



مهام إدارة الاتصال المؤسسي

لجمعية 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

إدارة الاتصال المؤسسي في جمعية "نماء المكية للسقاية والرفادة" تلعب دورًا محوريًا في تحقيق أهداف الجمعية من خلال بناء وتعزيز التواصل الفعّال مع المجتمع المحلي، المستفيدين، الجهات الداعمة، الشركاء الاستراتيجيين، وسائل الإعلام، والمتطوعين. كما تساعد في تحسين صورة الجمعية وتعزيز سمعتها، فضلاً عن نقل رسائل الجمعية بوضوح وشفافية.

فيما يلي أبرز المهام التي يجب أن تقوم بها إدارة الاتصال المؤسسي في الجمعية:

1 تطوير استراتيجية الاتصال المؤسسي

- وضع خطة استراتيجية للاتصال: تطوير خطة شاملة للاتصال المؤسسي تشمل الأهداف، الجمهور المستهدف، الرسائل الرئيسية، القنوات الإعلامية، والأنشطة التي ستتم طوال العام.
- تحديد الأهداف: تحديد الأهداف الرئيسية للاتصال، مثل تحسين الصورة الذهنية للجمعية، زيادة التفاعل مع المتطوعين والمستفيدين، وتعزيز الثقة مع المتبرعين والشركاء.
- تطوير رسائل مؤسسية موحدة: التأكد من أن جميع الرسائل التي تخرج من الجمعية تكون متسقة ومتوافقة مع قيم وأهداف الجمعية.

2 إدارة العلاقات الإعلامية

- إعداد البيانات الصحفية: كتابة وتوزيع البيانات الصحفية بشكل دوري للإعلان عن أنشطة الجمعية، مشاريع جديدة أو أحداث خاصة. يشمل ذلك أيضًا الرد على الاستفسارات الإعلامية من الصحفيين والإعلاميين.
- التواصل مع وسائل الإعلام: بناء علاقات قوية مع الصحفيين ووسائل الإعلام المحلية والإقليمية لضمان تغطية أخبار الجمعية بشكل إيجابي.
- تنظيم المؤتمرات الصحفية: في حال وجود أخبار أو فعاليات هامة، يجب تنظيم مؤتمرات صحفية لجذب انتباه الإعلام والجمهور.
- إعداد تقارير إعلامية: متابعة وتحليل التغطية الإعلامية لأنشطة الجمعية وتقديم تقارير دورية للإدارة العليا لتقييم فعالية استراتيجيات الاتصال.

3 إدارة المحتوى الرقمي والتسويق الإلكتروني

- إدارة منصات التواصل الاجتماعي: إنشاء وإدارة حسابات الجمعية على منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، تويتر، إنستغرام، ولينكدان، وتقديم محتوى متنوع وشيق يتضمن أخبار الجمعية، قصص النجاح، ونشاطات السقاية والرفادة.
- إنتاج محتوى مرئي: تطوير محتوى مرئي جذاب مثل الفيديوهات القصيرة، الإنفوغرافيك، والصور التي توضح أنشطة الجمعية وخدماتها. الفيديوهات التوثيقية والشهادات الحية من المستفيدين يمكن أن تكون مؤثرة جدًا.
- تحسين محركات البحث (SEO): العمل على تحسين محركات البحث الخاصة بموقع الجمعية على الإنترنت لضمان ظهوره في نتائج البحث عند البحث عن خدمات الجمعية أو الأنشطة المرتبطة بها.
- إدارة حملات التبرع الإلكترونية: تنظيم حملات تبرعات عبر الإنترنت باستخدام أدوات مثل "فيسبوك" و"إنستغرام" أو إنشاء منصة تبرع خاصة على الموقع الإلكتروني للجمعية.

4 التواصل الداخلي مع الموظفين والمتطوعين

- **تحفيز الموظفين والمتطوعين:** تطوير استراتيجيات تواصل داخلية تهدف إلى تحفيز الموظفين والمتطوعين، وتعزيز روح الفريق. يمكن تنظيم اجتماعات دورية، ورش عمل، أو نشر نشرات إخبارية داخلية.
- **إدارة قنوات الاتصال الداخلية:** استخدام البريد الإلكتروني، الرسائل النصية، أو منصات الاتصال الداخلية (مثل Slack / Microsoft Teams) لضمان تواصل فعال بين الموظفين والمتطوعين.

5 إدارة العلاقات مع الشركاء والمتبرعين

- **بناء علاقات استراتيجية:** العمل على بناء علاقات طويلة الأمد مع الشركاء الاستراتيجيين، مثل الشركات، المنظمات الحكومية، والمؤسسات الخيرية، من خلال إرسال تقارير دورية عن أنشطة الجمعية وأثرها الاجتماعي.
- **التواصل مع المتبرعين:** إنشاء استراتيجيات تواصل موجهة إلى المتبرعين، تشمل رسائل شكر، تقارير عن كيفية استخدام التبرعات، ودعوات للمشاركة في الفعاليات أو المبادرات.
- **تنظيم فعاليات تفاعلية:** تنظيم فعاليات خاصة للمتبرعين والشركاء مثل الحفلات التكريمية أو لقاءات دورية لمناقشة التطورات والمشاريع المستقبلية.

6 إعداد وتحليل التقارير الإعلامية

- **رصد التغطية الإعلامية:** متابعة التغطية الإعلامية لجمعية نماء المكية في وسائل الإعلام المختلفة، وتحليل مدى تأثير هذه التغطية على سمعة الجمعية.
- **إعداد تقارير دورية:** إعداد تقارير دورية للإدارة العليا حول فعالية استراتيجيات الاتصال المؤسسي ومدى تحقيق الأهداف المرجوة، مع تحليل البيانات المستخلصة من منصات التواصل الاجتماعي، الموقع الإلكتروني، ووسائل الإعلام.

7 إدارة الأزمات والتواصل في حالات الطوارئ

- **إعداد خطة للتواصل في الأزمات:** وضع خطة محددة للتعامل مع الأزمات أو المواقف الطارئة التي قد تؤثر على سمعة الجمعية، مثل أي حادث أو تقارير سلبية في وسائل الإعلام. يجب أن تتضمن الخطة استراتيجيات لإدارة الأزمة والتواصل الفعال مع الجمهور.
- **التواصل الفوري:** في حالة حدوث أزمة، يجب أن تكون إدارة الاتصال المؤسسي جاهزة للرد السريع على وسائل الإعلام والجمهور لتوضيح موقف الجمعية واتخاذ الإجراءات اللازمة لتصحيح الموقف.

8 تنظيم الفعاليات والمؤتمرات

- **تنظيم الفعاليات التوعوية والتثقيفية:** تنظيم فعاليات أو ورش عمل تهدف إلى نشر الوعي حول أهمية السقاية والرفادة، والتعريف بأنشطة الجمعية وأهدافها.
- **تنظيم المؤتمرات والندوات:** تنظيم مؤتمرات صحفية أو ندوات بمشاركة مؤثرين أو شخصيات مهمة في المجتمع لزيادة الوعي بشأن قضايا الجمعية.

9 دعم الحملات الدعائية والتسويقية

- إعداد الحملات الدعائية: العمل على إعداد حملات دعائية من خلال وسائل الإعلام التقليدية (مثل الصحف ، الراديو والتلفزيون) أو من خلال الإنترنت (إعلانات على منصات التواصل الاجتماعي ، محركات البحث ، إلخ) لزيادة الوعي بأنشطة الجمعية.
- تسويق المبادرات والأنشطة: الترويج للمشاريع الخاصة مثل حملات التبرع أو الأنشطة الخيرية الخاصة بالحج والعمرة عبر الإعلانات المدفوعة أو التعاون مع المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي.

10 رصد وتقييم الأداء

- قياس تأثير الاتصال: استخدام أدوات تحليل البيانات لرصد مدى تأثير استراتيجيات الاتصال المؤسسي، بما في ذلك تحليل التفاعل مع المحتوى الرقمي ، متابعة ردود الفعل على وسائل الإعلام، والاطلاع على نتائج استطلاعات الرأي حول تأثير الجمعية.
- تعديل الاستراتيجيات بناءً على النتائج: بناءً على التحليل ، يمكن تعديل استراتيجيات الاتصال لتناسب التوجهات والتحديات الجديدة.

في الختام:

إدارة الاتصال المؤسسي في جمعية "نماء المكية للسقاية والرفادة" تلعب دورًا أساسيًا في بناء سمعة الجمعية وتعزيز علاقتها مع المجتمع المحلي والشركاء والمتبرعين. من خلال الاستراتيجيات المدروسة والاتصال الفعال يمكن للجمعية تحقيق أهدافها في خدمة الحجاج والمعتمرين وتعزيز دورها في تقديم خدمات السقاية والرفادة بشكل مستدام وفعال.



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