جمعية نبع
رقم الترخيص 1832

التقرير الختامي

لحملة سقيا نبع

للعام 1443 هـ

Nabae_sa 0582493773


بسم الله الرحمن الرحيم


قال ﷺ:
«أفضل الصدقة سقي الماء»

مقدمـــة

- فكرة الحملة:

إقامة حملة تسويقية في شهر رمضان المبارك وصناعة محتوى مخصص لصالح جمعية نبع لخدمات المياه، من خلال رسالة تسويقية واضحة المعالم، تهدف إلى تحقيق عدد من الأهداف، بقيادة فريق عمل متخصص.

- أهداف الحملة:



تحقيق المستهدف المالي



بناء قاعدة بيانات للمتبرعين



تمكين فريق العمل في إدارة الحملات التسويقية

- المشاريع المستفيدة من الحملة:



مشاريع السقيا في المساجد.



مشاريع السقيا في مخيمات إفطار الصائمين.



مشاريع السقيا في الأماكن العامة.



مشاريع تحلية المياه.



مشاريع حفر وصيانة الآبار.

- الرسالة التسويقية:

المساهمة في سقيا الماء في المنطقة الشرقية من خلال: السقيا في المساجد ومخيمات إفطار الصائمين والأماكن العامة، حفر الآبار وتحلية المياه.

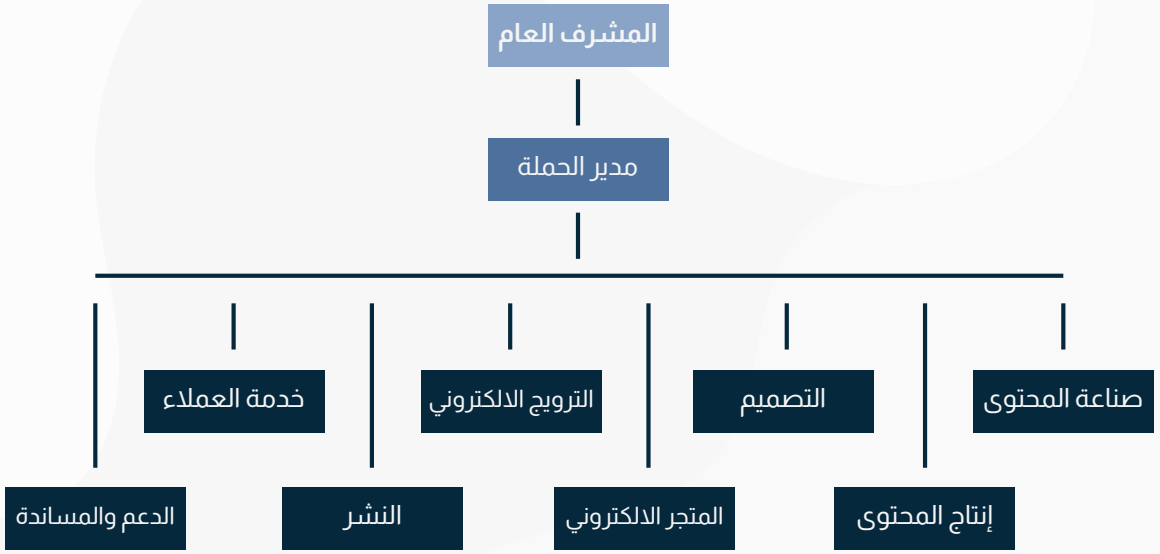
- مدة الحملة:

خلال شهر رمضان المبارك.

- تفاصيل الجمهور المستهدف:



- الهيكل التنظيمي:




تفاصيل الحملـة

- مسارات التسويق في الحملة:



الترويج المدفوع

عبر سناب شات



3
عدد الإعلانات المروجة

1,569,910
عدد مشاهدات الإعلان

17,851
عدد مرات السحب للأعلى

عبر إعلانات قوقل



2
عدد الإعلانات المروجة

77,000
عدد مرات ظهور الإعلان

8,300
عدد النقرات

عبر الرسائل النصية



22,800
عدد الرسائل النصية المرسلة

التسويق عبر أعضاء الجمعية العمومية

تعتمد فكرة التسويق عبر **أعضاء الجمعية العمومية** على صناعة منتجات خاصة تناسبهم ويتم تسويقه عليهم عبر مجموعة الواتس الخاصة بهم، وقد لاقى ذلك قبولا كبيرا من الأعضاء حيث تم افتتاح التبرعات الخاصة بالحملة من قبلهم، البالغ عددهم **18 عضو**.

التسويق عبر وسائل التواصل

تعتمد فكرة التسويق عبر وسائل التواصل على النشر اليومي، من خلال تغريدات مكتوبة تنشر عبر منصة تويتر ومنشورات مصممة تنشر عبر منصة انستقرام.

32
تغريدة

17
منشور

التسويق عبر أصدقاء نبع

تعتمد فكرة التسويق عبر **أصدقاء نبع** على تسويق ونشر مساندي ومحبي الجمعية لشبكة العلاقات المحيطة بهم، حيث بلغ عددهم **115 شخص**.

التسويق عبر مبادرة راحلون

وهي خدمة تمكن عموم الناس من إنشاء رابط تبرع خاص ومستقل باسم أحد من فقدوه وتوفاه الله، بحيث يقومون بنشر الرابط بين محبيه للتبرع عنه وتكون كصدقة جارية باسمه في مشاريع سقيا الماء.

إجمالي عدد فرص المبادرة = **66 فرصة**

التسويق الشخصي

تعتمد فكرة التسويق الشخصي على مساهمة منسوبي جمعية نبع لخدمات المياه؛ وذلك بإرسال منشورات الحملة التسويقية لشبكة العلاقات المحيطة بهم، ودلالتهم إلى المتجر الإلكتروني.

- الهوية البصرية للحملة:













- منتجات الحملة:



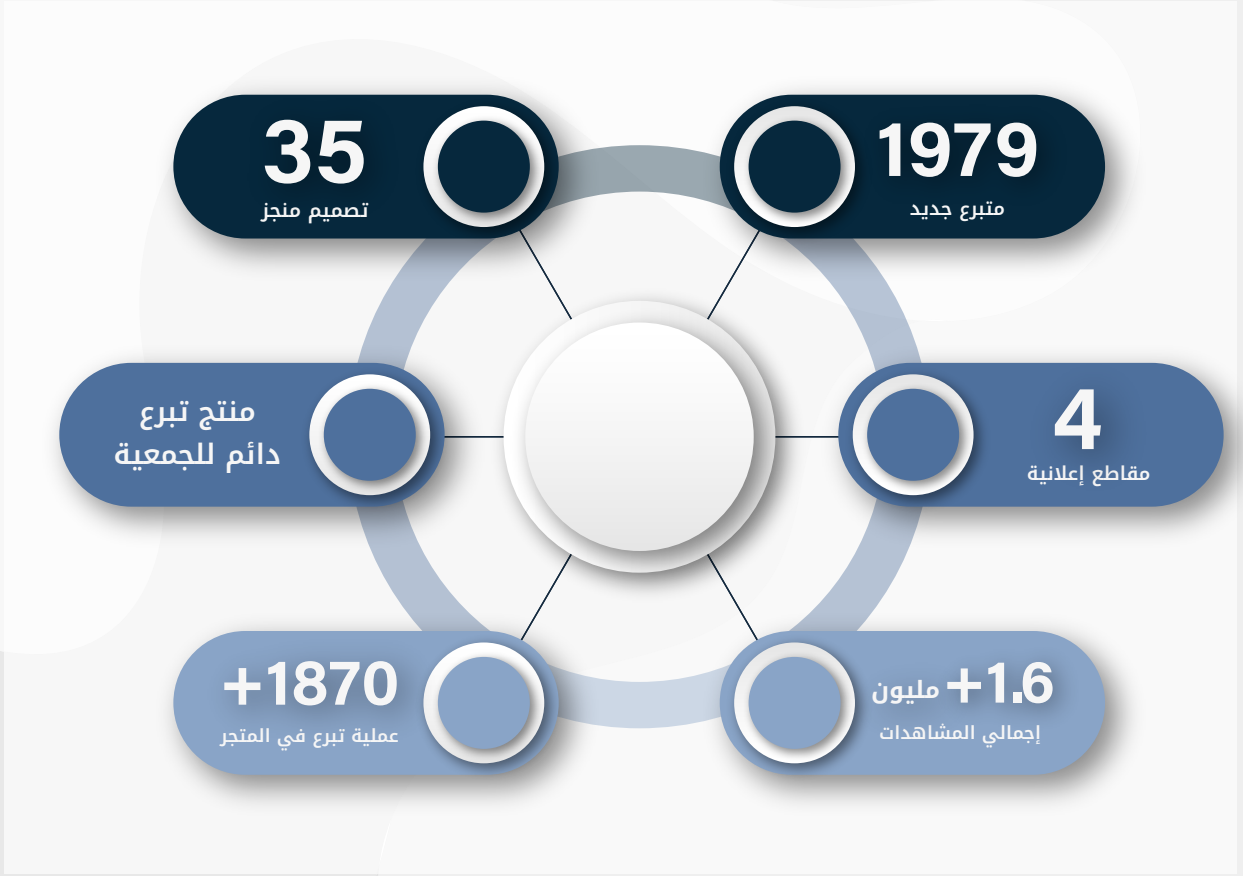








مخرجات الحملة



- مصروفات ترويج الحملة:

سناب شات	إعلانات قوقل
23,498.34 ريال	16,923.22 ريال

- الإيرادات المالية للحملة:

375,649 ريال

الإيراد العام للحملة

321,794 ريال

مبالغ التبرع عبر المتجر الالكتروني

53,855 ريال

مبالغ التبرع عبر التحويل البنكي



- تحقق أهداف الحملة:

تحقيق المستهدف المالي

تم تحقيق المستهدف المالي المتفق عليه مع زيادة قدرها 25% من المستهدف

بناء قاعدة بيانات للمتبرعين

تم بناء قاعدة بيانات لعدد 1979 متبرع ومتبرعة

تمكين فريق العمل في إدارة الحملات التسويقية

تم إشراك فريق عمل الجمعية في إدارة وتنفيذ الحملة وسيتم تسليم الفريق كامل الأدوات الممكنة للاستمرار.



التوصـــيات

- التوصيات:

1- البدء بإعداد الحملة قبل إطلاقها بوقت كافٍ، شهران قبل موسم رمضان على أقل تقدير؛ لإعداد المواد الإعلامية مبكرا واستغلال فترة بداية رمضان بالتسويق مباشرة وعدم الانشغال بمرحلة الإنتاج وقت مرحلة التنفيذ.

2- الاستمرار في تنمية قواعد بيانات المتبرعين عبر إقامة الحملات التسويقية.

3- أرشفة وتصنيف قواعد بيانات المتبرعين ليتم الاستفادة منها في الحملات التسويقية القادمة، عبر إعادة الاستهداف وتزويد المتبرعين بالتقارير الدورية.

4- إعادة التواصل مع المتبرعين الجدد لضم عدد منهم إلى أصدقاء نبع.

5- إعادة التواصل مع العملاء الذين قاموا بإنشاء فرص في مبادرة راحلون وحثهم وابتكار الوسائل المحفزة لهم ولمن خلفهم لإكمال هذه الفرص.

6- حفر بئر يجمع أسماء جميع المتوفيين في مبادرة راحلون، ثم القيام بإعادة التواصل مع كل من تبرع لهؤلاء المتوفين وترويدهم بالتقارير الدورية الخاصة بالبئر.

7- الاستفادة من أصدقاء نبع بالتواصل المستمر معهم وترويدهم بالتقارير الدورية وابتكار أفكار لزيادة ولائهم وانتمائهم للجمعية.

8- الاشتراك مع شركة رسائل نصية متمكنة لقياس الأداء بشكل واضح.

تم بحمد الله



جمعية نبع

رقم الترخيص 1832