



## مقدمة

يزداد ويتسع بشكل كبير وباستمرار استخدام الناس للإنترنت حتى أصبح جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية، ولكون الإنترنت ذات طبيعة فيروسية من حيث انتقال المعلومات وسرعة انتشارها، سُنّت القوانين والأنظمة واللوائح لحماية منشاتها والحفاظ على عملاتها ..

**إشارة مهمة: السمعة الإلكترونية وانعكاسها على الحياة الواقعية:**

التعاملات الإلكترونية تبني سمعة ذهنية تنعكس آثارها على الحياة الواقعية، ولا بد أن نؤمن إيمان تاماً بأن السمعة أصل من الأصول الثابتة لدى المؤسسات في منظورها الاستراتيجي فهي رصيد معنوي مهم مثلها مثل الرصيد البنكي حتى أصبحت الكثير من الدول والمؤسسات والشركات بل حتى الأفراد يعتمدون ويقررون من خلال واقع المنظمة إلكترونياً في موضوعات كثيرة ك (إصدار الأحكام، الدعم، التوظيف، المنح وغيرها) ...

## السياسة الاتصالية العامة

الإطار المرجعي لسياسات الاتصال: تتطلق السياسات للجمعية من السياسة الإعلامية للمملكة العربية السعودية الصادرة بقرار من مجلس الوزراء رقم 169  
سياسة إرادة للتوحد الاتصالية

- 1 . ان يكون المحتوى باللغة العربية
- 2 . ان يكون المحتوى خالٍ من الأخطاء الإملائية والنحوية
- 3 . ان يكون المحتوى خالٍ من المحاذير الشرعية
- 4 . الا يكون المحتوى مخالفاً للرأي العام
- 5 . تقديم المحتوى بصورة حقيقية دون مبالغة أو تكلف
- 6 . وضع الجمعية بصورة ومكانة ذهنية مميزة لدى المجتمع
- 7 . الحرص على استخدام عبارات من وحي الرؤية والرسالة والاهداف الاستراتيجية
- 8 . البعد عن الكلمات واللقطات التي تقلل من قيمة المستفيد
- 9 . تجنب تناول القضايا الخلافية في المجتمع خاصة المذهبية والسياسية
- 10 . تقديم المعلومات المناسبة والنشر في وقتها .
- 11 . استخدام كافة الأنشطة الاتصالية المتاحة بحسب الحاجة إليها

12 . تخطيط كافة الأنشطة الاتصالية التي تحتاجها الجمعية بناء على تقارير تقييم وتحسين الخطط السابقة وبناء على الأهداف الاتصالية والمعطيات التي ترد للجمعية

- 13 . إبراز الميزة التنافسية مع إبراز هوية الجمعية
- 14 . التنسيق بين المحتوى المكتوب والصور المضاف إليه
- 15 . إبراز أهمية ومكانة المحتوى وقيمه مع الجهات المتعاونة
- 16 . تحديد معايير ومؤشرات قياس نتائج الاتصال
- 17 . تطوير آليات التفاعل الفوري مع الجمهور
- 18 . تعمل جميع الأنشطة الاتصالية في ترابط وتكامل لتحقيق أهداف الاتصال في الجمعية.

- 19 . عدم إظهار ونشر صور المستفيدين في حالة انكسار أو ضعف وعدم استخدام صورهم في مشاريع الجمعية التسويقية (تستخدم صور تجارية "مودل" حسب الحاجة)
- 20 . تصوير المستفيدين بحسب الحاجة وبما يخدم أهداف الجمعية لغير المشاريع التسويقية شريطة توقيع على إقرار وتعهده الموافقة على الظهور الإعلامي (مرفق رقم 1)

### سياسة قنوات الاتصال

1. ان تستخدم وفق مواصفاتها الفنية ومزاياها الاتصالية
2. تنظيم آلية العمل من خلال التخطيط والتنفيذ الفعال لترسيخ مسمى (إرادة للتوحد) وتعزيز رؤيتها ورسالتها وقيمها في مختلف الوسائل الإعلامية التقليدية والجديدة وتضمن المسمى في كافة المنشورات والاحبار والمقالات واللقاءات.
3. ان يكون النشر من الساعة (6:00) صباحاً – (11:00) مساءً ويستثنى من ذلك بعض الأمور المهمة وكذلك شهر رمضان المبارك.
4. يكون النشر في مواقع التواصل الاجتماعي بحسب ما خطط له في الخطة التشغيلية لجمعية إرادة للتوحد الاعلامي وقسم الموارد المالية .
5. الرد على الاسئلة والاستفسارات خلال مدة لا تتجاوز الـ (24) ساعة.
6. المشاركة في الحملات الدعائية والتسويقية للجمعية بالتنسيق مع قسم الموارد المالية.
7. إبراز مناشط الجمعية بشكل دوري عبر إحصائيات ونشرات وتقارير دورية وفيديوهات .

8. إظهار منجزات الأبناء والبنات ونشرها في كافة التواصل .
9. نقل المحافل بالبحث المباشر عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي .
10. يمكن تبادل النشر مع الجهات والأشخاص الفاعلين وذو المصلحة المشتركة شريطة موافقتها لأهداف الجمعية وسياستها الاتصالية.
11. التواصل البعدي مع طالبي الخدمات ومقدمي الشكاوى للتأكد من تقديم المعلومة او الخدمة لهم من قبل الجهة ذات الاختصاص في الجمعية.
12. الرد على الانتقادات والشكاوى والمقترحات بشكل مدروس وايضاح التساؤل وتوجيه الشكاوى للجهة المطلوبة لمعالجة الخلل مع الشكر لمقدم النقد والمقترح والاعتذار لمقدم الشكاوى بشكل يليق.
13. عدم الرد على الانتهاكات والادعاءات ذات الطابع الاستفزازي او الاستهزائي.
14. الحرص على نشر في المنصات مع تضمين صورة لها دلالة بالخبر او الحدث لإعطاء جاذبية أكبر للاطلاع.

### تحديث المعلومات الإلكترونية

الغرض: ضمان دقة وملاءمة المعلومات الإلكترونية للزمن .  
يجب التأكد من تحديث محتوى المعلومات والمواد المختلفة المنشورة إلكترونياً بشكل يضمن حداثتها حين نشرها وهذا يشمل الأخبار والتقارير والصور ويشمل أيضاً المعلومات التعريفية مثل الاسماء وارقام الهواتف والبريد الإلكتروني ووصف المواد وغيرها من المعلومات.

### التغييرات وإخلاء المسؤولية

الغرض: التعامل مع المتطلبات تغيير المحتوى  
تحتفظ الجمعية بالحق في تغيير المعلومات الواردة فيما سيتم نشره في أي وقت وبدون سابق إنذار.  
الحرص على بذل قصارى الجهد من جمعية إرادة للتوحد الاعلامي للتأكد من دقة المعلومات الواردة في الاخبار والتقارير والموقع الإلكتروني ومنصات التواصل وذلك لضمان دقتها وعدم تعرضها لما ينافي سلامة النشر او البنود المشار إليها في الدليل بما في ذلك أي نص او رسوم بيانية او اعلانات او مواد مرئية او مسموعة.

## منهجية تعزيز الصورة الذهنية:

- 1 . المشاركة في المعارض التعريفية.
  - 2 . التواجد الدائم في المنصات.
  - 3 . اعتماد هوية بصرية توائم العمل.
  - 4 . نشر المنجزات بشكل دوري عبر اكثر من وسيلة.
  - 5 . نشر انطباعات وجهاء المجتمع والمسؤولين عن الجمعية.
  - 6 . التواجد المستمر عبر الإعلانات والشاشات الدعائية.
  - 7 . النشر بشكل مستمر لرؤية ورسالة الجمعية واهدافها الاستراتيجية عبر المنصات.
  - 8 . انتاج مواد اعلامية ودعائية تعزز الصورة الذهنية.
  - 9 . ترويج مواد إعلامية تعزز الصورة الذهنية على مختلف قنوات التواصل
  - 10 . المشاركة في الايام العالمية ذات العلاقة
  - 11 . التواجد في المناسبات الوطنية والاجتماعية
  - 12 . الشفافية في نشر القوائم المالية واللوائح والانظمة الخاصة بالجمعية.
- مؤشرات رصد تعزيز الصورة الذهنية:
- 13 . ارتفاع عدد متابعي وسائل التواصل الاجتماعية للجمعية.
  - 14 . زيادة عدد الداعمين والمشاركين في المنصات.
  - 15 . استمرارية دعم الداعمين.
  - 16 . زيادة عدد المشاهدات لكافة المنصات.
  - 17 . نسبة التفاعل مع المنشورات.
  - 18 . نسبة الوصول للمتجر والموقع الالكتروني عبر الإعلانات المدفوعة.

## لائحة العمل في جمعية إرادة للتوحد الإعلامي

### الاهداف:

- ابرازالجمعية كأحد الوجهات المميزة في مجال رعاية وتمكين اطفال التوحد واسرهم على مستوى الوطني .

- تعريف المجتمع وشرائحه الخارجية بمنجزات الجمعية وكسب ثقتهم بمخرجاتها.
- حضور الجمعية اعلامياً في الصحف المحلية والالكترونية بفترات تعكس حجم العمل والجهد المبذول في أنشطة وبرامج الجمعية.
- الحضور الاعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي على الانترنت.
- مد جسور الشراكات والتعاون الاعلامي مع الجهات الاعلامية المتخصصة.
- التغطيات الاعلامية لمناسبات الجمعية وكافة الاحداث والفعاليات والبرامج .
- البحث والتقصي عن الاخبار والمنجزات والقضايا التي تعنى بها الجمعية وإبرازها بما يعزز دور الجمعية إيجاباً في اوساط المجتمع .
- الاشراف العام على وسائل التواصل الاجتماعي على الانترنت والموقع الالكتروني .
- التقصي عن جميع ما ينشر عن الجمعية في وسائل الاعلام كافة سواءً بالإيجاب او النقد.
- انتاج كافة اعمال الجمعية الاعلامية المرئية والمسموعة والمطبوعة .
- تسويق المشاريع والحملات الموجهة وترويجها واعداد كافة المنتجات الخاصة بتسويقها

على أن يتم تقديم وصناعة المحتوى الإعلامي وإنتاجه وفقاً للعناصر التالية :

- 1- صياغة وإنتاج أعمال إعلامية دعائية وتسويقية بشكل احترافي وشامل .
- 2- معرفة جميع الأحداث والمبادرات والمشاريع والبرامج في الجمعية .
- 4- متابعة مواقع وحسابات الجمعيات الأخرى والجهات المميزة في مجال الإعلام والتسويق
- 5- إنجاز طلبات صناعة المحتوى بنسبة %100
- 6- تطوير المحتوى الإعلامي بشكل مستمر ومواكبته لكل المتغيرات والمستجدات .
- 7- التوسع في وسائل صناعة المحتوى والإعداد لكل محتوى جديد .
- 8- تطوير الهوية البصرية للجمعية بشكل لا يتعارض مع دليل الهوية البصرية .
- 9- إعداد حملات تسويقية بوسائل مختلفة وإنتاجات عديدة تعزز الصورة الذهنية .
- 10- صياغة وإنتاج أعمال كمشاركات مجتمعية في الأيام الوطنية والعالمية والمحلية .
- 11- المشاركة في إنتاج أعمال تخدم القطاع غير الربحي وتعزز صورته الذهنية .

كما تعتني الوحدة المختصة بالتوثيق والاستديوهات وفقا للتالي :

- 1- توثيق جميع طلبات التوثيق بنسبة %100
- 2- توثيق فعاليات الجمعية كافة وإن لم يكن لها طلب سابق وذلك اتبعا للخطة التشغيلية .
- 3- تزويد جهة النشر بالمركز بالمواد الموثقة .
- 4- توثيق جميع مرافق الجمعية وما يتبعها ، وتوثيق كل ما يتجدد منها .
- 5- توثيق الزيارات واللقاءات والشراكات مع الالتزام بما ورد في بروتوكولات الزيارات والتشريفات .
- 6- إنشاء ترويسة كل مطلع عام ميلادي لوضعها على المواد حسب هوية الجمعية .
- 7- أرشفة المواد كافة في الأرشيف الإلكتروني .
- 8- وضع ترقيم لكل عام ميلادي لكافة المعدات ووضعها على الأداة ومكان الأداة .
- 9- الاهتمام بأدوات التوثيق ووضعها بالمكان المخصص لها .
- 10- تكون الأدوات عهدة على الموظف ولا يسمح له بإخراجها من الجمعية أو إعطائها لأحد إلا بموافقة من قبل رئيس القسم ومدير الإدارة .
- 11- تفقد الاحتياجات من الأدوات ووضع لها ميزانية لتطويرها في الخطة التشغيلية .
- 12- متابعة كل جديد في مجال تقنية التصوير والإنتاج لمواكبته وتزويد القسم به .

معايير الأعمال الإبداعية :

التصاميم

متوازن :

- 1- تناسب عناصر التصميم وصورة المحتوى والنص .
- 2- يكون محتوى التصميم في منتصف الصورة بشكل متناسق مع الهوامش .

3- يتم وضع العناصر حسب ترتيب الأهمية ( على سبيل المثال العنوان الرئيسي في المقدمة والعنوان الفرعي يأتي ثانياً، والنص الأساسي يأتي ثالثاً )

4- التكوين العام يبدو متكاملًا، وينبغي أن تهيمن مراكز التنسيق دون التضحية بالوحدة

**بسيط :**

1- إزالة المعلومات أو التعليمات غير الضرورية .

2- أن يكون كل النص مقروءًا، وخالياً من الأخطاء الإملائية .

3- استخدام المؤثرات ، الظلال المسقطه ، وتأثيرات PHOTOSHOP الأخرى بمهارة ورقي

وإذا استخدمت يتم تقييد الرسوم المتحركة والاعتماد على الخفة والدقة .

4- في حال وجود نصوص كثيرة في التصميم ، يقسم على أكثر من تصميم واحد .

5- في تصميم التقارير يراعى البساطة في كافة صفحات التقرير .

**استخدام الصور :**

1- أن تكون الصور المستخدمة تواكب محتوى التصميم .

2- أن تكون الصور المستخدمة بدقة عالية .

3- أن تكون ألوان الصور مناسبة لهوية التصميم ولا تتعارض مع هوية الجمعية .

4- أن تكون الصور المستخدمة ملكية فكرية للجمعية، أو مشتراه من مواقع خاصة بالصور

عبر دفع رسومها .

**الأبعاد :**

1- أن يكون تناسق جميع العناصر داخل التصميم .

2- تناسق الشعار مع المحتوى وعدم وجود تداخل مع أهمية إبقاء هوامش جانبية ومراعاة

ما ورد في استخدام الهوية والشعار في دليل استخدامات الهوية البصرية للجمعية .

**تطبيق الهوية :**

1- الألوان المميزة لدليل الهوية البصرية واستخدامها وفق نسب الألوان المحددة في الدليل

2- بساطة التكوين .

- 3- استخدام الألوان مميزة لخلفية الشعار .
- 4- إضافة كافة مكونات الهوية من ( خط - شعار - باترن - خلفيات - ... الخ ) .
- 5- استخدام الانسجام للألوان المميزة للهوية .
- 6- استخدام الألوان ذات دلالة ترتبط بالنشاط .

### تموضع الشعار :

يوضع الشعار في الجهة اليمنى من التصميم ( أعلى أو أسفل ) وفي حال وجود جهة أكبر من الجمعية يوضع شعارها قبل وجوارها شعار الجمعية .

### الفيديو

- 1- التأكد من جاهزية الأدوات وشحنها قبل موعد التصوير.
- 2- تغطية الفعالية بشكل شامل وأخذ لقطات عامة وشخصية مع مراعاة فنيات التصوير والإضاءة .
- 3- تفريغ الفيديو من الكاميرا إلى الجهاز بعد التصوير مباشرة .
- 4- مدة الفيديوهات المنتجة للتغطيات والزيارات والأخبار يجب أن لا تتجاوز كحد أقصى 20:20 ثانية، ويستثنى منها الأفلام الوثائقية والتقارير التعريفية والتقارير الختامية واللقاءات التلفزيونية.
- 5- تصدير الفيديو بعد العمل بـ 24 ساعة .
- 6- أن يحتوي المقطع على شعار الجمعية وظهوره في نهاية المقطع أو شعار الجهة الطالبة للعمل .
- 7- كتابة نص الحدث على أن يكون مختصراً وخالياً من الأخطاء الإملائية .
- 8- توحيد الألوان ومعالجتها لتكون بشكل متناسق ومبهر للعين ، على أن تكون الألوان باردة
- 9- في التقارير المرئية أو الفيديوهات التعريفية تستخدم الانتقالات وسلايدات النصوص بشكل متناسق مع الهوية وموحد .

### الفوتوغراف

- 1- التأكد من جاهزية الأدوات وشحنها قبل موعد التصوير .

2- تغطية الفعالية بشكل شامل وأخذ لقطات عامة وشخصية مع مراعاة فنيات التصوير والإضاءة .

3- تفريغ الفيديو من الكاميرا إلى الجهاز بعد التصوير مباشرة .

4- تنقيح الصور واختيار المناسب منها على ألا يقل تغطية كل حدث عن 8 صور قابلة للنشر .

5- معالجة الصور وإضافة كليشة الجمعية وشعارها .

6- الحرص على استخدام المعدات والعدسات المناسبة لكل حدث ومساحات التصوير لإخراج الصور بشكل جميل وواضح .

7- أرشفة الصور بدقة عالية بنسختين ( نسخة بكليشة الجمعية - نسخة بدون كليشة ) على أن تكون الأرشفة وفق ما ورد في مادة ( الأرشفة ) في هذه اللائحة .

#### الأرشفة

يتم أرشفة كافة الأعمال والصور والفيديوهات والإنتاجات في أرشيف جمعية إرادة للتوحد الإعلامي المرتبط بأجهزة المركز عبر شبكة داخلية ، وفق تصنيف المحتوى وتاريخه ، لضمان حفظ الأعمال وسهولة الوصول لها عند الحاجة ، كما يتم رفع نسخة احتياطية من الأرشيف للأرشيف السحابي بشكل شهري كإجراء وقائي للبيانات ، ويتم رفع الأعمال وفق الآتي :

1- الأرشفة في الوقت المحدد

2- الأرشفة في المكان المحدد ( فوتوغراف - تصاميم - مستندات - فيديو - برامج - صوتيات )

3- الأرشفة بكلمات افتتاحية موحدة ، بالترتيب الآتي :

- الكلمة الأولى نوع الحدث مثل : زيارة - اجتماع - برنامج - لقاء

- الكلمة الثانية عنوان الحدث مثل : زيارة مدير الجامعة - اجتماع مجلس الإدارة .

- الكلمة الثالثة تكتب بين قوسين الجهة الطالبة للتوثيق مثل : اجتماع مجلس الإدارة ( أمانة المجلس ) .

#### آلية استقبال الطلبات الإعلامية الداخلية

- المدة المحددة لتسليم الطلبات :

مدة التصاميم : لا تزيد عن ثلاثة أيام

مدة الفيديو : لا تزيد عن 6 أيام

مدة الموشن جرافيك : لا تزيد عن 12 يوم

مدة التقارير: لا تزيد عن 7 أيام

مدة كتابة المحتوى : لا تزيد عن 7 أيام

مدة تسجيل أعمال صوتية ( تقديم - خلفيات صوتية - إنشاد ) : لا تزيد عن 7 أيام

ملاحظة : المدة تحسب من وصول الطلب للموظف المنفذ ، وعدد الأيام المعتبرة هي أيام العمل النظامية .

- محددات الأعمال :

يجب أن يحتوي الطلب على محددات التصاميم ( مربع - طولي - عرضي ) ، وكافة الاشتراطات والمتطلبات من كونه مطبوع أو إلكتروني ، مراعاة تلك المحددات في التنفيذ .

- البيانات والصور :

يجب ان يحتوي الطلب على جميع مواصفات التصميم أو سيناريو الفيديو خالية من الأخطاء الإملائية وترفق الصور الشخصية أو الشعارات المطلوب إضافتها للتصميم أو الفيديو .

- العنوان :

يجب أن يحتوي الطلب على عنوان رسمي للعمل .

- التعديلات :

في حال وجود خطأ في العمل من قبل المركز يتم تعديله بشكل فوري ، وفي حال كانت هنالك تعديلات من مقدم الطلب أو إضافة ، تعدل خلال يومي عمل ، وللمركز الإعلامي الحق في تعديل الصور والنصوص بما يتوافق مع سياسته الاتصالية ، وبما يخدم توجهات الجمعية ، وله الحق في رفض الطلبات التي تتعارض مع الأدلة واللوائح ، أو التي لا تتوافر فيها المعلومات الكافية لتنفيذ الطلب.

لائحة ومحددات النشر

تنبيه | يتم الالتزام بما ورد في السياسة الاتصالية العامة للجمعية

## أولاً : برنامج تويتر :

- 1- أن يستخدم وفق مواصفاته الفنية ومزاياها الاتصالية .
- 2- نشر كافة أخبار الجمعية ومنجزاتها ومشاريعها التسويقية والزيارات والشراكات .
- 3-الترتويت: للتغريدات المتعلقة بالجمعية من قبل الجهات الحكومية والخاصة والخيرية والمسؤولين والأشخاص أصحاب النسب العالية من المتابعين والذين يتجاوز عدد متابعيهم 10000 متابع .
- 4- التفضيل : للتغريدات المتعلقة بالجمعية من قبل الجهات الحكومية والخاصة والخيرية والأشخاص أصحاب النسب المنخفضة من المتابعين .
- 5- النشر لمن يشترط في دعمه إبراز دعمه في قنوات التواصل سواء جهات أو أشخاص ، شريطة ألا يقل دعمه عن ( 20000 ) ريال .
- 6- تضمين روابط المتجر الإلكتروني في النشر عبر بطاقات تويتر .
- 7- استخدام بطاقات تويتر للنشر للأعمال التي تتطلب تحويل لموقع أو منصة أخرى .
- 8- وضع منشئ للجهات الرسمية والزوار والشركاء في حال التغريد عنهم .
- 9- تضمين الصور مع التغريدة يكون 4 صور ، وإن لم يوجد يوضع صورة واحدة فقط ويتجنب وضع صورتين أو ثلاثة .
- 10- في حال وجود تغريدات مترابطة فيتم وضعها بشكل متسلسل حتى يفهم المراد منها .
- 11- الالتزام بالتنوع في التغريدات بين التسويق والترويج للمنجزات ونشر الأخبار .
- 12- متابعة مستمرة لإحصائيات التغريدات والأكثر مشاهدة والأكثر تفاعلاً وإرسالها لرئيس المركز .

## ثانياً : برنامج سناب شات :

- 1- أن يستخدم وفق مواصفاته الفنية ومزاياه الاتصالية .
- 2- تغطية فعاليات وأنشطة جميع برامج الجمعية .
- 3- تغطية الزيارات والشراكات بسنابات بعدد من 3 - 5 سنابات .

- 4- عدم الحديث أثناء تصوير المقاطع والاكتفاء بالكتابة ، إلا في حالة إجراء اللقاءات .
- 5- كتابة الأسئلة والعناوين على مقاطع الفيديو بشكل قصير
- 6- استخدام خلفيات صوتية تناسب الحدث
- 7- لا يتجاوز 5-3 سنابات للحدث الواحد .
- 8- يتم التركيز في الصور أو الفيديوهات على التفاصيل ذات الأهمية واختيار الزوايا المناسبة .
- 9- عدم اهتزاز كاميرا الجوال أثناء التصوير واستخدام مانع الاهتزاز .

- 10- في حال التعليق كتابيا على ( السنابة ) يتم اختيار مكان النص بعناية بحيث لا يفسد جمالية الصورة أو يطمس حدثا مهماً .
- 11- إضافة رابط تغريدة أو مقطع يوتيوب أو الموقع للحدث المنشور ( إن وجد ذلك ) .
- 12- لا يتم نشر أي منشورات لمنصات الجمعية الأخرى على السنابات ويكون فقط لتوثيق اللقطات والأحداث المباشرة والتصاميم الخاصة به ( ويستثنى من ذلك البيانات الصحفية والقرارات والمنشورات التسويقية ) .

### ثالثا : برنامج الانستقرام :

- 1- أن يستخدم وفق مواصفاته الفنية ومزاياه الاتصالية .
- 2- النشر في POST الانستقرام يكون صور بتنسيق موحد ومتسلسل .
- 3- المشاركة بالمقاطع والصور التسويقية .
- 4- المشاركة بالمقاطع والصور للأحداث والأخبار المهمة للجمعية .
- 5- المشاركة بالمقاطع والصور لأنشطة الجمعية من فعاليات ورحلات وغيرها .
- 6- المشاركة بالمقاطع والصور للمشاركات المجتمعية للجمعية .
- 7- نشر الأحداث والمناسبات والتغريدات اليومية في ( ستوري ) الانستقرام اليومي و تغطية جميع أنشطة .

### رابعا : برنامج البيتو :

- 1- أن يستخدم وفق مواصفاته الفنية ومزاياها الاتصالية .
- 2- نشر كافة أخبار الجمعية ومنجزاتها ومشاريعها التسويقية والزيارات والشراكات .
- 3- تضمين الصور مع التغريدة يكون 4 صور ، وإن لم يوجد يوضع صورة واحدة فقط ويتجنب وضع صورتين أو ثلاثة .
- 4- في حال وجود منشورات مترابطة فيتم وضعها بشكل متسلسل حتى يفهم المراد منها .
- 5- الالتزام بالتنوع في المحتوى بين التسويق والترويج للمنجزات ونشر الأخبار .
- 6- المتابعة المستمرة لإحصائيات المنشورات والأكثر مشاهدة والأكثر تفاعلا وإرسالها لرئيس المركز .

- 7- استخدام ستوري بيتو في نشر محتوى الصور والفيديوهات لأخبار ومنجزات الجمعية .

#### خامسا : برنامج اليوتيوب :

- 1- أن يستخدم وفق مواصفاته الفنية ومزاياها الاتصالية .
- 2- تنزيل المقاطع التعريفية بالجمعية .
- 3- تنزيل المقاطع التسويقية .
- 4- تنزيل المقاطع الصوتية للجمعية .
- 5- تنزيل مناشط الجمعية من فعاليات ورحلات وغيرها .
- 6- تنزيل المشاركات المجتمعية للجمعية .
- 7- تنزيل بعض التغطيات المميزة من برنامج سناب شات .
- 8- نشر الأحداث والمناسبات المهمة على شورت اليوتيوب .
- 9- استخدامه للبحث الرسمي لبرامج واحتفالات الجمعية .
- 10- المتابعة المستمرة لإحصائيات المنشورات والأكثر مشاهدة والأكثر تفاعلا وإرسالها لرئيس المركز .

- 11- ترتيب الفيديوهات عبر قوائم التشغيل بشكل واضح وسهل للوصول .

- 12- استخدام الصور والتصاميم الجاذبة لترتيب المحتوى في القناة .

#### سادساً برنامج التليقرام :

- 1- أن يستخدم وفق مواصفاته الفنية ومزاياه الاتصالية .
- 2- نشر أخبار الجمعية المهمة ومشاريعها التسويقية ومنجزاتها وإنتاجاتها الإعلامية .
- 3- نشر التقارير الدورية والنشرات .
- 4- عدم فتح برنامج التليقرام للتواصل في نفس القناة المخصصة للنشر .
- 5- يستخدم التليقرام كقناة لكافة محتويات الجمعية الإعلامية التي يمكن الرجوع لها والاستفادة منها ، وهذا يستوجب عدم نشر الأحداث والأخبار والإنتاجات اليومية التي لا تستوجب الرجوع لها باستمرار .

#### سابعاً : برنامج فيس بوك :

- 1- أن يستخدم وفق مواصفاته الفنية ومزاياها الاتصالية .
- 2- الالتزام بما جاء في سياسة برنامج ( انستقرام ) وربط البرنامجين ببعضهما في النشر .
- 3- متابعة ما يرد من رسائل واستفسارات والإجابة عليها .

#### ثامناً : برنامج تيك توك :

- 1- أن يستخدم وفق مواصفاته الفنية ومزاياها الاتصالية .
- 2- يتم تصوير الإنجازات والقصص ذات البعد الوجداني .
- 3- عدم نشر مقاطع التيك توك في أي تطبيق آخر .
- 4- التصوير بطريقة مباشرة على الهاشتاقات
- 5- يمنع نشر المقاطع التسويقية على المنصة إلا عبر الترويج المدفوع وفق سياسات المنصة .
- 6- مونتاج وتجهيز الفيديو المنشور على ذات المنصة واستخدام الخصائص الخاصة بها .

#### تاسعاً : برنامج ساوند كلاود :

- 1- أن يستخدم وفق مواصفاته الفنية ومزاياها الاتصالية .

2- تنزيل أعمال الجمعية الصوتية من قصائد وأناشيد وأعمال فنية وبودكاست مع إرفاق صورة تدل على العمل .

عاشرا : موسوعة ويكيديا :

- 1- أن تستخدم وفق مواصفاته الفنية ومزاياها الاتصالية .
- 2- تحديث بيانات الجمعية بشكل دوري ونشر كل منجز جديد في صفحة إرادة للتوحد.

الحادي عشر : برنامج لينكد ان :

- 1- أن تستخدم وفق مواصفاته الفنية ومزاياها الاتصالية .
- 2- نشر منجزات الجمعية ومنشوراتها الدعائية وتحديث معلوماتها بشكل دوري .
- 3- نشر إعلانات التوظيف في البرنامج ومتابعة ما يرد من طلبات .
- 4- نشر الفرص التطوعية بشكل دائم ومتابعة ما يرد من طلبات .

الثاني عشر : قوقل ماب :

- 1- أن تستخدم وفق مواصفاته الفنية ومزاياها الاتصالية .
- 2- تحديث بيانات التواصل وأي تعديلات تطراً على موقع الجمعية الجغرافي.
- 3- إرفاق صور جديدة للمباني بشكل سنوي أو عند تطوير المباني وتغييرها .

الثالث عشر : الموقع الإلكتروني :

- 1- أن يستخدم وفق مواصفاته الفنية ومزاياه الاتصالية .
- 2- نشر الحملات الدعائية والتسويقية للجمعية بالتنسيق مع قسم الموارد المالية بالإدارة .
- 3- إبراز أنشطة الجمعية بشكل دوري عبر إحصائيات وأخبار وتقارير وتحقيقات صحفية .
- 4- الإعلان عن أي منجز للجمعية أو مشروع جديد في السلايدات في الصفحة الرئيسية وتزمينه بمدة مؤقتة .
- 5- نشر التقارير السنوية وتقارير المناسبات والمنجزات والمشاريع في المركز الإعلامي بالموقع
- 6- نشر روابط الإنتاجات المرئية في مكتبة الفيديوهات بالموقع .
- 7- نشر تكريم الجمعية وحصولها على الجوائز والشهادات في صفحة الجوائز بالموقع .

- 8- نشر أخبار وزيارات الداعمين والجهات المانحة .
- 9- النشر للشركاء والداعمين عبر شركاء النجاح ، ووضع شعاراتهم .
- 10- نشر أبرز الأحداث ذات المحتوى العالي ك ( الحفلات ، المناسبات ، المصروفات الشهرية ، البرامج والمشاريع النوعية )
- 11- نشر النشرات الشهرية .
- 12- نشر متطلبات الحوكمة من لوائح وقوائم مالية ومنهجيات وسياسات بشكل دوري .

#### الرابع عشر : الصحافة الإلكترونية والورقية والحسابات المؤثرة :

- 1- أخبار الضاليات والمناسبات المهمة .
- 2- الإنتاجات الإعلامية لتعزيز الصورة الذهنية .
- 3- المشاريع والحملات التسويقية .
- 4- قصص النجاح اطفال التوحد .

#### لخامس عشر : برنامج واتساب :

- 1- أن يستخدم وفق مواصفاته الفنية ومزاياه الاتصالية .
- 2- نشر أخبار الجمعية ومنجزاتها عبر حالة الواتس اب والنشر في قوائم الرسائل الجماعية وفق توجه جمعية إرادة للتوحد الإعلامي ، وعبر قالب مخصص .
- 3- نشر التقارير الدورية للجمعية .
- 4- نشر المشاريع التسويقية حسب خطة النشر التسويقي في الخطة التشغيلية
- 5- تحديث كتالوج الواتس اب بشكل دوري لهواتف الواتساب أعمال .
- 6- حفظ أرقام كافة المتواصلين في الجوال وفي دليل التواصل أو البريد الإلكتروني المشترك
- 7- إدارة النشر لقروبات الواتساب للنشر الإلكتروني والنشر للمستفيدين وفق ما ورد في لائحة استخدام الهواتف في هذا الدليل .

## السادس عشر : المتجر الإلكتروني :

- 1- نشر أبرز المنجزات والأخبار في السلايدات أعلى المتجر مع تضمينها لرابط الحدث لمن يريد البحث عن المزيد من التفاصيل .
- 2- نشر الحملات التسويقية والمشاريع الجديدة عبر إعلان في السلايدات أعلى المتجر .

## لترويج المدفوع

- 1- الالتزام بعدد المنشورات المحددة في الخطة التشغيلية لجمعية إرادة للتوحد الإعلامي
- 2- ترويج المنشورات والفيديوهات التي فيها وضوح لهوية الجمعية وعلامتها التجارية .
- 3- التنوع في الترويج بين كافة المنصات بشكل متوازن لضمان انتشار أوسع
- 4- الحرص على التدرج في الترويج حسب المناطق الجغرافية ثم الاهتمامات ثم الفئات العمرية .
- 5- تحليل بعدي لكل منشور تم ترويجه وقياس مدى انتشاره وماذا حقق من وصول لمراعاتها في الترويج التالي وتحسين محددات الترويج حسب الأكثر وصولاً .
- 7- متوسط المشاهدات لكل ( 1\$ دولار ) 750 – 1000 ، متوسط الوصول لكل %100 هو (%0,8- %1.4)
- 8- متوسط ظهور المتجر عبر الكلمات المفتاحية لـ GOOGLE هو ( 10 – 5 TOB ) ، على الكلمات المفتاحية بمتوسط بحث من 4000 فما فوق ، على أن لا يتعدى سعر الكلمة ( 5.50 ريال )

## لظهور الإعلامي في القنوات واللقاءات

يجب أن يكون الهدف من الظهور الإعلامي هو بناء النموذج النافع، ونشر التجربة، والتركيز على المهنية في الأداء، والأثر الإيجابي لخدمات الجمعية ، وإبراز جهود القطاع غير الربحي في تحقيق التنمية التي تهدف لها رؤية المملكة 2030 ..

- 1- تحديد نوع اللقاء والقناة المشارك فيها .
- 2- تنسيق موعد اللقاء أو الظهور الإعلامي .
- 3- ترشيح ممثل الجمعية في اللقاء واعتماده من مدير عام الجمعية .
- 4- تجهيز محتوى المشاركة وإرساله لممثل الجمعية .

- 5- تنفيذ طلب تصميم بنوع المشاركة وموعدها والممثل ونشرها في منصات التواصل .
- 6- تسجيل المشاركة وأرشفتها.
- 7- عمل مونتاج للمشاركة .
- 8- نشر مونتاج المشاركة .
- 9- الحرص على التنوع في الظهور في القنوات بين قيادات إرادة للتوحد وموظفيها وموظفاتها .
- 10- لا يسمح بالظهور في القنوات والإدلاء بأي تصريح إعلامي سوى لمدير الاتصال المؤسسي ورئيس جمعية إرادة للتوحد الإعلامي، وما عداهما يشترط موافقة مدير عام الجمعية.

#### سياسة حفظ الملكية الفكرية واستخداماتها

- 1- تستخدم الخلفيات الصوتية والصور للحملات من إنتاج الجمعية حفظا لحقوق الملكية الفكرية
- 2- في حال استخدام أية صور لا تملكها الجمعية يستأذن من مالك الصورة ويذكر اسمه فيها .
- 3- تشترك الجمعية في مواقع توفر الصور والفيديوهات والقوالب برسوم .
- 4- كافة البرامج المستخدمة يجب أن تكون أصلية وباشتراكات رسمية .
- 5- تستخدم المواد المرخصة والمسموح باستخدامها في الإنتاج الإعلامية .
- 6- يوضع اسم الجمعية وشعارها على جميع المواد التي تمتلكها الجمعية قبل نشرها

#### لائحة استخدام الهاتف

أولا : المبادئ العامة لمن يحمل الهاتف :

يجب على أي موظف أو موظفة يحمل الهاتف التحلي بهذه المبادئ :

- 1- الأمانة .
- 2- الاحترام .
- 3- انتقاء أفضل الكلمات والعبارات بما في ذلك الدعاء والشكر .
- 4- الشفافية والوضوح .
- 5- الصبر والتحمل .



13- التزامن بين النشر والأوقات المحددة للتواصل ، وعدم نشر أية منشور أو حالة واتساب خارج الأوقات المحددة للتواصل .

14- تفعيل حالة برنامج ( الواتس أب ) بما يخدم عمل الإدارة والقسم وطبيعة عملائه وخصائصهم ومناسبتها للعميل .

15- حفظ بيانات العملاء وتسجيل أسمائهم .

16- تقوية العلاقة مع العملاء

17- الاستفادة قائمة الردود الموحدة في حال عدم القدرة على الرد الصحيح ، أو الرجوع لرئيس القسم أو مدير الإدارة .

18- في حالة وجود استفسار أو طلب خدمة تخص إدارة أخرى يتم تزويد العميل برقم الإدارة المعنية

19- التواصل مع العملاء بعد انتهاء تحويلهم لإدارة أخرى أو قسم آخر للتأكد من تقديم الخدمة لهم بشكل صحيح.

20- الرد على الانتقادات والشكاوى والمقترحات بشكل مدروس وإيضاح التساؤل وتوجيه الشكوى للجهة المطلوبة لمعالجة الخلل مع الشكر لمقدم النقد والمقترح والاعتذار لمقدم الشكوى بشكل يليق .

21- عدم الرد على الانتهاكات والادعاءات ذات الطابع الاستفزازي أو الاستهزائي

22- المحافظة على سرية معلومات العملاء والداعمين وعدم مشاركتها .

□ ثالثاً: نقاط خاصة بهواتف إدارة الاتصال المؤسسي:

- الالتزام بنشر الأحداث والأخبار والمشاريع المرسله في قروب (النشر الإلكتروني) بشكل مباشر

- النشر للمشاريع التسويقية حسب خطة النشر لقسم الموارد المالية ويستثنى من ذلك الحملات الموجهة - الأحداث والمناسبات المهمة ترسل كرسالة جماعية لجهات الاتصال في كل هاتف بعد التنسيق والتوجيه من رئيس القسم أو مدير الإدارة.

- حفظ أرقام كافة المتواصلين في الجوال وفي دليل التواصل أو البريد الإلكتروني المشترك

#### رابعاً: نقاط خاصة بهواتف إدارة الخدمات الاجتماعية :

- 1- الالتزام بنشر الأحداث والأخبار والمنجزات المرسله في قروب ( النشر الإلكتروني للمستفيدين ) بشكل مباشر ، ويمنع نشر أية إعلانات تخص التبرعات والمشاريع التسويقية في حالة الواتساب وإرسالها لأي جهة اتصال .
- 2- في حالة وجود سؤال ورد للهواتف حول المشاريع التسويقية أو التبرعات فيقوم المسؤول مباشرة بتوجيه السائل للهواتف قسم الموارد المالية بإدارة الاتصال المؤسسي .
- 3- في حالة وجود محتوى خاص بالإدارة وترغب في نشره عبر حالة الواتساب فلا بد أن يكون متوافقاً مع السياسة الاتصالية العامة للجمعية.

#### خامساً: ممارسات خاطئة:

- 1- استخدام الهاتف استخدام شخصي ك متابعة حالة برنامج ( الواتس أب ) للعملاء ويستثنى من ذلك الجوال الخاص بخدمة كبار الداعمين أو فتح نقطة اتصال للجوال الشخصي، الاتصال منه وربط الأصدقاء به وغيرها.
- 2- ترك الجوال في مكان يعرضه للكسر أو الخلل به.
- 3- إغلاق الجوال وعدم تشغيله وتركه بلا شحن.
- 4- ربط الهاتف بالجوال الشخصي عبر برنامج ( أي كلاود ) وتفعيل مزامنة الصور والأسماء .
- 5- عدم تسليم رئيس القسم الهاتف الخاص بالقسم في حال رفع إجازة.
- 6- إفشاء معلومات العملاء والداعمين لمن ليس لهم علاقة

تم اعتماد السياسة ونماذجها ولوائحها في اجتماع مجلس الإدارة رقم ( 22 ) في دورته الأولى

يوم الخميس بتاريخ : 28/10/1444 هـ الموافق 2023/05/18م □

