**יש לי שאלה**

נחלק את הלמידה לשני שלבים עיקריים

 **1. שאלות לקוח**

**2. שאלות על הדאטה סט**

1. **שאלות ללקוח**

**המטרות**

* הבנת הערך של תחקור הלקוח
* פיתוח מיומנות שאילת שאלות באופן אינטואיטיבי ומתודי

**המלצות לחלוקת ההוראה**

**שיעור 1- שאילת שאלות אינטואיטיביות את הלקוח- כל השאלות שאינן נמצאות בדאטה**

1. הציגו לתלמידים את הבעיה העסקית
2. שאלו את התלמידים, אילו שאלות אפשר לשאול את הלקוח.

**הדגישו כי הלקוח לא מכיר את הנתונים לפרטי פרטים**

1. פתחו קובץ אקסל משותף, הכניסו את השאלות.
2. קטלגו את השאלות לסוגים שונים.

שאלות הקשורות לדאטה, כתבו אותם בעמודה נפרדת

**שיעור 2 שאילת שאלות שיטתית וסדורה ע"פ עקרונות שאילת שאלות**

1. הציגו לתלמידים את החלק הראשון בתהליך שאילת השאלות- חלק הלקוח
2. הסבירו את המושגים:

**לקוח (Customer)**

* **הגדרה:**  האדם או הארגון שחווה בעיה, צורך, או רצון, שאנחנו מנסים לפתור באמצעות ניתוח הנתונים.
* הלקוח הוא זה שמשתמש במוצר, בשירות או בפתרון שאנחנו מציעים, או מושפע ממנו.
* **במילים פשוטות:** הלקוח הוא מי ש"סובל" מהבעיה או מי שצריך את הפתרון שלנו.

**בעלי עניין (Stakeholders)**

* **הגדרה:**  כל האנשים, הקבוצות, או הארגונים שמושפעים מהבעיה או מהפתרון שלה, בין אם הם לקוחות ישירים או לא. לבעלי עניין יש אינטרס בתוצאות ניתוח הנתונים שלנו.
* **במילים פשוטות:** בעלי עניין הם כל מי שחשוב לו מה יקרה או שיכול להשפיע על מה שיקרה.

**תחקור לקוח (Customer Interview/Discovery)**

* **הגדרה:**  תהליך שבו אנחנו מנהלים שיחה עם הלקוח כדי להבין לעומק את הבעיה שלו, את הצרכים שלו, את החוויות שלו, ואת המטרות שלו.
* **במילים פשוטות:** תחקור לקוח זה כמו לראיין את הלקוח כדי לגלות את כל הפרטים החשובים.
* **מטרת התחקור:** לקבל מידע מדויק ומהימן, להגדיר את הבעיה בצורה נכונה, לזהות את הצרכים האמיתיים ולמנוע טעויות בעתיד.
* **איך עושים תחקור?** שואלים שאלות פתוחות, מקשיבים באופן פעיל, מנסים להבין את נקודת המבט של הלקוח. כדי לבצע שלב זה ניתן להיעזר בשתי מתודות שאילת השאלות לעיל.

**מתודה ראשונה 6W ( (The Six Ws**

* **מטרת הכלי** איסוף מידע מקיף ומדויק
* **הגדרה** כלי שעוזר לנו לשאול את השאלות הנכונות במהלך תחקור הלקוח או ניתוח הנתונים. הוא כולל שישה סוגי שאלות שמתחילות במילה W באנגלית:
	+ **Who? מי?)** – מי הלקוח? מי בעלי העניין?)
	+ **What? מה?)** – מה הבעיה? מה המוצר/שירות? מה קורה בפועל?)
	+ **Where? איפה** – ?איפה הבעיה מתרחשת? איפה הלקוח נמצא?
	+ **When? מתי** – ?מתי הבעיה מתרחשת? מתי היא התחילה?
	+ **Why? למה?** – למה הבעיה מתרחשת? מה הסיבות?
	+ **How? איך?** – איך הבעיה משפיעה? איך הלקוח מנסה לפתור אותה?
* **במילים פשוטות:** 6W עוזר לנו לחקור את הבעיה מכל הכיוונים.

**מתודה שניה (The Five Whys) 5 WHY:**

* **מטרת הכלי** לעבור מהסימפטומים של הבעיה לשורש שלה, כדי שנוכל לפתור אותה בצורה יעילה , כלומר צמצום המידע ודיוק שלו**.**
* **הגדרה:** 5 WHY היא שיטה פשוטה לשאול "למה?" שוב ושוב, עד שמגיעים לשורש הבעיה. אנחנו מתחילים בשאלה על הבעיה, ואז שואלים "למה זה קורה?" על התשובה, ואז "למה *זה* קורה?" על התשובה השנייה, וכן הלאה, עד שמגיעים לסיבה המרכזית.
* **במילים פשוטות:** זה כמו לחפור לעומק כדי לגלות את הסיבה האמיתית לבעיה.

**כיווני אנליזה לאחר תחקור הלקוח (Analysis Directions after Customer Interview)**

* **הגדרה:**  הרעיונות או הנושאים, שאנחנו רוצים לחקור ולנתח יותר לעומק, לאחר שתחקרנו את הלקוח והבנו את הבעיה שלו. הם עוזרים לנו להתמקד בניתוח הנתונים.
* **במילים פשוטות:** אלה ה"שאלות" שנגדיר לעצמנו ונבדוק אותן בנתונים.
* **איך מגדירים אותם?** בהתבסס על המידע, שאספנו מהלקוח, אנחנו מחליטים על הנושאים להתמקדות בניתוח הנתונים שלנו.

פתחו את קובץ בנק השאלות ובקשו מהתלמידים להוסיף שאלות ללקוח בהתאם למתודת שאילת השאלות שלמדו

**תוצר השיעור-**

העשרת בנק השאלות ודיוקן בהתאם למתודה

תרגלו עם התלמידים את מיומנות שאילת השאלות על מספר מקרים שונים:

**בעיות עסקיות לתרגול לקוח**

**הסטודיו למוזיקה של יובל**

יובל פתח סטודיו להקלטות ולימודי מוזיקה לפני שנתיים. בהתחלה היה לו קהל קבוע של להקות צעירות ותלמידים, אבל לאחרונה הוא שם לב שרוב הלקוחות החדשים מגיעים רק להקלטה אחת ולא חוזרים. הוא השקיע בציוד חדש ויקר, אבל משום מה זה לא עוזר למשוך יותר לקוחות. יובל מרגיש שהוא מפספס משהו ולא מצליח להבין מה.

**השאלה העסקית:** כיצד ניתן להגדיל את שיעור הלקוחות החוזרים בסטודיו ולהבין מדוע לקוחות חדשים לא ממשיכים להגיע?

**חדר הבריחה של רותם**

רותם מנהלת חדר בריחה שמאוד פופולרי בקרב צעירים. לאחרונה היא שמה לב שיש יותר ויותר ביטולים ברגע האחרון, ושהביקורות באינטרנט פחות טובות ממה שהיו בעבר. היא השקיעה בחידוש החדר לפני חצי שנה, אבל עדיין נראה שמשהו לא עובד. היא צריכה עזרה בהבנת הסיבה לירידה בשביעות הרצון של הלקוחות.

**השאלה העסקית:** מהם הגורמים המשפיעים על שביעות רצון הלקוחות וכיצד ניתן להפחית את כמות הביטולים?

**בית הקפה הדיגיטלי של עומר**

עומר פתח בית קפה ייחודי עם נקודות טעינה ו-WiFi חזק בכל שולחן, שאמור להיות מושלם לסטודנטים ואנשים שעובדים מרחוק. למרות שהמיקום מעולה (ליד אוניברסיטה), ויש לו מחירים תחרותיים, הוא רואה שאנשים לא נשארים לזמן רב ולא חוזרים. הוא מתקשה להבין איך להפוך את המקום ליותר אטרקטיבי לקהל היעד שלו.

**השאלה העסקית:** איך ניתן להגדיל את זמן השהייה של הלקוחות בבית הקפה ולשפר את שיעור הלקוחות החוזרים?

**חנות המשחקים של מאיה**

מאיה מנהלת חנות למשחקי קופסא וקלפים. החנות שלה גם מארחת ערבי משחקים חברתיים. בעוד שערבי המשחקים תמיד מלאים, המכירות בחנות נמוכות מאוד. היא רואה שאנשים מגיעים, נהנים מהאווירה והפעילויות, אבל כמעט ולא קונים. היא צריכה להבין איך להמיר את ההצלחה החברתית של המקום להצלחה עסקית.

**השאלה העסקית:** כיצד ניתן להמיר את הנוכחות הגבוהה בערבי המשחקים למכירות בחנות?

**חנות הספורט של דניאל**

דניאל פתח חנות ציוד ספורט שמתמקדת בספורט אתגרי כמו סקייטבורד, גלישה ואופני הרים. הוא מוכר מותגים איכותיים במחירים הוגנים, אבל רוב הצעירים שמגיעים לחנות רק מסתכלים ובסוף קונים באינטרנט. הוא יודע שיש לו ידע וניסיון שיכולים לעזור ללקוחות, אבל לא מצליח לשכנע אותם בערך המוסף של הקנייה בחנות פיזית.

**השאלה העסקית:** איך ניתן להתמודד עם תחרות המחירים מול חנויות אונליין ולהדגיש את היתרונות של קנייה בחנות פיזית?

**2. שאילת שאלות על הדאטה סט**

**שיעור 3 שאילת שאלות אינטואיטיבית על הדאטה סט**

* 1. בחרו דאטה סט והציגו אותו לתלמידים
	2. בקשו מהם להתבונן ולחקור את הנתונים בקובץ על מנת להבין אילו נתונים קיימים
	3. שאלו את התלמידים אילו שאלות ניתן לשאול לגביו
	4. פתחו קובץ אקסל משותף והכניסו את השאלות

**שיעור 4** **שאילת שאלות שיטתית וסדורה ע"פ עקרונות EDA- Exploration data analysis ניתוח נתונים חוקר**

1. הציגו לתלמידים את החלק השני בתהליך שאילת השאלות- חלק ניתוח הנתונים
2. הסבירו את המושגים הבאים:

**ניתוח נתונים חוקר EDA - Exploratory Data Analysis**

**הגדרה:** תהליך שבו אנחנו חוקרים את הנתונים שלנו כדי לגלות דפוסים, מגמות, חריגות, קשרים וכו'. אנחנו משתמשים בגרפים, בסטטיסטיקות, ובטכניקות נוספות כדי לקבל תמונה כללית של הנתונים.

* **במילים פשוטות:** זה כמו "לשחק" עם הנתונים כדי לראות מה הם "מספרים" לנו.
* **מטרה:** להבין את הנתונים טוב יותר, ולזהות את הכיוונים המתאימים לניתוח מעמיק יותר.

**המלצות (Recommendations)**

* **הגדרה:** המלצות הן הצעות לפעולה שאנחנו מגישים ללקוח, לאחר שניתחנו את הנתונים והבנו את הבעיה לעומק. ההמלצות צריכות להיות מעשיות, מבוססות על הנתונים, ולהתאים לצרכים של הלקוח.
* **במילים פשוטות:** אלה ה"פתרונות" שאנחנו מציעים ללקוח.
* **מטרה:** לעזור ללקוח לפתור את הבעיה, להשיג את המטרות שלו, ולשפר את התוצאות שלו.
1. בצעו ניתוח נתונים עם אחד מכלי הבינה תוך שאילת שאלות על פי מתודת שאילת השאלות
2. תרגלו עם התלמידים את מיומנות שאילת השאלות על מספר דאטה סטים שונים. ניתן להיעזר [בדף מאגרי המידע](https://sites.google.com/israschool.org.il/data-analysis-program/%D7%9E%D7%92%D7%9E%D7%AA-%D7%9E%D7%99%D7%93%D7%A2-%D7%95%D7%A0%D7%AA%D7%95%D7%A0%D7%99%D7%9D-data-analysis%D7%93%D7%A3-%D7%91%D7%99%D7%AA/%D7%9E%D7%A7%D7%A6%D7%95%D7%A2-%D7%9E%D7%95%D7%91%D7%99%D7%9C/%D7%A2%D7%91%D7%95%D7%93%D7%94-%D7%A2%D7%9D-%D7%9E%D7%90%D7%92%D7%A8%D7%99-%D7%9E%D7%99%D7%93%D7%A2/%D7%9E%D7%90%D7%92%D7%A8%D7%99-%D7%9E%D7%99%D7%93%D7%A2-%D7%95%D7%A0%D7%AA%D7%95%D7%A0%D7%99%D7%9D?authuser=0) באתר.

**תוצר השיעור**-

העשרת בנק השאלות ודיוקן בהתאם למתודה

**שיעור חמישי והלאה** **תרגול, תרגול, תרגול**

תרגלו קייס סטדיס שלמים עם התלמידים על פי התהליך המוסבר.

לנוחיותכם, מצורפת[**המצגת המורחבת של שאילת שאלות**](https://www.canva.com/design/DAGfZABkVyg/riAGP4WE4BNZAoyyUoa2sg/edit?utm_content=DAGfZABkVyg&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton) הכוללת דוגמאות לשאלות ספציפיות המותאמות לקייס סטדי הראשון והתשובות על שאלות אלה