



USAID

من الشعب الأمريكي



ورشة تدريبية حول تعزيز الاتصال الفعال من خلال
وسائل التواصل الاجتماعي
اليوم الاول

رانية الفاعوري
خبيرة الاتصال ووسائل التواصل الاجتماعي

برنامج دعم اللامركزية والحكم المحلي USAID - CITIES



USAID

من الشعب الأمريكي



الكلمة الافتتاحية

ممثل برنامج دعم اللامركزية والحكم المحلي

USAID CITIES



USAID

من الشعب الأمريكي



كلمة ممثل وزارة الإدارة المحلية
المهندسة رويدة الهباهبة

التعارف



عرف بنفسك وبلديتك ثم تخيل أنك
علقت في جزيرة مهجورة، سمّ
شيئاً واحداً تتمنى أن يكون
بحوزتك، ولماذا اخترته؟



USAID

من الشعب الأمريكي



مقدمة عن ورشة العمل

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%

15

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

نتائج تقرير برنامج دعم اللامركزية والحكم المحلي حول وضع مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية لـ ٣٣ بلدية شريكة – كانون ثاني 2019



✓ ٣ فقط من أصل ٣٣ بلدية شريكة ليس لديها صفحة
على الفيسبوك



✓ ٤ بلديات فقط من أصل ٣٣ لديها حسابات على
التويتر لكن عدد المتابعين يعتبر قليل



✓ ١٤ بلدية من أصل ٣٣ لديها موقع إلكتروني لكن
معظمها بحاجة لتحديث



ملاحظات عامة حول صفحات الفيسبوك حسب نتائج تقرير

- ✓ ٢٠ بلدية لديها أكثر من ٢٠٠٠ معجب على صفحاتها منهم ٨ بلديات تجاوز عدد معجبيها ١٠ آلاف
- ✓ العديد من الصفحات تستخدم الصور والفيديو مما يحقق نسبة تفاعل أكبر على الصفحة
- ✓ معظم البلديات لديها منشورات مستمرة على الصفحة بشكل أسبوعي أو يومي
- ✓ يتفاعل المعجبون بشكل جيد مع الصفحات ويتجاوبون مع المنشورات



ملاحظات عامة حول صفحات الفيسبوك حسب نتائج تقرير

- ✓ الصور والفيديوهات بشكل عام بحاجة إلى تحسين من حيث الجودة والتصميم
- ✓ هناك العديد من الصفحات معظم محتوى منشوراتها عبارة عن **تعميمات وكتب** رسمية مصورة أو تهاني وتعازي
- ✓ بعض المنشورات المكتوبة **طويلة وبجاجة لاختصار** وتنوع في استخدام التكتيكات مثل الهاشتاغ والاستطلاعات والأسئلة والمشاركة التي تزيد من التفاعل
- ✓ **الإجابة على الاستفسارات** والملاحظات غير فاعل لدى عدد كبير من الصفحات
- ✓ استخدام شعار البلدية غير مفضل بالشكل اللازم في المنشورات والصور والفيديوهات

— الأهداف والتوقعات ونتائج التقرير





أهداف الورشة التدريبية وتوقعات المشاركين

- تزويد المتدربين **بالمعارف والمهارات** اللازمين لتعزيز التواصل الفعال مع المجتمع المحلي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي
- رفع قدرات المتدربين لتوحيد جهودهم وتوجيهها نحو الطريق الصحيح من خلال تطوير **استراتيجيات التواصل الاجتماعي** لبلدياتهم
- تقديم تدريب عملي لصقل مهارات المتدربين حول كيفية **إدارة صفحات الفيسبوك** الخاصة ببلدياتهم من خلال زيادة الوصول والتفاعل وتحسين المحتوى وتحسين آلية الرد على الأسئلة والاستفسارات



USAID

من الشعب الأمريكي



نحو ممارسات آمنة على مواقع التواصل الاجتماعي

— دور وسائل التواصل الاجتماعي في نبذ خطاب الكراهية

ممثل مركز السلم المجتمعي – الرائد عمر الخلايلة



— مقدمة عن الجرائم الالكترونية وخطاب الكراهية

وحدة مكافحة الجرائم الالكترونية - النقيب المهندس سليمان الشرفات

أسئلة؟





USAID

من الشعب الأمريكي



ورشة تدريبية حول تعزيز الاتصال الفعال من خلال وسائل التواصل الاجتماعي اليوم الثاني

رانية الفاعوري
خبيرة الاتصال ووسائل التواصل الاجتماعي

برنامج دعم اللامركزية والحكم المحلي USAID - CITIES

– التقييم القبلي للورشة التدريبية



— مقدمة عن مواقع التواصل الاجتماعي



الاتصال الفعال من خلال وسائل التواصل الاجتماعي



تمرين



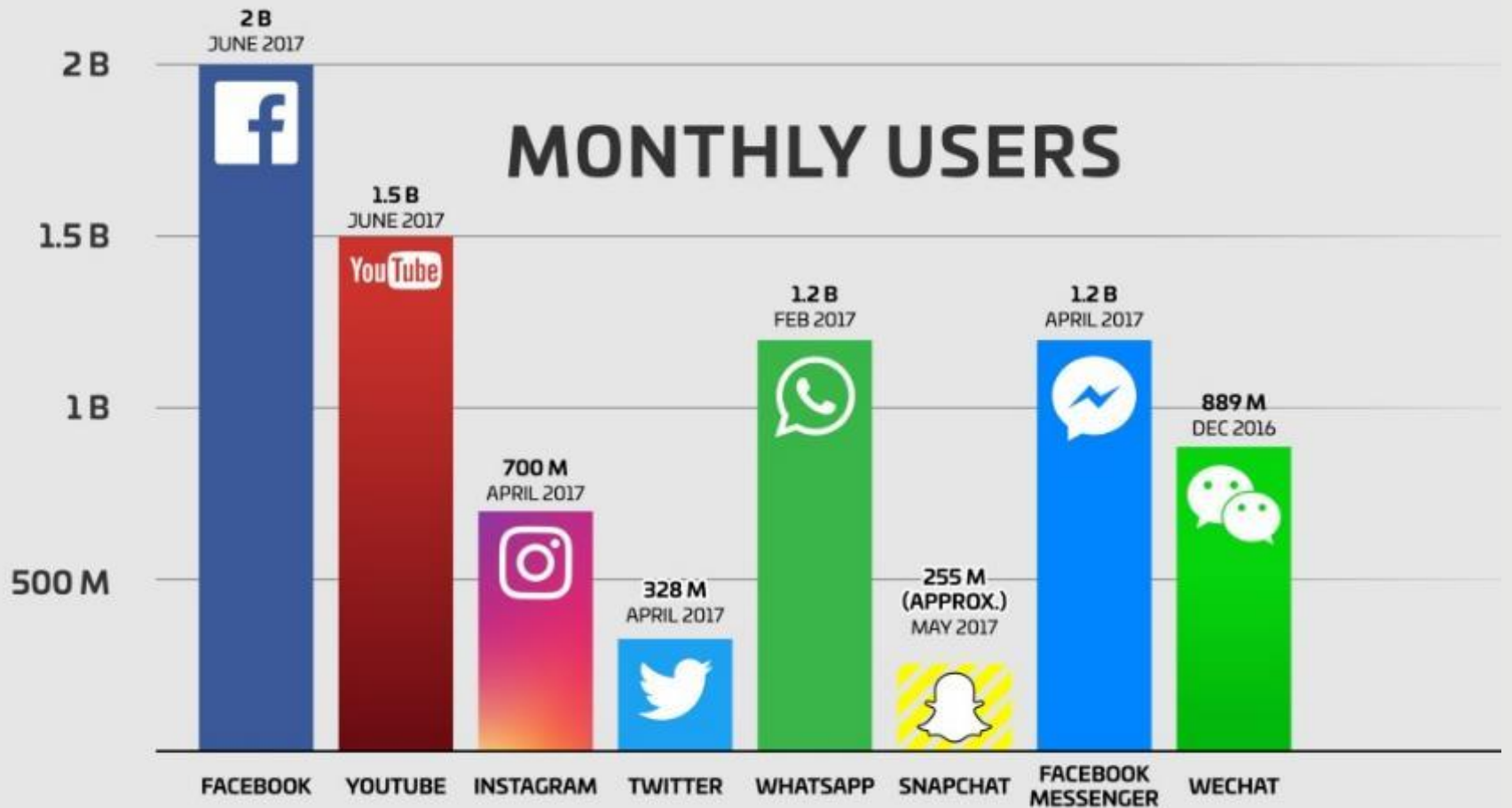
- تقسيم المشاركين الى مجموعة عمل امامهم بطاقات عليها خصائص ووظائف لبعض مواقع التواصل الاجتماعي
- يرجى من كل مشارك قراءة البطاقات التي امامه ولصق كل بطاقة تحت شعار الموقع المناسب برأيكم

مقدمة عن بعض مواقع التواصل الاجتماعي



- أكثر المواقع انتشاراً في العالم
- عدد مستخدميه أكثر من ٢ مليار
- يبيئك على تواصل مع الأهل والأصدقاء
- يمكنك تحميل ألبوم صور
- يحتوي على خاصية النكزة
- يمكن استخدام صفحة ملفك الشخصي من قبل الأصدقاء
- يمكنك من إنشاء صفحات أو مجموعات مغلقة
- يستخدم في نقل الأخبار والتحديثات المباشرة
- مساحة التغريدة محددة بـ ٢٨٠ حرف
- أول من استخدم خاصية الهاشتاغ #
- متابعوه أغلبهم من المشاهير والمثقفين وصناع القرار والصحفيين
- مكتبة لأفلام الفيديو
- يستخدم كمحرك بحث
- يستخدم لأهداف تعليمية
- يمكنك إنشاء حساب عليه من خلال حسابك على gmail
- يمكنك إنشاء قناة أو الاشتراك بقنوات حسب المحتوى الذي يهكم
- يعتبر ثاني أكثر المواقع استخداماً

MONTHLY USERS





USAID

من الشعب الأمريكي



مقدمة تعريفية عن موقع فيسبوك



أهم معالم صفحات الفيسبوك

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



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 (أعجبني)
- 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

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



وصف الصفحة (حول)	أن يتضمن تعريفاً عن البلدية وخدماتها والمناطق التي تخدمها وبيانات الاتصال	
عدم إضافة معلومات مغلوبة او خاصة بأي موظف. عدم ترك هذا القسم فارغ.	عدم مشاركة مواضيع لا تتناسب مع أنشطة البلدية، أو آراء سياسية ومعلومات أو صور غير مناسبة أو واضحة.	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



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.	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.	ترويج الصفحة
عدم وجود شعار البلدية في أي صور أو منشورات مصممة أو فيديو هات.	يفضل أن تكون الصور وأفلام الفيديو والمنشورات المصممة تحتوي على شعار المؤسسة.	الشعارات
الأ تكون إدارة الصفحة مقتصرة على شخص واحد.	يفضل أن يكون هناك شخصين أو أكثر يديرون الصفحة.	إدارة الصفحة

مقدمة عن موقع فيسبوك الممارسات المفضلة و غير المفضلة



الصفحة الرسمية.	ألا يكون هناك أكثر من صفحة للمؤسسة أو البلدية خاصة إذا كان غير واضح أيهما الصفحة الرسمية.	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 خطتك بشكل عشوائي.	راقب أداء صفحتك على قسم الرؤى للاستفادة من نتائج المنشورات التي حققت أداءً كبيراً	الرؤى

مقدمة عن موقع فيسبوك إدارة صفحات الفيسبوك على الحاسوب مقابل التطبيق



مقدمة عن موقع فيسبوك

إدارة صفحات الفيسبوك على الحاسوب مقابل التطبيق

الحاسوب

- إدارة الصفحة من خلال **الموقع الإلكتروني** الفيسبوك
- إدارة الصفحة من الحاسوب أحياناً تتطلب منك **التواجد أمام الشاشة** لأوقات طويلة أو أن تنتظر لحين وصولك للمكتب للقيام بإدارة الصفحة
- يجب **تنزيل كافة الصور** من الكاميرا إلى الحاسوب ثم نشرها على الصفحة
- يجب أن تقوم ب**منتجة الفيديو** من خلال برنامج خاص ومن ثم رفعه إلى الصفحة
- يمكنك بث **فيديو مباشر** من خلال جهاز اللابتوب ولكن يجب تحميل برامج خاصة لذلك مثل open broadcast
- إذا كان لديك **تصميمات أو أفلام احترافية** أو عالية الجودة فمن المفضل استخدام الحاسوب لرفعا إلى الصفحة
- **يتسع جهاز الحاسوب** إلى الصور والفيديوهات والتصاميم أكثر من الهاتف المحمول

مقدمة عن موقع فيسبوك إدارة صفحات الفيسبوك على الحاسوب مقابل التطبيق

التطبيق على الهاتف المحمول

- إدارة الصفحات من خلال **تطبيق فيسبوك** نفسه أو **تطبيق مدير الصفحات**
- إدارة الصفحة من التطبيق تعتبر **أسهل وأسرع** من الحاسوب ويمكنك إدارتها بشكل فوري
- يمكنك **التقاط الصور أو الفيديو** ورفعها مباشرة على الصفحة بسهولة
- يمكنك بث **فيديو مباشر** من خلال التطبيق بسهولة
- يمكنك **منتجة الفيديو** من خلال العديد من التطبيقات ورفعها مباشرة على الصفحة
- من خلال **الإشعارات على هاتفك** المحمول ستشعر بأهمية الرد أكثر من وصولها على الحاسوب
- **قد لا يتسع جهازك** المحمول كل الصور والفيديوهات والتصاميم وقد تحتاج إلى تفرغته من وقت لآخر



– أمثلة من صفحات فيسبوك فاعلة



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



أمثلة من صفحات فيسبوك فاعلة



– تعديل صفحات الفيسبوك

مساعدة + الإعدادات الصفحة البريد الوارد الإشعارات الرؤى أدوات النشر مركز الإعلانات المزيد +

إضافة غلاف

إضافة صورة +

بلديتي

الصفحة الرئيسية

المناسبات
الآراء
حول
مقاطع الفيديو
الصور
المنشورات
المجتمع
المعلومات والإعلانات

ترويج

إدارة عمليات الترويج

إضافة زر +

... مشاركة متابع أعجبك

هل تعرف اصدقاء ربما تعجبهم صفحاتك؟
ساعد المزيد من الأشخاص على اكتشاف صفحاتك عن طريق دعوة الأصدقاء لتسجيل الإعجاب بها.

يبحث عن أصدقاء لدعوتهم

إظهار منشور إنشاء منشور فيديو بث مباشر مناسبة % عرض

كتابة منشور...

صورة/فيديو تلمي الرسائل شعور/نشاط

تمرين تعديل صفحة الفيسبوك

- الاعدادات
- تعديل معلومات الصفحة
- القوالب وعلامات التبويب
- الادوار
- المراسلات
- الاشعارات

— الإدارة الفعالة لصفحة فيسبوك



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



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**.
- **إطرح 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**.
- نوّع **التكتيكات** التي تستخدمها في منشوراتك.
- ضع الصور المتعددة في **البومات** مبهوبة 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.

توحيد الصفحات ودمجها

طلب دمج صفحات مكررة

لتسهيل عثور الأشخاص عليك على فيسبوك وفي عمليات البحث، يمكنك طلب دمج الصفحات المكررة.

يمكنك اختيار الصفحات التي ترغب في دمجها:

Choose a Page

Choose a Page

أشياء يجب تذكرها:

يمكنك فقط طلب الدمج إذا كنت مسؤولاً في كلا الصفحتين.

يجب أن تمثل الصفحات التي تقوم بدمجها نفس الشيء وأن يكون لها نفس الأسماء. إذا حاولت دمج صفحات غير متشابهة، يتم إلغاء نشر الصفحات نهائياً.

لا يمكن التراجع عن دمج الصفحات بمجرد بدء العملية.

سيتم إبلاغ الأشخاص المعجبين بالصفحة المكررة بعملية الدمج. يمكن أن يستغرق إكمال هذا الأمر بضعة أيام.

سيتم حذف المحتوى الوارد من الصفحة التي يتم دمجها، مثل المنشورات والصور واسم المستخدم، أثناء الدمج. تعرف على كيفية تنزيل وحفظ محتوى صفحتك

سيتم دمج تسجيلات الإعجاب وعمليات الدخول من كلا الصفحتين وإظهارها على الصفحة المتبقية.

متابعة

■ يفضل دائماً أن يكون هناك

■ صفحة واحدة رسمية للبلدية.

■ إذا كان هناك أكثر من صفحة

يمكن دمج الصفحتين أو إلغاء

أحدهما.



طلب شارة التحقق الزرقاء

يظهر بجوار اسم الصفحة التي تم التحقق منها علامة اختيار باللون الأزرق. قد تكون هناك تشكيلة مختارة من صفحات الأشخاص والرياضات والوسائط والوسائل الترفيهية والصفحات الحكومية مؤهلة للحصول على هذا التحقق، وإننا لا ندعم طلبات التحقق للملفات الشخصية للمستخدمين والصفحات التي تمثل أنشطة تجارية/علامات تجارية.

نوع التحقق

الصفحة

ملف شخصي

تحديد صفحة للتحقق منها

إذا كنت تريد التحقق من صفحة ما، يرجى التحديد من القائمة المنسدلة أدناه.

تحديد صفحة ▾

يرجى إرفاق نسخة فوتوغرافية لهيئة هويتك

no files selected Choose Files

نحن بحاجة إلى مستند واحد على الأقل من المستندات الرسمية التالية لمراجعة طلبك.

إذا كان حسابك يمثل شخصًا:

- بطاقة هوية شخصية تحتوي على صورة شخصية وصادرة عن جهة حكومية يظهر بها اسمك وتاريخ ميلادك (على سبيل المثال: رخصة القيادة أو جواز السفر)

إذا كان حسابك يمثل شيئًا بخلاف شخص، يرجى توفير مستند يظهر به الختم الرسمي/العلامة المائية لمؤسستك:

- قاتورة هاتف أو مراقب لمؤسستك

- شهادة التأسيس

- عقد تأسيس الشركة

- المستندات الضريبية أو مستندات الإغناء الضريبي لمؤسستك

معلومات إضافية

يرجى مشاركة سبب ضرورة التحقق من حسابك.

تعرف على المزيد حول الصفحات المؤكدة.

توثيق الصفحات بالشارة

يمكن أن تقوم البلدية بالتقدم لطلب

حصول على شارة التوثيق أو التحقق

من الصحة لكن تعتمد أهلية شارة

التحقق من الصحة الزرقاء على

مجموعة عوامل، مثل اكتمال

الحساب والتوافق مع سياسة فيسبوك

والاهتمام العام وعوامل أخرى.

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، وقم بالرد على الشكاوي والاستفسارات على الصفحة مباشرة.
- قم بتشغيل الرد الآلي على التعليقات والرسائل ولكن لا تعتمد عليها بشكل كلي وقم 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 حيتم اضافة ابراج قريبا
الحمد لله مبارك 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
الخلل بسببكم!
كيف الفتي 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

تمرين



- ضمن مجموعتك قم باقتراح رد مناسب على التعليقات التي بين يديكم

أسئلة وملاحظات المتابعين على الفيسبوك

السؤال/الملاحظة

- لا يوجد إنارة في الحي الذي أسكن فيه يرجى متابعة هذا الموضوع.
- شوارعنا كلها حفر وسياراتنا تكسرت
- هناك تراكم للنفايات في حي... وكابسات البلدية لم تحضر منذ أسبوع
- لقد قدمت على الوظيفة التي أعلنت عنها البلدية ولكن لم يستجب أحد
- البلدية غير كفوءة ولا تقوم بوظيفتها
- حاولت التواصل معكم ولا نتيجة
- كل شغلكم محسوبيات

أجوبة مقترحة لأسئلة وملاحظات المتابعين على الفيسبوك

الموضوع	السؤال/الملاحظة	الجواب
استفسارات عامة	<ul style="list-style-type: none"> ■ لا يوجد إنارة في الحي الذي أسكن فيه يرجى متابعة هذا الموضوع. ■ شوارعنا كلها حفر وسياراتنا تكسرت 	<p>نشكرك على رسالتك وعلى تواصلك مع بلدية يرجى إرسال رقمك على الخاص وسيقوم الموظف المختص بالتواصل معك فوراً لمتابعة هذا الموضوع</p> <p>لقد تم تركيب لمبات جديدة قبل شهرين ولكن تم تخريبها من قبل بعض الأشخاص لذا يرجى مساعدتنا في رفع الوعي في منطقتك للحفاظ على الممتلكات العامة.</p> <p>شكراً على تواصلك مع بلدية يرجى الاتصال على الرقم للتواصل مع الموظف المختص ومعرفة المنطقة المشار إليها</p> <p>شكراً على ملاحظتك, يا ريت ترسلنا رسالة على بريدنا الإلكتروني لمتابعة هذه المشكلة</p> <p>لقد طرحنا عطاء لحل مشكلة تعبيد الشوارع في المنطقة المشار إليها ومن المتوقع البدء بالعمل الشهر المقبل</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ■ هناك تراكم للنفايات في حي.... وكابسات البلدية لم تحضر منذ أسبوع ■ شارع..... بحاجة لتعبيد 	

أجوبة مقترحة لأسئلة وملاحظات المتابعين على الفيسبوك

الموضوع	السؤال/الملاحظة	الجواب
شكر وامتنان	<ul style="list-style-type: none"> ■ جهودكم مشكورة ■ يعطيكم العافية ■ نتمنى لكم مزيد من التقدم 	<ul style="list-style-type: none"> ■ لولا دعمكم لما وصلنا إلى هذه المرحلة ■ شكراً لكم على رسالتكم الطيبة ■ كل الاحترام والتقدير لك ولكافة متابعينا وأبناء مجتمع..... الطيب ■ نرجو أن تكون بلدية دائماً عند حسن ظنكم
	<ul style="list-style-type: none"> ■ دمتم ذخراً للوطن 	<ul style="list-style-type: none"> ■ شكرأ على رسالتك لقد استلمنا الكثير من الطلبات لهذه الوظيفة وتم الاختيار بناءً على معايير محددة ووفقاً للكفاءة والخبرة المطلوبين. يرجى متابعة صفحتنا/موقعنا الإلكتروني لمعرفة الشواغر المستقبلية.
الرسائل السلبية	<ul style="list-style-type: none"> ■ لقد قدمت على الوظيفة التي أعلنت عنها البلدية ولكن لم يستجب أحد 	<ul style="list-style-type: none"> ■ نحترم رأيكم ونتفهم موقفكم يرجى إرسال رقمكم على الخاص للتعرف على تجربتكم مع البلدية ومحاولة الوصول إلى حلول. ■ نأسف لسماح ذلك يرجى التواصل على الرقم أو البريد الإلكتروني
	<ul style="list-style-type: none"> ■ البلدية غير كفؤة ولا تقوم بوظيفتها 	<ul style="list-style-type: none"> ■ نحترم رأيكم لكن البلدية تبذل جهود كبيرة وتعمل بمهنية لتحسين وضع المنطقة بمشاركة الجميع.
	<ul style="list-style-type: none"> ■ حاولت التواصل معكم ولا نتيجة ■ كل شغلكم محسوبيات 	

تمرين – الرد الالي



- ضمن مجموعتك اذهب الى البريد الوارد وشغل الرد الالي باستخدام صيغة مناسبة على صفحة بلديتك

الرد على التعليقات والرسائل

- يجب الرد على استفسارات وتعليقات ورسائل المعجبين أو المتابعين حيث يعتبر ذلك من مؤشرات التفاعل على الصفحة.
- يمكن إعداد الردود الآلية إذا كانت الملاحظات والاستفسارات والرسائل كثيرة مع أهمية إرسال الرد المناسب في وقت لاحق.



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





انواع المحتوى من حيث المضمون

- محتوى البلدية
- محتوى القطاع البلدي والتنمية
- محتوى اجتماعي

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



صياغة المنشور

- مختصر مفيد لا يتعدى فقرة واحدة أو فقرتين كحد أقصى
- خالٍ من الأخطاء الإملائية
- ينقل رسالة حقيقية تخدم أهداف البلدية بالتركيز على الجوانب الإنسانية وما يمس المجتمع المحلي
- اللغة مراعية للفئة المستهدفة وثقافة المجتمع المحلي
- أن تتنوع أساليب المنشورات فممكن أن تكون إعلان أو اقتباس أو قصة نجاح أو منشور مصمم أو يستخدم رابط أو هاشتاغ

صياغة المنشور - 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

#أردننا #زين_الاستدامة #زين_البيئة

zain

بيئة نظيفة ..
لعالم أجمل

البيئة ..
#زين_الاستدامة
#زين_البيئة

مسؤوليتنا جميعاً



وقت و عدد 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 مراعيًا للمناسبات أو **للظروف السائدة** أو المواضيع المستجدة في الأردن 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 مبدعا في طرح الاسئلة** حيث يمكن ان تطرح اسئلة عن رايهم 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 إنجازات وشراكات فاعلة وما يدور من فعاليات في مدينة الطفيلة ومن خلاله مناقشة احتياجات المواطنين وإيصال 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

تطبيق عملي – اجراء استطلاع

على كل مشارك إجراء استطلاع على صفحة البلدية
او مجموعة تدريب مواقع التواصل الاجتماعي
للبلديات |





الهاشتاغ

- الهاشتاغ # 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
- سي جلب المنشور الذي يحتوي على إشارة جمهور أو أصدقاء الأشخاص أو الصفحات التي أشرت إليها
- يمكنك الإشارة إلى جمهورك أو شركائك من خلال الصور أو المنشورات النصية



المسابقات

- يمكنك إطلاق مسابقات على الصفحة **لتحفيز المجتمع المحلي** للتحرك نحو تحقيق أهداف البلدية مثل المحافظة على النظافة أو المحافظة على الممتلكات العامة
- إحرص على أن تطلق هذه المسابقات **في الوقت المناسب** وأن تكون الهدية **رمزية** تعلن عنها بكل شفافية حتى لا تنشأ أي خلافات لم تكن في الحسبان
- ممكن أن تحفز **القطاع الخاص** لتقديم الهدايا انطلاقاً من مسؤوليته المجتمعية.

خطوة لإقامة مسابقة ناجحة في مواقع التواصل الاجتماعي

13



مناسبات جديدة لصفحة بلديتي

معلومات مطلوبة

يجب توفر هذه المعلومات المناسبة.

يمكنك الآن استخدام فيديو لمساعدتك في إبراز المناسبة

شاؤها لهذه

صورة أو فيديو المناسبة

تحميل صورة/فيديو

اسم المناسبة

64 / 0

أضف اسمًا قصيرًا واضحًا

الموقع

تضمن مكان أو عنوان

الوصف

أخبر الأشخاص المزيد عن هذه المناسبة

الفئة

تحديد فئة

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

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

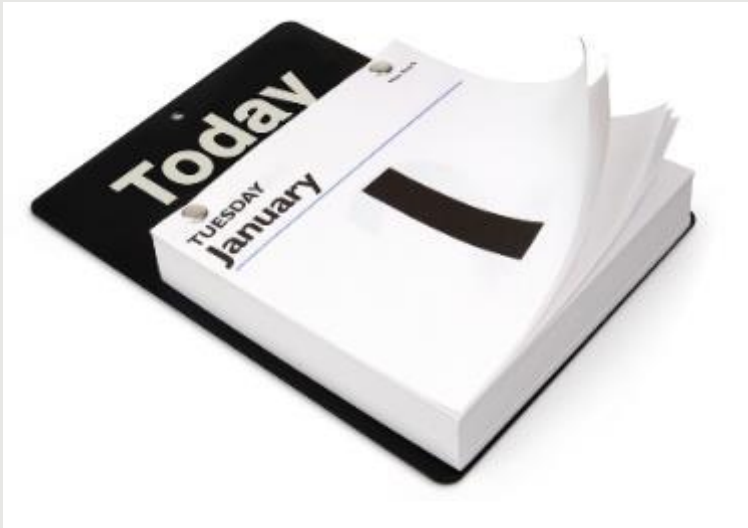
إشارة إلى المنتج

المناسبات

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

تطبيق عملي – انشاء مناسبة

على كل مشارك إنشاء مناسبة على صفحة البلدية او
مجموعة تدريب مواقع التواصل الاجتماعي للبلديات



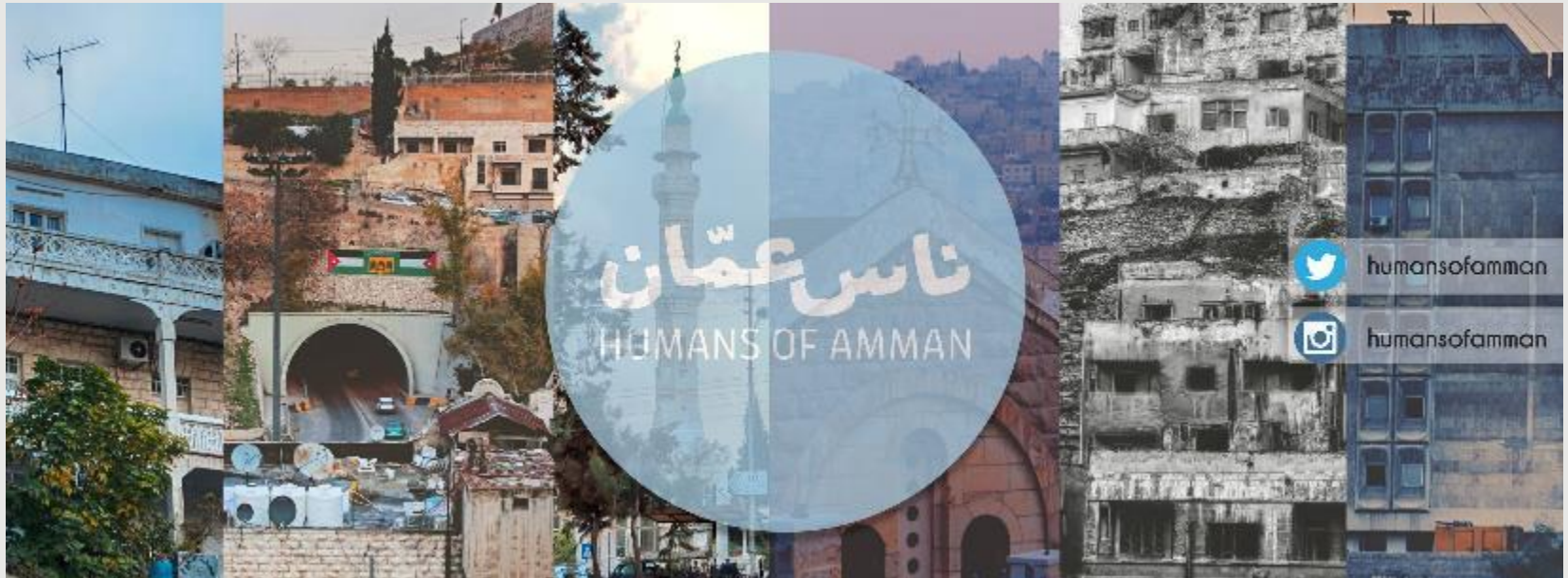


قصص النجاح

- 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:
 - اقتباس من شخص مستفيد من خدمة معينة وكيف ساهمت هذه الخدمة في التغيير من واقعه
 - ابراز التحدي قبل وجود الخدمة المقدمة وبعد
 - معلومات عامة عن دور البلدية في احداث التغيير
 - صورة جيدة للشخص المستفيد
 - شعار البلدية
 - هاشتاغ



امثلة عن قصص نجاح



امثلة عن الحملات باسلوب قصصي



وجوه تكامل الاردن 

٥ ديسمبر ٢٠١٨

"مهمتي توفير كل ما يحتاجه الأطفال من دعم نفسي واجتماعي خصوصاً في حال تعرضوا للتحرش."

الاء الكركي - ناشطة اجتماعية وحقوقية، وعضوة في لجنة حقوق المرأة والطفل التابعة لمجلس شباب الكرك التثموي

إتخلت مع إحدى المنظمات المهمة بحماية الأطفال الأردنيين واللاجئين السوريين، مهمتي كانت توفير كل ما يحتاجه الأطفال من دعم نفسي واجتماعي خصوصاً للأطفال إالى تعرضوا للتحرش وعمل محاضرات ودورات توعية للأهل حتى ن... عرض المزيد

١١٢ تعليقاً ١٦ مشاركة ٢,٢ لاف   

أعجبني    مشاركة   

الأكثر صلة

Faces Of Takamol  **وجوه تكامل الاردن**

اكتب تعليقاً... 

#إحنا_معكم
#ما_تسكتوش
#التحرش_جريمة

أسئلة؟



تطبيق عملي

ستقوم كل بلدية بنشر ثلاثة نصوص منشورات باستخدام الاساليب التي تعلمتها

- قصة نجاح
- منشور خبري عن احد اخبار البلدية
- منشور خبري عن ورشة تعزيز التواصل الفعال

– تعزيز المحتوى المرئي



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

التقاط ونشر الصور ذات الجودة التصوير



- التقط صوراً فيها تنوع من حيث القرب والبعد ومن أكثر من جانب أو زاوية.
- يفضل عدم تصوير الناس من الخلف إلا إذا كان المنظر أمامهم عميق مثل طريق معبدة طويلة أو منظر للمنطقة.
- تأكد من شحن الكاميرا قبل الخروج للتصوير.

التقاط ونشر الصور ذات الجودة الإضاءة

- عليك أن تستفيد من الإضاءة الطبيعية لصالحك.
- حاول أن تبقي مصدر الضوء خلفك.
- لا تلتقط الصور في الشمس الساطعة أو العمودية.
- لا تستخدم الفلاش في كل الأوقات فقط وقت الحاجة.



التقاط ونشر الصور ذات الجودة المكان



- التقط الصور في الخارج أثناء العمل الميداني بدل التقاطها بالداخل لتظهر ألوان وعناصر جاذبة أكثر.
- التقط صوراً ليس فقط لنتيجة العمل كطريق معبدة بل للعمال أثناء العمل على تعبيد الطريق.

التقاط ونشر الصور ذات الجودة الرسالة



- سلط الضوء على **قصة الصورة** أي صورة أحد أفراد المجتمع المحلي أثناء تلقيه الخدمة واروي قصته أو اقتباساً على لسانه.
- التقط صوراً **تدعو للإيجابية** مع بعض المرح أحياناً مثل الوجوه المبتسمة لأبناء المنطقة, والأطفال.

التقاط ونشر الصور ذات الجودة الموافقات



- تأكد من الحصول على **موافقة أفراد المجتمع المحلي** قبل تصويرهم اذا كانوا اقل من 3 اشخاص وكذلك عند الحصول على اقتباسات منهم.
- يفضل أن تكون هذه الموافقات والتصريحات **خطية** وخاصة في حال تصوير لقطات مقربة لوجوه الأشخاص

التقاط ونشر الصور ذات الجودة الشعارات



■ من المهم أن تروج **لبلدتك** وإبراز شعارها بشكل غير مباشر في الصور.

■ أثناء الاحتفالات أو الورشات قم بتصوير **المتدربين وهم مبتسمون** ويحملون الحقيبة التدريبية أو أي ورقة تحمل شعار مؤسستك.

■ قم بتخصيص **إطار خاص** لاستخدامه من قبل المشاركين للتصوير والنشر على مواقع التواصل وضع عليه شعار المؤسسة وهاشتاغ خاص بالورشة أو الحفل وادعو الحضور باستخدامه.

التقاط ونشر الصور ذات الجودة نشر الصورة

- عند وضع الصورة على مواقع التواصل لا تضعها بدون تعليق.
- عند وضع الصور على **قصص الفيسبوك** ضع عليها فلتر معين كالموقع أو اسم الاحتفال أو اقتباس أو سؤال أو استطلاع لجذب انتباههم.
- يمكن عرض صور لمواقع الإنجاز مثل تعبيد الطرق والإنارة وفتح الطرق ونظافة الشوارع من خلال **صور قبل وبعد**.



تصوير ونشر أفلام فيديو جيدة التصوير



■ صور الأشخاص أو الأماكن من أكثر من زاوية قبل البدء ثم قرر ما هي الزاوية الأفضل.

■ إذا كانت مقابلة فمن الأفضل أن تكون العدسة قريبة على وجه الشخص ولكن تجنب تقريب العدسة أثناء التصوير.

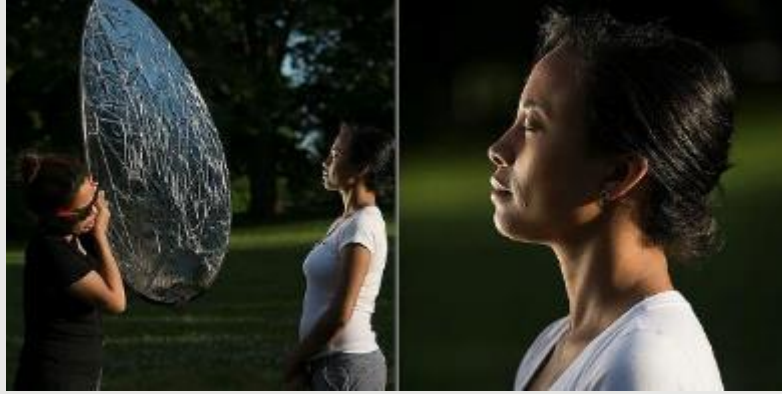
■ حاول أن تثبت يديك أثناء التصوير لتجنب اهتزاز الصورة، ويفضل استخدام ترايبود أثناء التصوير.

■ يجب أن يكون ارتفاع الكاميرا على مستوى وجه الشخص.

■ يفضل أن تأخذ لقطات قصيرة بدل من لقطة واحدة طويلة.

■ تأكد من شحن الكاميرا قبل الخروج للتصوير.

تصوير ونشر أفلام فيديو جيدة الإضاءة



- عليك أن تستفيد من **الإضاءة الطبيعية** لصالحك حيث يعطي الضوء الطبيعي الألوان الحقيقية للصورة وحاول أن تبقي مصدر الضوء خلفك.
- لا تصور في الشمس الساطعة أو العمودية لأن ذلك سيشكل خيلاً حاداً على الشخص أو على عنصر التصوير.
- لا تستخدم الإضاءة باستخدام الفلاش في كل الأوقات فقط وقت الحاجة أو ممكن استبداله بعاكس يعكس الضوء على الشخص أو الشيء المراد تصويره.

تصوير ونشر أفلام فيديو جيدة الصوت



- يفضل استخدام **الميكروفون** عند تسجيل مقابلات لتجنب التقاط الأصوات الخارجية التي تؤثر على صوت الضيف.
- لا يحبذ التصوير في الخارج **أثناء وجود رياح** أو هواء قوي
- **استمع إلى الفيديو** قبل إنهاء المقابلة حيث بإمكانك إعادتها في حال وجود أي خلل أو تشويش.

تصوير ونشر أفلام فيديو جيدة المكان



- **صور الفيديو في الخارج** أثناء العمل الميداني وخاصة الأشخاص والعمال والمسؤولين في الميدان وأي مقاطع تظهر التفاني بالعمل لخدمة المنطقة وتظهر ألوان وعناصر جاذبة أكثر.
- **قم بإجراء مقابلات ميدانية** مع الموظفين والعمال والمستفيدين والمسؤولين لتبين كافة جوانب العمل.
- **حاول توثيق جوانب العمل قبل وأثناء وبعد الإنجاز.**



تصوير ونشر أفلام فيديو جيدة التخطيط

- أكتب قصة مصورة **storyboard** للفيديو قبل البدء بالتصوير تحتوي على كافة التفاصيل من أشخاص وأماكن وأسئلة ومحاوِر ورسومات وتسلسل.
- سلط الضوء على قصص قصيرة ومقابلات تشد **انتباه المشاهدين** وتؤثر بهم واختر الأشخاص المناسبين القادرين على إجراء المقابلات.

تصوير ونشر أفلام فيديو جيدة الموافقات



- تأكد من الحصول على موافقة أفراد المجتمع المحلي قبل تصويرهم
- يفضل أن تكون هذه الموافقات والتصريحات خطية.

تصوير ونشر أفلام فيديو جيدة المونتاج

VIDEO 101: EDITING BASICS



■ أثناء المونتاج تأكد من أن مدة الفيديو مناسبة لمواقع التواصل وليس طويلاً.

■ ضع بعض النصوص على الشاشة لتبين أسماء الأشخاص ومسمياتهم الوظيفية ورسومات جرافيكية ومعلومات عن المنطقة مثلاً لتضيف إلى الفيديو عمق أكبر.

■ تأكد من وجود بداية وعرض وخاتمة لتسلسل الفيديو أو أن يكون قصير جداً لنقل رسالة معينة بشكل سريع وجميل.

■ تأكد من جودة الفيديو عند رفعه إلى مواقع التواصل.

تصوير ونشر أفلام فيديو جيدة الفيديو الحي او المباشر



■ الفيديو الحي او المباشر سيتيح لك الفرصة **للتفاعل مع الجمهور** بشكل مباشر وقراءة تعليقاتهم والرد عليها مباشرة.

■ يستخدم الفيديو الحي عند **نقل احداث** حفل او فعالية او مقابلة مع رئيس البلدية مثلا للتفاعل مع الجمهور حول موضوع معين.

■ عند تشغيل الفيديو المباشر **سيظهر اشعار** عند المعجبين بانك بدأت ببث فيديو حي وسيظهر لك رقم على الشاشة باعداد المنضمين للمشاهدة الفيديو ومن هناك ستبدا بالتفاعل مع المعجبين والرد على استفساراتهم او تعليقاتهم.

■ عند الانتهاء من التصوير **سينتقل الفيديو الى ارشيف** الفيديوهات الاخرى الموجودة على صفحتك.



استخدام شعار البلدية

- يفضل وضع شعار البلدية على المنشورات المصممة والرسوم التوضيحية والفيديوهات عند نشرها.
- تساعد الشعارات على ترسيخ صورة البلدية في اذهان الناس والترويج لهويتها ودورها في المجتمع.
- تساعد في حفظ ملكية المحتوى الموجود على صفحة البلدية في حال تم تناقله على مواقع التواصل من قبل صفحات او حسابات اخرى.

Stories

خاصية القصص على الفيسبوك

- ان اول من اوجد خاصية القصص هو **تطبيق سناب تشات** ثم انتقل الى التطبيقات والمواقع الاخرى.
- ان خاصية القصص تتيح لك الفرصة لمشاركة محتواك بطريقة **عفوية جذابة ومرئية** سواء كانت صورة ام فيديو حيث يمكن اضافة التأثيرات عليها مثل الملصقات والاسئلة والفلتر.
- تظهر القصص على الفيسبوك لمعجبي الصفحة **مرة واحدة** ثم تختفي ولكن احتمال رؤيتها من قبل المعجبين اكبر من للمنشور العادي.
- يمكنك ان **تختار الفئات** التي تود ان يروا قصتك.



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



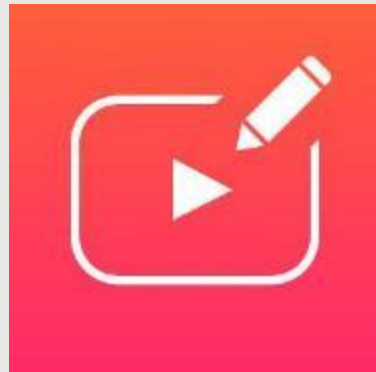
Pablo



Phonto



VideoShow



Vont



FilmoraGo



KineMaster

تطبيق عملي



أسئلة؟





USAID

من الشعب الأمريكي



ورشة تدريبية حول تعزيز الاتصال الفعال من خلال وسائل التواصل الاجتماعي اليوم الثالث

رانية الفاعوري
خبيرة الاتصال ووسائل التواصل الاجتماعي

برنامج دعم اللامركزية والحكم المحلي USAID - CITIES

— مراجعة مجريات اليوم الثاني



– تعزيز المحتوى المرئي - تنمية



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

تمرين عملي حول المحتوى المرئي

ستقوم كل بلدية باعداد ونشر منشورين باستخدام الأساليب التي تعلمتها مع مراعاة تنوع الفئات المستهدفة:

1- منشور عن البلدية

2- منشور عن ورشة عمل تعزيز الاتصال الفعال بين البلديات والمواطنين

أمثلة (منشور مصمم، صور، فيديو (مباشر أو عادي)، قصص نجاح، استطلاعات، مسابقة، مقابلات، (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

التخصص

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
- معايير 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 م 4:44	 خضار على مدى النظر	📄	🌐	٦٥	١١ / ١٠	ترويج المنشور
09/03/2019 م 4:43	 الزرع في إسكان عالية	📄	🌐	٦٧	١٢ / ١١	ترويج المنشور
11/01/2019 م 3:41	 الزميلات والزملاء الكرام أعضاء جمعية متقاضي الملكة الأردنية تحية وبعد لقد قامت الجمعية بكل	💬	🌐	٦٧	٢ / ٢	ترويج المنشور
11/01/2019 م 3:39	 جمعية مباركتجميع الاخوات والاخوة في اسكان عالية	📄	🌐	٥٥	٢ / ٠	ترويج المنشور
22/12/2018 م 5:25	 ما رأيكم بقرار إلغاء التأمين الصحي في المدينة المنورة لمتقاضي الملكة الأردنية ومالعل؟	📄	🌐	٦٢	٩ / ٣	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	١١٤	0%	2	٢١
 Alia Housing إسكان عالية				



أهمية الرصد

- من يتحدث عنا واين؟
- كل ما يتعلق في مجال الخدمات البلدية
- البلديات الاخرى او اصحاب العلاقة

موقع www.buzzsumo.com



دمج الحسابات

- لا ينصح بدمج حسابات فيسبوك وتويتر لانه الجمهور مختلف
- يمكن ادارة حساباتك على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المواقع الخاصة بهذا الشأن وابرزها موقع هوت سويت

www.hootsuite.com

– تطوير استراتيجية التواصل الاجتماعي



تمرين

- ستقوم كل بلدية بتعبئة نموذج استراتيجية التوافق الاجتماعي وعرضها على المشاركين

– تطوير تقويم النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

التقويم الأسبوعي للنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي



- خطط لمحتواك على صفحة الفيسبوك الخاصة بفريقك من خلال تعبئة نموذج يحتوي على الرسائل والادوات والصور والموافقات خلال اسبوع.
- يمكنك جدولة المنشورات بحيث يتم نشرها تلقائياً حسب الموعد الذي أدرجته.

التقويم الأسبوعي للنشر

الأحد - التاريخ						
الوقت	عنوان المنشور	النص	الصورة/الفيديو	الرابط	القسم/ المنطقة/ المجلس	الموافقة
الاثنين - التاريخ						
الوقت	عنوان المنشور	النص	الصورة/الفيديو	الرابط	القسم/ المنطقة/ المجلس	الموافقة
الثلاثاء - التاريخ						
الوقت	عنوان المنشور	النص	الصورة/الفيديو	الرابط	القسم/ المنطقة/ المجلس	الموافقة
الأربعاء - التاريخ						
الوقت	عنوان المنشور	النص	الصورة/الفيديو	الرابط	القسم/ المنطقة/ المجلس	الموافقة

– التقييم البعدي للورشة التدريبية



— تسلیم الشهادات والصورة الجماعية



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

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