

15.89x25.95	1	19	עמוד	גלובס - כותרת	10/08/2011	28386505-7
גרסטר חברת מחקר וייעוץ - 105079						

"עלולות להיות יותר מדי רשתות חברתיות, ולמשתמשים לא יהיה אכפת מכולן"

מייקל גרטנברג, אנליסט בכיר בתחום הרשתות החברתיות והניידות בגרטנר, בראיון ל"גלובס": "לא נראה איום על האיפד של אפל בחודשים הקרובים. אולי בשנים הבאות"



מייקל גרטנברג. "שנת הרשתות החברתיות הניידות" (צילום: עינת לברון)

חאת רושי גולדנברג

"קשה לי להאמין שיהיו עוד חברות שיצליחו כמייספייס או כפייסבוק. יהיה קשה לשחקנים נוספים להיכנס לשוק ולייצר תחרות משמעותית" – כך אמר מייקל גרטנברג, אנליסט בכיר בתחום הרשתות החברתיות והניידות בחברת גרטנר, כשביקר בישראל בפברואר 2008, בעת שכהן כסגן נשיא בחברת המחקר ג'ופיטר.

גרטנברג לא היה היחיד שראה את המפה האינטרנטית באופן כזה, אך מעניין להסתכל על ההווה עם מעט פרספקטיבה לעבר, כדי להבין את השינוי הגדול שגוגל מנסה לחולל בעת האחרונה עם גוגל פלוס.

ההיסטריה סביב הרשת החברתית החדשה של גוגל טרפה את הקלפים של רבים מהציניקים. אמנם, מדובר כרגע בהיפ שמיכא לצמיחה מרשימה במספר המשתמשים – 25 מיליון להערכת גורמים בתעשייה – ובמוצר שמייצר יותר כותרות מאשר תוכן בפועל, אבל נראה שגוגל הצליחה סוף סוף לעשות משהו בתחום החברתי.

גוגל עשתה הפעם עבודה טובה בהרבה מהניסיונות הקודמים שלה בתחום החברתי, "אומר גרטנברג בראיון ל"גלובס", בעת ביקורו בישראל. "נדרש להם זמן רב כדי להבין את המושג 'חברתיות', שאיים על העסקים שלהם. אבל נראה שהם למדו הרבה מהכישלונות הקודמים. הם עושים דברים קצת בצורה נכונה יותר", הוא מוסיף, ומכוון לכישלונות בגוגל באזן, orkut ו Wave.

גרטנברג, פעיל בגוגל פלוס בעצמו, מנסה להשאיר דברים בפורוציות, חרף מספר המשתמשים המרשים של הרשת החברתית החדשה.

"כרגע הם מייצגים את האיום הכי רציני לפייסבוק, בגלל העמדה והכוח שיש להם בשוק האינטרנט, אבל אני חושב שהם מבינים שיש להם דרך ארוכה לפני שיתחילו להדביק את הפער מפייסבוק".

● אתה רואה את המשתמשים של גוגל פלוס נשארים אחרי ההתלהבות? גרטנברג: "זה בעיקר תלוי באיך גוגל פלוס תתפתח. כרגע היא מוגבלת ביכולות שלה. צרכנים כבר הראו בעבר שהם מוכנים להיכנס לשירותים חדשים

מרגע השקת גוגל פלוס, היה מענה סלולרי לרשת החברתית. עם אפליקציה ייעודית לאנדרואיד, עוד אחת בדרך לאייפון וגישה וובית נוחה בעבור שאר המכשירים, בגוגל הבינו שאי אפשר לצאת לדרך מבלי לדאוג למשתמשי הסלולר.

"השנה תהיה שנת הרשתות

החברתיות הניידות", טוען גרטנברג.

"רוב התעבורה לרשתות החברתיות תגיע מהסלולר ומהטאבלטים – החל בפייסבוק ובגוגל פלוס, דרך פורסקוור וכלה ברשתות חברתיות שנוצרו בעבור הסלולר מלכתחילה – כמו Path, Color, Instagram.

"מצד שני, החברות צריכות לדעת את הגבולות – אנחנו עלולים להגיע למצב שבו יהיו יותר מדי רשתות חברתיות, ואז למשתמשים לא יהיה אכפת מכולן".

בה בעת שבעולם הרשתות החברתיות נראה שהתחרות פורחת, כשגרטנברג מסתכל על תחום אחר שבו הוא מתמחה – שוק המכשירים הניידים – הוא מזהה בעייתיות בכל הקשור לענף הטורני ביותר בו, הטאבלטים.

"אני לא חושב שכחודשים הקרובים יקום מישהו שיכול לאיים על האיפד של אפל. אולי זה יקרה בשנים הבאות", הוא אומר.

לדברי גרטנברג, "היצרניות צריכות להבין שכשהן מפתחות טאבלט חדש, הן צריכות לענות בעבור הצרכנים על שאלה פשוטה: למה לקנות טאבלט שהוא לא של אפל? לאף אחת מהן אין עדיין תשובה מספיק טובה". ●

ולנסות אותם. מצד שני, ראינו הרבה שינויים בשוק הרשתות החברתיות; מייספייס הייתה שווה פעם מאות מיליוני דולרים, אם לא מיליארדים – ולבסוף נמכרה ב-35 מיליון דולר. דברים יכולים להשתנות בשוק הזה מהר. פייסבוק יצטרכו לעבוד קשה".

הימור רציני

כדי להבין טוב יותר עד כמה דברים זזים מהר, אפשר לחזור שוב לאותו ראיון עם גרטנברג מפברואר 2008, קצת אחרי שמיקרוסופט השקיעה בפייסבוק לפי שווי של 15 מיליארד דולר. "אני לא חושב שפייסבוק שווה 15 מיליארד דולר – אבל כנראה שמיקרוסופט כן חושבת כך". מאז, השווי כבר זינק עד ל-100 מיליארד דולר.

נראה שבגוגל למדו מטעויות העבר, וגם מאלה של פייסבוק, והשקיעו יותר בסוגיית הפרטיות. מצד שני, מארק צוקרברג מפייסבוק ואחרים חוזרים ואומרים שנושא הפרטיות כבר אינו רלבנטי למשתמשים.

"פרטיות חשובה, ולא משנה מה אחרים אומרים", גורס גרטנברג, "למשתמשים אכפת מכך שהם צריכים באופן תדיר יחסית לסדר את הגדרות האבטחה שלהם בפייסבוק. אולי לא משנים להם נושאי מקרו שקשורים לפרטיות, אבל כשזה מגיע לפרטים האישיים שלהם שעשויים להיחשף – אז אכפת להם ועוד איך". אחד האלמנטים שגוגל השקיעה בהם