



خطة العمل

الهدف	النشاط	المؤشر	الاداء المستهدف	التاريخ	المسؤولية

تجدون أدناه نموذج مصفوفة تخطيط العمل معاً. يرجى ملاحظة كيف يمكن أن يكون هناك عدة أنشطة لكل هدف و عدة مؤشرات لكل نشاط.

نموذج خطة عمل

الهدف	النشاط	المؤشر	الاداء المستهدف	التاريخ	المسؤولية
الحصول على تعهدات علنية بالالتزام بالقضاء على الملاريا من مئة عضو في البرلمان بحلول عام 2020.	تنظيم حلقة عمل برلمانية بشأن حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر تبدأ بي»	المشاركون في حلقة العمل	200	أيار/مايو 2019	مدير شؤون السياسة العامة للبرنامج الوطني لمكافحة الملاريا
		التعهدات العلنية بعد حلقة العمل	100	أيار/مايو 2019	
	الاجتماع بالبرلمانيين لتشجيعهم في أن يصبحوا رواد الحملة.	الاجتماعات مع البرلمانيين	10	أيار/مايو 2019	مدير شؤون السياسة العامة للبرنامج الوطني لمكافحة الملاريا
زيادة الاستخدام الوطني للناموسيات المتينة المعالجة بمبيدات حشرية في المناطق الموبوءة بالملاريا بنسبة 80% بحلول عام 2020.	إطلاق حملة إعلانات إذاعية تشجع على استخدام الناموسيات المتينة المعالجة بمبيدات حشرية	بث الإعلانات الإذاعية	1000	أيار/مايو 2019	منظمة غير حكومية شريكة تغير السلوك الاتصالات القيادة
		التشجيع على استخدام الناموسيات المتينة المعالجة بمبيدات حشرية في حلقات العمل المدرسية بقيادة رواد مجتمعيين	100	حزيران/يونيو 2019	منظمة غير حكومية شريكة تغير السلوك الاتصالات القيادة

إعداد الرسائل

مثلاً: «حملة 'خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر تبدأ بي' هي حملة لجعل أفريقيا خالية من الملاريا. يمكن الوقاية من الإصابة بالملاريا ومعالجتها، ومع ذلك لا تزال تقتل طفلاً كل دقيقتين. لذا، يمكننا بمساعدتكم أن نقضي على المرض نهائياً.»

وما أن تكونوا قد أعددتكم بضع رسائل عامة لوصف اهدافكم، فكروا بكيف يمكنكم تكييف الرسالة أو وضع إطار لها من أجل توجيهها إلى جماهير مختلفة، إذ أن لدى العديد من أصحاب المصلحة الذين تريدون إشراكهم أولويات واهتمامات أخرى. فحين تتفاعلون معهم، تريدون أن تكون حملتكم ذات صلة بعملهم قدر الإمكان. ما هي المسألة التي تشكل أكثر اهتماماتهم؟ ثم احرصوا على إدماج العمل المحدد الذي تريدونهم أن يتحدثوا عنه لدعم حملتكم. غالباً ما يدعى هذا الأسلوب من الرسائل

سوف تحتاجون عند تشارككم مع أصحاب المصلحة وصانعي القرارات وعامة الشعب، لأن تتوافقوا على الرسائل الرئيسية التي تجيب على السؤال التالي: ما هو هدف حملتكم؟

الرسالة الجيدة هي بسيطة وسهلة الفهم. تفادوا كافة الأسماء المختصرة والمفردات التخصصية (الناموسيات المتينة المعالجة بمبيدات حشرية، مكافحة نواقل المرض، المركبات العلاجية القائمة على مادة الأرتيميسينين وغيرها). تريدون أن تجد رسالتكم صدى لدى الأشخاص وتحثهم على الاهتمام بفضيتكم. ويمكن أن يكمن نسق الرسالة المفيد في أن تبدأوا بوصف الحملة ومن ثم تستخدموا دليلاً رئيسياً يتعلق بالمشكلة وتنتهوا الرسالة بذكر هدف حملتكم.

قائمة مرجعية للاسترشاد في إعداد الرسالة

- بسيطة وسهلة الفهم
- لا مفردات تخصصية
- أسلوب ايجابي وملهم
- تركز على الحل
- تستند إلى أدلة
- تتضمن دعوة للعمل
- تتلاءم مع اهتمامات المستلم
- مسلمة بنسق ملائم
- مسلمة من المرسل الملائم

كونوا متأنين بشكل خاص في كيفية تمرير رسالتكم، إذ إن تشددون كثيراً على المشكلة ستبدو صعبة جداً ومحبطة وميؤوساً منها حتى. كذلك، توخوا الحذر في اختيار الصور التي تستخدمونها، إذ يفضل الأشخاص النظر إلى أشخاص سعداء يحسنون حياتهم بدلاً من النظر إلى أشخاص يعانون. استخدموا أسلوباً إيجابياً وسيرغب الشركاء في المشاركة في الحل!

تحديد الموارد والاحتياجات

الآن وقد أصبح لديكم خطة عمل، فكروا بما يتطلب الأمر لتنفيذها. هل لديكم المال والمهارات والنفوذ التي تحتاجون إليها لتحقيق أهدافكم؟ اطرحوا الأفكار بشأن بعض المنافع التي لديكم لكل فئة في الأداة التالية، ومن ثم فكروا ببعض التحديات أو ما تفتقرون إليه.

«بشعار المصاعد». تخيلوا نفسك في مصعد مع شخص يمكنه أن يدعم حملتكم. تحتاجون لأن تقنعوه بالانضمام إليكم خلال أقل من 30 ثانية وذلك للفت انتباهه.

مثلاً، إذا كنتم ستجتمعون مع أعضاء شركة تعدين يحتمل أن تصبح شريكة، يمكنكم أن تقولوا: «حملة 'خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر تبدأ بي' هي تحالف للقضاء على المalaria في بلدكم. تتسبب المalaria بالمعاناة، تلحق الضرر بالأسر وتجعل الأفراد يجدون صعوبة أكبر في العمل. تلحق المalaria الضرر بالجميع في بلدنا وحتى بأعمالكم التجارية. ساعدونا في القضاء على المalaria، نحتاج إلى دعمكم العام المقبل في توزيع الناموسيات والوصول إلى العدد الأكبر من الأشخاص قدر الإمكان.»

فكروا بالإضافة إلى هذه الرسالة، في كيفية تسليمها من أجل التأثير إلى أقصى حد. قد تكون بعض الجماهير شديدة الاهتمام بالقضية ومستعدة لقراءة موجز من صفحة أو صفحتين عن عملكم. لكن معظم الأشخاص ليسوا مهتمين بقدر كاف ومن الأفضل الوصول إليهم من خلال فقرات قصيرة أو جملة واحدة. يمكن إدماج رسالتكم في خطابات، عروض، وسائل التواصل الاجتماعي أو بأي نسق يصل إلى جمهوركم.

كذلك، يتمتع الرسول أحياناً بالأهمية نفسها التي تتمتع بها الرسالة. فإذا كان لديكم متحدث باسمكم يتمتع بسمعة وتأثير قويين بين الجمهور المستهدف، خذوا في الاعتبار أن تطلبوا منه تسليم الرسالة.

أداة تحديد الموارد والاحتياجات

المنافع	التحديات	الخطوات التالية
الموارد البشرية		
الموارد المالية		
الشركاء		
العلاقات		
السمعة		

مقتبس من منظمة المياه والمساعدات (WaterAid) 'مجموعة مراجع المناصرة' (2007)