تقرير حملة

جمعية الدعوة والإرشاد بالجبيل

لعام 1443هـ

جمعية تنمية الموارد المالية
Financial Resources Development Association

مقدّمة

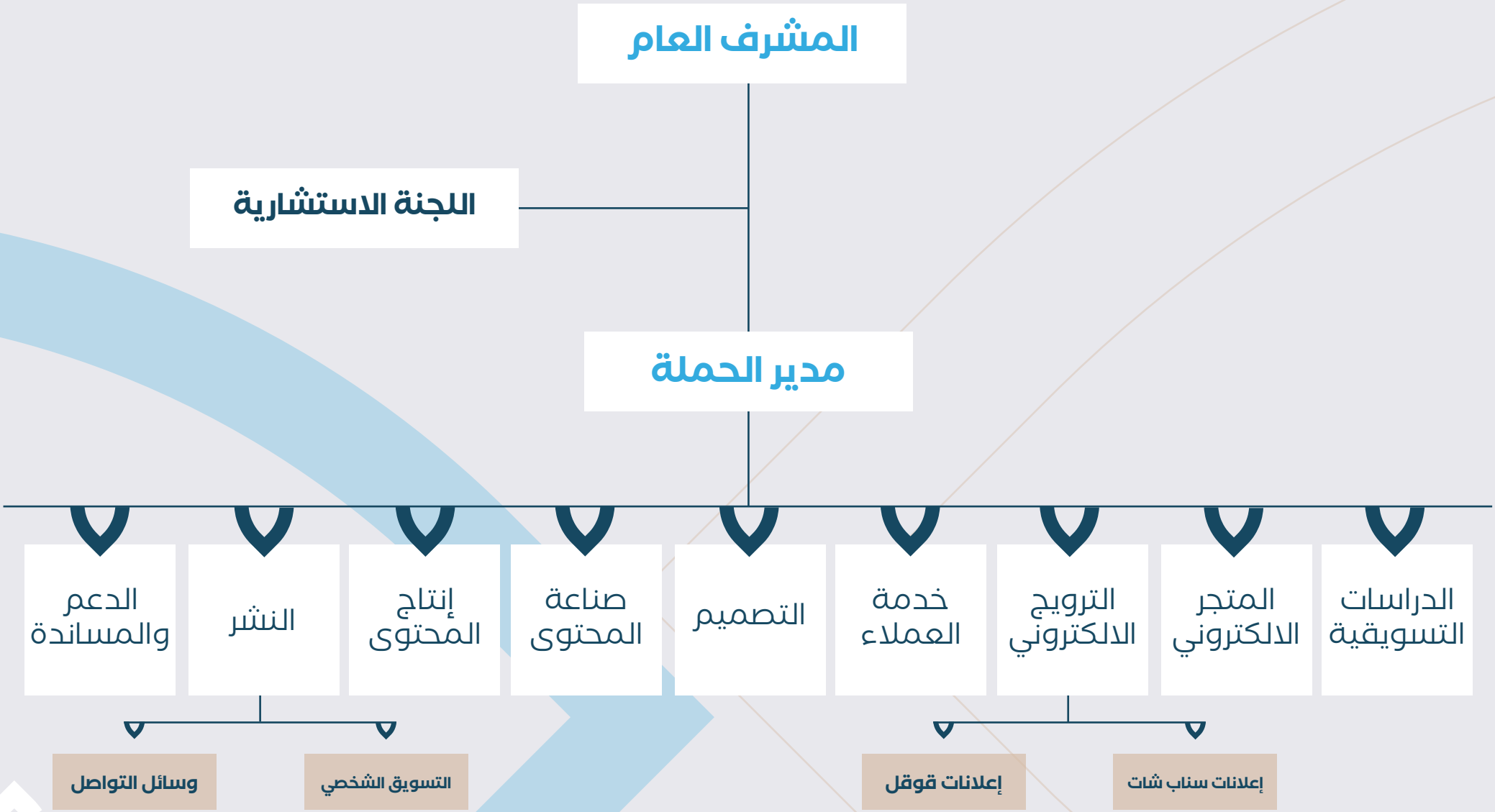
الفئة المستهدفة

مالكو القدرة الشرائية من
متوسطي الدخل من
المجتمع السعودي

مدة الحملة

من 1 رمضان 1443هـ
وحتى 1 شوال 1443هـ

طاقم الحملة


المشرف العام
اللجنة الاستشارية
مدير الحملة
الدراسات التسويقية
المتجر الالكتروني
الترويج الالكتروني
خدمة العملاء
التصميم
صناعة المحتوى
إنتاج المحتوى
النشر
الدعم والمساندة
إعلانات سناب شات
إعلانات قوقل
التسويق الشخصي
وسائل التواصل

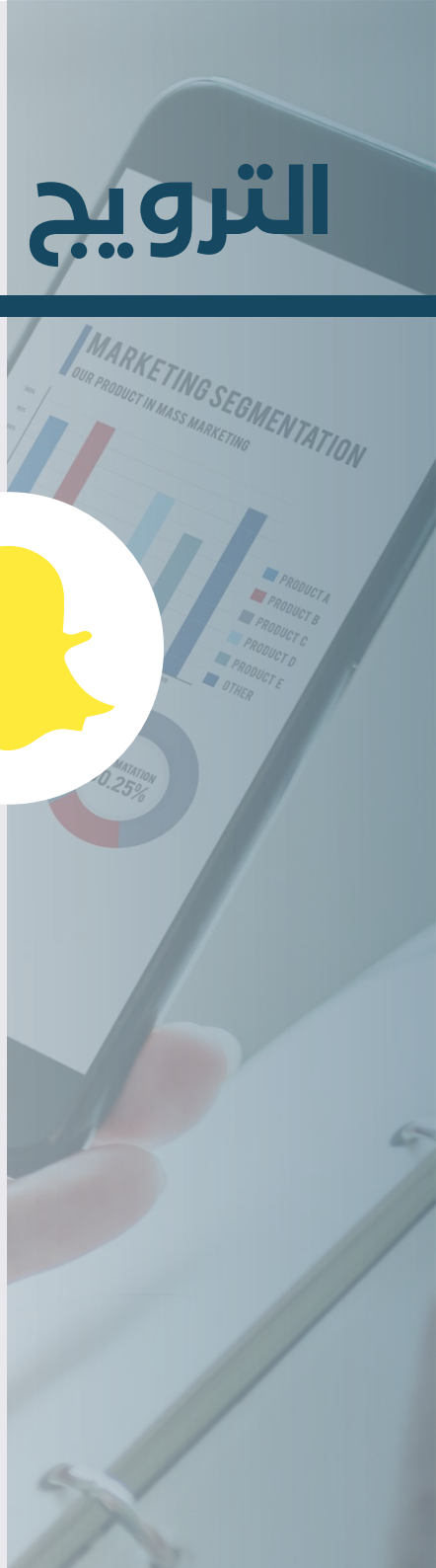
أقسام الحملة

- الترويج المدفوع
- التسويق الشخصي
- التسويق عبر سفراء الهدى
- التسويق عبر الشركات والهيئة الملكية
- التسويق عبر خدمات الجمعية
- التسويق عبر حفل الإعلاميين
- التسويق المجاني عبر وسائل التواصل

خدمة
(لقن مسلم جديد)

الترويج المدفوع

عبر سناب شات



عدد الإعلانات المروجة	8 إعلانات
عدد مشاهدات الإعلان	6,712,550 مشاهدة
عدد مرات السحب للأعلى	95,436 مرة
عدد طلبات التبرع	1,633 طلب

الترويج المدفوع

عبر إعلانات جوجل



عدد الإعلانات المروجة	2 إعلان
عدد مرات ظهور الإعلان	167,000 مرة
عدد النقرات	14,000 نقرة

الترويج المدفوع

عبر الرسائل النصية

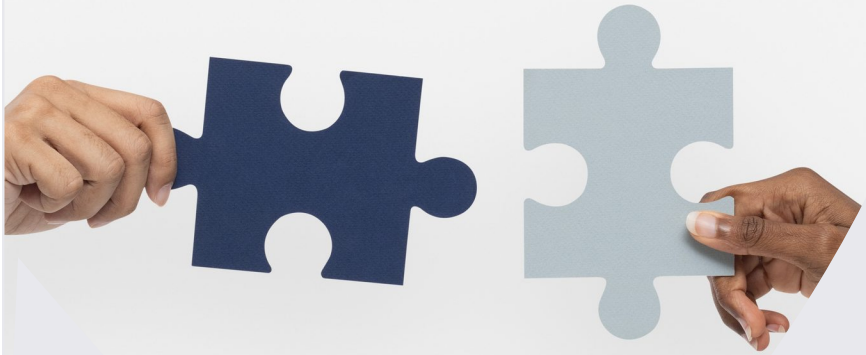


عدد الرسائل النصية المرسلة:

فور جوالي ـــــــــــــــــــــــــــــــ 295,154 رسالة

الإيراد المحقق = 43,751 ريال

التسويق الشخصي



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

الإيراد المحقق = 49,025 ريال

التسويق عبر سفراء الهدى

تعتمد فكرة التسويق عبر **سفراء الهدى** على تسويق ونشر مساندي ومحبي الجمعية لشبكة العلاقات المحيطة بهم، بلغ عددهم **100 شخص**.

الإيراد المحقق = 45,607 ريال

التسويق عبر الشركات والهيئة الملكية

تم التواصل مع **15 شركة** من شركات الجبيل لحثهم على المساهمة في الحملة وأبدت عدد من الشركات استعدادهم في المساهمة ولكن لضيق الوقت لم تتم ، كما تم التواصل مع الهيئة الملكية وتم اعتماد المساهمة في مشروع الدعوة الاستثماري.

التسويق عبر خدمات الجمعية

خدمة: لقّن مسلم جديد

أُطلقت خدمة تُمكّن المتبرعين من أن يخوضوا تجربة **تلقين مسلم جديد**، وهي تهدف إلى إشراك المتبرع في الأجر وتعميق الأثر في نفسه.



التسويق عبر حفل الإعلاميين

أُقيم حفل للإعلاميين؛ وذلك لوصول عدد المسلمين الجدد في الدعوة الإلكترونية **30,000 ألف مسلم جديد**، ويهدف الحفل لتبني الإعلاميين المشروع والمساهمة في النشر وتحقيق المستهدف، بلغ عدد الحضور **25 إعلاميًا**، كما تم التنسيق مع **فندق انتركونتيننتال الجبيل** لتوفير رعاية للحفل.



التسويق المجاني عبر وسائل التواصل الاجتماعي

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



عدد التغريدات

67

تغريدة



عدد المنشورات

54

منشورًا

الهوية البصريّة للحملة

بلغ عدد التصاميم المنجزة

150

تصميمًا

الهوية البصرية للحملة: تم ابتكار هوية للحملة لتكون بشكل عصري يناسب مستوى السوق التسويقي اليوم .

ألوان الهويّة:

نماذج وتطبيقات:









منتجات الحملة

منتجات الحملة

مشروع الدعوة الاستثماري

الباقات

100	250
500	1000

إفطار واستثمار

الباقات

136	550	1120

مسلم جديد على يدك

عدد المشاركين في المبادرة

105

مشارك

الإهداء

عددها	ما حققته
163	23,350

مخرجات الحملة

مخرجات الحملة

1,751
متبرع جديد

150
تصميم منجز

9
فيديوهات إعلانية

زيارة **25 إعلاميًا**
للجمعية وتغطيتها
ونشرها في وسائل
التواصل الاجتماعي

إجمالي المشاهدات

+10 مليون

مشاهدة

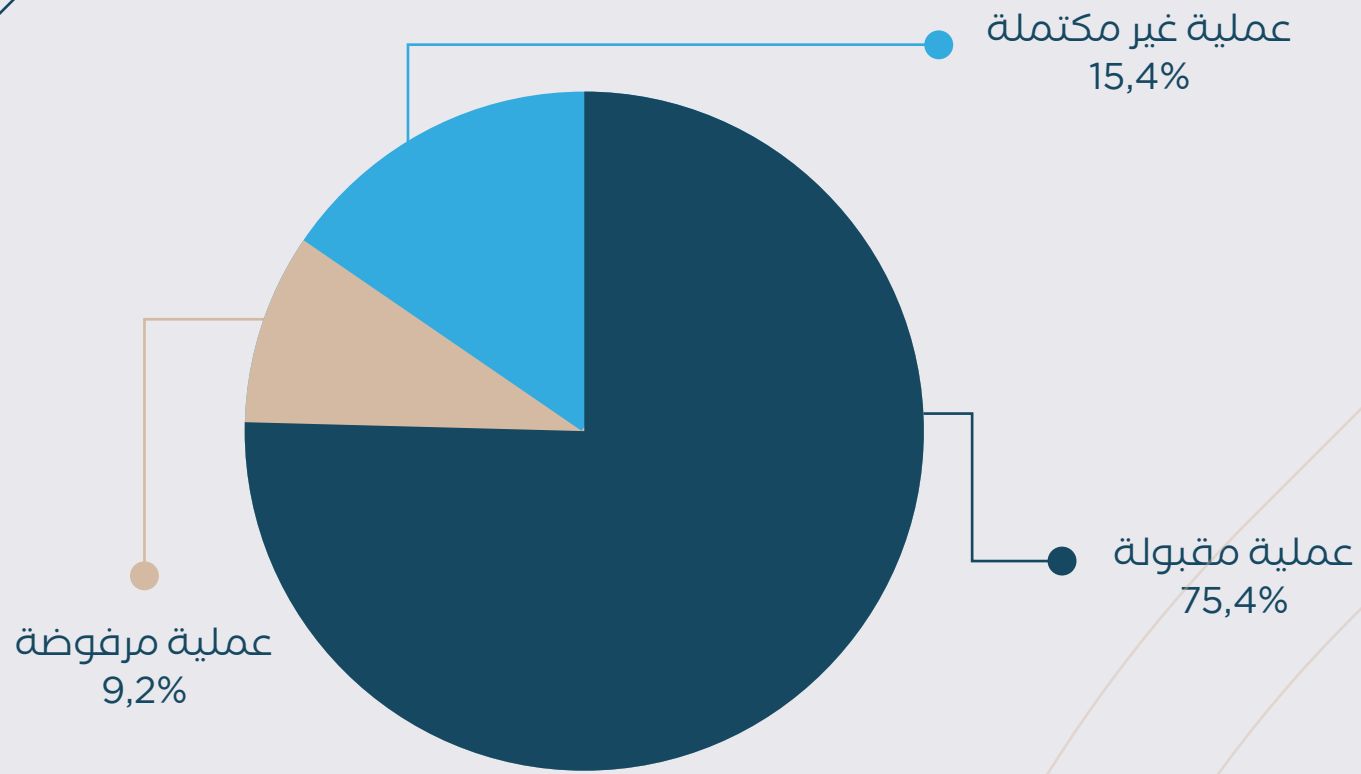
بلغ عدد عمليات التبرع
في المتجر الإلكتروني

3,000+

عملية

مخرجات الحملة

- إحصائيات عامة ومقارنات -



مصروفات ترويج الحملة

سناب شات

113,475.41 ريال

جوجل

19,101.62 ريال

الإيرادات المالية

الإيراد العام للحملة = 1,075,000 ريال	
مبلغ التبرعات عبر المتجر الإلكتروني	312,198 ريال
مبلغ التبرعات عبر التحويل البنكي	218,595 ريال
تبرعات كبار الداعمين	
544,207 ريال	

التوصيات

التوصيات

- 1 -

أخذت مرحلة توقيع الاتفاقية وقتًا أكثر من اللازم (ثلاثة أشهر تقريبًا)؛ مما أثر بشكل واضح في انطلاقة الحملة التسويقية، خصوصًا أن بداية شهر رمضان المنصرم هي الفترة الأكبر في تركز الوفرة المالية لدى الفئة المستهدفة.

التوصيات

- 2 -

تنمية قواعد البيانات وأرشفتها وتصنيفها؛ ليتم الاستفادة منها في الحملات التسويقية القادمة، كإعادة استهدافهم مرة أخرى وتزويدهم بالتغذية الراجعة خلال العام، حيث أن قاعدة البيانات السابقة والمسلمة من جمعية الدعوة غير فاعلة، حيث بلغ الإيراد خلال الأسبوع الأول من رمضان الذي تم استخدام قاعدة البيانات الخاصة بالجمعية فيه **390 ريالاً** فقط.

التوصيات

- 3 -

البدء بإعداد الحملة قبل إطلاقها بوقتٍ كافٍ، شهران قبل موسم رمضان على أقل تقدير؛ لإعداد المواد الإعلامية مبكرًا واستغلال فترة بداية رمضان بالتسويق مباشرة وعدم الانشغال بمرحلة الإنتاج وقت مرحلة التنفيذ، كما أثّر محور الشراكة مع الشركات؛ حيث أن نمط الشركات يقتضي التنسيق المبكر.

التوصيات

- 4 -

الاستفادة من المسجلين في سفراء الهدى بالتواصل المستمر معهم وتزويدهم بالتغذية الراجعة **لتكوين قاعدة متبرعين منتمين للجمعية**.

- 5 -

من الضروري جدًا **تغيير الهوية البصرية للجمعية**؛ لتكون مواكبة للمستوى الكبير الذي تقدمه الجمعية وعاكسًا لاحترافيتها.

التوصيات

- 6 -

وجود أكثر من حملة على حسابات الجمعية وبأكثر من هوية بصرية يضعف من الموثوقية ويضع علامات استفهام لدى الجمهور مما **يؤثر على الإيراد سلبًا** .

- 7 -

الاشتراك مع شركة رسائل نصية متمكنة لقياس الأداء بشكل واضح .

والحمدلله
ربّ العالمين



جمعية تنمية الموارد المالية

Financial Resources Development Association