



الشبكة الاقليمية /العربية للعمل على الإيدز (رانا)

استراتيجية التواصل

2017-2013

تقدير

تتوجّه شبكة رانا بالشكر والتقدير الى:
السيدة أمل سليمان، والسيد جيلبير رزق على مساهمتهم في تطوير هذه الإستراتيجية.

و



برنامج الأمم المتحدة المشترك لمكافحة الإيدز



التحالف الدولي لمكافحة فيروس نقص المناعة
البشري/الإيدز

لدعمهم التقني والمالي

"This publication was made possible through the support provided by the office of the US Agency for international development. The opinion expressed herein, are those of the author and do not necessarily reflect the views of the US Agency for international development."

الفهرس

1. ملخص تنفيذي
2. مقّمة
3. تعيين والمنهجية
4. تقييم لواقع التواصل الحالي في شبكة رانا
 - أ. نقاط القوة والضعف على الصعيدين الداخلي والخارجي
 - ب. مواد التواصل والمواد الترويجية
 - ت. الخلاصة
5. الاستراتيجية المقترحة
 - أ. الوصف
 - ب. الأهداف
 - ت. النشاطات والمؤشرات
 - ث. الأولويات والمستلزمات (الموارد البشرية والتمويل)
6. خطة العمل للعام 2013

1. ملخص تنفيذي

تعمل الشبكة العربية/ الإقليمية للعمل على الإيدز (الرانا) في منطقة تواجه تغييرات سياسية واقتصادية وتحديات اجتماعية سريعة.

وقد شهد الوضع السياسي بعض التغييرات في السلطة بعضها غير متسامح، إضافة إلى وجود قوانين تأديبية من شأنها أن تؤدي إلى مزيد من الوصمة والتمييز الذين يعيقان عمل المجتمع المدني في محاربة فيروس نقص المناعة البشري /الإيدز.

وقد شهد العامل الاقتصادي انخفاضاً في الموارد المالية من قبل منظمات التمويل الدولية والتي تهدف إلى مكافحة الإيدز في عدد من بلدان منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

من جهة أخرى، بدأ الشباب بالتحدث عبر وسائل التواصل الاجتماعي، الذي تبين بأنه أداة قوية جداً للتواصل خلال الربيع العربي.

على الصعيد الداخلي، لم يكن للرانا أية استراتيجية تواصل. فقد كانت الشبكة تعمل ضمن موارد بشرية محدودة للغاية وأدوات تواصل أساسية، إضافة إلى نقص في الالتزام والانخراط التامين من قبل أعضاء الرانا ومجلس إدارتها.

استناداً إلى التحليل المذكور أعلاه، وما آل إليه التخطيط الاستراتيجي، استنتج المستشار أنه يتعين على استراتيجية التواصل أن تأخذ بعين الاعتبار مختلف هذه العوامل والتحديات.

أما المنهجية المستخدمة لتطوير هذه الاستراتيجية فعمدت على شمل مختلف المساهمين، وقد ساعدت في تحديد نقاط القوة والضعف على الصعيدين الداخلي والخارجي.

فقد حددت الاستراتيجية المقترحة الأهداف التالية:

- تعزيز صورة الرانا ومدى معرفة الناس بها.

- تحسين نوعية التواصل وكثافته داخل الرانا.
 - خلق قنوات تواصل جديدة وأدوات ملائمة لإشراك المعنيين والمساهمين.
- وتماشياً مع هذه الأهداف، تمّ اختيار النشاطات بحسب أولويتها، الأهداف المتوقّعة منها والميزانية المحصّلة لها.

2. مقدّمة

إن الرانا هي شبكة إقليمية عربية تعمل على مكافحة انتشار فيروس نقص المناعة البشري/الإيدز في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

تأسست الشبكة في تونس في العام 2002، وهي اليوم تضمّ شبكات وطنية لمختلف منظمات المجتمع المدني، والجمعيات والأشخاص المتعايشين مع فيروس نقص المناعة البشري في 24 بلدًا في المنطقة. تقتضي مهمة الرانا الحدّ من انتشار فيروس نقص المناعة وتحسين نوعية حياة الأشخاص المتعايشين مع الفيروس في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، من خلال التشبيك، والمناصرة وبناء القدرات التقنية والتنظيمية للمجتمع المدني على اختلاف مستوياته.

يتألف مجلس إدارة الرانا من أعضاء سبعة يمثلون المنظمات الأعضاء في الرانا من: تونس، المغرب، الجزائر، مصر، السودان، سوريا برئاسة لبنان.

بصفقتها شبكة فريدة من نوعها في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، سلّطت الرانا الضوء في الماضي على التشبيك، المناصرة وبناء قدرات أعضائها. وتزامناً مع عيدها العاشر، تعيد الرانا حالياً النظر في مهمتها، رؤيتها وتوجّهاتها الاستراتيجية. واستناداً إلى توصيات مجلس إدارتها خلال اجتماعه في أيار/مايو 2012، اقترح على الرانا أن تؤدي دوراً جديداً يقتضي التركيز على أن تصبح محوراً/مركزاً إقليمياً، أداة لتمكين الأعضاء إضافة إلى تعزيزها التشبيك وربط أواصل التعاون والتواصل بين الأعضاء.

ينصح أيضاً أن تبادر الرانا إلى القيام بإعادة هيكلة تنظيمية وتطوير استراتيجياتها، خططها وسياساتها: استراتيجية تحريك الموارد، استراتيجية التواصل، خطة المراقبة والتقييم، السياسات والإجراءات التي تتماشى مع خطة الرانا الاستراتيجية الشاملة للسنوات الخمس المقبلة.

3. التعيين والمنهجية

بغية وضع استراتيجية تواصل شاملة، استعانت الرانا بخدمات مستشارة في التواصل (أمال إلياس سليمان) لتعمل كعضو في فريق المستشارين المهنيين الذين يعملون على مختلف الاستراتيجيات والخطط.

تضمن تعيين المستشار في التواصل تقديم ما يلي:

➤ تطوير استراتيجية تواصل لخمس سنوات.

➤ تطوير خطة عمل للعام 2013.

أثناء تنفيذ المهام الموكلة إليها، إعتمدت المستشارة منهجية تضمنت أداء المهام التالية:

➤ مراجعة وضع الرانا الحالي لتحليله استناداً إلى مهمتها وتاريخها في خضمّ صحوّة التغييرات

التي تشهدها المنطقة العربية.

➤ إجراء مسح مع مجلس الإدارة، وعدد من أعضاء الرانا، وصحفيين من أكثر من 10 بلدان

عربية، وممثلين عن منظمات التمويل والشركاء. هدف هذا المسح إلى تحديد قدرات التواصل

الحالية للشبكة، نقاط القوة والضعف استناداً إلى نشاطاتها السابقة والحالية وإنجازاتها. /الملحق

الأول (نموذج المسح)

➤ إجراء مقابلات مع السكرتاريا، الرئيس، المنظمات الأعضاء، أعضاء مجلس الإدارة، الشركاء

والمانحين.

➤ تطوير الأهداف والأولويات/التوجهات الخاصة باستراتيجية التواصل استناداً إلى الخطة الاستراتيجية الشاملة للرابنا.

➤ صياغة خطة العمل لعام 2013.

4. تقييم لواقع التواصل الحالي في الرابنا

استناداً إلى منهجية العمل المعتمدة والمذكورة أعلاه، أجرت المستشارة تقييماً لواقع التواصل الحالي في الرابنا وتبين لها ما يلي:

أ. غياب المحفزات لدى أعضاء مجلس الإدارة والأعضاء للترويج للرابنا، وبالتالي تعزيز التواصل مع السكرتاريا أو مع بعضهم البعض كما هو متوقع.

ب. وجود نقص في رابط التواصل بين الرابنا، أعضاؤها والمنظمات التابعة لها ما يصعب على الشبكة ترويج نشاطاتها والوصول إلى عدد أكبر من منظمات المجتمع المدني.

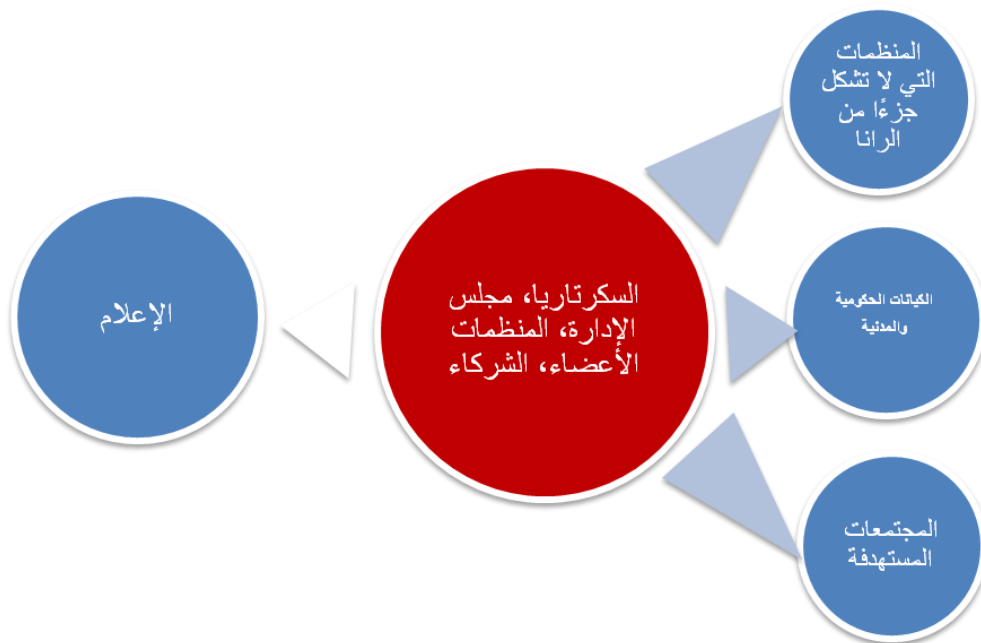
ت. أدى تركيز الرابنا على تنفيذ نشاطاتها عوضاً عن التواصل مع المعنيين الداخليين والخارجيين إلى إضعاف فعالية التواصل. يعود السبب في ذلك، وبالإضافة إلى أسباب أخرى، إلى نقص في عدد الموظفين ولاسيما إلى غياب شخص معين مسؤول عن التواصل.

ث. عدم وجود استراتيجية تواصل.

وبناء عليه، تمّ تحديد نقاط قوة وضعف التواصل في الرابنا على المستويين الداخلي والخارجي (راجع الجدول أدناه).

المساهمون الأساسيون على المستويين الداخلي والخارجي

المستوى الخارجي



المستوى الداخلي



4.1		التواصل على المستوى الداخلي في الرانا		التواصل على المستوى الخارجي في الرانا	
نقاط القوة		نقاط الضعف		نقاط القوة	
نقاط الضعف		نقاط القوة		نقاط الضعف	
1- أعضاء مجلس الإدارة		- حسّ انخراط متدني لدى بعض من أعضاء مجلس الإدارة. - نقص في التواصل الفعال بين أعضاء مجلس الإدارة أنفسهم. - عدم الردّ بشكل منتظم على الرسائل الإلكترونية. - غياب الاجتماعات عبر شبكة skype أو عبر الهاتف.		- حضور الاجتماعات بشكل دوري. - نسبة تواصل معتدلة مع السكرتاريا وبين الأعضاء.	
2- السكرتاريا		- ينحصر التواصل مع السكرتاريا والأعضاء بتنفيذ النشاطات. - غياب استراتيجية تواصل.		- سكرتاريا ناشطة جدًا ويمكن الاتكال عليها. - تواصل دائم ومتابعة مع أعضاء الرانا ومجلس إدارتها. - حسّ قوي من الالتزام والانتماء.	
3- الأعضاء		- عدم تواصل دوري مع السكرتاريا. - عدم الترويج للرانا في		تنظيم نشاطات الرانا الإقليمية والمشاركة فيها.	
- إعادة إحياء الرانا بصفتها شبكة محترمة في المنطقة. - تعزيز التواصل بين أعضاء الرانا من خلال تنفيذ نشاطات معينة (ورش عمل إقليمية، زيارات تبادل، اجتماعات تشاورية...)		العجز عن الحفاظ على قنوات التواصل مع الإعلام.		النقص في المحفّزات للترويج لنشاطات الرانا.	
- النقص في الشعور بالفخر حيال عضويتهم في الرانا. - النقص في الانخراط		لا يعرف بعض أعضاء الشبكات الوطنية بوجود الرانا.		- إعادة إحياء الرانا بصفتها شبكة محترمة في المنطقة. - تعزيز التواصل بين أعضاء الرانا من خلال تنفيذ نشاطات معينة (ورش عمل إقليمية، زيارات تبادل، اجتماعات تشاورية...)	

	والاهتمام الفاعلين.	نشاطاتهم المالية ولأعضائهم. • غياب حسّ الانتماء إلى الرانا.		
•	• الاستعداد لتقديم الدعم المادي لنشاطات الرانا.	• عدم القدرة على فهم تقاليد العالم العربي وثقافته ما يعيق التواصل على مستويات عدة.	• تواصل دائم ومراسلات.	4- الشركاء/الجهات المانحة
• النقص في تغطية نشاطات الرانا في الإعلام من جهة السكرتاريا، الأعضاء وأعضاء مجلس الإدارة. • النقص في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل السكرتاريا، الأعضاء وأعضاء مجلس الإدارة. (تويتر، يوتيوب، سكايب، صفحة الفيسبوك التي لا تضم أكثر من 6000 زائر...). • المعلومات غير المستحدثة والقديمة على الموقع الإلكتروني. • غياب المواد الترويجية	• الترويج لصورة الرانا في المناسبات الإقليمية والدولية من قبل الرئيس والسكرتاريا. • إطلاق موقع إلكتروني أعيد تصميمه.	• النقص في المواد الترويجية والتقارير السنوية. • ما من تواجد للرانا على المواقع الإلكترونية الخاصة بالأعضاء (الشعار، النشاطات...) • ما من تواجد وعرض لنشاطات الأعضاء على الموقع الإلكتروني الخاص بالرانا.		5- الانتشار والتواجد

(استمارات وقائع، ملصقات، بروشور، بطاقات تعريف لأعضاء مجلس الإدارة، أزرار...) • الإصدار غير المنتظم لنشرة إلكترونية. • ينحصر التواجد بنشاطات الرانا فحسب (ما من نشاطات اجتماعية). • الموقع الإلكتروني بلغة واحدة فقط (الإنكليزية).				
• غياب ناطق باسم الشبكة يمكن ربط ظهوره الإعلامي مباشرة بالрана.		• غياب شخص متخصص للتواصل • نقص في الموارد البشرية ؛ هناك حالياً موظف عدد 2 في السكرتاريا		6- الموارد البشرية في الرانا

4.2 - التواصل والمواد الترويجية

أجرت المستشارة تقييمًا حول مواد التواصل المتوفرة والتي استخدمتها الرانا. وقد أوجزت النتائج في الجدول أدناه.

تجدر الإشارة إلى أن شبكة الرانا تعيد النظر حاليًا في رؤيتها ومهمتها وتوجّهاتها الاستراتيجية والتي سترفع

للموافقة عليها خلال الجمعية العمومية المقبلة (كانون الأول/ديسمبر 2012).

الأداة	متوفرة	تحتاج إلى تحديث	تحتاج إلى تطوير
الموقع الإلكتروني	✓	بحاجة إلى تحديث دائم ومعلومات جديدة	
بروشور	✓	تحديث وطباعة مع وضع المهمة الجديدة والرؤية والتوجهات الاستراتيجية عقب اللجنة العمومية	
رأية Roll up	✓		✓
منشورات	✓	✓	X
مطويات	✓	التصميم جاهز، تحتاج إلى طباعة	X
بطاقات تعريف	✓	التصميم جاهز، تحتاج إلى طباعة	يجب إرسالها إلى أعضاء مجلس الإدارة
ترويسة	✓	التصميم جاهز، تحتاج إلى طباعة	X
تقرير سنوي	✓	محفوظ على CD تقرير 1011/2010 يجب طباعته	2012
نشرة إخبارية	X		✓
استمارة معلومات	✓	تحتاج إلى تحديث دائم وطباعة	X
علم	✓	يجب تحضير 6 أعلام إضافية وإرسالها إلى أعضاء مجلس الإدارة	X
أزرار	X		✓
bookmarks	✓	بانتظار الجمعية العمومية	X
ملصقات	X		✓
أفلام ترويجية	X		

4.3 - خلاصة

أبرز تقييم الخطة الاستراتيجية بأن الحسنة التي تتفوق فيها الرانا مقارنة بسواها هي فرادتها في المنطقة وأن نطاق نشاطاتها "ضيق ومحدّد".

فالفة الأساسية التي تستهدفها الرانا هي الشبكات الوطنية لمنظمات المجتمع المدني التي تعمل على مكافحة فيروس نقص المناعة البشري/الإيدز. إلا أنه، وبغية ضمان فعالية خطة التواصل لا بدّ من إشراك عوامل أخرى تضاف إلى الأهداف الرئيسية هي: الإعلام، القادة الروحيين، الأجهزة الحكومية، المؤسسات التربوية ...

وقد أظهر التقييم بأن صورة رانا غير واضحة في المنطقة وبأن التواصل الداخلي والخارجي ليس بالمستوى المطلوب. وبالإضافة إلى ما سبق، فإن أدوات التواصل المتوفرة غير ملائمة وتحتاج إلى تحسين. كما وأنه لم يتم تعيين شخص محدد بصفة الناطق الرسمي باسم الرانا في مجلس الإدارة أو شخص مسؤول عن التواصل تمّ اعتماده كأحد موظفي الشبكة. فقد كانت وظيفة التواصل، وبالرغم من أهميتها الاستراتيجية مسؤولية العديد من الأشخاص من دون أن تحتلّ الأولوية لأي منهم.

وخلاصة، فإن دفع التواصل قد ضعف بسبب موقع الشبكة كشبكة إقليمية فاعلة، ناهيك عن التمييز والوصمة الذين يسودان منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

5- الاستراتيجية المقترحة

5.1- الوصف

بعد أن أخذنا بعين الاعتبار ما توصل إليه التقييم والمسح الذي جرى مع مختلف الجهات المعنية، ممزوجة بالوضع السياسي المستجد، والوضع المالي والاجتماعي في المنطقة، تبين ضرورة أن تكون استراتيجية التواصل شاملة، مرتبطة بالموضوع، متعددة الآفاق وثابتة. وهي تحتاج أيضًا إلى أن تسلط الضوء على الخبرات المكتسبة من النشاطات السابقة وإلى تحديد الأولويات والمسائل التي ستواجهها الشبكة خلال السنوات المقبلة.

5.2- الأهداف

تماشيًا مع مهمة الرانا: "ستعمل الرانا على تقوية دور المجتمع المدني في: الحد من انتشار فيروس نقص المناعة البشري/الإيدز في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، بما في ذلك العمل مع الفئات الأكثر عرضة، والحرص على احترام حقوق الأشخاص المتعاشين مع المرض للعيش بكرامة والحصول على العلاج والرعاية، من خلال تمكين أعضائها ومدّهم بالدعم التقني، والعمل كمحور إقليمي للمجتمع المدني الذي يحمل على مكافحة فيروس نقص المناعة البشري/الإيدز وضمان تمثيله من خلال التشبيك على الصعيدين الإقليمي والدولي".

وتماشيا مع خطتها الاستراتيجية الممتدة على خمس سنوات، تمّ تكييف استراتيجية التواصل المقترحة لتعزيز تواجد الرانا، مصداقيتها، وموثوقيتها كمصدر للمعلومات حول مؤسسات المجتمع المدني وفيروس نقص المناعة البشرية ومتلازمة نقص المناعة البشري/الإيدز .

وفي هذا الإطار، من المهمّ تطوير استراتيجية تواصل محدّدة، قابلة للقياس، قابلة للتنفيذ وواقعية بهدف نشر التوعية بين الفئات المستهدفة وحثها على الاهتمام. سيؤدي ذلك في مرحلة لاحقة إلى خلق شعور بالانتماء لدى الفئات المستهدفة وحثها على الترويج لمهمة الرانا.

وبغية تحسين فعالية التواصل على مختلف المستويات لتصبح الرانا محورا إقليميا (أي تحقيق الهدف الاستراتيجي للخطة الاستراتيجية للрана)، يتعيّن على الرانا تحقيق هذه الأهداف:

-تعزيز صورتها وتواجدها.

-تعزيز وتحسين جودة وكثافة التواصل ضمن الرانا.

-خلق قنوات تواصل جديدة وأدوات ملائمة لإشراك كافة المعنيين.

تمتدّ استراتيجية التواصل المقترحة على خمس سنوات، علماً أن السنة الأولى منها هي الأهم، لكونها ستكون أساس خطة العمل. أما الشعار الأساسي للاستراتيجية المقترحة فسيكون: "من الجوار إلى الأفق".

5.3- النشاطات والمؤشرات

المؤشرات	النشاطات
• إرشادات واضحة للعلامة التجارية الخاصة بالراننا. • موقع إلكتروني مستحدث. • زيادة عدد الأشخاص الذي يزورون الموقع الإلكتروني ووسائل الإعلام الاجتماعي. • نشر عدد من القصص الجديدة. • الحصول على ردّة فعل وتجاوبتفاعل من المشاركين. • مكتبة مصغرة (مكتبة إلكترونية) للمواد المطبوعة وغير المطبوعة لأعضاء الراننا. • عدد المرّات التي تمّ الظهور في الإعلام. • عدد التقارير السنوية التي يستلمها المساهمون والتغذية المرتدة التي يتلقونها منهم. • عدد المناسبات. • أعضاء جدد. • تنظيم مناسبات اجتماعية. • جولة فيلم "أسماء".	• تطوير إرشادات هامة حول العلامة التجارية الخاصة بالراننا (رمز، شعار، ترويسة). • وضع روابط للمواقع الإلكترونية الخاصة بالأعضاء على موقع الراننا الإلكتروني. • مشاركة قصص جديدة وإعلانات، ووضعها على الموقع الإلكتروني. • تحديث دائم للموقع الإلكتروني ولألبوم الصور. • مشاركة القصص والمقالات والخبرات من المؤسسات الأعضاء وأعضاء مجلس الإدارة على الموقع الإلكتروني للراننا. • وضع رمز الراننا على صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالأعضاء مع رابط إلى الموقع الإلكتروني الخاص بالراننا. • متابعة النشاطات التي تجرى على الفيسبوك وسواه من وسائل التواصل الاجتماعي. • وضع روزنامة للمقابلات الإعلامية. • تبادل المواد الترويجية خلال الأحداث التي تنظم (تقارير سنوية، بروشورات، DVD، ...) • إرسال تقارير سنوية إلى مختلف المعنيين (الأجهزة الحكومية، القادة

• عدد الممولين. • مزيد من التفاعل على الموقع الإلكتروني.	الروحيين ...) • انخراط الرانا في الأحداث والنشاطات التي تنظمها الوزارات المعنية من خلال الشبكات الوطنية. • الترويج للрана من خلال ورش عمل بناء القدرات التي تقام لغير الأعضاء. • التواصل بشكل دائم مع الإعلام. • يتعين على السكرتاريا أن تنظم كل عامين لقاء للأشخاص المهمين في الإعلام، والفعاليات الأساسيين والجهات المانحة... • التنسيق لتنظيم نشاطات لتحريك الموارد عند الترويج لفيلم أسماء. • نيل رعاية من الشركات للحملات السنوية – التنسيق لتنظيم نشاطات لتحريك الموارد. ينطبق هذا الأمر أيضًا على الرانا وشبكاتها الوطنية. • تخصيص مساحة للتحاور عبر إضافة "منتدى" على الموقع الإلكتروني الخاص بالрана. • استخدام اليوم العالمي للأيدز لتنظيم مناسبات إقليمية بالتعاون مع الأعضاء والترويج لصورة الرانا ونشاطاتها. • تعيين "سفير" ليمثل الرانا في المناسبات (وجه معروف من العالم العربي).
الهدف الثاني: تعزيز جودة التواصل وعدده ضمن الرانا وتحسينه.	
المؤشرات	النشاطات

• تعيين شخص مسؤول عن التواصل. • بناء قدرات مهنية لدى موظفي السكرتاريا. • خلق عادة التواصل الدائم مع أعضاء مجلس الإدارة (الرسائل الإلكترونية، الاتصالات الهاتفية، whatsapp...) • تزويد أعضاء مجلس الإدارة بالمواد الترويجية الخاصة بالرانا وبالمستندات اللازمة (اللائحة، البروشورات، الراية، التقارير...). • التأسيس لنمط تواصل دائم مع الأعضاء من خلال نشرة إخبارية إلكترونية دورية. • إبقاء أعضاء مجلس الإدارة على اطلاع على نشاطات الرانا بشكل شهري. • تطوير قاعدة بيانات شاملة (مدارس وجامعات، قادة روحيين، أجهزة حكومية معنية وإعلاميون أساسيون...). • تطوير لائحة شاملة بأعضاء الشبكات الوطنية.	• توظيف شخص مسؤول عن التواصل واستلامه مهامه. • زياد عدد الردود. • مزيد من الانخراط لأعضاء مجلس الإدارة. • حس من الالتزام والانتماء. • تحسين التواصل بين الأعضاء. • قاعدة بيانات متطورة للمعنيين والأعضاء. • اختيار من ينال جائزة "العضو المثالي للعام". • العضو المثالي للعام. • لائحة ممثلي التواصل من أعضاء الرانا. • مستوى جيد من التواصل بين السكرتاريا والشركاء. • ملف خاص بالتواصل.
---	---

	• خلق جائزة "العضو المثالي هذا العام". • يتعين على الأعضاء تسمية ممثل عنهم ليتواصل مع المسؤول عن التواصل في الرانا. • تطوير قدرات الأعضاء فيما يختص بالتواصل والتقنيات الجديدة (مؤتمرات، ورش عمل ...). • الحفاظ على تواصل دائم مع الشركاء. • تحضير ملفّ للتواصل توزعها سكرتاريا الرانا وأعضائها خلال المناسبات وتتضمن (تقريراً سنوياً، بروشور، استمارة معلومات، DVD، علامة مرجعية...).
الهدف الثالث: خلق قنوات تواصل جديدة وأدوات ملائمة لإشراك كافة المعنيين.	
المؤشرات	النشاطات
• حسّ بالالتزام والانتماء. • تحضير الاجتماعات الإقليمية قبل إطلاق الجهات المانحة لعامها	• عرض سيرة حياة كلّ من أعضاء مجلس الإدارة على الموقع

المالي. • زيادة عدد الجهات المهتمة بنشاطات الرانا.	الإلكتروني الخاص بالрана. • تصميم بطاقات تعريف لأعضاء مجلس إدارة الرانا وطباعتها. • مواكبة أحدث تقنيات التواصل المتطورة. • الحرص على إدراج الرانا على لائحة مراسلات الجامعات الإقليمية بغية إشراك الرانا في نشاطاتها. • استخدام المزيد من وسائل التواصل العالية التقنية (webinars،...). • تنظيم اجتماعات تشاورية مع شركاء إقليميين محتملين (منظمة العمل الدولية، منظمة الصحة العالمية، برنامج الأمم المتحدة المشترك لمكافحة الأيدز، اليونيسف...). • دعوة الممولين لحضور مؤتمرات إقليمية. • تخصيص صفحة خاصة بالمولين/الراعين/الإعلام (عند الإمكان) في التقرير السنوي.
---	---

5.4 - الأولويات والمستلزمات (الموارد البشرية والتمويل)

بغية ضمان تنفيذ الاستراتيجية بنجاح، لا بدّ من ترتيب بعض المستلزمات. تتركز هذه المستلزمات على محورين أساسيين: (الموارد البشرية والتمويل). إذ يعدّ وجود موارد بشرية مؤهلة ومستلزمة أداة أساسية لتفعيل عملية التحويل في الرانا التي تقترحها هذه الاستراتيجية. ومن هنا، فإنّ توظيف الشخص المسؤول عن التواصل عملية أساسية لإطلاق النشاطات الموصى بها ومن شأن ذلك توجيه رسالة هامة إلى المعنيين.

إضافة إلى ذلك، ومن دون توفر الموارد المالية اللازمة، فلن تتمكّن الرانا من تنفيذ غالبية النشاطات/المبادرات المقترحة. ومن هنا، يتعيّن على الرانا أن تدمج هذه المستلزمات في خطتها الاستراتيجية ويتعيّن عليها مناقشتها مع شركائها الاستراتيجيين.

6. خطة العمل للعام 2013

النشاط	المردود المتوقع	الميزانية	الجدول الزمني
تعيين المسؤول عن التواصل.	تنفيذ استراتيجية التواصل وتنسيق النشاطات	\$30.000	كانون الثاني/يناير
خلق قاعدة بيانات شاملة/ دليل إلكتروني	لائحة الشبكات الوطنية، الشبكات التابعة ومنظمات المجتمع المدني والهيئات الحكومية	صيانة- \$700 في العام	كانون الثاني/يناير - شباط/فبراير
تحديث مواد التواصل والترويج الحالية	تحديث الموقع الإلكتروني وصفحة الفيسبوك، اليوتيوب، وإعادة إطلاق النشرة الإلكترونية، المواد الترويجية (العلم، الأزرار، اللافتات، المنشورات، المطويات...)، التقارير السنوية... لتتبع وسائل التواصل الاجتماعي، توظيف شخص بدوام جزئي* (أمر اختياري، ابتداء من منتصف العام 2013).	صيانة الموقع الإلكتروني \$700 /العام مواد التواصل \$5000 - للطباعة سنوياً التقرير \$4000 \$700 شهرياً	طيلة العام
تطوير إرشادات حول العلامة التجارية الخاصة بالراننا	تنفيذ الأعضاء لتوجيهات السمات التجارية في نشاطاتهم الخاصة. حسّ القيادة.	\$1500	نيسان/أبريل
تأسيس لشراكة مع وسائل الإعلام في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا	مزيد من التواجد للراننا.	\$6000 حفلات غداء وعشاء مع إعلاميين	ابتداء من نيسان/أبريل
الحفاظ على مستوى فعال من التواصل مع أعضاء مجلس	إرساء الأسس وتوطيد العلاقة مع الأعضاء والشركاء.		طيلة العام

			الإدارة، الأعضاء، الشركاء
آذار/مارس		التواصل الفعال بين الأعضاء.	الطلب من الأعضاء ترشيح ممثل تواصل لديهم للتنسيق مع مسؤول التواصل في الرانا.
كانون الأول/ديسمبر لنتزامن مع اليوم العالمي للأيدز	\$50.000 لثلاث جولات في ثلاثة بلدان.	الوعي وتموضع الشبكة.	جولة الفيلم المصري "أسماء" في ثلاث بلدان عربية.

*يجب اتخاذ قرار حيال سفير للрана لها خلال السنة الأولى.

