

الراعي الاستراتيجي



المنظم



تناويج الإعلام
TNAWIB MEDIA

RAQMIYAAT



البرنامج الوطني للمعارض والمؤتمرات
Saudi Exhibition & Convention Bureau

ترخيص رقم 16/0004385



خيركم

جمعية تحفيظ
القرآن بجدة

تجربة جمعية خيركم
في التنظيم الرسمي
للإعلام الاجتماعي



ملتقى الإعلام الاجتماعي

أولاً: خيركم في أرقام

تأسست خيركم عام 1396هـ

المستفيدون والمستفيدات
من البرامج التعليمية

رؤيتنا

بيئة جاذبة وتربية قرآنية

رسالتنا

تحقيق الخيرية من خلال ربط
فئات المجتمع بالقرآن الكريم
وتوفير بيئة تربوية جاذبة
تشجع الإبداع والمبادرات
باستخدام أحدث التقنيات
واستثمار الكوادر المتميزة .



التطبيق العالمي للهوا صد

277965



96774



المقراءة الهاتفية

السجون والإصلاحية

3628



7633



القضاء العسكري

المستشفيات

3200



1423

الجاليات غير الناطقة بالعربية

كلية الاتصالات

2099



32



المكفوفون

الصم

50



18



المعاقون حركياً

500000



المستفيدون والمستفيدات
من برامج الجمعية

3700



المعلمون والمعلمات

3700



الحلقات والفصول

610



المساجد والمدارس

9781



الحفاظ والحافظات

55000



الطلاب والطالبات

11598



تحقيق الامتياز في الاختبارات

RAQMIYAAT



المنظم



الراعي الاستراتيجي

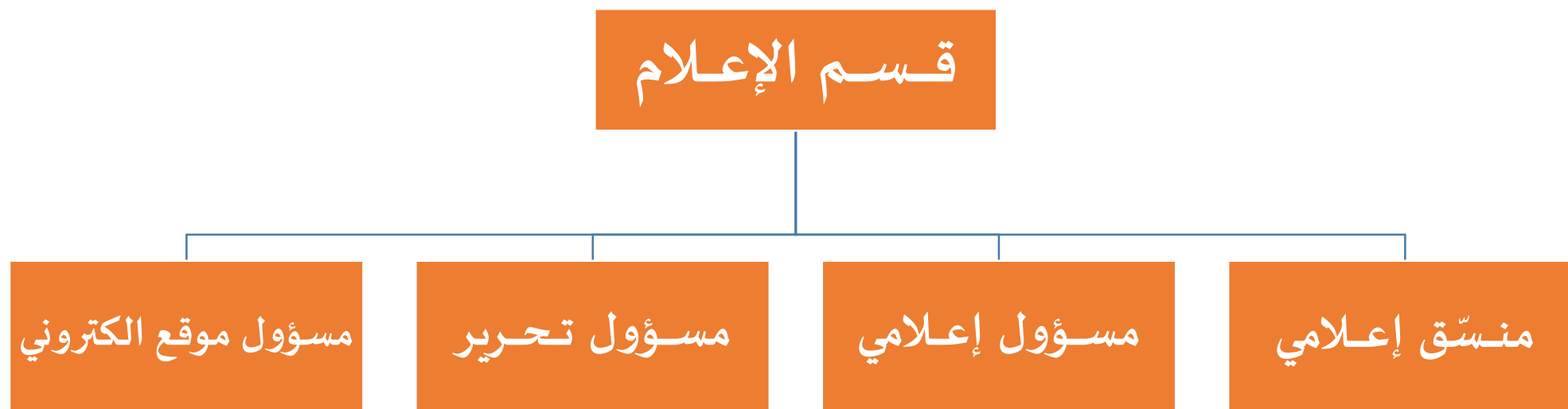


ثانياً: متى كانت البداية ؟ ولماذا ؟

في عام 1430 هـ

- ✓ تم فتح حسابات في المنصات الاجتماعية.
- ✓ تم الاقتصار على منصتي تويتر وفيس بوك.
- ✓ مبادرة فردية من موظف في قسم الإعلام.
- ✓ شعور بأهمية الحضور في هذه المساحات.
- ✓ محاكاة وتقليد للجهات المنافسة والقريبة.

وكان وقتها هيكل قسم الإعلام في إدارة العلاقات العامة والإعلام :



ثالثاً: كيف كانت البداية ؟

- ✓ مهمة جديدة بلا خطة عمل ولا متابعة ولا تقييم.
- ✓ تم تكليف موظف لديه مهام أخرى بإدارة العمل.
- ✓ محتوى ضعيف وغير موجّه لأهداف الجمعية.
- ✓ نشر إعلامي مشتّت وبصورة غير مخطّط له.
- ✓ آليات عمل غير ممنهجة وعمليات غير واضحة.
- ✓ مسؤوليات متناثرة بين الأقسام ذات العلاقة.

رابعاً: وماذا كانت النتائج ؟

- ✓ حضور إعلامي باهت في مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ محتوى إعلامي ضعيف يفتقر للأركان الرئيسية.
- ✓ محتوى إعلامي غير موجه إلى الأهداف الاستراتيجية.
- ✓ صرف مالي غير موجّه لتحقيق أهداف محددة.
- ✓ ضياع فرص لم تستثمر إعلامياً بالصورة الأفضل.
- ✓ استياء متكرر من المتابعين بسبب ضعف التواصل.
- ✓ انعدام مؤشرات قياس الأداء للإعلام الاجتماعي.

خامساً: ماذا حصل بعد ذلك ؟

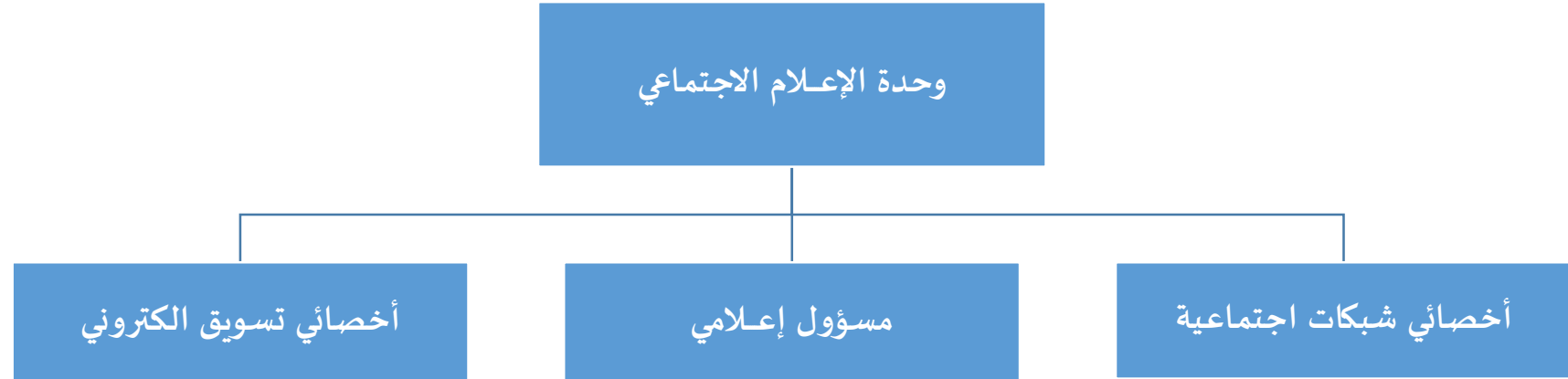
- ✓ في عام 1435 هـ تم اعتماد الخطة الاستراتيجية الجديدة للجمعية.
- ✓ كان واحداً من أهم مخرجات الخطة التركيز على الإعلام الاجتماعي.
- ✓ هدفان استراتيجيان من 11 هدف كانا مرتبطان بشكل مباشر بالإعلام الاجتماعي (تحقيق التواصل الفعال مع الجماهير – تعزيز الصورة الذهنية الإيجابية عن الجمعية).
- ✓ 3 مؤشرات أداء في بطاقة الأداء المتوازن للجمعية كانت مخصصة لقياس أداء الإعلام الاجتماعي. (قوة التأثير – عدد المواد الإعلامية - عدد المتابعين)

سادساً: كيف انعكس ذلك على الإعلام الاجتماعي في الجمعية ؟

✓ التنظيم الإداري

✓ منهجية العمل

➤ إنشاء وحدة للإعلام الاجتماعي في قسم الإعلام



➤ استقطاب موظفين مناسبين للمرحلة

- ✓ بكالوريوس إعلام + خبرة عملية في التحرير والصياغة 5 سنوات.
- ✓ بكالوريوس إدارة + دبلوم في التسويق الالكتروني + خبرة عملية 7 سنوات.
- ✓ بكالوريوس اتصال تسويقي + خبرة في إدارة المواقع الالكترونية سنتان.

➤ تأهيل وتطوير فريق العمل

- ✓ مشاركة فريق العمل في عدد من الدورات التدريبية المتخصصة.
- ✓ مشاركة فريق العمل في عدد من الملتقيات داخل المملكة وخارجها.
- ✓ مشاركة فريق العمل في عدد من ورش العمل المتخصصة.
- ✓ تعيين مستشار خارجي لتقديم الدعم والمساندة للفريق.

➤ التعاقد مع شركة متخصصة لإعداد خطة استراتيجية

- ✓ حيث تم العمل مع هذه الشركة على إعداد خطة استراتيجية للإعلام الاجتماعي بالجمعية بمشاركة كل من :
- ✓ الإدارة العليا للجمعية ممثلة في المساعد للتسويق والعلاقات العامة
- ✓ مدير إدارة العلاقات العامة
- ✓ فريق قسم الإعلام
- ✓ فريق وحدة الإعلام الاجتماعي

وجاءت مخرجات هذه الخطة على النحو التالي :



✓ وضع أهداف محددة للإعلام الاجتماعي

بناء صورة ذهنية متميزة عن الجمعية

بناء علاقات متميزة مع الحسابات المؤثرة

صناعة محتوى اعلامي متميز

زيادة حجم الجمهور المباشر للجمعية (متابع ، معجب ، ...)

التفاعل والتواصل السريع مع الجمهور

RAQMIYAAT



الجمعية الوطنية لحقوق الإنسان
Tahrik al-Haq

المنظم



TAWARIX MEDIA

الراعي الاستراتيجي



Al-Haq Media



✓ تحديد الجمهور المستهدف

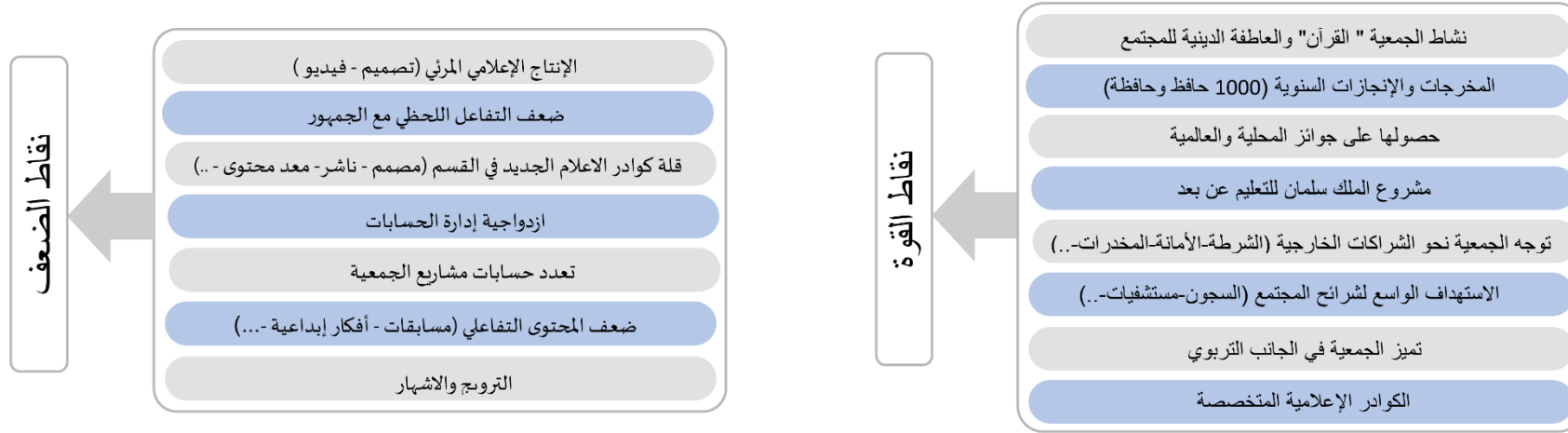


نوع الجمهور	داخلي (طلاب، معلمين، موظفين)	%10
	خارجي (الجمهور المستهدف في التوزيع الجغرافي)	%90
النطاق الجغرافي للجمهور	جدة	%50
	كافة مناطق المملكة	%40
	النطاق العالمي	%10
ديموغرافية الجمهور	الذكور	%70
	الإناث	%30
الفئات العمرية	من 10 إلى 25 سنة	%40
	من 20 إلى 70 سنة	%60

✓ تحديد الوسائل والمؤشرات

الهدف	الوسيلة
1	بناء الصورة الذهنية المتميزة عن الجمعية صناعة محتوى يعكس منجزات الجمعية (التفاصيل في الهدف الثالث) تغطية المناسبات وفعاليات الجمعية بشكل مستمر النشر الصحفي والإلكتروني بمعدل 700 منشور في السنة التواجد الفاعل في (تويتر-فيسبوك-واتس اب-يوتيوب-انستقرام-تيليجرام-سناپ شات) استهداف 12 مشهور اعلامياً لزيارة الجمعية
2	بناء علاقات متميزة مع الحسابات المؤثرة تكوين مجلس استشاري للإعلام الجديد من 5 شخصيات (مشاهير-متخصصين) مراسلة 100 شخصية مشهورة أسبوعياً من حسابات خارجية (منشن) تكوين تحالفات مع الحسابات المتميزة من القطاع الخيري (رتويت-تفضيل-اعجاب...) تنفيذ 3 انفوجرافيك شهري (2 عام يخدم القرآن-1 عن الجمعية) تنفيذ 30 قصاصة بهوية الجمعية شهرياً تجهيز عدد 10 مقاطع فيديو شهرياً تجهيز عدد 48 مقطع صوتي سنوياً (قراء خيركم) 8 أخبار شهرية 10 تغريدات يومية عدد 10 منشورات فيسبوك رفع 10 مقاطع يوتيوب شهرياً رفع 10 محتويات يومياً انستقرام مسابقات مخصصة للجمهور الداخلي الوصول إلى 100 ألف متابع في تويتر الوصول إلى 200 ألف معجب فيسبوك الوصول إلى 250 ألف مشاهدة لليوتيوب الوصول إلى 20 ألف متابع انستقرام الرد على كافة الاستفسارات خلال 12 ساعة كتابة سياسات الرد على الجمهور تجهيز أجوبة ملف الأسئلة المتكررة
3	صناعة المحتوى المتميز
4	زيادة حجم الجمهور المباشر
5	التفاعل والتواصل السريع مع الجمهور

✓ تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والمخاطر



التوصيات

- التركيز على قوة نوع النشاط واستخدام العاطفة الدينية لدى الناس.
- التركيز على صناعة محتوى متميز يعكس تميز منتجات الجمعية
- الحصول على الجوائز المحلية والعالمية وبراها بشكل مميز لرسم الصورة المتميزة.
- مشروع الملك سلمان للتعليم عن بعد لما للإسم من دلالة جماهيرية واسعة لدى الجمهور بالإضافة لإبراز دعم الجانب الحكومي لنشاط الجمعية ودورها.

التوصيات

- زيادة الكادر ، فقلة الكوادر العمل في الاعلام الجديد لن يساعد على تطبيق الخطة
- تخصيص ميزانية للاشهار والترويج لتحقيق مستهدفات الوصول والتأثير
- ازدواجية ادارة الحسابات مع تعدد حسابات مشاريع الجمعية (نقطتين تحتاج اليه عمل وضبط)

✓ دراسة تحليلية للجهات المنافسة في السعودية

✓ تحديد منصات العمل ونسب التركيز



منصات العمل ونسبة التركيز

منصة العمل	تويتر	انستقرام	واتس اب وتيليجرام	فيس بوك	يوتيوب	ساوند كلاود	سناب شات
نسبة التركيز	30%	20%	20%	13%	10%	5%	2%

✓ تحديد مضمون المحتوى وشكله

م	شكل المحتوى	نوع المحتوى	المستهدف السنوي	المنصة
1	نصي	مقال	50	تويتر - فيس بوك
		بيان صحفي	100	تويتر - فيس بوك
		تغريدات	3600	تويتر
		منشورات	3600	فيس بوك
		رسالة	360	واتس اب - تيليجرام
2	مرئي	فيديو	100	يوتيوب
		فيديو - صور	260	انستقرام - واتس اب - تيليجرام
		تغطية	50	سناپ شات
3	صوتي	صوت	260	واتس اب - تيليجرام
			360	ساوند كلاود



م	موضوع المحتوى	المستهدف اليومي	النسبة
1	مواضيع قيمة	5	50%
2	خدمات ومشاريع	2	20%
3	تسويق وتنمية موارد	2	20%
4	أخبار	1	10%

✓ تحديد معايير وسياسات النشر



سابعاً: رسم العمليات وتحديد المسؤوليات

العملية
إعداد الخطة التشغيلية للإعلام الاجتماعي
اعتماد الخطة التشغيلية
توزيع المهام والمسؤوليات وفق الخطة
إعداد المحتوى المناسب لكل منصة
جدولة نشر المحتوى
نشر المحتوى
تحليل تفاعل الجمهور مع المحتوى



تم تفتيت كل عملية إلى مهام صغيرة مع تحديد المسؤوليات

ثامناً: أثر التنظيم على فاعلية الإعلام الاجتماعي

- ✓ وضوح الأهداف وتحديد المسارات
- ✓ وضوح المهام والمسؤوليات بدقة
- ✓ معرفة الاحتياجات من وظائف وموارد بشرية ومالية
- ✓ رسم العمليات المتعلقة بالتخطيط والإعداد والنشر
- ✓ وضع السياسات وتحديد المعايير والضوابط
- ✓ تحديد مؤشرات الأداء والقياس
- ✓ كفاءة الأداء وجودة المحتوى

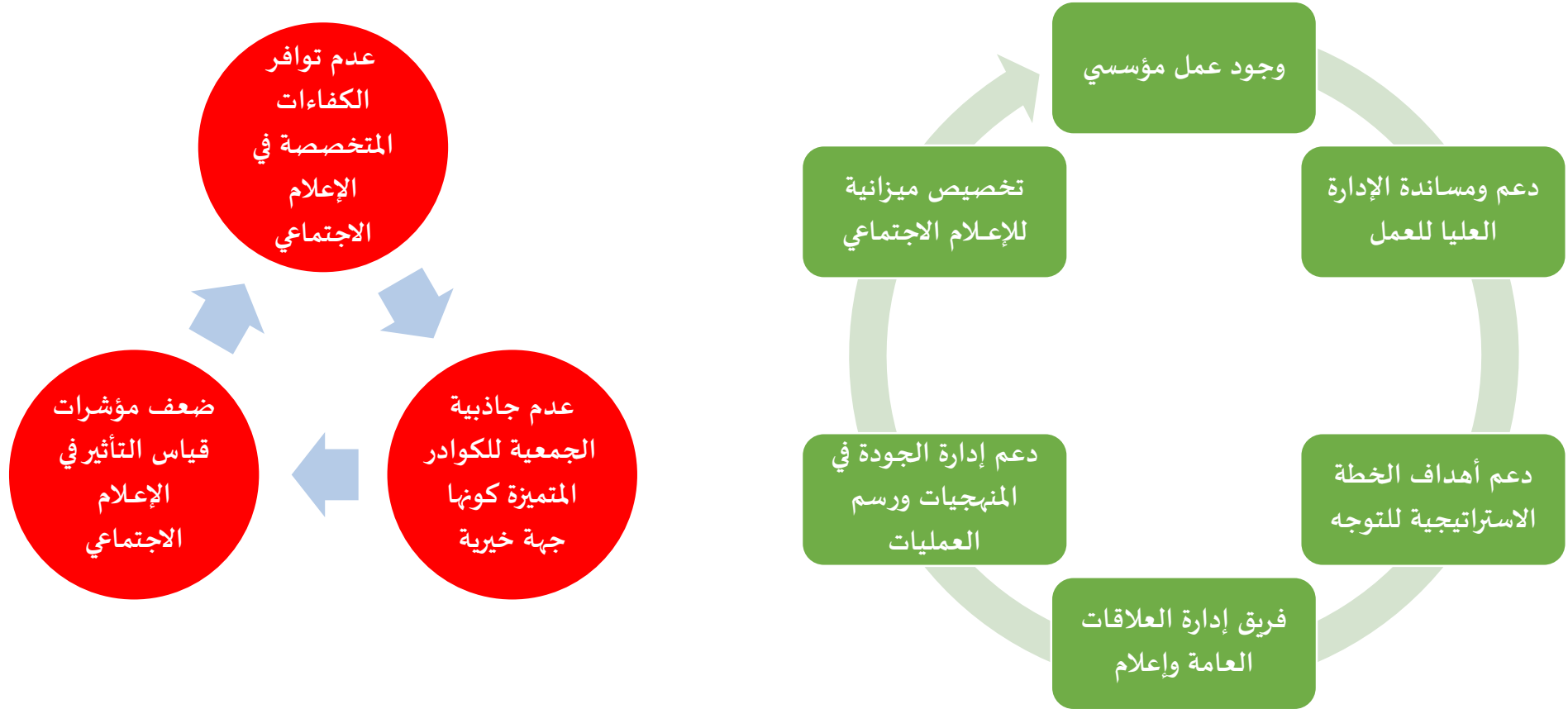
أثر التنظيم على فاعلية الإعلام الاجتماعي

- ✓ تكامل المحتوى المنشور مع ما يظهر في وسائل الإعلام الأخرى
- ✓ إخراج المحتوى بصورة تليق بالجمهور المتابع
- ✓ زيادة عدد المتابعين بزيادة تصل لـ 200% على منصتي تويتر وفيس بوك
- ✓ تعزيز الصورة الذهنية لدى المتابعين بشكل كبير جداً
- ✓ انخفاض معدل فترة الرد المستغرقة على الاستفسارات
- ✓ ارتفاع عدد التغطيات والتقارير والحملات المنشورة
- ✓ ارتفاع عدد مرات الظهور بنسبة تزيد عن 150%

تاسعاً: آليات التطوير والتحسين المستمر

- ✓ رصد ومتابعة وتحليل متغيرات منصات الإعلام الاجتماعي.
- ✓ دراسة سلوك الجمهور المتابع لتطوير الأداء وتحسين المحتوى وابتكار خدمات.
- ✓ التحليل المستمر لحسابات خيركم في منصات الإعلام الاجتماعي.
- ✓ متابعة المنافسين والإفادة من نقاط القوة والضعف.
- ✓ مراجعة المهام والمسؤوليات المرتبطة بأداء العاملين.
- ✓ مراجعة وتحسين العمليات.

عاشراً: مقومات النجاح وبعض الصعوبات



شكراً لإنصاتكم ونسعد دائماً بمقترحاتكم

      /khayrocom

www.qj.org.sa

920016670



خيركم
جمعية تحفيظ
القرآن بجدة

