

☒ [סגור חלון](#)



סקירת "גלובס": מובטלים - אלה הן האופציות שלכם

המשבר יצר הזדמנויות גדולות בעיקר עבור אלה שמיהרו לזהות כי לא ניתן להתעלם משוק גדול של כרבע מיליון מובטלים ■ איך נראה שוק ההכשרות בימים טרופים אלה?

ענת כהן

2/7/2009

מפוטרים שמגלגלים על אוזנם אמירות אזוריות שחוקות כמו "משבר הוא גם כן הזדמנות" - מגיבים במשיכת כתפיים, במקרה הטוב. "אל תדברו איתנו בשפה אימונית גבוהה", הם יגידו במרירות, "כשאנו נאבקים כבר חודשים ארוכים לשלם את המשכנתה". אולם, באופן ציני משהו, המשבר התעסוקתי אכן יצר הזדמנויות גדולות, בעיקר למי שמיהר לזהות כי לא ניתן להתעלם משוק גדול של כרבע מיליון מובטלים. הוסיפו לכך את העובדה, שמדובר בשוק עם צורך חזק וממוקד שלא מכוסה במלואו על-ידי פתרונות ממשלתיים, והרי לכם כר נרחב להזדמנויות עסקיות.

הסוגיה המרכזית שמדריכה היום את מנוחתם של מפוטרים מותשים היא "השבחת ערכם" בפני מעסיקים פוטנציאליים. גם אם המפוטר המותש לא ניחן בראש עסקי-שיווקי, הרי שהוא כבר למד על בשרו שכדי לבדל את עצמו מעשרות, ולפעמים ממאות, מתחרים המתמודדים על אותה משרה פתוחה - הוא מוכרח למצוא את הדרך להיות "שווה יותר" בעיני המעסיק, ולייצר עבורו ערך מקורי וייחודי, שאפילו המעסיק לא בהכרח יודע לאפיין ולהגדיר במדויק.

בדיוק בתוך החלל הזה נכנסים היום קורסים וסדנאות, הלקוחים מקשת רחבה של עולמות תוכן: החל משדרוג יכולות מקצועיות, דרך טיפוח מראה חיצוני, וכלה בהשבחה של הון פסיכולוגי. כל השירותים הללו מבטיחים למפוטר להשביח את יכולותיו, ולצייר אותו בעיני המעסיקים הפוטנציאליים המוצפים בפניות כ"שווה בדקה".

איך נראה שוק ההכשרות בימים טרופים אלה? "גלובס" ממפה את מגוון השירותים העסקיים החדשים, שמציעים פתרונות פוטנציאליים לכל אותם מפוטרים שמבקשים להעניק לעצמם יתרון תחרותי בשוק העבודה הרווי.

סטיילינג תחילה

ההכשרה: סדנאות טיפוח מראה חיצוני לנשים מפוטרות

היזם: מראות

הרציונאל: אתי פלג, מנכ"ל מראות: "מראה חיצוני מטופח משליך אוטומטית על הביטחון העצמי של המפוטרת. הנחת העבודה הראשונית שלנו היא שאישה שנראית טוב תרגיש טוב ותקרין זאת בראיון. מעבר לכך, הדקות הראשונות בראיון העבודה, כידוע, חורצות את גורלנו מבחינת הרושם שנוצר. אם מפוטרת תיכנס לשם מטופחת ועם קודי הלבוש הנכונים היא תשדר ביטחון בשפת הגוף שלה. גם המעסיקים יתפשו אותה כאפקטיבית יותר, במיוחד כאשר הם מחפשים עובדים ייצוגיים לתפקידים שכרוכים בהתממשקות עם לקוחות".

מאפיינים: "סדנה של שלוש שעות בה נלמדים נושאים כמו איפור, סטיילינג, טיפוח שיער, בניית מלתחה, בחירת לבוש, תכשיטים ואבזור. מספר המשתתפות בסדנה עומד על 30 עד 50 נשים".

מיקום: בכל רחבי הארץ.

עלות : 3,000 שקל מע"מ לסדנה (הסכום מתחלק שווה בשווה בין כל המשתתפות).

מידע נוסף : www.marot.biz

ברוח הזמן

ההכשרה : קידום אתרים מקצועי

היזם : SEO college

הרציונל : שרון קליין, מנכ"לית SEO college : "לא כל המפוטרים נכנסים ללחץ ולבלבול. יש גם כאלה שתופסים את האירוע הבלתי נעים של פיטורים כקרב קפיצה לעתיד. במקביל, תחום קידום האתרים צובר תאוצה בארץ ובעולם. מעבר לעדכניות שלו הוא מאגד בתוכו נדבכים משמעותיים אחרים כמו פיתוח יזמות, עיצוב תוכן, ותפישת עולם שיווקית. גם מעסיקים פוטנציאליים ומנכ"לים מבינים היום, שמועמדים עם ידע בתחום מביאים איתם לפירמה ערכים נוספים : בין אם מדובר בהגדלת מקורות ההכנסה של הביזנס או בעריכת אופטימיזציה לאתר שכבר קיים".

מאפייני הקורס : "הקורס מועבר על-ידי מנכ"ל SEO Israel אורן שץ, ממובילי תחום קידום האתרים בארץ, וכן על-ידי מרצים אורחים מעולמות תוכן מגוונים המשיקים לנושא. הקורס אינטנסיבי ומורכב מ-95 שעות אקדמיות, כאשר מעבר לתכנים התיאורטיים הסטודנטים נדרשים לבצע פרויקט מעשי יישומי. הווה אומר, לבחור נישה עסקית, להקים אתר רווחי ולקדם אותו. בכל קורס משתתפים כ-15 סטודנטים.

זמן ומקום : הקורס הבא יפתח ב-25 באוגוסט 2009, ברמת גן.

עלות : 15,000 שקל כולל מע"מ (לפני הנחה ברישום מקדים).

מידע נוסף : www.seocollege.co.il

טעימות קואוצ'ינג

ההכשרה : ימי עיון, תחת הכותרת "לקחת את המשבר בידיים"

היזם : קואוצ'ינג אינטראקטיב

הרציונל : איתן פראן, מנהל תחום תעסוקה וקריירה בקואוצ'ינג אינטראקטיב : "לא חסרות היום הכשרות מקצועיות שמציעות למפוטרים כלים להתמודדות בעולם החיצוני כמו ייעוץ עסקי, הדרכה בנושאי ראיונות, הדרכה כיצד לעבור מבחני מיון, איך להתלבש וכיוצא בזה. אנחנו מציעים, להתמקד בחיזוק ההיבטים הפסיכולוגיים של המפוטר, ולחזק ולמנף את יכולותיו מבפנים".

מאפיינים : "מדובר בימי עיון בודדים, כל אחד בן חמש שעות, המורכבים מהרצאות פרונטליות והפעלה. התכנים נושאים אופי אימוני, ועוסקים בסוגיות של לקיחת אחריות, הגדרת חזון, פוקוס על מטרות, והורדת חלומות לעולם המעשה. במוצע משתתפים בכל סדנה בין 20 ל-30 איש".

זמן ומקום : המפגש הבא יתקיים ב-19 באוגוסט 2009, בכפר המכביה, רמת גן.

עלות : 120 שקל כולל מע"מ ליום עיון (5 שעות).

מידע נוסף : www.coachinginteractive.co.il

כמו לסין ורוזנהויז

ההכשרה : קורס מכירות למפוטרי היי-טק

היזם : המרכז לאימונים בעסקים

הרציונאל : גיל פרץ, יו"ר המרכז לאימונים בעסקים : "במהלך המשבר פוטרו בהיי-טק אלפי אנשים מוכשרים ביותר. מנגד, תחום המכירות הוא ענף שתמיד יש בו עבודה. לא זו בלבד, אם אתה איש מקצוע טוב בענפי המכירות, אתה מתקדם בארגון במהירות כיוון שתחום זה מנוטרל משיקולים של ותק, דרגות או טייטל. ה'טייטל' במכירות שקול לרמת השכר שהעובד משיג. יתר-על-כן, בסופו של יום צריך לזכור שכולנו מוכרים כל הזמן גם את עצמנו, על אחת כמה וכמה כשמדובר בראיונות עבודה. לכן, ידע מקצועי בתחום המכירות, לא משנה מה אתה עושה ולאן אתה שואף, תמיד יהיה שימושי ומועיל בחיים. אני תמיד מזכיר לכולנו, שגם מנכ"לים בכירים כמו גדי לסיך ואפי רוזנהויז התחילו במכירות. אגב, במשבר ההיי-טק הקודם, ב-2001, פתחנו קורס דומה של הסבה, בו נטלו חלק 18 משתתפים - מפוטרי ההיי-טק שמעולם לא עסקו במכירות. עקבנו אחריהם וראינו, שחודשיים מתום הקורס כולם מצאו עבודה".

מאפיינים : "קורס אינטנסיבי מאוד של 250 שעות (שלושה-ארבעה ימים מלאים בשבוע), שדורש השקעה של זמן. לפני הקבלה לקורס אנחנו עורכים מבדקים ראשוניים, כדי לוודא שהאדם מתאים לתחום מבחינת המיומנויות שלו בתקשורת עם אנשים".

זמן ומקום : הקורס הבא צפוי להיפתח בשבוע השני של יולי 2009, ברמת החי"ל, תל-אביב

עלות : 4,500 שקל כולל מע"מ לכל מודולה (כל קורס מכיל מספר מודולות).

מידע נוסף : www.gilperetz.com

פלונטר אאוט

ההכשרה : מפגשי אאוט-פלייסמנט (ליווי תהליך הפיטורים), עם דגשים על שיווק עצמי

היזם : פיל"ת

הרציונאל : ד"ר מוטי נוימן, מנהל מחלקת ייעוץ קריירה בפיל"ת : "מפוטרים שמחפשים עבודה לאורך זמן נמצאים בפלונטר פסיכולוגי לא פשוט, כדור שלג שמתגלגל לפעמים למצב של ייאוש. בתחום שלנו מסתובבת אמרה ידועה, הנוגעת למועמדים בראיון עבודה : 'נכנס לוזר - יוצא לוזר'. כלומר, אם אתה נכנס ברוח נכאים אתה יוצא מפסיד. זה עובד גם להיפך : מועמד דינאמי, שמח ואנרגטי בראיון עבודה יקרין החוצה את התכונות הללו ויגביר את סיכויי העסקתו. בקשר זה, שירותי האאוט-פלייסמנט שלנו מחזקים את כושר העמידות הפסיכולוגי של המפוטר, מבלי שנשתמש במונחי קואוצינג סקסיים, גבוהים ופומפוזיים. יתר-על-כן, התכנים שאנו מספקים למפוטר עולים על מה שקואוציר או שירותי קואוצינג יכולים לספק, כיוון שאנו מגיעים מלכתחילה מעולמות תוכן של מיון, השמה וחיפוש עבודה".

מאפיינים : "השירות מבוסס על חבילות של מפגשי הדרכה, החל משבע פגישות בודדות ועד ליווי המפוטר במשך שנה וחצי. במסגרת המפגשים הללו המפוטר לומד כלים של שיווק עצמי, ביניהם כתיבת קורות-חיים בצורה שיווקית, הפעלת נטוורקינג נבונה, שדרוג של שפת גוף, סימולציות בראיונות עבודה עם קבלת משובים, הדרכה בנושא של הופעה חיצונית וקודי לבוש, מיומנויות כמו אסרטיביות, זיהוי הזדמנויות ועוד. בעיקר המפוטר לומד אצלנו להתחבר למציאות ולראות את הדברים מנקודת המבט של המעסיק, שבעיני זהו תנאי סף הכרחי להגדלת סיכויי החזרה המהירה למעגל העבודה".

זמן ומקום : כל השנה, בתל-אביב.

עלות : גובה המשכורת החודשית האחרונה של המפוטר.

מידע נוסף : www.pilat.co.il

מה עדיף סטיילינג, קואוצ'ינג או אאוט-פלייסמנט?

לדעת נורית ברמן, יו"ר קבוצת עמדה, פיטורים הם אכן הזדמנות, אבל קודם צריך לבדוק את צורכי השוק גלי הפיטורים, שמתרחשים סיסטמטית כל שבע-שמונה שנים, "מערבבים" מחדש את השוק ואת האנשים,

ובתוך כך יוצרים קשיים והזדמנויות כאחד. ההזדמנות מונחת בכך שהיא מאפשרת למפוטר לעשות בדיקה תשתיתית יסודית של "מי אני ומה אני". בעצם, הפיטורים הורידו אותך מהאוטובוס ואמרו לך "סע קדימה". יהיו כאלה שיחפשו כל הזמן את אותו אוטובוס המקולקל או משהו דומה לו, ויהיו כאלה שישכילו להפליג הלאה למחוזות אחרים.

מעבר לתכנים, שירותי השבחת הערך שהשוק מציע מספקים למפוטר חויית שליטה, שכן אובדן השליטה מתעצם כשהעובד מפוטר - ללא קשר לביצועיו. במקום שהמפוטר יחוש פסיבי ותלוי בחברות ההשמה ובמעסיקים, הוא חש שהוא 'פועל', שהוא כבר לא יושב עם בבית בטרנינג ומחכה שהתפקיד יגיע אליו. עם זאת, יש להבחין בבירור בין הפתרונות הטקטיים הנקודתיים לבין הפתרונות המהותיים יותר:

1. סדנאות סטליינג או קואוצינג: הם בבחינת "קויק פיקס". נכון שהופעה חיצונית תורמת מאוד בראיון עבודה, אבל היא הגורם המבדיל האחרון. מעסיק לא מגייס עובד בגלל הופעה או מראה. גם שינוי אמיתי בדימוי העצמי לא יתרחש בסדנת קואוצינג של חמש שעות.

2. אאוט-פלייסמנט: אחת התועלות הבולטות בשירותי האאוט-פלייסמנט מונחת בכך שהמפוטר פוגש את עצמו, ושואל את עצמו שאלות עמוקות שיכולות להוביל אותו ללימודים מקצועיים שעונים על צרכים שלא היו קיימים לפני עשור.

3. קורסים מקצועיים: ממליצה למפוטרים לבדוק תחילה את הצרכים האמיתיים בשוק, לבחון לעומק את הסילבוס של התוכנית ואת רצינותו, וכן להתחקות אחר טיבם של אנשי המקצוע העומדים מאחורי הקורס.