

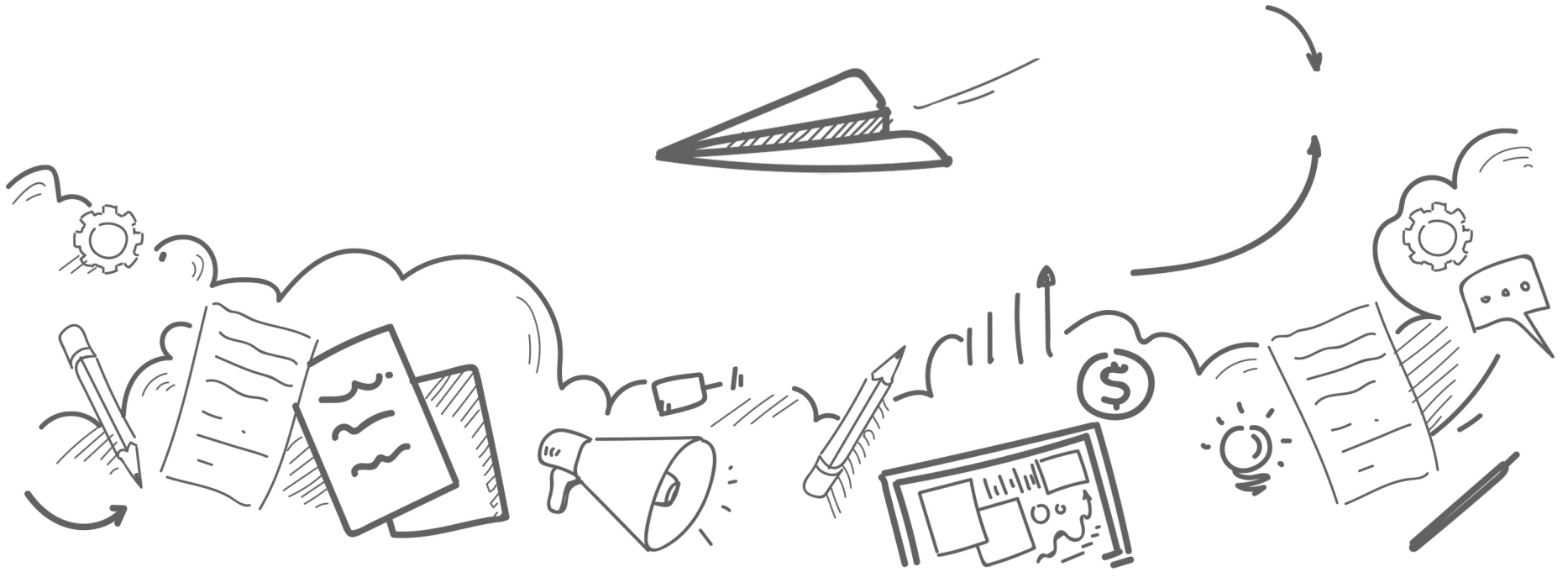


جمعية التطوع الأهلية (فزعة)

Voluntary National Association (FAZZAH)



الخطة التسويقية



الرؤية:

أنموذجاً ريادياً في العمل التطوعي .

الرسالة:

نشر ثقافة العمل التطوعي باحترافية وواقعية وإطلاق برامج التطوع في شتى المجالات لخدمة كافة شرائح المجتمع في مدينة الحبيب صلى الله عليه وسلم وما حولها .

الأهداف:

- 1 ترسيخ رسالة التطوع في مختلف المجالات ، وتوضيح مسارات جديدة في منهجيات التطوع .
- 2 تمكين و تأهيل وتدريب الشباب في المجالات التطوعية ورفع كفاءة ممارساتهم التطوعية .
- 3 المساهمة في استدامة معيار التطوع الإحترافي .
- 4 تحديث الدراسات التي تخدم المجالات التطوعية بشكل دوري .
- 5 تمييز متطوعي موسمي الحج والعمرة وخدمة الحرمين الشريفين بآلية التطوع الإحترافي .
- 6 تعزيز ثقافة العمل التطوعي المدروس لتحقيق رؤية المملكة ٢٠٣٠ م .
- 7 مساندة المتطوعين من كافة الجهات بكل ما يخدم توجهاتهم التطوعية .
- 8 رفع جودة المبادرات والممارسات الاجتماعية ونقلها إلى نطاق الإبتكار لدعم إستدامتها وزيادة نتائجها التنموية .

جمعية التطوع الأهلية (فزعة)

Voluntary National Association (FAZZAH)



فريق التسويق



أخصائي إدارة منصات تواصل اجتماعي

إدارة منصات التواصل الاجتماعي من نشر وردود وإدارة منصة النشرات البريدية ، متابعة الأنماط المفاجئة على المنصات والتعاون مع كاتب المحتوى لتجهيز المحتوى اللازم للنشر والترويج حسب خطط التسويق



كاتب محتوى ومصمم إبداعي

توفير محتوى متدفق مع تصاميمها دون انقطاع حسب توجهات استراتيجية المحتوى في التسويق

أخصائي تسويق استراتيجي

لتخطيط وتنفيذ الخطط الاستراتيجية ومبادرات لزيادة قوة الجمعية وبناء وتنفيذ الحملات الترويجية

استراتيجيات التسويق ودخول السوق

الاستراتيجية الأولى / الموقع الإلكتروني

تحسين جودة المحتوى المعروض في الموقع و التركيز في الصفحة الرئيسية

التسجيل كمتطوع



إعادة النظر في ترتيب المحتوى



الانجازات



إضافة متجر إلكتروني



صناعة و إبتكار ووضع منتجات رقمية من الموقع وربطها مع بوابات الدفع مباشرة والتسويق لها في قنوات و كتالوجات الترويج في الانستقرام و google وتويتر وتحقيق عوائد مالية للجمعية بشكل أكبر وافضل و التركيز على المنصات التي تحقق نتائج أفضل

استراتيجيات التسويق ودخول السوق

الاستراتيجية الثانية / المحتوى الرقمي

إعداد خطة محتوى تتضمن مشاركات من مختصين في العلوم الإنسانية

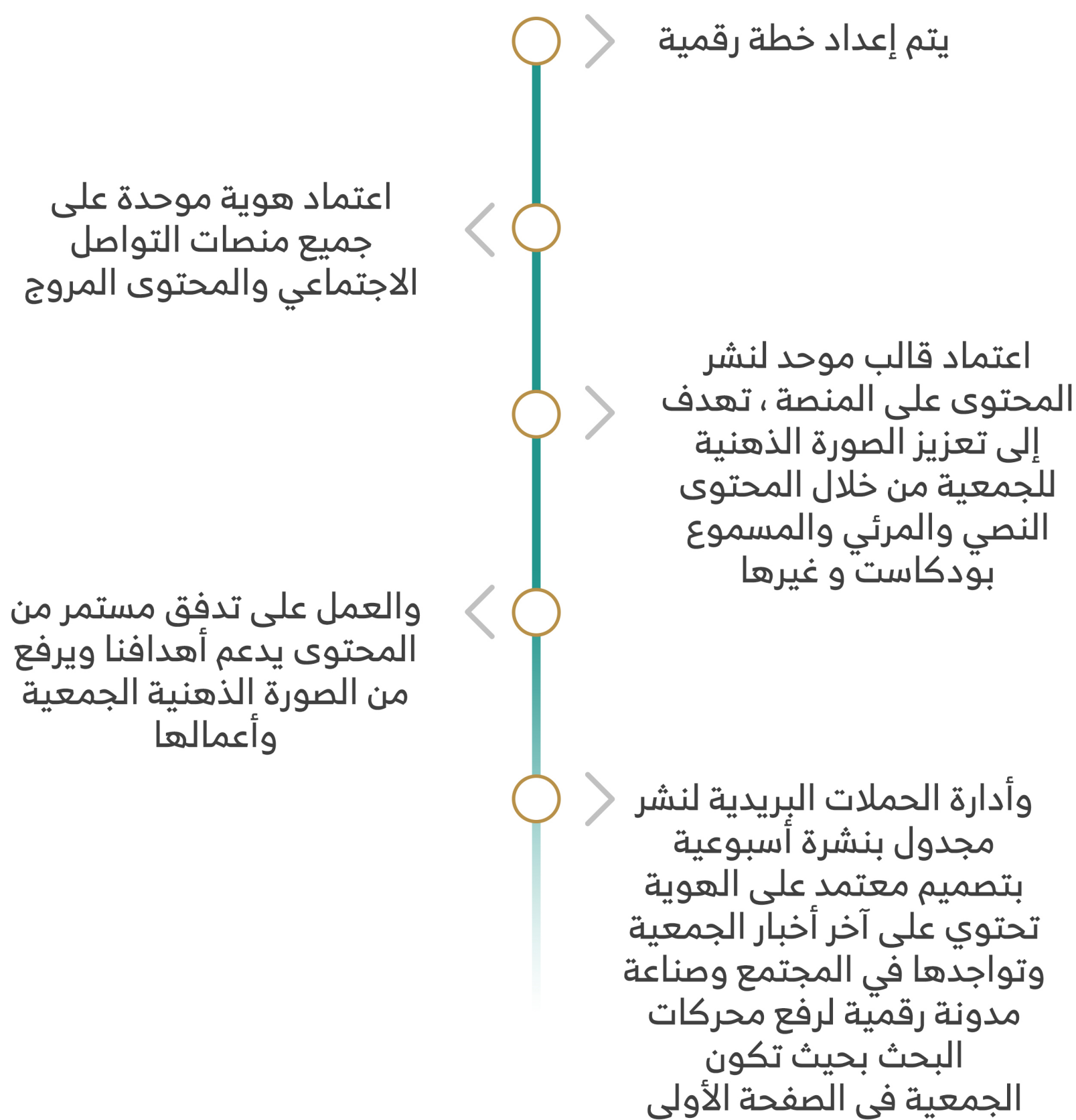


لتسليط الضوء على أثر التطوع على الفرد و المجتمع من زاوية نظرهم المتخصصة
وفتح المجال للمنشآت الصناعية والتجارية للمساهمة في إثراء الساحة التطوعية
عبر مبادرات تستهدف المجتمع من خلال التدريب وتقديم حلول فعالة
للاستفادة من هذه الجهات اولا بتقديم الدعم للجمعية
وايضا على مستوى الفرق التطوعية

استراتيجيات التسويق ودخول السوق

الاستراتيجية الثالثة / التسوق الرقمي

بالتنسيق مع الفريق التنفيذي

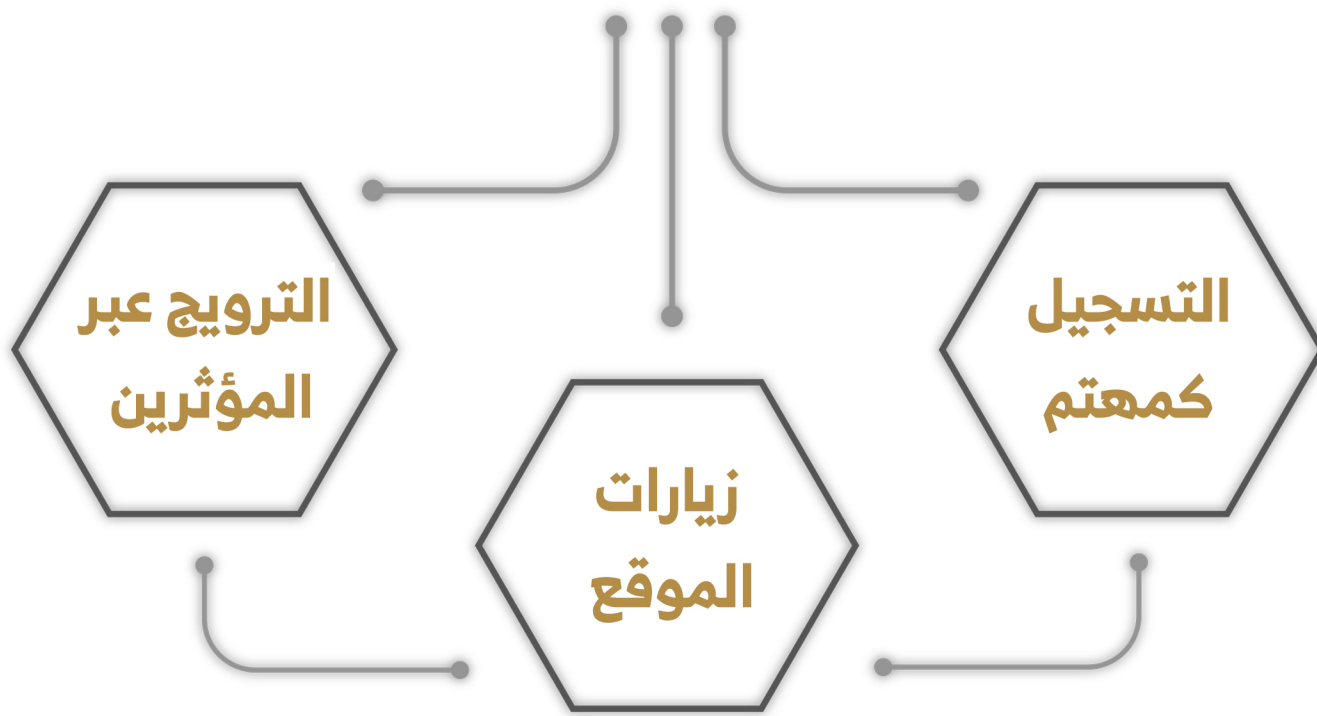


استراتيجيات التسويق ودخول السوق

الاستراتيجية الرابعة / ترويج المحتوى الرقمي

ترويج المحتوى الرقمي بحيث تكون الجمعية مرجع لعالم التطوع والأولى في التوعية عن التطوع وبناء عالم رقمي للتطوع يساعد على الابتكار عبر منصات الترويج المناسبة للحصول على زوار ومتطوعين للمنصة بعمل حملات مقسمة حسب الأهداف .

الأهداف



بتوظيف وكالة خارجية والنشر على جميع المنصات اعلاه باضافة وكما انه ننشر في اليوتيوب الفعاليات التي تقام في الجمعية بمونتاج معتمد على هوية الجمعية

استراتيجيات التسويق ودخول السوق

الاستراتيجية الخامسة

توفير حلول الدفع الالكتروني وربطه مع بوابة الدفع والتعاقد مع مزودي الخدمة مثل جيديا أو عبر البنوك وتسهيل شراء المنتجات لتسهيل رحلة الزائر للموقع والحث على الدفع وتنمية الموارد المالية للجمعية على الموقع الإلكتروني بتوفير تسجيل واضح وسهل للمتطوعين على الصفحة الرئيسية .



وتوفير حلول دفع إلكتروني لتسهيل التبرع للجمعية مثل
مدى وفيزا و Pay Apple

استراتيجيات التسويق ودخول السوق

الاستراتيجية السادسة

توثيق الأعضاء بدرجات عضوية بمميزات مختلفة حسب درجة العضوية



والقيام بشراكات مع موفري خدمات ومنتجات لتوفير خصومات معينة لأصحاب الفئات حسب درجاتهم وتوفير دورات تدريبية خاصة بهم لتطويرهم وتحفيزهم وتعطي هذه الدرجات بناء على ساعات التطوع لفئة المتطوعين وبالمقابل ايضا تكون هذه العضويات بمبالغ تقدم لاصحاب الاعمال والمهتمين بالتحول الرقمي وكل عضوية بمقابل مادي يفرض عليها خصومات معينة

الاستراتيجية السابعة

الرعايات المجانية للمجتمع مثل :

- الرعايات المجانية للمجتمع مثل اقامة فعاليات للأطفال في الحدائق العامة مع التنسيق مع البلدية لنشر الوعي عن الجمعية .
- كسب مكانة في المجتمع واقامة مبادرات تطوعية .
- التسويق لبرامج الجمعية .
- جمع التبرعات تكون أرباحها لدعم جهود الجمعية لتحقيق توسع أكبر ويتم ترويج هذه الأحداث عبر المؤثرين ومنصات التواصل الإجتماعي .

استراتيجيات التسويق ودخول السوق

الاستراتيجية الثامنة

استهداف الشركات في تقديم تبرعات بالأصول



حيث أن الشركات قد تتبرع بمركبة أو أي أصل من أصولها في سبيل خدمة الجمعية إما بشكل مؤقت أو نقل ملكيتها للجمعية وبالتالي رفع قيمة أصول الجمعية وتخفيف التكلفة التشغيلية على الجمعية ومن الممكن استثمار الأصول

استراتيجيات التسويق ودخول السوق

الاستراتيجية التاسعة

استهداف الشركات في تقديم تبرعات بالأصول

الإشتراكات في الجمعية " فزعة هاب "

اللقاءات تكون بشكل دوري و بشكل احترافي وتستهدف فئات معينة من المجتمع كالاطباء و المعلمين و رواد الأعمال و المهندسين و توقيع اتفاقيات مع جهات حكومية بحيث يكون لدى الجمعية قاعدة اكبر و تحقيق عوائد اكبر بالاشتراك من قبل المستفيدين من خدمات الجمعية من المهنيين وغيرهم .

اللقاءات



تقدم من رواد الأعمال وعقد اجتماعات في بعض الملتقيات مثل سبيس تويتر او كلوب هاوس او عبر احد من مزودي الخدمة و بالتالي تحقيق اكبر اثر للجمعية وتحقيق الهدف الاسمي وهو مؤشر ثقافة التطوع بين فئة مؤثرة في المجتمع .

الإستشارات

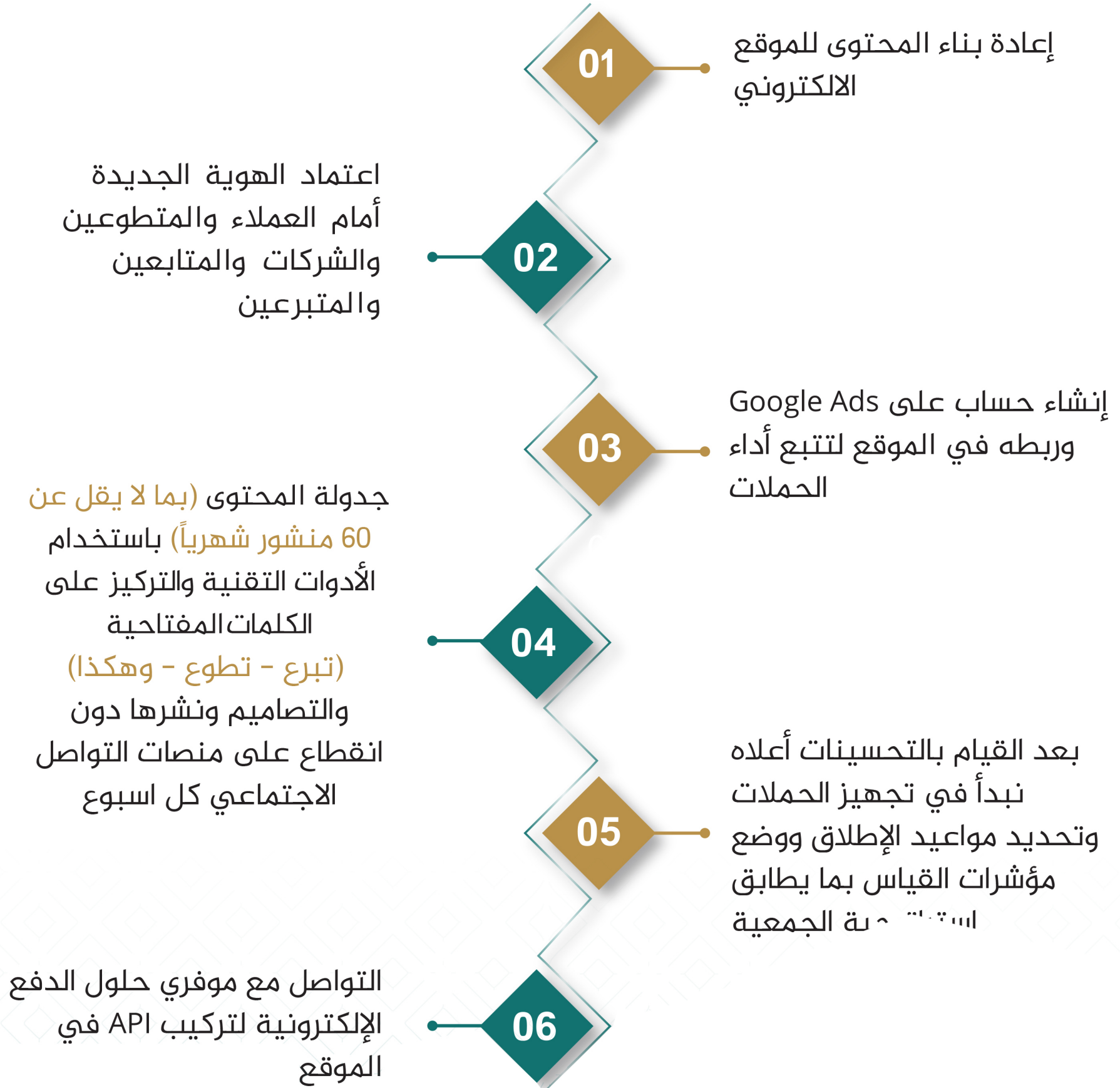


امتلاك الجمعية و استثمار الأصول بداخلها مثل المكاتب و قاعات الاجتماعات و توفير المقرات للرقميين بدون مقابل و لبعض شرائح المجتمع لرسم رمزية تساعد في الاستدامة المالية للجمعية .

إستخدام الأصول



الخطوة



• الهدف:

- إبراز وترسيخ الهوية الاحترافية للجمعية للتحدث مع الأطراف الخارجية سواء في الموقع أو منصات التواصل الاجتماعي.
- مراقبة العوائد على الحملات.
- زيادة التفاعل على الحسابات (الوصول إلى +16 ألف متابع خلال السنة).
- تسهيل عملية التبرع لرفع الإيرادات لأكثر من 500,000 سنوياً.
- نشر الوعي عن الجمعية وتسجيل عدد 15000 رقمي سنوياً.
- الحصول على شراكات مع القطاع الخاص ضمن توجه العلاقات العامة وتحقيق هدف التبرع 500,000 ريال سعودي بعد 24 شراكة.

مرحلة التعلم

- **المرحلة الاختبارية للحملة** وقد تمتد من 5 - 14 يوم ولنستفيد من مرحلة التعلم يجب أن نستثمر في المنصة مبلغ عالي لضمان انتشار واستهداف صحيح منذ البداية لكي نحقق نتائج عالية بتكاليف أقل مع مرور الوقت ثم نقلل التكلفة بعد الخروج من مرحلة التعلم.



بحوث التسويق

• ملخص الشرائح المستهدفة:

لتحقيق أهداف هذه السنة سنستهدف الشرائح التالية بناء على الاستراتيجية التسويقية أعلاه:

الشريحة الثانية

- متطوعين:
جذب الأفراد للتسجيل
كرقميين عبر الموقع
الإلكتروني
- متبرعين:
جذب الأفراد للتبرع للجمعية
عبر الموقع الإلكتروني
- مقدمي الدورات:
جذب مقدمي الدورات لتقديم
أعمالهم لخدمة المجتمع
بشكل مجاني وتحفيزهم
برسائل اعلانية معينة

الشريحة الأولى

- الجهات الحكومية:
المهتمة بالمسؤولية
الاجتماعية والاستفادة من
المقرات مثلا والاستفادة من
الدعم اللوجيستي
- الشركات:
شركات القطاع الخاص التي
تهتم في المسؤولية
الاجتماعية كشركاء وجهات
مستفيدة

القنوات التسويقية



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جمعية التطوع الخيرية " فزعة "
مسجلة في وزارة العمل
والتنمية الإجتماعية رقم (٧٨١)
المدينة المنورة - الإسكان

0 1 4 8 4 4 8 8 4 8 📞

0 1 4 8 4 4 8 9 9 8 📠

Fazzah.2030@gmail.com ✉

www.fazzah2030.com 🌐

SA7380000432608018000107 العام 🏠

SA0780000432608018000131 الزكاة 🏠

SA0680000432608018000149 الوقف 🏠

SA2980000432608018000123 الإستثمار 🏠



جمعية التطوع الخيرية (فزعة)
Voluntary Charity Association (Fazzah)

🐦 📸 📺 @Fazah_2030