

التواصل عبر وسائل الإعلام الاجتماعي والمناصرة الرقمية

أصبحت أدوات الإنترنت مكونًا أساسيًا لعمل المنظمات غير الربحية، حيث تستطيع وسائل التواصل الاجتماعي أن تكون أداة مؤثرة لتعزيز جهود التواصل والمناصرة التي تبذلها أي منظمة. يتطلب دمج استراتيجيات المناصرة الرقمية في خطة المناصرة العامة لمنظمتكم استخدام منصات رقمية مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام ويوتيوب، وذلك من أجل التأثير على مجموعة معينة من الأشخاص وتعبئتها لدعم قضية أو حملة معينة.

لماذا نستخدم وسائل التواصل الاجتماعي في حملات الدفاع والمناصرة؟

التواجد الفعال على وسائل التواصل الاجتماعي يساعد المنظمات التي تعمل على تغيير السياسات والتي تركز في عملها على حملات الدفاع والمناصرة في زيادة ظهورها من خلال إمكانية الوصول إلى جمهور أوسع من الأشخاص المعنيين، وإنشاء شبكات / ائتلافات من المنظمات التي تتشارك نفس الأهداف، وبالتالي التأثير على الأطراف المهمة وأصحاب المصلحة في المجتمع. يمكن لهذه المنصات أيضًا دعم جهود جمع التبرعات عن طريق جذب اهتمام الجهات المانحة والمتبرعين. في الواقع، فإن الفائدة الرئيسية من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لنشاطات وحملات المناصرة هي القدرة على نشر وتعميم المعلومات بشكل أسرع وأوسع وبالحد الأدنى من الموارد المادية. ومع ذلك، فمن المهم أن تضع في اعتبارك أنه يجب دمج نشاطاتك على أرض الواقع مع نشاطاتك عبر الإنترنت حتى تصل إلى جمهور أكثر تنوع.

كيف يتم تطوير استراتيجية التواصل الاجتماعي؟

(1) حدد أهدافك

سيطلب منك تطوير حملة قوية على وسائل التواصل الاجتماعي توضيح ما تريد تحقيقه من خلال جهود التواصل باستخدام نفس الطريقة التي تعمل بها منظمات المجتمع المدني في وضع مهمة واضحة وأهداف محددة. إن تحديد أهداف واقعية وقابلة للقياس هو مفتاح نجاح الحملة وهو أمر بالغ الأهمية للتعلم والتطور والنمو. ولذلك، يجب وضع هدف **معقول**؛¹ بمثابة كونها اختصارًا مكون من الحروف الأولى لخمس كلمات، أي: **محدد، عملي، قابل للقياس، واقعي، وله سقف زمني**. كمثال:

- سيزيد المعهد الأخضر للدراسات البيئية من متابعيه على تويتر وفيسبوك بنسبة 20% خلال الأشهر الستة القادمة.
- خلال الأسبوع المقبل، سيقود منتدى ضوء الشمس حملة لتعبئة 500 ألف شخص لحث أعضاء البرلمان على التصويت بـ "نعم" على تشريع جديد لمكافحة الفساد باستخدام الوسوم #نراكم على فيسبوك وتويتر وإنستغرام.
- ستجمع منظمة حماية حقوق المرأة 50,000 دولار من خلال التبرعات عبر الإنترنت على مدى ثلاثة أشهر لدعم ضحايا العنف المنزلي في المناطق الريفية.
- ستقوم شبكة الكل من أجل المساواة بتعبئة 10 منظمات في غضون 10 أسابيع للانضمام إلى حملة وسائل التواصل الاجتماعي حول المساواة في إجازة الأبوة.
- سوف تتلقى جمعية Youth Act خلال أسبوعين 100 طلب عبر الفيسبوك لمراقبة الانتخابات البلدية القادمة.

(2) تحديد الجمهور المستهدف

بعد وضع أهدافك المحددة، يجب الانتقال لتطوير فهم جيد للجمهور المستهدف. من هم الأشخاص الذي تحتاج الوصول إليهم وما هي أفضل طريقة لذلك؟ إن معرفة منصات التواصل الاجتماعي الأكثر شيوعًا بين جمهورك المستهدف هي معلومة في غاية الأهمية عند تطوير استراتيجية التواصل. كما تساعدك معرفة جمهورك المستهدف بشكل جيد على تصميم الرسالة والمحتوى المناسبين لهذا الجمهور، مما يجعلها أكثر إقناعًا. يمكن أن تساعدك مراقبة حسابات محددة على منصات التواصل الاجتماعي المختلفة وجمع معلومات حول متابعيك وتفاعلاتهم مع منشوراتك وإجراء استطلاعات ومقابلات على معرفة المزيد عن جمهورك الحالي وتحديد جماهير جديدة أنت في الحاجة إلى الوصول إليها. سيسمح لك هذا أيضًا بتصنيف المجموعات المستهدفة لمبادراتك المختلفة على وسائل التواصل الاجتماعي واستهداف «المؤثرين» (Influencers) الذين يمكنهم المساعدة في نشر رسالتك بشكل أفضل.

3) حدد أنسب منصات التواصل الاجتماعي لمؤسستك

حدد المنصة الأفضل للمساهمة في تحقيق أهدافك بناءً على جمهورك المستهدف واحتياجاتك التنظيمية. لكل منصة تواصل اجتماعي وظيفة وغرض وقدرة على جذب تركيبات سكانية مختلفة. ابدأ باختيار منصة أساسية لحملتك الرقمية ثم التزم بها. بعد أن تعتاد وتتأقلم على هذه المنصة، يمكنك البدء في التفكير في التوسع إلى منصات أخرى، إذا كان القيام بذلك له فائدة استراتيجية.

لا تعني الزيادة في عدد حساباتك على منصات التواصل الاجتماعي بالضرورة زيادة قدرتك على الوصول لجمهورك المستهدف، لذا كن واقعيًا بشأن قدرتك على إنشاء حسابات في منصات مختلفة. قبل إنشاء العشرات من الحسابات الجديدة، اسأل نفسك: هل لدينا الوقت والموارد اللازمين لإدارة هذه الحسابات، وهل سيكون لدينا ما يكفي من المحتوى الجيد للنشر على هذه المنصات؟ أي منصة (منصات) تضم حالياً أكبر جمهور لدينا؟ هل يؤدي إنشاء حساب على منصة جديدة إلى زيادة احتمالية وصولنا إلى جمهورنا المستهدف، أم أننا موجودين بالفعل على المنصات التي من المحتمل أن يستخدمونها؟ ما الذي نحتاج إلى تحقيقه وكيف يمكننا تحقيقه على أفضل وجه؟

4) أنتج محتوى جذاب وإبداعي وأصلي

- لا تنشر من أجل النشر! المحتوى الذي تقوم بتطويره يجب أن يجذب انتباه جمهورك المستهدف. لاحظ أن اتساق وجودك على وسائل التواصل الاجتماعي مهم، في حين أن جودة المحتوى ضرورية.
- ابدل مجهود في تصميم محتوى إبداعي وأصلي وتفاعلي يمكنه اجتذاب فضول الجمهور وبناء هوية تجعلك أنت وعملك أكثر تميزًا عن الحسابات والحملات الأخرى.
- من المهم أيضًا تحديد النبرة التي تنقلها منشوراتك. هل ستستخدم نبرة رسمية أم نبرة أكثر عفوية؟ النبرة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي لديها القدرة إما على تأكيد رسالتك أو على إضعافها. على سبيل المثال، إذا كنت ترغب في تبسيط قضية معقدة، فستحتاج إلى استخدام نبرة أكثر عفوية وربما استخدام الدعابة أو اللهجة الودية. وفي الوقت نفسه، إذا كنت تحاول لفت الانتباه إلى مشكلة خطيرة وعاجلة، فقد يلزمك استخدام نغمة أكثر جدية تعكس إلحاح الأمر.
- ركز على الحكي و على المنشورات التي تحتوي نص موجز ولكن غني بالمعلومات. من المهم أيضاً استخدام الرسوم البيانية أو الصور أو مقاطع الفيديو لجذب انتباه المتلقي.
- استخدم حسابك/حساباتك على وسائل التواصل الاجتماعي للترويج للأحداث والفعاليات التي تنظمها. أنشئ وسم (#) أو استخدم وسم مستعمل لزيادة نطاق وصول المنشور.
- تأكد من أن رسالتك متماسكة وسهلة الاستيعاب لأن كل منشور يمثل فرصة عابرة للانفراد عن منتجي المحتوى الآخرين ولجذب انتباه جمهورك.

5) أهمية اختيار التوقيت

من المهم اختيار التوقيت المناسب للقيام بالمهام المختلفة على وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بك. عليك أن تأخذ في الاعتبار التوقيت المحتمل لزيارة جمهورك لمواقع وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة من أجل زيادة عدد الأشخاص الذين يطالعون تحديثاتك. عادةً يكون الوقت الأنسب للنشر ما بين 8:00 صباحًا و 3:00 مساءً² قد يكون من الأفضل أن تتجنب النشر في الساعات ذات المشاركة المنخفضة والتي تكون عادةً قبل الساعة 6:00 صباحًا وبعد الساعة 7:00 مساءً، على الرغم من أنه من المهم ملاحظة أن هذه الساعات قد تختلف عبر الثقافات والبلدان. (هذا سبب إضافي لتوضيح أهمية معرفة جمهورك!) بالإضافة إلى ذلك، تشير الأبحاث³ إلى أن معدل النشر المثالي لزيادة رؤية المحتوى الخاص بك إلى أقصى حد هو كما يلي:

in	Instagram	Twitter	f
1-2 مرات في الأسبوع	قصص: 2-5 مرات في اليوم منشور: 1-3 مرات في اليوم	3-10 مرات في اليوم	1-2 منشور في اليوم

ومع ذلك، فإن المعدل المثالي للنشر يمكن أن يختلف عبر الثقافات والبلدان ويجب تعديله وفقًا لمعرفتك بالجمهور المستهدف.

2 <https://sproutsocial.com/insights/best-times-to-post-on-social-media/>

3 <https://sproutsocial.com/insights/social-media-calendar/>



يساعدك قياس مجهوداتك على وسائل التواصل الاجتماعي في تقييم أدائك وفي فهم أنواع المحتوى التي تجذب جمهورك بنجاح. استخدم المقاييس الموجودة لتحديد الأوجه التي تحتاج إلى تطوير مثل أدوات تحليل وسائل التواصل الاجتماعي المتاحة والتي تسمح لك بقياس نتائج استراتيجية التواصل التي اتبعتها. تقدم العديد من منصات وسائل التواصل الاجتماعي تحليلات⁴ مجانية مدمجة يمكنك من خلالها تتبع البيانات ويوفر Google Analytics معلومات عن مواقع الإنترنت.

على سبيل المثال، إذا كان الهدف إشراك المجتمع، يمكنك قياس النجاح من خلال التفاعل مع منشوراتك، وعدد مرات إعادة النشر (share)، والمشاركة في النقاشات من خلال خاصية التعليقات. أما إذا كنت تريد تعبئة الجمهور للقيام بمبادرات فيمكنك قياس التأثير من خلال عدد مرات إعادة النشر أو حضور الحدث أو عدد مرات استخدام الوسم، اعتمادًا على نوع التصرف الذي تريد أن يقوم به متابعيك.

إذا كان هدفك هو جمع التبرعات فقد يكون «معدل التحويل» مقياس جيد. على سبيل المثال، لقد قمت بحملة على وسائل التواصل الاجتماعي جلبت 100 زائر إلى صفحة التبرع حيث كان عليهم إكمال نموذج وإرساله. إذا أكمل 20 من 100 زائر النموذج وأرسلوه وقدموا تبرعًا، فإن معدل التحويل لحملةك هو 20%. يمكنك استخدام هذا القياس كمصدر بيانات ومقارنتها بالحملات المماثلة الأخرى لقياس مدى نجاح حملتك.

على الرغم من أن «الإعجابات» و «المتابعات» هي مقاييس مهمة على وسائل التواصل الاجتماعي، تذكر أن الهدف النهائي هو تفاعل المتابعين. يعد إشراك المتابعين أمرًا ضروريًا. من خلال تشجيعهم على التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بك، فإنك تساعد في بناء تقاربهم مع مؤسستك، وبالتالي زيادة الترويج لعملها. اجعل متابعيك جزءًا من عملك وخصص الوقت اللازم للرد على تعليقاتهم بنبرة صوت حقيقية وإيجابية. كن مستعدًا للأشخاص الذين قد يختلفون مع موقفك، أو اللذين قد يقدمون ملاحظات سلبية. إذا كان الرد مطلوبًا، فرد ببيان بسيط يعترف بمساهماتهم، ولكن عضد موقفك. لا تتجاهل التعليق أو تحذفه - ما لم يكن مسيئًا أو غير ملائم أو تحريضي عن عمد - لأن حتى التعليقات السلبية تساعد في زيادة مدى انتشارك.

4 يوفر فيسبوك تحليلًا لوسائل التواصل الاجتماعي من خلال أداة Facebook Insights التي تسمح يوميًا لمدير الصفحة بتتبع البيانات حول التفاعلات مع الصفحة وعدد المشاهدات وأداء المنشورات ومدى وصولها.