



وتذكروا أن علامتكم تعكس رسالتكم [انظروا دليل [إعداد الرسائل](#) (ص. 26)].  
ارسموا حملتكم على أنها قضية رابحة سيرغب آخرون بالانضمام إليها،  
وتفادوا الكلمات التي تعني الإيذاء، قابلية التضرر أو اليأس

- يتيح لكم فيسبوك إنشاء صفحة على وسائل التواصل الاجتماعي حيث يمكنكم تبادل الصور وعرض نصوص وفيديوهات وروابط خارجية. سوف يشاهد المستخدمون الذين يتبعون صفحتكم ما تعرضونه في تغذيتهم الإخبارية ويمكنهم التفاعل من خلال ربط محتوى صفحتكم وتبادلته مع شبكاتهم والالتزام.
- يتيح لكم تويتر أن تتبادلوا نصوصاً قصيرة أو صوراً أو فيديوهات مع متابعيكم من خلال «تغريدات». وبدءاً من عام 2018، يتيح تويتر للمستخدمين أن يعرضوا 280 حرفاً في آن واحد، رغم أن طول الفقرة لا يزال 140 حرفاً تقريباً. تويتر هو منصة للتحدث، استخدموه للتفاعل مع أصحاب المصلحة، وتبادل الأفكار والأخبار، وللإجابة على أسئلة أو تعليقات يضعها جمهوركم.
- أما إنستاغرام فهو في المقام الأول أداة لتبادل الصور مع وصف أو تعليق قصير حيث يستطيع متابعوكم الإعجاب بمحتوى صفحتكم. من الصعب تبادل روابط على إنستاغرام لكن يجوز لكم إدراج رابط في ملفكم الشخصي من أجل توجيهه إلى موقع شبكي تديره.

سوف يمكنكم عرض محتوى بدون تأمين ميزانية إعلانات من الوصول إلى الذين يتبعونكم أو الذين يتفاعلون معكم ويُعرف هذا الأمر «بالوصول العضوي». تتمتع هذه المنصات بخيارات إعلانية يمكنها أن توسع إمكانية وصولكم على نطاق واسع بكلفة ضئيلة نسبياً. لكن إذا كنتم حديثي استخدام الإعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي، قد لا يستحق هذا الخيار وقتكم، بالتالي اعتبروا هذه الخطوة اختيارية.

سوف يظهر المحتوى المدفوع الثمن في التغذية الإخبارية لجمهورهم جديدة. كذلك، تتيح لكم كلا المنصتان أن تستهدفوا الذين سوف يصلهم إعلانكم من خلال غرلة الموقع والاهتمامات. كونوا مبدعين في نهجكم - يمكنكم أن تستهدفوا مجتمعات محلية في منطقة جغرافية محددة، أو القطاع الخاص أو جهات سياسية فاعلة في المدن الكبرى، أو جمهور وطني عام كي ترسلوا لهم رسائل بشأن الملاريا.

ينبغي التمكن من التعرف على شعارات الحملة وأن تعكس أهداف وقيم حملتكم. فكروا بالشعارات الأكثر بروزاً المستخدمة من شركات ومنظمات مختلفة حتى دون معرفة الكثير من المعلومات عن منظمة ما، يساعد الشعار الجيد الأشخاص في أن يتذكروا من هي هذه المنظمة والأعمال التي تقوم بها.

كما تشكل الشعارات أدوات هامة في التحالفات والائتلافات، حيث أن عرض شعار الشركاء على المواد يتيح الاعتراف بالشركاء على ما قدموه من مساهمات. استخدموا دائماً شعارات الشركاء باتساق وعناية. وبدلاً من ذلك، بوسع شعار حملة بلدكم أن يمثل جميع الشركاء المنخرطين في العمل معكم وأن يشكل أداة يمكنهم استخدامها على موادهم لإبراز دعمهم لحملة خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر.

ينبغي الا تكون الشعارات مفرطة في التعقد. تكون أفضل الشعارات قائمة على أفكار بسيطة وحاذقة. حتى تصميم بسيط تصنعه على حاسوبكم يمكنه أن يكون ناجحاً. والأمر الأكثر أهمية يكمن في أن يتمكن الذين يعرفون القليل عنكم أو يجهلونكم من التعرف بسهولة إلى الصورة وتذكرها وفهمها. تميل الشعارات المصممة بإتقان فوق العادة إلى أن يكون أثرها ضئيلاً، العكس تماماً عما يفترض بها أن تحققه.

### وسائل التواصل الاجتماعي

تستطيع قنوات وسائل التواصل الاجتماعي شأن فيسبوك وتويتر وإنستاغرام أن تساعد حملتكم في الوصول إلى جمهور أوسع نطاقاً وتتفاعل معهم بطريقة مألوفة.

ويتطلب الحفاظ على حضور في وسائل التواصل الاجتماعي جهوداً مستمرة، بحيث يتم تحديث الحساب الفاعل في وسائل التواصل الاجتماعي بانتظام بمحتوى وثيق الصلة ومثير للاهتمام وتفاعلي.

أما منصات وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر شعبية فهي فيسبوك وتويتر وإنستاغرام. يرجى الملاحظة أن وسائل التواصل الاجتماعي

موارد رسوم بيانية: شعارات الحملة ومخزون صور ورسوم بيانية جاهزة لاستخدامها على وسائل التواصل الاجتماعي لدعم حملتكم. تجدونها متوفرة على الموقع التالي:  
[www.zeromalaria.africa](http://www.zeromalaria.africa)

مناصرة وسائط التواصل الاجتماعي: كيفية وضع برنامج مناصرة علامة تجارية: دليل قصير وضعته هوتسوت، وهي شركة توفر أدوات لوسائل التواصل الاجتماعي بشأن كيفية استخدام المنصات لإحداث أكبر قدر من التأثير. متوفر على الموقع التالي:  
<https://blog.hootsuite.com/social-media-advocacy-brand-advocate>

للحصول على معلومات بشأن وضع إعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي، استخدموا الموارد التالية:

- [فيسبوك: <https://www.facebook.com/business/products/ads>](https://www.facebook.com/business/products/ads)
- [تويتر: <https://business.twitter.com/en/solutions/twitter-ads.html>](https://business.twitter.com/en/solutions/twitter-ads.html)
- [إنستغرام: <https://business.instagram.com/advertising>](https://business.instagram.com/advertising)

موارد إشراك وسائط الإعلام وإبرازها

العمل مع وسائط الإعلام: مكمل لمجموعة أدوات المناصرة للتأثير على خطة التنمية لما بعد عام 2015: دليل لدعم إشراك وسائط الإعلام في قضايا التنمية. متوفر على الموقع التالي:  
<http://www.stakeholderforum.org/fileadmin/files/Engagingwiththemediapdf>