

الوثيقة الشاملة

إدارة الاتصال المؤسسي



الجمعية الفيصلية الخيرية النسوية بجدة

بطاقة وثيقة

2025	تاريخ الإصدار		رقم الإصدار		رمز الوثيقة
إدارة الاتصال المؤسسي					مالك الوثيقة
دليل مرجعي يوضح الظهور الإعلامي والمبادرات الإعلامية للجمعية في كافة الوسائل الاتصال التقليدية والحديثة، وتضمن كافة السياسات والاليات واللوائح ونماذج العمل المنظمة للشراكات.					وصف الوثيقة
توضيح سياسة النشر والظهور الإعلامي وتحقيق الأهداف المشتركة للأطراف ذوي العلاقة.					أهداف الوثيقة
المستهدف	دورية القياس	مؤشر القياس	النتيجة	النتائج تعزيز الصورة الذهنية لدة أصحاب المصلحة	
8	ربع سنوي	ص1-1 عدد المبادرات المنفذة لتعزيز الصورة الذهنية لدى أصحاب المصلحة			
100%	نصفي	ص1-2 نسبة رضا أصحاب المصلحة			
31%	ربع سنوي	ص1-3 نسبة الفاعلية في عضوات الجمعية العمومية			
10	ربع سنوي	ص1-4 عدد مشاركات الجمعية في اللقاءات والملتقيات لتعزيز الصورة الذهنية			
50	ربع سنوي	ص1-5 عدد التقارير الصادرة لأصحاب المصلحة			
10%	ربع سنوي	ص1-6 نسبة مشاركة أفراد المجتمع في الفعاليات المرتبطة بالجمعية			
100%	سنوي	ص1-7 نسبة معيار الشفافية والافصاح في حوكمة الجمعيات			
90%	ربع سنوي	ص1-7 نسبة تغطية الفرص من قنوات التبرع الرسمية			
	سنوي	ص1-8 نسبة استدامة العلاقات التاريخية			

إدارة الاتصال المؤسسي	نطاق / مجال التطبيق	تطبيق الوثيقة
تقارير	ألية تقييم الوثيقة	
	دورية التطبيق	
أصحاب المصلحة	الفئة المستهدفة	المراجعة والتحسين
ربع سنوي () نصف سنوي () سنوي () ثلاث سنوات ()	دورية تحسين الوثيقة	
إدارة الاتصال المؤسسي	الإعداد	الصلاحيات
	المراجعة	
اللجنة التنفيذية	التوصية بالاعتماد	
مجلس إدارة الجمعية	الاعتماد	

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال الله تعالى: ﴿ أَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتَابِ وَمُهَيِّمًا عَلَيْهِ ۖ فَاحْكُم بَيْنَهُم بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ ۚ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ عَمَّا جَاءَكَ مِنَ الْحَقِّ ۚ لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا ۚ وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً، وَلَكِنْ لِيَبْلُوَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ ۚ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ إِلَى اللَّهِ مَرْجِعُكُمْ جَمِيعًا فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ ﴾

المائدة ٤٨

الفهرس

8	الجمعية الفيسلية
9	التطور التاريخي للإدارة
12	الهيكل التنظيمي للإدارة
14	حوكمة الاتصال المؤسسي
16	إدارة الشراكات
20	مراحل بناء وتطبيق الشراكات
28	إجراءات الشراكات
31	العلاقات العامة والاعلام
35	الإحصائيات
40	إجراءات العلاقات العامة والاعلام
56	الشكاوى والبلاغات
64	إدارة الأزمات
68	العضويات

الجمعية الفيصلية

حرصت الجمعية الفيصلية على إعداد خطة مالية طموحة طويلة الأجل تساهم في ضمان الكفاءة والفاعلية من خلال مجموعة من الأفكار والبرامج والتقنيات والأدوات الفعالة في هذا الشأن مرتكزة بصورة رئيسية على الخطة الاستراتيجية للجمعية 2021-2024 حيث شكلت قضية الاستدامة المالية وتديير التمويل وتحقيق الاستقرار المالي أحد أهم التحديات المستقبلية التي تواجهنا والتي يجب أن نعمل على تجاوزها خلال الأربع سنوات القادمة .

الرؤية

الريادة في تقديم الحلول الابتكارية في التمكين الاقتصادي الاجتماعي.

الرسالة

التمكين الاقتصادي الاجتماعي لفاقدي السند الأسري والدعم المؤسسي لكيانات التمكين الاقتصادي الاجتماعي الناشئة من خلال حلول نوعية مبتكرة وفريق عمل احترافي.

القيم الجوهرية

- التمكين
- الابتكار
- الإحسان
- المبادرة
- العدالة
- الشفافية

الأهداف الأساسية

- مساعدة ومساندة فاقدي السند الأسري
- التدريب والتأهيل المهني والحرفي
- التمكين الاقتصادي والاجتماعي للأفراد والجماعات للمناطق النائية
- الخدمات الصحية



التطور التاريخي لإدارة الاتصال المؤسسي

تشكلت في السنوات الأولى لتأسيس الجمعية لجنة العلاقات العامة وجمع التبرعات وعملت اللجنة على تحقيق العديد من الأغراض وتميزت بانها المصدر الرئيسي في جمع التبرعات لتساعد بها اللجان المختلفة في المساعدات الاجتماعية والصحية والإنسانية وتركزت أهدافها على :

- الدعاية والإعلان عن كافة أنشطة الجمعية والتعريف بها للمجتمع.
- فتح قنوات للعلاقات التعاونية مع وسائل الإعلام.
- التذكير بالدور الذي تقوم به الجمعية لدى فاعلين الخير والذين هم خير سند بعد الله للجمعية في مواصلة مشوارها الخيري.
- جمع التبرعات المالية والعينية.
- استقبال الزائرات للجمعية وتعريفهن بالدور الذي تقوم به الجمعية .

1414 هـ - 1993

وخلال مرحلة التطوير والتحسين المستمر لبرامج الجمعية وخدماتها لتواكب التحولات المجتمعية والإقتصادية والاجتماعية على حد سواء قام مجلس الإدارة بدراسة مشروع إعادة هيكلة اللجان وتطوير الخدمات والتوسع في البرامج للعمل على تنفيذ النشاطات والفعاليات التي تهدف الى خدمة المجتمع على نطاق واسع وتم تطوير برامج وأنشطة لجنة العلاقات العامة وجمع التبرعات وتضافرت جهود اللجنة مع مختلف اللجان لتتمكن من أداء رسالتها ومواصلة مشوارها الخيري .

1424 هـ - 2003

خلال هذه المرحلة بذلت الجمعية جهود حثيثة لتلبية متطلبات الفئات التي ترعاها وقامت بتطوير برامجها وخدماتها لتتماشى مع متطلبات المجتمع التنموية، وعملت على النهوض بمستواها الإقتصادي والاجتماعي مستفيدة من التجارب السابقة وتطويرها لتتماشى مع الاحتياجات الحالية والمستقبلية وتم تعديل أعم اختصاصات واهداف اللجنة وفق التالي :

- وضع المقترحات والأراء البناءة لسياسات اللجنة في تنمية موارد الجمعية من التبرعات ، وتدعيم العلاقات بين الجمعية والمجتمع بالتعريف باهداف الجمعية وخدماتها وانشطتها .
- الإشراف على تنفيذ الخطط الموضوعة لحمولات التبرعات بالتنسيق مع اللجان حسب حاجة وظروف كل لجنة ، وتنظيم عملية جمع التبرعات من فاعلي الخيري كأفراد أو مؤسسات وفق الأنظمة المسموح بها من الوزارة .
- توثيق العلاقات مع الجهات الإعلامية المختلفة
- رفع التقارير والمشاركة في وضع الميزانيات التقديرية .

التطور التاريخي لإدارة الاتصال المؤسسي

1429-2008م

مع استمرار فرص التطوير والتحسين المستمر لبرامج وخدمات الجمعية قرر مجلس إدارة الجمعية الفيصلية بإعتماد خمس مراكز أساسية لنشاطات الجمعية وبرامجها منطلقاً من منهجية جديدة تعتمد على التركيز في تقديم الخدمات والبرامج بصورة مؤسسية منظمة ومنهجية وتم تحديد المراكز على النحو التالي:

- مركز الأميرة حصة بنت خالد للتنمية الاجتماعية.
- مركز بيت الرفيف لرعاية الأيتام.
- مركز جدة للتوحد.
- مركز سلسلة لتطوير التراث السعودي.
- مركز العلاقات العامة وتنمية الموارد والإعلام.

وأصبح لكل مركز رسالة ورؤية وأهداف محددة لتعمل المراكز على تحقيق رسالة الجمعية الأساسية المرتبطة بالعمل الخيري والتطوعي بالتنمية الشاملة من خلال مراكزها التي تستهدف الإنسان وترقى به ابتداءً بالفرد ثم الأسرة ومن ثم تمتد إلى المجتمع.

2016-2018

خلال ورشة عمل بعنوان "مراجعة الرؤية والإستراتيجية للجمعية 2016-2018" لإعداد خطة عمل مستقبلية (خارطة الطريق) بالتعاون مع الدكتور محمد حسن عاشور وبحضور عضوات مجلس الإدارة وأعضاء لجنة تنمية الموارد وقيادات العمل التنفيذي في الجمعية..كانت أهم توصيات الورشة ضرورة إعادة هيكلة مركز العلاقات العامة وتنمية الموارد والإعلام وتأسيس إدارة مستقلة للتسويق ولأهمية فصل أعمال العلاقات العامة والتسويق حيث أن مهمة التسويق في الجمعية تتبع العلاقات العامة وهناك اختلاف كبير بين التخصصين من حيث المفهوم والرسالة والأدوات.

2021-2024

انطلقت الجمعية نحو إعداد مشروع التطوير الإستراتيجي والأداء المؤسسي للجمعية و دشنت الجمعية خطتها الإستراتيجي عزم 2021-2024 وذلك وفق المعايير والمواصفات القياسية في مجال التخطيط الاستراتيجي وبطاقة الأداء المتوازن وتطوير الخطة الاستراتيجية وفق المتغيرات الجديدة التي تمر بها الجمعية.

وتم تطوير برامج وأنشطة لتواكب التطور العلمي لدور العلاقات العامة وماسسة عمله من خلال تطوير منظومة العمل بمنهجية بناء الصورة الذهنية والهوية المؤسسية للجمعية وتم تعديل هيكله الجمعية وتأسيس الإدارات وفصل مركز العلاقات العامة وتنمية الموارد والإعلام إلى ثلاث إدارات مستقلة وفق التالي :

- إدارة الاتصال المؤسسي.
- إدارة تنمية الموارد والتسويق.
- إدارة التطوع .

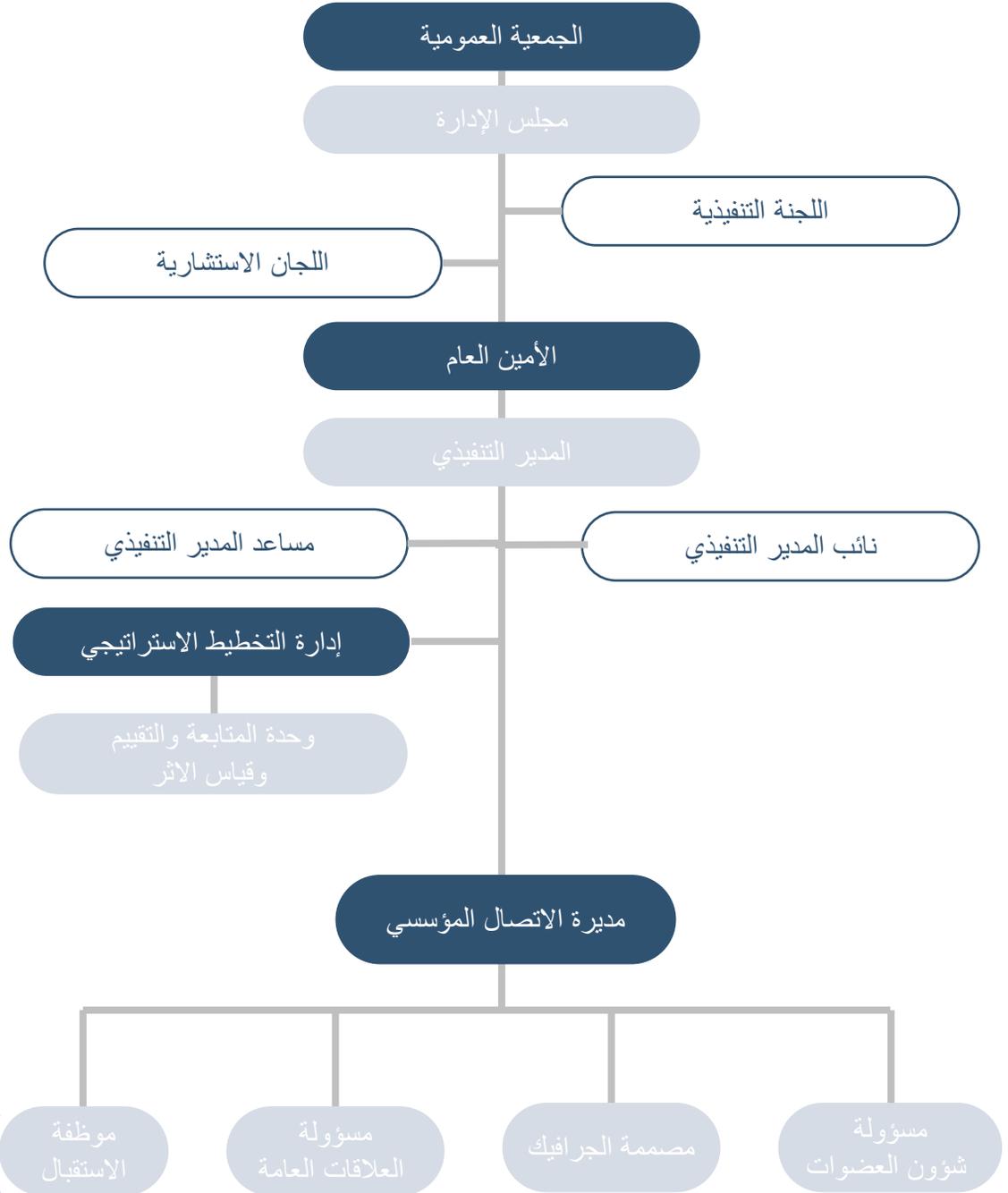
التطور التاريخي لإدارة الاتصال المؤسسي

إدارة الإتصال المؤسسي

مع المرحلة الجديدة للجمعية الفيصلية والتي تتزامن مع رؤية المملكة 2030 وبعد تأسيس إدارة الاتصال المؤسسي ضمن إعادة وتطوير هيكله الجمعية ركزت إدارة الاتصال المؤسسي على الواجبات والأدوار التالية :

1. بناء الصورة الذهنية والهوية المؤسسية: للجمعية للإسهام في تكوين الآراء والانطباعات الجيدة من خلال التعريف برسالة الجمعية وعلامتها التجارية للجمهور الداخلي والخارجي سواء عبر وسائل الإعلام المختلفة أو إدارة السمعة الإلكترونية في مواقع الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي.
2. بناء العلاقات الإعلامية: مع وسائل الاعلام المختلفة المسموعة والمرئية وبناء علاقات وثيقة مع الإعلاميين والمؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي.
3. إدارة الأزمات: وهنا يأتي دور خبراء الاتصال في العلاقات العامة في صياغة رسالة المنظمة اثناء حدوث الأزمات من خلال مساعدة الجمعية في تخفيف وطأة الرأي العام والأخبار السيئة. ودور الإتصال المؤسسي خلال إدارة الأزمة والتنبؤ بحدوثها والتعامل الأمثل والسيطرة عليها.
4. بناء الاتصالات الداخلية والخارجية: الاتصال المؤسسي وجه الإدارة ومسؤوليتها بناء الاتصالات الداخلية الخارجية للمنظمة والشركات وبناء علاقة جيدة مع الجمهور الداخلي والخارجي بما في ذلك الموظفين، والزبائن، والقطاعات الحكومية والخاصة والقطاع غير الربحي .
5. بناء استراتيجية الاتصال المتوافقة مع الأهداف الإستراتيجية 2021-2024 ، وبناء استراتيجيات الإعلام الاجتماعي وتنفيذها. ووضع الخطط للحملات الإعلامية والاعلانية وتنفيذها ومتابعتها وقياس أداؤها.
6. التوعية والتثقيف: من خلال صناعة المحتوى الإعلامي كتحرير النشرات والمجلات وتصميم المطبوعات المختلفة والكتب الإلكترونية، وكذلك إدارة المواقع الإلكترونية والمدونات والإعلام الاجتماعي وكذلك صناعة المحتوى المرئي كالفيدوهات والجرافيك لزيادة الوعي برسالة الجمعية ودورها والتثقيف حول برامجها المختلفة.
7. تنظيم الفعاليات وتسويقها بالتعاون مع إدارة التسويق للمساهمة في انتشار سمعة الجمعية ومراكزها ورسالتها وعلامتها التجارية بما في ذلك تنظيم الفعاليات من معارض ومؤتمرات، وورش عمل، كذلك متابعة رعاية الفعاليات والمبادرات ، وبرامج المسؤولية الاجتماعية للشركات.
8. العمل الإعلامي لإظهار وتوثيق مبادرات وانشطة الجمعية واشهارها بنشر الاخبار والبيانات الصحفية والتغطيات الصحفية عبر المنصات الإعلامية .
9. بناء الشراكات وتعزيز العلاقات مع كافة مؤسسات وشركات القطاعات المختلفة .

هيكلية إدارة الاتصال المؤسسي



الإدارة العليا

الإدارة الوسطى

الإدارة التنفيذية

وتم اعتماد : مؤشرات إدارة الإتصال المؤسسي :

- 1- تعزيز العلاقة مع أصحاب المصلحة
- عدد المبادرات المنفذة لتعزيز العلاقات مع أصحاب المصلحة .
- نسبة رضا أصحاب المصلحة عن أداء الجمعية العام
- درجة الحوكمة .
- 2- الإسهام الفاعل في تحقيق رؤية 2030
- عدد المبادرات التنموية المنفذة وفق رؤية 2030
- 3- بناء منظمة تسويق وإتصال مؤسسي متكامل

مبادرات إدارة الإتصال المؤسسي :

- مبادرة أصدقاء دكان خيرية
- مبادرة ديوانية الأعضاء
- مبادرة روزنامة
- مبادرة ضيوف الرحمن "هدية الحاج

بالإضافة إلى النشرات الدورية وتفعيل منصات التواصل الإجتماعي والظهور الإعلامي " مرفق " و المشاركة والتكامل مع الإدارات الأخرى في الجمعية ببعض المبادرات ومنها مبادرة ولاء الداعمين مع إدارة تنمية الموارد والتسويق وهنا يظهر التواصل وتعزيز العلاقة مع الشركاء – مبادرة وعي مع مركز الأميرة حصة بنت خالد ووحدة الإسكان التنموي وهنا يظهر تفعيل البرامج والأنشطة بمناسبة الأيام العالمية على مدار العام والتفاعل مع الشركاء وبرامجهم المتخصصة ومن ذلك التفاعل مع الجمعية السعودية الخيرية لمرض الزهايمر (الهاشقات والبرامج التي تطلقها كل عام في شهر سبتمبر بمناسبة الشهر العالمي للزهايمر) وتحرص الجمعية على التفاعل والتكامل مع الشركاء مما يعود بالنفع على الفئات التي ترعاها من مصابي الزهايمر – مصابي السرطان - كبار السن – أسر السجناء .

حوكمة إدارة الإتصال المؤسسي

تحرص إدارة الإتصال المؤسسي بالالتزام بالحوكمة من خلال السياسات المعتمدة والتي تتعلق بتنظيم العمل

موقع الجمعية الفيصلية الرابط www.alfaisalya.org

- سياسة التعامل مع الشركاء المنفذين والأطراف الثالثة

الرابط : <https://2u.pw/CdR9g>

- سياسة التبليغ عن المخالفات وحماية المبلغين .

الرابط : <https://2u.pw/Or27c>

- آلية قبول أو إلغاء أو الانسحاب من عضوية الجمعية العمومية .

الرابط : <https://2u.pw/1XR5k>

- سياسة التواصل المؤسسي والعلاقات العامة والإعلام .

الرابط : <https://2u.pw/KOJNA>

إدارة الشراكات

2024



الجمعية الفيصلية الخيرية النسوية بجدة

المركز الوطني لتنمية
القطاع غير الربحي
National Center for
Non-Profit Sector



المقدمة

تعد الشراكات والإتفاقات وسيلة هامة لتوحيد الجهود من أجل تحقيق أهداف وغايات مشتركة تخدم المستفيدين وأصحاب المصلحة وهي أداة من الأدوات التي تساعد في تنفيذ البرامج والمبادرات ومن أهم مقومات النجاح في الجمعية .

ويتم عقد الشراكات والإتفاقات ومذكرات التفاهم مع الجهات :

(حكومي – خاص – الجمعيات والفرق التطوعية " القطاع الثالث - أفراد ") لتحقيق الأهداف والغايات التي أنشئت من أجلها الجمعية وتم إعتماها في الخطة الإستراتيجية 2021-2024م وقد فعلت الجمعية الفيصلية وثيقة الشراكات والإتفاقات بهدف رسم إطار لعلاقات الشراكة مما يساهم في توحيد وتكامل الجهود لتحقيق الأهداف المشتركة بما يعود بالنفع والفائدة على المستفيدين وأصحاب المصلحة وتحقيق قيمة مضافة للجميع .
والهدف من هذه الوثيقة أن تكون بمثابة خارطة طريق تعيين على عقد الشراكات وفق إجراءات وأسس محددة وواضحة .

المصطلحات :

المنهجية : طريقة موثقة ومعتمدة تحدد أسلوباً محدداً وواضحاً للعمل .

الشراكات والإتفاقات ومذكرات التفاهم والتعاون: عقود تبرم بين جهتين لتوحيد الجهود من أجل تحقيق أهداف وغايات مشتركة لخدمة أصحاب المصلحة وتوسيع المشاركة المجتمعية ، وهي بمثابة التزام بين الطرفين .

أصحاب المصلحة : كل من له تأثير على أهداف ومشاريع الجمعية وهم " أعضاء الجمعية العمومية – المجتمع – الوزارات – أصحاب القرار – الجهات المانحة "

المنسق – ضابط الإتصال : الشخص الذي يمثل الجمعية وتوكل إليه مهمة المتابعة والتقييم وتقديم التغذية الراجعة ورفع التوصيات .

المستفيدين : الفئات التي ترعاها الجمعية من خلال مركز الأميرة حصة بنت خالد للتنمية الاجتماعية من فاقدى السند الأسري (أ رامل – مطلقات – أيتام – أسر محدودة الدخل – مرضى مصابي الزهايمر – أسر السجناء وتعمل على تقديم الخدمات من خلال الشراكات مع الجهات ذات العلاقة إضافة إلى أسر وحدة الإسكان التنموي من المسجلين في الضمان الإجتماعي بالشراكة مع وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان

الرؤية والرسالة والأهداف

الرؤية :

مد جسور التواصل مع الجهات (الحكومية – الخاصة – " والقطاع غير الربحي – القطاع الثالث – أفراد) لعقد شراكات وإتفاقات تخدم أهداف وبرامج الجمعية مما يعود بالنفع على المستفيدين وأصحاب المصلحة .

الرسالة :

دعم الأهداف المشتركة بين الجمعية الفيصلية والجهات (الحكومية – الخاصة – " والقطاع غير الربحي – القطاع الثالث – أفراد) من خلال شراكات وإتفاقات بهدف توحيد الجهود، وتبادل الخبرات وتنفيذ البرامج والمبادرات .

الأهداف :

- توحيد الجهود من أجل تحقيق أهداف وغايات مشتركة لخدمة الجمعية والمستفيدين وأصحاب المصلحة وتحقيق أهداف وبرامج ومبادرات الجمعية .
- العمل على نشر ثقافة وأهمية الشراكات .
- تحسين ورفع مستويات الخدمة المقدمة لمستفيدي الجمعية .
- المساعدة في إبتكار مبادرات وبرامج مع الشركاء .
- تعزيز الصورة الذهنية للجمعية والعلامة التجارية مما يساهم في التعريف بالجمعية والتسويق لبرامجها وخدماتها .
- المساهمة في ترشيد وتخفيض التكاليف التشغيلية" وهذا يظهر في الشراكات مع الفرق التطوعية حيث يتم احتساب العائد الاقتصادي "
- تحسين وتطوير الأداء .
- تبادل الخبرات وتحقيق التكامل .

المنهجية

الشراكات والإتفاقات من العوامل المساعدة لخدمة أهداف جميع الأطراف ولمصلحة العمل والفئات التي تخدمها الجمعية " المستفيدين داخلياً وخارجياً " ووفق خطة إدارة الإتصال المؤسسي والتي تتوافق وتستند على الخطة الإستراتيجية للجمعية للجمعية 2021-2024 م والهدف تعزيز العلاقة مع أصحاب المصلحة وبناء شراكات فاعلة ، ، يتم عقد الشراكة وفق مسارين :

- 1- تقديم طلب من الجمعية الفيصلية للجهات المستهدفة وفق مصالح ومبادرات وبرامج الجمعية وبما يتوافق مع توجهات هذه الجهات .
- 2- الإستجابة لطلبات الشراكة المقدمة من الجهات التي تتوافق أهدافها مع الجمعية الفيصلية وتكون إضافة لها بحيث تساعد الجمعية في تحقيق أهدافها .

التطبيق :

- 1- يتم تطبيق وتنفيذ جميع الشراكات والإتفاقات المعتمدة بما تضمنته من (بنود وخطوات وبرامج ومبادرات)
- 2- يتم العمل وفق أليات وإجراءات موحدة ومعتمدة من مجلس الإدارة .
- 3- رعاية ودعم الفعاليات والمبادرات (رعاية مادية – رعاية لوجستية)
- 4- اقتناص الفرص للدخول في شراكات جديدة .
- 5- تنمية الشراكات السابقة " الموجودة والمعتمدة " والمحافظة عليها وتحويلها لشراكات إستراتيجية .

الإدارة/القسم المسؤول عن تطبيق المنهجية إدارة الإتصال المؤسسي

الأدوار والمسؤوليات :

<ul style="list-style-type: none"> • إقرار السياسات لمنهجية الشراكات ومراجعتها • اعتماد المنهجية وكيفية تطبيقها • الإطلاع على التقارير (الدورية والسنوية) وتقديم التوصيات 	مجلس الإدارة
مراجعة السياسات والإطلاع على التقارير وإبداء الملاحظات قبل الرفع لمجلس إدارة الجمعية	المدير العام
إعداد المنهجية وإعتمادها من المدير العام ومن ثم تعرض على مجلس إدارة الجمعية	إدارة الإتصال المؤسسي
تنفيذ وتفعيل ما ورد في المنهجية والإطلاع على عقود الإتفاقيه وتنفيذ ما ورد فيها ومتابعة سير العمل	منسق وحدة الشراكات " ضابط الإتصال "
التعاون والتكامل مع إدارات وأقسام الجمعية وفق مستهدفات كل إدارة ومتابعة التواصل مع الشركاء وفق منهجية إدارة الإتصال المؤسسي	الإدارات والمراكز الأخرى

مراحل بناء وتطبيق الشراكات

أولاً: مرحلة ما قبل الشراكة

- مرحلة التخطيط حيث يتم من خلالها تحديد نوع الشريك ووضع المعايير التي يتم على أساسها إختيار الشركاء المستهدفين والهدف بما يتوافق مع الخطة الإستراتيجية للجمعية .
- مرحلة البحث وجمع المعلومات حيث يتم دراسة الجهة التي ترغب الجمعية بعقد الشراكة معها والإطلاع على برامجها ومبادراتها ومدى توافق الأهداف والبرامج مع الفيصلية .
- تحديد الأولويات
- اختيار الشركاء
- مرحلة التفاوض والإتفاق على بنود الشراكة
- موافقة صاحب الصلاحية .
- صياغة الإتفاقية وإعتمادها بالشكل النهائي
- توقيع الشراكة

ثانياً: مرحلة أثناء الشراكة

- مرحلة البدء وإعلان إنطلاق الشراكة
- متابعة تنفيذ الشراكة وفق الإلتزامات المكتوبة
- التطوير والتحسين

ثالثاً: مرحلة ما بعد الشراكة

- توثيق الأداء ووضع الملاحظات والتوصيات
- تقييم الشراكة باستمرار وتحديد أهم الصعوبات والتحديات والحلول
- تعديل بنود الشراكة إذا لزم ذلك
- تعزيز الشراكة وتبادل خطابات الشكر – التوصيات والمقترحات

مراحل بناء وتطبيق الشراكات

رابعاً: بناء التعاون المشترك مع الجمعيات والمؤسسات الأهلية في مجال خدمات المستفيدين

تحرص الجمعية الفيسلية على التعاون والتكامل مع المؤسسات والجمعيات الأهلية المكملة أو التي تتشابه في خدماتها مع الجمعية وتحرص على تجنب الازدواجية سوءاً من خلال التحويل أو التنسيق المباشر أو توفير الخدمة في المنطقة، وتعتبر الجمعية هذه الشراكات فرصاً للتعلم من الممارسات الناجحة لجميع الأطراف المعنية ومشاركة التجارب الناجحة.

ووقعت الجمعية عدد (8) اتفاقيات تعاون مع كلاً من:

- جمعية ترميم للتنمية
- الجمعية الخيرية السعودية لمرض الزهايمر.
- جمعية تمكين المجتمعات المحلية بمنطقة تبوك.
- وقف داركم للمرضى النفسيين وفاقدي المأوى
- اللجنة الوطنية لرعاية السجناء والمفرج عنهم وأسرهم (تراحم)
- جمعية البر الخيرية بمحافظة خيبر.
- جمعية المودة للتنمية الأسرية.
- الجمعية الخيرية لتوفير الدواء للجميع (الدواء للجميع)

خامساً: إنهاء الشراكة

- أن تكون الإتفاقية محددة المدة .
- في حال ظهر في تقييم الشراكة عدم جدوى الشراكة – عدم الإلتزام
- طلب من الشريك .

وتتولى جميع الخطوات إدارة الإتصال المؤسسي بالتعاون والتنسيق مع كافة الإدارات .

عناصر وأركان الشراكات :

شركاء – أهداف محددة – إتفاقية مكتوبة ومعتمدة ومفعلة

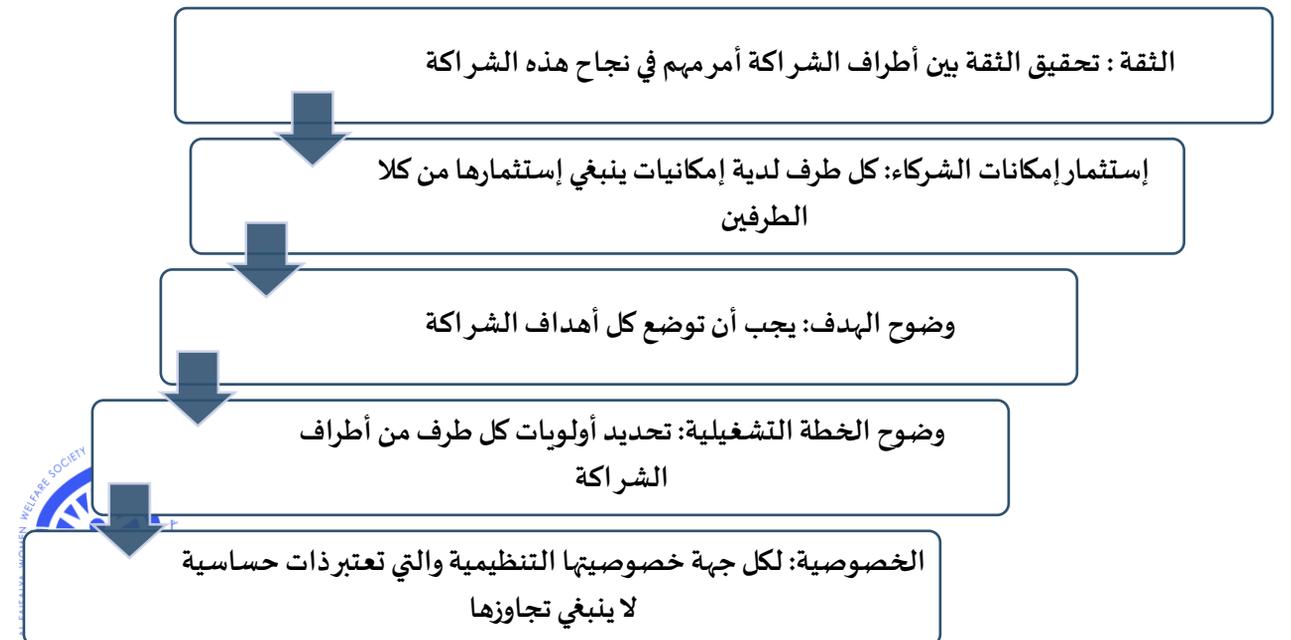
معايير الشراكة الجيدة



الشراكة الإستراتيجية والشراكة العابرة

الشراكة العابرة	الشراكة الإستراتيجية
تخدم الخطة بشكل غير مباشر	تحقق رؤية 2030 ومرتبطة بالخطة الإستراتيجية للجمعية
لا تؤثر في الإستدامة	تساهم في تحقيق الإستدامة للجمعية
هدف - نشاط محدد	واسعة وتحقق مجموعة أهداف برامج - تبادل خبرات - تدريب
ملزمة لفترة محددة	لها التزامات على مدى عام او أكثر
قصيرة المدى (عابرة تنتهي بإنهاء النشاط /الفعالية/ البرنامج)	طويلة المدى (ادنى حد سنة وتصل الى 3سنوات)

عوامل نجاح الشراكات



تطوير الشراكات الناجحة

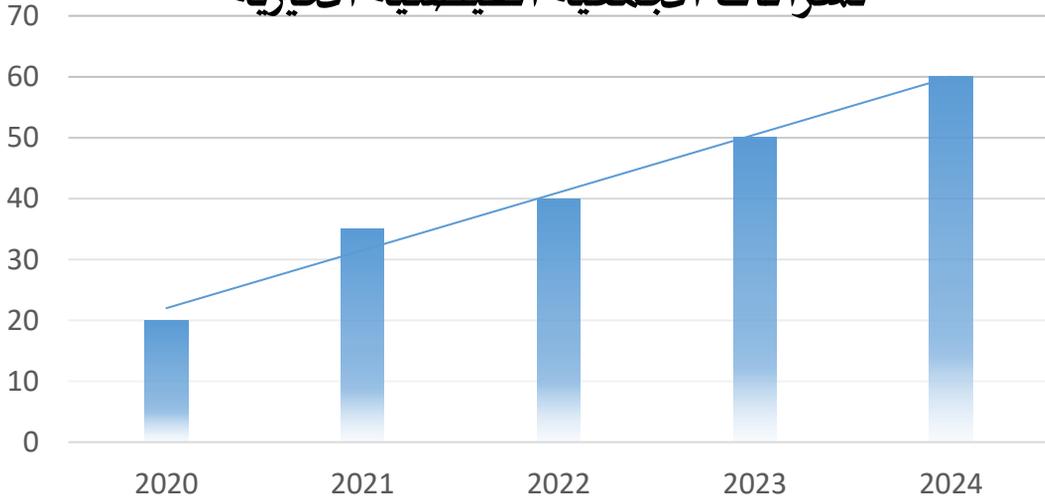
من أحد المبادئ الأساسية في الجودة ومن أهم الممكّنات الرئيسية في الإبداع والتميز المؤسسي تطوير الشراكات الناجحة والمحافظّة عليها " وتقديم التقارير والتوصيات ومتابعتها وبحمد الله نجحت الجمعية في كسب ثقة الشركاء مما نتج عنه إستمرار الشراكات وتطورها .

مصفوفة شركاء الجمعية الفيصلية

[إضغط هنا](#)

رسم بياني

لشراكات الجمعية الفيصلية الخيرية



يتم حصر الشراكات الناجحة وفق :

- 1- العائد على أصحاب المصلحة .
- 2- سرعة التواصل .
- 3- الإلتزام بتنفيذ بنود الإتفاقية .
- 4- عدد المبادرات والبرامج المشتركة .
- 5- الإستمرارية " الإستدامة "

تعزير العلاقة مع الشركاء

- الحرص على إستخدام عبارة " شركاء النجاح – شركاءنا في العمل الخيري والإنساني "
- دعوتهم لمناسبات الجمعية .
- دعوتهم لزيارة الجمعية
- التفاعل مع أخبار الشركاء على منصات التواصل الاجتماعي
- المشاركة في المبادرات المختلفة التي يطلقها الشركاء
- تبادل الزيارات والمعرفة والتقارير
- التهنئة في المناسبات المختلفة
- إستطلاع آراء الشركاء .
- الإشارة لاي برامج أو مبادرات أو إتفاقيات مع الشركاء من خلال نشرة صدى الفيصلية
- وضع شعارات الشركاء (التقرير السنوي – موقع الجمعية)
- تنفيذ البرامج المناسبة مع الشركاء ومن ذلك برنامج أمومة مع جمعية الشقائق – حضور الدورات مع جمعية المودة ، البرامج التوعوية والزيارات التفقدية مع الجمعية السعودية الخيرية لمرض الزهايمر

آلية العمل :

- إعداد الخطة التشغيلية للشراكات والإتفاقات
- إتباع أسلوب التخطيط الإستراتيجي في وضع الخطة
- اعتماد الخطة من المدير العام
- تكليف منسق الشراكات
- تحديد جهات الشراكات
- رفع الأسماء للإدارة
- وضع الخطة لتنفيذ البرامج والمبادرات مع الشركاء
- نموذج الإتفاقية .

المراجعة وفرص التحسين

تراجع وحدة الشراكات والإتفاقات المنهجية كل عام وتحرص الجمعية من خلال إدارة الإتصال المؤسسي وبالتنسيق مع إدارات الجمعية على عقد شراكات تتوافق أهدافها وبرامجها مع الجمعية وتتمكن من مساعدة الجمعية على كافة الأصعدة وفق ما يتطلبه عمل الجمعية وتعمل إدارة الإتصال المؤسسي على :

1. رصد ومتابعة نتائج الشراكات عبر أعداد ورفع التقرير بشكل دوري " كل 3 شهور "
2. تحليل نتائج الشراكات بما يضمن تحسين أداء العمليات .
3. - وضع المقترحات والخطط التحسينية للشراكات .
4. المراقبة والتطوير .
5. البحث عن شركاء تتفق أهدافهم مع أهداف وبرامج الجمعية بما يحقق رغبات المستفيدين وما ينعكس ايجاباً على رضا المستفيدين وأصحاب المصلحة .

قياس أثر تطبيق المنهجية :

يتم قياس أثر تطبيق المنهجية على تطوير الأداء من خلال :

1. قراءات مؤشرات الأداء kpi ومن خلالها يتم التعرف على المجالات التي تحتاج إلى تحسين – دعم إتخاذ القرار المناسب بناء على البرامج والمبادرات وهذا بالتالي يوضح مدى فاعلية الشراكات في تحقيق الجمعية لأهدافها .
1. التقارير
2. عدد البرامج المنفذة
3. أثر البرامج على المستفيدين وأصحاب المصلحة

مخرجات الإتفاقيات :

1. مجموعة من البرامج والفعاليات والأنشطة المنفذة .
2. تبادل الخبرات المكتسبة بين الطرفين .
3. تحقيق الأهداف المشتركة.
4. نمو الشراكات الفاعلة .

ملاحظة:

نسبة الشراكات المستمرة منذ 2020م إلى 2022م 100% حيث أن جميع الشراكات مستمرة مع إضافة بعض الشراكات التي تتوافق مع أهداف وبرامج الجمعية وتصب في مصلحة المستفيدين .

الإجراءات

1- الإجراءات الأولية لعقد الشراكة :

م	الإجراء	الشخص المسؤول	ملاحظة	رقم التقرير	الخطوة التالية
1	التواصل مع الشركاء المقترحين لعرض الشراكة	إدارة الإتصال المؤسسي			
2	الاجتماع مع الشركاء المقترحين لعرض الشراكة	إدارة الإتصال المؤسسي			
3	عرض نتائج الإجتماعات	إدارة الإتصال المؤسسي مع المدير العام			
4	رفع التوصية بالشركاء	إدارة الإتصال المؤسسي			
5	اعتماد الشركاء	مجلس الإدارة – المديرية العامة			
6	ابلاغ الشركاء بالقرار	إدارة الإتصال المؤسسي			
7	ارسال خطاب رسمي مرفق نموذج اولي للإتفاقية	إدارة الإتصال المؤسسي			
8	المناقشة والتفاوض	إدارة الإتصال المؤسسي			

2- إجراءات توقيع الشراكة :

م	الإجراء	الشخص المسؤول	ملاحظة	رقم التقرير	الخطوة التالية	ملاحظات
1	التواصل والتنسيق مع ضابط الإتصال مع الجهة الشريكة	إدارة الإتصال المؤسسي				
2	تجهيز النموذج النهائي المعتمد للإتفاقية	إدارة الإتصال المؤسسي				
3	التنسيق ليوم ووقت ومقر التوقيع	إدارة الإتصال المؤسسي				
4	التنسيق مع الأشخاص المعنيين بالتوقيع	إدارة الإتصال المؤسسي				
5	يوم التوقيع التواجد مع احضار نسختين جاهزة للتوقيع	إدارة الإتصال المؤسسي				
6	الإعلان على مواقع التواصل الاجتماعي	مسؤولة مواقع التواصل والتسويق				
6	ابلاغ ادارت الجمعية	إدارة الإتصال المؤسسي				

3- إجراءات التعديل على الشراكة :

م	الإجراء	الشخص المسؤول	رقم البند المراد تعديله	الأسباب	نسبة التعديل	ملاحظات
1	إستلام الطلب من الإدارة المعنية	إدارة الإتصال المؤسسي				
2	دراسة الطلب	إدارة الإتصال المؤسسي				
3	اعتماد الطلب	المديرة العامة				
4	إرسال طلب رسمي بطلب التعديل الى الشريك	إدارة الإتصال المؤسسي				
5	المتابعة	إدارة الإتصال المؤسسي				
6	اعداد الملحق يتضمن التعديل	إدارة الإتصال المؤسسي				
7	الإعتماد والتوقيع	رئيسة الجمعية – المدير العام				
8	ابلاغ إدارات الجمعية	إدارة الإتصال المؤسسي				

4- إجراءات تقييم الشراكة :

م	الإجراء	الشخص المسؤول	ملاحظة	رقم التقرير	الخطوة التالية
1	شراكة مكتملة الأنشطة	إدارة الإتصال المؤسسي بالتنسيق مع الإدارات المعنية			
2	تقرير ربعي	أدارة الإتصال المؤسسي			
3	عرض التقرير على المدير العام	إدارة الإتصال المؤسسي			
4	ابلاغ الشركاء بقرار الإستمرار في الشراكة	إدارة الإتصال المؤسسي			
5	مراجعة الشراكة	إدارة الإتصال المؤسسي بالتنسيق مع الإدارات المعنية			
6	اتخاذ قرار اغلاق الشراكة	المدير العام			
7	ارسال خطاب رسمي	إدارة الإتصال المؤسسي بالتنسيق مع المدير العام			
8	تقييم أسباب انهاء الشراكة	إدارة لإتصال المؤسسي			
م	اعداد وثيقة اغلاق الشراكة وفق الإجراء المعتمد	إدارة الإتصال المؤسسي			
1	ابلاغ إدارات الجمعية	إدارة الإتصال المؤسسي			

الإعلام إدارة الاتصال المؤسسي 2024



الجمعية الفيصلية الخيرية النسوية بجدة

بطاقة السياسة

2025	تاريخ المراجعة	فبراير 2025	تاريخ التحديث	2027	تاريخ الإصدار	1	رقم الإصدار	CC-04 –p3	رمز السياسة
------	-------------------	-------------	------------------	------	---------------	---	----------------	-----------	-------------

العلاقات العامة والإعلام

1/2 الإتصال والتواصل مع المجتمع الداخلي والخارجي

الظهور الإعلامي – منصات التواصل الاجتماعي – موقع الجمعية - الأخبار – اللقاءات التلفزيونية والإذاعية

المحتويات :

- المقدمة
- المصطلحات
- المنهجية
- الإتصال الداخلي – الإتصال الخارجي ووسائل كلا منهم .
- أهمية الإتصال المؤسسي .
- أدوار إدارة الإتصال المؤسسي
- تعزيز العلاقة مع الجمهور (الداخلي – الخارجي)
- الإجراءات
- نماذج " مرفق ملف "

المرفقات :

- جوائز
- إحصائيات إعلامية
- الخطة التسويقية
- المشاركات المجتمعية
- صور فوتوغرافية
- مقاطع فيديو
- أخبار صحفية

المقدمة :

الإتصال المؤسسي " العلاقات العامة " يعنى بالتواصل مع المجتمع المستهدف داخل الجمعية وخارجها من خلال بث الأخبار والمستجدات والفعاليات وذلك بهدف بناء السمعة المؤسسية والهوية والحفاظ عليها مع أصحاب المصلحة والجمهور وإنشاء صورة ناجحة توضح الجهود والمبادرات والبرامج والأثر الذي يتم إحداثه أمام الجمهور الداخلي والخارجي والشركاء أصحاب المصلحة والمستفيدين من خلال :

- (أخبار صحفية – لقاءات تلفزيونية وإذاعية – مواقع التواصل الاجتماعي – مقاطع فيديو – صور – مشاركات في فعاليات متنوعة – النشرات البريدية – إحصائيات – قصص نجاح)

المصطلحات :

مدلولات المصطلحات :

- المنهجية: طريقة موثقة ومعتمدة تحدد أسلوباً محدداً وواضحاً للعمل .
- الإتصال المؤسسي: هو وظيفة إدارية توفر إطاراً للتنسيق الفعال لجميع الإتصالات الداخلية والخارجية لبناء سمعة الجمعية والهوية والحفاظ عليها مع أصحاب المصلحة والجمهور العام والمستفيدين .
- الخبر الصحفي: وصف أو تقرير لحدث معين جمع من مصادر موثوقة وينقل بشكل ملتزم ويتصف بالعناصر التالية
- (أن يكون الخبر حقيقياً – أن يهتم أكبر عدد ممكن من الناس – أن يكتب بلغة بسيطة وموجزة – أخبار جديدة)
- المؤتمر الصحفي: لقاء منظم يتم الإعداد له وتوجيه الدعوات وله تاريخ ووقت ومكان محدد وفي نهاية اللقاء يتم الإجابة على جميع الأسئلة ويوزع بيان صحفي
- ويكون المتحدث شخصية مسؤولة في الجمعية (رئيس مجلس إدارة – عضو مجلس إدارة – المدير العام للجمعية .
- النشرة (صدى الفيصلية): نشرة خاصة تصدر بشكل دوري تتضمن أخبار الجمعية وانشطتها ومبادراتها مع شركاء النجاح وقد تكون مصدراً لبعض الأخبار الصحفية الهامة .

المنهجية :

تعد إدارة الاتصال المؤسسي من الإدارات الإستراتيجية في الجمعية وتقع في الهيكل التنظيمي تحت إشراف المدير العام وتشارك في صنع القرار لدورها في كسب رضا الجمهور الداخلي والخارجي، وحماية الهوية والسمعة المؤسسية وهي أداة للتواصل والشفافية ، والإتصال المؤسسي فن وعلم متجدد ومتطور .

منهجية التطبيق وفق الخطوات التالية بهدف بناء استراتيجية اتصال ناجحة :

- فهم الإستراتيجية العامة للجمعية .
- تحديد أهداف خطة الإتصال المؤسسي .
- التعرف على الجمهور المستهدف وتصنيفهم .
- تصميم الرسائل الاتصالية .
- تصميم استراتيجية الاتصال .
- تحديد الميزانية .
- إعداد الجدول الزمني
- تقييم الأداء

الإدارة - القسم المسؤول عن تطبيق المنهجية إدارة الإتصال المؤسسي .

اقسام الإتصال المؤسسي ووسائل كل قسم :

التواصل الداخلي:

- يركز على الجمعية والموظفات والقيم والرسالة والاستراتيجية العامة للجمعية وكيف يكون التواصل أكثر سلاسة وإيجابية، وكيف يتواصل الفريق مع بعضهم. من خلال الاجتماعات والنشرات الداخلية.. الخ.

وسائل الإتصال الداخلي :

- المتعاميم - البريد الإلكتروني – مجموعات الواتساب – برنامج التيمز – الإستبيانات – اللقاءات الدورية والاجتماعات – المناسبات – النشرات الدورية

التواصل الخارجي:

هي عبارة عن المعلومات التي تخرج من الجمعية إلى الجمهور الخارجي عبر المعلومات والمحتوى الذي ينشر وعبر المؤتمرات الصحفية والتصريحات والأنشطة والممارسات الخارجية ومنصات التواصل والاعلام والترويج والتسويق الخ

أدوار إدارة الاتصال المؤسسي :

وظيفة إدارية توفر إطار للتنسيق الفعال لجميع الاتصالات الداخلية والخارجية وبناء السمعة المؤسسية والحفاظ عليها مع أصحاب المصلحة والجمهور التي تعتمد عليها المنظمة وتندرج تحتها : العلاقات العامة والتسويق والاتصال التسويقي والاتصالات الداخلية والخارجية وإدارة الأزمات والمسؤولية الاجتماعية والإعلانات

بناء الهوية المؤسسية :

تبني السمعة بجودة المنتجات، وبناء الثقة مع الجمهور الداخلي والعملاء وتعزيز العلاقات الوثيقة مع أصحاب المصلحة وتتأثر الصورة الذهنية للمنظمة بمدى إنجازاتها وإخفاقاتها وإسهاماتها في خدمة المجتمع ونقل الصورة الحقيقية للإنجازات وشفافيتها مع الجمهور



الاتصال في الأزمات :

يعمل خبراء الاتصال في المنظمات لإعداد الخطط المسبقة لإدارة الأزمات والتنبؤ بحدوثها بهدف السيطرة عليها والتعامل الأمثل من خلال الاستجابة السريعة



تعزيز الاتصال الداخلي :

الموظفين هم السفراء الحقيقيين للمنظمة حيث يسهم الاتصال بالعاملين الرضا الوظيفي عن المنشأة وسياساتها والتفاعل والاندماج مع برامجها



تعزيز الاتصال المجتمعي :

بخلق مبادرات للمسؤولية الاجتماعية المستدامة وخلق برامج ذات أثر ملموس في التنمية المستدامة تلبي احتياجات المجتمع والاستخدام الأمثل للموارد



بناء العلاقة مع وسائل الإعلام :

توثيق العلاقة مع وسائل الإعلام المتنوعة من خلال إبراز إنجازات المنشأة وخدماتها



إحصائيات إعلامية

المتابعين في منصة فيس بوك



2022	2021	2020
5000	4987	4908

المتابعين في منصة سناب شات



2022	2021	2020
3000	2963	2636

المتابعين في منصة انستجرام



2022	2021	2020
6897	2552	383

المتابعين في منصة تويتر



2022	2021	2020
6344	5637	4700

إجمالي عدد التغريدات على منصة تويتر



2022	2021	2020
860	781	634

إحصائيات إعلامية



تكريم مركز التنسيق الاجتماعي
جائزة صيئة



صدى الفيصلية
أخبار ربيعية عن الجمعية



إطلاق جائزة تعزيز للعمل التطوعي



إطلاق دورات برنامج تقدم للتدريب
والتأهيل



المشاركات في حملات التوعية المجتمعية

2022

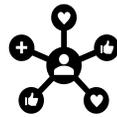
2021

2020

39

32

24



أخبار صحفية ولقاءات

2022

2021

2020

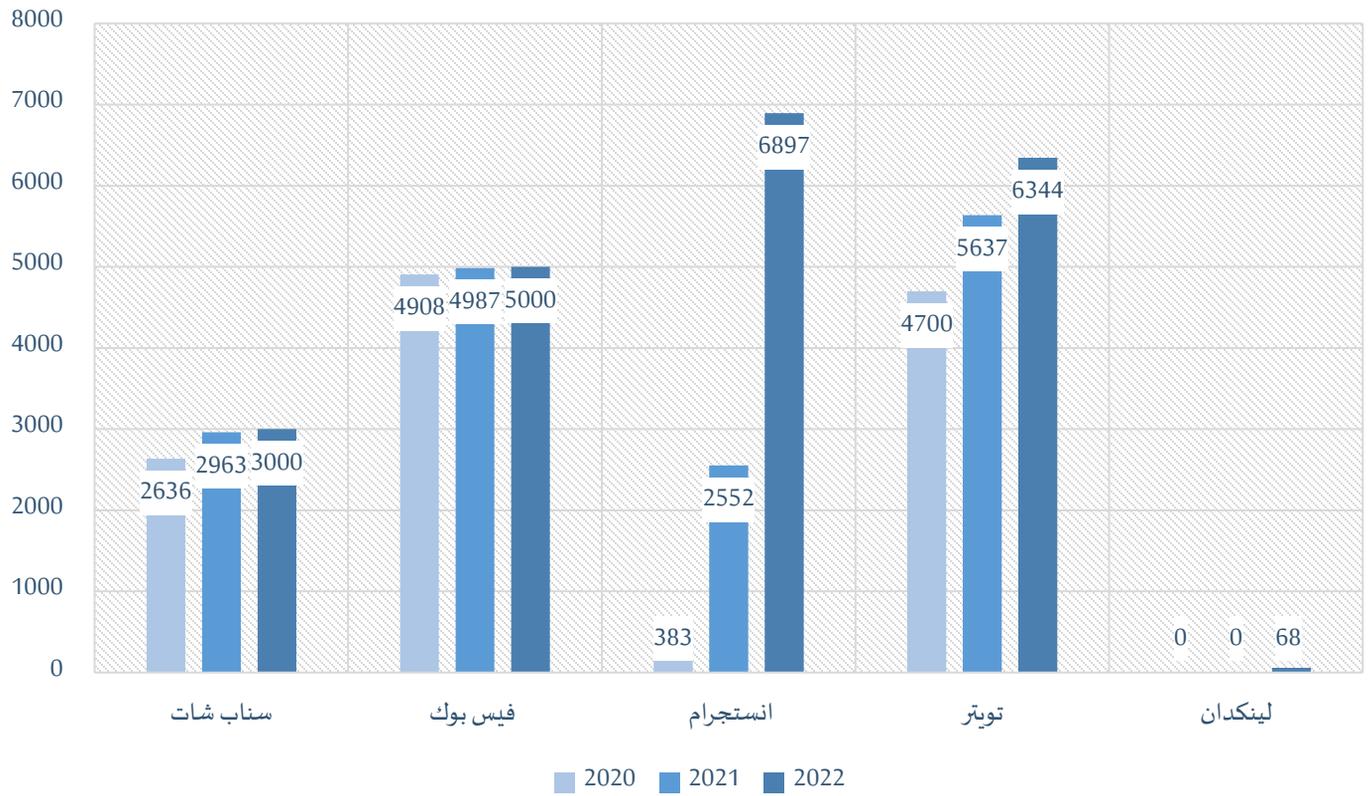
- أخبار صحفية 25
- لقاءات إذاعية 2
- لقاءات تلفزيونية 3

- أخبار صحفية 23
- لقاءات إذاعية 5
- لقاءات تلفزيونية 5

- أخبار صحفية 20
- لقاءات إذاعية 3
- لقاءات تلفزيونية 2

إحصائيات إعلامية

المتابعين على منصات التواصل الإجتماعي



وسائل وأدوات الإتصال الخارجي



إعلان بالصحف الالكترونية

إعلان بالصحف التقليدية



مواقع التواصل الاجتماعي

خطابات رسمية



إتصال هاتفي - رسائل sms هاتفية

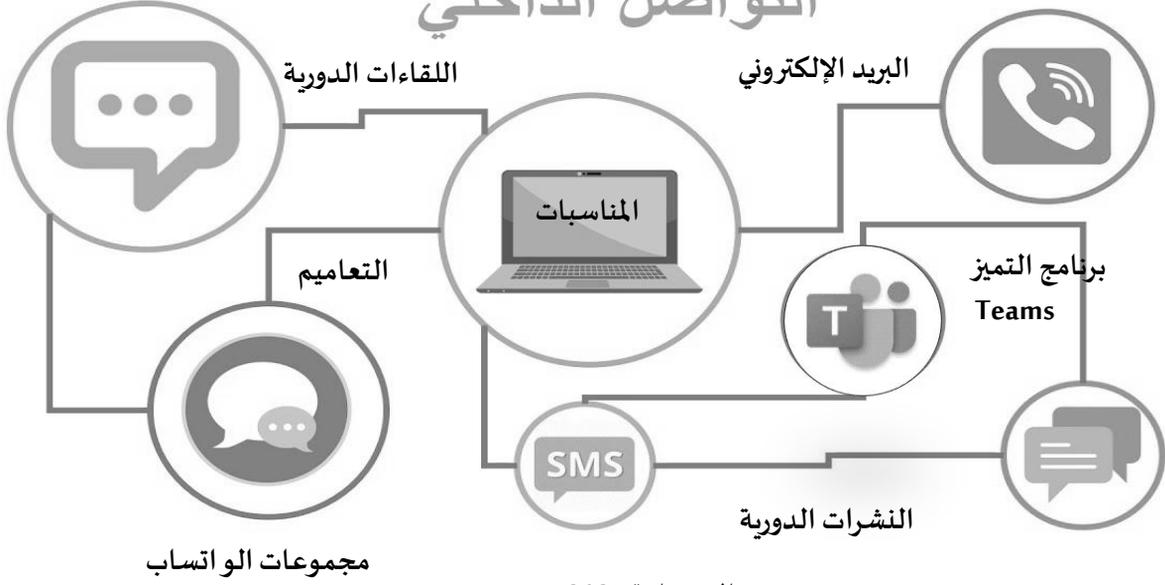
البريد الإلكتروني - الموقع الإلكتروني



اجتماعات

النشرات الدورية

التواصل الداخلي



صدى الفيصلية 2021م



صدى الفيصلية

النشرات الإخبارية لسنة 2021



الاصدار الرابع



الاصدار الثالث



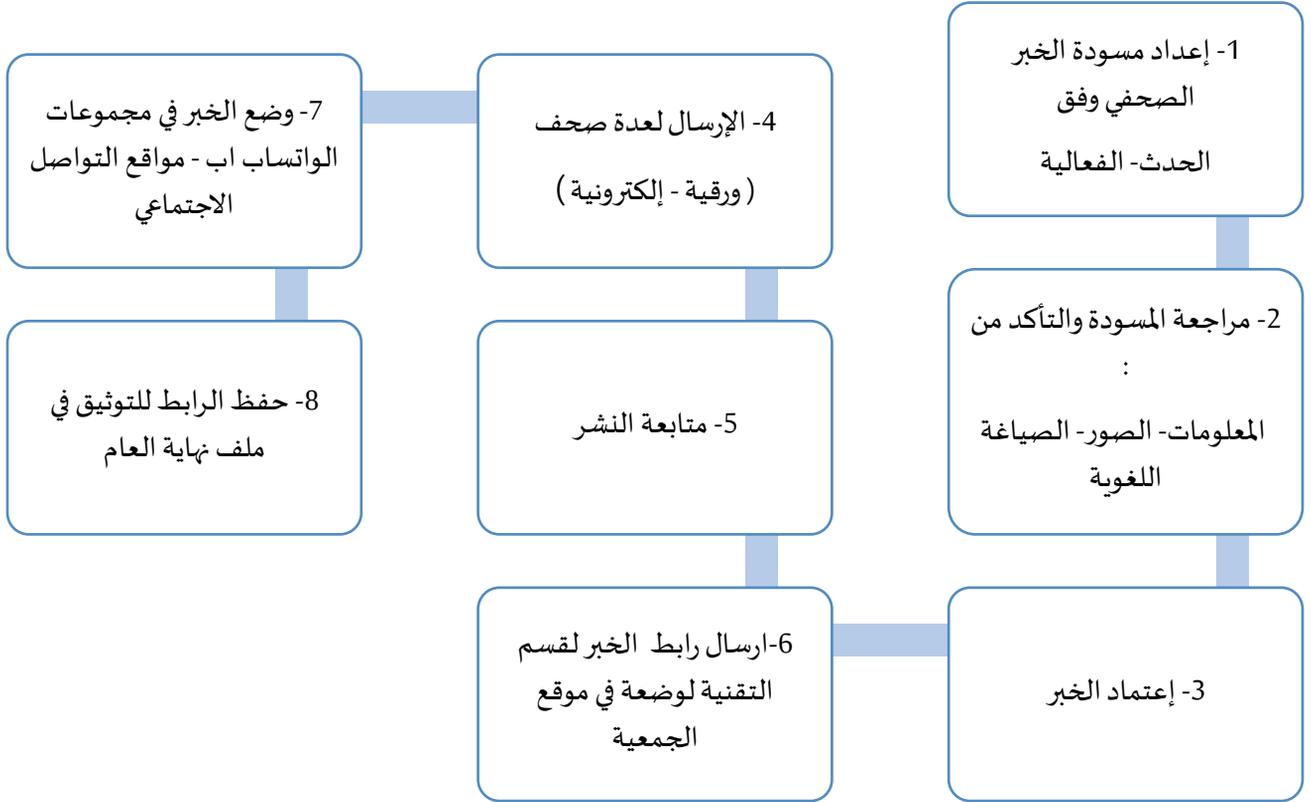
الاصدار الثاني



الاصدار الاول



الإجراءات لكتابة ونشر الأخبار الصحفية الصحف الإلكترونية – الورقية



ملاحظة هامة تتعلق بالصور:

- أهمية وضوح الصور
- في حال وجود أشخاص في الصور لابد من أخذ الموافقة قبل التصوير وقبل النشر " يوجد نموذج خاص " مرفق "

نموذج الموافقة على التصوير

الجمعية الفيصلية الخيرية النسوية
AL FAISALYA WOMEN WELFARE SOCIETY



أوافق أنا _____ رقم الهوية الوطنية _____

على التصوير فوتوغرافي / الفيديو

ولا مانع لدي من استخدام هذه الصور إعلامياً ونشرها بشكل دائم:

- عبر مواقع التواصل الاجتماعي " حسابات الجمعية "

-

- تقارير الجمعية الفيصلية الخيرية النسوية.

- الأخبار الصحفية (الصحف الالكترونية – والورقية)

والله الموفق ،،،

الاسم: التوقيع: التاريخ:

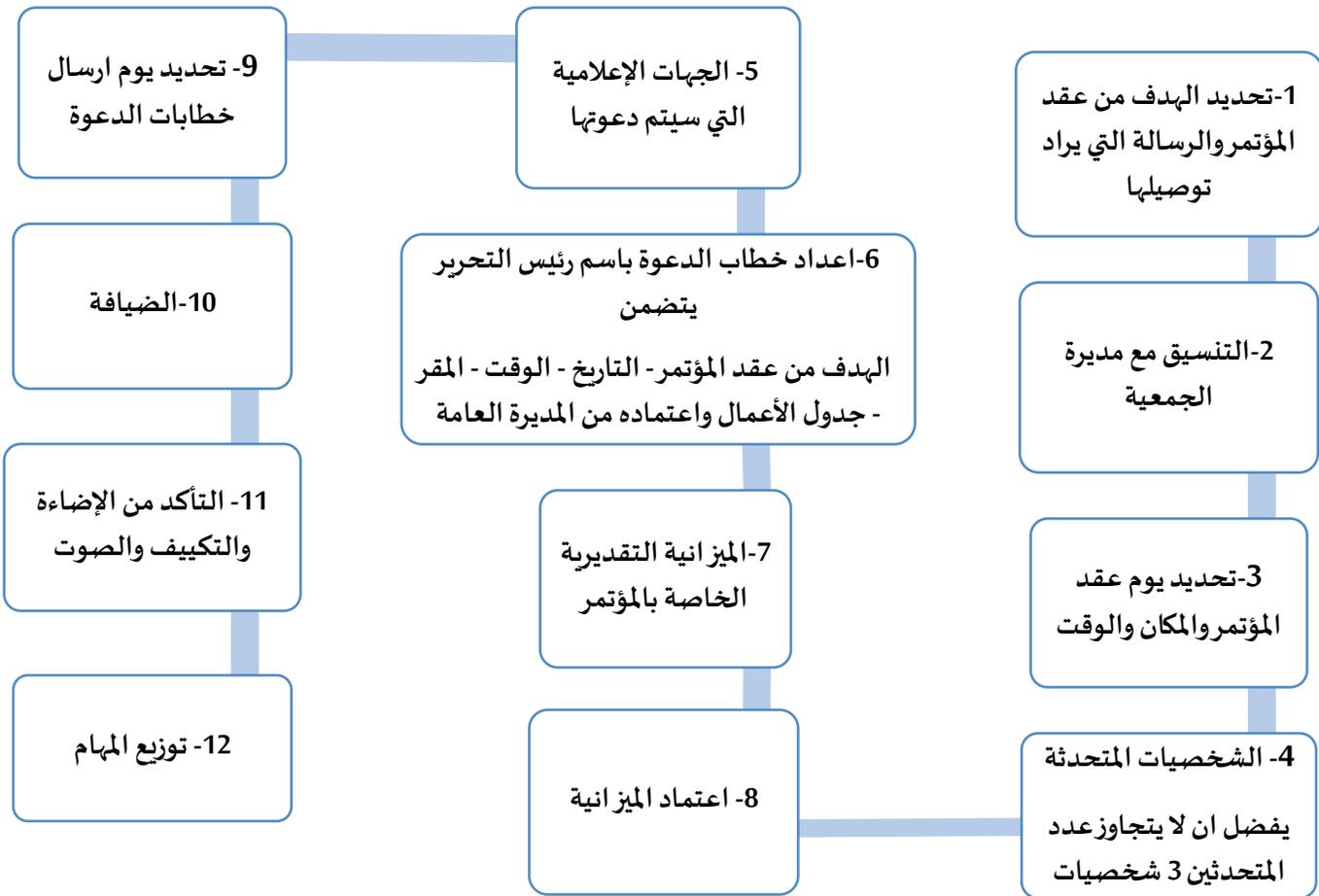
المسؤولة عن النشاط:

/ الاسم

/ التوقيع



الإجراءات لعقد مؤتمر صحفي
أولاً: مرحلة ما قبل إنعقاد المؤتمر الصحفي
التخطيط لعقد المؤتمر الصحفي بما لا يقل عن إسبوعين



قبل الحدث إرسال تذكير للشخصيات المتحدثة والإعلاميين الحضور

ثانياً: يوم الحدث " المؤتمر الصحفي "

إستقبال

التسجيل في كشف حضور " يتضمن الكشف "

الإسم - جهة العمل - الإسم - المسعى الوظيفي - رقم التواصل والبريد الإلكتروني

تسليم الحضور وتسليم الملف الإعلامي

إدارة الحوار والترحيب والتعريف بالمتحدثين

إدارة الحوار والترحيب والتعريف بالمتحدثين

فتح المجال للنقاش والأسئلة

ختام المؤتمر من خلال إعلان الشخصية الرئيسية انتهاء المؤتمر الصحفي

توجية الشكر للجميع على تلبية الدعوة والحضور .

ثالثاً: بعد انتهاء المؤتمر الصحفي

- رسالة شكر للإعلاميين على الحضور
- متابعة ماينشر في الصحف ومواقع التواصل الاجتماعي
- إعداد الملف الإعلامي وحفظه " التوثيق "

الإجراءات " لمنصات التواصل الاجتماعي "



المتابعة اليومية لما ينشر على مواقع
التواصل : تويتر : والتفاعل معها

إعداد الأخبار المناسبة

المراجعة مع مسؤولية الاتصال المؤسسي
قبل النشر

الحرص التام على عدم وجود صور اشخاص
وفي حال وجود اشخاص لابد من التأكد من
وجود اقرار الموافقة بالنشر صراحة وتحديدا

الأخبار التي يتم نشرها لابد من التأكد
مسبقا من مصداقيتها

الإعداد المسبق مع الصور

النشر والمتابعة

مهم جدا الصياغة والمراجعة لتلافي
الأخطاء الإملائية

الإجراءات لتنظيم وعقد الإجتماعات أولاً: مرحلة ما قبل إنعقاد الاجتماع :



ثانياً: مرحلة يوم الإجتماع :

جدول الأعمال

ملاحظة : في حال إحتياج عرض لابد من التأكد من جاهزيته

أوراق للكتابة

تنظيم طاولة الاجتماع بوضع أسماء الحضور

ثالثاً : مرحلة أثناء إنعقاد الاجتماع :

تسجيل الإجتماع " إذا لزم الأمر "

الشخصية المكلفة بحضور الاجتماع عليها الإنصات الجيد وكتابة محضر الاجتماع .

تمرير كشف توقيع الحضور " إذا لزم الأمر "

رابعاً : مرحلة مابعد إنعقاد الاجتماع :

إرسال نسخة من محضر الاجتماع للحضور والمعتذرات بالبريد الإلكتروني .

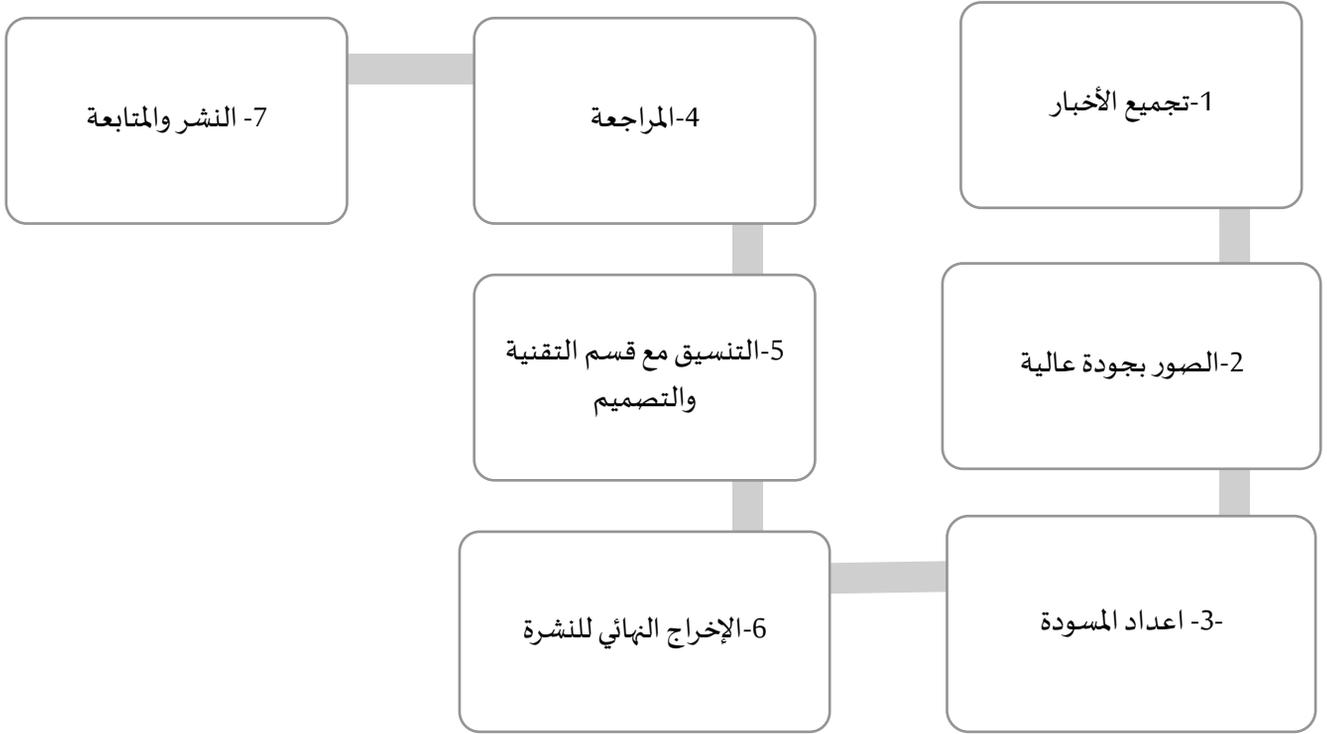
التأكد من القرارات والتوصيات

مراجعة محضر الاجتماع .

الإجراءات العامة للمشاركة في الجوائز



الإجراءات الخاصة بالنشرة الإلكترونية
تم اعتماد إعداد وإصدار النشرة ربع سنوي " كل 3 شهور "



صدي الفيصلية

النشرات الإخبارية لسنة 2021

الإصدار الرابع



الإصدار الثالث



الإصدار الثاني



الإصدار الأول



الإجراءات الخاصة بتعبئة أخبار الجمعية في مركز التنسيق الاجتماعي

(أحد مبادرات جائزة الأميرة صيتة)

- ❖ تجهيز الأخبار مع الصور
- ❖ الدخول على موقع مركز التنسيق الاجتماعي " جائزة الأميرة صيتة "
- ❖ تسجيل الدخول " لدى الجمعية حساب خاص برقم " موجود لدى مديرة إدارة الإتصال المؤسسي كما يوجد في الخزانة حساب الدخول
- ❖ تعبئة النموذج الخاص بنشر الفعالية – المبادرة – الخبر الصحفي -تسجيل الخروج
- ❖ بعد الإطلاع على البرنامج من قبل الجهة المشرفة يتم وضع إستمارة يتم تعبئتها بعد إنتهاء الفعالية .
- ❖ -من خلال مركز التنسيق يتم الإطلاع على مبادرات وبرامج الجهات الأخرى وتبادل الخبرات

إجراءات إعداد التقرير السنوي



تقرير الجمعية الفيصلية السنوي لعام 2021

إضغط هنا



تعزيز العلاقة مع الجمهور الداخلي والخارجي

بالشراكة والتنسيق مع ادارة الجمعية والادارات الأخرى

الجمهور الداخلي

الاستماع لآرائهم وملاحظاتهم ومقترحاتهم

مشاركة الموظفين في بعض المناسبات الخاصة

سياسة الباب المفتوح

استطلاع الآراء

إطلاق المبادرات المناسبة ومنها الايام العالمية

الالتزام بالموظفات بالتنسيق مع ادارة الجمعية وادارة الموارد البشرية

اعتماد مبدأ الشورى

ندوات وبرامج توعوية وتثقيفية

ابلاغ عن السياسات والاجراءات الجديدة

التعاميم الداخلية

مجموعات الواتساب

اليوم التحصيلي

أعضاء الجمعية العمومية

التواصل المستمر معهم (طمنونا عنكم)

دعوتهم لحضور الفعاليات والانشطة

الرد على الشكاوى والمقترحات

زيارات دورية ودورات توعوية وتثقيفية

التعامل مع المناسبات الخاصة

التفاعل مع الايام العالمية

الجمهور الخارجي

المستفيدين

الاعلام

أصحاب المصلحة

استبيانات

شكاوى

مقترحات

زيارات

لقاءات

برامج توعوية

دعوات لحضور فعاليات ومناسبات الجمعية

هدايا

تحديث البيانات والتواصل المستمر

استطلاع آراء

حضور الفعاليات

التقارير ومشاركتهم بمناسباتهم

الشكر والهدايا

ابلاغهم بالإجراءات والسياسات الجديدة

دعوات الخطة الاستراتيجية

سياسة تحديث المواد الإعلانية والتعريفية إدارة الاتصال المؤسسي 2024



الجمعية الفيصلية الخيرية النسوية بجدة

سياسة تحديث المواد الإعلانية والتعريفية عن الجمعية

مقدمة:

سياسة تحديث المواد الإعلانية هي إستراتيجية تتبعها الجمعية الفيصلية لتجديد وتحسين المواد الإعلانية والتعريفية التي تستخدمها وذلك بهدف :
ضمان أن تكون المواد الإعلانية دائماً حديثة وجذابة، وتعكس صورة الجمعية بشكل فعال. ويشمل تحديث المواد الإعلانية تحديث التصميم ، المحتوى ، الألوان والأشكال ، الخطوط ، واستخدام أحدث التقنيات والاتجاهات الإبداعية.

عند تطبيق سياسة تحديث المواد الإعلانية، تقوم الجمعية ممثلة في إدارة الاتصال المؤسسي بمراجعة وتقييم البروشورات والمنشورات والمطبوعات الأخرى التي تستخدمها للترويج لنفسها. ويتم تحليل العناصر الموجودة وتقييم فعالية التصميم والمحتوى. بناءً على ذلك، يتم اتخاذ قرارات بشأن التحديثات والتعديلات المطلوبة.

تعد سياسة تحديث المواد الإعلانية أيضاً فرصة لاستخدام التكنولوجيا الحديثة والابتكارات في المواد الإعلانية. يمكن إضافة عناصر تفاعلية، مثل رموز QR وروابط وسائل التواصل الاجتماعي، لتحقيق تفاعل أكبر مع الجمهور.

باستمرار تحديث المواد الإعلانية، يمكن للجمعية البقاء على اطلاع دائم بالتغيرات والتطورات مما يتيح التحديث المنتظم للمواد الإعلانية للجمعية الاستفادة من الفرص الجديدة وتعزيز الوعي بالعلامة التجارية.

وتعد سياسة تحديث المواد الإعلانية هامة للجمعية للبقاء حديثة وجذابة مما يساعدها على بناء صورة قوية ومتميزة وتعزيز تواجدها ونجاحها.

النطاق:

تطبق هذه السياسة على جميع المواد الإعلانية والتعريفية عن الجمعية ،،،

وتشمل المواد الإعلانية من مقاطع مصورة – أفلام –
مواد تعريفية من كتيبات – بروشورات – تقارير – لوحات.

الخطوات المتبعة لتجديد البروشورات الإعلانية للجمعية:

1. تحليل وتقييم البروشورات الحالية ومراجعتها والنظر إلى تصميمها ومحتواها والتأكد من أنها تعكس الهوية والرسالة التسويقية الحالية.
2. تحديد الأهداف والرؤية الجديدة للبروشورات الإعلانية. "الرسالة التي ترغب الجمعية في توصيلها والجمهور المستهدف والمزايا التي ترغب في تسليط الضوء عليها.
3. الاستعانة بمصممة الجرافيك لإعادة تصميم البروشور بناءً على الاستراتيجية التي تم وضعها مع مراعاة " أهمية أن يكون التصميم مبتكراً وجذاباً، ويعكس الهوية البصرية ويجذب انتباه الجمهور المستهدف "
4. العمل على تحسين المحتوى مع عدم اغفال أهمية استخدام عبارات، واضحة، وموجزة، وجذابة. استخدام الصور والرسوم التوضيحية لتسليط الضوء على المزايا الرئيسية وتوضيح الرسالة التسويقية. " استخدام الباركود والبعد عن الحشو.
5. تحديث معلومات الاتصال: أهمية التأكد من تحديث جميع معلومات الاتصال في البروشور، مثل رقم الهاتف والعنوان والبريد الإلكتروني والموقع الإلكتروني. يجب أن تكون المعلومات دقيقة ومحدثة.
6. طباعة وتوزيع البروشور: بعد الانتهاء من تصميم وإعداد البروشور، يتم اعتماد السعر بعد العروض ثم تتم عملية الطباعة ، مع وضع خطة للتوزيع واستخدام المطبوعات .
7. قياس النتائج: بعد توزيع البروشورات، قم بقياس فاعلية الحملة الإعلانية حيث يتم رصد ومتابعة ردود الفعل " التغذية الراجعة " من المهم أيضاً الاستمرار في تحديث وتجديد البروشورات الإعلانية بشكل منتظم والتحسين والتجديد ، ، ،

الشكاوى والمقترحات إدارة الاتصال المؤسسي 2024



الجمعية الفيصلية الخيرية النسوية بجدة



الشكاوى والبلاغات والمقترحات

مقدمة :

- تحرص الجمعية الفيسلية الخيرية النسوية على معالجة الشكاوى والبلاغات والنظر في المقترحات وخلق بيئة مناسبة للعمل وذلك ايماناً منها بأن الشكاوى والمقترحات وسيلة قيمة للتغذية الراجعة ومدخلاً للتطوير والتحسين
- كما تحرص على تقديم أفضل الخدمات للموظفات والمستفيدين وأصحاب المصلحة ولهذا أطلقت الجمعية عدة قنوات بهدف :
- رفع مستوى الرضا والتفاعل مع الجمعية وتنظيم آلية التعامل مع الشكاوى والمقترحات وتهدف الجمعية الى :
 - زيادة رضا جميع الفئات
 - الإسهام في تحسين أداء الجمعية ومراكزها
 - تسهيل وتوحيد إجراءات تقديم الشكاوى والمقترحات
- وسعيًا للتمييز والتحسين المستمر تم اعداد هذا الدليل الإرشادي لضمان الارتقاء بمستوى الخدمات وتعزيز تجربة المتعامل من خلال الاستفادة من مخرجات الشكاوى والمقترحات وبتحديد قنوات وإجراءات الشكاوى والمقترحات، وللوصول إلى تحقيق رضا المستفيدين – أصحاب المصلحة – منسوبات الجمعية ، وهذا الدليل تم إعداده ليساهم في مساعدة الموظفين المختصين بإدارة الشكاوى والمقترحات باتخاذ القرارات الصحيحة وبالسرعة المطلوبة في معالجة الشكاوى.
- كما يصب هذا الدليل في كيفية تمكين إدارة الإتصال المؤسسي المسؤولة عن الشكاوى والمقترحات من التعامل مع جميع الحالات كفرصة لتحسين الخدمات في الجمعية .

المصطلحات :

الشكوى :

هي وسيلة لتحقيق احتياجات المتعاملين وسماع آرائهم ، حيث يقوم مقدم الشكوى بالتعبير عن عدم رضاه عن :
نتيجة الخدمات، المنتجات، العمليات، الإجراءات، سلوك الموظف أو أسلوب تقديم الخدمة بالطريقة المتوقعة، سواء كان ذلك شفوياً، أو كتابياً، أو بإحدى طرق، أو قنوات تقديم الشكوى.

البلاغ :

هو إيصال المعلومة أو تنبيه الجهة متخذة القرار بالوسائل المتاحة عند حدوث ضرر أو مشكلة، وهو عبارة عن خدمة تقدمها الجمعية بحيث يكون لها إجراء واضح ، ولا يشترط من مقدم البلاغ أن يكون متضرراً حيث يقصد به المصلحة العامة

معلومات رئيسية عن الشكاوى والمقترحات.

أولاً : أهمية الشكاوى والمقترحات

الشكاوى والمقترحات تعتبر من المعلومات المهمة التي تحصل عليها الجمعية من جميع الفئات ، وأن آلية التعامل مع الشكاوى والمقترحات ليست متعلقة بعدد الشكاوى وحلها فقط، ولكن بفرص التحسين المتوفرة من خلال طلبات الشكاوى والمقترحات ، حيث إنها تتيح الفرصة للتصحيح المباشر لمعوقات تقديم الخدمات، كما أنها توفر أفكار بناءه لتطوير المنتجات والخدمات المقدمة وفرص التحسين عادةً تكون من خلال الاستبيانات ومتابعة احصائيات وتقارير الشكاوى والمقترحات كما أنه من المهم وضع الخطط التحسينية والمقترحات لتجنب تكرار نفس الشكوى ولا تغفل :

- أهمية البت في الشكاوى والمقترحات بكفاءة وفعالية .
- المحافظة على سرية المعلومات المقدمة
- مع ضمان إنجاز وحل الشكاوى خلال فترة زمنية محدد ..
- تطوير منظومة العمل في إدارة الشكاوى والتقييم المستمر.

قنوات إستلام الشكاوى هي وسائل التواصل بين الجمعية والفئات التي تتعامل معها حيث إن إتاحة العدد الأكبر من قنوات الاتصال يعكس اهتمام الجمعية الفيصلية في العمل على تسهيل استقبال الشكاوى واهتمامها في تطوير خدماتها وعليه يجب ألا يكون لطريقة استقبال الشكاوى أي تأثير على أهمية الشكاوى أو سير إجراءاتها، فجميع الشكاوى تعطى نفس الاهتمام طالما تم تقديمها من إحدى القنوات المختلفة .

قنوات أستقبال الشكاوى في الجمعية الفيصلية :

- صندوق الشكاوى
- الحضور للجمعية
- إستمارة الشكاوى والمقترحات الإلكترونية .

أهمية نشر نظام واجراءات الشكاوى وإستقبال المقترحات :

تحرص الجمعية على أن يكون نظام واجراءات الشكاوى وتقديم المقترحات واضح وسهل ، لخدمة جميع الفئات التي تتعامل معها داخليا – خارجيا وتمكينهم من تقديم الشكاوى في حالة عدم الرضا عن الخدمات المقدمة ، ومن الجانب الأخر تحقيق الجمعية أهدافها في الاستفادة من نظام الشكاوى ، إضافة لتقديم الأفكار والمقترحات للتحسين وتوسيع المشاركة المجتمعية وتحرص على توضيح اجراءات الشكاوى بشكل مختصر من خلال النشرات – وسائل التواصل الاجتماعي – موقع الجمعية .

مؤشرات الأداء:

نظراً لأهمية إدارة الشكاوى وضمان جودتها فإنه يتطلب على إدارة الإتصال المؤسسي المعني بإدارة الشكاوى إعداد مؤشرات الأداء الرئيسية والتي يتم من خلالها متابعة الشكاوى وإدارتها، وتم تقسيم مؤشرات الأداء إلى مؤشرات رئيسية يتوجب اعتمادها وتطبيقها، كما توجد مؤشرات أخرى تخصصية مرتبطة بتصنيف الإدارة المعنية بالشكاوى – الإستفسار

خدمة سمعنا صوتك عبر عدة قنوات مفعلة :

حالة الشكاوى بحسب انطباع المستفيدين

في حالة عدم تقديم الخدمة المطلوبة حسب المتوقع	الاعتقاد بأنه لا يوجد جدوى من الشكاوى
عندما لا توفى الوعود وعدم حصول المتعامل على الخدمة	عدم توفر قنوات أو طرق لتسجيل أو تقديم الشكاوى
سوء المعاملة بصفة عامة	عند الشعور بأنه لا يوجد أحد مستعد لفهم شكواه أو لا يوجد أحد يستمع إليه
• عدم وضوح الإجراءات	إجراءات تقديم الشكاوى غير واضحة •
الشعور بعدم الإنصاف	عدم اهتمام بشكاوى المتعامل من قبل الموظفة
طول وقت الانتظار	سبق وأن تقدم المتعامل بشكاوى أو اقتراح ولم يتم التعامل معها من قبل الجمعية
سوء التعامل عند تقديم الشكاوى	خوف المتعامل من التردد له عند تقديم الشكاوى
التعدي على خصوصية معلومات المتعامل.	التصنيف الخاطئ لأهمية الحالة

الحقوق والواجبات :

ما ستقدمه الجمعية اثناء حل الشكوى/

الشعور بالإمان	الاعتذار "عند عدم الرضا"
التحلي بالصبر والإنصات له	العدالة والحل المناسب
الإستماع لة قبل الحكم عليه	تصحيح الأخطاء بالسرعة الممكنة
تفهم وجهة نظر المتعامل	السرية وإحترام الخصوصية
التعامل بإحترام ولطف	ضمان عدم تكرار المشكلة
تقديم الاهتمام	الشفافية من خلال توضيح إجراءات الشكاوى والتحليل والإغلاق تحمل المسؤولية وتوضيح الإجراءات للمتعامل سرعة الإستجابة وفقا لأهمية

منهجية (إجراءات) معالجة الشكاوى والبلاغات في الجمعية الفيصلية الخيرية النسوية:

الإستماع من قبل إدارة الإتصال المؤسسي لمقدم الشكوى - البلاغ

المتابعة المستمرة وتحديد الأولوية في حال إذا كان يتوجب إجراء تحقيق مع الشخص المعني، حيث يمكن حل بعض الشكاوى في حينها ولا يستدعي إتخاذ أي إجراءات أخرى.

إذا تبين أن الشكوى غير مبررة يقفل الملف ويوثق ذلك في ملف الشكاوى.

إذا تبين أن الشكوى مبررة وبحاجة لتحقيق يتم الرجوع للجنة الشكاوى والمقترحات والتي تم اعتمادها في اجتماع مجلس الإدارة رقم 2 بتاريخ 28-3-2021م والتي تضم في عضويتها رئيسة مجلس الإدارة الأستاذة خيرية مجمد نوررحيمي عضوات مجلس الإدارة د / سعاد بن عفيف أ / امانى مظهر المديرة العامة للجمعية أ فوزية الطاسان ومن ثم ترفع اللجنة أهم التوصيات وتحصر على المتابعة لحل المشكلة واغلاقها بشكل مرضي للجميع.

إخطار مقدم الشكوى بمجريات الشكوى وفي حال عدم وجود أي اعتراض يتم إقفال الشكوى خلال 10 أيام .

في حال ورود اعتراض خلال ال 10 أيام يعاد فتح الملف من جديد وينظر في الشكوى ويتم إتخاذ اللازم ويوثق ذلك ..

المرفقات :

- اجتماع لمناقشة بعض الشكاوى .
- اكسل يوضح الشكاوى والإستفسارات لعام 2021 م

اجتماع لمناقشة شكاوى

الشكاوى والاقتراحات لعام 2021

ضغط هنا

ضغط هنا





آلية إستقبال الشكاوى والمقترحات

يتم إستقبال الشكاوى والمقترحات
وفق أحد القنوات الرئيسية التالية





الإبلاغ عن الشكاوى / المقترح
لدى إدارة الإتصال المؤسسي



وضع الشكاوى / المقترح
في صندوق الشكاوى خطياً



الإتصال الهاتفي على الرقم
0126535000 تحويلة 211 - 313



إرسال خطاب رسمي إلى
إدارة الإتصال المؤسسي



إرسال بريد إلكتروني

info@alfaisalya.org pr@alfaisalya.org

لمزيد من المعلومات الإطلاع على سياسة التبليغ
عن المخالفات وحماية المبلغين على الموقع الإلكتروني
WWW.ALFAISALYA.ORG

إدارة الأزمات إدارة الاتصال المؤسسي 2024



تحت إشراف المركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي رقم 19



الجمعية الفيصلية الخيرية النسوية بجدة



إدارة الأزمات

مفهوم إدارة الأزمات:

خطة منظمة وشاملة تستخدم في حالة حدوث أزمة او حدث غير متوقع ويستفاد منها في معالجة الأزمة وتقليل الجوانب السلبية الناتجة عنها والإستفادة من الإيجابيات .

التخطيط كمتطلب أساسي مهم في إدارة الأزمات
التخطيط متطلب أساسي مهم في عملية إدارة الأزمات.

ونجد ان التدريب على التخطيط للأزمات يُعد من المسلّمات الأساسية في المنظمات الناجحة فهو يساهم في:

- 1- منع حدوث الأزمة أو التخفيف من أثارها وتلافي عنصر المفاجآت المصاحب لها.
- 2- يتيح لفريق عمل إدارة الأزمات القدرة على إجراء رد فعل منظم وفعال لمواجهة الأزمة بكفاءة عالية
- 3- الاستعداد لمواجهة المواقف الطارئة غير المخطط لها التي قد تصاحب الأزمة .

مراحل إدارة الأزمات

المرحلة الأولى: ماقبل الأزمة

1. (التنبؤ/ التوقع) للأزمات المحتمل حدوثها في المدى القريب/ المتوسط/ البعيد
2. إعداد الخطط ورسم السيناريوهات لإدارة الأزمة المتوقعة ومواجهتها
3. إتخاذ الإجراءات الوقائية لمنع/ تسكين الأزمة
4. الاستعداد للتعامل مع الأحداث مثل تدريب الموظفين ، وصيانة المعدات.
5. نشر الوعي الثقافي والتوعوي بإدارة الكوارث ، وعقد ورش عمل تدريبية للارتقاء بمستوى كفاءة الموظفين
- 6 تجهيز غرفة عمليات لإدارة الأزمات مزودة بأجهزة الإتصال المناسبة.

المرحلة الثانية: أثناء الأزمة (مرحلة المواجهة والاحتواء)

1. تنفيذ الخطط والسيناريوهات التي سبق إعدادها والتدريب عليها.
2. تنفيذ أعمال المواجهة والإغاثة بأنواعها وفقاً لنوعية الأزمة .
- 3- إطلاق المبادرات المناسبة التي تتوافق مع الأزمة ومنها مبادرة #طمنوننا _ عنكم بهدف تفقد والاطمئنان على جميع الفئات التي تتعامل معها الجمعية من أسر- عضوات - متطوعات و متطوعين - مشاركة مع الشركاء والدولة وفق المهام التي يتم توزيعها .
- 4- القيام بأعمال خدمات الطوارئ العاجلة.
5. تنفيذ عمليات الإخلاء عند الضرورة.
6. متابعة الحدث والوقوف على تطورات الموقف بشكل مستمر ، وتقييمه، وتحديد الإجراءات المطلوبة للتعامل معه من خلال غرفة العمليات.

المرحلة الثالثة: مابعد الأزمة (مرحلة التوازن)

1. حصر الخسائر.
2. التأهيل وإعادة البناء (مرحلة إستئناف النشاط) والحماية من أخطار المستقبل المحتملة.
3. تقييم الإجراءات التي تم اتخاذها للتعامل مع الأزمة خلال مرحلة المواجهة والاستجابة والاحتواء والخروج بالدروس المستفادة.
4. توثيق الحدث وتقديم التوصيات والمقترحات اللازمة، وتوجيهها إلى الجهات المعنية للاستفادة منها من أجل تلافي السلبيات مستقبل (إن وجدت) ، وتطوير وتحديث الخطط وفقاً للمستجدات من أجل إدارة أفضل.

الجمعية الفيصلية أثناء جائحة كورونا

الجمعية الفيصلية وإدارة الأزمات

[إضغط هنا](#)

الملف الاعلامي

[إضغط هنا](#)

مشروع عمل الكمامات المنزلية أثناء جائحة كورونا

[إضغط هنا](#)

العضوية إدارة الاتصال المؤسسي 2024



الجمعية الفيصلية الخيرية النسوية بجدة



العضوية - المقدمة:

تولى الجمعية الفيسلية أهمية للعضوية ايماناً منها بدور العضوات في التعريف بالجمعية وان العضوية تعتبر مورد مالي مهم وتتولى مسؤولية شؤون العضوات مهمة التواصل مع العضوات بما يساهم في المحافظة عليهم وزيادة عددهم.. وتهدف العضوية إلى زيادة تنمية الموارد المالية للجمعية من خلال السعي لتفعيل طرق جديدة ومبتكرة لجذب أعضاء جدد، بالتنسيق مع بقية الإدارات والأقسام بالجمعية والاستفادة من خبرات وتجارب الجمعيات والمنشآت الأخرى والعمل على وضع الخطط والمقترحات العامة.

وتتولى مسؤولية شؤون العضوات :

- مهمة الإشراف على تعبئة استمارات العضوات .
- تحصيل قيمة الاشتراكات .
- كافة المخاطبات والنموذج الخاص بالعضوية والذي يشمل عدة بيانات
- (الاسم، تاريخ الميلاد، المهنة، عنوان العمل، رقم الهاتف صندوق البريد، البريد الإلكتروني، الجوال، رقم البطاقة وتاريخها ومصدرها، الهويات والأنشطة التي يمكن المساهمة فيها (ثقافية , رياضية , اجتماعية أخرى)
- كما تتولى مسئولية العضوات مهمة استقبال العضوات وتعريفهم بالجمعية وبرامجها وأقسامها،
- إصدار بطاقات العضوية .
- تسجيل كافة بيانات الأعضاء بقواعد البيانات والعمل على تنظيم قواعد بيانات وملفات الأعضاء. تحديث البيانات بشكل دوري لضمان التواصل الدائم معهم.
- متابعة مدة العضوية وتحصيل مبالغ الاشتراك لكل عضو من خلال مراسلتهم قبل نهاية عضويتهم بشهر.
- تتولى مسؤولية شؤون العضوات إرسال نشرات ومطبوعات الجمعية الإعلامية (تقارير، مجلة، ملفات) لكافة الأعضاء حال صدورها.
- تعمل على دعوة الأعضاء لمناسبات الجمعية المختلفة من (حفلات، مهرجانات، معارض، اجتماعات) ومشاركتهم في مناسباتهم الخاصة.
- وتقوم بتصميم نماذج خاصة بالعضوية بزيارة الأعضاء لقياس آراء الأعضاء والتواصل معهم وإبراز دورهم إعلامياً .

أنواع العضوية:

تتنوع العضوية في الجمعية إلى أربعة أنواع وهي (عامل/ منتسب/ فخري/ شرفي). ويجوز للجمعية استحداث أنواع أخرى للعضوية، ولا يحق لأي من أنواع العضويات المستحدثة الترشح لعضوية مجلس الإدارة بموجب تلك العضويات والعضوية في الجمعية (مفتوحة).

العضو العامل:

1. يكون العضو عاملاً في الجمعية إذا اشترك في تأسيس الجمعية، أو التحق بها بعد قيامها وقبل مجلس الإدارة عضويته، وكان من المتخصصين أو المهتمين أو الممارسين لتخصص الجمعية.
2. يجب على العضو العامل في الجمعية:
 - أ- دفع اشتراك سنوي في الجمعية مقداره (500) ريال.
 - ب- التعاون مع الجمعية ومنسوبيها لتحقيق أهدافها.
 - ج- عدم القيام بأي أمر من شأنه أن يلحق ضرراً بالجمعية.
 - د- الالتزام بقرارات الجمعية العمومية.

العضو المنتسب:

1. يكون العضو منتسباً في الجمعية إذا تقدم بطلب عضوية للجمعية وظهر عدم انطباق أحد شروط العضوية العاملة عليه وصدر قرار من مجلس الإدارة بقبوله عضواً منتسباً، أو تقدم بطلب العضوية منتسباً.
2. يجب على العضو المنتسب في الجمعية:
 - دفع اشتراك سنوي في الجمعية مقداره (500) ريال.
 - التعاون مع الجمعية ومنسوبيها لتحقيق أهدافها.
 - عدم القيام بأي أمر من شأنه أن يلحق ضرراً بالجمعية.
 - الالتزام بقرارات الجمعية العمومية.

العضو الفخري

1. يكون عضوًا فخريًا في الجمعية من ترى الجمعية العمومية منحه عضوية فخرية فيما نظير مساهمته المادية أو المعنوية للجمعية.
2. لا يحق للعضو الفخري حضور اجتماعات المجلس.
3. لا يحق للعضو الفخري طلب الاطلاع على أي من مستندات الجمعية ووثائقها ولا حضور الجمعية العمومية ولا ترشيح نفسه لعضوية مجلس الإدارة، ولا يثبت بحضوره صحة الانعقاد.
4. للعضو الفخري مخاطبة الجمعية عبر أي وسيلة متاحة، وعلى مجلس الإدارة أو من يفوضه تقديم الجواب عبر الوسيلة ذاتها أو عبر عنوانه المقيّد في سجل العضوية.

العضو الشرفي

1. يكون عضوًا شرفيًا في الجمعية من ترى الجمعية العمومية منحه عضوية شرفية بمجلس الإدارة نظير تميزه في مجال عمل الجمعية.
2. يجوز لمجلس الإدارة دعوة العضو الشرفي في اجتماعات المجلس دون أن يكون له حق التصويت.
3. لا يحق للعضو الشرفي طلب حضور الجمعية العمومية ولا ترشيح نفسه لعضوية مجلس الإدارة ولا يثبت بحضوره صحة انعقاد مجلس الإدارة.
4. للعضو الشرفي مخاطبة الجمعية عبر أي وسيلة متاحة، وعلى مجلس الإدارة أو من يفوضه تقديم الجواب عبر الوسيلة ذاتها أو عبر عنوانه المقيّد في سجل العضوية.

شروط العضوية

يجب أن تتوفر في عضو الجمعية الشروط التالية:

- أن يكون سعودي الجنسية.
- أن يكون قد أتم الثامنة عشرة من عمره (عدا عضوية الطالب).
- أن يكون كامل الأهلية المعتبرة شرعا.
- أن يكون غير محكوم عليه بإدانة في جريمة مخلة بالشرف أو الأمانة ما لم يكن قد رد إليه اعتباره.
- أن يكون قد سدد الحد الأدنى للاشتراك السنوي.

إعادة العضوية لمن فقدتها يجوز لمجلس الإدارة إعادة العضوية لمن فقدتها بسبب عدم تسديده للاشتراك السنوي في حال أدائه المبلغ المستحق عليه، ولا يجوز للعضو أو لورثته أو لمن فقد عضويته استرداد ما تم دفعه للجمعية من اشتراكات أو تبرعات أو هبات سواء كان ذلك نقدياً أو عينياً ومهما كانت الأسباب.

فقدان العضوية

تزول صفة العضوية عن العضو بقرار مسبب يصدر من مجلس الإدارة وذلك في أي من الحالات الآتية:

- الانسحاب من الجمعية، وذلك بناءً على طلب خطي يقدمه العضو إلى مجلس الإدارة، ولا يحول ذلك دون حق الجمعية في مطالبته بأي مستحقات عليه أو أموال تكون تحت يديه.
- الوفاة.
- إذا صدر قرار من الجمعية العمومية بسحب العضوية، وذلك في أي من الحالات الآتية وحسب تقدير الجمعية العمومية:
- إذا أقدم العضو على تصرف من شأنه أن يلحق ضرراً مادياً أو أدبياً بالجمعية.
- إذا فقد شرطاً من شروط العضوية.
- إذا قام العضو باستغلال عضويته في الجمعية لغرض شخصي.
- إذا تأخر العضو عن أداء الاشتراك عن موعد استحقاقه وفقاً لما ورد في المادة الثالثة عشر.

سياسة تحديث المواد الإعلانية والتعريفية إدارة الاتصال المؤسسي 2024



الجمعية الفيصلية الخيرية النسوية بجدة



سياسة تحديث المواد الإعلانية والتعريفية عن الجمعية

مقدمة:

سياسة تحديث المواد الإعلانية هي إستراتيجية تتبعها الجمعية الفيصالية لتجديد وتحسين المواد الإعلانية والتعريفية التي تستخدمها وذلك بهدف :
ضمان أن تكون المواد الإعلانية دائماً حديثة وجذابة، وتعكس صورة الجمعية بشكل فعال. ويشمل تحديث المواد الإعلانية تحديث التصميم ، المحتوى ، الألوان والأشكال ، الخطوط ، واستخدام أحدث التقنيات والاتجاهات الإبداعية.

عند تطبيق سياسة تحديث المواد الإعلانية، تقوم الجمعية ممثلة في إدارة الاتصال المؤسسي بمراجعة وتقييم البروشورات والمنشورات والمطبوعات الأخرى التي تستخدمها للترويج لنفسها. ويتم تحليل العناصر الموجودة وتقييم فعالية التصميم والمحتوى. بناءً على ذلك، يتم اتخاذ قرارات بشأن التحديثات والتعديلات المطلوبة.

تعد سياسة تحديث المواد الإعلانية أيضاً فرصة لاستخدام التكنولوجيا الحديثة والابتكارات في المواد الإعلانية. يمكن إضافة عناصر تفاعلية، مثل رموز QR وروابط وسائل التواصل الاجتماعي، لتحقيق تفاعل أكبر مع الجمهور.

باستمرار تحديث المواد الإعلانية، يمكن للجمعية البقاء على اطلاع دائم بالتغيرات والتطورات مما يتيح التحديث المنتظم للمواد الإعلانية للجمعية الاستفادة من الفرص الجديدة وتعزيز الوعي بالعلامة التجارية.

وتعد سياسة تحديث المواد الإعلانية هامة للجمعية للبقاء حديثة وجذابة مما يساعدها على بناء صورة قوية، ومتميزة، وتعزيز تواجدها، ونجاحها.

النطاق:

تطبق هذه السياسة على جميع المواد الإعلانية والتعريفية عن الجمعية ،،،

وتشمل المواد الإعلانية من مقاطع مصورة – أفلام –
مواد تعريفية من كتيبات – بروشورات – تقارير – لوحات.

الخطوات المتبعة لتجديد البروشورات الإعلانية للجمعية:

1. تحليل وتقييم البروشورات الحالية ومراجعتها والنظر إلى تصميمها ومحتواها والتأكد من أنها تعكس الهوية والرسالة التسويقية الحالية.
2. تحديد الأهداف والرؤية الجديدة للبروشورات الإعلانية. "الرسالة التي ترغب الجمعية في توصيلها والجمهور المستهدف والمزايا التي ترغب في تسليط الضوء عليها.
3. الاستعانة بمصممة الجرافيك لإعادة تصميم البروشور بناءً على الاستراتيجية التي تم وضعها مع مراعاة " أهمية أن يكون التصميم مبتكراً وجذاباً، ويعكس الهوية البصرية ويجذب انتباه الجمهور المستهدف "
4. العمل على تحسين المحتوى مع عدم اغفال أهمية استخدام عبارات، واضحة، وموجزة، وجذابة. استخدام الصور والرسوم التوضيحية لتسليط الضوء على المزايا الرئيسية وتوضيح الرسالة التسويقية. " استخدام الباركود والبعد عن الحشو.
5. تحديث معلومات الاتصال: أهمية التأكد من تحديث جميع معلومات الاتصال في البروشور، مثل رقم الهاتف والعنوان والبريد الإلكتروني والموقع الإلكتروني. يجب أن تكون المعلومات دقيقة ومحدثة.
6. طباعة وتوزيع البروشور: بعد الانتهاء من تصميم وإعداد البروشور، يتم اعتماد السعر بعد العروض ثم تتم عملية الطباعة، مع وضع خطة للتوزيع واستخدام المطبوعات.
7. قياس النتائج: بعد توزيع البروشورات، قم بقياس فاعلية الحملة الإعلانية حيث يتم رصد ومتابعة ردود الفعل " التغذية الراجعة " من المهم أيضاً الاستمرار في تحديث وتجديد البروشورات الإعلانية بشكل منتظم والتحسين والتجديد ،،،

ختاماً:

تطبق هذه الوثيقة ضمن أنشطة الجمعية الفيصلية وعلى جميع العاملين الذين يعملون تحت إدارة وإشراف الجمعية الاطلاع على الأنظمة المتعلقة بهذه الوثيقة والإلمام بها، والالتزام بما ورد فيها من أحكام عند أداء واجباتهم ومسؤولياتهم الوظيفية ونشرها على الموقع الإلكتروني للجمعية وفق الصيغة المرفقة بالاعتماد.

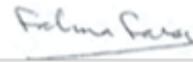
المرجع:

مراجعة واعتماد أصحاب الصلاحية :

عُرض في مجلس الإدارة الجلسة رقم (3) بتاريخ 1446/8/27 هـ الموافق 2025/2/26 م ضمن جدول الأعمال (بند رقم 13) بند مراجعة واعتماد السياسات واللوائح والانظمة

"تم الاطلاع واعتماد هذه الوثيقة الشاملة للتطوع والعمل بموجبها من تاريخ الاعتماد"

توقيع واعتماد مجلس الإدارة

التوقيع	الأسماء	*
	الأستاذة خيرية محمد نور رحيمي	.1
	الدكتورة: غبلة عبد الحميد بخاري	.2
	الأستاذة فاطمة محمد علي فارسي	.3
	الدكتورة: مريم عبد الله الصبيان	.4
	أستاذة دكتور: سمر محمد السقايف	.5
	الدكتورة: سبى محمد علاوي	.6
	الأستاذة: غبير غثاي جليدان	.7
	الدكتورة: ندى عمر العولقي	.8
	الدكتورة: هلا عبد الله السقايف	.9
	الدكتورة: رفا خالد شورة	.10
	الأستاذة: رجاء عبد الرحمن محمد مؤمنه	.11
	أستاذة دكتور: لنا أحمد شيناوي	.12
	الأستاذة: خلود أحمد شيناوي	.13

شكرًا

خلود القثامي
إدارة الإتصال المؤسسي

Kalquthami@alfaisalya.org
(7573 تحويلة) 0126535000