

الخطة الكاملة لحملة "جنيه خير"
الهدف

الخطة الكاملة لحملة "جنيه خير"
الهدف

جمع تبرعات مستمرة بشكل يومي
إشراك أكبر عدد من المحلات/البراندات
بناء اسم قوي للجمعية وثقة الجمهور
المرحلة 1: التأسيس (3-5 أيام)

1. تحديد الهوية.

اسم الحملة: "جنيه خير"

الشعار:

"كل بيعة... بتفرق في حياة"

2. تجهيز الأدوات.

التيم يعمل:

لوجو بسيط

استيكر للمحل:

"المكان ده شريك في جنيه خير "

شهادة تقدير (PDF + مطبوعة)

فورم تسجيل للمحلات (Google Form)

3. تقسيم التيم

النزول للمحلات (Team Sales)

مهمتهم: إقناع الصيديليات / المحلات / البراندات

Team Marketing

سوشيال ميديا + محتوى

Team Operations

متابعة الفلوس + التقارير

المرحلة 2: الشراكات (أهم مرحلة)

الهدف: أول 10 شركاء

سكريبت موحد للتيم:

"إحنا بنعمل حملة اسمها جنيه خير فكرتها إنك تتبرع بجنيه من كل عملية بيع وإحنا بنروج لك ك شريك في

الخير وده بيزود ثقة العملاء ومبيعاتك وكمان هتاخذ شهادة تقدير وتغطية على السوشيال ميديا"

عرض القيمة (لازم يتقال بوضوح):

دعاية مجانية

زيادة ثقة العملاء

محتوى سوشيال ميديا ليه

شهادة + تكريم

اسمه هيتذكر في تقارير الحملة

الأدوات اللي تسببها معاه:

استيكر

كود (لو متاح) QR

شرح مختصر مطبوع

المرحلة 3: التسويق (تبدأ فور ا مع أول شريك)

1. نوع المحتوى.

بوستات:

"أول شريك في جنيه خير "

دعاء عبد المجيد

"كل مرة تشتري من (اسم المحل ...) إنت بتساعد"
فيديوهات:

زيارة للمحل
صاحب المكان بيتكلم

قبل/بعد التبرعات

2. جدول النشر.

يومي ا: ستوري

بوستات أسبوعي ا 3

فيديو أسبوعي ا 2

3. أفكار قوية:

"تحدي المحلات" (مين يجمع أكثر)

عداد تبرعات مباشر

قصص ناس اتساعدت

المرحلة 4: إدارة الفلوس

نظام بسيط:

كل محل يسجل عدد العمليات يومي ا أو أسبوعي ا

التبرع يتجمع أسبوعي ا أو شهري ا

(الشفافية) مهمة جد ا):

كل أسبوع:

"اتجمع كام"

"اتصرف في إيه"

المرحلة 5: التحفيز

للمحلات:

شهادة تقدير

بوست خاص بيه

تكريم شهري

للتيم:

مكافأة لأكثر حد جاب شركاء

مين أقوى واحد (Leaderboard)

المرحلة 6: التوسع

بعد أول 10 شركاء:

نستهدف 50 محل

ندخل براندات أكبر

نعمل رعاية رسميين للحملة

نقاط مهمة جد ا لنجاح الحملة

متغلطيش في ده:

متخليش الموضوع معقد

متطلبيش فلوس كبيرة) ابدئي ب 1 جنيهه)

متشتغلش بدون تسويق

ركزي على:

الانتشار بسرعة

قصص مؤثرة

بناء ثقة

خطة أول أسبوع) جاهزة للتنفيذ)

اليوم 2-1:

دعاء عبد المجيد

تجهيز اللوجو + الاستيكر + الشهادة

اليوم 3:

تدريب التيم على السكريبت

اليوم 4-7:

نزول ميداني

هدف: 5-10 شركاء

بالتوازي:

بدء نشر السوشيال ميديا

جملة الحملة الأساسية (خليها في كل حاجة)

"مش لازم تبرع... كفاية تشتري " الخطة الكاملة لحملة "جنيه خير"

الهدف

جمع تبرعات مستمرة بشكل يومي

إشراك أكبر عدد من المحلات/البراندات

بناء اسم قوي للجمعية وثقة الجمهور

المرحلة 1: التأسيس (3-5 أيام)

1. تحديد الهوية

اسم الحملة: "جنيه خير"

الشعار:

"كل بيعة... بتفرق في حياة"

2. تجهيز الأدوات

التيم يعمل:

لوجو بسيط

استيكر للمحل:

"المكان ده شريك في جنيه خير "

شهادة تقدير (PDF + مطبوعة)

فورم تسجيل للمحلات (Google Form)

3. تقسيم التيم

النزول للمحلات (Team Sales)

مهمتهم: إقناع الصيدليات / المحلات / البراندات

Team Marketing

سوشيال ميديا + محتوى

Team Operations

متابعة الفلوس + التقارير

المرحلة 2: الشراكات (أهم مرحلة)

الهدف: أول 10 شركاء

سكريبت موحد للتيم:

"إحنا بنعمل حملة اسمها جنيه خير فكرتها إنك تبرع بجنيه من كل عملية بيع وإحنا بنروج لك ك شريك في

الخير وده بيزود ثقة العملاء ومبيعاتك وكمان هتاخذ شهادة تقدير وتغطية على السوشيال ميديا"

عرض القيمة (لازم يتقال بوضوح):

دعاية مجانية

زيادة ثقة العملاء

محتوى سوشيال ميديا ليه

شهادة + تكريم

اسمه هيتذكر في تقارير الحملة

الأدوات اللي تسببها معاه:

استيكر

كود (QR) متاح

شرح مختصر مطبوع

المرحلة 3: التسويق (تبدأ فوراً مع أول شريك)

1. نوع المحتوى

بوستات:

"أول شريك في جنيه خير "

"كل مرة تشتري من (اسم المحل... إئت بتساعد"

فيديوهات:

زيارة للمحل

صاحب المكان بيتكلم

قبل/بعد التبرعات

2. جدول النشر

يومي ا: ستوري

بوستات أسبوعي 3 ا

فيديو أسبوعي 2 ا

3. أفكار قوية:

"تحدي المحلات" (مين يجمع أكثر)

عداد تبرعات مباشر

قصص ناس اتساعدت

المرحلة 4: إدارة الفلوس

نظام بسيط:

كل محل يسجل عدد العمليات يومي ا أو أسبوعي ا

التبرع يتجمع أسبوعي ا أو شهري ا

الشفافية (مهمة جد ا):

كل أسبوع:

"اتجمع كام"

"اتصرف في إيه"

المرحلة 5: التحفيز

للمحلات:

شهادة تقدير

بوست خاص بيه

تكريم شهري

للتيم:

مكافأة لأكثر حد جاب شركاء

مين أقوى واحد (Leaderboard)

المرحلة 6: التوسع

بعد أول 10 شركاء:

نستهدف 50 محل

ندخل براندات أكبر

نعمل رعاية رسميين للحملة

نقاط مهمة جد ا لنجاح الحملة

متغلطيش في ده:

متخليش الموضوع معقد

متطلبيش فلوس كبيرة (ابدئي ب 1 جنيه)

متشغليش بدون تسويق

ركزي على:

الانتشار بسرعة

قصص مؤثرة

بناء ثقة

خطة أول أسبوع (جاهزة للتنفيذ)

اليوم 1-2:

تجهيز اللوجو + الاستيكر + الشهادة

اليوم 3:

تدريب التيم على السكريبت

اليوم 4-7:

نزول ميداني

هدف: 5-10 شركاء

بالتوازي:

بدء نشر السوشيال ميديا

جملة الحملة الأساسية (خليها في كل حاجة)

"مش لازم تتبرع... كفاية تشتري " الخطة الكاملة لحملة "جنيه خير" الهدف

جمع تبرعات مستمرة بشكل يومي

إشراك أكبر عدد من المحلات/البراندات

بناء اسم قوي للجمعية وثقة الجمهور

المرحلة 1: التأسيس (3-5 أيام)

1. تحديد الهوية

اسم الحملة: "جنيه خير"

الشعار:

"كل بيعة... بتفرق في حياة"

2. تجهيز الأدوات

التيم يعمل:

لوجو بسيط

استيكر للمحل:

"المكان ده شريك في جنيه خير "

شهادة تقدير (PDF + مطبوعة)

فورم تسجيل للمحلات (Google Form)

3. تقسيم التيم

النزول للمحلات (Team Sales)

مهمتهم: إقناع الصيدليات / المحلات / البراندات

Team Marketing

سوشيال ميديا + محتوى

Team Operations

متابعة الفلوس + التقارير

المرحلة 2: الشراكات (أهم مرحلة)

الهدف: أول 10 شركاء

سكريبت موحد للتيم:

"إحنا بنعمل حملة اسمها جنيه خير فكرتها إنك تتبرع بجنيه من كل عملية بيع وإحنا بنروج لك ك شريك في

الخير وده بيزود ثقة العملاء ومبيعاتك وكمان هتاخذ شهادة تقدير وتغطية على السوشيال ميديا"

عرض القيمة (لازم يتقال بوضوح):

دعاية مجانية

زيادة ثقة العملاء

محتوى سوشيال ميديا ليه

شهادة + تكريم

اسمه هيتذكر في تقارير الحملة

الأدوات اللي تسيبها معاه:

استيكر

كود (لو متاح) QR

شرح مختصر مطبوع

المرحلة 3: التسويق (تبدأ فور ا مع أول شريك)

1. نوع المحتوى

بوستات:

"أول شريك في جنينه خير "

"كل مرة تشتري من (اسم المحل...) إنت بتساعد"

فيديوهات:

زيارة للمحل

صاحب المكان بيتكلم

قبل/بعد التبرعات

2. جدول النشر

يومي ا: ستوري

بوستات أسبوعي ا 3

فيديو أسبوعي ا 2

3. أفكار قوية:

"تحدي المحلات" (مين يجمع أكثر)

عداد تبرعات مباشر

قصص ناس اتساعدت

المرحلة 4: إدارة الفلوس

نظام بسيط:

كل محل يسجل عدد العمليات يومي ا أو أسبوعي ا

التبرع يتجمع أسبوعي ا أو شهري ا

الشفافية (مهمة جد ا):

كل أسبوع:

"تجمع كام"

"اتصرف في إيه"

المرحلة 5: التحفيز

للمحلات:

شهادة تقدير

بوست خاص بيه

تكريم شهري

للتيم:

مكافأة لأكثر حد جاب شركاء

مين أقوى واحد (Leaderboard)

المرحلة 6: التوسع

بعد أول 10 شركاء:

نستهدف 50 محل
ندخل براندات أكبر
نعمل رعاية رسميين للحملة
نقاط مهمة جدا لنجاح الحملة
متغلطيش في ده:
متخليش الموضوع معقد
متطلبيش فلوس كبيرة) ابدئي ب 1 جنيهه)
متشتغلش بدون تسويق
ركزي على:
الانتشار بسرعة
قصص مؤثرة
بناء ثقة
خطة أول أسبوع) جاهزة للتنفيذ)
اليوم 1-2:
تجهيز اللوجو + الاستيكر + الشهادة
اليوم 3:
تدريب التيم على السكريبت
اليوم 4-7:
نزول ميداني
هدف: 5-10 شركاء
بالتوازي:
بدء نشر السوشيال ميديا
جملة الحملة الأساسية) خليها في كل حاجة)
"مش لازم تبرع... كفاية تشتري " الخطة الكاملة لحملة "جنيه خير"
الهدف
جمع تبرعات مستمرة بشكل يومي
إشراك أكبر عدد من المحلات/البراندات
بناء اسم قوي للجمعية وثقة الجمهور
المرحلة 1: التأسيس) 3-5 أيام)
1. تحديد الهوية
اسم الحملة: "جنيه خير"
الشعار:
"كل بيعة... بتفرق في حياة"
2. تجهيز الأدوات
التيم يعمل:
لوجو بسيط
استيكر للمحل:
"المكان ده شريك في جنيهه خير "
شهادة تقدير (PDF + مطبوعة)
فورم تسجيل للمحلات (Google Form)
3. تقسيم التيم
النزول للمحلات (Team Sales)
مهمتهم: إقناع الصيدليات / المحلات / البراندات
Team Marketing
سوشيال ميديا + محتوى

Team Operations

متابعة الفلوس + التقارير

المرحلة 2: الشراكات (أهم مرحلة)

الهدف: أول 10 شركاء

سكربت موحد للتيم:

"إحنا بنعمل حملة اسمها جنيه خير فكرتها إنك تبرع بجنيه من كل عملية بيع وإحنا بنروج لك ك شريك في الخير وده بيزود ثقة العملاء ومبيعاتك وكمان هتاخذ شهادة تقدير وتغطية على السوشيال ميديا" عرض القيمة (لازم يتقال بوضوح):

دعاية مجانية

زيادة ثقة العملاء

محتوى سوشيال ميديا ليه

شهادة + تكريم

اسمه هيتذكر في تقارير الحملة

الأدوات اللي تسببها معاه:

استيكر

كود (لو متاح) QR

شرح مختصر مطبوع

المرحلة 3: التسويق (تبدأ فور ا مع أول شريك)

نوع المحتوى 1.

بوستات:

"أول شريك في جنيه خير "

"كل مرة تشتري من (اسم المحل... إنت بتساعد"

فيديوهات:

زيارة للمحل

صاحب المكان بيتكلم

قبل/بعد التبرعات

جدول النشر 2.

يومي ا: ستوري

بوستات أسبوعي ا 3

فيديو أسبوعي ا 2

أفكار قوية 3.

"تحدي المحلات" (مين يجمع أكثر)

عداد تبرعات مباشر

قصص ناس اتساعدت

المرحلة 4: إدارة الفلوس

نظام بسيط:

كل محل يسجل عدد العمليات يومي ا أو أسبوعي ا

التبرع يتجمع أسبوعي ا أو شهري ا

الشفافية (مهمة جد ا):

كل أسبوع:

"اتجمع كام"

"اتصرف في إيه"

المرحلة 5: التحفيز

للمحلات:

شهادة تقدير

بوست خاص بيه

تكريم شهري

للتيم:

مكافأة لأكثر حد جاب شركاء

مين أقوى واحد (Leaderboard)

المرحلة 6: التوسع

بعد أول 10 شركاء:

نستهدف 50 محل

ندخل براندات أكبر

نعمل رعاة رسميين للحملة

نقاط مهمة جدا لنجاح الحملة

متغلطيش في ده:

متخليش الموضوع معقد

متطلبيش فلوس كبيرة (ابدئي ب 1 جنيه)

متشتغلش بدون تسويق

ركزي على:

الانتشار بسرعة

قصص مؤثرة

بناء ثقة

خطة أول أسبوع (جاهزة للتنفيذ)

اليوم 1-2:

تجهيز اللوجو + الاستيكر + الشهادة

اليوم 3:

تدريب التيم على السكريبت

اليوم 4-7:

نزول ميداني

هدف: 5-10 شركاء

بالتوازي:

بدء نشر السوشيال ميديا

جملة الحملة الأساسية (خليها في كل حاجة)

"مش لازم تتبرع... كفاية تشتري " جمع الخطة الكاملة لحملة "جنيه خير"

الهدف

جمع تبرعات مستمرة بشكل يومي

إشراك أكبر عدد من المحلات/البراندات

بناء اسم قوي للجمعية وثقة الجمهور

المرحلة 1: التأسيس (3-5 أيام)

1. تحديد الهوية

اسم الحملة: "جنيه خير"

الشعار:

"كل بيعة... بتفرق في حياة"

2. تجهيز الأدوات

التيم يعمل:

لوجو بسيط

استيكر للمحل:

"المكان ده شريك في جنيه خير "

شهادة تقدير (PDF + مطبوعة)
فورم تسجيل للمحلات (Google Form)
تقسيم التيم 3.

النزول للمحلات (Team Sales)
مهمتهم: إقناع الصيدليات / المحلات / البراندات

Team Marketing
سوشيال ميديا + محتوى

Team Operations
متابعة الفلوس + التقارير
المرحلة 2: الشراكات (أهم مرحلة)
الهدف: أول 10 شركاء

سكريببت موحد للتيم:

"إحنا بنعمل حملة اسمها جنيه خير فكرتها إنك تبرع بجنيه من كل عملية بيع وإحنا بنروج لك ك شريك في الخير وده بيزود ثقة العملاء ومبيعاتك وكمان هتاخذ شهادة تقدير وتغطية على السوشيال ميديا" عرض القيمة (لازم يتقال بوضوح):

دعاية مجانية

زيادة ثقة العملاء

محتوى سوشيال ميديا ليه

شهادة + تكريم

اسمه هيتذكر في تقارير الحملة

الأدوات اللي تسيبها معاه:

استيكر

كود (لو متاح) QR

شرح مختصر مطبوع

المرحلة 3: التسويق (تبدأ فور ا مع أول شريك)

نوع المحتوى 1.

بوستات:

"أول شريك في جنيه خير "

"كل مرة تشتري من (اسم المحل...) إنت بتساعد"

فيديوهات:

زيارة للمحل

صاحب المكان بيتكلم

قبل/بعد التبرعات

جدول النشر 2.

يومي ا: ستوري

بوستات أسبوعي 3 ا

فيديو أسبوعي 2 ا

أفكار قوية 3.

"تحدي المحلات" (مين يجمع أكثر)

عداد تبرعات مباشر

قصص ناس اتساعدت

المرحلة 4: إدارة الفلوس

نظام بسيط:

كل محل يسجل عدد العمليات يومي ا أو أسبوعي ا

التبرع يتجمع أسبوعي ا أو شهري ا

الشفافية (مهمة جد ا):
كل أسبوع:
"اتجمع كام"
"اتصرف في إيه"
المرحلة 5: التحفيز
للمحلات:
شهادة تقدير
بوست خاص بيه
تكريم شهري
للتيم:
مكافأة لأكثر حد جاب شركاء
مين أقوى واحد () Leaderboard
المرحلة 6: التوسع
بعد أول 10 شركاء:
نستهدف 50 محل
ندخل براندات أكبر
نعمل رعاة رسميين للحملة
نقاط مهمة جد النجاح الحملة
متغلطيش في ده:
متخليش الموضوع معقد
متطلبيش فلوس كبيرة) ابدئي ب 1 جنيهه)
متشتغلش بدون تسويق
ركزي على:
الانتشار بسرعة
قصص مؤثرة
بناء ثقة
خطة أول أسبوع) جاهزة للتنفيذ)
اليوم 1-2:
تجهيز اللوجو + الاستيكر + الشهادة
اليوم 3:
تدريب التيم على السكريبت
اليوم 4-7:
نزول ميداني
هدف: 5-10 شركاء
بالتوازي:
بدء نشر السوشيال ميديا
جملة الحملة الأساسية (خليها في كل حاجة)
"مش لازم تتبرع... كفاية تشتري" تبرعات مستمرة بشكل يومي
إشراك أكبر عدد من المحلات/البراندات
بناء اسم قوي للجمعية وثقة الجمهور
المرحلة 1: التأسيس) 3-5 أيام)
تحديد الهوية. 1.
اسم الحملة: "جنيه خير"
الشعار:
"كل بيعة... بتفرق في حياة"

2. تجهيز الأدوات

التييم يعمل:

لوجو بسيط

استيكر للمحل:

"المكان ده شريك في جنيه خير "

شهادة تقدير (PDF + مطبوعة)

فورم تسجيل للمحلات (Google Form)

3. تقسيم التييم

النزول للمحلات (Team Sales)

مهمتهم: إقناع الصيدليات / المحلات / البراندات

Team Marketing

سوشيال ميديا + محتوى

Team Operations

متابعة الفلوس + التقارير

المرحلة 2: الشراكات (أهم مرحلة)

الهدف: أول 10 شركاء

سكريببت موحد للتييم:

"إحنا بنعمل حملة اسمها جنيه خير فكرتها إنك تبرع بجنيه من كل عملية بيع وإحنا بنروج لك ك شريك في

الخير وده بيزود ثقة العملاء ومبيعاتك وكمان هتاخذ شهادة تقدير وتغطية على السوشيال ميديا"

عرض القيمة (لازم يتقال بوضوح):

دعاية مجانية

زيادة ثقة العملاء

محتوى سوشيال ميديا ليه

شهادة + تكريم

اسمه هيتذكر في تقارير الحملة

الأدوات اللي تسيبها معاه:

استيكر

كود (لو متاح) QR

شرح مختصر مطبوع

المرحلة 3: التسويق (تبدأ فور ا مع أول شريك)

1. نوع المحتوى

بوستات:

"أول شريك في جنيه خير "

"كل مرة تشتري من (اسم المحل) ... إنك بتساعد"

فيديوهات:

زيارة للمحل

صاحب المكان بيتكلم

قبل/بعد التبرعات

2. جدول النشر

يومي ا: ستوري

بوستات أسبوعي ا 3

فيديو أسبوعي ا 2

أفكار قوية 3:

"تحدي المحلات" (مين يجمع أكثر)

عداد تبرعات مباشر

قصص ناس اتسعدت

المرحلة 4: إدارة الفلوس

نظام بسيط:

كل محل يسجل عدد العمليات يومي ا أو أسبوعي ا

التبرع يتجمع أسبوعي ا أو شهري ا

الشفافية (مهمة جد ا):

كل أسبوع:

"اتجمع كام"

"اتصرف في إيه"

المرحلة 5: التحفيز

للمحلات:

شهادة تقدير

بوست خاص بيه

تكريم شهري

للتيم:

مكافأة لأكثر حد جاب شركاء

مين أقوى واحد (Leaderboard)

المرحلة 6: التوسع

بعد أول 10 شركاء:

نستهدف 50 محل

ندخل براندات أكبر

نعمل رعاة رسميين للحملة

نقاط مهمة جد ا لنجاح الحملة

متغلطيش في ده:

متخليش الموضوع معقد

متطلبيش فلوس كبيرة (ابدئي ب 1 جنيه)

متشتغلش بدون تسويق

ركزي على:

الانتشار بسرعة

قصص مؤثرة

بناء ثقة

خطة أول أسبوع (جاهزة للتنفيذ)

اليوم 1-2:

تجهيز اللوجو + الاستيكر + الشهادة

اليوم 3:

تدريب التيم على السكربيت

اليوم 4-7:

نزول ميداني

هدف: 5-10 شركاء

بالتوازي:

بدء نشر السوشيال ميديا

جملة الحملة الأساسية (خليها في كل حاجة)

"مش لازم تتبرع... كفاية تشتري "