



Funded by the European Union
بتمويل من الاتحاد الأوروبي

مشروع تعزيز الحماية الاجتماعية
لدعم 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 2022-2023

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 أردني غير حكومية وغير ربحية تأسست عام ٢٠١٨ بجهود مجموعة من الشباب الناشطين في المجتمع المدني، بهدف ترسیخ قيم المواطنة الفاعلة التي ترتكز 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 اقتصادياً وسياسياً من خلال ريادة الأعمال» لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

وإيماناً منا بأهمية الإعلام الرقمي و المنصات 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 بالمحظى 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 إلى تمكين النساء الريفيات اللواتي يمتلكن مشاريع صغيرة 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 بصفتها جهات فاعلة في تطوير الحماية الاجتماعية في الأردن.

ينفذ هذا المشروع تحت مظلة مكون مؤسسات المجتمع المدني «أقوى مع بعض» الذي تنفذه منظمة الخبرة الفرنسية بالشراكة مع وزارة التنمية الاجتماعية كأحد مكونات «مشروع دعم الحماية الاجتماعية في الأردن» بتمويل من الاتحاد الأوروبي.

تحالف جسور

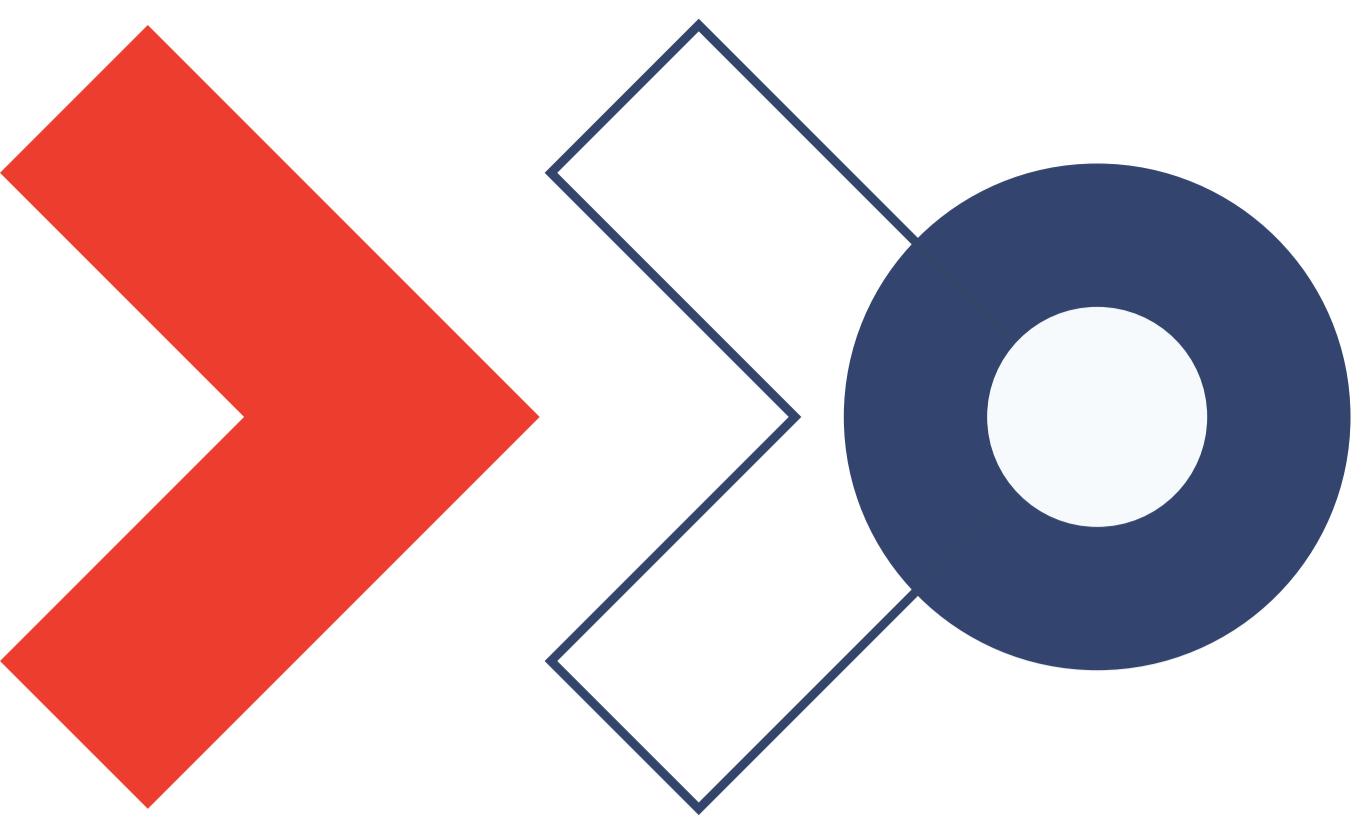
إيماناً بالدور الوطني الواقع على عاتق منظمات المجتمع المدني، قام مركز نحن ننهض للتنمية المستدامة بإطلاق تحالف «جسور» بهدف تعزيز قدرات ودور مؤسسات المجتمع المدني في تقديم الخدمات المجتمعية ومتابعتها وتقديمها بصفتها جهات فاعلة في تطوير الحماية الاجتماعية، وسيعمل هذا التحالف على بناء قنوات تواصل بين المجتمعات المحلية وصانعي القرار على المستوى المحلي والمركزي وترسيخ نهج التشاركيّة في صناعة القرار لمجابهة التحديات والأزمات وتعزيز المسؤولية المجتمعية، يتكون هذا التحالف من ٢٤ مؤسسة مجتمع مدني ممثلة لجميع محافظات الأردن.



جدول المحتويات :

1.....	الهوية الرقمية للمؤسسات والمشاريع الصغيرة
2.....	كيف نعبر عن الهوية الرقمية الخاصة بنا
3.....	موقع مجاني تساعدك في بناء هوبيتك الرقمية.....
4.....	القواعد الاساسية لبناء علامة تجارية قوية.....
15.....	التسويق الرقمي.....
16	خطوات تصميم الحملة الإعلانية
16	أهداف الحملة الإعلانية
17	تحديد الجمهور المستهدف
18	اختيار منصات التسويق الرقمي
19	خطوات انشاء صفحة على الفيسبروك
23	الإعلانات الممولة
28	FACEBOOK INSIGHTS
30	خطوات انشاء حساب على الانستغرام
34	التصوير الفوتوغرافي
35.....	التسويق من خلال المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي
36.....	الشراكة مع شركة تسويق
37.....	نصائح واستراتيجيات التسويق على منصات التواصل الاجتماعي

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 لزيادة تواجد المستخدمين على منصات التواصل الاجتماعي وقضاءهم وقتاً طويلاً قد يمتد لعدة ساعات ومع تزايد استخدام الهواتف الذكية وزيادة اهتمام المستخدمين بما تعرضه المنصات الرقمية أصبح من الضروري لأي شركة أو 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 الإنترن特، فهو يحتوي على مختلف الأساليب التسويقية التي تساعدك في التسويق لمشروعك وتحويل الفئة المستهدفة إلى عملاء حقيقين.



الهوية الرقمية للمؤسسات
والمشاريع الصغيرة

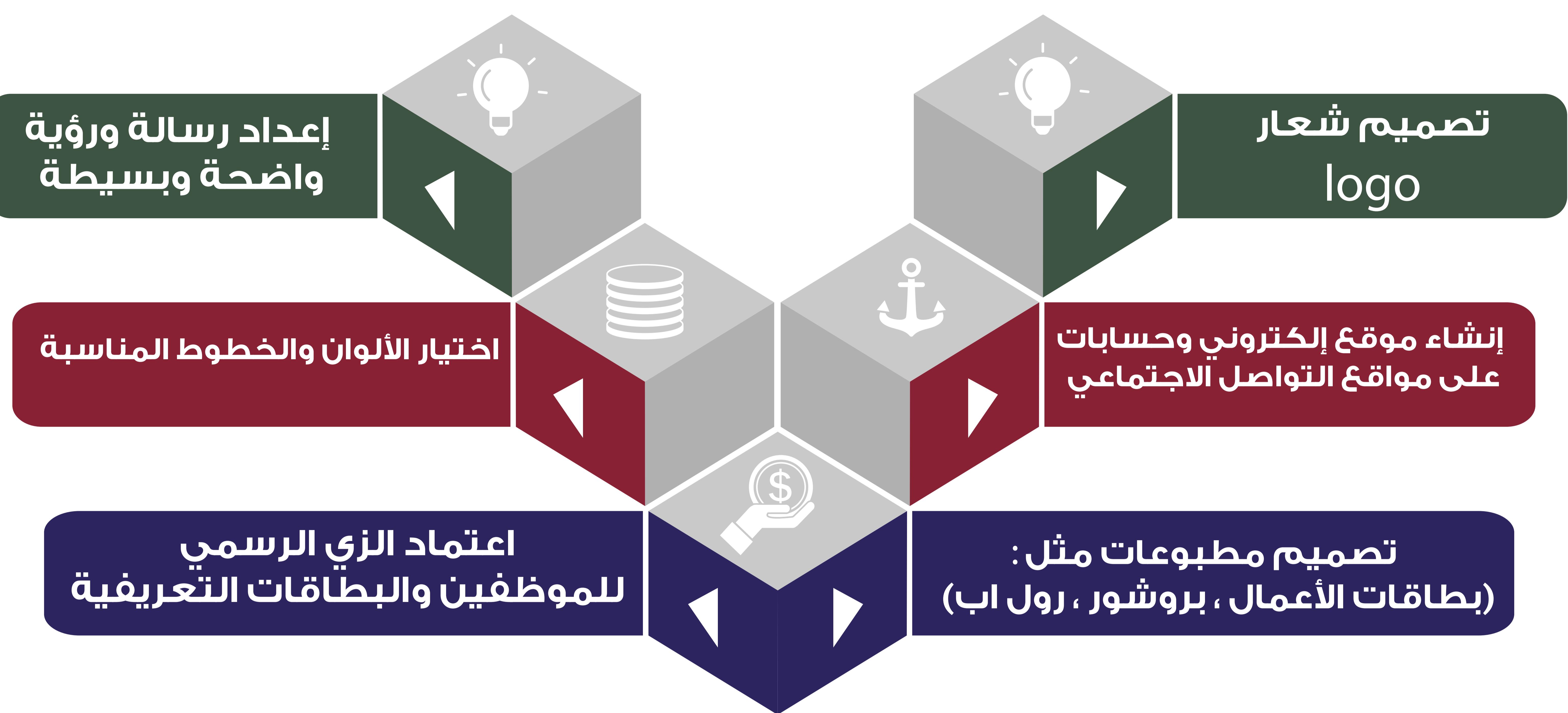
هي الوجود المرئي للشركة او المشروع الخاص بك وهي كل ما يميز مشروعك عن غيره ولا تتضمن الاسم والشعار فقط انما يتسع مدلولها ليشمل الالوان والخطوط وكل ما يرى بالعين، فهي جزء رئيسي من أساسيات المشروع ومن الضروري لأي مشروع أن يبني هوية بصرية خاصة به من أجل تحقيق أهداف المشروع وزيادة نسبة مبيعاته .

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؛ يتبيّن 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؟ 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

موقع مجاني تساعدك في بناء هويتك الرقمية:

يحتوي على العديد من القوالب التي تساعدك على إنشاء مختلف التصميمات

نماذج ثابتة ومتعددة لمنشورات الويب والسوشيال ميديا والإعلانات

تصميم شعارات بسيطة

إنشاء نماذج الفيديو والستوري 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

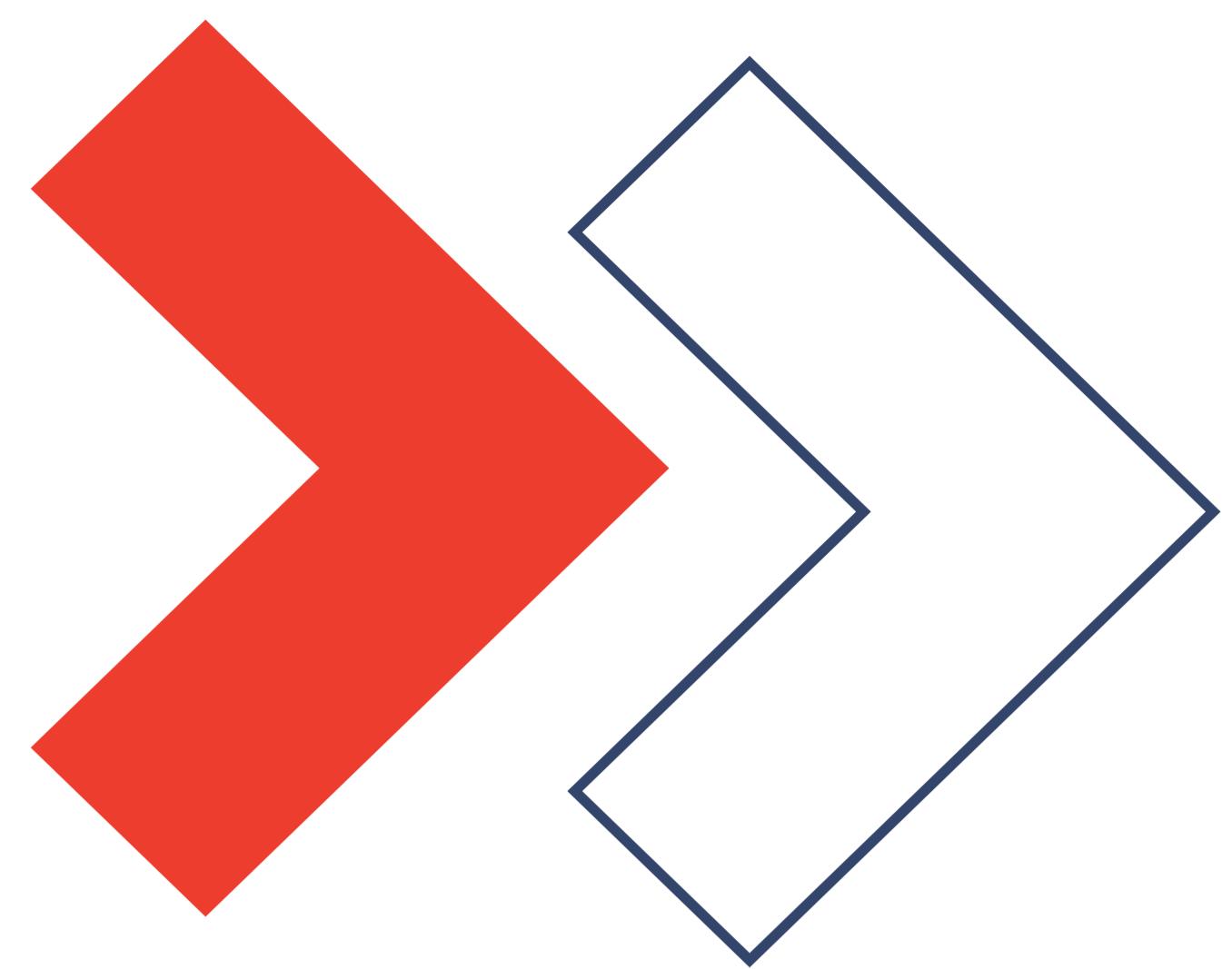


Place It



القواعد الأساسية لبناء علامة تجارية قوية

كيف تبني علامة تجارية يحبها الناس؟

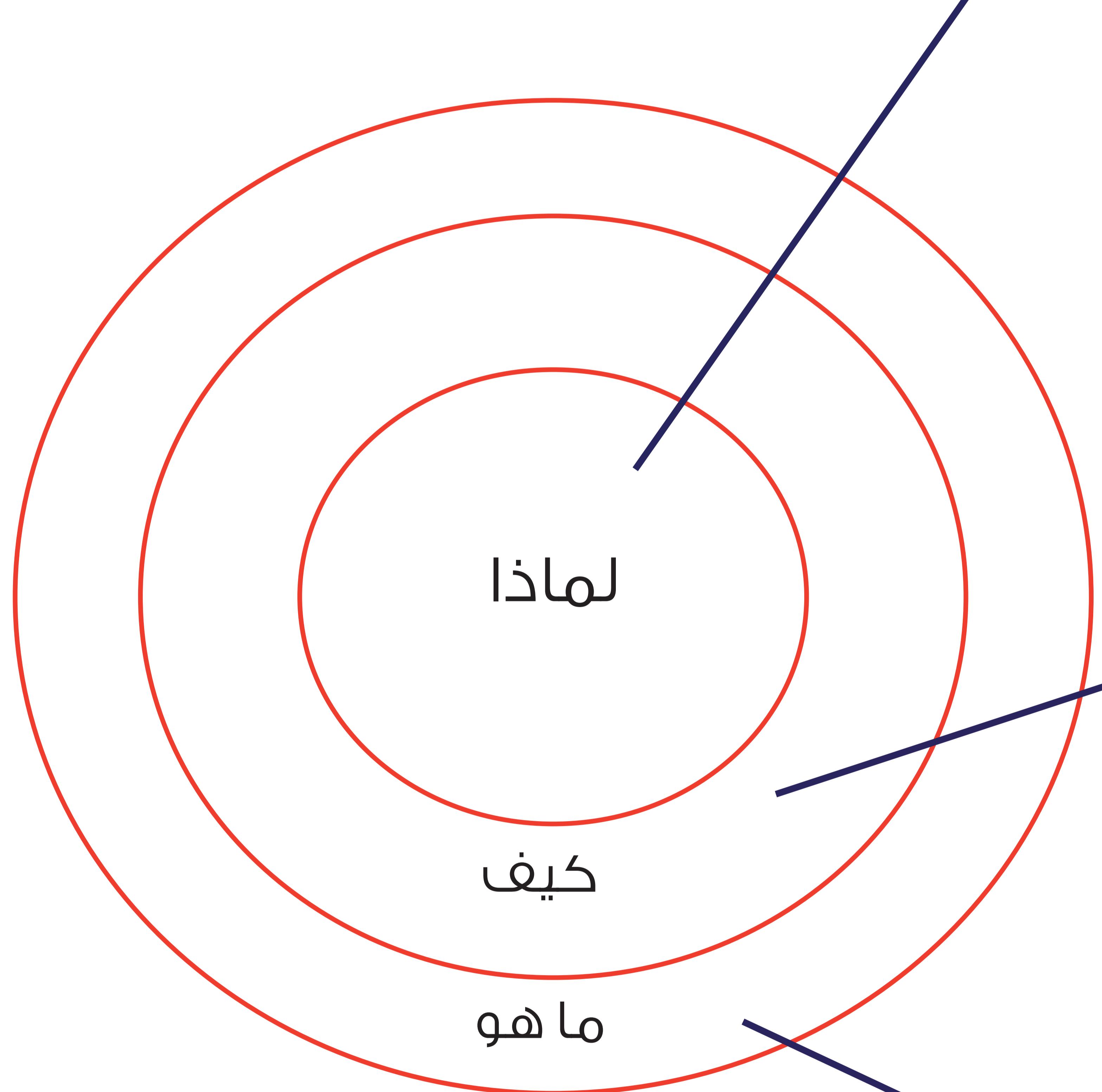


اكتشف 1 ما الغرض من علامتك التجارية

نموذج الدائرة الذهبية

نموذج سيمون سينيك

لتحديد الغرض من العمل



لماذا ؟

المنتجات أو الخدمات
التي تقدمها لعملائك

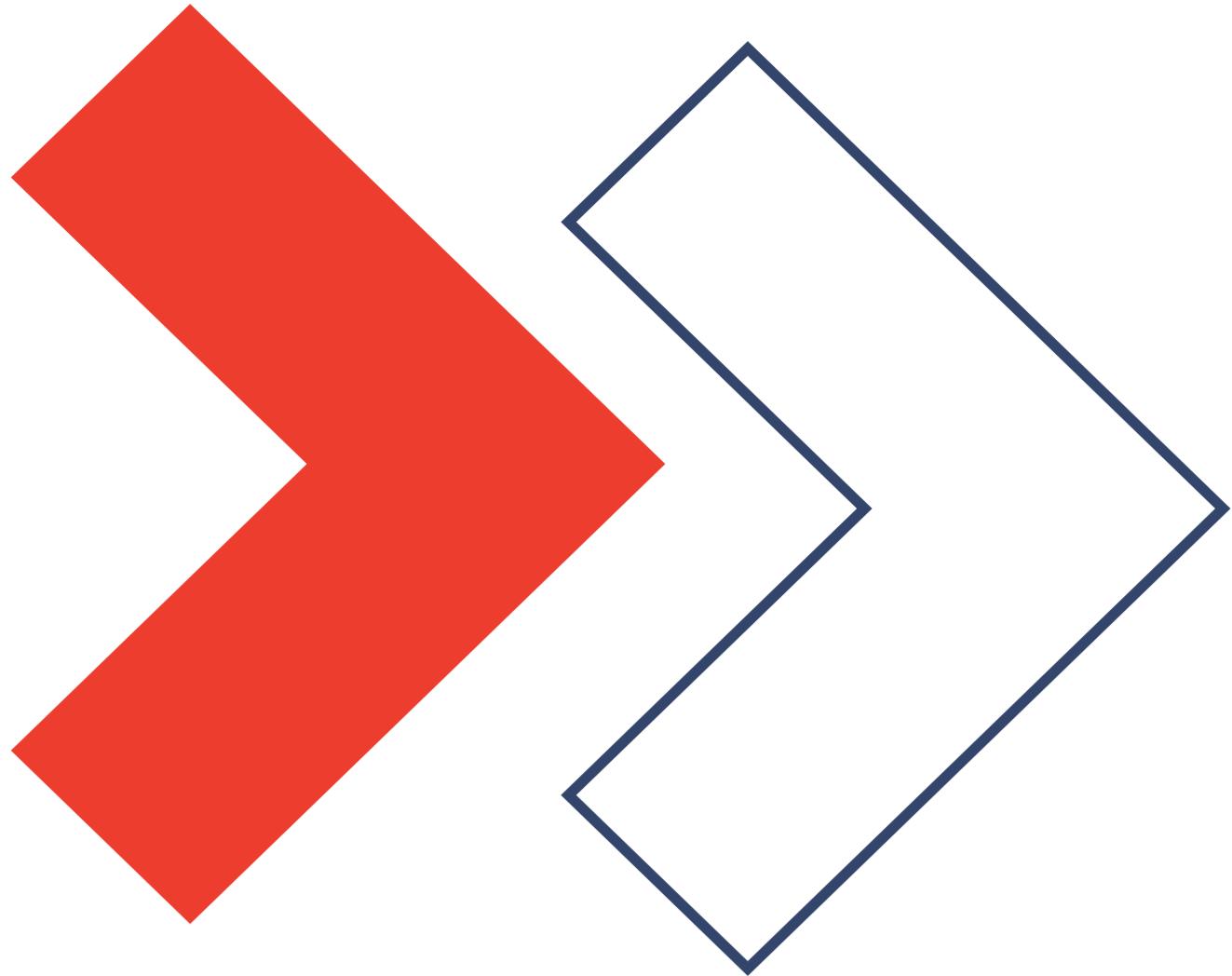
كيف ؟

تميز عن المنافسين

ما هو ؟

شغفك وسبب وجودك

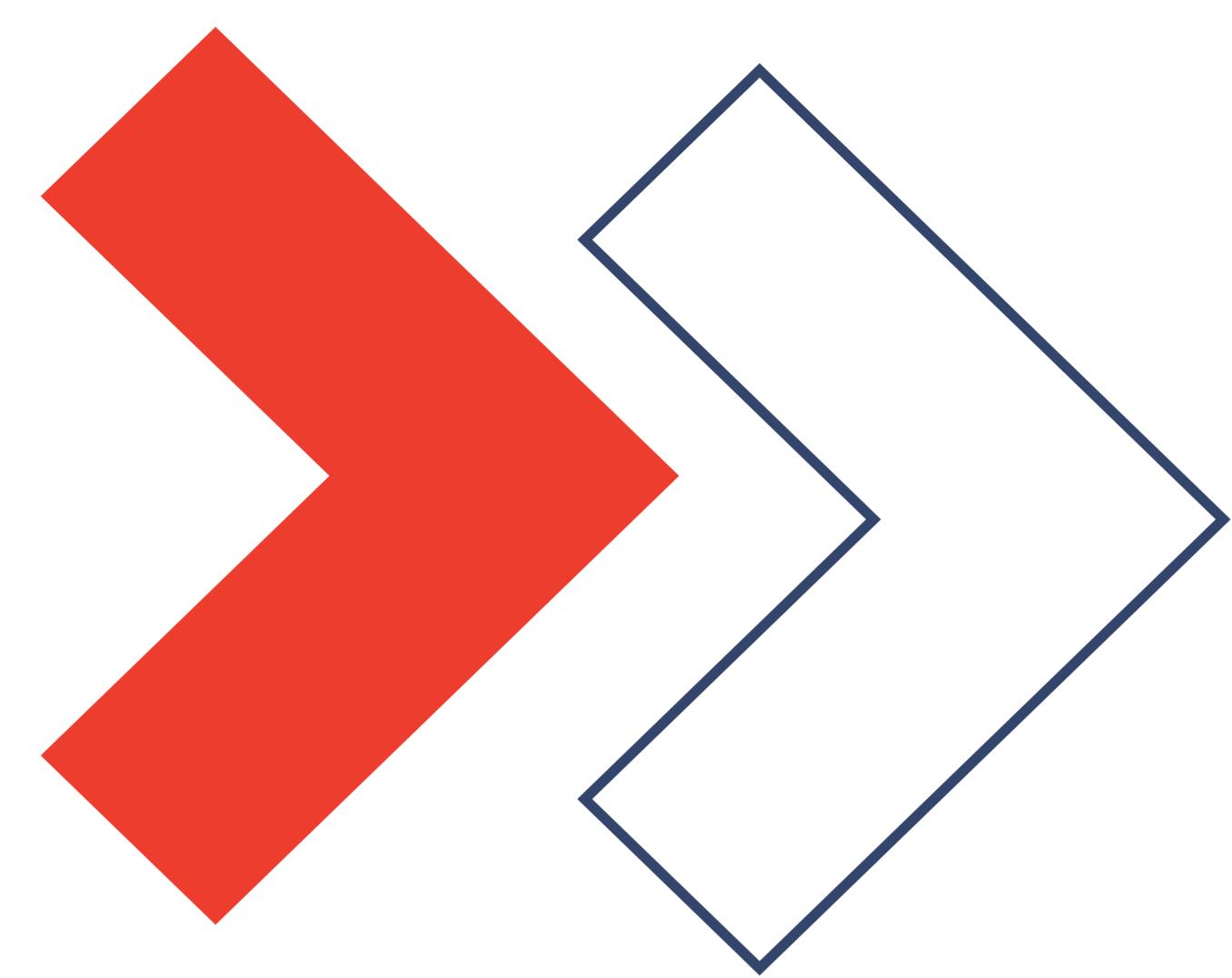
ابحث عن المنافسين في مجال عملك



البحث عن المنافس هو عنصر أساسى 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 & visuale	quality of products or services	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؟	ما هي جودة منتجات أو خدمات المنافس؟	هل لدى المنافس انطباعات العملاء او اشارات اجتماعية التي يمكن قراءتها؟	ما هي طرق تسويق المنافس لاعماله سواء عبر الانترنت او غير ذلك؟

اكتشف 3 ما الغرض من علامتك التجارية

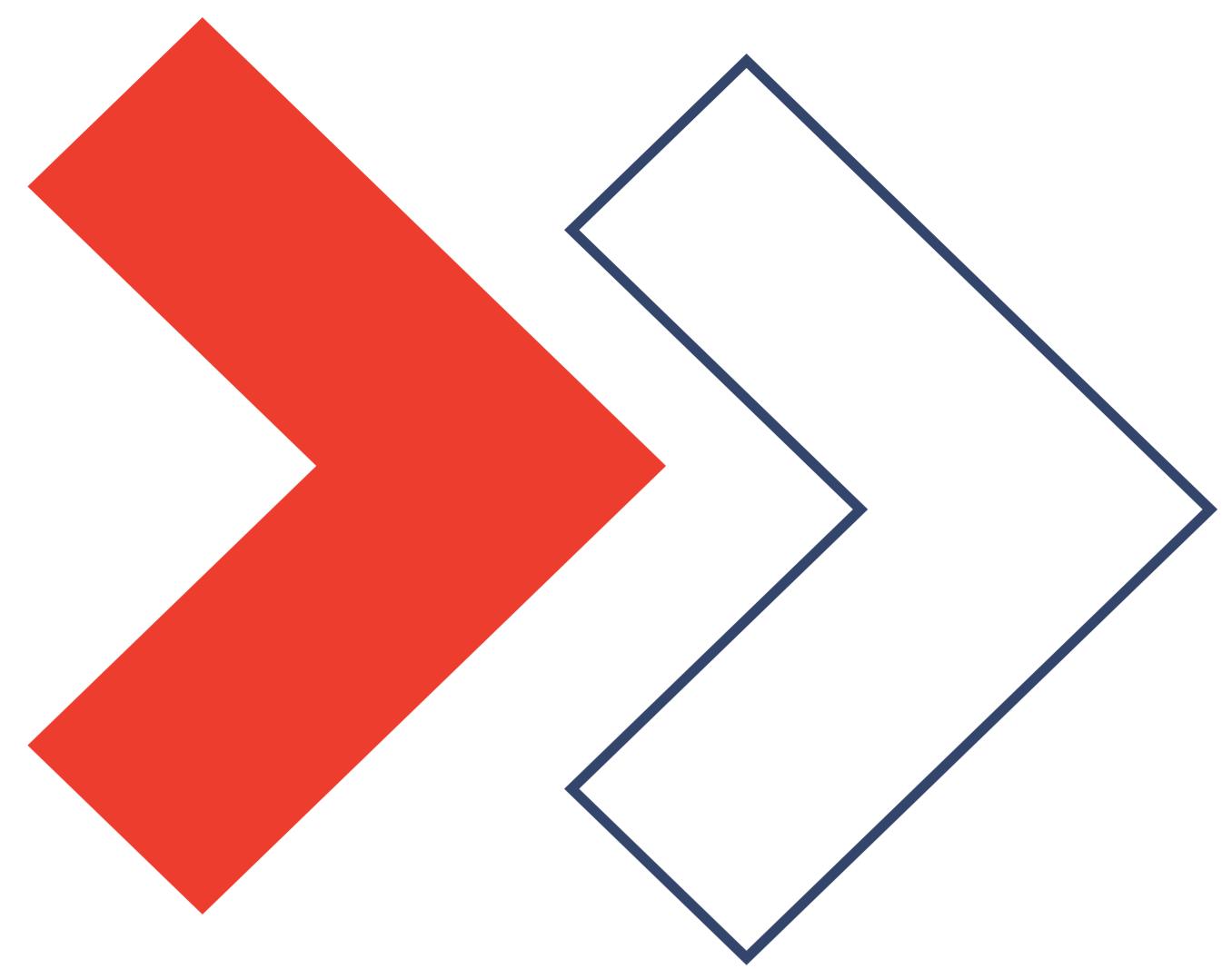


تحديد الجمهور المستهدف لخدماتك أو منتجاتك يفيد جميع المجالات العملية لبناء علامتك التجارية و الخاصة بالأنشطة التسويقية.

كيف تصل للشخص المناسب الذي سيتفاعل مع محتواك ويتفاعل مع إعلاناتك ويتحدث عنك في العمل و مع العائلة وبين الأصدقاء.

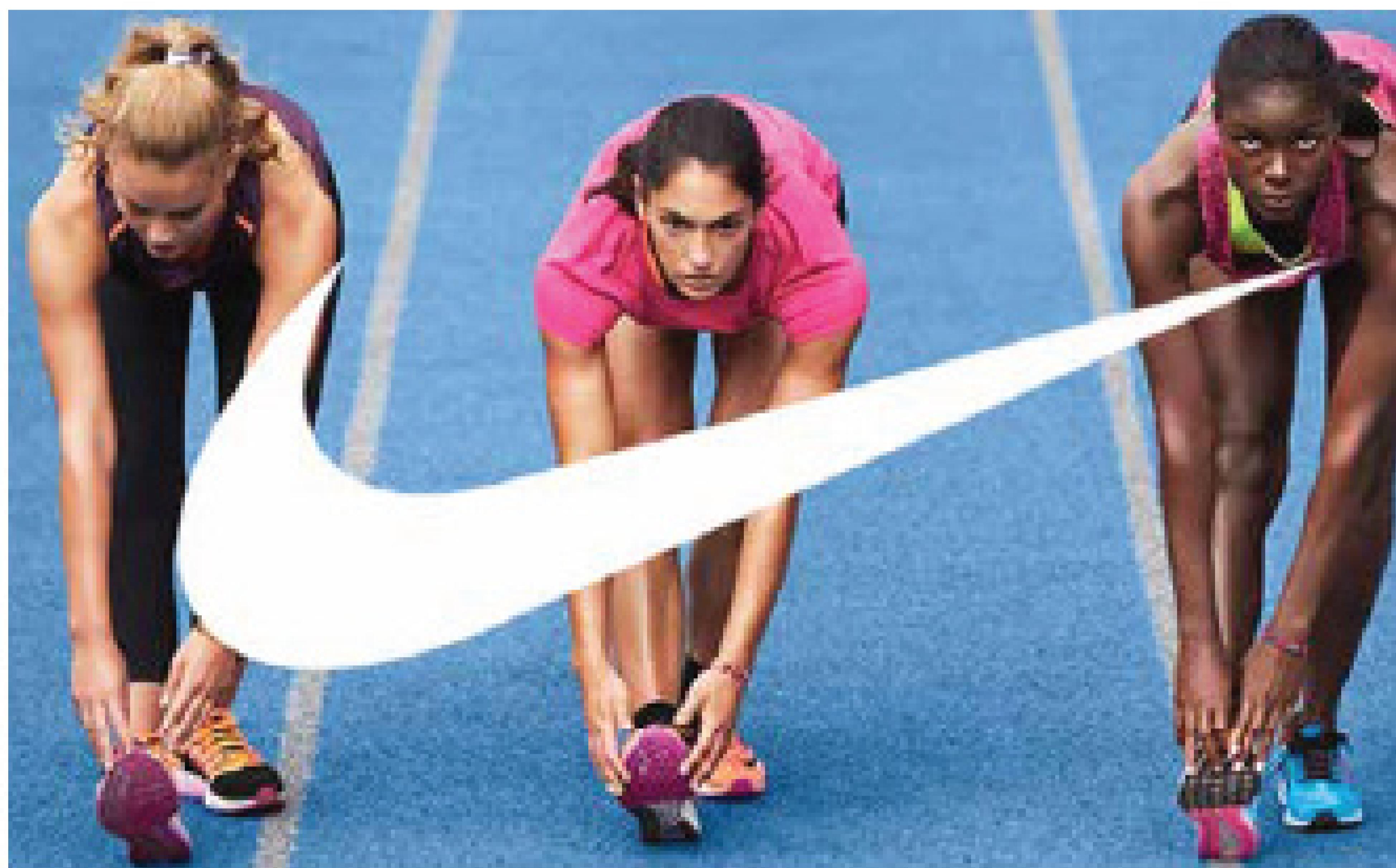


بيان مفهمة العلامة التجارية 4



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

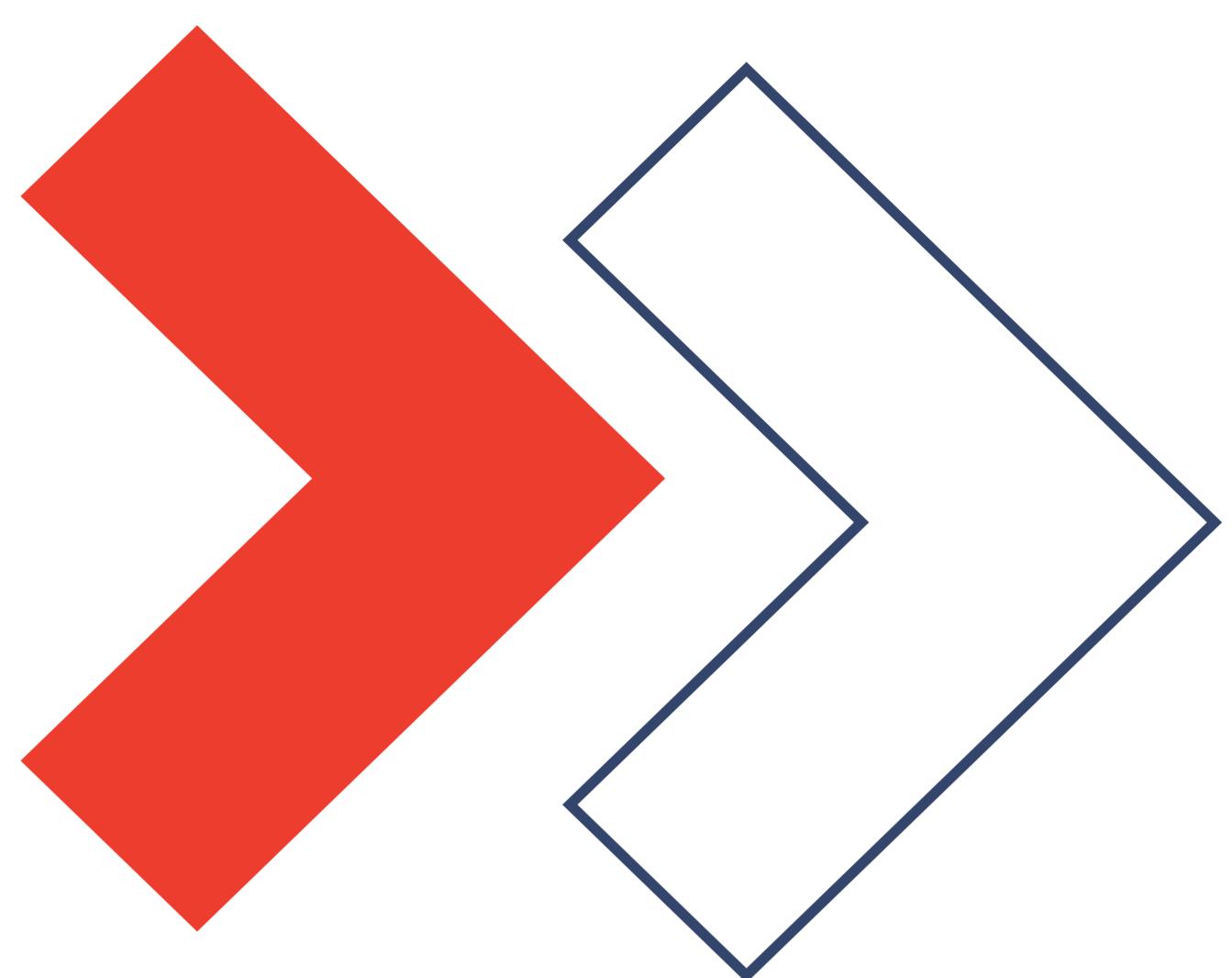
Nike
Just Do It



مفهوم نايك هي

«جلب الإلهام والإبتكار لكل رياضي في العالم»

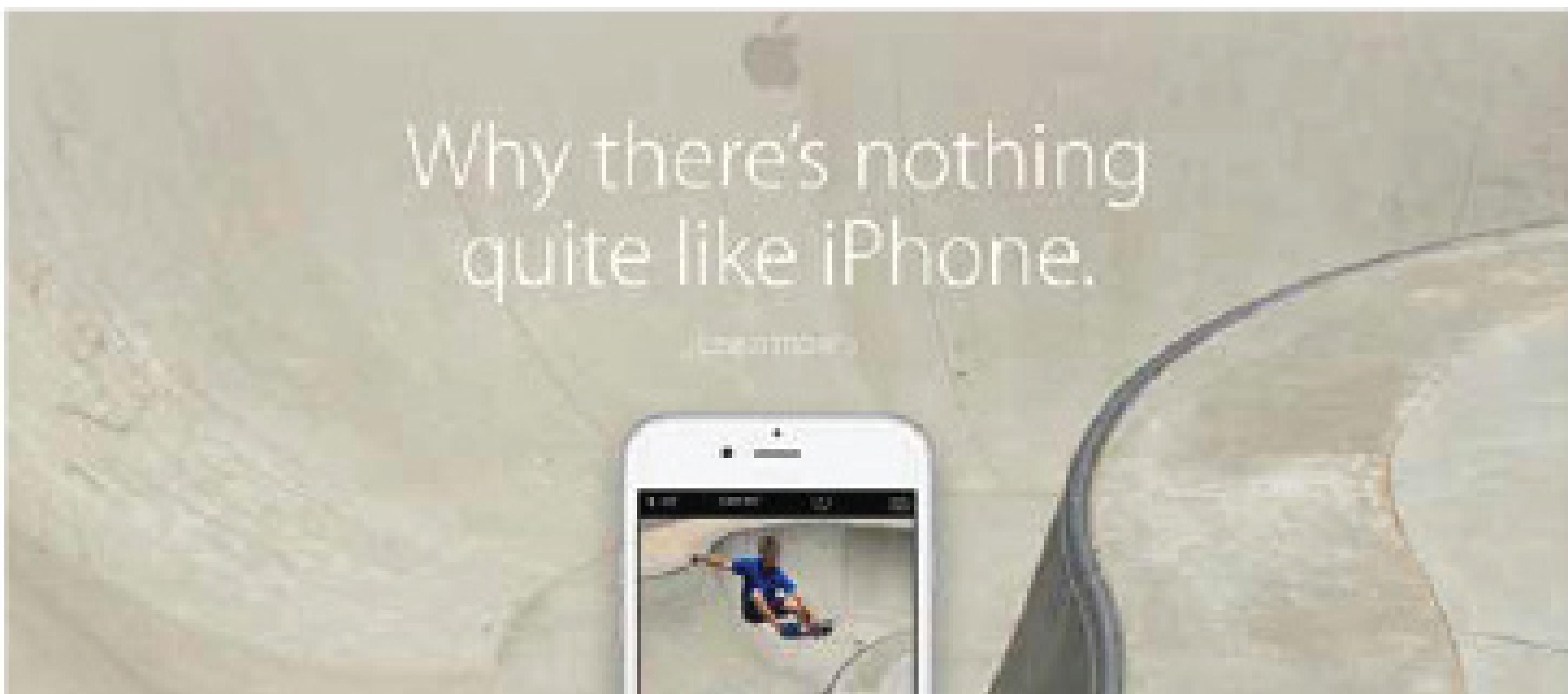
حدد الصفات والمزايا الرئيسية التي تقدمها علامتك التجارية



5

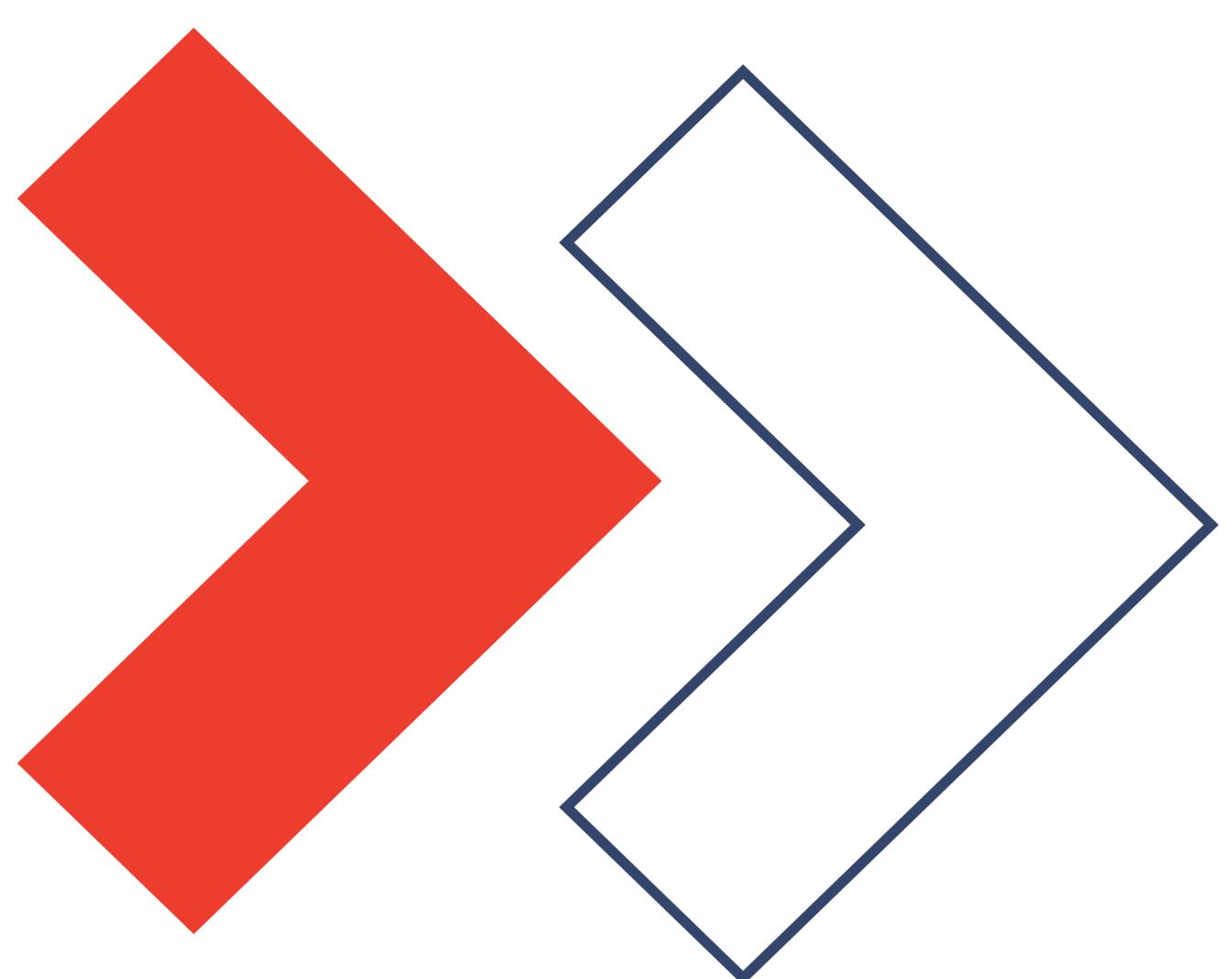
- ركز على هذه الصفات التي يجعل
علامتك التجارية فريدة من نوعها:
- ◀ خدمة عملاء أكثر مصداقية وشفافية
 - ◀ طريقة أفضل لدعم الإنتاجية
 - ◀ تخفيض التكاليف مع خيار أكثر بأسعار معقولة
 - ◀ توفير الوقت والجهد على العميل

Apple



واحدة من صفاتها الرئيسية هي
“التصميم الفريد وسهولة الاستخدام”

صوت علامتك التجارية الفريدة



6

إنها الطريقة التي تتواصل بها
مع عملائك بحيث يسنجيرون لك

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



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

دع شخصية علامتك التجارية تألق 7

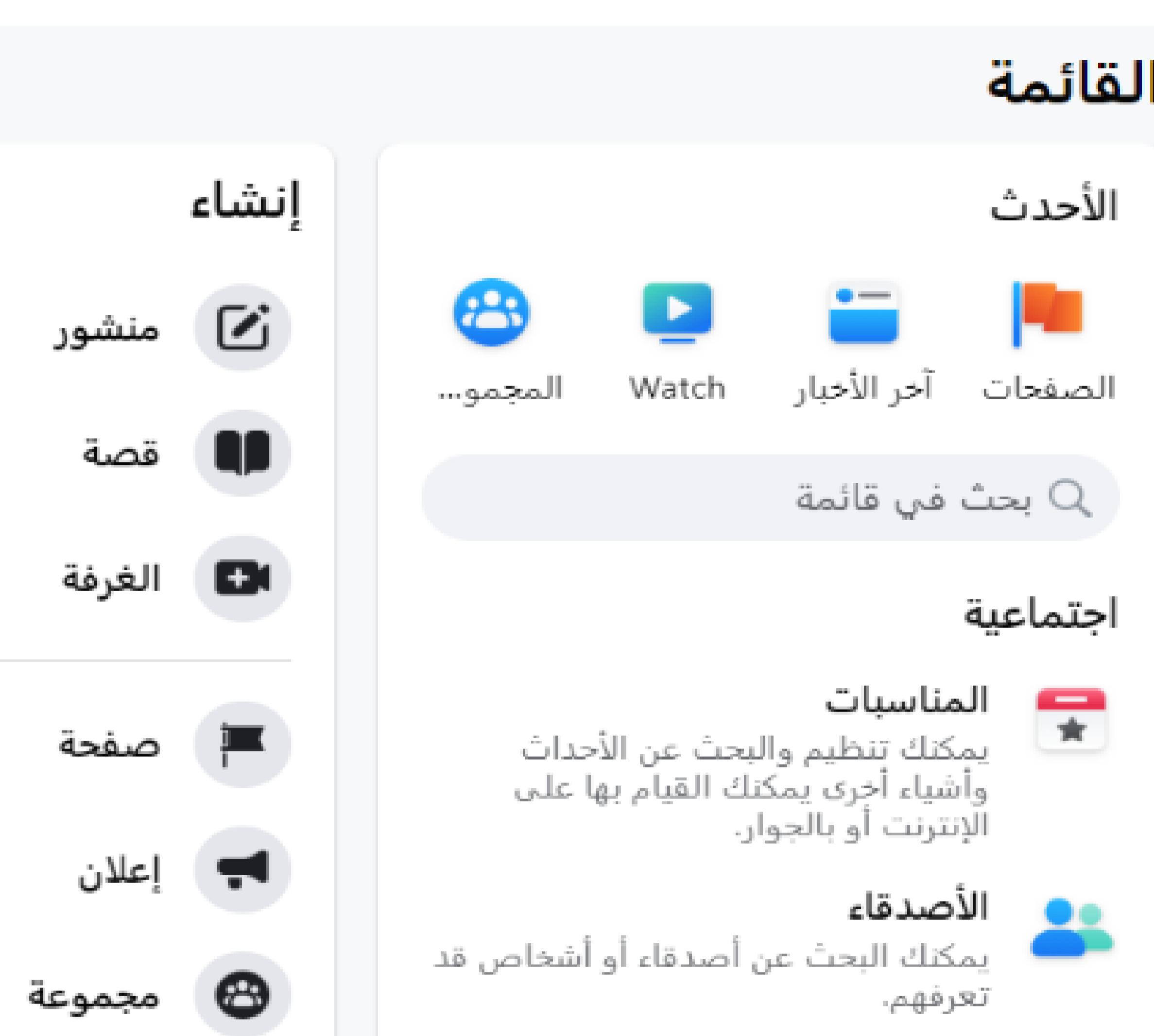
يبحث العملاء عن تجربة مصممة لاحتياجاتهم
مدعومة بتفاعل شخصي حقيقي
كن متواافقاً مع صوت العلامة التجارية
في جميع نقاط الاتصال يمكن أن تكون بسيطة
مثل :

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

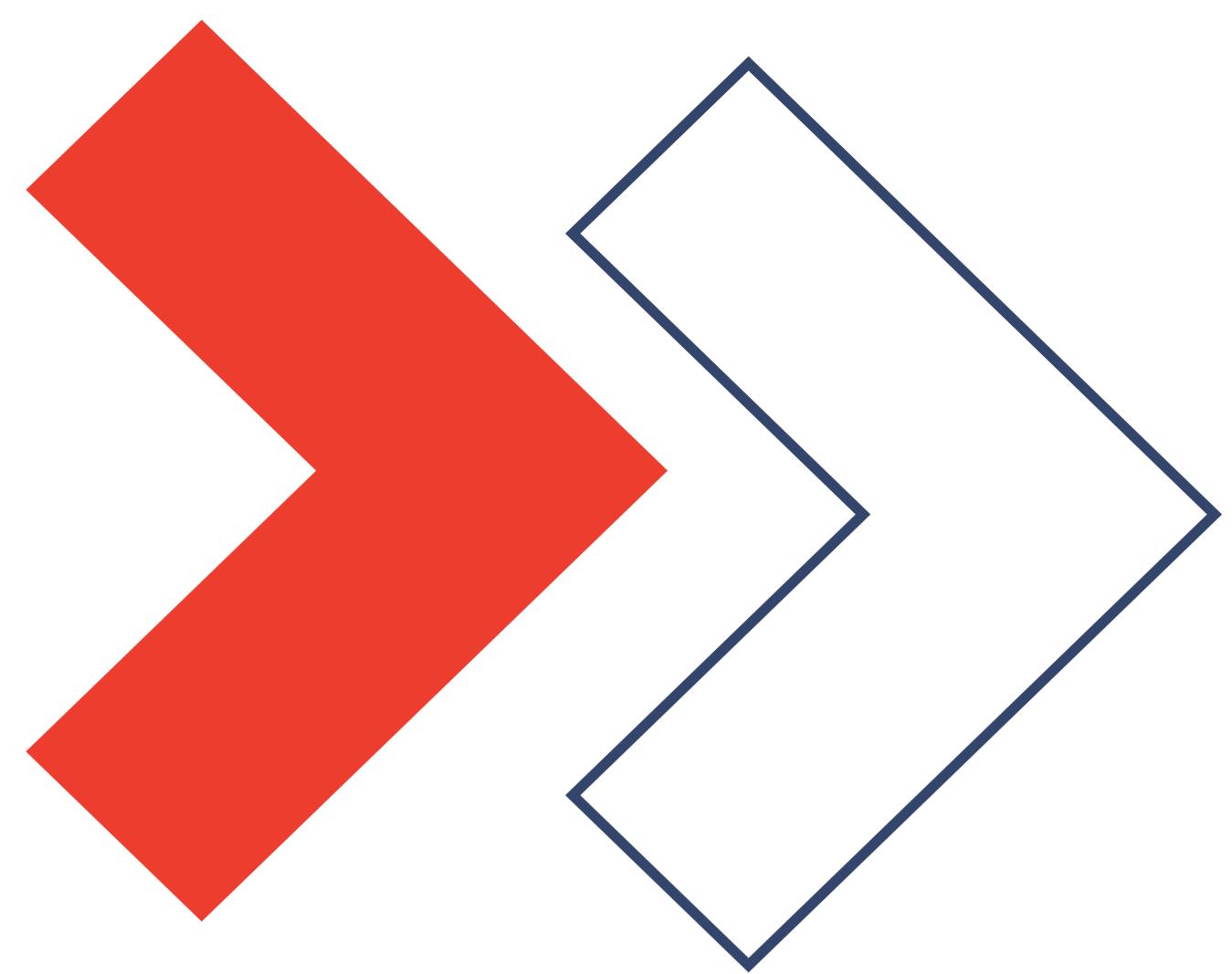
سرد القصص عن التجارب
الحقيقية للعلامة التجارية

وصف منتجاتك أو
خدماتك بطريقة غريبة

مشاركة المحتوى
خلف الكواليس

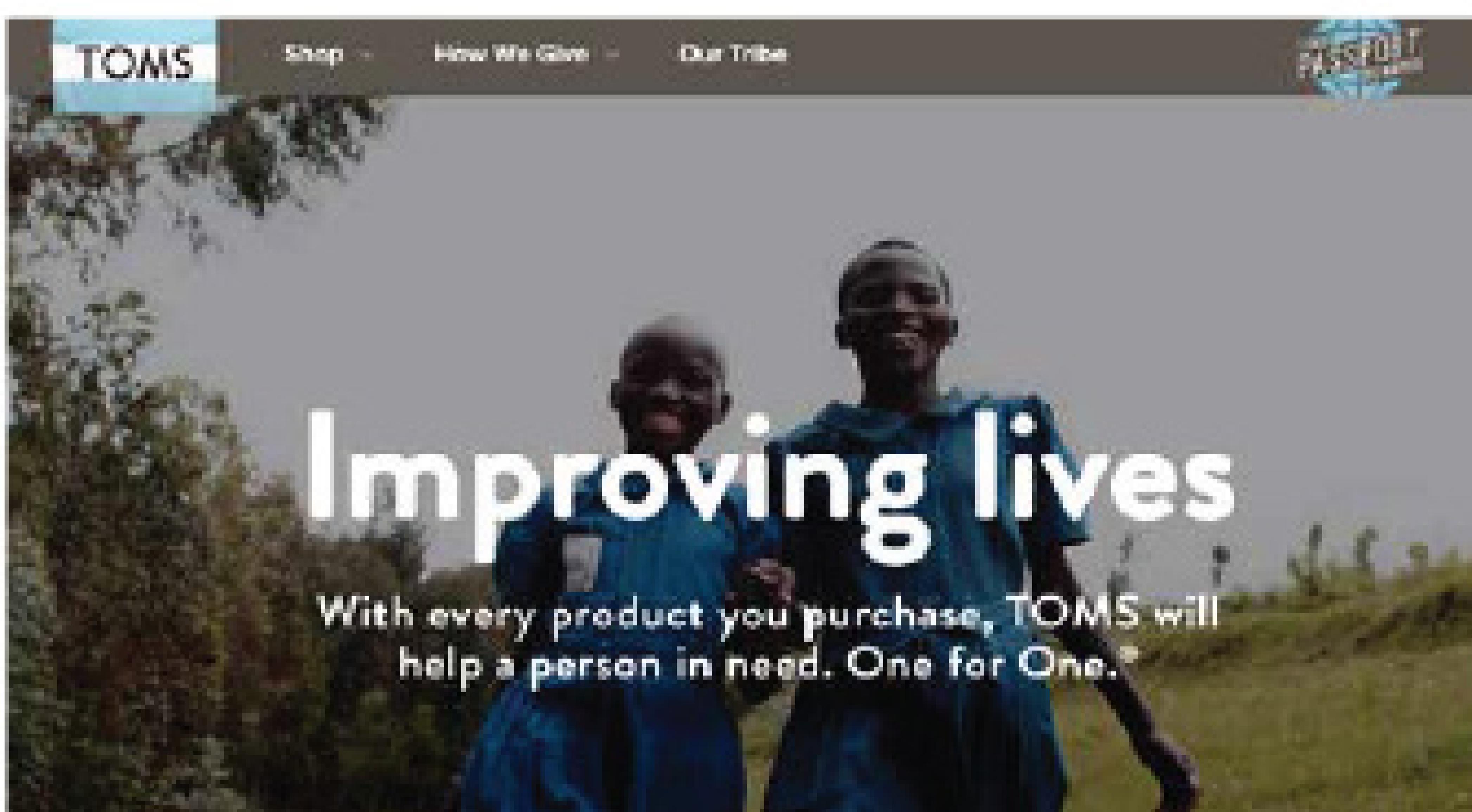


ابن قصة العلامة التجارية 8



عند إنشاء قصة علامتك التجارية، لا تطرق 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

الإتصال 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.



اعكس روح علامتك التجارية في كل أعمالك 10

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

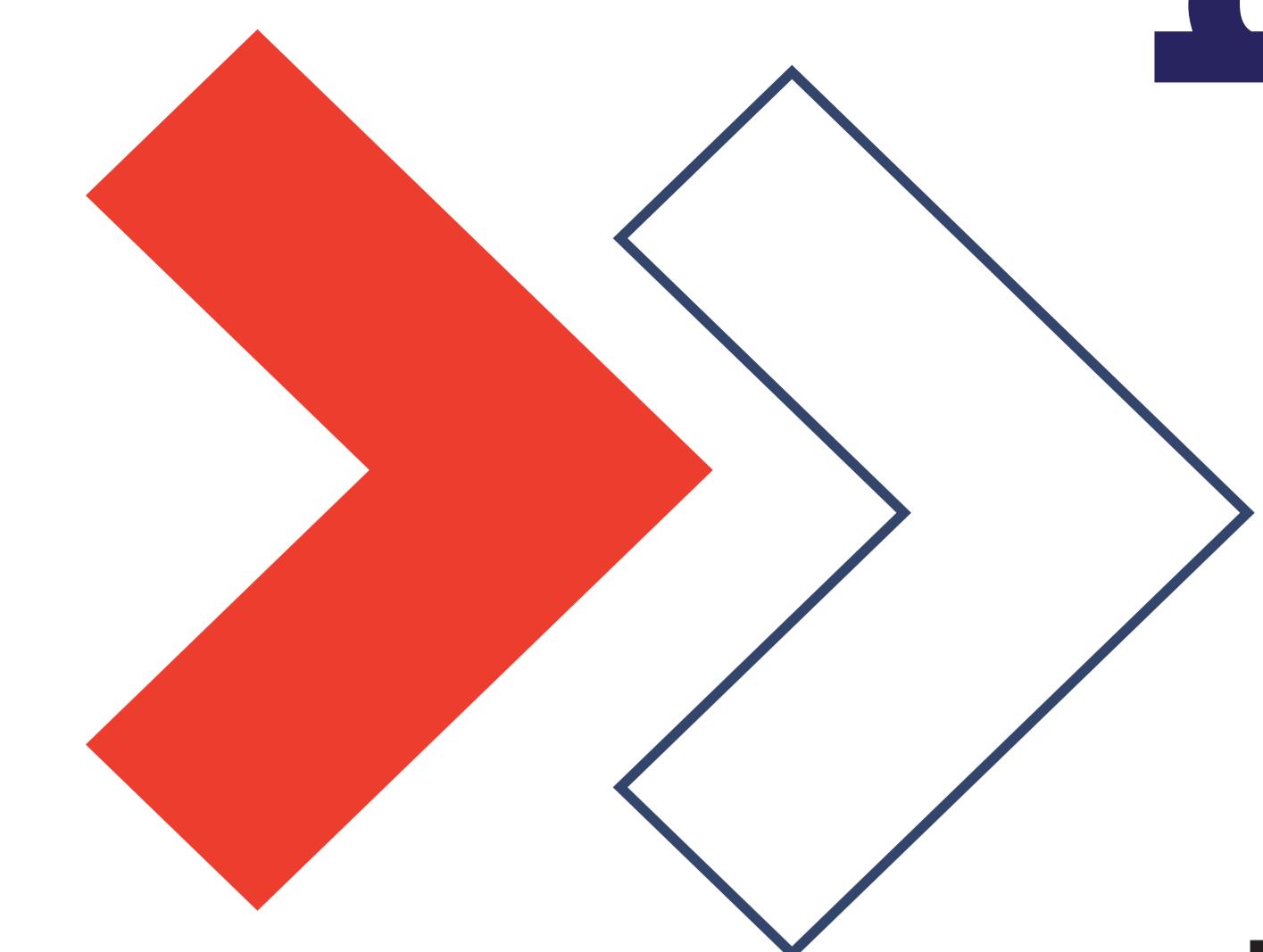
Warby Parker



تم تصميم المنتجات في المنزل

”وانعكس ذلك بالديكور وطريقة تقديم المنتج“

كن صادقاً في بناء علامتك التجارية ١١



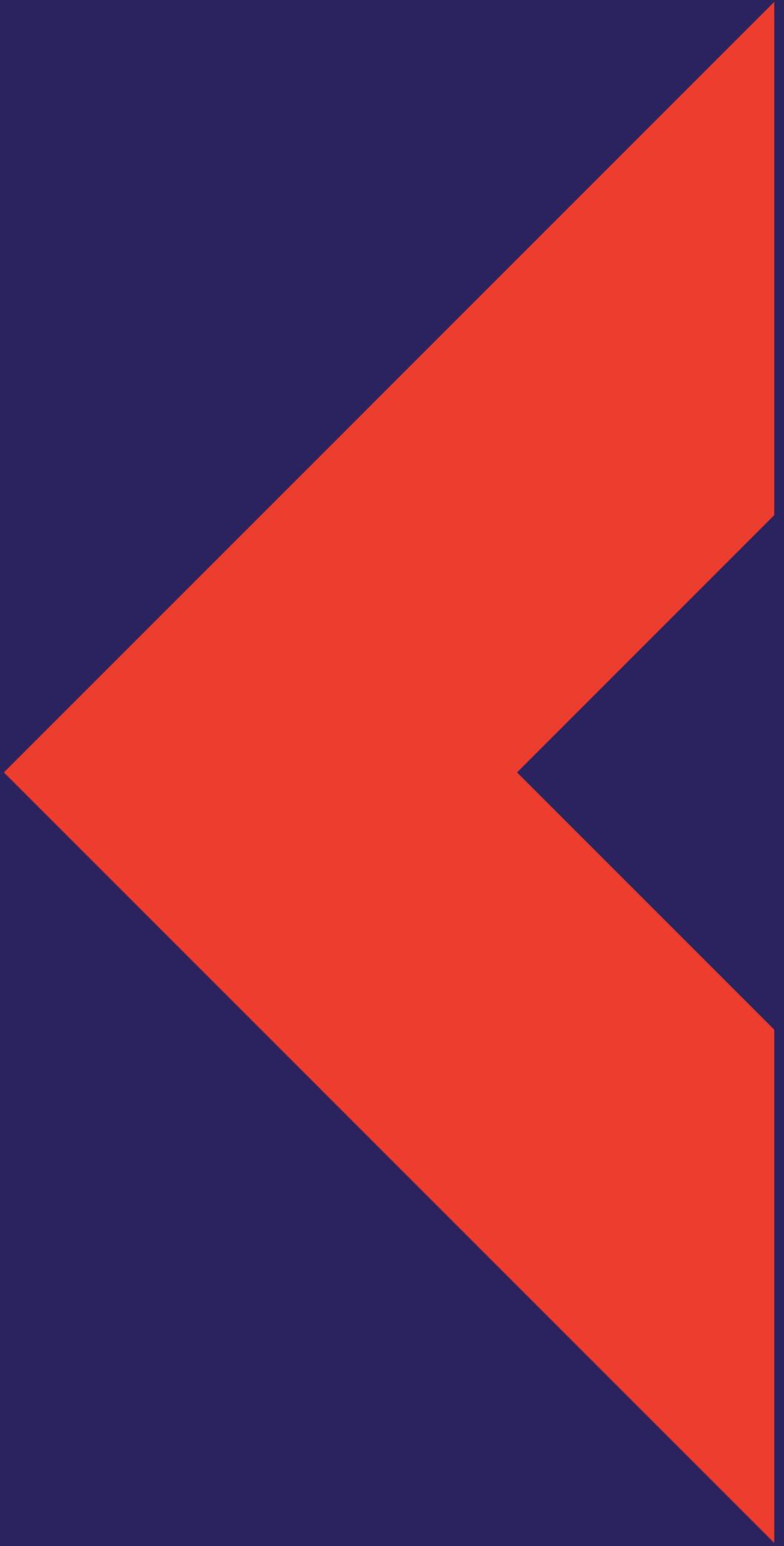
ما لم تقرر إنشاء أو تغيير علامتك التجارية
إلى شيء أكثر فعالية بناءً على استجابة
المستهلك فلن تستطع تحقيق صورة
ذهبية واسعة

Starbucks



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

www.smartic.co



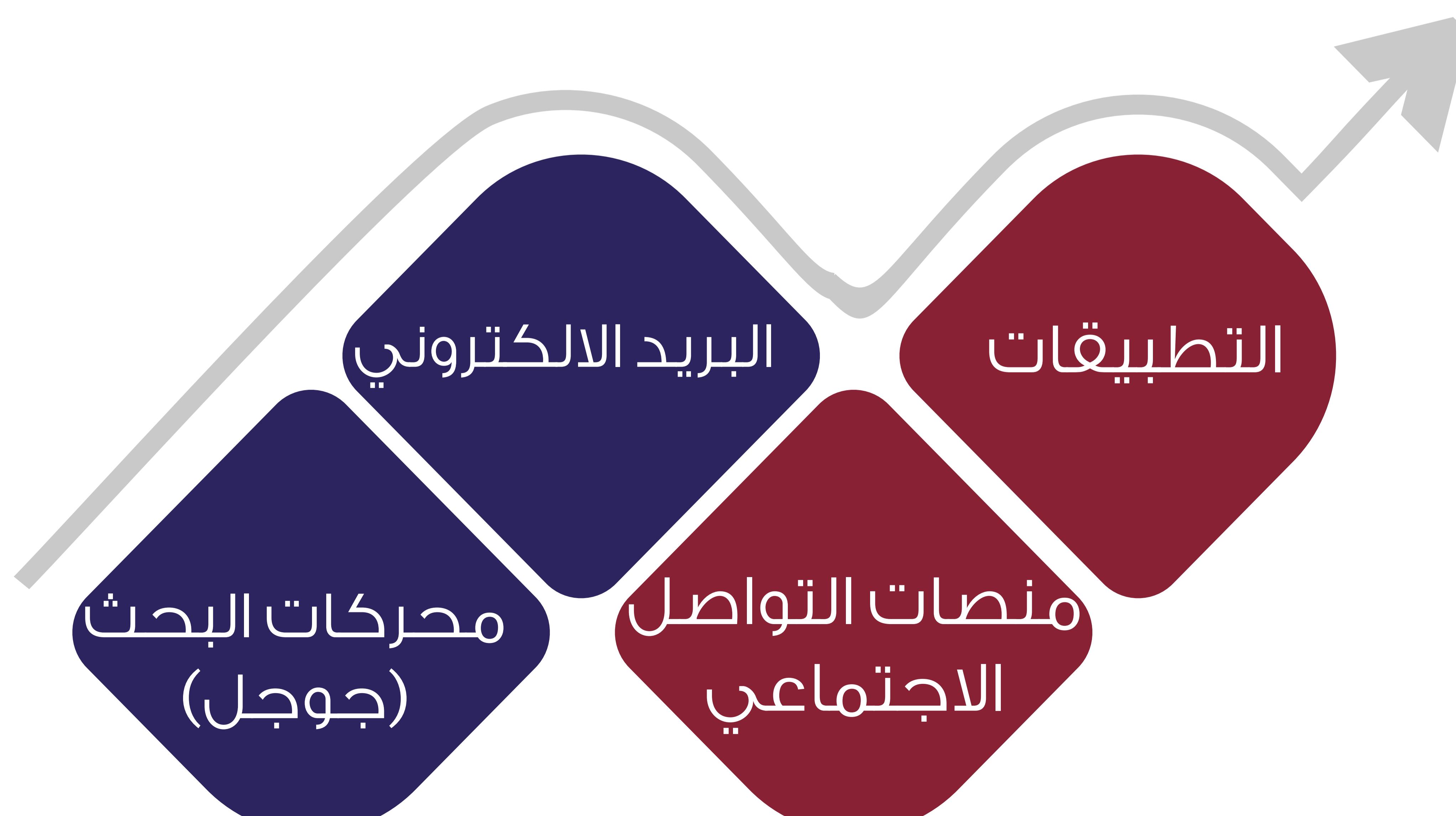
التسويق الرقمي

مفهوم التسويق الرقمي ؟

استخدام كل ما هو متاح من وسائل التكنولوجيا الحديثة وعلى رأسها الإنترن特 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 وعصريّة مثل البريد الإلكتروني E-Mail، والرسائل النصية SMS، وتطبيقات الهواتف المحمولة، والرسائل الفورية، و مواقع التواصل الاجتماعي، ومحركات البحث.



القنوات الرقمية التي يتم إدارتها عن طريق الانترنـت :





خطوات تصميم الحملة الإعلانية

الحملة الإعلانية :

تعزّز الحملات الإعلانية Ad Campaigns على أنها مجموعة من الرسائل التي تسعى المشروعات لتوسيعها إلى الجمهور. تشتهر هذه الرسائل في كونها متشابهة في الهدف الذي أنشئت الحملة الإعلانية من أجله، سواءً تضمنت الحملة إعلاناً واحداً 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 او المنصات التي سيتم نشر المحتوى عليها .
- صناعة المحتوى (مرئي - مسموع - مكتوب) و تطوير المحتوى من خلال تصميم المنشورات والفيديو بطريقة جديدة ومتقدمة من أجل استهداف عملاء جدد وبعد ذلك يتم اطلاق الحملة الإعلانية .
- قياس أداء ونتائج الحملة التسويقية.

أهداف الحملة الإعلانية :

الخطوة الأساسية وال الأولى 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 الخطة 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 للمسوقين القدرة على استهداف العملاء ، والمستهلكين الباحثين عن خدمات أو منتجات محددة ، 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.



الفيس بوك : يمكنك من إضافة معلومات مفصلة عن المنتج أو الخدمة .



الانستغرام : يعتمد على الصور وخاصية الستوري .



اليوتيوب : يعتمد على الفيديوهات خاصة الفيديوهات الطويلة .

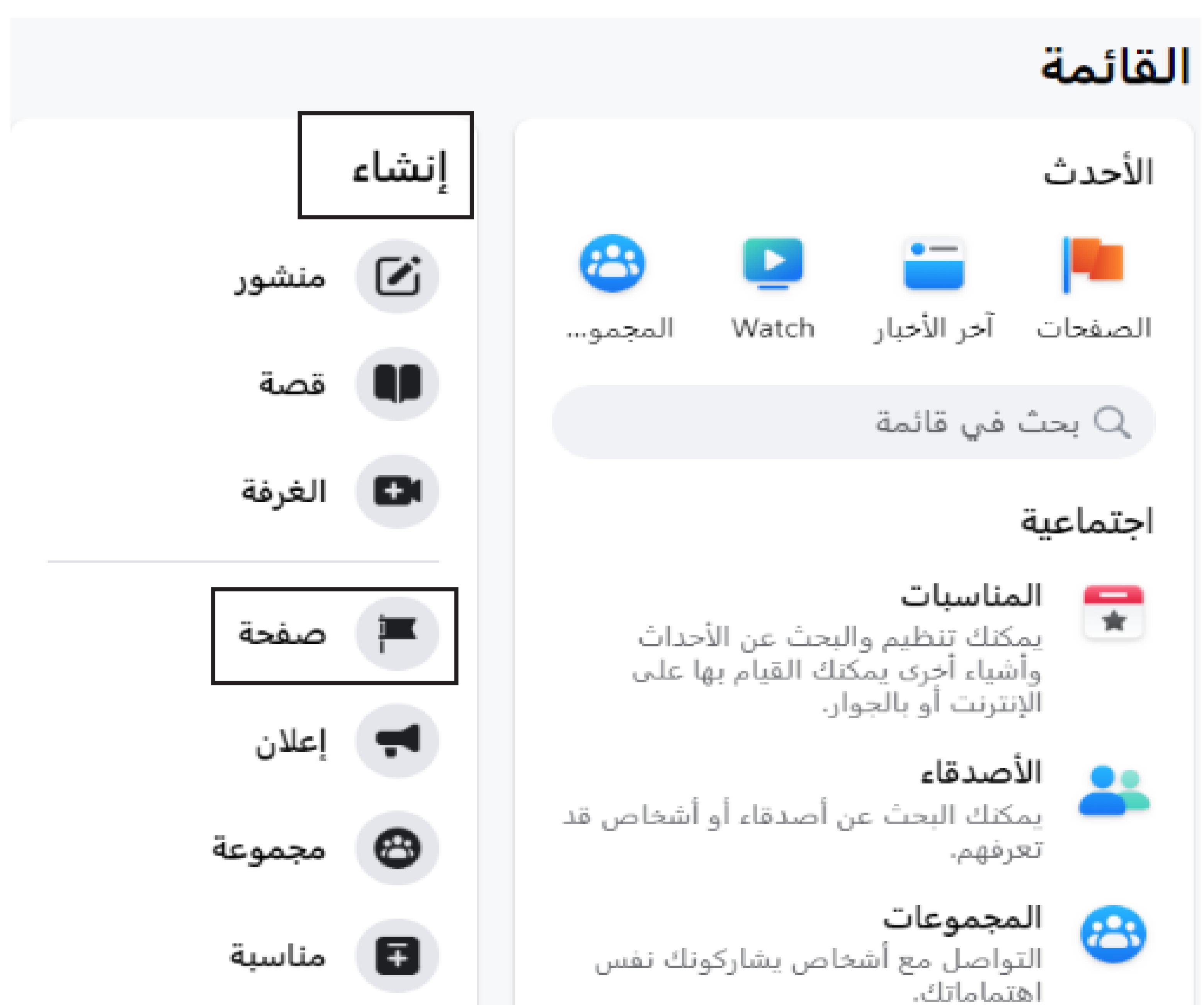


التويتر : معلومات قصيرة ومتتابعة اخر الاخبار اول باول خاصة في ما يتتصدر تريند .



خطوات انشاء صفحة على الفيسبوك

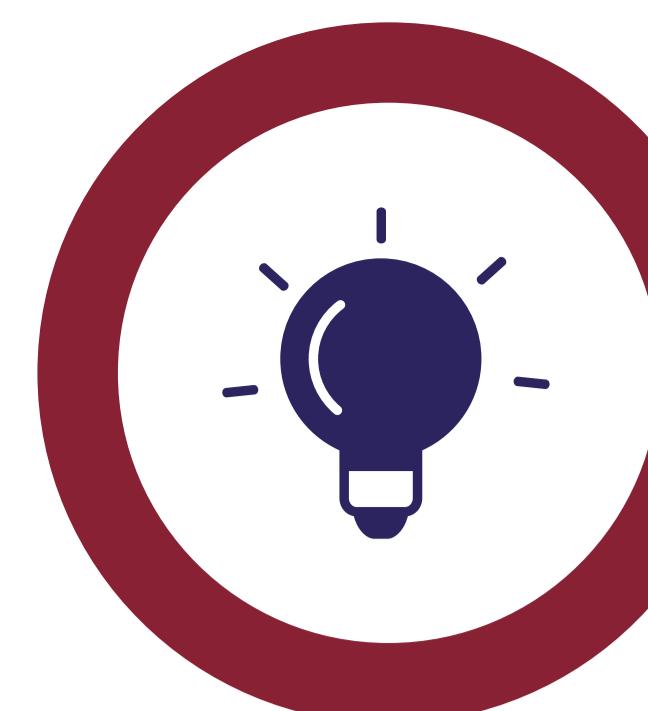
في حال كنت صاحب مشروع صغير من المهم جداً وقبل كل شيء ان تقوم بإنشاء صفحة تجارية لمشروعك على منصة الفيسبوك والانستغرام حيث يسهل عليك التعريف بمشروعك والخدمات أو المنتجات التي تقدمها من خلال نشر المعلومات والصور والفيديو ويمكنك ايضاً التواصل مع متابعيك بسهولة ، لذلك يجب عليك معرفة كيفية ادارة الصفحة بشكل 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 **create page**



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



نصيحة :

تستطيع استخدام أداة www.NameChk.com لمعرفة إذا كان متاح هذا الاسم لاستخدام أم لا على منصات التواصل الاجتماعي وأدناه مثال عن استخدام هذه الأداة.

The screenshot shows the NameChk.com website interface. At the top, there's a navigation bar with links: Domain Names, Web Hosting, Website Builders, Name Generators, and a search bar placeholder 'Search...'. Below the search bar, there's a reCAPTCHA verification box with the text 'I'm not a robot' and a checkbox. The main content area is titled 'Domains' and lists various domain names starting with 'werisecenter'. Each domain entry includes a 'BUY' button and a status indicator (e.g., REGISTERED). The listed domains are:

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

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

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

٤- النبذة التعريفية:

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

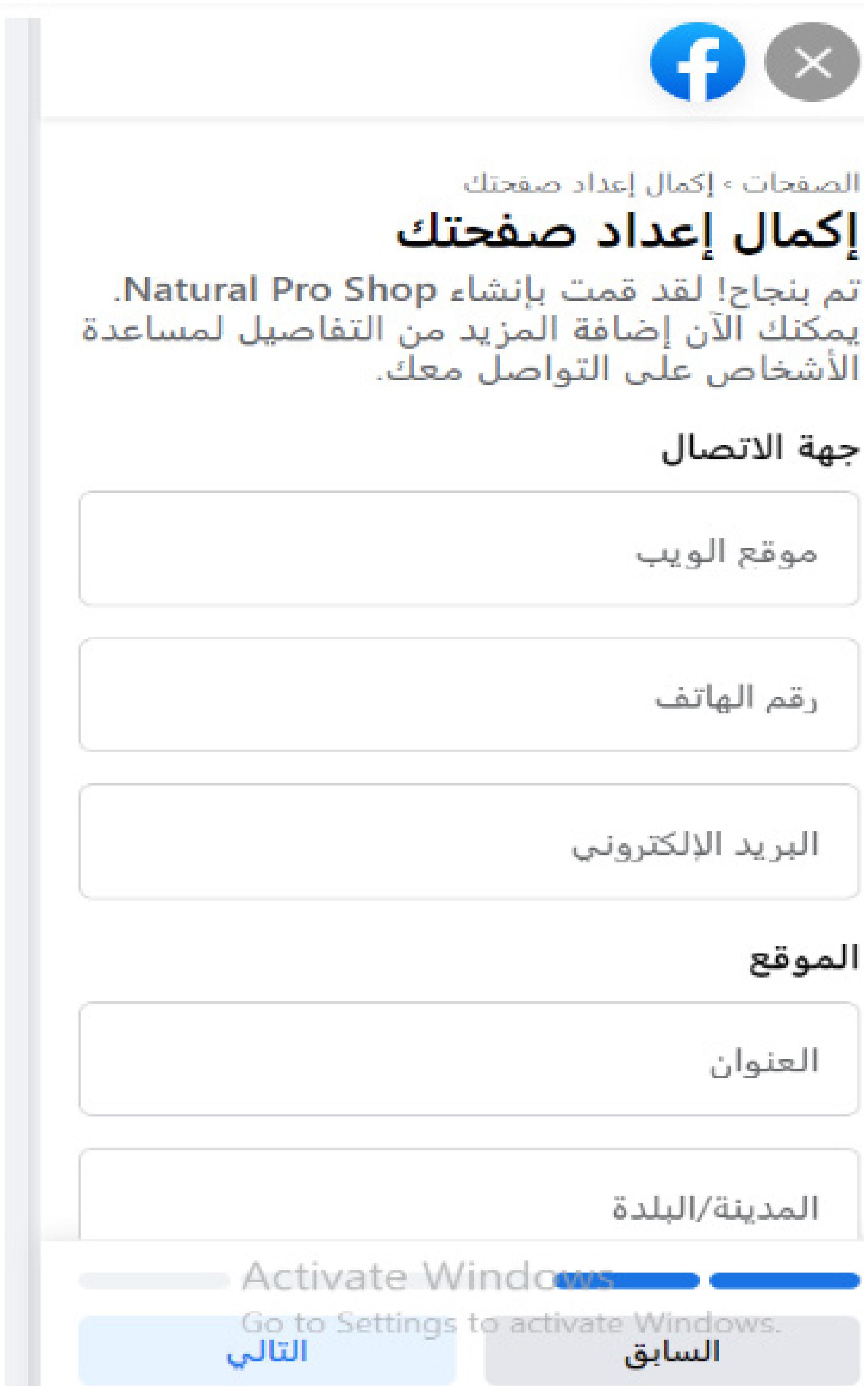
١- أوصف عملك بإيجاز.

٢- اذكر تاريخ تأسيس مشروعك.

٣- عرف الجمهور عن القيمة المضافة التي يقدمها مشروعك.

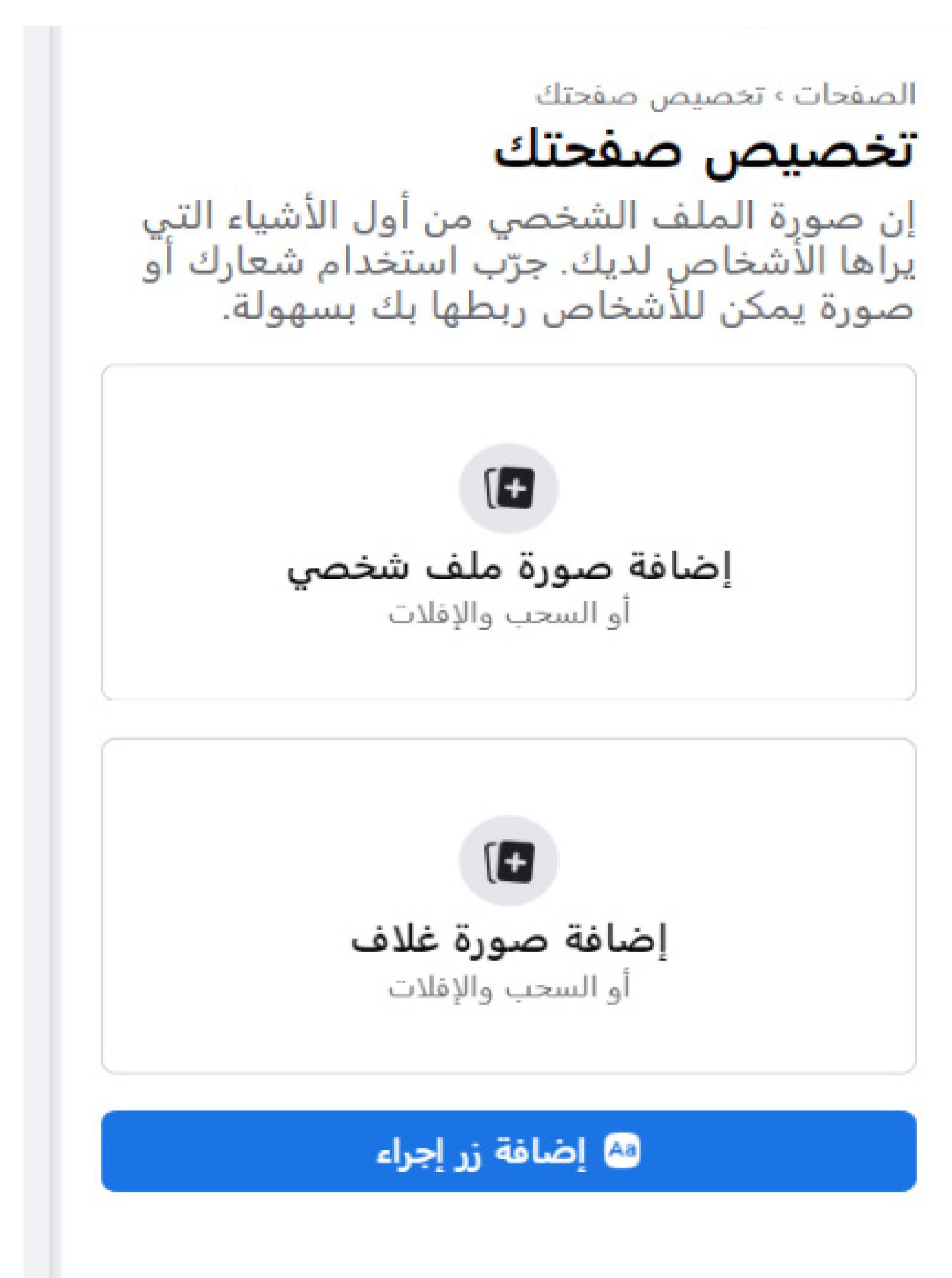
٤- استخدم كلمات مفتاحية مهمة مرتبطة بمشروعك.

٥- حاول أن توجه الجمهور لعمل أمر ما، مثل زيارة موقعك على الانترنت أو تحميل تطبيق أو الاشتراك بنشرتك البريدية .



٥-تحديد الموقع وساعات العمل وطريقة التواصل:
عليك ان تقوم بعمل حساب Google م 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.



٧- صورة الملف الشخصي:
الصورة الشخصية للصفحة هي التي تعطي عميلاً الانطباع الأول عن قوّة الهوية الرقمية الخاصة بمشروعك ذلك عليك اختيارها بعناية ودقة، يفضل أن تكون الصورة الشخصية الشعار الخاص بمشروعك.

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



نصيحة :

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

من الأمور التي يجب القيام بها على منصة الفيس بوك:

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 المناسب والأفضل للنشر من خلال ترقب الأوقات التي يتواجد فيها العملاء.

5

الانضمام إلى المجموعات الملائمة لنوع المشروع الخاص بك.

الإعلانات الممولة

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

الأمور التي يجب مراعاتها عند القيام باستخدام الإعلانات المدفوعة :



خطوات عمل إعلان ممول على منصة الفيس بوك :
انتقل إلى صفحتك على فيسبوك.

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

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

ملاحظة: إذا لم تتمكن من تحديد ترويجه المنشور، فقد يكون الترويجه غير متوفّر لهذا المنشور.

اختر النتائج التي تريده الحصول عليها من إعلانك، يمكنك السماح لفيسبوك بتحديد الهدف الأكثر ملائمة 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 المقترنة أو أدخل تاريخ انتهاء محدداً، وقم بمراجعة طريقة الدفع، يمكنك تغيير طريقة الدفع أو تغذيتها إذا كنت بحاجة إلى ذلك. عند الانتهاء، حدد ترويجه 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 فوق "إدارة الإعلانات" في القائمة المنسدلة بحسابك على فيسبوك ، أو بالنقر فوق زر promote - ترويج على صفحتك على الفيسبوك أو أسفل المنشور الذي تريده الترويج له.



- الهدف**
- ما النتائج التي تريده تحقيقها من هذا الإعلان؟
- تلقي
اسمح لفيسبوك بتحديد الهدف الأكثر ملاءمة استنادًا إلى إعداداتك.
 - تلقي المزيد من الرسائل
يمكنك عرض إعلانك على الأشخاص الذين من المحتمل أن يرسلوا إليك رسالة على فيسبوك أو واتساب أو Instagram.
 - الحصول على مزيد من التفاعل
يمكنك عرض إعلانك على الأشخاص الذين من المرجح أن يتفاعلاً ويعلقوا ويشاركوا.
 - جذب المزيد من العملاء المحتملين
يمكنك استخدام تمويه لطلب معلومات الاتصال من العملاء المحتملين.
 - جذب مزيد من الزوار إلى موقع الويب
يمكنك عرض إعلانك على الأشخاص الذين من المرجح أن يقوموا بالنقر على عنوان URL فيه.
 - تلقي المزيد من المكالمات
يمكنك عرض إعلانك على الأشخاص الذين من المرجح أن يتصلوا بشاشتك التجارية.

تحديد الأهداف لإعلانات الفيسبوك:
 عندما تتقرب لإنشاء إعلان الفيسبوك، ستنقل إلى صفحة تختار فيها هدف حملتك، هناك 15 خياراً لما قد ترغب في تحقيقه مع الفيسبوك، لديك العديد من الطرق المختلفة للتعامل مع حملة إعلانية.
الخيارات المتاحة هي :

تحديد جمهورك وميزانيتك:
 عندما تتقرب لإنشاء إعلان الفيسبوك، ستنقل إلى صفحة تختار فيها هدف حملتك، هناك 15 خياراً لما قد ترغب في تحقيقه مع الفيسبوك، لديك العديد من الطرق المختلفة للتعامل مع حملة إعلانية.

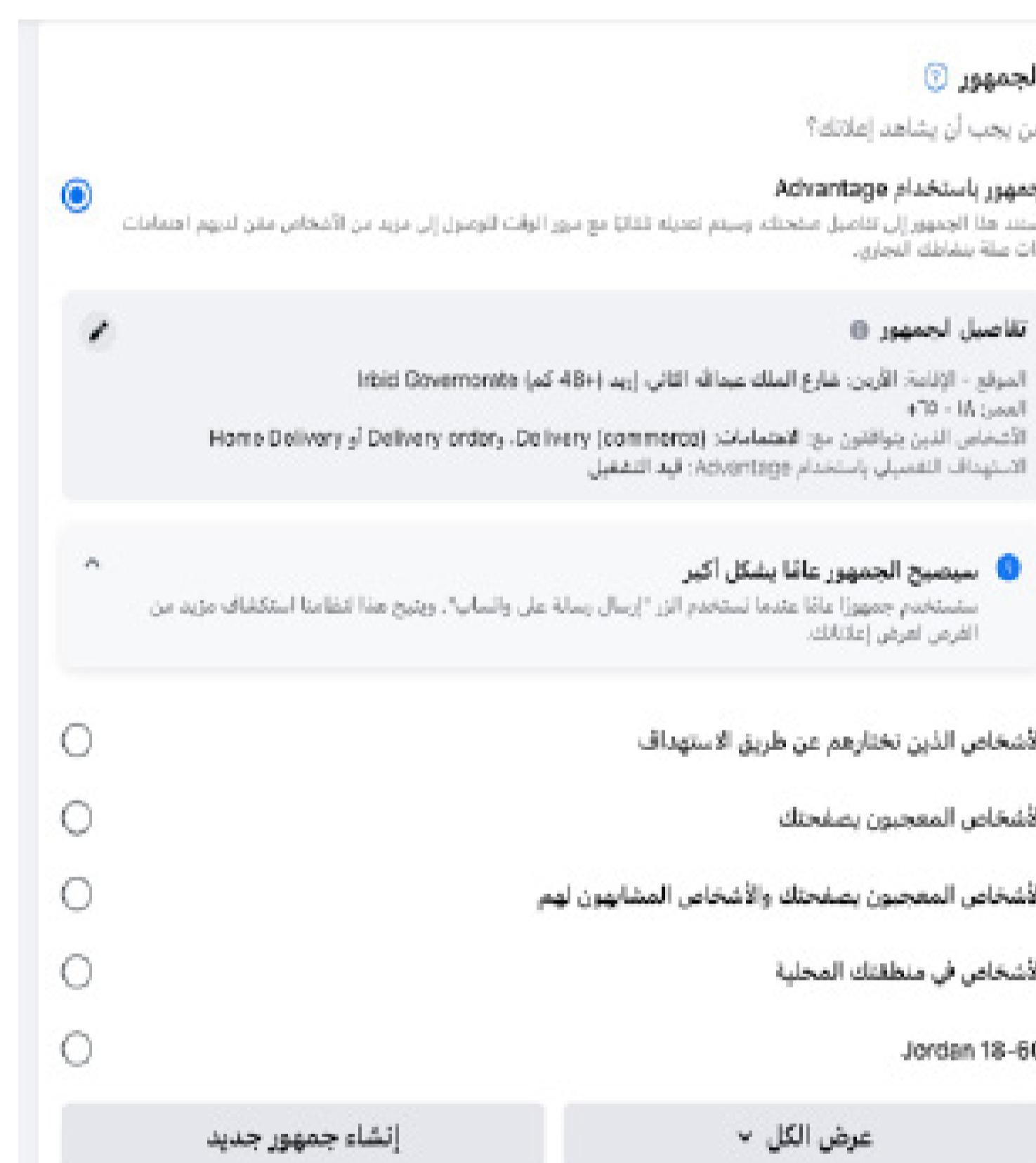
يمكن تخصيص جمهور إعلانك بناءً على جميع الخصائص الديموغرافية التالية:

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

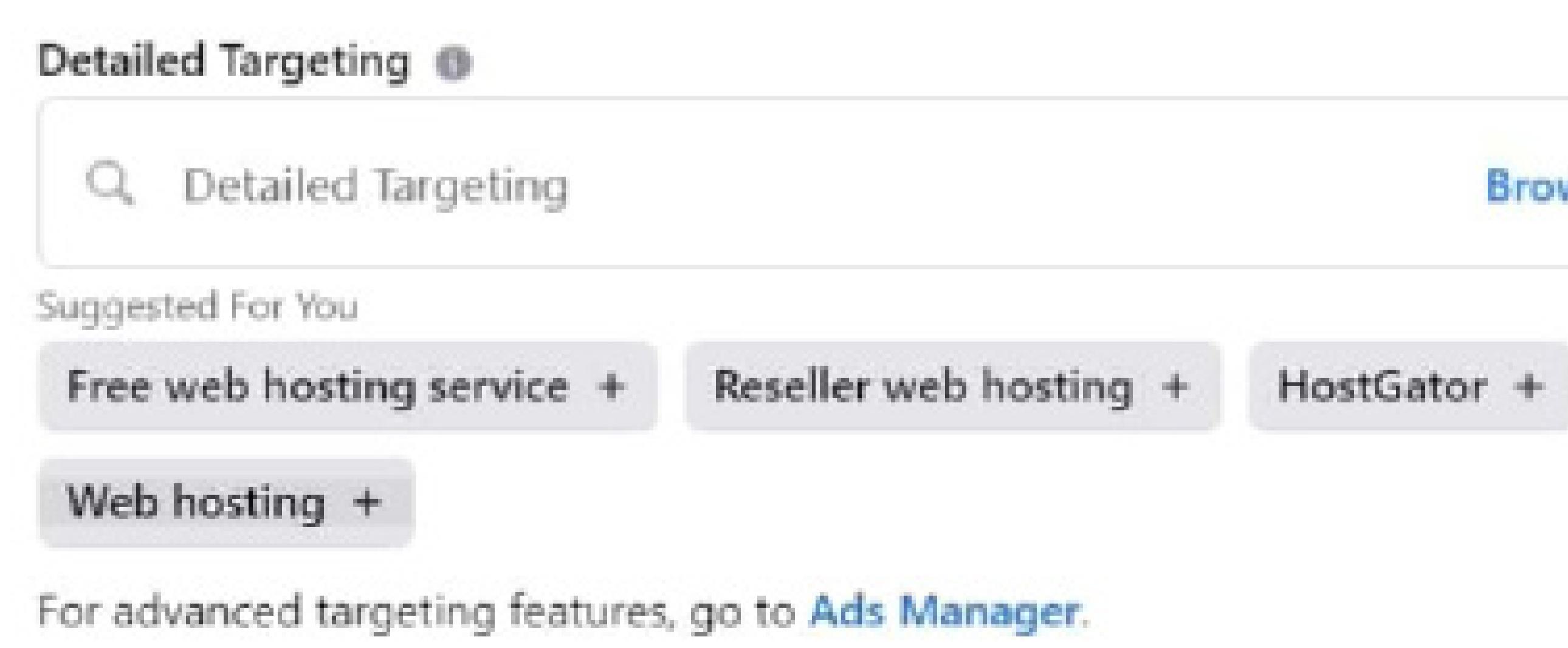
هذا الخيار يساعدك من الاستفادة من
الجمهور المتصل بصفحة أخرى لديك.



يحتوي على خيارات اخرى 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
المتقدّم ، 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 بصفحتك، 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 تريده 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 نتائج، بالنسبة إلى كل من ميزانيات الحملات الإعلانية وميزانيات المجموعات الإعلانية، يمكنك الاختيار بين إذا ما كانت ميزانيتك تطبق بشكل يومي أو على مدار مدة الحملة الإعلانية أو المجموعة الإعلانية بالكامل.

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

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

أدوات قياس المنشورات التي يتم ترويجها
استناداً 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 يتزدّرها الأشخاص على إعلاناتك.

منشور فيديو
أداة القياس: ThruPlays
الوصف: عدد مرات تشغيل الفيديو بالكامل أو لمدة 15 ثانية على الأقل.

النشر باستخدام زر دعوة لاتخاذ إجراء
أداة القياس: النقرات على الرابط
الوصف: عدد النقرات على الروابط في الإعلان التي أدىت 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، فينبعي لك أن تطلع على أدلة قياس بــ بعد 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 ما يلي:

- ١- نظرة عامة Overview: ملخص عام عن أداء صفحة الفيس بوك في آخر ٢٨ يوم.
- ٢- عمليات الترويج Ads: الإعلانات التي تم إنشاؤها آخر ٢٨ يوم والمبلغ الذي تم إنفاقه وعدد الأشخاص الذين وصل لهم الإعلان ونسبة التفاعل.
- المتابعون Followers: يعرض عدد المتابعين الذين زادوا أو نقصوا يومياً.
- ٣- تسجيلات الإعجاب Likes: عدد الأشخاص الجدد 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 وزر الاجراء بصفحتك.

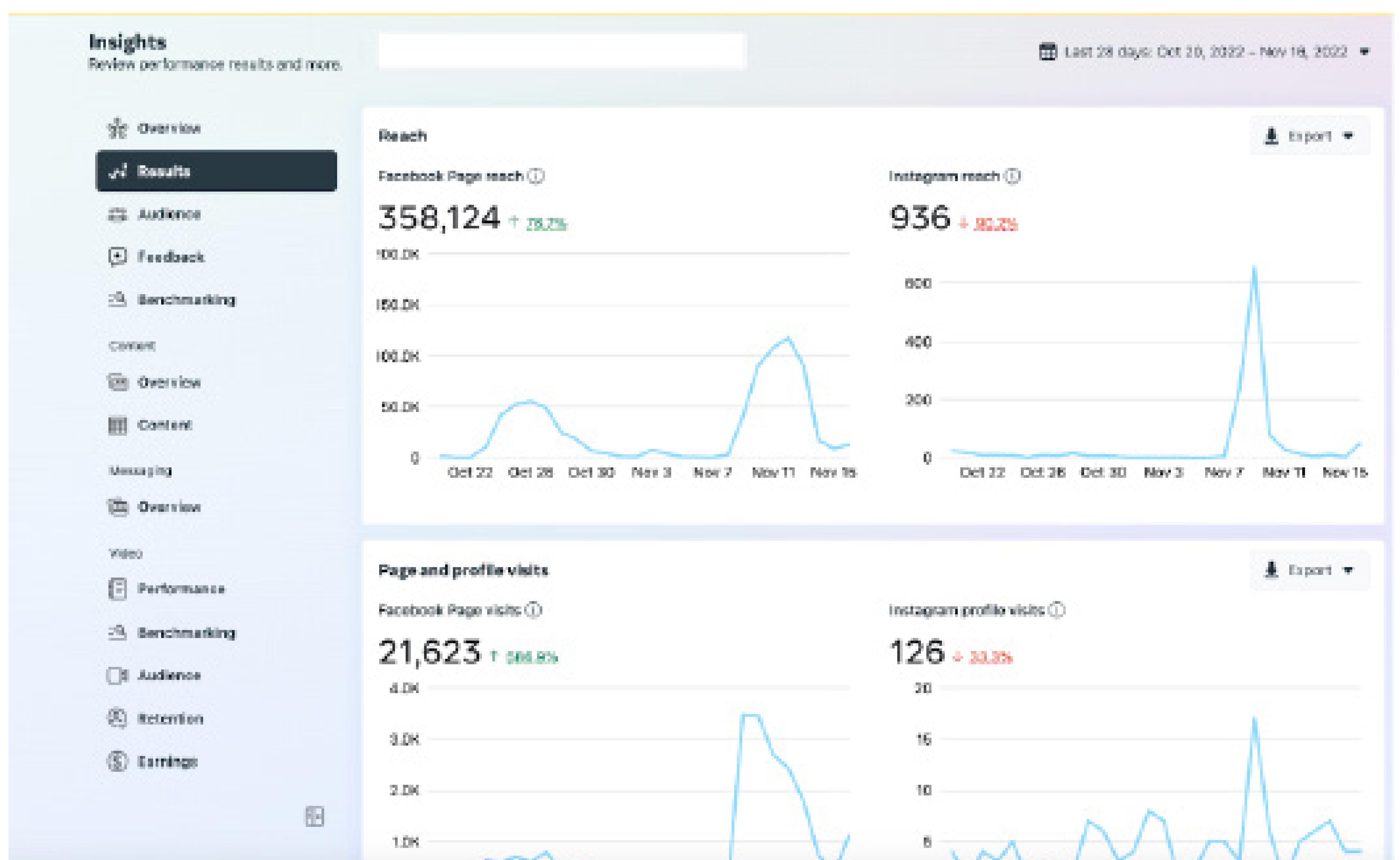
٨- المنشورات Posts: تقرير للمنشورات حسب الوقت واليوم والمنشورات التي حصلت على أكبر عدد وصول وتفاعل.

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 عرضت قصص من صفحتك على شاشاتهم.

١١- الأشخاص People: معلومات عن الأشخاص المعجبون بالصفحة (الجنس - العمر - السكن - اللغة).



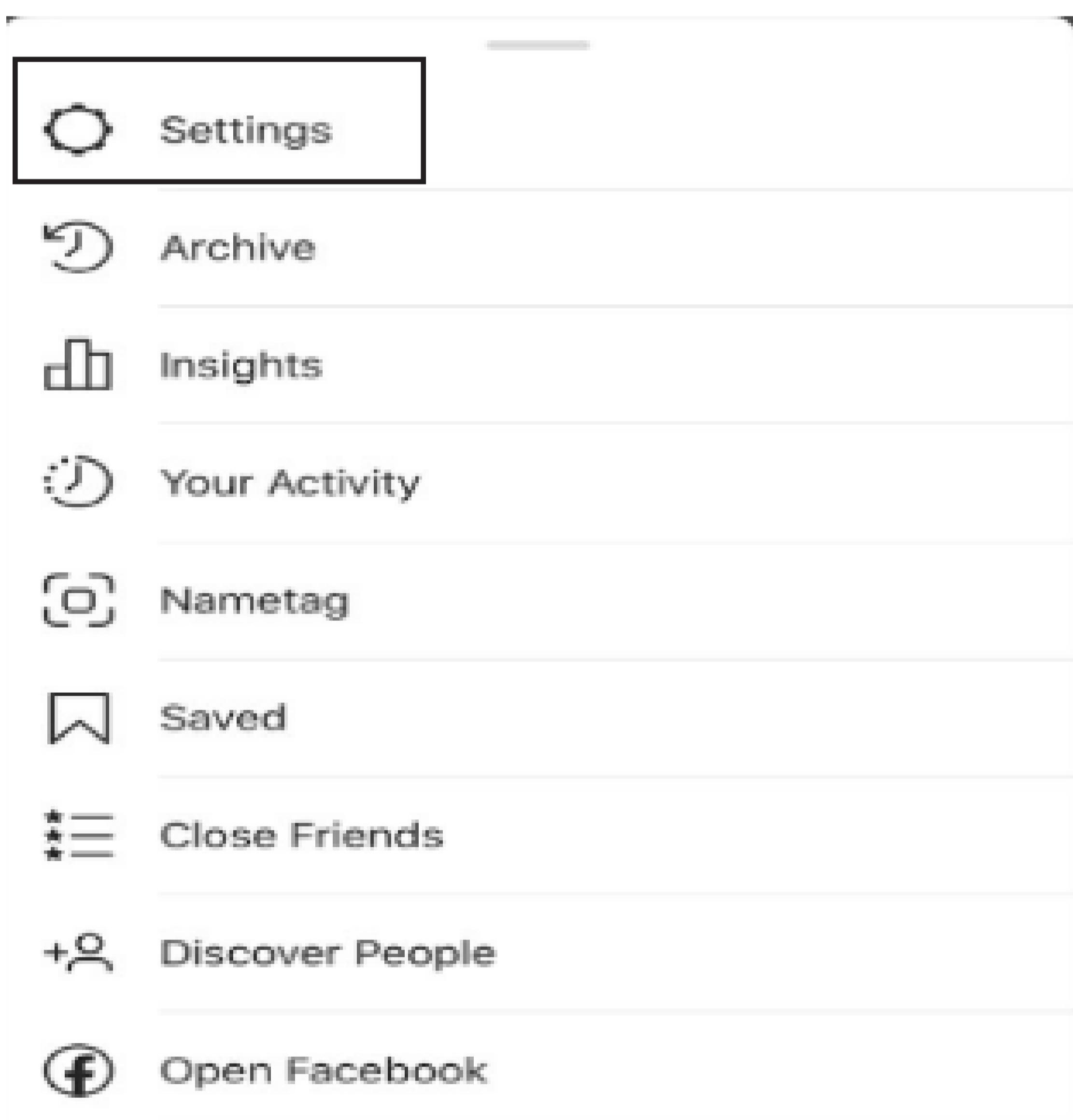
منصة الانستغرام:

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

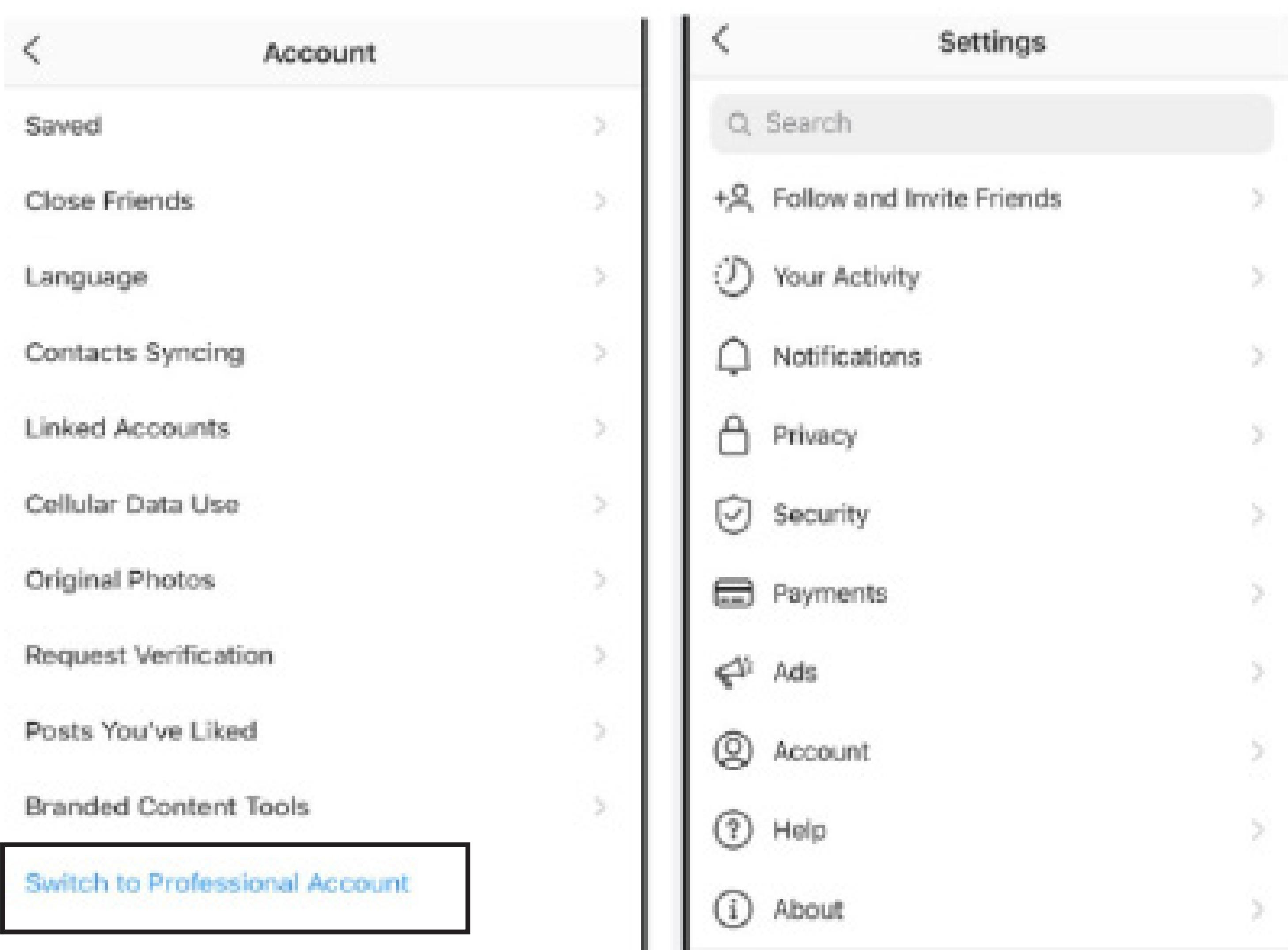
Business على منصة انستغرام وذلك يمكنك من :

- 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 :



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



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



Which Best Describes You?

 Creator <small>Best for public figures, content producers, artists and influencers.</small> Next	 Business <small>Best for retailers, local businesses, brands, organizations and service providers.</small> Next
--	---

٣- قم بتبسيئة المعلومات المطلوبة واربط الصفحة مع صفحة الفيسبيوك 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 ومعرفه 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 تمكّنك نشر الصور ومقاطع الفيديو التي تخفي بعد ٢٤ ساعة ويمكنك ايضاً حفظها في ال Highlight ليتمكن المتابعين من الرجوع إليها في أي 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 الأسئلة 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 ٦-٩ وال فترة 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 متميّز والعمل على إقناعهم بالخدمة أو المنتج الذي يقدمه المشروع، كما أنه من المهم التركيز على الجانب العاطفي ومشاعر المتابعين أثناء تقديم المحتوى فهذا ي العمل على لفت انتباه الجمهور.

أنواع المحتوى:

- ١- محتوى إعلاني : الإعلان والترويج للمنتج أو الخدمة .
- ٢- محتوى تثقيفي: نشر معلومات عن المنتج او الخدمة او معلومات عن قضايا متداولة تفهم الفئة المستهدفة .
- ٣- محتوى تفاعلي : نشر الاسئلة والمسابقات واستطلاعات الرأي واللغاز 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 و تصاميم - 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 وتعلمته.
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- أفكار 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 ترتب على نشر المحتوى وإطلاق الحملة التسويقية من خلال الإجابة 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 ؟

كتابه تقارير تحتوى على :

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

الهدف من هذه التقارير معرفة النتائج التي ترتب 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 بال التقاط العديد من الصور ومقاطع الفيديو وتعديلها بطريقة احترافية، نقدم إليك بعض الامور التي يجب مراعاتها أثناء القيام بتصوير منتج معين:

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



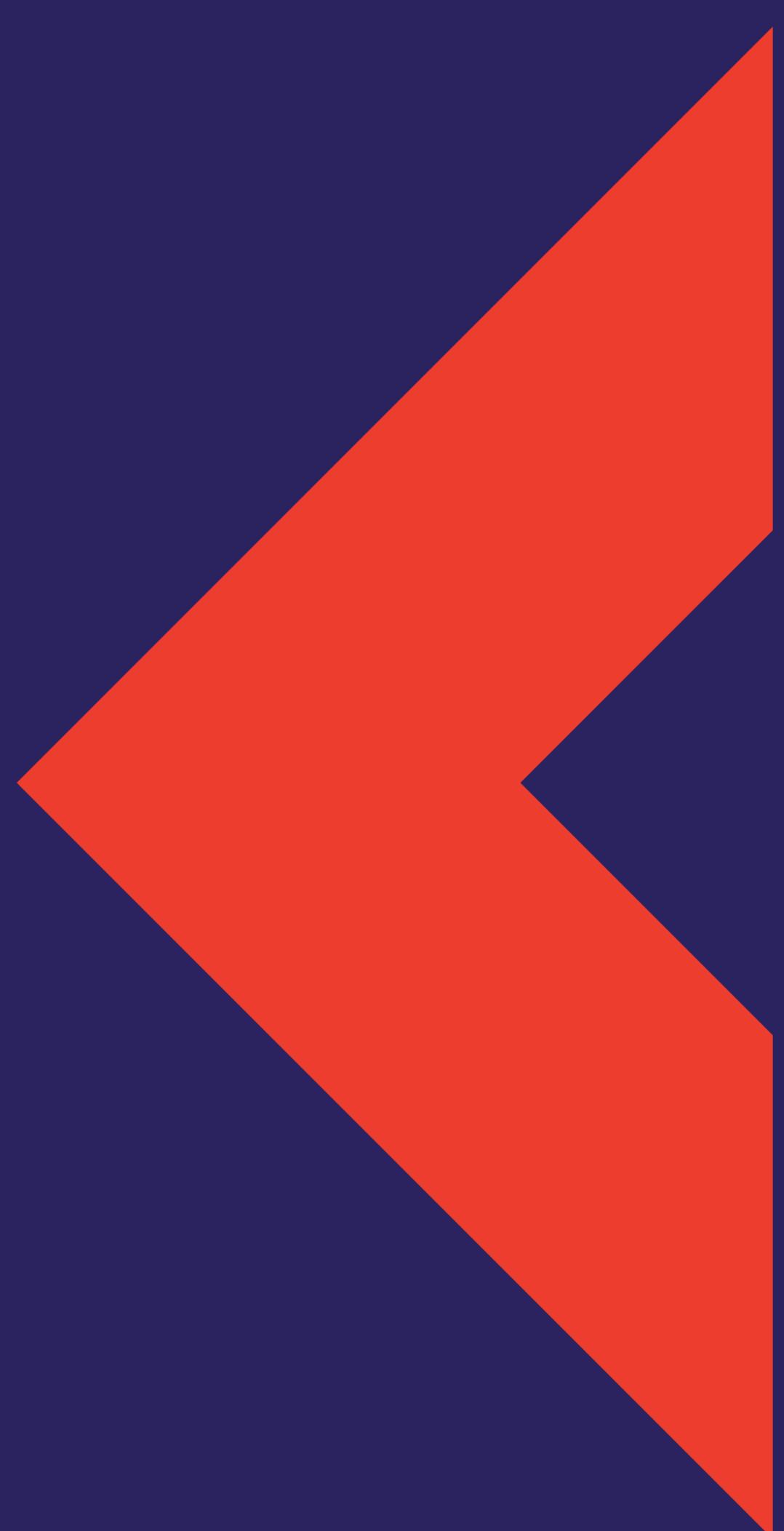
نصيحة: يجب عليك التدرب كثيراً وممارسة التصوير بشكل دائم حتى تتمكن من التقاط الصور بطريقة احترافية.

تطبيقات للهاتف تساعده 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 السوشيوال 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.

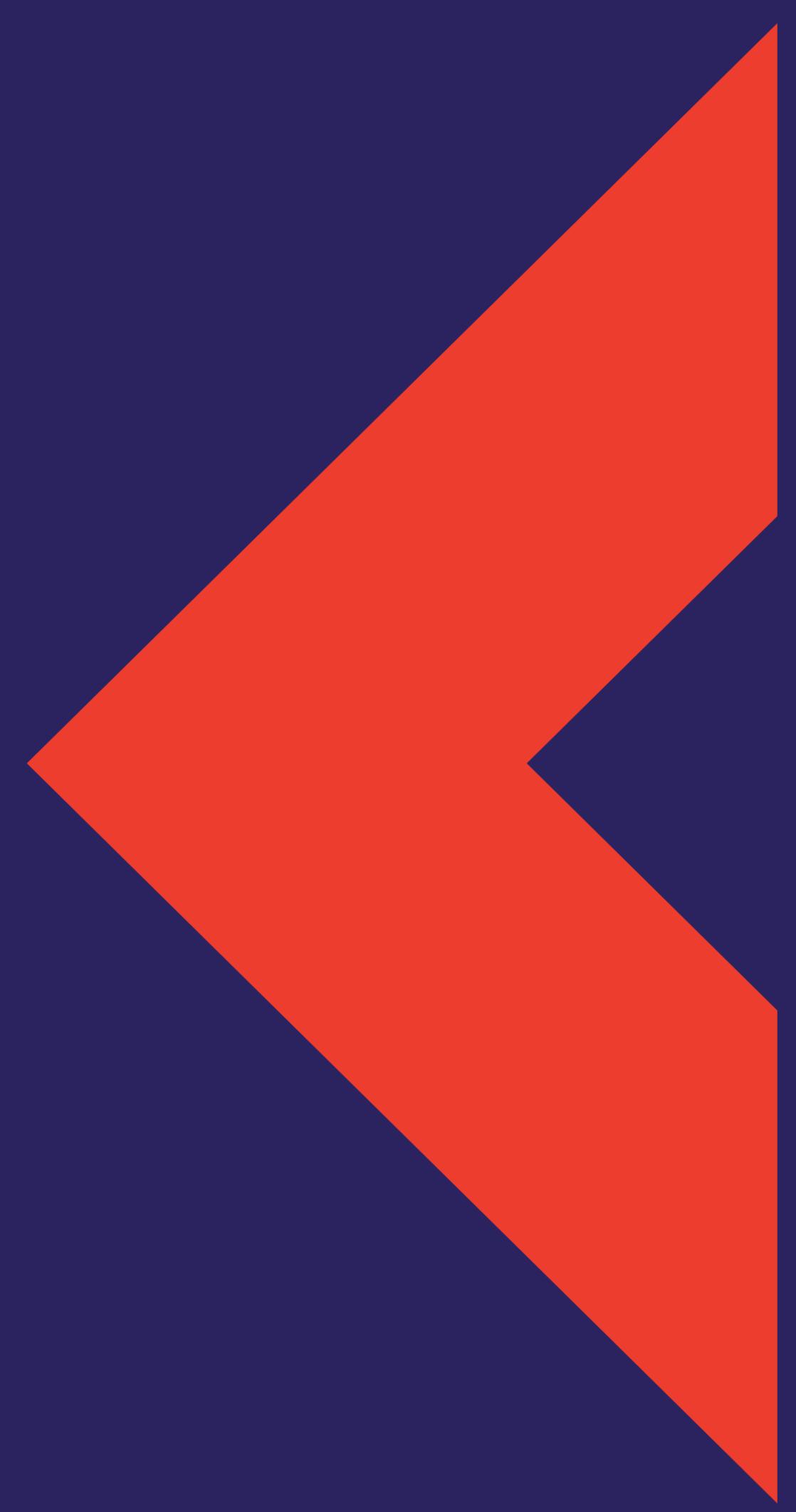


الشراكة مع شركة تسويق

الشراكة مع شركة تسويق

إذا كنت صاحب مشروع صغير وتحتاج للتركيز على الخدمات التي تعرضاها أو المنتجات التي تقدمها وإذا كنت تفتقر إلى الخبرة في تصميم الحملات الاعلانية والتسويق لمشروعك، فيمكنك الاستعانة بشركات متخصصة بالتسويق الرقمي تساعدك في القيام بالحملات الاعلانية و الوصول إلى الفئة المستهدفة بالشكل الأفضل والمناسب.

يوجد الكثير من الشركات المتخصصة في مجال التسويق في وقتنا الحالي ومن الممكن الاتفاق مع أي من هذه الشركات و توكيلها مفهمة التسويق للمشروع على منصات التواصل الاجتماعي، من الأمور التي يجب مراعاتها معرفة انجازات شركة التسويق ومعرفة مدى قوة الفريق الذي يعمل فيها فهي تعتبر شريكاً لنجاحك و يجب أن يكون بينك وبين هذه الشركة توافق في المبادئ والمصالح المشتركة مع ضرورة وجود ثقة بين الطرفين من أجل الوصول إلى 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 إلى الهدف لذلك يجب عليك أن تكون قادراً على مواجهة مثل هذه المشكلات.

من التحديات التي يمكن مواجهتها المنافسة المتزايدة في نفس المجال لذلك يجب عليك التفكير بإبداع وتميز 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 أو 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 3 منشورات يومياً 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 ترسیخ قيم المواطنة الفاعلة التي ترتكز على مبادئ الديمقراطية وحقوق الإنسان، وتعزيز التماسك المجتمعي والمساءلة والمشاركة في عملية صنع القرار للوصول إلى مخرجات تنمية 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 اقتصادياً وسياسياً من خلال ريادة الأعمال» لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

وإيماناً منا بأهمية الإعلام الرقمي و المنصات 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 بالمحنوى الإعلامي الغني بالنص والصورة الحية والمباشرة ، كما يعمل المركز بالشراكة مع مختلف القطاعات في الأردن والمنطقة العربية لخلق فرص أفضل للفئات المجتمعية وتعزيز مسائهم في صناعة السياسات والقرارات.

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



www.werisecenter.org



We Rise Center



we_rise_center



werisecenter



We Rise Center