

خطّوا حملتكم

الهيكلية

الاستراتيجية

حدّدوا أهدافكم وغاياتكم

المهمة 1:

صفوا التحدي

- The **community of people** affected, and
- The **shared behaviour** you want to change or promote.

Example:

“Why do some teenage boys living in London (community of people) join violent gangs (shared behaviour)?”

Tips:

Keep your challenge grounded in facts or research—not assumptions. It should be concise and give clear direction to your campaign.

المهمة 2:

حدّدوا جمهوركم

أنشئوا ملف تعريف للجمهور لفهم من تحاولون الوصول إليه.

خصائص عامة:

سمات ديموغرافية مثل العمر، والنوع الاجتماعي، والموقع، واللغة، والوضع الاجتماعي-الاقتصادي، والتعليم، والعمل.

خصائص محددة:

سمات سلوكية، وقيم، ودوافع، ومؤثرات (الأ أسرة، الأقران، الإعلام)، وقنوات المعلومات المفضلة.

المهمة 3:

حدّدوا أهدافكم

اذكروا النتيجة المرجوة على المدى الطويل لحملتكم.

أمثلة:

- سمات ديموغرافية مثل العمر، والنوع الاجتماعي، والموقع، واللغة، والوضع الاجتماعي-الاقتصادي، والتعليم، والعمل.

- «رفع الوعي داخل المجتمعات المسلمة بشأن تطرف الشباب»
- «ينبغي أن تكون الأهداف واقعية وواضحة وقابلة للقياس وقابلة للتحقيق».

الاستراتيجية

SET UP YOUR GOALS AND OBJECTIVES

المهمة 4:

حدّدوا أهدافكم التفصيلية

تشير إلى التقدم نحو هدفكم (محددة، قابلة للقياس، قابلة للتحقيق، ذات صلة، محددة زمنياً) SMART ضعوا أهدافاً محددة وفق العام.

مثال:

«إتاحة موارد تعليمية حول مخاطر الجماعات المتطرفة العنيفة لـ1,500 طالب (بعمر 13-16 عاماً)»

نضقنوا

- التكتيكات:** إجراءات أو أدوات ملموسة ستستخدمونها.
- مؤشرات الأثر:** كيف ستقيسون النجاح (مثل زيادة الوعي، أو التفاعل، أو تغيير السلوك).

خصصوا رسالتكم

المهمة 5:

اختراروا رسالتكم

طوّروا رسالة واضحة ومقنعة تلقى صدى لدى جمهوركم.

المكوّنات الأساسية:

- وصف الحملة:** ما الذي تدور حوله الحملة
- الرسالة الأساسية:** شعار أو عبارة قصيرة يسهل تذكرها
- دعوة إلى اتخاذ إجراء:** ما الذي تريدون من جمهوركم أن يفعله
- النبرة:** شخصية الحملة أو صوتها.

نصائح:

اجعلوها أصيلة وقريبة من الواقع وسهلة المشاركة.

المهمة 6:

اختراروا من يوصل الرسالة

اختراروا الشخص/الجهة الأكثر مصداقية وقرباً من جمهوركم لإيصال رسالتكم.

الخيارات:

الأقران، أو شخصيات ذات سلطة، أو قادة مجتمعيين، أو خبراء.

نصائح:

ينبغي أن يكون من يوصل الرسالة موثوقاً لدى جمهوركم وأن يُنظر إليه على أنه ذو صلة بحياتكم.

المحتوى

اختراروا الوسيط وافهموا المنصات المتاحة

المهمة 7:

نوع المحتوى

حدّدوا أنواع المحتوى التي ستنتجونها:

- مقاطع فيديو (قصيرة/طويلة)
- صور
- إنفوغرافيك
- صوتيات
- وسائط تفاعلية أو رقمية

نصائح:

طابقوا شكل المحتوى مع جمهوركم المستهدف ورسالتكم وميزانيتكم واعتبارات السلامة.

المهمة 8:

احتياجات المحتوى

خطّطوا للموارد والأدوات المطلوبة لإنتاج محتواكم.

تضمّنوا

- نوع المحتوى
- المعدات المطلوبة
- الغرض («لماذا نحتاجون إليه؟»)
- التكلفة والميزانية

نصائح:

- استخدموا لغة واضحة وسهلة الفهم.
- كثّفوا/وظّنوا المحتوى (مثل تعدد اللغات)
- استخدم صوراً/صوتاً مؤثراً
- اختبروا المحتوى مع جمهوركم وحسّنوه بناءً على الملاحظات

المحتوى

رّوجوا لحملتكم

المهمة 9:

قنوات الترويج

اختراروا القنوات الأكثر فاعلية للوصول إلى جمهوركم.

الخيارات:

- وسائل تقليدية: التلفزيون، الراديو، المطبوعات.
- وسائل رقمية: وسائل التواصل الاجتماعي، المدونات، المواقع، البريد الإلكتروني
- تفاعل خارج الإنترنت: فعاليات، ورش عمل.

اعتبارات المنصات:

اختراروا منصات التواصل الاجتماعي التي يكون جمهوركم أكثر نشاطاً عليها (Twitter وX وYouTube وTikTok وInstagram وFacebook)

وطوّعوا المحتوى وفقاً لذلك—(وغيرها).

المهمة 10:

جدول الترويج

ضعوا جدولاً زمنياً لنشر المحتوى والترويج للحملة.

تضمّنوا

- وتيرة النشر
- معالّم/محطات رئيسية
- تواريخ رئيسية للتقييم

نصائح:

الحفاظ على الاتساق وتعديل جدولك الزمني بناءً على تفاعل الجمهور أو الأحداث الواقعية.

استراتيجيات إشراك الجمهور

واستجيبوا للتعليقات/الرسائل، وتعاونوا مع شركاء موثوقين أو (Q&A، استطلاعات) شجّعوا الملاحظات، وأنشئوا محتوى تفاعلياً مؤثرين.

التقييم

مراجعة النجاح وقياسه

اختراروا القنوات الأكثر فاعلية للوصول إلى جمهوركم.

قيّموا

- تفاعل الجمهور والملاحظات
- الوصول والانطباعات
- تغيير سلوكي أو تغيّر في المواقف

استخدموا النتائج لتحسين الحملات المستقبلية والبناء على الدروس المستفادة.