



الجمعية الفيصلية الخيرية النسوية
AL FAISALYA WOMEN WELFARE SOCIETY

مبادرة علمني 3

البرنامج التدريبي النوعي للمتطوعين





بدعم ورعاية:



جامعة دار الحكمة

غادن
Ghadan



مؤسسة سالم بن محفوظ الأهلية
Salem Bin Mahfouz Foundation



برعاية:



مؤسسة سالم بن محفوظ الأهلية
Salem Bin Mahfouz Foundation

غدن
Ghadan



جامعة دار الحكمة



@alfaisalya @alfaisalyaorg

دورة

التسويق للمبادرات وادارة الشركات

الساعة
8:00 - 5:00 مساءً



يوم واحد
2024/4/24



ASIL ALSAEDI



أ. أصيل السعدي

○ مدرب وميسر معتمد، وخبير في العمل التطوعي

○ مهتم بالعمل الاجتماعي والاتصال والتواصل وأدوات تطوير الانسان

مبادرة علمني 3

البرنامج التدريبي النوعي للمتطوعين

برعاية:



جامعة دار الحكمة



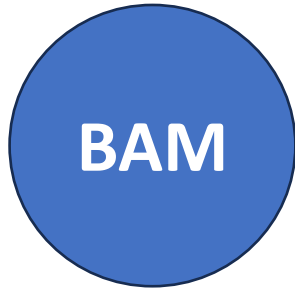
التسويق للمبادرات وإدارة الشراكات

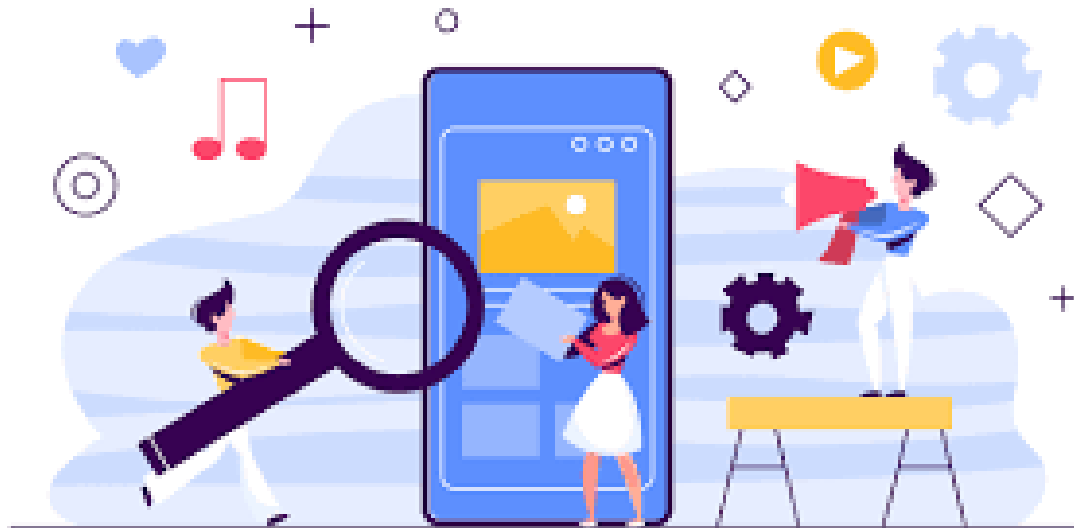




مهاور اللقاء

- مدخل إلى التسويق
- مقدمة عن أهمية تسويق المبادرات
- عصف ذهني لأدوات تسويق المبادرات
- عصف ذهني لعوامل نجاح تسويق المبادرات
- ما هي أبرز مشاكل و عوائق تسويق المبادرات
- الشراكات بين القطاعات لتفعيل العمل التطوعي





ما هو التسويق



ما هو التسويق؟

هو مزيج بين علم وفن وموهبة تسعى
إلى سهولة سريان المنتج من مرحلة ما
قبل الإنتاج إلى مرحلة ما بعد البيع

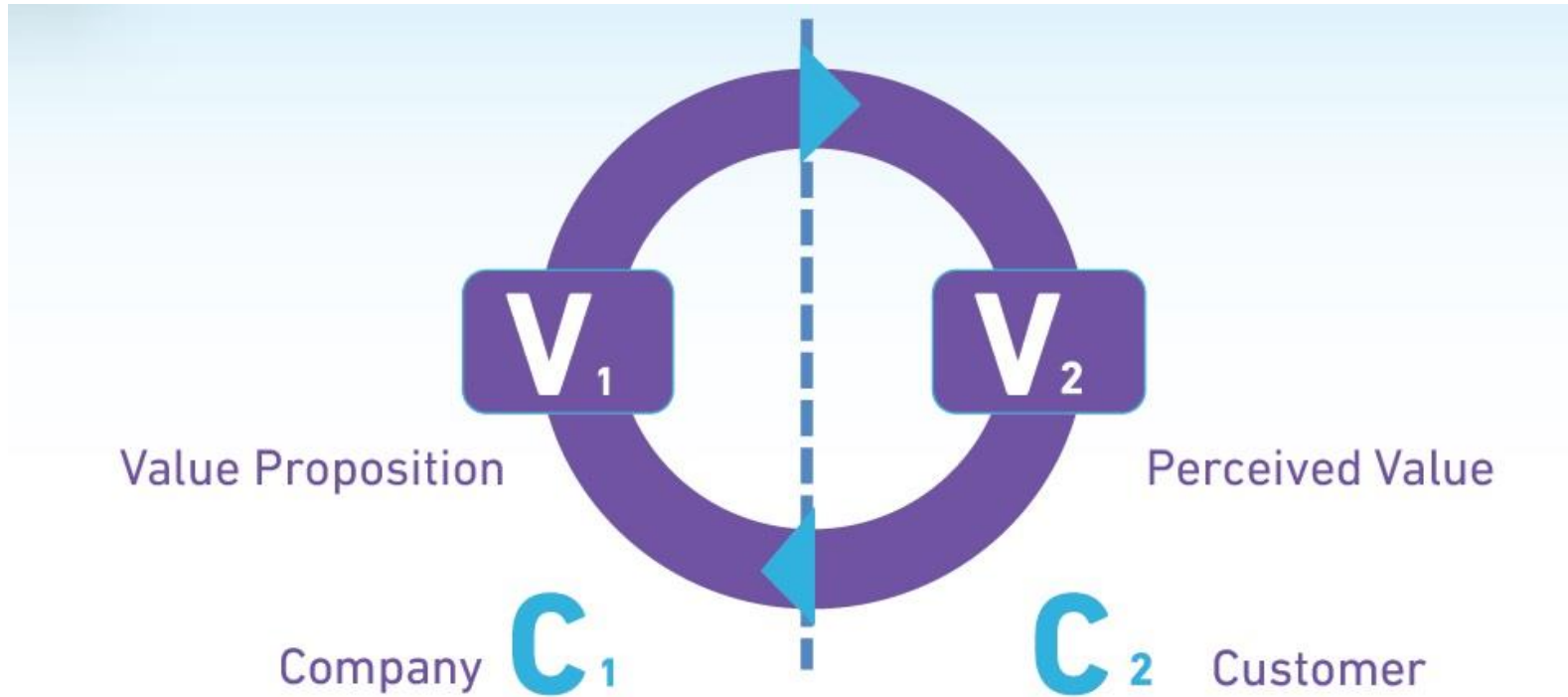


تعريف التسويق

هو مجموعة من العمليات التي تقوم الشركة من خلالها بخلق قيمة (منفعة) لدى العميل للحصول على قيمة (منفعة) من العميل



تبادل المنافع





نفهم من ذلك ان التسويق

- عمل منظم
- ليس فقط البيع والاعلان
- نركز على تسويق المنفعة وليس المنتج بذاته
- نزيد المنافع لنزيد التبادل
- العائد على الاستثمار الاعلاني او التسويقي
- الاستمرارية والمتابعة



مراحل التسويق

- مرحلة التعرف
- مرحلة التمحور (دراسة المستفيد + دراسة السوق + دراسة المنافسين) لتحقيق التميز
- مرحلة المزيج التسويقي (الخطة المميزة)
- مرحلة ادارة العلاقات
- مرحلة ادارة المنافع



خطوات التسويق





نموذج بيرسونا

نموذج بيرسوننا

العمر

الاسم

المهنة

أين يعيش

المستوى العلمي

ما الذي يحلم بتحقيقه ؟

كيف يقضي يومه؟

من يؤثر عليه؟

ماهي آلامه وصعوباته تجاه القضية وما أسبابها؟



نشاط ابني منتجك



أهمية التسويق لماذا نحتاج التسويق لمبادراتنا ؟



جامعة دار الحكمة



إستراحة صلاة المغرب



الفيسلية .. نحو تمكين مستدام
www.alfaisalya.org



عصف ذهني 1

أدوات التسويق للبرامج والمبادرات التطوعية



عصف ذهني ٢

عوامل نجاح التسويق



الشراكة بين القطاعات لتفعيل العمل التطوعي



أهمية الشراكة

خيار استراتيجي لتفعيل العمل التطوعي، بتكاليف مقبولة وأهداف نوعية.

“الشراكات”

دراسات:

90% من المشاركين في استطلاع رأي أكدوا أن تعاون الشركات والحكومة والمنظمات غير الربحية لحل القضايا الاجتماعية

79% من المستجيبين في أحد الدراسات يمكن أن ينتقلوا من علامة تجارية إلى أخرى إذا كانت العلامة التجارية الأخرى مرتبطة بقضية جيدة

85% من المستجيبين في أحد الدراسات يحتفظون بصورة أكثر إيجابية عن منتج أو شركة تقوم بدعم قضية يهتمون بها.



كيف يمكننا بناءً شراكة استراتيجية فاعلة؟



1 اختيار الجهة:

ما هي احتياجاتك الحالية وكيف ستفيد الشراكة برامج العمل التطوعي لديك؟

ما هي الشركات التي من شأنها أن تضيف قيمة إلى برامج العمل التطوعي لديك؟

ما هي المنظمات التي تتوافق رؤيتهم ورسالتهم وقيمهم مع رؤيتك؟

ما هي الخطوات التالية للبدء في الشراكة مع كل جهة؟





تنفيذ الشراكة:

2

بناء مذكرة تفاهم تتضمن ما يلي:

ما هي النتائج التي نسعى إلى تحقيقها وما هي توقعاتك من شريكك المحتمل

النتائج المرجوة:

كيف ستعاونان معاً وما هي الموارد التي ترغب في مشاركتها؟

التعاون:

ما هو مستوى الالتزام المطلوب من كلا الطرفين ليكون ناجحاً؟

الالتزام:

ما هي قنوات الاتصال التي سنستخدمها؟ هل ستلتقي بهم بانتظام لضمان تلبية توقعات المنظمات؟ ومن المعنيين بتنفيذ هذا التواصل؟

التواصل:



3 تعزيز الثقة مع الشركاء والمحافظة على الشراكة:

تعزيز التقدير المشترك بين فريق عمل كلا الجهتين

مراعاة اللباقة في التواصل المستمر والتفاعل بين الطرفين.

إشراك منسوبي الجهة الشريكة في الوصول إلى أفكار إبداعية لبرنامج التطوعي.

الإشادة بشكل مستمر بدور الشركاء وما يقدمونه لخدمة القضية التي تعمل عليها والأثر الذي ساهموا في إحداثه

تحقق أن الشركاء يحصلون على مكاسبهم المتوقعة



جامعة تكدير الحكمة

غادن
Ghadan



مؤسسة سالم بن محفوظ الأهلية
Salem Bin Mahfouz Foundation



مركز إشراف المركز الوطني للتنمية القطاع غير الربحي رقم 19

تقييم اليوم الرابع
شكرا لكم

