



دراسة احتياج لمستفيدي الجمعية

لزيادة ثقة وانتماء المستفيدين بالجمعية من خلال تبني أفضل المعايير الممارسات في تقديم البرامج للمستفيد وذلك عن طريق ما يلي:

١. تصحيح المفاهيم السائدة لدى المستفيدين عن برامج الجمعية المقدمة من الجمعية.
٢. تكوين انطباعات وقناعات ايجابية جديدة نحو الجمعية وما تقدمه من برامج ثقافية ومشاريع إعلامية
٣. نشر ثقافة تقييم البرامج لدى المستفيد والتشجيع على ذلك والتأكد على أن تقييم جودة البرامج الإعلامية والثقافية والمعرفية تصب في احتياج المستفيدين منها حيث أنها أداة للتقويم والتطوير.
٤. نشر ثقافة جودة البرامج بين جميع الأقسام والإدارات التي تقدم برامجها للمستفيدين الداخليين والخارجيين.
٥. ابتكار مفاهيم وتقنيات إدارية للارتقاء بمستوى ونوعية برامج الجمعية المقدمة للمستفيد ومحاولة القضاء على معوقات تقديم برامج ذات جودة عالية وذلك من خلال التطوير والتحسين المستمر للبرامج المقدمة للمستفيد من خلال تلمس آراء المستفيدين ومقترحاتهم.

قنوات التواصل المستخدمة في التواصل مع الفئات المستفيدة:

١. المقابلة الشخصية.
٢. الاتصالات الهاتفية.
٣. وسائل التواصل الاجتماعي.
٤. الخطابات.
٥. قنوات التواصل.

اعتماد مجلس الإدارة

تم اعتماد دراسة احتياج لمستفيدي الجمعية بجمعية مساجد طيبة في اجتماع مجلس الإدارة بجلسته رقم (١٠) المنعقد يوم الاثنين بتاريخ ١٤٤٥/٦/١٢ هـ الموافق ٢٠٢٣/١٢/٢٥ م.

