

UNIFONIC

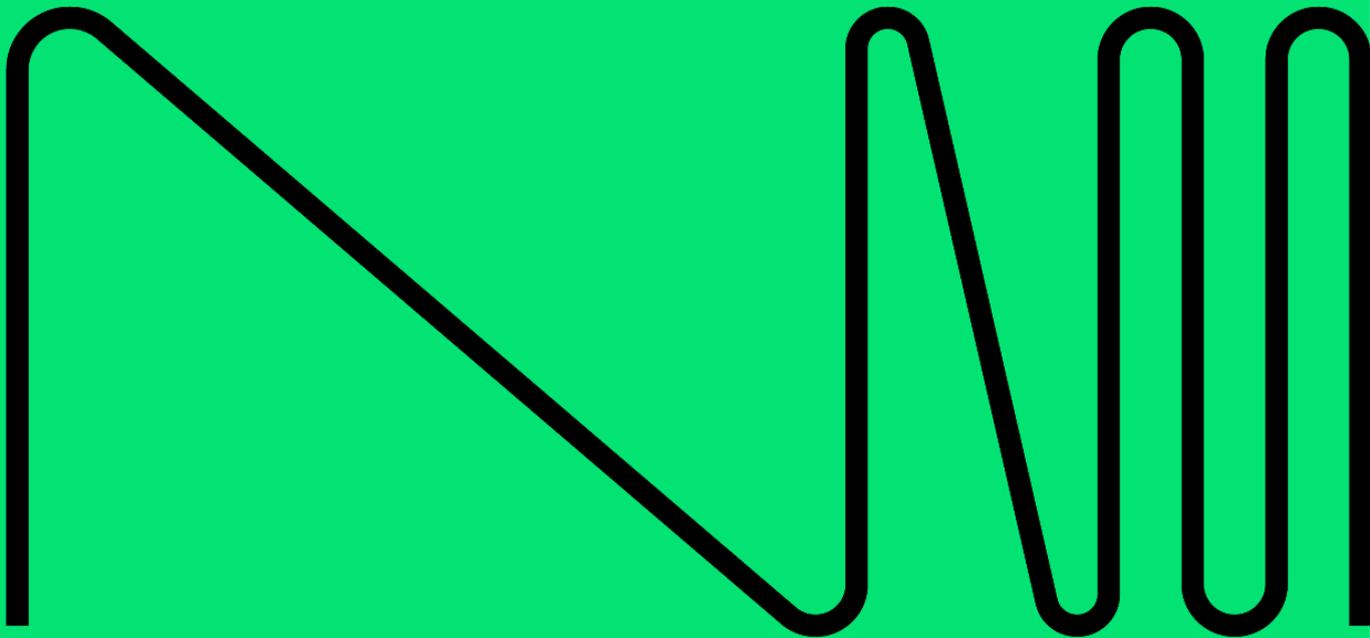
# مراسلة تجارية فعّالة على نطاق أوسع

أفضل الممارسات والنصائح للاستمرار بالامتثال للتنظيمات

تقدمه شركة يونيفونك

مقدم إلى اسم الشركة

٦ فبراير ٢٠٢٣



معلومات التواصل  
اسم مدير الحساب  
+٩٦٦٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠

email@unifonic.com

unifonic.com

# المقدمة

بغض النظر عن مدى جاهزية استراتيجية حملات التسويق عبر الهاتف المتنقل، يمكن أن يؤدي الامتناع عن الامتثال للأنظمة واللوائح المحلية إلى عدم تلقي الفئة المستهدفة لرسائلك في أفضل الحالات، وفي أسوأها قد يؤدي إلى فرض غرامات كبيرة.

لذلك، لخصنا لك في هذا الدليل أهم التنظيمات والسياسات المتعلقة بإرسال الرسائل التجارية والتسويقية في كل من المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة. فمن المهم أن تأخذ هذه التنظيمات في عين الاعتبار عند تجهيزك لحملاتك التسويقية التي تستخدم المراسلة عبر الهاتف المتنقل.

## المقدمة

2	الجهات التنظيمية
3	تنظيمات الحد من الرسائل الاقترامية
3	تنظيمات الرسائل النصية القصيرة (المراسلة النصية)
3	أنواع الرسائل
4	وقت الارسال وتكرار الرسائل
5	مبادئ الحصول على الموافقة
6	<b>المحتوى</b>
7	البيانات
8	نظام حماية البيانات الشخصية
8	برامج استهداف ارقام الجوالات بشكل متسلسل
8	الهيئات المنظمة لصناعتك: البنك المركزي السعودي
9	ضوابط المكالمات والرسائل الصوتية للأعمال
9	أنواع المكالمات
10	وقت الارسال والتكرار المكالمات
11	مبادئ الحصول على الموافقة
11	<b>المحتوى</b>
12	سياسة المراسلة عبر الواتساب
12	أهمية الحفاظ على الجودة العالية للمحادثات عبر القناة
14	تقييمات الجودة
16	الحصول على الاشتراك
17	قيود المراسلة
21	<b>الخاتمة</b>

# الهيئات والجهات المنظمة

تعد حماية المصلحة العامة واحدة من أهم مهام الهيئات المنظمة للاتصالات، إضافة إلى ضمان تلبية احتياجات كل من مقدمي خدمات الاتصالات والمستهلكين والمساهمين.

تقوم هذه الهيئات بممارسة صلاحياتها وتنظيم قطاع الاتصالات من خلال إصدار الأنظمة واللوائح لضمان التزام مشغلي شبكات الاتصالات ومقدمي الخدمات والمرسلين بالقوانين والتنظيمات ذات الصلة بقطاع الاتصالات.

1. مشغلو شبكات الاتصالات: من الأمثلة عليها : شركة اتصالات والتي تعد مشغل اتصالات في الإمارات، وشركة زين التي تعد مشغل اتصالات في السعودية.
2. مقدموا الخدمات: هم مقدموا خدمات إرسال الرسائل النصية والمكالمات الصوتية، مثل شركة يونيفونك.
3. المرسلون: الشركات التي تستخدم أو تشترك في خدمات لإرسال الرسائل النصية أو المكالمات الصوتية.

تحتفظ الهيئات المنظمة بصلاحيات تنفيذ العقوبات وإيقاف الخدمات في حال مخالفة أي شركة لتنظيماتها.

## أبرز جهتان تنظيميتان لقطاع الاتصالات في منطقة الشرق الأوسط هما:

1. هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية (CST) - وهي الهيئة المنظمة لقطاع الاتصالات وتقنية المعلومات في المملكة العربية السعودية.
  2. هيئة تنظيم الاتصالات والحكومة الرقمية (TRDA) - وهي الهيئة المنظمة لقطاع الاتصالات وتقنية المعلومات في الإمارات العربية المتحدة.
- من المهم ذكر أن هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية السعودية تلزم المؤسسات والمنظمات على التعاقد مع مقدمي خدمات الرسائل القصيرة المرخصين من قبل الهيئة في السعودية، للاستفادة من خدمات الرسائل الجماعية.

## ما تقدمه يونيفونك للمساعدة على الامتثال

منصة يونيفونك متصلة بشبكة واسعة من مشغلي شبكات الاتصالات - مما يساهم بضمان الامتثال بلوائح التنظيمات المحلية، وتوفير أرقام محلية وتغطية تصل إلى كافة أرجاء الدولة. تعتبر شركة يونيفونك مقدم خدمة رسائل نصية قصيرة مرخصة من هيئة الاتصالات السعودية، وتتمتع بخبرة وإلمام عاليين بالبيئة التنظيمية في المنطقة. نركز في يونيفونك بشكل كبير على الحماية والامتثال للتنظيمات المحلية، لذلك نحن قادرون تمامًا على تقديم المشورة لك وإرشادك لضمان امتثالك للوائح التنظيمية.

## تنظيمات الحد من الرسائل الاقتحامية أو المزعجة

تعمل الهيئات المنظمة في كل من السعودية والإمارات وفق تنظيمات محددة وضعتها كل جهة للحد من الرسائل الاقتحامية - وهو مصطلح يعني أي رسالة إلكترونية أو نصية (التي تتضمن الرسائل النصية القصيرة، ورسائل البريد الإلكتروني، ورسائل الوسائط المتعددة، ورسائل الفلاش، والفاكس) والتي يتم إرسالها دون موافقة المستلم أو دون قدرته على إلغاء الاشتراك (إيقاف استقبال الرسائل).

يشير مصطلح "الرسائل الاقتحامية أو المزعجة" إلى الرسائل التسويقية أو الدعائية بالتحديد. لذلك لا تُعد رسائل المعاملات، مثل الإشعارات أو التنبيهات أو رسائل الخدمة العامة أو الرسائل التوعوية، رسائل "اقتحامية" بحد ذاتها.

يلخص القسمان التاليان لوائح التنظيمات الرئيسية التي يتوجب على جميع الشركات معرفتها عند إرسالها رسائل دعائية سواء عبر الرسائل النصية القصيرة أو المكالمات الصوتية.

يمكنك معرفة المزيد عن طريق قراءة ما يلي:

[تنظيمات هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية للحد من الرسائل والمكالمات الاقتحامية](#)  
[سياسة هيئة تنظيم الاتصالات والتقنية الرقمية لإرسال الرسائل النصية التسويقية الاقتحامية عبر الهاتف المتحرك](#)  
[نظام حماية البيانات الشخصية](#)

# تنظيمات الرسائل النصية القصيرة (المراسلة النصية)

## أنواع الرسائل

يتوجب على الشركات تصنيف الرسائل المرسلة من خلال وفقا لأنواع الرسائل المذكورة تاليًا، كما يتوجب استخدام اسم المرسل المناسب لكل نوع من الرسائل (سيتم التطرق أكثر عن هذا الموضوع في قسم المحتوى لاحقًا):

1. رسائل تحذيرية - هي رسائل أو تنبيهات ذات أولوية عالية ومحتوى يحذر من حدث واقع أو على وشك الوقوع، وترسلها الجهات الحكومية المختصة إلى القاطنين في منطقة الخطر.
2. رسائل توعوية - هي رسائل ذات محتوى توعوي أو إرشادي ترسلها الجهات الحكومية والبنوك والجامعات والمدارس وغيرها إلى عموم المستخدمين.
3. رسائل خدمية - هي رسائل ذات محتوى خدمي تُرسل إلى مستخدمين محددين لتزويدهم بخدمة معينة أو لطلب معلومات ذات صلة بتزويد الخدمة. تتمتع هذه الرسائل بالعادة بطابع شخصي ويمكن أن تحتوي على رمز مصادقة OTP، أو تأكيد على مواعيد محجوزة، وغيرها.
4. رسائل شخصية - هي رسائل موجهة من رقم مستخدم محدد إلى رقم مستخدم محدد آخر لأغراض شخصية.
5. رسائل دعائية (تسويقية) - هي رسائل ذات طابع تجاري أو تسويقي لمنتجات أو خدمات أو فرص تجارية، أو لجمع التبرعات.

تحدد هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية السعودية أنواع الرسائل المُصرح لقطاعات معينة إرسالها كما يلي:

1. الجهات الحكومية: مصرحة بإرسال الرسائل التحذيرية التوعوية والخدمية.
2. الجهات الخاصة: مصرحة بإرسال الرسائل التوعوية والخدمية والدعائية.
3. الأفراد: مصرحون بإرسال الرسائل الشخصية فقط.
4. جهات خارج السعودية: مصرحة بإرسال الرسائل الخدمية والشخصية فقط.

وقت الارسال وتكرارالرسائل

هيئة الاتصالات والفناء والتقنية السعودية	هيئة تنظيم الاتصالات والحكومة الرقمية الإماراتية
<ul style="list-style-type: none"> <li>• يسمح بإرسال الرسائل التوعوية والدعائية في أي يوم من أيام الأسبوع بين التاسعة صباحاً إلى العاشرة مساءً (بتوقيت السعودية) فقط. لم تحدد الهيئة أي ضوابط متعلقة بوقت إرسال الرسائل التحذيرية أو الخدمية.</li> <li>• يسمح بإرسال الرسائل التوعوية والدعائية خلال شهر رمضان المبارك بين الثانية عشر ظهرًا إلى الواحدة صباحاً (بتوقيت السعودية) فقط.</li> <li>• مراعاة متطلبات الجهات التنظيمية الأخرى.</li> <li>• يجب ألا يتجاوز عدد الرسائل المُرسلة إلى المستخدم رسالة واحدة في اليوم.</li> </ul>	

ما تقدمه يونيفونك للمساعدة على الامتثال
<p>تحتوي منصة يونيفونك على ميزة توقف إرسال الرسائل النصية القصيرة تلقائيًا في تمام الساعة العاشرة مساءً (بتوقيت السعودية)، ثم تسمح باستمرار الإرسال على التاسعة صباحًا (بتوقيت السعودية). تتحكم هذه الميزة بإرسال الرسائل الدعائية (التسويقية) فقط، وهي متوفرة حاليًا في السعودية فقط.</p>

## مبادئ الحصول على الموافقة

هيئة تنظيم الاتصالات والحكومة الرقمية الإماراتية	هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية السعودية
<p>يجب على مرسل الرسائل الدعائية التقييد بالآتي:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• توفير طريقة الغاء خدمة الرسائل الدعائية. (إيقاف استقبال الرسائل) في جميع الرسائل الدعائية.</li> <li>• الاحتفاظ بسجلات الموافقة التي تتضمن العملاء الذين وافقوا على الاشتراك (على استلام الرسائل) خلال فترة إرسال الرسائل الدعائية.</li> <li>• الحصول على الاشتراك (الموافقة) من المستلم سواء عبر الرسائل النصية القصيرة أو أي قناة تواصل أخرى ما عدا المكالمات الصوتية.</li> <li>• إخبار العميل أنه يوافق على تفعيل إرسال الرسائل الدعائية له عند تصريحه بموافقته، ويمكن استخدام مصطلحات مثل "عروض ترويجية" و"عروض" و"تخفيضات" عند القيام بذلك.</li> <li>• يجوز إرسال طلب الموافقة إلى المستلم عبر الرسائل النصية القصيرة مرة واحدة فقط. إذا لم يتم تلقي أي رد على طلب الموافقة خلال شهر من تاريخ إرسال الطلب، يسمح بإرسال طلب آخر. إذا لم يتم تلقي أي رد بعد إرسال طلب الموافقة الثاني، يعتبر أن المستلم لم يوافق على استقبال الرسائل الدعائية.</li> </ul>	<p>يجب على مرسل الرسائل الدعائية التقييد بالآتي:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• تمكين المستلمين من طلب إيقاف استقبال الرسائل الدعائية بطريقة سهلة ومجانية، وفي أي وقت، وعبر القنوات التقليدية والإلكترونية.</li> <li>• التوقف عن إرسال أي رسائل دعائية خلال مدة لا تزيد عن ٢٤ ساعة من استلام طلب الإيقاف.</li> <li>• إرسال إشعار إلى المستلمين يؤكد تفعيل أو إيقاف إرسال الرسائل الدعائية بعد استلام طلب بذلك.</li> <li>• إثبات موافقة المستلم الصريحة، ولا يعتد بالموافقة المضمنة في سياسات الخصوصية وعقود الخدمة.</li> </ul>

من المهم ذكر أن المستلمين النهائيين يجب أن يكونوا قادرين على التحكم في الرسائل التي يتلقونها، وأنه يمكنهم تفعيل ميزة "عدم الإزعاج" على خطوط هواتفهم لمنعهم من استقبال الرسائل التسويقية. فكل مشغل شبكة اتصالات في السعودية مطالب بتوفير هذا الخيار.

ومع ذلك، يستطيع مشغلو الاتصالات على تخطي ميزة "عدم الإزعاج" لإرسال رسائل المعاملات (الإشعارات والتنبيهات ورسائل الخدمة) عن طريق حسابات ومسارات خاصة - حيث تسمى الحسابات والمسارات المخصصة للرسائل التسويقية القائمة السوداء، وتسمى تلك المخصصة لرسائل المعاملات بالقائمة البيضاء.

يعد إرسال الرسائل التسويقية باستخدام القائمة البيضاء لتخطي ميزة "عدم الإزعاج" مخالفاً للتنظيمات. وإذا تم الإبلاغ عنه إلى هيئة الاتصالات السعودية، قد يؤدي إلى تعليق اسم المرسل و/أو فرض غرامات مالية.

## ما تقدمه يونيفونك دعماً للامتثال

تقدم منصة يونيفونك خدمة تسمح بتسجيل وتتبع اشتراكات العملاء وموافقاتهم على استقبال الرسائل التسويقية. توفر منصة يونيفونك خدمة Unifonic uLink التي تعمل على تقصير عناوين الروابط الإلكترونية، ويمكن استخدام هذه الخدمة لجمع طلبات تفعيل أو إلغاء الاشتراك ضمن الرسائل النصية القصيرة التي ترسلها، كما تمكنك الخدمة من توجيه العملاء إلى موقع إلكتروني (رابط) من اختيارك.

كما تسمح لك يونيفونك بإنشاء روابط مخصصة لكل مستخدم، مما يتيح تتبع كل مستخدم زار الرابط وتحميل تقرير التتبع من منصة يونيفونك مباشرة.

## المحتوى

هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية السعودية	هيئة تنظيم الاتصالات والحكومة الرقمية الإماراتية
<ul style="list-style-type: none"><li>• يتوجب على المرسل تضمين عنوانه الإلكتروني (اسم المرسل) في جميع الرسائل الدعائية.</li><li>• يجب إرسال جميع الرسائل الدعائية من اسم مرسل يتضمن اسم المرسل متبوعاً برمز (AD-). مثلاً AD-XXXXX.</li><li>• لا يسمح استخدام أسماء المرسلين المعتمدة لرسائل المعاملات أو الرسائل الخدمية لإرسال الرسائل الدعائية، والعكس صحيح.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• يجب إرسال جميع الرسائل الدعائية من اسم مرسل يتضمن رمز (AD) متبوعاً باسم المرسل. مثلاً AD XXXXX.</li></ul>

ملاحظة: يرجى العلم أن محتوى الرسائل يجب ألا يخالف أي أنظمة محلية. أي لا يسمح بأن تحتوي الرسائل على أي محتوى ديني أو سياسي أو وطني، ويجب تجنب إرسال أي رسائل تسويقية تتعلق بالمناسبات الدينية غير الديانة الإسلامية وما إلى ذلك.

ويُطبق هذا أيضاً على الروابط المضمنة في الرسائل النصية - على سبيل المثال، إذا احتوت رسالة ما على رابط إلى موقع أو محتوى معين، فيجب أن يلتزم المحتوى بالقوانين المحلية وألا يتضمن محتوى ديني أو سياسي أو وطني أو متعلق بالمناسبات الدينية غير الإسلامية.

## ما تقدمه يونيفونك للمساعدة على الامتثال

تحتوي منصة يونيفونك على ميزة تلقائية تمنع إرسال أي رسالة نصية قصيرة تحتوي على كلمات محظورة، سواء يتم إرسالها عبر واجهة برمجة التطبيقات (API) أو تطبيق الحملات متعددة القنوات. كما توفر المنصة ميزة تتطلب موافقة موظف مختص من فريق يونيفونك على الحملة قبل نشرها، وتسمح لك بالتدقيق على جودة ومحتوى كل حملة قبل نشرها أيضًا.

## البيانات

من المهم التطرق أيضًا إلى التنظيمات والقوانين التي تحكم استخدامات البيانات الشخصية؛ بالتحديد طرق الحصول على البيانات الشخصية وتخزينها واستخدامها.

### نظام حماية البيانات الشخصية

إضافة إلى الهيئات المنظمة في قطاع الاتصالات، تقوم الدولة أيضًا بسن التنظيمات وقوانين لحماية الأفراد. وأحد هذه التنظيمات هو نظام حماية البيانات الشخصية السعودي الذي يتعلق بجمع ومعالجة وتخزين ونشر البيانات الشخصية. وتعد النقاط التالية أبرز ما ينص عليه النظام:

1. عند جمع أو تخزين البيانات الشخصية، يتوجب إعلام الأفراد بالغرض الذي سيتم استخدام بياناتهم الشخصية من أجله. ويحتفظ الأفراد بحق الاعتراض على تخزين أو معالجة (استخدام) هذه البيانات.
2. لا يسمح بجمع البيانات الشخصية من الأفراد إلا بموافقة صريحة وواضحة منهم.
3. يجوز إرسال الرسائل التسويقية إلى أصحاب البيانات الشخصية إذا قاموا بالموافقة على ذلك، ويجب دائمًا توفير خيار لإلغاء الاشتراك في كل رسالة تسويقية مُرسلة.
4. يحتفظ الفرد بحق الوصول إلى بياناته الشخصية، ويتوجب مشاركة تلك البيانات مع صاحبها إذا طلب ذلك، ولا يمكن الكشف عنها للآخرين إلا في ظروف معينة.

# برامج جمع العناوين استهداف ارقام الجوالات بشكل متسلسل

تمنع كل من هيئة الاتصالات السعودية وهيئة تنظيم الاتصالات الإماراتية استخدام برامج جمع العناوين أو برامج استهداف ارقام الجوالات بشكل متسلسل كمصدر لإرسال الرسائل.

- برامج جمع العناوين: يقصد بها البرامج الحاسوبية المستخدمة للبحث في الإنترنت عن العناوين الإلكترونية وجمعها.
- برامج استهداف ارقام الجوالات بشكل متسلسل : يقصد به إرسال الرسائل إلى عناوين إلكترونية تم الحصول عليها باستخدام طرق آلية، أي عن طريق الجمع بين الأسماء أو الحروف أو الأرقام أو علامات الترميز أو الرموز.

## الهيئات المنظمة لقطاعك : البنك المركزي السعودي

قد يكون لقطاعات معينة هيئات تنظيمية خاصة بها، مثل البنك المركزي السعودي الذي يعد الهيئة المنظمة للقطاع المصرفي في المملكة العربية السعودية.

لذلك، من المهم ضمان الامتثال لتنظيمات الهيئات المنظمة لقطاعك قبل إرسال أي رسائل تسويقية.

من أهم الأمور التي يجب اعتبارها بهذا الصدد هي أماكن تخزين البيانات الشخصية. فعلى سبيل المثال، يشير البنك المركزي السعودي إلى وجوب استخدام خدمات حوسبة سحابية لديها مقر في السعودية، أو لدى شركاتها تصريح واضح من البنك المركزي السعودي إن كانت تعمل من خارج المملكة.

## ما تقدمه يونيفونك للمساعدة على الامتثال

تعتمد منصة يونيفونك على بنية تحتية محلية ومحمية بالكامل وتعمل في السعودية. ولتوفير أعلى مستويات الامتثال والأمن تعمل يونيفونك بالتوافق مع [معيار إدارة أمن المعلومات ISO 27001](#).

# تنظيمات المكالمات والرسائل الصوتية

تتطرق تنظيمات هيئة الاتصالات السعودية أيضاً إلى موضوع الحد من المكالمات الاقترامية أو المزعجة - بما فيها المكالمات الآلية التي تُجرى باستخدام جهاز طلب تلقائي لتوصيل رسالة صوتية مسجلة مسبقاً. وسيتم استبدال مصطلح المكالمات الآلية بمصطلح الرسائل الصوتية في هذا الدليل.

## أنواع المكالمات

تُصنّف أنواع الرسائل الصوتية أو المكالمات تماماً كتصنيف أنواع الرسائل:

1. مكالمات تحذيرية - هي مكالمات أو رسائل صوتية أو تنبيهات ذات أولوية عالية تحذر من حدث واقع أو على وشك الوقوع، وترسلها الجهات الحكومية المختصة إلى القاطنين في منطقة الخطر.
2. مكالمات توعوية - هي مكالمات أو رسائل صوتية ذات محتوى توعوي أو إرشادي ترسلها الجهات الحكومية والبنوك والجامعات والمدارس وغيرها إلى عموم المستخدمين.
3. مكالمات خدمية - هي مكالمات أو رسائل صوتية ذات محتوى خدمي تُرسل إلى مستخدمين محددين لتزويدهم بخدمة معينة أو لطلب معلومات ذات صلة بتزويد الخدمة. تتمتع هذه المكالمات بالعادة بطابع شخصي ويمكن أن تحتوي على رمز مصادقة OTP، أو تأكيد على مواعيد محجوزة، وغيرها.
4. مكالمات شخصية - هي مكالمات موجهة من رقم مستخدم محدد إلى رقم مستخدم محدد آخر لأغراض شخصية.
5. مكالمات دعائية (تسويقية) - هي مكالمات أو رسائل صوتية ذات طابع تجاري أو تسويقي لمنتجات أو خدمات أو فرص تجارية، أو لجمع التبرعات.

تحدد هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية السعودية أنواع الرسائل الصوتية المُصرح لقطاعات معينة إرسالها كما يلي:

1. الجهات الحكومية:
2. مصرحة بإرسال المكالمات أو الرسائل الصوتية التحذيرية التوعوية والخدمية. الجهات الخاصة:
3. مصرحة بإرسال المكالمات أو الرسائل الصوتية التوعوية والخدمية والدعائية. الأفراد:
4. مصرحون بإرسال المكالمات أو الرسائل الصوتية فقط. جهات خارج السعودية:
5. مصرحة بإرسال المكالمات أو الرسائل الصوتية الخدمية والشخصية فقط.

## توقيت وتدفق المكالمات والرسائل الصوتية

### ضوابط هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية السعودية

- يسمح بإرسال المكالمات أو الرسائل الصوتية التوعوية والدعائية في جميع أيام الأسبوع بين التاسعة صباحاً والعاشر مساءً (بتوقيت السعودية) فقط. لم تحدد الهيئة أي ضوابط متعلقة بوقت إرسال المكالمات أو الرسائل الصوتية التحذيرية أو الخدمية.
- يسمح بإرسال المكالمات أو الرسائل الصوتية التوعوية والدعائية خلال شهر رمضان المبارك بين الثانية عشر ظهرًا والواحدة صباحاً (بتوقيت السعودية) فقط.
- يجب التنسيق مع أي هيئات منظمة ذات صلة قبل إرسال أي مكالمات أو رسالة صوتية توعوية.

### ما تقدمه يونيفونك للمساعدة على الامتثال

يحتوي تطبيق حملات المكالمات من يونيفونك على ميزة توقف إرسال الرسائل الصوتية تلقائيًا في تمام الساعة العاشرة مساءً (بتوقيت السعودية)، ثم تسمح للإرسال بالاستمرار على التاسعة صباحًا (بتوقيت السعودية).

تتحكم هذه الميزة بالمكالمات التسويقية (الدعائية) فقط، وهي متوفرة فقط على تطبيق الحملات من يونيفونك وفي السعودية في الوقت الحالي. في حين لم تحدد هيئة تنظيم الاتصالات والحكومة الرقمية الإماراتية أي تنظيمات في هذا الصدد، يجب أخذ الحيطة إذا كنت ترسل رسائل صوتية في الإمارات باستخدام واجهات برمجة تطبيقات، وذلك لضمان التقيد بإرسال الرسائل في التوقيت المناسبة، في سبيل تجنب الإبلاغ عنك إلى هيئة الاتصالات السعودية أو هيئة تنظيم الاتصالات الإماراتية.

## مبادئ الحصول على موافقة الموافقة

### هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية السعودية

يجب على مرسل الرسائل الصوتية الدعائية التقيد بالآتي:

- تمكين المستلمين من طلب إيقاف أو تفعيل استقبال الرسائل الصوتية الدعائية في أي وقت، وعبر القنوات التقليدية والإلكترونية.
- التوقف عن إرسال أي مكالمات أو رسائل صوتية دعائية خلال مدة لا تزيد عن ٢٤ ساعة من استلام طلب الإيقاف.
- إرسال إشعار إلى العملاء يؤكد تفعيل أو إيقاف استقبال المكالمات أو الرسائل الصوتية الدعائية بعد استلام طلب بذلك.
- إثبات موافقة العميل الصريحة، ولا يعتد بالموافقة المضمنة في سياسات الخصوصية وعقود الخدمة.

### ما تقدمه يونيفونك للمساعدة على الامتثال

يسمح تطبيق حملات المكالمات من يونيفونك بتقديم دعوة إلى الاشتراك ضمن الرسائل الصوتية المُرسلة، مما يسمح بتسجيل موافقات المستخدمين على استقبال الرسائل التسويقية أو طلباتهم لإيقافها. على سبيل المثال، يمكن لرسالتك الصوتية أن تحتوي على خيار "اضغط على رقم واحد على هاتفك لتستمر باستقبال رسائل كهذه".

### هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية السعودية

يجب على المتصل أو مرسل الرسائل الصوتية الدعائية أن يذكر في بداية المكالمة أو الرسالة:

- سبب المكالمة
- الجهة التي يمثلها
- توفير الخيار لمتابعة المكالمة أو إيقافها

ويرجى الانتباه على أن محتوى الرسائل يجب ألا يخالف أي قوانين حكومية محلية. أي لا يسمح بأن تحتوي الرسائل على أي محتوى ديني أو سياسي أو وطني، ويجب تجنب إرسال أي مكالمات أو رسائل صوتية تسويقية تتعلق بالمناسبات الدينية خارج الديانة الإسلامية وما إلى ذلك.

### ما تقدمه يونيفونك للمساعدة على الامتثال

لتسهيل عملية إنشاء حملات المكالمات والرسائل الصوتية، يمكنك يونيفونك من تحميل الملفات الصوتية المسجلة مسبقاً إلى مكتبة التسجيلات الصوتية الخاصة بها.

كما تتيح لك ميزة تحويل النصوص إلى كلام من يونيفونك إنشاء ملفات صوتية بلغات متعددة بما في ذلك الإنجليزية والعربية والمالديالية والفلبينية والتاميلية والهندية.

هذا ويقوم فريق يونيفونك بالتدقيق على كل ملف صوتي يتم تحميله على المكتبة وضمان امتثاله للتنظيمات.

# سياسة المراسلة على واتساب

يتوجب على المسوقين الالتزام ببعض السياسات الرئيسية التي حددتها شركة ميتا بدقة لضمان جودة التواصل والمراسلة مع المستخدمين عبر منصة واتساب.

يمكنك معرفة المزيد عن طريق قراءة ما يلي:  
[سياسة المراسلة على واتساب للأعمال](#)  
[إنفاذ سياسة منصة واتساب للأعمال](#)

## أهمية المحادثات عالية الجودة

منصة واتساب ليست مجرد أداة تستخدمها الشركات لإرسال رسائلها إلى العملاء، بل هي منصة تتيح أيضًا للعملاء التواصل مع الشركات - لطلب المعلومات التي تهمهم واستقبالها.

من المهم أن تكون الرسائل المُرسلة عبر الواتساب ملائمة لمستلمها، ويجب إرسالها في الوقت والسياق المناسبين في سبيل تقديم تجربة عملاء عالية الجودة. فعلى الأرجح أن يواصل المستلم المحادثة إذا تلقى رسالة كان يتوقع تلقيها من المؤسسة أو المنظمة، مما يساعدك على تحقيق أهدافك التجارية والتسويقية.

تمامًا كما هو الحال في المحادثات الشخصية، إذا تلقى المستخدم رسائل غير متناسبة مع السياق - أي أنها غير ملائمة له ومُرسله من شركة لا تهمه - فهو قادر ببساطة على حظر حسابك التجاري أو حتى الإبلاغ عنك بسبب إرسالك رسائل غير مرغوب فيها.

وقد يؤثر ذلك على تقييم جودة حسابك التجاري وسمعته على منصة واتساب للأعمال.

وللحفاظ على المحادثات عالية الجودة على الواتساب، ما عليك سوى اتباع النصائح الثلاثة التالية:

1. تأكد من كون رسالتك **متوقعة**:  
من الأفضل أن ترسل الرسائل التسويقية فقط إلى العملاء الذين وافقوا على الاشتراك وتلقي الرسائل عبر الواتساب. يمكنك الحصول على الاشتراك بعدة طرق - والتي سنشرحها لاحقًا في هذا الدليل.

2. تأكد من إرسال الرسالة في **الوقت المناسب**:  
تأكد من أن رسالتك تبدو مرتبطة بحدث ذو وقت محدد، مثل:

- مناسبة موسمية أو غيرها من الأحداث المتكررة المتعلقة بعمليات الشراء السابقة.
- عملية تصفح حديثة لمنتج معين.
- عملية شراء أو ترقية تمت خلال فترة زمنية محددة.
- سلوك آخر تم رصده من عميل حالي أو محتمل قد يكون دافعًا للتواصل في الوقت المناسب.

### 3. تأكد من كون الرسالة **ملائمة**:

- تأكد من أن رسالتك ذات صلة باهتمامات العميل أو معاملاته مع شركتك، مثل:
  - إرسال عروض ذات صلة بالمنتجات أو الخدمات التي قام العميل بتصفحها.
  - إرسال نصائح أو معلومات إضافية لمساعدة العملاء على الحصول على قيمة أكبر من منتجاتهم أو خدماتهم الحالية.
  - الإعلان بالميزات الإضافية أو الترقية المتعلقة بمعاملات العميل مع الشركة.

يشار إلى النقاط الثلاثة السابقة بإطار عمل **ETR**، ويمكنك الاعتماد عليها كمرجع في كل مرة تنشئ حملات تسويقية تتضمن إرسال الرسائل في المستقبل.

#### ما تقدمه يونيفونك للمساعدة على الامتثال

تقدم يونيفونك **برنامجًا لإنشاء قوالب لرسائل الواتساب** يمكّنك من كتابة رسائل واتساب بسهولة، وإضافة خانات يمكن تخصيصها، وإضافة وسائل متعددة وأزرار وغيرها. كما تمكّنك منصة يونيفونك من إرسال القوالب التي تكتبها مباشرة إلى ميثا للحصول على الموافقة عليها في نفس اليوم. كما توفر منصة الحملات متعددة القنوات ميزة تتطلب موافقة موظف مختص من فريق يونيفونك على الحملة قبل نشرها، مما يضمن مستوى إضافي من الامتثال للتنظيمات.

## تقييمات الجودة

تقوم منصة واتساب للأعمال بتخصيص تقييم جودة إلى جميع الحسابات التجارية عليها، حيث يقيس هذا التقييم جودة حسابك التجاري من ناحية تقديمه لتجربة عالية الجودة (كما هو موضح أعلاه) للعملاء عبر الواتساب.

لذلك، من الضروري أن تحافظ الحسابات التجارية للشركات على تقييم جودة مرتفع إذا أرادت الاستمرار في استخدام واجهة API الخاصة بواتساب للأعمال. فتقييم الجودة يحمي مستخدمي الواتساب ويضمن استمرار تمتعهم بتجربة جيدة عند استخدامهم للتطبيق.

يعد الحفاظ على تقييم جودة مرتفع دليلاً على التزامك كعمل تجاري بتقديم تجربة جيدة إلى المستخدمين بدورك.

كما يمكنك استخدام تقييم الجودة الخاص بعملك كمقياس داخلي لجودة أدائك في تقديم تجربة عملاء تفاعلية، مما يمكنك من تحقيق أهدافك المتعلقة بكسب العملاء من خلال المحادثات عالية الجودة.

يمكنك معرفة تقييم جودة حسابك التجارية على أداة مدير أعمال فيسبوك، وفي منصة يونيفونك أيضًا.

## العوامل التي يعتمد عليها تقييم جودة حسابك التجاري:

- يعتمد تقييم الجودة على مزيج من العوامل المختلفة، وهي:
1. عدد الرسائل وتدفقها - أي عدد الرسائل التي يتلقاها العملاء خلال فترة زمنية محددة.
  2. استجابات المستخدمين مثل حظر الحسابات التجارية أو الإبلاغ عنها.
  3. الأسباب التي يقدمها المستخدمون عند حظرهم لحساب تجاري.

## كيف تحافظ على تقييم جودة مرتفع:

اتبع جميع الإرشادات التالية للحفاظ على تقييم جودة مرتفع:

1. تقيّد إرسال الرسائل إلى العملاء الذين وافقوا على تلقي الرسائل من شركتك فقط.
2. عندما يقوم أحد عملائك بإرسال رسالة إليك، احصل على موافقتهم قبل إرسال رسائل غير متعلقة بطلباتهم إليهم.
3. وفر دائمًا خيار إلغاء الاشتراك في نوع رسائل معين، مثل الرسائل الدعائية.
4. لا تفرط بعدد المرات التي ترسل فيها الرسائل.
5. اعتمد على إطار عمل ETR عند صياغة رسائلك.
6. استمر بتعديل وتشخيص وملائمة قوالب رسائل الواتساب الخاصة بك بناءً على استجابات المستخدمين. يمكن للرسائل الطويلة جدًا أو التي لا تتمتع بطابع شخصي أن تقلل من جودة قوالب رسائلك.
7. تأكد بالكامل من التزامك [بسياسة المراسلة على واتساب للأعمال](#) و [سياسات واتساب التجارية](#).

## ما تقدمه يونيفونك للمساعدة على الامتثال:

تقوم يونيفونك بتبسيط عمليات إنشاء الحملات وضمان الجودة عن طريق إظهار تقييم جودة حسابك التجاري في الواتساب على منصة الحملات متعددة القنوات مباشرة. كما يمكن معرفة تقييم الجودة الخاص بك عن طريق الذهاب إلى خانة التفاصيل في قسم "واتساب" ضمن قائمة "القنوات". مما يسمح لك بإنشاء وتعديل وإدارة حملاتك بالشكل المناسب قبل وبعد نشرها.

يمكنك معرفة المزيد عن طريق قراءة ما يلي:  
[تقييم الجودة وتقييدات المراسلة على منصة واتساب للأعمال](#)

## طرق التسجيل

تؤدي المحادثات عالية الجودة إلى بناء علاقات دائمة مع عملائك، وهذا هو المبدأ التي يجب أن تبني عليه رسائلك التجارية على واتساب لتستمر بتقديم تجربة عملاء قيّمة. ومبدأ آخر مهم يجب بناء حملاتك عليه هو بناء الثقة مع العملاء؛ أي جعل العميل يثق بالشركة وبأنها لن تسيء استخدام علاقتها به من خلال إرسال رسائل لا جدوى لها.

وهذا هو السبب وراء إلزام جميع الشركات والأعمال [بالحصول على الاشتراك](#) من المستخدمين قبل إرسال رسائل تجارية أو غير متعلقة بمعاملاتهم إليهم.

في سبيل تسهيل حصول المستخدمين على معلومات مفيدة من الشركات، تتطلب سياسة التسجيل للحصول على الاشتراك في واتساب من الشركات ما يلي:

1. يجب التأكيد بوضوح على موافقة المستخدم على استقبال الرسائل من الشركة عبر الواتساب.
2. يجب على الشركات ذكر اسم الحساب التجاري الذي يوافق المستخدم على تلقي الرسائل منه بوضوح.
3. يجب كتابة الرسائل التجارية بناءً على قوالب معتمدة وتمثل للتنظيمات السارية.

الحصول على الاشتراك من عملائك مهم للحفاظ على تقييم جودة حسابك التجاري مرتفعًا، كما أنه يبنى سمعة جيدة عن علامتك التجارية في السوق، ويحافظ على علاقات دائمة مع عملائك.

يؤدي تحويل استراتيجيتك من التركيز على تحقيق الأهداف إلى التركيز على العميل إلى بناء الثقة مع العملاء والمحافظة عليها. فبدلاً من إنشاء حملات تسويقية بناءً على النتيجة التي تريد تحقيقها، قم بإنشائها بناءً على تحسين تجربة العملاء وآرائهم عن شركتك.

فيما يلي بعض التوصيات للحصول على اشتراك المستخدمين عبر قنوات تواصل مختلفة:

1. مسارات للعملاء المكتسبين لأول مرة - عندما يقوم عميل جديد بالتسجيل في خدماتك، وتريد طلب الموافقة منه على استقبال الرسائل المختلفة، يمكنك إضافة الاشتراك بالرسائل عبر الواتساب كخيار. تذكر أن تكون دقيقًا عند تحديدك لنوع الرسائل التي تطلب من العميل الاشتراك بها.
2. قنوات التواصل الرقمية - يمكنك إضافة طلب الاشتراك بالرسائل عبر الواتساب إلى موقعك الإلكتروني، أو حساباتك على مواقع التواصل الاجتماعي، أو الصفحات المقصودة لحملاتك، أو الإعلانات الرقمية.
3. الرسائل المتسلسلة على الواتساب - إذا كنت تستخدم الواتساب مسبقًا لإرسال رسائل المعاملات إلى العميل واستقبال الرسائل منه، فيمكنك أن تطلب منه الاشتراك برسائل إضافية عبر الواتساب أيضًا.
4. عبر المكالمات أو الرسائل الصوتية - يمكنك طلب الاشتراك برسائل الواتساب عبر مكالمات صوتية أو رسائل صوتية أو نظام استجابة صوتية تفاعلية، باستخدام خدمات يونيفونك الصوتية.
5. النشرات واللوائح الإعلانية داخل المتجر - وجه عملائك في متجرك إلى رقم حسابك التجاري على الواتساب عن طريق عرضه بوضوح في المتجر، أو قم بعرض رموز QR للوصول السريع إلى حسابك على الواتساب.
6. عبر رسالة نصية - قد تساعدك يونيفونك في إعادة توجيه العملاء المحتملين من رسالة نصية قصيرة إلى مراسلة عبر الواتساب باستخدام تطبيق الحملات متعددة القنوات وخدمة Unifonic uLink المجانية لتقصير عناوين الروابط الإلكترونية.

اعتبر طلب الاشتراك برسائل الواتساب الدعوة الرئيسية للاشتراك عند إنشائك لاستراتيجياتك التسويقية. فإن إضافة رابط لفتح دردشة واتساب للرسائل الدعائية، سواء تم ذلك بطرق رقمية أم تقليدية، يسمح لك بتحويل هذه القنوات التسويقية غير التفاعلية إلى محادثة فعالة.

## تقييدات المراسلة

### المستويات

لضمان جودة الرسائل المرسله عبر الواتساب، تقوم شركة ميتا بتقييد عدد المستخدمين النهائيين الذي يمكن لأي حساب تجاري مراسلتهم خلال فترة زمنية محددة، وذلك عن طريق تخصيص مستويات معينة للحسابات التجارية. يتم هذا التقييد عن طريق تطبيق "حد مراسلة" على كل مستوى، حيث يمثل "حد المراسلة" عدد المستخدمين الذي يمكن لأي حساب تجاري مراسلته في غضون 24 ساعة.

يرتبط حد المراسلة بمستوى حساب الشركة التجاري على التطبيق. فكلما ارتفع مستوى الحساب التجاري، يزداد عدد المستخدمين الذي يمكنه إرسال الرسائل إليه على أساس يومي. ويشمل هذا العدد جميع العملاء، سواء حاليين أو جدد، ويُطبق الحد على جميع أنواع الرسائل المُرسلة، من رسائل المعاملات والتنشغيل إلى الرسائل الدعائية.

لا يقيّد حد المراسلة عدد الرسائل التي يمكن إرسالها، بل هو يقيّد عدد المستخدمين الذي يمكن مراسلته. وبالتالي، فالحد لا ينطبق على الرسائل المرسله ردًا على رسالة أرسلها المستخدم خلال فترة 24 ساعة.

هذه هي الأربعة مستويات للحسابات التجارية على واتساب:

ملاحظة: تبدأ الشركة في المستوى 1 عند تسجيلها لرقم هاتفها على الواتساب لأول مرة.

المستوى	حد المراسلة	الوصف
المستوى 1	1000	يسمح للشركة إرسال رسائل إلى ألف مستخدم فريد في غضون 24 ساعة.
المستوى 2	10 000	يسمح للشركة إرسال رسائل إلى 10 آلاف مستخدم فريد في غضون 24 ساعة.
المستوى 3	100 000	يسمح للشركة إرسال رسائل إلى 100 ألف مستخدم فريد في غضون 24 ساعة.
المستوى 4	غير محدود	يسمح للشركة إرسال الرسائل إلى عدد غير محدود من المستخدمين في غضون 24 ساعة.

## كيفية ترفيع حسابك لمستوى أعلى

إن أردت إرسال رسائل إلى عدد كبير من المستخدمين عبر منصة واتساب للأعمال، يتوجب على حسابك أن يكمل فترة من الترفيع التدريجي بالمستوى المخصص له تدريجياً.

حيث تتم ترفيع مستوى حساب تجاري معين إلى المستوى التالي إذا:

• المحافظة على تقييم جودته جيداً

• وصل العدد الكلي للمستخدمين الذين يرسلهم إلى 50% من حد مراسلته الحالي

كما تتم الترقية بمجرد وصول الحساب التجاري إلى الحد المذكور سابقاً. وقد تتم هذه الترقية في غضون 48 ساعة على الأقل بعد بدء الحساب بإرسال الرسائل إلى 50% من حد مراسلته الحالي كل يوم.

قد تستغرق الترقية من 7 إلى 9 أيام، وحتى أكثر من ذلك للوصول إلى المستوى الرابع غير المحدود - وهذا بشرط أن يحافظ تقييم الجودة مرتفعاً أو متوسطاً. فإذا كان تقييم جودة الحساب التجاري منخفضاً، فلن تتم ترقية مستواه تلقائياً.

**دعنا نعرض مثالا افتراضياً لنشرح الترقية بشكل أفضل:**

تحتاج أمل، مديرة ولاء العملاء لدى شركة تجارية كبيرة، إلى إيصال عرض تسويقي مهم إلى عملاء الشركة. وبما أن الشركة قامت مؤخراً بتفعيل حساب لها على الواتساب لخدمة العملاء، أدركت أمل أنها قادرة على استغلال إمكانيات الواتساب الكبيرة للوصول إلى العملاء في برنامج ولاء شركتها.

تهدف أمل إلى الوصول إلى 400 عميل بالمجمل. لكن لا يزال حساب شركتها في المستوى 1 لأن فريق خدمة العملاء في شركتها يتواصل مع حوالي 400 عميل فقط على أساس يومي.

## الخطوة الأولى:

تُنشئ أمل قوالب لرسائلها وترسلها إلى شركة ميثا للحصول على الموافقة عليها، وذلك باستخدام مدير القوالب على منصة يونيفونك:

- إذا أرادت أمل تضمين أي صور أو مقاطع فيديو في رسائلها، تستطيع إضافتها إلى قوالب الرسائل قبل أو بعد إرسالها إلى ميثا للحصول على الموافقة عليها.
- يجب أن تكون نسبة أبعاد الصور 4x6، وأن تكون الصورة بصيغة jpeg وبحجم يصل إلى 5 ميجابايت.
- يجب أن يكون الفيديو بصيغة mp4، ويمكن أن يصل حجمه إلى 5 ميجابايت.
- يجب على أمل التأكد من أنها حاصلة على موافقة العملاء للتواصل معهم عبر الواتساب، وعليها أن تتيح لعملائها خيار تفعيل أو إلغاء الاشتراك بالرسائل.

## الخطوة الثانية:

تفصل أمل قائمة عملائها إلى عدة مجموعات/دفعات. حيث يكون عدد العملاء في كل دفعة أكثر من 50% من حد المراسلة في مستوى حساب شركتها، وتحتوي كل دفعة على مجموعة فريدة من العملاء (أرقام هواتف فريدة).

## الخطوة الثالثة:

تبدأ أمل بإرسال رسالتها إلى دفعة جديدة في نفس الوقت تقريبًا من كل يوم (أو بعد مرور 24 ساعة). وتحرص ألا ترسل الرسائل بين الساعة 5 مساءً و8 صباحًا لتحافظ على امتثالها بالتنظيمات.

## الخطوة الرابعة:

تبقى أمل على إطلاع عن أي ترقية تتم لمستوى حساب شركتها التجاري على الواتساب عبر منصة يونيفونك، وفور حدوث الترقية، تستعد أمل لإرسال الرسالة إلى مجموعة أكبر من العملاء.

## الخطوة الخامسة:

تراقب أمل تقييم جودة حساب شركتها عبر منصة الحملات متعددة القنوات من يونيفونك، كما تطلع على استجابات جمهورها لرسالتها لتعرف مبكرًا ما إذا كانت بحاجة إلى تغيير رسالتها أو نهجها.

المستوى	عدد العملاء الفريدين	دفعات العملاء	الوقت	اليوم
1	400 عميل من خدمة العملاء	دفعة 0	8 صباحًا	1
1	600	دفعة 1	3 مساءً	1
1	600	دفعة 2	3 مساءً	2
2	6000	دفعة 3	3 مساءً	3
2	6000	دفعة 4	3 مساءً	4
2	6000	دفعة 5	3 مساءً	5
3	60000	دفعة 6	3 مساءً	6
3	60000	دفعة 7	3 مساءً	7
3	60000	دفعة 8	3 مساءً	8
غير محدود	800 200	دفعة 9	3 مساءً	9

بالنتيجة، استغرقت أمل حوالي 9 أيام الوصول إلى المراسلة غير المحدودة، وستقدر على إرسال رسائل حملتها التسويقية التالية إلى جميع عملائها البالغ عددهم 400 ألف مباشرة من اليوم الأول.

بينما قرر بعض العملاء إلغاء اشتراكهم بالرسائل، لم يرقم أي من عملائها بالإبلاغ عن حساب شركتها التجاري أو حظره، مما حافظ على تقييم جودة حساب شركتها مرتفعًا.

يُطبق هذا المثال أيضًا على تقييدات المراسلة في حالة إرسال رسائل المعاملات، حيث ستتم ترقية مستوى الحساب التجاري تلقائيًا إلى المستوى التالي، بشرط بقاء تقييم جودته متوسطًا أو مرتفعًا، إذا وصلت مراسلاته إلى 50% من حد المراسلة الخاص بمستواه على التوالي.

## ما تقدمه يونيفونك للمساعدة على الامتثال

تظهر منصة يونيفونك مستوى حساب شركتك على الواتساب دائمًا لتستطيع إدارة حملاتك بالشكل المناسب. كما تقوم المنصة بإيقاف إرسال الرسائل تلقائيًا في حال وصولك إلى حد المراسلة الخاص بمستوى حسابك.

يمكنك معرفة المزيد عن طريق قراءة ما يلي:  
[تقييم الجودة وتقييدات المراسلة على واتساب للأعمال](#)

## الخاتمة

بعد معرفتك لجميع هذه التنظيمات والسياسات التي عليك الامتثال لها، ستساعدك معرفة أن يونيفونك قادرة على توفير الأدوات والمشورة اللازمة لمساعدتك على تكوين استراتيجية تسويقية متماسكة ومنكاملة، بهدف الوصول إلى عملائك، والتفاعل معهم، وتقديم تجارب عالية الجودة تحافظ على ثقة العملاء وتمثّل دائماً للتنظيمات المحلية السارية.

فريق دعم العملاء لدى يونيفونك قادر على مساعدتك في تخطيط حملاتك وتوسيع نطاقها دون التضحية بالاتصالات عالية الجودة التي يتوقعها عملاؤك المحتملون والحاليون منك، وأيضاً دون عرقلة تحقيق لأهدافك.

لن يستغرق تثبيت منصة يونيفونك والبدء باستخدامها الوقت الكثير أو الجهد الكبير. فالمنصة سهلة الاستخدام وتربطك بقنوات تواصل عديدة بسلسلة فائقة، وكل هذا دون الحاجة إلى استخدام البرمجة.

لا داع للقلق من التفاصيل التقنية حيث خبراء يونيفونك ستتولاها بأعلى احترافية، كل ما عليك الاهتمام به هو التخطيط لحملة التسويقية القادمة.