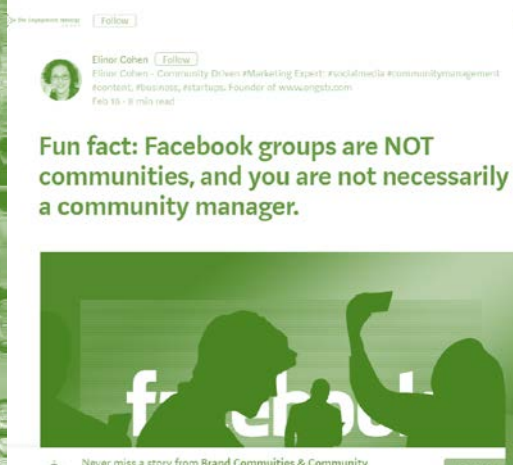


מחקר טרנדים – ניהול קהילה

נערך על ידי: אפרת יגור
אוקטובר 2018
עבור: שתיל – הקן החדשה לישראל



מה זה מחקר טרנדים?

טרנד (מגמה) הוא מנהג נפוץ בציבור בתקופה מסוימת. על כן, המילה "טרנד" מסמלת עבורנו מה נכון ומה יפה בתחומים רבים. למרות הנטייה שלנו לקשור באופן מיידי את הטרנדים אל עולם האופנה והעיצוב, הטרנדים מקיפים ונובעים ראשית מתחומים רבים בחיינו, כמו: תרבות, פוליטיקה, חברה וכדומה. סוד ההצלחה של הטרנדים טבוע בצורך הבסיסי שלנו כבני אנוש להיות חלק מקבוצה ומכאן טרנד זה משהו ש'תופס' את החברה ונוגע בכולם. לכן טרנדים 'חולפים' לאחר זמן מה. ברגע שהוא מפסיק לרגש או להרגיש מיוחד והופך לנחלת הכלל, קם לו הטרנד הבא המבקש לחדש ולתת מענה לצורך בהשתייכות.

איך ניתן לעקוב ולהכיר את הטרנדים הקיימים?

קצב השינויים המשפיע על הרגלי הצריכה שלנו מהיר במיוחד. היכולת לזהות את השינויים הללו, להגיב אליהם ולזהות מתוכם את הטרנדים הבאים הביאו ליצירת תחום הנקרא 'מחקר טרנדים'. חוקרי הטרנדים עוקבים אחר מחקרים וחומרים מתחומי הסביבה, פוליטיקה, מדעי הרוח והחברה לצד בחינה של חומרים ויזואליים ומעקב אחרי מובילי דעת קהל מתוך ניסיון לשים את האצבע ולנסות להעריך מה יהיה החידוש הבא, כך שחברה או ארגון יוכל לעמוד בקצב ואף להקדים ולהכתיב מה יהיה הטרנד הבא.

למה חשוב להכיר טרנדים בתור ארגון לשינוי חברתי?

- טרנד עונה על צורך אישי וחברתי עמוק. העובדה כי הוא 'תופס' ומתפשט מעידה על כך. בתור מי שעובדים בארגונים חברתיים ומבקשים להוביל שינויים חברתיים, טרנדים מסייעים לנו להבין מה הצרכים החברתיים הבסיסיים והקיימים.
- טרנד מספר סיפור של מגמות על, מה קורה בתרבות ובחברה באותה תקופה ומה צפוי להשפיע עליה. הרבה מעבר לאופנה או עיצוב.
- טרנדים מסייעים לנו להיות רלוונטים דבר חשוב לא פחות. הבנה של טרנד יכולה לסייע לנו בהבנה אילו פרוייקטים לקדם, איך לפנות לקהל חדש ובאיזה הקשר אנחנו כארגון פועלים.

שלבי מחקר טרנדים

הגדרת המחקר

איסוף המידע

עיבוד המידע וזיהוי הטרנדים

המשך איסוף המידע לגבי הטרנדים שזוהו

זיהוי מניעים ומגמות על

* פירוט מלא על איך מתבצע מחקר טרנדים ניתן למצוא כאן (להוסיף קישור)

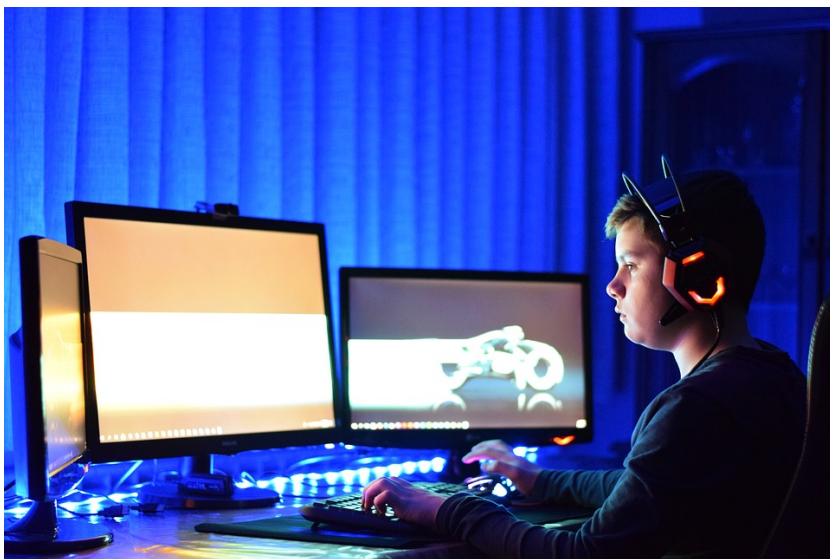
מחקר טרנדים בניהול קהילה



ניהול קהילה נהיה שם נרדף לתפקידים רבים ומגוונים שמחזיקים בעלי תפקידים שונים בארגונים, עסקיים או חברתיים כאחד. המילה 'קהילה' הפכה למילת באזז שמשמשים בה בהקשרים כמעט בלתי נגמרים ולרוב מבלי באמת להתייחס למשמעויות, לצורך ולכישורים הנדרשים ממנהל קהילה.

מחקר הטרנדים מבקש ראשית להציג את הטרנדים בצורה אובייקטיבית, אך לאחר מכן אבקש להציג את הטרנדים הקיימים תוך מבט ביקורתי ממנו ניתן ללמוד על תפקיד מנהל הקהילה בארגונים חברתיים. המטרה היא ללמוד מניהול קהילה בדיסציפלינות השונות וממה שטרנד ניהול הקהילה הפך להיות.

אז מה זה ניהול קהילה?



ניהול קהילה הוא תחום שהחל בעולם משחקי המחשב (גיימינג). המושג 'מנהלי קהילות' חל על ה-Game Master (אשפי המשחק) במשחקים מרובי שחקנים. כלומר, למרות היותם מנהלים, הם היו שחקנים במשחק בעצמם, והייתה היכרות הדדית בינם לבין יתר השחקנים. הם החלו כשחקנים וצמחו מתוך הקהילה. הם הכירו את המשחק תוך חוויה אישית אך תפקידם היה גם לפתור בעיות ולענות לשאלות. ואף יותר מכך, לפיתוח המשחק והתאמתו לצרכי השחקנים תוך קשר חברות המשחקים. הם היו מוכרים ומזוהים עם תפקידם.

ניהול קהילה כיום

אולם כיום בעולמות השיווקים ניהול קהילה הוא שם נרדף לניהול לקוחות, פיתוח עסקי, יחסי ציבור ועוד. הרעיון של ניהול קהילה נתפס כהזדמנות להרחבת מעגל הלקוחות או התומכים בארגון. זו הייתה הנקודה שבה "ניהול קהילה" החל להיות מזוהה עם 'שירות לקוחות' ברשתות החברתיות (בעיקר בפייסבוק בהתחלה). לאחר מכן נכנסה מילת הבאז engagement (מעורבות). על אף שבעולם ניהול קהילה התפתח לתפקיד שמשלב בתוכו פיתוח אסטרטגי, יצירת תוכן, יחסי ציבור ועוד, בישראל נשאר עדיין ברמת 'שירות לקוחות'.

כחלק מהטרנד, קיימים קורסים רבים המבקשים להפוך כל המעוניין למנהל קהילה.

Google

קורס ניהול קהילה

All

News

Images

Videos

Shopping

More

Settings

Tools

About 361,000 results (0.47 seconds)

קורס ניהול קהילה - רוצה להיות מנהל קהילתי? - לימודים בישראל

<https://www.universities-colleges.org.il/קורס-מנהל-קהילה/> [Translate this page](#)

לימודים בישראל - מי שבעבר היו בעלי תפקידים בקיבוצים ובקהילות שיתופיות, נדרשים כיום להיות מנהיגים של ממש, לגלות הבנה מעמיקה בתחומים חברתיים, כלכליים ועסקיים, ולמנף את ...

Elevation Academy - ניהול קהילות

<https://elevation.academy/ Course> [Translate this page](#)

גלו את הכוח שמאחורי קהילות האונליין, ולמדו ישירות מטובי המומחים איך קהילה איכותית ... סדנת ניהול קהילות ב-3 ימים שתלמד אתכם את הכישורים והמיומנויות החשובים ביותר כדי ליצור, ...

קורס ניהול קהילות וירטואליות | עסקיות-חברתיות בדיגיטל - המכללה לניו מדיה

nmco.co.il/קורסים-והכשרות/ [Translate this page](#)

קורס ניהול קהילות וירטואליות יכשיר אתכם להקים ולנהל קהילה וירטואלית על הצד הטוב ביותר. בנוסף תקבלו הכשרה איך לייצר בקהילה זו מעורבות ותכנים, ואיך להתמודד עם האתגרים ...

לימודי ניהול קהילתי במכללות - קורס מנהלי קהילה - אתר מכללות

https://www.michlalot.co.il/limudim/community_director.php [Translate this page](#)

אם התברכתם ביכולת ניהול מרשימות ובכישורי מנהיגות מפותחים, וחי קהילה עשירים ומפרים הינם גר להגליכם, לימודי ניהול קהילתי במכללות המובילות בישראל עשויים להתאים לכם עד ...

משרה חדשה נולדה: הכירו את תפקיד מנהל הקהילות | גיקטיים

<https://www.geektime.co.il/elavation-academy-community-manage...> [Translate this page](#)

ניהול קהילות בקונטקסט של עולם האונליין הוא למעשה היכולת לנהל קהילות משתמשים ... קורס מנהלי - Apr 19, 2017 קהילות של אלבישיין אקדמי מזמין אתכם ללמוד מבכירי התעשייה, ...

ניהול קהילה כיום

אבל אם נתייחס לבסיס ממנו קמו מנהלי קהילות בתחום הגיימינג, נבין שאולי זו לא התפיסה הנכונה. כל ארגון, עסקי או חברתי, צריך קהילה שתיתן לו ליגיטמציה בפעילות שלו. אם ביומיום ואם ברגעי משבר. אולם ארגונים רבים שבחרים להשקיע באפיק הזה, ובלחץ הטרנד הקיים כולם מרגישים בכך צורך, לא מבינים עד הסוף את המשמעות של קשר ובניית קהילה תומכת ארגון. או יותר מכך, מה המשמעות כאשר לא עושים זאת טוב. מנהל קהילה בא לקדם מטרה משותפת לארגון ולקהילה. לא רק לארגון עצמו. ארגונים עסקיים רבים 'נופלים' בזה, כאשר שואלים את עצמם 'מה ניהול קהילה יכול לתת לארגון', במקום 'איזה ערך אני יכול לתת לקהילה'. חשוב להבין - הקהילה היא שקובעת את הקצב, היא יישות בפני עצמה. ארגון לא יכול להכתיב לקהילה מה לחשוב, איך להתנהל ואיך להרגיש כלפי הארגון, אלא לעשות פעולות בתוך עצמו שיגבירו את האמון והמחויבות כלפי חוץ. ולא פחות חשוב, לתת לאנשים הנכונים בארגון להוביל את הקשר עם הקהילה. כלומר, נדרשת גמישות וכנות מצד הארגון לשנות גישה/דרכי פעולה. ובדרך כלל מדובר בשינוי קטן במיוחד, אבל כזה שיוצר תחושת חיבור של הקהילה למה שקורה.

הגדרת המחקר

מכיוון שנראה כי ניהול קהילה טרם התגבש לכדי מושג ברור וחד משמעי, המחקר יבקש להבין מה הטרנדים הצפויים בשנת 2019 בתחומים בהם קיים ניהול קהילה - במדיות החברתיות, עולם השיווקי עסקי, גיוס משאבים ובעולם המוניציפלי.

איסוף מידע

- חיפוש בגוגל אחר המילים: social trends 2019, community management, engagement, social trends 2019, media trends 2019, marketing trends 2019
- חיפוש במילים דומות באתר pintersest
- חיפוש באתרי ודפי פייסבוק של עיריות תל אביב, ברלין וניו יורק תחת המילה 'קהילה'
- מעקב אחרי מובילי דעת קהל ישראלים בכל הנוגע לעבודה עם קהילה בזירת השינוי החברתי והתנועות הפוליטיות (אורי קול - מחזקים, ליאור מאירי - הליכונדניקים החדשים, אופיר טובול - קפה גיברלטר/תור הזהב עכשיו תורינו וכדומה)
- קריאת בלוגים מרכזיים ואתרים בניהול קהילה - אנג'לה קונר, ריצ'רד מיליגנטון, VOCE

*את שלב חיפוש המידע והעיבוד כדאי שיעשה יותר מאדם אחד, בשביל לקבל תמונה רחבה ביותר, לחשוב ביחד על הממצאים ולזקק תובנות. את איסוף המידע הנ"ל ערכתי לבד, ולכן הוא מוגבל. אם יש לכם רעיונות למקורות נוספים אשמח אם תפנו אלי: Lifshitz_e@hotmail.com

טרנדים

אנטי טרנד - בלוגים ומומחים המנחים מנהלי קהילות 'אמיתיים' איך לפעול

מ-engagement ל-storytelling

הקמת תנועות פוליטיות וחברתיות במרחב הוירטואלי

מפגשים פיזיים של קהילות וירטואליות

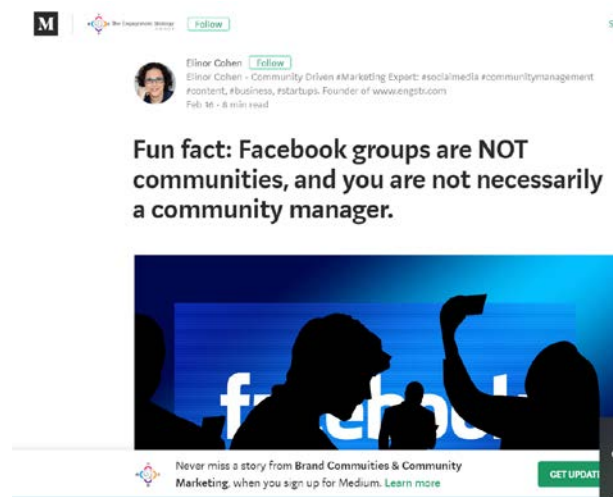
שימוש בווידיאו

'עיר חכמה' – איסוף ושיתוף מידע קהילתי בצורה טכנולוגית

מומחים המנחים מנהלי קהילות 'אמיתיים' איך לפעול

כחלק מניסיון להתנגד לטרנד של ניהול קהילה (אנטי טרנד) והתייחסות למושג כ-buzzword, קמו בעלי ניסיון ומומחיות המבקשים להגדיר מיהו 'באמת' מנהל קהילה טוב. הדגש – על אדם של אנשים

בלוגים העוסקים בהתנגדות למושג הרווח של ניהול קהילה



בלוגים בפני עצמם הפכו למדיה שקמה בין השאר על התנגדות למושג הקהילה בפייסבוק. כמקום שבו יש 'באמת' תוכן איכותי. גם בבלוגים מומחים כותבים באריכות על מיהו מנהל קהילה בדגש על ההתנגדות למנהלי קבוצות פייסבוק.

<https://medium.com/21st-century-marketing/fun-fact-facebook-groups-are-not-communities-and-you-are-not-necessarily-a-community-manager-1b9ce7d2ab8f>

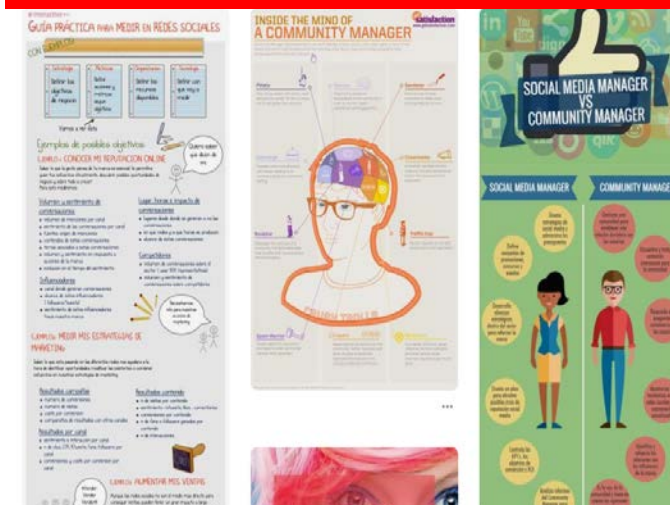
מובילי דעת קהל בתחום ניהול קהילה ברשתות החברתיות



מומחים ברשתות מציצים, כותבים פוסטים ויועצים בפועל על מי זה מנהל קהילה ומה הכישורים הנדרשים ממנו. אלו מבקשים ליצור סביבה קהילה בעצמם. לדוגמה – אנג'לה קונור, ריצ'רד מיליגנטון ועוד.

https://twitter.com/communitygirl?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor

אינפוגרפיקות המנסות להמחיש ויזואלית מה נדרש ממנהל קהילה



כחלק מניסיון להמחיש ויזואלית את תפקיד מנהל הקהילה, קיימים תרשימים רבים ששמים דגש בעיקר על השוואה בין 'מנהל קהילה' ל'מנהל קהילה וירטואלית'. כניסיון לומר 'מהו באמת מנהל קהילה' ושלא כל איש שיווק יכול להגדיר את עצמו ככזה.

[https://www.pinterest.com/search/pins/?q=community%20manager&rs=typed&term_meta\[\]=community%7Ctyped&term_meta\[\]=manager%7Ctyped](https://www.pinterest.com/search/pins/?q=community%20manager&rs=typed&term_meta[]=community%7Ctyped&term_meta[]=manager%7Ctyped)

storytelling-7 engagement-n

Engagement היא מילה המתארת את מידת המעורבות של קהילת גולשים בתכנים של קבוצת פייסבוק (מעבר ללחיצה על like). המגמה החדשה היא לייצר יותר תוכן של storytelling, בו חברי הקהילה הם למעשה יצרני התוכן בעצמם, מובילי הטון ובכך חשים תחושת אחריות למוצר/חברה/מותג.

יצירת תוכן מותאם אישית על ידי מציאות רבודה



טרנד שיווקי משמעותי הוא עניין הפרסונליזציה של לקוחות. למשל באמצעות אפליקציות מציאות רבודה, יכול הלקוח לייצר לעצמו פרסומת/מוצר מותאם אישית, ובכך נוצר לחברה/קבוצה מכלול פרסומות וידע שנאסף על הלקוחות, המותאם לצרכים השונים של חברי הקהילה.

<https://www.searchenginejournal.com/augmented-reality-marketing-strategy/254765/>

פרסונליזציה של הלקוחות/משתמשים/חברי הקבוצה באמצעות שרשור פוסטים אישיים



לאחר שקבוצות פייסבוק קיימת תקופה מסוימת, מנהלי קהילה מבקשים מחבריהן להעלות פוסט המספר על עצמם/מה עשו היום/מה לבשו. אם בכדי להכיר, לתת השראה לחברים אחרים וכדומה. כך נוצר שרשור פוסטים הממלא תוכן רב, ומובל על ידי הקהילה.

* מכיוון שלרוב קבוצות פייסבוק הן סגורות, לא שמתי קישור

שימוש בפונקציית story באינסטגרם וויזואליזציה של השימוש במוצר/חוויה



מהותה של פונקציית סטורי לחשוף כביכול את מה שקורה בחיים האמיתיים. בהקשר השיווקי הכוונה לכך שעסק/מותג יספר את הסיפור שלו 'מגובה העיניים', דבר שלקוחות מתחברים אליו. כיום יש עסקים ואמנים רבים שעושים שימוש בפונקציה בכך שהלקוחות הם אלו שמעלים את הסטורי מהאינטרקציה שלהם עם החברה/אומן. למשל עומר אדם שבהופעות שלו מבקש מהקהל להוציא טלפונים ולהעלות תוכן ממהלך ההופעה את ה'סטורי' שלהם, כך שהם מרגישים חלק מהותי מהחוויה ונוצר רעש ברשתות החברתיות.

<https://www.instagram.com/p/BbMXuCVIrdI/?hl=en&taken-by=omeradam10>

הקמת תנועות פוליטיות וחברתיות במרחב הוירטואלי

תנועות פוליטיות וחברתיות המבקשות לגייס תומכים לרעיון/לפעולה/להביא לשינוי תפיסתי דרך 'דרישה' מאוד פשוטה מחברי הקבוצה הוירטואלית – לעקוב ולשתף תכנים, לבצע פעולה ממוקדמת ופשוטה, לתמוך כספית. הקבוצות פעולות ליצירת תחושת שייכות לרעיון

עשייה חברתית בפועל על ידי הנעה לפעולה בקבוצת פייסבוק

לא עומדות מנגד
מסייעות לנשים במעגל הזנות

תנועות חברתיות שעיקר הפעולה שלהן במרחב הפייסבוקי. דרך הנעה לפעולה של חבריה ברמות שונות (כלומר, פוסטים משימתיים המבקשים עזרה נקודתית), להביא לשינוי תפיסתי וחברתי של ממש. למשל קבוצת הפייסבוק 'לא עומדות מנגד'.

<https://www.facebook.com/groups/aidingWomeninProstitution/>

זיהוי מניעים ומגמות על

המשך איסוף המידע

עיבוד המידע וזיהוי הטרנדים

איסוף המידע

הגדרת המחקר

תנועה אזרחית/פוליטית שמקבלת כוח רב ברשתות החברתיות

הליכודניקים החדשים

תנועה פוליטית שפועלת נכון בזירה הוירטואלית (פייסבוק, גיוס המונים, טוויטר וכדומה), ודרכה מגייסת חברים נוספים. בדרך כלל ראש התנועה הוא מי שמוביל את התכנים בקבוצת הפייסבוק, כמי שמייצג ומביע את עמדות התנועה על סוגיות שבסדר היום. למשל – 'הליכודניקים החדשים'.

<https://www.facebook.com/newlikud/>

קבוצות פייסבוק ההופכות לתנועה אזרחית/פוליטית

"ההפרדה בין החיים האמיתיים לרשת היא מלאכותית"

יום חמישי, 6.9.2018 | מאת: עדי סמריאס
אורי קול (25) רוצה ששמאלנים יצאו מהארון, לכן הוא הפך את עמוד הפייסבוק שלו "מחזקים את השמאל ברשת" לתנועה פוליטית. משתלטים על תל אביב - פרויקט מיוחד לראש השנה



קבוצות פייסבוק אשר לאחר שגילו את התמיכה והקהילה הגדולה שמרגישה חלק, החליטו לקחת צעד קדימה ולהפוך לתנועה. למשל – 'מחזקים'. בדרך כלל ראש הקבוצה/קהילה הוא השם המזוהה איתה, ומרבית התכנים המשמעותיים מגיעים ממנו.

כתבה ממגזין טיים אאוט

מפגש הקבוצה הוירטואלית במרחב הפיזי

קהילה וירטואלית לא עומדת בפני עצמה ולכן קיים טרנד המפגשים הפיזיים של קהילה. היכרות אישית בין החברים חשובה במיוחד. בדרך כלל מדובר על אירוע חגיגי ומשמח, מתן תשורה המסמלת שייכות, מפגש המבקש לתת תוכן כלשהו (למשל ייעוץ), פרגון לחברי הקהילה אחרי פעילות באירוע משמעותי וכדומה.

מפגש של חלק קטן מחברי הקהילה במסגרת מספר אירועים קטנים יותר



מעבר למפגשים הגדולים והחגיגיים, יש טרנד לקיים מפגשים קטנים ובאווירה קלילה, כמו פיקניק. הדגש במפגשים כאלה הוא על ההיכרות האישית והשיחות בין חברי הקבוצה, ולא על תוכן.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10157649708018765&set=pb.625268764.2207520000.1538857116.&type=3&theater>

אירוע גדול וחד פעמי לחברי הקבוצה



אירוע חגיגי וגדול המבקש לפרגן לחברי קבוצה בעקבות אירוע פנימי או חיצוני. למשל – מסיבת השקה לרעיון חדש, מפגש עם אנשי מקצוע בתחום במסגרת כנס, אירוע לכבוד יום בינלאומי המתקשר לקבוצה וכדומה. למשל – אירוע לכבוד יום האישה שאורגן על ידי מנהלות קבוצת 'אמהות ירושלמיות והסביבה'

כתבה מקור העיר

מדבקה לרכב המנכיחה במרחב הפיזי את השייכות לקבוצה



הקבוצה שהופכת לסוג של מותג, מייצרת מרצ'נדיז המאפשר לדעת מי שייך לקבוצה. הדבר יוצר אינטרקציה יומיומית בין חבריה במרחב האמיתי, כאשר למשל כמו בקבוצת 'אבא פגום', חבר קבוצה יכול להשאיר על רכב של חבר אחר צ'ופר כלשהו. המדבקה, בניגוד לסטיקר רגיל, תכלול בדרך כלל הומור.

<https://www.facebook.com/AbbaPagum/>

זיהוי מניעים ומגמות על

המשך איסוף המידע

עיבוד המידע וזיהוי הטרנדים

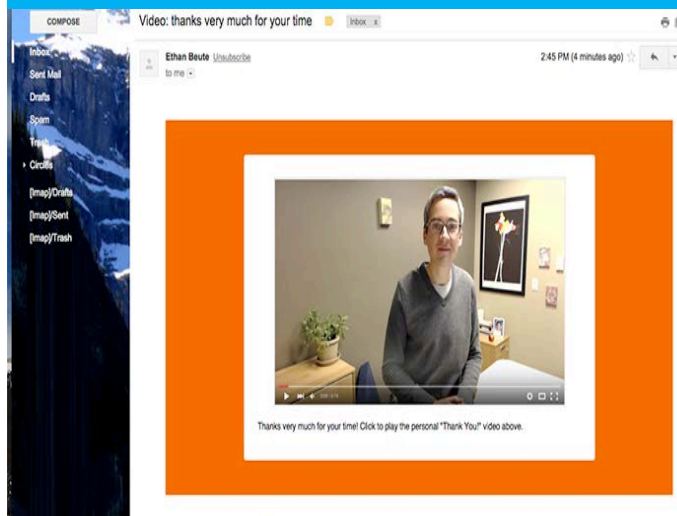
איסוף המידע

הגדרת המחקר

שימוש בוידאו

הזמינות של מצלמות באיכות גבוהה במכשירים הסילולריים רק תגביר את השימוש בצילומי וידאו כחלק מתקשורת בין מנהלי קהילות לחברי הקהילה.

שימוש רב יותר בסרטוני וידאו באמצעות מייל



דווקא בעידן בו יש תחושה של הצפת מידע ברשתות החברתיות, אימיילים נהיים רלוונטים יותר והשימוש בהם צפוי לגדול. כמו גם שימוש רב יותר בצירוף וידאו לנוף המייל, דבר שנמצא שמגדיל את החשיפה אליו. במקום לכתוב פסקה נוספת במייל, יצורף וידאו של מנהל הקהילה וכו' המדבר אל הקהילה.

<https://www.communityfunded.com/blog/2019-trends-online-fundraising>

שימוש מוגבר בסרטוני הדרכה E-learning וגיימיפיקציה (שימוש במשחק)



היכולת ליצור היום אנימציה בקלות תוביל להגברת השימוש בסרטוני הדרכה בדגש על סרטוני משחק (gaming). כאשר מנהל קהילה סביב מוצר רוצה להנגיש שימוש בו, סרטון כזה נותן את המענה, מאפשר תגובות של המשתמשים והפצה הלאה.

<https://voicebunny.com/blog/7-video-marketing-trends-2019/>

שימוש בסרטונים המצולמים 'כאן ועכשיו' (live streaming)



העובדה כי כל אחד יכול להעלות היום בקלות לרשת סרטון שלו באיכות מצוינת, מגבירה את השימוש בסרטונים 'אותנטיים' ולא ערוכים מראש. צילום מתוך אירוע שמתרחש, התייחסות של מנהל קהילה לדבר מה שאירע וכדומה. הדבר מגביר אמון של חברי הקהילה למנהליה כי נתפס כאמיתי ומשתף. למשל: רון קובי, מועמד לראשות עיריית טבריה בבחירות 2018, שעושה שימוש קבוע בצילום לייב בפייסבוק.

<https://www.facebook.com/aharon.cobi>

זיהוי מניעים ומגמות על

המשך איסוף המידע

עיבוד המידע וזיהוי הטרנדים

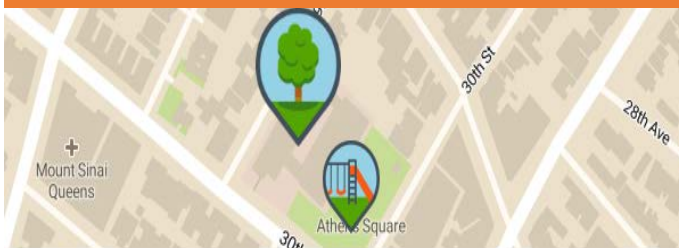
איסוף המידע

הגדרת המחקר

'עיר חכמה' – שיתוף ציבור טכנולוגי

בשנים האחרונות וכחלק מטרנד גדול יותר בשם 'ערים חכמות', קיים טרנד המבקש ליצר פלטפורמות טכנולוגיות, בעיקר אפליקציות, שיסייעו בחיבור בין הרשות המקומית לתושבים. הרעיון הוא לאגד את כל המידע הרלוונטי לתושבים במקום אחד, לרכז בו את כל התקשורת עם הרשות (תלונות, בקשות, תשלומים) וליצור מאגר מידע גדול על העיר והתושבים. חשוב לציין גם את ההתנגדות לטרנד של פיתוח מוצרים ייחודיים, בכך שהמתנגדים טוענים שצריך לפגוש את התושבים איפה שהם נמצאים (כמו פייסבוק) ולא לגרום להם להתרגל למשהו חדש.

שיתוף ציבור בעניינים תקציבי מבלי לצאת מהבית



Padric Gleason suggested this Environment idea
Near 28-37 29th Street, Queens, New York, New York 11102, United States

My project idea is: Green roof for PS 17 Henry David Thoreau

So that people could: Thoreau was a dedicated naturalist. What better way to honor his legacy than to build a green roof with rainwater collection and solar panels to help reduce reliance fossil fuel-based electricity, to combat heat deserts from exposed roofing, and to clean the air around nearby Athens Park?

שיתוף ציבור מתקשר מיד לשיתוף בענייני תכנון. בשנים האחרונות גובר הטרנד לשיתוף גם על שימוש בתקציבים עירוניים. ועוד יותר לעשות זאת באמצעות הצבעה ומעקב מהבית, מבלי צורך להגיע לפגישות תושבים. היתרון בכך הוא שלכולם יש את אותו הטון, מבלי שיש כאלה שקולם נשמע יותר, וכך העירייה מקבלת תמונה רחבה ומייצגת יותר. למשל כמו הדוגמה הזו בניו יורק.

<https://datasmart.ash.harvard.edu/news/article/map-monday-participatory-budgeting-new-york-city>

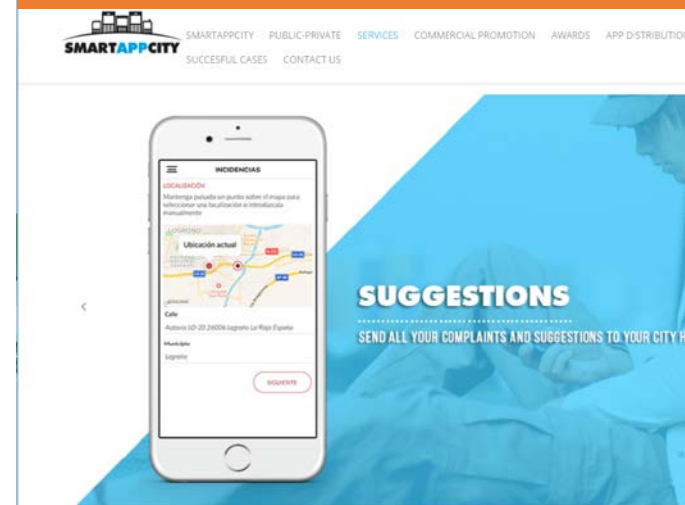
פרסונליזציה של התושבים – הצעות לאירועים ועסקים עירוניים לפי העדפות



אפליקציות ופלטפורמות כמו כרטיס תושב חכם מציעות באמצעות הודעה לטלפון או לאימייל תוכן מותאם אישית לכל תושב – אירועי תרבות רלוונטים, חסימות כבישים באזור מגוריו או בדרך בה הוא נוסע לעבודה וכדומה. כרטיס 'דגיתל' של עיריית תל אביב הוא דוגמה לכך.

<https://www.tel-aviv.gov.il/About/Pages/community.aspx>

אפליקציות כמקור להצעות לשיפור ודיווח על מפגעים



טרנד רווח באפליקציות מסוג זה הוא עניין הדיווח על מפגע בעיר. במקום להתקשר למוקד העירוני, אפשר בלחיצת כפתור להוסיף תמונה וכיתוב ובכך להיות 'אזרח טוב' ולהקל על התקשורת עם הרשות. יש אפליקציות ייעודיות לזה, ויש אפליקציות בהן זו אחת האפשרויות, כמו SMARTAPPCITY

<http://www.smartappcity.com/en/#/en/servicios-2/94-city-council/110-eventos-3>

זיהוי מניעים ומגמות על

המשך איסוף המידע

עיבוד המידע וזיהוי הטרנדים

איסוף המידע

הגדרת המחקר

זיהוי מניעים ומגמות על

- **הצורך להרגיש שייך** - בני אדם יצורים חברתיים ומכאן, מחפשים להשתייך לקבוצה. טרנד ניהול הקהילה מתייחס לצורך הזה ומבקש לפעול כך שיתן מענים שיתנו ערך לחברי הקהילה.
- **צמיחת הסטארטפים** - סטארטפ מבקש לתת מענה על צורך, בדרך כלל בצורה של מוצר טכנולוגי. מכיוון שסטארטפ מתחילתו מתבסס על תמיכה חיצונית (משקיעים), ולרוב קיים חוסר בטחון גדול בהקשר להמשך קיומו, עליו לייצר קהילה תומכת. דבר שעל סטארטפים עוד לאמץ הוא ההבנה שהקהילה היא גם מקור ללמידה על פיתוח המוצר ועל הבנת הצורך האמיתי בו. כלומר, לא לגייס קהילה אחרי שיש מוצר או במהלך פיתוחו, אלא עוד בשלב הראשוני של הגדרת הצורך. בנוסף, סטארטפים שמים דגש על יצירת קהילת סטארטפים, בדיוק בשביל לתת את הביטחון בשלב ההתחלתי, במסגרת מה שמכונה 'מאיץ'.

זיהוי מניעים ומגמות על

- **מגמת הפרסונליזציה - אל מול אינדיבדואליזם** - דגש על ביטוי ויחס אישי לכל לקוח/תומך/מצביע וכדומה. לא ממקום 'אגואיסטי' (אינדיבידואלי), כי אם ממקום אמפתי שרואה גם את הפרט בתוך הכלל.
- **אותנטיות** - מתבטא באופן מובהק בעולם הפוליטי. כאשר מועמד או מנהיג ציבור נתפס כאותנטי, כזה האומר את האמת ישר בפנים, הדבר מגביר את התמיכה בו. מנהלי קהילות שמים דגש רב על אותנטיות מתוך המגמה הזו.
- **תחושה שכל הידע בהישג ידינו** - בעיקר בגלל האינטרנט. היכולת של אדם לבחון מוצר או רעיון לפני שתומך בו, התחושה שאנו מכירים אישית חברים ברשתות הוירטואליות, ויכולים אף להתווכח איתם, מגבירה את השהות שלנו בהן ומכאן את הרצון שלנו להשתייך לקהילה וירטואלית