



الخطة الاستراتيجية

2025 - 2029 م

جمعية الدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات

المقدمة

تُمثّل هذه الخطة الاستراتيجية خارطة طريق مفصلة لجمعية الدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بمحافظة العوينة ، مصممة لتحقيق رؤيتها الطموحة ورسالتها السامية في بيئة تتسم بالتغيرات المتسارعة. تستند هذه الخطة إلى تحليل دقيق للوضع الراهن للجمعية (نقاط القوة والضعف) والبيئة الخارجية المحيطة بها (الفرص والتحديات)، وتدمج أفضل الممارسات في إدارة البرامج والمشاريع وتطوير الكفاءات المؤسسية. الهدف الأسمى هو تعزيز الأثر المجتمعي والنوعي لبرامج الجمعية ، وضمان استدامتها المالية والإدارية ، وتحقيق التميز في الأداء ، وذلك بما يخدم المجتمع المحلي بشكل فعال ويساهم بفاعلية في تحقيق مستهدفات رؤية المملكة 2030 وتطلعات المركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي.



الرؤية

الريادة المحلية في الدعوة إلى الله بمحافظة العويقيلة.

الرسالة

دعوة الناس إلى الله بالحكمة والموعظة الحسنة وتوعية المسلمين والجاليات المقيمة بمحافظة العويقيلة بأمر دينهم وحضهم على دعوة غيرهم وفق منهج السلف الصالح.

القيم الجوهرية

تلتزم الجمعية بمجموعة من القيم الأساسية التي توجه جميع أعمالها وقراراتها:

- * **الشفافية** : الصدق في التعامل داخلياً وخارجياً وفق قواعد السلوك الخاصة بالجمعية.
- * **الإبداع** : تقديم حلول مبتكرة والسعي لتحقيق التميز في الأداء تلبية لتوقعات المستفيدين.
- * **التطوير والتحسين المستمر** : العمل على رفع كفاءة الأداء وتحسين المخرجات لتحقيق أهداف الجمعية بصورة مستمرة.
- * **الإتقان** : الوصول إلى أعلى درجات الأداء والاهتمام بالتفاصيل.
- * **روح الفريق** : العمل الجماعي المنظم والسعي لتحقيق الأهداف وإنجاز الأعمال وتبادل الأفكار والمعلومات.
- * **المسؤولية المجتمعية** : المشاركة في حل القضايا الاجتماعية ضمن تخصصات الجمعية

تحليل البيئة

يعتمد هذا التحليل على مصفوفة "SWOT" لمراجعة وتقييم البيئة الداخلية والخارجية للجمعية.

* أ. البيئة الداخلية (نقاط القوة والضعف):

• نقاط القوة :

- وضوح الرؤية والأهداف الاستراتيجية الشاملة لكافة أعمال الجمعية.
- البرامج الحالية قابلة للتنفيذ.
- وجود فريق عمل متجانس ودعاة بلغات مختلفة يخدم قطاع الجاليات.
- وجود بيئة عمل ممتازة تتوفر بها كافة المعايير.
- بنية تحتية تقنية جيدة وقاعات تدريب مجهزة.
- وجود مكتبة متنوعة وبلغات مختلفة للتوزيع الخيري

تحليل البيئة

يعتمد هذا التحليل على مصفوفة "SWOT" لمراجعة وتقييم البيئة الداخلية والخارجية للجمعية.

* أ. البيئة الداخلية (نقاط القوة والضعف):

▪ نقاط الضعف :

- عدم وضوح مؤشرات الأداء بشكل كافٍ.
- عدم وجود نظام رقمي متكامل لإدارة أعمال الجمعية، وموقع ومنتج إلكتروني فعال.
- العجز الكمي والنوعي في الموارد البشرية، وصعوبة استقطاب القيادات والكفاءات المتخصصة.
- ضعف الجانب الإعلامي والتسويقي للجمعية.
- عدم وجود برامج نوعية كافية أو ضعف الإنجاز في التقارير.
- ضعف الموارد المالية مقارنة بالمصروفات وعدم وجود مصادر تمويل ثابتة.
- ضعف عمل الموظفين على البرامج التقنية

تحليل البيئة

يعتمد هذا التحليل على مصفوفة "SWOT" لمراجعة وتقييم البيئة الداخلية والخارجية للجمعية.

* ب. البيئة الخارجية (الفرص والتهديدات):

▪ الفرص :

- كثرة المؤسسات المانحة.
- زيادة الوعي التطوعي في العمل الخيري لدى المجتمع.
- إقبال الدعاة الأكفاء على المشاركة في الدعوة إلى الله.
- وجود وسائل تقنية حديثة لجمع التبرعات.
- وجود أراضٍ للجمعية قابلة للاستثمار أو مرافق في المبنى قابلة للتأجير.
- كثرة وتنوع وسائل التواصل الاجتماعي كقنوات وصول جديدة.

تحليل البيئة

يعتمد هذا التحليل على مصفوفة "SWOT" لمراجعة وتقييم البيئة الداخلية والخارجية للجمعية.

* ب. البيئة الخارجية (الفرص والتهديدات):

• التهديدات :

- عدم صدور الفسخ لبعض البرامج أو تأخر الفسخ للدعاة العرب.
- العمل الممنهج من الجهات الخارجية لتشويه صورة الإسلام.
- خشية المقبلين على الإسلام من أقربائهم.
- انخفاض أعداد الوافدين من الجاليات (قد يؤثر على فئة مستهدفة).
- الركود في الوضع الاقتصادي الحالي بسبب جائحة كورونا وقلة التبرعات للجمعية.
- التسارع الكبير في التطور التقني والتكلفة المرتفعة للبرمجيات المميزة.
- قلة الكوادر المؤهلة تقنياً وتكلفتها المالية المرتفعة.

الأهداف الاستراتيجية

تتمحور الخطة الاستراتيجية حول أربعة أهداف رئيسة، متوافقة مع أبعاد الخطة الاستراتيجية المعتمدة
(جودة البرامج الدعوية، التميز المؤسسي، الاستدامة المالية):

- تحسين الصورة الذهنية عن الجمعية.
- تعزيز استدامة الكفاءة والفاعلية الإدارية والمالية والبشرية والتقنية.
- تعظيم أثر العمل الدعوي والتوعوي.
- رفع كفاءة الأداء الإعلامي وتعزيز الشراكات المجتمعية مع كافة القطاعات

المبادرات والمشاريع

الهدف الاستراتيجي الأول : تحسين الصورة الذهنية عن الجم

* **الهدف الذي المرتبط (SMART) :** رفع مؤشر الصورة الذهنية الإيجابية للجمعية بنسبة 15% لدى المجتمع المحلي

والمؤثرين بحلول نهاية 2027.

◦ **المبادرات الرئيسية :** 1. إنشاء وحدة لإدارة السمعة للجمعية.

◦ **وصف المبادرة:** إنشاء وحدة متخصصة تُعنى برصد وتحليل الصورة الذهنية للجمعية وتطوير استراتيجيات للتعامل معها.

◦ **الأنشطة التفصيلية:**

◦ تحديد أهداف ومهام الوحدة.

◦ تحديد المسؤوليات والصلاحيات الخاصة بها.

◦ كتابة الوصف الوظيفي للعاملين بالوحدة.

◦ ترشيح وتوظيف المرشحين.

◦ **المسؤول:** إدارة الموارد البشرية، وحدة إدارة السمعة

◦ **المدة الزمنية المقترحة:** 6 أشهر (الربع الرابع 2025 - الربع الأول 2026).

المبادرات والمشاريع

الهدف الاستراتيجي الأول : تحسين الصورة الذهنية عن الجم

* **الهدف الذي المرتبط (SMART) :** رفع مؤشر الصورة الذهنية الإيجابية للجمعية بنسبة 15% لدى المجتمع المحلي

والمؤثرين بحلول نهاية 2027.

◦ **المبادرات الرئيسية : 2.** تعزيز التواجد الإعلامي وإقامة حملات ومعارض ميدانية للتعريف بالجمعية.

◦ **وصف المبادرة:** إبراز جهود الجمعية ودورها الفاعل في المجتمع من خلال حملات ومعارض ميدانية وورش عمل.

◦ **الأنشطة التفصيلية:**

* الاهتمام بالمظهر العام للموظفين.

◦ تحسين المظهر العام للجمعية الداخلي والخارجي.

* تحديد مواد المعرض وتجهيز ديكوره.

◦ تأهيل موظفي الجمعية على طريقة الاستقبال الجيد.

* تنفيذ المعارض الميدانية في مواقع مختلفة.

◦ تدريب متطوعين للقيام بالمعرض.

◦ **المسؤول:** موظفو الوحدة + قسم الإعلام

◦ **المدة الزمنية المقترحة:** مستمر، مع حملات مركزة ربع سنوية.

المبادرات والمشاريع

الهدف الاستراتيجي الأول : تحسين الصورة الذهنية عن الجم

* **الهدف الذي المرتبط (SMART) :** رفع مؤشر الصورة الذهنية الإيجابية للجمعية بنسبة 15% لدى المجتمع المحلي

والمؤثرين بحلول نهاية 2027.

◦ **المبادرات الرئيسية :** 3. بناء برامج لإدارة سمعة الجمعية وتوثيق علاقتها بالمؤثرين ورصد الانطباعات.

◦ **وصف المبادرة:** بناء علاقات استراتيجية مع المؤثرين لرصد وتحسين الانطباع العام عن الجمعية.

◦ **الأنشطة التفصيلية:**

◦ إنشاء قاعدة بيانات للمؤثرين في مجالات مختلفة والترشيح منهم.

◦ وضع خطة لتوثيق العلاقة بهم ورصد النتائج.

* رصد وتحرير ما يدور عن الجمعية إعلامياً.

◦ رصد آراء وانطباعات زوار الجمعية.

◦ تقوية جانب الولاء للجمعية لدى المهتمين بها من خلال إشراكهم في برامج الجمعية تطوعاً.

◦ **المسؤول:** موظفو الوحدة + قسم الإعلام

◦ **المدة الزمنية المقترحة:** مستمر، مع تقارير شهرية.

المبادرات والمشاريع

الهدف الاستراتيجي الثاني: تعزيز استدامة الكفاءة والفاعلية الإدارية والمالية والبشرية والتقنية

* **الهدف الذي المرتبط (SMART) :** رقمنة 70% من العمليات الإدارية، وتطوير 3 مصادر دخل مستدامة للجمعية ،

ورفع نسبة رضا الموظفين بنسبة 15% بحلول نهاية عام 2027.

◦ **المبادرات الرئيسية :** 1. تحقيق التميز المؤسسي وتفعيل الأنظمة واللوائح الداخلية.

◦ **وصف المبادرة:** السعي نحو التميز المؤسسي من خلال تطبيق معايير الجودة والحوكمة وتفعيل الأنظمة الداخلية.

◦ **الأنشطة التفصيلية:**

◦ فتح حساب للجمعية في التأهيل المؤسسي والدخول على التقييم وأدائه.

◦ التقديم على شركة التأهيل للتميز المؤسسي.

◦ التقديم على شهادة الأيزو.

◦ تفعيل كافة الأنظمة واللوائح الداخلية (مراجعة وتحديث دليل الإجراءات التشغيلية الموحدة (SOPs) وتطبيقه بصرامة).

◦ **المسؤول:** الإدارة التنفيذية.

◦ **المدة الزمنية المقترحة:** 18 شهرًا (الربع الرابع 2025 - الربع الأول 2027).

المبادرات والمشاريع

الهدف الاستراتيجي الثاني: تعزيز استدامة الكفاءة والفاعلية الإدارية والمالية والبشرية والتقنية

* **الهدف الذي المرتبط (SMART)** : رقمنة 70% من العمليات الإدارية، وتطوير 3 مصادر دخل مستدامة للجمعية ، ورفع نسبة رضا الموظفين بنسبة 15% بحلول نهاية عام 2027.

◦ **المبادرات الرئيسية : 2.** وضع استراتيجية للدخل، تنمية الدخل غير المحدد، وتفعيل الاستثمار.

◦ **وصف المبادرة:** بناء خطة مالية شاملة لتنويع مصادر الدخل، وإدارة المخاطر، وتحديد مؤشرات النجاح المالي.

◦ **الأنشطة التفصيلية:**

◦ تحديد المصادر التي سيعتمد عليها في توفير الدخل وتحديد الأولويات.

◦ وضع سياسة الشراكات وتنفيذها. * الاطلاع على السياسات المالية للجمعية والالتزام بها.

◦ كتابة المخاطر المتوقعة وحلولها. * تحديد مؤشرات النجاح المالي.

◦ تحديد مقدار المال المراد جمعه ومصادر جلبه. * تحديد الأنشطة لجلب المال المحدد.

◦ بناء الموازنة المالية. * تفعيل الاستثمار ومتابعة تحصيل إيجارات العقارات

◦ **المسؤول:** إدارة الموارد المالية. * **المدة الزمنية المقترحة:** 36 شهرًا (الربع الثالث 2025 - الربع الثاني 2028).

المبادرات والمشاريع

الهدف الاستراتيجي الثاني: تعزيز استدامة الكفاءة والفاعلية الإدارية والمالية والبشرية والتقنية

* **الهدف الذي المرتبط (SMART) :** رقمنة 70% من العمليات الإدارية، وتطوير 3 مصادر دخل مستدامة للجمعية ،

ورفع نسبة رضا الموظفين بنسبة 15% بحلول نهاية عام 2027.

◦ **المبادرات الرئيسية :** 3. تطوير الموارد البشرية واستكمال الكادر الوظيفي.

◦ **وصف المبادرة:** بناء قدرات الكوادر البشرية وتأهيلهم بشكل مستمر، واستقطاب الكفاءات المطلوبة.

◦ **الأنشطة التفصيلية:**

- تحديد المسميات الوظيفية والإعلان عنها.
- تجهيز لجان المقابلة وعمل مقابلات وتوقيع العقود.
- عقد ورش لتحديد الاحتياج التدريبي للقادة والاشتراك بالدورات.
- تنسيق لقاءات تبادل خبرات قيادية.
- تحديد الدورات المهنية والشخصية للموظفين.
- عقد ورش عمل للموظفين بأهمية التعلم الذاتي.
- توفير جوائز التحفيز للتعلم الذاتي.
- عقد اجتماعات إدارية لتحديد التدوير الوظيفي وإصدار تعاميم بذلك.
- **المسؤول:** إدارة الموارد البشرية.
- **المدة الزمنية المقترحة:** مستمر.

المبادرات والمشاريع

الهدف الاستراتيجي الثاني: تعزيز استدامة الكفاءة والفاعلية الإدارية والمالية والبشرية والتقنية

* **الهدف الذي المرتبط (SMART) :** رقمنة 70% من العمليات الإدارية، وتطوير 3 مصادر دخل مستدامة للجمعية ،

ورفع نسبة رضا الموظفين بنسبة 15% بحلول نهاية عام 2027.

◦ **المبادرات الرئيسية :** 4. صيانة ممتلكات الجمعية.

◦ **وصف المبادرة:** ضمان الحفاظ على أصول الجمعية وممتلكاتها من مباني وسيارات وأجهزة إلكترونية.

◦ **الأنشطة التفصيلية:**

◦ الصيانة المستمرة للمباني.

◦ الصيانة المستمرة للسيارات.

◦ الصيانة المستمرة للأجهزة الإلكترونية.

◦ **المسؤول:** إدارة الموارد البشرية.

◦ **المدة الزمنية المقترحة:** مستمر.

المبادرات والمشاريع

الهدف الاستراتيجي الثاني: تعزيز استدامة الكفاءة والفاعلية الإدارية والمالية والبشرية والتقنية

* **الهدف الذي المرتبط (SMART):** رقمنة 70% من العمليات الإدارية، وتطوير 3 مصادر دخل مستدامة للجمعية ،

ورفع نسبة رضا الموظفين بنسبة 15% بحلول نهاية عام 2027.

◦ **المبادرات الرئيسية :** 5. تعزيز التحول التقني وإطلاق الموقع الإلكتروني.

◦ **وصف المبادرة:** تطبيق التحول الرقمي الشامل في كافة عمليات الجمعية لزيادة الكفاءة والوصول.

◦ **الأنشطة التفصيلية:** * إنشاء اسم مستخدم وكلمة مرور لموظفي الجمعية لنظام رافد.

◦ تسجيل أسماء مجلس الإدارة والأعضاء وتسجيل الخطة الاستراتيجية بنظام رافد.

◦ تدريب الموظفين على استخدام نظام رافد. * توزيع الصلاحيات على إدارات وموظفي الجمعية.

◦ اعتماد مسارات الموافقة على طلبات الإدارة بالنظام. * تسجيل المتطوعين والمستفيدين بالنظام.

◦ حصر أجهزة الكمبيوتر وأنظمتها الحالية وتنزيل الأنظمة المطورة. * إدخال ملفات الموظفين إلكترونياً.

◦ نظام الحضور والانصراف إلكترونياً. * إدخال نظام الإجازات للموظفين إلكترونياً.

◦ **المسؤول:** قسم تقنية المعلومات. **المدة الزمنية المقترحة:** 24 شهراً (الربع الرابع 2025 - الربع الثالث 2027).

المبادرات والمشاريع

الهدف الاستراتيجي الثالث: تعظيم أثر العمل الدعوي والتوعوي

* **الهدف الذي المرتبط (SMART):** زيادة عدد المستفيدين من البرامج الدعوية والتوعوية الموجهة للشباب والجاليات بنسبة 30%، وتحقيق نسبة رضا لا تقل عن 90% عن جودة المحتوى والخدمات بحلول نهاية 2027.

- **المبادرات الرئيسية:** 1. نشر العلم النافع بين أفراد المجتمع وتأهيل طلاب العلم.
- **وصف المبادرة:** تقديم برامج علمية شرعية متنوعة ومتخصصة لتأهيل طلاب العلم ونشر الوعي الديني الصحيح.
- **الأنشطة التفصيلية:** *الدورات والدروس العلمية الشرعية المتنوعة (تحديد الكتب العلمية ووضع خطة تنفيذ).
- دورة الحفاظ في حفظ المتون العلمية (تحديد المتون، إعداد خطة الحفظ والمتابعة، إصدار شهادات وتكريم الحفاظ).
- دروس العلم الواجب للقرى والهجر (تحديد القرى المستهدفة، الدروس العلمية، خطة التنفيذ).
- اليوم العلمي المفتوح.
- نشر الرسائل والمسائل العلمية القصيرة.
- **المسؤول:** إدارة الدعوة والإرشاد **المدة الزمنية المقترحة:** مستمر.

المبادرات والمشاريع

الهدف الاستراتيجي الثالث: تعظيم أثر العمل الدعوي والتوعوي

* **الهدف الذي المرتبط (SMART):** زيادة عدد المستفيدين من البرامج الدعوية والتوعوية الموجهة للشباب والجاليات

بنسبة 30%، وتحقيق نسبة رضا لا تقل عن 90% عن جودة المحتوى والخدمات بحلول نهاية 2027.

◦ **المبادرات الرئيسية:** 2. تفعيل الدعوة الإلكترونية (عبر الأثير) وتطوير برامج إلكترونية دعوية.

◦ **وصف المبادرة:** الاستفادة من التقنيات الحديثة والمنصات الرقمية لتوسيع نطاق الدعوة والوصول لشرائح أوسع.

◦ **الأنشطة التفصيلية:** *البرامج العلمية والتوعوية الإلكترونية المسجلة.

◦ الاستديو الدعوي (استكمال الموقع، وضع خطة تنفيذ).

◦ برنامج زاد للجاليات (مقاطع قصيرة توعوية بلغات مختلفة).

◦ تحديد المواضيع واللغات المستهدفة للبرامج الإلكترونية.

◦ نشر الرسائل والمسائل العلمية القصيرة.

◦ **المسؤول:** إدارة الدعوة والإرشاد **المدة الزمنية المقترحة:** 12 شهرًا للإطلاق، ثم مستمر.

المبادرات والمشاريع

الهدف الاستراتيجي الثالث: تعظيم أثر العمل الدعوي والتوعوي

* **الهدف الذي المرتبط (SMART):** زيادة عدد المستفيدين من البرامج الدعوية والتوعوية الموجهة للشباب والجاليات

بنسبة 30%، وتحقيق نسبة رضا لا تقل عن 90% عن جودة المحتوى والخدمات بحلول نهاية 2027.

◦ **المبادرات الرئيسية : 3.** التنوع والتجديد في البرامج التوعوية والخدمات الدعوية.

◦ **وصف المبادرة:** تقديم برامج توعوية متنوعة ومبتكرة تلبي احتياجات مختلف فئات المجتمع وتساهم في تعزيز

القيم الإسلامية.

◦ **الأنشطة التفصيلية:** *برنامج تعظيم قدر الصلاة. * برنامج "لن ننساكم" (السجون، دور الملاحظة).

◦ برنامج أضرار المخدرات. * برنامج بيوت مطمئنة (الأسرة). * المحاضرات والكلمات المتنوعة.

◦ المسابقات الدعوية. * برامج العيدين للجاليات. * برامج رياضية.

◦ الأيام العلمية. * برامج المتقاعدين.

◦ ديوانية الجمعية (مقر ثابت داخل الجمعية بهدف الدعوة للإسلام ببرامج وفعاليات مختلفة طوال العام).

◦ **المسؤول:** إدارة الدعوة والإرشاد **المدة الزمنية المقترحة:** مستمر.

المبادرات والمشاريع

الهدف الاستراتيجي الثالث: تعظيم أثر العمل الدعوي والتوعوي

* **الهدف الذي المرتبط (SMART) :** زيادة عدد المستفيدين من البرامج الدعوية والتوعوية الموجهة للشباب والجاليات

بنسبة 30%، وتحقيق نسبة رضا لا تقل عن 90% عن جودة المحتوى والخدمات بحلول نهاية 2027.

◦ **المبادرات الرئيسية :** 4. تكثيف برامج التعريف بالإسلام والتجديد في وسائلها ودعوة غير المسلمين.

◦ **وصف المبادرة:** تركيز الجهود على التعريف بالإسلام لغير المسلمين وتقديم الدعم للمسلمين الجدد.

◦ **الأنشطة التفصيلية:** *الدورات التمهيدية للمسلم الجديد. *دروس متابعة المسلم الجديد.

◦ برنامج "أسلمت فعلمي". * الزيارات الميدانية. * الجولات الدعوية للمحافظات والهجر.

◦ دروس وكلمات التعريف بالإسلام.

◦ الدعوة بالمراسلة.

◦ الخيمة الدعوية (تحديد موقعها ورفع طلب الفسح، تجهيزها، توفير المواد الدعوية).

◦ ديوانية الجمعية (مقر ثابت داخل الجمعية بهدف الدعوة للإسلام ببرامج وفعاليات مختلفة طوال العام).

◦ **المسؤول:** إدارة الدعوة والإرشاد **المدة الزمنية المقترحة:** مستمر.

المبادرات والمشاريع

الهدف الاستراتيجي الثالث: تعظيم أثر العمل الدعوي والتوعوي

* **الهدف الذي المرتبط (SMART):** زيادة عدد المستفيدين من البرامج الدعوية والتوعوية الموجهة للشباب والجاليات

بنسبة 30%، وتحقيق نسبة رضا لا تقل عن 90% عن جودة المحتوى والخدمات بحلول نهاية 2027.

◦ **المبادرات الرئيسية:** 5. تأهيل الدعاة ليكونوا قادرين على تبليغ الدعوة إلى الله.

◦ **وصف المبادرة:** توفير التدريب والتأهيل المستمر للدعاة لرفع كفاءتهم في تبليغ الرسالة الدعوية.

◦ **الأنشطة التفصيلية:**

◦ تحديد اللغات المستهدفة في تأهيل الدعاة.

◦ وضع خطة التنفيذ وإعداد تقارير للمتابعة.

◦ **المسؤول:** إدارة الدعوة والإرشاد **المدة الزمنية المقترحة:** مستمر.

المبادرات والمشاريع

الهدف الاستراتيجي الرابع: رفع كفاءة الأداء الإعلامي وتعزيز الشراكات المجتمعية مع كافة القطاعات

* **الهدف الذي المرتبط (SMART) :** إبرام 5 شراكات استراتيجية جديدة مع جهات حكومية أو خاصة أو خيرية ذات صلة ،

وزيادة التفاعل على منصات التواصل الاجتماعي بنسبة 40% خلال سنتين (من نهاية 2025).

◦ **المبادرات الرئيسية :** 1. بناء الشراكات الداعمة مادياً ومهنياً وإعلامياً.

◦ **وصف المبادرة:** إقامة شراكات نوعية مستدامة مع الجهات المهمة لتعزيز الأنشطة المشتركة.

◦ **الأنشطة التفصيلية:**

◦ تحديد الجهات المستهدفة ونوع الشراكة.

◦ رفع خطاب طلب الشراكة وإنشاء مذكرة الشراكة.

◦ إعداد تقارير للشراكات الداعمة.

◦ **المسؤول:** إدارة العلاقات العامة والإعلام. **المدة الزمنية المقترحة:** مستمر.

المبادرات والمشاريع

الهدف الاستراتيجي الرابع: رفع كفاءة الأداء الإعلامي وتعزيز الشراكات المجتمعية مع كافة القطاعات

* **الهدف الذي المرتبط (SMART) :** إبرام 5 شراكات استراتيجية جديدة مع جهات حكومية أو خاصة أو خيرية ذات صلة ،

وزيادة التفاعل على منصات التواصل الاجتماعي بنسبة 40% خلال سنتين (من نهاية 2025).

◦ **المبادرات الرئيسية : 2.** تصميم وإطلاق هوية الجمعية الجديدة.

◦ **وصف المبادرة:** تطوير هوية بصرية جديدة ومميزة للجمعية تعكس قيمها ورؤيتها، وإطلاقها بحملة إعلامية.

◦ **الأنشطة التفصيلية:**

◦ عقد ورشة لفريق العمل لإعداد موجز التصميم.

◦ التعاقد مع وكالة/مصمم لتصميم شعار الجمعية.

◦ تصميم الهوية البصرية الجديدة للجمعية.

◦ حملة إعلامية مصغرة وحفل تدشين الهوية البصرية الجديدة.

◦ **المسؤول:** إدارة العلاقات العامة والإعلام. **المدة الزمنية المقترحة:** 6 أشهر (الربع الرابع 2025 - الربع الأول 2026).

المبادرات والمشاريع

الهدف الاستراتيجي الرابع: رفع كفاءة الأداء الإعلامي وتعزيز الشراكات المجتمعية مع كافة القطاعات

* **الهدف الذي المرتبط (SMART) :** إبرام 5 شراكات استراتيجية جديدة مع جهات حكومية أو خاصة أو خيرية ذات صلة ،

وزيادة التفاعل على منصات التواصل الاجتماعي بنسبة 40% خلال سنتين (من نهاية 2025).

◦ **المبادرات الرئيسية :** 3. تصميم ونشر برامج وتقارير إنجازات الجمعية.

◦ **وصف المبادرة:** إعداد ونشر مواد إعلامية وتقارير إنجازات الجمعية بانتظام لإبراز أثرها.

◦ **الأنشطة التفصيلية:**

◦ استلام محتوى إعلانات المناشط والتقارير من أقسام الجمعية.

◦ النشر في وسائل الإعلام المختلفة.

◦ **المسؤول:** إدارة العلاقات العامة والإعلام. **المدة الزمنية المقترحة:** مستمر (شهري/ربع سنوي).

المبادرات والمشاريع

الهدف الاستراتيجي الرابع: رفع كفاءة الأداء الإعلامي وتعزيز الشراكات المجتمعية مع كافة القطاعات

* **الهدف الذي المرتبط (SMART) :** إبرام 5 شراكات استراتيجية جديدة مع جهات حكومية أو خاصة أو خيرية ذات صلة ،

وزيادة التفاعل على منصات التواصل الاجتماعي بنسبة 40% خلال سنتين (من نهاية 2025).

◦ **المبادرات الرئيسية :** 4. تفعيل وسائل التواصل الاجتماعي للجمعية.

◦ **وصف المبادرة:** تعزيز حضور الجمعية على المنصات الرقمية لزيادة التفاعل والوصول.

◦ **الأنشطة التفصيلية:**

◦ عقد اجتماع لطرح أفكار ووسائل التفعيل.

◦ وضع خطة للتفعيل (خاصة حسابات واتساب وتويتر).

◦ **المسؤول:** إدارة العلاقات العامة والإعلام. **المدة الزمنية المقترحة:** 3 أشهر للإطلاق، ثم مستمر.

المبادرات والمشاريع

الهدف الاستراتيجي الرابع: رفع كفاءة الأداء الإعلامي وتعزيز الشراكات المجتمعية مع كافة القطاعات

* **الهدف الذي المرتبط (SMART) :** إبرام 5 شراكات استراتيجية جديدة مع جهات حكومية أو خاصة أو خيرية ذات صلة ،

وزيادة التفاعل على منصات التواصل الاجتماعي بنسبة 40% خلال سنتين (من نهاية 2025).

◦ **المبادرات الرئيسية :** 5. توثيق علاقة الجمعية بالحسابات والجهات الإعلامية.

◦ **وصف المبادرة:** بناء علاقات قوية مع الجهات الإعلامية والمؤثرين لضمان تغطية إيجابية ومستمرة.

◦ **الأنشطة التفصيلية:**

◦ تحديد الجهات والحسابات الإعلامية المستهدفة.

◦ وضع خطة بناء العلاقة وتكريم الجهات والحسابات الإعلامية.

◦ إطلاق برنامج "سفراء" لتوثيق العلاقة مع 10 جهات وحسابات إعلامية.

◦ **المسؤول:** إدارة العلاقات العامة والإعلام. **المدة الزمنية المقترحة:** 12 شهرًا.

المبادرات والمشاريع

الهدف الاستراتيجي الرابع: رفع كفاءة الأداء الإعلامي وتعزيز الشراكات المجتمعية مع كافة القطاعات

* **الهدف الذي المرتبط (SMART) :** إبرام 5 شراكات استراتيجية جديدة مع جهات حكومية أو خاصة أو خيرية ذات صلة ،

وزيادة التفاعل على منصات التواصل الاجتماعي بنسبة 40% خلال سنتين (من نهاية 2025).

◦ **المبادرات الرئيسية :** 6. تفعيل الموقع الإلكتروني.

◦ **وصف المبادرة:** جعل الموقع الإلكتروني للجمعية مركزاً للتواصل والمعلومات والخدمات الدعوية.

◦ **الأنشطة التفصيلية:**

◦ إعداد المحتوى وتصميمه.

◦ نشر الأخبار والمناشط في الموقع الإلكتروني.

◦ إعداد تقرير الموقع.

◦ **المسؤول:** إدارة العلاقات العامة والإعلام. **المدة الزمنية المقترحة:** مستمر بعد الإطلاق الأولي.

مؤشرات الأداء

لضمان قياس التقدم نحو تحقيق الأهداف الاستراتيجية، سيتم استخدام مؤشرات الأداء الرئيسية التالية ،

مع دمج المؤشرات من نماذج B7 و B9:

* لتحسين الصورة الذهنية ورفع كفاءة الأداء الإعلامي وتعزيز الشراكات:

- عدد مذكرات الشراكة الموقعة.
- * عدد الشراكات الإعلامية.
- عدد المبادرات المشتركة مع الشركاء.
- * عدد التقارير الدورية (للشركاء).
- إطلاق الهوية البصرية الجديدة للجمعية.
- * عدد الأخبار حول أنشطة وإنجازات الجمعية.
- عدد التغريدات ورسائل الواتساب والتغطيات بحالة الواتساب.
- عدد المشاهدات لحالة الواتساب وزيادة عدد المتابعين في تويتر وواتساب.
- عدد زوار الموقع الإلكتروني والأخبار والمناشط فيه.
- نسبة رضا المجتمع عن الجمعية.
- عدد حملات ومعارض التعريف بالجمعية.

مؤشرات الأداء

لضمان قياس التقدم نحو تحقيق الأهداف الاستراتيجية، سيتم استخدام مؤشرات الأداء الرئيسية التالية ،

مع دمج المؤشرات من نماذج B7 و B9:

◦ **لتعظيم أثر العمل الدعوي والتوعوي:**

- عدد الداخلين في الإسلام وعدد كلمات التعريف. * عدد الدورات والدروس العلمية المنفذة وعدد المستفيدين منها.
- عدد الحفاظ للمتون العلمية. * عدد القرى التي تمت زيارتها بهدف الدعوة.
- عدد دروس العلم الواجب وعدد المواد الدعوية الموزعة. * عدد البرامج الإلكترونية الدعوية وعدد المستفيدين منها.
- عدد المشاريع والبرامج الدعوية وعدد الرسائل العلمية. * عدد خطب الجمعة المترجمة. * عدد زوار الخيمة الدعوية.
- عدد رحلات العمرة والجاليات. * عدد أطفال الجاليات الملتحقين بالبرنامج. * عدد المسابقات الدعوية.
- عدد الاستضافات الخارجية والمحاضرات والكلمات الوعظية. * عدد الجولات الدعوية.
- عدد الدورات التمهيدية للمسلم الجديد ودروس متابعة المسلم الجديد. * عدد الكتب والمطويات المترجمة.
- عدد المستفيدين من برنامج أسلمت فعلمي وعدد دروسه.
- عدد برامج العيدين والبرامج الرياضية والأيام العلمية. عدد الدعاة القادرين على تبليغ الدعوة إلى الله.

آلية التنفيذ والمتابعة

تتوقف كفاءة وفاعلية الخطة الاستراتيجية على جودة عملية متابعة تنفيذ هذه الخطة، حيث يتم التأكد من دقة ومشروعية الإجراءات والممارسات الخاصة بالبرامج والمشاريع والمبادرات وإجراء التعديلات اللازمة لتحقيق الأهداف الاستراتيجية للخطة.

- أ. مراحل التنفيذ والمتابعة (وفق دليل تطوير البرامج والمشاريع):
- تحليل الأداء: مراجعة بطاقة الأداء وتصنيف الفجوات حسب الأولوية.
- تحديد التدخل: اختيار المعايير الأضعف وتحديد الجهات المعنية.
- تصميم الخطة: صياغة أنشطة تطويرية وربطها بـ KPIs واضحة وتحديد الجدول الزمني والمسؤوليات.
- تنفيذ الخطة: بالتعاون بين الفريق والمستشار مع توفير التدريب والأدوات اللازمة.
- المتابعة والتقييم: متابعة دقيقة، جمع التغذية الراجعة، وتوثيق التقدم.
- توثيق النتائج: إعداد تقرير نهائي يقارن بين الأداء السابق والحالي ورفعته للإدارة العليا.

آلية التنفيذ والمتابعة

◦ ب. أدوات المتابعة والتقييم:

- تقارير الإنجاز والأداء الدورية (شهرية، ربع سنوية، نصف سنوية، سنوية).
- الاجتماعات الدورية (أسبوعية، شهرية). * إشارات الإنذار المبكر المرتبطة بالفجوة بين التخطيط والتنفيذ.
- نماذج B1-B8 المستخدمة في الدليلين: ستكون جزءاً لا يتجزأ من أدوات المتابعة والتقييم لضمان توثيق التقدم في كل مجال:
- B1: خطة تطوير البرامج والمشاريع / خطة تطوير الكفاءات والقدرات.
- B2: تحليل الفئات المستهدفة واحتياجاتها / خطة تدريب شاملة.
- B3: ممارسات تحليل الاحتياج وتصميم البرامج الفعالة / نظام تقييم أداء وتغذية راجعة.
- B4: تكامل البرامج مع الأهداف الاستراتيجية / نظام استقطاب واحتفاظ بالكفاءات.
- B5: التنفيذ الفعال للبرامج والأنشطة / خطة شاملة لتحديث المهارات التقنية.
- B6: النموذج التنفيذي الموحد لمعايير إدارة الموارد والتغذية الراجعة / سياسات وإجراءات الأمان الرقمي.
- B7: النموذج التنفيذي لتحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) / نظام تقييم الأداء وتطوير الكفاءات.
- B8: النموذج التنفيذي لقياس العائد والأثر / نظام شامل لتحفيز الموظفين والاحتفاظ بالكفاءات.
- B9: مؤشرات قياس الأداء لمخرجات ورشة تطوير معيار الكفاءات والقدرات.

آلية التنفيذ والمتابعة

◦ ج. مصادر المتابعة والتقويم:

◦ مصادر داخلية :

◦ منسوبو الجمعية كل حسب وظيفته ، مديرو البرامج والمشاريع ، فرق العمل.

◦ مصادر خارجية :

◦ الفئات المستفيدة ، الجهات الداعمة والراعية.

عوامل النجاح

- في إطار سعي الجمعية لتحقيق رؤيتها، وتنفيذ خطتها الاستراتيجية، ستقوم ومن خلال تضافر جهود فريق العمل والمتطوعين وشركائها الاستراتيجيين بالعمل الدؤوب وتكثيف الجهود لتنفيذ ما جاء في استراتيجيتها من مبادرات بكفاءة وفعالية. تحقيقاً لهذه الغاية، ستركز الجمعية على عوامل النجاح التالية
- **التركيز على النتائج:** ضمان أن جميع الجهود تترجم إلى مخرجات ملموسة وأثر مستهدف.
 - **متابعة وتقويم الأداء الاستراتيجي:** تطبيق نظام صارم لمراقبة التقدم وتصحيح المسار عند الحاجة.
 - **التركيز على المستفيدين وأصحاب المصلحة:** تلبية احتياجاتهم وتوقعاتهم كركيزة أساسية لنجاح البرامج.
 - **التحسين المستمر:** تبني ثقافة التطوير الدائم بناءً على التغذية الراجعة وتحليل الأداء.
 - **العمل بروح الفريق وتحقيق التكامل بين الوحدات الإدارية:** تعزيز التعاون الداخلي لضمان سير العمل بسلاسة وفعالية.
 - **التركيز على تقنية المعلومات والاتصالات:** توظيف التكنولوجيا لتعزيز الكفاءة والوصول والابتكار.