



זירה

על-זירתי

רישות ורשתות

כלי מתוך ארגז הכלים להשתתפות אזרחית ואקטיביזם של צעירים וצעירות



הכלי על רגל אחת

איך לטוות רשת חברתית יעילה ואפקטיבית שתקדם אותך בתהליכי הובלת שינוי חברתי?

זירה: על-זירתי

כפעילים חברתיים, בניית רשת קשרים יכולה לסייע לכם לקדם סוגיות חברתיות ולחולל שינוי. רשת קשרים איכותית עשויה לקצר תהליכים ארוכים, לסייע לכבוש פסגות שעלולות להיראות בלתי מושגות ולייצר השפעה אמיתית בעולם. רשת זו תסייע לנו לא רק כפעילים/ות חברתיים/יות אלא במגוון תחומי חיים אישיים ומקצועיים.

בכל פעם שאשאל עצמי את השאלה: לו רק הייתי מכירה מישהו ש... (עובד שם, מגיע לשם, נוסע לשם, מתמחה בזה, ועוד) ובכל פעם שארצה להגיע לקהל גדול ככל הניתן כדי לרתום אותו למטרה חברתית שחשובה לי ושאני רוצה להוביל/להשיג.

קיצור דרך משמעותי בדרך להשגת המטרה החברתית, חשיפה גדולה לאפשרויות ולהזדמנויות, הגעה לקהל יעד רחב ולעיתים גם חיסכון בכסף ובמשאבים אחרים.

1

תקציר הכלי

2

מתי אשתמש בכלי?

3

מה תהיה התוצאה?

גם אם מעולם לא קראתם לחוג החברים שלכם מהתיכון, מהצבא, מהאוניברסיטה או מהעבודה 'רשת' אין זה אומר שלא הייתה לכם כזו ושאתם אינכם עושים בה שימוש לעיתים קרובות. כל אחד מאתנו צבר לאורך השנים היכרויות ארוכות או ארעיות שקוטלגו בזיכרונו או ברשימת הזיכרונות הסלולרית בטלפון הנייד, כך שאפשר יהיה לשלוף בעתיד לטובתו אם רק יצטרך. החשיבה הזו, של 'קטלוג' ההיכרות האקראית או המכוונת היא שלב משמעותי באומנות הרישות (נטוורקינג). אם לא נפתח אותה לא נוכל ליצור לעצמנו רשתות אפקטיביות, שבהן נוכל לעשות שימוש.

רגע, אבל מה זה בכלל רישות, על איזה רשתות מדובר?

רשת חברתית (social network) היא מבנה חברתי המורכב מקבוצה של מספר גורמים חברתיים, המקיימים ביניהם מערכת קשרים ברמות שונות. הרשת יכולה להיות צפופה או רחבה, עם קשרים הדוקים ועם קשרים רופפים ורחוקים. לכל אחד מאתנו יכולות להיות אינספור רשתות ולכל אחת מהן נוכל להגדיר מטרה שונה. גם חברים ברשת אחת יכולים להיות שונים מחברים ברשת אחרת.

הקדמה

הרמה הגבוהה של שיתוף פעולה ותרבות חברתית לה אדם זקוק לשם קיומו דורשת מאמץ חברתי ספונטני והמטרה השלטת של החינוך היא לעורר אותו. רגשות חברתיים אינם מולדים, אך הפוטנציאל שלהם הוא מולד וחייבים לפתח אותו בצורה מודעת.

אלפרד אדלר



מהו רישות?

כולנו משתתפים בתהליכי רישות באופן טבעי מדי יום, אף שאנחנו לא תמיד משתמשים במונח הזה.

האנשים המצליחים ביותר עושים זאת בצורה מודעת ותכליתית.

מייקל דלורת

לדוגמה: רשת אחת היא רשת מקצועית. אם אני מורה בבית ספר או עובד סוציאלי, אוכל ליצור לעצמי רשת של בעלי מקצוע זהה לשלי ובאמצעותם להיחשף לרעיונות וליוזמות חדשות שאוכל לאמץ; אוכל להתייעץ עם חברי הרשת ברגעי משבר או התלבטות ואוכל גם לרתום אותם בקלות לטובת מאבק חברתי, כמו שביתה בנוגע לשכר, או לטובת יוזמה משותפת של מימון המונים לסיוע לניצול שואה (על קמפיין מימון המונים תוכלו ללמוד בכלי גיוס משאבים).

הרשת שתיצרו יכולה להיות מונגשת באופן פרונטלי, כלומר לקיים מפגשים חברתיים או וירטואלית במסגרת קבוצת פייסבוק, וואטסאפ או כל כלי אחר שתבחרו, שיסייע לכם לנהל אותה ו/או להשתייך אליה בקלות. לעיתים הרשת היא גם פרונטלית וגם וירטואלית.

עוד דבר משמעותי ובסיסי ברשת הוא, שיש לנו את היכולת להחליט אילו קשרים יהיו בה רופפים ואילו חזקים. ביכולתנו גם לקבוע מה תהיה התועלת שנפיק מכל קשר.



רשת אפקטיבית: איך עושים את זה?



החלטתם לבנות רשת: מהם הרכיבים הדרושים להרכבת רשת אפקטיבית?

- **גודלה של הרשת:** ככל שהרשת גדולה יותר כך היא טובה וחזקה יותר. מספר חברים גדול יחשוף אתכם להרבה יותר אפשרויות, הדמנויות ומידע. אם, למשל, ברצונכם לחולל שינוי בתחום חופשת לידה לאבות, ככל שהרשת גדולה יותר, כך תצליחו לרתום יותר שותפים/ות ובעלי/ות עניין ובהתאם יגדל הסיכוי שלכם להשפיע קול ולהשפיע.
- **איכותה של הרשת:** לצד גודל הרשת, שהוא חשוב, יש לתת את הדעת גם לאיכות הרכיבים ברשת ולמגוון שלה. רצוי לבחור אנשים מנוסים וכאלה שיש להם רשתות גדולות וטובות משלכם; אנשים בעלי תפקידים חשובים ומבוקשים, עובדי ציבור בכירים, שיוכלו לפתוח עבורכם דלתות משמעותיות, שיניבו הצלחות. לצד זה, יש לבחור אנשי שטח, שיוודעים לרתום צעירים/ות לפעולה.
- **יצירת מערכות יחסים בין חברי הרשת:** איסוף של כרטיסי ביקור ומספרי טלפון הם הרמה הבסיסית ביותר של בניית רשת. אבל אין די בכך. כדי שרשת תהיה יעילה, יש להשקיע במערכות היחסים בתוך הרשת ולייצר תמורה לחברות בה. לדוגמה, אם בנינו רשת מקצועית של גייסי משאבים, רצוי שנשתף את החברים ברשת שלנו בהזדמנויות שונות שאליהן נחשפנו לגיוס כספים, כמו למשל 'קולות קוראים' שראינו. שיתוף כזה ימצב אותנו כפעילים ברשת, יבליט את שמנו בתוכה, יעורר שאלות של מתעניינים ואף יוסיף חברים חדשים לרשת שלנו.
- **גיוון:** רשת טובה היא רשת מגוונת. לכן, מומלץ לא לבחור לרשת אנשים שחושבים, נראים ונשמעים בדיוק כמותכם. אם תעשו זאת, תצמצמו את האפשרויות שלכם ליצור רשת גדולה ככל האפשר.



רשת אפקטיבית: איך עושים את זה?

2

מיפוי רשת קיימת

בחנו אותה ביחס לקריטריונים שצוינו בשלב 1.

מייקל דולוורת, מחבר הספר "כוחם של קשרים" הרכיב **שאלון "בחן את עצמך"** של הערכת קשרים. באמצעות שאלון זה תוכלו להעריך את הקשרים ברשתות שלכם וכן להבין מה כדאי לעשות כדי להעמיק את הקשרים ובכך לחזק את הרשת. השאלון נקרא NQ Networking Quotient והוא מייצר מדד אחיד המייצג את יכולתכם לפתח רשתות חזקות. אך לפני שאתם עונים על השאלון, כדאי שתכינו מיפוי של כל הרשתות שאתם מנהלים (עוד על מיפוי תוכלו ללמוד בכלי למיפוי קהילתי). על המיפוי שלכם להיות מורכב מ:

א. רשתות אישיות: משפחה, חברים, מכרים. במכרים אפשר לכלול גם הורים לילדים שהם חברים של הילדים שלכם, פקיד הבנק או בעל המכולת. אל תתבלבלו לחשוב שרק החברים הקרובים לכם ביותר הם אלה שמרכיבים את הרשת האישית שלכם.

ב. רשת מקצועית: עמיתים לעבודה הנוכחית, עמיתים ממקומות עבודה קודמים וכן אנשים בתפקיד זהה או דומה לשלכם בארגון אחר.

ג. רשת וירטואלית: כל מי שאספתם ואתם מחוברים אליו/ה באמצעות קשרים וירטואליים של רשתות חברתיות, כמו פייסבוק, אינסטגרם, לינקדין, ועוד.

בהקשר לפעולה החברתית, כל הרשתות הללו יסייעו לקדם את הפעולות שלכם. לעיתים דווקא רשת קהילתית קרובה תוכל לסייע ולעיתים רשת ארצית ווירטואלית. הכול תלוי במטרת הפעולה החברתית.

כאמור, לכל אחד ואחת מאיתנו יש רשת חברתית, חלקנו ממש 'חיות חברתיות', רצים/ות מקבוצה לקבוצה, מארגנים/ות קבוצות ומפגשים ויש גם כאלה שהנטייה הטבעית שלהם לעבוד בשקט, עדיף לבד, ללא כל הפרעות. המטרות של השאלון הן לקבל תמונת מצב אמיתית על הרשתות שלנו ולגרום לנו להבין, שמעבר לנטייה הטבעית, כדי לקדם סוגיות חברתיות ולהשפיע, עלינו ליצור רשתות חברתיות, לחזקן ולתחזקן.

חשוב לזכור: רישות הוא הפלטפורמה המשמעותית ביותר לקידום, לקבלת מידע ולרכישת כלים בכל תחום, החל מנושאים הקשורים בחיים האישיים, דרך עצות לגידול ילדים או המלצה על רופא ועד למציאת עבודה או לפיתוח תחביבים.



שאלון:

חלק א'

היקף הרשת וחוזקה:

1. מהו המספר הכולל של האנשים ברשת האישית, המקצועית והווירטואלית שלכם? חברו את כולם יחד.

0 = פחות מ-10 1 = 11-100 2 = 101-200 3 = 201-400 4 = יותר מ-400

2. עד כמה חזקות מערכות היחסים שלכם עם חברי הרשת? האם האנשים ברשת שלכם הם לא יותר מחלפני כרטיסים (החלפתם כרטיסי ביקור אבל אינכם ממש זוכרים איפה או מתי), מכרים (יודעים מי אתם וככל הנראה יחזרו אליכם אם תטלפנו), אנשי קשר אישיים (יסכימו לעשות לכם טובה אם תבקשו) או חברים קרובים (אתם יכולים לסמוך עליהם בשעת צרה)?

0 = חלפני כרטיסים בלבד

1 = הרוב מכרים

2 = הרבה אנשי קשר אישיים

3 = שילוב של אנשי קשר אישיים וחברים קרובים

4 = הרוב חברים קרובים עם כמה אנשי קשר אישיים ומכרים

3. עד כמה הרשת שלכם מגוונת? אם כל מי שאתם מכירים הם בני גילכם, בני אותו מין, בעלי רקע תרבותי דומה ועובדים בתחום זהה לשלכם, סימן שהרשת שלכם אינה מגוונת כלל. אם אתם מקושרים לאנשים בגילאים 8-80 משני המינים, המגיעים מרקעים תרבותיים מגוונים ובעלי משרות בתעשיות שונות, סימן שהרשת שלכם מגוונת מאוד.

0 = להביט באחד מחברי הרשת שלי זה כמו להביט במראה

1 = הרשת שלי מורכבת בעיקר מאנשים כמוני, אבל יש מידה מסוימת של גיוון

2 = ברשת שלי רמה נאה של גיוון

3 = הרשת שלי מורכבת מאנשים המגיעים ממספר רב של רקעים שונים ומתעשיות שונות

4 = הרשת שלי מורכבת מהרבה אנשים, ממגוון רקעים, תחומי עניין ותעשיות



4. מהי רמת האיכות הכוללת של אנשי הקשר ברשת שלכם? האם חברי הרשת שלכם הם אנשים מנוסים שהגיעו להישגים משמעותיים? האם ברשותם רשתות חזקות משל עצמם? האם הם דמויות מוכרות במגזר העסקי שאליו הם משתייכים? האם הם יכולים לפתוח בשבילכם דלתות?

0 = אני מחבב אותם מאוד, אבל הם ממש לא מסוג האנשים שמזיזים עניינים

1 = יש כמה אנשים עם קשרים

2 = אנשים מסוימים ברשת שלי מושכים תשומת-לב רבה לעצמם

3 = אנשים רבים ברשת שלי מובילים בתחומם ומקושרים היטב

4 = אני יכול להגיע כמעט לכל מי שארצה בעולם דרך חברי הרשת שלי

פעילויות רישות:

שאלון:

חלק ב'

5. עד כמה אתם משקיעים באופן פעיל בבניית מערכות היחסים שמרכיבות את הרשת שלכם? האם אתם מקפידים לשמר את הקשר לאחר הפגישה הראשונה? האם אתם יוצרים קשר עם אנשים מפעם לפעם? האם אתם מחזירים שיחות טלפון ועונים לדואר אלקטרוני ללא דיחוי? האם אתם משתדלים להיפגש עם אנשים באופן סדיר?

0 = אין לי זמן לדברים כאלה.

1 = אני מנסה לחזק קשרים כשיש לי זמן.

2 = אני משתדל למצוא זמן אבל זה לא תמיד מתאפשר.

3 = אני תמיד מוצא את הזמן לתקשר עם אנשים.

4 = חיזוק קשרים עם אנשים נמצא בראש סדר העדיפויות שלי מדי יום.

6. כל כמה זמן אתם מגייסים חברים חדשים לרשת שלכם?

0 = אף פעם | 1 = לעיתים נדירות | 2 = לפעמים | 3 = לעיתים קרובות | 4 = כל הזמן

7. כל כמה זמן אתם עוזרים לאנשים אחרים ברשת שלכם? (בעקבות בקשה או מיוזמתכם האישית)

0 = אף פעם | 1 = לעיתים נדירות | 2 = לפעמים | 3 = לעיתים קרובות | 4 = כל הזמן

8. באיזו מידה אתם משתמשים באינטרנט לבניית הרשתות שלכם ולתחזוקן?

0 = אף פעם | 1 = לעיתים נדירות | 2 = לפעמים | 3 = לעיתים קרובות | 4 = כל הזמן



שאלון:

חלק ג'

סיכום תוצאות:

כעת עליכם לסכם את התוצאות ולהכפיל את הסכום בחמש. התוצאה תהיה מספר בין 0 ל-160 אשר מייצג את מדד NQ שלכם.

בטבלה הבאה תוכלו למצוא את פירוט התוצאות:

80-0 = מתחת לממוצע: אין לכם מודעות לנושא הרישות, עליכם להיות הרבה יותר פעילים בביסוס קשרים ובשימורם.

110-81 = ממוצע: יש מקום לשיפור. תוכלו להרוויח הרבה אם תגלו יותר יוזמה.

140-111 = מעל לממוצע: אתם מפעילי רשתות מלידה, מצבכם טוב, אבל תוכלו להשתפר אם תעבדו בצורה שיטתית יותר.

160-141 = גאוני רישות! אתם מבינים ששימור הרשת שלכם הוא תהליך מתמשך.

איך תשדרגו את הרשת שלכם ותעמיקו את הקשרים בה ?

1. קיצורי דרך: צרפו לרשת שלכם אנשים שהרשת שלהם מפורסמת בגודלה ובאיכותה. היכרות עם בעלי רשתות ענפות, כלומר קשרים חברתיים בולטים ואיכותיים, יכולים לקצר את הדרך שלכם להגיע לחברי רשת שתמצאו להכיר.

2. להיות במודעות ו'להידחק' לשיחה: אם יש לכם מודעות על חשיבות הרישות (בתקווה שאחרי שאתם קוראים את הכלי הזה המודעות שלכם עוד תגדל), כל פגישה אקראית יכולה ליצור חבר/ת רשת בפוטנציה. דמיינו תרחיש נפוץ שבו אתם נכנסים לבית קפה ופוגשים שם חבר, שיושב לפגישת עבודה עם אדם שלישי. מי שאין לו מודעות להרחבת הרשת האישית, יסתפק באמירת שלום ובשיחה עם החבר המוכר ולא יחשוב לפנות לאדם השלישי שאותו הוא לא מכיר. אדם מוכון רישות, ישאל "מי זה החבר שאיתך" או אף יציג את עצמו: "נעים מאוד אני רונן, עוסק ב... מי את/ה?" אל תסתפקו רק בהיכרות, אלא החליפו פרטים כדי שתוכלו להיות בקשר ומצאו את ההזדמנות ליצור קשר ומפגש. כך יגדל הסיכוי שלכם להרחיב את הרשת.

3. איפה אתם מסתובבים? אם אתם מתמקדים ברשת המקצועית שלכם חשוב שתשימו לב באילו זירות אתם מסתובבים, לאילו כנסים אתם הולכים ומי הם המשתתפים בכנס. אם אתם הולכים לסדנאות, מסגרת אינטימית יותר מכנס, הרי יש לכם אפשרות טובה לרכוש חברים חדשים ורלוונטים מקצועית לרשת שלכם. ראו כל מפגש מקצועי שאתם משתתפים בו כקרקע משמעותית ליצירה של חברויות חדשות ברשת.

3

שדרוג רשת



העמקת קשרי רשת

4. פניות יזומות: הרחבה של רשת הקשרים לא חייבת להיות ספונטנית ולהתגבש במפגש אקראי בבית קפה או בכנס. אם קראתם מאמר מעניין בעיתון או ספר מרתק ואתם מעוניינים לפגוש את האדם שכתב אותו כדי להציע לו שיתוף פעולה או לעניין אותו ביוזמה שלכם, נסו ליצור עימו קשר וליזום לפגישה.

5. שיתוף ופתיחות: רשת מקצועית יכולה לגדול ולהתפתח לרשת איכותית ואפקטיבית אם חבריה משתפים בדעות, במחקרים, ברעיונות. אם יש לכם רעיון או מוצר שעבדתם עליו, רצוי לשתף בו את חברי הרשת וכך לייצר חשיפה גדולה יותר לרעיון שלכם ואליכם. הרצאה שתעבירו בזום או מול קהל גם היא שיתוף של ידע שאתם מחזיקים ועשויה להביא פונים שיתעניינו בהשתייכות לרשת שלכם. שתפו בהתנדבות, זו תהיה התרומה שלכם לרשת. רשת טובה ואיכותית היא כזו שהפרטים בה מזינים אותה כל הזמן ובכך מזינים זה את זה.

6. סופר ספרדר: זהו מונח שלמדנו להכיר בתקופת הקורונה. קחו על עצמכם להיות כאלה ותהיו מאיצי רשתות. חברו בין אנשים שאתם סבורים שצריכים להכיר אחד את האחר, כי הם עושים דברים דומים ויכולים להיתרם זה מזה.

7. למדו וקראו הרבה וכך תגיעו לאנשים נוספים: חקירה ולמידה יביאו דמויות משמעותיות לרשת שלכם ויחברו אליכם אנשים שיכולים לסייע.

8. כל בני האדם נולדו שווים: הסתכלו על כל אדם כדמות משמעותית בדרך, כל אחד יכול לתרום לכם ולרשת שלכם. אל תשכחו - גם את/ה יכול/ה לתרום לכל אדם.

9. מה שלא מתאים היום יוכל להתאים מחר: לעיתים היכרות עם אדם וצירופו לרשת שלנו לא נראים לנו רלוונטיים באותו רגע, אבל רצוי להתבונן על השותפות והרישות כהשקעה לטווח ארוך. לכן, מי שלא מתאים לצרפו עכשיו לרשת שלכם, ייתכן שיתאים במועד מאחר יותר. ראו לדוגמה דוא"ל שהתקבל לאחר הגשת מועמדות לתפקיד מסוים:

"תודה על הפנייה שלך לתפקיד x באוניברסיטת תל אביב. קיבלתי עשרות קורות חיים תוך זמן מאוד קצר, ייקח לי כמה ימים לעבור על כולם ולפנות למתאימ/ה לתיאום ריאיון. עם זאת, אני רואה פוטנציאל והזדמנויות לשיתופי פעולה במרחבי העשייה השונים שלנו. יש פרויקטים רבים אחרים ושיתופי פעולה אפשריים. אשמח לשמוע יותר על העשייה שלך ולספר יותר על תוכנית x ועליי. אם זה נשמע לך מעניין, אני פותחת את האפשרות ומזמינה אותך, ללא קשר למשרה הנ"ל, לפגישת היכרות קצרה בזום".

ניכר שהמגייסת מכירה היטב את חוקי הרישות ומנצלת את המעמד וההזדמנות שבאמצעותה קיבלה לידיה עשרות קורות חיים כדי להגדיל את הרשת האישית והמקצועית שלה. גם אם מרבית הפונים אינם מתאימים למשרה המסוימת, אולי יתאימו בעתיד לשיתוף פעולה אחר.



העמקת קשרי רשת

10. הרישות כשיקול: מידי יום אנו נאלצים לקבל החלטות שונות. היכן לעבוד, היכן ללמוד, באיזה סופרמרקט לערוך את הקניות ובאיזה בנק להפקיד את המשכורת שלנו. בתוך מגוון השיקולים בדרך לבחירה כדאי מאוד להכניס גם את שיקול הרישות. אם, למשל, אנחנו מחפשים עבודה ראשונה לאחר קבלת התואר הראשון, ייתכן שכדאי לנו לקחת תפקיד מסוים גם אם השכר בו נמוך ממה שציפינו, משום שהרישות בו יוכל לקדם אותנו משמעותית לעבר תפקיד אחר נחשק ורווחי.

11. התנדבות: חברות בוועד מנהל של עמותות, התמחות ללא שכר והתנדבויות מסוגים שונים הן פלטפורמה משמעותית להיכרות עם אנשים שיכולים להיות חלק משמעותי ברשת שלכם.

לסיכום: רישות הוא מצב תודעתי שחייבים להתמיד בו ולהשתפר בו והוא עשוי להביא לנו תועלות אישיות ותועלות חברתיות.

איך רישות איכותי יוכל לקדם אותנו כיזמים חברתיים?

כפי שראינו, רישות היא דרך מצוינת לקיצור תהליכים ארוכים. בחייהם של יזמים יש הזדמנויות רבות שרצוי לשים עליהן יד בזמן הנכון. היכרות עם האנשים הנכונים עשויה לפתוח לכם דלתות משמעותיות. כיזמים, נסו לבנות רשימה של אנשים שהיכרות או פגישה עמם יכולה לקדם אתכם באופן משמעותי. אחרי שתהיה לכם רשימה כזו, תוכלו באופן קל יחסית למצוא לפחות אדם אחד ברשת האישית שלכם שיוכל לחבר אתכם לאחד מבעלי התפקידים הרלוונטיים ברשימה.

- **רשת LinkedIn** בנויה בדיוק על היכולת הזאת לחפש דרכה קישור לאישיות רלוונטית לנו וכמוה גם רשתות חברתיות נוספות. אם תרצו לפתוח חשבון לינקאדין כדי להרחיב את הרשת שלכם ובכלל ללמוד יותר על הפלטפורמה המקשרת הזו, צפו **בסרטון הסבר שהכינו בקרן אייסף**.
- אם יש לכם יוזמה חברתית שדורשת איסוף משתתפים, הנגשה ובנייה של קהילה, רשת שתגדירו מראש את מטרתיה עשויה לקדם את היוזמה שלכם באופן משמעותי. דוגמה ליזמות חברתית שלצידה הקמת רשת כחלק משלבי המיזם הוא פרויקט "הרשת" של עמותת "ארץ עיר". מטרת המיזם לייצר תרבות חיים וקהילה אלטרנטיביים בבאר שבע ולצד זה פיתוח של רשת צעירים שחיים בעיר, מצטרפים לרשת ומעבים אותה כל אחד בתחומו. צירוף של כל המשתתפים בפעילויות השונות של הרשת לרשת החברתית שמוקמת באופן סימולטני, מאפשר להגיע בכל פעם לקהלים נוספים ולהרחיב את הרשת לקהלים רלוונטיים.
- יש לכם כבר רשת גדולה ומסובכת ואתם מרגישים שאיבודתם שליטה על הפרטים בתוכה? יש היום מגוון רחב של כלים מקוונים (כרגע בעיקר באנגלית), שיכולים לעזור לכם לעשות סדר ולארגן את הרשת שלכם ואפילו לייצר עבורכם דאטה שימושית לכל מטרה. כלי כזה הוא: **Visible Network Lub**

4

קידום ביזמות חברתית

לדוגמה

מחזיק תיק בעירייה שיכול לסייע בהקצאת מקלט עירוני לפעילות עם נוער. מנהל/ת פרויקטים בקרן שיוכל/תוכל להפנות אתכם ל'קול הקורא' הנכון לתמיכה נספית.