

המדריך לדאטתון

בגוף ציבורי



הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה
Central Bureau of Statistics
دائرة الإحصاء المركزية



רשות החדשנות
Israel Innovation
Authority



מערך הדיגיטל הלאומי
نظام الديجتال الوطني
Israel National Digital Agency

משרד הכלכלה והתעשייה

תוכן עניינים

3	מבוא
5	התנעת התהליך
18	נתונים
21	ניהול ותכנון מקדים
24	שיווק ומיתוג
26	מנטורים
27	שופטים
28	פרסים
29	מפגשים מקדימים
30	יום האירוע
31	לאחר האירוע
33	דגשים וסיכום
34	נספח 1
35	נספח 2
41	נספח 3
43	נספח 4
44	כותבי הדוח

מבוא

הקדמה

בעידן הנוכחי, למידע ונתונים יש השפעה מהותית על האופן בו אנו מבינים ומנתחים את המציאות: הם מתווים את אופן קבלת ההחלטות ומשפרים תהליכים במגוון תחומים. נתונים הפכו למשאב אסטרטגי והיכולת לנתחם ולהפיק מהם תובנות היא מיומנות חיונית בכל מסגרת עבודה.

חברת זו נועדה להנחות צוותי הפעלה וארגון בתהליך התכנון, הניהול והביצוע של דאטתונים עבור גופים ציבוריים. היא תכלול הסברים על מטרות האירוע, עקרונות העבודה, תהליך בניית אתגרי הנתונים, חלוקת תפקידים ועוד, לצד דוגמאות והדגמות רלוונטיות.

באמצעות מדריך זה, אנו שואפים ליצור סביבה שתעודד חדשנות, שיתוף פעולה ודיוק בנתונים, ותוביל להפקת תובנות איכותיות ומועילות עבור הציבור הרחב.

אנחנו גאות להגיש לכם את המדריך הנוכחי, מתוך אמונה שבכוחם של אירועי חדשנות מבוססי דאטה ציבורי, לקדם שינוי רחב לטובת הציבור, בכל תחום שהוא. המדריך נכתב כחלק מיוזמה של הלמ"ס להעמיק את הקשר עם הציבור ועם קהילות מחקר, פיתוח וחדשנות. במטרה להנגיש נתונים ציבוריים וליצור סביבה הזדמנויות חדשות ליצירת ערך - הן עבור מקבלי החלטות במגזר הציבורי והן עבור הקהל הרחב. במטרה לקדם הסכמי שותפות להעברות מידע ולבסס תהליכי עבודה שיחזקו את השימוש בנתונים לצורכי מדיניות ושירות לציבור נערך דאטתון משותף של ג'וינט אלכא, הלמ"ס, מערך הדיגיטל הלאומי ו-DatA-IL. את המסקנות מהאירוע המוצלח, תוכלו לראות במדריך שלפניכם, שנועד לספק לגופים ציבוריים מסגרת סדורה שתקל עליהם לארגן דאטתון, תוך שילוב בין ידע מקצועי, ניסיון מצטבר וראייה מערכתית רחבה. אנו מקווים לסייע לכל גוף ציבורי החפץ בכך ליזום דאטתון בתחומו, ונשמח לסייע ולחלוק את הידע והניסיון הרב שצברנו.

מי אנחנו

DatA-IL היא קהילת חדשנות שמטרתה לפתח את האקוסיסטם של הדאטה וה-AI בישראל. הקהילה פועלת ליצור חיבורים ושיתופי פעולה בין-מגזריים, להנגיש דאטה ציבורי, לסייע ליוזמות ומיזמים להציף צרכים מהשטח, לזהות הזדמנויות וכן לייצר, לרכז ולהפיץ ידע וכלים שיסייעו לחזק את אקוסיסטם הדאטה וה-AI המקומי ויהפכו אותו למנוע צמיחה מרכזי במשק.

DatA-IL היא מיזם משותף של קבוצת SFI, משרד הכלכלה והתעשייה, רשות החדשנות ומערך הדיגיטל הלאומי, בשותפות עם משרד החדשנות, המדע והטכנולוגיה, משרד רה"מ, הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה וגופים רבים מהמגזר העסקי-טכנולוגי, האקדמי והחברתי.



ג'וינט אלכא פועל לחיזוק המערכות הציבוריות בישראל, בזיהוי אתגרי מערכת והובלת תהליכי שינוי, מתוך אמונה שמערכות טובות יותר יוצרות חיים טובים יותר לכולם.

הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה היא הגוף הרשמי המוביל בישראל לאיסוף, עיבוד והנגשה של נתונים סטטיסטיים איכותיים לטובת קבלת החלטות מבוססות-נתונים בממשלה ובציבור.

מה זה דאטתון

דאטתון (Datathon) או דאטתון המתמקד בנתונים, הוא אירוע אינטנסיבי, לרוב בן יום או יומיים, שבו מתכנתים, מדעני נתונים, אנליסטים, מומחים בתחום ואנשים טכנולוגיים ויצירתיים מתכנסים יחד כדי להתמודד עם אתגרי נתונים בזמן אמת.

במסגרת האירוע, המשתתפים מקבלים סט נתונים ואתגרים, והם עובדים בצוותים לפתח פתרונות, לנתח מגמות ולהפיק תובנות שיכולות לתרום לשיפור תהליכים, קבלת החלטות או זיהוי דפוסים חשובים.

היתרון של דאטתון הוא היכולת להביא גורמים שונים ומגוונים לעבוד ביחד, באופן שמעודד יצירתיות וחדשנות. מבחינת התכנון וההפקה, חשוב להבין כי מדובר באירוע מורכב לוגיסטית ותכנונית, עם שותפים וספקים שיש לנהל את ההתקשרות עמם מספיק זמן מראש.

מטרות

הדאטתון צריך להיות חלק מתפיסה אסטרטגית של הארגון הכוללת שיתוף דאטה והגעה לאוכלוסיות מגוונות. ללא חיבור לאסטרטגיה או מטרות משותפות יהיה קשה ליצור מחויבות בקרב כלל השחקנים בארגון. לדאטתונים שונים יש כמובן מטרות שונות אבל לרוב הן נופלות תחת אחת הקטגוריות הבאות:

פתרונות חדשניים: עידוד וקידום גישות חדשות ופתרונות יצירתיים לבעיות קיימות, תוך שימוש בכלים מתקדמים ובחשיבה מחוץ לקופסה. האירוע מערב קהלים שונים שמציעים פרספקטיבות שונות והשקפות חדשות.

שיתוף פעולה בין-תחומי: דאטתונים מאחדים מומחים ממגוון רקעים, מה שמאפשר לשלב בין ידע טכני, ניסיון עסקי והבנה ממוקדת תחום ליצירת פתרונות הוליסטיים.

פיתוח מיומנויות: המשתתפים מקבלים הזדמנות להרחיב את הידע שלהם בתחום ניתוח הנתונים, שיפור טכניקות עבודה עם מערכות מידע ושימוש בכלים מתקדמים.

קבלת החלטות מבוססת נתונים: ניתוח נתונים מעמיק מספק תובנות מדויקות ותומך בקבלת החלטות מבוססות עובדות – רלוונטי וקריטי במיוחד במגזר הציבורי.

מיתוג: דאטתון משמש כאירוע מיתוגי עבור הארגון: הוא מקדם תפיסת חדשנות ומציג ארגון מגוון שפתוח להשקפות שונות ולקבלת פתרונות חדשים.

פיתוח אישי לעובדים ולארגון: דאטתון יכול להוות אירוע שיא בקמפיין חיצוני או בתהליך עבודה פנימי. ככזה הוא רותם את העובדים למטרה מסוימת ויכול גם לשמש ככלי העשרה עבורם ללמידת כישורים חדשים, העצמה וכמובן לקידום מהלכים רחבים בארגון.

התנעת התהליך

דאטתון הוא אירוע מורכב: הוא דורש תכנון תוכני ולוגיסטי מוקפד, אך גם מחייב לגלות גמישות. מומלץ להתחיל את התכנון כחצי שנה לפני התאריך בו היינו רוצים לקיים את האירוע.

הצעה לסדר פעולות:

פעילות	תזמון	הערות
יציאה לדרך	עד שבעה חודשים לפני האירוע	
בניית צוות הליבה	עד שבעה חודשים לפני האירוע	כולל ליווי משפטי
קביעת מטרות, קהילה יעד ומוקד	עד שישה וחצי חודשים לפני האירוע	
קביעת אבני דרך ולוחות זמנים	שישה חודשים לפני האירוע	
איתור שותפים	שישה חודשים לפני האירוע	קול קורא לשותפים צריך לצאת לפחות חצי שנה לפני האירוע, כדי לאפשר מספיק זמן להתנהלות תקינה, כולל ועדת חסויות
תדרוך ההנהלה	שישה חודשים לפני האירוע	הצגת הכיוון והשותפים המתכוננים בפני ההנהלה לצורך קבלת משוב ומחויבות לקידום האירוע
בניית תקציב	שישה חודשים לפני האירוע	בניית התקציב תחל עם בחירת השותפים
בחירת חברת ההפקה	שישה חודשים לפני האירוע	במקביל או לאחר הליך בחירת השותפים ובניית התקציב

התיעצות וקביעת אתגרים	חמישה חודשים לפני האירוע	הבנה של הצרכים והאתגרים בהם נכון שהדאטתון יתמקד
הכנת הנתונים	חמישה-ארבעה חודשים לפני האירוע	
תכנון הפלטפורמות הטכנולוגיות	ארבעה חודשים לפני האירוע	עדיף מראש בשת"פ של השותף הטכנולוגי
כתיבת תקנון	ארבעה חודשים לפני האירוע	כולל פרמטרים לבחירה ולשיפוט
בניית תוכנית שיווק	ארבעה חודשים לפני האירוע	
טקסטים וחומרים גרפיים	ארבעה חודשים לפני האירוע	לקבל מראש את הלוגואים של השותפים
שיווק	כחודשיים וחצי - שלושה לפני יום האירוע	
אירוע מקדים	בתחילת תקופת השיווק	
גיוס מנטורים	ניתן להתחיל לאחר קביעת האתגרים ולהמשיך תוך כדי תהליך השיווק ובחירת הצוותים	
תכנון לוגיסטי	ארבעה חודשים לפני האירוע	
סגירת הרשמה ובחירת צוותים	כחודש וחצי לפני האירוע	
סגירת רשימת מנטורים וחיבורם לצוותים	כחודש לפחות לפני האירוע	
ניהול הקשר עם הצוותים והמנטורים	מההודעה לצוותים ועד האירוע	
יום האירוע	יום האירוע	
תוכנית ליווי לצוותים	עד כשבוע לאחר האירוע	

בניית צוות הליבה

על צוות הליבה להיות מצומצם כדי שיוכל לפעול ביעילות. הצוות הוא שמנהל את האינטראקציה עם הספקים והשותפים. הגדרת התפקידים בתוך הצוות חשובה, כדי למנוע מצב של בלבול בעבודה מול ריבוי גורמים. הצוות צריך לכלול את בעלי התפקידים הבאים:



מנהלת הפרויקט – מתכלל ואחראי על תכנון לוחות הזמנים, חלוקת משימות וניטור ההתקדמות בהתאם ליעדים. אחראי על תאום מול ההנהלה וגורמים חיצוניים, אחראי על ניהול התקציב ומוסמך לקבל החלטות.



אחראית תוכן – אמון על איתור וגיבוש האתגרים בהם יתמקד הדאטתון, בניית סדר היום ולוח הזמנים בהתאם, גיוס מנטורים לפי תחומי התוכן הרלוונטיים. בונה אירועים מקדימים רלוונטיים, כולל אירוע החשיפה, דואג לייצר את תוכן העדכונים השוטפים הנחוצים.



אחראית נתונים – מכין ומתאים את הנתונים בהתאם לאתגרים, למטרות, לקהל היעד ולשותפים. מתאם עם הגורמים השונים בארגון ומחוצה לו את העברת הנתונים הנחוצים לפי לוחות הזמנים שנקבעו.



אחראית לוגיסטיקה – אחראי על האספקטים הלוגיסטיים (מקום, ציוד, כיבוד וכדומה) של הדאטתון, כולל תאום מול השותף המארז, אם יש כזה, ואחריות על הקשר עם חברת ההפקה, כמו גם על הרישום והקשר מול המשתתפים, המנטורים והשופטים. אחראי לקביעת המפגשים עם כל אלה בהתאם ללוח המתוכנן. אחראי לוודא כי כל הגורמים הרלוונטיים לוקחים חלק בפגישה.



אחראית תקשורת ושיווק – מפתח את אסטרטגיית התקשורת והשיווק לקידום האירוע. בונה גאנט שיווק בהתאם לקהלי היעד. אחראי על הקשר מול גורמי היח"צ, השיווק והמדיה החברתית, פנימית ומול השותפים. דואג לוודא שיש טקסטים וגרפיקה המתאימים לשפת הדאטתון ושהתכנים והעדכונים השוטפים מתפרסמים לפי לוחות הזמנים.

תפקידים מלווים לצוות הליבה

גורמים אלו לא צריכים להשתתף בכל הפגישות, אולם הם חייבים להיות מעורבים מרגע הזנקת הדאטתון ועד סיומו.



אחראית טכנולוגי – יוצר ומוודא/ת שהמערכות והפלטפורמות שבהן משתמשים במהלך האירוע פועלות כראוי. דואג לוודא כי כל הנתונים נגישים לכל הצוותים. מסייע לצוותים בנושאי טכנולוגיה.



יעוץ משפטי – כותב את התקנון בהתאם לקריטריונים לבחירה ושיפוט עליהם הוסכם. מיעץ לגבי אופן בחירת השותפים ו-ועדת חסויות. מוודא התנהלות לפי הכללים והתקנות של שירות המדינה.



תמיכה טכנית נקודתית – באם אין בצוות גורם טכני מתאים, חשוב שבנקודות מסוימות, כגון בניית הטפסים ובחירת הצוותים, יצטרף גורם היודע לתפעל ולנתח בקלות אקסלים ודוחות.

שותפים פנימיים

בשלבם שונים של תכנון האירוע, יידרש שיתוף פעולה מצד גורמים שונים בארגון. רצוי לקיים **שיבת פתיחה** מסודרת בה ייקחו חלק כל הגורמים הרלוונטיים בארגון ויוצגו מטרות הדאטתון והמיקוד שלו ותוסדר חלוקת התפקידים בין המשתתפים. בנוסף, חשוב לעדכן **ולייצר השתתפות של הנהלה** הבכירה על מנת להבטיח את מחויבותם להצלחת האירוע.

הגורמים המעורבים:

- דוברות\ יח"צ - אחראים על הפצת האירוע וחלק מתהליך השיווק שלו.
- שיווק ומדיה חברתית - אחראים על ביצוע חלק מפעולות השיווק.
- רכש - מממשים את המכרזים השונים והוצאות תקציביות.
- הלשכה המשפטית - כותבים את התקנון, ייעוץ משפטי.
- מנהלי המחלקות - אחראים על הנתונים הרלוונטיים - משתתפים באיסוף והעלאת הנתונים.
- מנמ"ר - יוצרים ותומכים בתשתית הטכנולוגית.
- מנטורים מהארגון היכולים לתמוך בצוותים בנושא הנתונים - תומכים בצוותים.
- הנהלה - הנהלת הארגון צריכה להיות רתומה ולקדם נושאים שונים.

שותפים חיצוניים

בחירת שותפים לדאטתון היא שלב מכריע שמשפיע באופן ישיר על הצלחת האירוע. בתהליך זה חשוב לבחור בגופים ואנשי מקצוע שחולקים את החזון והערכים של האירוע, ומביאים עימם ידע, ניסיון ומשאבים מגוונים - הן בהיבטים טכנולוגיים והן בהיבטי תוכן. שותפים יכולים לכלול גופים ממשלתיים, מוסדות אקדמיים, חברות טכנולוגיה, ארגונים מהתעשייה ועמותות, אשר באמצעות שיתוף הפעולה איתם ניתן להעצים את התמיכה הטכנית, להעמיק את התכנים ולהרחיב את טווח ההשפעה של הדאטתון. בחירה נכונה תספק למשתתפים סביבה מעשירה, תאפשר גיוס מומחים ומנטורים ותתרום להבטחת איכות, חדשנות והשפעה רחבה על הקהל, כך שהאירוע יהפוך למנוע לצמיחה ולשינוי אמיתי לטובת הציבור.

שותפים אפשריים:

- מומלץ לבחור שותף טכנולוגי/ עסקי אשר עוסק בנושאי הדאטתון ויכול לסייע לצוותים. בדרך כלל זה השותף שיוכל גם לארח את הדאטתון.
- שותף ציבורי - משרד, גוף ציבורי או רשות מקומית שיכול לסייע ולתמוך בחיבור למשרדי הממשלה הרלוונטיים, לתרום לנתונים ולסייע בגישה למומחי תוכן.
- קהילת\ גופי חדשנות - גופים אלו יכולים לתרום בתוכן, בחיבור למנטורים ולחברות טכנולוגיה ובעיקר לחבר לקהלי היעד הרלוונטיים. שיתוף פעולה עם גופי חדשנות כגון אקסלרטורים או קהילות יכול לסייע גם לספק תמיכה לצוותים ולפרויקטים בטווח הארוך.
- שותף אקדמי\ מחקרי - אוניברסיטאות ומכוני מחקר יכולים לספק ידע מתקדם וחוקרים מומחים שיתמכו בצוותים. אוניברסיטאות ומכללות יכולות להיות גם שותף מארח. שותף זה יכול פוטנציאלית להחליף שותף טכנולוגיה.

מבחינת התהליך, כדאי לקחת בחשבון כי השותפים מספקים מענה לשאלות בסיסיות בנוגע למיקום האירוע, התקציב הקיים, האתגרים, המשאבים ועוד ולכן הם צריכים להיות מעורבים עוד מהשלבים הראשוניים ביותר.



במקביל, חשוב לזכור כי בגופים ציבוריים השותפים צריכים לעבור תהליך אישור על ידי ועדת חסויות/ מכרזים. עבור שותפים מסוימים, יתכן וידרש תהליך של קול קורא, הדורש זמן בפני עצמו. יש לחשב את הזמנים הללו בתכנון האירוע. בנוסף, לאורך הדרך עשויות להתקבל הצעות נוספות לשותפויות ומומלץ להשאיר מרחב גמישות מסוים: ועדת חסויות ביניים, לאפשר הצטרפות של שותפים דרך שותפים קיימים וכדומה.

הפקה

חברת הפקה, חיצונית בדרך כלל, היא גורם חשוב להצלחת הדאטתון ומי שאמונים על ניהול הפן הלוגיסטי של האירוע. חשוב להתחיל את ההתקשרות עמם בשלבים מוקדמים. יש לקבל הצעות והערכות תקציביות מכמה חברות ומומלץ שלא להסתפק בהגשה בכתב, אלא לדבר איתן ולהבין שיש להן את הניסיון הדרוש. מידת המעורבות והעשייה של ההפקה נגזרת מהתקציב, לפיו יקבעו גם תחומי אחריותם: התקשורת מול הצוותים, הגרפיקה והדפוס, הלוגיסטיקה ועוד. בנוסף, התקציב מושפע ממיקום הדאטתון והתאמתו לצרכי האירוע. (השכרת ציוד, סאונד וכד').

משימות ההפקה כוללות:

- תכנון ולוגיסטיקה:
 - תיאום ובחירת מיקום בהתאם לדרישות האירוע והיקף המשתתפים.
 - תכנון חלוקת חללים, סידורי ישיבה, אזורי עבודה, חדרי ישיבות וסדנאות.
 - ניהול לוח זמנים מפורט לאירוע, כולל זמני פתיחה, הפסקות, סדנאות ומופעים נוספים.
 - ניהול ספקים כגון גרפיקה, דפוס, ציוד, דקורציה, מתנות ועוד.
- תשתיות טכניות ואודיו-ויזואליות:
 - הקמת והפעלת ציוד טכני איכותי (מערכות סאונד, תאורה, פרזנטציה, חיבורי אינטרנט מהירים ורשת אלחוטית יציבה) או ווידאו של פעילותם התקינה מול השותפים.
 - קבלת תמיכה טכנית בזמן אמת למניעת תקלות במהלך האירוע.
- רישום וניהול משתתפים:
 - חברת ההפקה יכולה להקים מערכות רישום והזמנה לניהול נוח של רשימות המשתתפים. הרישום יכול להתנהל גם על ידי הארגון או אחד השותפים.
 - ניהול התקשורת עם המשתתפים טרם האירוע, במטרה להבטיח שכולם יקבלו את כל המידע הנדרש.
- עיצוב ובימוי האירוע:
 - תכנון עיצובי של המקום שיתמוך בתדמית ובמסרים של האירוע.
 - הפקת חומרים חזותיים, באנרים, שלטים, מצגות ותצוגות שיחזקו את ערכי הדאטתון.
- תקשורת ושיווק:
 - סיוע בקידום האירוע דרך ערוצי תקשורת שונים, כולל מדיה חברתית, פרסום ואירועים מקדמים.
 - הפקת חומרים שיווקיים שמדגישים את מטרות האירוע ואת ההזדמנויות שהוא מציע.
- ליווי ותמיכה במהלך האירוע:
 - ניהול ותיאום פעילויות בזמן אמת, כולל מעקב אחר תהליכים והבטחת זרימת עבודה חלקה.
 - פתרון תקלות ובעיות בזמן האירוע ומתן תגובה מהירה ואפקטיבית.



בחירת חברת הפקה עם רקורד מוכח, המלצות מתאימות וניסיון באירועים מסוג דומה תסייע להבטיח שהדאטתון יהיה אירוע מוצלח, מקצועי ומעורר השראה. יש לקיים פגישות מקדימות עם חברות ההפקה בשלב מוקדם בתהליך ולקבל את האינפוט שלהם לגבי האפשרויות השונות, הערכת תקציב ועוד. בהמשך יש לבצע הליך רכש מסודר. יש לחשב בין 3-4 חודשים מתחילת תהליך הרכש ואישור תקציבי ועד לחתימה ותחילת עבודה של חברת ההפקה ולכן מומלץ להתחיל את התהליך מולם בשלב מוקדם ככל האפשר.

חומרים מסייעים:

דרישות הפקה להאקאטון:

(1) תמיכה בניהול הרישום ותקשורת עם המשתתפים (לפני, ביום האירוע ולאחריו):

- שליחת אישורי הרשמה.
- שליחת אישורי קבלה עם מידע רלוונטי לצוותים.
- שליחת תזכורות.
- זמינות ומענה לשאלות לוגיסטיות.
- הפצת משוב.

(2) תקשורת עם צוותי ההקאטון (מנטורים, שופטים, צוותים, דוברים) לפני וביום האירוע:

- יצירת קבוצות ווטסאפ.
- עדכוני לו"ז ותוכן.
- מענה לשאלות.
- אחריות על קבלת מצגות ותקינותן.
- אחריות על הגעת צוותי ההקאטון, מענה לצרכים לוגיסטיים וקבלת חומרים בהתאם לצורך.
- אחריות על מתן מענה תוכני לצרכים של הצוותים, הפניה למנטורים ו/או מומחי תוכן, בתיאום עם צוות ההפקה.
- אחריות על הגעה וליווי צוות השופטים.
- אחריות על טופסי שיפוט, סיכום הניקוד והעברת המידע על הקבוצות הזוכות, בתיאום עם צוות ההפקה.

(3) אחריות על ניהול לוח הזמנים של האירוע בכל השלבים:

- ווידוא הגעה בזמן של כל המעורבים בהקאטון.
- אחריות על עמידה בזמנים ביום האירוע.

4) צוות ביום ההקאתון:

- עמדת הרשמה ובה שניים-שלושה דיילים, מכשיר להנפקת תגים במקום כולל תגים ושוכים.
- הנפקת התגים תהיה לפי רשימת משתתפים שיספק הארגון + משתתפים לא רשומים שיגיעו.
- הדיילים בעמדת ההרשמה יבצעו רישום של המגיעים לכנס מתוך רשימת האקסל שיקבלו מהארגון, כמו כן יוסיפו לאקסל נרשמים חדשים שיגיעו ולקראת סוף הכנס יעבירו לצוות הארגון קובץ אקסל עם רשימת שמות עדכנית כולל מיילים וטלפונים.
- איש קשר בכניסה לבניין (חשוב! לציין למשתתפים **מראש** שאסור להגיע עם נשק).
- צוות לוגיסטי שילווה את האירוע בהקמה, ייתן מענה לאורך היום ובסיומו בפירוק.
- נדרשת פגישה מקדימה של ההפקה לפני האירוע.
- חניה - לתאם עם גוגל את שעת ההגעה והאיסוף של הציוד על מנת לסדר כניסה לרכב לפריקה ואיסוף הציוד.

5) גרפיקה וחומרי פרסום:

- יצירת והפקת חומרים דיגיטליים ופיזיים – רול אפים, תגים (דו-צדדי) ושוכים בכמה צבעים לפי תפקיד: מנטור, משתתף, הפקה, שופט, שילוט ביגים לשופטים, שלט לפודיום, שילוט הכוונה, סדר יום (הדפסה בצבע), הדפסת 3 צ'קים של סכום הזכייה ע"ג קאפות.
- העיצוב יעשה ע"י הארגון.
- קשר עם בית הדפוס.
- איסוף מהדפוס והבאה לאירוע.

6) עיצוב ומיתוג מוצעים:

- שער בלונים בכניסה.
- סווסרטים/ חולצות.
- עמדת צילום לרשתות החברתיות.
- פיזור ותלייה של השילוט וחומרי מיתוג נוספים.

7) עזרים טכנולוגיים:

- מפצלי שקע.
- מענה לצרכים טכניים של הצוותים ביום ההקאתון.

8) צילום:

- צילום סטילס.
- צילום ועריכת קליפ וידאו קצר (מומלץ עד דקה) לסיכום האירוע.

9) כיבוד:

- לתאם את הזמנת הכיבוד והגשתו לאורך היום.
- לדאוג לכיבוד ושתייה בחדר השופטים.
- לדאוג לאופציות טבעוניות, כשרות מהדרין וללא גלוטן.
- לדאוג לניקיון שוטף.

קביעת תקציב

התקציב גוזר במידה רבה את ההתנהלות וההחלטות. מומלץ לבנות הערכה תקציבית כבר בשלב מוקדם, כדי שיהיה אפשר להתחיל את התהליך מול חברת ההפקה, התקציב יקבע סופית לאחר סגירת השותפים (שעשויים להגדיל אותו).

התקציב מממן את חברת ההפקה, גרפיקה ודפוס, פרסים, מתנות, מקום ואוכל אם יש צורך. סעיפי התקציב צריכים להיות ברורים ומפורטים. מומלץ להשאיר בתקציב עודפים אשר יאפשרו גמישות במקרה של דברים שעולים ברגע האחרון.

התקציב יכול להתחלק בין כמה שותפים\ נותני חסות. במקרה כזה חשוב או לחלק בצורה ברורה את תחומי האחריות של השותפים או לוודא כי יש גורם אחד המחזיק את התקציב המאוחד ויודע לפרק אותו לגורמים. כדאי לקחת בחשבון ששותפים מסוימים יתרמו לתקציב בצורה של "שווה כסף" – מקום אירוח, כיבוד, שעות אדם של מנטורים וכד'.

מיקום

מיקום האירוע יקבע פעמים רבות לפי השותף, בד"כ עסקי או אקדמי, שיכול לארח את הדאטתון. לעיתים קרובות, בעיקר במקרה של חברה טכנולוגית או עסקית גדולה, ייתכן כי המארח ייקח על עצמו גם את אספקת הכיבוד. המיקום חייב להתאים כמובן להגדרה של קהל היעד וכמות המשתתפים הרצויה.

מה המיקום צריך לכלול:

- מומלץ מאוד - קרבה לתחבורה ציבורית. אם אין תחבורה ציבורית קרובה זמינה חשוב לוודא כי יש במקום מספיק חניה ולקחת בחשבון כי כדאי לארגן הסעות.
- אפשרות לעבודה במשך כל היום ועד שעות הערב המאוחרות או אפילו אפשרות לינה במקרה של דאטתון בן יומיים.
- חלל גדול אשר יאפשר התכנסות במליאה בפתיחה ובסיום האירוע.
- מומלץ לוודא כי קיימת במקום תשתית מתאימה, כגון שקעים לחשמל, שולחנות וכסאות, חיבור אינטרנט אלחוטי, מקרן ומיקרופון במידת הצורך.
- חלוקה לחדרים וחללים פנימיים המתאימה לכמות המשתתפים המתוכננת, כל צוות צריך מקום לעבוד עם מחשבים שבו ניתן לנהל שיחה בלי להפריע לצוותים אחרים.

קביעת אתגרים

האתגרים משפיעים במידה רבה על האופי של הדאטתון, השותפים הנבחרים ועוד. הם יכולים להיות מצומצמים וממוקדים בפתרונות לתחום ספציפי, כגון זקנה או צעירים, הם יכולים להתמקד בפתרונות טכנולוגיים, כמו בניית צ'אטבוטים והם יכולים להיות גם רחבי היקף, כפי שנבחר בדאטתון 2025. במקרה זה האתגרים הרחבים סייעו לממש את המטרה העיקרית והיא הגעת הנתונים לקהלי יעד חדשים.

ברוב המקרים, נשאף שהאתגרים יהיו משיקים לאתגרים ולשאלות המשמעותיים ביותר איתם מתמודד הארגון. עם זאת, רצוי להתייעץ עם גורמים חיצוניים, שותפים, ארגונים מקבילים ועוד, כדי לקבל תמונת מצב רחבה ואתגרים שפתרונם ישמש קשת רחבה של צרכים.



חומרים שימושיים:

איך קובעים נושא לדאטתון - ניתן למצוא בנספח 1.

גודל הדאטתון

מצד אחד, קיים רצון ליצור דאטתון רב משתתפים ככל שניתן, להגיע לקהלים רחבים ומגוונים וליצור מספר רב של פתרונות. מצד שני, דאטתון מצומצם יותר מאפשר להעניק יותר תשומת לב לצוותים המשתתפים.

רכיבים אשר ישפיעו על החלטת גודל הדאטתון:

- בראש ובראשונה ההחלטה תקבע על ידי התקציב – יותר צוותים דורשים יותר כיבוד, יותר גורמי הפקה, מקום יותר גדול ועוד.
- מיקום – לכמה אנשים המקום מתאים.
- דאטתון יותר גדול מחייב השתתפות של יותר מנטורים, דאטתון יותר גדול מחייב השתתפות של יותר מנטורים
- יותר צוותים מחייבים חשיבה מעמיקה יותר על אופן וזמן השיפוט (ראו סעיף שיפוט במסמך).

בעוד מפתה לקיים דאטתון גדול, מומלץ להתחשב בכל הגורמים הללו לפני קביעת כמות המשתתפים.

הגדרת קהל יעד

הגדרת קהל היעד היא שלב חשוב כדי לתכנן את שיווק האירוע אבל גם בשביל להבין את הצרכים של אותו קהל. קהל המתמקד בסטודנטים יחייב ליווי מנטורים צמוד יותר, קהל יעד של עובדי מדינה יצטרך לוודא שאכן הדאטתון מהווה מוקד משיכה. הגדרת הקהל תעשה בהתאם למטרות הדאטתון ולאחרים.

קהלי יעד אפשריים הם:

- סטודנטים.
- עובדי המגזר הציבורי.
- יזמים וסטארטאפיסטים.
- חוקרים ואקדמאים.
- משולב.

קביעת לוי"ז ואבני דרך

חשוב לנעוץ בלוי"ז תאריכים מרכזיים ואבני דרך הנגזרים מיום הדאטתון ולהתנהל מולם. כל תאריך כזה גורר איתו משימות רבות – עיצוב, גרפיקה, לוגיסטיקה, תקשורת עם המשתתפים, הכנת נתונים ועוד.

כמה תאריכים שחשוב לקבוע:

- תאריך פתיחת ההרשמה – עד לתאריך זה צריך להיות תקנון מוכן, כולל קריטריונים לבחירה, רשימה של הנתונים הזמינים, דף נחיתה (כולל גרפיקה), ערוצי תקשורת עם המשתתפים (מייל, קבוצת ווטסאפ) ופלטפורמה שתסייע ליחידים למצוא שותפים, כולל גורמים מההפקה או הארגון שיענו על שאלות.
- תאריך מפגש חשיפה (סמוך לפתיחת ההרשמה) – תאריך היעד שבו צריכים להיות ערוכים להרשמה, הן ברמה הטכנית וההפקתית והן מבחינת דוברים שיכולים להציג ולתקשר את האירוע ולרתום אנשים להירשם.
- תאריך סגירת ההרשמה – עד לתאריך זה צריך לקבוע תהליך סינון לצוותים, לנעוץ תאריך לסינון ולהכין מערכת וטקסטים כדי להודיע לקבוצות על הצטרפותם.
- תאריך הודעה לצוותים ותחילת עבודה – יש לוודא שקיימת גישה נוחה לכל המשתתפים. לנתונים. לפתוח קבוצה ייעודית רק למשתתפים, לערוך מיילים ושיחות על מנת לוודא השתתפות ושאלות רלוונטיות נוספות.
- יום הדאטתון – כלל ההכנות התוכניות והלוגיסטיות.

תפקיד הייעוץ המשפטי

- בגוף ציבורי התנהלות תקינה מבחינה משפטית חשובה והכרחית. הליווי המשפטי צריך להתחיל בשלבים הראשונים של התכנון ולהתערב בנקודות הבאות:
- וועדת חסויות\מכרזים לבחירת השותפים.
 - מה צריך להכין עבור הוועדה.
 - כמה זמן מראש צריך לכנס את הוועדה.
 - מה הקריטריונים המשפטיים לבחירת שותף.
 - ניסוח הקריטריונים לשיפוט ולבחירת הצוותים.
 - כתיבת התקנון – התקנון מסביר למשתתפים מה החובות והזכויות החוקיות שלהם בתוך הדאטתון, לפרט לפי מה נבחרים הצוותים ומה הקריטריונים לזכייה. התקנון צריך להיות מוכן כבר בשלב הרישום.

מה צריך לכלול התקנון:

- הגדרות:
 - פירוט מונחים מרכזיים (למשל, "משתתף", "צוות", "אתגר", "נתונים", "קניין רוחני" וכו').
 - תנאי השתתפות:
 - קריטריונים לזכאות (גיל, רקע, מקצוע וכו').
 - אופן ההרשמה, תהליך הקבלה.
 - דרישות קדם – מילוי טפסים (כגון שליחת תיק עבודות, מילוי טפסים וכו').
 - גודל מינימלי\מקסימלי של הצוותים.
- תהליך ותזמון:
 - לוח זמנים של האירוע: מועדי פתיחה הרשמה, סיום הרשמה, תאריכים, סדר יום משוער.

- אתגרי הנתונים והמשימות:
 - פירוט האתגרים.
 - כללים לשימוש בנתונים – מה מותר ומה אסור, כולל סוגיות של פרטיות וסודיות.
- נתונים - סודיות, קניין רוחני וזכויות יוצרים:
 - הבהרה לגבי זכויות יוצרים על הפרויקטים והפיתוחים שיוצגו במהלך האירוע.
 - תנאים לשימוש, שיתוף וקניין רוחני – למי שייכים הפיתוחים ומהן הזכויות של המשתתפים והארגונים המארגנים.
 - כללים לשמירה על סודיות המידע והנתונים המועברים במסגרת האירוע.
 - הסדרת שימוש במידע אישי ומדיניות פרטיות.
- שיפוט והערכת פרויקטים:
 - קריטריונים להערכה ושיפוט הפרויקטים.
 - תהליך השיפוט - כיצד יתבצע תהליך ההערכה ואיך יינתן משוב למשתתפים.
 - נהלים למקרה של תקלות או מחלוקות.
- פרסים והוקרה:
 - פירוט הפרסים שיוענקו, תנאי קבלת הפרסים ואופן חלוקתם.
 - כללים לגבי זכויות הפרס והשימוש בהם.
- זכויות וחובות המשתתפים:
 - רשימת חובות המשתתפים (כגון שמירה על כללי התנהגות, עבודה צוותית, עמידה בלוחות זמנים).
 - זכויות המשתתפים (כגון קבלת מידע, תמיכה טכנית).
- כללי התנהגות ואתיקה:
 - קוד אתי שמגדיר התנהגות ראויה במהלך האירוע.
 - נהלים לטיפול בהפרות, כולל סנקציות והשלכות במקרים של הפרת התקנון.
- אחריות משפטית והגבלת אחריות:
 - הבהרה לגבי האחריות המשפטית של המארגנים והמשתתפים.
 - סעיף הגבלת אחריות במקרים של תקלות טכניות, שינויים בלתי צפויים או הפסקת האירוע.
- שונות:
 - תנאים לשינויים בתקנון במהלך האירוע.
 - נהלי פתרון סכסוכים, כולל מי יכריע במקרה של מחלוקות (למשל, ועדת בוררות).
 - פרטים ליצירת קשר במקרה של שאלות או בעיות.

דגשים:

כדי לאפשר גמישות בתקופה שלפני ובמהלך יום הדאטתון, מומלץ שלא לפרט יתר על המידה בתקנון. למשל, אין צורך להתחייב לשעה בה יתחיל השיפוט או לנקוב במספר השופטים.

חומרים שימושיים:

דוגמא לתקנון - ניתן למצוא בנספח 2.

קריטריונים לבחירת צוותים ושיפוט

- הקריטריונים לבחירת הצוותים צריכים לשקף את מטרות הדאטתון, ובנוסף חשוב לשקול את המדדים הבאים:
- עד כמה המוצר מהווה בשורה טכנולוגית או תפיסה חדשה שלא הייתה קיימת בעבר.
 - ישימות - עד כמה המוצר ניתן ליישום, בין אם טכנולוגית או על בסיס הנתונים הקיימים, לדוגמה צוות אשר יציע ליצור מכונת אוטונומית שיודעת להימנע מתאונות על בסיס דאטה כנראה לא יוכל בשלב זה באמת לבצע את מה שהוא מציע (אבל בהחלט שווה לבדוק מה שלומם בשנים הקרובות).
 - שימושיות - עד כמה המוצר עוזר באופן מהותי ולא יזו אוכלוסייה. נעדיף מוצרים שיכולים להוביל לתועלת אמיתית ושינוי מהותי על פני מוצרים שיהיו nice to have או מוצרים שיסייעו לאוכלוסיות גדולות או לאוכלוסיות מוחלשות.
 - מי בצוות - מה הניסיון של המשתתפים, האם הם חקרו וחשבו על הבעיה והפתרון שלהם ועד כמה הם בעלי מוטיבציה להמשיך לקדם את הנושא.
 - האם יש שימוש משמעותי בנתוני הארגון.

קריטריונים אלו דומים לקריטריונים לשיפוט, אלא שבמקרה של בחירת הצוותים מומלץ להעניק דגש גדול יותר לצוות ולחלוקת התפקידים בו. צוות מנוסה שבו מגוון תפקידים ובעל תחום התמחות בנושא בו הוא עוסק, יצליח כנראה יותר מצוות לא מנוסה וללא גיוון. בנוסף, בשלב בחירת הצוותים כדאי לוודא גם שהדאטתון משקף גיוון חברתי וגאוגרפי רחב ככל שניתן. ראו הרחבה על מיון הצוותים בהמשך.

חומרים שימושיים - הצעה לקריטריונים לשיפוט:
*ניתן להחליט שקריטריון מסוים יקבל יותר משקל.

1) חדשנות (20 נקודות) - שיפוט על בסיס כמה הרעיון מפתיע, מרענן או שונה מהקיים, והאם הוא מביא ערך חדש לשוק או לחברה.

• שאלות מנחות:

- עד כמה הפתרון מציג גישה חדשנית לבעיה קיימת (10)
- האם הקבוצה הציגה רעיון מקורי או גישה חדשה לשימוש בנתונים? (10)

2) השפעה פוטנציאלית (20 נקודות) - הערכה של ההשפעה החברתית, הכלכלית או הסביבתית האפשרית של הפתרון, גודל הקבוצה עליה ישפיע, העלויות שיחסכו למדינה.

• שאלות מנחות:

- עד כמה הפתרון יכול להשפיע על החברה, הכלכלה, או הסביבה? (5)
- מה גודל הקבוצה שתושפע (5)
- האם הוא מסוגל לייצר שינוי משמעותי בתחום בו הוא עוסק? (5)
- האם ידוע האם הצוות/ מנטורים/ גורמים אחרים יצרו קשר עם גורם המסוגל ומעוניין להטמיע את הפתרון? (5)



3) שימוש בנתונים (25 נקודות) - שימוש משמעותי ומעניין בנתוני הארגון, ניתוח איכותי של הנתונים, הבנת הדאטה והיכולת להפיק ממנו תובנות חדשות, היכולת להוסיף מידע חיצוני.

• שאלות מנחות:

- עד כמה הקבוצה עשתה שימוש מעמיק ומשמעותי בנתוני הארגון? (10)
- האם השימוש בנתונים היה נכון ומותאם לפתרון הבעיה? (10)
- האם הקבוצה הוסיפה נתונים חיצוניים המעשירים את נתוני הארגון? (5)

4) ישימות והיתכנות (15 נקודות) - בדיקת הכדאיות והיכולת של הפתרון לעבור משלב אב-טיפוס למוצר עובד בשטח.

• שאלות מנחות:

- עד כמה הוא ישים מבחינת טכנולוגית, כלכלית או לוגיסטית? (5)
- האם קיימים אתגרים משמעותיים במימוש? (5)
- כמה הפתרון שהוצג בדאטתון רחוק ממימוש, כמה עבודה תדרש לממשו? (5)

5) איכות הביצוע וההצגה (10 נקודות) - הערכה של התוצר הסופי, כולל איכות הקוד, הממשק והמצגת. היכולת לתקשר את הרעיון לצוות השיפוט חשובה גם היא.

• שאלות מנחות:

- עד כמה הקבוצה הצליחה לפתח אב-טיפוס עובד? (5)
- האם הם הציגו את הרעיון בצורה ברורה, מדויקת ומובנת לשופטים? (5)

6) התרשמות כללית (10 נקודות) - מהפתרון, הצוות ועוד ה-Xfactor.



נתונים

נתונים הם הבסיס לדאטתון ומרכיב חשוב בהצלחתו. נתונים איכותיים ומפורטים יאפשרו לבסס יותר רעיונות וויותר יצירתיות. חשוב להנגיש את הנתונים בצורה הנגישה ביותר לעבודת הצוותים. גם הדאטה המעניין בעולם לא יניב תוצרים טובים אם המשתתפים לא יכולים להבין אותו, לנתח אותו או לשלוף אותו בקלות.

הכנת הדאטה בארגון

- בשלב ראשון, חשוב למפות את הדאטה העיקרית עמה רוצים לעבוד. ניתן כמוכן לשנות או לערוך התאמות בהמשך, אך בחירת הדאטה משפיעה על מטרות, אתגרים, קהל היעד ועוד. אחד מתפקידי המפתח בצוות הליבה הוא "אחראי הדאטה", כדאי להתחיל בתהליך האיטוף לפחות 3-4 חודשים לפני מועד הדאטתון.
- הגורם בצוות הליבה המרכז את הנושא צריך להיות איש/ת דאטה שמבין את העבודה עם הנתונים.
- אם הדאטה מגיעה מכמה מקורות (צוותים, מחלקות או גופים שונים) בארגון, חשוב לעבוד מראש עם המנהלים של אותם גופים, אותם ניתן לערב כבר בשלבים ההתחלתיים – הם מכירים הכי טוב איזה דאטה רלוונטי יש להם.
- לשמור על ראש פתוח ולאפשר להוסיף דאטה לאורך הדרך.
- קחו בחשבון - מדובר בתהליך ממושך ולא במטלה חד-פעמית.

אתגרים נפוצים בהנגשת נתונים ארגוניים לדאטתון

- לעיתים קרובות, הנתונים עמם אנחנו רגילים לעבוד בארגון לא מוגשים או ערוכים בצורה שמתאימה לדאטתון. הדברים הבאים מקשים על גישה, עיבוד ועבודה עם דאטה:
- קבצי אקסל מעוצבים או דוחות שמכילים עיצוב, שורות כותרות, הערות, ולעיתים גם תמונות.
 - פורמטים סגורים או לא עקביים (כמו אקסל עם 8 לשוניות, או טבלאות בלי שמות עמודות).
 - חוסר במטא-דאטה – כאשר לא ברור מה יש בקובץ, מה מייצגת כל עמודה, מהי יחידת המדידה.



איך עושים את זה נכון? עקרונות להנגשת נתונים בדאטתון:

1. פורמט

- השתמשו בפורמטים של CSV או JSON לא בקבצי אקסל סגורים.
- כל קובץ צריך להיות בטבלה אחת. בלי לשונויות שונות, בלי שורות סיכום, בלי צבעים או הערות.
- בכל טבלה – שורה ראשונה היא כותרות בלבד.
- API אינו מתאים לדאטתון - זהו פורמט המתאים לשירות, לא לניתוח.

2. דאטה גולמי או אגרגטיבי?

- בדאטתון יש מתח בין הרצון לשחרר נתונים גולמיים ככל שניתן אשר מאפשרים עיבודים חדשניים ומורכבים יותר לעומת מחויבות לשמור על פרטיות. הנושא מהותי במיוחד בגופים ציבוריים בעלי חובות ומחויבויות חוקיות שונות להגנה על פרטיות והדאטה של המשתמשים שלהם.
- ככל שניתן, כדאי לשחרר גם שכבה של נתונים גולמיים (בכפוף להסרת מזהים) – זה מאפשר להגיע לתובנות פחות צפויים.
- אל תשחררו פרטים מזהים או רגישים. מומלץ לחשוב על דרכים יצירתיות להנגיש כמה שיותר נתוני פרט. למשל, אין סיבה ליישם את אותן הגבלות על יישובים גדולים כמו על יישובים קטנים או לפתח מנגנוני "בקרה מפצה" (טשטוש חלקי או עיכוב פרסום לפי קטגוריה).

3. זמנים

- חשוב לתת למשתתפים זמן להוריד ולעבד את הקבצים.
- ככל שנעשית פחות עבודה מראש להנגשת קבצים ברורים ונקיים, כך תצטרכו לאפשר לצוותים יותר זמן עבודה. קחו בחשבון שגם צוות מנוסה יזדקק לכמה ימים כדי להכין קבצים שלא הוגשו והוכנו כראוי.
- בהתאם, זמן שמוקדש לעיבוד ראשוני של הנתונים הוא זמן שנגרע מתהליך הפיתוח.
- ככל שניתן, מומלץ להכין Codebook ולפרט מהם הנתונים שיונגשו.

4. קובץ מטא דאטה

- כל הנתונים שעובדים איתם צריכים להיות מלווים בקובץ מטא-דאטה או readme שמסביר:

פריט	הסבר נדרש
שם הטבלה	מה התוכן המרכזי
עמודות	שם, סוג (מספרי/טקסט/תאריך), יחידה או רלוונטי
דוגמא	ערך טיפוסי בכל עמודה

* טיפ: אם אפשר, הכינו גם גרסה מתוויגת בסכימה (schema) בפורמט JSON.

עבודה עם הדאטה ביום הדאטתון

חשוב שתהיה ביום הדאטתון (ולפניו) נוכחות או גישה לאנשים בארגון המכירים היטב את הנתונים השונים, כך שאלו יהיו זמינים להתייעצויות עם הצוותים.

צ'קליסט הנגשה חכמה לדאטתון

- פורמט פתוח (CSV, JSON).
- טבלה אחת לקובץ, בלי לשוניות או עיצובים.
- קובץ מטא-דאטה ברור.
- רמת פירוט גולמית – היכן שאפשר.
- הסרת מזהים לפי רמת סיכון.
- שימושיות לפיתוח – לא רק לקריאה.
- תיאום ציפיות אם הדאטה לא מוכן.

כלים מומלצים להנגשה:

- Google Cloud Storage (GCS) או AWS S3 – לאחסון וניהול.
- GitHub / GitLab – לשקיפות וקבלת גרסאות.
- DVC / DataHub – לפרויקטים מתקדמים עם ניהול גרסאות דאטה.



ניהול ותכנון מקדים

רישום

תהליך הרישום לדאטתון מורכב וכולל לעיתים קרובות רישום נפרד לאירוע פתיחה\ חשיפה, אליו נרשמים אנשים שמתעניינים ועוד לא בטוחים אם הם רוצים להשתתף. חשוב להנגיש ולתאר מידע רב ככל הניתן עוד לפני ההרשמה, האתגרים, פרטים טכניים כגון תאריך ומיקום ומידע רב ככל שניתן על הנתונים איתם הם יעבדו.

שאלות שחשוב לשאול בזמן הרישום:

- שאלות לזיהוי -
 - מייל.
 - שם מלא.
 - טלפון.
 - מקום עבודה\ ארגון.
- שאלות על הצוות -
 - כמה אנשים מתוכננים להיות בצוות (תוך הבנה שייתכנו שינויים).
 - מיהם האנשים שירכיבו את הצוות, טייטל, ניסיון ושמות.
 - מה היכולות שהם מביאים איתם.
 - מה הניסיון שלהם בדאטתונים ובכלל.
- כדאי לבקש פירוט רב ככל הניתן בסעיף זה, כי הוא משפיע מאוד בשלב הבחירה והסינון הראשונים.
- אפשרות נוספת היא לבקש מכל צוות לבחור מראש שם לצוות ולבקש חברי הצוות ירשמו בנפרד. זה עלול ליצור בלאגן ובלבול במקרה של שונות באיות שם הקבוצה, אך כך נבטיח שנקבל מידע על כל חברי הצוות.
- שאלות על הפתרון.
 - מה האתגר אליו הם מתייחסים.
 - מה הבעיה שהם רוצים לפתור.
 - תיאור מפורט ככל שניתן על הפתרון (ניתן לחייב מינימום של 200 / 300 תווים. רצוי לפי הקריטריונים של הבחירה).
 - אילו כלים טכנולוגיים הם צריכים בשביל לממש את הפתרון והאם יש להם גישה לכלים אלו.
- שאלות על הנתונים -
 - באילו נתוני ארגון בכוונתם להשתמש. בסעיף זה חשוב לציין כי שימוש בנתוני ארגון הוא תנאי בסיס להשתתפות.
- צרכים מיוחדים -
 - נגישות.
 - אלרגיות.
 - בקשות מיוחדות נוספות (שלא מובטח כי יתקבלו).



- דברים נוספים שחשוב להם שנדע.
- אישור המציין כי הם מודעים ומתחייבים לתנאי התקנון כולל תנאי השימוש במידע.
- התחייבות להשתתפות מלאה ביום האירוע.
- הסכמה לשימוש במידע שמסרו לצרכי תקשורת ופרסום.

דגשים:

- חשוב לוודא כי יש למשתתפים מספיק מקום לענות בטופס.
- ניתן לאפשר רישום של יחידים, אך יש לקחת בחשבון כי הדבר דורש זמן ועבודה רבה של צוות יחידים לצוותים וכדאי מאוד להימנע מכך. במקום, מומלץ לפתוח קבוצה או פלטפורמה שמאפשרת ליחידים למצוא משתתפים נוספים ללא צוות או צוותים חסרים ולהצטרף אליהם.

מיון הצוותים

תהליך בחירת הצוותים ישפיע רבות על המשך הדרך בדאטתון – מי יהיו המנטורים, מה התשתית הטכנולוגית הנחוצה, מה הנושאים בהם יעסוק הדאטתון ועוד. חשוב להקפיד על גיוון כאשר בוחרים צוותים – גם לשאוף לכלול קבוצות אוכלוסיה שונות ככל שניתן וגם לוודא כי אין יותר מדי קבוצות שמתכוונות לעבוד על אותו מוצר או תחום. ייתכן שבמקרה של דאטתון מרובה משתתפים או לחלופין מיעוט משתתפים שנרשמו לא יהיה כלל צורך בתהליך מיון וכל מי שנרשם יתקבל, אך יש לזכור כי תהליך מיון מאפשר בחירה של הצוותים האיכותיים ביותר ולכוון את המשאבים בצורה ממוקדת יותר.

במקרה ומתקיים תהליך בחירה וסינון חשוב לוודא כי הוא מתנהל בזמן להודיע לצוותים על קבלה או אי קבלה ולוודא שברור למשתתפים לפי מה הם ממוינים (כלומר שהם מכירים את הקריטריונים). מומלץ שהקריטריונים לבחירת הצוותים יהיו דומים לקריטריונים לשיפוט, אולם יש לתת יותר דגש לניסיון, אופי, הרכב ואיכות הצוות וכן לוודא שאין חזרה על אותו פתרון יותר מדי פעמים.

ניהול הקשר עם המשתתפים

הקשר עם המשתתפים חשוב כדי שלמשתתפים יהיה כמה שיותר מידע על ההפקה ולהפקה יהיה כמה שיותר מידע על המשתתפים. מומלץ לרכז את כל המידע בדף נחיתה (או פלטפורמה נגישה אחרת) שיתעדכן ככל שיתווספו עוד פרטים. אין צורך לפרסם את כל המידע בבת אחת, אך חשוב שיהיה מקום אחד המרכז את כל המידע (דף הנחיתה).

מידע חשוב למשתתפים:

- לוגיסטיקה – תאריכים, מיקום ועוד.
- גישה ברורה לטופס ההרשמה.
- הבנה ברורה של מהם הנתונים וגישה מוקדמת ככל שניתן אליהם.
- הבנה של הקריטריונים להשתתפות ולמיון והציפיות מהם במהלך הדאטתון (למשל עד איזו רמת גימור של מוצג הם אמורים להגיע).
- על מה הם אחראים ומה יסופק להם.
- הכנה לפיץ' ואיך יתבצע השיפוט.
- עדכונים לוגיסטיים ואחרים ככל שיש.
- גישה לתקנון.
- מידע על לוגו, זמנים ועדכונים במהלך יום הדאטתון.



מידע חשוב להפקה:

- אישורי השתתפות.
- שינויים באופי וגודל הצוות (ניתן להגביל שינויים אלו אולם רצוי לשמור על מידה של גמישות).
- שאלות העולות מהצוותים.

בנוסף למשתתפים חשוב לנהל את הקשר עם המנטורים והשותפים.

חשוב להעביר ידע חשוב ביותר מערוץ אחד כי יש לאנשים נטייה לפספס. הערוצים הנפוצים הם - במיילים ובקבוצות ווטסאפ ייעודיות. ואם יש צורך לוודא שמסרים מרכזיים הועברו חשוב גם לעשות שיחות טלפון. בעוד נכון שההפקה תנהל את הקבוצות ואת עיקרי התקשורת, חשוב שתהיה נוכחות של גורם מצוות הליבה שידע לענות על שאלות או להפנות לאנשים מתוך הארגון לתשובות.



שיווק ומיתוג

השיווק הוא אחד האספקטים שואבי הזמן ביותר עד לשלב בחירת הצוותים. השאיפה היא להגיע באופן רחב ככל שניתן לקהלי היעד הרלוונטיים. השיווק נעשה לרוב דרך הרשתות החברתיות, כולל קבוצות ווטסאפ ייעודיות ופנייה אישית לגורמים מובילים. לפני שמתחילים בשיווק חשוב לגבש שפה גרפית וחומרים וכן טקסטים מוכנים המדברים גם את המיתוג של הארגון. בנוסף, ניתן (על פי צורך ותקציב) ליצור קמפיינים של שיווק ממומן ולרתום את מחלקת הדוברות לסייע ולקדם אייטמים בתקשורת בכדי לקדם את הדאטאון.

גרפיקה

בניית השפה הגרפית מתחילה מהלוגו הקובע את הצבעים והאופי של שאר הפרסומים. מומלץ ליצור לוגו ייעודי לדאטאון (המרפרר גם ללוגו הארגון). הגרפיקה יכולה להתבצע על ידי חברת ההפקה או בתוך הארגון בהנחה שיש גורמים המסוגלים לבצע את העבודה, היתרון של דרך עבודה זו היא שהחומרים שייכים לארגון לאחר מכן. יש לקחת בחשבון כי זו פעילות שנדרשת באינטנסיביות לקראת שלב פתיחת השיווק, תחזוק עמוד הנחיתה וכן בשבועות לקראת יום הדאטאון. בנוסף מומלץ לחשב בתקציב של ההפקה סעיף לתמיכה בגרפיקה במקרה שיש צורך בתוספות או שינויים שדורשים מעצבת מקצועית.

חומרים שימושיים- רשימת גרפיקה 2025:

1. שפה עיצובית ולוגו.
2. חומרים דיגיטליים:
 - a. אתר\ דף נחיתה להרשמה.
 - b. רשימת אתגרים.
 - c. רשימת שופטים.
 - d. תקשורת לרשתות חברתיות.
 - i. הזמנה (התאמה ללינקדאין, FB, ניוזלטר, אתר).
 - ii. "גם אני מנטור" לפרסום על ידי המשתתפים (FB, LI).
 - iii. אג'נדה ליום.
 - iv. לו"ז לתהליך.
 - e. טמפלייט למצגת פתיחה (אם צריך).

3. דברי דפוס:

- תגי שם.
- שלטי הכוונה להרצאות וחדרים.
- שלטי שמות של הצוותים.
- אווירה ומיתוג.
- ברוכים הבאים.
- אג'נדה.
- גב במה (פתיחה וסיום והרצאות) יכול להיות גם דיגיטלי (מצגת).

4. אופציונאלי:

- a. קירות\ שולחנות (אם רוצים) אפשר אולי לעשות אינפוגרפיקות מעניינות מהנתונים.
- b. מתנות (לא חובה).

גאנט שיווק

גאנט השיווק מפרט מה מפרסמים, איפה ומתי. הוא מאפשר למי שאחראי על הגרפיקה וכתובת הטקסטים, לוודא שכל החומרים מוכנים בזמן הפרסום וכי הפרסום מצד אחד לא מציק ומציף אנשים ומצד שני משאיר את הדאטתון במודעות של קהלי היעד.

קהלי יעד

לקהלי יעד שונים מומלץ להתאים פניות שונות לפי מה שניע אותם לפעולה – מה שיביא סטודנטים לדאטתון שונה ממה שיביא עובדי מדינה. בנוסף קהלי היעד השונים נמצאים בקבוצות ומקומות שונים וחשוב מאוד למפות מראש את ערוצי הפרסום.



מנטורים

המנטורים הם חלק בלתי נפרד מהדאטתון ותורמים לו רבות. חשוב לגייס מנטורים בעלי כישורים שונים אשר יכולים לתרום לצוותים.

ישנם ארבעה סוגי מנטורים:

- מנטורי נתונים – מנטורים אלו לרוב יגיעו מתוך הארגון והם מומחים בנתונים המונגשים בדאטתון ויכולים לסייע לצוותים להשיג עוד נתונים או לעבוד עם הנתונים הקיימים.
- מנטורים טכנולוגיים – היכולים לסייע לצוותים עם טכנולוגיות שונות, כלים, פלטפורמות ועוד.
- מנטורים תהליכיים – מנהלי מוצר, מעצבים, אנשי UX/UI, אנשי דאטה ויז ואנשים היכולים לסייע לצוותים לבנות ולהתאמן על ההצגה שלהם.
- מנטורים מומחי תוכן – מנטורים בדרך כלל מהאקדמיה, חברה אזרחית או גופים ציבוריים המומחים בתחום התוכן בהם עוסקים הצוותים.

ניתן להתחיל לגייס את המנטורים משלבים מוקדמים ביותר (בעיקר מנטורים תהליכיים אשר יכולים לסייע רוחבית לכל הצוותים) וכן לגייס מנטורים מומחי תוכן כאשר אנו יודעים באילו נושאים יעסקו הצוותים. למשל, בדאטתון 2025 ברגע שראינו כי יש צוות העוסק בפשיעה חיפשנו קרימינולוג שיכול לסייע להם. מומלץ שיהיה לפחות מנטור אחד פר צוות ועוד כמה מנטורים בעלי מומחיות. עם זאת מומלץ לא להביא כמות רבה מדי של מנטורים העלולים למצוא את עצמם חסרי מעש.

רצוי כי מרבית המנטורים יהיו זמינים לצוותים כבר משלב תחילת העבודה (בהנחה שמחליטים להתחיל את העבודה לפני יום הדאטתון). מומלץ בעיקר לחבר את הצוותים בשלבים מוקדמים למנטורים העוסקים בניהול מוצר כדי שיעזרו להם לחשוב בשלבים המוקדמים. בנוסף מומלץ לחבר לכל צוות מנטור שיכול לסייע לו שמוודא שהם יודעים מה הם עושים, איך לגשת לנתונים ועוד.

במהלך יום הדאטתון המנטורים יסתובבו בין הצוותים ויסייעו בשאלות נקודתיות, בחשיבה לקראת ההצגה ועוד. מומלץ לפתוח קבוצה למנטורים בה גם יעלו בקשות או שאלות של הצוותים אשר מנטורים אחרים יכולים לסייע איתן. ניתן לבקש מהמנטורים להצטלם ולכתוב על עצמם כמה מילים בקבוצת המשתתפים. נהוג כי מנטורים עושים זאת בהתנדבות.

מומלץ להכין למנטורים אימג' שהם יכולים לשתול את התמונה שלהם ולפרסם ברשתות החברתיות.

חומרים שימושיים:

- מייל שנשלח אל המנטורים כתדריך תפקיד המנטורים טרום האירוע - ניתן למצוא בנספח 4.
- דוגמא למייל שנשלח אל הצוותים לפני הצגת הפרוקיט - ניתן למצוא בנספח 5.

שופטים

השופטים צריכים להיות גורמים בכירים ומכובדים הקשורים לתחום. לרוב, השותפים ירצו להוסיף שופט מטעמם לצוות השופטים.

חשוב להיות בקשר עם השופטים לפני הדאטתון, לוודא שזוכרים את התאריך והשעות. חשוב להכין לשופטים מראש טופס שיפוט עם ציונים מספריים המבוסס על הקריטריונים שנקבעו.

השופטים שומעים את כל הפיצ'ים של המשתתפים ובחרים את המנצחים. זהו שלב מורכב לוגיסטית אשר גוזל זמן ויש לתכננו בקפידה. יש אפשרויות שונות לנהלו.

- שלבים – את השיפוט ניתן לבצע בשלב אחד – השופטים שומעים את כל הפיצ'ים ומחליטים על הזוכים או בשני שלבים: שלב פיצ'ים מצומצם שאחריו בוחרים את העולים לגמר ואז שלב מורחב בו ניתן למשתתפים יותר זמן וזמן לשאלות.
- מי צופה – שלב השיפוט יכול להתקיים מול השופטים בלבד, שופטים, מנטורים ומוזמנים או מול כלל המשתתפים. מומלץ להזמין גורמים חיצוניים לשלב הפיצ'ים. הדבר מעניק חשיפה גדולה יותר למיזמים.
- צוותי שיפוט – בשביל לחסוך זמן ולא להלאות את השופטים, ניתן לחלקם לשתי קבוצות כאשר כל קבוצה רואה חצי מהצוותים ואז מחליטים ביחד מי הצוותים העולים לגמר. יש לקחת בחשבון שהקשבה לפיצ'ים, גם אם קצרים של מעל 20 צוותים אורכת זמן רב. במידה ומחלקים את השופטים לקבוצות, חשוב למצוא דרך לנרמל את התוצאה.
- איפה מתבצע השיפוט – השיפוט יכול להתבצע כך שהשופטים מסתובבים בין הצוותים שמציגים להם בצורה פחות פורמלית את מה שעבדו עליו והשופטים יכולים להתרשם ולשאול שאלות, או שהצוותים מגיעים ומציגים מצגת מסודרת מול השופטים. במקרה של האפשרות הראשונה יש לקחת בחשבון ששלב השיפוט יהיה פחות אחיד ויקח יותר זמן, אך מאפשר היכרות ידידותית יותר עם הצוותים.

ההחלטה בין האפשרויות השונות תתבסס על הזמן המוקצה לשיפוט, התנאים במקום והאופי הרצוי של הדאטתון.

דגשים:

- מומלץ שיהיה מספר אי-זוגי של שופטים ובין 5-7.
- מומלץ לשמור על ייצוג מגדרי שווה.
- מומלץ לתת למשתתפים לא פחות מחמש דקות להציג ולא פחות ולאפשר לשופטים זמן לשאלה אחת.
- חשוב לחשב אז זמן ההחלפה בין צוותים – כלומר כל צוות מצריך כ-7-8 דקות לפחות.
- מומלץ להכין שופט אקסטרנה אשר נמצא בדאטתון שיוכל להשתתף במקרה שאחד השופטים לא יוכל להגיע ברגע האחרון.
- מומלץ כי בזמן השיפוט יהיה גורם אשר יודע לעבוד מהר ומדויק עם אקסלים בשביל לנהל את החישובים.
- מומלץ להזמין לשלב זה אורחים מגופים ציבוריים שונים אשר יכול להיות להם עניין בצוותים המשתתפים.

פרסים

הפרסים נקבעים כחלק מהתקציב. מומלץ לתת את הפרסים כפרס קבוצתי לשימוש חופשי של הצוות, אך ניתן גם להתנות את מתן הפרס בהמשך פעילות ולהקצות את חלקו לליווי הצוותים הזוכים. התנאים לקבלת הפרס צריכים להיות מתוארים בתקנון. וככל הנראה יהיו דרישות שונות של זיהוי לצורך מיסוי, חשוב לתקשר תנאים אלו למתמודדים על מנת שלא ייווצרו אי נעימויות ועיכובים בהעברת הפרס.



מפגשים מקדימים

דאטתון יכול להיות אירוע בודד של יום-יומיים, אולם לרוב מומלץ לקיים כמה מפגשים מקדימים:

- מפגש חשיפה למתעניינים - סמוך לתאריך תחילת ההרשמה. במפגש החשיפה מסבירים למתעניינים על הנתונים, נותנים להם דוגמאות והשראה לדברים שאפשר לעשות, מסבירים על התהליך הצפוי ועל האתגרים ובעיקר מאפשרים להם לשאול שאלות.
- מפגש כלים, נתונים ומאגרי מידע - מפגש אשר המשתתפים מקבלים בו חשיפה עמוקה יותר לנתונים, למאגרי דאטה נוספים אשר יכולים לסייע להם ולכלים.
- מפגש שאלות ותשובות לקראת הדאטתון.
- מפגש הכנה לפיץ' (אפשר ואם ניתן אף עדיף לקיימו ביום האירוע).

את כל המפגשים הללו חשוב להכניס ללוח"ז מוקדם ככל שניתן ולתקשרם למשתתפים.



יום האירוע

יום האירוע, יום השיא של הדאטתון!

יש להיערך לפעילות אינטנסיבית בימים שלפני הדאטתון ולפנות את חברי הצוות לכך.

- לוגיסטיקה ליום האירוע:
 - תכנון כיבוד (כולל התאמות כשרות, רגישויות וכו') – חשוב לוודא כי בין הארוחות יש חטיפים ונשנושים הזמינים למשתתפים לאורך כל היום.
 - תכנון מדויק של הלו"ז ליום ועדכונים שוטפים לגבי הלו"ז.
 - חלוקה לחדרים.
 - תדריך למנטורים ומענה לשאלותיהם.
 - תקשורת עם המשתתפים ומענה לשאלות (מיקום, דרכי הגעה, אבטחה, שעות, סדר יום).
- לוגיסטיקה במהלך האירוע:
 - רישום וקבלת המשתתפים (ניהול רישום מי הגיע בסוף ומי לא), כולל חלוקת תגים.
 - חלוקת מתנות למשתתפים (במידה ויש).
 - סידור השלטים והעמדות השונות.
 - עדכונים במהלך היום לגבי הלו"ז ושינויים.
 - ניהול המנטורים.
- סידור ועיצוב היום:
 - שילוט החדרים.
 - שילוט לצוותים.
 - סדר היום.
 - מצגת לפתיחה.
 - מצגת לסיום והכרזת הזוכים.
 - סידור ועיצוב אזור הכיבוד.
- תקשורת עם המשתתפים:
 - עדכונים לגבי הסדרי כניסה.
 - עדכונים לגבי הלו"ז, מתי מוגש הכיבוד, מתי מתחיל השיפוט, הרצאות אם יש ועוד.
 - תקשורת לגבי המנטורים.
 - הכנה של רשימת תיוגים ותמונות כדי שהמשתתפים, מנטורים ושופטים יוכלו להעלות פוסטים מתיוגים. משוב.

- הנחיה, הרצאות ודברי פתיחה.
 - יום הדאטתון דורש מנחה (אחד או יותר) אשר יפתח את היום, מומלץ שהמנחה יהיה דמות המנוסה בכך ויכולה ליצור אווירה של התלהבות.
 - דברי הפתיחה – נהוג כי השותפים השונים כמו גם גורם בכי מהארגון נושאים דברי פתיחה, מומלץ לצמצם את דברי הפתיחה למספר דקות לכל דובר.
 - ניתן לתאם בתחילת היום הרצאת השראה (עד עשרים דקות).

סיכום ומשוב

מומלץ לשלוח למשתתפים משוב למלא תוך כדי יום הדאטתון (לקראת סופו) ולהזכיר להם למלא אותו. נהוג לשלוח מייל כמה ימים אחרי הכולל תמונות וסיכום מיום האירוע, המודה להם על השתתפותם ומזמין אותם להמשיך בפיתוח.

חומרים מסייעים - שאלות משוב 2025:

1. סדר וארגון

a. איך הייתה תקשורת לקראת הדאטתון?
 b. האם הרגשתם שיש לכם את כל המידע הלוגיסטי שאתם צריכים? (סדר יום, מיקום וכו')

c. האם אתגרי הדאטתון היו ברורים

2. האם המנטורים סייעו לכם (דירוג 1-5)

a. האם הרגשתם שקיבלתם כלים ותמיכה נוספת? לפני האירוע

b. האם הרגשתם שקיבלתם כלים ותמיכה נוספת? ביום האירוע

3. נתונים

a. האם הייתה לכם גישה לכל הנתונים שהייתם צריכים?

b. האם הנתונים הונגשו בצורה נוחה?

4. דרג את החוויה לפני יום האירוע (1-5)

5. דרג את החוויה ביום האירוע (1-5)

a. סביבת העבודה הייתה נוחה

b. פעילויות ההעשרה תרמו ליום

c. השיפוט היה הולם ומכבד

d. הגמר מעניין

e. סה"כ הייתה לי חוויה טובה

6. מה היית רוצה שיהיה ולא היה? מה היית משנה?

7. משהו נוסף שכדאי שנדע?

לאחר האירוע

בעוד יום הדאטתון חשוב וממלא מטרות משל עצמו, חשוב לתת מקום גם לשאלת הליווי של הצוותים לאחר הדאטתון. מעבר לשאלת המיתוג, ההגעה לקהלים חדשים ועוד היינו רוצים שהדאטתון יוביל גם לשינוי ופיתוח של כלים חדשים ומשמעותיים בין אם בשוק הפרטי או אימוצם במגזר הציבורי. לצורך כך יש ליצור לצוותים תהליך ליווי מובנה.

ניתן ללוות את כל הצוותים שמעוניינים בכך, אולם יותר נכון ללוות את הצוותים שזכו\ עלו לגמר. כדאי לאסוף במקום אחד את כל מצגות הפיץ, להעלות אותן במרכז עם תאור קצר ולהפיץ לגורמים שיכולים להתעניין. מומלץ אף להתייחס לנושא המשך הליווי מבחינה תקציבית ולהגדיר מראש תקציב ייעודי לנושא זה, המשך הליווי אף יכול להיות חלק מהפרס.

איזה סוג של ליווי ניתן לעשות?

- מפגש סיכום – מפגש וירטואלי כשבועיים- חודש אחרי הדאטתון עם חלק מהמנטורים וגורמים מהארגון ומשרדים רלוונטיים שונים בו הצוותים מציגים את ההתקדמות שעשו מאז הדאטתון. ניתן לקיים מפגש נוסף חודש אחרי וכן הלאה בהתאם להתקדמות.
- הצמדת גורם מלווה מרכז, בעל קשרים במגזר הציבורי והפרטי, אשר יכול לחבר לצוותים את הגורמים המתאימים אשר יסייעו להם בהמשך הפיתוח (כולל אפשרות לחיבור לאקסלרטורים מתאימים, במידה ויש).
- המשך ליווי מנטורים – לוודא מראש עם המנטורים מי מהם מוכן להמשיך בתהליך הליווי ולצוות אותם לצוות המתאים לפי תחום העיסוק והכישורים שלהם, כולל תמיכה טכנית וטכנולוגית. התעדכנות תקופתית עם הצוותים והמנטורים לוודא צרכים והתקדמות.
- יצירת קבוצה ייעודית לצוותים הרוצים להמשיך לעבוד ולהתייעץ עם מנטורים וגורמי מקצוע, שליחת עדכונים חודשיים\ שבועיים בקבוצה על התקדמות.
- Demo day – מפגש כחודש-חודשיים אחרי הדאטתון, בו הצוותים הרלוונטיים יציגו בפני גורמים אשר יכולים להטמיע אצלם את המוצרים, להשקיע בהם כסף או לקדם אותם בדרך אחרת.
- סדנאות והכשרות מקצועיות – לארגן הכשרות או סדנאות על כלים וכישורים היכולים לסייע לצוותים להמשיך לפתח את המוצר.

דגשים וסיכום

בעידן שבו מידע ציבורי הוא לא רק משאב אלא מנוע חדשנות של ממש, דאטתון ציבורי הוא לא עוד אירוע – הוא הצהרת כוונות. הצהרה על פתיחות, על שיתוף, על שאיפה אמיתית ליצירת פתרונות חכמים עם ערך לציבור. המדריך שנכתב כאן הוא מפת דרכים מעשית – אבל גם חלון לעולם חדש. הוא מיועד לגופים ציבוריים שמעוניינים להוביל שינוי, לא רק לדבר עליו. צעד אחר צעד, הוא מציג איך להפיק דאטתון מוצלח: החל מאיתור אתגר, דרך פתיחת נתונים רלוונטיים, ועד לגיוס שותפים, שיווק והפקת האירוע בפועל.

במדריך עברנו על השלבים השונים ליצירת דאטתון מוצלח החל מהגדרת תפקידים מדויקת בצוות הליבה וכן הגדרת אנשי הקשר מול הספקים והשותפים. עברנו על לוחות זמנים וחשיבות התכנון קדימה.

חשוב להבין כי אמנם האירוע מורכב ותכנון קפדני יועיל להתנהלותו החלקה, אך זהו גם אירוע בו יש צורך בפתיחות וגמישות מסוימת. הוספה של שותפים במהלך הדרך, התאמות נדרשות בשיווק, קהלי היעד ומול הצוותים (ולכן גם מומלץ לא להתחייב בתקנון לדברים שעלולים להשתנות במהלך התהליך לפני ותוך כדי יום הדאטתון).

חלק מהתכנון ליום האירוע צריך להתרכז גם ביצירת האווירה המתאימה. דאטתון (או דאטתון) הוא אירוע שכולם מגיעים אליו בהתנדבות (משתתפים, מנטורים, שופטים) והוא אמור לשדר חיוניות, חדשנות יצירתיות ולעטוף את המשתתפים ככל שניתן כדי שיוכלו להרגיש חופשיים ליצור. הדבר כולל גם גישה שירותית מצד כל הגורמים הפועלים מולם – התייחסות לשאלות ובקשות וגם מעטפת לוגיסטית וגם לדאוג לכך שבמהלך היום המשתתפים מרגישים תשומת לב והערכה (מתנות, פינוקי אוכל, סיוע ועוד).

דאטתון הוא אירוע בעל ערך רב לקהל ולארגון אך ארגונו דורש שיתוף פעולה של גורמים שונים בתוך ומחוץ לארגון. בדיוק בשביל זה קיימת קהילת DatA-IL – קהילה ייחודית שמביאה את מיטב השחקנים מעולמות הדאטה וה-AI כדי להפוך רעיונות לפתרונות. כשותפה אסטרטגית, DatA-IL יודעת לחבר בין משרדי ממשלה, יזמים, חוקרים וחברות טכנולוגיה – כדי לוודא שהאירוע שלכם לא יהיה רק מוצלח, אלא גם בעל המשכיות והשפעה. בואו להפוך דאטה לאימפקט.

נספח 1 - איך קובעים נושא לדאטתון

בחירה חכמה ואסטרטגית של תחומים\ נושאים לדאטתון מהותית להצלחתו, בחירת הנושאים תשפיע על הקהל שיוזמן ועל התוצרים הסופיים ורצוי שתהיה קשורה לאסטרטגיה של הארגון ולנושאים המעסיקים אותו.

מצורפות 5 שאלות או פרספקטיבות היכולות לסייע לארגון לכוון את נושא הדאטתון :

1. **למה אני עושה את הדאטתון?** מה המניע לקיום הדאטתון – מיתוג חדשני, יצירת מוצרים פנימיים ליעול העבודה, הוספה למוצרים הקיימים שהארגון מציע ללקוחות, הפצת ידע.
2. **התחברות לאסטרטגיה הארגונית** – מהם התחומים אותם סימן הארגון כבעלי עדיפות אסטרטגית, מהם האתגרים העתידיים המרכזיים של הארגון? מהם התחומים של תכנית העבודה לשנה הקרובה, אם יש תוכנית חומש – מהם התחומים המוזכרים בה?
3. **נקודות הכאב של השותפים המרכזיים** – מה התלונות השכיחות שאתם שומעים, ניתן גם לראיין שותפים עיקריים, מה הם היו רוצים לראות?
4. **איסוף הצעות מראשי תחומים** – הרבה פעמים מומלץ גם לאסוף מידע מתוך הארגון – מאנשים בעלי ראייה מרחבית (דרג ניהולי ביניים ובכיר), ניתן לראיין את האנשים או לבצע סקר.
5. **מה אני אעשה עם התוצרים?** האם התוצרים של הדאטתון ישולבו בתוך הארגון או שמדובר על תוצר חיצוני שרק יקבל תמיכה מהארגון לפיתוחו?

נספח 2 - דוגמא לתקנון

תחרות פיתוח מוצרים דיגיטליים מנתוני הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה

תקנון התחרות

תקנון זה יבוא במקום כל תקנון ו/או פרסום מוקדם אחר.

מבוא:

הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (הלמ"ס) פועלת מכח פקודת הסטטיסטיקה [נוסח חדש], התשל"ב - 1972. במסגרת תפקידיה החוקיים מפרסמת הלמ"ס מידע רב לציבור - באתר הלמ"ס. הלמ"ס מעוניינת לערוך אירוע הפנינג תחרותי - "האקאטון" אשר מטרתו היא לעודד פיתוח יישומונים או מוצרים דיגיטליים אחרים תוך שימוש בנתונים המפורסמים על ידי הלמ"ס בתצורות שונות ובפלטפורמות שונות. התוצרים יספקו מענה הולם לצרכי הציבור הישראלי, בהתבסס על המידע הקיים במאגר של הלמ"ס. שפת המוצר צריכה להתאים לקהל היעד.

במסגרת התחרות, יתבקשו המשתתפים לפתח מוצר דיגיטלי בתחומי הסטטיסטיקה השונים אשר יתבסס על משיכת נתונים מתוך מאגר המידע המפורסם של הלמ"ס או מאגרים נוספים שיוגשו למשתתפים.

הארוע יתקיים במשרדי חברת גוגל בכתובת יגאל אלון 98 תל-אביב, ביום: 23.1.2024 בשעה 09:00 עד 19:00 (לערך).

הלמ"ס תעניק לשלושת המוצרים הדיגיטליים שיזכו בשלושת המקומות הראשונים בתחרות, פרסים כדלקמן: מקום ראשון - 10,000 ש"ח; מקום שני - 5,000 ש"ח; מקום שלישי - 1,000 ש"ח;

הרשמה לתחרות:

- ההרשמה לתחרות תבצע באמצעות טופס הרשמה מקוון (להלן: "טופס ההרשמה") עד ליום 26.12.24 (להלן "זמן הגשת המועמדות לתחרות"). מארגני התחרות שומרים לעצמם את הזכות לשנות את המועדים בהודעה שתפורסם.
- ההרשמה אינה כרוכה בתשלום והינה פתוחה לכל המעוניין, לרבות תאגידים, מלכ"רים המאוגדים בישראל וכן ליחידים וקבוצות המעוניינים להשתתף בתחרות (להלן: "משתתפי התחרות").
- כל צוות ימנה עד 7 אנשי צוות. קיימת עדיפות לצוותים שגרשו מראש כקבוצות. בודד יצוות על ידי צוות האקאטון לקבוצות או בודדים אחרים והכל בכפוף למגבלת המשתתפים המאושרים ליום התחרות.
- אישור רישום יתקבל לאחר הרישום אוטומטית עם שליחת טופס ההרשמה. אישור הרישום אינו מהווה אישור על השתתפות.
- בתום תהליך המיון, תימסר לנרשמים (כ-120 משתתפים יחידים בסה"כ), אשר המארגנים אישרו את השתתפותם בתחרות, הודעה מאשרת בדבר השתתפותם בתחרות באמצעות דואר אלקטרוני. יודגש כי אישור השתתפות לאדם יחיד מותנה במציאת צוות מתאים.
- בסמכות הלמ"ס, בהתאם לשיקול דעתה הבלעדי, לקבוע מי מהצוותים ימשיך לשלב התחרות ובהתאם לכך לאשר השתתפות ולזמן את הצוותים ליום התחרות. החלטת הלמ"ס היא סופית ולא ניתנת לערעור.
- צוותים שישתתפו בתחרות ידרשו לחתום על הצהרת סודיות כתנאי לקבלת מידע ונתונים מסוימים מהלמ"ס, והתחייבות לאי-שימוש במידע לרעה או לשימוש מסחרי. יודגש כי הצהרה זו לא מתייחסת למידע פומבי שחשוף לציבור דרך אתר הלמ"ס.

תנאים להגשת הצעות:

1. הסכמת המשתתף לתנאי תקנון זה.
2. על ההצעה/הרעיון לענות על המאפיין הבא: מוצר העוסק בתחומי הסטטיסטיקה ועושה שימוש באחד או יותר מקובצי ה"למ"ס ומאגרי המידע של ה"למ"ס המותרים לפרסום.

וועדת הבדיקה, רשאית בהתאם לשיקול דעתה, בנסיבות חריגות ומטעמים מיוחדים שיירשמו לקבל הצעה/ רעיון למוצר, אף אם אינו עומד במאפיין האמור לעיל.

הליך המיון:

בהתאם למידע שנמסר על ידי הנרשמים בטופס הרישום המקוון ובכלל: האתגר שנבחר (רשימת האתגרים בלינק המצ"ב - <https://view.genially.com/673ec702ad225572077f6264>), הרכב הצוות ותיאור המוצר המוצע על ידי הצוות – יתבצע הליך מיון כמפורט להלן:

1. נקבעו מראש ארבעה פרמטרים לשלב המיון והם:

- a. מועילות הרעיון- היקפי השפעת הפתרון המוצע, עד כמה הפתרון המוצע יכול לשפר את המצב הקיים, היקפי ההשפעה על הציבור- עד 30%.
- b. ישימות הרעיון- עד כמה הרעיון בר ביצוע? בהנחה וה"למ"ס תחליט לאמץ את הרעיון- עד כמה הפתרון שהוצג בר יישום? (בהתחשב במורכבות פיתוח/אתגרי פרטיות/עלות כספית/משך זמן נדרש וכו')- עד 30%.

c. חדשנות ומקוריות הרעיון- האם הרעיון יוביל למוצר שהוא ייחודי ומקורי או קיים- עד 30%.

d. הרכב הצוות- מידת הגיוון והייצוג ההולם של אוכלוסיות שונות מקרב חברי הצוות ומידת ההתאמה המקצועית של חברי הצוות לרעיון המוצע- עד 10%.

e. ניסיון בעבודה עם נתונים (Data)

f. ניסיון בקוד ופיתוח (Development)

g. גיוון בצוות - האם יש בצוות ייצוג לאוכלוסיות שהיינו רוצים לראות בדאטתן (נשים, אוכלוסיה ערבית,

חרדים, פריפריה, מפונים, חיילים וכד')

h. ניסיון בפרויקטים דומים (דאטתונים)

בסופו של הליך המיון ייבחרו סה"כ כ-120 משתתפים בהתאם לחלוקת הצוותים מתוכם 3 צוותים של יחידים שצוותו יחידיו לטובת הפקת תועלת מציוות לחבר צוות נוסף.

מהלך התחרות:

1. ביום חמישי 23.1.2025 יתקיים אירוע התחרות בו יתבקשו המציעים להציג את המוצר הדיגיטלי שעלה לשלב זה. את ההצגה יש לבצע בכל אמצעי שיראו לנכון (מצגת, חיבור המכשיר הנייד להצגה במקרן וכו').
2. התכנסות ורישום לאירוע יחלו בשעה 9:00 בבוקר. בשעה 10:00 יחל זמן העבודה של הצוותים, בחדרים נפרדים ובלווי מנטורים שצוותו לכל צוות. עד השעה 17:00 תתאפשר עבודה על התוצרים ומשעה זו יחל שלב השיפוט. בשלב זה, כל צוות יציג את הפתרון שפיתח בפני פאנל השופטים, אשר יעברו בין החדרים ובין הצוותים. הזמנים המפורסמים בתקנון זה עשויים להשתנות בהתאם לאילוצים שונים.
3. יודגש כי הנוכחות ביום התחרות היא חובה משעות הבוקר ומהווה תנאי לזכיה.

שלב השיפוט:

השופטים יבחנו את התוצרים בהתאם לקריטריונים הבאים:

1. התוצר (סה"כ: 90 נקודות)

- הבנת האתגרים וחיבור לפתרון המוצע -15 נקודות: עד כמה הפתרון מסייע להתמודדות עם האתגרים שהוצגו? אם נעשה שימוש באתגר הפתוח – עד כמה האתגר שהוצג משמעותי עבור מדינת ישראל
- מקוריות וחדשנות -25 נקודות: האם הרעיון יוביל למוצר שהוא ייחודי ומקורי או קיים?
- שימושיות והשפעה -20 נקודות: האם הרעיון יכול לשמש אוכלוסיות רחבות או צרות? כמה גדולה התועלת שתצמח מהרעיון?
- יישומיות -20 נקודות: האם הוצגה הוכחה יכולת למימוש הפתרון במסגרת סד הזמן הנתון? בהנחה והלמ"ס תחליט לאמץ את הרעיון- עד כמה הפתרון שהוצג בר יישום? (בהתחשב במורכבות פיתוח/אתגרי פרטיות/עלות כספית/משך זמן נדרש וכו')?
- עיצוב וחוויות משתמש -10 נקודות

2. צוות (סה"כ: 10 נקודות)

- גיוון בצוות -5 נקודות: האם יש בצוות ייצוג למגוון אוכלוסיות בחברה הישראלית.
- מוטיבציה ומחויבות -5 נקודות

בחירת הזוכים תיעשה על פי שיקול דעתם הבלעדי של השופטים בתחרות והיא סופית ולא ניתנת לערעור.

שלב הודעה על הזוכים:

- בתום ההצגה, צוות שופטים או נציג הלמ"ס יודיע על שלושת המוצרים הדיגיטליים הטובים ביותר וידרגם מקום ראשון, שני ושלישי.
- דרוג המוצרים יזכה את הצוותים בפרס כספי* כדלקמן:
 - מקום ראשון – 10,000 ₪.
 - מקום שני – 5,000 ₪
 - מקום שלישי – 1,000 ₪

* בכפוף להמצאת המסמכים הנדרשים כמפורט בהמשך מסמך זה.
* הפרס הנו ברוטו וינוכה ממנו כל מס רלוונטי.

רשאים להשתתף בתחרות:

1. יחידים בגירים מעל גיל 18, תושבי ישראל.
2. תאגידים ומלכ"רים המאוגדים כדין בישראל – המיוצגים על ידי יחידים בגירים מעל גיל 18, תושבי ישראל.

הגשת פתרונות טכנולוגיים להתמודדות בתחרות מחייבת עמידה בדרישות הסף כדלקמן:

1. הפתרון צריך להיות מוצג בשפה העברית נכון לאירוע הגמר. אין מניעה להציג חלקים מהפתרון (למשל, קוד) בשפות נוספות.
2. על הפתרון הטכנולוגי אסור: להכיל תוכן בשפה גסה או מגונה, להשמיץ, לתאר שנאה, להכפיש, להסית לאלילות או לגזענות, או להכיל דברי תועבה ו/או כל תוכן בלתי ראוי אחר ו/או לעבור על הוראות כל דין.
3. באחריות המשתתפים לוודא כי הפתרונות אינם מפרים קניין רוחני ו/או פוגעים בפרטיות של צד שלישי.
4. משתתפי התחרות מצהירים ומתחייבים כי במסגרת פיתוח הפתרון הטכנולוגי הם יעמדו בכל הוראות הדין בנוגע לשמירה ולהגנה על פרטיות.

זכויות וקניין רוחני:

1. הזכויות בתוצרים, רעיונות, וכלים שיפותחו במסגרת התחרות, בין אם יזכו ובין אם לאו, יהיו שייכים ליוצריהם - המועמדים. המועמדים מתחייבים כי הם היוצרים של כלל ההמצאות שיפותחו בתחרות, ולכן הם מוסמכים לתת ללשכה המרכזית לסטטיסטיקה זכות שימוש בלתי חוזרת, ללא תמורה, בכל המצאה שהמציאו בתחרות, וזאת לצורך כל שימוש הדרוש ללמ"ס לצורך ביצוע תפקידיה, ובכלל זה זכות לעשות בכל המצאה כל שימוש, שינוי פיתוח לרבות הצגתם ותפעולם על ידי צוותי משימה מקצועיים בין-משרדיים, מהלמ"ס ומגופים נוספים, לפי שיקול דעתה של הלמ"ס ולצורך שימוש בהם לצרכים סטטיסטיים נוספים במשרדי הממשלה. בהשתתפות בתחרות מצהירים המשתתפים כי הם נותנים ללמ"ס זכות שימוש כאמור לעיל.
2. משתתפי התחרות יוכלו לעשות שימושים נוספים בתוצרים שפותחו במסגרת התחרות אולם בהשתתפותם בתחרות הם מצהירים כי לא יעשו שימוש לרעה בנתונים.
3. משתתפי התחרות נותנים את הסכמתם לפרסום המיזמים ע"י המארגנים באמצעי המדיה השונים לפי שיקול דעתם וללא הגבלה.
4. משתתפי התחרות מצהירים ומתחייבים כי בתוצרים ובכלים שהם יפתחו במסגרת פיתוח האפליקציה ובפרסומם לא תהיה הפרה של זכויות צד ג' כלשהו לרבות הפרה של זכויות קניין רוחני ו/או פגיעה בפרטיות בקשר לפיתוח האפליקציה והשתתפותם בתחרות. יודגש כי כל פגיעה מסוג זה תהיה באחריותם הבלעדית של חברי הצוות, ביחד ולחוד, וכי ללמ"ס לא תהיה אחריות כלשהי בקשר לפגיעה ולהפרה לפי סעיף זה.



כללי:

1. הלמ"ס תהיה רשאית לבטל את התחרות מטעמי תקציב או מכל סיבה אחרת או לשנות את תנאי התחרות בכל עת בכפוף לשיקול דעתה הבלעדית. הודעה מתאימה על כך תפורסם באתר האינטרנט.
2. למען הסר ספק הצוותים המשתתפים בתחרות לא יקבלו סיוע או תמיכה כלשהי, בגין עמידה במשימת התחרות או עבור מוצר שיציגו במסגרת התחרות מתקציב המדינה, מלבד הפרס לזוכים כפי שנקבע בתקנון זה.
3. בכל מקרה שבו הזוכה הפוטנציאלי של התחרות נפסל מכל סיבה שהיא באפשרותם של המארגנים להכריז כי הזוכה הוא המשתתף הבא בעל הציון הגבוה ביותר.
4. במקרה שצוות שעלה לגמר החליט לפרוש מהתחרות יעלה לגמר הצוות שמדורג במקום הבא אחריו.
5. בהשתתפות בהאקאטון מסכים מאשר ומצהיר המשתתף כי קרא את התקנון והוא מקבל עליו את הוראותיו ללא כל סייגים. המשתתף מצהיר כי הוא מודע לכך שרישום לתחרות אינו מהווה אישור על השתתפות והדבר נתון לשיקול דעתה הבלעדי של הלמ"ס.
6. המארגנים רשאים לדחות או לבטל את הפעילות, כולה או חלקה, או לשנות את תנאיה בתקנון זה מכל סיבה שהיא על פי שיקול דעתם הבלעדי.
7. המארגנים שומרים לעצמם את הזכות לפסול כל אדם או מתמודד או קבוצה המשבש או המפריע לניהול התקין של התחרות או שפועל בניגוד להוראות אלה.
8. למשתתפים לא תהא כל טענה או זכות כלשהי בקשר לתחרות ולכל פעולה בה ינקטו המארגנים בקשר לכל תקלה או טעות, ובקשר לכל נזק ישיר ו/או עקיף, לרבות הוצאות ישירות או עקיפות שייגרמו למשתתפים עקב השתתפותם בתחרות.
9. מובהר ומוסכם על המשתתפים כי מידע אשר נאסף במסגרת התחרות נשמר אצל המארגנים ויהיה חשוף בפניהם ובפני הגורמים המעורבים בניהול התחרות.
10. המארגנים לא ישאו באחריות בגין הדברים הבאים:
 - a. כל מידע שגוי או לא מדויק, בין אם סופק או נגרם על ידי המארגנים ומי מטעמם, המתמודדים, טעויות דפוס או על ידי כל ציוד או תכנות הקשורים או מנוצלים בתחרות.
 - b. כשלים טכניים מכל סוג שהוא, לרבות, אך לא רק, תקלות, הפרעות או ניתוקים של קווי הטלפון ורשת האינטרנט או מחשוב חומרה או תוכנה ולכל התשתיות אשר יועמדו לרשות המשתתפים.
 - c. טעות טכנית או אנושית אשר עלולה להתרחש בניהול התחרות או בעיבוד של רשומות.
 - d. כל פגיעה או נזק לגוף או לנכס אשר עלול להיגרם, במישרין או בעקיפין, באופן מלא או חלקי, על ידי השתתפות של משתתף בתחרות או קבלה או שימוש או שימוש לרעה כלשהו בפרס.
11. המתמודד בתחרות משחרר את מארגני התחרות, את נציגיהם, ואת שותפי התחרות ונותני החסות מפני ונגד כל תביעה, הוצאות, ואחריות לרבות מרשלנות, בפגיעה בפרטיות, לשון הרע, הפרת זכות יוצרים סימן מסחרי או זכויות קניין רוחני ומנזקים מכל סוג שהוא לאדם או לרכוש. מארגני התחרות רשאים, על פי שיקול דעתם הבלעדי והמוחלט לשנות את כל המועדים לתחרות הקבועים בתקנון זה בכל שלב משלבי התחרות.
12. בכל מקרה בו י/תפר חבר/ת צוות המשתתף בתחרות את הוראות תקנון התחרות או במידה שיועלו חשדות של שימוש לרעה בזכאות הניתנת או שיעלה חשש כי לא מילא אחר כללי התחרות או השתמש באמצעים פסולים או נהג שלא בהוגנות מול המשרד או מול המתחרים באופן כלשהו, תהיה הלמ"ס רשאית למנוע את השתתפותו בתחרות או לפסול את זכייתו ולא תהיינה למשתתף כל טענה ו/או תביעה כנגד הלמ"ס בגין הפסקת ההשתתפות בכסיבות דנן.

13. זכייתם של הצוותים הזוכים בתחרות עשויה להיות מסוקרת על ידי אמצעי תקשורת שונים, לרבות לצורך חשיפת פעולות המשרד וקידום מאגר המידע. בהשתתפותו, מביע חבר צוות המשתתף את הסכמתו לפרסום שמו ולסיקור זכיית צוותו, לרבות ברשת האינטרנט ובעיתונות ובפרט באתרי האינטרנט של הלמ"ס, וברשתות החברתיות. כמו כן, משתתפי האתגר נותנים את הסכמתם לפרסום המיזמים ע"י המארגנים באמצעי המדיה השונים לפי שיקול דעתם וללא הגבלה.
14. הפרסים יוענקו ברוטו וינוכה מהם כל מס רלוונטי, וכן בכפוף להמצאת פרטי חשבון ו/או פרטים רלוונטיים נוספים לצורך העברת כספי הפרס. קיימת אפשרות להענקת הפרס לחבר מסוים בקבוצה, ועד שלושה חברים (בחלוקה שווה). ניתן להעניק את הפרס גם לחברה (אחת בלבד).
15. מארגני התחרות רשאים לשנות ו/או לתקן ו/או להוסיף ו/או לגרוע מעת לעת הוראות תקנון התחרות.

הוראות הנוגעות למשתתפים שמעוניינים בקבלת מידע/נתונים מחברת שבא:

1. במסגרת התחרות משתתפי התחרות (כולם או חלקם) עשויים לקבל מידע ו/או נתונים אגרטיביים סטטיסטיים ו/או אנונימיים שונים אודות סליקת אשראי בבתי עסק מסוימים בישראל (להלן: "**מידע אגרטיבי**") שסופקו על ידי חברת שירותי בנק אוטומטיים בע"מ (להלן: "**שבא**"). המידע האגרטיבי מסופק בלא כל התחייבות, אחריות או מצג כלשהו בדבר איכות, מהימנות, שלמות, העדכון ו/או רמת דיוק ו/או התאמת ו/או אפשרות שימוש המידע האגרטיבי למטרה מסוימת, ושבא לא תישא באחריות ו/או חבות כלשהי בקשר עם המידע האגרטיבי ו/או הנתונים עליהם מתבסס המידע האגרטיבי. שבא לא תהיה אחראית על כל נזק ו/או חבות ו/או הפסד, לרבות ישיר או עקיף, שיגרם ללמ"ס, למשתתפי התחרות ו/או לכל צד שלישי משימוש במידע האגרטיבי ו/או בקשר עם הסתמכות על המידע האגרטיבי. משתתפי התחרות יהיו אחראיים כלפי שבא על פי כל דין לכל נזק ו/או הפסד ו/או פגיעה ו/או הוצאה ו/או תוצאה מכל סוג, אשר יגרמו לה ו/או למי מטעמה ו/או לצד שלישי כלשהו בקשר עם שימוש ו/או הסתמכות על המידע האגרטיבי ו/או שמירתו בסודיות, ומתחייבים לפצות ולשפות את שבא ו/או מי מטעמה בגין כל נזק, חבות ו/או הפסד אשר ייגרמו לשבא ו/או למי מטעמה בקשר עם האמור.
2. כל הזכויות, לרבות הקניין הרוחני מכל סוג שהוא, במידע האגרטיבי הינו של שבא בלבד. משתתפי התחרות מתחייבים לשמור את המידע האגרטיבי בסודיות מוחלטת ולא לפרסם, להעביר, להודיע, למסור, לחשוף או לגלות או להביא לידיעת כל אדם ו/או תאגיד את המידע האגרטיבי, ולנקוט בכל אמצעי הזהירות הנדרשים לשמירת הסודיות של המידע האגרטיבי ולעשות בו שימוש אך ורק למתן השירותים במסגרת התחרות ובמידה המינימאלית המתחייבת לצורך מתן השירותים בלבד.
3. חל איסור להשתמש במידע האגרטיבי לכל שימוש מסחרי ו/או לטובת בניית מערכת "דאטה" עצמאית ו/או על הצלבת המידע האגרטיבי עם מקורות מידע נוספים ו/או כל ניסיון להגיע לזיהוי ו/או בידוד לקוח הקצה ו/או בית העסק ו/או נשוא המידע מתוך המידע האגרטיבי ו/או על שימוש לרעה ו/או שימוש בניגוד להוראות כל דין ו/או שימוש לא חוקי במידע האגרטיבי, לרבות פגיעה בזכויות קניין רוחני, זכויות חוזיות או בפרטיות.
4. מובהר בזאת כי שבא הינה חברה ציבורית שמנייתיה נסחרות בבורסה לניירות ערך בתל אביב. משתתפי התחרות, במסגרת התחרות, עשויים לקבל מידע ו/או נתונים אודות שבא שהינו עשוי להיות "מידע פנים" כהגדרתו בחוק ניירות ערך. קבלת הידע ו/או נתונים כאמור כמוהם כהתחייבות שלא לעשות שום שימוש במידע פנים כאמור.
5. על משתתפי התחרות למחוק את המידע האגרטיבי שיישמר במחשבים ו/או במערכות ו/או בכל מדיה מכל סוג שברשות ו/או בבעלות משתתפי התחרות, מיד לאחר סיום התחרות, ולאשר בכתב באמצעות תצהיר חתום את האמור ככל שיתבקשו לאשר זאת לבקשת שבא.

נספח 3 - תדריך תפקיד המנטורים

דוגמא למייל שנשלח אל המנטורים כתדריך תפקיד המנטור:

היי לכל המנטורים המעולים!

עוד 46 שעות וקצת זה קורה! הספירה לאחור התחילה! 🕒

קודם כל והכי חשוב תודה לכל מי שלקחה מהזמן שלו.ה להיות כאן, הניסיון שלכם. הוא מרכיב חיוני בהצלחת האירוע וזה לא מובן מאליו שלקחתם את הזמן להיות פה איתנו! חשוב גם להגיד שזה אירוע מאוד מיוחד שהמטרה של כל הפתרונות המפותחים בו היא בסופו של דבר לשפר את החיים של כולנו ושמסקף תפיסה שהנתונים של הארגון הם בעצם הנתונים שלנו!

עם כל החשיבות של הנושאים והפתרונות, תזכרו שדאטתון הוא אירוע כיפי, גם אם לעיתים כאוטי, בסוף אנחנו במקום של חשיבה, חדשנות והמצאות ובאתם לתמוך ולעזור אבל גם להנות. קחו זמן לנשנש, לשבת לנוח כשצריך ולפטפט עם המנטורים המגניבים האחרים.

יש לנו XX צוותים שמגיעים ברמות שונות של יכולות ומוכנות.

מה התפקיד שלכם ביום?

אתם נותנים לצוותים תמיכה, עוזרים להם לראות את הדברים מזווית קצת שונה, מיעצים להם בתחום המומחיות שלכם, עוזרים להם לראות את התמונה הגדולה שצריך ולשאול את עצמם שאלות שהם לא שאלו. חלק מהתפקיד שלהם זה לעזור לצוותים לחשוב מחוץ לקופסה וחלקו לעזור להם גם להתכנס בסוף לפתרון אחד ברור ולא להתפזר ולעודד אותם לאורך הדרך. בנוסף אם אתם רואים שיש צוותים שמתפזרים או נתקעים נשמח שתזכירו להם את לוח הזמנים. אתם לא צריכים לעשות בשבילם את העבודה. אם יש להם מחקר לעשות כמובן שאתם מוזמנים לחלוק מהידע והניסיון שיש לכם ולהכווין אותם אבל אתם לא מתבקשים לעשות במקומם. איך זה יעבוד

זמן העבודה יתחיל סביב XX:XX. ניתן לצוותים קצת זמן להתארגן בחללים ואז תצאו לסיבוב ראשון. את חלקכם מיניתי "לאחראי צוות" זה אומר שאתם אחראים לתת לצוות הזה קצת יותר תשומת לב, לראות שהם בכיוון הנכון, להבין מה חסר להם ועוד.

כאן תראו מי הצוותים המשתתפים, מה הפרוייקט ועולם התפוקה שלהם ועל איזה צוות אתם אחראים. קישור לרשימת הצוותים ועל מה הם עובדים. אם יש בקשות להחליף או לשנות תכתבו לי בפרטי בבקשה.

תוך כדי ההסתובבות בין הצוותים אני מזמינה אתכם להשתמש בקבוצה ואם אתם רואים צוות שצריך משהו שהוא לא בתחום המומחיות שלכם לכתוב לנו ואני אנסה בהקדם לשלוח לאותו צוות מישהו שיכול לתמוך בו. אני מזמינה אתכם גם לכתוב על צרכים שאתם לא בטוחים אם אנחנו יודעים לענות עליהם. אם נוכל נחבר להם גם אנשים שלא נמצאים פיזית בדאטתון.

למשל - צוות X, יושב בחדר ישיבות למון, צריך עזרה ממישהו שמבין בדשבורדים וויזואליזציה. ונשלח את הגורם המתאים.

הצגה לשופטים

לקראת השעה XX:XX נבקש שתפנו את תשומת לב הצוותים שהם צריכים להתחיל לחשוב על ההצגה שלהם. השיפוט מתחיל ב XX:XX

אני אשלח בהמשך להודעה זו את ההודעה שהעברנו לצוותים לגבי דגשים בהצגה שלהם ועל מה מתבסס השיפוט. בשלב הראשון יש להם שלוש דקות להצגה ואנחנו נקפיד מאוד על העמידה בזמנים. תזכירו להם שיש להם שלוש דקות 😊

5 צוותים יעלו לגמר ולהם יהיו חמש דקות להצגה .

נבקש מכולכם לוודא שהצוותים יודעים לענות על השאלות העיקריות – מה הבעיה שהם פותרים, את מי זה משרת ומה הפתרון שלהם מציע. ושהשיפוט יהיה על ישימות, מועילות, חדשנות וצוות ומוטיבציה. (פירוט בהודעה לצוותים)

מחלקכם אבקש ספציפית שתעברו ותסייעו לצוותים עם ההצגה.

תודה ענקית על מחויבותכם והשקעתכם!
יהיה כיף!

נספח 4 - תדריך צוותים לפני הצגת הפרויקט

דוגמא למייל שנשלח אל הצוותים לפני הצגת הפרויקט:

היי היי,

מחדדת מה כדאי שהיה בהצגה שלכם לשופטים:

- מי אתם, ספרו לנו קצת על הצוות ועל תהליך העבודה
- מה הבעיה שבאתם לפתור ולאיזה אתגר היא קשורה
- למה זה חשוב לפתור את הבעיה הזו
- על מי זה ישפיע (קהל היעד)
- הצגת הפתרון - איך אתם פותרים את הבעיה (יכולים להדגים, להראות אבטיפוס להתכנות או לספר לנו).

זכרו שהשיפוט יעסוק ב:

ישימות הפתרון – תסבירו לנו שהפתרון שלכם ניתן ליישום, כמה עבודה אתם חושבים שצריכה להתבצע עד שניתן יהיה ליישם את הפתרון בשטח.
מועילות הפתרון – תסבירו לנו עד כמה הפתרון מועיל, לאיזו אוכלוסיה ולאיזה גודל של אוכלוסיה.
חדשנות – תראו לנו שהפתרון שלכם מביא גישה חדשנית בין אם טכנולוגית או תפיסתית לבעיה.
צוות ומוטיבציה – צוותים שהשקיעו והגיעו לשלבי פיתוח יותר מתקדמים, שיראו עניין בהמשך פיתוח שידגימו עבודת צוות מרשימה.
וכמובן שעל הפתרון שלכם לכלול נתונים מהארגון

השיפוט יתבצע בשני שלבים:

שלב ראשון – שלוש דקות הצגה מול השופטים. לו"ז ההצגה יקבע רנדומלית ויפורסם במהלך היום.
גמר – 5 צוותים יעלו לגמר ויציגו במשך חמש דקות מול המליאה. מתוך אותם 5 צוותים יבחרו 3 זוכים.

מחכים ומצפים!

כותבי הדוח:

DatA-IL

טליה ואיש | ראש תחום אקוסיסטם ושותפויות | כותבת ראשית
רונה פרי | מנהלת קהילת DatA-IL | ליווי וייעוץ
רון משלי | רכזת תפעול ושיווק | עיצוב ועריכה

תודות

צוות הלמ"ס בהובלת אליאסף ורמן
צוות הג'וינט-אלכא בהובלת אביגיל שגיא
צוות גוגל ישראל
צוות גוגל קלאוד
צוות קבוצת SFI
צוות מערך הדיגיטל הלאומי
צוות משרד הכלכלה והתעשייה
צוות רשות החדשנות

ליצירת קשר: Contact@data-il.org
לכניסה לערוצי קהילת DatA-IL:

