

# משרת החלומות DreamPloyment

מחפשים את  
משרת החלומות?  
אל תשלחו קורות חיים!

גבריאל חיון

CV

משרת החלומות DreamPloyment | גבריאל חיון



מדיה 10

- אף אחד לא מעריך אתכם על מה שהייתם, על מה שלמדתם, ועל ידע וניסיון, חוכמה ופיקחות.
- אין תגמול על ידע וניסיון.
- אין הנחות על ביצועי עבר.
- עליכם להמציא את עצמכם בכל רבעון מחדש.
- אין לכם חברים אמיתיים (כמעט) אלא אנשים עם מכנים משותפים דומים שהצטלבו בחיכם.
- אם החברים שלכם באים מהרקע הקודם שלכם - זה הזמן לשדרג אותם.

אם אתם קוראים את הספר הזה - אתם מקצוענים. כל מעסיק פוטנציאלי יחוש את השאיפה שלכם למצוינות באופן בו אתם מכינים את עצמכם גם למשימה המקצוענית הבאה - מציאת משרת החלומות שלכם. ברוח זו תוכלו למצוא בעמודים הקרובים את כל הכלים שיהפכו אתכם למקצוענים גם כמחפשי עבודה. תוכלו להפיק את המיטב מספר זה, בעיקר אם אתם: טאלנטים, בכירים, מנהלים בכל הדרגים, מומחים, בוגרי שירות המדינה ומערכת הביטחון, פורשים ופנסיונרים, משפרי עבודה. וגם אם לא מצאתם משרה כלבבכם, היזוזו לכם את הגבינה, לא קודמתם, תוגמלתם או הוערכתם כראוי. אידאלי לשילוב משרה מפנקת עם יזמות.

**גבריאל חיון**, מרצה בינלאומי, סופר "היזום מונחה הלקוח", מנכ"ל לשכת המסחר ישראל-אמריקה הלטינית וחברת המנטורינג - Wikisales, מעל עשרים שנות ניסיון בפיתוח עסקי בינלאומי במגוון שווקים, תעשיות, מוצרים ומדינות. בין תפקידיו: סמנכ"ל מכירות ומנהל מכירות בינלאומי בהייטק, סמנכ"ל פיתוח עסקי בפארק טכנולוגי, מנהל מפעלים, מנהל פרויקטים בכיר, מרצה ויועץ עסקי.



מחיר: 89 ש"ח



1 0730000307 3

דאנאקוד 1073-307



מדיה 10 הוצאה לאור בע"מ

## DreamPloyment

### משרת החלומות

1	למי הספר הכי מתאים.....	2
2	מבוא.....	4
5	המסע שלי.....	5
3	מתי להתחיל לחפש עבודה.....	10
4	האמת על שוק הגיוס.....	17
5	אודות מחלקות משאבי האנוש.....	19
7	מטחנת הגיוס.....	28
8	השחקנים בעולם התעסוקה.....	39
9	שיטת DreamPloyment.....	51
10	אתגרים במציאת משרת החלומות.....	118
11	מיתוג אישי.....	142
12	הצלחה תלת מימדית.....	155
13	משרת החלומות למתקדמים.....	164
14	סיכום.....	186
15	אז איך אני יכול לעזור לך?.....	188

## 1. למי הספר הכי מתאים

הנחת היסוד שלי, היא שאם אתה טורח לקרוא את הספר הזה – אתה מקצוען. כל מעסיק פוטנציאלי יחוש את השאיפה שלך למצוינות באופן בו אתה מכין את עצמך גם למשימה המקצוענית הבאה – מציאת משרת החלומות שלך. ברוח זו, תוכל למצוא בעמודים בקרובים את כל הכלים שיהפכו אותך למקצוען גם כמחפש עבודה.

מטעמי נוחות הספר כתוב בלשון זכר, אבל כל התכנים ישימים גם לבנות המין היפה.

- כוכבים, בכירים, הנהלה בכל הדרגים, עובדים עם התמחות או סט כישורים ייחודי, בוגרי שירות המדינה, מערכות הביטחון, צה"ל, שב"כ, מוסד, שב"ס ומשטרה, משהב"ט, משרד ראה"מ משרד החוץ, משרד החינוך ומערכת הבריאות.
- פורשים מחברות מבוססות, פנסיונרים צעירים וצעירים ברוחם.
- משפרי מקום העבודה, מי שנמאס לו מקום העבודה הנוכחי, איבד את החשק ללכת למשרד, שהבחין שהגבינה שלו זזה או הקריירה שלו לא זזה.
- מי שדילגו עליו בקידום האחרון וזה שלפניו.
- מועסקים במשרה חלקית, מתוגמלים פחות מדי, לא מוערכים או עובדים במשרה בה כישוריהם אינם באים לידי ביטוי.

2. מבוא

מתנצל מראש על הבוטות במסרים בספר זה, אבל שוק הגיוס הוא קר, מנוכר וציני!  
כמה כללי יסוד ברוח הציניות:

- אף אחד לא מעריך אותך על מה שהיית, מה שלמדת, ידע וניסיון, חכמה ופיקחות.
- אין תגמול על ידע וניסיון.
- אין הנחות על ביצועי עבר.
- עליך להמציא את עצמך כל רבעון מחדש.
- אין לך חברים אמתיים (כמעט), אלא אנשים עם מכנים משותפים דומים שהצטלבו בחיך.
- אם החברים שלך באים מהרקע הקודם שלך – זה הזמן להחליף אותם.

אחרי שעצבנתי אותך כבר בעמוד הראשון – יאללה, לעבודה!

הכלים שכן יעזרו לך

תושייה, יצירתיות, חשיבה לא שבלונית, כושר חקירה, אינטגרציה של ידע וניתוח, קשרים, יצירת קשר בלתי אמצעי (וירטואלי ואמיתי), מוטיבציה, חוס אנשי, אמפתיה, אהבת אדם, אותנטיות, יכולת העברת מסרים, עמידה בזמנים, מקצוענות וביצועיות.

- מובטלים שלא מצאו משרה כלבבם מעל לשלושה חודשים.
- מי שמעוניין לשלב משרה מפנקת עם יזמות עצמאית.

למי הספר לא מיועד  
הספר פחות מתאים למועמדים צעירים בתחילת דרכם, לעובדים במשרות פתיחה בייצור, שירות לקוחות, תמיכה טכנית, בקרת איכות וטלמרקטינג.  
גם מי שמרוצה במקום העבודה שלו ואינו רוצה להתאמץ ולפרוץ את אזור הנוחות שלו – לא ימצא עניין בספרי.

– סייעה לי. ממאות ראיונות שערכתי עם עובדים בכל קשת העיסוקים והדרגים, עולה שרוב המשרות "השוות" הגיעו בדרכים פחות שגרתיות.

בשורות הבאות אקח אותך למסע קצר במסלול חיי בו אדגיש את מציאת המשרה. כמובן שבשלושת העשורים האחרונים השתנה מאוד עולם התעסוקה אולם רוב המידע נכון, בהתאמות קלות, לשוק הגיוס העכשווי ולרוב המשרות בדרג ניהולי או מקצועי.

- 1982, חיפשתי עבודת סטודנט. ידעתי שחברות כרטיסי האשראי מגייסות עובדים למשמרות הלילה. פשוט נכנסתי לחברת דיינרס קלוב בשדרות רוטשילד. מזכירת החברה הדומיננטית ראינה אותי והעבירה למנהל אגף אשראי וביטחון, אשר החליט במקום לגייס אותי, עוד לפני שהתקבלה תשובת הגרפולוג. ללא משלוח קורות חיים, מבחני הערכה ובלי שהחברה אפילו פרסמה מודעת דרושים.

- 1985, יום שישי אחד פגשתי ידידה מהצבא, שסיפרה לי שהבוס שלה, יהלומן, מחפש "מהנדס תעשייה וניהול, בן 25, רווק ודובר ספרדית". למרות שלא עניתי על הקריטריון האחרון, ביקשתי ממנה לארגן לי פגישה. כבר ביום ראשון התראיינתי וביום רביעי התבקשתי לבוא עם הדרכון. שבועיים מאוחר יותר מצאתי את עצמי ברפובליקה הדומיניקנית כסגנו של מנהל מפעל לתכשיטים – Pan American Diamonds. זו הייתה הצעת עבודה ששינתה את חיי ובמידה רבה, הכתיבה את

המסע שלי

בימים אלו סגרתי שלושה תריסרי שנים מהשחרור מצה"ל. כן, 36 שנות עבודה, רובן כשכיר מתוגמל לא רע, בארץ ובחו"ל.

לפני שמונה שנים הקמתי את וויקיסיילס – חברת פיתוח עסקי בינלאומי, המסייעת ליצואנים למכור הרבה יותר בחו"ל, לאתר שותפים עסקיים, לקוחות ומפיצים.

את ניסיוני והמתודולוגיה למכירות גלובליות, סיכמתי בספרי **"היזם מונחה הלקוח"** הנמכר באמזון: *The Customer-Oriented Success Secrets for Entrepreneurs: Converting Leads from Cold to Gold*.

כמרצה בינלאומי, אני מוזמן להרצאות והדרכות בכל העולם בארגונים, כנסים וסמינרים.

במסגרת זו, שותפי ואני מלמדים גופים לאומיים ופרטיים לפתח ולנהל חדשנות ואקסלרטורים ברוח אומת הסטרטאפ ומביאים ארצה משלחות מנהלי ביניים להכיר את התרבות והאקוסיסטם הישראליים.

במקביל, אני מנכ"ל לשכת המסחר ישראל אמריקה הלטינית, המשמשת כגשר בין יבואנים, יצואנים, דיפלומטים וגורמי ממשל בארץ ובאמל"ט. אנו יוזמים עשרות אירועים בשנה ומארחים משלחות עסקיות, מדיניות ונשיאותיות רבות.

לאחרונה הקמתי את המכון הדיפלומטי – בית לכל הדיפלומטים הזרים המשרתים בארץ. אנו מטפלים בכל הצרכים המקצועיים ואישיים שלהם מהנחיתה הרכה ועד לחזרתם לארצות המוצא.

לאורך הקריירה שלי החלפתי מקומות עבודה בקצב גבוה. אינני זוכר ולו מקרה אחד בו שליחת קורות חיים בצינורות המקובלים



- 1995, ביום חתונתי, אחד האורחים, שותף בפאן אמריקן דיאמונדס, בה עבדתי מספר שנים קודם, מספר לי שהם הקימו חברה חדשה ומבקש ממני לצאת לרילוקיישן נוסף כמנכ"ל המפעל Star Jewelry. הבסיס להצעתו היה יחסי עבודה בעבר והערכה הדדית.
- 1998, אני מוביל את מכירת המפעל לחברת תכשיטים מובילה בניו-יורק – Michael Anthony Jewelers. כחלק מהסכם הרכישה, הם שוכרים את שירותי לתקופת ההרצה. כל ההיכרות בינינו התבססה על ביצועי בתקופת המו"מ והמלצות מנכ"ל אזור התעשייה.
- 1999 עורך דין מקומי והמנטור האישי שלי מבקש ממני לסייע לו בניהול הקמת מלון Sosua Oceanfront בן 250 חדרים בצפון האי. שותפיו הכירו אותי בנסיבות חברתיות והסכימו למינני, ללא שבחנו אותי כלל.
- 2001 שבועיים לאחר נפילת המגדלים בניו-יורק, ציידת גולגולות מפנה אותי לשר במשרד נשיא המדינה. הוא היה גם יו"ר ה- Cyber Park of Santo Domingo, פארק המדע הראשון בקריביים. לאחר שיחה קצרה בה המלצתי על שינויים במודל העסקי של הפארק עקב 9-11, הוא ממנה אותי לסמנכ"ל פיתוח עסקי ותפעול.
- 2004 אנו חוזרים ארצה. במסגרת חיפוש עבודה, ניסיתי למנף את קשרי ופניתי לכל חברי ומשפחתי. אחד המיילים היה למנהל בחברת אדיוסופט אשר חיפשה מנהל מכירות. אותו עובד פוטר והמנכ"ל "יירט" את

- עתידי. במקרה זה, הגעתי אל התפקיד עוד לפני שפורסמה המודעה ולא הושוויתי למועמדים אחרים כלל.
- 1989, במקביל לעבודתי התחלתי ליעץ לחברות זרות אודות הקמת פעילות Off-Shore במדינה. אחד הלקוחות הראשונים, ביקש ממני לתכנן עבורו מחלקת ציפויי זהב לתכשיטי אופנה. הגשתי לו דו"ח קצר, בו הצעתי ציפויים זולים ואיכותיים הרבה יותר. לאחר מספר ימים התבקשתי להקים ולנהל עבורם את המפעל לעגילים The New Alternative. ההיכרות המוקדמת וההתנסות במיני פרויקט, חסכה לחברה את הצורך במיון, הערכה וגיוס.
  - 1992, חזרתי ארצה וחידשתי קשרים עם חברי מהעבר. ביניהם שבתי ללשכה של הבונים החופשיים בתל אביב. אחד מחברי הלשכה סיפר לי שיש לו חברת קישוריות קטנה בשם מומנטום תקשורת והציע לי לנהל אותה עבורו. במקרה זה הוא גם פנה למכר משותף כדי לקבל המלצה. שוב, נטוורקינג, ללא קורות חיים, עם מילה טובה מחבר – הספיקו.
  - 1994, הד-האנטרית שהכרתי המליצה עליי לחברת אוליבטי, אליה גויסתי בהליך מזורז. המנכ"ל ששהה בחו"ל בתקופה זו, ראיין אותי רק שבועיים מאוחר יותר. קשרים וממליצים שווים יותר מכל פניה קרה למעסיק.
  - 1995, אחד מלקוחותיי במומנטום מתקשר ומציע לי משרת ניהול מכירות בחברת מיניקום תקשורת, על בסיס היכרות מוקדמת בלבד.

אפילו לסטרטאפ Latin VoIP, גויסתי על ידי עובד שלי לשעבר. בתחילה הוא ביקש שאסייע לו באיתור משקיעים. אולם לאחר שבנית לי מודל מימון "שרוך נעל" ממקורות פנימיים וצמצמתי את עלויות ההתנעה, הוא הציע לי מחצית מהמיזם.

בנוסף, רוב מכריע של לקוחותיי לא הגיעו אליי מאתר האינטרנט, הפרסומים שלי ברשתות החברתיות או פרסומים ממומנים. כמעט כולם חוו איתי התנסות מוקדמת כלשהי או שהופנו על ידי חבר, לקוח או ספק. ישנם מקרים בהם פונים אליי אנשים שהיו בהרצאה שלי או נפגשו איתי באירוע לפני שנים.

גם מאומנים שלי, בוגרי התוכנית, סיפרו לי על הצלחות משימוש בשיטות המתוארות כאן. למשל, אשת מכירות שראתה מודעת דרושים בפייסבוק ובמקום ליצור קשר בציאט, הלכה אל החנות המפרסמת, התראיינה עם המנכ"לית והתחילה לעבוד באותו יום. מאומן אחר, הודה לי לפני ימים אחדים ואמר שלקוח עבר שלו מגואטמלה המליץ עליו לחברת טכנולוגיה ישראלית, אשר יצרה קשר וגייסה אותו בתנאים טובים בהרבה מהמשרה הקודמת.

3. מתי להתחיל לחפש עבודה

**כשמזיזים לך את הגבינה** : בשלב מסוים, לאחר מספר שנות עבודה בארגון, תבחין במגמות, אירועים ותופעות אשר עד כה לא ייחסת להם חשיבות:

1. **מפסיקים להזמין אותך לשיבות** : אם היית מוזמן לפגישות עבודה תקופתיות, דיוני אסטרטגיה, פיתוח, תכניות עבודה ואינך מקבל זימונים כאלו.

הדוא"ל שלו. הוא פנה אליי מיידית, שאל על ההיכרות עם אותו מנהל ולאחר שני ראיונות – קיבל אותי לחברה. גם במקרה זה, ההחלטה הייתה של המנכ"ל, בלי לערב בשיקוליו אנשי צוות אחרים.

- 2011 בסמינר מכירות בינלאומיות שערכתי במכון היצוא, פנה אליי אחד המשתתפים, הציג עצמו כמנכ"ל חברת טרפילוג לטלה-דיאגנוסטיקה בתחום הרכב והזמין אותי לישיבה עם הנהלת החברה בנושא איתור מפיצים בחו"ל. הפגישה הסתיימה בהצעה לכהן כסמנכ"ל מכירות בפועל Acting VP Sales ובמשרה חלקית שתאפשר לי לטפל בשאר לקוחותיי.

- 2014 בכנס של משרד הכלכלה, ישבתי ליד נציג התאחדות התעשיינים. הוא סיפר שאחד מתפקידיו הוא משקיף של לשכת המסחר ישראל אמל"ט. ניצלתי את ההזדמנות לפרגן למנכ"לית המקסימה והוא הוא סיפר לי "שהיא כבר לא!" שעה מאוחר יותר כבר שלחתי מכתב לנשיא הלשכה והצעתי את שירותיי. עוד באותו הערב זומנתי לפגישה אתו ושאר חברי ועדת האיתור. התקבלתי בזכות עבודת נטוורקינג וגישה פרואקטיבית, כי גם משרה זו לא פורסמה כלל.

עד כה תיארתי 13 מקרים אישיים שלי, בהן השיטות שלי המתוארות בספר, פתחו לי את הדלת למשרות. מאידך, אלפי קורות חיים ששלחתי לאורך השנים לא הניבו לי משכורת אחת! גם כמות הראיונות מערוץ זה הייתה נמוכה מאוד.

ופרויקטים. אחד המדדים לבחינת מצבך ומיצובך הוא מספר ומשך אותן אינטראקציות. שים לך איך מתקבלות ההמלצות שלך והאם הבוס מתייחס לדברך. אין המדובר רק בזלזול בוטה, אלא האם הוא מקיים בכלל דיון על הרעיונות שלך והאם הוא מאמץ אותם.

8. **כשאינן לך חותם על פעילות החברה או המחלקה:** כאשר יש לך השפעה על שורת הרווח, הרווחיות או ההכנסה של הארגון – אתה מהווה נכס לפירמה. במידה ותרומתך מצטמצמת, הופכת להיות שולית – ביטחונך התעסוקתי בסכנה. אחת הדרכים לשמר את מעמדך היא להיות חתום על פרויקטים או הצלחות של החברה.

9. **כשמפסיקים להתייעץ אתך:** כשעמיתך רואים בך אוטוריטה, הם יתייעצו אתך מדי פעם בתחום המומחיות שלך: מוצר, מכונה, טריטוריה, שיטת עבודה, נוהל או תחום אקדמי. אם תדירות שיחות הייעוץ יורדת – גם קרנך יורדת.

10. **כשמבקשים ממך להכשיר מישהו ואין אופק עבורך:** אם יש לך התמחות מסוימת ולפתע אתה נדרש להכשיר מישהו לתפקיד זה, הוא עשוי בקרוב לתפוס את מקומך. זוהי מגמה נורמלית ביותר בארגונים אשר מטרתה להעשיר את עיסוקיך, לקדם אותך, להכניס דם חדש ורענן ולהפחית את השחיקה שלך. אולם אם אין לך תפקיד עתידי או ייעוד אחר, כנראה ששעון החול שלך מתחיל את הספירה לאחור.

2. **מבטים מוזרים בין המנהלים הקשורים אליך או לתחום עבודתך:** בדיונים אליהם אתה כן מוזמן ישנם מסרים לא מילוליים העוברים מעל לראשך וקשורים אליך.

3. **אינך מכותב למיילים** בהם עסקת באופן שוטף.

4. **שתיקות תמוהות כשאתה עובר במסדרון:** חלק חשוב בתקשורת הלא פורמלית בכל ארגון מתנהל בפרוזדור, חדר האוכל, מטבחון ופינת הקפה. עמיתים המפסיקים לדבר כשאתה בסביבה, מנסים להסתיר ממך מידע.

5. **מניידים אותך - ולא לטובתך:** לא כל ניוד הוא קידום, ישנם ניודים אופקיים הכרחיים. למשל כחלק מההכשרה של טכנאי או עתודה ניהולית, הוא עובר לתקופות קצובות בין מחלקות. אולם, אם מניידים אותך לתפקיד פחות משפיע, פחות קשור לליבת הפעילות, פחות משפיע על שולי הרווח – זהו איתות שלילי.

6. **כששוב פוסחים עליך בקידום:** דינמיקה טיפוסית בארגון כוללת התפתחות, כניסה לתחומים, מוצרים ופלאי שוק חדשים. פעילות זו מייצרת הזדמנויות קידום אורגניות לעובדים אשר זוכים לאמון ההנהלה. רוב החברות נוהגות לקדם את עובדיהן מדי מספר שנים. אחריות על צוות גדול יותר, תקציב, טריטוריות ותחומים. אם הניוד אינו קידום ואינו או שהוא מוביל אותך למבוי סתום, הפנס את המסר.

7. **כשהבוס לא סופר אותך:** ביום עבודה טיפוסי יהיו לך מספר אינטראקציות עם המנהל הישיר שלך, בהם אתם מחליפים מידע, משוחחים על ביצועים, תוכניות

- לאחר מספר שנים בהן אתה חוזר על אותה פעולה אינספור פעמים, כמו נהג אוטובוס או מפעיל מכונה, המקצוע שלך שוחק כמורה או רופא שיניים – פשוט נמאס לך. ארגונים רבים יאפשרו לך לגוון את העיסוק. למשל ממכירות למרקטינג, מייצור לבקרת איכות, מטלמרקטינג יוצא לנכנס ומהנדסה לתמיכת מכירות. אם אין לך אפשרות כזאת או שהאווירה בחברה הופכת להיות לא נעימה עבורך, עליך להתחיל לתכנן את אסטרטגיית היציאה מהפירמה.
16. **כשמשעמם לך**: כמו בסעיף הקודם, השגרה מתחילה להכביד, מרוב חזרות איבדת את העניין, אין לך גירויים אינטלקטואליים ולהבנתך, תיאלץ לבצע את אותן המטלות עד הפנסיה. זהו מצב נוסף לתכנן פרישה מרצון. היתרון הגדול במצב זה הוא שאין לך לחץ חיצוני, לכן אתה יכול לבנות את מקום העבודה העתידי שלך בטווח של מספר חודשים רב.
17. **כשלא מציעים לך ניווד פנימי**: בארגונים רבים, ההנהלה ומשאבי אנוש ערים לסימני שחיקה או אי התאמה ומציעים ניווד פנימי לעובדיהם. אם ביקשת ולא קיבלת ניווד סביר – הם לא בונים עליך.
18. **כשדוחפים אותך לניווד פנימי פחות מתאים**: אם ההצעה לתפקיד חלופי אינה אטרקטיבית, אינה מתאימה לך, לא מקדמת או לא מתאימה לכישוריך – אל תקבל אותה.
19. **משבר אמון**: כולנו בני אדם, עם יתרונות וחסרונות. קורים מצבים שבו אמון אשר נבנה לאורך שנים – נפגע

11. **כשמדנדנים לך יותר מדי**: אם היית עצמאי בעבודתך, עם מעט התערבויות מצד מנהליך ולפתע מתחילים להציק לך בבקשות דיווח ובודקים את הביצועים שלך – סימן שמנסים להוציא לך את החשק לעבוד ודוחפים אותך לפרוש.
12. **כשהבוס מפסיק לנדנד לך**: מן הצד השני, במצב זה, למנהל שלך, כבר נמאס ממך ויתכן שאפילו נלקחה החלטה לפטר אותך, אולם ממתנינים לשעת כושר, פשלה שלך או למועד מתאים.
13. **כשהבוס ממנה דרג חייץ ביניכם וממדר אותך או מתעלם ממך**: יתכן שאתה עובד ישירות מול סמנכ"ל או דירקטור ולפתע ממונה איש צוות אחר, (עמית לעבודה או "מוצנח" מבחוץ) כמנהל הישיר שלך, זהו סימן שהבוס שלך רוצה לייצר אתך דיסטנס, כדי להפסיק לנהל אותך ברמה הפרטנית (Micro Management) או, גרוע מכך - כדי שיקל עליו לפטר אותך.
14. **כשאתה לא מתוגמל כראוי**: הכוונה אינה רק משכורת, בונוסים ורכיבי שכר. כשחבילת התגמול הכוללת שלך אינה הולמת את מעמדך, ההצלחות והערך לארגון, הוותק או את ההכנסות של עמיתך לצוות, בקש לפתוח את הנושא מול הבוס שלך. במידה והתשובה מתחמקת, שלילית או שהוא משדר לך שזה לא בא בחשבון – הסק מסקנות.
15. **כשנמאס לך**: עד כה כל הסיבות שנמנו הינן חיצוניות וקשורות להחלטות של ההנהלה. לא פעם – אתה הסיבה.

השוק המשתנים, מחובתך להתריע על כך. אם אינך מוצא אוזן קשבת – תכנן את פרישתך.

כפי שסנונית אחת אינה מבשרת את בוא האביב, גם תופעה אחת או שתיים לא בהכרח מבשרים על פיטורידך. אולם, הצטברות של מספר סימנים, תחושות בטן ושינויים בשוק הגלובלי בהחלט יכולים להעיד על כך שעליך להשחזר את כישורי חיפוש העבודה שלך. לדוגמה: אתה מתריע על מתחרה חדש, ההנהלה לא עושה כלום בנדון ואחרי שבועיים שלא הוזמנת לדיונים, מציעים לך לטפל בפרויקט רווחה.

התחל לחפש עבודה כשאתה מבחין במספר סימנים כאלו. תמיד יש עדיפות לחיפוש עבודה ממצב שבו המשכורת ממשיכה להיכנס לבנק ואין לחץ כלכלי. החיפוש חייב להיות דיסקרטי. היעזר במספר הד האנטרים ממוקדי התעשייה ורמת המקצועיות שלך. גם המעסיק הפוטנציאלי יתרשם ממך יותר כאדם פרואקטיבי אם אתה מחפש עבודה בעודך עובד. גם נקודת הפתיחה שלך במו"מ הכספי גבוהה היותר כי אינך נואש או לחוץ.

אין צורך לטרור להסתיר את העובדה שאתה מחפש כיוון שחברות מעוניינות לרענן את כוח האדם שלהן וייתכן שמעסיקך אף יברך על העבודה שאתה מעוניין לשדרג את מעמדך מחוץ לארגון ויכול להיות שזה גם מצבו

באופן חמור. לא מדובר במעשים פליליים, אלא דווקא בפעולה שדבק בה שקר או חשד כלשהו. זה יכול לקרות מצד העובד או המנהל: דו"ח הוצאות מפוקפק, חוסר אמינות בדיווח, התנהלות לא אתית, הטרדה מינית או הסתרת פרטים. ברוב המקרים "בתחום האפור", לא ניתן להצביע על כוונת זדון, אלא רק תחושה שלילית. בכל אופן, האמון נשבר וקשה מאוד לשקם אותו. כשל כזה ביחסי עבודה ישירים, מפריע מאוד לקיים מערכת תקינה. גם אם תועבר למחלקה אחרת בארגון, יתכן שהרבב ידבק בך.

#### 20. כשפלח השוק או המיצוב או המכירות בצניחה והחברה

**אינה משנה כיוון:** חברות אינן פועלות בריק. יש תנודות ותמורות בשווקים הבינלאומיים, התערורות או דעיכה, מוצרים חליפיים או מתחרים על אותו נתח לקוח, משברים כלכליים גלובליים או ענפיים. אם החברה אינה משכילה לקרוא את המפה, להבין ולהיערך לשינויים המתרגשים עליה, היא עשויה להיכנס למצוקות. כמקצוען, לא כדאי לך להיות מזוהה עם כישלון ולפרוש בשלב בו יפלטו לשוק העבודה כל הקולגות שלך. לכן כדאי להזדרז ולקחת החלטות ברגע שאתה מבין שהארגון במסלול קריסה, סטגנציה או צניחה.

#### 21. כשהתעשייה מתקדמת אבל החברה - לא:

הוא שוק משגשג, עם טכנולוגיות חדשניות ומתחרים זריזים. אם הארגון שלך מסרב להתאים את עצמו לתנאי

- 60% מהעובדים מחליפים משרה כל 3-5 שנים ורק 5% - מעל 11 שנים.
- 60% המגייסים הם ארגונים גלובליים.
- 55% מהמשתתפים בסקר זה עובדים בחברות קטנות ובינוניות וכ-30% בחברות הענק.
- לדברי יעקב רוזן ומורית רוזן, מייסדי HRD, חברת ההכשרה של מקצועני הגיוס בארץ:
- 25% מהגיוסים הינם תודות לחברות השמה.
- שוק העבודה חסר היום 10,000 מהנדסים ו-4,000 עובדי ייצור.

#### 4. האמת על שוק הגיוס

רובנו מגיעים למחלקות משאבי האנוש בחברה מספר פעמים קטן: בשלבי הגיוס, מיון וקליטה, אירועים מיוחדים במהלך העבודה (לידת ילד, מילואים או חלילה פטירה), שינויי שכר, פיטורין, התפטרות ופרישה. אגף כח-אדם גם ממודר משאר הארגון בגלל סודיות מקצועית ויש פחות מכנים משותפים עם עובדי האגף. לכן איננו בקיאים באופי המחלקה המיוחדת הזאת בארגון. בשורות הבאות, אפתח לך חלון אל מה שקורה מעבר לדלת הסגורה, בעיקר בממשק הגיוס.

#### סטטיסטיקות

המגייסים מדווחים שמקורות הגיוס העיקריים הם חבר מביא חבר, אתרי דרושים וחברות השמה. בשנים באחרונות יש ירידה משמעותית במשקל הגיוס מאתרי הדרושים, בעיקר עקב איכות גיוס נמוכה. הצפי הוא לעלייה בגיוס מרשתות חברתיות. כל חברות ההייטק מפרסמות משרות בלינקדאין. אנשי הגיוס הם מהפופולריים ברשת זו, לרובם יותר מ-500 אנשי קשר. סקר לינקדאין שנערך על ידי [www.linkedin-tips.co.il](http://www.linkedin-tips.co.il) אודות השוק הישראלי מגלה את הנתונים הבאים:

- 80% מהמשרות מוצעות במרכז ובשרון.
- כמעט מחצית מהמשרות בלינקדאין עם תואר ראשון ו-30% - תואר שני.
- החלוקה המגזרית של משרות המוצעות בלינקדאין: 60% בטכנולוגיות עילית, 15% בייצור ו-6% ביעוץ ושירותים.

הפרופיל היא חלק חשוב מהטקטיקה השוטפת שלך גם כאשר אתה מרוצה ממקום עבודתך.

ארבעה דורות בו-זמנית

דור העובדים יכול לנבא על התמדתם בהייטק: הבייבי-בומרס, הנמצאים כיום בגילאי 50 ומעלה, שורדים כתשע שנים בכל משרה, לעומת דור ה-X בני 30-50, המחליפים משרה כל 5 שנים. דור המילניום הצעירים, מפגינים פחות נאמנות לארגון וינדדו כל שלוש שנים. ישנן משרות עם תחלופה גבוהה אפילו יותר, בעיקר כאשר השחיקה גבוהה. אסור לנו לעקם את האף מול התנהגות המילניאלז: הם פשוט רואים את עצמם כפרטים ולא כחלק מישות גלובלית יותר (חברה, אומה), הם זקוקים להכרה מתמדת והטכנולוגיה היא חלק אינטגרלי מגופם.

כיום גם דור ה-Z, כלומר ילידי 1995 וצפונה מתחילים להיכנס לשוק התעסוקה. מילת המפתח להבנתם: "קצר". הם קצרי סבלנות, תשומת הלב שלהם קצרה, הסיפוקים מידיים, הפידבקים מהירים ולכן גם הפרויקטים חייבים להיות עם אבני דרך תכופות. הם חולקים מספר מסכים בו זמנית ונוודדים בין פלטפורמות, אפליקציות ומכשירים במהירות. יש לזכור שהם גם צעירים ולא בשלים, כך שסביר שתכונות אלו ישתנו עם השנים.

5. אודות מחלקות משאבי האנוש.

מחלקות משאבי אנוש, נחשבות כמרכז-עלות "Cost Center" עבור הארגון. כלומר הן אינן מייצרות הכנסה לשורת הרווח הפיננסית של הארגון. יחד עם זאת, היום מדברים על שורת רווח כפולה (חברתית) ומשולשת (סביבתית).

מחלקה כזאת תהיה מורכבת ממספר יחידות פונקציונליות: גיוס, מיון וקליטה, הדרכה, רווחה, יחסי עבודה, תקשורת פנים ארגונית ומשכורות. בחברות קטנות, אדם אחד ירכז את כל תחום משאבי האנוש, לפעמים אפילו כחלק ממשימות נוספות כאחראי משרד, מזכירת מנכ"ל או הנהלת חשבונות. ככל שהארגון גדול יותר, תהייה הפרדה בין היחידות השונות. לכן, פירמות קטנות יחסית מתייחסות לגיוס כאל עוד משימה, ללא חשיבות אסטרטגית או פרואקטיבית. ארגונים כאלו גם לא עוסקים בתכנון ועיתוד כח-אדם והגיוסים מתבססים על צורך מידי. כלומר: מגייסים כשנכנס פרויקט או הוחלט על משימה חדשה. הארגונים החושבים אסטרטגית, מתכננים את עתודות כח-האדם בהתאם לגאנט מסודר, אבני דרך בפיתוח, ייצור או מכירות. הם גם מבינים את החשיבות בהכשרה נאותה, ממושכת ויקרה של עובדים ועתודה ניהולית. אלו גם החברות אשר ישמחו לקלוט אותך, גם אם הם אין משרה או תפקיד ספציפי על השולחן.

כשקיימת תרבות גיוסית נאותה בחברה, לפעמים אפילו "צדים" עובדים אשר אינם מחפשים עבודה כלל. כאשר יש לך מוניטין בתעשייה וניתן לקבל אודותיך מידע מקצועי מקיף וחיובי, אתה עשוי להיכנס לכוונות של אותם מגייסים. לכן, כדאי לפתח פרופיל מקצועי חיובי ברשתות החברתיות. התחזוקה השוטפת של

לך לכוון עצמך מראש לארגונים אשר מקבלים בברכה אנשים כמוך. מיקוד כזה ימנע מראש אי נעימויות ובהתמודדות על משרות בהן הסיכויים שלך נמוכים. דרך טובה לכך היא - לינקדאין: חיתוך לפי עובדי החברה והמחלקה, יאפשר לך לראות על מסך אחד את תמהיל העובדים, גיל, מוצא עדתי, רמת דתיות, שירות צבאי, השכלה, מקום מגורים, צבע עור, קוד לבוש, גילוח-צחצוח ואפילו ותק ממוצע. לכן, לא מפתיע לראות שהרכב העובדים ככל ארגון הוא כל-כך הומוגני. בהייטק בולטים בהיעדרם מגזרים כמו ערבים, חרדים ואתיופים.

- **תכתיבי מנכ"ל:** גם המנכ"ל עשוי לתת הנחיות גלובליות דומות לסמנכ"ל משאבי אנוש אודות תכונת העובדים בארגון. תופעה זו נפוצה בעיקר בחברות פרטיות קטנות, בהן יש פחות מודעות לאחריות תאגידית ועידוד השונות. לעיתים, המנכ"ל אינו צריך כלל לומר זאת, כי שדרית הניהול מבינה את "רוח המפקד", מפענחת אותה ושומרת על הומוגניות בגיוס. בשירות המדינה ישנה אפילו מתקנת לאוכלוסיות חלשות.

## 6. תהליך הגיוס

מסלול טיפוסי של אפיון מועמד מתואר להלן:

- **פתיחת משרה:** סמנכ"ל ומנהל מקצועי מסכימים על גיוס עובד. בדרך כלל לתפקיד מוגדר, אך לעיתים מדובר במשרה שתתפתח עם העובד או כחלק מתכנון עתידי.
- **הגדרת תפקיד:** המנהל המקצועי הוא ה"בעלים" של המשרה, כותב תיאור תפקיד, שמבוסס על ניסיונו והבנתו מיהו העובד שהוא ירצה תחת פיקודו. בדרישותיו, מקופלות גם החששות התת-מודעות שלו ממגויס חזק מדי שיאפיל עליו, מאישיות דומיננטית או ממישהו מרקע שונה ממנו. לעיתים הוא יתייעץ עם משאבי אנוש, סגנו או עמית אחר אודות הניסוח.
- **גבולות גזרה צרים:** ה"בעלים" מעביר את הדרישה הכתובה במייל פנימי או בטופס מתאים למנהל הגיוס. בחלק מהמקרים, הבעלים גם יעביר מסר וורבלי למגייס אודות המועמד האידאלי, באופן שיתאים לרוח הארגון והמחלקה. לעיתים יכלול מידע זה גם הנחיות את מי לא לגייס. למשל, לא לזמן אימהות או בני 40 ומעלה, מיעוטים או חסרי רקע צבאי, למרות שפרטים אלו אינם רלוונטיים למשרה. כבר קרה לי שמנכ"ל ביקש ממני לא לקלוט חובש כיפה "כי הוא יתקשה להתאקלם לחברה שעובדת גם בשבתות וחגים" כמובן שהחוק אוסר על הפליה ממניעים אלו, אולם זו עדיין פרקטיקה נפוצה מאוד, שכדאי לקחת בחשבון. הבנת תהליך זה כול לסייע



3. **בנק מועמדים** : אחד הסודות הסמויים בתעשייה הוא "המאגר הפנימי". זהו בסיס נתונים הכולל בעיקר את עובדי החברה המעוניינים בקידום, חבריהם ומועמדים שהגישו מועמדות בעבר ונמצאו מתאימים לרוח החברה. אפשר להסתכל על המאגר כאל "מדף" מועמדים זמין. זוהי גם ברירת המחדל של מנהל הגיוס. ממליץ בחום, להשתמש בחברכם בארגונים הנחשקים להשחיל אתכם למאגר זה. בדרך כלל לא מדובר בהשמה מידית, אולם שווה לנסות. זכור שאם המעסיק יגלה התאמה – הוא עשוי לתת לך הצעה טובה. הכדאיות של המגייס היא שעלות ההשמה – אפסית כי לא מעורב הד-האנטר או מתווך אחר.
4. **חבר מביא חבר** : לאחר מיצוי ערוצים אלו, ייפנה המגייס לעובדי החברה בבקשה לסייע בגיוס מועמדים. רוב החברות ישמחו לתגמל עובד שממליץ על חברו. כי ההמלצה היא מגיעה מאיש צוות, שמכיר את הארגון ואת חברו. לכן הוא יכול לנבא בצורה טובה יחסית את סיכויי התאמתו. העובד גם לא יסתכן בלהציע מישהו שאינו מתאים, כי יש לו סוג של אחריות כלפי התהליך. תגמול העובד נע בין מאות לאלפי ₪ על השמה מוצלחת. כמובן שככל שמעגל החברים שלך היודעים שהנך מחפש עבודה גדול יותר – כן גדל הסיכוי שימליצו עליך.
5. **מוזעה באתר החברה** : במקביל לשיטות אלו, מפרסמות החברות באתר אודות המשרה. ההצלחה בהשמות מהאתר – זעומה וזאת ממספר סיבות :

- מעגל הגיוס ואסקלציה של מודעת דרושים
- כשבמשאבי אנוש מקבלים את אפיון המשרה, הם אינם רצים לפרסם אותה. זכור שתקציב האגף מוגבל והם יעדיפו איתור מועמדים בדרך זולה יחסית. המגייסים יתחילו "בפירות התלויים נמוך" – עובדי החברה, מאגר פנימי וקורות חיים מהתקופה האחרונה. במידה ואינם מוצאים התאמה – הם יפנו לשיטות אחרות.
1. **ניוד עובדים** : מכיוון שאגף משאבי אנוש מכיר את העובדים, ניסיונם, הוותק שלהם ושינויים במצבם האישי, משפחתי, רפואי ונפשי, ההעדפה היא לשפר את המיצוב של איש צוות קיים. למשל, איש מכירות שכבר אינו עומד במכסה השנתית שלו ("קוטה"), עשוי לקבל הצעה לעבור למחלקה אחרת. טכנאי שמבלה אחוז נכבד מזמנו בחו"ל ולאחרונה נולד לו ילד – יעבור לתפקיד עם פחות נסיעות. כאשר מסתיים פרויקט, לא נוהגים לפטר את העובדים, אלא להעבירם לסטטוס זמני עד להצבתם במשרה הבאה. גם מתכנתים ומהנדסים שחוקים נהוג לנייד למחלקות מטה, למכירות, תכנון ואסטרטגיה. אלו לרוב הראשונים שייחשפו להצעת העבודה. כך מבטיח הארגון העשרת עיסוקים לעובדים הקיימים, ריענון, שימור הידע הפנימי וקידום אנשי צוות מוערכים.
2. **מכרז פנימי** : כשנפתח תפקיד חדש, הוא יוצע במכרז פתוח או סגור לעובדי החברה. כח-אדם ישלח בדואר הפנימי או בלוח המודעות הודעה על הגיבו.

נושאות, קל להם יותר לכוון את הפרסום לקהל יעד ממוקד, למשל, מנהלי כספים, אנשי פיתוח וכו'.

• ישנם מגייסים הפעילים גם בטוויטר, אולם אין מספרים עדיין אודות יעילות. ההערכה היא שההיצע יגלוש גם לטלגרם בקרוב. משרות לדור ה-Z גם מפורסמות באינסטגרם.

7. **פורטלים**: בישראל פעילים מספר מנועי חיפוש עבודה. אתרים אלו הם לוחות הדרושים של שנות השמונים. בפרק אודות השחקנים המרכזיים בשוק התעסוקה ישנו פירוט יתר אודות הפורטלים.

8. **חברות השמה והז האנטרים**: מכיוון שלחברות המגייסות יש צוות גיוס מצומצם, הם לרוב מבקשים מחברות מתמחות לסייע באיתור ומיון המועמדים. בדרך כלל הבקשות הן למשרות האקזוטיות והמסובכות יותר. לעיתים כוללת חבילת השמה גם ביצוע בדיקות רקע ומבדקים. הארגונים משלמים לחברות השמה סכום מכובד בגין כל קליטה מוצלחת. מכיוון שמדובר באופרציה של אדם אחד, צידי הגולגולות מטפלים במספר קטן של חברות ומועמדים ברמת אינטימיות ודיסקרטיות גבוהים. בדרך כלל עם קבלת משרה, ייפנה ההד-האנטר למספר מועמדים פוטנציאליים בניסיון למכור להם את המשרה. הוא גם יטרגט עובדים שאינם מחפשים.

9. **חברות כח-אדם**: אלו חברות שעיסוקן העיקרי הוא בניהול מאגר עובדים מקצועיים. אנו מכירים את חברות

- הדף הפנימי אינו נסרק במנועי החיפוש
  - עקב מיעוט כניסות העמוד ממוקם נמוך (כל מיקום מעל לשלושים ניקרא " בית הקברות של גוגל")
  - העדכון של דפי הקריירה הוא איטי ולכן לא תמיד עדכני כשמדובר במשרות חדשות
  - מי שכבר נכנס לדף הקריירה נתקל במשרות שכבר מוכרות לו מהפורטלים המובילים.
6. **פוסטים ברשתות החברתיות**: לינקדאין שכלל מאוד את ממשקי העבודה למגייס ולמחפש העבודה. רוב הארגונים משתמשים בחשבונות פרמיום המאפשרים להם פרסום והפצה נוחים של מודעות. המגייסים שאינם סומכים רק על החיפוש הפסיבי, דואגים לויראליזציה גם קבוצות הדיון הרלוונטיות. אם אתה כבר עוקב אחר חברה מסוימת – תהיה בין הראשונים להיחשף למודעה. תוכל גם לראות כמה אנשים ענו למודעה זו כדי להעריך את סיכוייך. זכור שמספרים אלו מבוססים על תגובה ישירה של מועמדים ממשק זה בלבד. כלומר מועמדים שנחשפו למודעה אך פנו לחברה בערוץ אחר – לא נספרים.
- בפייסבוק, חיפוש העבודה אינו כל כך ממוסד. עיקר הויראליזציה היא בקבוצות. ישנן קבוצות מקצועיות, לפי אזורי מגורים שפה והשכלה.
  - לאחרונה התחילו המגייסים גם להצטרף לקבוצות תעסוקה בווטסאפ. מכיוון שקבוצות אלו הן

## 7. מטחנת הגיוס

### מה קורה שכאנו שולחים קורות חיים?

השינויים הטכנולוגיים, אינטרנט, אפליקציות וסמרטפונים, מקילים מאוד על חיפוש העבודה. לכאורה. אנו יכולים להגדיר פרופיל משרה, אזור ותעשייה מועדפים, לתלות את קורות החיים שלנו בפורטל ולתכנת התראות בדחיפה. בכל פעם שתתפרסם מודעה בפורטל אותה חיפשנו, נוכל בלחיצת כפתור לשלוח תשובה. שפע המשרות ועודף הפרטים בכל מודעה, אינם מאפשרים להתעמק בכל תפקיד. כך שאנו מרפרפים על הטקסט ומזדרזים ללחוץ על כפתור ה"שלח" שוב ושוב. עשרות פעמים מדי יום. ההרגשה שלנו שהינה, בעוד שעות מעטות יתקשרו לזמן אותנו לראיון למשרה שממש תפורה עלינו. במקביל אליך אלפי מחפשי עבודה אחרים מקבלים התראה דומה וגם הם משגרים את קורות חייהם. כולכם מדמיינים את המנכ"ל שפותח את הדואר ומיד מתקשר לזמן אותך לראיון. אז"ש – אז זהו – שלא! אין דבר רחוק יותר מהאמת. אני רוצה ללוות את קורות החיים שלך במסע הפתלתל מהרגע בו לחצת על כפתור השלח באפליקציה או בפורטל. דמה לעצמך את הליך הגיוס כמשפך, אשר בפתחו העליון נכנסים כל המועמדים, עוברים סינונים ומיונים ובקצהו הצר התחתון – יוצאים קומץ מגויסים:

1. רובוט – תוכנת מיון אוטומטית

2. מגייס זוטר

3. ראיון טלפוני

4. מנהל הגיוס

האאוטסורסינג המציעות עובדי נקיון, שמירה, טלפנים וכספרים, אולם התחום כולל גם חברות המשכירות מתכנתים, מבקרי איכות ומהנדסים. שיטת העבודה שלהם בנויה על תשלום שכר קבוע לעובד והשכרתו במחיר יקר יותר לחברות המגייסות. במחיר מגולמות עלויות הניהול והרווח.

10. **חברות יעוץ**: בחלק מהמקרים, חברות הייעוץ מבצעות פרויקטים קצרים או ממושכים בתאגידים הגדולים. כשכיר בחברות הייעוץ, תישלח לבצע את עבודתך בתאגידים. זוהי הזדמנות מצוינת להיחשף למגוון תעשיות, מודלים ניהוליים ועסקיים, פרויקטים וארגונים. בעתיד תוכל לנכס לעצמך את הניסיון בקונצרנים אלו. במידה ואין עליך מגבלה חוזית, תוכל להציע את עצמך להעסקה ישירה בחברה זו, מידית או לאחר סיום תקופת צינון.

משירות ופיקוד קרבי. על בסיס נתוני עבר מהעשור האחרון, איתרו מספר פרמטרים המנבאים מי בסיכון לא להשלים את שירותו ומי יצליח כמפקד פלוגה. גם מכוני האבחון עורכים מחקרים דומים וכבר היום מפעילים בוטים אשר במהלך הריאיון הווירטואלי, בוחנים התאמה.

הטינדר של פקידת הגיוס

מיעוט מקורות החיים אשר דורגו בראש טבלת ההתאמות על ידי התוכנה - מגיעות למגייס. בדרך כלל מדובר בסטודנטית צעירה שזוהי אחת המשרות הראשונות שלה. הטבלה תכלול מספר פרטי רקע על המועמדים שסוננו על ידי התוכנה. לצפייה קלה, המגייס מרחף מעל שם המועמד ורואה את קורות חייו עם ההדגשים במילות המפתח מבלי לפתוח את הקובץ כלל. בממוצע, פקיד הגיוס יקדיש כעשרים שניות בלבד לכל מסמך. בזמן זה, על הפקיד לפענח את המועמד והתאמתו לרוח הארגון. הוא משקלל את ההנחיות, כולל התורה שבע"פ והבנתו האישית. בסגנון "הסוויפי" של אפליקציות ההיכרות טינדר, המגייס יחליק ימינה או שמאלה, מי לחסד ומי לשבט.

אם קורות החיים שלך אינם ברורים, תפקידי העבר "אקזוטיים", ניסיוןך אינו מחברות מוכרות או שהשכלה מנוסחת בסגנון שאינו חד-משמעי - המגייס ישליך את המסמך למאגר הלא-מתאימים.

למשל: ישנן חברות הקוראות למנהלים "שותפים עסקיים". יתכן שהמגייס יחשוב שהיית בעל מניות בארגון - כלומר Over Qualified. גם "לימודי הנדסת חשמל" נתפסים שלא סיימת את התואר. תקופת שירות צבאי ארוכה במעט מאורך שירות חובה -

##### 5. המנהל המקצועי

בעמודים הבאים נפרט את חמשת השלבים במשפך ואיך למקסם את סיכוייך בהתמודדות עם כל שלב. לאחר מכן אלוה איתך בשיטת DreamPloyment שבאמצעותה תוכל להכות את המשפך!

הרובוט שדוחה אותי (שוב ושוב)

כל קורות החיים עוברות דרך תוכנה ייעודית למיון קורות חיים. זוהי מטחנת בשר ענקית הקולטת את כל המסמכים, בכל הפורמטים, מפרקת אותם למילות מפתח ומחפשת התאמה לדרישות המשרה. חברת נילוסופט היא אחד מספקיות התוכנה המובילות בתחום. המערכת שלה כל כך מתוחכמת שהיא לא רק בוחנת את התאמת ביטויי המפתח, אלא גם את הרלוונטיות שלהם. כלומר, אם הניסיון שלך בבקרת איכות הוא מלפני שבע שנים או הניסיון בניהול הוא במפעל בחו"ל - תדורג נמוך יותר ממועמד עם התמחות טרייה ועדכנית או מחברה מקומית. התוכנה כבר מכינה לאיש הגיוס את טבלת הפרופילים המתאימים בלבד, בהדגשת מילות המפתח. לכן, בזמן כתיבת קורות החיים צריך לקחת בחשבון את אופי ציד מילות המפתח ולנסות לכלול מקסימום ביטויים כאלו. האפליקציה יודעת גם לזהות אם הביטוי מופיע בהשכלה או בניסיון ומתייחס לכך בהתאם. אגב, חלק מהפורטלים מספקים שירות סינון ובדיקה מוקדמת של המועמדים הרלוונטיים.

לאחרונה פורסם שאכ"א השתמש בביג דאטא כדי לאפיין מועמדים לשירות צבאי. שתי אוכלוסיות יעד במחקר היו נשירה

חשוב להתכונן לשאלות אלו ולא לשרוף זמן על ארגון התשובה או לגמגם. כדאי להעלות בזמן השיחה את פרטי המשרה או החברה כדי להיות בקיא בפרטים. רכזת הגיוס קולטת גם רמזים אחרים בשיחה, כמו קולות תינוקות ברקע, שמעידים על אמא המטופלת בילדים קטנים או שינוי בטון הדיבור כשמישהו עובר לידך. טון דיבור בוטח, קצב שוטף, דיקציה נכונה ושפה גבוהה יינסכו בלב המראיינת את האמון שאתה האדם המתאים עבור החברה.

ראיון אצל מסננת העל - מנהלת הגיוס

המראיין בשלב זה, בדרך כלל מראיינת תהיה מנהלת הגיוס או מנהלת משאבי אנוש. בארגונים גדולים, גם המגייס יראיין אותך. אלו אנשי מפתח בחברה והם השלב העומד בינך לבין פגישה עם הדרג המקצועי. חשוב להבין שהרקע של אנשי כח-אדם הוא מתחום מדעי ההתנהגות ואבחון הוא בעיקר של אישיותך, איתור חורים או סימני שאלה במהלך חייך וגם לספק מידע בסיסי אודות הפירמה. הם עשויים להיות מעט קרים, מנוכרים ושיפוטיים. זה חלק מהתפקיד. מצדך, השתדל להיות פתוח, זורם, חם ולבבי למרות זאת. צור קשר עין, חייך וענה בפתיחות וכנות על השאלות, (גם המעצבנות). הכנה מתאימה תציל אותך מהתקלות. בסיום הם עשויים לתת לך הזדמנות לשאול שאלות. אל תתפתה לשאול על תנאי שכר. זכור שהמטרה שלך היא לעבור את הראיון בשלום כדי להגיע לפגישה עם הדרג המקצועי.

עד כה, ארבעת המסננים, (תוכנת המיון, המגייסת, הראיון הטלפוני ומנהלת הגיוס), השתמשו בכלים מתחום מדעי ההתנהגות: האישיות שלך, הקוהרנטיות, ההתאמה לרוח החברה,

עלול להתקבל כ"דפוק" עקב מחבוש, (בעיקר באוכלוסיות חלשות). תקופה קצרה מאורך שירות החובה – עשויה להעיד על פטור, אי-התאמה לצה"ל או נשירה.

המגייס מותרשם גם מאופן הכתיבה. לכן שימוש בפעלים חזקים משכנע יותר מסגנון רשמי ומעיד על יכולותיך. לכן, במקום "ניהול", "הובלה", "ביצוע" - כתוב: "ניהלתי", "הובלתי", "ביצעתי".

לצעירים ומועמדים הגאים יותר ברקע האקדמי שלהם - מומלץ להתחיל בהם. אם רכשת מעל לעשר שנות ניסיון משמעותי - הצב את הצד התעסוקתי תחילה, כי הוא משמעותי יותר מהשכלתך. השתדל להסתפק בעמוד אחד, צמצם בתיאור משרות עבר או כתיבת הגדרות התפקיד. ציין הישגים ופרסים רלוונטיים, תוך שימוש במדדים כמותיים (כסף, אחוזים, דירוגים): "הכפלתי את מכירות החברה", "קיבצתי שליש בעלויות התפעול", "ניהלתי מצאי בשווי \$M40", "עובד מצטיין ארצי ב-2016".

בפרטים אישיים אין חובה לרשום מצב משפחתי, גיל, מספר תעודת זהות או מספר אישי. כדאי, ברוב המקרים להוסיף תמונה ייצוגית, אלא אם אתה ניראה משמעותית מבוגר לגילך.

הראיון הטלפוני

אם שרדת עד שלב זה, תזכה לשיחת טלפון עם המגייס. אל תטעה, זהו עדיין אינו זימון לראיון, אלא מיני-ראיון טלפוני, להבהיר פרטים חסרים, כמו כתובת מגורים, ממליצים ותיאום ציפיות ראשוני. בסיום הראיון, יחליט המגייס אם לזמן אותך. רוב המגייסים רגישים לעובדה שחלקכם עדיין עובדים וזה מקובל לבקש לדחות את השיחה למועד נוח יותר מבחינתכם.

בעבודה. סביר להניח שתשתלב טוב יותר גם במארג הארגוני. למעסיק יהיה קל יותר להתחבר לעובדים אלו.

- המלצות: נכון, כולנו רחמנים גדולים המעניקים מכתבי המלצה לכל אחד. אולם, אופי הניסוח מעיד על האיכויות של המועמד. בעיקר במה שלא כתוב במכתב. למשל ביטויים כמו "ישר", "עומד בזמנים" או "חברותי", מרמזים שלא היו למועמד זה הישגים משמעותיים אחרים.

- גם כמות ההמלצות והרלוונטיות שלהן חשובה. אם יש לך בלינקדאין עשרות המלצות, סביר להניח שאתה חיובי, גם בלי לקרוא את הטקסטים. פרטי הממליץ חשובים, גם אם לעולם לא יתקשרו אליהם. בעיקר אם מדובר באנשים מוכרים בענף. לתפקיד בטחוני למשל, כדאי לגייס את הביטחוניסטים שבחברך. רצוי לכלול את פרטי הקשר שלהם, כי כך אתה מראה שאכן מדובר בקשר אמיתי עם הממליץ.

סימנים שליליים

- שגיאות כתיב ואיות: עבור שוב ושוב על הטקסטים שכתבת, בדוק אותם עם מתקני איות, מסור לחבר שיקרא שוב ובמידת הצורך – היעזר במקצוען ברמת שפת אם. בארץ יש נטייה לסלחנות לטעויות של עולים חדשים ובני מיעוטים. שגיאה טיפוסית היא "לחרוט על דגל" במקום "לחרות". באנגלית – שימוש שגוי ב- / Then .Than

ניסיון והשכלה. רק עתה, אם השכלת לרצות את אנשי משאבי האנוש, תועבר לראשונה לידי של המנהל המקצועי.

מה המגייס ומנהל משאבי האנוש מחפשים במועמד

- התאמה לתרבות הארגונית: אם עבדת בארגונים מקבילים בסדר הגודל או סוג תעשייה. עובדה זו עשויה לנבא על הצלחה בהשמה.

- נאמנות ארגונית: כל כמה שנים אתה מחליף משרה ולמה. פחות משלוש שנים – עשוי להעיד על פזיזות, שעמום או חוסר התאמה. מעל לשש שנים – סימן למקובעות, בינוניות וחוסר שאפתנות.

- גמישות: סימנים למוכנות לקחת אחריות, אתגרים ופרויקטים, גם מחוץ לאזורי הנוחות.

סימנים חיוביים

- טופס משרה ממולא כהלכה, קוהרנטי עם קורות החיים ופרופיל הלינקדאין (שנים, משרות, ללא חורים בין עבודות). מרמז על הקפדה על פרטים, רצינות והשקעה בתהליך.

- מונחה תוצאות: קורות חיים המכילים נתונים מספריים: מחזורים, אחוזי גידול, היקפי פעילות. מידע זה מראה שאתה לא נוטה למרוח, אלא ביצועיסט עם יכולות אנליטיות.

- מעורבות חברתית: התנדבות, פעילות בעמותות ועבודות פרו-בונו מלמדים על אישיות טובה, נתינה ונדיבות גם

אתה חייב לתת למראיין את האמון שאתה האדם הכי מתאים לו, שיהיה לו נכון וכיף לעבוד אתך. אל תשדר עליונות או הרגשה שאתם שווים. כבד את מקומו כבוס.

כאן תתבקש לפרט יותר על הישגיך המקצועיים ומה אתה יכול להביא למחלקה ולארגון. היכרות מקודמת ממקורות גלויים אודות החברה, תסייע לך לצלוח גם את המשוכה הזאת. אם התפקיד המיועד הינו ניהולי, אתה חייב להשתמש בפעלים של להוביל, לנווט או להציעד. למשרות טכניות ומינהליות, עדיף להצטנע ולהציג צד של עבודת צוות, שילוב ומוכנות להפשיל שרוולים.

בשלב השאלות, נסה להבין מהי המשבצת המיועדת לך, בלי להתעכב על תואר התפקיד או תנאים ורכב. כלומר, הדגש את יכולות הביצוע שלך ולא את הרדיפה אחר תואר, סמל סטטוס. זה לא חשוב אם תואר התפקיד על כרטיס הביקור יהיה מנהל או דירקטור, תכניתן, מתכנת, מהנדס תוכנה, או מנתח מערכות.

האם אתה אמור להיכנס לנעליו של מישהו? מיהו? מה קרה אתו? חשוב לחוש את האווירה בארגון ורוח המפקד. יתכן שתתבקש לעשות מבחן קטן, להכין מודול או מצגת. השקע אנרגיה להוציא את הפרויקט הכי איכותי שצריך. מבחן זה מסמן שהם מעוניינים להתקדם אתך. לעיתים גם תתבקש לספק מעין תכנית עבודה עתידית. מכיוון שהידע שלך על החברה אינו מספיק עמוק, תוכל להסתפק בהצהרות כלליות קצת שאפתניות. נטע בו את ההרגשה שאתה מסוגל "לדלוור" את הסחורה.

בשלב זה יתכן שהמעסיק יתחיל אתך משא ומתן כספי. בפרקים הבאים אפרט יותר אודות הטקטיקות למקסם את הכנסתך.

- כהונה קצרה או ארוכה מדי במשרה: כאמור, פחות משלוש ויותר משש שנים במשרה או ארגון, מעלים חשד לגבי האישיות. אחד המאומנים שלי פוטר אחרי 18 שנה בחברה מסוימת והתקשה למצוא עבודה. לאחר שחילקנו את התקופה לשישה מקטעים של שלוש שנים, בתפקידים שונים ובחברות הבנות של הארגון – הוא ניקלט בקלות. המעסיק החדש התלהב לראות מגמה פרוגרסיבית של העובד.

- מינוחים מעורפלים: כשהמגייס קורא ביטויים כמו "השתתפתי ב...", "היכרות עם שפת... " או "השתלבותי בצוות... ", הוא מנחש שהיית כינור שני או שחקן זוטר. אם תפקידך היה מינורי – אל תזכיר אותו כלל. במידה והיית מהותי – השתמש בפעלים אקטיביים.

- תמונה לא מקצועית: עם זמינות של שתי מצלמות ויותר בכף ידינו, אין הצדקה להשתמש בתמונה שאינה הולמת. תמונות במדים, לבוש מרושל, עם עוד אנשים, בעלי חיים, קעקועים בולטים, סיגריות או אלכוהול, אינם משדרים מקצוענות. גם אם אתה גאה במשפחתך או בפעילות הספורטיבית שלך, אין סיבה להצטלם עם הילדים ובבגדי הריצה שלך, אלא אם כן אתה מועמד למשרת מדריך כושר או בגנון.

ראיון מקצועי

רק עכשיו אתה נכנס לאזור הנוחות שלך. כאן תתראיין עם הבוס העתידי שלך והדרג שמעליו. חשוב לשמור על ארשת פתוחה וכנה.

ראיון סמנכ"ל

התהליך הארוך שנמתח על מספר שבועות ומספר פגישות, עומד לקראת סיומו המוצלח. ראיון זה הוא יותר פורמליסטי ומטרתו לגבות את המנהל המקצועי על החלטתו, לאשר את תנאי ההעסקה ולברך אותך על כניסתך לעבודה. מכיוון שכל הפרטים סגורים, אתה יכול להסתפק בכך שאתה "נלהב להתחיל לעבוד בחברה" ופרגן למנהל הישיר. בארגונים קטנים או אם מדובר במשרה בכירה, המפגש יהיה ברמת מנכ"ל.

בארגונים גדולים, טווח התנאים מצומצם ומבוצע על ידי המגייס. זהו תהליך ממוחשב של סימולציית שכר המבוססת על נתוני הפתיחה, ההשכלה וקבוצת השווים.

מבחנים חיצוניים

זהו אולי השלב המעצבן מכולם. במשך חצי יום או יום שלם, תעבור סידרת הערכות תעסוקתיות, פסיכולוגיות, דינמיקה של עבודה בצוות, קבלת החלטות, נוקשות וגמישות, כתיבה ושיחה בעברית ובאנגלית.

בגדול, לא כדאי לנסות לתחמן את המערכת כי לא תמיד תוכל לדעת מה בדיוק בודקים בכל סימולציה ומה רלוונטי לתפקיד. מכיוון שבתהליך זה תישאל מספר רב של שאלות צולבות, חשוב יותר לשמור על עקביות מאשר להתהדר.

ההמלצה הכללית, שהיא טובה גם למקום העבודה, היא להשאיר את האגו בבית, להגדיל ראש, לא להתעמת ולחשוב רוח צוות. אם אתה בכיר, כבוש את הכריזמה שלך ואל תנסה להוביל את התהליך.

חשוב לדעת שתוצאות הבחינה וניתוחה נמסרים בלעדית לחברה המגייסת אולם:

- זכותך לצפות בתוצאותיך במכון המיון. כך תוכל להבין איך אתה מצטייר בעיני המעסיק ולשפר את עצמך.
- תוקף הבחינה הוא שנתיים. לכן, אם תוצאותיך היו חיוביות, תוכל להפנות את המעסיק למכון בו נבחנת וכך תחסוך מעצמך את האבחון החוזר. במידה ולא הצלחת במבחן הראשון – השתמש בידע שצברת באבחון השני.



טוב יותר את המוצר – אותך, באופן שיפתח את תאבונם של המגייסים.

חברות מגייסות

אלו ארגונים מסחריים, ציבוריים וממשלתיים, בכל הגדלים. ברמה הבסיסית ביותר, החברות מגייסות כשיש צורך להרחיב את הצוות, לתת מענה לפרויקט או לרענן א מצבת כח-האדם בארגון. בחברות הקטנות, סטרטאפים ועסקים משפחתיים, הגיוס מבוצע בצורה פחות פורמלית. לרוב המראיין יהיה גם הבעלים או אחד הבכירים בארגון הקטן. ההתרשמות הסובייקטיבית שלו תהיה הגורם המוביל בהחלטתו. מכיוון שהוא חולש על כל תחומי החברה, השליטה שלו באספקטים הטכניים ובפרטים – גבוהה. לעיתים הוא יערב שותף, איש צוות או קרוב משפחה בהחלטה. קצב האירועים מהיר וסביר להניח שכבר בפגישה הראשונה תקבל תשובה חיובית או שלילית.

בארגונים קטנים, ניהול כח-האדם מרוכז בידי אחת הפקידות: מזכירת מנכ"ל, רל"שית או מנהלת חשבונות. התפקיד יבוצע במקביל לשאר עיסוקיה. לכן גם התחום אינו מטופל באופן אסטרטגי-מערכתי. הגיוס מבוצע כשיש צורך וללא תכנון רב-שנתי. עקב חוסר היכולת לנהל תהליך גיוס מורכב, ישתמשו ארגונים אלו בכלים או ספקים אחרים: שירותי פרמיום של פורטלי הגיוס, הד-האנטרים או חברות השמה. מכיוון שמאגר קורות החיים הפנימי דליל למדי, ברירת המחדל תהיה פרסום פוסט ברשתות החברתיות.

כשיש צורך לגייס איש מקצוע, ינוהל התהליך על ידי המנהל המקצועי של התחום. כך מנהל הפיתוח יאתר תכניתנים ומנתחי

8. השחקנים בעולם התעסוקה

חשוב להכיר את כל השחקנים בשוק התעסוקה ולהבין את גיזרת הפעילות שלהם. הכרתן תחסוך לנו זמן ומשאבים ותמקד את חיפוש העבודה בכיוונים המתאימים לנו.

פורטלים

בישראל פעילים מספר מנועי חיפוש עבודה. בחלק מהמקרים אלו אתרים יעילים, אשר החליפו את לוחות המודעות בעיתונים. אחרים מלקטים מודעות ממקורות שונים. הלוחות המרכזיים הם: דרושים, AllJobs, JobMaster, JobNet. סביבם קיימים עשרות לוחות נוספים, יעילים פחות.

מודל העבודה של הפורטלים מבוסס על תשלום בגין פרסום המשרות. חלקם מאפשרים פרסום חינמי, או רכישת בנק מודעות לניצול במהלך השנה. שירותי הפרמיום לעסקים כוללים גם הרחבת החשיפה ושירותי השמה. הם מציעים גם חשבונות VIP למועמדים החושפים בפניהם מודעות שאינן פתוחות לציבור הרחב וכן את פרטי המגייסים. חלק מההכנסות נובע גם משירותי שדרוג קורות חיים, יעוץ תעסוקתי, הדרכות וליווי אישי. פורטלים אלו מגלגלים נפח עצום מהמודעות בתחום: מדי חודש הם מייצגים אלפי חברות מגייסות, עשרות אלפי השמות, מאות אלפי מועמדים "יוניקים" ומיליוני קורות חיים. אם להתבסס על נתוני גיוב-מאסטר: יש להם 2.5 מיליון כניסות חודשיות ו-7000 השמות. כלומר השמה על כל 350 כניסות. התייחסותך לפורטלים אלו, צריכה להיות מבוססת על ההבנה שבכל שירות אינטרנטי חינמי, אתה אינך הלקוח, אלא המוצר! תובנה זו תסייע לך לארוז

ההחלטות תתקבלנה בקונצנזוס בין המנהל המקצועי, מנהל הסניף ומנהל משאבי אנוש. ישנן תעשיות שבנוסף לכל המבדקים שצוינו עד כה, גם יעבירו את המועמד בדיקת סיווג בטחוני. ההליך מתחיל בבדיקת קב"ט הארגון, אשר יסרוק את הצמתים העיקריים בחייד ויחפש סיכונים חשיפה. זהו מעין ראיון Go-No Go, אשר מקדים את בדיקת העומק. קבלן המשנה של התעשיות הבטחוניות לנושא זה הוא השב"כ. לכן גם לוחות הזמנים לראיון המקדים, בדיקת הנאותות ואימות הפרטים מול הממליצים – ארוך ויכול לקחת חודשים אחדים. בארגונים כאלו, לא מקובל לנהל מו"מ על שכר. במקום זו, ישנה פגישת סימולציה עם רכז הגיוס, בה מועלים פרטיך לסימולטור. על בסיס השכלה וניסיון, נקבע הדירוג שלך בקטגוריה המתאימה. אין הרבה מקום להתמקחות בשלב זה, אלא אפשרות לבחירה בין מספר תסריטים: השפעת רכב-חברה על הנטו ואחוזי ההפרשה לקרנות הפנסיה והביטוחים.

חברות השמה

חברות ההשמה נוצרו כדי לתת מענה לאפיון משרות, פרסום, מיון, סינון ובדיקה. הארגון המגייס משלם לחברת ההשמה וקיימים ביניהם יחסי ספק-לקוח. עם השנים התפתחו התמחויות בחברות ההשמה המרכזיות וכיום הן מקיפות מגוון תחומים הכולל גם השמה, אאוטסורסינג ואינסורסינג, גיוסים מסיביים לפרויקטים, עבודות זמניות, תעסוקה גמישה, ניהול קריירה, טיפול בפרישה ופיטורי עובדים. כאשר ארגון מעוניין לגייס, הוא עשוי לפנות לחברת השמה כזאת.

מערכות וסמנכ"ל המכירות את מנהל הפיתוח העסקי. כמעט תמיד המנכ"ל ייפגש עם המועמד בטרם ייחתם הסכם ההעסקה. הארגון עשוי לתמוך את ההחלטה בבדיקה חיצונית כגון בדיקת גרפולוג, מבחן ממוחשב או ראיון עם פסיכולוג תעסוקתי. כשמדובר בטיפול בכספים או מוצרים יקרים במיוחד תידרש גם בדיקת פוליגרף או אישור על היעדר רישום פלילי ("תעודת יושר"). מכוני הפוליגרף אמונים על גילוי רמת המהימנות המידע ומציפים פרט לעבר פלילי גם התמכרויות, חובות, קשרים עם סוכנים זרים, עברייניים או מתחרים, מעילות ופיטורין על קרע טוהר מידות. חברות בינוניות מחזיקות אגף משאבי אנוש נרחב, עם צוות ייעודי לכל תחום: רווחה, הדרכה, פרישה, שכר וגם גיוס, מיון וקליטה. בגדלים אלו כבר קיים פער מהותי בין דרגי השטח להנהלה. המנכ"ל כבר לא יכול להכיר אישית כל אחד מהעובדים ולכן גם לא יראיין אותם במהלך הגיוס. לכן האחריות על הצלחת הגיוס נופלת בין סמנכ"ל משאבי אנוש והסמנכ"ל המקצועי. על מנת לכסות את עצמם, המועמד יעבור בשרשרת ראיונות שיכלול 2-3 אנשי מקצוע מהמחלקה בה יעבוד המועמד, משאבי אנוש ולעיתים גם מראיין חיצוני. ההמלצות של המועמד ייבדקו ויתקשרו לממליצים. גם המבדקים החיצוניים – מקצועיים ומקיפים יותר. הם כוללים יום שלם במרכזי הערכה באחד המכונים המובילים. בקונצרנים תהליך הגיוס מאוד ממוסד, יש נהלים מוגדרים, חבילת קליטה ופרישה, בנייה מוסדרת של עתודה ניהולית, מערכי הדרכה ופיתוח של ההון האנושי. ישנם צוותים ייעודיים לגיוס, מיון וקליטה. אבל, כמובן פחות קשר עם הנהלת החברה.

ההד-האנטר חשובה וכדאי לתחזק אותה, לעדכן על שינויים, תארים, הסמכות או שינוי במצב המשפחתי. כך הם יוכלו להציע לך תפקיד מתאים יותר. הקשר איתם אישי ופחות פורמלי. כני"ל גם התקשורת בפייסבוק ובלינקדין.

מומלץ ליצור קשר ישיר כזה עם מספר קטן של סוכנים, כי קיימת הרבה קינאה ושיקולי בלעדיות. מצד שני, הארגון המזמין מרשה לעצמו לפנות למספר ערוצים – חברות השמה והד-האנטרים ואף מפרסם ישירות. במקרה וקורות החיים שלך מגיעים למעסיק דרך מספר גורמים, רק הראשון יזכה בעמלת השמה. מכיוון שאינך משלם כל עמלה, שווה לך להפעיל את ההד-האנטר שלך בהקדם. במקרים מיוחדים כמו רילוקיישן – הדרך היחידה בה תוכל לדעת על המשרה היא יחסים מוקדמים עם ההד האנטר.

חברות יעוץ וכח-אדם

חברות כח-אדם הן סוכנויות המעסיקות כמויות גדולות של עובדים, בדרך כלל ברמה נמוכה. אחוז ניכר מעובדי הניקיון, שמירה, אבטחה, בנקאות וחקלאות מועסקים כ"עובדי קבלן". כלומר הארגון המזמין חותם עם הסוכנות הסכם לאספקת עובדים. מאידך, קיימים יחסי עובד-מעביד עם הסוכנות בלבד. חלק מהאחריות של הסוכנות היא להחליף עובדים לא מתאימים או בעת היעדרותם.

קיימים מספר מודלים דומים נוספים: חברות כח-אדם בתחום ההייטק המבצעות פרויקטי Turn Key או עם התמחות ייחודית בשפת תכנות או בתעשייה ספציפית. במקרים אלו תקבל את תלוש השכר שלך מהסוכנות ולא מהחברה המזמינה. כמובן שהשכר נמוך יותר מאשר עובד חברה ותנאי העבודה ירודים, אולם זוהי

על בסיס פרופיל המועמד, תנסה חברת ההשמה למצוא התאמות במאגר הפנימי שלה. מאגרים אלו עשויים למנות עשרות אלפי מועמדים. הפנייה הראשונית תהייה למועמדים שכבר מופיעים במאגר. זוהי הדרך הזולה ביותר עבורן לספק עובדים במהירות ויעילות. לכן, כדאי לטפח ולשמר קשרים על בסיס קבוע עם מספר חברות השמה, רצוי ייעודיות לתחום המקצועי שלך. אחת לשנה דאג לרענן את קורות החיים שלך וצור קשר עם איש קשר בחברת ההשמה. איש הקשר חייב להיות בין חבריך בפייסבוק ובלינקדין. עקוב אחרי פרסומיו והזכר לו מה אתה בדיוק מחפש. ככל שהוא יזכור אותך ואת הייחודיות שלך – סביר להניח שידאג להציע אותך למשרות. חשוב לשמור על מינון סביר של תקשורת עם סוכן ההשמה, באופן שלא ישדר שאתה לחוץ. מכיוון שחברת ההשמה גובה תשלום על שירותיה מהארגון המזמין, היא מנועה לחייב אותך על השירות. לכן, אם אתה המועמד, אינך משלם לחברות ההשמה – אתה לא הלקוח, אלא המוצר. אגב, זו גם הסיבה שלחברת ההשמה לא סופרת אותך!

הד-האנטרים

יש חפיפה מסוימת בין חברות ההשמה להד-האנטרים. אולם ציידה הגולגולות הם בדרך כלל ישויות של אדם אחד. לכן הם אינם ערוכים לטפל בהשמות מסיביות. לרוב ההאנטרים מתמקצעים בתת-תחום ויודעים לגייס את המועמדים הנכונים. לכן הם שולטים בז'רגון המקצועי הרבה מעבר לרמת ה-"באז-וורדס". ההאנטר גם מצוי בקשר ישיר ואינטימי עם המועמדים, מכיר אותם ואת רצונותיהם. האנטרים טובים מלווים מועמדים מסוימים לאורך מספר משרות בקריירה. מערכת היחסים שלך עם

- כדאי לבדוק אודות המכון והתרגולים שלו. לעיתים הם יעלו לאתר שלהם דוגמאות.
- גם מאובחני עבר מספקים מידע בפורומים. גם הכרת המשרה אליה אתה מיועד יכולה לשפוך אור על מטרת האבחון: מתכניתן לא מצופות יכולות מנהיגותיות או מכירתיות, אלא עמידה בזמנים, יכולת עבודה בצוות, יכולת חקירה עצמאית, כושר ניתוח, ירידה לפרטים ועבודה בתנאי לחץ.
- הימנע להחצין (ורבלית או התנהגותית) תכונות כוללניות או קיצוניות: אל תתבטא בסגנון "כל ה\_\_\_\_\_ הם \_\_\_\_\_!" או "אני לא מוכן להשתנות". אל תביע דעות נחרצות על מגזרים, אוכלוסיות או מיעוטים.
- היה הכי חיובי ואוהב אדם ביום זה. גם אם קשה לך להיפתח, צור קשר עם המשתתפים האחרים, הבע התעניינות בהם והשתדל גם לשחרר מידע.
- אל תשתוק ואל תקשקש יותר מדי. זה לא הזמן לפסיב-אגרסיב וגם לא לנטוף עודף מתיקות.
- סובלנות והכלה של שאר המשתתפים היא קריטית להצלחת התהליך.
- המאבחנים מיומנים בקליטת תשובות ובעיקר את הדיסוננס בין המסר המילולי ללשון הגוף שלך.
- הכן תשובות בשלוף לשורת השאלות הצפויה כמו: החולשות שלך, למה עזבת את כל אחד ממקומות

אופציה שכדאי לשקול. הניסיון שתרכוש במגוון רב של חברות ותעשיות יכול לסייע לך בהמשך הקריירה. חברות הייעוץ הבינלאומיות והמקומיות בנויות במודל דומה למשרדי ראיית החשבון ועריכת הדין: מעבר לשכבת השותפים ישנו נדבך של יועצים זוטרים יחסית, הנשלחים לביצוע פרויקטים אצל הלקוחות. גם כאן, היתרון המשמעותי ביותר בהעסקה כזאת, בעיקר בתחילת הקריירה הוא בניסיון ובחשיפה להמון לקוחות מעניינים. עם סיום תקופת הצינון מחברת הייעוץ, תוכלו להציע את עצמכם ישירות לחברה. מקבלי ההחלטות כבר מכירים אתכם והליך הגיוס צפוי להיות קצר מהרגיל.

#### מרכזי הערכה

בעשרים השנים אחרונות התפתחה הפרקטיקה של מרכזי הערכה. זהו שירות נוסף לתעשייה שמספקים המכונים המובילים לפיתוח ארגוני ופסיכולוגיה יישומית. לאחר סיום סבב הראיונות, יש חברות ששולחות את העובדים לסדרת אבחונים במכון חיצוני. התמהיל מורכב משיחות עם מאבחנים מקצועיים, מבחנים פסיכומטריים ממוחשבים, ודינמיקות קבוצתיות. רוב הקבוצות הן הטרוגניות, כלומר המועמדת למנכ"לות תשב עם הלבורנטית, מכונאי המטוסים והמהנדס, לשורת מבחנים. יש מספר כללים מומלצים לעבור בשלום את המבדקים:

- ראשית, אינך יודע בדיוק מה התבקש המאבחן להציף אודותיך (צוותיות או יכולת עבודה עצמאית, חשיבה יצירתית או הליכה בתלם, יכולות חברתיות או מנהיגות). לכן, חשוב לשמור על האותנטיות.

להשחיל אתכם למאגר זה. בדרך כלל לא מדובר בהשמה מידית, אולם שווה לנסות. זכור שאם המעסיק יגלה התאמה – הוא עשוי לתת לך הצעה טובה. הכדאיות של המגייס היא שעלות ההשמה – אפסית כי לא מעורב הד-האנטר או מתווך אחר.

- ארגונים אחרים קולטים בוגרים צעירים ואפילו סטודנטים בשנת לימודיהם האחרונה. הכוונה היא לפתח אותם לאורך מספר שנים כעתודה ניהולית. המגייסים עשויים לפתות עובדים מצטיינים אצל המתחרים, שותפים, לקוחות וספקים.
- באופן דומה, קיימים הסכמים בין מעסיקים לקליטת פורשים מכוחות הביטחון בחברות אזוריות העוסקות בתחומים דומים, כמו יחדות התקשוב, מודיעין וסייבר.
- גם בכירי משרד האוצר, בנק ישראל, הרגולטורים, המפקח על הבנקים והביטוח, הפרקליטות ואפילו חברי הכנסת מקבלים פניות ממעסיקים פרטיים ותאגידיים.
- לקראת התנעת פרויקטים חשובים, מבוצעים גיוסים שקטים של אנשי מפתח עם כישורים מתאימים. מכיוון שהמתחרים בולשים, משרות אלו אינן מופיעות כלל, אלא מוצעות דרך "פרוקסי" – חברת השמה דיסקרטית במיוחד.

משרות לא מפורסמות באתרי הדרושים

המגייס יתחיל את התהליך במעגלים הקלים והקרובים אליו, בעלויות נמוכות:

העבודה, מה החותם שהשארתי, איך אתה מסביר חלונות בהם לא היית מועסק.

- בראינות אל תתקרבן, אל תאשים, אל תתרחץ ואל תתבכין
- בכתיבת סיפור, נסה לחשוב בגדול (אם אתה מיועד לתפקיד ניהולי), גלה תעוזה (מכירות), הקפד על פרטים (הנהח"ש, בקרת איכות) או דייקנות (הנדסה).
- בשלב הציור שמור על איזון בין החיבור לאדמה (שורשים, ערכים, מסורת, משפחה), לאורך ועובי הגזע (ההווה, הקריירה הנוכחית, עוצמות וביצועים) וכן לצמרת (שאפתנות, יצירתיות או קיבעון). זכור להוסיף פירות.

שוק התעסוקה הסמוי

לא כולם מודעים לכך, אבל אחוז נכבד מהגיוסים אינו מתבצע כלל בדרך המקובלת של פרסום מודעות. ישנן חברות שאינן מחפשות באופן אקטיבי לאייש משרה מסוימת, אבל אם מגיע אליהם מועמד עם פוטנציאל – ימצאו לו תפקיד הולם. לעיתים אפילו יבנו מערך שלם סביב כישוריו. כך למשל חברה ששוק הייצוא שלה הוא ארצות הברית, יכולה להבין את ההזדמנות בחדירה לשוק דובר ספרדית כאשר מזדמן להם סמנכ"ל מכירות עם התמחות באמריקה הלטינית. במקרה כזה, אפילו האסטרטגיה תותאם לפלח השוק הזה. על מנת לשפר את סיכוייך למצוא את משרת החלומות, עליך ליידע את חבריך, גם הווירטואליים, שאתה מעוניין להשתלב בחברה שלהם. ממליץ בחום, להשתמש בחבריכם בארגונים הנחשקים

משמעותיות. כדי להוזיל יותר את עלויות הפרסום, הם מתחייבים לכמות משרות מראש לכל השנה. אולם האמת שלא תמיד יש להם מספיק תפקידים. לכן הם נוהגים להציב מודעות למשרות שאינן קיימות. באופן זה, מושגות תועלות נוספות: ריענון מתמיד של בסיס המועמדים שלהם ויצירת מצג של ארגון בגדילה. מצג זה משדר לתוך החברה פנימה וגם למתחרים אשליה של עסקים משגשגים.

לפרסום באתרי דרושים ופורטלים גם משמעות תקציבית. חשיפה זו, מייצרת למגייס המון עבודה: ניהול הפרסומים, תזמון פוסטים, תיאום ומו"מ עם חברות חיצוניות וכמובן הטיפול בעשרות או מאות פניות, בכל הערוצים, כולל חשבונות דוא"ל פרטיים, מסרים מידיים, רשתות חברתיות, טלפון ואפילו דואר מסורתי. זו גם הסיבה שבגינה המגייס אינו נגיש כל כך ומסתתר מאחורי תיבת דוא"ל של המחלקה [hr@company.co.il](mailto:hr@company.co.il) או המשרה [position140@company.co.il](mailto:position140@company.co.il) ולא התביה האישית בארגון.

כפי שניתן לראות, המשרות שחשופות לציבור הכללי הן הפוזיציות הקשות לגיוס במעגלים הסמויים.

- **מכרז פנימי לניוד עובדים** מתוך החברה. למשל בודק תוכנה מנוסה יוכל להתמודד על משרת מתכנת או עובד שסיים פרויקט וממתין להצבה הבאה.
- **מאגר מועמדים:** ארגונים רבים מתחזקים מאגרים פנימיים של מועמדים אשר פנו לאורך השנים. חלקם אפילו מוינו או רואיינו, פרטיהם אומתו ואפילו עברו סיווג בטחוני.
- **חבר מביא חבר** - פרסום פנימי לעובדים להמליץ על חבריהם. בדרך זו, משיגים מספר מטרות: שמירה על התמהיל הקיים, קולטים עובד עם המלצות והמועמד מתאים לעבודה בצוות. בדרך כלל יזכה העובד הממליץ גם לבונוס חד-פעמי בגין על השמה מוצלחת.
- **פרסום באתר החברה.** עלות הפרסום זניחה. לעיתים לרכזת הגיוס יש ממשק נוח לעדכון דף הקריירה באתר.
- **פרסום ברשתות החברתיות,** בתחילה בחינם ואחר כך - בתשלום. מבוצע מהפרופילים העסקיים והאישיים של רכז הגיוס ובקבוצות רבות.

נטיית ליבו של המגייס היא למצות את המעגלים הנסתרים. רק לאחר שהשיטות הקודמות אינן עובדות, יפנה המגייס לערוצים יותר יקרים, המביאות לחשיפה רחבה יותר.

משרות פיקטיביות

זוהי פרקטיקה שהחלה בימי לוחות המודעות בעיתונות ושודרגו לפורטלים. לתאגידים המפרסמים מספר רב של משרות יש הנחות

כדי להתחיל, נצייר שלושה מעגלים משתלבים. ליד על מעגל נרשום את הכותרת: תשוקות, נכסים ועולם.

- **התשוקות** הן מה שאנחנו אוהבים לעשות. בשוק העבודה אנו מדברים בעיקר על ניסיון והשכלה רלוונטיים, בלי להתייחס למרכיב החשוב באישיות שלנו - החלומות והרצונות שלנו. הפוך את המשוואה: ציין מה מרגש אותך, מה אתה אוהב לעשות, מה כיף לך ומה מתאים לערכים ולחזון האישי שלך: האם יש לך ברק בעיניים כאשר אתה מנהל מו"מ? האם מדליק אותך לכתוב קוד אלגנטי? האם אתה מתרגש לראות את הפרויקט שלך צומח?
- **הנכסים** מציינים את מה שאנחנו טובים בו, הניסיון שרכשנו, ההשכלה והידע שלנו. אין הכוונה לחשבון הבנק או הרכוש שלכם, אלא לנכסים האינטלקטואליים אשר רכשתם במשך השנים. החל מקורס ההדרכה בצופים או במש"צים, דרך הלימודים בתיכון ובאוניברסיטה, שליטה בשפות (ושפות תכנות), משרות בצבא ובשוק העבודה וניסיון בינלאומי.
- **העולם** הוא השוק הרלוונטי עבור הכישורים הייחודיים שלנו. מהם התחומים בעולם אשר בהם תוכל להצטיין, בהתאם לתשוקותיך ורצונותיך? האם מתאים לך רילוקיישן למדינה אשר אתה שולט

## 9. שיטת DreamPloyment

מכיוון שהסכמנו שמשפך הגיוס המסורתי הינו מסנן יעיל שתפקידו לסנן אותך החוצה, מטרת השיטה היא להביא אותך ליותר ראיונות ישירים עם הבוס העתידי שלך.

אז מה האלטרנטיבה?

להפסיק לפעול על אוטומט, לחדול משיגורי קורות חיים מסיביים ולחפש משרות באופן פרואקטיבי!

התפיסה שלי היא שאם כולם מתנהלים באופן מסוים - עליך לעזוב את העדר. המודל הנוכחי של סופרמרקטים של משרות יכול להתאים לגיוס מסיבי של "רובוטים" - משרות זוטרות, עובדי ייצור, טכנאים, טלמרקטינג, נציגי שירות ועובדים כלליים. דפוס זה אינו ישים עבור אנשים עם כישורים יוצאי דופן. הסיכוי שלך להתבלט מעל ההמון באופן זה - אפסי.

לכן, במקום לחשוב סופרמרקט, בואו נחשוב "בוטיק": במקום לשלוח ביום מאה מועמדויות למשרות שאפילו לא טרחנו לקרוא את פרטיהן, נבחר מספר קטן של חברות ותפקידים ונכוון את כל המאמצים להתקבל לארגונים אלו.

התהליך מורכב ממספר שלבים מובנים ומתחיל בכלל בחשיבה פנימה.

מודל תנ"ע

תנע הוא מושג פיזיקלי - מכפלת המסה במהירות וגם ראשי התיבות של **תשוקות, נכסים ועולם**. הבנתו תאפשר לנו לממש בזריזות את מסת הידע האישי למשרה מפרגנת.

מכיוון שהעלינו את התשוקות שלנו למקום ראשון - אין זה המקום עבורך, אפילו אם תוחלת ההכנסה טובה. במידה ואתה חווה שחיקה או תסמיני דיכאון קלים - זה הזמן לנייד בתוך מקום העבודה או בארגון אחר.

- **תשוקות ועולם:** יש פער גדול, חוסר ידע וניסיון וייקח זמן רב לגשר על הפער. אם אתה אוהב תחום מסוים עם ביקוש, אבל חסר לך ידע וניסיון – יהיה לך קשה לרכוש את המיומנות. האם אתה רוצה להתמחות בתחום בו יש המון ביקוש, אבל חסר לך ידע וניסיון? למשל, שמעת על משכורת עתק שמשלמים ל-CCNE (מהנדס רשתות של סיסקו) או מהנדס סייבר. כדי להגיע לרמת מומחיות דרושה, עליך ללמוד ולהשתפשף לפחות 3 שנים. מקטע זה לא יספק לך פרנסה בטווח הקצר.

צנצנת הדבש

המשולש בו נפגשים שלושת עלי הכותרת, בדיוק היכן שנמצאים אברי הרבייה של הפרח, הוא החלק המרתק ביותר במודל התנ"עי:

- **נכסים + תשוקות + עולם:** זוהי צנצנת הדבש: העולם צריך את תמהיל הידע, הניסיון והצורך לשילוב המיומנויות שלך. רק בחיתוך של שלושת מעגלי התנ"עי: תשוקותיך, נכסיך והביקוש בשוק – תזכה להצלחה אמיתית.

אתה אוהב את התחום, מנוסה ובעל ידע ויש דרישה למקצוענות שלך. אם אתה אוהב למכור מוצרים

בשפה? האם ניסיוןך מתאים לתעשיות הבטחוניות? מה דעתך על גיוב בענף התיירות או התעופה?

קצת על מודל התנ"עי

מה קורה בנקודות החיתוך בין שלושת המימדים? שלשת המעגלים המשתלבים יוצרים מעין פרח. בואו נבחן את כל אחד משלושת עלי הכותרת שלו:

- **נכסים ותשוקות:** אין צורך במיומנויות שלך, אף אחד לא מעוניין לשלם עליהן. אם תבחר בתחום בו אתה מבין ואוהב, אבל אין בו צורך – יהיה לך קשה למצוא עבודה. כי אין ביקוש לשירותים אלו, או שהשכר אינו מספק. דוגמה: סיימת שירות מדהים ב-669 ואתה חובב סנפלינג מושבע. אולם יחידות החילוץ האזרחיות - הינן התנדבותיות. כלומר, בחיתוך התשוקות ונכסים - אין פוטנציאל הכנסה מעניין.
- **נכסים ועולם:** יש "פרנסה" אבל בלי נשמה. קשה להתמיד בעיסוק שלא נהנים ממנו. בתחום שאתה יודע ויש לו ביקוש, אבל אינך אוהב – תשנא כל יום ויקשה עליך להגיע להישגים. במצב זה - אתה מקצוען בתחום, יש דרישה להתמחות זאת, אבל תלך כל יום עם פרצוף חמוץ לעבודה. זה קורה לעובדים טובים שחוקים. הפתרון הנכון ביותר - הוא הסבה מקצועית. למשל, מוקדנים במרכזי שירות מגיעים להתמקצעות אחרי כשנה, אולם נוטשים בממוצע אחרי 14 חודשים.



## מועמד 2

- תשוקות: משפחה, קריאה, טיולי שטח, מילואים
- נכסים: מהנדס אלקטרוניקה, מנהל לוגיסטיקה
- עולם: מנהלי רכש רכיבים

## מועמד 3

- תשוקות: חברים, פייסבוק, מתנדבת בעמותות חברתיות וסביבתיות
- נכסים: עורכת דין, התמחות בציות
- עולם: קציני ציות ואחריות תאגידית

הגדרה עצמית

עם רשימת התנייע שלך, תוכל לחדד את תת-ההתמחות שלך.  
 בדוגמאות הקודמות המיקוד יהיה:

- **מועמד 1:** מנהל מכירות בינלאומי בהייטק, התמחות בשוק הברזילאי
- **מועמד 2:** מנהל רכש ולוגיסטיקה במפעל רכיבים אלקטרוניים בשוק המקומי
- **מועמד 3:** מנהלת אחריות תאגידית או ציות בקונצרן מוביל

המסר של צנצנת הדבש שלך עוד ישתנה עם הזמן. אני ממליץ לזקק מדי שנה את המסר ולהתאים אותו להתנסויות, השכלה ומגמות חדשות בעולם ובתעשייה שלך.

טכנולוגיים ושולט ברוסית - יש לא מעט משרות מתאימות ומתגמלות.

התהליך של איתור צנצנת הדבש שלך, עשוי לקחת מספר ימים עד שתזקק את אזור הנוחות שלך ותשלול תחומים שאינם לרוחך, או מקצועות עתירי היצע.

חשיבה זו גם תיתן לך תשובות כגון: האם מצבך המשפחתי מאפשר נסיעות תכופות וממושכות? האם אתה בנוי לשבת מול מסך מחשב או מכונה ממוחשבת 10 שעות ביום? האם השליטה שלך בפורטוגזית מבית אבא מספיקה כדי לנהל מו"מ בשפה זו? מסר חד וייחודי חייב להיות לנגד עיניך לאורך כל תקופת חיפוש המשרה. החל מרגע זה, צנצנת הדבש הזו הופכת להיות האסטרטגיה שלך. זכור: אין להקריב אסטרטגיה למען הזדמנות עסקית. (אלא אם כן - התנאים פשוט נהדרים). כל המשרות שנחפש יהיו בדיוק בתת-התחום הזה. אל תתייאש ממיעוט ההצעות בקטגוריה זו. מיד נלמד שיטות להרחיב את היריעה לכל התעשייה הרלוונטית וגם לסקטורים משיקים, מתחרים, ספקים ולקוחות של תת-התחום אשר אינם בדרך כלל בבנק המטרות שלנו (Non-Customers).

דוגמאות:

## מועמד 1

- תשוקות: חו"ל, גדיטים, גלישת גלים
- נכסים: הנדסת תעשייה וניהול, MBA עם התמחות בשיווק, ניסיון במכירות מוצרי ענן, אנגלית ופורטוגזית.
- עולם: דרישה למכירות טכנולוגיות לשוק בברזיל

העתידי שלך, דף חשבון בנק עתיר מזומנים בעוד עשור או חופשה חלומית עם יקיריך.

לוח החזון מחבר בין המטרות העסקיות-תעסוקתיות לאישיות-משפחתיות. לכן יתכן שכדאי שבנייתו יהיה משחק של כל בני הבית. כך, כל המשפחה תתחבר לחזון שלך. אל תתפלא עם ילדיך יעירו אותך בבוקר בדרישה: "צא להגשים את המטרות שלנו!" תוכל לקבל השראה לבניית לוח חזון בפינטרסט ולהיעזר באפליקציות ייעודיות לנושא או בתוכנת המצגות החביבה עליך. למרות שרוב היישומונים מוכוונים יזמות ועסקים עצמאיים, שמור על המטרה שלך: להיות שכיר מתוגמל ומוערך.

מיצוב ובידול

זה הזמן לקפל את המסר המזוקק לביטוי אחד קל וקליט. עם כל המידע שאספת, ליטשת וזיקקת עד כה, עליך ליצור את הצהרת הערך האישית שלך.

ביטוי זה הקרוי גם Unique Value Proposition – UVP, ילווה אותך בכל התהליך של מציאת משרת החלומות שלך ואפילו דרכך כפרילנסר או יזם. ככל שהביטוי יקפל בתוכו יותר תועלות במונחי הלקוח- כך הוא יהיה רלוונטי וזכיר יותר במוחו של השומע. אכן, שם המשחק בפרק זה הוא תועלות במונחי לקוח וזכירות.

**תועלות:** המגייס, בעיקר אם הוא בכיר, פחות מתעניין בתכונותיך או בעברך, אלא בעיקר ב"למה, מה יוצא לי מזה" (Whats In It For Me). לכן עליך להיכנס לראשו של המגייס ולהבין מה הוא באמת צריך, מה כואב לו ארגונית ואישית ואיך אתה יכול לספק את הצרכים האלו.

לפעמים יהיה לך קשה למצוא את המיקוד, הנכסים והתשוקות שלך. במצב כזה אתה יכול לעבוד על דרך האלימינציה. כלומר לשלול את כל התחומים שבהם אינך מוכשר או אינך רוצה לעבוד. למשל: אין לי כישורים בתחומי הקמעונאות, מזון וחקלאות ואינני אוהב לעסוק באדמיניסטרציה, שירות לקוחות והנהלת חשבונות. אם שללת מספיק תחומים, תישאר עם התחומים שאתה אוהב ומבין. עוד ליטוש קל ורשימת התנייע שלך מוכנה!

מה תרצה להיות שתהיה גדול?

זה הזמן להתפרע. לחשוב קדימה עליך, מודל 2030-2040:

- איפה אתה רוצה להיות מקצועית, אישית, משפחתית?
- לאיזה משרה אתה שואף להגיע, היכן לגור, אילו הישגים חברתיים ברצונך להגיע?

זוהי תהיה מטרה ארוכת טווח שאליה תשאף להגיע. היא תמקד אותך כמצפן. להזכירך, מצפן המטרות אינו רק מראה את הצפון, אלא מרמז גם על המצפון, כלומר, הערכים שלך.

שקול להכין לוח חזון (Vision Board). זהו מעין קולאז' בו תציב מסרי השראה ותמונות שיתארו אותך בשיא הקריירה. תלה את לוח החזון שלך משרדך, ביתך או ליד מראת האיפור גילוח. הלוח יסייע לך להתחבר לעוצמות אנרגטיות. ככל שהתמונות יהיו מוחשיות יותר – כך תוכל להתחבר טוב יותר למסרים אלו.

כלול בלוח משפטים עוצמתיים המתארים אותך, את עתידך ומהווייך, הוסף ציטוטים שאהבת ואפילו אלמנטים שיחדירו בך מוטיבציה, חוצפה ותעוזה. למשל, דגם המכונית, המשרד והבית

- "לשירותך: מנהל פרויקטים בינלאומיים, זמין לרילוקיישן"

אפשר להשתמש במעט הומור כגון:

- "הגיק שיטיס את ביצועיך על כנפי ה-SQL"
- "רק רפתן כמוני יכול לבנות משק חלב".

או לשחק עם שימך:

- "GABI – Growing Any Business Internationally"
- "איילה היעילה"
- "חיים רן – התמחירן"

לסיכום: הצהרת הערך (UVP - Unique Value Proposition) הינה כרטיס הביקור שלך ותפקידה לסייע לך בזכירות - כלומר שהשומע יתרשם ויזכור אותך גם בעוד שנה עם ה-UVP הייחודי שלך.

מעשה בחמישה סרגלים

בשנים האחרונות פיתחתי מודל המנבא את סיכויי ההצלחה של מקצוענים בארגון. מודל חמשת הסרגלים בנוי כחמישה צירים היוצאים מנקודת האפס מוגיעים עד לסיפורה 7. כש-0 מציין חוסר מיומנות ו-7 את המקסימום.

כל משרה מאופיינת ברמה הנדרשת מהמועמד בכל אחד מחמשת הצירים. כישוריו של כל מועמד נבדקים יחסית לצירים אלו. מועמד אידאלי יחפוף בדיוק את חמשת הסרגלים.

חמשת המדדים הם:

**זכירות:** זהו אינו משחק הזיכרון אלא משחק הזכירות. עד כמה אתה יכול לחקוק את עצמך במוחו של המגייס הרואה עשרות מועמדים ביום. עליך ליצור רושם שונה ומהותי, בלי להתדרדר למסר קיטשי, בנאלי או פתטי. המסר צריך להיות, קצר, חד ורלוונטי למגייס.

למשל, כשהשקתי את וויקיסיילס – העוסקת בפיתוח עסקי בינלאומי והכשרת צוותי מכירות, המסר היה "מסייעים לך למכור הרבה, הרבה, הרבה בחו"ל". במכון הדיפלומטי המשרת את השגרירויות הזרות בארץ ה-USP הוא "מלווים אותך מהנחיתה הרכה עד ההמראה הבטוחה". ברמה האישית, מסרים טובים הם:

- "מקצוען בניהול פרויקטים בתחום ה-HLS",
- "Turn-Key זה אני".
- "מומחה לניהול מו"מ משפטי בעסקאות גדולות באנגלית ובספרדית"
- "עו"ד מומחה למקסום עסקאות מורכבות EN, ES, HE"
- "מקצוען בתפעול פעילות בתחום הרכב" או "מקצוען לניהול ותפעול צי הרכב שלך"
- "מנהל מפעל בתחום העץ בצפון הארץ" או "זמין וקרוב אליך: מנהל מפעל בתחום העץ"
- "מנהל פרויקטים חוצי גבולות. זמין לרילוקיישן בתנאי רווקות"

- שליטה בשפות ובתרבויות,
  - מיומנויות רטוריות,
  - כתיבה עסקית ושיווקית,
  - חברתיות וחיברות,
  - כמות קשרים ועוקבים ברשתות החברתיות,
  - מספר חברים בארגון ובתעשיה,
  - יכולות נטוורקינג אנושי ווירטואלי,
  - מיצוב במארג החברתי.
- **מכירתיות**. אוסף המיומנויות המוכוונות ליצור שינוי בצד השני:
    - יכולות שכנוע והעברת מסרים בכתיבה, דיבור, מצגת,
    - כישורי מו"מ, גם בצד הקניין,
    - יצירת כימיה או זיקה עם לקוח פוטנציאלי ("RAPORT"),
    - יכולת לתקשר עם כל קשת שותפי ההחלטה בעסקה, בכל הדרגים,
    - "צייד" או "חקלאי".
    - יכולות מכירה פנימית של עסקה, פרויקט, רעיון או קונספט.
    - וגם, היכולת שלך למכור את עצמך.
  - **מקצוענות**: ציר זה מתייחס ליכולות הטכניות של המועמד במשרה המדוברת:
    - שפות תכנות,

- **מנהיגות**: תחת סעיף זה מקופלים מספר פרמטרים.
  - אחריות ואחראיותיות ("Accountability"),
  - יוזמה, יזמות,
  - הובלה, כריזמה, כישורי פיקוד וניהול אנשים וצוותים,
  - חשיבה עצמאית,
  - האצלת סמכויות,
  - אסטרטגיות וראיית התמונה הכוללת.
- **צוותיות**: מכיוון שברוב המשרות איננו זאבים בודדים אלא חלק משלם גדול יותר, כל מועמד נזקק לסט כישורים התואם את התפקיד:
  - כישורי עבודה בצוות,
  - שיתוף מידע,
  - קבלת משימות וביצוען יחדיו,
  - אלטרואיזם, פרגון,
  - איש חברה ("Company Man"),
  - אחריות לתפוקות אישיות, תפוקת הצוות והארגון.
- **תקשורתיות**. שילוב תכונות בהעברה יעילה של מסרים ויצירת קשרים:
  - כושר ביטוי, יכולת העברת מסרים, כישורי פרזנטציה,
  - הופעה, ניראות, לשון גוף,
  - העברת מסרים לא-מילוליים,

עם הארגון מצומצם מטבעו. צוותיות נמוכה היא תכונה חיובית גם לחלק מהמועמדים לרילוקיישן.

- **התקשורתיות** קשה יחסית לאבחון עצמי, כי אנחנו הכי סובייקטיביים בנוגע לכישורינו החברתיים. כדי להקל על כך, התחל בפרמטרים המדידים כמו מספר הקשרים ברשתות החברתיות, כמה מהם אתה מכיר בחיים האמיתיים, כמה אנשי קשר יש לך בנייד וכמה מהם רלוונטים עסקית. נסה לאמוד כמה שיחות בשבוע אתה מקבל (ומוציא) לחברים.

מחומש השוואתי

כעת, קרא בעיון דרישת משרה בה אתה מעוניין ומרגיש שהיא "תפורה" עליך. מתיאור המשרה, שרטט את הרמה הנדרשת בכל ציר. במידה ואין מידע – נסה לשער את המדד. כלומר ממנהל ייצור נדרשת רמת מנהיגות, צוותיות, תקשורתיות ויכולות הנדסיות, גם אם פרמטרים אלו אינם מופיעים במודעה. מצד שני, תכניתן BackEnd או אנליסט BI אינם נדרשים לכישורים חברתיים גבוהים.

השינוי מתחיל בך

בוא נסכם בקצרה את התהליך עד כה :

- מיפית את הנכסים והתשוקות שלך, הצלבת עם צורכי השוק ואיתרת את צנצנת הדבש שלך.
- אפיינת את עצמך בחמשת הסרגלים ומיצובך יחסית לדרישות המשרות.

- יכולות ביצועיות טכניות, קואורדינציה,
- ניסיון הנדסי,
- שליטה בשפות זרות,
- הבנת התעשייה, עולם התוכן והאקוסיסטם
- היכרות עם סל הפתרונות בתחום, כולל מתחרים, מגמות ומוצרים אחרים המתחרים על אותו נתח לקוח.

המחומש שלך

כעת, הקדש מספר דקות לשרטט את המחומש שלך. מכיוון שזהו תרגיל פנימי, לעיניך בלבד, הקפד על כנות.

- כדאי להתחיל בציר **המקצוענות**, כי הוא יותר מדיד אובייקטיבי. עד כמה אתה מיומן בסולם של 0 עד 7, יחסית לכוכבים בתחומך?
- המשך בצירים של **מנהיגות ומכירתיות**. אם אין בתפקידך ניהול אנשים או שאינך מוכר כלום, חשוב על שאר ההגדרות המרכיבות כל ציר. כולנו צריכים למכור את עצמנו, לשכנע אחרים בצדקתנו ונדרשים למידה מסוימת של כישורי הובלה או לפחות גילוי אחריות.
- גם ציר **הצוותיות** קל יחסית כי איננו חיים בוואקום, אלא תמיד חלק מארגון גדול יותר. ישנם תפקידים שמטבעם דורשים צוותיות נמוכה, אלא דווקא מידור. למשל לא רצוי שחשב השכר יתיידד עם העובדים. גם איש מכירות שטח הינו יחידת רווח עצמאית שמספר הממשקים שלו

חשוב בוטיק, לא סופרמרקט

בבוטיקים יש פריטים ייחודיים - בדיוק כמוך. לכן איננו משדרים את קורות חיינו לכל משרה ואיננו מעמידים את עצמנו על המדף של שאר המועמדים.

הענפים שמתאימים לך

כעת, עליך לאפיין את התעשיות בהן תרצה לעבוד. היה ספציפי ככל האפשר.

במקום לדבר על "חברות הייטק", שאל את עצמך:

- האם אתה רוצה לעבוד בסטרטאפ, חברה קטנה, בינונית או גדולה,
- האם בתחום תוכנה, חומרה, תקשורת, טלפוניה,
- מוצרים, שירותים,
- שוק מקומי או בינלאומי.

חתוך את פלח השוק לתתי-מגזרים, אזורים גיאוגרפיים ואפילו רוח החברה.

התוצר של האפיון יהיה ממוקד למדי:

- מפעלי ריהוט גדולים בגליל
- חברות סייבר הגנתי בינוניות בין חדרה לגדרה
- משרדי ממשלה חברתיים בירושלים
- מטה של רשת הלבשה בין הרצליה לנתב"ג
- חברות פארמה גדולות בדרום

- בנית לוח חזון, בו כללת מטרות ויעדים מקצועיים ואישיים.

- זיקקת את תיאור משרת החלומות שלך.

במילים אחרות: כבר יש לך מיקוד עסקי המבוסס על צנצנת הדבש האישית שלך, מיצבת את עצמך על חמשת הסרגלים ובנית את הצהרת הערך הייחודית.

עד כה, אתה היית במרכז התמונה. כעת, נעבור לטפל בשוק.

הופכים את משפך הגיוס

עד כה ראינו, (וגם נוכחנו, כל סמך מאות קורות חיים ששלחנו ללא הצלחה) שמשפך הגיוס הטיפוסי הוא:

1. סינון ממוחשב – תוכנה בודקת התאמה ומסננת את מרבית הפונים
2. רכו הגיוס – מרפרף על קורות החיים ומותיר קבוצה מצומצמת
3. ראיון טלפוני – במסווה של תיאום ראיון, הרכז מחליט האם לזמן
4. ראיון אישי – על ידי מאבחן במשאבי אנוש

כלומר אנו עוברים לפחות ארבעה מנגנוני סינון, בהם המקצוענות שלך אינה נבחנת כלל.

כל שיטת משרת החלומות בנויה על התובנה שאפשר אחרת! במקום לעבור במשפך הגיוס שמסנן את רוב הפניות על בסיס אישיותי – ביהיוריסטי, תלמד איך להגיע ישירות את הבוס העתידי שלך.

- עו"ד: חברות רב לאומיות גדולות בתעשיות הבטחוניות, התשתיות והאינטגרציה.
- מנהל תפעול רכב: חברות עם ציים מעל 500 רכבים או 200 משאיות, יבואני רכב, חברות ליסינג
- מנהל פרויקטים: במזרח אירופה בתחום הבניה והתשתיות בלבד

במידה ובחרנו בנישה צרה מדי, ניתן להרחיב אותה. למשל בדוגמה של מנהל רכב עבור יבואני ציוד רפואי מגרמניה, הצפי הוא פחות מחמש משרות בארץ בשנה. לכן כדאי להוסיף את כל המדינות דוברות הגרמנית (אוסטריה ושוויץ), להתרחב מצידוד רפואי גם לתחום הפארמה וחומרים מתכלים למערכת הבריאות.

בנק המטרות

הגיע הזמן לשבת לבנות את רשימת החברות בהן נרצה לעבוד. רכז את החברות המעניינות אותך. תוכל למיין אותן לפי גודל, תת-תחום, פריסה בינלאומית וחברות בנות. כדי להתברג לחברות כיפיות ומפרגנות, (תשוקות, תשוקות), תוכל לחפש ארגונים המופיעים ברשימת החברות שטוב לעבוד בהן. הרשימה מתפרסמת אחת לשנה וכוללת חברות טכנולוגיה כמו מיקרוסופט ו-IBM, במקביל לבנקים וחברת חשמל. לדוגמה, דירוג עשרת החברות המובילות של דה מרקר ל-2017:

1. גוגל
2. חברת החשמל
3. אינטל

- יבואני ציוד רפואי מגרמניה
- בית תוכנה ידידותי לחרדיות

ניתן לדמות את התהליך לדייג. דייג חכם, מחפש תחילה את האגם בו אפשר לדוג את הדגים הכי מתאימים לו. ריכוז מאמצים זה יקל עליך להגיע היכרות מאוד מעמיקה, אינטימית ואישית עם כל השחקנים בשוק קטן כמו ישראל.

המומחיות שלך בתחום מקצועי הנוגע לחברות אלו תהיה מותאמת לצורכי הסקטור הנבחר, עד כדי כך שמקבלי החלטות בתחום לא יוכלו להתעלם ממך.

כעת, ניקח גם את הצהרת הערך וננסה לאתר חברות מתאימות.

בדוגמאות הקודמות, המיקוד יהיה:

- מנהל מפעל - מפעלי ריהוט גדולים בגליל
- תכניתן - חברות סייבר הגנתי בינוניות בין חדרה לגדרה
- עובד סוציאלי - משרדי ממשלה חברתיים בירושלים
- מעצב חלונות ראווה - מטה של רשת הלבשה בין הרצליה לנתב"ג
- מהנדס ביו-רפואי - חברות פארמה גדולות בדרום
- מנהל רכב - יבואני ציוד רפואי מגרמניה
- מבקרת איכות תוכנה ואמא צעירה - בית תוכנה ידידותי לחרדיות

ניתן אפילו לצמצם יותר את היריעה, בעיקר כאשר פלח השוק הנבחר רחב מדי:

- כמובן שחברות ציבוריות מופיעות באתר הבורסה, כולל כל ההודעות לעיתונות על עסקאות משמעותיות ופרטי הדירקטורים.
- העיתונות הכלכלית עמוסה במאמרים ובמידע על החברות המדורגות.
- Port2port מכסה את תחום הרכש, לוגיסטיקה, שינוע, ספנות ותובלה אווירית.

אולם, אל תחשוב רק על החברות האטרקטיביות. דווקא חברות קטנות, או פירמות שפחות מפרגנות לעובדיהן יכולות להיות לך בית חמים ונעים יותר. למשל למיקרוסופט המובילה בעולם עם שכר ממוצע של 160 אלף דולר לשנה יש מדיניות המקצצת 5% מהעובדים עם הביצועים הכי נמוכים. וגוגל – הכי נחשקת בישראל, ידועה לשמצה בזכות מבחני הקליטה והמיון הנוקשים שלה.

יתכן שתחפש חברות בעייתיות אשר תוכל לתרום להן יותר. ניהול משברים או התמחות בטיפול באתגרים מורכבים הן מיומנויות נדרשות במשק. ישנם עורכי דין ורואי חשבון המתמחים בפירוקי חברות, מיזוגים ורכישות, בעיקר בגלל הקושי שמרתיע אחרים. נסה לדלות בין 20 ל-40 ארגונים. במידה ואין כזאת כמות במגזר, שוב והרחב את היריעה לתחומים משיקים. תוכל להתרחב גם ללקוחות, ספקים ומתחרים של החברות המטורגטות.

אם בנק המטרות שלך מורכב מחברות ענק, זכור שאלו מבנים עם מספר רב של דלתות וביכולתך להקיש על כולן. באוניברסיטאות, בתי חולים, משרדי ממשלה וקונצרנים כמו הבנקים, חברות

4. מיקרוסופט
5. התעשייה האווירית
6. שטראוס
7. אלביט
8. בנק לאומי
9. בנק הפועלים
10. ביטוח ישיר

מעניין לראות חברות כמו טבע, אמדוקס ו-HP שירדו בדירוג יחסית לשנים קודמות. ישנם בסיסי נתונים רבים לאתר חברות העונות לקטגוריות אלו.

- דן אנד ברדסטריט החינמית [duns100.co.il](http://duns100.co.il) נותן תמונה של כל החברות הציבוריות והגדולות ואפילו יתן לנו את רשימת ומפת הדירקטורים.
- במכון היצוא מרוכזים פרטי היצואנים, בחלוקה לפי תחום פעילות.
- התאחדות התעשיינים מאגדת את כל היצרנים, עם עשרות איגודים ופורומים, כולל תעשיות המתכת, תמרוקים, התעשייה הקיבוצית ועוד.
- סצנת הסטרטאפים הישראלית מקבלת תהודה משמעותית באתרים כמו Mapped In Israel, Telecom, News, GeekTime, אנשים ומחשבים והרשות לחדשנות.



- אין לנו צורך
- אתה יקר לנו
- אתה Over / Under Qualified

מטרגטים (רק) חברות נחשקות!

כמו שאינך קונה ירקות רקובים, הימנע מלגעת בחברות רקובות! אנרגיות שליליות, יחסי עבודה לקויים, תנאי שכר לא הוגנים או לא ברורים, אי עמידה בהתחייבויות, תביעות ותביעות נגד (בעיקר בבית הדין לעבודה), סגנון דיבור לא ראוי או חוסר שקיפות הינם סימני אזהרה. לא ממליץ לקשור את עתידך בחברות כאלו. גם בהמשך הקריירה, שורה כזו בקורות החיים עשויה להיות לך לרועץ.

פשוט הקלד במנוע בחיפוש את שם החברה בצירוף ביטוי שלילי כגון תביעה, הונאה או פלילי.

דוגמאות אישיות:

- ברחתי מתפקיד כסמנכ"ל במפעל תכשיטים ישראלי, בו המנכ"ל נהג לצרוח באינטרקום על כל העובדים, כולל עלי.
- דחיתי הצעה לפרויקט הדרכת מכירות בחברת אופציות בינאריות, כי לתפיסתי מדובר בהימורים ולא בהשקעה.
- על סף חתימת חוזה להפצת תוכנה עם חברה ברזילאית, ראיתי שברכב של המנכ"ל כל הדיסקים – צרובים פיראטית. אם אין לו תרבות הקפדה על קניין רוחני – הוא אינו מתאים להיות מפיץ תוכנה.

הביטוח יש מספר רב של חטיבות אוטונומיות שלכל אחת יש סמכויות גיוס. הרי איננו פונים כלל למחלקות משאבי האנוש אלא למנהלים המקצועיים.

אין הגיון לפנות למטה חברת טבע בפתח תקווה או למשרדי כימיקלים לישראל בתל אביב, אם אתה תושב באר שבע. כמתכנת, תוכל לפנות לכל אחת מחברות הבת של נס, ONE או מטריקס. טכנאי תעופתי החושק במשרה באלביט, יכול לפנות לכל אחד מהמפעלים בחטיבת האוויר.

הדירוג

דרג את החברות לפי האטרקטיביות המשוקללת (אופק עתידי, עניין, התאמה לפרופיל שלי, תנאי העסקה, בטחון כלכלי ומרחק מהבית). הנחת העבודה שתהליך הטירגוט והחיפוש, לא יהיה חף מטעויות. לכן, התחל לחקור את החברות בתחתית הרשימה. באופן זה, תוכל "להתגלח על זקנם" של הארגונים הפחות אסטרטגיים מבחינתך. לאחר מספר ניסיונות, תשתפר ותוכל

לפנות עם המון בטחון עצמי לפירמות הרווחיות ביותר עבורך. המלצה היא להתחיל עם החברות הממוקמות במקומות 16-20, לקבל את כל ההתנגדויות האפשריות, למצוא להן תשובות ורק אז להתקדם לחברות 10-15. כשתרגיש שאתה מלוטש מספיק, פנה לעשרת הגדולים.

מספר התנגדויות המצריכות מענה הולם:

- המזכירה שמסננת אותי
- שלח לי במייל
- פנה למשאבי אנוש

ושביעות רצונם. בהזדמנות זו, הצץ גם על עובדים לשעבר ובחן מה יש להם לומר.

זו גם ההזדמנות לחפש חברים מבית הספר, התנועה, הצבא והאוניברסיטה העובדים בארגון, ליצור איתם קשר ולעדכן אותם ברצונך לעבוד איתם.

SlideShare היא חברת בת של לינקדאין המרכזת מידע כזה אשר מפורסם על ידי העובדים. כדאי מאוד לעקוב אחר המגייסים ולקלוט ראשונים את הפוסטים שלהם.

- **גוגל התראות:** מאפשרת לקבל התראות כל פעם שיש הודעה קשורה לארגון בו אתה מעוניין. הזמן התראות בעברית ובאנגלית כדי לכסות חדשות ביותר שפות. הבא בחשבון שהמנוע של גוגל אינו מאנדקס מידית כל עדכון בעמודים הפנימיים של האתרים, כך שיכולים לחלוף מספר ימים בין פוסט על משרה להתראה דרך גוגל.

- **שימוש חכם באופרטורים של גוגל:** Filetype:PPT, Filetype:XLS, Filetype:DOC, Filetype:DOC בטווח תאריכים של החודשים האחרונים עשוי להניב מסמכים מאוד מעניינים, כגון מצגות פנימיות, רשימות עובדים, מאגר לקוחות, מחירוני, הסכמים ומכרזים.

- **ZANRAN.COM** מאחזר מידע מקבצים לאינם מאונדקסים על ידי גוגל, בעיקר גיליונות אלקטרוניים וקבצי טקסט.

- **חיפוש כתובות דוא"ל של בכירים:** אם יש לך קשרי לינקדאין בארגון, אתה חשוף לכתובת המייל שלהם. ברוב הארגונים, יש הקפדה על "דקדוק" אחיד של

כלי טירגוט חברות

ישנם מספר כלים אינטרנטיים חנימיים בהם תוכל להשתמש בחיפוש:

- **אתר החברה:** כזכור, המגייסים מתחילים את הצייד שלהם במעגלים הקרובים והזולים יותר. לכן ביקור שבועי בדף הדרושים באתר החברה יקנה לך עדיפות על אלו שממתינים שהמודעה תגיע לפורטל.

- **רשתות חברתיות:** המעגל הבא אליו מגיעות משרות טריות. חשוב לעקוב אחר החברות המטורגטות גם בפייסבוק, לינקדאין וטוויטר. טוויטר הוא יותר לסלבריטאים ועיתונאים ואילו פייסבוק – למשפחה וחברים. ישנה גם פעילות בטלגרם, XING ואינסטגרם (אומנות ופירסום).

- **לינקדאין:** התחבר לעובדים ובכירים בחברה. בעיקר כאלו השייכים או משיקים לתחום שלך. בכל חברה מטורגטת, עליך ליצור קשר עם:

- שדירת הניהול (מנכ"ל, סמנכ"ל),
- מנהלי התחום המקצועי שלך (הבוסים העתידיים),
- מנהלי הגיוס, מגייסים וציידים הטאלנטים,
- עמיתים וקולגות.

נסה להבין את המבנה הארגוני, תמהיל העובדים, הפרסומים שלהם ובעיקר מסמכים עדכניים. בדוק את הוותק הממוצע של הקולגות שלך, מסלול הקידום שלהם

להתחבר אליו ברמה הרציונלית והאמוציונלית - סיכויך לזכות במשרה גבוהים מאוד!

הכישורים המקצועיים שלי אותם אציג לקודקוד - יהיו כרטיס הכניסה שלי אל מוחו, לחלק הרציונלי שיספק לו סיבות למה אני הכי מתאים.

הגישה שלי, ההתלהבות והתשוקה, תחזק את הרושם גם בהיבט האמוציונלי שלו.

בהמשך, אלמד אותך לכתוב מכתב שנוגע בנימים אלו וגם מניע לפעולה. הסמנכ"ל גם יהיה גאה שהוא הצליח לאייש את המשרה בלי עזרת מחלקת הגיוס.

אם תסחף את הסמנכ"ל בהתלהבות שלך - הוא יהפוך להיות סוכן השינוי שלך. כלומר, הוא אישית יקדם את מועמדותך בארגון. אישית קרה לי שפניתי דרך מנהל אל מנכ"ל מפעל גדול. כשהוא זימן אותי לפגישה - הוא מכר לי את עצמי וכמה אני מתאים לתפקיד!

בכיר כזה, יבקש מסגנון לראיין אותך. הסגן הוא הממונה הישיר העתידי שלך. אם הוא מקבל בקשה כזאת מהבוס שלו - הוא ימלא אותה וכבר יראה אותך בחיוב. בארגונים בהם יש מערכת יחסים עכורה בהנהלת החטיבה - לא תזכה לקבלת פנים מפרגנת. אבל, היי, גם לא תרצה לעבוד באווירה כזאת.

לאחר הראיון, ירצה המנהל שתעבור דרך הסמנכ"ל כדי לתקף את התרשמותו. עם שני מראיינים לטובתך - החזרה למסלול הרגיל היא מעמדה טובה יותר. התסריט הסביר הוא שהסמנכ"ל יתקשר עם סמנכ"לית משאבי אנוש - עמיתתו להנהלה ויבקש ממנה לקלוט אותך לעבודה. היא יכולה עדיין להערים קשיים, לשלוח

כתובות הדוא"ל. למשל, האימייל של אבי כהן יהיה

[ACohen@Company.co.il](mailto:ACohen@Company.co.il)

[Avi.Cohen@Company.co.il](mailto:Avi.Cohen@Company.co.il)

[AviC@Company.co.il](mailto:AviC@Company.co.il)

לכן אם ניקח כתובת אחת ידועה - נוכל להסיק על מיללים של אנשים אחרים. ישנו כלי חמוד בשם Email Permutator. כשתזין את מתחם החברה Company.co.il ואת שם האדם Avi Cohen, המערכת תציג טבלה עם כל האפשרויות.

ישנן חברות גדולות להן מספר דומיינים, בהם קשה יותר להשתמש בשיטה זו. בנק לאומי משתמש במתחמים bll.co.il; leumi.co.il, bankleumi.co.il ואילו שרת הדואר של דיסקונט הוא dbank.co.il.

- **חיפוש נרחב יותר:** אם השגנו את הדוא"ל של אחד הבכירים בבנק המטרות, נוכל לגגל את כתובתו במרכאות ("AviC@Company.co.il") וכך למצוא אנשים אחרים עם תחומי עניין דומים. בינהם יכולים לעלות מתחרים, לקוחות וספקים.

הולכים על הקודקוד בשלב זה אנו יודעים לא מעט אודות החברה והמשרות המוצעות. כפי שציניתי, אנחנו נמנעים להתקשר עם ערוץ הגיוס ומשאבי האנוש.

אני אוהב ללכת ישירות לראש הפירמידה הרלוונטית עבורי: אותו סמנכ"ל שאמור לראיין אותי בסיום התהליך. הוא מוגדר כ"בעלים" של המשרה והוא מקבל ההחלטות האמיתיות. אם תצליח

בניית תיק חברה מהומרים גלויים עם הכלים המופיעים בספר זה, ביכולתך לבנות פורטפוליו עב-כרס על החברות הנמצאות בבנק המטרות. במקרה של חברות קטנות, סטרטאפים או במקרים בהם תפקידך אינו אסטרטגי, תוכל להסתפק בפרופיל חברה קצר. אפילו על עמוד אחד אשר יכלול:

- שם,
- חזון ומטרות,
- מוצרים או שירותים עיקריים,
- שוק יעד,
- פריסה (גיאוגרפית סניפים),
- לקוחות עיקריים,
- ספקים מרכזיים,
- מתחרים,
- אנשי מפתח (בעלים, הנהלה, עמיתים במחלקת היעד),
- מידע כמותי: כמות עובדים, נפח עסקאות, מספר התקנות או לקוחות, מחזור מכירות,
- פטנטים, פרשיות משפטיות.

בארגונים גדולים ומורכבים, גם בדיקת הנאותות – Due Diligence צריכה להיות מקיפה יותר. תוכל ללקט מהרשת מצגות של החברה, דוחות כספיים, קטלוגים, הודעות לעיתונות ו-White Papers.

לא כל המידע זמין, אולם ככל שהארגון גדול ושקוף יותר – תוכל ללקט אינפורמציה איכותית ועדכנית יותר. גם לא תמיד יש צורך

למבדקים חיצוניים ולסיווג בטחוני. כוונתיה בשלב זה - טובות, כי היא צריכה להגן על האינטרסים של הארגון, לקלוט עובדים ראויים העונים על דרישות המשרה ולשמור על יחסי שכר ותנאי עבודה אשר ימנעו חיכוכים בצוות.

מודיעין עסקי תחרותי מערכת מוצלחת מושתתת על 3 רגליים: מודיעין, טכנולוגיה ומבצעים.

**מודיעין:** מבצע גיוס חייב להתנהל כמו מבצע צבאי, כולל

- איסוף מליימ, (מודיעין לקראת מבצע), ממקורות גלויים ברשת (OSINT)
- מקורות אנושיים, (HUMINT - שאילתות בפורטלים, שיחות עם עובדים בהווה ובעבר),
- הטעיה (שימוש בפרופילים שאינם חושפים אותך)
- מידור (לא להעיר מועמדים אחרים להתמודד על המשרה).

**טכנולוגיה:** בתהליך משתמשים בכלים הטכנולוגיים המוכרים והמוכרים פחות, באינטרנט, מחשב וסמרטפון. ממליץ להיצמד לכלים וטכנולוגיות אתיות בלבד בלי להשתמש בצילום והקלטה חשאיים.

**מבצעים:** המטרה הראשונית שלך היא להגיע לראיון! על מנת לצלוח את כל המחסומים והמסננים בדרך, תצטרך יותר תעוזה ויצירתיות משאר המועמדים. בזמן הראיון או הראיונות, עליך להיות במיטבך, חמוש כהלכה במודיעין, מצויד בהכרה מעמיקה על החברה והמראיין ומגובה במסמכים.

שירותיך כפתרון – שיפרת את המיצוב שלך יחסית לשאר המועמדים.

- יחסי עבודה עכורים (מספר תיקים בבית הדין לעבודה), קצב תחלופת עובדים מהיר (הוותק של המקבילים אליך בפרופיל בלינקדאין), מעיד על בעיה מנהיגותית או ארגונית.
- קושי לאישי משרות מסוימות נובע מאפיון לקוי של התפקיד. אם אתה מיועד למשבצת כזאת המוכרת בשוק כ-Widdowmaker, תוכל להצביע על הבעייתיות ולבנות הגדרת משרה מתאימה יותר.
- בארגון עם הנהלה או רוח חרדית, הקפד על קוד לבוש שמרני מהרגיל.

ברגע שתשלון נתון אודות החברה בשיחה, המנהל יבין שאתה מקצוען וכבר ערכת בדיקת נאותות. רווח נוסף הוא שתוכל לשאול שאלות חכמות יותר, אשר יעלה את ההערכה כלפיך.

איסוף מידע ארגוני המודיעין הצבאי והמודיעין העסקי-תחרותי משתמשים בכלים דומים. מסיבות אתיות ופרקטיות – אנו אוספים מודיעין ממקורות גלויים בלבד.

#### OSINT

OSINT הינו מונח מוכר בענף המודיעין התחרותי שמשמעותו דליית מודיעין מאמצעים גלויים – Open Source Intelligence. לנוחותך, צירפתי מספר טקטיקות לאיתור מידע איכותי ממקורות כאלו, אשר יסייעו לך לאתר את הקודקודים:

בכל הידע הזה. למשל לבורנטית אינה מתעניינת בממשקי הלקוח, מחזורי המסחר או מיהם הספקים ואיש הרכש אינו אמור להיחשף למשכורות, לקוחות או התקנות. אתן מספר דוגמאות כיצד מידע זה יכול לסייע כבר במכתב או בשירת הפתיחה עם הבוס המיועד:

- התחברות לחזון ומטרות החברה, מציב אותך ברמה הערכית של הארגון. אם תדע שלפירמה יש מדיניות קשיחה נגד הטרדה מינית, אפילו ברמה הנמוכה, אתה תימנע מהבדיחה הסקסיסטית שעמדה לך על קצה הלשון. (המלצה: מחק מהרפרטואר שלך כל אזכור לא הולם על נטייה, שונות, מוגבלות, דת והעדפות. הימנע מדיונים פוליטיים, דתיים או אתניים. תמיד תפסיד!)
- הכרת המראיין (הבוס הבא שלך – הבעלים של המשרה) חשובה, כי תוכל למצוא מכנים משותפים שיקרבו ביניכם. זו יכולה להיות היחידה בצבא, עיר ההולדת או המגורים, תחביב, ענף ספורט, קבוצת כדורגל, ילדים, אוניברסיטה או אגודה. אלו אלמנטים שוברי-קרח ביניכם ומקלים על ההיכרות. מכנה משותף כזה גם יסייע לו לחקור אודותיך. מצידך, תוכל לשלוח מכר משותף להמליץ עליך.
- מוצרים, שירותים ושווקים בשילוב קריאת מחזורי המכירות, יתנו לך להבין האם החברה צומחת או דועכת. שתי המגמות מייצרות "כאבים". אם תשכיל לצייר את

- לעיתים, למרות מעטה החשאיות של החברה בארץ, דווקא הלקוח בחו"ל יספר באריכות על העסקאות. למשל עסקת G2G גדולה של ממשלת הונדורס עם התעשיות הבטחוניות הישראליות לא פורסמה בארץ, אלא על ידי קצין העיתונות של הנשיא בספרדית.
- תערוכות, סמינרים, ועידות ומפגשים ארציים ובינלאומיים, כוללים את רשימת המרצים, נותני חסות ומשתתפים.
- בסיסי מידע פתוחים של ארגונים ממשלתיים ישראלים כגון מכון היצוא, הרשות לחדשנות וארגונים כלכליים דוגמת לשכות המסחר והתאחדות התעשיינים.
- אוניברסיטאות ומכללות. מנהלים רבים גם מרצים במסגרות אקדמיות אשר אמורות לחשוף את פרטיהם באתר החוג או הקורס.
- מגורים: ישובים קטנים וקהילתיים, ועדי הורים בבתי ספר וגנים מעלים לעיתים רשימת תושבים, חברים ואנשי קשר
- פעילות מחוץ לעבודה: ספורטאים חובבים, מנטורים, חברי אגודות חברתיות וארגוני שמירה קהילתית מפרסמים את דפי הקשר שלהם.
- אתרים לשמירת מצגות כמו SlideShare, Scribd, Issue עשויים לכלול מידע עדכני, כולל פרטי הבכיר. כבר קרה לי שאיתרתי ב-Perzi טיוטת מצגת של מתחרה עם מידע טכני רגיש.

- בהודעות לבורסה של החברות הציבוריות, מופיעים שמות הדירקטורים .
- חיפוש במאגרי פסקי-דין אודות שם החברה, יכול להציף את שמות הבכירים. חברות אחזקות מנהלות מערך חברות בנות, נכדות ואחיות. חפש גם בחברות אלו
- בחלק מהמקרים מדובר במבנים לצורכי שליטת בעלי מניות מיעוט או לצרכי מס. דן אנד ברדסטריט מספק רשימות חברות כאלו, כולל מיפוי ושרשור של האחזקות והדירקטורים .
- כמובן, כדאי לבצע את החיפושים בעברית ובאנגלית .
- במידה ומדובר בחברות רב-לאומיות, נסה לחפש בגוגל המקומי (google.fr, google.com.br, google.ca) וברשם החברות המקומי .
- בחברות צעירות וקטנות, יתכן שהבעלים בעצמו רשם את המתחם (דומיין). חיפוש ב-Who.is יכול לגלות את פרטיו.
- בעיתונות הארצית, המקצועית והענפית יתכן שתמצא את שמות הבכירים, במסגרת ראיון איתם, יח"צ או בהודעה לעיתונות מטעם הארגון.
- הודעות לעיתונות, השקות, גרסאות, עסקאות ואפילו אירועים ורכילות, מכילים את שמות הבכירים.
- חלק מהודעות אלו נמצאות עמוק באתר החברות עצמן.

- תמחירן לתעשיית החלב – ירחיב את פנייתו לכל יצרני המזון.
  - איש מכירות תוכנה - יתקדם מהשוק המקומי לבינלאומי ומתוכנה גם לשירותי ענן ולחומרה.
- חלק מההרחבה יכול גם פניה לחברות דומות לבנק המטרות. אם אתה מכוונאי מטוסים וקיבלת תשובה שלילית ממפעל מסוים של התעשייה האווירית:
- פנה לשאר המפעלים בתע"א. במידה ודיברת עם חטיבת כלי הטייס הצבאיים, בקר גם בחטיבת כלי הטייס האזרחיים.
  - משם תוכל להתרחב לעשרות הפירמות בתחום האוויר והאווירונאוטיקה.
  - כולל חברות מל"טים, מזל"טים ורחפנים.
  - התפרש לשאר התעשיות הצבאיות, כולל ים ויבשה.
  - הקש על דלתות הספקים וקבלני המשנה של ארגוני המטרה
  - הכשרתך כמכוונאי מטוסים מקנה לך גישה טכנית מקיפה, לכל תחום המכוונות, מכניקה, שיבוב, רובוטיקה ומכטרוניקה. עובדה זו פותחת בפניך עוד קשת ענקית של משרות בהסבה מקצועית קצרה.

## HUMINT

שיטת איתור מידע נוספת היא ממקורות אנושיים – Open Source Intelligence. לא מדובר על ריגול קלאסי, אלא שימוש מושכל בכלים מודיעיניים רכים ואתיים:

- להתקשר לחברה ולשאול לשמו או לפרטיו של המנהל הספציפי. גם אם הרל"ש יסרב לענות, נסה לפנות דרך מחלקת השיווק, יחסי ציבור או דוברות
  - לברר באמצעות חברים שלכם העובדים בארגון
  - להתחבר לבכיר זה בלינקדאין או לפחות בפייסבוק
  - לשאול אנשי קשר אחרים בארגון אודות זהות הבכיר
  - לשאול בפורומים של מחפשי עבודה או QUORA
- שילוב טכניקות OSINT ו-HUMINT יכול להניב מודיעין איכותי ויעיל וכן לסייע לתיקוף מידע ואימותו.
- עשה לך רב - ריבוי ענפים וארגונים אינני חובש כיפה, אבל יש רב או שניים שאני מאמין בהם:
- רב-סקטוריאלי ורב-מקצועי. החיתוך של הצהרת הערך שלנו ממוקד לענף ולמקצוע ספציפיים: מנהל רכש בתחום הפארמה, תמחירן לתעשיית החלב, איש מכירות תוכנה. אם פלח השוק שלך מצומצם מאוד, נסה להרחיב אותו על ידי פניה למגזרים דומים או משיקים. בדוגמאות אלו למשל:
- מנהל רכש בתחום הפארמה – יכול לטפל גם בלוגיסטיקה ולפנות גם לחברות אחרות בתחום הרפואי.

בפייסבוק ההליך די דומה, אולם השתדל להישאר במסגרת המשפחה והחברים בלבד. תוכל להזמין חברים מכל המעגלים. אישית אני מקפיד וממליץ לשמור על פרופיל נקי. בלי תמונות, ביטויים, הערות, סרטונים ותכנים שיכולים לחשוף אותך מעבר למה שאתה רוצה או שעשויים להביך אותך. בשתי הרשתות – הצטרף גם לקבוצות דיון רלוונטיות. יש אינספור פורומים למחפשי עבודה בכל תחום, אזור, תעשייה ומקצוע. במידה ולא – זו הזדמנות להקים ולנהל קבוצה כזו. עליך לעדכן את כל הקשרים שלך שאתה מחפש את הבית הבא שלך. ציין להם איפה ובאילו תפקידים ברצונך להשתלב. אם הפנייה שלך תהיה גנרית – כלומר "אני מחפש עבודה", אין כל סיכוי שתקבל תשובה כלשהי. אך אם תמקד אותם בענף ובמקצוע – יש סיכוי טוב יותר שעצם הבקשה שלך מעורר אותם לחשוב עליך ולהיזכר שראו מודעה על הלוח במשרד או מייל ממשאבי אנוש על משרה פנויה. במקרה כזה – עודד אותם להעביר את קורות חיך. תפקידו של החבר מסתיים ברגע שהוא העביר את ה-CV שלך. לכן, בקש ממנו את פרטי איש הקשר, כדי שאתה תוכל להמשיך לנהל את התהליך.

המעבדה - Back-Office  
הכן לך את סט המסמכים הנדרש:

- קורות חיים בעברית ובאנגלית במספר גרסאות
- מכתב נלווה בעברית ובאנגלית במספר גרסאות
- תסריטי שיחה לכל סוג משרה וארגון

וקנה לך חבר - ברשתות החברתיות ציר התקשורתיות במודל המחומש הוא אחד התחומים הנרכשים. חלקו הווירטואלי מבוסס על הרבה עבודה ברשתות החברתיות. נתמקד בלינקדאין ובפייסבוק. לאחר שהקמת את הפרופיל שלך, התחל להוסיף חברים ואנשי קשר. באופן די פשוט, תוכל לקשור את רשימת אנשי הקשר מתוכנת הדוא"ל שלך ללינקדאין ולשלוח לכולם בקשת חברות. מעטים מסרבים לבקשת חברות ממישהו שמוכר להם בעולם האמיתי. כמחפש עבודה, הרחב את מעגל הקשרים שלך גם לבנק המטרות, כל אותן חברות שברצונך לעבוד בהן. עקוב אחר החדשות שארגונים אלו מפרסמים ברשת.

- התחבר לכל הנהלות החברות, כלומר בכירים ברמת סמנכ"ל ומעלה.
- המשך לכל הקולגות ועמיתך המקצועיים בארגונים אלו: מערך המכירות, מערך הפיתוח או הנהלת החשבונות.
- מעגל שלישי בכל ארגון הוא – אנשי משאבי האנוש, בדגש על רכזי הגיוס.
- הד-האנטרים, חברות השמה וחברות כח-אדם מקצועיות יכולים להוות טבעת נוספת ששמה אותך בחזית. אין בעיה לצרף גם ספקים ולקוחות עבר.

הזמן את חבריך מהחיים האמיתיים, מהאוניברסיטה, בית הספר, הצבא, אגודות מקצועיות, בני משפחה, מועדוני ספורט וכל קבוצת ייחוס אחרת אליה אתה שייך.



- אם המשרה אינה מעניינת, לא מקדמת או זוטרה מדי – אל תשרוף עליה את האנרגיות שלך.
- אל תשלח קורות חיים למשרה!
- חפש מיהו "הבעלים" של המשרה. הבעלים הוא הבוס הפוטנציאלי הבא שלך והוא המראיין האידאלי שלך. לכל משרה, בכל דרג, מקצוע או תעשייה יש אחראי. הוא תמיד יהיה ברמת אחת או שתיים מעל למשרה עצמה.
  - הבעלים של משרת מנהל חשבונות הוא החשב, מנהל הכספים או ה-CFO.
  - במכירות: דירקטור, מנהל אזורי, סמנכ"ל (מכירות, שיווק, פיתוח עסקי) או סגן נשיא.
  - במשרות תכנות: מנהל פיתוח, או סמנכ"ל מו"פ.
  - ברמת המפעל: מנהל משמרת, מנהל עבודה, מנהל יצור, מנהל מפעל או סמנכ"ל תפעול.
- כבר כתבתי הנחיות איך למצוא את פרטיו של הבעלים. אם אינך מצליח, פשוט התקשר טלפוניית בשעות העבודה ובקש אותו או לפחות את פרטיו.
- פתח את התקשורת בדוא"ל. מטרת המייל היא – יצירת קשר ראשוני. שלח אימייל, רצוי באמצע הבוקר (10-11) או לקראת סוף היום (17-18). אלו השעות שאחרי סריקת המיילים בפתיחת יום ולפני ניקוי התיבה בסוף היום.
- נוסח המייל צריך להיות במודל AIDA אודותיו תוכל למצוא דוגמאות. מצא כותרת מפתה שלא תאפשר לקורא

- מחסנית מלאה בתשובות לכל ההתנגדויות
- יומן פתוח לתיאום הפגישות
- תיק חברה

ממודיעין למבצעים  
 המודיעין שלך כבר מפיך תוצאות. מספר משרות מבנק המטרות מתחילות לצוף. תודות לערוצים אוטומטים שעובדים עבורך:

- סוכנים אוטומטיים בפורטלים
- התראות גוגל על קריירה בחברות המטרה
- הארגונים שאתה עוקב אחריהם בלינקדאין מפרסמים משרות
- הד-האנטרים וחברות השמה שולחות (גם) לך מודעות דרושים
- קבוצות הדיון בפייסבוק, לינקדאין ואפילו ווטסאפ מניבים משרות נוספות

משפך הגיוס ההפוך

עכשיו מתחיל החלק המרתק בפרויקט:

- פתח את המשרות שנכנסו היום, אמת שמדובר מחברה מבנק המטרות
- קרא בעיון את דרישות המשרה והערך עד כמה אתה מתאים וייחודי. מתאים – כלומר עומד בדרישות הסף. ייחודי – איזה ערך מוסף אתה יכול להשיא לארגון מעבר לאפיון התפקיד.

המודיעינית ב-HUMINT ומודיעין חזותי. ראה בהמשך פירוט שיטות מודיעין גרילה עסקי.

- התלבש להצלחה. כלל האצבע הוא: It's Always Better To Be Overdressed Than Underdressed. כלומר אם יש לך ספק לגבי קוד הלבוש בארגון, לבש מעט מעל לרמה המקובלת. למשל ב-Big4 – פירמות רואי החשבון, קוד הלבוש הוא חולצה מכופתרת בהירה. אתה יכול להגיע עם עניבה או ז'קט. בהייטק מקובל גיינס וטריקו, לכן לבש חולצת פולו.

#### הראיון – Money Time

הגעת לראיון ואתה מול הבוס העתידי שלך. מטרת שלב זה הוא להכניס אותך לראש הרשימה הקצרה של המועמדים העדיפים.

- חייך בחמימות, לחיצת יד בוטחת עם מבט בעיניו. אישה יכולה כמובן לחיצה עדינה יותר.
- תן לו את הכבוד לנהל את התהליך.
- ענה לכל השאלות עם המתנה של פחות מחמש שניות, בתשובה שאורכה דקה. השתדל לענות תוך שמירת קשר עין.
- אם השאלה שלו אינה מתאימה לך, למשל אודות פיטורין או ציפיות שכר, שמור על אותנטיות, אבל השתדל לעקוף את המכשלה.
- מעבר למלל, כלומר, המילים שיוצאות מפידך, המראיין יתרשם מלשון הגוף שלך, הנחישות וההתלהבות שלך.

להתעלם מהמייל. הרעיון הוא להעביר את הבוס העתידי שלך במסע קצרצר, שבסיומו תזומן לראיון. בפסקה הראשונה פותחים במחמאה, שתלפף לו את האגו. הנינוחות תגרה אותו לקרוא את הפסקה השנייה בה תצביע על תקלה, סיכון, בעיה או אתגר פוטנציאליים. במשפט השלישי תציע פתרון לכאב זה – את עצמך. לסיום – הנע אותו לפעולה, כלומר ליצור איתך קשר.

- מספר שעות עבודה אחרי המשלוח, כלומר אחה"צ או למחרת באמצע הבוקר – צור איתו קשר טלפוני. מטרת השיחה – היא להשיג זימון לראיון. שמור את דף תסריט השיחה ומחסנית התשובות בהישג יד. נסה למתוח את השיחה מעבר לחמש דקות. פסיכולוגית, אחרי שהבוס השקיע בך זמן, הוא ינסה להצדיק את ההשקעה ולפגוש אותך. בשלב זה, אתה יכול לשאול מתי נוח לו לקבל אותך. אשר את הפגישה מיידית והזדרז לשלוח לו מייל לאישור הפגישה. צרף שוב את קורות חייך כדי שיהיה זמין בזמן הפגישה.

#### לפני הראיון

- בדוק באפליקציית המפות שלך כמה זמן ייקח לך להגיע למשרד. הוסף עוד 30 דקות לתחשיב בגלל פקקים, חנייה והליך הכניסה לבניין ולחברה. איחור כבר מוריד לך נקודות ועשוי לרמז על חוסר תכנון, שאינך מייחס חשיבות וזלזול מצידך. אם תגיע בזמן כבר קיבלת קרדיט. במידה ותצליח להקדים – תוכל להשלים את התמונה

במחלקת הגיוס. בין המראיינים יהיו מספר אנשי מקצוע נוספים. הם עשויים לבדוק את המקצועיות שלך, ההבנה הטכנית, יתכן שתבקש לערוך מבחן יכולות.

- תכניתן יתבקש לכתוב כמה שורות קוד שמבצעות רוטינה מסוימת,
- איש מכירות בינלאומי – לכתוב מכתב מכירה בשפת היעד,
- איש מרקום – להכין עלון שיווקי,
- מנהל שיווק – להרכיב מצגת
- מבקר טיב – להעריך את איכות המוצר.

זכור שהבוחנים יהיו עמיתך לצוות והם אינם מראיינים מקצועיים. לכן תוכל לדובב אותם לספר לך על התנאים, על מועמדים מתחרים וגם ליצור חברויות. מעבר לדו"ח הביצועים שלך הם גם ידווחו על כמה הם ירצו שתהיה חבר בצוות שלהם. לכן גם כדאי שהם לא יראו בך איום למעמדם.

- מצגת: חברות הייטק נוהגות לפעמים לבקש ממועמדים לתפקידי ממשק לקוח להכין מצגת ולהציג אותה, בדרך כלל באנגלית. בדרך כלל יהיו לך מספר ימים להתארגן. מומלץ לתרגל את המצגת ולענות על שאלות. כדאי גם שתסריט את עצמך ובדוק היכן עליך לשפר את המצגת. הקפד על מסרים חזקים בהתחלה ובסיום. הם ישאירו את הרושם החיובי אודותיך.

- זכור שהמראיין הוא איש מקצוע – מהתחום שלך. כלומר שאלותיו תהיינה טכניות וקרובות לעולם התוכן שלך. אגב, זה אמור להיות אזור הנוחות של לשניכם ולכן ההזדמנות ליצור זיקה הדדית (RAPPORT) ביניכם. גלה בקיאות בתעשייה ועניין בחברה, על בסיס בדיקת הנאותות המוקדמת שלך.
- כשיגיע השלב בו הוא מציע לך לשאול משהו, נצל את ההזדמנות לשאול איך אתה יכול לשרת את הארגון טוב יותר, תוך שאתה מסכם את התועלות שלך לחברה ולבוס. (זכור: תועלות, לא תכונות). תוכל לבקש הסבר אודות התהליך, כאילו אין מועמדים אחרים, ועדות איתור ומחלקת גיוס.
- אל תדבר על שכר, תנאים ותואר התפקיד. מי שמעלה את נושא הכסף ראשון – מפסיד. כך גם אם הוא שואל אותך על דרישות שכר, ענה בשאלה "מה מקובל אצלכם לשלם לאדם באיכויות שלי?" אם הוא מתעקש, תן טווח אשר נקודת הפתיחה שלו גבוהה בלפחות 20% ממשכורתך הקודמת. אם תעשה סקר שוק טוב, תוכל לדעת בערך כמה החברה או התעשייה משלמת למשרות דומות.
- ככל שהמראיין ידבר יותר ממך – כן ייטב. תן לו למכור לך את המשרה. הוא יהפוך להיות השגריר שלך בחברה.

סדרת ראיונות ההמשך

השלב הבא: באותו יום או בתאריך אחר, תעבור סדרת ראיונות בחברה. מטרתך – להתקדם בתהליך ככל שתוכל מבלי לדרוך

עמלות מוגדלות ובנוסחים. שקול את הצורך שלך לקחת אוטו בליסינג. רכב צמוד יכול להיות מרכז עלות עבורך, כי הוא מוסיף לך "שווי שימוש" של אלפי שקלים לברוטו, עליהם תשלם מס.

תסריט תקשורתי מנצח

כמובן שכל פניה למעסיק היא למעשה מכירה. מכירה של מוצר נדיר – אתה.

בכל תקשורת עם לקוח פוטנציאלי, עלינו לחשוב במונחי ערך לצד השני, ו...לקבור את האגו שלנו.  
ערך אינו:

- בקשה לעבוד בארגון
- רשימת תכונות
- מי אני ומה הרקע שלי

המעסיק פחות מתעניין בשלב הפניה הקרה במקומות העבודה הקודמים, במצב המשפחתי, בהישגיך האקדמיים והספורטיביים או כל מה שמתחיל ב: "אני" ומתאר אותי.  
ערך לצד השני הוא:

- מהי התועלת, (לא תכונות!), שאני יכול להביא (1) לארגון (2) לבוס העתידי
- איזה "כאב" או צורך אני יכול לפתור, להקל, לשפר
- איזה רווח או רווחה ביכולתי להשיא לארגון ולמנהל הישיר

• משאבי אנוש: בסופו של התהליך, תגיע למחלקת הגיוס באגף משאבי אנוש. בארגונים קטנים כמובן שמנהלת כח-האדם היא גם המגייסת. עליך להיות במיטבך גם כאן, כי יתכן שהשיטה הלא מסורתית בה נקטת לא כל כך מקובלת על מנהל האגף. בדרך כלל התיק שלך יורד למשאבי אנוש עם כל המידע שנצבר עד כה, כולל חוות הגעת של כל המראיינים. שוב תישאל על אישיותך והדרך בה תשתלב בארגון. הם גם ישלחו אותך למרכז הערכה או למבדקים חיצוניים, פוליגרף, גרפולוג או פסיכולוג תעשייתי.

• דיון שכר: בשלב זה גם תיערך לך סימולציית שכר. בארגונים ממשלתיים ודומיהם – חגורות השכר די קבועות וכמעט אין מקום להתמקחות. אם נקבת בטווח שכר רצוי או קודם בשלבים הקודמים, נקודת פתיחת המו"מ מצד המעסיק תהיה פחותה מהנקודה הנמוכה יותר. למשל, אם ציינת 10-12 אלף ₪ - המעסיק יתחיל את המו"מ באזור ה-9,500-9,000 ₪. לכן כדאי להכיר טוב יותר את המשכורות המשולמות בענף ובארגון למקצוע והדירוג שלך. ישנם לא מעט אתרים המספקים את המידע הזה. לא תמיד האינפורמציה אמינה, אבל אם תצליב נתוני שכר ממספר מקורות, תוכל לקבל הערכה הגיונית אודות השווי האישי שלך. יש לזכור שכל הצעת שער היא במונחי ברוטו. גם אם שכר הבסיס אינו בר מיקוח – השתדל לשפר את המצב בתנאים: הפרשות מהחודש הראשון על 100% מהמשכורת וכל רכיבי השכר,

אם נתייחס לנקודת הראות של הלקוח הפוטנציאלי, נוכל להתחבר לצרכיו, כאביו ורצונותיו. וכך נשנה את השיח באופן שיענה על השאלה הבסיסית שלו כשהוא מקבל בתמיצות את שיחת הטלפון ממספר שאינו מכיר או המייל השלוש מאות:

"למה מה יוצא לי מזה?" או באנגלית: WIIFM – What's In It For Me? אתה לא מעניין את הקורא, מה שמעניין אותו זה הוא ורק הוא. אתה יכול להגיע למוחו ולליבו רק אם תציע פתרון לתופעה שכואבת לו.

כלומר, אין טעם לפנות לבוס העתידי ולספר מי אני ומה עשיתי, כי זה לא מעניין אותו. הסיבה שהוא ענה לשיחה או פתח את הדוא"ל היא התקווה שתוכל לסייע לו במשהו מהמטרות או האתגרים שלו.

כפתורי ההפעלה של כל אדם

לכל אחד מאתנו, יש שני כפתורי הפעלה: הפחד והחמדנות. על מנת להניע את על אדם לפעולה, כדאי ללחוץ על אחד משני המנופים האלו. דוגמה:

- זכיה במכרז דורשת היערכות עם צוות מוגבר ומיומן,
- נפילה במכירות מצריכה עוד מאמץ ממוקד
- הצלחה בעסקה או מוצר - מזמין הרחבה לעוד מגזרים וטריטוריות.

במקרים מסוימים, תוכל להמשיך לחטט כאב ולהעצים אותו. כגון:

חשוב להפריד ולנסות להבין שמעבר למטרות הארגון, קיימת גם אג'נדה אישית למנהל: הוא חייב להוכיח את עצמו ולהשיג תוצאות מסוימות לסוף הרבעון (לשחרר גרסה, לסיים התקנה, להגיש פרויקט, לסגור עסקאות), אינו יכול להרשות לעצמו להיות מאוים על ידי כוכב ואין לו משאבי זמן ואנרגיה להכשיר מאפס איש צוות "פעור".

לפעמים קיימת תחרות סמויה בין מספר ראשי מחלקות מקבילים על ביצועים, כגון יעדי גביה מלקוחות, קווטות מכירה, עמידה בתחזיות ייצור ותואר "מנהל השנה". במקרים רבים, גם מעמדו של הבוס העתידי אינו יציב או נמצא בסיכון במקרה של תקלה מגורית באשמתו.

לפני מספר שנים ליוויתי חברת סייבר אשר פיץ המכירות שלהם התחיל תמיד בשאלה "מה הנזק שלכול להיגרם לארגון מחדירת נוזקה (Malware) למערכת המחשבים?" התשובות נעו בין סכום כספי שייגרע מחשבון החברה, הפסד רווחים, נטישת לקוחות וחשיפת פרטים חסויים. גישה זו נגעה ישירות בכאבים הארגוניים והביאה למכירות נאות של פתרונות. במסגרת הליווי שלי, במקום להצביע על הכאב הארגוני, הלכתי על הפחדים של מנהל יחידת אבטחת המידע (SISO – Chief Information Security Officer): נוזקה כזאת עשויה להביא לפיטוריו, להבאשת שמו בתעשייה ובעיות פיננסיות ומשפחתיות. זהו כאב הרבה יותר מוחשי מנזק כלכלי או תדמיתי לארגון! ואכן, שינוי הגישה הביא לסגירת עסקאות רבות יותר ובמחזור מכירה מהיר יותר לאותה חברת סייבר.

לכן, אופי הכתיבה, סדר הפסקאות וזרימת הטקסט צריכה לקחת את הקורא למסע קצרצר שמטרתו אחת: להביא אותנו לראיון אתנו!

מ"ת" ועד "א"

בספר זה כבר הפכנו כמה פרדיגמות. הגיע הזמן גם להפוך את האלפבית שלנו.

הצגה עצמית טיפוסית מתחילה כמעט תמיד ב-"אני...", או גרוע מכך "הייתי". האמת, שלמי שעומד מולך ממש לא אכפת מי אתה ובטח לא מה היית בעברך. מה שמעניין אותו זה... הוא עצמו. כלומר, איך אתה יכול לעזור לו. האם בליטוף כפתור החמדנות באישיותו או דווקא בלחיצה על מתג הכאב. האם אתה יכול לייצר לו עוד הכנסה, לשפר משהו בארגון ולתרום לרווח החברה? לחלופין: האם אתה יכול לפתור בעיה, לצמצם הפסדים או לסתום פרצה?

לכן גישה נכונה חייבת להתהפך מלדבר על ה-א - "אני" לשיח הפותח ב-ת - "תועלות". כמובן שקשה לפתוח שיחה עם אדם בביטוי שלילי כמו "שמעתי שיש לכם בעיה של..." או אפילו "אתה רוצה שאפתח לכם את השוק היפני?". השיטה המוצעת בהמשך, מחליקה את המסר האגרסיבי, על ידי פתיחה במחמאה. באופן זה, אנו מרוויחים קשב ומכינים את השומע או הקורא להצעת הערך.

מכתב בשיטת AIDA

זוהי שיטת כתיבה והעברת מסרים עוצמתית המניעה לפעולה. שמה נגזר מראשי התיבות של ארבעת חלקיה: AIDA: Attention-Interest-Desire-Action. המסלול המתואר מכיל

- אי עמידה בלוחות הזמנים תגרור קנסות כבדים ותכניס את החברה לרשימה השחורה של הממשלה

בנימין נתניהו הינו אומן בשימוש בשיטה זו, בעיקר בלחיצה מתמדת על כפתור הפחד: הגרעין האירני, "הקופה ריקה והמשק מדמם", "המצביעים הערבים נעים בכמויות אדירות לקלפי".

המכתב המנצח

המכתב לבכיר הוא ראש החץ שלנו לארגון. בשורות הקרובות, אסייע לך להשחזר את ראש החץ שלך כדי לייצר את הפגישה המיוחלת עם הבכיר בארגון.

לאף אחד אין סבלנות למסרים ארוכים ומורכבים. כולנו סובלים מהפרעות קשב ומופצצים במסרים מכירתיים. כדי לשבור את ההתנגדות הטבעית של הקורא למסר שלנו, עלינו להעמיד את טובתו ורצונותיו בראש.

הנחת היסוד שלנו היא שהבכיר העסוק אליו אנו פונים מקבל מכתבים רבים כל יום. מיילים ממי שאינו מכיר מקבלים הרבה פחות תשומת לב מהשאר ונתקלים מראש בחשדנות של: "מה הוא רוצה ממני, לעזאזל?".

לכן התפיסה המודרנית היא שכדאי לציין מראש מה אנחנו רוצים או לפתוח את הקורא במסע בו הוא ילך לכל אורכו. בשיטה הראשונה, בפתיחה תהיה: "ברצוני לעבוד בחברתך". רוב הסיכויים שפתיח כזה לא יגרה את הקורא ובמקרה הטוב הוא יעביר אותו ישירות למשאבי אנוש. מאידך, יתכן שהבכיר יתרשם מהכנות והישירות ודווקא כן יקרא את המסמך. אני מעדיף את המסלול "הפתייני".

- כשמשקים מערכת חדשנית – שוכחים מלקוחות מבוגרים ומאותגרי מחשוב,
- כשמבצעים התאמות תוכנה לדרישות לקוח קצה – מקריבים את הגרסא של הרבעון הבא,
- כשעובדים 14 שעות ביממה על פרויקט – המשפחה, הבריאות והכושר נפגעים.

אם נדע להאיר לקורא שלנו את הנקודה האפלה הזו – ניצור אצלו עניין להמשיך במסע – הפסקה הבאה.

- **Desire** – הכמיהה לפתרון: אם נגעת נכון על כאביו של הבכיר, הוא מצפה בלשמוע את הצעתך, בדיוק כפי שרופא לוחץ לנו שוב ושוב על האיבר הכואב ממילא, עד שאנחנו מייחלים לדיאגנוזה שלו, רק שיפסק העינוי!
- עכשיו הקורא חש את מיצי הקיבה החמצמצים מטפסים במעלה הוושט, כשהוא זו באי נוחות: אחרי ליטוף ודקירה – הוא בשל ואפילו משתוקק להבין אין אתה יכול להקל על הכאב שלו.
- זה הזמן לפרט בפסקה אחת מה אתה יכול לעשות עבורו. לתאר איך הניסיון או סט הכישורים שלך מתאים ככפפה בדיוק כדי לענות על הסיכון עליו הצבעת. תוכל בהמשך גם להשתמש בכל הטקטיקות המקובלות לשכנוע, כדי להעצים ולבסס את התאמתך:
  - לספר איך כבר עשית פרויקטים דומים,
  - להזכיר ארגונים שנהנו משירותיך

ארבעה מרכיבים: 1. תשומת לב, 2. אינטרס, 3. פתרון ו-4. הנעה לפעולה.

- **Attention** – "גנב הקשב": כבר במשפט הראשון עלינו להוריד את ההתנגדות הטבעית ולייצר נינוחות ואהדה אצל הקורא. אני נוהג לפצוח במחמאה כנה על הישגיו או ביצועי החברה. מכיוון שאנו פונים לחברות מטורגטות בלבד, יהיה לנו מספיק מידע כדי למצוא סיבה למסיבה. זו יכולה להיות הודעה לעיתונות אודות הצלחה, עסקה, פיתוח, חדשנות או הופעה, מאמר, ראיון בתקשורת, פוסט ברשת חברתית ואפילו הישג ספורטיבי של הקורא. לפעמים גם שורת פתיחה קונטרוברסלית יכולה לעורר את התעניינותו: "אכסון המידע הקריטי שלך בענן מסוכן!", "חברות המחקר סוברות שהפתרונות שלכם ייעלמו תוך עשור". אישית, אני מעדיף את הגישה המלטפת שמביאה להמרות טובות יותר.
- **Interest** – מצביע על הכאב. אחרי שרוממנו את האגו של הקורא, אנו לוחצים בנקודה כואבת ומחליפים את האופוריה באי-נעימות עבורו, כלומר מזל טוב על ההישג, אבל היזהר מהסיכונים שלו. מכיוון שהטבע האנושי הוא להקדיש מאמצים שיוצרים הצלחה, אנו מזניחים את התחומים ההיקפיים, גם אם מודעים לכך:
  - כשנאבקים על עסקה חשובה – מזניחים לקוחות אחרים,

המשימה האחרונה במכתב הזה הוא להעביר את הכדור למגרש שלו ולהניע אותו לפעולה – כלומר ליצור אתך קשר כדי להזמין לראיון. לכן חשוב לסיים את המסר בקריאה לפעולה.

פרסומות טיפוסיות מסתיימות ב"התקשר עכשיו" – כלומר הנעה מיידית. בתקשורת עם בכירים, מניפולציה כזאת יכולה ליצור התנגדות חריפה יותר ולהפוך את הרושם מחיובי ל"טרחן", "חופר" ו"מתלהב". לכן ההנעה לפעולה חייבת להיות מכבדת ולא לוחצת – (לא משדרת גם שאתה לחוץ ומתחברת לנינוחות שנוצרה בתחילת המכתב). משפט מחץ כזה יאמר למעשה – "התקשר, אבל כשנוח לך". זכור: כולנו מעדיפים להיות פסיביים ולא ליזום את הפניה. לכן, הצג לפחות שתי דרכי קשר שיקלו עליו לקבל את פנייתך:

- "אנא השב לי מתי נוח שאצור קשר",
- "אהיה זמין בדוא"ל \_\_\_\_\_@\_\_\_\_\_ או בטלפון \_\_\_\_\_-\_\_\_\_-\_\_\_\_\_".
- כשמדובר בבכיר עסוק שנוסע הרבה, כדאי להשאיר לו את השליטה: "אשמח להיפגש במקום ובזמן הנוחים לך".

*לסיום המכתב*

- **סיומת** – כמו כל מכתב, נסיים בברכה, נוסף חתימת דואר עם פרטי הקשר ואייקונים לרשתות החברתיות.

- לנטוע בו את הביטחון שאתה, ורק אתה, הוא האדם המתאים למשימה.

אל תספר על עצמך, אלא רק איך יכולותיך יפתרו את הבעיה. זכור ש"רק על עצמי לספר ידעתי" התאים למשוררת רחל, אבל המנהל המודרני מרוכז בעצמו ובצרכיו. אם הוא יחליט לזמן אותך, זה יהיה תודות לתרומה שלך להצלחתו (הארגונית והאישית) ולא כדי לעשות לך טובה.

בפסקה זו כלול משפט או שניים המתארים איך אתה יכול לסייע, או איזה סט כלים יש לך לשירות הארגון. תוכל גם לבוא עם מיני-תכנית סדורה:

- "בשנתיים האחרונות חוויתם נטישת לקוחות ישראלים עקב שירות לקוי. הקשרים שלי בקרב מנהלי רכש ולוגיסטיקה יסייעו לארגוןך לשקם את האמון והדימוי שלכם. להערכתך, בתוך רבעון או שניים הם יחזרו להזמין ממך".

- **Action** – הקריאה לפעולה. למעשה, הקורא סיים כבר את המסע הקצרצר והבין שיש לו הזדמנות לגייס כוכב הולם.

מהקריאה הוא גם מפתח תחושות חיוביות נוספות בתת-מודע שלו, תודות לכתיבה המהוקצעת: רהוט, מפרגן, נעים, חוקר, מנתח, ישיר ודוגרי, מקצוען. אולם, רבים יסתפקו בתובנות האלו.



בגרונו והאופוריה מתחילת המכתב - הופכת למפח נפש.

- לפני שהקורא מבצע חרקיירי, זה הזמן להציע את רשת הביטחון שלך: "היי, כבר השתתפתי במשימות דומות והובלתי מצבים קשים להצלחה". עליך לתאר את מצאי התכונות \ כישורים \ יכולות שבאמת יכולות לסייע בפתרון הבעיה. עליך להציג את עצמך באופן שאינו מכירתני. כלומר "אתם צפויים להיתקל בבעיה. לי יש את המפתח לפתרונה". אם נוצר העניין, יתכן שהקורא יקליק על הקישור לפרופיל הלינקדאין שלך, כדי לראות עד כמה אתה מתאים.

- לסיום, כפי שכל עסקה מסתיימת בסגירה, כך גם מכתב זה חייב להגיע להנעה לפעולה. עליך לבקש מהקורא להפסיק לקרוא ולעבור ממצב פסיבי לאקטיבי. בלומר לקחת החלטה ראשונית וליצור אתך קשר. ככל שהקשר אתו יהיה ישיר יותר - כך התסריט יתאים לך ולרצונותיך. נטיית ליבו של המנהל העסוק היא לגלגל את הטיפול בך לאחד מאנשי צוותו: מנהל זוטר יותר, מנהלת משאבי אנוש או לבקש מהרלי"ש לתאם פגישה. אגב האחרון מבין את תפקידו כ"באונסר" ולכן יהדוף אותך למישהו אחר.

שש המילים החשובות ביותר

גם אם כתבנו את המכתב המושלם, איננו בטוחים שהקורא בכלל יפתח אותו. אתה לא ברשימת אנשי הקשר שלו, שימך או כתובת

- **תקציר ביוגרפיה** – אם הקורא הגיע עד כאן הוא כבר מסתקרן לדעת מי אתה. על מנת לחסוך ממנו את הטרחה לדפדף בקורות החיים ובפרופיל בלינקדאין, כדאי מאוד להוסיף פסקת ביוגרפיה, כתובה גם היא במונחי ערך לקורא ומצביע על הישגים העיקריים.

*לסיכום התהליך:*

- נפתח את המכתב במחמאה מקצועית כנה להישגיו המקצועיים של הבכיר או הארגון. באופן זה אנו משיגים את הקשב שלו. שים לב שמדובר בהבעת הערכה ולא ליקוק או חנופה. כל מנהל מכיר את ההבדל בין השניים. בעוד שפרגון מתקבל בברכה ופותח את הקשב של הקורא, חנפנות נתפסת כשלילית ומשדרת שהלקקן מחפש טובת הנאה באמצעות סוכריה זולה ומבחילה.
- אם המחמאה נוגעת להישג, הפסקה השנייה תתאר כיצד הישג זה טומן בחובו גם קשיים. לעיתים, במסורת ה"יהיה בסדר", ההנהלה שרויה באופוריה עם הזכייה ואינה נערכת מראש לממש אותה.
- אם תשכיל להאיר על בעיה כזאת - תזכה לדקת חסד, בה הבכיר ימשיך לקרוא. אתה בהחלט יכול לתאר אסקלציה בקושי שציינת, מצב של התדרדרות במדרון חלקלק, בו ההצלחה עשויה להתהפך להפסד.
- ככל שתוציא את הקורא מאזור הנוחות שלו - כך ייטב לך. בשלב זה, הוא צריך כבר להרגיש את החומציות עולה

<b>Attention</b>	לגנוב קשב	ברכות על הזכייה במכרז למערכות תקשורת באפריקה!
<b>Interest</b>	להצביע על "כאב"	ללא איש מכירות מומחה בשטח, יקשה עליך למנף את ההצלחה למדינות שכנות ומגזרים נוספים!
<b>Desire</b>	להציע פתרון - אתה!	עם עשר שנות ניסיון במכירות טכנולוגיות ביבשת, אני משוכנע שאוכל לסייע ביצירת הזדמנויות רבות, ניהול הלקוחות הקיימים וחדירה לרוב המדינות באזור.
<b>Action</b>	להניע לפעולה	אשמח לשוחח אתך בזמן ובמקום הנוחים לך.
	סיום	בברכה,
	חתימה	שם ומשפחה
	USP	מומחה לפיתוח עסקי באפריקה

משרה: איש פיתוח תוכנה

היעד: סמנכ"ל פיתוח, מנהל פיתוח, ר"צ תכנות, מנהל פרויקט בפיתוח, מנכ"ל

<b>AIDA</b>	<b>מטרה</b>	<b>פיתוח</b>
<b>Attention</b>	לגנוב קשב	נהייתי להתנסות בגרסת הביתא של היישומון שפיתחתם!

המייל שלך – אלמוניים בעיניו. הדרך לייצר עניין בפתיחת המייל היא בכותרת מסקרנת.

שורת נושא שמניעה לפתיחת מייל הפכה לאומנות ולמדע, בה מושקעים כספים רבים. נדרשת רמה גבוהה של קריאטיביות, אבל צריך להיזהר מבנאליות או התלהבות יתר. הנושא יכול להיות נשכני, מעורר פולמוס או שאלה, אבל חייב להיות רלוונטי וייחודי עבור הקורא. לכן כדאי להתחיל בשמו ולהמשיך במסר שידגדג אותו לפתוח את הדוא"ל. למשל:

- "עדי: טיפלת בלוגיסטיקה של הפרויקט בסינגפור?"
- "רון: איש ה-QA שחיפשת לבנק הפועלים."

אז למה שש מילים: כיום אחוז ניכר מצריכת המידע שלנו, כולל קריאת מיילים מתבצע בנייד. המסך הצר של הסמרטפון מאפשר לנו לקרוא רק את המילים הראשונות בכותרת, לכן, אם הנמען לא מגלה עניין במילים הראשונות של הנושא, הוא פשוט לא יפתח אותו.

במידה וההגדרות של תוכנת הדוא"ל מאפשרות לראות את תחילת הטקסט בגוף המייל – הוא יתקל במשפט הפרגון אשר תעודד אותו לפתוח.

דוגמאות ליישם שיטת AIDA

משרה: מנהל מכירות

יעד: סמנכ"ל מכירות, פיתוח עסקי, שיווק, מנכ"ל

<b>AIDA</b>	<b>מטרה</b>	<b>מכירות</b>

<b>Interest</b>	להצביע על "כאב"	קראתי שנקנסתם על אי עמידה באבני הדרך של הפרויקט בבוואריה. קנס זה מעיב קשות על הרווחיות של החטיבה .
<b>Desire</b>	להציע פתרון - אתה!	כמנהל תפעול מנוסה, דובר גרמנית שוטפת, ביכולתי להביא את הפרויקט לסיום מוצלח ולטפל בכל האישורים והרגולציה העירונית. זמין לרילוקיישן בתנאי רווקות.
<b>Action</b>	להניע לפעולה	אנא אמור לי מתי והיכן נוכל להיפגש.
	סיום	אשמח להצמיד אתכם להצלחה במדינות דוברות גרמנית,
	חתימה	שם ומשפחה
	USP	מוביל פרויקטים מושלמים!

משרה : מנהל תפעול

היעד : סמנכ"ל תפעול, מבצעים, פרויקטים, לוגיסטיקה, בינ"ל, מנכ"ל

<b>AIDA</b>	<b>מטרה</b>	<b>תפעול</b>
<b>Attention</b>	לגנוב קשב	חברת _____ הינה אחת המובילות בניהול פרויקטי אינטגרציה בינלאומיים.

<b>Interest</b>	להצביע על "כאב"	בשלב קריטי זה בפיתוח המוצר, יתכן, שהצוות הנוכחי לא יוכל לתת מענה יעיל ומהיר להתאמת המוצרים לדרישות הלקוחות, מבלי לפגוע במפת הדרכים להשקת הגרסאות הבאות.
<b>Desire</b>	להציע פתרון - אתה!	אני מפתח Agile עם חמש שנות ניסיון בתחומי הפינטק והתקשורת בחברות מובילות.
<b>Action</b>	להניע ליצור קשר	צור קשר כדי שאציג לך את יכולותיי והפרויקטים בהם השתתפתי.
	סיום	לשירותך,
	חתימה	שם ומשפחה
	USP	מקצוען Agile

## קורות חיים

כתיבת מסמך קורות חיים חייבת להיות משימה אסטרטגית עבורך. איכות הכתיבה, המסרים המילוליים והתת-מודעים, הבחירה הנבונה בפעלים ובארגון הרזומה הם כרטיס הביקור שלך.

שדרוג ועדכון קורות החיים הינו תהליך מתמיד ואסטרטגי. כל שינוי סטטוס, משרה, חברה, פרסום או הוקרה חייבים להשתקף די מהר במסמך. כולל גיסתו באנגלית ובלינקדאין. זכור שעדכונים תכופים של הפרופיל ברשתות החברתיות מקפיצים אותך בדירוג ובתוצאות החיפוש.

**עמוד אחד** : לאחרונה קיבלתי מסמך של 14 עמודים (!) מארכיטקט מאורגוואי שרצה למצוא עבודה בישראל. הוא כלל כל בניין אותו תכנן, עם פירוט ברמת המי"ר של כל פרויקט. אין בכל כל טעם, כי אין מעסיק שיקרא את כל המלל.

השתדל לתמצת את כל קורות חיידך בעמוד אחד, או מקסימום שניים.

אם יש לך עבר תעסוקתי מפואר במיוחד, הרבה הישגים ופרסומים אקדמיים, שקול לתלות את כולם בענן של דרופבוקס, גוגל, מיקרוסופט או בבלוג. כך תוכל לצרף קישורים למסמכים אלו ולהרחבות.

צעירים, חסרי ניסיון או בעלי ניסיון לא מהותי יכולים למקם את ההשכלה בראש. אם יש לך מעל לחמש שנות ניסיון – שים את התעסוקה בראש העמוד.

זכור שהמעסיק, בעיקר המגייס, מרפרפים על קורות החיים ואינם קוראים את התוכן. חברות TheLadders ביצעה מפות חום

## דוגמת מכתב מניע לפעולה

### ישראל ישראלי

### מומחה לפיתוח עסקי במערב אפריקה

Israel.Israeli2@Gmail.com, 05X-xxx-xxxx

מר משה כהן נכבדי,

ברכותיי על זכייתך במכרז למערכות תקשורת באפריקה! כפי שאתה יודע, היבשת צופנת "אתגרים" לא צפויים. ללא מנהל מומחה מטעמך בשטח, יקשה עליך למנף את ההצלחה למדינות ומגזרים נוספים!

עם עשר שנות ניסיון במכירות טכנולוגיות ביבשת, אני משוכנע שאוכל לסייע ביצירת הזדמנויות רבות, ניהול הלקוחות וחדירה לרוב המדינות באזור.

אשמח לשוחח אתך בזמן ובמקום הנוחים לך.

בברכה,

ישראל ישראלי



Israel.Israeli2@Gmail.com, 05X-xxx-xxxx

מקצוען בפיתוח עסקי ומכירות בינלאומיות שירותים טכנולוגיים. התמחות באפריקה.

מהנדס אלקטרוניקה, *FR, EN, HE*

**ישראל ישראלי**

**מומחה לפיתוח עסקי במערב אפריקה**

**Israel.Israeli2@Gmail.com, 05X-xxx-xxxx**

**קורות חיים**

בין תפקידי: סמנכ"ל מכירות, סמנכ"ל פיתוח עסקי, מנהל מכירות בינלאומי, איש תמיכה טכנית  
 ניסיון: בניית מערך שותפים ומפיצים בינלאומי, מחקרי שוק ומכירות אסטרטגיות  
 מהנדס אלקטרוניקה עם אוריינטציה עסקית. (Business Oriented)  
 דובר עברית, אנגלית וצרפתית

**ניסיון מקצועי**

שנים	תיאור
2014-היום	<b>סמנכ"ל מכירות – (חסוי)</b> פיתחתי ערוצי הפצה, עסקאות OEM. הכפלתי את המכירות באפריקה המשוונית
2014-2010	<b>מנהל מכירות בינלאומי – חברת טלרקן.</b> גייסתי מפיצים וביצעתי מכירה ישירה ללקוחות אסטרטגיים וממשלתיים.
2007-2009	זכיתי בשני מכרזים באנגולה בשווי €5M. <b>סגן נשיא לפיתוח עסקי – חברת א.ח. אלקטרוניקה,</b> ניגריה הקמתי חטיבת Outsourcing וניהלתי את הפעילות במדינה (רילוקיישן). החטיבה הפכה למבצעית חודשיים לפני הצפי.
2005-2007	<b>מנהל תמיכה טכנית – א.ח. אלקטרוניקה,</b> ניגריה לאחר שנתיים כראש צוות בחברה, קודמתי לנהל את התמיכה בחו"ל. גייסתי, ניהלתי והדרכתי 10 אנשי תמיכה בארץ ועוד 6 באפריקה.
2003-2005	<b>מנהל תמיכה טכנית – א.ח. אלקטרוניקה</b> בתפקיד זה הפכתי את מחלקת התמיכה ממרכז עלות למרכז רווח

**השכלה ורקע אקדמי**

2004	הנדסת אלקטרוניקה, אוניברסיטת תל-אביב
2005	קורס לניהול השירות, המי"ל
2000	אלקטרונאי, המכללה הטכנולוגית של חיל האוויר
שפות:	דובר עברית, אנגלית וצרפתית

באמצעות מצלמה הממפה את האזורים בדף אשר עיני המעסיק סורקות. המסקנות הן שסקירה ראשונית נמשכת 6 שניות בממוצע. עיני המגייס צפות בסדר הזה על:

1. החלק העליון השמאלי (ימני בעברית),
  2. משרה אחרונה, כולל תפקיד ותאריכים ומשרה קודמת, בשליש העליון,
  3. השכלה, ברבע התחתון.
  4. סביר להניח שמעסיק ישראלי יקדיש עוד שניה לשירות צבאי, אם רלוונטי.
- כלומר כמעט אין התייחסות למשרות עבר או טקסטים מנומקים, קישורים והפניות.
- לכן, כדאי להציב בראש העמוד מידע מהותי אודות הערך שתוכל להשיא למעסיק, אותו USP, או הצהרת הערך שלך.
- אגב, מחקר זה זיהה גם שקורות חיים הכתובים בתבנית נוחה לקריאה, זוכים להתייחסות יפה יותר. מבנה נכון יהיה מורכב משלושה בלוקים מרכזיים:
- פיסקת הצהרת ערך,
  - פרק ניסיון תעסוקתי בשטח של 60% מהדף
  - פרק השכלה קצר.

כל בלוק כולל כותרת מובלטת, עם הפרדה בין משרות וגופן מודגש לתואר התפקיד.  
 את הפרטים האישיים והתמונה – כדאי למקם בכותרת העמוד.  
 דוגמה:

- "ידידי מלינקדאין",
- "למדנו באוניברסיטת באר שבע באותן שנים",
- "שנינו שירתנו בטייסת \_\_\_",
- "ידידנו המשותף, \_\_\_\_\_, המליץ שאצור אתך קשר",
- "בתור חובב ריצות שדה כמוך....",
- "כרמת-גני לרמת-גני, ...".

אין מידע על מקבל ההחלטות

לאחר בדיקה במקורות הרגילים: אתר החברה, לינקדאין, דן אנד ברדסטריט, אתרי מידע עסקי ומנועי חיפוש, לפעמים לא נמצא את מקבל ההחלטות שחיפשנו. בחברות קטנות או צעירות - פשוט אין מספיק מידע. בתאגידים גדולים, שומרים על פרטיהם של הבכירים, כדי שלא כל איש מכירות יתקשר ישירות עם טייקונים. יש גם ארגונים, בעיקר בטחוניים, אשר המדיניות שלהם אוסרת על פתיחת פרופילים ברשתות החברתיות. בכל המקרים האלו נצטרך להפעיל מיומנויות מודיעין עסקי ממקורות גלויים (OSINT) ואנושיים (HUMINT). כלומר, לחפור יותר לעומק במידע שמפרסמות החברות, בידעה או בשוגג.

השגתי את השם אבל לא את הדוא"ל

לינקדאין חושף בפניך את פרטי הקשר של חברים מדרגה ראשונה. חשבון פרמיום ייתן לך פרטי קשר גם של אחרים.

אתגרים בחיפוש

איתור מידע ברשת הוא הרבה מעבר לגיגול אקראי. מידענות הוא מקצוע, הכולל הרבה יותר מכתובת מילות חיפוש בחלון הגוגל. כדי לאתר מידע איכותי וכמותי במהירות, עליך לייעל את החיפוש, להשתמש באופרטורים מתקדמים, מנועים שונים, מספר שפות ואתרי חיפוש מקומיים.

אין מידע על החברה

תופעה מוכרת בארגונים ממשלתיים, בטחוניים, חברות סייבר, מודיעין ופינטק המעדיפות להיות מתחת לרדאר. חברות אלו משקיעות מאמצים רבים בשמירה על חשאיות העסקים, הפעילות והמנהלים. קבוצת מרחב של יוסי מימן, שילמה, על פי פרסומים, ריטיינר לחברת יח"צ על מנת למנוע פרסומים אודותיהם. לכן, התהליך שתיארת לא תמיד יכול להצליח.

חברות קטנות או סודיות, אינן מפרסמות מידע על עסקאות ולכן קשה לעמוד על מה קורה בפנים. במקרה כזה צריך ליצור קשר בלתי-אמצעי עם מקבל ההחלטות. הדרך לכך היא למצוא מכנה משותף כלשהו אשר יסייע לשבור את הקרח והניכור. חיטוט בפרופיל הפייסבוק והלינקדאין שלו עשוי להעלות הקבלות כלשהן ביניכם, בעיקר במדינה קטנה כמו ישראל. החשיבות של תהליך זה, היא לא רק במציאת המכנה המשותף, אלא גם יוצרת פמיליאריות ומאפשרת בדיקה מול אותם עוגנים משותפים ביניכם.

מספר דוגמאות:

מתאים בארגון. כשאפנה לאותו מנהל בדרג הביניים, אפתח את המכתב במשפט: "הופניתי אליך מלשכת המנכ"ל".

- אולי שכחת, אבל במדינתנו יש שירות הנקרא "דואר ישראלי". לפעמים מכתב עם בול, ממוען אישית במעטפה כתובה ביד - יעילים פי כמה מדוא"ל קר, בדיוק בגלל שהם נדירים כל-כך. מכיוון שהכישורים שלך ייחודיים ונדירים - שקול גם את השיטה הזאת.

שלחתי מייל כבר לפני שבוע ולא חוזרים אליי

ברור שלא יחזרו אליך! יחס ההמרה (ממייל קר ליצירת קשר), הוא נמוך מאוד ועומד על אחוזים בודדים. התפקיד שלך הוא לשפר את יחס ההמרה בכלים המתוארים כאן:

מכתבים אישיים וממוקדים שנוגעים באתגר אמיתי, לו אתה מציע פתרון, כותרות מפתות, ניסוח ענייני ומודיעין מוקדם אודות הארגון

- בענף הגביה מוכר הגרף המראה שככל שאנו מתרחקים ממועד יצירת החוב - פוחתים סיכויי התשלום. בדיוור ישיר היחס הוא רצחני יותר: מייל אשר לא הניע את הקורא להשיב בתוך 24 שעות - אבוד! כדי לנצח את הסטטיסטיקה - עליך להתקשר בתוך אותו פרק הזמן.

- רוב הסיכויים שתקבל תשובות מתחמקות כגון:

- "ראיתי אך לא התעמקתי",

- "לא קיבלתי",

- "אולי זה בתיבת הספאם",

- במידה ואתה מכיר עובדים אחרים בארגון, גזור את כתובת המייל והחלף את שם העובד המוכר במנהל אותו אתה מחפש תוך שמירה על "הדיקדוק" של הכתובת. למשל: שם פרטי ואות ראשונה של שם המשפחה, שם פרטי, נקודה ושם משפחה וכו'.

- קיים כלי בשם <http://www.emailpermutator.com> אשר יוצר אוטומטית את כל האפשרויות על בסיס שם ודומיין

- בכלים שתוארו קודם, ניתן לאתר את כתובת במייל הפרטיות (הוטמייל, גימייל, נטויזין, יאהו, וואלה) על הבכירים. כמובן שעדיף להשתמש בכתובת העסקית, אבל בליט ברירה - השתמש בדוא"ל הפרטי.

- אם יש את הטלפון של הבכיר, ניתן לבקש ממנו את המייל או לשלוח את התוכן בווטסאפ. בקצרה!

- להתקשר ללשכה ולבקש את פרטי הקשר. במקרה זה, לציין בפתיח: "באדיבות הרל"ש"

מכיוון שהרל"ש הוא המחסום בינך לבין הבכיר, אני ממליץ להתייחס אליו בשיא הכבוד, כאילו מדובר בבוס בעצמו. הלא רל"ש זה אמור בעוד 15 שניות לקבל החלטה - האם לסנן או להעביר לבכיר. לכן כדאי לספר לרל"ש בדיוק מה מטרת השיחה ולא לסבן אותו "יש לי נושא אישי לדבר עליו".

אני מתייחס לרל"ש או המזכיר בכבוד רב, בזכות ההבנה של כוחם וגם ביכולת שלהם להפנות אותי לאדם הכי

10. אתגרים במציאת משרת החלומות

פרק זה מיועד למי שעשוי להיתקל באתגרים משמעותיים בחיפוש: תקופת אבטלה ממושכת, מיעוט הכנסות וגיל מתקדם.

תכנון פיננסי

איתור משרת החלומות כשאתה מועסק – עדיפה. במידה ואינך עובד, עליך לתכנן את תזרים המזומנים המשפחתי בקפידה. זו גם החשיבות לעשות את המהלך באופן משפחתי ולקבל את הברכה והמחויבות של בן הזוג.

אם סיימת תפקיד ואתה מתחיל את החיפושים ממצב של "בין עבודות", עליך לתכנן באופן מושכל את ההתנהלות הכספית שלך ושל המשפחה. חשיבה כזאת, מבוססת על העובדה שבחודשים הקרובים, ההכנסות שלך יפחתו. ישנם מספר תהליכים פשוטים שתוכל לעשות על מנת להקל על תזרים המזומנים.

- להסביר לבן הזוג ולילדים בוגרים.
- בחודשים הראשונים תוכל ליהנות מכספי הפיצויים ודמי האבטלה.
- בדוק את תמהיל והתפלגות ההוצאות שלכם.

○ מהו החלק הקבוע של הוצאות הכרחיות: שכר דירה, משכנתא, החזר הלוואות, מיסים וארנונה, חשמל, טלפוניה, כבלים ולוויין, גז, ביטוחים, מזון, משק בית, שכר לימוד, דלק, תשלומי רכב וכו'.

- "יש לנו מסנן דואר זבל" או
- "שלח שוב".

בכל מקרה, עכשיו כבר הבכיר מודע לקיומך והוא אכן יקרא את המייל שתשלח שנית. אם בשיחת הטלפון ביניכם, הבכיר מגלה פתיחות, נצל את ההזדמנות לשטוח את הצעתך.

הניסוח צריך להיות די דומה לטקסט של המכתב. תוכל להיעזר בנוסח המייל בתור "תסריט שיחת טלפון" כמו בענף הטלמרקטינג. זכור שמטרת השיחה היא להושיב אותך מול אותו בכיר, כך שאל תאריך בשיחה ודחוף אותו בעדינות לפגישה.



- ראשית חתוך את כל ההוצאות הלא-חיוניות, דחה תשלומים, צמצם את הבילויים, הארוחות בחוץ, צריכת שירותים, מצרכים, חוגים וטיולים.
- בטל כרטיסי אשראי חוץ בנקאיים. הימנע משימוש באשראי של הכרטיס. הוא יקר כמעט כמו שוק אפור!
- נהל מו"מ קשוח עם נותני השירותים.
- אחד את כל ההלוואות שלך ופרע הלוואות יקרות, בעיקר באמצעות חסכונות שאינם נותנים פירות. הריבית במשק נמוכה בשנים האחרונות ויתכן שאתה משלם סכומים גבוהים על התחייבויות עבר.
- בביקורך בבנק, נהל מו"מ על דמי הניהול החודשיים.
- את ביטוח המשכנתא אינך חייב לבצע בבנק. בדוק בחברות הביטוח ותוכל לחסוך סכום משמעותי.
- בטל כפילויות ביטוחיות, קצץ ערוצי טלוויזיה לא חשובים והעבר את הסלולרים לספק ותוכנית זולים יותר. כמעט תמיד תוכל להוריד עלויות ולהשיג תנאים טובים יותר.
- בקש מהבנק לעצור את תשלומי הקרן של המשכנתא והפסק באופן זמני את ההפרשות לקרנות השתלמות ופקדונות נוספים. המשכנתא היא אחד מסעיפי התקציב היקרים בהוצאות השוטפות. באפשרותך לפנות לבנק ולבקש עד שישה חודשי גרייס, בהם לא תשלם את הקרן, אלא רק את הריבית. יתכן שתוכל לשנות את הפריסה של התשלומים וצמצם את החזר החודשי.

- מהם הסכומים המשתנים והפחות חיוניים :
  - קניית ציוד לבית, הלבשה, שיפוצים, שדרוגים, תיקונים, בילויים, מסעדות, חוגים, מועדונים, כרטיסי אשראי, הגרלות והימורים, אלכוהול וסיגריות, חופשות ונסיעות לחו"ל, מתנות והשתתפות באירועים.
  - אמוד את ההכנסות : משכורת בן הזוג, הכנסות משכירות ונכסים, פנסיות, עסקים נוספים, קצבאות ילדים ונכות, דמי אבטלה ותקבולים אחרים.
  - הערך את שווי הנכסים והתחייבויות שלך : דירה, רכב, השקעות, פקדונות, תכניות חיסכון, קופות גמל, השתלמות ופיצויים. מסכומים אלו קזז את ההלוואות, משכנתא, חובות בכרטיסי אשראי, עסקאות בתשלומים, צ'קים שניתנו והתחייבויות עתידיות.
  - האם סה"כ ההכנסות גבוה מהוצאות?
- במידה וכן, מצבך מצוין ותוכל לחפש עבודה ללא לחץ. מצב זה ייתן לך את הלוואות של לדחות משרות שאינן אופטימליות. האמריקאים קוראים לזה " F\*\*\* You Money". כלומר יתרות שמאפשרות לנו לשלוח לעזאזל מעסיק שמציע סכום מגוחך.
- רובנו ניקלע, למרבה הצער, למצוקה תקציבית זמנית, אשר תאלץ אותנו להיכנס למשטר הוצאות מצומצם יותר :

הלוואה, שימוש בנכס, שכר דירה מופחת, דמי מחיה חודשיים לתקופה קצובה. קרן עזרה פנים משפחתית להוצאות חריגות ופתרון משברים. הפניה למעסיקים פוטנציאליים.

פעילויות אלו יקלו על המצוקה התזרימית בשיעור שיכול להגיע לאלפי שקלים לחודש, ויכינו אותך גם לאפשרות הקודרת של תקופה ממושכת ללא הכנסות.

פיטורין והתפטרות

פיטורין תמיד כואבים, גם עם התכונו לקראתם ואפילו יזמנו אותם. עם קבלת הודעת הפיטורין, דרוש שיערך לך שימוע מתועד כדיון. למרות שברוב המקרים ההליך הוא פרוצדורלי ומכסתי, דאג שהערוותך ירשמו בפרוטוקול. עמת את עורך השימוע עם עובדות לא מדויקות מצדו. למשל, אם הרקע לפיטורין הוא ביצועים לקויים – שלוף את מכתבי ההמלצה של הבוס מלפני רבעון או שנה. זכותך להגיע עם מלווה. במידת הצורך עו"ד מומחה כדיני עבודה יכול לסייע. זכור שיש לך זכות ערעור על השימוע.

בדוק מהן זכויותיך. התחל במחלקת משאבי אנוש. גם להם לא קל עם התהליך של להיפרד מחבר צוות ותיק ולרוב הם ישתדלו לסייע. נסה לנצל את המעטפת שהם מציעים למקסימום. בחברות טובות הם יממנו לך גם שירותי השמה ויעוץ תעסוקתי כחלק מחבילת הפרישה.

אם יש בארגון ועד – פנה אליו. נציג הועד יכול לעזור בביטול הפיטורין או בשיפור תנאי היציאה. שאל לשעברים אודות חבילת הפרישה שלהם ובקש להשוות את שלך לרמה זו.

- היום באפשרותך לעשות "שופינג" בין הבנקים למשכנתאות ולמחזר את המשכנתא בבנק אחר. חשוב לשים לב לבצע את השינויים רק בנקודות יציאה מוגדרות, בהם אין קנסות שבירה.
- משוך את השימוש במכשירים החשמליים והאלקטרוניים עד למעטפת שלהם. אין צורך להחליף סולרי, טלוויזיה, מחשב או שואב אבק בכל שנה בגלל עוד תכונה אוטורית.
- השהה למספר חודשים טיפולים אלקטיביים וחוגים.
- נתח את הרגלי הקנייה שלך. הסופרמרקט השכונתי והמכולת ליד הבית יקרים יותר מהסניפים בשולי העיר. רכז את הקניות, היצמד לרשימה והימנע מפיתויים. פריטים רבים בסל שלך נרכשים באופן אוטומטי, למרות שאינכם משתמשים בהם.
- בגיל מסוים הילדים מפסיקים לזלול במבה או מילקי ורובנו כבר איננו קוראים את העיתון המודפס אלא מעדיפים את האפליקציה החינמית בנייד.
- עשה תיקונים פשוטים בבית בעצמך, בלי להזמין בעלי מקצוע להחליף אטם בברז או מתג חשמלי. יוטיוב מספק סרטונים שיוכלו ללוות אותך בכל שלב. לאחרונה החלפתי בעזרת וידאו את גוף החימום בדוד, בעלות של 60 ₪ כשהשרברב גובה כ-400 ₪.
- שקול להיעזר בבני משפחה אחרים: הורים, אחים, גיסים. סוגי עזרה משפחתית לדוגמה: כלכלית (מענק,

- עשור או שניים בבנקאות אינו מבטיח משרה שווה בשום מוסד פיננסי, כי השוק כבר זז והדרישה לעובדי סניפים – מצטמצמת.
- לאחרונה ארגנתי יריד תעסוקה גדול לדוברי ספרדית ופורטוגזית. פניתי למנהלת השיווק של אחד הבנקים הגדולים כדי שתציע משרות באירוע. הבכירה התנצלה ואמרה שהיא פוחדת להתבזות עם היצע משרות זוטרות בלבד.
- גם הדרישה לסוכני ביטוח ונסיעות ירדה, כי חברות הביטוח הישיר ומערכות ההזמנות הידידותיות מיתרות את התפקידים האלו.
- את פקידי הבנק, סוכני הביטוח והנסיעות היקרים יחסית, החליפו מוקדני טלמרקטינג במשכורות נמוכות, ללא קביעות. גם מערכות טכנולוגיות במוקדים אלו מייעלים מאוד את העבודה והבקרה. למעשה, מוקדנים אלו הם עובדי הייצור של העבר.
- רוב תחום הייצור הפשוט, העתיר כח-אדם עוזב את מדינת ישראל לטובת מיכון, אוטומציה והגירה למדינות בהן שכר העבודה זול יותר. בשנות השמונים פרחו ברמת-גן ובנתניה תעשיית ליטוש היהלומים. העבודה עברה בהדרגה להודו, בתחילה לאבנים קטנות וחיתוכים פשוטים, אולם עם השנים – השכילו ההודים לבצע גם ייצור איכותי ומסיבי. כיום

בתקופת ההודעה המוקדמת זכותך לחפש עבודה באופן גלוי, תוך הקפדה על צינון אצל המתחרים. זהו סעיף שהמעסיק יתקשה לאכוף.

דרוש מכתב המלצה חיובי מהנהלת החברה. למרות שחשיבותו ירדה בעשור האחרון, עדיין כדאי שיהיה לך תיעוד. אם המצב מאפשר זאת, בקש מהבוס שלך שיפנה אותך לידידיו, עמיתיו, לקוחות וספקים אשר יכולים להעסיק אותך. רכז את כל המסמכים כולל תלושי שכר ומכתב הפיטורין לצורך הגשת תביעה לדמי אבטלה.

אבטלה עמוקה

ישנה תופעה מוכרת מאוד בקרב מי שסיים את עבודתו בארגון כלשהו: עם סיום העבודה ובעיקר במקרה של התפטרות, יש תחושת אופוריה וקלילות. ההרגשה נובעת מהמסר שמקבלים מהסביבה הקרובה והתומכת האומרת שתיכף הוא ימצא עבודה טובה, מתגמלת ומפרגנת יותר, הראויה לכישוריו.

קורה לא פעם שחולפים מספר חודשים בהם הטלפון אינו מצלצל, ההוצאות מכבידות, החסכוניות מתדלדלים ולא ניראה אור בקצה המנהרה. זו הנקודה בה האופוריה מתחלפת בדכדוך ואחריו לדיכאון.

לכן, חשוב לתכנן את הניהול הכספי לטווח הקצר והארוך, לשקול הסבה מקצועית, להתאים את קורות החיים ואופי חיפוש העבודה לשוק המודרני ולמגמות התעסוקתיות.

- ניהול מערכי בריאות
- מקצועות הקשורים לאורך החיים והזקנה
- תחום המחשוב: תכנות, הדפסת תלת מימד, הנדסת פולימרים וכימיה, אינטרנט של הדברים (IoT), רובוטיקה ולמידת מכונה, אנליטיקה, / Big-Data BI, מחשוב ענן, אפליקציות סלולריות
- סייבר הגנתי והתקפי
- תחום הטרינספורמציה הדיגיטלית

תחום העבודה מהבית ודרך האינטרנט תופס תאוצה כבר שנים. למשל את כל עבודות הגרפיקה, איתור הלידים (Leads Generation), הגהה, עריכה לשונית ומחקרי שוק, אני מבצע באמצעות פריילנסרים באתרים כמו Fiverr, eLance & Freelancer. העלויות מצחיקות יחסית והביצוע מהיר ואיכותי. ברוב המקצועות שציינתי, ההכשרות הינן קצרות, ממוקדות ומעשיות, ללא מודלים אקדמיים. חשוב לבחור מוסד מוכר ולהבין את האגינדה הסמויה שלו. למשל, חלק מהחברות המלמדות השקעות בשוק ההון מחייבות רכישת רשיון שימוש בפלטפורמה שלהם או שהן מעודדות את החניכים לבצע מספר רב של פעולות קניה ומכירה, כדי למקסם את מספר התנועות ואת העמלות שלהם.

ניהול כספי ואנרגטי

לא נעים לדבר על זה, אבל לאחר מספר חודשי אבטלה, מתגנב החשש לליבו של המובטל שיכול להיות שלא ימצא עבודה בשנים

נשאר בישראל רק מלטשות מתמחות בודדות לאבנים גדולות מאוד וחיתוכים מיוחדים. באותה תקופה ניהלתי צוותים של מאות שוזרי שרשראות ברפובליקה הדומיניקנית. נאבקתי בחוקי עבודה, איגודים מקצועיים, גניבות ותקלות. בראשית שנות האלפיים, נכנסו מכונות אוטומטיות, לתוכן היינו שופכים שקיקי חוליות ומקבלים שרשראות מוכנות, 24/7, ללא שביתות, שעות נוספות, עלויות ניהול, בקרת איכות או הונאות. כל השוזרים איבדו את עבודתם ועברו הסבות מקצועיות.

● לעיתים זה הזמן גם להשקיע בהשכלה גבוהה באוניברסיטה. אולם להערכתך, הדרך היעילה ביותר היא דווקא הכשרה מקצועית קצרה.

קורס שייקנה לך "כלי עבודה" באחת התעשיות החדשות שנפתחו בעשורים האחרונים. רובם מבוססי אינטרנט ורשתות. מספר דוגמאות למקצועות כאלו:

- ניהול חנויות אינטרנטיות, eBay, Amazon, ואחרות
- מסחר אלקטרוני
- פרסום באינטרנט, בעיקר מבוסס גוגל
- מסחר בשוק ההון
- פרסום ושיווק
- גרפיקה ואנימציה ממוחשבת
- ניהול תכנים
- קידום עסקים ברשתות החברתיות
- מקצועות פרה-רפואיים וטיפוליים

- חרדים,
- אמהות לתינוקות,
- נשים,
- ערבים ומיעוטים
- ו...מועמדים מעל גיל 45. כמעט מחצית מבקשי העבודה בקבוצה זו, דיווחו על יחס לא-שוויוני.

זו הסיבה שמחפש העבודה צריך לשמור על גישה מודרנית ומעודכנת, בידע, סגנון הדיבור, קוד הלבוש והזירגון של התעשייה. הרשמה לניוזלטרם של אתרי החדשות המקצועיות ישמור אותך עם יד על הדופק כל הזמן. מספר דוגמאות:

- לתחומי ההייטק – טלקום ניוז, אנשים ומחשבים וגיק-טיים
- לתחומי הרכש, לוגיסטיקה, מכס, שילוח ושינוע – Port2Port
- קבוצת תעשיות \ מירב כנסים מפיקה מגזינים ואירועים בתחומי הקלינטק, מכשור ובקרה, לוגיסטיקה, מכונות, מבנים ומוניציפלי
- ניו-טק מוציאה ירחונים בנושאי טכנולוגיה צבאית, צב"ד, רכיבים, תנועה וכח
- ICE מכסה את "הברנז'ה" – פרסום, יחסי ציבור ומדיה
- חקלאות: משוב ויבול-שיא
- צבא, בטחון ובטחון המולדת: על הכוונת Israel Defense ו-iHLS

הקרובות ויתכן שיגיע לסף עוני. האמת היא שגם לשכירים מתוגמלים מאוד יספיקו הרזרבות לשנים בודדות. לכן יש חשיבות עליונה לניהול הפיננסיים, צמצום ההוצאות וההחזרים על התחייבויות, מציאת ערוצים מניבים יותר להשקעות שלנו, בניית תיק השקעות עם פרופיל סיכוי/סיכון המתאים לך, למשפחתך, לגילך ולצפי ההכנסות החלופיות.

כסופי השיער שווים זהב

פרק זה מתייחס ברובו לאפורי השיער שבינינו, בני הארבעים ויותר. קבוצה ענקית באוכלוסייה אשר מתקשה מאוד לחזור לשוק התעסוקה.

שדירת מנהלי הביניים בשוק העבודה מורכבת ברובה מבני השלושים ואילו הבכירים בני 40-50. בהייטק תמצא מנכ"לים וסמנכ"לים צעירים הרבה יותר.

זכור שבפעם הקודמת שהתמודדת על תפקיד דומה לנוכחי, המנהל שלך עדיין שיחק בארגז החול. לכן, מעצם גילך ומעמדך הוא חש מאוים. מותר לי להתוודות שבמשרתי הראשונה כמנהל מפעל בן 25, צימחתי זקן כדי להשוות לי יותר רצינות מול עובדים ומנהלים בני 45.

אם אתה מרגיש שאחרי גיל 40 קשה יותר למצוא את מקומך בשוק העבודה – אתה צודק ולא לבד: מינהל מחקר במשרד הכלכלה מדרג את "חוסר האטרקטיביות" של מגזרים שונים ומצא אפליה בסדר עולה לאוכלוסיות הבאות:

- עולים מחבר העמים ורוסיה,
- עדות המזרח,

- מתונה גם תעלה את הרמה האנרגטית שלך בזמן חיפוש המשרה, תהפוך אותך לקליל ותשדר תדמית צעירה יותר.
- קוד לבוש: התקרב (אל תצמד) לסגנון הביגוד הנהוג בתעשייה. בחר בבדים, גזרות וצבעים המחמיאים לך ומקנים לך מראה צעיר יותר. החלף את הדגמ"ח או הגיינס המהוה במכנסים מחויטים יותר.
  - הפוך ל-Early Adaptor הראשון לאמץ טכנולוגיות. התעדכן באפליקציות, תוכנות ומכשירים מודרניים. גלה בקיאות בטרנדים החדשים בתעשייה ובטכנולוגיה.
  - הסתגל לריבוי מסכים סימולטני: שימוש בשילובי טבלט-מחשב-סמרטפון, תוך מקסום השימוש בכל אחד. למשל, גרסת המחשב של הווטסטפ הפופולרי מאפשרת העברת מדיה וקישורים בצורה חלקה בין המכשירים והפלטפורמות.
  - החלף את האינטראקציות שלך עם נותני השירותים (בנק, ביטוח, סלולר, כבלים, לווין, ממשלה), לממשקים מקוונים. האונליין נותן תשובה יעילה לרוב ערוצי התקשורת. ניסיון זה יהיה יעיל גם בחזרתך לשוק העבודה.
  - למד את הסלנג של התעשייה בה תרצה לעבוד. המנע להשתמש בסלנג ארכאי, גם בשיחות חולין. ילדיך יכולים לסייע לך בתחליפים המודרניים ל"דיסקוטק", "תקליט שחוק" ו-"דיסקט".

- חלק מארגונים אלו מפיקים גם אירועים לתעשייה. אלו הן הזדמנויות פז להכיר את המשפיעים והשחקנים בענף שלך ולפגוש אותם באופן בלתי אמצעי.
- כדאי לך להירשם לניוזלטרים ולאירועים המקצועיים. חלק מהסמינרים והמפגשים הם חינמיים. אולם גם בתשלום מלא ההשתתפות כדאית. אלו הזדמנויות להשקיע כמה מאות שקלים כדי לפגוש עשרות בכירי התעשייה, בהם גם הבוס העתידי לך. אותו קודקוד בחברה המטורגטת!
- בדיוק כמו שכל קצין נידרש לרוץ בראש המחלקה או הפלוגה, כדי להוכיח את כושרו, גם אתה צריך להכיר על בוריים את כלי העבודה, לא פחות טוב מעמיתך הצעירים: שליטה בתוכנות המשרדיות, כולל מייל, עריכה גרפית, יישומי אקסל מתקדמים, ביצוע מצגות, מערכות CRM, ERP, הנהלת חשבונות ואפליקציות מקצועיות.
- בן+40: אל תהיה זקן!
- קיבעון הוא הרסני בשוק העבודה המודרני. גם אם אתה מבוגר מכל מנהליך, השתדל לשמור על ארשת וחזות צעירים:
- תספורת וגילוח: שיער מדובלל, לא מסורק, זיפים, גבות עבותות, אינם מחמיאים לאף אחד. לאחרונה שלחתי מאומן שחיפש משרה גלובלית להיפטר משיער האף והאזניים שלו.
  - גיזרה וספורט: אתה לא חייב להפוך למכונת כושר, אבל השתדל שמבנה גופך לא יבגר אותך. פעילות ספורטיבית

סטאז' בגיל 45?

עוד רעיון לחשיבה מחוץ לקופסה. בשנתיים האחרונות בארצות הברית יש מגמה במסגרתה מובטלים מבוגרים מציעים את שירותיהם לסטאז' של חודש-חודשיים ללא תמורה.

הרעיון הוא שבמקום לעבור תהליך גיוס ומיון, אשר אינו מתאים לגיל ולניסיון, פשוט תתרום מספר שבועות לטובת הארגון. כך תיתן להם הזדמנות להיווכח מהן יכולותיך בעולם האמתי ולא בסימולציות.

גם אם התמחות כזאת לא תישא פרי, עדיין תוכל להציגה כהישג נוסף וכניסיון רלוונטי ועדכני.

יש לי מספר מאומנים, פורשי מערכת הביטחון, אשר מבצעים סטאז' כזה. במקרה שלהם, הפנסיה הצבאית נותנת להם את הגב הכלכלי להקריב את זמנם.

מולטי-טאסקינג

ניראה שמכל עובד מקובל לדרוש להיות רב משימתי וזמין המון שעות ביממה. מולטי-טאסקינג ועבודה עם מספר מסכים במקביל (סלולר-מחשב, טבלט-טלויזיה ואפילו שעון-לפטופ.

המוח שלנו אינו באמת מבצע מספר משימות במקביל, אלא מדלג ומתעדף על חשבון מהירות ביצוע. התזזיתיות בין משימות, מסכים וכובעים שונים (עובד, מנהל, הורה, בן), הם האחראים העיקריים להפרעות הקשב והריכוז של הדורות האחרונים.

אחת השיטות לשפר את ביצועי המוח היא לגרום להפרשות דופמין, ההורמון האחראי על הסיפוק המרגיע. לדברי סיימון סינק, דור המילניום מפיק דופמין בכל אינטראקציה ברשתות

גמישות מחשבתית ותעסוקתית

עובד ובמיוחד עובד מבוגר נחשב לרוב לדינוזאור, מתקשה עם הטכנולוגיות, איטי בתפיסתו ובביצועיו. עליך לשנות התפיסה הזאת. בגילך, צברת ניסיון, התמודדת עם אתגרים ופתרת בעיות יותר מאשר כל הצוות יחד!

ניסיון זה יכול להיות לך לעזר גם בשוק העבודה ועליך להראות את היכולות האלו כבר בשלב הגיוס. למשל:

- כמכונאי, נתקלת באין ספור תקלות טכניות ויש לך ארסנל פתרונות כמעט לכל בעיה.
- כאיש מכירות ענית למגוון המלא של התנגדויות
- כמתכנת כבר כתבת רוטינות שפותרות מצבים מסובכים.

בזכות הכישורים האלו, תוכל לשלוף פתרון, עוד לפני שהצעירים יבינו מה הבעיה. יתכן אפילו שבזכות ניסיון במספר תעשיות, תציע מענה מחוץ לקופסה. כשהייצור במפעל נתקע בלי מקדחים מתאימים לשיבוץ יהלומים, רוקנתי את כל המלאי של ספקי הציוד הדנטלי, אשר משתמשים בציוד דומה לטיפול שיניים.

גיל מתקדם משמעו גם בגרות נפשית, הכלה, סבלנות וסובלנות. בזמן מלחמת לבנון השנייה, מנהל אוניברסיטה קתולית מברזיל ביטל הזמנה "כי הוא לא מוכן לעבוד עם רוצחי ילדים". המנכ"ל הצעיר ממני הציע "להיכנס בו" ולהראות שכל צפון המדינה מופגז עם עשרות אזרחים הרוגים. בחרתי לענות ש"גם אני מתפלל שלא יהרגו ילדים משני צדי הגבול". מרגע זה, על המיילים שלו התחילו במשפט "ידידי אוהב השלום" (My peace loving friend).

חבריהם הטובים קרוב לשכרך – אתם חולקים את אותו רובד סוציו-אקונומי ולכן הם אינם אוטוריטות מקדמות. אגב, גם המשפחה האוהבת עונה לצערי על אותו קריטריון. אישית, הוריי המקסימים מעולם לא היו יזמים או אנשי עסקים ולכן אין טעם להתייעץ איתם בתכנון הקריירה שלי. על מנת לזנק לגבהים חדשים ובדרך זו לממש את משרת החלומות שלך (או כל חלום אחר), עליך לשדרג גם את המעגל התומך שלך. הקף את עצמך בבכירים, חכמים, חזקים ומפרגנים בלבד. ברור לי שזו הצהרה מקוממת, "שאינן אינטרסים בין חברים" וש"אין מה לעשות הטובים בחבריי – הופכים המבורגרים במקדונלדס". אפשר להתחיל בקטן. בארוחת הצהריים הקרובה, הצטרף לקבוצה שונה מאשר חבריך למחלקה, למשל – אל הסמנכ"לים או לקבוצת בכירים יותר. אל תנסה לחלוב מהם טובות והטבות, אלא הצע את עזרתך ואת התובנות שלך, ממעמדך. בהדרגה, תשתלב באופן טבעי בקבוצה. אפשרות אחרת היא לתור אחר חבריך המוצלחים מהצבא או בית הספר וחדש איתם את הקשר. הזמן ידיד או שניים לקפה או בירה, הקם קבוצת ווטסאפ וערוך פגישות עם גרעין ידידיך. מדי פעם, צרף למפגשים אחר נוסף. בתוך מספר חודשים תהפוך להיות מסמר הקבוצה. לפני שנתיים הקמתי קבוצה בשם "5 חברים – 40 שנה", עם חבריי מהפנימייה הצבאית. חזרנו לתמוך, לייעץ ולקדם הדדית. בטוב וברע, המלצות בעבודה, הלואה קטנה, חתונות, לידות נכדים, (כולל לידה שקטה), הלוויות, פשיטות רגל, משברים נפשיים וקואצינג לילדים. כיום, הם כבר לא יכולים בלי המפגשים האלו.

החברתיות. לכן הם גם פחות רגישים ומגיעים להתמכרות לרשתות ול-FOMO – הפחד מלהפסיד משהו כשהם מנותקים מהרשת. בני הארבעים+ מבליים פחות ברשתות ולכן השפעת הדופמין מוחשית יותר. חוקר האושר האמריקאי שוואן אצ'ור מציע לפתוח כל יום בעזרה למישהו והוקרת תודה. לדבריו, מחוות אלו – יזריקו לך מנת דופמין שתפתח את כל מרכזי הלמידה במוח. כך ישתפר הריכוז והיכולת לריבוי-משימות. כזקן השבט, תוכל לייעץ ולתרום רבות לשאר העובדים בארגון. בנוסף לשיפור הריכוז שלך, תרוויח גם את המצווה, תזכה בפופולריות ולא תאיים על שאר הצוות וההנהלה. אני נוהג לקיים "שיחות נתינה" מדי בוקר מהרכב בדרך לעבודה, הכוללות יעוץ, חיבורים, מידע או סתם להתעניין בחבר או לקוח. בנוסף יש לי פרויקטים פרו-בונו במספר עמותות. כל פעילות כזאת טוענת אותי באנרגיות חיוביות.

#### חיי חברה

אנו נוהגים לספר לעצמנו ולסביבה שיש לנו הרבה חברים, בעיקר מבית הספר, השכונה, בית הכנסת, הצבא, האוניברסיטה ומקום העבודה. האמת היא שאלו אינם חברים אמיתיים. במקרה, דרכיכם הצטלבו! לראייה, רוב הקשרים עם חברים אלו הם וירטואליים (ברשתות החברתיות) או ספורדיים: פגישות מקריות או רחוקות מדי. כשנחליף מקום מגורים או מקום עבודה – לא נשמור על קשר. גם מעגל החברים איתם אנו מבליים, אינו אידאלי כדי לקדם אותנו. נסה את המבחן הבא: אם ממוצע המשכורות של חמשת



דאג לשמור על הבריאות והנשמה שלך. חבר פסיכיאטר אמר לי פעם שכל אחד מאתנו צריך להקצות 4% מהכנסתו לטובת בריאות הנפש. אתה יכול להשקיע את הסכום בבילוי עם חברים ומשפחה, מוזיקה, טיול, מדיטציה ותפילה, או שתוציא אותו על רופאים, פסיכולוגים והפסדים כספיים.

בעיקר בתקופות בין עבודות, בהן אנו לחוצים וממורמרים, המשפחה סובלת יחד אתנו. שקיפות ושיתוף מידע באופן מושכל יכול לסייע ברתימת בן או בת הזוג, הילדים, המשפחה המורחבת, הורים, חמים וגייסים.

הם יוכלו להכיל בקלות יחסית את המשבר, את התנהגותך השונה, להפגיש אותך עם מעסיקים פוטנציאליים ולפרוש לך רשת ביטחון פיננסית.

זכור גם את הפתגם הספרדי "כשהעוני דופק בדלת – האהבה מתעופפת דרך החלון". משבר כלכלי מתמשך, משולב במזג סוער, עקשנות והטלת אשמה יכולים להרחיק ממך את בן הזוג האוהב ביותר. השלב הבא במדרון החלקלק – עשוי להיות גירושין, שיגיעו ברגע הכי פחות מתאים. העבר הפיננסי שלך מצביע על הכנסה גבוהה, אבל בלי לשקף את מצבך הכלכלי הנוכחי כמובטל.

כל משפחה עוברת משברים במהלך חייה, כלכליים, מקצועיים, רומנטיים, בריאותיים, נפשיים ועם הילדים. אלו אתגרים כבדי משקל, אולם התא המשפחתי יכול להכיל אותם ואפילו לצאת מהם מחוזק.

הגן בכל מחיר כל שלמות כדור הבדולח של המשפחה.

גם את מעגלי הידידים המרוחקים יותר אפשר לרתום. כולם צריכים לדעת שאתה מחפש את משרת החלומות. העבר להם הצהרת ערך זכירה או דף מסרים אודותיך, עם בנק מטרות:

- "אני צלף מכירות הייטק ומחפש להוביל סטרטאפ טכנולוגי",
- "אחרי 5 שנים כמנהל ייצור, ברצוני לנהל מפעל מזון בינוני"
- "השתחררתי ואני מתאים כמנהל תפעול בחברת לוגיסטיקה".

דגום אותם מדי פעם, שאל על משרות בארגונים שלהם, ציין להם מטרות חדשות ועודד אותם להעביר את קורות חיך למנהלים המקצועיים, גם אם לא מחפשים מישהו בפרופיל שלך. אל תשכח לתת חזרה ותרום מהידע והקשרים שלך גם לחברך.

איזון חברה ומשפחה

**ג'אגלינג עם כדור זכוכית:** בריאן דייסון, הנשיא האגדי של תאגיד קוקה קולה סיפר את המשל הבא בנאומו במכללת ג'ורג'יה-טק: "כולנו מלהטטים במספר כדורים כל הזמן: עבודה, חברה, בריאות, נפש ומשפחה. כדור העבודה עשוי גומי ואם ייפול – לא יקרה לו כלום. אולם, ארבעת הכדורים האחרים עשויים זכוכית וכל נפילה סודקת או שוברת אותם. לכן חשוב מאוד לשמור על איזון בין החיים הפרטיים והתעסוקתיים."

למרבה הצער אנו, בעיקר הישראלים, נוטים לחשוב שאפשר להקדיש שעות ארוכות לעבודה על חשבון הבריאות או המשפחה.

עצמה, לסיים את ההעסקה שלך ברוח טובה, לא לשרוף גשרים עם המעסיק הקודם ולא להתחרות בו באופן לא לויאלי. תן המלצות ופרגן לחבריך. השתדל לשמור על שפה עסקית מאופקת, בלי להפריז, לאנשים שאתה מכיר בחיים האמיתיים. בלינקדאין, רצוי להגיע ליותר מ-500 קשרים. מעל כמות זאת הרישום בפרופיל הוא +500 קשרים. כמות פחותה מצביעה על פופולריות נמוכה ורומזת על כישורים חברתיים נמוכים או אישיות סגורה.

נטוורקינג – רישות עסקי

באירוע נטוורקינג טיפוס, כולם מנסים לחלוב את כולם. כלומר, הגישה היא: מה אני יכול לקבל מבן-שיחי, איזה תועלת אפשר להפיק ממנו.

עבוד מנט-וורקינג לתן-וורקינג

הצלחה מוכחת במינגלינג היא דווקא מבוססת נתינה. עליך לבוא לאירוע כזה בנכונות לשתף מהידע והקשרים שלך. ככל שתשכיל לתת יותר לשאר המשתתפים, הם ירגישו מחויבים לשתף אותך בהזדמנויות.

מספר כללים להצלחה במפגש נטוורקינג:

- הצטייד בכרטיסי ביקור.
- זקק את הצהרת הערך והתאם אותה לאירוע ותמהיל המשתתפים. נסה ליצור "זכירות".
- כדי ללטש את כישורי הנטוורקינג שלך, השתתף באירועי מינגלינג מדי פעם, גם אם אינך מחפש עבודה באופן פעיל.

התנדבות

סיפרתי כבר שחלק לא מבוטל מזמני הפנוי מוקדש לנתינה, אשר נותנת יותר בחזרה.

ישנן שפע הזדמנויות לתרום ממרצך לקהילה, לסייע לילדים, מבוגרים, עולים או אוכלוסיות חלשות, לתרום דם להדריך, לחנוך או לאסוף כספים. גם עזרה לבעלי חיים, לאיכות הסביבה ובבתי חולים ימלאו אותך סיפוק.

בעשור האחרון אני מלווה נוער בפריפריה בתוכניות היזמות של יוניסטרים, הדרכתי את המנטורים של גבהים ליזמות בקרב עולים חדשים, איתרתי הזדמנויות תעסוקה למבוגרים בעמותת  $\pm 50$ , אימנתי והרציתי לבוגרי תכנית אימפקט של FIDF, אחרי שירות קרבי, יעצתי ליזמים ערביים בחממת צופן ואני חונך משוחררי צה"ל מאוכלוסיות קשות במסגרת עמית לדרך.

מעבר לסיפוק שבהעברת ידע, מתן כתף, תמיכה ומילוי הפונקציה של אח גדול, נוכחתי שרבים מעמיתיי החונכים, מנטורים ויועצים, יכולים להוות את אותה קבוצת תמיכה מקדמת עבורי. כולם מקצוענים עתירי ניסיון, אשר יודעים להשאיר את האגו מחוץ למשחק, לפרגן, לסייע ולקשר למקצוענים נוספים.

עם השנים, מצאתי גם שחבריי אלו, יעדיפו לחלוק הזדמנויות עסקיות ותעסוקתיות עם מתנדבים אחרים.

צוד המלצות

בעיקר ממונים עליך בעבר, רצוי כאלו שעדיין מחזיקים תפקיד בארגון בו עבדת. המלצה מהבוס הקודם - נחשבת לאמינה בעיקר כשקל לאמת את המידע בשיחת טלפון. זוהי סיבה חשובה בפני

- תן לבן שיחך לענות ומידית נסה לחשוב על איזו תועלת תוכל להציע לו.
- כשתגיעו להחליף כרטיסי ביקור, שים לב לשם, תואר ועיצוב. תוכל לרשום בגב הכרטיס, (אם הוא לא יפני), פרט שיזכיר לך את בן השיח ומה הבטחת לסייע לו. למשל, "דומה לזאב רווח, לשלוח סקר אכסון בענן" או "כנס מנחמי מערכות אוגוסט 2018, לחבר ליונית ממשאבי אנוש". בסוף האירוע תחזור הביתה עם 20 כרטיסים ואין סיכוי שתוכל לשייך בין האדם לכרטיסו.
- מומלץ להחזיק את כרטיסי הביקור שלך בכיס החולצה או הזיקט בנרתיק מתאים. די מביך למסור כרטיס שהיה בכיס האחורי וקיבל את הקיעור של הישבן.
- זכור והשתמש בשם חברך בפגישה אתו. כך גם תגביר את הזכירות שלו. אם יש לך ספק בקשר להגיית השם, פשוט – שאל. אם תנהל שיחה אודות שמו של עמיתך, תזכור אותו טוב יותר ותחמיא לו בעצם אזכור השם.
- נסה לדבר פחות ולהקשיב יותר, כך יתפסו אותך כאדם מעניין ומתעניין ולא כחופר.
- אל תמכור כלום, גם לא את עצמך בפגישה ראשונית.
- אם אתה יכול לחבר את בן שיחך למישהו אחר באולם – עשה זאת. בעת ההצגה, השתדל לפרגן לשני הצדדים. לאחר שתציג אותו – תוכל להתאייד ולהמשיך במלאכה.

- בדוק מי אמור להגיע. טרגט במיוחד את האח"מים והמרצים. תוכל להצליב בין ההזמנה לפרופיל הלינקדאין וכך גם תדע איך אנשי המטרה שלך נראים.
- ככלל, רצוי להתחבר עם הבכירים יותר באולם.
- עליך לעבוד את החדר: סרוק את המשתתפים. אל תיגש לזוגות הנמצאים בשיחה. אתה יכול להצטרף לקבוצות ולהשתתף בשיחה. אולם עדיף לדוג דווקא את הבודדים. אלו הביישנים שהכי הרבה צריכים את החיבורים. תוכל למצוא אותם בשולי החדר, "מחזיקים את קירות האולם", או בראש מורכן אל עבר הסלולרי.
- ההפסקות הן הזמן הטוב ביותר לנטוורקר. כשרוב המשתתפים נמצאים במליאה – תוכל ליצור יותר קשרים עם נטוורקרים אחרים.
- התלבש בהתאם לרוח האירוע. כדי לא להיראות מגוחך או רשלני. אם יש לך ספק בקשר לקוד הלבוש – עדיף להתלבש קצת טוב יותר מהמצופה או הממוצע. כך תבלוט לטובה.
- ההופעה שלך צריכה לשדר פתיחות: תנועות גוף רחבות, פתוחות ומזמינות, מבט נעים ומאיר פנים וכמובן חיוך.
- פתח את האינטראקציה בלחיצת יד וצור קשר עין. הצג את עצמך במשפט אחד, עם רעיון אחד. אם אתה גם... וגם... וגם..., הסתפק בהיגד אחד, הכי רלוונטי לתחום ההתעניינות של השומע.

11. מיתוג אישי

אחת התובנות שלי מהמסע שלי למשרת החלומות היא בדיוק אותו הלקח שלמדתי כמנהל מכירות וכיועץ עסקי: רובינו לא אוהבים למכור ולא אוהבים שמוכרים לנו. אנו מעדיפים שיקנו מאתנו.

ההבדל אינו סמנטי בלבד: אם לא מכירים אותי (כמוצר או מועמד) עליי לעשות מאמץ מכירתי אדיר, לחדור לתודעה של הלקוח הפוטנציאלי (המגייס), להתגבר על התנגדויותיו ולשכנע אותו לבחור בי.

החלופה היא לבנות אותך כמותג, ליצור לך תדמית של מצליחן ומקור סמכות מקצועית. במצב כזה, כבר לא תצטרך למכור את המיומנויות שלך, כי מי שצריך את כישוריך – יבוא אליך! יתרון נוסף חשוב בגישה זו הוא שאתה מנתק את עצמך מקבוצת השווים לך (מחפשי עבודה, מתכנתים, מהנדסים, אנשי שיווק ומכירות) וממצב אותך כמומחה. המומחה אינו נמדד בסרגל ההשוואתי של שאר העובדים. הוא ידוע כ"טאלנט" ומטבע הדברים, גם דיוני התגמול, (לא שכן), יתנהלו במימד גבוה יותר.

ענבל אור ואלון גל

כולנו מכירים את ענבל אור ואלון גל, שני צעירים רהוטים, כריזמטיים ומוצלחים, אשר בתקופה קצרה יחסית סחפו אחריהם המון עוקבים, וגם לא מעט מבקרים.

איך הם נכנסו לחיינו בעצימות כזאת? האם זה הודות ליכולותיהם המקצועיות המעולות?

- יתכן שתיפגש עם אנשים שכבר הכרת באירועים אחרים. גש אליהם. כעת אתם כבר מכרים ותיקים והשיחה תזרום.
- עם סיום האירוע, התחבר אליהם ברשתות החברתיות, הזכר איפה נפגשתם, ספק את מה שהבטחת והמתן לתגובה.

אל תסתכל על הבכירים בכנס בתור הכספומט שלך ואל תבקש שיעשו לך טובה. זה לא יקרה. התופעה מוכרת בעיקר בקרב סטרטאפיסטים ששיננו היטב את הפיץ' השיווקי שלהם.

באירוע עם יוסי ורדי האגדי, המון יזמים ניסו ליירט אותו אפילו בדרכו לשירותים. ברוב המקרים הוא מעיף מבט של גועל אחרי 10 שניות של הצגה עצמית ובזה זה נגמר. זכור שהאח"מים האלו מופצצים בעשרות רבות של פניות בכל הערוצים. אין להם יכולת אמיתית להעריך את הערך שלך (במונחי תועלת), אחרי פגישה קצרה. זכור שמטרת הנטוורקינג, היא להמיר את הפגישה הקרה והקצרה לראיון של ממש. לכן החתירה למגע והדבקות במטרה חשובים, אבל חשוב להבין את האח"מ בקונטקסט הרחב יותר: מהם הכאבים והמטרות שלו? האם הוא פנוי נפשית ופיזית כרגע.

אבני דרך למיתוג אישי

בהמשך מצוינות מספר שיטות. לא כולן תעבודנה עבורך, חלקן קצת יקרות ומתוחכמות, אבל אני בטוח שתמצא את התמהיל ההולם אותך.

ראשית, גם אם אתה טיפוס מסוגר, נחבא אל הכלים ודיסקרטי, זה המקום לשנות גישה. המשחק החדש במיתוג – הוא שיווק עצמי שלך. כלומר, אתה מציב את עצמך בחזית ובמרכז. לכן עליך להשיל את החסמים של צנעה, ביישנות ו"מה יגידו".

לינקדאין

לינקדאין היא הרשת העסקית החשובה ביותר. ב-2016 מיקרוסופט שילמה 26.2 מיליארד דולר תמורתה. רווחי החברה נושקים למיליארד דולר לרבעון. בתחילת 2018 נספרו מעל לחצי מיליארד משתמשים, מתוכם יותר מ-1.5 מיליון ישראלים. הם מדווחים על קרוב ל-400 אלף משרות שגויסו דרכם. לכן, כל המגייסים נוכחים ברשת. בשנה שעברה, הושק ממשק גיוס מיוחד המקל על פרסום משרות ואיתור מועמדים לפי חתכים שונים. בין היתר המגייס יכול להקיש על מקש "מצא אנשים דומים". כך שאם הפרופיל שלך דומה למובילים בתחום, יתכן שתצוץ גבוה בתוצאות החיפוש של המגייס.

הפרופיל שלך צריך להיות יותר מאשר דף קורות חיים או כלי איתור משרות. כלול גם פרסומים שלך, מצגות (לא סודיות), תארים, התנדבויות, אגודות ופרסים, התחבר לקבוצות דיון שמעניינות אותך, כתוב פוסטים והגב על פרסומים.

מבלי לחוות דעה על הרמה המקצועית שלהם, יהיה נכון לומר שקיימים בישראל עוד עשרות ואולי מאות מומחים לייזום פרויקטי נדל"ן ומאמנים, אשר אינם נופלים ביכולותיהם משני הסלבריטיז.

הסוד להצלחתם טמון בתהליך אסטרטגי מדוקדק של בניית מותג אישי. זהו תהליך המורכב ממספר אבני דרך אותם אתאר בהמשך. כמעט כל אחד מאתנו, עם מספר שנות ניסיון בתת-תחום מסוים יכולים למצב את עצמנו כאוטוריטות.

במקרה של ענבל ואלון - הם הקצו תקציבים משמעותיים ליחסי ציבור ופרסום. חלק מהתדמית כלל גם השקעה בתדמית, לבוש ומשרדים. היח"צן אשר ליווה אותם, תמורת ריטיינר נכבד, דאג לדחוף אותם לאינספור תכניות טלוויזיה, רדיו ובעיתונות המודפסת והאלקטרונית. בשלב הבא, המותגים של ענבל ואלון היו כל-כך חזקים שמפרסמים רבים ששו לרכוש זמן מסך בתוכניות שלהם: יבואני רכב, חברות הלבשה, תכשיטים, ספקי ציוד בניה ועוד.

קיימת שיטה סדורה להפוך כמעט כל אחד לאוטוריטה בתחומו, בעלויות סבירות ביותר. אם מעניין אותך להיות גורו עצמאי - צור עמי קשר ישירות ואשמח לשתף אותך בשיטות אלו. אולם הנושא חורג מהמיקוד של ספר זה.

עבור מחפשי עבודה בעיקר בדרגי הביניים, אשר אינם זקוקים למיתוג מלא, ניתן להסתפק במספר פעילויות פשוטות, רובן באינטרנט.

למעשה מהפך ממכירות לשיווק. כי כאשר הבוס העתידי שלך יבין את רמת המקצוענות שלך, על בסיס הנוכחות שלך ברשת – הוא ישכנע אותך שאתה המתאים ביותר לתפקיד.

כשמישהו יוצר אתך Engagement כלשהו בקבוצה (לייק, תגובה, שאלה, שיתוף) – עליך לשדרג את הקשר להתכתבות פרטית ברשת, בווטסטאפ ואימייל. שלח לו את פרטיך האישיים ובקש את שלו. עבור לשיחת טלפון ואם המצב מצדיק – גם לפגישה. זכור שאתה מנהל הקבוצה ולכן עליך לנהל את התקשורת מחוץ לרשת. לא מזמן לינקדאין הוסיפה אפשרות להעלות פוסט וידאו. הקפד על לבוש, תנאי תאורה ורקע מתאימים. תוכל גם לקבל תובנות מלינקדאין אודות חתך הצופים.

#### פייסבוק

מחק את כל התמונות עם הנרגילה ואיזכורים לא מחמיאים, הערות שאינן תקינות פוליטית (לגלוג על מגזרים, נטיות מיניות, ביטויי גזענות ושיימינג).

השתתף בקבוצות דיון, כתוב והגב.

הרחב את מעגלי החברים גם למי שעובד בחברות המטרה שלך, ראה היכן הם מבליים, אוכלים צהרים ואל תתבייש להצטרף "במקרה".

יתרון נוסף ייחודי לפייסבוק הוא Facebook Live: תוכל לשדר בזמן אמת סרטוני וידאו ברשת. כמות הלייקים בשידור חי הוא גבוה מאוד. כדאי גם להכין את העוקבים שלך לעובדה שבשעה ספציפית תעלה לאוויר.

בדיוק כמו קבוצות הלינקדאין – הקס, נהל, השתתף, הגב והעלה תכנים מקצועיים נותני ערך גם בקבוצות פייסבוק. אתה גם יכול

בהתחלה זה יראה לך מאולץ, אבל עם הזמן תוכל להרחיב את מעגל העוקבים שלך ותיצור רשת אישית אשר תסייע גם באיתור תעסוקה. אם לא מצאת קבוצה כזאת - יופי! זה הזמן שאתה תקים אותה ותהפוך בין רגע למוביל דעה. בקש חברות מעובדים ומנהלים בארגוני המטרה.

פתח דף עסקי והזמן את העוקבים שלך ואת חבריך החדשים מחברות המטרה להצטרף. כאשר תגיע לראיון בארגון - הם כבר יזהו אותך תודות לפעילותך ברשת ויהוו מליצי יושר.

שים לב לימים ולשעות בהם עדיף לתלות את הפרסומים שלך בלינקדאין: המחקרים מראים שהפוסטים עם אחוזי ההמרה (פתיחה, קריאה, שיתוף ו-Engagement) הגבוהים ביותר, הם המועלים לרשת בשעות 17-18 ובימים ראשון עד רביעי. זוהי התאמה של הסקרים למציאות הישראלית. מאידך, פייסבוק תניב תוצאות טובות יותר אחרי ארוחת הצהרים ובימים רביעי וחמישי. כי לקראת סוף היום והשבוע, עובדים פונים יותר לרשתות החברתיות מאשר בשעות הליכה של העבודה.

אגב, מכיוון שגם המעסיקים נוהגים לפרסם בחלונות זמן אלו, כדאי לך להיות בין הראשונים שקוראים את הפוסטים.

הקם קבוצת לינקדאין בתת התחום המקצועי שלך, הזמן את חבריך ואנשי קשר בחברות המטורגטות. פתח דיונים, אפילו קונטרברסליים בקבוצה. ענה על שאלות חברי הקבוצה. הצע את עזרתך. כתוב מאמרים מקצועיים קצרים והפץ אותם דרך הקבוצה.

זהו היפוך נוסף של משפך הגיוס. כי עכשיו אתה לא "מוכר" את עצמך למעסיק החלומות, אלא דואג **שהוא** "יקנה" אותך! זהו

אני אוהב ליצור רלוונטיות עדכנית לפוסטים שלי ולכן מחבר אותם לחדשות באופן כלשהו. זו יכולה להיות ידיעה על אקזיט או מיזוג, זכיה במכרז, קונפליקט או אפילו ציוץ של טראמפ והשפעתו על המשק.

כל פוסט יהיה מבוסס על קפסולה אחת, אותה תרחיב למאמר קצר. את הפוסטים תוכל לשתף גם ברשתות החברתיות ובפלטפורמות אחרות.

אתר (If This - Than That) IFTTT.COM, מאפשר לך לקבוע כללי שיתוף. כלומר בכל פעם שתפרסם פוסט בבלוג שלך הוא ישוכפל גם בחשבון הלינקדאין שלך ובפייסבוק וגם ישלח ציוץ בטוויטר.

בכותרת הבלוג יהיו פרטי הקשר שלך, קישור לכל הפלטפורמות האחרות בהן אתה פעיל, תקציר (ביו) ותמונות ייצוגיות. במידה ואין אתר - ימלא הבלוג את הפונקציה הזאת.

## VLOG וידאו בלוג

כמו בלוג רגיל, רק בפורמט וידאו. ניתן להקליט סרטונים קצרים עם מצלמה ומיקרופון זולים ואפילו בנייד. קפסולות מצולמות חביבות בעיקר על מנועי החיפוש.

תוכל לתלות את הסרטונים בערוץ יוטיוב או אחר. יוטיוב עדיף, מכיוון שמדובר בחברה בת של גוגל אשר מתגמלת את מי שמעדיף את הפלטפורמה שלה.

במקביל תוכל גם לשתף בשאר הרשתות החברתיות, להעלות לאתר שלך ואפילו לשמור בפורמט אודיו. זכור שאין סבלנות לסרטונים ארוכים.

לשכפל מידע בין הרשתות השונות. כללי יצירת הקשר האישי עם חברי הקבוצה ישימים גם כאן.

## קפסולות מידע

צור לפחות חמישים פיסות מידע קצרות "קפסולות" המקפלות בתוכן את המקצועיות שלך. כל קפסולה כזאת תכיל מעט מידע כתוב, פיסקה או שתיים, באחד הנושאים בהם קנית לך שליטה. בנק התוכן הזה יהווה את "מחסן הידע" הראשוני שלך.

המידע לא חייב להיות בלעדי, אבל רלוונטי, נגיש, בשפה בהירה ומפתה את הקורא לרצות לקרוא עוד. למשל:

- "3 הסודות של מנהלי צי רכבים",
- "5 טיפים למניעת הונאות בכרטיס אשראי עסקי",
- "איך להימנע מחיובי יתר על ידי חברת התעופה",
- "מהן השגיאות של בוני אתרי סלולר?".

מאחורי הטקסט הקצר, מסתתר הידע האמיתי שלך. את תיקיית התכנים שמור עמוק בדיסק הקשיח שלך או באכסון בענן. זהו אינו מידע פתוח לציבור!

בהמשך נשתמש בקפסולות אלו כאבני בניין לשאר המוצרים.

## בלוג

כתוב בלוג! עלות פתיחת בלוג היא - אפס. יש המון מערכות חינוכיות לכתוב בלוגים והעלאתם. אישית אני נוהג להשתמש ב-Blogger מבית גוגל, בזכות מערכת הניהול שלה. תוכל לבחור בעברית או באנגלית.

כל מאמר יתחיל בכותרת קונטרוברסלית ואפילו שערורייתית, על מנת לפתח עניין. למשל: "למה אני מתנגד לקמפיין Me Too?" (פשוט, כי אני ייחודי ולא נוהר אחרי העדר).

השתדל להסתפק בעמוד אחד ולכלול תמונה מתאימה. בחר תמונה ללא מגבלות על זכויות יוצרים. סיים את המאמר באותו תקציר ביוגרפיה שלך. אל תנסה למכור או להפוך את החומר לתוכן שיווקי או InfoMercial. הלקוחות יקלטו את זה ולא ירצו לצרוך תכנים שכאלו.

#### E-Book

אתה יכול לאגד מספר מאמרים לספרון אלקטרוני, לארוז אותו לבד לפורמט PDF ולהציע אותו לקוראים פוטנציאליים. כמובן ניתן גם להעלות את הספר באחד ממגוון הפורמטים הקיימים גם לקוראים ייעודיים, דוגמת הקינדל. אישית, אני אוהב לעבוד בפלטפורמת אמזון המציעה גם כלי ניהול נוחים.

איבוק חינוכי אמנם לא מכניס לך כסף, אבל משפר מאוד את הנוכחות שלך ברשת ומזכה אותך גם בקרדיט בהתאם למספר ואיכות הביקורות. ספר כזה בן 8-32 עמודים הוא קל לקריאה ומגיע לאוכלוסייה נרחבת (למרות שאינני בטוח כמה באמת קוראים את התוכן).

אשמח לסייע למעוניינים במתודולוגיה לכתיבת ספר מקצועי, כלי תכנון, חשיבה, עריכה ולספק תבנית מתאימה. מכיוון שהספר האלקטרוני והמודפס הוא המותג שלך - רצוי שהתוכן יעבור עריכה לשונית, עימוד, גרפיקה ועיצוב שער על ידי אנשי מקצוע. ספר זה, ניתן לעריכה ולכריכה כספר מודפס. ישנן מספר אפשרויות להדפסה. מדובר בדרך כלל במהדורה פרטית. בישראל

#### הרצאות

איחוד של 3-5 קפסולות בנושא מסוים יכול לצמוח להרצאה שלמה. תוכל להקליט הרצאות באודיו או וידאו ולהשתמש בקטעים אלו לקידום הרצאותיך. בתחילה חפש מקומות שיסכימו לשמוע אותך בחינם: צה"ל, עמותות, מועדוני נשים וגמלאים, תיכונים ועיריות.

אם התכנים מתאימים לכך - הקש על דלתות מחלקות משאבי האנוש בארגונים. בעוד מספר חודשים כשתגיע כמועמד לעבודה, היחס כלפיך יהיה אוהד יותר.

#### קורס

אם תאחד 3-5 הרצאות או שתחבור למרצה נוסף בתחום משיק לשלך - תוכל לבנות סדרת הרצאות או קורס שלם ולשווק אותו לאוכלוסיות שהזכרנו.

#### סילבוס

רכז את התכנים שלך מהקפסולות למספר הרצאות, ערוך את הרשימה כסילבוס והצב אותו באתר שלך. באופן זה יוכל הקורא (והמעסיק הפוטנציאלי) להתרשם באופן רחב יותר מיכולותיך. מסמך זה יקל עליך גם בהצגה העצמית וגם כשתצטרך להכין הצעה ללקוח.

#### מאמרים

אותם החומרים ייראו יפה מאוד כמאמרים. הקפד על אחידות בפונטים, תבניות והשפה העיצובית שלך.



#### דו"ח מיוחד

די בקלות אתה יכול לאסוף מידע ממספר מקורות ולייצר ממנו Special Industry Report - מאמר בן מספר עמודים אשר סוקר תעשייה, מגמה או סטטיסטיקה ענפית רלוונטית לקהל העוקבים שלך. לקוחות עסקיים מאוד אוהבים סקירות תמציתיות שחוסכות להם את הצורך לחקור ברשת או בספריות ולכן המסמכים האלו עשויים להיות מאוד פופולריים.

#### דף נחיתה

בשלב זה אתה אמור כבר לייצר תנועה רבה יחסית. חשוב לתעל את כל הטראפיק דרך דף ייעודי. תוכל להקים דף נחיתה חנימי במגוון פלטפורמות. דף אחד לכל קמפיין. בדף זה תעביר את קוראיך במסלול קצר בו הם ילמדו אודות תחום העניין המשותף - שלהם ושלך, יכירו קצת יותר אותך ואת יכולותיך וייחשפו לתכנים חנימיים נוספים שתוצה לשתף.

בסיום הדף, הזמן אותם להצטרף לרשימת התפוצה שלך, כדי להתעדכן בתכנים נוספים. ההמרה מתבצעת באמצעות טופס לכידת לקוח, הו תוכל לבקש מידע אודות תפקידם, הארגון ופרטי קשר. בהזדמנות זו הם גם מאשרים לך לשלוח להם תכנים, מבלי לחרוג מהתיקון לחוק אוסר משלוח פרסומת מסחרית במייל (חוק הספאם).

#### רשימת תפוצה

בסיס נתונים המכיל את הקהיליה שלך, לשימושך הבלעדי. תוכל לדוור מדי פעם, לא יותר מפעם בשבוע, את אחת הקפסולות. ישנן

העלות היא כ-25 ש"ח לספר ועליך להדפיס כמות גדולה. לכן כדאי להגיע לאזור המאה עמודים.

אפשרות שניה היא הדפסה עצמית, לא בהוצאה לאור אלא בבית דפוס או כחברת פחות פורמלית. פורמט חוברת יעיל במיוחד כאשר מדובר בתוכן שאתה מעודד לכתוב ולמרקר תוך כדי כתיבה.

לאמזון יש שירות CreateSpace במסגרתו אתה יכול להציע את האיבוק שלך גם כספר מודפס, ללא התחייבות לכמות. (Print On Demand).

בארה"ב הם מאפשרים גם מכירה של הספר כקובץ קול. AudioBook הוא כלי פופולרי למי שמבלה זמן רב בדרכים ויכול לשמוע את התוכן תוך כדי נסיעה.

אגב, תכני אודיו נפלאים שניתן להעלות גם כפודקאסטים באחת הפלטפורמות הקיימות.

#### סקר

כאן אתה מפעיל את הקהילה שבנית: אתה יכול לבקש מהעוקבים לסייע לך בהבנת מגמות מסוימות בשוק. באמצעות Google Forms או SurveyMonkey תוכל לייצר שאלונים וסקרים קלים ומרהיבים. כל משתתף יקבל כהוקרה על מאמציו את הדו"ח המיוחד המופיע בהמשך. רווח חשוב נוסף עבורך הוא האפשרות "לקצור" את פרטי ממלאי הסקר ולהכניס אותם למעגלי הדיוור, כמובן בהסכמתם. המידע גם יוכל לסייע לך להכין הצעות ממוקדות לפי צרכי כל אחד.

הזכר להם מה אתה מחפש והסבר אילו תועלות באפשרותך להשיג עבור ארגוניהם. חבריך ימליצו עליך רק אם יהיו בטוחים שלא תפשל ותעמיד אותך במצב לא נעים.

טפח יותר את הקשרים בחברות המטרה שלך. כאשר תאתר משרה שמעניינת אותך בארגון כלשהו, בדוק מיהם אנשי הקשר שלך בפנים, בדוק עד כמה הם בכירים או מקורבים לבעלים של המשרה. אם יש משרד פקיד רכש, תוכל להגיע לסמנכ"ל שרשרת האספקה דרך עובדי מחלקת הרכש או דרך סמנכ"לים אחרים.

מערכות היודעות לקלוט את "מחסנית התכנים" ולשדר אותן לפי תזמון שנקבע מראש.

אתר

הקמת אתר אינטרנט הפכה להיות זולה למדי. תוכל להשתמש במגוון פריילנסרים או לעצב בעצמך. עד כה עיצבתי מספר רב של אתרים בפלטפורמה החביבה עלי - וויקס. למרות היעדר התמיכה בעברית של החברה הישראלית, אופי העבודה הוא אינטואיטיבי, יש להם מגוון אדיר של תבניות ותמונות חנימיות.

תוכל להתחיל בגרסה החנימית ולהקים אתר מלא, בו יופיעו באגרים של וויקס והכתובת תהיה בתחת [wix.com](http://wix.com).

אם תרצה, בהשקעה לא מרובה, תוכל להרחיב לחשבון פרמיום אשר יכלול את הדומיין שלך, ללא פרסומים של וויקס, שילוב חנות וירטואלית ותיבת דואר ארגונית בשם האתר שלך.

על אתר זה, תוכל לתלות את כל החומרים שהזכרתי עד כה. אפשר לתכנת חלק מהדפים - כחסיים באופן שאי אפשר להגיע אליהם בניווט באתר או דרך מנועי חיפוש. זהו תוכן המיועד ללקוחות פרמיום שלך (כמו ספר בתשלום, דו"ח מיוחד חנימי, סרטוני וידאו "חשאיים").

זה הזמן לתפעל את הרשת שלך בשלב זה יש לך כבר רשת קשרים ענפה: חברים, משפחה, לינקדאין, פייסבוק, קבוצות ווטסאפ ואנשי קשר מאירועי נטוורקינג ואחרים.

המימד האנרגטי

נוגע במוטיבציה שלך :

1. מערכת ההפעלה האנושית,
2. חוקי היקום האוניברסאליים והדרכים לרתום אותם להצלחתנו,
3. טיפוח ופימפום מנוע ה"אטרף" של ההצלחה.

זכור שהחיים אינם מתגמלים על ידע – אלא על יישומו. תוכל לבדוק בקלות את הברומטר הנפשי שלך : כמה שיחות טלפון קרות אתה מוציא ביום? האם יותר או פחות מהרגיל? אם אתה נמנע מתקשורת ישירה עם המעסיקים הפוטנציאליים שלך ומעדיף להסתתר מאחורי המקלדת – זה הזמן לקחת את עצמך בידיים ולשנות את המצב ומצב הרוח!

---

*שמור את קצב שריפת המזומנים נמוך והמוטיבציה גבוהה  
(Keep Your Burn-Rate Low and You Spirit High)*

---

מחפשי עבודה, כמו יזמים ומנהלי פרויקטים, נוטים להפריז בתחזיות הרווחים ולהמעיט בצפי לתקלות, עלויות, תשלומים ועיכובים אחרים. לכן פרויקטים רבים כגון חיפוש עבודה, עולים ונמשכים הרבה יותר מהמתוכנן. כתוצאה מכך, נפגע מאוד תזרים המזומנים המשפחתי והעסקי, ההוצאות מאיימות והמוטיבציה צונחת.

במצב כזה – סיכויי ההתאוששות יורדים מאוד. מובטלים, יזמים, מנהלי פרויקטים ואנשי מכירות העוסקים בעסקאות ארוכות

12. הצלחה תלת מימדית

אי שם במעלה הקריירה, ודאי הבחנת ביחס הלא כל-כך ישר בין ההשכלה והידע שלך להצלחתך החומרית. הקידום הפך להיות רוחבי, התנאים והבנוסים פחות אטרקטיביים, נמאס לעשות More of the same או שפשוט נדחת לתפקידים פחות משמעותיים. בין השיקולים ודאי שקלת מסלול עצמאי, או משרה בכירה בה אתה יושב במושב הקברניט.

בשלב זה בקריירה צברת עשרות אלפי שעות התמחות במקצועך! במקום להחליף את זמנך ומרצך במשכורת ובביטחון כלכלי על תנאי, אתה יכול למנוף את הידע, הניסיון והמומחיות שלך לטובת עסק עצמאי. במתודולוגיה זו 3 מימדים עיקריים :

המימד האופרטיבי

בנה מערכת אישית, המותאמת להתמחות הייחודית שלך, מינוף הידע, הניסיון והיכולות. יישום מתודולוגיה מנצחת, כלים פרקטיים וטיפים בדוקים להצלחה :

1. החזון האישי והעסקי,
2. מסלול הצלחה,
3. מיתוג עצמי,
4. נוכחות אינטרנטית אשר תתמוך בתדמית ה"גורו" שלך,
5. מערך מסרים אפקטיבי ומניע לקוחות לפעולה.

ספר זה ברובו, הוא מפת דרכים אופרטיבית כזו, המותאמת לאיתור משרת החלומות. כמקצוען, תוכל לבנות מפה כזאת בתחום המומחיות שלך.

דחיינות

לכולנו יש נטייה לברוח ממתלות אישיות ומקצועיות: לערוך שיחות טלמרקטינג קרות או עם לקוחות כועסים, להכין שיעורים ביום האחרון של החופשה ולהתקשר לחמות. רובנו נעדיף לבצע משימות נעימות יותר. חלקן אפילו בריחה לעבודות פחות חשובות ודחופות.

תופעת הדחיינות מוכרת בעולם וקיימת אצל כולנו במינון כזה או אחר, זוהי הנורמה. ואם אתה דחייך – אתה נורמלי! מצליחנים – משכילים להתגבר על הדחיינות במספר דרכים שיתוארו בהמשך. בחיפוש עבודה, זוהי תופעה שעשויה לגרום לך לאבד זמן (א)בטלה ממושך או לפספס משרות שוות. לכן כדאי לתרגל את השיטות האלו. כשאתה נתקל במשרה שווה, עצור הכל וטפל בה מידית! כשמעסיק פוטנציאלי מבקש ממך להכין מצגת או נייר עבודה – לך על זה, התמקד בתוכן ולא בפירוטכניקה! אז מה עושים:

חשוב "אסטרטגיה"

החלט מי מטרת העל שלך בתקופה הקרובה ובנה סביבה את האסטרטגיה שלך. לעולם אל תקריב את האסטרטגיה שלך עבור הזדמנות מקרית, אשר אינה משרתת את האסטרטגיה. כשהקמתי את וויקיסיילס, מטרתי הייתה להכשיר ארגונים במכירות בינלאומיות, כלומר – למכור הרבה יותר בחו"ל. אחד מלקוחותיי, הציע לי משרת סמנכ"ל מכירות עם חבילת שכר נאה. למרות שהגיב חרג מהליבה שלי – לקחתי אותו ובכך דחיתי את העמידה שלי במטרות האישיות ביותר משנה!

טווח, עלולים להגיע אף לסף דיכאון קליני. בסדנאות שלי, אני מלמד יישום של כלים פשוטים, כמו תכנון פסימי (המניח מראש את התארכות מציאת המשרה, הוצאות כפולות וחצי מההכנסות), חגיגה של "נצחונות קטנים" כאשר מגיעים לאבן דרך בתהליך וגמישות תודעתית. טכניקות אלו המלוות בהצגה של הסלוגן מסייעות לך להטמיע במוחך את התהליך. מספר מאומנים שלי הדביקו את הסיסמא על מסך המחשב שלהם.

המימד התודעתי

מיינד-סט של אלופים ופריצת גבולות:

1. לא עוד לשיפור של 10% או 1,000 ש"ח לחודש.
2. אתגור ליעדי שיא, בעיטה מחוץ לאזורי הנוחות,
3. איתור הזדמנויות עסקיות, מציאת פלחי שוק ונישות דלילות מתחרים ועתירות רווחיות.

גמישות תודעתית

כשאנו נכנסים לארגון, ההדרכה כוללת הסברי מוצר, מדיניות חברה, תמחיר, הגדרת תפקיד, משימות וגבולות גזרה. לא פעם ניתקל במצבים בהם ניאלץ לכופף את הכללים על מנת למקסם מצב נתון. למשל: בפגישת מכירה הלקוח אינו מוכן/יכול לרכוש את המוצר במסיבה כלשהי. אם תדע להבין את המגבלות שלו, יתכן שתוכל להציע מודל שכירות או ליסינג אשר יניב לך הכנסה מצרפית גבוהה יותר ממחיר המכירה. או לקוח המבקש מוצר שונה מאשר אתה מציע. במקום לסרב, בדוק עם הבוס שלך אפשרות להתאים מוצר פרמיום עבור לקוח זה.

המטלה וידחוף אותך לישון בשעה המתאימה. החברים והמשפחה – יהוו את מעגל התמיכה שלך. ככל שאתה מתחייב ליותר אנשים – אתה יותר מחויב לתהליך ומגדיל את סיכוייך להצלחה. למרות שאני די דיסקרטי במטרות האישיות שלי, בישרתי לרבים מחבריי שאני כותב ספר זה שייצא לדפוס עוד השנה. בכך חייבתי את עצמי לעמוד בלוחות הזמנים, למרות בלתי־ימים שיכולים להתעורר בכתיבה או משימות אחרות המסיטות מהמטרה.

מוח הלטאה

סת' גודין, גורו השיווק, כותב בבלוג המצוין שלו אודות "מוח הלטאה". הוא ממוקם בגזע המוח. זהו אותו חלק קדמון בהתפתחות שלנו האחראי על ההישרדות והרבייה. שאנו חווים בהלה, אי נוחות או איום, מוח הלטאה משתלט על מנגנון קבלת ההחלטות ופוקד עלינו לברוח. בין היתר על ידי הזרמת יותר דם לגפיים, כדי לרוץ. זוהי התחושה המוזרה בקצות אצבעותינו חלקיק שניה לאחר אירוע מפחיד.

באמצעות אימון נכון, ניתן לתכנת את מוחנו להתגבר על הנטייה הטבעית. לוחמי אש, למשל, מתוכנתים לרוץ לתוך בית בוער כשכולם בורחים וטייסיים מתורגלים לבצע סדרת משימות הישרדותיות, באופן אוטומטי כאשר המטוס נפגע או כשמונע חדל מלפעול. זהו גם הבסיס לערך הצה"לי של "חתירה למגע": למרות הסיכון, חיילינו מאומנים לדחוף באופן אקטיבי לעימות ישיר עם האויב.

חיפוש עבודה היא תופעה לא טבעית, בעיקר למי שהיה מועסק שנים רבות, בדיוק כפי ששנות נישואין גורמות לנו לאבד את כישורי הדייטים. זוהי יציאה מאזור הנוחות שלנו ונטייתנו

תעדף משימות

אם חיפוש העבודה הוא ליבת האסטרטגיה שלך, כל המשימות האחרות יקבלו עדיפות נמוכה יותר. מאידך, כל פעילות אשר מטרתה לשרת את האסטרטגיה – תבוצע מידית.

הקצה משבצות זמן לכל פעילות קריטית

מתחילים באילוץ הזמן. למשל, שיחות טלפון יזומות עם המעסיק הפוטנציאלי הן משימות מאוד משמעותיות. חלון הזמן המתאים ביותר ביום להתקשר אליו חייב להיות מסומן ביומנך. כשמגיעה שעה זו, עליך להפסיק כל משימה אחרת, כדי להתחיל את השיחות. אם תפספס את המשבצת – תיאלץ להמתין יום ואולי שלושה, אם נפלת על סוף שבוע.

צ'פר את עצמך

אם תתגמל את עצמך על כל ניצחון קטן על הדחיינות הטבעית שלך, תבנה לך דפוס מנצח, אשר יהפוך בתוך פחות מחודש – לטבע שני. תגמול כזה יכול להיות גלידה, יציאה לבילוי או חופשה.

אתגר 21 יום או 28 יום

מקובל ש-21 יום של התמדה בדפוס החדש, מקנה הרגל טבוע באופי. כדי להבטיח את ההצלחה בדרכך החדשה, כדאי לך להציב לעצמך אתגר 28: כלומר 28 ימים, בהם תתמיד באופייך החדש. למשל, אם החלטת לרוץ מדי בוקר בשעה 6:00, תכנת את השעון המעורר מדי בוקר לשעה זו, הכנס תזכורת קבועה ליומנך וספר לחבריך. השעון יעיר אותך בזמן, היומן יזכיר לך מדי יום על

אולם, העולם ואתו שוק העבודה, נמצאים בתנועה מתמדת. שפות התכנות מתחדשות, המחשוב נכנס לכל נדבך בחיינו, יותר ויותר מיכון מתוחכם מחליף עבודה ידנית, ראיית מכונה, למידת מכונה, רובוטים ובוטים ממלאים תפקידים אנושיים, אינטרנט ותקשורת מצמצמים מרחקים, מייתרים נסיעות ומאפשרים שיתוף מידע גלובלי. המון מקצועות נעלמים ופולטים מיליוני עובדים ללשכות התעסוקה. אולם בו בזמן, הרבה תחומים נפתחים ומייצרים הזדמנויות חדשות. מי שלא יסתגל למציאות המשתנה – יכחד! כך שאין לך ברירה, אלא להתעדכן באופן מתמיד, ללשש את כישוריך ולהתאימם לעולם החדש.

גם הפחד משינויים מניע את מוח הלטאה. אם תהיה מאותם אנשים בארגון המתנגדים לכל שינוי, די מהר תמצא את עצמך בחוץ ובחוסר התאמה. כדאי לך להפנים שהדבר הבטוח בשוק העבודה שלנו הוא השינוי המתמיד. ברגע שתבין זאת – תוכל לאמץ כל שדרוג ומגמה חדשה.

בספר חציית התהום Crossing the Chasm, מחלק ג'פרי מור את קהל המשתמשים בטכנולוגיה למספר אוכלוסיות משנה, לפי קצב אימוץ השינוי. המאמצים המאוחרים בדרך כלל יעשו זאת לאחר שכל השוק כבר יתעדכן. כמו אותם אנשים שרוכשים סמארטפון, רק כשאינם יכולים לקנות טלפון עם חוגה. הרוב יאמץ את הטכנולוגיה בשלבי הבשלות שלה. אולם היזמים, החדשנים ומי שמחשיב עצמו בחזית הטכנולוגיה, יתעדכן ויאמץ בין הראשונים כל טכנולוגיה חדשה, גם אם אינה מושלמת. בדיוק כמו אלו שעומדים לילה שלם בתור, כדי לקנות את האיפון האחרון.

הטבעית היא לברוח ממנה. לפני שנים ראייתי מנהל חשבונות ובסיום הראיון נתתי לו בחינה קצרה. הוא ביקש לשחרר את החבר שממתין לו, יצא ולא חזר עד היום. זוהי דוגמה למוח הלטאה שלו שפקד עליו לברוח.

התשובה לכך היא גיבוש אסטרטגיה ברורה לאיתור משרת החלומות הכוללת את כל השלבים באופן מובנה וברור: מיפוי הנכסים והתשוקות, גילוי צנצנת הדבש שלך, מיקומך על מחומש הסרגלים, זיקוק הצהרת הערך שלך ובניית בנק המטרות. כשתשלים את התהליך במלואו, יתברר לך באופן מובהק היעוד שלך בחיים. ברגע זה, תחוש דחף להתחיל את איתור התפקיד הבא שלך. אתה תקבל בברכה כל שלב וכל אתגר, כי יהיו לך התשובות המתאימות, עליהן התאמנת. למשך כל התנגדות שיעלה מעסיק פוטנציאלי, תיראה לך כמו סימן חיובי. "איתות סגירה" בשפת המכירות.

צא מאזור הנוחות

דחיינות ומוח הלטאה הם רק שניים מהקבועות הטבעיים שלנו. לכולנו נוח יותר להיצמד לטוב ולמוכר. אריק אינשטיין היטיב לבטא זאת בשירו "אוהב להיות בבית":

---

*אבל אני אוהב להיות בבית  
עם התה והלימון והספרים הישנים  
כן, אני אוהב להיות בבית  
עם אותה האהובה ועם אותם ההרגלים  
אוהב להיות בבית*

---

13. משרת החלומות למתקדמים

בפרק זה, אדון במספר נושאים החורגים מליבת הספר, במטרה לספק לך כלים נוספים לניהול הקריירה, האנרגיה, הכלכלה והמשפחה שלך בעיקר בזמן חיפוש עבודה.

תכנון מפת דרכים - שנה קדימה

חשיבה אסטרטגית אודות עתידך המקצועי, כרוכה גם במשפחתך ובהתנהלות הכספית.

כשלמדת באוניברסיטה או בתיכון, בנית לעצמך מסלול קריירה מסוים, הכורך את מקצוע הלימוד שלך עם התפקידים הבאים שלך.

היום לימודים אקדמיים אינם "מסלילים" אותך כבעבר.

מחקרים מראים שאחוזים בודדים המשיכו במקצוע אותו למדו בתיכון, מעטים יותר מנצלים את המקצוע הצבאי שלהם וכולנו רואים מגמה של ניווד ללא קשר מובהק להשכלה.

כולנו רואים עורכי דין רבים שלא עוסקים במשפטים.

האינפלציה במקצוע זה גרמה להעלאת סף הכניסה ללשכת עורכי הדין בישראל, רבים מהבוגרים אינם עוברים את הבחינה ונשארים כ"משפטנים", אולם עוסקים במגוון מקצועות בעיקר בשירותים.

מגמות במקצועות העבר והעתיד

בעשור הנוכחי אנו עדים להמון משרות שנעלמות: כספרים בבנקים, סוכני נסיעות וביטוח, קלדנים, מרכזנים, ארכיבאים, פועלי דפוס, פועלי ייצור וחקלאים.

- נסה להיות מאמץ מוקדם, בעיקר אם אתה עובד בתחומים טכנולוגיים. דרך חיים זו, תקנה לך עדיפות על המתחרים שלך.
- התעדכן באופן קבוע אודות המגמות והחידושים בתעשייה שלך.
- אם תוכל, שים יד על גרסאות מוקדמות. רוב הספקים ישמחו לכלול אותך בין לקוחות הביתא או הנסיינים שלהם.
- אם גם תכתוב על כך בבלוג או ברשתות החברתיות, תהפוך להיות מקור ידע ומטרה עבור מעסיקים פוטנציאליים.

יצאה מאיסורי נוחות כוללת גם כניסה לפלחי שוק או תעשיות שאינן טבעיות לרוב השחקנים. למשל: רובינו דוברי אנגלית טובה ולכן עובדים מול ארה"ב, בריטניה, קנדה ואוסטרליה. אנו מעדיפים חוקי משחק ברורים ויכולת אכיפת חוזים טובה, כך שנוח לנו במדינות העולם הראשון והאיחוד האירופי. אולם ההזדמנויות האמיתיות הן מחוץ לאזורי נוחות אלו, דווקא באפריקה, אמריקה הלטינית, חבר העמים ומזרח אסיה.

מכיוון שכל המתחרים שלך כבר מצויים בשווקים המפותחים, הקרב על כל לקוח וכל עסקה יהיה קשה יותר ותחרותי יותר. אלו גם מדינות מתוחכמות יותר, עם מודעות גבוהה לאיכות ומפרטים קשים ליישום. מצד שני, בשווקים פחות מבוקשים, דרישות המוצר יהיו קלות יותר לביצוע ובזכות מיעוט המתחרים – שולי הרווח גבוהים יותר.

- השלם את הידע או ההשכלה הדרושים למשרת החלומות שלך.

לבדוק נכונות בן הזוג

החלטותיך אודות מקום עבודה, ישפיעו על הזוגיות שלך. מקום עבודה אחר עשוי אולי לשפר את ההכנסה בבית אבל יכול לגרום ללחצים אחרים:

- עומס יתר ושעות עבודה ארוכות.
- צורך בהכשרה חדשה.
- נסיעות ממושכות לחו"ל
- ירידה זמנית במשכורת
- בוסים חדשים ולא מוכרים.
- סביבת עבודה ועמיתים חדשים.
- הצורך להוכיח את עצמך.

לכן חשוב לרתום את בן הזוג לתהליך, לקבל את ברכתו ואת המחויבות שלו. זה לא מובן מאליו ואל לך להציב שינוי כזה כהפתעה או כעובדה, ללא דיון משפחתי. כששבנו ארצה, קיבלתי מספר הצעות אטרקטיביות לרילוקיישן, אולם בהחלטה משותפת, החלטנו לדחות אותן. אובדן ההכנסה שולי יחסית לחשיבות התא המשפחתי ובריאותו.

מקצועות רבים אחרים ייעלמו בעשורים הקרובים: נהגים, טבחי מזון מהיר, דוורים, סוכני מכירות, קופאים, שופטי ספורט, מוכרים בחנויות, קוראי שעוני (מים, חשמל וגז) וצלמים. מאידך יפתחו המון תפקידים, אשר את חלקם אנו רואים כבר היום: רובוטיקה, כתיבת תוכן, ניהול מדיה, רשתות חברתיות, ניהול חדשנות, טרנספורמציה דיגיטלית, סייבר, חקלאות מדייקת, בניה ירוקה, הנדסה ביו-רפואית ומקצועות רבים אחרים. בתחומים הטכנולוגיים יובילו מהנדסים: ראייה ממוחשבת, למידת מכונה, מחשוב עננים, אנליסטים: אבטחה, BI, רשתות ומפתחי אפליקציות. אם החלטת על שינוי, נסה לחשוב על מקצועות ותעשיות עם אופק.

#### את השנה הראשונה, נסה לתכנן ביתר דיוק.

- הצב לך תאריכי יעד לתחילת עבודה בחברה חדשה.
- הוסף לכך חודשיים לפחות, כי שיטת משרת החלומות מצריכה יותר זמן הכנה מאשר חיפוש משרות רגיל.
- הבא בחשבון תהליכי גיוס ארוכים של ארגונים גדולים, הליכי סיווג בטחוני, מיון במרכזי הערכה ובדיקות טוהר מידות.
- תכנן אחורנית את השלבים הנדרשים למשימה זו.
- בהתאם לבנק המטרות - רשימת החברות והתפקידים, מפה את אנשי הקשר ומנופי ההשפעה שבהישג ידך.
- פרסם בין חבריך את העובדה שחזרת לשוק העבודה ובקש לשמור על דיסקרטיות, אם יש צורך.



בתחומים שונים. בבדיקה מדגמית עלו קבוצות: למידת שפות, התאמת מוצר לשוק, ביג דאטה, סייבר, פיזיקה קוונטית, בלוקצייין, המוח הנשי, אינטרנט של הדברים, ישומי אנסטגרם בתיירות, ++C, בינה מלאכותית, מציאות רבודה, שפת הגוף ורובוטיקה.

רוב המיטאפים – חינוכיים ופתוחים לקהל הרחב, בהרשמה מראש.

שפע אירועים נוספים זמינים בעיתונות המקצועית ושווה להירשם אליהם.

אם אינך מוצא קבוצת נטוורקינג העונה לתחום ההתעניינות שלך – פתח קבוצה כזאת. הרשתות החברתיות, בעיקר פייסבוק, ווטסאפ ולינקדאין מאפשרים הקמת קהילייה כזאת בקלות. תוכל להצרף את חבריך, עמיתים לעבודה וכמובן את אנשי הקשר בחברות המטרה שלך. כך תבנה את עצמך כאוטוריטה בתחום זה ותיחשף לבוסים העתידיים שלך. לאחר שתצבור גרעין של מספר עשרות חברים – תאם מפגש פנים אל פנים. פנה לחברות המטרה שלך כדי שיתנו חסות והרצאות מקצועיות במפגש. בכך תעמיק את ה-Engagement מולם עוד יותר.

להצטרף או להקים קבוצת מסטרמינד

בפרק אודות חיי החברה, תיארתי מיהם החברים הרצויים אשר יקדמו אותך באמת.

סדנאות מסטרמינד נועדו בדיוק למטרה זו. הם מפגישים אנשים בצומת דרכים או שלב מסוים בקריירה המקצועית או האישית ומסייעים לחברי הקבוצה.

לקחת קורס, הכשרה, מנטור, מאמן/וירטואלי לאחר ההחלטה על הכיוון הרצוי לך, פלח השוק, הסקטור והתפקיד הרצוי, חזור שנית אל המחומש שלך. בדוק היכן המדדים שלך נמוכים יחסית לדרישות המשרה והשלם את הפער. אם למשל אתה רוצה לחזור לכתובת קוד, אחרי מספר שנים מחוץ לפיתוח, קח לך מספר קורסים בכלי הפיתוח המודרניים, התעדכן בזירגון המקצועי העדכני של התעשייה שלך ונסה לפתח מודולים בכלים אלו.

אם זו המשרה הראשונה הכרוכה בניהול אנשים, עליך לרכוש מיומנויות הובלת צוותים. יתכן שמנטור או מאמן יוכל להדריך אותך ואפילו ללוות אותך בחודשים הראשונים.

לתפקידים בינלאומיים יהיה עליך ללטש את כישורי השפה שלך, הכתיבה העסקית ויכולות הפרזנטציה. מאמן טוב או קורס אינטרנטי יתאימו. במקביל יהיה עליך להכיר את מדינות היעד, מאפייניהן והתרבות העסקית שלהן. כאן יוכלו לסייע לך בשגרירות, בלשכות המסחר הדו-לאומיות ובחומרים רבים ברשת. לפני נסיעת העסקים הראשונה שלי לסין ישבתי מספר שעות עם חבר יועץ מומחה לתרבויות מזרח אסיה, אשר צמצם משמעותית את השגיאות שלי במו"מ עם הסינים.

להתחיל בנטוורקינג

השתתפות באירועי התעשייה בה אתה רוצה להשתלב, תחשוך אותך למידע, מגמות והזדמנויות עסקיות. כאמור ישנו מספר רב של אירועים, עליהם תוכל למצוא פירוט באינטרנט. מדי ערב מתקיימים בתל אביב ובערים נוספות עשרות מפגשי MeetUp

- בלוחות הזמנים למציאת העבודה ואפילו הוויתור על רכב הליסינג.
- כדי לעמוד באתגרים אלו, עליך לפתח שרידות מנטלית גבוהה. בשורות הבאות אפרט מספר מן הדרכים בהן אני משתמש כדי לחזק את עצמי:
- לא להקשיב למסרים שליליים או הטעונים באנרגיות רעות: חדשות, פרשני חדשות, אסונות, צער, כאב ומוות. להימנע מתכנים ותוכניות עצובות. כלומר, לצמצם זמן טלוויזיה למינימום הכרחי. נוכחתי בהשפעת חדשות מתפרצות על ידידה שהייתה מנויה על כל ההתראות של אפליקציית צבע אדום. היא הכניסה את עצמה לחרדות בלי כל צורך.
  - לא להקשיב לרכילויות ולביטויי השמצה ושיימינג
  - לשמור על לשון נקיה בדבריי, כולל שפה גבוהה ואפס השמצות, קללות ורוע.
  - לבצע רק פעילויות "מקדמות" אל עבר המטרות שלי
  - להעדיף שימוש בפעלים וביטויים חיוביים על פני השליליים. לחשוב ולדבר על חצי הכוס המלאה.
  - לעשות ספורט מתון
  - לנצל את זמן הנסיעות והטיסות להאזנה למסרים מקדמים, הרצאות בתחומי העניין ותכנים מלאי השראה חיובית. וגם הרבה קומיקאים.
  - להקדיש זמן איכות למשפחה. המשפחה היא מקור הכוח. חצי הכוס המלאה באבטלה היא שניתן לבלות

מפגשים אלו מתקיימים בפרוטוקול קבוע על ידי מנחה מנוסה. בכל מפגש עורכים סבב בו כל חבר משתף בלבטיו ואתגריו. השאר מעלים רעיונות לפתרון, המבוססים על ניסיונם והבנתם. הכל מתנהל באווירה חיובית, מפרגנת ופתוחה. באחת הקבוצות בהן השתתפתי, נכח אדם עם אישיות דומיננטית וצינית מדי והוא פשוט נבעט מהתוכנית. גם כאן, אם אינך מוצא קבוצה כזאת – הקם אותה, על בסיס קבוצת הנטוורקינג שלך.

להתנתק מקבוצת השווים הרדודה

כפי שכתבתי, קבוצת חבריך הנוכחיים והמשפחה שלך הם המעגל הנפלא לארוחת שישי בערב או בילוי של סוף שבוע. אולם אל לך להתייעץ איתם מקצועית. בדיוק כפי שלא תשמע לעצנתו של ידיד הילדות שלך בנוגע לפרוצדורה רפואית, אל תקשיב לו בנושאי קריירה.

מכיוון שאתה חי בקרב אוכלוסייה מסוימת, עם DNA דומה מאוד לשלך, לכולכם סט ערכים וכלים זהים פחות או יותר. על מנת להתעלות מעל לרמה זו, עליך לשדרג את החברויות שלך. המשך עם ארוחות השישי והבילויים עם החברה, אבל אל תשתף אותם בלבטים והאתגרים המקצועיים שלך.

להתחזק מנטלית ואנרגטית

המסע למשרת החלומות, כמו גם השתלבותך בחברה החדשה, הינם תהליכים ארוכים ועתירי מכשלות פוטנציאליות: חשבון בנק מתדלדל, משבר זוגיות, ריחוק מחברים, פיטורין או התפטרות, יחסים עכורים עם העמיתים בעבודה, אי עמידה

2. **קורסים קצרים**: היום יש היצע אדיר של קורסים מקצועיים, ללא רקע אקדמי. אלו תכנים אונליין המקנים כלי עבודה בתחומים ממוקדים כמו סחר אלקטרוני, פרסום ברשתות חברתיות, פרסום ממומן בגוגל, ניהול מדיה, שוק ההון ונדל"ן.
3. **העשרה כללית**: למידה "לנשמה" של תכנים מעניינים או מסייעים להתמחות שלך בתעשייה, במדינה ובטכנולוגיה. הרצאות TED קצרות הן דרך נפלאה להיחשף לתחומי ידע כאלו.
4. **השראה, השריה ומוטיבציה**: תכנים המתכתבים עם המימד האנרגטי שהזכרתי.
- אם אתה שולט באנגלית, תוכל ליהנות משפע מרצים ומאמנים מבוב פרוקטור עד לאנטוני רובינס. מיעוט התכנים חינמי בהרשמה מראש, כשהחומרים העמוקים יותר – בתשלום.
  - עליך לבחור את אופי המנטורים להם אתה מקשיב, בהתאמה לאופיך. אישית, אינני מתחבר לגורואים של מוטיבציה מלאי הפאתוס ומעדיף את הכריזמה השקטה.
  - נאום מוטיבציה ברגע הנכון ביום יכול להרים את רמות האנרגיה שלך ולטעון אותך ברוח קרב לקראת מצגת או מו"מ.
  - אם תקפיד להקשיב לתכנים טובים כאלו לאורך זמן תבחין שאתה שרוי ב"רוטב" חיובי שמקדם אותך.

יותר עם יקיריך, להסניף את הילדים ולחוות את גידולם.

- בישול
- התנדבות

שיטות אחרות מומלצות:

- מדיטציה, יוגה ותפילה
- האזנה למוסיקה
- תחביבי יצירה: נגרות, ציור, פיסול, גינון ונגינה
- ספורט לשחרור אגרסיות

להקדיש את זמן הנסיעות ללמידה

ביום עבודה רגיל, עם הפקקים אנו שורפים שעתיים-שלוש על הכבישים, ברכב, אוטובוס או רכבת. טיסות תכופות והמתנות ממושכות בנמלי תעופה גוזלות נתח משמעותי משעות העבודה הפרודוקטיביות והיעילות שלנו. זהו זמן מת שניתן להקדישו להתפתחות עצמית.

בחר פלטפורמת וידאו או אודיו (פודקאסט) מועדפת שתאפשר לך לצרוך את התכנים באופן שוטף. אפשר לתעל זמן זה למספר כיוונים:

1. **למידה אקדמית**: האוניברסיטאות מעלות חלקים ניכרים מהסילבוסים שלהם כהרצאות מוקלטות באודיו או וידאו לרשת. חלקם דורשים רישום ותשלום וחלקם חינמי, כשהתשלום הוא על הזכות להיבחן.

להקצות 2-4 שעות ביום ואת כל סופי השבוע

בשבוע עבודה טיפוסי – 42 שעות. כלומר כתשע שעות יומיות, כולל הפסקת צהרים. אלופים כמונו יכולים להכניס בקלות עוד יום וחצי בשבוע. ואם אינך שומר שבת – אפילו יום נוסף. מכיוון ששעות אלו הן בערבים וסופי השבוע, הן אינן מקבילות לשעות העבודה ולכן ייעודן העיקרי הוא לתכנון, כתיבה ולמידה. את תכני ההרצאות שלי, הספרים ואתרי האינטרנט יצרת בעיקר בשעות הלילה המאוחרות כשבני הבית ישנים. ששש, שהבוס לא ישמע, אם גמלה בך ההחלטה לעזוב את החברה שלך, אינך חייב להמשיך לעבוד שעות נוספות ללא צורך. הקדש את הזמן שנוצר לעתידך!

בטל גוזלי זמן

פייסבוק, קבוצות וווטסאפ חופרות ונודניקים יכולים לשתות אחוז ניכר מזמנך.

כשאתה מחפש את משרת החלומות שלך, עליך לשנות את התודעה שלך למיינד-סט של איש עסקים בשיא העשייה שלו. כלומר, זמנך יקר ועליך לתעדף את השימוש בו. השתק את כל הרשתות החברתיות, ההתראות והחלונות הקופצים. מי שצריך אותך באמת – יידע לתפוס אותך טלפונית. את הווטסאפ – בדוק פעם בשעה. את הפייסבוק שמור לשעת מנוחה אמיתית והקטן את החשיפה למינימום. לינקדאין היא רשת עסקית ולכן ההתייחסות ככלי עבודה. גם האינטראקציות ברשת זו חייבות להיות ענייניות וממוקדות

5. **תכנים קלילים**: יש ביום גם מקום לשמיעת תכנים

קלילים, מוסיקה מתאימה (אנרגטית – בתחילת יום ורגועה בסופו). כשמצב הרוח שלי אינו בשיאו, אעדיף לשמוע סטנדאפיסטים מהעולם. בתקופת נסיעות לחו"ל אשתדל לשמוע את הקומיקאים המקומיים, כדי להתחבר לתרבות ולסלנג.

להוסיף ספורט

אישית, אינני חובב ספורט. אבל מודע לחשיבותו לבריאות הפיזית והנפשית. לכן כללתי בסדר היום שלי מעט (מדוי) פעילות גופנית. בעיקר ריצה קלה והליכות.

לאחר בדיקת רופא, התאם לך מסגרת ספורטיבית מתאימה לגילך ולאורח חייך. ישנן המון אפליקציות שיסייעו לך לתכנן, לתזמן ולעקוב אחר התקדמותך, כולל מדדים בזמן אמת, חיבור לשעון חכם, שריפת קלוריות צעדים וחיבור לרשתות חברתיות. בכל הערים קיימות קבוצות ריצה בכל הרמות, קבוצות כדורגל וענפי ספורט נוספים. רכיבה על אופניים וריבוי השבילים הייעודיים לכך פותח אופציה נוספת. במחיר קצת יקר יותר תמצא מועדוני ספורט ומכוני כושר לאימונים עצמאיים או קבוצתיים. הקצה העליון של הקשת נמצאים מאמני הספורט האישיים.

לקודד. הבדיחה במסדרונות החברה הייתה שאם הוא פורש אפשר לכבות את השרתים.

בחור כזה בצוות מתוגמל כמו סמנכ"ל לפחות.

כדאי לך לחפש את המקצוען הזה בארגון בו אתה עובד ולסגל לך חלק מהתכונות שלו. זה יסייע לך בזמן העבודה, במו"מ שכר וכמובן שגם במשרה הבאה.

ניהול מוניטין ברשת

למה לא כדאי שיראו את התמונה עם הנרגילה?

יש חברות שמתמחות בניכוי פרטי עבר מביכים. למזלנו, רובנו לא נזקקים לחרוש עמוק מדי. במידה ויש אודותיך המון אזכורים שליליים ברשת, למשל, רישומי בית דין, כתבות לא מחמיאות, סיקור עיתונאי לא אוהד והשמצות (זה קורה המון ומצליחנים שמושכים אש) - רצוי שתיצור הרבה מסה קריטית של פרסומים חיוביים:

- כתוב ופרסם פוסטים ובלוגים,
- העלה סרטונים מקצועיים
- תייג את עצמך במקומות שמקדמים אותך.
- דרך טובה לחיטוי מוניטין היא לחרוש את הרשת ולהסיר כל תיוג לא מחמיא מהרשתות החברתיות.
- במידה לגוף כלשהו פרסם אודותיך מידע שגוי או מעליב - תוכל לפנות אליו במכתב רשמי עם דרישה להסיר את המידע, בהתאם לחוק הגנת הפרטיות לחוק איסור לשון הרע.

מטרה: סקירת חברות מבנק המטרות, חיבורים עם חברים ומענה לפוסטים רלוונטיים.

ותר על מה שלא מקדם

כבר עמדתי על נקודה זו, אולם מפאת חשיבותה, ראיתי צורך לחזור: לפני כל פעולה שלך ובכל אינפוט שאתה מקבל, שאל את עצמך את השאלה הבאה: "האם זה מקדם אותי?" במידה התשובה היא שלילית – זנח אותו.

לאורך שנים הייתה לי מדבקה על שולי המסך שלי עם מילה אחת בלבד: "מקדם?". לפיה הייתי מתעדף מיילים ועובד על פרויקטים.

דברים שאינם מקדמים בחיפוש עבודה: מיילים חברתיים של קידום מכירות, ידע ומידע שאינו רלוונטי, שיחות פומביות בקבוצת הווטסאפ של הגן, כל הפייסבוק, סרטונים חתולים ויראלים וחדשות.

חקה את המומחה!

אתה מקצוען! השתדל להיות הכוכב של הארגון, היה מחמשת האחוזים העיליים, בביצועים, באמון שהנהלה והצוות רוחשים לך. גם בשכר ובתגמולים. בכל ארגון יש אחד כזה. הוא מתנהג באופן שונה, הוא והסביבה מודעים לכך הוא לבוש אחרת, מדבר אחרת, מתרועע עם הנהלה, משתתף בדיוני הנהלה וכל זאת למרות שאינו בדירוג בכיר.

עבדתי עם מקצוען כזה. הוא משרה אמון בכל מה שעושה, הוא כותב קוד שגם מבקרי האיכות אוהבים, מובן, אלגנטי ומתועד. אפילו בטיול השנתי סמכתי עליו שינהג באותה יד בוטחת בה נהג

מה המיצוב החברתי שלך

כמה חברים יש לך בפייסבוק ובלינקדאין או בטלפון, כמה קבוצות בווטסאפ, כמה קל לך להגיע למקבלי החלטות.

המחמאה המפוקפקת שאתה אובר קואליפייד

בפעמים הראשונות שתשמע את הביטוי Over Qualified, הוא עשוי להחמיא לך. אולם לאחר מספר חזרות, תבין שזוהי קללה בעטיפה מתוקה. משמעות הביטוי היא שאתה טוב מדי למשרה זו. השימוש ב-OQ הוא בעיקר נחלתם של מנגנוני הסינון ממשאבי אנוש ומנהלי ביניים בינוניים.

בעיקרון, אם תשתמש בשיטת משרת החלומות, לא תגיע כלל להתמודדות כזאת, כי כל האינטראקציות שלך יהיו עם בכירים אשר יתלהבו מהתועלות שאתה עשוי להביא לארגון ולא מהעבר שלך.

עם השנים פיתחנו מספר טקטיקות כדי לעבור משוכה זו:

1. פחות אגו: קורות החיים הם כרטיס ביקור או כרטיס כניסה למשחק התאגידי. אין כל מקום להתהדר בכל ההישגים הרבים שצברת, אלא להתמקד במסר שיעביר לבוס העתידי שלך מהן התועלות שאתה מביא.
2. קורות חיים ייעודיים: למשרות מסוימות, קורות החיים שלך מרשימים מדי. אתה מתאר מספר תפקידי ניהול וניהול בכיר, מוטת השפעה על מאות עובדים ותקציבים

- במקביל כדאי לפנות עם למנועי החיפוש בבקשה להסרה, למרות שגוגל לא נוטה להיעתר בקלות. מסה גדולה של פרסומים חיוביים או ניטרליים גם תדחוק אזכורים שליליים במורד התוצאות עד לרמה הנקראת "בית הקברות של גוגל", שאליהן כמעט אף אחד לא מגיע.
- למרות זאת, מגייס חשדן או השב"כ במקרה של סיווג בטחוני עשוי להעמיק בחיטוט.

אישית, כשאני עורך בדיקות נאותות, תמיד אוסיף ביטויים שליליים למחרוזת החיפוש, כגון שם האדם והמילים הונאה, scam, fraud. באופן כזה אני יכול לדלות הרבה מידע לא סימפטי אשר מסייע לי לגבש דעה אודות אותו אדם.

מה המגייס קורא אודותיך?

כולם במשחק הגיוס יודעים שקורות חיים שלך משופצים ומרוטטים יותר מתמונת הפרופיל של ליהיא גרינר. כי הרי הנייר סופג הכל ולכן כתבת שהיית מנהל בכיר באינטל והוספת שתי דרגות לתפקידך הצבאי.

מצד שני, הפרופיל בלינקדאין חשוף לכול, כולל מנהלים, עמיתים וכפיפים בחברות בהן עבדת. (אגב, הם יעקבו אחריך שנים אחרי שעזבת את הארגון, כדי לראות מה קורה למי שמעז).

במקרים מסוימים, הם מסוגלים להעיר לך כל כך או להגחיק אותך. חברות עם מחלקת משאבי אנוש או ליטיגציה חזקים עשויים אפילו לאיים בתביעה. לכן מרביתנו נוהרים ונצמדים לאמת בפרופילים הציבוריים שלנו ברשת.

הלוקסוס לוותר עליי". הרצינול מאחורי הגישה המעצבנת הזאת היא:

- ממילא כבר פסלו אותי ואני יכול להשתמש "בנשק יום הדין".
- יש לארגון בעיה שבאמת ביכולתי לפתור. במצב זה, רצוי להציג את האתגר שלהם ולהעצים אותו. הסבר מנומק כזה שאחריו תבוא ההצהרה, ייפול על אוזניים קשובות.

מילים חזקות

למילים שלך יש כח עצום, מאגי ומפעיל. לכן חשוב לנו להשתמש במילים עם אימפקט חזק ומניע.

חיובי מול שלילי: יש לנו מעין חסם מנטלי בקלט של מסרים. למוח שלנו יעבד ויישמר את החלק הנגיבי של הביטוי ובהדרגה יקבל רושם שלילי יותר אודותיך. למשל "ניהלתי פרויקטים רבים" עדיף על "ניהלתי לא מעט פרויקטים", או "היקף המכירות – חסוי" טוב יותר מ"לא יודע כמה מכרה החברה".

העדף להשתמש בביטויים חיוביים. גם עם עסקת בתחום הייעול, הצג את הישגיך בפן פוזיטיבי: העדף שימוש ב"העליתי את הרווחיות" על פני "צמצמתי עלויות" או "חסכתי". במקום "הפחתי את אחוז הפסולים" או "הקטנתי את מספר התקלות" אמור "שיפרתי את האיכות" או "הגדלתי את אחוזי המוצרים השמישים". שים לב שהמשותף לרוב המושגים האלו הוא שהם מבטאים שלילה-כפולה: הפחתת פסולים והקטנת תקלות. ריכוז מילים עם קונוטציות נגיביות, משליכות בתת-מודע על הרושם

- של מיליונים. מטבע הדברים, אינך מתאים משרות ניהול זוטר. לכן כדאי להכין מספר גרסאות של קורות החיים שלך. גרסאות אלו "ישנמכו" את בכירות התפקיד ויתנו יותר משקל למקצוענות. כלומר במקום להציג כסמנכ"ל, העדף להתמקד באספקטים הטכניים.
3. קורות חיים קצרים יותר: ציין שלושה מקומות עבודה או עשר שנים אחרונות בלבד. בכל מקרה, המעסיק לא יגלול עד לעבודתך כסטודנט.
4. מנהל ישיר שדוחה אותך על רקע OQ: זהו טכנוקרט שמרגיש מאוים על ידך: גילך, השכלתך, ניסיוןך, מוטת השליטה, הישגיך והתקציבים שניהלת גדולים משלו ולכן יעדיף לגייס עובד בינוני – כמוהו! הדרך להפיג את החששות שלו היא בקורות חיים משונמכים ובהרבה סימפטיה וחיוכים. הסבר לו כמה אתה נלהב לעבוד תחתיו וללמוד ממנו את רזי המקצוע, ספר שיש לך מעט ניסיון וקשרים שתשמח לשתף אתו.
5. "אתה יקר לנו": ההתמודדות עם טענה זו ברמה הבסיסית היא שאתה פתוח למו"מ. במסגרת זו, אתה יכול להציג תסריט בו שכר הבסיס שלך יהיה במגבלות התקציב ויכלול מרכיב משמעותי של תגמול בגין ביצועים.
6. "אתה יקר לנו": הגישה השחצנית, בה אתה בטוח בעצמך גורסת שאתה יכול להפוך את החיסרון ליתרון עם הצהרה "אתם לא יכולים להרשות לעצמכם את

לנוחותך, צירפתי רשימה של 100 מילים מומלצות. אלו מילים חיוביות, מעניקות השראה ומפתחות התרשמות טובה אודותיך. בכל המסרים שלך, שיחות, תסריטי שיחה, קורות חיים, מכתבים, דוא"ל ומצגות, שלב מספר ביטויים כאלו. רצוי גם ללוות את המסרים בלשון גוף וצבע-קול חיוביים, חמים ואמפטיים, כדי לתמוך באותנטיות של דבריך.

חדשנות	דיוק / דייקנות	אהדה
חוכמה	הבנה	אומץ
חוסן	הגיון	אופטימיות
חשיבה	הגשמה	אושר
ידע	הובלה	אותנטיות
יוזמה	הומור	אחדות
יושר	הזדהות	אחריות
יושרה	החלטיות	איזון
ייחודיות	הישגיות	איכות הסביבה
יסודיות	הסתגלות	אכפתיות
יעילות	הערכה	אמון
יציבות	הצלחה	אמפתיה
יצירתיות	הקשבה	אמת
כבוד	הרמוניה	אנושיות
כוח	התלהבות	בטחון
כנות	התמדה	גיוון
כריזמה	התנדבות	גמישות
למידה	התפתחות	דוגמא אישית

שאתה מותיר על המראיין או הקורא. מילים שליליות גם מפעילות את חוסר הביטחון של הצד השני.

ברוח זאת, חברות הייטק החליפו את המינוחים המקובלים למניעת גניבות Loss Prevention ל-Revenue Assurance. אנחנו ולא אני: כבר ציינתי שהאגו שלנו הוא אחד הגורמים העיקריים לרושם שלילי שאנו משדרים. לכן, הצג את הצלחותיך כחלק מצוות או משהו גדול יותר. פרגון כזה לארגון בו עבדת וביטול העצמי, ממצב אותך כאדם עם מחויבות חברתית. חשוב לא להגזים בשימוש בגוף ראשון רבים כמו פוליטיקאים.

שימוש בפעלים אקטיביים

רבים נוהגים לכתוב את קורות חייהם באופן שמעביר מסר "שהם רק עברו בארגון הקודם" ולא השאירו חותם או ביצועים מיוחדים. משפטים המתארים את התפקידים הקודמים ומתחילים ב: ניהול, ביצוע, פיקוח והנחייה, משדרים ריחוק של המועמד מההוויה הארגונית. העדף לכתוב פעלים אלו בגוף ראשון יחיד ובאופן שנותן להבין שאתה הוא הביצועיסט: ניהלת, ביצעת, פיקחתי, הנחיתי. אתה יכול אפילו לרשום או לומר שאתה היית "מנוע הצמיחה", "ציר מרכזי" או "חלוץ". כך תשדר יותר פרואקטיביות.

הימנע מביטויים חזקים מדי או חלשים מדי, אלא אם אלו דרישות המשרה. מילים כמו חוזק, תחרותיות, אגרסיביות, אסרטיביות הינן עם אוריינטציה גברית ועשויים לאיים על מנהלות. מאידך מילים רכות מדי כמו נימוס, עדינות ודאגנות משדרים נשיות ועשויים להתפרש שהאישייות שלך – אנמית או "רוחניקית" מדי.



מספר דוגמאות לפרדיגמה החדשה בהצגה עצמית :

מודל ישן	מודל חדש
אני	אנחנו
תחרותיות	Win-Win-Win
בוס	מוביל
היררכיה	רשת
סגירת עסקאות	בניית מערכות יחסים
שורת הרווח	שורת רווח משולשת
שיגרה ברוכה	יצירתיות וגיוון
מונחה מוצר	מונחה אנשים ולקוחות

הכר את הסלנג המקצועי

למעשה תיתקל בשתי מערכות שפה במהלך חיפוש משרת החלומות שלך. בראשונה – אתה די בקיא. זוהי השפה המקצועית שלך. זוהי עברית שאיש מחוץ לתעשייה לא יבין. ביטויים כמו לדלוור, לקמפל ולדבג (to Deliver, to Compile & to Debug), ושימוש ראוי בהם, ייתן למעסיק את הביטחון שאכן אתה מבין עניין וכבר עבדת בתחום.

אם אתה מתנייד בין תעשיות שונות, ייתכנו פערים בשימוש בביטויים כאלו. למשל, כל איש תוכנה מכיר את הפיילוט – ניסוי כלים אצל הלקוח, כדי להוכיח יכולות. אולם בתחום התקשורת-

שוויון	סדר	מוסריות
שותפות	סובלנות	מחויבות
שייכות	סקרנות	מיקוד במטרה
שיפור מתמיד	עוצמה	מנהיגות
שירות	עניין	מסירות
שיתוף	עצמאות	מעורבות
שליטה	עקביות	מעשיות
שלמות	עשיית הבדל	מצוינות
שקיפות	פטריוטיות	מקוריות
תושייה	פתיחות	מקצועיות
תעוזה	צדק	משפחה
תקווה	צמיחה	נאמנות
תקשורת	קידמה	נוחות
תרבות	ריכוז	נחישות
תרומה	שאפתנות	נכונות

כדי להתחיל, עליך להפסיק לדבר ולהתחיל לעשות!  
וולט דיסני

קח אחריות והתחל לבצע! קבע לך מטרות ולוחות זמנים.  
השבוע

1. הקדש מספר שעות לבניית מודל הנכסים והתשוקות שלך.
2. מצא את התחומים שהעולם העסקי צריך בהתאמה לנכסים ולתשוקות ומצא את צנצנת הדבש שלך.
3. מקם את עצמך על סרגלי המחומש.
4. בדוק היכן אתה חלש יחסית לדרישות המשרות.
5. קח עזרה כדי לגשר על הפערים.
6. בנה את בנק המטרות. בחר 20 חברות ותפקידים בהם תרצה לעבוד ודרג אותן לפי רמת האטרקטיביות.
7. החל לאסוף מודיעין אודות החברות

תוך חודש

8. בנה מארג קשרים בתעשיות ובחברות.
9. החל להשתתף באירועים מקצועיים.
10. צור נטוורקינג עם קולגות ובוסים עתידיים.

טלפוניה, בה עורכים בדיקות כאלו לאורך זמן ובהיקף גדול – משתמשים בביטוי Beta-Site.  
המערכת השנייה שייכת לאגף כח-אדם ומחלקת הגיוס. לביטויים תמימים יחסית, עשויה להיות משמעות שונה. הרגישות יכולה לסייע לך להבין את כוונת המגייס. למשל:

- דרישת משרה עם מעט שנות ניסיון או "מאתגרת" מכוונת מראש לעבודה מאומצת ולא מתגמלת לצעירים בתחילת דרכם.
- ידע מעמיק במערכת ייחודית מעיד שהחברה אינה יכולה או לא מעוניינת להשקיע בהכשרה מקצועית. לעיתים אפילו מזמינה בזה את עובדי המתחרים.
- מצד שני, אל תיבהל מאחוזי חו"ל גבוהים מדי, כי ברוב המקרים, יש גמישות. למעט מקרי חירום או דחיפות מבצעית, תוכל לשחק עם הנסיעות.
- משרות רילוקיישן בתנאי רווקות, הן לרוב למדינות קשות-שירות

## 15. אז איך אני יכול לעזור לך?

ספר זה מסמן את תחילתה של דרך חדשה.

אני מברך אותך על לקיחת היוזמה וההשקעה בעתידך. אתה כבר מתנהג כמקצוען.

הירשם לקבוצות התמיכה שלי בפייסבוק.

באתר [dreamemployment.com](http://dreamemployment.com) תוכל למצוא מידע רב נוסף ועדכונים אשר לא נכנסו לספר. אם תבחר להירשם לרשימת התפוצה – אעדכן אותך במפגשים לציבור הכללי בהם תוכל להשתתף.

תוכל גם לכתוב לי אימייל קצר וממוקד [info@diplomaticinstitute.org](mailto:info@diplomaticinstitute.org) הודעת ווטסאפ ל-0506062000. אל תשכח להוסיף את חוות דעתך על הספר וכמובן את הצהרת הערך (USP) שלך. ניתן לכתוב לי גם באנגלית או בספרדית.

אשמח לצרף אותך לקבוצת הווטסאפ הקרובה.

לעיתים אני מקבל דרישות להשמה אותן אשמח לחלוק אתך.

תוכל גם לתאם איתי פגישת התנעת קריירה או 3 פגישות במחיר מוזל. הפגישות מתקיימות במשרדי בתל אביב או בסקיפ.

11. הכן את המסמכים המתאימים : מכתבים מניעים לפעולה, קורות חיים בעברית ובאנגלית. אם יש צורך – במספר גרסאות.
12. בנה פרופיל לינקדאין מקצועי ועשיר בהמלצות.
13. נקה את המוניטין שלך מהאינטרנט, אם יש צורך.
14. במידה וצפות הזדמנויות למשרות בחברות המטרה מסוף הרשימה.

### תוך חודשיים

15. הפק לקחים בכתב מהתהליך עד כה. נתח את הכשלים שלך ובנה מחסנית מענים להתנגדויות
16. זה הזמן ליזום קשרים עם מעסיקי-על מראש הרשימה.
17. החל לצוד משרות במעגלים רחבים יותר
18. צור קשרים עם בוסים עתידיים שאינם מפרסמים דרישות
19. בחן את אחוזי ההמרה שלך : כמה מכתבים מניבים ראיונות.
20. הערך איך התנהגת בראיונות ותקן את הטעון שיפור.

### תוך רבעון

21. חגוג את משרת החלומות שלך!

בהצלחה!