



حملة الربع الأخير لعام ٢٠٢٣م

ختامها مسك ونورٌ وثواب،
وما هي إلا امتداد للعطاء والسخاء



أولاً —

نقطة البداية

ثانيًا —

نطاق الحملة

ثالثًا —

أهداف الحملة

رابعًا —

الفئة المستهدفة

خامسًا —

التوجّهات الإبداعية

سادسًا —

الفكرة العامة للمخرجات

سابعًا —

خطة سير الحملة



نقطة البداية –

تنطلق حملة الربع الأخير من عام ٢٠٢٣ بمحيطٍ وافر ومتنوع الأهداف، حيث نسعى بها لتسليط الضوء على بعض منتجات الجمعية (على سبيل المثال لا الحصر: كسوة الشتاء، احتياجات الأسر، مسكن ومستقر)، بالإضافة إلى التعريف بإطلاق حملات التبرع الخاصة عبر المنصة ورفع الوعي بماهية الجمعية ومشاركة مُختلف قصص النجاح

نطاق الحملة

أولاً – رفع الوعي (الثقافة والمعرفة)

- ◆ التعريف بجمعية إنسان، وإبراز أهدافها ومسعاها
- ◆ تعزيز أثر التبرع على الفرد خاصة والمجتمع عامة
- ◆ سرد قصص النجاح بمختلف مناحيها بالتنسيق مع إدارة الاتصال المؤسسي.

ثانياً – رفع المبيعات (المشاريع)

- ◆ مشروع كسوة الشتاء
- ◆ احتياجات الأسر
- ◆ مسكن ومستقر
- ◆ إطلاق حملات التبرعات الخاصة
- ◆ إطلاق منتج خاص بيوم الجمعة وربطه مع أحد المشاريع مثل (حالات الأسر - مسكن ومستقر - كفالة أم اليتيم)



أهداف الحملة

- ◆ تنمية الموارد المالية للمساهمة في تحقيق ما تبقى من المستهدف العام
- ◆ رفع الوعي بالجمعية، وتعزيز قيمها وأهدافها ومبادئها
- ◆ التسويق لمشروع كسوة الشتاء مع بداية موسمه
- ◆ التسويق والتعريف بحملات التبرع الخاصة
- ◆ تبسيط رحلة التبرع في نظر الفرد وتسهيلها بأسلوبٍ لافت
- ◆ تطوير الفئة المستهدفة في الجمعية عبر استقطاب فئة جديدة



الفئة المستهدفة

أولاً -

فئة جديدة من المتبرعين

كثير منهم يسعى للخير؛ سواءً أكان يسيرًا أم عسيرًا، وفي هذه الحملة نسعى أن نرشدهم لسبيل التبرع اليسير ووفير الأثر بحول الله وقوته عبر تبسيط آليته وسهولة سُبل الوصول إليه. بالإضافة إلى تعزيز الترابط بين أفراد المجتمع للحث على إطلاق حملات التبرع الخاصة وهذا يساعد التسويق عبر الغير وإضافة متبرعين جدد.

وما بعد ذلك -

مجتمع إنسان الحالي

يهدف جزء من الحملة بتذكير المحسنين باستمرار ما عهدته الجمعية منهم، وذلك عبر مشاركتهم مختلف المنشورات بالاعتماد على قاعدة البيانات التي تمتلكها الجمعية في الإدارة والفروع.



التوجّهات الإبداعية

توجهات الحملة _

#أدرك_ حاجتهم_ تُدرك_ حاجتك

امتدادًا للحملة السابقة، يمكن اختيار هذا التوجّه لهدف توحيد الرسالة وتلقيها/ترسيخها في ذاكرة كل من يراها، لتشكل بذلك وسماً تابعاً للجمعية وملازمًا لها في مختلف حملاتها ومشاريعها أيًا كانت رسالتها.



الفكرة العامة للمخرجات والفيديو

مسار الحملة الرئيسي -

لنمن أبحاث إنسان على أحيائه

مسار الحملة الرئيسي -

لغرض استهداف منتج جديد

وحتى ذلك اليوم..

ترقبوا مزيدًا من الإبداع

في الإعلان
إنسان
على وسائل

وفي ال
الحا

يمكن
بإطلاق
الحاجة
تخصيص



خطة سير الحملة —

نهاية الحملة	مساحة شاغرة لأي مشروع إضافي آخر على سبيل المثال لا الحصر (مشروع الجمعة)	التعريف والتثقيف بكل ما يخص حملات التبرع الخاصة	استعراض لحالات احتياجات الأسر+ مسكن ومستقر + كفالة أم اليتيم	التركيز على مشروع كسوة الشتاء	إطلاق الحملة
--------------	--	---	--	-------------------------------	--------------

٣١
ديسمبر

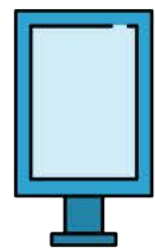
بالتعاون مع الاتصال المؤسسي يمكن التعريف بالجمعية وربطها بالمؤسس، بالإضافة إلى إبراز قصص النجاح وتعزيز أثرها على الفرد والمجتمع ككل

٢٣
أكتوبر
٥
نوفمبر

نظرًا لتحديد موعد حفل الزواج الجماعي يوم الأحد الموافق ٢٩ أكتوبر والذي يسبقه نشر إعلامي ومواد إعلامية مكثفة خاصة بهذه المناسبة، ولعدم التعارض بين حدث مهم لدى الجمعية والحملة ومشروع كسوة الشتاء فقد تم تأجيل موعد إطلاق حملة الربع الأخير حتى ٥ نوفمبر

• قنوات نشر الحملة •

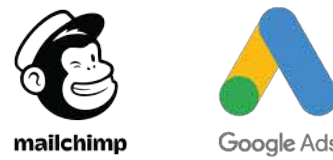
اللوحات الاعلانية



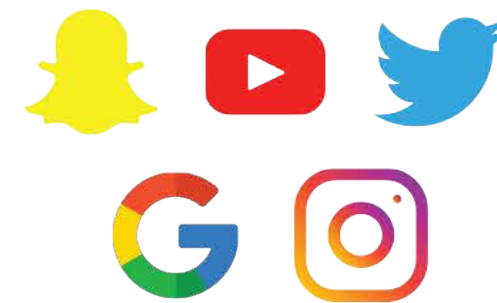
الصحف المحلية والالكترونية



التسويق الالكتروني (الرقمي)



منصات التواصل الاجتماعي



فروع الجمعية



21 فرع

تنويه:

يؤخذ بعين الاعتبار أن سرد المشاريع أعلاه لا يشترط الالتزام بالترتيب ذاته، بل يُعنى بتأطير نطاق الحملة وفق المدة الزمنية المتوقعة، علماً بأن استحقاق كل مشروع لفترة محددة يقاس وفق ما تؤول إليه الأرقام والنسب والاحتياج الكافي لتحقيق التوقعات المدروسة.



لنكن على صلة!

نرعى ونعين ونحتسب ثوابًا عظيمًا