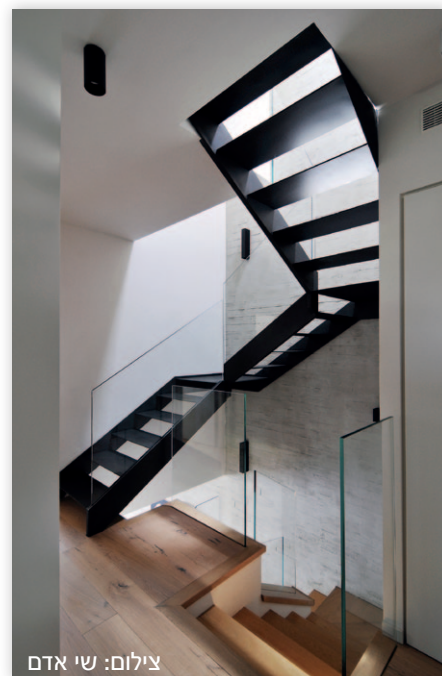




הדמיה: לירון אלמליח



צילום: שי אדם



צילום: שי אדם



צילום: סיגל איילנד

"להיכנס לדברים הכי אינטימיים"

ענת גולדנברג
אדריכלית ובעלת
משרד אדריכלים

הישראלים מעודכן מאוד בחומרים ובאביזרים מכל העולם. אנחנו מעודכנים בהכל – מחומרי הבנייה ועד ריהוט מטבחים ופרזול. גם ההתנהלות שלנו נפלאה בעיניי: אנחנו מהירי מחשבה, מאוד תכליתיים, וזה כיף לעבוד בישראל. כשנתקלתי בקבלן בלונדון אז אם דיברנו על סוגיה מסוימת אני כבר עברתי הלאה והוא עוד היה תקוע באותה נקודה. בארץ אני קלטתי את הקבלן, הוא קלט אותי – מתקתקים. יש מהירות במחשבה, בתגובה, האנרגיה אחרת והרבה יותר קצבית ותוססת. בלי להתלבט יותר מדי."

מה התכונה שאת פחות אוהבת בעבודה עם הלקוח הישראלי?

"פחות אוהבת את החשדנות, שזה מאוד מאפיין ישראלים. מצד אחד הם נורא דואגים להשיג את הכי בזול ומצד שני יש חשדנות של איפה דופקים אותם, איפה הקאץ'. אבל בסופו של דבר, אחרי שהלקוח הישראלי עושה איתי דרך, ובודק אותי מכל הכיוונים, הוא גם משתכנע ומשחרר. הוא אומר לי שהוא בדק אותי ושאתי צדקתי ומכאן הוא לא מתערב יותר."

"הלקוח הישראלי תמיד רוצה יותר זול. בעצם, הוא רוצה את הכי טוב שיש במחיר הכי זול שאפשר. אבל זה לא הולך ביחד", אומרת ענת גולדנברג, אדריכלית כבר 20 שנה. "הוא תמיד-תמיד יכול להשיג את העבודה או את החומרים בפחות כסף, הוא רק לא מבין שביותר זול לא מקבלים את אותו מוצר. הלקוח הישראלי גם לא מבין שיש המון שרלטנות במקצוע ושמבטיחים דבר אחד ונותנים דבר אחר. ולכן צריך לעבוד עם בעלי מקצוע שאני כאדריכלית בדקתי. אני יודעת לאיזה ספק ללכת, אני יודעת מי הגר או הבנאי או הרצף או איש מיזוג האוויר שייתן לי את התוצאה הטובה ביותר."

מה התכונה שאת הכי אוהבת בלקוח הישראלי?

"בגלל האופי הישראלי הפתוח, הדינמיקה בעבודה נעימה. כשאתה מתכנן למישהו בית אתה נכנס לדברים הכי אינטימיים שלו, וכיוון שגם אני ישראלית פתוחה וחמה אז השילוב הזה הולך טוב ביחד. בשבת הקרובה אני הולכת לאירוע בריכה אצל לקוח שעיצבתי לו את הבית ונשארו חברים. "כיוון שבניתי גם בחו"ל, אני יודעת גם להעריך את העובדה שהלקוח

תורידו לנו את הירח ובחצי מחיר



"הבית הוא חלק מהמשפחה"

סיגל בן-נון
אדריכלית ומעצבת פנים



צילומים: שי אפשטיין

קשה לנו להבין את האמריקאים שרואים את הילדים שלהם פעם בשנה. אז גם אם יש כמה גחמות עיצוביות של צבעים כאלה ואחרים, וכן או לא אי, בסופו של דבר בתהליך התכנון הם כל הזמן מדמיינים את הבית שלהם עם הילדים, הרחבת המשפחה, הצרכים של הילדים כשהיו בני נוער, והבית הוא ישות, הוא חלק מהמשפחה. בתהליך נכנסות גם אמונות חינוכיות כמו למשל כן או לא טלוויזיה בחדרי השינה."

מה את הכי אוהבת בלקוח הישראלי?

"שהוא סקרן. הוא לומד. הוא אוסף את כל המידע שהוא יכול מהרשת, מחברים, מתייעץ, שואל, ומדגים לי מה הוא רוצה וגם לוקח אותי למקומות שלא הכרתי ואפילו אני אחרי כל הניסיון שלי – אין פרויקט שאני לא לומדת בו משהו מהלקוחות שלי, לרוב בפן הטכנולוגי."

ומה את פחות אוהבת?

"בדיוק את מה שאני אוהבת אני גם פחות אוהבת: את זה שהלקוח הישראלי מתעמק, הולך וקורא ומתעניין, ואז כמובן יודע הכל יותר טוב מכולם."

לפעמים עודף המידע – דודה שלהם אמרה להם, הם ראו בטלוויזיה, הם קראו ברשת – מבלבל ויוצר אצל הלקוח חוסר ביטחון. יש גם תכונה ישראלית כזו של 'אף אחד לא יעבוד עלינו, אנחנו יודעים יותר טוב מכולם', ודווקא בגלל שבית בישראל זה משהו אמוציונלי, אתה מפחד לפספס, אתה רוצה לעשות את הכי טוב, את הכי נכון. זה יכול להציף אותך."



"רוב הלקוחות הישראלים שאני עובדת איתם מתייחסים בצורה מאוד אמוציונלית ועמוקה לבית שהם בונים. הם לא מתייחסים לבית כאל נכס נדל"ני וההחלטות לא נלקחות בגלל פוטנציאל עסקי, אלא הם בונים לעצמם את 'הבית שלהם', וזה השוק שהכי מרגש אותי", אומרת סיגל בן-נון, אדריכלית ומעצבת פנים בעלת ותק של 22 שנה. "ישראל היא מדינה משפחתית ולכן

שיחות בהולות בעשר בערב בגלל מחירים של אריחי מטבח, חרדה אינסופית שיעבדו עלינו, רצון לחבר פרחים כפריים ומינימליזם אפרורי – וגם קשר חם שנשאר שנים אחרי גמר הפרויקט: חמש אדריכליות ומעצבות פנים מתארות את הלקוח הישראלי כפי שהוא באמת

| ענת לב-אדלר

תורידו לנו את הירח ובחצי מחיר



צילום: עדי אדר

"רוצים הכל,
ועכשיו"
סבטלנה קריחלי,
מעצבת פנים



צילומים: עמרי אדר

שתוך שעתיים אני אספיק להוציא את כל המכרז: הריסה, בנייה, חשמל, אינסטלציה, מטבח. לא מעניין אותם שזה דברים שלוקחים זמן, 'אה, וגם תעשי תלת מימד מה זה, שטויות צ'יק צ'ק את עושה את זה'."

ומה את אומרת להם במקרה כזה?

"שיינשמו. שאני עובדת ובשביל לקבל תוכניות מסודרות כמו שצריך בלי טעויות אני צריכה את הזמן. אבל אני גם מקפידה לעדכן אותם תוך כדי באיזה שלב אני נמצאת, כי אני יודעת שהם על קוצים והם צריכים להיות מעודכנים'."

ומה התכונות הטובות של הלקוח הישראלי?

"כיף לעבוד עם ישראלים. אם הם כבר עושים אז זה מכל הלב, באהבה, הם בתוך התהליך, הם חמים. זה מתחיל כיחסי עבודה אבל בסוף נשאר קשר חם שהולך איתי. אני אוהבת את החיבור הזה. הם גם מאוד סומכים עליי. לקוחות אומרים לי 'קחי כרטיס אשראי, תבחרי את בעלי המקצוע, תשלמי להם ושחררי אותנו מזה. קחי פיקוד ותעשי מה שאת צריכה', וזה כיף לדעת שסומכים עלייך ושיש אמון מלא'."

כשאני שואלת את סבטלנה קריחלי, מעצבת פנים כבר חמש שנים, על הלקוח הישראלי, היא צוחקת: "את בטוחה שכדאי לי להתראיין? כי אולי לא ירצו לעבוד איתי אחרי מה שאגיד. הלקוח הישראלי הוא לא קל'."

זה בסדר, אנחנו יודעים שאנחנו לא קלים. את לא תפתיעי אותנו.

"הלקוחות הישראליים יודעים מה הם רוצים, אבל לא בטוח שמה שהם רוצים אפשרי. הרבה מהם באים עם פנטזיות שלא בטוח אפשר להגשים, אבל לזכות הלקוח הישראלי אפשר להגיד שהוא מקשיב והוא פרקטי, וכאשר מסבירים לו את גבולות הגיזרה הוא יורד מהעץ ומתגמש עם תנאי המציאות'."

ומהם תנאי המציאות שצריך להתגמש איתם?

"הרבה פעמים התקציב. מעמידים לך תקציב נמוך ומצפים שתורידו להם את השמיים. אבל אז תפקידו של מעצב הפנים הוא להסביר להם שיש דברים שלא חוסכים בהם. אפשר לחסוך ברהיטים, באביזרים, אבל אי אפשר לחסוך למשל בתכנון נכון, שיעמוד להרבה שנים, או בבעלי מקצוע'."

מה הכי מעצבן בלקוח הישראלי?

"לפעמים אין להם מושג בלוחות זמנים. הם רוצים הכי מהר ועכשיו. מבחינתם

תורידו לנו את הירח ובחצי מחיר

"פתאום את מוזמנת לאירוע משפחתי"

לימור שחורי, אדריכלית ומעצבת פנים



צילום: עמית גושר

ומה את פחות אוהבת אצל הלקוח הישראלי?

"אנחנו מדינה צעירה ומאוד אקלקטית, כי בשטח מאוד קטן אנחנו מכילים כל כך הרבה תרבויות ועמים יחד, אז אין אצלנו ז'אנרים ברורים בעיצוב כמו שיש באירופה ובארצות הברית. התוצאה היא שלישראלים אין תרבות עיצובית עם אג'נדה ישראלית. בודדים אלה שיודעים לנסח את הסגנון שבו הם רוצים. הישראלי בא איתך לשופינג והוא רוצה את זה ואת זה ואז זה. אני אומרת להם 'תביאו לפגישות הראשונות תמונות השראה של סגנון שאתם מתחברים אליהם', והם יכולים להביא גם כפרי פרחוני וגם אפור בטון ולהגיד, 'זה מה שאני אוהב'. פה נכנס התפקיד של המעצב לקחת את הכל ולהבין איך אפשר לעשות אקלקטיות נקייה ומדויקת. בסופו של דבר זה מקסים בעיניי, וצריך רק לדעת איך לעשות את זה נכון, כי זה מי שאנחנו".

"הלקוח הישראלי תמיד חושב שעובדים עליו, לא סומך ולא יודע להאציל סמכויות. הוא צריך את השליטה וזה נדיר למצוא מישהו שמשחרר", אומרת לימור שחורי, אדריכלית ומעצבת פנים זה 23 שנה. "מה שעוד אופייני ללקוח הישראלי זה שאין לו גבולות: הוא יצלצל אלייך בעשר בלילה כי הדודה של השכן אמרה שהריצוף שהיא מכירה מישהו שמוכר את הריצוף שבחרנו ביותר זול בראש העין. אין שעות, אין זמנים, אין גבולות".

מה את הכי אוהבת אצל הלקוח הישראלי?

"את זה שיש אפשרות לפתח איתנו יחסים שהם מעבר לעבודה. את יכולה פתאום למצוא את עצמך מוזמנת לאירועים המשפחתיים, לארוחות, ויש לי המון כאלה. בתהליך אתה לומד להכיר ואתה מבין שלא תשנה עכשיו את האנשים, ונוצר חיבור שהוא מאוד ישראלי".



צילום: גלעד רדט