

סופשבוע

# ה"כישוף" של ניר דובדבני: "דיברו איתי על מספרים מטורפים — היום אני מבין שקניתי חלומות"

צילום: קבוצת RND; עיצוב: אהרון ארליך

עם סניפים בכל הארץ, אלפי לקוחות ואינספור מוצרים ומסלולים לבעלי עסקים — הקים ניר דובדבני אימפריית יעוץ עסקי ורכש לעצמו הילה של כוכב רוק. בחברה מציגים סקרי שביעות רצון מחמיאים, אבל תלונות של עשרות לקוחות מעלות שאלות בנוגע לשיטות השיווק האגרסיביות שנוקטת החברה מאחורי הקלעים ■ דובדבני: "לא ניתן לבעלי אינטרסים לפגוע לנו בשיטה"


 התראות במייל

ליאת לוי

2024 במאי 02 • 10:41



זו הייתה שעת צהריים באמצע השבוע במשרדי קבוצת דובדבני־אולמן שבמתחם ביג, יהוד. מוזיקה חזקה התנגנה ברקע והחלל המרכזי המרשים, שכולל מטבח מאובזר בכל טוב ועם מכונת קפה, היה מלא באנשים. דרך קיר הזכוכית שבקצה ניתן היה לראות את שדה התעופה בן-גוריון ועל המדפים, מסודרים כמו מיצג במוזיאון, ניצבו שלל ספרי השראה מז'אנר העזרה העצמית, שכתב מנכ"ל הקבוצה, ניר דובדבני, כמו "המחיר למשתכן", "להיות אלפא

בעסקים", או "בסוף יצא לך ארנב". בחדרי המשרדים בעלי הקירות השקופים, הגובלים במסדרונות היוצאים מהחלל, ישבו אנשים בפגישות.

מי שמסתובב בעולם המנטורינג מכיר היטב את השם ניר דובדבני, יועץ עסקי מוכר, שהקבוצה הנושאת את שמו עוסקת בין היתר במתן שורה של שירותי ייעוץ וליווי עסקי. לצד הרצאות בודדות או סדנאות חד־פעמיות, הקבוצה הציעה בשנים האחרונות ללקוחות קורס יועצים עסקיים שיכשיר אותם לייעץ לעסקים אחרים או לקדם את העסק שלהם, וכן ליווי עסקי שאורכו נע בין כמה חודשים לשלוש שנים. באתר האינטרנט של הקבוצה, מוצגים עשרות אם לא מאות לקוחות מרוצים, שחלקם מעידים בסרטוני יוטיוב על ההצלחה, הדרך והליווי שהם מקבלים.

אלא שבשבועות האחרונים הגיעו ל-TheMarker עדויות מטרידות מלקוחות. חלקם מעידים שמיד לאחר החתימה על ההסכם עם הקבוצה הבינו ששילמו עבור הליווי סכום שאינו פרופורציונלי לתמורה שיקבלו, ואחרים טוענים שהבינו בחודשים שאחרי החתימה שהליווי העסקי לא משרת אותם כמצופה.

הכניסה לסניף של רשת ניר דובדבני ביהוד. לקוחה לשעבר: "דובדבני תפס אותי במפגש האחרון, ושאל מה אני אומרת על התהליך. לא היה נעים להניד לו, 'לא למדנו כלום כפרה'" צילום: עופר וקנין

הלקוחות שעמם דיברנו סיפרו על חבילת ליווי עסקי שרכשו תמורת סכומים הנעים בין 20 אלף שקל ל-200 אלף שקל — תלוי בסוג החבילה, באורך הליווי ובמוצרים הנוספים שרכשו. הסכומים הללו לא תמיד תואמים את העובדה שלא מדובר בעסקים גדולים, אלא בעצמאים דוגמת קוסמטיקאיות או מאמני כושר הנלחמים כדי להגיע למשכורת חודשית סבירה. חלק גדול מאותם לקוחות אף קיבלו מימון מחברות המימון החיצוניות בלנדר או פיימנט — שאליהן הם שודכו במעמד החתימה על העסקה — כדי לממן את הרכישה היקרה מחוץ למסגרת האשראי.

הפונים אלינו סיפרו שכאשר התחרטו על ההסכם שחתמו עם קבוצת דובדבני, הם נתקלו בקושי גדול להשתחרר מהתוכנית ולקבל את כספם בחזרה. כשכבר הצליחו, הם גילו שזה כרוך בעלות של אלפי שקלים, שבחלק מהמקרים נבעה מטענת החברה שהם כבר קיבלו חלק מהמוצר, ובמקרים האחרים הייתה מעוגנת כסעף בחוזה שעליו חתמו. כשניסינו להבין מה גרם להם לחתום על

חוזה שיכול להיהפך למשקולת כבדה על העסק שלהם, הם סיפרו על המכש השיווקי שהופעל עליהם, או כפי שהגדיר אותו עובד לשעבר בקבוצה: "הכישוף של דובדבני".

## "בא לי לצחוק על עצמי שהאמנתי לזה"

מיכל רז הייתה בחודש השמיני להריונה כשהגיעה למשרדי הקבוצה באשקלון (שבה קבוצת דובדבני מחזיקה יחד עם שותפים; ל"ל), כמה שבועות לפני פרוץ המלחמה. בקבלה חיכתה לה פקידה שליוותה אותה לפגישה שתואמה מראש עם "מאפיין עסקי", שאמור לייעץ לה איך לקחת את העסק שלה קדימה. מאחורי השם המקצועי, מסבירים לקוחות ועובדים לשעבר, עומד אדם שתפקידו הוא בעצם מכירתי: הוא שם כדי למכור ל"לידים" — אנשים שמתעניינים בשירותי הקבוצה — את המוצרים שלה.

לרז יש עסק קטן למוצרי תינוקות בעבודת יד, ME for baby, וכשהגיעה לקבל ייעוץ הסתכם מחזור המכירות שלה ב-12-15 אלף שקל ברוטו בחודש. מי שדחף אותה ללכת לפגישה אפיון אצל דובדבני הוא בעלה דרור, שחשב שכישרונה יכול לאפשר לה לצמוח. "בעלי העריץ את דובדבני. הוא נחשף אליו ברשתות וקרא את הספרים שלו", היא מספרת.

בתום פגישת אפיון ארוכה, רז חתמה על מסלול לזוי עסקי בשם Full Power, שאמור היה להימשך שלוש שנים וכלל בשנה הראשונה פגישה דו־שבועית עם מלווה עסקי, שיחת טלפון או זום דו־שבועית עם המלווה בשבועות שבהם אין פגישה פרונטלית, מארז הספרים של דובדבני, קורסים אונליין ואפשרות להשתתף בכנסים וסדנאות של הקבוצה. לתוך המסלול הזה הוסיפה רז אתר אינטרנט ושירות מענה אוטומטי בוואטסאפ — "מוצרים משלימים" שנמכרים גם הם במעמד החתימה. בסך הכל, חתמה רז על חבילת מוצרים בשווי 180 אלף שקל. במעמד הרכישה היא פרסה חלק מהתשלום לשלוש שנים דרך חברת המימון בלנדר, והייתה נרגשת להתחיל בתהליך.

לאחר ארבעה חודשים הבינה רז שהייעוץ העסקי לא מוביל אותה לתוצאות שלהן ציפתה. לדבריה, התהליך היה מקרטע מההתחלה: החל בכך שליועץ העסקי לקח כמה ימים לחזור אליה לתיאום פגישה ראשונית, והמשך בכך שאחרי פגישת ההיכרות שלהם שנמשכה כשלוש שעות, הוא שלח לה הודעת טקסט שתוכן הפגישה נמחק לו, וביקש שתשלח לו סיכום פגישה.

מיכל רז, בעלת עסק קטן למוצרי תינוקות בעבודת יד, ביקשה לקבל ייעוץ עבור מחזור מכירות של 12-15 אלף שקל ברוטו בחודש. רז חתמה על מסלול חבילת מוצרים ולווי עסקי שאמור היה להימשך שלוש שנים — **בעלות כוללת של 180 אלף שקל.**

אחרי 4 חודשים ביקשה רז להפסיק את הליווי. "**היועץ לא עשה איתנו כלום. לקח את הדף של הליווי השנתי שלנו והתחיל לסמן וי על דברים שבכלל לא עשינו**". אחרי דין

ודברים שכלל כמה פגישות, חתמו הצדדים על הסכמה להפסיק את החוזה. זו הותירה בחברה 28 אלף שקל.

גור (שם בדוי), בעל עסק קטן בעולמות השיווק, הגיע לפגישת אפיון במשרדי החברה. "הכניסו אותי לחדר לראות את דובדבני מסביר דברים לאנשים סביב שולחן, ואני יכול להגיד מכמה דקות שיש לו כוח שכנוע מופרע".

על הפגישה עם "המאפיין העסקי" סיפר גור: "הייתה שיחה מגניבה ומצחיקה, אבל **ברגע שאתה אומר 'תן לי לחשוב על זה', נכנס אדם בכיר יותר לחדר**. במשך אולי שעה לא נתנו לי לצאת. לא נעלו אותי פיזית, אבל מנטלית עשו כל מיני פעולות".

לדבריו, "אני אדם מבוגר ומבושל שעבר דבר או שניים בחיים, והיה לי קשה להתמודד עם הלחץ הזה. לילדים שנכנסים לשם אין צ'אנס".

צילום: GaudiLab / שאטרסטוק; עיבוד: שני דניאל

אם לא די בכך, בשלב מסוים הוחלף לה יועץ, והיא נאלצה לערוך את אותן פגישות ראשונות מהתחלה. רז גם לא הייתה מרוצה מהיועץ החדש שלה, מתווך נדל"ן במקצועו שעבר את קורס היועצים העסקיים אצל דובדבני, ולדבריה הוא לא הבין את תחום פעילותה. "הוא הציע שבעלי, שבשלב הזה הצטרף אליי לעסק בעיקר לצורכי הנהלת חשבונות, יעבוד בעיצוב חדרי ילדים כדי לספק ללקוחות שלנו 'חבילה מלאה'", היא מספרת. "מה הוא, שיפוצניק? זה כמו שיגידו לי — את מעצבת? עכשיו תלמדי נשים אחרי לידה איך להניק. מה הקשר?"

באחת הפגישות עם היועץ, הוא הציע לרז ובעלה לעבור למסלול אחר, שבו יוכלו לעשות קורס ייעוץ עסקי בעצמם, ובסופו יוכלו גם לדעת כיצד לקדם טוב יותר את העסק שלהם, וגם לתת ליווי עסקי לעסקים אחרים. רז התפלאה: "לא הבנתי איך אצליח ללוות אחרים אם העסק שלי עצמי לא מתרומם".



בשלב זה, אחרי ארבעה חודשים, רז ביקשה להפסיק את הליווי. באותו יום החלה סאגה שנמשכה כמעט שלושה חודשים. ראשית שלח אותה היועץ אל מנהלת הסניף. מהתכתבות הוואטסאפ בין רז לנציגי הסניף השונים, ניכר כי היא ובעלה נאלצים לרדוף אחריהם מבלי שאף אחד חוזר אליהם ימים ארוכים. רק באחרונה, אחרי דין ודברים שכלל כמה פגישות, חתמו הצדדים על הסכמה להפסיק את החוזה. רז הותירה בחברה 28 אלף שקל על תקופת הליווי והמוצרים הנלווים שרכשה. במבט לאחור היא אומרת: "היועץ לא עשה איתנו כלום. לקח את הדף של הליווי השנתי שלנו והתחיל לסמן וי על דברים שבכלל לא עשינו. יש לי 15 מוצרים בעסק, עשינו עבודה על מוצר אחד. היום בא לי לצחוק על עצמי שכל כך רציתי והאמנתי לכל זה, שסיפרתי לעצמי שבטח שזה יצליח".

## "אם אתה אומר 'לא' לתהליך הליווי — אתה מרגיש לוזר"

דובדבני, בן 51, גדל בקריית מוצקין. בעברו הוא היה ספורטאי ובהמשך שימש מנהל הפיתוח העסקי של רשת מכוני הכושר הולמס פלייס, וכבר אז ניסה לשווק קורסי הכשרה לקואצ'ינג.

לדובדבני יש הילה של כוכב רוק: הוא מרצה להצלחה בעסקים ומומחה למכירות, וממלא אולמות באנשים שרוצים לשמוע את תורתו — מעין גרסה מקומית של גורו העזרה העצמית האמריקאי טוני רובינס. מעקב אחר העמודים שלו ברשתות החברתיות יכול להיות ממכר: הוא מעלה סרטונים קצרים, ממוקדים ומלאים במשפטי מפתח שאמורים לעורר השראה, ומשתף פעולה עם דמויות מוכרות בקהילת העסקים. כך למשל, ראיין באחרונה את השף־סלב חיים כהן בפודקאסט, ערך כנס משותף עם ח"כ לשעבר אביר קארה והציג שיתוף פעולה עסקי עם יו"ר לשכת יועצי המס ירון גינדי.

במשך השנים אסף דובדבני סביבו אנשים רבים שהכתירו אותו כמנטור העסקי שלהם. חלקם נהפכו לשותפים, אחרים לחברים קרובים. כך למשל, מיכל צפיר סיפרה בשיחה עמנו כי דובדבני הוא זה שליווה אותה לפני עשור, כאשר ביקשה להרחיב את הקהל שלה.



דניאל פורסט, בעלת בוטיק וינטג' בפרדסייה, רצתה לקדם את העסק שלה ולהגדיל את מחזור המכירות, וחתמה עם החברה של דובדבני על חבילת ייעוץ ב-80 אלף שקל. **"הם עשו עבודה להראות שזה מקום רציני"**, היא מספרת.

כשהגיעה הביתה והבינה את הסכום שהיא עומדת לשלם על תהליך הליווי, היא לא הצליחה לישון בלילה. **יומיים אחר כך, ביקשה לבטל את העסקה אבל לא זכתה למענה.**

היא מעולם לא נפגשה עם יועץ ולא החלה את תהליך הליווי  
העסקי, אבל **התשלומים נגבו במשך שלושה חודשים — עד**  
**שהורתה לחברת האשראי לעצור**. אחרי שכתבה על כך  
ביקורת שלילית בקבוצת הפייסבוק של דובדבני — גילתה שהיא  
לא היחידה שנכוותה

נקודת הציון המשמעותית של החברה הייתה לפני כשלוש שנים: בינואר 2021 מכר דובדבני כמחצית מהחברה שלו לפרו 360, שנשלטת בידי איש העסקים אבי פרץ. בעיתונות פורסם שהרכישה הייתה לפי שווי חברה של 37 מיליון שקל. שנה לאחר מכן, באוגוסט 2022, רכשה RND את השליטה בחברת "אלון אולמן פריצת גבולות" של המאמן האישי אלון אולמן. במאי 2023 פורסם באחד מאתרי החדשות כי קבוצת דובדבני עתידה לפתוח שישה סניפים נוספים בנתניה, ירושלים, הרצליה, ראשון לציון, יהוד ובאר שבע. כיום פועל מטה החברה ביהוד (שהחליף את סניף פתח תקווה) וכן ארבעה סניפים — אשקלון, חיפה והקריות, עפולה ובאר שבע. שאר הסניפים, שחלקם היו אמורים להיפתח על ידי זכיינים, לא נפתחו. בנובמבר האחרון קיבלה RND דחיפה כלכלית, כאשר 20% ממנה נמכרו לקבוצת דוידוף, שבבעלות רוני דוידוף, שמחזיקה בין היתר את חברת השירותים פמי פרימיום, תמורת 28 מיליון שקל.

ההתרחבות הזו הניבה זינוק במספר הלקוחות של החברה. רז אינה היחידה מביניהם שנפגעה. אמירות כמו "קניתי חלום", "אני רוצה לצחוק על עצמי שהאמנתי" או "הייתי במצב נמוך בחיים", חזרו בצורה כזו או אחרת אצל רבים מהלקוחות לשעבר שעמם דיברנו. פנינו גם לעמותה החדשה לצרכנות, שדיווחו שהגיעו אליהם תלונות, ביניהן על שיווק אגרסיבי והבטחות להצלחות בעסק שברור שקשה להבטיח. מאחר שמדובר בעוסקים ועסקים, חוק הגנת הצרכן לא חל עליהם.

השאלה המתבקשת מהסיפור של רז היא כיצד אדם שהעסק שלו מכניס לכל היותר 15 אלף שקל ברוטו בחודש, מתחייב לשלם כ-180 אלף שקל תוך הישענות על מימון חיצוני ופריסת תשלומים — עבור מוצר לא מוחשי. כדי להבין זאת יש לפנות לשיטת המכירות האגרסיבית שמתארים לקוחות ועובדים לשעבר בחברה. גם אם כל הלקוחות הם אנשים מבוגרים שאחראים למעשיהם וחולמים על כסף גדול, חשוב לחשוף את אחורי הקלעים של "שיטת דובדבני" שיכולה ללמד משהו על עולם המנטורינג.

אדם שעבד בקבוצת דובדבני עד לפני כמה חודשים נהג לכנות את הקומה שבה התנהלו המכירות "קומת הכישוף". "יש אנשים חדים, אבל יש כאלה שפחות", הוא מתאר, "ואנשים ממש היו נכנסים לשעתיים של כישוף. חלקם גילו רק בדיעבד מה עשו".

גור (שם בדוי), 45, בעליו של עסק קטן בעולמות השיווק שהגיע לפגישת אפיון בחברה, מתאר אותה כך: "אתה נכנס מראש לסביבה מגרה, יש שם תנועה גדולה של אנשים, נראה שיש שם מלא קשרים. הכניסו אותי לחדר לראות את דובדבני מסביר דברים לאנשים סביב שולחן, ואני יכול להגיד מכמה דקות שיש לו כוח שכנוע מופרע. הפגישה התחילה בצפייה בסרט, שהמסר שעולה ממנו הוא 'למה אתה כל החיים בורח מקבלת החלטות, למה אתה אומר לא, למה אתה ממציא תירוצים'. בדיעבד אני מבין שהסרט מכין אותך לזה שאם אתה חלילה אומר במהלך הפגישה 'לא' לתהליך הליווי — אתה מרגיש לוזר".

אורלי (שם בדוי), שסיימה את קורס היועצים העסקיים של  
דובדבני: "הדגש הוא על מכירות. אני אמורה להיות יועצת  
עסקית פרופר, לא למכור. זה היה ברמה כזאת שאם מישהו  
שהגיע לפגישה לא היה סוגר — **היו מקימים אותי באמצע**  
**פגישת ייעוץ עם לקוח כדי לעזור במכירה, כי זה מעל**  
**הכל".**

מנחם (שם בדוי), שמילא תפקיד בכיר בחברה: "מביאים אותך  
לאולם מלא אנשים, לפעמים 100, לפעמים 500 איש —  
והאנרגיות מטורפות. מקרינים סרטוני העצמה והצלחות של  
עסקים ואנשים, ובאנרגיה הזאת אתה תחתום בערך על כל  
דבר שרוצים ממך".

לדבריו, "השוואו מרשים. לפעמים ניר נכנס, וגם אם זאת  
קוסמטיקאית עצמאית הוא יגיד לה 'את חייבת להיות גדולה,  
לפתוח סניפים, להיות זכיינית'. לבן אדם לפעמים אין אוכל  
להביא הביתה, אבל הוא צריך להיות גדול, והוא מוכן  
להוציא עוד כסף. יש להם מיומנות מכירה מטורפת".



גור מספר על כימיה מצוינת עם המאפיין העסקי. "הייתה שיחה מגניבה ומצחיקה, אבל ברגע שאתה אומר לו 'תן לי לחשוב על זה', נכנס אדם בכיר יותר לחדר. במשך אולי שעה לא נתנו לי לצאת. לא נעלו אותי פיזית, אבל מנטלית עשו כל מיני פעולות כמו לעבור מהכיסא שמולי לכיסא שלידי, או אחד פתאום שיחק את השוטר הטוב שאומר לי 'וואלה, אתה יכול להצליח בגדול', והשני, השוטר הרע, שאומר לו, 'עזוב, אין לו את זה'". גור טוען כי הצליח לחמוק מהפגישה מבלי לחתום על חוזה. "אני אדם מבוגר ומבושל שעבר דבר או שניים בחיים, והיה לי קשה להתמודד עם הלחץ הזה. לילדים שנכנסים לשם אין צ'אנס", הוא אומר. "נכון שהרבה אנשים צריכים את המוטיווציה הזאת שהם מייצרים, אבל אני הרגשתי שזאת שיטת מכירה קשוחה, הצגה מניפולטיבית של המוצר שאתה מקבל ותחושה שאם אתה לא סוגר איתם במקום — אתה אפס. כשיצאתי משם בלי לסגור, הרגשתי הקלה".

בסרטון הדרכה שהועבר, בין היתר, בזום לכמה עובדים, נשמע פרץ נותן דוגמה למכירה. הוא אומר על אחד מהאנשים בקהל: "אלון אמר פה משהו שאסור להגיד, זה לא עולה 70 אלף שקל". תשובות נוספות מגיעות מהקהל, ופרץ מראה איך פותרים את הפלונטר: "תגידי לי, את לא רוצה להשקיע בעצמך 1,500 שקל כדי להעיף לעצמך את החיים סוף־סוף? כמה סיפורים את רוצה להמשיך לספר לעצמך? תגידי לי. אל תירשמי, הכל בסדר. את מרגישה בלחץ

כאילו אני יושב עלייך עם אקדח לרקה. אני דואג לך, את צריכה לדאוג לעצמך יותר. מה את אומרת לי, שאת לא מוכנה להוציא על זה 1,500 שקל? שזאת ארוחה משפחתית שאת עושה עם בעלך בחודש? זה מה שאת אומרת לי?"

על הלחץ הגדול למכירות מצד החברה מעידה גם אורלי (שם בדוי), שסיימה את קורס היועצים העסקיים של דובדבני. היא מספרת על הדרכת היועצים שהופתעה מכך ש"כשניר ואבי עולים על הבמה, הם מלמדים מכירות. כל הזמן הדגש הוא על מכירות. אני אמורה להיות יועצת עסקית פרופר, אני לא אמורה למכור. זה היה ברמה כזאת שאם מישהו שהגיע לפגישה עם המאפיין לא היה סוגר — היו מקימים אותי באמצע פגישת ייעוץ עם לקוח כדי לעזור למאפיין במכירה, כי המכירה זה מעל הכל. לא משנה שהלקוח שיושב איתי שילם 150 אלף שקל".

מנחם (שם בדוי), שמילא תפקיד בכיר בחברה, מספר שמנגנון המכירה של קורסים וסדנאות קיים בכל עולם המנטוריינג בארץ ובעולם. "מביאים אותך לאולם מלא אנשים — לפעמים 100, לפעמים 500 — והאנרגיות מטורפות, מקרינים סרטוני העצמה והצלחות של עסקים ואנשים, ובאנרגיה הזאת אתה תחתום בערך על כל דבר שרוצים ממך. זה עבד גם עליי, הגעתי להרצאות של ניר ונרשמתי לקורסים שלו בעקבות זה. זה מנגנון שראיתי אצל מנטורים גדולים בעולם. לגיטימי".

אלא שלטענתו, אחת הבעיות במנגנון היא שאלה שנתפסים בו נמצאים בנקודה משברית בחייהם. "עבדתי בחברה לאורך כמה שנים. בהתחלה החברה ראתה מי הלקוח, אם המוצרים מתאימים לו או לא. אבל בשלב מסוים זה היה לא רלוונטי. לא משנה מי אתה, מה אתה, מה מצבך הכלכלי, הנפשי או המשפחתי, הם לוחצים שתסיים שם עם איזשהו חוזה. עושים ללקוחות חוויה, מכינים לך אספרסו, ואומרים לך הנה חדר הייעוץ, חדר ההדרכה וחדר הקפה. השואו מרשים. לפעמים ניר נכנס, וגם אם זאת קוסמטיקאית עצמאית, הוא יגיד לה משהו כמו 'את חייבת להיות גדולה, לפתוח סניפים, להיות זכיינית'. לבן אדם לפעמים אין אוכל להביא הביתה, אבל הוא צריך להיות גדול, והוא מוכן להוציא עוד כסף. יש להם מיומנות מכירה מטורפת. למי ששואל 'אז למה לעזאזל הם חתמו', אני חייב להגיד שבתור אחד שראה את זה, היה בקהל ואז בצד השני, קשה מאוד להגיד לזה לא".

# "כולם צריכים לתקוף. כולם. כולנו"

אצל דוד (שם בדוי), מאמן כושר אישי בשנות ה-20 לחייו שרצה לעשות את צעדיו הראשונים בעולם העסקי, הכל התחיל בפוסט שפירסם דובדבני בפייסבוק ב-2021, שקידם את ספרו "מחיר למשתכן". "הספר הזה נכנס לי למוח. זה גרם לי להינעל על ניר", הוא מספר. דוד מעיד כי הגיע למשרדי החברה נחוש להצליח. "רציתי משהו שיוביל אותי קדימה, לא משנה כמה זה יעלה. היום אני מבין שהמחיר שגבו ממני היה מאוד גבוה. ניר מעסיק אנשי מכירות מדופלמים שפשוט אומרים לך במעמד הרכישה שזה הדבר הכי טוב שאתה יכול לעשות לעסק שלך. אבל לקחת בעל עסק שלא מבין שום דבר, ולגרום לו לשלם 60 אלף שקל ל'תהליך' — גם אם זה באחריותו האישית, לדעתי זה להכניס אותו לבור כלכלי".

אחרי הפגישה השנייה, היועץ העסקי של דוד פרש. הוא ניסה לתפוס את החברה ללא הצלחה, ולטענתו לא קיבל רבים מהמוצרים שהובטחו לו במעמד הרכישה. "דיברו איתי שם על מספרים מטורפים. כשאני מסתכל היום על המציאות, אני מבין שזה לא עובד ככה. אני מרגיש שמכרו לי חלומות".

לפני שנה וחצי רצתה דניאל פורסט לקדם את העסק הקטן שלה, בוטיק לבגדי וינטג' בפרדסיה, ולהגדיל את מחזור המכירות. היא הגיעה לסניף של דובדבני בפתח תקווה, שם "עשו עבודה להראות שזה מקום רציני", היא מספרת. "כל הזמן ניסו לעשות רושם שיהיה משהו שילווה אותך ויסביר לך לאורך כל התהליך". פורסט חתמה על חבילת ייעוץ ב-80 אלף שקל — חלק מהמימון היא קיבלה דרך בלנדר. כשהגיעה הביתה והבינה את הסכום שהיא עומדת לשלם על תהליך הליווי, היא לא הצליחה לישון בלילה. יומיים אחר כך, ביקשה לבטל את העסקה, אבל לא זכתה למענה. גם כשכבר אישרו לה מהחברה שהעסקה מבוטלת, התשלומים דרך בלנדר המשיכו לרדת, על אף שהיא מעולם לא נפגשה עם יועץ ולא החלה את תהליך הליווי העסקי, אבל תשלומי ההלוואה דרך בלנדר ירדו לה במשך שלושה חודשים. בסופו של דבר, כדי לבטל את העסקה, היא הורתה לחברת האשראי לעצור את התשלומים ודיווחה שהיא לא הסכימה לעסקה.

החווייה הובילה אותה לכתוב ביקורת שלילית בקבוצת הפייסבוק של דובדבני, ובמהרה היא הבינה שהיא לא היחידה. בעקבות התגובות התגבשה קבוצת וואטסאפ של כמה מתלוננים. אדם נוסף שהיה חלק מהקבוצה הזאת קיבל, לאחר פניות רבות וממושכות, גם הוא חלק מכספו חזרה – פחות 5,000 שקל מתוך כ-100 אלף שקל – אבל התחייב להסיר את כל הפרסומים השליליים שכתב על רשת דובדבני ברשתות החברתיות ולא לכתוב פוסטים כאלה בעתיד.

**"בקורס נפתחו לי העיניים, הרגשתי שהוא נתן לי ערך.  
שילמתי על הליווי 60 אלף שקל, אבל בדיעבד זה לא היה  
פרקטי עבורי. הכינו לי תוכנית עסקית שנתית עם רעיונות  
רנדומליים שהיו לי בראש, ללא שום קשר למצב העסק. לא  
עבדנו על איך לשפר את המכירה שלי. בסופו של דבר, הוא  
לא הביא לי שקל אחד יותר לחשבון"  
לקוחה לשעבר של ניר דובדבני**

הרשתות החברתיות הן כר פורה עבור דובדבני: הוא מעלה בהן סרטונים ומייצר טראפיק אדיר. כשנכנסים לאתר שלו, עולה הכיתוב: "הצטרפו למעל מ-100 אלף בעלי עסקים שגילו את השיטות במרכז ניר דובדבני להשגת ביצועי שיא וחיים מלאי תשוקה", ומיד אחר כך עולה חלונית שמאפשרת להשאיר פרטים לקבלת ייעוץ חינם עם מאפיין באחד מסניפי הרשת. רק כשמחפשים לעומק ברשתות החברתיות, מתגלות הרבה ביקורות שליליות – חלקן בקבוצות פייסבוק, אחרות כביקורת בעמוד הפייסבוק של דובדבני או כתגובות לסרטונים שהוא מעלה. רובן עוסקות בחוסר הזמינות של שירות הלקוחות של הקבוצה ואכזבה מהמוצר שנרכש.

לצדן יש גם המלצות, לא בטוח שכולן מגורמים נייטרליים. כשפנינו לאדם שהגיב בהמלצה ש"הכלים, הידע וההצלחה שמקבלים שווים פי 10 ממה שמשלמים!!", כדי לדעת אם הוא עומד מאחוריה, הוא ענה לנו בתשובה כי עבד ברשת בעבר ואינו עובד שם יותר, והוסיף כי אינו מעוניין להכפיש את החברה, אך גם לא לפרגן לה. בנוסף, מעדויות שהגיעו אלינו עולה שקבוצת דובדבני עושה מניפולציות על התגובות לשירותים שלהן ברשתות החברתיות.

הודעה קולית שהקליט דובדבני והופצה בקבוצת עובדים מצומצמת מדרבנת את העובדים לייצר טראפיק ברשתות. "אני לא מבין איך יכול להיות שיש לנו 100 עובדים בחברה, וכל פוסט אין לנו 100 תגובות", הוא נשמע אומר בהודעה. "כל מי שנמצא פה ויש לו עשרות עובדים שמקבלים מאיתנו כסף ואוכלים מהצלחת שלנו, אבל כולם שמים זין. תבקשו מהעובדים שלנו כל יום להיכנס לפייסבוק ולאינסטגרם". בהודעה נפרדת שהקליט אמר: "אנחנו והעובדים שלנו צריכים שאם יש איזה לקוח מטומטם שמסביר לי משהו, לא משנה מה, כולם צריכים לתקוף. כולם. כולנו. זאת הקבוצה שלנו, זה הכוח. אנחנו 120 איש".

אדם שכתב תגובה שלילית לדובדבני בקבוצת "השולמנים" בפייסבוק, המרכזת עצמאים ומזוהה עם הח"כ לשעבר קארה, סיפר לנו כי היא נמחקה. בנוסף, הגיע אלינו תיעוד לכך שבין מנהלי הקבוצה נמצאת עובדת קבוצת דובדבני שעוסקת ברשתות החברתיות. כשביררנו את העניין עם קארה, הוא טען שהיא שם בגלל שיתוף פעולה שעשה עם הקבוצה בעבר ושיסיר אותה. נכון להשבוע היא עוד הייתה בעמדת הניהול.

בתגובה לטענות שעולות בכתבה הזמינו אותנו בקבוצת דובדבני לפנות ללקוחות מרוצים — מתוך 5,000 הלקוחות שיש לחברה, לטענתם. פנינו ללקוחה רנדומלית מתוך הדוגמאות שנשלחו אלינו, והיא סיפרה שאחרי ארבעה חודשי ליווי לא הרגישה שקיבלה ערך משמעותי, אבל היא פנתה לחברה ומיד האריכו לה את הליווי ללא עלות נוספת. אחרי שהסתיים מסלול הליווי שלה, היא מגיעה לסדנאות שלהם ומקבלת ליווי כשצריכה. "אמנם לא עפתי כמו חברות שאני מכירה שהצליחו, אבל אני בדרך", היא אומרת. ממליצה נוספת שקבוצת דובדבני הפנתה אותנו אליה — בצירוף סרטון שלה מדברת בהתלהבות על התהליך — סירבה לשתף איתנו פעולה. לקוח אחר אמר שעבר ליווי והוא מרוצה מאוד. "עברתי תהליך של ליווי עסקי במשך שמונה חודשים. הצמידו לי יועץ שלימד אותי לעבוד בצורה נכונה, הכניס לי אוטומציה לעסק. אני עסק של אדם אחד ונופל עליי הרבה מאוד לחץ. היום אני במקום אחר רק בזכותם".

**"במסגרת התפקיד ניהלתי וחנכתי תחתיי יועצים, והתחילו להביא אנשים שהם וייעוץ זה שמיים וארץ. כאלה שלא יודעים מה ההבדל בין רווח גולמי לרווח תפעולי. היו יועצים שהייתי אמור לחנוך, ולא יודעים כלום על פיננסים ומה שמסביב"**  
**יועץ לשעבר בחברה של ניר דובדבני**

לקוחה נוספת מסניף באר שבע, שעובדת עם משפחות שאחד מילדיהן נמצא על הרצף האוטיסטי, סיפרה לנו שהיא נמצאת בתהליך שלושה חודשים, ומרוצה מאוד. לדבריה, כשהחלה את התהליך בינואר היא עבדה עם שמונה משפחות, ואילו כיום היא מסייעת ל-30 משפחות ומגייסת עובדים.

שלי (שם בדוי), בעלי פנסיון לכלבים, שמצאנו באופן מקרי בעמוד ההמלצות של האתר של דובדבני, מספרת שעברה תחילה את קורס היועצים העסקיים. "בקורס נפתחו לי העיניים, באמת הרגשתי שהוא נתן לי ערך", היא מספרת. "האם הייתי משלמת עליו בדיעבד מעל 20 אלף שקל? אני לא חושבת. אבל אין לי תלונות". שלי הרגישה שיש לה עוד מה ללמוד ופנתה למנהל המקצועי של הקורס כדי שיעשה לה ליווי עסקי. "אם אני זוכרת נכון, היינו נפגשים אחד לחודש, היו לנו בין ארבעה לשישה מפגשים ושילמתי על הליווי 60 אלף שקל. יש גם ליווי בטלפון תוך כדי. אבל בדיעבד אני יודעת שזה לא היה פרקטי עבורי. הכינו לי תוכנית עסקית שנתית עם רעיונות רנדומליים שהיו לי בראש, ללא שום קשר למצב העסקי. לא עבדנו על איך לשפר את המכירה שלי. בסופו של דבר, אני יכולה להגיד שהוא לא הביא לי שקל אחד יותר לחשבון".

כששאלנו את שלי מדוע היא מופיעה ברשימת הממליצים של דובדבני, היא ענתה כי אינה יודעת, שכן לא הייתה ממליצה על הליווי. כשהצגנו בפניה את הסרטון, היא מזכרה: "אני חושבת שהיועץ שלי תפס אותי במפגש האחרון, ושאל מה אני אומרת על התהליך. לא היה לי מה להגיד. הוא היה חמוד ולא נעים להגיד לו 'לא למדנו כלום כפרה'". לאחר שסיימה את הליווי שקיבלה בקבוצת דובדבני, עברה שלי ליועץ פרטי. "עבדתי איתו רק על שיווק ומכירות,

משהו הכי בסיסי שהקפיץ אותי יותר. שנתיים אחרי, נהפכתי מעסק לחברה בע"מ".

## "מותר לך למכור למי שאתה חושב שיצליח"

יועץ שעבד כמה שנים אצל דובדבני מספר שעם המיזוג של דובדבני ופרץ ב-2021, רבים מהיועצים המנוסים והוותיקים התחילו לצאת מהחברה, שכר היועצים צומצם משמעותית ונאמר להם שמי שרוצה לעזוב — יכול. יועץ ותיק שעבד בקבוצה סיפר לנו שעבד כפירילנסר, והרוויח כ-2,500 שקל לחודש לייעוץ. היועצים החדשים יותר כבר היו שכירים, וסיפרו שקיבלו כ-750 שקל לחודש לייעוץ ושלאחר כמה חודשים ירד שכרם ל-500 שקל לחודש לייעוץ.

"התחילו להעסיק יועצים שרק סיימו את הקורס, ובזמן שהם חתכו את שכר היועצים — הם העלו את מחיר הייעוץ", הוא אומר. "בהתחלה אנשים שילמו 30 אלף שקל לליווי של חצי שנה. כשאת קונה ליווי אישי, את רוצה שלמלווה שלך יהיה חומה ושיהיה לך שיח איתו. כשיש לך סלון לציפורניים ואת רוצה להקים רשת עסקית, קצת גדול על מישהו צעיר שרק עשה קורס ייעוץ עסקי על חשבון הפיקדון מהצבא, לייעץ לך איך לעשות את זה. אני כיועץ הרגשתי לא נעים", אומר העובד לשעבר.

יועץ אחר שעבד בחברה מעל שנה מספר שכשהגיע לעבוד בקבוצה, היה מלווה בעלי עסקים. "אחר כך אמרו לנו 'כל אדם הוא רלוונטי לייעוץ', כלומר גם מישהו שספק גדול אם יצליח, היינו מוכרים לו ליוויים ב-100 אלף שקל ויותר. גם כשהתרעתי ואמרתי שהלקוחות לא רלוונטיים לנו, היו אומרים לנו שאנחנו מקרבים אותם לחלום. כל מיני בלבולי שכל". גם אותו יועץ טוען כי לאט-לאט רמת היועצים ירדה בצורה דרסטית. "במסגרת התפקיד ניהלתי וחנכתי תחתי יועצים, והתחילו להביא אנשים שהם וייעוץ זה שמיים וארץ. כאלה שלא יודעים מה ההבדל בין רווח גולמי לרווח תפעולי. היו יועצים שהייתי אמור לחנוך, ולא יודעים כלום על פיננסים ומה שמסביב".

"בקורס היועצים העסקיים של רשת דובדבני יש 20 מפגשים", אומר מנחם. "נפל לי האסימון שמשהו השתנה במערכת כשעמדתי מול אולם של 60 איש ששילמו ממיטב כספם לקורס יועצים עסקיים — מתוכם יצאו אולי ארבעה יועצים עסקיים. כל השאר הם כאלה שאנשי המכירות של דובדבני עשו עליהם עבודה טובה. הם לעולם לא יוכלו להיות יועצים עסקיים, לא ברמה המקצועית ולא ברמה האישית. אני חושב שחוסר שביעות הרצון של לקוחות הקצה נובע מכך שמצוותים להם יועצים בלי הרבה ידע. אדם שילם לך הרבה כסף, תן לו יועץ תותח, שיכול לעשות איתו שינויים. אם הובלת אותו לשינויים — בעל העסק לא ירגיש שזרק 100 אלף שקל".

"במוצרים כמו קורסים או ליווי אישי אי־אפשר להצליח עם כולם", מסביר עובד לשעבר בהנהלת החברה. "זאת לא קנייה של מקרר. יכול להיות ש-50% מהאנשים שמגיעים לדובדבני לא יצליחו, אבל הוא עדיין מוכר ל-100%. אין בזה משהו רע. מותר לך למכור למי שאתה חושב שיצליח. השאלה היא מה אתה עושה כשבן אדם מתחרט, מה עשית עם אדם שאומר לך 'טעיתי', אני לא רוצה להיות במסלול הזה יותר. אני חושב ששם הייתה הפגיעה הקשה".

אותו עובד לא מתחרט שעבד בחברה, ולטענתו ניסה לאורך הזמן לשמור על אתיקה כלפי כל הצדדים. הוא ועובדת נוספת העידו בפנינו בנפרד כי יום לאחר שאחד המקורבים להם חתם על ליווי עסקי, הם עצמם שיכנעו אותם מיד לבטל.

ניר דובדבני מסר בתגובה: "כפי שאני מלמד כבר 15 שנה עשרות אלפי אנשים ועסקים באמצעות חמישה סניפים בפריסה ארצית וכ-200 עובדים ומערכות AI מתקדמות, כאשר אתם מצליחים — תמיד יהיה לאנשים מה להגיד. אנחנו גאים לתת שירות ל-1,500 לקוחות מדי חודש, 18 אלף לקוחות מדי שנה. לקיחת אחריות היא התפקיד שלנו, ואנחנו לוקחים באהבה אחריות על כל ייעוץ ועל כל לקוח ופועלים לשיפור מתמיד של השירות. אני מזמין באופן אישי כל אחד שמרגיש שלא קיבל מענה ראוי מכל סיבה ליצור איתי קשר בנייד האישי שלי. אני, ניר דובדבני, מתחייב ומחויב לשביעות הרצון ולהצלחה שלו. כפי שאני מלמד את הלקוחות שלי: לא ניתן לבודדים, בעלי אינטרסים או כאלה הפועלים בעילום שם לפגוע לנו באנרגיה או בשיטה, ונמשיך לפעול מתוך החזון שלנו להוביל אנשים ועסקים בישראל. אני גאה בכל אחד ואחת מהעובדים הנדירים



שלי שעוברים את ההכשרות הכי מקצועיות בישראל ולא מפסיקים להתעדכן ולתת את הנשמה לכל לקוח.

"קשה ולא נכון להגיב לרכילות. לא הוצגו בפנינו פרטי לקוח אחד שהתלונן לכאורה, ולכן אין לנו יכולת להגיב לגופו של עניין, נשמח לקבל פרטים ולטפל בהם. קל ונכון לבדוק את עצמך עם עובדות וסקרים חיצוניים כפי שאנחנו עשינו עם ד"ר מנו גבע ועם סקרים פנימיים ברמה חודשית של מחלקת שירות הלקוחות שלנו. כל אדם וכל עסק הוא עולם ומלואו עבורי ועבור הצוות המופלא שלי, ומפעל החיים שלנו עובד בהצלחה מוכחת עם עשרות אלפי לקוחות בשיטות שפיתחנו, כפי שיעידו אנשים אמיתיים שעברו אצלנו תהליכים פורצי גבולות".

באשר לטענה כי לקוחות החברה לא מצליחים להשיג אותה, נמסר מעורך דינה של החברה: "מרשתי מנהלת את עסקיה מחמישה משרדים פיזיים, אינסוף דרכי קשר מעבר לכך, שורה של עובדים שנוגעים בלקוח לאורך כל התקשורת איתו, נציג ממחלקת תיאום פגישות שתיאם את הפגישה ואף התכתב עם הלקוח בוואטסאפ שבו העביר לו את כל פרטי השיחה ואת פרטי הפגישה, איש מכירות שמכר את השירות והמוצרים ללקוח, מנהל סניף, מנהלת חוויית לקוח שדואגת לאסוף חומרים מהלקוח ולפתוח לו את המערכות והקורסים. בזמן המכירה הלקוח מקבל דף מידע עם כל הטלפונים. בנוסף, לחברה יש מחלקת שירות לקוחות שמספר הטלפון שלה ידוע לכולם, יש וואטסאפ ומייל ייעודי למחלקת שירות לקוחות. כל מי שרוצה לדבר עם מרשתי ו/או מי מטעמה, יכול ליצור קשר במגוון אפשרויות, ומרשתי מוכנה גם כיום ובעתיד לטפל באופן ישיר בכל מקרה.

"בכל ארגון עסקי, הפעיל בפריסה ארצית ובהיקף של מאות עובדים ועשרות אלפי לקוחות, עלולים להימצא לקוחות לא מרוצים, עובדים שסיימו את העסקתם, מרגישים פגועים ומעוניינים לנקום, עובדים שעברו למתחרים, עובדים שנהפכו למתחרים, מתחרים עסקיים המעוניינים להגדיל נתח שוק על חשבון מרשתי ועושים לשם כך באמצעותך. אך אף אחד מהם לא שלח מכתב דרישה, אף אחד מהם לא הגיש תביעה נגד מרשתי ואת מספר הגורמים האלה, כעולה מפנייתך, ניתן לספור על יד אחת, קרי מדובר במספרים הבטלים בשישים".

עוד מסבירים בקבוצת דובדבני כי "לקוח לא חותם על עסקה בלי לעבור את המנגנונים הקיימים בהסכם, אישור מכירה ללקוח והתחייבותו לתוצאות. בנוסף, הוא ממלא את הנתונים ואת הפוטנציאל שלו בעצמו בטופס — רק ככה מאשרים עסקה. אז איש המכירות שלנו יכול להיות מדופלם — אבל הוא חייב לייצר תוצאה שהלקוח מאשר".

קבוצת דובדבני הציגה בפנינו לפני פרסום הכתבה נתונים מסקר שביעות רצון שנערך עבורה על ידי מכון הסקרים מנו גבע ולפיהם 84% מלקוחותיהם מרוצים מהשירות הניתן להם. בקשותינו מהחברה לפרטי הסקר דוגמת נוסח השאלות שהוצג — לא נענו. כשפנינו למכון נאמר לנו שלא נכון להציג כנתון בודד את תוצאות הסקר ללא התאריך שהוא נערך בו, אחוז הטעות הסטטיסטית, גודל המדגם ועוד.

דיוורים | מערכת | הנהלה | תנאי שימוש | רכשו מנוי | ביטול מנוי | שאלות  
ותשובות | צרו קשר | פרסמו אצלנו | הצהרת נגישות

חדשות, ידיעות מהארץ והעולם - הידיעות והחדשות בעיתון הארץ. סקופים, מאמרים, פרשנויות ותחקירי עומק באתר האיכותי בישראל  
© כל הזכויות שמורות להוצאת עיתון הארץ בע"מ