



خطة زيادة أعضاء الجمعية العمومية جمعية أثر لخدمة الأوقاف



• تحليل الوضع الحالي للجمعية:

١. تقييم العضوية الحالية:

عدد أعضاء الجمعية اثني عشرة عضواً، من المختصين والمهتمين في الجانب الوقفي، أعضاء بعضهم فعال والنصف غير فعال.

٢. مسببات ضعف العضوية:

- عدم وضوح الصورة الذهنية لأصحاب المصلحة
- محدودية المهتمين بالمجال الوقفي

٣. الجمهور المستهدف:

المهتمين بالجانب الوقفي

• الأهداف ومؤشرات الأداء:

م	الأهداف المرجوة	مؤشرات الأداء
١	زيادة عدد أعضاء الجمعية العمومية بنسبة ٢٠٪-٣٠٪ خلال السنة.	عدد الأعضاء الجدد شهرياً
٢	تعزيز مشاركة الأعضاء الحاليين لدعوة آخرين للانضمام	نسبة التفاعل من الأعضاء في الأنشطة

• استراتيجيات الجذب:

• التوعية:

١. تنظيم حملات توعية:

- استخدام منصات التواصل الاجتماعي لنشر محتوى جذاب يبرز أهمية العضوية وفوائدها
- توزيع منشورات تعريفية خلال الفعاليات المجتمعية

٢. إبراز الفوائد:

تقديم حوافز للأعضاء الجدد مثل شهادات شكر خصومات على الدورات التدريبية، أو عضويات مميزة.

• التواصل الشخصي:

- دعوة الأفراد المؤثرين والمجتمعيين للانضمام والترويج لفكرة العضوية بين شبكاتهم.
- إرسال رسائل دعوة شخصية للانضمام موجّهة للفئات المستهدفة.

• تسهيل إجراءات العضوية

• الأنشطة:

- تبسيط عملية التسجيل وجعلها متاحة إلكترونياً من خلال موقع الجمعية أو تطبيق خاص.
- إعداد فيديوهات تعليمية قصيرة تُشرح خطوات التسجيل بسهولة.



• تقديم رسوم اشتراك مخفضة لفترة محددة لجذب أعضاء جدد.

• الشراكات

• التعاون مع الجهات:

١. المؤسسات التعليمية:

دعوة الطلاب والمعلمين للانضمام عبر تقديم برامج أو ندوات تعريفية.

٢. المؤسسات الدينية:

تنظيم فعاليات مشتركة مع المساجد والأوقاف للتعريف بأنشطة الجمعية ودورها.

٣. الشركات المحلية:

عرض فرص الشراكة مع الشركات مقابل تسجيل موظفيهم كأعضاء في الجمعية.

• الفعاليات الجاذبة:

• تنظيم برامج وأنشطة تستهدف الأعضاء الجدد والمحتملين:

١. ورش عمل

دورات مجانية أو مخفضة حول مواضيع تهم الجمهور مثل (استدامة الأوقاف، كيف توقف... وغيرها).

٢. المسابقات:

مسابقات ثقافية واجتماعية مرتبطة بأهداف الجمعية مع جوائز تشجيعية.

٣. الأيام المفتوحة:

إقامة فعاليات تعريفية تشمل جولات داخل الجمعية، شرح الأنشطة والمشاريع، وحث الحضور على العضوية.

• الترويج المستمر

• أدوات التسويق:

١. منصات التواصل الاجتماعي:

• نشر قصص نجاح الجمعية وأثرها في المجتمع، مع دعوة المتابعين للانضمام.

• استخدام الإعلانات الممولة للوصول إلى جمهور أوسع.

٢. الإعلام التقليدي:

• نشر مقالات أو مقابلات في الصحف المحلية والقنوات التلفزيونية للترويج للعضوية.

٣. الرسائل النصية والبريد الإلكتروني:

• إرسال رسائل مباشرة تحتوي على دعوة للانضمام وروابط للتسجيل.

• التقييم والتحسين المستمر

• إطار التقييم:

١. تقارير شهرية:

متابعة عدد الأعضاء الجدد مقارنة بالأهداف الموضوعة.

٢. استبيانات دورية:

جمع ملاحظات الأعضاء الحاليين والجدد حول تجربتهم واقتراحاتهم للتحسين.

٣. اجتماعات مراجعة:

تنظيم اجتماعات دورية لفريق العمل لتقييم الإنجازات وتحديد العقبات.

• التحسين:

تعديل الحملات والإجراءات بناءً على نتائج التقييم لتعزيز الفعالية.

الجدول الزمني للخطة

الشهر	النشاط	النتيجة المتوقعة
ابريل	إطلاق حملة توعية أولية	زيادة الوعي بالعضوية
مايو - يونيو	تنظيم فعاليات تعريفية	استقطاب أعضاء جدد
يوليو - أغسطس	تسهيل إجراءات التسجيل وتقديم الحوافز	زيادة التسجيل بنسبة ١٠٪
سبتمبر	تقييم وتحليل النتائج	تحسين الخطة للمرحلة التالية

اعتماد مجلس الإدارة

اعتمد مجلس إدارة الجمعية في الاجتماع (الثاني) هذه السياسة في ٢٦/٠٤/٢٠٢٦م. من الربع الثاني وفقاً لمتطلبات الحوكمة.

المدير التنفيذي : مروان بن إبراهيم المحمدي