

تصميم تجربة المتبرع

حامد بن حنيف العتيبي
جمعية البر الخيرية بأم الدوم



الراعي الذهبي



الراعي الماسي



ارقام:

80 % من المدراء يعتقدون ان تجربة العملاء ممتازة

8 % من العملاء يعتقدون ان التجربة ممتازة

89 % من العملاء قاموا بتغيير الشركة بسبب سوء تجربة العميل

75% من عمليات الشراء تأتي من عملاء عائدين

ملتقى
التسويق
الرقمي
2019



يجب ان تبدأ بتجربة العميل قبل
العمل على التقنية وليس
العكس

الراعي الذهبي

الراعي الماسي



كيف نخلق تجربة تقنية مميزة للمتبرعين



الراعي الذهبي



الراعي الماسي



التخصيص

ملتقى
التسويق
الرقمي
2019



الراعي الذهبي

الراعي الماسي



النزاهه

ملتقى
التسويق
الرقمي
2019



الراعي الذهبي

الراعي الماسي



مؤسسة عبدالرحمن بن صالح العليجي ومكاتبه الخيرية
ABDELRAHMAN SAIED AL RAJHI & FAMILY FOUNDATION

التوقعات

ملتقى
التسويق
الرقمي
2019



الراعي الذهبي



الراعي الماسي



الحلول

ملتقى
التسويق
الرقمي
2019



الراعي الذهبي

الراعي الماسي



مؤسسة عبد الرحمن بن صالح آلراجحي ومكاتبه الخيرية
ABDELRAHMAN SALEH AL RAJHI & FAMILY FOUNDATION

التعاطف

ملتقى
التسويق
الرقمي
2019



الراعي الذهبي

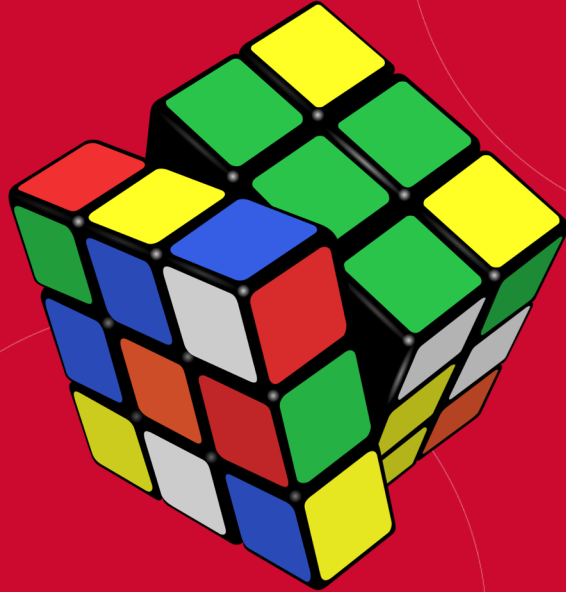


الراعي الماسي



الجهد والوقت

ملتقى
التسويق
الرقمي
2019



الراعي الذهبي



الراعي الماسي



تشمل الرحلة أقسام متعددة و نقاط اتصال

ملتقى
التسويق
الرقمي
2019



الراعي الذهبي

الراعي الماسي



ماهي تجربة العميل؟

(هي كل ما يراه عميلك ويسمعه ويلمسه ويشعر به عن منظمتك)

نايجل غرينوود مؤلف كتاب (تقمص شخصية عميلك)





• الموقع

• التعليم

• التصرفات

• المحفزات

• اهداف الاستخدام

• الوظيفة

• الاستخدام

• اسلوب الحياة

• الاهتمامات

• الاهداف العاطفية



تصميم الشخصية المتبرع

الراعي الذهبي

الراعي الماسي



خارطة تقمص الشخصية

ملتقى
التسويق
الرقمي
2019

بماذا يفكر ويشعر:	ماذا يسمع:
ماذا يرى:	ماذا يقول ويفعل:
المكاسب	المتاعب



الراعي الذهبي



الراعي الماسي





• المراحل

• الأفعال

• التفكير والمشاعر

• الأهداف

• لحظة الحقيقة

• الفرص



صمم الخارطة

الراعي الذهبي

الراعي الماسي





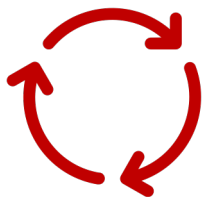
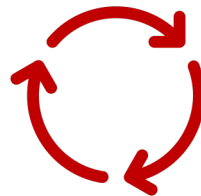
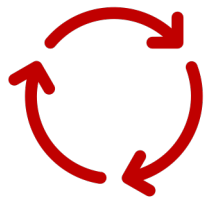
خارطة تجربة المتبرع

المراحل	البحث	التواصل	ما قبل التبرع	أثناء التبرع	بعد التبرع
الاهداف	الوصول للجمعيات المميزه	وسيلة تواصل واضحة	وضوح المشروع	سهولة التبرع وسرعته	معرفة أثر المشروع
الفعل	البحث عن مواقع الجمعيات وحساباتها	ارسال رسالة استعلام عبر وسيلة تواصل سهله	الحصول على تفاصيل المشروع ومزاياه	تحويل المبلغ بشكل سريع	رؤية أثر المشروع
التفكير والمشاعر	امل ان اصل الى الجمعيات بسهوله (متأمل)	هل سيردون بسرعه (محبط)	هل هناك احتياج للمشروع (محبط) لحظة الحقيقة 	هل المبلغ كافي (غير متأكد)	سعيد بالتبرع لوجه الله (سعيد)
الفرص	ترويج الموقع وسهولة الوصول اليه	تقييم وتحسين وسيلة التواصل لتكون سهلة ورد الي وسريع	التفكير بعمق في طريقة تعزيز الثقة بالجمعية	تقييم زيادة طرق التبرع وسهولتها	التفكير في وضع منتجات تبرز أثر المشروع



استدامة المتبرع الإلكتروني

ملتقى
التسويق
الرقمي
2019



الراعي الذهبي الراعي الماسي



الدخول

ملتقى
التسويق
الرقمي
2019



الراعي الذهبي



الراعي الماسي



التبرع

ملتقى
التسويق
الرقمي
2019



الراعي الذهبي

الراعي الماسي



التكرار

ملتقى
التسويق
الرقمي
2019



الراعي الذهبي



الراعي الماسي



متوسط التبرع

ملتقى
التسويق
الرقمي
2019



الراعي الذهبي

الراعي الماسي



الجذب

ملتقى
التسويق
الرقمي
2019



الراعي الذهبي



الراعي الماسي



مؤسسة عبد الرحمن بن صالح آل نهيان وعائلته الخيرية
ABULDAHMAN SALEH AL NAHJ & FAMILY FOUNDATION

نصائح عن تصميم خارطة المتبرع

ملتقى
التسويق
الرقمي
2019

1- ركز على تطوير لحظة الحقيقة

2- دع كل متبرع يشعر انه متبرع استثنائي

3- أوعد بالقليل وقدم الأكثر



الراعي الذهبي



الراعي الماسي



وصلى الله وسلم على نبيينا محمد



الراعي الذهبي

الراعي الماسي

