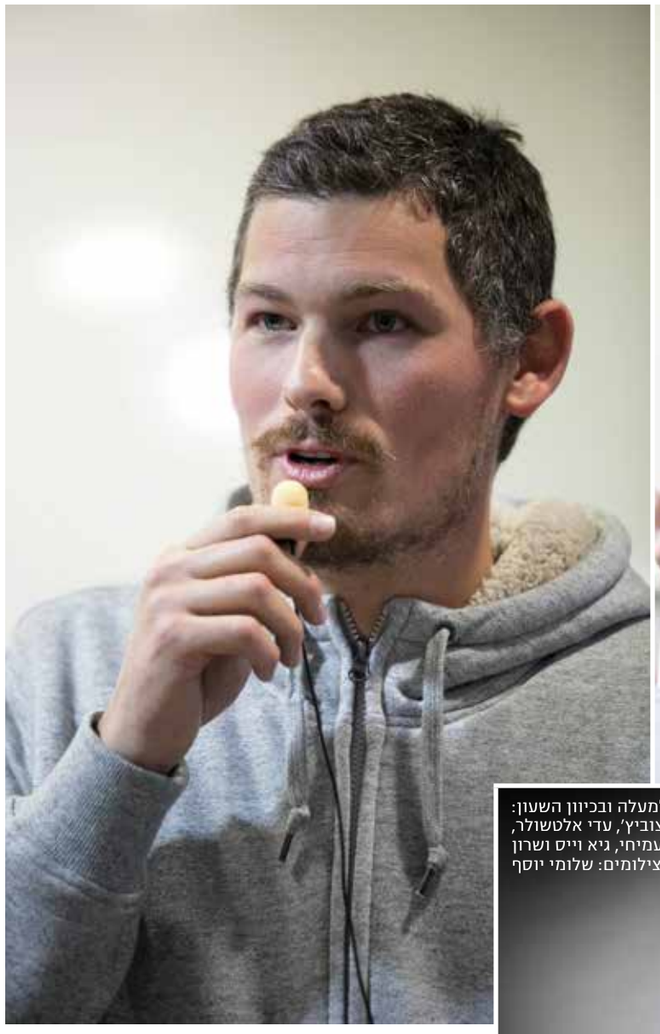
"כולנו סטודנטים בפקולטה לסבלנות"

בוגרי רשימת Forbes Under 30 של 2016 התכנסו לפאנל מיוחד, יחד עם הפרסומאי הוותיק גדעון עמיחי במרכז האקדמי למשפט ועסקים ברמת גן, ודנו במקומם של צעירים בתחום היזמות וברעיונות פורצי דרך ● המסקנות: כדי להצליח צריך לדעת להיכשל



מימין למעלה ובכיוון השעון: גיא קצוביץ', עדי אלטשולר, גדעון עמיחי, גיא וייס ושרון רבי ◂ צילומים: שלומי יוסף

גדעון עמיחי, (מימין): "רוב האנשים יגידו שעדיף להיות בצד של היודעים, אבל כשאתה לא יודע ומוכן לקבל את העובדה הזו - יש יותר סיכוי שתרצה ללמוד, שתהיה סקרן"

אי אפשר לחבר את הנקודות במבט לעתיד, ניתן רק לחברן במבט לאחור. לכן אין לכם ברירה, אלא לסמוך על כך שהנקודות יתחברו איכשהו בעתידכם". הציטוט הזה מנאומו המפורסם של **סטיב ג'ובס** ב־2005 בפני בוגרי אוניברסיטת סטנפורד, הדהד בפתיחת כנס "צעירים ישראלים פורצי דרך", שהתקיים בחודש שעבר בהשתתפות כמה מבוגרי רשימת Under 30 של **פורבס** ישראל, ועסק במקומם של צעירים בעולם היזמות והכלכלה.

חיבור הנקודות חזר כמה וכמה פעמים במהלך הכנס, שנערך בפקולטה למינהל עסקים במרכז האקדמי למשפט ועסקים ברמת גן בהנחיית דיקאן הפקולטה, פרופ' **יורם מיתקו**. כך למשל, סיפר הפרסומאי הוותיק **גדעון עמיחי**, שהיה מנכ"ל משותף של משרד הפרסום שלמור־אבנון־עמיחי, על תחילת דרכו, שהיתה בכלל בתחום האמנות. כסטודנט בבצלאל הוא למד סמסטר בניו יורק, עם חלום לפרסם איור במגזין ניו־יורקר. במשך כשנה הוא שלח מאות איורים, אך נדחה שוב ושוב. מספר שנים לאחר מכן, כשכבר היה עמוק בתוך עולם הפרסום, החלום התגשם סוף סוף, ושני ציורים שלו התפרסמו במגזין הנחשב.

ב־2013 עבר עמיחי לניו יורק והקים את משרד הפרסום No, No, No, No, No, Yes, ששמו מתאר בקצרה את סיפורו של המייסד. "באתי לדבר איתכם על מילה קשה אחת, שלא משנה אם היא בעברית או באנגלית, והיא בדרך כלל באה עם סימן קריאה". המילה היא כמובן "לא". "בניו־יורקר גרמו לי ליצור באמצעות יצירת הציפייה – ה'לא' הראשונים שקיבלתי היו סוף העולם. למדתי שברוב המקרים רוב ה'לא' בחיים המקצועיים מגיעים מאינסטינקט – 'לא, סליחה, אנחנו מצטערים', 'לא, אין לנו תקציב'. הבעיה היא שבעולם העסקים בדרך כלל לא מפרטים, וצריך להבין לבד". הנקודה היא, לפי עמיחי, שבסופו של דבר מגיע גם "כן", אם יודעים להתמיד ולחכות. "כולנו סטודנטים בפקולטה מאוד מיוחדת – הפקולטה לסבלנות. ותמיד יש בה עוד סמסטר".

יום אחד זה קורה

נושא מרכזי נוסף שעלה בכנס, הוא כיצד הופכים רעיון לעסק. "היה לנו רעיון מאוד פשוט כדי לעזור לחברות, כמו **אמזון** ו**איביי**", סיפר **גיא וייס**, מייסד משותף בחברת StuccoMedia, שפיתחה פלטפורמה לשיווק אתרי מסחר אלקטרוני.

"עזבנו את הצבא, עבדנו קשה שנתיים – לא הגענו לשום מקום. ניסינו להגדיל את המכירות ברשתות החברתיות – לא התקדמנו הרבה והפסדנו המון כסף, אבל החלטנו שאנחנו

לא מתייאשים. עברנו אצל המון קרנות ומשקיעים, ולא הצלחנו לגייס כסף. אמרו לנו 'לא' מלא פעמים, בדרכים מאוד מביכות. נכשלנו כל הזמן, אבל בסוף התחלנו להרוויח. זה קרה לפני שנתיים וחצי. מדירה ברמת גן, עם המון רעש ואבק, לאט לאט עברנו למשרד גדול יותר, גייסנו עוד עובדים וגדלנו. פתאום אתה אומר – 'וואלה, הגענו לאנשהו'". בסופו של דבר, החברה שהקים נמכרה ב־2015 לחברת מרקט־טק, שבבעלות איש העסקים **טדי שגיא**, עבור 43 מיליון דולר. "זה סיפור עם מיליון נפילות ובסוף הצלחה אחת. זה 'כן' שלא רואים אותו", ציין וייס.

גם **שרון רבי**, ממציאת המברשת המחליקה "דפני", תיארה את דרכה רצופת ה"לא" אל ההצלחה. "ידעתי מה אני לא רוצה לעשות – ללכת לעבוד באינטל", סיפרה רבי, מהנדסת חשמל בהכשרתה. "כן רציתי לדעת איך להחליק את השיער. אבא שלי מהנדס חשמל, וחשבנו על הרעיון ביחד. היו הרבה 'לא'. התחלנו לפתח את המברשת ויצאנו עם המוצר המוכן. לסרטון שלנו עשיתי בעצמי את האיפור, השיער, הסטיילינג. למחרת קמתי ליקום מקביל. כאלף אנשים נרשמו לאתר שהקמנו רק יומיים לפני, והחל מבול של מיילים", תיארה רבי. "שאלו כאן האם העולם שייך לצעירים, אז אני חושבת שהעולם שייך למי שעדיין מוכן לטעות".

עבור **עדי אלטשולר**, המילה 'לא' דווקא מאיצה את הרצון לפעול. היא מנהלת היזמות החברתית של גוגל ישראל, ייסדה את תנועת הנוער "כנפיים של קרמבו" ואת פרויקט "זיכרון בסלון" להנצחת השואה. "כשאומרים לי 'לא', אני ישר שומעת 'כן'. אני תמיד מעדיפה לקפוץ למים ומקסימום להגיד סליחה. לאף שינוי אי אפשר להתכונן, לומדים להיות השינוי". אלטשולר סיפרה שכאשר התחילה את "זיכרון בסלון", התקשרו אליה מ"יד ושם" ואמרו לה – מי הרשה לך לגעת ביום השואה? "כשהתחלתי את 'כנפיים של קרמבו' אמרו לי 'אילו הורים ישלחו את הילדים לשם? את ילדה בת 16". אבל לדבריה, "כשיש מענה לצורך אמיתי – אנשים יבואו".

לא עניין של גיל

במהלך הפאנל, שאל דיקאן הפקולטה האם יצירתיות ויזמות קיימות עד גיל 30 או גם מעבר לו.

"יזמות היא בכלל לא תהליך יצירתי, אין שום קשר", הצהיר, באופן מפתיע מעט, גיא קצוביץ', שהיה מנהל תוכנית היזמות של יחידת 8200, וכיום משמש כשותף מייסד בקרן ההון סיכון Splash Ventures, שמפעילה תוכנית האצה לסטארט־אפים ישראליים בלוס אנג'לס. "הבסיס הוא רעיון יצירתי, אבל ככל שמתקדמים, מתעסקים בהרבה דברים אחרים – לקוחות לא מרוצים, מוצר שלא עובד. יזמים טובים הופכים למנהלים, וניהול זו תיאוריה בפני עצמה. זה נראה קל, אבל זה לא. התהליך מאחורי הקלעים כדי להגיע לתוצאה הוא סיזיפי. אלה שמוכרים ומצליחים הם אלה שהכי עמידים – ללחצים לכישלונות".

וייס סבור, כי אין קשר לגיל, אלא ללקיחת סיכונים. "באופן טבעי, לאנשים צעירים קל יותר לקחת סיכונים מאנשים

פרופ' יורם מיתקי

מבוגרים, שיש להם אחריות, משפחה וילדים". אצל עמיחי החלוקה אחרת: "אלו שמאפשרים וחולמים, שאיתם אפשר להגיע רחוק, ואלו שמדכאים, שאיתם אי אפשר לעשות כלום". חלוקה נוספת שאותה תיאר עמיחי, היתה של אלו שיודעים ואלו שלא יודעים. "רוב האנשים יגידו שעדיף להיות בצד של היודעים, אבל כשאתה לא יודע ומוכן לקבל את העובדה הזו – יש יותר סיכוי שתרצה ללמוד, שתהיה סקרן. אם אתה מוכן לקבל את הרעיון שאף אחד לא יודע איך עושים – אתה תמיד תגיע רחוק יותר".

"מהפן הניהולי, גם הניסיון מלמד שיצירתיות ואפילו חדשנות הן לא תלויות גיל", הוסיף פרופ' מיתקי. "לא פעם בניהול, נתקלים באנשים שבאו עם רעיון והרגו אותו. לפעמים צריך לעשות חלוקה בין מי שמביא את הרעיון למי שמנהל אותו".

את אחד הטיפים האחרונים לערב סיפק קצוביץ', שסיכם, כי "השאלה בנקודת המוצא היא 'מי אני ומה אני'. ההמלצה שלי היא להפוך את עצמכם למומחים הגדולים בתחום, למפות הכל. 'להתחכך' עם המציאות". F