

سياسة الظهور الإعلامي



الإصدار الثاني - يناير ٢٠٢٤م

يعد هذا الملف **دستوراً** لإدارة حسابات التواصل الاجتماعي والظهور الرقمي عموماً **ومنجماً** لبناء الأفكار الترويجية ، وفقاً لما ورد فيه من أفكار ومعلومات وسياسات كما يجب أن يكون في دائرة **التطوير المستمر** ليبقى مواكباً ومحافظةً على قوته



عناصر التميز

التنوع

دائرة المستهدفين

نوعية البرامج والمشاريع

مستوى العمل

المشاريع والبرامج

الفريق والخبرات

التخصصية

الجغرافية / الارتباط بالدلم

الفئة المستهدفة (الشباب)

* تعد هذه الميزات هي قاعدة لبناء إعلامي تسويقي للجمعية

الجمهور

هدف الاستهداف	تصنيف إضافي	العمر	الجنس
تكرار التعامل / التفاعل العالي / اطلاعه على المستجدات	مستفيد	15 +	ذكر
التفاعل مع المحتوى والمساهمة في الانتشار	متفاعل		
التعرف على الجمعية والاهتمام بالتفاعل	مستهدف	15 +	أنثى
التعرف على الجمعية والاهتمام بالتفاعل	متفاعل	عام	عام

* المسار العام ينتج عن المحتوى الذي تراعى فيه اللغة السائدة للتسويق والجمهور

مجالات المحتوى

2

حول العمل غير الربحي

1

التعريف بالجمعية ومستجداتها

4

محافظة الدلم

3

التفاعل الابتدائي

الموضوعات الفرعية

2

حول العمل غير الربحي

- نماذج عالمية للعمل غير الربحي
- تطورات العمل غير الربحي بالسعودية خلال السنوات الأخيرة
- حث الشرع على التطوع والعطاء
- التفاعل مع الحسابات الرسمية / ذات العلاقة
- عبارات أدبية في الحث والتحفيز على العمل غير الربحي

1

التعريف بالجمعية ومستجداتها

- التأسيس والمؤسسين ومجلس الإدارة والتفاعل مع حساباتهم
- التعريف المباشر (التسجيل ، الإشراف ، الأهداف ، القيم ، الرؤية ، الرسالة)
- دوافع تأسيس الجمعية بشكل مباشر وغير مباشر
- منجزات وأرقام – إحصائيات
- فريق الجمعية (الخبرات / التفاعل / ... إلخ)
- الأخبار – التغطيات
- التعريف بمشاريع الجمعية وبرامجها
- التعريف بمستجدات الجمعية وتحديثات الأنظمة.

الموضوعات الفرعية

4

محافظة الدلم

- التفاعل مع الأخبار الخاصة بالمحافظة
بنسبة معينة
- نجاحات شباب المحافظة

3

التفاعل الابتدائي

- استفتاءات حول التطوع وأثره
- استفتاءات حول برامج الجمعية
للمستفيدين / في الماضي أو مستقبلية
- مسابقات وسحب
- تفاعل مع المناسبات الدينية والوطنية
- تفاعل مع الأيام العالمية المناسبة
- تساؤلات عامة ومتخصصة

حول الموضوعات الفرعية

الربط برؤية المملكة ٢٠٣٠

التركيز على ما يرتبط بمجال الشباب

مستهدفات المملكة للشباب
والتطوع

المناسبات الوطنية

القطاع غير الربحي

نجاحات في محافظة الدلم

لغة المحتوى والتفاعل

اللغة الفصيحة الرسمية

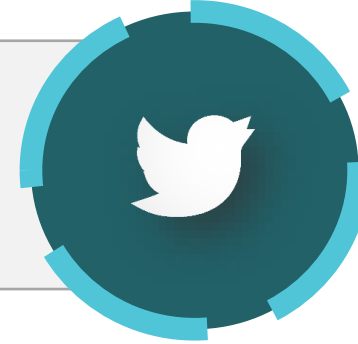
ذات أدبية بسيطة إلى متوسطة

لغة عامية بسيطة (بيضاء) مفهومة من جميع اللهجات

لغة الردود

المنصات وكميات النشر

القناة الرئيسية
يحتوي على جميع مجالات المحتوى
30 - 25 تغريدة شهرياً كحد أدنى

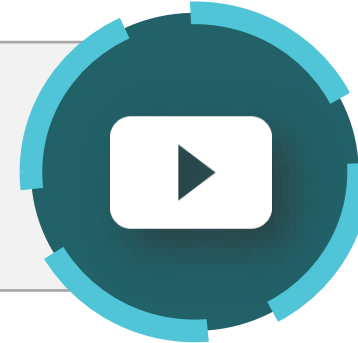


المستوى الأول

إبراز تميز الجمعية للداعمين وغيرهم
الأخبار + التغطيات (رسمي)
10 - 15 منشوراً شهرياً

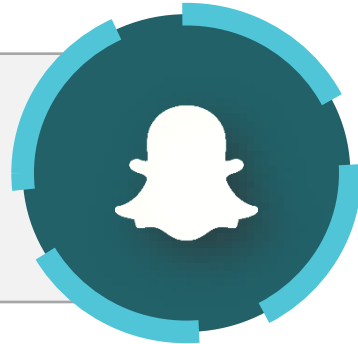


للأرشفة والإحالة لها
بروموهات التغطيات + اللقاءات
حسب الإنتاج

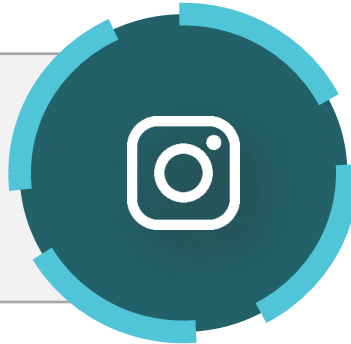


المستوى الثاني

قناة مساندة
بروموهات التغطيات + اللقاءات
حسب الإنتاج



معرض صور للتغطيات
تنشيط story أثناء الأحداث
10 - 10 منشوراً



المستوى الثالث

أنواع المحتوى

مواكب

هو المحتوى المواكب للأحداث العامة، المتفاعل معها، سواءً كانت أحداثاً اجتماعية أو مرتبطة بالقطاع غير الربحي من قريب أو بعيد

الأعياد / الأيام العالمية

مثال

موازي

هو المحتوى المساند للمحتوى الأساسي، يأتي بصورة تقريب الجمعية لقلوب الجمهور وزرع الثقة لديهم فيه.

المحتوى التثقيفي / التحفيزي

مثال

أساسي

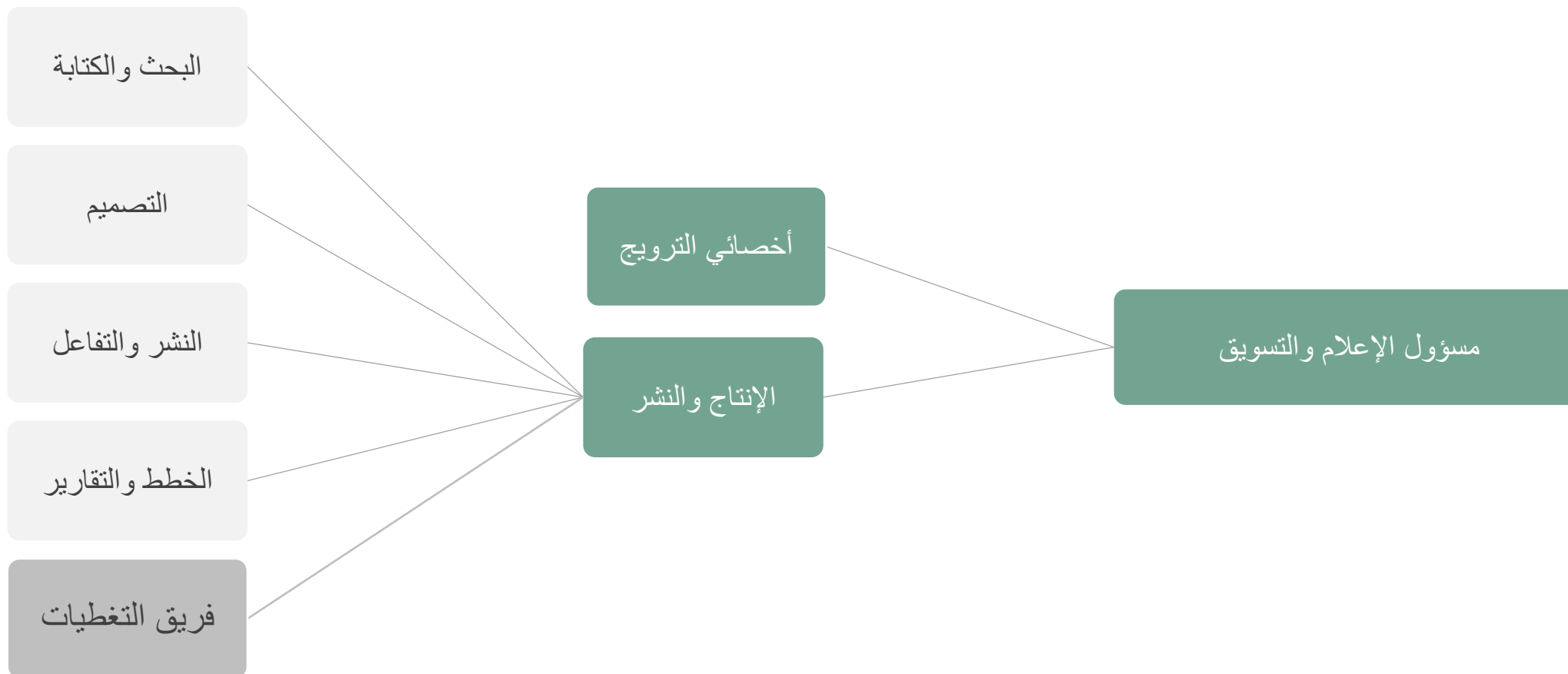
هو المحتوى المعرّف بالجمعية وبرامجها ومشاريعها، ويعد أساسياً لكونه يخدم الهدف الأساسي للوجود على منصات التواصل الاجتماعي.

- التعريف بالجمعية
- الحث على التسجيل في برنامج

مثال

الهيكل الإداري

لإدارة الإعلام والتسويق الرقمي



المهام التنفيذية

التصميم

إعداد النمط الفني
للمحتوى الرقمي

إعداد المحتوى الصوري
والتصاميم

فريق البحث والكتابة

البحث في المصادر

إعداد محتوى المنصات

إعداد الأفكار الفنية

إعداد أفكار الحملات
الترويجية

التنسيق والصيغة النهائية

أخصائي الترويج

اقتراح أسلوب الاستهداف

إنشاء الحملات الترويجية
على المنصات

إدارة الحملات أثناء عملها

التنسيق مع الحسابات
المؤثرة (الاعتيادية)

رفع التقارير الدورية
والنهائية

مدير الإعلام والتسويق

الإشراف على المهام
المتفرعة والتوجيه

تدقيق المحتوى النصي
والصوري

اعتماد المحتوى

مراقبة النشر

مراقبة الردود

آلية الإعلان والترويج

فريق التغطيات

تعاقد خارجي مع فريق متخصص بالتصوير والإنتاج، يحقق أهداف رقمية بكميات المواد المصورة والإنتاج الفني للفيديوهات. يهتم بالدرجة الأولى بتغطية الأحداث والإنتاج الخاص بها.

الخطط والتقارير

تنسيق الخطط الدورية وفق النموذج المعتمد لها

إعداد التقارير الدورية وفق النموذج المعتمد لها

النشر والتفاعل

جدولة المحتوى للنشر

مراجعة تحقيق أهداف النشر الرقمية

التفاعل مع الجمهور : المقترحات وغيرها

متابعة المقترحات مع فريق التشغيل

محتوى ملف الخطة الدورية



* يصنف المحتوى وفق المنصات، وترفع النسخة الأولى قبل بدء الخطة الدورية بـ 5 أيام عمل؛ للاعتماد.

محتوى ملف التقرير الدوري



* مقترح الاشتراك في أداة type fully لتحليل التفاعل على حساب تويترن وتطبيق سياسة : تكرار المحتوى الناجح.

سياسات إدارة التفاعل

الأزمات

إدارة الأزمات بكفاءة عالية

- رصد جميع المعلومات وترجيح الصحيح منها.
- لا يتخذ قرار الحل بشكل فردي.
- حل الأزمة على المستويين الإداري والإعلامي.
- التركيز على استثمار أقوى المسارات الإعلامية في معالجة الأزمة.
- أهمية سرعة المعالجة.

الشكاوى والمقترحات

أفضل استثمار للتغذية الراجعة

- استقبال الشكاوى والمقترحات ب:
 1. الاهتمام العالي.
 2. اللطف في التواصل.
- إغلاق ملفات الشكاوى والمقترحات مع فريق العمل.
- تضمين ما يتكرر من الجمهور في مدة زمنية محدد في التقرير الدوري، وناقش في اجتماع إداري.

التفاعل الابتدائي

رفع التفاعل في الحسابات

- البحث اليومي عن المتحدثين حول الجمعية والتفاعل معهم بإيجابية.
- البحث اليومي بكلمات مفتاحية محددة مثل: الدلم ، برامج شبابية، تطوع ... إلخ، والتفاعل معها بإيجابية.
- إطلاق الأفكار التفاعلية (السحوبات، المسابقات) بعدد محدد شهرياً.

النمط الفني للمحتوى



هنا يكتب العنوان

هنا يكتب النص مختصراً وموجزاً مع تغيير اللون
وتعريض الخط للنص المهم والمرتبط باسم
العنوان، مع الاهتمام لعلامات الترقيم.
نوع الخط : Expo Arabic



صورة
ترتبط بالعنوان
شفافة للون السماوي

نسمو بالرمم

@hemm1116
0552744000

hemm.org.sa



همم شبابية فني

30

يوم



ضمن 4 جمعيات على مستوي المملكة

حصلت الجمعية على الاعتماد الأعلى
للمعيار الوطني السعودي للتطوع
بتحقيقها جميع ممارسات المعيار
للمستويين الأول والثاني.

بالشراكة مع نادي الشرق الرياضي قمنا برنامجاً
ترفيهي للتراعم في النادي، حيث شمل البرنامج:
تعزيز القيم الرياضية والسياحة ودوري بلاستيشن
وتم تكريم اللاعبين المتميزين

**سعدنا بالمشاركة مع عدد من الجهات الحكومية
والأهلية والخيرية** في حملة التبرع بالدم (دمك
حياة)، والمقامة في قرية الدم التراتبية

ضمن مسؤوليتنا المجتمعية، سعدنا بالتعاون مع
نادي الشرق الرياضي بقيادة المرخص -تفاهم
الهدم- في مستشفى الأمير سلطان بن محمد بالدم
للاطفتان علي صحتهم

**سعدنا باستضافة المدرب الأستاذ وليد بن محمد
أبالحسن** في مقر الجمعية، وذلك لتقديم دورة
(الإصابات المنزلية الشائعة)

أرقام التطوع

 2241 عائد اقتصادي	 69 ساعة تطوعية	 34 منطوة ومنطوة	 12 فرصة تطوعية
--	---	--	---

@hemm1116
0552744000

hemm.org.sa



إشارات

2

التسويق الداخلي

- النظر في فرص ظهور كوادر الجمعية المميزة
- التفاعل مع حسابات الفريق
- صناعة أحداث إعلامية بين كوادر الجمعية

1

المحتوى التأسيسي

- الموقع التعريفي
- الملف التعريفي
- الفيديو التعريفي
- التقارير السنوية
- الهوية البصرية

إشارات

4

البرامج الشبابية الإعلامية

- بناء برامج تحقق أهداف الجمعية بشكل مباشرة ولكن بقنوات التواصل الاجتماعي ، مثل :
- بث مباشر مع خبير نفسي أو اجتماعي
 - بث مباشر مع شباب مستفيد
 - استقبال تساؤلات ومشاركات وإعادة نشرها في انفوجرافيك

3

مسارات تفاعلية

- إنشاء قنوات متنوعة وذكية في تفعيل انتشار التغطيات الخاصة بالبرامج ، ووضعها ضمن إجراءات إنتاج التغطيات ، مثل :
- واتساب الجمعية : النشر والحالة
 - رسائل جماعية من أعضاء الفريق لأشخاص مهتمين
 - ميزانية ترويجية في اليوتيوب على مستوى المحافظة
 - رسائل خاصة من تويتر لأفضل المتابعين للتفاعل مع التغطيات المنشورة

إشارات عامة

3

موضوعات لا يتطرق لها

- الموضوعات السياسية
- الموضوعات الدولية
- قضايا الرأي العام
- المواضيع التي لا ترتبط بمجال الجمعية ويستثنى من ذلك المواضيع في المجتمع المحلي بحسب مناسباته
- ما يتعارض مع مصالح الجمعية ومنسوبيها

2

أشخاص يمنع ظهور صورهم

- العنصر النسائي
- أصحاب المناصب الحساسة ومرتبطة ببرامج الجمعية
- صاحب سمعة حرجة في المجتمع المحلي خصوصاً ثم بدرجة أخف المجتمع العام
- عضو مجلس الإدارة المتحفظ عن خروج صورته

1

شخصيات تمثل الجمعية في الظهور

- المدير التنفيذي
- رئيس مجلس الإدارة
- مدير العلاقات العامة والإعلام

تنويه

تم إعداد هذه السياسة بما لا يتعارض مع أي من الأنظمة والتشريعات المعمول بها في المملكة العربية السعودية بشكل عام، وأنظمة ومعايير حوكمة القطاع الغير ربحي بشكل خاص، وهذا يشمل اللائحة الأساسية للجمعية، وجميع اللوائح والسياسات الداخلية.

تنويه

اعتمد مجلس إدارة الجمعية في الاجتماع **(العاشر)** في دورته **(الثانية)** هذه السياسة في **٢٠٢٤/٠١/٢٠ م**.

سياسة الظهور الإعلامي

الإصدار الثاني - يناير ٢٠٢٤م

