

خطة اجمالية للموقع والمتجر لشهر يناير ٢٠٢٦،

وحسابات التواصل الاجتماعي

الخطة الشهر يناير ٢٠٢٦، بدمج كامل لحسابات التواصل الاجتماعي (تويتر/X، يوتيوب سناب، فيس بوك، انستقرام، واتساب، لينكد إن، توك توك، إلخ) فمواقع التواصل الاجتماعي هي "المحرك" الذي يضخ الزيارات إلى الموقع والمتجر، وبدونهما قد يظل الموقع معزولاً. مع توفير أفكار محتوى جاهزة لربط الجمهور بالموقع:

• الاستراتيجية: "من التصفح إلى الأثر"

تحويل المتابع من مجرد "متصفح" للمحتوى في منصات التواصل إلى "زائر" للموقع ثم "فاعل خير" في المتجر.

• الجدول الزمني الأسبوعي (يناير ٢٠٢٦) - نسخة التواصل والموقع

الأسبوع الأول (١ - ٧ يناير): التوحيد والتهيئة (Link in Bio)		
الهدف	توحيد الهوية الرقمية وجعل الوصول للمتجر بضغط زر واحدة	
مهام التواصل الاجتماعي		
المهمة	التوضيح	ملاحظات
تحديث الـ (Bio) في جميع الحسابات	وضع رابط مباشر للمتجر الإلكتروني (يفضل استخدام خدمة اختصار روابط مثل Linktree لتضمين رابط الموقع، المتجر، والواتساب).	
تصميم	"هايلايت" (Highlights) في انستقرام بعنوان "طرق التبوع" يشرح كيفية استخدام المتجر.	
المحتوى المقترح للنشر	تغريدة/بوست: "عام جديد، وبداية خير جديدة.. زر موقعنا بطلته الجديدة وتعرف على خطتنا لعام ٢٠٢٦ (رابط الموقع)".	
فيديو (Reel/TikTok)	فيديو سريع (٣٠ ثانية) يصور شاشة الجوال: "كيف تتبوع في ٣ خطوات عبر متجرنا الإلكتروني؟".	

الأسبوع الثاني (٨ - ١٤ يناير): المحتوى التعليمي والتقصي

الهدف	استخدام القصص في السوشيال ميديا لجذب القراء للمقالات والمشاريع في الموقع.
مهام التواصل الاجتماعي	
المهمة	التوضيح
نشر مقتطفات	"تشويقية" من مقالات الموقع. لا تضع القصة كاملة، بل قل: "لقراءة القصة كاملة ومشاهدة الصور، زوروا الرابط في البايو".
تخصيص يوم	(مثلاً الجمعة) للترويج لمنتج واحد محدد في المتجر (سهم الشتاء، كفالة يتيم..).
المحتوى المقترح للنشر	
إنفوجرافيك	"٥ مشاريع أنجزناها في ٢٠٢٥ بفضلكم" - ذيل التصميم بعبارة: "شاهد التقرير التفصيلي عبر موقعنا".
حالة واتساب	صورة مؤثرة لمستفيد مع عبارة: "ب ٥٠ ريال فقط تساهم في تفريج كربته.. الرابط هنا 🙏".
ملاحظات	

الأسبوع الثالث (١٥ - ٢١ يناير): التفاعل المباشر والإسناد

الهدف	تحويل الأسئلة والاستفسارات إلى زيارات للموقع.
مهام التواصل الاجتماعي	
المهمة	التوضيح
إطلاق فقرة	"سؤال وجواب" على ستوري انستقرام/سناپ شات. عند الإجابة على الأسئلة (مثل: كيف أكفل يتيم؟)، ضع رابط الصفحة المخصصة لذلك في المتجر مباشرة.
تخصيص يوم	(مثلاً الجمعة) للترويج لمنتج واحد محدد في المتجر (سهم الشتاء، كفالة يتيم..).
المحتوى المقترح للنشر	الرد على التعليقات في تويتر بأسلوب "أهلاً بك، يمكنك الاطلاع على كافة التفاصيل عبر هذا الرابط في موقعنا: [الرابط]".
	ثريد (سلسلة تغريدات): يشرح مشكلة مجتمعية تعالجها الجمعية، والتغريدة الأخيرة تكون الحل (وهو رابط المشروع في المتجر).
	رسالة برودكاست واتساب: "هل تعلم أن موقعنا يتيح لك الإهداء الخيري؟ تبرع باسم من تحب وستصله بطاقة تهنئة فور . جربها الآن: [الرابط]".
ملاحظات	

الأسبوع الرابع (٢٢ - ٣١ يناير): الإلحاح وإغلاق أهداف الشهر		
الهدف	استخدام لغة الأرقام في السوشيال ميديا لتحفيز استكمال مشاريع الشهر في المتجر.	
مهام التواصل الاجتماعي		
المهمة	التوضيح	ملاحظات
نشر صور	لـ "مؤشر الإنجاز" من داخل الموقع (مثلاً: تبقى ١٠% لاكمال مشروع السقيا)	
شكر المتبرعين	(بشكل عام) ونشر تعليقاتهم الإيجابية التي كتبوها في الموقع.	
المحتوى المقترح للنشر	الرد على التعليقات في تويتر بأسلوب "أهلاً بك، يمكنك الاطلاع على كافة التفاصيل عبر هذا الرابط في موقعنا: [الرابط]".	
	تصميم عداد: "بقي ٤ أيام وينتهي شهر يناير.. ساهم معنا في إغلاق مبادرة [اسم المبادرة]. نسبة الإنجاز الحالية: ٨٥%.. الرابط في البايو".	
	فيديو عفوي: من مدير الجمعية أو أحد العاملين يشكر فيه زوار الموقع ويدعوهم للتسجيل في القائمة البريدية ليصلهم "حصاد يناير".	

أمثلة لقوالب محتوى (Copywriting) لربط المهتمين

يمكنك استخدام هذه الصيغ وتعديلها لتناسب مشاريعكم:

١. نموذج (التشويق) - لتويتر/X:

"خلف كل رقم في موقعنا قصة نجاح لم تكن لنحققها لولاكم

قرأتم عن مشروع [اسم المشروع]؟

التفاصيل الكاملة وصور التنفيذ متاحة الآن حصرياً على موقعنا الإلكتروني.

لا تفوت المشاهدة: [رابط المقال في الموقع]"

٢. نموذج (الدعوة المباشرة) - للواتساب:

"السلام عليكم

لتسهيل فعل الخير عليكم، طورنا متجرنا الإلكتروني ليكون أسرع وأسهل!

الآن يمكنك إخراج صدقتك في أقل من دقيقة وبخيارات دفع متعددة (Apple Pay - مدى).

جرب الموقع الآن وشاركنا رأيك:

[رابط المتجر]

كتب الله أجركم."

٣. نموذج (الفائدة) - لينكد إن / انستقرام:

"كيف تضمن استدامة تبرعك؟

في مدونة الجمعية لهذا الأسبوع، كتبنا مقالاً تفصيلياً عن أنواع الأوقاف وأثرها الممتد لسنوات.

لزيادة وعيك المالي والخيري، اقرأ المقال هنا:

[رابط المدونة في الموقع]

أدوات تقنية لربط الحسابات بالموقع (ينصح بتفعيلها في يناير)

١. **Pixel Tracking**: ركب أكواد التتبع (Snapchat Pixel, TikTok Pixel, Twitter Pixel) في موقعك. هذا

سيساعدك لاحقاً في إعادة استهداف الأشخاص الذين زاروا الموقع عبر إعلانات السوشيال ميديا.

٢. **Auto-Reply**: فعل الرد الآلي في انستقرام وفيسبوك بحيث أي شخص يرسل كلمة "تبرع" يصله رابط المتجر

فور في الخاص.

٣. أيقونات المشاركة: تأكد أن كل صفحة مشروع في المتجر تحتوي على أزرار (شارك عبر واتساب/تويتر) ليسهل

على المتبرع نشر الرابط.

خطة تفصيلية لحسابات التواصل الاجتماعي

أهلاً بك في الخطة التي تناسب هوية جمعية "سبل" للخدمات الإنسانية، مع التركيز على دورها في تقديم العون الإنساني المتكامل وربط ذلك بالموقع والمتجر الإلكتروني.

القواعد الذهبية للخطة (العمليات المشتركة)

١. الرسالة الموحدة: "سبل.. طريقكم لتمكين الإنسان" (أو أي شعار تعتمده الجمعية).

٢. الهدف التحويلي: كل منشور في أي منصة يجب أن يحتوي على "دعوة لاتخاذ إجراء" (CTA) توجه الزائر لربط في الموقع أو مشروع في المتجر.

٣. تكامل البيانات: استخدام روابط تتبع (UTM) لمعرفة أي منصة (تويتر، واتساب، إلخ) هي الأكثر جذباً للمتبرعين للموقع.

٤. التوقيت: النشر في أوقات الذروة (صباحاً بين ٩-١١، ومساءً بين ٨-١٠).

الجدول الزمني المفصل لشهر يناير ٢٠٢٦

الأسبوع الأول: "سبل جديدة.. لعام ٢٠٢٦" (إطلاق الهوية الرقمية)

الهدف: تعريف الجمهور بخدمات الجمعية وبموقعها الجديد.

اليوم	المنصة	المهمة والشرح	آلية التنفيذ
١	الكل	إطلاق حملة "سبل الخير ٢٠٢٦".	فيديو "موشن جرافيك" يستعرض تطلعات الجمعية في العام الجديد.
٢	X (تويتر)	ثريد: كيف تطور الموقع لخدمة المستخدمين والمناحين؟	٥ تغريدات تشرح ميزات المتجر (سرعة، أمان، تنوع).
٣	لينكد إن	تقرير حصاد "سبل" لعام ٢٠٢٥ بالأرقام.	منشور مهني يستهدف الشركاء، مع رابط لتحميل التقرير من الموقع.
٤	يوتيوب	فيديو جولة داخل أقسام الجمعية (بصمة سبل).	تصوير "سينمائي" يبرز الجانب الإنساني في العمل.

٥	انستقرام	تصميم 5: طرق للوصول (Carousel) إلينا. (الموقع، المتجر، التطبيق، المقر، الهاتف).
٦	تيك توك	فيديو سريع (Trend): "ليش تتبرع عن طريق متجرنا؟" شرح ميزات Apple Pay وسرعة التنفيذ بأسلوب عصري.
٧	واتساب	رسالة ترحيبية بالقائمة البريدية/الواتساب. رابط مباشر لمتجر سبل: "صدقتك بضغط زر".

الأسبوع الثاني: "قصص من الميدان" (تفعيل المحتوى العاطفي)

الهدف: بناء الثقة من خلال عرض قصص النجاح في الموقع.

اليوم	المنصة	المهمة والشرح	آلية التنفيذ
٨	فيسبوك	قصة "بطل" استعاد حياته بفضل مشروع لسبل.	نص طويل وصورة معبرة مع رابط "اقرأ القصة كاملة في موقعنا".
٩	سناب شات	تغطية حية لتوزيع مساعدات أو تنفيذ مشروع.	"ستوريات" عفوية تظهر الفرحة على وجوه المستفيدين.
١٠	X (تويتر)	استطلاع: أي مجال إنساني تحب أن تدعمه سبل أكثر؟	(إطعام، تعليم، صحة، كفالة) لتحليل اهتمامات الجمهور.
١١	تيك توك	فيديو "خلف الكواليس": فريق سبل أثناء العمل.	إبراز الجهد المبذول لإيصال المساعدات.
١٢	انستقرام	صورة "اقتباس" لمستفيد يشكر المتبرعين.	تصميم راقٍ يركز على الأثر النفسي للتبرع.
١٣	الكل	ميزة "تبرع باسم من تحب" (بطاقات الإهداء).	شرح كيفية إرسال هدية خيرية عبر متجر سبل.
١٤	واتساب	رسالة: "بفضلكم، أنجزنا [رقم] % من مشروع [اسم المشروع]".	تحديث للمتبرعين برابط مباشر لإكمال المشروع.

الأسبوع الثالث: "كن شريك في سبل" (التسويق للمشاريع النوعية)

الهدف: تحويل الاهتمام إلى "فعل" تبرع في المتجر.

اليوم	المنصة	المهمة والشرح	آلية التنفيذ
١٥	لينكد إن	دعوة للشركات للتعاون في "مشاريع سبل المستدامة".	منشور يركز على المسؤولية الاجتماعية وكيفية الربط تقني .
١٦	يوتيوب Shorts	"معلومة في دقيقة" عن أثر الصدقة الجارية.	فيديو قصير يوجه المشاهد لربط "الأوقاف" في المتجر.
١٧	X (تويتر)	تغطية تفاعلية: ردود الجمعية على استفسارات الموقع.	سكرين شوت من الموقع يوضح سرعة الاستجابة والدعم الفني.
١٨	سناب شات	جولة في "المتجر الإلكتروني" وكيفية اختيار المشروع.	"Screen Recording" مع شرح صوتي للمتجر.
١٩	انستقرام	إنفوجرافيك: "رحلة ريالك من التبرع حتى التنفيذ".	توضيح الشفافية المالية للجمعية.
٢٠	فيسبوك	بوست تجميعي لأهم المشاريع النشطة في المتجر.	روابط مباشرة لكل مشروع (سلة غذائية، سقيا، إلخ).
٢١	واتساب	رسالة يوم الجمعة: "اغتنم ساعة الاستجابة".	تصميم "بطاقة صدقة" بربط المتجر.

الأسبوع الرابع: "حصاد يناير" (الإلحاح والشفافية)

الهدف: إغلاق مشاريع الشهر واستعراض النتائج.

اليوم	المنصة	المهمة والشرح	آلية التنفيذ
٢٢	تيك توك/Reels	فيديو سريع: "باقي القليل على اكتمال هدفنا".	عداد تنازلي لمشروع قارب على الانتهاء.
٢٣	الكل	حملة "سهم الخير الأخير لشهر يناير".	منشور موحد يحث على إغلاق مشاريع الشهر.

٢٤	X (تويتر)	"مساحة سبل" (Space) صوتية للنقاش. التساؤلات.	استضافة مدير الجمعية للإجابة على
٢٥	سناپ شات	شكر خاص للمتبرعين الذين شاركوا عبر المتجر.	عرض إحصائية سريعة لعدد المتبرعين رقميا.
٢٦	واتساب	رسالة "اللمسات الأخيرة" : ساهم في إتمام [اسم المشروع].	رابط المتجر مع رسالة تحفيزية.
٢٧	انستغرام	"سؤال وجواب" مباشر حول خطة فبراير.	ستوري تفاعلي لربط الجمهور بالخطوات القادمة.
٢٨	يوتيوب	فيديو "رسائل شكر" من الميدان للمتبرعين.	تجميع لقطات شكر من المستفيدين.
٢٩	الكل	إعلان: "تم اكتمال مشروع [...] عبر المتجر".	بوست احتفالي يبرز قوة التبرع الرقمي.
٣٠	الموقع	نشر "مدونة يناير" (أبرز ما حققناه).	توجيه الزوار من السوشيال ميديا للمدونة.
٣١	الكل	إنفوجرافيك "حصاد سبل في يناير ٢٠٢٦".	ملخص شامل (زيارات الموقع، تبرعات المتجر، عدد المستفيدين).

آلية التنفيذ المقترحة لفريق "سبل" :

١. صناعة المحتوى: يتم تجهيز محتوى الأسبوع كاملاً يوم (الخميس) الذي يسبقه.
٢. النشر: استخدام أدوات جدولة (مثل Buffer أو Meta Business Suite) لضمان النشر في الأوقات المحددة.
٣. المتابعة: تعيين موظف "خدمة متبرعين" للرد فور على أي استفسار يأتي عبر تعليقات السوشيال ميديا أو "شات" الموقع.
٤. التقييم: يوم ٣١ يتم سحب تقرير من (Google Analytics) للموقع و (Store Analytics) للمتجر لمقارنتها بتفاعل السوشيال ميديا.