

تقييم الحملة حملة توعية لقضية "التبرع بالدم"

□ تصميم الحملة:

- اسم الحملة: "قطرة حياة"
- الهدف: زيادة الوعي بأهمية التبرع بالدم وتشجيع الناس على التبرع المنتظم.
- الفئة المستهدفة: الشباب من عمر 18 إلى 35 عامًا.
- الرسالة الرئيسية: "بتبرعك بالدم، تنقذ حياة إنسان!"
- القنوات المستخدمة: وسائل التواصل الاجتماعي، الجامعات، المستشفيات، الإذاعة المحلية.

• جدول تقييم الحملة (بيانات تقديرية):

الرقم	المؤشر (KPI)	أداة التقييم	الهدف المتوقع	النتيجة الفعلية	فجوة الأداء	الملاحظات
1	عدد المستفيدين من الحملة	إحصائيات الوصول الرقمي	50,000	45,000	-5,000	الحملة لم تصل إلى بعض المناطق الريفية
2	نسبة الوعي بالقضية	استبيانات قبل/بعد	80%	70%	-10%	ضعف الوعي لدى الفئات الأكبر سنًا
3	عدد المشاهدات على وسائل التواصل	تحليلات وسائل التواصل	100,000	120,000	+20,000	تم دعم الحملة بمؤثرين
4	نسبة التفاعل (تعليقات/مشاركات)	تقارير التفاعل	15%	20%	+5%	فيديو قصير لاقى انتشارًا واسعًا
5	عدد المشاركين في الفعاليات	سجلات الفعاليات	5,000	4,500	-500	الأمطار أثرت على بعض الفعاليات الميدانية
6	نسبة التغيير في السلوك (بدؤوا التبرع فعليًا)	مقابلات وتحليلات استمرارية	25%	23%	-2%	بعض المشاركين أبدوا نية التبرع لاحقًا