

## דבר העורכת



שירותOTT, שנראה כבעל מבחן ערוצים מוגבל ביחס למתחרים, אך כולל סדרית SOD רחבה, לרבות סדרות המקור של הוט. מובילים? גם אנחנו, אך הפריחה הנ"ל בשירותי ה-OTT מצהה בפניו חווית משתמש שונות, מהן יבהיר את החוויה המתאימה לה, ובססת את מודל הפניה הישירה לצריך, ללא מותוכים או מגבלות, שגממת המעבר אליו קיימת גם מחוץ לישראל.

מה יהיה גורל השחקנים בשוק? מי ישרוד ומילעמים? ימים יגיח, אך שנת 2017 בהחלט תזיכר כשנת מפתח בשוק הבידור והמדיה הישראלי.

از מכם מאפייני חווית משתמש אידיאלית? בין היתר, נגישות, קלות השימוש, מענה על צורך, חדשנות, שקיפות ועוד כהנה. חווית משתמש טובה כוללת את כל הנ"ל ואנו יותר, ובנוספ', יצירתי חיבור ורשי עמוק בקשר לצרכנים. מי שייצור חיבור כזה וישתמש בו לטובה, ייכה לעבור בשלום את אתגרי השעה.

### קוריאה נעימה!

אלינה שפושניק  
מנהל בכירה, מגזר בידור ומדיה  
PwC Israel  
[alina.shaposhnik@il.pwc.com](mailto:alina.shaposhnik@il.pwc.com)

"חויה המשמש תופסת את הבכורה". זו כותרת המגזין השנה, אך מה זו בדיקת חוות הטלויזיה הישראלית החל לבבב; אציגיות ערוץ 2 עברו לרשימות שידור ולשידור בעורוצים שונים בכל ימי השבוע. פרטנו השיקה את שירותOTT שלה, פרטנו-TV, סלקום המשיכה לצרף נתה לקוחות משמעוני לשירותOTT שלה, סלקום tv, חברות טריפל סי השיקה שידורי טלוויזיה במחיר מוזל תחת המותג smart, וגם המתחנות מוזל לא טענו יין בקהלת: נטפליקס מהו"ל לא טענו יין בקהלת: נטפליקס השיקה ממשק בעברית והרriba את התכנית המתווגמים לעברית ואת שיטת הפעולה שלה עם חברות הפקה ישראלית, ואמזון פריים וידיאו השיקה את שירותה בישראל (בדצמבר 2016). בכך חברות הcablim הילו, השיקה יס שירותיOTT נפרד משידורי הטלויזיה שלה למוניטים, בשם סטיג טוי, השירות כולל מחריצת מותכנים, מציג חבילות שונות לבחירה בתשלום משתנה, וכן ניתן לגישה באמצעות ממשקים מmir, טלוויזיות חכמות או אפליקציות במכשירים ניידים. גם חברת הוט הגוברת, ישנה מנגנון קונטולידציה של יכולות לקוחות ענק, שעוסקות בכל הCs. הדוגמה האולטימטיבית היא אמזון, שפיתחה את צד התוכן באמצעות שירות הוואידיאו שלה, את צד התקשות באמצעות שירות הענן

ושלוש ה-C's: Content, Communication, Commerce. אם בעבר היי חברות שה坦קדו ב-C אחד, ושל מרדף אחר חוות, חברות שיקנו אותה בהיבטים מסוימים בח' הרצין, צליחו לשרוד ואך להרווית. אם קוראים להיבטים אלה "שלוש ה-C's".

אם ב עבר היי חברות שה坦קדו ב-C אחד, הרי שכיהם, עקב דרישות הצורן והתחרות הגוברת, ישנה מנגנון קונטולידציה של יכולות לקוחות ענק, שעוסקות בכל ה-Cs. הדוגמה האולטימטיבית היא אמזון, שפיתחה את צד התקשות באמצעות שירות הוואידיאו שלה, את צד התקשות באמצעות שירות הענן