

# **Invite us – Event management**

קורס מנשקים והצגת מידע – הנדסת תעשייה ומערכות מידע

אוניברסיטת בר אילן



**עבודה 1 להגשה**

מרצת הקורס : ד"ר טלי בונדר

מגיש : שקד חן

תאריך הגשה : 01.08.2024

## **הצגת הפרויקט**

### **משפט קיום**

אפליקציה לניהול אירועים, מסייעת לנהל, אישורי הגעה, תזכורות, ספקים, רשימת מוזמנים, ריבוי מנהלים וניהול הוצאות והכנסות מהחתונה.

### **נגדיר משתמש ראשי**

כל אדם שברצונו לנהל אירוע מרובה משתמשים עם צורך לוגיסטי: כגון, חתונה, אירועי עבודה, בר מצווה וכו'.

### **תרחיש מאקרו**

"בתור זוג שמארגן חתונה, עלינו לתת הערכה לאולם על כמות המוזמנים שמגיעים בכדי לקבל הצעת מחיר מהאולם ולהבין כמה מנות עלינו להזמין. לצורך נתינת ההערכה נארגן רשימת מוזמנים שמכילה את שתי הצדדים (כלה וחתן)"

## **תיאור הפרסונות ומסע המשתמש**

### **השוואה למצב הקיים**

עולם ארגון האירועים כיום, מכיל מספר מתחרים שמציעים סיוע בארגון ותכנון הפקת אירועים. בעלי אירועים וזוגות רבים משתמשים כיום באפליקציות ושירותים שונים כדי לארגן את האירוע שלהם בצורה יעילה ומקצועית.

מערכות קשורות הינם מערכות אשר עוזרות למצוא ספקים מתאימים לאירוע. הכלי שלנו יאפשר למשתמשים לארגן את האירוע ולהאריך בצורה קרובה ככל האפשר את כמות המשתתפים, ההוצאות וההכנסות. נתונים אלה יכולים לעזור לכל מי שמארגן אירוע, בין אם האירוע הוא גדול או קטן.

מקימי האפליקציה. יוכלו להתבסס על נתוני עבר ונתונים דומים, זאת על מנת להעריך הכנסות אפשריות שהאפליקציה תוכל להכניס. למארגן האירוע, כלי זה יאפשר הורדת הסיכונים שכרוכים בהקמת אירוע (הוצאת בלתי צפויות, אנשים נוספים שמגיעים בהפתעה וכו)

### **חקר משתמשים**

פרסונה ראשית: זוג שמתחתן בקרוב וצריך לארגן אירוע.

מאפיינים:

1. תיאור דמוגרפי: צעירים ומבוגרים, בני 19 ומעלה, דוברים עברית או אנגלית.
2. ידע רלוונטי: ללא ידע רלוונטי וניסיון בארגון אירוע, גם אנשים בעלי ידע יכולים לייעל את הארגון דרך האפליקציה.
3. ניסיון עם המערכת: אין צורך בניסיון קודם במערכת. ישנה הדרכה המתבצעת דרך סרטונים ו/או דרך הסברים מילוליים באפליקציה.
4. יכולת: אין צורך ביכולת מסוימת עדי להשתמש באפליקציה, אך יש צורך בטלפון סלולרי חכם.

### **הצגת תרחיש מיקרו**

איתי ואביגיל הם זוג צעיר בגילי העשרים (25), כמובן שכל האחריות היא על הכלה לארגן את האירוע. אביגיל צריכה להכין את הרשימה של כל המוזמנים, כולל את המשפחה של איתי. אביגיל קולטת שאין לה מושג כמה אנשים יש במשפחה של איתי (כי יש מלא!), ואז היא מבינה שגם אצל ההורים שלה הסיפור לא יותר טוב. אביגיל מתוסכלת וחושבת מה לעשות, מה גם שלעשות רשימה בכתב ו/או בפתקים לא ימנע כפילויות. אביגיל משתגעת מלנסות לארגן את הרשימה ולאסוף את כל הטלפונים של כולם, אחר כך היא קולטת רגע שיט איך אני אתקשר עם כולם.

אביגיל מתלבטת בין קבוצה בוואצפ, הודעות פרטיות, שיחות. בסוף אביגיל מבינה שזה מאוד קשה לעקוב אחרי מי יגיע, מילא ומאיזה קבוצה. אביגיל שיש לה גיס מאוד חכם שיודע לתכנת ומבקשת עצה. אותו גיס חכם מפתח לה אפליקציה שנותנת לה להוסיף מתוך אנשי הקשר את ההורים ואת החתן כשותפים, ולבחור את המשתתפים בקלות. האפליקציה מונעת הוספה כפולה ומציעה קבוצות על בסיס ידע קודם. אביגיל מושיבה את ההורים ואת בעלה כל אחד מהטלפון שלו להוסיף את המשתמשים, לאחר חצי שעה היא שולחת לכולם הודעה עם קישור מצורף, הודעה המכילה אישור הגעה וכמות מוזמנים. אביגיל סיימה את רשימת המוזמנים, עכשיו היא יכולה לחזור לתהות איזה סידור פרחים מתאים יותר על השולחן, ועוד דברים של בנות.



### **מסע המשתמש – תיאור מילולי**

**משתמש :**

זוג ממעבד הביניים, אשר מתחתן בקרוב, צריך לשלוח הזמנות לחברים, משפחה של שני הצדדים. ולאחר קבלת האישורים, סידור המוזמנים בשולחנות.

**ציפיות :**

- שליחת הודעות למשתמשים בצורה פשוטה.
- הוספת אורחים מכמה שותפים יחד.

- ממשק פשוט ונוח לשימוש.

### שלב ראשון – הגדרה:

1. נזין את פרטי האירוע שלנו, (תאריך, שעה, מקום).
2. הוספת שותפים.
3. נעצב הזמנה מהעיצובים המוצעים באפליקציה.

### שלב שני – הוספת מוזמנים:

1. נבחר את המוזמנים שאליהם ברצוננו לשלוח הודעה לכולם או לקבוצה מסוימת, ונבקש גם מהשותפים.
2. נחלק לקבוצות, שלה שייסע לנו בסידורי הישיבה (חברים, משפחה, עבודה וכו)

### שלב שלישי – אישורי הגעה:

3. ניסוח הודעה קבועה למוזמנים.
4. שליחת ההזמנה בצירוף אישורי הגעה.

### שלב רביעי – דוחות אירוע:

1. הוצאות דוח מוזמנים, כמה מגיעים, כמה רוצים מנה צמחונית, כמה מכל כשרות וכו.
2. דוח הכנסה, לפי אנליטיקה מאירועים דומים הערכה לכמה הכנסה מהאירוע, כמה אנשים יגיעו.

## שלב חמישי – סידור שולחנות :

5. ארגון כל האנשים שמגיעים לשולחנות לפי האלגוריתם שלנו, והצעה של בינה מלאכותית, (מבוסס על הקבוצות שהגדרנו שלב שלוש).
6. נוודא שהכל מסודר כראוי, ונבצע תיקונים במידת הצורך.

## שלב שישי – נהנה מהאירוע!

### **Viability & Desirability**

#### **שאלת ה - desirability**

האם למשתמשים יש צורך במוצר, האם בשוק יש צורך למוצר

1. האם המשתמשים זקוקים לסיוע בארגון החתונה או האירוע?
2. כמה זמן בממוצע לוקח לזוג או כל מקבל שירות אחר לארגן אירוע?
3. האם ישנה דרך נוחה ויעילה לארגן את החתונה או האירוע?

#### **שאלת ה - viability**

האם המוצר יכול להרוויח כסף

1. האם המוצר או מוצר דומה קיים בשוק?
2. האם המוצרים הקיימים כיום בשוק נוחים לשימוש? יקרים מידי? או/ ו חסרי יעילות.

#### **איתור מקורות מידע**

מענה על שאלת ה desirability

1. שיחה מקיפה עם זוגות ו/או מארגני אירועים על ארגון החתונה ועל הצרכים שעולים כתוצאה מהארגון, יכול לאשש או לשלול את הצורך של המשתמשים באפליקציה כזו.
2. סקר שישלח למדגם מייצג של אנשים אשר קיימו אירוע בעבר יכול להעניק הערכה מדויקת לכמות הזמן שלוקח לזוג לארגן אירוע.
3. חלוקה לקבוצות מדגם של מארגני אירועים ו/או זוגות כך שקבוצה אחת מקבלת מערכת מידע של המתחרה המוביל, קבוצה שניה מקבלת מערכת מידע שמפותחת על ידינו, קבוצה שלישית ללא מערכת מידע. בטוס השימוש מקבלי השירות יענו על סקר שיפרט איזה מהאפשרויות יעלה ואפשרה למקבלי השירות לארגן בדרך הנוחה ביותר את האירוע.

### מענה על שאלת viability

1. - הורדת אפליקציות ו/או שימוש באתרים דומים
- סקר עם לקוחות פוטנציאלים על החוסרים או הקשיים בתהליך הקיים.
2. על מנת לבדוק האם המוצרים שבשוק יקרים, נסתכל על הוצאות של הלקוחות. בכדי לבדוק האם המוצר יעיל נסתכל על הדוחות הכספיים של המתחרים. בנוסף, נבדוק את הנוחות של השימוש, בעזרת מדדים כמותיים שבדקים מול מקבלי השירות את זמן פתיחת אירוע, זמן הוספת השותפים, כמות התיקונים וכו'.

### **פירוט משתנים ומקורות נתונים**

בהסתכלות על אירועים היום, האם יש צורך בכלי לניהול האירוע?  
על כן השאלות הבאות :

1. כמה מוצרים דומים קיימים בשוק
2. כמה חתונות ו/או אירועים בודדים נערכים בישראל בשנה

3. האם המוצרים שקיימים כיום לא נוחים ו/או לא יעילים
4. כמה אנשים מתעניינים בשירות
5. מה המחיר הממוצע של כל מתחרה, ומה מספר הלקוחות שיש לכל אחד
6. מה סה"כ התשלומים על הוצאות ניהוליות במהלך האירוע

### איתור מקורות מידע:

- ניתן לענות על רוב השאלות בחיפוש מהיר בגוגל.
1. חיפוש בגוגל יוביל אותנו לחמישה חברות או אתרים מתחרים גדולים בתחום ארגון אירועים לבעלי השמחה בניהם: iplan, saveadate, weddingorganization ומאורסים מאורסות. כמובן שקיימים מתחרים נוספים בארץ. בנוסף, ישנם אתרים וחברות לארגון האירוע למנהלים: iplan, fabios, priority etc גם פה השוק רחב וקיימות חברות נוספות.
  2. בארץ ישנם כ-50 אלף חתונות בשנה, על פי דיווחי הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה.  
<https://www.cbs.gov.il/he/mediarelease/pages/2021/לרגל-טו-באב-תשפא-2021.aspx>
  3. ניתן לענות על השאלה בצורה כמותית ואיכותנית. יש אפשרות לבדוק את נוחות ויעילות השימוש על ידי סקרים או ראיונות. בנוסף, ניתן לבדוק את זמן התהליכים המשפיעים על נוחות השימוש באפליקציה. למשל: זמן הקמת האירוע, מספר הפעמים שבהם אנשים לוחצים חזור במסך וכו'.
  4. בכדי לברר כמה אנשים מתעניינים בשירות אפשר לנתח את הדוחות של גוגל, פייסבוק, אינסטגרם או כל רשת חברתית אחרת בנושא, אך ישנה סוגייה של פרטיות וחוסר אפשרות לגשת למידע (הם לא משתפים במיוחד).
  5. מחיר ממוצע של מתחרה לחבילה לדוגמא של 300 מוזמנים הינו כ-1000 שח. (נדבק על ידי שיחות טלפון למתחרים). מספר הלקוחות אפשר להשיג דרך



בירור מול המתחרים אך גם פה ניתקל בקושי מצד המתחרים לשתף את המידע.

6. קשה מאוד להגיע להערכה מדויקת, ולכן יש צורך בהגדרה ברורה של המשתתפים וביצוע ניסויים לבדיקת אירועים דומים. הדרך הטובה ביותר היא באמצעות הערכת החיסכון בזמן בארגון האירוע והשוואת הערכה זו לשכר השעתי. דרך נוספת היא על ידי מדידת טעויות, כמו למשל טעות בכמות המוזמנים שעלולה להוביל לעלויות נוספות של מאות עד אלפי שקלים באירוע עצמו, הן מקנסות והן מעלויות לא צפויות.

## חלק 5:

נבחר את שאלה 6, מה סה"כ התשלומים על הוצאות ניהוליות במהלך האירוע. בהסבר פשוט, כמה אנשים מוצאים על הוצאות כאלה ואחרות בעולם האירועים גם מצד הספקים, וגם מצד הצרכנים. החישוב ייסע לנו להבנת גודל ההכנסה האפשרית במקרה הטוב ביותר.

שאלה זו מאוד משמעותית על מנת להבין את גודל השוק ובעצם מה אפשר לקחת מהלקוחות, כדאי להרוויח \$. הערכות כאלה יכולות גם לעזור לנו למקד את המערכת לתחום מסוים לפי הצורך.

## המשתתפים אשר צריכים להיאסף הם:

- זמן פתיחת אירוע
- זמן הוספת אורחים
- זמן הוספת מנהלים
- כמות שינוי הפרטים באירוע
- כמות סגירת האירועים ללא תשלום ו/או לפני הזמן

## המשתתפים הנדרשים ומקורות הנתונים עבור השאלה הם:

- טבלאות אודות הוצאות לפי אוכלוסייה בארץ ובעולם, אוכל, אבזור, אולם, תאריך, הסעות, וכו.
- שיעור השימוש במערכות ניהול אירוע
- נתוני צמיחה של השוק וגודל השוק
- אחוז ההשקעה בתחום
- השוואות הזמן הנחסך על ידי מערכת כזו או אחרת בהשוואה השכר הממוצע.
- מחיר לארכה שגויה באירוע, כספית

### סכמת כוכב – פירוט :

"טבלת העובדות" זו הטבלה שאמורה לענות על השאלה אשר שואלים. מתוך הטבלה הראשית, יש קשרים לטבלאות נוספות הנקראות ממדים, אשר מרחיבים על אותה נקודה. טבלאות אלה נותנות מידע נוסף על שדות, והתנהגות ספציפית יותר.

טבלת העובדות - להלן :

טבלת מארגנים	טבלת אירועים עבדות	טבלת מוזמנים	טבלת זוגות
פרמטרים	פרמטרים	פרמטרים	פרמטרים
מספר אירוע	מספר אירוע	מספר אירוע	מספר אירוע
מספר מארגן	מספר מארגן	מספר מוזמן	תז זוג
עלות מנה	מספר אולם	כמות אורחים	כמות מוזמנים סהכ
עלות מכירה מנה	תאריך	האם אגיע	האם משתמשים באפליקציה
עלות הפקה	סהכ הוצאה	כמה הביא הקמפן	כמה כסף נשאר להם
	מוזמנים		אירוע חוזר
	סוג אירוע		
	כמות מלצרים		
	כמות מנות מתבונן		
	כמות מנות בפועל		

חלק 6 – ניסוח שאלות ל dashboard  
ננסח שאלות שנותנות מידע חיוני על המוצר

- כמה משתמש ממוצע משלם, וכמה משתמשים יש לנו
- כמה אולמות משלמים לנו וכמה הם משלמים
- אירועים שנפתחו מתוכן על כמה שילמו (לפי זמן)
- סה"כ לידים, המלצות, סגירות לקוחות, ופגישות עם אולמות
- לידים מלקוח, כמה לידים קבלנו מכל אולם וכמה לקוחות הוא סגר לנו בסוף.
- אחוז שימוש בכל פיצ'ר.

#### שאלות נוספות שיתנו מידע חיוני בנושא ניהול האירועים:

- נרשמים חדשים
- חבילות שנקנו
- אירועים חדשים
- הכנסות ליום
- כמה מאבדים בכל שלב בתהליך (הרשמה, ליצירת אירוע, מילאו פרטים, קנו חבילה).
- הורדות לעומת מחיקות
- תקלות, סידורי שולחן, מקור שימוש, הזמנות שיוצרו
- כמה אחוז השתמשו במערכת ליצירת יותר מאירוע אחד

#### שאלות נוספות שיתנו מידע חיוני על המוצר

1. כמה אחוז מהאירועים משתמשים במערכת לארגון האירוע (הכוונה פה זה כמה אנשים קשורים גם למערכת לאולם אירועים וגם למערכת שלנו).
2. מה קצב גידול האירועים
3. מה סה"כ עליות הזוג

4. מה סוגי האירוע שמכניסים הכי הרב כסף נטו
5. האם יש קשר בין גודל האירוע לשימוש או חוסר שימוש באפליקציה

הגדרת מטרת ה dashboard ופירוט תצוגת :

- סיווג ה dashboard : אנליטי
- הדאשבורד מיועד להנהלה ומשקיעים על מנת להבין את השוק, את הצורך במוצר. הדשבורד הנ"ל מהווה כלי אינטראקטיבי המאשר לענות על שאלות עסקיות בנוגע למוצר ולמקום שלו בשוק.
- שיטת העבודה : אנליסט בחברה מנתח את הנתונים אשר מתקבלים ומנסה להבין את הכיוון הטוב ביותר לחברה להמשיך להתפתח. דוגמא לכך יכולה להיות האם לפתח יותר פיצ'רים לצד העסק (לאולם עצמו) כגון ניהול מלאי, הזמנות רכש וכו'. או לפתח יותר פיצ'רים לצד הזוג כגון הזמנות חכמות עם בינה מלאכותית, קיצורי דרך קוליים לפעולות באפליקציה, מחשבון עליות לאירוע, וכו.
- הדאשבורד יכול לעזור גם בהבנה של החוסרים של המשתמשים ונקודות התורפה של המוצר.

<https://www.figma.com/design/gTGwvbUJQXQCi0vK9i4FXB/event-app?node-id=1734-285&t=OOEUOwto2is5WDge-4>