

الخطة الاستراتيجية لجمعية الدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات في الشرائع بمكة المكرمة

2027 - 2025

قائمة المحتويات

- دراسة تحليلية لبعض المؤشرات والأرقام عن الحصص السوقية لمجال الحج والعمرة بالمملكة العربية السعودية في ٢٠٢٢-٢٠٢٣.

- تحليل "سوات" رباعي للسوق S.W.O.T

- تحليل سداسي PESTEL

- مؤشر سجل المخاطر المتوقعة وخطط عمل لحلها

- تحليل تواجد المنافسين

- تماس رؤية ٢٠٣٠ للمملكة العربية السعودية مع خططنا الطموحة لتسهيل تنفيذ استراتيجيتنا بالتوازي مع طموح المملكة العربية السعودية

- تحليل استراتيجية المحيط الأزرق

- الاستراتيجية والخطة التشغيلية.

- آليات متابعة أكثر شمولاً.

- المنصات وتكتيكات العمل عليها.

- تماس رؤية ٢٠٣٠ للمملكة العربية السعودية مع خططنا الطموحة لتسهيل تنفيذ استراتيجيتنا بالتوازي مع طموح المملكة العربية السعودية

- الاستراتيجية والمسارات.

- خطوات وآليات العمل على تحسين محركات البحث

- المنصات والحملات وتكتيكات العمل عليها.





مقدمة

في قلب مدينة مكة المكرمة، حيث تتجلى الروحانية ويجتمع المسلمون من كل أقطار الأرض، تنطلق جمعية "الدعوة في الشرائع" لتكون منارة للعمل الخيري والدعوي، مستلهمة رسالتها من عمق القيم الإسلامية ومكانة المملكة كقلب العالم الإسلامي.

لقد شهد قطاع الدعوة في المملكة العربية السعودية تطوراً ملحوظاً خلال السنوات الأخيرة، مدعوماً باهتمام غير مسبوق من القيادة الرشيدة التي تسعى لجعل القطاع غير الربحي مساهماً فاعلاً في تحقيق رؤية ٢٠٣٠. ومن هذا المنطلق، تضاعف عدد الجمعيات الخيرية والدعوية في المملكة بنسبة تتجاوز ١٥٠% خلال العقد الأخير، مع نمو ملحوظ في حجم المبادرات التنموية التي تُسهم في تعزيز الهوية الإسلامية، وتنمية المجتمع، وتحقيق الاستدامة.

تأتي هذه الخطة التسويقية استجابةً لهذا النمو الاستراتيجي، حيث تسعى جمعية "الدعوة في الشرائع" إلى تكثيف جهودها لتكون ضمن الرواد في مجال العمل الدعوي والخيري، مع التركيز على الابتكار في إيصال الرسالة، وتفعيل الشراكات، وتعزيز التواصل مع المجتمع. ومن خلال استراتيجيات تسويقية متكاملة، نهدف إلى إيصال رسالتنا إلى أوسع شريحة ممكنة، واستقطاب الدعم المادي والبشري لتحقيق رؤيتنا الطموحة.

رسالتنا في هذه الخطة:

- نؤمن بأن كل كلمة طيبة وكل مبادرة خيرة يمكن أن تكون بذرةً لخيرٍ دائم. ومن هنا، نبني خطتنا على توظيف كافة الأدوات الحديثة لتعزيز أثر الجمعية، سواء عبر الحملات الرقمية، أو الفعاليات الميدانية، أو الشراكات مع القطاعين الحكومي والخاص.
- نسعى إلى تمكين الأفراد والمؤسسات من المشاركة في مسيرة "الدعوة في الشرائع"، لتصبح كل مساهمة دعوة صامتة، وكل دعم خطوة نحو مجتمع أكثر ترابطاً وقوة.
- تُبرز هذه الخطة تفاصيل الأهداف، الاستراتيجيات، والأنشطة التي ستدفع بجمعية "الدعوة في الشرائع" إلى آفاق جديدة من النجاح، متسقة مع تطلعات المملكة ومرتكزات رؤيتها ٢٠٣٠.
- لأن الدعوة في أرض الحرمين ليست مجرد واجب، بل شرف ومسؤولية تحملها "الدعوة في الشرائع" بأمانة وإبداع.



دراسة تحليلية لبعض المؤشرات والأرقام عن الحصة السوقية لمجال الدعوة بالمملكة العربية السعودية في ٢٠٢٥ - ٢٠٢٧

نظرة عامة على القطاع غير الربحي

- **نمو عدد المنظمات غير الربحية:**
وفقاً لتقرير "آفاق القطاع غير الربحي" الصادر عن مؤسسة الملك خالد، ارتفع عدد الجمعيات والمؤسسات الأهلية في المملكة بشكل ملحوظ منذ صدور لائحة الجمعيات والمؤسسات الخيرية في عام ١٩٩٠م. هذا النمو يعكس التوسع المستمر في الأنشطة والمبادرات المجتمعية.
- **مساهمة القطاع في الناتج المحلي الإجمالي:**
تسعى رؤية ٢٠٣٠ إلى زيادة مساهمة القطاع غير الربحي في الناتج المحلي الإجمالي من أقل من ١% إلى ٥%، مما يشير إلى التوجه الاستراتيجي نحو تعزيز دور هذا القطاع في الاقتصاد الوطني.
- **الحصة السوقية لقطاع الدعوة والإرشاد:**
على الرغم من ضعف توفر بيانات محددة حول الحصة السوقية لقطاع الدعوة والإرشاد بشكل منفصل، إلا أنه يُعتبر جزءاً مهماً من القطاع غير الربحي. تشير التقارير إلى أن الجمعيات الدعوية تلعب دوراً محورياً في تعزيز القيم الإسلامية ونشر الوعي الديني في المجتمع السعودي.

التوقعات المستقبلية (٢٠٢٥-٢٠٢٧)

- **زيادة عدد الجمعيات الدعوية:** من المتوقع استمرار النمو في عدد الجمعيات الدعوية، مدعومًا بالسياسات الحكومية التي تشجع على تأسيس المزيد من المنظمات غير الربحية وتسهيل إجراءاتها.
- **تعزيز الكفاءة والفعالية:** مع التركيز على تحقيق أهداف رؤية ٢٠٣٠، ستسعى الجمعيات الدعوية إلى تحسين كفاءتها وفعاليتها من خلال تبني أفضل الممارسات الإدارية والتقنية.
- **التوسع في البرامج والمبادرات:** من المرجح أن تشهد الفترة القادمة تنوعًا وتوسعًا في البرامج والمبادرات الدعوية لتلبية احتياجات المجتمع المتزايدة والمتنوعة.

التحديات المحتملة:

- **التمويل المستدام:** على الرغم من الدعم الحكومي، قد تواجه الجمعيات تحديات في تحقيق استدامة مالية طويلة الأمد، مما يتطلب تنويع مصادر الدخل والابتكار في جمع التبرعات.
- **التنافسية:** مع زيادة عدد الجمعيات، قد يزداد التنافس على الموارد والمتطوعين، مما يستدعي تميز كل جمعية في برامجها وخدماتها.

خلاصة تحليلية لما سبق (عام):

من تحليل ما سبق نستنتج الآتي:

يُتوقع أن يشهد قطاع الدعوة والإرشاد في المملكة نموًا مستمرًا خلال الفترة من ٢٠٢٥ إلى ٢٠٢٧، مدعومًا بالسياسات الحكومية والتوجهات الاستراتيجية لرؤية ٢٠٣٠.

ستكون القدرة على التكيف مع التحديات والابتكار في تقديم الخدمات عوامل حاسمة في تعزيز الحصة السوقية للجمعيات الدعوية وتحقيق أهدافها المجتمعية.

تحليل "سوات" رباعي للسوق

S.W.O.T

نقاط ضعف W

- الاعتماد الكبير على التبرعات: قد يؤدي ذلك إلى تقلبات في التمويل، خاصة في فترات الأزمات الاقتصادية.
- محدودية التواجد الرقمي: على الرغم من وجود حسابات على وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أن التفاعل والمحتوى قد يحتاجان إلى تعزيز للوصول إلى جمهور أوسع.
- نقص البيانات الحديثة: قد يكون هناك نقص في تحديث البيانات والإحصائيات المتعلقة بالمستفيدين والبرامج، مما يؤثر على التخطيط المستقبلي.

نقاط قوة S

- الموقع الجغرافي المتميز: تعمل الجمعية في مكة المكرمة، مما يمنحها ميزة في خدمة ضيوف الرحمن والمجتمع المحلي.
- الشراكات المجتمعية: لدى الجمعية علاقات تعاون مع ٢٥ شريكًا، مما يعزز من قدرتها على تنفيذ مشاريعها بفعالية.
- قاعدة متطوعين واسعة: يبلغ عدد المتطوعين ٢,٦١٩ متطوعًا، مما يساهم في تنفيذ الأنشطة بكفاءة.
- الشفافية والإفصاح: توفر الجمعية تقارير الأداء على موقعها الإلكتروني، مما يعزز الثقة بينها وبين المتبرعين والمستفيدين.
- يرأس الجمعية نخبة من أصحاب المكانة الاجتماعية المرموقة والتي أضفت السمعة الطيبة للجمعية.
- حصول الجمعية خلال سنوات متتالية على درجة عالية في الحوكمة.

تهديدات ومخاطر T

- التغيرات الاقتصادية: قد تؤثر الأزمات الاقتصادية على حجم التبرعات والتمويل المتاح للجمعية.
- المنافسة مع جمعيات أخرى: وجود جمعيات خيرية أخرى في المنطقة قد يؤدي إلى تنافس على الموارد والمتبرعين.
- التغيرات التنظيمية: أي تغييرات في القوانين واللوائح الحكومية قد تؤثر على عمليات الجمعية.
- تغيير أعضاء مجالس الإدارة قد يؤثر في سير عمل الجمعية.

فرص واجب إقتناصها O

- التوسع في الخدمات الرقمية: يمكن للجمعية تطوير منصات إلكترونية لتقديم خدماتها وزيادة التفاعل مع المتبرعين والمستفيدين.
- زيادة الوعي المجتمعي: يمكن استثمار المناسبات الدينية والوطنية لزيادة الوعي بأنشطة الجمعية وجذب المزيد من المتبرعين.
- الشراكات مع القطاع الخاص والحكومي: التعاون مع الشركات المحلية والمؤسسات الحكومية يمكن أن يوفر مصادر تمويل إضافية وفرصًا لتنفيذ مشاريع مشتركة.
- التوسع الجغرافي: إمكانية توسيع نطاق الخدمات لتشمل جميع مناطق شرق مكة المكرمة والقرى التابعة لها حسب اللائحة الأساسية.

تحليل سدا سي PESTEL

العوامل القانونية

- **الإطار التنظيمي للجمعيات:**
القوانين واللوائح المنظمة للجمعيات غير الربحية في المملكة، والتي تهدف إلى تعزيز الشفافية والمساءلة.
- **الامتثال للأنظمة:**
الالتزام بشروط وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية، مثل التقارير الدورية وتسجيل الأنشطة.
- **حقوق الملكية الفكرية:**
أهمية حماية المحتوى الدعوي الرقمي لضمان ضعف إساءة استخدامه.

العوامل البيئية

- **استدامة العمليات:**
تشجيع الجمعية على الالتزام بممارسات صديقة للبيئة، مثل تقليل استهلاك الورق واستخدام التكنولوجيا.
- **التغيرات المناخية:**
التأثير على تنظيم الفعاليات الميدانية والمبادرات الخارجية، خاصة في المناطق الريفية أو المفتوحة.

العوامل التقنية

- **التحول الرقمي:**
استخدام التكنولوجيا لتعزيز الأنشطة الدعوية، مثل التطبيقات الذكية والمنصات الرقمية.
- **التطور الإعلامي:**
توفر الأدوات الرقمية مثل وسائل التواصل الاجتماعي فرصًا للوصول إلى جمهور أوسع.
- **التحديات التقنية:**
الحاجة لتدريب العاملين والمتطوعين على استخدام التقنيات الحديثة.

العوامل الاجتماعية

- **زيادة الوعي بالدعوة:**
المجتمع السعودي متقبل لمبادرات الجمعيات الدعوية، مما يعزز قاعدة الدعم الشعبي.
- **تغيرات في القيم الاجتماعية:**
التغيرات الثقافية والاجتماعية قد تتطلب تحديث البرامج الدعوية لتناسب شرائح مجتمعية متنوعة، خاصة الشباب.
- **توسع المجتمع:**
مع ازدياد عدد السكان، تنمو الحاجة إلى برامج ومبادرات دعوية مبتكرة.

العوامل الاقتصادية

- **تنويع الاقتصاد:**
مبادرات الحكومة لتنويع الاقتصاد توفر فرصًا للجمعيات للاستفادة من الدعم المالي واللوجستي من الشركات.
- **الاستدامة المالية:**
الحاجة إلى استراتيجيات مبتكرة لضمان تمويل دائم واستثمار أموال الوقف بشكل مستدام.
- **التحديات الاقتصادية:**
مثل التضخم أو التقلبات في دعم المانحين قد تؤثر على التدفقات النقدية للجمعية.

العوامل سياسية

- **دعم الحكومة السعودية للجمعيات الدعوية:**
المملكة تُظهر اهتمامًا كبيرًا بتعزيز القطاع غير الربحي، خاصة الجمعيات التي تدعم القيم الإسلامية.
- **التزام بخطة رؤية ٢٠٣٠:**
يتم تعزيز دور الجمعيات غير الربحية في الاقتصاد والمجتمع، مع تبني سياسات تسهيلية لها.
- **العلاقات الدولية:**
تأثير العلاقات الدولية والالتزامات السعودية مع المجتمع الدولي يمكن أن يحدد نهج الدعوة بما يتماشى مع المبادئ الإسلامية والإنسانية.

مؤشر سجل المخاطر المتوقعة وخطط عمل لحلها

تصنيف الخطر	مدة التنفيذ	خطة التنفيذ
عالي	معالجة فورية تبدأ من الكشف عن سبب الخطر، ومن ثم عمل خطة سريعة وقصيرة المدى لعلاج. في مدة من ثلاث إلى ٧ أيام بحد أقصى	يتولى الفريق المختص بالقسم الكشف عن المشكلة عن طريق عمل تقرير بتفاصيل المشكلة وتحليلها، ثم يرسله إلى الإدارة العليا للبدأ في إنشاء خطة عمل فورية وعاجلة حسب السياسات المتبعة في الجمعية.
متوسط	يعالج الخطر ذو التأثير المتوسط في مدة تبدأ من أسبوع إلى شهر.	يبدأ القسم المختص بتحليل المشكلة، عن طريق مراجعة التقارير السابقة، لاكتشاف سبب الخطر، ومن ثم إرسال الخطة بعد تحديثها للإدارة العليا.. للبدأ في تنفيذ عمليات الإصلاح في مدة زمنية لا تتخطى الشهر حسب السياسات المتبعة في الجمعية.
منخفض	يعالج الخطر ذو التأثير المنخفض في مدة تبدأ من شهر إلى ٣ أشهر.	عادة ما تكون هذه المشكلات عامة.. لذلك فهي لا تحتاج لعلاج فوري، ولكن تستحق أن تضع في الحسبان في الخطط الربع سنوية.. لتفاديها في الربع التالي لاكتشاف الخطر حسب السياسات المتبعة في الجمعية.

تنقسم المخاطر المتوقعة إلى الآتي:

١. مخاطر متعلقة بأصحاب المصلحة

٢. مخاطر متعلقة بالموارد البشرية

٣. مخاطر متعلقة بالتمويل

٤. مخاطر متعلقة بالتسويق

٥. مخاطر قانونية



مخاطر متعلقة بالفئة المستهدفة من الدعوة

الخطر	الوصف	احتمالية الحدوث	مستوى الخطر	التأثير	خطة العمل	المسؤول
انخفاض التفاعل مع البرامج الدعوية	ضعف اهتمام الفئة المستهدفة أو انشغالها	متوسطة	متوسط	تراجع فعالية البرامج	تصميم برامج تناسب اهتمامات الفئة المستهدفة، تعزيز الحملات التوعوية واختيار الوقت المناسب للبرنامج.	قسم البرامج الدعوية
تنوع ثقافي غير متوقع	اختلاف القيم الثقافية لدى بعض الفئات	منخفضة	منخفض	محدودية التأثير الدعوي	تكييف البرامج الدعوية لتناسب التنوع الثقافي مع ضمان الالتزام بالقيم الإسلامية.	قسم العلاقات العامة
صعوبة الوصول إلى الفئات المستهدفة في المناطق النائية	نقص قنوات الاتصال أو ضعف البنية التحتية	متوسطة	عالي	تقليل فعالية الدعوة في المناطق البعيدة	تعزيز التعاون مع الجمعيات المحلية، استخدام التكنولوجيا للوصول الرقمي وتوفير الوسائل المطلوبة.	قسم العمليات الميدانية
تغير الأولويات المجتمعية	تحول الفئات المستهدفة إلى أولويات اجتماعية أو اقتصادية أخرى	متوسطة	متوسط	انخفاض التفاعل مع الدعوة	تحديث البرامج لتكون أكثر ارتباطاً باحتياجات المجتمع الحالية.	قسم البرامج الدعوية
مقاومة أو سوء فهم الدعوة	فهم خاطئ للمبادرات الدعوية من قبل بعض الأفراد أو الفئات	منخفضة	متوسط	التأثير على قبول الرسالة الدعوية	تنظيم جلسات توعوية مسبقة، استخدام لغة بسيطة ومباشرة وتوضيح ونشر أهداف البرامج الدعوية للمستهدفين بحكمة.	قسم العلاقات العامة

مخاطر متعلقة بالموارد البشرية الخاصة بالجمعية

الخطر	الوصف	احتمال الحدوث	مستوى المخاطرة	التأثير	خطة العمل	المسؤول
نقص الكوادر المؤهلة	صعوبة استقطاب أو الاحتفاظ بالكفاءات	عالية	عالي	انخفاض جودة العمل	إنشاء برامج تدريبية، تحسين بيئة العمل، تقديم حوافز للموظفين.	قسم الموارد البشرية
إرهاق العاملين	ضغط العمل بسبب زيادة الأنشطة	متوسطة	متوسط	انخفاض الإنتاجية	توزيع المهام بشكل عادل، استقطاب متطوعين لدعم الأنشطة.	إدارة العمليات
تسرب الكفاءات إلى مؤسسات أخرى	عروض منافسة من جمعيات أخرى أو القطاع الخاص	متوسطة	عالي	فقدان الخبرة والكفاءة	تقديم حوافز مادية ومعنوية، تعزيز الولاء الوظيفي من خلال التدريب وفرص التطور المهني.	قسم الموارد البشرية
نقص مهارات تقنية لدى العاملين	ضعف الخبرة في استخدام أدوات تقنية حديثة	عالية	متوسط	تقليل كفاءة العمل	تنظيم ورش عمل تدريبية دورية على الأدوات الرقمية والتقنيات الحديثة.	قسم التدريب
ضعف الانسجام بين الموظفين والمتطوعين	ضعف وضوح الأدوار أو تضارب المهام	منخفضة	متوسط	تأثير سلبي على بيئة العمل	وضع سياسات واضحة لتوزيع المهام، تحسين التواصل الداخلي.	قسم إدارة المتطوعين

مخاطر متعلقة بالتمويل الخاص بالجمعية

الخطر	الوصف	احتمال الحدث	مستوى المخاطرة	التأثير	خطة العمل	المسؤول
تراجع التبرعات	انخفاض دعم المانحين	متوسطة	عالي	عجز مالي	تنويع مصادر التمويل، إطلاق حملات تمويل جماعي، إنشاء أوقاف للجمعية.	قسم الشؤون المالية
تأخير صرف التمويل	ضعف انتظام الدعم المالي	منخفضة	متوسط	تأخير تنفيذ الأنشطة	تحسين التخطيط المالي، بناء احتياطي مالي لتغطية التكاليف الطارئة.	قسم الشؤون المالية
زيادة تكاليف التشغيل	ارتفاع أسعار الخدمات أو المواد اللازمة للأنشطة	متوسطة	عالي	تقليل الأنشطة أو خفض جودة الخدمات	إعداد خطط طوارئ مالية، البحث عن دعم إضافي من القطاع الخاص.	قسم الشؤون المالية
غياب التخطيط المالي بعيد المدى	ضعف وجود رؤية واضحة للاستدامة المالية	متوسطة	متوسط	تأثير سلبي على الأهداف بعيدة المدى	وضع خطة تمويل شاملة لثلاث سنوات، مراجعة الميزانية بانتظام.	قسم الشؤون المالية

مخاطر متعلقة بالتسويق للجمعية

الخطر	الوصف	احتمال الحدوث	مستوى المخاطرة	التأثير	خطة العمل	المسؤول
ضعف التواجد الرقمي	ضعف استخدام أدوات تسويقية حديثة	متوسطة	متوسط	تقليل الوصول إلى الجمهور	تعزيز التواجد الرقمي، استخدام الإعلانات الرقمية، تدريب فريق التسويق.	قسم الإعلام والتسويق
سمعة الجمعية	سوء فهم بعض البرامج الدعوية	منخفضة	متوسط	التأثير على المصداقية	توضيح رؤية الجمعية وبرامجها بشفافية عبر وسائل الإعلام.	قسم الإعلام والعلاقات العامة
ضعف المشاركة في الفعاليات	ضعف جذب اهتمام الجمهور المستهدف	متوسطة	متوسط	تقليل فعالية الفعاليات الدعوية	تحسين استراتيجيات الترويج، تحليل احتياجات الجمهور قبل تنظيم الفعاليات.	قسم التسويق
المنافسة مع جمعيات أخرى	وجود جمعيات تقدم نفس الخدمات الدعوية	عالية	عالي	فقدان جزء من الجمهور المستهدف	التركيز على التميز في البرامج، تقديم خدمات حصريّة وفريدة.	قسم التخطيط الاستراتيجي

مخاطر قانونية تخص شؤون الجمعية

الخطر	الوصف	احتمال الحدوث	مستوى المخاطرة	التأثير	خطة العمل	المسؤول
مشاكل مع الشركاء أو الموردين	خلافات تعاقدية أو تأخير في التوريد	متوسطة	متوسط	تعطيل الأنشطة أو زيادة التكاليف	إعداد عقود واضحة ومراجعتها مع مستشار قانوني قبل التوقيع.	الإدارة القانونية
التدقيق المالي والتقارير	أخطاء في تقديم التقارير المالية أو التأخير فيها	منخفضة	عالي	فرض غرامات أو تأثير على السمعة	تعيين مدقق داخلي متخصص، مراجعة التقارير دوريًا.	قسم الشؤون المالية
التغير في القوانين التنظيمية	تعديلات مفاجئة في اللوائح الحكومية	متوسطة	عالي	التأثير على الأنشطة الحالية والمستقبلية	إنشاء فريق قانوني يتابع التحديثات أولاً بأول لضمان الامتثال.	الإدارة القانونية
ضعف الامتثال للقوانين	تغييرات في اللوائح الحكومية	منخفضة	عالي	توقيف الأنشطة أو فرض غرامات	متابعة التحديثات القانونية، تعيين مستشار قانوني لمراجعة التزام الجمعية.	الإدارة القانونية
حقوق الملكية الفكرية	إساءة استخدام محتوى الجمعية الدعوي	متوسطة	متوسطة	التأثير على الصورة العامة	تسجيل الحقوق الفكرية للمحتوى، التعاون مع محامين لحماية الحقوق.	قسم الإعلام والعلاقات العامة

تحليل تواجد المنافسين

بناء على تحليل المنافسين نجد ان منافسينا قدموا الآتي:

جمعية أ:

نطاق العمل:

- تقديم الدعوة والإرشاد للمسلمين وغير المسلمين في مناطق وسط وغرب جدة.
- تنظيم محاضرات ودروس ومواعظ، بالإضافة إلى توزيع مواد دعوية متنوعة.
- تنفيذ برامج اجتماعية ومصلية متنقلة، مع التركيز على الدعوة الإلكترونية.

المشاريع والبرامج البارزة:

- كفالة داعية.
- مشروع "علموني".
- مشروع "فرحة مسلم جديد".

الإنجازات:

- إسلام ٣٣ شخصًا في أكتوبر ٢٠٢٤.
- توزيع عدد كبير من المصاحف والمواد الدعوية.
- تنظيم محاضرات ودروس وجولات ميدانية متعددة.

جمعية ب:

نطاق العمل:

- تقديم الدعوة والإرشاد للمسلمين وغير المسلمين في مكة المكرمة.
- تنظيم برامج دورات شرعية وخدمات لضيوف الرحمن.
- تنفيذ مشاريع مثل إفطار صائم، كفالة المسلم الجديد، وكفالة داعية.

المشاريع والبرامج البارزة:

- برنامج الدورات الشرعية.
- خدمة ضيوف الرحمن.
- مشروع "ورث مصحفًا".

الإنجازات:

- إسلام عدد كبير من الأفراد منذ تأسيس الجمعية.
- تقديم خدمات متعددة للمستفيدين في عام ٢٠٢٣.
- تنفيذ مشاريع دعوية متنوعة.

نقاط القوة المشتركة:

- وجود في مناطق حيوية (جدة ومكة المكرمة) مع كثافة سكانية عالية.
- تنوع في البرامج والمشاريع الدعوية لتلبية احتياجات مختلفة.
- استخدام منصات إلكترونية للتواصل وجمع التبرعات.

نقاط الضعف المحتملة:

- اعتماد كبير على التبرعات، مما قد يؤثر على استدامة المشاريع.
- التحديات في الوصول إلى جميع الفئات المستهدفة بفعالية.
- جميعهم لا يمتلكون محتوى قوي على وسائل التواصل.
- الجميع يعاني من مشكلات تخص المترجمين.

الفرص:

- التوسع في استخدام التقنيات الحديثة للوصول إلى جمهور أوسع.
- بناء شراكات مع مؤسسات تعليمية ودينية لتعزيز البرامج الدعوية.

التحديات:

- المنافسة مع جمعيات أخرى تقدم خدمات مشابهة في نفس المناطق.
- التغيرات في الأوضاع الاقتصادية التي قد تؤثر على حجم التبرعات.

استراتيجيات مقترحة للتفوق:

الابتكار في البرامج:

- تطوير برامج دعوية مبتكرة تلبي احتياجات الشباب وتستخدم التقنيات الحديثة.

تعزيز الحضور الرقمي:

- زيادة التفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي وتقديم محتوى جذاب ومفيد.

تنويع مصادر التمويل:

- البحث عن مصادر تمويل مستدامة مثل الأوقاف والشراكات مع القطاع الخاص.

تأس رؤية ٢٠٣٠ للمملكة العربية السعودية
مع خطتنا الطموحة لتسهيل تنفيذ استراتيجيتنا بالتوازي مع طموح
المملكة العربية السعودية

المملكة العربية السعودية
KINGDOM OF SAUDI ARABIA
KINGDOM OF SAUDI ARABIA
المملكة العربية السعودية

محاو ر وسياسات

محاو ر رؤية ٢٠٣٠ الرئيسية

• مجتم ع حيوي:

١. تعزيز القيم الإسلامية والهوية الوطنية.
٢. دعم العمل الخيري والتطوعي وزيادة مساهمة القطاع غير الربحي في التنمية.

• اقتصاد مزدهر:

١. تنويع مصادر الدخل وتعزيز دور القطاع غير الربحي في الاقتصاد.
٢. رفع كفاءة استخدام الموارد وتحقيق الاستدامة المالية.

• وطن طموح:

١. تحسين كفاءة العمل الحكومي وتعزيز التعاون بين القطاعات.
٢. تعزيز الشفافية والكفاءة في إدارة الموارد.

السياسات ذات العلاقة بخطة ٢٠٣٠

١. تعزيز دور القطاع غير الربحي:

١. زيادة مساهمة القطاع غير الربحي في الناتج المحلي الإجمالي من أقل من ١% إلى ٥%.
٢. تفعيل الشراكات بين الجهات الخيرية والقطاعين الحكومي والخاص.

٢. التوسع في العمل التطوعي:

١. المساهمة في رفع عدد المتطوعين من ١١ ألفًا إلى مليون متطوع سنويًا بحلول ٢٠٣٠.

٣. تطوير البنية التحتية الرقمية:

١. تعزيز التحول الرقمي في جميع القطاعات، بما في ذلك القطاع غير الربحي.

٤. تعزيز التنمية المستدامة:

١. الاهتمام بالاستدامة البيئية والاجتماعية، وتحقيق الاعتماد على الموارد الذاتية.

٥. رفع الكفاءة المؤسسية:

١. تحسين أداء المؤسسات غير الربحية من خلال التدريب والتطوير.

تحليل استراتيجية المحيط الأزرق

(لجمعية: الدعوة في الشرائع)

للدعوة والإرشاد

برؤية معمقة للسوق

مقدمة

جمعية الدعوة في الشرائع تعمل في بيئة تتسم بوجود عدد كبير من الجمعيات الدعوية والخيرية في المملكة، مما يجعل المنافسة على المستفيدين والموارد مرتفعة. لتحقيق رؤية المملكة ٢٠٣٠ وتعزيز دورها في المجتمع، تحتاج الجمعية إلى إعادة صياغة استراتيجيتها لتقديم قيمة مميزة من خلال الابتكار وتجاوز المنافسة التقليدية باستخدام نهج المحيط الأزرق.

تحليل الوضع الراهن بتعمق:

١. السوق الحالي:

١. خصائص السوق: بيئة مشبعة بالجمعيات الخيرية التي تركز على الأنشطة التقليدية مثل المحاضرات والتوزيع الموسمي.
٢. توقعات المجتمع: هناك طلب متزايد على الحلول الرقمية والخدمات ذات القيمة المضافة التي تتوافق مع التحديات المعاصرة.

٢. الفجوات الموجودة:

١. نقص المبادرات التي تستخدم التكنولوجيا لزيادة التفاعل والوصول.
٢. قلة البرامج المستدامة ماليًا، حيث تعتمد معظم الجمعيات على التبرعات التقليدية.
٣. انخفاض التميز في المحتوى الدعوي الموجه للجاليات الأجنبية.

٣. التحديات المميزة:

١. منافسة جمعيات ذات موارد مالية قوية.
٢. ضعف الوعي بأهمية الابتكار في العمل الدعوي.
٣. الحاجة إلى فريق مؤهل يستخدم استراتيجيات حديثة.

عناصر استراتيجية المحيط الأزرق

١. العوامل التي يمكن التخلص منها:

- التكرار في الأنشطة: تقليص الأنشطة المكررة التي لا تضيف قيمة مميزة، مثل الفعاليات العامة التي تفتقر إلى استهداف واضح.
- الترويج التقليدي: الاستغناء عن الأساليب التقليدية في التسويق مثل الكتيبات غير التفاعلية والتركيز على الوسائط الرقمية.

٢. العوامل التي يمكن تقليلها:

- الاعتماد المفرط على التبرعات الفردية: العمل على تقليل هذا الاعتماد من خلال بناء نماذج تمويل مستدامة.

٣. العوامل التي يمكن زيادتها:

- تفاعل المجتمع المحلي: إشراك المجتمع في البرامج الدعوية من خلال الشراكات المجتمعية.
- استخدام التكنولوجيا: زيادة الاستثمار في تطوير تطبيقات ذكية ومنصات إلكترونية دعوية.
- الابتكار في المحتوى: إنشاء محتوى حديث يجمع بين القيم الدعوية والقصص الملهمة.

٤. العوامل التي يمكن ابتكارها:

- التعليم الافتراضي: إطلاق أكاديمية إلكترونية لتعليم مبادئ الإسلام للجاليات الأجنبية.
- برامج مستدامة: إنشاء أوقاف ومشروعات استثمارية تدر دخلاً ثابتاً لدعم الأنشطة الدعوية.
- مبادرات الاندماج: تصميم برامج تساعد الجاليات الجديدة على الاندماج في المجتمع السعودي مع الاحتفاظ بهويتهم الإسلامية.

رؤية استراتيجية متعمقة

١. خلق مساحة سوقية جديدة:

- التوجه للجاليات الأجنبية بأساليب مبتكرة: التركيز على تقديم تجربة دعوية متعددة الوسائط (تطبيقات، فيديوهات، بث مباشر).
- تحويل العمل الدعوي إلى تجربة رقمية: إطلاق منصات تحتوي على مكتبات رقمية، مقاطع فيديو تعليمية، ودورات تفاعلية.

٢. تعزيز القيم المجتمعية:

- المواطنة العالمية: تقديم الجمعية كنموذج لدور الإسلام في تحقيق السلام والتعايش بين الثقافات.
- تمكين الجاليات: تصميم برامج لتمكين المسلمين الجدد من المساهمة في التنمية الاجتماعية.

٣. التحول المالي المستدام:

- أوقاف مبتكرة: إنشاء أوقاف تعليمية أو عقارية تُستخدم عائداتها لدعم الأنشطة.
- التمويل الجماعي: استخدام المنصات الرقمية لجمع التبرعات بطريقة مبتكرة، مثل إطلاق تحديات ومبادرات تفاعلية.

مواءمة استراتيجية المحيط الأزرق مع رؤية ٢٠٣٠

١. الإسهام في استدامة القطاع غير الربحي:

١. تمكين الجمعية من تحقيق استدامة مالية وتقليل الاعتماد على الموارد التقليدية.

٢. تفعيل التحول الرقمي:

١. مواكبة رؤية المملكة من خلال دمج التكنولوجيا في العمل الدعوي.

٣. تعزيز القيم الإسلامية العالمية:

١. نقل الصورة الحضارية للإسلام كدين يدعو للسلام والتسامح.

٤. دعم التنوع الثقافي:

١. استهداف جاليات مختلفة بلغة وثقافة تناسبهم، مما يعكس دور المملكة كفرع إسلامي عالمي.

الأهداف الاستراتيجية للجمعية للفترة ما بين ٢٠٢٥-٢٠٢٧

١. تعزيز الاستدامة المالية: من خلال تنويع مصادر الدخل، مثل إنشاء أوقاف استثمارية وتطوير برامج تمويل مبتكرة.
 ٢. التحول الرقمي: تطوير منصة إلكترونية شاملة لتقديم الخدمات والتواصل مع المتبرعين والمستفيدين، وزيادة التواجد والتفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي وإطلاق تطبيقات للبرامج الدعوية.
 ٣. توسيع نطاق الخدمات: إطلاق برامج جديدة تستهدف فئات مختلفة من المجتمع، مثل برامج تعليمية وتدريبية للشباب والنساء.
 ٤. تعزيز الشراكات الاستراتيجية: بناء علاقات تعاون مع مؤسسات القطاع الخاص والجهات الحكومية لتعزيز تأثير الجمعية وتوسيع نطاق عملها.
 ٥. تطوير القدرات المؤسسية: تدريب الموظفين والمتطوعين ورفع كفاءتهم، وتحسين العمليات الداخلية لضمان تقديم خدمات عالية الجودة.
 ٦. زيادة الوعي والتسويق: تنفيذ حملات توعوية لتعريف المجتمع بأنشطة الجمعية وأهدافها، وجذب المزيد من المتبرعين والداعمين.
- من خلال التركيز على هذه الأهداف الاستراتيجية، يمكن لجمعية الدعوة في الشرائع الخيرية تعزيز تأثيرها الإيجابي في المجتمع وتحقيق نمو مستدام خلال السنوات القادمة.

الأهداف الاستراتيجية العامة للجمعية

أولاً: الأهداف قصيرة المدى (١-٣ سنوات)

الأهداف طويلة المدى (٤-١٠ سنوات)

١. تعزيز الكفاءة التشغيلية:

- تطوير نظام رقمي لإدارة العمليات والخدمات بحلول نهاية عام ٢٠٢٥.
- تدريب ٨٠% من الموظفين والمتطوعين على المهارات الإدارية والتقنية الحديثة.

٢. تحسين التواجد الرقمي وزيادة التفاعل:

- إطلاق منصة إلكترونية شاملة بحلول منتصف عام ٢٠٢٦.
- زيادة المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة ٥٠% في العامين الأولين.

٣. تنويع مصادر التمويل:

- تصميم وإطلاق مشاريع وقفية وربحية خيرية لتصل العائدات في الجمعية الى ٦ مليون ريال خلال ثلاث سنوات.
- توقيع ٥ شراكات استراتيجية مع القطاع الخاص والجهات الحكومية بحلول ٢٠٢٦.

٤. إطلاق برامج نوعية جديدة:

- تقديم برامج تدريب وتأهيل تستهدف الشباب والنساء تصل الى ٣٠ برنامج تدريبي خلال ٣ سنوات.

٥. زيادة الوعي المجتمعي:

- تنظيم حملات توعوية لزيادة معرفة المجتمع بالجمعية وتحقيق زيادة بنسبة ٢٥% في التبرعات السنوية.

١. تحقيق الاستدامة المالية:

- الوصول إلى إيرادات سنوية مستقرة تغطي ٨٠% من احتياجات الجمعية بحلول عام ٢٠٣٠.
- إنشاء ٣ مشاريع أوقاف تساهم في تأمين الموارد المالية الدائمة.

٢. توسيع نطاق الخدمات:

- توسيع الخدمات لتشمل جميع القرى والأحياء بمكة بحلول ٢٠٢٧.
- إطلاق مبادرات تعاونية مع جمعيات أخرى لتعزيز الأثر الاجتماعي.

٣. التحول إلى نموذج ريادي في العمل الخيري:

- تطوير نظام مبتكر لإدارة المساعدات يعتمد على الذكاء الاصطناعي بحلول ٢٠٣٠.

- أن تصبح الجمعية مرجعاً وطنياً لتقديم الاستشارات للجمعيات الأخرى.

٤. تعزيز الشراكات الدولية:

- إقامة شراكات مع منظمات دولية لدعم المشاريع التنموية والإنسانية بحلول ٢٠٢٨.

- استضافة فعاليات دولية تدعم القيم الخيرية والتنمية المستدامة.

٥. تحقيق أثر اجتماعي شامل:

- رفع مستوى رضا المستفيدين إلى ٩٠% بحلول عام ٢٠٢٧.
- تمكين ٥٠٠٠ فرد من خلال البرامج التعليمية والمهنية بحلول ٢٠٣٠.

تحليل نموذج عمل

Business Model Canvas

لجمعية الدعوة في الشرائع للدعوة والإرشاد

العنصر	الوصف
١. العلاقات العامة Customer Relationships	- بناء علاقات ثقة طويلة الأمد مع الفئات المستهدفة من خلال التفاعل المباشر والرقمي. - إطلاق مبادرات اجتماعية ودعوية لتعزيز الارتباط بالمجتمع المحلي والجاليات. - تقديم الدعم المستمر من خلال القنوات الإلكترونية والاستشارات الدعوية.
٢. شرائح أصحاب المصلحة Customer Segments	- الجاليات الأجنبية المسلمة وغير المسلمة في المملكة. - الشباب السعودي الباحث عن التوجيه الديني. - الجهات الحكومية والخاصة المهتمة بدعم الأنشطة الدعوية.
٣. الأنشطة الرئيسية Key Activities	- تطوير المنصات الرقمية والتطبيقات الدعوية. - تنظيم حملات توعوية ودورات تعليمية عبر الإنترنت وعلى أرض الواقع. - تصميم برامج اندماج للجاليات الأجنبية.
٤. الشراكات الرئيسية Key Partnerships	- الجهات الحكومية مثل وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد. - الشركات التقنية لدعم التحول الرقمي. - المؤسسات التعليمية لإطلاق البرامج التدريبية. - الجمعيات المماثلة لتبادل الخبرات والموارد.
٥. مصادر الإيرادات المتوقعة Revenue Streams	- التبرعات الفردية والجماعية. - تمويل الشراكات مع الجهات الحكومية والخاصة. - عوائد من الأوقاف والمشروعات الاستثمارية. - اشتراكات في البرامج التعليمية الإلكترونية.
٦. هيكل التكاليف المتوقع Cost Structure	- تكلفة تطوير التطبيقات والمنصات الإلكترونية. - تكاليف التسويق للحملات التوعوية. - أجور الموظفين والدعاة. - تكلفة تنظيم الفعاليات الميدانية والبرامج التدريبية. - نفقات تشغيلية وإدارية عامة.

تفاصيل كل عناصر التحليل

١. العلاقات العامة Customer Relationships

١. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز الوعي بالجمعية.
٢. تخصيص فرق للدعم والاستجابة لاستفسارات الجاليات.

٢. شرائح أصحاب المصلحة Customer Segments

١. تصميم المحتوى الدعوي ليلئم اختلاف الثقافات واللغات في الجاليات المستهدفة.
٢. التركيز على فئة الشباب من خلال وسائل التواصل الرقمي.

٣. الأنشطة الرئيسية Key Activities

١. تنفيذ الأنشطة الميدانية مثل الفعاليات والمحاضرات الدعوية.
٢. تحسين المحتوى الرقمي باستخدام أحدث تقنيات الإعلام التفاعلي.

٤. الشراكات الرئيسية Key Partnerships

١. الاستفادة من الخبرات التقنية للشركات المحلية لتطوير الأدوات الرقمية.
٢. الشراكات مع المؤسسات المانحة لتوفير تمويل مستدام.

٥. مصادر الإيرادات المتوقعة Revenue Streams

١. الترويج لبرامج الأوقاف الخيرية لدعم الجمعية ماليًا.
٢. إطلاق مبادرات تمويل جماعي باستخدام منصات إلكترونية.

٦. هيكل التكاليف المتوقع Cost Structure

١. وضع ميزانية واضحة تتضمن تكلفة كل مشروع مع توفير تقارير شهرية لمتابعة الأداء المالي.
- هذا النموذج يعزز جاهزية الجمعية لتحقيق أهدافها باستخدام إطار عمل منظم يساهم في تحسين أدائها ومواردها المالية.

الإستراتيجية والمسارات

الخطة التنفيذية التفصيلية لجمعية الدعوة في الشرائع لعام ٢٠٢٥
ستركز خطة العام القادم على مسارين بالتوازي مع بعضهم البعض

○ الأول: المسار الميداني

○ الثاني: المسار الرقمي

جدول الأهداف العامة للجمعية خلال ثلاث سنوات القادمة على طريقة SMART

T	R	A	M	S	TARGET
مرتبط بالوقت	ذو صلة	واقعي	قابل للقياس	محدد	الهدف
تحقيق هذا الهدف بنهاية ديسمبر ٢٠٢٧.	يساهم في تحقيق رسالة الجمعية ويعزز دورها الدعوي.	تنظيم ٥٠ فعالية دعوية سنويًا بالتعاون مع فرق ميدانية متخصصة.	تسجيل ٥٠٠ مسلم جديد سنويًا.	تعزيز الدعوة الموجهة للجاليات غير المسلمة في مكة.	زيادة عدد المسلمين الجدد
إطلاق المنصة في ٢٠٢٥، وتحقيق الأهداف بنهاية ٢٠٢٧.	يساهم في مواكبة رؤية ٢٠٣٠ بدمج التكنولوجيا في العمل الدعوي.	توفير فريق متخصص لإدارة المحتوى والدعاية على المنصات الرقمية.	جذب ١٠,٠٠٠ زائر شهريًا للموقع وزيادة المتابعين على وسائل التواصل بنسبة ٣٠%.	إطلاق منصة دعوية إلكترونية تتضمن محتوى متعدد اللغات للجاليات.	رفع الوعي بالدعوة الرقمية
اكتمال جمع المبلغ وإنشاء الوقف في ديسمبر ٢٠٢٧.	يحقق استدامة مالية لأنشطة الجمعية ويقلل من الاعتماد على التبرعات الموسمية.	تنفيذ حملات لجمع التبرعات والشراكات مع القطاع الخاص.	جمع ٥ ملايين ريال لإنشاء الوقف خلال ٣ سنوات.	إنشاء وقف لدعم أنشطة الجمعية وبرامجها الدعوية.	تنويع مصادر التمويل
انتهاء أول دورة تدريبية بحلول منتصف ٢٠٢٥.	يعزز الكفاءة وجودة الأداء بما يتماشى مع احتياجات الفئة المستهدفة وأهداف الجمعية.	عقد شراكات مع مراكز تدريب معتمدة وتنظيم ورش عمل دورية.	تدريب ١٠٠ داعية وموظف سنويًا.	إعداد برامج تدريبية لدعاة الجمعية وموظفيها.	تأهيل وتدريب الموارد البشرية
تحقيق الهدف تدريجيًا حتى نهاية ٢٠٢٧.	يعزز الوعي بدور الجمعية ويزيد من تأثيرها في المجتمع المحلي والدولي.	إطلاق حملات دعوية ميدانية وتنظيم فعاليات توعية في مواقع مختلفة.	تسجيل عدد المستفيدين من البرامج وتقييم رضاهم بنسبة ٨٥%.	الوصول إلى ٢٠,٠٠٠ مستفيد من برامج الجمعية سنويًا.	توسيع نطاق المستفيدين
إبرام أول شراكة رئيسية بحلول الربع الثاني من ٢٠٢٥.	يساهم في تحسين كفاءة المشاريع الدعوية وزيادة الموارد المتاحة.	إعداد خطة شراكات استراتيجية واستقطاب الجهات ذات العلاقة.	قياس عدد الشراكات والأنشطة الناتجة عنها سنويًا.	توقيع شراكات مع ١٠ جهات حكومية وخاصة لدعم مشاريع الجمعية.	تعزيز الشراكات المجتمعية
تنفيذ أول حملة ميدانية موسعة في يناير ٢٠٢٥.	يدعم رسالة الجمعية في نشر الإسلام وتعزيز القيم الإسلامية بين الجاليات المختلفة.	تشكيل فرق ميدانية مجهزة ومدربة على إدارة الحملات الدعوية بفعالية.	إعداد تقارير تفصيلية عن المواقع المستهدفة وعدد المستفيدين الفعليين.	تنظيم حملات ميدانية تستهدف ٥٠ موقعًا جديدًا سنويًا في مكة والمناطق المجاورة.	زيادة تأثير الدعوة الميدانية

Action plan					
الهدف	الخطوات التنفيذية	الجهة المسؤولة	الموارد المطلوبة	الموعد النهائي	الحالة
زيادة عدد المسلمين الجدد	- حصر اللغات المختلفة بالجمعية - استقطاب متطوعين جدد - انشاء خطط داخلية	الجهة المختصة بتنظيم المتطوعين، واستقطاب المتحدثي بلغات مختلفة	نريد أكبر عدد ممكن من المتطوعين الذين يحملوا لغات مختلفة، بالإضافة لاستخدام التكنولوجيا في عملية الدعوة.	في خلال ثلاث اشهر	جيدة وتحتاج إلى تحسين
رفع الوعي بالدعوة الرقمية	- البحث عن متطوعين من جيل الأبياد - لعمليات النشر والدعاية فقط - تحسين محركات البحث للموقع - استخدام حلول مبتكرة للوصول إلى جمهور اوسع	الجهة المختصة بالدعوة الرقمية.	أفراد مختصة بالدعوة الرقمية، وجهة داعمة للعملية التسويقية سواء كانت داخل الدعوة في الشرائع أو داعم خارجي	تبدأ من الآن ويتم تقييمها بعد ثلاثة أشهر عمل متواصل على المنصات الرقمية	متوسطة وتحتاج الى التحسين
تنوع مصادر التمويل	إنشاء جهة خاصة بالتمويل الخارجي للجمعية.. هدفها عمل حصر بجميع الجهات الاستثمارية المانحة والتواصل معها لأخذ تمويل.	الجهة المختصة بالتمويل الخارجي	عمل ملفات خاصة بكل إحتياجات الجمعية بشكل منظم وأرشفة كاملة، لإرسالها بشكل إحترافي للجهات المانحة وأفراد يمثلوا الجمعية.	المستهدف من كل سنة جمع ١,٧ مليون ريال سعودي بصورة مركبة، لأننا نحتاج بعد خمس سنوات يكون الدخل السنوي ٥ مليون ريال	متوسطة وتحتاج الى تحسين
تأهيل وتدريب الموارد البشرية	- إنشاء لوائح خاصة واستخدام أدوات - لتقييم العاملين بالجمعية. - تحليل النواقص وإيجاد لها حلول. - استقطاب متحدثي مختلفين بلغات غير العربية	مدير الموارد البشرية بالجمعية	حصر بقوة جميع الموارد البشرية، وإعادة تنظيمها وترتيبها، وتطويرها.. لتناسب الأجيال الحديثة في عمليات الدعوة.	مطلوب تجهيز ما يقرب من ١٠ أفراد شهرية لتجهيزهم، ليكون حصيلتهم بعد أول سنة ١٠٠	جيدة وتحتاج الى تحسين
توسيع نطاق المستفيدين	- وضع الأفكار المبتكرة التي كتبناها مسبقا في الحسبان لتوسيع نطاق الدعوة، واستقطاب أعمار مختلفة من بلدان مختلفة - إعادة تنظيم الكفاءة الميدانية، لتتفرع في المناطق الحيوية	مسؤولي التواصل الرقمي بالتعاون مع مسؤولي العمليات الميدانية	الإهتمام بالمنصات الرقمية، والطرق الحديثة في الدعوة مع التركيز على توسيع نطاق الأوقاف	البدأ في العمل على الابتكارات المقترحة مع وضع خطط منفصلة لها	ضعيفة وتحتاج إلى تحسين
تعزيز الشراكات المجتمعية	إنشاء جهة خاصة بالشراكات، ومن الممكن أن تكون هي ذاتها المسؤولة عن جذب تمويل للجمعية.. هدفها عمل حصر بجميع الجهات الاستثمارية المانحة والتواصل معها لأخذ تمويل.	الجهة المختصة بعمل شراكات خارجية	عمل ملفات خاصة بكل إحتياجات الجمعية بشكل منظم وأرشفة كاملة، لإرسالها بشكل إحترافي للجهات المانحة وأفراد يمثلوا الجمعية.	تبدأ من الآن عملية الحصر، ويبدأ النزول في رمضان ومن ثم عمل تحليل بعد رمضان	متوسطة وتحتاج الى تحسين
زيادة تأثير الدعوة الميدانية	- عمل حصر بأكثر ٥٠ مكان لتواجد الوافدين به، وإعادة التفرع به مع إيجاد أوقاف بسيطة في مكان أو إثنان كفرع للجمعية. - استقطاب متحدثي اللغات الأجنبية	المسؤولين عن النزول الميداني	- مراكز أوقاف صغيرة بأكثر المراكز وافدين. - متحدثي لغات أجنبية. - استقطاب متطوعين جدد	من بداية موسم رمضان مع عمل تحليل لنتيجة النزول الميداني بعد رمضان	جيدة وتحتاج الى تحسين

تماس استراتيجية جمعية الدعوة في الشرائع مع رؤية ٢٠٣٠

أهداف رؤية ٢٠٣٠	استراتيجية جمعية الدعوة في الشرائع	كيفية الربط في الخطة التنفيذية
تعزيز دور القطاع غير الربحي	إطلاق أوقاف استثمارية وبرامج تمويل مبتكرة لزيادة الاستدامة المالية للجمعية.	- إنشاء شراكات استراتيجية مع القطاع الخاص لدعم مشاريع الأوقاف. - تخصيص قسم لدراسة الاحتياجات المجتمعية وربطها بمشاريع الجمعية.
التوسع في العمل التطوعي	تنظيم برامج تدريبية وتأهيلية للمتطوعين واستقطاب ٥٠٠ متطوع سنوياً.	- تصميم حملات توعوية للترويج للعمل التطوعي. - تطوير قاعدة بيانات لإدارة المتطوعين وربطها بالمنصة الإلكترونية.
تطوير البنية التحتية الرقمية	إنشاء منصة إلكترونية شاملة لتقديم الخدمات وإدارة التبرعات وزيادة التفاعل مع الجمهور.	- التعاقد مع شركة تقنية لتطوير المنصة. - تخصيص موارد مالية لتحسين الأدوات الرقمية والابتكار.
تعزيز التنمية المستدامة	تقديم برامج ومشاريع نوعية تستهدف الفئات الأكثر احتياجاً، مع تعزيز مصادر الدخل الذاتية.	- إطلاق مبادرات اجتماعية طويلة الأمد تستهدف النساء والشباب. - استخدام نظام ذكاء اصطناعي لتحليل أثر المشاريع المجتمعية.
رفع الكفاءة المؤسسية	تنظيم دورات تدريبية لتأهيل الموظفين والمتطوعين وزيادة كفاءة العمليات الإدارية والتقنية.	- عقد ورش عمل مع مراكز تدريب معتمدة. - قياس أداء الموظفين والمتطوعين بانتظام لتحسين الأداء المؤسسي.

المحور الأول: المبادرات الميدانية					
الأهداف	الوصف	المسؤول	المبادئ / الفاعلية	المخرجات المتوقعة	الشهر
تقديم الدعوة في المناطق غير المخدومة.	إطلاق فرع دعوي متنقل للوصول إلى المناطق النائية.	قسم العمليات	فرع تنقل للدعوة	تغطية ٥ مناطق نائية واستفادة ٧٠٠ شخص.	يناير - فبراير
زيادة التأثير الدعوي في رمضان.	توزيع كتيبات دعوية وتنظيم فعاليات بالمساجد خلال الشهر الكريم.	قسم العلاقات العامة	حملة رمضان الميدانية	وصول إلى ١٠٠٠ شخص.	مارس
رفع وعي الأسر بدورها في الدعوة.	إطلاق ورش عمل للأسر بعنوان "التربية الإيمانية في المنزل".	قسم البرامج الدعوية	برنامج دعم الأسرة	المشاركة ٣٠٠ أسرة.	أبريل - مايو
زيادة التواصل المباشر مع الفئات المستهدفة.	افتتاح فرع في مكة المكرمة لتقديم دورات وورش عمل دعوية.	قسم العمليات	إنشاء فرع دعوي محلي	٥٠٠ مستفيد خلال الشهرين.	يونيو - يوليو
تعزيز دور الشباب في الدعوة.	تنظيم مسابقة للشباب بعنوان "رسائل الشباب الدعوية".	قسم الشباب	فعاليات الشباب	مشاركة ٢٠٠ شاب.	أغسطس
التأثير على طلاب المدارس.	تنظيم حملة توعوية في المدارس حول القيم الإسلامية والأخلاق.	قسم التوعية	حملة المدارس	الوصول إلى ١٠ مدارس و٣٠٠ طالب.	سبتمبر
رفع كفاءة الموارد البشرية.	تقديم دورة للعاملين والمتطوعين بعنوان "أساليب الدعوة الحديثة".	قسم الموارد البشرية	دورة تدريبية	تدريب ٥٠ مشاركًا.	أكتوبر
تعزيز حب القرآن بين النشء.	تنظيم مسابقة للقرآن الكريم تستهدف الأطفال والشباب.	قسم البرامج الدعوية	مسابقة قرآنية	مشاركة ١٥٠ طفل وشاب.	نوفمبر
تعزيز التعاون بين المؤسسات الدينية.	إقامة لقاءات مع علماء من مختلف المذاهب.	قسم العلاقات العامة	لقاءات حوارية	٢٠ لقاءً مع علماء من ٥ مؤسسات.	ديسمبر

المحور الثاني: الدعوة عبر المنصات الرقمية					
الأهداف	الوصف	المسؤول	المبادئ / الفاعلية	المخرجات المتوقعة	الشهر
توفير محتوى رقمي دعوي شامل.	عن طريق تعيين مختص بالـ SEO نريد تقوية تواجد الموقع على الانترنت	قسم التقنية	تعزيز قوة الموقع الإلكتروني	١٠٠٠ زيارة خلال الشهر الأول.	يناير
زيادة الوعي بالمنصة الرقمية.	بدء حملة تعريفية بالمنصة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	قسم التسويق	حملة تسويقية رقمية	٢٠٠٠ متابع جديد عبر المنصات.	فبراير
تعزيز التأثير الدعوي في رمضان.	إنتاج فيديوهات قصيرة ودروس دينية مناسبة لشهر رمضان.	قسم الإنتاج الرقمي	محتوى رمضان الرقمي	٢٠ فيديو و ٥٠,٠٠٠ مشاهدة.	مارس
زيادة التفاعل المباشر مع الجمهور.	تنظيم جلسات دعوية مباشرة عبر يوتيوب وفيسبوك.	قسم الإعلام	بث مباشر عبر المنصات	حضور ٣٠٠ مشاهد للبث المباشر.	أبريل - مايو
تدريب الدعاة على أساليب دعوية حديثة.	تقديم دورة بعنوان "كيفية الدعوة عبر الإنترنت".	قسم التعليم	دورة تدريبية رقمية	تدريب ٥٠ مشاركًا.	يونيو
تسهيل الوصول إلى المصادر الإسلامية.	إضافة كتب إلكترونية دعوية على المنصة.	قسم التقنية	إنشاء مكتبة رقمية	تحميل ٥٠٠ كتاب بحلول أغسطس.	يوليو - أغسطس
التفاعل مع الطلاب عبر الوسائل الرقمية.	تقديم محتوى مخصص للطلاب والمدارس عبر المنصات الرقمية.	قسم التوعية	حملة المدارس الرقمية	١٠٠٠ مشاهدة للمواد الرقمية المخصصة.	سبتمبر
تعزيز الإبداع الدعوي الرقمي.	دعوة الشباب لإنتاج فيديوهات دعوية ونشرها عبر وسائل التواصل.	قسم الشباب	مسابقة المحتوى الرقمي	٥٠ مشاركة و ١٠ فيديوهات مميزة.	أكتوبر
تحسين الأداء الرقمي للعام القادم.	مراجعة الإحصائيات الرقمية وتحليل التفاعل عبر المنصات.	قسم القنية	تقييم الأداء الرقمي	تقرير مفصل بالإحصائيات.	نوفمبر

مؤشرات أداء تفصيلية للعام القادم

المحور الأول: المبادرات الميدانية

١. إنشاء فرع دعوي محلي:

- عدد الفعاليات: ٨ فعاليات شهرية في الفرع.
- عدد الحضور: استهداف ٥٠٠ مستفيد خلال الشهرين الأولين.
- رضا المستفيدين: تحقيق نسبة رضا ٨٥% في استبيانات الفعاليات.

٢. برنامج دعم الأسرة:

- عدد الورش: تنظيم ٣ ورش عمل.
- المشاركون: مشاركة ٣٠٠ أسرة.
- النتائج: ٧٠% من الأسر تطبق ممارسات الدعوة في المنزل بعد الورشة.

٣. حملة رمضان الميدانية:

- عدد المساجد: ١٠ مساجد تستفيد من الفعاليات.
- عدد الكتيبات الموزعة: توزيع ٢٠٠٠ كتيب.
- نسبة التفاعل: ٦٠% من الحضور يطلبون متابعة أنشطة الجمعية.

٤. الفرع المتنقل للدعوة:

- المناطق المغطاة: ٥ مناطق نائية.
- عدد المستفيدين: استهداف ٧٠٠ مستفيد.
- تقييم الأداء: تحقيق ٩٠% من الأهداف المحددة لكل منطقة.

٥. فعاليات الشباب:

- عدد المشاركين: ٢٠٠ شاب.
- الإنتاج: ٥٠ رسالة دعوية يشاركها الشباب عبر وسائل التواصل.
- تفاعل الجمهور: ٥٠٠٠ مشاهدة لرسائل الشباب.

٦. حملة المدارس:

- عدد المدارس: ١٠ مدارس.
- عدد الطلاب: استهداف ٣٠٠ طالب.
- النتائج: ٥٠% من الطلاب يشاركون في أنشطة متابعة مع الجمعية.

٧. المسابقة القرآنية:

- عدد المشاركين: ١٥٠ طفل وشاب.
- نتائج المسابقة: ٨٠% من المشاركين يستمرون في برامج الحفظ.

المحور الثاني: الأنشطة الرقمية

١. إطلاق الموقع الإلكتروني:

- عدد الزوار: ٥٠٠٠ زيارة بحلول نهاية الشهر الثالث.
 - معدل الارتداد: أقل من ٣٠%.
 - عدد التسجيلات: ١٠٠ مستخدم مسجل في الشهر الأول.
- ### ٢. الحملة التسويقية الرقمية:

- زيادة المتابعين: ٢٠٠٠ متابع جديد عبر منصات التواصل الاجتماعي.
- معدل الوصول: ٥٠,٠٠٠ مستخدم مستهدف.
- نسبة التفاعل: ١٠% تفاعل على المنشورات.

٣. محتوى رمضان الرقمي:

- عدد الفيديوهات: ٢٠ فيديو دعوي.
- المشاهدات: ٥٠,٠٠٠ مشاهدة إجمالية.
- التفاعل: ١٥% من المشاهدات تفاعل إيجابي (تعليق/إعجاب/مشاركة).

٤. البث المباشر:

- عدد الجلسات: ٤ جلسات شهرية.
- عدد الحضور: ٣٠٠ مشاهد مباشر لكل جلسة.
- عدد الأسئلة: ٥٠ سؤالاً من الحضور خلال البث.

٥. الدورة التدريبية الرقمية:

- عدد المشاركين: ٥٠ متدرب.
- نتائج التقييم: ٩٠% رضا عن الدورة.
- نتائج التطبيق: ٧٠% يطبقون ما تعلموه خلال ٣ أشهر.

٦. إنشاء المكتبة الرقمية:

- عدد الكتب المضافة: ٥٠٠ كتاب إلكتروني بحلول نهاية العام.
- عدد التحميلات: ٢٠٠٠ تحميل خلال العام.

٧. حملة المدارس الرقمية:

- عدد المواد الرقمية: ١٥ مادة موجهة للطلاب.
- عدد المشاهدات: ١٠٠٠ مشاهدة لكل مادة.
- عدد المشاركات: ٢٠٠ مشاركة على وسائل التواصل.

٨. مسابقة المحتوى الرقمي:

- عدد المشاركين: ٥٠ مشاركًا.
- عدد الفيديوهات: ١٠ فيديوهات مميزة تُنشر عبر منصات الجمعية.
- عدد المشاهدات: ٢٠,٠٠٠ مشاهدة إجمالية للفيديوهات.

٩. تقييم الأداء الرقمي:

- إجمالي التفاعل: زيادة بنسبة ٢٠% مقارنة بالعام السابق.
- تحليل البيانات: تقرير شهري يحدد النقاط القوية والمجالات للتحسين.

المحور الثالث: الموارد البشرية والتمويل

١. الموارد البشرية:

- عدد المتطوعين الجدد: استقطاب ٣٠ متطوعًا جديدًا بحلول نهاية العام.
- نسبة التدريب: ٧٠% من الموظفين والمتطوعين يحصلون على تدريب خلال العام.

٢. التمويل:

- عدد الممولين الجدد: جذب ١٠ شركاء تمويليين إضافيين.
- زيادة الإيرادات: رفع الإيرادات بنسبة ١٥% مقارنة بالعام السابق.

مؤشرات أداء سنوية KPIs لعام ٢٠٢٥

١. المبادرات الميدانية:

١. الوصول إلى ٥٠,٠٠٠ مستفيد من الأنشطة الميدانية.
٢. تنظيم ٥ حملات كبرى بنجاح.

٢. الأنشطة الرقمية:

١. تحقيق ٥٠,٠٠٠ زيارة للمنصة الرقمية.
٢. زيادة التفاعل على وسائل التواصل بنسبة ٣٠%.

٣. تنمية الموارد البشرية:

١. تدريب ١٠٠ موظف ومتطوع على أساليب الدعوة الحديثة.

معايير قياس النجاح

١. المبادرات الميدانية

- عدد الفعاليات المُنفذة: مقارنة العدد الفعلي بالمخطط له في الخطة.
- نسبة الحضور: تحليل معدل الحضور مقابل العدد المستهدف لكل فعالية.
- رضا المستفيدين: تقييم عبر استبيانات مباشرة بنهاية كل فعالية.
- الأثر الميداني: قياس التغير في المعرفة والسلوك بين المستفيدين باستخدام استبيانات قبل وبعد الأنشطة.

٢. الأنشطة الرقمية

- معدل الوصول والتفاعل: متابعة معدلات الوصول Reach والتفاعل Engagement على وسائل التواصل الاجتماعي.
- نسبة نمو المتابعين: مقارنة عدد المتابعين الجدد بالفترة الزمنية المستهدفة.
- عدد الزوار للموقع الإلكتروني: متابعة الزوار شهريًا وتحليل سلوكهم (مثل معدل الارتداد والمدة الزمنية).
- نسبة التسجيل: تحليل تسجيل المستخدمين على الموقع والمنصات الرقمية الأخرى.

3. الموارد البشرية والتمويل

- نسبة التوظيف والتدريب: قياس عدد الموظفين والمتطوعين المدربين مقابل المخطط له.
- زيادة الإيرادات: مقارنة المبالغ المحصلة من التمويل بالمستهدف.
- استقطاب الشركاء: تحليل عدد الشركاء الجدد وأثرهم على الأنشطة.

أدوات تتبع الأداء وتقديم التقارير الدورية

ثانيًا: تصميم التقارير الدورية

التقرير الشهري:

١. المحتوى:

١. ملخص الأنشطة المُنفذة.
٢. مقارنة الأداء الفعلي بالمستهدف.
٣. تحليل التحديات والحلول.

٢. الشكل:

١. تصاميم مرئية للبيانات Graphs, Charts.
٢. توصيات للشهر القادم.

التقرير ربع السنوي:

١. المحتوى:

١. عرض الإنجازات المحققة خلال الربع.
٢. تحليل التقدم في المبادرات الميدانية والرقمية.
٣. تقارير رضا المستفيدين وتأثير الأنشطة.

٢. الشكل:

١. عروض تقديمية PowerPoint/Canva.
٢. تقسيم الأداء حسب المحاور الأساسية.

التقرير السنوي:

١. المحتوى:

١. ملخص شامل للإنجازات مقابل الأهداف الاستراتيجية.
٢. تحليل العوامل المؤثرة (النجاحات، التحديات، الفرص).
٣. توصيات العام القادم.

٢. الشكل:

١. تقرير مطبوع ومصور.
٢. فيديو يوضح أهم الإنجازات (للمشاركة مع الشركاء والجمهور).

أولاً: أدوات تتبع الأداء

لوحة متابعة الأداء: (Dashboard)

- أداة رقمية مثل Google Data Studio أو Power BI لتجميع البيانات وتحليلها.
- تتضمن مؤشرات الأداء (KPIs) مثل عدد الفعاليات، الحضور، التفاعل الرقمي، والإيرادات.
- نظام إدارة المشاريع: Trello أو Asana لمتابعة تنفيذ الأنشطة الميدانية والرقمية.
- يمكن تقسيم المهام حسب الأقسام المسؤولة مع تحديد مواعيد نهائية.
- استبيانات رقمية وميدانية: Google Forms لجمع بيانات رضا المستفيدين أو تحسين الأداء.
- استبيانات مقسمة لقياس الأثر (قبل وبعد النشاط).
- تحليل البيانات الرقمية: أدوات مثل Google Analytics لتحليل سلوك المستخدمين على الموقع.
- منصات وسائل التواصل: Meta Insights ، Twitter Analytics لمراقبة التفاعل والنمو.

ثالثاً: آليات المتابعة وتصحيح وتقييم

١. اجتماعات مراجعة شهرية:

١. فرق العمل تُقدم مستجدات الإنجازات والعقبات.
٢. تحديد خطط تصحيحية فورية لأي تأخير.

٢. التحليل المتكامل:

١. ربط نتائج الأداء الرقمي بالميداني لتقييم تكامل الجهود.
٢. تحليل أداء الفريق والموارد البشرية لمعرفة نقاط التحسين.

٣. التصحيح المستمر:

١. خطط طارئة تُفعل في حال انخفاض الأداء عن المؤشرات المستهدفة.
٢. إعادة تخصيص الموارد حسب الحاجة.

أمثلة عملية للتطبيق

- **لوحة المتابعة:** يمكن إنشاء لوحة لمتابعة معدل الفعاليات وعدد الحضور يومياً.
- **استبيانات رضا المستفيدين:** تُرسل آلياً بعد كل فعالية عبر SMS أو البريد الإلكتروني.
- **تقارير تفاعلية:** تُرسل للشركاء والممولين شهرياً مع توصيات لتحسين الأداء.

آليات متابعة أكثر شمولاً
لتتبع العمليات الميدانية والرقمية

أولاً: آليات قياس التنفيذ الميداني

١. تقارير الأداء الأسبوعية والشهرية:

١. إعداد تقارير دورية لقياس تقدم العمل في الأنشطة الميدانية.
٢. تحليل أداء الفرق الميدانية من حيث الإنجازات مقابل الأهداف المخططة.

٢. زيارات ميدانية دورية:

١. إجراء زيارات تفقدية من قبل مدراء المشاريع والمشرفين الميدانيين للتأكد من الالتزام بالخطة وتنفيذ الأنشطة بكفاءة.

٣. استبيانات للمستفيدين:

١. توزيع استبيانات على المستفيدين من البرامج الميدانية لقياس رضاهم ومدى تحقيق أهداف البرامج.
٢. استخدام النتائج لتعديل وتحسين الأداء.

٤. اجتماعات المتابعة:

١. عقد اجتماعات دورية (أسبوعية/شهرية) لمراجعة تقدم الفرق الميدانية ومعالجة أي تحديات تواجههم.
٢. وضع خطط تصحيحية عند الحاجة.

٥. مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs:

١. عدد الأنشطة الميدانية المنجزة.
٢. نسبة المستفيدين الذين تم الوصول إليهم مقارنة بالهدف المحدد.
٣. تكلفة النشاط مقارنة بالميزانية المقررة.
١. تعيين مستشار مالي لمراقبة الأداء.
٢. إعداد تقارير مالية شهرية وربع سنوية لتقييم الأداء المالي.
٣. مراجعة الأهداف المالية بشكل دوري وتحديث الخطة بناءً على النتائج.

آليات تنفيذ الاقتراحات الخاصة بالمبادرات:

١. تعيين لجنة مختصة لتنفيذ الاقتراحات وتقييم جدواها المالية.
٢. البدء بتجارب صغيرة أو تجريبية قبل التوسع.
٣. استخدام مؤشرات أداء لقياس النجاح والتطوير المستمر.
٤. تعزيز الشفافية والإبلاغ عن النتائج لزيادة ثقة المانحين والشركاء.

٦. أدوات إدارة المشاريع:

١. استخدام برامج مثل **Trello** أو **Asana** لمتابعة تقدم الفرق الميدانية والمهام اليومية.
٢. تخصيص لوحة تحكم تعرض المهام المكتملة والمتأخرة.

ثانياً: آليات قياس التنفيذ الرقمي

١. تقارير الأداء الرقمية:

١. متابعة تقارير الأداء من المنصات الرقمية (Google Analytics، Facebook Insights ... إلخ) لمعرفة التفاعل مع الحملات والمحتوى.
٢. مراقبة مصادر الزيارات للموقع Organic، Paid Referral ونسب التحويل.

٢. تحليل مؤشرات وسائل التواصل الاجتماعي:

١. عدد المتابعين الجدد.
٢. معدلات التفاعل (الإعجابات، التعليقات، المشاركات).
٣. عدد النقرات على الروابط ونسبة التحويل.
٤. معدل الوصول Reach: لكل منشور

٣. أداء الحملات الإعلانية:

١. قياس نسبة النقرات CTR وتكلفة النقرة CPC والإيرادات الناتجة عن الإعلانات.
٢. مقارنة أداء الإعلانات المختلفة لتحديد الأنسب.

٤. تحليل قواعد البيانات:

١. متابعة نمو قائمة المتبرعين والمشاركين عبر البريد الإلكتروني.
٢. تحليل بيانات المستخدمين لتحديد اهتماماتهم وتحسين الحملات المستقبلية.

٥. مؤشرات الأداء الرئيسية الرقمية Digital KPIs:

١. نسبة زيادة الزوار الشهريين على الموقع.
٢. معدلات التبرع الإلكتروني ونسبة النمو السنوي.
٣. متوسط مدة زيارة الموقع ومعدل الارتداد.
٤. نسبة الإكمال في نماذج التبرع أو الاشتراك.

٦. اختبار وتحسين الأداء A/B Testing:

١. إجراء اختبارات متعددة لتحسين تصميم الإعلانات والمحتوى الرقمي.
٢. تجربة رسائل بريد إلكتروني وتصميمات مختلفة لتحديد الأكثر فعالية.

الشراكات المجتمعية والتمويل

هذا المقترح نقدمه، لتنفيذ خطة جمعية الدعوة في الشرائع لبناء شراكات استراتيجية مع المستثمرين، البنوك، الشركات، الجهات الحكومية التمويلية، والبنوك التنموية.

الأسس المطلوب توفيرها بالجمعية لعمل شراكات فعالة

١. إنشاء وحدة متخصصة لإدارة الشراكات

- تأسيس وحدة داخل الجمعية تُعنى بتحديد الشركاء المحتملين، والتواصل معهم، وإدارة العلاقات والشراكات بفعالية.
- تعيين فريق مؤهل يمتلك الخبرة في إدارة الشراكات والتفاوض، لضمان تحقيق الأهداف المشتركة.

٢. تطوير إطار قانوني ومؤسسي قوي

- وضع سياسات وإجراءات واضحة تنظم عملية الشراكة، وتحدد الأدوار والمسؤوليات لكل طرف.
- الاستفادة من التجارب الدولية في صياغة الأطر القانونية، لضمان توافقها مع المعايير العالمية.

٣. تحديد أهداف ومجالات التعاون بوضوح

- تحديد المجالات ذات الأولوية في أمور الدعوة
- توضيح الأهداف المشتركة والنتائج المتوقعة من كل شراكة، لضمان تحقيق الفائدة للطرفين.

٤. المؤسسات المستهدفة من الشراكة، هي المؤسسات التي تسعى للتماشي مع خطة المملكة الطموحة ٢٠٣٠، ولديها جانب مجتمعي واضح، وتعمل على نشر وجودها في العقل الجمعي، من خلال بس روح تشاركية مع المجتمع لإحداث أثر إيجابي.. وتهتم بنشر الهوية الثقة للمملكة.

٥. التواصل الفعال مع الشركاء المحتملين

- تنظيم ورش عمل وندوات للتعريف بأنشطة الجمعية وأهدافها، وجذب الشركاء المهتمين.
- إعداد مواد ترويجية احترافية تعرض رؤية الجمعية ومشاريعها، وتبرز فرص التعاون المتاحة.

٦. تقديم حوافز ومزايا للشركاء

- تسليط الضوء على الفوائد التي سيحصل عليها الشريك، مثل تعزيز المسؤولية الاجتماعية، والظهور الإعلامي الإيجابي، وتأثيره الإيجابي في المجتمع، وتعزيزه لرؤية ٢٠٣٠ بوجود مجتمع ذو هوية إسلامية قوية.
- تقديم تقارير دورية توضح تأثير مساهمات الشريك، ومدى تحقيق الأهداف المشتركة.

٧. متابعة وتقييم الشراكات بانتظام

- إنشاء نظام لمتابعة الأداء يقيس مدى تحقيق الأهداف، ويحدد التحديات والفرص للتحسين.
- عقد اجتماعات دورية مع الشركاء لمراجعة التقدم، وتحديث خطط العمل بناءً على المستجدات.

قائمة مبدئية بهيئات ومنظمات بإمكان الدعوة في الشرائع عمل شراكات متعددة معهم

إسم الهيئة	نبذة عنها	الرابط
صندوق دعم الجمعيات	يهدف الصندوق إلى تمكين ودعم الجمعيات من خلال تنمية الموارد والاستثمارات وتفعيل الشراكات لتحقيق استدامتها المالية وتعظيم أثرها الاجتماعي.	https://asf.gov.sa/
الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا)	تسعى سدايا إلى بناء مجتمع مدني فاعل يساهم في تحقيق أهداف رؤية السعودية ٢٠٣٠ من خلال تطوير الكفاءات الوطنية، وتعزيز الابتكار، ودعم التنمية المستدامة.	https://sdaia.gov.sa/
الفرع الوطني لتنمية القطاع غير الربحي	يعمل الفرع على تنظيم القطاع غير الربحي والإشراف عليه، وتمكين الشركاء والمنظمات المرتبطة بالقطاع من تأدية أدوارهم بما ينمي القطاع.	https://ncnp.gov.sa/
وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد	تقدم الوزارة خدمات متعددة للقطاعات الخيرية، وتعمل على مشاريع تقنية تهدف إلى دعم وتطوير العمل الدعوي.	https://www.moia.gov.sa/
جمعية الدعوة بالجبيل	تقدم الجمعية برامج دعوية متنوعة تشمل الدروس والمحاضرات، الدعوة الإلكترونية، والبيت الدعوي المباشر، مما يساهم في نشر الدعوة بطرق حديثة.	https://jdc.org.sa/
جمعية بشائر الدعوية بالخبر	تركز الجمعية على تأهيل الدعاة بإحترافية وتميز، وتفعيل دور المرأة في الدعوة، مما يساهم في نشر الإسلام بطرق مبتكرة.	https://aziziadawa.org.sa/
جمعية الدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بالربوة	نبذة: تسعى الجمعية إلى إثراء المحتوى الدعوي الإلكتروني بلغات متعددة، وبناء بيت خبرة دعوية يقدم الاستشارات والتدريب في جوانب جودة المحتوى.	https://rabwah.sa/
أوقاف سليمان بن عبد العزيز الراجحي	تدعم الأوقاف العديد من المشاريع الخيرية والدعوية، وتسعى إلى تحقيق التنمية المستدامة من خلال استثماراتها المتنوعة.	https://www.alrajhiawqaf.sa/

قائمة مبدئية بشركات وبنوك إستثمارية بإمكان الدعوة في الشرائع عمل شركات متعددة معهم

إسم الهيئة	نبذة عنها	الرابط
صندوق الاستثمارات العامة PIF	يُعدُّ الصندوق السيادي للمملكة، ويستثمر في العديد من القطاعات الحيوية لدعم التنمية الاقتصادية.	https://www.pif.gov.sa/ar/
صندوق التنمية الزراعية ADF	يقدم قروضًا وتمويلات لدعم المشاريع الزراعية وتعزيز الأمن الغذائي في المملكة.	https://www.adf.gov.sa/
صندوق التنمية الثقافية	يهدف إلى دعم المشاريع الثقافية والفنية لتعزيز الهوية الوطنية والثقافية.	https://www.moc.gov.sa/ar/initiatives/%D8%B5%D9%86%D8%AF%D9%88%D9%82%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%86%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D9%8A%D8%A9

تنويع مصادر الدخل (اقتراحات لتنويع مصادر دخل الجمعية)

١. تطوير الأوقاف القائمة واستحداث أوقاف جديدة:

أ. تحسين إدارة الأوقاف الحالية:

- العمل مع شركات استشارية متخصصة في إدارة الأوقاف لزيادة العوائد.
- إجراء دراسات جدوى لتطوير الأصول الوقفية (مثل إضافة مساحات تجارية أو استثمارات طويلة الأجل).

ب. إنشاء أوقاف جديدة:

- تخصيص أوقاف جديدة موجهة لدعم أهداف محددة (مثل التعليم، الصحة، أو الدعوة).
- التعاون مع المانحين والمستثمرين لإنشاء مشاريع وقفية مبتكرة مثل المجمعات التجارية الصغيرة.

٢. إطلاق منصة للتبرع الجماعي عبر الإنترنت:

- إنشاء منصة إلكترونية تتيح للأفراد التبرع بسهولة وتخصيص الأموال لبرامج محددة.
- تقديم خيارات تبرع مرنة (مثل الاشتراكات الشهرية، والهدايا التذكارية مقابل التبرع).
- توفير تقارير شفافة عن أثر التبرعات لبناء ثقة أكبر مع المتبرعين.

٣. استثمار الأصول العقارية:

- استثمار العقارات التابعة للجمعية (إن وجدت) لتأجيرها أو تحويلها إلى مشاريع تجارية.
- تحويل الأراضي غير المستغلة إلى مشاريع استثمارية (مثل إنشاء أسواق صغيرة أو مواقف سيارات مدفوعة).

٤. إنشاء مشاريع اجتماعية واستثمارية:

أ. مشاريع تجارية:

- إنشاء متجر إلكتروني يبيع منتجات ذات صلة بالدعوة أو المنتجات المستدامة.
- إطلاق مشاريع مثل خدمات الطباعة أو التصميم لصالح المؤسسات والشركات المحلية.

ب. مشاريع خدمية:

- تقديم خدمات استشارية أو تدريبية للشركات والمؤسسات الحكومية في مجال العمل الخيري.

٥. تنظيم حملات تمويلية مبتكرة:

- إطلاق حملات تمويلية موسمية (مثل رمضان والحج) تحت شعار مبتكر لجذب المتبرعين.
- التعاون مع مؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي للترويج لحملات التبرع.

٦. الشراكة مع الشركات والمؤسسات:

أ. برامج الرعاية:

- جذب الشركات لرعاية الفعاليات أو البرامج الدعوية مقابل تعزيز علامتهم التجارية.

ب. مبادرات المسؤولية الاجتماعية:

- عقد شراكات مع الشركات لتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية المشتركة التي تدعم الجمعية.

٧. إطلاق مشاريع تعليمية:

- تقديم دورات تدريبية أو ورش عمل مدفوعة في مجالات ذات علاقة مثل القيم الإسلامية أو العمل الخيري.
- إنشاء أكاديمية إلكترونية متخصصة تقدم شهادات معتمدة.

٨. الاستثمار في الأدوات الرقمية:

- إنشاء تطبيق يتيح للجمهور التبرع بسهولة، الاشتراك في حملات تمويلية، وحجز خدمات دعوية.
 - تقديم محتوى رقمي مدفوع مثل الكتب الإلكترونية، الفيديوهات، أو الاشتراكات الحصرية.
- ## ٩. إنتاج وبيع منتجات ذات علامة تجارية:
- تصميم وبيع منتجات مستوحاة من أهداف الجمعية (مثل الكتيبات التعليمية، المنتجات الحرفية، أو التذكارات).
 - تقديم "اشتراكات رمزية" للحصول على منتجات حصرية وتخصيص العائد لدعم المشاريع.

١٠. الاستثمار في الأسهم والسندات الشرعية:

- تخصيص جزء من الفائض المالي للاستثمار في الأسهم والصكوك الشرعية المربحة.
- التعاون مع مستشارين ماليين لضمان الالتزام بالضوابط الشرعية.

مبادرات مبتكرة

• خمسة مبادرات رقمية مبتكرة لدعم استراتيجية النمو:

١. منصة تعليمية رقمية للدعوة والإرشاد

الفكرة: إنشاء منصة رقمية تفاعلية تقدم دروساً ودورات تعليمية في الإسلام، مثل أركان الإسلام، تفسير القرآن، وتعليم التجويد.

آليات التنفيذ:

- استخدام الذكاء الاصطناعي لتخصيص تجربة التعلم وفقاً لاحتياجات المستخدمين.
 - تقديم شهادات رقمية للمشاركين عند إكمالهم الدورات.
 - إتاحة المنصة بعدة لغات لتصل إلى المسلمين الجدد والناطقين بغير العربية.
- التأثير المتوقع:** زيادة عدد المتابعين وتفاعلهم مع المحتوى، وتعزيز الوعي بالجمعية.

٢. تطبيق "سؤال وجواب" الفوري عن الإسلام

الفكرة: تطوير تطبيق يتيح للمهتمين بالإسلام طرح أسئلة مباشرة والحصول على إجابات موثوقة من علماء ومعلمين مؤهلين.

آليات التنفيذ:

- إضافة قاعدة بيانات للأسئلة الشائعة مع إجابات تفصيلية.
 - دمج خاصية دردشة مباشرة مع الخبراء في أوقات محددة.
 - إمكانية تسجيل الأسئلة الصوتية وتوفير إجابات مسموعة.
- التأثير المتوقع:** تحسين تجربة المستخدمين وتعزيز الثقة في الجمعية كمصدر موثوق للمعرفة.

٤. إطلاق بودكاست "رحلة الإيمان"

الفكرة: إنتاج سلسلة بودكاست تستضيف علماء وشخصيات مؤثرة لمناقشة مواضيع إسلامية معاصرة وقضايا تهم المسلمين الجدد بمختلف اللغات.

آليات التنفيذ:

- نشر الحلقات على منصات البودكاست الشهيرة مثل Spotify و Apple Podcasts.
 - الترويج للحلقات عبر وسائل التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني.
 - تخصيص حلقات تجيب عن أسئلة المستمعين.
- التأثير المتوقع:** الوصول إلى جمهور أوسع وجذب فئات عمرية مختلفة.

٣. حملة تفاعلية على وسائل التواصل الاجتماعي بعنوان "اكتشف نور الإسلام"

الفكرة: تنظيم حملة تفاعلية عبر المنصات الرقمية تركز على نشر قصص ملهمة لأشخاص دخلوا الإسلام أو تغيرت حياتهم بسبب تعاليمه.

آليات التنفيذ:

- استخدام الفيديوهات القصيرة والمنشورات التفاعلية.
 - إنشاء هاشتاغ خاص للحملة مثل #نور_الإسلام.
 - تحفيز المتابعين لمشاركة تجاربهم وقصصهم الشخصية مع الإسلام.
- التأثير المتوقع:** زيادة التفاعل مع محتوى الجمعية وتوسيع دائرة المهتمين بالدعوة.

المنصات والحملات
وتكتيكات العمل عليها

الحملة الأولى: حملة "خير لا ينقطع" (الهدف: رفع الوعي وزيادة المتابعين)

تفاصيل الحملة

- **الهدف:** استهداف الجمهور المحلي في مكة المكرمة والمملكة عمومًا، لتعريفهم بأنشطة الجمعية وأثرها المجتمعي.
 - **الفكرة المحورية:** تسليط الضوء على أهمية الدعوة كصدقة جارية وتأثيرها المستدام على الأفراد والمجتمع.
 - **الفئة المستهدفة:** الشباب والبالغون (١٨-٤٥ عامًا)، مع التركيز على المهتمين بالعمل الخيري والإسلامي.
 - **سلوجن الحملة (الشعار):** "ساهم في نشر الخير، وكن جزءًا من صدقة جارية لا تنقطع."
- الأنشطة:**

١. إعلانات ممولة عبر انستقرام، و اكس:

١. استهداف الجمهور المهتم بالأنشطة الخيرية.
٢. فيديو قصير (٣٠ ثانية) يُظهر مشاريع الجمعية وأثرها الإيجابي.
٣. دعوة للتفاعل مع الحساب ومتابعته لمزيد من المعلومات والمشاركة.

٢. مسابقة تفاعلية:

١. طرح سؤال ديني يوميًا مع جائزة رمزية (مثل اشتراك مجاني في دورات دعوية أو كتاب إسلامي).
٢. الإعلان عن الفائز عبر القصص Stories لتعزيز التفاعل.

٣. مشاركة قصص النجاح:

١. نشر قصص مستفيدين تأثروا بأنشطة الجمعية.
٢. استخدام الفيديوهات والصور المميزة لجذب الانتباه.

الأدوات المستخدمة:

- **Canva:** لتصميم الإعلانات والبنرات البصرية.
- **Google Ads & Meta Ads Manager:** لإطلاق الإعلانات الممولة.
- **Hootsuite:** لجدولة المحتوى وتتبع الأداء.
- **Instagram Insights و Twitter Analytics:** لتحليل التفاعل ونمو الحساب.

الحملة الثانية: حملة "أجر الدعوة" (الهدف: بناء قاعدة متابعين مخلصين)

تفاصيل الحملة:

- الهدف: تعزيز الربط العاطفي مع الجمعية وزيادة المتابعين المهتمين بالمحتوى التوعوي.
- الفكرة المحورية: التشجيع على دعم جهود الدعوة من خلال التفاعل ونشر الرسالة الدعوية عبر المنصات الرقمية.

الأدوات المستخدمة:

- **Adobe Premiere Rush:** لتحرير الفيديوهات القصيرة.
- **Buffer:** لتخطيط ونشر السلسلة الأسبوعية.
- **Social Blade:** لمتابعة نمو الحساب وعدد المتابعين.
- **Instagram Live وTwitter Spaces:** لتنفيذ البث المباشر.

• **الفئة المستهدفة:** الأسر، والمهتمون بالثقافة الإسلامية والعمل التطوعي.

• **سلوجن الحملة (الشعار المستخدم):** "كن داعيةً بكلمة وشاركنا الأجر."

الأنشطة:

١. سلسلة محتوى أسبوعية:

١. نشر فيديوهات قصيرة Reels حول قيم الإسلام وأثر الدعوة.

٢. إضافة عبارات تشجيعية مثل: "كل مشاركة هي خطوة لنشر الخير."

٢. شراكات مع مؤثرين:

١. التعاون مع شخصيات إسلامية مؤثرة (مثل الدعاة أو المؤثرين المهتمين بالعمل الخيري) للترويج للحملة عبر حساباتهم.

٣. الهاشتاج المخصص:

١. إطلاق هاشتاج خاص مثل: #أجر_الدعوة_مع_الدعوة في الشرائع.

٢. دعوة المتابعين لاستخدام الهاشتاج عند نشر المحتوى الخاص بالحملة.

٤. بث مباشر تفاعلي:

١. بث مباشر مع أحد مسؤولي الجمعية يتحدث فيه عن المشاريع الحالية وخطط المستقبل.

٢. فتح المجال للأسئلة والتفاعل المباشر.

تقسيم المحتوى بناء على لوغاريتمات كل منصة

- الفيس بوك: من ٢ إلى 3 اسبوعياً.
- تيك توك - سناب شات: يمكن أن يتم تغذيتها كل يوم، لكنها منصة تواجد، لذا سينشر عليها جميع الريلز الخاصة بالعلامة
- تويتر: يمكن النشر اليومي عليه، بأكثر من تويته، لكن هو منصة تفاعل، لذا سنقوم بتدشين هاشتاج، وكتابة كل التويتات الخاصة بالخدمات الخاصة بالعلامة التجارية، وتضمين رسالتها.
- انستقرام: يومياً لمدة ثلاث شهور .. من بينهم رييلز وستوريز، مع اختيار هاشتاجز مناسبة للعلامة التجارية.
- ملحوظة/ منصة انستقرام ستفيد مستقبلاً في عمليات التحول المباشر للعملاء صغار السن، لذا سيكون التركيز عليها أكبر من حيث التفاعل وميزانية الإعلانات.
- هام للغاية: عمل دعاية عن طريق شراكات مع مواقع تتحدث عن خبرات الحج والعمرة، لكتابة مقالات حسنة السمعة عن العلامة التجارية.. حتى تزيد من ثقة الجمهور المستهدف.
- بخصوص آليات قياس الإعلانات فهي متغيرة بصورة مستمرة، وتعتمد على تحديثات جميع المنصات بصورة شهرية، وما يتبعها من طرق، لذلك أنصح بعمل AB TEST بمبلغ بسيط على الإعلان قبل إعماده كإعلان واقوم بصرف باقي الميزانية عليه.
- كما أنني أنصح أيضاً بمتابعة التحديثات الجديدة للمنصات الرقمية من خلال هذا الموقع: <https://www.socialmediatoday.com/>

الخطوات المتبعة في مرحلة التوعية "أول ثلاث شهور":

هناك خطوتين رئيسيتين يجب أن تقوم بها الشركة بالتوازي:

- عمل موقع والاهتمام بتحسين محركات البحث، لذلك سيحتاج الموقع لخبير SEO للعمل على تحسين الموقع عبر محركات البحث.
- يحتاج الموقع لكاتب محتوى دعائي يعمل جانباً إلى جنب مع خبير الـ SEO، لتقديم مواضيع مختلفة جاذبة للجمهور ليبقى أطول فترة ممكنة بالموقع مما سيحسن تجربة المستخدم عليه، ويزيد من ثقة الجمهور بالشركة وحجزهم من خلال الموقع الالكتروني، أو على الأقل سيكون مصدر موثوق به لدى الجمهور.
- نريد إنشاء مدونة شهرية حول موضوعات تخص الدعوة، لزيادة اهتمام الجمهور المستهدف بالمنصة وبالتالي زيادة الزوار للمنصة
- ملحوظة/ لن يتمكن جوجل من أرشفه موقع الدعوة في الشرائع بصفحاته وتصدرها محركات البحث قبل مدة لا تقل عن ٦ أشهر ولا تزيد سنة.. لذلك سنلجأ إلى الإعلانات المباشرة في أول ٦ شهور عبر جوجل إلى أن يتمكن الموقع من تصدر محركات البحث.

الموقع وكيفية أرشفته

ملحوظة/ كل ما سيتم ذكره في النقاط التالية، هو تبسيط لعملية أرشفه جوجل.

لكي يعرف جوجل بوجود موقعك ويرشحه لجمهورك عندما يبحث عن منتجات تبيعها.. لا بد بأن يقوم بعملية تسمى زحف "**Crawling**".

وفيها يمتلك جوجل مجموعة خوارزميات عنكبوتية، تسمى "**GoogleBots**" دورها يتلخص في البحث عن الروابط الجديدة في الويب، وعندما يجد أي رابط جديد،

يقوم بتحليله للتعرف على المحتوى، و إذا رأى أنه مفيد سيقوم بأرشفته في جوجل حسب الكلمات المفتاحية التي اكتشفتها، لتساعد البحث عن الخدمة أو المنتج في

الوصول للموقع.

لذلك فأي موقع، يحتاج لأرشفه جوجل، كي يسهل على الجمهور الوصول إليه، وهنا يأتي دور SEO

وهي عمليات يقوم بها مختص تسمى "تحسين محركات البحث"، وفيها يكون دوره الأساسي هو تحسين جميع صفات البحث للموقع عن طريق "اختيار كلمات مفتاحية

مناسبة"، وعمل مقالات بهذه الكلمات المفتاحية؛ هدفها الأساسي جذب الجمهور، وزيادة نسبة زيارته لموقعك.. مما يحسن من نتائج محركات البحث.

خطوات وآليات العمل على تحسين محركات البحث SEO

الهدف من استراتيجية SEO: زيادة ظهور موقع جمعية الدعوة في الشرائع على محركات البحث، لجذب المزيد من الزوار المهتمين بالدعوة والخدمات المجتمعية، وتعزيز التفاعل الرقمي مع المحتوى.

خطوات التنفيذ وآليات العمل

١. البحث والتحليل

الخطوات:

- تحليل الموقع الحالي: استخدام أدوات مثل: Google Search Console و Google Analytics لتقييم الأداء الحالي (الزيارات، معدل الارتداد، الكلمات المفتاحية الحالية).
- البحث عن الكلمات المفتاحية: استخدام أدوات مثل: Google Keyword Planner و Ahrefs للبحث عن كلمات مفتاحية مرتبطة بالدعوة الإسلامية مثلاً: "الدعوة إلى الإسلام"، "خدمات الجاليات الإسلامية"، "التبرعات الخيرية".

آليات العمل:

- إنشاء تقرير شامل عن الكلمات المفتاحية المستهدفة.
- ترتيب الكلمات المفتاحية حسب الأولوية (المنافسة، حجم البحث، العلاقة بالمجال).

٢. تحسين الموقع On-Page SEO:

الخطوات:

١. تحسين عناوين الصفحات: صياغة عناوين جذابة تحتوي على الكلمات المفتاحية (مثال: "خدمات الدعوة الإسلامية في مكة - جمعية الدعوة في الشرائع").
 ٢. وصف الميتا **Meta Description**: كتابة أوصاف تحتوي على الكلمات المفتاحية وتلخص محتوى الصفحة لجذب الزوار.
 ٣. هيكلية المحتوى:
 ١. تقسيم المحتوى باستخدام العناوين الفرعية H1, H2, H3.
 ٢. التركيز على الكلمات المفتاحية في أول ١٠٠ كلمة.
 ٤. تحسين الصور:
 ١. تقليل حجم الصور دون التأثير على جودتها لتحسين سرعة الموقع.
 ٢. إضافة نصوص بديلة Alt Text تحتوي على الكلمات المفتاحية.
- روابط داخلية **Internal Linking**: ربط الصفحات ذات الصلة داخل الموقع لتحسين تجربة المستخدم.
- تحسين سرعة الموقع:
- استخدام أدوات مثل Google PageSpeed Insights لتحليل السرعة.
 - ضغط الأكواد CSS/JS وتقليل طلبات الخادم.
- آليات العمل:
- إعداد قائمة بالمشكلات التقنية وتحسينها.
 - رفع المحتوى المحسن باستخدام نظام إدارة المحتوى.

٣. بناء الروابط الخارجية Off-Page SEO

الخطوات:

١. إنشاء محتوى قيم: مثل مقالات حول أهمية الدعوة، قصص نجاح، واستراتيجيات التأثير المجتمعي.
٢. بناء شراكات: التواصل مع الجمعيات الأخرى والمؤسسات الخيرية لنشر محتوى أو تبادل الروابط.
٣. التواجد في الدلائل المحلية: تسجيل الموقع في دلائل الجمعيات المحلية (مثل دليل الجمعيات السعودية).
٤. النشر في المنتديات والمدونات: التركيز على مواقع النقاش المهمة بالدعوة.

آليات العمل:

- إنشاء خطة لنشر ٥ مقالات شهرية على مواقع خارجية.
- تخصيص موظف للتواصل مع الشركاء المحتملين.

٤. تحسين تجربة المستخدم UX/UI

الخطوات:

١. تحسين التصميم ليكون متجاوبًا مع جميع الأجهزة (Responsive Design).
٢. تسهيل التنقل داخل الموقع (Navigation).
٣. إضافة خاصية البحث الداخلي.

آليات العمل:

١. اختبار الموقع عبر أدوات مثل Hotjar لتحليل سلوك الزوار.
٢. جمع تعليقات المستخدمين وتحسين التجربة بناءً عليها.

٥. مراقبة الأداء والتقارير Monitoring & Reporting

الخطوات:

- تتبع ترتيب الكلمات المفتاحية باستخدام أدوات مثل SEMrush.
- مراقبة حركة المرور باستخدام Google Analytics.
- إعداد تقارير شهرية عن الأداء (زيارات الموقع، معدل التحويل، ترتيب الكلمات).

آليات العمل:

- اجتماع شهري لمراجعة التقرير وتحديد النقاط التي تحتاج تحسينًا.

ملحوظة: هذه الخطة بكل ما تشمله من خطوات تنفيذها تحتاج لمتخصص في تحسين محركات البحث مسؤول عن امور الموقع وكاتب محتوى مسؤول عن النشر.

عناوين مقترحة لمقالات على الموقع

عناوين تساعد في نشر اسم الجمعية

١. "أهمية الدعوة الإسلامية: دور جمعية الدعوة في الشرائع في نشر رسالة الخير"
يتناول أهداف الجمعية وتأثيرها المجتمعي لتعزيز الوعي بالدعوة الإسلامية.
٢. "كيف يمكن للجاليات الإسلامية في المملكة المشاركة في الأنشطة الدعوية؟"
يركز على الأنشطة والخدمات المقدمة للجاليات وكيفية الاستفادة منها.
٣. "الدعوة الرقمية: تطورات وأساليب حديثة لتعزيز التأثير الدعوي"
يعرض دور التكنولوجيا والمنصات الرقمية في نشر الدعوة ويبرز جهود الجمعية.
٤. "قصص نجاح من ميدان الدعوة: كيف أحدثت جمعية الدعوة في الشرائع فرقاً حقيقياً؟"
يسلط الضوء على قصص مؤثرة تعكس نجاحات الجمعية في تحقيق أهدافها.
٥. "دليل التبرع الإلكتروني: كيف تدعم جمعية الدعوة في الشرائع بسهولة وأمان؟"
يركز على توعية الجمهور بكيفية التبرع عبر المنصات الإلكترونية بطريقة ميسرة.
٦. "أفضل الأنشطة الخيرية لدعم المجتمع: برامج جمعية الدعوة في الشرائع المميزة"
يعرض البرامج والمبادرات الخيرية التي تديرها الجمعية مع تفاصيلها.
٧. "دور الجمعيات الدعوية في تحقيق رؤية المملكة ٢٠٣٠"
يربط بين أهداف الجمعية وأهداف رؤية ٢٠٣٠ لتعزيز المحتوى الوطني.
٨. "5 خطوات سهلة للمشاركة في أنشطة جمعية الدعوة في الشرائع التطوعية"
يشجع على التطوع من خلال تقديم دليل بسيط ومباشر.
٩. "الوقف الخيري: مفهومه وأهميته في دعم الدعوة الإسلامية"
يسلط الضوء على الأوقاف وكيف تسهم في تمويل مشاريع الجمعية.
١٠. "كيفية التواصل مع جمعية الدعوة في الشرائع: خدماتنا ودعمنا للمجتمع"
يوضح طرق التواصل مع الجمعية ويبرز خدماتها لتسهيل الوصول.

عناوين بالانجليزية تساعد في ظهور موقعنا للأجانب الذين يبحثون عن أمور تخص الدعوة الإسلامية

1. "The Five Pillars of Islam: A Simplified Guide for New Muslims"
(Explains the five pillars of Islam in an easy-to-understand manner for beginners.)
2. "How to Start Your Journey with the Quran? Tips for Beginners"
(Guides those seeking to learn how to read and reflect on the Quran.)
3. "The Meanings of Allah's Beautiful Names and Their Impact on a Muslim's Life"
(Highlights Allah's attributes and how they reflect His greatness and mercy.)
4. "Prophets' Stories for Kids: Teaching Islam in a Simple and Engaging Way"
(Focuses on simplified stories of the prophets tailored for children.)
5. "The Virtue of Prayer in Islam: A Path to Serenity and Tranquility"
(Encourages prayer by highlighting its importance and benefits in a Muslim's life.)
6. "The Interpretation of Ayat al-Kursi and Its Profound Secrets"
(Provides an in-depth explanation of Ayat al-Kursi and its significance.)
7. "How to Learn Arabic to Understand the Quran?"
(Helps non-Arabic speakers learn the language to better understand Islamic texts.)
8. "Daily Supplications from the Sunnah: Essential Duas for Every Muslim"
(Compiles a selection of prophetic supplications to deepen religious connection.)
9. "Fasting: Its Spiritual and Physical Benefits in Islam"
(Explains the importance of fasting in Islam and its personal benefits.)
10. "A Guide to Hajj and Umrah: Step-by-Step Instructions for New Muslims"
(Outlines the process of performing Hajj and Umrah in a clear and simple manner.)

تخصيص الموارد (خطة مالية ٢٠٢٥ - ٢٠٢٧)		
المصدر	الدخل / التكلفة (بالريال السعودي)	ملاحظات
دخل الوقفين	1,400,000 - 1,600,000	الدخل الثابت من الوقفين.
دخل برج الساعة	1,000,000	الربح السنوي من التسويق في برج الساعة.
دخل المتجر الالكتروني	300,000 - 500,000	تقدير مبدئي بناءً على تسويق إضافي.
إجمالي الدخل السنوي	2,700,000 - 3,100,000	-----
النفقات السنوية	-----	-----
الرواتب	1,100,000	تكلفة الرواتب للموظفين.
المصاريف التشغيلية الأخرى	500,000	تشمل إيجارات، صيانة، وتكاليف إدارية.
إجمالي النفقات السنوية	1,600,000	-----
الفائض السنوي المتوقع	1,100,000 - 1,500,000	يستخدم لتحقيق أهداف الجمعية وتطويرها.

تخصيص الموارد (خطة مالية ٢٠٢٥ - ٢٠٢٧)

المجال	النسبة المئوية	المبلغ (بالريال السعودي)	ملاحظات
توسيع الأنشطة الدعوية	25%	275,000 - 375,000	لتمويل الحملات والمبادرات الجديدة.
تطوير الوقف وزيادة الإستدامة	30%	330,000 - 450,000	لإنشاء أو شراء أوقاف جديدة لتعزيز الدخل.
التسويق الرقمي والتوسع	20%	220,000 - 300,000	لتطوير المحتوى الرقمي والحملات الإعلانية.
البرامج التدريبية والتأهيلية	15%	165,000 - 225,000	تدريب الموظفين والمتطوعين.
الاحتياطات والطوارئ	10%	110,000 - 150,000	لتغطية أي احتياجات طارئة أو أزمات.

السنة الأولى (٢٠٢٥):

- ١. التركيز على تحسين الدخل الثابت:
 - ١. استثمار الفائض في زيادة فعالية الوقفين.
 - ٢. زيادة الترويج للمتجر الإلكتروني لتحقيق أرباح أعلى.
- ٢. التوسع في الأنشطة الدعوية:
 - ١. تخصيص ٣٠٠,٠٠٠ ريال لتنظيم ١٠ برامج دعوية جديدة.
 - ٢. دعم حملات دعوية رقمية فرعة.
- ٣. إطلاق مبادرات جديدة:
 - تخصيص ٢٠٠,٠٠٠ ريال لبرامج تدريبية للمتطوعين.

السنة الثانية (٢٠٢٦):

- ١. إطلاق وقف جديد:
 - تخصيص ٤٥٠,٠٠٠ ريال لدراسة وإنشاء وقف جديد.
- ٢. زيادة الإنفاق على التسويق الرقمي:
 - زيادة ميزانية التسويق الرقمي إلى ٣٥٠,٠٠٠ ريال لتحسين الوصول.
- ٣. التوسع في الشراكات:
 - تخصيص ١٥٠,٠٠٠ ريال لتفعيل شراكات جديدة مع الشركات والبنوك التنموية.

السنة الثالثة (٢٠٢٧):

- ١. تعزيز استدامة الموارد:
 - تخصيص ٥٠٠,٠٠٠ ريال لتحسين إدارة الوقفين الحاليين وزيادة دخلهما.
- ٢. زيادة برامج التأثير المجتمعي:
 - استثمار ٤٠٠,٠٠٠ ريال في مبادرات تعزز الوعي المجتمعي بالدعوة.
- ٣. إنشاء صندوق احتياطي قوي:
 - تحويل ٢٠٠,٠٠٠ ريال إلى صندوق الاحتياطيات.

شكرًا على وقتكم،

لكم كل التوفيق.