



USAID

من الشعب الأمريكي



ورشة تدريبية حول "تعزيز الإتصال والتواصل بإستخدام وسائل التواصل الاجتماعي"

اليوم الأول

الكلمة الإفتتاحية

ممثل برنامج دعم اللامركزية والحكم المحلي
USAID – CITIES

كلمة ممثل وزارة الإدارة المحلية المهندسة رويدة الهباهبة

التعارف

عرفنا بنفسك ووظيفتك واذكر شيئاً واحداً لا يعرفه الآخرون عنك



التقييم القبلي للورشة التدريبية



مقدمة عن ورشة العمل

الأهداف والتوقعات من الورشة





لماذا وسائل التواصل الاجتماعي؟

سهولة الحصول على
المعلومة ونقلها

التواصل مع جمهور
يمثل كافة فئات المجتمع

واسعة الانتشار محلياً
وعالمياً

التواصل المباشر مع
أصحاب القرار

وسيلة مجانية وفرت
على المؤسسات مبالغ
كبيرة

ترويج دور المؤسسات
وخدمة أهدافها بشكل
كبير

تسهيل وصول الخدمات
للناس

تعزيز الشفافية
والمساءلة بين الحكومة
والشعب

إحصائيات عن مواقع التواصل الاجتماعي في الأردن

JAN
2019

JORDAN

THE ESSENTIAL HEADLINE DATA YOU NEED TO UNDERSTAND MOBILE, INTERNET, AND SOCIAL MEDIA USE

Clip slide



عدد سكان
الأردن



9.99
MILLION

URBANISATION:

91%

مستخدمي الهواتف
الخلوية



7.97
MILLION

vs. POPULATION:

80%

مستخدمي الإنترنت



8.70
MILLION

PENETRATION:

87%

مستخدمي مواقع
التواصل الفاعلين



5.80
MILLION

PENETRATION:

58%

مستخدمي مواقع
التواصل من الهاتف
النقال



5.40
MILLION

PENETRATION:

54%

we
are
social

we
are
social

SOURCES: POPULATION: UNITED NATIONS; U.S. CENSUS BUREAU. MOBILE: GSMA INTELLIGENCE. INTERNET: INTERNETWORLDSTATS, ITU, WORLD BANK; CIA WORLD FACTBOOK; EUROSTAT; LOCAL GOVERNMENT BODIES AND REGULATORY AUTHORITIES; MIDEASTMEDIA.ORG; REPORTS IN REPUTABLE MEDIA. SOCIAL MEDIA: PLATFORMS: SELF-SERVE ADVERTISING TOOLS; PRESS RELEASES AND INVESTOR EARNINGS ANNOUNCEMENTS; ARAB SOCIAL MEDIA REPORT; TECHRASA; NIKO AGHAZI; ROSE.BU. [ALL LATEST AVAILABLE DATA IN JANUARY 2019].

Hootsuite™ we are social



أهداف الورشة التدريبية وتوقعات المشاركين

- تزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات اللازمة **للتواصل الفعال داخلياً وخارجياً.**

- إبراز أهمية **خصوصية وأمن حسابات** مواقع التواصل الاجتماعي.

- تقديم أساسيات **اختيار وكتابة المحتوى** المناسب لأدوات الاتصال المختلفة.

- التدريب العملي على **إدارة صفحات ومجموعات الفيسبوك** لتعزيز سبل التواصل الداخلي والخارجي.

نحو ممارسات آمنة على وسائل التواصل الاجتماعي

أمن المعلومات وسياسات الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي

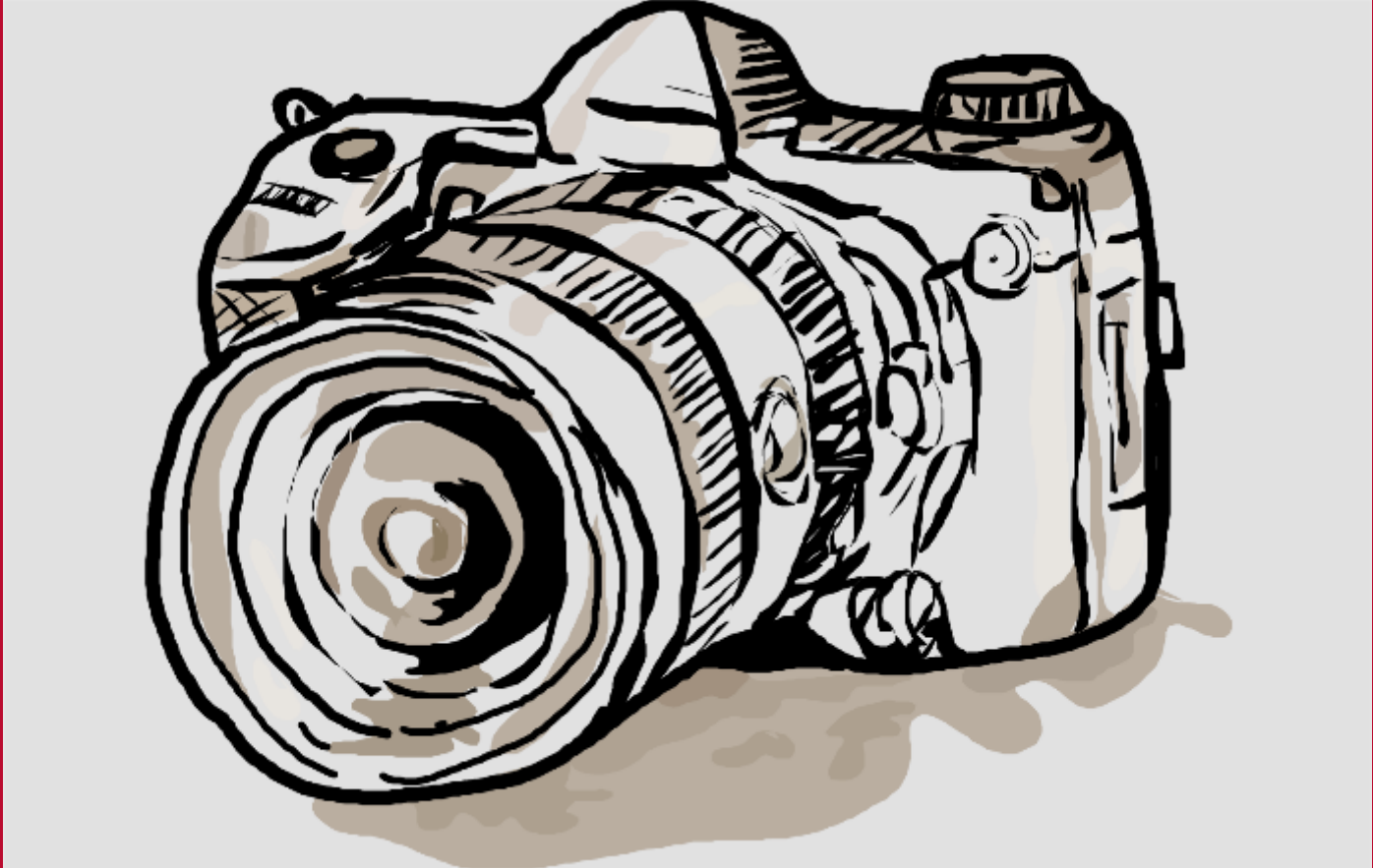
وحدة مكافحة الجرائم الالكترونية



أسئلة؟



صورة جماعية



استراحة قهوة وصلاة



الخطة الاستراتيجية لوزارة الادارة المحلية

برنامج دعم اللامركزية والحكم المحلي

ووزارة الادارة المحلية

اختتام مجريات اليوم الأول





USAID

من الشعب الأمريكي



ورشة تدريبية حول "تعزيز الإتصال الفعال من خلال التواصل الاجتماعي"

اليوم الثاني

يرجى طلب الانضمام للمجموعة المغلقة التالية

مقدمة عن العناصر الرئيسية للتواصل الفعال داخليا وخارجيا

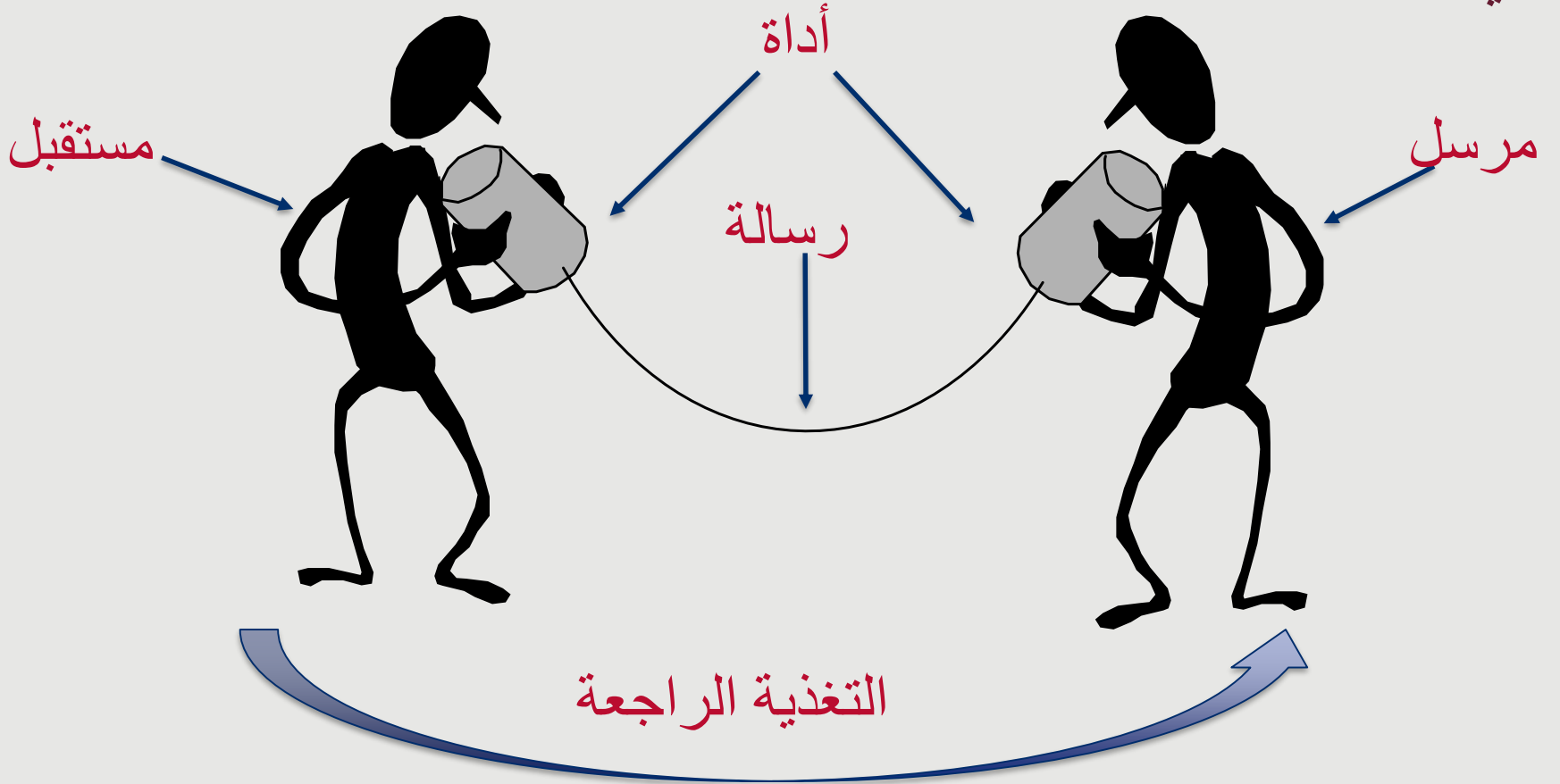


ما هو الاتصال؟

تحفيز الفئة
المستهدفة للتحرك
نحو العمل

الأخذ برأي الفئة
المستهدفة أو
مشاورتهم

إعلام الفئة المستهدفة
أو إبلاغهم بمعلومة
معينة



أهداف الاتصال



- **إعلام** الفئة المستهدفة حول قضية أو انجاز او جهد



- **الأخذ برأي** الفئة المستهدفة أو مشاورتهم



- **تحفيز** الفئة المستهدفة للعمل معهم لحل هذه القضية

الاتصال الخارجي



- الشركاء من الوزارات
الآخرى او المؤسسات
الرسمية
- الجهات المانحة
- البلديات
- المجتمع

الاتصال الداخلي



- الوزير
- الموظفون
- الأقسام والدوائر

ادوات الاتصال الداخلي

الاجتماعات وورشات العمل

مواقع التواصل الاجتماعي
(فيسبوك، واتساب)

لجان داخلية

البريد الالكتروني

منصة إلكترونية داخلية

فعاليات اجتماعية

تعميمات وكتب رسمية

النشرات الداخلية

ادوات الاتصال الخارجي

مواد مطبوعة (بروشورات،
مطويات، ورق حقائق، بوسترات
وتقارير)

الاجتماعات والجلسات الحوارية

حملات توعية

موقع إلكتروني

مواقع التواصل الاجتماعي

(فيسبوك، تويتر، انستغرام، يوتيوب)

كتب رسمية

فعاليات واحتفاليات

الإعلام (إذاعة، تلفزيون، مواقع، صحف)

قصص نجاح

لجان محلية

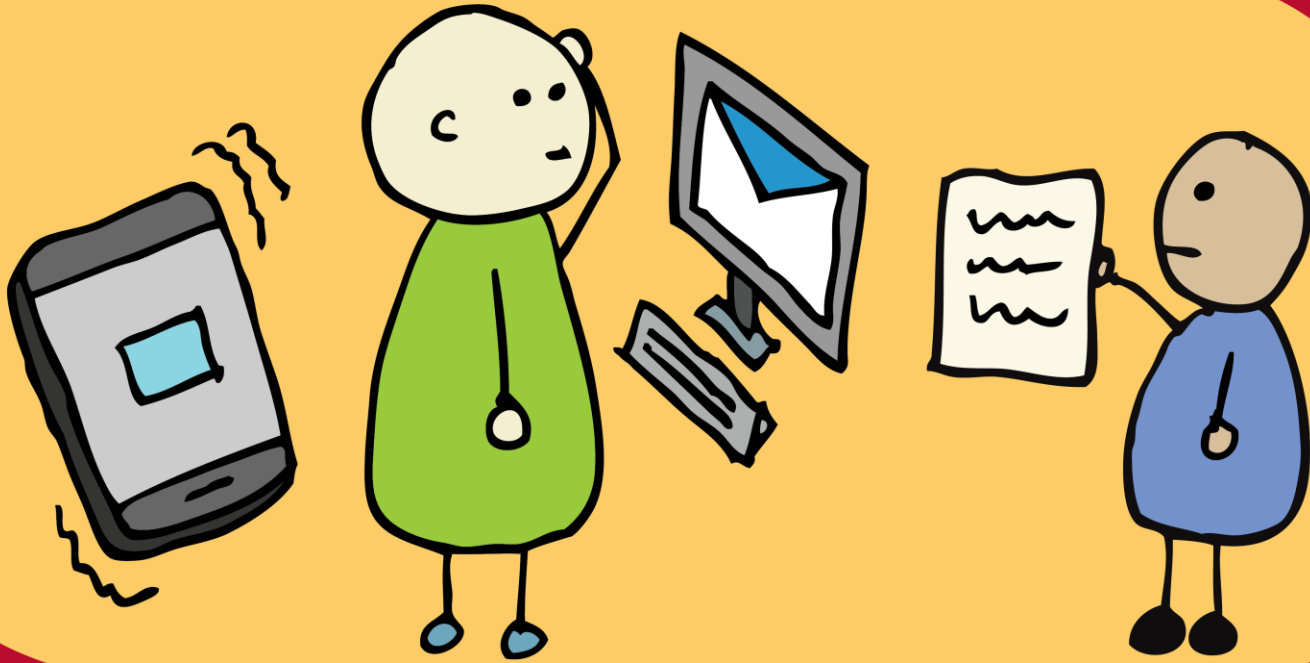
البريد الإلكتروني

أفلام قصيرة/وثائقية

إعلانات (ورقية، تنويهاة إذاعية/تلفزيونية)

إرشادات وبروتوكولات التواصل الفعال

نقاش



إرشادات وبروتوكولات التواصل الفعال



- وجود **خطة اتصال** او بروتوكول مؤسسي ينظم عملية التواصل الداخلي بين الموظفين والاقسام وبين المؤسسة وشركائها والمجتمع مرتبط بخطة عمل سنوية

إرشادات وبروتوكولات التواصل الفعال

- **التخطيط والتنسيق** داخلياً وخارجياً لتصميم اي أنشطة للاتصال والتوعية بشكل متوازن يضمن ترويج كافة جهود المؤسسة وتعاونها المشترك مع جهات اخرى



إرشادات وبروتوكولات التواصل الفعال

- يجب ان يكون **ملف العلاقات الاعلامية** ضمن صلاحيات قسم العلاقات العامة فقط لضمان توحيد الرسالة ودقتها



إرشادات وبروتوكولات التواصل الفعال

- الالتزام بالهوية المؤسسية من خلال استخدام الشعارات في الأماكن اللازمة



إرشادات وبروتوكولات التواصل الفعال

- **عدم تضارب** حسابك الشخصي على مواقع التواصل مع منصبك الوظيفي ورسالة مؤسستك



إرشادات وبروتوكولات التواصل الفعال

- المساهمة في **تطوير المحتوى** لقسمك من خلال توثيق الانجازات والفعاليات وارسالها لقسم العلاقات العامة لنشرها وترويجها



إرشادات وبروتوكولات التواصل الفعال

- وجود **ارشيف للصور وافلام الفيديو** الخاصة بالمؤسسة في مكان سهل الوصول لكافة الموظفين مثل شبكة الكترونية داخلية



إرشادات وبروتوكولات التواصل الفعال

- تخصيص ميزانية سنوية للاتصال



صياغة المحتوى الصحيح لأدوات الاتصال المختلفة



انواع المحتوى



- برامج اذاعية
- بودكاست
- تسجيلات صوتية ومقابلات



- افلام فيديو
- صور
- نشرات اخبارية وتقارير
- تلفزيونية
- منشورات مصممة
- بوسترات
- انفوجرافيك



- اخبار صحفية وقصص نجاح
- نشرات داخلية وخارجية
- منشورات على مواقع التواصل
- تعميمات وكتب رسمية
- كتيبات ومواد مطبوعة
- تقارير
- مدونات

صياغة المحتوى الصحيح لأدوات الاتصال المختلفة

ثلاث امثلة على كتابة المحتوى

- الخبر الصحفي
- قصة النجاح
- محتوى منشور الفيسبوك

عناصر كتابة الخبر – الهرم المقلوب



عناصر كتابة الخبر - المقدمة





قصة النجاح

- تعتبر قصص النجاح من **الاساليب الفاعلة** في ابراز دور المؤسسات على مواقع التواصل الاجتماعي ويمكن نشرها بعدة اشكال مثل الفيديو والمنشور المكتوب مع الصور او منشور مصمم. عناصر قصة النجاح القصيرة هي:

معلومات هامة

عن دور الوزارة في احداث التغيير

التحدي

قبل وجود الخدمة المقدمة وبعد

اقتباس

من شخص مستفيد



صياغة منشور الفيسبوك

- مختصر مفيد لا يتعدى فقرة واحدة أو فقرتين كحد أقصى
- خالٍ من الأخطاء الإملائية واطفاء والاختصارات مراعاة الموضوعية
- ينقل رسالة حقيقية تخدم أهداف الوزارة بالتركيز على الجوانب الإنسانية وما يمس المجتمع المحلي
- اللغة مراعية للفئة المستهدفة وثقافة المجتمع المحلي
- أن تتنوع أساليب المنشورات واستخدام التكتيكات المختلفة بطريقة تجذب تفاعل الجمهور
- ان يستخدم الهاشتاغ والاشارة الى الشركاء او المانحين
- توفر صورة او فيديو مع المنشور

استراحة قهوة وصلاة





تمرين – صياغة المحتوى



- ضمن مجموعتك وبالإستعانة بالاوراق الإرشادية التي امامك قم بكتابة المحتوى للأداة الخاصة بمجموعتك



عرض نتائج مجموعات العمل

- على كل مجموعتك عرض الخبر او القصة او المنشور لباقي المجموعات واخذ التغذية الراجعة والملاحظات من المدربة



USAID

من الشعب الأمريكي



مقدمة تعريفية عن موقع الفيسبوك



تمرين

- ضمن مجموعتك ضع البطاقة المناسبة تحت خانة صح او خطأ

مقدمة عن موقع فيسبوك الممارسات المفضلة وغير المفضلة



لا يجب أن يحمل اسم الصفحة كلمة غير ذات صلة بالبلدية	أن يعكس عنوان الصفحة يحمل الاسم الرسمي لمؤسستك	عنوان الصفحة
الرابط للصفحة لا يجب أن يكون طويل وليس له علاقة باسم البلدية أو المؤسسة.	الرابط للصفحة يكون مرتبطاً بالبلدية المعنية.	رابط الصفحة
أن تتضمن الصورة التعريفية بالصفحة صور شخصية أو غير مناسبة.	أن ترتبط صورة الملف الشخصي وصورة الغلاف بأنشطة البلدية أو شعارها	صورة الملف الشخصي وصورة الغلاف

مقدمة عن موقع فيسبوك الممارسات المفضلة وغير المفضلة



عدم إضافة معلومات مغلوبة او خاصة بأبي موظف. عدم ترك هذا القسم فارغ.

أن يتضمن تعريفاً عن البلدية وخدماتها والمناطق التي تخدمها وبيانات الاتصال

وصف الصفحة
(حول)

عدم مشاركة مواضيع لا تتناسب مع أنشطة البلدية، أو آراء سياسية ومعلومات أو صور غير مناسبة أو واضحة.

أن يتضمن منشورات قصيرة وصور ومقاطع فيديو قصيرة وطرح الأسئلة والاستطلاعات واستخدام الهاشتاغ.

المحتوى
المكتوب

ألا تكون الصور غير واضحة ومتكررة أو ضعيفة. ألا تكون الأفلام ذات جودة متدنية والصوت غير واضح.

أن تحتوي الصفحة على محتوى ملئ بالصور وافلام الفيديو القصيرة ذات الجودة والمنشورات المصممة والرسوم التوضيحية. أن يتم نشر الصور والفيديوهات على القصص.

المحتوى المرئي

مقدمة عن موقع فيسبوك الممارسات المفضلة وغير المفضلة



<p>عدم طباعة أي منشورات بدون ذكر عنوان الصفحة. عدم مشاركة الصفحة من قبل أي صفحات أخرى. عدم وضع عنوان الصفحة على الموقع الإلكتروني أو عدم ذكرها خلال المقابلات الإعلامية أو الاجتماعات.</p>	<p>مشاركة صفحتك من قبل صفحات أخرى. طباعة عنوان الصفحة على كافة مطبوعات البلدية. وضع رابط الصفحة على الموقع الإلكتروني. ذكر عنوان الصفحة في الاجتماعات والمقابلات الإعلامية.</p>	<p>ترويج الصفحة</p>
<p>عدم وجود شعار البلدية في أي صور أو منشورات مصممة أو فيديو هات.</p>	<p>يفضل أن تكون الصور وأفلام الفيديو والمنشورات المصممة تحتوى على شعار المؤسسة.</p>	<p>الشعارات</p>
<p>الأ تكون إدارة الصفحة مقتصرة على شخص واحد.</p>	<p>يفضل أن يكون هناك شخصين أو أكثر يديرون الصفحة.</p>	<p>إدارة الصفحة</p>

مقدمة عن موقع فيسبوك الممارسات المفضلة وغير المفضلة



ألا يكون هناك أكثر من صفحة للمؤسسة أو البلدية خاصة إذا كان غير واضح أيهما الصفحة الرسمية.

يجب أن يكون هناك صفحة رسمية واحدة للمؤسسة أو البلدية ويفضل إغلاق أي صفحات قديمة أو غير مستخدمة.

توحيد
الصفحات

عدم إهمال الرد على ملاحظات المعجبين والمتابعين أو الاعتماد على الردود الآلية بشكل كلي.

الرد على استفسارات وملاحظات ورسائل المعجبين أو المتابعين.

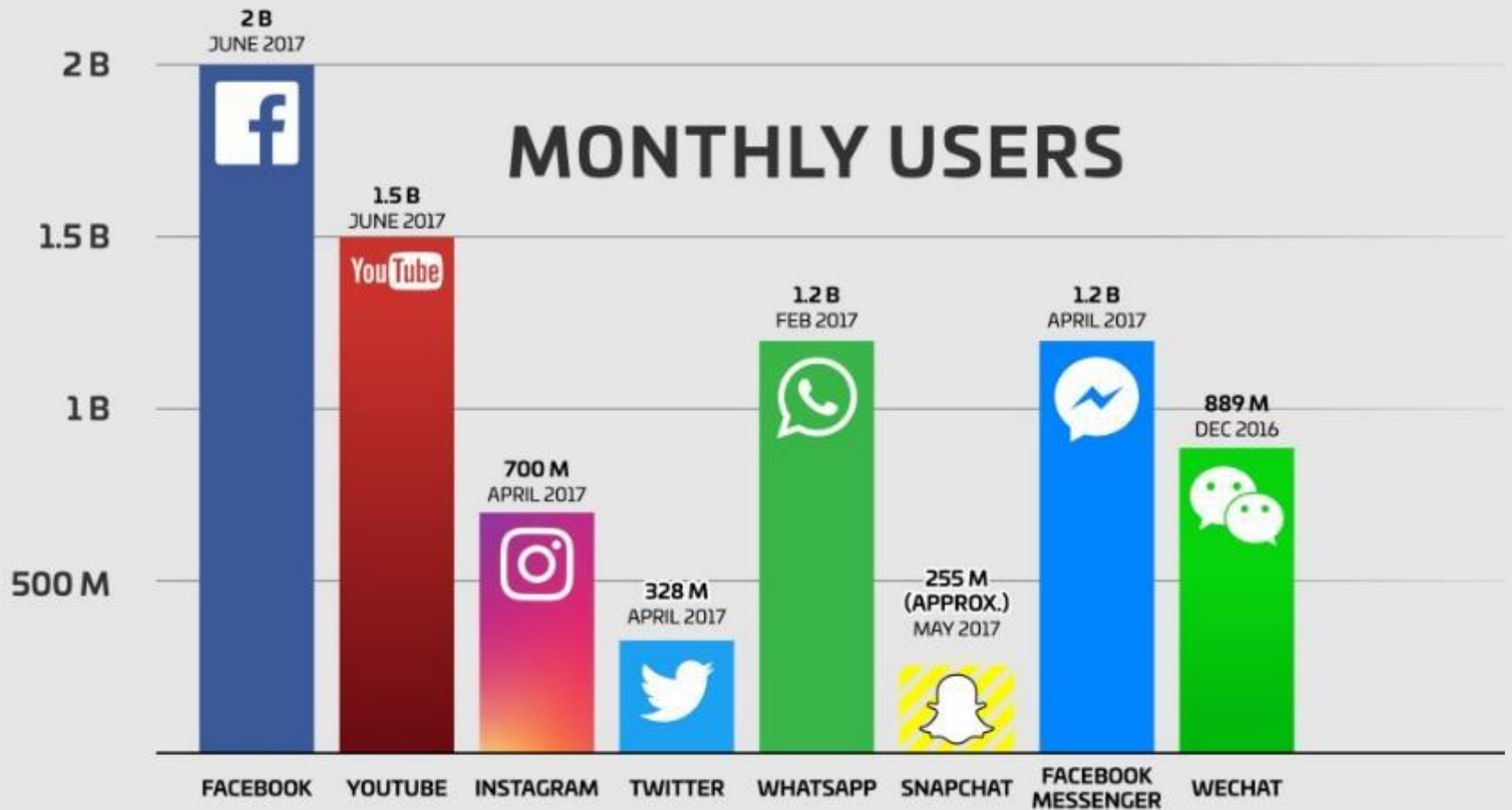
الرد على
الجمهور

لا تهمل قسم الرؤى وتبني خططك بشكل عشوائي.

راقب أداء صفحتك على قسم الرؤى للاستفادة من نتائج المنشورات التي حققت أداءً كبيراً

الرؤى

MONTHLY USERS





مقدمة عن موقع فيسبوك: الفرق بين الجروب والصفحة

المجموعة

- الجمهور محدد باهتمام معين
- الانضمام للمجموعة (طلب انضمام)
- ترتيب المنشورات حسب آخر تعليق عليها
- يمكن لجميع الأعضاء كتابة منشورات
- يمكن للأعضاء فقط رؤية منشورات المجموعة
- أعضاء المجموعة تصلهم إشعارات حول المنشورات

الصفحة

- الجمهور غير مقيد
- إعجاب بالصفحة (أعجبنى)
- ترتيب المنشورات حسب توقيت النشر
- يمكن للمعجبين التعليق على المنشورات التي ينشرها مدراء الصفحة
- يمكن لجميع مستخدمي فيسبوك رؤية منشورات الصفحة
- المعجبين لا تصلهم إشعارات بالمنشورات



أهم معالم صفحات الفيسبوك

- صورة الغلاف
- صورة الملف الشخصي
- حول الصفحة
- إضافة زر
- الصفحة الرئيسية
- الآراء
- الملاحظات
- الصور
- مقاطع الفيديو
- المنشورات
- المجتمع
- الإعدادات
- الرؤى
- البريد الوارد أو الرسائل

الإدارة الفعالة لصفحة فيسبوك



انواع المحتوى من حيث القالب

My recommended content type ratio for 2019 is:

- 70% video posts
- 20% image posts and
- 10% link posts

Video and image posts can still include links and CTAs.

BuzzSumo



Mari Smith
Facebook Marketing Expert



زيادة الوصول والإعجابات

- حدد استراتيجيتك من الصفحة
- إعرف جمهورك وفئاتك المستهدفة
- استفد من معارفك ومن الصفحات الفاعلة في المنطقة في التأسيس لجمهورك على الفيسبوك
- أخبر الآخرين عن صفحتك.
- أطلق الحملات المحلية واستخدم الهاشتاغ مثل الدعوة لتنظيف الأحياء أو توعية أبناء المنطقة بالحفاظ على الممتلكات العامة



زيادة التفاعل

- انشئ محتوى هادف وجاذب.
- إ طرح الأسئلة وانشر الاستطلاعات فهي تزيد من التعليقات والتفاعل.
- أطلب من الجمهور مشاركة منشوراتك وخاصة الصفحات الفاعلة في المنطقة.
- اجعل منشوراتك قصيرة ومختصرة.
- انشر الصور ومقاطع الفيديو القصيرة.
- انشر المنشورات المصممة واللوحات التوضيحية.
- لا تنقطع عن الصفحة وانشر بشكل يومي.



زيادة التفاعل

- جدول منشوراتك في **الأوقات** التي تواجد فيها الناس على الفيسبوك.
- احرص على **الرد على تعليقات** واستفسارات وأسئلة الجمهور واستخدم أسلوب **الرد الآلي**.
- نوع **التكتيكات** التي تستخدمها في منشوراتك.
- ضع الصور المتعددة في **البومات** مبنوبة ولا تنشر أكثر من ٤ صور في المنشور المكتوب.
- اجعل محتواك فيه شيء من **المرح** أحياناً ويخاطب كافة فئات المجتمع.
- لا تكثر من **التهنئة والتعازي**.
- استخدم **الصور والفيديوهات** الجيدة من حيث الجودة والوضوح.

الاستجابة للجمهور

- يمكنك التفاعل مع الجمهور بإعطائهم الأهمية الكافية مثل الإعجاب **بتعليقاتهم والرد** عليها.
- قم **بمخاطبة** الأشخاص بشكل شخصي عند الرد على تعليقاتهم واشكر المعلقين بالاسم.
- في حال صادفتك **ردود فعل سلبية** لا تقم بمسح التعليق إلا في حال تضمنه لألفاظ نابية، أو تهديد. في هذه الحالة قم بتصوير التعليق وحفظه ثم قم بمسحه.
- تقبل الانتقاد، و**قم بالرد على الشكاوي** والاستفسارات على الصفحة مباشرة.
- قم بتشغيل **الرد الآلي** على التعليقات والرسائل ولكن لا تعتمد عليها بشكل كلي و**قم بالرد اللازم فيما بعد**.

الاستجابة للجمهور

- ستظهر شارة **سريع الاستجابة** تلقائيًا إلى الرسائل بدرجة كبيرة على صفحتك إذا كان لديك معدل استجابة بنسبة 90% أو أكثر وكان وقت الاستجابة خلال 15 دقيقة أو أقل.
- سوف تتلقى **إشعارات** عند تلقي رسالة جديدة، إذا كانت إشعاراتك قيد التشغيل.



**Akram Mohammad** ▶ Umniah

17 JUL AT 11:48 • 🌐

زودتوها يا امنية!
 خدمة النت زي الزفت و الي سنتين و انا براجعكم و كل مرة
 نفس القصة حيتواصل معك حد من قسم المتابعة و يشغل
 اليوتيوب و هكذا لغاية م اخر مرة اعترفتم انه في ضغط ع
 الابراج و سيتم اضافة ابراج قريبا
 الحمد لله مبارح وصلت مرحلة انه المودم مش راضي يشتغل
 و سرعته مسخوطة كانه من ايام الجاهلية مش خدمة 4G
 مش ع اساس في عندكم الغاء الاشتراك اذا كان العطل او
 الخل بسببكم!
 كيف الغي اشتراكي معكم من غير م ادفع غرامة؟!
 و ياريت بلاش الرد الدائم تبعكم

Umniah

Like



Comment



Share

 290
[Load previous comments](#)

الاستجابة للجمهور

أمنية

الكومننت بالكومننت
والبادي أكرم

#أمنية - أكرم

اللهي

زيادة التفاعل على صفحات الفيسبوك من خلال تنويع التكتيكات المستخدمة في المحتوى





انواع المحتوى من حيث المضمون

- محتوى الوزارة
- محتوى القطاع البلدي والتنمية
- محتوى اجتماعي

تنويع المحتوى - مثال

زين الاردن zain

أمن الساعة ١٠:٣٩ ص -

نحرص على المحافظة على البيئة وحمايتها عبر مجموعة من ممارسات الاستدامة البيئية التي نلتزم بها داخل الشركة، بالإضافة إلى الفعاليات المجتمعية التي نقيمها لهذه الغاية، لنكون جميعاً شركاء في المحافظة على البيئة

#أردنتنا #زين_الاستدامة #زين_البيئة

zain

بيئة نظيفة ..
لعالم أجمل

البيئة ..
#زين_الاستدامة
#زين_البيئة

مسؤوليتنا جميعاً



وقت وعدد المنشورات

■ قم بنشر المنشورات الدورية في **الأوقات**

التي تزيد فيها نسبة الوصول والتفاعل بحسب تحليل الرؤى على صفحتك

■ قم بنشر **العديد من المنشورات** المتنوعة خلال الأسبوع وفق الخطة

الأسبوعية للنشر

■ قم بنشر **الاحتفالات أو المناسبات** خلال أو مباشرة بعد الحدث

■ يفضل أن يكون محتوى صفحتك مرعياً للمناسبات أو **للظروف السائدة**

أو المواضيع المستجدة في الأدرن أو في العالم.



طرح الأسئلة

- قم بطرح الأسئلة على المتابعين والمعجبين لأن الأسئلة تعتبر من أكثر التكتيكات التي **تزيد من التفاعل** مع المنشورات.
- قم بطرح الأسئلة **في آخر المنشور** حيث تبين بأن طرحها بالنهاية يدفع المعجبين إلى التعليق مباشرة وإعطاء إجابة للسؤال.
- **كن مبدعاً في طرح الأسئلة** حيث يمكن ان تطرح اسئلة عن رأيهم المباشر بخدمات معينة او اسئلة غير مباشرة وفيها نوع من المرح.

الاستطلاعات

قم بإجراء الاستطلاعات للأخذ
بآراء المجتمع المحلي حول
موضوع معين تود البلدية اتخاذ
قرار بشأنه أو تود أخذ آراء أبناء
المجتمع حول الخدمة المقدمة من
قبل البلدية.

تم إنشاء استطلاع رأي بواسطة بلدية الطفيلة الكبرى Greater Municipality Tafila. ١١ يناير .

تسعى وحدة التنمية المحلية في بلدية الطفيلة الكبرى لإنشاء استديو بث مباشر وذلك لنقل كافة الفعاليات التي تدور بالأعمال البلدية والدوائر الخدمائية في المحافظة من انجازات وشراكات فاعلة وما يدور من فعاليات في مدينة الطفيلة ومن خلاله مناقشة احتياجات المواطنين وايصال الاقتراحات بشكل أسرع للمسؤولين المواطن هو الشريك الأساسي للبلدية لذلك يهمننا رأيكم في الإستطلاع شكراً لاهتمامك

80% اوافق

20% لا اوافق

١٧٢ صوتاً

لقد انتهى استطلاع الرأي هذا.

٢٥ ٧ تعليق مشاركة واحدة

أعجبنى تعليق مشاركة



الهشتاغ

- الهشتاغ # تستخدم **لحصر المحتوى** وتسهم في زيادة الوصول والتفاعل
- يمكن استخدامها خلال **الحملة والاحتفالات** والمناسبات والطلب من الناس استخدامها عند نشر مشاركتهم خلال الحدث
- يمكن استخدامها لحصر المحتوى **لبلدية أو منطقة معينة**



الإشارة

- الإشارة إلى الأشخاص أو المؤسسات الشريكة ستجلب انتباههم إلى محتوى صفحتك حيث سيصلهم إشعار بأنك قمت بالإشارة إليهم
- سيجاب المنشور الذي يحتوي على إشارة جمهور أو أصدقاء الأشخاص أو الصفحات التي أشرت إليها
- يمكنك الإشارة إلى جمهورك أو شركاءك من خلال الصور أو المنشورات النصية

مناسبات جديدة لصفحة بلديتي

معلومات مطلوبة

يجب توفر هذه المعلومات المناسبة.

صورة أو فيديو مناسبة

تحميل صورة/فيديو

اسم المناسبة

الموقع

الوصف

الفئة

عند إنشاء مناسبة على فيسوك، تسري سياسات الصفحات والمجموعات والمناسبات.

إشارة إلى المنتج

يمكنك الآن استخدام فيديو لمساعدتك في إبراز المناسبة. شأؤها لهذه

يمكنك إضافة أي صفحة للمشاركة في استضافة هذه المناسبة. ستتلقى الصفحة إشعارًا لقبول طلبك.

المناسبات

في وجود مناسبات محلية تود البلدية دعوة المجتمع المحلي لحضورها يفضل انشاء مناسبة ودعوة الناس لحضورها ونشر كافة التفاصيل عليها

أسئلة؟



تعزير المحتوى المرئي





المنشورات المصممة

■ **المنشورات المصممة** هي تصميم يحتوي على صور او رسوم بالاضافة الى نص

المنشور ممكن ان يكون رسالة او بوستر او دعوة او اقتباس.

■ ممكن ان تكون **تصميمات قمت بعملها** لهدف توعوي او لدعوة الناس لحضور حدث معين ثم تنشرها على صفحتك لنشرها لأكبر قدر من الناس.

■ يفضل **تصميم التعميمات** بدلا من تصويرها ونشرها على صفحة البلدية.

■ هناك العديد من **المواقع والتطبيقات** التي تسهل عليك تصميم منشورك ابرزها **كانفا canva**.



برامج وتطبيقات تصميم ومونتاج



Canva



Adobe Spark



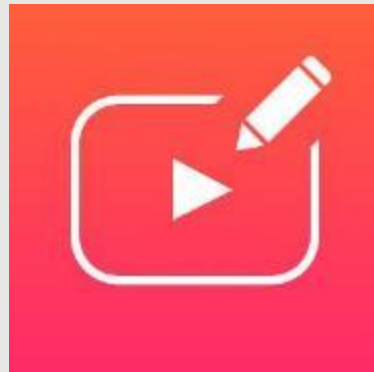
Pablo



Phonto



VideoShow



Vont



FilmoraGo



KineMaster

تطبيق عملي



تمرين عملي

كتابة المحتوى المكتوب باستخدام التكتيكات المختلفة

ستقوم كل مجموعة باعداد ونشر منشور باستخدام التكتيكات التالية ونشرها على المجموعة المغلقة:

المجموعة الاولى – استطلاع رأي ومنشور تفاعلي حول خدمة تقدمها الوزارة

المجموعة الثانية – قصة نجاح قصيرة حول رأي مستفيدين من خدمة معينة

المجموعة الثالثة – منشورين تثقيفيين باستخدام كانفا

المجموعة الرابعة – فيديو مسجل لمقابلات حول موضوع خاص بالوزارة (تذكر استخدام هاشتاغ ومنشن للجهات الشريكة)

منصات التواصل الاجتماعي واستخدامها كأداة
لقياس التواصل والدمج المجتمعي ما بين البلدية
والمواطنين



الروى

نظرة عامة

عمليات الترويج

المتابعون

تسجيلات الإعجاب

الوصول

مشاهدات الصفحة

معاينات الصفحة

إجراءات تم اتعاها على الصفحة

المنشورات

المداسبات

مقاطع الفيديو

التقصص

الأشخاص

الرسائل

ترويج

إدارة عمليات الترويج

ملخص الصفحة آخر 7 أيام

نتائج من 2019/03/06 إلى 2019/03/12

ملاحظة: لا تتضمن النتائج بيانات اليوم. يتم تسجيل بيانات نشاط الروى وفقاً للمنطقة الزمنية للمحيط الهادى. ويتم تسجيل بيانات نشاط الإعلانات وفقاً للمنطقة الزمنية المحددة بصفحة الإعلانات.

معاينات الصفحة
٥ مارس - ١١ مارس

لا تتوفر لدينا بيانات كافية لعرضها خلال الفترة الزمنية المحددة.

مشاهدات الصفحة
٥ مارس - ١١ مارس

١٤

إجمالي مشاهدات الصفحة ١٠٠% ▼

إجراءات تم اتعاها على الصفحة
٥ مارس - ١١ مارس

لا تتوفر لدينا بيانات كافية لعرضها خلال الفترة الزمنية المحددة.

التوصيات
٥ مارس - ١١ مارس

لا تتوفر لدينا بيانات كافية لعرضها خلال الفترة الزمنية المحددة.

وصول المنشور
٥ مارس - ١١ مارس

٦٨

أشخاص تم الوصول إليهم ١٠٠% ▼

تسجيلات الإعجاب بالصفحة
٥ مارس - ١١ مارس

لا تتوفر لدينا بيانات كافية لعرضها خلال الفترة الزمنية المحددة.

مقاطع الفيديو
٥ مارس - ١١ مارس

لا تتوفر لدينا بيانات كافية لعرضها خلال الفترة الزمنية المحددة.

استجابة الصفحة
اعتباراً من ١٠ مارس ٢٠١٩

١٠٠%

معدل الاستجابة ٠% ▼

٢ س ٢٩ د

زمن الاستجابة ٠ س ٠ د ٠ س

التفاعلات مع المنشورات
٥ مارس - ١١ مارس

٤٦

التفاعل مع المنشور ١٠٠% ▼



الرؤى

- عمليات الترويج
- المتابعون
- تسجيلات الإعجاب
- الوصول
- مشاركات الصفحة
- معاينات الصفحة
- إجراءات تم تحالها على الصفحة
- المنشورات
- المناسبات
- مقاطع الفيديو
- القصص
- الأشخاص
- الرسائل

ترويج

إدارة عمليات الترويج

مشوراتك الـ ٥ الأخيرة

الوصول: عادي / مدفوع عدد التقرات على المنشور التفاعلات والتعليقات والمشاركات

التاريخ النشر	المنشور	النوع	الاستهداف	الوصول	التفاعل	الترويج
09/03/2019 4:44 م	 خضار على مدى النظر	📄	🌐	65	11 / 10	ترويج المنشور
09/03/2019 4:43 م	 الزرع في إسكان عالية	📄	🌐	67	12 / 11	ترويج المنشور
11/01/2019 3:41 م	 الزميلات والزملاء الكرام أعضاء جمعية متقاضي الملكة الأردنية تحية وبعد لقد قامت الجمعية بكل	💬	🌐	67	2 / 2	ترويج المنشور
11/01/2019 3:39 م	 جمعية مباركتجميع الاخوات والاخوة في اسكان عالية	📄	🌐	55	2 / 0	ترويج المنشور
22/12/2018 5:25 م	 ما رأيكم بقرار إلغاء التأمين الصحي في المدينة الطيبة لمتقاضي الملكة الأردنية ومالعل؟	📄	🌐	62	9 / 3	ترويج المنشور

عرض كل المنشورات

صفحات للمشاهدة

مقارنة أداء صفحتك و منشوراتك بصفحات مشابهة على فيسبوك.

تساعدك صفحات للمشاهدة على مقارنة أداء صفحتك و منشوراتك بصفحات مشابهة على فيسبوك. إضافة صفحات لبدء الاستخدام.

i

التفاعلات والتعليقات والمشاركات

إضافة صفحات

الصفحة	إجمالي تسجيلات الإعجاب	من الأسبوع الماضي	منشورات هذا الأسبوع	التفاعل هذا الأسبوع
أنت 1	114	0%	2	21
 Alia Housing إسكان عالية				

التقييم البعدي للورشة التدريبية



تسليم الشهادات والصورة الجماعية



спасибо 谢谢
GRACIAS 谢谢
THANK YOU
ありがとうございました MERCI
DANKE धन्यवाद
شُكراً OBRIGADO



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE