



יחידת לימוד מס' 3: הסיפור מאחורי הרעיון

שיעור 1: הסיפור מאחורי הרעיון

חדשנות פירושה מציאות פתרונות חדשים ובעלי ערך לצורך מענה על צרכים של לקוחות בצורה יצירתית. לאחר שפיתחנו מוצר חדשני, המטרה הבאה שלנו היא להציג אותו לקהל המתאים. יתכן שמדובר במשקיעים פוטנציאליים שמעוניינים להשקיע במוצר שלנו, או בלקוחות שמעוניינים לרכוש אותו. כדי להציג את המוצר באופן מוצלח, חשוב להדגיש את היתרונות הייחודיים שהמוצר מציע לקהל – את הערך המוסף שלו. אחת הדרכים היעילות לעשות זאת היא באמצעות אמנות הסיפור: storytelling.

בשיעור זה, התלמידים יכירו את ההשפעה של סיפור אשר מבליט את הערך המוסף של המוצר. בנוסף, הם יפתחו את היצירתיות וכישורי הסיפור שלהם באמצעות יצירת סיפורים חדשים.

אין בנמצא תרגום ראוי בעברית לביטוי storytelling ועל כן נקרא לו בשיעור זה ובאחרים: סטוריטלינג.

מטרות:

1. התלמידים ילמדו על חשיבותו של סטוריטלינג ככלי לחיבור וליצירת עניין עם קהל היעד.
2. התלמידים ינתחו פרסומות כדי לזהות רכיבי סיפור וטכניקות סיפוריות בהן נעשה שימוש.
3. התלמידים ישתתפו בפעילויות שמעודדות שיתוף פעולה, סיעור מוחות ויצירת סיפורים באמצעות אביזרים אקראיים.
4. התלמידים יחזקו כישורי דיבור בפני קהל והצגה באמצעות פעילויות סיפור קבוצתיות.
5. התלמידים יעניקו משוב בונה לחבריהם וישקפו לעצמם את יכולות הסיפור והתקשורת האישיות שלהם.

משך זמן

90 דק'

גיל

כיתות ז'-י'

מושגים מרכזיים

סטוריטלינג (storytelling), ערך מוסף, ניתוח קהל יעד, טכניקות שיווק, מבנה סיפור, סיעור מוחות, הצגה ומשוב

כישורי יזמות

חשיבה אבחנית, דמיון ויצירתיות, סקרנות, עבודת צוות, מיומנויות תקשורת

להכין מראש:

- להדפיס כרטיסיות לפעילות "סטוריטלינג עם אביזרים" (נספח א')



לוח זמנים:

עזרים	זמן	פעילות	
מצגת	5	סטוריטלינג ביזמות	
מצגת	25	ניתוח פרסומות	
מצגת, סרטון	15	ההמצאה שלי תשנה את חייה!	
מצגת	5	עובדות לעומת סיפורים	
מצגת, אביזרים, כרטיסיות (נספח א')	40	סטוריטלינג עם אביזרים	



סטוריטלינג ביזמות (5 דקות)

כיזמים, לאחר שפיתחנו מוצר חדשני, המטרה הבאה שלנו היא להציג אותו לקהל המתאים. קהל זה עשוי לכלול משקיעים פוטנציאליים שמעוניינים להשקיע במוצר שלנו, או לקוחות שמעוניינים לרכוש אותו. כדי להבטיח מצגת מוצלחת, חשוב להדגיש את היתרונות הייחודיים שהמוצר מציע לקהל – את **הערך המוסף שלו**. אחת הדרכים היעילות לעשות זאת היא באמצעות סטוריטלינג.

ניתוח פרסומות (25 דקות)

בחלק זה של השיעור, התלמידים ינתחו פרסומות. בעסקים ובשיווק, פרסומות הן כלי נפוץ מאד להצגת מוצר ולמשיכת תשומת לב אליו. פרסומות מדגימות את הערך של סטוריטלינג ביזמות. הן עושות שימוש בסיפורים כדי ליצור קשר רגשי עם הצופים, וכך מתבררת השפעת הרגש בלכידת תשומת לב של קהל היעד ושינוי התנהגותו. פרסומות הן בדרך כלל בעלות מבנה סיפורי הכולל התחלה, אמצע וסוף, המדגים את חשיבות יצירת סיפור מרתק. אמצעים חזותיים כגון תמונות וסרטונים מעצימים את הסיפור בכך שהם מעבירים מסרים ומעוררים רגשות. פרסומות כוללות דמויות שניתן להזדהות איתן, ומבליטות את חשיבות פיתוח הדמויות בפרסומת ליצירת הזדהות מצד הקהל. בנוסף, בפרסומות ישנה קריאה לפעולה המדגימה את השפעת סטוריטלינג על נקיטת פעולות. על ידי ניתוח רכיבים אלו, יבינו התלמידים את תפקידו של סטוריטלינג ביצירת חיבור והשפעה על קהלי היעד.

1. בקשו מהתלמידים להביא פרסומות מעיתונים או ממגזינים לשיעור – פרסומת אחת לכל זוג תלמידים. לחילופין, ניתן להשתמש במטלה זו בפרסומות וידאו מיוטיוב.
2. על כל זוג התלמידים לנתח את הפרסומת שקיבלו. בקשו מהם לענות על השאלות הבאות:
 - א. מי קהל היעד של הפרסומת?
 - ב. מה הופך את הפרסומת ליעילה? במילים אחרות: מה הופך את הפרסומת למשכנעת עבור קהל היעד?
3. על כל זוג לחלוק את תשובותיהם עם הכיתה ולהסביר את בחירותיהם.



ההמצאה שלי תשנה את חיך! (15 דקות)

Kickstarter היא פלטפורמת מימון המונים מקוונת ידועה, המופעלת על ידי תאגיד אמריקאי הפועל לטובת הציבור. מטרתה העיקרית היא לסייע בהגשמה ובמימוש פרויקטים יצירתיים. באמצעות פלטפורמה זו, אנשים יכולים להשקיע סכומי כסף צנועים יחסית – החל מדולרים בודדים ועד מאות דולרים או יותר – עבור מוצרים חדשים שהיוזמים שלהם מעוניינים לפתח. המשקיעים יקבלו בתמורה תגמולים שונים ומגוונים. מודל זה יעיל לפיתוח מוצרים חדשים, כיוון שהוא מאפשר לממציאים להשיג מימון מבלי לפנות למשקיעים ממוסדים.

1. הציגו לתלמידים את הסרטון הבא אשר מציג מוצר שהושק בפלטפורמת Kickstarter בדצמבר 2020 וזכה להצלחה מרשימה, כאשר גייס מעל 2 מיליון דולר מקהילה של כ-16,000 משקיעים:

https://www.youtube.com/watch?v=Bf_erTMDMNU

אפשר להציג לתלמידים גם את דף המוצר ב-Kickstarter:

<https://www.kickstarter.com/projects/thecc/the-couch-console/description>

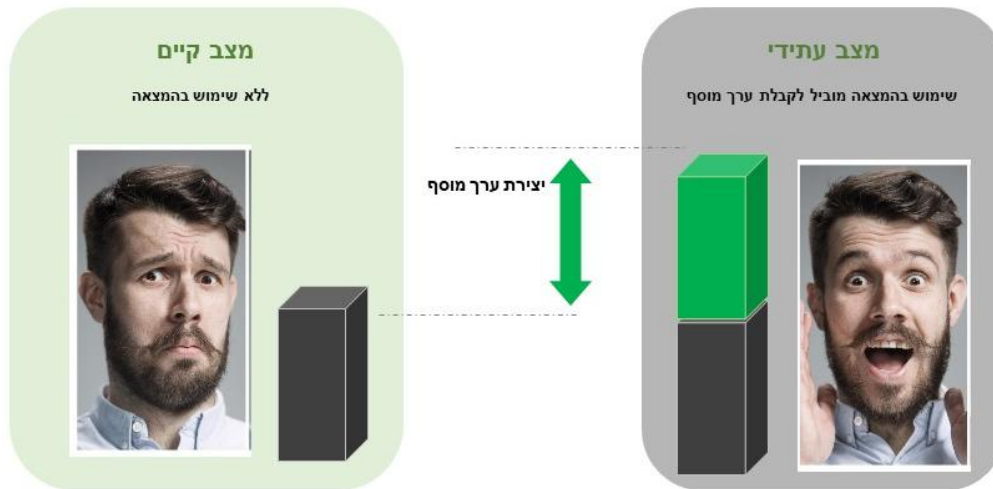
2. שאלו את התלמידים: מה הסיפור שמסופר בסרטון (או בסרטונים) שראו בסעיף הקודם?

תשובה:

הסיפור הוא התנהלות יומיומית על מיטה או ספה, עם אביזרים כגון: שלט רחוק, טאבלט, כוס שתייה, צלחת חטיפים ועוד, אשר מייצרים בלאגן, מלכלכים ולעתים אף אובדים.



הסרטון מדגים כיצד המוצר החדשני מציע פתרון לאי-הנוחות היומיומית הזו. במילים אחרות, הסיפור מציג את הדרך שמתחילה בבעיה ומשם לתסריט עתידי בו היא נפתרת באופן יעיל. הוא מתאר את השינוי מהמצב הקיים של חוסר נוחות ותסכול אל קבלת ערך מוסף של תחושת הקלה ורווחה בזכות הפתרון החדשני שמציע המוצר.



עובדות לעומת סיפורים (5 דקות)



נניח שיזמית בשם דניאלה המציאה תיק בית ספר חדש באמצעות שיטת "חיבור הפעולות" (ראו גם: שיעור 3 ביחידת לימוד מס' 2). היא שילבה תיק גב עם קורקינט, וכך יצרה תיק בית ספר עם גלגלים. דניאלה רוצה להציג את ההמצאה שלה בפני לקוחות פוטנציאליים. המטרות שלה הן:

- להסביר את ההמצאה החדשה שלה
- לגרום לאנשים להתרגש מההמצאה
- לעזור להם להבין את הערך שבהמצאה

אפשרות אחת היא להציג את המוצר באמצעות עובדות:

- איך הוא פועל?
- מה הוא עושה?
- ממה הוא עשוי?
- כמה הוא עולה?



אפשרות נוספת היא לספר סיפור שממחיש את הערך של ההמצאה:

- מהי הבעיה? או: מהו הצורך?
- כיצד ההמצאה פותרת את הבעיה או נותנת מענה לצורך?



שאלו את התלמידים: איזו אפשרות עדיפה לדעתם? מדוע?

תשובה:

האפשרות השנייה עדיפה, משום שהיא מספרת לקהל כיצד ההמצאה החדשה יכולה לשפר את חייהם בעתיד. סיפור תופס את תשומת הלב של אנשים וממחיש להם את הערך המוסף של המוצר.



סטוריטלינג עם אביזרים (40 דקות)



בפעילות זו התלמידים ייצרו סיפורים תוך שימוש באביזרים שונים. שימוש באביזרים ביצירת סטוריטלינג יכול להעצים את חוויית הצפייה וההאזנה. אביזרים יכולים לעזור לתפוס את תשומת הלב של הקהל ולהותיר רושם חזק יותר מהסיפור.

1. הניחו את האביזרים הבאים על השולחן: טלפון סלולרי, מחזיק מפתחות, תיק ועט.
2. חלקו את הכיתה לחמש קבוצות ותנו לכל קבוצה את אחד מחמשת התרחישים שמופיעים בנספח א'. בקשו מכל קבוצה ליצור סיפור על בסיס התרחיש שקיבלו, תוך שילוב ארבעת האביזרים. על חברי הקבוצה לחשוב על דרכים יצירתיות לספר את הסיפור ולעשות שימוש באביזרים כדי למשוך את תשומת הלב של הקהל. עודדו את התלמידים להתייחס להיבטים שונים כמו עיצוב חזותי, טכניקות שכנוע, יצירת דמויות מעניינות ועוד.

על התלמידים להתייחס לשאלות הבאות בסיפור שהם יוצרים:

- מה הבעיה שהמוצר אמור לפתור?
- מי מושפע מהבעיה?
- מדוע חשוב לטפל בבעיה זו?

כאשר התלמידים מתארים את הפתרון, בקשו מהם להתייחס גם לשאלות אלה:

- מהו הפתרון?
- כיצד הוא נותן מענה יעיל לבעיה הקיימת?
- אילו יתרונות יש בפתרון?

3. סטוריטלינג ומצגת: לאחר שהתלמידים סיימו ליצור את הסיפורים שלהם, הזמינו כל קבוצה להציג את הסיפור בפני הכיתה תוך שימוש באביזרים.
4. רפלקציה: בקשו מכל תלמיד לשתף: מבין כל הסיפורים שהוצגו, איזה סיפור בעיניכם בלט מכולם? מה גרם לו לבלוט ולהישאר בזיכרונכם?



נספח א': פעילות "סטוריטלינג עם אביזרים"

הנוסעת החכמה

חפצים: טלפון סלולרי, מחזיק מפתחות, תיק ועט

דנה אוהבת לטייל אך לעיתים קרובות החפצים שלה הולכים לאיבוד. כדי לשמור על החפצים החשובים שלה מאורגנים ביעילות ונגישים, היא עיצבה תיק נסיעות חכם עם תאים, מטען מובנה לטלפון הסלולרי שלה ומחזיק מפתחות. תיק "הנוסעת החכמה" מספק נוחות, ביטחון ושקט נפשי עבור מטיילות כמו דנה.

עוזר דיגיטלי

חפצים: טלפון סלולרי, מחזיק מפתחות, תיק ועט

לעמית קשה להתמודד עם משימות רבות, והוא שוכח לעיתים פגישות או אירועים חשובים. הוא יצר עט חכם שמסתנכרן עם הטלפון שלו ומתפקד כעוזר דיגיטלי: שולח תזכורות, רושם הערות ועוזר לו להתארגן. עט "העוזר הדיגיטלי" משפר את היעילות, ניהול הזמן והארגון עבור אנשים עסוקים כמו עמית.

מחפש המפתחות

חפצים: טלפון סלולרי, מחזיק מפתחות, תיק ועט

אביגיל מאבדת את המפתחות שלה לעיתים קרובות, ומבזבזת זמן רב בחיפוש אחריהם. היא פיתחה מחזיק מפתחות ובו רכיב בלוטות' שמתחבר לטלפון הסלולרי שלה, ומאפשר לה למצוא במהירות את המפתחות. מחזיק המפתחות "מחפש המפתחות" חוסך זמן, מפחית לחץ ומייתר את הטרחה שבחיפוש אחר מפתחות אבודים.



מעקב אחר אורח חיים בריא

חפצים: טלפון סלולרי, מחזיק מפתחות, תיק ועט

רון רצה לשפר את בריאותו והכושר הגופני שלו, אבל התקשה להתמיד ולעקוב ביעילות אחר ההתקדמות שלו. הוא פיתח אפליקציה שמסתנכרנת עם שעון הכושר שלו וכוללת יומן דיגיטלי לרישום הפעילויות היומיומיות והמטרות שלו. האפליקציה כוללת גם מחזיק מפתחות ותא בתיק לשמירה על החפצים החיוניים שלו מסודרים במהלך האימונים. אפליקציית "מעקב אורח חיים בריא" עוזרת לאנשים כמו רון לנהל חיים בריאים יותר על ידי מתן מוטיבציה, יכולות מעקב וארגון לשמירה על הכושר הגופני שלהם.

מלווה אישי

חפצים: טלפון סלולרי, מחזיק מפתחות, תיק ועט

איתמר חשש לביטחונו האישי כשהלך לבדו בלילה וחיפש דרך נוחה להרגיש בטוח יותר. הוא המציא מחזיק מפתחות חכם שכולל כפתור מצוקה המקושר לטלפון שלו, תא לאחסון אמצעי בטיחות אישיים ועט לצרכי הגנה עצמית. מחזיק המפתחות מספק תחושת ביטחון וגישה מהירה לאמצעי הגנה. המלווה האישי משפר את תחושת הביטחון האישי והשקט הנפשי עבור אנשים כמו איתמר, במיוחד במצבים שעשויים להיות לא בטוחים.