

رحلة المتبرع

رحلة المتبرع هي المسار الذي يمر به الداعم منذ لحظة تعرّفه على الجهة أو المبادرة وحتى تحوّله إلى شريك داعم طويل المدى يساعد هذا النموذج الجهات غير الربحية على تحسين تجربة المتبرع، ورفع مستوى الثقة والولاء، وتعظيم الأثر



رحلة المتبرع

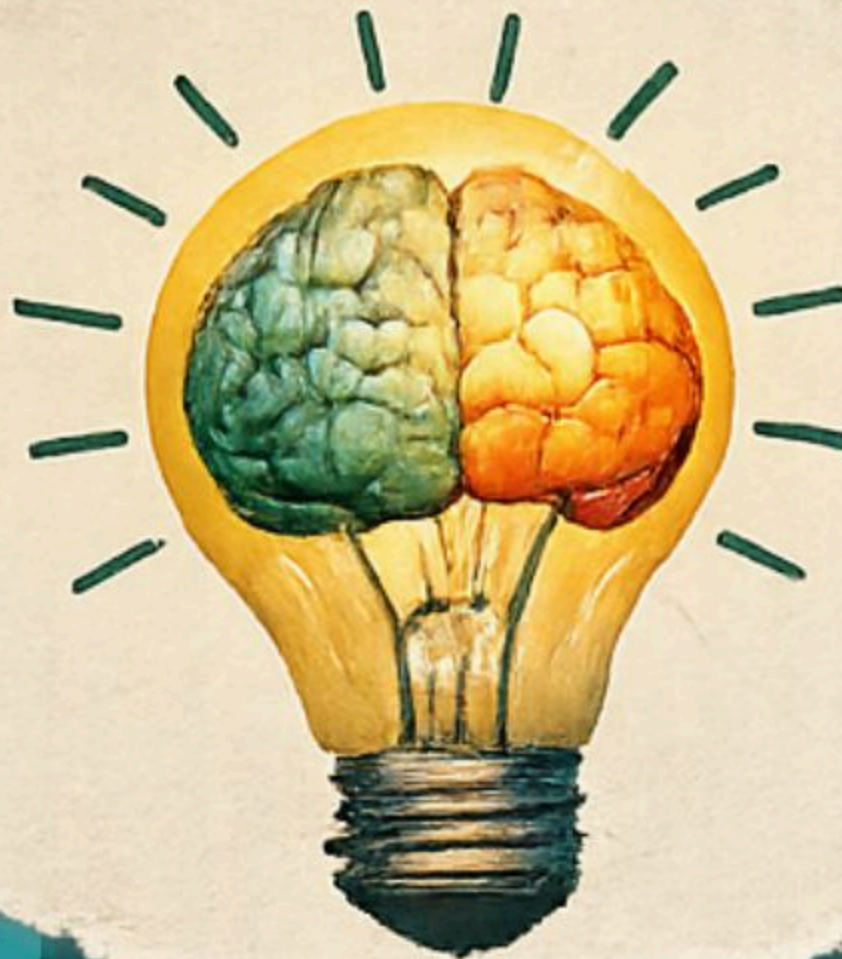
المرحلة الأولى الوعي:

الوصف:

- يتعرّف الفرد على الجهة أو المشروع عبر حملة أو إعلان أو محتوى رقمي
- وصول الرسالة الأولى وبناء الإدراك بالهدف
- عرض الاحتياج بصورة واضحة ومختصرة

الهدف

تعريف
المتبرع
بالجهة
وبالقضية



رحلة المتبرع

المرحلة الثانية الاهتمام:

الوصف:

- يبدأ بالاطلاع على مبادرات وبرامج الجهة
- يراجع القصص والأرقام والمحتوى التعريفي
- تتكوّن لديه صورة أولية عن المصداقية والأثر

الهدف

تحويل
الفضول
إلى اهتمام
فعلي



رحلة المتبرع

المرحلة الثالثة القرار:

الوصف:

- يقيّم المتبرع مدى موثوقية الجهة
- يوازن بين الرغبة في الدعم وسهولة التنفيذ
- يتخذ قرار تنفيذ أول تبرع

الهدف

تحفيز
المتبرع
لاتخاذ قرار
التبرع



رحلة المتبرع

المرحلة الرابعة التقدير:

الوصف:

- يتلقى المتبرع رسالة شكر مباشرة
- يتم تأكيد استلام التبرع
- يشعر بأن مساهمته محل تقدير واهتمام

الهدف

تعزيز
الشعور
بقيمة
التبرع



رحلة المتبرع

المرحلة الخامسة المتابعة:

الوصف:

- تزويد المتبرع بتحديثات حول نتائج تبرعه
- إشراكه في قصص النجاح
- تعزيز شعوره بأنه جزء من الإنجاز

الهدف

إبقاء
المتبرع
على اتصال
بالأثر



رحلة المتبرع

المرحلة السادسة الولاء:

الوصف:

- يبدأ المتبرع بالتبرع بشكل متكرر
- يشعر بالانتماء للجهة
- يثق في استدامة الأثر

الهدف

تحويل
المتبرع
إلى داعم
مستمر



رحلة المتبرع

المرحلة السابعة الشراكة:

الوصف:

- يتحوّل المتبرع إلى شريك في النجاح
- يساهم في نشر رسالة الجهة
- يدعم المبادرات ماديًا أو معنويًا

الهدف

بناء علاقة
شراكة
مستدامة

