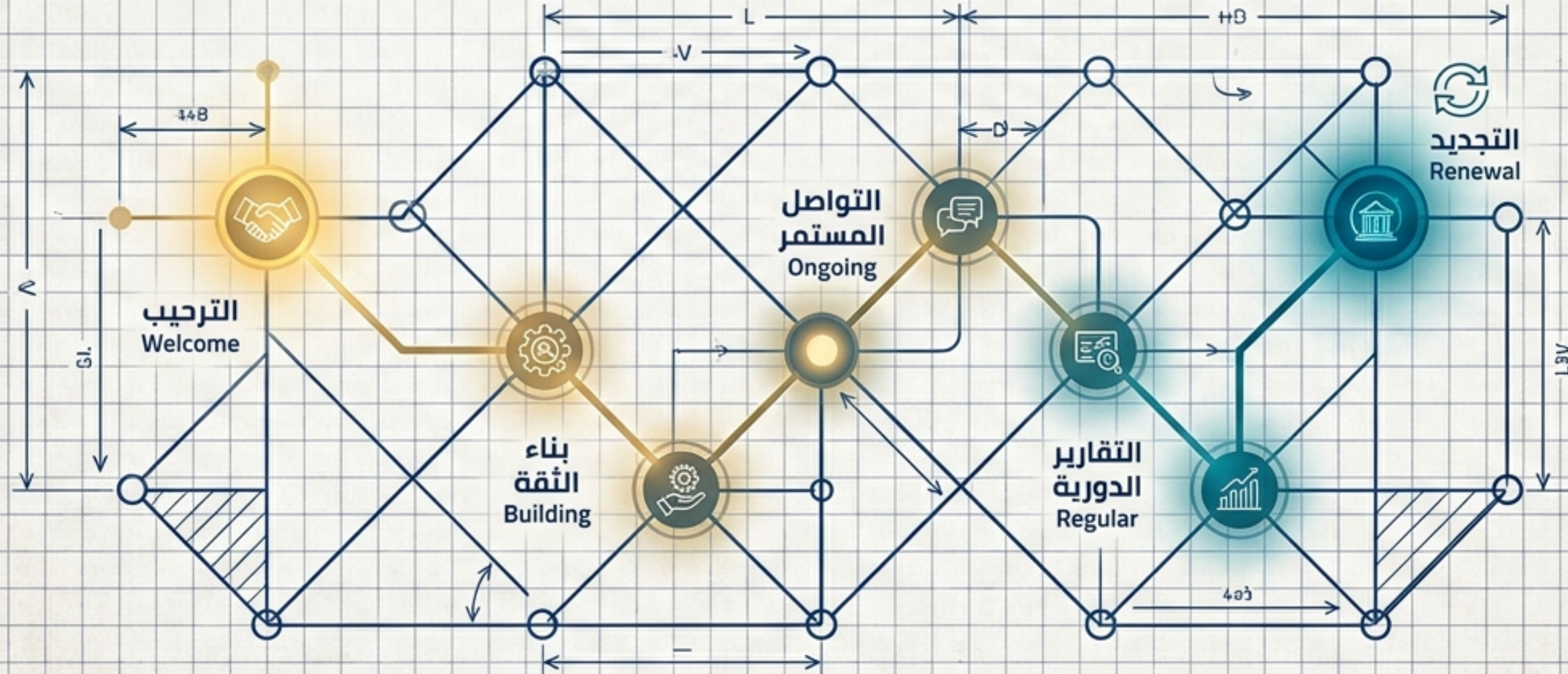


هندسة التواصل مع المتبرعين

بناء أنظمة تواصل مؤسسية تحافظ على العلاقة من الترحيب إلى التجديد



التحول من المعاملاتية إلى العلاقاتية

حملة تبرع



تحدث الجمعية عندما تحتاج إلى التمويل، وتصلت عندما يحتاج المتبرع إلى الشكر أو التوضيح.

التواصل
المعاملاتي



نظام مؤسسي يربط بين ما وعدت به الجمعية، وما نفذته، وما يحتاج المتبرع إلى معرفته في كل مرحلة.

التواصل
المؤسسي

الأركان الأربعة للتواصل مع المتبرعين

العلاقات
بناء الثقة والانتماء:
الترحيب، الشكر، تقارير الأثر،
دعوات المشاركة.



التشغيلي
خدمة أو معاملة: تأكيد
التبرع، الإيصال، تحديث
البيانات، معالجة الشكوى.



المؤسسي
هوية وشفافية: التقرير
السنوي، تحديثات الحوكمة،
الإنجازات، الشراكات.



التمويلي
طلب مالي: دعوة للتبرع،
التجديد، التحول لتبرع شهري،
حملة طارئة.



قاعدة التوازن

لا يجب أن يصبح معظم تواصل
الجمعية طلبًا ماليًا.
اسأل دائمًا: ما الهدف؟
ومن يجب أن يستلمها؟

خريطة رحلة المتبرع المترابطة



الرسالة ليست الحدث. وصول الشكر لا يعني الشعور بالتقدير، وإرسال التقرير لا يعني فهم الأثر. يجب ربط التواصل بسلوك ونتيجة.

الانطباع الأول: هندسة الاستقبال والتقدير

الشكر

- الهدف: إثبات أن الجمعية رأت المساهمة وقدرتها (يختلف عن الإيصال الآلي).
- التوقيت: خلال 24-48 ساعة (حسب ممارسات الرعاية).
- العناصر الأساسية: تخصيص (حسب المشروع/القيمة)، معنى المساهمة دون مبالغة، الخطوة التالية.

⚠️ **تجنب: شكرًا، تبرع مرة أخرى. أو المبالغة (أنقذت آلاف الأرواح) دون دليل.**

الترحيب

- الهدف: تأكيد الانتماء وبناء توقعات واقعية.
- المحفز: أول تبرع، تسجيل شهري، انضمام انضمام سفراء.
- العناصر الأساسية: ترحيب واضح، تعريف تعريف مختصر (ليس تاريخ الجمعية)، ماذا سيحدث لاحقًا، إدارة التفضيلات.

⚠️ **لا تطلب تبرعًا آخر داخل رسالة الترحيب. الترحيب.**

التشريح الهندسي لرسالة الأثر



حماية الكرامة

- لا تعرض المستفيد كوسيلة إقناع
- لا تستخدم صوراً غير مرتبطة
- لا توهم أن تبرع الفرد مؤل نتيجة منفردة للأموال المجمعة



الخطوة القادمة.
(ما يزال هناك حاجة إلى...)

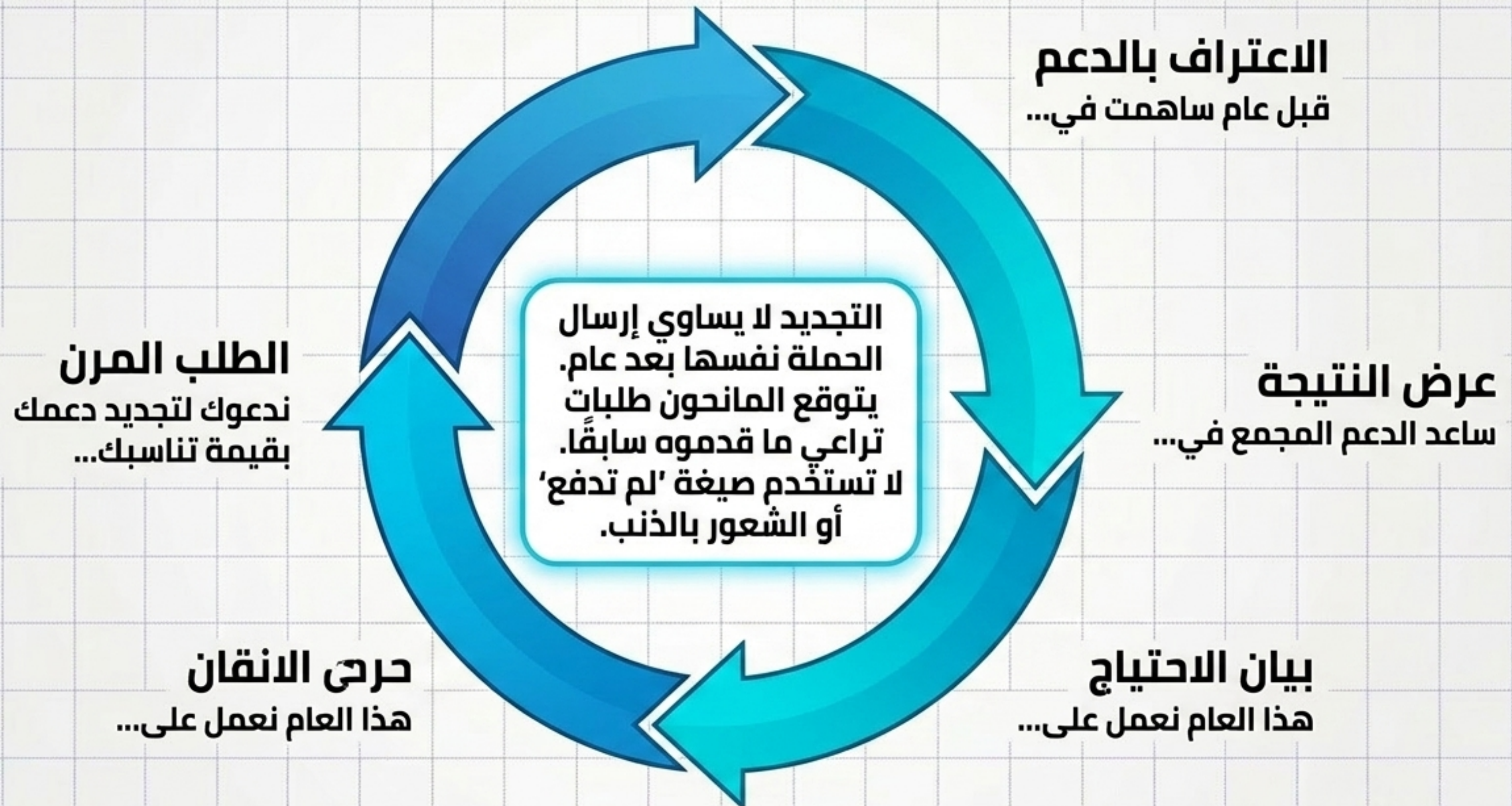
الشفافية: التحديات.
(واجهنا تحدي كذا، ولذلك عدّلنا الآلية.)

النتيجة.
(أظهرت المتابعة أن التدخل أدى إلى...)

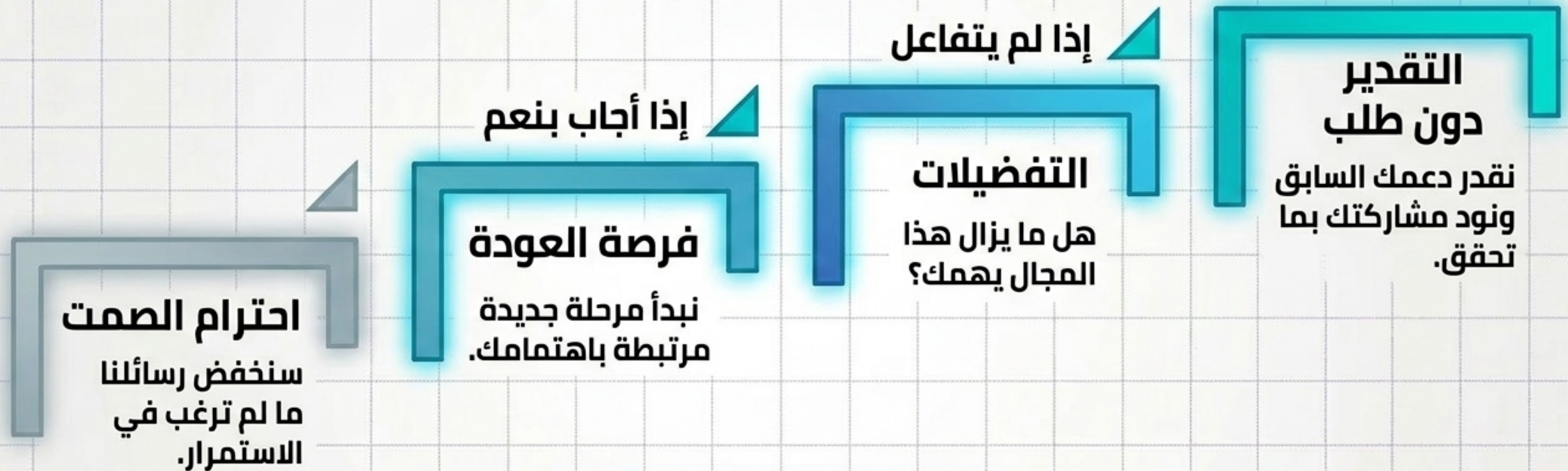
ما نُفذ.
(تم تنفيذ نشاط كذا...)

الأساس: العودة إلى الوعد.
(عندما أطلقنا الحملة، كان الهدف...)

التجديد الذكي: البناء على مساهمة سابقة



إستراتيجية استعادة المنقطعين



المنقطع ليس تعريفاً واحداً. قد يكون متبرعاً شهرياً توقف، أو متبرع رمضان غاب. قسّمهم حسب القيمة، الغياب، والاهتمام قبل الحملة.

اللمسة الإنسانية: المناسبات والمحطات

المناسبات الشخصية (أعياد الميلاد)



الممارسة **الخاطئة**: طلب مالي مقنع, استخدام بيانات من مصدر غير واضح, افتراضات عمرية. الملصقة, افتراضات عمرية.



الممارسة الصحيحة: تهنئة مختصرة, تقدير العلاقة (مثال: ذكرى أول تبرع, تبرع, عام من الانضمام).

المحطات والإنجازات



الممارسة **الخاطئة**: الاحتفال بهدف مالي دون التنفيذ, مديح ذاتي للمؤسسة, مقارنة المتبرعين علناً, تحويل كل محطة لطلب محطة لطلب.



الممارسة الصحيحة: ربط الإنجاز بدور المجتمع, توضيح ما تغير والخطوة التالية. (مثال: اكتملت المرحلة الأولى, اكتملت المرحلة الأولى بفضل مساهمتكم).

المخطط الموسمي الشامل: رمضان والعيد

قبل رمضان

تثقيف وتجهيز

- شرح سياسات الزكاة، تحديث البيانات، تحديث البيانات، جدولة العطاء.

بداية وأثناء رمضان

ترحيب وتقسيم

- تحديثات مقسمة، تجنب الضغط، احترام المناطق الزمنية.

العشر الأواخر

طلب واضح وموثوق

- احتياج واضح، سهولة الدفع، لا ترسل نفس الرسالة كل ليلة.

بعد رمضان والعيد

شكر وتقارير

- العيد للتهنئة والتقارير الأولية، وليس لطلب مالي عام تلقائي.

نجاح تواصل رمضان يقاس بالاحتفاظ والعلاقات التي تمتد بعد الموسم، وليس فقط بما جُمع خلال الشهر.

خطر التضارب المؤسسي (غياب التنسيق)

مسار الأولويات

1. الرسائل القانونية والضرورية.

2. معالجة الشكاوى.

3. مشكلات الدفع وتأكيد التبرع.

4. تقارير الأثر والتأهيل.

5. التجديد وإعادة التنشيط.

6. الحملات العامة والمناسبات.



لا تُرسل حملة تبرع عامة إلى شخص لديه شكوى مفتوحة أو طلب إلغاء شهري لم يُعالج.

المصفوفة المؤسسية المتكاملة لرسائل المتبرعين

نوع الرسالة	الجمهور	الهدف	التوقيت	طلب مالي؟	المؤشر الرئيسي
الترحيب	المتبرع الجديد	تعريف وتوقعات	بعد الانضمام	لا	إكمال رحلة التأهيل
الشكر	كل متبرع	تقدير وتأكيد العلاقة	فوري/سريع	لا	سرعة ووصول الشكر
الأثر	داعمو المشروع	إثبات التنفيذ	حسب تقدم المشروع	ليس بالضرورة	وصول التقرير والتجديد
التجديد	المتبرع السابق	استمرار الدعم	حسب دورة العطاء	نعم	معدل التجديد
إعادة التنشيط	المتبرع المنقطع	استعادة العلاقة	بعد تحقق الانقطاع	تدريجي	معدل الاستعادة
المناسبات	من وافق	تقدير شخصي	المناسبة	لا	الردود والرضا
رمضان	شرائح الموسم	تعريف وتمويل	قبل وأثناء الشهر	أحياناً	التبرع والاحتفاظ
العيد	المجتمع والمتبرعون	تهنئة وشكر	العيد	الأفضل لا	التفاعل والثقة
المحطات	شريحة مرتبطة	إظهار تقدم	عند تحقق المحطة	اختياري	الاستمرار والمشاركة

لوحة القياس: ما وراء الفتح والنقر

مؤشرات العلاقة



- التبرع الثاني، معدل التجديد، الاحتفاظ، التحول لتبرع شهري.



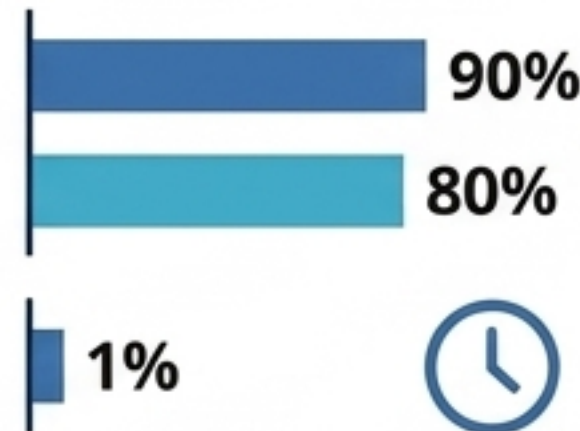
مؤشرات الوصول والتفاعل

- التسليم، الفتح، النقر، قراءة التقارير، تحديث التفضيلات.



مؤشرات الجودة الداخلية

- نسبة الرسائل الصادرة في موعدها، نسبة التخصيص، زمن معالجة الردود.



مؤشرات المخاطر

- إلغاء الاشتراك، الشكاوى، الإفراط الإفراط في التواصل، تضارب الرسائل.



المخرجات: بناء دليل التواصل الشامل

