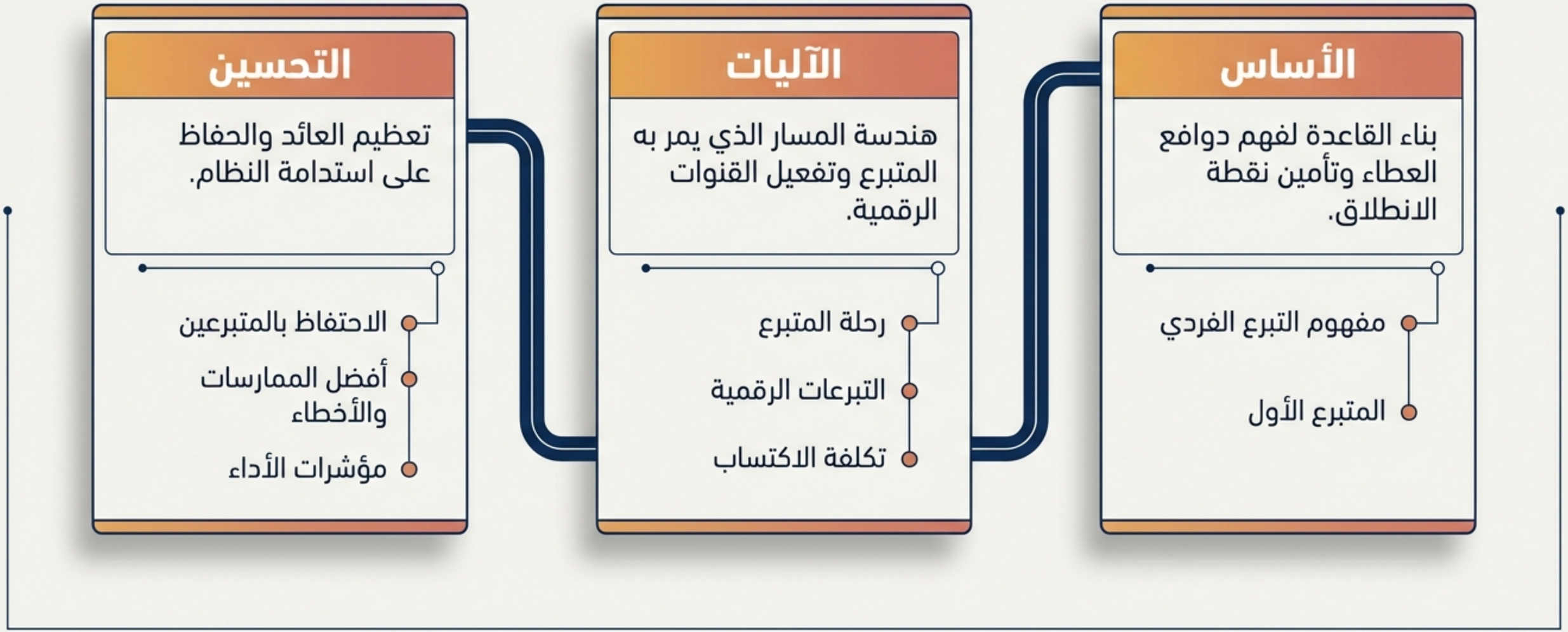
الدرس الثاني: التبرعات الفردية
هندسة العطاء: بناء محرك مستدام للنمو

NotebookLM

المخطط الهيكلي لمحرك التبرعات

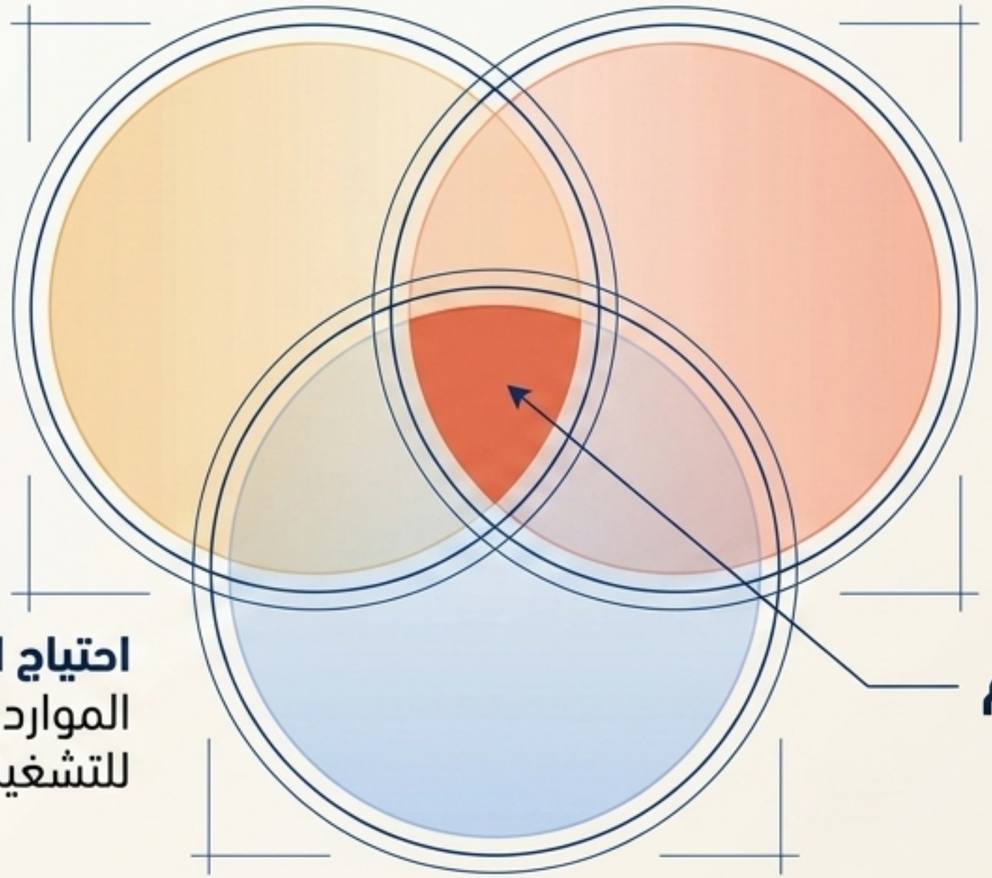


NotebookLM

ما وراء المعاملة المالية: مفهوم التبرع الفردي

هوية المتبرع: القيم، المعتقدات، والرغبة في إحداث تغيير.

الأثر المجتمعي: التغيير الملموس والنتائج على أرض الواقع.



احتياج المنظمة: الموارد المالية اللازمة للتشغيل والتوسع.

التبرع المستدام

التبرع الفردي ليس مجرد تحويل مالي، بل هو تقاطع دقيق بين قيم الفرد واحتياجات المنظمة لخلق أثر حقيقي.

NotebookLM

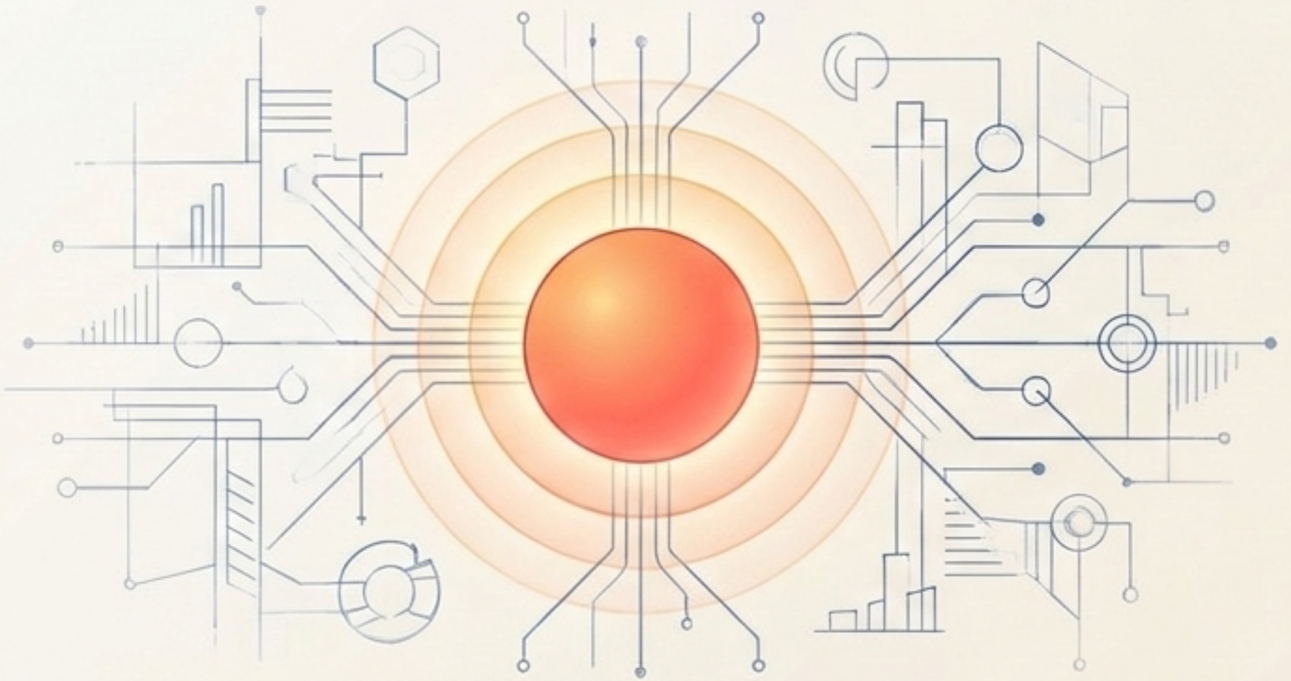
المتبرع الأول: كسر حاجز الثقة

المتبرع الأول

١. **الثقة المباشرة:** يعتمد المتبرع الأول غالباً على العلاقات الشخصية والمصداقية المباشرة للمؤسسين.

٢. **وضوح الرسالة:** لا مجال للتعقيد؛ يجب أن تكون رسالة التأثير فورية ومباشرة.

٣. **التجربة المصغرة:**
يختبر المتبرع الأول كفاءة أنظمة الدفع وسرعة الاستجابة.



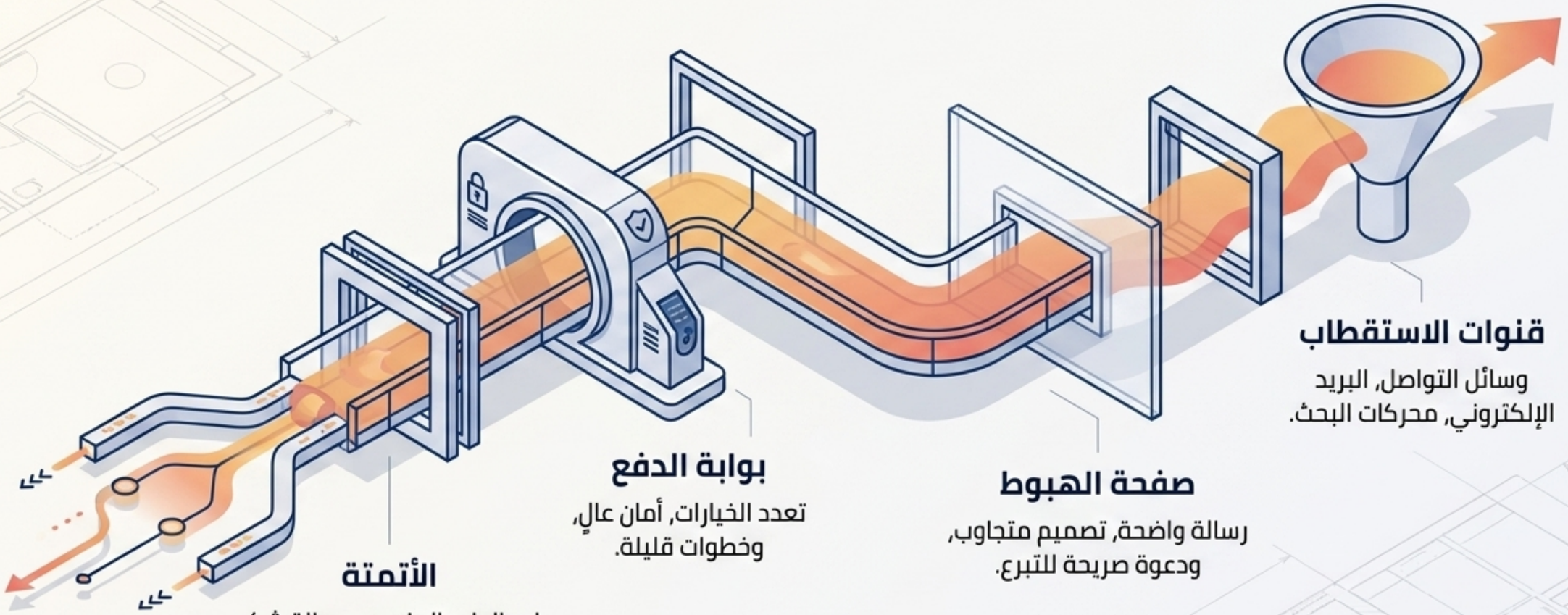
إثبات المفهوم: الحصول على المتبرع الأول يتطلب جهداً استثنائياً لأنه يمثل انتقال المنظمة من مرحلة الفكرة إلى مرحلة الثقة القابلة للقياس.

NotebookLM

هندسة التجربة: رحلة المتبرع

NotebookLM

التبرعات الرقمية: تصميم مسار بلا احتكاك



قنوات الاستقطاب

وسائل التواصل، البريد الإلكتروني، محركات البحث.

صفحة الهبوط

رسالة واضحة، تصميم متجاوب، ودعوة صريحة للتبرع.

بوابة الدفع

تعدد الخيارات، أمان عالٍ، وخطوات قليلة.

الأتمتة

إرسال إيصال فوري، رسالة شكر مخصصة، وإدخال البيانات.

كل خطوة إضافية أو تعقيد في هذه السلسلة يزيد من معدل التخلي عن التبرع. البساطة هي مفتاح التحويل.

NotebookLM

اقتصاديات النمو: تكلفة اكتساب المتبرع (CAC)

$$\text{تكلفة الاكتساب} = \frac{\text{(إجمالي تكاليف التسويق والحملات)}}{\text{÷ (عدد المتبرعين الجدد)}}$$

ماذا تعني؟

هي التكلفة الحقيقية التي تتحملها المنظمة لإقناع شخص واحد بالتبرع لأول مرة.

لماذا هي مهمة؟

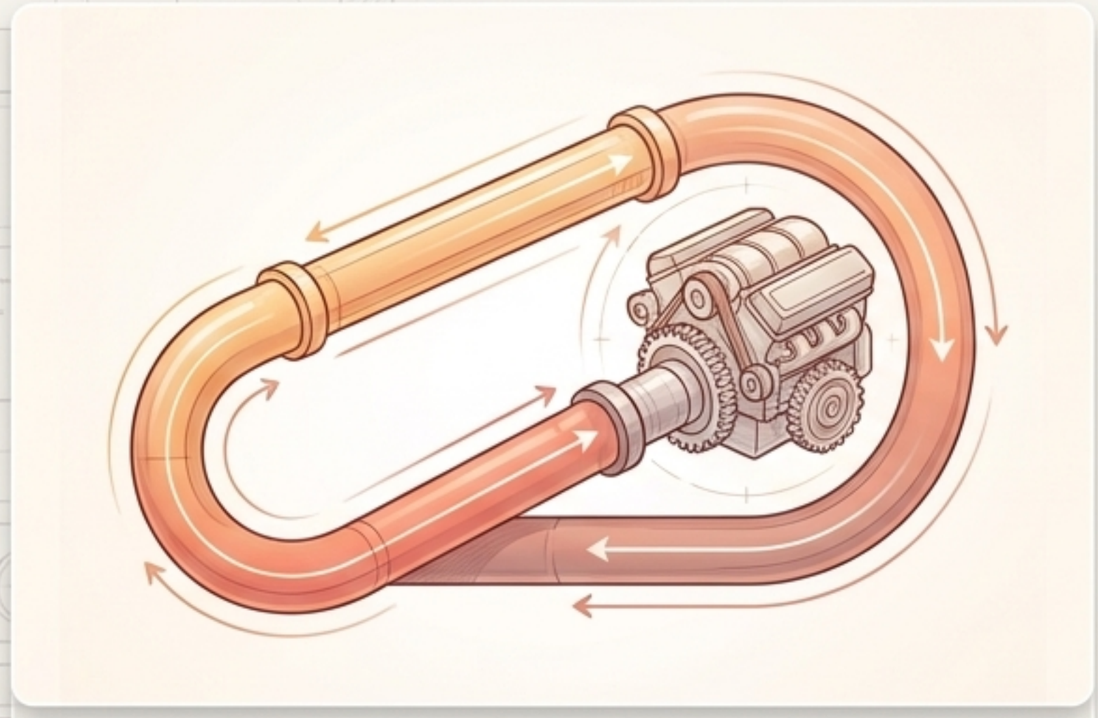
إذا كانت تكلفة اكتساب المتبرع أعلى من متوسط قيمة تبرعه، فإن المحرك يخسر مالياً ويستنزف الموارد.

سؤال تشخيصي: هل حملاتك الرقمية تستقطب متبرعين بتكلفة مستدامة؟

NotebookLM

استدامة المحرك: الاحتفاظ بالمتبرعين

التسرب: التركيز فقط على اكتساب متبرعين جدد دون بناء علاقة معهم يشبه صب الماء في دلو مثقوب. تكلفة الاكتساب تذهب سدى.



الولاء: الاحتفاظ بالمتبرع يحول التبرع لمرة واحدة إلى قيمة دائمة. تكلفة الاحتفاظ بمتبرع حالي أقل بكثير من تكلفة الاكتساب.

المتبرع المخلص هو أفضل مسوق لقضيتك، وأكثر مصادر التمويل استقراراً في أوقات الأزمات.

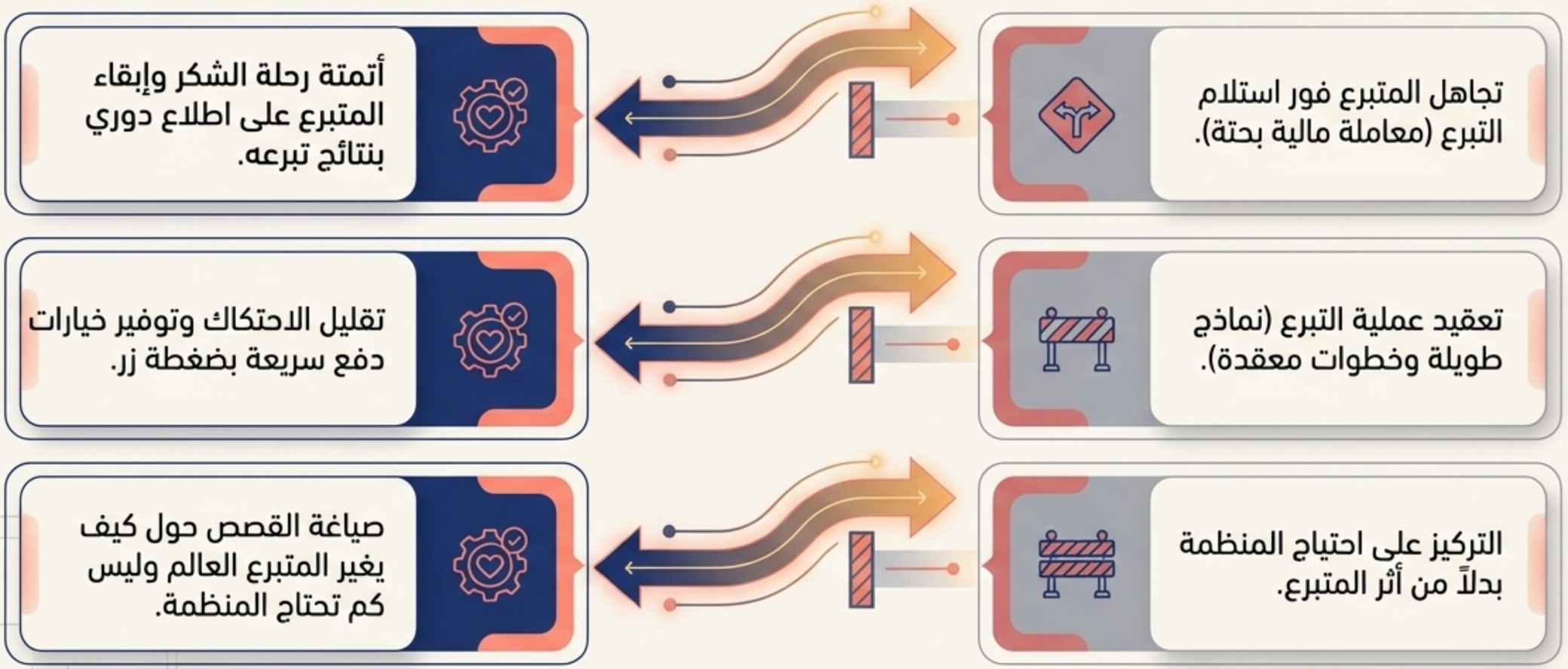
NotebookLM

مصفوفة المقارنة: الاكتساب مقابل الاحتفاظ

	الاكتساب	الاحتفاظ
التكلفة المالية	**عالية جداً** (تتطلب إعلانات، حملات، ووقت).	**منخفضة** (تعتمد على التواصل والشفافية).
العائد على الاستثمار	**قصير الأجل** وغالباً ما يكون **منخفضاً** في التبرع الأول.	**تراكمي وطويل الأجل** (تكرار التبرع يضاعف العائد).
التكتيكات الأساسية	التسويق الرقمي، المؤثرين، تحسين محركات البحث.	تقارير الأثر، رسائل الشكر المخصصة، دعوات الفعاليات.
المعيار الأساسي	**تكلفة الاكتستحاب (CAC).**	القيمة الدائمة (LTV) ومعدل التسرب.

NotebookLM

تشخيص الأداء: من الأخطاء الشائعة إلى أفضل الممارسات



NotebookLM

لوحة التحكم: مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs)

تكلفة اكتساب المتبرع (CAC)

المتوسط المالي المطلوب لجلب متبرع جديد واحد. (يجب أن ينخفض).

القيمة الدائمة للمتبرع (LTV)

إجمالي التبرعات المتوقعة من متبرع واحد طوال فترة علاقته. (يجب أن يرتفع).

معدل التحويل

نسبة زوار صفحة التبرع الذين أكملوا الدفع بنجاح. (يقيس كفاءة التصميم).

معدل التسرب

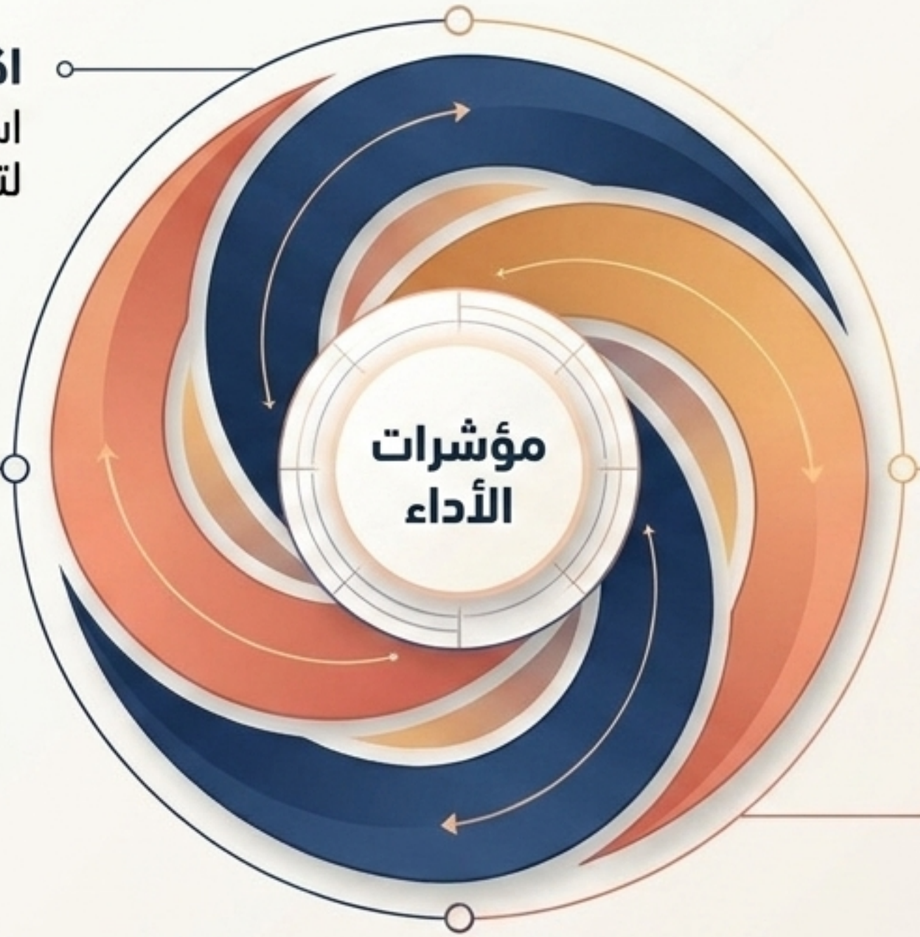
نسبة المتبرعين الذين توقفوا عن التبرع في فترة محددة. (يقيس كفاءة الرعاية).

NotebookLM

المحرك المتكامل: عجلة نمو المتبرعين الفرديين

اكتساب ذكي:
استقطاب رقمي محسّن لتقليل التكلفة.

ولاء ومضاعفة:
المتبرع يعود للتبرع ويدعو آخرين.



تجربة سلسة:
مسار تبرع بلا احتكاك وقصة ملهمة.

رعاية مستدامة:
أفضل الممارسات في الشكر وتقارير الأثر.

التبرعات الفردية ليست حملات موسمية، بل هي نظام هندسي دقيق؛ كلما زادت كفاءة إدارته، زادت سرعة نموه واستدامته.

NotebookLM