

אזרחים מרושתים – למה זה קורה ומה עושים עם זה?

רקע:

קהילת טרנספורמציה דיגיטלית הוקמה על ידי צוות טרנספורמציה דיגיטלית במיזם ישראל דיגיטלית בראשית 2019. הקהילה היא התארגנות חוצת משרדים של שגרירים ואנשי מקצוע המחויבים לשיפור השירותים ולטרנספורמציה דיגיטלית במשרדי הממשלה השונים, על מנת להביא לשינוי פרדיגמה אמיתי בשירות לאזרח. ארגון שיתופים ליווה את הצוות בבניית הקהילה וניהולה בשנים הראשונות להקמתה.

מטרתה של הקהילה היא רישות בין חבריה ויצירת שיתוף ידע ושיתופי פעולה תוך ממשלתיים. זאת, באמצעות המשגה מקצועית משותפת וקידום ידע בנושא. במסגרת הקהילה פורסמו פרסומי ידע מקצועיים המנגישים נושאי ידע שונים המהווים חלק מעולם הטרנספורמציה הדיגיטלית.

פרסומים אלה נכתבו על ידי [גיל מרטנס](#) במסגרת הליווי של ארגון שיתופים את הקהילה ופורסמו במהלך השנים 2019-2020. גיל מילאה את תפקיד אוצרת התוכן של הקהילה והתכנים פורסמו לחברי הקהילה. פרסומים אלה מובאים כאן לפניכם (כל קובץ מציג פרסום יחיד).

נושא: אזרחים מרושתים – למה זה קורה ומה עושים עם זה?

עולם הצרכנות השתנה דרמטית בעידן הדיגיטלי. הצרכנים כבר לא פסיביים, הם פועלים בשווקים דינמיים, בהם יש להם אינטראקציות שונות והם מעצבים את המוצרים, את השירותים ואחד את השני. האינטראקציות האלו מיוצרות בכל מיני ערוצים דיגיטליים: רשתות חברתיות, צ'טבוטים, וואטסאפ וכו'.

האזרחים פועלים באופן דומה בעת צריכת שירותים ממשלתיים, ואלה מושפעים ומעוצבים על ידי האזרחים. כיום קיימות נקודות מגע רבות יותר עם האזרחים, והם הרבה יותר פרואקטיביים ומנצלים את כל המשאבים וערוצי התקשורת שעומדים לרשותם.

5 התנהגויות שמאפיינות מקבלי שירות מרושתים:

1. *גישה* – הם מחפשים גישה למידע דיגיטלי, אינטראקציות מהירות, נוחות וגמישות, ונרתעים משירותים מסורבלים. חישבו למשל על הר הביטוח – ועל נוחות הצגת המידע שהוא מציג, מה שמסביר את ההצלחה.
2. *מעורבות* – הם מחפשים מעורבות עם תוכן דיגיטלי שהוא אינטראקטיבי, חווייתי ורלוונטי לצרכים שלהם. חישבו על המהפכה של האקדמיה ללשון, ואיך היא הצליחה לערב אנשים ביצירת מילים חדשות בעברית (<http://bit.ly/30nT58u>).
3. *בחירה* – הם מחפשים להתאים לעצמם את החוויה ע"י בחירה והתאמה של מידע, מוצרים ושירותים. הם התרגלו שיש להם אפשרויות בחירה, והם אוהבים את זה. הנה למשל – ניתן לדווח לעיריית תל אביב בטלפון או באפליקציות (<http://bit.ly/387MLER>).
4. *חיבורים* – הם מחפשים לתקשר ולהתחבר זה לזה ע"י שיתוף של חוויות, רעיונות ודעות – באמצעות טקסט, תמונות, וידאו ולינקים חברתיים. כדאי לתת להם את המקום לכך. הנה דוגמה - קהילות כגון דיגיטל - <http://bit.ly/2u5hl37>.
5. *שת"פ* – הם נוטים באופן טבעי לעבוד יחד, להשיג מטרות משותפות דרך פלטפורמות משותפות ופתוחות. דוגמה לכך הן העצמות שנחתמות ומועברות במהירות, בדרך כלל מתחילות דרך אזרח בודד, או רכישות קבוצתיות.

מה זה אומר? שמשרדי הממשלה צריכים לעבור לחשוב במושגי OMNI CHANNEL – חוויה מרובת ערוצים מול האזרחים. כשמשרדי הממשלה מצטרפים לשיחות במדיה חברתית, למשל, הם לא רק מרוויחים ידע ופידבק תמידי, אלא בונים אמון, מערכת יחסים ותקשורת בלתי אמצעית עם האזרחים.

ממשלת בריטניה יצאה בהנחיות לשימוש במדיה חברתית, הכוללת, בין השאר, את המושג "הקשבה במדיה חברתית" -

<http://bit.ly/2TsVhu2>