهمية تقديم التبرعات والمشاركة في الأعمال الخيرية.

أ. حملة تبرعات موسمية

- **الهدف:** جمع تبرعات لدعم مشاريع السقاية والرفادة خلال موسم رمضان والحج.
- **القنوات:** إعلانات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، إعلانات Google ، الحملة عبر البريد الإلكتروني.
- **الرسالة:** كن جزءاً من خدمة الحجاج والمعتمرين هذا العام وامنحهم الراحة والاحتياج الأساسي: الماء والطعام.

ب. حملة "ماء الحياة"

- **الهدف:** تسليط الضوء على أهمية توفير الماء للحجاج والمعتمرين، وتكلفة توفير مياه الشرب.
- **القنوات:** فيديوهات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، صور مؤثرة، رسائل بريدية.
- **الرسالة:** تبرعك اليوم يساعد في توفير مياه الشرب لآلاف الحجاج والمعتمرين.

ج. حملة "كل قطرة تروي روحاً"

- **الهدف:** توعية الجمهور بتأثير التبرعات الصغيرة في توفير المياه والغذاء للحجاج.
- **القنوات:** إنستغرام وفيسبوك باستخدام الوسوم (#كل_قطرة_تروي_روحاً) و #تبرع_الآن.
- **الرسالة:** كل تبرع مهما كان صغيراً يحدث فرقاً كبيراً. تبرع الآن لراحة الحجاج.

تكتيكات دعم الحملة

6

أ. التفاعل مع الجمهور

- الرد السريع على الاستفسارات والتعليقات على وسائل التواصل الاجتماعي.
- تنظيم جلسات حوارية عبر البث المباشر للحديث عن المشاريع وأثر التبرعات.

ب. الجوائز والتشجيع

- تقديم شكر علني للمتبرعين عبر وسائل التواصل الاجتماعي، أو إرسال شهادات شكر عبر البريد الإلكتروني.
- تنظيم مسابقات أو سحبيات للمتبرعين الذين يساهمون بمبالغ معينة.

ج. إعلانات صحفية وشراكات إعلامية

- التعاون مع وسائل الإعلام المحلية لنشر أخبار الجمعية وفعاليتها.
- نشر مقالات دعائية في الصحف والمجلات المحلية حول تأثير مشاريع الجمعية.

- التحليل باستخدام **Google Analytics** : متابعة عدد الزيارات للموقع الإلكتروني، عدد التبرعات عبر الإنترنت ومدة بقاء الزوار على صفحات الحملة.
- تحليل التفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي: متابعة عدد المشاركات ، الإعجابات ، والتعليقات على المنشورات المتعلقة بالحملة.
- مراجعة التبرعات: مقارنة التبرعات التي تم جمعها خلال الحملة مع الأهداف الموضوعة.

الخلاصة :

حملة تسويقية فعالة لجمعية نماء المكية للسقاية والرفادة يمكن أن تساهم بشكل كبير في زيادة الوعي بالمشاريع وجذب التبرعات ، وتحفيز المتطوعين. من خلال استخدام القنوات الرقمية مثل وسائل التواصل الاجتماعي الموقع الإلكتروني ، البريد الإلكتروني، ومحركات البحث ، يمكن الوصول إلى جمهور أوسع وتوسيع قاعدة الداعمين للمشاريع الخيرية التي تقوم بها الجمعية.



✉ info@nmamakkyah.sa 🌐 nmamakkyah.sa
📍 حي الرحاب - طريق الأمير متعب - مركز الأقصى للأعمال - الدور الخامس - مكتب 514