

מדריך לבניית כנסים באונליין



מדריך לבניית כנסים באונליין טיפים, רעיונות והמלצות

חילוץ, פיתוח וכתובה- טלי קומיסיונרו

הפקה ועיצוב- ורד עטרי ופזית חממי

מיד"א, ג'וינט ישראל- אשלים

מהדורה 1 - פברואר 2021

תוכן עניינים*

3-4	פתיחה: סוגי כנסים
5-6	בניית כנס אונליין
7-8	דוגמה למתווה עבודה בכנס: גאנט /צ'ק ליסט
9	שלב ראשון: שלב חשיבה מקדימה
10-17	שלב שני: שלב התכנון
18-19	שלב שלישי: שלב הביצוע
20-21	שלב רביעי: שלב הסיכום
22	סיכום ותודות
23	רשימה אתרים לעיון

* לנוחיותכם, לחיצה על נושא בתוכן העניינים, תוביל לעמוד המבוקש. ניתן לחזור לתוכן העניינים על ידי

לחיצה על הסמל-  יחד עם מקש ה-CTRL+ מקש ה-ENTER.



כנסים מקצועיים, עיוניים ולימודיים, מיועדים לאנשי מקצוע ולשותפים לדרך, באים לענות על צורך מסוים; חשיפת תוכנית חדשה או שירות, חידושים בתחום או סיכום מקצועי של תכנית או תקופה, וכמובן, נכס שיווקי ותדמיתי עבור הארגון.

כחלק מעבודת אשלים כגוף פיתוח ומוביל בתחומי המוביליות החברתית כלכלית, מתקיימים אירועים מגוונים למטרות שונות.

סוגי אירועים;

ועדה/ שולחן עגול: ישיבה רשמית המאורגנת על ידי חברי ארגון, או פורום ייעוץ כדי לדון בנושא או סביב סוגיה מסוימת, שיש לחברים אינטרס משותף. מיועד לקבוצה מצומצמת של עד 20-30 איש.

סמינר: קבוצה מצומצמת של לומדים המתעמקים בלמידת עומק בנושא מסוים. סמינר עשוי להימשך מספר שעות ואף ימים ולכלול לינה בחלק מהמקרים. מיועד לקבוצה מצומצמת של עד 30-40 איש.

יום עיון: יום המוקדש לדיון והעשרה בתחום כלשהו- פורום אקדמי רשמי המפגיש קבוצת משתתפים הלומדים ורוכשים ידע בנושא מסוים. מושג הלקוח מהעולמות האקדמאים- "התבוננות אינטלקטואלית". מומלץ להשתמש בו באירועים אקדמאיים או ממלכתיים. החל מ-20 משתתפים ועד ל-100 משתתפים.

כנס: מפגש רב משתתפים העוסק בתחום או נושא ייחודי וליצירת אינטראקציות בין אישיות בין המשתתפים. החל מ-100 משתתפים ויותר.

עד שנת 2020, מקובל היה לערוך בעיקר **כנסים פיזיים- פרונטליים**. לצד פעולות תוכן היה צורך לטפל גם באיתור אולם, בספקי כיבוד, רישום ועוד. לכנסים אילו עלויות כספיות ישירות ועקיפות גדולות ועלות פר משתתף היא גבוהה ומשמעותית ולכן גם מוגבלת. היתרון הבולט בכנסים אלו, הוא המפגשים הבינאישיים בין המשתתפים והחיבורים שנוצרו בעקבותיהם.

משבר הקורונה הביא עמו תמורות, שינויים והיערכויות חדשות. הרצון להיפגש בכנסים עודו נשאר, אך את הכנסים הפרונטליים החליפו כנסים אונליין.

אומנם לא תפגישו פיזית בין המשתתפים, אך תוכלו לייצר חיבורים מסוגים אחרים; תוכלו להזמין מספר רב של משתתפים; תוכלו להביא מומחים, מרצים ואורחים מעבר לים בהשקעה יחסית נמוכה.

מה זה כנס אונליין?

כנס אונליין, הינו כנס המתקיים באמצעות האינטרנט, בדרך כלל בשידור חי, כאשר הדוברים וגם המשתתפים נמצאים במקום שונה האחד מהשני. אם חשוב לכם להמשיך ולקיים כנסים גם בתקופה מאתגרת זו, ללא הגבלות גאוגרפיות או בטיחותיות, עליכם להעביר את הכנסים למרחב האונליין. לצד כנסי אונליין וכנסים פיזיים- פרונטליים, קיימים גם כנסים היברידיים.

היברידי (Hybrid):

כנס היברידי משלב התכנסות פיזית של אנשים ושידור חי באינטרנט בו זמנית. בוחרים באלטרנטיבה של כנס היברידי, כאשר ישנם משתתפים שאינם יכולים להתחבר לשידור אינטרנטי, או כשמשתתפי הכנס כולם נמצאים יחד פיזית והדוברים או המרצים נמצאים באונליין- מתאים לדוגמא, כשרוצים מרצים מחו"ל. דוגמא נוספת, כאשר פאנל מציגים מתקיים פיזית והקהל נמצא באונליין, וכמובן שיש עוד מספר רב של אפשרויות. עבור המפגשים המשותפים שיתקיימו, יש לוודא שמקום ההתכנסות עומד בתו הסגול של משרד הבריאות נכון לזמן הכנס, ושהחיבור האינטרנטי במקום מספיק חזק ויציב. כמו כן, יש לוודא שכל הנוכחים על מצב 'השתק', כדי למנוע שיחות ביניהם. מומחים מתעשיית הפקות הכנסים סוברים, שלמרות הקשיים בקיום כנס שבזה, עולם הכנסים יתגבש בסוף לכיוון של כנסים היברידיים; משתתפים פיזית במספר מצומצם, יחד עם משתתפים באונליין.

כיום, במיד"א ג'וינט ישראל-אשלים עובדים על בניית מתודולוגיות ושיטות העבודה שיתאימו לעבודה משולבת מעין זו.



מדריך זה יעסוק בבניית כנס אונליין ומטרתו לנסות ולעשות סדר בחשיבה ובמשימות, ולתת מענה, טיפים והדגשים כיצד לבנות כנס אונליין נכון.

איך מרימים כנס, שיהיה מוצלח, נכון וישאיר חותם על המשתתפים?
כדאי לחלק את תהליך הפקת כנס ל-4 שלבים עיקריים. כשבשלבים 2-4 יש לקחת בחשבון היבטים הקשורים לתוכן והיבטים הקשורים ללוגיסטיקה ולתמיכה טכנית:

1. שלב חשיבה מקדימה;

בשלב זה מאתרים את בעלי עניין ושותפים, מגבשים צוות/ וועדת היגוי, מגדירים רציונל, מטרת ותוצרים לכנס.

2. שלב התכנון;

שלב זה נחלק ל-2 תחומים שונים: האחד, לסוגיות והיבטים הקשורים לתוכן הכנס והשני לכל ההיבטים הלוגיסטיים והטכניים של הכנס.

תוכן; הגדרת קהל יעד, בעלי עניין, איתור מרצים, מנחים, בחירת מתודות ודרכי הפעלה/ הפוגה, בניית לוח זמנים וליין אפ לכנס, הכנת מרצים ודוברים, אופן פרסום, הכנת חומרים לחלוקה לפני הכנס ולאחריו, דף נחיתה וסיכום הכנס ועוד.

לוגיסטיקה; בחירת סוג הכנס (פיזי, היברידי, אונליין), בחירת פלטפורמה מתאימה (זום, וובינר לייב, וובינר מוקלט מראש), תקציב, הפעלה- חברה חיצונית המספקת שירותי תמיכה טכנית או באופן עצמאי בעזרת הצוות הקיים, עיצוב גרפי, רשימות הפצה, הזמנה ורישום, שריון חשבון זום, נגישות חלוקת תפקידים ברורה במהלך הכנס ועוד.

3. שלב הביצוע (ביום הכנס);

תוכן; הנחיה, עמידה בלוחות זמנים והתאמתו במידת הצורך, מעקב והתייחסות לצ'ט.
לוגיסטיקה ותמיכה טכנית; אישורי כניסה למשתתפים, חלוקה לחדרים, מצב השתק, העלאת מצגות וסרטונים, מוסיקת רקע וכו'.

4. שלב הסיכום;

תוכן; איסוף חומרים מהמרצים, פרסום תוצרי הכנס, משוב, שיחת סיכום ותובנות להמשך.
לוגיסטיקה; סגירת תקציב, תשלום לספקים ושמירה ועדכון פרטי המשתתפים במערכת הרב מסר.

חשיבה על פרטים קטנים כגדולים; יצירת רמת תיאום גבוהה בין נושאי התפקידים, דיוק והכנה מוקדמת (אין כמעט מקום לאלתורים) והכנת רשימות מסודרות של כל המשימות וחלוקת תפקידים ברורה יעזרו בארגון הכנס.

המדריך מתחיל הפעם מהסוף; תחילה, מוגשת דוגמא ל**רשימת מטלות** (צ'ק ליסט - CHECK LIST), בה מרוכזות מרבית המשימות הדרושות לביצוע כנס אונליין. רשימה זו תבטיח שלא תשכחו או תפסחו על משימות חובה, תעמדו בלוחות זמנים, תחלקו תפקידים, והעיקר, תקבלו תמונה מלאה של כל ההכנות הדרושות לכנס אונליין.

כל המשימות שהן בגדר רשות יופיעו ברשימה ב-*

במדפסת בחרו הדפסת עמודים 7-8 והרשימה מוכנה לעבודה

בהמשך המדריך יובאו הסברים מפורטים והמלצות כיצד לפעול בכל אחת מהמשימות.



דוגמה למתווה עבודה בכנס: גאנט/ צ'ק ליסט

משימה	באחריות	מי בצוות	בוצע	חודש 1	חודש 2	חודש 3	
1							רציונל
2							גיוס ועדת היגוי
3							מטרות
4							הגדרת קהל יעד
5							הכנת רשימות תפוצה
6							תקציב+ מקורות מימון
7							בחירת פלטפורמה אינטרנטית (+ שריון)
8							בחירת תאריך ושעות
9							שם כנס
*10							ספקי עזר (חברה לליווי טכני/ גרפיקה/ צלם/ אולפן/ מתמלל ועוד)
11							מיתוג- שפה עיצובית, צבעים ומסרים
12							לוגואים מעודכנים
13							שליחת SAVE THE DATE
14							מכובדים ושותפים- שמירת תאריך ביומנים
15							סדר יום
16							בחירת מתודולוגיות
17							מרצים
18							מנחה
19							הזמנה+ רישום+ נגישות מיוחדת
20							הכנת מרצים
20							הכנת מנחה
21							בחירת צוות טכני ליום הכנס וחלוקת תפקידים
*22							ליין אפ לכנס

חודש 3	חודש 2	חודש 1	בוצע	מי בצוות	באחריות	משימה	
						שקפי רקע לדוברים	*23
						מצגות	24
						סרטונים	*25
						סקרים במהלך הכנס	*26
						דף נחיתה לסיכום הכנס	*27
						בניית משוב	*28
						חומרים ומצגות לשליחה למשתתפים-לפני הכנס/ בסיום כנס	*29
						נגישות	30
						קבוצת וואטסאפ של מארגני הכנס	*31



שלב ראשון: שלב חשיבה מקדימה

הגדרת רציונל, מטרות יעדים ותוצרים;

בכל כנס אונליין (או אחר), הגדירו תחילה לעצמכם מהו הרציונל לבחירה לצאת למהלך של כנס: האם ברצונכם לקדם תכנים? להפיץ ידע? או אולי להטמיע תוכנית? חידוד הרציונל יעזור לכם להגדיר בצורה נכונה האם כדאי לערוך כנס ואם כן מהי מטרתו. צוות מיד"א ישמח לעזור בתהליך החשיבה המשותפת;

החלטתם שכנס הינו הפתרון הנכון עבורכם, כעת עליכם לבחור ועדת היגוי וצוותי עבודה.

ועדת היגוי וצוותי עבודה;

חודשיים- שלושה חודשים לפני מועד הכנס, מומלץ להקים צוות מצומצם, שתפקידו לנווט, לקבל החלטות ולקדם את הכנות הכנס, ובמקביל ליצור לוח זמנים ראשוני לכנס (לוח גאנט GANT). לוועדת ההיגוי הזמינו שותפים לחשיבה משותפת, תיאום ציפיות וחלוקת משימות. הגדירו יחד- מהי המטרה המרכזית? מיהו קהל היעד? ומהו המסר המרכזי אותו תרצו להעביר בעזרת הכנס?

יכולה להיות מטרה אחת או מספר מטרות. לדוגמא: חשיפה לתוכן או לפעילות חדשה, הקניית ידע ומיומנויות, רתימת שותפים, הגעה לקהלי יעד חדשים או סיכום של תכנית. דאגו שהשותפים יהיו מעורבים בדרכים שונות בכנס, וזו על ידי נשיאת דברי ברכה/ פתיחה, השתתפות בפאנל, או כמנחים, גיוס מרצים בעלי שם, השתתפות תקציבית ועוד.



שלב זה נחלק ל-2 צוותים עיקריים. צוות אחד יעסוק בכל הקשור לתוכן, וצוות שני יעסוק בכל ההיבטים הקשורים בלוגיסטיקה ותמיכה טכנית של הכנס.

צוות תוכן;

קהל יעד;

הצלחת כנס מתחילה ונגמרת בראש ובראשונה ברלוונטיות של המשתתפים וברשימות. הגדירו מי קהל היעד ומהי מידת המחויבות שלו. זה בדיוק הזמן לארגן רשימות משתתפים ולהעבירם לצוות הלוגיסטי של הכנס. זכרו, כי ישנם מקרים בהם כמות המשתתפים שנוכחים בפועל בכנס, פחותה בכ-20% מכמות הנרשמים לכנס;

תאריך;

בחירת תאריך לקיום כנס ושליחת 'שמור תאריך' (SAVE THE DATE). לא לשכוח "לשתול" לדוברים פוטנציאליים, שרים, מנכ"לים, סמנכ"לים, תורמים וליתר המכובדים את התאריך ביומנים ולוודא שאישרו. כיום אנו ממליצים "לשתול" 'שמור תאריך' גם אצל יתר מוזמני הכנס ביומנים;

כמות שעות כנס;

אחד האתגרים המרכזיים בכנס אונליין, הוא לגרום למשתתפים להישאר לאורך כל הכנס. בשונה מכנסים פיזיים בהם המשתתפים הם סוג של "לקוחות שבויים", שיודעים שהם הולכים לבלות את היום בכנס, בתערוכה או ביום העיון, בכנס אונליין יכולת הקשב נמוכה יותר ופוטנציאל הנטישה גבוה. ולכן, מומלץ לערוך כנס בין שעה ל-3 שעות; חשוב לגרום למשתתפי הכנס להישאר לאורך הכנס. ניתן לעשות זאת באמצעות יצירת ערך מקצועי, מעניין ותכליתי;

דוברים ומרצים;

בדקו שהדוברים והמרצים כריזמטיים, מעניינים ועוברי מסך ומצליחים לשמור על עניין וחדשנות. הכי חשוב- שידברו קצר, ברור ולעניין. שימו לב, רמת הקשב והריכוז באונליין נמוכה יותר, להבדיל מכנסים פיזיים;

הכנת דוברי הכנס;

הכנה מוקדמת של הדוברים (מברכים, מנחים ומרצים), היא קריטית בכנס פרונטלי ואף יותר מכך. בכנס אונליין חשוב שהם יבינו את הקונטקסט והמטרות הכלליות של הכנס. מומלץ להכין דף רציונל מתאים לטובת הכנס, כדי שיתחברו למטרות הכנס ולדרכים להשגתן. קחו בחשבון שככל שהמברכים בכירים או פוליטיים, כך זמן הברכה שלהם מתארך. כדאי לשלוח מראש לדוברים בכנס את מספרי הטלפון של אנשי הצוות כדי שיוכלו להסתייע בהם במידת הצורך;

הכנת מנחה הכנס;

כדאי להכין רשימה מסודרת של הדוברים בכנס, ולמנות אדם שיהיה אחראי לוודא שכל אחד מהם מצטרף בזמן לכנס. רשמו לעצמכם את השם והתפקיד המדויק של הדוברים, כדי שתציגו אותם בצורה נכונה ומדויקת. בנוסף, בררו מראש כיצד כל אחד מהדוברים מופיע בזום, על מנת שתוכלו לוודא בזמן הכנס שהם אכן הצטרפו;

קביעת חוקי הכנס;

דקה לפני שמתחילים, כדאי שמנחה הכנס יידע את המשתתפים על חוקי המשחק. אלה יכולים לכלול- קוד לבוש (אפשר כמובן כבר בהזמנה), השתקת מיקרופונים, פנייה באמצעות הצ'ט, או דרישה להשאיר מצלמות פתוחות;

הכנת צוות הכנס;

תאמו שיחת הכנה ותיאום ציפיות עם הצוות הטכני: היכרות עם סדר היום, לוחות הזמנים והמתודולוגיות שנבחרו. חלקו לכל איש צוות משימה ייעודית לכנס, והשאירו את המנחה פנוי להנחיית הכנס. קבלו החלטה מי יעלה את המצגות והסרטונים.

במידה ויש דוברים המעדיפים להציג לבד את המצגת, דאגו שלמישהו מהצוות הטכני יש את המצגת כגיבוי. יש לתת לכל דובר הרשאה לשליטה במסך, כדי שיוכל להעביר את השקפים במצגת בעצמו;

הנגשת סדר יום במהלך הכנס;

מומלץ לייצר לו"ז לכנס ולהדגיש את התחנות בהן השידור יחנה במהלך הזמן. חשוב להנגיש את המידע הזה למשתתפים בתיבת הצ'ט, או באמצעות ציון של התהליך במצגת גנרית שרצה ברקע;

מצגות וסרטונים;

דאגו לקבל מצגות וסרטונים לפני הכנס, עברו ובדקו את נראות המצגות, נסו את הקישורים, השמע, הנראות והרזולוציה;

יעילות ההצגה;

חשוב מאוד לא "לבזבז" זמן על שליפה והעלאה של הקבצים. ולכן כדאי לפתוח את כל המסמכים על שולחן העבודה מראש, כדי ליעל את תהליך ההצגה;

איזון בין סוגי התכנים;

חשוב מאד לאזן בין זמנים מיועדים לשיח, הבונים על אקטיביות של המשתתפים, לבין זמנים מיועדים לצריכת תוכן פאסיבית יותר (הרצאות, נאומים וכו'). ההמלצה היא לשמור על דינמיות של התכנים ולא להמשיך עם מדיום מסוים לאורך זמן ממושך מדי;

תהליך המישוב;

כדאי לבקש מהמשתתפים משוב קצר תוך כדי הכנס, ולשתף מיד בתובנות והמשמעויות;

מתודולוגיות;

יש לבחור את המתודולוגיות המתאימות ביותר להשגת מטרות הכנס כפי שהוגדרו. ניתן לעשות זאת באמצעות הרצאות, סרטונים, פאנל מומחים, שיח בצ'ט, חלוקת לחדרים המאפשרת חלוקה לקבוצות דיון (Breakout Rooms), או עריכת סקרים (Polls) והצגת תשובות המשתתפים במהלך הכנס (צוות מיד"א ישמח לעזור בדיוק ובחירת מתודולוגיות מתאימות).

ליין-אפ ליום הכנס;

בעזרת ליין אפ (LINE-UP) ברור ומוגדר מבחינת זמנים, תשלטו על לוחות הזמנים, על רשימת דוברים ומה תפקידו של כל אחד מאנשי הצוות.

צוות לוגיסטיקה ותמיכה טכנית;

בחירת פלטפורמה לכנס אונליין;

ישנן מספר פלטפורמות, שבאמצעותן ניתן לארח כנס אונליין עם עשרות או מאות משתתפים. ההחלטה על הפלטפורמה תלויה בעיקר **ברמת המעורבות** הנדרשת בין המשתתפים לדוברים, וברמת המעורבות שבין המשתתפים לבין עצמם.

וובינר (Webinar);

וובינר זאת הרצאה אינטרנטית של אחד מול רבים. המציג (יש רק מציג אחד בו-זמנית) מדבר אל המשתתפים (רבים). המשתתפים נמצאים במצב צפייה בווידאו ובהאזנה. הם לא יכולים לעשות שימוש במיקרופון ו/או במצלמת המחשב גם אם יש להם. כלומר בכנס, שבו יש רק דוברים, ואין צורך בשיתוף הקהל, אפשר לבחור באופציה של וובינר. ניתן להעביר וובינר באחת מ-2 דרכים:

1. **וובינר מוקלט מראש**- הרצאות מוקלטות וערוכות שנשלחות לרשימת משתתפים. כל משתתף יכול להאזין בזמנו החופשי לוובינר המוקלט.

2. **וובינר לייב** (WEBINAR LIVE)- כנס המתואם לשעה מסוימת, ומועבר לקהל המאזינים באותה השעה.

פלטפורמות וובינר (webinar) מאפשרות רמת מעורבות נמוכה. בוובינר המוקלט מראש, אין כלל מעורבות של הקהל. אמנם, ניתנות ההזדמנויות להאזין לכנס בזמן פנוי וללימוד עצמי ולהתעמקות בתכנים ברמה שרוצים, אך בודדים הם אלה שאכן יעשו זאת. בנוסף, מאבדים את תחושת הטקסיות והחגיגיות שיש בכנס.

בוובינר לייב, המשתתפים מתכנסים יחדיו באותה שעה, יכולים להקליד שאלות באמצעות הצ'ט, והמרצה יכול להתייחס לחלק מהתגובות ולהציף אותן לקהל כולו. על המסך רואים את המרצה ו/או המצגת שהוא משתף בלבד.

זום (ZOOM);

זום הינה הפלטפורמה הדיגיטלית הנפוצה ביותר. ניתן להעביר מידע ממוקד בלייב, בזמן נתון, למספר רב של אנשים בו זמנית. פלטפורמה של שיחות וידאו כמו זום הפכה לפלטפורמה גנרית שגם קהל לא טכנולוגי יודע לתפעל וכבר התנסה בה.

השימוש בזום יכול להתאים כשמעוניינים שהקהל יהיה עם רמת מעורבות גבוהה, ניתן לאפשר למשתתפים לפתוח את המצלמה והמיקרופון, וכן לנהל שיחה בצ'ט.

בנוסף, בזום ניתן לחלק את משתתפים לעבודה בקבוצות ממש כמו בעולם האמיתי. למנחה ניתנת האפשרות "לבקר" בין הקבוצות ולבסוף "להחזיר" את כולם למליאה; מה צריך לקחת בחשבון בכנס שנערך באמצעות הזום?

- **שריין קו זום:** עם קביעת תאריך לכנס, יש לשריין קו זום לאותו תאריך;
- **שעות:** מומלץ לשריין את הקו כחצי שעה לפני תחילת הכנס וחצי שעה נוספת בסיומו;
- מומלץ שמנחה הכנס, והצוות המוביל איתו, יעלו לזום כחצי שעה קודם הכנס, להיערכות קצרה ותיאומים אחרונים;
- **כמות משתתפים:** יש לוודא שהחשבון מתאים למספר האנשים הצפויים להשתתף בכנס (חשבונות הזום של אשלים הם חשבונות זום פרו, ומיועדים לפגישות של עד 300 איש. לכנסים מעל 300 יש לפנות למיד"א כדי שנטפל בהגדלת החשבון);
- **סיסמה:** פגישות המתואמות באמצעות הזום מחייבות שימוש בסיסמה. לא לשכוח למסור את כתובת הזום יחד עם הסיסמה. אפשרות נוספת, אך פחות מומלצת בכנסים גדולים, היא להשתמש ב'חדרי המתנה'- אישור פרטני לכל משתתף המבקש להצטרף לכנס. מתאים יותר לימי עיון, או לכנסים עם כמות משתתפים מצומצמת, ובפרט כאשר מכירים אישית את המשתתפים ורוצים למנוע הגעה של מסתננים;

- **השתק (MUTE):** יש לבחור באופציה של 'השתקת משתתפים' (MUTE) בעת הצטרפותם לכנס. זאת, כדי למנוע רעש מצד משתתפים שמצטרפים באיחור לכנס;
- **זרקור (SPOTLIGHT):** שיתופי המסך יהיו מוגבלים לדוברים בלבד.

הקלטת כנס;

בהנחה שבוחרים להקליט את הכנס, יש לבחור באפשרות של הקלטה מראש. לא לשכוח- יש לבקש תחילה את הסכמת הדוברים והמרצים לכך, ועדיף בכתב;

מעטפת רעיונית- קונספט;

גם אם הכנס הוא אינפורמטיבי, כדאי לעטוף אותו ברעיון, בקונספט מוביל, כזה שיבוא לידי ביטוי גם בתכני הכנס ובשפה הגרפית שלו. תפקידו של הקונספט הוא להפוך את הכנס לנזכר. לבחור רעיון שעוטף את הכנס מכל המובנים. החל מהשם, הלוגו, הנראות, התכנים ועוד. כשהרעיון טוב ונאמן לתכני הכנס, נהנים באי הכנס מחוויה חיובית;

מיתוג כנס;

יצירת שפה אחידה לכנס הכוללת קביעת שם, מסרים וצבעים. רצוי לשמור על אחידות עיצובית הן בצבעים והן בסגנון העיצוב, החל מהשלב הראשון של 'שמירת התאריך', בהזמנה ובטופס הרישום, ברקע ובשקפים של המצגות. בשלב המיתוג ניתן להיעזר בשירותים של מעצב/ת גרפי/ת מקצועי/ת (ניתן לפנות למיד"א לקבלת רשימת מעצבי גרפיקה מומלצים);

לוגו;

יש לזכור לשים את כל סמלי הלוגו הנכונים והמעודכנים של השותפים ושל התורמים בכל הפרסומים של הכנס, כולל במצגות ובשקפי הכנס. יש לשים לב לגודל סמלי הלוגו, איכותם וסדר הופעתם;

הזמנה לכנס;

ההזמנה חייבת לכלול תאריך, קישור לזום הכולל ID וסיסמה, תכני הכנס, מבנה הכנס ומטרותיו. כמו כן מומלץ להוסיף גם את שמות רוב הדוברים והמרצים (בפרט אם יש לכם דוברים חשובים). כמו כן, להוסיף את האפשרות להרשמה מראש, צורך בהנגשה מיוחדת (שמע, חיבור לזום וכו') ובמידת הצורך גם חלוקה לקבוצות דיון;

בהזמנה כדאי לציין, כי חוויית צפייה מקסימלית מתאפשרת על ידי שימוש במחשב נייד או במחשב נייד ופחות באמצעות הטאבלט או מכשיר סלולרי. ולהגדיר את הצפייה כ- SIDE BY SIDE. כמו כן מומלץ לבדוק כי אין "חומות אש" או אמצעי אבטחה/ חסימה באינטרנט, העלולים לעצור את התחברות המכשיר לפלטפורמה.

יש להקפיד ולהשתמש בגרסה המעודכנת ביותר של ה-ZOOM (<https://zoom.us/support/download>);

נגישות כנס;

בדומה לכנס פיזי, גם בכנס אונליין, מתקיימת חובת תמלול בכנס שיש בו מעל 150 משתתפים. כאשר משתמשים בפלטפורמת הזום, יש להזמין מתמלל, שיוגדר כך ע"י ה-HOST בזמן המפגש, ויאפשר לו לתמלל בעזרת הפעלת האפשרות של CLOSED CAPTION. ניתן לעשות זאת גם בכנסים עם פחות מ-150 משתתפים, במידה והוגשה בקשה מראש לתמלול. לכן, כאשר מפרסמים את הכנס, יש לפרסם מייל או טלפון לצורך בקשת נגישות מיוחדות (תמלול ו/או תרגום לשפת סימנים).

במידה והכנס יעלה לרשת הוא חייב להיות בתוספת כתוביות;

מסרים;

כל המסרים לכנס כגון 'שמור תאריך', דף רישום, לו"ז הכנס, תזכורות ואפילו תזכורות SMS או דף נחיתה לסיכום הכנס, יכולים להישלח למשתתפים באמצעות תוכנה להעברת מסרים, הרב מסר. באמצעות התוכנה אפשר לקבל סטטיסטיקה של פתיחת חומרים וטבלת נרשמים מעודכנת. ניתן להיעזר במיד"א בשירות ההפצה ([תיון מספר 3, רב מסר](#));

רשימות הפצה;

וודאו שיש ברשותכם רשימות מסודרות של משתתפים הכוללות: שם פרטי, שם משפחה, מספר נייד, מייל ושם הארגון;

שקף רקע;

הכינו שקף שימש כרקע בזמן הנחיית הכנס. ניתן לשים רקע זהה לכל הדוברים, ובכך להבדיל אותם מיתר המשתתפים;

דף נחיתה (מיניסייט/ MINI SITE - אתר קטן);

בניית דף נחיתה יכול ללוות את הכנס מתחילתו, ותוכלו להעלות בו חומרים מקדימים לקריאה לפני הכנס, קישורים, סרטונים ומצגות, כפתור הרשמה, וכמובן להשתמש באתר כדף סיכום הכנס. מומלץ להכין זאת בשלב מקדים בו נערכות ההכנות לכנס;

סרטונים;

במידה ותרצו להציג סרטון במהלך הכנס, ודאו שהוא באיכות טובה. אם אתם יודעים את המלאכה, יש תוכנות ייעודיות להכנת סרטונים. הכלי ['בא לי דיגיטלי'](#) מרכז כלים טכנולוגיים מותאמים גם למטרה זו. במידת הצורך, ובהתאם לתקציב, שקלו להיעזר בספק חיצוני לצורך הכנת הסרטון;

מוסיקת רקע;

מומלץ להכין מראש מוסיקת רקע מתאימה ולשדר אותה עד לתחילת הכנס, וכן רקע אחיד לדוברים, למנחים ולמרצים;

קבוצת וואטסאפ;

פתיחת קבוצת וואטסאפ ייעודית לכנס, שתשמש את הצוות בזמן הכנס, לתקשורת קלה ומהירה;

תקציב כנס;

יש לבנות תקציב כנס ולאשר אותו במחלקת הכספים. על התקציב לכלול את עלויות הכנס הצפויות: מנחה מקצועי, מרצים, גרפיקאי/ת, עלות פלטפורמה (במידת הצורך), ספק טכני לליווי הכנס, חלק הפוגתי, אולפן, סרטונים, נגישות- תמלול, הכנת חומרי רקע ועוד.



שלב שלישי: שלב הביצוע

ביום הכנס, ארגנו את המשימות בהתאם לסוגן. משימו לצוות תוכן ומשימות לצוות תמיכה טכנית, שיהיה אחראי על תפעול הכנס.

צוות תוכן;

תמיכה במנחה/מרצה – אחראי/ת צ'ט;

מינוי איש צוות שיעבור על השאלות וההערות מהצ'אט, ויעביר אותן לדובר לקבלת התייחסותו; תיעוד וסיכום;

מומלץ למנות מראש מי מהצוות אחראי על התיעוד על מנת שיתעד ויסכם את הנקודות החשובות מהכנס.

צוות לוגיסטיקה ותמיכה טכנית;

תשתיות;

וודאו שהצוות יודע לתפעל את הפלטפורמה שנבחרה לשידור. בדקו את טיב התשתיות במקום בו יונחה הכנס וגם אצל כל הדוברים: האם האינטרנט יציב דיו? האם המצלמה והמיקרופון תקינים? סכמו מי אחראי לתת תמיכה טכנית לכל מי שמתקשה להתחבר לכנס;

ספק טכני;

בכנס רב משתתפים, או בכנס בו הוחלט להשתמש בעזרים מקצועיים כגון: מסך ירוק, אולפן או שימוש במערכת איכותית של מצלמות ומיקרופונים, מומלץ לשקול לקחת ספק חיצוני שיהיה אמון על צדדים טכניים של תפעול הכנס. עלויות נעות סביב ה-3,500 ש"ח ועשויות להגיע גם ל-30,000 ש"ח, תלוי בספק ובדרישות השונות;

תפקידים;

חלקו תפקידים ליום הכנס. החליטו מי יהיה המארח הראשי, ה-"Host", שהוא בעל הרשאת חלוקה לחדרים, הצגת סקרים, השתקת משתתפים או הסרת המשתתפים שלא אמורים להיות

בכנס, וכן- ומי יהיה ה- "Co host" שבאפשרותו להשתיק את המשתתפים, "לנעוץ" את התמונה של הדוברים, כך שרק התמונה שלהם תופיע על גבי כל המסך, ולהציג סקרים. בנוסף, החליטו מי אחראי על כך שהמיקוד יהיה על הדובר, ומי אחראי לסמן לדובר שזמנו מתקרב. לחצו [באן](#) לכניסה לטבלת חלוקת תפקידים;

גיבוי;

דוברים או אנשי צוות עשויים לחלות, האינטרנט יכול להתנתק ועוד כל מיני תקלות טכניות עשויות לקרות, ולכן חשוב לגבות כל דבר הניתן לגיבוי, בעיקר ציוד טכני;

מצגות וסרטונים;

בדקו את המצגות והסרטונים המאושרים ע"י צוות התוכן וודאו שאתם יודעים כיצד ומתי לשתף אותם במהלך הכנס. מומלץ לוודא שהכל עובד ברזולוציה טובה ואיכותית מספר ימים לפני הכנס;

עמידה בזמנים;

קחו בחשבון הבדלים אפשריים בין התכנון למציאות והשאירו רווח זמן לשינויים. לכן, מנו אדם שיהיה אחראי לוודא שהכנס מתנהל לפי סדר היום המתוכנן. החליטו מראש האם ישנם חלקים שניתן לקצר, במידה וחלק אחר מתארך מעבר לצפוי, על מנת שתוכלו לעמוד בלוחות הזמנים במידה ויש עיכוב לא צפוי. אל תשכחו במקרה של עיכוב לא צפוי, לעדכן את כל הדוברים הבאים בלו"ז בעיכוב;

הפסקה;

במהלך ההפסקה, רצוי לשים שקף עם פרטי האירוע, או לחלופין- לרשום שכעת נמצאים בהפסקה, ולציין מתי יתחיל החלק הבא. אפשר גם לשים מוזיקה ברקע.



שלב רביעי: שלב הסיכום

את שלב הסיכום, יש לתכנן ולהכין לפני הכנס ואז מיד בסיום הכנס לשלוח למשתתפים. איך תרצו לסכם את הכנס? האם בעזרת שליחת חומרי עזר? מחקר ומצגות הכנס? האם שיתוף בתובנות שעלו במהלך הכנס? החלטות אופרטיביות להמשך? וכמובן משוב והערכת הכנס.

צוות תוכן;

משוב והערכה;

טופס משוב יאפשר לכם להעריך האם מטרות ויעדי הכנס שהצבתם בתהליך התכנון מומשו. ההערכה גם כוללת שביעות רצון, תרומה מקצועית ואימפקט, הן בקרב משתתפי הכנס והן בקרב הצוות המנהל והמוביל את הכנס. ניתן לפנות למיד"א לייעוץ בבחירת שאלות המשוב והכנתו של המשוב ([משוב לדוגמא בטפסי מייקרוסופט](#));

דף נחיתה (מיניסייט/ MINI SITE - אתר קטן);

באמצעותו תשלחו את תוצרי הלמידה מהכנס; בסיכומי התייעוד מומלץ לשמור את המלל בצ'ט ולדלות גם משם רשמים ותובנות משמעותיים, מצגות שהועלו, חומרי קריאה נוספים, תמונות וסרטונים. במידה והכנס הוקלט- ניתן לשלוח קישור להקלטה ועדיף לערוך ולהגיש בצורת סרטון (לא לשכוח לכלול כתוביות);

פגישת סיכום, הפקת לקחים ומשוב למארגני הכנס;

מומלץ לקיים פגישת הפקת לקחים ומשוב של כל מי שהיה מעורב בהפקת הכנס ([דוגמא לדוח אחרי כנס](#)).

צוות לוגיסטיקה;

תקציב;

העברת תשלומים לספקי הכנס וסגירת תקציב הכנס;

עדכון רשימות משתתפים ברב מסר;

עדכון רשימות המשתתפים ברב מסר, הכנת דוח מסכם – כמה משתתפים נרשמו וכמה השתתפו בפועל.



תודה מיוחדת לצוות מיד"א על ליווי, תובנות וייעוץ בכתיבת המדריך וכמובן לכל מי מצוות אשלים, שהוסיף מן הניסיון והידע שרכש.

הואיל ועולם כנסי האונליין חדש יחסית: פלטפורמות שונות, שמתעדכנות תדיר, מתודות מתחדשות ונוספות אפשרויות וכיווני פעולה חדשים, לכן גם מדריך זה יתעדכן מעת לעת.

אשמח לעזור בייעוץ, ליווי ובחשיבה משותפים בהכנת הכנס הבא.

טלי קומיסיונרו- מנהלת תקציבי הכשרות וכנסים, מיד"א, ג'וינט ישראל- אשלים

Talic@jdc.org

בהצלחה בתכנון הכנס הבא

שיהיה כנס מוצלח ופורה!



https://i.forbesimg.com/forbesinsights/zoom/The_Connected_Culture.pdf

<https://www.pocket-lint.com/apps/news/151426-what-is-zoom-and-how-does-it-work-plus-tips-and-tricks>

<https://q2insights.com/tips-for-conducting-a-successful-focus-group-on-zoom>

<https://www.williamjoseph.com/the-rise-of-the-virtual-meeting>

https://zoom.us/docs/doc/ForbesInsights_Zoom_The_Visual_Advantage.pdf