

# השמים הם הגבול (ברשת החברתית)

הילה קורן, Wiscom: "הרשתות החברתיות מאפשרות זינוק כלכלי, אבל גם לאבד עבודה ב-10 דקות" ♦ בעולם משתנה, שבו כל אחד יכול להיות ברגע אחד אף אחד, חשוב לדעת לשמר את הידע של ההמון תוך ידיעה שהוא מורכב מפריטים אשר זהותם משתנה בכל רגע ♦ איתמר גליל, מנהל פרויקט הרכבת בצפון: "הבעיות של כל מנהלי הפרויקטים זהות - מכריית מנהרה ועד IO"

## יוסי הטוני < צילום: קובי קנטור

ציינה קורן את האוניברסיטה המקוננת קורסארה, מיזם המשותף ל-33 אוניברסיטאות, במסגרתו לומדים יותר מ-2 מיליון סטודנטים. קורן המשילה את ההבדל בו העולם התנהג עד שנת 2000 ולאחריו, להבדל בין המבנה של קתדרלה, לעומת בזאר, שוק פתוח. אם, אמרה, בעבר, "הקדתרלה הייתה מבנה ריכוזי, היררכי, המתקשר באמצעות מונולוג ובו חוקים שאיננו יודעים עד הסוף, כשלחוקים עצמם קודים. כי אז, בבזאר יש בלגן, גמישות, פתיחות, שילוב של מגוון דעות ותקשורת מבוססת דיאלוג, וכל אחד עושה בו את מה שמתאים לו".



הילה קורן

לדבריה של קורן: "ארגונים נדרשים לביצוע שינויים מבניים באופן בו הם פועלים, מכמה סיבות: קצב שינויים גבוה, מגוון וריבוי טכנולוגיות מתקדמות, ריבוי מתחרים ולקוחות; משאבים מוגבלים של זמן וכסף; צורך תמידי בצמיחה ובשינוי; נגישות, חשיפה והצפת מידע; שילוב דור Y בארגון". לכן, ארגונים נדרשים לחדשנות, כי זו תביא להם יותר ערך מאשר ביצוע של מיזוגים ורכישות. לחדשנות שתוטמע בארגון יש יותר סיכוי להצלחה, יהיה שינוי במוצר, בשירות, או במודל העסקי".

### תחום החדשנות עבר שינוי

על פי קורן: "תחום החדשנות עבר שינוי בשנים האחרונות. עברו הימים

אנו חיים בתקופה בה מי שיודע להתנהל ברשת חברתית - הכל אפשרי עבורו. כך, יש מי שב-14 החלפות באתר הדרושים קרייגליסט

הגיע מבעלות על מהדק לבעלות על בית, אבל מנגד, יש מי שבשל ציוץ מיותר בטוויטר, איבדה את מקום עבודתה תוך דקות". כך אמרה **הילה קורן**, מייסדת Wiscom ומומחית לחוכמת ההמונים.

קורן הייתה דוברת המפתח במליאה המרכזית של הכנס השנתי, ה-18 במספר, של PMI, העמותה לניהול פרויקטים בישראל. הכנס, בהפקת אנשים ומחשבים, התקיים במלון דיוויד אינטרקונטיננטל בתל אביב, בהשתתפות יותר מאלף מקצוענים בתחום. את המליאה המרכזית הנחה **פלי הנמר**, יזם ומנהיג אנשים ומחשבים.

Wiscom היא חברת ייעוץ המתמחה באינטליגנציה קולקטיבית ותהליכי שיתוף. החברה מלווה ארגונים בבניית סביבה תומכת חדשנות בעולם ה-Web 2.0. קורן הגיעה ארצה לכנס כמה שעות לאחר כנס בנושא "אינטליגנציה קולקטיבית" באוניברסיטת MIT בארה"ב, שם היא ואנשי צוותה הציגו מודל לניהול תהליך העלאת רעיונות בארגונים.

"לרשתות החברתיות יש צד נוסף, שלילי", אמרה קורן והחלה לתאר את המקרה של ג'אסטין סאקו, מנהלת תקשורת בכירה

בחברת IAC. בדצמבר האחרון היא טסה לדרום אפריקה, ובטרם הטיסה צייצה: "נוסעת לאפריקה, מקווה שלא אדבק באיידס. סתם צוחקת - אני לבנה!" במהלך הטיסה צמח חשבון הטוויטר של סאקו במהירות - מ-400 עוקבים ל-6,000 עד 8,000, ואפילו נוצר האשטאג:

#HasJustineLandedYet (האם ג'סטין נחתה) אך עם נחיתתה, היא פוטרה. הרשתות החברתיות, אמרה קורן, "מוסיפות מימד למי שאנחנו, אולם עלינו לזכור זאת בהתבטאויותנו". וגם את המימד הזה מסתבר שניתן להפוך לכוח שיווקי. אחת הדוגמאות היא אתר Klout, הנותן ציון על פעילות גולשים ברשתות החברתיות ומשכלל את הציונים הללו למדד שניתן להשוות אותו בין בתי עסק ( כמו בתי מלון) אשר יעדיפו לספק שירותים לבעלי הציון הגבוהה משום שכוחם השיווקי עבור המלון גדול יותר.

בין השאר, ציינה קורן את אתר Kickstarter, העוסק בגיוס מימון פרויקטים במיקור המונים. האתר הוקם ב-2009 ומאז כ-107 אלף פרויקטים מומנו באמצעותו בסכום כולל של 117 מיליון דולר, עם 44% הצלחה. בצד זה