

פעם ראשונה על במה אחת,  
עשרות מומחים על נושא אחד:

# כנס סלקום למדיה

אוניברסיטת תל-אביב, אולם סמולרש

17.11.08

# המכה הניידת של עולם המידע והבידור

מה כבר אפשר לצפות ממכשיר כל כך קטן? האם באמת אנחנו מחזיקים בכיס מרכז תקשורת המנהל את כל עולמנו המקצועי והתרבותי? מה זה אומר עלינו? איך זה ישפיע על הזירה בה אנחנו מנהלים את העסק שלנו? איך בכלל יראה העסק שלנו? מה זה אומר על השחקנים הרבים בשוקי הבידור התוכנה והתוכן? ועוד לא דברנו על מוסדות פיננסיים, קימעונאות, גם פולטיקה....

אנו רואים מזה זמן שכל העוסקים בתוכן ובתוכנה נושאים עיניהם אל המכשיר הנייד, כיעד הכיבוש האולטימטיבי וכל זאת למה? כי המכשיר הקטן לכאורה מחליף במהרה את מערכות המחשוב הטלויזיה והשמע, בבית, בדרכים ובעבודה. מכאן נפתחות אפשרויות חדשות להגיע אל כל אחת ואחד במדיית המונים אישית שתמיד מחוברת, תמיד נמצאת בכיס המשתמש ובעלת מנגנון תשלומים והעברת כספים מובנה.

ההתכנסות אל תוך הטלפון הנייד מעמידה שורה ארוכה של אתגרים, החל בחוויית המשתמש ממכשיר שגודלו ככף יד, דרך התמיכה הנדרשת למכשיר מרובה תפקידים ויכולות ועד לתשתיות הנדרשות כדי לקיים את היקפי התעבורה הצפויה ודרישות הפרטיות והאבטחה.

בצד התהליך המתהווה והאתגר הגדול מתעוררות שאלות מרתקות במיוחד באשר להשפעות הצפויות על תעשיית הבידור, הקולנוע והטלויזיה, הסיכונים וההזדמנויות למפעילי הסלולאר, אפשרויות התייעלות הגלומות בתהליך ולעניות דעתנו, מעל הכל נוצרים כאן שינויים משמעותיים במעמדו של הצרכן, בכוחו להשפיע ובמאמץ הנדרש כדי לזכות בתשומת ליבו.

האם משתנים הכוחות בשוק? האם ישכאן הזדמנות לשחקנים חדשים או שהשחקנים המסורתיים ישלימו את ההסבה? האם המודלים העסקיים משתנים? איזה הזדמנויות חדשות נפתחות כאן לכולנו?

בכנס ניגע בחלק מהשאלות נעורר את הדמיון ונעמיק את ההכרות עם הניסיון בעולם.

אני מאחל לכולנו הנאה מרובה ומודה לכם שבחרתם להשתתף.

בברכה,  
עמוס שפירא,  
מנכ"ל סלקום

# סדר יום

13:27  
16:30  
14:05  
10:45  
13:10  
15:32  
16:3  
6:30  
14:45  
10:30  
12:

שעה	הרצאה	הדוברים
08:00-09:00	רישום, התכנסות ונטוורקינג	
09:00-09:30	דברי פתיחה מאת מנכ"ל סלקום צעירים חסרי מנוח - האם הצעירים ישנו את עולם השיווק והמדיה של המחר?	עמוס שפירא, מנכ"ל סלקום עדי כהן, סמנכ"ל שיווק סלקום
09:30-10:15	הדרך לטלוויזיה סלולרית טובה	מר ג'ון שמלצה, סגן נשיא בכיר ב- FOX ומנכ"ל Fox Interactive Media
10:15-10:45	מה הצרכן שלנו רוצה לראות ולשמוע?	מר לוי שפירו, אנליסט ועיתונאי בתחום ה-Wireless Media, לשעבר Sr. Dir. Digital Media for Nielsen Telephia
<b>הפסקת קפה ונטוורקינג</b>		
11:15-12:00	תוכן סלולרי - סוד ההצלחה	מר גרג קליימן, סגן נשיא בכיר למדיה ניידת, MTV Networks
12:00-12:30	מהר יותר, גבוה יותר, חזק יותר? תובנות מהמשחקים האולימפיים הראשונים ששודרו בטלפון הנייד	מר קווין אובי, סגן נשיא נכסים דיגיטליים, NBC Universal International
<b>ארוחת צהריים</b>		
13:30-14:00	עתידה של המוסיקה הסלולרית	מר טד כהן, יו"ר מועצת המנהלים האמריקאית של פורום הבידור הנייד. לשעבר סגן נשיא בכיר להפצה ולכיתוח דיגיטלי ב-EMI Music
14:00-14:30	הפרסום הסלולרי עובד!	מר ג'ורדן ברמן, מנכ"ל חדשנות מדיה, AT&T Converged Services
14:30-15:00	הבידור הנייד, עתיד ורוד!	מר טים גרין, עורך מגזין Mobile Entertainment
<b>הפסקת קפה ונטוורקינג</b>		
15:20-16:00	השולחן העגול של המנכ"לים: איפה פוגשות פירמות חובילות את מהפכת המדיה הסלולארית	משתתפים: אפי רוזנהויז - מנכ"ל שופרסל טל רבן - מנכ"ל קוקה קולה ישראל אילן שילוח - מנכ"ל מקאן אריקסון ניר למפרט - מנכ"ל דפי זהב גיורא עופר - מנכ"ל בנק דיסקונט מנחה: עמוס שפירא - מנכ"ל סלקום
16:00-16:30	הטלפון הבא: טלוויזיה או מחשב?	מר מארק שלבי, סגן נשיא מולטימדיה, Nokia Corporation

מספר המקומות מוגבל, הרשמה מוקדמת חובה!

# על המרחצים וההרצאות

Levi  
Shapiro <sup>Mark Selby</sup>  
John Smelzer  
Kevin Obi  
Tim Green Jordan Berman  
Mark Selby <sup>Levi Shapiro</sup>  
Levi Shapiro

# ג'ון שמלצר

## סגן נשיא בכיר ב-FOX ומנכ"ל Fox Interactive Media



### על המרצה:

אחראי על ניהול פעילות הסלולר הגלובלית של מותגי FIM, כולל MySpace.com, IGN.com, MyFox.com, FoxSports.com. שמלצר מיצב את מעמדה של FOX Sport כגוף מוביל בתחום הווידאו בפס רחב. הפך את תחום הסלולר של Fox Sports לגוף חדשני וזמין לכל ספקי השירות הגדולים והוביל את הקמת החטיבה החדשה של News Corp לסלולה. כיהן בעבר כמנהל פיתוח עסקי של NBCOlympics.com, כיועץ בכיר לקשרים עסקיים של NFL וכיועץ בוועדה שניהלה את ארגון הגביע העולמי בכדורגל לשנת 1994.

### על ההרצאה:

#### הדרך לטלוויזיה סלולרית טובה.

לאן מתקדמת תעשיית המדיה הבידורית? האם ואיך יהפוך הטלפון הסלולרי העתידי למכשיר המדיה המוביל וספק הבידור המרכזי של הדור החדש? מה סוג התכנים העיקרי שיוביל את המדיום? האם הסלולרי נתפס כערוץ ברודקאסט נוסף? מהו השילוב הנכון בין קהלי הטלוויזיה, האינטרנט והסלולר? כיצד הפרסום צריך לעבוד בטלפון הנייד ובמשולב עם שאר המדיה? כיצד למנף תכנים דיגיטליים לסלולר? האם לייצר תכנים מיוחדים לטלפון הנייד ומהו המודל המסחרי הנכון?

# מארק שלבי

## סגן נשיא מולטימדיה, Nokia Corporation



### על המרצה:

נושא באחריות הגלובלית להטמעת חווית המולטימדיה של נוקיה, כולל Mobile TV, Visual Radio, שמע ווידאו. בעל שם דבר בזכות ניסיונו הרב בשירותי Data ניידים ופעילותו בענף הסלולר, המדיה וה-IT במשך למעלה מ-20 שנה. בעברו כיהן כסגן נשיא בכיר ב-IMG/TWI של מארק מקורמק, שם ניהל פעילויות סלולר בתחום הספורט, הבידור, הטלוויזיה, הרדיו והאינטרנט. יצר שיתוף פעולה הדוק עם בעלי זכויות רבים, כולל מנצ'סטר יונייטד, IOC, IRB ומוסיקאים רבים. כמנכ"ל MCN בעבר, הפיק שירותי תוכן ניידים רבים, ביניהם: Mobile Ibiza, MTV mobile.

### על ההרצאה:

#### הטלפון הבא: טלוויזיה או מחשב?

כיצד נוקיה מתמודדת עם החדשנות של אפל? מהם כיווני ההתפתחות של הטלפונים הניידים בשנים הקרובות? כיצד משפרים את חוויית המשתמש? מצלמה, רדיו, טלוויזיה, יומן, שעון מעורר, מפות, משחקים - ומה עוד? במה הכוונות של נוקיה בתחומי המדיה הבידורית שונות מאלה של אפל ואחרים? האם נוקיה מתחרה במפעילים הסלולריים ע"י חנות תכנים עצמאית? האם ואיך יהפוך מכשיר הסלולרי העתידי למכשיר המדיה המוביל וספק הבידור המוביל של הדור החדש?

## גרג קליימן

סגן נשיא בכיר למדיה ניידת, MTV Networks



על המרצה:

אחראי על אסטרטגיית התוכן הסלולרי ועל ניהול העסקים השוטפים, פיתוח מוצרים והפעילות של MTV, VH1, CMT, LOGO-I Comedy Central. מייסד שותף של Upoc Networks, אחת מספקיות המדיה, השיווק והקהילה המובילות בשוק האלחוטי האמריקאי. היה סגן נשיא אסטרטגיית מותגים ב-Sterling Group בניו יורק, והוביל פרויקטים בתחום אסטרטגיית מותגים עבור מספר חברות מדיה, בידור ושיווק קמעונאי כולל MTV Networks, Liberty Digital, וליוויס.

על ההרצאה:

**תוכן סלולרי - סוד ההצלחה**

על פעילות MTV בסלולה. כיצד הופכים את מכשיר הסלולרי לספק הבידור המוביל של הדור החדש? מה סוג התכנים המצליחים יותר? כיצד משלבים נכון בין קהלי הטלוויזיה, האינטרנט והסלולה? כיצד למנף תכנים דיגיטליים לסלולה? האם נכון ליצר תכנים מיוחדים לטלפון הנייד?

## לוי שפירו

אנליסט ועיתונאי בתחום ה-Wireless Media  
לשעבר Sr.Dir. Digital Media for Nielsen Telephia



על המרצה:

אנליסט ועיתונאי בתחום הניו מדיה ומתמחה בצריכה ובשיווק של מדיה סלולרית. עמד מאחורי השקתן של יחידות החדשנות של IBM, שירותים חדשניים בטוויטה וחברות טכנולוגיה ומדיה נוספות. כמנהל בכיר ב-Telephia, פיתח מוצרים ושותפויות עם אולפני סרטים בהוליווד, רשתות טלוויזיה בכבלים, לייבלים של חברות תקליטים ועוד. ייסד חברות סטארט אפ, יצרניות תכנים ותוכנות למדיה הניידת.

על ההרצאה:

**מה הצרכן שלנו רוצה לראות ולשמע?**

אינפורמציה ונתונים על צריכת מדיה בידורית בסלולה, השוואה בין סוגי התכנים הנצרכים - מוזיקה, משחקים, וידאו וכדומה. כיצד משתמשי ה-iphone צורכים מדיה סלולרית? מה הם דפוסי התנהגות הצרכן? מגמות בשוק ועוד.

## קווין אובי

### סגן נשיא נכסים דיגיטליים NBC Universal International



#### על המרצה:

מנהל האסטרטגיה והפיתוח של הנכסים הדיגיטליים של-NBC Universal בשוק הנייד והבינלאומי. מוביל עם צוותו שותפויות דיגיטליות בינלאומיות שיתמכו בכל מיזוג, רכש והשקעה רלבנטיים. היה מנהל Synergy Inc, שם הוביל ביצוע של פעילויות בתחום הפיתוח העסקי ואסטרטגיה עבור ארגוני טלקום ומדיה חדשה. לפני כן, היה מנהל פיתוח ארגוני ב-Orange UK, שם היה אחראי על פיתוח עסקי, וחדשנות.

#### על ההרצאה:

**מהר יותר, גבוה יותר, חזק יותר?**  
**תובנות מהמשחקים האולימפיים הראשונים ששודרו בטלפון הנייד- נתוני צפייה והתנהגות צרכנים.**  
מה צריך לקרות כדי לגרום לטלוויזיה בטלפון הנייד להיות בשימוש המונים? מה סוג התכנים שיובילו את המדיום? מה הצרכן מחפש? האם הסלולרי נתפס כערוץ ברודקאסט נוסף? האם יש פריים-טיים שונה בסלולר לעומת הטלוויזיה? כיצד משלבים נכון בין קהלי הטלוויזיה, האינטרנט והסלולר? האם לייצר תכנים מיוחדים לטלפון הנייד? מה המודל המסחרי הנכון?

## ג'ורדן ברמן

### מנכ"ל חדשנות מדיה AT&T Converged Services



#### על המרצה:

מנהל את תחום החדשנות במדיה בקבוצת Converged Services של AT&T, ספקית התקשורת מהמובילות בעולם. עומד בראש הצוות לבניית עסקי הפרסום של AT&T. הקים את עסקי הוידאו של Cingular Wireless, וניהל את קשרי ההפצה הבלעדיים של החברה עם HBO ועם WWE.

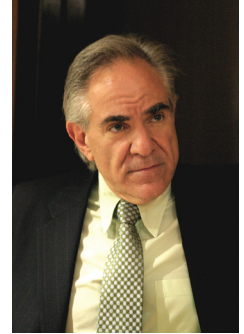
#### על ההרצאה:

**הפרסום הסלולרי עובד!**  
כיצד המפעיל הסלולארי הגדול בארה"ב פועל וחושב בתחום המדיה הבידורית? מהם סוגי התכנים המובילים? האם צורכים תכנים מיוחדים לסלולר או תכנים מותאמים ממדיות אחרות? כיצד משתלב הפרסום בטלפון הנייד? איזה כלים צריכים להיות למפעיל כדי לאפשר פרסום אפקטיבי? האם יש פריים-טיים בסלולר? האם כדאי ליצר תכנים מיוחדים לטלפון הנייד ומה המודל המסחרי הנכון?



## טד כהן

**יו"ר מועצת המנהלים האמריקאית של פורום הבידור הנייד. לשעבר סגן נשיא בכיר להפצה ולפיתוח דיגיטלי ב-EMI Music**



**על המרצה:**

מנהל שותף ב-TAG Strategic. בעל נסיון עשיר בתחום הדיגיטלי של המוסיקה, בשוק הנייד, ב-IPTV ובפיתוח מוצרים ושירותים. מוכר בענף הטכנולוגיה והמוסיקה כ"שגריר ואוונגליסט", אשר תרם לגיבוש הסכמי הרישיון עליהם התבססו iTunes, Music Store והשירותים למנויים Rhapsody. כיהן כסגן נשיא בכיר לפיתוח דיגיטלי ולהפצה של EMI Music (חברת הבית של אמנים כגון קולדפליי והאבנים המתגלגלות), הצעיד את הפיתוח הדיגיטלי העסקי והבינלאומי של חברת התקליטים אל הדור הבא, כולל לייבלים כגון Virgin, Capitol, Chrysalis-I Parlophone, Angel/Blue Note.

**על ההרצאה:**

**עתידה של המוסיקה הסלולרית.** מה קורה בתחום המוסיקה בעקבות המהפכה הסלולרית? מה מחפש הצרכן וכיצד היוצרים יכולים לפגוש את הצרכים הללו? כיצד משנים את התפיסה שמוסיקה היא לא מוצר אלא שרות? אילו שיתופי פעולה מתפתחים בשוק וצפויים להיות בעתיד? האם ניתן לוותר על חברות התקליטים ולהפיץ תכנים ישירות לצרכן הסלולרי? האם לייצר תכנים מיוחדים לטלפון הנייד ומה המודל המסחרי הנכון?

## טים גרין

**עורך מגזין Mobile Entertainment**



**על המרצה:**

כותב בתחום הבידור הנייד מאז שהשוק נוצר בשנת 1999. אנליסט בכיר לשעבר בחברה המובילה לצפי שוק, Screen Digest.

**על ההרצאה:**

**הבידור הנייד, עתיד ורוד!** כיצד מתנהג שוק המדיה הבידורית לסלולר באירופה? מה הם השינויים והמאפיינים של הצרכן האירופאי לעומת שאר העולם? חידושים ומגמות, מה מחפש הצרכן, מה חסר כדי להשלים את החוויה?



# כנס סלקום למדיה

אוניברסיטת תל-אביב, אולם סמולרש

# 17.11.08

## פרטים והרשמה:

[www.cellcom-media.co.il](http://www.cellcom-media.co.il)

- באתר ניתן למצוא עידכונים ומידע נוסף על הכנס
- הכנס יתקיים בשפה האנגלית. לרשות המשתתפים יחולקו אוזניות תרגום סימולטני לשפה העיברית
- מספר המקומות בכנס מוגבל. הרשמה מוקדמת הינה חובה

