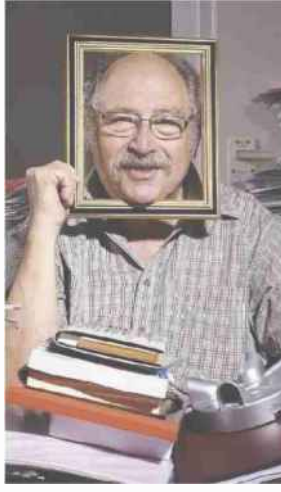


25.48x30.47	31	עמוד 22	הארץ - THE MARKER	26/12/2010	25444703-9
המרכז הבינתחומי הרצליה מרכז בינתחומי הרצליה מכלל - 84260					

22
 הייטק ותקשורת
 יוסי ורדי: השינוי
 העתידי הגדול ביותר
 יהיה בתחום הטלוויזיה

"השינוי העתידי הגדול ביותר יתרחש בטלוויזיה"



המופיע של יוסי ורדי
 גורו האינטרנט:
 אם ערוץ 2 ייעלם, זה
 לא יעניין אף אחד

האינטרנט הוא כמו צונאמי שהורס תעשיות שלמות, לצעירים לא איכפת מפרטיות ברשת ואפליקציות חברתיות בטלוויזיה הן הדבר הבא • יוסי ורדי, המשקיע שעשה יותר אקזיטים מכל ישראלי אחר, פרש את משנתו במועדון הכלכלי של המרכז הבינתחומי וטען: "הדרישות של קרנות הון סיכון מיזמים מטופשות. מספיק לי לראות שמדובר בבחור מוכשר"

הייטק 22

מחשב ולהתחבר מכל מקום, בלי צורך ברישיון. התופעה הזאת יצרה דמוקרטיזציה יוצאת מהכלל, זו פרדציה של מאות מיליוני אנשים שנותנים ומקבלים שירות".

ורדי טוען כי מי שיודע להתלבש על הרשת ולספוג אותה זה הצעירים. "הם שינו את כללי המשחק וקבעו מה עושים עם המכשיר הזה. כל היצרנים הגדולים וחברות הענק רצים אחרי הצעירים האלה. אם בעבר קבעו את האג'נדה 15 רמטכ"לים בעולם ששלטו על תקציבי המחקר והפיתוח, כיום שולטים בהם צעירים. הם הגדירו מחדש את הצרכים שלהם כדי לקבל מוסיקה, למשל. כך נוצרה באינטרנט מערכת שמאפשרת להשתמש בפיתוחים קיימים כדי ליצור מוצרים חדשים".

"כיום הכניסה לחדשנות היא קלה מאוד. במודלים שהכרנו כשהיינו צעירים אם היה לך רעיון טוב, היית צריך להציג אותו לממונה עליך והוא היה צריך להתלהב וללכת לממונה עליו. כיום הכל הרבה יותר מהיר. גוגל נותנת לעובדים שלה לעשות מה שהם רוצים ב-20% מהזמן שלהם, ואם יש להם תוצאה טובה הם צריכים להציג אותה".

לדברי ורדי, העובדה שחסמי השוק נהיו נמוכים יוצרת הרבה מאוד מתחרים ורק מעטים מצליחים באמת להרוויח. "קל מאוד לעשות אפליקציה פשוטה מהבית בעלות של 10-20 אלף דולר, ויש כבר 250 אלף אפליקציות", הוא אומר. "הזנב הארוך (תאוריה שלפיה ההצלחה של חלק מחברות האינטרנט נובעת ממכירת מוצרים רבים בעלי פופולריות נמוכה) עובר מצוין בשביל אפל אבל לא

לנסות להסביר למה פרח יפה יותר מצרור מפתחות למשל. הרכב המקסים הוא שאנחנו לא יודעים למה מוצר עושה רטט בלב ואחר לא. אם יש אלגוריתם להצלחה זה מאבד את הקסם.

"ב-25 בדצמבר 1878 יצאו עשרות רכבות שעליהן 25 אלף איש למנוע פארק, כפר המרוחק 30 ק"מ מניו יורק. למה? כי אדיסון ביצע שם את ההרגמה הראשונה לציבור של הנורה החשמלית, אז זה היה קסם שמשך המונים, אבל כיום הקסם כבר עבר ואף אחד לא מתרגש מנורה דולקת. היכולת להתחבר ללב של המשתמש היא הגאונות - סטיבן ספילברג יודע לעשות את זה בסרטים, סטיב ג'ובס באלקטרוניקה והחיפושיות במוסיקה. יש אנשים שאלוהים נגע להם בכתף. גם בתחום האינטרנט יש יחירי סגולה".

אי אפשר לעצור את האינטרנט

לסענת ורדי, להצלחת האינטרנט יש כמה סיבות. אחת העיקריות שבהן היא הפרוטוקול הגאוני שלו שמאפשר העברת נתונים בלי קשר לסוגם - קול, וידאו, טקסט - ובלי קשר לאופן העברתם - קווי נחושת, אלחוט, ביוב, מים וקוי חשמל. "זה יצר מצב שבו האינטרנט מתפשט כמו יבלית מבלי שניתן לעצור אותו. זה פרוטוקול כל כך גאוני שהוא יכול לעמוד אפילו בפני תקיפה גרעינית", אומר ורדי. "כשהקימו אותו לא רצו שיהיה חדר בקרה מרכזי או שליטה אחת (מלבד מנגנון קביעת השמות של האתרים) ולכן כל אחד יכול לבוא עם

את עצמן. אתה רואה שם אנשים עם חליפות וסטטוסים כמו בחברות המדיה הישנות, וכך בא עדר חדש של אנשים צעירים שעושים את זה מהר וטוב יותר. האינטרנט הוא כמו עוגת שכבות: יש חברות שצמחו בשנות ה-90, יש כאלה של שנות ה-2000 ויש את החברות המצליחות של השנים האחרונות - לכל אחת יש דגא. משלה".

לא ידעתי מה זה ICQ - אבל זה עבד

ורדי סיפר שבשנות ה-90 מצא את עצמו מושקע בחברת ICQ, מבלי שהיה לו מושג מה התוכנה עושה (ICQ שהובלה על ידי ארבעה יזמים ובהם גם בנו של ורדי, אריק, נמכרה ל-AOL תמורת 407 מיליון דולר). "אבל בחיים צריך מזל, ולי תמיד יצא להיות במקום הנכון בזמן הנכון. ICQ היתה אחת מהאפליקציות החברתיות הראשונות. היו לנו קבוצות שנוצרו באתר, 800 מיליון מסרים ו-20 מיליון דפים נצפים ביום. כל יום 100 אלף משתמשים חדשים הורידו את התוכנה - כך שהבנו שזה מושך. "הקדשתי את הימים שלי כדי להבין מה 100 אלף איש מורידים ביום. כך יצאתי למסע אינטלקטואלי רחב היקף, קניתי 200 ספרים והכנת לי 400 שקפי מצגות. אבל התברר לי שאם אתה מבין את העניין לא צריך 400 שקפים. הבנתי שלנסות להסביר למה זה עובד זה כמו

מאת רותם שטרקמן

« השילוב של בדיחות, ידע וניסיון הפכו זה מכבר את יוסי ורדי לאחד האנשים המרתקים ביותר במגזר העסקי ולמראה מבוקש בכל העולם. הופעתו החדשה במרכז הבינתחומי בהרצליה בפני פורום המנהלים של היחידה להכשרת מנהלים גררה ציחוקים ומחייאות כפיים. ואולם, ורדי הוא לא רק מרצה מצוין אלא גם משקיע ומזמחה לתעשיית האינטרנט שבדאי להאזין לתובנות שלו בנוגע להתפתחות הענף בשנים הקרובות. "האינטרנט הוא כמו צונאמי, הוא עובר על תעשיות שלמות והורס אותן. כך, למשל, נהרסה תעשיית המוזיקה וכך עיתונים נסגרים", אומר ורדי. "חלק מאותן תעשיות הרוטות נבנות מחדש בדרך אחרת. אחת ההפרעות הכי גדולות היתה שעדר שלם של חברות צעירות באו והרגו את התעשייה הישנה וצמחו על חשבונן. "החברות המובילות כיום, AOL, גוגל, אייביי, פייסבוק, אמזון, יאהו - נהפכו לחברות ענק ואף אחת מחברות המדיה הישנות לא נהפכה לגדולה. למה? כי בחברות החדשות אנשים באו עם רעיונות ואמרו להם, 'רוצו' ואילו בישנות עבדו עם מערכות שסירסו את החדשנות. "כיום גם החברות הגדולות של האינטרנט, שצמחו לפני עשור ויותר, כבר משמידות

"מסוף 2008 עד היום היה לי רק אקזיט אחד גדול. אבל אני ממשיך להשקיע כי אני יודע שחלון ההזדמנויות הזה ייפתח שוב. אני נפגש בחודש עם 15 מבקרים מחו"ל, הם באים ורוצים לראות מה יש לקנות"

26.68x27.01	32	עמוד 22	הארץ - THE MARKER	26/12/2010	25444729-7
המרכז הבינתחומי הרצליה מרכז בינתחומי הרצליה מכלל - 84260					

האקזיטים של ורדי במיליוני דולרים

תאריך	היקף האקזיט	הרוכשת	החברה שבה השקיע
יוני 1998	407	AOL	מיראבליס
אוקטובר 2004	11	הנפקה	Answers Corp
אוגוסט 2005	לא ידוע	הנפקה	Tucows
דצמבר 2005	73.5*	הנפקה	סקופוס
ספטמבר 2006	120	Microsoft	Gteko
דצמבר 2006	לא ידוע	סיסקו	Tivella
פברואר 2007	לא ידוע	אודיוקודס	CTI2
מאי 2007	38	Sierra Wireless	AirLink
פברואר 2008	30	Yahoo	FoxyTunes
מאי 2008	20	IAC	StarNet Interactive

*נרכשה מאוחר יותר על ידי הרמוניק ב-86 מיליון דולר מקור: IVC-ONLINE ויטי ורדי



יוסי ורדי: "אם ערוץ 2 ייעלם, זה לא יעניין אף אחד, כי יהיו מלא ערוצים חדשים. על האפר תמיד צומחים פרחים רעננים"

הרבה תוכן שמיוצר כמו יוטיוב. נוכל לבחור בטלוויזיה בין כבלים ליוטיוב, יהיו שתי מערכות. כל זה יפתח הרבה מאוד אופציות לשימושים חדשים. "ישבתי עם ג'ף צוקר, היו"ר הכלי-יכול של רשת NBC, והוא אמר לי 'אנחנו הופכים רולרים אנלוגיים לסנטים דיגיטליים'. אמרתי לו שאף אחד חוץ ממך לא שם על הבעיות שלך, ואם תעלם אף אחד לא יבכה על זה. גם אם ערוץ 2 ייעלם מהעולם זה לא יזיז לאף אחד, כי יהיו מלא ערוצים חדשים. יהיו תמורות, אבל על האפר צומחים פרחים חדשים ורעננים".

מה לגבי הפרת פטנטים?
"הפרת פטנטים היא שיטה של החברות הגדולות להתעמר בקטנות, כי לקטנות אין דרך להגן על עצמם. יש לי פטנטים בהרבה חברות, אז מה? יש לי 3 מיליון דולר לתבוע? צריך למכור אשליה שפטנטים שווים משהו, אבל בן אדם קטן לא יכול לעשות כלום עם פטנט. נניח שמישהו היה תובע אותנו ב-ICQ אפילו על פטנט שלא קיים. הוא היה גומר אותנו, לכן מכרנו".

ויהיה לזה שלט זה יהיה טלוויזיה - כל האפליקציות שראיתם עד כה יהיו בטלוויזיה. אתם תראו הרבה מאוד אפליקציות חברתיות. כשתצפו במשחק של מכבי, למשל, תוכלו לרבר עם החברים שלכם ולראות אותם. הטלוויזיה היא השינוי העתידי הגדול ביותר".

ורדי נשאל בהרצאה על בעיית זכויות היוצרים, שכן יצרני מוסיקה קרסו ואולפני טלוויזיה וסרטים משקיעים סכומים אדירים בתוכן (פרק בסדרה החדשה של סטיבן שפילברג "פסיפיק" עולה 20 מיליון דולר). השאלה היא איך הם ירוויחו מהתוכן אם כל אחד יכול להוריד אותו למחשב דקה אחרי שיצא ובלי פרסומות. "ברור שהמרוויחים הגדולים הם יצרני הפלטפורמות - גוגל מרוויחה פי 100 מאתר תוכן שאותו מחפש הגולש. מתוך הכנסות של 24 מיליארד דולר, גוגל משלמת ליצרני התוכן 5 מיליארד דולר. הרווחיות שלהם גדולה כמו הרווחיות בענף הבשמים. פייסבוק זו גם פלטפורמה.

"תמיד יהיו כאלה שלא יגנבו ותמיד יהיה את הכבלים שאנשים ישלמו עליהם מנוי כי הם ירצו תוכניות בלי כל הזבל ועם לוח זמנים שיפורסם בעיתון. יהיו הרבה גניבות וכבר זה גם

מצלמת וידאו קנו חפיסה של 48 קונדומים של דורקס?".

אף אחד לא יבכה אם תיעלם

ורדי צופה כי הטרנדרים הבאים יהיו המעבר לסלולרי ולטלוויזיה. "כיום רק 20% מהתעבורה ברשת זה בסלולר ו-80% במחשבים - בעוד שנה זה יהיה הפוך. לא מזמן אסף נשיא דויטשה טלקום 60 בכירים לכנס בכרלין. היו שם 57 נשיאים של כל החברות הגדולות בתעשיית הטלקום והסלולר ועוד שלושה מתעשיית האינטרנט, ובהם אני. הם כל הזמן שאלו אותנו מה אנחנו יודעים שהם לא ואיך אנחנו מייצרים באינטרנט כל כך הרבה מוצרים וכל כך מהר. "הדבר השלישי שיהיה הכי מעניין בשלוש השנים הקרובות זה הטלוויזיה. הטלוויזיה כמו שהכרתם אותה ב-50 השנה האחרונות עומדת לשנות את פניה בצורה דרמטית. ברגע שהאיפר יהיה בגודל 40 אינץ'

לו פרטי, הם אוהבים לחלוק עם החברים שלהם. למה הם שמים דיאודורנט אקס? כי הוא משווק בהקשר של סקס. הם Hormonally Challenged Community (קהילה מאותגרת הורמונלית). לכן, הם כותבים בלוגים ושמים תמונות ורוצים שידעו עליהם הכל. "זה אמנם דור הפייסבוק אבל עכשיו גדלים כבר דורות חדשים שעושים את פייסבוק יותר ספציפי. תעשיית המשחקים השתנתה גם, זה כבר לא משחקי מזכירות משועממות. כיום לכל התעשיות הגדולות יש אלמנטים חברתיים שרצים על פייסבוק. חברות כמו זינגה פלייפיש צצו משום מקום. השיווק שלהם רץ על גבי רשתות חברתיות: הם יודעים כמה לתת בחינם, ובאיוה שלב לדרוש תשלום. הם חוקרים את זה מדעית וסטטיסטית ויודעים לעשות את העבודה".

לטענת ורדי, "המגמה בתחום הזה היא לשכת על רשת חברתית ולנצל את המשתמשים שישווקו אותך. באינטרנט יש המון זבל ויש תעשייה שלמה של איך לברור את המוצר מהתבן. הכל מתבסס על חוות דעת, רייטינג וסטטיסטיקות של מה קנה עוד מי שקנה מוצר כלשהו. אתם יודעים, ש-9% מאלה שקנו

בהמשך ההרצאה הסביר ורדי כי לחברות גדולות קשה להיות חדשניות. "אני מנסה לבוא עם פתרונות לפני שהבעיות מוגדרות, ואני מחכה שהחברות הגדולות יחפשו לקנות את הפתרונות שפיתחו החברות הקטנות. ב-2006-2008 מכרתי שבע חברות - למיקרוסופט, סיסקו, יאהו, אודיוקודס ועוד שתי חברות שהלכו להנפקות. למה דווקא אז? כי פתאום כל הגדולות התעוררו. ואז זה נגמר. מסוף 2008 עד היום היה לי רק אקזיט אחד מדולדל. אבל אני ממשיך להשקיע כי אני יודע שהחלון הזה ייפתח שוב. אני נפגש בחודש עם 15 מבקרים מחו"ל, הם באים ורוצים לראות מה יש לקנות.

"צריך להבין שהחדשנות נמצאת אצל הנוער - החדשנים הם אנשים בגיל 18-22. מארק צוקרברג התחיל את פייסבוק כשעוד היה אסור לו לשתות אלכוהול. גיל 30 זה מבוגר ו-40 זה קשיש - הם בונים דברים שמעניינים אותם ולא מה שמעניין אותנו. בהופעה באחד מבתי הספר שאל אותי מישהו, מה היה האימיל שלי בתיכון. מעולם לא הרגשתי יותר זקן".

מה מעניין את הצעירים?
"כל מה שאתם קוראים



"היכולת להתחרו ללב של המשתמש היא הגאונות. סטיבן ספילברג יודע לעשות את זה בסרטים וסטיב ג'ובס באלקטרוניקה. גם בתחום האינטרנט יש אנשים שאלוהים נגע להם בכתף"