**חדשות טובות- מערך העמקה שני**

**רכישת מיומנויות**

נושאים במערך זה:

-מה הנושא של הקמפיין הקבוצתי שלנו?

-מהו מסר ואיך הוא עובד?

-קמפיינים שונים בעולם, בחירת המסר הקבוצתי שלנו.

-מהי ויראליות ואיך נוכל להשתמש בה בקמפיין שלנו?

רעיון ויזואלי לקמפיין שלנו, איך מעבירים מסר לתמונה?

-איך משתמשים בעריכה ובקומפוזיציה?

-מהו קהל יעד ומה קהל היעד שלנו לקמפיין?

רציונל המערךמה זאת היוריסטיקה ואיך משתמשים בה?

רצף הפעולות של המיומנויות עוסק בכישורים חשובים הנוגעים לפרסום אבל גם לחיי היום יום. בין

הכישורים שנלמד נמצאים זוויות-צילום, שימוש במסרים ובניית מסר משכנע, מושג הויראליות והסבר

על איך הוא פועל וטכניקות שכנוע שניתן להשתמש בהם בחיי היום-יום. במהלך הפעולות האלה

אמורה הקבוצה לקבל החלטות הנוגעות לקמפיין הקבוצתי, בכל פעם לפי הנושא של הפעולה

שבחרתם להעביר. אנחנו ממליצים להכין דף תכנון קמפיין שאותו תתלו על הקיר ותוכלו לרשום עליו

רעיונות שעולים לחניכים במהלך הפעולות, בשביל שלא תשכחו כלום כשיגיע הזמן להוציא לפועל את

הפרויקט

**פעילות מספר 1 -נושא לקמפיין**

מטרות:

1 .לעורר מוטיבציה לפרויקט בקרב הקבוצה.

2 .בחירת נושא לקמפיין הקבוצתי.

הצעה למשחק- רגליים עיניים: (10 דק')

כל החניכים עומדים במעגל. המדריך אומר "רגליים רגליים עיניים" במילה "רגליים" כל חניך מסתכל על

הרגליים של חניך אחר במעגל. וכאשר המדריך אומר: "עיניים", עליהם להרים את עיניים למעלה – לכיוון

העיניים של החניך שהסתכלו על הרגליים שלו. שני חניכים שיצרו קשר עין מתחילים תחרות, על כל חניך לרוץ

מחוץ למעגל ולתפוס את המקום של החניך שאיתו יצר קשר עין, החניך שהפסיד בתחרות עם החניך שאיתו יצר

קשר עין, נפסל.

מהלך הפעילות: (30 דק')

נפתח בשאלה לקבוצה: איך אפשר להשפיע על משהו גדול כמו מדינת ישראל שאנחנו קטנים כל כך?

מעגלים-

מציגים לחניכות דף מלא בעיגולים אחד בתוך השני, כאשר בעיגול הפנימי ביותר רשום "אני" ובחיצוני ביותר

נכתוב "מדינת ישראל". ביחד כקבוצה, החניכות יצטרכו לחשוב ולהשלים את המעגלים בין לבין בקבוצות שבהן

הם נמצאות בסדר עולה (לדוג': בית, בית נוער, כיתה, עיר\יישוב, מחוז וכו').

גרף אנושי-

נבקש מהחניכים לעמוד בשורה ונקריא להם בעיות שקיימות בארץ. בכל פעם שנקריא בעיה, חניך שמפריע לו

מה שהקראנו צריך לקחת צעד קדימה. נעצור מדי פעם לשאול חניך למה הוא התקדם\ לא התקדם, כמה

מפריע לו מה שהקראנו (קצת\הרבה)? מה הוא היה עושה בשביל לשנות את זה?

נספחים- בעיות במדינת ישראל.

ציוד: דף גדול, שעליו מצוירים הרבה עיגולים.

טקסט: (10 דק')

מקריאים לחניכות את הטקסט "איך לתקן את העולם?"

אחרי ההקראה דנים עם שאלות מנחות:

מה חשבתן על הסיפור? אתן מסכימות עם המסר שלו?

איך אפשר לעשות משהו כמו לתקן אנשים?

יש קשר לדעתכן בין המסר של הסיפור לבין הפרויקט שלנו?

נספחים: הטקסט "איך לתקן את העולם?"

בחירת נושא - 15 דק'/ 20 דק'

\* בוחרים נושא לקמפיין ורושמים אותו בדף הקבוצתי. כללים [לניהול דיון](https://business-excellence.co.il/blog/228-brainstorming) בסגנון סיעור מוחות שמאוד

מתאים לבחירת נושא על ידי כלל הקבוצה. כלי גרפי לניהול [סיעור מוחות](https://brancoweiss.org.il/article/%D7%A1%D7%A2%D7%95%D7%A8-%D7%9E%D7%95%D7%97%D7%95%D7%AA-%D7%9B%D7%AA%D7%95%D7%91/).

סיכום: (10 דק')

ראינו היום שלא קל להשפיע על משהו גדול כמו מדינת ישראל הגדולה בזמן שאנחנו כל כך קטנים. אבל, ראינו

גם שיש הרבה מעגלים קטנים יותר בתוך המדינה שעליהם אנחנו יכולים להשפיע ביותר קלות. בהמשך

הפעולות נחשוב על קמפיין שהמטרה שלו היא להגיע לכמה שיותר מעגלים כאלה ולחולל בהם שינוי.

**פעילות מספר 2 -מסר (פרסומות)**

מטרות:

1 .הקבוצה תלמד מהו מסר.

2 .הקבוצה תלמד איך ניתן להשתמש במסרים.

הצעה למשחק- תן שלוש: (10 דק')

נעמדים כל הקבוצה במעגל רחב כאשר חניכה אחת עומדת באמצע. כל שאר הקבוצה מושיטה את הידיים

קדימה ומחכה שהיא תבחר למי לתת כיף. לפני שהחניכה נותנת כיף לאחד מהחניכים העומדים בקבוצה עליה

לאמר בקול רם: "תן שלוש..." ולאחר הכיף לאמר קטגוריה מסוימת שבה החניך שקיבל את הכיף צריך לאמר

שלושה דברים (למשל: שלושה מאכלים שיש בבית נוער) בזמן שהוא בורח מהחניכה שעמדה באמצע בסיבובים

מחוץ למעגל. אם הוא הצליח, החניכה שעמדה באמצע נפסלה והוא תופס את מקומה. אם הוא לא הצליח, אז

אותו החניך נפסל והחניכה שבאמצע ממשיכה לסיבוב נוסף.

מהלך הפעילות: (40 דק')

מחיאות כפיים-

יושבים כל הקבוצה בחדר כאשר חניך צריך לצאת מחוץ לחדר. שאר הקבוצה בוחרת משימה שהחניך צריך

לבצע (להרים חפץ כלשהו, לשבת ליד אחד החניכים או כל דבר אחר שלא יהיה מורכב מדי). החניך חוזר לחדר

כאשר המטרה שלו היא לבצע את המשימה שבחרו עבורו מבלי לדעת מה היא. אסור לחניכים לדבר או לתת

רמזים לחניך שיצא החוצה. הדבר היחיד שהקבוצה יכולה לעשות הוא למחוא כפיים : כאשר החניך מתקרב

לביצוע המשימה, אפשר למחוא כפיים בעדינות כאשר החניך עושה צעד קטן בכיוון הקרוב, ובחוזקה כאשר הוא

קרוב לביצוע המשימה. אפשר לבצע כמה סבבים בשביל שכמה חניכים יקבלו הזדמנות לשחק.

אחרי המשחק נשאל את החניכים, מה גרם להם להתנהג בצורה מסוימת?

איך ידעו לבצע את המשימה אפילו בלי דיבורים?

ציידי הפרסומות- נפתח את המשחק במחשב, ונמצא ביחד עם החניכות פרסומות חבויות בעמודים שונים

באינטרנט. המטרה היא להראות להן שאנחנו מוקפות במסרים שונים כל הזמן. [קישור למשחק](https://www.galim.org.il/lifestyle/unit/%D7%A6%D7%99%D7%99%D7%93%D7%99-%D7%94%D7%A4%D7%A8%D7%A1%D7%95%D7%9E%D7%95%D7%AA/0?lang=he)

מיהו קופירייטר?

נשאל את החניכים האם מכירים את המקצוע קופירייטר ומה הם יודעים עליו.

לאחר מכן, נקריא לקבוצה סיפור שבתוכו משולבים סלוגנים של חברות שונות, החניכים יצטרכו לנסות ולזהות

כמה שיותר סלוגנים ולאיזה מוצר הם שייכים.

לאחר מכן נקריא להם את ההגדרה של קופירייטר.

קופירייטר- אדם שתפקידו לנסח ולפרסם מסרים עבור חברות ומוצרים, בשביל שימכרו יותר.

נספחים: סיפור עם סלוגנים חבויים.

סיכום: (10 דק')

אנחנו מוקפים במסרים בכל מקום שאנחנו נמצאים בו וחשוב שנהיה מודעים לזה!

למדנו היום שיש אנשים שכל המקצוע שלהם הוא למצוא את המסר הנכון בגלל שיש לו המון השפעה. בפעולה

הבאה אנחנו נסתכל על מסרים מקפמיינים שונים וניצור את המסר שלנו.

**פעילות מספר 3 -קמפיינים שונים**

מטרות:

1 .הקבוצה תלמד על קמפיינים שונים בעולם.

2 .הקבוצה תבחר את המסר הקבוצתי לקמפיין שלה.

הצעה למשחק- כיסא פנוי: (10 דק')

מפזרים בחלל כסאות כמספר החניכות, ועוד כסא אחד ריק. בוחרים מתנדבת אחד שתעמוד. המתנדבת

צריכה ללכת עקב בצד אגודל, ולהתיישב על הכסא הפנוי. שאר הקבוצה מנסה להקשות ולעכב אותה, ע"י לקום

ולהתיישב בכסא שהיא בדרך אליו. אבל כשאחד קם, הוא מפנה את הכסא שלו. כאשר החניכה מצליח להתיישב

בכיסא ריק, החניך שנשאר עומד מחליף אותו. מומלץ גם להחליף חניכים באופן עצמאי עם המשחק מתעכב.

מהלך הפעילות: (20 דק')

התמסרות בכדור-

מתמסרים כל החניכים בכדור שעליו מודבקים הפוכים פתקים שעליהם רשום המסר המרכזי של הקמפיינים

השונים שעליהם נסתכל בפעילות. נשחק עם הכדור את המשחק 21 מסירות, כאשר בכל פעם חניך שמצליחים

להגיע ל-21 מסירות (או פחות, לשיקולכם) נחשוף את אחד מהמסרים, נקרא אותו ונשמור אותו להמשך

הפעילות.

מה הופך מסר למסר טוב-

בכל פעם נציג לחניכים שתי גרסאות שונות של אותו המסר, כאשר באחת מהגרסאות יש בעיה מסוימת (המסר

ארוך מדי, לא ענייני, לא משכנע וכו'). אחרי כל פעם, נשאל את החניכים מה מהגרסאות הייתה יותר משכנעת,

ומה הבעיה בגרסה הפחות משכנעת. מהתשובות שלהם ננסח את המרכיבים למסר טוב.

נספחים: המסרים המרכזיים של הקמפיינים, גרסאות שונות של אותו המסר.

מצגת: (20 דק')

נסתכל ביחד עם החניכים, על מצגת עם קמפיינים חברתיים שונים שהובילו לשינויים בעולם. ננתח את הקמפיין

בכל פעם וננסה להבין מה היה מוצלח בו באמצעות שאלות מנחות.

למה לדעתכם המסר שלהם היה יעיל, מה גרם לו להגיע להרבה אנשים?

איך הצליחו הקמפיינים להשפיע ולשנות בעולם?

מה אפשר ללמוד מהקמפיינים האלה וליישם גם בקמפיין שלנו?

מה לדעתכם אפשר לשפר בקמפיינים שראינו?

נספחים: מצגת עם קמפיינים שונים.

סיכום: (10 דק')

היום ראינו קמפיינים שונים ונחשפנו למסרים שונים, יש הרבה דברים שהופכים מסר לטוב יותר או פחות ובגלל

שיש המון מסרים, חשוב ששלנו יהיה טוב במיוחד בשביל שיתבלט ולא יילך לאיבוד. בדקנו היום יחד מה הופך

מסר לטוב, עכשיו נשתמש בדברים האלה בשביל לנסח את המסר שלנו ולהחליט מה הוא יהיה.

\* אחרי שנבחר מסר, נוסיף אותו אל הדף הקבוצתי, מומלץ להוסיף גם טיפים שלמדתם מהקמפיינים האחרים.

**פעילות מספר 4 -ויראליות**

מטרות:

1 .הקבוצה תלמד מהי ויראליות.

2 .הקבוצה תחשוב על דרכים להפוך את הקמפיין שלה ליותר ויראלי.

הצעה למשחק- אמבה: (10 דק')

החניכים הולכים בחדר באקראיות וכאשר שני חניכים עומדים אחד מול השני הם משחקים אבן נייר ומנצח,

החניך המפסיד "נדבק" בוירוס של החניך המנצח ומתחיל ללכת מאחוריו. ככה בכל פעם החניך המנצח לוקח

את החניך המפסיד ואת מי שהולך איתו ו"מדביק אותם" בוירוס שלו. המנצח הוא החניך האחרון שמנצח

במשחק אבן נייר ומספריים, ו"מדביק" את כל שאר הקבוצה.

מהלך הפעילות: (30 דק')

זיהוי שירים-

נחלק את החניכות לשתי קבוצות. בכל פעם נשמיע את כמה שניות ראשונות של שירים מוכרים ולהיטים, בכל

פעם הן יצטרכו לנחש איזה שיר הן שומעות, הקבוצה שתצליח בפעם הראשונה תזכה בנקודה. בסוף הפעילות

הקבוצה עם הכי הרבה נקודות תנצח.

לאחר מכן נשאל: איך זיהיתן את השירים? איך זה שכולנו מכירות אותם?

בימוי סרטונים-

ניתן לחניכים להשתמש בטלפונים ובקבוצות קטנות נשלח אותם לביים סרטון ויראלי. הסרטון יכול להיות סרטון

פספוסים, סרטון עם בדיחה כלשהי או כל דבר אחר שהם חושבים שיכול להפוך לויראלי. לאחר מכן נתכנס כל

הקבוצה ונראה את הסרטונים ביחד.

נספחים: הצעות לשירים.

סרטון: (10 דק')

רואים את הסרטון [מסיבת ריקודים](https://www.youtube.com/watch?v=GA8z7f7a2Pk) ביחד עם הקבוצה ולאחר מכן מנתחים אותו.

מה ראינו בסרטון?

מה אהבתם בסרטון, נהניתם ממנו?

למה לדעתכם כולם הצטרפו לאיש האחד שרקד?

מי לדעתכם יותר חשוב בשביל המסיבה, הראשון שהתחיל לרקוד או השני שהצטרף אליו?

לאחר מכן מקריאים לקבוצה את ההגדרה של ויראליות, ומנסים להבין יחד מה הופך משהו לויראלי ומה מזה

אפשר לאמץ בשביל הקמפיין שלנו.

ויראליות-

דבר המתפשט במהירות ומגיע להרבה מאוד אנשים באמצעות הפצה באינטרנט, ובמיוחד ברשתות חברתיות.

גיבוש טקטיקה לויראליות הקמפיין הקבוצתי 15-10 דק'

\* חושבים על דרכים להפוך את הקמפיין ליותר ויראלי ורושמים אותם על הדף הקבוצתי.

סיכום: (10 דק')

למדנו היום על ויראליות וראינו שיש כמה דברים שהופכים משהו לויראלי. למשל אם המסר קליט כמו בשיר,

מצחיק, מרגש או שהצלחנו לתעד רגע נדיר. אם אנחנו רוצים שהקמפיין שלנו יגיע להרבה אנשים חשוב

שנחשוב על דרכים להפוך אותו לויראלי.

**פעילות מספר 5 -רעיון ויזואלי**

הצעה למשחק- כיסאות נופלים: (10 דק')

מסדרים את החניכים במעגל , כך שכל אחד מהם אוחז בכיסא הנוטה על שתי רגליו הקדמיות בלבד, כך שאם

יעזבו אותו, ייפול. למחיאת כף שלך, על כל החניכים לעבור לכיסא אחד ימינה מספיק מהר כדי לתפוס אותו

לפני שייפול. שתי מחיאות כפיים: עוברים שמאלה לפני שייפול. שלוש מחיאות כפיים: עושים סיבוב ותופסים את

אותו כסא.

ציוד: כיסאות כמספר החניכות.

מהלך הפעילות: (40 דק')

חידון אייקונים-

מראים לחניכות אימוג'ים ונותנים להן לנחש את המשמעות של משפטים המורכבים מאימוג'ים. המטרה היא

להראות לקבוצה באיזה קלות אנחנו מזהות סמלים מסוימים, ויכולות להבין מסר של אפילו כמה משפטים

מתמונה אחת.

חידון לוגואים למותגים-

נראה לחניכים כתבה שבה מוצגים לוגואים של חברות שונות, בכל פעם ניתן לקבוצה לנחש את הלוגו. אחרי

שהחניכים ניחשו, נראה להם בכל פעם את המסר הסודי החבוי בלוגו (הפירוט על כל סוד נמצא

בכתבה).-[הכתבה לוגואים](https://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-4607944,00.html)

עבודה עצמאית-

מחלקים את הקבוצה לשלוש קבוצות וכל קבוצה מקבלת, מבלי שהאחרות רואות, סיפור קצר שהיא צריכה

להציג באמצעות תמונות בלבד. כל קבוצה יוצאת לצלם את התמונות ולאחר שסיימו מתכנסות כל החניכות

למליאה, וכל קבוצה מציגה את התמונות שלה. בכל פעם על שאר הקבוצות לנסות ולהבין את הסיפור

באמצעות התמונות בלבד.

ציוד: מחשב, מקרן.

נספחים: חידון פתגמים באימוג'ים.

תכנון נראות של הקמפיין - הבריף, 15-10 דק'

\*אפשר לתכנן על הדף מה ייראו על המסך בקמפיין, ואפילו לתת לחניכים לצייר רעיונות לתמונות שיהיו

בקמפיין.

סיכום: (10 דק')

למדנו היום על החשיבות של המסר הויזואלי, חשוב שנזכור שבשביל להעביר מסר מה שרואים חשוב לא פחות

ממה ששומעים\קוראים. בשביל שהמסר שלנו יהיה משכנע ויגיע להרבה אנשים, עלינו לחשוב גם על מה אנחנו

אומרים וגם על מה הקהל ייראה.

**פעילות מספר 6 -עריכה וקומפוזיציה**

מטרות:

1 .החניכים ילמדו על קומפוזיציה ועריכה.

2 .החניכים יבינו את ההשפעה של אלו הקמפיין שלהם.

הצעה למשחק: (10 דק')

נחלק את הקבוצה לשתי תתי-קבוצות ונעמיד כל תת קבוצה בשורה ככה שיהיו אחד מול השני. נבקש משורה

אחת לעצום עיניים ומהקבוצה השנייה בזמן הזה לשנות דברים בלבוש\מראה שלהם. אחרי שסיימו נאמר

לשורה הראשונה לפקוח את העיניים וכל חניך יצטרך למצוא כמה שיותר הבדלים אצל החניכה שמולו. אחרי

שנגמר הסיבוב נחליף תפקידים.

מהלך הפעילות: (30 דק')

קומפוזיציה-

נציג לחניכות כתבה, שבה מוצגות תמונות מזוויות שונות של אותו הדבר.

בכל פעם נציג לחניכות את התמונה הראשונה, ונשאל אותן מה הן רואות, ולאחר מכן נראה להן את התמונה

השנייה. אפשר לבחור אחת משתי הכתבות האלה או להציג קצת מכל אחת.

מקומות בעולם מזוויות שונות אנשים מזוויות שונות

עבודה עצמאית-

נחלק את החניכים לזוגות\ שלשות ונשלח אותם למשימה. על כל תת-קבוצה לצלם את התמונה פעמיים,

מזוויות שונות, ככה שבכל פעם תתקבל משמעות אחרת. אחרי הביצוע של המשימה נתכנס למליאה וכל

זוג/שלשה יציג את התמונות שלו.

ציוד: מחשב, מקרן.

סרטון: (10 דק')

נראה לחניכים סרטון שמציג שיטות שבהן משתמשים פרסומאים על מנת לגרום לאוכל להיראות טוב יותר

בפרסומות. [קישור לסרטו](https://www.youtube.com/watch?v=9k7PJoNAXkk)ן (מומלץ להראות רק את ה-5 דק' הראשונות)

מה אתם חושבים על הסרטון? איך הוא גורם לכם להרגיש?

יש כאלה שהסרטון מדאיג אותם?

אחרי שראיתם את הסרטון, אתם חושבים שיש לעריכה הרבה השפעה על הצופים או שלא כל כך?

ציוד:מחשב, מקרן.

סיכום: (10 דק')

למדנו היום שלא תמיד מה שאנחנו רואים על המסך זה כל הסיפור, הרבה פעמים יש למה שאנחנו לא רואים

את אותה החשיבות כמו מה שאנחנו כן רואים במסך, וזוויות שונות של אותה התמונה יכולות לספר סיפור שונה

לגמרי. שאנחנו מצלמים\עורכים\מעצבים את הקמפיין שלנו חשוב שנחשוב על הזווית והעריכה שתעזור לנו

להשיג את מה שאנחנו רוצים.

**פעילות מספר 7 -טרגוט וקהל יעד**

מטרות:

1 .הקבוצה תלמד מהו קהל יעד.

2 .הקבוצה תבחר את קהל היעד שלה לקמפיין.

הצעה למשחק-התגנבות: (10 דק')

יוצאים לשטח פתוח שבו מדריך מפנה את הגב לחניכים וסופר עד 10 לתת להם זמן להסתתר. המטרה אחרי

שהוא מסתובב היא להתקרב למדריך כמה שיותר בלי שהוא יתפוס אותך. מי שהמדריך רואה נפסל. החניך

שהצליח להתקרב הכי הרבה ניצח. אפשר פה ושם לעצום את העיניים ולספור עד 5 עם הכרזה מראש בשביל

לתת להם הזדמנויות להתקדם.

מהלך הפעילות: (30 דק')

תפיסת כדור עם מגבלות-

נציג לחניכות כדור ונאמר להן שהמשימה שלהן בכל פעם היא לתפוס אותו. ניתן לחניכות מגבלות שונות

(מהנספחים), ובכל פעם נשים את הכדור במקום שבו חלק מהחניכות לא יכולות להגיע אליו.

למשל: ניתן לחלק מהחניכות את ההגבלה ללכת רק על הברכיים ונשים את הכדור במקום גבוה באחד הסבבים.

הצעות למגבלות: קפיצה על רגל אחת, הליכה על הברכיים, הליכה עם כיסוי עיניים, הליכת מריצה וכל דבר

שתרצו להוסיף!

בכל פעם נשאל את החניכים שלא יכלו להגיע אל הכדור, מה הם חשבו על הפעילות. האם היא הייתה מתאימה

להם ואם לא מה היו משנים בה?

תמונות שונות לקהלים שונים-

נציג לחניכים תמונות שונות (מהנספחים), בכל פעם החניכים יצטרכו להגיד מה הם מבינים מהתמונה, ולמי

לדעתם היא מיועדת.

סיטואציות-

נציג לחניכות מטרה, משהו שהן צריכת שיקרה בבית נוער. בכל פעם יעלו חניכות שונות וינסו לשכנע את

המדריכ.ה במטרה שלהן. בכל פעם, המדריכ.ה ישחקו דמות אחרת שאותה יצטרכו החניכות לשכנע. בפעם

אחת המדריכ.ה יעמידו פנים שהם חניך אחר בבית נוער, בפעם אחרת ישחקו המדריכ.ה את עצמם ובפעם

נוספת ישחקו את מנהל.ת הבית נוער. ככה שלמשל אם המטרה היא לדאוג שיהיה שקט בכינוס, בכל פעם

החניך שיעלה יצטרך להתאים את הפנייה שלו למי שעומד מולו.

הצעות למטרות- יותר שקט בכינוס, שהחניכים ישאירו את הכיור נקי, כדורגל בית- נוערי בהפסקה.

ציוד: כדור.

נספחים: תמונות לקהלי יעד שונים.

הגדרת קהל היעד של הקמפיין הקבוצתי 15-10 דק'

בחשיבה משותפת חושבים על קהלי יעד שרוצים להגיע אליהם. כדאי לחשוב גם על קהלי יעד מאוד

מצומצמים וגם על קהלי יעד מאוד רחבים.

סיכום: (10 דק')

אחד הדברים הכי חשובים בקמפיין הוא להתאים את קהל היעד לקמפיין שלנו. חשוב שנחשוב, על מי אנחנו

רוצים להשפיע? למי אנחנו מתאימים את הקמפיין שלנו ואיך? (מבחינת מראה, ניסוח, כמות של מידע וכל דבר

אחר). אם נדע לבחור את קהל היעד שלנו ולהתאים את הקמפיין אליו, הקמפיין שלנו יוכל להשפיע הרבה יותר.

**פעילות מספר 8 -הנעה לפעולה ושכנוע**

מטרות:

1 .הקבוצה תלמד על טכניקות שכנוע שונות.

2 .הקבוצה תשתמש באחת מהטכניקות או יותר בקמפיין שלה.

הצעה למשחק- המטאטא: (10 דק')

עומדים במעגל. המדריכה מחזיקה מטאטא במרכז ואומרת שתי מילים שהאותיות הראשונות בהן זהות

לאותיות הראשונות בשם הפרטי והמשפחה של אחד החניכים. על אותו חניך לנסות לתפוס את המטאטא. אם

המדריכה הצליחה לצאת מהמעגל לפני שהחניך תפס את המטאטא, הוא נפסל. אם הוא הצליח, הוא אומר את

שתי המילים הבאות וככה הלאה והלאה.

מהלך הפעילות: (40 דק')

בפעילות נעסוק בסוגים שונים של היוריסטיקות (טכניקות שכנוע), בכל פעם נעשה משימה מסוימת עם הקבוצה

ואחריה נסביר להם על טכניקת השכנוע שבה עסקה המשימה.

נתונים- החניכות יצטרכו לעשות פרסומת לבית הנוער שמשכנעת חניכות.ים חדשים להירשם בשימוש בכמה

שיותר נתונים (בבית נוער יש X חניכים, הם באים לבית נוער כל יום לY זמן, כמה חדרים יש, כמה פעילויות בשנה

וכל דבר אחר שתחשבו עליו).

פחד- נכין מראש תרופה מסתורית (מים עם צבע מאכל, מיץ פטל ודברים דומים). בכל פעם זוג חניכים אחר

יעלה וינסה לשכנע את המדריך לשתות באמצעות הפחדה ואיומים (מי שלא שותה את התרופה חולה במחלות

בבטן, לא לשתות את התרופה יכול לגרום לבעיות זיכרון ועוד).

המומחה- אפשר להביא מראש חלוקים ומשקפיים בשביל ההצגה, כל כמה חניכות יבחרו חפץ אקראי בבית נוער

(יכול להיות עיפרון, ספר, כוס מים או כל דבר אחר) וימציאו לו שימוש חדש. אחרי זה יצטרכו להציג לכולם את

החפץ שלהן בתור מומחיות (רופאים, המדענים שפיתחו את החפץ וכו').

המניע- כל חניך רושם על פתק שאיפה\ משהו שהוא רוצה שיקרה לו. המדריך לוקח חפץ אחד ובכל פעם

מסביר איך אפשר יהיה להשתמש בו בשביל להשיג את מה שרשום בפתק. אפשר לתת גם לחניכים יצירתיים

לנסות בתורם.

\*זה המקום להמציא סיפורים מצחיקים ולא מציאותיים! תעופו על זה.

ציוד: מים עם צבע מאכל\פטל, חלוקים ומשקפיים, פתקים וכלי כתיבה.

'דק 10-15 ,

שכנוע בקמפיין הקבוצתי

\*נרשום על הדף המלווה טכניקות שנרצה להשתמש בהם בקמפיין, על מנת להפוך אותו ליותר משכנע.

סיכום: (10 דק')

למדנו היום על שיטות שכנוע שונות שנוכל להשתמש בהם בקמפיין שלנו. חשוב שנעודד אנשים לפעול בצורה

מסוימת כדי שנוכל ליצור שינוי, ואם נשתמש באחת מהטכניקות האלה יכול להיות שהם יעזרו לקמפיין שלנו

להיות יותר משכנע.