

حامد الذيابي

مستشار التسويق والاستدامة المالية



كيف تستعد تسويقياً
لعشر ذي الحجة؟



الاستعداد يبدأ مبكراً، وليس مع بداية
الموسم؛

بناء الثقة أهم من الظهور المفاجئ وقت التبرع.



الحملات الناجحة تُبنى على علاقة
مستمرة مع الجمهور
(قصص، إنجازات، حضور دائم).



اسم الحملة عنصر حاسم:
قصير، مميز، ويحمل بعداً قيمياً +
دعوة للفعل.



الرسائل يجب أن تكون واضحة،
مباشرة، وتحفز على فعل محدد مع احترام وعي
الجمهور.

من أفضل الأساليب:

استثمار المنتجات
الموسمية (الأضاحي،
الصدقة، الوقف).

ربط كل يوم من
العشر بمشروع أو
فرصة عطاء.

مباشرة، وتحفّز على
فعل محدد مع احترام
وعي الجمهور.

من أفضل الأساليب:

توقيت النشر مهم:

الصباح في عشر ذي

الحجة أكثر فعالية

(بعكس رمضان

الليلي).

تجنب أخطاء المواسم

السابقة مثل: ضعف

المحتوى، المبالغة

التجارية، أو عرض

المستفيدين بشكل

غير لائق.



الخلاصة:

الحملة الناجحة في عشر ذي الحجة لا تبدأ بطلب التبرع... بل ببناء علاقة وثقة تمتد قبل الموسم بوقت كافٍ.