

יזמות ועסקים קטנים

רוח יפנית

ורד פרבר הגיעה ליפן לטיול של שבועיים, התאהבה במקום ונשארה 7 שנים • לאחר שחזרה לארץ הקימה חברת ייעוץ לאנשי עסקים שרוצים לעבוד עם היפנים • בין הלקוחות: טבע, צ'ק-פוינט, אלקטרה וטאואר

המספקת מגוון שירותים לשוקי אסיה. אנחנו נותנים עכשיו שירותים עסקיים גם למי שמעוניין לפתח קשרים עם סין, קוריאה, תאילנד וסינגפור", אומרת פרבר.

המתחרים: פרבר: "בכל תחום שבו אנו פועלים ישנן חברות נוספות. ישנן חברות תרגום רבות, המ-תרגומות כ-40 שפות, וביניהן יפנית, או חברות שנותנות קורסים רבים וביניהם על תרבות יפן, וכך גם בתי ספר לשפות, שמלמדים בין השאר יפנית. אנחנו, לעומתם, מתמחים רק בתחומי יפן ואסיה".

הקשיים: "משבר רציני לא היה, כי לא הייתה השקעה כספית גדולה, אבל היו קשיים. באינפיפארה, למשל, לא היו כאן ביקורים. יצאה הוראה גורפת שאנחנו אזור מסוכן, ומכיוון שהיפנים הם עם צייתן הם לא הגיעו לכאן. באותה תקופה לא אירחנו ולא ליווינו משלחות עסקיות, והפגישות התקיימו ביפן או באירופה".

האם המיתון שבו שרויה יפן בעשורים האחרונים לא השפיע? "למרות המיתון, כל הזמן היו שי-תופי פעולה עם חברות ישראליות. בכל מקרה, בשנתיים האחרונות נראה שיפן יוצאת מזה ויש סימני התאוששות".

רגעי אושר: "יש רבים כאלה, כאשר אנשי עסקים חוזרים מלאי סיפוק מעסקאות שנעשו. אבל רגעי שמחה אמיתיים היו לאחר שעובד חברה בכיר, שנשלח ליפן עם משפחתו, ביקש ממני לשכנע את אשתו להצטרף אליו. האשה, ארכיטקטית במקצועה, התנגדה בתוקף לנסיעה. במהלך המפגשים המשפחתיים, ליימוד השפה והתרבות היא השתכנעה, ולבסוף כבר הייתה חסרת סבלנות לקראת הנסיעה. חלפו מאז שלוש שנים, במהלכן אני פוגשת אותם בכל פעם שאני נמצאת ביפן, ומגלה משפחה מאושרת. האישה עברה שם בשני משרדי אדריכלות, ובקרוב היא חוזרת לארץ".

מטרות לעתיד: "להיות הבית היפני בישראל לכל מי שמעוניין לדעת וללמוד על יפן. להוביל ול-ספק מענה למי שזקוק לידע על יפן ומדינות אסיאתיות נוספות. במקביל, להגיע ליותר ויותר מבני הדור הצעיר ולחשוף אותם לתרבות ולשפה היפנית. להפוך אותם לעתודה של אנשי עסקים עתידיים, שימשו גשר עסקי בין ישראל ליפן".



צילום: תומריקו

תעודת זהות « Japan Knowledge
תחום פעילות: שירותים עסקיים לשוק היפני
מנכ"ל ובעלים: ורד פרבר
מספר עובדים: שלושה קבועים ו-15 פרילנסרים
מחזור שנתי: 1,200,000 שקל

בפעילות העסקית שכרה משרדים במתחם הבורסה ברמת גן. כיום היא מעסיקה שלוש עובדות: מנהלת משרד, מנהלת פרויקטים ומנהלת שיווק. בנוסף, מעסיקה החברה יותר מ-15 עובדים יפנים פרילנסרים, המשמשים מורים ומתרגמים ביש-ראל וביפן. "לאור הביקוש הרב מצד הלקוחות שלנו לקבלת שירותים לשוק האסיאתי כולו, ולא רק השוק היפני, הקמנו חברה-בת, Asia Knowledge,

חברת סטארט-אפ בתחום התוכנה, הכירה לי את עולם הפרסום מבוסס מנועי חיפוש, וכך גדל נפח הפעילות העסקית שלי בבת אחת". לצורך הפעלת המערכת גויסה עזרת נוספת, שהייתה אחראית על נושא השיווק והמכירות, ובעקבות זאת גדל קהל הלקוחות. רוב הפרסום נעשה בגוגל, ומשם גם מגיעים רוב הלקוחות, בעיקר כאשר מדובר בקייטנות ובקורסים. בעקבות העלייה המשמעותית

ועל התרבות העסקית היפנית. כמו כן יש לחברה חטיבה של השמת עובדים יפנים בישראל ולהיפך; היא מלווה עובדים בתהליך רי-לוקשיין; מקיימת קורסים ללימוד השפה היפנית לאנשי עסקים במספר נקודות בארץ; מספקת שירותי תרגום מקצועיים לאורחים המגיעים לישראל מיפן וכן נותנת שירותי תרגום מסמכים, אתרי אינטרנט, תרגומים סימולטניים ושירותי הקמת תערוכות ביפן. לחברה יש חטיבה מיוחדת המ-פיקה אירועים בארץ ברוח יפנית,

איך לעבוד מול אנשי עסקים יפנים:

להגיע מוקדם עם כרטיסי ביקור לכל פגישה

לעולם לא לפנות לחברה יפנית בפעם הראשונה באמצעות פקס וגם לא באנגלית

נשפוינה מהנהן בראשו הוא לא בהכרח מסכים איתך

לא להיבהל משתיקות ולא להפר אותן

טיפים

וכן חטיבה המיועדת לדרור הצעיר: קורסים לנוער ללמודי יפנית, סדר-נאות לנוער במהלך שנת הלימודים וקייטנות יפניות בקיץ. "יש בארץ דור צעיר שנחשף לשפה ולתרבות היפנית דרך עולם האנימציה והם רוצים לדעת עוד על התרבות הזו".

למרות הגלובליזציה, מוסיפה פרבר, היפנים שונים מאיתנו וצריך להכיר אותם. "בעסקים אין הזדמנות שנייה לתקן רושם ראשוני, ולכן חשוב שלא לעשות טעויות על ההתחלה". בין הלקוחות הישראלים של החברה: טבע, טאואר, אלקטרה, גטר, צ'קפוינט ו-BMC Software.

המימון: הכל התחיל מהבית, בעבודה לבד מול המחשב והטלפון, בלי השקעה מיוחדת. רק כשהחברה החלה לגדול החלה פרבר להעסיק עובדים. "ההשקעה הראשונית הייתה מזערית משום שמדובר במתן שירותים תמימי-לבד המבוססים על ידע וניסיון. גם הרווחים היו בהתאם: השנה הראשונה הסתיימה ללא רווחים כלל, ורק אחר כך הם החלו לזרום, באיטיות".

המפנה: "המפנה אירע כאשר התחלתי לפרסם ולשווק את עצמי, מספרת פרבר. "חברה שלי, מנכ"ל

מאת יהודית יהב

היזמית: ורד פרבר (39) חייתה ביפן כשבע שנים. היא בעלת תואר שני בשפה היפנית, דוברת, כותבת וקוראת את השפה על בוריה. "הגעתי ליפן בשנת 1992 לטיול של שבועיים, ונשארת שבע שנים", מספרת פרבר. "הייתי אז בין החלוצים שהגיעו למזרח. הביקור ביפן לא היה חלק מתוכנית הטיול שלי ושל חבריי במזרח, כי המדינה נחשבה ליקרה במיוחד. אבל כבנגקוק פגשנו חברים שחזרו משם, והמליצו לנו. הרגשנו חובה לנסוע לפני שחוזרים לארץ. מרגע הנחיתה בשרה התעורר פה הבנתי שזהו, זה בדיוק המקום שבו אני רוצה לבלות את שנותי הקרובות. אחרי שבועיים החלטתי להישאר שם. התאהבתי באנשים, במראות, בתרבות ובמדינה כולה". פרבר החלה בלימודי השפה היפנית באוניברסיטה. "היה לי חשוב לתקשר עם האנשים ברחוב, שלא דיברו אז שום שפה אחרת. היום זה פחות קריטי, כי רבים דוברים אנגלית. למדתי יפנית חמש שנים, ואחרי התואר השני החלטתי לחזור לארץ".

בשנת 2000, שנתיים אחרי שהגיעה לארץ, הקימה את חברת Japan Knowledge במטרה לשתף את הקהילה העסקית בישראל בידע ובניסיון שצברה במהלך שנות שהותה ביפן.

ההתחלה: כשהחלה לישראל הייתה בועת ההייטק בשיאה, וחברות ישראליות רבות חיזרו אחרי השוק היפני וביקשו לדעת ולהכיר את תחום העסקים ביפן. "היה ברור שקיים צורך אמיתי בהכרת השוק היפני, התרבות העסקית והשפה היפנית, והייתי במי-עוט. התחלתי כעצמאית, בהרצאות וסדנאות על התרבות העסקית, תירג-מתי פגישות עסקיות עם אורחים מיפן וליוויתי משלחות שהגיעו לישראל. השלבים הראשונים התפתחו מעצמם, ללא פרסום וללא שיווק עצמי. רק מפה לאוזן".

החברה: החברה www.japanknowl-edge.co.il מספקת שירותים רב-תחומיים לחברות ישראליות שעו-בדות מול יפן. כמו כן היא פועלת מול חברות השקעות יפניות המעו-ניינות בטכנולוגיות ישראליות. בין פעילויות החברה: איתור שותפים עסקיים פוטנציאליים בשוק היפני ושיתופי פעולה בין חברות ישרא-ליות ויפניות; ניהול פרויקטים ביי-שראל וביפן; אספקת שירותי אימון והדרכות על עשיית עסקים ביפן