



תכנון 10 דברים שחשוב לדעת על שיתוף מקוון

בקצרה

בכלי זה תמצאו עשרה עקרונות יסוד לשימוש בכלים מקוונים בתהליך השיתוף, שגיבשנו מתוך ניסיונו במהלכים מקוונים. זהו מבט-על על היבטים של שיתוף מקוון, מתיאום ציפיות מול קהל היעד ועד הפצה ובחירה של פלטפורמה מתאימה. צלילה מעמיקה יותר אל התכנון וההפעלה של תהליכי שיתוף מקוון תמצאו בכלי "[צלילת עומק לשיתוף מקוון](#)".



למה זה טוב?

שילוב של כלים דיגיטליים בתהליך השיתוף מאפשר לנו להרחיב את נקודות המבט ולהגיע אל קהלים רחבים. עם זאת, גם פה חשוב להקפיד על מספר עקרונות שסייעו לתהליך השיתוף להיות הוגן, יעיל וחכם.



1. שיתוף מקוון הוא חלק מהפאזל

מהלך מקוון יכול לסייע לתהליך שיתוף רחב יותר, בכך שהוא מביא קולות חדשים מהם ניתן ללמוד על צרכים ופתרונות שלא עלו מנקודת מבט אחרת, להאיר "נקודות עיוורון" בתהליך או לתקף הנחות יסוד. עם זאת, מהלך מקוון לא יכול להחליף מתודות שיתוף "עמוקות" יותר כמו ראיונות או מפגשי שיתוף.

2. שיתוף מקוון יכול לנוע ביותר ממעגל אחד

הליך של שיתוף מקוון יכול להתקיים בכמה מעגלים שונים, בו זמנית או זה לאחר זה, בהתאם למאפייני תהליך השיתוף ומטרותיו. למשל: כלי אחד להיוועצות בין-מגזרית, כלי אחר להיוועצות פנים ארגונית, שיח מומחים, דיון עם קהל יעד מובחן ועוד. החלטות אלו מתקבלות בשלב גיבוש אסטרטגיית השיתוף, והן מחייבות הגדרה מדויקת של המעגלים הרלוונטיים לכל שלב בתהליך השיתוף.

3. כמות היא לא תחליף לאיכות

כדי לקבל את המידע האיכותי ביותר, חשוב שהשיתוף המקוון יתבצע אל מול האנשים הנכונים, בתפקידים הנכונים, מכל המגזרים הרלוונטיים לתהליך. לא תמיד הציבור הרחב הוא קהל היעד המתאים ביותר, או יניב תוצר איכותי ורלוונטי. כאשר נדרשת מעורבות של קהלי יעד מקצועיים, לפעמים עדיף להימנע מפעולה מקוונת שתייצר הד רחב מדי. לזו עשוי להיות מחיר של פגיעה באיכות תהליך.

4. בחירת הכלי המתאים לקהל המתאים

הפלטפורמה המקוונת לא מתאימה בכל מקרה ובכל מצב. יש קהלים שעבורם לא נכון להשתמש בכלי שיתוף מקוונים. חלק חשוב בזיהוי קהלי היעד הוא בחינה של הרגלי השימוש שלהם בכלים מקוונים, לצד היבטים תרבותיים אחרים. לדוגמא: בתהליך שיתוף שנעשה בשיתופים עם קהילת יוצאי אתיופיה, ההיוועצות עם הדור המבוגר הייתה באמצעות מפגשים פרונטליים, ועם הדור הצעיר באמצעות שיח מקוון.

5. פענוח המניעים והתועלות של קהלי היעד להשתתפות בתהליך

אנשים ישתתפו בתהליך מקוון רק כאשר יש להם תמריץ לעשות זאת: רצון להשפיע, שיפור באיכות החיים ועוד. לכן, פענוח המוטיבציה והתועלת האפשרית לכל קהל יעד היא שלב קריטי בבניית אסטרטגיית השיתוף. מרגע שישנה הבנה מהי התועלת עבור קהל יעד, יש לתרגמה לניסוח של אופן הפניה. לדוגמא: בתהליך שיתוף בהובלת שיתופים של נציבות שירות המדינה בנושא קידום נשים בשירות המדינה - בעלת ההצעה המוצלחת ביותר הוזמנה להציג בוועדה לקידום האשה בכנסת.

6. קהל היעד צריך להישמע כבר מתחילת הדרך

כדי לייצר תהליך שיתוף אפקטיבי, חשוב לשלב נציגים של קהל היעד בשלב התכנון ולהסתייע בהם כדי לזהות את המוטיבציות, הערכים, דרכי ההגעה והכשלים האפשריים של קהל היעד.

7. שקיפות ותיאום ציפיות הם תנאי הכרחי להצלחת השיתוף המקוון

גם בשיתוף המקוון אנו מחויבים לפעול מתוך שקיפות מלאה, תוך אחריות לשמירה והגנה על כל המשתתפים בתהליך. לפיכך, עקרון מרכזי באסטרטגיית השיתוף המקוון ובהחלטה על אופן הפעלת כלי השיתוף הינו חשיפה של מטרות השיתוף, הצהרה מלאה בנוגע למה שייעשה במידע שיתקבל מהמשתתפים בתהליך, ואיך הוא ישתלב בקבלת ההחלטות. כמו כן, עלינו להבטיח כי לא יעשה כל שימוש אחר במידע שייאסף, שפרטי המשתתפים לא ישמשו למטרות אחרות מלבד התהליך שאליו הצטרפו, וכמובן לנקוט בכל הצעדים הדרושים כדי לממש הבטחות והצהרות אלו.

8. השתתפות קלה ואינטואיטיבית למקסימום קהלי יעד רלוונטיים

הפלטפורמה המקוונת חייבת להיות נגישה וקלה לשימוש עבור קהלי היעד שנבחרו, פשוטה להתמצאות, בעלת ממשק מוכר, וכמובן מתאימה לכל סוגי המכשירים. כך למשל רצוי להימנע מתהליכי רישום מסובכים, ולהשתמש ככל הניתן בהזדהות דרך רשתות חברתיות.

9. שמירה על שיח מכבד ולא מתלהם

בין אם מדובר בתהליכים סגורים, אליהם מוזמנת קבוצת מומחים או בתהליכי שיתוף מקוון המיועדים לציבור הרחב, עלינו להקפיד על כך שהשיחה מתפתחת באופן מכבד ולא מתלהם. לשם כך, חשוב להגדיר את הכללים לשיח, וכמובן להקפיד על שמירה עליהם לאורך כל מהלך השיתוף. הדבר מחייב ניטור מתמשך של התגובות והדיונים המתפתחים בפלטפורמה המקוונת. בהקשר זה, חשוב לשים לב בזמן למה שעשוי להתפתח למשבר, ולפעול בהקדם כדי להתמודד איתו מראש.

10. לא מספיק להשקיע בכלי השיתוף, חשוב להשקיע גם בהפצתו

ניסיוננו מלמד כי על מנת למצות באופן מספק את מעגל המשתתפים בשיח המקוון, לא מספיק להקים פלטפורמה חכמה. אלא, יש לתכנן מהלך הפצה שלו בערוצים מותאמים לקהל היעד. הגעה לקהל היעד הוא מרכיב קריטי לאיכות התוצר, וללא ספק יחזיר את ההשקעה שנדרשה עבורו.

הכלי שהוצג במסמך זה מביא מבט רחב על שילוב של כלים מקוונים בתהליכי שיתוף. מומלץ להטמיע עקרונות אלו במהלך תכנון תהליך שיתוף, שכן הם יסייעו ביצירת אסטרטגיית שיתוף מותאמת לקהל יעד המביאה לתוצר איכותי ומדויק יותר. כלים נוספים שיכולים לסייע הם צילית עמוק לשיתוף מקוון וכן כלי לתכנון שאלון מקוון

