

חלק ראשון: העולם משתנה
חלק שני: פרצו גבולות
חלק שלישי: כל אחד יכול

עשו אהבה, לא עבודה

מאת
עדי הגין

איור
אולה גליקין

ציילומים
אייל טואג

לעבוד מהלב, לפעול מתוך תשוקה, ללמוד, להשתנות, להתבלט ולשווק. יועצי הקריירה מציעים דרכים להתמודד עם עולם התעסוקה המשתנה

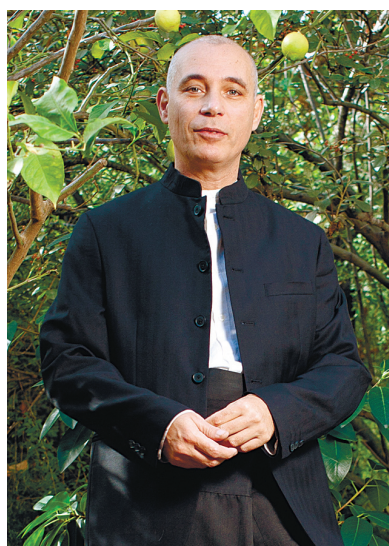
83
84
85
86
87

שאתה אדם מוכשר, שעוסק בתחום שבו חלק מהתשלום שמגיע לך לא ישתקף בכסף אלא בסיפוק ובהנאה; נסה כל הזמן לתמורן בתבונה בין תחושת העוצמה שיש לך מול הציבור לבין תחושת האפסות שלעיתים נותנת המערכת; האינטרנט מעניק לך עוצמה בלתי רגילה; הבלוג יכול ליהפך לעיתון הפרטי שלך. "אם היית עיתונאי הגון ומקצועי מן הסתם צברת מוניטין. המוניטין הזה שווה כסף. אנשים מוכנים לשלם עבור כתיבה מקצועית ואיכותית. התוכן הוא המלך והוא ממשיך להיות כזה, ואתה הרי יצרן תוכן. מה שנותר לך זה רק ללמוד איך לשווק אותו; אף פעם, אבל אף פעם, אל תוותר על עקרונותיך והיושרה המקצועית שלך. גם כדי שתוכל להתבונן בחיבה במראה, וגם כדי לשמר את הנכס הכי חשוב שלך ככותב – המוניטין שלך".

לרבריו, "יש לי אתר משלי, ואם עיתון אחד יטען שהחומר לא טוב אז יש לי פלטפורמה ו-1,500 איש שקוראים אותי. זו לא פרנסה אבל זה עווד. לעיתונאים יש כוח, במיוחד למי שצבר מוניטין. יכול להיות שעל חלק מהזמן לא תקבל כסף, אבל זה ישתלם. העצה הכי טובה שאני יכול לתת היא: עפת מהעיתון? תמשיך לכתוב. הבלוג שלך הוא העיתון הפרטי שלך. אנשים ישכרו את שירותיך כדי שתכתוב עבורם. הניסיון שלך חשוב. אם שמרת על שם, לא מן הנמנע שאנשים ירצו לשלם לך לא רק על האיכות אלא גם על שמך.

"קשה לשפוט מישור שזו הפרנסה היחידה שלו, אבל כל הזמן כיוונתי את עצמי לא להיות תלוי במקום אחד כדי שאוכל להסתכל על עצמי בחיבות. זה גם משמר את השם שלך ככותב. משלמים עבור הכתיבה? יופי. לא משלמים? תמשיכו לכתוב, זה נותן כוח ואפשר גם להשתמש בו כדי לקבל עבודה בסוף. יש עיתונאים שיעברו ליחסי ציבור, אבל לא בטוח שזה מתאים לכל אחד, אף שזה אולי יותר כסף".

לפני כ-11 שנה סיים שטאובר את דרכו העיתונאית והחל לכתוב ספרים. "רוב הספרים



נפגשנו בצהרי היום בסינמטק תל אביב, כמה עשרות עיתונאים שהגיעו להפגין מול קריית הממשלה, תחת הקריאה "תפסיקו להפריע – תתחילו לעזור". זיהיתי לא מעט פרצופים מוכרים, כמה שעוברים אתי כיום וכאלה שעברו עמי בעבר.

הרעות לגבי נחיצותה של ההפגנה והפניית האצבע המאשימה כלפי הממשלה היו חלוקות, והוויכוחים החלו עוד לפני. אך על דבר אחד נראה היה שכולם מסכימים: העולם המקצועי שלנו משתנה לחלוטין, המודל העסקי מחשב את עצמו מחדש, ואנחנו צריכים להתאים את עצמנו במהירות – או שנמצא את עצמנו מחוץ לזירה. עולם התקשורת הוא רק דוגמה אחת לשלל ענפים שחווים משברים ושינויים ומחפשים את דרכם בעולם שמשתנה ללא הכר, לפעמים נדמה שאפילו מדי יום ביומו.

מי שדווקא פורח בתקופה כזו של שיממון כלכלי ותעסוקתי הם מומחים ויועצים, שיכולים לסייע לנו למצוא את דרכנו במבוך השינויים ולצאת כשידנו על העליונה. החלטתי לצאת ולשוחח עם כמה יועצים: אולי הם יאירו לי את דרכי החדשה ויסייעו לי להמציא את עצמי מחדש, ואולי אפילו למצוא עבורי פתרון תעסוקתי בטוח יותר.

הסופר ויועץ הקריירה שוקי שטאובר חש הודעות עם עובדי "מעריב" המפוטרים – גם הוא היה שם בעבר. אבל לאחר שנים כעיתונאי, שבהן חווה קיצוצים בשכרו וצנזורה לטוריו, הוא החליט לוותר על העיתונות ולצאת לדרך חדשה. "כיום אני מחבר ספרי ניהול, יועץ לניהול, מרצה ועיתונאי. הרקע שלי הוא ייעוץ ניהולי, אבל מהר מאוד התחלתי לכתוב טורים בעיתונים. נהפכתי ליצור כלאיים, כי לא הייתי מומחה שכותב מדי פעם אלא היה לי טור קבוע, אבל לא הייתי עיתונאי נטו. העברתי הרצאות והיו לי קורסים באקדמיה". כשהחל גל הפיטורים ההמוניים ב"מעריב" ובשאר גופי התקשורת חיבר שטאובר חמש עצות עבור העיתונאים, לבחירת קריירה חדשה והתחלה מוצלחת: "השלם עם העובדה

ניסים אמון: "צריך ללכת עם הלב, לא לחסום אותו, ואם אתם טובים במשהו – הכסף יבוא. אם זה תחום שאת אוהבת, בהכרח תהיי טובה בו כי לא תתעייפי מהעשייה. אם זה משהו שאת לא אוהבת – את תישחקי. זה התדר שאנשים מחפשים כיום: אנחנו לא רוצים לקבל מוצר או שירות שלא נעשה על ידי מישהו שהשקיע ואהב את זה"

בארץ מתורגמים, אז החלטתי לכתוב על הניהול בישראל. זו משימה לא פשוטה, אבל זה מחזיק מים. אני מתפרנס בעיקר מזה. אין לי זמן להרצאות, אבל בעבר שיווקתי ויוזמתי קורסים והחלטתי מי מרצה, אז שיבצתי גם את עצמי".

שטאובר טוען שאדם צריך להתאים את המקצוע לא רק לתחומי העניין שלו, אלא גם לאישיות. "אחד הטריגרים שלי לעזיבת העיתונות היה שיום אחד ראינו בתלוש השכר שהורידו לנו את המשכורת. בניגוד לעיתונאים אחרים לא התפרנסתי רק מזה, אז זה לא פגע בי מהותית, אבל נעלבתי. ככה פתאום חתכו לנו 50%. זה קרה לי בכל העיתונים. באחד העיתונים צינורו אותי. הבנתי שאני לא מוכן לספוג יחס כזה, אז התאמתי את העיסוק לאופי שלי. ידעתי שאני יכול לכתוב ומבין בניהול, אז אני יכול להרוויח מכך. הבנתי שיש לי את החומרים, ורציתי לעשות משהו נצחי יותר כדי שהמידע לא יירד לטמיון. זה רלוונטי להרבה מאוד אנשים".

כיועץ קריירה הוא לא משווק את עצמו. "אני לא יכול לדעת אם באים אלי יותר אנשים

אמון גרם לי להבין שהרגש שלי בחר בעיתונות, וכנראה שהראש שלי הוא זה שמחפש הסכת מקצוע לתחום בטוח יותר. לדבריו, "ברוך כלל הראש, שמביא את הפחדים, אומר לרגש מה לא לעשות אם הוא לא רואה איך עושים מזה כסף. אבל כל הדברים הטובים נובעים מעשייה רגשית, והכסף יבוא אחר כך. צריך ללכת עם הלב, לא לחסום אותו, ואם אתם טובים במשהו – הכסף יבוא. אם זה תחום שאת אוהבת, תהיי טובה בו כי לא תתעייפי מהעשייה. אם זה משהו שאת לא אוהבת – את תישחקי. זה התדר שאנשים מחפשים כיום: אנחנו לא רוצים לקבל שירות או מוצר שלא נעשה על ידי מישור שהשקיע ואהב את זה".

פתאום רוצים שנהיה אנחנו

הבנתי שאני לא מוכנה לוותר על חלום הכתיבה, אבל סירבתי להישאר ענייה מרודה מבלי לראות מנוחה ונחלה כלכלית באופק. המשכתי לחפש תשובות ופנתי למרכז "לכל אדם יש שביל" שעוסק באבחון, בטיפול ובייעוץ בעולם העבודה. "אנחנו טוענים שזה עולם עם מומחיות בפני עצמה", מסבירה ד"ר אורניה יפה־נאי, פסיכולוגית תעסוקתית וקלינית. "בכל אבחון אנחנו בודקים למה את מתאימה ואיזה תהליך את צריכה לעבור, ומלווים את התהליך – שיכול להיות ייעוץ אישי, אימון קבוצתי, טיול בחו"ל או אפילו עשיית סרט דוקומנטרי. זה תמיד יהיה מסע שדורש ליווי של אנשי מקצוע שזו התמחותם. יש לנו פסיכולוגים קליניים ותעסוקתיים, עובדים סוציאליים תעסוקתיים ושיקומיים ומאמנים".

המרכז ויועציו פועלים על פי שישה עקרונות: הסתכלות הוליסטית על עולם העבודה – מכלול העשיות של האדם מעבר לגבולות הקריירה, כמו היותו הורה, תחביבים וכדומה. "זה מכלול שגם אומר לי מה את רוצה ואילו שרירים אימנתי"; עבודה היא עשייה, נתינה וקבלה – "כשמפתרים עיתונאים, למשל, יש הרבה כעס עד לחוסר רצון לעבוד יותר בתחום וצריך ללמוד לקבל גם את הפיטורים"; לכל אדם יש ייעור – "יש מחקרים וספרים רבים בתחום: מאדם מחפש משמעות דרך אנשים פשוטים שקמים וזקוקים לתחושה שהם עושים משהו בשביל משהו"; חיבור בין שורשים לכפיים – מאיפה אתה בא ולאן אתה הולך. אין ספק שיש לכך שורשים ביולוגיים, אבל אין מספיק מחקר בנושא. אני רואה קשר הדוק ביניהם; הכל צפוי והרשות נתונה; ומשברים הם חלק טבעי ובריא בכל תהליך התפתחות – "זו חוויה קשה וזה נראה סוף העולם, אבל בהסתכלות מבחוץ זה לא כזה נורא וגם בריא".

כסופו של דבר, אומרת יפה־נאי, מודעות היא הדבר החשוב ביותר. "אנחנו מאמינים

ואם המערכת הרגשית שלהם דוכאה, הם יחוו את המשברים העמוקים ביותר, עם חשש לקריסה".

לדבריו, יש רבים שראשם בחר עבורם את המקצוע. "בחירה מהראש תהיה מקצועות כמו כלכלה, הנדסה, מחשבים ומשפטים. ככל שאנשים פונים להיות מדויקים, אחראים, מחושבים ועיוניים, הם נהפכים מבלי משים לפחות ספונטניים, רוקדים, שרים, בוכים, צבעוניים, מבטאים רגשות. בשפת המזרח האיוון של היין והיאנג הופר, והמנוע שאמור לעבוד באופן מאוזן עם שני הצילינדרים מתחיל לעבוד רק עם צילינדר הראש, שמעדיף להיות בשליטה, פרפקציוניסט, מדויק, בעל משמעת עצמית, תחרותי, הישגי ומתמיד".

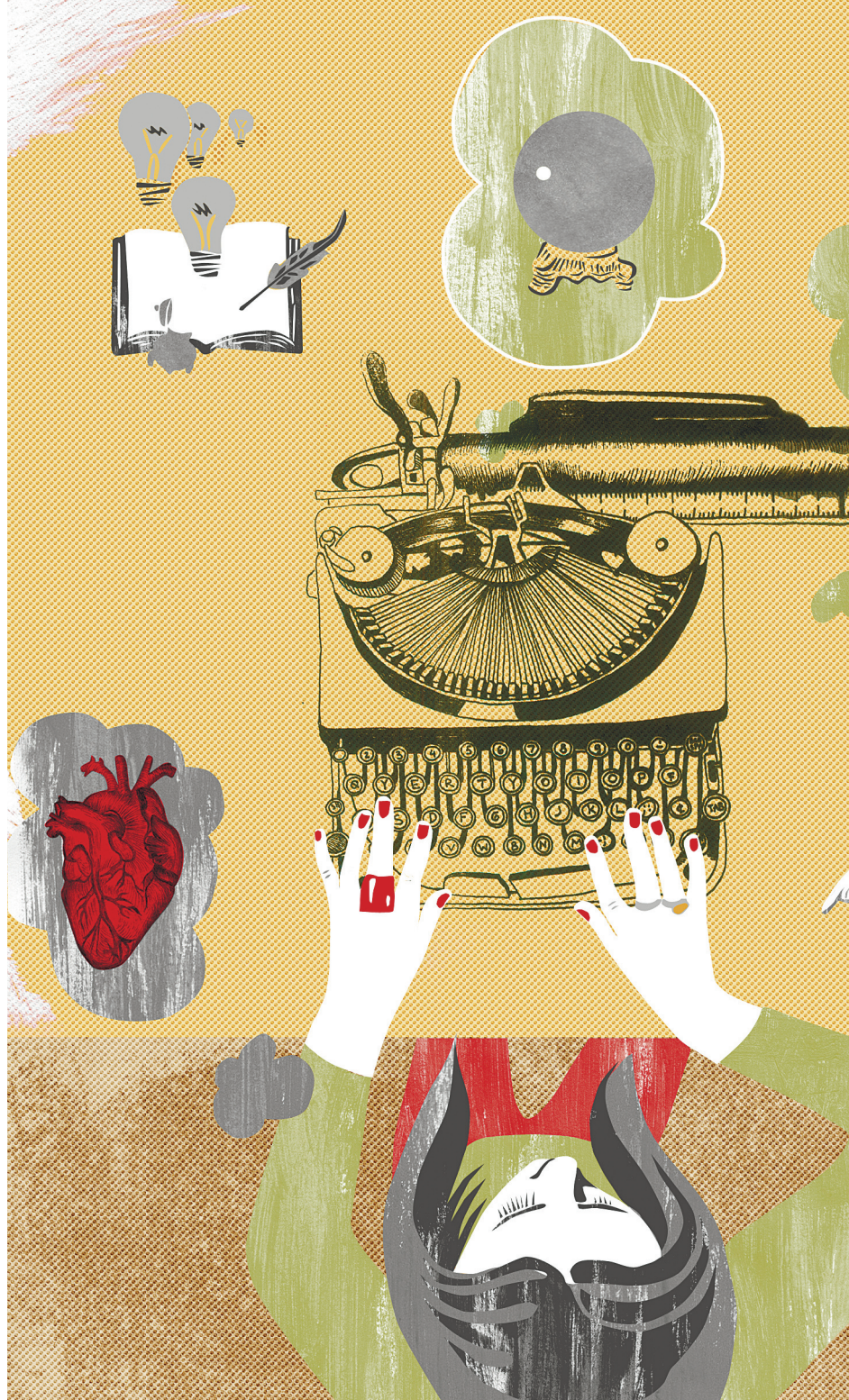
ההצלחה, לפי אמון, נחלקת לשלוש מחלקות. "הצלחה של ראש היא כסף, ביטחון כלכלי, הכרה ומעמד. ההצלחה הרגשית היא לתת אהבה, לקבל אהבה ולהביא לידי ביטוי את היצירתיות שלנו. בנוסף לשני אלה יש הצלחה רוחנית, ושם אנחנו רוצים להרגיש שאנחנו עושים דברים משמעותיים, לגדול ולהתפתח, להביא לידי ביטוי את המתנה האישית שקיבלנו.

"עבור אנשים ששמו את כל ייבם על הצלחת הראש והזניחו את ההצלחה הרגשית והפנימית, ברגע שיש משבר בחלק של הראש והמחלקות האחרות לא טופחו – המנוע כולו מפסיק לעבוד. דרך נכונה יותר תהיה להתפתח במקביל בשלושת הממדים, להיות מחוברים לרגש שלנו וליצירתיות וגם למתנה הפנימית שלנו – העיסוק שכשעושים אותו הזמן עובר מהר, לא מתעייפים, יש לנו תשוקה אליו ואנחנו טובים בו.

"אם הראש שלך החליט בגיל 22 שתהיי רופאת שיניים, עורכת דין או רואת חשבון, יכול להיות שבגיל 50 תגלי שהתשוקה שלך נמצאת במקום אחר לגמרי. הסיבה שהראש שלך בחר במקצוע שבו הוא בחר מושפעת בדרך כלל מההורים או מהסביבה. הוריהם של חצי מהסטודנטים למשפטים הם עורכי דין. לאנשים שהרחיקו ודיכאו את מישורי האישיות האחרים לא יהיה על מה להישען, והם עלולים להחמיץ את הזדמנות להתפתחות שהמשבר מאפשר".

לפי אמון, לכל אדם יש מתנה. "לפעמים לוקח שנים ארוכות לגלות אותה, ולפעמים יש צורך במשבר בשביל לצאת למסע כדי למצוא אותה. יכול להיות שהעיסוק הנכון לכם הוא בכלל לא מה שחשבתם, ומה שאתם באמת אוהבים לעשות זה לעבוד עם בעלי חיים, או לאפות עוגיות, או כל דבר אחר מ-850 מקצועות שלא נמצאים באקדמיה.

"משבר הוא הזדמנות להתעורר כדי שנהיה הרבה יותר מחוברים ללב שלנו וכדי שנבין את מהות המסע שלנו בחיים. נולדנו בגוף של גבר או אשה, עברנו הרפתקאות, נהפכנו להורים ויש לנו הגשמה נוספת: למצוא את המתנה שתראה לנו את הכיוון המיוחד לנו. בעולם המודרני אנחנו צריכים לעתים להתעלם מהעצות של ההורים".



בודהיסטי, ובחירתי בון בודהיזם, שהוא זרם שמתמקד במדיטציה עם דגש מועט יותר על החוקים והאיסורים. מנוזי זן יש רק בקוריאה וביפן. בקוריאה המשמעת פחותה מזו שביפן, וכישראלי ונח"לאי לא חיפשתי לעבור עוד טירונות, אלא ללמוד את הליכה והסודות של חוכמת המזרח. בגיל 24 הצטרפתי למנזר זן בקוריאה הדרומית, המשכתי את הלימודים ביפן, ומאז אני מלמד בארץ ובעולם".

אמון מסביר כי הנפש שלנו מורכבת גם מהראש וגם מהרגש, שצריכים להיות באיזון. מלבד שני אלה, קיים בעל הבית שצריך לנהל אותם ולנתב קדימה במנהיגות פנימית: אגו, איד וסופר אגו, במונחי פרויד. כדי להתנהל נכון בחיים צריך להיות מחוברים לראש ולרגש ולדעת להיעזר בשניהם – הן במישור ההתפתחות האישית והכלכלית והן במישור העבודה.

"פעמים רבות אני נתקל באנשים שהתמקדו בעשייה שקשורה לראש ודיכאו ביסודיות, במשך שנים ארוכות, את העולם הרגשי שלהם. אנשים כאלה מועדים ליפול כשמשו משתבש בקריירה שבנה להם הראש,

בגלל המצב, אבל אין ספק שיש יותר מודעות לכך. אנשים מתחבטים בסוגיות של קריירה כי יש יותר פתיחות לתחומים רכים. אחת הדילמות של אנשים היא אם להוציא כסף על ייעוץ קריירה במקרה של פיטורים.

"חוויתי את כל התקופות באופן אישי, ויש כיום פתיחות גדולה יותר לשינויים. פעם עבודה קבועה היתה דבר מכובד, כיום זה מאוד לא קולי. אבל זה לא טוב שאין קביעות סבירה. אם את עושה שלושה־ארבעה שינויי קריירה – זה בסדר. מעבר לכך, זה נוגד את טבע האדם".

לבחור מהראש, להצטער מהלב

ניסים אמון, 50, הוא סופר ומרצה על חוכמת המזרח, זן מאסטר ומפתח שיטת הטרילותרפיה המדריכה את הראש, הרגש ובעל הבית הנפרד בדרך לאושר ולהגשמה נכונה בחיים. "כשחזרתי מטיול במזרח למדתי בודהיזם באוניברסיטה העברית. לאחר שנה החלטתי שהלימודים הכי נאמנים למקור יהיו במנזר

חלק ראשון: העולם משתנה
חלק שני: פרצו גבולות
חלק שלישי: כל אחד יכול

סיון קלינגבייל על הכישורים שצריך כדי להצליח לבד
עדי הגין על מציאת המסלול הנכון
פרופ' גיא מונדלק על הכללים המשתנים של שוק העבודה

ה מ ש ך מ ע מ ו ר 85

שהאדם הוא כמו נהר: הוא יודע לאן הוא הולך, ומכיוון שהוא זה שיוודע אנחנו עוזרים לו להכיר את הרברים שבתוכו. לפעמים עדיף לי לא לדעת, כי כך אני לא צריכה לבצע ולשנות. כיום אי אפשר לעשות דברים שהם לא את, כי במשבר הראשון המסכה נופלת. אם פעם שאלו מה האיי.קיו שלך, כיום שואלים מה התשוקה שלך, כי יודעים שאדם בעל תשוקה ייתן יותר. אנחנו חיים בעידן של אי ודאות."

כדי לצלוח את הקשיים צריך להגיע למודעות ולהבנה: מה הדרך שעשית ומה מניע אותך, ומהם הדברים שגורמים לך להיות במיטבך. "תאבחני את עצמך ותהיי מי שאת. זה נשמע רומנטי, אבל זה קשה, כי במשך שנים חינכו אותנו לא להיות מי שאנחנו אלא לפעול לפי החוקים והכללים. עכשיו פתאום אומרים לנו להיות אנחנו. לא לימדו אותנו לדעת מי אנחנו. אנשים גם משתנים כיום כל הזמן."

יפה'נאי מתנגדת לביטוי "להמציא את עצמי מחדש". "אני לא קוראת לזה כך, אלא להמשיך לגלות עוד עיסוקים מבורסת העשיות שלך. חקרתי קריירות של אנשים, וגיליתי שאנשים לא עשו דברים מיותרים בחייהם. כשילדים בוחרים קריירה כיום הם אומרים מראש 'אלמד משפטים ואהיה עורך דין תקופה, ואז אפתח מסעדה'. ההכשרה שלהם כעורכי דין תסייע להם גם בניהול מסעדה. זה דורש מאנשים להיעזר במומחים. כאן נכנסים לתמונה המומחים והמאמנים, ובעתיד בהחלט יתפתחו מקצועות נוספים בתחום הזה."

כשאני מסבירה שאני בעצם אוהבת את המקצוע שלי, אבל רוצה לדעת שיש לי עתיד כלכלי, משיבה יפה'נאי שהמטרה שלי בייצור צריכה להיות בדיקת היחס שלי לכסף ומציאת הנוסחה להגדלת ההכנסות מכתביה. "בעבר היה קשר בין המקצוע לבין כמה שמרוויחים, אבל היו כותבים שלא הסתפקו בכך ולקחו על עצמם עבודות פרסום וקופירייטינג. פעם גם חונקנו שאדם צריך להסתפק במועט, ומי ששאף לשפע נחשב לאדם לא איכותי."

"השאלה שלך בעצם היא איך את משנה את היחס לכסף. הייתי בודקת איך מסתכלים אצלכם במשפחה על כסף, אם את מסתכלת על עצמך כמשוררת דלות או שפע. חלק מהעיתונאים הבינו שהאתגר הוא איך להרוויח כסף מכתביה. יש מנהלי תוכן שמרוויחים הרבה, אנשים שכותבים לאתרים מסחריים ואנשי צללים. דווקא אנשי הכתיבה נהפכו למשאב. אם אני רוצה חומר כתוב אני זקוקה לכותבים. מכל העולם הזה את צריכה לראות מה מתאים לך. כיום אין זהות בין מה שאת עושה לכמה שאת מרוויחה, וגם בין רופאים יש הברלים בשכר."

היא מסכמת שאצלי, למשל, הסבה לא עומדת על הפרק. "האתגר שלך הוא איך את מצליחה להרוויח במקצוע. צריך לבנות לך אופציות, אבל גם לבדוק את היחס שלך לכסף, כי אין אדם שאחראי על השפע שיהיה לך או לא. גם ההחלטה על השפע – שלך. אבל

הריאלוג צריך להתקיים. יש ארבעה שלבים שאדם זקוק לעבור כדי להגיע לשביעות רצון מהקריירה: לעשות את מה שיש לך תשוקה אליו; שפע – איך אני מרוויחה מזה כסף; מקצוע שמתאים למידותיי; ואילו קונספטים אני צריך לבנות כדי שהשפע יתאים למידותיי, למשל לעבור דירה למקום זול יותר ולהתאים את אורח החיים לשכר.

"הילדים של ימינו חונכו לחשוב שכל מה שאתה רוצה אתה מקבל, וזה לא כך. השמים הם הגבול אבל תצטרך להשיג אותם, לעבור חכם ואותנטי. אנשים יצטרכו לעלות כיתה. אנחנו כבר לא בעידן השרירים, שבו אם עבדת יותר גם היה לך יותר כסף. כיום אם אני טובה יותר, אני יכולה לגבות יותר. זה לא עניין של עבודה קשה, אלא של עבודה חכמה."

להציג את מה שמאמינים בו

גם כשמוזהים את התשוקה האישית, זו שאי אפשר להיות בלעדיה, חשוב לגבות אותה בשם ובמוניטין. זו המשימה של מיכל רייך, מייסדת שותפה במילי, משרד בוטיק לפרסום ולמיתוג, שמגדירה את עצמה "רעיונאית קלינית" ומסייעת ללקוחותיה למתג את עצמם ולשווק את המוצר שלהם בחוכמה. "אני אוהבת להבין מי האדם, איך הוא הגיע לזה ומה הוביל אותו לעשות את מה שהוא עושה, כי פעמים רבות הבידול שלו מגיע משם", מסבירה רייך. "למשל, יש מטפלים שבחרו את המקצוע לאחר שהיתה להם בעיה מסוימת, והם פיתחו את השיטה דרך מחקר מקיף ומעמיק. זה יכול לנבוע מחלום ילדות או מהתלהבות גדולה, ואז כש מגיעים להתעסק בזה יש הרבה אהבה ותחושה של הגשמת חלום."

"כיום יש כל כך הרבה מכל דבר, ומה ששונה הוא הרגש. בסופו של דבר גם במיתוג וגם בפרסום יש לך רק כמה דקות לכבוש את לבו של הלקוח, ואני מחפשת את הרומנטיקה שמאחורי הסיפור כדי למשוך את תשומת הלב. יש אנשים שלא אוהבים את זה שאני מוצאת משהו ייחודי ואישי, ולא רוצים לחשוף את זה. לפעמים הם מעדיפים להבליט את המקצועיות ולא את הסיפור שמאחוריהם. אצלך, למשל, הייתי מבליטה את הניצוץ הראשוני שגרם לך להתחיל לכתוב."

רייך מציינת כי פעמים רבות היא מרגישה כמו מטפלת. "לפעמים אנשים לא עושים חיבור בין העבר להווה, בין החיים הקודמים לבחירה הנוכחית, אך לעבר יש ערך מוסף משמעותי. למשל, הכרתי תזונאי שהיה בעברו צלם, והצעת לי שיעשה למטופלים תוכנית של תשעה חודשים ויכין להם אלבום הפוך, כך שתהיה להם מזכרת נעימה מהתהליך. אני למשל הגעתי מענף ההייטק, ואני שמחה לעשות מיתוג ופרסום לסטארטאפים ולחברות תוכנה. כך אני משווקת את עצמי". לרייך קל להזדהות עם לקוחות שערכו שינוי משמעותי בחייהם, מאחר שהיא ערכה כמה כאלה בעצמה. אחרי הצבא היא ישבה



99

מיכל רייך: "משבר מביא אותך למצב שבו אתה מתחיל לחשוב אם טוב לך או לא, ואתה בודק כל מיני אופציות כדי לעשות לעצמך טוב יותר. אני שומעת המון סיפורים של אנשים שהמציאו את עצמם מחדש: עשו הסבות לתחומים טיפוליים, למשל. לאנשים טכנולוגיים נורא חסר הקשר הישיר עם אנשים, יצירה או טיפול באנשים."

רייך עורכת עם הלקוחות תהליך חשיבה כדי להבין מה הם רוצים בדיוק לעשות. "שיווק מורכב גם מאסטרטגיה: מי קהל היעד? איזו סוג עבודה? איזה סוג לקוחות? יש פיזור ונורא קשה להסביר ולהיות ממוקד, אז חושבים ביחד. לעסקים הקטנים אין זרוע שיווקית שלמדה והשקיעה, אז אני נפגשת אתם כדי להבין ולמתג. את, למשל, צריכה להבין מה את רוצה לכתוב, מה את אוהבת לכתוב, למי את רוצה לכתוב, לפנות לקהל יעד מסוים שיש בו גם כסף. אחרי הכל, הכסף הוא גם שיקול."

לאחר סיעור מוחות מתחילים לחשוב על שם העסק ועל הסלוגן, על הלוגו שלו ועל השפה החזותית ושפת המיתוג שאמורה לשדר את מה שהוא רוצה להיות. "כמובן שצריך לבדוק מי המתחרים. כשממקדים את השאיפות, גם העיצוב נראה בהתאם. אפשר להבחין בקלות אם מדובר במיתוג מקצועי או שמישהו עיצב כרטיס ביקור בבית דפוס. זה סיפור מוכר של אנשים שלא מבינים מה המשמעות, בייחוד עסקים קטנים שאין להם תקציב, והם מתחילים מאפס ומחפשים להווייל עלויות – ובסוף זה יקר יותר."

"כולנו חיים כיום בעולם של מיתוג. איך שאתה מתלבש, למשל, משרד את מה שאתה ומה שאתה מייצג. יש אנשים ומקומות שמצליחים לעבוד טוב גם ללא מיתוג, אבל לרוב מדובר בבתי קפה שכונתיים. אלה אנשים שיש להם אהבה עצומה למה שהם עושים והם בעצם יוצרים את המיתוג של המקום."

"מיתוג אישי הוא ההמשך הישיר של איך אתה נראה ואיך אתה משקיע בדברים שאתה עושה. אם עושים זאת בערוצים הנכונים ובאמת אוהבים את מה שעושים, נהפכים לפרסונה מקצועית. ברשתות החברתיות יש לכך הרבה מקום. מטרת המותג היא לשקף את מי שאת ומה שאת מאמינה בו."

66

על הר בדרום אמריקה והתלבטה בין פרסום, מחשבים ופסיכולוגיה. "החלטתי על מחשבים כי חשבתי שזה יאפשר לי לטייל הרבה בעולם ולחיות את החיים. עשיתי תואר בהנדסת תוכנה ובהנדסת תעשייה וניהול. בשנה השנייה התחלתי לעבוד בסטארטאפים, שרובם נסגרו, אז עברתי לחברה קצת יותר יציבה ועברתי בה שש שנים."

כשכולם סביבה התחילו ללמוד תואר שני, הבינה רייך שהיא לא זורמת באותו כיוון והחליטה להגשים חלום ישן – קופירייטינג. "זו היתה הפעם הראשונה שנהנתי בלימודים. אחרי שסיימתי את לימודי והתפטרתי התחלתי לעבוד כקופירייטרי, שימשתי גם קצת כפלגריט. אחרי כשנתיים עברתי למשרד פרסום אחר כקופירייטרי ומנהלת לקוחות. "במהלך העבודה במשרד השני עלתה בי

ההברקה של מילי, ולאחר חצי שנה החלטתי ללכת על זה. ליאורה, המעצבת שהכרתי במשרד הפרסום הראשון שבו עבדתי, הצטרפה, ומילי קיימת כבר שנתיים. אנחנו לא שואפים להיות משרד פרסום עם עובדים. אנחנו עובדים במודל של עצמאים. לכל אחד יש את החופש והיצירה שלו וככה אנחנו מנהלים פרויקטים, מתוך אהבה ליצירה."

רוב הלקוחות מגיעים לרייך לאחר שהתבשרו עם הרעיון של המקצוע שהם רוצים לעצמם והחלו לבנות את העסק. "הם מגיעים לשלב המיתוג ומבינים שהם זקוקים לאיש מקצוע רציני שיכוון ויבנה אותם. פעמים רבות אלה שכירים שנמאס להם לעבוד בשביל מישור אחר. בתקופת מיתוג, כמו עכשיו, יש לנו הרבה עבודה. רבים נהפכים לעצמאים, מגשימים לעצמם חלומות. משבר מביא אותך למצב שבו אתה מתחיל לחשוב אם טוב לך או לא, ואתה בודק כל מיני אופציות כדי לעשות לעצמך טוב יותר. אני שומעת המון סיפורים של אנשים שהמציאו את עצמם מחדש: עשו הסבות לתחומים טיפוליים, למשל. לאנשים טכנולוגיים נורא חסר הקשר הישיר עם אנשים, יצירה או טיפול באנשים."

רייך עורכת עם הלקוחות תהליך חשיבה כדי להבין מה הם רוצים בדיוק לעשות. "שיווק מורכב גם מאסטרטגיה: מי קהל היעד? איזו סוג עבודה? איזה סוג לקוחות? יש פיזור ונורא קשה להסביר ולהיות ממוקד, אז חושבים ביחד. לעסקים הקטנים אין זרוע שיווקית שלמדה והשקיעה, אז אני נפגשת אתם כדי להבין ולמתג. את, למשל, צריכה להבין מה את רוצה לכתוב, מה את אוהבת לכתוב, למי את רוצה לכתוב, לפנות לקהל יעד מסוים שיש בו גם כסף. אחרי הכל, הכסף הוא גם שיקול."

לאחר סיעור מוחות מתחילים לחשוב על שם העסק ועל הסלוגן, על הלוגו שלו ועל השפה החזותית ושפת המיתוג שאמורה לשדר את מה שהוא רוצה להיות. "כמובן שצריך לבדוק מי המתחרים. כשממקדים את השאיפות, גם העיצוב נראה בהתאם. אפשר להבחין בקלות אם מדובר במיתוג מקצועי או שמישהו עיצב כרטיס ביקור בבית דפוס. זה סיפור מוכר של אנשים שלא מבינים מה המשמעות, בייחוד עסקים קטנים שאין להם תקציב, והם מתחילים מאפס ומחפשים להווייל עלויות – ובסוף זה יקר יותר."

"כולנו חיים כיום בעולם של מיתוג. איך שאתה מתלבש, למשל, משרד את מה שאתה ומה שאתה מייצג. יש אנשים ומקומות שמצליחים לעבוד טוב גם ללא מיתוג, אבל לרוב מדובר בבתי קפה שכונתיים. אלה אנשים שיש להם אהבה עצומה למה שהם עושים והם בעצם יוצרים את המיתוג של המקום."

"מיתוג אישי הוא ההמשך הישיר של איך אתה נראה ואיך אתה משקיע בדברים שאתה עושה. אם עושים זאת בערוצים הנכונים ובאמת אוהבים את מה שעושים, נהפכים לפרסונה מקצועית. ברשתות החברתיות יש לכך הרבה מקום. מטרת המותג היא לשקף את מי שאת ומה שאת מאמינה בו."