

التقرير الختامي لأعمال وإنجازات المركز الإعلامي

مشروع صحة حاج ١٤٤٧هـ

الملخص التنفيذي

نفذ المركز الإعلامي بجمعية حياتنا للتوعية الصحية أعماله الإعلامية ضمن مشروع صحة حاج 1447هـ، بهدف توثيق الخدمات الصحية والتوعوية المقدمة لضيوف الرحمن، وإبراز جهود المشروع وشركائه ومتطوعيه، وتعزيز حضوره الإعلامي والرقمي عبر مختلف القنوات والمنصات الإعلامية طوال موسم الحج. استندت أعمال المركز الإعلامي إلى منظومة تنفيذية متكاملة شملت التغطية الإعلامية الميدانية، وإدارة منصات التواصل الاجتماعي، والإنتاج الإعلامي، والظهور الإعلامي، إلى جانب توثيق الفعاليات والزيارات الرسمية، وإنتاج المحتوى التوعوي والإحصائي، والقصص الإنسانية التي عكست أثر الخدمات المقدمة للحجاج، واعتمدت منهجية العمل على مراحل متتابعة بدأت بالتخطيط والإعداد، مرورًا باستقطاب وتأهيل الكفاءات الإعلامية، ثم تنفيذ الخطة الإعلامية ميدانيًا، وصولًا إلى رصد المخرجات الإعلامية وتحليل مؤشرات الأداء وإعداد التقرير الختامي. وحقق المركز الإعلامي نتائج نوعية وكمية بارزة؛ إذ بلغ إجمالي المواد الإعلامية المنتجة 851 مادة إعلامية شملت التغطيات الميدانية، والمواد المرئية، والتصاميم، والنصوص الإعلامية، والقصص الإنسانية، فيما بلغ إجمالي المنشورات المنشورة 99 منشورًا، إلى جانب تنفيذ 28 تغطية ميدانية، وإنتاج 73 تصميمًا، وإعداد 81 نصًا إعلاميًا، وتوثيق 12 قصة إنسانية، بما أسهم في توثيق مختلف مراحل تنفيذ المشروع وإبراز نتائجه. كما شهد المشروع حضورًا رقميًا وإعلاميًا واسعًا عبر منصات الجمعية ووسائل الإعلام، حيث تجاوز إجمالي الوصول والمشاهدات 7,138,885 ، وأسهمت التغطيات الإعلامية، والتقارير التلفزيونية، والمحتوى الرقمي في تعزيز انتشار رسائل المشروع وإبراز أثره الصحي والتوعوي، إلى جانب توثيق مشاركة المتطوعين والشركاء والجهات الداعمة خلال موسم الحج. وأظهرت مؤشرات الأداء تحقيق مستويات إنجاز مرتفعة في عدد من المستهدفات الإعلامية، حيث تجاوزت التغطيات الفورية والإنفوجرافيك الإحصائي المستهدفات المحددة، بما يعكس مرونة المركز الإعلامي وقدرته على الاستجابة للمتغيرات الميدانية، وتوجيه الجهود نحو المحتوى الأكثر تأثيرًا خلال الموسم، مع المحافظة على جودة المخرجات الإعلامية واستمرارية النشر. ويستعرض هذا التقرير أبرز مراحل تنفيذ أعمال المركز الإعلامي، ومنهجية العمل، ومؤشرات الأداء، والنتائج المتحققة، إضافة إلى التحديات والدروس المستفادة والتوصيات التطويرية، بما يسهم في توثيق التجربة الإعلامية للمشروع، ودعم تطوير الأداء الإعلامي في المواسم القادمة.

كلمة مدير المركز الإعلامي

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين يسرني أن أضع بين أيديكم هذا التقرير الذي يوثق أعمال وإنجازات المركز الإعلامي في مشروع صحة حاج 1447هـ، أحد المشاريع النوعية التي نفذتها الجمعية الأهلية للتوعية الصحية "حياتنا" بالشراكة مع وزارة الحج والعمرة ممثلةً بمراكز نسك عناية، لخدمة ضيوف الرحمن خلال موسم الحج. لقد كان للمركز الإعلامي دور محوري في نقل صورة الجهود الميدانية التي بذلتها فرق العمل والمتطوعون الصحيون في مختلف مواقع الخدمة، من خلال تغطية إعلامية مستمرة، وإنتاج محتوى احترافي يعكس الأثر الإنساني والصحي للمشروع، ويسهم في إيصال رسالته إلى مختلف شرائح المجتمع. وانطلاقاً من إيماننا بأهمية الإعلام في توثيق المنجزات وصناعة الأثر، حرص المركز الإعلامي على بناء محتوى متنوع يجمع بين التوعية والتوثيق وسرد القصص الإنسانية، مع إبراز الخدمات الصحية المقدمة للحجاج، وتسليط الضوء على الجهود الميدانية التي أسهمت في دعم رحلة الحاج وتعزيز تجربته الصحية خلال أداء المناسك. كما عمل المركز الإعلامي على توسيع نطاق الوصول للمحتوى عبر المنصات الرقمية المختلفة، وبناء علاقات فاعلة مع الجهات الإعلامية والشركاء، مما أسهم في تعزيز الحضور الإعلامي للمشروع وإبراز أثره على المستوى المحلي والإقليمي. وفي ختام هذا الموسم المبارك، أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى وزارة الحج والعمرة ممثلةً بمراكز نسك عناية، وإلى جميع الشركاء والداعمين والمتطوعين والكوادر العاملة الذين أسهموا في نجاح المشروع وتحقيق أهدافه، سائلين الله تعالى أن يتقبل الجهود، وأن يديم على وطننا المبارك شرف خدمة ضيوف الرحمن.

والله ولي التوفيق.

أ. عبد الله عبد الرحمن آل غرامة
مدير المركز الإعلامي

المقدمة

يمثل الإعلام المؤسسي أحد الممكّنات الرئيسة لنجاح المبادرات والمشروعات المجتمعية، لما يؤديه من دور محوري في توثيق الأعمال، وتعزيز التواصل مع مختلف الفئات المستهدفة، وإبراز النتائج المتحققة، بما يسهم في بناء صورة مؤسسية تعكس أثر المبادرات وجودة الخدمات المقدمة. وتزداد أهمية العمل الإعلامي خلال موسم الحج في ظل تعدد مواقع التنفيذ، وكثافة الأنشطة الميدانية، وتنوع الفئات المستفيدة، وما يتطلبه ذلك من توثيق مستمر، ونقل دقيق للرسائل الصحية والتوعوية، وإبراز الجهود المبذولة لخدمة ضيوف الرحمن عبر مختلف الوسائل والمنصات الإعلامية. وانطلاقاً من هذا الدور، تولى المركز الإعلامي بجمعية حياتنا للتوعية الصحية تنفيذ الخطة الإعلامية لمشروع صحة حاج 1447هـ، بهدف توثيق الخدمات الصحية والتوعوية المقدمة للحجاج، وإبراز جهود المتطوعين والشركاء، وتعزيز الحضور الإعلامي والرقمي للمشروع، بما يدعم رسالته الصحية والإنسانية، ويواكب مستهدفاته في خدمة ضيوف الرحمن. واستندت أعمال المركز الإعلامي إلى منظومة متكاملة شملت التغطية الإعلامية الميدانية، وإدارة منصات التواصل الاجتماعي، والإنتاج الإعلامي، والظهور الإعلامي، إلى جانب توثيق المبادرات والفعاليات والزيارات الرسمية، وإنتاج المحتوى التوعوي والإحصائي، والقصص الإنسانية التي عكست أثر الخدمات المقدمة خلال موسم الحج. ويأتي هذا التقرير لتوثيق أعمال المركز الإعلامي خلال جميع مراحل تنفيذ المشروع، واستعراض منهجية العمل، وأبرز المخرجات الإعلامية، ومؤشرات الأداء، والنتائج المتحققة، والدروس المستفادة، بما يسهم في حفظ المعرفة المؤسسية، ودعم تطوير الأداء الإعلامي، وتعزيز جودة التوثيق في المواسم القادمة.

الهدف العام

تعزيز الحضور الإعلامي لمشروع صحة حاج 1447هـ من خلال توثيق الخدمات الصحية والتوعوية، وإبراز جهود المشروع وشركائه ومتطوعيه، وإيصال رسائله الصحية والتوعوية إلى مختلف الفئات المستهدفة عبر وسائل الإعلام والمنصات الرقمية

الأهداف الفرعية

03

إنتاج محتوى إعلامي متنوع يشمل المواد المرئية، والتصاميم، والإنفوجرافيك، والتقارير، والقصص الإنسانية، بما يعكس أثر المشروع ونتائجه.

02

إبراز جهود المتطوعين والشركاء والجهات الداعمة، وتعزيز الصورة الذهنية للمشروع لدى المجتمع ووسائل الإعلام.

01

توثيق الخدمات الصحية والتوعوية والأنشطة الميدانية التي نُفذت ضمن مشروع صحة حاج 1447هـ وفق معايير إعلامية احترافية.

06

بناء أرشيف إعلامي متكامل يوثق أعمال المشروع ومخرجاته، ويدعم إعداد التقارير المؤسسية والاستفادة منها في المواسم القادمة.

05

تعزيز الظهور الإعلامي للمشروع من خلال التنسيق مع وسائل الإعلام وتوثيق المشاركات واللقاءات والتغطيات الإعلامية.

04

إدارة منصات التواصل الاجتماعي للمشروع بما يضمن استمرارية النشر، وتعزيز الوصول الرقمي، والتفاعل مع الجمهور المستهدف.

نطاق المشروع

يشمل نطاق مشروع تغطية صحة حاج ما يلي:

الفئات المستهدفة

استهدفت أعمال المركز الإعلامي ضيوف الرحمن، والمتطوعين الصحيين، والشركاء والداعمين، ووسائل الإعلام، ومتابعي المنصات الرقمية للجمعية، والمجتمع، من خلال توثيق الخدمات الصحية والتوعوية وإبراز نتائج المشروع عبر مختلف القنوات الإعلامية.

النطاق البشري

شمل نطاق العمل فريق المركز الإعلامي، والمكون من 10 أعضاء من مختلف التخصصات الإعلامية، تولوا تنفيذ أعمال التغطية الإعلامية، وإدارة المنصات الرقمية، والإنتاج الإعلامي، والتوثيق طوال موسم الحج.

النطاق المكاني

شملت أعمال المركز الإعلامي جميع مواقع تنفيذ مشروع صحة حاج في مكة المكرمة، والمدينة المنورة، والمشاعر المقدسة، بما في ذلك مراكز نُسك عناية، ومواقع المبادرات والفعاليات والزيارات الرسمية.

النطاق الزمني

نفذ المركز الإعلامي أعماله على مدى 60 يومًا. مواكبًا جميع مراحل تنفيذ مشروع صحة حاج 1447هـ، ابتداءً من مرحلة الإعداد والتجهيز من (1-15 ذو القعدة) ، مرورًا بالتغطية الإعلامية الميدانية من (15 ذو القعدة - 29 ذو الحجة) ، وانتهاءً بتوثيق النتائج وإعداد التقرير الختامي من (29 ذي الحجة - 10 محرم).

منهجية التنفيذ



المخرجات	أبرز ما تم تنفيذه	وصف المرحلة	المرحلة
• خطة إعلامية معتمدة • هوية إعلامية موحدة. • جاهزية التنفيذ الإعلامي.	• إعداد الخطة الإعلامية للمشروع. • تحديد الرسائل الإعلامية والهوية البصرية. • تحديد الاحتياج البشري والإعلامي. • التنسيق مع إدارة المشروع والجهات ذات العلاقة.	بدأت أعمال المركز الإعلامي قبل انطلاق المشروع من خلال إعداد الخطة الإعلامية، وتحديد الأهداف، وبناء الهوية الإعلامية، وتحديد احتياجات التغطية والإنتاج الإعلامي بما يضمن جاهزية التنفيذ خلال موسم الحج.	المرحلة الأولى: التخطيط والإعداد
• تشكيل فريق إعلامي متكامل. • توزيع الأدوار والمسؤوليات. • جاهزية الفريق للعمل الميداني.	• الإعلان عن الاستقطاب. • استقبال وفرز الطلبات. • إجراء المقابلات الشخصية. • اختيار أعضاء الفريق. • توزيع المهام وفق التخصصات.	تُفذت خطة لاستقطاب الكفاءات الإعلامية لتشكيل فريق متخصص قادر على تنفيذ أعمال التغطية والإنتاج الإعلامي طوال الموسم.	المرحلة الثانية: استقطاب الكفاءات الإعلامية

المخرجات	أبرز ما تم تنفيذه	وصف المرحلة	المرحلة
• تغطيات إعلامية ميدانية. • مواد إعلامية متنوعة. • توثيق شامل لأعمال المشروع.	• تغطية الخدمات الصحية والتوعوية. • توثيق الفعاليات والزيارات الرسمية. • تغطية مبادرة جولة وعي. • توثيق التواصل الداخلي والاجتماعات. • إنتاج الصور والفيديوهات.	واكب المركز الإعلامي جميع مراحل تنفيذ المشروع من خلال تغطية الأعمال الميدانية، وتوثيق الخدمات والفعاليات، وإنتاج المحتوى الإعلامي بصورة مستمرة.	المرحلة الثالثة: التنفيذ الميداني
• حضور رقمي مستمر. • تنوع المحتوى الإعلامي. • تعزيز الوصول والتفاعل.	• نشر المحتوى عبر المنصات الرقمية. • إنتاج الإنفوجرافيك والإحصاءات. • إعداد النصوص والكابشن. • نشر القصص الإنسانية والمحتوى التوعوي. • متابعة التفاعل مع المحتوى.	تولى المركز الإعلامي إدارة المحتوى الرقمي للمشروع عبر منصات الجمعية، بما يضمن استمرارية النشر وتعزيز الوصول الرقمي وإبراز نتائج المشروع.	المرحلة الرابعة: إدارة المحتوى والنشر الرقمي

المخرجات	أبرز ما تم تنفيذه	وصف المرحلة	المرحلة
• ظهور إعلامي للمشروع. • توثيق المشاركات الإعلامية. • أرشيف إعلامي متكامل.	• التنسيق مع القنوات الإعلامية. • إعداد التغطيات الصحفية. • توثيق اللقاءات التلفزيونية. • إبراز جهود المتطوعين والشركاء. • أرشفة المواد الإعلامية.	ركزت هذه المرحلة على تعزيز حضور المشروع في وسائل الإعلام، وتوثيق مشاركاته الإعلامية، وإبراز جهود المتطوعين والشركاء والداعمين.	المرحلة الخامسة: الظهور الإعلامي والتوثيق
• مؤشرات أداء موثقة. • نتائج وإحصاءات معتمدة. • تقرير ختامي للمركز الإعلامي. • توصيات للمواسم القادمة.	• جمع الإحصاءات النهائية. • تحليل مؤشرات الأداء. • توثيق النتائج والمخرجات. • رصد التحديات والدروس المستفادة. • إعداد التقرير الختامي.	بعد انتهاء الموسم، جُمعت البيانات والإحصاءات الإعلامية، وُحُللت مؤشرات الأداء، ووُثِّقت النتائج لإعداد التقرير الختامي للمركز الإعلامي.	المرحلة السادسة: قياس الأداء وإعداد التقرير الختامي

الهيكل التنظيمي للمشروع الإدارة

عبدالله عبدالرحمن آل غرامة - مدير المركز الإعلامي

هتون المالكي - مساعد مدير المركز الإعلامي

الإنتاج الصوتي والمرئي

أنور عماد - منتج إعلامي
أسامة راحل - معلق صوتي

التصوير وصناعة
المحتوى

محمد الحارثي - مصور فيديو
وفوتوغرافي
ماجدة الشمري - مصورة فيديو
وفوتوغرافي
محمد الهمش - صانع محتوى

المحتوى والتسويق

مصطفى محمد - كاتب محتوى
ياسر سيد - مسوق رقمي

التصميم والإنتاج
البصري

أحلام الزهراني - مصممة جرافيك
هناء اللهبي - مصممة جرافيك

المسارات والأنشطة المنفذة

أولاً: مسار التغطية الإعلامية الأنشطة المنفذة:

- تنفيذ تغطية إعلامية ميدانية شاملة لمختلف أعمال مشروع صحة حاج 1447هـ.
- توثيق الخدمات الصحية والتوعوية المقدمة لضيوف الرحمن في مواقع التنفيذ.
- تغطية الفعاليات والبرامج والأنشطة المصاحبة للمشروع.
- توثيق الزيارات والجولات الرسمية للمسؤولين والشركاء والداعمين.
- توثيق لقاءات التواصل الداخلي، والاجتماعات، وبرامج التكريم واللقاءات الختامية.
- إعداد تقارير وقصص إعلامية توثق أبرز محطات المشروع ومنجزاته.

ثانياً: مسار إدارة منصات التواصل الاجتماعي الأنشطة المنفذة:

- تنفيذ خطة النشر عبر المنصات الرقمية التابعة للجمعية.
- نشر الأخبار والتغطيات اليومية للمشروع.
- إنتاج ونشر المحتوى التوعوي والإحصائي.
- إعداد ونشر القصص الإنسانية والمحتوى التفاعلي.
- متابعة التفاعل مع المحتوى وتعزيز الوصول الرقمي.
- توحيد الرسائل الإعلامية والهوية البصرية للمشروع عبر جميع المنصات.

ثالثاً: مسار الإنتاج الإعلامي الأنشطة المنفذة:

- إنتاج الفيديوهات والتقارير المرئية الخاصة بالمشروع.
- تنفيذ أعمال التصوير الفوتوغرافي وتوثيق الخدمات الميدانية.
- تصميم الإنفوجرافيك والمواد التوعوية والإحصائية.
- إعداد النصوص الإعلامية والكابشن والأخبار الصحفية.
- إنتاج البروموهات والمواد البصرية الداعمة للخطة الإعلامية.
- أرشفة وتنظيم المواد الإعلامية المنتجة طوال فترة المشروع.

المسارات والأنشطة المنفذة

رابعًا: مسار الظهور الإعلامي الأنشطة المنفذة:

- التنسيق مع القنوات والمنصات الإعلامية لتغطية أعمال المشروع.
- تنظيم وتوثيق اللقاءات التلفزيونية والإعلامية.
- إبراز جهود المشروع والمتطوعين في وسائل الإعلام.
- متابعة التغطيات الإعلامية الخارجية ورصدها.
- تعزيز حضور المشروع إعلاميًا من خلال الشراكات الإعلامية.

خامسًا: مسار التوثيق وقياس الأداء الإعلامي الأنشطة المنفذة:

- رصد وتوثيق جميع المخرجات الإعلامية للمشروع.
- متابعة مؤشرات الأداء الإعلامي وتحليل نتائجها.
- توثيق النتائج والتحديات والدروس المستفادة.
- إعداد التقرير الختامي للمركز الإعلامي وتوثيق أعماله وإنجازاته.

مؤشرات الأداء والإنجاز

الهدف	المؤشر	المستهدف	المتحقق	نسبة الإنجاز	مصدر التحقق
تعزيز التغطية الإعلامية الميدانية للمشروع	التغطيات الفورية والصور	15	44	293%	سجل الإنتاج الإعلامي
إنتاج محتوى إعلامي يومي يواكب أعمال المشروع	فيديوهات نبض الميدان (اليومي - الاحصائي)	6	4	66%	سجل الإنتاج الإعلامي
إبراز نتائج المشروع عبر المحتوى الإحصائي	الإنفوجرافيك الإحصائي نبض الميدان	7	14	200%	سجل الإنتاج الإعلامي
إنتاج محتوى توعوي داعم للمشروع	إنفوجرافيك يسر وطمأنينة	17	17	100%	سجل الإنتاج الإعلامي

مؤشرات الأداء والإنجاز

الهدف	المؤشر	المستهدف	المتحقق	نسبة الإنجاز	مصدر التحقق
تعزيز الرسائل الصحية للمشروع	مقاطع وعي وخدمة	14	16	114%	سجل الإنتاج الإعلامي
إبراز الهوية المؤسسية للمشروع	مقاطع لقطات من حياتنا	2	3	150%	سجل الإنتاج الإعلامي
إنتاج الهوية المرئية للمشروع	البرومو (الافتتاحي والختامي)	2	2	100%	سجل الإنتاج الإعلامي
تعزيز الظهور الإعلامي للمشروع	الإعلام المرئي والمسموع	10	5	50%	سجل الظهور الإعلامي

الإحصائيات والنتائج



المؤشرات العامة

01

إجمالي المنصات الرقمية
المستخدمة في النشر:

6 منصات رقمية

02

إجمالي المواد الإعلامية
المنتجة:

851 مادة إعلامية

03

إجمالي المنشورات
المنشورة:

99 منشورًا

04

إجمالي التغطيات الإعلامية
الميدانية:

28 تغطية إعلامية

05

إجمالي التصميمات
البصرية:

73 تصميمًا

06

إجمالي النصوص الإعلامية
والكاشن:

81 نصًا إعلاميًا

07

إجمالي القصص الإنسانية
المنتجة:

12 قصة إنسانية

08

إجمالي الصور
الاحترافية:

218 صورة

09

إجمالي المواد الخام
المصورة:

633 مادة مرئية

10

إجمالي الوصول والمشاهدات عبر
المنصات الرقمية:

7,138,885 وصولًا ومشاهدة

11

إجمالي المشاركات والظهور
الإعلامي:

5 مشاركات إعلامية

التحديات

واجه المركز الإعلامي عددًا من التحديات خلال تنفيذ أعماله في مشروع صحة حاج 1447هـ، وذلك نتيجة طبيعة العمل الميداني خلال موسم الحج، وما يتطلبه من سرعة في الاستجابة، وتعدد مواقع التنفيذ، واستمرارية التغطية الإعلامية. ويمكن تلخيص أبرز التحديات فيما يلي:

أولاً: تحديات التغطية الإعلامية

واجه الفريق صعوبة في الوصول إلى بعض مواقع التغطية وتوثيق جميع الأعمال الميدانية، نتيجة كثافة الحشود وتعدد مواقع تنفيذ المشروع.

ثانياً: تحديات إدارة المحتوى الرقمي

ظهرت بعض الصعوبات التقنية المتعلقة بترويج المحتوى عبر منصات التواصل الاجتماعي واعتماد المقاطع الخاصة بالحملات الإعلانية.

ثالثاً: تحديات الإنتاج الإعلامي

أدت أولوية التغطيات الفورية وكثافة الأنشطة الميدانية إلى التركيز على التوثيق المباشر، مما أثر على تحقيق بعض مستهدفات الإنتاج الإعلامي المخطط.

رابعاً: تحديات التنسيق الميداني

تزامن عدد من الأنشطة والفعاليات في مواقع مختلفة، مما استدعى إعادة توزيع فرق العمل لضمان استمرارية التغطية الإعلامية.

الدروس المستفادة

أهمية المرونة في إدارة الأولويات الإعلامية والاستجابة السريعة للمتغيرات الميدانية.

فاعلية توزيع الأدوار بين أعضاء الفريق وفق التخصصات الإعلامية، بما يساهم في رفع كفاءة التنفيذ وجودة المخرجات.

أهمية التخطيط الإعلامي المبكر وربط الخطة الإعلامية بالخطة التشغيلية للمشروع.

أهمية التوثيق المستمر والأرشفة المنظمة في دعم إعداد التقارير وحفظ المعرفة المؤسسية.

أثر تنوع المحتوى الإعلامي في تعزيز الحضور الرقمي ووصول الرسائل الإعلامية إلى مختلف الفئات المستهدفة.

التوصيات

استنادًا إلى نتائج أعمال المركز الإعلامي في مشروع صحة حاج 1447هـ، وما أظهرته مؤشرات الأداء من نتائج وإنجازات، يوصى بما يلي:

التوسع في المحتوى الرقمي

يوصى بالتركيز على إنتاج المزيد من المحتوى المرئي القصير، والقصص الإنسانية، والمواد التفاعلية، بما يعزز وصول الرسائل الإعلامية ويرفع مستوى التفاعل عبر المنصات الرقمية.

تعزيز الموارد الإعلامية المتخصصة

يوصى بدعم المركز الإعلامي بكفاءات إعلامية متخصصة خلال المواسم التشغيلية، بما يضمن استمرارية التغطية الميدانية، وجودة الإنتاج الإعلامي، وسرعة الاستجابة للمتغيرات الميدانية.

تطوير التخطيط الإعلامي للمواسم القادمة

يوصى بإعداد خطة إعلامية أكثر تفصيلاً قبل بدء الموسم، تتضمن توزيع المحتوى الزمني، وآليات التغطية، وخطط إدارة الأولويات، بما يساهم في رفع كفاءة التنفيذ وتحقيق التوازن بين التغطية الفورية والإنتاج الإعلامي المخطط.

تعزيز التوثيق المؤسسي

يوصى بالاستمرار في تطوير منظومة التوثيق والأرشفة الإعلامية، بما يساهم في حفظ المعرفة المؤسسية، ودعم إعداد التقارير، والاستفادة من المخرجات الإعلامية في المواسم القادمة.

تطوير الظهور الإعلامي

يوصى بتوسيع الشراكات الإعلامية والتنسيق المبكر مع وسائل الإعلام، بما يساهم في تعزيز حضور المشروع وإبراز نتائجه على نطاق أوسع.

الخاتمة

يجسد المركز الإعلامي في مشروع صحة حاج 1447هـ نموذجًا متكاملًا في توثيق المبادرات الصحية والتطوعية، من خلال تنفيذ منظومة إعلامية شاملة أسهمت في إبراز الخدمات الصحية والتوعوية، وتوثيق الجهود الميدانية، وتعزيز الحضور الإعلامي والرقمي للمشروع وقد أظهرت النتائج المتحققة كفاءة تنفيذ الخطة الإعلامية، وتنوع المخرجات الإعلامية، وقدرة الفريق على مواكبة متطلبات العمل الميداني خلال موسم الحج، بما أسهم في نقل صورة متكاملة عن المشروع وإبراز أثره الصحي والمجتمعي ويمثل هذا التقرير مرجعًا توثيقيًا لأعمال المركز الإعلامي، وقاعدة يمكن البناء عليها لتطوير الأداء الإعلامي، وتعزيز جودة التوثيق والإنتاج الإعلامي في المواسم القادمة، بما يواكب تطلعات الجمعية ورسالتها في خدمة ضيوف الرحمن.

أبرز المخرجات الإعلامية



تقرير صاد الإعلامية

تقرير ميداني من المشاعر المقدسة استعرض أعمال المشروع وجهود المتطوعين الصحيين في خدمة ضيوف



استديوهات مكة المكرمة

استضافة مدير المشروع للحديث عن الخدمات الصحية المقدمة للحجاج ومجالات العمل الميداني للمبادرة



استديوهات الرياض

استضافة رئيس مجلس إدارة الجمعية للحديث عن جهود المشروع وأهدافه وأثره في خدمة الحجاج



قناة العربية

مشاركة إعلامية لأحد المتطوعين الصحيين للحديث عن التجربة التطوعية وأثرها في خدمة ضيوف الرحمن



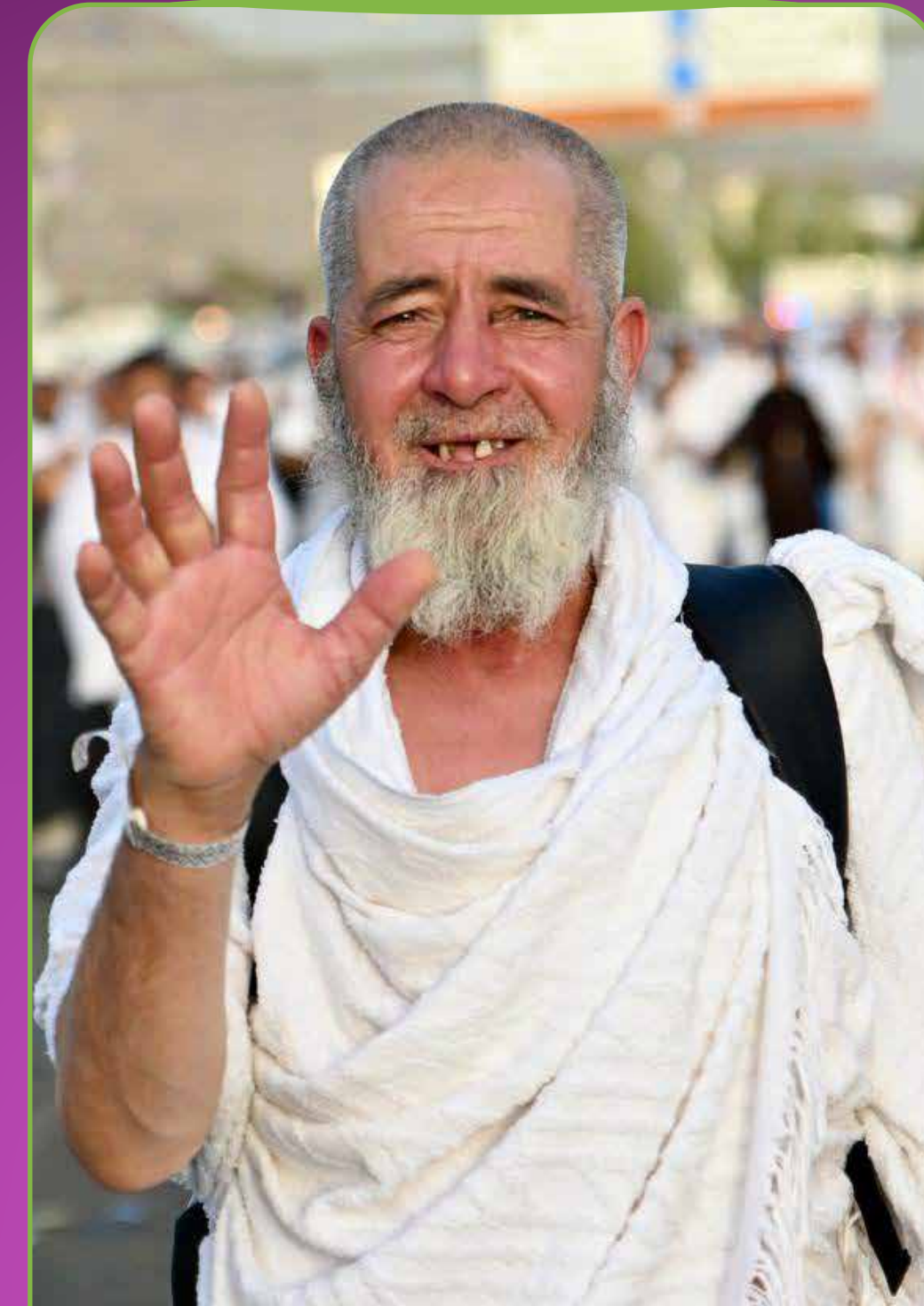
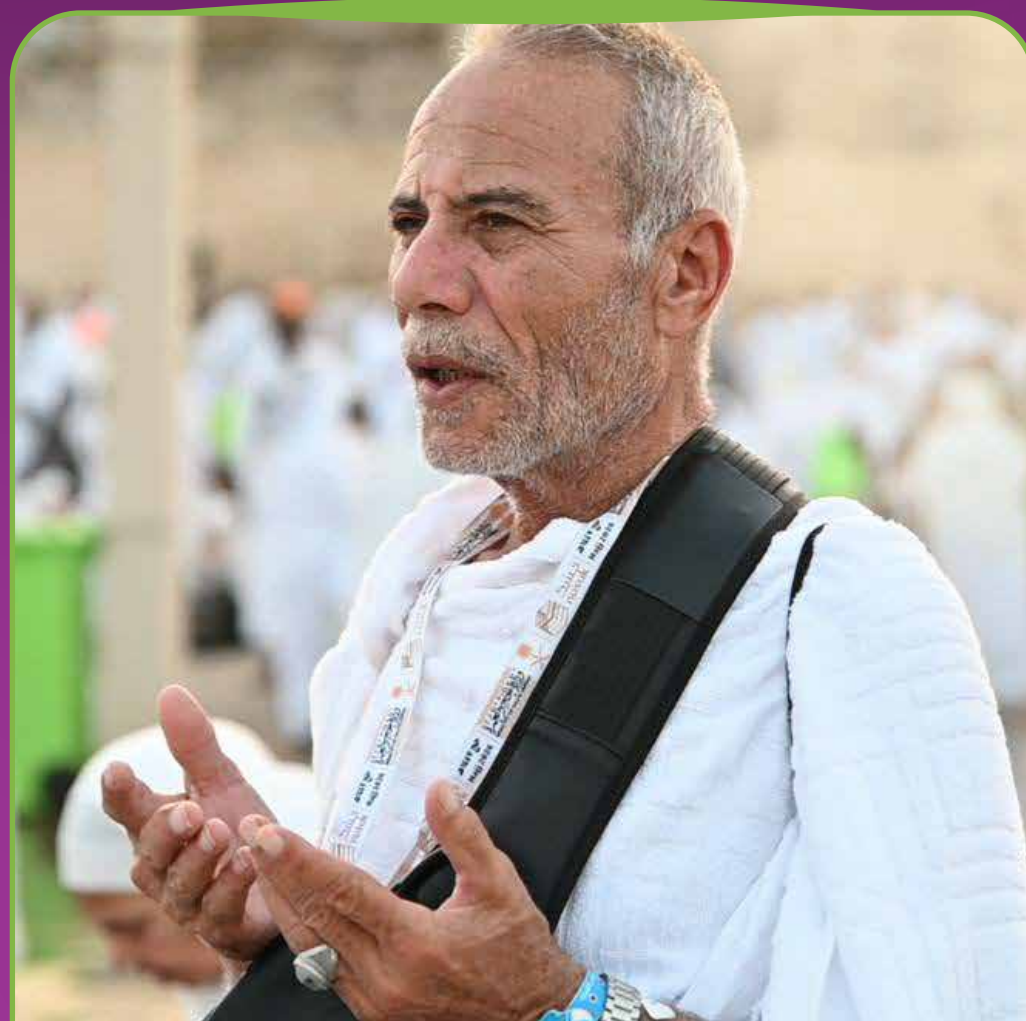
قناة العلم

تقرير إعلامي تناول أثر المشروع وخدماته الصحية والتوعوية المقدمة للحجاج

عدسة حياتنا من الميدان



رؤى ميدانية



شكّل الموسم تجربة مهنية وإنسانية ثرية لأعضاء الفريق الإعلامي والمتطوعين، حيث أسهمت المشاركة المباشرة في الميدان في صناعة العديد من المواقف والقصص التي تستحق التوثيق.



رصد لمشاعر الفريق الإعلامي



رصد لمشاعر المتطوعين الصحيين

شكرا لكم