



# مركز التميز الافتقار

لمؤسسية والابتكار والاستشراف

الخطة الاستراتيجية

## المقدمة

تعد الخطة الاستراتيجية لمركز التميز الدعوي بمثابة خارطة طريق لتحقيق رؤية المركز وأهدافه في تعزيز وتطوير العمل الدعوي بما يتوافق مع التحديات والمستجدات المعاصرة. كما تهدف هذه الخطة إلى وضع إطار عمل متكامل ومستدام لرفع كفاءة الأنشطة الدعوية، وتنمية قدرات العاملين فيها، مع التركيز على الابتكار وبناء شراكات فعالة لتعزيز التأثير الإيجابي.

وتعكس هذه الخطة التزام المركز بتحقيق التميز من خلال تقديم برامج نوعية تعتمد على أفضل الممارسات الحديثة والتقنيات المتطورة، مما يسهم في تطوير القطاع الدعوي. كما تركز الخطة على تأهيل الكوادر الدعوية من خلال التدريب المستمر، والبرامج المتخصصة، وتنظيم الملتقيات الدورية، وتوثيق الخبرات في دليل معرفي شامل.

بالإضافة إلى ذلك، يعمل المركز في خطته الاستراتيجية على هيكلة العضويات وإصدار الشهادات المعتمدة لتحسين جودة الأداء، مع أتمتة الخدمات الإلكترونية لضمان سهولة الوصول للمستفيدين، مما يعزز من فعالية وتأثير العمل الدعوي.

## التحليل الرباعي (TOWS)

### الفرص

- احتياج الجهات الدعوية الكبير لخدمات المركز
- توفر التقنيات الحديثة التي تساعد في تنفيذ أعمال المركز
- إمكانية الحصول على الدعم الحكومي المخصص للقطاع الخيري
- انتشار برامج المسؤولية المجتمعية في القطاع الخاص
- حاجة الجهات المانحة إلى خدمات لدعم القطاعات الدعوية والخيرية
- الفوضى الحالية في العمل الدعوي والخيري

### نقاط القوة

- العلاقة القوية مع (أصول) والخبرات التي لديها
- وجود وعود قوية لدعم مركز التميز
- وضوح الرؤية والمسار المراد السير عليه
- وجود مكتبة من الدراسات الدعوية الفريدة من نوعها
- توفر منتجات وقواعد بيانات جاهزة لدى أصول، سيستفيد منها المركز
- سهولة الوصول إلى الشركاء والطفاء

### القوة × الفرص (إستراتيجيات المبادرة)

- تحقيق الاستدامة المالية للمركز
- كسب ثقة الجهات المانحة والمتبرعين
- وضع اليد على الأسباب الجذرية لضعف العمل الخيري والدعوي والإسهام في علاجها
- التوسع المتدرج على أكثر من صعيد
- بناء مؤسسة رشيقة خالية من البيروقراطية
- وقادرة على التكيف مع التغيرات المحيطة

### القوة × التحديات (إستراتيجيات المناورة)

- إيجاد كوادر مؤهلة للعمل في العمل الدعوي
- التدرج في تنفيذ إستراتيجية المركز

## التحليل الرباعي (SWOT)

### التحديات

- عدم وضوح سوق العمل
- قلة مصادر المعلومات
- ضعف الحوافز في العمل الخيري بشكل عام
- قلة الكوادر الوطنية السعودية المتخصصة في العمل الدعوي
- المقاومة وضعف القناعة بخدمات المركز من بعض الجهات المستفيدة

### نقاط الضعف

- عدم وجود بنية تحتية إدارية للمركز
- عدم وجود خطة إستراتيجية
- قلة المتفرغين والمتخصصين في العمل
- الصورة الذهنية / الهوية البصرية للمركز غير واضحة

### الفرص × الضعف (إستراتيجيات التطوير)

- تطوير منتجات عالمية
- خلق وظائف جديدة في القطاعات الدعوية
- التركيز على خدمة الجهات الدعوية
- العمل بأسلوب احترافي مهني مقارب لنماذج العمل التجاري

### الضعف × التحديات (إستراتيجيات الانسحاب)

- ليس من مهام المركز العمل على إصلاح الجهات الدعوية والخيرية

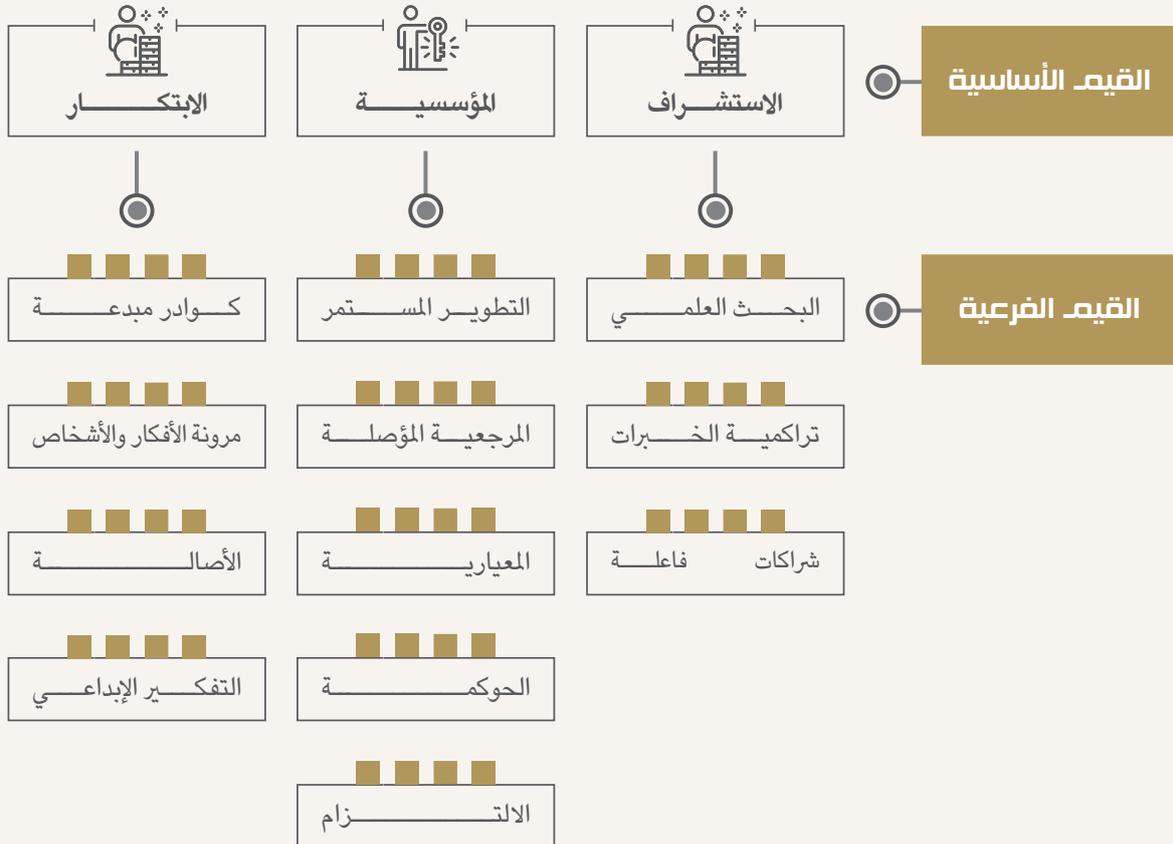
## رسالة المركز

مركز عصري احترافي يقدم أنموذجاً مؤسسياً مبتكراً لبيت خبرة يستشرف توجهات العمل الدعوي ويرتقي بكياناته وكوادره.

## رؤية المركز

مرجعية رائدة في التطوير المؤسسي للعمل الدعوي.

## الأسس الاستراتيجية



## عوامل النجاح الحرجة

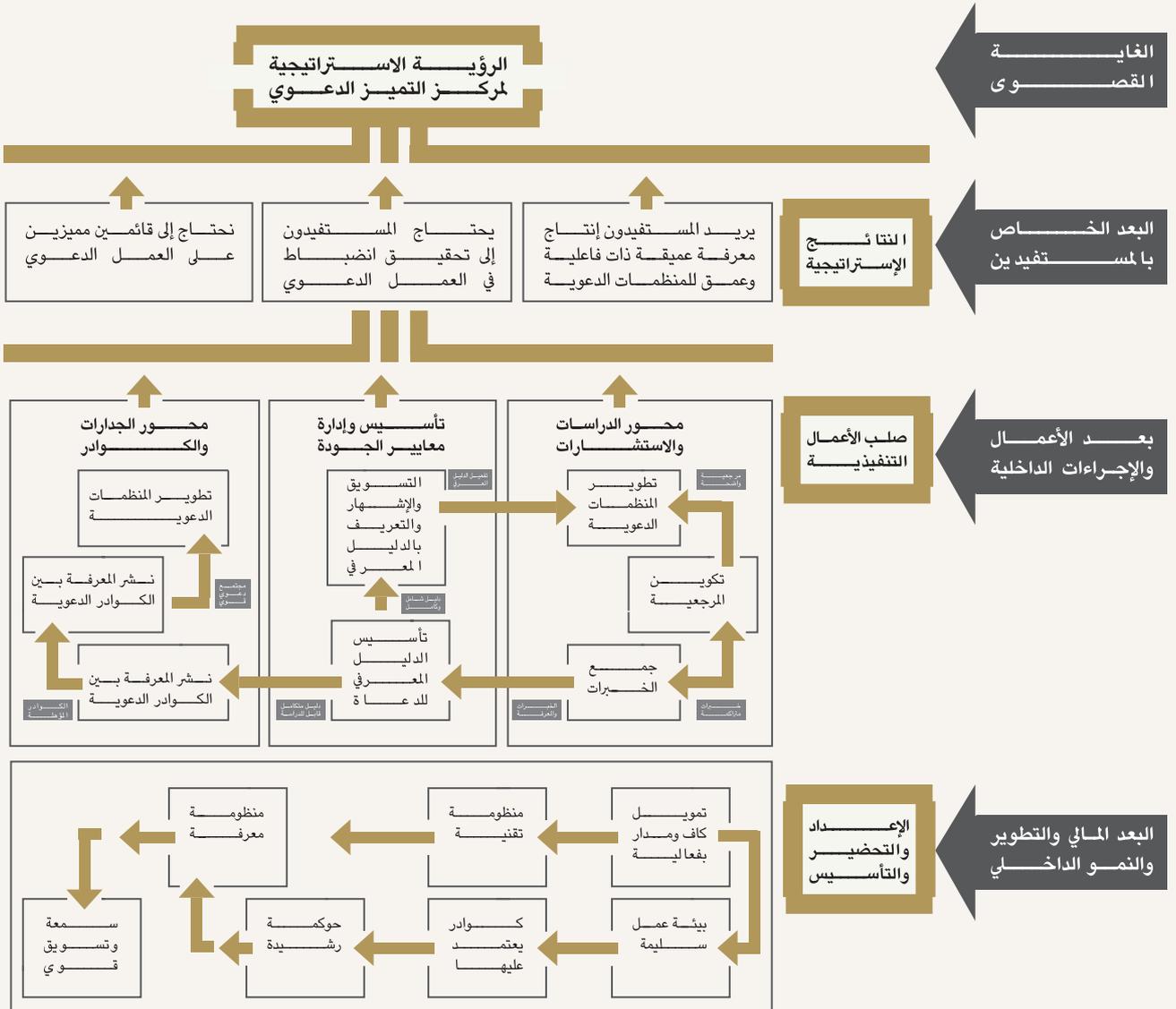
- منصة إلكترونية على مستوى عال من الإتقان والأمان تكون مرجعا وملذا لجميع العاملين في قطاع الدعوة.
- دليل معرفي قوي وواضح يسد الثغرات التي يعاني منها قطاع الدعوة ويكون سهل الاستخدام وينبثق منه خدمات تدريب وتطوير واستشارات.
- منظومة اختبارات قوية وأمنة تعطي الثقة بمن يجتاز الاختبار وثقة به وبمن قدم له الشهادة.
- التسويق القوي والذكي والموجه بشكل مدروس لجميع المهتمين والعاملين في قطاع الدعوة. الأمان والاستقرار القانوني.
- الانتشار بلغات عالمية.
- البحوث والدراسات المستمر والتطوير الدائم للمنظومة العلمية. اشتراك عدد كبير من الأعضاء واستدامتهم على المدى الطويل
- تقديم خدمات فعالة للأعضاء بما يجعلهم يستشعرون عظم الفائدة التي يحصلون عليها من عضويتهم.
- مؤتمرات دورية تجمع أصحاب الخبرة والمخضرمين في قطاع الدعوة لتبادل الخبرات وإثراء الدليل المعرفي.



# الخارطة الاستراتيجية



## الرؤية الاستراتيجية لمركز تميز العمل الدعوي



## الأهداف الاستراتيجية



|| إيجاد مرجعية معيارية للمنتج الدعوي  
ترتقي بجودته.



|| بناء بيت خبرة متكامل يرسم استراتيجيات  
العمل الخيري الدعوي ويحدد أولوياته.



|| تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات  
الدعوية.



|| تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية.

|| استشراف توجهات العمل الدعوي من  
خلال إعداد الدراسات والأبحاث واستثمار  
التقنية.

تفاصيل بطاقة الأداء المتوازن

## محور الدراسات والاستشارات

### مؤشرات قياس الأداء



#### تطوير وتأهيل الجهات الدعوية

- العدد الشهري للجهات المنخرطة في برامج المركز.
- نسبة الرضا عن برامج المركز من قبل المشتركين
- نسبة الزيادة في الطلب على منتجات المركز.



#### نريد أن نتج معرفة ذات فاعلية وعمق

- نسبة الزيادة الشهرية في (المعرفة المعتمدة) التي تم تخزينها في قواعد بيانات المركز
- نسبة الزيادة السنوية في عدد المستفيدين من قواعد بيانات المركز
- نسبة الجهات التي قامت بتطبيق المعايير بشكل دقيق.



#### إيجاد مرجعية للعمل الدعوي

- نسبة المعايير التي تم تحكيمها من جهات خارجية معروفة
- عدد الجهات / الشخصيات الاعتبارية التي قامت بتحكيم المعايير
- نسبة شمولية المعايير لمناحي العمل الدعوي



#### بناء الدراسات والأبحاث والحصول على خبرات ومعلومات وممارسات قطاع واسع في ميدان العمل الدعوي

- النسبة المئوية لتغطية الدول العربية والإسلامية
- النسبة المئوية لتغطية احتياجات المسلمين في الدول المستهدفة.
- عدد الخبراء الذين تم التواصل معهم والاستفادة منهم.
- عدد الجهات التي تم التواصل معها والاستفادة منها.

## محور الدراسات والاستشارات

### المبادرات



#### تطوير وتأهيل الجهات الدعوية

- تطوير العلاقات مع الجهات الدعوية ذات الخبرة
- تقديم خدمات التطوير والتدريب للجهات الدعوية
- تنفيذ حملة تسويقية لخدمات المركز من خلال نشر منتجات المركز
- تطوير الموقع الإلكتروني بشكل يوضح الخدمات



#### بناء الدراسات والأبحاث والحصول على خبرات ومعلومات وممارسات قطاع واسع في ميدان العمل الدعوي

- بناء منهجية البحث العلمي
- إجراء مسح شامل للمنظمات القائمة على العمل الدعوي
- بناء قاعدة بيانات متكاملة خاصة بالخبرات والممارسات في قطاع الدعوة
- إعداد ونشر الدراسات والأبحاث المتخصصة في القطاع الدعوي

#### إيجاد مرجعية للعمل الدعوي

- برنامج بناء المعايير الدعوية (ضمن الدليل)
- برنامج قبولية الأعمال الناجحة وبناء نماذج قابلة للتكرار منها (ضمن الدليل)

## محور معايير الجودة

### مؤشرات قياس الأداء



#### أريد أن أحقق انضباطا في العمل الدعوي

- نسبة الزيادة في عدد الجهات التي حصلت على شهادة المركز.
- عدد المنظمات الدعوية التي تم إخراجها من التعثر.
- نسبة المنظمات التي أكملت تطبيق الإجراءات بشكل كامل.



#### بناء دليل معرفي شامل وكامل وعلى أعلى مستوى من الجودة

- معدل الالتزام بالزمن المحدد في خطة كتابة الدليل.
- عدد المحكمين الذين اعتمدوا الدليل.
- عدد الجهات / الشخصيات الاعتبارية المزكية للدليل المعرفي.



#### إيجاد قيمة معنوية ومحسوسة للدليل المعرفي ومعايير

- عدد الجهات المزكية لبرامج المركز للاعتماد.
- نسبة الزيادة الشهرية في طلبات الحصول على شهادات اعتماد المركز.
- نسبة الزيادة الشهرية في الجهات التي تتبنى تنفيذ معايير الدليل المعرفي.



## محور معايير الجودة

### المبادرات



#### بناء دليل معرفي شامل وكامل وعلى أعلى مستوى من الجودة

- بناء خطة بناء الدليل المعرفي بما فيها من لجان ومؤلفين ومحتوى ومنهجيات.
- بناء هيكلية الدليل المعرفي واعتمادها من عدة جهات
- مشروع بناء الدليل المعرفي

#### إيجاد قيمة معنوية ومحسوسة للدليل المعرفي ومعاييرها

- عقد مؤتمر سنوي للمركز
- إعداد خطة علاقات عامة شاملة للدليل المعرفي وأنشطة المركز

## محور الدراسات والاستشارات

### مؤشرات قياس الأداء



#### احتضان وتمكين الكوادر والجدارات الدعوية بكفاءة

- النسبة المئوية للأعضاء الفاعلين المستمرين في الاشتراك سنويا.
- النسبة المئوية للشخصيات الاعتبارية ومشاهير الدعاة المنضمين.



#### نحتاج إلى قائمين مميزين على العمل الدعوي

- عدد وثائق المشاريع الكاملة الصادرة عن حاضنات الأعمال.
- نسبة المشاريع التي تم إطلاقها والتي كانت محتضنة في المركز.
- نسبة الكوادر التي تم تدريبها داخليا واستبقاؤها



#### تأسيس نظام عضويات واعتمادات كفو وجذاب

- عدد الجهات التي قامت بتحكيم معايير العضويات.
- عدد الأفراد والجهات الذين تم استهدافهم في السنة الأولى.
- النسبة المئوية للزيادة في عدد الأفراد والجهات المشتركة.



#### بناء منظومة اختبارات ومقاييس متطورة

- عدد الأسئلة المدرجة في بنك الأسئلة
- النسبة المئوية في إتمام هيكلية النظام التعليمي لامتحانات وهيكلتها لجميع المستويات (Education Scheme)
- نسبة الزيادة في المتقدمين على اختبارات المركز

## محور الدراسات والاستشارات

### المبادرات



#### احتضان وتمكين الكوادر والجدارات الدعوية بكفاءة

- || بناء هيكلية ومعايير ومستويات العضويات وميزاتها.
- || إطلاق مؤتمر تأسيسي للمنظمة يليه مؤتمر سنوي متكامل.



#### تأسيس نظام عضويات واعتمادات كفؤ وجذاب

- || إطلاق حملة تسويقية وعلاقات عامة بالتعاون مع أحد الجهات المتخصصة.



#### بناء منظومة اختبارات ومقاييس متطورة

- || مشروع البناء القانوني للمركز بما يتيح له إصدار الشهادات والرخص المعتمدة عالميا.
- || تأسيس بنك الأسئلة والبنية التحتية التقنية الخاصة به وتعبئته بالأسئلة.
- || تصميم هيكلية الاختبارات.
- || التعاقد مع مزود خدمة الاختبارات والاعتمادات



### تحقيق منظومة تقنية معلومات يعتمد عليها

- النسبة المئوية للخدمات المؤتمتة
- النسبة المئوية لرضا العملاء عن الخدمات الإلكترونية
- النسبة المئوية للزيادة في عدد المستفيدين من الخدمات الإلكترونية



### تمكين الكوادر بفعالية وكفاءة وتطويرها باستمرار

- % الكوادر المستمرة في المؤسسة لأكثر من 3 سنوات متتالية
- % الكوادر العاملة في مجال تخصصها
- # الدورات التدريبية المتخصصة المقدمة إلى الكوادر سنويا

### بناء السمعة البراقة وتسويقها

- # الدعوات الشهرية التي تتلقاها المؤسسة لأنشطة وفعاليات ذات علاقة بمجال التخصص
- # الاتصالات/الإيميلات الواردة للمؤسسة للاستفسار عن أنشطتها شهريا
- # المتقدمين للمؤسسة سنويا
- معدل التفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي



### تقديم بيئة تعلم محفزة

- نسبة الموظفين العاملين في المركز لأكثر من عام
- نسبة رضا منسوبي المركز عن البيئة الداخلية فيه
- معدل الزيادة في المهارات والمعارف التراكمية في المركز



### ضمان تنفيذ منظومة حوكمة رشيدة داخليا وخارجيا

- % اكتمال نموذج العمل
- إتمام متطلبات البناء القانوني في بلد المنشأ والبلاد الأخرى
- نسبة إتمام البنية التحتية القانونية والإجرائية في المركز



### بناء منظومة معرفة متكاملة

- عدد المدخلات الشهري في قواعد البيانات الداخلية
- العدد الشهري للأخطاء الظاهرة في نظام إدارة المعرفة
- معدل عمليات البحث المفيدة في منظومة المعرفة



### تحقيق فعالية إدارة الموارد المالية

- % من التكاليف السنوية التي تمت تغطيتها قبل نهاية الربع الأول من العام
- % العجز في الميزانية شهريا
- % الهدر الشهرية في التكاليف التشغيلية
- % فعالية الصرف



### تحقيق منظومة تقنية معلومات يعتمد عليها

- || أتمتة جميع الخدمات المقدمة للأعضاء  
والمستفيدين على الموقع الإلكتروني
- || تأسيس تطبيق جوال للتفاعل مع الأعضاء  
والمشركين ونشر خدمات المنظمة



### بناء السمعة البراقة وتسويقها

- || تطوير هوية المركز
- || تطوير استراتيجية النشر والتسويق لهوية  
المؤسسة وإنجازاتها وخدماتها
- || تطوير برنامج الإعلام والعلاقات العامة



### تحقيق فعالية إدارة الموارد المالية

- || تطوير وتفعيل النظام المحاسبي بشكل شامل  
متوافق مع إجراءات الأعمال
- || تطوير السياسات المالية المرتبطة بالاستراتيجية  
المالية للمؤسسة
- || التخطيط المسبق لجميع التكاليف التشغيلية  
للمؤسسة



### تقديم بيئة تعلم محفزة

- || برنامج تدريب وتطوير العاملين وردم ما  
لديهم من فجوات علمية ومعرفية



### ضمان تنفيذ منظومة حوكمة رشيدة داخليا وخارجيا

- || تطوير نموذج العمل للمؤسسة
- || إطلاق أنشطة / فعاليات للتعريف بنموذج العمل
- || مشروع بناء إجراءات الأعمال الداخلية
- || مشروع تأسيس البنية التحتية القانونية



### بناء منظومة معرفة متكاملة

- || إنشاء قواعد بيانات إلكترونية متخصصة في  
إدارة المعرفة
- || تطوير نظام بحث ومراقبة متطور ضمن  
منظومة المعرفة



### تمكين الكوادر بفعالية وكفاءة وتطويرها باستمرار

- || تطوير عملية إدارة الموظفين والمتعاونين
- || تطوير برنامج التطوير والتحسين للكوادر

# مؤشرات قياس الأداء والمبادرات الاستراتيجية

## الهدف الاستراتيجي الأول

بناء بيت خبرة متكامل يرسم استراتيجيات العمل  
الخيري الدعوي ويحدد أولوياته

أولا

مؤشرات قياس الأداء

الهدف الاستراتيجي

بناء بيت خبرة متكامل يرسم استراتيجيات العمل الخيري الدعوي ويحدد أولوياته

المؤشر

نسبة الزيادة الشهرية في (المعرفة المعتمدة) التي تم تخزينها في قواعد بيانات المركز



كيفية القياس

(كمية البيانات للشهر الحالي ÷ كمية البيانات من الشهر السابق) × ١٠٠



الوصف

النسبة في (الزيادة) بالمقارنة ما بين الشهر الحالي والشهر السابق، حيث يجب أن يكون ما في الشهر الحالي أعلى من الشهر السابق في قياس كمية المعرفة التي تم تخزينها في قواعد البيانات



وحدة القياس

|| نسبة مئوية (بالجيجا بايت)



مصدر البيانات

- || رئيس قسم تقنية المعلومات
- || مدير إدارة الخدمات المشتركة
- || مركز المعلومات



المدى الزمني للقياس

|| شهري



القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

بناء بيت خبرة متكامل يرسم استراتيجيات العمل الخيري الدعوي ويحدد أولوياته

المؤشر

نسبة الزيادة السنوية في عدد المستخدمين من قواعد بيانات المركز



كيفية القياس

(عدد المستخدمين الحالي ÷ عدد المستخدمين السابق) × ١٠٠



الوصف

معدل الزيادة في عدد المستخدمين (وليس مجرد المسجلين) في قواعد البيانات الذين يقومون فعلا بالدخول إليها والاستفادة منها من خلال تحميل البيانات أو القراءة أو المشاركة، ويتم ذلك عبر برمجة ملفات كوكيز تراقب تصرفات المستخدم على الموقع لغايات القياس فقط



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



مصدر البيانات

|| رئيس قسم تقنية المعلومات  
|| قسم العلاقات العامة والتواصل



المدى الزمني للقياس

|| شهري



القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

بناء بيت خبرة متكامل يرسم استراتيجيات العمل الخيري الدعوي ويحدد أولوياته

المؤشر

نسبة الجهات التي قامت بتطبيق المعايير بشكل دقيق



كيفية القياس

(عدد الجهات للعام الحالي - عدد الجهات للعام الماضي) × ١٠٠



الوصف

للتأكد ما إن كانت المعرفة التي ننتجها ذات فاعلية وعمق يحقق التغيير الحقيقي في حياة الفئات المستهدفة، يقيس هذا المؤشر نسبة (الزيادة بين الحالي والسابق) للجهات التي قامت بتطبيق المعايير على أرض الواقع



وحدة القياس

رقم مطلق



مصدر البيانات

- || قيم الاعتمادات
- || قسم الاختبارات والشهادات
- || إدارة التعليم والتطوير



المدى الزمني للقياس

سنوي



القيمة الأساسية

لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

بناء بيت خبرة متكامل يرسم استراتيجيات العمل الخيري الدعوي ويحدد أولوياته

المؤشر

النسبة المئوية لتغطية الدول العربية والإسلامية



كيفية القياس

نسبة بين الجهات الحالية والجهات في الشهر السابق.



الوصف

لكي يكون الدليل المعرفي شاملا قدر الإمكان، ولكي تكون المعرفة فيه تراكمية أيضا بشكل أكبر، يجب أن تكون التجارب والمعرفة الموثقة لدى القائمين على المشروع من شتى أنحاء العالم، فممارسات الدعوة تختلف من مكان إلى آخر ومن ثقافة إلى أخرى ومن بيئة إلى غيرها، ولأن هذا المشروع هو مشروع لأمة محمد قاطبة، لهذا يجب أن تكون الخبرات والممارسات الحالية على أكبر قدر ممكن من التوسع.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



المدى الزمني للقياس

|| شهري



مصدر البيانات

- || إدارة الأبحاث والدراسات
- || قسم البناء العلمي
- || مركز المعلومات



القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

بناء بيت خبرة متكامل يرسم استراتيجيات العمل الخيري الدعوي ويحدد أولوياته

المؤشر

النسبة المئوية لتغطية احتياجات المسلمين في الدول المستهدفة



كيفية القياس

بحاجة إلى تطوير



الوصف

في هذا المؤشر على فريق العمل أن يقيس مدى تمكن المركز من تغطية احتياجات أوسع قطاع ممكن من المسلمين والدعاة حول العالم خاصة خلال فترة البحث والدراسة التي تسبق بناء الدليل المعرفي، وكلما كانت التغطية أوسع كلما كانت أفضل. مدى التغطية واتساعه يجب أن يكون موضحا في هذا المؤشر ومنعكسا في خارطة الطريق العامة.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



مصدر البيانات

|| جميع أقسام إدارة الأبحاث والدراسات



المدى الزمني للقياس

|| ربع سنوي



القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

بناء بيت خبرة متكامل يرسم استراتيجيات العمل الخيري الدعوي ويحدد أولوياته

المؤشر

عدد الخبراء الذين تم التواصل معهم والاستفادة منهم



كيفية القياس

مجموع مباشر تراكمي لعدد الخبراء خلال الفترة الزمنية.



الوصف

كلما زاد عدد الخبراء بمختلف تخصصاتهم، كلما كان الدليل المعرفي والمعايير التي يحتويها أكثر عمقا وإتقانا وقبولاً لدى الفئات المستهدفة، ولهذا فإن قياس عدد الخبراء المتعاونين مع المركز باستمرار مؤشر هام. ولا يمكن اعتبار أحد خبيراً ما لم يلب معايير محددة داخلياً في المركز.



وحدة القياس

رقم مطلق



مصدر البيانات

قسم العلاقات العامة  
مكتب إدارة المشاريع



المدى الزمني للقياس

نصف سنوي



القيمة الأساسية

لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

بناء بيت خبرة متكامل يرسم استراتيجيات العمل الخيري الدعوي ويحدد أولوياته

المؤشر

عدد الجهات التي تم التواصل معها والاستفادة منها



كيفية القياس

جمع تراكمي مباشر لعدد الجهات التي تم التواصل معها والاستفادة منها خلال الفترة الزمنية المحددة.



الوصف

لا بد من التواصل مع أكبر عدد ممكن من الجهات الدعوية والمتخصصة في العمل الدعوي للحصول على ما لديها من خبرة وإشراكها في هذا العمل بشكل فعال ومفيد، حيث إن مجرد التواصل لا يكون رقما مضافا ضمن هذا المؤشر، وكلما زاد عدد الجهات (بشكل معياري ومحكوم) كلما كان ذلك أفضل ويمهد لإطلاق النسخ التالية من الدليل بجودة أعلى.



وحدة القياس

|| رقم مطلق



مصدر البيانات

- || قسم العلاقات العامة
- || مكتب إدارة المشاريع



المدى الزمني للقياس

|| نصف سنوي



القيمة الأساسية

|| لا يوجد

# مؤشرات قياس الأداء والمبادرات الاستراتيجية

## الهدف الاستراتيجي الأول

بناء بيت خبرة متكامل يرسم استراتيجيات العمل  
الخيرى الدعوي ويحدد أولوياته

ثانيا

المبادرات

## الهدف الاستراتيجي

بناء بيت خبرة متكامل يرسم استراتيجيات العمل الخيري الدعوي ويحدد أولوياته

## اسم المبادرة

## بناء منهجية البحث العلمي



## بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- || تطوير منهجية البحث العلمي وجميع مكوناتها التفصيلية
- || تدريب الباحثين والدعاة المتدربين في المركز على المنهجية
- || مشروع تحكيم المنهجية واعتمادها ومراجعتها من بعض الجهات المختصة والشخصيات الاعتبارية



## وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

إن أساس هذا المركز هو العمل العلمي المنهجي، ولكي يكون لديه القدرة على الاستمرار على المدى الطويل وتقديم العلم النافع، يجب أن يكون لديه منهجية البحث العلمي الخاصة به والتي يتم تطويرها داخليا وتحكيمها خارجيا وتطويرها باستمرار



## مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- || إدارة الأبحاث والدراسات / مكتب إدارة المشاريع



## النتائج / المخرجات الأساسية

- || منهجية البحث العلمي للمركز
- || آليات العمل التفصيلية للمنهجية
- || أوصاف وهيكلية الكوادر المناسبة للتطبيق
- || التحكيم والمراجعة من جهات علمية موثوقة

## الهدف الاستراتيجي

بناء بيت خبرة متكامل يرسم استراتيجيات العمل الخيري الدعوي ويحدد أولوياته

## اسم المبادرة

إجراء مسح شامل للمنظمات القائمة على العمل الدعوي



بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- مشروع المسح الميداني للدعاة أفراداً وجماعات
- مشروع المسح الرقمي للدعاة أفراداً وجماعات
- مشروع تحليل المعطيات وبناء وثيقة النتائج



وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

إن معرفة ما يتم القيام به في قطاع العمل الدعوي حول العالم هو بداية هامة جدا للمركز ولبناء دليل معرفي ينطلق من أفضل الممارسات، لكي لا تكون المعايير التي في الدليل غريبة أو مستهجنة على من يريد تطبيقها. وهذا المسح يجب أن يتجاوز حدود الإنترنت والفضاء الرقمي وأن يغوص بعمق في الممارسات التي يقوم بها الدعاة أفراداً وجماعات



مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- إدارة الأبحاث والدراسات / مكتب إدارة المشاريع



النتائج / المخرجات الأساسية

- استيعاب واسع المدى للممارسات الحالية المنتشرة في قطاع العمل الدعوي.
- تحديد أفضل الممارسات وكيفية تطهيرها وصقلها بمعايير واضحة المعالم.

## الهدف الاستراتيجي

بناء بيت خبرة متكامل يرسم استراتيجيات العمل الخيري الدعوي ويحدد أولوياته

## اسم المبادرة

بناء قاعدة بيانات متكاملة خاصة بالخبرات والممارسات في قطاع الدعوة



### بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- || تأسيس مركز معلومات إلكترونية (إما بشكل مباشر في مقر المركز أو عبر الخدمات السحابية)
- || تخصيص وبرمجة نظام إدخال البيانات وفلترتها وتجميعها ومحرك البحث ونظام الحماية الإلكتروني



### وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

يجب أن يكون في المركز مكانا مركزيا تصب فيه جميع البيانات المجمعّة، وإيجاد قواعد بيانات شديدة التأمين أمر غاية في الأهمية ويصب في تحقيق الهدف الاستراتيجي المذكور، كما أن وجود هذه البيانات ضمن حلول إلكترونية يساعد في رفع مستوى الاستفادة منها.



### مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- || قسم تقنية المعلومات / إدارة الخدمات المشتركة
- || مكتب إدارة المشاريع



### النتائج / المخرجات الأساسية

- || قواعد بيانات إلكترونية (يفضل أن تكون ضمن تقنيات التخزين السحابية)
- || آليات أرشفة وتصنيف وفهرسة للبيانات تكون عبر مرجعية متكاملة مع منهجية البحث العلمي المذكورة آنفا
- || نظام حماية لقواعد البيانات من السرقة والقرصنة والاختراق أو النسخ غير المصرح به وجميع المخاطر الإلكترونية

## الهدف الاستراتيجي

بناء بيت خبرة متكامل يرسم استراتيجيات العمل الخيري الدعوي ويحدد أولوياته

## اسم المبادرة

إعداد ونشر الدراسات والأبحاث المتخصصة في القطاع الدعوي



بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- || تأسيس قواعد البيانات المتخصصة
- || تطوير النظام الإلكتروني الذي ستتم إدارة الخدمة من خلاله
- || تطوير منهجية البحث والدراسة والتحكيم ووضع السياسات والإجراءات والمعايير الخاصة بها



وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

تعتبر الدراسات والأبحاث المتخصصة في القطاع الدعوي مصدر معلومات هام لكل داعية، وستكون هذه الأبحاث والدراسات جزءاً من خدمات المركز لإتاحتها لكل داعية في العالم عبر المنصة الإلكترونية، سواء من الإنتاج الخاص بالمركز (والذي سيكون له أهمية خاصة) أو من إنتاج الدعاة والمراكز الدعوية بشكل عام ليصبح المركز مرجعاً لكل باحث ودارس وداعية.



مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- || قسم البحث العلمي والتطوير
- || قسم تقنية المعلومات
- || مركز المعلومات



النتائج / المخرجات الأساسية

- || قواعد بيانات متخصصة في الأبحاث والدراسات ونشرها

# مؤشرات قياس الأداء والمبادرات الاستراتيجية

## الهدف الاستراتيجي الثاني

إيجاد مرجعية معيارية للمنتج الدعوي  
ترتقي بجودته

أولا

مؤشرات قياس الأداء

الهدف الاستراتيجي

إيجاد مرجعية معيارية للمنتج الدعوي ترتقي بجودته

المؤشر

عدد المحكمين الذين اعتمدوا الدليل



كيفية القياس

جمع تراكمي لعدد من قام بتحكيم الدليل بشكل كامل أو جزئي (ليس أقل من ١٠٪)



الوصف

إن خروج الدليل إلى فضاء الدعوة للمرة الأولى سيكون له صدق واسع، ولهذا فإن النسخة الأولى يجب أن تكون صانعة حقيقية للفرق ورادمة لما في البيئة الدعوية من فجوات ولها قبول تام في قلوب كل من يقرأ الدليل المعرفي، ووجود أكبر عدد ممكن من الشخصيات القوية والمعروفة في فضاء الدعوة الذين يحكمون الدليل ويراجعونه وينقحونه قبل إصداره يساعد كثير على إنجاحه إن شاء الله



وحدة القياس

عدد مطلق



مصدر البيانات



المدة الزمنية للقياس

ربع سنوي



القيمة الأساسية

لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

إيجاد مرجعية معيارية للمنتج الدعوي ترتقي بجودته

المؤشر

نسبة المعايير التي تم تحكيمها من جهات خارجية معروفة



كيفية القياس

نسبة المعايير التي تم تحكيمها من إجمالي عدد جميع المعايير الكامل.



الوصف

عند تصميم وكتابة المعايير، سيكون هناك معايير تحكم من جهات خارجية معتمدة وأخرى قد لا يتم تحكيمها، يجب على القائمين على المركز تحديد ما هي المعايير التي فعلا سيكون هناك إجماع عليها وعلى تبنيها من قبل الدليل المعرفي وما التي قد تكون قابلة للتطوير والمراجعة تحت النسخة التالية من الدليل المرجعي.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



مصدر البيانات

|| قسم البناء العلمي  
|| قسم الاعتمادات



المدى الزمني للقياس

|| ربع سنوي



القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

إيجاد مرجعية معيارية للمنتج الدعوي ترتقي بجودته

المؤشر

عدد الجهات/الشخصيات الاعتبارية التي قامت بتحكيم المعايير



كيفية القياس

جمع تراكمي لكل من قام فعلا بتحكيم ما لا يقل عن ٢٥٪ من إجمالي المعايير والمحتوى العلمي للدليل المعرفي.



الوصف

عملية التحكيم عملية هامة ولا يجوز أن تعطى بإجمالها لجهة واحدة أو شخص واحد لكي تسمى معايير محكمة. كلما كانت الجهات التي قامت بتحكيم المعايير ومراجعتها والتطوير عليها أكبر كلما كان هذا الأمر أفضل وأكثر فائدة خاصة في المؤتمر العلمي للمركز.



وحدة القياس

عدد مطلق



مصدر البيانات

قسم البناء العلمي  
قسم الاعتمادات



المدى الزمني للقياس

نصف سنوي



القيمة الأساسية

لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

إيجاد مرجعية معيارية للمنتج الدعوي ترتقي بجودته

المؤشر

نسبة شمولية المعايير لمناحي العمل الدعوي



كيفية القياس

النسبة لما تم شمله من المعايير مقابل إجمالي العدد الكامل لمناحي العمل الدعوي التي تم إحصاؤها.



الوصف

قد لا تكون النسخة الأولى من الدليل شاملة تماما لجميع مناحي العمل الدعوي وبكل تأكيد فسيكون هناك الكثير من جوانب التطوير خاصة خلال النسخة الأولى، وهذا المؤشر يساعد على قياس مدى شمولية معايير الدليل المعرفي لكل ما يحتويه العمل الدعوي من تفاصيل ومتطلبات واحتياجات ومهارات وأنشطة وعمليات وغيرها.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



مصدر البيانات

|| إدارة الأبحاث والدراسات



المدى الزمني للقياس

|| نصف سنوي



القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

إيجاد مرجعية معيارية للمنتج الدعوي ترتقي بجودته

المؤشر

عدد الجهات المزكية لبرامج المركز للاعتماد



كيفية القياس

جمع تراكمي للجهات والشخصيات الاعتبارية التي قدمت تزكيتها للمركز والدليل المعرفي بشكل إيجابي مع نشر التزكية على منصة المركز



الوصف

الشخصيات والمنظمات الاعتبارية (خاصة تلك التي تعتبر ضمن مجتمع الدعوة) تعطي المركز الثقة والقبول التي يسعى إليها في وقت أقصر من التسويق الاعتيادي، ولهذا على فريق العمل الحرص على استهداف تلك الشخصيات والحصول على تزكيتها



وحدة القياس

رقم مطلق



مصدر البيانات

قسم العلاقات العامة والتواصل  
قسم البناء العلمي



المدى الزمني للقياس

ربع سنوي



القيمة الأساسية

لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

إيجاد مرجعية معيارية للمنتج الدعوي ترتقي بجودته

المؤشر

نسبة الزيادة الشهرية في طلبات الحصول على شهادات اعتماد المركز



كيفية القياس

النسبة المئوية في الزيادة ما بين الربع السابق والربع الحالي لطلبات الحصول على شهادات اعتماد سواء للمنظمات أو للأفراد كالتدريب أو الاحتضان



الوصف

عندما يكون لدى المركز الكثير من طلبات الحصول على الاعتمادات، فهذا مؤشر هام على أن ما يقدمه المركز من خدمات ومعرفة وعلم يسد ثغرة حقيقية وله احتياج واضح في السوق المستهدف، ويتضمن ذلك طلبات الاعتمادات من المنظمات الدعوية وطلبات التدريب وطلبات الاحتضان أيضا



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



مصدر البيانات

|| قسم الاعتمادات  
|| قسم التدريب والتعليم  
|| قسم احتضان الكوادر



المدة الزمنية للقياس

|| ربع سنوي



القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

إيجاد مرجعية معيارية للمنتج الدعوي ترتقي بجودته

المؤشر

نسبة الزيادة الشهرية في الجهات التي تتبنى تنفيذ معايير الدليل المعرفي



كيفية القياس

النسبة المئوية للمنظمات التي يكون لها اهتمام حقيقي في تبني معايير الدليل المعرفي وتطبيقه فيها وتشارك بفعالية في فعاليات المركز



وحدة القياس

|| نسبة مئوية

المدى الزمني للقياس

|| شهري



القيمة الأساسية

|| لا يوجد



الوصف

عبر التواصل المستمر مع أكبر عدد ممكن من المنظمات الدعوية وعبر المجتمع الإلكتروني للمركز، فإن المنظمات التي تستفيد من الدليل المعرفي وتكون جزء من تطويره وتحسينه ويكون لها حضور فاعل في المؤتمرات التي يعقدها المركز سواء أحصلت على شهادة اعتماد من المركز أو لا، فكل هذه المنظمات تدخل في حساب هذا المؤشر الذي يعطي انطبعا هاما عن مدى تفاعل المجتمع الدعوي بشكل عام مع الدليل المعرفي وخدمات المركز ومنتجاته



مصدر البيانات

- || قسم العلاقات العامة والتواصل
- || قسم الفعاليات والمؤتمرات
- || إدارة الإصدارات

الهدف الاستراتيجي

إيجاد مرجعية معيارية للمنتج الدعوي ترتقي بجودته

المؤشر

معدل الالتزام بالزمن المحدد في خطة كتابة الدليل



كيفية القياس

مقارنة بين نسبة الإنجاز الحالي ونسبة الإنجاز المتوقع ضمن الخطة المعتمدة، يتم تحديد ذلك عبر مدير المشروع وبحساب تراكمي لجميع أعمال المشروع



الوصف

بناء الدليل المعرفي فيه عمل كبير ومضن، ولكن هذا لا يجب أن يكون أبداً على حساب الوقت، ولهذا فإن مؤشر الالتزام بالزمن المحدد والخطة المعتمدة في كتابة الدليل وبنائه للمرة الأولى هو مؤشر هام يجب متابعته باستمرار



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



مصدر البيانات

|| مكتب إدارة المشاريع



المدى الزمني للقياس

|| أسبوعي



القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

إيجاد مرجعية معيارية للمنتج الدعوي ترتقي بجودته

المؤشر

عدد الجهات / الشخصيات الاعتبارية المزكية للدليل المعرفي



كيفية القياس

جمع تراكمي للجهات أو الشخصيات الاعتبارية التي يتم إرسال الدليل بشكل رسمي لها وتقوم بشكل موثق بقراءته وإبداء الرأي



الوصف

من يقوم بالتحكيم يكون له حق التعديل ولكن التزكية تكون أيضا من شخصيات اعتبارية معروفة أو منظمات لها اسمها المحترم في عالم الدعوة ولكنهم فقط يقرؤون الدليل ويعطون رأيهم عنه، وتزكية هؤلاء للدليل المعرفي تعتبر بوابة لقبول المجتمع الدعوي به



وحدة القياس

رقم مطلق



مصدر البيانات

قسم العلاقات العامة والتواصل



المدى الزمني للقياس

ربع سنوي



القيمة الأساسية

لا يوجد

# مؤشرات قياس الأداء والمبادرات الاستراتيجية

## الهدف الاستراتيجي الثاني

إيجاد مرجعية معيارية للمنتج الدعوي  
ترتقي بجودته

ثانيا

المبادرات

## الهدف الاستراتيجي

إيجاد مرجعية معيارية للمنتج الدعوي ترتقي بجودته

## اسم المبادرة

برنامج بناء المعايير الدعوية (ضمن الدليل)



بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- تأسيس فريق العمل المتخصص
- بناء منهجية العمل الدعوي الشاملة
- بناء المعايير المرجعية
- برنامج العلاقات العامة
- برنامج التواصل مع الخبراء والدعاة المخضرمين
- برنامج التحكيم والتطوير المستمر



وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

المعايير هي جزء هام جدا في الدليل المعرفي وهي مبادرة منفصلة لأهميتها، يجب أن تكون المعايير مرجعية وقابلة للتطبيق لدى جميع الفئات المستفيدة التي يتوقع منها أن تستفيد من الدليل وتطبقه.



مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- مكتب إدارة المشاريع
- إدارة الأبحاث والدراسات
- إدارة التسويق والتواصل



النتائج / المخرجات الأساسية

- قائمة المعايير المرتبطة بمنهجية العمل الدعوي الشاملة

## الهدف الاستراتيجي

إيجاد مرجعية معيارية للمنتج الدعوي ترتقي بجودته

## اسم المبادرة

برنامج قولبة الأعمال الناجحة وبناء نماذج قابلة للتكرار منها (ضمن الدليل)



### بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- بناء منهجية جمع وتحليل المعلومات
- حصر أفضل الجهات الدعوية المرشحة
- برنامج التواصل مع الجهات الدعوية
- جمع المعلومات من الجهات المرشحة
- توثيق وتحليل البيانات المجمعة



### وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

هذا المشروع هو عمل بحثي وتوثيقي متكامل لجمع المعلومات عن نماذج الأعمال في الأعمال الدعوية الأكثر نجاحا وإبداعا حول العالم لكي تكون أحد مصادر المعلومات والتجارب الموثقة في بناء منظومة المعايير ضمن الدليل المعرفي، سيحتاج هذا العمل إلى إيجاد منهجية بحث وتوثيق ثابتة لدى جمع المعلومات من جميع المشاريع.



### مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- قسم العلاقات العامة والتواصل
- قسم البناء العلمي
- مكتب إدارة المشاريع



### النتائج / المخرجات الأساسية

- معرفة أكبر قدر ممكن من الدعاة والمنظمات الدعوية بالدليل المعرفي والمركز وما لديه من خدمات ومنتجات

## الهدف الاستراتيجي

## تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

## اسم المبادرة

## عقد مؤتمر سنوي للمركز



## بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- || خطة ترتيب المؤتمر وجدولته
- || الأجنحة التفصيلية لفعاليات المؤتمر
- || حملة العلاقات العامة والتسويق للمؤتمر مع المدعويين ووسائل الإعلام
- || الإعداد والترتيب لإطلاق المؤتمر
- || عمليات التوثيق داخل المؤتمر
- || عمليات تحليل المعلومات
- || عمليات التواصل مع بعد المؤتمر



## وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

أن يكون المجتمع الدعوي الذي يتمحور حول الدليل المعرفي موجودا في مكان واحد، له أثر كبير على تحقيق أكبر مستوى ممكن من الانتشار والفائدة والتطوير المستمر إن شاء الله. عقد مؤتمر سنوي بشكل دوري مستمر غير منقطع يساعد على أن يكون قبلة قلوب الدعاة والمكان الذي يعطي كل منهم ما لديه من خبرات وتطوير على الدليل المعرفي من خلال ما يتم تنفيذه في المؤتمر من اجتماعات وورش عمل وحلق نقاش وغيرها



## مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- || البناء العلمي
- || مكتب إدارة المشاريع



## النتائج / المخرجات الأساسية

- || مؤتمر دوري للمركز
- || توثيق المخرجات ونتائج المؤتمر
- || المساهمة الحقيقية في النسخة الجديدة من الدليل المعرفي

## الهدف الاستراتيجي

## تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

## اسم المبادرة

## إعداد خطة علاقات عامة شاملة للدليل المعرفي وأنشطة المركز



## بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- تصميم خطة العلاقات العامة (ويكون المؤتمر السنوي جزءاً منها)
- إطلاق خطة العلاقات العامة
- عمليات التواصل مع المهتمين والتفاعل معهم بفعالية.



## وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

إن الدليل المعرفي كمنتج علمي جماعي لا يمكن أن يكون إصداره كأبي كتاب آخر، ولأن الدليل المعرفي هو تجميع لخبرات وأفضل ممارسات ومعايير وأطر عمل وغيرها من الممارسات التطبيقية، فيجب أن يكون له خطة تعريف ذات معالم واضحة ومصممة بحرص لكي تكون ماثراً حديث جميع الدعاة في فضاء الدعوة إلى الله.



## مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- قسم العلاقات العامة والتواصل
- قسم رعاية الأعضاء.



## النتائج / المخرجات الأساسية

- معرفة أكبر قدر ممكن من الدعاة والمنظمات الدعوية بالدليل المعرفي والمركز وما لديه من خدمات ومنتجات.

## الهدف الاستراتيجي

## تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

## اسم المبادرة

بناء خطة بناء الدليل المعرفي بما فيها من لجان ومؤلفين ومحتوى ومنهجيات



## بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- || خطة الدراسات والأبحاث
- || خطة التواصل
- || خطة البناء العلمي والمعرفي
- || خطة تفعيل اللجان التنفيذية وتفعيلها
- || خطة التدقيق والمراجعة
- || خطة التحكيم والتحقق
- || خطة التزكية
- || خطة النشر والطباعة



## وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

يحتاج الدليل المعرفي إلى خطة محكمة يسير عليها فريق العمل بأكمله، ويتكون فريق العمل من العديد من اللجان والفرق الفرعية ،ومجرد بناء هذه الخطة سيكون له ما يستحق من وقت وجهد وعمل، ولهذا تم فصل بناء الخطة في مبادرة مستقلة.



## مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- || البناء العلمي
- || مكتب إدارة المشاريع



## النتائج / المخرجات الأساسية

- || خطة بناء الدليل المعرفة الكاملة

## الهدف الاستراتيجي

## تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

## اسم المبادرة

## بناء هيكلية الدليل المعرفي واعتمادها من عدة جهات



## بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- || تأسيس فريق العمل
- || وضع خطة المشروع
- || بناء هيكلية المنهجية العامة
- || بناء آلية العمل التفصيلية ومحتوياتها



## وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

قبل البدء بكتابة محتوى الدليل المعرفي سيكون هناك حاجة ماسة لبناء الهيكلية الأساسية التي سوف يبني عليها محتوى الدليل. تحتاج هذه العناصر إلى الكثير من الجهد البحثي والخبرة لكي تبني بشكل جيد مقبول لدى الجهات المحكمة والمزكية للدليل.



## مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- || قسم البناء العلمي
- || مكتب إدارة المشاريع



## النتائج / المخرجات الأساسية

|| الهيكلية الكاملة للتدليل المعرفي وتحتوي على كل من: المنهجية العامة، آلية العمل التفصيلية، قائمة المحتويات لكل مرحلة في آلية العمل.

# مؤشرات قياس الأداء والمبادرات الاستراتيجية

## الهدف الاستراتيجي الثالث

تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

أولاً

مؤشرات قياس الأداء

الهدف الاستراتيجي

تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

المؤشر

العدد الشهري للجهات المنخرطة في برامج المركز



كيفية القياس

جمع تراكمي لجميع الجهات التي يكون لها انخراط مباشر وكامل مع برنامج أو أكثر من برامج المركز.



الوصف

كلما كان هناك عدد أكبر من الجهات التي تسجل وترسل دعواتها إلى المركز كلما كان هذا دليلاً على أن المركز يقدم للجهات المستهدفة ما تحتاج إليه.



وحدة القياس

رقم مطلق



مصدر البيانات

قسم العلاقات العامة والتواصل



المدى الزمني للقياس

شهري



القيمة الأساسية

لا يوجد

## الهدف الاستراتيجي

## تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

## المؤشر

## نسبة الرضا عن برامج المركز من قبل المشتركين



## كيفية القياس

استبيان متخصص لقياس رضا المستفيدين من برامج المركز عبر منهجية قياس معتمدة من أحد الجهات المتخصصة في هذا المجال.



## الوصف

قياس الرضا عملية حساسة ونتائجها تحتاج إلى الكثير من الدقة في جمع البيانات وآليات طرح الأسئلة، فعملية بناء الاستبيانات وما فيها من أسئلة وإعطاء الوزن النسبي الصحيح والمناسب لكل سؤال بما يعطي الانطباع الحقيقي في أنفس المستفيدين عن التجربة التي كانوا فيها وما إن كان هناك حاجة لعمليات تصحيح أو تطوير ما.



## وحدة القياس

|| نسبة مئوية



## مصدر البيانات

|| قسم رعاية الأعضاء



## المدى الزمني للقياس

|| سنوي



## القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

المؤشر

نسبة الزيادة في الطلب على منتجات المركز



كيفية القياس

النسبة المئوية بالمقارنة ما بين الشهر الفائت والشهر الحالي.

الوصف

الزيادة في الطلب على منتجات وخدمات المركز تعطي إدارته الانطباع، فهل يسير المركز على الاتجاه الصحيح أم لا؟ فكلما كانت الزيادة أكبر دل ذلك على أن المركز يسد احتياجات واضحة في قطاع العمل الدعوي، وأن المنتجات تقدم المفيد النافع.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية

مصدر البيانات

|| قسم العلاقات العامة والتواصل



المدى الزمني للقياس

|| شهري

القيمة الأساسية

|| لا يوجد

## الهدف الاستراتيجي

## تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

## المؤشر

نسبة المنظمات التي أكملت تطبيق الإجراءات بشكل كامل



## كيفية القياس

نسبة مئوية بين عدد الجهات في الشهر السابق مقارنة بالشهر الحالي.



## الوصف

الحصول على شهادة من المركز سوف تكون أمراً هاماً لدى المؤسسات الدعوية لتأطير أعمالها ووضعها على المعايير الصحيحة، وكلما كانت الجهات التي تحصل على شهادة اعتماد من المركز كلما كان هذا مؤشر اهتمام أن المجتمع الدعوي حريص على تحسين أعماله وأن المركز يسير في الاتجاه الصحيح في تحقيق الانضباط في العمل الدعوي بشكل عام.



## وحدة القياس

|| نسبة مئوية



## مصدر البيانات

|| قسم الاعتمادات



## المدى الزمني للقياس

|| شهري



## القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

المؤشر

عدد المنظمات الدعوية التي تم إخراجها من التعثر



كيفية القياس

جمع تراكمي لعدد المنظمات التي يتم التأكد بشكل حقيقي من خروجها من التعثر بعد المقارنة بين وضعها السابق ووضعها الحالي.



الوصف

لا يقتصر عمل المركز على مجرد نقل ونشر المعرفة والخبرة، بل يتعدى ذلك للسعي الحثيث لتحقيق النجاح الملموس على أرض الواقع، واكتشاف أن هناك منظمات دعوية كانت تعاني وخرجت من معاناتها بعد تطبيقها لبرامج ومعايير المركز مؤشراً هاماً على تحقيق المركز لغاياته الأسمى التي وجد من أجلها.



وحدة القياس

عدد مطلق



مصدر البيانات

- قسم العلاقات العامة والتواصل
- المعلومات
- قسم البحث العلمي والتطوير



المدة الزمنية للقياس

نصف سنوي



القيمة الأساسية

لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

المؤشر

نسبة المنظمات التي أكملت تطبيق الإجراءات بشكل كامل



كيفية القياس

نسبة الزيادة ما بين المنظمات التي أكد الباحثون تحقيقها لمعايير المركز والدليل المعرفي بشكل كامل لهذا الشهر والشهر السابق.



الوصف

هناك الكثير من المنظمات التي سوف تسعى لتحقيق معايير المركز ولكن لن يكون لديها الاهتمام للحصول على شهادته، وهذه المنظمات يجب اكتشافها والتواصل معها ومعرفة تجربتها وتوثيق كل ذلك في هذا المؤشر الهام.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



مصدر البيانات

|| قسم العلاقات العامة والتواصل  
|| مركز المعلومات  
|| قسم البحث العلمي والتطوير



المدى الزمني للقياس

|| نصف سنوي



القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

المؤشر

عدد وثائق المشاريع الكاملة الصادرة عن حاضنات الأعمال



كيفية القياس

المجموع التراكمي للمشاريع الصادرة عن حاضنة أعمال المركز والتي تكون قد اجتازت معايير المركز وصدرت ورقة المشروع باعتماد حاضنة الأعمال في المركز



الوصف

إن الأفكار الإبداعية والابتكارات التي تحل المشكلات في عالم الدعوة إلى الله هي أساس نجاح هذا العمل ومحركه الذي لا يتوقف عن العمل بعون الله، وكلما كانت أوراق المشاريع الكاملة الصادرة عن حاضنة أعمال المركز أكثر كلما كان هذا مؤشرا على أن المركز يقوم بما قام من أجله.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



مصدر البيانات

|| قسم احتضان الكوادر  
|| مكتب إدارة المشاريع



المدى الزمني للقياس

|| ربع سنوي



القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

المؤشر

نسبة المشاريع التي تم إطلاقها والتي كانت محتضنة في المركز



كيفية القياس

العدد المطلق من المؤشر السابق (عدد وثائق المشاريع الكاملة الصادرة عن حاضنات الأعمال) يؤخذ منه النسبة المئوية للمشاريع التي تم اعتمادها من قبل ممولين، أو تمت رعايتها من قبل جهات مانحة مع الحرص على المتابعة مع تلك المشاريع على المدى الطويل للتأكد من أن تنفيذها قد نجح حقا على أرض الواقع.



الوصف

لا يقتصر الأمر على كتابة أوراق المشاريع في حاضنة الأعمال، بل يتعدى ذلك إلى أن تصبح تلك الأوراق مشاريع حقيقية على أرض الواقع وممولة، أو تتم رعايتها من قبل الجهات المانحة لكي تنضم تلك المشاريع إلى فضاء الدعوة إلى الله.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



مصدر البيانات

- || قسم احتضان الكوادر
- || قسم العلاقات العامة والتواصل
- || قسم رعاية الأعضاء



المدى الزمني للقياس

|| ربع سنوي



القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

المؤشر

نسبة الكوادر التي تم تدريبها داخليا واستبقاؤها



كيفية القياس

هذا مؤشر معقد، فالأمر لا يقتصر فقط على من حضر دورة تدريبية في المركز، بل يدخل في ذلك عدد الدورات التدريبية، ومدى ارتباطها بالتخصص الحقيقي للعمل، ومدى تحقيق الفائدة من التدريب على أرض الواقع ومستوى احترافية التدريب وعمق ما به من اختصاص.



الوصف

لأن الكوادر البشرية هي المورد الأهم لأي عمل، ولأن كوادر المركز هي المحرك الرئيسي لأعماله، وكلما كانت هذه الكوادر أكثر تدريباً وتأهيلاً وإيماناً بما يقدمه المركز والرؤية التي يسعى لتحقيقها والفلسفة المرجعية له، كلما كان هذا عاملاً أكبر وأعمق في نجاح المركز واستمراره.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



مصدر البيانات

- || قسم شؤون الكوادر
- || قسم التدريب والتعليم
- || قسم الاختبارات والشهادات



المدى الزمني للقياس

|| شهري



القيمة الأساسية

|| لا يوجد

## الهدف الاستراتيجي

## تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

## المؤشر

النسبة المئوية للأعضاء الفاعلين المستمرين في الاشتراك سنويا



## كيفية القياس

النسبة المئوية للمقارنة بين عدد الأعضاء في الشهر السابق مع الشهر الحالي مع لفت النظر إلى الأعضاء المنسحبين (حتى وإن كانت النسبة إيجابية، فوجود أعضاء منسحبين هو مؤشر خطير يجب معالجته مباشرة حتى وإن كان هناك زيادة في العدد الإجمالي).



## الوصف

لا يمكن للنفس البشرية أن تحترم الخدمات المجانية، ولهذا فإن وضع الرسوم الرمزية على كل عضو أمر هام ويثبت جدية العضو في الحرص على أن يكون فاعلا في خدمات المركز، ومراقبة مدى استمرار الأعضاء في الاشتراكات بشكل مستمر يساعد على اكتشاف المشكلات ومعرفة ما الذي قد يدفع البعض للانسحاب أو عدم التجديد وإصلاح المشكلات قبل انتشار آثارها.



## وحدة القياس

|| نسبة مئوية



## مصدر البيانات

|| قسم رعاية الأعضاء



## المدى الزمني للقياس

|| شهري



## القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

المؤشر

النسبة المئوية للشخصيات الاعتبارية ومشاهير الدعاة المنضمين



كيفية القياس

النسبة المئوية بين إجمالي عدد الأعضاء بالمقارنة مع الشخصيات الاعتبارية والمخضرمين، مع ضرورة الحصول على اعتماد الرئيس التنفيذي لشخصية ما أن تدخل ضمن هذا التصنيف.



الوصف

كلما كان هناك أعضاء من شخصيات اعتبارية قوية ودعاة مخضرمين وعلماء محترمين ضمن الأعضاء كلما كان مجتمع المركز أقوى وأكثر موثوقية، حيث إن هؤلاء الأعضاء سيشاركون في إثراء المجتمع الدعوي ومساعدة الباحثين ودعم حاضنة الأعمال وسيكون لهم أثر إيجابي كبير على تقبل الناس لفكرة المركز ودليله المرجعي.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



مصدر البيانات

|| قسم رعاية الأعضاء  
|| قسم العلاقات العامة والتواصل



المدى الزمني للقياس

|| شهري



القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

المؤشر

عدد الجهات التي قامت بتحكيم معايير العضويات



كيفية القياس

جمع للجهات المعتبرة التي قامت بتحكيم معايير العضويات والاعتمادات والموافقة عليها حتى وإن قدمت ملاحظات وتعديلات.



الوصف

يجب أن تكون معايير العضويات واضحة ومحكمة وهي أساس قبول المجتمع الدعوي بالمركز وما لديه من خدمات ؛ ولهذا فإن تحكيم نظام العضويات والاعتمادات خطوة هامة، وتم إنشاء هذا المعيار ليؤكد مدى تحقيق المستوى المطلوب من الجودة في هذا الصدد.



وحدة القياس

عدد مطلق.



مصدر البيانات

- قسم الاختبارات والشهادات.
- قسم العلاقات العامة والتواصل.
- قسم الاعتمادات.



المدى الزمني للقياس

ربع سنوي



القيمة الأساسية

لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

المؤشر

عدد الأفراد والجهات الذين تم استهدافهم في السنة الأولى



كيفية القياس

جمع تراكمي للجهات والأفراد الذين تم استهدافهم بنظام العضويات.



الوصف

استهداف الأفراد والمنظمات الدعوية بمنظومة العلم والمعرفة والاختبارات التي لدى المركز هو أولوية لجلب أكبر عدد ممكن من الدعاة إلى المجتمع الدعوي الإلكتروني والمباشر أيضا وتحقيق أعلى مستوى ممكن من الولاء لديهم للمركز.



وحدة القياس

رقم مطلق



مصدر البيانات

- قسم التسويق
- قسم الفعاليات والمؤتمرات
- قسم العلاقات العامة والتواصل



المدى الزمني للقياس

ربع سنوي



القيمة الأساسية

لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

المؤشر

النسبة المئوية للزيادة في عدد الأفراد والجهات المشتركة



كيفية القياس

النسبة في الزيادة ما بين عدد الأفراد والجهات في الفترة السابقة بالمقارنة مع الفترة الحالية مع الوضع بعين الاعتبار الأعضاء المنسحبين أو الذين تم تعليق عضويتهم.



الوصف

الزيادة في عدد الأفراد والجهات المشتركة بعضويات أو بخدمات المركز مؤشر على رغبة الدعاة في الاستفادة مما لدى المركز وأن المركز سيجقق غايته بهم.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



مصدر البيانات

|| جميع أقسام إدارة التعليم والتطوير



المدى الزمني للقياس

|| ربع سنوي



القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

المؤشر

عدد الأسئلة المدرجة في بنك الأسئلة



كيفية القياس

جمع تراكمي لعدد الأسئلة وذلك في كل واحدة من عناصر المنهجية وآليات العمل التي تتضمنها، ومستوى الصعوبة، وما إن كان السؤال علمياً أو عملياً، والزمن الذي يحتاجه الطالب للإجابة عنه وغيرها من عناصر التصنيف.



الوصف

سوف يكون هناك الكثير ممن يحضرون اختبارات المركز، وسيحتوي المجتمع العلمي للدعاة الكثير من النقاش حول الأسئلة التي تستخدم في الاختبارات، ولأن أسئلة الاختبارات هي أساس الحصول على الاعتمادات وقوة المادة العلمية وقوة الشهادات والاعتمادات المرتبطة بها، هذا المؤشر يقيس مدى تنوع الأسئلة وعددها في بنك الأسئلة.



وحدة القياس

|| قائمة أرقام مطلقة بناء على عناصر تصنيف



مصدر البيانات

|| قسم الاختبارات والشهادات  
|| قسم البناء العلمي



المدى الزمني للقياس

|| ربع سنوي



القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

المؤشر

النسبة المئوية في إتمام هيكلية النظام التعليمي للامتحانات وهيكليتها لجميع المستويات (Education Scheme)



كيفية القياس

مدى التقدم في إنجاز الخطة



الوصف

لا يمكن أن يكون هناك اختبار واحد فقط يعود إليه جميع الطلبة، بل يجب أن يكون هناك مستويات مختلفة من عمق الأسئلة وقوتها وارتباطها بالعمل الواقعي، كل ذلك بكل تأكيد ستكون مرجعيته الدليل المعرفي للدعاة ولكن يجب أن يكون هناك أيضا هيكلية النظام التعليمي المرتبط بالدليل وإتمام هذا الأمر سيحتاج إلى الكثير من الوقت ولهذا فقد تم إدراج مؤشر خاص به ينتهي العمل به بمجرد إتمام النسخة الأولى من الهيكلية وبعد ذلك يدخل ضمن التطوير المستمر.



مصدر البيانات

- || قسم الاختبارات والشهادات
- || قسم البناء العلمي
- || مكتب إدارة المشاريع



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



المدى الزمني للقياس

|| ربع سنوي

القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

المؤشر

نسبة الزيادة في المُقدمين على اختبارات المركز



كيفية القياس

مقارنة بين عدد المقدمين على الاختبارات في الشهر الحالي بالمقارنة مع الشهر السابق.



الوصف

التقديم على الاختبارات مؤشر هام يعطي الانطباع الحقيقي للمجتمع الدعوي ما إن كان لديه الإيمان الحقيقي بما يقوم به المركز ولديه الرغبة في الدخول العلمي والتطبيقي في الدليل المعرفي.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



مصدر البيانات

|| قسم الاختبارات والشهادات  
|| قسم التدريب والتعليم



المدى الزمني للقياس

|| شهري



القيمة الأساسية

|| لا يوجد

# مؤشرات قياس الأداء والمبادرات الاستراتيجية

## الهدف الاستراتيجي الثالث

تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

ثانياً

المبادرات

## الهدف الاستراتيجي

## تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

## اسم المبادرة

## تطوير العلاقات مع الجهات الدعوية ذات الخبرة



## بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- مسح الجهات التي يمكن ترشيحها للتواصل.
- بناء/شراء منظومة إدارة علاقات العملاء (CRM).
- وضع آلية عمل واضحة لما يجب التواصل بشأنه ونوع العلاقة وكيفية تطويرها والمعلومات المتبادلة وغيرها.
- إطلاق مشروع التواصل.



## وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

لكي يكون للمركز والدليل المعرفي القبول لدى أكبر عدد ممكن من المؤسسات الدعوية حول العالم، يجب أن يكون هناك تواصل فعال وتطوير للعلاقات العلمية والاستراتيجية وتبادل الخبرات بشكل مؤطر ومستمر في نفس الوقت، وأيضا لكي يكون المركز نقطة لقاء كل تلك الجمعيات لكي يصبح (بدليله المرجعي) أساسا هاما في تطوير العمل الدعوي حول العالم.



## مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- قسم العلاقات العامة والتواصل



## النتائج / المخرجات الأساسية

- قواعد بيانات متطورة لمتابعة العلاقات مع جميع الجهات المستهدفة.

## الهدف الاستراتيجي

## تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

## اسم المبادرة

## تقديم خدمات التطوير والتدريب للجهات الدعوية



## بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- || حصر الاحتياج (مبادرة سابقة).
- || بناء الحقائق التدريبية النظرية للطالب والمدرّب.
- || بناء البرامج التطبيقية للدعاة والتي سيكون فيها تكامل مع حاضنات الأعمال في المركز.



## وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

الكوادر البشرية هي الكنز الدفين والجوهر الأساسي في العمل الدعوي، وبناء هذا العنصر هو أهم ما يسعى المركز لتحقيقه، وهذه المبادرة تركز على تعريف الكوادر بالدليل المعرفي وتدريبها في سبيل الارتقاء بمستوى عمل المنظمات الدعوية بشكل شامل، ولكن لأهمية الدليل المعرفي في هذه المبادرة كونه المصدر الأساسي، فإن هذه المبادرة ستكون بعد إتمامه إن شاء الله.



## مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- || إدارة التعليم والتطوير



## النتائج / المخرجات الأساسية

- || برامج تدريب متكاملة (يتكامل أحدها مع البقية) بما تحتويه من حقائب تدريب ومناهج وتطبيقات عملية وغيرها.
- || برامج زمنية محددة لإطلاق التدريب على أرض الواقع.
- || قائمة المدربين والعلمين والمحاضرين الذين ستقدم البرامج التدريبية من خلالهم.

## الهدف الاستراتيجي

## تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

## اسم المبادرة

## بناء الدليل المعرفي للعمل الدعوي



## بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- || تحديد الاحتياج وتصميم الحملة التسويقية.
- || إطلاق الحملة التسويقية.
- || تحليل ردود الأفعال وقياس النتائج وإصدار التقرير الختامي للحملة والتخطيط للمرحلة التالية.



## وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

قد يستغرب وجود هذه المبادرة تحت الهدف الموضح أعلاه، ولكن لا يمكن للمريض أن يشفى ما لم يعلم أن هناك دواء يشفيه، ولهذا فإن التسويق الحكيم الذي يكون (بعد) أن يصبح المركز على مستوى قوي علميا وموثوق في مجتمعات الدعاة حول العالم سيكون له أثر كبير في الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجهات الدعوية لتطويرها بحول الله.



## مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- || قسم التسويق



## النتائج / المخرجات الأساسية

- || حملة تسويق لخدمات المركز ومنتجاته والدليل المرجعي.

## الهدف الاستراتيجي

## تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

## اسم المبادرة

## تطوير الموقع الإلكتروني بشكل يوضح الخدمات



## بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- الموقع الإلكتروني التعريفي
- نظام التسجيل والعضويات
- السوق الإلكتروني
- بوابة الدفع الإلكتروني
- المنتدى الإلكتروني
- نظام التوثيق وحماية الملكية الفكرية
- المجلة الإلكترونية
- نظام تسجيل الأبحاث والدراسات وتحكيمها والتصديق عليها من المركز



## مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- قسم تقنية المعلومات.
- مكتب إدارة المشاريع.



## وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

الموقع الإلكتروني هو الواجهة والعنوان الإلكتروني للمركز وهو ما يتيح الوصول السريع والسهل للمركز وخدماته وشراء منتجاته مهما كان المستفيد بعيدا. بناء الموقع الإلكتروني هو خطوة هامة في سبيل الانطلاق نحو التنفيذ الفعلي وهو مبادرة ستأخذ الكثير من الوقت والجهد لأن الموقع ليس مجرد تعريف كما سيرد في التفاصيل أدناه.



## النتائج / المخرجات الأساسية

- الموقع الإلكتروني الكامل والذي يحتوي على الخدمات الإلكترونية للمركز.

## الهدف الاستراتيجي

## تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

## اسم المبادرة

## بناء الدليل المعرفي للعمل الدعوي



## بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- بناء المنهجية العامة للعمل الدعوي
- تأسيس فرق العمل المتخصصة
- اجتماع فرق العمل التأسيسي
- تأسيس لجان التحكيم والمراجعة
- بناء المحتوى العلمي بما تقتضيه المنهجية المعتمدة
- المراجعة والتنقيح النهائي
- مؤتمر الإطلاق العام



## وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

هذه المبادرة هي صلب وجوهر المركز والأساس العلمي له، وهي تعتمد على نجاح المبادرتين السابقتين بشكل فعال، الدليل المعرفي للعمل الدعوي هو المرجع العلمي لجميع الدعاة وهو ما سيكون محور العمل والنقاش والمؤتمرات والتطوير المستمر للعمل الدعوي. هذا الدليل سيحتوي على المعايير وأفضل الممارسات وأطر العمل وغيرها مما يؤطر العمل الدعوي ويرتقي به.



## مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- إدارة الأبحاث والدراسات
- مكتب إدارة المشاريع
- إدارة الإصدارات



## النتائج / المخرجات الأساسية

- الدليل المعرفي للعمل الدعوي

## الهدف الاستراتيجي

## تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

## اسم المبادرة

## بناء هيكلية ومعايير ومستويات العضويات وميزاتها



## بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- ■ بناء منظومة العضويات.
- ■ بناء الوثائق القانونية المرتبطة بالعضويات.
- ■ معايير القبول لكل مستوى.
- ■ الحقوق والواجبات لكل مستوى.
- ■ ميزات العضوية لكل مستوى.
- ■ تكاليف عضوية كل مستوى.



## وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

نظام العضويات هو أحد أعمدة نجاح المركز، ويجب أن يكون مرنا وجذابا وذا معايير وأسس واضحة لا لبس فيها ولا غيب لأبي من الأعضاء، كما يجب أن تكون هذه المعايير واضحة جدا ولكل منها ميزاته الخاصة التي تجعل من المجتمع الدعوي تحت مظلة المركز عملا مؤسسيا شديدا التنظيم والاستقرار.



## مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- ■ قسم رعاية الأعضاء
- ■ قسم الاستشارات



## النتائج / المخرجات الأساسية

- ■ نظام العضويات الكامل بما فيه من معايير وميزات وحقوق وواجبات ووثائق واتفاقيات أخلاقية ومسؤوليات وغيرها من العناصر التي تجعل العضوية مع المركز أمرا يفتخر به.

الهدف الاستراتيجي

تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

اسم المبادرة

إطلاق مؤتمر تأسيسي للمنظمة يليه مؤتمر سنوي متكامل

هذه المبادرة مرتبطة بمبادرة أخرى تحت الهدف الاستراتيجي:

إيجاد قيمة معنوية ومحسوسة  
للدليل المعرفي ومعاييره

## الهدف الاستراتيجي

## تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

## اسم المبادرة

إطلاق حملة تسويقية وعلاقات عامة بالتعاون مع أحد الجهات المتخصصة



## بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- || حصر الجهات المستهدفة:
- حصر المنظمات الإعلامية المحترفة.
- تصميم الحملة التسويقية وإطلاقها.
- تصميم حملة العلاقات العامة وإطلاقها.
- حصر وتحليل ردود الأفعال وتوثيقها وتحديث قواعد بيانات مبادرات التطوير.



## مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- قسم التسويق – قسم العلاقات العامة والتواصل – مكتب إدارة المشاريع.



## وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

يجب أن يكون للمركز الاسم اللامع والوجود الحقيقي في فضاء الدعاة والدعوة، ولا يمكن لهذا أن يكون من دون حملة تسويقية شديدة الدقة في تصميمها مرفقة مع حملة علاقات عامة تستهدف الجهات التي يجب استهدافها مع الحرص على كيفية إظهار المركز لوسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الرقمي (يمكن أن يكون تنفيذ هذه المبادرة عبر شراكة مع جهة خارجية موثوقة أو من خلال كوادر المركز وهذا يتم تقييمه في بداية إطلاق المبادرة).



## النتائج / المخرجات الأساسية

- || حملة تسويقية وحملة علاقات عامة.

## الهدف الاستراتيجي

## تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

## اسم المبادرة

إطلاق حملة تسويقية وعلاقات عامة بالتعاون مع أحد الجهات المتخصصة



## بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- العمل البحثي لإيجاد أفضل هيكلية قانونية.
- ترخيص المركز.
- ترخيص الشهادات.



## مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- القسم القانوني.
- المجلس الاستشاري.
- قسم الاختبارات والشهادات.



## وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

يجب أن يكون للمركز الاسم اللامع والوجود الحقيقي في فضاء الدعاة والدعوة، ولا يمكن لهذا أن يكون من دون حملة تسويقية شديدة الدقة في تصميمها مرفقة مع حملة علاقات عامة تستهدف الجهات التي يجب استهدافها مع الحرص على كيفية إظهار المركز لوسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الرقمي (يمكن أن يكون تنفيذ هذه المبادرة عبر شراكة مع جهة خارجية موثوقة أو من خلال كوادر المركز وهذا يتم تقييمه في بداية إطلاق المبادرة).



## النتائج / المخرجات الأساسية

- ترخيص قانوني قوي وموثوق وذو مصداقية.
- هيكلية شهادات واضحة المعالم مرتبطة بالترخيص.

## الهدف الاستراتيجي

## تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

## اسم المبادرة

تأسيس بنك الأسئلة والبنية التحتية التقنية الخاصة به وتعبئته بالأسئلة



## بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- مشروع النظام الإلكتروني لإدارة الاختبارات.
- قواعد بيانات الأسئلة والطلبة.
- الربط مع بنك الأسئلة ونظام الشهادات الإلكتروني.
- تصميم المنظومة الأمنية لحماية المنظومة بالكامل.



## وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

حتى يكون للمركز القدرة على تأكيد القدرة المهنية والعلمية للطلبة والمستفيدين، يجب أن يكون لديه منظومة الامتحانات الخاصة به والتي تتضمن بنك الأسئلة والنظام الإلكتروني الخاص بها وقواعد بيانات الطلبة ومعايير العلامات والقبول وغيرها.



## مسؤولية التنفيذ/المراقبة



## النتائج / المخرجات الأساسية

- نظام متكامل وشامل للامتحانات التي تعقدتها المنظمة بما يحتويه من منظومة تقنية معلومات وقواعد بيانات.

## الهدف الاستراتيجي

## تطوير وتأهيل الكوادر والكيانات الدعوية

## اسم المبادرة

## تصميم هيكلية الاختبارات



## بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- تصميم هيكل الاختبارات.
- الربط من بنك الأسئلة.
- الربط مع نظام الشهادات الإلكتروني.
- الربط مع نظام الاختبارات.
- التنسيق مع الحملة التسويقية والعلاقات العامة.



## وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

إن تصميم هيكل الاختبارات بشكل ذكي وما يحتويه من مستويات وتصنيفات وعمق يساعد كثيرا في أن يستفيد كل مسلم على وجه الأرض من الدليل وما فيه من معلومات، فكل مسلم هو داعية محتمل. يجب أن يحتوي الهيكل على ما يساعد الداعية والمسلم العادي على الاستفادة من الدليل المعرفي بأكبر شكل ممكن.



## مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- قسم الاختبارات والشهادات
- قسم التدريب والتعليم
- قسم التسويق
- قسم العلاقات العامة والتواصل



## النتائج / المخرجات الأساسية

- هيكل اختبارات يحتوي على تصنيفات ومستويات متعددة مربوطة بنظام الشهادات والاختبارات.

## الهدف الاستراتيجي الرابع

استشراف توجهات العمل الدعوي من خلال إعداد الدراسات والأبحاث واستثمار التقنية

أولا

مؤشرات قياس الأداء

الهدف الاستراتيجي

استشراف توجهات العمل الدعوي من خلال إعداد الدراسات والأبحاث واستثمار التقنية

اسم المبادرة

عدد المدخلات الشهري في قواعد البيانات الداخلية



كيفية القياس

عدد المدخلات التي تم التأكد من صحتها ودقتها وفعاليتها حسب إجراءات إدخال البيانات إلى قواعد بيانات المعرفة.



الوصف

حجم قواعد البيانات وما فيها من فائدة يعبر عن ما لدى المركز من معرفة تفيد المجتمع الذي ينتمي إليه وأيضاً يثري الخبرات وتبادل المعلومات بين الأعضاء وسيكون أيضاً مادة هامة لتطوير الدليل المعرفي؛ ولهذه الأسباب فإن قياس مدخلات قواعد بيانات المعرفة غاية في الأهمية.



وحدة القياس

رقم مطلق (ميجا / مدخل / .)



مصدر البيانات

قسم تقنية المعلومات  
مركز المعلومات



المدى الزمني للقياس

شهرى



القيمة الأساسية

لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

استشراف توجهات العمل الدعوي من خلال إعداد الدراسات والأبحاث واستثمار التقنية

اسم المبادرة

العدد الشهري للأخطاء الظاهرة في نظام إدارة المعرفة



كيفية القياس

حصر للأخطاء التي يكتشفها النظام أو الأعضاء أو إدارة الموقع في قواعد البيانات وذلك ضمن إجراءات التدقيق على محتويات قواعد البيانات.



الوصف

الخطأ في الإدخال يؤدي إلى خطأ في البحث أو التنفيذ أو الربط وغيرها من الأخطاء، وكلما كان هذا المؤشر (سلبى القطبية) أقل كلما كانت إشارته إلى أن المعلومات في منظومة المعرفة أكثر دقة وفعالية.



وحدة القياس

رقم مطلق



مصدر البيانات

- قسم تقنية المعلومات
- مركز المعلومات
- قسم رعاية الأعضاء
- قسم الموقع الإلكتروني



المدى الزمني للقياس

شهرى



القيمة الأساسية

لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

استشراف توجهات العمل الدعوي من خلال إعداد الدراسات والأبحاث واستثمار التقنية

اسم المبادرة

معدل عمليات البحث المفيدة في منظومة المعرفة



كيفية القياس

حساب العدد الإجمالي لعمليات البحث عبر محرك البحث الخاص بالمنصة الإلكترونية للمركز والتأكد من أنها ليست عمليات بحث وهمية أو مكررة.



الوصف

عمليات البحث في المنصة الإلكترونية للمركز هي إشارة هامة على أن هناك حركة وتفاعلات وتحققا للفائدة مما لدى المركز من معلومات في قواعد بيانات المعرفة لديه، وهذا دليل على أن الأعضاء يحصلون على الفائدة المرجوة إن كان هناك زيادة في ذلك.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



مصدر البيانات

|| قسم تقنية المعلومات



المدة الزمنية للقياس

|| شهري



القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

استشراف توجهات العمل الدعوي من خلال إعداد الدراسات والأبحاث واستثمار التقنية

اسم المبادرة

نسبة الموظفين العاملين في المركز لأكثر من عام



كيفية القياس

المقارنة بين عدد الموظفين المستمرين بالعمل في المركز لعام أو أكثر من عدد الذين تركوا العمل خلال عام (القياس لعام واحد وليس تراكميا لعدة أعوام).



الوصف

استبقاء الموظفين على المدة الطويل له دلالة كبيرة على أنهم يحققون ما يريدون لأنفسهم من طموح، وهم أيضا سعيون بالعمل في المركز، وهذا يساعد على استدامة العمل في المركز وتطويره وتراكم الخبرات فيه إن تمت إدارتها بكفاءة.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



مصدر البيانات

|| قسم شؤون الكوادر



المدى الزمني للقياس

|| سنوي



القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

استشراف توجهات العمل الدعوي من خلال إعداد الدراسات والأبحاث واستثمار التقنية

اسم المبادرة

نسبة رضا منسوبي المركز عن البيئة الداخلية فيه



كيفية القياس

عبر توزيع استبيانات متخصصة في قياس رضا الكوادر البشرية وتحليل مخرجات الاستبيان في نظام علامات وأوزان نسبية دقيقة ومبنية على خبرات شركات خبيرة لكي يكون الاستبيان ليس مجرد رقم، بل أيضا لمعرفة الأسباب وراء الرقم النهائي.



الوصف

كلما كان المنتسب للمركز أكثر رضا وسعادة وتحقيقا لطموحاته في الدنيا والآخرة، كلما كان هذا مصدرا أكبر للإبداع والابتكار والتحفيز للموظف حتى وإن كان هناك بعض العقبات، ولهذا فإن قياس رضا منسوبي المركز عن بيئة العمل به مهم جدا.



وحدة القياس

|| مؤشر معقد عبر تقرير مفصل



مصدر البيانات

|| قسم شؤون الكوادر



المدة الزمنية للقياس

|| ربع سنوي



القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

استشراف توجهات العمل الدعوي من خلال إعداد الدراسات والأبحاث واستثمار التقنية

اسم المبادرة

معدل الزيادة في المهارات والمعارف التراكمية في المركز



كيفية القياس

هذا المؤشر يجب أن يحتوي على عناصر تصنيف قدرات ومعارف ومعارف الكوادر البشرية ومعايير جودتها، ويتم ذلك عبر جمع المعلومات من الفريق وتحليلها وتقديم تقرير بذلك.



الوصف

المعارف والخبرات التي لدى فريق العمل هي الكنز المكنون الذي إن تمكنت قيادة المركز من تفعيله فسيكون ذلك حجز زاوية هام في نجاح المركز واستمراره، وكلما كانت هذه المهارات والمعارف أكثر ولها ارتباط وثيق بتخصص عمل المركز كلما كان ذلك أفضل.



وحدة القياس

مؤشر معقد عبر تقرير مفصل



مصدر البيانات

قسم شؤون الكوادر



المدى الزمني للقياس

نصف سنوي



القيمة الأساسية

لا يوجد

## الهدف الاستراتيجي الرابع

استشراف توجهات العمل الدعوي من خلال إعداد الدراسات والأبحاث واستثمار التقنية

ثانيا

المبادرات

## الهدف الاستراتيجي

استشراف توجهات العمل الدعوي من خلال إعداد الدراسات والأبحاث واستثمار التقنية

## اسم المبادرة

إنشاء قواعد بيانات إلكترونية متخصصة في إدارة المعرفة



### بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- || البحث والتعاقد عن مزود لخدمة استضافة البيانات السحابية
- || برمجة قواعد البيانات
- || ربط قواعد البيانات بالمنصة الإلكترونية
- || برمجة نظام الفهرسة والتصنيف الإلكتروني
- || الربط مع محركات البحث العالمية
- || الربط مع محرك البحث المحلي في الموقع



### وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

إنشاء قواعد البيانات الإلكترونية هو مشروع تقني أساسا، ولهذا فهو بحاجة إلى إيجاد متخصصين قادرين على بناء وهيكلة وتخصيص قواعد البيانات لكي تكون جاهزة لاستقبال المعلومات وتصنيفها بالشكل الصحيح وفهرستها بسهولة إيجادها عند تنفيذ عمليات بحث من خلال محرك البحث.



### مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- || قسم تقنية المعلومات
- || مركز المعلومات



### النتائج / المخرجات الأساسية

- || قواعد بيانات إلكترونية مع منصة إدخال البيانات
- || منظومة حفظ البيانات السحابية
- || نظام التصنيف والفهرسة لقواعد البيانات

## الهدف الاستراتيجي

استشراف توجهات العمل الدعوي من خلال إعداد الدراسات والأبحاث واستثمار التقنية

## اسم المبادرة

تطوير نظام بحث ومراقبة متطور ضمن منظومة المعرفة



### بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- || برمجة محرك البحث الإلكتروني في المنصة
- || برمجة نظام المراقبة وإصدار التقارير الآلية
- || تطوير إجراءات البحث والرقابة وأتمتها برمجيا
- || تطوير إجراءات التحليل المستمر للنتائج واتخاذ القرارات



### وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

برمجة محرك البحث المحلي يجب أن تكون مخصصة لاحتياجات الدعاة، فأسوأ ما قد يواجهه الباحث هو أن يبحث عن شيء وتظهر له نتائج بكميات كبيرة لا علاقة لها بما يريد البحث عنه، وهذا ما يجب تفاديه في هذا المشروع.



### مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- || قسم تقنية المعلومات
- || مركز المعلومات



### النتائج / المخرجات الأساسية

- || محرك البحث على المنصة الإلكترونية والربط مع محركات البحث الأخرى
- || نظام مراقبة الأحداث على الموقع وإصدار التقارير الآلية الدورية لمراقبة الأداء

## الهدف الاستراتيجي

استشراف توجهات العمل الدعوي من خلال إعداد الدراسات والأبحاث واستثمار التقنية

## اسم المبادرة

برنامج تدريب وتطوير العاملين وردم ما لديهم من فجوات علمية ومعرفية



### بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- || البرامج المهنية
- || البرامج العلمية
- || برامج تطوير الشخصية
- || برامج المهارات المكتبية
- || برامج التطوير التقني
- || برامج تحليل أداء الكوادر المستمر



### وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

لتحقيق جميع المؤشرات السابقة، يحتاج المركز إلى أن يكون به برنامج مستمر ودائم لردم أي فجوات تظهر من عمليات القياس وتقديم التدريب والتطوير للمنسوبين ورفع فعالية أدائهم.



### مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- || قسم شؤون الكوادر
- || قسم الاستشارات
- || مكتب إدارة المشاريع



### النتائج / المخرجات الأساسية

- || برنامج تدريب وتطوير لمنسوبي المركز مستمر على مدى العام ويتطور باستمرار ويكون مرتبطاً بمؤشرات قياس الأداء.

## الهدف الاستراتيجي الخامس

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

أولا

مؤشرات قياس الأداء

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

المؤشر

النسبة المئوية للخدمات المؤتمتة



كيفية القياس

النسبة المئوية التي تقارن ما بين العدد الكلي للخدمات التي يقدمها المركز للأعضاء مع ما تمت أتمتته منها.



الوصف

لا يمكن إغفال أن التقنية أصبحت ركيزة هامة في نجاح أي نوع من الأعمال، وأحد أعمدة نجاح المركز تركز على تقديم الخدمات الإلكترونية للأعضاء وجميع شرائح المستفيدين وتفاعلهم معها ونقل الخبرات منهم وإليهم، وهذا لا يمكن أن يتم مع عدد كبير منهم إلا بوجود منظومة تقنية فعالة تتيح للأعضاء الاستفادة من المركز وخدماته وإفادته في نقل ما لديهم من معرفة وخبرات باستمرار.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



مصدر البيانات

|| قسم تقنية المعلومات  
|| مكتب إدارة المشاريع

المدى الزمني للقياس

|| شهري

القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

المؤشر

النسبة المئوية لرضا العملاء عن الخدمات الإلكترونية



كيفية القياس

باستخدام أدوات قياس رضا العملاء الحديثة وتفعيل التقنية في ذلك، يجب إيضاح النسبة المئوية للرضا وسبب انخفاضه إن وجد وطلبات العملاء للتحسين المستقبلي.



الوصف

إن رضا العملاء عن خدمة ما بما فيها من إجراءات وتصميم وأتمتة وغيرها تساعد كثيرا على تطوير الخدمة وتحسين أدائها إلى الأفضل، وقياس أداء العملاء عن الخدمات الإلكترونية ضروري جدا في هذا السياق ويحتاج إلى قياس دائم ومستمر متزامن مع تطوير دائم.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



مصدر البيانات

|| قسم تقنية المعلومات

|| رعاية الأعضاء

المدة الزمنية للقياس

|| شهري

القيمة الأساسية

|| لا يوجد

## الهدف الاستراتيجي

## تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

## المؤشر

## النسبة المئوية للزيادة في عدد المستفيدين من الخدمات الإلكترونية



## كيفية القياس

النسبة المئوية للمقارنة ما بين عدد المستفيدين من الخدمات الإلكترونية في الفترة السابقة والفترة الحالية



## الوصف

كلما كانت الخدمات الإلكترونية أكثر فاعلية وكفاءة وتقديمها للمنفعة والفائدة المرجوة كلما كانت أكثر جذبا للمزيد من المستخدمين خاصة في قطاع يهم كل مسلم على وجه الأرض كالقطاع الدعوي في المركز، وهذا المقياس لا يرتبط فقط بالأمور التقنية بل يقدم أيضا معلومات عن مدى انتشار خدمات المركز ومواقعها ومدى رغبة القطاع الدعوي بها.



## وحدة القياس

|| نسبة مئوية



## مصدر البيانات

|| قسم تقنية المعلومات  
|| قسم رعاية الأعضاء

## المدى الزمني للقياس

|| شهري (ينخفض إلى أسبوعي بعد الفعاليات والمؤتمرات).

## القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

المؤشر

نسبة اكتمال نموذج العمل



كيفية القياس

النسبة المئوية لمدى اكتمال نموذج العمل ويكون ذلك بالمتابعة مع الخطة الموضوعية ومدى الانتهاء من اعتماد الوثائق.



الوصف

نموذج العمل ليس مجرد ورقة تتم كتابتها وتعليقها على الجدار، بل هي منظومة عمل يجب أن تكون واضحة لجميع العاملين في المركز بكل تفاصيلها، والوصول لاكمال حقيقي لنموذج العمل يجب أن ينتهي مع نهاية العام الأول ويكون له كامل الوثائق الداعمة وآلية تسليمها إلى موظفي المركز؛ لكي يكون نموذج العمل واقعا يعاش وليس مجرد وثيقة على الرف، وهذا المؤشر هو لمتابعة تحقيق ذلك.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



مصدر البيانات

|| الرئيس التنفيذي

المدة الزمنية للقياس

|| شهري

القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

المؤشر

إتمام متطلبات البناء القانوني في بلد المنشأ والبلاد الأخرى



كيفية القياس

بعد اعتماد خطة البناء القانوني، يقوم هذا المؤشر بقيام النسبة المئوية من مدى إتمام تحقيق هذه الخطة والسير عليها بدقة.



الوصف

يجب أن يكون هذا المؤشر مرتبطاً بخطة محكمة للأمان القانوني للمركز تضع في عين الاعتبار المخاطر القانونية المحيطة به وتضع القيادة في الموضوع الحقيقي للوضع القانوني الخاص بالمركز.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية من خطة معتمدة



مصدر البيانات

|| القسم القانوني  
|| مكتب إدارة المشاريع

المدة الزمنية للقياس

|| شهري

القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

المؤشر

نسبة إتمام البنية التحتية القانونية والإجرائية في المركز



كيفية القياس

بعد اعتماد خطة البنية التحتية القانونية والإجرائية، يقوم هذا المؤشر بقياس النسبة المئوية من مدى إتمام تحقيق هذه الخطة والسير عليها بدقة.



الوصف

البنية التحتية القانونية والإجرائية هي عماد استمرار المركز واستنساخ نموذج عمله في نطاقات جغرافية أكثر اتساعاً، وهذا المؤشر يجب أن يكون أيضاً مرتبطاً بخطة واضحة ومحكمة ومعتمدة لإتمام وثائق الأسس القانونية والإجرائية الداخلية للمركز.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية من خطة معتمدة



مصدر البيانات

|| القسم القانوني  
|| إدارة المشاريع

المدة الزمنية للقياس

|| شهري

القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

المؤشر

النسبة المئوية من التكاليف السنوية التي تمت تغطيتها قبل نهاية الربع الأول من العام



كيفية القياس

النسبة المئوية من النقد المتوفر لتكاليف العام مقابل تكاليف العام بالكامل.



الوصف

تغطية التكاليف والاستغناء عن القروض هام جدا في أية مقاييس مالية، وتمكن المركز من تغطية تكاليف العام الكامل خلال الربع الأول منه بما يحقق له الاستقرار المالي والاستمرارية على المدى الطويل إن شاء الله.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



مصدر البيانات

|| قسم المحاسبة

المدة الزمنية للقياس

|| شهري

القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

المؤشر

نسبة العجز في الميزانية شهريا



كيفية القياس

النسبة المئوية للمقارنة ما بين الموازنة الشهرية المخطط لها والمصاريف الحقيقية التي تم صرفها على أرض الواقع والتي يجب أن تكون أقل أو تساوي ما تم التخطيط له.



الوصف

لكل شهر الميزانية الخاصة به، وكلما كان تخطيط الميزانية أدق والصرف أكثر حرصا كلما كان هناك إتقان وفعالية أكثر في إدارة الموارد المالية للمركز، ولا يمكن توقع أن يكون هناك تطابق تام، ولكن انخفاض العجز يعكس وضوح الأهداف ودقة التخطيط وفعالية التنفيذ.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



مصدر البيانات

|| قسم المحاسبة  
|| مكتب إدارة المشاريع

المدة الزمنية للقياس

|| شهري

القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

المؤشر

نسبة الهدر الشهرية في التكاليف التشغيلية



كيفية القياس

المقارنة ما بين الموازنة الشهرية وما بين تكاليف الهدر التي يجب على قسم المحاسبة اكتشافها.



الوصف

يعد الهدر من أخطر التسريبات التي تهدد الميزانية وتؤدي أرقامها وبالتالي أداء المركز بالكامل، إن اكتشاف الهدر والتعامل معه بسرعة ومنع تكراره هو غاية وجود هذا المقياس.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



مصدر البيانات

|| قسم المحاسبة  
|| مكتب إدارة المشاريع

المدة الزمنية للقياس

|| شهري

القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

المؤشر

نسبة فعالية الصرف



كيفية القياس

قياس نسبة ارتباط المصاريف بالأهداف + دقة التخطيط + تبرير الصرف + العوائد على الاستثمار وغيرها مما يتم تطويرها في هذا المؤشر من قبل القسم المسؤول عنه.



الوصف

إن وضوح بنود الصرف وأن يكون كل ريال مربوطا بالغاية منه ربطا واضحا عنصر هام في نجاح المركز وتحقيق الدقة في أعماله ورفع مستوى الوعي لدى منسوبيه، يقاس ذلك عبر فعالية الصرف: هل المصاريف موجودة كلها تحت أرقام حسابات وقيود مبررة تماما ومربوطة بأهداف ومبادرات استراتيجية أو أعمال تنفيذية دورية؟ هل كل ما يصرف يتم تقييده أم هناك ما لا يعلم إلى أين أو لماذا صرف؟



وحدة القياس

|| مؤشر معقد يتكون من عدة مؤشرات فرعية



مصدر البيانات

|| قسم المحاسبة

المدة الزمنية للقياس

|| نصف شهري

القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

المؤشر

النسبة المئوية للكوادر العاملة في مجال تخصصها



كيفية القياس

النسبة المئوية للمقارنة ما بين الكوادر في الفترة السابقة مع الكوادر في الفترة الحالية.



الوصف

الشباب المبدع والطموح الذي يعمل فيما يعشق سيكون له أثر كبير وهام على نتائج العمل في المركز، وهذا النوع من الكوادر يحتاج إلى أن يتم استبقاؤه باستمرار ليقدم للمركز أكثر ويكون أكثر ولاء وإبداعا في عمله، وقياس مدى استمرار الكوادر في المركز يساعد على معرفة مدى تمكن القيادة والإدارات المعنية وفرق العمل في المركز من استبقاء الكوادر على المدى الطويل.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



مصدر البيانات

|| قسم شؤون الكوادر

المدة الزمنية للقياس

|| نصف سنوي

القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

المؤشر

النسبة المئوية للكوادر العاملة في مجال تخصصها



كيفية القياس

النسبة المئوية للفرق ما بين الكوادر المرتبطة بتخصصها في الفترة الحالية ومقارنتها بالفترة الماضية.



الوصف

هناك الكثير من الكوادر التي تقبل أن تعمل في مجال غير مجالها (حتى وإن كانت جيدة به) وهذا بكل تأكيد أمر لا يكون له الأثر الجيد والاستمرارية على المدى الطويل، ولهذا فإن قياس مدى ارتباط العمل اليومي للكوادر باختصاصاتهم هام ويساعد في وضع الإنسان الصحيح في المكان الصحيح أو تغييره.



وحدة القياس

|| نسبة مئوية



مصدر البيانات

|| قسم شؤون الكوادر

المدى الزمني للقياس

|| نصف سنوي

القيمة الأساسية

|| لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

المؤشر

عدد الدورات التدريبية المتخصصة المقدمة إلى الكوادر



كيفية القياس

جمع تراكمي للدورات التدريبية التي تقترحها إدارة الخدمات المشتركة وتقييم أنها دورات تؤدي فعلا إلى رفع أداء المركز وكوادره، وتكون معتمدة من الرئيس التنفيذي للمركز.



الوصف

كلما كان تطوير الكوادر أفضل كلما كان أداؤها أعلى وأقوى وأشد تحملا للمخاطر والصعوبات والعقبات، وتدريب الكوادر يعطيها الأدوات والمهارات التي تجعلها أفضل في تأدية مهامها وبالتالي تحقيق أفضل لأهداف المركز ومنفعة أكبر لأعضائه.



وحدة القياس

رقم مطلق على المدى الزمني المحدد



مصدر البيانات

قسم شؤون الكوادر  
مكتب إدارة الاستراتيجية والأداء

المدى الزمني للقياس

ربع سنوي

القيمة الأساسية

لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

المؤشر

عدد الدعوات الشهرية التي تتلقاها المؤسسة لأنشطة وفعاليات ذات علاقة بمجال التخصص



كيفية القياس

جمع تراكمي لعدد الدعوات التي يتلقاها المركز لكل مدى زمني



الوصف

ورود الدعوات من الشخصيات الاعتبارية أو من المؤسسات الرسمية أو الجهات العاملة في قطاع الدعوة للمركز لأي نوع من الأنشطة والفعاليات يعد عامل ثقة بالمركز وما يقدمه وأن له أثرا على المجتمع الدعوي.



وحدة القياس

رقم مطلق



مصدر البيانات

قسم العلاقات العامة والتواصل

المدة الزمنية للقياس

ربع سنوي

القيمة الأساسية

لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

المؤشر

عدد الاتصالات / الإيميلات الواردة للمؤسسة للاستفسار عن أنشطتها شهريا



كيفية القياس

الجمع التراكمي لكل فئة من الفئات مع المقارنة بين أرقام الفترة الحالية والسابقة.



الوصف

هناك الكثير ممكن قد يكون خارج النطاق الجغرافي المستهدف للمركز خاصة في الفترة الأولى لانطلاقه، ولهذا فكلما كان هناك عدد أكبر من الحريصين على التفاعل مع المركز (بفعالية) كلما كان المؤشر على قوة السمعة أعلى وأفضل.



وحدة القياس

رقم مطلق



مصدر البيانات

قسم العلاقات العامة والتواصل

المدة الزمنية للقياس

نصف شهري

القيمة الأساسية

لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

المؤشر

عدد المتقدمين للمؤسسة سنويا



كيفية القياس

الجمع التراكمي لكل فئة على حدة مع الحرص على المقارنة بين العدد الحالي والعدد السابق.



الوصف

سواء أكان المتقدمون أعضاء أم منسويين أم خبراء أم موظفين، كلما كان عدد هذه الفئات أكبر كلما كان ذلك مؤشرا على رغبة في الدخول إلى منظومة العمل في المركز وهذا مؤشر جيد يدل على مدة قوة سمعة المركز وجودتها.



وحدة القياس

عدد تراكمي لعدة فئات



مصدر البيانات

قسم العلاقات العامة والتواصل

المدة الزمنية للقياس

نصف شهري

القيمة الأساسية

لا يوجد

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

المؤشر

معدل التفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي



كيفية القياس

قياس التفاعل (نسبة الإيجابي والسلبي منه) وأعداد المتابعين المتفاعلين، ومدى طرح أسئلة مفيدة وذات علاقة من قبل الجماهير وغيرها من المؤشرات.

الوصف

بما أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت جزءاً من حياة كل إنسان تقريباً في هذا العصر وهي توفر حرية عالية في تقديم الآراء وطرح الأفكار، فقياس التفاعل تجاه المركز على تلك المنصات يقدم مؤشراً جيداً لمعرفة مدى انتشار المركز ومدى جودة سمعته لدى الجماهير، ويجب أن تكون المؤشرات إيجابية في هذا المؤشر بعد تطبيق المبادرات ضمن هذا الهدف.



وحدة القياس

مؤشر معقد يحتوي على عدد من المؤشرات التفصيلية. ||

مصدر البيانات

قسم العلاقات العامة والتواصل ||  
قسم التسويق ||

المدة الزمنية للقياس

نصف شهري ||

القيمة الأساسية

لا يوجد ||

## الهدف الاستراتيجي الخامس

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

ثانيا

المبادرات

## الهدف الاستراتيجي

## تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

## اسم المبادرة

أتمتة جميع الخدمات المقدمة للأعضاء والمستفيدين على الموقع الإلكتروني



## بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- تحليل متطلبات تقنية المعلومات.
- بناء وثائق الخدمات الإلكترونية وربطها مع إجراءات الأعمال.
- بناء (Service Portfolio) الذي يحوي خطة تقديم الخدمات الإلكترونية وأولوياتها (Pipeline)
- بناء فريق تقنية المعلومات أو التعاقد مع مزود تقنية.



## وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

يساعد تفعيل تقنية المعلومات في تنفيذ إجراءات الأعمال (الأتمتة) على الحد من الأخطاء واكتشاف الثغرات وتسريع التطوير وحماية البيانات وسرعة وكفاءة التنفيذ ودقة الرقابة والحماية من المخاطر وتسهيل الوصول لعدد أكبر من المستفيدين، ولتلك الأسباب وغيرها فإن هذه المبادرة تعد من المبادرات الأشد أهمية في المركز.



## مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- قسم تقنية المعلومات
- مكتب إدارة المشاريع
- المجلس الاستشاري



## النتائج / المخرجات الأساسية

- الموقع الإلكتروني التفاعلي بما فيه من خدمات إلكترونية.
- منظومة قواعد البيانات السحابية.
- أنظمة الرقابة الإلكترونية للخدمات.
- أنظمة الحماية والنسخ الاحتياطي.

## الهدف الاستراتيجي

## تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

## اسم المبادرة

تأسيس تطبيق جوال للتفاعل مع الأعضاء والمشاركين ونشر خدمات المنظمة



## بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- تقييم الخدمات التي يمكن أن يتم إنزالها على التطبيق الذكي.
- تحليل متطلبات التنفي.
- اختيار مزود خدمة التقنية.
- بناء وثيقة المشروع واعتمادها.
- الحملة التسويقية للتطبيق.
- إطلاق التطبيق وتشغيله على المدى الطويل بالتعاون مع مزود الخدمة التقنية.



## مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- قسم تقنية المعلومات
- مكتب إدارة المشاريع



## وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

موقع الإنترنت (الويب) يمكن أن يحوي جميع الخدمات الإلكترونية التي يحتاجها المركز، ولكن لتسهيل وصول الأعضاء بشكل سريع وفعال إلى خدمات المركز ورفع البيانات وتقديم المزيد من المعلومات، قد تكون تطبيقات الهواتف الذكية هي الخيار الأمثل لذلك.



## النتائج / المخرجات الأساسية

- تطبيق الهواتف الذكية الخاص بالمركز بما فيه من خدمات إلكترونية.

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

اسم المبادرة

تطوير وتفعيل النظام المحاسبي بشكل شامل متوافق مع إجراءات الأعمال



بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- || اختيار أفضل مزود للتقنية.
- || التعاقد مع مزود التقنية.
- || التعديل على النظام التقني وتخصيصه (Customization) بما يتكامل مع أعمال المركز.
- || نظام الحماية الإلكترونية.
- || نظام التخزين الاحتياطي وحماية البيانات.

وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

النظام المحاسبي الإلكتروني المربوط بنظام إدارة الموارد (ERP) يساعد كثيرا على تحقيق الدقة في الصرف وبناء قوائم القيود والمصاريف والتواصل والتوثيق المالي والمحاسبي، بالإضافة إلى تمكين القائمين على العمل المالي والمحاسبي من ربط كل شيء بإجراءات الأعمال الداخلية ضمن منظومة الحوكمة؛ وذلك لكي تكون المصاريف محكومة بشكل دقيق وصارم.



مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- || جمع أقسام إدارة الخدمات المشتركة.

النتائج / المخرجات الأساسية

- || نظام تقني متكامل لإدارة الموارد في المنظمة.
- || تخصيص النظام التقني بما يتكامل مع متطلبات العمل في المركز وخطته الاستراتيجية.

## تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

### تطوير نموذج العمل للمؤسسة



#### بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- ■ بناء نموذج العمل الأولي.
- ■ بناء السياسات الحاكمة.
- ■ تطوير وثائق التعامل مع أصحاب المصلحة بشتى أنواعهم والاتفاقيات الحاكمة للعلاقة معهم.
- ■ تطوير الوثائق الحاكمة مثل: الحماية من غسيل الأموال وأخلاقيات العمل وسياسات العلاقات الخارجية والداخلية.
- ■ تطوير السياسات التنفيذية المرتبطة بإجراءات الأعمال.



#### مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- ■ مجلس المستشارين
- ■ مكتب إدارة المشاريع
- ■ مكتب إدارة الاستراتيجية والأداء
- ■ الرئيس التنفيذي



#### وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

يحتاج نموذج عمل المؤسسة إلى أن يكون كاملاً خلال العام الأول بجميع مكوناته وتفصيله وإجراءات الأعمال والسياسات والعناصر التنفيذية والموارد المطلوبة الخاصة به، فنموذج العمل هو منظومة يجب أن تكون كاملة وواضحة لجميع أصحاب المصلحة من مؤثرين أو متأثرين أو منسويين.



#### النتائج / المخرجات الأساسية

- ■ نموذج العمل التفصيلي

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

اسم المبادرة

إطلاق أنشطة / فعاليات للتعريف بنموذج العمل



بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- تعيين شركة متخصصة /أو/ جلب الأدوات المتخصصة في حملات العلاقات العامة.
- تصميم حملات التعريف بنموذج العمل للمركز.
- إطلاق الحملات التعريفية.

وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

التعريف بنموذج العمل سيكون على الصعيدين الداخلي والخارجي؛ وذلك لكي يكون فريق العمل الداخلي واعيا لما يجب أن يقدمه وأيضا أصحاب المصلحة الخارجيين عالمين بما يمكنهم الاستفادة من المركز بشكل فعال ولكي يكون كلا الطرفين الداخلي والخارجي عارفا بما يتوقعه من الطرف الآخر.



مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- قسم العلاقات العامة والتواصل
- قسم التسويق
- قسم الفعاليات والمؤتمرات

النتائج / المخرجات الأساسية

- الحملات التسويقية وحملات العلاقات العامة للتعريف بنموذج العمل للمركز.

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

اسم المبادرة

مشروع بناء إجراءات الأعمال الداخلية



بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- بناء إجراءات الأعمال حسب منهجية معتمدة يتفق عليها.
- اختيار أحد حلول تقنية المعلومات لتوثيق ومراقبة وأتمتة إجراءات الأعمال في المركز.
- الاستعانة بجهة خبيرة في تحكيم ومراجعة الإجراءات.

وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

إجراءات الأعمال الداخلية هي عنصر هام وآلية فعالة لتحويل نموذج عمل المركز إلى واقع يومي يعيشه العاملون في المركز والمستفيدون من خدماته، تتكون منظومة إجراءات الأعمال من جميع المستويات التي تبدأ من هيكلية إجراءات الأعمال وحتى الأنشطة التفصيلية اليومية بما فيها من أدوات ومؤشرات قياس أداء.



مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- مكتب إدارة المشاريع
- مكتب إدارة الاستراتيجية والأداء
- الرئيس التنفيذي

النتائج / المخرجات الأساسية

- منظومة إجراءات الأعمال للمركز.
- المادة التدريبية على إجراءات أعمال المركز.

## تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

### مشروع تأسيس البنية التحتية القانونية



#### بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- دراسة مسحية تفصيلية عن أفضل أنواع التراخيص وأماكنها.
- دراسة عن المخاطر والعقبات المتوقعة فيما يتعلق بالقضايا القانونية والترخيص.
- تنفيذ متطلبات الترخيص في بلاد التنفيذ.



#### وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

يجب أن يكون للمركز الترخيص القانوني القوي والراسخ الذي يقدم له القدرة على تسجيل الأعضاء قانونيا وعقد الفعاليات والمؤتمرات وعقد التدريب وإصدار الشهادات وجميع الأنشطة التي يحتاج إليها المركز بشكل مريح بعيد عن أية مساءلات أو عقبات توقف العمل أو تؤخره.



#### مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- مدير إدارة الخدمات المشتركة
- مكتب إدارة المشاريع
- المجلس الاستشاري



#### النتائج / المخرجات الأساسية

- هيكلية التنظيم القانوني للمركز.
- مجموعة التراخيص الخاصة بالمركز.

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

اسم المبادرة

تطوير السياسات المالية المرتبطة بالاستراتيجية المالية للمؤسسة



بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- || البناء التأسيسي للسياسات والإجراءات المالية والمحاسبية.
- || تحكيم الإجراءات من جهة متخصصة.
- || الربط مع النظام الإلكتروني.
- || تدريب المسؤولين عن النظام.



وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

لا يمكن تحقيق الفعالية والكفاءة في العمل المالي والمحاسبي ما لم تكن الأسس التنظيمية معتمدة ومطبقة بشكل صارم على أرض الحقيقة، ولتحقيق ذلك يجب أن يكون هناك سياسات وإجراءات دقيقة تحكم العمل المالي والمحاسبي وتربطه بالنظام الإلكتروني ليتم تنفيذه ومراقبته والتأكد من فعاليته باستمرار.



مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- || مدير إدارة الخدمات المشتركة
- || مكتب إدارة المشاريع
- || المجلس الاستشاري



النتائج / المخرجات الأساسية

- || وثيقة السياسات والإجراءات المالية والمحاسبية.

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

اسم المبادرة

التخطيط المسبق لجميع التكاليف التشغيلية للمؤسسة



بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- إعداد الخطة التشغيلية المفصلة.
- إعداد الخطة المالية المفصلة.
- إعداد الخطة المحاسبية وأرقام الحسابات والقيود والأستاذ العام.
- إدخال البيانات المحاسبية في النظام الإلكتروني.
- تطوير آليات الرقابة ورفع التقارير.



وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

بناء الخطط التفصيلية لجميع التكاليف التشغيلية للمركز تعد خطوة أساسية فتم فصلها بمبادرة لوحدها، وعملية التخطيط التشغيلي لجميع التكاليف المؤسسية يجب أن يكون منبثقا من الاستراتيجية العامة للمركز وهو ما يجب القيام به بشكل طارئ سيكون له الأثر القوي على أعمال المركز بشكل عام.



مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- قسم شؤون الكوادر
- مكتب إدارة المشاريع
- مجلس المستشارين



النتائج / المخرجات الأساسية

- إدارة الخدمات المشتركة
- مكتب إدارة المشاريع
- المستشارين

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

اسم المبادرة

تطوير عملية إدارة الموظفين والمتعاونين



بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- || تحديد الفجوات
- || تحليل الاحتياجات
- || بناء الوثيقة

وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

سيكون هناك الكثير من المتعاونين مع المركز وهؤلاء لهم أثر هام على نشر ثقافته ورؤيته، وهذا الأمر يحتاج إلى أن يكون له منظومة عمل واضحة المعالم في تطوير هؤلاء ليس من ناحية التدريب فقط (والتي ذكرت في المبادرة السابقة) ولكن أيضا من خلال تعليمهم على أنظمة المركز الإلكترونية وتوسيع علاقاتهم، وتفعيل مشاركتهم في المؤتمرات والفعاليات وغيرها.



مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- || قسم شؤون الكوادر
- || قسم رعاية الأعضاء

النتائج / المخرجات الأساسية

- || وثيقة منظومة تطوير الكوادر

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

اسم المبادرة

تطوير برنامج التطوير والتحسين للكوادر



بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- تقييم الوضع الحالي وتحليل الفجوات التي يجب ردمها.
- خطة التطوير المقترحة بكل ما تحتويه من تفاصيل المهام والتكاليف وفرق العمل والنطاق الزمني.
- البحث عن المستشارين المتخصصين لدعم تنفيذ المبادرة.

وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

هذا البرنامج هو برنامج متخصص يقوم عليه أصحاب الخبرة، وهو عملية تطوير مستمر يتم التعديل على خطته باستمرار لتكون محدثة ومتماشية مع أحدث ممارسات تطوير الكوادر البشرية والتدريب الاحترافي ونقل الخبرات ورفع المهارات وتدوير الكوادر وغيرها من المبادرات المرتبطة برفع كفاءة الكوادر البشرية.



مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- قسم شؤون الكوادر
- مكتب إدارة المشاريع
- مجلس المستشارين

النتائج / المخرجات الأساسية

- برنامج تطوير الكوادر البشرية ويحتوي على: خطة التدريب، وآلية تدوير الكوادر، وتقييم المهارات، و ردم الفجوات، وتطوير بيئة العمل، وتحسين العلاقات الوظيفية، وإدارة فرق العمل والمنظومة التقنية الداعمة لكل ذلك .

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

اسم المبادرة

تطوير هوية المركز



بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- || بناء الهوية البصرية.
- || تفسير السياسات الحاكمة.
- || بناء الفلسفة والقواعد المرجعية للمركز وتفسير كل منها.
- || تطوير إطار العمل الأخلاقي للمركز.
- || آليات الإسقاط على الحياة العملية للدعاة والمتعاونين.

وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

هوية المركز هي أول ما تقع عليه عين الجماهير والتي يمكن أن يتحول أي من أفرادها إلى عميل أو باحث أو مستفيد أو عضو، ولا تقتصر فقط على العناصر البصرية، بل تحتوي على الكثير من العناصر التي تعيش مع المركز طوال فترة حياته ومنها: الفلسفة المرجعية، القواعد المؤسسة، السياسات الحاكمة (كجزء من الاستراتيجية)، الأخلاقيات المرجعية، وغيرها.



مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- || الرئيس التنفيذي
- || مجلس الأمناء
- || جميع أقسام إدارة التسويق والتواصل

النتائج / المخرجات الأساسية

- || وثيقة هوية المركز التفصيلية والتي ستكون وثيقة حية تتحدث باستمرار.

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

اسم المبادرة

تطوير استراتيجية النشر والتسويق لهوية المؤسسة وإنجازاتها وخدماتها



بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- تحليل الفئات المستهدفة بالتسويق ومتطلباتها.
- بناء استراتيجية النشر والتسويق بالاستعانة بإحدى الجهات الخبيرة في ذلك.
- تصميم الحملات التسويقية للمركز.



وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

إن تسويق المركز ورؤيته وأفكاره وطموحاته والإنجازات التي يسعى إلى تحقيقها تساعد كثيرا في تحقيق الانتشار وجلب أكبر عدد من الأعضاء، يجب أن يكون المركز جاهزا ومستعدا لما سينتج عن الحملات التسويقية بحيث يتمكن من الرد على الاتصالات والرسائل والأسئلة وتحقيق التواصل الفعال المبدئي مع الجماهير العامة، بالإضافة إلى كيفية نشر الدليل المعرفي للمركز وإيصاله إلى المستفيدين، وما هي الإصدارات التي سوف تنتج عن المركز دوريا.



مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- قسم التسويق



النتائج / المخرجات الأساسية

- استراتيجية التسويق للمركز.
- استراتيجية النشر للدليل المعرفي والإصدارات والمطبوعات والإنتاج العلمي للمركز.

الهدف الاستراتيجي

تفعيل الشراكات ونقل الخبرات بين الكيانات الدعوية

اسم المبادرة

تطوير برنامج الإعلام والعلاقات العامة



بعض المشاريع التفصيلية التي تتضمنها المبادرة

- || خطة وسياسات التواصل الداخلي.
- || خطة وسياسات التواصل مع الجهات الخارجية.
- || تصميم الصورة الذهنية للعملاء والمستفيدين والمشاركين والموظفين وعموم الجماهير عن المركز.
- || الخطة المالية لتنفيذية.
- || ترشيح الجهات التنفيذية التي سيتم التعاقد معها.

وصف المبادرة وعلاقتها بالهدف الاستراتيجي

هذا البرنامج يختص بكل ما له علاقة بسمعة المركز في الإعلام التقليدي والإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي، ويجب أن يحتوي هذا البرنامج على مجموعة كبيرة من المشاريع التي تضمن تحقيق الصورة الذهنية المرجوة للمركز في أذهان الفئات المستهدفة وبما يحقق رؤية واستراتيجية المركز.



مسؤولية التنفيذ/المراقبة

- || قسم العلاقات العامة والتواصل
- || قسم التسويق
- || مكتب إدارة المشاريع

النتائج / المخرجات الأساسية

- || إيجاد كوادر مؤهلة للعمل في العمل الدعوي.
- || التدرج في تنفيذ إستراتيجية المركز.



جَمْعِيَّةُ اَصْوَالِكُمْ  
Osoul Foundation for Da'wah Content



مركز  
التميز  
والابتكار  
لمؤسسة  
الاصوال  
والاستشراف



www.osoulcontent.org.sa  
Info@osoulcontent.org.sa  
/osoulcontent  
Mobile: +966 55 011 4421

SA 6780000 341608019851839  
SA 69050000 68203899692000

مصرف الراجحي  
alrajhi bank  
مصرف الإنماء  
alinma bank

