



Funded by the European Union  
بتمويل من الاتحاد الأوروبي

مشروع تعزيز الحماية الاجتماعية  
دعم الدعم الاجتماعي  
Support to Social Protection  
Programme  
Helping Deliver Social Inclusion



EXPERTISE  
FRANCE  
GROUPE AFD



# دليل التسويق الرقمي للمؤسسات والمشاريع الصغيرة

## " مشروع شركاء في التنمية "

يصدر عن  
مركز نحن ننهض للتنمية المستدامة لعام 2023-2022

فريق إعداد الدليل

عامر أبودلو  
المدير العام

محمد العمري

رولا بركات

أنسام البدور

جميع الحقوق محفوظة لمركز نحن ننهض للتنمية المستدامة 2020

## مركز نحن ننهض للتنمية المستدامة

مؤسسة مجتمع مدني أردنية غير حكومية وغير ربحية تأسست عام ٢٠١٨ بجهود مجموعة من الشباب الناشطين في المجتمع المدني، بهدف ترسيخ قيم المواطنة الفاعلة التي تركز على مبادئ الديمقراطية وحقوق الإنسان ، وتعزيز التماسك المجتمعي والمساءلة والمشاركة في عملية صنع القرار للوصول إلى مخرجات تنموية أفضل .

يؤمن مركز نحن ننهض بأن مشاريعه يجب أن تشمل الأطراف كما هي في المركز لذا يعمل على تنفيذ العديد من المشاريع والأنشطة في المناطق الأقل حظاً مع التركيز على مشاركة كلا الجنسين في هذه الأنشطة، إضافة إلى إنشاء شبكة محلية متخصصة في « تمكين المرأة إقتصادياً وسياسياً من خلال ريادة الأعمال» لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

وإيماناً منا بأهمية الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث تأثير في الرأي العام ، تم استحداث المركز الإعلامي عام ٢٠١٩ بهدف تمكين الشباب من صياغة محتوى إعلامي مؤثر وإدارة حملات إلكترونية فاعلة والوصول إلى العالم أجمع بالمحتوى الإعلامي الغني بالنص والصورة الحية والمباشرة ، كما يعمل المركز بالشراكة مع مختلف القطاعات في الأردن والمنطقة العربية لخلق فرص أفضل للفئات المجتمعية وتعزيز مساهمتهم في صناعة السياسات والقرارات.



# مشروع شركاء في التنمية

مشروع شركاء في التنمية هو أحد مشاريع مركز نحن ننهض للتنمية المستدامة ويهدف الى تمكين النساء الريفيات اللواتي يمتلكن مشاريع صغيرة في في الأردن والتي تأثرت بسبب جائحة فيروس كورونا وذلك من خلال تعزيز الشراكة مع مؤسسات المجتمع المدني المحلية لتطوير خدماتها المقدمة للفئات المستهدفة والعمل كوحدة متكاملة على تمكين النساء من الناحية الاقتصادية والعمل معاً على توفير بيئة داعمة لهن، بالإضافة إلى تعزيز قدرات ودور مؤسسات المجتمع المدني بصفقتها جهات فاعلة في تطوير الحماية الاجتماعية في الأردن. ينفذ هذا المشروع تحت مظلة مكوّن مؤسسات المجتمع المدني «أقوى مع بعض» الذي تنفذه منظمة الخبرة الفرنسية بالشراكة مع وزارة التنمية الاجتماعية كأحد مكوّنات «مشروع دعم الحماية الاجتماعية في الأردن» بتمويل من الاتحاد الأوروبي.

## تحالف جسور

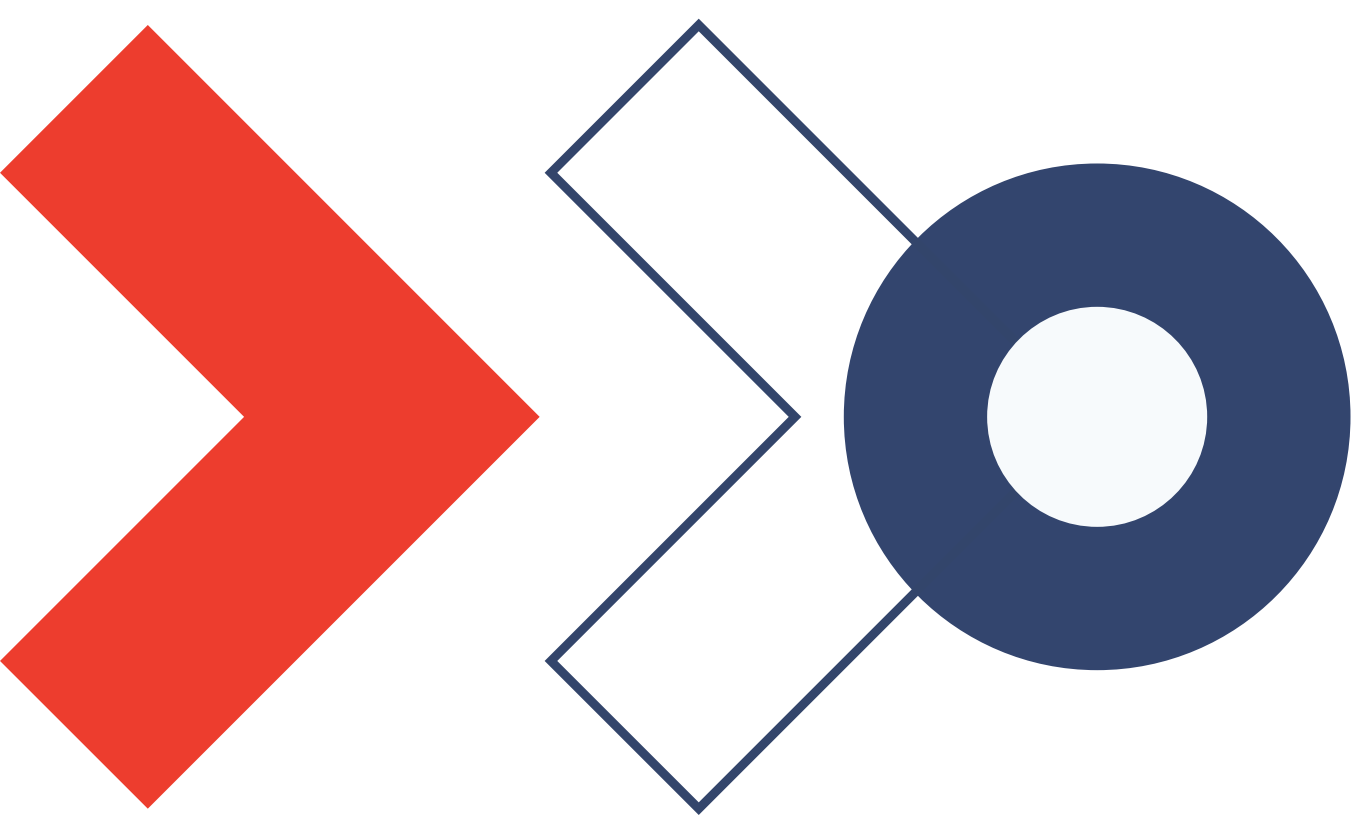
إيماناً بالدور الوطني الواقع على عاتق منظمات المجتمع المدني، قام مركز نحن ننهض للتنمية المستدامة بإطلاق تحالف «جسور» بهدف تعزيز قدرات ودور مؤسسات المجتمع المدني في تقديم الخدمات المجتمعية ومتابعتها وتقييمها بصفقتها جهات فاعلة في تطوير الحماية الاجتماعية، وسيعمل هذا التحالف على بناء قنوات تواصل بين المجتمعات المحلية وصانعي القرار على المستوى المحلي والمركزي وترسيخ نهج التشاركية في صناعة القرار لمجابهة التحديات والأزمات وتعزيز المسؤولية المجتمعية، يتكون هذا التحالف من ١٢ مؤسسة مجتمع مدني ممثلة لجميع محافظات الأردن.



# جدول المحتويات :

- 1- الهوية الرقمية للمؤسسات والمشاريع الصغيرة ..... 1
- كيف نعبر عن الهوية الرقمية الخاصة بنا ..... 2
- مواقع مجانية تساعدك في بناء هويتك الرقمية..... 3
- 2- القواعد الاساسية لبناء علامة تجارية قوية..... 4
- 3- التسويق الرقمي..... 15
- 4- خطوات تصميم الحملة الاعلانية ..... 16
- أهداف الحملة الاعلانية ..... 16
- تحديد الجمهور المستهدف..... 17
- اختيار منصات التسويق الرقمي..... 18
- 5- خطوات انشاء صفحة على الفيسبوك ..... 19
- الاعلانات الممولة ..... 23
- FACEBOOK INSIGHTS..... 28
- خطوات انشاء حساب على الانستغرام..... 30
- 6- التصوير الفوتوغرافي ..... 34
- 7- التسويق من خلال المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي..... 35
- 8- الشراكة مع شركة تسويق ..... 36
- 9- نصائح واستراتيجيات التسويق على منصات التواصل الاجتماعي ... 37



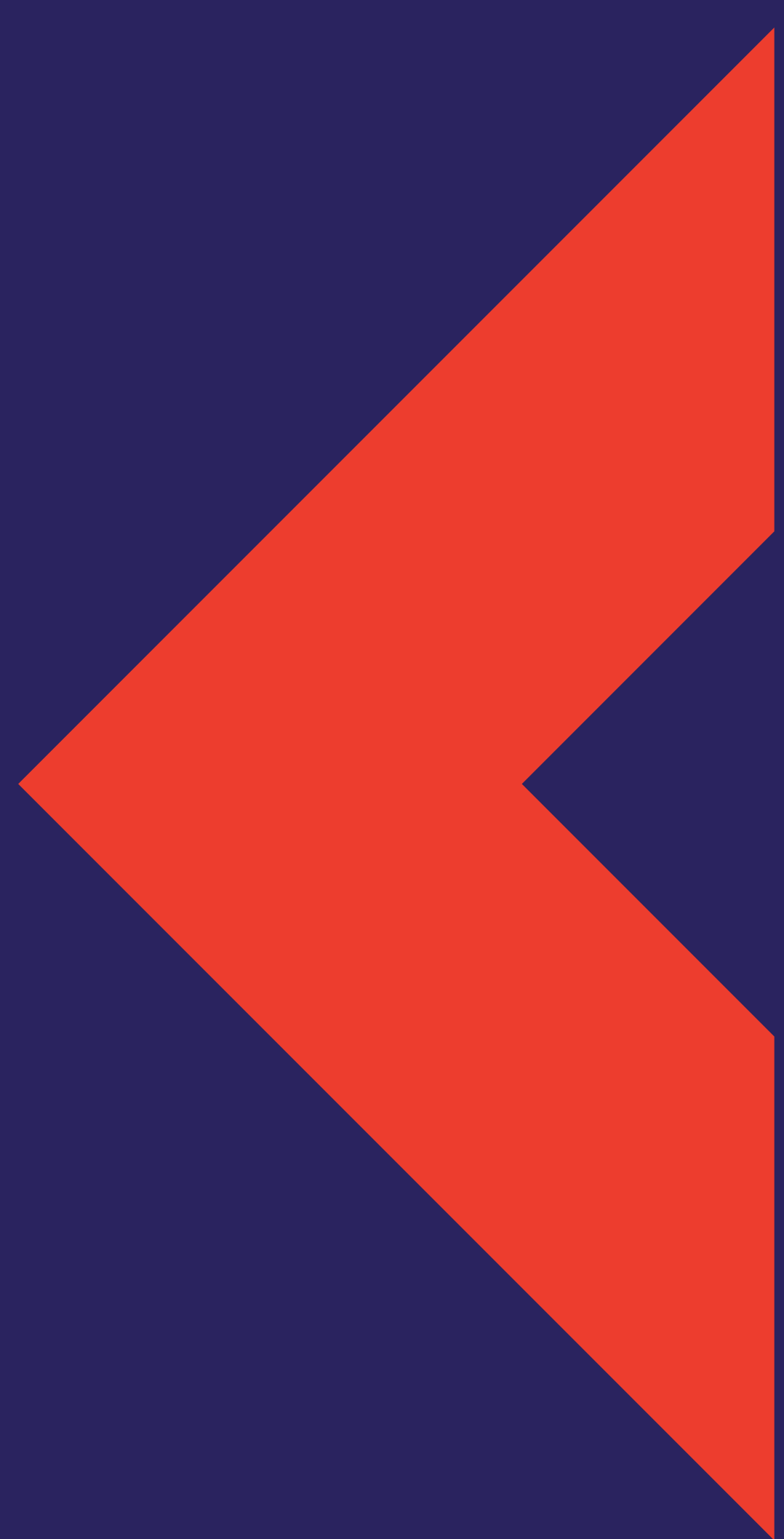


# المقدمة :

مع ازدياد عدد المشاريع الصغيرة والشركات الناشئة خاصة بعد جائحة كورونا وما ترتب عليها من آثار اقتصادية واجتماعية سلبية على المجتمعات لم تعد الأساليب التقليدية في التسويق كافية لتحقيق الأهداف التسويقية للمشاريع الصغيرة ومع تطور أساليب التسويق في العالم ظهر مفهوم التسويق الرقمي كاستراتيجية مناسبة وأكثر فاعلية نستطيع من خلاله تحقيق الأهداف التسويقية بأقل وقت وجهد وتكلفة .

كما تزداد أهمية التسويق الرقمي في أيامنا هذه نظراً لتزايد تواجد المستخدمين على منصات التواصل الاجتماعي وقضائهم وقتاً طويلاً قد يمتد لعدة ساعات ومع تزايد استخدام الهواتف الذكية وزيادة اهتمام المستخدمين بما تعرضه المنصات الرقمية أصبح من الضروري لأي شركة او مشروع أن يتواجد على هذه المنصات باستمرار.

لذلك نقدم هذا الدليل الشامل في التسويق الرقمي للمشاريع الصغيرة والشركات الناشئة لتطوير قدراتهم في مجال التسويق الرقمي وذلك من خلال استخدام أدوات التكنولوجيا الحديثة وبشكل خاص الإنترنت، فهو يحتوي على مختلف الاساليب التسويقية التي تساعدك في التسويق لمشروعك وتحويل الفئة المستهدفة الى عملاء حقيقيين.



# الهوية الرقمية للمؤسسات والمشاريع الصغيرة

## المفهوم:

هي الوجود المرئي للشركة او المشروع الخاص بك وهي كل ما يميز مشروعك عن غيره ولا تتضمن الاسم والشعار فقط انما يتسع مدلولها ليشمل الالوان والخطوط وكل ما يرى بالعين، فهي جزء رئيسي من أساسيات المشروع ومن الضروري لأي مشروع أن يبني هوية بصرية خاصة به من أجل تحقيق أهداف المشروع وزيادة نسبة مبيعاته .

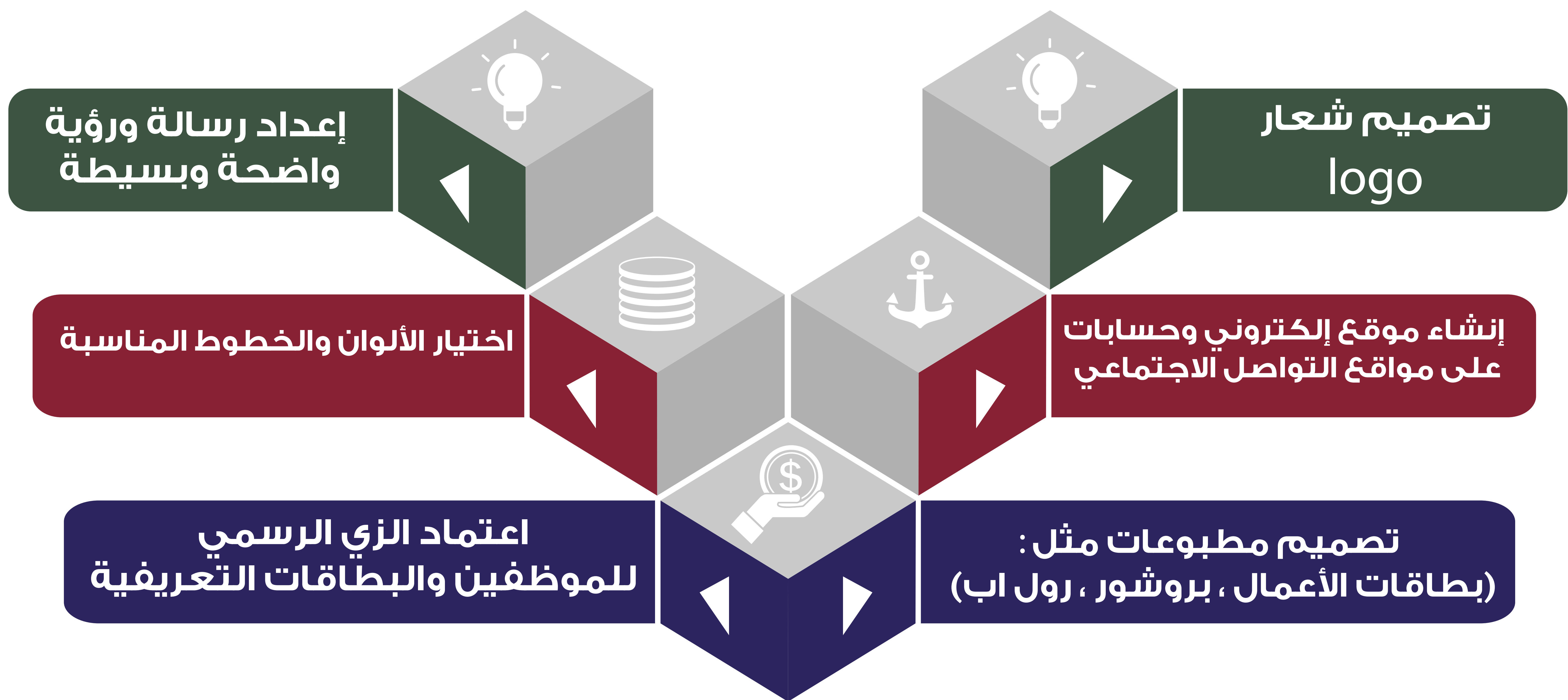
## أهمية الهوية الرقمية :

**إن بناء الهوية الرقمية للمؤسسات/ المشاريع بصورة صحيحة يساعد على:**

- تبني صورة لعلامتنا التجارية أو مشروعنا التجاري عند العملاء و تسهل عليهم تمييز خدماتنا ومشاريعنا عن المؤسسات الأخرى .
- تساعد أيضاً على زيادة الثقة بخدماتنا من قبل الجمهور بشكل كبير وهذا بدوره سيعزز من مصداقية مؤسستنا .
- تعزز روح المبادرة في العالم من خلال سعي المؤسسات إلى تحسين وتطوير مبادراتهم لاكتساب ثقة الجمهور .
- تلفت الانتباه لقضايا مهمة في المجتمع
- تساعد على بناء قاعدة جمهور مُخلصة.
- تحقق لنا المزيد من الربح.
- تجذب لنا المزيد من العملاء.



# كيف نعبر عن الهوية الرقمية الخاصة بنا :



## كيف نبني الهوية الرقمية الخاصة بمشروعنا ؟

انطلاقاً مما سبق؛ يتبين لنا أهمية الهوية الرقمية وكيف تدعم نجاح وتميز مشروعنا.

ولهذا هناك مجموعة من الخطوات الأساسية التي تساعدنا على بناء هوية رقمية قوية، ومن أهم هذه الخطوات على سبيل المثال:

- ١- حدد جيداً من أنت؟ وما هو مشروعك؟ من هو جمهورك؟ ما هي القيمة المضافة لمشروعك؟
- ٢- حدد الأسلوب الذي ستعتمد عليه في التعامل والتفاعل مع جمهورك وعملائك
- ٣- قم بتصميم الهوية الرقمية الخاصة بك
- ٤- اعتمد على الألوان التي تعكس نشاطك التجاري
- ٥- احرص على تصميم شعار احترافي ومناسب
- ٦- اختر الألوان والخطوط بعناية
- ٧- ركز على اختيار أشكال وأنماط مناسبة
- ٨- اهتم بصناعة محتوى رقمي متميز لجمهورك، سواء على موقعك الإلكتروني أو على منصات التواصل الاجتماعي
- ٩- استخدم لغة مناسبة لجمهورك وتعكس نشاطك التجاري في نفس الوقت
- ١٠- روج لمشروعك التجاري من خلال التسويق الرقمي



## مواقع مجانية تساعدك في بناء هويتك الرقمية:

يحتوي على العديد من القوالب التي تساعدك على إنشاء مختلف التصميمات

نماذج ثابتة ومتحركة لمنشورات الويب و السوشيال ميديا و الإعلانات

تصميم شعارات بسيطة

إنشاء نماذج الفيديو و الستوري بورد

عمل تصاميم أنفوجرافيك

برنامج مجاني لتصميم الشعارات

إدارة جميع منصات التواصل الاجتماعي من مكان واحد

خلق المحتوى وزيادة الانتشار

معاينة كيف تكون الصورة على شاشة الهاتف



crello

FreeLogoServices



hootsuite



Place It



# القواعد الأساسية لبناء علامة تجارية قوية

---

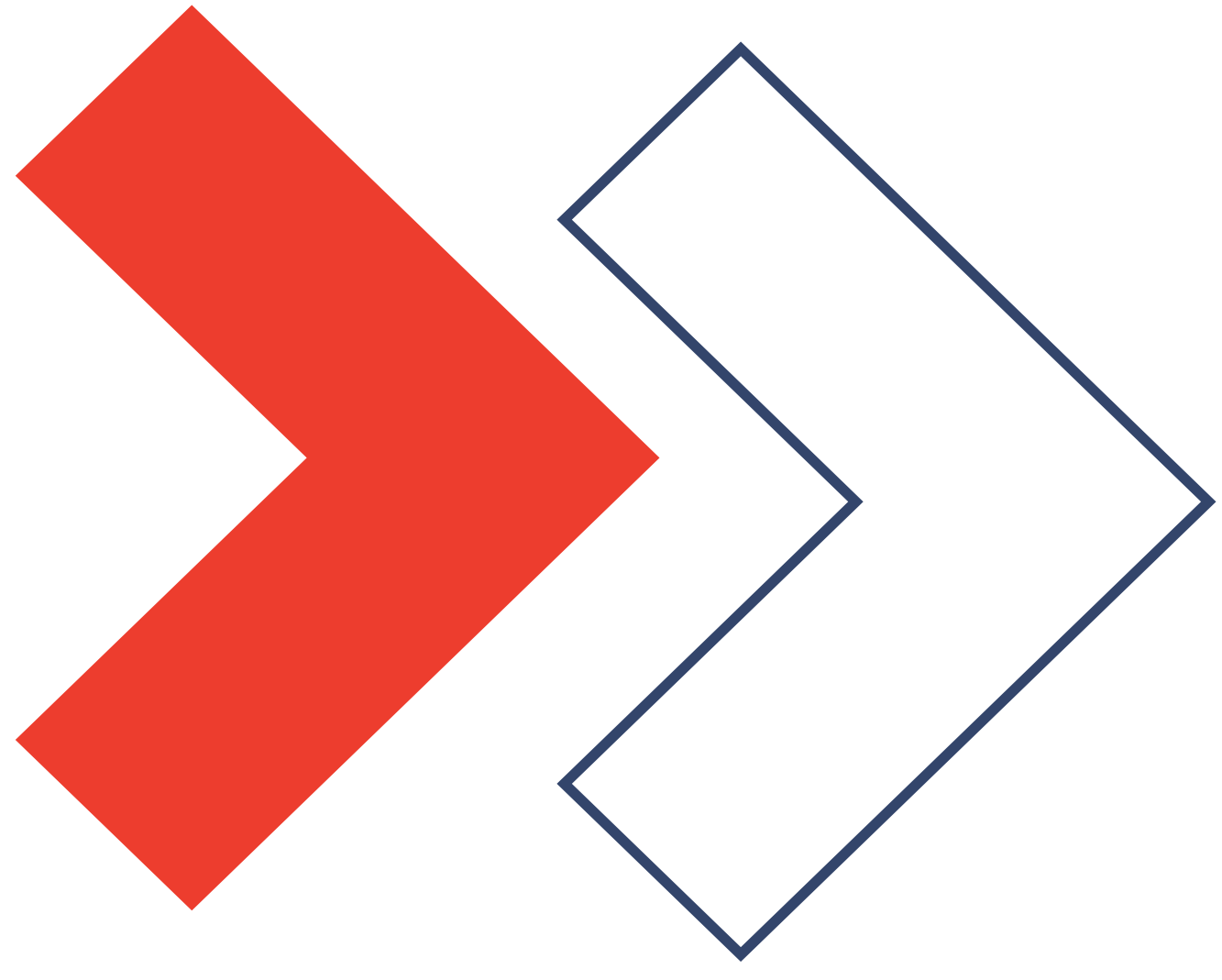
كيف تبني علامة تجارية يحبها الناس؟



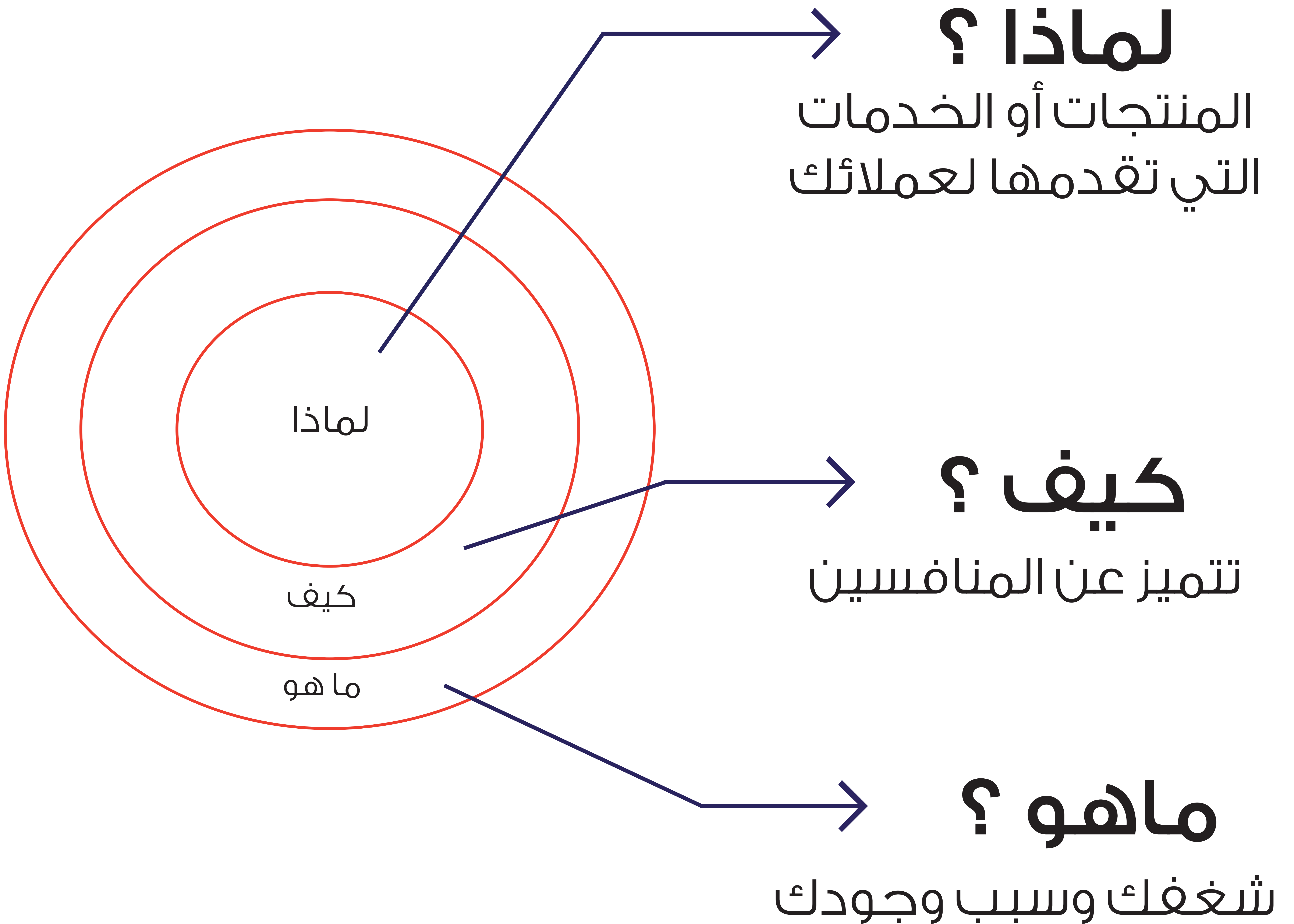
1

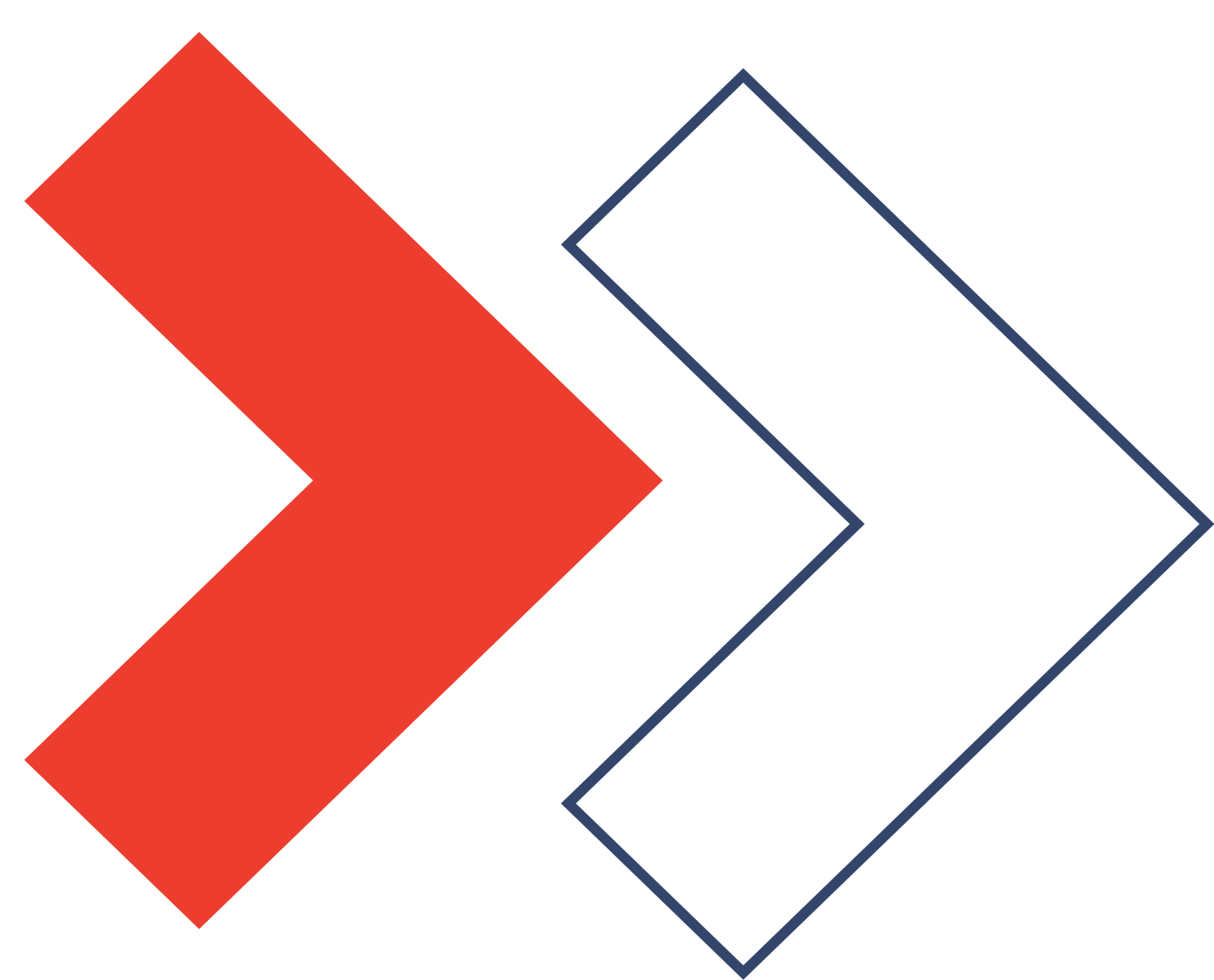
اكتشف

# ما الغرض من علامتك التجارية



نموذج الدائرة الذهبية  
نموذج سيمون سينيك  
لتحديد الغرض من العمل





# 2 ابحث عن المنافسين في مجال عملك

البحث عن المنافس هو عنصر أساسي لتطوير وإنشاء علامتك التجارية لذلك إنشاء جدول بيانات المنافسين التالي سوف يساعدك على معرفة الميزة التنافسية للعلامات التي في القطاع الذي تعمل به.

competitor	message & visuelle	quality of prooucrs or servies	review & mentions	marketing efforts
1	الرسالة والقيم	جودة المنتجات أو الخدمات	الانطباعات والاشارات	الجهود التسويقية
2	هل هناك اتصال بين رسالة العلامة والهوية المرئية عبر القنوات ؟	ماهي جودة منتجات أو خدمات المنافس ؟	هل لدى المنافس انطباعات العملاء او الاشارات الاجتماعية التي يمكن قراءتها ؟	ماهي طرق تسويق المنافس لاعماله سواء عبر الانترنت او غير ذلك ؟



# 3 اكتشاف ما الغرض من علامتك التجارية

تحديد الجمهور المستهدف لخدماتك أو منتجاتك  
يفيد جميع المجالات العملية لبناء علامتك التجارية وخاصة  
الأنشطة التسويقية.  
كيف تصل للشخص المناسب الذي سيتفاعل مع محتواك  
ويتفاعل مع إعلاناتك ويتحدث عنك في العمل ومع العائلة  
وبين الأصدقاء.

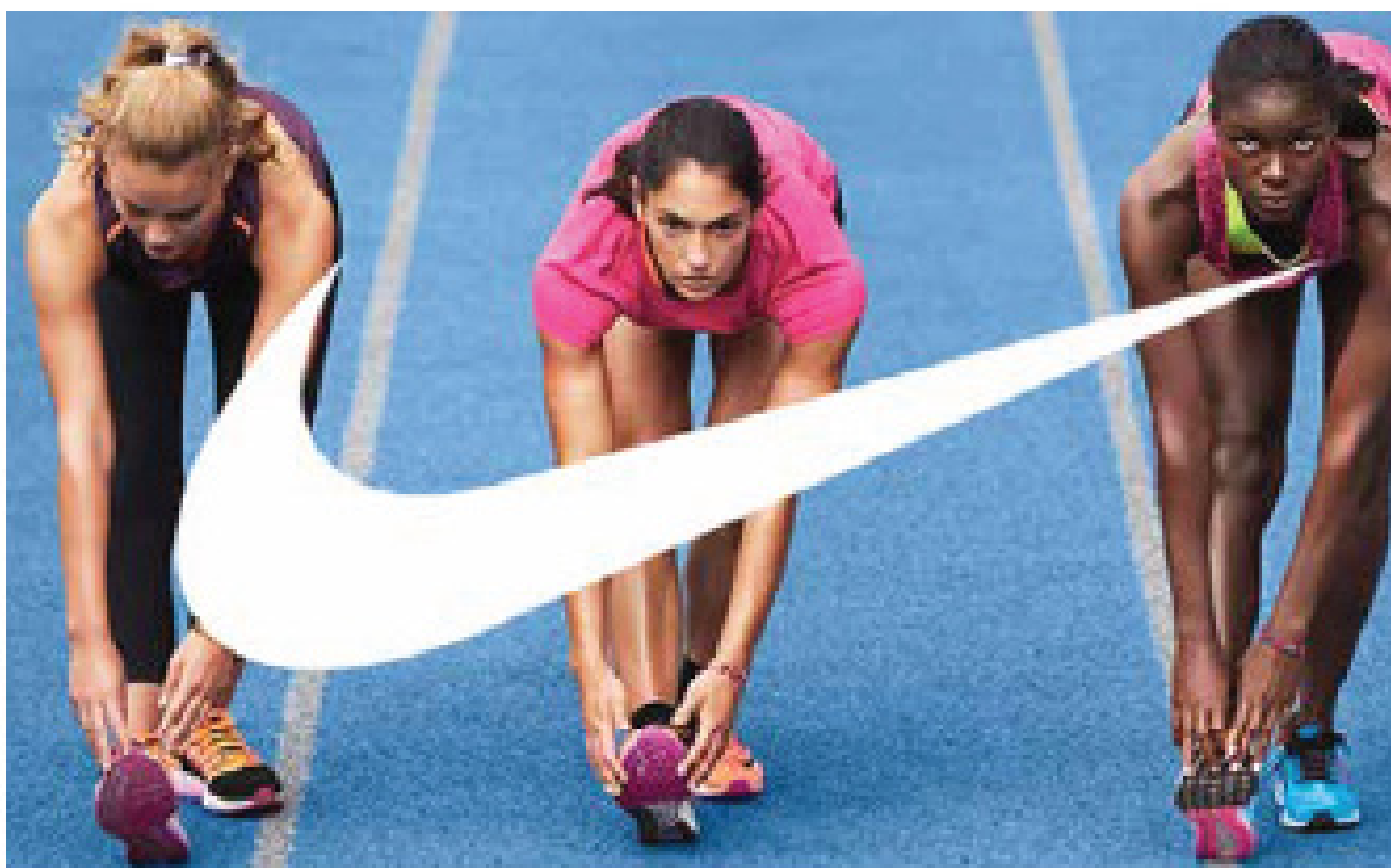


# بيان مهمة العلامة التجارية

# 4

قبل أن تبدأ في بناء علامة تجارية يثق بها جمهورك المستهدف، أنت بحاجة إلى معرفة القيمة التي يقدمها عملك.

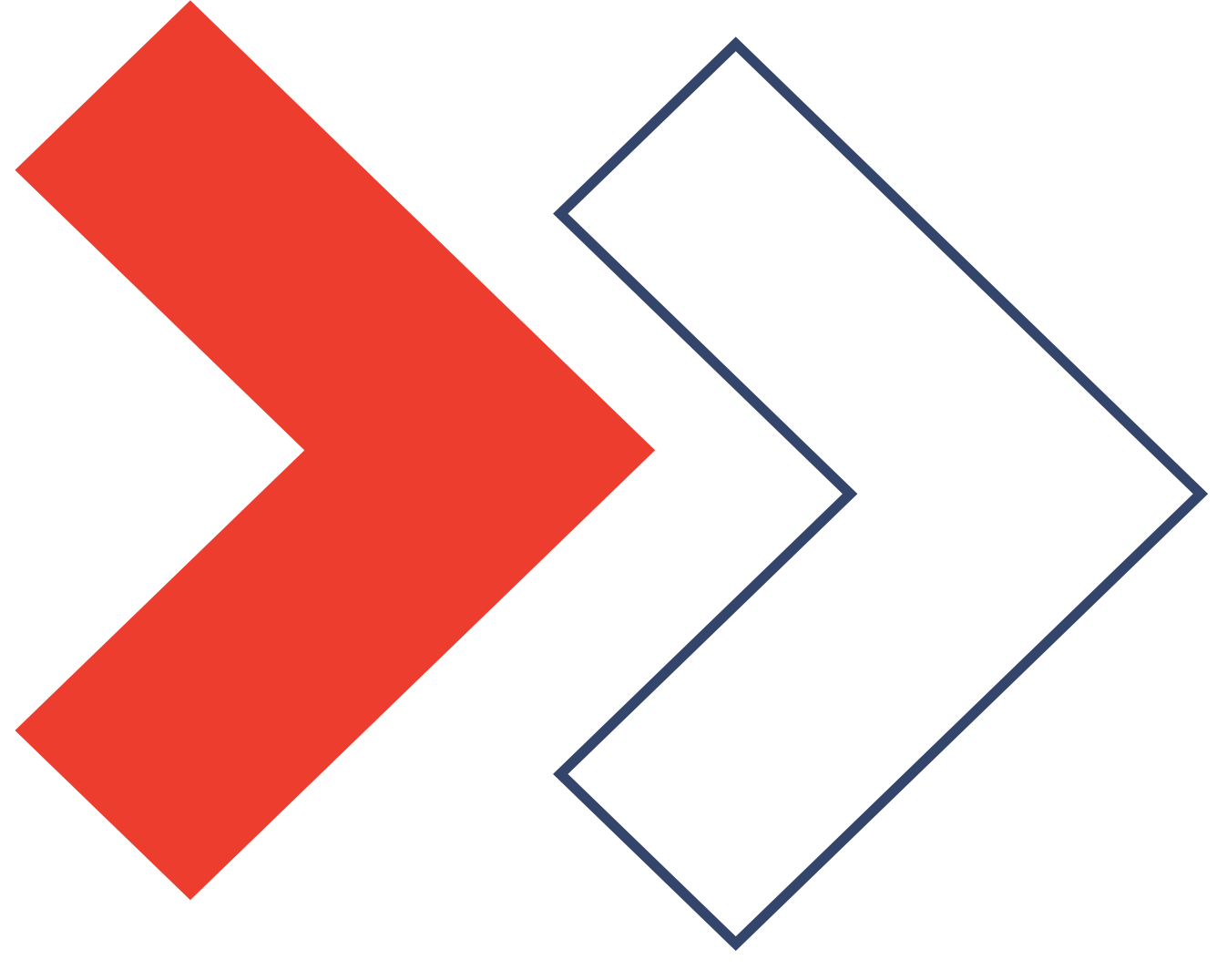
**Nike**  
*Just Do It*



مهمة نايك هي

«جلب الإلهام والابتكار لكل رياضي في العالم»



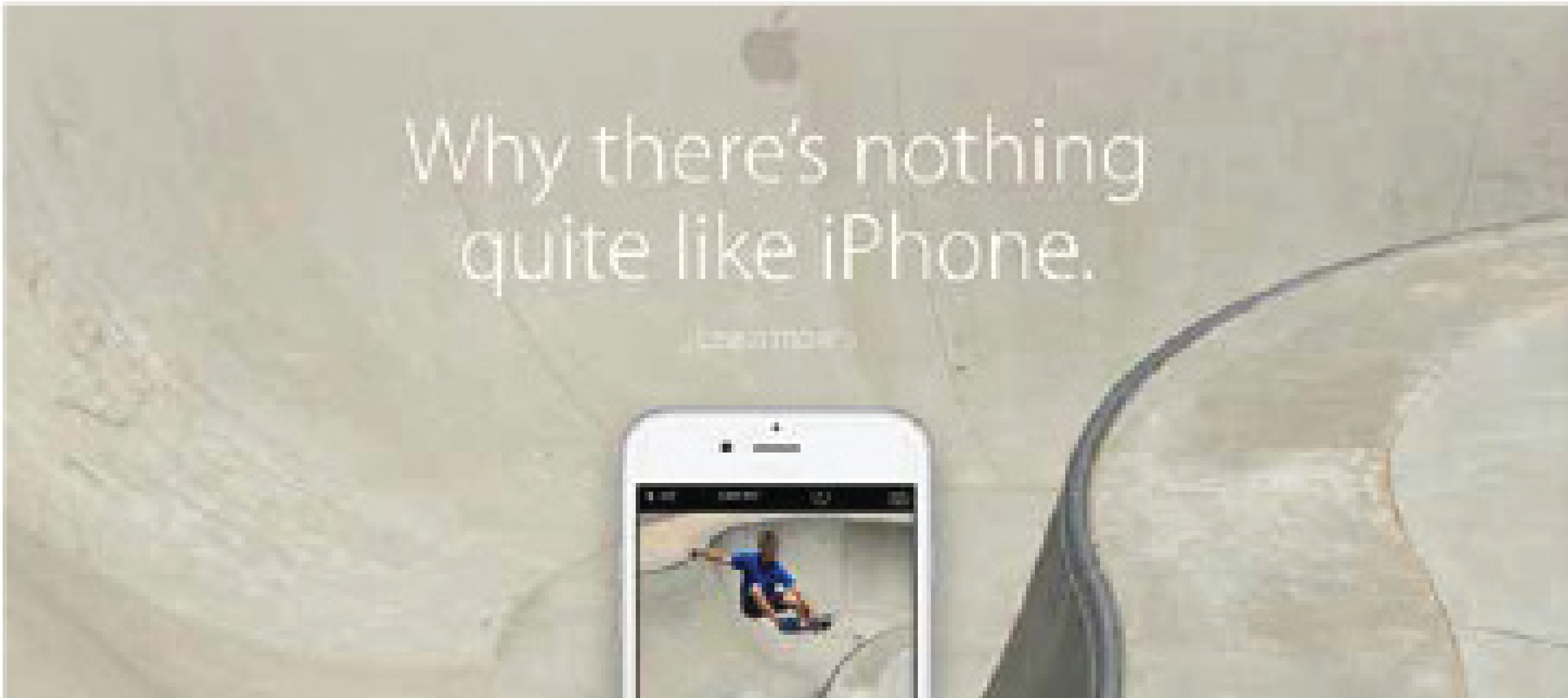


# حدد الصفات والمزايا الرئيسية التي تقدمها علامتك التجارية

# 5

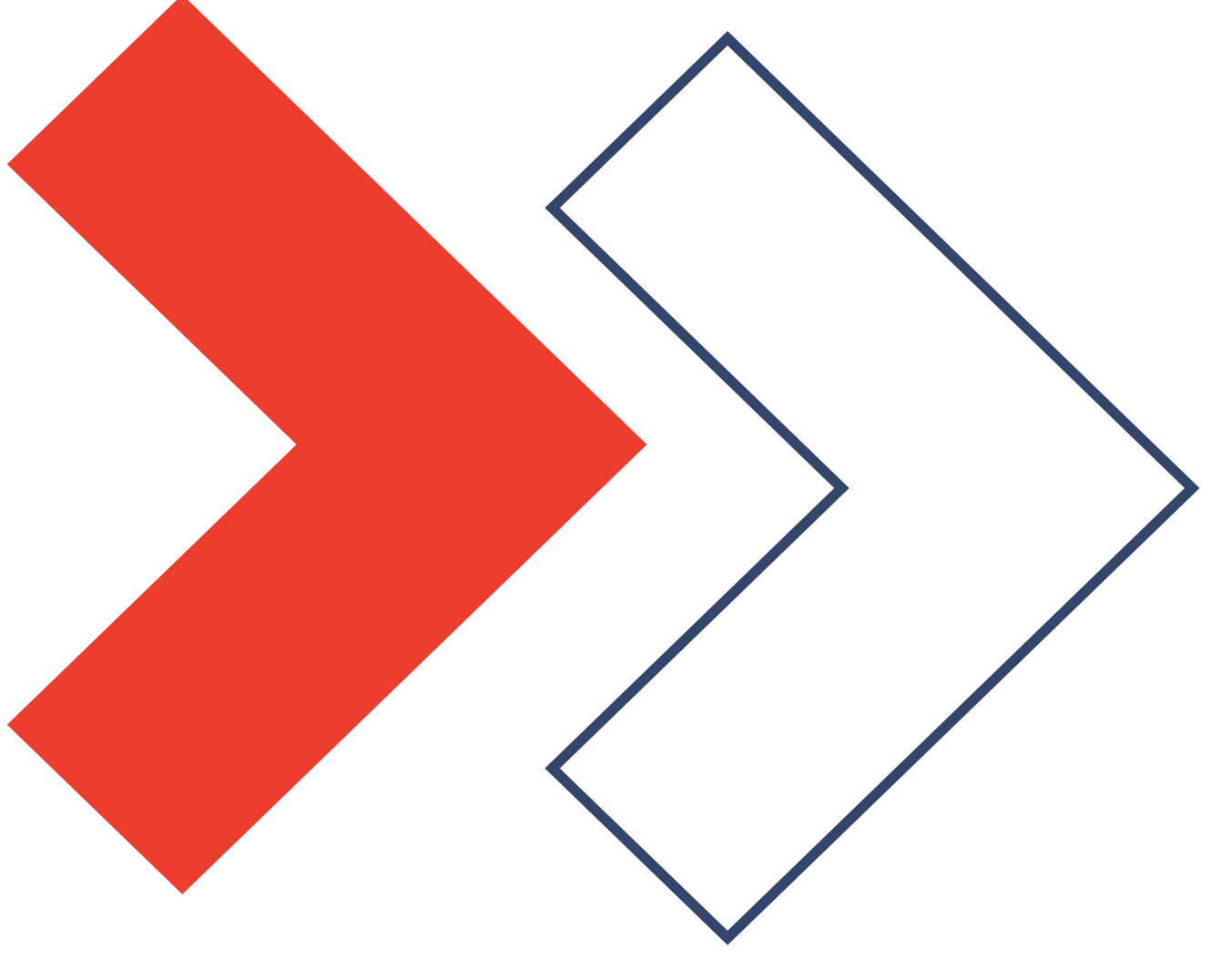
- ركز على هذه الصفات التي تجعل  
علامتك التجارية فريدة من نوعها:
- ◀ خدمة عملاء أكثر مصداقية وشفافية
  - ◀ طريقة أفضل لدعم الإنتاجية
  - ◀ تخفيض التكاليف مع خيار أكثر بأسعار معقولة
  - ◀ توفير الوقت والجهد على العميل

## Apple



واحدة من صفاتها الرئيسية هي  
”التصميم الفريد وسهولة الاستخدام“





# 6 صوت علامتك التجارية الفريدة

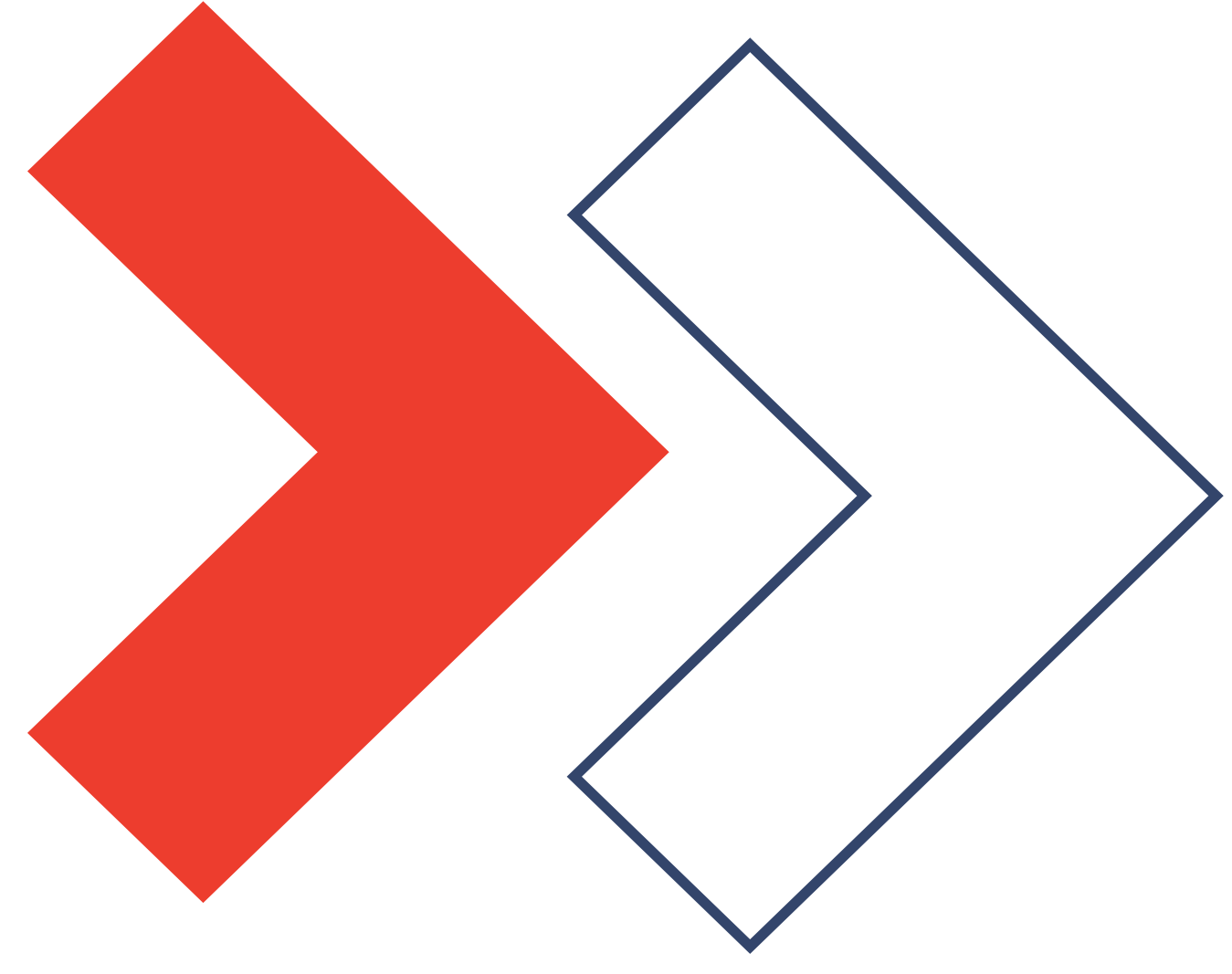
إنها الطريقة التي تتواصل بها  
مع عملائك بحيث يستجيبون لك

- ◀ محترف
- ◀ فنان
- ◀ موجه نحو الخدمة
- ◀ غني بالمعلومات
- ◀ ودود
- ◀ شبابي
- ◀ واثق



صوت العلامة شبابية تتسم بالمرح والبساطة  
”وتستخدم المفردات المتداولة في مجتمعنا“





# دع شخصية علامتك التجارية تتألق

# 7

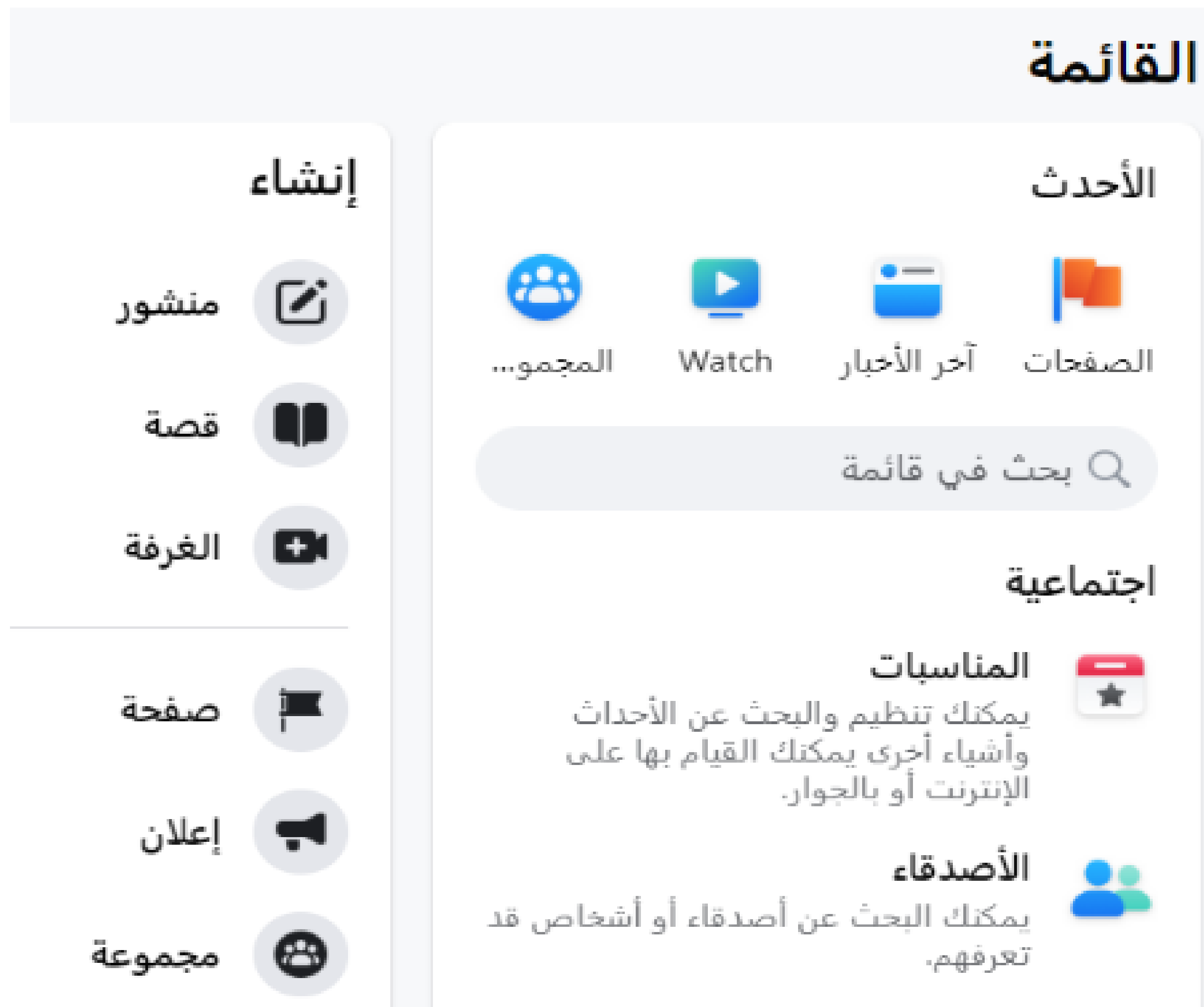
يبحث العملاء عن تجربة مصممة لاحتياجاتهم  
مدعومة بتفاعل شخصي حقيقي  
كن متوافقاً مع صوت العلامة التجارية  
في جميع نقاط الاتصال يمكن أن تكون بسيطة  
مثل :

◀ صوت المحادثة في التواصل  
باستخدام «أنا» و «أنت»

◀ سرد القصص عن التجارب  
الحقيقية للعلامة التجارية

◀ وصف منتجاتك أو  
خدماتك بطريقة غريبة

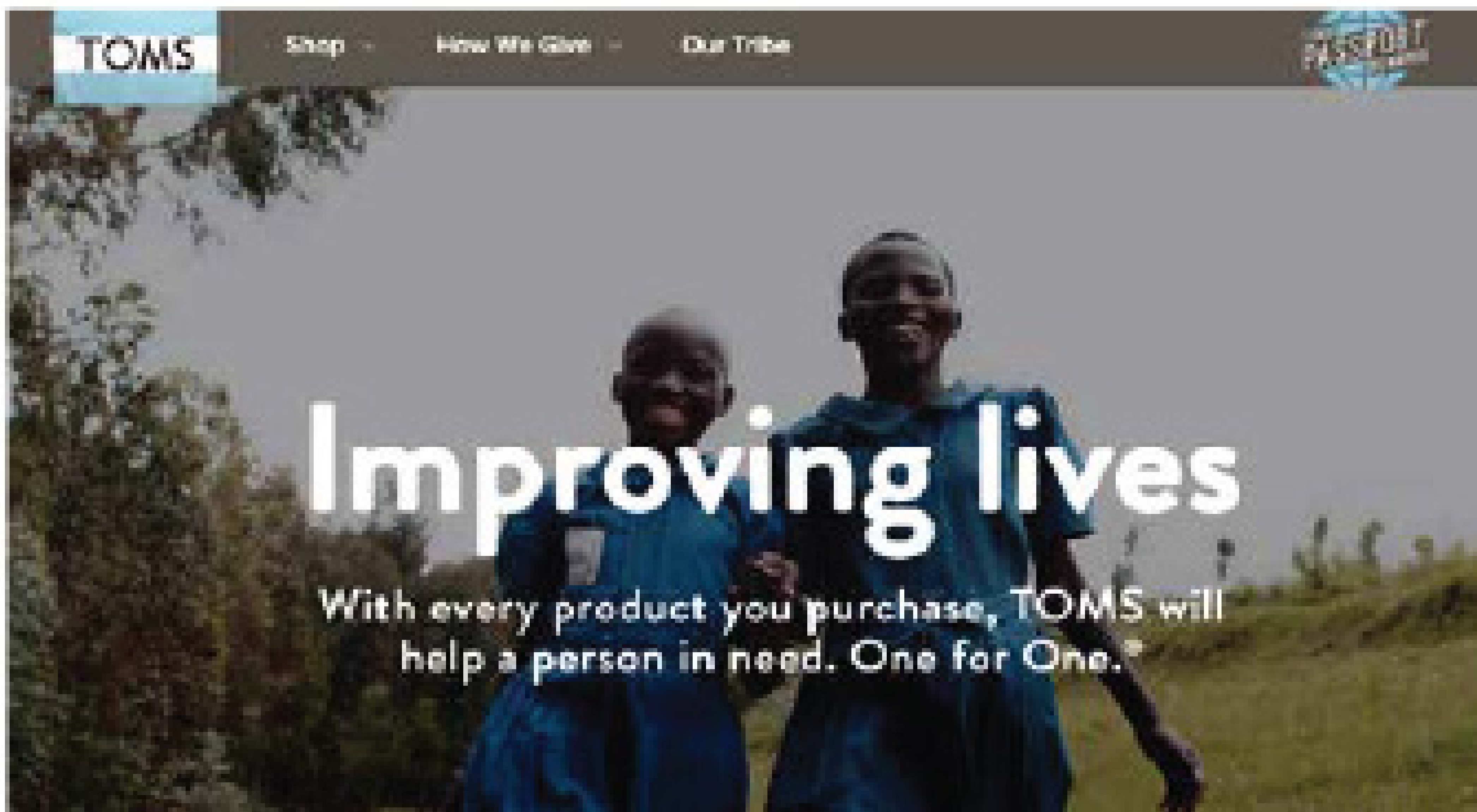
◀ مشاركة المحتوى  
خلف الكواليس



# 8 ابن قصة العلامة التجارية

عند إنشاء قصة علامتك التجارية ، لا تتطرق إلى ما يمكن لمنتجك فعله .. ولكن أخبرهم كيف ستتغير حياتهم للأفضل من خلال منتجك.

## TOMS

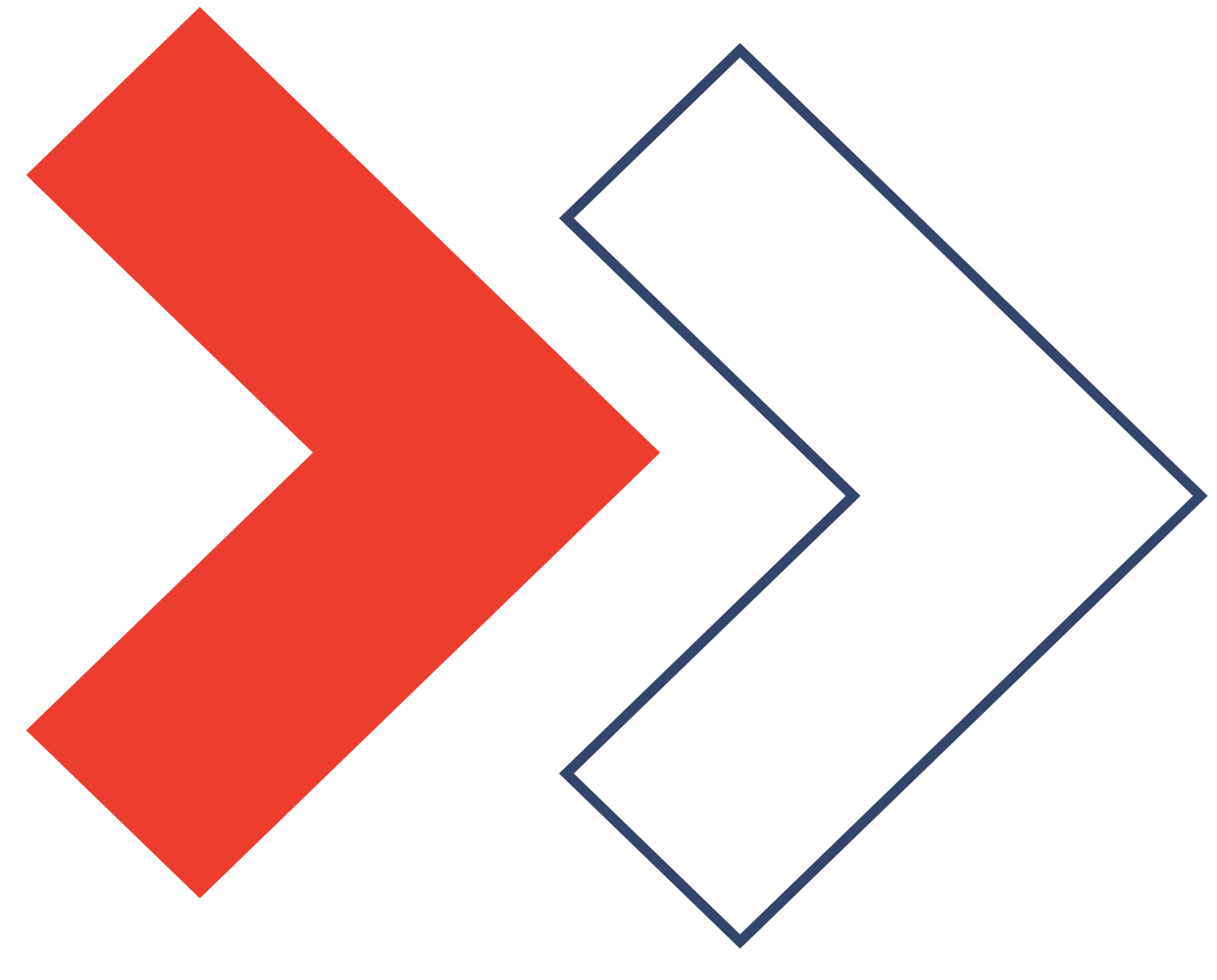


رسالتهم

تحسين حياة الفقراء مع كل منتج يشتريه العميل يدعم شخص محتاج ستساعد قصة علامتك التجارية على تفعيل جميع نقاط

الاتصال بين المستهلك والعلامة التجارية





# صمم شعار العلامة التجارية 9

إن أهم جزء في عملية بناء إستراتيجية العلامة التجارية هو تصميم شعار العلامة التجارية لذلك يجب أن تضمن حصولك على علامة فريدة وخالدة لعملك.



# 10 اعكس روح علامتك التجارية في كل أعمالك

يجب أن تكون علامتك التجارية مرئية ومنعكسة في كل شيء يمكن للعميل رؤيته وقراءته وسماعه. المكان، المظهر، وروح الموظفين، التغليف... التفاصيل تصنع الفرق في عملك التجاري

## Warby Parker



تم تصميم المنتجات في المنزل

“وانعكس ذلك بالديكور وطريقة تقديم المنتج”



# كن صادقاً في بناء علامتك التجارية

# 11

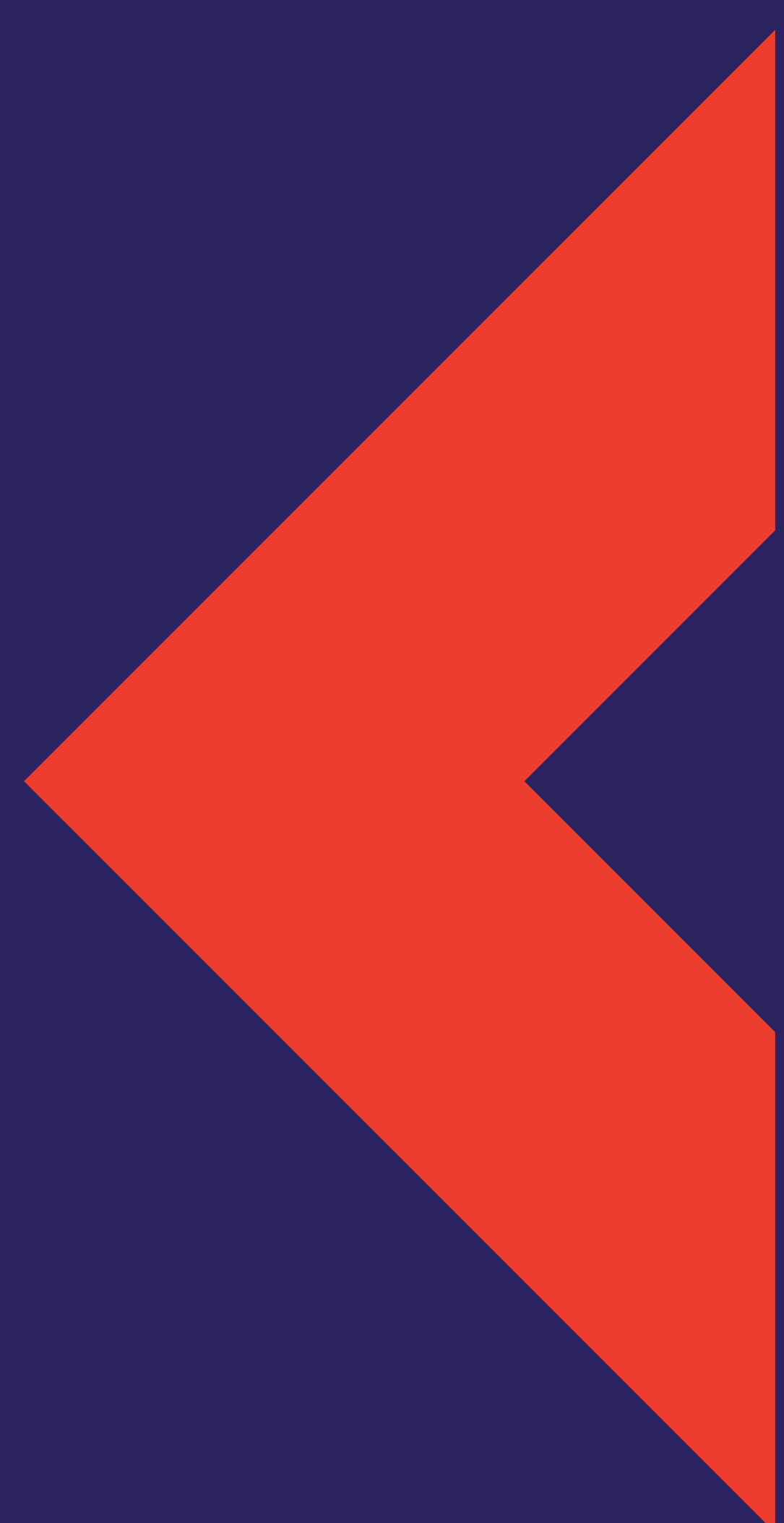
ما لم تقرر إنشاء أو تغيير علامتك التجارية  
إلى شيء أكثر فعالية بناءً على استجابة  
المستهلك فلن تستطيع تحقيق صورة  
ذهنية واسعة

## Starbucks



سمازتك ستقدم لك كافة الحلول الإبداعية  
لبناء استراتيجية العلامة التجارية، وتصميم  
الشعار الذي يواكب تطلعاتك وطموحاتك  
صمم شعار  
العلامة التجارية

[www.smartic.co](http://www.smartic.co)

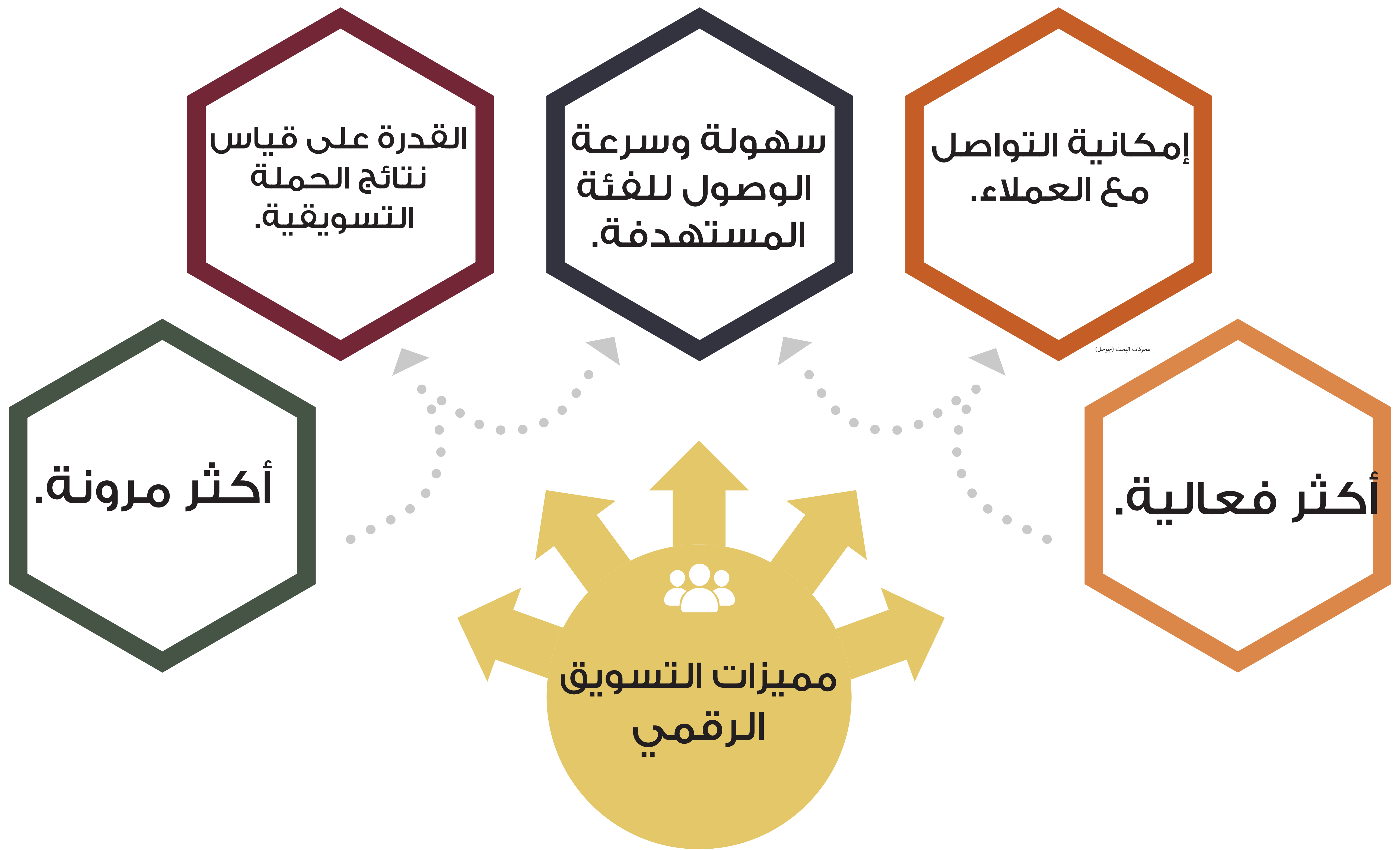


# التسويق الرقمي

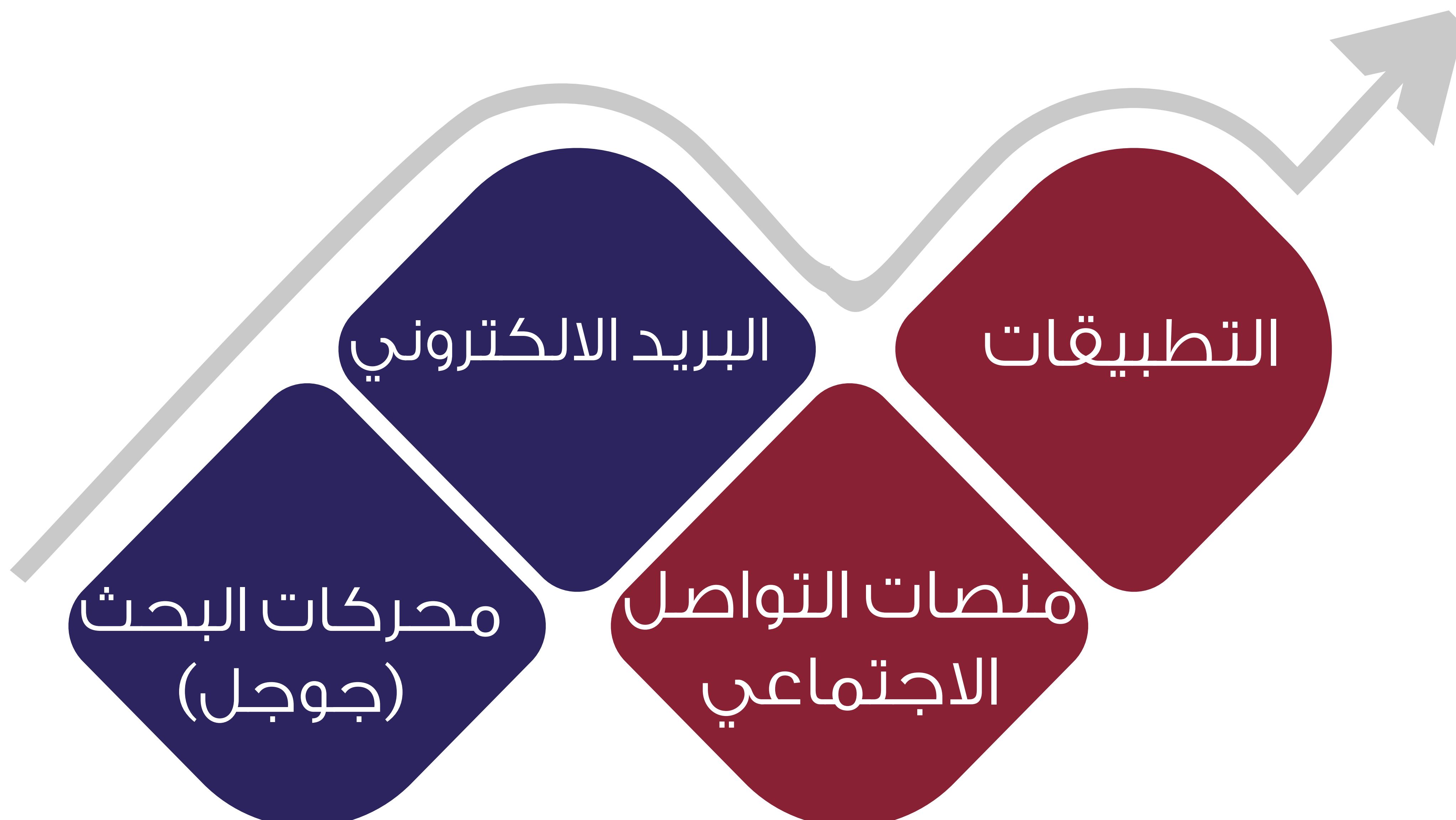


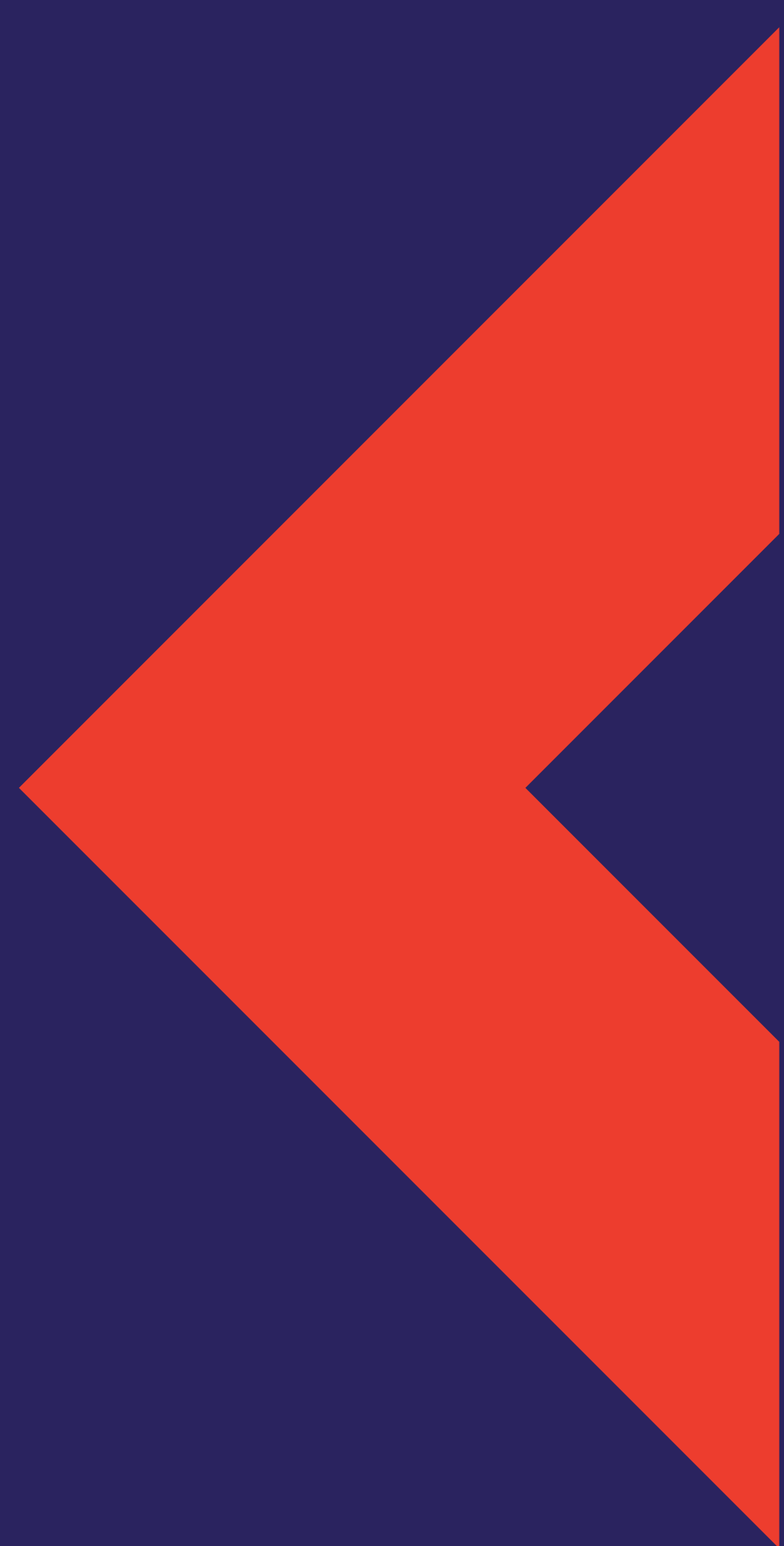
## مفهوم التسويق الرقمي ؟

استخدام كل ما هو متاح من وسائل التكنولوجيا الحديثة وعلى رأسها الإنترنت لتطبيق مبادئ التسويق المعروفة من أجل تحقيق الأهداف المطلوبة مثل زيادة الوعي بالعلامة التجارية وزيادة المبيعات ، من خلال التسويق الرقمي يمكن الوصول للعميل بطرق مبتكرة وعصرية مثل البريد الإلكتروني E-Mail ، و الرسائل النصية SMS ، وتطبيقات الهواتف المحمولة، والرسائل الفورية، ومواقع التواصل الاجتماعي، ومحركات البحث.



القنوات الرقمية التي يتم إدارتها عن طريق الانترنت :





# خطوات تصميم الحملة الإعلانية



## الحملة الإعلانية :

تعرف الحملات الإعلانية Ad Campaigns على أنها مجموعة من الرسائل التي تسعى المشروعات لتوصيلها إلى الجمهور. تشترك هذه الرسائل في كونها متشابهة في الهدف الذي أنشئت الحملة الإعلانية من أجله، سواءً تضمنت الحملة إعلانًا واحدًا أو مجموعة متنوعة من الإعلانات، كما أنها تتميز بوجود فترة زمنية محددة لها، لذلك يجب التخطيط لإعداد الحملة الإعلانية من خلال :

- تحديد الأهداف .
- دراسة السوق وأداء المنافسين.
- تحديد الجمهور المستهدف .
- اختيار المنصة أو المنصات التي سيتم نشر المحتوى عليها .
- صناعة المحتوى (مرئي - مسموع - مكتوب) و تطوير المحتوى من خلال تصميم المنشورات والفيديو بطريقة جديدة ومبتكرة من أجل استهداف عملاء جدد وبعد ذلك يتم اطلاق الحملة الاعلانية .
- قياس أداء ونتائج الحملة التسويقية.

## أهداف الحملة الإعلانية :

الخطوة الأساسية والاولى في إعداد الحملة التسويقية هي وضع الأهداف المراد تحقيقها ومن هذه الأهداف، على سبيل المثال:

- زيادة نسبة الوصول للجمهور
- زيادة نسبة زوار الموقع
- زيادة معرفة الجمهور بالعلامة التجارية

## **تحديد الجمهور المستهدف:**

النصيحة الرئيسية تكمن في تحديد الجمهور لديك، ووضع الاستراتيجيات والأساليب التي تؤدي إلى الترويج لمشروعك بأفضل الأساليب، من أجل نجاح خطة التسويقية يجب تحديد الفئة المستهدفة ودراسة أدائهم على المواقع الإلكترونية وحسابات مواقع التواصل الاجتماعي .  
ويتم ذلك بناءً على مجموعة من المعايير المحددة مثل :

### **– الاستهداف الديموغرافي:**

مثل الفئة العمرية ، الجنس ، اللغة ، العرق ، المسمى الوظيفي.

### **– استهداف الكلمات الرئيسية:**

استخدام العديد من الكلمات الرئيسية المتاحة والمعتمدة في الحملات الإعلانية وحملات البحث ، حيث تتيح هذه الكلمات للمسوّقين القدرة على استهداف العملاء، والمستهلكين الباحثين عن خدمات أو منتجات محدّدة ،وبالنسبة لإعلانات Google فسيكون بإمكانك اختيار الأشخاص باستخدام خيار (الكلمات الرئيسية ذات المطابقة التامة).

### **–استهداف السلوك:**

السلوك اليومي في العمل والسفر والسلوك المالي والتجاري.



## اختيار منصات التسويق الرقمي المناسبة :

عندما تبدأ في الترويج لمشروعك أو منتجاتك على وسائل التواصل الاجتماعي، من المهم أن تفكر بعناية في أي منصة من منصات التواصل الاجتماعي يمكن التركيز عليها أكثر للحصول على نتائج أفضل بسرعة، بدلاً من إهدار المال والجهد في الترويج على جميع المنصات، والذي يؤدي بدوره إلى نتائج متواضعة.



الفيسبوك : يمكنك من اضافة معلومات مفصلة عن المنتج أو الخدمة .



الانستغرام : يعتمد على الصور وخاصة الستوري .



اليوتيوب : يعتمد على الفيديوهات خاصة الفيديوهات الطويلة .



التويتر : معلومات قصيرة ومتابعة اخر الاخبار اول باول خاصة في ما يتصدر تريند .



# خطوات إنشاء صفحة على الفيسبوك



في حال كنت صاحب مشروع صغير من المهم جداً وقبل كل شيء ان تقوم بإنشاء صفحة تجارية لمشروعك على منصة الفيسبوك والانستغرام حيث يسهل عليك التعريف بمشروعك والخدمات أو المنتجات التي تقدمها من خلال نشر المعلومات والصور والفيديو ويمكنك ايضاً التواصل مع متابعينك بسهولة ، لذلك يجب عليك معرفة كيفية ادارة الصفحة بشكل فعال و إنشاء محتوى جذاب والتفاعل مع المتابعين لزيادة الوعي بعلامتك التجارية وتسهيل التسويق للمنتجات أو الخدمات المقدمة، نقدم إليكم خطوات إنشاء صفحة على الفيسبوك:

١- يجب ان يكون لديك حساب شخصي على الفيسبوك حيث تقوم بتسجيل الدخول لحسابك ثم النقر على سهم القائمة المنسدلة على يمين الشاشة ثم اختيار إنشاء صفحة create page



٢- اسم الصفحة : يقصد به اسم مشروعك ويفضل ان يكون هذا الاسم باللغة العربية والانجليزية ويفضل توحيد اسم الصفحة على جميع منصات التواصل الاجتماعي.





## نصيحة :

تستطيع استخدام أداة [www.NameChk.com](http://www.NameChk.com) لمعرفة إذا كان متاح هذا الاسم للاستخدام أم لا على منصات التواصل الاجتماعي وأدناه مثال عن استخدام هذه الأداة.

The screenshot shows the Namechk website interface. At the top, there's a navigation bar with links: Domain Names, Web Hosting, Website Builders, and Name Generators. Below this is a search bar where 'werisecenter' has been entered. A 'I'm not a robot' checkbox and a reCAPTCHA logo are visible below the search bar. The results section, titled 'Domains', displays a grid of domain names and their availability status:

Domain	Status
werisecenter.com	BUY
werisecenter.net	BUY
werisecenter.me	BUY
werisecenter.org	REGISTERED
werisecenter.us	BUY
werisecenter.info	BUY
werisecenter.la	BUY
werisecenter.asia	BUY
werisecenter.biz	BUY
werisecenter.tv	BUY
werisecenter.ws	BUY
werisecenter.nyc	BUY
werisecenter.okinawa	BUY
werisecenter.online	BUY
werisecenter.network	BUY
werisecenter.ninja	BUY
werisecenter.photo	BUY
werisecenter.photography	BUY

A 'Show more' button is located at the bottom of the domain list.

٣- نوع الصفحة: عند اختيار نوع الصفحة يرجى البحث عن التصنيف الذي يناسب مشروعك لأن هذا التصنيف يبنى عليه في الترويج والتسويق لمشروعك من خلال تحديد نوع عملك، مثلاً: (شركة ، مؤسسة ، منتج ، علامة تجارية ، نشاط تجاري محلي ، فرقة موسيقية ، شخصية عامة).

## ٤- النبرة التعريفية:

عليك أن تكتب الوصف الدقيق لما يقوم به المشروع من أعمال وما يقدمه من خدمات ومنتجات:

١- اوصف عملك بإيجاز.

٢- اذكر تاريخ تأسيس مشروعك.

٣- عرف الجمهور عن القيمة المضافة التي يقدمها مشروعك.

٤- استخدم كلمات مفتاحية مهمة مرتبطة بمشروعك.

٥- حاول أن توجه الجمهور لعمل أمر ما، مثل زيارة موقعك على الأنترنت

أو تحميل تطبيق أو الاشتراك بنشرتك البريدية .



الصفحات > إكمال إعداد صفحتك

**إكمال إعداد صفحتك**

تم بنجاح! لقد قمت بإنشاء Natural Pro Shop. يمكنك الآن إضافة المزيد من التفاصيل لمساعدة الأشخاص على التواصل معك.

جهة الاتصال

موقع الويب

رقم الهاتف

البريد الإلكتروني

الموقع

العنوان

المدينة/البلدة

Activate Windows

Go to Settings to activate Windows.

التالي

السابق

٥- تحديد الموقع وساعات العمل وطريقة التواصل: عليك ان تقوم بعمل حساب Google خاص باسم مشروعك وذلك لتحديد موقع مشروعك التجاري على خرائط جوجل ، كما انه عليك ان تقوم بتحديد ساعات العمل الخاصة بمشروعك، وإضافة رقم الهاتف الخاص بالمشروع.

٦- وضع روابط المنصات الأخرى الخاصة بمشروعك : عليك وضع جميع الروابط الخاصة بمشروعك على منصات التواصل الاجتماعي مثل الموقع الإلكتروني ، قناة اليوتيوب، الواتساب، او اي صفحة تتعلق بالمشروع على منصات التواصل الاجتماعي.

الصفحات > تخصيص صفحتك

**تخصيص صفحتك**

إن صورة الملف الشخصي من أول الأشياء التي يراها الأشخاص لديك. جِّب استخدام شعارك أو صورة يمكن للأشخاص ربطها بك بسهولة.

إضافة صورة ملف شخصي  
أو السحب والإفلات

إضافة صورة غلاف  
أو السحب والإفلات

إضافة زر إجراء

٧- صورة الملف الشخصي: الصورة الشخصية للصفحة هي التي تعطي عميلك الانطباع الأول عن قوة الهوية الرقمية الخاصة بمشروعك لذلك عليك اختيارها بعناية ودقة، يفضل ان تكون الصورة الشخصية الشعار الخاص بمشروعك.

٨- صورة الغلاف: يفضل ان تقوم من خلال صورة الغلاف بإيصال رسالة إلى عملائك وان تحتوي ايضاً على الشعار الخاص بمشروعك.



## نصيحة :

عليك بدعوة جميع أصدقائك للإعجاب بالصفحة ،كما يمكنك أن تطلب من أصدقائك و عملائك دائماً بعمل تقييم للصفحة.

## من الأمور التي يجب القيام بها على منصة الفيسبوك :

1

القيام بنشر الصور والفيديوهات التي تتعلق بالمنتج بهدف جذب انتباه الزبائن .

2

الرد على كافة استفسارات العملاء من خلال التعليقات على المنشورات .

3

الاستمرارية في نشر المنتجات المراد التسويق لها .

4

اختيار الوقت الانسب والافضل للنشر من خلال ترقيب الأوقات التي يتواجد فيها العملاء.

5

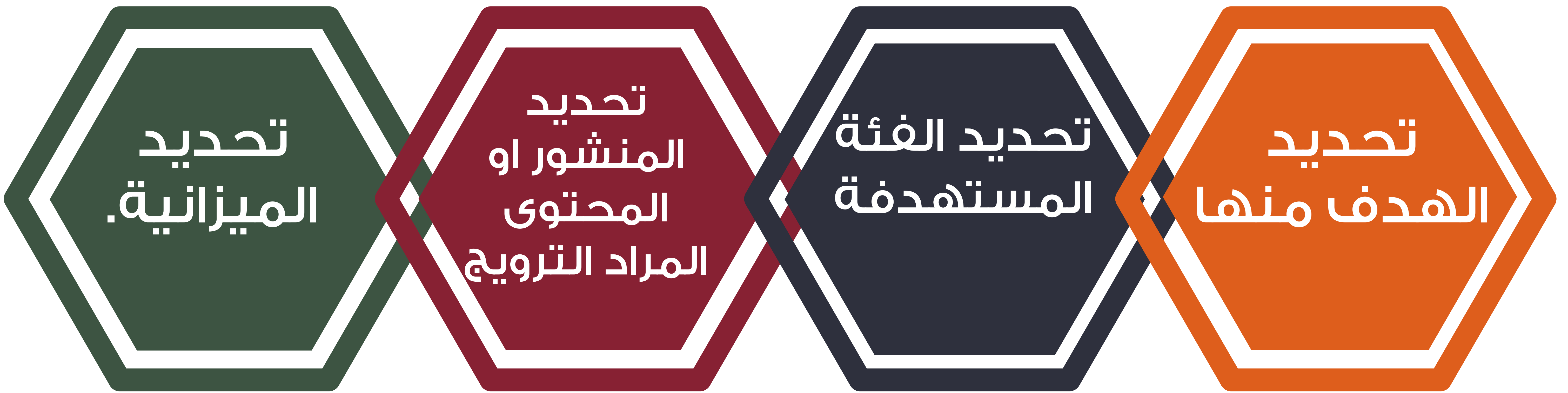
الانضمام الى المجموعات الملائمة لنوع المشروع الخاص بك.



## الاعلانات الممولة

تعد الإعلانات الممولة من أسرع أنواع التسويق الرقمي التي يتم تصميمها ونشرها على منصات التواصل الاجتماعي يمكنك من الوصول للفئة المستهدفة بطريقة مباشرة في حال قمت بتحديدك بطريقة احترافية حيث يتم من خلالها اظهار منتجاتك او خدماتك للفئة المستهدفة وتعريفهم بها وبناء الثقة بينك وبين جمهورك وزيادة المعرفة والوعي بعلامتك التجارية .

**الأمور التي يجب مراعاتها عند القيام باستخدام الاعلانات المدفوعة :**



### خطوات عمل اعلان ممول على منصة الفيسبوك :

انتقل إلى صفحتك على فيسبوك.

ابحث عن المنشور الذي تريد ترويجه، قد يتضمن ذلك منشور عاماً أو مناسبة أو فيديو.

حدد ترويج المنشور، يمكنك العثور عليه في أسفل يسار منشورك.

**ملاحظة:** إذا لم تتمكن من تحديد ترويج المنشور، فقد يكون الترويج غير متوفر لهذا المنشور.

اختر النتائج التي تريد الحصول عليها من إعلانك، يمكنك السماح لفيسبوك بتحديد الهدف الأكثر ملاءمة استناداً إلى إعداداتك، أو اختيار هدف يدوياً.

أدخل تفاصيل إعلانك، اختر جمهوراً موصى به أو أنشئ جمهوراً جديداً بناءً على سمات محددة وحدد ميزانية موصى بها أو أدخل ميزانية مخصصة، أخيراً حدد أحد الإطارات الزمنية المقترحة أو أدخل تاريخ انتهاء محدد، وقم بمراجعة طريقة الدفع، يمكنك تغيير طريقة الدفع أو تحديثها إذا كنت بحاجة إلى ذلك. عند الانتهاء، حدد ترويج المنشور الآن.

**توجه إلى مدير إعلانات الفيسبوك:**  
يتم تشغيل جميع الحملات الإعلانية على الفيسبوك من خلال أداة تسمى مدير إعلانات الفيسبوك ، والتي يمكنك الوصول إليها عبر رابط مباشر على facebook.com/business أو بالنقر فوق "إدارة الإعلانات" في القائمة المنسدلة بحسابك على فيس بوك ، أو بالنقر فوق زر promote - ترويج على صفحتك على الفيسبوك أو أسفل المنشور الذي تريد الترويج له.



**تحديد الأهداف لإعلانات الفيسبوك :**  
عندما تنقر لإنشاء إعلان الفيسبوك، ستنتقل إلى صفحة تختار فيها هدف حملتك، هناك ١٥ خياراً لما قد ترغب في تحقيقه مع الفيسبوك ،لديك العديد من الطرق المختلفة للتعامل مع حملة إعلانية.  
الخيارات المتاحة هي :



### تحديد جمهورك وميزانيتك:

عندما تنقر لإنشاء إعلان الفيسبوك، ستنتقل إلى صفحة تختار فيها هدف حملتك، هناك ١٥ خياراً لما قد ترغب في تحقيقه مع الفيسبوك ،لديك العديد من الطرق المختلفة للتعامل مع حملة إعلانية.



# يمكن تخصيص جمهور إعلانيك بناءً على جميع الخصائص الديموغرافية التالية:

هذا الخيار يساعدك من الاستفادة من

الجمهور المتصل بصفحة أخرى لديك.

(الهوايات والنشاطات، العمل، الاقتصاد، التكنولوجيا، العائلة والعلاقات، الطعام والمشروبات).



يحتوي على خيارات أخرى مثل (اللغة، الحالة الاجتماعية، التعليم، العمل، شرائح السوق، الوالدان، السياسات، أحداث في الحياة).

بعد ملئ هذه المعلومات في الحقول المطلوبة تظهر نتائج الجمهور المستهدف على شكل رسومات بيانية.

بالإضافة إلى ذلك ، باستخدام إعداد الاتصال ، يمكنك اختيار الاستهداف المتقدم ، والذي يتيح لك تضمين أو استبعاد الأشخاص المتصلين بصفحات أو تطبيقات أو أحداث معينة، كما يمكنك أيضاً تخصيص مزيد من الاستهداف باستخدام الجماهير المخصصة لإعادة استهداف الأشخاص الذين تفاعلوا بالفعل مع عملك.

## إعلانات الدعوة لاتخاذ إجراء

يعمل إعلان الدعوة لاتخاذ الإجراء على ترويج زر الدعوة لاتخاذ إجراء بصفتك، يشجع الزر الأشخاص على اتخاذ إجراء يمثل أهمية لنشاطك التجاري، مثل حجز المواعيد أو التسوق على موقعك على الويب.

على سبيل المثال، إذا أضفت زر «تسوق الآن» إلى صفحتك، فسيشجع الزر الأشخاص على التسوق، يعمل إعلان الدعوة لاتخاذ الإجراء المناسب على ترويج زر «تسوق الآن» لجمهور على نطاق أوسع.

## ميزانية الحملة الإعلانية

الميزانية هي مبلغ من المال تريد إنفاقه مقابل عرض إعلاناتك على الأشخاص، وتعتبر أيضاً من أدوات مبلغ التحكم في التكلفة؛ فهي تساعد على التحكم في الإنفاق الكلي المخصص للحملة الإعلانية أو للمجموعة الإعلانية بالطريقة نفسها التي تساعد بها استراتيجية عرض الأسعار على التحكم في التكلفة لكل نتيجة، بالنسبة إلى كل من ميزانيات الحملات الإعلانية وميزانيات المجموعات الإعلانية، يمكنك الاختيار بين إذا ما كانت ميزانيتك تنطبق بشكل يومي أو على مدار مدة الحملة الإعلانية أو المجموعة الإعلانية بالكامل.

الميزانيات اليومية: متوسط المبلغ الذي تريد إنفاقه على مجموعة إعلانية أو حملة إعلانية يومياً، ولا تعتمد الميزانيات اليومية على تحديد حد أقصى للإنفاق؛ فهي مناسبة تماماً إذا كنت تريد أن تنفق المبلغ نفسه تقريباً كل يوم لتحقيق نتائج يومية متسقة لحملتك الإعلانية أو لمجموعتك الإعلانية.

ميزانيات الحملة كلها: إجمالي المبلغ الذي تريد إنفاقه خلال مدة تشغيل الحملة الإعلانية أو المجموعة الإعلانية بالكامل، وتعتمد ميزانيات الحملة كلها على تحديد حد أقصى للإنفاق وليست النسبة المتوسطة؛ وهي مفيدة إذا لم تكن ترغب في تجاوز مبلغ إنفاق معين، كما تُعد مثالية لك إذا كنت مرناً بشأن المبلغ الذي تريد إنفاقه كل يوم.



# أدوات قياس المنشورات التي يتم ترويجها

استنادًا إلى نوع المنشور الذي قمت بترويجه، ستختلف طريقة قياسك لنجاح إعلانك، تعرض القائمة التالية أدوات القياس الأساسية التي ستبحث عنها حسب نوع المنشور:

## النشر باستخدام صورة و/أو نص

أداة القياس: التفاعل مع منشور الوصف: إجمالي عدد الإجراءات التي يتخذها الأشخاص على إعلاناتك.

## منشور فيديو

أداة القياس: ThruPlays

الوصف: عدد مرات تشغيل الفيديو بالكامل أو لمدة ١٥ ثانية على الأقل.

## النشر باستخدام زر دعوة لاتخاذ إجراء

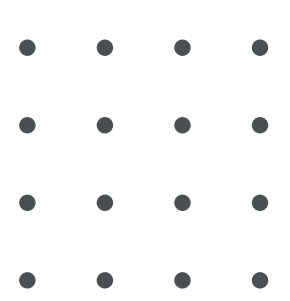
أداة القياس: النقرات على الرابط

الوصف: عدد النقرات على الروابط في الإعلان التي أدت إلى الوجهات أو التجارب، على فيسبوك أو خارجه. بالنسبة إلى الإعلانات التي تعزز مشاهدات الملف الشخصي على Instagram، تتضمن النقرات على الرابط النقرات على رأس الإعلان أو التعليقات التي تؤدي إلى الملف الشخصي للمعلن.



## نصيحة :

إذا كانت صفحتك تحتوي على زر إرسال رسالة، فينبغي لك أن تطلع على أداة قياس بدء محادثات المراسلات.



# FACEBOOK INSIGHTS

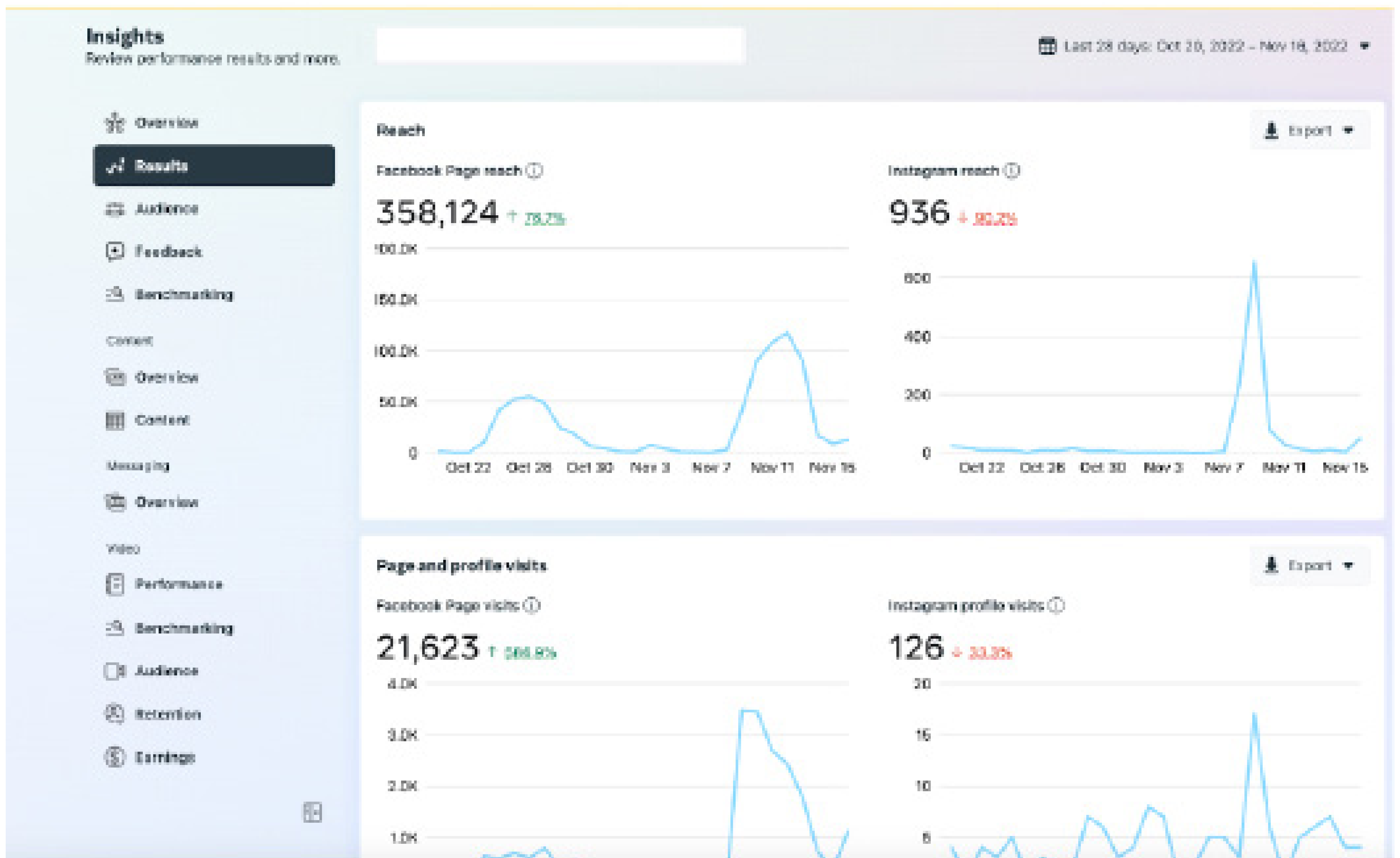
هي أداة مجانية من فيسبوك تساعدك على قياس وتحليل أداء صفحة المشروع ، توفر لك معلومات عن أفضل الأوقات للنشر ومعدل نمو الصفحات المنافسة، وتساعدك على معرفة المنشورات التي حصلت على أعلى تفاعل والمنشورات التي حصلت على أقل تفاعل، وتتضمن مايلي:

- ١- نظرة عامة Overview: ملخص عام عن أداء صفحة الفيسبوك في آخر ٢٨ يوم.
- ٢- عمليات الترويج Ads: الإعلانات التي تم انشاؤها اخر ٢٨ يوم والمبلغ الذي تم إنفاقه وعدد الأشخاص الذين وصلهم الاعلان ونسبة التفاعل.
- المتابعون Followers: يعرض عدد المتابعون الذين زادوا أو نقصوا يومياً.
- ٣- تسجيلات الإعجاب Likes: عدد الأشخاص الجُدد الذين قاموا بتسجيل الإعجاب بصفحتك.
- ٤- الوصول Reach: عدد الأشخاص الذين وصل إليهم المحتوى الخاص بك.
- ٥- مشاهدات الصفحة Pageviews : يعرض عدد المشاهدات بشكل يومي.
- ٦- معاينات الصفحة Page Previews: عدد المرات التي قام فيها الأشخاص بتمرير مؤشر الماوس فوق اسم صفحتك أو صورة ملفك الشخصي.



٧- الاجراءات على الصفحة Actions on Page: عدد النقرات التي تمت على معلومات الاتصال و زر الإجراء بصفحتك.

- ٨- المنشورات Posts: تقرير للمنشورات حسب الوقت واليوم والمنشورات التي حصلت على أكبر عدد وصول وتفاعل.
- ٩- المناسبات Events: مشاهدة تفاصيل المناسبات.
- مقاطع الفيديو Videos: يعرض معلومات عن الفيديو و عدد المرات التي تم فيها تشغيل مقاطع الفيديو في صفحتك لمدة ٣ ثوانٍ على الأقل.
- ١٠- القصص Stories: عدد الأشخاص الذين عُرِضَت قصص من صفحتك على شاشاتهم.
- ١١- الأشخاص People: معلومات عن الاشخاص المعجبون بالصفحة (الجنس - العمر - السكن - اللغة).

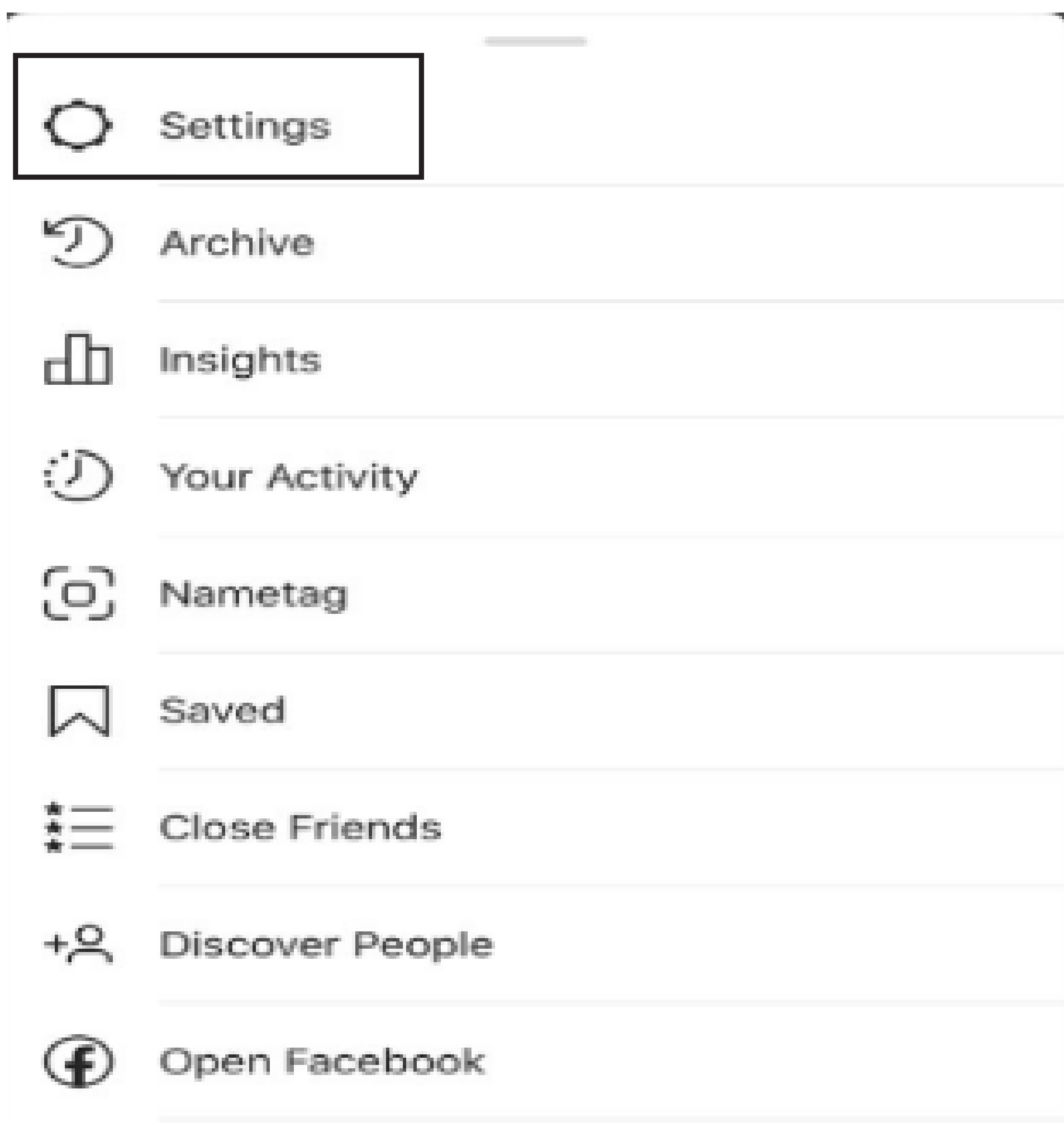


# منصة الانستغرام:

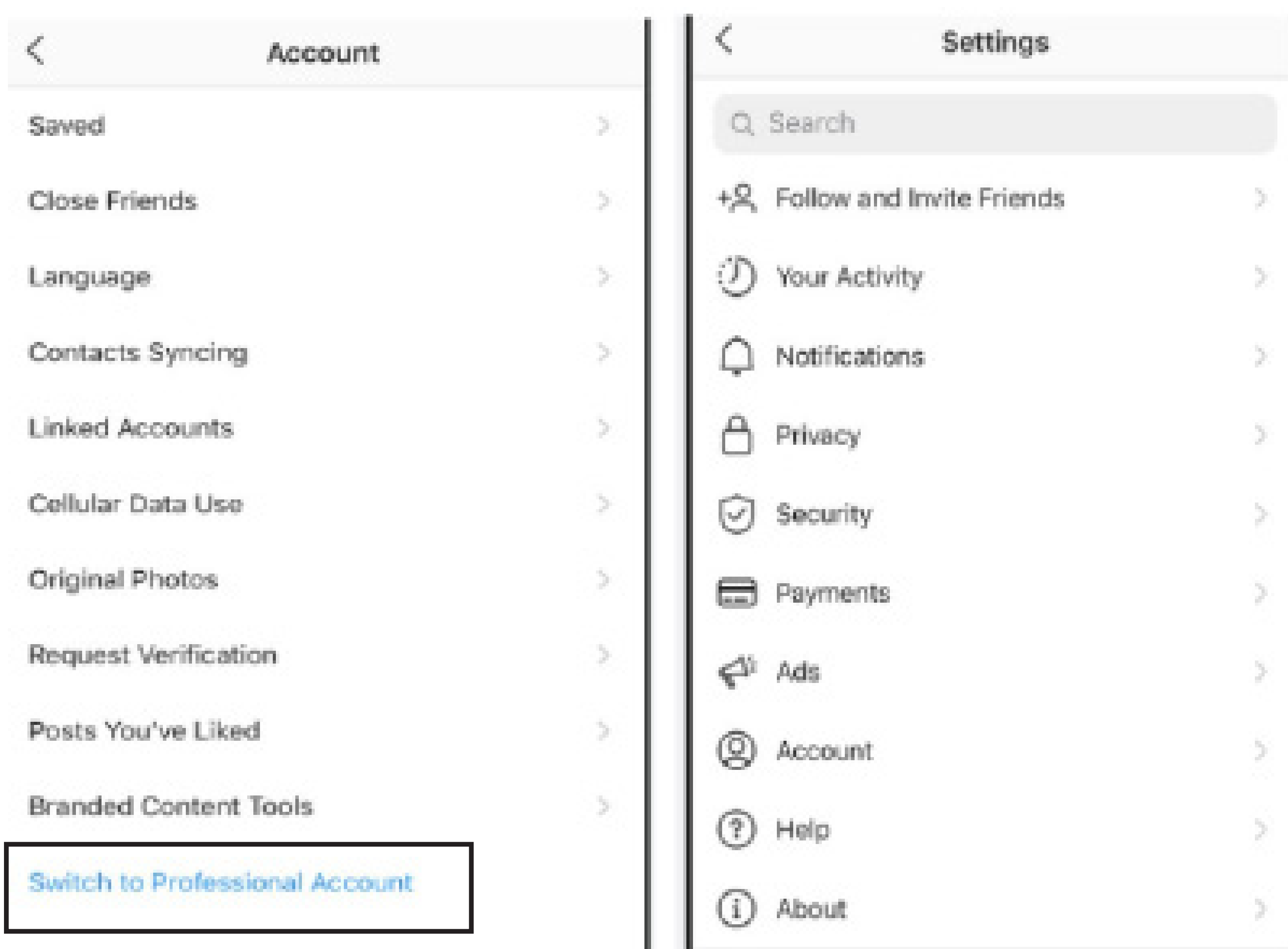
احتل الانستغرام مكانة كبيرة في وسائل التواصل الاجتماعي في فترة قصيرة وأصبح من المنصات المهمة التي يتم فيها صناعة المحتوى ويقوم بمتابعته فئة كبيرة من الناس، بإمكانك إنشاء حساب Business على منصة انستغرام وذلك يمكنك من :

- الحصول على معلومات وتحليلات عن الجمهور الخاص بمشروعك .
- استغلال المعلومات والبيانات في معرفة ما يفضله الجمهور وذلك يسهل عليك القيام بالحملة التسويقية .
- الربط بين صفحة الفيسبوك والانستغرام ونشر نفس المحتوى في نفس الوقت.

## خطوات انشاء حساب تجاري على الانستغرام :

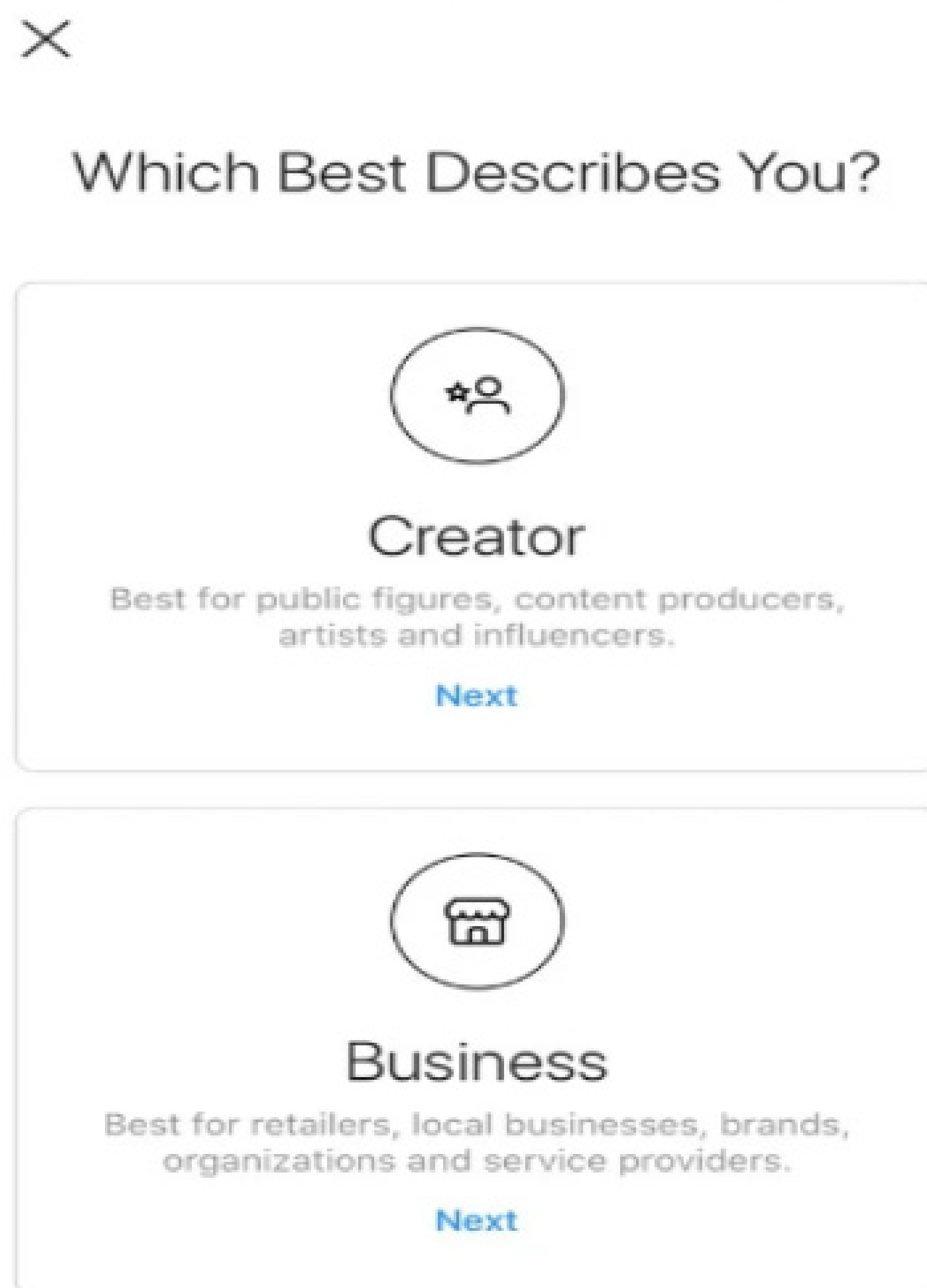


1- في أعلى الصفحة الشخصية توجد قائمة اختيارات تكون على شكل ثلاثة خطوط متساوية ، اختر منها خيار الاعدادات +. setting



2- اختر حساب account ثم مرر الشاشة لأسفل ثم اختر التبديل لحساب احترافي switch to professional account .





٣- قم بتعبئة المعلومات المطلوبة واربط الصفحة مع صفحة الفيسبوك الخاصة بمشروعك.

## معلومات الصفحة :

اسم الصفحة : اسم المشروع.  
صورة الحساب : لوغو المشروع او صورة تعبر عن المشروع.  
النبذة التعريفية: : معلومات خاصة بالمشروع (رابط الموقع الالكتروني، رقم الهاتف، الموقع).



**نصيحة:** من المهم جداً زيادة عدد المتابعين على منصة الانستغرام والرد على جميع التعليقات ومعرفة أفضل الأوقات للنشر، كما يمكنك أيضاً التعاون مع المؤثرين في زيادة عدد المتابعين أو التسويق للمنتج أو الخدمة.

## نوع المحتوى الذي يتم نشره على منصة انستغرام :

- ١- الصور
- ٢- الفيديو
- ٣- البث المباشر
- ٤- قصص انستغرام Instagram Stories : ميزة يتيحها انستغرام تمكنك نشر الصور ومقاطع الفيديو التي تختفي بعد ٢٤ ساعة ويمكنك ايضاً حفظها في ال Highlight ليتمكن المتابعين من الرجوع اليها في اي وقت.
- ويتيح لك انستغرام اضافة خيارات متعددة لإضافتها للقصة الخاصة بك مثل الموقع ، الهاشتاغ، الموسيقى وعدد كبير من الملصقات المختلفة، وتعتبر طريقة ممتازة للتفاعل فيتم من خلالها طرح الاسئلة واستطلاع الرأي و وضع ملصق العد التنازلي والرموز التعبيرية وغيرها.
- ٥- يتم معرفة أوقات النشر على الانستغرام بعد معرفة أوقات نشاط وتفاعل المتابعين ولكن غالباً يكون الوقت المناسب في الفترة الصباحية من ٩-١١ والفترة المسائية من ٧-١١ .

# صناعة المحتوى

المحتوى هو الأفكار التي يتم تقديمها للمتابعين على منصات التواصل الاجتماعي عن طريق الكلام أو الكتابة أو الصور والفيديو، والهدف منه إنشاء جمهور متميز والعمل على إقناعهم بالخدمة أو المنتج الذي يقدمه المشروع، كما أنه من المهم التركيز على الجانب العاطفي ومشاعر المتابعين أثناء تقديم المحتوى فهذا يعمل على لفت انتباه الجمهور.

## أنواع المحتوى:

- ١- محتوى إعلاني : الإعلان والترويج للمنتج أو الخدمة .
- ٢- محتوى تثقيفي: نشر معلومات عن المنتج أو الخدمة أو معلومات عن قضايا متداولة تهم الفئة المستهدفة .
- ٣- محتوى تفاعلي : نشر الاسئلة والمسابقات واستطلاعات الرأي والالغاز والتصويت.
- ٤- محتوى ترفيهي: نشر مقاطع فيديو مسلية والصور المضحكة .

## من سيكتب وينشر المحتوى:

يجب تحديد طبيعة وشكل المحتوى من قبل المدير وكاتب المحتوى والمصمم (نصوص وتصاميم - فيديو وصور).  
الشخص الذي سيكتب المحتوى يجب أن يكون لديه قدرة إبداعية على كتابة المحتوى وخلق أفكار جديدة.  
يجب أن يكون لديه القدرة على التطور والاطلاع على كل ما هو جديد وتعلمه.  
يجب أن يمتلك مهارات التواصل والاتصال وخلق التفاعل مع الجمهور.

## الشروط التي يجب توفرها في المحتوى:

- ١- محتوى احترافي.
- ٢- يجذب العملاء.
- ٣- أعلى جودة ممكنة.
- ٤- افكار جديدة .
- ٥- إعداد المحتوى المناسب لكل اعلان حسب طبيعته .
- ٦- التصميم الاحترافي بما يميزك عن المنافسين ويظهر خدماتك وعلامتك التجارية .



# دراسة نتائج الحملة التسويقية

يتم دراسة وتحليل النتائج التي ترتبت على نشر المحتوى وإطلاق الحملة التسويقية من خلال الاجابة على الأسئلة التالية :

هل حققت الأهداف التي تم وضعها ؟  
ما الذي يمكن القيام به بطريقة مختلفة ؟  
ما هي التحديات والصعوبات التي واجهتك وكيف يمكن تجنبها ؟  
ما هي الأساليب التي يجب تطويرها ؟

## كتابة تقارير تحتوي على :

- التغيير في نسبة المبيعات.
- الزيادة في عدد زوار الموقع الإلكتروني.
- الانطباعات التي تتركها المنشورات لدى الجمهور.
- نسبة التفاعل على المنشورات.
- الزيادة في عدد المتابعين.
- تقارير خاصة بالاعلانات المدفوعة ونتائجها .
- تقارير تحتوي تحليل أداء المنافسين على منصات التواصل الاجتماعي مع تحديد نقاط ضعفهم وقوتهم .

الهدف من هذه التقارير معرفة النتائج التي ترتبت على القيام بالحملة التسويقية كي تتأكد من نجاحها وتعرف ما المنصة التي عادت عليك بالفائدة الأكبر لكي تعتمد عليها في الحملات القادمة.

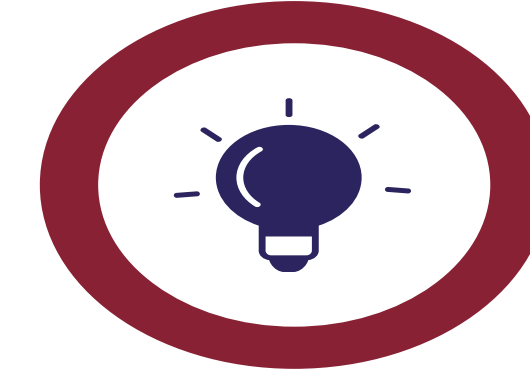


# التصوير الفوتوغرافي



يمكنك الآن باستخدام كاميرا الهاتف المحمول أن تقوم بالتقاط العديد من الصور ومقاطع الفيديو وتعديلها بطريقة احترافية، نقدم إليك بعض الأمور التي يجب مراعاتها أثناء القيام بتصوير منتج معين:

- أن تكون عدسة الكاميرا نظيفة دائماً.
- ضبط التركيز (focus).
- تثبيت اليد أثناء التصوير.
- الإضاءة (جعل الشيء المراد تصويره أمام مصدر الضوء).
- عدم استخدام خاصية الزوم (zoom).
- عدم استخدام فلاش الهاتف المحمول.
- استخدام برامج التعديل.



**نصيحة:** يجب عليك التدريب كثيراً وممارسة التصوير بشكل دائم حتى تتمكن من التقاط الصور بطريقة احترافية.

تطبيقات للهاتف تساعدك على تعديل الصور:

PicsArt -

PicCollage -





التسويق من خلال  
المؤثرين على منصات  
التواصل الاجتماعي



في الآونة الأخيرة أصبح التسويق من خلال المؤثرين من أهم استراتيجيات التسويق بسبب قدرتهم على التأثير في خيارات الفئة المستهدفة وذلك لثقة الجمهور واقتناعهم بما ينشره هؤلاء المؤثرين، من خلال الشراكة مع المؤثرين على السوشيال ميديا يتم الوصول إلى جمهور أكبر وبناء الثقة مع الفئة المستهدفة والتأثير على قرار الشراء لديهم، بالإضافة إلى:

- ١- التسويق عبر المؤثرين يساعد على زيادة انتشار المشروع وزيادة التفاعل.
- ٢- يجب البحث عن المؤثرين المشهورين والتواصل معهم وبناء علاقات جيدة معهم وتطوير الأفكار للتعاون معهم لكسب متابعيهم.
- ٣- ومن الممكن على المدى البعيد اختيار أحد المؤثرين ليصبح الوجه الإعلاني للمشروع.



الشراكة مع شركة تسويق



# الشراكة مع شركة تسويق

إذا كنت صاحب مشروع صغير وتحتاج للتركيز على الخدمات التي تعرضها او المنتجات التي تقدمها واذا كنت تفتقر الى الخبرة في تصميم الحملات الاعلانية والتسويق لمشروعك، فيمكنك الاستعانة بشركات متخصصة بالتسويق الرقمي تساعدك بالقيام بالحملات الاعلانية و الوصول الى الفئة المستهدفة بالشكل الافضل والمناسب.

يوجد الكثير من الشركات المتخصصة في مجال التسويق في وقتنا الحالي ومن الممكن الاتفاق مع أي من هذه الشركات و توكيلها مهمة التسويق للمشروع على منصات التواصل الاجتماعي، من الأمور التي يجب مراعاتها معرفة انجازات شركة التسويق ومعرفة مدى قوة الفريق الذي يعمل فيها فهي تعتبر شريكا لنجاحك و يجب أن يكون بينك وبين هذه الشركة توافق في المبادئ والمصالح المشتركة مع ضرورة وجود ثقة بين الطرفين من أجل الوصول الى هدفك وتحقيقه بالطريقة الصحيحة، ومن الضروري إطلاع شركة التسويق على أهدافك و التعاون معها و منحها الوقت الكافي لوضع الاستراتيجية التسويقية المناسبة .



# نصائح واستراتيجيات التسويق على منصات التواصل الاجتماعي



# مواجهة التحديات والمشكلات

من المهم جداً أثناء وضع الخطة التسويقية توقع مواجهة العديد من التحديات والصعوبات التي قد تعيق الوصول الى الاهداف لذلك يجب عليك ان تكون قادراً على مواجهة مثل هذه المشكلات.

من التحديات التي يمكن مواجهتها المنافسة المتزايدة في نفس المجال لذلك يجب عليك التفكير بإبداع والتميز في بناء العلامة التجارية وتحليل أداء منافسيك على منصات التواصل الاجتماعي وتقديم خدمة عملاء متميزة حتى تكسب ثقتهم .

وبسبب التطور المستمر في عالم التسويق الرقمي لا يجب الاكتفاء بما تعرفه من معلومات بل يجب عليك متابعة كل ما هو جديد والاطلاع على جميع التحديثات او ما يسمى (الترند) في الوقت الحالي لكي تتمكن من تطوير خطتك التسويقية بالطريقة المناسبة .

## نصائح واستراتيجيات التسويق على منصات التواصل الاجتماعي :

- توحيد اسم الحساب على جميع منصات التواصل الاجتماعي .
- ربط الحسابات على جميع منصات التواصل الاجتماعي ببعضها .
- التركيز على المحتوى المرئي والفيديو .
- استخدام الهاشتاج .
- عدم نشر أكثر من ٣ منشورات يوميا على المنصة الواحدة .
- يجب تصميم محتوى يجذب انتباه الجمهور .
- دعوة الجمهور للتواصل معك (الضغط على زر الاعجاب والتعليق ومشاركة المنشور مع الأصدقاء) .
- يجب الانتباه للمتغيرات الداخلية والخارجية التي يمكن أن تؤثر على الخطة التسويقية.
- يجب التركيز بعد وضع الخطة على تنفيذها بشكل صحيح وتقييمها بشكل مستمر.
- يجب وضع خطط مستقبلية متكاملة للتعامل مع التحديات والمشكلات التي يمكن مواجهتها.



# مركز نحن ننهض للتنمية المستدامة

مؤسسة مجتمع مدني أردنية غير حكومية وغير ربحية تأسست في آذار عام ٢٠١٨ بجهود مجموعة من الشباب الناشطين في المجتمع المدني، بهدف ترسيخ قيم المواطنة الفاعلة التي تركز على مبادئ الديمقراطية وحقوق الإنسان، وتعزيز التماسك المجتمعي والمساءلة والمشاركة في عملية صنع القرار للوصول إلى مخرجات تنموية أفضل.

يؤمن مركز نحن ننهض بأن مشاريعه يجب أن تشمل الأطراف كما هي في المركز لذا يعمل على تنفيذ العديد من المشاريع والأنشطة في المناطق الأقل حظاً مع التركيز على مشاركة كلا الجنسين في هذه الأنشطة، إضافة إلى إنشاء شبكة محلية متخصصة في « تمكين المرأة إقتصادياً وسياسياً من خلال ريادة الأعمال» لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

وإيماناً منا بأهمية الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث تأثير في الرأي العام ، تم استحداث المركز الإعلامي عام ٢٠١٩ بهدف تمكين الشباب من صياغة محتوى إعلامي مؤثر وإدارة حملات إلكترونية فاعلة والوصول إلى العالم أجمع بالمحتوى الإعلامي الغني بالنص والصورة الحية والمباشرة ، كما يعمل المركز بالشراكة مع مختلف القطاعات في الأردن والمنطقة العربية لخلق فرص أفضل للفئات المجتمعية وتعزيز مساهمتهم في صناعة السياسات والقرارات.

تم إعداد هذا الدليل بدعم مالي من الاتحاد الأوروبي ويتحمل مركز نحن ننهض للتنمية المستدامة المسؤولية الكاملة لمحتواه الذي لا يعكس بالضرورة مواقف الاتحاد الأوروبي أو الجهة المتعاقدة منظمة الخبرة الفرنسية .

