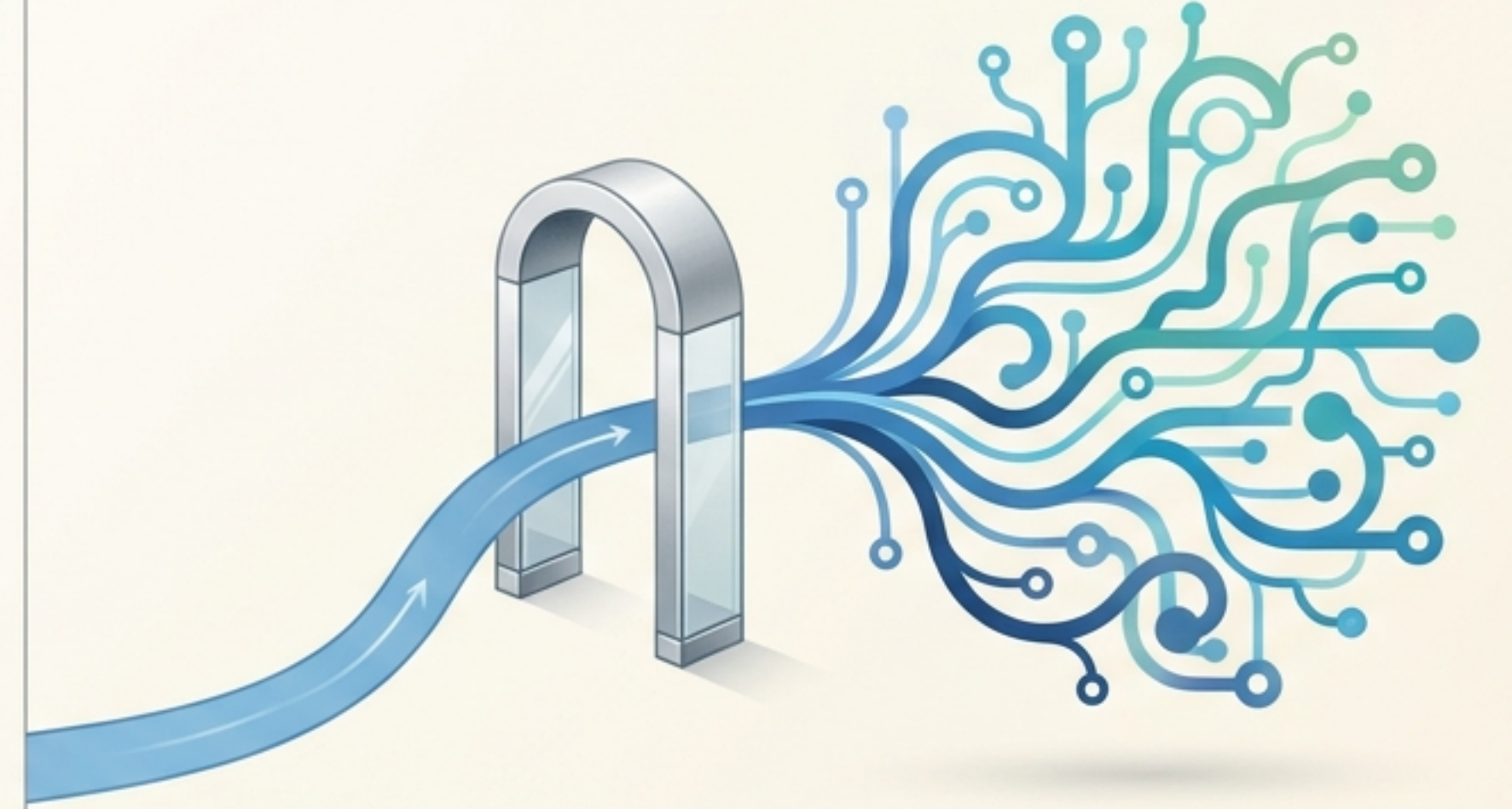


رحلة المتبرع: من الزيارة الأولى إلى الشراكة المستدامة

دليل تشغيلي للانتقال من عقلية المعاملة إلى بناء
علاقات تدوم مدى الحياة.

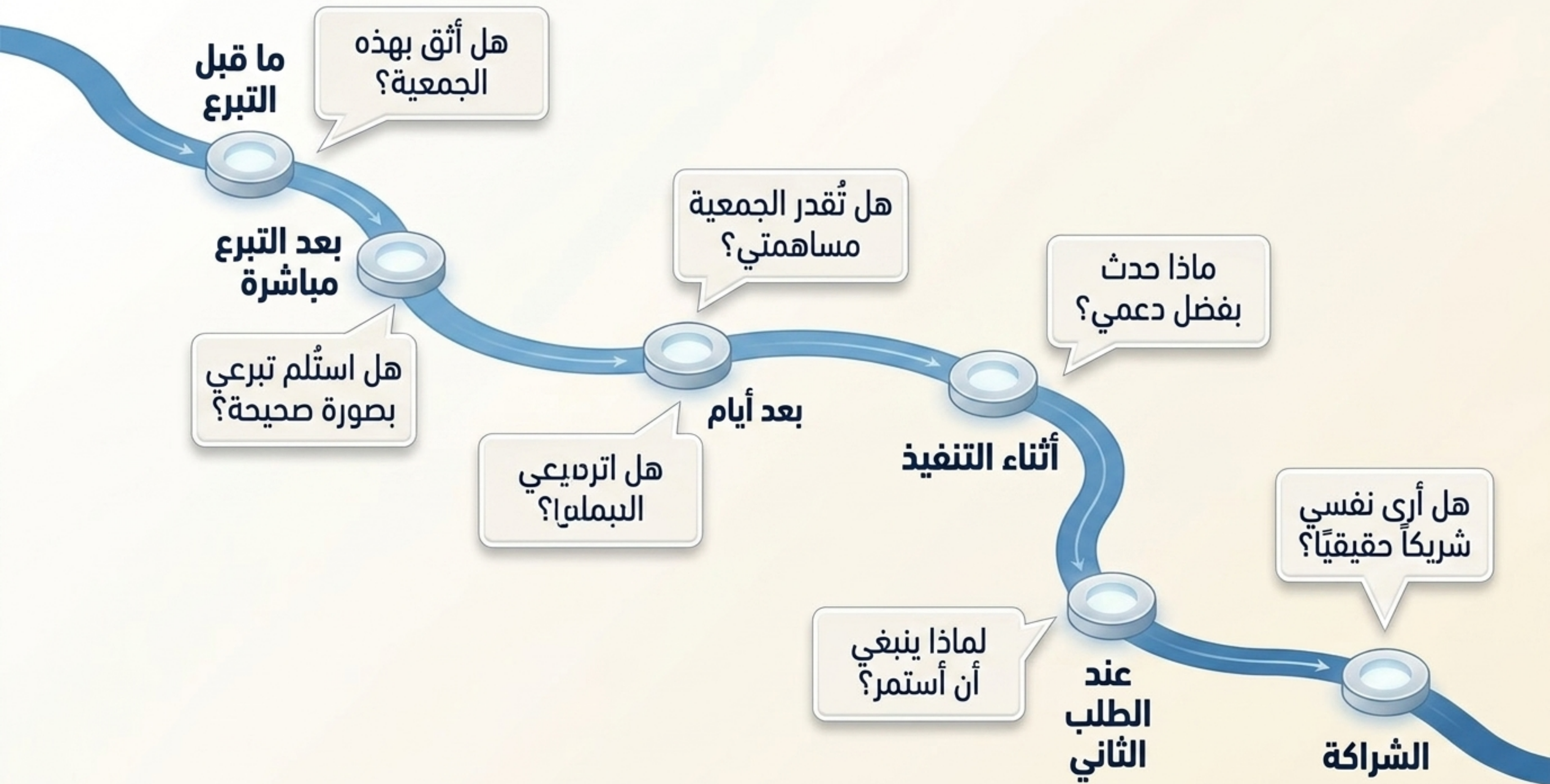


عقلية قمع التحويل:
الرحلة تنتهي بالدفع.



عقلية رحلة المتبرع:
التبرع الأول هو مجرد بوابة الدخول.

رحلة المتبرع ليست سلسلة رسائل آلية، بل مجموع التجارب والانطباعات منذ التعرف الأول وحتى الشراكة طويلة الأمد.





قبل أن تطلب المال، تأكد أن المتبرع يفهم، ويثق، ويستطيع إكمال الدفع بثوانٍ.

لحظة التحول الأولى: منح ثقة هشة

بيانات يجب رصدها

- ☐ مصدر الزيارة
- ☐ الحملة والمشروع
- ☐ وسيلة الدفع والجهاز
- ☐ قيمة التبرع
- ☐ هل أكمل العملية أم انسحب؟

Scanner/Tollgate

“

أول تبرع يمنحك مالاً،
ثقة أولية، وفرصة
لبناء علاقة.

التأكيد التشغيلي مقابل الشكر العاطفي

تأكيد المعاملة



الهدف: إثبات نجاح العملية مالياً.



المحتوى: المبلغ، التاريخ، رقم العملية، اسم المشروع.



النبرة: رسمية، آلية، سريعة.

رسالة الشكر



الهدف: بناء العلاقة وإظهار التقدير العاطفي.



المحتوى: معنى المساهمة، الأثر المتوقع، الخطوة القادمة.

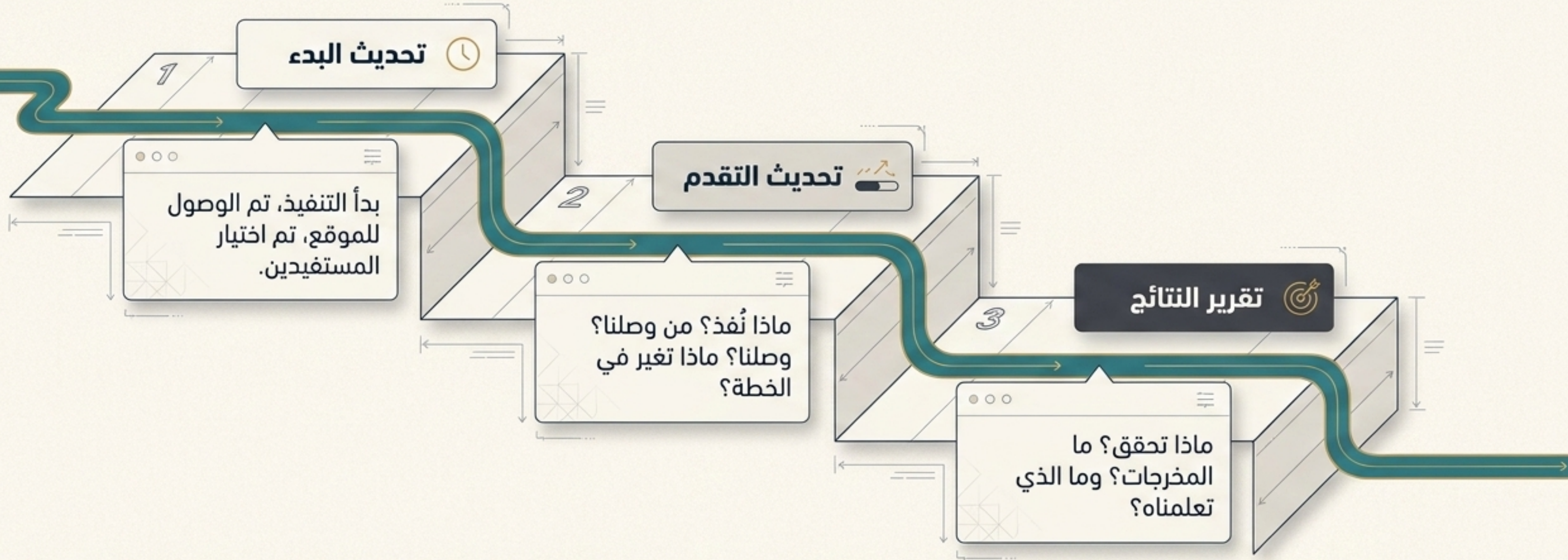


النبرة: إنسانية، مخصصة (تذكر اسم المتبرع).

الخطأ القاتل: لا تطلب تبرعاً جديداً في رسالة الشكر أبداً!



دليل الأثر: التقرير ليس النتيجة النهائية فقط



لا تدع المتبرع يشعر بأنه وحده من مؤل النتيجة المجمعة؛ اربط تبرعه بتأثير دقيق دون مبالغة.

التبرع الثاني: بوابة الاحتفاظ الحقيقية



التبرع الثاني لا يأتي لأننا طلبنا؛ بل لأنه وجد سبباً جديداً للثقة.
(تشير بيانات AFP إلى أن المتبرعين العائدين يعود بعضهم مبكراً والآخر عند الذكرى السنوية).

المتبرع الشهري: تجربة الالتزام الواعي

VIP Subscription Experience

تجربة الانضمام

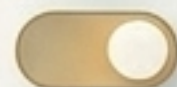
القيمة المقترحة ✓

بدلاً من "ادفع كل شهر"، اشرح: ماذا يتيح الدعم المستمر؟ وما الأمثلة على الأثر الدوري؟

تجربة Onboarding



رسالة ترحيب خاصة بالبرنامج.



توضيح قيمة الخصم ودوريته بشفافية.



إدارة ذكية لفشل الدفع.



خيار تعديل أو إيقاف المبلغ بسهولة.

يشكل التبرع
الشهري 27% من
الإيرادات الرقمية
(M+R 2025).

السفير: أكثر من مجرد مُموّل

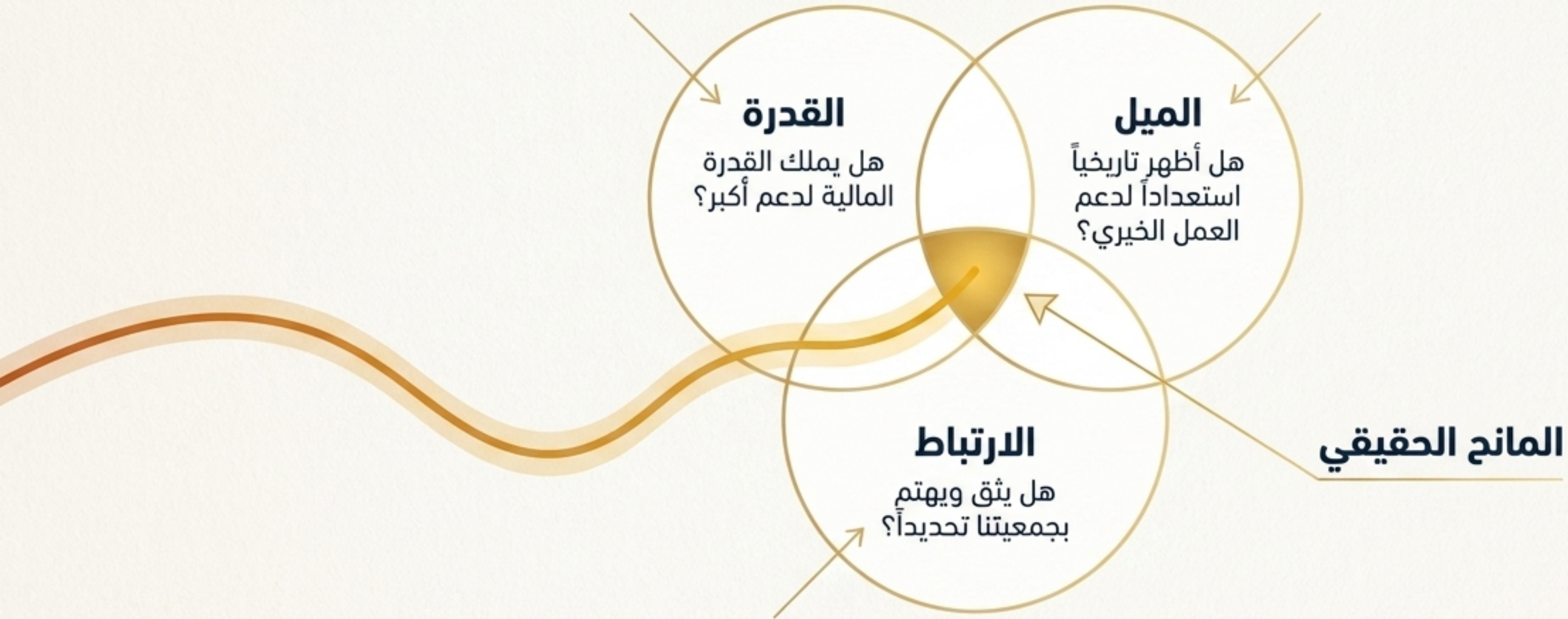
السفير لا يُقاس بحجم محفظته، بل بحجم تأثيره ومشاركته.



كيف ندعمهم؟

تزويدهم بمعلومات دقيقة، منحهم مواد مشاركة جاهزة، وتقدير دورهم دون استغلالهم كقناة تسويق فقط.

معادلة المانح الرئيسي



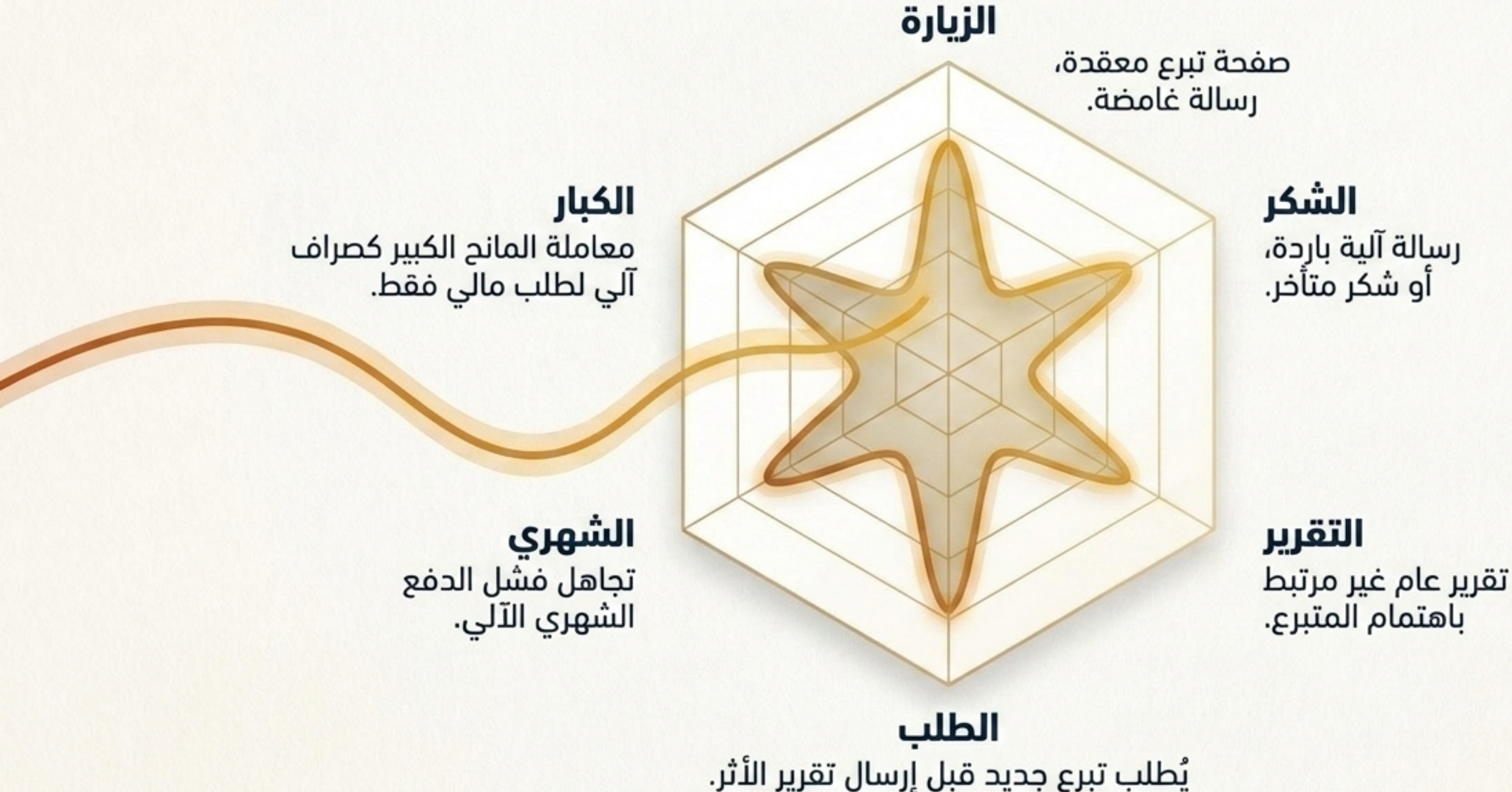
الشراكة (ليس مجرد طلب مباشر).

بناء العلاقة

التأهيل

البحث المحترم

أين تفقد الجمعيات متبرعيها؟ (رادار نقاط الاحتكاك)



لوحة القيادة: كيف نقيس نجاح الرحلة؟



المخطط الهندسي لرحلة المتبرع

المؤشر	المسؤول	الرسالة	هدف الجمعية	هدف المتبرع	المرحلة
إكمال الدفع	التقنية/المالية	تأكيد واضح	تسجيل العلاقة	إتمام آمن	أول تبرع
سرعة الشكر	خدمة المتبرعين	شكر دون طلب	تثبيت الثقة	الشعور بالتقدير	أول شكر
فتح التقرير	البرامج/MEAL	ماذا تحقق؟	إثبات الأثر	فهم النتيجة	أول تقرير
معدل التبرع الثاني	تنمية الموارد	فرصة ملائمة	التحويل للتكرار	قرار الاستمرار	التبرع الثاني
الإحالات/التحويل	التنمية/الإدارة	شراكة في الأثر	استدامة وتعميق	مشاركة أعمق	شهري/سفير

الخاتمة: شبكة مسارات، لا سلم إلزامي



الرحلة الجيدة لا تدفع المتبرع إلى المرحلة التالية بالقوة، بل
تزيل العوائق وتبني الثقة، وتقدم له طريقة مناسبة
للاستمرار في صناعة الأثر وفق اهتماماته.



استخدم المخطط الهندسي لتشخيص الفجوات في جمعيتك اليوم، وابدأ بتحسين اللحظة
اللحظة التي تلي الضغط على زر 'تبرع'.