حامد الذيابي
مستشـار التسويق والاستدامة الماليـة

إطار القصة القصيرة لجمع التبرعات

دليـل تفصيلي خطوة بخطـوة لكتابة نداءات تبرع تُلهم العطاء

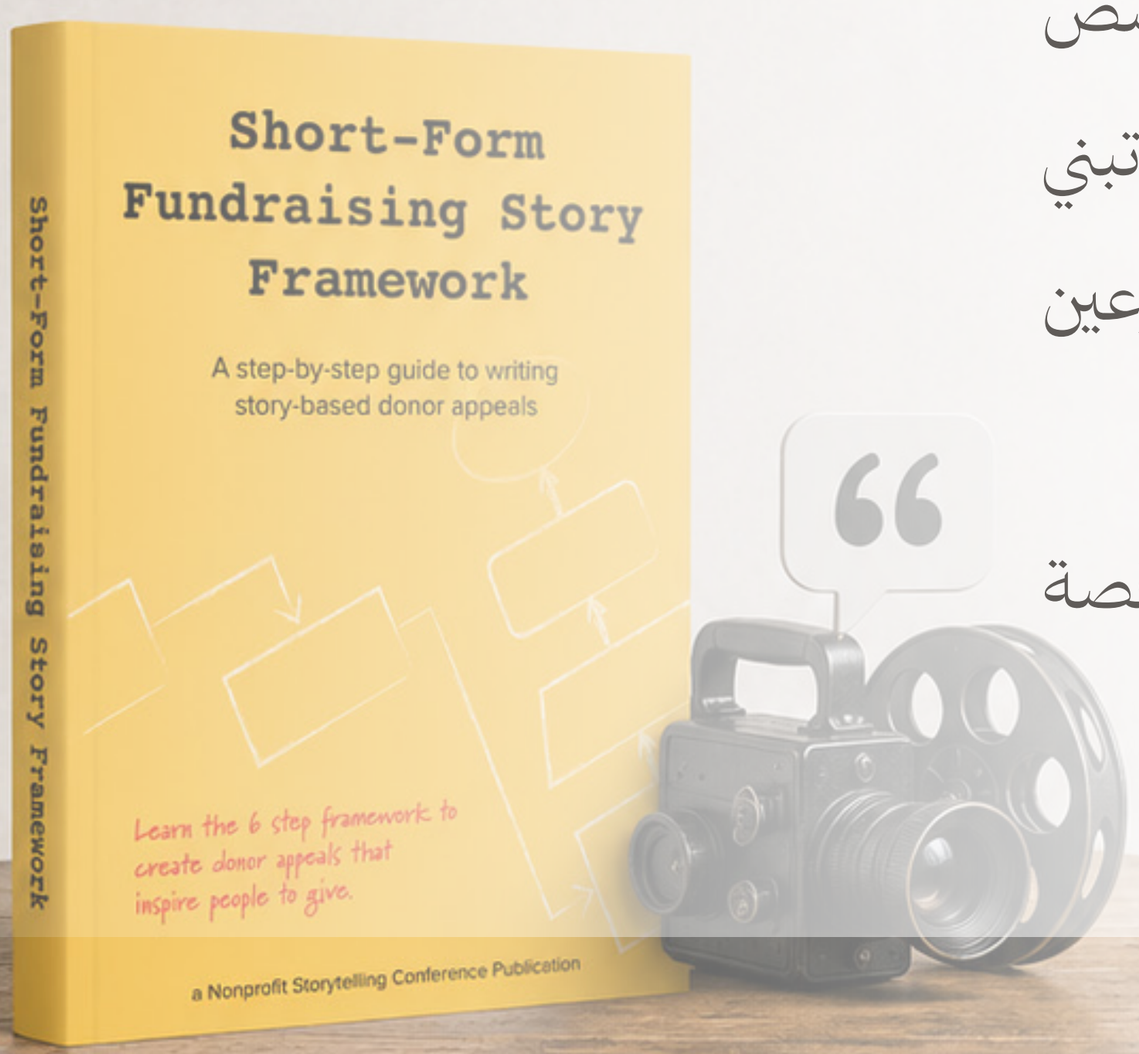
ترجمة عربيـة بتصرّف موائم للسـياق المحلـي للقطاع غير الربحي في المملكة العربية السعودية

إطار القصة القصيرة لجمع التبرعات

دليل تفصيلي خطوة بخطوة لكتابة نداءات تبرع تُلهم العطاء

يســاعدك هذا الإطار علــى صياغة قصص جمع تبرعات قصيرة ومؤثــرة عاطفيًا، تبني زخمهــا خطوةً بخطوة — فتقــود المتبرعين بشكل طبيعي نحو العطاء.

كل قســم يبني على ما قبلــه، لتكتمل قصة مقنعة تجذب القراء وتلهمهم إلى الفعل



حامد الذيابي
مستشـار التسويق والاستدامة الماليـة

تدفّق القصة في ست خطوات

01
الجملة الافتتاحية المشوّقة
تخطف الانتباه وتشعل الفضول.

02
التعريف
ترسّخ المصداقية والقرب من القارئ.

03
خلفية القصة
تعرض المشكلة بتفاصيل عاطفية محددة.

04
لحظة الاكتشاف
تقدّم الحل وكيف يعمل.

05
الثمار
تبرز التحوّل الذي يصنعه المتبرعون.

06
الدعوة للفعل
دعـوة واضحـة وبسيطة للعطاء لأجل من لا يزال محتاجًا.

كل خطوة تفضي بشكل طبيعي إلى التي تليها، فتشدّ القراء أعمق إلى داخل القصة وأقرب إلى اتخاذ الفعل.

حامد الذيابي
مستشـار التسويق والاستدامة الماليـة

01

الجملة الافتتاحية المشوّقة

مهمــة جملتــك الأولى أن توقف القــارئ وتجعله من الفضــول بحيــث يواصــل القــراءة. الجملة الافتتاحية القويــة تلمّــح إلى قصــةٍ أعمق ومخاطرَ عاطفية.

أمثلة لنداءات جمع التبرعات:

”كنت أخشى أن أفتح الرسالة، فلما فتحتها بكيت...“

”أمنيتها الوحيدة لم تكن لنفسها — بل لأخيها الرضيع.“

”لــن أنسى أبدًا صــوت قرقــرة معدته في هــدوء الفصل الدراسي.“

لماذا تنجح هذه الجمل؟

- تقدّم لحظة عاطفية تحتاج إلى حلّ.
- تثير الفضول دون أن تكشف القصة كاملة.
- تسحب القراء إلى داخل لحظة محددة، فتجعلهم يريدون معرفة المزيد.

حامد الذيابي
مستشـار التسويق والاستدامة الماليـة

02

التعريـــف

هنـا تبـني رابطتـك مـع المتبرع. عرّف بنفسك أو بمنظمتك بتفصيلٍ موجز قريب من القارئ، مع إبقاء التركيز على القصة الأكبر.

مثـال:

”اسمي سارة، وأعمل في جمعية الإطعام منذ ثماني سنوات. لكنني في الشتاء الماضي رأيت ما فطر قلبي: فيصل، تلميذ في الصـف الأول، يجلس في الفصل عاجـزًا عن التركيز من شـدة الجوع. أخبرتني معلمتـه أنها رأته يُغمـى عليه من الجوع قبل ذلك بأسبوع.“

لماذا ينجح هذا؟

- يمنح مصداقية (ثماني سنوات في جمعية الإطعام).
- يتضمـن لحظة إنسـانية حيّـة (طفل يُغمـى عليه من الجوع).
- يبقى موجزًا مع إثارة رغبة القارئ في معرفة المزيد.

حامد الذيابي
مستشـار التسويق والاستدامة الماليـة

03

خلفية القصة

الآن، قدّم المشكلة بطريقة تجعل المتبرع "يشعر" بها. اروِ معاناة شخصٍ حقيقي ممن ساعدتهم منظمتك، مستخدمًا تفاصيل محددة ومؤثرة.

مثـــال:

"والــدة فيصل تعمل في وظيفتين. لكن بعد ســداد الإيجار وفواتــير العلاج، لا يبقى شيء لشــراء الطعــام. كان فيصل يتخطــى وجباته لتــأكل أمه. وحــين رأى لأول مــرة طبقًا ممتلئًا أمامه، همس: (هل هذا كله لي؟)"

لماذا ينجح هذا؟

- يســتخدم قصــة شــخص حقيقــي ليجعل المشــكلة ملموسة.
- يعــرض معانــاة محــددة (تخطــي الوجبــات، العمل في وظيفتين).
- يُختم بلحظة مؤثرة (همسة فيصل).

حامد الذيابي
مستشـار التسويق والاستدامة الماليـة

04

لحظة الاكتشاف

هذه نقطة التحوّل — اللحظة التي تقدّم فيها منظمتك الحل. وينبغي أن يشعر القارئ هنا ببارقة أمل.

مثـــال:

”أدركنـا أن علينا التحرك، فأطلقنا برنامـج (وجبات نهاية الأسـبوع) لأسرٍ كأسرة فيصل. بمبلغ 120 ريالًا نوفّر سلة غذائية تكفي أسـبوعًا كاملًا. وفي الشـهر الماضي وحده، وصلت الوجبات إلى 237 طفلًا — وحلّت الابتسامات محل الجوع.“

لماذا ينجح هذا؟

- يقدّم الحل بشكل طبيعي.
- يبقيه بسيطًا ومحددًا (120 ريالًا = غذاء أسبوع كامل).
- يستخدم الأرقام لإظهار الأثر (237 طفلًا).

05

الثمـــــار

أظهر ما يحدث بعد تقديم العون. ارسم صورة التحوّل الذي يستطيع المتبرعون صنعه.

مثـــال:

”بفضل متبرعين أمثالـك، لم يعد فيصل يتخطى وجباته. إنه اليوم متفوق في مدرســته، وفي الأسبوع الماضي قالت لنــا والدته: (أشــعر أنني أســتطيع أن أتنفــس من جديد أخيرًا). عطاؤك لا يوفّر الطعام فحسب — بل يمنح الأمل والكرامة والمستقبل.“

لماذا ينجح هذا؟

- يبرز دور المتبرع في صنع التغيير.
- يستخدم كلمات شخص حقيقي لتعزيز الأثر.
- يصوغ العطاء بوصفه فعلًا يغيّر الحياة.

06

الدعوة للفعل

الآن، ادعُ القارئ إلى العطاء. اجعل الطلب محددًا وبسيطًا وسهل التنفيذ. والأهم: حوّل التركيز إلى شخصٍ لا يزال بحاجة إلى العون.

مثـــال:

”لكـــن في هذه اللحظة، طفلٌ آخر يجلس في فصله ومعدته خاويـــة. وأمٌّ أخرى تتخطى وجباتها ليـــأكل أطفالها. بمبلغ 120 ريالًا فقط، توفّر لأسرةٍ غذاء أســـبوع كامل. اضغط زر التـــبرع أدنـــاه. كل ريالٍ يصنع فرقًا، وكل طفلٍ يســـتحق أن يأكل. تبرّع الآن، ومعًا نُنهي الجوع في مجتمعنا.“

لماذا ينجح هذا؟

- يُبقي الإلحاح عاليًا بالتركيز على من لا يزال محتاجًا.
- يوضح أثر العطاء بدقة (120 ريالًا = غذاء أسبوع).
- يزيـــل الـــتردد بدعوة فعـــلٍ ميسّرة (”اضغـــط زر التبرع

حامد الذيابي
مستشـار التسويق والاستدامة الماليـة

القصة كاملةً: مثال متكامل

فيمـا يلـي القصة كاملة، مـع تسـمية كل خطوة بمربـع أزرق غامق لـترى كيف تبني الخطوات بعضها على بعض:

الخطوة 1: الجملة الافتتاحية المشوّقة

”لن أنسى أبدًا صوت قرقرة معدته في هدوء الفصل الدراسي.“

الخطوة 2: التعريف

”اسـمي سِـارة، وأعمل في جمعية الإطعام منذ ثماني سنوات. لكنني في الشتاء الماضي رأيت ما فطر قلبي: فيصل، تلميذ في الصف الأول، يجلس في الفصل عاجزًا عن التركيز من شدة الجوع. أخبرتني معلمته أنها رأته يُغمى عليه من الجوع قبل ذلك بأسبوع.“

الخطوة 3: خلفية القصة

”والدة فيصل تعمل في وظيفتين. لكن بعد سداد الإيجار وفواتير العلاج، لا يبقى شيء لشراء الطعام. كان فيصل يتخطى وجباته لتأكل أمه. وحين رأى لأول مرة طبقًا ممتلئًا أمامه، همس: (هل هذا كله لي؟)“

حامد الذيابي
مستشـار التسويق والاستدامة الماليـة

القصة كاملةً: مثال متكامل

فيمـا يلـي القصة كاملة، مـع تسـمية كل خطوة بمربـع أزرق غامق لـترى كيف تبني الخطوات بعضها على بعض:

الخطوة 4: لحظة الاكتشاف

”أدركنا أن علينا التحرك، فأطلقنا برنامج (وجبات نهاية الأسبوع) لأسرٍ كأسرة فيصل. بمبلغ 120 ريالًا نوفّر سـلة غذائية تكفي أسـبوعًا كاملًا. وفي الشـهر الماضي وحده، وصلت الوجبات إلى 237 طفلًا — وحلّت الابتسامات محل الجوع.“

الخطوة 5: الثمار

”بفضل متبرعين أمثالك، لم يعد فيصل يتخطى وجباته. إنه اليوم متفوق في مدرسته، وفي الأسـبوع الماضـي قالت لنا والدته: (أشـعر أنني أسـتطيع أن أتنفس من جديد أخيرًا). عطاؤك لا يوفّر الطعام فحسب — بل يمنح الأمل والكرامة والمستقبل.“

حامد الذيابي
مستشـار التسويق والاستدامة الماليـة

القصة كاملةً: مثال متكامل

فيمـا يلـي القصة كاملة، مـع تسـمية كل خطوة بمربـع أزرق غامق لـترى كيف تبني الخطوات بعضها على بعض:

الخطوة 6: الدعوة للفعل

”لكــن في هذه اللحظة، طفلٌ آخر يجلس في فصله ومعدته خاوية. وأمٌّ أخرى تتخطى وجباتها ليأكل أطفالها. بمبلغ 120 ريالًا فقط، توفّر لأسرةٍ غذاء أســبوع كامل. اضغط زر التبرع أدناه. كل ريال يصنع فرقًا، وكل طفلٍ يســتحق أن يأكل. تبرّع الآن، ومعًا نُنهي الجوع في مجتمعنا.“

استخدم هذا الإطار الســداسي لإنشاء نداءات تبرع تحــرّك النــاس إلى الفعــل. فكلما أجدت رواية القصة، ازداد رغبةُ المتبرعين في أن يكونوا جزءًا من الحل.

حامد الذيابي
مستشـار التسويق والاستدامة الماليـة

إطار القصة القصيرة لجمع التبرعات

دليل تفصيلي خطوة بخطوة لكتابة نداءات تبرع تُلهم العطاء

المصدر الأصلي:

Nonprofit Storytelling Conference — npstory.com

ترجمة عربية بتصرّف موائم للسياق المحلي — لأغراض الاستخدام المهني الداخلي