

# סיכום פרוייקט

ניר גירון הפקות ירוקות

## הקדמה

מסמך זה בא להשלים את תכנון הפרוייקט, ולסכם אותו. לפיכך, לא כל התוכן שעלה מהתכנון יתועד בו, אלא הנקודות העיקריות, החשובות ביותר, ואלו שיש להן השפעה חשובה על טווח הזמן הקרוב והבינוני. את השאר ניתן למצוא במפת החשיבה עצמה, ובקבצים המצורפים.

## כללי

**תקציב (שעות)** - מסגרת התקציב התחלקה לשתיים. את מסגרת העיצוב הגבלנו מראש, אך מה שמעניין הוא שהגענו בדיוק לשעות (עם ההגבלה של ה-130%). כמחצית משעות העיצוב מוצו על הלוגו וכרטיס הביקור, והמחצית השנייה יצאה על הקמת האתר. **כפיילוט ראשון**, לא נרשמו כ-15% מהשעות, שהיוו את התכנון. התכנון הוא מה שהיווה את קפיצת המדרגה והייחודיות בצורת עבודה זו. את תיעוד שעות העבודה ניתן לראות בטבלה המצורפת "ספירת שעות נכונה".

**תוצרים** - מטרת העל של הפרוייקט הייתה **מיתוג דיגיטלי של "ניר גירון- הפקות ירוקות"**. התוצרים שנדרשו על ידי ניר היו: לוגו, אתר וכרטיס ביקור. אני הוספתי שני תוצרים נוספים:

- המלצה על ערוצים נלווים שישרתו את התכנון
- המלצה על דפוס עבודה דיגיטלי

**זמנים** - היה איחור בזמנים. לא משמעותי אבל היה. הייתה הפסקה של כמה ימים טובים בין סיום האתר לעיצוב כרטיס הביקור.

## התבוננות (גיליון 2 במפת החשיבה)

**אתיקות** - החיבור "של ניר גירון - הפקות ירוקות" לאתיקות הוא די ברור וישיר (אפשר לראות את המיפוי במפת החשיבה), ובאתר רק היה צריך להשתדל להדגיש את האתיקות. את החיבור לאתיקות ברמת האתר (שבמקרה הזה של ניר, שבו האתר הוא כרטיס הביקור של העשייה) אפשר להבין באופן עקיף, יחד עם:

1. דאגה לאדמה - 5% מההכנסות יושקעו ברכישת מניות בקואופרטיב לאנרגיות מתחדשות או בארגון דומה.
2. שימוש הוגן - האתר נבנה בקוד פתוח (Wordpress), כך שהכוח נשאר בידיים של ניר, עם תלות קהילתית רחבה בקהילת Wordpress

**מ"ד המצ"ב** - עלו לא מעט דברים, ואת הכל ניתן לראות במפת החשיבה. אציין רק את היוצאי דופן והמאירי עיניים שעלו כאן:

- **משאבים**: המשאב החשוב ביותר הוא השם "ניר גירון" לעמוד מאחוריו, הקשרים שנוצרים והדלתות שנפתחות עם השם הזה. משאב נוסף הוא האיגרון.
- **דפוסים**:
  - דפוסים בעולם האמיתי - חלק מהפרוייקטים הם אד הוק, וחלק לקוחות חוזרים.
  - דפוסים בעולם המקוון - האיגרון זה הדפוס הכי יציב של ניר
  - "ניר גירון - הפקות ירוקות" (הפקתי/כלכלי/עסקי) כמשלים ל"פיל הירוק" (חינוכי) ופסטיבל אקטיביזם (התנדבותי)
- **הזדמנויות**: הנישה ייחודית, האיגרון כמנוף
- **מגבלות**: כמות הזמן שניר מעוניין ויכול להשקיע במערכת אינטרנט, המודעות של הציבור.
- **צרכים**: קליטת משאבים, להשיג תנובה
- **בעיות**: טכנופוביה של ניר, קהל מפוזר.

## מחקר בישה

בעולם קצת מתעסקים בזה, ויש אפילו תקן ירוק להפקת אירועים ( <http://www.limelightevents.ca/sustainability.htm> ). בארץ כמעט ואין נגיעה אמיתית לזה. יש כמה חברות השכרת ציוד שלכאורה מציינות שהן ירוקות, אבל זה שימוש גס במיתוג, והוא לא כל-כך מוצלח.

כדאי להכיר את [/http://sustainable-event-alliance.org](http://sustainable-event-alliance.org)

כדאי לבדוק מה אומר להצטרף לתו תקן חברתי,

<http://www.mtzedek.org.il/abouttav.asp> יכול להתאים וגם להראות טוב מבחינה שיווקית.

דוגמאות לעקרי עקרונות הפרמקלצ'ר כמו שהם תוכננו להתבטא באתר

**לקלוט ולאגור אנרגיה** - להניח כלים לקליטת התנועה באתר ולהמרתה לפגישות.

**לשלב ולא לבדוד** - ליצור יחסי גומלין עם הספקים ולתת להם מקום. להדגיש את הנוכחות

של "ניר גירון - הפקות ירוקות" במאבקים מתוקשרים

**להשתמש בקצוות ולהעריך את השוליים** - לכתוב בלוג סיקורים אודת אירועים שניר

מפיק, בעיקר אלו עם הדגש הסביבתי, ולפרסם אותם באתר כמו "חדשות הסביבה" שישמח

לקבל משהו כזה, עם קישור לאתר של ניר

**להשתמש בפתרונות איטיים וקטנים** - להתחיל מאתר ולהמשיך, אחרי משוב, להתפרש על אזורים 2 ומעלה.

## לאן כדאי להמשיך מכאן?

(רעיונות להתרחבות ולהרחבת קצוות ושיתופי פעולה)

**כדאי לחשוב על** - זה שמאבק סביבתי מושך יחסית הרבה תשומת לב ציבורית, ואיך הופכים אותה לשיווק נכון

**ערכים בוויקיפדיה** - לכתוב את הערך "מפיק אירועים", מתוך הערך "מפיק אירועים" להוסיף את הערך "הפקה ירוקה", ולקשר לאתר. קישור מוויקיפדיה שווה הרבה מאוד

## רשתות חברתיות (לפי סדר החשיבות):

- **לינקדאין (עסקי):** כדאי ללמוד לעבוד עם המערכת. היום עוד אין הרבה ישראלים בה, וקצת לא ברור איך עובדים איתה, אבל הכרות איתה ולמידת השימושיות שלה יכולה להשתלם בעתיד.
- **פייסבוק (ציבורי):** אפשר ליצור עמוד אוהדים בפייסבוק. השאלה היא רק מה יקרה שם. אם אין רצון לתחזק אותו, אולי עדיף שלא יהיה, מאשר שיהיה ועמוד מוזנח.
- **שינוי ירוק (ישראלי, מקומי, קיימות):** כדאי לבחון את השימוש ב"שינוי ירוק". הרשת קצת צולעת ומאוד מבולגנת. כדאי לבחון את התנועה בה ואולי לתכנן כלים להמרת התנועה בשינוי ירוק אל עבר קשרים עם לקוחות של "ניר גירון - הפקות ירוקות".
- **ערוץ יוטיוב** - כרגע אני לא רואה צורך באחד כזה. אין תוכן ייחודי ומספק שיתמוך בערוץ. אפשרות - לדאוג לתיעוד המאבקים הסביבתיים בווידאו, עם מיתוג של "ניר גירון - הפקות ירוקות", ואז יהיה סיבה לעשות מזה ערוץ

**לאנדקס את האתר באינדקסים לעסקים ירוקים** - לחפש את כל האינדקסים הירוקים ולאנדקס בהם את האתר ואת העשייה של ניר. לא דורש הרבה זמן ויכול להניב משהו בחיפוש.

**להמשיך לשפר את "קבע איתי פגישה"** - לחשוב על איך משפרים הכלי שקולט את התנועה באתר וממיר אותה לקביעת פגישות. אולי וידאו כלשהו שימיר יותר תנועה, שישולב בדף של "קבע איתי פגישה". אולי קישור ישיר לדף זה מחתימת המייל.

**כתיבה במפגש של קצוות עם מערכת אחרת** - לכתוב בלוג סיקורים אודת אירועים שניר מפיק, בעיקר אלו עם הדגש הסביבתי, ולפרסם אותם באתר כמו "חדשות הסביבה" שישמח לקבל משהו כזה, עם קישור לאתר של ניר. תכנים אפשריים לכתיבה:

- סיקור אירועי מחאה ירוקה (בסגנון החלה"ט)
- איך להיות ספק ירוק
- על ערכים חברתיים באירוע ירוק
- על התקן להפקת אירועים ירוקים
- מהו אירוע ירוק בהרחבה