



USAID
من الشعب الأمريكي



تدريب تعزيز الاتصال والتواصل باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي



برنامج دعم اللامركزية
والحكم المحلي (USAID-CITIES)

USAID Jordan Cities Implementing Transparent,
Innovative and Effective Solutions

دليل إنشاء صفحة فيسبوك جديدة

الخطوة ١: إذهب إلى موقع فيسبوك الإلكتروني www.facebook.com

الخطوة ٢: قم بتسجيل الدخول بإدخال البريد الإلكتروني وكلمة السر.

facebook

البريد الإلكتروني أو الهاتف كلمة السر تسجيل دخول من حيث الحساب؟

افتح حسابًا في فيس بوك

مجاني، وسيفي مجاني دائمًا.

الاسم الأول الاسم العائلة

رقم الهاتف المحمول أو البريد الإلكتروني

تاريخ الميلاد

13 مارس 1994 ما هو تاريخ ميلادك؟

أنتي نكر

إنشاء حساب في فيسبوك

إنشاء صفحة لفرق موسيقية أو مشاهير أو أنشطة ترفيهية.

العربية Italiano Português (Brasil) Türkçe Español Bahasa Indonesia Deutsch Русский Français (France) English (US)

الخطوة ٣: قم بالضغط على زر "إنشاء" الذي يظهر في أعلى الصفحة واضغط خيار "صفحة".



الخطوة ٤ : سيظهر لك خيارين "نشاط تجاري أو علامة تجارية" و"مجتمع أو شخصية عامة" قم باختيار الخيار الثاني من خلال الضغط على زر "بدء الاستخدام".

إنشاء صفحة

احرص على التعريف بشركتك التجاري أو نفسك أو هويتك لمجتمع الأشخاص العالمي على فيسبوك. ولبدء، يرجى اختيار فئة صفحة.



مجتمع أو شخصية عامة

يمكنك التواصل مع الأشخاص في مجتمعك أو مؤسستك أو فريقك أو مجموعتك أو ذئيك والمشاركة معهم.

بدء الاستخدام



نشاط تجاري أو علامة تجارية

يمكنك عرض منتجاتك وخدماتك وسيلطد الضوء على علامتك التجارية والوصول إلى المزيد من العملاء على فيسبوك.

بدء الاستخدام

الخطوة ٥ : أضف اسم الصفحة التي تود إنشائها في الخانة الظاهرة أمامك ثم أدخل كلمة منظمة حكومية في الخانة التالية، سيظهر لك تفاصيل أخرى يجب تعبئتها مثل العنوان ورقم الهاتف (اختياري)، بعد الانتهاء من تعبئة تلك التفاصيل اضغط على زر "متابعة".

مجتمع أو شخصية عامة

يمكنك التواصل مع الأشخاص في مجتمعك ومشاركة الأخبار المتعلقة بالأمور المهمة لك باستخدام صفحة فيسبوك مجانية.

اسم الصفحة

الفئة

إضافة فئة لوصف صفحتك

حدد إنشاء صفحة على فيسبوك، سرى سياسات الصفحات والمجموعات والمناسبات.

متابعة

الخطوة ٦: سيظهر لك مربع يطلب منك "إضافة صورة ملف شخصي" ثم مربع آخر يطلب منك "إضافة صورة غلاف" يمكنك إضافة الصور المناسبة أو تخطي تلك الخطوات وإضافة الصور لاحقاً.



الخطوة ٧: لقد تم إنشاء صفحتك. الآن قم باستعراض صفحتك للتعرف على أجزائها.

الخطوة ٨: قبل مشاركة الصفحة ودعوة الأصدقاء للإعجاب بصفحتك، يفضل نشر بعض المنشورات والصور ليكون هناك محتوى يجذب انتباههم لصفحتك.

الخطوة ٩: قم بإضافة وصف قصير عن صفحتك (مثال: نبذة عن مؤسستك والمناطق التي الخدمات التي تقدمها والرؤية والرسالة واسم رئيس الوزير الحالي واي معلومات اخرى).

الخطوة ١٠: قم بإنشاء اسم المستخدم لصفحتك والذي سيظهر تحت اسم الصفحة وفي رابط صفحتك URL مثال: [/https://www.facebook.com/mafraq.gov.jo](https://www.facebook.com/mafraq.gov.jo)

الخطوة ١١: إذا احتجت إلى إرشادات إضافية يمكنك زيارة مركز المساعدة بالضغط على زر المساعدة الذي يظهر في أعلى الصفحة.

الممارسات المثلى لإدارة صفحات الفيسبوك



لا يجب أن يحمل اسم الصفحة كلمة غير ذات صلة بمؤسستك صاحبة الصفحة.



يجب أن يحمل عنوان الصفحة الاسم الرسمي لمؤسستك ويفضل أن يكون باللغتين العربية والإنجليزية.

عنوان الصفحة

لا يفضل ان يكون رابط الصفحة طويلاً وليس له علاقة باسم الوزارة أو المؤسسة.

يفضل ان يكون رابط الصفحة مرتبطاً بالوزارة أو المؤسسة المعنية.

رابط الصفحة

لا يجب أن تتضمن الصورة التعريفية بالصفحة إضافة لصورة الغلاف صور شخصية أو صور غير واضحة أو صور أخذت بدون موافقة المجتمع المحلي أو أصحاب العلاقة.

يجب أن ترتبط صورة الملف الشخصي وصورة الغلاف بأنشطة المؤسسة أو شعارها، ويجب أن تكون تلك الصور ذات جودة عالية.

صورة الملف الشخصي

وصورة الغلاف

عدم إضافة معلومات مغلوبة في قسم التعريف بالصفحة، وعدم إضافة أرقام الهواتف الشخصية أو البريد الإلكتروني الخاص بأي موظف. عدم ترك قسم الوصف فارغ.

قسم وصف الصفحة (حول) يجب أن يتضمن تعريفاً عن المؤسسة وخدماتها. وينبغي إضافة معلومات الاتصال كعنوان البريد الإلكتروني ورقم الهاتف الرسمي والموقع الإلكتروني.

وصف الصفحة (حول)

عدم مشاركة مواضيع لا تتناسب مع أنشطة المؤسسة، أو آراء سياسية ومعلومات أو صور غير مناسبة أو واضحة. عدم نشر المنشورات الطويلة أو تحتوي على أخطاء أو الكتب الرسمية غير الواضحة. عدم التحدث بلغة مختلفة أو لا تتناسب مع ثقافة أو عادات الفئة المستهدفة. ألا يكون المحتوى رتيب وعدد الإعجابات والتفاعل منخفض أو لا يتغير.

يجب أن يتضمن محتوى الصفحة منشورات قصيرة خالية من الأخطاء وصور ومقاطع فيديو قصيرة جاذبة للجمهور وتحفزهم على النشر والتعليق والإعجاب، بالإضافة إلى طرح الأسئلة والاستطلاعات واستخدام الهاشتاغ لحصر المحتوى ونشر روابط الأخبار ذات العلاقة وغيرها من الأساليب التي تزيد من التفاعل على الصفحة. ومن المهم أن يحقق المحتوى أهداف المؤسسة من حيث ابلاغ المواطنين عن الخدمات الموجودة والتفاعل معهم من خلال الرد المستمر على تعليقاتهم ورسائلهم. يجب أن تكون اللغة المستخدمة متوافقة مع الجمهور المستهدف وتتناسب مع مستواه المعرفي و ثقافته. يجب أن يكون المحتوى قريب من الناس وحياتهم اليومية. لا تكن جدياً كثيراً ولا غير جدي، إخلق توازناً بين الاثنين.

المحتوى المكتوب

المحتوى المرئي

ألا تكون الصور غير واضحة ومتكررة أو ضعيفة. ألا تكون الأفلام ذات جودة متدنية والصوت غير واضح.

أن تحتوي الصفحة على محتوى ملئ بالصور ومقاطع الفيديو القصيرة والمنشورات المصممة والرسوم التوضيحية التي ترفع نسبة الإعجاب والتفاعل والمشاهدات على الصفحة. أن يتم نشر الصور والفيديوهات على القصص بالإضافة إلى المنشورات التي تظهر على الصفحة. أن تكون الصور واضحة وجاذبة. أن تكون الفيديوهات واضحة وصوتها مسموع وتحتوي على مقابلات مهمة أو قصص من المجتمع المحلي تثير اهتمام وإعجاب الجمهور. أن يتم وضع الصور الخاصة بفعالية معينة في اليوم صور والاكتفاء بصورتين أو ثلاث لكل منشور.

ترويج الصفحة

يفضل عدم طباعة أي منشورات بدون ذكر عنوان الصفحة. يفضل الا يتم نشر الموقع الإلكتروني بدون ذكر عنوان الصفحة على الموقع أو عدم ذكرها خلال المقابلات الإعلامية أو الاجتماعات.

مشاركة صفحتك من قبل صفحات أخرى فاعلة ولديها قاعدة إعجابات عالية. طباعة عنوان الصفحة على كافة مطبوعات ومنشورات المؤسسة. وضع صفحة الفيسبوك على الموقع الإلكتروني الرسمي لمؤسستك. يفضل ذكر عنوان الصفحة في الاجتماعات والمقابلات الإعلامية.

الشعارات

يفضل عدم نشر الصور أو منشورات مصممة أو فيديوهات بدون وجود شعار المؤسسة عليها.

يفضل أن تكون الصور وأفلام الفيديو والمنشورات المصممة تحتوي على شعار المؤسسة.

إدارة الصفحة

ألا تكون إدارة الصفحة مقتصرة على شخص واحد وخاصة إذا كان هذا الشخص متطوع أو شخص خارجي ليس موظف في المؤسسة.

يفضل أن يكون هناك شخصين أو أكثر يديرون الصفحة لضمان إدارة أفضل للصفحة. يفضل أن يستخدم البريد الرسمي للمؤسسة وربطه مع الصفحة لضمان الديمومة والعمل المؤسسي.

توحيد

الصفحات

ألا يكون هناك أكثر من صفحة للمؤسسة وخاصة إذا كان غير واضح أيهما الصفحة الرسمية.

يجب أن يكون هناك صفحة رسمية واحدة للمؤسسة لضمان عدم تشتيت المتابعين. ويفضل إغلاق أي صفحات قديمة أو غير مستخدمة.

الرد على الجمهور

عدم إهمال الرد على ملاحظات المعجبين والمتابعين أو الاعتماد على الردود الآلية بشكل كلي من دون حل المشكلة الواردة إلى الصفحة.

يجب الرد على كافة استفسارات وملاحظات وسائل المعجبين أو المتابعين. الرد على الملاحظات يعتبر من مؤشرات التفاعل على الصفحة. يمكن إعداد الردود الآلية إذا كانت الملاحظات والاستفسارات كثيرة. يمكن أيضاً إعداد رد للرسائل الواردة إلى الصفحة لضمان إشعار المتابعين بالأهمية مع أهمية إرسال الرد المناسب في وقت لاحق.

الرؤى

لا تهمل قسم الرؤى وتبني خطتك بشكل عشوائي.

راقب أداء صفحتك على قسم الرؤى للاستفادة من نتائج المنشورات التي حققت أداءً كبيراً من حيث نوع المحتوى والتفاعل ووقت النشر واللغة والرسالة المرجوة. يمكنك بناء خطتك القادمة بالتركيز على المحتوى الناجح بناءً على تلك النتائج.

التقويم الأسبوعي للنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الأحد - التاريخ						
الوقت	عنوان المنشور	النص	الصورة/الفيديو	الرابط	المديرية/القسم	الموافقة
الاثنين - التاريخ						
الوقت	عنوان المنشور	النص	الصورة/الفيديو	الرابط	المديرية/القسم	الموافقة
الثلاثاء - التاريخ						
الوقت	عنوان المنشور	النص	الصورة/الفيديو	الرابط	المديرية/القسم	الموافقة
الأربعاء - التاريخ						
الوقت	عنوان المنشور	النص	الصورة/الفيديو	الرابط	المديرية/القسم	الموافقة
الخميس - التاريخ						
الوقت	عنوان المنشور	النص	الصورة/الفيديو	الرابط	المديرية/القسم	الموافقة
الجمعة - التاريخ						
الوقت	عنوان المنشور	النص	الصورة/الفيديو	الرابط	المديرية/القسم	الموافقة
السبت - التاريخ						
الوقت	عنوان المنشور	النص	الصورة/الفيديو	الرابط	المديرية/القسم	الموافقة

قائمة تفقد إدارة صفحات الفيسبوك

أسبوعي	يومي
<input type="checkbox"/> استخدمت فيديو قصير <input type="checkbox"/> استخدمت فيديو حي أو مباشر لنقل حدث معين <input type="checkbox"/> قمت بمشاركة خبر أو منشور من صفحة أخرى <input type="checkbox"/> سألت المتابعين عن رأيهم في خدمة أو أداء معين أو أخذت رأيهم بموضوع معين <input type="checkbox"/> استخدمت استطلاع الرأي poll <input type="checkbox"/> وضعت رابط الموقع الإلكتروني للمؤسسة أو مواقع ذات علاقة ضمن أحد المنشورات <input type="checkbox"/> شاركت منشورات خاصة بالأحداث الحالية أو المناسبات <input type="checkbox"/> قمت بإعداد خطة منشورات التواصل الاجتماعي للأسبوع القادم	<input type="checkbox"/> قمت بنشر منشورين في اليوم على الأقل <input type="checkbox"/> المنشور النصي قصير خالٍ من الأخطاء <input type="checkbox"/> يستخدم لغة تناسب الفئة المستهدفة <input type="checkbox"/> استخدمت صورة ذات جودة <input type="checkbox"/> استخدمت منشور مصمم <input type="checkbox"/> استخدمت هاشتاغ # لخصر موضوع المحتوى <input type="checkbox"/> قمت بأخذ موافقة الأشخاص الذين يظهرون في الصور والأفلام <input type="checkbox"/> قمت بالرد على الملاحظات والرسائل والإعجاب بها <input type="checkbox"/> وضعت الشعار على المنشورات المرئية من صور وفيديو ومنشورات مصممة
شهري	
<input type="checkbox"/> وضعت عنوان صفحة الفيسبوك على المطبوعات والموقع الإلكتروني <input type="checkbox"/> شاركت منشورات عن مواضيع أو إنجازات سابقة <input type="checkbox"/> بحثت عن مواضيع ذات علاقة بالمنطقة ونشرتها على صفحة الفيسبوك <input type="checkbox"/> قمت بوضع الصور الخاصة باحتفال أو فعالية ضمن اليوم <input type="checkbox"/> راجعت الرؤى على صفحة الفيسبوك ودونت المنشورات التي لاقت تفاعلاً كبيراً	

نموذج استراتيجية مواقع التواصل الاجتماعي

				هدف المؤسسة 1
المؤشرات	الرسائل العامة	نوع المحتوى او الاداة	الفئات المستهدفة	الهدف من موقع التواصل الاجتماعي
				هدف المؤسسة 2
المؤشرات	الرسائل العامة	نوع المحتوى او الاداة	الفئات المستهدفة	الهدف من موقع التواصل الاجتماعي
				هدف المؤسسة 3
المؤشرات	الرسائل العامة	نوع المحتوى او الاداة	الفئات المستهدفة	الهدف من موقع التواصل الاجتماعي

إحصائيات عن مواقع التواصل الاجتماعي في الأردن





روابط وتطبيقات مفيدة

1. **موقع وتطبيق هوت سويت www.hootsuite.com** وهو موقع يمكنك ربط وإدارة كافة مواقع التواصل الاجتماعي ببعضها وأيضاً يتضمن نصائح وتدريبات وتقارير حول وسائل التواصل الاجتماعي.
2. **موقع سوشال أوومف www.socialoomph.com** وهو موقع يمكنك ربط وإدارة كافة مواقع التواصل الاجتماعي ببعضها بالإضافة إلى مدوناتك.
3. **موقع Arab Social Media Report <http://www.arabsocialmediareport.com>** وهو موقع يقدم إحصائيات عن مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي وهي جزء من كلية الامير راشد للإدارة الحكومية.
4. **موقع بفر <https://buffer.com>** وهو موقع يمكنك ربط وإدارة كافة مواقع التواصل الاجتماعي ببعضها.
5. **موقع وتطبيق يوديمي <https://www.udemy.com>** وهو موقع تدريبي يحتوي على دورات يمكن الالتحاق بها أونلاين مقابل مبالغ زهيدة، ومنها دورات حول مواقع التواصل الاجتماعي كافة.
6. **موقع وتطبيق كانفا www.canva.com** وهو موقع رائع يوفر لك تصميمات جاهزة يمكنك تغييرها لتناسب أهدافك واستخدامها على مواقع التواصل الاجتماعي مثل الانفوجرافيك والصور والمنشورات المصممة.
7. **موقع وتطبيق ادوبي سبارك www.spark.adobe.com** وهو موقع مفيد جداً يمكنك من خلاله تصميم الافلام القصيرة والمنشورات المصممة لنشرها على مواقع التواصل المختلفة.
8. **موقع بابلو www.pablo.buffer.com** وهو موقع آخر يسهل تصميم المنشورات ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي.
9. **تطبيق المصمم** وهو تطبيق يمكنك من خلاله تصميم المنشورات المصممة لنشرها على مواقع التواصل المختلفة من هاتفك الخليوي.
10. **تطبيق فونتو Phonto** وهو تطبيق يمكنك من خلاله تصميم المنشورات المصممة لنشرها على مواقع التواصل المختلفة من هاتفك الخليوي.
11. **تطبيق فونت Vont** وهو تطبيق يمكنك من خلاله تصميم الافلام القصيرة وعمل مونتاج لها على الهاتف الخليوي.
12. **موقع وتطبيق فيلمورا Filmora** لعمل تصميم ومونتاج للافلام القصيرة.
13. **تطبيق كاين ماستر www.kinemaster.com** لعمل مونتاج للافلام القصيرة.
14. **تطبيق فيسبوك بيج Facebook page** يمكنك من خلاله إدارة صفحات الفيسبوك جميعها.

15. **تطبيق سلايد شير SlideShare** وهو تطبيق مرتبط بموقع لينكد إن، يمكنك من خلاله تصفح عدد كبير من العروض التقديمية حول مواضيع مختلفة منها مواقع التواصل الاجتماعي.
16. **تطبيق فيديو شو VideoShow** وهو تطبيق يمكنك من خلاله عمل مونتاج للأفلام القصيرة على جهازك الخلوي ونشره على مواقع التواصل الاجتماعي.
17. **موقع جوجل فوتوز <https://photos.google.com>** لحفظ وأرشفة الصور، يمكنك من خلاله حفظ صور حساباتك على مواقع التواصل

نصائح لالتقاط ونشر صور جيدة

- 1. التصوير:** التقط صوراً فيها تنوع من حيث القرب والبعد، فبعضها عام وبعضها قريب على الأشخاص أو عنصر الصورة. التقط الصورة من أكثر من جانب أو زاوية. يفضل عدم تصوير الناس من الخلف إلا إذا كان المنظر أمامهم عميق مثل طريق معبدة طويلة أو منظر للمنطقة. تأكد من شحن الكاميرا قبل الخروج للتصوير.
- 2. الإضاءة:** إن عنصر الإضاءة هام جداً، عليك أن تستفيد من الإضاءة الطبيعية لصالحك حيث يعطي الضوء الطبيعي الألوان الحقيقية للصورة، حاول أن تبقى مصدر الضوء خلفك. حاول ألا تلتقط الصور في الشمس الساطعة أو العمودية لأن ذلك سيشكل خيلاً حاداً على الشخص أو على عنصر التصوير. لا تستخدم الفلاش في كل الأوقات، فقط وقت الحاجة. حاول أن تلتقط الصور باستخدامه أو بدون استخدامه وقرر أيهما أفضل.
- 3. المكان:** التقط الصور في الخارج أثناء العمل الميداني بدل التقاطها بالداخل، وخاصة صور الأشخاص والعمال والمسؤولين في الميدان وأي صورة تظهر التفاني بالعمل لخدمة المنطقة وتظهر ألوان وعناصر جاذبة أكثر. التقط صوراً ليس فقط لنتيجة العمل كطريق معبدة بل للعمال أثناء العمل على تعبيد الطريق.
- 4. الرسالة:** سلط الضوء على قصة الصورة أي صورة أحد أفراد المجتمع المحلي أثناء تلقيه الخدمة واروي قصته أو اقتباساً على لسانه. التقط صوراً تدعو للإيجابية مع بعض المرح أحياناً مثل الوجوه المبتسمة لأبناء المنطقة، والأطفال.
- 5. الموافقات:** تأكد من الحصول على موافقة أفراد المجتمع المحلي قبل تصويرهم والحصول على اقتباسات منهم. يفضل أن تكون هذه الموافقات والتصريحات خطية.
- 6. الشعارات:** من المهم أن تروج لمؤسستك وإبراز شعارها بشكل غير مباشر في الصور. فأتثناء الاحتفالات أو الورشات قم بتصوير المتدربين وهم مبتسمون ويحملون الحقيبة التدريبية أو أي ورقة تحمل شعار مؤسستك. أو قم بتخصيص إطار خاص لاستخدامه من قبل المشاركين للتصوير والنشر على مواقع التواصل وضع عليه شعار المؤسسة وهاشتاغ خاص بالورشة أو الحفل وادعو الحضور باستخدامه.
- 7. نشر الصورة:** عند وضع الصورة على مواقع التواصل لا تضعها بدون تعليق، حيث يجب أن تعطي الجمهور معلومات كافية عن الصورة. عند وضع الصور على قصص الفيسبوك ضع عليها فلتر معين كالموقع أو اسم الاحتفال أو اقتباس أو سؤال أو استطلاع لجذب انتباههم. يمكن عرض صور لمواقع الإنجاز مثل تعبيد الطرق والإنارة وفتح الطرق ونظافة الشوارع من خلال صور قبل وبعد.

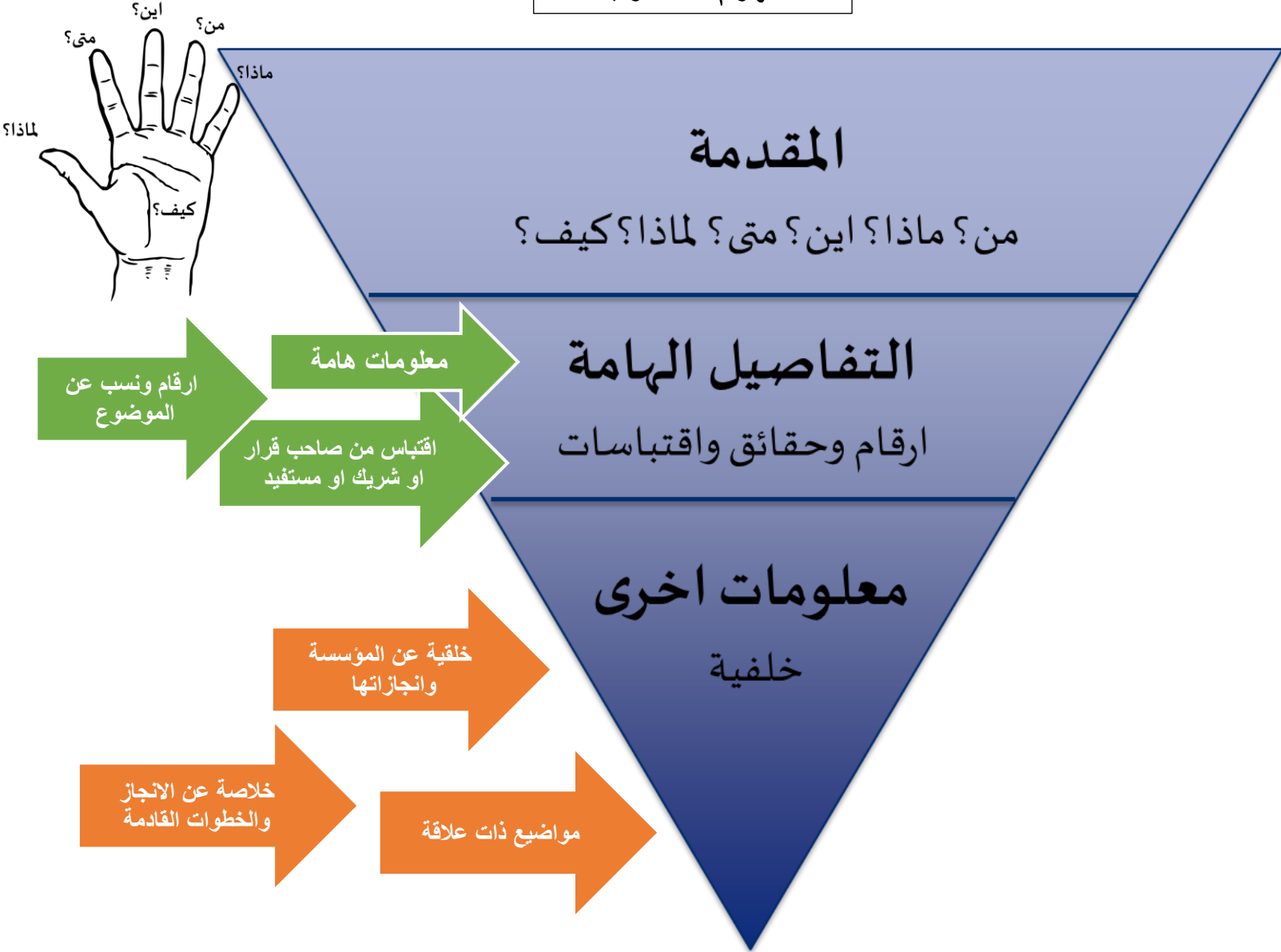
نصائح لتصوير ونشر فيلم فيديو جيد

- 1. التصوير:** صور الأشخاص أو الأماكن من أكثر من زاوية قبل البدء ثم قرر ما هي الزاوية الأفضل. إذا كانت مقابلة فمن الأفضل أن تكون العدسة قريبة على وجه الشخص ولكن تجنب تقريب العدسة أثناء التصوير. حاول أن تثبت يدك أثناء التصوير لتجنب اهتزاز الصورة، ويفضل استخدام تريايبود أثناء التصوير. يجب أن يكون ارتفاع الكاميرا على مستوى وجه الشخص. يفضل أن تأخذ لقطات قصيرة بدل من لقطة واحدة طويلة. تأكد من شحن الكاميرا قبل الخروج للتصوير.
- 2. الإضاءة:** إن عنصر الإضاءة هام جداً، عليك أن تستفيد من الإضاءة الطبيعية لصالحك حيث يعطي الضوء الطبيعي الألوان الحقيقية للصورة، حاول أن تبقى مصدر الضوء خلفك. حاول ألا تصور في الشمس الساطعة أو العمودية لأن ذلك سيشكل خيلاً حاداً على الشخص أو على عنصر التصوير. لا تستخدم الإضاءة باستخدام الفلاش في كل الأوقات، فقط وقت الحاجة، ممكن استبداله بعكس يعكس الضوء على الشخص أو الشيء المراد تصويره.
- 3. الصوت:** يفضل استخدام الميكروفون عند تسجيل مقابلات لتجنب النقاط الأصوات الخارجية التي تؤثر على صوت الضيف. لا يحبذ التصوير في الخارج أثناء وجود رياح أو هواء قوي لأن ذلك يؤثر على صوت الشخص الذي تقابله، ولكن إذا كانت فقط لقطات عامة يمكنك ذلك. استمع إلى الفيديو قبل إنهاء المقابلة، حيث بإمكانك إعادتها في حال وجود أي خلل أو تشويش.
- 4. المكان:** صور الفيديو في الخارج أثناء العمل الميداني بدل التقاطها بالداخل، وخاصة الأشخاص والعمال والمسؤولين في الميدان وأي مقاطع تظهر التفاني بالعمل لخدمة المنطقة وتظهر ألوان وعناصر جاذبة أكثر. قم بإجراء مقابلات ميدانية مع الموظفين والعمال والمستفيدين والمسؤولين لتبين كافة جوانب العمل. حاول توثيق جوانب العمل قبل وأثناء وبعد الإنجاز.
- 5. التخطيط:** أكتب قصة مصورة (storyboard) للفيديو قبل البدء بالتصوير تحتوي على كافة التفاصيل من أشخاص وأماكن وأسئلة ومحاور ورسومات وتسلسل. سلط الضوء على قصص قصيرة ومقابلات تثير انتباه المشاهدين وتؤثر بهم واختر الأشخاص المناسبين القادرين على إجراء المقابلات.
- 6. الموافقات:** تأكد من الحصول على موافقة أفراد المجتمع المحلي قبل تصويرهم، يفضل أن تكون هذه الموافقات والتصريحات خطية.
- 7. المونتاج:** أثناء المونتاج تأكد من أن مدة الفيديو مناسبة لمواقع التواصل وليس طويلاً. ضع بعض النصوص على الشاشة لتبين أسماء الأشخاص ومسمياتهم الوظيفية ورسومات جرافيكية ومعلومات عن المنطقة مثلاً لتضيف إلى الفيديو عمق أكبر. تأكد من وجود بداية وعرض وخاتمة لتسلسل الفيديو أو أن يكون قصير جداً لنقل رسالة معينة بشكل سريع وجميل. تأكد من جودة الفيديو عند رفعه إلى مواقع التواصل.
- 8. الشعارات:** من المهم أن تروج لمؤسستك وإبراز شعارها بشكل غير مباشر في لقطات الفيديو. فإثناء الاحتفالات أو الورشات قم بتصوير المتدربين وهم مبتسمون ويحملون الحقيبة التدريبية أو يتصفحون أي وثائق تحمل شعار مؤسستك. قم بوضع الشعار في نهاية الفيديو بالإضافة إلى شعارات أي شركاء آخرين.
- 9. نشر الفيديو:** عند رفع الفيديو على مواقع التواصل لا تنتشره بدون تعليق، حيث يجب أن تعطي الجمهور معلومات كافية عن هذا الفيديو. عند وضع الفيديو على قصص الفيسبوك حاول أن يكون الفيديو طبيعي يظهر العمل الحقيقي في المؤسسة وليس مقابلات مصطنعة.

10. **الفيديو المباشر:** الفيديو الحي او المباشر سيتيح لك الفرصة للتفاعل مع الجمهور بشكل مباشر وقراءة تعليقاتهم والرد عليها مباشرة. يستخدم الفيديو الحي عند نقل احداث حفل او فعالية او مقابلة مع صانع قرار مثلا للتفاعل مع الجمهور حول موضوع معين. عند تشغيل الفيديو المباشر سيظهر اشعار عند المعجبين بانك بدأت ببث فيديو حي وسيظهر لك رقم على الشاشة بأعداد المنضمين للمشاهدة الفيديو ومن هناك ستبدأ بالتفاعل مع المعجبين والرد على استفساراتهم أو تعليقاتهم. عند الانتهاء من التصوير سينتقل الفيديو إلى أرشيف الفيديوهات الأخرى الموجودة على صفحتك.

كتابة الخبر

الهرم المقلوب





صياغة منشور الفيسبوك

- مختصر مفيد لا يتعدى فقرة واحدة أو فقرتين كحد أقصى
- ان يصاغ بلغة سلسلة خالية من الأخطاء الإملائية والاختصارات مع مراعاة الموضوعية وعدم التحيز
- ينقل رسالة حقيقية تخدم أهداف الوزارة بالتركيز على الجوانب الإنسانية وما يمس المجتمع المحلي
- اللغة مراعية للفئة المستهدفة وثقافة المجتمع المحلي
- أن تتنوع أساليب المنشورات واستخدام التكتيكات المختلفة بطريقة تجذب تفاعل الجمهور
- ان يستخدم الهاشتاغ والاشارة الى الشركاء او المانحين
- توفر صورة ذات جودة او فيديو ذو جودة من حيث الصوت والصورة مع المنشور

قصة النجاح

معلومات عامة

عن دور الوزارة في احداث التغيير

التحدي

قبل وجود الخدمة المقدمة وبعد

اقتباس

من شخص مستفيد

تعتبر قصص النجاح من الاساليب الفاعلة في ابراز دور المؤسسات على مواقع التواصل الاجتماعي ويمكن نشرها بعدة اشكال مثل الفيديو والمنشور المكتوب مع الصور او منشور مصمم.

■ عناصر قصة النجاح القصيرة هي:

- اقتباس من شخص يتحدث عن تحدي معين وكيف تغير واقعه بسبب انجاز معين او خدمة مقدمة
- ابراز التحدي قبل وجود الخدمة المقدمة وبعد
- معلومات عامة عن دور المؤسسة في احداث التغيير
- صورة جيدة للشخص المستفيد او ممكن ان تكون كل القصة على منشور مصمم مع الصورة
- شعار المؤسسة
- هاشتاغ

مثال:

"بعتقد أنه كل امرأة في قطاع المياه بتواجه تحديات.. في البداية كانت نظرتهم إلى إنه سيدة تستلم أي منصب كثير صعبة وصعب إنك تقنعهم بوجهة نظرك وبرأيك، بس بيوصلوا لمرحلة إنه عندهم ثقة فيك، هاد إشي أنا بعتبره إنجاز." بفخر وثقة تتحدث سهير سماوي، خريجة القانون، عن تجربتها في العمل ضمن قطاع المياه، حيث بدأت بالعمل مع "مياها" منذ 2007 وتقوم اليوم مديرة الشؤون القانونية في الشركة. تشجع سهير أي سيدة أو فتاة ترغب في العمل في قطاع المياه على الرغم من التحديات: "بيعزز ثقة الست بنفسها، بيعرفها على جانب في حياتها العملية العادية ما كانت رح تشوفه؛ ورح تصقل شخصيتها، ورح تتطور، ورح تنفتح على مجالات كثير في قطاع المياه". تأمل سهير أن يصبح لدى المجتمع وعي بأهمية إيقاف السرقات والاعتداءات على منشآت المياه والصرف الصحي حتى يتم تقليل الفاقد من المياه، حيث قدمت سهير العديد من الاستشارات القانونية لمشروع تقليل الفاقد من المياه وتعتبره من أهم المشاريع التي ستحافظ على المياه في الأردن، حيث تقوم على تنفيذه شركة "مياها" بتمويل من الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية USAID خلال الأعوام ما بين 2015-2023 بهدف تطوير خدمات المياه التي تقدمها الشركة لمواطني العاصمة، وذلك من خلال تحسين شبكات المياه وتنفيذ برامج إدارة أفضل للصيانة والعمليات مما سيؤدي إلى تخفيض فاقد المياه في العاصمة وبالتالي تزويد مائي أفضل للمواطنين.

