استراتيجية التواصل
للاتحاد السعودي للإسكواش
لعام ٢٠٢٢م

أولاً : وضع الاتحاد الحالي

- تحليل الإمكانيات والقدرات :

فريق العمل : يوجد مصمم ومحرر محتوى لمنصات الاعلام والتواصل الخاصة بالاتحاد .

- المحتوى :

سيتم تقديم شرائح متنوعة من المحتوى ما بين النصوص والصور والفيديوهات وتصاميم الإنفوجرافيكس والتقارير والحملات الإعلامية با لتركيز على التغطية الإعلامية لأنشطة وبرامج الإتحاد بهدف تعزيز وعي الجماهير بأنشطة الإتحاد .

١- خدمات الاتحاد السعودي للإسكواش :

- التعاون مع أصحاب المصلحة الداخلية والخارجية لتوفير مرافق وأكاديميات لتعليم وممارسة اللعبة مزودة بالأدوات و الإمكانيات اللازمة .

- توفير التعليم الرياضي لممارسي اللعبة من خلال الدورات التدريبية في مجال التدريب و التحكيم.

- إتاحة الفرصة لممارسي اللعبة لممارستها و تطويرها من خلال البطولات المحلية.

- العمل على نشر لعبة الإسكواش وتطويرها وزيادة عدد ممارسيها في المملكة العربية السعودية.

- تشكيل منتخبات الشباب و السيدات من مختلف الفئات السنية و دعمها و تطويرها و إعدادها للمشاركة في البطولات الخارجية.

٢- الجماهير المستهدفة :

- كافة الشرائح المجتمعية من ممارسي الرياضة في المملكة العربية السعودية من الذكور والإناث الذين تتراوح أعمارهم من ٩سنوات إلى ٤٠ سنة.
- شركات ومؤسسات القطاع الخاص المنتجة للخدمات والسلع الاستهلاكية .
- مؤسسات الاتصال والإعلام.
- الجهات الحكومية والقطاع الخاص الرياضية منها وذات الأنشطة الأخرى .

٣- المنصات الإعلامية للاتحاد :

- شبكة تويتر ، الموقع الإلكتروني.
- الظهور عبر القنوات التلفزيزنية و المحطات الإذاعية و النشر عبر الصحف الورقية و الالكترونية و وكالات الأنباء و شبكات التواصل الاجتماعي للجنة الاولمبية و وكالة الانباء السعودية .

ثانياً : الأهداف المراد الوصول اليها

- تنشيط منصات الاتحاد في شبكات التواصل الاجتماعي تويتر (تويتر 5k)
- تعزيز سبل التواصل والتفاعل ميدانيا ورقميا مع الجماهير من ممارسي الرياضة في المجتمع السعودي .
- نشر اللعبة بين ممارسي الرياضة في المجتمع السعودي عبر تكثيف عدد البرامج و المشاركات المجتمعية و التفاعلية و البطولات الداخلية .
- زيادة عدد المرافق والأكاديميات المخصصة لتعليم وممارسة اللعبة في مختلف مناطق المملكة للشباب والسيدات.
- توسيع نطاق النشر الإعلامي لأخبار الاتحاد على مستوى الاذاعات و الصحف و التلفزيون .
- عقد شراكات استراتيجية مع مختلف المؤسسات و الشركات في القطاع الحكومي و الخاص .
- تشكيل صورة ذهنية إيجابية عن الاتحاد لدى جماهيره.
- تطوير التواصل والتفاعل مع الجماهير الرياضية والجهات الحكومية والقطاع الخاص والأندية والصالات الرياضية.
- تحقيق المصلحة المتبادلة بين اللجنة وجماهيرها من أفراد ومنظمات ومؤسسات لتساهم بتحقيق أهدافها وتوسيع علاقاتها في مجال عملها.

ثالثاً : الموارد المتاحة للاتحاد

- موارد مالية .
- موارد بشرية "كوادر بشرية تخصصية ومؤهلة لتحقيق أهداف المنظمة"
- موارد فنية : يمتلك الاتحاد كافة الإمكانيات الفنية والتقنية لتفعيل وتطويرتواصله وعلاقته بجماهيره وأصحاب المصلحة.
- الوقت: يسعى الاتحاد لتحقيق الأهداف السابقة بشكل دوري سنوي .

نقاط القوة :

- إطلاق وزارة الرياضة لمنصة نافس التي تتيح للإتحادات الاستثمار مع منظمات القطاع الخاص في المجال الرياضي.
- قدرة الإتحاد على إطلاق برامج رياضية ذات مستوى عالي تستهدف مختلف الفئات من ممارسي لعبة الإسكواش (الإناث والذكور) ، (من عمر ٩ سنوات إلى ٤٠ سنة)
- يقدم الإتحاد جوائز مالية تحفيزية للمشاركين بالبطولات.
- اتجاه العديد من الأندية لإضافة لعبة الإسكواش
- مشاركة الإتحاد في مختلف المبادرات الرياضية المجتمعية والمناسبات الوطنية والدينية.
- وجود شبكة من الجهات الإعلامية المتعاونة لنشر الأخبار المتعلقة بأنشطة الإتحاد.
- توفر الامكانيات الفنية الإعلامية الأساسية اللازمة للتواصل والتفاعل مع الجماهير

نقاط الضعف :

- محدودية شعبية اللعبة في المملكة.
- محدودية الملاعب المتاحة لممارسي اللعبة وعدم وجود مجمع إسكواش تحت مظلة الإتحاد .
- الحاجة لتوفير شبكة من المصورين لتغطية برامج الاتحاد في مختلف مناطق المملكة
- الحاجة للتعاون مع عدد أكبر من الناشرين الاعلامين لنشر أخبار الاتحاد
- محدودية الميزانية المخصصة للأنشطة الإعلامية من قبل الإتحاد.

التهديدات :

- الإمكانيات التنافسية المتاحة للإتحادات الأخرى .
- ابتعاد الممارسين عن اللعبة بعد وصولهم للمرحلة الجامعية .

الفرص :

- استحداث برامج رياضية متطورة للنهوض بلعبة الإسكواش بالمملكة بالتعاون مع الإتحاد الدولي والاسيوي للإسكواش واتحاد الرياضة للجميع والاتحاد السعودي للرياضة المدرسية .
- التوسع في مجال توفير الصالات والأكاديميات الرياضي للعبة الإسكواش
- إطلاق مبادرات رياضية مجتمعية للترويج للعبة الإسكواش وزيادة عدد ممارسيها .
- الدخول في شراكات استراتيجية مع القطاع الخاص .

رابعاً: استراتيجية اختيار نوعية الاتصال .

في هذه المرحلة سوف يتم الاعتماد على أربع استراتيجيات اتصالية لتحقيق الأهداف السابق ذكرها :

- استراتيجية الإعلام : يتم من خلالها نشر معلومات ذات معنى للإتحاد تسهل عملية تشكيل الرأي واتخاذ القرارات (تستخدم مع الجماهير الفردية والمؤسسية لتوطيد علاقة طيبة معهم , غالبا ما تستخدم مع الجماهير المدركة وتستخدم بعض الأحيان مع الجماهير غير النشطة لتعزيز معرفتهم ووعيهم بأنشطة الإتحاد وتشمل تكتيكات هذه الاستراتيجية نشر الأخبار والمعلومات والبيانات الصحفية والتقارير والتغطيات التلفزيونية واللقاءات الإذاعية.
- استراتيجية الإقناع : تهدف لتكوين اتجاهات إيجابية للجمهور تجاه الإتحاد من خلال تزويد الجماهير بالمعلومات الأساسية حول لعبة الإسكواش وأنشطة الإتحاد بالإضافة لتقديم محفزات لممارسي الرياضة لممارسة لعبة الإسكواش وإبراز صورة لاعبي المنتخب وتسليط الضوء على إنجازاتهم.
- استراتيجية بناء الإجماع : تعمل على توفير أرضية مشتركة وتحقيق مصالح مشتركة للطرفين وتقديم محفزات لمؤسسات القطاع الخاص تحفزهم للتعاون مع الإتحاد (تستخدم مع الجماهير المؤسسية وقد يكون لها فعالية بسيطة مع الجماهير الفردية) مفيدة في أنشطة الرعاية والشراكات واتفاقيات التعاون.
- استراتيجية الحوار : من خلال التفاعل مع الجماهير الانخراط معهم وتلبية احتياجاتهم والتعرف على ارائهم وانطباعتهم.

خامساً : استراتيجية مستوى الاستجابة المطلوبة من الجمهور.

أ- مستويات الاستجابة الذي يرجى الوصول لها من قبل الجماهير ليتمكن الاتحاد من تحقيق أهدافه كالتالي :

- مستوى التعرض للمواد الإعلامية والأخبار والبيانات واالإعلانات والأنشطة .
- مستوى الانتباه والالتفات لهذه المواد
- مستوى الاهتمام ببرامج الاتحاد وأنشطته والبحث عن سبل الاستفادة منها بالتفاعل مع المضامين الاتصالية للاتحاد.
- مستوى الفهم والتعليم ويكون لهذا المستوى أهمية بالغة بالنسبة للجماهير الفردية من حيث فهم ماهية اللعبة وطريقة ممارستها وقوانينها.
- مستوى اكتساب المهارة كذلك هذا المستوى له أهمية كبيرة للجماهير الفردية بحيث انه يصبح لديه القدر الكافي من المعلومات عن اللعبة بحيث يمكنه تبادل الحديث والمعلومات مع أفراد مجتمعه عنها.
- مستوى تغيير الاتجاه مستوى هام جدا بالنسبة للجماهير الفردية والمؤسسية حيث تكون مقبلة على هذا النشاط ولكنها ستنظر للدوافع والفوائد .
- مستوى تغير السلوك للجماهير الفردية والمؤسسية .

٢- الاستراتيجية الدافعية المناسبة:

١. توفير جميع المعلومات الخاصة بأنشطة الاتحاد ومشاركاته ومرافقه الخاصة بممارسة اللعبة للجنسين عبر صفحات التواصل الاجتماعي.
٢. تخصيص ٣ روابط يتم نشر رابطه في صفحات التواصل الاجتماعي لتسهيل عملية معرفة عدد الممارسين والملاعب في المملكة .
٣. نشر الإحصائيات الخاصة بأنشطة الاتحاد وبرامجه عبر صفحات التواصل الاجتماعي.
٤. نشر تقارير شهرية خاصة بأنشطة الاتحاد عبر صفحات التواصل الاجتماعي.
٥. نشر حملات إعلامية خاصة بالمحتوى التعليمي والتثقيفي الخاص برياضة الإسكواش على نحو يشجع الأفراد على ممارسة الرياضة عبر صفحات التواصل الاجتماعي.
٦. تكثيف مستوى المنشورات خلال تغطية برامج الاتحاد الداخلية و مشاركاته الخارجية لتكون تغطية لما قبل و أثناء وبعد، لتشمل بث المباريات النهائيات على صفحات التواصل الاجتماعي والصور و الانفوجرافيك و الفيديوهات و المقابلات و النتائج و جداول البطولات وتقييم مدير البطولة لأداء اللاعبين من خلال مقابلة مصورة.

٧. التنسيق مع أحد المشرفين في البطولات و الدورات لعمل تغطية مباشرة للبرامج في حساب الاتحاد بتطبيق سناب تشات

٨. تغريدات ودية مثل (يتمنى الاتحاد لكم بداية أسبوع مليئة بالنشاط ، عطلة نهاية أسبوع ممتعة ، جمعة مباركة ، عمل ايقونة جرافيك كشخصية متحدثة باسم الاتحاد ضمن البرنامج التعليمي للعبة كأسلوب تشويقي

٩. التغطية الإعلامية ستشمل النشر في الصحف الورقية و الإلكترونية و التغطية التلفزيونية و الإذاعية.

١٠. إطلاق حملات إعلامية تسويقية رقمية وميدانية تهدف لتشجع الأفراد على ممارسة رياضة الإسكواش عبر الانضمام للأندية التي تتيح ممارسة اللعبة والمرافق التي تتيح ممارسة اللعبة في الهواء الطلق بالإضافة لتشجيعهم على الاستفادة من الدورات التي يقدمها الاتحاد حيث تتضمن الحملات المعلومات الخاصة بمحتوى الحملة والصور والفيديوهات والروابط المختصرة ومنافذ التفاعل مع الجمهور والإجابة على استفساراتهم مع ضرورة دراسة خصائص واحتياجات الجمهور بهذا الخصوص .

١١. إضافة باركود حسابات الاتحاد في صفحات التواصل الاجتماعي ضمن بنرات فعاليات و برامج الاتحاد .

روابط حسابات التواصل الاجتماعي:

تويتر	SAUDISQ1992
الموقع الإلكتروني	SQUASH.SA

الجهات المستهدفة

وزارة الرياضية " الأندية الرياضية "

اتحاد الجامعات الرياضي

قنوات الإتصال :.

تويتر

فيس بوك

انستغرام

SAUDISQ1992

خطة تنفيذ إستراتيجية الإعلام في الإتحاد السعودي للإسكواش

الشهر	الهدف
ابريل	نشر ٤ تغريدات أسبوعياً عن اللعبة
مايو	التوقيع مع شركة لإدارة حسابات الإتحاد
يونيو	عمل فيديوهات عن اللاعبين
يوليو	دعوة عدد من المشاهير للبطولات لنشر اللعبة
أغسطس	فتح حساب على منصة سناب شات
سبتمبر	عمل تصاميم توعوية عن اللعبة
أكتوبر	إقامة أنشطة داخل المدارس لنشر اللعبة
نوفمبر	عمل لقاءات تلفزيونية مع منسوبي اللعبة

التوعية بلعبة الإسكواش	
مسؤول المبادرة	أخصائي الإعلام / مسؤول التواصل الاجتماعي
وصف المبادرة	
خطة تختص بالتوعية بلعبة الإسكواش لجذب المشاركين وذوي التأثير والتفاعل معهم	

الهدف الاستراتيجي	المتطلبات	الجهات ذات العلاقة	الميزانية المتوقعة
التواجد على جميع مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة عدد المتابعين ونشر منشورات ومقاطع للعبة لجذب المشاركين وزيادة تفاعلهم	١- الإعلان عن الدورات التعريفية للعبة الإسكواش في مواقع التواصل . ٢- انشاء حسابات في مواقع التواصل . ٣- نشر معلومات وبطولات الاتحاد .		
خطوات تنفيذ المبادرة	**المخرجات**	**المخاطر**	**تنفيذ المبادرة**
١- انشاء حسابات في مواقع التواصل ٢- نشر برنامج تعريفي في مواقع التواصل الاجتماعي ٣- نشر مقاطع توعوية عن لعبة الإسكواش ٤- الرد على الأسئلة المطروحة في وسائل التواصل الاجتماعي	١- زيادة عدد المشاركين واللاعبين ٢- الالمام بلعبة الإسكواش والتفاعل ٣- زيادة عدد المتابعين في مواقع التواصل ٤- سهولة التواصل مع الجمهور	١- عدم تفاعل الجمهور مع المنشورات ٢- قلة المشاركين في لعبة الإسكواش ٣- عدم وجود ميزانية كافية لعمل الدورات التعريفية في مناطق المملكة	2022 - 2025