

מועדון המשווק המורד

כדי להצליח צריך לשחות נגד הזרם!



גיליון מרס 2015 | אבינועם שחר

מצורף לגיליון זה תקליטור החודש: ראיון עם איש העסקים שלמה אייזיק – איך לנהל 15 עסקים ועדיין לצאת לחופש

של כולנו – בנימין נתניהו, הוכיח שהוא מבין דבר או שניים בקמפיינים. לדעתי, ביבי ממש פיצח את הדי אן איי של חלק גדול מהישראלים ואפשר לומר בני אדם בכלל. זו הסיבה שהוא ראש ממשלה כל כך הרבה שנים ואני מעריך שאם הוא יישאר קמפייןר חד כמו שהוא היום הוא ימשיך להיות ראש הממשלה להרבה מאוד זמן.

למרות כל הסקרים שצפו לליכוד הפסד מול המחנה הציוני הוא בימים האחרונים היכה את היריבים שלו שוק על ירך באמצעות קמפיין ממוקד וחד כתער. הקמפיין הזה הוכיח לנו 3 דברים:

1. אנשים מונעים על ידי פחדים
2. אנשים לא אוהבים שינויים
3. כולנו צריכים אויבים

"800,000 ערבים אוטוטו בבית שלך"

ביום הבחירות הופץ באינטרנט קטע וידאו בהם ביבי הזהיר מכך ש"ממש עכשיו" ארגוני שמאל שעובדים עם מימון מחו"ל מעמיסים ערבים על האוטובוסים ולוקחים אותם להצביע. אותו מסר עבר גם במיליוני הודעות סמס, וואטסאפים ושיחות טלפון מוקלטות לאנשים בכל המדינה. ברור לגמרי שזה שקר מוחלט והמוסריות של ראש ממשלה שמפיץ מסר כזה מוטלת בספק בכל זאת המסר הזה עשה את העבודה.

ביבי הצליח להעביר לאנשים מסר של פאניקה ובהלה כאילו הערבים (שהם אגב, אזרחים ישראלים בעלי זכויות שוות כולל זכות ההצבעה) באמצעות גורמים חתרניים מחו"ל אוטוטו משתלטים על המדינה. התמונה הזו של 800,000 אלף ערבים שעולים עכשיו על אוטובוסים ועוד רגע יורדים בבית שלך מפחידה.

מה שאנחנו יכולים להבין מזה כמשווקים הוא שמוטיבציה שלילית – במקרה הזה פחד בדרך כלל יעבוד טוב יותר ממוטיבציה חיובית. אם לתרגם את זה למציאות. אדם מפחד יותר מלהיות מרושש מאשר רוצה להיות עשיר. אישה תפחד יותר מלהיראות לא מעודכנת בעיני החברות שלה מאשר שתצא להיות אופנתית.



בקונגרס בזל, מזללה בפינת הרחובות בזל אבן גבירול תל אביב, הלקוח תמיד אשם. אני אומר שהלקוח לא רק תמיד אשם הוא גם תמיד טועה.

מורד יקר,

אני כותב את השורות האלה יום לאחר הבחירות. זה לא הולך להיות טקסט פוליטי. דעותיי הפוליטיות אינן חשובות. אני גם מעולם לא הסתרתי אותן. בעבר הייתי פעיל במרצ ובמפלגת העבודה. כך שכל אחד יכול לנחש מה הן. כאמור, הבחירות כבר עברו ואין בכונתי כאן לנסות לשכנע מישהו להצביע למפלגה כזו או אחרת. מה שאני כן רוצה לעשות זה להביא כאן את הניתוח שלי לתוצאות בהקשר השיווקי. כדי לראות מה אנחנו כמשווקים יכולים לקחת מזה.

אני חושב שכולנו צריכים להוריד את הכובע בפני ביבי על ההישג שלו. היו הרבה מאוד כוחות שעבדו נגדו. הרבה מאוד ארגונים חוץ מפלגתיים שהשקיעו מיליונים, תקשורת שברובה הייתה מאוד לא אוהדת. ובכל זאת בישרות האחרונה ביבי – או ליתר דיוק ראש הממשלה

משום מה שכל פעם שאני מציג את הדוגמא לכותרת "אזהרה: 7 הסודות שאתה חייב לדעת ושבתקים/רואי החשבון/בובי האתרים/סוכני הביטוח בחיים לא יספרו לך" בהרצאות שלי תמיד יש איזה נודניק שמתחיל לציין מהקהל. "לא! הלקוחות שלי שונים... הם מחפשים מסר חיובי." אולי בחלומות (או בסיוטים) שלך.

אנשים מונעים בעיקר על ידי פחדים. הבחירות האלה הן הוכחה לכך. אנשים הונעו להצבעה בעיקר על ידי פחד. המסר שהשמאל ניסה למכור לנו, של תקווה של שינוי כשל. פחד תמיד ינצח את התקווה.

גם החזרה על המסר עשתה את שלה. כשאתה חוזר עם מסר שוב ושוב: "סכנה, שמאל, ערבים – רק אני אציל" זה מכניס אנשים לתחושה של פאניקה. כאילו הסוף אוטוטו כאן וחייבים להירתם ולשמור על הבית. זה שמחירי הדיור גבוהים זה לא נורא, עדיף שהם יישארו גבוהים אבל רק לא לתת לערבים להשתלט על המדינה.

מה שמוביל אותי לנקודה הבאה:

השד שאתה מכיר עדיף על פני השד שאתה לא מכיר

אם נסתכל על מצבה של רוב האוכלוסייה בישראל באופן אובייקטיבי מצבה הכלכלי והביטחוני לא השתפר בשנים האחרונות. יוקר המחיה לא ירד, מחירי הדירות האמירו למחירים לגמרי לא ריאליים ואפילו הזויים לשוללית הקטנה במזרח התיכון. גם בהקשר שלנו - העסקים הקטנים - המצב לא השתפר. הבנקים עדיין עושים בנו שפטים ולא משחררים אשראי. המיסים עלו.

בכל זאת אנשים מעדיפים את המצב הקיים גם אם הוא רע על פני מצב חדש שהוא נעלם. כלומר, אנחנו מכירים את המצב עכשיו ויודעים שהוא לא טוב אבל שינוי כלשהו עלול לטלטל אותנו. להציג לנו מציאות חדשה שאנחנו לא יודעים להתמודד איתה. לפני כשנתיים התפרסם מאמר על ישראל במגזין המפורסם 'טיים'. נכתב שם שאת הישראלים לא מעניין תהליך השלום. מה שמעניין אותם זה תוכניות ביטוח. מספר ארגונים יהודים בארצות הברית הביעו את מחאתם והתלוננו בפני עורכי המגזין על הדרך שבה הישראלים הוצגו במאמר. אבל עם היד על הלב... הכותבים של 'טיים' צודקים. אני לא כותב את זה בקטע של ציקצוק או התנשאות. גם אני מעדיף לראות 'מאסטר שף VIP' על פני התמודדות עם השאלה של שמאל ימין והשטחים.

כולנו כמשווקים צריכים להיות מודעים למחסום האדיר הזה העומד בפנינו. הטבע האנושי הוא לא לשנות אלא לדחות. צריך להפעיל כוח אדיר (מישהו אמר פחד) כדי להניע מישהו לעשות משהו. יש לי כל כך הרבה שיחות עם אנשים שמתעניינים בשירות או מוצר כזה או אחר שמחפשים את כל הסיבות בעולם למה זה לא מתאים להם. אני מודה שהיום כבר אין לי כוח אליהן. בדרך כלל

עם זה הטון של השיחה שאני קולט אני מסיים אותה או אומר בפירוש "זה לא מתאים לך". אני משתדל לא להגיע למקומות האלה ומנסה לטפל בכל ההתנגדויות האלה מראש באמצעות החומרים השיווקיים שאני מראה להם לפני שהם מדברים איתי. בכל זאת פה ושם מצליח להשתחל איזה נודניק שמרגיש שהוא חייב להוכיח לי למה זה לא מתאים לו.

הייתה לי השבוע כזו פגישת יעוץ שבמשך שעתיים בעל העסק הסביר לי למה סוג השיווק שאני עושה לא מתאים לו ולא מתאים ללקוחות שלו. זה היה מוזר. הוא שילם לי כסף עבור הפגישה הזו שבסופה לא התקדמנו לשום מקום. אולי הוא רק רצה להרגיע את המצפון שלו עם הפגישה הזו ולהוכיח לי ובעיקר לעצמו שלא כדי לעשות שום דבר. זאת אומרת שגם אם בן אדם מכיר בצורך שלו לשנות משהו הוא ילחם כמעט תמיד מלחמת חורמה על הצדקת מצבו הקיים. זהו מקור קורבנותו "אכלו לו, שתו לו" ולכן זה לא באשמתו. אבל הוא מסכן ורוצה שתכיר בכך ותלפף לו את הראש ותגיד "נכון זה לא באשמתך" אתה לא שמן בגלל שאתה תוקע 4 לאפות ביום. זו המערכת, זו אישתך, אלה ההורים שלך שלא לימדו אותך גבולות... אבל היי, יש פתרון והוא עולה רק 324 ₪ ב-36 תשלומים שווים ללא ריבית.

אף פעם אל תעריך את הלקוחות שלך יותר מדי. התמונה שצריכה להיות לכולנו בראש היא של שק תפוחי אדמה מרייר שיושב על הספה ורואה את ה'אח הגדול' (או 'מאסטר שף') והמשימה שלך היא להניע אותו לעשות משהו. לא רק להוציא כסף אלא גם לעשות פעולה כלשהי (למשל אם הוא קונה טוסטר אובן, הוא צריך לסחוב את זה הביתה וזה מה זה מעייף...). אגב, אם אתה מוכר לו שירות שבו הוא אשכרה צריך לעשות משהו בכלל עומדת לפניך משימה אימתנית.

אנשים כל הזמן נתקלים בזה כשהם נכנסים לעסקי הסמינרים. יום בהיר אחד הם נכנסו לחדר בבית ציוני אמריקה וראו 80 אנשים. הם שאלו את אחד המשתתפים כמה הוא שילם והוא ענה להם 100 שקלי זוזים. מיד הבליח במוחם הגאוני הרעיון להפיק סמינר מתוך האשליה שאם אתה עושה סמינר ומוכר 100 כרטיסים ב-100 שקל נשאר לך באמת 10,000 ₪ (אם הם טיפה חכמים אולי הם מחשבים את עלות החדר ומחסירים אותה).

ברור שזה תלוי מה אתה משווק. אם אתה משווק הזדמנות עסקית יהיה לך יותר קל לשים תחתים בכיסאות. אבל אם אתה משווק "בוא תשתפר" אז זו כבר אופרה אחרת ועם השנים זה נהיה יותר ויותר קשה להשיג משתתפים. יש הרבה כוחות שעובדים נגדך והמרכזיים שבהם הוא המחסומים, המכשולים והעצלות הטבעית של הלקוח שלך. הטעות היא בדרך כלל של משווקים ובעלי עסקים שאפתנים. הם בעצמם שאפתנים. הם מוכנים ללכת לסמינר או לקרוא ספר.

לעיתים (לא תמיד) הם נכונים לעשות שינויים כדי לשפר את התוצאות שלהם. הם עושים טעות כשהם חושבים שהלקוחות שלהם הם כמוהם. אלה אחד הדברים הכי מגוחכים שאני שומע מכל מיני יועץ שיווק "האם תקנה את המוצר הזה בעצמך?". כאילו שיש לך את הכלים לשפוט אם מישוהו כן או לא יקנה ממך. ברור שאתה לא תקנה מעצמך. אתה לא צריך את מה שיש לך. ללקוח יש סט של ערכים ואמונות לגמרי שונים משלך.

כדי להניע אנשים תראו במודעות שאני כותב ביטויים כמו "קלות ובמהירים...", "בלחיצת כפתור...", "כבמטה קסמים" וכיו"ב. גם זה לא מספיק. אתה צריך להעלות את כל ההתנגדויות האפשריות ולסתור אותן. בו נמשיך עם הדוגמא של הסמינר ונסה למנות את כמות ההתנגדויות האפשריות שיש לאנשים:

1. זה רחוק
2. אין לי זמן
3. זו עולה כסף
4. כבר הייתי באחרים וזה לא עזר
5. אשתי/השותף בחיים לא יסכימו
6. עדיף שנעשה את זה אחרי החגים (בשנת 2021)
7. אני צעיר מדי
8. אני מבוגר מדי

אני די בטוח שהחמצתי כמה. זה לא משנה מה העסק שלך עושה. הלקוח הפוטנציאלי שלך גם אם הוא פנה אליך מחפש את כל הסיבות ללמה לא לקנות. אל תעזור לו בזה.

אויבים רבתי אויבים

איזה טעם היה לחיינו אם לא היו לנו אויבים. זו אחת הסיבות שכל כך נהייתי בתקופה שלי בפוליטיקה. תמיד היה אויב ברור ומיידי – זה שמתמודד מולך. זה מזרים את הדם, מרגש, ונותן לך סיבה לחיות. גם כשזה היה רק בבחירות לאגודת הסטודנטים בתל אביב אני זוכר את הרעל שזרם בנו. בי וביתר חברי תא הסטודנטים של מרצ. נלחמנו מלחמת חורמה בניצגים של מפלגת העבודה (מזכיר לך שזו אוניברסיטת תל אביב ואלה היו שני התאים היחידים פחות או יותר).

אויבים מפקסים אותך ונותנים לך מטרה ברורה. הם מוציאים מכולנו את הגמד הקטן והרשע שקיים בכל אחד ואחד מאיתנו. זה כיף לרקוד עם הגמד הקטן והמרושע. הוא הופך את החיים להרבה יותר פשוטים וברורים. הוא נותן לנו תחושה של עוצמה. זה בדיוק מה שביבי עשה שהוא הוציא את מסר ההפחדה שלו. המטרה הייתה ברורה – להציל את המדינה מהערבים וחברים שלהם מהשמאל. כל איש ימין הרגיש כאילו הוא נקרא לדגל. אפילו אנשים שמאסו ביבי וחשבו לוותר על זכות ההצבעה שלהם נרתמו.

השאלה היא איך אנחנו יכולים לשחזר את המגמה הזו בעסק שלנו. להניע קרוב למיליון אנשים לקנות מאיתנו בפרק זמן כל כך קצר. לשם כך רצוי למצוא אויב. זה יכול להיות אויב אמיתי או מדומה. לכולנו יש אויבים. אלה יכולים להיות גופים כמו הבנקים או רשויות המיסים, אם אנחנו משווקים בסביבה עסקית. אם אנחנו משווקים לצרכן הסופי אלה יכולים להיות האנשים קרובים כמו עמיתים לעבודה, חברים, בן או בת הזוג, הגיס המעצבן שאף פעם לא מאמין בנו.

אנחנו כבעלי עסקים צריכים להעמיד את עצמו כמגנים הגדולים של לקוחותינו. אלה שיעמדו יחד איתם וילחמו כתף לצד כתף כשהאויב תוקף. הם רוצים שניתן להם את הלגיטימציה להוציא מהם את הגמד הקטן והמרושע. זו שהופך את החיים למלאי חדווה ושנאה.

הבטן שלי ביבי

למי שמעולם לא לקח חלק בעולם הפוליטי קשה להמחיש את ההרגשה של ניהול קמפיין בחירות. זו דרמה שניבנת לאורך זמן, מגיע לשיא והתוצאות שלה מאוד ברורות. ניצחת או הפסדת. הכל שחור לבן. זאת לעומת השגרה שלנו שהיא בדרך כלל מאוד אפרורית. נכון, ישנם עליות ומורדות גם בחיים ה"רגילים" אבל בדרך כלל דברים שקורים בחיים שלנו הם לא טובים ולא רעים כמו שציפינו. הדברים נופלים ברוב המקרים באמצע האפרורי. מה לעשות, שיגרה.

לאורך כל הימים האחרונים של מערכת הבחירות אמרתי לעצמי, אפילו שלא תמכתי בו ש"אני לא מקנא בבטן של ביבי". הזדהיתי עם התחושה הקשה של אדם שנלחם על חייו הפוליטיים. הדרמה הגדולה והתוצאה החותכת.

דיברתי על הבטן של ביבי אבל בעצם דיברתי על הבטן שלי. זו אחת מהסיבות שעזבתי את תחום הפוליטיקה. זה נכון שרק לפרק זמן מאוד מצומצם העמדתי את עצמי בפרונט כמועמד לתפקיד כזה או אחר. זה היה כשהתמודדתי לאגודת הסטודנטים באוניברסיטה. לאחר מכן התפקידים שלי היו מאחורי הקלעים בניהול קמפיינים. בהתחלה בצד השמאלי של המפה הפוליטית ולאחר מכן ששכיר חרב גם לארגונים בצידה הימני של הקשת. העיסוק בפוליטיקה הוא מאוד מלהיב מצד אחד ומצד שני הוא גובה מחיר גבוה מחייך האישיים. בזמן מערכת בחירות אין לך זמן לכלום. כשאתה עובד בזה פול טיים כמנהל קמפיינים תמיד יש בחירות איפשהו בתוך מפלגה כלשהי או לרשות מקומית כלשהי. אתה לא עובד רק אחת ל-4 שנים או שנתיים אתה עובד כל הזמן וכתוצאה מכך אתה דרוך כל הזמן. בכל מערכת בחירות שבה לקחתי חלק שלמתי מחיר אישי ובריאותי. זו אחת מהסיבות שנטשתי את התחום.

נכון, שגם בעסקים יש המון לחץ. מי שבאמת פועל ומקדם את העסק שלו נוטל סיכונים. זה חלק מהמשחק.

אבל ההפסד בעסקים הוא לא ציבורי, דרמתי וחותר כמו בפוליטיקה. בעסקים אפשר להתאושש מהר לעומת זאת בפוליטיקה אתה צריך לחכות כמה שנים.

יש לנו כבעלי עסקים הרבה מה ללמוד מביבי. בעיקר בגישה הלוחמנית שלו. אם כמו שאמרתי נשים בצד את הדיון אם השיטה בה הוא השתמש כדי להניע אנשים להצביע עבורו היא כן או לא מוסרית. יש לנו כאן רוח של פייטר עם בטן של פלדה. למרות שנראה היה על פי כל הסקרים והתחזיות שהוא מפסיד הוא לא הרים ידיים ונלחם עד לרגע האחרון.

מה שמזכיר לי סיפור של יצרן נעליים ששמעתי בסמינר בחו"ל. המפעל שלו היה חודשים לפני סגירה. כל עתידו היה מוכן על הכף. למי שלא מכיר את ענף ההנעלה. יש לו מסורת שהוא פועל על פיה בערך מימי רומא העתיקה שבה מזמינים נעליים פעמיים בשנה. אם אתה יצרן יש לך שני מחזורים שבהם אתה יכול למכור את הנעליים שלך. לכן זו הייתה ההזדמנות האחרונה שלו הייתה בתערוכת קניינים שהתקיימה בניו יורק. הוא היה חייב להשיג הזמנות בשביל להשאיר את העסק בחיים.

הבעיה הייתה שהתעריף שמפיקי התערוכה ביקשו היה גבוה מדי. הוא בפירוש לא היה יכול להשתתף בתערוכה. אך הוא לא הרים ידיים. ברוב חוצפתו הוא שכר קרוואן נגרר, עיצב אותו כמיני אולם תצוגה ובשעות הבוקר המוקדמות החנה אותו על המדרכה בול מול הכניסה לתערוכה.

ברור שזה הרגיז את המארגנים שהתקשרו למשטרה. השוטרים הניו יורקים הגיעו ועדכנו אותו שהוא לא יכול להחנות קרוואן בתוך מנהטן. במקום להתקפל הוא שאל אותם באילו נסיבות כן אפשר להחנות קרוואן בתוך העיר. השוטרים ענו לו שרק אם מצלמים סרט ורק באישור של העירייה.

שעה לאחר מכן הוא כבר היה בעיריית ניו יורק. השיג את כל האישורים הנדרשים, שכר ניצבים וצוות צילום שיראה כאילו הם באמת מצלמים סרט. ביומיים הבאים הקרוואן שלו הפך לאטרקציה של התערוכה והוא השיג את ההזמנות הנדרשות כדי להחיות את העסק שלו.

זה סיפור מעורר השראה משום שכל כך הרבה אנשים היו מרימים ידיים בשלבים מוקדמים יותר. כמה היו מוותרים כשהיו מבינים שאין להם כסף להשתתף בתערוכה? כמה היו מוותרים שהמארגנים של התערוכה היו מתעצבנים עליהם? (זה מפתיע אותי כל פעם מחדש כמה בעלי עסקים רגישים למה שיש למתחרים שלהם לומר עליהם. הם שוכחים שאלה מתחרים שלא חפצים בעיקרם). כמה אנשים היו מוותרים כשהשוטרים היו מגיעים לפנות אותם?

סוד ההצלחה הגדול ביותר

ישנם אין ספור "גורמים" שכבר התעמקו בשאלה הזו. האם ישנם סודות או נוסחאות להצלחה? באופן אישי אני למדתי ולומד מכל הגדולים: טוני רונינס, נפוליון היל שכתב את "חשוב והתעשר", סטיבן קובי שכתב את רב המכר "7 ההרגלים של האנשים האפקטיביים במיוחד". אני לא קואצ'ר, מעולם לא למדתי את זה באופן מסודר אבל גם אני עוסק במידה רבה בהתפתחות אישית. הכל איכשהו תמיד קשור בצורה כזו או אחרת להתפתחות אישית. אחרי שעבדתי וראיינתי כל כך הרבה יזמים גם אני שואל את עצמי, האם ישנו סוד הצלחה שאפשר לשים עליו את האצבע. מה אנחנו צריכים לדעת כדי לקצר את הדרך שלנו להצלחה?

יכול להיות שהקורא הסביר שואל את עצמו עכשיו "אבינועם מה לך ולהתפתחות אישית?" כמו שאמרתי הכל נוגע להתפתחות אישית. אני פועל בשתי רמות: מלמד אנשים להשתמש בכלים שיווקיים וגם מפעיל כלים שיווקיים כדי לסייע לעסקים להשיג לקוחות. בשני המקרים אם לבן אדם לא תהיה את האמונה שהוא יכול להשתמש בכלים האלה הוא פשוט לא יצליח. בן אדם יכול לקרוא את כל הספרים, ללכת לכל הסמינרים על קופירייטינג למשל, אבל אם הוא לא יאמין שהוא יכול להשתמש בכלים האלה כדי לקדם את העסק שלו הוא לא יעשה זאת. להיפך, עם הזמן הוא יפתח תחושה של החמצה, תסכול וחוסר האמון שלו בעצמו יגדל.

אגב, אותו הדבר תופס לגבי אנשים שאני את השיווק עבורם. אם הם לא מאמינים שהם יכולים למכור לאנשים. הם לא יצליחו. הייתה לי לקוחה שהקמפיינים שלי הניבו עבורה 163 לידים בפרק זמן של 3 חודשים. היא לא הצליחה למכור לאף אחד מהם. אלה לא היו לידים קרים אלא אנשים שקראו דף נחיתה ארוך במיוחד שהסביר בדיוק מי היא ומה היא עושה, אפילו המחיר של הפגישה הראשונה הופיע בדף. ובכל זאת היא לא האמינה שהיא מסוגלת למכור אז נחש מה קרה? האמינו לה.

אז אני חוזר לשאלה, האם אפשר לסכם את הנוסחה להצלחה לכדי סוד אחד? אני חושב שכן. הייתי יכול לכתוב את זה במייל או על פתקית נדבקת צהובה אבל החלטתי לא לעשות זאת. למה? ראשית, אני חושב שאף אחד לא היה משלם כסף עבור מייל אחד או פתקית מסכנה וסחבק צריך לשלם את הגן של הילדה. שנית, ברצינות... אם הייתי כותב את זה כאן בפשטות ובאופן מפורש לא הייתה לזה כל השפעה. אני אומר את זה מניסיון. כשאני מספר את הסוד הזה לאנשים באופן ישיר זה לא תורם להם.

אם כן מהו סוד ההצלחה הגדול ביותר? הוא מופיע מספר פעמים בגיליון הזה. אני גם לא רוצה להישמע יותר מדי מסתורי (או להיות סתם מעצבן) ולכן אני רוצה לתת לך כאן רמז עבה.

איזה ז'אנר של סרטי קולנוע מכניס הכי הרבה כסף בכל העולם? התשובה היא סרטי פעולה. אנחנו אוהבים סרטי פעולה כי עמוק עמוק בליבנו כולנו רוצים להיות כוכבי פעולה. להציל את הנסיכה, להרוג את הרשע. למה שלא תהיה גיבור פעולה בחיים שלך?

לפרוץ מהכלא

האם אי פעם היית בכלא? פעם אחת אחרי הפגנה סוערת במיוחד והתגוששות עם שוטרי יס"מ בירושלים שמו אותי יחד עם חברי המפגינים בתא בתחנת המשטרה. נכון זה לא היה בית כלא וגם ידענו שאנחנו נצא משם תוך שעות ספורות, יחד עם זאת קשה לתאר את תחושת המחנק, הייאוש והפחד שאוחזים בך כשאתה נמצא שם.

לרוב האנשים יש בתי כלא קטנים בראש שלהם. אלה הם בתי כלא שהם יצרו. אפשר לקרוא לבתי הכלא האלה "כלא רחמים (עצמיים)". הם לא יכולים לצאת בגלל פחד ופסימיות. הם יכולים לצאת לחופשי בכל זמן נתון אבל הם לא עושים זאת.

נכון, קל לומר ויותר קשה לבצע. הפחדים שיש לנו הם מאוד אמיתיים. אבל בכל פחד אפשר לטפל. אני יכול להעיד על עצמי שעד לפני מספר שנים היה לי פחד קהל מאוד גדול. ידעתי שאני חייב להתגבר על הפחד הזה אם אני רוצה להשיג את המטרות שלי בחיים. מה שאני עשיתי זה ללכת לחוג פסיכו דרמה. שם אתה חושף את עצמך ומציג את החלומות והפחדים הכי גדולים שלך מול קהל אבל בסביבה מאוד בטוחה ותומכת.

זה היה הפחד שלי וזו הייתה הדרך שלי להתמודד עם זה. יכול להיות שהפחדים שלך שונים. לכל מגבלה, פחד או מחסום יש שני צדדים. אתה יכול להישאר בכלא או לפרוץ ממנו על ידי פעולה ממוקדת:

חופש	כלא
אני אעשה	אני לא יכול
עכשיו	מחר
רוצה הישגים	רוצה רחמים
תושייה	השלמה
השתתפות	נסיגה
לחגוג ניצחונות קטנים	דיכאון

השתלט על כל המרכיבים בחיים שלך

לפני כמה ימים בזמן נהיגה שמעתי את תוכנית הרדיו של ורדה רזיאל ז'קונט. אישה כבת 50 התקשרה לתוכנית והתלוננה על כך שהיא לא מאושרת, מיואשת ומשועממת מהחיים שלה. בעלה לא נותן לה מספיק תשומת לב. הילדים שלה בוגרים ולא מתייחסים אליה מספיק. בסגנון הישיר שלה ובלי יותר מדי גינונים רזיאל ז'קונט אמרה לה: "את לעולם לא תהיה מאושרת כל עוד

האושר שלך ימשיך להיות תלוי באנשים אחרים". ברמזור הבא הוצאתי את המחברת שלי ורשמתי את המשפט הזה. מישהו מזהה את התבנית?

* אתה לעולם לא תרגיש חשוב כל עוד אתה תלוי באנשים אחרים שיתנו לך את ההרגשה שאתה חשוב.

* אתה לעולם לא תשיג השראה כל עוד אתה תלוי באנשים אחרים לקבל השראה.

כבר הרבה שנים לא הקשבתי לטוני רובינס אבל הייתה תקופה בעיקר כשהרגשתי מובס והייתי בחובות ענק שהקשבתי לתוכניות שלו שוב ושוב. בזמנו הם מאוד עזרו לי ונתנו לי תקווה. היה שם משפט אחד שהוא אמר שמאוד צרם לי. היה לי קשה לקבל אותו ובכל זאת הוא הדהד בראש:

"יש לך עכשיו בחיים שלך, את כל מה שאני רוצה".

אתה מבין למה כך כל קשה לקבל את המשפט הזה? מה אני באמת רציתי את החובות שלי? באמת רציתי לחיות בתחושה של תבוסה וחנק כלכלי? היו לי לא מעט ויכוחים פנימיים עם המשפט הזה. הוא צרם הוא כאב אבל החל לחלחל. הפרשנות שלי היא שאנחנו אחראים לכל מה שקורה או לא קורה בחיים שלנו. ככל שיש לנו יותר שליטה, וככל שניקח יותר אחריות זה ישתקף בתוצאות שנקבל.

לכאורה, כולנו רוצים להיות בשליטה. המשמעות של שליטה היא יכולת לנווט את החיים האישיים, העסקיים והכלכליים לכיוון שאנו רוצים. במציאות למרות שכולם אומרים שהם רוצים, הם מוותרים על השליטה או מעבירים אותה בקלות למישהו אחר.

כמה פעמים שמעת בעל עסק שאינו מרוצה מהביצועים העסקיים אומר את הדברים הבאים:

- זו התחרות
- זה השוק
- זה השותף שלי
- זה ההורים שלי
- זה המיקום של העסק

בכל פעם שאנחנו מעבירים "קילו" שליטה למישהו אחר יורד מאיתנו "קילו" אחריות. כשאחריות יורדת מאיתנו יותר קל לנו להתמודד. אנחנו כבר לא אשמים.

ישנם כל כך מעט אנשים שמוכנים לקחת אחריות. ההערכה שלי היא שזה לא יותר מ-5% מכלל האוכלוסייה. תשאל כל מעסיק מכמה עובדים הוא מרוצה. הוא בדרך כלל ימנה לא יותר מ-5% ממצבת כוח האדם שלו. מה שהוא יאמר לך הוא שהם "עצמאים

ולוקחים אחריות". אגב, הסטיסטיקה הזו חלה לא רק על עובדים אלא גם על בעלי עסקים.

קשה לי להסביר את זה אבל זה מונה משותף שעובר כחוט השני בין כל היזמים המצליחים וגם אלה שבדרך לשם. אתה מרגיש את זה כשאתה ניפגש איתם. זה משהו שהם משדרים. הם משדרים שליטה ואחריות על מעשיהם. יש בהם המון עוצמה. קשה למצוא אותם לעומת זאת את בעלי העסקים שמתלוננים מתחת לכל עץ רענן ניתן למצוא בשפע. הם בדרך כלל מופיעים בכתבות החדשות ומתבכיינים על כך ש"אי אפשר להתפרנס בענף שלהם." הם מעולם לא יגיעו אלי או לאחד מהקולגות שלי כי כל חייהם הם בבית "כלא רחמים" הגדול.

פעל כדי להשיג ידע חיוני להצלחה

לפני כמה ימים חבר של הורי הפנה אלי את הבן שלו. אני בדרך כלל לא אוהב לשוחח בטלפון עם אנשים שאני לא מכיר או ליתר דיוק לא מכירים אותי. ויש לכך סיבה. התשובה בגוף הסיפור. אותו בחור השקיע קרוב למאה אלף שקלים והקים אתר למכירת בגדים לנשים. מהשיחה שלנו הבנתי שהבן אדם הזה לא יודע כלום, כלום, על שיווק באינטרנט. כל מה שהוא יודע לספר לי זה כמה מבצעים הוא עושה. על פרסום שטחי ביותר בגוגל ופרסום עוד יותר שטחי בפייסבוק. כששאלתי אותו על רשימת תפוצה, רשימת לקוחות ועל שיווק במיילים שמעתי צרצרים מהצד השני של הקו. ברור שהשיחה שלנו לא הובילה לשום דבר. לא היה לי שום עניין לעבוד איתו. בשביל לשמור על כללי הנימוס הבטחתי לשלוח לו את הספר שלי וגם על הדמי משלוח כאב לי כי אני יודע שהוא לא יעשה עם זה שום דבר.

אני לא יודע למה הוא כל כך עיצבן אותי. אבל הוא ממש עיצבן אותי. אתה הולך ומקים עסק מבוסס אינטרנט ואתה לא יודע דבר וחצי דבר על שיווק באינטרנט?!

כדי להצליח בכל תחום אתה חייב להיות חכם יותר. אתה לא יודע את מה שאתה לא יודע. היום אין מחסור באינפורמציה וגישה לכלים. הכל נגיש לך. הנה כמה דברים שאתה יכול לעשות כדי להשיג את הכלים:

1. **קרא ספרים ומגזינים בתחום שלך** – כן, יש ערימות של מידע באינטרנט בחינם. אבל אני לא מאמין שאפשר באמת ללמוד משהו עד שאתה יושב בשקט עם עצמך מול החומר. מעבר לכך אני ממליץ לצאת מהביצה הקטנה והמוזרה שמדברת עברית. עם כל הצינונות, הידע המקצועי המתקדם ביותר הוא באנגלית.

2. **היפגש עם שחקנים מובילים בענף שלך** – אם יש מישהו שכבר מצליח בענף שלך למה שלא תיפגש איתו? אנשים לא חושבים על האפשרות הזו כלל או חוששים שהמתחרים שלהם לא יהיו מוכנים להיפגש איתם. אני

בטוח שאתה תופתע מהקלות שבה אתה תוכל להשיג פגישה גם עם המתחרה הכי גדול בענף שלך. הם ישמחו להיפגש איתך ולהשוויץ כמה הם טובים בזה ובזה ובזה. תן להם. יש הרבה מה ללמוד מה"שיוויצים" האלה. אל תשכח שהם כבר שכחו הרבה מאוד דברים שאתה עוד לא למדת. מעבר לכך הם יכולים לפתוח לך דלתות לאנשים אחרים, לשיתופי פעולה ולידע עצמתי.

במאמר מוסגר זה מה שאני עושה בכל חודש וחודש בתקליטור של 'המשווק המורד'. אני מנצל את ההזדמנות הזו כדי ללמוד מאנשים בעלי תחומי מומחיות ומיזמים מצליחים. עוד לא קרה לי שמישהו סירב לראיון.

3. **לך לסדנא, קורס או סמינר** – ההשקעה הכי טובה היא תמיד ההשקעה בעצמך. ברגעים אלה ממש מתקיים קורס או סמינר בכל נושא שאתה רק יכול לחשוב עליו. כל תחום שבו אתה זקוק לחיזוק. אין איבר יותר גמיש או חזק מהמוח שלנו. אפשר לאמן אותו לעשות כל דבר.

דרוש את הכסף

יש גורו אמריקאי מתחום ההתפתחות האישית שאומר "ברגע שהם מגיעים, תוציא להם חשבונת". הוא מגיע מתחום ההתפתחות האישית אז למה הוא מדבר על גבייה? ישנן שתי נקודות שאפשר לחלץ מהאמרה הזו. הראשונה היא שאתה חייב להעריך את הזמן שלך. כולנו, עשירים כעניים מתחילים את היום שלנו עם 24 שעות. לכולנו יש את האפשרות להחליט מה אנחנו עושים בזמן הנתון הזה. אתה יכול להחליט שאת משחית אותו בגלישה בפייסבוק והודעות חסרות תוחלת בווטסאפ או שאתה יכול לקדם את המטרות שלך. מדהים אותי לראות כמה אנשים לא מעריכים את הזמן שלהם. נותנים לכל אחד גישה אליהם בכל הזדמנות – אחר כך הם מתפלאים שהם לא מספיקים לעשות דבר.

מה שמוביל אותי לנקודה השנייה. להעריך את עצמך. יש כאן קאץ'. מלכודת בעלת שני צדדים אליה נופלים לא מעט בעלי עסקים. מצד אחד בשביל לדרוש יותר כסף אתה צריך להיות בעל ביטחון עצמי. מצד שני בשביל להשיג את הביטחון הזה אנחנו צריכים להצליח למכור.

לכל אחד ואחד יש אמונה מגבילה כזו או אחרת שעוצרת אותו. אני נפגש עם זה כל הזמן. יזמים, בעלי עסקים ואנשי מקצוע שסובלים מבעיות של חוסר בהערכה עצמית וחוסר ביטחון עצמי. מה שעוצר אותם ומונע מהם לבקש את הכסף שהם מרגישים שמגיע להם.

מקווה שאני יכול להקל עליך במעט כשאני אומר שהאמונות המגבילות שלך לא מעניינות אף אחד. זה הכל מציאות מדומה שיצרת בראש שלך. את העולם הגדול זה לא מעניין. בכלל ה"מה אנשים חושבים עלי" זו

פיקציה. כל אחד כל כך עסוק בלחשוב "מה חושבים עלי" כך שאין לו באמת זמן להקדיש מחשבה לאנשים אחרים. אם הוא כן חושב עליך רמת העניין שלו מתמצה בדרך כלל בכתיבת הודעה זדונית בעמוד בפייסבוק. לא יותר. הוא שוכח אותך ברגע שהוא כתב את ההערה.

אצל כל אחד ישנה איזו אמונה מגבילה "גדולה" שעוצרת אותו. ברגע שהוא יסיר אותה מדרכו יגיע הזינוק. האמונה המגבילה תתחלף באמונה של "כן, אני יכול להצליח!" אז מה לעזאזל מגביל אותך? איך תסיר את המחסום הזה אחת ולתמיד.

התקשורת והחינוך שרובנו קיבלנו בבית מזין את האמונות המגבילות שלנו לגבי כסף. מלמדים אותנו, סליחה, דופקים לנו בראש שכסף זה דבר רע.

את הכסף לא מעניין טוב או רע.

המסורת היהודית-נוצרית ואנשים כמו שלי יחימוביץ' רוצים שנאמין שאם יש לך כסף אז אתה בהכרח אדם רע. אם יש לך כסף אתה כבר חזיר דורסני. את הכסף זה לא ממש מעניין. לא מעניין אותו השיפוט המוסרי. אתה יכול להיות צדיק שמציל יתומים או להיות חזיר דורסני שמכריח את אותם יתומים לעבוד 20 שעות ביממה תמורת 1 דולר לשבוע. את הכסף זה לא מעניין. הצלחה כלכלית אינה קשורה למוסריות. הצדיק או החזיר שניהם יכולים להצליח או ליפול בעסקים. הכסף הוא רק כסף הוא לא מבדיל בין טוב לרע. אנחנו עושים את ההבחנות האלה. לא הכסף. לא יעזור לך אם תהיה טוב יותר או רע יותר. אתה צריך כישורים אחרים כדי לעשות כסף.

איך תרוויח יותר כסף

אז כמו שאמרתי הדרך הראשונה להבטיח שתרוויח יותר כסף היא להסיר את האמונות המגבילות שלך בצד ופשוט לבקש אותו. אם לא תבקש לא תקבל. אבל גם אם לא תיתן לא תקבל. כלומר, אם לא תיתן ערך לא תקבל. אם אתה לא מרוויח את הכסף שאתה מרגיש שמגיע לך הסיבה לכך היא בין היתר העובדה שכנראה אתה לא מביא מספיק ערך לשוק.

הקונספט הזה נוטה לבלבל אנשים. בעולם השכירים, ועדי עובדים בוחרים להתעלם ולהילחם באמת הזו. עובדי מפעל כמו בכ"ל ובפרי גליל זועקים בתקשורת ש"לא יהיה להם לאן ללכת" וש"אף אחד לא ייקח אותם לעבודה". הם צודקים. השאלה היא האם התפקיד של המדינה הוא להבטיח מקומות עבודה לאנשים שלא מביאים שום ערך לשוק? זו שאלה פוליטית. האם אנחנו, משלמי המיסים צריכים לתמוך במיזם כלכלי כושל רק כי כמה אנשים לא יוכלו למצוא עבודה. והשאלה הנוספת היא מדוע אותם "עובדים מסורים וותיקים" בכל שנות עבודתם במפעל לא הצליחו להפוך את עצמם לנכסים

שמהם החברה לא יכולה להיפרד. אם הם היו מביאים יותר ערך לחברה זו לא הייתה מפטרת אותם. היא מפטרת אותם כי אפשר לחיות בלעדיהם. אבל הם נשענים על כל מיני ערכים אנכרוניסטים כמו וותק שבינו לבין השוק החופשי אין כל קשר. אם בן אדם חופר בורות 10 שנים השכר שלו לא יעלה. העלות של העבודה שלו תישאר פחות או יותר קבוע.

אותם ועדי עובדים הם ראה חולה בישראל. עובדי הנמלים, עובדי חברת חשמל שכל קשר בין הערך שהם מספקים לשכר שהם מקבלים תלוש מהמציאות.

לנו בעלי העסקים הקטנים שצריכים להתחרות בשוק האמיתי אין את הפריבילגיה הזו. אנחנו כל הזמן צריכים לספק יותר ערך לשוק שלנו, אם אנחנו רוצים לצמוח ולהרוויח יותר כסף. אבל גם אצל בעלי העסקים הקונספט הזה לא ברור. זה שאתה מספק מוצר או שירות טוב לא אומר שאתה מספק ערך. אין כל קשר בין האיכות של המוצר או השירות לבין הנכונות של השוק עליו עבורו כסף (ע"ע מקדונלדס).

הדרך המהירה ביותר ליצר ערך בשוק שלך

מה משותף לאנשים הבאים: ג. יפית, רני רהב, אלון גל, רמי לוי... הם עוסקים כל הזמן בקידום עצמי חסר מעצורים (או בושה). הדרך המהירה ביותר לייצר ערך היא לא לשפר את המוצרים והשירותים שלך. ללקוחות אין כלים לשפוט אם השירות שלך כן או לא יותר טוב מזה של המתחרים (אלא אם אתה שרלטן מוחלט וגם על זה הלקוחות לא תמיד עולים).

בכל תחום, בכל ענף המנצחים הם אלה שמקדמים את עצמם ללא מורא. אם תזכיר את אחד מהשמות שמנית ברשימה למעלה ליד קולגה שלהם רוב הסיכויים שתשמע ביקורת ארסית בסגנון של "הוא לא מקצועי, הוא נוכל, בלה, בלה, בלה...". לעומת זאת יהיה את המיעוט שיסתכל על האנשים האלה ויגיד "אוקיי, הבנתי את המסר". יפישל שרוולים ויצא לקדם את עצמו.

כל אחד יכול!

אני לא פנטזיור. לא משנה כמה אני אתאמן, כנראה שלא תהיה קבוצה שתחתים אותי לשחק כדורסל ב-NBA. זוהי מגבלה אמיתית. לעומת זאת רוב המגבלות הן מגבלות מדומיינות שאפשר לפרוץ ולהסיר אותן.

אני ממליץ לך להאזין לתקליטור החודש – הראיון שלי עם שלמה אייזיק, מייסד ומנהל קבוצת העסקים "ונט". הוא עומד בראש קבוצה של 15 חברות. את כל החברות האלה הוא בנה על בסיס מאגר לקוחות אחד. אלה פתרונות מתחום הפיננסים. זה התחיל בפוליסת ביטוח ועבר לפנסיה, השקעות, הלוואות ואפילו כרטיסי אשראי ונדל"ן. כל אחד ואחד שיש לו מאגר של לקוחות יכול

לעשות את זה. אייזיק מוכיח שאין סוף לשירותים והמוצרים שאפשר למכור לאותו מאגר של לקוחות. הוא הצליח לעשות את זה כי הוא מעולם לא חשב שאי אפשר.

מורד מדבר עם ד"ר דניאל רם



רופא שיניים, מנהל מקצועי ב'מרפאת מזור', בן 46, נשוי ואב ל-4 ילדים, גר בהוד השרון

למה אתה העושה את מה שאתה עושה?

תמיד ידעתי שאני אעסוק בתחום הקשור לרפואה בצורה כזו או אחרת. בשלב מסויים התחברתי לנושא של רפואת שיניים.

באמת זה לא נשמע לי כזה כיף להיות עם הידיים בפה של אנשים כל יום?

תחשוב שנייה כמה הפה שלנו חשוב לנו ומשפיע על ההרגשה שלנו. איך בן אדם מרגיש שכואבת לו שן או שיש לו שיניים שלא נראות טוב והוא מתבייש לפתוח את הפה לדבר או לחייך. טיפולי שיניים משנים לאנשים את החיים. היום עושים הכל עם הרדמה והמטופל כמעט ולא מרגיש שום דבר. מעבר לזה ישנם כל הזמן שיפורים טכנולוגיים כמו למשל כל התחום של השתלות השיניים. זה שינוי דרמטי. בעוד כמה שנים בכלל לא יהיו לאנשים שיניים תותבות. למי שבאמת מבין את השינויים האלה זה דבר די מדהים.

מה לדעתך הבעיה הכי גדולה בענף שלך?

יש שתי בעיות עיקריות. הראשונה זו הכניסה האגרסיבית של קופות החולים. הם חתכו את המחירים ולכן להרבה מאוד רופאי שיניים שעובדים באופן פרטי התחרות מאוד קשה. השנייה, זה הפרסום חסר האחריות של כל מיני רופאי שיניים. לדוגמא, רופאי שיניים שמבטיחים השתלת שיניים ביום אחד. אין כזה דבר השתלת שיניים ביום אחד. אולי הוא יקבל פיתרון זמני ביום אחד אבל הוא יצטרך לבקר במרפאה עוד

כמה פעמים עם הוא רוצה פתרון אמיתי. הצרה היא שהם גורמים לאנשים לחשוב שטיפול מורכב כמו השתלת שיניים זה זבנג וגמרנו. כשמספרים להם את האמת, שמדובר בתהליך זה גורם להם לכעס ולמירמור.

איך אתה משיג לקוחות היום?

אני עובד בתחום כבר 15 שנה ולכן ישנם כבר הרבה אנשים שמכירים אותי ופונים אלי ולמרפאה שלי לטיפולים. יש לנו משפחות שלמות שמטופלות אצלנו כבר שנים. מעבר לכך בשנתיים האחרונות אנחנו מפרסמים על בסיס קבוע באינטרנט ובמקומונים. ממש בקרוב אנחנו נעלה גם עם פרסום באמצעות וידאו.

מה אתה לוקח מהשיווק של 'המשווק המורד'?

אני חייב להודות שהיה לי מאוד קשה עם בהתחלה עם הפרסום שעשית לנו כי זה נראה לי מאוד ארוך. הייתי בטוח שאף אחד לא יקרא את כל הטקסט הזה. עכשיו אני מבין שאנשים מחפשים פתרון הם מוכנים לקרוא ולהתעמק. זו הפתעה טובה.

יש לך טיפ לבעלי עסקים ועצמאים אחרים?

כל הזמן להיות עם האצבע על הדופק ולהשקיע. להשקיע בעסק ולהשקיע בעצמך. למרות שכבר סיימתי את הלימודים הרשמיים שלי מזמן אני כל הזמן נמצא בהכשרות מקצועיות. אסור לך להיתקע אתה צריך להזין את הראש שלך על בסיס קבוע.

פרטים נוספים על ד"ר דניאל רם ומרפאת מזור

בשרון באתר: www.mazorbasharon.co.il

מורד יקר,

אני מאחל לך ולבני משפחתך חג אביב שמח. אני מאוד מעריך את העובדה שאתה תומך בי וקורא את השורות האלה. אני לא לוקח את זה כמובן מעליו. אני מקווה שתנצל את החופשה הקרובה לבילויים ולטעינת מצברים. לחשוב על העסק שלך וגם לקבל השראה, מוטיבציה ורוח גבית להמשיך במסע הכיבושים שלך בעולם העסקי.

כמתנה (חוץ מהשוקולד) אני מזמין אותך לקבל ממני שיחת יעוץ למשך 15 דקות. כדי לתאם אותה התקשר למספר המופיע למטה. באם אתה מעוניין להשתתף במדור מורד מדבר, יש לך שאלות, פידבק, דוגמאות לפרסום שאתה רוצה להראות או סתם להשווץ על ההישגים שלך ניתן לצור איתי קשר בטלפון 077-5009705 או באמצעות המייל הישיר avinoam@bitt.ws

להגשת חלומותיך הססגוניים ביותר,

אבינועם שחר