



جمعية وفود الحرم
WOFOUD ALHARAM ASSOCIATION

خطة الاتصال المؤسسي لجمعية وفود الحرم ٢٠٢٥م



المقدمة:

الإعلام هو الركيزة الأساسية التي تعزز من تواصل المؤسسات مع جمهورها المستهدف، فهو ليس مجرد وسيلة لنقل الرسائل والمعلومات، بل هو أداة استراتيجية تساهم في بناء الصورة الذهنية الإيجابية وتحقيق التأثير المجتمعي المستدام.

في عالمنا اليوم، أصبحت الرسائل الإعلامية الدقيقة والمؤثرة محورياً لتحقيق الأهداف المؤسسية، خاصة في مؤسسات ذات رسالة إنسانية كجمعية وفود الحرم.

ونسعى من خلال منصات جمعية وفود الحرم أن تسلط الضوء على جهودها المباركة في خدمة قاصدي بيت الله الحرام، وتوثيق مشاريعها وأنشطتها، وإبراز قصص النجاح وانطباعات ضيوف الرحمن.





التعريف بالخطّة:

تندرج الخطّة الإعلامية للنصف الثاني من سنة ٢٠٢٤م لجمعية وفود الحرم تحت الخطّة العامة التي تستهدف بناء صورة ذهنية متميزة، وتماشيا وفق استراتيجية التواصل والظهور الإعلامي التي تعزز وجودها كجمعية رائدة تسعى أن تكون الجهة الأولى على مستوى الجمعيات العاملة في خدمة ضيوف الرحمن،

وتسهم في تلبية تطلعاتهم وإثراء تجربتهم من خلال مبادرات نوعية وبطرق مبتكرة وشراكات استراتيجية، بالإضافة إلى إبراز دورها الاجتماعي في مساعدة الراغبين في زيارة بيت الله الحرام،

وتطوير النخب والكوادر العلمية، والحفاظ على الروابط والعلاقات التي تتصل بها الجمعية مع الجهات المانحة والمؤسسات والجهات ذات العلاقة.





أهداف الخطة:

تعزيز الوعي: يسهم الإعلام في نشر رسالة الجمعية وتعريف المجتمع بأهدافها وبرامجها وأنشطتها المختلفة.

بناء الثقة: من خلال الإعلام، يمكن للجمعية تعزيز ثقة المجتمع والمتبرعين بدورها الريادي وشفافية أعمالها.

إبراز الإنجازات: الإعلام يتيح الفرصة لتسليط الضوء على قصص النجاح والمبادرات النوعية التي تقدمها الجمعية، مما يلهم الآخرين لدعمها أو السير على خطاها.

توسيع نطاق التأثير: عبر منصات الإعلام المختلفة، يمكن للجمعية الوصول إلى شرائح واسعة من الجمهور داخل المملكة وخارجها، مما يضاعف من أثر جهودها.

تعزيز الشراكات: يُعد الإعلام وسيلة فعّالة لتفعيل التعاون مع الجهات الداعمة، سواء كانت حكومية، أو خاصة، أو مجتمعية.

تسعى هذه الخطة الإعلامية إلى تحقيق رؤية جمعية وفود الحرم ورسالتها السامية عبر استراتيجيات إعلامية متكاملة تضمن إيصال الرسائل بصورة واضحة ومؤثرة، وترسخ من حضورها كجهة فاعلة في خدمة المجتمع وقاصدي الحرمين الشريفين.



الأهداف التفصيلية:

الهدف



- جذب المزيد من الشراكات والداعمين.
- إبراز تأثير الجمعية على المجتمع.
- تمكين الفئات المستهدفة.
- زيادة التفاعل المجتمعي.
- بناء شراكة مع إحدى جامعات المملكة.
- توثيق برامج ومشاريع الجمعية وتعظيم أثرها وتغطيتها بشكل أفضل.
- إبراز دور الجمعية في خدمة ضيوف الرحمن وإحياء سنة الرفاة والوفادة.
- بناء الثقة لدى المجتمع في الجمعية.
- تعزيز الانتماء والولاء للجمعية لدى العاملين في جميع أقسام الجمعية.
- تحسين واجهات السوشل ميديا "مواقع التواصل الاجتماعي".
- العمل على توثيق الحسابات وزيادة التفاعل والمتابعين.
- تحسين محركات البحث في قوقل وسفاري.
- التواصل مع بعض المؤثرين من مشاهير السوشل ميديا في مكة المكرمة.
- مواكبة البرامج والفعاليات ونشرها في وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز الصورة الذهنية.

الأهداف التفصيلية:

آلية التحقيق والمخرجات المتوقعة

- إيصال رسالة الجمعية للمجتمع والرعاة والجهات المانحة.
- إبراز الأنشطة والإنجازات، لتعزيز فرص التعاون مع الجهات الحكومية والخاصة، إلى جانب استقطاب المتبرعين والداعمين لتعزيز الموارد المالية والبشرية للجمعية..
- تسهم المبادرات الإعلامية في رفع الوعي بحقوق واحتياجات الفئات ذات الإعاقة والفئات المستهدفة الأخرى، مما يدعم دمجهم في المجتمع ويوفر لهم بيئة ملائمة أثناء أداء مناسكهم.
- من خلال نشر قصص النجاح والمبادرات الملهمة، تشجع الخطة الإعلامية الأفراد والمؤسسات على المشاركة في العمل الخيري والمجتمعي الذي تقوم به الجمعية.
- إعداد التقارير الورقية والمرئية لجميع البرامج والمشاريع ونشرها على المواقع لتعظيم أثر العمل..
- تنسيق المداخلات على القنوات الإعلامية (إذاعة - تلفزيون).
- نشر الأخبار في الصحف ووكالة الأنباء السعودية.
- إرسال جميع المقاطع المرئية والتغريدات إلى قروب الجمعية لتمكين باقي الموظفين والمتعاونين من نشر الإعلان.
- تفعيل منصة Tik Tok لسرعة انتشار المحتوى فيها، ولكونها الأكثر انتشاراً مؤخراً.
- تجهيز قوالب لواجهات المنشورات والمقاطع.
- كتابة تواريخ الأحداث الدينية والوطنية وتجهيز ما يلزمها من محتويات وغيرها، مع الهاشتاقات الرسمية.
- تسهم الحملة الإعلامية في تعريف الجمهور برسالة الجمعية وجهودها في خدمة قاصدي البيت الحرام، مما يزيد من ثقتهم بالمبادرات المقدمة ويشجع على التفاعل معها.



سياسة الظهور الإعلامي:

إعداد المحتوى الإعلامي

جمع المعلومات والموافقة المبدئية:
التأكد من دقة المحتوى ومصادقته قبل عرضه.
إعداد النصوص والصور ومقاطع الفيديو وفق المعايير المهنية.
استعراض المحتوى داخلياً من قبل لجنة مختصة.
الالتزام بالهوية البصرية الرسمية للجمعية (الألوان، الشعارات، الخطوط).
ضمان تطابق الشكل البصري مع القيم المهنية والعلامة المميزة للجمعية.

النشر والمتابعة

التوقيت المناسب: تحديد الأوقات المناسبة لنشر المحتوى لتحقيق أعلى مستوى من التفاعل.
مراعاة المواسم الدينية (رمضان، الحج، وغيرها).
الإشراف على النشر: فريق مختص يشرف على النشر في جميع المنصات (وسائل التواصل الاجتماعي، الموقع الإلكتروني، القنوات التقليدية).
التفاعل الفوري مع التعليقات والرسائل الواردة.

معايير عامة للظهور على المنصات

الجودة والمصداقية: التأكد من تقديم محتوى عالي الجودة وموثوق.
الشمولية والتنوع: تلبية احتياجات مختلف الفئات المستهدفة.
التوافق الشرعي والثقافي: مراعاة القيم الشرعية والأعراف المحلية.
الاحترافية والإبداع: تقديم محتوى مميز يعكس التميز المؤسسي للجمعية.