

שביעות רצון גבוהה, והכול זרם חלק וטוב.

צוות החברה היה אחראי גם לחלוקת ערכות האירוח במחלבות ובפרטות התיירות והפעם הכול הגיע בזמן, עוד לפני תחילת החגיגות.

2. פרסום - חברון, זלמן שביט - אחראית על פרסום "3 ביום" בכל המדיות. נעזרו במגוון רחב של אמצעי תקשורת: עיתונות, רדיו, אינטרנט, רשתות חברתיות ועוד. הטכנולוגיה כיום מאפשרת גם מדידת מעורבות הציבור והיא גבוהה יחסית בכניסות של משתתפים בפרסום באתרים.

3. לניאדו תקשורת - מטפל באינטרנט בכל השנה וגם בחגיגות, אחראי על ניטור השיחות ברשת, מקים קהילות בפייסבוק, מגיב על פעילות באינטרנט ויוזם כתבות ומאמרים מקצועיים באתרים השונים.

4. גיא אופק - יחסי ציבור לחגיגות ולמועצה - באפיקי התקשורת השונים וללא תשלום ישיר. להערכת אנשי המקצוע הערך הכלכלי של הפרסומים ליחסי הציבור מגיע לכ-1.5 מיליון ₪ לפחות.

## מבחינים, באופן בולט, שהעדפות הציבור הם לאירועים במרכז הארץ וכמות הביקורים שם עלתה במאות אחוזים על אלו שבפריפריה

5. בקרת מדיה - חברה שמתמחה באינטרנט ומקיימת בקרה שוטפת בשידור חי, אחר הפעילות של החברות האחראיות ומתקנת תוך כדי תנועה.

6. הכפר הירוק - זוכה להערכה גדולה מאוד מצד כל השותפים לאירוע - שנה רביעית של אירוח של האירוע המרכזי. יורם לביא, מנהל פרויקט "לגעת בטבע" וסיסקו, מנהל הכפר, עשו ככל יכולתם לארח את כל האלפים שהגיעו וזאת לאחר הכנת האתר על כל שלוחותיו שהכול "יתקתק" וגם ברוח טובה והרבה נשמה.

כדברי אחד הנציגים, "הכפר הירוק הוא פלטפורמה נהדרת שנותנת בסיס מהנה לקהל, הם מתגייסים ונותנים את כל-כולם למשימה".

ומאחורי הכול אדריאנה ודפנה - מלוות, ותומכות, ומעודדות, ופותרות בעיות שעולות בתכיפות גדולה.

## נקודות סיכום של המשתתפים

- רוב האתרים דיווחו על שביעות רצון גבוהה מאוד שבאה לידי ביטוי בהגדלת מספר המבקרים (פי 3 מהרגיל) ומרמת החשיפה הפרסומית.
- עמדנו יפה במשימה, האירוע היה יפה ומרשים, עבר טוב וחלק, התקשורת הייתה נוכחת באירועים ונתנה חשיפה טובה לחגיגות, למועצה ולענף החלב. הרפתות והדירים שעוסקים בתיירות קיבלו מקפצה הסברתית טובה וארוכת טווח. החגיגות הן רוח גבית לעלייה בשיווק ובצריכת מוצרי החלב בישראל.
- יש מקום לעלות מעבר ל-8,000 משתתפים שהגיעו ויש לשאוף למספר כפול שמחולקים על 2 שבתות רצופות. המשפחות והילדים רוצים עוד. יש להיערך ארגונית לנשימה ארוכה.
- מבחינים, באופן בולט, שהעדפות הציבור הם לאירועים במרכז הארץ וכמות הביקורים שם עלתה במאות אחוזים על אלו שבפריפריה.



האירוע המרכזי של חגיגות שמחת החלב בכפר הירוק בהשתתפות אלפי אנשים



משחקים רבים להפעלת הקהל



ביקור ברמת של הכפר הירוק

## צוותי העבודה

לצורך הפקת כל האירועים גויסו חברות מתמחות בתחומי הפעילות השונים וכולן הגיעו למפגש סיכום מיוחד שהתקיים במועצה, לאחר גמר החגיגות, כדי לשתף בלקחים של שמחת החלב 2011.

1. G kid - אחראית על הפקת האירוע. זה כולל תאום עם הכפר הירוק המארח המרכזי, השגת האישורים לאירוע המוני, מכירת ההזמנות וניהול האירוע לכל אורכו.

נציגי החברה דווחו על עבודה חלקה עם הקהל ועם נציגי האתר בכפר הירוק. לאירוע הגיעו כ-8,000 משתתפים שגם דווחו על