



منظمة "موبايل أكتيف"

استخدام الهاتف الخليوي لإشراك المجتمع المدني.

MobileActive.org
Cell phones for civic engagement.

STRATEGY GUIDE #3
USING MOBILE PHONES IN
FUNDRAISING CAMPAIGNS

by Michael Stein
Edited by Katrin Verclas

دليل الاستراتيجيات الثالث
اعتماد الأجهزة الخليويّة في
حملات جمع الأموال

إعداد: مايكل ستاين
تدقيق: كاترين فركلاس



MobileActive

منظمة "موبايل أكتيف"

كناية عن مشروع أطلقته كل من منظمة "جرين ميديا تولشيد" Green Media Toolshed و"الشبكة غير الربحية لتيسير استخدام التكنولوجيا". NTEN: Nonprofit Technology Network.

لمحة عن سلسلة أدلة الاستراتيجيات الصادرة عن منظمة "موبايل أكتيف"

تشكّل منظمة "موبايل أكتيف" من مجموعة عالمية من الخبراء الاستراتيجيين، والناشطين، والتقنيين الذين يستخدمون الهاتف الخليوي في مضمار عملهم لإحداث تغيير اجتماعي. فتدرس هذه السلسلة من أدلة الاستراتيجيات قدرة المنظمات غير الربحية على استخدام الهاتف الخليوي بشكل فعّال لإعداد لوائح الناخبين، والتأثير على القضايا السياسية، وجمع الأموال. وبالتالي، نبتغي أن نجتمع في هذه الأدلة بين الاستراتيجيات، والحالات المدروسة، والعبر المستخلصة، من باب تشجيع المنظمات غير الربحية على القبول باستخدام الهاتف الخليوي.

نبذة عن المؤلف

مايكل ستاين هو مؤلف وخبير استراتيجي في شؤون الإنترنت، يقيم في "بركلي"، كاليفورنيا، ويعمل على تمكين المنظمات غير الربحية من استخدام الإنترنت وسيلة للاتصال، وجمع الأموال، والمدافعة. وقد ألف ثلاثة كتب وعدداً من المقالات المتعلقة بالإنترنت. زره على الموقع الإلكتروني: <http://www.michaelstein.net>

نبذة عن المدققة

تشغل كاترين فيركلاس، وهي من مؤسسي "موبايل أكتيف"، منصب المدير التنفيذي في الشبكة غير الربحية للتكنولوجيا؛ وتضم هذه الشبكة مجموعة خبيرة من العاملين ومقدمي الخدمات الذين يساعدون المنظمات غير الربحية في مجال التكنولوجيا.

ويتولّى إدارة "موبايل أكتيف" إلى جانب كاترين فيركلاس، مارتين كيرنز الذي يعمل لدى منظمة "جرين ميديا تولشيد"، وهو الذي حرّك فكرة إنشاء "موبايل أكتيف"، وأوحى بها.

تحتوي سلسلة أدلة الاستراتيجيات، الصادرة عن "موبايل أكتيف"، بدعم من مؤسسة "سوردنا" Surdna Foundation، مقدّم على شكل منحة.



Mobile Active

Post Office Box 3195
Amherst Massachusetts
01003-3195
United States
www.mobileactive.org

ترجم هذا الدليل ونشر بإذن من المؤلف والناشر.

© جميع حقوق النسخة الإنكليزية محفوظة لمنظمة MobileActive.org.

ترجمة نور الأسعد.

© جميع حقوق النسخة العربية محفوظة للمعهد الديمقراطي الوطني (NDI)، بيروت –

لبنان، تشرين الثاني/نوفمبر ٢٠٠٧. طبع في لبنان.

الرجاء الإمتناع عن ترجمة النص العربي إلى لغات أخرى، أما نسخ مقتطفات منه لأهداف غير تجارية فجائز، شرط ذكر المعهد مصدراً للمادة المنشورة.



Attribution-NonCommercial-NoDerivs 2.5
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/>

الرجاء إرسال أي تعليق أو سؤال حول ترجمة هذا الكتاب إلى الموقع الإلكتروني: arabictranslation@ndi.org



Contents

المحتويات:

٣	اعتماد الأجهزة الخليويّة في حملات جمع الأموال	■
٥	جمع الأموال عبر الخليويّ لأعمال الإغاثة	■
٦	الشراكات بين الجمعيات الخيرية والكيانات التجارية	■
٧	استغلال المحتويات الخاصّة بالإعلام والترفيه	■
١٠	التفاعل بين المانحين والناشطين	■
١٤	البحث عن مردود الاستثمارات عند جمع الأموال عبر الخليويّ	■
١٦	العبر المستخلصة	■



اعتماد الأجهزة الخليوية في حملات جمع الأموال

MOBILE PHONES IN FUNDRAISING CAMPAIGNS

"ألم تتمنّ يوماً أن تكون مدينتك أكثر نظافة واخضراراً؟ ابدأ بزرع شجيرات مجّانية من تقديم غرينبيس. أرسل كلمة أخضر إلى الرقم ٦٣٦٣ للحصول على شجيرتك."

يعتبر جمع الأموال نشاطاً جوهرياً في معظم المنظّمات غير الحكوميّة التي تجاهد، بوتيرة يومية، في سبيل خدمة أنصارها، ونشر البرامج الجديدة، والتأثير على السياسة العامة، واستدراك المدخول اللازم لتحملّ كلفة هذه النّشاطات جميعها. ومن شأن احتمال استخدام الهواتف الخليوية كأداة لجمع الأموال أن يفتح باب الفرص أمام المنظّمات التي كانت تتكل على بعض التقنيّات، كالبريد المباشر، والتّسويق عبر الهاتف، والمناسبات، والإنترنت.

رغم ذلك، صحيحٌ أنّ عمليّة جمع الأموال عبر الخليويّ قد غزت أماكن عدّة في العالم، إلا أنّ احتمال اعتماد الهواتف الخليوية كأداة لجمع الأموال، خدمةً للقضايا الاجتماعيّة، ما زال في المهد، لا سيّما في أميركا الشماليّة.

أرسلت هذه الرسالة الهاتفيّة القصيرة إلى أربعين ألف مشترك في خدمة الهاتف الخليويّ، في مدينتي بنغالور وبيون الهنديّتين، في تمّوز/يوليو ٢٠٠٥. وكانت جزءاً من مشروع نموذجيّ تولّته منظّمة غرينبيس في الهند، لاختبار مدى نجاحها في استقطاب أعضاء جدد، عبر الهاتف الخليويّ. وقد رمت هذه الحملة التي استمرّت على مدى خمسة أسابيع إلى استقطاب مائتي مؤيد جديد، أخذة بعين الاعتبار المباشرة ببيع الخطوط الخليوية في الهند. جدير بالذكر أنّ ٩٣٧ شخصاً (٢.٣٪) أرسلوا للإعراب عن اهتمامهم بالموضوع؛ فما كان من غرينبيس إلا أن أوفدت إلى منازلهم أعضاء موكليّن "بالحوار المباشر"، لتسليم الشجيرات، ودعوتهم إلى الانتساب للمنظّمة. والنتيجة؟ ١٤٩ مؤيداً جديداً (أي ١٦٪ من المجموع).^١

في واجهة الدّول التي تتّبع ثقافة الخليويّ وشركات الأعمال الخليوية، ومع احتساب مليون مشترك منضوين في خدمة الخليويّ أسبوعياً، اعتبرت الهند حقلاً خصباً لهذا النّوع من التّجارب، بنظر إحدى أشهر المنظّمات غير الحكوميّة في العالم. ولعلّ أحد الأمثلة عن الحنكة الخلاقة التي تتمتّع بها المنظّمات غير الحكوميّة في هذا الإطار، هي محاولة غرينبيس في الهند استشفاف قدرة الهواتف الخليوية على استقطاب الأعضاء، من خلال الاستفادة من ممارسات شركات الأعمال المحليّة (شراء لوائح من الأرقام الخليوية)، وعاداتها (إرسال رسائل هاتفيّة عشوائية).

هل الهواتف الخليوية مناسبة لك؟



← إقرأ دراسات الحالات التي قامت بها منظّمات أخرى؛ شارك في حملات مباشرة عبر الخليويّ لتشهد كيف تجري الأمور؛ اتّصل بباقة الأجهزة الخليوية لتستعلم عن الأدوات والتّكاليف؛ وناقش الاستراتيجيّة مع منظمين آخرين للحملات عبر الخليويّ على الموقع التالي: MobileActive.org

١ مقابلة أجريت مع نيك آلن، رئيس شركة "دونور ديجيتال"، كانون الأوّل/ديسمبر ٢٠٠٦، www.donordigital.com

٢ "India's mobile phone users increasing by 1m a week," by Tony Glover, The Business, March 9, 2006, www.thebusinessonline.com/Document.aspx?id=A32F3CE1-09C5-4A43-8722-A78ACDA6B817

* الصّورة تقدمة kiwanja.net

مواقف السيارات^٦، من خلال إقامة الشراكات بين شركات الخليوي الوطنية ومختلف المؤسسات المصرفية^٧.

كلفة حملات جمع الأموال عبر الهاتف الخليوي

← عند التخطيط لأي حملة من أجل جمع الأموال عبر الهاتف الخليوي، يجب أن تأخذ التكاليف التالية بعين الاعتبار:

- الوقت الذي يخصصه الموظفون للتخطيط لحملتك، وإدارتها، وتسويقها.
- رسوم إنشاء الحملة وإدارتها مع أحد باعة أجهزة الخليوي، أو مجمع وسيط لشبكات الخليوي.
- رسوم إنشاء المشروع عن طريق إحدى شركات الخليوي.
- كلفة شركة الخليوي في ما يتعلق بإرسال الرسائل الهاتفية القصيرة واستقبالها.
- رسوم العمليات المالية لنقل الهبات عبر الهاتف الخليوي إلى صاحب الحملة (من خلال فواتير الهاتف، أو فواتير الوسيط، أو مراكز الاتصال).
- كلفة التسويق للترويج لحملتك عبر الهاتف الخليوي.

^٣ "A Decade of Online Fundraising," by Michael Stein and John Kenyon, The Nonprofit Quarterly, Winter 2004. Article PDF available at http://michaelstein.typepad.com/michael_stein/files/05feb_decade_online_fundraising_NPQ_stein.pdf

^٤ تتبّع اليابان أكثر الأنظمة تطوّراً في ما يتعلق بتسديد المدفوعات عبر الهاتف الخليوي، في مجالي تذاكر السكّة الحديد ومشتريات المتاجر بالتّحديد. وقد تولّى مقدّمو هذه الخدمات الترويج لها باندفاع في أوساط الباعة والمستهلكين.

"Japan e-money providers agree on common terminal," Infoworld Nederland, Sept 27, 2006, <http://www.infoworld.nl/idgns/bericht.phtml?id=002570DE0074E18002571F60021B498>

^٥ كانت شركات الأعمال عبر العالم قد بدأت بتقديم آلات بيع، تقبل تسديد ثمن بعض المنتجات بواسطة الهواتف الخليوية، كالمشروبات والمأكولات الخفيفة في إسبانيا (<http://www.textually.org/textually/archives/2005/01/006763.htm>)، والمثلجات في فرنسا (<http://www.textually.org/textually/archives/2003/12/002629.htm>) وكوكاكولا في سويسرا واليابان (<http://www.textually.org/textually/archives/2003/09/001579.htm>)

^٦ من البلديات التي تجمع بين الأجهزة الخليوية وعدادات مواقف السيارات، أو تجري التجارب بهذا الخصوص، سيدني (أستراليا)، جامعة سانتا باربرا في كاليفورنيا (الولايات المتحدة)، كورال غابيلز، فلوريدا (الولايات المتحدة)، ولونغتون (نيوزيلندا)، وفيينا (النمسا).

<http://www.textually.org/textually/archives/2005/06/008729.htm>

^٧ "Visa, Nokia turn cell phones into credit cards," Reuters, January 10, 2007.

يزداد استخدام الأشخاص والمنظمات للرسائل الهاتفية القصيرة، والرنات، وتصفح الإنترنت، لا بل الشرائط المصوّرة عبر الهاتف، في سبيل المدافعة عن القضايا والمنظمات. غير أنّ جمع الأموال عبر الخليوي ما زال خطوة حديثة وغير رائجة. لكن كما سبق وحدث خلال السنوات الأولى من حركة جمع الأموال عبر الإنترنت، من المفترض أن يتألف الناس مع استخدام الخليوي في حصد المال، ويولونه ثقته، قبل أن يعتمدوه على نطاق واسع. ففي مطلق الأحوال، لا ننسى أنّ جمع الأموال عن طريق الإنترنت استغرق عقداً بحاله قبل أن يصبح قاعدة راسخة، حتّى ضمن المنظمات غير الحكومية الأصغر حجماً التي تعتمد وسائل متنوعة لجمع الأموال^٣.

جمع الأموال عن طريق الهاتف الخليوي

← تستخدم الهواتف الخليوية في شتى أنحاء العالم لجمع المال في سبيل القضايا الاجتماعية، كتقديم الإغاثة في حالات الكوارث، والتخفيف من الفقر، ودعم الأبحاث السرطانية، وإنقاذ الحيوانات المتروكة، ودعم بقبّة الحاجات البشرية. من هنا، يبرز جمع الأموال عن طريق الخليوي، إلى جانب غيره من تقنيات جمع الأموال، كأداة جديدة تحدّد عبرها المنظمات المانحين المحتملين، وتجمع الهبات.

غير أنّ تكاليف تنظيم حملة لجمع الأموال، وفقاً لهذه الطريقة، مرتفعة، لا سيّما بسبب ارتفاع أسعار شركات الخليوي. فكان أن منع هذا عدّة منظمات غير حكومية من المشاركة، حيث فضل العديد منها الاستمرار بتقنيات جمع الأموال التي أثبتت فعاليتها في استدرار عائدات الاستثمار، كالبريد المباشر، والتسويق عبر الهاتف، والمناسبات، وإرسال الطلبات عبر الإنترنت والبريد الإلكتروني.

رغم ذلك، يتطوّر الهاتف الخليوي، في مجتمعنا المعاصر اليوم، بطريقة تسهّل على المرء استخدامه في حياته اليومية. فلمّا كانت الهواتف الخليوية أجهزةً محمولة ومتوافرة في كلّ مكان، لم يُحتفَ بها كأداة للاتصال وحسب، بل للتجارة أيضاً. فتجدد الإشارة إلى أنّ هذه الهواتف بدأت تُستعمل، في عدّة أماكن من العالم، كأداة لتسديد المدفوعات، سواء في المتاجر^٤، أو عند آلات البيع^٥، أو عدادات



التفاصيل عن هذه المبالغ متوافرة على روابط في موقع: [Textually.org](http://www.textually.org)^٨، لكن لا يخفى على أحد أن الكثير من هذه الحملات قد نُظِم بإشراف شركات الهواتف الخليوية نفسها، أو بالتنسيق مع المنظمات غير الحكومية.

ففي المملكة المتحدة على سبيل المثال، اجتمعت شركات الخليوي، على غرار "فريش"، و"أو تو"، و"أورانج"، و"تي موبايل"، و"تيسكو موبايل"، و"فيرجين موبايل"، و"فودافون"، لتخصيص رمز قصير موحد لكل الزبائن الراغبين في تقديم الهبات لإغاثة لضحايا التسونامي، على أن تُدرج الهبة تلقائياً ضمن فاتورة هاتفهم. في هذه الحالة، فضلت الشركات التخلي عن رسوم الخدمات التي تتقاضاها مقابل معالجة الهبات^٩، فجمعت حوالي مليون جنيه استرليني^{١٠}. ومن الجهود الموثقة الأخرى ما يثبت أن بعض الحملات في هذا الإطار قد جمعت مليوني يورو في اليونان^{١١}، و٥,٩ مليون دولار في إسبانيا^{١٢}، و٢.٢ مليون دولار في هولندا^{١٣}، و١٤ مليون يورو في إيطاليا^{١٤}.

من جهة أخرى، تعاونت منظمة "أطباء بلا حدود" في النمسا مع شركة "موبيلكوم" للاتصالات اللاسلكية، لترسل ٥٠٠ ألف رسالة هاتفية قصيرة إلى الزبائن المشتركين في هذه الخدمة، وتساءلهم إن كانوا يوافقون على تلقي اتصال من أحد مسؤولي الحملة، بهدف

جمع الأموال عبر الخليوي لأعمال الإغاثة

MOBILE FUNDRAISING FOR HUMANITARIAN RELIEF

لاقى جمع الأموال عن طريق الهاتف الخليوي رواجاً كبيراً في عمليات المناشدة السريعة والواسعة للأموال، بهدف إغاثة الشعوب في الحالات الطارئة. فمن شأن جمع الأموال وفقاً لهذه الطريقة أن يوفر عملية جمع أموال شبه فورية، لا سيّما وأن الأفراد الذين يتلقون طلباً، عبر رسالة هاتفية قصيرة، يتمكنون من تقديم هبة فورية. وقد أثبتت عدّة جهود بُذلت في هذا الإطار، عقب كارثة التسونامي الآسيوية في كانون الأول/ديسمبر ٢٠٠٤، وإعصار كاترينا في تشرين الأول/أكتوبر ٢٠٠٥، والحملة العسكرية الإسرائيلية على لبنان في آب/أغسطس ٢٠٠٦، أن المانحين مستعدون لتقديم الهبات عبر الخليوي من أجل نصرته قضية معينة. ولعل العامل الأساسي في هذه القضايا كان الحاجة الماسة إلى المساعدة الإنسانية، مما يعكس الدور المحدد الذي تؤديه الهواتف الخليوية في الوصول إلى المانحين بسرعة، من أجل طلب دعمهم المادي بشكل فوري.



ومع أنه يصعب تحديد مقدار المبلغ الإجمالي الذي تمّ جمعه بواسطة الخليوي، للمساعدة في أعمال الإغاثة في كانون الأول/ديسمبر ٢٠٠٤، إثر كارثة تسونامي الآسيوية (مع الإشارة إلى أن بعض

- ٨ <http://www.textually.org/textually/archives/2005/01/006593.htm>
- ٩ "SMS tsunami donations reach £1m," Textuallyorg, Jan 25, 2005 <http://www.textually.org/textually/archives/2005/01/006857.htm>
- ١٠ "SMS tsunami donations reach £1m," by Iain Thomson, ComputerActive UK, January 5, 2005 <http://www.computeractive.co.uk/vnnet/news/2126581/sms-tsunami-donations-reach>
- ١١ "Tsunami 2005: Greece - SMS donations," Textually.org, Jan 19, 2005 <http://www.textually.org/textually/archives/2005/01/006780/htm>
- ١٢ "Spanish Tsunami SMS Campaign raises \$ 5.9 million in 2 days," Textually.org, Jan 8, 2005 <http://www.textually.org/textually/archives/2005/01/006675/htm>
- ١٣ "Netherlands raises 2.2 million in Tsunami SMS Campaign" Textually.org, Jan 7, 2005 <http://www.textually.org/textually/archives/2005/01/006671/htm>
- ١٤ "Tsunami Relief SMS Donations" Textually.org, Jan 1, 2005 <http://www.textually.org/textually/archives/2005/01/006584/htm>

الخليوي في الكويت والبحرين، من أجل إغاثة المجتمع اللبناني، بواسطة الهلال الأحمر، في أعقاب الحرب بين لبنان وإسرائيل.^{١٩}



الشراكات بين الجمعيات الخيرية والكيانات التجارية

PARTNERSHIPS BETWEEN CHARITIES AND COMMERCIAL ENTITIES

إلى جانب الجهود الإنسانية المبذولة في مجال الإغاثة، أي تلك التي تطرق باب العاطفة للاستنجاد في حالات الكوارث، كانت الحفلات الموسيقية "لايف ٨" العالمية، في تموز/يوليو ٢٠٠٥، أضخم مناسبة

١٥ Email interviews with Mike Johnston, President, Hewitt and Johnston Consultants, (<http://www.hjc.ca>), Toronto, Canada, and George Irish (online Campaign, fundraising and marketing consultant), January 12, 2007.

١٦ "Alltel Customers Can Text Donations to Hurricane Katrina Relief," Textually.org, Sept 4, 2005, textually.org/textually/archives/2005/09/009793.htm

١٧ "Web companies and Verizon Wireless channel aid to Louisiana and Mississippi," Textually.org, Sept 4, 2005, textually.org/textually/archives/2005/09/009788.htm

١٨ "CTIA Wireless Foundation Launches Text2Help For The American Red Cross," by Justin Oberman, Personal Democracy Forum, Sept 19, 2006, www.personaldemocracy.com/node/1014

١٩ "MTC Group of Companies launches donation campaigns for Lebanon," by Janeta Novakovic, AME Info, July 26, 2006, www.ameinfo.com/92460.html

تقديم الهبات لإغاثة ضحايا التسونامي في آسيا. وقد اختار ٦٠٪ من هؤلاء المشاركة في الاتصالات الهاتفية، مع موافقة ٥٠٪ منهم على خطة منح شهرية، رفعت حجم الهبات، المدرجة مباشرة ضمن فواتير الزبائن، إلى ٢٨٢ ألف يورو.^{١٥}

في معظم هذه الحالات، اتخذت شركات الخليوي خطوات غير مألوفة لتقدّم التماسات ناشطة إلى زبائنها، أملاً في الحصول على هبات. ومع أنّ شركات الخليوي تبدي عادةً انزعاجها من هذا النوع من جمع الأموال غير الصادر عن إمرتها، بل بإدارة المنظّمات غير الحكومية أو شركات الأموال، إلا أنّ الطبيعة الملحة لهذا الطلب تسمح بإجراء هذه الممارسة.

ومن الجهود الأخرى المبذولة عن طريق الخليوي، لجمع أموال الإغاثة في الكوارث، إقدام شركات الخليوي على الاتصال الناشط بزبائنها، مع التخلي عن رسوم معالجة الاتصالات. ففي تشرين الأول/أكتوبر ٢٠٠٥، جمع الصليب الأحمر الأميركي أموالاً، عن طريق إرسال المناشدات عبر الخليوي، في أعقاب إعصار كاترينا الذي أغار على جنوب الولايات المتحدة. وقد عمد الصليب الأحمر الأميركي إلى اعتماد رمز قصير خاص به على الخليوي، هو "٢٤٣٥٧"، أو "2HELP"، بضيف خمس دولارات تلقائياً إلى فاتورة الزبون الشهرية، ما إن يرسل رسالة مضمونها "أمنح". وما كان من الكثير من شركات الخليوي القائمة في الولايات المتحدة، على غرار "التيل" و"فيريزون وايرليس"، إلا أنّ روجت لهذه الخدمة أمام زبائنها، عبر الرسائل القصيرة المباشرة التي بعثت بها من تلقاء نفسها. وما لبثت خدمة الصليب الأحمر هذه أن دخلت في إطار مؤسساتي في الولايات المتحدة. وهكذا، ما إن تلم كارثة كبرى بالبلاد، حتّى يتعاون الصليب الأحمر مع الجمعية العالمية للصناعة اللاسلكية (CTIA)، لتفعيل حملات جمع الأموال في أوساط شركات الخليوي، وترويجها بشكل رسمي.^{١٨}

وكانت حملات لجمع الأموال عبر الخليوي قد نُظمت مؤخراً، في آب/أغسطس ٢٠٠٦، في منطقة الشرق الأوسط، بإدارة شركات

الشركة المصنعة لسيارات "نيسان" قافلة من سيارات "ميكرا" نيسان الزهرية اللون، جابت ثلاث عشرة مدينة في البلاد، لجمع المال ونشر التوعية حول سرطان الثدي^{٢١}. وقد دُعي المارة إلى الاشتراك في مسابقة "رسالة قصيرة مقابل الفوز"، حيث تساهم كل رسالة هاتفية قصيرة في جمع المال لأسباب خيرية. وأدخلت أسماء هؤلاء الأشخاص في قرعة للفوز بإحدى سيارات التي أنتجتها الشركة.

بالإضافة إلى ذلك، عقدت المنظمات غير الحكومية شراكات مع شركات الخليوي، كوسيلة لتأمين الدعم المالي. ففي الولايات المتحدة، قرّر الاتحاد الأميركي لتنظيم الأبوة (PPFA) أن يقدم خدمة جديدة في ربيع ٢٠٠٧، بالتعاون مع شركة اتصالات سلكية ولاسلكية تقدّمية، هي (Working Assets)، في محاولة لركوب موجة الخليوي. فتم إنشاء كيان جديد هو شركة الاتصالات السلكية واللاسلكية لتنظيم الأبوة التي حوّلت ١٠٪ من فواتير الهاتف الشهرية إلى الاتحاد الأميركي لتنظيم الأبوة. جدير بالذكر أن شركة الاتصالات اللاسلكية، (Working Assets)، تعتمد شبكة "سبرينت" التي تخدم أكثر من ٢٥٠ مليون زبوناً في الولايات المتحدة. في هذا الإطار، يستفيد مؤيدو "الدعوة إلى الحياة" من خدمات مشابهة.

استغلال المحتويات الخاصة بالإعلام والترفيه

HARNESSING MEDIA AND ENTERTAINMENT CONTENT

صحيح أن عقد الشراكات مع الإعلام والشركات يحدث فرقاً، إلا أن العامل الأساسي وراء نجاح أي حملة لجمع الأموال عبر الخليوي يكمن في غنى التفاعل مع زبائن شركات الخليوي. ولعل أحد الأمثلة

^{٢٠} "Nearly 2,1m text Live 8 to make it most successful SMS push," Brand Republic, June 13, 2005, www.brandrepublic.com/bulletins/digital/article/479891/nearly-21m-text-live-8-successful-sms-push/

^{٢١} "Nissan selects TAAP for text promo," NetImperative.com, March 11, 2005, http://www.netimperative.com/2005/11/03/Nissan_TAAP

تلجأ إلى إرسال الرسائل الهاتفية من أجل جمع الأموال. وقد اشتركت في هذه الحفلات، الموجهة لتسليط الضوء على الفقر العالمي في مناطق من شتّى أنحاء العالم، ١٥٠ فرقة موسيقية، و١٢٠٠ عازف، وحملات إعلامية متعدّدة الوسائط، شملت الوسائل الإعلامية المطبوعة، والتلفزيون، والإنترنت، والهواتف الخليوية.

خلال الحفل الموسيقي الذي جرى يوم ٢ تمّوز/يوليو، في هايد بارك، لندن، نُظمت "قرعة للفوز بتذكرة"، عن طريق الرسائل الهاتفية القصيرة، حيث كان بإمكان الأشخاص أن يفوزوا بتذاكر للحفل، من خلال إرسال رسالة قصيرة إلى رمز قصير مخصّص لهذا الأمر. ونتيجة الإعلانات الجنونية التي اجتاحت وسائل الإعلام، أرسلت حوالي ٢.١ مليون رسالة قصيرة للاشتراك بالقرعة، مما أسفر عن جمع ٣ ملايين جنيه إسترليني (٥.٤ مليون دولار) لمشاريع "لايف ٨" المقررة في المملكة المتحدة، وأصبحت بالتالي عمليات جمع الأموال عبر الخليوي الأكثر نجاحاً حتى يومنا هذا^{٢٠}.

لعل أحد العوامل المهمة التي أثّرت على نجاح هذه الحفلات الموسيقية في جمع الأموال عبر الخليوي، النطاق الواسع للحملة، والشراكة الفريدة من نوعها بين الجمعيات الخيرية والكيانات التجارية – أي شركات الخليوي وصناعة الترفيه – من أجل الترويج لرسالة إعلامية موحدة ورمز هاتفي قصير موحّد أيضاً. وكما جاء في كتيبات سابقة عن استراتيجيات جمع الأموال، في السلسلة نفسها، (<http://www.mobileactive.org/guides/>)، لا بدّ من الإشارة إلى عامل هام آخر لنجاح حفلات "لايف ٨"، هو قدرتها على الاتصال بجماهير غفيرة مفتونة، في مناسبات تمتدّ على نطاق واسع، على غرار حفلات الروك.

تحاكي الجهود الأخرى التّموذج نفسه من الشراكات بين شركات الأعمال والمنظمات الخيرية. فتجري المؤسسة الخيرية الكاتنة في المملكة المتحدة "برايكثرو بركست كانسر (لسرطان الثدي)" (Breakthrough Breast Cancer) حملات على مدار السنة، لجمع المال بهدف إجراء الأبحاث والتوعية. في الإطار نفسه، نُظمت



نصّ على إرسال مجموعة من القصص المتسلسلة القصيرة إلى زبائن "فيرجن موبايل"، عن لاعب كرة قدم مراهق يدعى "غوست"، يخفي عن البقية أنّه متسرّد. وكانت "القصة الخليوية القصيرة" قد أرسلت في رسالة هاتفية قصيرة، على امتداد ستين جزءاً، إلى ١٢ ألف مشترك في خدمة "فيرجن موبايل". بالإضافة إلى ذلك، أقدم مشروع آخر على دعوة المتنافسين الشباب إلى تصميم حلية صغيرة، تُعلّق بالهاتف الخليوي، على أن يفوز التصميم الأفضل برحلة إلى أفريقيا. فقدّم ٢٨٠ متنافساً تصاميمهم، بينما صوت ١٨ ألف شخص لأفضل تصاميم. وتجدر الإشارة إلى أن موقع "فيرجن موبايل" تولّى الترويج لكلا المشروعين.

"شباب بالصوت العالي" "دافع عن الأطفال"

← تنصّ مهمّة منظمة "شباب بالصوت العالي" على حثّ الشباب أينما كانوا، وتمكينهم من ضحّ شغفهم ومثلهم ضمن حركات لدعم كوكبنا.

← www.youthnoise.com

← تنصّ مهمّة منظمة "دافع عن الأطفال" على مساعدة أطفال الشوارع والمشرّدين. ننفذ مهمّتنا بمساعدة متطوّعيننا الذين يجوبون الشوارع بحثاً عن هؤلاء الأطفال المشرّدين، ومساعدتهم على الاستقرار وتحسين نمط حياتهم.

← www.standupforkids.org

من تقنيّات جمع الأموال عن طريق الخليوي أيضاً، بيع الرّنات الهاتفية القابلة للتحميل. فتمثّل هذه الرّنات، بصفتها أداة لجمع الأموال، هديّة أو مكافأة يمكن أن تُقدّم إلى المانحين لقاء دعمهم. وكانت المؤسسة الخيرية الكائنة في الولايات المتّحدة "الإغاثة العريضة" (Sweet Relief) قد أضافت رنات هاتفية، كجزء من جهودها المستمرة لتأمين المساعدة المالية إلى العازفين المحترفين بمختلف فئاتهم، ممّن يواجهون مرضاً، أو إعاقة، أو مشاكل متعلّقة

عن هذا، التّعاون الأخير الذي قام بين منظّمتين كائنتين في الولايات المتّحدة، كرّستا هدفهما لتلبية حاجات الشباب الأميركيّ. فقد أطلقت منظّمتنا "شباب بالصوت العالي" (YouthNoise) و"دافع عن الأطفال" (StandUp For Kids)، بالتعاون مع شركة "فيرجن موبايل" (Virgin Mobile USA) للخليوي، حلفاً في حزيران/يونيو ٢٠٠٦، لتمكين المراهقين والشباب، لا بل بعض الفنّانين المشهورين أيضاً، من أداء دور أكثر فعالية في مكافحة التشرّد الجماعي. وهكذا، تعاونت المنظّمتان من أجل صياغة رسائل تحثّ على المشاركة، عبر الإنترنت والخليوي، وربطها بخدمات "فيرجن موبايل" كلّما كان ذلك ممكناً. فتساهم هذه الأخيرة إلى الحملة، بصفتها الشركة الشريكة في الحلف، بـ ٥٪ من الأرباح النّاتجة عن مبيعات الرّنات الهاتفية، والألعاب، والرّسومات. وتجدر الإشارة إلى أن المبلغ المحصّل حتّى الآن قد ورد من هذه الشركة الشريكة نفسها.

أمّا موضوع الابتكار في هذه الحملة، فهو محتواها والجماعة التي شكّلت لاستقطاب الشباب. وقد كانت النتيجة، بطبيعة الحال، تدفق الشباب نحو استخدام الخليوي.

منظمة "برايكثرو" للاكتشافات حول سرطان الثدي

← هي أهمّ مؤسسة خيرية في المملكة المتّحدة ملتزمة بمكافحة سرطان الثدي، من خلال الأبحاث والتوعية.

← www.breakthrough.org.uk

من جهتها، تبني منظمة "شباب بالصوت العالي" شبكة عالمية تركز على التّغيير الاجتماعيّ الذي يستهدف الشباب بين السادسة عشرة والثانية والعشرين من العمر. وقد سجّل الموقع الإلكترونيّ زيارة حوالي ١١٣ ألف شاب من الولايات الأميركيّة الخمسين كلّها، ومن مائة وسبعين دولة.

بالإضافة إلى ذلك، نطّم مشروعٌ باسم "غوست تاون" (مدينة الأشباح)،

في هذا الإطار، يعلّق جورج آيريش، مستشار التسويق وجمع الأموال في إحدى الحملات الإلكترونية، وهو يعمل أساساً مع منظمات التغيير الاجتماعي: "لعلّ نماذج البيع هذه لاستدرار المدخول هي الأكثر انتشاراً حالياً، كبيع المواد المتعدّدة الوسائط القابلة للتحميل، على غرار الشرائط المصوّرة، والأغاني على الإ.م. بي. ٣، والرّنات الهاتفية. وتجدر الإشارة إلى أنّ معظم شركات الخليوي قد أفردت اليوم مداخل لدعم عقد هذه الصّفقات، وبالتالي أصبح بالإمكان عقد هذه الشراكات الخاصة بالمواد الإعلامية مع شركات الخليوي، لا سيّما بالنسبة إلى المنظمات غير الحكومية المتّصلة بالمشاهير والفرق الموسيقية." وكان آيريش قد عمل مع منظمات مثل غرينبيس، ومنظمة العفو الدولية، وأوكسفام، لمساعدتها على الاستفادة إلى أقصى درجة من الوسائل الرقمية. فأشار إلى

بتقدّم العمر. وهكذا، أصبح بمقدور مؤيدي هذه القضية، بدءاً من ربيع ٢٠٠٦، شراء رّنات حصرية لقاء ٤.٩٩ دولاراً للرّنة الواحدة، مع أنّ شركة الخليوي تحتفظ بحوالي ٥٠٪ من هذه الرّسوم. في هذا السياق، علّق سكوت دادلسون، أحد الصّحافيين العازفين الذي كان قد ساعد في تنظيم حفلات لمناسبة الذكرى العاشرة للمنظمة: "إنّ المبلغ الذي تمكّنا من جمعه بفضل الرّنات كان متواضعاً إلى حدّ ما. الأمر يتعلّق بالدعوة إلى العمل، وحمل الفنّان على الصّعود إلى المسرح أمام الجماهير، ليخبرهم أنّ باستطاعتهم تحميل أغانيه على هواتفهم الخليوية. غير أنّ هذا لم يحدث دوماً بالطريقة التي كنّا نأملها. في نهاية الأمر، لا بدّ من أن نصل إلى تطبيق هذا الأمر في كلّ حفلة."

يعتبر عقد الشراكة مع عازفين مشهورين ممارسة مطبّقة ومنتشرة في كافة أنحاء العالم. فكان العازف السابق في فرقة "أبا"، بيني أندرسون، قد ألّف رّنة هاتفية أرسلت إلى الأشخاص الذين قدّموا، عام ٢٠٠٥، منحة مالية إلى حملة عيد الميلاد السنوية، التابعة للصليب الأحمر السويدي. بالفعل، وهب السويديون، من أجل الحصول على هذه الرّنة الهاتفية، ستّة دولارات، من خلال إرسال رسالة قصيرة من هواتفهم الخليوي إلى رقم خاصّ يحده الصليب الأحمر. ٢٢

استخدام الهواتف الخليوية

← **الرسائل القصيرة:** أرسل رسائل إلى هواتف المناصرين الخليوية، تتألّف من مائة وستين رمزاً كحدّ أقصى.

← **الرّنات الهاتفية:** قدّم رّنات ذات شعار سياسي، تسمّعها أنت أو مناصروك.

← **الرموز القصيرة:** هو "رمز خليوي قصير"، مؤلّف من ستّة أرقام، يتصل بحملة عن طريق الهاتف الخليوي - "موقع" الحملة. مثال: أرسل كلمة "أنقذ" إلى الرقم ٢٢٢٤٤ لإنقاذ الحيتان.

← **جمع الأموال:** إجمع المال من مناصريك في الحفلات والمناسبات، عن طريق الرمز القصير الخاصّ بك، ومن خلال إدراج الهبات الفورية على فاتورة هواتفهم الخليوي، أو تقاضي الرّسوم عن طريق نظام "بايبال"، أو حسم المبلغ من رقم بطاقة ائتمانية محفوظ سلفاً.

← **حوّل إلى صديق:** شجّع مناصريك على تحويل الرسائل القصيرة، والرّنات الهاتفية، والرموز القصيرة إلى عائلاتهم وأصدقائهم.

"تخيّل أنّك في حفل غنائيّ أو مباراة رياضية، وإذ بالمغنيّ الرئيسيّ أو كابتن الفريق يطلب منك استعمال هاتفك، ومنح عشر دولارات حالاً إلى إحدى المنظمات. في هذا الإطار، إلى جانب تذييل كلّ إعلاناتك بموقعك الإلكتروني، ستتمكّن قريباً من إضافة الرّمز الهاتفيّ الخاصّ بك أيضاً.

— نيك آلن

المدير العام التّنفيذي، من "دونور ديجيتال"



الهيئات عبر مواقع الإنترنت. لكن من شأن هذا العامل أن يتغيّر مع الوقت، لا سيّما مع استعمال الناس للهاتف الخليوي كوسيلة أخرى لتسديد مدفوعات من أنواع أخرى (في المتاجر، وأمام آلات البيع، وعدّادات مواقف السيارات). ثانياً، إنّ الأسعار الحالية التي تفرضها شركات الخليوي، من أجل تولّي الهيئات عن هذا الطريق، لا تعتبر مستساغة في أوساط جامعي الأموال، في المنظّمات غير الحكومية. فحين تنخفض رسوم معالجة الهيئات عبر الإنترنت حتى ٣٪، تسمى رسوم الخدمة نفسها عن طريق الهاتف الخليوي، والمتروحة بين ٣٥ و٥٠٪، أمراً لا يمكن استيعابه.

يقول المستشار جورج آيريش: "أنصح المنظّمات غير الربحية الآن بأن أفضل طريقة لاستخدام الخليوي، من أجل جمع الأموال، هي استدراج الهبة الأولى وحسب، أو إعداد لوائح المناصرين، ومن ثم الانتقال للتواصل معهم عبر البريد الإلكتروني، أو الهاتف العادي، أو البريد المباشر، بأسرع ما يمكن."

مجموعة الحقوق (Politxt)

← تقوم مجموعة الحقوق بإنشاء شبكات التحرك عبر الخليوي، وإدارتها؛ وهي أداة قوية للاتصال بالمناصرين الحاليين، وإدراج لوائح المناصرين الجدد- كل ذلك عن طريق هاتفهم الشخصي.

← www.rights-group.com

وقد شاطره هذا الرأي نيك آلن، من شركة "دونور ديجيتال"، وجيد ألبرت من "مجموعة الحقوق"، اللذان شدّدا على أنّ الثمن الذي تفرضه شركات الخليوي الحالية قد شكّل عقبة في وجه المنظّمات غير الحكومية، منعها من اللجوء إلى الخليوي إلا للحصول على الهيئات البسيطة.

في هذا الإطار، يقول نيك آلن من شركة "دونور ديجيتال": "من شأن تنفيذ النّشاطات عبر الخليوي أن يساعد المنظّمات في استقطاب الشباب الذين يرتاحون أكثر من غيرهم إلى استعمال الخليوي والرسائل القصيرة. ولعلّ استخدام الخليوي للدّفاع عن قضية

حملة "إرفع صوتك" العالمية التي بدأت منذ العام ٢٠٠٤، من تنظيم منظّمة العفو الدولية، وأتاحت تحميل أغاني جون لينون من أداء أهم الفرق الموسيقية المعاصرة (مقابل رسم معين)، كوسيلة لاستدراج الإيرادات؛ فضلاً عن بيع الأقراص المدججة.

التفاعل بين المانحين والناشطين

INTERPLAY BETWEEN DONORS AND ACTIVISTS

يمكن استخلاص الكثير من الدروس المهمة، جرّاء دمج تقنية الاتصال عبر الهاتف الخليوي ضمن النّشاطات المتنوّعة التي تنفّذها المنظّمة غير الحكومية. فقد شدّد معظم الباعة، والمستشارين، وموظّفي المنظّمات غير الحكومية، ممّن أجرينا معهم المقابلات، على أهمية هذا التعاون، كي تتمكن الهواتف الخليوية من الإيفاء بحاجات منظّمي الحملات وجامعي الأموال على حدّ سواء. وتجدر الإشارة إلى أنّنا قد تعمّقنا، في كتيّبات سابقة صادرة عن مؤسّستنا (<http://www.mobileactive.org/guides/>)، في طريقة استفادة المنظّمات من الهواتف الخليوية، لبناء لائحة من المناصرين الذين يقدّمون الدّعم والمال في آن. إلا أنّ اعتبار الهواتف الخليوية مجرد آلة لطلب المال يحدّ، دون شكّ، من دورها، وبالتالي فعاليتها.

منظّمة العفو الدولية "إرفع صوتك"

← تجمع هذه المغامرة المؤثّرة التي أقدمت عليها منظّمة العفو الدولية بين الموسيقى، والاحتفالات، والتحرّكات من أجل حماية الأفراد، كلّما تقوّضت مبادئ العدالة والحرية والمساواة.

← www.amnesty.org/noise/

في هذا الإطار، تؤخذ عدّة عوامل في الحسبان. أولاً، بالكاد يملك المانحون الخبرة في ما يتعلّق بتقديم المساهمات الخيرية عبر الهاتف الخليوي؛ كما أنّ المانحين عبر العالم لم يألفوا، إلا حديثاً، تقديم

شهرتاً، أو حوالي ٦ يورو سنوياً. فضلاً عن ذلك، كلما رَدَّ أحدهم على هذا الإنذار الطَّارىء، يقوم بتسديد ٠.٢٥ يورو إضافية، مع الإشارة إلى أن عشرة آلاف شخص يقدمون على ذلك كلِّ مرة. وهكذا، تتلقَّى منظمة العفو الدولية في النُّروج حوالي ٥٠٪ من كافة رسوم الرسائل القصيرة. من هنا، لا يكتفي هذا البرنامج بتوفير تواعيق على عرائض العمل الطَّارىء الخاصة بالمنظمة، بل يولِّد أيضاً مدخولاً منتظماً لتمويل برامجها المستمرة، أي حوالي مائة ألف يورو سنوياً. في هذا السياق، يعلِّق جورج آيريش قائلاً: "إنَّه مثال حقيقي عن الطبيعة التراكمية للهبات الصَّغيرة (أو في تلك الحالة الزهيدة جداً)".^{٢٣}

"قم بدكّ الأسس" (Shake The Pillars) / جورج آيريش

← يقوم الموقع بتنظيم الحملات عبر الإنترنت، وجمع الأموال، والتسويق من أجل التغيير الاجتماعي والمنظمات الناشطة، على غرار منظمة العفو الدولية، وغرينبيس، وأوكسفام، والأحزاب السياسيَّة التقدّمية.
← www.shakethepillars.com

تلك هي العوامل التي جذبت بعض الشركات، على غرار "بايبال موبايل" (PayPal Mobile)، إلى سوق هذا القطاع. وها هي اليوم تقدِّم خدمة تسديد المدفوعات، عبر الخليوي، في كلِّ من الولايات المتحدة، وكندا، والمملكة المتَّحدة. ولما كانت "بايبال موبايل" تثنَّ هذه الخدمة كما تفعل مع بقيَّة خدمات تسديد المدفوعات (أقل من ٣٪)، فإنَّ هذا جعلها خياراً مغرباً، رغم أنَّ قلَّة انتشارها يحدُّ من استخدامها العمليِّ في حملات جمع الأموال عبر الخليوي. في هذا الإطار، تجدر الإشارة إلى أنَّ الأشخاص الذين يعتمدون حسابات "بايبال" لتسديد ثمن مشترياتهم عبر الإنترنت (١٢٣ مليون شخص عبر العالم) يسهل عليهم إجراء العمليَّة نفسها عبر

^{٢٣} "SMS Activism - a model from Amnesty Norway," by George Irish <http://www.shakethepillars.com/?p=32>

يحمل النَّاس على استخدام هواتفهم الخليوية، لمناصرة المنظمة التي تهتمُّهم، ويشجِّعهم على الانتقال إلى تقديم المنح عبر هذه الطَّريقة ما إنَّ تنتشر هذه الممارسة أكثر. في غضون ذلك الوقت، نقوم بإنشاء شبكات عمل عن طريق الخليوي، لخدمة العديد من زياتننا. وهكذا، يسهل على الناشطين أن يتصلوا بأعضاء الكونغرس، أو الشركات المستهدفة، بمجرد كبسة زرِّ، أو رسالة واحدة، مع الإشارة إلى أنَّ الاتِّصال الهاتفي قد يفوق البريد الإلكترونيِّ فعاليَّةً."

شركة "دونور ديجيتال"

← هي شركة كاملة الخدمات، تؤمِّن جمع الأموال عبر الإنترنت، والمدافعة، والتسويق.
← www.donordigital.com

من هذا المنطلق، لعلَّه من المنطقيِّ على الصَّعيد الاقتصادي، وفي ظلِّ الأسعار الرَّاهنة، أن تبادر المنظمات غير الحكوميَّة إلى تحديد المانحين والناشطين الجدد عبر الهاتف الخليوي، قبل أن تنتقل إلى وسيلة أكثر تقليديَّة لإشراكهم وجمع الأموال منهم، كالبريد الإلكترونيِّ، أو الهاتف العادي، أو البريد المباشر، حيث تكون تقنيَّات الاتِّصال وتكاليفه أكثر منطقيَّة، وجزءاً من آلية أكثر تنظيمياً.

جدير بالذكر أنَّ بعض المنظمات غير الحكوميَّة قد جمعت بين تقنيَّة جمع الأموال والحثُّ على العمل النَّاشط، بشكل فعَّال. فقد طبَّقت منظمة العفو الدولية في النُّروج برنامجاً للحثُّ على العمل النَّاشط، من خلال الرسائل الخليوية القصيرة، مع أخذ جمع الأموال بعين الاعتبار، والاستفادة من انتشار الهواتف الخليوية وتقنيَّة الرسائل القصيرة في البلاد. في الواقع، كانت المنظمة قد نجحت في حمل ٢٥ ألف شخص على قبول تلقِّي إنذارات تحرُّك طارئة، مرَّتين شهرتاً، بخصوص قضايا تتعلَّق بحقوق الإنسان. في هذا الإطار، كلما أرسل إنذار واحد، يقوم كلِّ مشترك بدفع ٠.٢٥ يورو، وبالتالي ترتفع كلفة الاشتراك في هذه اللائحة إلى ٠.٥٠ يورو



بهدف الترويج للرمز الهاتفي القصير (المرتبط بحساب "بايبال موبايل"). وللمساعدة في التعويض عن انعدام الخبرة في استخدام الخليوي لهذا الغرض، قام منظمو المسيرة بتوزيع المتطوعين على طول الطريق، لتثقيف الناس حول الرموز القصيرة، وكيفية الإجابة عن الرسائل التي تبعثها شركة "بايبال موبايل"؛ لا سيّما وأن معظم الأشخاص لا يملكون حسابات في هذه الشركة، ومضطرون إلى تصفح الإنترنت على كومبيوترهم الخاص لإتمام هذه الصفقة. لكن رغم هذه العوائق، شعر المنظمون أن الحملة التوجيهية قد كلّلت بالنجاح، وأكدوا على أنهم سيعيدون الكرة عام ٢٠٠٧؛ إلا أنهم سيضيفون المزيد من المتطوعين على طول الطريق هذه المرة، لتوزيع المنشورات وتثقيف أشخاص جدد حول تقنية جمع الأموال عبر الخليوي.^{٢٤}

إلى جانب ذلك، أدت التكاليف إلى انبثاق نوع آخر من الخدمات والتقنيات لجمع الأموال. فكان ألبيرت من "مجموعات الحقوق" قد اشترك في عدة حملات خاصة بالمنظمات غير الحكومية، لجمع الأموال عبر الهاتف الخليوي. وبموجب هذه الحملات، أخذ المنظمون يوجهون الأشخاص نحو الاتصال بمركز لاستقبال اتصالات المانحين، حيث يمكنهم تقديم هبتهم. ومع أنه من الضروري أن يتحلّى المانحون بمستوى عال من التحفيز للاتصال بهذا المركز، إلا أن هذا يثبت الطاقة الإبداعية التي يتم توظيفها من أجل اكتشاف الحلّ المثالي. وتعول مراكز الاتصالات هذه على العادة التي يستمر العديد من الأشخاص في الولايات المتحدة وأوروبا بممارستها، أي إجراء الاتصالات الهاتفية.

بالإجمال، يمكن أن تؤدي الهواتف الخليوية دوراً فريداً من نوعه في جمع الأموال. ولعلّ تجديد العضوية عن طريق الهاتف الخليوي هي إحدى الأفكار التي يمكن، من خلالها، البعث برسالة إلى هاتف أحد الأعضاء، كجزء من خطة التجديد المتكاملة. وفيها يُطلب من هذا العضو الإذن بتجديد هبته، أو تتم دعوته إلى تصفح موقع هو جزء من حملة للتجديد والتحسين.^{٢٥}

الخليوي، بينما يضطر الآخرون إلى إجراء اشتراك يمتد على مراحل متعدّدة. بالتالي، من شأن هذا أن يثبط عزيمة المانحين العتيدين، عندما يتعلّق الأمر بإتمام صفقة معينة. من جهتها، كانت عدة منظمات غير حكومية قد لجأت إلى خدمات شركة "بايبال موبايل"، بما فيها مؤسسة "ستارلايت ستاربرايت للأطفال" (Starlight Starbright Children) الكائنة في الولايات المتحدة، ومؤسسة "في.إتش.١" (VH1)، ومؤسسة الهبات العالمية (Giving Global)، ومنظمة العفو الدولية، والمؤسستان الخيريّتان البريطانيّتان "أوكسفام" (Oxfam)، و"الأطفال المحتاجون" (Children in Need) (المؤسسة الأكبر في البلاد).

بايبال موبايل

← يتيح لك هذا الموقع إجراء مشترياتك، وإرسال المال، وتقديم المنح إلى المؤسسات الخيرية بواسطة هاتفك الخليوي لا غير.

← www.paypal.com/mobile

لعلّ أهمّ ناحية لاستخدام شركة "بايبال موبايل"، في سبيل تقديم المنح، هي تمكّن المنظمات غير الحكومية من الحصول على كافة المعلومات الخاصة بالمانحين، بما أنها مخزّنة مسبقاً في حساب "بايبال" الخاصّ بالمانح. وتجدر الإشارة إلى أن هذه الميزة غير متوفرة ضمن خدمات "بريميوم" للرسائل القصيرة (Premium SMS)، حيث يجب على المنظمات غير الحكومية أن تسعى إلى الحصول على بريد المانح الإلكتروني، ثمّ تتابع حتّى تحصل على كامل التفاصيل الخاصة به.

كان النقص الملحوظ في معدّل اعتماد خدمة "بايبال" قد قاد بعض المنظمات غير الحكومية إلى تنفيذ بعض الممارسات المثيرة للاهتمام، عند تنظيم حملة على أرض الواقع، بهدف جمع الأموال عبر الهاتف الخليوي. فقد شملت مسيرة نُظمت عام ٢٠٠٦ في لوس أنجلوس، كاليفورنيا، للتضامن مع مرضى الإيدز، استخدام ملصقات على طول الطريق، وارتداء قمصان قطنية،

٢٤ Interview with Kevin Dulsky, General Manager, PayPal Mobile (http://www.paypal.com/mobile/), January 11, 2007.

٢٥ Email interview with George Irish, January 12, 2007.

تقديم المنح عبر الهواتف الخليوية

رسائل "برميوم" القصيرة

تتيح المؤسسة خيرية أن تعلن عن "رمز قصير" للمانحين. وما إن تُرسل رسالة إلى ذلك الرمز القصير، حتى يُحسم تلقائياً مبلغ معين من فاتورة الزبون أو من ميزان حساباته المدفوع سلفاً. في هذا الإطار، تعتبر رسائل "برميوم" القصيرة مفيدة لجمع التبرعات الممنوحة لمرة واحدة، وبيع الرنات الهاتفية، والاستماع إلى الموسيقى والحصول على الصور الخلفية.

تقتصر المدفوعات وفقاً لهذه الطريقة على المبالغ الصغيرة جداً (فلا تُحسم إلا ١٠ دولارات دفعة واحدة، كحد أقصى للرسم المفروض في الولايات المتحدة). لكن تجدر الإشارة إلى أن معظم شركات الخليوي عبر العالم تفرض رسماً أساسياً مقابل قبض التبرعات (٥٠٪ في الولايات المتحدة؛ ٣٥٪ في المملكة المتحدة).

مجتمعات وسيطة لشبكات الخليوي

هي مؤسسات تعيد بيع خدمات شركات الخليوي إلى المنظمات غير الحكومية، مع خدمات إدارية إضافية في العادة، ويمكن أن تساعد في اختيار الخطة المناسبة لنقل التبرعات.

مراكز استقبال اتصالات التبرعات

تتيح المؤسسة خيرية إرسال رسالة قصيرة إلى المانح الذي يجري، بدوره، اتصالاً عن طريق هاتفه الخليوي بأحد مراكز استقبال الاتصالات، من أجل إنجاز معاملات نقل هبته. إنها لطريقة مفيدة من أجل تشجيع المانحين الذين لا يثقون بعد بتقنية تقديم الهبات عن طريق فاتورة هاتفهم (أو لم يسمعوها قبلاً قط). وهكذا، تتفادى المنظمات غير الحكومية التكاليف العالية التي تطلبها شركات الخليوي، من أجل إنجاز معاملات تلقي الهبات.

"بايبال موبايل"

تقدم خدماتها في الولايات المتحدة، وكندا، والمملكة المتحدة. تعتبر رسومها مقبولة (أقل من ٤٪ من المعاملة)، لكن يجب أن يملك المانح حساباً لدى شركة "بايبال"، أو يفتح حساباً جديداً من خلال عملية اشتراك تستغرق عدة خطوات (عن طريق حاسوبه الخاص).

تلجأ بعض الأفكار الأخرى إلى التشجيع على جمع الأموال من الند إلى الند (أو جمع الأموال بين الأصدقاء)، حيث يرسل الأفراد طلباً إلى هواتف أصدقائهم، وزملائهم، وأعضاء الأبرشية التي ينتسبون إليها، وأسرههم، من خلال رسالة قصيرة، كجزء من الجهود الجماعية المبذولة في مدرسة أو منظمة غير ربحية. وكانت هذه الممارسة قد بدأت تتجسد عبر الإنترنت مع بروز "أداة" لجمع الأموال، تتيح للأشخاص أن يسبقوا صفة فردية على حملاتهم، فيحددوا أهدافهم الخاصة في هذا المضمار، كجزء من حملة أكبر لجمع الأموال.^{٢٦}

إن التطورات السريعة التي تطرأ على ممارسات جمع الأموال عبر الخليوي هي التي تحافظ على ديناميكية هذا الميدان، وأهميته بالنسبة للعاملين فيه. ونسجاً على منوال عملية جمع الأموال عبر الإنترنت، خلال سنواتها الأولى، يعمل المسؤولون، بمزيج من الحماس والشغف، من أجل تطبيق عملية جمع الأموال عن طريق الخليوي على أرض الواقع، في أوساط المنظمات غير الحكومية.

في هذا الإطار، يعلّق جورج آيريش قائلاً: "إن جمع الأموال عن طريق الخليوي يجد مكانته كجزء من مقاربة متكاملة لجمع الأموال، تجمع عناصر عدة كالبريد المباشر، والتسويق عبر الهاتف، والإنترنت، والبريد الإلكتروني، والتلفزيون، والراديو، والمواد المنشورة، وغيرها من أشكال جمع الأموال."

في الوقت الذي بدأت فيه العديد من المنظمات غير الحكومية تقبض على الموارد المالية والتنظيمية اللازمة، لدعم استراتيجية اتصالات متكاملة في العالم الرقمي، يضيف الخليوي تحدياً جديداً وفرصة للتفاعل مع المانحين والمناصرين بطريقة لم تحدث قبلاً.

^{٢٦} "Using the ChiPln Fundraising Badge for a Personal Fundraising Campaign," by Beth Kanter, <http://widgetfundraising.org/>, January 2007.



تعيد بيع خدمات الخليوي، قامت بابتكار أساليب لتخفيض كلفة نقل المنح إلى المنظمات غير الحكومية. من جهتها، نجحت شركة "دجاست غيفينغ" (Justgiving)، عام ٢٠٠٥، في الضغط من أجل إلغاء الضرائب الحكومية على المنح المرسله عبر الرسائل الهاتفية القصيرة؛ وضمنت بالتالي وصول القسم الأكبر من هذه المنح إلى جعبة المتلقّي.^{٢٧}

ومن الأمثلة عن المحاولات التي أُجريت لتقدير نماذج التكاليف المختلفة، الاختبارات التي أجرتها "غرينبيس الهند"، أو "جيد ألبرت" من مجموعة الحقوق، لنقل عملية جمع الأموال من الهواتف الخليوية إلى الزيارات من باب إلى باب.

من جديد، يقول جورج آيريش: "عندما يتعلّق الأمر بجمع الأموال عن طريق الخليوي في أميركا الشمالية، لا أجرؤ على الكلام حتّى عن عائدات الاستثمار... فالأمر يخالطه من الشكوك ما يجعل من الصعب القيام بأيّ توقّعات مفيدة. لكنني أستطيع التحدّث عن المجازفات المقبولة والتّوجيه، أي ما مقدار الميزانية التي أنت مستعدّ للمجازفة بها، وما هي عناصر التّوجيه المفيد لاستخلاص الدّروس، وتحليل العمليّات، وتخطّي العراقيل. كما أسأل عن العناصر التي تكوّن "اختباراً" ناجحاً، بإمكانه أن يدعم مشروعاً أكبر للمتابعة. الأمر يشبه كثيراً الفترة الأولى التي تلت تقديم المنح عبر الإنترنت، حين كانت أكثر حجج التّطور إقناعاً هي تلك التي تتعلّق بافتتاح قنوات جديدة، وبلوغ جماهير جدد، واستخلاص المعارف، وتمهيد الفكرة لجميع الأطراف (الموظّفين، منظّمي الحملات، المناصرين، المانحين) بصفتها حدثاً سيكشف عن نفسه قريباً. بالاستناد إلى هذه المقاربة، يصبح هدفي بالإجمال تحقيق عائدات على الاستثمار بمعدّل ١:١ (استرداد الكلفة)."^{٢٨}

^{٢٧} "Justgiving offers new SMS giving service for free to first 100 charities," by Howard Lake, UK Fundraising, Oct 27, 2005, <http://www.fundraising.co.uk/news/5793>.

^{٢٨} Email interview with George Irish, January 12, 2007.

البحث عن مردود الاستثمارات عند جمع الأموال عبر الخليوي

SEARCHING FOR RETURN ON INVESTMENT IN MOBILE FUNDRAISING

تعتبر كلفة جمع المال من المناصرين عاملاً حاسماً في اعتماد أيّ تقنية خاصة بجمع الأموال. فصحيح أنّ كلفة جمع المال عن طريق الإنترنت قد انخفضت، بعد عقد على انتشارها، إلى مستويات يمكن تحمّلها، لكن يمكن تفهّم المنظمات غير الحكومية التي تبدي حذرها من المغامرة في جمع الأموال عن طريق الخليوي.

وكانت المقابلات التي أجريناها مع التّجار، وموظّفي الشركات، والمنظّمت غير الحكومية، في العديد من الدّول، قد أسفرت عن تدمّرات من التّكاليف العالية التي تفرضها شركات الخليوي، مقابل خدماتها، واعتبارها العائق الأكبر في وجه تقدّم هذه الوسيلة.

في هذا الإطار، تتولّى شركة "موبايل آكور" (Mobile Accord) الكائنة في الولايات المتّحدة، وهي تمثّل أحد التّجار في مجال صناعة الخليوي، ممّن يخدمون المنظّمت غير الحكومية، العمل مع شركات الخليوي لوضع مبادئ ترعى عمليّة جمع الأموال عن طريق الخليوي، كجزء من مجهود إجمالي يرمي إلى تشجيع هذه الشركات على تخفيض الرسوم المفروضة على المنح الخيرية. فيقول دان ويفر، الرئيس التنفيذي لشركة "موبايل آكور": "يجب على أول من يعتمد هذه الوسيلة أن يساوم على عقد صفقة مع شركات الخليوي. كما تدعو الحاجة إلى مشاركة المزيد من الشركات غير الربحية المعروفة، كي تدرك شركات الخليوي فوائد تعديل نظام الرسوم وسياسات الدّفع. لا شكّ في أنّ الأسعار ستنخفض، لكنّ المسألة مسألة معرفة متى سيحصل ذلك."

كانت المملكة المتّحدة قد شهدت على انبثاق تجمّعات وسيطة لشبكات الخليوي (وهي شركات خاصة "بالبرمجيات الوسيطة"



تقديم المنح إلى منظمة العفو الدولية واليونيسيف بواسطة "بايبال موبايل"

← بالنسبة للقراء في الولايات المتحدة، وكندا، والمملكة المتحدة، يمكنكم إرسال كلمة "العفو" (amnesty) إلى الرمز القصير ٧٨٧٨٧ أو كلمة "ماء" (water) إلى الرمز ٧٨٧٨٧، فتقدّمون هبة قدرها عشرة دولارات إلى منظمة العفو الدولية واليونيسيف على التوالي، من خلال شركة "بايبال موبايل". ويتمّ تحفيز المانحين الذين لا يملكون حسابات في "بايبال" أو "بايبال موبايل" على إنشاء حساب لهم.

"موبايل آكور"

← تساعد هذه الشركة الشركات المسوّقة، والوكالات، والمنظمات غير الربحية، على تطوير محتويات الهواتف الخليوية، وتقديمها بشكل فعال إلى الجمهور المستهدف، وإنشاء برنامج متكامل لجباية الرسوم.
www.mobileaccord.com ←

"جاست غيفينغ"

← هو موقع رائد لجمع الأموال بهدف خيري، يمكن الأشخاص العاديين من جمع أموال طائلة من أجل القضايا التي يؤمنون بها.
www.justgiving.com ←

تعوّل الكثير من المنظمات غير الحكومية على اتخاذ عملية جمع الأموال، عن طريق الخليوي، مكانها المناسب ضمن غيرها من الوسائل، كجمع الأموال عن طريق البريد المباشر، والمناسبات، والهاتف العادي، والإنترنت. وفي ظلّ التمهيد لظاهرة منح المال عن طريق الخليوي، عند الإغاثة في حالات الكوارث، والشراكات بين المؤسسات، والطلب عن طريق إقامة الحفلات، وغيرها من المشاريع الرائدة، يأمل العديد من المسؤولين في قطاع المنظمات غير الحكومية أن يصبح جمع الأموال عن طريق الخليوي، بطريقة من الطرق، جزءاً من مجموعة الوسائل المعتمدة لأجل هذا الهدف.

العبر المستخلصة LESSONS LEARNED

إليك ملخصاً عن العبر التي استُخلصت في هذا الميدان حتى اليوم، وكيف تلجأ المنظمات غير الحكومية إلى هذه التزعة الناشئة:

١ يجب الضَّغط على شركات الخليوي كي تخفِّض الرسوم التي تتقاضاها من الأعمال الخيرية.

٢ يجب أن تقود المنظمات غير الحكومية حملات لجمع الأموال عبر الخليوي، في أوساط المانحين الحاليين.

من شأن التكاليف المخفَّضة أن تؤدي إلى اعتماد هذه التقنية بشكل أسرع في أوساط المنظمات غير الحكومية، وجمع مبالغ أكبر للأعمال الخيرية، وتجنييد المزيد من الحماس بين شركات جمع الأموال، لتجشيع زبائنهم من المنظمات غير الحكومية على استخدام هذه الاستراتيجية.

يجب أن تجرَّب المنظمات غير الحكومية التي تنظِّم هذه المناسبات، وتشارك فيها، استخدام الهواتف الخليوية كوسيلة للاستقطاب وجمع الأموال. كما يجب أن تولي المنظمات اهتماماً خاصاً بإشراك المناصرين في الدَّعوات إلى التحرك، والبحث في وسائل لرفع نسبة الاشتراك إلى أقصى حد، إلى جانب الإعلانات عن الحملات على لسان العازفين.

في البداية، يمكن أن تقوم المنظمات غير الحكومية بمسح بين أعضائها ومانحيها لتعرف إن كانت تقنية جمع الأموال عن طريق الخليوي تروق لهم. بعد ذلك، تحدّد المنظمات غير الحكومية شركة تبّيع خدمات الخليوي، فتتعاون معها لتساعدها في عملية البحث، وإعداد موازنة لحملات جمع الأموال عن طريق الخليوي. في نهاية الأمر، ستحتاج كل منظمة غير حكومية إلى رمز قصير، كما يحتاج اليوم كل شخص إلى موقع إلكتروني.

٣ يجب أن تقود المنظمات غير الحكومية بيع المحتويات المنشورة عبر الخليوي إلى مناصريها الحاليين.

لما كانت منظمات غير حكومية عدة تنشر محتويات مجانية منتظمة عبر موقع الإنترنت، والبريد الإلكتروني، وتغذية "آر.إس.إس"، فقد تجد المحتويات المنشورة عبر الخليوي مكانها المناسب بين الأشخاص الذين يودون الحصول عليها خلال تنقلاتهم.

٦ أثبتت الشراكات بين شركات وجهات إعلامية قيمتها القصوى في إنجاح حملات جمع الأموال عن طريق الخليوي.

٤ إنَّ جمع الأموال عبر الخليوي أداة فريدة من نوعها لجمع الأموال في الحالات الطارئة.

يجب أن تحدّد المنظمات غير الحكومية الشركاء المحتملين الذين باثروا باستخدام وسيلة الهاتف الخليوي، أو قد يبذلون استعدادهم لتمويل هذه الوسيلة.

٧ يجب أن يجرَّب مستخدمو الهواتف الخليوية جمع الأموال عن طريق الخليوي، عندما تضعه شركة الخليوي أو الجمعية الخيرية تحت تصرفهم، كأحد الخيارات لمنح المال.

من المهم أن يفهم المرء تقنية جمع الأموال عن طريق الخليوي، وينتبه إلى الرِّسْم المفروض على فاتورة هاتفه. في هذا الإطار، يجب على أصحاب الهواتف الخليوية المتحمسين بخصوص هذه الممارسة أن يشجعوا الجمعيات الخيرية على إجراء المزيد من الأبحاث حول هذه الممارسة.

٨ يجب أن يدرس المحترفون في مجال جمع الأموال قدرات الهواتف الخليوية في التأثير على المنح.

يجب أن يتوغَّل المحترفون في مجال جمع الأموال في درس إمكانيات الوسيلة الخليوية، من خلال التَّحدُّث إلى المانحين والمنظمات، في محاولة منهم لفهم هذه التزعة الناشئة. في هذا الإطار، لا بد من قراءة مدونتين يشرف عليهما محترفان في تقنية جمع الأموال، وهما:

٥ إنَّ جمع الأموال عبر الخليوي أداة فريدة من نوعها لجمع التبرعات في الأماكن حيث لا يكون جهاز

http://www.mopocket.com و ttp://www.mobile-active.org

