

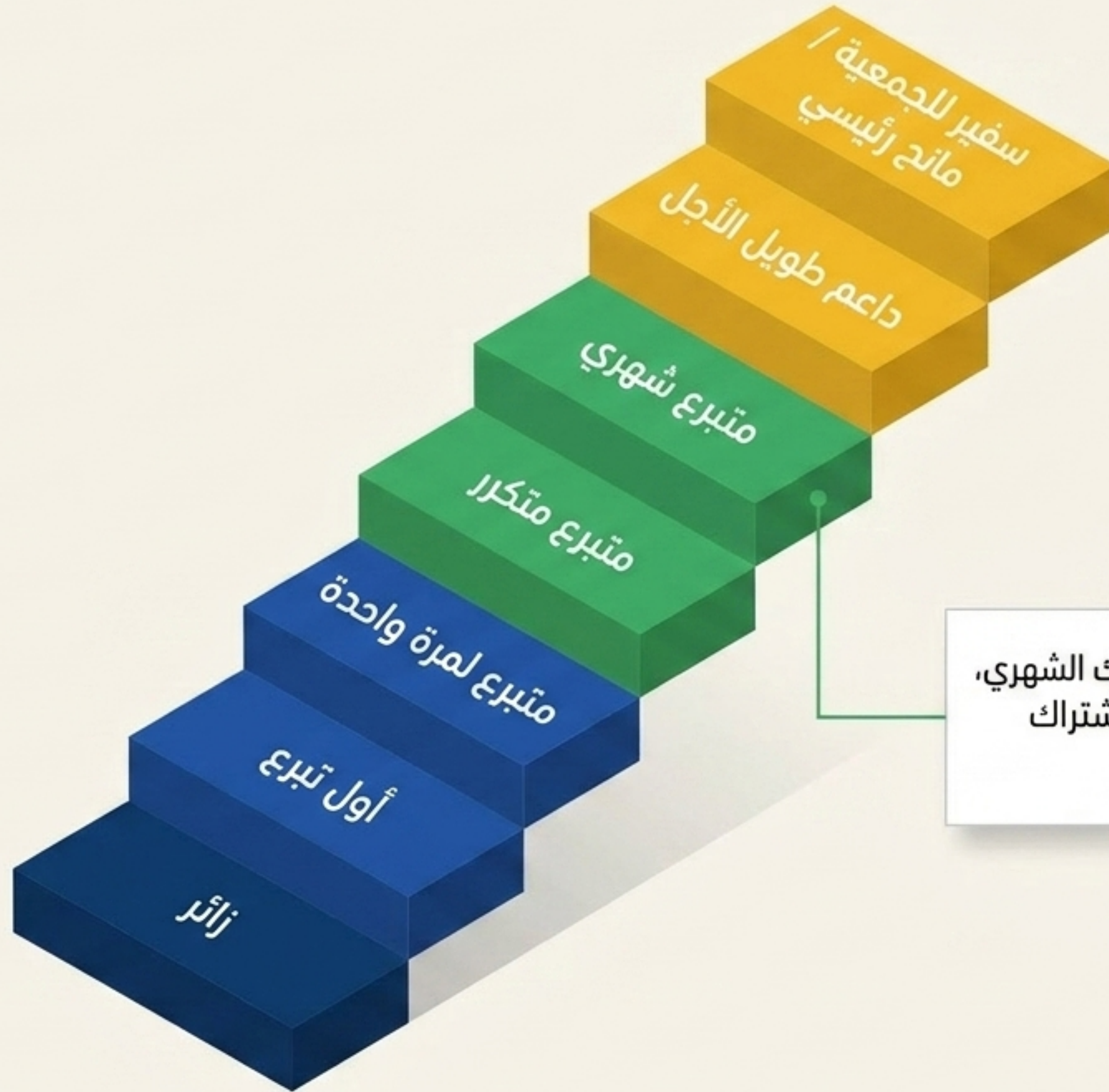


الشراكة المستدامة: بناء برامج التبرع الشهري

الدليل الاستراتيجي لتحويل المتبرع من مساهم لمرة واحدة إلى سفير دائم للجمعية.

التمويل الموسمي	التمويل المستدام
 جهد عالي مستمر	 إيراد متوقع يسهل التخطيط طويل المدى
 دخل متذبذب يصعب التنبؤ به	 علاقة تراكمية تنمو مع الوقت
 علاقة مؤقتة مبنية على الطوارئ	 تركيز استراتيجي على الاحتفاظ بالمتبرعين
 تركيز مكثف على الحملات الموسمية	 سلسلة من التجارب الإيجابية المتراكمة

الاحتفاظ بالمتبرع وتنمية العلاقة معه أكثر كفاءة مالياً من الاعتماد المستمر على اكتساب متبرعين جدد. — جمعية محترفي جمع التبرعات (AFP)



الهدف ليس بيع الاشتراك الشهري،
بل بناء علاقة تجعل الاشتراك
نتيجة طبيعية للثقة.

متى تطلب الاشتراك؟

المنطقة الحمراء (لا تطلب الاشتراك)

مباشرة بعد أول زيارة للموقع

قبل إرسال رسالة الشكر

قبل رؤية أثر التبرع الأول

أثناء معالجة أو حل شكوى

المنطقة الخضراء (أفضل الأوقات)

بعد نجاح أول تجربة تبرع

بعد استلام تقرير الأثر

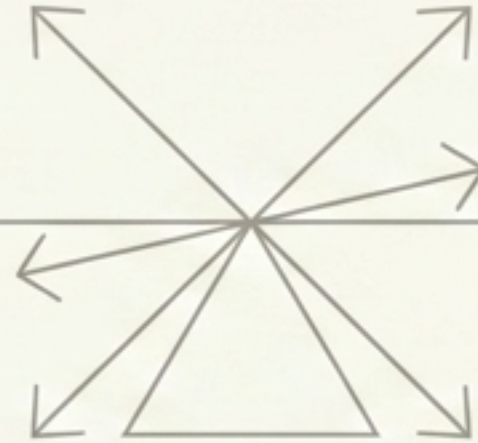
بعد تبرعين متفرقين أو أكثر

عند اكتمال مشروع دعمه سابقاً

أكبر خطأ هو مطالبة الشخص بالاشتراك الشهري قبل أن يثق بالمؤسسة.

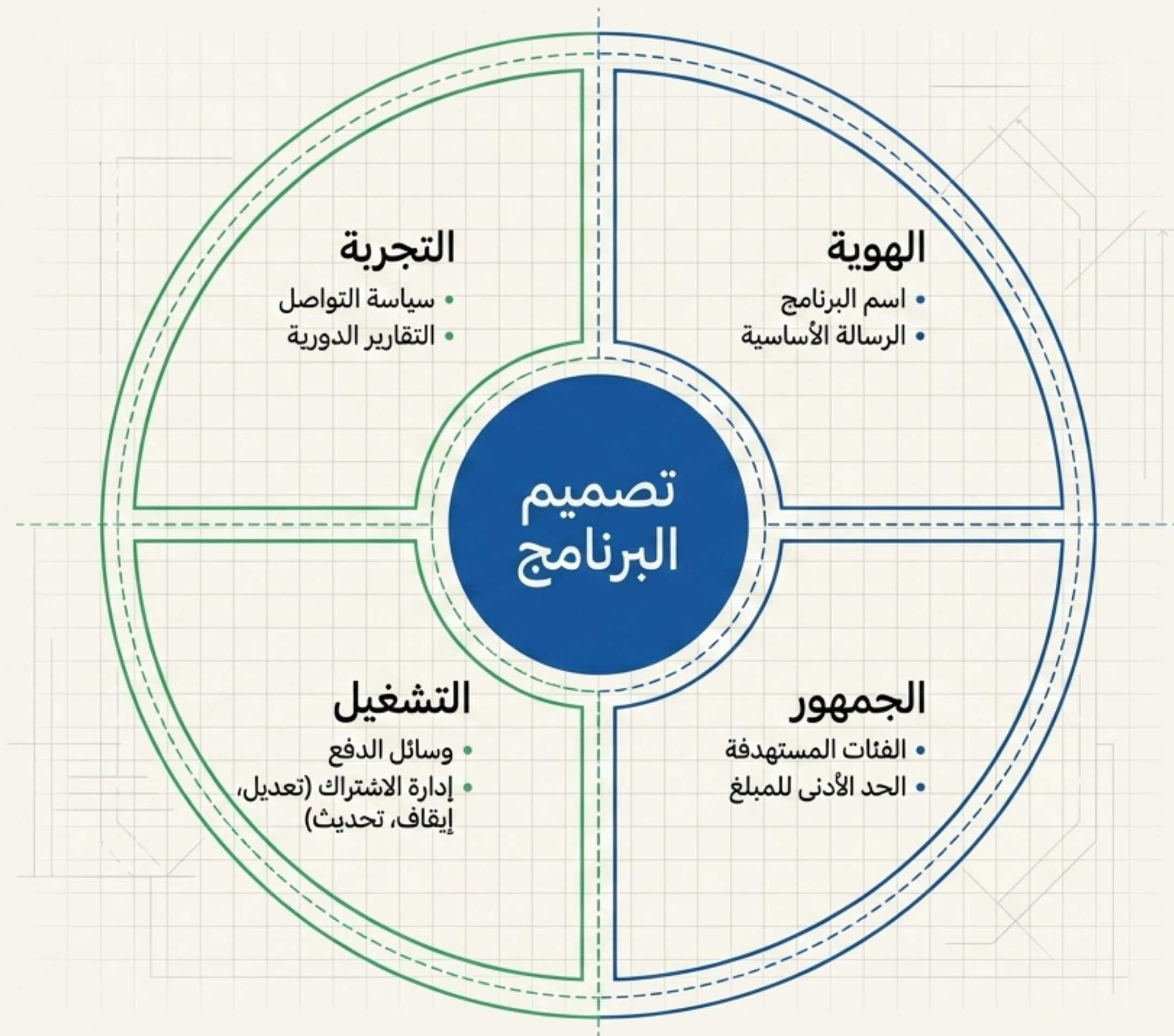
ما لا يبحث عنه المتبرع

- ✗ الهدايا المادية
- ✗ الشهادات الشرفية
- ✗ الرسائل الإعلامية الكثيفة

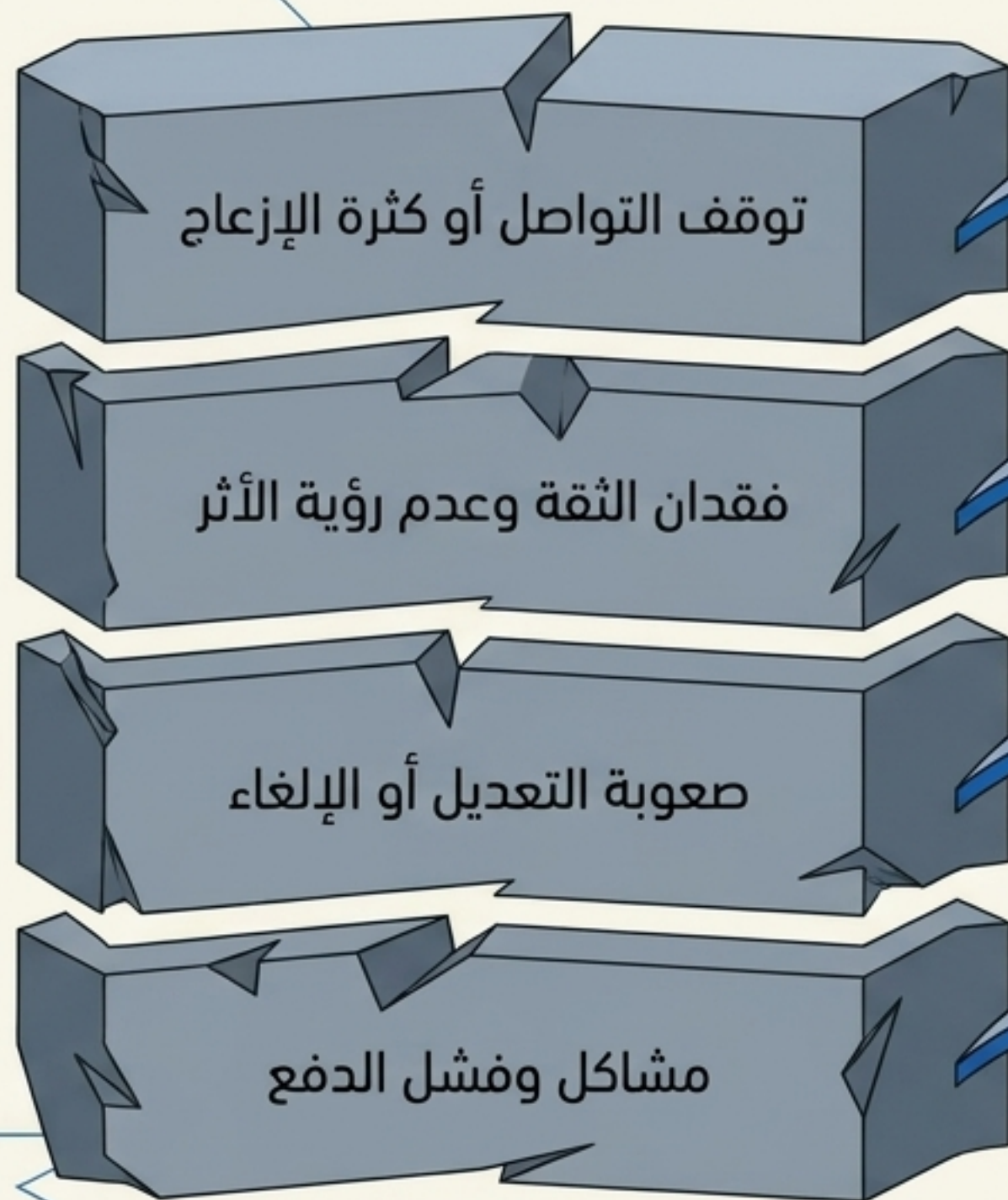


ما يبحث عنه المتبرع

- ✓ الثقة والشفافية
- ✓ الاستمرارية في الأثر
- ✓ رؤية أثر عطائه بوضوح
- ✓ سهولة إدارة الاشتراك
- ✓ التقدير الحقيقي



لماذا يلغون؟



كيف نحافظ عليهم؟





أفضل السفراء غالباً ليسوا أصحاب أكبر التبرعات، بل أصحاب أقوى علاقة.

عدد المشتركين



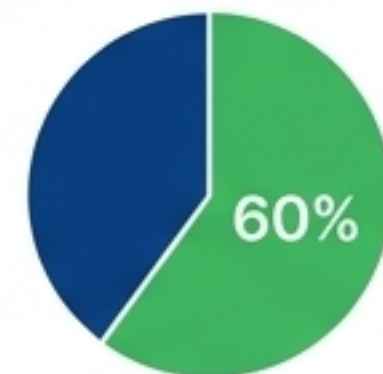
الإيراد الشهري المتوقع
(MRR)



القيمة العمرية للمتبرع
(LTV)



معدل التحويل
للاشتراك الشهري



معدل الاحتفاظ
السني



معدل الإلغاء
(Churn Rate)



نسبة فشل الدفع



تكلفة اكتساب
المشارك (CAC)



الأداة المؤسسية الناتجة

استراتيجية التبرع الشهري



رحلة المتبرع المكتوبة



رحلة الارتقاء



خطة التواصل الدورية



مسار معالجة فشل الدفع



مسار استعادة الإلغاء



لوحة مؤشرات الأداء



نموذج عمل التبرع الشهري





الهدف ليس بيع اشتراك شهري..
بل بناء شراكة تجعل الاشتراك
نتيجة طبيعية للثقة.

النجاح لا يقاس بعدد الاشتراكات،
بل بعدد العلاقات التي استمرت
لسنوات وصنعت أثراً حقيقياً.