

איך להפוך ממחפש עבודה – לטאלנט?

וובינר במסגרת סדרת קריירה בעולם דיגיטלי

אליאב אללוף – 21.5.2020

ברוכים הבאים לוובינר של איגוד האינטרנט הישראלי בהשתתפות אליאב אללוף, למי שלא מכיר איגוד האינטרנט הישראלי הוא עמותה שמנהלת תשתיות אינטרנט ומקיימת פעילות ציבורית לשמירה על אינטרנט חופשי, פתוח, בטוח ושוויוני בישראל. הוובינר מתקיים כחלק מסדרה של מפגשים שנקראת קריירה בעולם דיגיטלי, בשל הקורונה אנחנו מציעים חלק מהתוכן של סדרת הקריירה כוובינרים. בוובינר הקודם ניסינו להבין איך לנצל את תקופת הסגר ללמידה ולבניית התשתית ליום שאחרי, עכשיו עם החזרה לשגרה אנחנו רוצים להבין איך לייצר בולטות מקצועית ולהתקדם בשוק עבודה שהפך להיות עוד יותר תחרותי. אז נמצא אתנו אליאב אללוף, תודה שצטרפת אלינו ותודה על שיתוף הידע. אנחנו מזמינים אתכם לשאול שאלות במהלך הוובינר וגם בסופו נפתח לשאלות, ועכשיו אליאב אולי תציג את עצמך ואחר כך נצלול לשאלה מה לדעתך יקרה בשוק העבודה של אחרי הקורונה והאם יש מקום לאופטימיות?

מקום לאופטימיות יש אבל בין אופטימיות לבין אופוריה יש הבדל, האמת שהכנתי מצגת עם הרבה דוגמאות ורעיונות. בתקופה האחרונה כתבתי שני ספרים, ספר אחד על קריירה והתפתחות אישית וספר נוסף על יזמות, שמבוססים על טור שאני כותב מדי שבת "3 דברים שלמדתי", פעם בשבוע אני מפרסם על חוויה או נושא שלמדתי באותו השבוע, מי שרוצה לקבל רעיונות זה מאוד תמציתי, חוץ מזה אני מרצה ומעביר סדנאות, אני מלווה מותגים בנושאים של חדשנות וטכנולוגיות, אני שותף בקרן הון סיכון שמשקיעה בישראל, סין ואוסטרליה.

בתקופה הקרובה הרבה אנשים יאבדו את העבודה שלהם, הרבה חברות יצמצמו הוצאות. במקרה הטוב זה אומר שהשוק יתחיל להתאושש בנובמבר, במקרה הלא טוב זה ייקח שנה וחצי, ומה שבטוח זה שצריך להתחיל לצמצם הוצאות ולחשוב אחרת, ואם יש משהו שעוזר לחשוב אחרת זה משברים. נקודה ראשונה שאני רוצה לגעת בה היא שרוב האנשים לא יודעים לחפש עבודה, הם לא יודעים להכנס לראש של המעסיק שלהם, ואם המעסיק הוא הלקוח אז יש באג. רוב המעסיקים רוב הזמן יש שני דברים שחשובים להם, הם לא רוצים לטעות כי זה בזבז כסף, ומה זה אומר עליהם? אנשים יכולים לתבוע כי פיטרת אותם והם נעלבים, והדבר השני - המעסיק לא רוצה להתאמץ והדרך הכי גרועה מבחינת המעסיק היא לפרסם הודעת דרושים כי המון אנשים פונים, הרבה אנשים שלא מתאימים מנסים ודווקא את האנשים המתאימים קשה למצוא וזה לא משנה אם אדם או רובוט קורא, זה נעשה בסריקה של מילות מפתח ואם מתעקשים לשלוח קו"ח חפשו מודעות דומות וחפשו מילים

שחזרות על עצמן בתיאור ואלו מילות המפתח שמחפשים, מה שחשוב זה לשים מילות מפתח שמתאימות לתפקיד. רצוי 5-10 מילים שצריך לשתול ורצוי שיהיו בולטות. זה טיפ ראשון משמעותי, אבל תובנה כללית היא שהמעסיק מחפש בד"כ את מי הוא יכול לקדם בתוך הארגון כי זה הכי פחות מאמץ והכי פחות סיכון. אז לצאת מהנאיביות שמחפשים את העובדים הכי טובים. איך מקבלים קידום פנימי בארגון? אפשר לגרום להם להכיר אותי כפרילנסר, לפנות למישהו בארגון ולומר שיש לי הרבה רעיונות והייתי שמח לתת פרויקט ואם יש בעיה לשלם לי אעבוד בחינם. הם אולי ייקחו לשיחה ולפרויקט קצר, ואחרי שבוע שבועיים הם יגייסו וזה יהיה נטול סיכוי. זו גישה של טאלנט שחושב מה הצד השני רוצה ומה הוא יכול לתת. כשארגון לא מצליח למצא בפנים הוא הולך לחברות מתחרות ואם זה לא הולך הולכים דרך אנשים שמכירים ואח"כ חברות השמה ובסוף מפרסמים משרות. רוב האנשים מחכים לפרסומים ואז הם חלק מערמה של 300 קורות חיים והמקסימום שיקדישו לקורות החיים זה 30 שניות וזה לא כייף. יש לי סרטון ונראה אם אני מצליח לנגן, גם אם יש לי את המוצר הכי טוב בעולם אתה חייב שיווק אני מניח שתזהו את אד שירן, הם שמו אותו בפיפשו ואמרו לאנשים שיוכלו לצפות בהופעה של אד שירן תמורת 2 דולר וזו הצעה סליזית, לקח להם כמה שעות להכניס את הזוג הראשון שהיה בטוח שעבדו עליו. דוגמא נוספת, אם לוקחים כנר אנונימי, כמה זה יכול להיות מעניין, לקחו נגן ידוע – ג'ושוע בל, שעמד בווישינגטון די סי וניגן, כנר מפורסם והכינור של 3 מיליון דולר, הוא מקבל 100 אלף דולר להופעה ובאותו היום קיבל 32 דולר. בפעם הבאה הודיעו שמדובר בכנר המפורסם וטראו כמה אנשים באו. זו אותה תחנה ואותו אדם וההבדל היחיד הוא השייווק. שיווק זה דבר חשוב. דייב ברספולד קיבל את נבחרת אנגליה ברכיבה, כשהייתה הכי גרועה, עד כדי כך שמפרסמים ביקשו שיסתירו את שם מותג האופניים. הוא לקח את הנבחרת ואמר שההבדל יגיע מהרבה שינויים קטנים ולא משינוי אחד גדול. הוא לקח את הנבחרת והבין שצריך לעשות שינוי של אחוז. כמו למשל השתמשו בצמיגים יותר קלים, דאגו שלא יהיה אבק על האופניים, שיהיו כריות ומזרונים איכותיים, שמן מסאג' שופר, אסרו ללחוץ ידיים, הרבה דברים קטנים שבפועל השיפורים הצטברו, וזו הפכה לנבחרת הטובה בעולם עם הרבה מדליות. הם זכו ב-176 תחרויות שזה משמעותי מאוד. הנקודה כאן היא שצריך להשתפר בדברים קטנים ולא בדבר גדול. אפשר תרגיל? קחו כלי כתיבה ונייר, אני ממליץ. תכתבו 5-6 עובדות מרכזיות לגבי החיים שלכם, איפה עבדתם מה עשיתם בצבא איפה התנדבתם, סופרלטיבים שתוכלו לשים בקורות החיים.

בזמן שאנשים כותבים אולי תסביר מה זה טאלנט -הבאזוורד הזה שכולם משתמשים בו? הקטע של להיות טאלנט בעיני זו סוג של מחשה שנפרט אחר כך בטבלה איך אתה מתנהל ביום יום וגם בעבודה, שווה לחכות. זה אומר לצאת מהחשיבה המקובלת של עובדים שרוצים

משכורת. אנשים חושבים שמשלמים על הזמן שלהם אבל הכסף הוא על הערך הנתפס שאתה מייצר, והדרך לקבל יותר זה לתת יותר ונפרוט את זה תיכף.

אני מניח שסיימתם והשלב הבא הוא לכתוב את סיפורו של לוזר. יש פואנטה! תרדו עליו, איך לא קיבלו אותך לשם, תעליבו אותו הוא לוזר. אני מקווה שאנשים חושבים כי זה מאוד עוזר. עכשיו מוכנים לתרגיל הבא? אז עוברים לכתוב את סיפורו של ווינר איך הוא מתנתו של הבורא ליקום? איך הצליח כנגד כל הסיכויים לא האמינו בו ובכל זאת תראו איפה הוא היום? החלק הרביעי של התרגיל הוא לקחת את הסיפור של הלוזר וסיפורו של הוינר - ומסתכלים על שניהם ואומרים מה שחשוב בחיים זה העובדות. אבל לא? אפשר לספר את אותן עובדות כווינר או לוזר, וזה אומר שעובדות הן רק נקודת פתיחה ולא קובעות כלום לטוב או לרע אנחנו קובעים לפי הפרשנות שלנו. עכשיו אני אספר לכם על פרנסואה, מלצר במסעדה בפרובנס בפריפריה של צרפת, מי שפגש אותו צחק על כך שהוא עילג. כל מה שעניין אותו לאכול ולשתות והוא תקוע באמצע שום מקום ויום אחד נכנס זוג שהיה באזור ומאוד חיבב אותו ורצו לתת לו הזדמנות בניו יורק. כמה שבועות אחרי כן בניו יורק, הלוזר נהיה אקזוטי הוא מבין באוכל וביין וכו'. אחד האורחים הציע לו להיות יועץ קולינרי ועכשיו הוא מקבל חצי מליון דולר לשנה. הוא לוזר בסביבה שלו, אבל בסביבה שונה כל המגרעות הפכו ליתרונות והוא הפך להיות אקזוטי. חשוב להבין באיזה תנאים אני הופך לסופרסטאר. האישה בתמונה קרול דואק פיתחה תפיסת עולם גרות מיינדסט. אתה לא טוב במשהו, אלא אתה עדיין לא טוב בזה, יש לך סיכוי להתפתח ולהיות טוב. זו תיאוריה שיישמו בארה"ב אצל נייטיב אמריקנס והפכו כיתה של ילדים שנחשבו חסרי סיכוי לכיתה המובילה בסיאטל. עשו ניסויים כאלה בהרבה מקומות חלשים והילדים מאוד התפתחו ולמדו. שיפור קטן כל הזמן מצטבר לשיפור גדול. אני עדיין לא טוב במשהו אבל אם אתמיד אשתפר. הבחורה בתמונה היא במקרה אחותי, כשהיא הייתה סטודנטית היא עבדה כפקידת קבלה בחברה גדולה והעבודה הייתה משמימה, אמרתי לה שתפנה לשיווק ותציע להם עזרה. בהתחלה היא פנתה והם לא הבינו מה היא רוצה אבל היא התעקשה ובסוף נתנו לה את העבודה השחורה והיו מאוד מרוצים מהעבודה שלה. אחרי כמה חודשים עזבה מנהלת שיווק ואת מי לקחו? בלי שום תהליך, מנהלת השיווק ביקשה את מזכירת הקבלה לשיווק. היא חשבה כמו טאלנט, היא הייתה פראיירית וקיבלה מעט אבל קיבלה הבנה של מה התפקיד מצריך, וההחלטה לבחור בה הייתה החלטה קלה וזו חשיבה של טאלנט.

את השאלות שנשאלו בתהליך ההרשמה היא מה עושים עם בקשות ומטלות שלא קשורות לתפקיד, איך מתמודדים עם זה?

אני בעד הגישה של כן לקחת פרויקטים נוספים כי כך הופכים לעובדים חיוניים. יש אנשים שנמצאים בחל"ת אבל מבינים שבקשת העזרה תגרום לכך שהמעסיק יזכור את התרומה

בשעה קשה. רוב העובדים רוב הזמן מתלוננים ומשווים. עצה שלי תפסיקו להתלונן ותחשבו מנקודת המבט של הבוס איך להפוך לחיוניים איזה משימות הבוס שונא לעשות, אני אצטין במה שהוא שונה ואז הוא לא יוכל לותר עלי.

האם שוק העבודה מעריך עובד שתורם?

כל אדם חושב שהוא תורם, הרבה אנשים שמקבלים העלאות בטוחים שהן מגיעות להם. השאלה איך הבוס והארגון תופס. האם באמת מביאים ערך? אם ההנהלה מחפשת תשובה ואת נמצאת שם ואז הם מבינים שיש מישהו שלא מתלונן ואפשר לסמוך עליו. יש בוסים שמנצלים והם אנשים רעים, אם מרגישים מנוצלים זה לא סימן טוב, אם משקיעים באופן יוצא דופן זה אמור לבוא לידי ביטוי בסמכות, בהכרה בעבודה, בשיחה, בהעלאה.

יש שאלה לגבי אמצע קריירה, אנשים בני 50+, איך עושים שינוי?

אם רוצים לעבור תפקיד, נניח יועץ משפטי שרוצה לעבור לקשת. שם יש אתגר שאתה מתבקש לעבור תעשייה ותפקיד וזה קשה. המעסיק לא רוצה לטעות בגיוס. אם צריך להמר על שני הדברים זה גדול מדי. ואז צריך לעבור מתפקיד של יועץ משפטי לפיתוח עסקי באותו הארגון ואז לקדם הסכמי שיתוף פעולה ואז אפשר להציע את עצמך לתפקיד אחר. גישה שניה היא לעבור להיות יועץ משפטי בקשת ואז להתפתח לתפקיד בארגון אבל כבר מכירים אותך. זה סוג שני של מסלול.

יש שאלה של אנשים חסרי ניסיון או שחסרה להם הכשרה בתחום לימודים ספציפי, איך מתגברים על המחסום הזה?

צריך לייצר מצב שאנשים יותר יסמכו עליך, לדוגמא חבר שלי עם אנגלית לא כל כך טובה והוא התראיין לתפקיד באנגלית, ורשם לעצמו את כל התשובות. הראיין היה בסקייפ, הוא ביקש בלי וידאו. המראיין שאל אם הוא מקריא את הדברים והבחור הודה שהוא הכין הכל בכתב. המראיין מאוד התלהב מזה שהוא השקיע את ההשקעה הזו וגייס אותו למרות שהאנגלית לא הייתה מספיק טובה כי אהב את המחויבות. אם מצליחים לייצר חיבור רגשי אפשר לקבל הזדמנות. אפשר להציע את עצמך כעובד חודש בחינם או להציע לעשות פרויקט. לפני שנים ניסיתי להתקבל לגלובס ולא התקבלתי, הצעתי לכתוב כתבות ולפרסם ללא תשלום. הם פרסמו 10 שזה מעט, אבל אחד המאמרים קיבל מקום בולט ולאחר מכן הזמנתי לראיין וקיבלתי תפקיד במשכורת נמוכה מאוד אבל זה פחות עניין אותי כי האמנתי שאם אראה ערך אז אוכל לקבל את השכר בהמשך, ומספר חודשים לאחר מכן השכר גדל משמעותית.

שאלה נוספת שעולה – איך מתמודדים עם גניבת קרדיטים? לכישלונות אין דורשים אבל במקרה של הצלחות הסיפור שונה.

קרה לי מקרה דומה, הכנתי מצגת ובישיבת הנהלה הוצגה המצגת ללא קרדיט. המנכ"ל פנה אלי וסיפר שהעבודה שלי כיכבה, אבל שמי לא הופיע. אם יש לנו בוס גרוע זו בעיה, מה שאפשר לעשות זה לשווק את העבודה. יש גם עניין של טיימינג. ב 2002 עבדתי בקומברס וחבר שלי אנליסט בוולסטריט עדכן אותי שיש שידור בוידאו של המתחרים. נכנסתי לפגישה ושם מתחרה גדול של קומברס הודיע שיתחרה ויכבוש את השוק. הוא הציג מצגת ואני צילמתי את המסכם ועשיתי ניתוח ושמתי את זה בצד וחיכיתי לשעת כושר שבה העבודה שלי תהיה חיונית. למחרת הוסיפו אותי למייל עם כל הבכירים, וסמנכ"ל שיווק כותב - אולי אליאב יכול לעזור, אולי תשיג את המצגת ואני עניתי - האם ציפור יכולה לעוף? רובם לא הכירו אותי וחשבו שאני שחצן, אבל חצי שעה אחרי כן שלחתי את המצגת והם היו בהלם. כמה חודשים אחרי כן היה סבב פיטורים גדול ואז מזכירים את השם שלכם ומחליטים לפי קריטריונים מצומצמים אם לפטר או לא, וכששמי עלה אמרו - האם ציפור יכולה לעוף? וכולם צחקו ונשארתי. בטבלה רואים איך אנשים רגילים וטאלנטים פונים לעולם היזמות. טאלנט משקיע ורואה בכך השקעה במותג ובכישרון, יש לו משמעת והוא חוסך לעתיד. הארגון הוא שוק ולשוק יש התנהגות. מה שחשוב זה שאם אתם רוצים לשפר את התנאים תחשבו איך אני אהיה יותר משמעותי ואגדיל את הערך שלי, איך אני נותן יותר. הבוס הוא לקוח ויש לו בעיות ואתגרים. מה מטריד אותו? אני יכול לעזור בזה? אם נכנסה עוד עבודה אפשר לחשוב שמציקים לי ואפשר לחשוב על זה כהזדמנות ללמוד משהו חדש.

יש את שיטת המשולש, אם אני רוצה לעשות שינוי צריך לחשוב על כל האינטרנסים. אם לדוגמא רוצים לעשות שידוך והבן מתנגד ואז אומרים לו אני רוצה לשדך לך את הבת של ביל גייטס ואז הבן מסכים, ואם פונים לביל גייטס ומציעים לו את השידוך הוא לא מסכים, אבל אם הבן שלי הוא סמנכ"ל כספים אז כן וכן הלאה... זו צורת מחשבה - איך ליישם מחשבה חדשה בעולם העסקים, אם אתם רוצים לנהל פיתוח עסקי בפפר ויש תפקיד כזה אבל לא מגייסים אליו. אז חושבים מה פפר מנסים להשיג? זה בנק דיגיטלי של בנק לאומי ואני מניח שרוצים יותר לקוחות? איך מייצרים יותר לקוחות? אולי אם תפנו לאנשים ברמי לוי או זאפה או סופרפארם ואומרים אני עובד בפרויקט סודי עבור פפר ואחד הדברים שאנחנו מסתכלים עליהם הוא להיות ספונסר. אתם מעוניינים? אולי תתנו את המבצעים קודם כל למי שיש לו פפר. אם יש הופעה של עומר אדם תנו לי יומיים קודם ללקחות פפר בלבד ואני אתן לכם תשלום שנתי. אם יש שיחה ראשונית עם הנציגים האלה אפשר לחזור ולנסות לתאם פגישה עם המנכ"לית ולהציע רעיון למשהו שיעשה הבדל בביזנס, ואז אתם מציעים לעזור ומציגים פתרונות. את רוצה לקדם את זה? ואז באיזה אופן כיועצת חיצונית או יועצת פיתוח בארגון. זו חשיבה של טאלנט. מה רוצים להשיג ומה הפיתרון. מנהל שפוגש את זה הוא המום כי הוא רגיל לומר לאנשים מה הם צריכים לעשות ואיך.

כטאלנט אתה מחפש תפקיד שמתאים לך ואתה מתאים לו, זו בדיקת התאמה האם זה נחוץ בארגון ולכן הכוח נמצא גם אצלי. אני ממליץ לאנשים ללמוד ולבוא עם רעיונות שהם בודקים קודם ושיש בהם ערך ומודאים שהחברה לא פסלה אותם, משקיעים במחקר. אני באופן אישי מאמין בלהשקיע הרבה במחקר אבל גם קצת זה טוב. מחפשים חברות שרוצים לעבוד בהן וחברות צומחות זה כיוון טוב כי יש הרבה ג'ובים בזמן קצר. המטרה בראיון היא לראות מהם צרכי המעסיק ואיך אפשר לעזור למעסיק להצליח. אני ממליץ לשאול שאלות על המראיון, איך הגעת לתפקיד, מה מעניין אותך, אם תדברו רוב הזמן והוא רק ישאל הוא יצא בחוויה שאתם מרוכזים בעצמכם. תתעניינו גם, אנשים אוהבים שנותנים להם לדבר.

מתי הזמן לעבור והאם התקופה הקרובה היא זמן נכון לשינויים?

צריך לראות מה הארגון צריך ולהשקיע, אם יש זמן לראות נטפליקס וריאליתי יש לכם זמן גם לעבודה ולא צריך לקחת סיכונים, צריך לעשות דברים לאט ובזהירות אבל אם סומכים עליכם ההזדמנויות יגיעו ואנשים יראו את זה. הגישה צריכה להיות איך להשביח את הערך שלי ואיך אני יכול לעשות יותר עבור אחרים. אנשים שעושים עבודה טובה ודואגים שידעו עליה מקבלים. אם אתם מאיימים על הבוס זו תקלה אחרת ואז רצוי לייצר לובי. תעשו טובות לבוסים אחרים ולא לבוס המניפולטור. אם עבדו עליכם, ואמרו שזה חד פעמי, תדעו שזה בא באריזות של 100.

אני רוצה להציג כלי - מעקב שבועי שמאפשר לראות מה למדתי ולתת ציונים בפרמטרים שונים השאלות עוזרות להבין איפה השקעת ואיפה לא.

תבנית לניהול יום – תחשוב טוב אם זה שווה את הזמן שלך, חצי מהמשימות הן להראות שאנחנו עסוקים ו 20 אחוז זה מה שחשוב. חשוב לדייק את ניצול הזמן ולהשאיר זמן לחוסר ריכוז וחלומות, ולא להרגיש שאתם נכשלים.

לגבי הזמן שלי – אפשר לחשוב על הרבה דברים חיצוניים, אבל זו דרך טובה לבזבז זמן, דברים שלא ישפיעו על חייכם, במקום לדאוג למינוס של האוצר תדאגו למינוס שלכם, איך להתקדם בעבודה, איך לחיות בריא או ללמוד. זה המקום להשקיע, לא בשאלה אם גנץ בסדר.

תהליך דיוק עצמי – לשאול שאלות, לא שאלה אחת, מה התשוקה שלי זה לא מספיק, צריך לעשות משהו שאוהבים והעולם צריך ומוכן לשלם עליו.

איך להתקדם בקריירה ולמצא את משרת החלומות?

אני לא מאמין שצריך להמר על החיים. צריך לבנות תסריטים. מה צריך לשנות בקיים כדי שיהיה יותר טוב, לדוגמא אדם שהוא רופא, ונמאס לו לבשר לאנשים שהם הולכים למות,

הוא יכול לעבוד בהוספיס כי שם לא צריך לבשר את זה. ואם לקחו לרופא את הרישיון מה
הוא יעשה? הוא אדם עם רקע מדעי ולכן הוא יכול ללמד.

חיים לא פרקטיים - אם יש תחביב אני אעבוד עליו שעתיים בשבוע.אני לא יודע אם זה יעבוד
אבל אפשר לפרסם ולראות אם צוברים קהל או לא.

רעיון גדול מדי – אחרי שסיימנו את הכתיבה אנחנו צריכים לחשוב מה אנחנו צריכים ללמוד,
האם לשפר את הביטחון העצמי או לדבר מול קהל. בדרך כלל יש 2-3 דברים שצריך
להתמקד בהם ולעבוד עליהם כי הם משפיעים על הכל. אנשים שמתביישים להצטלם בוידאו
אבל כיום זו מיומנות חשובה, גם למכור זה חשוב, ולא צריך להתבייש. כשמשתפרים
מאפשרים לאנרגיה לזרום ואז הזדמנויות מגיעות אליך כי רואים כמה אתה טוב.