

حامد الذيابي

مستشار التسويق والاستدامة المالية

تقرير

# أبرز 10 حملات تسويقية

رمضان 1446 هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# الفهرس

- 1 | المقدمة  
صفحة 04
- 2 | منصة إحسان  
صفحة 05
- 3 | منصة جود الإسكان  
صفحة 07
- 4 | اللجنة الوطنية لرعاية  
السجناء وأسرههم ...  
صفحة 09
- 5 | هاف مليون  
صفحة 11
- 6 | ماكدونالدز  
صفحة 13
- 7 | جمعية الوداد الخيرية  
لرعاية الأيتام  
صفحة 15
- 8 | كسوة فرح  
صفحة 17
- 9 | جمعية بناء لرعاية  
الأيتام  
صفحة 19
- 10 | جمعية تراؤف  
صفحة 21
- 11 | جمعية ترميم  
صفحة 23
- 12 | الجانب السلبي في  
الحملات التسويقية  
صفحة 25
- 13 | خاتمة وتوصيات  
صفحة 26

# المقدمة

في ظل الدعم اللامحدود من ولاة أمرنا -حفظهم الله-، يشهد القطاع غير الربحي في المملكة العربية السعودية حراكاً متجدداً وملهماً، خصوصاً في المواسم الإيمانية كشهر رمضان المبارك، الذي يشكل محطة سنوية لانطلاقة حملات وطنية وخيرية مبتكرة. وفي هذا التقرير، نسلط الضوء على أبرز الحملات الرمضانية لعام 1446هـ/2025م، والتي تنوعت في أهدافها، وابتكرت في أدواتها، وتوسعت في جمهورها، وسخرت كل الإمكانيات التقنية والإعلامية لتعزيز العطاء وترسيخ ثقافة التبرع. ويهدف هذا التوثيق إلى إبراز الجهود المبذولة، واستعراض التجارب الناجحة، وتحفيز الجهات الأخرى على الإبداع والمبادرة بما يسهم في تحقيق مستهدفات رؤية السعودية 2030.

## تعريف الحملة

حملة وطنية أطلقت عبر منصة إحسان بموافقة ولاة أمرنا حفظهم الله، تهدف إلى جمع التبرعات لدعم مشاريع خيرية وتنموية متنوعة في شتى المجالات، مثل الجانب التعليمي والاجتماعي والصحي الخ... على مستوى المملكة.

# وسم الحملة: #الحملة\_الوطنية\_للعمل\_الخيري في نسختها الخامسة



## فئات و فرص التبرع

تبدأ من 1 ريال  
صندوق إحسان الوقفي  
زكاة المال  
إنشاء حملات  
التبرع الدوري  
المحسن الصغير  
الأضاحي  
الإهداء  
التبرع بالرسائل  
غراس  
تطهير الأسهم



## الفئات المستهدفة

الأفراد  
والشركات  
والمؤسسات المانحة



## منصات حشد التبرع

التطبيق  
المتجر الإلكتروني  
الحساب البنكي  
الرسائل النصية  
التبرع من خلال تطبيقات  
التوصيل وقطاف و  
البنوك وغيرها



## منصات التواجد

بث مباشر  
الصحف  
التغطيات الإعلامية  
القنوات التلفزيونية  
الإذاعات  
الإعلانات الخارجية  
مواقع التواصل الاجتماعي



للوصول  
للفيديو

أبواب الخير




WSP SPA

إحسان

تبرع  
ان  
سخي  
ان

صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن سلمان بن عبد العزيز آل سعود  
30 مليون ريال

صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن عبد العزيز آل سعود  
40 مليون ريال

بموافقة من خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود  
إطلاق حملة إحسان للعمل الخيري (الخامسة)  
الجمعة 7 رمضان 10:00 مساءً  
@IhsanSA | بث مباشر قناة الجزيرة

إحسان

8001247000

للحملة الوطنية للعمل الخيري بنسختها الخامسة عبر منصة «إحسان»

8001247000  
@IhsanSA | Ihsan.sa

### أبرز نتائج الحملة

- إطلاق الحملة بموافقة وتبرع الملك وسمو ولي العهد أطال الله بعمرهم و حفظهم.
- بث امتد لمدة أكثر من ثلاث ساعات مع الشركاء في التبرع من مانحين وشركات وأفراد وتحديث لأرقام التبرعات.
- سهولة تجربة التبرع و تنوع المشاريع.
- التواجد في كل منصات التبرع مثل البنوك و التطبيقات..الخ.
- تنوع فئات التبرع وسهولة قدرتهم على التبرع من كل مكان وفي أي وقت.

## تعريف الحملة

أطلقت منصة "جود الإسكان"، التابعة لمؤسسة الإسكان التنموي الأهلية "سكن" حملتها لتوفير الوحدات السكنية للأسر الأشد حاجة في المملكة بشعار الجود يبي له وقفة.

#جود\_المناطق 2 وسم الحملة: #جود\_المناطق 2



## فئات و فرص التبرع

تبدأ من 1 ريال  
استقطاع شهري  
بطائق إهداء  
إنشاء مبادرات فردية  
/جهات



## الفئات المستهدفة

الأفراد  
والشركات  
والمؤسسات المانحة



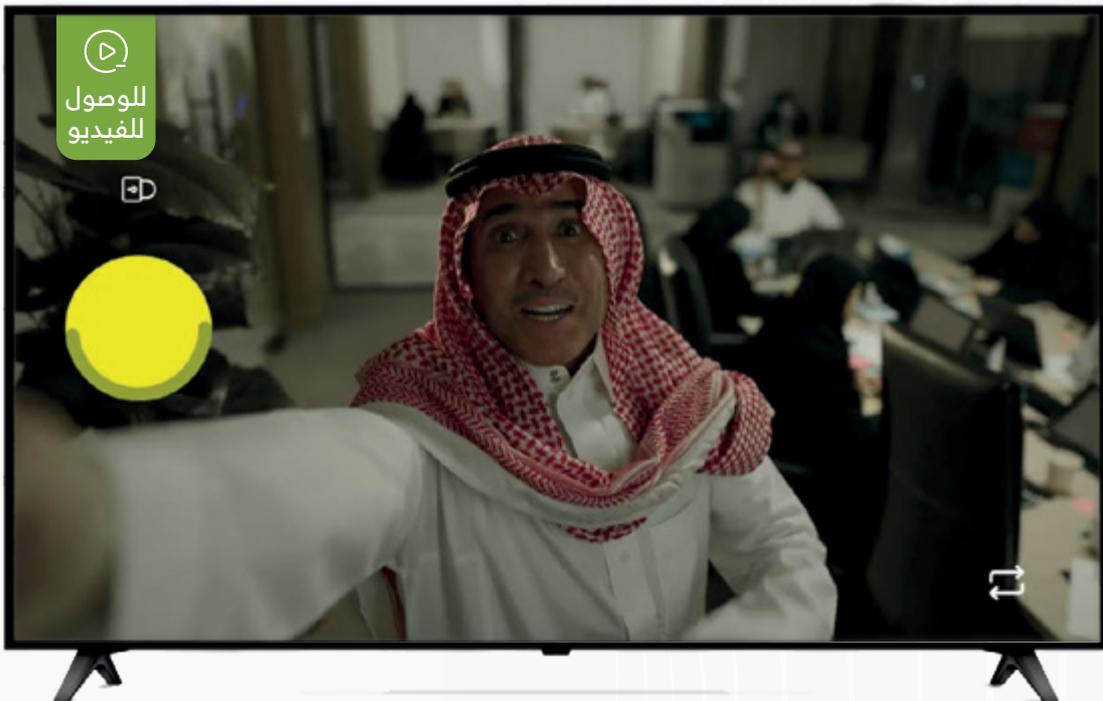
## منصات حشد التبرع

التطبيق  
المتجر الإلكتروني  
الحساب البنكي  
الرسائل النصية  
التبرع من خلال تطبيقات  
التوصيل وقطاف و  
البنوك و غيرها



## منصات التواجد

بث مباشر  
الصحف  
التغطيات الإعلامية  
القنوات التلفزيونية  
الإذاعات  
الإعلانات الخارجية  
مواقع التواصل الاجتماعي





صور  
الحملة



### أبرز نتائج الحملة

- تبرع ولاية الأمر 150 مليون ريال.
- دشنت برعاية وزير الشؤون البلدية والقروية والإسكان ماجد الحقييل.
- مقر الحملة رسميًا في مدينة الأمير محمد بن سلمان غير الربحية (مدينة مسك)، بحضور عدد من أمراء المناطق 13 منطقة.
- ذكر نجاح و أرقام الحملة الأولى ومدى أثرها في البث.
- كل منطقة لها فيديو للحملة يحكي قصة من أبرزها منطقة حائل ( وقفة أهل حائل ).
- إقامة عدة من الليالي الرمضانية مثل ليلة للقطاع غير الربحي وليلة لمؤسسة الوليد بن طلال وإفطار رمضاني لأمانات المناطق وغيرها.



## اللجنة الوطنية لرعاية السجناء وأسرتهم والمفرج عنهم

### تعريف الحملة

أطلقت اللجنة الوطنية حملتها #صندوق\_تراحم\_الوقفي الذي يهدف إلى نموذج تأسيس نموذج مستدام ليكون ركيزة في دعم السجناء والمفرج عنهم وأسرتهم، عبر برامج تنمية توفر لهم فرص التمكين والاندماج.

# وسم الحملة: #الصندوق\_الأبيض



#### فئات و فرص التبرع

50  
100  
150  
تبرع مفتوح  
إهداء  
زكاة



#### الفئات المستهدفة

الأفراد  
والشركات  
والمؤسسات المانحة



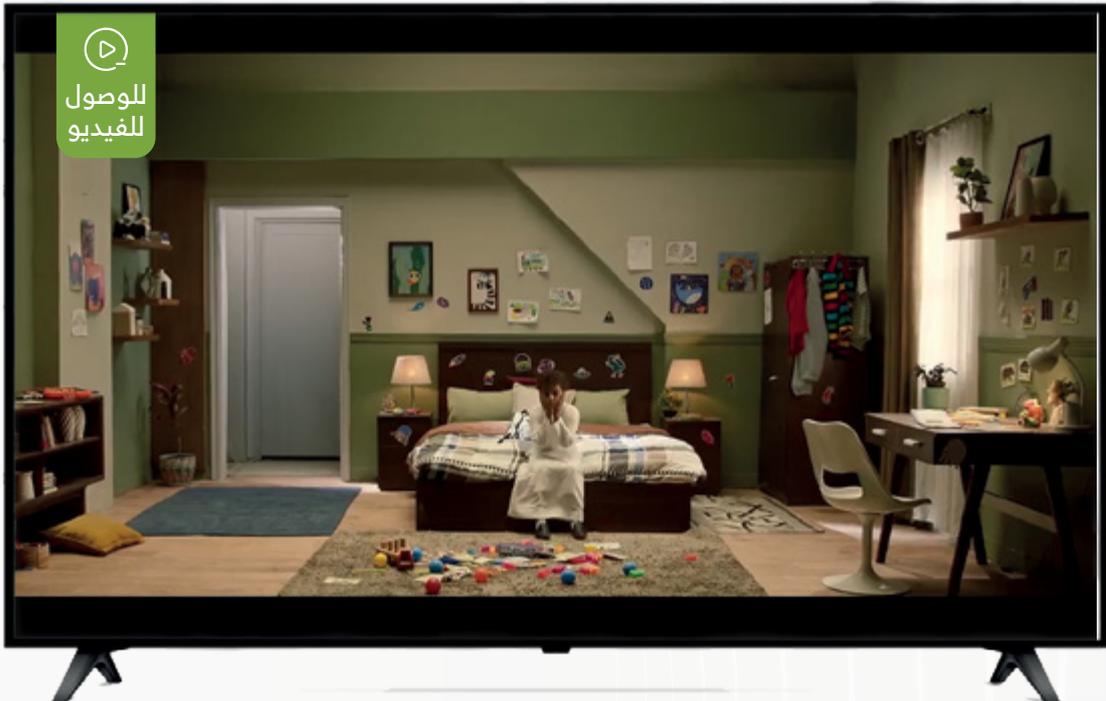
#### منصات حشد التبرع

تداول السعودية  
المتجر الإلكتروني  
الحساب البنكي



#### منصات التواجد

بث مباشر  
الصحف  
التغطيات الإعلامية  
القنوات التلفزيونية  
مواقع التواصل الاجتماعي



للوصول  
للفيديو



صور  
الحملة



### أبرز نتائج الحملة

- دشنت برعاية معالي وزير الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية المهندس أحمد بن سليمان الراجحي.
- حضور عدد من أصحاب المعالي ورجال الأعمال وكبار المانحين وممثلين عن القطاع الخاص والمنظمات غير الربحية.
- تحقيق إيرادات تجاوزت +28 مليون ريال.
- إبرام عدد من الاتفاقيات مع عدد من الجهات الحكومية والخاصة والمنظمات غير الربحية.
- الفيديو للحملة عبر عن قصة مؤثرة ورسالة واضحة.
- توصية من هيئة كبار العلماء.

## تعريف الحملة

هي مبادرة معك بالخير تطلقها شركة هاف مليون مع جمعية إنسان لكفالة الأيتام كل سنة خلال شهر رمضان.

وسم الحملة: #معك\_بالخير



**منصات حشد التبرع**  
المتجر الإلكتروني



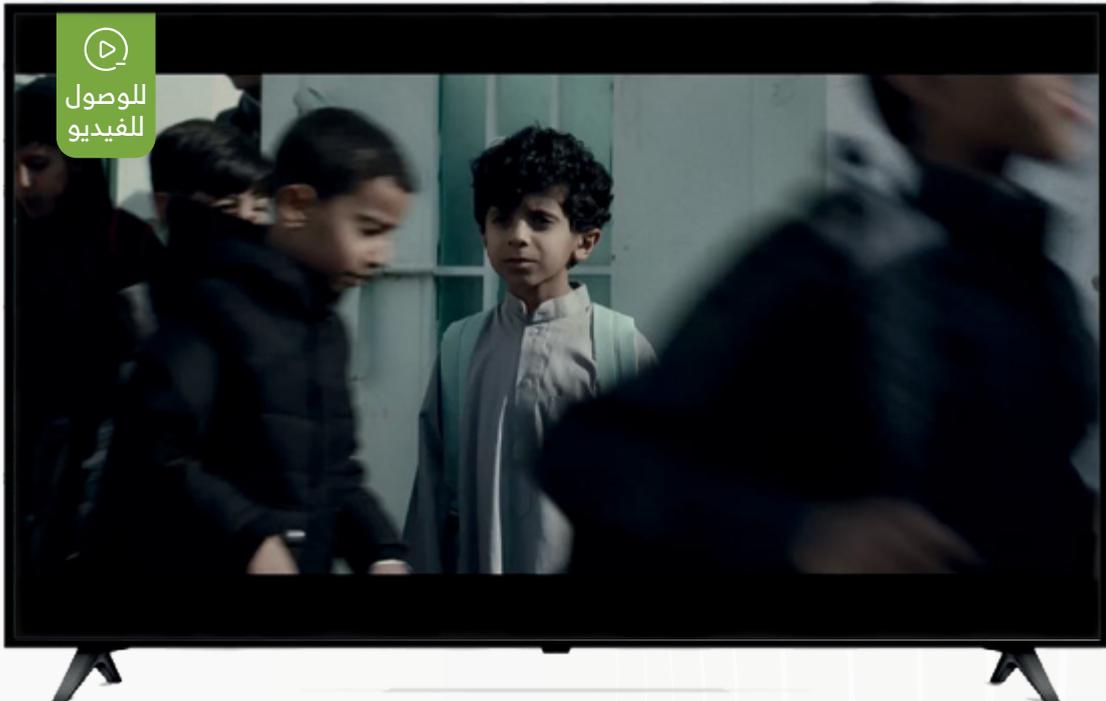
**منصات التواجد**  
المؤثرون  
الصحف  
مواقع التواصل الاجتماعي



**فئات و فرص التبرع**  
10  
50  
100



**الفئات المستهدفة**  
الأفراد





### معك بالخير

معكم كفلنا  
**+25,000**  
يتيم



### تبرع وأنعش حياتهم

للتبرع لجمعية إنسان

1 أدخل الموقع 2 اختر المبلغ

3 أدخل البيانات

4 أتمم عملية التبرع



### أبرز نتائج الحملة

- دشنت الحملة في حساب هاف مليون بمقطع فيديو و صور مؤثرة لتبرع.
- في 2018 وقعت شركة هاف مليون شراكة استراتيجية مع جمعية إنسان لرعاية وكفالة الأيتام و إيماناً منهم بأن العطاء يصنع الفرق في رمضان من كل عام تطلق هاف مليون حملة جديدة تعكس التزامهم بهذه الشراكة المميزة.
- الفيديو يسלט الضوء على أثر التبرع في تغيير حياة اليتيم.



## تعريف الحملة

مبادرة ماك بشعار #ماك\_تدعم\_ذوي\_متلازمة\_داون لدعم أطفال متلازمة داون، بتعاون مع ثلاث جمعيات (ديسكا و إيفاء و صوت) وذلك بتبرع من خلال نقاطهم في تطبيق ماكدونالدز أو بشراء قصص بقيمة 10 ريال للقصة الواحدة.

# وسم الحملة: #دعمك\_سعادة\_لك\_ولهم



### منصات حشد التبرع

منصة تبرع  
تطبيق و فروع ماكدونالدز



### منصات التواصل

مواقع التواصل الاجتماعي



### فئات و فرص التبرع

التبرع مفتوح بنقاطك  
القصص تبدأ بـ 10 ريال



### الفئات المستهدفة

الأفراد





صور  
الحملة



### أبرز نتائج الحملة

- دشنت المبادرة في حسابات ماك بفيديو يوضح طريقة التبرع.
- التعاون مع 3 جمعيات متخصصة.
- التفاعل الجيد بالهشتاق في الكومنتات مع الحملة.



## تعريف الحملة

هذه الحملة تركز تعزيز ثقافة الاحتضان في المجتمع السعودي، لتمكين الأطفال الأيتام من العيش في بيئة أسرية توفر لهم حياة كريمة، ودعوة أفراد ومؤسسات المجتمع للمساهمة في دعم مسيرة الاحتضان.

#بخطوة\_منك وسم الحملة: #بخطوة\_منك



### فئات و فرص التبرع

من 50 إلى 500  
رسائل نصية  
الزكاة  
الاستقطاعات



### الفئات المستهدفة

الأفراد  
والشركات  
والمؤسسات المانحة



### منصات حشد التبرع

المتجر الإلكتروني  
الحساب البنكي



### منصات التواجد

الصحف  
الإذاعات  
القنوات التلفزيونية  
مواقع التواصل الاجتماعي





صور  
الحملة



بخطوة منك

### أبرز نتائج الحملة

- توصية من هيئة كبار العلماء.
- تفاعل في مواقع التواصل الاجتماعي بوسم الحملة و استغلال المواسم المستهدفة مثل يوم الجمعة و العشر الأواخر.
- الظهور الإعلامي المكثف عبر القنوات والإذاعات.
- القصص المؤثرة من المستفيدين.

## تعريف الحملة

هي حملة تطلقها جمعية كسوة فرح كل سنة لكسوة العيد للأسر المحتاجة.

# وسم الحملة: قصة\_ال12



**منصات حشد التبرع**  
المتجر الإلكتروني  
التطبيقات



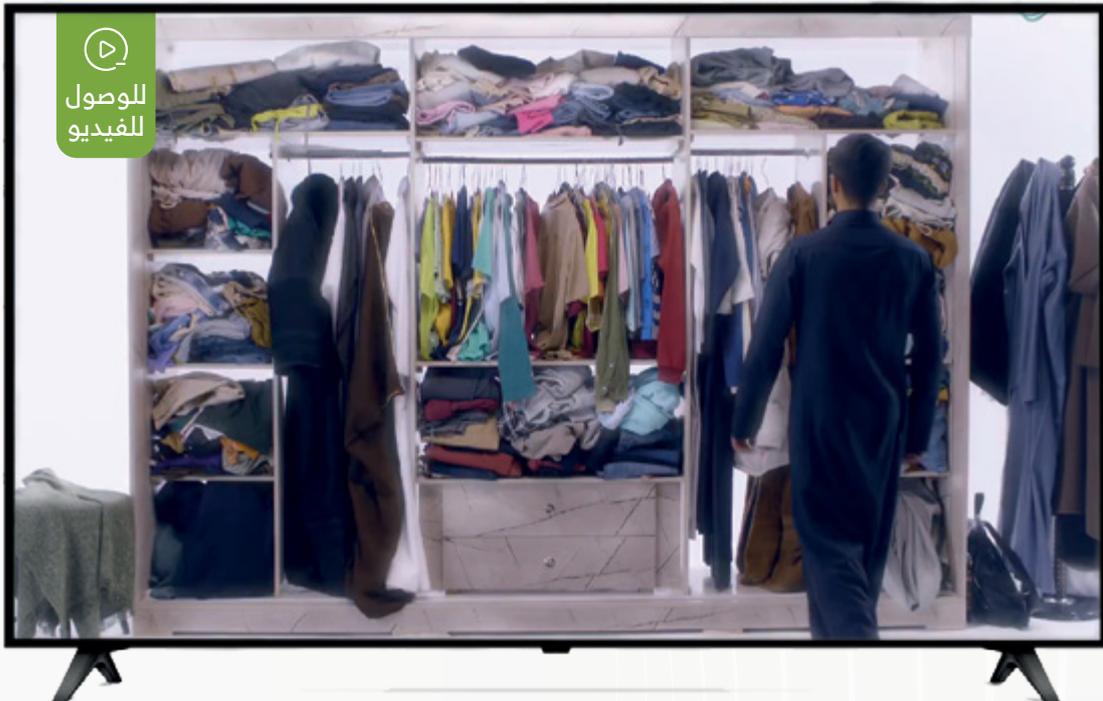
**منصات التواجد**  
التغطيات الإعلامية  
مواقع التواصل الاجتماعي



**فئات و فرص التبرع**  
50  
150  
200  
تبرع مفتوح



**الفئات المستهدفة**  
الأفراد



للفيديو للوصول



صور  
الحملة



### أبرز نتائج الحملة

- التشويق واختيار القصة للحملة كان رائعاً وجاذباً.
- اختيار قصص ملهمة ومؤثرة عزز من التفاعل العام.
- توعية بألية استقبال التبرعات وسهولة وصولها.
- توثيق إعلامي مميز يُبرز أنشطة الحملة وأثرها.
- تنوع الشركاء المشاركين في الحملة من متطوعين وشركات ومؤسسات مختلفة.
- تنفيذ مقابلات مع إعلاميين بارزين مثل: فيصل العبدالكريم، محمد الموسى.

تعريف الحملة

محفظة تاكسي أيتام المملكة: تهدف هذه الحملة إلى تمكين الأيتام واليتيمات من خلال تملكهم لسيارات تكون لهم وسيلة مواصلات تعينهم على مواصلة تعليمهم الجامعي، ومصدر دخل من خلال العمل في تطبيقات التوصيل وتوجيه المركبات.

وسم الحملة: #حفل\_بناء\_السنوي9



منصات حشد التبرع  
المتجر الإلكتروني



منصات التواجد  
بث مباشر  
تغطيات اعلامية  
مواقع التواصل الاجتماعي



فئات و فرص التبرع  
500  
1000  
2000  
4000  
تبرع مفتوح



الفئات المستهدفة  
الأفراد  
والشركات  
والمؤسسات المانحة





صور  
الحملة



### أبرز نتائج الحملة

- دشن الحفل بحضور صاحب السمو الملكي الأمير سعود بن نايف بن عبدالعزيز أمير المنطقة الشرقية و صاحب السمو الملكي الأمير تركي بن محمد بن فهد وزير الدولة عضو مجلس الوزراء.
- حضور عدد كبير من الداعمين و الشركاء وتم دعم المحفظة وشكرهم من قبل صاحب السمو والتصوير معه.
- إتاحة التبرع باي مبلغ.
- عرضت شاشة المتبرعين وكان العدد كبيراً مما زاد حماس البقية لتبرع.

تعريف الحملة i

حملة لكفالة الأيتام تهدف إلى تأمين احتياجات اليتيم وأسرته السكنية ، من خلال تقديم عدد من الخدمات مثل : سداد إيجار المنزل ، صيانته وترميمه ، تأثيثه وتوفير الأجهزة الكهربائية المنزلية، إلى جانب صيانة تلك الأجهزة، وسداد فواتير الماء والكهرباء.

# وسم الحملة: #بيت\_يتيم



**منصات حشد التبرع**  
مواقع التواصل الاجتماعي



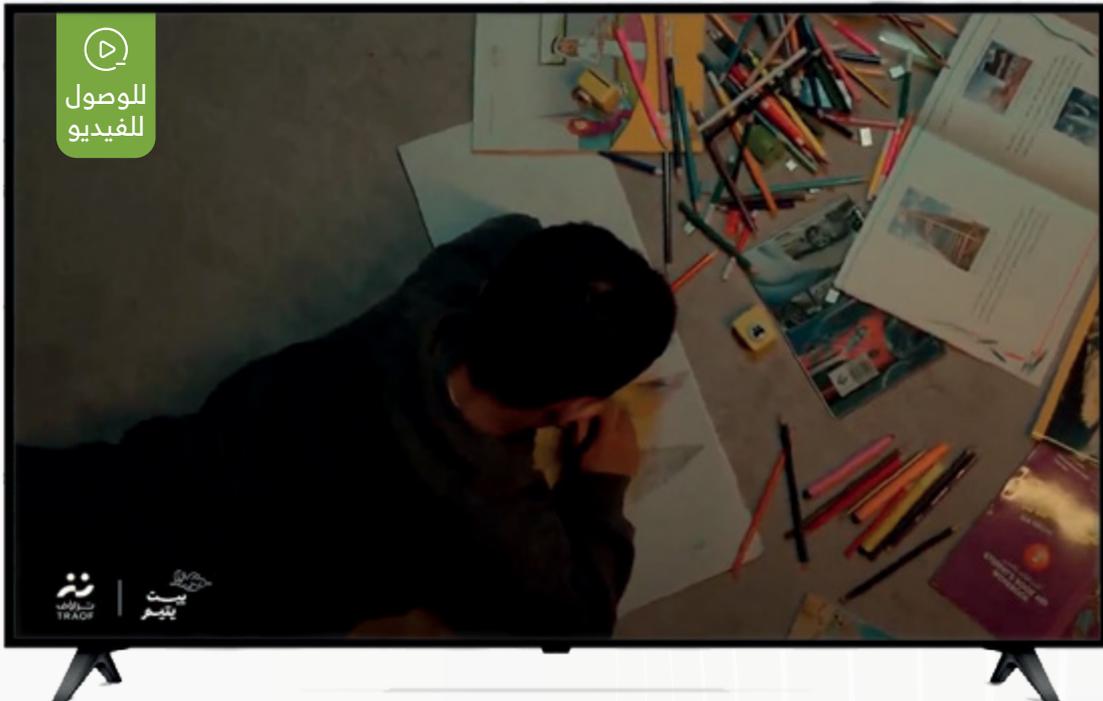
**منصات التواجد**  
مواقع التواصل الاجتماعي



**فئات و فرص التبرع**  
200  
400  
600



**الفئات المستهدفة**  
الأفراد





صور  
الحملة



### أبرز نتائج الحملة

- توصية من معالي الشيخ (عبدالرحمن السديس).
- التفاعل في مواقع التواصل الاجتماعي و استغلال المواسم (مثل العشر الأواخر و يوم الجمعة).
- الالتزام بهوية الحملة طول شهر رمضان المبارك.
- التفاعل مع المنصات الوطنية في حملاتهم الوطنية.

تعريف الحملة

هي حملة أُطلقت عام 2019 وامتدت إلى 2025، تستهدف القطاعين الخاص والحكومي لتوفير فرص تطوعية، وهي على نوعين: احترافي وفني، وتستهدف 1000 أسرة.

وسم الحملة: #أعمق\_أثر



**منصات حشد التبرع**  
المتجر الإلكتروني



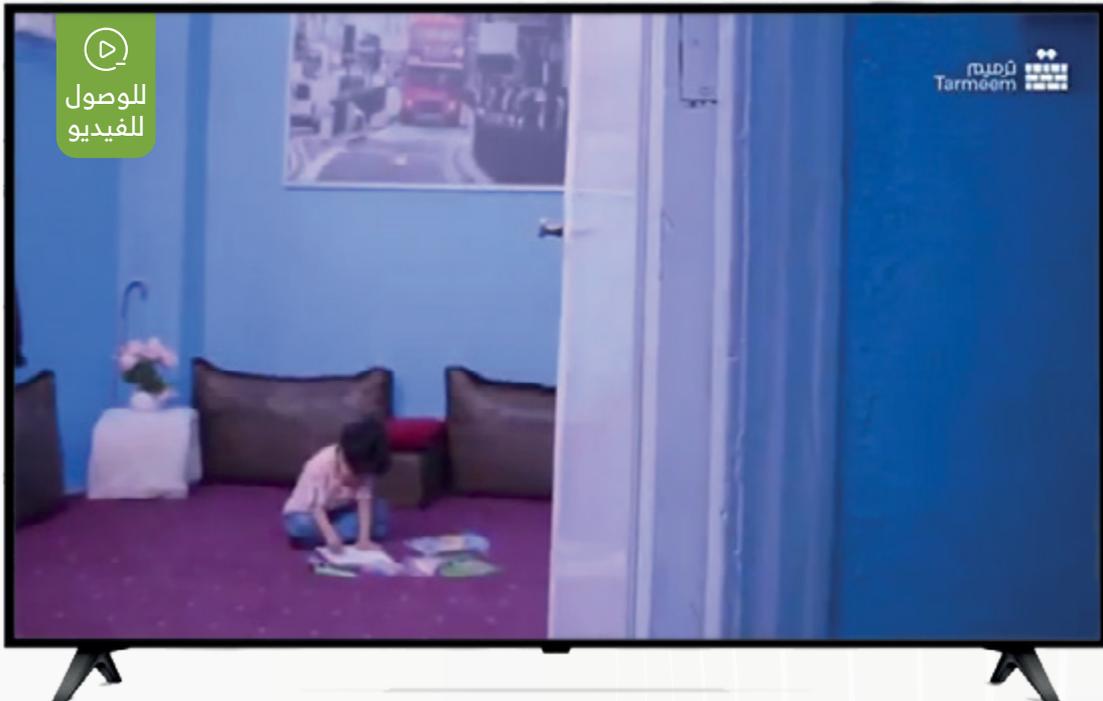
**منصات التواجد**  
الإذاعات  
القنوات التلفزيونية  
مواقع التواصل الاجتماعي



**فئات و فرص التبرع**  
100  
150  
200  
تبرع مفتوح



**الفئات المستهدفة**  
الأفراد  
والشركات  
والمؤسسات المانحة





صور  
الحملة



### أبرز نتائج الحملة

- أطلقت الحملة بقيادة الإعلامي صلاح الغيدان.
- تنوعت القصص المؤثرة التي عُرضت ضمن الحملة.
- ذُكرت أسماء المستفيدين في كل حالة، مما زاد من تأثير القصص.
- شاركت القنوات الإخبارية والإذاعية في تغطية الحملة ونشر رسائلها.



## رصد الجانب السلبي في الحملات التسويقية الرمضانية 2025م

رغم ما شهده موسم رمضان 2025م من حراكٍ ملحوظ في التسويق الخيري، إلا أن عدداً من الحملات التسويقية حملت جوانب سلبية أثّرت على مصداقية العمل الخيري وصورته الذهنية لدى الجمهور، **ومن أبرز هذه الملاحظات:**

- 1. ضعف المحتوى التسويقي وانحرافه عن رسالة العمل الخيري:**  
تكررت الحملات ذات الطابع الإنشائي غير المهني، والتي افتقرت إلى عمق الرسالة وأصالة الهدف، ما جعل بعضها أقرب إلى عروض تجارية لا تعكس روح العطاء والتكافل.
- 2. غياب المصداقية في تسويق بعض الحالات الإنسانية:**  
رُصد تسويق لحالات إنسانية مشكوك في واقعيّتها، دون تقديم أدلة واضحة أو ضمانات للمتبرعين، مما أثار الريبة وقلل من ثقة الجمهور.
- 3. استخدام أساليب درامية مبتذلة ومؤذية للذوق العام:**  
تم رصد استخدام أسلوب "التباكي المتصنّع" في عدد من المقاطع التسويقية، بطريقة أضحت مقززة ومستهجنة لدى المتلقين، ما يسيء إلى الرسالة السامية التي يفترض أن يحملها الإعلان الخيري.
- 4. ربط التبرع بسرديات لا علاقة لها بالعمل الخيري:**  
لوحظ إدراج مشاهد وقصص غير منطقية في الحملات، مثل ربط التبرع بحادثة رياضية قديمة، مما أضعف الارتباط الذهني بين التبرع والعمل الخيري، وأظهر استخفافاً بجمهور المتبرعين.
- 5. تشويه الصورة الذهنية لبعض الفئات الدينية:**  
ظهرت شخصيات بلامح دينية في سياقات تسويقية ركيكة ومبالغ فيها، ما أفرز ردود فعل سلبية تجاه استخدام الخطاب الديني بطريقة تجارية مبتذلة.
- 6. امتهان كرامة المستفيدين والتعدي على خصوصياتهم:**  
تم تسويق بعض الحالات الإنسانية باستخدام عبارات سطحية ومهينة، مع عرض أسماء المستفيدين وهوياتهم، بشكل يخالف مبادئ الكرامة الإنسانية ويضر بصورتهم المجتمعية.
- 7. انحراف الجمعيات عن اختصاصاتها المرخصة:**  
قامت بعض الجهات بتسويق مبادرات ومنتجات لا تمت بصلة لنشاطها الأساسي المرخص، مما أدى إلى تشتت الرسائل التسويقية وتضليل المتبرعين بشأن أوجه الصرف والاختصاص الفعلي للجهة.



## خاتمة وتوصيات:

تمثل الحملات التسويقية الخيرية في رمضان نافذة إنسانية عظيمة لتعزيز القيم، وتجسيد روح التكافل، وتحفيز المجتمع للمشاركة في بناء الأثر. غير أن تجاوزات بعض الحملات - كما سبق رصده - تنذر بضرورة التصحيح وتوحيد المعايير.

### ولذلك، نوصي بما يلي:

#### 1. الالتزام بالهوية القيمية للعمل الخيري:

يجب أن تنطلق الحملات من مبادئ العمل الخيري والرسالة الإنسانية السامية، بعيداً عن الإثارة المبتذلة أو المبالغات التي تُضعف الثقة.

#### 2. تعزيز المصداقية والشفافية:

الحرص على توثيق الحالات، وتوضيح أوجه الصرف، وتقديم تقارير دورية للمتبرعين يعزز الثقة ويزيد من فاعلية الحملات.

#### 3. ضبط المحتوى الإعلامي بمهنية عالية:

ضرورة مراجعة جميع المواد التسويقية قبل النشر من قبل مختصين، لضمان توافقها مع المعايير الأخلاقية والاحترافية.

#### 4. حفظ كرامة المستفيدين وعدم الإضرار بخصوصيتهم:

يُمنع استخدام أسماء أو صور أو أوصاف تمتهن المستفيد، ويجب التعامل مع حالته بما يحفظ له الكرامة والاحترام.

#### 6. تفعيل الرقابة الذاتية والتقييم المستقل للحملات:

من المهم أن تعتمد كل جهة على أدوات قياس ومراجعة مستقلة لمحتواها التسويقي، لضمان التطوير المستمر وتفادي التكرار.

ختاماً، فإن الرقي بالرسالة الإعلامية للعمل الخيري لا يتحقق إلا من خلال مهنية المحتوى، ونقاء النية، ووضوح الهدف. إننا اليوم أمام فرصة حقيقية لتأسيس بيئة تسويقية راقية تحترم عقل المتبرع وكرامة المستفيد، وتعكس جوهر الخير في أبهى صورته.



حامد الذيابي

## للتواصل



@hamedalthiabi



@hamedalthiabi



www.hamed.ownsite.com



للطلبات

قناة الاستدامة المالية



تابعنا لمعرفة المزيد