

سياسة الاتصال والإعلام

الإطار المرجعي لسياسات الاتصال

تنطلق السياسات الاتصالية للجمعية من السياسة الإعلامية للمملكة العربية السعودية الصادرة بقرار من مجلس الوزراء رقم 169 بتاريخ 20 / 10 / 1402 هـ

سياسة كهاتين الاتصالية:

- 1- أن يكون المحتوى باللغة العربية.
- 2- أن يكون المحتوى خال من الأخطاء الإملائية والنحوية.
- 3- أن يكون المحتوى خال من المحاذير الشرعية.
- 4- ألا يكون المحتوى مخالفا 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 والأهداف الاستراتيجية للجمعية.
- 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 المضافة 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 تحت مظلة النظام.
- 20- تصوير المستفيدين بحسب الحاجة وبما يخدم أهداف الجمعية لغير المشاريع التسويقية شريطة التوقيع على إقرار وتعهد الموافقة على الظهور الإعلامي (وفق نموذج الظهور الإعلامي المعتمد - مرفق رقم (1)



سياسة قنوات التواصل:

- 1- أن تستخدم وفق مواصفاتها الفنية ومزاياها الاتصالية.
- 2- تنظيم آلية العمل من خلال التخطيط والتنفيذ الفعال لترسيخ مسمى الجمعية (كهاتين) وتعزيز رؤيتها ورسالتها وقيمتها في مختلف الوسائل الإعلامية التقليدية والجديدة، وتضمن المسمى في كافة المنشورات، والأخبار، والمقالات، واللقاءات.
- 3- أن يكون النشر من الساعة (6.00) صباحاً - (12:00) مساءً، ويستثنى من ذلك بعض الأمور الهامة، وكذلك شهر رمضان المبارك.
- 4- يكون النشر في مواقع التواصل الاجتماعي بحسب ما خطط له في الخطة التشغيلية لإدارة التسويق.
- 5- الرد على الأسئلة والاستفسارات خلال مدة لا تتجاوز الـ (24) ساعة.
- 6- المشاركة في الحملات الدعائية والتسويقية للجمعية بالتنسيق مع قسم تنمية الموارد المالية ووحدة التخطيط التسويقي.
- 7- إبراز مناشط الجمعية بشكل دوري عبر إحصائيات.
- 8- إظهار منجزات الأبناء والبنات وفق البرامج المقدمة ونشرها في كافة الوسائل.
- 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 وسياساتها الاتصالية.
- 11- التواصل البعدي مع طالبي الخدمات ومقدمي الشكاوى للتأكد من تقديم المعلومة أو الخدمة لهم من قبل الجهة ذات الاختصاص في الجمعية.
- 12- الرد على الانتقادات والشكاوى والمقترحات بشكل مدروس، وإيضاح 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 أو الاستهزائي.
- 14- الحرص على نشر التغريدات والسنابات وغيرها من الوسائل مع تضمين صورة لها دلالة بالخبر أو الحدث لإعطاء جاذبية أكبر للاطلاع.

تحديث المعلومات الإلكترونية:

الغرض: ضمان دقة وملاءمة المعلومات الإلكترونية للزمن

يجب التأكد من تحديث محتوى المعلومات والمواد المختلفة المنشورة الكترونياً بشكل يضمن حداثة نشرها، وهذا يشمل الأخبار والتقارير والصور، ويشمل أيضاً المعلومات التعريفية مثل الأسماء وأرقام الهواتف والبريد الإلكتروني ووصف المواد وغيرها من المعلومات، ويتم تحديثها بصورة دورية (ربعية).

التغييرات وإخلاء المسؤولية:

الغرض: التعامل مع متطلبات تغيير المحتوى.

تحتفظ الجمعية بالحق في تغيير المعلومات الواردة فيما سيتم نشره في أي وقت وبدون سابق إنذار.

الحرص على بذل قصارى الجهد من مركز كهاتين الإعلامي للتأكد من دقة المعلومات الواردة في الأخبار والتقارير والموقع الإلكتروني ومنصات التواصل وذلك لضمان دقتها أو تعرضها لما يناهض سلامة النشر أو البنود المشار إليها في السياسة بما في ذلك أي نص أو رسوم بيانية، أو إعلانات، أو مواد مرئية، أو مسموعة.

منهجية تعزيز الصورة الذهنية:

تسعى الجمعية لتعزيز صورتها الذهنية وانتشارها عبر العديد من الوسائل (مصفوفة الوسائل ص 20) إضافة لخططها ومبادراتها لتعزيز ذلك، وعبر النقاط التالية:

- 1- المشاركة في المعارض التعريفية.
- 2- التواجد الدائم في المنصات.
- 3- هوية بصرية موحدة توائم العمل.
- 4- نشر المنجزات بشكل دوري عبر أكثر من وسيلة.
- 5- نشر انطباعات وجهاء المجتمع والمسؤولين عن الجمعية.
- 6- التواجد المستمر عبر الإعلانات والشاشات الدعائية.
- 7- النشر بشكل مستمر لرؤية ورسالة الجمعية وأهدافها الاستراتيجية عبر المنصات.
- 8- إنتاج مواد إعلامية ودعائية تعزز الصورة الذهنية.
- 9- إيضاح قصص النجاح عبر فيديوهات قصصية وتقريرية.
- 10- ترويج مواد إعلامية تعزز الصورة الذهنية على مختلف قنوات التواصل.
- 11- المشاركة في الأيام العالمية ذات العلاقة بالجمعية.
- 12- التواجد في المناسبات الوطنية والاجتماعية.
- 13- الشفافية في نشر القوائم المالية واللوائح والأنظمة الخاصة بالجمعية.



مؤشرات رصد تعزيز الصورة الذهنية:

- ارتفاع عدد متابعي وسائل التواصل الاجتماعية للجمعية.
- زيادة عدد الداعمين والمشاركين في المنصات.
- استمرارية دعم الداعمين.
- زيادة عدد المشاهدات لكافة المنصات.
- نسبة التفاعل مع المنشورات.
- نسبة الوصول للمتجر والموقع الإلكتروني عبر الإعلانات المدفوعة.



تعهد وإقرار) بالالتزام بسياسة الاتصال والإعلام

أقر وأتعهد أنا..... الموظف في /

بالالتزام بسياسة الاتصال والإعلام وما ورد فيه من سياسات وتنظيمات، وأن اتقيد بالشروط والطرق الخاصة بالرد على العملاء والداعمين والجمهور، وأتعهد بتقديم الخدمة والاستفسار والمعلومات بشكل صحيح وملائم لمكانة الجمعية وأن أضعها في صورة ذهنية مميزة وأقر بأنه في حال إثبات مخالفتي السياسات سيم تطبيق البنود الخاصة بالمخالفات في حقي.

	الاسم
	الإدارة
	المسمى الوظيفي
	التاريخ