

בחזית התדמית

במהלך הקריירה הארוכה שלה שוש רוטנברג, פרסומאית ומנכ"לית קבוצת רוטנברג תקשורת, הצליחה להתגבר על לא מעט משברים עסקיים. היום, כשמאחוריה אינספור סיפורי הצלחה ולקוחות מרוצים, היא יודעת שהיא לא תיתן גם לקורונה לעצור אותה

ליה ניר



” בתחילת דרכי למדתי עיצוב פנים וניהלתי למישהו עסק גדול מאוד. אך לאחר שהתחנתי עזבתי את העבודה וילדתי את בתי הבכורה שירי, ולאחר שנתיים את בני עומר. שניהם סבלו בתקופת הילדות מנזלת זיהומית ולכן לא יכולתי לצאת לעבוד. לאחר שש שנים בבית החלטתי שאני רוצה לצאת חזרה לעבוד, משחזרת שוש רוטנברג, כיום מנכ"לית קבוצת רוטנברג תקשורת. ליד הבית שלי היה משרד פרסום וראיתי שהם מחפשים עובדים, אז ניגשתי לשם. בעל המשרד ראיין אותי והחליט שהוא מקבל אותי מיידית, למרות שלא היה לי ניסיון בתחום. הוא האמין בי מאוד ולימד אותי את כל תחום השיווק והמכירות, מא' ועד ת'. התחלתי ממדורים קטנים בעיתונות, ולאחר כמה שנים, שבמהלכן צברתי כוח וקשרים, התחלתי לעבוד מול הטלוויזיה (ערוץ 2 והחינוכית), והלך לי ממש טוב.”

מתי הבנת שאת רוצה לצאת לדרך עצמאית?

”לאחר שמונה שנים כשכירה הרגשתי שמיציתי, שאני רוצה לנהל את זה בעצמי. התחלתי לקשור המון קשרים ולקבל תקציבים של חברות גדולות כמו משחקי קודקוד, שושי זוהר תחפושות, לונה פארק תל אביב, ואפילו פארק המים המדודין, לקחנו לקמפיין את יעל בר זוהר, שהייתה אז כבת 14. החלטתי גם ללמוד את התחום בצורה מסודרת ולמדתי שיווק ופרסום באוניברסיטת תל אביב. בשלב מסוים מנהל מדיה גדולה לשעבר שהכרתי מעבודתי מולו, הציע לי שותפות. עבדנו יחד במשך כשבוע שנים, ועם הלקוחות שלנו נמנו: מחסני השוק, ויקטורי, מעדני מניה, חברות תרופות, לשכת רואי החשבון, בתי חולים ועוד. אני הייתי אחראית להביא את הלקוחות למשרד, והשותף טיפל בהם אישית, כשברוב המיומות נתתי לו גישה ישירה אליהם. יום אחד הגעתי למשרד וראיתי שהוא גנב הכל - השאיר לי רק מחשב וחובות עצומים. עולמי חרב עלי. הייתי גם אמא לארבעה ילדים.”

פרסום מהסלון הביתי ומוגע אישי

במשך שלושה חודשים התקשה רוטנברג להתאושש. היא נותרה בביתה שבורה ובדיכאון. "כולם יעצו לי ללכת לעבוד כשכירה, אבל אני עצמאית בנשמה, ואחרי שלושה חודשים החלטתי שאני קמה והולכת

לבנות את עצמי מחדש", היא מספרת. "התחלתי לעבוד מהסלון בבית, כשהילדים בחופש הגדול מתרוצצים סביבי. אך לא נשברתי, צמחתי לאט-לאט: בשלב הראשון העסקתי גרפיקאית, ולאחר שנה פתחתי משרד. בתי חן, שהשתחררה מהצבא, התחילה לעבוד איתי, עד שגדלתי למשרד בוטיק עם שבע עובדות.”

במה המשרד שלך שונה ממתחרים בתחום?

”במהלך 30 השנים שאני עובדת בתחום, ראיתי שללקוחות חסר מאוד הקטע של הייעוץ והמגע האישי. הלקוחות מאוד מאמינים בי ובניסיוני הרב, וכל הזמן רוצים לשמוע על עוד דרכים לצמיחה אישית ועסקית. זה גם מה שגרם לי לפתח עוד נישות במשרד, כמו למשל את תחום הדיגיטל. כאן נכנסה לתמונה בתי שחר, שסיימה לימודי מינהל עסקים בבינתחוני, והחלה לטפל בתחום הרשתות החברתיות. היא מטפלת, מצלמת ומעלה ללקוחות פוסטים, וגם מנהלת את שירות הלקוחות. פיתחתי גם את הנישה של אייטמי יח"צ בטלוויזיה. בנוסף לסרטוני תדמית לדיגיטל אנו אף עושים גם השקות ללקוחות, מסיבות עיתונאים ועוד.”

את נחשבת ל"מלכת כתבות התדמית". מתי הגעת להבנה ששוק הפרסום הולך לכיוון הזה, והאם זה יהיה מוגזם לומר שאת מחלוצות התחום?

”כן, אני באמת בין חלוצות התחום. בתקופתי היו אולי אחד או שניים שעשו זאת, אבל בקטן. האמת שזה נולד מתוך צורך אישי, הבנתי את הכוח של כתבות כאלה, במיתוג האנשים שמאחורי העסקים. היה לי צורך כזה לעצמי, אז ידעתי מה אחרים צריכים. הפרויקט הראשון שעשיתי היה ב'2015 במגזין העסקים 'דה מרקר'. עד אז עשיתי זאת ככתבות בודדות, היום אני פרוסה עם פרויקטים של אנשי ונשות עסקים מבטיחים על פני כל העיתונים והמגזינים המובילים בישראל.”

האם אתם מתמקדים כיום בלקוחות מתחומים מסוימים?

”כן, היום המשרד מתמקד בעיקר במיתוג וקידום אנשי ונשות עסקים מתחומים שונים באמצעות

כתבות תדמית, ריאיונות בטלוויזיה, סרטונים וריאיונות תדמית לדיגיטל, ותחזוק רשתות חברתיות.”

בתנופת עשייה מתמדת

ואי אפשר כמובן בלי משבר הקורונה. רוטנברג מודה שנדרשו שינויים, אבל כמי שכבר ידעה תלאות עסקיות בעבר, היא הצליחה לצאת בגאון גם מהמשבר הזה. "בינואר ובפברואר עבדנו בצורה אינטנסיבית על פרויקטים ליום האישה בחודש מרץ", היא מספרת. "הפרויקטים יצאו בשבוע הראשון של מרץ במלא הדרם, ומיד לאחר מכן פרצה הקורונה. סגרנו את המשרד עד מאי, וכשבנו העבודה הייתה חלשה בתחילה. באמצע יולי קיבלתי החלטה להתחיל לעבוד על החגים, ועשינו זאת בהצלחה יתרה. הפקנו פרויקטים גדולים לחג, כמו 'שליחות הצדק' (עורכות דין) ל'לאשה', וגם ל'כלכליסט' עשיתי פרויקט מיוחד בן 23 עמודים. בגיליון אוגוסט של מגזין 'מונטה' המצאנו את פרויקט מנטה MEN עם כתבות על גברים מצליחים. היה פיק גדול. בתקופה משברית

כזאת, עובדים על פיקים, הקורונה לא תעצור אותי. אני ממציא את עצמי מחדש כל העת, ורואה איך העסק שלי כל הזמן ממשיך להתפתח.”

מה גורם לך סיפוק בעשייה שלך?

”כשאני רואה שלקוחות מקבלים המון תגובות ומצליחים, זה השכר שלי. אין דבר שגורם לי אושר יותר מלראות לקוח מרוצה שהצלחתי למנוף ולבנות. אני לא עובדת בשביל כסף, אני עושה את זה כי אני אוהבת את זה!”

אם היית יכולה לחיות את הקריירה שלך מחדש היום, האם היית עושה שינוי כלשהו?

”לא, הייתי עושה הכל אותו דבר. בניתי את עצמי בעשר אצבעות, וזה גורם לי להעריך את כל מה שיש לי היום. הקשיים שחוויתי והיכולת שלי לצמוח ממשברים גורמים לי לחוש גאה בעצמי. והכי חשוב: יש לי גם בעל לתפארת שעזר לי לגדל את ארבעת ילדינו המדהימים ובמשך 38 שנות נישואינו הוא הגב שלי, בלא תמיכתו בי, לא הייתי מצליחה.”

ללמוד מהמומחית

3

טיפים לצעירים בשוק הפרסום והשיווק

1

להיצמד לחלום.

כדי להצליח צריך שתהיה לכם כמיהה לעשות את מה שאתם רוצים לעשות, ולהילחם על זה. זכרו שגם אם יש קשיים בדרך, הם חלק מהדרך.

2

לעולם לא לקצר תהליך או לרמות.

תמיד ללכת בדרך האמת, להיות אמיתי מול כל לקוח או אדם שעומדים מולו. הגלגל הוא עגול ובסוף הכל יחזור אליכם.

3

לעבוד מהלב.

לייעץ ללקוחות מכל הלב. הם יזכרו זאת, ובבוא היום ישנו אליכם. כל מי שזורע, בסופו של דבר קוצר.