سياسة الدراسات الأولية والثانوية عن الداعمين
جمعية الدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بالطائف

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

اعتماد مجلس الإدارة	تم اعتماد: سياسة الدراسات الأولية والثانوية عن الداعمين في اجتماع مجلس الإدارة الرابع بتاريخ: ٠٣/٠٢/١٤٤٧هـ الموافق: ٢٨/٠٧/٢٠٢٥م

المحتويات

١. الهدف
٢. أنواع الدراسات
٣. محاور الدراسة
٤. أدوات جمع البيانات
٥. الحوكمة والخصوصية
٦. التحديث والدقة
٧. المسؤوليات

١- الهدف :

تهدف هذه السياسة إلى تنظيم عملية جمع وتحليل المعلومات حول الداعمين (أفراداً أو جهات)، لفهم توجهاتهم واهتماماتهم وتعزيز فرص التعاون المستقبلي معهم بما يخدم أهداف الجمعية ورؤيتها.

٢- أنواع الدراسات :

أ. الدراسات الأولية:

تُجرى من خلال أدوات مباشرة مثل الاستبيانات، المقابلات، أو الاتصال الهاتفي مع الداعمين.

ب. الدراسات الثانوية:

تعتمد على تحليل بيانات ومعلومات منشورة أو متاحة عبر الإنترنت أو من خلال تقارير رسمية ومصادر مفتوحة.

٣- محاور الدراسة :

تشمل الدراسات التحليلية المحاور التالية:

- التوجهات العامة للداعم.
- التوجهات المجتمعية في مجالات التبرع.
- المجالات المفضلة لديه في الدعم (دعوة، شباب، أوقاف، تعليم...).
- نوع وطبيعة الدعم المقدم سابقاً.
- أسلوب التواصل المفضل لديه.
- مستوى العلاقة الحالي مع الجمعية.
- فرص الشراكة أو التعاون المستقبلي.

٤- أدوات جمع البيانات

- نموذج إلكتروني موحد لحفظ البيانات (Excel).
- قاعدة (Excel) بيانات مركزية يتم تحديثها دورياً.
- تقارير تحليلية تصدر كل ربع سنة.

٥- الحوكمة والخصوصية

- تُجمع المعلومات وفق سياسية الخصوصية .
- لا تُشارك هذه البيانات مع أي طرف خارجي دون موافقة الإدارة.
- تحفظ البيانات إلكترونياً داخل أنظمة مؤمنة ومخصصة.

٦- التحديث والدقة

- يتم تحديث السجلات كل ٦ أشهر كحد أقصى.
- تُوثق أي علاقة جديدة فوراً بعد أول دعم فعلي أو تواصل جاد.

٧- المسؤوليات

- تتولى إدارة التسويق والعلاقات العامة تنفيذ هذه السياسة.
- تلتزم الإدارة برفع تقارير دورية للإدارة التنفيذية تتضمن التوصيات والاستنتاجات الناتجة عن الدراسة.
- يُسند للأقسام المعنية مسؤولية واضحة عن كل مجموعة داعمين لمتابعة العلاقة وتحقيق الأثر.