

השקעות בנדל"ן

46 בעקבות יום האשה הנשים שמחזיקות במשרות הבכירות בחברות הנדל"ן מגלות את סוד ההצלחה



דנה בן ארי אביב | צילום: יח"צ



רחלי בריזל | צילום: יח"צ



רוני טננבאום | צילום: ינאי אלפסי

קריאת כיוון נשית

יום האישה שצוין בראשית החודש היווה קרקע מושלמת לפנות לנשות השיווק בענף הנדל"ן ולשמוע מקרוב על היתרונות של הכח הנשי במסדרונות של חברות הבנייה | **אורי סלע**

"כחלק מתוך עסק משפחתי ומקומי, שחי עובד ונגיש לכל הדיירים שלנו, אנחנו מעורבים ואכפתיים בכל התהליך. אני לא מנסה למכור "סחורה" אלא רואה את עצמי כחלק בפאזל שמנסה למצוא לאדם שמולי את הבית שמתאים ונכון לו, ובהחלט לא בכל מחיר, תרתי משמע. אני מקפידה להיות בן אדם לפני עובדת היותי אישה. את השיווק והמכירות אני מנהלת יחד עם אמה שלי - עדנה חסון."

דורי סדן - סמנכ"לית שיווק חברת שיכון ובינוי נדל"ן

"לנשים יש אינטליגנציה רגשית מאוד גבוהה ויכולת הידברות. נשים הן מטבען אלה שיוצרות את הבתים ומתכננות בהתאמה לצרכים של כל בני הבית. נשים פחות מערבות אגו והשילוב הזה בנוסף למקצועיות, עושה אותנו למנהלות טובות שמצליחות להוציא מהצוותים שלנו את המיטב עם המון אהבה.

דירה זו הרכישה החשובה ביותר של המשפחה ולכן חשובה ראייה רחבה וכוללת, ירידה לפרטי פרטים והקשבה לצרכי המשפחה או האדם שמגיע לעשות את עסקת חייו.

רחלי בריזל - סמנכ"לית השיווק של חברת אשרד מקבוצת אשטרום

"כבר בתחילת דרכי התחברתי מאד לתחום השיווק והפרסום, היה לי ברור שתחום הנדל"ן למגורים מהווה פלטפורמה אדירה להרבה מאד תחומים בענף, ועם כל זאת מתחבר גם לבניית הארץ. הכנתי שזה התחום שבו ארצה לעסוק. כאישה, אני משתדלת להביא כיווני ניהול נוספים - הקשבה, הנעת עובדים ויכולת חשיבתית מחוץ לקופסא, כמו גם היכולת המיידית לשנות כיוון מחשבתי וביצועי בעקבות שינויים בשוק, ובכל מקרה איני מרגישה שוני רב מחברי הגברים מעצם היותי אישה. הדרך שבה אני מובילה את החברה בתחום השיווק, דרך תכנון הדירות, הובלת קמפיילים, חיזוק המותג 'אשרד' והחדרת פרויקטים חדשים, דרך הנעת צוות המכירות, כל אלו מהווים ערך מוסף ללקוחות הקצה של החברה. כשהלקוחות אוהבים את תכנון הדירה, כשאנחנו מצליחים להשביח פרויקט, ועומדים ביעדי המכירות, גם בהיבט הכמותי וגם בהיבט האיכותי, כל אלו נותנים לי סיפוק רב."

דנה חסון - מנהלת השיווק והמכירות של חברת פריזט חסון

הפרטיות הוותיקות והמובילות בארץ. החברה קיימת 53 שנים. אביב גם יוזמת וגם ובונה כקבלן מבצע את הפרויקטים שלה בעצמה. לשמחתי, לחברה פרויקטים משובחים, ו-DNA חזק וברור, דבר המקל על מלאכת השיווק ומסייע לתקשורת ברורה ואמתית עם הלקוחות, המבוססת על מוניטין החברה והצלחות עבר. כאשה, אני מביאה לידי ביטוי, בנוסף לשיקולים הכלכליים והטכניים, גם את השיקולים המשפחתיים, הרגשיים והאישיים של רוכשי הדירה. במסגרת תפקידי, אני מטפלת בנושאי הפרסום, עיצוב עזרי המכירה, יחסי הציבור, אתר החברה ועוד, תוך הקפדה ועקביות על השפה התקשורתית המייחדת את החברה. כאשה, ההקפדה על אסתטיקה ויזואלית, תקשורת ברורה, הבנה ורגישות לצרכים ולפרשנות של הלקוחות, עוזרות בהעברת המסרים השיווקיים. במפגשים עם לקוחות, נשים עושות שימוש בתקשורת אישית, מפגינות רגישות, במהלך תהליכי ברור וזיהוי הצרכים. כל אלו הינם ערכים מוספים אותם מביאות נשים לעולם הנדל"ן."

האינטואיציה הנשית שבעבר נתפסה כניסיון מתאמץ להדביק לאישה תכונה שתרגיש עמה טוב, רק כדי לצאת ידי חובה, הפכה להיות התכונה המבוקשת ביותר בקרב מנהלים באופן כללי. מיטב הטרנדולוגיות בעלות שם עולמי, עשו את הונן ומיצבו עצמן בלב בסצנה העיסוקית, על בסיס האינטואיציה שלהן. יש קו מאוד עדין ביצירת כתבה נשית שכזאת. אחנו הנשים, רוצות שיתנו לנו מקום אבל לא מבקשות הנחות. השיוויון שאנו תרות אחריו הוא שיוויון אמיתי שמבצע בחירות על בסיס תכונות והתאמה ולא על בסיס מגדר נדמה שהשוק הולך ומקבל את הלך הרוח הזה. ענף הנדל"ן, אחד הענפים הנחשבים ונתפסים כגבריים במיוחד, הצליח לייצר שדרת נשים בעמדות המפתח המשמעותיות ביותר במהלך הראיון עם מנהלות השיווק בענף ניסו לפצח את הסוד ושאלנו אותן שאלה זהה: מה היתרונות ומה היא נקודת המבט הייחודית שכל אחת מביאה עמה לענף הנחשב לגברי. להלן התשובות:

נטע סבן - מנהלת תקשורת שיווקית בקבוצת הבנייה אביב

"חברת אביב היא אחת מחברות הנדל"ן



נטע סבן | צילום: סיוון פרג



עפרה חדד | צילום: רועי קמיאל



דורית סדן | צילום: רמי זרנגר



אפרת רונן | צילום: י"צ

הונו. אנו יודעות להקשיב בצורה אחרת ולתת יחס אישי ללקוח גם כשמדובר על הדברים הקטנים ביותר. יחס מסוג זה תורם רבות לתחושות סיפוק ואמון אצל הרוכשים וכיצא מכך גם לשימור לקוחות לטווח ארוך."

רויטל זומר - פיתוח עסקי

ותקשורת שיווקית pre ו-after sale

"נשים מוכרות בית ולא דירה - שקט, שלווה, משפחתיות והתאמה מלאה לצרכים הפונקציונליים והאמוציונליים הקיימים בתוך תהליך רכישת דירה למגורים. כמלווה יזמי נדל"ן בתחומי הפיתוח העסקי ווהתקשורת השיווקית, אני מאמינה שהעולם העסקי לא יתקיים באופן מושלם ללא חיבור לעולם הרגשי. אסטרטגיה שיווקית מנצחת תכלול את שני העולמות הללו וכזאת, תעלה את הערך הנתפס בעיני הלקוח, בדגש על חווית לקוח ולא רק בתהליך המכירה המוקדמת, אלא לאורך כל הדרך שהלקוח עוד יצטרך לעבור עד הכניסה לבית חלומותיו."

יפה סדן - סמנכ"לית שיווק, חברת יוסי אברהמי

"אינטליגנציה רגשית ידועה כאחד הגורמים המקדמים אדם אל עבר הצלחה, וזו גם אחת היכולות הנדרשות ביותר כיום בקרב בכירים בענף הנדל"ן. נשים נהנות מאינטליגנציה רגשית גבוהה יותר מאשר גברים, יש להן את היכולת לפגוש אדם ולנתח את המצב בו הוא שרוי באותו רגע, להיות אמפטיים למצבו ובמקביל לנתח ולקרוא את המאפיינים האישיותיים שלו. יכולת זו רלוונטית במיוחד כאשר מדובר

win-win ולהביא להתקדמות עסקית. ואחרי שאמרנו את זה חשוב להדגיש - ההצלחה של כל אחד ואחת, בסופו של יום - גם בתחום שנחשב 'גברי' לכאורה - היא תוצר של יכולות וביצועים, ולא של המגדר שאליו נולדת, ואת זה אסור לשכוח."

דנה בן-ארי אביב - בעלת RED בוטיק

המתמחה בשיווק ומכירת נדל"ן

"אני מאמינה שבניית מערכת יחסים תהיה תמיד אפקטיבית יותר מהגישה שאומר- 'בואו נמכור את זה'. היכולות שלנו כנשים להקשיב, לפצח צרכים, לחשוב רוחבית, למנף ולנהל את מעגלי הקשרים שלנו, ולשלב בהם הן את האינטואיציה והן את הבנת הצרכים מובילה בסופו של דבר ליחסים של נאמנות עם לקוח ולמיצוי פוטנציאל מכירה גבוה, במיוחד בתחום מאתגר ותחרותי כמו נדל"ן."

יתרון נוסף שאני מאמינה כי הוא קשור להיותי אשת מקצוע שהגיעה לעולם הנדל"ן אחרי תפקידים בחברות האופנה המובילות בארץ, היא היכולת לחבר בין תוכנות מעולם האופנה ובין שיווק ומכירת פרויקטים בנדל"ן."

אורית גבאי - מנהלת השיווק קבוצת גבאי

"היתרון הבולט שיש לנשים בענף הנדל"ן, היא העובדה שהן מביאות עמן אינטואיציה רגשית מאוד גבוהה. דווקא בתחום הנדל"ן הנחשב אכן לתחום גברי זה יתרון מאוד גדול. אנחנו לא רואות את הדברים רק בצורה הפרקטית והרציונלית שלהם, אלא מבינות לעומק את הרגשות של הלקוח. יש לנו את ההבנה כי מבחינתנו, רכישת דירה היא עסקת חייו וברוב המקרים הוא משקיע בה את רוב

לימים בהם אחרי ישיבות הנהלה צריך לקפוץ לאתר הבניה, לשטח לאבק ולכוף. נשים הן מומחיות בג'אלינג, ועל כן בענף כל כך מורכב אנו מצליחות למלא את מכלול המשימות הזה בהצלחה."

עפרה חדד - סמנכ"לית ומבעלי חברת יורו ישראל

"היתרון שלנו כנשים הוא שהאגו שלנו יותר סלחני מזה של הגבר, ובמשא ומתן אנו מטפלות בעיקר במה שרלוונטי, יודעות לעמוד על שלנו ולקבל את מה שצריך, ותוך כדי התהליך לוותר לכאורה על דברים על מנת לסגור עסקה. הראיה שלנו רחבה יותר כי אנחנו מביאות איתנו נקודת מבט של אשה ואימא, מה שמאפשר לנו להעלות נקודות ראייה שגבר לא ישים עליהן את הדעת."

אפרת רונן - סמנכ"לית שיווק ומכירות בהגשמה

"נשים מביאות איתן לעולם הנדל"ן (ובכלל לזירה העסקית) שתי תכונות עיקריות: נחישות ורגישות. הנחישות הנשית היא תולדה של הנסיבות. עמי אילון, לשעבר מפקד חיל הים, אמר פעם שלוחמים נמוכי קומה כמוהו עושים כל קורס פעמיים, כי על כל צעד הם צריכים לעשות שניים - וכך גם נשות עסקים רבות, הנדרשות לצעדים כפולים. ומי שנחושה להצליח ולא נכנעת למשוכות, רוב הסיכויים שתצליח בגדול - ואף יותר ממקבילה הגברי. התכונה השנייה, הרגישות הנשית, היא לא פעם ההבדל בין No go ל-Go בעסקה. היכולת לוותר על האגו, לעצור לרגע, לראות את המו"מ כתהליך משותף ולא כמאבק - הייתי אומרת אפילו לגלות חמלה עסקית - היא בעיניי אחד המרכיבים המרכזיים ביכולת ליצור מצב של

סבלנות, סובלנות והאינטואיציה החדה של הנשים, כל אלה בהחלט יתרון בכל הקשור לשיווק נדל"ן."

שרון בן צבי - סמנכ"לית שיווק

קבוצת משולם לוינשטיין

"אני סבורה כי שילוב נשים בכל עמדת מפתח במגזר העסקי פיננסי, הלכאורה גברי, הינו תהליך טבעי, בריא ונכון במדינה מערבית מפותחת. כפרט יש חשיבות רבה בשילוב נשים בענף הנדל"ן המזוהה כענף גברי, קשוח וטכני מאוד. למעשה היום ניתן להבחין ביותר ויותר נשים אשר אוחות במעורבות מלאה ושותפות בהובלת תהליכים משמעותיים בענף. הן מביאות איתן את הרגש, את הדיוק בפרטים ואת הראייה המערכתית הכוללת. במרבית המקרים מאיישות הנשים בענף הנדל"ן תפקידי שיווק הדורשים שילוב של ידע, רגש וסבלנות. אומרים שנשים טובות בניהול מספר משימות במקביל, קוראים לזה ג'אלינג. אני מאמינה שהמשפט הזה מוכיח את עצמו כשמדובר באישה בענף הנדל"ן, ענף שדורש את מי שממלא בו תפקיד, לנצח על מספר פרויקטים במסגרת תפקידי סמנכ"לית השיווק בקבוצת לוינשטיין אני שותפה כמעט בכל הליך, וכסמנכ"ל שיווק אני מעורבת מהפיתוח העסקי, דרך ההנדסה, המחלקה המשפטית והפיננסית, שותפה בהערכת שווי הקרקע ועד בקרת תקציבים ויצירת מדדים לעמידה ביעדי השיווק. במקביל, אני דואגת להיות רפרזנטטיבית ומחוייטת, על נעלי עקב איכותיות, אבל דואגת תמיד שיהיו באוטו גם מגפיים עם סוליה עבה נגד מסמרים,

24.73x27.6	3/3	עמוד 50	הארץ - השקעות בנדל"ן	28/03/2016	52532509-1
מנכל של ירו ישראחברת משולם לוינשטין הנדסה וקבלנו - 89427					



אורית גבאי | צילום: יח"צ



דנה חסון | צילום: יח"צ



שרון בן צבי | צילום: יח"צ



ריוטל זומר | צילום: יח"צ



יפה סדן | צילום: יח"צ



אלונה ברלנד | צילום: יח"צ

חוויה ופריווילגיה למלא תפקיד מאתגר כאשר אתה יודע שמוניטין החברה ועקרונות העבודה שלה מוכחים והולכים לפניך והופכים את עצם המכירה להליך בטוח, רגוע ומהנה הרבה יותר לכל הצדדים. אני מאמינה שדווקא תפקיד מנהל שיווק ומכירות בעולם הבניה שפעם נחשב ל"גברי" והיום ממלאות אותו בעיקר נשים, הביא לתפקיד רעננות, חדשנות ויצירתיות.

היתרון שלי כאישה בתפקיד ניהולי בא לידי ביטוי ביכולות ניהול רגישות גבוהה יותר לסביבה, ביכולת לבצע מספר פעולות בו זמנית, לראות דברים מזווית שונה ובאבחנה האנושית תוך ראייה רחבה והבנה מהם צרכי הרוכש, תוך מתן יחס אישי, מעודן ומדויק יותר לצרכיו לאורך עבודתי אני מקפידה לכבד את תפקידי ברמה הגבוהה ביותר ללא כל הנחות וזאת במקביל לתפקוד מלא כרעיה וכאם במשרה מלאה."

שיצאו בהכרזה על פרויקט 'מחיר למשתכן' על תב"ע שעדיין לא אושרה באזור, החלטתי לצאת בקמפיין של מיתוג השכונה החדשה שאנו מקימים, עם דגש על מחיר. אני בטוחה שזו גם השקעה טובה שבהחלט תניב בעתיד תשואה עודפת, וגם מקום מרכזי וסופר אטרקטיבי למגורים, וצריך לבוא ולקטוף את ההזדמנות הזו בזמן הזה, ואכן ההחלטה הזו הוכיחה את עצמה, כי הביקושים לפרויקט הם אדירים ומכרנו כבר את מרבית הדירות שיצאו לשיווק בשלב הראשון."

אלונה אורלנד – מנהלת השיווק והמכירות חברת בריגה

"כמנהלת השיווק והמכירות של חברת בריגה, חברה משפחתית בבעלות האחים יקי ורון בריגה המתמקדת בייזום ובנייה של מגורי יוקרה, מגורי איכות למשפחות צעירות מלונאות ומסחר באיזור השרון, זו

את התמרון, התזוזה המהירה, היכולת לקלוט ולזהות מהלכים בשוק ועדיין להשאר נאמנה לקהל הלקוחות שלי.

כדי להמחיש את זה, נקח לדוגמא את פרויקט 'צמרות גליל ים' שלנו בהרצליה. למרות

רון: "ההצלחה של כל אחד ואחת, בסופו של יום - גם בתחום שנחשב 'גברי' לכאורה - היא תוצר של יכולות וביצועים, ולא של המגדר שאליו נולדת, ואת זה אסור לשכוח"

בתחומי השיווק, כאשר אתה נדרש להבין צרכים של אנשים שונים ולתת להם מענה."

רוני טננבאום – סמנכ"לית שיווק קבוצת יצחקי
 "שיווק עוסק בתפיסה ופניה אל הרגש של הצרכן, היכולת לחבר מוצר ומותג רגש, חזקה יותר אצל נשים. כאמא וכסמנכ"לית בחברת בניה גדולה, אני מרגישה את השילוב של יכולות ניהוליות והרבה רגש, שללא ספק מביא איתו ערך מוסף. היכולת להגיע ללב הצרכן, ויכולת ההתאמה לצורכי הלקוח הן תכונות הקיימות באופן מובהק יותר אצל נשים. מנהלת טובה חייבת לקלוט מהר את השוק, תנודות בריביות, החלטות ממשלה ורגולציה וכמובן את המתחרים ולדעת לתמרן ולנוע מהר תוך מקסום הערך של הפרויקטים שהיא משווקת. אני מביאה את היכולת הזו איתי,