



نظام وإجراءات التسويق للمانحين والداعمين والمتبرعين جمعية الدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بالطائف

الإصدار	التاريخ	الإعداد	المراجعة	الاعتماد
الاصدار الرابع	٢٠٢٥/٠٧/٢٨ م	إدارة التسويق والتواصل المؤسسي	الإدارة العامة	مجلس الإدارة

اعتماد مجلس الإدارة	تم اعتماد : نظام وإجراءات التسويق للمانحين والداعمين والمتبرعين في اجتماع مجلس الإدارة الرابع بتاريخ : ١٤٤٧/٠٢/٠٣ هـ الموافق : ٢٠٢٥/٠٧/٢٨ م
---------------------	---

المحتويات :

١. التعريف
٢. الأهداف
٣. السياسات العامة
٤. الإجراءات التفصيلية
٥. المسؤوليات
٦. الحوكمة والمراجعة

أولاً: التعريف

يُقصد بالتسويق للمانحين والداعمين كافة الأنشطة والجهود التي تهدف إلى جذب واستدامة الدعم المالي والعيني للجمعية من خلال وسائل ترويجية، وعلاقات الداعمين، وتقارير، ووسائل إعلامية متنوعة.

ثانياً: الأهداف

- تعزيز صورة الجمعية الذهنية لدى المانحين والداعمين.
- بناء قاعدة بيانات نوعية مفصلة من المتبرعين .
- تحقيق استدامة مالية عبر تسويق المشاريع والفرص الوقفية.
- رفع معدل التبرعات من خلال حملات دورية مستهدفة.
- تحسين مستوى التواصل والولاء مع المانحين .

ثالثاً: السياسات العامة

- الشفافية في عرض المشاريع والتكاليف.
- استخدام وسائل تسويق نظامية ومعتمدة داخل المملكة.
- الالتزام بلائحة جمع التبرعات المعتمدة من المركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي.
- احترام خصوصية بيانات المتبرعين والمانحين.
- عدم استخدام صور المستفيدين إلا بعد إذن خطي.

رابعاً: الإجراءات التفصيلية

١. إعداد الخطة التسويقية

- تُعد إدارة التسويق والتواصل المؤسسي خطة تسويقية ربع سنوية وسنوية تشمل: تحديد المشاريع والأولويات الفئات المستهدفة، الوسائل والمنصات، المؤشرات، الميزانية المقترحة .تعتمد الخطة من الإدارة التنفيذية.

٢. إنتاج المواد التسويقية

- يتم إعداد تصاميم وفيديوهات وتقارير ومحتوى رقمي، وتعتمد المواد من الجهة المعنية قبل النشر.

٣. تنفيذ الحملات التسويقية.

يُنفذ الفريق الحملة عبر وسائل التواصل، البريد، الزيارات، المعارض، والإعلانات.

٤. التواصل مع الداعمين

- يشمل الاتصال، إرسال تقارير، تقديم الشكر، وتخصيص موظف متابعة لكل داعم رئيسي.

٥. قياس أثر التسويق

- تحليل النتائج وفق عدد التبرعات، المتبرعين الجدد، التفاعل، الزيارات، والبيانات الجديدة. ترفع تقارير الأداء شهرياً.

خامساً: المسؤوليات

المهام	الجهة
إعداد وتنفيذ الخطط، التنسيق، إعداد المحتوى	إدارة التسويق
تقديم البيانات والمعلومات للمشاريع والبرامج	إدارة الدعوة
اعتماد الخطط والتقارير، التوجيه والدعم	الإدارة التنفيذية
دعم التواصل مع الجهات المؤثرة والمانحين والأفراد	فريق التواصل المؤسسي

سادساً: الحوكمة والمراجعة

تُراجع السياسات والإجراءات التسويقية كل سنة، وتوثق جميع المراسلات والعروض التسويقية سميّاً.