

تقرير الحملات التسويقية للقطاع غير الربحي

رمضان 1445هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مقدمة

في شهر رمضان المبارك لعام ١٤٤٥هـ، تحولت المملكة العربية السعودية إلى واحدة من الأعمال الخيرية، حيث نهجت المبادرات والحملات التسويقية من كل ركن، ورسمت ملامح العطاء والتكافل الاجتماعي في أبهى صوره. هذا الشهر، الذي يحمل في طياته البركة والمغفرة، أصبح أيضاً منارة للإبداع في المسؤولية الاجتماعية والأعمال الخيرية على مستوى المملكة.

في هذا التقرير، نسلط الضوء على أبرز الحملات التسويقية التي تألفت في تعزيز الوعي وجمع التبرعات لمختلف القضايا الإنسانية والتنموية، من مبادرة "إحسان" التي تجسد العطاء الرقمي، إلى "جود" التي تؤمن بالمأوى كحق للجميع، وحتى "ساهم" التي تعانق أفق الإنسانية بأعمالها الممتدة عبر القارات، نجد النوايا الطيبة والأيدي البيضاء تتحد في رمضان لرسم لوحة خيرية تفوق الوصف.

دعونا نتجول معاً في رحلة العطاء هذه، لنستكشف عبر سطور التقرير المبادرات التي جعلت من رمضان ١٤٤٥هـ محطة مميزة في تاريخ العمل الخيري بالمملكة.

6

المنصات

3

الجهات الإشرافية
والمؤسسات الأهلية

11

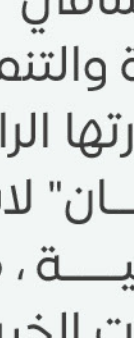
الجمعيات
الأهلية

4

شركات

01

المنصات الوطنية



منصة إحسان

الحملة الوطنية للعمل
الخيري- النسخة الرابعة

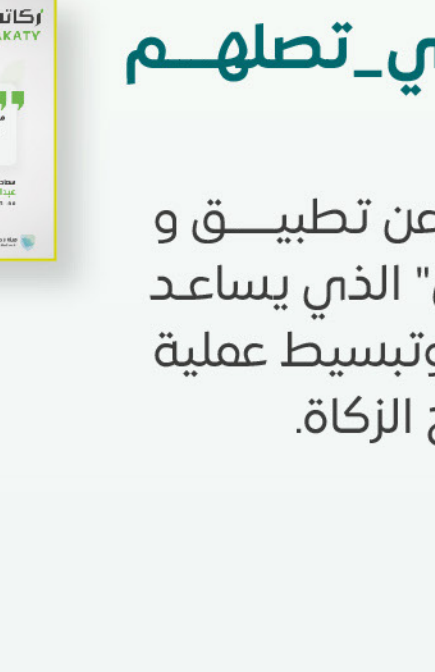
هي مبادرة تُطلقها الدولة بدعم من أمر سامي لتشجيع الأعمال الخيرية والتنمية. تُنظم الحملة في دورتها الرابعة عبر منصة "إحسان" لاستقبال التبرعات الرقمية، متتالية مختلف المجالات الخيرية ودعم صندوق إحسان الوقفي.



منصة جود

جود_ المناطق

هي مبادرة انطلقت في مناطق متعددة بهدف توفير وحدات سكنية للأشخاص الذين هم في أمس الحاجة إلى المسكن، وذلك من خلال المساهمات المجتمعية ضمن إطار حملة جود للمناطق في منصة جود الإسكان



منصة زكاتي

زكاتي_تصلهم

الحملة تعلن عن تطبيق و موقع "زكاتي" الذي يساعد في تسهيل وتبسيط عملية حساب وإخراج الزكاة.



منصة وقفي

وقفك_أجر_ونماء

تهدف الحملة إلى تمكين الأفراد من المساهمة في الأوقاف والمنتجات الوقفية، من خلال شراكة مع أكثر من 700 جهة شريكة في القطاع غير الربحي



منصة ساهم

خيرنا_ماله_حدود

هي حملة تهدف لمساعدة الفئات المحتاجة حول العالم، وتشمل برامج حفر الآبار، كفالة الأيتام، عمليات العيون،



منصة تبرع

تبرع_يطرق_الباب

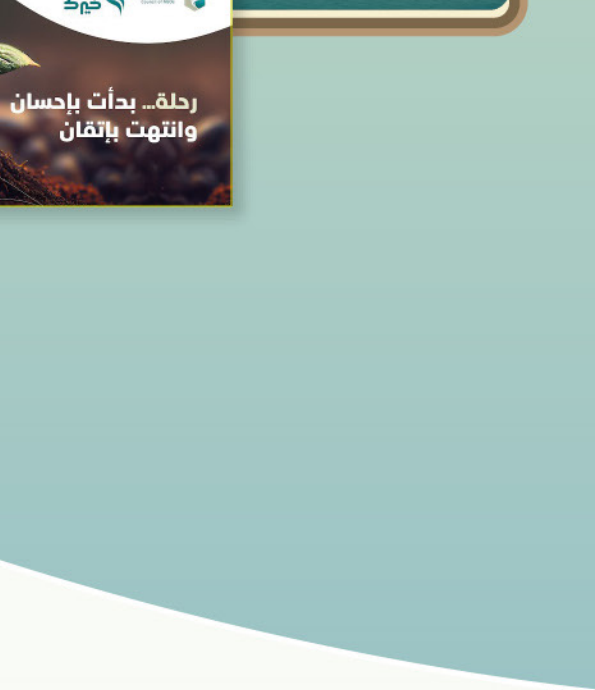
هي حملة رمضانية تهدف لتوعية الناس بتنوع فرص الخير وتوفيرها عبر منصة إلكترونية للوصول إلى كل منزل في المملكة.



منصة خير مت

رحلة_خيرمت

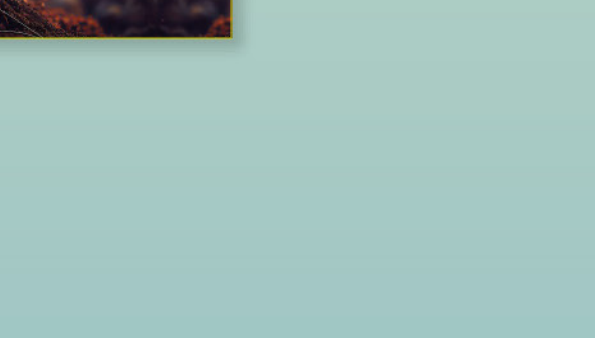
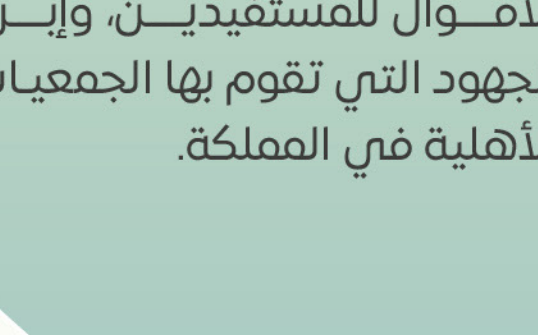
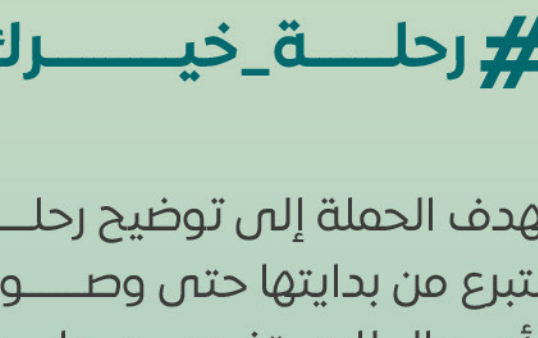
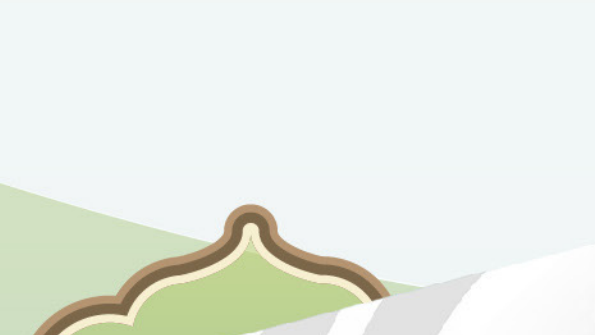
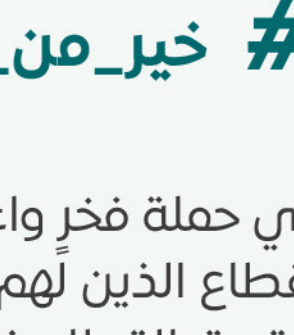
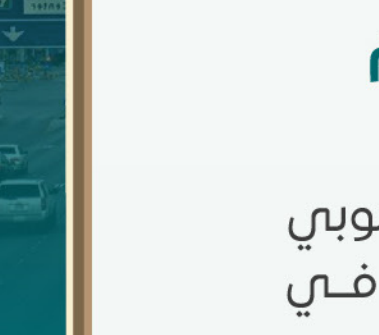
تهدف الحملة إلى توضيح رحلة التبرع من بدايتها حتى وصول الأموال للمستفيدين، وإبراز الجهود التي تقوم بها الجمعيات الأهلية في المملكة.



مجلس الجمعيات الأهلية

رحلة_خيرمت

تهدف الحملة إلى توضيح رحلة التبرع من بدايتها حتى وصول الأموال للمستفيدين، وإبراز الجهود التي تقوم بها الجمعيات الأهلية في المملكة.

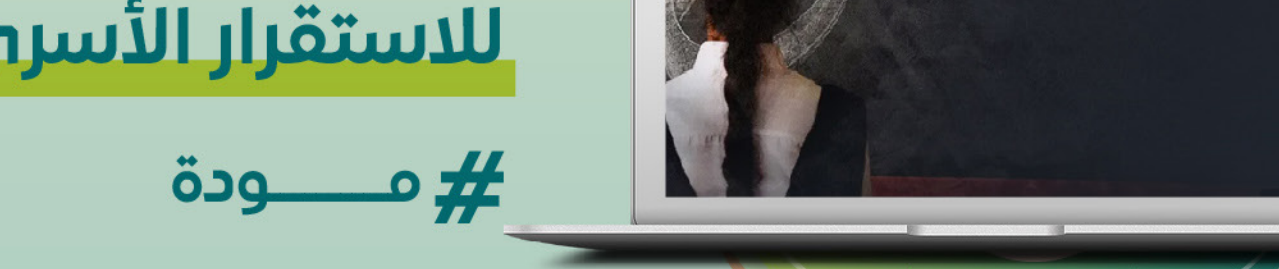


مؤسسة الملك خالد

قد_الثقة

هي حملة توعوية بمشاركة مئات المنظمات غير الربحية تهدف إلى تقديم صورة إيجابية عن القطاع غير الربحي السعودي ودوره التنموي

03 الجمعيات الأهلية



جمعية مودة للاستقرار الأسري

مودة

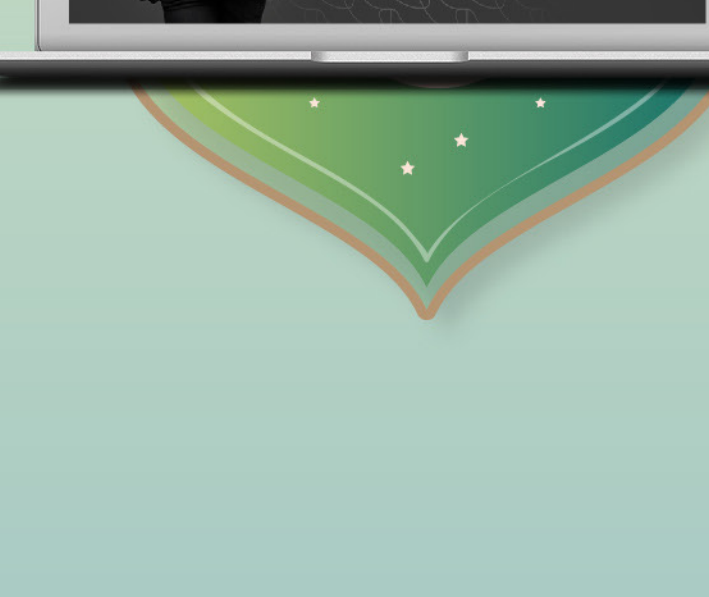
تدشين جمعية أمان لحماية الأفراد من العنف وافتتاح مركز الأبحاث التابعة لها.



جمعية منأوى

أول_رسم

تهدف الحملة إلى دعم بناء 10 بيوت لـ 10 أسر في شهر رمضان لعام 1445 هـ ، لبناء مساكن آمنة وإيواء الأسر الأشد حاجة



جمعية تراؤف

ضمني_بكفالتك

كفالة 9500 يتيم و يتيمة و أرملة.



جمعية ترفيم

ليلة_أثر

حملة تهدف إلى ترميم منازل الأسر المحتاجة



جمعية الوداد الخيرية لرعاية الأيتام

حكايا_الوداد

برنامج تلفزيوني يتم عرضه على قناة MBC1 ومنصة شاهد، ويقدمه الإعلامي حمود الفايز. تم إطلاق البرنامج بالتعاون بين جمعية الوداد الخيرية لرعاية الأيتام ووزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية يهدف البرنامج إلى تعزيز ثقافة الاحتضان ورعاية الأيتام، ويستعرض تفاصيل مشروع الاحتضان ويحكي قصص العائلات السعودية التي قررت احتضان الأطفال الأيتام. يهدف البرنامج إلى تحقيق حياة كريمة للأيتام وزيادة الوعي المجتمعي حول أهمية دعمهم ورعايتهم.



جمعية البر بأم الدوم

خلك_سند

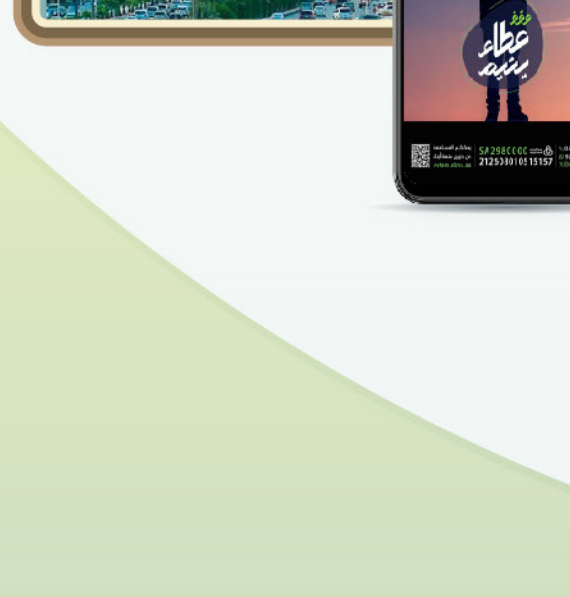
هي مبادرة خيرية تهدف إلى تقديم دعم متنوع للأيتام والأرامل والأسر المحتاجة من خلال مشاريع مثل الكفالات، وتقديم المساعدات الغذائية وتوزيع الكُرب وغيرها من أعمال البر.



جمعية المودة للتنمية الأسرية

تبرعك_رحمه

تستهدف الحملة دعم الأسر المحتاجة، بما في ذلك تقديم السلال الغذائية للأسر وكفالات للأرامل والمطلقات.



جمعية أبناء لرعاية الأيتام

وقف_عطاء_يتيم

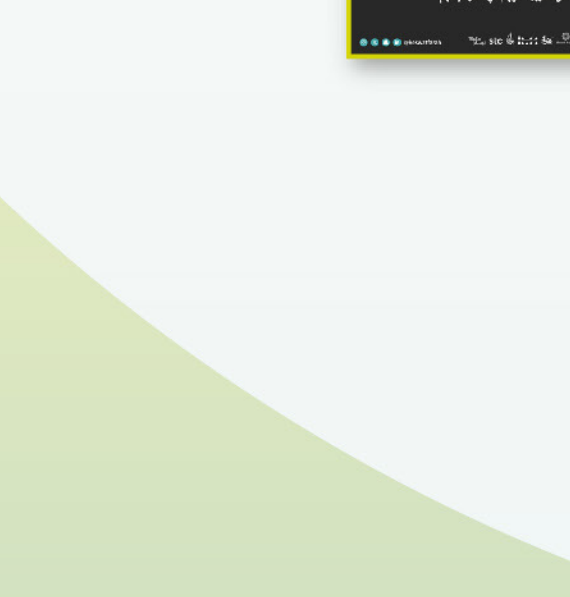
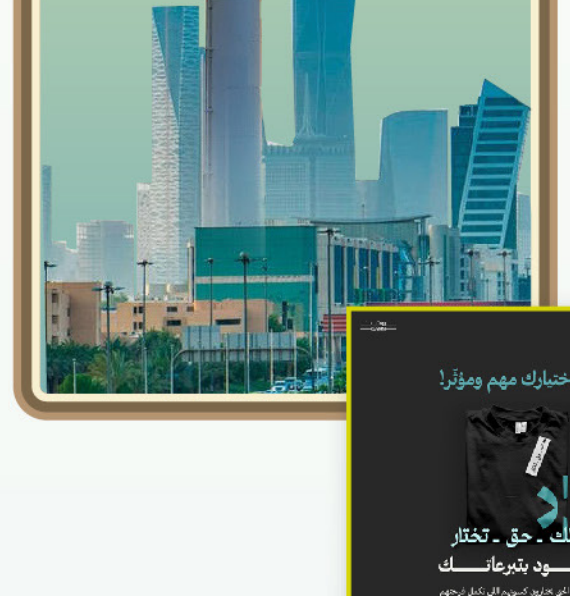
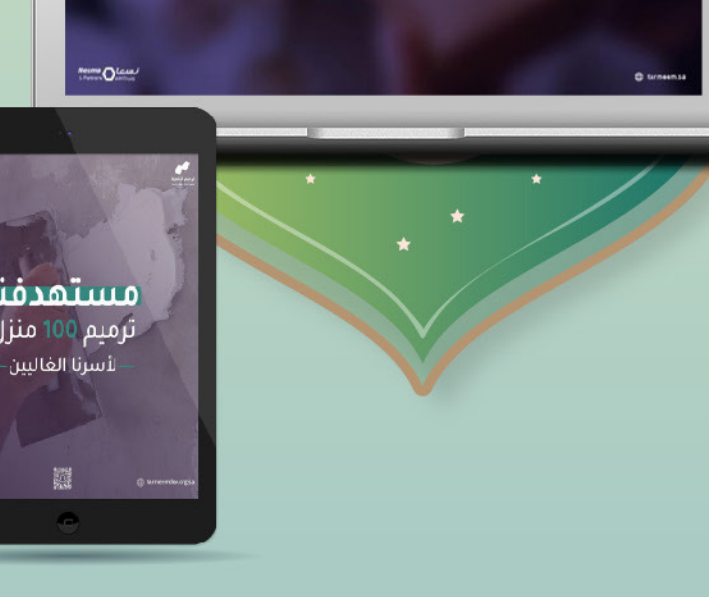
هي حملة لوقف يصب ريعه لبرامج كفالة الأيتام وتمكينهم وتطويرهم



جمعية ترميم للتنمية

كيف_حاليهم

تسعى لترميم 200 منزل وإسعاد 1000 فرد في شهر رمضان.



جمعية كسوة فرح

لك_حق_تختار

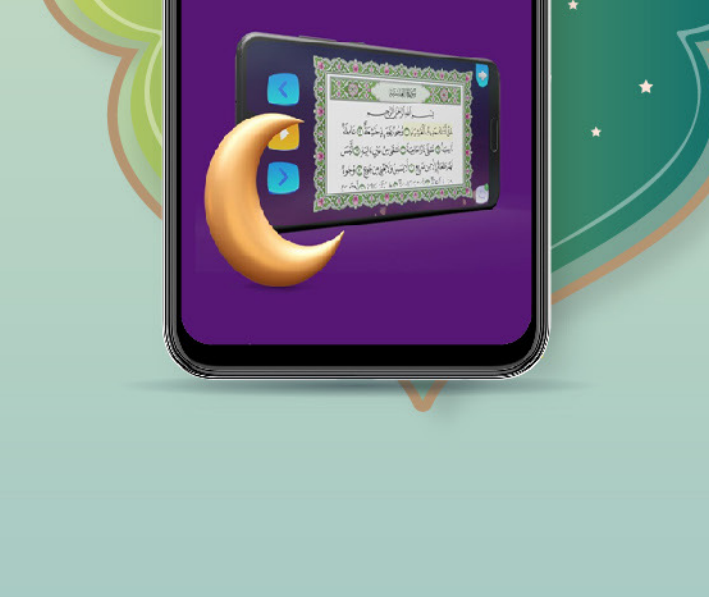
تهدف إلى توفير كسوة العيد للأسر ذات الدخل المحدود ومعدومي الدخل خلال شهر رمضان المبارك. تتضمن الحملة إقامة معرض خيري يعرض الملابس والكماليات المتبرع بها، حيث يتمكن الأفراد المحتاجون من اختيار ما يحتاجونه مجاناً. تهدف الحملة أيضاً إلى تحقيق الاستدامة والحد من هدر الملابس وتعزيز روح الترابط في المجتمع بعبداً الأخذ والعطاء.



جمعية مكنون لتحفيظ القرآن بالرياض

ريان_ويان

تتعلق بتدشين تطبيق "ريان ويان" الذي يهدف إلى تعليم القرآن الكريم للناشئة.



جمعية إنسان

لأنني_إنسان

تهدف إلى دعم الأيتام وتمكينهم في المجتمع، وتحقيق آمالهم المستقبلية.





HUNGER
STATION

jahez

1/2 M
HALF MILLION

هاف مليون

معك_بالخير

هي تعاون بين هاف مليون وجمعية إنسان لدعم الأيتام، حيث يتم بيع المنتج بأنواعه وجميع أرباحه تذهب لجمعية إنسان لرعايتهم.



دومينوز السعودية

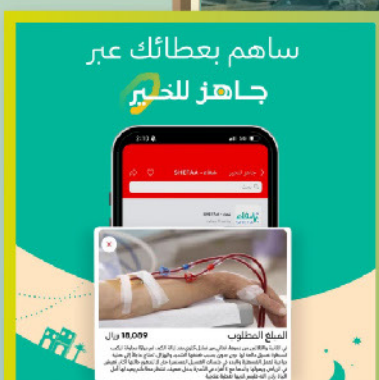
بيتزا_الخير

هي مبادرة لشراء منتج معين و يتم التبرع بريال من مبيعات البيتزا لمساعدة المحتاجين عبر منصة شفاء.

جاهز

جاهز_للخير

هي حملة خيرية ينظمها تطبيق "جاهز"، يدعم من خلالها مشاريع خيرية مختلفة بالتعاون مع منصات و جهات مثل شفاء و تراحم و إخاء لرعاية الأيتام وغيرها، وتهدف لتحقيق عوائد مالية لدعم هذه المشاريع..



التطبيق الأول
قبل الكل
#BeforeEveryone

ساعدكم
في شهر الخير



هنقرستيشن

عطائك_يفرق

هي حملة رمضان على تطبيق هنقرستيشن تهدف لدعم الجمعيات الخيرية من خلال تمكين المستخدمين من التبرع بوجبات أو مبالغ مالية عند طلب الطعام، مع تسهيلات للتبرع مباشرة عبر فلتر "عطائك يفرق" في التطبيق.



وإليك أبرز التوصيات لنجاح حملتك التسويقية:

:01

قبل البدء في إطلاق حملتك التسويقية، قم بدراسة وتحليل جمهورك المستهدف بعناية. اعرّف من هم وما الذي يهمهم وكيف يتفاعلون مع مثل هذه الحملات ستساعدك هذه المعرفة على توجيه جهودك وتكييف استراتيجيتك بشكل أفضل.

:02

حدد بوضوح أهدافك التسويقية المرتبطة بالحملة. هل ترغب في زيادة الوعي بالقضية؟ هل تهدف إلى جذب المزيد من المتطوعين أو الداعمين؟ تحديد الأهداف سيساعدك في تقييم نجاح الحملة وتوجيه جهودك بشكل مناسب.

:03

تطوير محتوى قصصي قوي ومؤثر يتناسب مع رسالتك وهدفك. يجب أن يكون المحتوى قادرًا على لفت انتباه الجمهور وإلهامهم للتفاعل والمشاركة. استخدم القصص الإنسانية القوية والشاهدة للتأثير على العواطف والتفكير لدى الجمهور.

:04

تحديد المنصات الاجتماعية التي يتواجد فيها جمهورك المستهدف واستخدامها بفاعلية للتواصل معهم. قم بتطوير استراتيجية محتوى تتناسب مع كل منصة وقم بنشرها بانتظام.

:05

التعاون مع شركاء استراتيجيين يمكن أن يزيد من تأثير حملتك التسويقية. ابحث عن منظمات أو أفراد يشتركون في نفس الرؤية ويمكنهم دعمك في نشر رسالتك وتعزيزها.

:06

حدد مؤشرات الأداء الرئيسية التي ستقيس بها نجاح حملتك التسويقية.

:07

وضع استراتيجية تسويقية شاملة تشمل العديد من القنوات والوسائل، بما في ذلك التلفزيون، ووسائل التواصل الاجتماعي، والأحداث المجتمعية. استغل القنوات المتاحة بشكل متكامل لتعزيز رسالتك وتوصيلها بفاعلية للجمهور.

:08

قصص النجاح والتأثير الإنساني يمكن أن تكون أداة قوية في حملتك التسويقية. قم بتجميع قصص حقيقية ومؤثرة وشاركها بشكل مؤثر في الحملة. يمكن أن تساعد هذه القصص في بناء تأثير عاطفي قوي وتعزيز التواصل والتفاعل مع الجمهور.

:09

استغل الفرص للتواجد في الأماكن المناسبة والأحداث المجتمعية التي تجتمع فيها الجماهير المستهدفة. على سبيل المثال تنظيم فعاليات ومشاركة القصص والرسالة الخاصة بك في هذه الأماكن لزيادة الوعي وجذب الدعم.

:10

بعد انتهاء الحملة، قم بتقييم التأثير والنتائج التي تحققت. حلل البيانات، وقيم التفاعل، وقيس الوعي بالحملة و استند إلى هذه المعلومات لتحسين حملتك التسويقية مستقبلاً.



حامد
الذيابى

