

استراتيجيات التصميم للمؤسسات الإنسانيّة

دورة تدريبية في تصميم المحتوى الإنساني من أكاديمية إنساني

تساعدك هذه الدورة على تعلّم كيفية عمل تصاميم إنسانيّة مؤثرة من خلال فهم الهدف والجمهور, وبناء رسالة إنسانية واضحة.. واستخدام العناصر البصريّة والنصوص بطريقة إحترافيّة تحقق التأثير المطلوب.

مقاور الءورة:

- فهم أساسيات تصميم البوستات في المجال الإنساني
- تحديد الهدف والجمهور والرسالة بشكل واضح
- استخدام الصورة والنص بطريقة مؤثرة
- تصميم الإيميلات الإنسانية
- الالتزام بالجانب الأخلاقي في عرض المحتوى
- نصائح ذهبية تساعدك في التصميم

1 فهم أساسيات تصميم البوستات في المجال الإنساني

1 - لماذا يهّم شكل التصميم؟

نرى يوميًا عددًا كبيرًا من المنشورات على وسائل التواصل الاجتماعي، لكن بعضها يمر مرورًا سريعًا، بينما ينجح بعضها الآخر في جذب الانتباه والتأثير.

الفرق غالبًا لا يكون في المحتوى فقط، بل في طريقة تقديمه وتصميمه

لأن التصميم هنا ليس رفاهية،

التصميم هو وسيلة "إيقاف" المشاهد وترك أثر فيه للتبرع"

٢ - المنشور الإنساني: رسالة وليس إعلان

في المجال الإنساني، لا نعرض منتجات، بل نروي قصصًا حقيقية لأشخاص في أمس الحاجة للمساعدة.

وبالتالي تصميم منشور واحد بشكل جيد قد:



يساهم في إحداث
تغيير حقيقي



يحفز التفاعل
والتبرع



يوصل رسالة
قوية

٣ - كيف يعكس المنشور صورة مؤسستك؟

المنشور هو الواجهة الأساسية للمؤسسة على وسائل التواصل.

إذا كان واضحًا وجذابًا:

• يجذب الانتباه

• يسهّل الفهم

• يزيد التفاعل

أما إذا كان ضعيفًا:

• يتم تجاهله بسهولة



2 تحديد الهدف والجمهور والرسالة بشكل واضح


1 - ما الهدف من هذا المنشور؟

قبل البدء بالتصميم، يجب الإجابة عن سؤال أساسي: ما الهدف من هذا المنشور؟

قد يكون الهدف:

التوعية 

طلب التبرع 

الإعلان عن نشاط 

الهدف يحدد شكل ومحتوى التصميم بالكامل.

٢ - الجمهور المستهدف

لكل فئة جمهور طريقة تفكير مختلفة، لذلك يجب تحديد الجمهور بدقة.

مثال:

- المتبرع: يبحث عن الأثر
- المتابع: يريد فهم الفكرة بسرعة
- المستفيد: يبحث عن الأمل

فهم الجمهور يساعد في اختيار الأسلوب المناسب.

٣ - الرسالة الأساسية

يجب أن يحمل كل منشور فكرة واحدة واضحة فقط.

تعدد الأفكار يؤدي إلى:

- تشتيت الانتباه

- ضعف التأثير

أما التركيز على فكرة واحدة:

- يجعل الرسالة أوضح

- يزيد من فرص التفاعل

3 استخدام الصورة والنص بطريقة مؤثرة

1 - عناصر البوست الإنساني

يتكون البوست من عدة عناصر أساسية تعمل معًا لإيصال الرسالة:



كل عنصر له دور مهم في التأثير على المشاهد.

٢ - الصورة (Visual)

الصورة هي أول ما يلتفت انتباه المشاهد.

يجب أن تكون:

- حقيقية ومعبرة
- مرتبطة بالموضوع
- تحترم كرامة الأشخاص
- الصورة الجيدة قد تختصر نصف الرسالة



٤ - النص (Copywriting)

النص يوضح الفكرة ويكمل الرسالة.

يفضل أن يكون:

• بسيطاً وسهل الفهم

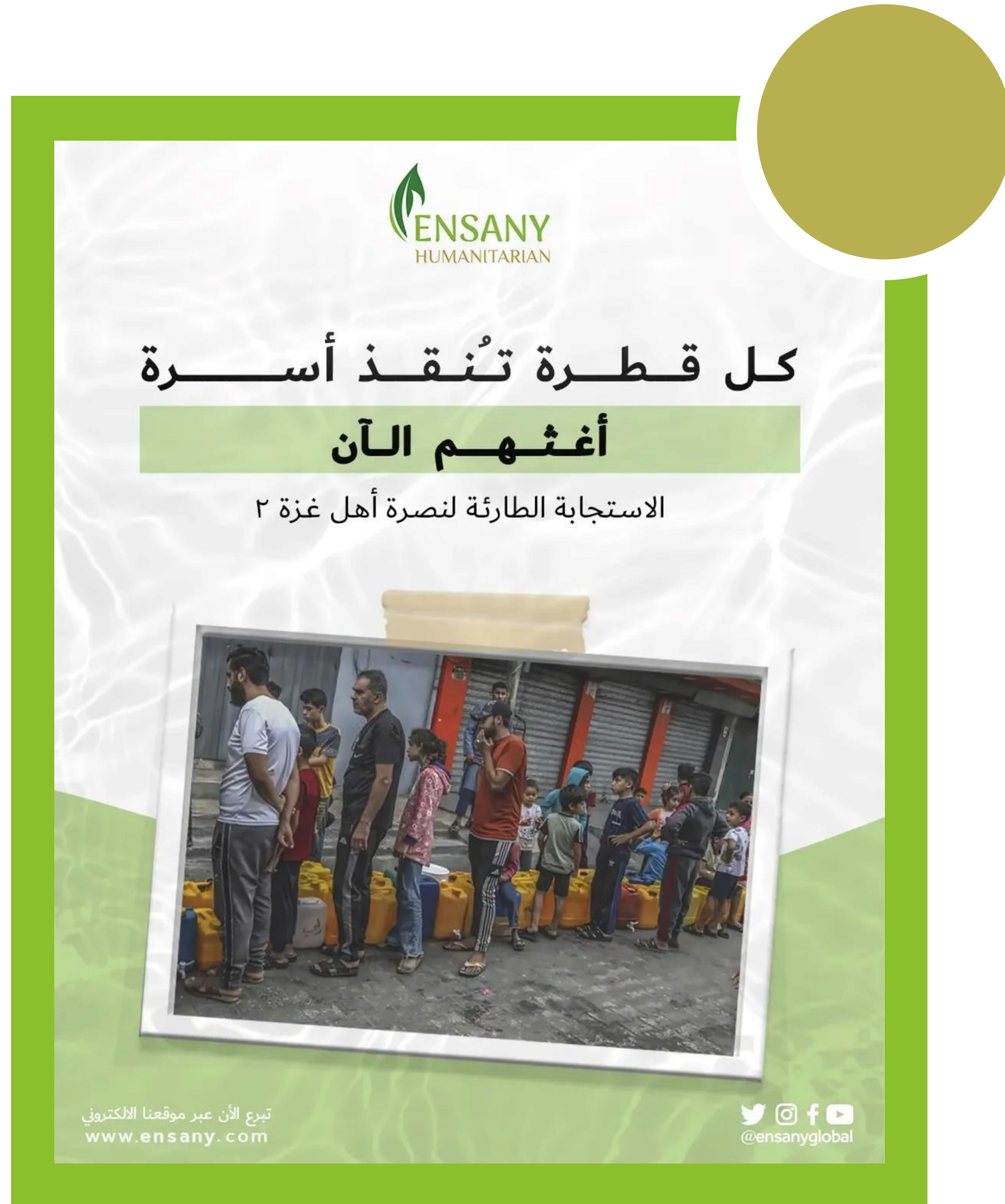
• منظماً

ترتيب مقترح:

• عرض المشكلة

• تقديم الحل

• توضيح المطلوب



ENSANY
HUMANITARIAN

كل قطرة تُنقذ أسرة
أغثهم الآن

الاستجابة الطارئة لنصرة أهل غزة ٢

تبرع الآن عبر موقعنا الإلكتروني
www.ensany.com

@ensanyglobal



٣ - العنوان (Headline)

العنوان هو أول ما يُقرأ في المنشور.

يفضّل أن يكون:

• قصيرًا

• واضحًا

• مباشرًا

مثال:

"ساعد أسرة علي تأمين وجبتها اليوم"

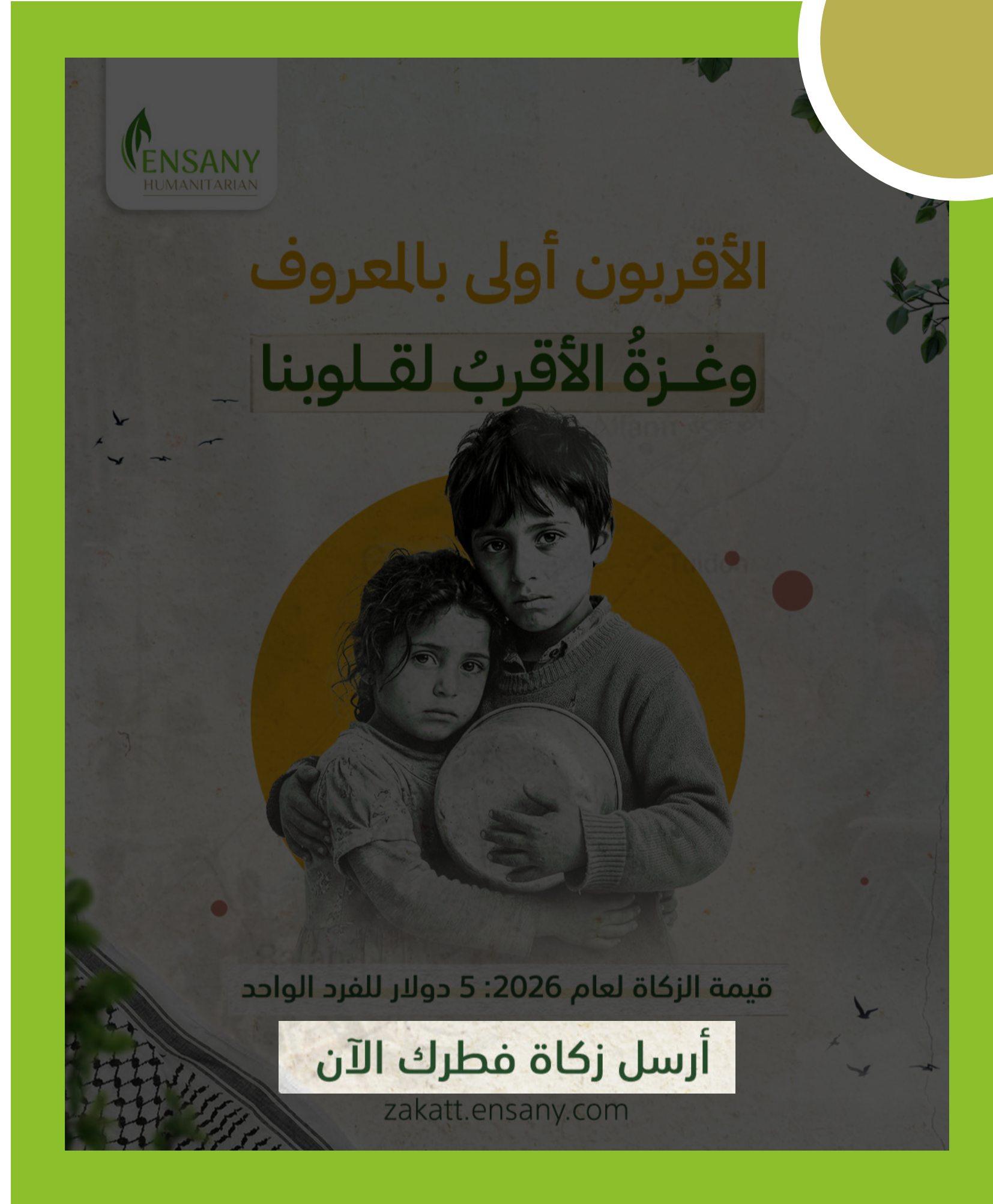
0 - الدعوة لاتخاذ إجراء (CTA)

بعد التأثير على المشاهد، يجب توجيهه للقيام بخطوة واضحة.

أمثلة:

- تبرع الآن
- شارك المنشور
- ساهم معنا

بدون توجيه، يقل التفاعل بشكل كبير.



٦ - مبادئ التصميم الأساسية

لإنشاء تصميم ناجح، يجب مراعاة:

التوازن: توزيع العناصر بشكل مريح

التباين: إبراز العناصر المهمة

التسلسل البصري: ترتيب القراءة

المساحات الفارغة: راحة للعين

البساطة: وضوح وقوة التأثير

4 تصميم الإيميلات الإنسانية

- * الإيميل وسيلة تواصل مباشرة مع الجمهور
- * يتيح شرح الرسالة بشكل أعمق من السوشيال ميديا
- * يعتمد على ترتيب القصة والنص والعناصر بشكل مقنع
- * الهدف: جذب الانتباه ثم التأثير ثم دفع القارئ لاتخاذ إجراء

مكونات الإيميل الناجح

- * عنوان الإيميل (Subject)
- * صورة أو مشهد بصري
- * نص منظم (قصة أو رسالة)
- * دعوة لاتخاذ إجراء (CTA)
- * شعار المؤسسة

ا - إيميل القصة الإنسانية

الهدف:

تحريك المشاعر وبناء ارتباط إنساني

الخصائص:

• عرض قصة شخص حقيقي

• تسلسل واضح: (تعريف - مشكلة - احتياج - حل)

• لغة بسيطة وقريبة

العناصر المهمة:

• تفاصيل إنسانية مؤثرة

• صورة داعمة

• CTA: تبرع - ساهم

كفالتكم
تبدد آلامهم



وحي بلا أب ولا أم
فهل من يد حانية تربت على كتفي
وتغمري بإحسانها؟!

أنا الطفلة جوليا عمري ثلاث سنوات، فقدت بابا وماما بالقصف على غزة وبقيت لحالي..
بشتاق لبابا وماما وبتمنى شوقهم على طول، هم كانوا سندي بالدنيا ومالي غيرهم، ولأن بقطاع غزة الحياة كثير صعبة
والأوضاع مأساوية أنا مش قادرة أمن أي حاجة إلي ولا بقدر أشترى شي لأن بقيت بلا أب وأم.
كفالتكم رح تساهم بتأمين احتياجاتي لأقدر أتجاوز محنتي الصعبة.

كونوا سنداً لمن ليس له سند

تبرع الان

٢ - إيميل المناسبات (مثل عيد الأضحى)

الهدف:

ربط التبرع بمناسبة إنسانية أو دينية

الخصائص:

• يبدأ بالمناسبة (العيد - الفرحة)

• ربطها باحتياج الآخرين

• إحساس جماعي وتوقيت محدد

العناصر المهمة:

• صورة مرتبطة بالمناسبة

• عنوان عاطفي

• CTA: ساهم الآن - احجز أضحيتك



العيد يوصلهم،

لما أضحيتك توصل!

في ظل أزمة الجوع المتفاقمة التي تعصف بالسودان، ومع مجاعةٍ مريرة تُهدّد حياة الأهالي، يأتي العيد هذا العام مثقلًا بالاحتياج، ومعلّقًا على يد من يُحسن ويفرّج.

ساهم الآن، و دع الخير

يصل إلى من ينتظر

تبرع الان

٣ - إيميل الإنجاز (Impact)

الهدف:

إظهار نتائج التبرعات وبناء الثقة

الخصائص:

- عرض الأرقام والنتائج
- إبراز أثر التبرع
- شكر المتبرعين

العناصر المهمة:

• احصائيات واضحة

• صور واقعية

• CTA: أكمل معنا - كن جزءاً من الإنجاز

واصل الدعم
لكي تحقق التغيير



قال رسول الله ﷺ: "أطعموا الجائع وعودوا المريض وفكوا العاني."
بفضل دعمكم، حققت حملة رغيف الغوث 93% من هدفها لإطعام العائلات الجائعة في حلب. لم يتبق سوى القليل
للوصول إلى هدفنا وإحداث فرق حقيقي في حياة المحتاجين.
كن جزءاً من هذا العمل العظيم وساهم معنا في إطعام من هم بأشد الحاجة.

تبرع الان

5 الالتزام بالجانب الأخلاقي في عرض المحتوى

المحتوى الإنساني يتطلب حساسية عالية.

يجب:

- احترام كرامة الأشخاص
- تجنب استغلال المعاناة
- استخدام الصور بمسؤولية

الهدف هو الدعم، وليس الاستغلال.

6 نصائح ذهبية

لتحقيق أفضل نتيجة:



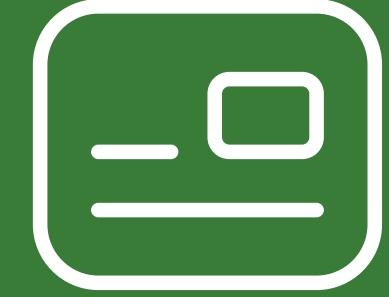
فكّر بالمشاهد
دائمًا



احكِ قصة من
خلال التصميم



ركز على
المشاعر



اجعل التصميم
بسيطًا

الخلاصة

هناك بعض النصائح المهمة التي تساعد في تحسين التصميم:

- حافظ على البساطة دائماً
- أجعل التصميم إنسانياً... وليس إعلانياً
- فكر بمشاعر الشخص الذي سيشاهد التصميم.
- **واسأل نفسك دائماً: هل هذا التصميم سيؤثر بي لو كنت أنا المشاهد؟**

في النهاية..

التصميم ليس مجرد عناصر."

"هو رسالة... وتأثير... ومسؤولية."

"وقد يكون سبباً في إحداث فرق حقيقي في حياة إنسان."



شكراً لكم

academy.ensany.com

by: Alaa Haidar