

## Community Support Program In Lebanon-CSP برنامج دعم المجتمع المحلي في لبنان



تحسين الفرص الاقتصادية

التخفيف من مسببات النزاع



تعزيز الخدمات الأساسية



تم تحضير هذا العرض بفضل دعم الشعب الأمريكي من خلال الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية، ضمن برنامج دعم المجتمع المحلي (CSP) في لبنان. أن محتوى هذا العرض لا يعكس وجهة نظر الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية أو حكومة الولايات المتحدة.

- تقديم لمحة عامة عن وسائل الإعلام الاجتماعية وكيفية استخدامها من أجل أهداف البلدية
- سوف يتحقق هدف التدريب من خلال:
- الإدراك والتفكير من خلال القيام بالخطوات الأساسية لوضع خطة إستراتيجية لوسائل الإعلام الاجتماعية
- معرفة لكيفية ربط أدوات وسائل الإعلام الاجتماعية بالإستراتيجية واستخدام المحتوى الملائم لكل منصة
- (مدونات، يوتيوب، فيس بوك، تويتر، الهاتف المحمول وغيرها من الوسائل....)
- إدراك ما هو مطلوب لتغيير الثقافة، والتوظيف، والقياس لدعم تطبيق الخطة.

- ملء الإستمارة القبلية والوثائق الخاصة بالتدريب
- مقدمة عن وسائل الإعلام الاجتماعية: تاريخ التواصل ومراحل الانترنت، وسائل الإعلام الاجتماعية والأدوات الأنسب لحمالتنا وقضيتنا
- الشبكات: دور الشبكات الاجتماعية، الخطوات قبل أن تكون على الويب، الإستماع وادواته، الهاشتاغ والمفردات المرتبطة بالقضية، وإساءة استخدامها
- الحملات الرقمية و التواجد على شبكة الإنترنت بطريقة استراتيجية: فعالية الحملات الاستراتيجية (الهدف، الجمهور، الرسالة، الأدوات، التنفيذ والقياس) ، دور وسائل الإعلام التقليدية في دعم الحملات الألكترونية، دور الهاتف في خدمة الحملات، ربط وسائل الاعلام الاجتماعية
- المحتوى: اختيار المضمون المثالي للمشاركة على وسائل التواصل الإجتماعي/ فرز ،حفظ وصيانة المحتوى، ما هو المضمون الذي يثير اهتمام الجمهور؟ أنواع المحتوى الملك المناسب لقضيتنا، سرد القصص الرقمية ( الصورة، الفيديو) ، ترتيب جدول مشاركة المحتوى/المضمون الفعال؟، اعادة مشاركة معلومات ومواد قديمة/ تدوير المحتوى
- التموضع والخصوصية والأمان: التموضع والرسالة، السمعة الرقمية ، الخصوصية والأمان ، كيفية التعامل مع ردود الفعل السلبية
- ملء الإستمارة البعدية و تقييم التدريب

- يمتد برنامج دعم المجتمع المحلي في لبنان (CSP) الممول من الوكالة الأميركية للتنمية الدولية (USAID) على مدى سبع سنوات بموازنة قيمتها 80 مليون دولار أميركي.
- يقدم مجموعة واسعة من المبادرات لدعم المجتمعات المحلية الأكثر حرماناً وذلك لتحسين الخدمات الأساسية وتعزيز الفرص الاقتصادية.
- مناطق عمل البرنامج: الشمال والجنوب والبقاع مع احتمال التوسع الى مناطق أخرى وفقاً للحاجات والأولويات.



يتعاون برنامج دعم المجتمع المحلي مع البلديات ومؤسسات المياه ومنظمات المجتمع المدني والمؤسسات التعليمية والتدريبية والقطاع الخاص من خلال مزيج من المبادرات القصيرة والمتوسطة الأمد التي تحسن الفرص الاقتصادية وتعالج الفجوات في تأمين الخدمات العامة:

- مبادرات عاجلة قصيرة الأمد : صيانة - إعادة تأهيل بنى تحتية - شراء تجهيزات (خزانات مياه ومولدات ومحولات كهربائية)...
- مبادرات متوسطة وطويلة الأمد لتحقيق تنمية محلية مستدامة : مشاريع لإدارة النفايات الصلبة - تقديم معدات زراعية - مشاريع استخدام الطاقة البديلة و تحسين و دعم الظروف المعيشية و تطوير القوى العاملة
- كما يقوم برنامج (CSP) بتقديم خبرات تقنية هادفة ومتخصصة بالإضافة إلى التدريب وبناء القدرات استكمالاً لدعم تأهيل البنى التحتية و التجهيزات المقدّمة من البرنامج وذلك لتعزيز استدامة هذا الدعم بين المجتمعات المستفيدة.

1. إدارة المشروع
2. مشاريع دعم المجتمع المحلي
3. تنمية القدرات والدعم التقني
4. تنمية القوى العاملة
5. إدارة مياه الصرف الصحي

- 130 تدخل مجتمعي بالشراكة مع أصحاب المصلحة المحليين لإفادة ما يزيد عن 645,000 شخص
- مجتمعات مستفيدة أكثر قدرة للحفاظ على المساعدات المقدمة وجمع مصادر الإيرادات المحلية لتلبية احتياجات المجتمع ذات الأولوية
- 500 وظيفة موازية لدوام عمل كامل
- معالجة 12000م3 من مياه الصرف الصحي يوميا" قبل تصريفها في البيئة



وسائل الإعلام الاجتماعية  
نظرة عامة وتخطيط استراتيجي

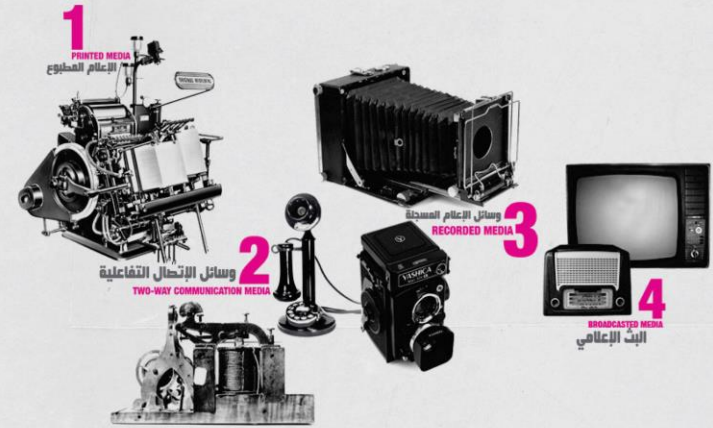
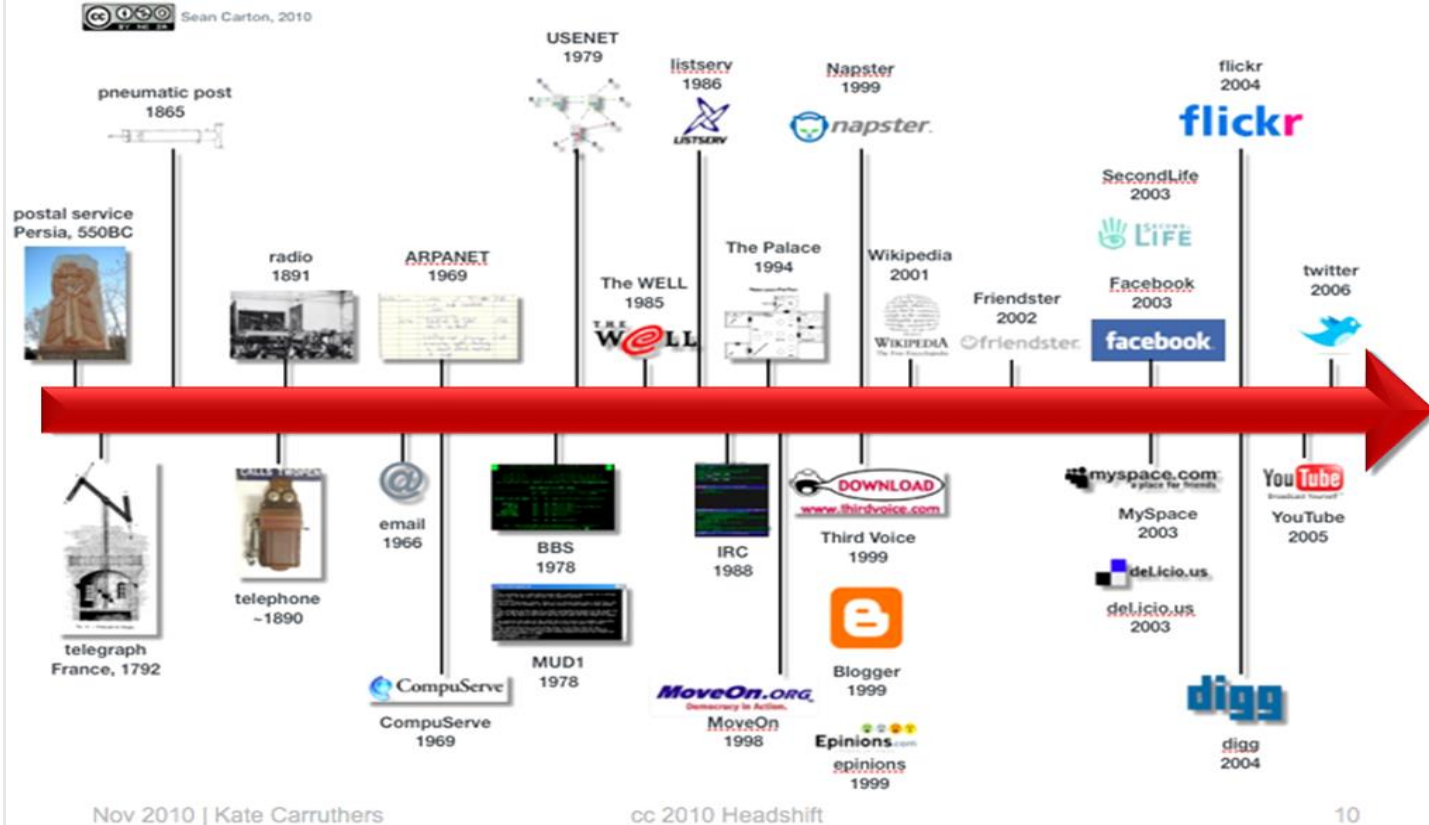
وضع خطة إستراتيجية لوسائل الإعلام الاجتماعية

# مقدمة: وسائل الإعلام الإجتماعية

وسائل الإعلام التقليدية  
وسائل الإعلام الإجتماعية  
المواقع الإلكترونية



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**MEDIA LANDSCAPE**  
المشهد الإعلامي في القرن العشرين  
OF THE 20TH CENTURY



**WEB 1.0**  
الشبكة العنكبوتية







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**MANY TO MANY**  
جماعه إلى جماعه

**WEB 2.0**







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**1** **أخلق**  
**CREATE**

**2** **WHAT DOES THE SOCIAL WEB**  
كيف يبدو الإعلام الاجتماعي؟  
**LOOK LIKE**

**3** **انشر على مدونتك**  
**SHARE ON YOUR BLOG**  
**#WEB2.0 #EMEDIAT**

وسائل الإعلام الاجتماعية هي أدوات وظّفت شبكة الإنترنت لتبادل ومناقشة المعلومات بين البشر. هو مصطلح غالبا ما يشير إلى الأنشطة التي تدمج التكنولوجيا ، والتفاعل الاجتماعي ، باستخدام الكلمات و الفيديو والصورة والصوت. هذا التفاعل ، والطريقة التي تطرح بها المعلومة ، يعتمد كل الإعتماد على دمج وجهات نظر متنوعة و"البناء" على معنى مشترك بين المجتمعات والناس عن طريق تبادل القصص والخبرات.

ويب 2.0 هو ببساطة (تطبيقات - معتمدة على الشبكة العالمية) تحمل عددًا من الخصائص التي تميزها عن "ويب 1.0". هذه الخصائص يمكن أن تُلخّص في الآتي:

- السماح للمستخدمين باستخدام برامج تعتمد على المتصفح/الموقع فقط. لذلك هؤلاء المستخدمين يستطيعون امتلاك قاعدة بياناتهم الخاصة على الموقع بالإضافة إلى القدرة على التحكم بها.
- السماح للمستخدمين بإضافة قيم لتلك (البرنامج المعتمدة على المتصفح).
- السماح للمستخدمين ليعبروا عن أنفسهم، اهتماماتهم وثقافتهم

- تقليد تجربة المستخدمين من أنظمة التشغيل المكتبية من خلال تزويدهم بميزات وتطبيقات مشابهة لبيئاتهم الحاسوبية الشخصية.
- تزويد المستخدمين بأنظمة تفاعلية تسمح بمشاركتهم في تفاعل اجتماعي.
- السماح للمستخدمين بتعديل قاعدة البيانات من خلال إضافة، تغيير أو حذف المعلومات.







"إن مواقع التواصل الاجتماعية نقلت الاعلام الى آفاق غير مسبوقه تعطي كل ناشط مساحة للتأثير والتأثر والانتقال عبر الحدود، فكانت منبرا للتغيير ومحركا سياسيا واجتماعيا واقتصاديا ولا سيما عند الشباب، اضافة الى استخدامها من قبل السياسيين منصات تواصل وحوار مع المواطنين وبريد رسائل في ما بينهم".  
مدير الدراسات والمنشورات اللبنانية في وزارة الاعلام الأستاذ خضر ماجد



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

# ما الذي تغير؟؟؟



• مواقع في المجال التقني الصّرف وفقاً لشفرات تقنية بحاجة لمتخصص في التقنية؟

• مواقع في المجال الإعلامي تقوم المؤسسات باستخدامها للنشر كبوابة إخبارية للمؤسسة، تتيح للمستخدمين والمجتمع معرفة آخر الأخبار الخاصة بها؟







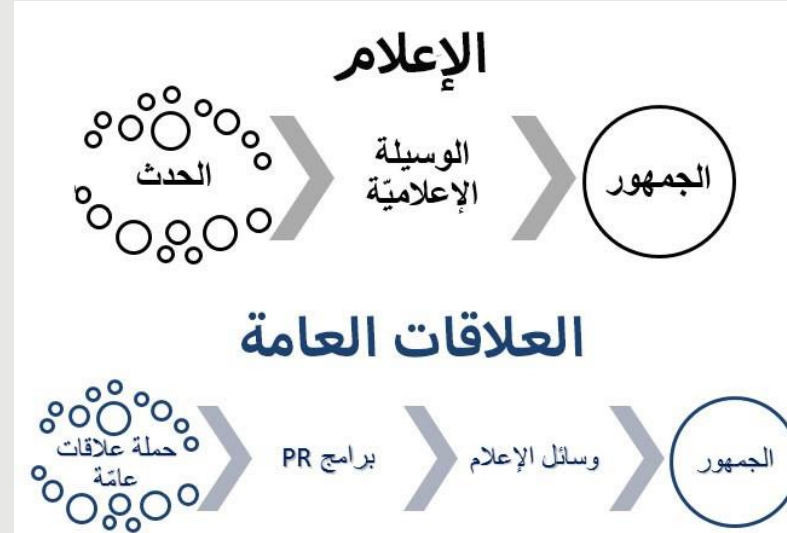
# المواقع الإلكترونية بين التقنية والإعلام والعلاقات العامة

## الموقع الإلكتروني إعلامياً

المواقع الإلكترونية البوابة هي الرسمية للمنظمة، فالحصول على معلومة موثوقة يتطلب ذلك من المستخدم الدخول مباشرة على الموقع الإلكتروني لاستقائها من المصدر.

أهم 6 عناصر نجاح أي موقع إلكتروني هي: الرسالة، والتفاعل، والمحتوى غير النصي، والقصة، وقابلية النشر الاجتماعي





- التعريف بالبلدية
- نشر الأخبار
- عرض المنتجات والمشاريع
- التواصل مع المجتمع
- إشراك الزائر في رسالة البلدية
- المساهمة في نشر مشاريع
- كسب العملاء والمتطوعين الجدد



- المحتوى
- التعريف بالبلدية والتواصل معها
- المحتوى غير النصي (المرئيات ، الصور ، الصوتيات، انفوجرافيك)
- وسائل التواصل الاجتماعي
- التعليق ومشاركة الآراء
- القائمة البريدية
- معلومات التواصل في الموقع (أرقام الهواتف والفاكس ، البريد الإلكتروني ، نموذج إرسال رسالة مباشر، خريطة تدل على مقر البلدية)
- موائمة الموقع مع متصفح الجوال ٨٠٪ من متصفح الموقع الإلكتروني
- يخرجون منها بشكل سريع إذا لم تكن متوائمة مع متصفح الجوال



## وسائل الإعلام الاجتماعية

## وسائل الإعلام التقليدية

سيطرة الجمهور

سيطرة العلامة التجارية

وجهتان / أن تكون جزءا من محادثة

وجهة واحدة / تسليم رسالة

تكييف الرسالة / بيتا (beta)

تكرار الرسالة

ركز على الجمهور / قيمة مضافة

ركز على العلامة التجارية

تأثير، اشتراك

تعليم

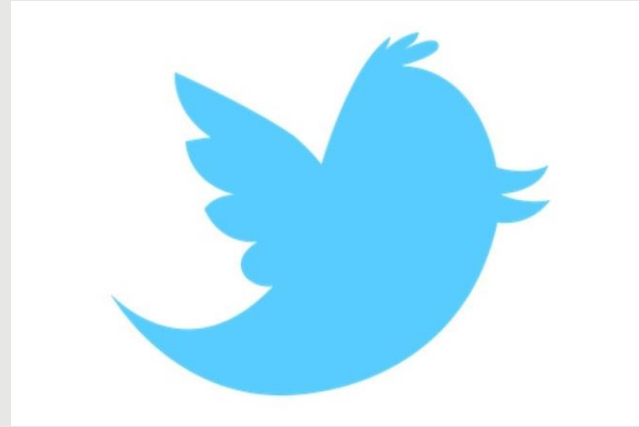
المستخدم يضع المحتوى / يشترك في وضعه

المنظمة تضع المحتوى

# وسائل الإعلام الإجتماعية واستراتيجية استخدامها



# استخدام استراتيجيات الفيس بوك المشاركة في الفيس بوك



- سلّم المشاركة
- احصلوا على الاهتمام، شاركوا، حوّلوا المشاركة إلى عمل، وأحبوا
- خدمة المحتوى



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

# الحضور الاستراتيجي على الإنترنت



اتحاد بلديات الحاصباني

@etihad.baladeyat.hasbani · Government Organization

Send Message

Home Reviews Videos Photos More

Like

Search

More

## About

See All

2,962 people like this including 26 of your friends



3,010 people follow this

Send Message

Government Organization

## Suggest Edits

Does this Page have a website?

Yes

Unsure

No



Create Post

Photo/Video

Check in

Tag Friends



اتحاد بلديات الحاصباني

December 24 at 5:31 PM

بمناسبة عيد الميلاد ورأس السنة يتقدم اتحاد بلديات الحاصباني بأجمل التهاني والتبريكات، متمنياً أن يكون عيداً مجيداً، وعاماً سعيداً مليئاً بالخير والسلام والأمان.







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

# الحضور الاستراتيجي على الإنترنت



## Municipality of Kefir Official Website



✉ Send an email

@Kfeir.Municipality.Officialis a government organization ·





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

# الحضور الاستراتيجي على الإنترنت

**بلدية مرج الزهور**  
Community

Send Message

Home Reviews Photos Community More

Liked

**About** See All

- 275 people like this
- 296 people follow this
- Send Message

Create Post

Photo/Video Check in Tag Friends

بلدية مرج الزهور  
December 31, 2020 at 8:08 PM

The official page of the Municipality of Kefir, which deals with everything related to the activities and work of the municipality in addition to various activities and news related to the town



The official page of the Municipality of Kefir, which deals with everything related to the activities and work of the municipality in addition to various activities and news related to the town



1,099 people who like this



This page is followed by 1,124 people



Eight people came in here.





## i About

الصفحة الرسمية لبلدية الكفير والتي تعنى بكل ما له علاقة بنشاطات وأعمال البلدية بالإضافة إلى نشاطات وأخبار متفرقة لها علاقة بالبلدة

## i Additional Information

الصفحة الرسمية لبلدية الكفير والتي تعنى بكل ما له علاقة بنشاطات وأعمال البلدية بالإضافة إلى نشاطات وأخبار متفرقة لها علاقة بالبلدة



بلدية مرج الزهور

December 24, 2020 at 10:38 PM · 🌐

الأشخاص اللذين أجرو فحص PCR و أنت نتائجهم إيجابية بتاريخ 24/12/2020:

- خالد علي الحاج

- سمر علي الحاج

- سامي سليمان هدايا

- كوثر وليد هدايا

- اليسار حسن ضاهر

- قمر عامر نمر

- ريان عامر نمر

نرجو من جميع المصابين و المخالطين الإلتزام بالحجر المنزلي و عدم الخروج

تحت طائلة المسؤولية.

و نتمنى للجميع الشفاء العاجل.

👍👎❤️ 15

13 Comments 1 Share

👍 Like

💬 Comment

➦ Share



Most Relevant ▾



Write a comment...



Alaa Jou Kheirallah  
الله المستعان

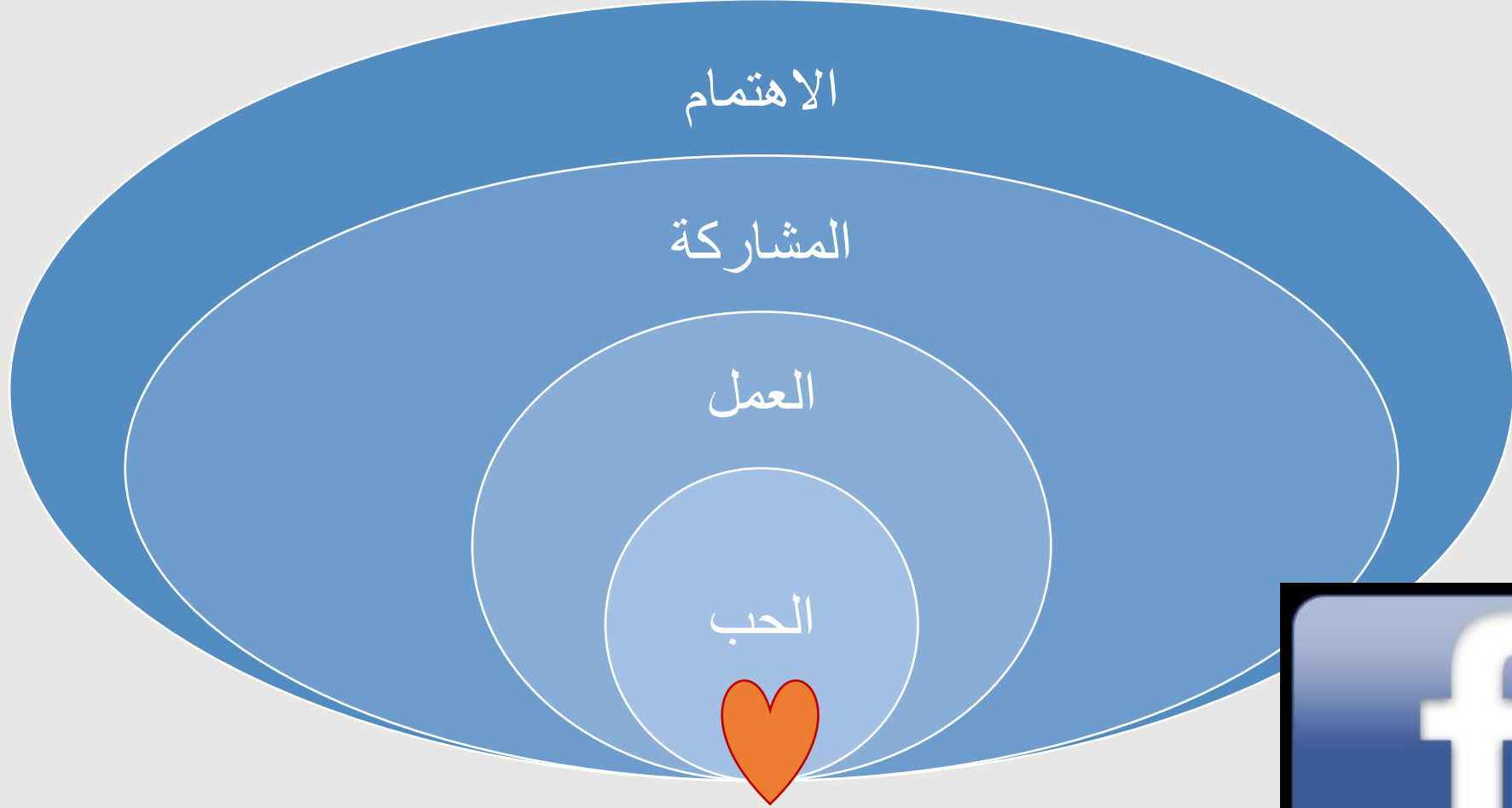
...

Like · Reply · 2w



يعد الفيس بوك أكثر الشبكات الاجتماعية شعبية ويُتيح هذا الموقع إمكانية مشاركة الصور، والرسائل النصية، ومقاطع الفيديو، بالإضافة إلى مشاركة الحالة، والمشاعر، كما أنه موقع مُمتع، ومُتاح بشكلٍ يوميّ بأسلوب مُنظم، حيث لا يُواجه المُستخدم الجديد صعوبة في فهمه، أو استخدامه؛ إذ إنه بإمكان أيّ شخصٍ حتى لو لم يكن تقنياً، أو مُلمّاً بالتكنولوجيا أن يبدأ بالنشر، ومشاركة المعلومات على الفيس بوك؛ ويعود الفضل في نجاح موقع فيس بوك إلى قدرته على جذب المُستخدمين من الأفراد، والشركات، بالإضافة إلى قدرته على التفاعل مع مواقع الويب، من خلال توفير تسجيل دخول واحد يكون فعّالاً عبر مواقع مُتعدّدة. كما يُتيح الفيس بوك للمُستخدمين إمكانية الوصول إلى الألعاب، وتشغيلها.

# سَمّ الحب على الفيس بوك







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

احصلوا على الإهتمام

**facebook** Search Home Profile Account

**Minneapolis Institute of Arts** Like

Museum · Minneapolis, Minnesota

**Wall**

**Minneapolis Institute of Arts**  
Think you know Minneapolis? Prove it! We've partnered with @Buick's Quest for the Keys online scavenger hunt. Three tasks will need to be completed each day starting tomorrow (July 25) through July 30. Join the hunt for a chance to win \$2,000 & a brand new Buick: <http://on.fb.me/QFTkMi>

**Buick**  
[www.facebook.com](http://www.facebook.com)  
Buick - Welcome to the official Buick fan page. Share your thoughts and let us know what you think of Buick. If you have a complaint or a specific issue regarding your Buick vehicle, please contact Customer Service at - Mission: Buick is emerging as a true premium brand that delivers modern luxury w  
5 hours ago · Share  
4 people like this.

**Minneapolis Institute of Arts**  
We're partnering with @Buick's Quest for the Keys online scavenger hunt for Minneapolis. Answer daily trivia about MPLS from July 25-30. Be one of the first 6 to finish and win \$2,000 and be entered to win a new Buick. <http://on.fb.me/QFTkMi>

**Buick**  
[www.facebook.com](http://www.facebook.com)  
Buick - Welcome to the official Buick fan page. Share your thoughts and let us know what you think of Buick. If you have a complaint or a specific issue regarding your Buick vehicle, please contact Customer Service at - Mission: Buick is emerging as a true premium brand that delivers modern

**Recommendations** See All  
Ricky Palomino Poetry In Motion Dance Company  
Write a recommendation...

**You and Minneapolis Institute of Arts**  
7 friends like this.  
Walker Art Center

**Birthdays** See All  
Nahum Gershon It's his birthday. Say Happy Birthday  
Józefa Fawcett It's her birthday. Say Happy Birthday

**Sponsored Story**  
Facebook Marketing Solutions Facebook metrics are about people, not page views or impressions. Read this article to learn more.  
facebook How Can Brands Make the Most of Facebook Fans?

**Wall**  
Info  
Friend Activity  
Extended Info  
Events  
Profile Box  
Photos  
RSSGraffiti  
More

**About**  
Click on Profile Box to see an entire list of current and upcoming exhibitio...  
More





احصلوا على الإهتمام: قم بترويج الفيس بوك على  
قنوات أخرى - رسائل المحمول النصية



“like” us on

**Facebook**

text **like yourfanpage** to 32665

facebook.com/**yourfanpage**

# الاهتمام: قوموا بترويج الفيس بوك على قنوات أخرى – خارج نطاق الانترنت



# الحصول على الاهتمام: إعلانات الفيس بوك

- "اعجاب" بصفحتنا على الفيس بوك
- الترويج للأحداث
- تشجيع وضع العرائض على الانترنت
- أخرى

Sponsored Create an Ad

**NO on Florida Amendment 8**



Amendment 8 hurts students. That's why the Florida PTA Opposes Amendment 8. Learn more, and get involved!

Sponsored Create an Ad

**NO on Florida Amendment 8**



Parents are against Amendment 8 because they know it hurts kids. "8" means larger classes, which are proven to decrease performance.



View all 14 comments

- Julie Costa** Sit down and breathe, people.  
September 2 at 1:35pm · Like · 1 person · Flag
- Julie Stumo-Hegreberg** If you don't like something, fine. You are allowed. But it's not necessary to air it on here. Facebook is so out of control this way. Come on.  
September 2 at 1:38pm · Like · Flag
- Kris Raff** Actually, that's a lovely chair! Wouldn't mind having that in my home. Looks like an interesting exhibit.  
September 2 at 1:42pm · Like · 1 person · Flag
- Julie Stumo-Hegreberg** Yes Kris. It is lovely.  
September 2 at 1:43pm · Like · 1 person · Flag
- Robert Farlee** Yes, and Rembrandt wasted precious oil putting it on canvas. I'm devoted to environmental causes, but this is an Institute of ARTS, not of green living.  
September 2 at 1:44pm · Like · Flag



**Dan Reis** Design Schmign, - IF ITS NOT GREEN - Its WASTEFUL ! - Please move out of this past elitist formula - Originality means GREEN - Jsut casue its looks funky or has 'Design', does not mean its worth a breathe, other than to strongly ridicule it for being behind the times & wasteful. Its like watching Top Chef, when they cook with tons of fat/ food trucked in from miles around. This & the Art Institute, Needs to Change!!

September 2 at 1:18pm · Like · Flag

- اصبحوا خبراء في بدء المحادثات
- اطرحوا انواعا مختلفة من الأسئلة
- علقوا بشكل مستمر
- شغلوا "الدردشة" على الإنترنت أو الاحداث الجارية



**Minneapolis Institute of Arts** September at the MIA is looking seriously busy—by design! On Thursday, September 16, the free exhibit, "Chairevolution! 300 Years of Designing the Chair," opens to the public. On that same evening, our free Third Thursday event from 6 – 9 p.m. focuses on the theme of design. This theme culminates the following week, Se...

See More



[www.artsmia.org](http://www.artsmia.org) / Exhibitions

[www.artsmia.org](http://www.artsmia.org)

Discover objects for daily use and regalia fit for a king from the diverse continent of Africa. Learn about masquerade and divination, as well as customs for settling disputes and initiating young men and women into the community.

September 2 at 1:13pm · Comment · Like · Share · Report



**Minneapolis Institute of Arts**

With all the Bike Night buzz, don't miss "Collateral Damage: Scenes from a War," which closes on Sunday (7/24). The 35 works on display include some of the most compelling representations of war and violence ever created. Free.



[www.artsmia.org](http://www.artsmia.org) / Exhibitions

[www.artsmia.org](http://www.artsmia.org)

This exhibition explores the tragic consequences and incalculable human cost of war and violence. For centuries, artists of various nationalities and points of view have addressed this difficult subject in their work, creating distinctive expressions ranging from virulent anti-war sentiments to fran

July 20 at 1:03pm · Share

12 people like this.



**Kathryn Fink** I have been to the mia to see this ... Seven times and counting. It is amazing.

July 20 at 1:52pm · 1 person



**Kari Pederson** I really want1 to go to the MIA!

July 20 at 2:25pm

# تذكروا

الشفافية هي مفتاح الثقة لكسب الجمهور





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE





تويتر هو من أفضل تطبيقات السوشيال ميديا والأخبار حيث يأخذكم إلى قلب الحدث، بداية من أخبار العالم وأخبار العالم العربي، وحالة الطقس والترندات والترفيه إلى الرياضة مثل كرة القدم وسباق السيارات والعلوم والتكنولوجيا والمزاح الرائج، فلن تجدوا تويتر يفوت خبرًا واحدًا مما يحدث في العالم. اعثروا على الأصدقاء أو تابعوا المؤثرين - يمكن لكل صوت أن يؤثر في العالم!

# التعرف على تطبيق انستاغرام وكيفية استعمال هاشتاغ



Instagram

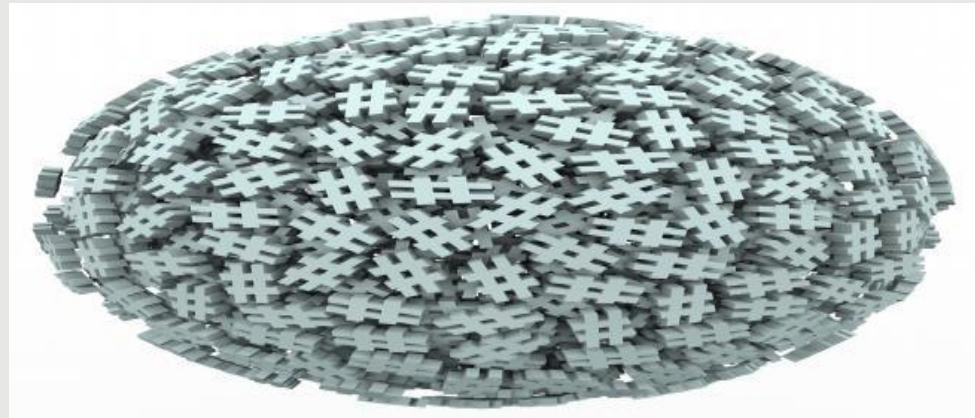
2010

- هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضا
- التقاط صورة، وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الإجتماعية وشبكة إنستغرام نفسها
- تطبيق يعمل بواسطة كاميرات الهاتف المحمول
- تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين
- تطبيق بميزة القصص وهي مخصصة لمشاركة لحظات يوم المستخدم بالفيديو والصور مع متابعيه في إنستغرام دون أن تبقى في ملف المستخدم الشخصي مع رموز وأدوات كثيرة للكتابة عليها وتختفي بعد 24 ساعة مع إمكانية حفظ القصة قبل أو بعد النشر

# الهشتاغ او الوسم

- رمز # يسبق الكلمات أو الصور أو الجمل التي نجدها على شبكات التواصل الاجتماعية يسمح للآخرين البحث بسرعة على مجموعة الرسائل التي تتضمنها
- رمز لموضوع أو نقاش معين يمكن المهتمون من البحث عنهما بسهولة في وقت لاحق.
- وسم "علامات تجارية"
- رمزي سهل علينا البحث عن أناس آخرين يشاركوننا الاهتمامات عينها.

#hashtag





# الواتس آب للتواصل مع المجتمع



- إمكانية تبادل الرسائل النصية، والتشارك في الصور والملفات الصوتية، والملفات الفيديوية
- تحديد مواقع المستخدمين اعتمادا على الخرائط
- التعامل مع مجموعة كبيرة من أنظمة التشغيل (المنصات) الخاصة بالهواتف الذكية

أصبح الوسيلة الأساسية للاتصال الإلكتروني في العديد من البلدان والمواقع

 YouTube

يعتبر اليوتيوب من أقوى و أشهر تطبيقات الويب 2.0 على شبكة الإنترنت، و رغم أن أغلب الناس يستعملونه من أجل الترفيه، إلا أن اليوتيوب يمكن أن يكون وسيلة فعالة و أداة تعليمية مفيدة، سواء في الأبحاث، أو العروض التعليمية، و ذلك نظرا لما يتيح من المحتوى الرقمي الذي لا حصر له.





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Search

*Pinterest*

Add + About ▾ Beth ▾

Thanks! Categorized as History. We'll let Asso Arkhabil Takafat know you lent a hand. [Undo](#) · [Close](#)

## Activités d'association Like



Asso Arkhabil Takafat

Unfollow

25 followers, 11 pins



عرفنا بيئي لأطفال جمعية أرخبيل التكايفات احتفالا بيوم الأرض و البيئة

Uploaded by user



صورة من أسبوع فنية نظمها جمعية أرخبيل التكايفات للتنمية الشاملة بتكريرة أزرو

1 like

Uploaded by user



صورة من أسبوع فنية نظمها جمعية أرخبيل التكايفات للتنمية الشاملة بتكريرة أزرو

1 like

Uploaded by user



صورة من المخيم البيئي بعين الوح صيف 2011

1 repin

Uploaded by user



ندوة حول موضوع السيدا

Uploaded by user



ندوة حول موضوع السيدا

Uploaded by user



صورة من مخيم العرائش صيف 2011

Uploaded by user



صورة من مخيم العرائش صيف 2011

Uploaded by user



صور من مخيم العرائش صيف 2011

Uploaded by user



رحلة إلى المركز الجلي اميثالين بمدينة بفران

1 like 1 comment

Uploaded by user

مزينا من association amadep التاكي

Add a comment...



Pic-nique d'Association Arkhabil Takafat a Ifrane Maroc

Uploaded by user



# Social Media Explained

[www.theAdaptiveMarketer.com](http://www.theAdaptiveMarketer.com)



I'm at the donut shop – again!



Instagram

Here is a vintage picture of a donut



My donut recipe



I like donuts



Hey! I am eating a donut



Listening to 'Donuts'



This is how you eat a donut



Hotmail

Click for the secret to stop overeating donuts



I'm a Google employee and I like Donuts



Funny donut eating videos



I want to work at a donut shop



snapchat

Saw the donut? It's gone



The sounds of eating a Donut



Call me from the donut shop



WIKIPEDIA

Who invented the donut?



My donut photo collection



Is it Donut or Doughnut?



Join us for Donut Tuesdays!









**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



الطيران



الركض



السير



الزحف



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE





هناك العديد من أدوات وسائل الإعلام الاجتماعية التي يمكننا استخدامها، ولكننا سنكون انتقائيين إلى حد بعيد! تذكروا: النجاح لا يعتمد على عدد الأدوات التي نستخدمها.



# فقرة التعريف أو السيرة الذاتية

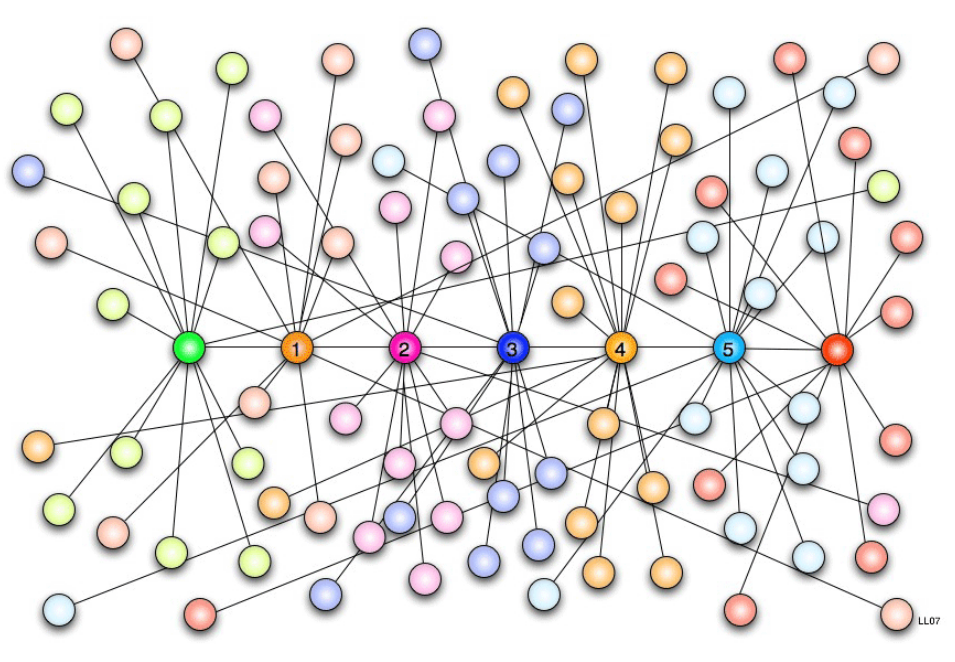
إن السيرة الذاتية أو فقرة التعريف هي مكون أساسي لتضمينه لتعزيز سمعة البلدية. لا يقتصر الأمر على أنه بمثابة مقدمة عن البلدية، ولكنه يتيح أيضًا عرض مجال المميزات وما تريد أن يرتبط به الأشخاص باسم البلدية وهي ليست القيمة المضافة فحسب بل الفكرة الكبيرة الخاصة بالبلدية والتي تميزها عن باقي البلديات.





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

# بناء الشبكات الإجتماعية



ما يحدث عندما نستخدم الشبكات الاجتماعية على الانترنت مثل الفيس بوك هو إنشاء شبكة اجتماعية حول اهتماماتنا المشتركة، فاللاصق الذي يربط الشبكات معا هو العلاقات: الاتصالات والتبادل. إذا تمكنت البلديات من فهم البنات الأساسية للشبكات الاجتماعية وقامت بتطبيقها في عملها يمكنهم عندئذ تحقيق نتائج أفضل داخل المجتمع.



**ماذا:** شبكات التواصل الاجتماعية هي مجموعات من الأشخاص والمنظمات يرتبطون مع بعضهم البعض بطرق مختلفة من خلال مصالح أو انتماءات مشتركة. خريطة الشبكات تضع تصورا لهذه الاتصالات.

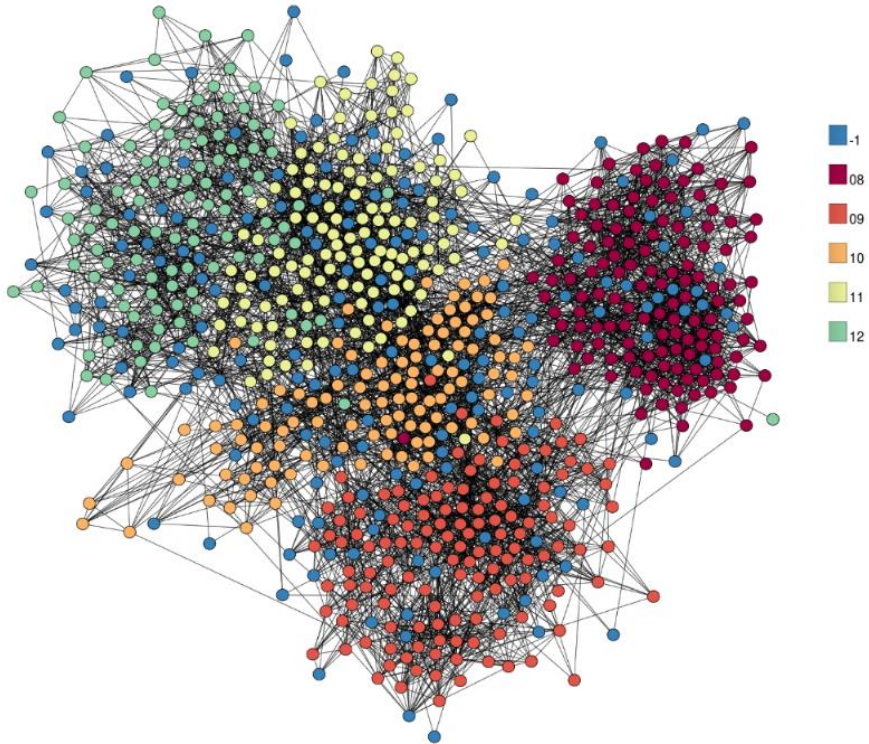
**لماذا:** لأننا إذا أدركنا أساسيات شبكات التواصل الاجتماعية، ووضعنا لها خريطة تصورية، يمكننا الاستفادة منها من أجل العمل الذي نقوم به ويمكن للمنظمات غير الحكومية الاستفادة منها لحملاتها الانتخابية. وهكذا ندخل أشخاص جدد وموارد جديدة ونوفر الوقت.

رأس المال الإجتماعي: الاستفادة من بناء علاقات مع الآخرين في شبكتك من خلال الثقة والتبادل

نسج الشبكة: استخدام مجموعة من المهارات تساعدك في بناء الشبكة عن طريق إشراك الآخرين ،  
وتسهيل المحادثات والتواصل، وتقاسم الموارد والمعلومات والاتصالات

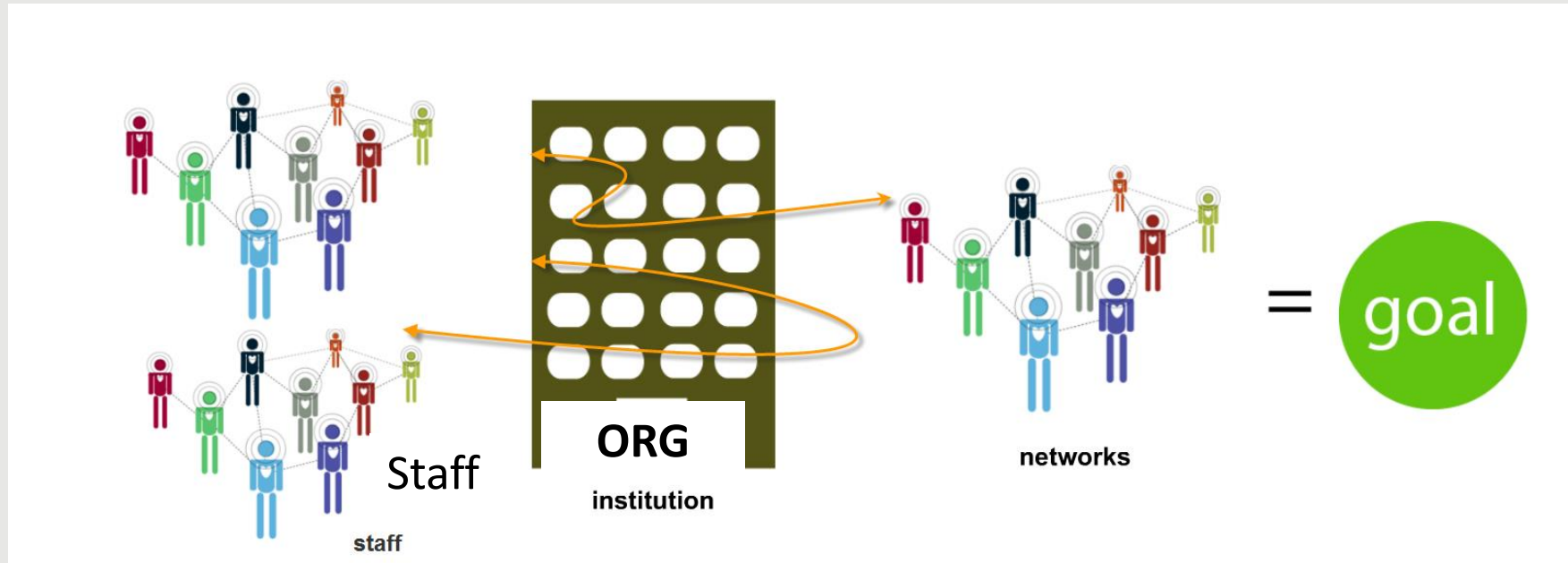
وسائل الإعلام الاجتماعية تجعل من السهل تعزيز الشبكات لأنه من السهل العثور على الآخرين أو التواصل معهم على الانترنت.

المنظمات الشبكية تستخدم الشبكات الإجتماعية لبناء علاقات مع أصحاب المصلحة لزيادة تأثير الشبكة. فمن خلال الاستثمار في العلاقات، يقنعون الأشخاص بالمشاركة في مهمتهم وتبادل الرسائل مع أصدقائهم.



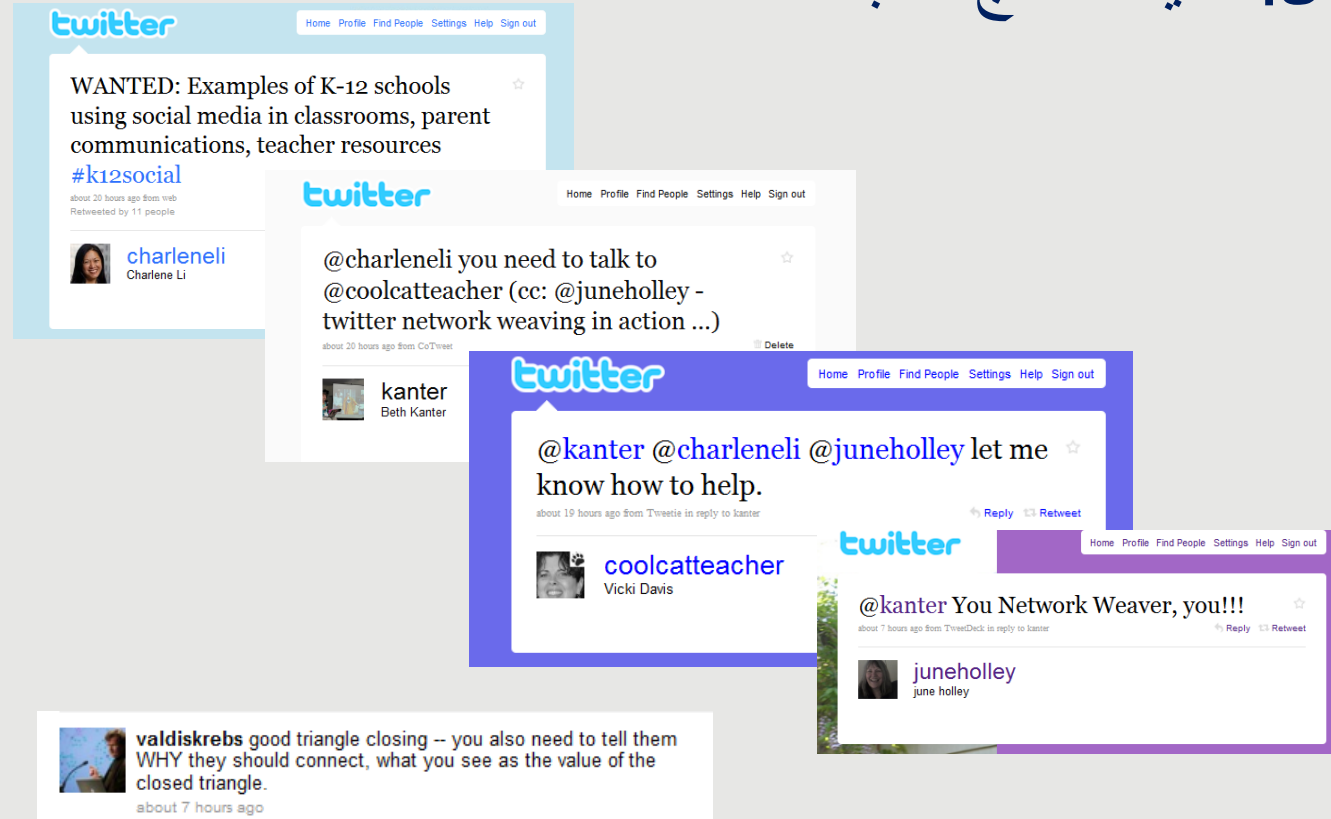


**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



مع الاعتذار لديفيد ارمانو عن فرصتنا لرسمه!  
المصدر: The Micro-Sociology of Networks

## مثال: تقنيات نسج الشبكة




twitter Home Profile Find People Settings Help Sign out

WANTED: Examples of K-12 schools using social media in classrooms, parent communications, teacher resources

#k12social


about 20 hours ago from web  
Retweeted by 11 people

 **charleneli**  
Charlene Li

twitter Home Profile Find People Settings Help Sign out

@charleneli you need to talk to @coolcatteacher (cc: @juneholley - twitter network weaving in action ...)


about 20 hours ago from CoTweet

 **kanter**  
Beth Kanter

twitter Home Profile Find People Settings Help Sign out

@kanter @charleneli @juneholley let me know how to help.


about 19 hours ago from Tweetie in reply to kanter


 **coolcatteacher**  
Vicki Davis

twitter Home Profile Find People Settings Help Sign out

@kanter You Network Weaver, you!!!

about 7 hours ago from TweetDeck in reply to kanter

 **juneholley**  
june holley

 **valdiskrebs** good triangle closing -- you also need to tell them WHY they should connect, what you see as the value of the closed triangle.

about 7 hours ago



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

اعمل	كن
اعمل مع وكلاء غير مرتبطين	تفهم الشبكات
اعمل مع الجماهير	اخلق ثقافة اجتماعية
شارك في حلقات	استمع، شارك، وابني علاقات
صادق أو مؤل	ثق من خلال الشفافية
احكم من خلال الشبكات	السهولة



# مقدمة في النهج التكتيكي لوسائل الإعلام الإجتماعية



الفكرة الأصلية لبيث كانتر، نقحتها اليزا شيرمان

## Start by listening

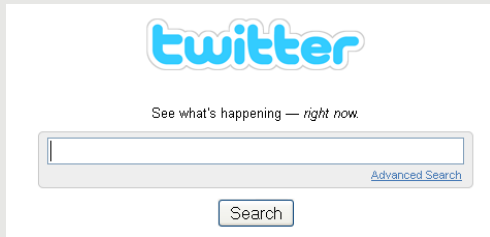
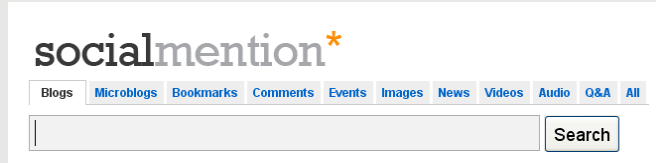


يجب أن نكون بارعين في الإستماع إلى الناس وبدلاً من مجرد الحديث إلى الناس، أو ما هو أسوأ، الحديث عن الناس عبر الشبكات الاجتماعية، علينا أن نستمع أولاً إلى ما يتحدث عنه الناس، ما هي اهتماماتهم أو مخاوفهم، وكيف ينظرون إلى البلدية. الإستماع هو وسيلة رائعة للبلديات لتكييف نفسها على الانترنت بمجرد وضع خرائط شبكة الاتصال الخاصة بها.





معرفة كلمات البحث هي من الأمور  
الأكثر أهمية



## أدوات أخرى للاستماع





## انظر إلى البحوث الثانوية، قم بدراسة جمهورك، استمع للقنوات الاجتماعية



كلية دبي للإدارة الحكومية  
DUBAI SCHOOL OF GOVERNMENT

Empowering Leaders, Shaping the Future

ABOUT US | ACADEMIC PROGRAMS | EXECUTIVE EDUCATION | RESEARCH | PUBLICATIONS | NEWS AND EVENTS | GIVING TO DSG

NEWS AND EVENTS

- DSG News
- Upcoming Events
- Media Citations
- Multimedia/Transcripts
- For the Media
- Newsletters
- Media Experts
- Subscribe
- RSS Feeds
- Podcasts

### Arab Social Media Report

Follow us on [twitter](#) [facebook](#) [LinkedIn](#)

[DOWNLOAD REPORT](#)

Home | Overview | Mapping Facebook | Youth and Gender | Benchmarking  
Facebook | Analysis | Annexes | Media Coverage | Interactive Map | Acknowledgment

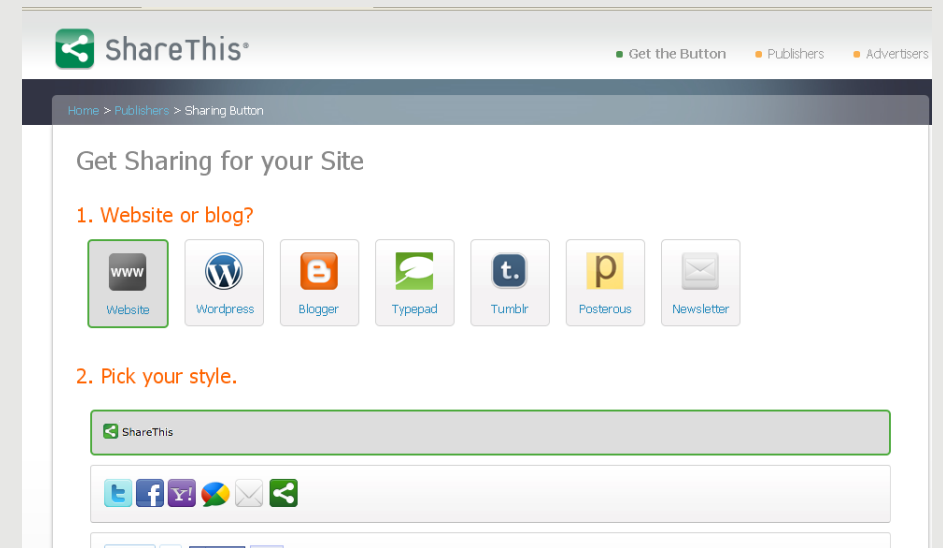
[Tweet](#) 36 [Like](#) 105

The Arab Social Media Report, produced by the Dubai School of Government's Governance and Innovation Program, is the first in a quarterly series that will highlight and analyze usage trends of online social networking across the Arab region. In its inaugural edition, the report analyzes data on Facebook users in all 22 Arab countries, in addition to Iran and Israel. This is part of a larger research initiative focusing on social engagement through ICT for better policy in Arab states, which explores the use of social networking services in governance, entrepreneurship promotion and social inclusion. The initiative also studies the potential of Web 2.0 applications for increasing collaboration, knowledge sharing and innovation, both between and among government entities, citizens and the private sector.

Toward this end, the Arab Social Media Report will aim to inform a better understanding of the impact of social media on development and growth in the Arab region by exploring the following:

- What are the penetration trends of social networking services in the Arab region? What is the

المشاركة هي ترويج الرسائل والأدوات الخاصة بك مثل التويتر الذي يجعل من السهل القيام بذلك. رسائلك ومعلوماتك حول مشاريعك يتم تقاسمها من قبلك أو من قبل آخرين من خلال قنوات وسائل الإعلام الاجتماعية وهي طريقة سهلة للبدء من اجل الترابط مع الجمهور.



المساهمة هي الانخراط في محادثات عبر الانترنت مع أشخاص يهتمون بالمشاريع الخاصة بك ورسالتها. ويشمل ذلك وضع تعليقات على المدونة، "إعجاب" أو "تعليق" على الفيس بوك، أو طرح أسئلة على تويتر.



twitter Home Profile Find People Settings Help Sign out

We think my dad has had a stroke - great - he's 1 1/2 hours away. Waiting for my brother to phone me back.

7:55 PM May 6th from web

 **beautifulbliss**  
Melissa :)

© 2009 Twitter About Us Contact Blog Status Apps API Search Help Jobs Terms Privacy



twitter Home Profile Find People Settings Help Sign out

@beautifulbliss please get him to a hospital quickly. Great treatments if he's there within 3 hours. ALL the best.

7:58 PM May 6th from TweetDeck in reply to beautifulbliss

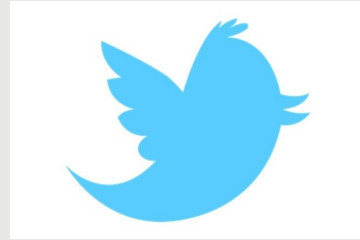
 **krash63**  
Kristi Miller Durazo

 **Kristi Miller Durazo**  
@krash63 Half Moon Bay  
Strategist/Futurist/Listener/Gaming Explorer/Health /Design/Eclectica American Heart Association Staff  
<http://www.krash63.wordpress.com>

© 2009 Twitter About Us Contact Blog Status Apps API Search Help Jobs Terms Privacy



- الكلمات، أو الصور، أو الفيديو.
- دمج مع شبكة الانترنت، والطباعة، وعبر قنوات أخرى لوسائل الإعلام الاجتماعية.
- إستراتيجية محتوى وسائل الإعلام الاجتماعية
- إستراتيجية التواصل





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

# التموضع والرسالة





• التوضع: ماذا تريد ان يقول جمهورك عنك وعن خدماتك

• الرسالة: مجموعة من العبارات المحددة التي صيغت لإنشاء وتعزيز موقعك



# التموضع : ماذا يقول عنك الناس؟

تحديد الموقع الاجتماعي ليس ما تقوله عن نفسك بل ما يفكر به الناس عنك وهو ممكن ان يحدث من تلقاء نفسه أو يمكنك انت العمل لاظهاره

تحديد الموقع من خلال عبارات تعريفية تعبر عن الفكرة الكبيرة التي تريد زرعها في أذهان جمهورك. ربما يكون القيمة المضافة التي تميزك عن المؤسسات الأخرى في مجال عملك، ولكن الشيء المهم هو أنها فكرة واحدة.

قد يكون من الصعب ان تحدد موقعك بطريقة مبسطة. تذكر ان جمهورك مغمور بالرسائل التسويقية طوال اليوم لذلك قد يساعد التركيز ليس فقط على الشيء الوحيد الذي نأمل الناس يعرفون عنك، ولكن أول شيء يفكرون فيه

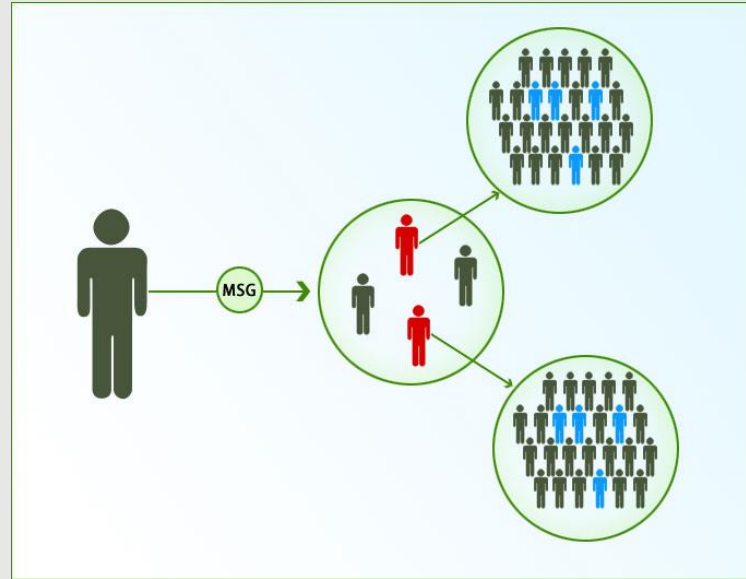


- قصير - أقل من 12 كلمة (لا يعد اسم المنتج)
- لغة مبسطة
- التكيف مع وسائل الإعلام المختلفة
- مقنع وتركيز فائدة واحدة كبيرة
- ابرز المفاهيم
- مدعوم بثلاث أو أربع فوائد إضافية
- يستوفي أربعة معايير تقييم (فريد، يمكن تصديقه، مهم وقابل للاستخدام)
- يتضمن دعم للتعريف كيف يقدم xxx فوائد ملموسة.
- التكرار ويجب أن تظل إستراتيجية رسالتك دون تغيير لمدة 18 شهرا على الأقل، أو أطول، أطول بكثير.

- تعزيز الفكرة الكبيرة نفسها في أذهان الجمهور يدل على المهنية. وبمجرد أن الناس لديهم الفكرة الأولية عنكم، يصبح من الأسهل بكثير إشراكهم مع بقية برامجكم ونشاطاتكم، ربما حتى مع بعض أعمالكم الأكثر دقة



- عبارة عن وصف لكيفية التحدث عنكم وعن سبب وجودكم كمنظمة. فهو يربط النقاط الرئيسية التي تريدون إيصالها إلى جمهوركم وهي ترتبط دائما إلى بالعلامة التجارية الخاصة بكم



- ما تريد أن يعرفه الناس عن مؤسستكم وقضيتكم
- ماذا تريد منهم أن يقولوا عنكم؟
- ماذا تريدون منهم أن يفعلوا؟

سفراء العلامة التجارية: حددوا  
ومكنوا الجماهير التي تحبكم !

- تقفوا أثر
- تعرفوا
- امسحوا
- قبيموا
- اقتراح / أدوات
- مشاركة
- بالغوا

- ابحثوا عن صوت متميز
- برمجوا صفحاتكم
- قوموا بإنشاء محتويات وبرامج حصريّة
- ادفعوا واجذبوا
- إشركوا مجموعات ومنظمات أخرى
- اعرّفوا مؤيديكم





تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي كباقي المواقع الإلكترونية على الإنترنت بها الكثير من المخاطر أهمها: التصيد الاحتيالي ، الهندسة الاجتماعية ، الهجمات على تطبيقات الويب ، وبالتالي فإن توفير الحماية اللازمة من تلك المخاطر يصبح أمراً ضرورياً.

من هذا المنطلق يجب اتخاذ الإجراءات والتدابير الأمنية الواردة في سياسة أمن المعلومات التي تتبعها البلدية والتأكيد على:

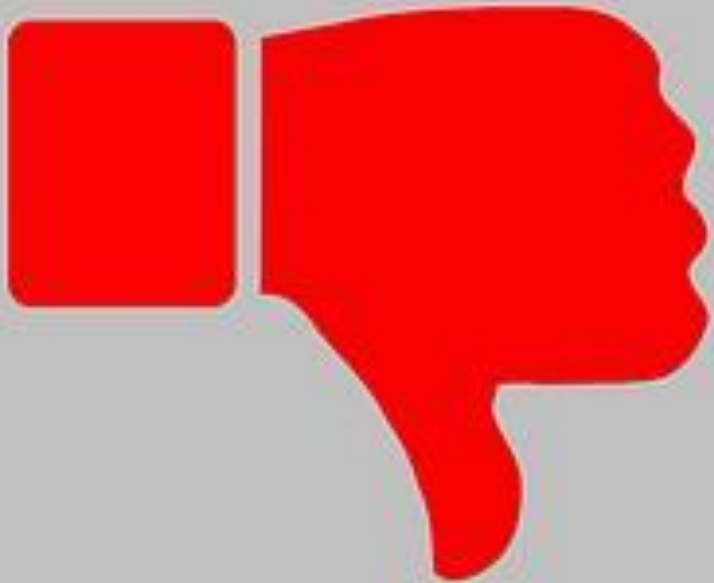
- استخدام كلمات مرور آمنة وقوية للحسابات الرسمية للبلدية
- منع الدخول إلى الوظائف والتطبيقات غير الضرورية كالألعاب وغيرها من التطبيقات المنتشرة في بعض أدوات التواصل الاجتماعي ، وذلك تجنباً للمخاطر ذات الصلة بالحماية كالملفات غير المرغوبة والتصيد الاحتيالي على الحسابات.
- توعية الموظفين بشأن الأخطار المتعلقة بأدوات التواصل الاجتماعي، وبخاصة الأخطار المرتبطة بالهندسة الاجتماعية ، وأساليب التخفيف من المخاطر.

- ✓ أي إشارة أو تعليق يحتوي على استهانة بالمعتقدات الدينية أو الطائفية أو الإساءة إليها.
- التعليقات التي تنطوي على تشهير أو كره أو تمييز.
- التعليقات والمشاركات التي تدعم أو تحرض على القيام بأنشطة غير قانونية
- ✓ التعليقات والمشاركات التي تخالف أي حقوق قانونية أو حقوق الملكية الفكرية.

تعتبر حسابات التواصل الاجتماعي هي المرآة الأخرى لأي مؤسسة وبالتالي فإن الإلتزام بسياسة التفاعل التي يتم وضعها هي ضمان لمنهجية العمل في هذا الجانب ، مع الإشارة إلى أن هذه السياسة قابلة للتغيير متى ما استجد جديد في عالم التواصل الإجتماعي وبما يتناسب مع توجهات وسياسة البلدية

سمعة بلديتك في خطر؟

جمهورك في خطر



ما الحل؟



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

ما هي الحملة؟





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



الحملة الانتخابية  
الولايات المتحدة الأمريكية





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



قيادة السيارة  
في السعودية



الحملة ضد التحرش  
في الشارع  
(مصر، 2005)

صورة مجهولة المصدر، المركز المصري لحقوق المرأة



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

## لبنان ينتفض



## ما هي الحملة؟

الحملة هي عبارة عن سلسلة من الإجراءات  
تتخذ خلال فترة زمنية محددة من أجل  
تحقيق هدف محدد.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

# ما هي الإستراتيجية؟

ما الذي يجعل هذه الحملات حملات إستراتيجية؟



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

ما هي العلاقة الإستراتيجية بين  
الأهداف والأعمال؟

هدف

عمل

عمل

عمل

عمل





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

في حملة إستراتيجية، جميع الأعمال التي تقوم  
بها تساعدك على تحقيق هدف الحملة التي تعمل  
لأجلها.



## ما هي الإستراتيجية؟

الإستراتيجية هي عبارة عن سلسلة من الأعمال  
المخطط لها التي تساعدك على تحقيق هدفك.

## مبادئ الإستراتيجية

ادمج قنوات وسائل الإعلام الاجتماعية مع برنامجك وأهداف الاتصالات الخاصة بك:

- من هم الذين تريد الوصول إليهم؟
- ما الذي تريد تحقيقه؟
- أين يمكن لوسائل الاعلام الاجتماعية ان تحسن او تكمل في برنامجك، أو خدماتك، أو اتصالاتك؟
- ما هي الميزانية المتاحة لك / الفترة الزمنية؟
- ما هي الفرص التي تحتاج للإرشاد؟



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

	محددة	<b>S</b>
	قابلة للقياس	<b>M</b>
	قابلة للتحقيق	<b>A</b>
	ذات صلة	<b>R</b>
	في الوقت المناسب	<b>T</b>

ما هو الهدف المحدد، القابل للقياس، الذي يمكن تحقيقه،  
ذات الصلة، وفي الوقت المناسب (SMART)؟



The screenshot shows the Qwitter website interface. At the top, there is a navigation bar with links for "Skip to main content", "Español", and "Creole". The main header features the "qwitter" logo, which includes a cigarette character. Below the header, there are four navigation options: "Home", "Qwitters" (with a red circle and slash over it), "Get Started" (with a green arrow pointing right), and "Qwit Tips" (with a thumbs-up icon). The "Get Started" section is active and contains the following text:

**Get Started**

Follow these steps to use Qwitter.

- 1. Create an account on Twitter.**  
Qwitter uses a popular web service called Twitter to do its magic.  
Twitter allows you to send updates to your friends via the web, instant messaging or your cell phone.
- 2. Tell Qwitter when you smoke.**  
Each time you light up, send Qwitter the number of cigarettes you just smoked by posting an update to Twitter in the following format.  

@iquit 3

  
That will tell Qwitter you just smoked 3 cigarettes. Every day, Qwitter will add together all the posts you sent that day and add them to your progress graph.  
*Alternatively, post once a day with the total number of cigarettes you plan to smoke.*
- 3. Save a journal.**  
You can keep track of your thoughts and feelings as you stop smoking. Send Qwitter a message that doesn't start





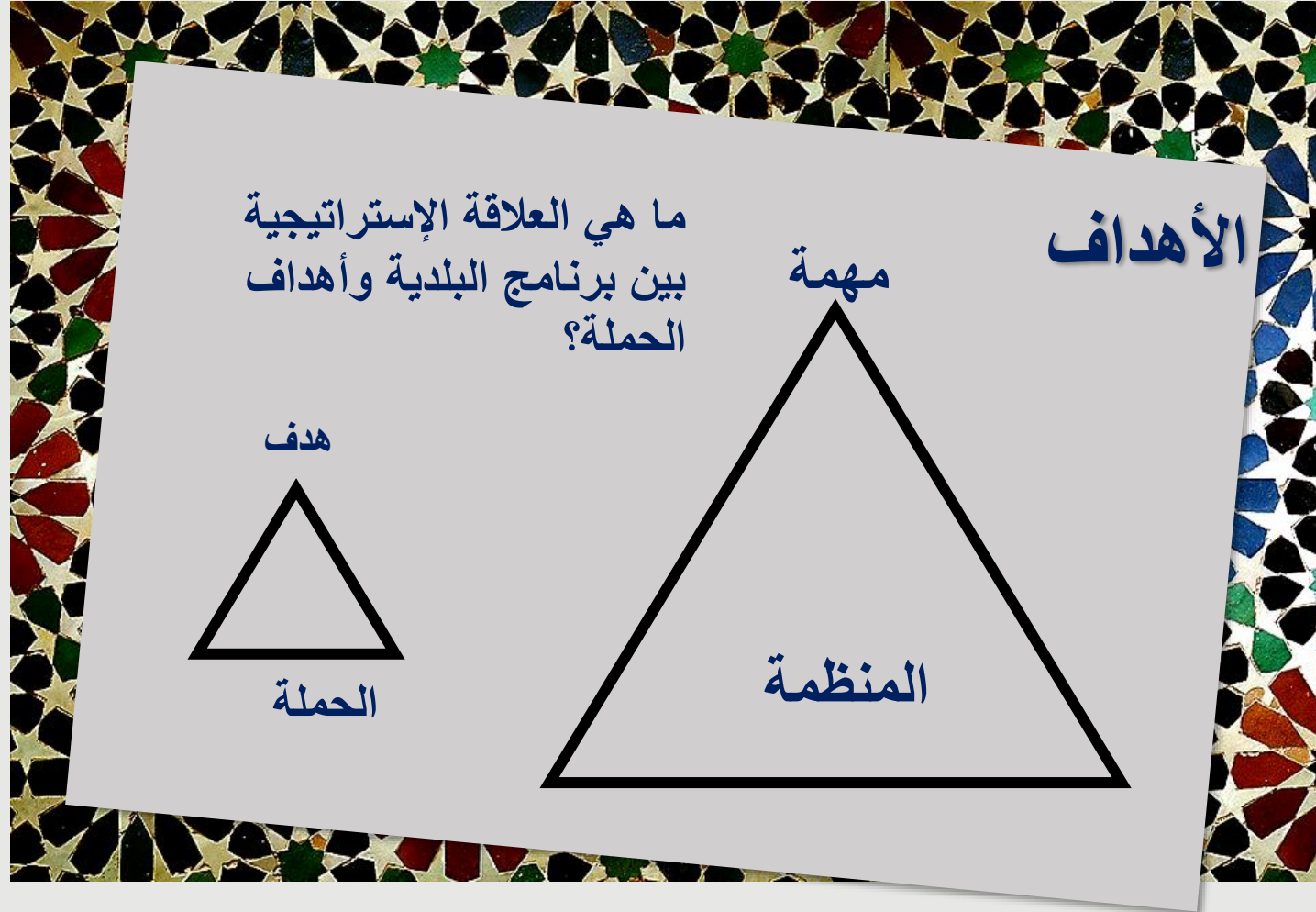
**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

محددة	S	ركز عند استهدافك جمهور معين على أن يعرفوا أن بإمكان كويتر أن يساعدهم على وقف التدخين، وشجعهم على تسجيل أسمائهم على الموقع
قابلة للقياس	M	قياس عدد المدخنين الذين قاموا بالتسجيل للحصول على هذه الخدمة
قابلة للتحقيق	A	قياس عدد المدخنين الذين توقفوا عن التدخين لمدة 6 أشهر لأنهم استخدموا هذه الخدمة
ذات صلة	R	من الصعب أن تقوم بمحاولة التوقف عن التدخين بنفسك لذلك يوفر لك تويتر دعم من أشخاص آخرين على هاتفك المحمول. ينبغي التركيز على توعية الجمهور الذي يستخدم تويتر.
في الوقت المناسب	T	النجاح في جعل 100 شخص يتوقفون عن التدخين لمدة ستة أشهر لأنهم استخدموا هذه الخدمة





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

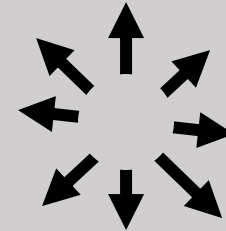
العمل  
الجمهور  
الرسالة



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

## العمل

ما هي الأمور التي يتعين عليك القيام بها  
لتنجح من تحقيق الهدف من الحملة (يمكن أن  
يكون هناك عدة أهداف).



حدد شرائح الجمهور التي تأمل في الوصول إليها من اجل تحقيق أهداف وسائل الإعلام الاجتماعية الخاصة بك:

- من هم الذين تريد الوصول إليهم؟
- ماذا تعرف عنهم؟
- ما هي الرسائل أو المعلومات التي يمكنها التأثير عليهم؟
- ماذا يقولون عن قضيتك أو بلدتك في وسائل الإعلام الاجتماعية؟
- ما هي أدوات وسائل الإعلام الاجتماعية التي يستخدمونها؟

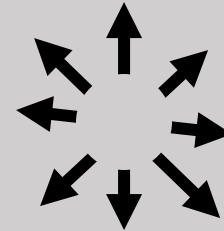




**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

## الجمهور

الأشخاص الذين يتعين عليهم اتخاذ إجراءات  
لتنتمكن من تحقيق الهدف من الحملة (يمكن أن  
يكون هناك عدة أهداف).

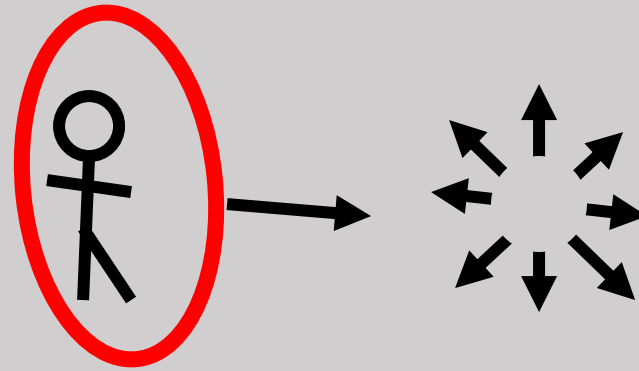




**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

## الجمهور

كم نوع من الجمهور يمكن أن تعدد؟





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

الجمهور  
المناصرون يقنعون الفئات المستهدفة باتخاذ  
الإجراءات اللازمة.

المناصرون

الهدف

The diagram illustrates a process where a group of individuals (labeled 'المناصرون' - the persuaders) influences a target individual (labeled 'الهدف' - the target). The target is circled in red, and an arrow points from this circle to a central point with eight arrows radiating outwards, symbolizing the impact or reach of the persuasion.

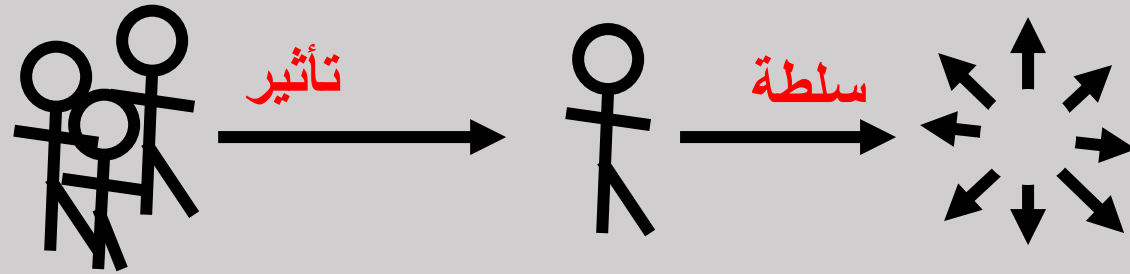


**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

## الجمهور

• لدى الهدف القدرة على اتخاذ الإجراء الذي من شأنه أن يسمح لك بتحقيق هدفك.

•• لدى المؤيدين تأثير على الهدف.





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

## الجمهور

كيف ستقوم بتقسيم فئات الجمهور التي سبق  
ذكرها بين فئات مؤيدة وفئات مستهدفة؟ ما  
هي الفئة التي تنتمي إليها وسائل الإعلام؟

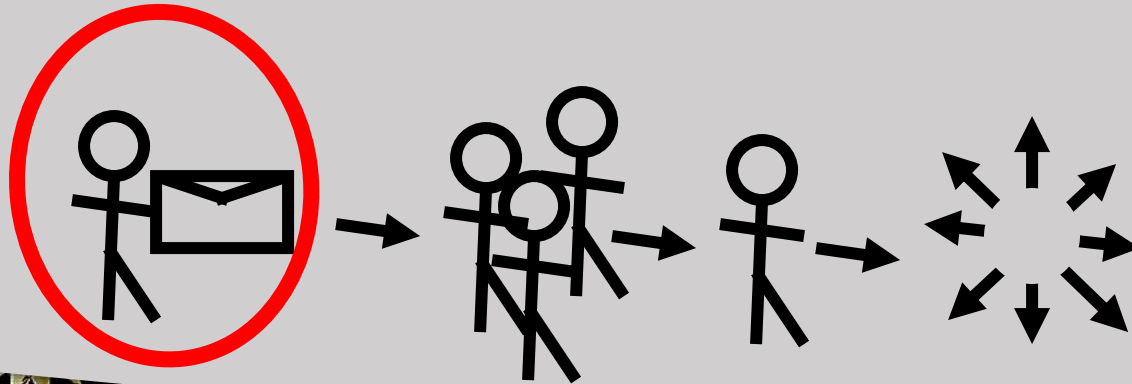


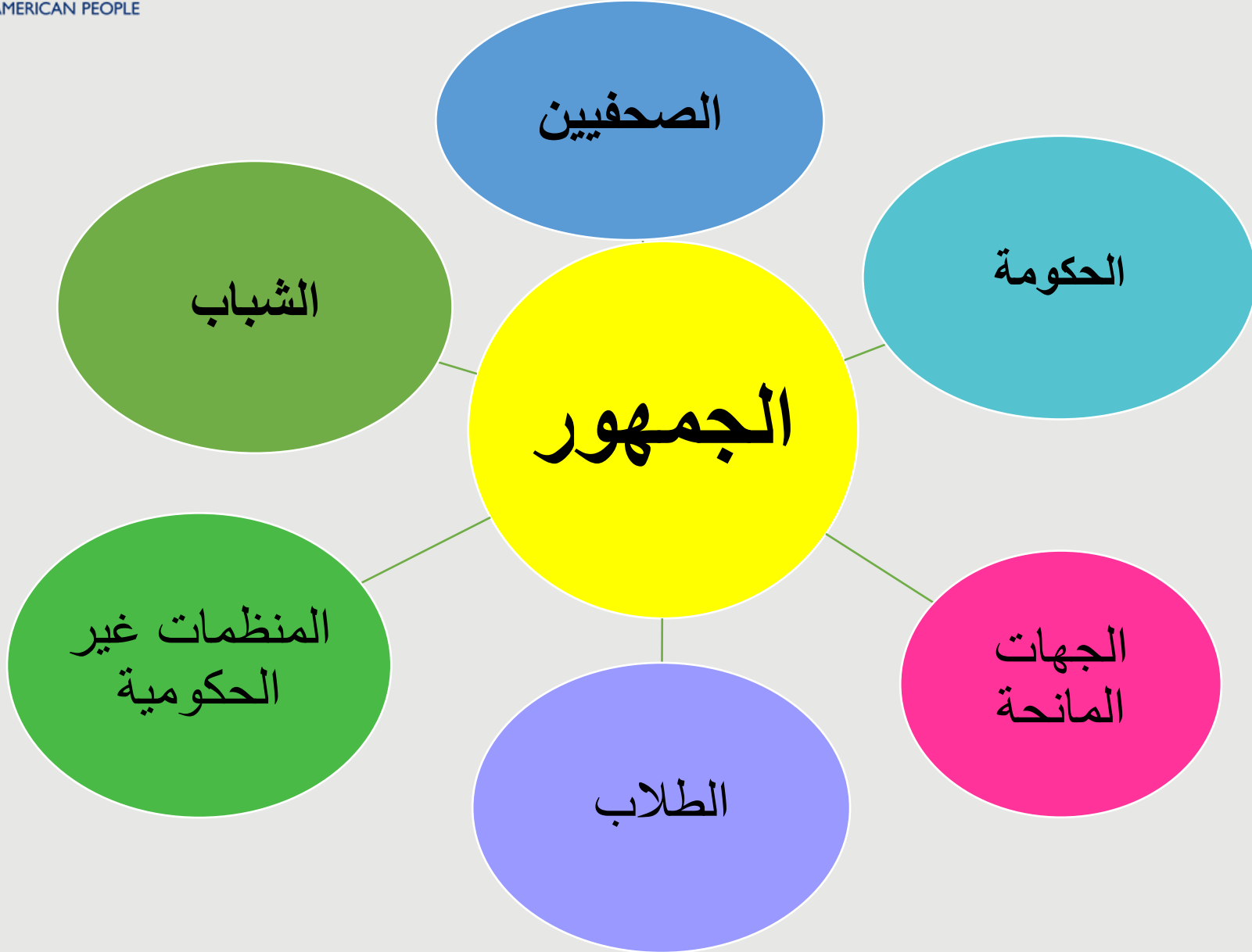


**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

## الجمهور

يمكن لوسائل الإعلام أن تساعدك في إيصال الرسالة إلى مجموعة واسعة من الجماهير.







The screenshot shows the Qwitter website interface. At the top, there is a navigation bar with links for "Skip to main content", "Español", and "Creole". The main header features the "qwitter" logo, where the letter 'i' is replaced by a cigarette. A blue banner on the left says "QWITTER IS POWERED BY twitter". Below the header, there are four navigation options: "Home", "Qwitters" (with a red circle and slash over it), "Get Started" (with a green arrow pointing right), and "Qwit Tips" (with a thumbs-up icon). The "Get Started" section is active, showing a list of steps to use Qwitter.

[Skip to main content](#) | [Español](#) | [Creole](#)

QWITTER IS POWERED BY 

qwitter

[Home](#) | ~~[Qwitters](#)~~ | [Get Started](#) → | [Qwit Tips](#) 👍

## Get Started

Follow these steps to use Qwitter.

- 1. Create an account on Twitter.**  
Qwitter uses a popular web service called Twitter to do its magic.  
Twitter allows you to send updates to your friends via the web, instant messaging or your cell phone.
- 2. Tell Qwitter when you smoke.**  
Each time you light up, send Qwitter the number of cigarettes you just smoked by posting an update to Twitter in the following format.  

@iqwit 3

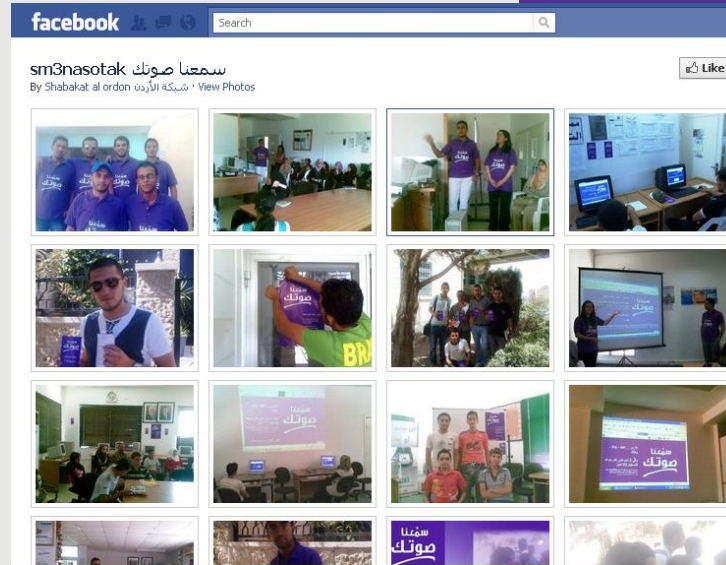
That will tell Qwitter you just smoked 3 cigarettes. Every day, Qwitter will add together all the posts you sent that day and add them to your progress graph.

*Alternatively, post once a day with the total number of cigarettes you plan to smoke.*
- 3. Save a journal.**  
You can keep track of your thoughts and feelings as you stop smoking. Send Qwitter a message that doesn't start

## من هو الجمهور؟

الأردن... أهلك، بلدك، وطنك  
خلي الأردن يسمع صوتك!

سَمَعْنَا  
صوتك  
انتخابات 2010



الرئيسية | انتخابات 2010 | سجل | صوتك لمن يستحق | مواقع مهمة | تحميل الملفات

الانتخابات النيابية الأردنية لعام ٢٠١٠

سمعنا صوتك ... سجل!

سمعنا صوتك ... صوتك لمن يستحق!

سمعنا صوتك ... شارك!

مراكز الإقترع و العرر لانتخابات 2010

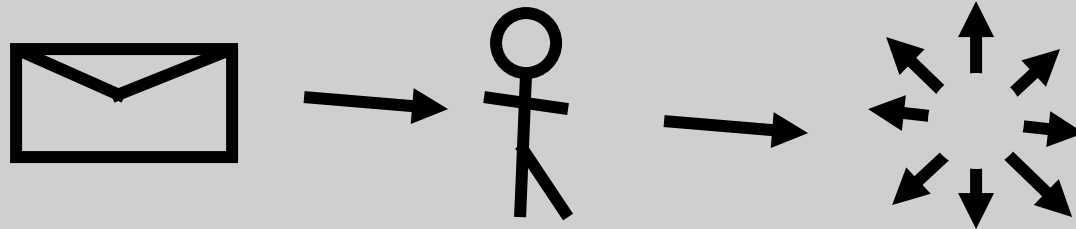
مراكز الإقترع والفرز لنوي الاحتياجات الخاصة



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

## الرسالة

كيف تقنع الجمهور باتخاذ إجراءات يمكنك  
من تحقيق هدف الحملة التي تقوم بها.





## رسائل قوية

المصدر: بيث كانتر،

- رسائل قوية: الحصول على الاهتمام (لماذا الاهتمام)
- النتيجة: (ما هو التغيير الذي سيحدث)
- نداء للعمل: (طلب لإحداث التغيير)



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

## رسائل قوية: نحن والنفايات الالكترونية

- الحصول على الاهتمام: نحن التقنيين نضر بالأرض حتى عندما نقوم بعمل جيد كمدرسين.
- النتيجة: قم بعمل جيد وقم بما فيه مصلحة الأرض.
- دعوة للعمل: قم بالشراء بشكل أقل وعلى المدى البعيد، قم بالإصلاح عوضاً عن الاستبدال، ضع ما يمكن إعادة تصنيعه جانباً عند التخلص منه.

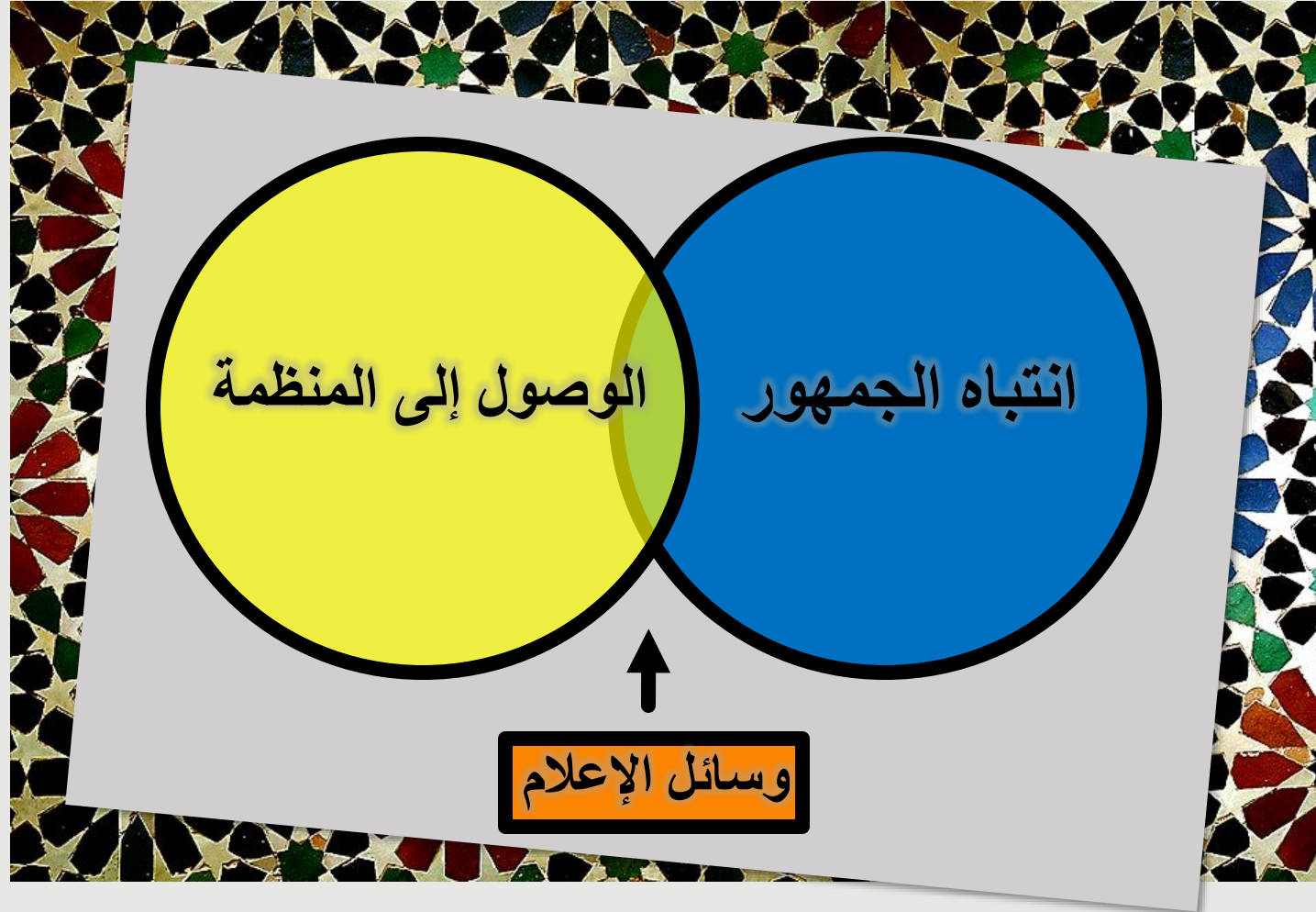


**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

أين تنتمي وسائل الإعلام؟

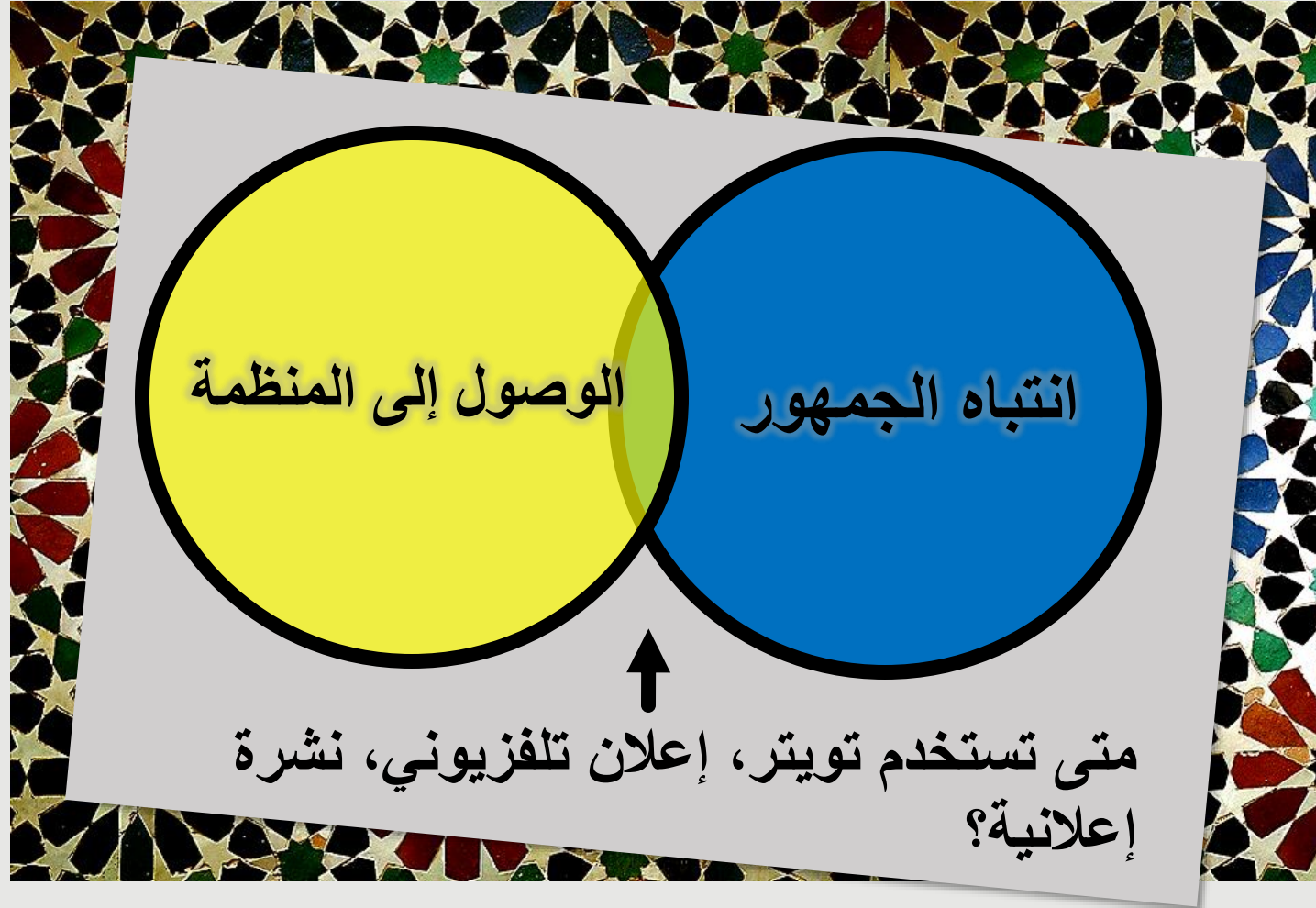


**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE





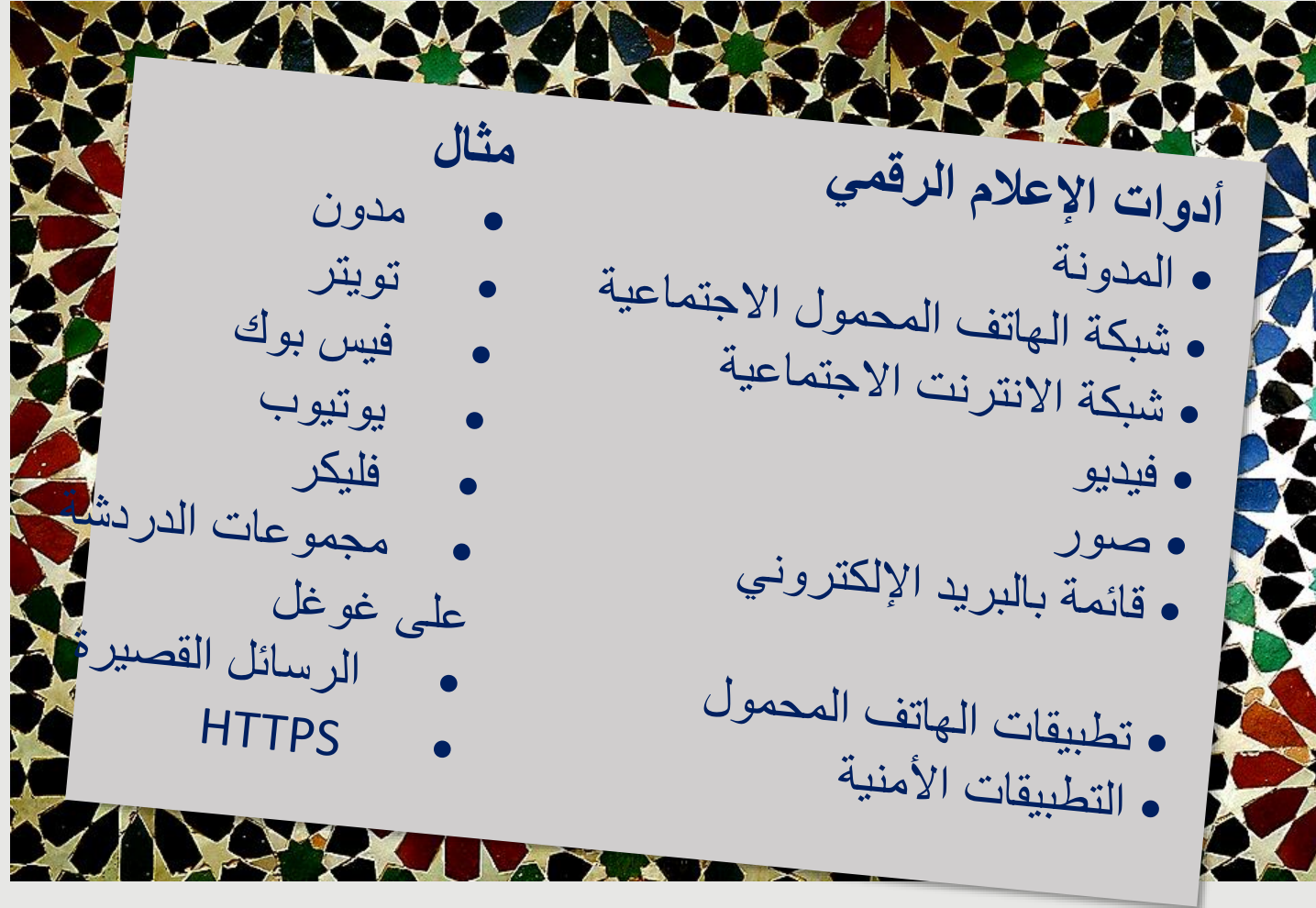
**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

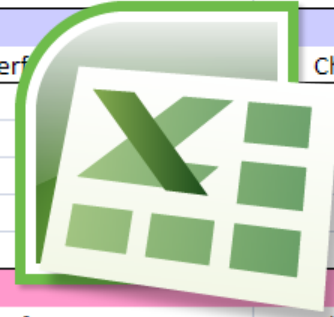


تحديد أين يمكن لتكامل وسائل الإعلام الاجتماعية أن يؤدي إلى تحسين أو تكملة البرامج، أو الخدمات، أو الاتصالات:

- أين يمكن أن تقوم وسائل الإعلام الاجتماعية بتحسين أو تكملة البرامج أو الخدمات، أو الاتصالات؟
- ما هي الميزانية المتاحة لك / الفترة الزمنية؟
- ما هي الفرص التي تحتاج لإرشاد؟



	A	B	C	D	E	F	G
1		<b>Month</b>	<b>January</b>				
2			Exhibitions	Members	Performances	Children and Families	Events
3	Week of:						
4							
5							
6							
7		<b>Month</b>	<b>February</b>				
8		Week Day	Exhibitions	Members	Performances	Children and Families	Events
9	Week of:						
10							
11							
12							
13		<b>Month</b>	<b>March</b>				
14		Week Day	Exhibitions	Members	Perf	Children and Families	Events
15	Week of:						
16							
17							
18							
19							
20		<b>Month</b>	<b>April</b>				
21		Week Day	Exhibitions	Members	Performances	Children and Families	Events
22	Week of:						
23							
24							
25							



الرسم: ما هي النشاطات، أو البرامج، أو المحتوى، أو الفرص المتاحة التي تم التخطيط لها لهذا العام؟ أو الشهر، أو الفصل؟



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

## معقل الحملة

- اعتمد على الموظفين والمتعاقدين لديك لبناء القدرات (تكاليف أكثر)
- تواصل مع الشركاء والمتطوعين بعد نهاية التخطيط للحملة عندما تطلب منهم أن يفعلوا شيئاً
- الاستعانة بكبار الموظفين فقط في التخطيط الذي يتم بقليل من الشفافية
- مقاومة ردود الفعل الصادقة، التقييم يتم بصورة أولية
- النجاح أو الفشل الذي تعرضت له المنظمة التي تنتمي إليها
- النجاح والفشل هي لعبة محصلتها صفر إذا لم تزد القدرات

## الحملة الشبكية

- ضم المنظمات الشريكة والمتطوعين عند تقدير القدرات (تكاليف اقل)
- قم بإحضار حلفاء (بما في ذلك الوكلاء الغير مرتبطين) في وقت مبكر، واستمع إليهم
- ضم مداخلات جميع الموظفين والمتطوعين الأكثر التزاماً
- الجنازات الفرحة / استمع وتعلم وتكيف
- شارك في النجاح
- سواء فشلت الحملة أو نجحت فان العلاقات التي تم إنشاؤها تزيد من قدرة المنظمة

[Site Map](#) | [Contact Us](#) | [Weekly Newsletter](#) | [Browse by Project](#)

نساء

## International Women's Day

Lebanon • 8 March 2011 • Join us!

Home | About Us | ألمحة عنا | Join Us | إندموا إلينا | Our Initiatives | مبادراتنا | Our Causes

### شاركونا في الإعتصام المفتوح من أجل قانون منني للأحوال الشخصية

nadine | March 29, 2011 | Comments (0)

في إطار الحملة من أجل قانون لبناني منني للأحوال الشخصية، نصبنا ناشطون وناشطات جمعية "تمل" خيمة إعتصام أمام تمثال رياض الصلح في وسط بيروت. الشطبة واضح. لن نرحل من الخيمة قبل أن نطالب الحكومة اللبنانية بإصدار قانون الأحوال الشخصية من مني.



#### Subscribe

Get our weekly newsletter of upcoming events.

Privacy by SafeSubscribe<sup>SM</sup>


### International Women's Day

nadine | February 25, 2011 | Comments (0)

Like 426 people like this. Be the first of your friends to like this.

**Happy International Women's Day!**


We will post all IWD events in Lebanon on this page and keep it updated. Please support our events by linking to this page from your blog using these awesome graphics below.



International Women's Day  
Tuesday, March 8, 2011



International Women's Day  
Tuesday, March 8, 2011



International Women's Day  
Tuesday, March 8, 2011

#### Find us on Facebook

Nasawiya on Facebook



## International Women's Day

nadine | February 25, 2011 | Comments (0)

Like 426 people like this. Be the first of your friends to like this.

**Happy International Women's Day!**

We will post all IWD events in Lebanon on this page and keep it updated. Please support our events by linking to this page from your blog using these awesome graphics below.

On **Saturday, March 5** and **Sunday, March 6**, we will be going down to the streets to ask thousands of women what kind of challenges they face in Lebanon and what changes they would like to see. We **still need volunteers** to help us out so if you're interested, please email [n.moawad@gmail.com](mailto:n.moawad@gmail.com) right away! We will be live tweeting, blogging, and posting photos and videos so follow [@nasawiya](#) and our [Facebook page](#) to keep up. The locations we will be at are:

- » Hamra
- » Furn el Chebbak
- » Chiah
- » Sassine Square
- » Dawra (Naba)

Nasawiya's Profile

**Nasawiya**

Happy International Women's Day everyone! Check out nine beautiful feminist articles in today's Al-Akhbar issue prepared by the Sawt Al-Niswa team

www.al-akhbar.com

لدى نشر رفق التمثيل الفلسطيني فيها التي مسوق بطة (أ ف ب) | 6:34PM المبرود

March 8 at 5:25am · Share

7 people like this.





- هل التزامنا بالخطة ؟
- هل تلقى الجمهور الرسالة؟
- هل اتخذ الجمهور إجراء ما؟
- ما هي المنصات، والرسائل، ومن هم الحلفاء الذين كانوا الأكثر/الأقل نجاحاً في تفعيل الجمهور؟
- هل هناك ردود فعل من قبل الجمهور؟
- أي فوائد جانبية؟



# تحليل البيانات على وسائل التواصل الاجتماعي



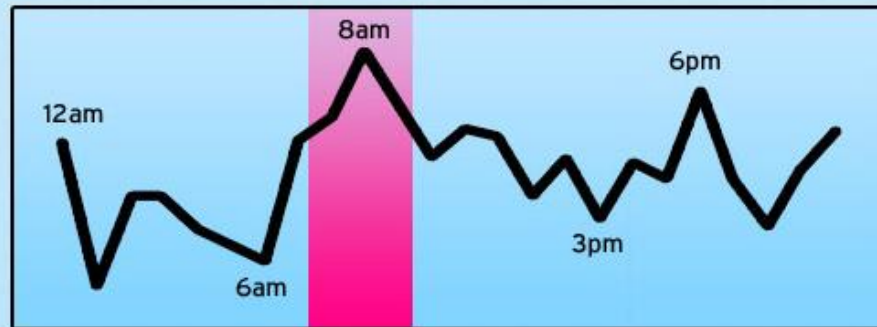
# تحديد أفضل أوقات النشر على مختلف الحسابات

Q: What day should I post on?



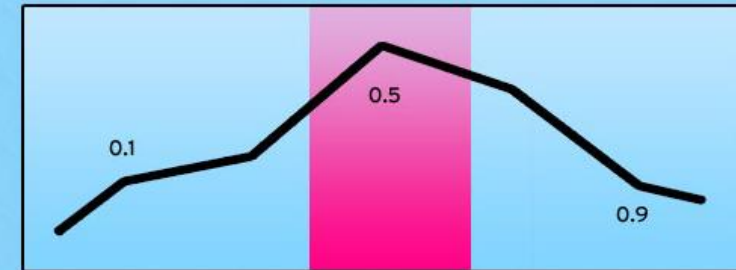
A: Articles published on the weekend are shared most.

Q: What time should I post?



A: Articles posted at 8am are shared most.

Q: How often should I post to my page?

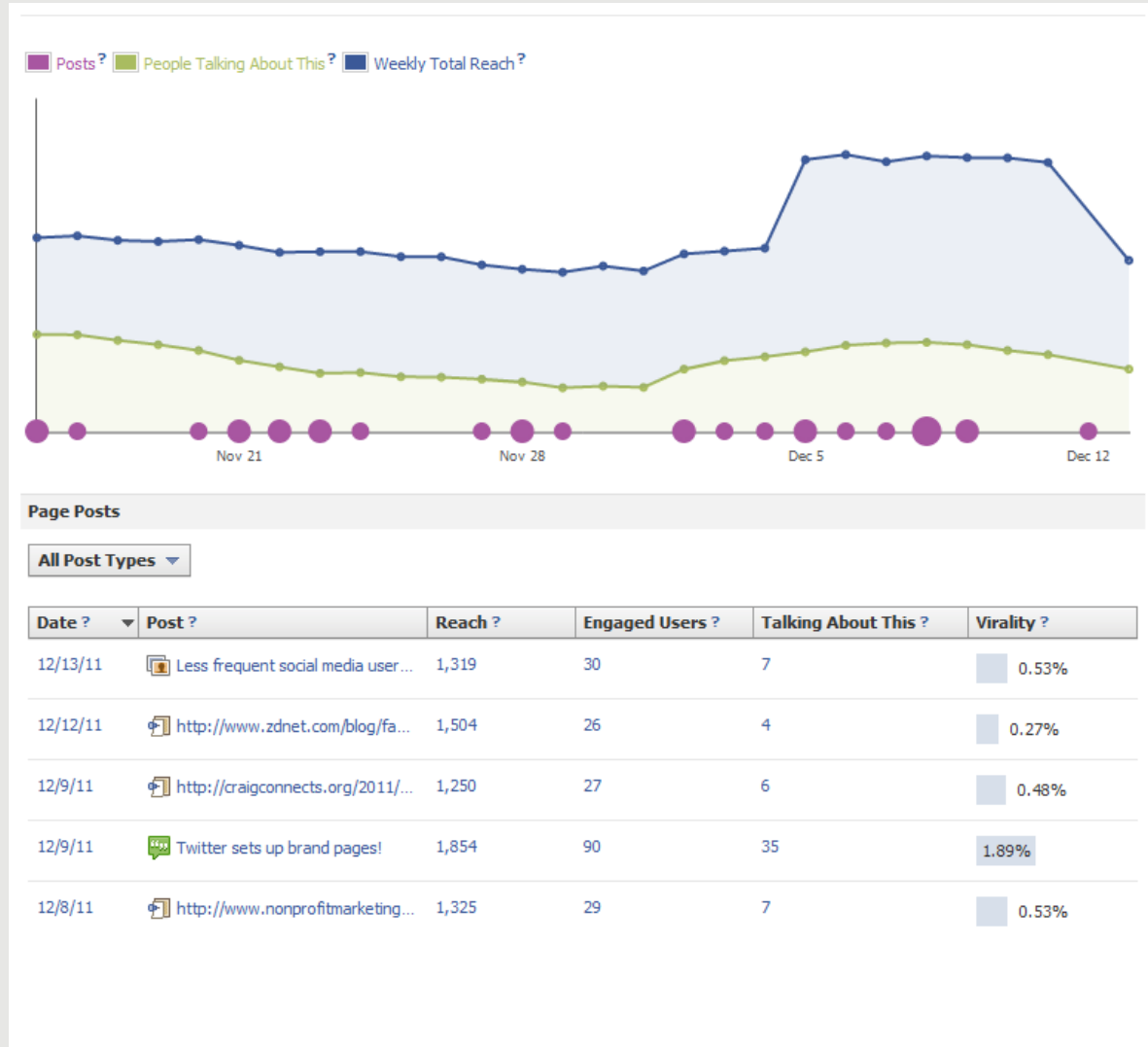


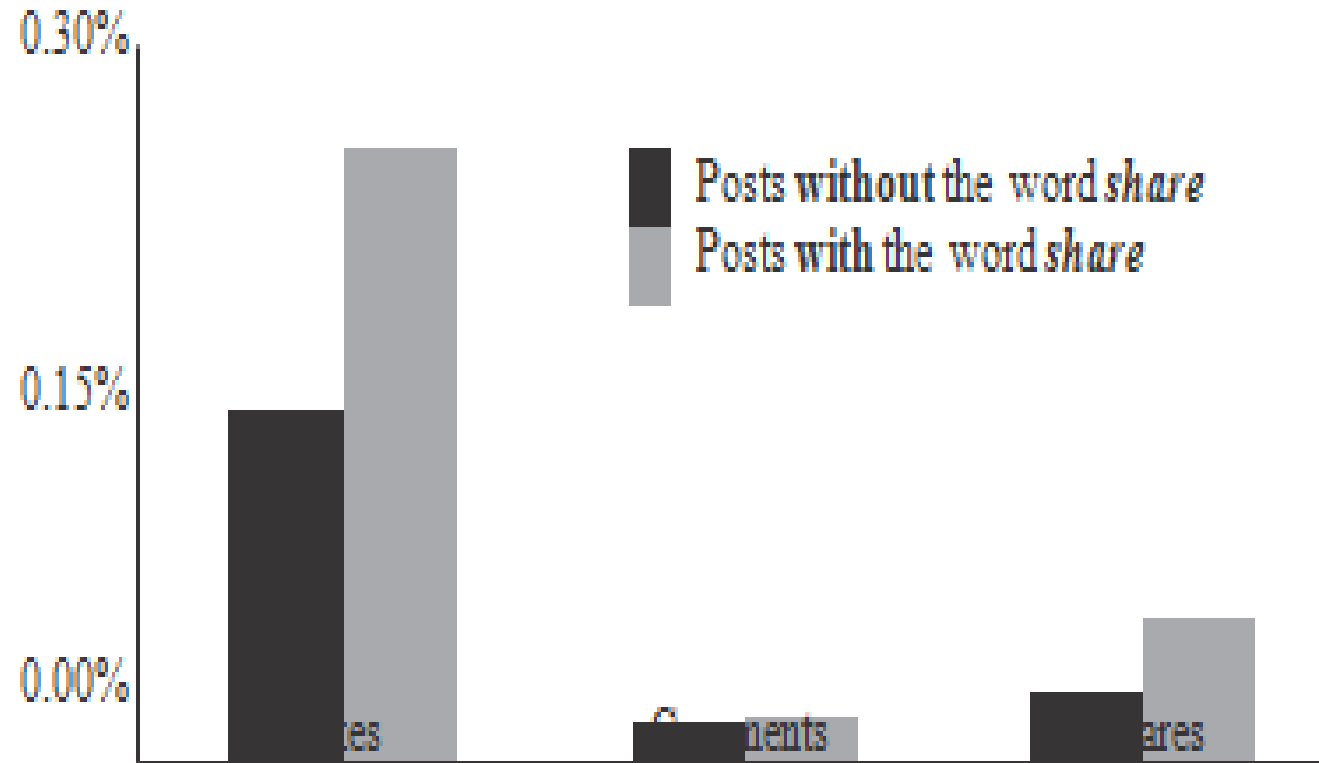
A: Posting every other day is best.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

# تحديد نوع المحتوى الأكثر تفاعلا

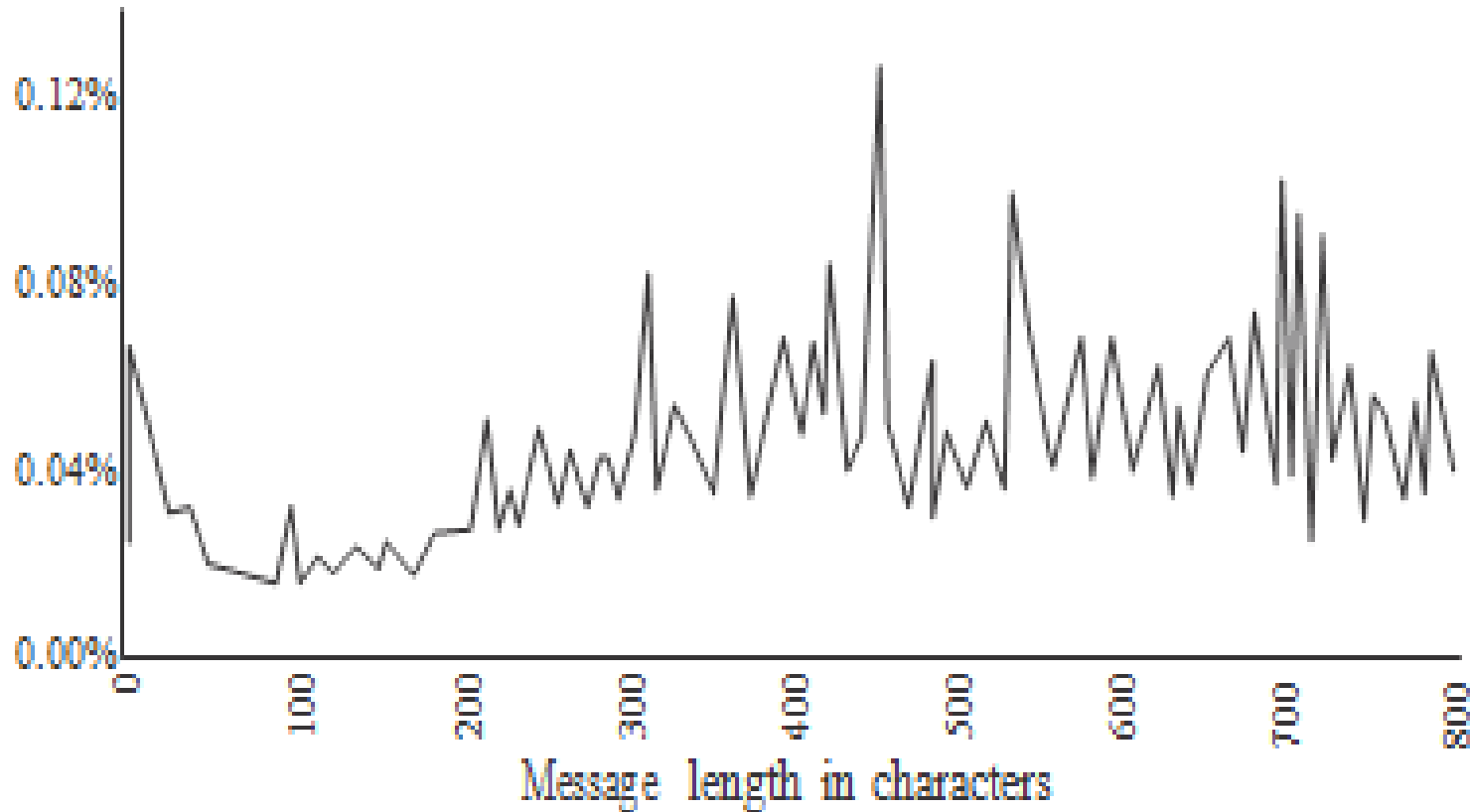




**Figure 5.11** Posts Including *Share* Get More Shares, Comments, and Likes

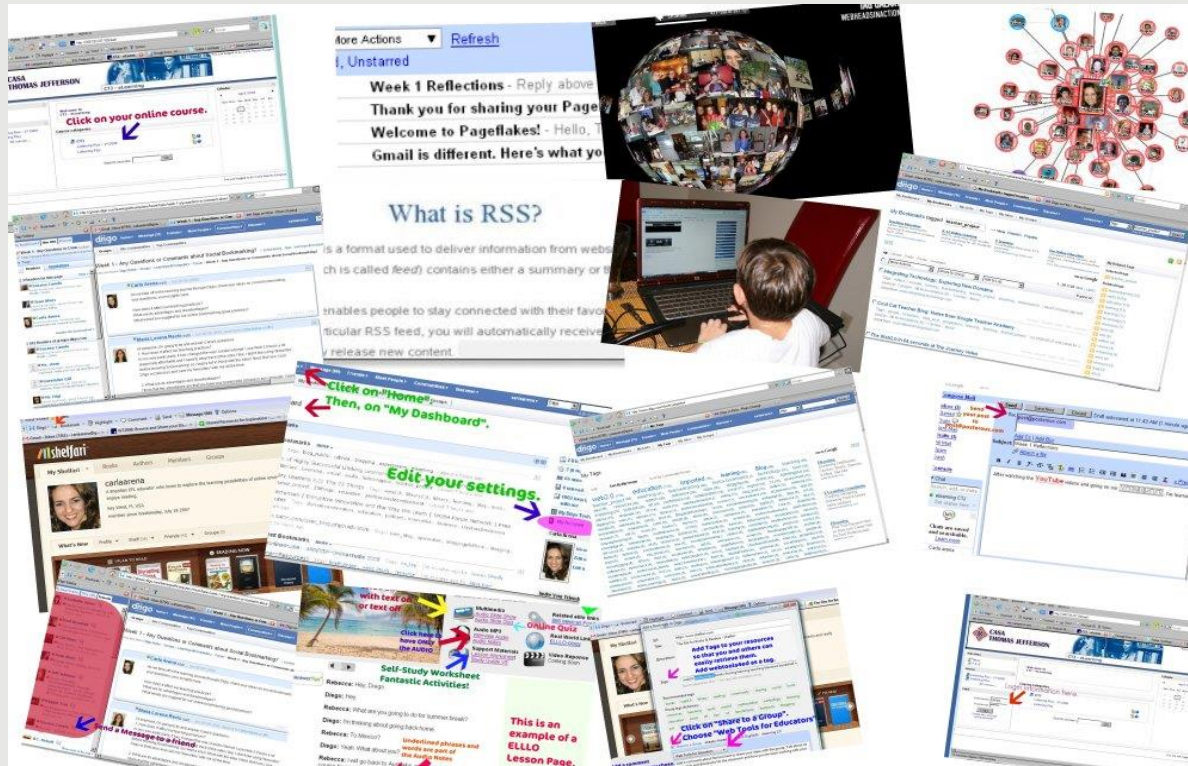


# تحديد نوع المحتوى الأكثر تفاعلا



**Figure 5.9 Share Percentage Based on Post Length**

فرز وحفظ وصيانة المحتوى هو تنظيم وتصفية ومشاركة المحتوى الأفضل مع جمهوركم على شبكة الإنترنت وجعله ذات معنى.



إن قوة المحتوى وحدها لا تكفي في العملية التسويقية ولكن الشكل الذي يقدم به وطريقة توزيعه تلعب دوراً مهماً خلال المراحل الثلاث:

- خلق المحتوى
- صناعة المحتوى
- النشر والتوزيع



Content

# أهم أشكال المحتوى وأكثرها تفاعلاً

1. التدوين
2. الانفوجرافيك (المعلومات المصورة)
3. الفيديو والفيديو المباشر
4. الصور – الصور المتحركة صور 360
5. الكتب الإلكترونية
6. شهادات الزبائن
7. سلايد شير
8. الأخبار الصحفية
9. المحاضرات والنقاش عبر الويب
10. المنشورات البريدية

**You** 

Search | Brov

## Awesome spontaneous dance at SFMOMA

**SFMOMA** 61 videos



**sfmoma** | March 22, 2010 | 10 likes, 0 dislikes

"SFSLIM" danced in the SFMOMA atrium on March 22, 2010, as part of a Facebook competition we held. His beautiful performance won him tickets the the Alonzo King LINES Ballet in April. Pure awesomeness.

**Category:**  
Nonprofits & Activism

**Tags:**  
sfmoma dance facebook spontaneous museum lobby anywhere

0:05 / 0:14

Like







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

# Social Media Explained

[www.theAdaptiveMarketer.com](http://www.theAdaptiveMarketer.com)



I'm at the donut shop – again!



Instagram

Here is a vintage picture of a donut



My donut recipe



I like donuts



Hey! I am eating a donut



Listening to 'Donuts'



This is how you eat a donut



Hotmail

Click for the secret to stop overeating donuts



I'm a Google employee and I like Donuts



Funny donut eating videos



I want to work at a donut shop



snapchat

Saw the donut? It's gone



The sounds of eating a Donut



Call me from the donut shop



WIKIPEDIA

Who invented the donut?



My donut photo collection



Is it Donut or Doughnut?



Join us for Donut Tuesdays!

# استخدام القصص الرقمية في زيادة التوعية

- استخدام الفيديو في رواية قصص شخصية مؤثرة (الجمهور الذي يتابعكم يعلم أنكم لستم منتجاً من منتجي هوليوود، لذا فأنتم لا تحتاجون الى فيديو بجودة فنية كبيرة أو احترافية كما تظنون، عليكم أن تتواصلوا مع المتابعين بصناعة فيلمياً بسيطاً وجذاباً؛ لتخبروهم فيه عن موضوع أو قصة قصيرة ومكثفة تركزون فيها على هدفكم، ويمكنكم التركيز على قضية بسيطة لشخص واحد أو شخصين، وعليناكم أن تفسحوا المجال لمشاركة المشاهدين للحصول على دعمهم)
- انشروا وشاركوا القصص أو المحتوى على مدونتكم
- حولوا تفاعلات وأنشطة المتبرعين إلى محتويات واضحة وأرقام دقيقة (تحويل التبرعات لمحتويات واضحة وأرقام دقيقة ذات تأثير إنساني ملموس وحقيقي مع ضرورة نشرها شيء مهم جداً ويجعل المتبرعين أكثر ثقة في جهودك)
- استخدموا الإيميل في التسويق ولجعل المتبرعين أكثر استعداداً للعطاء



القصص تصور للقارئ بدل القراءة فقط فهي تساعد في بناء الثقة بينك وبين الجمهور.  
القصص لا تنسى وتؤثر بالقراء بطريقة شخصية.  
تساعد القصص على إيصال الرسالة وتجنب مشاركة معلومات غير ضرورية.  
القصص تساعد على تجميع أجزاء مستقلة من المعلومات معا في رسالة متماسكة

فكروا في استخدام القصص في التقارير السنوية، وفي موقعكم على الويب،  
وفي الرسائل الإخبارية، وحملات جمع التبرعات،  
والبريد المباشر. اجعلوا القصص قصيرة وذات صلة بجمهوركم، واجعلوها  
عن شخص واحد أو مجموعة من الأشخاص.  
و لا تنسوا أن تقدموا الرسالة الأساسية التي تربط بين مهمتكم والأهداف



## تذكروا! رواية القصص

- القصص او التقارير التي تعتمد على بيانات جافة دون حياة للمحتوى تفقدكم جمهوركم
- بدلا من ذلك ... اكتبوا أو اروا قصة عظيمة! أفضل القصص لها بداية، منتصف ونهاية.
- لكل قصة إنشاء أبطال وأشرار، واحيانا "خلق صراع
- لا تنسوا استخدام العاطفة.

- قصتها (البلدية) - هي قصة تدور حول مهمة البلدية، أو أهدافها، أو إستراتيجيتها، أو إنجازاتها.
- قصتنا (المجتمع) - هي قصة المجموعة المستهدفة التي تعمل البدلية معها ولأجلها - المرأة، أو الشباب، أو الأطفال، أو المجتمع المدني، أو الصحفيين، أو الذين يعانون من مشاكل صحية.
- القصة المتداولة حالياً (غير العالم) - هي قصة قضيتكم. وهي تساعد على ربط الجهود التي تبذلها البلدية مع جهود مماثلة في جميع أنحاء العالم.

- اختاروا قصة الفيديو ونوعه
- اجعلوا القصص قصيرة وبسيطة
- كونوا صادقين
- أضيفوا صوت - موسيقى أو سرد
- تأكدوا من المسائل القانونية
- احترموا الخصوصية والأمن
- اذكروا اسم المقتبس عنه.



# استخدام القصص الرقمية في زيادة التوعية

- استخدام الفيديو في رواية قصص شخصية مؤثرة (الجمهور الذي يتابعكم يعلم أنكم لستم منتجاً من منتجي هوليوود، لذا فأنتم لا تحتاجون الى فيديو بجودة فنية كبيرة أو احترافية كما تظنون، عليكم أن تتواصلوا مع المتابعين بصناعة فيلمياً بسيطاً وجذاباً؛ لتخبروهم فيه عن موضوع أو قصة قصيرة ومكثفة تركزون فيها على هدفكم، ويمكنكم التركيز على قضية بسيطة لشخص واحد أو شخصين، وعليناكم أن تفسحوا المجال لمشاركة المشاهدين للحصول على دعمهم)
- انشروا وشاركوا القصص أو المحتوى على مدونتكم
- حولوا تفاعلات وأنشطة المتبرعين إلى محتويات واضحة وأرقام دقيقة (تحويل التبرعات لمحتويات واضحة وأرقام دقيقة ذات تأثير إنساني ملموس وحقيقي مع ضرورة نشرها شيء مهم جداً ويجعل المتبرعين أكثر ثقة في جهودك)
- استخدموا الإيميل في التسويق ولجعل المتبرعين أكثر استعداداً للعطاء



القصص تصور للقارئ بدل القراءة فقط فهي تساعد في بناء الثقة بينك وبين الجمهور.  
القصص لا تنسى وتؤثر بالقراء بطريقة شخصية.  
تساعد القصص على إيصال الرسالة وتجنب مشاركة معلومات غير ضرورية.  
القصص تساعد على تجميع أجزاء مستقلة من المعلومات معا في رسالة متماسكة

فكروا في استخدام القصص في التقارير السنوية، وفي موقعكم على الويب،  
وفي الرسائل الإخبارية، وحملات جمع التبرعات،  
والبريد المباشر. اجعلوا القصص قصيرة وذات صلة بجمهوركم، واجعلوها  
عن شخص واحد أو مجموعة من الأشخاص.  
و لا تنسوا أن تقدموا الرسالة الأساسية التي تربط بين مهمتكم والأهداف



## تذكروا! رواية القصص

- القصص او التقارير التي تعتمد على بيانات جافة دون حياة للمحتوى تفقدكم جمهوركم
- بدلا من ذلك ... اكتبوا أو اروا قصة عظيمة! أفضل القصص لها بداية، منتصف ونهاية.
- لكل قصة إنشاء أبطال وأشرار، واحيانا "خلق صراع
- لا تنسوا استخدام العاطفة.

- قصتها (البلدية) - هي قصة تدور حول مهمة البلدية، أو أهدافها، أو إستراتيجيتها، أو إنجازاتها.
- قصتنا (المجتمع) - هي قصة المجموعة المستهدفة التي تعمل البدلية معها ولأجلها - المرأة، أو الشباب، أو الأطفال، أو المجتمع المدني، أو الصحفيين، أو الذين يعانون من مشاكل صحية.
- القصة المتداولة حالياً (غير العالم) - هي قصة قضيتكم. وهي تساعد على ربط الجهود التي تبذلها البلدية مع جهود مماثلة في جميع أنحاء العالم.

- اختاروا قصة الفيديو ونوعه
- اجعلوا القصص قصيرة وبسيطة
- كونوا صادقين
- أضيفوا صوت - موسيقى أو سرد
- تأكدوا من المسائل القانونية
- احترموا الخصوصية والأمن
- اذكروا اسم المقتبس عنه.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

# الهشتاغ وإساءة استخدامها





# الهاشتاغ وإساءة استعمالها

قبل الغوص في عالم الهاشتاغ، علينا أن نتأكد من فهم الغرض الحقيقي المراد منها



February 6 at 3:34pm · Instagram · 👤

#happy#birthday#my#all#❤️❤️

#thank#u#racha#for#the#lovely#surprise#at#work#and#for#messie#shoes



(CDG)

January 28 at 9:44am · Instagram · 👤

#u#r#the#best#love#u#lebanon#my#country#my#all#best#feeling#ever#❤️❤️❤️





• مع فلتر استقطابي



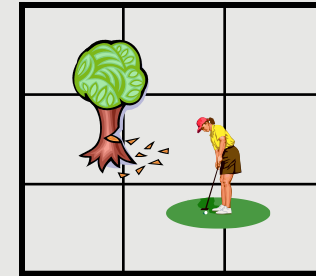
• بدون فلتر استقطابي



## استخدام قاعدة الثلثيات

### تُوفر قاعدة الثلثيات طريقة سهلة لوضع إطار للصورة بنجاح

- نَظِّم المشهد بواسطة تقسيم الصورة إلى أثلاث. فكر في ثلث عالي، وثلث متوسط العلو، وثلث في الأسفل؛ وثلث إلى اليسار، وثلث في الوسط، وثلث إلى اليمين.
- ضع الغرض الذي تريد تصويره في المكان الذي يلتقي فيه اثنان من هذه الخطوط الوهمية أو على أي خط فاصل.





- If your photographs are not good enough, you're not close enough.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE





The rule of Thirds

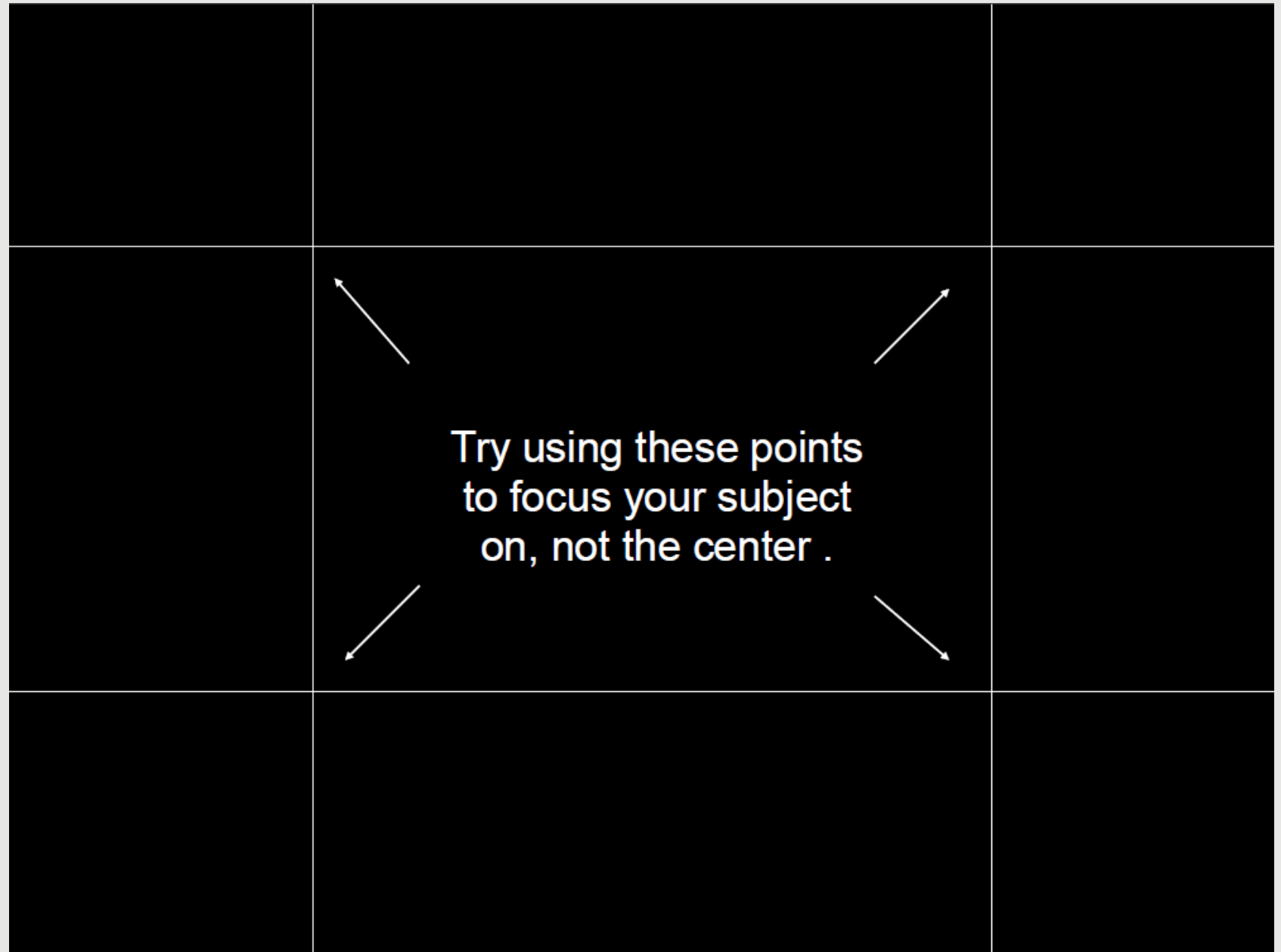




**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE









**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

← Use the lines as guides. →



And remember



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Sometimes you can break the rules.





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE





Something to add more effect.



Tilt the camera...





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Go vertical.



- Architecture and people can look good in vertical images.
- You can also use this technique when there are visible lines leading away from you, or tall objects in the image.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE







- When photographing people focus on their eyes, faces and their expressions. These are the areas where most of the attention is drawn to.

# 10 نصائح لالتقاط صور جيدة بالكاميرا الرقمية



1. التقط الصورة على مستوى العين
2. استخدم خلفية عادية
3. استخدم فلاش عند التصوير في الخارج
4. تحرك ببطء
5. تحرك من الوسط
6. ثبت نقطة التلاقي
7. تعرف على نطاق الفلاش
8. انتبه إلى الضوء
9. التقط بعض الصور العمودية
10. اعمل كمخرج للصور



# إنشاء سياسات واضحة لطريقة استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية

- سياسة وسائل الإعلام الاجتماعية هي وثيقة تتضمن كيف ينبغي على البلدية والأعضاء تحديد سلوكهم على الإنترنت، ومن الذين سيكون لهم دور في الموافقة على محتوى وسائل التواصل الاجتماعية، وإنشائها، وصيانتها، وإدارتها. يمكن للمسؤول الإعلامي في البلدية أو أي شخص بموقع المسؤولية ان يقوم بتحضير هذه الوثيقة بموافقة الأعضاء

# إنشاء سياسات واضحة لطريقة استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية

1. المحتوى الجيد والنبرة والصوت والأسلوب أمور تجعل الصفحة متميزة عن غيرها مما قد يجذب الجمهور إليها أو قد ينبذها.
2. إيضاح ميزات شبكات الإعلام الاجتماعية التي قررت البلدية استخدامها ولماذا.
3. الدروس المستفادة والقرارات المتخذة في استخدام هذه الوسائل. ذكر الإيجابيات مثل نشر الفعاليات أو الاستقطاب المالي أو غيرها.
4. أدوات قياس معينة تضعها البلدية لقياس الفائدة والاستخدام.
5. أمثلة محددة يمكن أن تساعد أعضاء البلدية، أو الشخص المسؤول عن إدارة المواقع على فهم كيفية تنفيذ شبكات الإعلام الاجتماعية بطرق ثابتة لتحقيق أهداف البلدية.
6. بيروقراطية؟ هل يوجد نظام إداري للنشر؟ ما هي الآلية المتبعة للنشر؟ من يقوم بتحضير المحتوى؟ هل يتطلب الأمر موافقة؟
7. الحفاظ على سمعة البلدية من خلال نشر محتوى يساهم بتعزيز وتحسين صورة البلدية لدى الجمهور.
8. وضع استراتيجية لاستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية قابلة للتعديل وفق المتغيرات والمستجدات.

# وضع إستراتيجية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي

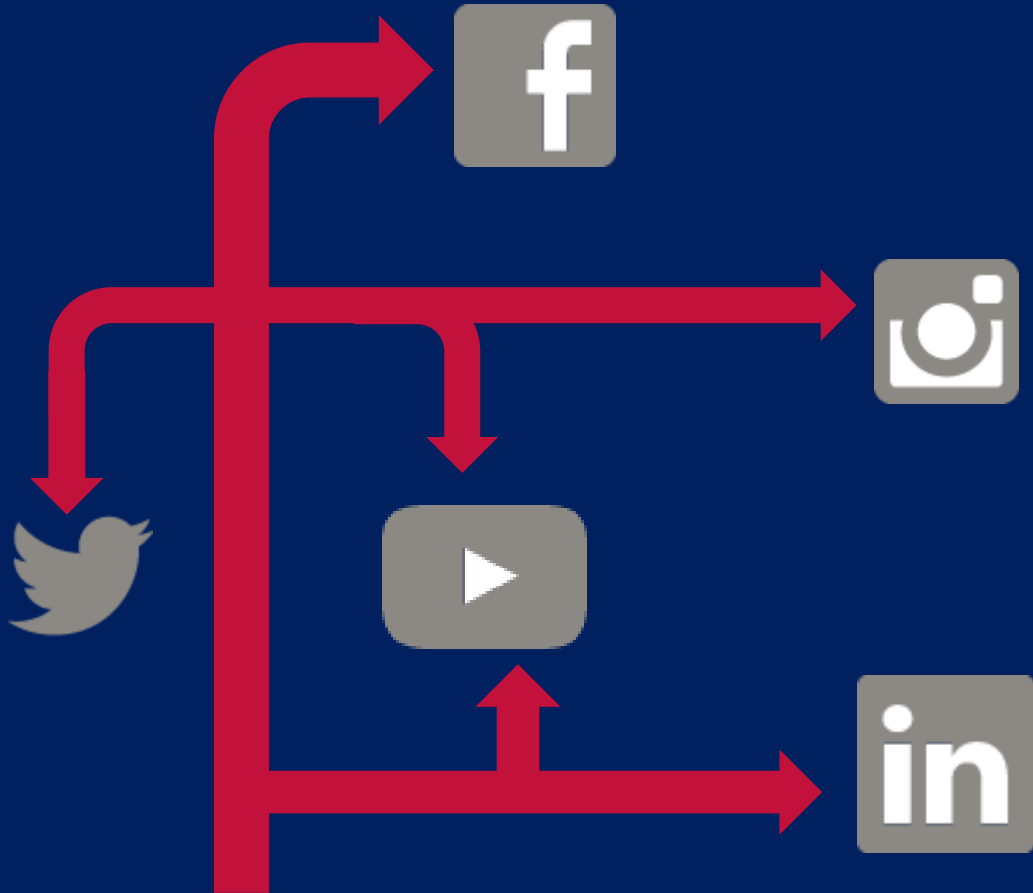
- إن وضع إستراتيجية قابلة للتحقيق على أرض الواقع بسهولة يمكن أن يساعد على تفادي العثرات والتحديات وعلى توجيه الجهود الرامية للتواصل مع الجمهور على نحو أكثر فعالية. وتحدد استراتيجيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أهدافاً، وتضع الإطار اللازم لتحقيق تلك الأهداف. والعمل وفق الاستراتيجية واضحة، يكفل إلى أي منظمة أن تكون تقدمية التفكير وسباقه في أفعالها. ووسائل التواصل الاجتماعي تتغير بسرعة، فتظهر الابتكارات الجديدة على المنصات القائمة، في ذات الوقت الذي تظهر فيه خدمات جديدة كلياً للتواصل الاجتماعي. ولذا، فمن الممكن أن تصاغ الاستراتيجية لفترة ستة أشهر أو عام أو أكثر، إلا أنه من الضروري مراجعتها وإعادة تخطيطها وتنقيحها دورياً، بصرف النظر عن هيكلها الزمني، بهدف تحديثها والتأكد من مواكبتها للأحداث وينبغي أيضاً أن تكون الاستراتيجية مرنة بما يكفي لتتكيف مع المتغيرات التكنولوجية المتلاحقة.



# على الخطة الاستراتيجية أن تجيب على الأسئلة التالية:

- لماذا نريد أن نتفاعل من خلال وسائل التواصل الاجتماعي؟ ما هي أغراضنا وأهدافنا؟
- ما الذي نعتقد أنه يمكن تحسينه أو تناوله من خلال وسائل التواصل الاجتماعي؟ ما هي القيمة المضافة التي نسعى للحصول عليها من خلال التفاعل عبر تلك الوسائل؟
- ما هي مواردنا المؤسسية؟
- ما هي طبيعة المناقشات التي نريد تشجيعها أو الاشترك فيها؟ ولماذا نحن مهتمون بها، وما هي الصلة بينها وبين أهدافنا؟
- ما هي المجموعات المستهدفة بالاتصال؟ وما هي المنصات التي نستخدمونها؟
- لماذا سيتفاعل الجمهور المستهدف مع منصتنا أو منصاتها؟ وماذا لدينا لنقدمه؟
- من غيرنا يحاول التفاعل مع المجموعات المستهدفة؟ وهل يمكن التشبيك مع هذه الأطراف الفاعلة لزيادة قدرتنا على الوصول للجمهور المستهدف؟
- كيف يمكن أن نستقطب المتابعين الى منصتنا للتواصل الاجتماعي، وكيف نستبقي على اهتمامهم بنا؟
- ما نوع المحتوى الذي ينبغي علينا نشره، وكيف لنا أن ننتجه؟
- هل هناك أحداث أو تواريخ بعينها نرغب في إطلاق حملة خاصة حولها؟
- ما هي السيناريوهات التي يتعين أن نستعد لها؟ وما هي المخاطر المحتملة؟

تابعونا لنبقى على تواصل  
@CSPLebanon



شكراً جزيلاً

[info@csplebanon.org](mailto:info@csplebanon.org)