



نماء
المكة
للسقاية والرفادة



بناء الاستراتيجيات التسويقية

لجمعية نماء مكة للسقاية والرفادة بمنطقة مكة المكرمة

إعداد
د. عبدالعزيز بن محمد الغامدي
رئيس مجلس الإدارة



حي الرحاب - طريق الأمير متعب
مركز الأقصى للأعمال
الدور الخامس - مكتب 514



info@nmamakkyah.sa
www.nmamakkyah.sa

نماء
المكيّة
للسقاية والرفادة



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

✉ info@nmamakkyah.sa

🌐 nmamakkyah.sa

📍 حي الرحاب - طريق الأمير متعب - مركز الأقصى للأعمال - الدور الخامس - مكتب 514

استراتيجيات التسويق تعد أداة رئيسية لجذب الدعم المالي والمعنوي، وزيادة الوعي بأنشطة الجمعية وأثرها الاجتماعي. في حالة جمعية "نماء المكية للسقاية والرفادة"، التي تقدم خدمات سقاية ورفادة للحجاج والمعتمرين في مكة المكرمة، فإن التسويق يجب أن يتوجه بشكل أساسي نحو بناء صورة إيجابية للجمعية، وتوسيع قاعدة المتبرعين، والمتطوعين، والمستفيدين.

فيما يلي خطوات بناء استراتيجيات تسويقية فعّالة لمشاريع جمعية نماء المكية للسقاية والرفادة:

1 تحديد الأهداف التسويقية للمشاريع

- أول خطوة هي تحديد الأهداف التسويقية للمشاريع المختلفة التي تقوم بها الجمعية. يمكن أن تشمل الأهداف:
 - زيادة الوعي بالجمعية وخدماتها: إعلام الجمهور بأنشطة الجمعية، مثل السقاية والرفادة.
 - زيادة التفاعل مع المتبرعين والجمهور: جذب مزيد من المتبرعين والمتطوعين لدعم المشاريع.
 - تعزيز الصورة الذهنية: تحسين سمعة الجمعية من خلال حملات تسويقية تسلط الضوء على الأثر الاجتماعي للمشاريع.
 - تحقيق أهداف مالية: جمع التمويل اللازم لتمويل مشاريع الجمعية من خلال حملات تبرعات فعّالة.

2 تحليل السوق والجمهور المستهدف

- من أجل وضع استراتيجية تسويقية فعّالة، يجب أولاً فهم الجمهور المستهدف وتحليل السوق:
 - التحليل الديموغرافي: تحديد الفئات المستهدفة للمشاريع، مثل الحجاج والمعتمرين، المتبرعين المحليين والدوليين الشركات، والمتطوعين.
 - التحليل النفسي والسلوكي: فهم دوافع المتبرعين، مثل الرغبة في القيام بأعمال خيرية أو دعم مشاريع مرتبطة بالحج والعمرة.
 - تحليل المنافسة: دراسة الأنشطة التسويقية للمؤسسات والجمعيات الخيرية الأخرى في نفس المجال، لمعرفة ما يميز جمعية "نماء المكية" وكيفية التميز في السوق.

3 وضع الرسائل التسويقية الرئيسية

- يجب أن تكون الرسائل التسويقية واضحة وجذابة، وتعكس رؤية الجمعية ورسالتها:
 - الرسائل الإنسانية: إبراز الأثر الاجتماعي الذي تحققه الجمعية من خلال تقديم خدمات السقاية والرفادة، وكيف أن هذه الخدمات تساهم في توفير الراحة للملايين من الحجاج والمعتمرين.
 - الشفافية والمصداقية: تسليط الضوء على كيفية استخدام التبرعات وما تحقق من نتائج ملموسة على الأرض.
 - الدعوة للتبرع والمشاركة: تحفيز الجمهور على التبرع أو التطوع من خلال إبراز أهمية المشاركة في هذه الأعمال الخيرية.
 - التركيز على القيم الإسلامية: ربط أنشطة الجمعية بالقيم الإسلامية المرتبطة بالحج والعمرة، مثل التضامن، العطاء، والخدمة.

اختيار القنوات المناسبة لنقل الرسائل التسويقية يعتبر أمراً بالغ الأهمية لضمان وصول الرسائل إلى الجمهور المستهدف:

المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي:

- فيسبوك وإنستغرام: من أهم المنصات للتواصل مع الجمهور المحلي والدولي. يمكن استخدامها لنشر محتوى مرئي وجذب المتبرعين من خلال حملات تبرعات مباشرة.
- تويتر: للتفاعل السريع مع الجمهور ونشر التحديثات بشكل دوري.
- يوتيوب: لنشر فيديوهات توثيقية عن مشاريع الجمعية والأنشطة التي تقوم بها.
- المدونات والمقالات: نشر مقالات توضح أثر المشاريع وحاجة الجمعية للتبرعات.
- البريد الإلكتروني: إرسال رسائل موجهة إلى المتبرعين الحاليين والمحتملين مع تقارير دورية حول أنشطة الجمعية وأثرها.

الإعلانات التقليدية:

- الإعلانات في الصحف والمجلات المحلية: يمكن أن تكون فعالة في جذب الدعم من المتبرعين المحليين.
- الإعلانات في الأماكن العامة: وضع إعلانات في الأماكن التي يزورها الحجاج والمعتمرون، مثل المرافق العامة والمساجد والفنادق.

الفعاليات والمناسبات:

- تنظيم حملات تبرع في المساجد والأسواق: يمكن تنظيم فعاليات خيرية لجمع التبرعات خلال موسم الحج أو العمرة.
- المؤتمرات الصحفية والندوات: تنظيم فعاليات لتسليط الضوء على المشاريع الكبرى للجمعية وزيادة التفاعل مع وسائل الإعلام.

الشراكات مع الشركات:

- البرامج المشتركة مع الشركات: تقديم برامج مسؤولية اجتماعية مشتركة مع الشركات لزيادة التمويل وزيادة الوعي بأنشطة الجمعية.

إنتاج محتوى تسويقي جذاب

5

يجب أن يكون المحتوى التسويقي مميزاً وجذاباً ليؤثر في الجمهور ويحفزهم على التفاعل:

- الفيديوهات التوثيقية: تصوير فيديوهات تروي قصص حياة من المستفيدين من خدمات السقاية والرفادة وتوثيق الأنشطة اليومية للجمعية.
- الصور والإنفوغرافيك: استخدام الصور ذات الجودة العالية والإنفوغرافيك لشرح تأثير المشاريع بشكل بصري.
- الشهادات والتجارب الشخصية: نشر شهادات من الحجاج والمعتمرين الذين استفادوا من خدمات الجمعية مما يعزز من مصداقية الجمعية.
- المحتوى التفاعلي: مثل استطلاعات الرأي على منصات التواصل الاجتماعي، أو المسابقات التي تشجع على التبرع أو التفاعل.

6 تنظيم حملات تسويقية مستهدفة

يجب أن تكون الحملات التسويقية متجددة وقائمة على أهداف واضحة:

- حملات تبرع موسمية: مثل حملات جمع التبرعات في موسم الحج أو العمرة، مع توفير قنوات تبرع سهلة وآمنة عبر الإنترنت.
- حملات "التحديات" على وسائل التواصل الاجتماعي: مثل دعوة المتابعين للتبرع أو التفاعل مع المنشورات مقابل التحديات الخيرية.
- حملات توعية: نشر معلومات حول أهمية السقاية والرفادة وكيف تساهم الجمعية في راحة الحجاج والمعتمرين.

7 تحليل الأداء والتقييم المستمر

من المهم مراقبة أداء الاستراتيجيات التسويقية وتعديلها بناءً على النتائج:

- تحليل البيانات: استخدم أدوات تحليل منصات التواصل الاجتماعي (مثل Facebook Insights، Google Analytics) لمتابعة التفاعل مع المحتوى وتقييم مدى وصول الحملات.
- تقييم العائد على الاستثمار (ROI): قياس نجاح الحملات التسويقية من خلال مقارنة الموارد المالية التي تم إنفاقها مع العوائد المحققة (مثل التبرعات المتلقاة).
- التغذية الراجعة: جمع آراء المتبرعين والمستفيدين حول الحملة التسويقية لتحسين الأداء في المستقبل.

8 بناء علاقات طويلة الأمد مع الداعمين

من المهم بناء علاقات مستدامة مع الداعمين:

- التواصل المستمر مع المتبرعين: إرسال تقارير دورية حول كيفية استخدام التبرعات، والتأثير الذي حقته المشاريع.
- التقدير والاعتراف بالمتبرعين: تكريم المتبرعين والمشاركين في الفعاليات والأنشطة من خلال تقديم شهادات تقدير أو نشر أسمائهم في تقارير الجمعية أو على وسائل التواصل الاجتماعي.
- برامج الولاء: تقديم مزايا خاصة للمتبرعين المنتظمين، مثل منحهم دعوات لحضور فعاليات خاصة أو تقديم شكر علني لهم.

في الختام:

الاستراتيجيات التسويقية لمشاريع جمعية "نماء المكية للسقاية والرفادة" يجب أن تكون شاملة ومرنة، مع التركيز على بناء صورة إيجابية للجمعية وتعزيز تفاعل الجمهور. من خلال تنويع القنوات التسويقية، إنشاء محتوى جذاب، وتنظيم حملات مستهدفة، يمكن للجمعية زيادة الدعم المالي والإنساني، مما يساعد في تحقيق أهدافها الخيرية في خدمة ضيوف الرحمن.



✉ info@nmamakkyah.sa 🌐 nmamakkyah.sa

📍 حي الرحاب - طريق الأمير متعب - مركز الأقصى للأعمال - الدور الخامس - مكتب 514