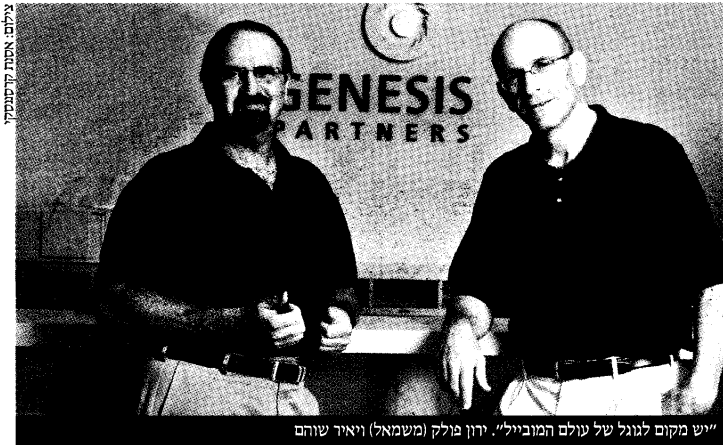


הייטק

"פוטנציאל החדירה של מפעילי הסלולר מוצה. חייבים למצוא מקורות הכנסה אחרים"

התקשורת הסלולרית היא עדיין כר פורה להקמת חברות: הפרסום בו נראה מבטיח וגם הרור הרביעי ממתין מעבר לפינה • יאיר שוהם וירון פולק, שני שותפים בג'נסיס, ממליצים לא לפתח רק מערכות טכנולוגיות כבדות ולפנות גם ישירות ללקוחות ← **בתיא פלדמן**



"יש מקום לגולג של עולם המובייל" ירון פולק (משמאל) ויאיר שוהם

תום התקשורת הניידת ובעיקר הסלולר לרית עומד בפני מהפכה שטיבה עדיין אינו ידוע. עולם היישומים המפותחים לתחום הסלולר גם הוא תוסס מתמיד, כך לפי דברי יאיר שוהם וירון פולק, שותפים בקרן ההון סיכון ג'נסיס פרטנרס, המנהלת כ-520 מיליון דולר ומשקיעה בחברות בתחומי התקשורת הקווית, התקשורת האלחוטית, התשתיות המוליכים למחצה. לג'נסיס יש כפורטפוליו הנוכחי חמש חברות הפונות לתחום התקשורת האלחוטית - סלטרו, דיסקרט'י קס, קומטיס, רדווין ומוביילאקסס.

כאומר, על-פי שוהם ופולק, תחום היישומים לעולם לם התקשורת הניידת מבטיח מתמיד. שוהם: "עולם המובייל, למרות כל הביקורת עליו, הוא עדיין יעד אטרקטיבי להשקעות ואקזיטים. בחמש חודשים הראשונים של 2007 היו השקעות בתחום זה בהיקף של 400 מיליון דולר ברחבי העולם. זה הרבה מאד. ההשקעות היו מסוג פרייבט אקזיט בתשתיות, אבל גם בהרבה חברות המפתחות יישומים לצרכן הסופי. בתקופה זו היו גם 30 עסקאות של מיוזגים ורכישות. חלק מהעסקאות הללו יכולות ללמד אותנו על נטיית השוק: מיקרוסופט קנתה את סקרינטוניק AOL קנתה את Third Screen Media, הפועלת בתחום הפרסום למובייל. שתי

המפעילים לא ישלטו לעד

שוהם ופולק טוענים שאין מתכוון למודל מנצח. צריך להיות קשוב לשוק ולנסות להעריך מה יהיה המודל הטוב ביותר. שוהם אומר שברור לכך לם שהעסקים בעולם הסלולר לא יכולים להמשיך כרגיל: "פוטנציאל החזירה של המפעילים בתחום זה מוצה והם חייבים למצוא פתרונות אחרים כדי לייצר הכנסות חדשות. יש שיטוענים שתחום הקונברג'נס (Convergence), כלומר טכנולוגיה שתשלב בין מכשירים וטכנולוגיות שונות כך שעבור המש"תמש הם יהיו שקופים, יהיה הדבר הבא. המשתמשים נחוצים מוכנים לשלם על שירותי הקול והמידע וברור שמפעילי הסלולר צריכים להגיע לשוקים נוספים. בין אם הפתרונות שלהם יהיו חדשניים טכנולוגית או עסקית, או בשילוב של השניים".

החברות הנרכשות הן אירופיות - האחת בתחום התשתיות והשנייה בתחום הפרסום. שני התחומים הללו מאור מעניינים.

"יש הטוענים שהקונברג'נס (איחוד שירותי תקשורת תחת תשתית אחת), יהיה הדבר הבא. המשתמשים נחוצים מוכנים לשלם על שירותי הקול והמידע וברור שמפעילי הסלולר צריכים להגיע לעוד שווקים, בין אם הפתרונות שלהם יהיו חדשניים טכנולוגית, עסקית, או בשילוב של השניים"

של קבלת תכנים בכל מכשיר בצורה רציפה. לכן יש את הצורך של טכנולוגיה שתוכל לשלב בין האינטרנט, המובייל והטלפניה".

● **מה המשמעות של זה?**
שוהם: "מיקרוסופט ו-AOL מצביעות בדגלים ונכנסות לעולם התקשורת הניידת כדי לעמוד מול המפעילים. אולי אפשר להשוות את זה לעולם האינטרנט - בהתחלה ספקי האינטרנט ניסו להקים חברות תוכן ולשלט בלקוח באמצעות התשתיות והתוכן, אבל בסופו של דבר זה לא עבד. ASP לא מחייבים אותנו לשירותים מסויימים ומפעילי הסלולר כן. הם עדיין שולטים במשתמשים. הם אלה שולטים במכשירים, וזה לא תמיד ימשך להיות ככה. זה עולם מעניין. כי יש הרבה תחומים שעדיין לא נוצלו. תחום הפרסום למשל, שלא ברור כיצד יעבור ומה בדיוק המשתמשים יסכימו לסבול".

● **מה התפקיד שלם במשקיעים בחברות בשלבים המוקדמים?**
פולק: "אני באופן כללי מאמין שקרן הון סיכון צריכה לנסות לחוות את השוק ולבצע השקעות מוצלחות. אני חושב שיש לנו כבר ניסיון והצלחות בתחום. יש גם כמה אופנות חדשות. מילת הבא

החדשה שעוד לא הגיעו לארץ היא ה-D2C (Direct2Consumer) שעיקרה העמקת הקשר עם המשתמשים. הספקים יעשו הרבה כדי להמשיך לשלוט בצרכנים. הם משיקים שירותים חדשים, כמו וורפון למשל שהשיקה שירות של SMS קולי. יש לזה הצלחה עצומה, בעיקר במצרים. מפעילים גדולים אחרים מצייעים יישומי SMS שונים על מנת להמשיך ולשלוט בלקוח, כדי ליצור מקורות הכנסה חדשים".

● **מה המשמעות של כל זה להקמת חברות חדשות, מימון ופוטנציאל ההצלחה שלהן?**
שוהם: "המשמעות היא שיש פוטנציאל להקים חברות שיציעו טכנולוגיה או שירותים. תחום הפרסום הסלולרי הוא אולי הלוהט ביותר, כי ברור שזה יקרה בצורה כזו או אחרת. יש כבר מעט חברות ישראליות בתחום, כמו אמובי. בנוסף לפרסום, יש את השילוב בין התחומים, כמו שהזכרנו קודם לכן".

פולק: "בתחום הפרסום יש הסתכלות של איך המש"תמשים יתנהגו ועל מה הם יהיו מוכנים לשלם בעולם של IPTV. יש מקום לגולג של עולם המובייל. חברה שתגדיר ותוביל אותו".

שוהם: "יש מקום לחברות שיפתחו טכנולוגיה שתאפשר את היישומים החדשים או את הפרסום החכם למכשירי כף היר".

● **חברות ישראליות יכולות למלא את הצורך הזה?**
פולק: "דיסקרט'קס עושה את זה למשל. השוק הישראלי בהחלט הצליח יותר בטכנולוגיה מאשר בעולם

התוכן. אני לא חושב שצריכים להתמקד בטכנולוגיה שמוכרת לספקים. ייתכן שיש אפשרות למכור טכנולוגיה לסוכנויות הפרסום למשל. לא כל טכנולוגיה נמכרת אוטומטית לאופרטורים".

שוהם: "ניתן יהיה למכור טכנולוגיה שתאפשר יצירה של תלפונים ומכשירי תקשורת, שיאפשרו תקשורת נוחה בין כל המכשירים האחרים, למשל שהמצ"למה תרכב עם המרפסת כתצורה סלולרית. המכירה למפעילים הסלולריים היא הקשה ביותר ואני מסכים שלא רחוק צריך להתמקד בהם".

● **אתם חושבים שהיוזמים הישראליים צריכים להתמקד במה שהם טובים בו - טכנולוגיה מורכבת?**
שוהם: "בעבר באמת היוזמים הישראליים היו חזקים בפיתוח מערכות טכנולוגיות כבדות. מצד שני, אם סיסטמס היא חברה שפנתה ישירות למשתמש הסופי, אני חושב שהיוזמים הישראליים יכולים להעזי יותר".

● **מה יש לשוק הישראלי להציע בתחום כיום?**
שוהם: "החברות שאנחנו רואים הן בעיקר בתחום הציפים: סיאנו עשושה ויריא במובייל, צ'יפים ל-WiMax וחברות מוליכים למחצה. התחום מאוד פורה. בנוסף, אנחנו רואים גם חברות שמעושות בתחום התר"כן והשירותים".

פולק אומר שלאחרונה שוטף את התחום גל של פורשי קומברס למיניהם שבאים עם רעיונות, אולם הוא מציין כי "הם באים עם קיבעון של רצון למכור מוצרים למפעילי הסלולר. אנחנו מאמינים שהגיע הזמן להסתכל על הדברים קצת אחרת".

לדברי שוהם, העתיד יהיה מעניין מאוד: "עברנו את הרור השלישי, שילוב בין המכשירים והחברות שמפתחות את הרור הרביעי, שעדיין אין לו תקן. קוראים לזה LTE (Long term evolution). אלה פיתוחים שמסתמכים על השימוש בתכני וידיאו. כלי תוכן מסיבי לא יהיה צורך בכל אלה. האת"גר הגדול הוא למצוא את המודל הנכון לשימוש - זה שלא ידרוש מהמשתמש לשלם מאות דול"רים כל חודש ומצד שני יאפשר לו עדיין ליהנות מהתוכן. התשובה המתבקשת היא פרסום. זה האת"גר הגדול".

ועידת התקשורת והאינטרנט
19.6.2007