



لائحة تنظيم إجراءات الحملات التسويقية وحملات جمع التبرعات

المحتويات

أولاً: المقدمة ٤

ثانياً: الهدف ٤

ثالثاً: نطاق التطبيق ٤

رابعاً: التعريفات ٤

خامساً: الأدوار والصلاحيات ٤

سادساً: الاجراء ٥

سابعاً: الالتزام والشفافية ٧

ثامناً : المراجعة والتحديث ٧

الرقابة على الوثيقة

معلومات الوثيقة

العنوان	رقم الوثيقة	حالة الاعتماد
لائحة تنظيم إجراءات الحملات التسويقية وجمع التبرعات	ود.ل.م.ت-٠٠١-٠٠١-٢٠٢٦م	معتمدة

التغييرات التي تمت على الوثيقة

رقم الإصدار	التاريخ	المعد	التغييرات التي تمت
01	2026/02/24م	مدير الشؤون المالية	استحداث اللائحة

قائمة التوزيع

#	الجهة
1	مجلس الإدارة
2	أصحاب المصلحة
3	الموقع الإلكتروني للجمعية

إعتماد

البيان
تم اعتماد الوثيقة في اجتماع مجلس إدارة جمعية ود رقم (٠٤) المنعقد في تاريخ ١٧/٠٥/٢٠٢٢م، ومرفق في نهاية الوثيقة محضر الاجتماع المتضمن قرار الاعتماد.

أولاً: المقدمة

استناداً إلى دليل حوكمة الجمعيات الصادر عن المركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي، وحرصاً من جمعية ود الخيرية للتنمية الاجتماعية على تطبيق مبادئ الحوكمة الرشيدة المتمثلة في (الشفافية، المساءلة، العدالة، الاستقلالية، وإدارة المخاطر)، أُعدّت هذه اللائحة لتنظيم إجراءات الحملات التسويقية وحملات جمع التبرعات، بما يضمن سلامة الإجراءات، وحسن إدارة الموارد، وتعزيز ثقة المتبرعين، وتحقيق الامتثال للأنظمة والتعليمات المعتمدة.

ثانياً: الهدف

تهدف هذه اللائحة إلى:

1. تنظيم وتوحيد آلية إعداد وتنفيذ حملات جمع التبرعات.
2. ضمان سلامة الإجراءات المالية والإدارية المرتبطة بالتبرعات.
3. رفع كفاءة الحملات التسويقية وزيادة العائد منها.
4. تحقيق أعلى درجات الشفافية والمساءلة.
5. دعم اتخاذ القرار من خلال التقييم والتقارير الدورية.

ثالثاً: نطاق التطبيق

تسري أحكام هذه اللائحة على جميع الحملات التسويقية وحملات جمع التبرعات التي تنفذها الجمعية، سواء كانت:

- ❖ حملات دائمة أو موسمية أو طارئة.
- ❖ حملات رقمية أو ميدانية أو عبر الشراكات.
- ❖ حملات ممولة ذاتياً أو بدعم من شركاء ورعاة.

رابعاً: التعريفات

- ❖ **الحملة التسويقية:** أنشطة اتصالية للتعريف بالجمعية أو برامجها أو تعزيز حضورها.
- ❖ **حملة جمع التبرعات:** أنشطة تهدف إلى استقطاب تبرعات نقدية أو عينية لدعم برامج الجمعية.
- ❖ **التبرعات:** المبالغ أو الأصول التي تُقدّم للجمعية دون مقابل.
- ❖ **الجهات الرسمية:** الجهات المشرفة على تنظيم القطاع غير الربحي.

خامساً: الأدوار والصلاحيات

تلتزم الجمعية بتطبيق متطلبات الحوكمة وفق دليل حوكمة الجمعيات، وتوزيع الصلاحيات بما يحقق الفصل بين المهام ويحد من تعارض المصالح، وذلك على النحو الآتي:

٥,١ مجلس الإدارة:

- ❖ اعتماد الحملات ذات الأثر المالي العالي أو المخاطر المرتفعة.
- ❖ الاطلاع على التقارير الدورية ونتائج الحملات ان لزم.

٥,٢ الإدارة التنفيذية:

- ❖ اعتماد الخطط التشغيلية.
- ❖ الإشراف على التنفيذ وضمان الالتزام بالضوابط المالية والتنظيمية.

٥,٣ إدارة تنمية الموارد المالية:

- ❖ إعداد خطة الحملات ومؤشرات الأداء.

❖ تحديد نوع الحملة، الهدف المالي، والجمهور المستهدف.

٥,٤ التسويق والاتصال المؤسسي:

❖ تنفيذ الحملات الاتصالية وفق الخطة المعتمدة.

❖ تصميم الرسائل والمحتوى المعتمد.

❖ الالتزام بالهوية المؤسسية.

٥,٥ الإدارة المالية:

❖ الفصل بين مهام التحصيل والإيداع والتسجيل المحاسبي.

❖ إعداد التقارير المالية المرتبطة بالحملات.

٥,٦ إدارة الجودة/الحوكمة:

❖ مراقبة الامتثال لدليل الحوكمة.

سادساً: الاجراء

٦,١ مرحلة التخطيط .

١. تحديد نوع الحملة وهدفها (مالي / توعوي) وارتباطها بالأهداف الاستراتيجية للجمعية

٢. تحديد المشروع.

٣. تحديد الفئات المستهدفة.

٤. إعداد الرسائل التسويقية المتوافقة مع قيم الجمعية.

٥. إعداد خطة المحتوى

❖ تصميم مواد بصرية (صور - فيديو - موشن)

❖ كتابة نصوص وسيناريو للإعلانات

❖ تجهيز قصص نجاح

٦ اختيار قنوات المناسبة للنشر

٧ وضع ميزانية الحملة بناء على الميزانية التقديرية.

٨ تحديد مؤشرات الأداء

❖ عدد الزيارات للموقع/صفحة التبرع.

❖ معدل التحويل (نسبة من شاهد الإعلان وتبرع فعليًا).

❖ تكلفة الحصول على متبرع

❖ معدل التفاعل على منصات التواصل.

❖ نسبة تحقيق الهدف المالي.

٦,٢ اعتماد الحملة

❖ إعداد نموذج حملة جمع تبرعات او الحملة التسويقية.

❖ مراجعته من الإدارات المختصة.

❖ اعتماد الميزانية.

❖ اعتماد نهائي من صاحب الصلاحية.

٦,٣ تنفيذ الحملة

❖ تشكيل فريق الحملة.

❖ تفعيل قنوات التبرع المعتمدة رسميًا.

- ❖ إنتاج واعتماد المحتوى التسويقي.
- ❖ إطلاق الحملة.
- ❖ المتابعة اليومية للتفاعل والتحصيل.
- ❖ توثيق جميع الأنشطة.

٦,٤ إيداع التبرعات

- ❖ حصر التبرعات اليومية.
- ❖ إيداع التبرعات النقدية في حسابات الجمعية المعتمدة.
- ❖ مطابقة الإيداعات مع تقارير المنصات.
- ❖ توثيق التبرعات العينية حسب السياسات المعتمدة.
- ❖ إعداد قيود محاسبية معتمدة

٦,٥ المتابعة والرقابة

١. متابعة الأداء مقارنة بالمستهدف
 - ❖ مراقبة عدد التبرعات في كل يوم ومن أي قناة جاءت.
 - ❖ معرفة أفضل أوقات التفاعل وأفضل منطقة جغرافية/ حسب أدوات المحركات وأدوات القياس المفعلة.
 - ❖ تحديد الإعلانات الأكثر فعالية وإيقاف الضعيف منها
٢. تحليل السلوك الرقمي
 - ❖ من أين يأتي الجمهور؟
 - ❖ ما الصفحات التي يغادرون منها؟
 - ❖ ما الإعلان الذي يحقق أعلى تحويل
٣. تعديل الخطة حسب الأداء
 - ❖ رفع ميزانية الإعلان الأكثر نجاحًا.
 - ❖ تغيير الرسائل التسويقية الأقل أداء.

٦,٦ التقييم

- ١- إعداد تقرير الإنجازات (عدد المتبرعين - المبلغ - التفاعل)
 - ❖ تكلفة الحملة مقابل العائد: معادلته المبسطة:

$$ROI = (\text{مجموع التبرعات} - \text{تكلفة الحملة}) \div \text{تكلفة الحملة} \times 100$$

مثال:

إذا كلفت الحملة ٥٠,٠٠٠ ريال وجمعت ٣٠٠,٠٠٠ ريال

$$ROI = 500\% \rightarrow$$

- ٢- تقييم الرسائل والمحتوى
 - ❖ أي رسالة جذبت أكبر عدد من المتبرعين؟
 - ❖ أي منصة كانت الأقوى؟
 - ❖ هل الصور والفيديوهات كانت فعالة؟
 - ❖ جمع آراء الجمهور
 - ❖ استبيان بسيط للمتبرعين.
 - ❖ مراجعات وتعليقات مواقع التواصل.
 - ❖ مستوى التفاعل والانتشار.

٦,٧ التقرير الختامي

يُعد تقرير ختامي يتضمن:

- ❖ مدى تحقيق الأهداف
- ❖ حجم التبرعات والتفاعل
- ❖ التكلفة مقابل العائد
- ❖ تحديات التنفيذ
- ❖ الدروس المستفادة

يُعتمد التقرير الختامي من الإدارة التنفيذية، ويُرفع إلى مجلس الإدارة في الحملات الكبرى أو عند الطلب.

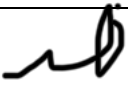
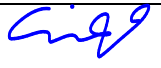
سابعاً: الالتزام والشفافية

- ❖ الالتزام بأنظمة جمع التبرعات.
- ❖ حماية بيانات المتبرعين.
- ❖ الإفصاح عن نتائج الحملات.

ثامناً : المراجعة والتحديث

تُراجع هذه اللائحة دورياً كل ٣ سنوات أو عند الحاجة، ويُعتمد أي تعديل من مجلس الإدارة

كشف تصديق أعضاء مجلس الإدارة للاجتماع رقم (٠٤) لعام (٢٠٢٦م)

م	الاسم	الصفة	التوقيع	الملاحظات
١	نعيمة عبدالرحمن الزامل	رئيس مجلس إدارة		
٢	ابتسام احمد الشيخ	نائب رئيس مجلس إدارة		
٣	ساره سعود البالود	عضو مجلس إدارة		
٤	نورة علي النعيمي	عضو مجلس إدارة		
٥	فوزية عبدالرحمن الزامل	عضو مجلس إدارة		
٦	منى عبدالرحمن الزامل	عضو مجلس إدارة		
٧	منيره عبدالعزيز أبا حسين	عضو مجلس إدارة		
٨	مها عبدالرحمن بن دايل	عضو مجلس إدارة		
٩	هند إبراهيم الحايلى	عضو مجلس إدارة		