تطوير قدرات
تحقيق الاستدامة المالية للجمعيات

حامد الذيابي

٢٠٢٤م

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

عن المستشار

مستشار الاستدامة المالية في عدد من المنظمات غير الربحية، وعضو في جمعية تجربة العميل السعودية، يمتلك خبرة تمتد إلى أكثر من ١٧ عامًا في القطاع غير الربحي وتجربة العميل وتقديم الاستشارات التسويقية، صدر له: دليل البرامج الأكاديمية والتدريبية للقطاع غير الربحي، والتسويق للمنظمات غير الربحية ودليل الفعاليات والأيام العالمية للمنظمات غير الربحية وكتاب كيف تخلق التجارب المميزة الاستدامة: استدامة العطاء .

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

وصف البرنامج

يسعى البرنامج إلى تعزيز القدرات المالية والإدارية للجمعيات الخيرية وغير الربحية، من خلال تزويدها بالأدوات والمعرفة اللازمة لتحقيق الاستدامة المالية.

يركز البرنامج على تطوير استراتيجيات فعالة لإدارة الاستثمارات والأصول، والابتكار في جمع التبرعات، وتصميم المنتج لضمان تحقيق أهداف الجمعيات، وبناء علاقات مستدامة مع المانحين.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

الهدف العام من البرنامج

تمكين الجمعيات من تحقيق استدامة مالية طويلة الأمد من خلال تحسين إدارة الموارد المالية، وتطوير استراتيجيات تسويقية مبتكرة، وتعزيز العلاقات مع المانحين.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

اختبار قبلي...

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

محتوى إثرائي...

اضغط على الشكل.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

الجدول الزمني للبرنامج

اليوم الأول:
- الاستدامة المالية.
- إدارة الاستثمارات والأصول.

اليوم الثاني:
- التسويق والابتكار في جمع التبرعات.
- تصميم المنتج التسويقي.

اليوم الثالث:
- صناعة الخطة التسويقية.
- استدامة العلاقات مع المانحين.
- تصميم رحلة المتبرع.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

تعارف...

اسمك

طبيعة عملك

أهدافك

توقعاتك من البرنامج

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

اليوم الأول:
الاستدامة المالية وإدارة الاستثمارات والأصول.

يهدف هذا المحور إلى تزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات اللازمة لإدارة الموارد المالية بكفاءة، واستثمار الأصول بشكل استراتيجي لتحقيق عوائد مستدامة.

الأهداف:

١. فهم مبادئ الاستدامة المالية وأهميتها للجمعيات.

٢. تعلم استراتيجيات إدارة الاستثمارات والأصول.

٣. تطوير مهارات تحليل الأداء المالي واتخاذ القرارات الاستثمارية.

بنهاية اليوم، سيكون المشاركون قادرين على:

- ✓ تطبيق مبادئ الاستدامة المالية في جمعياتهم.
- ✓ وضع استراتيجيات استثمارية فعالة.
- ✓ تحليل الأداء المالي واتخاذ قرارات مستنيرة بشأن الاستثمارات.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

محاور اليوم الأول:

الاستدامة المالية						
مفهوم الاستدامة المالية.	الاستدامة المالية في المنظمات الخيرية	أسس الاستدامة المالية.	مؤشرات الاستدامة المالية.	الأصول في تنمية الموارد.	تحديد أصحاب المصلحة.	خطة الاستدامة المالية.

إدارة الاستثمارات والأصول							
مفهوم وأهمية وأهداف الاستثمار	إيرادات الاستثمار	مفهوم الوقف	تصنيف الحلول الاستثمارية	الاستثمار الاجتماعي	خطوات الاستثمار الاجتماعي	الإسناد في القطاع غير الربحي	الإسناد الحكومي للقطاع غير الربحي	رحلة المنافسة

أولاً: الاستدامة المالية

- مفهوم الاستدامة المالية.
- الاستدامة المالية في المنظمات الخيرية
- أسس الاستدامة المالية
- مؤشرات الاستدامة المالية.
- الأصول في تنمية الموارد.
- تحديد أصحاب المصلحة.
- خطة الاستدامة المالية.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

مفهوم الاستدامة المالية:

تعريف منظمة سي جاب العالمية لدعم دراسات مؤسسات التنمية المستدامة غير الحكومية للاستدامة المالية:

تعني الديمومة والاستمرارية في الاستثمار الأمثل للموارد المتاحة في المنظمة لحياة طويلة المدى.

تعريفها

هي الحالة المالية التي تكون فيها المنظمة قادرة على الاستمرار في تحقيق رسالتها الخيرية على المدى الطويل. وهذا يعني أن المنظمة لديها إيرادات كافية لتغطية نفقاتها، ولديها احتياطيات مالية كافية لتغطية أي ظروف غير متوقعة.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

الاستدامة المالية في المنظمات الخيرية:

تعني القدرة على الحفاظ على الموارد المالية لضمان استمرارية تقديم الخدمات وتحقيق الأهداف الاجتماعية على المدى الطويل.

أهمية الاستدامة المالية في المنظمات الخيرية:

تساهم الاستدامة المالية في تمكين المنظمات الخيرية من تنفيذ مشاريعها وتحقيق أهدافها بدون الاعتماد الكامل على التبرعات غير المنتظمة.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

اذكر مفهوم الاستدامة المالية من وجهة نظرك؟

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

أسس الاستدامة المالية:

ضبط المصروف والإيراد:

تحقيق التوازن بين نمو الإيرادات وتنوعها مع ضبط المصروفات. يتطلب ذلك وضع سياسات مالية واضحة والالتزام بها، بالإضافة إلى مراجعة النفقات بشكل دوري والتأكد من توجيه الموارد المالية بشكل فعال.

تنويع مصادر الإيراد:

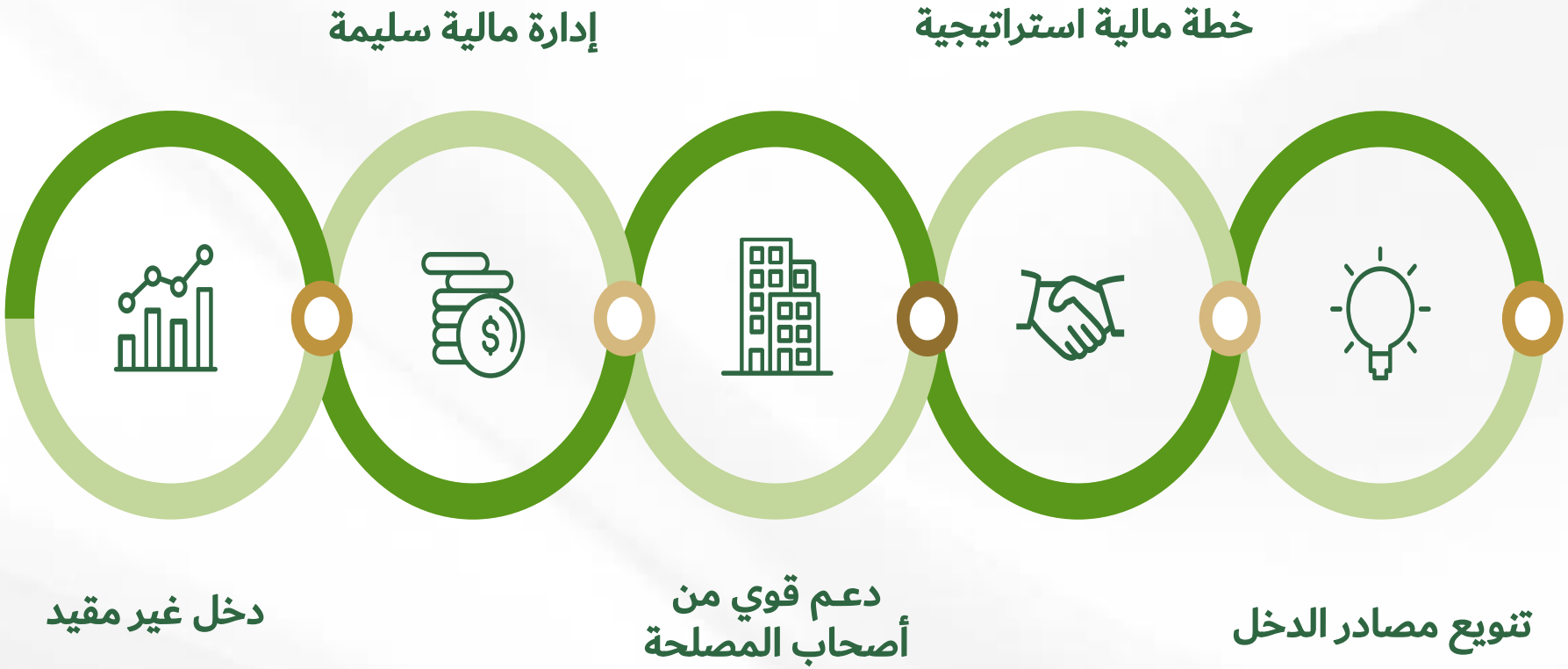
- التبرعات.
- الدعم الحكومي.
- بيع الخدمات.
- الاستثمارات والأوقاف.
- الاشتراكات.

نمو الإيراد:

مراقبة كيفية نمو الإيراد مع زيادة عدد المستفيدين وتحسين جودة الخدمات المقدمة. يتطلب ذلك تحديد مؤشرات أداء واضحة وقياسها بشكل دوري.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

مؤشرات الاستدامة المالية:



جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

مصادر الدخل:

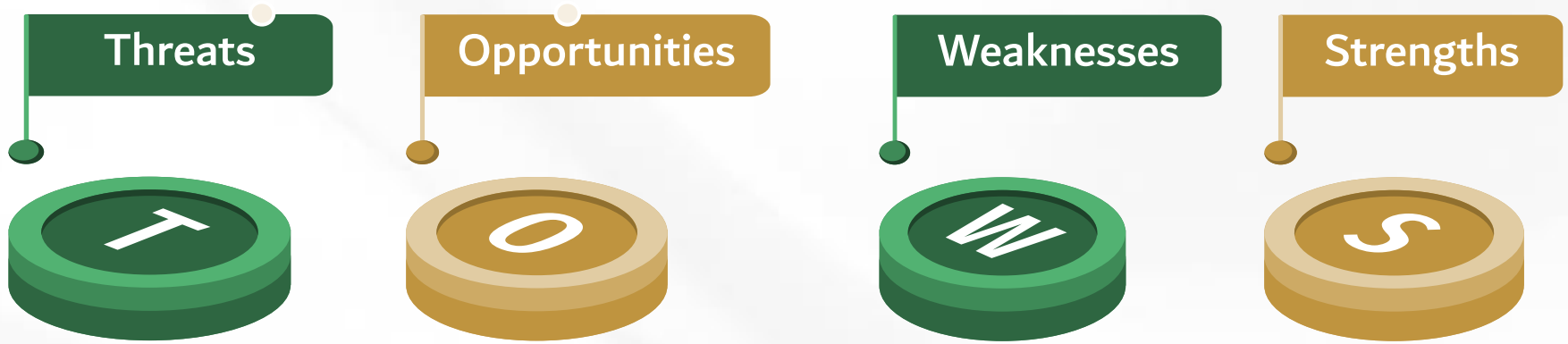
- التبرعات
- الأوقاف
- الاستثمار
- الاستثمار الاجتماعي
- العضويات
- الإسناد الحكومي
- بيع الخدمات

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

التحليل الرباعي SWOT

داخلي

خارجي



نقاط القوة

نقاط الضعف

الفرص

المخاطر

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

تحديد أصحاب المصلحة:

١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠
المجتمع	فريق العمل	مجلس الإدارة	المستشارون والخبراء	المنفذون	مقدمو الخدمات	المستفيدون	الداعمون	الشركاء	الجهة المشرفة

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

الأصول في تنمية الموارد المالية:

الأصول الداخلية	الأصول الخارجية
منسوبو إدارة تنمية الموارد المالية	السمعـــة
المهـــارات والجـدارات	الحجم في السوق
المـال إدارة واستثمـاراً وحجماً	العلاقات
الإنجـــــــاز	الأثـــــر
المستفيدون والموظفـون و المتطوعون وأعضاء مجلس الإدارة	
الالتـــــــزام	
تخصص المنظمـة غير الربحية	

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

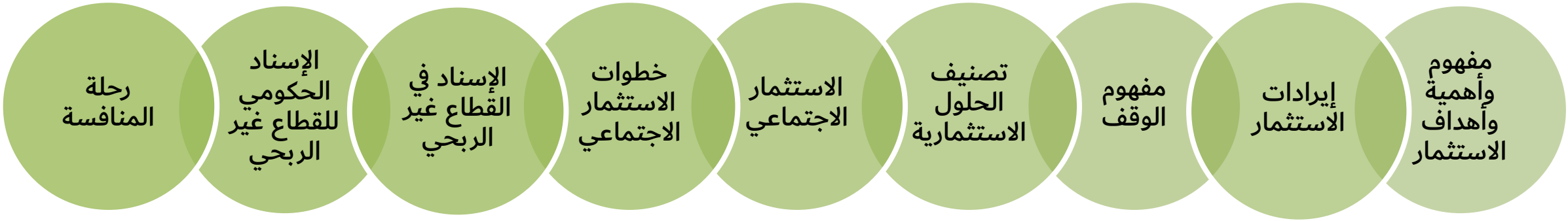
تحديد الإيرادات

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

نموذج خطة الاستدامة المالية (مثال توضيحي)

اضغط على الشكل.

ثانياً: إدارة الاستثمارات والأصول



جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

مفهوم الاستثمار:

في اللغة:

مشتق من الثمر، ويقال «استثمر المال » أي: طلب نماءه.

وفقًا للمعيار الدولي للاستثمار:

أصل تحتفظ به المنشأة، بهدف زيادة الثروة من خلال التوزيعات (أرباح، إيجار، عوائد) أو الزيادة الرأسمالية، أو لمنافع أخرى تعود للمنشأة المستثمرة.

في المنظمات الخيرية:

تفعيل إمكانياتها لمدة زمنية محدودة بهدف تحقيق عوائد وأرباح مالية.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

أهمية الاستثمار في المنظمات الخيرية:

الاستثمار في المنظمات الخيرية:

- هو استخدام الأموال في مشاريع أو أصول مدرة للدخل بهدف تحقيق عوائد مالية مستدامة. يمكن أن يشمل ذلك شراء الأسهم، السندات، العقارات، أو حتى الاستثمارات في الأعمال الصغيرة.

أهمية الاستثمار:

- يوفر الاستثمار مصادر إيرادات مستدامة تساهم في تأمين الاستقرار المالي على المدى الطويل.
- يعزز من قدرة الجمعيات الخيرية على تنويع مصادر دخلها.
- تقليل الاعتماد على التبرعات أو الدعم الحكومي غير المضمون.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

أهداف الاستثمار:

١

إيجاد موارد مالية دائمة تتصف بالثبات، وتحقق الاستقرار على المدى البعيد.

٢

المحافظة على مكتسبات المنظمة ومنجزاتها واستمرارية عملها المجتمعي.

٣

فتح آفاق أوسع للابتكار والإبداع في منتجاتها الخدمية.

٤

الوصول إلى مستوى تطلعات وتوقعات أصحاب المصلحة.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

إيرادات الاستثمار:

مصادر إيرادات الاستثمار:

الاستثمارات: تشمل شراء الأصول المختلفة مثل العقارات والأسهم والسندات.

الأوقاف: إنشاء أوقاف مالية أو عينية يكون هدفها استثمار الأموال المحصلة لتحقيق عوائد مالية تدعم الأنشطة المختلفة للجمعية.

الأولويات في الاستثمار:

إعطاء الأولوية للإيرادات المنتظمة الناتجة عن الاستثمارات، مثل العوائد المالية من الأصول المدرة للدخل.

تقليل الاعتماد على الإيرادات غير المنتظمة مثل التبرعات والدعم الحكومي، حيث يمكن أن تكون هذه المصادر متقلبة وغير مضمونة.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

أنواع إيرادات الاستثمار:

الإيرادات المنتظمة

بيع الخدمات: تقديم خدمات مدفوعة يمكن أن يكون مصدر دخل ثابت.

الاستثمارات: تشمل شراء الأصول المختلفة مثل العقارات والأسهم والسندات.

الأوقاف: إنشاء أوقاف مالية أو عينية لتحقيق عوائد مالية مستدامة.

الإيرادات غير المنتظمة

التبرعات: تشكل مصدرًا هامًا للإيرادات، ولكن يعتمد عليها بشكل كبير قد يكون غير مستدام.

الدعم الحكومي: يمثل دعمًا حيويًا للعديد من الجمعيات، ولكنه قد يكون متقلبًا بناءً على السياسات الحكومية.

الاشتراكات.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

مفهوم الوقف:

الوقف كما يعرفه الفقهاء: «تحبيس الأصل وتسبيل الثمرة ».
والذي يعني أنه طالما أن الأصل موجود فالمنفعة موجودة، وهو جوهر الاستدامة المالية واستدامة الأثر الاجتماعي.
فالوقف إذن باب من أبواب الاستثمار.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

خطوات إنشاء وقف:

لإنشاء وقف تتبع الخطوات التالية:

1. معرفة حجم المال المراد استثماره في الوقف (يمكن أن يغطي في نفس الوقت ميزانية المنطقة السنوية)
2. تحديد الجدوى الاقتصادية للوقف.
3. عمل خطة تسويق الوقف.
4. شراء الوقف.
5. تعيين مجلس النظارة أو الناظر للوقف.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

تصنيف الحلول الاستثمارية:

الاستثمار التجاري:

يهدف إلى تأسيس وتشغيل مشاريع تجارية تولد إيرادات لدعم الأنشطة غير الربحية.

يمكن أن يشمل متاجر خيرية أو مشاريع خدماتية تدر دخلاً للمؤسسة.

الاستثمار الاجتماعي:

يركز على تحقيق تأثير إيجابي اجتماعي بجانب العوائد المالية.

يشمل مبادرات في مجالات التعليم والصحة والبيئة.

المحافظ الاستثمارية:

تشمل مجموعة من الأصول المالية التي تُدار بهدف تحقيق أرباح تستخدم في دعم الأنشطة الخيرية.

تشمل الأسهم والسندات والعقارات وتدار بحكمة من أجل تحقيق الاستدامة المالية

الاستثمار العقاري غير الربحي:

يتضمن شراء وتطوير وإدارة العقارات لتحقيق إيرادات تدعم الأنشطة الخيرية، وقد يشمل ذلك بناء مساكن ميسورة التكلفة أو تأجير مساحات يُعاد استثماره في الأنشطة الخيرية.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

نشاط جماعي:

الاستثمار يفتح المجال أمام أسلوب تفكير مختلف في استثمار أموال الدعم والتبرعات، فامتلاك المنظمة لمبلغ مالي يضعها أمام حلول استثمارية عديدة، يمكن تصنيفها إلى؟

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

الاستثمار الاجتماعي

يعرف الاستثمار الاجتماعي بأنه تقديم رأس المال واستخدامه لتحقيق أثر اجتماعي وعائد مادي في آن واحد. يتضمن هذا النوع من الاستثمار سداد التمويل جزئيًّا أو كليًّا.

الاستثمار الاجتماعي يأتي في التصنيف الثاني من الحلول الاستثمارية، الذي يشيع استخدامه في أوروبا وأمريكا خصوصًا مع المؤسسات التعليمية.

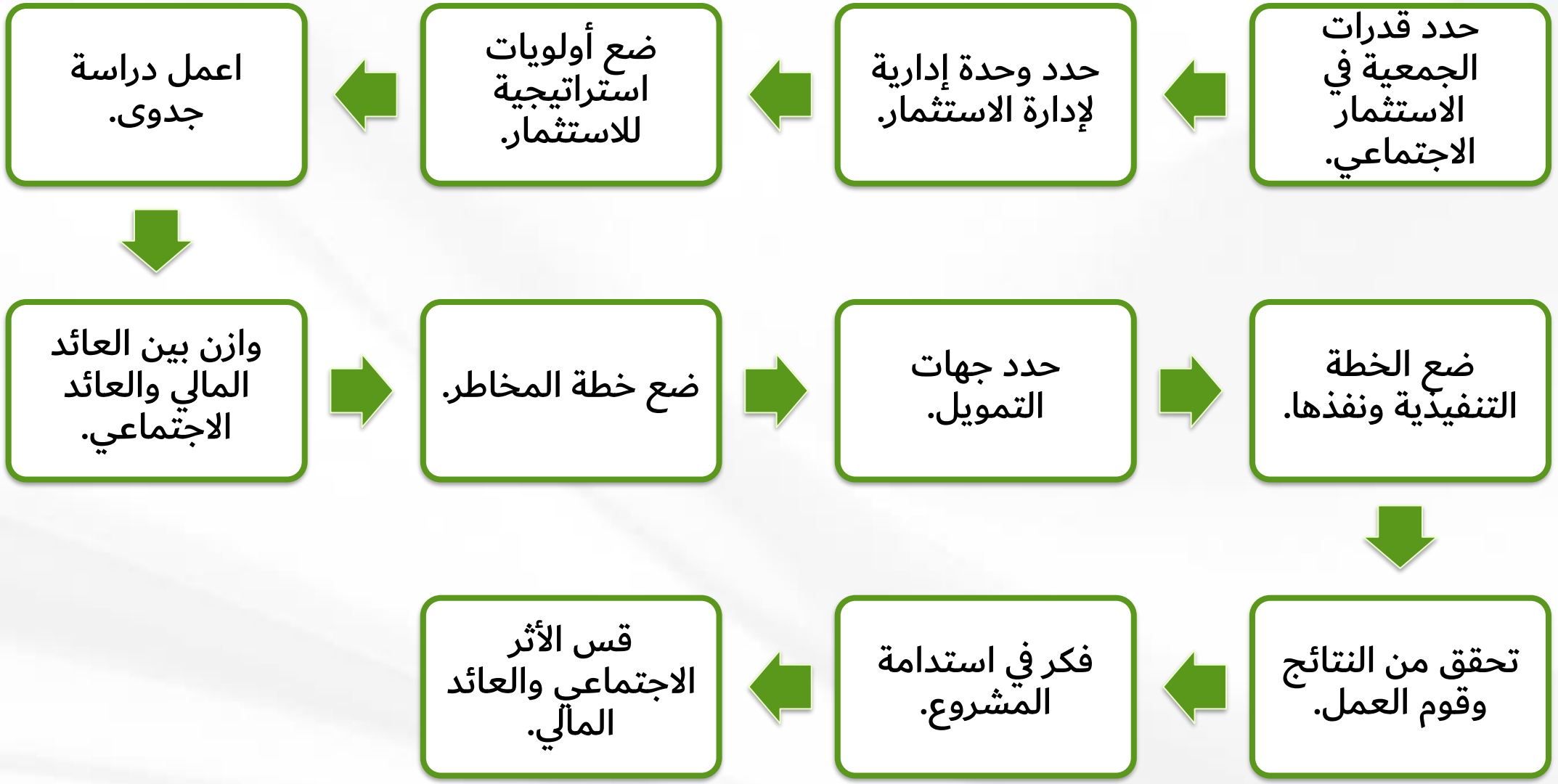
الاستثمار الاجتماعي يعي تقديم رأس المال واستخدامه لتحقيق أثر اجتماعي وعائد مادي في آن واحد، ويعتمد على الموازنة بين العائد الاجتماعي والعائد المادي، وقد يقبل بعائد مادي أقل مقابل الحصول على أثر اجتماعي أكبر.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

اذكر بعض مشاريع الاستثمار الاجتماعي؟

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

خطوات الاستثمار الاجتماعي



جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

تعريف الإسناد في المنظمات الخيرية وأهميته:

تعريف الإسناد في المنظمات الخيرية

هو عملية تقديم الخدمات ذات القيمة العالية وزيادة جودتها وتنوعها، مما يساهم في جذب المزيد من المستفيدين وزيادة الإيرادات.

أهمية الإسناد:

يدعم الإسناد تقديم خدمات موثوقة بأعلى جودة ممكنة، مما يزيد من رضا المستفيدين ويعزز سمعة الجهات الخيرية.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

إيرادات الإسناد وأولوياته:

مصادر إيرادات الإسناد:

- ✓ بيع الخدمات: تقديم خدمات مدفوعة مثل الاستشارات، التدريب، أو البرامج التعليمية.
- ✓ الاشتراكات: توفير خدمات أو منتجات مقابل رسوم اشتراك يمكن أن يدعم الإيرادات المتكررة.

الأولويات في الإسناد

- التركيز على الإيرادات المنتظمة من بيع الخدمات والاشتراكات.
- تقليل الاعتماد على الإيرادات غير المنتظمة مثل التبرعات والدعم الحكومي، حيث يمكن أن تكون هذه المصادر متقلبة وغير مضمونة.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

الإسناد الحكومي للقطاع غير الربحي

١. مفهوم إسناد الخدمات الحكومية:

عملية نقل تقديم الخدمات الحكومية من القطاع الحكومي إلى القطاع غير الربحي، ويهدف هذا الإسناد إلى:

الانتقال من النمط السائد ذو التكاليف التشغيلية المرتفعة.

إلى نمط متطور يتم فيه تقديم الخدمة الحكومية بجودة أعلى، وتحقيق كفاءة إنفاق للجهات الحكومية.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

الإسناد الحكومي للقطاع غير الربحي

٢. أهمية إسناد الخدمات الحكومية للقطاع غير الربحي.

زيادة فعالية إسهام المنظمات غير الربحية في تنمية المجتمع	تنوع مصادر الاستدامة المالية من خلال التعاقد مع الجهات الحكومية لتنفيذ خدماتها.	تحسين الصورة الذهنية	من خلال استقطاب ذوي الكفاءة للمساهمة في رفع جودة الخدمات المقدمة.	زيادة عدد المتطوعين
وذلك بحكم تفاعل منظمات القطاع غير الربحي مع شرائح المجتمع المختلفة.	زيادة الموارد المالية في سبيل تحقيق الاستدامة المالية.	من خلال تقديم خدمات حكومية ذات جودة عالية للفئات المستفيدة في المجتمع.	زيادة القوى العاملة وتحسين بيئة العمل.	توظيف المتطوعين في مجالات تنفيذ الخدمات الحكومية.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

الإسناد الحكومي للقطاع غير الربحي

٣. مواد نظام المنافسات التي تخص التعاقد مع المنظمات غير الربحية:

مواد نظام المنافسات والمشتريات الحكومية الخاصة بالتعاقد مع المنظمات غير الربحية في التالي:

١

إمكانية تعاقد الجهات الحكومية مع منظمات القطاع غير الربحي إما بمنافسة عامة أو محدودة (خاصة بالمنظمات غير الربحية) أو التعميد المباشر.

٢

استثنى النظام بعض الاشتراطات عند التعاقد مع المنظمات غير الربحية، مثل (الضمان الابتدائي والضمان النهائي)

٣

إمكانية تضامن المنظمات غير الربحية، فيما بينها لتنفيذ الخدمات الحكومية.

٤

السماح بالتعاقد من الباطن بموافقة الجهة الحكومية وألا تزيد النسبة عن ٣٠% من قيمة العقد.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

الإسناد الحكومي للقطاع غير الربحي

٤. أشكال التعاقد الموصي بها:

المنافسة العامة:	• إتاحة الفرصة للمنظمات غير الربحية للتنافس على تقديم الخدمات أو المشاريع بأسعار تنافسية وجودة عالية.
المنافسة المحدودة:	• تخصيص المنافسة لعدد محدود من المنظمات غير الربحية المتميزة في مجال معين لضمان جودة الخدمات.
الشراء المباشر:	• قيام الحكومة بشراء خدمات أو منتجات مباشرة من المنظمات غير الربحية لدعم مشروعاتها وبرامجها.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

٥. باقي أشكال التعاقد:

المنافسة على مرحلتين:	• تقسيم عملية الإسناد إلى مرحلتين، الأولى تقديم العروض الفنية، والثانية التقييم واختيار العرض الأنسب.
الاتفاقية الإطارية:	• وضع اتفاقيات شاملة تحدد الشروط والمعايير للتعاون بين الحكومة والمنظمات غير الربحية.
المزايدة العكسية الإلكترونية:	• إجراء المزايدات عبر الإنترنت، حيث تقدم المنظمات غير الربحية عروضها إلكترونياً.
توطين الصناعة ونقل المعرفة:	• دعم المشاريع التي تساهم في نقل المعرفة والتقنيات إلى المنظمات غير الربحية المحلية
المسابقة:	• تنظيم مسابقات بين المنظمات غير الربحية لتحديد الأنسب والأكثر كفاءة في تقديم خدمات معينة.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

الإسناد الحكومي للقطاع غير الربحي

٦. المبادئ الأساسية لنظام المنافسات ولائحته الحكومية

فيما يتعلق بنطاق تطبيق النظام:

- ❑ **المادة رقم ٤** (النظام يوفر فرصًا متساوية للمتنافسين، ويعاملون على قدم المساواة)
- ❑ **المادة رقم ٥** (توفر للمتنافسين معلومات واضحة)
- ❑ **المادة رقم ٦** (تخضع المنافسة العامة لمبادئ العلانية والشفافية وتكافؤ الفرص)
- ❑ **المادة رقم ٧** (لا يجوز قبول العروض والتعاقد بموجبها إلا طبقًا لأحكام النظام)
- ❑ **المادة رقم ٨** (المشتريات بأسعار عادلة لا تزيد عن الأسعار السائدة في السوق)
- ❑ **المادة رقم ٩** (الأولوية للمنشآت الصغيرة والمتوسطة والجهات غير الهادفة للربح، والشركات المدرجة وللمحتوى المحلي)
- ❑ **المادة رقم ١٠** (يطبق هذا النظام على جميع الجهات الحكومية)
- ❑ **المادة رقم ١١** (الأعمال والمشتريات التي تنفذ خارج المملكة تخضع لأحكام هذا النظام)

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

الإسناد الحكومي للقطاع غير الربحي

شروط التعامل مع الجهات الحكومية وتأهيل المتنافسين:

يجب أن تتوافر لدى الأشخاص الذين تتعامل معهم الجهات الحكومية المتطلبات اللازمة لتنفيذ الأعمال اللازمة لتنفيذ الأعمال وتأمين المشتريات، وتلك المتطلبات هي:

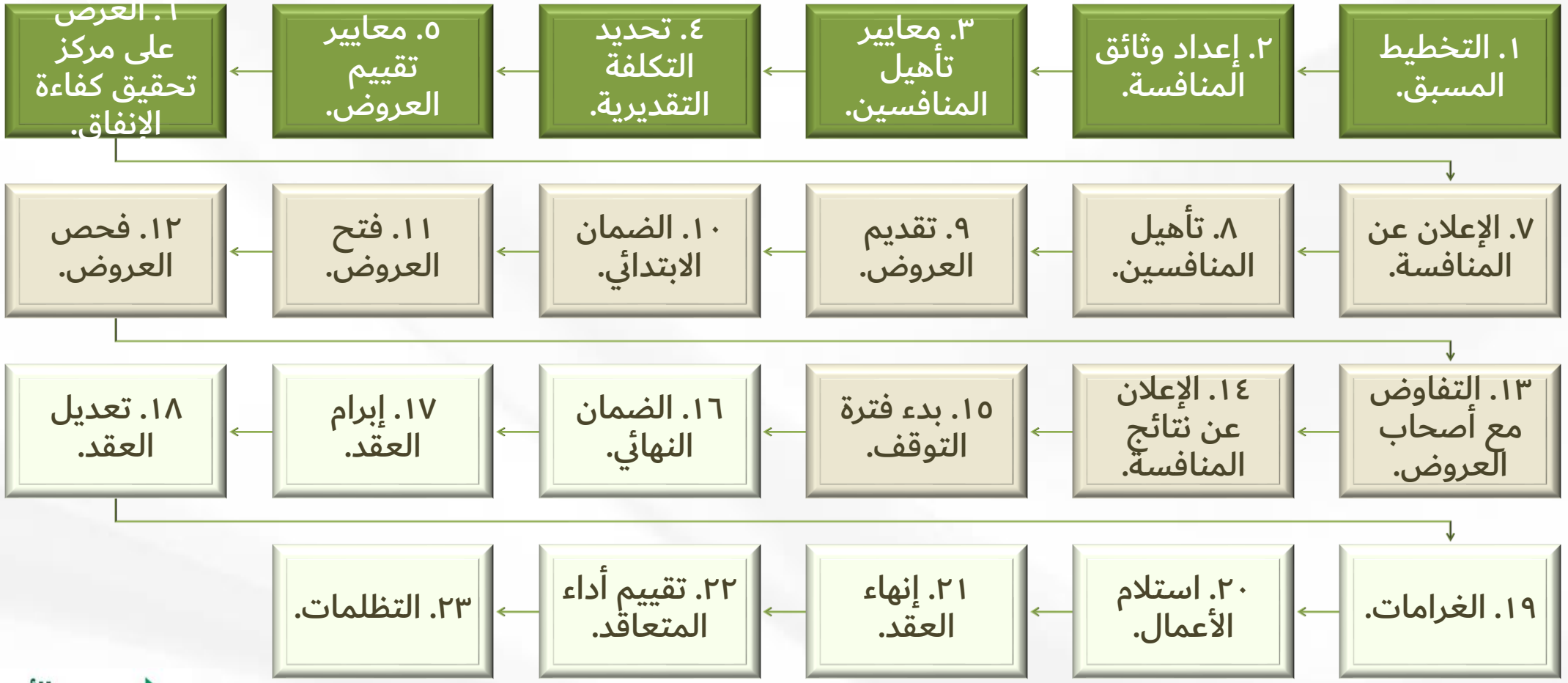
- السجل التجاري
- شهادة سداد الزكاة
- شهادة الغرفة التجارية
- شهادة التأمينات الاجتماعية
- شهادة تصنيف الأعمال
- شهادة هيئة المقاولين
- شهادة هيئة المهندسين
- شهادة تحقيق النسبة المطلوبة لتوطين الوظائف
- شهادة من الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة تثبت أن المنشأة تنتمي إلى تلك الفئة.
- شهادة تسجيل تثبت أن المنشأة هي مؤسسة أو جمعية أهلية من الجهة المختصة.

ما قبل الطرح

الطرح

التعاقد

رحلة المنافسة:



جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

خطة تقديم المنافسة.

اضغط على الشكل.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

اليوم الثاني:
التسـويق والابتكـار في جمـع التبرعـات وتصـميم المنـتج التسويقي.

يركز هذا المحور على تطوير استراتيجيات تسويقية مبتكرة لجمع التبرعات، وتصميم منتجات تسويقية تجذب المانحين وتزيد من التبرعات.

الأهداف:

١. أساسيات التسويق والابتكار في جمع التبرعات.

٢. تعلم كيفية تصميم منتجات تسويقية فعالة.

٣. تطوير استراتيجيات تسويقية مبتكرة لجذب المانحين.

بنهاية اليوم، سيكون المشاركون قادرين على:

- ✓ تطبيق استراتيجيات تسويقية مبتكرة في جمعياتهم.
- ✓ تصميم منتجات تسويقية تجذب المانحين.
- ✓ زيادة التبرعات من خلال حملات تسويقية فعالة.

جود الأعمال
JOOD BUSINESS

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

محاور اليوم الثاني::

التسويق والابتكار في جمع التبرعات					
ما هو التسويق	المزيج التسويقي	أسواق التبرع للقطاع غير الربحي.	استراتيجيات التعامل مع الأسواق	دورة حياة المنتج	صفات المسوق الناجح	تحديد السوق الخيري

تصميم المنتج التسويقي					
اختيار الاسم التسويقي	وصف المنتج	تقنيات التسعير	الميزة التنافسية للمنتج	طريقة العرض	تطبيق عملي "نموذج المنتج"

أولاً: التسويق والابتكار في جمع التبرعات.

- ما هو التسويق.
- المزيج التسويقي.
- معلومات مهمة حول التسويق.
- أسواق التبرع للقطاع غير الربحي.
- استراتيجيات التعامل مع الأسواق.
- دورة حياة المنتج.
- صفات المسوق الناجح.
- تحديات السوق الخيري.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

ما هو التسويق؟

التسويق بحسب فيليب كوتلر هو

"إشـباع الرغبـات والحاجـات مـن خـلال عمليات تبادل مشتركة".

وفقًا للمؤسسة الأمريكية هو

"العمـل التسـويقي الـذي تقـوم بـه المؤسسـات؛ مـن خلـق تواصـل، تبـادل، وتوصـيل لعـروض تحمـل قيمـة للعمـلاء والمجتمع بشكل عام".

المزيج التسويقي:

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

المزيج التسويقي:

المنتج

- يمكن أن يكون المنتج الذي تسوقه المنظمة الخيرية مجموعة متنوعة من الخدمات.
- مثل الرعاية الصحية، كالعلاج لمرضى الفشل الكلوي، أو خدمات الرعاية الاجتماعية، كبناء المساكن أو توفير سلال غذائية، أو دعم للأيتام أو أم الأيتام.

السعر

- هذا يشير إلى القيمة المالية التي يتم تحصيلها من المتبرعين، يجب أن يكون السعر معقولاً ومناسباً بحيث يتمكن الجميع من المساهمة، ويمكن أن يختلف السعر بناءً على المستهدف المحدد للمنظمة الخيرية، فالسعر المتوقع من فرد قد يكون مختلفاً عن السعر المتوقع من مؤسسة مانحة.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

المزيج التسويقي:

التوزيع

- يتعلق بمكان العثور على المنتج من قبل المتبرع، سواء في متجر إلكتروني، منصة حكومية، معرض ميداني، أو في مقر المنظمة

الترويج

- يشير إلى الطرق التي تستخدمها المنظمة لنشر المنتج والتواصل مع المتبرعين، وقد تشمل الإعلانات، ووسائل التواصل الاجتماعي، والإعلان لدى المؤثرين، والإعلانات الخارجية، والقنوات التلفزيونية والإذاعية وغيرها.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

المزيج التسويقي:

الأشخاص

- يجب أن تعرف من هم أعضاء فريق التسويق لديك، من سيتواصل مع المتبرعين ومن سيقابلهم. كما يجب التأكد من أن هذا الفريق يمتلك القدرة والمعرفة الكافية، لأنهم يمثلون المنظمة في التعامل مع المتبرعين.

الإجراءات

- تحديد كيف يمكن للمتبرعين التبرع، هذا يتضمن تبسيط عملية التبرع وجعلها سهلة وسلسة قبل، وخلال وبعد التبرع، فالمهم لدى المتبرع أن تحفظ وقته وجهده.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

المزيج التسويقي:

الأدلة المادية

- تشمل التصاميم، الفيديوهات، التقارير وغيرها من المواد التي توضح المنتج أو الخدمة سواء في وقت الإعلان أو ما بعد التبرع، وتساعد في استهداف المشاعر وتحفيز المتبرعين على التبرع.

القضية

- يشير هذا إلى القضية الأساسية التي تسعى المنظمة إلى دعمها أو حلها، يجب أن يكون هذا الجانب واضحاً ومنظماً في الحملة التسويقية، فهل قضيتك هي الفقر أو الصحة، إلخ..

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

معلومات مهمة حول التسويق:

الناس لا يتبرعون إلا إذا طلب منهم

نصف من يتبرعون للمرة الأولى لا يتبرعون للمرة الثانية

المحافظة على المتبرع الحالي أقل تكلفة من المتبرع الجديد

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

ماهي أسواق القطاع غير الربحي من وجهة نظرك؟

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

أسواق التبرع للقطاع غير الربحي:

- الأفراد
- المؤسسات المانحة
- المنصات الوطنية
- القطاع الخاص
- القطاع الحكومي

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

أسواق التبرع للقطاع غير الربحي:

الأفراد

يُعتَبَرون الأكبر في أسواق التبرع للمنظمات، وهم الأشخاص الذين يتمتعون بشخصية طبيعية ويتنوعون حسب أجناسهم ومناطقهم واهتماماتهم ومستوى دخلهم وتعليمهم.

- رجال الأعمال
- سيدات الأعمال
- المجتمع
- المهتمين بالجمعية
- الأعضاء
- المجتمع المحلي

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

أسواق التبرع للقطاع غير الربحي:

المؤسسات المانحة

هي المؤسسات التي تقدم منحًا للجمعيات الخيرية والمنظمات غير الهادفة للربح، مثل مؤسسة سليمان الراجحي الخيرية وغيرها من المؤسسات الأهلية التي تعتمد على المنح في نموذج عملها.

- مؤسسة سالم بن محفوظ الأهلية
  Salem Bin Mahfouz Foundation
- السبيعي الخيرية
- مؤسسة سليمان بن عبد العزيز الراجحي الخيرية
  SULAIMAN BIN ABDUL AZIZ AL RAJHI CHARITABLE FOUNDATION
- أوقاف علي عبدالعزيز الضويان
  Awqaf Ali Abdulaziz Al-Dowayan
  عطاءٌ بإحسان

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

سلم المانحين:

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

نطاق المانحين:

جغرافي

مالي

أهداف

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

نوع المشاريع لكل سوق:

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

أسواق التبرع للقطاع غير الربحي:

المنصات الوطنية

هي المنصات ذات الكيان الاعتباري المصرح لها بجمع التبرعات من الأفراد أو المؤسسات.

تبرع

وقفي WAQFY

جود الإسكان

إحسان
منصة وطنية للعمل الخيري

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

أسواق التبرع للقطاع غير الربحي:

القطاع الخاص

وهي التزام الشركات تجاه المجتمع عبر المساهمة في الأنشطة الاجتماعية كمحاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

أسواق التبرع للقطاع غير الربحي:

القطاع الحكومي

الجهات الحكومية التي تهتم بدعم وتمويل القطاع غير الربحي

- صندوق دعم الجمعيات Associations Support Fund
- بنك التنمية الاجتماعية SOCIAL DEVELOPMENT BANK
- أوقاف AWQAF
- الوحدات الإشرافية بالوزارات

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

استراتيجية التعامل مع الأسواق

توحيد السوق

تجزئة السوق

- الأفراد
- المؤسسات المانحة
- المسؤولية الاجتماعية
- الجهات الحكومية
- المنصات الوطنية

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

معايير اختيار السوق:

01 التجارب السابقة

02 المنتجات الحالية

03 القدرات الداخلية

04 استراتيجية المنظمة

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

دورة حياة المنتج:

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

استراتيجية المراعي:

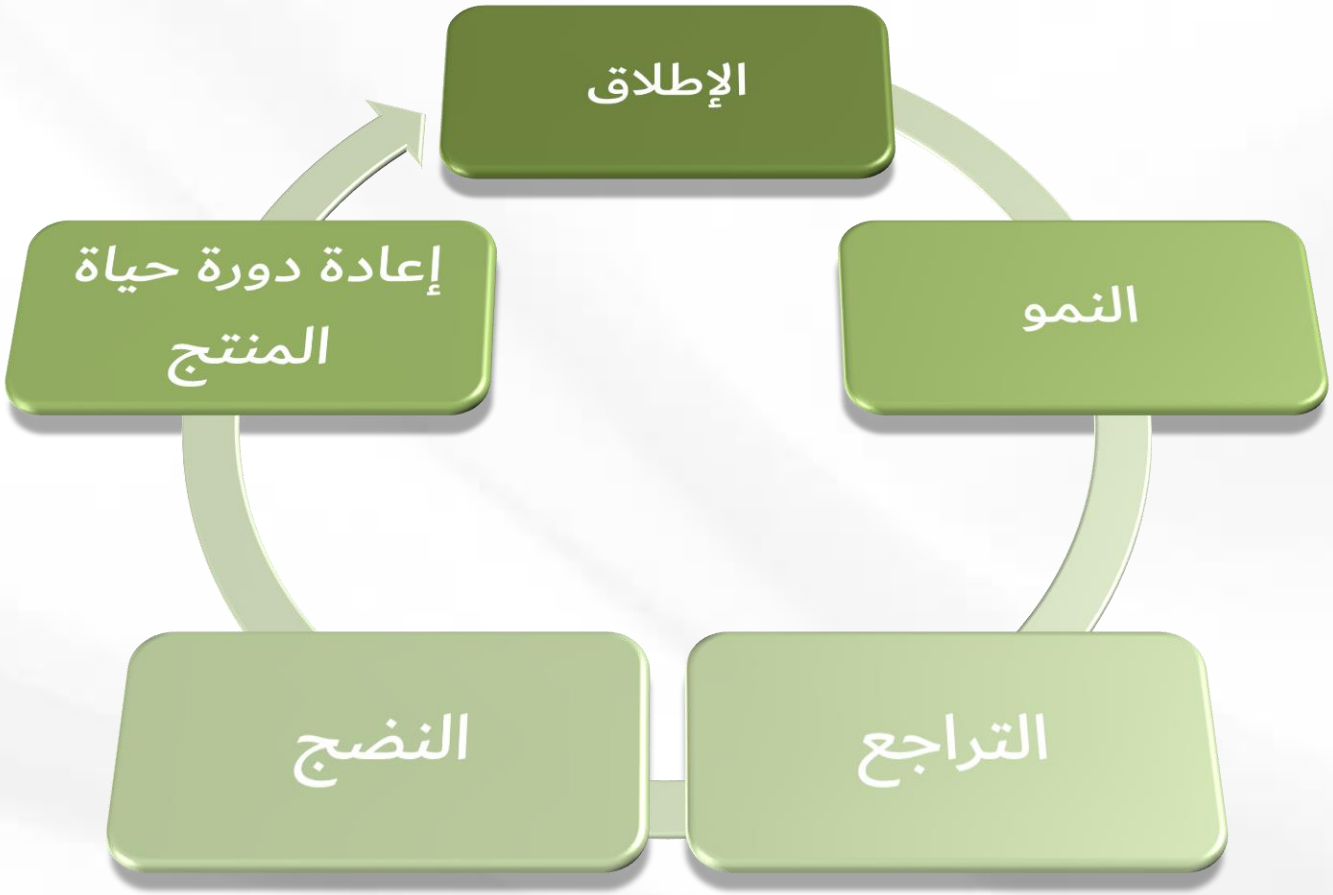
على مستوى البراند

المراعي Almarai
7 DAYS
لوزين l'usine
اليوم ALYOUM
Nuralac نيورالاك
سيما Seama PREMIUM SEAFOOD
وَن بين ONE BEAN
الميرة Almira
فارمز سيلكت FARM'S SELECT

على مستوى المنتجات

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

دورة حياة المنتج:



جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

دورة حياة المنتج:

الإطلاق

هنا تعلن المنظمة عن إطلاق المنتج في وقت معين، مثل شهر رمضان، أو الأوقات الموسمية، أو حفل إطلاق.

النمو

يبدأ المنتج في النمو، خاصةً إذا تزامن إطلاقه مع فترة الرواتب، أو شهر فضيل، أو موسم معين، ويتميز هذا الوقت بزيادة الطلب على المنتج.

التراجع

بعد فترة من النمو، حيث يكون الجمهور قد تعرف على المنتج أو ساهم فيه، قد يبدأ المنتج في التراجع، مما يعني أن الطلب على المنتج يبدأ في الانخفاض.

النضج

يصل المنتج إلى مرحلة النضج، حيث يصبح الطلب عليه مستقرًا، في هذه المرحلة، يكون الطلب على المنتج ثابتًا لكنه ليس في تزايد.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

دورة حياة المنتج:

إعادة دورة حياة المنتج

بعد مرحلة النضج، يصبح دورك هو إعادة دورة حياة المنتج من الإطلاق ليدور في نفس الدائرة ويستمر بالنمو مرة أخرى.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

صفات المسوق الناجح:

التفكير خارج الصندوق

- الابتكار والإبداع في استراتيجيات التسويق.
- استخدام نهج غير تقليدي للوصول إلى الجمهور المستهدف.

مهارات البحث:

- اختيار الأدوات التسويقية المناسبة.
- فهم الجمهور بشكل عميق، بما في ذلك معرفة مكان تواجدهم وما يفكرون فيه.
- الاطلاع على التجارب والممارسات المشابهة.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

صفات المسوق الناجح:

الاتصال والتواصل العالي:

القدرة على التواصل الفعال والمستمر مع الجمهور المستهدف.

الاستعداد للتواصل الفوري والمستمر لكي لا تضيع الفرص.

التخطيط الجيد:

التخطيط والدراسة الجيدة للسوق والجمهور المستهدف.

تحديد الميزانية المتاحة للتسويق وتحديد الأهداف التسويقية.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

صفات المسوق الناجح:

خلفية علمية جيدة:

معرفة متينة بأساسيات التسويق الخيري.

معرفة بالمنتج ومزاياه وعيوبه.

الإيمان بالرسالة:

مؤمن بقيم ورسالة المنظمة التي يعمل بها.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

تحديات التسويق الخيري

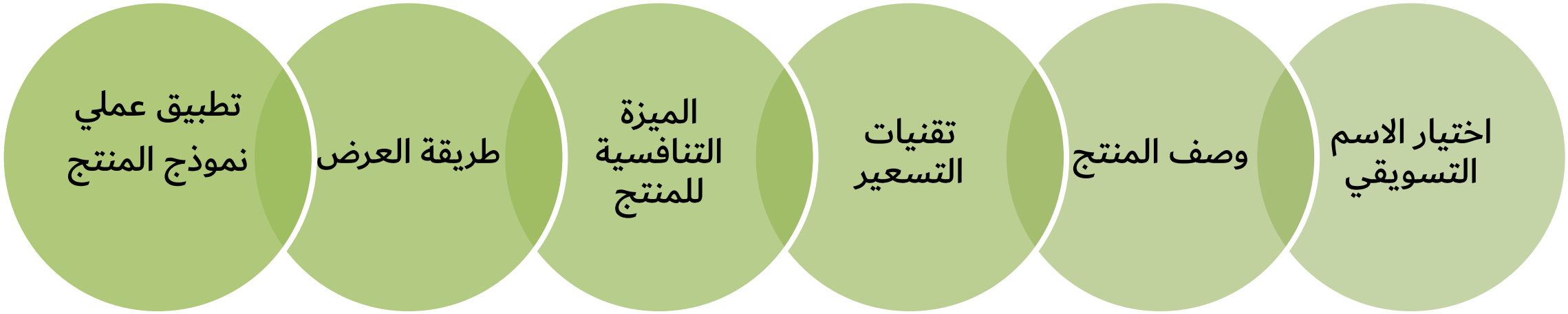
التحدي	الحل
منتجات غير محسوسة	تقديم مقابل محسوس كتحويل التبرع لإهداء تقارير تعريفية إبداعية استخدام أدوات جديدة لعرض المنتج
العلاقة بين المستفيد والمتبرع	عرض بيانات المستفيد المسموحة وضع آلية لإبراز المكتمل من القيمة ربط الكتروني بين المتبرع وحالة المستفيد
عدم امتلاك المنافع	إبراز الوعود الدينية عرض رأي المتبرعين السابقين إبراز العائد الدنيوي (الشفاء ، نماء المال ، البركة ...

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

تحديات التسويق الخيري

التحدي	الحل
التشابه العالي	دمج المنتجات الإبداع في اختيار الاسم التنويع في الفئات المستفيدة
ضعف إبراز الأثر	رسالة صوتية من المستفيد. خط مكتوب من المستفيد يعبر عن الامتنان والشكر لتبرعك. توثيق لحالة المستفيد قبل وبعد تقديم المساعدة. توفير جزء من المنتج النهائي للمتبرع (مثل: إذا تم حفر بئر، يمكن تقديم بعض المياه المستخرجة من البئر للمتبرع ليشرب منها ويشعر بالأثر). قصص نجاح المستفيدين التي توثق تأثير مساعدتك على تحقيق نجاحاتهم.

ثانياً: تصميم المنتج التسويق.



جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

اختيار الاسم التسويقي

- جميل
- معبر
- غير مكرر
- كلمتين

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

مصادر الإلهام

- القرآن والسنة
- الميزة
- نوع المستفيد
- الأثر
- شات جي بي تي

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

رسالة المنتج

- رسالة تسويقية واضحة
- ميزة الاهداء الخيري
- عداد الحملة
- تنوع المحتوى (فيديو – جرافيك – موشن جرافيك – صور – قصص نجاح)

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

وصف المنتج:

واضح

- يجب أن يكون الوصف يوضح المنتج بشكل رئيسي ولا يكون مشتتًا أو ضبابيًا.

مختصر

- يجب أن يكون الوصف مختصرًا وليس طويلًا جدًا بحيث لا يتجاوز ٢٠ كلمة.

مركز

- يركز على قيمة المنتج وعائده على المتبرع والمستفيد.

يحكي قصة

- انظر للمنتج كقصة وحاول ترويتها بشكل عاطفي يبرز حاجتكم للتبرع.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

تفاصيل الوصف:

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

تقنيات التسعير:

- فتت الحملة.
- سوق المنفعة.
- الأسهم المتنوعة.
- متوسط السعر.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

رسالة المنتج:

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

الميزة التنافسية للمنتج:

سبق

انفراد

دمج

تميز

أول جمعية متخصصة فى المملكة لرعاية الأطفال
الأيتام من فاقدى الرعاية الوالدية

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

طريقة العرض:

- صورة معبرة
- جودة عالية
- حقوق محفوظة

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

تمرين: نموذج "إعداد منتج تسويقي".

وصف المنتج	الآلية	الوصف المقترح
	وصف تسويقي، واضح، مختصر، مركز، أثر	
اسم المنتج	الآلية	الاسم المقترح
	اختيار اسم تسويقي: جميل، معبر، غير مكرر	
التسعير	الآلية	السعر المقترح
	التسعير: التفتيت، المنفعة، متوسط السعر.	
الميزة التنافسية	الآلية	الميزة الجديدة
	الميزة التنافسية: اسبق، انفرد، دمج، تميز.	
الصورة	الآلية	الصورة الجديدة
الصورة الحالية	تقنيات اختيار الصورة: معبرة، جودة، حقوق محفوظة.	الميزة الجديدة

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

نموذج إعداد منتج تسويقي (مثال توضيحي

اضغط على الشكل.

التميز في التسويق الخيري...

شاهد الفيديو المُرفق، وأخبرنا كيف يمكنك التميز في التسويق الخيري.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

اليوم الثالث:
صـناعة الخطـة التسـويقية، اسـتدامة العلاقـات مـع المانحين، تصميم رحلة المتبرع

يهدف هذا المحور إلى تزويد المشاركين بالمهارات اللازمة لصناعة خطط تسويقية شاملة، وبناء علاقات مستدامة مع المانحين، وتصميم رحلة المتبرع لضمان تجربة مميزة.

الأهداف:

١. تعلم كيفية صناعة خطة تسويقية شاملة.

٢. فهم أهمية استدامة العلاقات مع المانحين وآليات تحقيق ذلك.

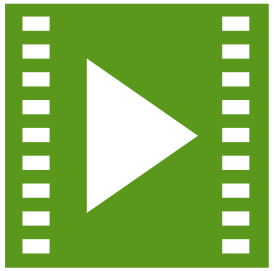
٣. تطوير مهارات تصميم رحلة المتبرع.

بنهاية اليوم، سيكون المشاركون قادرين على:

- ✓ وضع خطط تسويقية شاملة.
- ✓ وضع آليات للحفاظ على المتبرعين واستدامتهم.
- ✓ تصميم رحلة المتبرع.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

ما الفرق بين الخطة التسويقية والحملة التسويقية..



جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

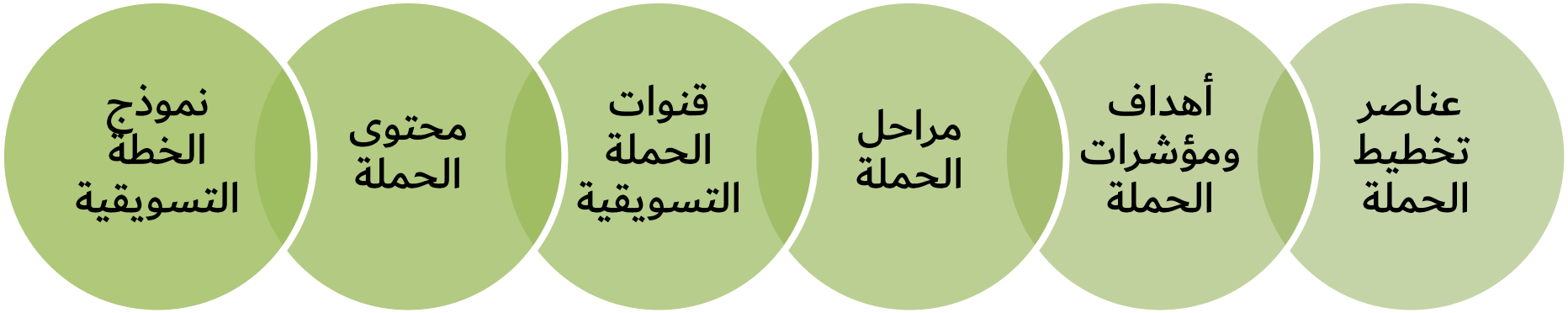
محاور اليوم الثالث::

صناعة الخطة التسويقية					
عناصر تخطيط الحملة.	أهداف ومؤشرات الحملة.	مراحل الحملة.	قنوات الحملة التسويقية.	محتوى الحملة.	نموذج الخطة التسويقية.

استدامة العلاقات مع المانحين.					
تعريف المانح	تصميم المشروع	الملف التسويقي للمشروع.	الوصول للمانح المناسب.	سر المنح.	استدامة العلاقات مع المانحين.

تصميم رحلة المتبرع.				
المفاهيم الأساسية لتصميم الخارطة.	إنشاء شخصيات المتبرعين.	عناصر الخارطة.	طريقة تصميم الخارطة.	مراحل استدامة المتبرع.

أولاً: صناعة الخطة التسويقية.



جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

عناصر تخطيط الحملة.

تحديد الجمهور المستهدف: كلما استطعت تحديد نوع الجمهور ومكانه وخصائصه على الأقل، سيساعدك ذلك في اختيار المنصة المناسبة للتسويق والمحتوى المناسب لهذه الفئة.

اسم وشعار الحملة: اختيار مسمى مناسبًا للحملة وفقًا لتقنيات اختيار الاسم الموجودة في تصميم المنتج التسويقي.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

الجمهور المستهدف:

الجنس

(ذكر، أنثى)

المنطقة

(جميع المناطق المستهدفة)

العمر

(٣٥-٥٥)عام

الخصائص

(يحبون الأطفال، يهتمون بالتيك توك، لون مفضل، مؤثرة مفضلة.)

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

عناصر تخطيط الحملة.

المدة الزمنية للحملة: من الأفضل دائمًا مراعاة المواسم التي تتسق مع حملتنا أو تعزز نجاحها مثل رمضان، الحج، الجمعة، موسم الرواتب. ويجب أن تكون مدة الحملة منطقية، فلا تكون طويلة للغاية حتى تصبح مملة، ولا قصيرة للغاية حتى تخل بالنجاح المستهدف

تكوين فريق الحملة: اختر قائدًا للحملة والفريق المساند له، سواء كان فريقًا حاليًا أو فريقًا مكلفًا أو لجنة. لا يهم شكل الفريق، بل الأدوار والمسؤوليات يجب أن تكون واضحة لكل شخص ومرجعيته.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

فترة التنفيذ:

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

عناصر تخطيط الحملة.

بناء موازنة الحملة: يجب أن تكون الميزانية منطقية مع الهدف المستهدف ويجب مراعاة التكاليف العالية للتسويق خصوصًا إذا كانت هذه التجارب الأولى.

منصة التوزيع والبيع: اختر المنصة المناسبة للتبرع مثل المتجر الإلكتروني، أو منصة وطنية، أو الحساب البنكي، أو الرسائل النصية. و تتوسع بعض الجهات في التعاون مع جهات أخرى مثل تطبيقات التوصيل أو البنوك أو غيرها.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

نموذج بناء موازنة الحملة:

البند	تكلفة الواحد	العدد	المجموع
منتجات	٣	١٠٠٠	١٠٠٠٠
رواتب	٤	٢٠٠٠	٨٠٠٠
نثريات	-	-	-
ترويج	-	-	-
زيارات	-	-	-
المجموع			٢٠٠٠٠

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

أهداف ومؤشرات الحملة:

التبرعات

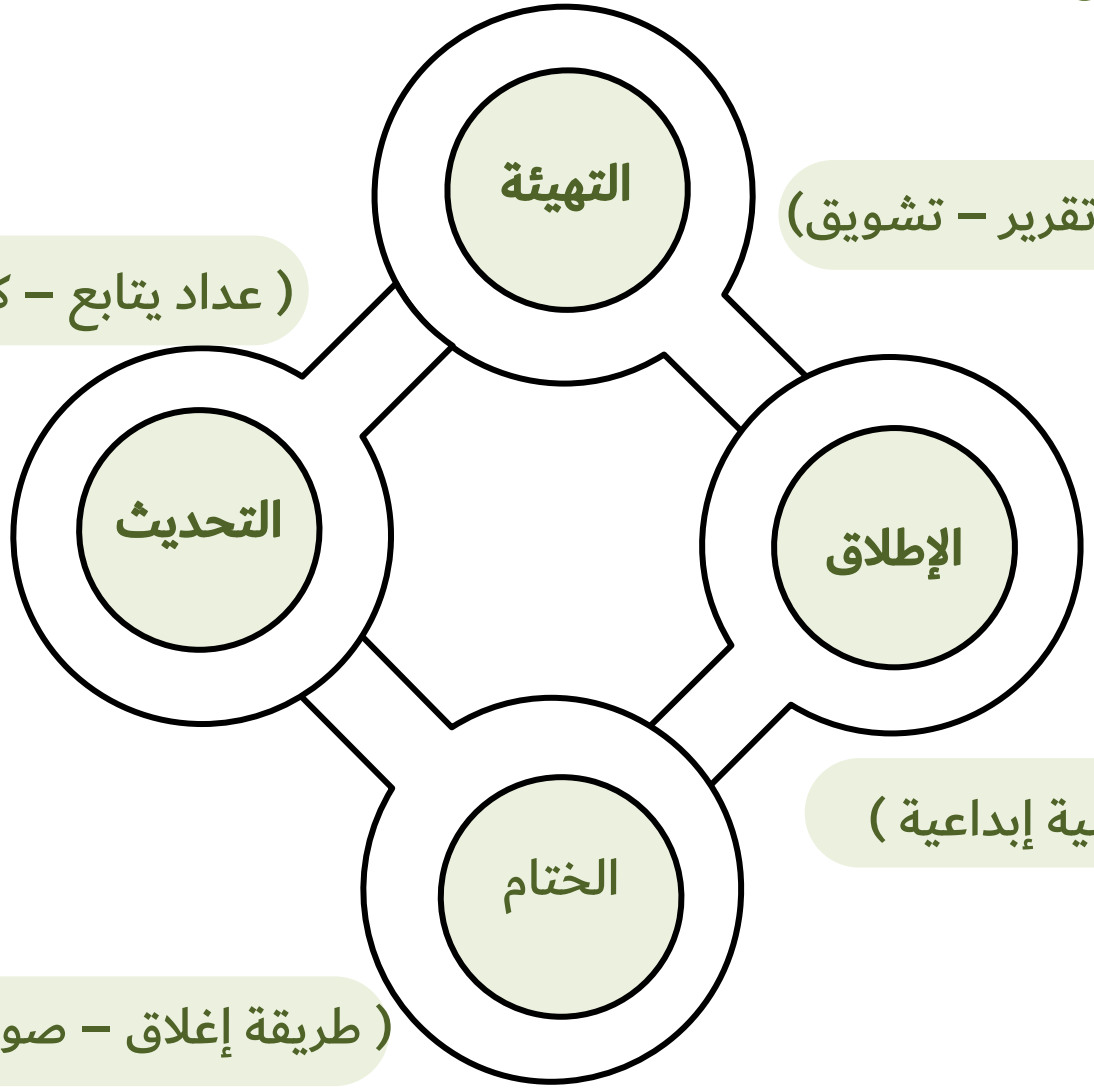
المتبرعين

الظهور

أخرى

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

مراحل الحملة



(تعرض إنجاز سابق – تعطيهم تقرير – تشويق)

(فيديو – حفل – طريقة تفاعلية إبداعية)

(طريقة إغلاق – صوت لمستفيد شكر – تصميم إغلاق)

(عداد يتابع – كم وصل – إثرائي – خدمات (إهداء)

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

قنوات الحملة التسويقية:

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

التطبيقات:

jahez

HUNGER STATION

رسـال
RESAL.ME

نعناع

تو يو

مرسـول
MRSOOL
مرسولك جاهز

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

قنوات الحملة التسويقية:

المنصات التقليدية:

- الشاشات الخارجية
- الصحف
- الإذاعات
- القنوات التلفزيونية
- الاستقطاع من المحلات
- الإعلاميين
- المعارض الميدانية
- الشراكات
- التطوع

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

إعلانات خارجية:

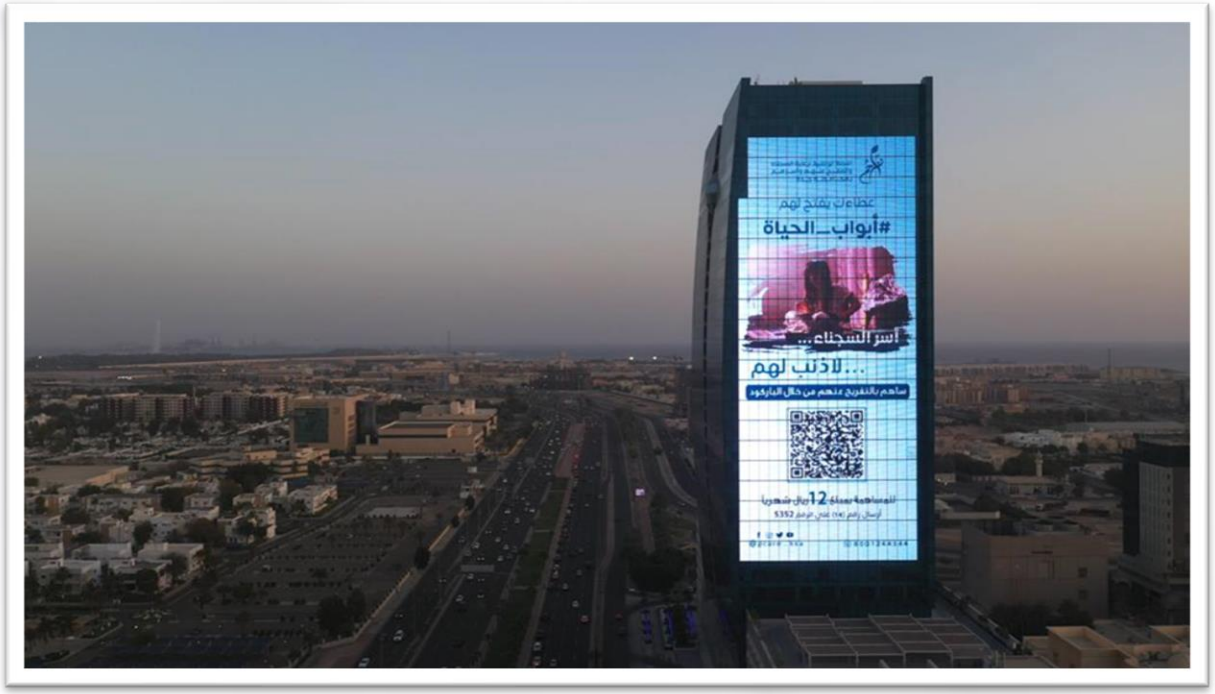
مطارات
القابضة

وزارة النقل والخدمات اللوجستية
Ministry of Transport and Logistic Services

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

إعلانات الشوارع:

وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان
Ministry of Municipal Rural Affairs & Housing



جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

القنوات الإعلامية:

الإخبارية

أخبار السعودية

العربية السعودية

واس SPA

إذاعة القرآن الكريم

السعودية

الرسالة
إبداع وأصالة

خبر عاجل

mbc FM

وكالة الأنباء السعودية
SAUDI PRESS AGENCY

هاشتاق السعودية
SAUDI HASHTAG

جريدة المدينة

الجزيرة
Al-JAZIRAH

برنامج اليوم

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

أفكار جديدة:

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

مع فريقك اذكر قنوات الحملة؟

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

محتوى الحملة:

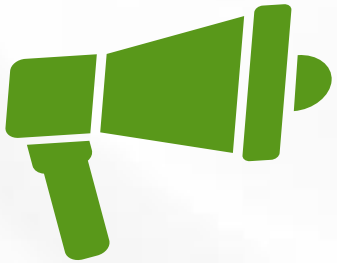
- القصص والتجارب
- الصور
- الفيديوهات (واقعي، جرافيك، موشن جرافيك)
- تصاميم الإهداء.
- عداد الحملة.
- التصاميم الإثرائية.
- التصاميم الرئيسية للحملة.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

الأفلام المؤثرة

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

نموذج الخطة التسويقية (مثال توضيحي)



اضغط على الشكل.

صناعة الخطة التسويقية..

للإثراء، شاهد..

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

ثانياً: استدامة العلاقات مع المانحين.

- تعريف المانح.
- تصميم المشروع.
- الملف التسويقي للمشروع
- الوصول للمانح المناسب.
- سر المنح.
- استدامة العلاقات مع المانحين.
- مراحل استدامة العلاقة مع الداعمين.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

تعريف المانح:

كل فرد أو جهة قدمت مساهمة مالية أو عينية أو معنوية أو شخصية للمنظمة.

وتنمية الموارد المالية من الداعمين فنٌ، وجل هذا الفن يرتبط ببناء علاقة مستدامة مع الداعمين.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

تصميم المشروع..

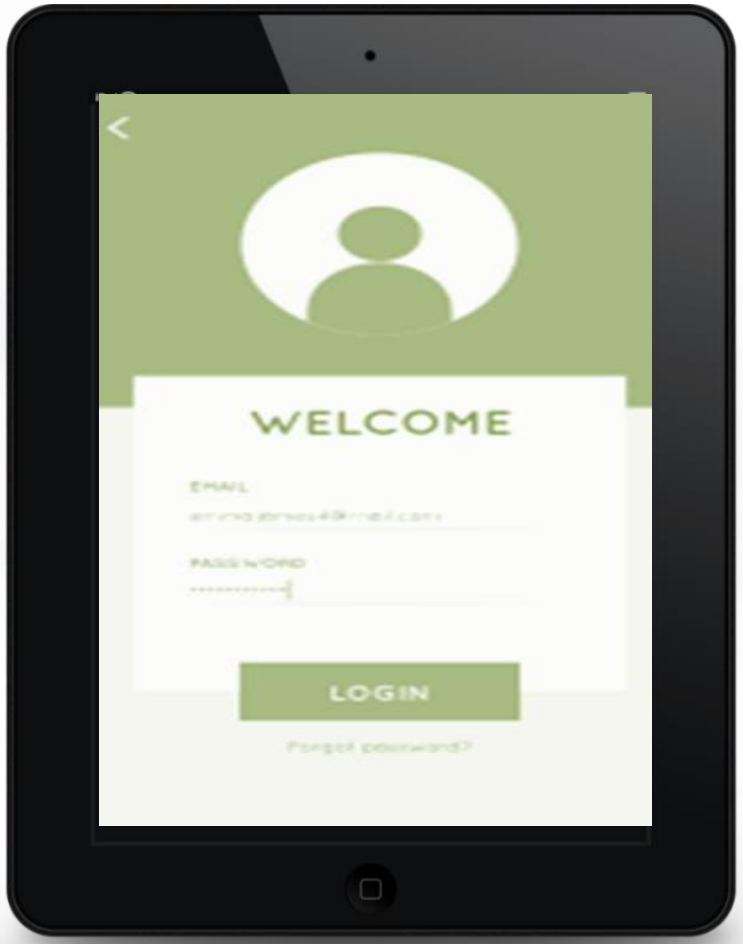
١	دراسة الاحتياج
٢	منهجية معتبرة.
٣	الفئة المستهدفة.
٤	وضوح النتائج المتوقعة.
٥	التقييم والمتابعة.
٦	الموازنة المنطقية.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

تصميم الملف التسويقي..

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

شعار واسم المشروع:

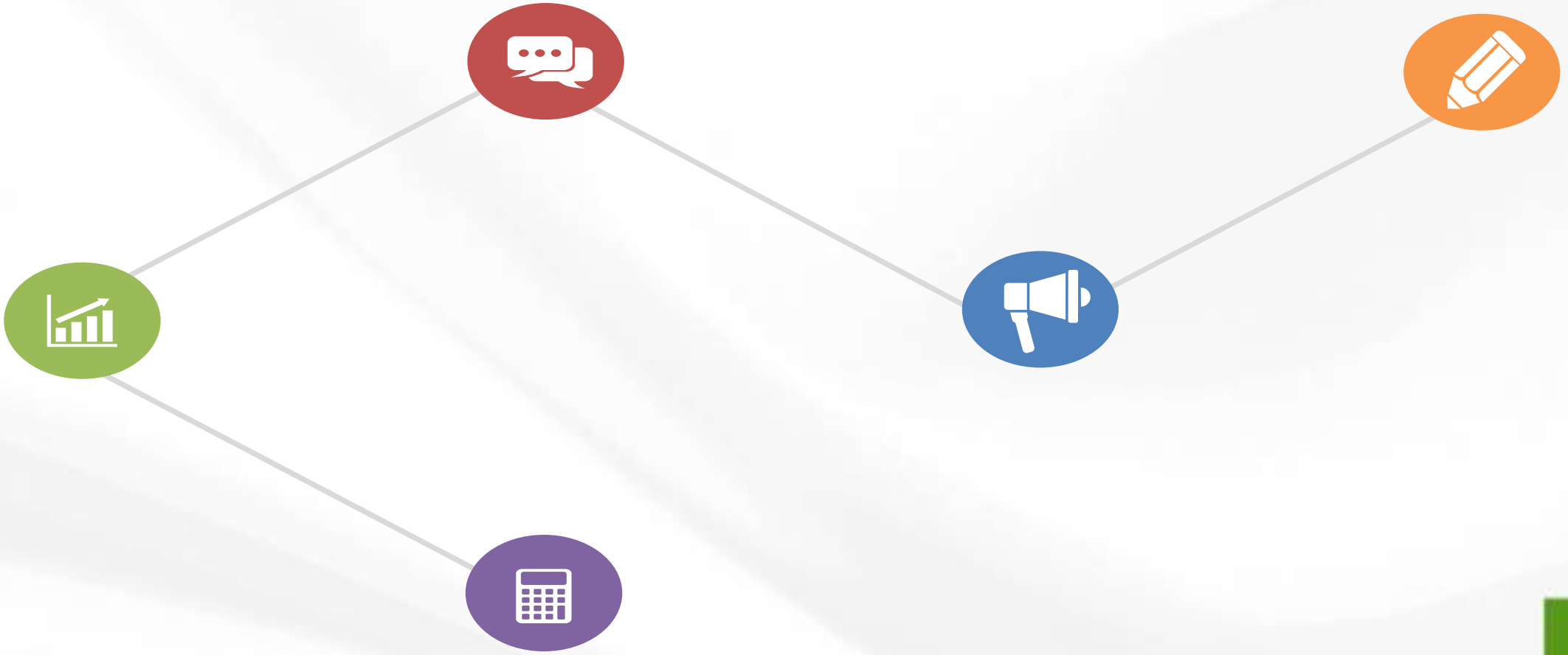


جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

البيانات الأساسية:

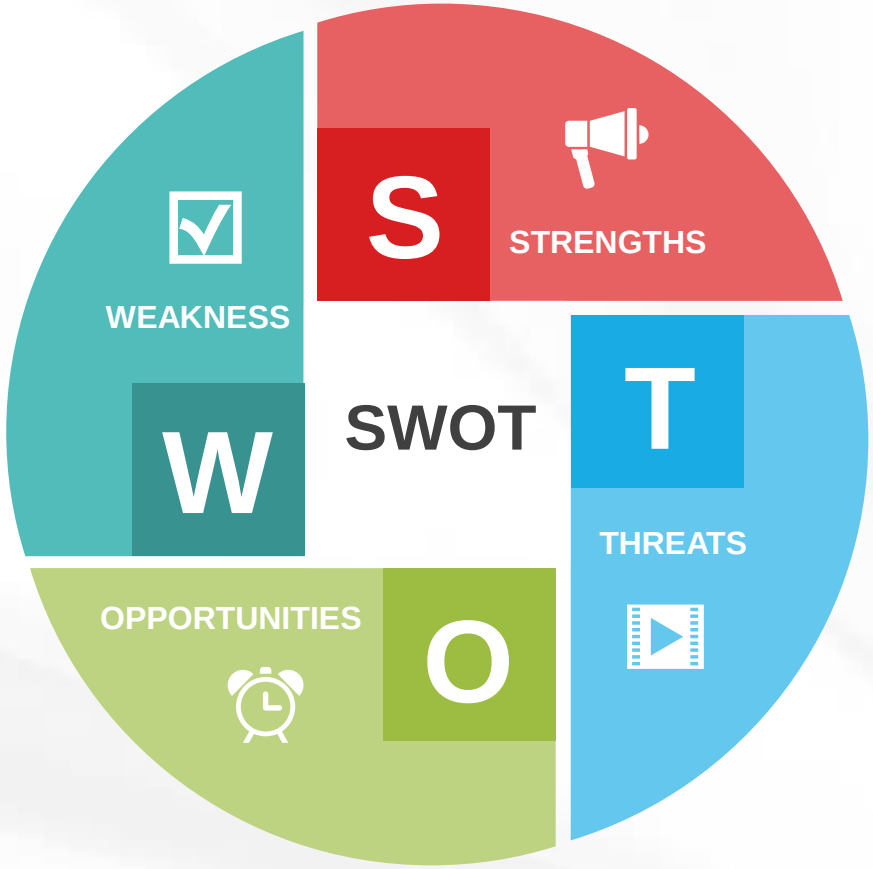
جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

التسلسل المنطقي:



جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

إبراز المشكلة



١ أرقام

٢ حقائق

٣ دراسة

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

الحل المناسب..

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

التوافق..

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

ماذا لديك؟

- تجارب سابقة
- شركاء
- داعمين
- خبراتهم

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

تسويق الأثر

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

شكل الملف

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

اعرف المانح..

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

الحل المناسب..

قيمك

الرغبة

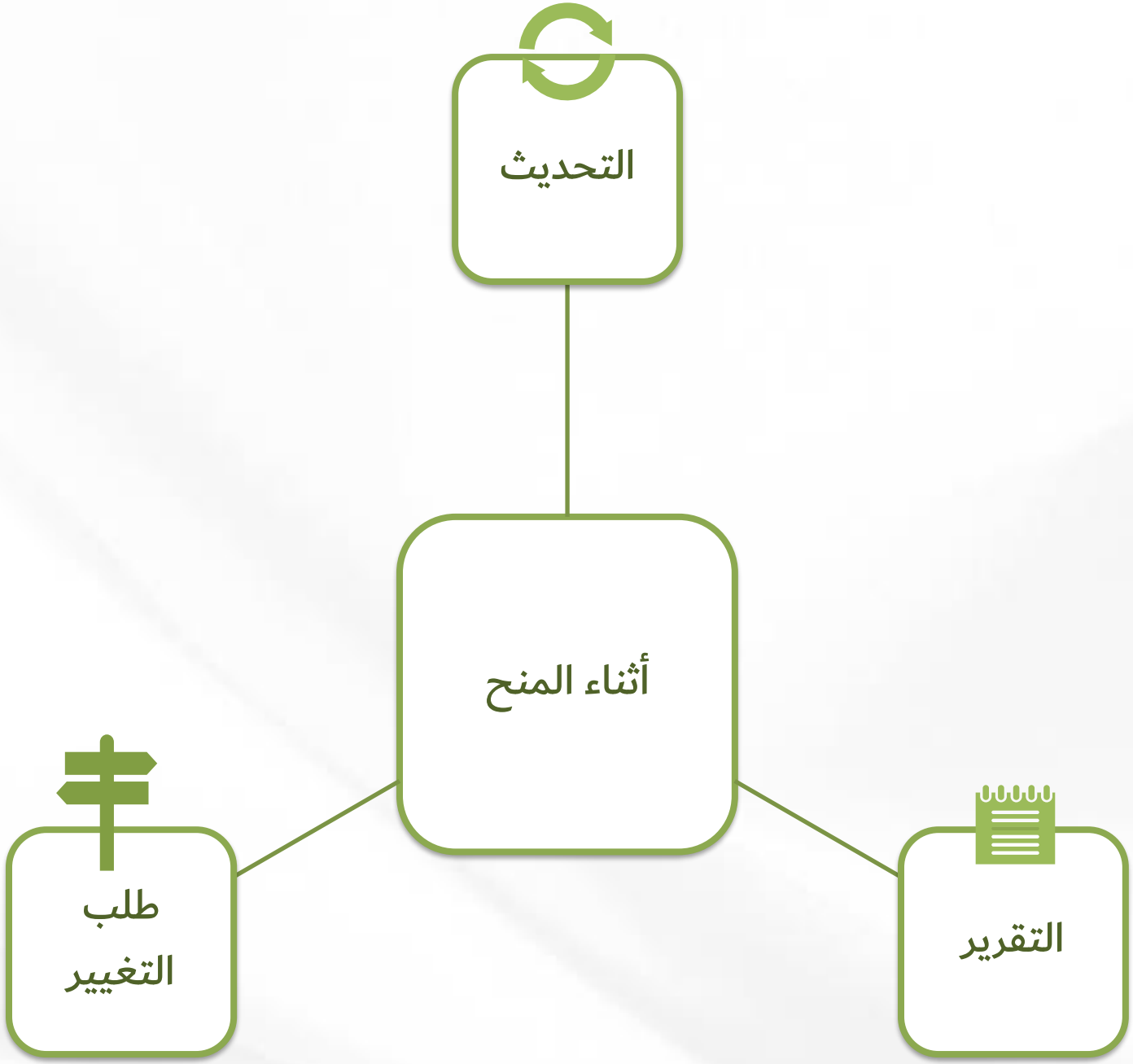
المرونة

المصداقية

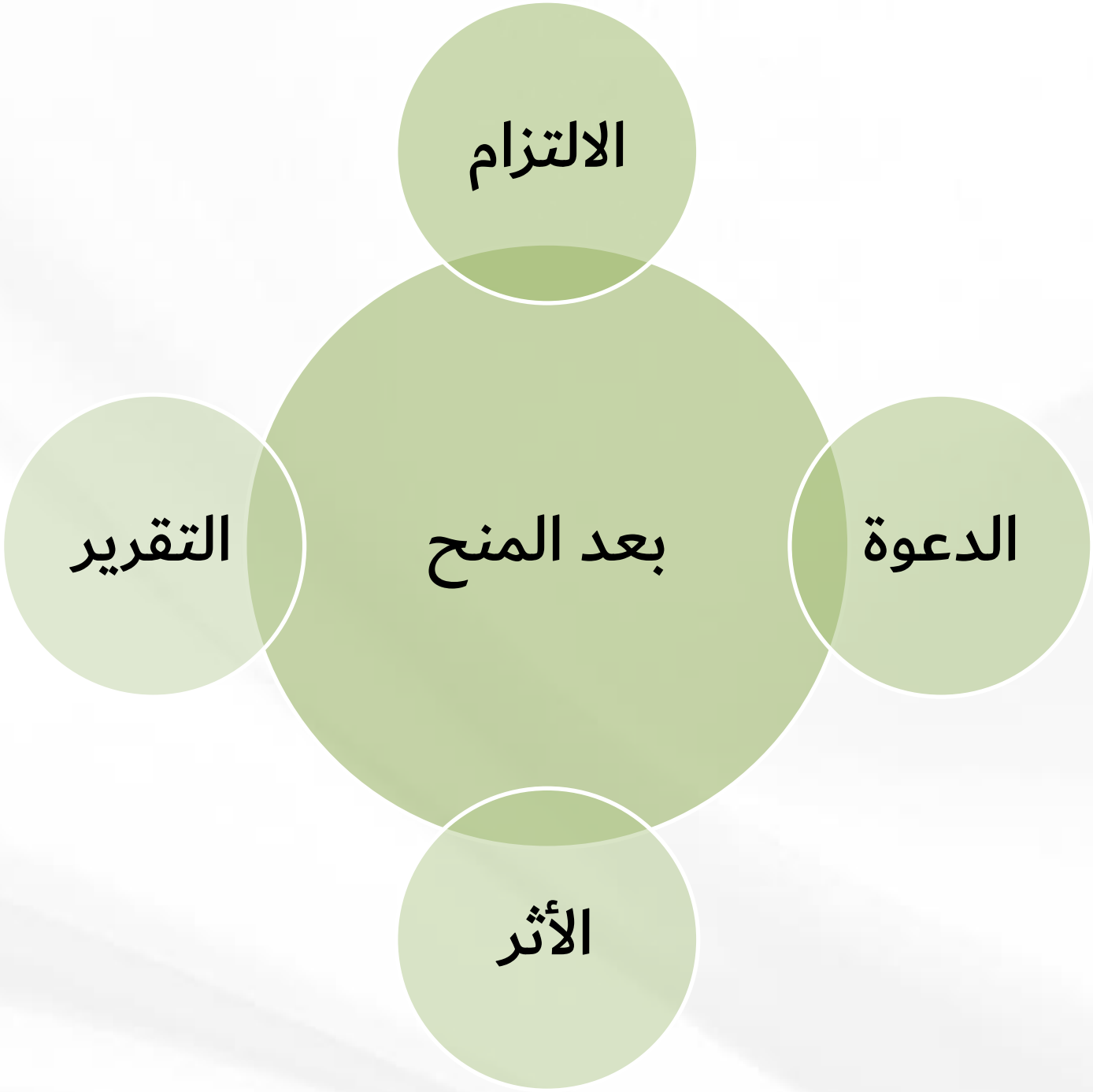
اتصال

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS



جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS



جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

مراحل استدامة العلاقة مع الداعمين..

تمر عملية التبرع والحصول على دعم بخمس مراحل، تبدأ بتحديد قائمة الداعمين المرشحين، ثم فهم هذه القائمة من خلال جمع بيانات ومعلومات عنهم وتحليلها، وبعد ذلك يتم الشروع في المراحل التنفيذية، وهي تصميم خطة الاتصال والتواصل معهم، وعندما تغلق عملية الدعم يتم شكرهم بالطريقة المناسبة.

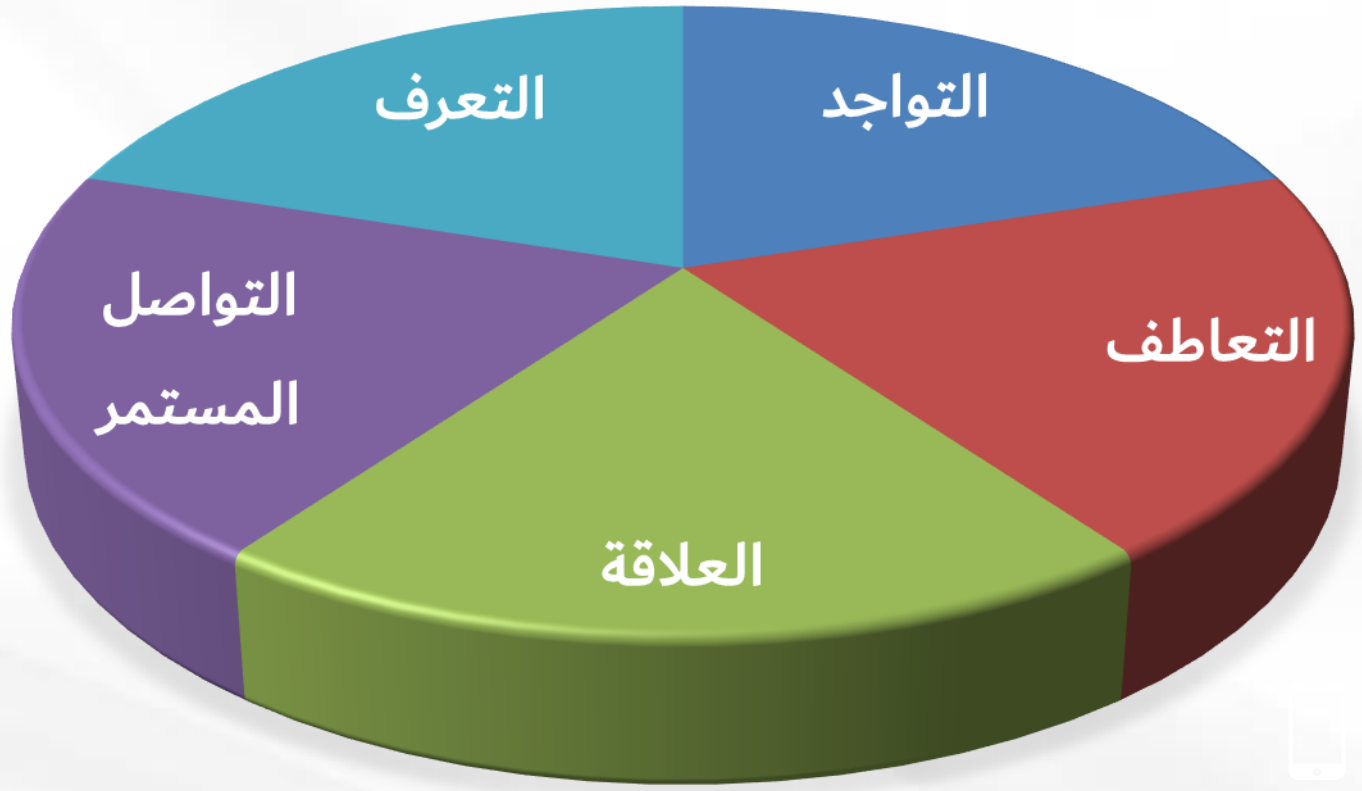
جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

نوع البيانات	كيفية استثمارها في تنمية الموارد المالية
حدّد الداعمين المحتملين	
افهمهم	
صمّم خطة الاتصال	
تواصل معهم واطلب الدعم	
اشكرهم	

من خلال مجموعتك قم بالنظر في مراحل استدامة العلاقات مع الداعمين، ثم قم باقتراح إجراءات يمكن تطبيقها في كل مرحلة من هذه المراحل.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

استدامة المانح..



جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

تبادل الزيارات

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

صاحب الحاجة

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

مراحل استدامة العلاقة مع المانحين..

يرتبط نجاح تنمية الموارد المالية ببناء علاقات مستدامة مع الداعمين.

شبكة العلاقات الناجحة مع الداعمين الأفراد والجهات تمثل منطلقًا قويًّا للحصول على الدعم وزيادة موارد المنظمة، ومما يحقق الاستقرار في هذه العلاقة العمل عليها استراتيجيًا وبصورة مستدامة.

تساهم العلاقات الناجحة مع الداعمين في نمو أعدادهم، وبالتالي زيادة فرص الحصول على الدعم، ويساهم كذلك في تحسين سمعة المنظمة وصورتها الذهنية.

يعتمد الأسلوب التقليدي في إدارة العلاقة مع الداعمين على وجود فريق تسويق متخصص بالاتصال مع الداعمين، وإقناعه في التبرع لصالح برنامج محدد في المنظمة، لكن عندما يريد الداعم الترع لصالح برنامج آخر، أو المشاركة في أعمال أخرى، فإن مهمة إدارة العلاقة مع الداعم تنتقل إلى فرد آخر. في حين أن الأسلوب الموصى به هو وجود فرد واحد يدير العلاقة بالكامل مع الداعم، بغض النظر عن البرنامج الذي سيدعمه

ثالثاً: تصميم رحلة المتبرع..

- المفاهيم الأساسية لتصميم خارطة المتبرع.
- إنشاء شخصيات المتبرعين.
- عناصر الخارطة.
- طريقة تصميم الخارطة.
- مراحل استدامة المتبرع.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

إحصائيات

من المدراء

يعتقدون أن تجربة العملاء ممتازة

من العملاء

يعتقدون أن التجربة ممتازة

من العملاء

قاموا بتغيير الشركة بسبب سوء تجربة العميل

من عمليات الشراء

تأتي من عملاء عائدين

من العملاء

يفكر بتغيير العلامة التجارية بسبب تجربة سيئة واحدة فقط

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

ركائز لخلق تجربة مميزة..

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

استدامة المانح..

أفضل طريقة للتأكد من سوء تجربة العميل لديك هو أن تقوم بتقديم نفس الخدمات لجميع العملاء.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

المفاهيم الأساسية..

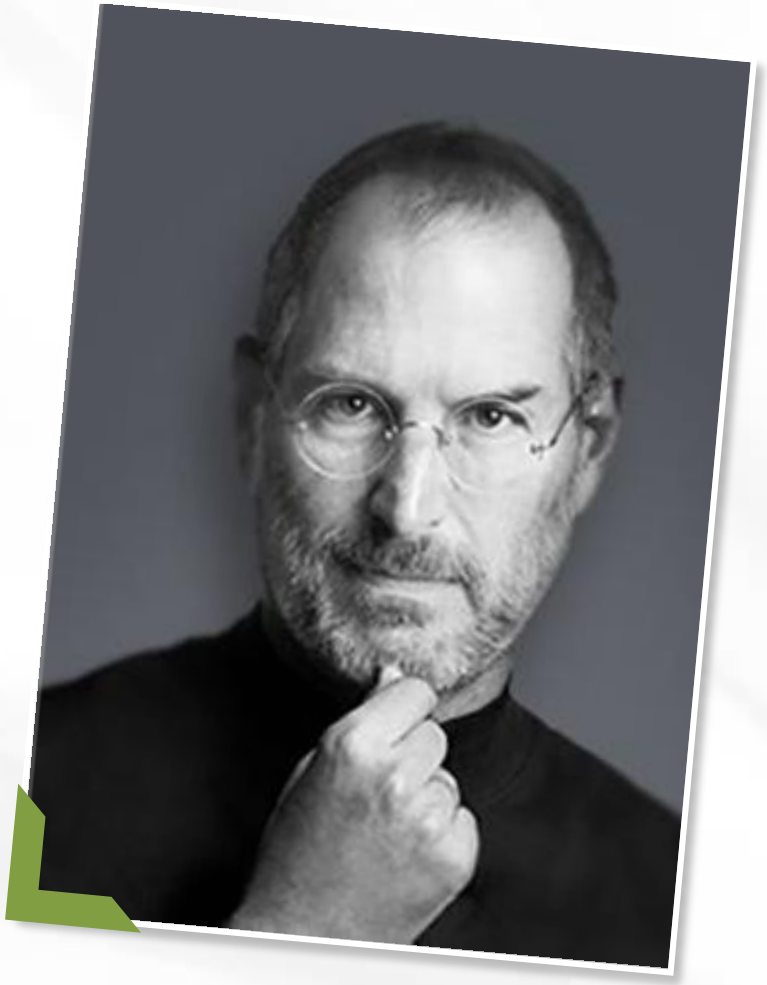
جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

تعريف تجربة العميل :

(هي كل ما يراه عميلك ويسمعه
ويلمسه ويشعر به عن شركتك)

نايجل غرينوود مؤلف كتاب (تقمص
شخصية عميلك)

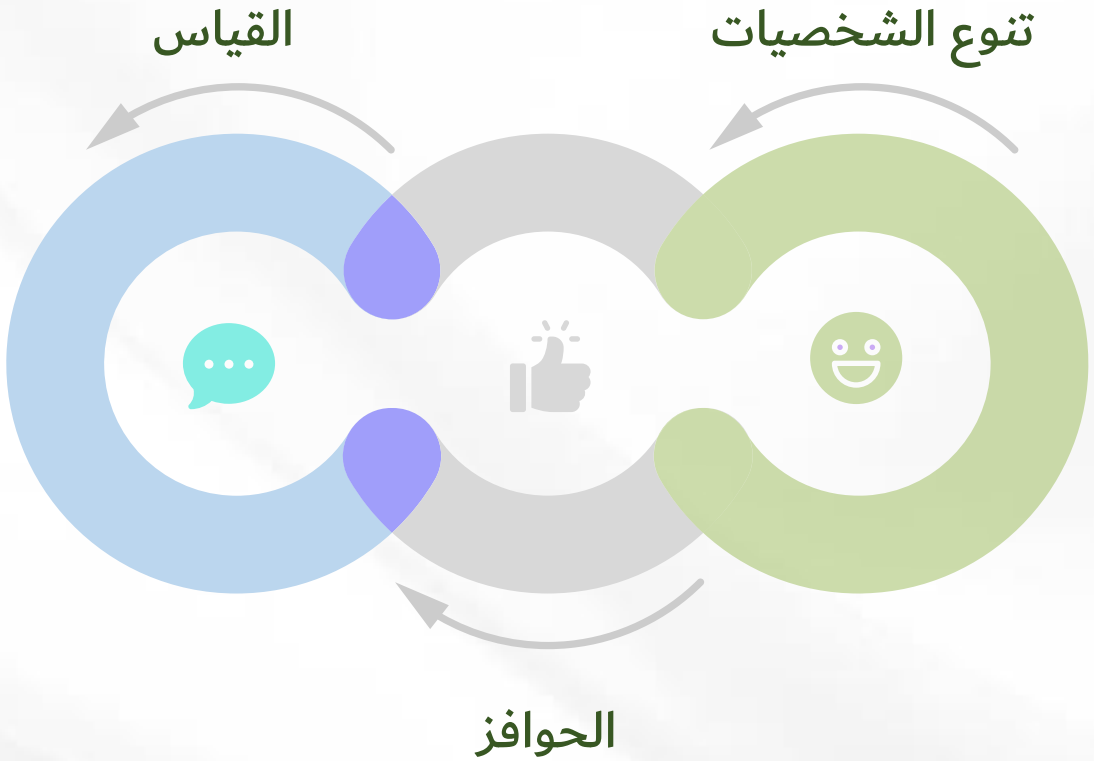
جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS



يجب أن تبدأ بتجربة العميل قبل
العمل على التقنية وليس العكس

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

التحديات في تقديم التجربة.



جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

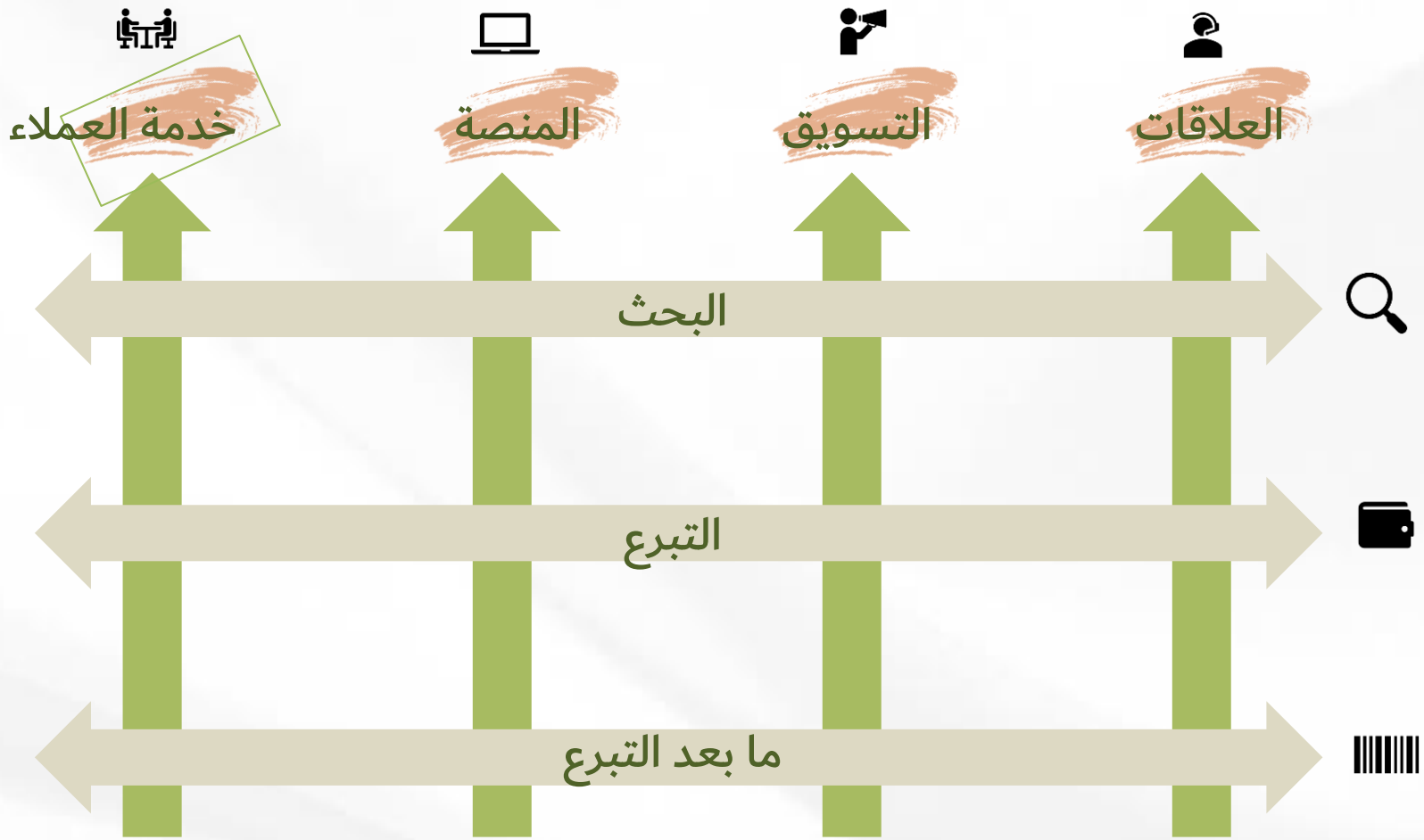
أنواع المتبرعين..

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

القنوات...

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

رحلة العميل: رحلات تتقاطع مع نقاط اتصال



جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

First touch

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

تقاس نقاط الاتصال بالضرب وليس المتوسط

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

مراحل قياس التجـــربة

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

طرق القيـاس...

مجموعات التركيـز	المتبرع الخفي	البحـث الكمي
(التحديات ، الانطباعات ، الدوافع)	(الكفـاءة الأداء ، الرضا)	(استبانات + مقـابلات)

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

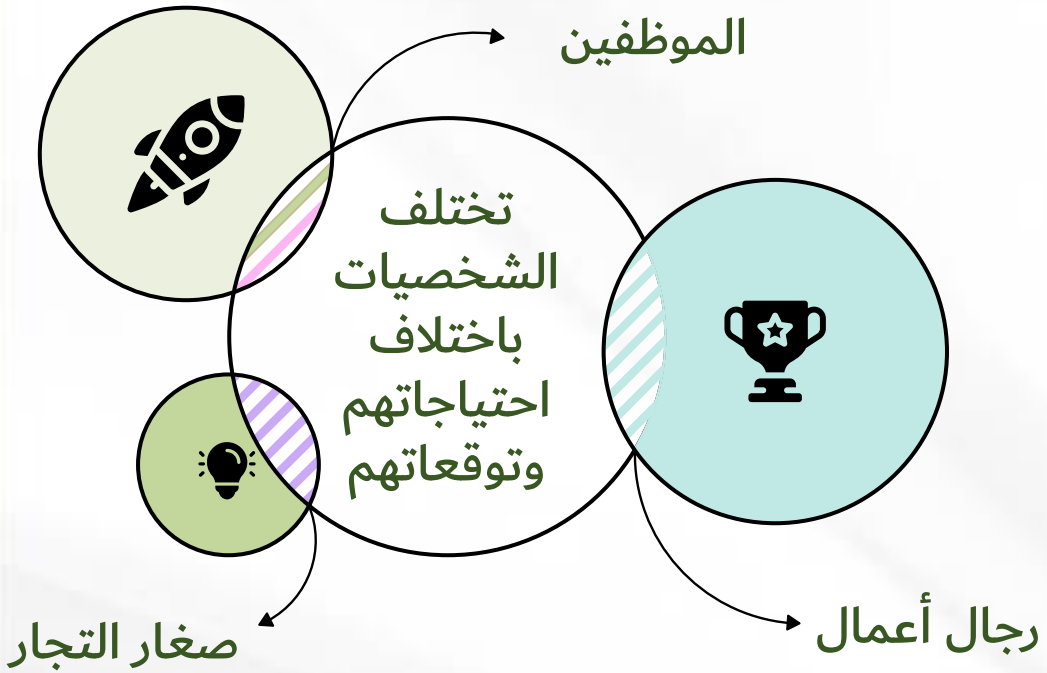
محاور قياس التجربة...

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

تصميم شخصية العميل...

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

تصميم شخصية العميل...

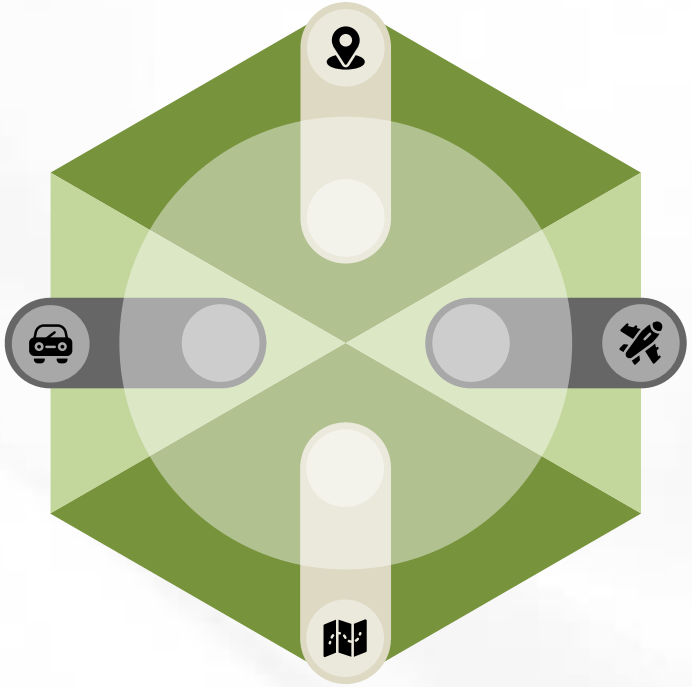


يساعد تصميم شخصية العميل على فهم احتياجات العملاء وأهدافهم وتوقعاتهم وسلوكهم وتجاربهم على اختلافهم.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

كيف تختار الشخصية...

أن تكون الرحلة له فقط



اسرد القصة بشكلها الخاص

تمثل نسبة أكبر

تمثل الفئة المستهدفة

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

عناصر الشخصية..

- **الموقع**: أين يعيشون ويعملون
- **الوظيفة**: ماهي وظائفهم
- **التعليم**: مستوى التعليم ونوعه
- **الاستخدام**: نوع استخدام ماهو سلوكهم معدل الاستخدام
- **التصرفات والمعتقدات**: كيف يفكرون بنا
- **أسلوب الحياة**: الحالة الاجتماعية ، التطور الكفاءة ، العادات
- **الاهتمامات**: ماذا يفعلون في أوقات فراغهم؟ وما أهمية ذلك بالنسبة لهم
- **أهداف الاستخدام**: ما الذي يتطلعون لتحقيقه؟ ومامدى أهميته بالنسبة لهم
- **الاهداف العاطفية**: ما الذي يجعلهم يتعاطفون معك
- **المحفزات**: ما الذي يحفزهم ويجعلهم ثابتين

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

عناصر الشخصية..

الموقع	جدة، شارع التحلية
الاستخدام	يفضل استخدام الورق في تعاملاته ولا يثق في استخدام التطبيقات الإلكترونية
الاهتمامات	يمارس رياضة المشي يوميًا يهتم بتعليم أبنائه ويحب القراءة في الاقتصاد
الوظيفة	رئيس مجلس إدارة شركة الغذاء
التصرفات والمعتقدات	يرى أنّ الجمعيات ما زالت تحتاج إلى تطوير وأن لديها مستفيدين غير محتاجين
اهداف الاستخدام	يريد أن يكون له دور في خدمة الناس وإبراز دور شركته ومسؤوليتها الاجتماعية
المحفزات	خدمة الوطن
التعليم	ماجستير إدارة اعمال
أسلوب الحياة	يحب مشاهدة التلفاز ويقضى أغلب وقته في العمل ويحرص على الجودة ولا يتصفح مواقع التواصل كثيرًا
الأهداف العاطفية	لا يريد أن يرى أشخاص غير متعلمين

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

نصائح عند تصميم الشخصية..

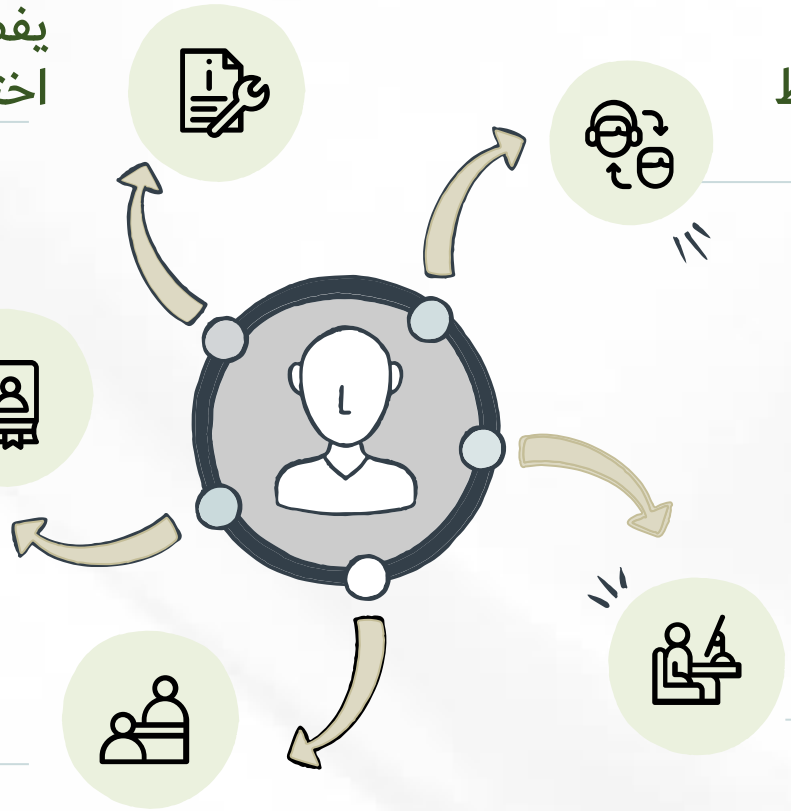
ركز في الشخصية على الاحتياج التي لم تلبى ونقاط الألم وأنماط السلوك.

لا يوجد عـدد أدنى أو أقصى للشخصيات.

لا تفصل كثيراً في الشخصيـة.

لا تقدم المغريات الكثيرة لجميع العملاء.

يفضل قضاء يوم كامل في اختبار ما يجربه العميل.



جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

خارطـة تقمص الشخصيـــة

ماذا يسمع :

- ✓ مـاذا يقـول له أصدقـائه؟
- ✓ ماهي القنوات الإعلامية المؤثرة؟
- ✓ مـــن يؤثـر بـه حقـاً؟
- ✓ الجمعيات غير موثوقة
- ✓ الدولـة تدعـــم

ماذا يقول ويفعل :

- ✓ مـــاهي تصرفـاته؟
- ✓ بماذا يمكن أن يخبر الآخرين؟
- ✓ لقد وجدت البركة
- ✓ رأيت أثر المشروع

بماذا يفكر ويشعر :

- ✓ ما هو الأمر المهـم حقاً؟
- ✓ ما الذي يجعله لا ينام ليلاً؟
- ✓ ماهي قضيته؟
- ✓ القرآن – اليتيم – الفقير - المريض

ماذا يرى :

- ✓ ماهي المشاكل التي تواجهه؟
- ✓ ما العـروض التي يشاهدها؟
- ✓ مـــاذا يحيـط بـه؟
- ✓ الكثيـــر من الجمعيـات

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

المكاسب

ماذا تريد أو تحتاج حقاً ؟

- الأجر
- الشكر
- الظهور الإعلامي

المتاعب

ماهي العوائق أمامه ؟ الإحباطات والمخاطر.

- موقع معلق
- لا يوجد رد على الرسائل

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

عناصر تصميم الخارطة

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

عناصـــر تصميـم الخـــارطة

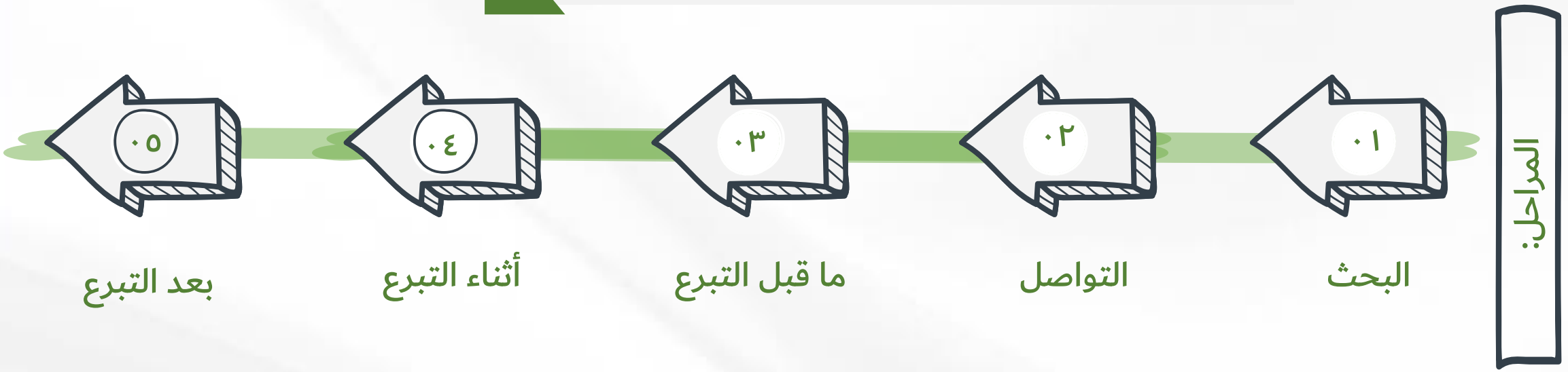
شخصية العميل

شخصية واحدة أو شريحة عملاء واحدة

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

المـراحــل :

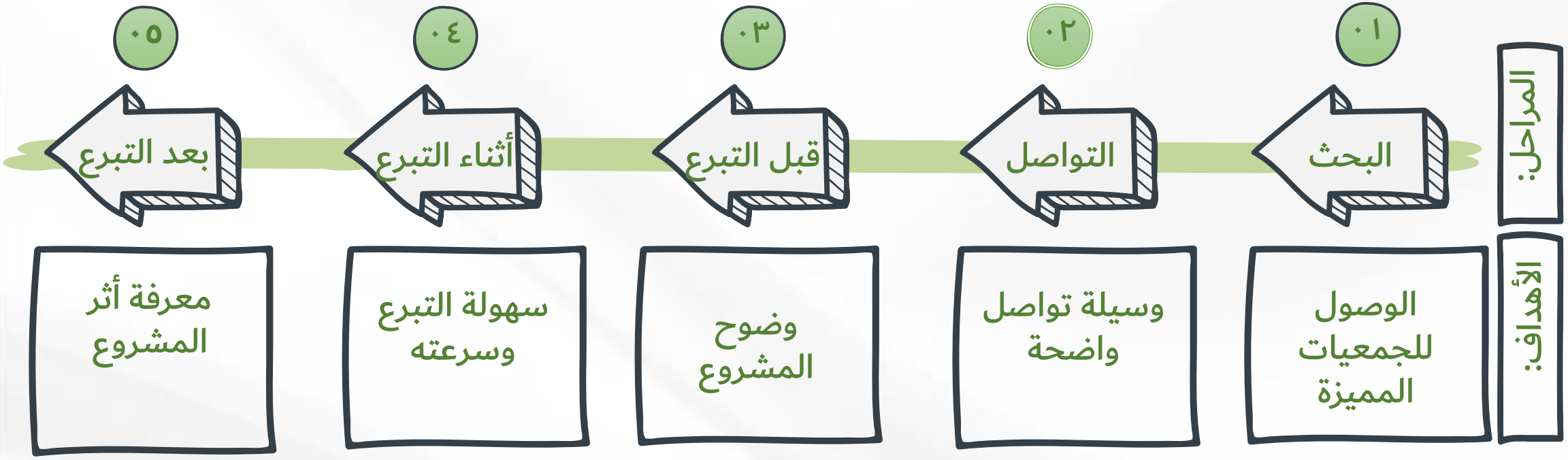
هي الأنشطة التي يمر بها العميل أثناء الرحلة
من البداية إلى النهاية.



جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

الأهـداف:

أهداف العميل وتوقعاته



جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

الفعـــل :

ما يفعله العميل والقنوات التي يستخدمها

المراحل:	٠١	٠٢	٠٣	٠٤	٠٥
	البحث	التواصل	قبل التبرع	أثناء التبرع	بعد التبرع
الأهداف:	الوصول للجمعيات المميزة	وسيلة تواصل واضحة	وضوح المشروع	سهولة التبرع وسرعته	معرفة أثر المشروع
الفعل:	البحث عن مواقع الجمعيات وحساباتها	إرسال رسالة استعلام عبر وسيلة تواصل سهلة	الحصول على تفاصيل المشروع ومزاياه	تحويل المبلغ بشكل سريع	رؤية أثر المشروع

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

أفكار العميل ومشاعره أثناء الرحلة للتعاطف معه

التفكيـــر والمشاعـــر :

المراحل:	٠١ البحث	٠٢ التواصل	٠٣ قبل التبرع	٠٤ أثناء التبرع	٠٥ بعد التبرع
الأهداف:	الوصول للجمعيات المميزة	وسيلة تواصل واضحة	وضوح المشروع	سهولة التبرع وسرعته	معرفة أثر المشروع
الفعل:	البحث عن مواقع الجمعيات وحساباتها	إرسال رسالة استعلام عبر وسيلة تواصل سهلة	الحصول على تفاصيل المشروع ومزاياه	تحويل المبلغ بشكل سريع	رؤية أثر المشروع
التفكير والمشاعر:	آمل أن أصل إلى الجمعيات بسهولة (متأمل)	هل سيردون بسرعة (محبط)	هل هذه الجمعية ثقة (محبط) لحظة الحقيقة	هل المبلغ كافي (غير متأكد)	سعيد بالتبرع لوجه الله (سعيد)

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

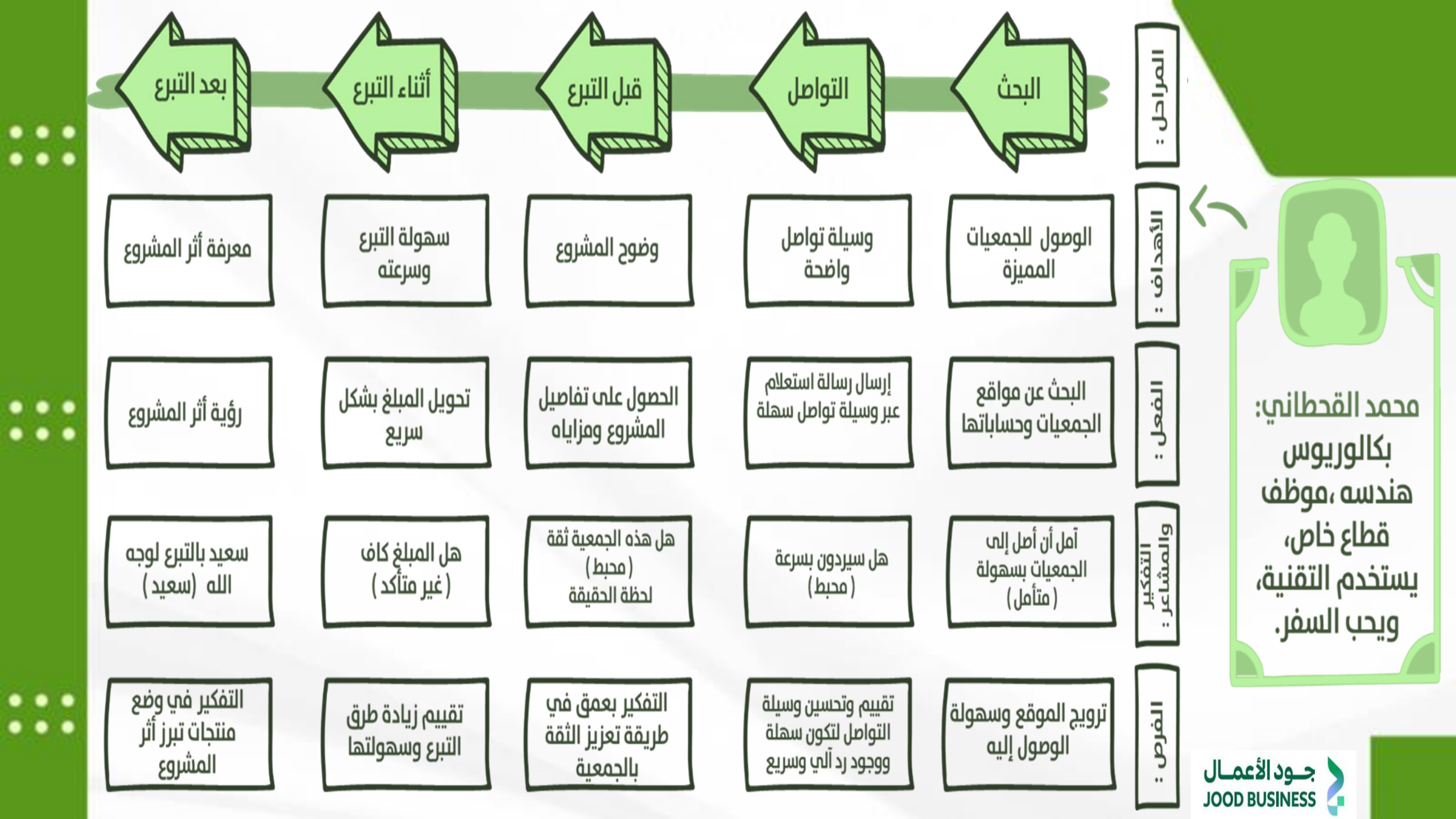
لحظة الحقيقة :

هي نقطة الاتصال التي تؤثر بصورة كبيرة
على بقية الإجراءات

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

الفرص :

تحديد فرص التحسين والتي تساعد في
تطوير رحلة العميل


المراحل :
البحث
التواصل
قبل التبرع
أثناء التبرع
بعد التبرع
الأهداف :
الوصول للجمعيات المميزة
وسيلة تواصل واضحة
وضوح المشروع
سهولة التبرع وسرعته
معرفة أثر المشروع
الفعل :
البحث عن مواقع الجمعيات وحساباتها
إرسال رسالة استعلام عبر وسيلة تواصل سهلة
الحصول على تفاصيل المشروع ومزاياه
تحويل المبلغ بشكل سريع
رؤية أثر المشروع
التفكير والمشاعر :
آمل أن أصل إلى الجمعيات بسهولة (متأمل)
هل سيردون بسرعة (محبط)
هل هذه الجمعية ثقة (محبط) لحظة الحقيقة
هل المبلغ كاف (غير متأكد)
سعيد بالتبرع لوجه الله (سعيد)
الفرص :
ترويج الموقع وسهولة الوصول إليه
تقييم وتحسين وسيلة التواصل لتكون سهلة ووجود رد آلي وسريع
التفكير بعمق في طريقة تعزيز الثقة بالجمعية
تقييم زيادة طرق التبرع وسهولتها
التفكير في وضع منتجات تبرز أثر المشروع
محمد القحطاني:
بكالوريوس هندسه ،موظف قطاع خاص، يستخدم التقنية، ويحب السفر.
جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

نصائح لتصميم الخارطـــة

٠١ استخدم خرائط كبيرة الحجم لتصبح محور النقاش.

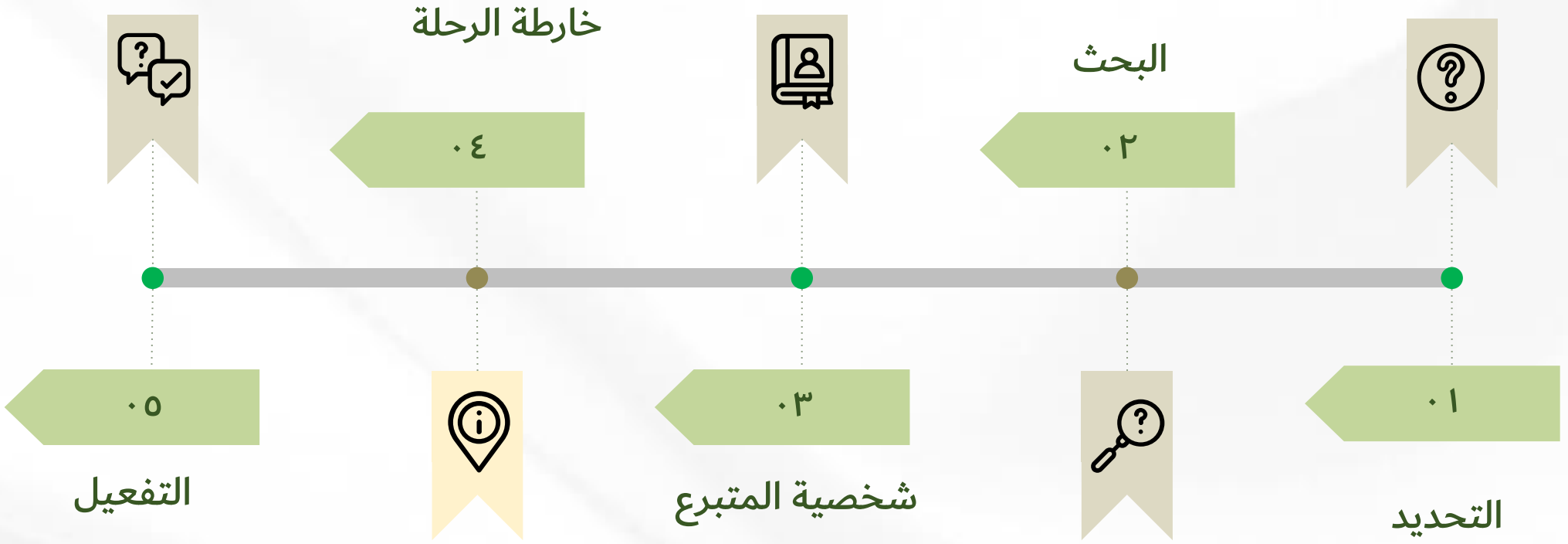
٠٢ يفضل ان تكون المراحل من ٣ – ٨ .

٠٣ تقسيم التجربة الى خرائط أكثر اذا لزم الأمر.

٠٤ قد تتضمن المقاييس تقييم رضا العملاء.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

مراحل رحلـــــة المتبرع



جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

استدامة المتبرع

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

استدامة المتبرع

المتبرع المستدام

هو المتبرع الذي يتبرع لك بشكل
دوري ومستمر

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

الفرق بين المتبرع التقليدي والمتبرع المستدام

المتبرع التقليدي	المتبرع المستدام
لا يهتم بقضية المنظمة	يهتم بالقضية
لا يسوق للمنظمة وأنشطتها	يسوق للمنظمة
ينقطع بعد التبرع	يتواصل باستمرار
لا يهتم بالمشاريع الأخرى	يهتم بالتبرع لمشاريع أخرى
لا يهتم بالنقد	يوصل نقده ومقترحاته

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

لماذا استدامــة المتبــرع

- زيادة مدة التزام المتبرع
- بناء علاقة مستمرة مع المتبرع
- تبرعات مضمونة
- تقليل المخاطر المالية
- فرصة التبرع لمشاريع أخرى
- استمرار الخدمات ، والبرامج

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

أنواع التبرع المستدام في العمل الخيري

الكافـل

الذي يقـوم بدفع مبلـغ شهري لصالـح مستفيد محدد (يتيـم ، أسرة ، طالـب ..الخ)

العضـو

الذي يدفـع رسـوم دورية مقابل الحصول على العضوية (عامل ، منتسب ، شرفي ، فخري)

المستقطع

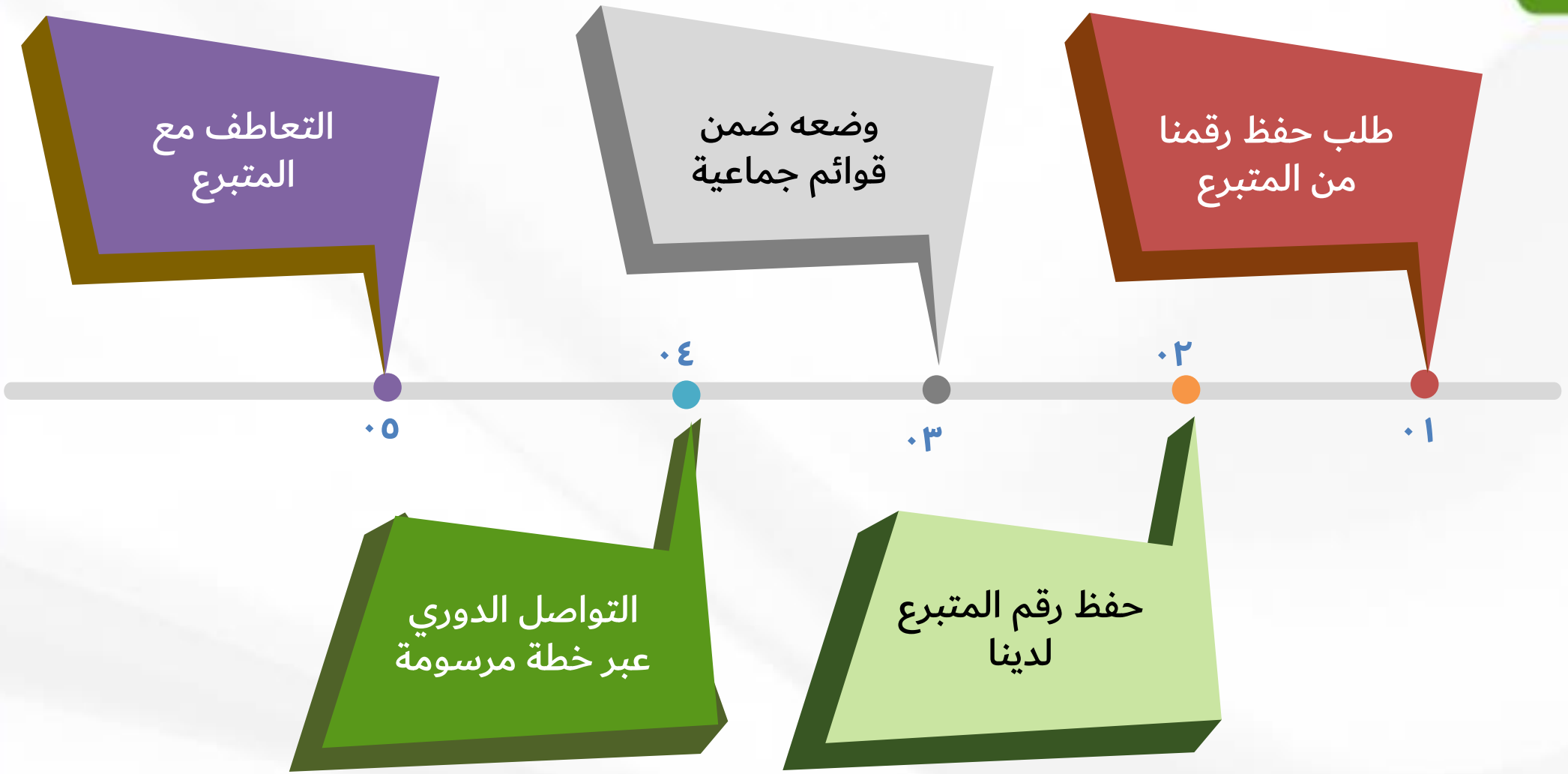
الذي يقـوم باستقطاع مبلغ دوري للمنظمة سواء لمشروع محدد أو غيـر محدد.

العملاء الأوفياء

يشترون بقيمة أعلى عشرة أضعاف من
قيمة الشراء الأولى لهم.

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

نموذج المحافظة على المتبرع



جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

استدامة المتبرع

الخطوات	التوضيح	استراتيجيات	المؤشر
الدخول	كيف يتم جلب أكبر عدد من المتبرعين إلى مقر المنظمة أو منصتها	١. إعلانات ٢. إطلاق مشاريع جديدة ٣. التسويق الشخصي	إجمالي عدد الزوار

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

استدامة المتبرع

الخطوات	التوضيح	استراتيجيات	المؤشر
التبرع	كيفية جعل المتبرع يتبرع لصالح المنظمة	١. عرض المشاريع التي تكون قريبة الاكتمال ٢-عرض الأيام المتبقية للإغلاق ٣. مشروع نوعي و جديد	عدد عمليات التبرع

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

استدامة المتبرع

الخطوات	التوضيح	استراتيجيات	المؤشر
زيادة متوسط التبرع	كيف يتم رفع متوسط التبرع	١.دمج المشاريع ٢.منتجات إضافية ٣. إضافة خدمات مثل: (الإهداء)	متوسط تبرع المستخدم الواحد

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

استدامة المتبرع

الخطوات	التوضيح	استراتيجيات	المؤشر
التكرار	كيف يتم جعل المتبرع يعود مرة أخرى	١.التواصل ٢.التذكير المستمر ٣.المشاريع الجديدة	متوسط عمليات التبرع للمتبرع الواحد

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

استدامة المتبرع

الخطوات	التوضيح	استراتيجيات	المؤشر
الجلب	كيف يجلب المتبرع متبرعين آخرين	١. الإهداء الخيري ٢. التبرع لمن ينشر ٣. مشاركة التبرع في منصات التواصل	عدد مستخدمي الإهداءات

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

استدامة المتبرع

الخطوات	التوضيح	استراتيجيات	المؤشر
تقليل التكلفة	كيف يتم تقليل تكلفة المتبرع الواحد	١.السفراء ٢.إعادة الاستهداف ٣. الإهداءات	تكلفة المتبرع الواحد

مثال تطبيقي:

الخطوات	التوضيح	استراتيجيات	المؤشر
الدخول	كيف يتم جلب أكبر عدد من المتبرعين إلى مقر المنظمة أو منصتها	إعلانات إطلاق مشاريع جديدة التسويق الشخصي	إجمالي عدد الزوار
التبرع	كيفية جعل المتبرع يتبرع لصالح المنظمة	عرض المشاريع التي تكون قريبة الاكتمال عرض الأيام المتبقية للإغلاق مشروع نوعي وجديد	عدد عمليات التبرع
زيادة متوسط التبرع	كيف يتم رفع متوسط التبرع	دمج المشاريع منتجات إضافية إضافة خدمات مثل: (الإهداء)	متوسط تبرع المستخدم الواحد
التكرار	كيف يتم جعل المتبرع يعود مرة أخرى	التواصل التذكير المستمر المشاريع الجديدة	متوسط عمليات التبرع للمتبرع الواحد
الجلب	كيف يجلب المتبرع متبرعين آخرين	الإهداء الخيري التبرع لمن ينشر مشاركة التبرع في منصات التواصل	عدد مستخدمي الإهداءات
تقليل التكلفة	كيف يتم تقليل تكلفة المتبرع الواحد	السفراء إعادة الاستهداف الإهداءات	تكلفة المتبرع الواحد

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

مؤشرات الأداء

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

تكلفة المتبرع الجديد

تكلفة التسويق ÷ عدد المتبرعين = تكلفة المتبرع الواحد

20000 ÷ 200 = 100 ريال

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

نسبة العائد على التبــرع

تكلفة الحملة التسويقية ÷ إجمالي عائد التبرعات = العائد على التبرع

10000 ÷ 200000 =5 %

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

تكلفة استدامة المتبرع

قيمة الخدمات تعني تكاليف العمليات الخاصة بالمتبرع

قيمة الخدمات ÷ عدد المتبرعين = تكلفة استدامة المتبرعين

4000 ÷ 100 = 40 ريال

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

معـــــدل حد الجدوى

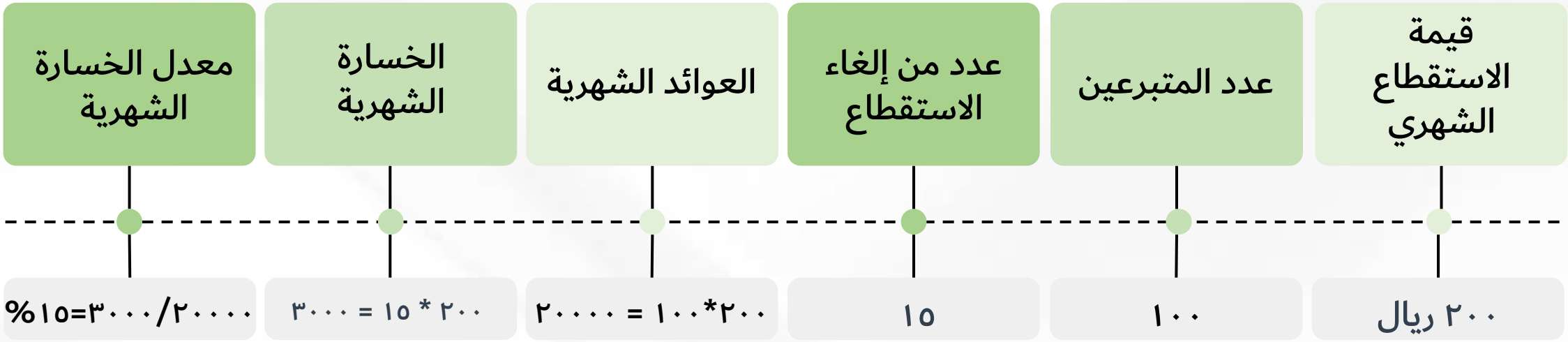
قيمة استدامة المتبرع ÷ تكلفة المتبرع الجديد

40÷ 100 =40%

يجب أن يصل معدل حد الجدوى نسبة ١ إلى ٣

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

معدل خسارة المتبرع المستدام



جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

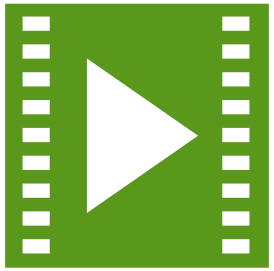
تطبيق عملي

الخطوات	التوضيح	استراتيجيات	المؤشر
الدخول	كيف نجلب أكبر عدد من المتبرعين الى مقر او منصة المنظمة.		
التبرع	كيف اجعل المتبرع يتبرع لصالح المنظمة		
زيادة متوسط التبرع	كيف ارفع متوسط التبرع		
التكرار	كيف أجعل المتبرع يعود مرة أخرى		
الجلب	كيف اجعل المتبرع يجلب متبرعين آخرين		
تقليل التكلفة	كيف اقلل تكلفة المتبرع الواحد		

تجارب ناجحة..

شاهد الفيديو المرفق، وأخبرنا هل تعرف تجارب أخرى ناجحة؟

وهل ستكون قريبًا من إحدى التجارب الناجحة..



جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

المراجع...

جـود الأعمـال
JOOD BUSINESS

شُكرًا لكم