

פרוטוקול ישיבת ועד מנהל 2021 – 4.5.21

האסיפה נערכה בזום נוכחים: דני שמואל, ברונו רוזמבלום, יאיר גניגר, מיכל שנהר – חברי ועד המנהל רותי לנסט – אדמיניסטרטורית האיגוד

דני – נעבור קודם על ההחלטות מהפגישה האחרונה.

לגבי עמוס קוסמן: רותי אישרה שביה"ס של עמוס קוסמן הוסר מאתר; דני יגיב למייל של עמוס - יסביר שוב את הדרישות להכרה על ידי האיגוד: חברות באיגוד, תשלום אגרה לפיקוח וכו'.

לגבי פרסום שהוא הנושא העיקרי של הישיבה: ברונו הציע שרג'ין תעזור לבנות תכנית פעולה.

יאיר – מה הפן של הפרסום? לפני שנשקיע בבניית תכנית, חייבים להחליט איזה פרסום אנו רוצים לעשות.

מיכל – יש 2 זרועות:

1. פרסום לציבור – מה אוסטאופתים יכולים לעשות (מכירות) – יש אוסטאופתים שכבר עושים את זה דרך קונספט עסקי למשל (אלעד גרפינקל)
2. מה זה אוסטאופתיה? דרך אתר האיגוד בלי למכור את עצמנו כאוסטאופתים

ברונו – אנחנו צריכים לקדם אוסטאופתיה – איך אנחנו כאגוד רואים את עצמנו? על מנת ליצור מצב בו האיגוד הוא הסמכות לאוסטאופתיה, צריך לפרסם אוסטאופתיה דרך האתר ולתרגם מאמרים (דרך הבת של רז'ין למשל).

מיכל – הכסף צריך להיות מושקע בחברה של קידום אתר, פייסבוק, אינסטגרם וכו' – פרסום אורגני.

יאיר – קודם אנחנו צריכים לקבוע מה אנחנו מפרסמים. מה התוכן?

מיכל – במקביל לפרסום של האיגוד (שכל חבר איגוד הוא מוסמך, מבוטח וכו'), צריך פרסום של אוסטאופתיה.

ברונו – כל פרסום צריך להגיע לאתר של האיגוד. למשל, לפרסם אוסטאופתים מהאיגוד באזור הצפון.

יאיר – מתנגד. תהיה מענה ממישהו לא מוסמך. מאמרים צריכים להיות הבסיס של הפרסום. צריך לשלם לחברי האיגוד להביא אותם?

דני – אין צורך לפרסם אוסטאופתים עצמם – אבל דרך הפרסום צריך להגיע לאיגוד.

מיכל – צריך לפרסם באינסטגרם ופייסבוק פעם בשבועיים ושיהיה קישור לאתר.

יאיר – האדם שיהיה אחראי לא יכול לשנות את התוכן אבל הוא צריך לדעת איך ואיפה לפרסם.

דני – פרסום = קידום האתר דרך פייסבוק ואינסטגרם וחברי האיגוד. תקציר בעברית וקישור למאמר (כפי שרותי עושה היום).

יאיר – רק מאמרים וגם וובינרים, פרסום הרצאות לא מומלץ. זה לא מקדם את האיגוד.

מיכל - מאמר שנכתב על ידי חבר איגוד חייב לכלול רפרנצים.

ברונו – נתן דוגמא של תופעה שהוא ראה במטופלים עם scoliosis.

דני - לא לערבב Evidence based medicine עם מאמר שיכול להיות פחות evidence based ולסיים בהצעת מחקר. צריך להתחיל במאמרים אקדמיים. הרף צריך להיות מאמרים שכבר כתובים ושמישהו יריץ פרסומם באתר דרך פייסבוק ואנסטגרם. שיוציא מאמר, יתרגם את התקציר לעברית, יפרסם במדיה השונות וקישור לאתר. 15-20 מאמרים בשנה.

מיכל – כלפי חוץ צריך להיות יותר כיוון של evidence based.

החלטות

פרסום

1. קידום האתר מבוסס על מאמרים ומחקרים של אוסטאופתים. נגייס בן אדם שיעשה את התרגום של תקצירי המאמרים – איש דיגיטלי שידאג לקדם בכל הערוצים את התכנים שלנו. הוא לא יהיה אחראי לכתיבת המאמרים (לא יכניס לתוכן).
2. יאיר יהיה אחראי לכתוב דף עמדה שהוא ישלח לספקים שונים כדי לקבל הצעת מחיר מהם. ברוננו אישר שיאיר יכול להתייעץ עם רז'ן על כתיבת דף העמדה.
3. קול קורא לקבל מאמרים – להקים ועד?

נושאים אחרים

4. ביטוח דירקטורים – רותי הציגה הצעת מחיר מחברת מנורה ל-\$7,500. היא תשלח את זה ליאיר שיבקש הצעות מחיר מסוכני ביטוח שונים
5. יונתן קנט – דני דיבר אתו, היה חולה, הוא מתאושש ודני ידבר אתו שוב
6. רגולציה – מיכל הקימה קבוצת וואטס אפ עם רעיה, דני שר, סימיון ויאיר. ברוננו ביקש שנציג מהצוות שלו (חבר איגוד) יצטרף. ייתן שם הנציג למיכל (פרופ' אהרון פינסון שאל את מיכל לגבי סטטוס הרגולציה. ברור לו שרגולציה הולכת ביחד עם אקדמיה והוא מוכן להציג את האוסטאופתיה בכל גוף אקדמי!)
7. EFFO – רותי מציעה שהיא תבקש מסימיון להרחיב את סיכומי הפגישות ה-EFFO שלו כדי שהיא יכולה להפיץ אותם לחברי האיגוד
8. יאיר תדבר עם אורלי שפיץ, רו"ח לגבי ניהול הכספים (רותי תדבר אתה קודם)
9. דני יכתוב מכתב על תפקידו ופעולות של ועד הנהל ומייל לעמוס קוסמן כנ"ל
10. הפגישה הבאה תתקיים ביום שלישי, 1.6 בשעה 20:30