



זירה

השתתפות  
קהילתית

# הקמה וניהול קהילה דיגיטלית

כלי מתוך ארגז הכלים להשתתפות אזרחית ואקטיביזם של צעירים וצעירות 



## הכלי על רגל אחת

### זירה: השתתפות קהילתית

1

#### תקציר הכלי

כלי זה עוסק בשלבים השונים שיש לבצע, כדי לתכנן ולבנות קהילה דיגיטלית פעילה והוא מספק כלים ליצירת מעורבות של חברי הקהילה בשימורה לאורך זמן.

2

#### מתי אשתמש בכלי?

כאשר ברצוני לבנות קהילה דיגיטלית או להרחיב קהילה שאינה דיגיטלית ולבנות לה ערוץ תקשורת חדש, מקוון.

3

#### מה תהיה התוצאה?

לאחר תקופת ביסוס ראשונית תהיה לי קהילה דיגיטלית פעילה. חברי הקהילה ירגישו שייכות לקהילה ועל אף ההתנהלות במרחב דיגיטלי הם ירגישו שהם מכירים את חבריה ויהיו שותפים פעילים ביצירת התוכן ובקידום היוזמות של הקהילה.

## הקדמה

היכן שלא תהיה - אלו החברים שלך שיוצרים את עולמך.  
ויליאם ג'יימס

לפעמים, כדי להניע ולהוביל שינוי משמעותי או כדי לקדם סדר יום, לא מספיק אדם אחד ויש צורך בקהילה שלמה. קהילה היא קבוצה של אנשים בעלי תחום עניין דומה, החוברים יחד לטובת קידום סדר יום משותף. אם תצליח למצוא קבוצת אנשים שמאמינה ברעיון שלך ותהיה מוכנה לקדם אותו כמוך - תוכל להקים קהילה. היום, יותר מאי-פעם, כדאי להתחיל בהקמת קהילה דיגיטלית, שתאפשר לך לצרף אנשים מכל רחבי הארץ ואף מהעולם, המאמינים ברעיון שלך והדוגלים בסדר היום שלך. קהילה דיגיטלית מבטלת את המרחק הפיזי בין חבריה: היא מתקיימת במרחב הדיגיטלי, באמצעים דיגיטליים ולכן החיבור, השיח והפעולה המשותפת יכולים להתקיים מכל מקום ובכל מקום בעולם. התוצאה: קהילות המתאפיינות במגוון רחב של תחומי עניין משותפים וסדרי יום משותפים ולא רק שיוך גיאוגרפי. המעברים של קהילות בין עולם ה"אוף ליין" לעולם ה"און ליין" הם דו-כיווניים: לפעמים קהילות שהתחילו במרחב הפיזי עוברות לעשות שימוש גם בכלים דיגיטליים, כחלק מהתקשורת בין חברי הקהילה. דוגמה לכך היא "קהילת התיכונים X" או "קהילות עובדי שירות הלקוחות של חברת Y". לעומת זאת, ישנן קהילות שהתחילו מלכתחילה כקהילות דיגיטליות בלבד וייתכן שחלק מחבריהן לא נפגשו פנים אל פנים מעולם. דוגמה לכך היא קהילת "מאמאזון" בפייסבוק, או קהילת "אבא פגום". חלק מהקהילות שהתחילו כדיגיטליות מוסיפות מפגשים "אוף ליין" במטרה לחזק את ההיכרות בין חברי הקהילה ולקדם את מהות הקהילה ואת מטרתיה. **בכלי זה נתמקד בהקמה ובהפעלה של קהילה דיגיטלית ברשת האינטרנט.**



## הקמה וניהול של קהילה דיגיטלית: איך עושים את זה?



• 4 •

**הפעלה  
ומדידה**



• 3 •

**בניית תשתית  
לקהילה**



• 2 •

**בחירת פלטפורמה  
מתאימה לקהילה**



• 1 •

**מטרת קהילה  
ואפיון קהל היעד**

### מטרת הקהילה ואפיון קהל היעד שלה

קהילות נוצרות מכל מיני סיבות, חלקן סביב עניין משותף, חלקן סביב רעיון או מטרה. הדבר החשוב ביותר הוא, שחברי הקהילה המעורבים בה ירגישו שהם **מקבלים ערך ושהקהילה עונה על הצרכים** השונים שלהם. לכן, שלב **בירור מטרת הקהילה** הוא חשוב.

אבל לפני הכול, חשוב שנעשה הבחנה ברורה בין המטרות שלך, כמי שרוצה לייסד את הקהילה, לבין המטרות האפשריות של החברים שתמצא שיצטרפו לקהילה שלך. חשוב שתתחילי עם לשאול את עצמך את השאלות הבאות, הנוגעות למטרות שלך, בהקמת הקהילה:

- איזו מטרה חברתית או סדר יום אני רוצה לקדם, ואיך קהילה מתחברת למטרה זו?
- מה המניע שלי להקמת הקהילה, או: מה יוצא לי מהקמתה?
- באילו סוגיות הקהילה תוכל לסייע לחבריה? איזה הזדמנויות הקהילה מציעה לחבריה?
- מה תהיה ההצלחה של הקהילה ואיך היא תימדד?
- האם יש קהילות דומות שכבר קיימות בתחום העניין הזה? במה הקהילה הזו שונה?

### בשלב זה עליך לשאול את עצמך: איזה צורך אמורה הקהילה למלא בחיי חבריה?

קהילה שיש לה תחום עניין משותף (בין אם זה סביב מוצר, מותג, רעיון או סדר יום חברתי) אמורה לספק ידע, השראה ועניין בתחום הייחודי שלה, כדי לתת ערך לחבריה. כשחברי הקהילה מוצאים תוכן בעל ערך בקהילה, הם ימשיכו לפנות אליה בכל פעם שהם יחפשו פתרון לבעיה, אוזן קשבת או השראה. כדי להקים קהילה, שתספק מענה על צרכי חבריה ותעורר בהם את הרצון להתמיד, חשוב לאפיין את קהל היעד של הקהילה, על צרכיו ומניעיו.

1

## מטרה ואפיון



## אפיון קהל היעד

- תוכל לעשות זאת, באמצעות מענה על השאלות הבאות:
- **מיהם הקהלים הפוטנציאליים** שהייתי רוצה שיצטרפו והאם יש קהלים שלא ארצה בהשתתפותם?
  - **מה המכנה המשותף** של האנשים שמתאימים לקהילה ומה לא? (האם יש תתי-קהילות/מעגלי שייכות שונים)?
  - **האם אני רוצה להגדיר דרישות קבלה לקהילה** ואם כן, מהן? (תחום ידע, ניסיון, סדר יום, דעה, חיבור למטרה).
  - **מה פרופיל המשתתפים הפוטנציאליים** באופן כללי (נתונים כלליים, כגון: גיל, מקצוע, סטטוס, מיקום).
  - **מה הבעיות** של מי שירצה להשתתף בקהילה? **מה הצרכים** שלו/ה? איזה מידע או ידע חסר להם?
  - **מהם הערכים, תחומי העניין, התקוות והחלומות** של קהל היעד ומהן השאיפות האישיות ומקצועיות שלו?
  - **היכן בדרך כלל נפגשים אנשים המשתייכים לקהל היעד הזה?** האם יש להם מקומות מפגש קיימים? האם הם יתחברו למקומות מפגש דיגיטליים? (נסו לברר מה רמת האוריינטציה הטכנולוגית שלהם).
- ניתן גם להיעזר בכלי לאפיון צרכים של [COMMAGAIN](#).

### טיפ טיפה

אם קיים כבר בסיס ראשוני של הקהילה ניתן לענות על שאלות אלה עם חברי קהילה או עם נציגים שלה.

לאחר שהבנת מה המטרה בהקמת הקהילה ומהם הצרכים של חברי הקהילה, תוכלי למצוא את נקודות החפיפה בין הצרכים שלך ושלם - הצרכים החופפים הללו צריכים להיות בראש רשימת המטרות שלך!

את המטרות חשוב גם לתרגם ליעדים מדידים, כדי שתוכלי לבחון אם אתם בכיוון הנכון. מומלץ להיעזר בכלי להגדרת חזון, מטרות ויעדים.

## בחירת הפלטפורמה של הקהילה

- בשנים האחרונות, התפתחותן של קהילות דיגיטליות הביאה לצמיחתן של מגוון פלטפורמות, שבהן ניתן להקים ולהפעיל קהילות דיגיטליות. לכל אחת מהפלטפורמות הללו, מאפיינים שונים, ביניהן כאלה:
- המתאימות לקהילות קטנות/גדולות.
  - המתמחות בשמירת סודיות.
  - שעלות כסף לעומת פלטפורמות חינמיות.
  - המאפשרות לתכנן יחד פרויקטים.
  - המאפשרות התמצאות ושמירה נוחה של כלים וידע, שמעלים חברי הקהילה.

2

## פלטפורמה



## התאמה לפי קהילה

בישראל ישנן מספר פלטפורמות פופולריות, חנימיות ונגישות לבניית קהילה. לכל אחת מהן יתרונות וחסרונות, הקשורים במגבלת מספר החברים, בכלים להעלאת מידע לקבוצה ובנגישות אל המידע הזה, ביכולת של חברי הקהילה ליצירת תקשורת פתוחה וחופשית, ועוד. ביניהן:

- קבוצת פייסבוק
- קבוצת וואטסאפ
- ערוץ טלגרם
- אינסטגרם.
- אתר אינטרנט/בלוג
- רשימת תפוצה בדוא"ל ו/או במסרון

### איך לבחור את הפלטפורמה המתאימה לקהילה הדיגיטלית שלי?

הפלטפורמה של הקהילה הדיגיטלית מהווה למעשה את ה'בית' של הקהילה ולכן הבחירה בה כה חשובה. מומלץ להתחיל בהקמת הקהילה על גבי פלטפורמה שאליה משתייכים ובה מסתובבים קהילי יעד פוטנציאליים להצטרפות או חברים שכבר קיימים בה. כך, הם לא יצטרכו ללמוד להכיר או להתחבר לאפליקציה חדשה והקהילה שלכם תתקיים בסביבה קיימת ומוכרת לרובם.

בעת בחירת הפלטפורמה מומלץ גם לשקול את הנקודות הבאות:

- **פלטפורמה התומכת בפוטנציאל גדילה והתרחבות של הקהילה:** אולי תתחיל בקטן, אבל אם סדר היום שלך מעניין אנשים רבים, הקהילה שלך עשויה לגדול מאוד. רצוי לבחור פלטפורמה אשר תתמוך בפוטנציאל הגדילה הזה ותאפשר התרחבות ללא קושי.
- **פלטפורמה שתאפשר חיזוק מתמשך של חברי הקהילה ועידודם למעורבות:** חברי הקהילה ימשיכו להגיע אם הקהילה תביא להם ערך ותועלת. לכן עלינו לחשוב על פלטפורמה המאפשרת עדכון והעלאה של ידע וחומרים יחסית בקלות, הן על ידך והן על ידי חברי הקהילה עצמם. חשוב לבחור פלטפורמה ידידותית, קלה לתפעול, שתאפשר גם לחסרי ניסיון טכנולוגי לקבל ממנה ולהעניק לה ערך.
- **פלטפורמה שתאפשר מנגנוני משוב:** קהילה טובה היא כזו שכל הזמן לומדת מחבריה מה נכון ומדויק לה. מומלץ לבחור פלטפורמה אשר תאפשר לך, כמנהל הקהילה, להבין אילו תכנים עובדים, מה מצפים חברי הקהילה, מה הם אוהבים ולמה הם זקוקים.

תוכל להיעזר בכלי של CMX להשוואה בין פלטפורמות השונות לניהול קהילה.

### טיפ טיפה

בקהילה גדולה ומשגשגת מומלץ לפעול ביותר מפלטפורמה אחת. זאת, בהתאם לביטוי "לא לשים את כל הביצים בשק אחד" ולאור העובדה שחלק מהפלטפורמות משנות אחת לתקופה את תנאי השימוש שלהן ללא התרעה מוקדמת. מומלץ לבחור כלי מרכזי שבו תתקיים מרבית פעילות הקהילה (כגון: קבוצת פייסבוק) וכן כלים תומכים, שיאפשרו את מרב הנגישות לכלל החברים והעברת מסרים ביניהם (כגון: קבוצת וואטסאפ, בנוסף לקבוצת הפייסבוק).



## מדידה והערכה של פרויקט חברתי: איך עושים את זה?

3

### תשתית

#### בניית תשתית הקהילה

כדי להקים קהילה משגשגת ומתפתחת חשוב להקים תשתית יציבה. שלב זה כולל: הקמת צוות מוביל והקמת השלד הפנימי והחיצוני של הקהילה.

**הקמת צוות מוביל:** רגע לפני שתצאי לדרך עם הקמת קהילה חדשה, בדקי שיש לך מספר חברים או חברות שיוכלו להצטרף אלייך כחברים ראשונים. קבוצה מייסדת זו יכולה להפוך לצוות המוביל השותף לחלום שלך ולתהליך בניית הקהילה שלך. אין לך חברים הרתומים לנושא? היעזרי בכלי לרתימת פעילים.

הצוות המוביל יסייע לדייק את המטרות, לאפיין את קהל היעד ולהתניע את פעילות הקהילה. ההמלצה היא, כי צוות זה יכלול לכל היותר 10 חברים, בעלי מאפיינים מגוונים מבחינת גיל, ידע, ניסיון, אוריינות טכנולוגית, ועוד. מומלץ לקבוע שגרות עבודה לצוות עוד לפני שהקהילה עלתה לאוויר, כמו למשל מפגש מקוון של כל הצוות אחת לשבוע (יותר או פחות, לפי הצורך). במקביל, מומלץ לבצע חלוקת תפקידים ברורה בין חברי הצוות המוביל. בין התפקידים שניתן להציע להם: שיווק ורתימת חברים/ות חדשים לקהילה, כתיבת פינת תוכן קבועה, תכנון מפגשי הקהילה, אישור חברים, תפעול ותוכנית תוכן, סינון הודעות שאינן עומדות בכללים, ועוד.

#### טיפ טיפה

מומלץ לרענן את הצוות המוביל אחת לזמן מה, לאפשר לחברי קהילה חדשים להצטרף ולחברי צוות ותיקים להתפנות למשימות חדשות / אחרות.

**חשוב לזכור:** הצוות המוביל פועל בהתנדבות לצידיך. כדי לעבוד איתם נכון עליך לנהל אותם ולהשקיע בהם! הגדר להם בצורה ברורה את תפקידם, בצע תיאום ציפיות וברר מהן המוטיבציות שבגללן הם בוחרים לקחת חלק בצוות. קיים מפגשי הנחיה וליווי ואל תשכח להוקיר להם תודה (גם שי קטן וצנוע יכול להיות נחמד מדי פעם).

**בניית השלד הפנימי והחיצוני של הקהילה:** המשימה הראשונה שעל הצוות המוביל לעסוק בה היא בניית השלד של הקהילה, תהליך שחשוב לבצע עוד לפני שמצרפים חברים נוספים. בניית השלד מחייבת הגדרת המאפיינים הפנימיים והחיצוניים של הקהילה.

• **תיאור הקהילה:** לא משנה באיזו פלטפורמה תנהל את הקהילה שלך, בכולן יש לכתוב את תיאור הקהילה, כלומר הסבר קצר וברור המאפשר לכל מי שרוצה להצטרף לקהילה להבין מהי הקהילה, מה הערך של ההצטרפות אליה, למי היא מיועדת, מדוע הוקמה, מי המייסד שלה ומהם כללי ההתנהלות. אם מדובר בקהילה "סגורה", שרק אנשים בעלי מאפיינים מסוימים יכולים להתקבל אליה, מומלץ לפרט את הקריטריונים לקבלה. חשוב לכתוב את תיאור הקהילה יחד עם הצוות המוביל, משום שבאמצעות תהליך זה הצוות מתגבש וכולם יודעים מהן הדרישות והציפיות.

### מאפיינים פנימיים



• **ניסוח כללי הקהילה:** הגדרה ברורה של כללי הקהילה, איך ייאכפו ואילו סנקציות יינקטו אם הם יופרו. ללא ספק, זהו חלק מאתגר אך אפשרי. ככל שתצליחו לייצר כללים פשוטים וברורים אשר כלל חברי הקהילה יהיו חשופים אליהם מהיום הראשון, כך יהיה קל יותר להקפיד על קיומם. חשוב להתייחס לכללי שמירת פרטיות וסודיות של חברי הקהילה, כחלק מערכי הקהילה. אם הייתה חריגה מהכללים, יש לפעול בדיוק כפי שנקבע בכללי הקהילה. אחרת, הכללים ייתפסו כרשימת היגדים חסרי משמעות ואתה תיתפס כמי שלא מתכוון לאכוף אותם. ניסוח הכללים יחד עם הצוות המוביל ירתום אותם להקפדה על הכללים ויכוון אותם להיות שגרירים כלפי הקהילה.

• **ניהול התוכן של הקהילה:** חשוב למקד את התוכן של הקהילה - במה הקהילה והצוות המוביל יעסקו, באילו נושאים, כמו גם אילו דיונים לא מתאימים לקהילה זו. מיקוד התוכן יסייע לך לקדם את האסטרטגיה של הקהילה ולייצר ערך לחברי הקהילה. מומלץ לקבוע נושאים מרכזיים ולגייס חברי/ות קהילה כשותפים ביצירת התוכן ובכתיבתו.

**חשוב לזכור:** רצוי לבנות "גאנט תוכן" של הקהילה, שבה תוכלי לתכנן יחד עם הצוות המוביל את התכנים העולים ולהגדיר איזה תוכן עולה, מתי ובאילו אמצעים ומי אחראי לייצר אותו.

• **תכנון מפגשים ואירועים:** חלק מחייה של קהילה הם האירועים. אלה יכולים להיות וירטואליים או במרחב הפיזי והם אמורים להתכתב עם המטרות והצרכים של חברי הקהילה. האירועים יכולים להיות פתוחים לכלל הקהילה, או לחברים מסוימים מתוכה. מעורבות חברי הקהילה בתכנון ובהוצאה לפועל של האירועים, כמו גם בהפקת הלקחים מהם, תחזק את תחושת המשמעות והשייכות שלהם לקהילה.

• **ריטואלים וטקסים בקהילה:** טקסים וריטואלים שעוזרים לנו לחבר בין אנשים הם חלק מתרבות ומחזקים את תחושת השייכות. הם מזכירים לנו מי אנחנו, מה אנחנו מעריכים ולאן אנחנו שייכים. ריטואלים בקהילות און ליין עוזרים לחברי הקהילה להרגיש בנוח ושהם נמצאים במקום שבו ההתנהלות מוכרת.

המאפיינים הפנימיים של הקהילה, מכוונים בעיקר לחבריה והם מהותיים להפיכת הקהילה לפעילה ולמשמעותית. לצד מאפיינים אלה, חשובים גם המאפיינים החיצוניים, אלה המזהים את הקהילה כלפי חוץ לבעלי עניין שונים, והם כוללים:

• **שם לקהילה:** בחירת שם הוא דבר חשוב. השם צריך להיות קליט ולעורר עניין, אך גם מבהיר לחברי הקהילה ולבעלי עניין במה הקהילה עוסקת ומה היא מקדמת. נסו לתת כמה אפשרויות וערבו את הצוות המוביל ושותפים נוספים בעת הבחירה.

### טיפ טיפה

יש לנסח את כללי הקהילה באופן חיובי ותוך התייחסות לרציונל שלה.

### לדוגמה

חגיגות שנה להקמת הקהילה, ציון יום בינלאומי שמתחבר למטרות ולסדר היום של הקהילה, מפגשי למידה משותפים של חברי הקהילה ועוד.

### לדוגמה

ברכות למצטרפים חדשים, דיונים קבועים, ציון חגים ומועדים בדרכים ייחודיות ואפילו מפגש חודשי מחוץ למרחב הדיגיטלי.

## מאפיינים חיצוניים



• **בניית מיתוג לקהילה:** נראות ויזואלית חשובה ומסייעת לייצר שייכות ולעורר סקרנות בקרב חברים פוטנציאליים. לצד השם, מומלץ לבחור סמליל (לוגו) או סלוגן כלשהו של הקהילה. אם יש באפשרותך, מומלץ להשקיע מעט כסף ולבנות לקהילה שפה גרפית ומיתוג, בליווי גרפיקאי/ת. השפה הגרפית תכלול את צבעי הקהילה, את הסמליל והשם.

### **בניית מנגנוני הצטרפות, כניסה ועזיבה:**

#### **1. שיווק הקהילה: איך מביאים מצטרפים לקהילה?**

- נסה לחשוב באילו אמצעים תוכל לאתר חברים פוטנציאליים להצטרפות, אנשים שיש להם סדר יום דומה או מטרה דומה. האם יש לך כתובות דוא"ל של אנשים רלוונטיים? מספרי טלפון? האם הם נמצאים כבר בקהילות כלשהן שבהן ניתן לפרסם? האם תרצי לכתוב פוסט ברשתות החברתיות שלך אודות הקהילה ומטרותיה ולנסות לרתום אנשים שמעוניינים להצטרף למטרה החברתית שלך?
- מומלץ לרתום את הצוות המוביל להפצת הקהילה בין המעגלים שלהם. כאשר חברים מצטרפים לקהילה, רצוי לרתום אותם להביא חברים נוספים. בקהילות מסוימות מקיימים תחרות בין חברי הקהילה - מי מצליח לגייס יותר חברים.

#### **2. שאלון כניסה: בשלב זה חשוב שתחילי, יחד עם הצוות המוביל, מהם תהליכי הקבלה והעזיבה של חברי הקהילה. האם כל אחד יכול להשתלב בקהילה? האם יש תנאי קבלה מסוימים? בפלטפורמות שונות, כגון קבוצת פייסבוק סגורה, ישנה אפשרות לשאול שאלות כניסה בטרם הצטרפות. שאלון כזה משיג שתי מטרות עיקריות:**

- **סינון:** האם בקשת הצטרפות לקהילה מספיקה? האם המצטרפים נדרשים להתחייב לתקופה מסוימת? צריכים להיות בעלי ניסיון כלשהו? השאלון יכול לשמש כמנגנון סינון לחברים שאינם עומדים בפרופיל שהוגדר או בתנאים הנדרשים כדי להתקבל לקהילה.
- **איסוף דאטה על חברי הקהילה:** בשלב ההצטרפות יהיה קל יחסית לאסוף מידע חיוני על החברים החדשים בקהילה, מאשר לאחר אישור הצטרפותם. נצלו חלון זמן זה כדי לבקש כל פרט שלדעתכם יסייע לכם לנהל את הקהילה באופן מיטבי. כדי להשיג את המטרות הללו חשוב לקחת את הזמן ולנסח שאלון כניסה המכיל שאלות מגוונות, שיכללו גם פרטים 'יבשים', כגון: כתובת דוא"ל, טלפון, תחום עיסוק וגם שאלות הנוגעות לתפיסות ולעמדות של המצטרפים לגבי הצרכים שהם מקווים שהקהילה תמלא עבורם. במקביל, מומלץ לשאול שאלה הבוחנת כיצד לדעתם הם יוכלו לרתום לקהילה.

#### **3. תהליך הכניסה לקהילה - אוריינטציה והיכרות: מומלץ לערוך למצטרפים החדשים לקהילה תהליך אוריינטציה, מעין טקס כניסה. ניתן לקיים את טקס הכניסה באמצעות פוסט שבו תתייג את המצטרפים החדשים ותברך אותם על כניסתם, כמו גם תשתף אותם במטרות הקהילה, או באמצעות בקשה מהמצטרפים החדשים, אחת לכמה זמן, להציג את עצמם בכל דרך יצירתית שיבחרו. מטרת טקס הכניסה לחבר בין החברים בקהילה ולהגביר את מעורבותם. כלי נוסף שעשוי לעזור לך לתכנן את הקהילה, נקרא לוח קנבס בקהילה. מומלץ להיעזר גם בו: קנבס קהילתי - כלי לתכנון תשתית קהילה ו-דוגמה לקנבס קהילתי.**

#### **טיפ טיפה**

מומלץ לבדוק אם מישהו מחברי הקהילה הוא איש מקצוע בתחום הגרפיקה ואולי יוכל להתנדב לעשות את תהליך המיתוג ללא עלות. זוהי עוד דרך להבטיח את מעורבותם של חברי הקהילה ולאפשר לתרום ממשאבי הידע והמומחיות שלהם.

#### **טיפ טיפה**

לפני שמתחילים תהליך של פרסום הקהילה, מומלץ להכין רשימה של אנשים, שהיינו חצים שיצטרפו כגרעין ראשון לקהילה, כאלה שיכולים להיות שגרירי הקהילה. אותו גרעין יוכל להצטרף לצוות המוביל וסביבו יתווספו עוד חברים לקהילה.

#### **טיפ טיפה**

ערוך אחת לכמה זמן שיחת היכרות אחד על אחד עם אחד המצטרפים החדשים. היכרות אישית עם חברי הקהילה תסייע לך להכיר טוב יותר את הצרכים שלהם וכך לחדד את אופן הפעולה של הקהילה.





## מדידה והערכה של פרויקט חברתי: איך עושים את זה?

4

### הפעלה ומדידה

#### שם המשחק: מעורבות!

לאחר שהקמת את הקהילה, האתגר שלך עכשיו הוא ביצירת התכנים והמעורבות של החברים. קהילה מתפקדת ומשגשגת היא כזו שהתוכן לא מגיע רק ממייסדי הקהילה אלא מכלל חבריה. קהילה שבה עיקר התוכן מגיע מהמייסדים - היא קהל ולא קהילה. מה שמגבש את הקהילה היא ההבנה, שהידע, הדעות, התפיסות והכלים נמצאים אצל כל החברים. תפקידך כמייסד הקהילה למצוא את הדרכים לעודד את חברי הקהילה לשתף ואף להרגיש מספיק בטוח לשאול שאלות ולהתלבט יחד.

האתגר הוא, אם כן, לעודד את חברי הקהילה לשתף. לשם כך, מומלץ לפנות לחברי קהילה שאתה מכיר באופן אישי ולבקש מהם לכתוב, לשתף ולספר משהו שקשור בסדר היום או במטרה שתרצו לקדם. לפעמים צריך את האמיצים הראשונים, שפותחים את הפתח עבור אחרים להרגיש נוח ולהביע את דעתם, מחשבותיהם או יכולותיהם. להלן רעיונות אחדים ליצירת מעורבות:

- **היצמדות ללוח התוכן של הקהילה:** לוח תוכן מבטיח לנו, כי בכל יום או כמעט בכל יום עולה תוכן אחר בפלטפורמה של הקהילה. ככל שהקהילה פעילה יותר, מתוכננת יותר, כך החברים יודעים לצפות מה עומד להיות, מכירים את שגרת הקהילה ומרגישים נוח לשתף בה. לכן, מומלץ ליצור תוכנית תוכן, הכוללת: סקרים, דיונים, פוסטים להיכרות עם חברי קהילה, להצגת חברים חדשים, ועוד.
- **חלקי תפקידים:** בקשי מהצוות המוביל או מחברי קהילה שאת מכירה ויודעת שהם אוהבים לכתוב, לכתוב פוסטים ולשתפם. תוכלי גם לבקש מהם לקחת על עצמם תפקידים שונים, למשל: חבר קהילה אחד יביא אחת לתקופה קישור לכתבה מעניינת בנושא שמעסיק אתכם כקהילה; בקשי מחבר קהילה אחר להעלות סקר או שאלון בנושא.

**חשוב לזכור:** בהתחלה יש להקפיד ולדייק את התכנים שעולים כדי שיתאימו למטרת הקבוצה ולקהל היעד, גם אם זה אומר שצריך לבקש מחבר הקהילה שרוצה להעלות תוכן מסוים לתקן את דבריו - תוכן לא רלוונטי לא יקדם מעורבות ועלול לפגוע בקהילה.

- **צרי תחרות:** בין חברי הקבוצה, שתעודד את חברי הקהילה לשתף בתוכן. חשוב לדאוג לפרס בתום התחרות.

על אף שבהתחלה יש תחושה שההתנהלות היא מלאכותית ולמעשה אתה זה שמניע את המעורבות, התהליך הזה הוא הכרחי, כדי שהתנועה הזו תתחיל להיווצר מעצמה ובאופן טבעי יותר.



## מדדי הצלחה

### איך נדע שהצלחנו?

לאחר שהקמת את הקהילה, האתגר שלך עכשיו הוא ביצירת התכנים והמעורבות של החברים. קהילה מתפקדת ומשגשגת היא כזו שהתוכן לא מגיע רק ממייסדי הקהילה אלא מכלל חבריה. קהילה שבה עיקר התוכן מגיע מהמייסדים - היא קהל ולא קהילה. מה שמגבש את הקהילה היא ההבנה, שהידע, הדעות, התפיסות והכלים נמצאים אצל כל החברים. תפקידך כמייסד הקהילה למצוא את הדרכים לעודד את חברי הקהילה לשתף ואף להרגיש מספיק בטוח לשאול שאלות ולהתלבט יחד.

**חשוב לדעת:** בהרבה מהפלטפורמות יש כלים לניתוח פעילות הקהילה. על מנת להשתמש בכלים אלה, יש להגדיר את המדדים להצלחה.

#### לדוגמה

פייסבוק מאפשרת גישה לנתונים בכל קבוצה שיש בה 50 משתתפים ומעלה.

להלן דוגמאות למדדים להצלחה:

- מספר המצטרפים לקהילה.
  - מספר התכנים שהעלו חברי הקהילה.
  - מספר הפעילויות שיזמו חברי הקהילה.
  - כמה תגובות יש לכל פוסט בקהילה (לייק, תגובה).
  - כמה חברים הופכים להיות פעילים ולא רק צופים.
  - האם הפעילות בקהילה מצליחה לייצר שינוי בעמדות של חברי הקהילה או לרתום אותם לעשייה סביב סדר היום שלך?
  - תחושת השייכות של חברי הקהילה.
- למידת הצלחה מומלץ להיעזר בכלי להערכה ומדידה.

קהילה נועדה לחבר בין קבוצת אנשים בעלי צורך משותף או תחום עניין. בקהילה נוצרים דיונים שונים, שיח פורה, חיבורים בין אנשים שלא הכירו קודם; יש לחברים מכנה משותף ונוצרים שיתופי פעולה. קהילה דיגיטלית יכולה להיות פלטפורמה מעולה כדי לייצר עשייה חברתית ולהוביל סדר יום משותף. כדי שכל זה יקרה יש צורך שמנהל הקהילה יוביל אותה ויתכנן את המהלך. כפי שכבר הבנת, מדובר בלא מעט עבודה, אבל תכנון נכון והבנה מדויקת של הצורך החברתי עבור חברי הקהילה הם המפתח להצלחה. אם תעשי את זה נכון, מהר מאוד יתברר שיש תמורה רבה להשקעה הגדולה. שיהיה בהצלחה!

## סיכום

### רוצה לקרוא עוד על בנייה וניהול קהילה דיגיטלית?

- [הבלוג של גיל מרטנס לניהול קהילות](#)
- [ערוץ היוטיוב של נאור נרקיס](#)
- [המדריך המלא למנהל קהילה של מקס פרידמן](#)