

«الخطة الاستراتيجية»
للجمعية الخيرية لرعاية الأيتام
بمنطقة الشرقية (بناء)

مقدم إلى



الجمعية الخيرية لرعاية الأيتام بمنطقة الشرقية

المانح



تنفيذ -



نسخة رقم (١)

٥ محرم ١٤٣٦ هـ

٢٩ أكتوبر ٢٠١٤ م



التحليل الداخلي

نقاط القوة الحالية:

(٣) تنوع برامج الجمعية وأنشطتها بما يسهل عمليات التسويق، ويلبي تطلعات الداعمين.

(١) تفاعل المجتمع مع فئة الأيتام كواجب ديني.

(٤) تركيز الجمعية على البرامج النوعية للأيتام، بما يساعد في جذب الموارد المالية.

(٢) الجمعية الوحيدة المتخصصة في رعاية الأيتام بالمنطقة الشرقية.

نقاط الضعف الحالية:

(٥) قلة الحوافز المقدمة للعاملين في تنمية الموارد المالية.

(١) ما نسبته ٦٠% أو أكثر من إيرادات الجمعية تأتي من القطاع الخاص وأعضاء مجلس الإدارة.

(٦) عدم وجود برامج تدريبية للعاملين في تنمية الموارد المالية.

(٢) عدم وجود موظفين مختصين في إعداد وتصميم البرامج التسويقية.

(٧) النطاق الجغرافي لعمل الجمعية محدد بالخبر والدمام.

(٣) ضعف تركيز الجمعية على الدعاية والإعلان بهدف تنمية الموارد المالية.

(٨) قلة المراكز الإعلامية وعدم وجود فروع للجمعية.

(٤) قلة الكوادر المتخصصة في تنمية الموارد المالية باحترافية.

نقاط القوة الحالية:

(٣) وجود لائحة خدمات وبرامج الجمعية معتمدة من مجلس الإدارة.

(١) التركيز على الجودة النوعية في تقديم الخدمات.

(٤) وجود فريق بحث اجتماعي مكثبي وميداني لدراسة الحالات.

(٢) حيازة دراسة علمية عن احتياجات الأيتام، ومنها احتياجاتهم التدريبية.

نقاط الضعف الحالية:

(٤) قلة عدد المستفيدين الذين يتم تأهيلهم وتحويلهم الى الكتفاء.

(١) قلة أعداد الكادر الوظيفي في الخدمات والبرامج.

(٥) عدم وجود مرافق خاصة لتقديم البرامج والأنشطة للمستفيدين.

(٢) ضعف استخدام التقنية في تقديم الخدمات والتواصل مع المستفيدين.

(٣) الازدواجية في تقديم الخدمات مع الجمعيات الأخرى.

نقاط القوة الحالية:

(١) وجود رؤية ورسالة واستراتيجية واضحة.

(٢) توفر لوائح تنظيم العمل ولوائح إدارية ومالية.

نقاط الضعف الحالية:

(١) ضعف التقنية في نظام المعلومات والتواصل.

(٤) ضعف الحوافز المادية للعاملين.

(٢) قلة أعداد الكوادر والقيادات الإدارية المتخصصة.

(٥) عدم تفعيل نظام الترقيات الوظيفية.

(٣) التسرب الوظيفي.

نقاط الضعف الحالية:

(١) حصر صلاحية الموافقة على المصروفات المالية بالنائب وأمين الصندوق.

نقاط القوة الحالية:

(١) رغبة مجلس الإدارة التنفيذية والقيادات في الجمعية في تميز الجمعية وريادتها في العمل الخيري

الخيار (١):

تقديم برامج وخدمات متكاملة ذات جودة عالية للأيتام وأسرههم بالمنطقة الشرقية، لتأهيل اليتيم والأرملة وتحسين حياتهم ليكونوا مواطنين مشاركين في تنمية المجتمع، بالتعاون مع شركاء فاعلين على أسس من المصداقية والشفافية.

الخيار (٢):

تأهيل الأيتام وأسرههم في منطقة الشرقية، من خلال برامج وخدمات متكاملة وشراكات فاعلة وشفافة، تسهم في تحسين مقومات حياتهم ليكونوا مواطنين مشاركين في تنمية المجتمع.

خيار (١):

أن نكون بيت الخبرة الأول في العمل المؤسسي لتنمية الأيتام وأسرههم، وتحقيق تميز اليتيم، في المنطقة الشرقية.

خيار (٢):

أن نكون بيت الخبرة الأول في المنطقة الشرقية في مجال تشغيل برامج تنمية الأيتام وأسرههم، وتحقيق تميز اليتيم.



على الجمعية الخوض في الاتجاهات الاستراتيجية التالية لتحقيق رؤيتها:

• إيجاد برامج نوعية للرعاية والتأهيل

الاتجاه ١

• تطوير البناء المؤسسي

الاتجاه ٢

• استقطاب الشركاء

الاتجاه ٣

• الابتكار في تنمية الموارد المالية

الاتجاه ٤

الرقم	الأهداف الرئيسية	الأهداف الفرعية
١.	الرفع من قدرة الجمعية على تلبية احتياجات المستفيدين	<ul style="list-style-type: none"> • تحديث بيانات الأسر المستفيدة من خدمات الجمعية • تحليل الاحتياجات الفعلية للمستفيدين • تحليل مستوى رضا المستفيدين
٢.	تنفيذ عدد من البرامج النوعية	<ul style="list-style-type: none"> • تنفيذ برنامج بناء-أرامكو لتأهيل وتوظيف الأيتام في السكرتارية والأعمال المكتبية • تنفيذ برنامج بناء لتأهيل أم الأيتام • تنفيذ برنامج بناء لمتابعة التحصيل التعليمي للأيتام • تنفيذ برنامج بناء التطوعي • تنفيذ برنامج بناء لتدريب الفتيات في مجال صيانة الحاسب والهاتف الذكي • تنفيذ برنامج بناء للتأمين الصحي للمستفيدين

الهدف الرئيسي الأول: الرفع من قدرة الجمعية على تلبية احتياجات المستفيدين

الرقم	الهدف الفرعي المنشود	مؤشر القياس	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩
١	تحديث بيانات الأسر المستفيدة من خدمات الجمعية	١- اكمال تحديث بيانات الأسر المستفيدة.	١٠٠%	-	-	-	-
		٢- حصر الخدمات المقدمة للأسر وفق تصنيفها	١٠٠%	-	-	-	-
٢	تحليل الاحتياجات الفعلية للمستفيدين	١- استكمال البحث الاجتماعي لجميع الأسر	١٠٠%	-	-	-	-
		٢- تصنيف احتياجات المستفيدين	١٠٠%	-	-	-	-
		٣- تحليل الاحتياجات وفق التصنيفات	١٠٠%	-	-	-	-

الهدف الرئيسي الأول: الرفع من قدرة الجمعية على تلبية احتياجات المستفيدين

الرقم	الهدف الفرعي المنشود	مؤشر القياس	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩
٣	تحليل مستوى رضا المستفيدين	١- تصميم استبانة قياس رضا المستفيدين	١٠٠%	-	-	-	-
		٢- اتمتة الاستبانة	١٠٠%	-	-	-	-
		٣- تنفيذ القياس مرتين في السنة	١٠٠%	-	-	-	-
		٤- تحليل الاستبانة	١٠٠%	-	-	-	-
		٥- استنباط مؤشرات التحليل وعمل التغذية الراجعة لحل المشكلات بصفة مستمرة	١٠٠%	-	-	-	-

الهدف الرئيسي الثاني: تنفيذ عدد من البرامج النوعية

الرقم	الهدف الفرعي المنشود	مؤشر القياس	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩
١.	تنفيذ برنامج بناء-أرامكو لتأهيل وتوظيف الأيتام في السكرتارية والأعمال المكتبية.	١- تصميم الحقيبة التسويقية الخاصة بالبرنامج	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
		٢- بناء الخطة التشغيلية للبرنامج .	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
		٣- تنفيذ الحملة التسويقية	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
		٤- تنفيذ البرنامج ضمن الخطة الموضوعية .	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠

الهدف الرئيسي الثاني: تنفيذ عدد من البرامج النوعية

الرقم	الهدف الفرعي المنشود	مؤشر القياس	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩
٢.	تنفيذ برنامج بناء لتأهيل أم الأيتام	١- تصميم الحقيبة التسويقية الخاصة بالبرنامج	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
		٢- بناء الخطة التشغيلية للبرنامج .	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
		٣- تنفيذ الحملة التسويقية	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
		٤- تنفيذ البرنامج ضمن الخطة الموضوعية .	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠

الهدف الرئيسي الثاني: تنفيذ عدد من البرامج النوعية

الرقم	الهدف الفرعي المنشود	مؤشر القياس	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩
٣.	تنفيذ برنامج بناء لمتابعة التحصيل التعليمي للأيتام	١- تصميم الحقيبة التسويقية الخاصة بالبرنامج	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
		٢- بناء الخطة التشغيلية للبرنامج .	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
		٣- تنفيذ الحملة التسويقية	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
		٤- تنفيذ البرنامج ضمن الخطة الموضوعية .	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠

الهدف الرئيسي الثاني: تنفيذ عدد من البرامج النوعية

الرقم	الهدف الفرعي المنشود	مؤشر القياس	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩
٤.	تنفيذ برنامج بناء التطوعي	١- تصميم الحقيبة التسويقية الخاصة بالبرنامج	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
		٢- بناء الخطة التشغيلية للبرنامج .	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
		٣- تنفيذ الحملة التسويقية	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
		٤- تنفيذ البرنامج ضمن الخطة الموضوعية .	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠

الهدف الرئيسي الثاني: تنفيذ عدد من البرامج النوعية

الرقم	الهدف الفرعي المنشود	مؤشر القياس	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩
٥.	تنفيذ برنامج بناء لتدريب الفتيات في مجال صيانة الحاسب والهاتف الذكي	١- تصميم الحقيبة التسويقية الخاصة بالبرنامج	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
		٢- بناء الخطة التشغيلية للبرنامج .	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
		٣- تنفيذ الحملة التسويقية	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
		٤- تنفيذ البرنامج ضمن الخطة الموضوعية .	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠

الهدف الرئيسي الثاني: تنفيذ عدد من البرامج النوعية

الرقم	الهدف الفرعي المنشود	مؤشر القياس	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩
٦.	تنفيذ برنامج بناء للتأمين الصحي للمستفيدين	١- تصميم الحقيبة التسويقية الخاصة بالبرنامج	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
		٢- بناء الخطة التشغيلية للبرنامج .	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
		٣- تنفيذ الحملة التسويقية	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
		٤- تنفيذ البرنامج ضمن الخطة الموضوعية .	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠

الرقم	الأهداف الرئيسية	الأهداف الفرعية
١.	تطوير مهارات العاملين بالجمعية، ورفع مستوى إنتاجيتهم واستقطاب المتميزين	<ul style="list-style-type: none"> دراسة الاحتياجات الوظيفية، استقطاب المؤهلين. تنفيذ برامج تطويرية للموظفين بشكل دوري بحسب الاحتياج. إشراك مجموعات من الموظفين في اجتماعات اللجنة التنفيذية. إيجاد آلية لإدارة شكاوى واقتراحات الموظفين، وتشجيع الموظفين على استخدامها.
٢.	تحديث لوائح وإجراءات الجمعية وتوصيف جميع الوظائف	<ul style="list-style-type: none"> نمذجة جميع العمليات واللوائح. إضافة لائحة الحوافز للعاملين وتفعيل نظام الترقيات.

الهدف الرئيسي الأول: تطوير مهارات العاملين بالجمعية، ورفع مستوى إنتاجيتهم واستقطاب المتميزين

الرقم	الهدف الفرعي المنشود	مؤشر القياس	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩
١.	دراسة الاحتياجات الوظيفية،	الانتهاء من تحليل أعباء العمل، وتحديد حجم القوى العاملة المنشودة على الهيكل التنظيمي المعدل، بما يخدم توجه الجمعية.	١٠٠%	-	-	-	-
٢.	استقطاب المؤهلين.	وضع واعتماد خطة لترقية بعض الموظفين أو توظيف المؤهلين للوصول إلى حجم القوى العاملة المطلوب	١٠٠%	-	-	-	-
٣.	تنفيذ برامج تطويرية للموظفين بشكل دوري بحسب الاحتياج.	وضع واعتماد نموذج الجدارات (الجوهرية والفنية والإدارية والقيادية) لجميع المناصب الوظيفية المتاحة في الجمعية، وتحديثه سنوياً	١٠٠%	١٠٠%	١٠٠%	١٠٠%	١٠٠%

الهدف الرئيسي الأول: تطوير مهارات العاملين بالجمعية، ورفع مستوى إنتاجيتهم واستقطاب المتميزين

الرقم	الهدف الفرعي المنشود	مؤشر القياس	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩
		اعتماد الموازنة السنوية للتدريب (بالريال)	١٠٠,٠٠٠	١٠٠,٠٠٠	١٢٥,٠٠٠	١٥٠,٠٠٠	٢٠٠,٠٠٠
		وضع واعتماد خطة التدريب السنوية لمجموعة من الموظفين	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
٤.	إشراك مجموعات من الموظفين في اجتماعات اللجنة التنفيذية.	النسبة عدد الموظفين الذين تمت دعوتهم لحضور اجتماعات اللجنة التنفيذية، إلى إجمالي عدد الموظفين في الجمعية	%٨	%١٠	%١٢	%١٤	%١٦

الهدف الرئيسي الأول: تطوير مهارات العاملين بالجمعية، ورفع مستوى إنتاجيتهم واستقطاب المتميزين

الرقم	الهدف الفرعي المنشود	مؤشر القياس	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩
٤.	إيجاد حلول لإدارة شكاوى واقتراحات الموظفين.	وضع واعتماد لائحة داخلية لإدارة شكاوى الموظفين واقتراحاتهم الفعالة لتحسين العمل	١٠٠%	-	-	-	-
		عقد المدير التنفيذي لاجتماع جامع لجميع الموظفين، للحديث عن لائحة الشكاوى والاقتراحات المعتمد، وتشجيعهم على استخدامه	١٠٠%	-	-	-	-

الهدف الرئيسي الثاني: تحديث لوائح وإجراءات الجمعية وتوصيف جميع الوظائف

الرقم	الهدف الفرعي المنشود	مؤشر القياس	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩
٢.	نمذجة جميع العمليات واللوائح	الانتهاء من تحديث اللوائح التنظيمية، وتدريب القائمين عليها	١٠٠%	-	-	-	-
	إضافة لائحة الحوافز للعاملين وتفعيل نظام الترقيات.	إصدار التعميمات اللازمة لتفعيل استخدام اللوائح الجديدة	١٠٠%	-	-	-	-

الرقم	الأهداف الرئيسية	الأهداف الفرعية
١.	تعزيز الصورة الذهنية للجمعية لدى الداعمين وعامة المجتمع	<ul style="list-style-type: none"> • وضع المعايير العامة للعمل الإعلامي والتسويقي • تطوير الموقع الإلكتروني وصفحات التواصل الاجتماعي • تطوير خطة الاتصال والتواصل السنوية
٢.	تعزيز الشراكات وتفعيلها	<ul style="list-style-type: none"> • تشجيع العمل التطوعي • تفعيل الشراكات الحالية • بناء شراكات مستقبلية تعزز دور الجمعية

- إيضاح
تفعيل الشراكات القائمة مع كل من :
(جمعية وئام – مكتب هداية – دار اليوم للصحافة – برنامج رعاية الشباب بالشرقية)

الهدف الرئيسي الأول: تعزيز الصورة الذهنية للجمعية لدى الداعمين وعامة المجتمع

الرقم	الهدف الفرعي المنشود	مؤشر القياس	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩
١.	وضع المعايير العامة للعمل الإعلامي والتسويقي	١- بناء لائحة الظهور الإعلامي للجمعية لنشر الصورة الإيجابية في المجتمع	١٠٠%	-	-	-	-
٢.	تصميم موقع إلكتروني تفاعلي ويغطي أخبار الجمعية.	الانتهاء من وضع المتطلبات الفنية للموقع الإلكتروني، واعتمادها	١٠٠%	-	-	-	-
		استقطاب العروض واختيار المنفذ الأنسب	١٠٠%	-	-	-	-
		تحديث الموقع الإلكتروني	١٠٠%	-	-	-	-

الهدف الرئيسي الأول: تعزيز الصورة الذهنية للجمعية لدى الداعمين وعامة المجتمع

الرقم	الهدف الفرعي المنشود	مؤشر القياس	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩
٣.	تنشيط التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	وضع واعتماد خطة تطوير صفحات وممارسات التواصل الاجتماعي	١٠٠%	-	-	-	-
		(الفيسبوك) عدد المعجبين بالصفحة	*	*	*	*	*
		(الفيسبوك) عدد الذين يتكلمون عن الصفحة	*	*	*	*	*
		(الفيسبوك) إجمالي عدد المنشورات المرفوعة	*	*	*	*	*
		(الفيسبوك) إجمالي عدد تعليقات الزوار على المنشورات المرفوعة	*	*	*	*	*
		(الفيسبوك) إجمالي عدد إعجابات الزوار على المنشورات المرفوعة	*	*	*	*	*

الهدف الرئيسي الأول: تعزيز الصورة الذهنية للجمعية لدى الداعمين وعامة المجتمع

الرقم	الهدف الفرعي المنشود	مؤشر القياس	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩
٣.	تنشيط التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	(تويتر) إجمالي عدد التغريدات	*	*	*	*	*
		(تويتر) عدد متابعي الصفحة	*	*	*	*	*
		(تويتر) عدد الصفحات التي تتبعها الجمعية	*	*	*	*	*
		(تويتر) عدد الصور ومقاطع الفيديو المرفوعة	*	*	*	*	*
		(يوتيوب) عدد مقاطع الفيديو	*	*	*	*	*
		(يوتيوب) إجمالي عدد الدقائق المحملة	*	*	*	*	*
		(يوتيوب) إجمالي عدد المشاهدات	*	*	*	*	*
		(يوتيوب) إجمالي عدد الإعجابات	*	*	*	*	*

الرقم	الأهداف الرئيسية	الأهداف الفرعية
١.	إشراك أفراد المجتمع في المسؤولية	<ul style="list-style-type: none"> • تحديد احتياج الجمعية من أوجه الدعم • استطلاع آراء عامة المجتمع تجاه الجمعية وخدماتها • تصميم الحملات الإعلانية والإعلامية المناسبة • استقطاب الأعضاء المنتسبين
٢.	التسويق الفعال	<ul style="list-style-type: none"> • استقطاب الأخصائيين في تنمية الموارد المالية • إعداد الحقيبة التسويقية للجمعية ومشروعاتها (مطبوعات/ فيلم وثائقي) • المشاركة في الفعاليات الوطنية • تنظيم الحفل السنوي لعرض الإنجازات وتكريم الداعمين
٣.	تنمية الموارد المالية	<ul style="list-style-type: none"> • تفعيل الاستقطاع الشهري • تفعيل التبرع من خلال خدمة الرسائل القصيرة (SMS) • تعميق أدوار المكاتب الإعلامية

الهدف الرئيسي الأول: إشراك أفراد المجتمع في المسؤولية

الرقم	الهدف الفرعي المنشود	مؤشر القياس	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩
١.	تحديد احتياج الجمعية من أوجه الدعم	ابتكار قائمة الدعم وتحديثها سنوياً	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
٢.	استطلاع آراء عامة المجتمع تجاه الجمعية وخدماتها	١- تصميم استبانة لزوار الجمعية وقياس الأثر ٢- تفعيل استبانة الكترونية تفاعلية تقيس آراء المجتمع عن الجمعية والخدمات المقدمة	%١٠٠	-	-	-	-

الهدف الرئيسي الأول: إشراك أفراد المجتمع في المسؤولية

الرقم	الهدف الفرعي المنشود	مؤشر القياس	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩
٣	تصميم الحملات الإعلانية والإعلامية المناسبة	اختيار شركة دعائية وإعلام متخصصة، لتصميم الحملات الإعلانية والإعلامية وتوثيق مشروعات الجمعية كتابة وبالتصوير الثابت والفيديو، وإبرام مذكرة تفاهم معها) تحدث سنوياً مع الخدمات (.	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
		تصميم نماذج النشرات والتقارير الدورية الموجهة للمؤسسات المانحة	%١٠٠	-	-	-	-
		إرساء مسؤولية إرسال التقارير والنشرات على منصب وظيفي معين، بقرار إداري.	%١٠٠	-	-	-	-

الهدف الرئيسي الأول: إشراك أفراد المجتمع في المسؤولية

الرقم	الهدف الفرعي المنشود	مؤشر القياس	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩
٤	استقطاب الأعضاء المنتسبين	بناء مذكرة تفاهم مع الأعضاء الأكثر تأثيراً ونفعاً للجمعية	١٠٠%	-	-	-	-
		زيادة عدد الأعضاء بشكل مضطرد	١٠	٣٠	٦٠	١٢٠	٢٥٠
		عمل نشرة ربع سنوية توضح أثر انضمام الأعضاء والقيمة المضافة لهم خلال الفترة، وإبرازها إعلامياً.	٤	٤	٤	٤	٤

الهدف الرئيسي الثاني: التسويق الفعال

الرقم	الهدف الفرعي المنشود	مؤشر القياس	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩
1.	استقطاب الأخصائيين في تنمية الموارد المالية	١- زيادة عدد اخصائيي تنمية الموارد المالية بما يتناسب الدعم المطلوب في الخطة الاستراتيجية.	١	٢	٢	٣	٣
		٢- تفعيل لائحة حوافز تنمية الموارد المالية.	١٠٠%	-	-	-	-
		٣- بناء لائحة تنمية الموارد المالية وتصميم مدونة الدعم والخطة الاستراتيجية لتنمية الموارد	١٠٠%	-	-	-	-

الهدف الرئيسي الثاني : التسويق الفعال

الرقم	الهدف الفرعي المنشود	مؤشر القياس	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩
٢.	إعداد الحقيبة التسويقية للجمعية ومشروعاتها (مطبوعات/ فيلم وثائقي)	١- تصميم الحقيبة التسويقية وتجهيزها بشكل لائق وطباعة احترافية	١٠٠%	-	-	-	-
		٢- توثيق المشروعات النوعية للمانحين	١٠٠%	-	-	-	-

الهدف الرئيسي الثاني: التسويق الفعال

الرقم	الهدف الفرعي المنشود	مؤشر القياس	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩
٣.	المشاركة في الفعاليات الوطنية و تنظيم الحفل السنوي لعرض الإنجازات وتكريم الداعمين	١- تجهيز خطة حضور والمشاركة في الفعاليات الوطنية التي تخدم نشاط الجمعية.	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
		٢- تجهيز خطة الحفل السنوي للجمعية .	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
		٣- دعوة الداعمين الحاليين والمرتبين والتكريم	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠

الهدف الرئيسي الثالث: تنمية الموارد المالية

الرقم	الهدف الفرعي المنشود	مؤشر القياس	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩
١.	تفعيل الاستقطاعات الشهرية .	بناء خدمة الاستقطاعات الشهرية (عدد الاستقطاعات)	٢٥٠	٥٠٠	١٠٠٠	٢٠٠٠	٣٠٠٠
		إجمالي قيمة الاستقطاعات المستهدفة (بالريال)	٢٥,٠٠٠	٥٠,٠٠٠	١٠٠,٠٠٠	٢٠٠,٠٠٠	٣٠٠,٠٠٠
٢	تفعيل التبرع من خلال خدمة الرسائل القصيرة (SMS)	١- تفعيل خدمة التبرع من خلال رسائل (SMS) %١٠٠					
		٢- قيمة التبرعات من خلال خدمة الرسائل (القيمة بالريال)	١٠,٠٠٠	٢٠,٠٠٠	٣٠,٠٠٠	٤٠,٠٠٠	٥٠,٠٠٠

الهدف الرئيسي الثالث : تنمية الموارد المالية

الرقم	الهدف الفرعي المنشود	مؤشر القياس	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩
٢.	القيام بزيارات لكبار التجار والدااعمين.	عدد الدااعمين المستهدفين للزيارة	١٠٠	١٢٥	١٥٠	٢٠٠	٢٠٠
		وضع واعتماد الأهداف المرجوة من زيارة الدااعمين	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
		تحضير واعتماد خطة الزيارات، وموازنتها	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠
		الحد الأدنى لنسبة التحصيلات من إجمالي الخطة المستهدفة لتنمية الموارد	%٧٠	%٨٠	%٨٥	%١٠٠	%١٠٠



الإيرادات (بالريال السعودي)

٢٠١٩	٢٠١٨	٢٠١٧	٢٠١٦	٢٠١٥	حالياً ٢٠١٤	
١,٨٠٠,٠٠٠	١,٦٠٠,٠٠٠	١,٤٠٠,٠٠٠	١,٢٥٠,٠٠٠	١,٢٠٠,٠٠٠	١,٠٧٥,٥٠٠	اشتراكات الأعضاء
٣٥,٠٠٠,٠٠٠	٣٠,٠٠٠,٠٠٠	٢٥,٠٠٠,٠٠٠	٢٣,٠٠٠,٠٠٠	٢١,٠٠٠,٠٠٠	١٨,٠٤٧,٥٥٠	المنح والهبات والزكاة والتبرعات
٧٥٠,٠٠٠	٧٠٠,٠٠٠	٧٠٠,٠٠٠	٧٠٠,٠٠٠	٦٥٥,٠٠٠	٦٥٥,٠٠٠	الإعانات الحكومية
٢٠,٠٠٠,٠٠٠	١٥,٠٠٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠,٠٠٠	٧,٥٠٠,٠٠٠	٥,٠٠٠,٠٠٠	٢,٨٢٢,٤٥٠	الوصايا والأوقاف
١,٢٥٠,٠٠٠	٧٥٠,٠٠٠	٥٠٠,٠٠٠	٢٥٠,٠٠٠	١٥٠,٠٠٠	٠	إيرادات أنشطة الجمعية (مثل الحفل السنوي)
١,٢٠٠,٠٠٠	٨٠٠,٠٠٠	٥٠٠,٠٠٠	٣٠٠,٠٠٠	٠	٠	عائدات استثمار أوقاف وممتلكات وأموال الجمعية
٦٠,٠٠٠,٠٠٠	٤٨,٨٥٠,٠٠٠	٣٨,١٠٠,٠٠٠	٣٢,٧٠٠,٠٠٠	٢٨,٠٠٥,٠٠٠	٢٢,٦٠٠,٥٠٠	إجمالي الإيرادات

العاملين	الإدارة الوسطى	الإدارة التنفيذية العليا	مجلس الإدارة	
		✓	✓	الحوكمة المؤسسية
		✓		القيادة الفعالة
		✓		التخطيط الاستراتيجي وإدارة التغيير
		✓	✓	التميز المؤسسي في الجمعيات الخيرية
✓	✓	✓		بناء فرق العمل وإدارتها وتحفيزها
	✓	✓		حل المشكلات وصناعة القرارات واتخاذها

العاملين	الإدارة الوسطى	الإدارة التنفيذية العليا	مجلس الإدارة	
✓	✓	✓		التخطيط والتنظيم
✓	✓			مهارات التواصل الأساسية
✓	✓			مهارات التواصل المتقدمة
✓	✓	✓		تقديم العروض المرئية
✓	✓			الكتابة الفنية وإعداد التقارير
	✓	✓		إدارة المشاريع
✓	✓	✓		الذكاء العاطفي في العمل

العاملين	الإدارة الوسطى	الإدارة التنفيذية العليا	مجلس الإدارة	
✓	✓	✓		الاهتمام بالمستفيد النهائي وبالإنجازات
✓	✓	✓		إدارة الوقت والإجهاد
	✓	✓		تطلعات المؤسسات المانحة وإدارات المسؤولية الاجتماعية

موجودة حالياً	مستهدفة خلال السنوات الخمس القادمة	غير مستهدفة خلال السنوات الخمس القادمة
✓		
✓		
✓		
✓		
✓		
	✓	
✓		
✓	✓	

غير مستهدفة خلال السنوات الخمس القادمة	مستهدفة خلال السنوات الخمس القادمة	موجودة حالياً		
		✓	تأمين المواصلات للمدارس والمستشفيات	الخدمات المساندة (الدائمة)
		✓	تأمين الأدوية والأجهزة الطبية	
✓			التحويل إلى المدارس الأهلية	
✓			المساعدة في سداد فواتير الماء	
		✓	التعليم العالي الخاص	
		✓	التدريب	
		✓	التوظيف	
		✓	محو الأمية	
		✓	تحفيظ القرآن الكريم	

موجودة حالياً	مستهدفة خلال السنوات الخمس القادمة	غير مستهدفة خلال السنوات الخمس القادمة
✓		
✓		
✓		
✓		
✓		
✓		
✓		
✓		
✓		

الخدمات
المساندة
(الموسمية)

الخدمات المطلوب تطويرها وتقديمها خلال السنوات الخمس القادمة

غير مستهدفة خلال السنوات الخمس القادمة	مستهدفة خلال السنوات الخمس القادمة	موجودة حالياً		
		✓	دروس التقوية	الخدمات المساندة (الموسمية)
		✓	الزي المدرسي (المريول)	
		✓	هدية النجاح (من خلال حفل فرحة النجاح)	
		✓	التفوق العلمي (تكريم الطلاب والطالبات المتفوقين)	
	✓		الابتعاث لإكمال التعليم الجامعي	
✓			دفع الدية	الخدمات
✓			الحوادث المرورية	الطارئة

الخدمات المطلوب تطويرها وتقديمها خلال السنوات الخمس القادمة

موجودة حالياً	مستهدفة خلال السنوات الخمس القادمة	غير مستهدفة خلال السنوات الخمس القادمة	
✓			الكوارث الطبيعية
		✓	الديون
	✓		استقدام خادمة أو ممرضة
	✓		مكافأة طالب مبتعث
✓			الرسوم الدراسية المتراكمة من جراء الالتحاق بالمدارس الأهلية دون علم الجمعية
	✓		الحرائق
	✓		المرافعات القانونية
✓			تسديد إيجار الشقق بطريقة التسليف

غير مستهدفة خلال السنوات الخمس القادمة	مستهدفة خلال السنوات الخمس القادمة	موجودة حالياً		
	✓		احتياجات المعاقين (من الأيتام والأرامل)	الخدمات الطارئة
✓			استقدام سائق	
✓			استئجار سيارة بصفة مؤقتة	
	✓		تجديد الجواز أو الإقامة للأرملة الأجنبية المتزوجة من سعودي	
		✓	رسوم اختبار القياس	
	✓		الإرشاد الأسري	



لنتمكن الجمعية من تحقيق أهدافها المتفرعة في الاتجاهات الاستراتيجية المنشودة، فعلمها تنفيذ المبادرات الاستراتيجية التالية:

• الإلمام باحتياجات المستفيدين	المبادرة ١
• تنفيذ البرامج النوعية المنشودة	المبادرة ٢
• تنمية الموارد البشرية	المبادرة ٣
• إشراك المجتمع وتشجيع العمل التطوعي	المبادرة ٤
• تحسين الصورة الذهنية وتفعيل الشراكات	المبادرة ٥
• التسويق الفعال وتنمية الموارد المالية	المبادرة ٦
• تعزيز الثقافة الحقوقية لدى الأيتام	المبادرة ٧

المبادرة الأولى: الإلمام باحتياجات المستفيدين

التعريف بالمبادرة	
<p>هي مبادرة استراتيجية تهدف إلى تعميق الأثر الإيجابي المترتب عن خدمات وبرامج الجمعية، من خلال إدراك احتياجات الأيتام وأسرهم من العمل الخيري التأهيلي والإغاثي، بالمقارنة بما هو متاح حالياً من حيث النوع والكم في المنطقة الشرقية.</p>	<p>أهداف المبادرة</p>
<ul style="list-style-type: none">• الحصول على نظرة أوضح وشفافية أعلى فيما يتعلق باحتياجات المستفيدين، والصعوبات التي يواجهونها، من خلال معرفة الثغرات في المشاريع والأنشطة الموجهة للأيتام وأسرهم، ومواطن القصور.• إعادة تنظيم خدمات الجمعيات بحسب الأولوية، لتلبية توقعات المستفيدين ورفع مستوى رضاهم.• إعادة توجيه التمويل الخيري بشكل مرن نحو الخدمات والبرامج ذات الأولوية الأعلى.• زيادة مستوى الشفافية والعدالة في تلبية الاحتياجات. <p>وضع آلية -تتكون من عدة طرق مناسبة- لتحديث بيانات الأسر المستفيدة، من خلال الهاتف والزيارات الميدانية بحسب واقع الأسر أو تفضيلاتهم، وآلية مبسطة للتأكد من جودة البيانات التي يتم جمعها.</p> <ul style="list-style-type: none">• تصميم استبيان ذو شقين: (١) الشق الأول يهتم بدراسة احتياجات الأسر المستفيدة، (٢) والشق الثاني يقيس مستوى رضا المستفيدين من خدمات وموظفي الجمعية.• وضع الخطة الفنية والمالية لجمع بيانات الأسر المستفيدة واستبيان تلمس احتياجاتها الفعلية ومستوى رضاها.• تدريب فريق البحث على إنجاز العمل، وإطلاقه للتنفيذ.• تجميع البيانات المطلوبة ومراجعتها للتأكد من الجودة، وتعديل ما يجب تعديله.• إدخال البيانات (بعد المراجعة) على نظام تسجيل معلومات الأسر، وحفظ نسخ في الملفات الورقية للأسر.• تحليل بيانات الاحتياجات الفعلية للأسر، وإعداد تقرير مفصل عن أصناف وإحصائيات تلك الاحتياجات وأولوياتها، في ضوء ما هو مقدم حالياً.	<p>أنشطة المبادرة</p>

المبادرة الأولى: الإلمام باحتياجات المستفيدين

<ul style="list-style-type: none">• تحليل بيانات مستوى رضا المستفيدين، وإعداد تقرير مفصل عن مستوى رضاهم الكلي، ولكل جانب من جوانب التقييم.• مراجعة نتائج التقارير التي تم إعدادها، ومناقشتها، وتحضير مستند بالتوصيات والخطوات القادمة.	<p>أنشطة المبادرة (تنمة)</p>
<ul style="list-style-type: none">• بيانات الأسر المستفيدة، محدثة وأكثر اكتمالاً.• تقرير الاحتياجات الفعلية للمستفيدين.• تقرير مستوى رضا المستفيدين.• مستند التوصيات لمعالجة مواطن القصور.	<p>نواتج المبادرة</p>
<ul style="list-style-type: none">• فريق مختص بالبحث الميداني• مستشار إداري (لتصميم الاستبيانات وتحليلها وإعداد التقارير)	<p>الموارد البشرية اللازمة</p>
<ul style="list-style-type: none">• طول الاستبيانات، وطول فترة التواصل مع الأسرة الواحدة لجمع المعلومات اللازمة.	<p>المشكلات القائمة من قبل البدء بتنفيذ المبادرة ومن الممكن أن تؤثر في عملية التنفيذ</p>
<ul style="list-style-type: none">• انخفاض جودة البيانات التي يتم جمعها.• مبالغة الأسر في المطالبات.	<p>المخاطر المحتملة أثناء التنفيذ</p>

المبادرة الثانية: تنفيذ البرامج النوعية المنشودة

<p>هي مبادرة استراتيجية أساسية تهدف إلى تنفيذ البرامج النوعية التي صممتها الجمعية بالتعاون مع شركائها، من خلال تخطيطها، وبناء إطارها للتشغيل والمتابعة، وإطلاقها. وهذه البرامج هي:</p> <ul style="list-style-type: none">• تنفيذ برنامج بناء-أرامكو لتأهيل وتوظيف الأيتام في السكرتارية والأعمال المكتبية• تنفيذ برنامج بناء لتأهيل أم الأيتام• تنفيذ برنامج بناء لمتابعة التحصيل التعليمي للأيتام• تنفيذ برنامج بناء التطوعي• تنفيذ برنامج بناء لتدريب الفتيات في مجال صيانة الحاسب والهاتف الذكي• تنفيذ برنامج بناء للتأمين الصحي للمستفيدين	<p>التعريف بالمبادرة</p>
<p>إخراج برامج الجمعية في حلة مميزة. إطلاق البرامج خلال المدة الزمنية المتفق عليها، وضمن الموازنات المتاحة.</p>	<p>أهداف المبادرة</p>
<p>تصميم إطار العمل التشغيلي والرقابي الخاص بكل برنامج. تحديد الاحتياجات اللازمة لتشغيل كل برنامج (من جميع الأصناف). وضع خطط العمل التنفيذية (الفنية والمالية) لبناء البرامج النوعية وتسويقها وإطلاقها. تنفيذ الخطط أو الإشراف على تنفيذها بحسب حيثياتها، والتنسيق مع الأطراف الخارجية ذات العلاقة بالتنفيذ. إعداد أدلة البرامج النوعية. إطلاق البرامج النوعية المنشودة بحسب أولوياتها.</p>	<p>أنشطة المبادرة</p>

المبادرة الثانية: تنفيذ البرامج النوعية المنشودة

<ul style="list-style-type: none">• الأطر التشغيلية والرقابية للبرامج النوعية• دليل البرنامج (خدماتها وخصائصها التفصيلية) - واحد لكل برنامج نوعي	نواتج المبادرة
<ul style="list-style-type: none">• بحسب متطلبات خطة كل منتج	الموارد البشرية اللازمة

<p>هي مبادرة ذات بعد طويل المدى تُعنى ب:</p> <ul style="list-style-type: none"> • وضع اللبنة الأساسية لجذب الكفاءات وتنميتها والاحتفاظ بها، ورفع مستوى الرضى الوظيفي لدى العاملين، بما يؤثر في تحسين أسلوب تقديم الخدمات للمستفيدين. • الرفع من قدرة الموظفين على القيام بأدوارهم الوظيفية بمهنية عالية، وبأقل نسبة ممكنة من الأخطاء الفردية في التعامل مع الجمهور، بما يلي أهداف الجمعية، ويرتقي لتطلعات المستفيدين. 	<p>التعريف بالمبادرة</p>
<ul style="list-style-type: none"> • تعزيز القدرة على استقطاب أصحاب الكفاءة للعمل الدائم والموسمي والتطوعي. • تحفيز الموظفين (الذين يتعاملون مباشرة مع الجمهور) على مزيد من الفاعلية والإنتاجية، وزيادة مستوى الرضى الوظيفي لديهم، من خلال نظام حوافز عادل. • تعزيز ولاء وانتماء الموظفين للجمعية. • زرع عناصر وقيم الثقافة المؤسسية في نفوس الموظفين. • تنمية موظفي الجمعية، ورفع كفاءاتهم خصوصاً على المستوى الميداني: القيادي والتشغيلي. • تحسين أداء وصورة موظفي الجمعية أمام المستفيدين والمانحين وعامة المتبرعين. 	<p>أهداف المبادرة</p>
<ul style="list-style-type: none"> • الإعداد لورشة عمل داخلية لشرح الثقافة المؤسسية الجديدة للموظفين، وعقدها. • حصر الوظائف المرتبطة مع الجمهور والإعلام والمستفيدين مباشرة فقط، وتقييم أدوارها. • تصميم هيكل الحوافز الجديد (للوظائف المرتبطة مع الجمهور والإعلام والمستفيدين مباشرة فقط)، واحتساب التأثير المالي لتطبيقه بأسلوب التقدير، ومناقشته وتعديله حتى اعتماد مجلس الإدارة للهيكلية التحفيزية العادلة والمناسبة. • تطبيق النظام الجديد المقترح لتقييم أداء الأفراد (والموجود في لائحة تنمية الموارد البشرية). • تصميم الإطار التدريبي العام، المناسب لتنمية القدرات المهنية والفنية اللازمة للمجموعات الوظيفية المختلفة على تنوع درجاتها الوظيفية. 	<p>أنشطة المبادرة</p>

<ul style="list-style-type: none"> • جمع معلومات من السوق عن مدد وتكاليف المسارات التدريبية الملائمة لاحتياجات الإطار التدريبي للجمعية، من خلال تحضير قائمة بالمراكز التدريبية المتميزة في المنطقة، وإرسال طلبات لجمع المعلومات الأساسية عنها من خلال نموذج معياري (Request for Information - RFI). • وضع الخطة التدريبية للسنة الأولى، وتقدير الموازنة السنوية للتدريب، لعدد محدد من الأفراد من مختلف المجموعات الوظيفية. • تصميم نموذج تقييم أداء المراكز التدريبية، من خلال آراء المتدربين. • تصميم نموذج تقييم أداء المراكز التدريبية، من خلال تحليل ضابط الارتباط في الجمعية (المسؤول الإداري). • تصميم نموذج قياس أثر التدريب على المستفيدين منه (بعد ٣ أشهر من انتهاء التدريب). 	<p>أنشطة المبادرة (تنمة)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • هيكل الحوافز المقترح لوظائف الصف الأول على مستوى التعامل مع الجمهور • نموذج الجدارات الوظيفية للجمعية - لاستنتاج الاحتياجات التدريبية • ورشة عمل لتعزيز الثقافة المؤسسية بقيادة المدير العام • الخطوط العريضة للبرامج التدريبية المعيارية المنشودة، وأهدافها التعليمية • تقديرات الموازنة التدريبية للسنة الأولى • بيانات المراكز التدريبية المهمة، ومدد وأسعار الدورات ذات الاهتمام • نماذج تقييم التدريب ومراكزه 	<p>نواتج المبادرة</p>
<ul style="list-style-type: none"> • خبير استشاري في مجال الموارد البشرية 	<p>الموارد البشرية</p>
<ul style="list-style-type: none"> • لا يوجد. 	<p>المشكلات</p>
<ul style="list-style-type: none"> • احتمالية عدم اقتناع مجلس بأهمية تحفيز موظفي الصف الأول المرتبط بالجمهور، أو غياب الموازنات المواتية. 	<p>المخاطر</p>

التعريف بالمبادرة	هي مبادرة رائدة تسعى إلى إشراك المجتمع من خلال جذب الأعضاء للانتساب إلى الجمعية، وإطلاق قسم لإداري لاستقطاب وإدارة شؤون المتطوعين الموسمين.
أهداف المبادرة	<ul style="list-style-type: none"> • استطلاع آراء عامة المجتمع تجاه الجمعية وخدماتها • استقطاب الأعضاء المنتسبين • إنشاء قسم لإدارة المتطوعين، لتسهيل عمليات استقطابهم، والحفاظ على علاقات طويلة الأمد معهم لخدمة أنشطة ومشاريع الجمعية.
أنشطة المبادرة	<ul style="list-style-type: none"> • تنظيم استبيان لعينة من المجتمع والمأنحين للوقوف عند آرائهم تجاه الجمعية، وتحليله، وعرض نتائجه، والخلوص إلى التوصيات. • تصميم الحملات الإعلانية والإعلامية المناسبة لجذب الأعضاء المنتسبين • تسجيل المنتسبين، وتحقيق الأهداف المرجوة لذلك. • وضع لائحة تنظيمية لإدارة شؤون المتطوعين (سياسات، إجراءات، نماذج عمل). • اختيار رئيس لقسم إدارة المتطوعين، وإطلاق القسم. • وضع واعتماد خطة إعلانية لاستقطاب المتطوعين (بشقيها الفني والمالي).
نواتج المبادرة	<ul style="list-style-type: none"> • تقرير آراء العامة والمأنحين عن الجمعية. • اللائحة التنظيمية لأعمال قسم شؤون المتطوعين • الخطة الفنية والمالية لاستقطاب المتطوعين وتسجيلهم • ١٠٠ عضو منتسب جديد
الموارد البشرية اللازمة	<ul style="list-style-type: none"> • مسؤول العلاقات العامة والإعلام • مستشار إداري

المبادرة الخامسة: تحسين الصورة الذهنية وتفعيل الشراكات

التعريف بالمبادرة	هي مبادرة أساسية ترمي إلى تفعيل شبكة العلاقات والشراكات طويلة الأمد بين الجمعية والقوى الفاعلة والمهتمة في دعم قطاع العمل الخيري، وخصوصاً الأيتام والأرامل، والتي تم نسجها مسبقاً وإبرام العقود والاتفاقيات ومذكرات التفاهم لتحقيقها.
أهداف المبادرة	<ul style="list-style-type: none"> • توثيق مشروعات الجمعية بشكل لافت. • تصميم وتفعيل آلية للتواصل المستمر مع المستفيدين لتحسس احتياجاتهم، على الأقل مرة كل ستة أشهر. • بناء علاقات طيبة ومستدامة مع إمارة المنطقة، وأمانة المنطقة، والدوائر الوزارية ذات العلاقة في المنطقة، ومجلس التنسيق بين الجمعيات الخيرية بالمنطقة. • تحسين قدرة الجمعية على تحقيق الاستفادة القصوى من الشراكات المبرمة، والاستمرار في تحقيق المزيد من الشراكات المتميزة القادرة على توفير الدعم المادي والعيني والخدمي المنشود للجمعية و/أو مستفيديها.
أنشطة المبادرة	<ul style="list-style-type: none"> • حصر مشروعات الجمعية المسبقة والحالية. • اختيار شركة دعاية وإعلام متخصصة، لتوثيق مشروعات الجمعية كتابة وبالتصوير الثابت والفيديو، وإبرام مذكرة تفاهم معها. • وضع واعتماد الخطة (الفنية والمالية) لتوثيق مشروعات الجمعية، وتنفيذه. • وضع واعتماد وتنفيذ خطة تطوير صفحات وممارسات التواصل الاجتماعي على الشبكة. • وضع واعتماد وتنفيذ خطة نصف سنوية لتلمس احتياجات الأسر، بحسب فئاتها، بطرق فعالة وسريعة قد تشمل (الرسائل الإلكترونية، والرسائل النصية، وصفحات التواصل الاجتماعي). • حصر الحقوق التي تضمنتها الاتفاقيات للجمعية وأعضائها، وحصر الواجبات التي التزمت الجمعية بأدائها، في كل اتفاقية على حدة. • تصميم نظام مناسب لأرشفة الاتفاقيات، واستنباط التواريخ المهمة لمتابعة الاتفاقيات وتجديدها. • تخطيط تنفيذ العقود الموقعة بمهام ومسؤوليات وتواريخ محددة. • الإشراف على تنفيذ اتفاقيات الشراكات القائمة، لضمان الاستفادة من جميع الحقوق، وأداء الواجبات.

المبادرة الخامسة: تحسين الصورة الذهنية وتفعيل الشراكات

<ul style="list-style-type: none"> • تصميم نماذج النشرات والتقارير الدورية الموجهة للشركاء، لإبقائهم في دائرة الاطلاع. • إرساء مسؤولية إعداد وإرسال التقارير والنشرات على منصب وظيفي معين، بقرار من المدير العام. 	<p>أنشطة المبادرة (تنمة)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • نموذج توثيق أي مشروع في الجمعية، وشروط تعبئته • الصور ومقاطع الفيديو المصورة عن المشاريع • صفحات الجمعية للتواصل الاجتماعي بعد التحسين • إطار عمل التواصل الدوري مع المستفيدين لتلمس احتياجاتهم الأخرى • خطة التواصل الدوري مع المستفيدين، وموازنة تطبيق تلك الخطة • قائمة الحقوق والواجبات المرتبطة بالاتفاقيات المبرمة • إطار نظام مناسب لأرشفة الاتفاقيات، واستنباط التواريخ المهمة لمتابعة الاتفاقيات وتجديدها • خطة تنفيذ العقود الموقعة، بمهام ومسؤوليات وتواريخ محددة • إطار العمل التنظيمي لإدارة تنفيذ اتفاقات الشراكات القائمة • نماذج النشرات والتقارير الدورية الموجهة للشركاء 	<p>نواتج المبادرة</p>
<ul style="list-style-type: none"> • شركة متخصصة في التوثيق المكتوب والمصور • موظف لتشغيل صفحات الجمعية للتواصل الاجتماعي • موظف أو أكثر للتواصل مع المستفيدين وتلمس احتياجاتهم • المدير العام • موظفو العلاقات العامة والإعلام • مستشار إداري 	<p>الموارد البشرية اللازمة</p>

المبادرة السادسة: التسويق الفعال وتنمية الموارد المالية

التعريف بالمبادرة	هي مبادرة استراتيجية أساسية تهدف إلى زيادة القدرة المؤسسية على استقطاب المنح النقدية والعينية المستمرة، الضرورية للتشغيل الجمعية ونموها ودعم المستفيدين منها.
أهداف المبادرة	<ul style="list-style-type: none"> • إعداد الحقيبة التسويقية للجمعية ومشروعاتها (مطبوعات/ فيلم وثائقي) • استقطاب الأخصائيين في تنمية الموارد المالية. • افتتاح مكاتب إعلامية جديدة. • المشاركة في الفعاليات الوطنية. • تنظيم الحفل السنوي لعرض الإنجازات وتكريم الداعمين. • زيادة الاستقطاعات البنكية لدى كبرى البنوك. • افتتاح مراكز إعلامية للتسويق وجني التبرعات النقدية والعينية.
أنشطة المبادرة	<ul style="list-style-type: none"> • تطوير الحقيبة التسويقية الشاملة للجمعية، وطباعتها. • إعداد تقرير مفصل يلقي الضوء على إنجازات الجمعية، وخططها الاستراتيجية، واحتياجاتها، واختصار كل ذلك في عرض مرئي سريع ومقنع قد تحتاج الجمعية إلى عرضه على كبار المانحين. • وضع الحدود الدنيا المرجوة لما يلي: <ul style="list-style-type: none"> ○ قيمة الاستقطاعات المستهدفة من الحسابات البنكية. ○ قيمة التبرعات الواردة للجمعية من خلال هاتف التبرعات. ○ قيمة التبرعات الواردة للجمعية من خلال المراكز الإعلامية. • وضع وتنفيذ خطة (فنية ومالية) لتوظيف أخصائيين في تنمية الموارد المالية، بحسب الحاجة. • وضع خطة الحملات الإعلامية لسنة، فنياً ومالياً، وتنفيذها، بما يضمن زيادة الاستقطاعات البنكية، وزيادة التبرعات.

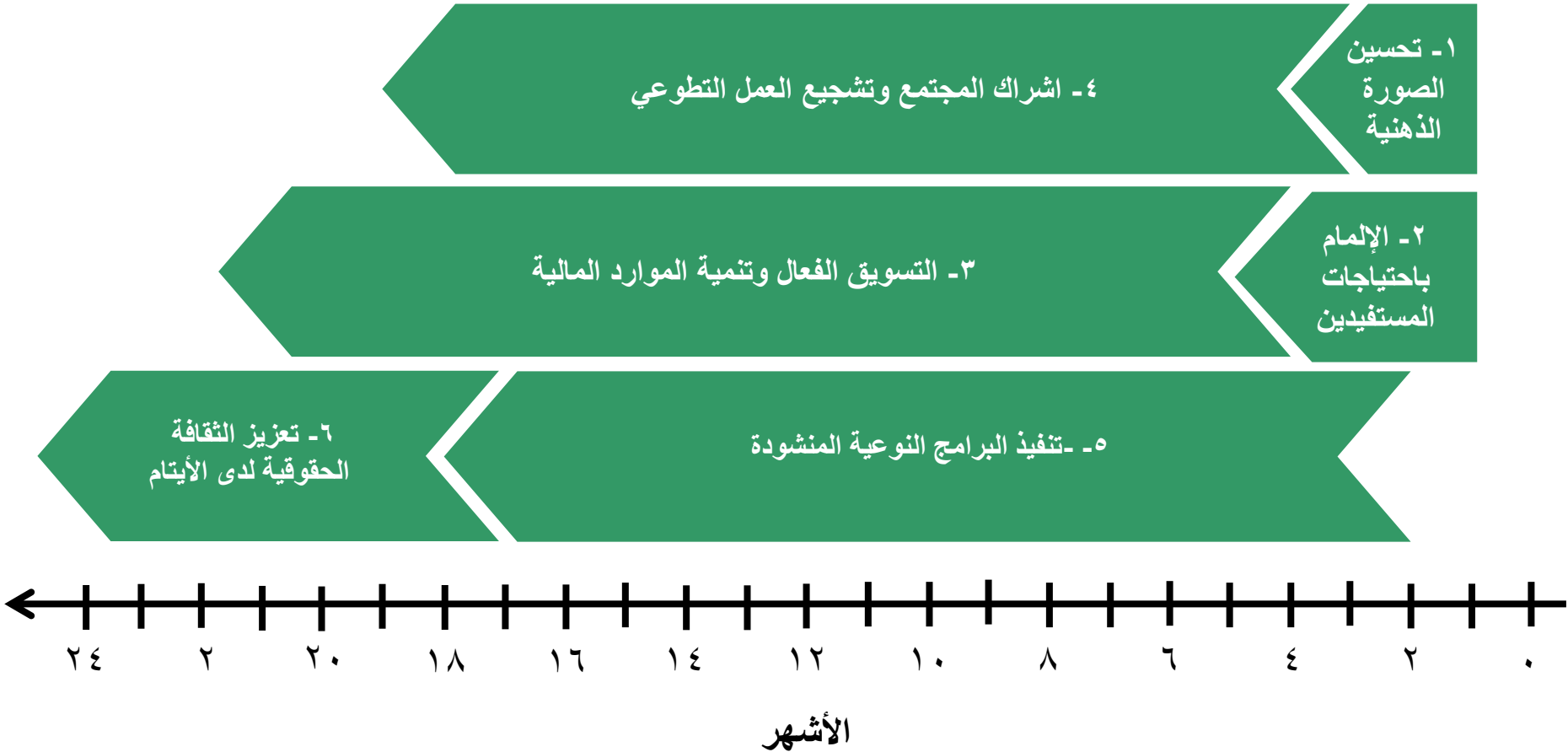
المبادرة السادسة: التسويق الفعال وتنمية الموارد المالية

<ul style="list-style-type: none"> • صياغة اللائحة التنظيمية لعمل المكتب الإعلامي. • تحديد الاحتياجات التأسيسية والتشغيلية للمكتب الإعلامي، وتقدير الموازنتين التأسيسية والتشغيلية السنوية. • اختيار المواقع المناسبة للمكاتب الإعلامية المنشودة. • تجهيز المكاتب الإعلامية، والتوظيف لها، وإطلاقها. • وضع قائمة بالفعاليات الجماهيرية الوطنية، واختيار الفعاليات التي تستطيع الجمعية المشاركة بها لأهداف تسويقية وتنموية. • وضع الخطة السنوية (الفنية والمالية) للمشاركة في الفعاليات، وتنفيذها، بما في ذلك الاتصال والتسجيل لدى الجهات المنظمة. • وضع أجندة الحفل السنوي للجمعية، ووضع خطة (فنية ومالية) لتنظيم الحفل. 	<p>أنشطة المبادرة (تنمة)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • الحقيقية التسويقية المعدلة. • تقرير الإنجازات والعرض المرئي عن الجمعية لأهداف زيارات كبار المانحين. • خطة توظيف أخصائيي تنمية الموارد المالية. • الخطة السنوية للحملات الإعلامية. • اللائحة التنظيمية لعمل المكتب الإعلامي. • خطة تأسيس وإطلاق المكاتب الإعلامية الجديدة. • الخطة السنوية للمشاركة في الفعاليات الوطنية. • أجندة الحفل السنوي للجمعية، ووضع خطة (فنية ومالية) لتنظيمه. 	<p>نواتج المبادرة</p>
<ul style="list-style-type: none"> • لجنة تشكل من موظفي الجمعية. 	<p>الموارد البشرية اللازمة</p>

المبادرة السابعة: تعزيز الثقافة الحقوقية لدى الأيتام

<p>وهي مبادرة تُعنى بتثقيف الأيتام حول حقوقهم المشروعة، وواجباتهم تجاه أنفسهم وأسرهم ومجتمعاتهم، من خلال أساليب متنوعة تناسب وفئاتهم العمرية المختلفة.</p>	<p>التعريف بالمبادرة</p>
<ul style="list-style-type: none"> • مساعدة اليتيم على الحفاظ على كرامته، ورفض أي شكل من أشكال التمييز المجتمعي ضده. • الدفاع عن الأيتام ذكوراً وإناثاً ضد العنف أو الاعتداء الجسدي، وحتى التعنيف المعنوي. • نصرة قضايا المرأة اليتيمة. 	<p>أهداف المبادرة</p>
<ul style="list-style-type: none"> • بناء شبكة من العلاقات مع الحقوقيين المهتمين بقضايا الأيتام والأرامل، ومعرفة ماذا يمكنهم تقديمه لخدمة هذه المبادرة. • وضع استراتيجية تعزيز الثقافة الحقوقية لدى الأيتام لثلاث سنوات. • تحضير المادة التثقيفية الأساسية من حقوق وواجبات، وإخراجها في ثلاثة قوالب، للصغار، والمراهقين، والشباب. • اختيار سفير للمبادرة، من أحد الشخصيات السعودية المحببة لدى الأطفال والشباب. • اختيار أطر تقديمية للمواد التثقيفية: قصص قصيرة، مسرحيات استعراضية، مسابقات، مقالات، محاضرات، إلخ. • اختيار الجهات التنفيذية للفعاليات، ومعرفة التكاليف. • وضع الخطة التنفيذية (الفنية والمالية) للمشروع في سنته الأولى، ورصد الموازنة اللازمة لها من كبار المانحين. • تسويق أرقام الحقوقيين المتبرعين بالدفاع عن الأيتام وأسرهم قضائياً. 	<p>أنشطة المبادرة</p>
<ul style="list-style-type: none"> • المواد التثقيفية الخاصة بحقوق وواجبات الأيتام، للفئات العمرية المختلفة. • فعاليات تثقيفية متنوعة. 	<p>نواتج المبادرة</p>
<ul style="list-style-type: none"> • شركة خارجية متخصصة في تصميم وتنفيذ الفعاليات والمواد التثقيفية. 	<p>الموارد البشرية اللازمة</p>

يمكن تنفيذ المبادرات الاستراتيجية المقترحة خلال فترة ٢٤ شهراً، كما يتضح في خريطة الطريق التالية:



شكراً لكم

مبنى رياض العليا، الدور ٣، مكتب ٣٣
شارع العليا العام- الرياض
ص.ب. ١٥١٩٢، الرياض ١١٤٤٤
المملكة العربية السعودية

Tel.: +966 1 450 7992

Fax: +966 1 450 9221

Info@waficorp.com

www.waficorp.com

تابعونا
f YouTube