



نماء
المكة
للسقاية والرفادة



التسويق الاجتماعي لمشاريع

جمعية 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



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

✉ info@nmamakkyah.sa

🌐 nmamakkyah.sa

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

التسويق الاجتماعي هو استخدام مفاهيم وتقنيات التسويق من أجل التأثير على سلوك الأفراد والمجتمعات في اتجاه تحسين رفاهيتهم الاجتماعية. في حالة جمعية نماء المكية للسقاية والرفادة، يهدف التسويق الاجتماعي إلى تعزيز الوعي المجتمعي بأهمية خدمات السقاية والرفادة التي تقدمها الجمعية، تحفيز التبرعات وتشجيع المشاركة المجتمعية في هذه المشاريع الخدمية لضيوف الرحمن. في هذا السياق، يعتمد التسويق الاجتماعي على استراتيجيات مبتكرة تضمن تحقيق أهداف الجمعية في خدمة الحجاج والمعتمرين بشكل مستدام.

1 أهداف التسويق الاجتماعي لمشاريع جمعية نماء المكية للسقاية والرفادة

1. زيادة الوعي المجتمعي حول أهمية خدمات السقاية والرفادة.
2. تحفيز التبرعات لدعم مشاريع الجمعية المتعلقة بتوفير المياه والطعام للحجاج والمعتمرين.
3. تشجيع المشاركة المجتمعية في العمل التطوعي والمساهمة في تقديم الخدمات.
4. تعزيز صورة الجمعية في المجتمع المحلي والدولي من خلال تسليط الضوء على أعمالها الخيرية.

2 استراتيجيات التسويق الاجتماعي لمشاريع جمعية نماء المكية للسقاية والرفادة

1. استخدام منصات التواصل الاجتماعي لنشر الوعي

الفكرة:

منصات التواصل الاجتماعي هي أداة قوية للوصول إلى جمهور واسع في وقت قصير. يمكن لجمعية نماء المكية استخدام هذه المنصات لزيادة الوعي حول مشاريعها الخدمية وخاصة في موسم الحج والعمرة.

التنفيذ:

- محتوى مرئي جذاب: تصميم فيديوهات قصيرة وصور توعوية توضح جهود الجمعية في توفير مياه الشرب والطعام للحجاج والمعتمرين، مع التأكيد على أهمية حفظ النعمة وترشيد استهلاك المياه.
- قصص نجاح: نشر قصص نجاح عن كيفية تحسين تجربة الحجاج والمعتمرين من خلال مشاريع الجمعية.
- هاشتاغات تفاعلية: استخدام هاشتاغات مثل #سقاية_الخير و #رفادة_الحج لزيادة التفاعل مع الجمهور وتشجيع المتابعين على المشاركة في الحملات التوعوية.

الفائدة:

- زيادة الوعي داخل المجتمع المحلي والدولي.
- توسيع نطاق المشاركة من خلال التفاعل مع المتابعين وتوسيع دائرة الدعم.

2. حملات تبرعات عبر الإنترنت

الفكرة:

إطلاق حملات تبرعات عبر الإنترنت بهدف جمع الأموال لدعم مشاريع السقاية والرفادة، مع تسليط الضوء على أهمية الدعم المالي لهذه المشاريع.

التنفيذ:

- منصات التبرع الإلكترونية: توفير منصات تبرع عبر الإنترنت، مثل موقع الجمعية أو تطبيقات الهواتف الذكية الخاصة بها، لتمكين الأفراد من التبرع بسهولة.
- حملات تبرع موسمية: تنظيم حملات تبرع خلال أشهر الحج والعمرة، مع التركيز على أهمية توفير المياه والطعام للحجاج.
- التبرع عبر الرسائل القصيرة: تقديم خدمة التبرع عبر الرسائل القصيرة (SMS) لسهولة الوصول إلى جمهور واسع.

الفائدة:

- زيادة التبرعات المالية من خلال الوصول إلى جمهور أوسع.
- توفير موارد إضافية لدعم مشاريع السقاية والرفادة.

3. الشراكات مع المؤسسات التجارية

الفكرة:

التعاون مع المؤسسات التجارية المحلية والدولية لتمويل ودعم مشاريع الجمعية من خلال الشراكات المجتمعية.

التنفيذ:

- شراكات مع الشركات الكبرى: التعاون مع شركات المياه، الأغذية، ومواد التعبئة لتقديم دعم مادي أو منتجات لصالح مشاريع الجمعية.
- التسويق المشترك: إطلاق حملات تسويقية مشتركة مع الشركات الداعمة التي تعرض منتجاتها وتروج لها في إطار الأنشطة الخيرية التي تقدمها الجمعية.

الفائدة:

- توفير الموارد المالية اللازمة لتمويل المشاريع.
- زيادة الوعي المجتمعي حول مشاريع الجمعية من خلال الشراكات الشريكة.

4. تنظيم فعاليات توعوية ومجتمعية

الفكرة:

تنظيم فعاليات مجتمعية تهدف إلى التوعية بأهمية خدمات السقاية والرفادة، مع دعوة المجتمع المحلي للمشاركة في هذه الأنشطة الخيرية.

التنفيذ:

- ورش عمل وحلقات نقاشية: تنظيم ورش عمل في المساجد، المراكز الثقافية، والجامعات لزيادة الوعي حول أهمية السقاية وحفظ النعمة.
- فعاليات تطوعية: تنظيم فعاليات تطوعية حيث يمكن للمتطوعين المشاركة في توزيع المياه والطعام على الحجاج والمعتمرين.
- مؤتمرات ومعارض: تنظيم مؤتمرات ومعارض حول التنمية المستدامة والعمل الخيري، مع تسليط الضوء على مشاريع الجمعية.

الفائدة:

- تعزيز المشاركة المجتمعية في العمل التطوعي.
- نشر الوعي بشكل أوسع حول أهمية المشاريع التي تقدمها الجمعية.

5. استخدام القصص الإنسانية لتعزيز الرسالة

الفكرة:

استخدام القصص الإنسانية التي تبرز كيف أن مشاريع الجمعية تؤثر بشكل إيجابي على حياة الحجاج والمعتمرين مما يعزز من قوة الرسالة التوعوية.

التنفيذ:

- مقابلات مع الحجاج والمعتمرين: نشر قصص واقعية لحجاج ومعتمرين استفادوا من خدمات السقاية والرفادة، مثل كيف تم توفير مياه الشرب لهم في اللحظات الحرجة.
- التوثيق بالفيديو: إنتاج فيديوهات توثيقية تبرز العمل الذي تقوم به الجمعية في تقديم خدمات السقاية والطعام في مناطق الحج.

الفائدة:

- زيادة التأثير العاطفي على الجمهور.
- تعزيز المصداقية والشفافية في العمل الخيري للجمعية.

6. التسويق عبر المؤثرين

الفكرة:

التعاون مع المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي الذين يتمتعون بمتابعة واسعة لزيادة الوعي حول مشاريع الجمعية.

التنفيذ:

- التعاون مع المؤثرين المحليين والدوليين: دعوة المؤثرين للترويج لحملات التبرعات أو نشر الوعي حول مشاريع السقاية والرفادة، مثل التعاون مع اليوتيوبرز، المدونين، والمؤثرين عبر إنستغرام.
- التحديات والحملات التفاعلية: إطلاق حملات تفاعلية على منصات التواصل الاجتماعي مثل تحديات التبرع أو دعوة المؤثرين لزيارة مشاريع الجمعية في مكة المكرمة.

الفائدة:

- زيادة الوعي بين جمهور المؤثرين.
- تشجيع التفاعل والمشاركة المجتمعية من خلال الحملات التفاعلية.

خلاصة:

التسويق الاجتماعي لجمعية نماء المكية للسقاية والرفادة يتطلب استخدام مزيج من الاستراتيجيات الإعلامية والإبداعية التي تساعد في زيادة الوعي وتحفيز التبرعات وتعزيز المشاركة المجتمعية. من خلال منصات التواصل الاجتماعي، الفعاليات المجتمعية، الشراكات مع الشركات، والتعاون مع المؤثرين، تستطيع الجمعية تعزيز تأثيرها المجتمعي وتحقيق أهدافها في تقديم خدمات سقاية ورفادة متميزة للحجاج والمعتمرين في مكة المكرمة.



✉ info@nmamakkyah.sa 🌐 nmamakkyah.sa

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