

כבר שם, אמרה בר-דוד. "אם פעם החוויה הייתה של תשלום, כיום היא של קנייה. הצרכן רוצה כלים חדשים, חוויה עשירה, טכנולוגיה ואבטחה. כמו כן, חברות כרטיסי האשראי יכולות באמצעות הסלולר להציע ללקוחות הצעות ממוקדות ולהיכנס למקומות שהן לא היו בהם בעבר: אוטובוסים, מוניות ועוד שווקים שבהם הלקוחות שילמו רק במזומן".

לדבריה, "אני עוד לא ממליצה לצאת מהבית בלי כרטיס אשראי. הצרכן אמנם רוצה לשלם באמצעים חכמים ויש לו את המכשירים המתאימים, אבל הוא עדיין משלם באמצעות הכרטיס המוכר, כי רבים מבתי העסק יושבים על הגדר ולא מצטרפים לתחום".

בר-דוד סיכמה באומרה, כי "2014 תהיה שנת השינוי בעולם התשלומים. השנה צפו פתרונות אפליקטיביים או באמצעות טכנולוגיית NFC. בעתיד הקרוב נראה הרבה יותר ענפים שבהם אפשר לשלם באמצעות פתרונות סולרניים, הרבה יותר נקודות מכירה שיעברו לשם והרבה יותר לקוחות שיהיו מוכנים לאמץ את הפתרון ולהשתמש בו ברמה היומיומית".

"מטבעות וירטואליים קודמים נכשלו כי היו ריכוזיים"

"ניסיונות קודמים למטבעות וירטואליים היו ריכוזיים, ולכן הם לא הצליחו. זה לא המקרה של ביטקוין. הקהילה של המטבע הזה בנויה משלל ישויות, אוסף של אנשים שכל אחד מהם רשאי לעשות מה שטוב לו", כך אמר **רון גרוס**, מייסדי ארגון הביטקוין הישראלי ומנכ"ל Bitblu.

בדבריו הדגים גרוס את דרך השימוש במטבע. "הלקוח בוחר ארנק אלקטרוני שניתן להתקין באמצעותו ביטקוין, ויכול להתקין אותו על הדסקטופ, המובייל או הווב. יש ארנקי ביטקוין שלא דורשים הורדת תוכנה. או אז, הלקוח יוצר כתובת ביטקוין. אגב, הלקוח לא חייב לשלם בעצמו - הוא יכול לתת את הכתובת למישהו אחר שישלם עבורו". הוא הדגיש כי פעולה כמו זו לא מעניקה לאותו אדם גישה לחשבון, אלא רק אפשרות לשלם, אמר.

"שווי שוק הביטקוין הוא 2.5 מיליארד דולרים והוא מצוי בעלייה", ציין גרוס. בינתיים הוא כבר עלה לארבעה מיליארד. "השוק הזה צובר יותר ויותר משתמשים ברחבי העולם". הוא הוסיף כי ארגונים רבים תומכים בביטקוין כאמצעי לקבל תרומות, כולל כאלה שקשה להעביר אליהם כסף בצורות מסורתיות, כמו ויקיליקס, ועסקים רבים אימצו אותו, בהם וורדפרס, בלומברג וחברה בת של בידו - מנוע החיפוש הסיני הנפוץ.

"יש אנשים שחושבים שאין לביטקוין ערך, כי אין משהו מאחוריו, כי הוא וירטואלי", לדברי גרוס. "זה לא נכון. הרבה אנשים לא מבינים שגם למטבעות רגילים אין משהו מאחוריהם. השקל מגובה על ידי קהילת אנשים שעובדים עם שקלים, כנ"ל הדולר. כך גם ביטקוין. הקהילה היא שנותנת למטבע את הערך".

הוא טען שביטקוין טוב יותר מהמטבעות הקיימים, כי "אין צורך בצד שלישי, קל לשלוח ולקבל כסף, כמעט שאין עמלות, יש כמות מוגבלת של ביטקוונים - 21 מיליון, אינטרסנטים לא יכולים להנפיק עוד המטבע, וכתוצאה מכך לדלל את השווי שלו, אין החזר תשלומים והוא בינלאומי ופסאודו-אנונימי".

"העובדה שאין החזרים היא אמנם לטובת המוכר ובמידה מסוימת נגד הלקוח", ציין גרוס. "עם זאת, אם החברה אמינה, אין לה סיבה 'לדפוק' את הלקוח. בעתיד יהיו מנגנונים נוספים שייבנו על גבי ביטקוין, שיאפשרו

חנייה נדרשת אפליקציית מובייל אחת ולצורך העברת כספים בין אנשים נדרשת אפליקציית מובייל אחרת. בכל אחת מהן נדרש תהליך של רישום וניהול הכספים שבסופו של דבר, גורם לחוסר שימוש של הלקוחות".

עם זאת, לדברי אלטר, "אין ספק שההחלטה העקרונית שקיבלה הממשלה לצמצם את השימוש במזומן במערך התשלומים של ישראל, במטרה להילחם בהון השחור, וכניסתן של חברות הסלולר לתחום התשלומים האלקטרוניים עשויים לעזור בקידום הנושא בשנה הקרובה". כמו כן, הוסיף, "למרות הקשיים, אין ספק שמודל רווחים שייחנו ממנו כל הצדדים ואפליקציית ארנק סולרית אחת, שתאפשר למשתמש לבצע באמצעותה את כל צרכיו, הם הפתרון לכניסת ארנק זה לשימוש המוני".

מה המודל העסקי של האפליקציה

"סוגיה דומה נוגעת לכלל מפתחי האפליקציות הסולריות: מהו המודל העסקי של אפליקציה סולרית שיגרום למפתחיה להתעשר?", הוסיף.

"המודלים העסקיים הקיימים הם תשלום חד פעמי עבור הורדת האפליקציה, תשלום חודשי בגין השימוש בה, צפייה בפרסומות תוך כדי השימוש בה, מודל ה-Freemium, שמאפשר פונקציונליות בסיסית, ללא עלות ובלי תשלום על פונקציונליות נוספת, הבאת מספיק משתמשים ומכירת המערכת לשחקן גדול".

"בדומה לאפליקציות מובייל, מודלים עסקיים אלה משמשים פתרון גם בעולם התשלומים בסלולר. המוביל ביניהם הוא מודל ה-Freemium, שהצלחתו תלויה בכך שהמוצר החינמי יהיה מועיל ויענה על צורך בסיסי, יהיה קל לשימוש ו-ויראלי, ויגרום למשתמשים לרצות להמשיך להשתמש בו כל הזמן. בד בבד, הוא חייב להיות מוגבל דווקא ביכולות שעליהם הלקוחות יהיו מוכנים לשלם", אמר אלטר.

הוא סיכם באומרו, כי "אפליקציית ארנק סולרית תצליח אם התשלום שלקוח הקצה יידרש לשלם יהיה זניח, המוכרים לא ישלמו יותר משהם משלמים כיום לחברות האשראי וההכנסות יגיעו משירותי ערך מוסף, דוגמת מכירת קופונים ופרסום באמצעות Push Notifications".

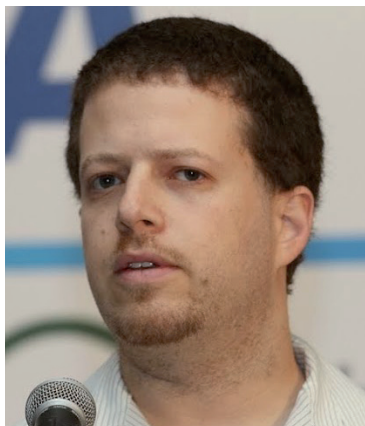
הישראלים משתמשים באפליקציות 80 דקות ביום

לינך בר-דוד, סמנכ"לית פיתוח עסקי ואסטרטגיה בלאומי קארד, ציינה כמה נתונים באשר לשימוש של הצרכן הישראלי בסמארטפונים ובטאבלטים: "הלקוח בארץ מוביל במכירות של המכשירים החכמים. משתמש ישראלי ממוצע מחזיק על המסך שלו 32 אפליקציות - מקום שני בעולם. הוא משתמש באפליקציות במשך 80 דקות ביום - מקום ראשון בעולם. בנוסף, באופן מפתיע, 63% מאיתנו משלמים באמצעות הטלפון החכם".

"יש בישראל לא מעט פתרונות תשלום במכשירים סולרניים, אולם הם מצומצמים לוורטיקל שבו הם פועלים, למשל פאנגו, גט טקסי או קאפס בעולם הקפה", ציינה. "לאומי קארד השיקה את העולם הדיגיטלי שלה בדצמבר והוא כבר מונה יותר מרבע מיליון משתמשים. הייחודיות שלנו היא בכך שאנחנו לא נותנים פתרון לוורטיקל אחד בלבד אלא מאפשרים, בין היתר, העברות כספים, הזמנת מוניות, ניהול התקציב באשראי ושליטה בהוצאות. המדבקה הסולרית מתחברת לארנק הדיגיטלי ונותנת ללקוח אפשרות לשלם במגוון רשתות בארץ ובעולם". "חברות כרטיסי האשראי נכנסות לתחום התשלומים בסלולר כי הצרכן



לינך בר-דוד



רון גרוס