

### 1. العنوان الجاذب

#### مواصفات العنوان الجاذب:

- ✓ يجب أن يكون مختصرًا وسهل الفهم
- ✓ واضحًا ومباشرًا في توصيل الفكرة
- ✓ يوضح الأثر والنتيجة المتوقعة
- ✓ يثير الفضول والاهتمام

#### ✗ مثال ضعيف

#### حملة دعم السودان

عامة جداً وغير واضحة , لا توضح نوع الدعم أو الأثر المتوقع, المتبرع لا يعرف بالضبط ماذا سيحدث بتبرعه.

#### ✓ مثال قوي

#### أنقذوا 100 طفل من الجوع في السودان

واضحة ومحددة , توضح العدد المحدد والمشكلة الجوع (والحل) الإنقاذ, (المتبرع يفهم الأثر الحقيقي لتبرعه).

## 2. الصورة/الفيديو الرئيسي

### الفيديو القصير

فيديو قصير من 30-60 ثانية يوضح الفكرة الأساسية للحملة ويعرّف بالمستفيد يجب أن يكون جذاباً وسهل الفهم، يروي القصة بشكل مختصر وفعال.

### الصور الحقيقية

الصور الحقيقية أفضل من الصور الاحترافية المجردة. يتفاعل الناس أكثر مع الصور التي تظهر الواقع والمشاعر الحقيقية بدلاً من الصور المصطنعة.

### أهمية الصور الحقيقية:

- تبني الثقة والمصداقية مع المتبرعين
- تظهر الواقع الحقيقي للحملة والمستفيدين
- تثير المشاعر والتعاطف بشكل أكثر فعالية
- تجعل الحملة أكثر إنسانية وقرباً من القلب

### مثال عملي:

صور الأطفال أو العائلات المستفيدة تظهر الواقع للمشكلة والأثر المتوقع من الدعم. هذه الصور تخاطب القلب وتزيد من احتمالية التبرع.

## 3. الوصف الشامل وزر الدعم والتحديثات الدورية

### الوصف الشامل للحملة:

- يشرح المشكلة بوضوح والتحديات التي يواجهها المستفيدون
- يوضح الحل المقترح والأثر المتوقع من الدعم
- يجيب على الأسئلة الشائعة التي قد يطرحها المتبرع
- منظم وسهل القراءة مع نقاط قصيرة

### نصيحة مهمة:

تقسيم الوصف إلى فقرات قصيرة و عناوين فرعية يجعل القراءة أسهل ويزيد من احتمالية قراءة المتبرع للوصف كاملاً.

### زر الدعم والتحديثات الدورية:

- زر واضح وبارز للتبرع:
- تحديثات منتظمة:
- شفافية كاملة:
- يجب أن يكون سهل الوصول والضغط عليه
- تبني الثقة وتحفز المتبرعين الجدد
- إظهار التقدم نحو الهدف المالي

### مثال على التحديثات الفعالة:

تقرير موجز أسبوعي عن تقدم الحملة