

# دليل استخدام

## صفحات facebook

للمنظمات غير الحكومية  
والمنظمات التي لا تتوخى  
الربح والمجتمع المدني

بقلم مصطفى غدار وباسكال مصوبع



[www.socialmediaexchange.org](http://www.socialmediaexchange.org)

## قائمة المحتويات

٣	المقدمة.....
٤	ما هي الصفحة على فايسبوك؟.....
٤	بعض المعلومات الأساسية.....
٦	لماذا أنتم بحاجة إلى صفحة فايسبوك؟.....
٦	الصفحات مقابل المجموعات مقابل الملفات الشخصية للمستخدمين.....
٧	مزايا الصفحات.....
٨	مزايا المجموعات.....
٨	هل تريدون أن يكون لكم مجموعة و صفحة على فايسبوك؟.....
٨	تحويل مجموعتكم إلى صفحة على فايسبوك.....
٩	كيف نقوم بإنشاء صفحة جديدة على فايسبوك؟.....
١١	إدارة صفحاتكم على فايسبوك.....
١٢	تحليلات: قراءة الإحصاءات على صفحة فايسبوك.....
١٣	تسويق صفحاتكم على فايسبوك.....
١٣	ضمن فايسبوك.....
١٤	خارج فايسبوك.....
١٥	الإعلان على فايسبوك.....
١٨	تعزيز أداء صفحاتكم من خلال استخدام التطبيقات.....
١٩	ما هي مصادر التطبيقات؟.....
١٩	التطبيقات الأساسية للصفحات.....
٢١	التطبيقات من قبل طرف ثالث.....
٢٢	الخاتمة.....
٢٣	عن المؤلفين وبرنامج تبادل الإنترنت الإجتماعي.....

تعرفنا على DigiActive.org في أيار ٢٠٠٨ وعلمنا على الفور أن هذه المنظمة تكمل الأهداف الإجتماعية لبرنامج تبادل الإنترنت الإجتماعي. وعرضنا الفيديو الخاص بهم تحت عنوان «مقدمة للفاعلية الرقمية» في حلقاتنا الدراسية، كما إشتراكنا في تلقيمة الـ RSS والتي علمنا من خلالها عن دليل فايسبوك بقلم دان شولتز تحت عنوان «مقدمة لفاعلية فايسبوك». كانت لحظة لا تنسى!

في حين كنا نطور برنامجنا و ننشئ صفحاتنا الخاصة على فايسبوك وبلوغر، شاهدنا الكثير من المجموعات التي بدأت باستخدام الشبكات الإجتماعية وغيرها من وسائل الإعلام الإجتماعية بطريقة استراتيجية. لذا بدا أنه من الطبيعي وبسبب شعبية فايسبوك في لبنان والعالم العربي أن نضع نسخة عربية لكل هذه المواد، لذا قمنا بترجمة دليل DigiActive وانتجنا هذه المقدمة المكتملة لدليل صفحات فايسبوك.

هدفنا الرئيس هو إبراز الاختلافات التقنية والإستراتيجية بين النسخة الأحدث، صفحات فايسبوك وبين النسخة الأقدم والتي هي مجموعات فايسبوك. وسنوضح لكم في هذا الدليل أساسيات إنشاء صفحة وإدارة وتسويق صفحة وإضافة التطبيقات. وبعض هذه المعلومات مستمدة من خبرتنا مباشرة؛ بعضها من المدونات والمواقع والآخر من تحليلات لقادة في ميدان وسائل الإعلام الإجتماعي. لمزيد من المعلومات، الرجاء مراجعة الوصلات في قسم المراجع.

وخلافا للدليل الأصلي، لم نشمل دراسة الحالات بل ركزنا على أمثلة بصرية للتعريف على شكل بعض المزايا على صفحات فايسبوك. كما نخطط لجعل هذا الدليل ناشط بنشر النص على ويكي على موقعنا [www.socialmediaexchange.org](http://www.socialmediaexchange.org) لنتمكن مستخدمي صفحات فايسبوك من توثيق تجاربهم ولإضافة أو تصحيح أي من المعلومات.

ملاحظة أخيرة: في الآونة الأخيرة، نشرت صحيفة «ذا ناشونال»، وهي صحيفة جديدة ناطقة باللغة الإنجليزية مقرها في أبو ظبي، خبراً (<http://www.thenational.ae/article/20081002/NATIONAL/993708887/1043>) مؤكدةً فيه أن «فايسبوك قد يكون لاقى شعبية زائدة» لأنه لفت انتباه الرقابة لتبحث عن «محتوى مشكوك فيه». بالفعل، فإن فايسبوك ممنوع في سوريا وإيران، وكان قد منع في تونس (أعيد تشغيله الآن). أما في مصر، فإن فايسبوك على اللائحة السوداء.

لهذا السبب، ترددنا لحظة قبل ترجمة هذا الدليل و فكرنا: ماذا لو أن الرقابة حصلت على نسخة من الدليل؟ ذلك يعني أيضاً أنهم سيعرفون كل الحيل. ولكن سرعان ما تذكرنا أن أحداً لا يستطيع السيطرة على ما يحدث على شبكة الإنترنت. ولهذا السبب تحديداً، فإن الإنترنت أداة قوية جداً كما أنها أداة تمكين المستخدمين. لذلك اخترنا المخاطرة. فنحن نعتقد أن فهم أدوات فايسبوك يعود بفائدة كبرى على الناشطين إذ سيساعدهم على تخطي الرقابة على نحو أفضل، متى اقتضت الحاجة.

وفي الوقت نفسه، نحن نأمل أن تصبح هذه المواد (فايسبوك وديجياكتيف) التي يقرأها الموظف بالدرجة الأولى لمعرفة كيفية خنق حرية التعبير وحرية التجمع مصدر وحي له فيدرك أن هذه الأدوات يمكن إستخدامها لتمكينه هو أيضاً.

# ما هي صفحة فايسبوك؟

## بعض المعلومات الأساسية

أطلق مفهوم صفحات فايسبوك في تشرين الثاني ٢٠٠٧ ليُسمح للأعمال التجارية والفرق الموسيقية والمشاهير والمنظمات – بما فيها تلك التي لا تتوخى الربح والناشطين الذين يعملون على قضايا محددة – بإنشاء ملفات شخصية عن أعمالهم ومنظماتهم على فايسبوك تماماً كفرد مستخدم. إلى حين تم إطلاق مفهوم الصفحات، كان إنشاء ملف شخصي لأي من هؤلاء يُعتبر انتهاك لشروط استخدام فايسبوك لتسجيلهم كشركة أو تحت إسم مستعار.

تجدر الإشارة إلى أن زيادة الإيرادات كانت الدافع الأساسي خلف اعتماد الصفحات إذ يمكن استخدام الاعلانات عليها. ويشمل هذا الإعلانات التي يقوم المستخدمون بتكوينها مباشرة بالإضافة إلى أنظمة الإعلان غير المباشرة مثل Beacon و Social Ads والتي تستخدم البيانات الموجودة على الملفات الشخصية لمستخدمي فايسبوك لنشر إعلاناتها للمعجبين بالصفحات من خلال أعضاء وأصدقاء الصفحة المعنية.

ثمة أكثر من ١٠,٠٠٠ صفحة فايسبوك للمنظمات التي لا تتوخى الربح. يمكنك أن تتصفح جميع صفحات هذه المنظمات على <http://www.new.facebook.com/pages/?browse&ps=152>.

المنظمات التي تتمتع بأكبر عدد معجبين بالتدريج، منها:

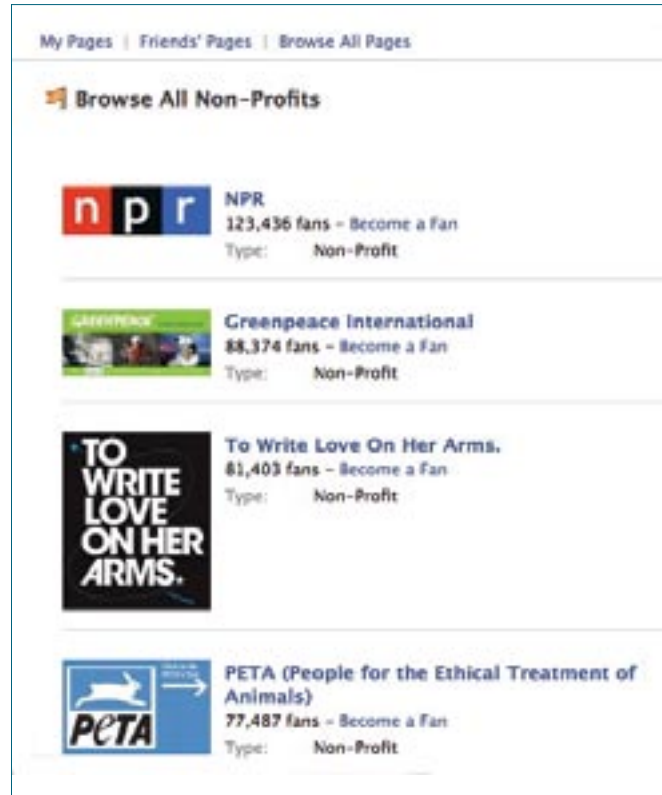
• NPR (National Public Radio)

• Greenpeace International

• To Write Love On Her Arms

• PETA (People for the Ethical Treatment of Animals)

تتعدد أوجه الشبه بين المجموعات والصفحات على فايسبوك، ولكن لكل منها إستخداماتها الإستراتيجية. في الصفحة التالية مقتطفات من صفحة ومجموعة برنامج تبادل الإنترنت الإجتماعي على فايسبوك.



صفحات المنظمات التي لا تتوخى الربح الموجودة على فايسبوك التي تتمتع بأكبر عدد من المعجبين:

<http://www.new.facebook.com/pages/?browse&ps=152#/pages/?browse&ps=152>

الصفحة الرئيسية لمجموعة برنامج تبادل الإنترنت الإجتماعي على فايسبوك.

## Social Media Exchange

Global

**Basic Info**

Type: Organizations - Non-Profit Organizations

Description: Social Media Exchange is a six-month program to introduce and train members of Lebanon's civil society (organizations and individuals) in social and participatory media on the Internet, both (1) to help organizations and projects improve and streamline their internal organization, management and communications, and (2) to help them more efficiently and effectively achieve their social objectives.

The program will unfold in two phases. The first phase will consist of an introductory seminar on the social web, including social bookmarking, RSS (Really Simple Syndication), and blogging, and how it can be applied in an NGO environment. The second phase will comprise advanced, hands-on workshops in the various technologies as well as mentorship opportunities for select NGO participants.

Introductory seminars will be conducted in various regions of Lebanon, while most of the hands-on workshops will take place in Beirut and several areas in Lebanon.

**Contact Info**

Email: socialmediaexchange (at) therootspace (dot) org

Website: <http://therootspace.org/site/socialmedia...>  
<http://www.socialmediaexchange.blogspot...>

Office: Safi, "Vall & Vall" building, 6th floor

Location: Charles Helou Boulevard  
Beirut, Lebanon

**Posted Items**

Displaying 3 of 8 posted items See All

Post a link:



*social media exchange*  
a rootspace project

View Discussion Board  
Message All Members  
Edit Group  
Edit Members  
Edit Group Officers  
Invite People to Join  
Create Related Event  
Leave Group

Share +

**Events**

1 upcoming event See All

Blog Action Day 2008  
El Safi, Lebanon  
Wednesday, October 15 at 6:30pm

**Group Type**

This is an open group. Anyone can join and invite others to join.

**Admins**

Advertise  
Advertise on Facebook

More Ads

بما أن الصفحات على فيسبوك جديدة نسبياً، فإن المستخدمين، بما فيهم دعاة وسائل الإعلام الاجتماعي لا يزالون يختبرون لإيجاد أفضل الطرق لاستخدام ميزات فيسبوك وذلك من أجل تحقيق أهدافهم الاستراتيجية.

## Social Media Exchange

Founded: May 2008

**Information**

Website: <http://www.socialmediaexchange.blogspot...>  
<http://therootspace.org/socialmediaexcha...>  
<http://www.linkedin.com/in/socialmediaex...>

Company Overview: Social Media Exchange is a six-month program to introduce and train members of Lebanon's civil society (organizations and individuals) in social and participatory media on the Internet, both (1) to help organizations and projects improve and streamline their internal organization, management and communications, and (2) to help them more efficiently and effectively achieve their social objectives.

The program will unfold in two phases. The first phase will consist of an introductory seminar on



*social media exchange*  
a rootspace project

Edit Page  
Edit Admins  
Send an Update to Fans  
Promote Page with an Ad  
View Updates  
Remove me from Fans  
View Insights

Share +

**Photos**

2 of 10 albums Add Photos

**Outside Beirut: Intensive Workshops on Social Media**  
Created 31 minutes ago

**Intensive Workshops on Alternative Media**  
Updated September 25

+ Browse more Non-Profits

الصفحة الرئيسية لصفحة برنامج تبادل الإنترنت الاجتماعي. نشير إلى أن الشعار على أي صفحة فيسبوك هو أكثر بروزاً من على أي مجموعة فيسبوك، ولكن الكثير من الميزات الأخرى متشابهة.

## العنوان : لماذا أنتم بحاجة إلى صفحة فايسبوك؟

منذ إطلاق تطبيقات الصفحات، طرحت الكثير من النقاشات حول مزايا وعيوب المجموعات والصفحات، إذ توفر كل منهما وجود للمنظمة الخاصة بها على فايسبوك. ويمكن للمنظمة إنشاء كليهما بسرعة مع تخصيص المحتويات لكل منهما. قد ينتمي المستخدمون إلى مجموعات متعددة ويقوموا بإنشاء صفحات متعددة، لكن لا يمكن إنشاء أكثر من ملف شخصي واحد لا غير لكل مستخدم. ما عدا في الحالات التي ترغب فيها مجموعة ما أن تظل سرية، أو تود أن تحصر الولوج إليها ببعض المستخدمين، فإن الكفة تميل عادةً لصالح الصفحات عموماً مقابل المجموعات وذلك لأنها تسمح بمزيد من المرونة لتحقيق الأهداف. الجدول والقوائم أدناه تساعد في شرح أهم الاختلافات.

### الصفحات مقابل المجموعات مقابل الملفات الشخصية للمستخدمين

الصفحات	المجموعات	الملفات الشخصية للمستخدمين
نعم	نعم ، يمكن للمستخدم إنشاء او الإنضمام إلى ٢٠٠ مجموعة	كلا
تظهر في كل محركات البحث حتى لغير الأعضاء	تظهر في كل محركات البحث حتى لغير الأعضاء	لأعضاء فايسبوك فحسب
عدد غير محدود من المشجعين	عدد غير محدود من الأعضاء	٥٠٠٠ صديق أو أقل
يمكنكم إرسال رسالة لجميع المعجبين	لا يمكنكم إرسال رسالة لجميع المعجبين إذا كانت المجموعة تضم أكثر من ٥٠٠٠ معجب	لا يمكنكم إرسال رسالة لجميع أصدقائكم
في قسم التحديثات ويمكنكم تفقدها عبر ملفكم الشخصي	في البريد الوارد على فايسبوك أو البريد الإلكتروني الخاص بكم؛ يمكنكم تفقدها من خلال ملفكم الخاص أو عبر البريد الإلكتروني الخاص بكم	غير متوفر
يمكنكم إضافة التطبيقات للصفحة	التطبيقات الأساسية متوفرة فقط	يمكنكم إضافة التطبيقات للملف الشخصي
يمكنكم قياس الحركة للصفحة من خلال الإحصاءات	غير متوفر	غير متوفر
طويل، أي على طول مدة القضية أو العلامة التجارية / الصنف	طويل أو قصير، أي على طول مدة الحملة أو القضية	طويل

## مزايا الصفحات

1. للصفحات والمجموعات عناوين فريدة لمواقعها، ولكن عناوين الصفحات أفضل إذ يمكن ان تُظهر إسم منظمتم أو حملتكم في العنوان مما قد يساعدكم في محركات البحث.
2. يمكنكم إرسال تحديثات لجميع المعجبين مهما كان عددهم. أما مع المجموعات، فإن الرسائل لا يمكن إرسالها لأكثر من ٥٠٠٠ عضو.
3. يمكنكم الوصول إلى معجبكم من خلال التحديثات، أما رسائل المجموعة تصل إلى علبة البريد الوارد على فيسبوك مع جميع الإخطارات الأخرى.
4. يمكنكم عرض شعاركم أو هويتكم بطريقة أفضل وذلك لأن الشعار هو أكثر بروزا على صفحة فيسبوك.
5. يمكنكم إضافة التطبيقات الجاهزة إلى صفحتكم أو تطوير التطبيقات الخاصة بكم. غير أن مجموعات فيسبوك لها بعض التطبيقات ولا يمكنك إضافة المزيد منها إلى المجموعة.
6. يمكن للصفحة أن تساعدكم في خلق الإعلانات لجمهور مستهدف باستخدام المعلومات الديموغرافية عن مشجعي صفحتكم.
7. الصلة بين الصفحات والإحصاءات تتيح لكم الوصول إلى المعلومات التحليلية عن عدد زوار صفحتكم ألخ، بحيث يمكنكم زيادة فاعلية صفحتكم.
8. تسمح لكم الصفحات على فيسبوك بحصر ولوج المستخدمين لصفحتك على أساس السن والبلد ومعايير أخرى. كما يمكنكم أيضاً نشر أو إلغاء نشر صفحتكم.

## مزايا المجموعات

١. تعطيك المجموعات خيار السيطرة على هوية من يمكنه الإطلاع على المحتوى، أو حتى تحديد إذا كانت المجموعة مرئية على الإطلاق لأعضاء فايسبوك.
٢. تصل الرسائل إلى أعضاء المجموعات مباشرةً إلى علبة البريد الوارد على فايسبوك / البريد الإلكتروني، بينما تصل الرسائل إلى أعضاء الصفحات إلى قسم التحديثات.
٣. المستخدمون أكثر معرفة بالمجموعات من الصفحات، كما أن إيجاد الصلة لإنشاء المجموعات أسهل بكثير. بالإضافة إلى أن المجموعات أسهل للتصفح. على أنه من الممكن أن يتغير كل هذا في وقت قريب.

## هل تريدون أن يكون لكم مجموعة وصفحة على فايسبوك؟

قد تتساءلون عما إذا كنتم تريدون مجموعة وصفحة على حد سواء للحصول على الأفضل من كلا العالمين. ما من سبب يمنكم عن ذلك. لكن ينبغي الحرص على عدم إرباك الأعضاء والمعجبين لأن ذلك قد يخفف من الوجود المطلوب. لكم أن تكتشفوا أهمية الوجود المزدوج وتقارنوها مع احتمالات زيادة عبء العمل للموظفين والإداريين المسؤولين عن المجموعة والصفحة. قد تتمثل إحدى الاستراتيجيات الجيدة بإعطاء كل من المجموعة والصفحة دور وهوية فريدين في حملتكم فيما تقومون بالتأكد من أن الارتباط واضح.

من ناحية أخرى، إذا كنتم قد أنجزتم العمل الشاق لجذب أعضاء لمجموعتكم، عليكم ألا تبدأوا من الصفر لتكوين صفحة. يمكنكم إرسال طلب لفايسبوك لتحويل مجموعتكم إلى صفحة عن طريق اتخاذ الخطوات التالية:

## تحويل مجموعتكم إلى صفحة على فايسبوك

١. أنشئوا صفحة فايسبوك.
  ٢. دونوا عناوين المواقع لمجموعتكم وصفحتكم على حد سواء.
  ٣. اذهبوا إلى [http://www.facebook.com/help/contact\\_generic.php](http://www.facebook.com/help/contact_generic.php)
  ٤. أعطوهم عناوين المجموعة و الصفحة الخاصة بكم.
- عادةً ، يتم التحويل خلال ٢٤-٤٨ ساعة. إنها طريقة رائعة لملء صفحتكم بالمعجبين تلقائياً. ولكن حذاري، فايسبوك لن يحذف مجموعتكم عند التحويل، لذلك ستحتاجون إلى وضع استراتيجية لإعلان التغيير للأعضاء القدامى وللحصول على الأعضاء الجدد من خلال إعادة توجيههم إلى صفحتكم الجديدة. أو إذا كنتم تريدون أن تبقىوا المجموعة ناشطة لجزء محدد من أنشطتكم ، قد تريدون وضع طريقة جذابة للزوار لمساعدتهم على معرفة ما إذا كانوا على المجموعة أو على الصفحة. بغض النظر عما تقومون به، تابعوا مجموعتكم بانتظام حتى لا تفقدوا المعجبين.

## كيف نقوم بإنشاء صفحة جديدة؟

لإنشاء صفحة لمنظمة لا تتوخى الربح:

١. إذهبوا إلى <http://www.new.facebook.com/pages/create.php> ، أو اعثروا على وصلة «الإعلانات» في أسفل صفحة ملفكم الشخصي.

٢. اختاروا صفة لا تتوخى الربح من «العلامة التجارية أو المنتج».

٣. اختاروا عنواناً ثم إنقروا زر إنشاء. (ملاحظة : اختاروا عنوان صفحتكم بعناية؛ فباختيار الكلمات الرئيسية لعنوانكم إستراتيجياً لوصف صفحتكم، سوف تساعدون في رفع أهميتها و ظهورها في محركات البحث. انتبهوا إذ لا يمكنكم تغيير عنوان صفحتكم.)

مبروك! لقد تم إنشاء صفحتكم! بيد أنها لم تنشر بعد. وهذا يمنحكم الفرصة لإضافة المحتوى قبل البدء بتعزيز صفحتكم. نبدأ ب:

١. تحميل صورة على صفحتكم.

يمكن للصورة أن تكون شعاركم أو رأسية مخصصة مع الشعار والصور. أياً كانت ، تأكدوا من أن يكون للصورة حضور قوي وذلك لتتفرع فوق الفوضى التي غالباً ما يتسم بها فايسبوك. كما يجب التأكد من أن الحجم مناسب حتى تتمكنوا من تحميل الصورة بسرعة. ما من صورة أو شعار على الشبكة يحتاج إلى نوعية أفضل من ٧٢ نقطة في الإنش.

٢. تحرير المعلومات الأساسية والمفصلة.

تاريخ التأسيس والموقع الإلكتروني واللمحة العامة و المهمة. يمكنكم ترك مجال المنتجات فارغاً و بذلك لن تظهر على صفحتكم أو يمكنكم إضافة شيء من هذا القبيل: «المنشورات والحملات ... ألخ».

٣. إضافة مدراء لصفحتكم.

يمكن أن يكون لصفحتكم أكثر من مدير واحد، ولربما كان من المستحسن أن تفعلوا ذلك بهدف تقاسم العمل و غرس الشعور المتبادل الملكية الصفحة.

٤. أنشروا صفحتكم.

٥. إنضموا لقائمة المعجبين! (ملاحظة: لا تنضموا حتى تنشروا الصفحة. وبهذه الطريقة فإن أصدقاءكم سوف يرون ذلك في تغذية الأخبار الخاصة بكم وبذلك يمكنهم الإنضمام لقائمة المعجبين أيضاً.)

## لمزيد من القراءة:

المراجع الموجودة على فيسبوك:

- \* صفحة صفحات فيسبوك: <http://www.new.facebook.com/FacebookPages>
- \* مرجعية الصفحات في فيسبوك: انظر إلى أمثلة أخرى من صفحات فيسبوك: <http://www.facebook.com/pages/?browse>
- \* صفحة فيسبوك للملاحظات:
- [http://www.new.facebook.com/note.php?note\\_id=12261944821#/notes.php?id=10381469571](http://www.new.facebook.com/note.php?note_id=12261944821#/notes.php?id=10381469571)
- \* مركز المساعدة للصفحات على فيسبوك: <http://www.new.facebook.com/help.php?page=175>

## الموارد والمقالات الأخرى:

- \* الدليل المفصل لصفحات فيسبوك: <http://www.box.net/shared/v114cwzk00>
- \* هل تُعتبر صفحة فيسبوك استراتيجية كاملة لوسائل الإعلام الإجتماعي؟  
[/http://mashable.com/2008/06/05/social-media-strategy](http://mashable.com/2008/06/05/social-media-strategy)
- \* مجموعات فيسبوك مقابل صفحات فيسبوك، بقلم تيم دايفيس  
<http://www.timdavies.org.uk/2008/02/18/facebook-groups-vs-facebook-pages>
- إن الكثير من الوصلات التالية هي من مدونة «ملاحظة حول فيسبوك» بقلم بيث كانتر ([www.bethkanter.org](http://www.bethkanter.org)) و ([beth.typepad.com](http://beth.typepad.com))
- \* والمجموعات مقابل الصفحات: [http://www.thegogglesdonothing.com/archives/2008/01/facebook\\_groups\\_vs\\_pages.shtml](http://www.thegogglesdonothing.com/archives/2008/01/facebook_groups_vs_pages.shtml)
- \* وسائل إعلام السمفونية في شيكاغو واستراتيجية وسائل الإعلام الإجتماعية: ماذا يحدث عندما يقيم فرد خارج منظمكم وجوداً له على فيسبوك؟ [http://beth.typepad.com/beths\\_blog/2008/08/chicago-symphony.html](http://beth.typepad.com/beths_blog/2008/08/chicago-symphony.html)
- \* أفضل الممارسات لصفحات المعجبين على فيسبوك: أنواع المستخدمين: <http://www.socialmediatoday.com/SMC/49304>
- \* أفضل الممارسات لصفحات فيسبوك: <http://www.radicaltrust.ca/?s=facebook&x=0&y=0>
- \* اختبار صفحات فيسبوك وإعلانات إجتماعية بقيمة ٢٠ دولاراً من SocialAds:  
<http://www.web-strategist.com/blog/2007/11/07/testing-facebook-pages-and-socialads>
- \* عشرة أشياء لا تعرفونها عن فيسبوك:
- <http://www.gobestarticles.com/2008/04/07/ten-things-you-didnt-know-about-facebook.html>
- \* سلسلة «ماذا يمكنك أن تحصل عليه صفحات فيسبوك»: Default Widgets and Applications  
<http://facebookadvice.com/2008/04/19/the-what-you-get-from-facebook-pages-series-default-widgets-and-applications>
- \* صفحة فيسبوك لتقديم النصائح للمعجبين: [/http://page.facebookadvice.com](http://page.facebookadvice.com)
- \* الغاية من فيسبوك: الشبكات الاجتماعية للمرح والربح: <http://whyfacebook.com>
- \* بحثي الصغير عن صفحات فيسبوك مقابل مجموعات فيسبوك:  
<http://www.jiajiablog.cn/2008/01/02/my-little-research-on-facebook-page-vs-facebook-group>

## إدارة صفحاتكم على فايسبوك

صفحتكم على فايسبوك ليست صفحة جامدة أو غير متغيرة. بل هي عبارة عن مجتمع انتم اخترتم الانضمام إليه / إنشائه والذي يتمحور حول القضايا والحملات الخاصة بكم. يمكن للخطوات التالية أن تساعدكم على تحقيق الإدارة الناجحة لمجتمعكم على الإنترنت :

### • الإستماع

- \* إبحثوا عن منظماتكم وغيرها على فايسبوك لتكوين فكرة عما يقوله الناس عنكم وعن القضايا التي تعالجونها
- \* التخطيط ( يمكنكم استخدام ورقة العمل المقدمة مع مواد حلقات العمل على [www.socialmediaexchange.org](http://www.socialmediaexchange.org) )
- \* تحديد الأهداف : اعرفوا ما هي الأهداف التي ترغبون بتحقيقها مع مجموعتكم أو صفحتكم. يجب أن تكونوا قادرين على الانتهاء من الجملة «نحن بحاجة إلى صفحة / مجموعة فايسبوك لتحقيق هدف...» في ١٠ ثوانٍ أو أقل.
- \* الأهداف المحددة: تلك قصيرة الأجل والتي غالباً ما تكون قابلة للقياس وبذلك يمكنكم أن تروا التقدم المحرز في حملتكم. فعلى سبيل المثال، قد يكون الهدف هو جذب ٢٠ معجباً جديداً كل شهر لصفحتكم أو مجموعتكم.
- \* تحديد جمهوركم المستهدف: سيساعدكم على فهم جمهوركم بشكل أفضل والتواصل معه لتحويلهم الى فاعلين. يجب الأخذ بعين الاعتبار أكثر من العمر والموقع والجنس. يجب أن تتخلوا جمهوركم وما هي اهتماماته وعاداته ومهاراته.

### • العمل

- \* نشر المحتوى المفيد والمثير للاهتمام وذات الصلة بصورة مستمرة.
- \* تشجيع المشاركة الفاعلة من خلال الدعوة إلى العمل. و تشبهاً بالمنسقين للمتطوعين الجيدين، يجب أن تكون دائماً على استعداد للإجابة على السؤال : « كيف يمكنني المساعدة؟»
- \* تسويق صفحاتكم / حملتكم على فايسبوك من خلال ذكرها على موقع الويب الخاص بكم وعلى مدونتكم وحتى في المواد المطبوعة عن طريق ربط هذه الوسائل بعضها ببعض كلما كان ذلك ممكناً.

### • التواصل

- \* التواصل مع الأعضاء ومحاولة للوصول إلى أصحاب النفوذ والوسطاء أو وحتى بعض المشاهير.
- \* الإجابة عن أسئلة و مطالب الأعضاء لتعزيز الشعور بالملكية. يجب إقناعهم بأن هذه هي قضيتهم و أنهم ليسوا ضيوفاً. بل هم القوة الدافعة وراء الصفحة / المجموعة والنجاح نجاحهم.
- \* توسيع شبكتكم عن طريق إظهار اهتمام حقيقي في الناس. ابنوا علاقات وطيدة مع معبيكم عن طريق النشر على حائطهم والرد على استفساراتهم واقتراحاتهم. استخدموا التقييمات لإطلاعهم على التطورات الحاصلة في الميدان وسوف تتطورون لتصبحوا مركزاً للمعلومات يعتمدون عليه.

### • تحسين الأداء

- \* استمعوا إلى الأعضاء و اقتراحاتهم واعتبروا من معرفتهم و أنشطتهم.
- \* قياس التقدم المحرز لمعرفة اذا ما كنتم على الطريق الصحيح لتحقيق أهدافكم. التحقق من تحليلات لوحة القيادة غالباً

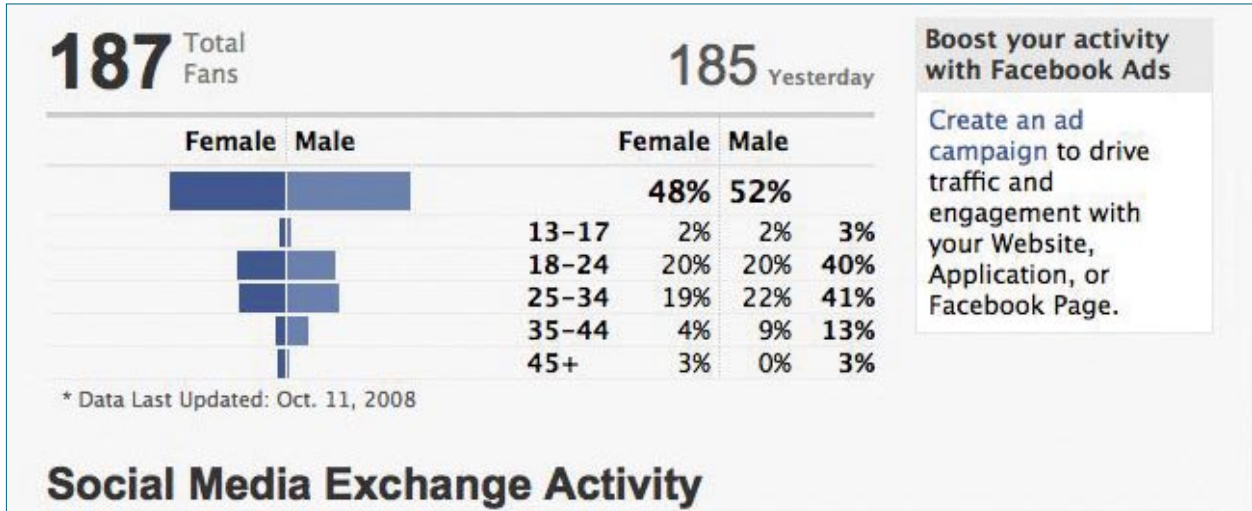
ومقارنة نتائج التقدم مع أهدافكم القصيرة الأجل.  
 \* إجراء أي تغييرات ضرورية لزيادة نسبة التحويل. قد تكونون منظمة لا تتوخى الربح إنما لا تزالون تريدون للزوار الحصول على أفضل النتائج من موقعكم.

## تحليلات: قراءة الإحصاءات على صفحة فايسبوك

ثمة تسع رسوم بيانية مختلفة في لوحة القيادة على إحصاءات صفحتكم:

- |                |                       |                               |
|----------------|-----------------------|-------------------------------|
| ١. رؤية مختلفة | ٤. المعجبون الجدد     | ٧. المواضيع المطروحة للمناقشة |
| ٢. رؤية الصفحة | ٥. المعجبون المزالون  | ٨. رؤية الصور                 |
| ٣. المعجبون    | ٦. الكتابة على الحائط | ٩. الآراء                     |

- إن رصد هذه المؤشرات وإيجاد بعض الأنماط يمكن أن يساعدكم في الاستخدام الأفضل لصفحتكم :
- \* على سبيل المثال ، إذا كنت تحصل على أعلى مستوى رؤية في يوم محدد من الأسبوع، قد يكون هذا اليوم مناسباً لإعلان عن حدث أو بدء مناقشة جديدة.
- \* معرفة عدد المعجبين والمعجبين المزالين (removed fans) يمكن أن يبين مدى ولاء أنصاركم لكم أو تقييم تأثير خطوة ما في تحويل بعض المعجبين عن صفحتكم.
- \* يمكن للمعجبين الجدد أن يكونوا مؤشراً عن تقدمكم المحرز ومدى نشاط صفحتكم. إذا لاحظتم نمواً هائلاً في يوم واحد، اكتشفوا السبب وما عليكم سوى انتهاج النهج ذاته.
- \* المؤشرات الأربعة الأخيرة تشير إلى «عامل التعلق» و مدى النشاط على صفحتكم. عامل التعلق هو تعبير يشير إلى كمية الوقت التي يمضها الزوار على صفحتكم ومدى الأنشطة التي يمارسونها خلال هذا الوقت.



إن لوحة القيادة لإحصاءات تعرض مؤشر الديموغرافية وتسع مؤشرات أخرى عن النشاط على صفحتكم. كما إن ميزة الإحصاءات في صفحتكم تسمح لكم بفحص ديموغرافية المعجبين وتتيح لكم معرفة إذا كنتم تصلون إلى جمهوركم المستهدف. وبذلك تساعدكم على اتخاذ قرارات بشأن كيفية التواصل معهم بصورة أفضل.

## تسويق صفحتكم على فايسبوك

كما ذكرنا من قبل، باستطاعة محركات العثور على صفحات فايسبوك و ذلك بفضل الفهرسة لعناوين مواقع الصفحات. بالنسبة للمنظمات والمجموعات التي تريد أكبر قدر ممكن التعرض للرؤية ، فإن هذا يعني أن الأمر ليس ممكناً فحسب، بل من الضروري أن تعملوا لتسويق صفحتكم ضمن وخارج فايسبوك. وهذا ضروري أيضاً لأن معظم الأوقات للحصول على أفراد يرغبون بالإنضمام إلى قائمة المعجبين عليكم أولاً حملهم على تصفح صفحتكم. هنا بعض الإستراتيجيات التسويق ضمن وخارج فايسبوك:

### ضمن فايسبوك

١. دعوة الأصدقاء ذوي النفوذ والذين يظهرون دائماً في قسم «الأصدقاء المتبادلين» أو الذين تنجذبون إلى تغذيتهم على فايسبوك ودعوتهم ليصبحوا من معببيكم. غالباً ما يكون لهؤلاء الأفراد الكثير من المعارف. عندما تدعونهم للإنضمام إلى صفحتكم على فايسبوك، سوف يرى أصدقاؤهم ذلك في تغذية أخبارهم و ستلعب قوة الإيحاء دورها لجذب المعجبين الجدد لصفحتكم.



٢. إنتاج المحتوى سريع الانتشار.

إن إضافة العناصر مثل عرض الشرائح عن الوقائع المثيرة أو شريط فيديو أو رسالة مثيرة للاهتمام يمكن للمستخدمين مشاركتها مع أصدقائهم على فايسبوك و على مواقع أخرى. يجب التأكد من أن الأشياء التي ليست على الصفحة لها صلة لإعادة توجيه المشاهدين إلى صفحتكم.

٣. تطوير التطبيقات أو الألعاب الخاصة بكم على فايسبوك.

منظمة الشباب من أجل التسامح هي إحدى منظمات المجتمع المدني في لبنان و لكن ليس لها صفحة على فايسبوك. إنما وضعت المنظمة لعبة «إضرب سياسي» لجذب الأعضاء للمجموعة ومثلها العليا. فهي تسمح للمواطنين بالتفيس عن غضبهم قليلاً ولكنها أيضاً تسمح للمستخدمين بإقتراح إضافة وجوه جديدة للعبة.

## خارج فايسبوك

١. دعوة المتطوعين ومؤيديكم وأصدقائكم للانضمام إلى فايسبوك.
  ٢. فتح حساب Google Adwords. بما أن صفحات فايسبوك مرئية خارج فايسبوك، يمكنكم استخدام عنوان الموقع ليكون الصفحة المقصودة لحملة Adwords، و ذلك لجمع التبرعات وجذب المتطوعين. وهذه فكرة جيدة لثلاثة أسباب:
    - \* يتيح لكم الاستفادة من قوة الإيحاء.
    - إن الزوار الذين ينقرون على إعلاناتكم سيرون على الفور أن لديكم معجبين ما سيعزز رسالتكم ويحفزهم على الانضمام إليكم.
    - \* كما هو إجتماعي.حين يشعر الناس أنهم جزء من مجتمع ما يصبح من السهل عليهم الانضمام إلى المجموعة التي تمثله. يلعب ذلك دوراً في تجييش العاطفة حيث ينشئ شعور بالانتماء للقضية ويعزز فكرة أن الأفراد ناشطين والتي بدورها تطور مشاعر الإلتفاء والملكية بين الأفراد.
  - \* يتيح لكم قياس عدد الزوار و المعجبين.
- من خلال تحليلات غوغل، فمن السهل رصد معدلات النقر مقارنة مع عدد المعجبين الجدد، بحيث يمكنكم تقييم تقدمكم المحرز والعمل على تحسين أداء حملتكم.
٣. أضيفوا شارة «ابحث عنا» على فايسبوك أو عنصر واجهة مستخدم (widget) «شاركها على فايسبوك» على مدونتكم الإلكترونية / موقعكم.



يمكن تفصيل الشارات ووضعها على مواقع خارجية لمدوناتكم ومواقعكم على شبكة الإنترنت وربطها بصفحتكم على فايسبوك.

٤. تحدثوا إلى وسائل الإعلام. أرسلوا التعليقات الصحافية إلى وسائل الإعلام التقليدية ووصلات مع موجز عن أخباركم للمدونين، خاصةً بعد أن تكسب حملتكم عدداً لا بأس به من المؤيدين.
٥. أضيفوا وصلة إلى صفحتكم على فايسبوك في كل ما ترسلوه من البريد الإلكتروني إلى الرسائل الإخبارية، كما يمكنكم جعل الوصلة توقيعكم في كل رسائل بريدكم الإلكتروني.



## Facebook Ads

Reach the exact audience you want with relevant targeted ads.

Get Started ▶

or [manage your existing ads](#)

---

### Facebook Ads

Pair your targeted ad with related actions from a user's friends.

Ben Bloom is a fan of Junnoon. Sponsored [?]



Ben Bloom

**Eclectic Modern Indian**  
Our vision at Junnoon is to showcase the food of modern India: bold, healthy and flavor-intense. Make a reservation today!



### Facebook Pages

Represent your business, band, product and more by creating a distinct and customized profile.



## الإعلان على فايسبوك

ثمة طريقة أخرى لتسويق صفحتكم على فايسبوك ألا وهي إنشاء الإعلانات على فايسبوك. يمكنكم اختيار الإعلانات لاستهداف الجمهور حسب العوامل الديموغرافية أو يمكنكم تحديد الكلمات الرئيسية كما الدفع عن كل نقرة أو لكل زيارة للإعلان. يمكنكم إنشاء حساب الإعلانات على الموقع التالي: [/http://www.new.facebook.com/ads/manage](http://www.new.facebook.com/ads/manage)

انقروا على إنشاء إعلان وأجيبوا على بعض الأسئلة البسيطة. أضيفوا صورة من شأنها أن تزيد عدد النقرات على إعلانكم. كما بإمكانكم تعزيز ما هو موجود مسبقاً على فايسبوك مثل صفحة أو مجموعة من خلال تقرير جديد أو وثائقي أو وصلة لموقع خارجي مثل موقع إلكتروني أو مدونة إلكترونية.

١٥



يمكنكم إنشاء إعلانات على فايسبوك.

يمكنكم إختيار جمهوركم المستهدف عن طريق تحديد المكان والجنس والفتة العمرية والكلمات الرئيسية ومعايير أخرى. وسوف يظهر لكم تقدير لحجم جمهوركم. لا تختاروا جمهوراً صغيراً بتحديد معايير كثيرة أو كبير جداً بتحديد معايير قليلة. بعد ذلك، حددوا ميزانيتكم اليومية والحد الأقصى للمبلغ الذي أنتم مستعدين لدفعه عن كل نقرة. يمكنكم أيضاً ان تختاروا الدفع عن كل عرض. للمنظمات غير الحكومية وتلك التي لا تتوخى الربح، فإن الدفع لكل عرض يمكن أن يكون فعالاً جداً من حيث التكلفة؛ إنها وسيلة جيدة للوصول إلى جمهوركم المستهدف ضمن ميزانية محدودة.

### 3. Reach the exact audience you want Help: Targeting an Ad

Location:

Sex:  Male  Female

Age:  -

Keywords:

(Interests, favorite music, movies, job titles, etc.)

▶ Show More Options (schools, workplaces, relationship status, etc.)

---

I want to reach people age 18 and older in Lebanon. ⇨ ≈ 339,580 people

### 4. Price your Ad Help: Pricing an Ad

Campaign: Name:  Daily Budget:  Schedule:

Ads in a campaign share a budget and schedule. You will be able to change a campaign's budget and schedule in the Ads Manager.

Pricing:  Pay for Clicks  Pay for Views <sup>[?]</sup>

Your ad will be displayed in the Ad Space, News Feed, or both. <sup>[?]</sup>

Max Bid: What is the most you are willing to pay per click? (min US\$0.01)

US\$  Suggested bid: US\$0.39 - 0.50

You will never pay more than your max bid, and you may pay less. <sup>[?]</sup>


[Continue](#)

وأخيراً، يمكنكم مراقبة أداء حملتكم الإعلانية ومعرفة عدد النقرات ومتوسط التكلفة لكل نقرة أو عرض ومقدار المال المنفق.


## تعزير أداء صفحاتكم من خلال إستخدام التطبيقات

ميزة رئيسة أخرى لصفحات فايسبوك هي القدرة على إضافة التطبيقات لتوسيع القدرة الوظيفية لصفحاتكم لتحسين التفاعل مع زوار موقعكم. إن عملية إضافة التطبيقات إلى صفحاتكم هي تقريباً نفس عملية إضافة التطبيقات إلى ملفكم الشخصي. ولكن، من المهم أن نعرف التطبيقات ليست كلها متاحة للصفحات، وبعضها غير متاح إلا لصفحات محددة! يمكنكم التعرف على جميع تطبيقات فايسبوك على <http://www.new.facebook.com/apps> عندما يمكنكم إضافة التطبيق لصفحة، سيكون له زر «إضافة إلى صفحة» كما في تطبيق القضايا المصورة أدناه.


### Useful Pages Applications




**Static FBML**  
By Facebook  
Add advanced functionality to your Page using the Facebook Static FBML application. This application will add a box to your Page in which you can render HTML or FBML (Facebook Markup Language) for enhanced Page customization.



**Flash Player**  
By Facebook  
This application will add a box to your Page in which you can upload your own Flash files to achieve advanced customization.




**Music Player**  
By Facebook  
Music Player lets your fans listen to your most recent tracks directly from your Page. Add as many tracks as you want, and update Music Player as you create new music.



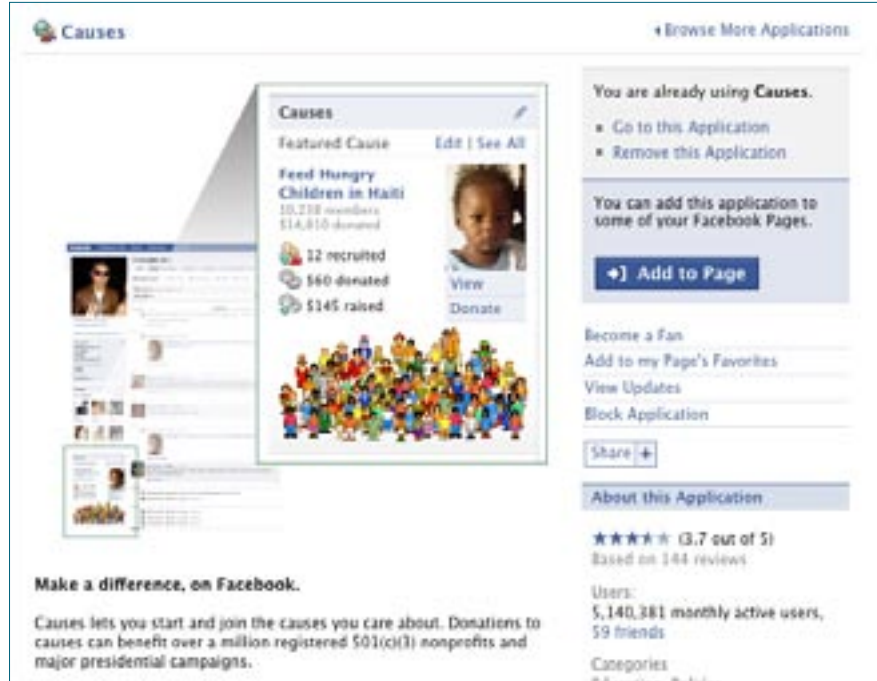
**Files**  
By Drop.io  
Files is a way to privately share any media or files through facebook... add and share anything from documents and audio, to pictures and video (as well as any other filetype). Add via facebook, drop.io, the web, widgets, email, mms, phone, and even fax.



**Blog RSS Feed Reader**  
By William Web Design  
Publish multiple RSS Feeds on your profile. Blog RSS Feed Reader is great way to drive traffic to your blog from your Facebook profile using a RSS Feed. Customise each RSS Feed with images, description & dates. The Best RSS Application on Facebook.



**Win a Prize**  
By IncFuel Corp.  
With Win a Prize users can search for and enter all the coolest contests on Facebook and businesses can easily create, promote and manage contests on their Facebook page.



إن تطبيقات القضايا ذات الشعبية الواسعة جمعت أكثر من ٢,٥ مليون دولار للجمعيات الخيرية في عامها الأول. ولكن للأسف، فإنها ليست متاحة في كثير من البلدان.

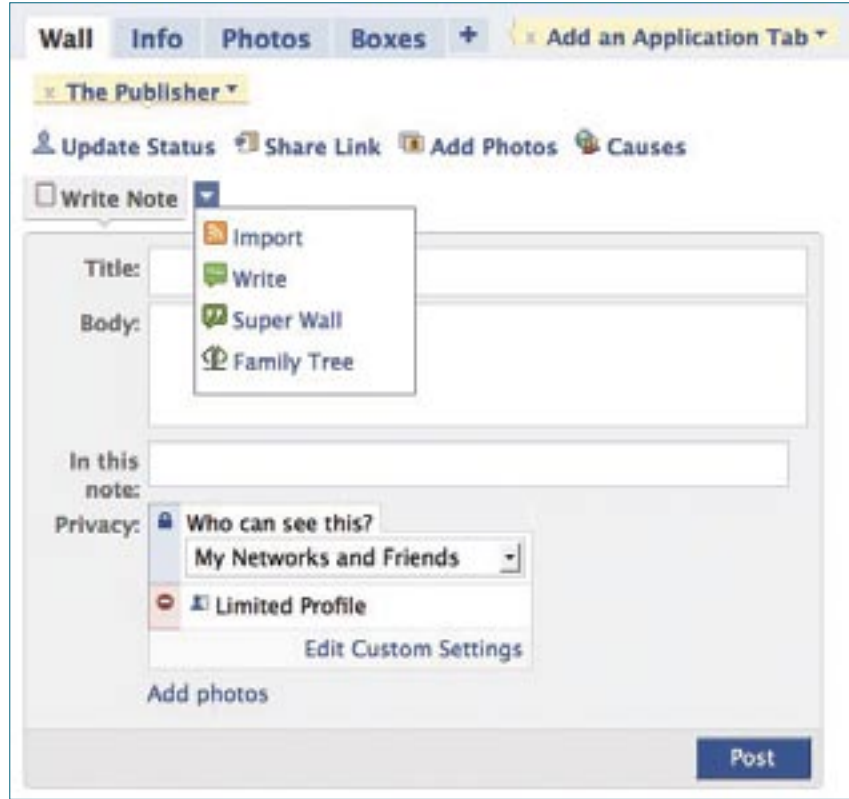
## ما هي مصادر التطبيقات؟

- \* بعض هذه التطبيقات وضعها فإيسبوك. وهي في معظمها التطبيقات البسيطة وغير المعقدة التي يعتقدون بضرورة إتاحتها على الشبكة.
- \* بعضها توضع من قبل طرف ثالث. يضيف الأفراد و الشركات التطبيقات اليومية وثمة عشرات الآلاف متاح منها الآن.
- \* بعض التطبيقات أنشأها / طورها أفراد مثلكم تماماً!
- إذا لم تتمكنوا من العثور على التطبيقات التي تلمي طلبكم، يمكنكم تطوير التطبيق الخاص بكم، سواء كان ذلك من المنزل / الشركة أو من خلال الاستعانة بمساعدة خارجية. لمزيد من المعلومات، اضغط على <http://developers.new.facebook.com>.

## التطبيقات الأساسية للصفحات

- مثل ملفكم الشخصي على فإيسبوك أو مجموعتكم، فإن صفحتكم على فإيسبوك مجهزة ببعض التطبيقات البسيطة والمفيدة:
- \* **التغذية المصغرة:** لعرض الأخبار الجديدة عن صفحتكم. ويمكن أن تبين لأي مدى صفحتكم ناشطة
- \* **الحائط:** على غرار التعليقات على المدونة الإلكترونية. يمكن للمعجبين طرح الأسئلة والنقد والثناء والتأييد
- \* **لوح المناقشة:** تُعدّ منتدى وجزءاً لا يتجزأ من المناقشات والتبادلات المتمحورة حول موضوع معين.
- \* **الصور:** يمكنكم تحميل الصور ومشاركتها مع الآخرين وتنظيمها في الألبومات. ولكن ميزة الألبوم لا تتوافر في صور المجموعات.

- \* **الفيديو:** يمكنكم تحميل أو تسجيل أشرطة الفيديو، لكن لا يمكنكم تضمين واحد. إذا أردتم ذلك سيكون عليكم إضافة تطبيق طرف ثالث.
- \* **الأحداث:** طريقة سهلة لإنشاء وتسويق أحداث منظماتكم. للأسف، لا يمكنكم استيراد الأحداث من تقويمات أخرى، إلا أنكم تستطيعون تضمين روزنامة لغوغل ولكن تطبيقات الأحداث تتميز بتأثير أكبر، وهي برأينا، سهلة الاستعمال.
- \* **الملاحظات:** استيراد المضمون من مصدر خارجي، مثل حسابكم في فليكر والعناصر المشتركة من حسابكم في قارئ غوغل أو مدونتك واستخدامه لتدوين الأفكار في كثير من الأحيان. وفي كلتا الحالتين، يمكن للمعجبين الإشتراك بملاحظاتك عن طريق تلقية آر إس إس.



لقطة من الشاشة عن تطبيق الملاحظات تُظهر القائمة المنسدلة التي تسمح لكم باستيراد التلقيمات.

- \* **الوصلات المنشورة:** أضف الوصلات المثيرة ذات الصلة مع وصف صغير. مع مرور الوقت، ستصبح دليل للوصلات. تطبيقات أخرى يمكنكم إضافتها:
- \* **التقييمات:** يمكنها أن تكون مفيدة إذا كنتم تريدون لزواركم أن يقيموا عملكم وحملاتكم و منشوراتكم أو تقييم منظماتكم في الجمل.
- \* **فلاش بلاير:** يتيح لكم هذا التطبيق تحميل فلاش إلى صفحاتكم.

Browse Applications:
For Facebook Profiles
All
Alerts
Business
Chat
Classified
Dating
Education
Events
Fashion
File Sharing
Food and Drink
Gaming
Just for Fun
Messaging
Mobile
Money
Music
Photo
Politics
Sports
Travel
Utility
Video

قائمة فئات لتصفح تطبيقات فإيسبوك.

## التطبيقات من قبل طرف ثالث

قبل تثبيت أي تطبيقات طرف ثالث، تحققوا من تقييمات مستخدمي فإيسبوك عنها وابعثوا على غوغل لمعرفة ما إذا كان ثمة أي مشاكل متعلقة بالتطبيق. إيلاء الاهتمام الخاص للتطبيقات التي قد تعرض خصوصيتكم للخطر أو التي تعاني بعض المشاكل التي لم تُعالج. على الأرجح أن هذه التطبيقات لا تساوي الوقت لإضافتها والعمل فيها.

استكشاف التطبيقات يستغرق وقتاً طويلاً، و المزعج في الأمر أنه لا يوجد فئة معينة للمنظمات التي لا تتوخى الربح. لكن يمكنكم البحث على «لا تتوخى الربح» في أعلى الصفحة للتطبيقات. وإضافةً إلى ذلك، فإن عدد من التطبيقات الجيدة أو المفيدة ليست متاحة للصفحات، بما في ذلك بعض أفضل التطبيقات للمنظمات غير الحكومية، مثل القضايا أو غيرها (والقادرة على جمع المال) للجمعيات الخيرية المسجلة في الولايات المتحدة الأمريكية و بريطانيا. نأمل أن يتغير ذلك عندما يبدأ مستخدمو الصفحات في جميع أنحاء العالم بطلب المزيد من المرونة والقدرة الوظيفية.

لقد جربنا التطبيقات المذكورة أدناه ووجدنا أنها ذات فائدة إلى حد ما:

- \* Simply RSS يضيف تلقية موقعكم / مدونتك لعرض آخر ٢٠ منشور على صفحتكم أو ملفكم الشخصي على فإيسبوك .
- \* Short Web Address يسمح لكم باختصار عنوان صفحتكم إلى شيء أسهل للقراءة ويمكن إضافته إلى TWITTER.
- \* Skype Me يسمح لزوار الصفحة بالاتصال بكم منفردين.
- \* YouTube Player يسمح لكم بلعب الفيديو الخاص بكم على صفحة أو الملف الشخصي على فإيسبوك بإدخال عنوان يوتيوب فحسب.
- \* Cafe Press يسمح بتضمين قائمتكم على صفحة كافيه برس لجمع الأموال من خلال بيع البضائع مع شعاركم أو رسالة حملتكم.
- \* Advanced Wall إنشروا الصور والجغرافيتي وأشرطة فيديو و الفلاش وغيروا حجم النص ولونه.

نأمل أن تكونوا قد وجدتم هذا الدليل مفيداً وأن تشاركونا بعضاً من نجاحاتكم وتحدياتكم مع استخدام صفحات فايسبوك على الويكي على [www.socialmediaexchange.org](http://www.socialmediaexchange.org). سنواصل تجربتنا مع هذه الأداة وغيرها للمساعدة في تحويل المشكلات الإجتماعية إلى حلول إجتماعية وسنبقاكم على إطلاع بما كان مفيداً لنا. نحن مؤمنون بكون اعتماد التطبيقات الإجتماعية ذات النطاق الواسع مثل فايسبوك مسألة مفروغ منها، والأمر متروك لنا لمعرفة كيفية استخدامها إستراتيجياً للدعوة والتمكين الذاتيين.

**«إن اختراع الأدوات التي تُسهل تشكيل المجموعات لا يشبه التغيير التكنولوجي كما نعرفه، بل هو أقرب للحدث، إذ أن شيئاً قد حدث بالفعل. نتيجةً لذلك، فإن الأسئلة الهامة ليست حول ما إذا كانت هذه الأدوات سوف تنتشر أو ستعيد تشكيل المجتمع، بل كيف ستفعل ذلك.»**

كلابي شيركي، كتاب «هير كمنز أفريبودي»، كما كتبت في مقالة «وركينغ ويكلي».

## نبذة عن المؤلفين

### مصطفى غدار

مصطفى له من الخبرة سبع سنوات في إدارة وتسويق أنواع مختلفة من المواقع والمدونات لاستخدامه الخاص وبالنيابة عن العملاء، بما فيهم منظمة غرين بيس الدولية، على حد سواء. في الوقت الحاضر، يشغل منصب المدرب الأساسي في برنامج تبادل الإنترنت الاجتماعي، وهو متخصص في حلقات / ورشات العمل عن المدونات و تحسين أداء محركات البحث (SEO) وجمع التبرعات الرقمية وفاعلية فايسبوك. بالإضافة إلى ذلك، فإن خبرته التحليلية تساعد إلى حد كبير على الرصد والتقييم وزيادة التحويل وفتح البريد الإلكتروني بالإضافة إلى زيادة معدلات النقر بينما تتناقص معدلات Bounce. مصطفى حائز إجازة في إدارة التجارة الإلكترونية من كلية Pen Foster في ولاية بنسلفانيا وهو يعمل حالياً على نيل الماجستير في إدارة الأعمال للأعمال الإلكترونية في خريف هذا العام أو أوائل العام القادم.

### باسكال مصوبع

تقود باسكال حلقات العمل في تبادل الإنترنت الاجتماعي عن فعالية فايسبوك وهي المسؤولة عن تحديث صفحة ومجموعة البرنامج على فايسبوك. إنها المدونة الرئيسة على مدونتنا، حيث أنها كتبت سلسلة عن Twitter في لبنان. كما أنها الصوت الناطق بالعربية في شريط الفيديو لـ SMEX «ربط لبنان»، وهو عبارة عن شريط فيديو قصير عن عمل الناشطين بوسائل الإعلام الاجتماعية للتغيير الاجتماعي. و إنها تقوم حالياً بالعمل على الماجستير في الشؤون الدولية والدبلوماسية في جامعة نوتردام - اللويزة.

## عن برنامج تبادل الإنترنت الاجتماعي

تأسس في أيار ٢٠٠٨، ويعمل البرنامج على إعطاء التدريبات عن وسائل الإعلام والنصائح للمجتمع المدني والمنظمات التي لا تتوخى الربح في لبنان، وقريباً في جميع أنحاء الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. مهمتنا هي تشجيع اعتماد الإنترنت ووسائل الإعلام في المنطقة كوسيلة للتعبير وللتمكن الذاتي والدعوة الذاتية. في هذا الإطار نركز على ثلاثة مجالات على وجه الخصوص:

١. تشجيع معرفة واستخدام وسائل الإعلام ورفع مستوى الوعي الاجتماعي والمشاركة في وسائل الإعلام، ولا سيما في صفوف الشباب والمدربين، من خلال المفاهيم ودراسة الحالات وترجمة المواد الأساسية إلى اللغة العربية.
  ٢. مساعدة المنظمات على تنمية الاستراتيجيات المستدامة والتعاونية لدمج وسائل الإعلام الاجتماعية في برامجها.
  ٣. زيادة الوصول إلى شبكة الإنترنت عن طريق الدعوة إلى زيادة عرض النطاق والتخفيف من الرقابة.
- نحن هنا لتحقيق هذه الأهداف عن طريق الشراكة مع منظمات وسائل الإعلام الأخرى في جميع أنحاء العالم لتطوير المناهج التعليمية المصممة خصيصاً للبنان والوطن العربي. لمزيد من المعلومات والاطلاع على الجدول الزمني للأنشطة المقبلة، يرجى زيارة [www.socialmediaexchange.org](http://www.socialmediaexchange.org).

تصميم مرغريتا أبي حنا



[www.socialmediaexchange.org](http://www.socialmediaexchange.org)