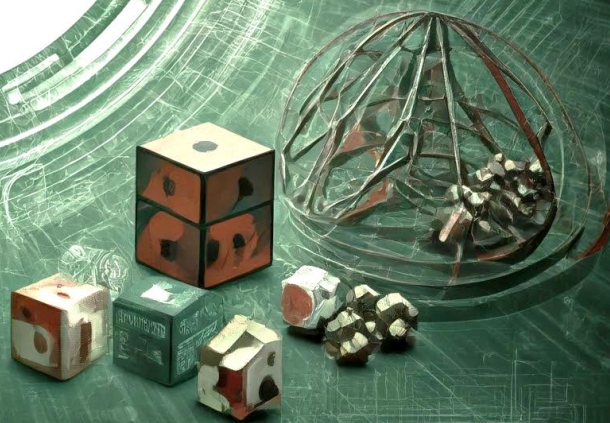




# איך הופכים תוכן לחוויה?

איילת כהן צדק  
דמיון הפקות



# יצירת תוכן כחוויה באירוע

ממאות סקרים ששאלתי קהל מדוע הגעת לאירוע, כמעט כל התשובות הסתכמו בשלוש סיבות -

- 1- חוויה
- 2- נטוורקינג
- 3- תוכן

תתפלאו, תוכן הוא במקום השלישי! בניגוד למה שכולם חושבים בד"כ.

לאירוע מוצלח כדאי לתת תשומת לב לשלושת הגורמים האלו שחייבים להיות באירוע ברמה גבוהה

אני רוצה להתמקד בספרון זה בנושא החוויה

זה מאוד אמורפי – החוויה

אבל מתוך כל התוכן שמועבר באירוע נקלט רק כ-75% ממנו אצל הקהל

לאחר שבוע מהאירוע פחות מ-50% מהתוכן שנקלט נשאר

וככל שנתרחק מהאירוע, ירדו האחוזים, יישארו כמה אסימונים טובים שנפלו לנו באירוע, ולבסוף אולי רק רעיון טוב 1 או שניים ששמענו יישארו איתנו, וזה במקרה הטוב.

מה בכל זאת נשאר הרבה זמן?

"איך היה לי באירוע", "איך הרגשתי", "כמה צחקתי", "איך התרגשתי" ...

בסוף, רוב הזיכרונות מהאירוע מסתכמים בתחושות ולכן, יש ליצור כמה שיותר חלקים מן התוכן באופן שהוא חוויתי

אם התוכן חוויתי:

- 1- הקהל נהנה יותר
- 2- הקהל משתתף, מזדהה ומתחבר יותר אליך ואל העסק שלך
- 3- התוכן שמועבר נספג יותר טוב ולאורך יותר זמן
- 4- יש יותר מכירות (גם באירוע הזה, וגם לאירוע הבא)

אז איך עושים את זה טוב יותר?

הנה שיטות נפלאות שאספתי והשתמשתי בהן...

# שיטה 1 להפיכת התוכן לחוויה – תמה

לוקחים את האירוע וחושבים: האם אפשר להוסיף לזה סטייל? סגנון? איזשהו נושא מדליק, שמתאים לאירוע ויוסיף לו  
למה תמה לאירוע זה טוב לנו? –

- מחדד לנו מסר מרכזי (אמרנו- תוכן נספג טוב יותר אם זה יותר חווייתי)
- מוסיף ייחוד (אירועים מושקעים ומיוחדים קהל מעריך ואוהב)
- טוב שיווקית! (מייצר תמונות משהו משהו...)

דוגמאות לתמות:

- אירועים נוצצים: אירוע אוסקר / שטיח אדום / קזינו / ראליטי / טלוויזיה...
- שנות ה-30 / 40 / 50 / 60 / 70 / 80...
- חלל / עתיד וטכנולוגיה / טייסים / מכוניות / מירוץ
- תקופות: ימה"ב / יוון ורומא העתיקות / אדם קדמון / מערב פרוע / מצריים...
- צבעים: אדום / כחול / צהוב...
- קומיקס / עיתון / חדשות / בחירות...
- ג'ונגל / חיות: זברה / טיגריס / חתול...
- מדינות: צרפת / איטליה / ארה"ב / הוואי / לטיני / מקסיקו ...
- מסתורין / שרלוק הולמס ועוד... ועוד... ועוד...

נכון שהתחלת לחשוב על רעיונות מדליקים איך לשלב את זה באירוע שלך?

נכון שגם מיד עלה לך למה זה משוגע מדי? ואולי לא מתאים לסדנא כמו שלך?

נסו לפתוח את הראש, כדאי להישאר גמישים לרעיונות, כך מגיעה יצירתיות ☺

לוקחים תמה שמתאימה לנו ומשלבים אותה בכל האספקטים של האירוע: בגרפיקה, בבחירת המקום, בקישוט ודקורציה, באוכל, במוסיקה, בתוכן וכו'...

יש אירועים שבהם זה מאוד יתאים ויש פחות

לדעתי – כמעט כל אירוע אפשר לשלב בו תמה שמתאימה לו וזה לא חייב להיות משתלט, זה יכול להיות עדין ובטוב טעם, מה שחשוב הוא: לתת לזה תשומת לב באירוע עצמו, לדבר על זה, להסביר את הקשר ואת הבחירה שלנו

תמה טובה נשארת בזיכרון של הקהל הרבה זמן אחרי האירוע, היא משאירה חותם

וזה בדיוק אפקט **WOW** שכולם מדברים עליו ולא יודעים לשים עליו אצבע... ☺

## שיטה 2 להפיכת התוכן לחוויה – גיוון בהגשת התוכן

אחרי שבנינו פחות או יותר את התוכן שאנו רוצים להעביר באירוע

כדאי לעבור על התוכן ולראות כיצד ניתן לעורר אותו יותר

כדאי לנו לוודא כי יש גיוון בצורות הגשת החומר

כלומר:

- מצגת, אבל לא סתם יבשה - משולבת עם תמונות מצחיקות
- להכניס שאלות ותשובות עם הקהל, זה מעורר ומאפשר לקהל לקחת חלק
- מרצים אורחים / פאנל מומחים
- סרטונים מצחיקים / מרגשים / מפתיעים
- חידה לקהל / משימה לביצוע / חלוקת דפי עבודה / מופע
- ראיון על הבמה של אורח / של משתתף מהקהל
- עבודה בקבוצות / שלישיות / זוגות...

ועוד... ועוד.... ועוד...

הנקודה החשובה היא לבדוק שהתוכן לא מועבר בצורה יבשה ודומה לאורך האירוע, הקשב של קהל מתחיל גבוה וצונח ככל שההרצאה נמשכת, גיוון נכון, מרים את הקשב של הקהל כל פעם ושומר עליו עירני, כך נספג התוכן טוב יותר ומשאיר זיכרון של עניין בקהל.

בסדנאות מרתוניות של יומיים-שלושה יש ימים ארוכים של תוכן וחוויות עד שעות הערב, היה אפשר לצפות שלקהל לא יהיה כוח והוא יצא תשוש מהיום, וקרה בדיוק ההיפך, היה גיוון מאסיבי של פעילויות משולב בתוכן, לא רק שהסדנאות היו הצלחה מסחררת, הקהל שיצא היה באנרגיות שיא, ויש מי שחזרו למחרת ליום הבא של הסדנא וסיפרו שכמעט לא נרדמו בלילה מרוב התרגשות...

☺ כדאי לצאת מהאזור הבטוח והמוכר למקום חדש, זה בטעות יכול להצליח ☺ לא לפחד לגוון

## שיטה 3 להפיכת התוכן לחוויה – כמה שיותר חושים!

באירוע, בד"כ פועלים מעט חושים ובצורה בסיסית ביותר, הקשב שלנו כקהל הולך ויורד ככל שההרצאה מעמיקה.

גיוס כמה שיותר חושים לספיגת התוכן יעזור לנו בהעברת התוכן טוב יותר, זיכרון חושי הוא כלי רב עוצמה ונשאר לזמן רב, לפעמים לכל החיים...

ולכן, אנו עוברים על האירוע שלנו ובודקים:

איזה עוד חושים ניתן לעורר כאן ואיך?

ראייה – מצגת, רולאפים, דגלים, וילונות, אור, צבע, כיסוי עיניים...

שמיעה – מוסיקה, צלילים, מחיאות כפיים, קולות, לחישה...

מישוש – להחזיק ידיים, מסז', מתיחות, לצייר, לצבוע, לגעת בחומרים...

טעם – חמוץ, מתוק, מר, מלוח, חריף, לטעום – שוקולד, אלכוהול...

ריח – קטורת, מדורה, ספריי, אקליפטוס, בושם, לחם נאפה, פרחים, קינמון, אוכל...

החוש הכי מקופח באירועים בד"כ זה חוש הריח

ודווקא הוא, יוצר זיכרון סנסורי מדהים

ריח שהרחנו בילדות, יכול לחזור אלינו פתאום באמצע החיים ולהזכיר לנו...

השימוש בחושים הוא ספר בפני עצמו ויש עוד המון מה לפתח בנושא זה

הייתי רק רוצה להזכיר את הכלי האדיר הזה

להזכיר להשתמש בו...

## שיטה 4 להפיכת התוכן לחוויה – הפעלות

ככל שהקהל יהיה שותף באירוע הוא יותר ייהנה, יותר יזכור, יותר ירוויח!  
בנוסף לגיוון בצורות ההגשה - בכל סשן / הרצאה להכניס לפחות 2-3 הפעלות

- ריקוד חופשי
- ריקוד "רכבת"
- מדיטציה / דמיון מודרך
- סימולציה
- מס'זים
- שירה
- פעילות עם מחיאות כפיים
- פעילות עם קול
- קאנון
- פעילות עם מגע
- פעילות תנועה
- חרוזים
- אסוציאציות
- הליכות
- מתיחות...

יש אינסוף להפעלות מדליקות שאפשר לשלב במהלך אירוע, שגם יתרמו לתוכן וגם יעוררו עניין ויהפכו את האירוע לחווייתי יותר.

באתר הזה <http://improvcyclopedia.org/games>

אנציקלופדיה שלמה של משחקי תיאטרון והפעלות מכל הסוגים, האתר אמנם באנגלית, אך שווה את המאמץ, אפשר למצוא בו הפעלות לשילוב בכל חלק של האירוע

מאחלת לך המון חוויה והרפתקאות

אירוע זה כיף, אם מחליטים ☺ איילת כהן צדק, דמיון הפקות [mydimyon@gmail.com](mailto:mydimyon@gmail.com)



דמיון הפקות, אשמח ל



אפשר לפגוש אותי ב