

# **תקצירי פרויקטי גמר**

**ההתמחות בניהול עיצוב**

**התוכנית לתואר שני**

**בעיצוב תעשייתי**

**בצאל**

**30.06.2011**

# Design Management Bezalel



הגשות פרויקט מסכם (חדר סמינרים קומה 7)  
יום חמישי 30.6, 9:00-18:00

## התוכנית לתואר שני M.Des מציגה:

איריס יודסין	תקשורת בתהליכי פיתוח מוצר בתעשיית לבוש גלובלית מנחה: פרופסור עזרי טרזי
דליה קורן	מיתוג ישראל: התנסות ביצירת חוויה מנחה: אלנית קבסה
טובה ספרא	חוויה ואותנטיות בעיצוב הקמעונאי הישראלי: כלים לעסקים קטנים מנחה: אייל אליאב
אמנון גרייצר נימה בן אשר	ייעוץ אסטרטגי מבוסס עיצוב מנחים: פרופסור עזרי טרזי ופרופסור שמואל קפלן
טל מרקו	אקו ווי - אריזות טייק אווי אקולוגיות מנחה: מיכל איתן
הדר ממרוד	התאמת רעיון המטבח המשותף לעיר תל אביב מנחה: אלעד פרסוב
רפי נבאי	שילוב ניהול העיצוב בחברות תוכנה בישראל מנחה: מיכל איתן
מיכל כץ	אופנה מקיימת: מערכים לעיצוב מנחה: אלעד פרסוב
ניר פרידמן	ניהול עיצוב במסעדות אקולוגיות מנחה: פרופסור שמואל קפלן
אורי גינתי	מתודולוגית חדשנות בצה"ל? מנחה: פרופסור שמואל קפלן

עיצוב: דליה קורן

# Design Management Bezalel



Final project presentations  
Thursday 30.6, 9:00 – 18:00  
Seminar room, 7th floor

## M.Des graduate program presents:

Iris Yudasin	Zipper effect: product development communication in global apparel supply chain Tutor: Prof. Ezri Tarazi
Delia Koren	Branding Israel: experimentation & experience Tutor: Ilanit Kabesa
Tova Safra	Experience and authenticity in Israeli retail design: tools for small businesses Tutor: Eyal Eliav
Amnon Graitzer Nima Ben asher	Strategic consulting through design Tutor: Prof. Ezri Tarazi, Prof. Shmuel Kaplan
Tal Marko	Eco Way- ecological take away packaging Tutor: Michal Eitan
Hadar Mamrud	CookOut - kitchen sharing model for Tel-Aviv city Tutor: Elad Persov
Rafi Gabbay	Integrating design management in software companies Tutor: Michal Eitan
Michal Katz	Sustainable Fashion: from values to design Tutor: Elad Persov
Nir Fridman	Design management in ecological restaurants Tutor: Prof. Shmuel Kaplan
Uri Ginati	Innovation methodology in the IDF ?! Tutor: Prof. Shmuel Kaplan

Designer: Delia Koren

**איריס יודסין, מעצבת טקסטיל****מנחה פרופסור עזרי טרזי****תקשורת בתהליכי פיתוח מוצר בתעשיית לבוש גלובלית**

תעשיית מוצרי ההלבשה במציאות הגלובלית העכשווית היא שרשרת פיתוח וייצור שמתפרשת על חלקים שונים של הגלובוס וחוליותיה מופרדות גיאוגרפית, תרבותית ולשונית. הידע המקצועי, עיצובי וטכני, עובר בצורה מתועדת מאנשי מקצוע בקיאים לאנשים ללא ידע מקצועי או בעלי ידע מקצועי מוגבל. בהעדר תקשורת בין-אישית, שרשרת העברת המידע היא ארוכה, לא מאורגנת ואקראית. הדבר לא עולה בקנה אחד עם הדרישה הגוברת לקיצור בזמני פיתוח ואספקה מצד אחד, ולחדשנות ואיכות מצד שני.

נקודת ההנחה במחקר היא כי שיפור תהליכי תקשורת יובילו לתוצאות טובות יותר יחד עם יעול זמני העבודה. בעקבות המחקר וחקר מקרה מעשי בחברת אופנה בינלאומית מובילה, נבנתה תשתית חדשה המציעה פתרון לתופעת ביזור המידע המקצועי על-ידי יצירת שפה אוניברסלית משותפת, אשר תהיה מובנת לגורמים השונים בתעשייה ותסייע לתאם בין החוליות השונות של שרשרת הפיתוח והייצור.

***Zipper effect: product development communication in global supply chain***

Apparel industry, in which the skills were traditionally passed from Master to student during the real time interaction, nowadays, in the global environment, exhibits a growing disconnect between its main components, where Global Product Development Teams (GPDT) are geographically, culturally and structurally disengaged.

This, comes in conflict with an ongoing demand for higher quality and On-Trend products in shorter lead times.

Research focus was analyzing current communication protocols and exploring possibilities for new formats, performing a case-study in a leading international apparel firm. My solution is creating a systematic data-base, universal professional language, aligning all Industry professionals with lean and effective communication protocol to deliver higher quality, On-Trend products in shorter Lead Times.

## דליה קורן, מעצבת תקשורת חזותית ומנהלת קריאיטיב מנחה: אלנית קבסה

### מיתוג ישראל: יצירת חוויה

במסגרת פרוייקט הגמר שלי, עסקתי בתדמית של מדינת ישראל בעולם. הנחת המוצא שלי הייתה ששינוי תפיסה אמיתי לא יוכל להגיע דרך גורמים מתווכים - אמצעי המדיה המסורתיים אשר מסקרים בעיקר את הסכסוך. הפרוייקט מציע דרך חדשה לחשיפת פן חיובי של ישראל לעולם, ומייצר מרחב חדש לאינטראקציה, דיון ומגוון חוויות.

### **Branding Israel: experimentation and experience**

In my final project, I dealt with the image of Israel around the world. My assumption was that a real change in perception cannot get through mediators - the traditional media measures which cover mainly the conflict. The project offers a new way to expose the positive aspects of Israel to the world and creates a new space for interaction, discussion and diverse experiences.

### חווייה ואותנטיות בעיצוב הקמעונאי הישראלי: כלים לעסקים קטנים

טובה ספרא, מנחה: אייל אליאב

במציאות הכלכלית של היום, חוויית לקוח עוצמתית הינה כלי הכרחי למשיכת לקוחות חדשים והגברת נאמנותם של לקוחות קיימים. ברוב החברות הקמעונאיות הגדולות כבר ישנה השקעה רצינית בתחום זה. השאלה היא - כיצד יכול עסק קטן לעצב חוויית קנייה אותנטית ובלתי נשכחת מבלי להשקיע סכומי כסף גדולים, לגייס צוות מומחים לנושא תוך השענות על התשתיות הקיימות?

מטרת הפרויקט היא לספק מודל עבודה, עבור עסקים קטנים בישראל, שיאפשר להם להעריך ולשפר את חוויית הלקוח בחנות. המחקר כלל עבודת שטח בסביבות קמעונאיות מסורתיות ומודרניות בישראל. הוא התמקד בשלושה עסקים קטנים, שהצליחו להגדיל מכירות וליצור נאמנות לקוחות גבוהה באמצעות עיצוב חוויית לקוח, אשר שימשו כחקר מקרה.

תוצר התהליך הינו פיתוח "ארגז כלים" שמטרתו היא העלאת רעיונות חדשניים לעסק קטן אשר מעוניין לשפר את החוויית הלקוח.

**Tova Safra, Industrial designer**

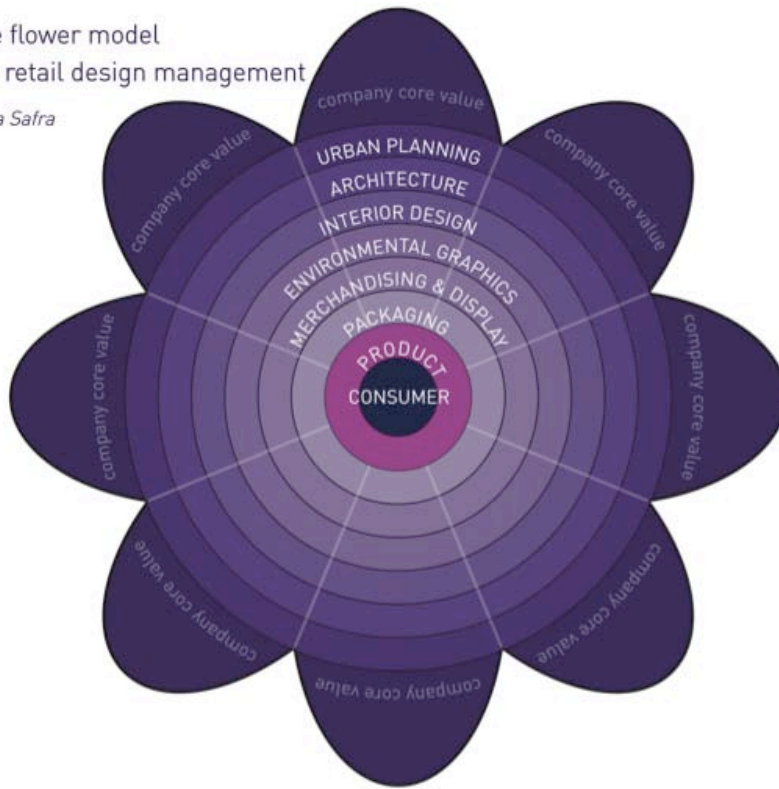
**Tutor: Eyal Eliav**

#### **Experience and Authenticity in Israeli Retail Design: Tools for small businesses**

In today's economy, memorable retail experiences are essential to attract new customers and increase customer loyalty. Most larger retailers already make huge investments in this arena. But how can a small business design memorable, authentic shopping experiences, without relying on large sums of money, extensive infrastructure, and a team of experts? This study aims to provide small retail businesses in Israel with a working model for evaluating and improving their store experiences. Fieldwork was conducted at traditional and modern retail environments in Israel, and three case studies of best practices in retail experience design were conducted at small Israeli companies. The result is a toolkit for identifying problems and generating new ideas in the retail setting.

the flower model  
for retail design management

*Tova Safra*

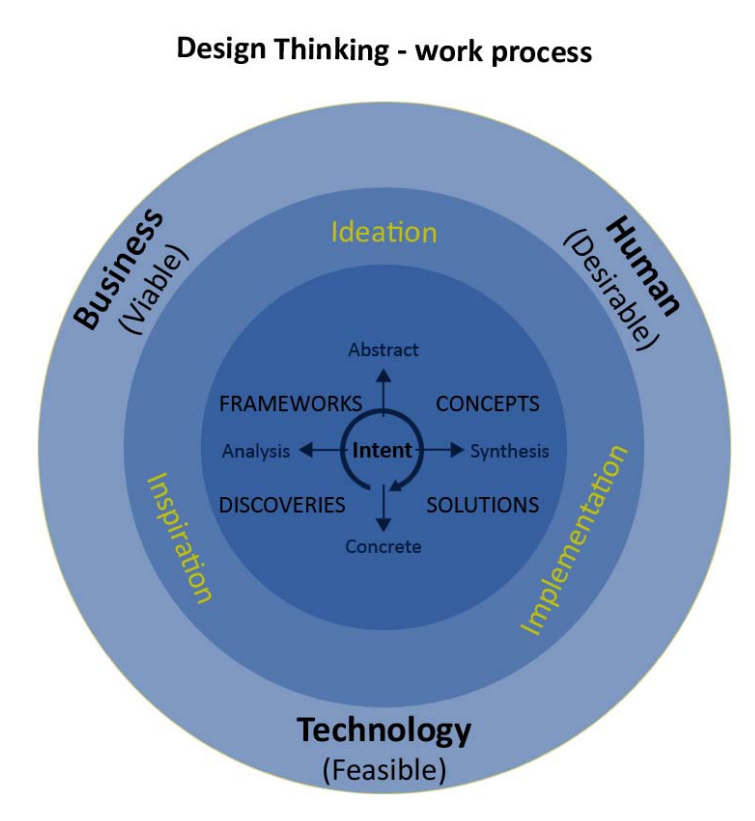


נימה בן אשר, מעצבת תעשייתית, ומנהל מוצר בחברת מוצרי צריכה | אמנון גרייצר, מהנדס מוצר ומנהל מוצר בחברת הנדסה

מנחים: פרופסור עזרי טרזי ופרופסור שמואל קפלן

**ייעוץ אסטרטגי מבוסס עיצוב**

פרויקט הגמר עוסק בשילוב תהליכי עבודה מתחום ניהול העיצוב אל תחום הייעוץ האסטרטגי על־שיתוף פעולה בין הדיסציפלינות. מטרתנו להפרות את התהליכים והפתרונות של חברות ייעוץ אסטרטגי עסקי "קלאסיות", על מנת לייצר יתרון תחרותי מתמשך וישים הן ללקוח והן לחברת הייעוץ בשוק שבה היא פועלת. במהלך סמסטר א' חקרנו את שני התחומים; השווינו ביניהם ועמדנו על הבדלי התרבות תוך בחינת שינויים ומגמות המתרחשות בתחום. במהלך סמסטר ב' פנינו לשמונה מחברות הייעוץ האסטרטגי מתוך עשר החברות המובילות בארץ לתחום זה, לשם בחינת מודל שיתוף פעולה. מתוך תהליך ההתקשרות והפגישות עמן התנסונו ולמדנו על אופן ההיערכות הנדרש מאיתנו בכדי להשיג נכונות לשיתוף פעולה מצד חברות הייעוץ. בנוסף התחלנו תהליך עבודה משותף עם חברת TASC בפרויקט יעוץ אסטרטגי, שימשיך בחודשים הקרובים.





.5

טל מרקו

מעצבת תעשייתית

חוקרת במעבדת החדשנות של בצלאל עבור חברת ג'נרל מוטורס

מנחה: מיכל איתן

אקו ווי- פתרונות טבעיים לאריזות

פרויקט יזמי הממסגר את ההזדמנות לעסק ומזהה אסטרטגית חדירה לשוק. אקו ווי זהו עסק המספק שירותי פיתוח, עיצוב וייצור של אריזות טבעיות.

**Tal Marco**

**Industrial designer**

**TUI R&D at Innovation lab of Bezalel academy for General Motors**

**Eco Way - Natural Packaging solutions.**

Frame the opportunity and Identify route to market strategy for Eco Way.

Eco Way is a B to B Designer, Developer and Producer of natural packaging



Ecological Take away packaging



**רפאל גבאי, מעצב תעשייתי**

**מנחה: מיכל איתן**

**שילוב ניהול עיצוב בחברות תוכנה**

ההייטק הוא התחום המוביל ביותר בכלכלה הישראלית המספק 50 אחוז מהיצוא של ישראל.

המחקר עוסק בשאלת המקום של עיצוב בתוך תעשייה זו בארץ תוך שהוא בוחן האם ניהול העיצוב יכול לשמש ככלי אסטרטגי ולתרום לחדשנות ולפיתוח מוצרים טובים יותר בתעשייה הצמאה לחדשנות וזקוקה לו על מנת להמשיך ולהתפתח.

המחקר מתמקד באופן בניית האסטרטגיה והגדרת המוצר בחברות תוכנה בישראל ולאחר מכן בוחן באופן מעשי את הכלים העיצוביים בעזרת חקר מקרה אמיתי באחת מחברות התוכנה הגדולות בארץ.

לאחר ניתוח חקר המקרה ותוצאותיו, תוך הסתמכות על מחקרים בתחום החשיבה היצירתית נעשה ניסיון להגדיר את תרומת החשיבה העיצובית לתהליך הגדרת המוצר. חשיבה זו היוצאת מתוך הבנה עמוקה של חווית המשתמש לעתים תתגלה ככלי הכרחי על מנת לספק את המענה הנדרש בשוק התוכנה התחרותי.

## ניהול עיצוב במסעדות אקולוגיות

הפרויקט עוסק בניהול עיצוב ככלי להובלת שינויים אקולוגיים במסעדות.

מסעדה היא למעשה מפעל מזון, שמעבד כמויות גדולות של חומר גלם אורגני, צורך כמויות גדולות של אנרגיה ומשליך פסולת אריזות מחומרים שונים. מפעלים אלו ממוקמים בלב אזורי המחיה בעיה, ולהם השפעה רבה על מראה העיר, הריח והתברואה.

מאידך, מסעדות כבר מזמן לא משמשות רק להשביע את הרעב כיום יש להן תפקיד מרכזי בחברה שלנו, כמייצגות טרנדים ומגמות חברתיות. שינוי בהתנהלות שלהן להתנהלות ירוקה יותר, עשוי להיות אחד הכוחות המניעים להתייעלות כלכלית וסביבתית בחברה.

פרויקט הגמר מציע שימוש בניהול עיצוב ככלי שיכול בו זמנית ליצוק ערכים אקולוגיים למוטג ולשמש כמנוף כלכלי למסעדה. בהובלה של שינויי אקולוגי צריך להתבונן על מסעדה כמערכת הוליסטית שלמה המורכבת מחוויית לקוח, מיתוג, פרסום, בידול, אריזות ופיתוח מוצרים, שחשיבה עיצובית היא חלק אינטגרלי מהמהות שלהם.

במהלך הפרויקט גיבשתי מספר מודלים המסייעים לפיתוח פתרונות, המותאמים לעולם המסעדות, למובילות אקולוגית ויישמתי אותם על אחת מרשתות ההמבורגרים המוכרות בארץ.

תוך מספר שנים מועט, עם כניסת ישראל לחברות בארגון ה-OECD וכניסת חוק האריזות לתוקף, תפיסת נושא הקיימות הולכת להשתנות בישראל. השינוי יחול גם על עסקים, ואני מזהה את תחום המסעדות, שהוא תחום תחרותי בו כל מסעדה רוצה לבדל עצמה מאחרות, כתחום שחשיבה עיצובית היא זו שתוביל בו את השינויים האקולוגיים.



אורי גינתי, מהנדס מכונות, צה"ל

מנחה: פרופסור שמואל קפלן

מתודולוגיות חדשנות בצבא !?

בעולם האקדמי והעסקי קיימים מודלים שונים לחדשנות אין עוררין כי התעשייה הביטחונית בישראל הנה קטליזטור של חדשנות ואכן בצה"ל מספר גורמי מחקר ופיתוח "המייצרים" חדשנות. מטרת המחקר הנה לנסות להבין האם קיים מכנה משותף "בשיטות העבודה" של אותם גופים אשר ניתן לתחם ולנסח כמתודולוגיה. יש להבהיר כי הצבא אינו גוף עסקי ולכן שיקוליו באופן טבעי נובעים ממניעים שאינם בהכרח זהים לאלו בעולם האזרחי. הבנת השיקולים, השוואתם למודלים אזרחיים וניתוח הממצאים הם בסיס המחקר.

### **Innovation Methodology in the I.D.F ?!**

There are several different innovation models in the academic and business community. There is no doubt that the defense industry in Israel has major role in technology innovation. There are several groups \ units in the I.D.F which "create" innovation. The goal of my research is to find out if there is a common ground which can define innovation methodology in the I.D.F. In addition, the army is non-profit organization which has different motive to "create" innovation rather than the civilian market. Understanding those motives and comparing them to the civilian one enables me to make this research.