

# מסמך תכולה

## סיוע לעסקים קטנים ברשויות הערביות

בעקבות משבר הקורונה

תכנית התמחות מטעם בצלאל בשיתוף אלכא - ג'וינט ישראל | פזית הוכמן - לילך פירסט גנקין - חליל מרעי

מתמחה: מיכל פרייפלד - מאיה אטשטיין מנחה: שרה אוסלנדר



**מיכל פרייפלד**

מעצבת תעשייתית  
מרצה לעיצוב תעשייתי  
מעצבת וחוקרת עיצוב

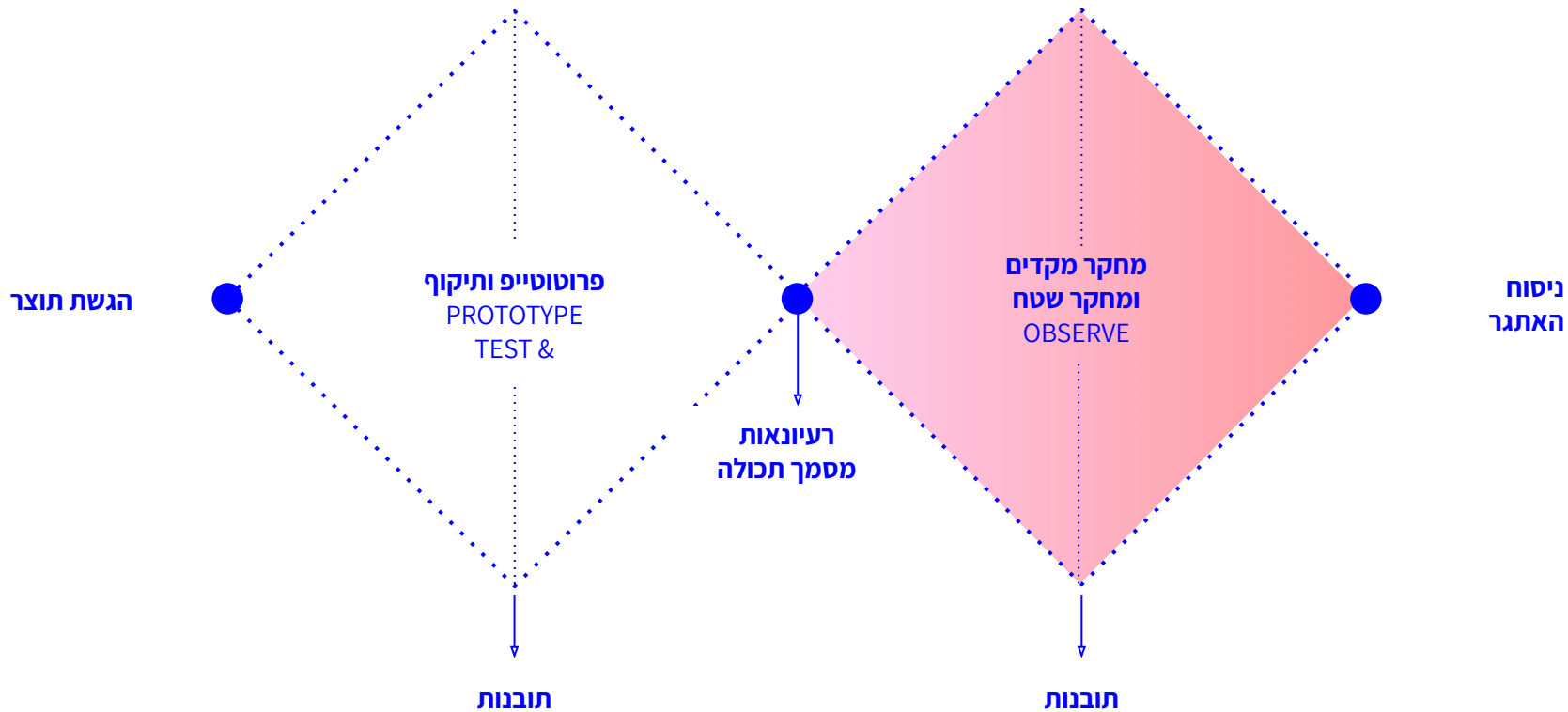


**מאיה אטשטיין**

מעצבת מוצר  
מתמחה במחקר ופיתוח  
מוצרים ושירותים מבוססי  
עיצוב ממוקד אנוש  
[maya-id-studio.com](http://maya-id-studio.com)

**מנחה מטעם בצלאל : שרה אוסלנדר**

**בשיתוף אלכא - ג'וינט ישראל | פזית הוכמן - לילך פירסט גנקין - חליל מרעי**



המחקר הינו מחקר מבוסס חשיבה עיצובית (Design thinking) אשר כלל מחקר מקדים, מחקר שטח וסדנת רעיונות. הפרויקט התבצע באופן וירטואלי לאור הקורונה. המחקר המקדים כלל סקירת מגמות בעולם, בארץ ובחברה הערבית בפרט, 8 ראיונות עם ממצי משאבים ומומחים בתחום, השתתפות בשני מפגשי וובינר במסגרת שותפות לקידום עיצוב שירותים דיגיטליים לחברה הערבית של ישראל דיגיטלית, מיזם דיבור אחר מבית לחיות ביחד והג'וינט- אלכא וכן שיחות שבועיות עם צוות אלכא. במחקר השטח קיימנו 11 ראיונות עם בעלי עסקים וצרכנים ברשויות ערביות שונות תוך בדיקת 5 נושאים מרכזיים:

**1/ שימוש במובייל ורשתות חברתיות**  
 "לפי נתוני השימוש מכל זכות בערבית 90% מהמשתמשים מגיעים ממובייל, לכן הדבר מחייב עיצוב מותאם מובייל מהרגע הראשון"  
 ביאן - "כל זכות"

**2/ בניית אמון ברכישה מקוונת**  
 ממה נובע חוסר האמון?  
 כיצד ניתן לשבור חסמים אלו?

**3/ התאגדות עסקים קטנים**  
 מה המוכנות והרצון לחיזוק שיתופי פעולה עסקיים על מנת למצוא את כוחם של עסקים קטנים?

**4/ אנשים מהשטח**  
 שיתוף מומחים המודעים לתרבות ולשפה של החברה הערבית

**5/ דרוש שותף עסקי לרשות**  
 בעל אוריינטציה עסקית שפועל מתוך אינטרס כלכלי ומתכליל את ניהול הפלטפורמה

מתוך המחקר המקדים ומחקר השטח חילצנו תובנות ואזורי הזדמנות מתוכם בחרנו ארבעה נושאים מרכזיים איתם יצאנו לסדנת רעיונות אשר כללה 8 משתתפים ובהם ממצי משאבים, בעלי עסקים, צרכנים, פזית הוכמן מצוות אלכא, מנהל עיצוב ומעצבת גרפית. עבדנו עם 4 פרסונות, דרכן העלנו אתגרים לצורך מציאת פתרונות לקידום עסקים קטנים בחברה הערבית.



# מזיהוי אתגרים למציאת פתרונות

## ארבעה נושאים מרכזיים איתם יצאנו לסדנת הרעיונות

- ★ כיצד נוכל לתת תחושה אמיתית של חווית הקנייה ונראות המוצר בפלטפורמה דיגיטלית?
- ★ כיצד נוכל לספק לצרכן זמן המתנה נעים על אף ההמתנה ברחוב? שיתופי פעולה בין עסקים
- ★ כיצד נוכל להגביר את הנראות של עסקים קטנים הנמצאים ברחובות פנימיים? להכניס "אילתורים"
- ★ כיצד נוכל לייצר אמון בתשלום בקניה מקוונת?
- ★ כיצד נוכל להגדיל את הכנסת העסק על ידי יצירת מוצרים ביתיים והנגשתם באופן ברור?
- ★ כיצד נוכל לגייס את התוצרים של הממצה כחלק מהפתרון?
- ★ כיצד נוכל לייצר פלטפורמה שתעודד בעלי עסקים לפתיחות וגמישות מחשבתית?
- ★ כיצד נוכל לשלב תשלום במזומן בפתרון מקוון?
- ★ כיצד נוכל לתת סיוע שיווקי שאינו מוגבל בזמן?
- ★ כיצד להשתמש בפלטפורמות הדיגיטליות כגון פייסבוק לקידום עסקים קטנים?
- ★ כיצד נוכל לייצר ממשק ידידותי והחדש המבוסס על ידע מוכר?
- ★ כיצד נוכל לייצר פתרון מודולרי שיאפשר התאמה אישית למגוון עסקים?
- ★ כיצד נוכל "לאמץ" אילתורים מהשטח לטובת קידום עסקים?
- ★ כיצד נוכל לחבר בין עסקים חיוניים לעסקים לא חיוניים?

תיאור הפתרון

עקרונות שימוש /  
עיצוב של המוצר

מטרת  
הפתרון

בעלי עניין  
מוטבים, משתמשים  
מעורבים ותפקידים

הצורך והאתגר

עסקים קטנים מהווים מנוף כלכלי עיקרי ברשות ועל כן סיוע לעסקים אלו הינו גורם קריטי ליציבות הכלכלית של הרשות. מרבית העסקים הקטנים נפגעו כלכלית קשות עקב הקורונה מפני שלא היו חיוניים ומעטים הצליחו למצוא פתרונות על מנת להתמודד עם המצב. עסקים לא חיוניים אשר הצליחו לשרוד את התקופה עשו זאת תוך גמישות מחשבתית עסקית והתאמה למציאות החדשה הן ברמה הפיזית, כגון נראות העסק, פתיחת שירותי משלוחים ומענה טלפוני והן ברמה הדיגיטלית כגון הצעת מבצעים והנחות בדף פייסבוק ממומן, שימוש מוגבר בוואטסאפ ועוד. עד הקורונה התושבים בחברה הערבית נהגו לרכוש מוצרים יום יומיים באופן פיזי ובחרו בעסק מסוים מתוך היכרות אישית עם בעל העסק אשר הקנתה אמון בחוויית הקנייה השלמה. הקורונה שמחייבת ריחוק חברתי גרמה לתושבים לבצע שינויים בהרגלי הצריכה תוך התמודדות עם חסמים טכניים ומנטליים, כאשר הפרויקט עוסק בצורך לשפר את חוויית השימוש מצד הצרכן והן מצד בעל העסק בדגש גם על מאפיינים ייחודיים לחברה הערבית.

לצד קשיים רבים שהקורונה הביאה עימה, היא האיצה את המוכנות וההבנה מצד בעלי העסקים, הצרכנים והרשות לערך הרב שיש לסחר וממכר און ליין מבחינה כלכלית ותרבותית, ואף החלו פרויקטים שונים בתחום ברשויות שונות. הקורונה האיצה את מאמצי הרשות וממצי המשאבים לקידום עסקים קטנים דרך זיהוי צרכים ופרסום העסק בפלטפורמות דיגיטליות שונות, אך עם זאת היה צורך בתהליך מחקר מובנה שיזהה חסמים והזדמנויות לצורך דיוק אפיון הפרויקט על מנת לספק פתרונות פרקטיים אשר יאפשרו לכל בעל עסק לקדם את עצמו באופן קל ועצמאי תוך שהצרכן חש ביטחון ואמון לאורך כל תהליך הרכישה - החל מבחירת המוצר, דרך תשלום ועד לאופן קבלת המוצר.

הפתרון המוצע מתייחס לחסמים תרבותיים, מנטליים וטכניים שחלקם תלויים בשינוי הרגלים ורכישת מיומנויות וחלקם עוקפים חסמים שאינם ניתנים לשינוי בטווח הקרוב, כגון חוסר בכתובות מדויקות ותשתיות אינטרנט לקיוות ביישובים ערביים המהוות חסם לביצוע סחר וממכר אונליין וניהול שוטף של העסק.

כיצד נוכל לסייע לבעלי עסקים  
קטנים ברשויות ערביות  
להתפתחות עסקית לאור משבר  
הקורונה?



96%

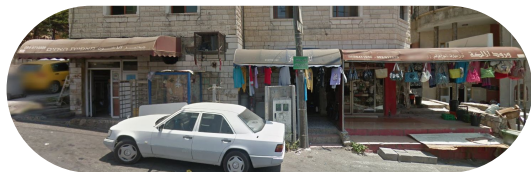
מוגדרים כעסקים זעירים וקטנים

- עסקים של 2 - 5 אנשים
- לרוב עסקים משפחתיים
- עסק אחד יכול לפרנס כמה משפחות
- עסקים חיוניים ולא חיוניים (\*עסק לא חיוני : עסק שאינו עוסק במכירת אוכל או בתי מרקחת)
- עסקים אשר עוסקים בקמעונאות ובמתן שירותים

67%

מהמועסקים בחברה הערבית עובדים תחת בעלות ערבית

\*עסק זעיר מוגדר כעסק בו יש עד 4 עובדים ומחזור מכירות של עד מיליון ש"ח. עסק קטן הוא עסק בו 5 עד 20 עובדים ומחזור מכירות של עד 20 מיליון ש"ח על פי הגדרות הסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים במשרד הכלכלה



ברחוב הראשי



בבית המשפחה בגרעין הכפר |  
קומה תחתונה / רחובות קטנים

מיקום העסקים

"הרשויות הערביות בקריסה, וצריך לעזור להן. משבר הקורונה יצר עלייה גדולה באבטלה ובמספר הנוקדים, ובכך להפסדי ארנונה של עשרות מיליוני שקלים - מה שיקשה על הרשויות לספק שירותים בסיסיים ואף משכורות".  
איימן סייף, ראש מינהלת הקורונה בחברה הערבית מטעם משרד הפנים.

+ אלכא ג'וינט

+ הרשות

**67** רשויות ערביות שבהן חיים 1.2 מיליון איש.

**5** אשכולות ברחבי הארץ: גליל מערבי, גליל מזרחי, בית הכרם, נגב מערבי ונגב מזרחי.

+ ממצוי משאבים

ממצה המשאבים הוכשר לתפקידו על ידי אלכא-ג'וינט לתפקיד ניהולי ברשות בה אחראי למיצוי משאבים כלכליים לה הרשות זכאית מטעם הממשלה וכן להתפתחות כלכלית של העסקים ברשות. בעת מצבי חירום, ממצה המשאבים אחראי על הטיפול במשבר ועל כן קיבל תפקיד מרכזי בניהול משבר הקורונה תוך מסירות רבה לספק מידע, לנתח את צרכי התושבים והעסקים ולספק פתרונות בהתאם.

+ צרכנים

תושבי הרשות, תושבי ישובים סמוכים ותיירים

+ בעלי עסקים קטנים

אפליקציה אשר מחברת בין בעלי עסקים לצרכנים ומאפשרת רכישת מוצרים ושירותים באופן אינטואיטיבי תוך תחושת ביטחון ואמון בעסקים.  
 האפליקציה מעודדת שיתופי פעולה בין העסקים עצמם ומלווה בפעילויות במרחב הפיזי אשר ימנפו את קידומם והגדלת הכנסותיהם.

- האפליקציה תנוהל על ידי גורם מקצועי תוך תמיכת הרשות
- הפתרון המוצע לוקח בחשבון מאפיינים ייחודיים לחברה הערבית שעלו במהלך המחקר



**פתרון פיזי  
ודיגיטלי**

**קווים מנחים לאפליקציה**

- פשטות תפעול במובייל
- הנגשת שפה לקהלי היעד - עברית וערבית
- ויזואליזציה ואודיו על פני טקסט
- ריכוז עסקים קטנים במקום אחד - One stop shop
- שאיבה אוט' של מידע מהפייסבוק - תמונות וסרטונים
- פתרון מודולרי לעסקים נותני שירות וקמעונאות
- שדות מובנים המנחים את בעל העסק לשיווק
- כל הנתונים עוברים באפליקציה גם אם נעשים בטלפון
- התאמה אישית לצרכי העסק והצרכן
- שבירת חסמי אמון : נראות ואיכות המוצר, סליקה , משלוחים, תברואה וסטריליזציה, אישור קנייה, כתובת לחזור אליה

**קווים מנחים לשימוש במרחב הפיזי**

- מפגשים בין עסקים לצורך שיתופי פעולה
- אירועים לצרכנים בישוב
- QR ברחבי הישוב

**קהילתיות וחיבור  
אישי**

- שיתופי פעולה בין עסקים
- עסקים וצרכנים
- צרכנים וצרכנים (חמולות)

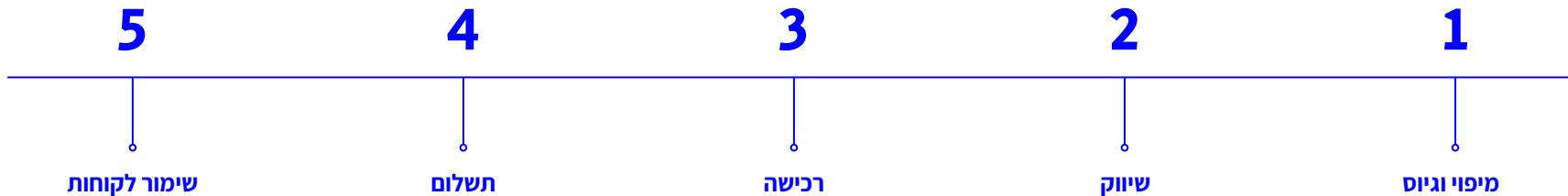
**פתרון אזורי /  
אשכולי**

- שיתופי פעולה להגדלת
- הכוח העסקי
- מינוף תיירות

**שילוב הרשות  
בפרויקט**

- מיפוי עסקים
- היכרות אישית עם בעל העסק
- פרסום מתמשך של העסק
- הדרכות מרוכזות בנושאי שיווק והשימוש בפלטפורמה

## הפתרון מורכב מאבני הדרך הבאות בדגש על רכיבים ייחודיים של החברה הערבית



### 1 | מיפוי עסקים במרחב הפיזי כהכנה למרחב הדיגיטלי

סעיף זה מתייחס להזדמנות עבור ממצי המשאבים / נציגים מקומיים לקחת חלק בפרויקט על סמך העובדה שכיום הם עוסקים במיפוי העסקים וצרכיהם.

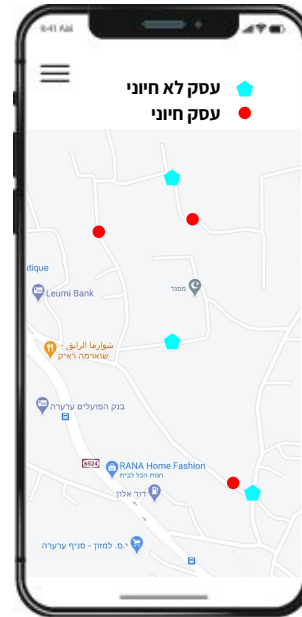
ממצה המשאבים הולך לפגוש באופן אישי בעלי עסקים קטנים הממוקמים ברחובות ראשיים ובגרעין הכפר לצורך היכרות אישית, בניית אמון והיכרות ראשונית עם האפליקציה.



2 | מילוי פרטי העסק באפליקציה על ידי הממצה לאור שיחה עם בעל העסק

- שם העסק
- מספר עובדים
- שעות פעילות
- מיקום החנות
- לינק לדף הפייסבוק
- חיוני/ לא חיוני
- קמעונאי / נותן שירות
- אמצעי תשלום
- שירותי משלוחים
- שיתופי פעולה אופציונליים

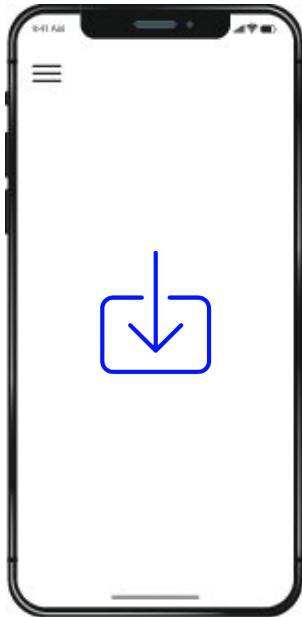
\* רצוי לבדוק בשטח כיצד ניתן לעשות את המהלך באופן עצמאי וללא תלות בנציג מהרשות.



3 | הורדת האפליקציה על ידי בעל העסק

+ הממצה שולח לבעל העסק לינק להורדת האפליקציה בווטסאפ.

+ בעל העסק מוריד אותה בזמן אמת, כך שיוכל לקבל הדרכה ראשונית מהממצה במקום.



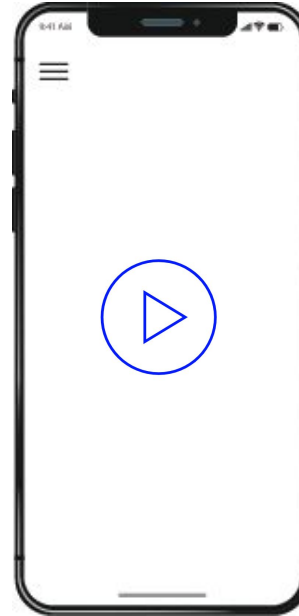
4 | אינטרו לבעל העסק - למה שווה לו להשתמש באפליקציה?

סרטון הדרכה קצר המסביר מה האפליקציה מציעה וכיצד להשתמש בה :

- + הסבר כללי על האפליקציה
- + כיצד להשתמש בה ככלי שיווקי, כגון :
- כיצד להעלות תמונה או סרטון חדש
- כיצד להציע הטבות
- כיצד לקבל המלצות מלקוחות
- כיצד לשתף פעולה עם עסק אחר

המלצות:

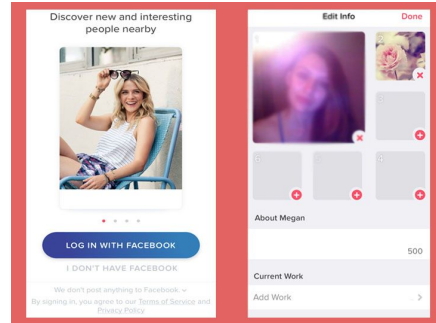
- + קריינות בשפה הערבית ותרגום לעברית
- + שימוש באינפוגרפיקה



5 | הקמת פרופיל עסקי על ידי שאיבת מידע באופן אוטומטי מהפייסבוק כולל אפשרות עריכה פשוטה

- + מיקום
- + טלפון
- + שעות פתיחה
- + תמונות וסרטונים

רפנס | אפליקציית tinder



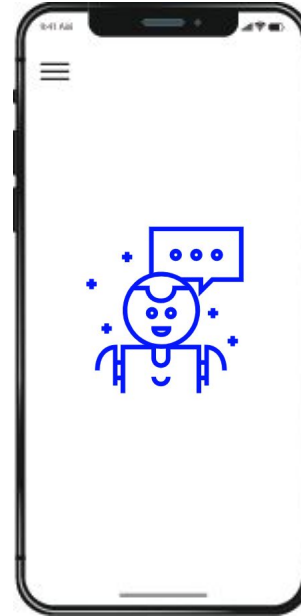


**6.א' | מתן כלים לשיווק עצמאי דרך טיפים ותבניות מוכנות מראש למילוי עצמי של בעל העסק**

בעל העסק מקבל טיפים לקידום העסק דרך סרטוני הסברה ותבניות מוכנות איתם יכול לעבוד באופן אינטואיטיבי, לדוגמא:

- + מבצעים בזמן חגים ומועדים
- + כיצד לצלם מוצרים
- + כיצד להכין סרטון על מוצר
- + צילום סחורה טרייה על הבוקר
- + פרסום המבצעים של היום
- + שימוש בפייסבוק לייב
- + הגרלות ופרסים
- + הצעת מסלולים (לתיירים / להורים)
- + לבקש מלקוחות המלצות
- + ערכות ביתיות למכירה
- + ניצול זמן המתנה
- + שיתופי פעולה בין עסקים (6.ב')

\*רעיונות אלו מבוססים על הראיונות עם בעלי העסקים ועל רעיונות שעלו בסדנת הרעיונות



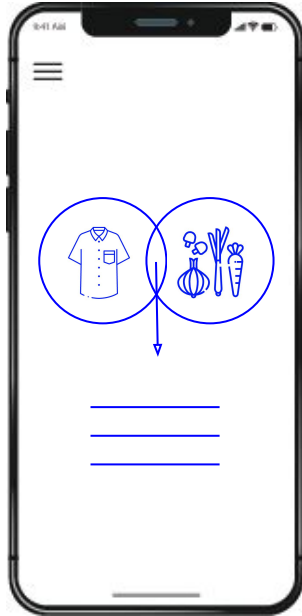
**6.ב' | הזדמנויות לשיתופי פעולה בין עסקים כגורם להגדלת הכנסה**

האפליקציה מציעה לעסקים שיתופי פעולה הדדיים לפי גודל העסק, חיוניות, מיקום ותוכן באופן שלא תיווצר תחרות. שיתופי הפעולה האופציונאליים הם:

- + בין עסקים באותו מתחם
- + בין עסקים ברחוב ראשי לבין עסקים בגרעין הכפר
- + אזורי
- + בין אזורי

- הזדמנויות לשיתוף במרחב הפיזי והדיגיטלי:
- + עסק גדול הנותן מקום פיזי לעסקים קטנים
  - + אירועי תרבות וכנסים לבעלי עסקים במרחב הפיזי והדיגיטלי
  - + עסקים בגרעין הכפר מתאחדים להפנינג
  - + עסקים מגרעין הכפר מתאחדים ויוצרים עמדת מכירה במרכז הכפר

\*פירוט נוסף במצגת סדנת הרעיונות



7 | הנגשת האפליקציה לצרכן על ידי הרשות המקומית  
דרך פרסום במדיות הדיגיטליות ובמרחב הפיזי

- שליחת סרטון הסבר ולינק להורדה על ידי הרשות דרך: +
- דף הפייסבוק של הרשות +
- הודעות SMS +
- ווטסאפ +
- QR על שלטים ברחבי העיר +



8 | אינטרו לצרכן - למה שווה לו להשתמש באפליקציה?

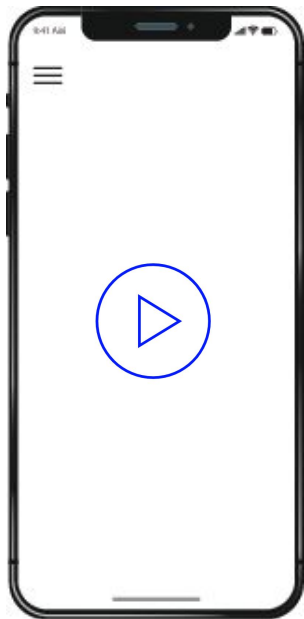
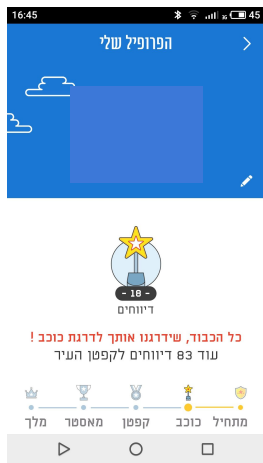
סרטון הסבר קצר על אופן השימוש ומה יש לאפליקציה להציע:

- + מבצעים
- + חוות דעת אמינה מתושבים
- + מתן הטבות למשתמש בעל ניקוד גבוה שנתן חוות דעת
- + אפשרות לקבל הצעות על הדרך על פי המיקום האישי שלי

המלצות:

- + קריינות בשפה הערבית ותרגום לעברית
- + שימוש באינפוגרפיקה

רפרנס | 106 תל אביב

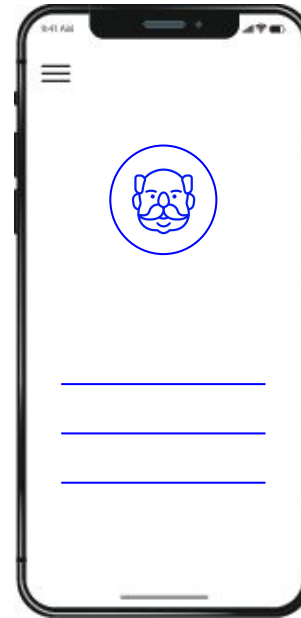
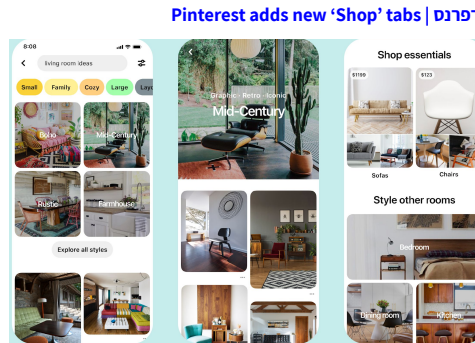
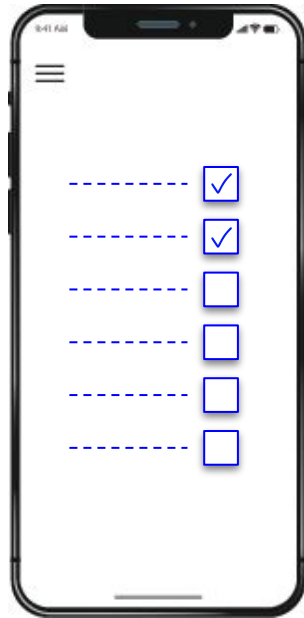


10 | סימון הצרכן של חנויות ושירותים מועדפים כחלק מהפרופיל האישי  
סימון קל ומהיר לצורך התאמה אישית ואיסוף דאטא עבור בעלי העסקים

9 | מילוי פרופיל אישי מינימלי של הצרכן

- + שם
- + מספר טלפון
- + מיקום למשלוח
- + בחירת שפה ערבית/ עברית

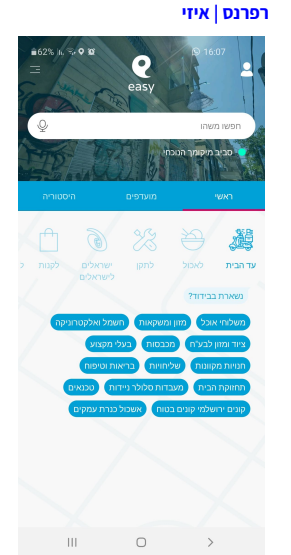
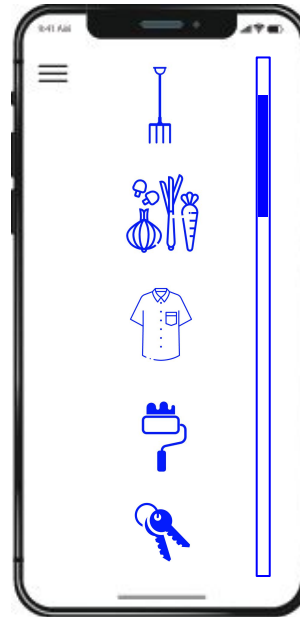
המלצה:  
יש לדרוש מינימום פרטים



11 | חיפוש עסק (קמעונאי/ נותן שירות) על ידי טקסט חופשי / אייקונים / אודיו

מתן שירות - במקרה זה תינתן אופציה לקביעת תור דרך האפליקציה או דרך קישור למספר טלפון של העסק. המלצות:

+ עדיף שימוש באייקונים ואודיו על פני טקסט עבור קלות שימוש, עבור אנשים מהאוכלוסייה המבוגרת ולאלו אשר מתקשים בקרוא וכתוב.

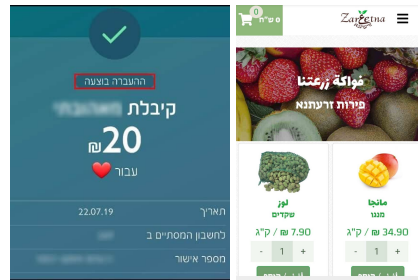
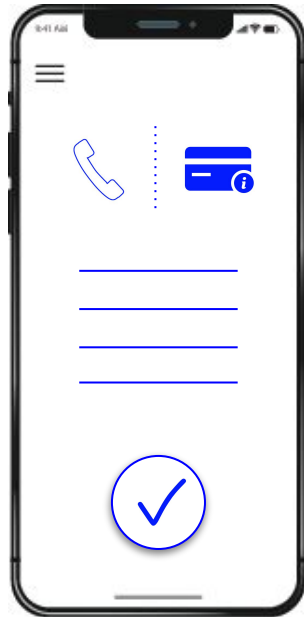


12 | תהליך רכישת מוצר ותשלום דרך האפליקציה

- a. הזמנת תור / בחירת מוצר. ים
- b. אישור מיקום למשלוח / שינוי מיקום בגוגל מאפ
- c. הזנת מספר כרטיס אשראי
- d. הלקוח מקבל אישור רכישה לנייד
- e. הוספה אוטומטית לתיעוד הזמנות קודמות
- f. הצגת "כתובת" לשירות לקוחות

תהליך רכישת מוצר ותשלום דרך מענה טלפוני

- a. הזמנת תור / בחירת מוצר. ים על ידי שיחה טלפונית עם נציג מהעסק
- b. נציג העסק מזין באפליקציה את ההזמנה
- c. נציג העסק מזין את התשלום דרך קבלת פרטי כרטיס אשראי בטלפון. (\*התשלום יכול להתבצע גם במזומן בעת קבלת המוצר - איסוף עצמי או מול השליח)
- d. הלקוח מקבל אישור רכישה לנייד
- e. הוספה אוטומטית לתיעוד ההזמנות הקודמות
- f. הצגת "כתובת" לשירות לקוחות
- g. בעל העסק מוודא את המיקום למשלוח



רפרנס | חנות אינטרנטית דרענא, אפליקצית ביט

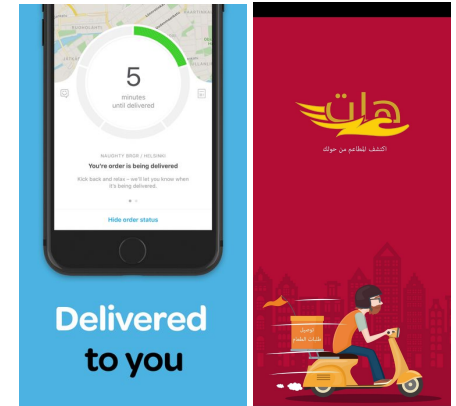
13 | קבלת המשלוח הביתה

- + השליח אוסף סחורה מהעסק ויוצא לבית הלקוח
- + השליח מוסר את הסחורה ללקוח ומסמן זאת באפליקציה
- + השליח מקבל מהלקוח את התשלום במזומן (במידת הצורך)
- + השליח מסמן באפליקציה את אישור התשלום

המלצה:

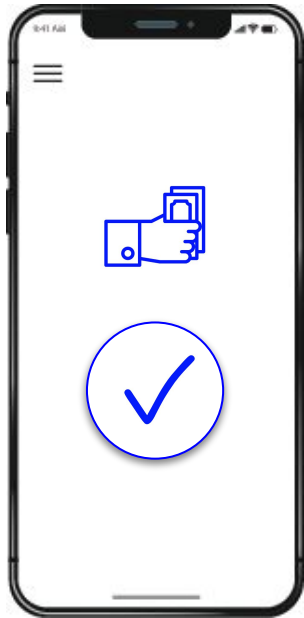
יש לבדוק את מודל המשלוחים הרצוי בהתאם לחברות משלוחים ואנשים פרטיים שפתחו שירותי שליחויות לפני ובזמן הקורונה.

רפרנס | אפליקצית וולט והאט



14 | שליח מול בעל העסק

- + השליח חוזר לבעל העסק ומוסר לו את הכסף.
- + בעל העסק מסמן באפליקציה אישור קבלת תשלום לצורך סגירת העסקה

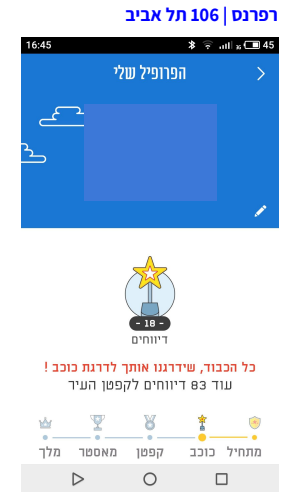
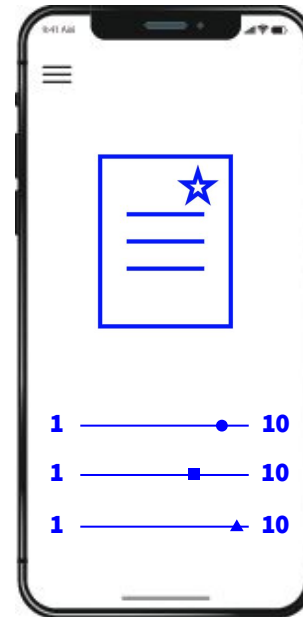


15 | המלצות צרכנים על עסקים ומתן הטבות בתמורה

+ הלקוח מקבל הודעה בה מתבקש לדרג את חווית הקנייה מול העסק והשליח.

המלצה

על מנת ליצור אמינות בהמלצות יש לעודד אנשים על ידי הטבות, לתת המלצה דרך צילום סרטון או אודיו על פני טקסט.



תודה !