الخطة الاستراتيجية لتنمية الموارد المالية لضمان استدامة الجمعية

بجمعية التنمية الاجتماعية بالطراق

تم اعتمادها في محضر اجتماع مجلس إدارة رقم (١)

بتاريخ ٢٠ / ٠٣ / ٢٠٢٦م

تمهيد:

تمثّل الموارد المالية عصب الحياة للمؤسسات الخيرية التي تعتمد – بعد توفيق الله – على التبرعات ومصادر الدعم المختلفة من كافة شرائح المجتمع لتمويل برامجها وتنفيذ مشاريعها، وانطلاقًا من أهمية تنويع مصادر الدخل وعدم الاقتصار على الموارد الموسمية، فقد اعتمدت الجمعية الخطة الاستراتيجية لتنمية الموارد المالية وضمان الاستدامة المالية، بهدف تعزيز قدرتها على الاستمرار، وتمكينها من الوفاء بالتزاماتها، وتحقيق أثر تنموي وصحي مستدام يخدم المستفيدين على المدى القريب والبعيد.

نبذة عن قسم الموارد المالية:

قسم يُعنى بالتواصل مع مختلف شرائح المجتمع لدعم برامج الجمعية ماديًا ومعنويًا، وتفعيل مبدأ المسؤولية الاجتماعية، والعمل على تنمية الموارد المالية وتنويعها، وبناء مصادر دخل مستدامة تسهم في ضمان استمرارية برامج الجمعية وخدماتها.

أهداف قسم الموارد المالية:

١- تحقيق الكفاية المالية لتنفيذ برامج الجمعية ومبادراتها.

٢- تنمية الموارد المالية من خلال بناء شراكات فعالة مع الأفراد والجهات المانحة والقطاع الخاص.

٣- ضمان الاستدامة المالية للجمعية عبر تنويع مصادر الدخل وتطوير الأوقاف والاستثمارات والمشاريع ذات العائد المستمر.

٤- رفع كفاءة التخطيط المالي بما يسهم في استدامة الخدمات والبرامج الصحية المقدمة للمستفيدين.

٥- تقديم البرامج التفاعلية والمبادرات المجتمعية التي تعزز مشاركة شرائح المجتمع في دعم الجمعية.

الهيكلة الإدارية المقترحة لقسم تنمية الموارد المالية:

رئيس القسم

وحدة السكرتارية

وحدة التبرعات

وحدة التقارير والإحصاء

وحدة العقار والاستثمار

وحدة التسويق والإعلام والعلاقات العامة

مهام قسم تنمية الموارد المالية:

١- إعداد الخطط والتقارير والتقويم والمتابعة الأسبوعية والشهرية والسنوية للقسم.

٢- تقديم الأفكار والمشاريع الإبداعية لتعزيز تنمية الموارد المالية.

٣- كتابة وإعداد خطابات طلب التبرع والمنح.

٤- التواصل مع المتبرعين بالتقارير والإهداءات والاتصالات والرسائل الشهرية والسنوية، وعمل جدولة لذلك وتحديدها.

٥- متابعة وصول ودخول الاستمارات في البنك وبدء الاستقطاع ومتابعة المقتطعين.

٦- حصر الإيرادات التي تدخل إلى الجمعية.

٧- رفع أسماء المتبرعين لتكريمهم في الحفل الختامي وغيره.

٨- البحث عن عقار مناسب من خلال المكاتب العقارية والبلدية والأوقاف وما في مصلحة الزكاة.

٩- متابعة الأحوال والتواصل مع رجال الأعمال والمدراء والأفراد في المناسبات المختلفة وغيرها.

١٠- التواصل مع الصحف والمجلات ودعوتهم لحضور المناسبات وتزويدهم بالأخبار.

١١- البحث عن رعاة للبرامج المستقبلية.

١٢- متابعة الموارد المالية من إيجارات ومكاتب عقار ومشتركين وتجار ومتبرعين، وإعداد التقارير اللازمة.

١٣- مراجعة كشف الحسابات لآخر شهر من العام المنصرم وبداية هذا العام والاستمرار شهريًا في ذلك.

١٤- إعداد خطط ومبادرات خاصة بضمان الاستدامة المالية ومتابعة تنفيذها وقياس أثرها.

١٥- العمل على تنويع مصادر الدخل وعدم الاعتماد على مورد واحد.

١٦- تطوير المشاريع الاستثمارية والأوقاف بما يحقق عوائد مالية مستمرة للجمعية.

١٧- إعداد مؤشرات أداء لقياس مستوى الاستدامة المالية ومتابعتها بشكل دوري.

١٨- بناء احتياطي مالي تدريجي يساند الجمعية في مواجهة الالتزامات والتحديات الطارئة.

١٩- دراسة الفرص الاستثمارية والتمويلية المناسبة التي تتوافق مع أهداف الجمعية وأنظمتها.

٢٠- تعزيز كفاءة إدارة التبرعات والاشتراكات والاستقطاعات بما يحقق استمرارية التدفقات المالية.

مصادر التبرعات:

الأفراد المحسنون.

الشركات والمؤسسات التجارية.

المؤسسات المانحة والجهات الائتمانية الخيرية.

كيفية الوصول إلى المتبرعين:

١- بزيارتهم.

٢- بمخاطبتهم مناولة أو بالفاكس أو صندوق البريد.

٣- بمراسلتهم بالبريد الإلكتروني وغيرها من الوسائل.

٤- عبر التسويق والإعلام.

خطوات تأسيس قسم لتنمية الموارد المالية للجمعية:

الهدف: تحديد الأهداف قبل بداية العمل.

الخطة الاستراتيجية: العمل على رسم خطة استراتيجية خلال خمس سنوات.

الخطة التشغيلية: العمل على رسم الخطة التشغيلية لعام واحد.

فريق العمل: تكوين فريق عمل من الموظفين يساعدون على تنفيذ الأهداف، ويفضل أن يتخصص كل واحد بمهام، وهي:

١- موظف سكرتير لكتابة الخطابات والتقارير.

٢- موظف للأوقاف لمتابعة الأوقاف القائمة ودراسة وإنشاء أوقاف جديدة.

٣- موظف الجهات المانحة لمتابعة ورفع المشاريع للمؤسسات والشركات والتجار الداعمين.

٤- موظف لبرامج ومشاريع تنمية الموارد الأخرى كالاستقطاعات والاشتراكات وغيرها.

٥- موظف للتسويق يقوم بالتوثيق وعمل التقارير للمتبرعين، وإعداد وتصميم الدراسات والبرامج للمانحين، وعمل ومتابعة الحملات الإعلامية.

٦- رئيس قسم تنمية الموارد لمتابعة أعمال القسم.

فريق استشاري: يكون فريقًا استشاريًا من متطوعين لديهم خبرة بتنمية الموارد أو علاقات مع التجار والشركات والجهات المانحة، مع مشاركة عضو من مجلس الإدارة وعضو آخر من المجلس التنفيذي، ويكون هناك اجتماع دوري لا يقل عن مرة كل شهر للاستفادة من هذا الفريق في الاستشارات وتنظيم الزيارات.

قسم نسائي: إنشاء قسم نسائي لتنمية الموارد للزيارة والوصول عن طريقه إلى المتبرعات والتاجرات، وإقامة المعارض النسائية والمشاركة بالتسويق الإلكتروني.

برنامج تقني: إعداد برنامج تقني خاص بقسم الموارد يكون من أهدافه بناء قاعدة بيانات للمتبرعين والمستقطعين، وإرسال رسالة شكر للمتبرع من خلال البرنامج.

قاعدة البيانات: إعداد دليل بجمع بيانات وأرقام التواصل للمانحين من المؤسسات والشركات والأفراد، ويمكن الحصول على قاعدة البيانات عن طريق:

١- الغرفة التجارية والصناعية.

٢- البريد السعودي.

٣- الجمارك.

٤- مكتب العمل.

٥- أقسام العلاقات في الجهات الحكومية والخيرية والخاصة.

دفتر للزيارات: إعداد دفتر لزيارات التجار والمسؤولين لتدوين انطباعهم تجاه الجمعية.

خطوات تطوير قسم تنمية الموارد المالية:

العمل على التطوير وكسب الخبرات بعدة طرق، منها:

الزيارات:

القيام بزيارة الجهات الخيرية المتميزة في تنمية الموارد في المنطقة أو بالمملكة للاستفادة من خبراتهم وتجاربهم.

إقامة اللقاءات وورش العمل: تنظيم لقاء فصلي أو سنوي بين موظفي تنمية الموارد في المنطقة أو على مستوى المملكة للنقاش والحوار وتبادل الخبرات والتجارب، وإقامة الدورات والندوات والمحاضرات وورش العمل.

الدورات والتدريب:

حضور الدورات والندوات والمحاضرات وورش العمل الخاصة بتنمية الموارد المالية لأعضاء القسم، على أن تنمي لديهم:

١- فن استقطاب المتبرعين بكفاءة عالية.

٢- فن الاحتفاظ بالمتبرعين وكيفية زيادة أعدادهم في الأعمال الخيرية.

٣- الاستفادة القصوى من الجهات المانحة.

الاستفادة من المواد: الرجوع إلى المواد السمعية والمقروءة والمرئية الخاصة بتنمية الموارد المالية الموجودة عبر اليوتيوب والمواقع.

مجموعات التواصل الاجتماعي: الاستفادة من مجموعات الواتساب والتليجرام وحسابات تويتر المتخصصة بتنمية الموارد المالية.

وسائل تنمية الموارد المالية وضمان الاستدامة المالية:

١- التواصل مع التجار والمؤسسات والشركات المانحة، وهناك عدة طرق للتواصل:

الاتصال: القيام بالاتصال عبر الهاتف أو الجوال من قبل رئيس الجمعية أو موظف الموارد المالية.

الإرسال: إرسال خطاب طلب الدعم عبر الفاكس أو البريد الإلكتروني أو صندوق البريد.

الزيارة: زيارة رئيس ومدير الجمعية وموظف الموارد المالية للتاجر أو المؤسسات أو الشركات المانحة، وهي أفضل وسيلة تواصل لعرض تقرير مبسط عن الجمعية والبرنامج المطلوب دعمه.

الإعلام: الوصول إلى الشركات والتجار والمؤسسات المانحة عبر الحملات الإعلامية.

٢- الاستفادة من التسويق والإعلام لتنمية الموارد المالية:

إقامة حملات إعلامية – بعد أخذ الموافقة – تسويقية للبرامج والمشاريع باستخدام جميع الوسائل المسموعة والمرئية والمقروءة، وأهمها:

القنوات الفضائية: التسويق عبر القنوات الفضائية.

رسائل الجوال: التسويق عبر الرسائل النصية.

العنصر النسائي: التسويق عبر فريق نسائي بالزيارات أو النشر الإلكتروني.

الرواتب: التسويق في أيام الرواتب، ورواتب المتقاعدين بمنتصف الشهر، ورواتب الشركات ببداية الشهر الميلادي، ورواتب الموظفين بنهاية الشهر.

٣- خطوات الاستفادة من البنوك المحلية لتنمية الموارد المالية، وهناك عدة طرق خاصة بالبنوك:

الحسابات البنكية: فتح حسابات في جميع البنوك.

تعدد وتقسيم الحسابات: فتح ثلاث حسابات في كل بنك، حساب عام، وحساب للزكاة، وحساب للوقف.

خدمة مباشر: طلب إضافة الحسابات عبر خدمة مباشر البنوك ليسهل الوصول للمتبرعين.

خدمة مباشر: طلب خدمة مباشر لمتابعة الحسابات.

نقاط البيع: توفير جهاز نقاط البيع من البنوك لتسهيل عملية التبرع للمتبرعين ببطاقة الصرافة.

الاستقطاع: تفعيل الاستقطاع الشهري من حسابات المتبرعين.

قيمة الإيصال: الشراكة مع البنوك للتبرع بقيمة إيصالات الصرافة لمن يتركها من الصرافة.

الإعلان: الشراكة مع البنوك لوضع إعلان للجهة الخيرية خلف إيصالات الصرافة والإعلان داخل شاشة الصرافة.

خدمة المجتمع: الاستفادة من قسم خدمة المجتمع بالبنوك وعقد الشراكة معها لدعم برامج الجمعية.

التحديث: الحرص والمتابعة لتحديث الحسابات البنكية خاصة في الفترة الأخيرة من مجلس الإدارة حتى لا تتجمد ويتأثر العمل.

جهاز صرافة: تأجير مقدمة وقف أو مبنى الجهة الخيرية على البنك لوضع جهاز صراف آلي.

التكريم: تكريم مدراء البنوك وموظف خدمة العملاء وموظف خدمة المجتمع خلال إحدى مناسبات الجمعية.

٤- مقترحات للقطاع الخاص لتنمية الموارد المالية:

الهللات: عقد شراكة مع إحدى المحلات للاستفادة من الهللات المتبقية من حسابات المشتري.

النسبة: عقد شراكة مع إحدى الشركات أو المحلات بتحديد نسبة من المبيعات لصالح الجمعية.

الدخل اليومي: عقد شراكة مع إحدى المحلات بتخصيص دخل أحد الأيام لصالح الجمعية.

٥- مقترحات للاستفادة من خدمات شركات الاتصالات لتنمية الموارد المالية:

رسائل التبرعات: الاشتراك بخدمة التبرعات بمبلغ ١٢ ريالًا لكل شهر عن طريق رسائل الجوال.

نقاط قطاف: الاشتراك بخدمة نقاط قطاف ليتمكن المتبرع من التبرع بنقاطه للجمعية، والاستفادة من بقية الشركات التي تقدم النقاط.

خدمة المجتمع: عقد شراكة مع خدمة المجتمع في شركات الاتصالات المختلفة لرعاية برامج الجمعية.

برج الجوال: تأجير سطح الوقف أو مبنى الجمعية على شركة الاتصالات لوضع البرج على السطح أو أرض الجمعية.

٦- الأكشاك الإعلامية لتنمية الموارد المالية:

كشك السيارة: إنشاء كشك إعلامي للسيارات بزاوية الجمعية ليسهل على المتبرع التبرع وهو في سيارته.

كشك الأسواق: إنشاء كشك إعلامي داخل الأسواق يكون هدفه إعلاميًا وتنمية الموارد المالية.

كشك متنقل: وهو عبارة عن معرض إعلامي متنقل يستفاد منه في الملتقيات والمعارض وداخل المدارس والجهات الحكومية والخاصة.

٧- الأوقاف لتنمية الموارد المالية وضمان الاستدامة المالية:

إنشاء أوقاف ومشاريع استثمارية تسهم في تنمية الموارد المالية وتوفير دخل مستمر للجمعية، مثل:

صالات ومحلات تجارية.

شقق سكنية.

محطة للوقود.

قصر للأفراح.

إنشاء محل ويكون ريعه للجمعية.

٨- مشاريع متنوعة لتنمية الموارد المالية:

المعارض الفنية: إقامة معارض فنية تشكيلية أو تصويرية، ويكون هناك بيع للوحات وتكون هناك نسبة للبيع لصالح الجمعية.

البازارات: إقامة بازارات لدعم الأسر المنتجة بمشاركة المحلات والشركات، ويكون هناك نسبة أو رسوم على المحلات والشركات لصالح الجمعية.

المتجر الإلكتروني: إنشاء متجر إلكتروني يكون ريعه لصالح الجمعية.

التدوير: إقامة مشروع لجمع الورق والملابس والحديد والخشب وغيرها لتباع على المصانع للتدوير لصالح الجمعية.

الأثاث المستعمل: جمع الفائض من الأثاث المستعمل من المجتمع وصيانته ثم بيعه لصالح الجمعية.

الحملات التعريفية: إقامة حملات تعريفية في الجهات الحكومية والخاصة والخيرية والمدارس.

العضوية: الاستفادة من التسويق لعضوية الجمعية العمومية.

العضوية الشرفية: تقديم العضوية الشرفية لكبار التجار.

جهاز التبرعات: توفير جهاز شبيه بصرافة البنوك وهو خاص بالتبرعات.

صناديق البريد: المراسلة والتواصل مع التجار والشركات عبر صناديق البريد والاستفادة من خدمة خيري التابعة للبريد السعودي.

التقارير: إعداد التقرير التعريفي والسنوي للجمعية لعرضه على التجار والشركات، وتقرير البرنامج للجهة الراعية.

الرعاة: البحث عن رعاة لكل برنامج.

الشراكات: عقد الشراكات مع المؤسسات والشركات والتجار.

أفضل فكرة: طرح مسابقة لأفضل فكرة لتنمية الموارد المالية.

الهدية: تقديم وتقسيم المشروع على هيئة أسهم وطرح السهم بطريقة الهدية ليقدمه المتبرع لأحبابه وأصدقائه.

الأسهم: استبدال دروع التكريم في المناسبات بشيكات أسهم المشاريع.

المحلات التجارية: تأجير وتأسيس مقدمة الوقف أو مبنى الجمعية كمحلات تجارية.

ضمان الاستدامة المالية:

تحرص الجمعية على ضمان استدامتها المالية من خلال بناء منظومة متكاملة ترتكز على التخطيط المالي الفعال، وتنويع مصادر الدخل، ورفع كفاءة إدارة الموارد، واستثمار الأصول والمشاريع ذات العائد المستمر، بما يضمن استمرار البرامج والخدمات دون تأثر بالتغيرات الموسمية أو انخفاض التبرعات.

وترتكز الاستدامة المالية في الجمعية على ما يلي:

١- تنويع مصادر الدخل بين التبرعات والمنح والأوقاف والاستثمارات والشراكات المجتمعية والمشاريع ذات العائد.

٢- تعزيز الأوقاف والمشاريع الاستثمارية بوصفها من أهم الوسائل الداعمة للاستدامة المالية طويلة المدى.

٣- الاستقطاب المستمر للمتبرعين والداعمين مع بناء علاقات طويلة الأمد معهم.

٤- رفع كفاءة التحصيل والمتابعة المالية وتطوير الإجراءات المرتبطة بالحسابات والاستقطاعات والاشتراكات.

٥- بناء قاعدة بيانات محدثة للمتبرعين والمانحين والشركاء بما يسهم في حسن التواصل واستمرارية الدعم.

٦- تفعيل الشراكات مع القطاع الخاص والجهات المانحة ضمن برامج المسؤولية الاجتماعية والرعاية والدعم المؤسسي.

٧- إعداد تقارير دورية ومؤشرات قياس لمتابعة الأداء المالي ومستوى النمو والاستدامة.

٨- تخصيص جزء من الفوائض المالية – عند تحققها – لدعم الاحتياطي المالي والمشاريع المستدامة.

٩- العمل على رفع كفاءة الإنفاق وربط المصروفات بالأولويات والأثر التنموي والصحي.

١٠- التخطيط المالي بعيد المدى بما يضمن استمرارية الجمعية في أداء رسالتها وتحقيق أهدافها.

لا ننسى المتبرعين:

١- تقديم التقارير للمتبرعين قبل التبرع، ونهاية البرنامج مباشرة، والتقارير السنوية.

٢- تكريم المتبرع بشهادة أو خطاب شكر وتقدير نهاية البرنامج مباشرة.

٣- إرسال رسالة مباشرة شكر ودعاء لكل متبرع.

٤- تهنئة المتبرع في أفراحه والوقوف معه.

٥- التواصل مع المتبرعين برسائل الجوال وغيرها برسائل تذكير بالتبرع، والتهنئة بالأعياد وبالبرامج وغيرها.

٦- تقديم الهدايا السنوية للمتبرعين.

٧- تكريم موظف خدمة العملاء وموظف خدمة المجتمع ومدير البنك.

٨- تكريم المتعاونين والشركاء والرعاة والمتبرعين بالبرامج نهاية كل عام.

ختامًا:

الموارد المالية هي الشريان الرئيس لرفد الجمعية بالدعم اللازم لتحقيق أهدافها وتنفيذ مشاريعها، ولا يقتصر نجاح الجمعية على تنمية مواردها المالية فحسب، بل يمتد إلى ضمان استدامتها المالية من خلال التخطيط

السليم، وتنويع مصادر الدخل، وبناء الشراكات، وتطوير الأوقاف والمشاريع ذات العائد المستمر؛ بما يكفل استمرار الخدمات والبرامج المقدمة للمستفيدين بكفاءة وفاعلية.

وعليه فإن الجمعية تسعى إلى أن تكون في هذا المجال على الأسس التالية:

أولاً: السمعة الحسنة، وهي الأخلاق ونبل الرسالة والالتزام بالمصداقية والشفافية العالية في التعامل مع الشريحة المستهدفة.

ثانيًا: التطور، ويستوجب التطوير المستمر والدائم، ورسم تصورات متعددة لمستقبل الموارد وتنميتها واستدامتها.

ثالثًا: التخطيط، فأكثر ما يهم المتبرع هو أن يعرف أين وكيف تُستخدم أمواله، وما الأثر الذي تحققه.

رابعًا: المثابرة والعثرات طريق النجاح، والتأكد أن الإيجابية تخرج من رحم السلبية إذا أحسنّا الفهم والاستفادة.

خامسًا: الاتصال الفعّال، فالإنصات الجيد يحقق الفهم الصحيح، ومن أحسن الفهم أحسن العمل.

سادسًا: تعلم مهارات القيادة، إذ تبرز أهمية معرفة أساليب القيادة في إدارة الموارد وتنمية العلاقات والشراكات.

سابعًا: إدارة اللقاء، فإن على صاحب الرسالة الفعّال أن يقدم نفسه ورسالته بصورة مختصرة ومؤثرة وواضحة.

ثامنًا: الاستدامة المالية، وهي الغاية التي تسعى الجمعية إلى تحقيقها من خلال بناء موارد مستقرة ومتنوعة، تضمن استمرار أعمالها وبرامجها وخدماتها للمستفيدين على المدى البعيد

خطة تنمية الموارد الذاتية

بجمعية التنمية الاجتماعية بالطراق

تم اعتمادها في محضر اجتماع مجلس إدارة رقم (١)

بتاريخ ٢٠ / ٠٣ / ٢٠٢٦م

١. الرؤية والهدف

الرؤية:

تحقيق استدامة مالية متوازنة عبر تنويع مصادر الدخل وتقليل الاعتماد على التبرعات الموسمية.

الأهداف:

- رفع الإيرادات السنوية بنسبة ٣٠٪ خلال سنة
- تنويع مصادر الدخل (تبرعات + استثمار + شراكات)
- بناء قاعدة متبرعين مستدامة (Monthly donors)

٢. هيكل إدارة تنمية الموارد

إنشاء قسم مستقل باسم: إدارة تنمية الموارد

يتكون من:

- مدير تنمية الموارد
- مسؤول علاقات المتبرعين
- مسؤول التسويق والتواصل
- مسؤول الشراكات والاستثمار
- مسؤول البيانات والتقارير

٣. مصادر الدخل

أولاً: التبرعات (الأساس)

- تبرعات الأفراد (تحويل – موقع – Apple Pay – QR)
- الاشتراك الشهري (أهم مصدر مستدام)
- حملات موسمية (رمضان – الأعياد)

ثانياً: الشركات (CSR)

- شراكات مع الشركات
- برامج المسؤولية الاجتماعية
- رعاية مشاريع محددة

ثالثاً: الاستثمار (الاستدامة الحقيقية)

- وقف خيري (محلات – شقق – قاعة مناسبات)
- مشاريع تجارية صغيرة (كافيه – متجر)
- استثمار آمن بعوائد ثابتة

رابعاً: الأفكار المبتكرة

- التبرع بالباقي (في المتاجر)
- أجهزة تبرع (Kiosks)
- حملات عبر المؤثرين

٤. التسويق وجذب المتبرعين

قنوات التسويق:

- تويتر / سناب / إنستقرام
- واتساب (قوائم بث)
- SMS
- الموقع الإلكتروني

الاستراتيجية:

- قصص إنسانية مؤثرة (Storytelling)
- فيديوهات قصيرة
- شفافية (عرض النتائج والتقارير)
- حملات مستمرة وليس فقط موسمية

٥. إدارة علاقات المتبرعين (Donor Retention)

هدفك مو بس تبرع مرة... هدفك تبرع دائم

الإجراءات:

- رسالة شكر فورية (SMS/واتساب)
- إرسال تقارير دورية للمتبرع
- شهادات تقدير
- إشراك المتبرع في الأثر

٦. الشراكات

- بنوك (خصم شهري تلقائي)
- متاجر (تبرع عند الدفع)
- شركات (خصم من رواتب الموظفين)
- جهات حكومية

٧. الأنظمة والتقنية

- نظام إدارة متبرعين (CRM)
- قاعدة بيانات كاملة
- تقارير شهرية وسنوية
- تتبع الأداء (KPIs)

٨. مؤشرات الأداء (KPIs)

- عدد المتبرعين الجدد شهرياً
- نسبة المتبرعين الدائمين
- إجمالي التبرعات الشهرية
- تكلفة الحصول على متبرع
- معدل الاحتفاظ بالمتبرعين

٩. الخطة التشغيلية (مختصرة)

أسبوعياً:

- نشر محتوى
- متابعة المتبرعين

شهرياً:

- حملة تبرع
- تقرير أداء

سنوياً:

- حملة كبرى (رمضان)
- تقييم شامل