JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة تخطيط حملات التمويل الجماعي وإشراك الداعمين

24 – 28 يناير 2027

أبوظبي

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة تخطيط حملات التمويل الجماعي وإشراك الداعمين

المرجع: 77496_2103 **التاريخ:** 24 – 28 يناير 2027 **المكان:** أبوظبي **الرسوم:** GBP 5500

تخطيط حملات التمويل الجماعي وإشراك الداعمين دورة تدريبية مدتها أسبوع لمؤسسي المشاريع وقادة المبادرات ومديري الشؤون المالية الذين يجمعون الأموال من الجمهور، ويخرج منها المشاركون بخطة إطلاق الحملة. ويحكم الداعمون اليوم على أي حملة من خلال قصتها وشروط مكافآتها أو حصصها ومدى وضوحها في الإفصاح عن المخاطر. وتقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة للقادة الذين يحولون فكرة التمويل إلى حملة عامة موثوقة.

لماذا يهم تخطيط حملات التمويل الجماعي وإشراك الداعمين الآن

تتشكل حملات جمع الأموال من الجمهور اليوم تحت تأثير ثلاث قوى. فسهولة الإطلاق عبر المنصات الرقمية جعلت الحملات تتنافس في فئات مزدحمة. وأصبح الداعمون أكثر حذرا بعد تجارب المكافآت المتأخرة أو غير المسلمة، فصاروا يفضلون أصحاب الحملات الذين ينشرون جداول زمنية وبيانات واضحة عن المخاطر. كما تتطلب عروض الحصص إفصاحا صريحا لصغار المستثمرين. والمشروع الذي يحسن التخطيط يكسب عملاء مبكرين ودليلا على الطلب ومجتمعا وفيا من المؤيدين، أما سوء التخطيط فيجلب طلبات الاسترداد والانتقاد العلني. وتؤثر شروط المنصات وقواعد الدفع في كل خطة، وتستند الدورة إلى أساليب عملية في تصميم الحملات لا إلى معيار واحد.

المستفيدون من تخطيط حملات التمويل الجماعي وإشراك الداعمين

- مؤسسو المشاريع الذين يختارون بين نماذج المكافآت والحصص والتبرعات
- قادة المبادرات المسؤولون عن العرض التقديمي وفئات المكافآت وتقويم الحملة
- مديرو الشؤون المالية الذين يحددون هدف التمويل ويتابعون تكاليف الحملة ورسومها
- مسؤولو المجتمع والتسويق الذين ينمون قائمة الداعمين ويهيئونها قبل الإطلاق
- مديرو الجمعيات الخيرية والمؤسسات الاجتماعية الذين يجمعون التبرعات للمشاريع المجتمعية

ويستفيد الفريق المؤسس أو لجنة الجمعية الخيرية أكثر حين يحضر مسؤولو العرض والمالية والمجتمع معا.

قدرات تخطيط حملات التمويل الجماعي وإشراك الداعمين

تنقل هذه المخرجات الحملة من الفكرة إلى تسليم المكافآت بوعود يثق بها الداعمون.

- تقييم نموذج التمويل الجماعي الملائم للمشروع واحتياجه المالي — المؤسسون ومجالس الإدارة
- حساب هدف تمويل يغطي الإنتاج والرسوم والضرائب والتسليم — مسؤولو المالية
- تصميم فئات مكافآت وأهداف إضافية يقدرها الداعمون ويستطيع الفريق تنفيذها — قادة المبادرات
- بناء قصة العرض ونص الفيديو وصفحة الحملة حول مشكلة واضحة — الداعمون المحتملون
- تحديد بيانات الإفصاح عن المخاطر وروتين التحديثات التي تبقي الداعمين على اطلاع — المستثمرون والمتبرعون
- تخطيط تسليم المكافآت وعلاقات المستثمرين بعد وصول الأموال — فرق العمليات

مصطلحات تخطيط حملات التمويل الجماعي وإشراك الداعمين الأساسية

- التمويل الجماعي بالمكافآت — يقدم الداعمون مبالغ مقابل منتج أو تجربة أو هدية رمزية دون الحصول على حصة ملكية.
- التمويل الجماعي بالحصص — يشتري عدد كبير من صغار المستثمرين أسهما في شركة عبر عرض إلكتروني فيصبحون شركاء فيها.
- التمويل الجماعي بالتبرعات — يقدم المؤيدون أموالا لقضية أو مشروع مجتمعي دون انتظار أي عائد.
- التمويل الكلي أو لا شيء — لا تحصل الحملة على التعهدات المالية إلا إذا بلغت هدفها قبل الموعد النهائي.
- الهدف الإضافي — ميزة أو مكافأة جديدة تفتح حين تتجاوز التعهدات الهدف الأصلي.
- تسليم المكافآت — إنتاج المكافآت أو سجلات الأسهم وإيصالها إلى كل داعم بعد إغلاق الحملة.

تخطيط حملات التمويل الجماعي وإشراك الداعمين يوما بيوم

اليوم 1: نماذج التمويل وملاءمة الحملة

- نماذج المكافآت والحصص والتبرعات — أي نموذج يناسب المشروع
- خريطة دوافع الداعمين — لماذا يدعم المؤيدون الحملة ويعودون إليها
- مقارنة رسوم المنصات وجمهورها — أين ينبغي أن تطلق الحملة
- التمويل الكلي مقابل التمويل المرن — مخاطر الهدف وثقة الداعمين
- بطاقة قياس الجاهزية — هل الفكرة مهيأة للإطلاق

اليوم 2: سرد قصة العرض وصفحة الحملة

- سرد المشكلة والحل — ما الذي يجعل الداعم يهتم
- نص فيديو الحملة ولوحة المشاهد — الثواني الأولى التي تشد الانتباه
- بنية صفحة الحملة — ترتيب القصة والمكافآت والمخاطر
- الأدلة المرئية والنموذج الأولي — المصداقية قبل أول تعهد مالي
- تعريف المؤسس وقصة الفريق — بمن يثق الداعمون

اليوم 3: فئات المكافآت والميزانية والهدف

- سلم فئات المكافآت — نقاط السعر التي يختارها الداعمون غالبا
- مكافآت السبق والكميات المحدودة — زخم يوم الإطلاق دون خسائر
- نموذج ميزانية الحملة — تكاليف الإنتاج والرسوم والشحن والضرائب
- حساب هدف التمويل — الحد الأدنى الذي يتيح تسليم المكافآت
- تخطيط الأهداف الإضافية — ميزات إضافية يتحمل الفريق كلفتها

اليوم 4: مجتمعات الداعمين والإفصاح عن المخاطر

- بناء القائمة البريدية قبل الإطلاق — تأمين التعهدات في الأيام الأولى
- تقويم تحديثات الداعمين — إبقاء المؤيدين على اطلاع خلال التأخير
- بيان المخاطر والتحديات — إفصاح صادق عن مخاطر التسليم
- حزمة الإفصاح لعرض الحصص — ما يجب إبلاغه لصغار المستثمرين
- معالجة التعليقات والشكاوى — حماية السمعة في النقاشات العلنية

اليوم 5: التطبيق العملي لخطة إطلاق الحملة

- جدول التسليم وخطة الموردين — إيصال كل مكافأة في موعدها
- روتين علاقات المستثمرين — التقارير إلى المساهمين بعد جمع الأموال
- تجربة العرض أمام داعمين من الزملاء — اختبار القصة وفئات المكافآت
- اختبار ضغط الميزانية والهدف — فحص الهوامش أمام ارتفاع التكاليف
- خطة إطلاق الحملة — دمج التقويم والميزانية والمكافآت والإفصاح

تطبيق تخطيط حملات التمويل الجماعي وإشراك الداعمين بعد الدورة

- قيادة حملة لبناء القائمة البريدية مع استبيان لفئات المكافآت للتحقق من نقاط السعر قبل تحديد الهدف.
- عقد مراجعة للميزانية وتسليم المكافآت مع الموردين لاختبار هدف التمويل أمام عروض الأسعار الحالية.

أسئلة حول تخطيط حملات التمويل الجماعي وإشراك الداعمين

ما تخطيط حملات التمويل الجماعي وإشراك الداعمين، ولماذا يهم الآن؟

هو تصميم حملة تمويل عامة ثم إبقاء الداعمين على اطلاع حتى الوفاء بكل وعد. ويهم الآن لأن الداعمين يقارنون بين حملات كثيرة ويفقدون الثقة بمن يخفي المخاطر أو التأخير.

من يستفيد أكثر من تخطيط حملات التمويل الجماعي وإشراك الداعمين؟

يستفيد أكثر مؤسسو المشاريع وقادة المبادرات ومسؤولو المالية والمجتمع. كما يستفيد مديرو الجمعيات الخيرية الذين يجمعون التبرعات، خاصة حين يحضر فريق واحد معا.

كيف يختلف تخطيط حملات التمويل الجماعي وإشراك الداعمين عن دورة في جمع التمويل من رأس المال الجريء؟

يركز على جمع مبالغ صغيرة كثيرة من الجمهور بدلا من مبالغ كبيرة من مستثمرين محترفين. وتعمل فيه على قصة العرض وفئات المكافآت وتحديثات الداعمين لا على أوراق شروط الاستثمار.

ماذا تعود به من تخطيط حملات التمويل الجماعي وإشراك الداعمين؟

تعود بخطة إطلاق الحملة التي تجمع نموذج التمويل وقصة العرض وفئات المكافآت والميزانية والهدف وبيان المخاطر وجدول التسليم.

تخطيط حملات التمويل الجماعي وإشراك الداعمين: الطريق إلى الأمام

توجه خطة إطلاق الحملة أولا قرار المضي أو التوقف بشأن هدف التمويل وموعد الإطلاق. ويستخدمها المؤسسون ومسؤولو المالية ومديرو المجتمع لإطلاع الموردين والمنصات والداعمين الأوائل. وبعد إغلاق الحملة الأولى تستحق الخطة المراجعة من زاوية تسليم المكافآت: أي الوعود كان الوفاء بها صعبا، وكيف ينبغي تعديل المكافآت والإفصاحات في الحملة التالية.