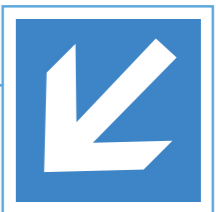


נמכרתם! ואפילו לא ידעתם

פייסבוק שוב משנה את הפיד ומדירה דפים עסקיים? אין בעיה: מעכשיו, אפשר פשוט לקנות קבוצת פייסבוק במלואה, עם כל החברים שבה. כמה עולה "נכס" כזה? מתי אדמין חובב הופך ל"מנהל קהילה" במשרה מלאה? מהן ההשלכות האתיות? ואיך זה קשור לפיילוט דמי המנוי שמקדמים ברשת החברתית? דוח G ← צאלה קוטלר הדרי



בתחילת חודש יוני פרסם עורך הדין זיו אנג'ל פוסט חגיגי, אך עמום בפייסבוק, בעמוד הפייסבוק העסקי שלו, שעוסק בזכויות יוצרים ודיני אינטרנט. "נכס מוניטין וקשרי לקוחות בפייסבוק הנה סחורה יקרת ערך. השבוע משא ומתן הבשיל לחתימה על הסכם מכר אצלי במשרד. בהצלחה לצדדים", כתב על רקע צבעוני ששמור לאירועים יוצאי דופן.

חלקו הראשון של הפוסט נשמע מובן מאליו ואילו חלקו השני לא מאוד ברור. הסכם מכר של קשרי לקוחות ומוניטין בפייסבוק? שאלנו את עו"ד אנג'ל מה מאחורי הפוסט החגיגי, והוא ניאות לספר ל-G שהכוונה ב"הסכם מכר" היא במכירה של קבוצת פייסבוק. לדבריו של אנג'ל, לפני כחודשיים פנתה אליו מנהלת של קבוצה גדולה, מה שנקרא אדמיניטרטור, ואמרה לו שהיא מעוניינת להתחיל להרוויח

ממנה כסף ושקלת להפוך אותה למניבה אחרי כל ההשקעה. "זה מסוג הדברים שאנשים לא יודעים שאפשר בכלל למכור", אומר אנג'ל, "מאוד קשה לכמת את השווי של המוצר הזה".
ה"מוצר" הזה הוא אנחנו, אתם, הגולשים, כל מי שמחובר לפייסבוק וחבר בקבוצות שונות: ציבוריות, סגורות או סודיות. יש כאלה בשפע, ולא במקרה: האסטרטגיה של פייסבוק בשנה האחרונה היא להעצים את הקבוצות ברשת החברתית ולקדם אותן בפיד. או כפי שניסח זאת מארק צוקרברג בשנה האחרונה בהצהרה דרמטית שמשנה את חוון החברה: פייסבוק כבר לא רק "מחברת אנשים" אלא "מעצימה קהילות". בתוך הקהילות האלו, שנפתחות על בסיס מכנה משותף כלשהו, מסתתר אוצר של הון חברתי, הון פוליטי, מוניטין, קשרי לקוחות, קהל יעד ממוקד. או במילים אחרות: הרבה מאוד כסף והשפעה.
לפייסבוק עוד נגיע בהמשך, אבל קודם, בחורה





הסכסוך בין העיתונאי גיא לרר וערוץ 10 על עמוד הפייסבוק של התוכנית "הצינור" שייסד והנחה בערוץ במשך שנים, הוא דוגמה מצוינת למשמעות של בעלות על קבוצה או עמוד. לרר, שעבר אל הזכיינית "רשת", ביקש לקחת איתו את עמוד הפייסבוק של התוכנית, שכולל במיליון עוקבים. ערוץ 10 סירב בטענה שעמוד הפייסבוק הרשמי של התוכנית שייך לו. הנושא הגיע למשפט מתוקשר, שהיווה גם אבן דרך לשאלה "איך מגדירים בעלות על עמוד פייסבוק". בסוף, לרר ניצח

ללקוחה של אנג'ל: "כשהיא פנתה אליי לראשונה, כבר היו לה כמה אנשים שהתעניינו ברכישה והיא חשבה גם להתחיל למכור קמפיינים", הוא מספר. "עורתי לה לכמת את השווי של הקבוצה וגם למצוא את הקונה המתאים. היה לה מישוה על הכוונת שהתעניין מאוד וניהלנו משא ומתן".

איך מתמחרים קבוצת פייסבוק?
 "מה שאת מוכרת זה מוניטין וקשרי לקוחות. בדרגו כמה שווה קמפיין בקבוצה שלה, כלומר אם מישוה רוצה לפרסם אצלה בקבוצה, כמה הוא יהיה מוכן לשלם, וכשראינו שקמפיינים יכולים לעלות סביב 20 אלף שקל לקמפיין של פוסטים בודדים בחדש, היה לנו ברור שאם מוכרים את כל הקבוצה, זה צריך להיות בסכום של למעלה מרבע מיליון שקל. בדרך כלל רואים מכירות של מוניטין נלות לעסק קיים ולא למשהו פלואידי מהסוג הזה, אבל זה שווה הרבה מאוד כסף. במקרה הזה, הקבוצה שלה נמכרה בסכום של יותר מ-350 אלף שקל".

מומש אקזיט. לשם היא כיוונה לדעתך בשפתה את הקבוצה?
 "לא, הקבוצה שלה לא הייתה מסחרית אלא קהל לקוחות של well-being. קבוצה שלא היו בה בכלל פרסומים של מוצרים או משהו כזה. האתגר בלמכור כזאת קבוצה זה לשמור את האנשים הפעילים בה, וזה הערך שלה. ברגע שקבוצות הופכות למוסחרות, מי שנכנס אליהן יודע שהוא חשוף לפרסום ומי שלא רוצה לצרוך אותו, לא חבר בקבוצה. אלה קבוצות עם הרבה פוטנציאל שיווקי".

והיא עדיין מנהלת את הקבוצה?
 "כן, היא נשארה לנהל אותה, נותנת שירות. זהוהו של הקבוצה לא השתנתה כי זאת קבוצה מאוד ממוקדת, הקהל רגיש לשינויים כאלה".

החברים יודעים שהיא מכרה את הקבוצה?
 "לא. וגם אין טעם שידעו".

יש טעם בשקיפות, לא?
 "אני חבר בהרבה קבוצות ואם בתוך הקבוצה יש פעילות עסקית, אנחנו כצרכנים מריחים את זה מאוד בקלות ויודעים שמוכרים לנו, אבל אם זה נעשה בצורה אלגנטית, אני נשאר בקבוצה ככל שאני. לכן, מי שמפעיל כאלה קבוצות ורוצה להשיג משהו אפקטיבי, צריך לשמור על האופי של הקבוצה, כי מאוד בקלות אפשר להרוס את המרקם ואי אפשר להפוך אותה פתאום למסחרית".

(ישנה לפחות אישה אחת מהתחום שהתראיינה לכתבה הגורסת שהשקיפות והגילוי המלא הם תנאי הכרחי לניהול קבוצות, ועל כך בהמשך.)
 אז מה הקונה מרוויח אם אין לו אפשרות לעשות מכירות אגרסיביות?
 "הקונה מקבל רשימת לקוחות ויכול לפנות אליהם בצורה אישית, לקדם באופן סמוי או

לפרסם ישירות בקבוצה. צריך לשמור על מינון נכון".

פייסבוק מאשרים עסקאות כאלה?
 "זה תחום אפור. פייסבוק לא אוהבים שעושים את זה כי הם לא רוצים שהקבוצות יהיו כלי מסחרי, אבל בפועל זה מה שקורה. כולם מוכרים שם הכול: לייקים, קמפיינים. התכתבתי עם הרבה אנשי שיווק בפייסבוק שנורא התעצבנו שמבקשים כסף על קמפיין בקבוצה, אבל אין הבדל בין מי שמשלם כסף לאדם חיצוני ברף העסקי ובין קמפיין בקבוצה שיכול להעלות פוסט מתוכם שממליץ על מוצר כלשהו".

"עסקות ברמת סיכון גבוהה"
 את הפוטנציאל העסקי של ההון החברתי שמתקיים בפייסבוק, אנשי השיווק, המיתוג והמכירות מכירים זמן רב. עבורם, פייסבוק היא ערוץ מרכזי, כלי דומיננטי לקידום מטרות ולהגדלת הקהל. אלא שלפי אנג'ל הם מתוסכלים למדי בימים אלו וצריכים להתאים את עצמם, שוב, לשינויים שפייסבוק כופה על המשתמשים:

"מה שאת מוכרת זה מוניטין וקשרי לקוחות", אומר עו"ד זיו אנג'ל (בתמונה), שעוסק בתחום. "בדקנו כמה שווה קמפיין בקבוצה, כלומר אם מישוה רוצה לפרסם, כמה יהיה מוכן לשלם, וכשראינו שזה סביב 20 אלף שקל לפוסטים בודדים בחדש, היה ברור שכל הקבוצה צריכה לעלות יותר מרבע מיליון שקל"

"בחודש האחרון פייסבוק שינו את האלגוריתם ואת מדיניות הקידום של פוסטים בפיד", הוא מסביר, "והיום רפים עסקיים לא קופצים באתה מידה כמו קבוצות ופוסטים של חברים. אני רואה דיווחים של אנשי שיווק מתוסכלים שלא מבינים למה אין חשיפה ותוצאות בקמפיינים ממומנים. אבל קבוצות כן מופיעות בפיד ומגיעות לאנשים ובעלות פוטנציאל שיווק הרבה יותר גדול, לכן זה גם מעלה את הערך שלהן".

פייסבוק, מן הסתם, לא תקפא על השמרים.
 "הכרזו בידיים שלהם תמיד, יכול להיות שהם יסכימו לבנות קבוצות עסקיות לכל דבר".

פייסבוק לא נוגעת בנושא של מכירת קבוצה וקנייתה?
 "זה מעניין. קודם כול, פייסבוק לא אומרים



צילום: איתן לירן

שזה אסור בצורה מפורשת. הם יכולים באופן חד צדדי לקבוע שזה נוגד את אחד הסעיפים שאוסר פעילות ברף לטובת צד שלישי, אבל הרבה פעילות בפייסבוק היא ממילא לצד שלישי. יש שני פסקי דין מהארץ שעוסקים בזה: אחד בעניין גיא לרר ('הצינור') והשני בעניין סטטוסים מצייצים (שם פייסבוק עצרה באופן חד צדדי את הפעילות בטענה שנעשתה בעמוד הפרה של הכללים).

"במקרה של גיא לרר, שהיה בסכסוך עם ערוץ 10 בנוגע לשאלה למי שייך עמוד הפייסבוק של התוכנית 'הצינור', פייסבוק אמרו, אנחנו לא מתערבים עד שאנחנו לא צד להליך. במקרה של סטטוסים מצייצים נקבע בפסק הדין שאולי העמוד עשו הפרה, אך לא באופן מפורש, ובכל מקרה, זאת לא הפרה יסודית להצדיק את הפסקת הפעילות של הרף. בית משפט בעצם אמר שגם אם יש לפייסבוק כוח ביד, אין לו כוח לעצור את הפעילות העסקית".

זה קרה גם בחו"ל?
 "בחול יש עסקאות לא רבות, הרבה מאוד מתחת לרדיאר, אבל כן ראיתי שנמכרו רפים, לא קבוצות. אנשים לא מפרסמים את זה ומשתרלים שלא להתעמת עם פייסבוק, לכן אי אפשר לראות בפטיקה שם אמירות ברורות".

יש מרכיב של סיכון בעסקה כזאת.
 "נכון, אלה עסקות ברמת סיכון גבוהה מאוד מבחינת הקונה, כי מה הוא מחויק ביד? יש סיכון שפייסבוק יחליטו לעצור לו את הפעילות. אבל במקרה שתיארת בהתחלה, הקונה קנה את הסיכון לגמרי".

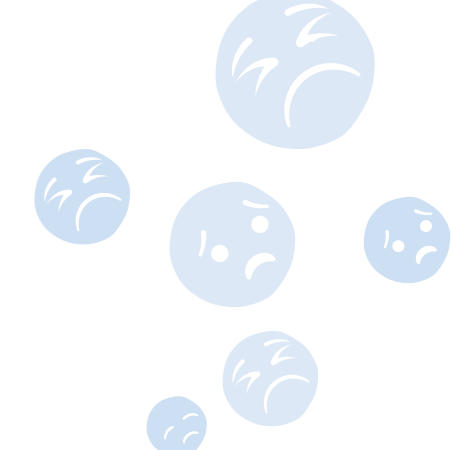
אתה חושב שהקבוצות יתפכו בעתיד לסחירות באופן מקובל?
 "יכול להיות. לכן אני טוען שכל האנשים שאומרים שקידום ממומן בקבוצות זה בניגוד למדיניות של פייסבוק לא מבינים כלום. כל איש שיווק היום כותב פוסטים בפייסבוק בתשלום, אז מה ההבדל בינם ובין מי שפתח קבוצה, השקיע בה ללא תשלום, ועכשיו רוצה לפרוע את השנים שעבד ולהפוך אותה למשהו מניב? פייסבוק מודעים לכך ומעודדים קבוצות להיות אטרקטיביות. העולם משתנה בתוך פייסבוק".

היכנון לביאת המנק"לים
 עדי כמה קבוצת פייסבוק מגלמת כוח קנייה ופוטנציאל כלכלי? הנה דוגמה: בפברואר האחרון הכריזה קבוצת הפייסבוק "אימהות קונות בחד", שמארגנת מדי שבוע אירועי מכירה במחסנים של חברות שונות, על מכירה של מוצרי מטבח של חברת סולתם ררד ביישוב ברקת. דיווחים בתקשורת לימדו שזה יצא מכלל שליטה: תורים ארוכים של חברות הקבוצה השתרכו מחוץ למחסן





"לאחרונה פייסבוק שינו את האלגוריתם, ודפים עסקיים לא קופצים באותה מידה כמו קבוצות ופוסטים של חברים", מזכיר אנג'ל.
"אנשי שיווק מתוסכלים מזה שאין חשיפה בקמפיינים ממומנים, אבל קבוצות כן מופיעות בפיד והן בעלות פוטנציאל שיווק הרבה יותר גדול. לכן זה גם מעלה את הערך שלהן"

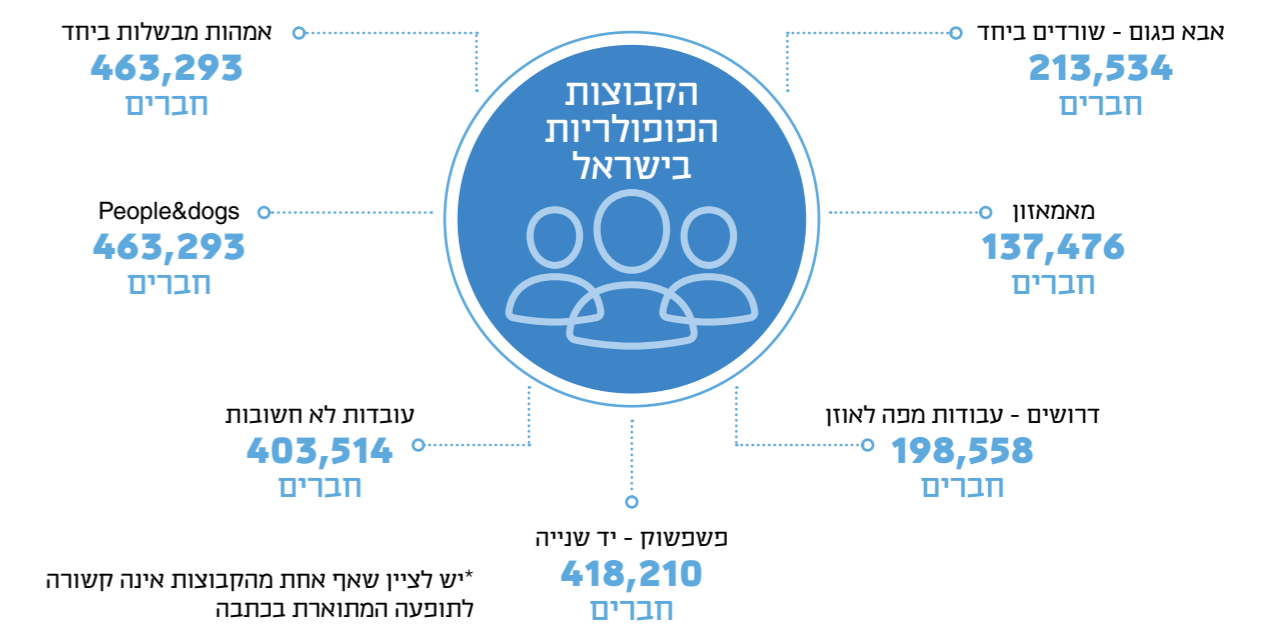


צילום: יחיאל



"בשנתיים האחרונות קרו הרבה דברים בתחום הקהילות", אומרת מריה גרין פוברצ'יק (בתמונה), מייסדת קבוצת "זה אופי בכל מיני מקומות - סטארט-אפים, ארגונים חברתיים, מותגים או עסקים ועדיין, זה לא מקצוע שאת יכולה לשבת בסדנה וללמוד אותו"

תוכנית גלובלית שתשקיע באנשים שבונים קהילות בעלות של עשרות מיליוני דולרים, מתוכם מענקים בהיקף כולל של עד 10 מיליון דולר שילכו ישירות לאדמינים. את הדברים הציגה החברה בכנס הקהילות של פייסבוק באירופה, ה- (FCS Facebook Communities Summit Europe) שנתקיים בלונדון בפברואר. יותר מ-300 מנהלי קהילות ממגוון תחומים מכל רחבי אירופה, וגם כמה קבוצות מישראל, נכחו בכנס הזה. "היה נהדר בכנס", אומרת מריה גרין פוברצ'יק, מייסדת קבוצת "זה אופי supergirls", המונה יותר מ-90 אלף חברות. "אחד הדברים שנהניתי מהם זה לפגוש מנהלי קהילות ממדינות שונות שעושים דברים מטורפים. מה שהופתעתי ממנו זה שישאלה היא המדינה היחידה שמקימת קהילה למנהלי קהילות".



צילום: יחיאל



"השבוע הכרזנו על פיילוט קטן של קבוצות מני בתשלום", אומרת מלווינה גולדפלד, בכירה בפייסבוק העולמית. "מנהלי קהילות יכולים לפתוח תת קבוצה בדמי מני חודשיים ולהציע תוכן נוסף או מפגשים מיוחדים. זה מאפשר הרחבה לערך של הקבוצה ודמי המנוי יאפשרו למובילי הקהילה להקדיש את עצמם לפעילות"

פעולה, הפקות של אירועים, לדעת לשווק את הקהילה. מנהלי קהילות צריכים להיות אנשים שותפים שיכולים לדרבר את החוון שלהם ולרעת לעבוד בצוות, כי ניהול קהילה כבר זה משהו שאפשר לעשות רק עד שלב מסוים, מהר מאוד צריך לחבור לעוד אנשים".

איך מתמחרים ניהול קהילה
לאן המודל של קבוצות פייסבוק יתקדם ומה צפוי בעתיד? עד שפייסבוק יחליטו לשנות שוב את האלגוריתם שלהם, הם מקדמים את המודל של הקבוצות במרץ, תציצו בפייסבוק - הגנה למעלה כבר יש אייקון ייחודי לפיד של קבוצות, והוא לא שם במקרה.



מלווינה גולדפלד, מנהלת בצוות של שותפות וקהילות בפייסבוק העולמית, משתפת את האסטרטגיה של החברה בנושא: "אנחנו לא בהכרח חושבים על קהילה בפייסבוק אלא קודם כול על הקהילה עצמה. לכל קהילה יש את האנשים שמוכיחים אותה והאנשים שחברים בה. קהילה מתקיימת באופן לייני וגם באופן לייני, אז היא גם חוצה את הגבולות של כל אחד מהמוצרים שיש בפייסבוק וגם את הגבולות של האינטרנט. אנחנו אוהבים לחשוב על קהילה בכל הממדים שלה, ושואלים איך מאפשרים לה להיות יותר משמעותית עבור החברים שלה בעזרת המוצרים של הקבוצות".

איזה מוצרים, למשל?
"בחוויה של קהילה באונליין או כמובן הקבוצות, זה מנייה בתשלום. זה מוצר שאנחנו מנסים אותו כרגע עם כמה מובילי קהילות בארצות הברית (על-פי הפרסומים, דמי המנוי החודשיים לקבוצת פייסבוק בפייסבוק יעמוד על 30 דולר). הרעיון הוא שמי שיש לו קהילה יכול לפתוח תת קבוצה שתהיה בדמי מנוי חודשיים ובקבוצה הזאת מובילי קהילות יציעו תוכן נוסף או מפגשים מיוחדים. זה כלי שמאפשר להחבה לערך של הקבוצה ודמי המנוי יאפשרו למובילי קהילה להקדיש את עצמם לפעילות".

את יודעת, מנהלי קבוצות יכולים להיות אדירים ויש באלה שפחות - משליטים סדר וחוקים מוגזמים, מסכנים חברים בקהילה, ובאופן כללי נהנים יותר מדי מהכוח של המעמד בניהול קבוצה עם אלפי אנשים. אתם פועלים ליצירת סטנדרט של מנהלי קבוצות?
"בסופו של דבר, אנחנו פלטפורמה, וכל בן אדם יכול לפתוח קבוצה. זה משהו שהוא אורגני, קהילות צומחות וקהילה נהיית מעניינת אם המנהלים שלה משקיעים זמן ומחשבה. אם לא, לא יקרה איתן שום דבר. יש גם מקרים שהקהילה מקבלת חיים משל עצמה שגורמים לאנשים לחזור. אנחנו כן רואים את החשיבות במנהיגות והובלה שהיא מתחשבת וחוקה וזאת אחת הסיבות שהשקנו תוכנית לפיתוח ואימון מנהיגות עבור מנהלי קהילות".

מה לגבי לסחור בקבוצות? יש מנהלי קבוצות שמשקיעים שנים ממונים ומתעייפים, איך פייסבוק רואה תהליך של מכירת קבוצה?
"למכור קבוצת זה לא משהו שאני ראתי שקורה, אבל בהחלט יש קבוצות שצומחות ואו יש מובילי קהילות שמחליטים לפתוח עמותות כתוצאה מהפעילות בפייסבוק והופכים אותן לארגונים ממוסדים".

tzela-k@globes.co.il

הטווח שאנחנו חושבים שצריך להיות מקובל הוא עשרת אלפים שקלים למנהל קהילה ובחברות בינלאומיות גדולות זה יכול להגיע לאלף שקלים".
אפשר גם לשלב תוכן שיווקי בקבוצות.
"אף אחד לא רוצה להיות מנהל קהילה שתוכן שיווקי משתלט עליה, סולדים מזה. חברי הקהילה לא רוצים להרגיש שהם נמצאים במקום שרוכבים על הגב שלו, לכן זה תלוי בערך של שיתוף הפעולה".

החברים הייבים לדעת?
"גילוי נאות זה קרטי בקהילה. אם את מספרת לקהילה מה עומד מאחורי שיתוף הפעולה, אז אין סיבה שלא יתקיימו שיתופי פעולה מסחריים. אנחנו עושות בסופרגירלו אינספור שיתופי פעולה כל עוד השקיפות של הקהילה חרוטה על הדגל. "לפני שנה החלטנו לקחת את הקהילה של סופרגירלו ולאגר אותה כמיזם חברתי עסקי. חששנו מהיום הזה, שאנחנו אומרות להברות שאנחנו הופכות לעסק. אבל אם את מכינה את הקהילה וההשקעה שלהם ומגיע להם להיות מתוגמלים, וראי בכיסוי העלויות. אין סיבה שאוצי מכספי כסף לאירוח של חברי הקבוצה".

קורה שיש קודם מסחרי סמוי בקבוצות שרק המנהלים יודעים עליו?
"מנהל קהילה שנותן לאנשים להעלות פוסטים ממממים או פרסומים סמויים פשוט חוטא לחברים וזה יכול ליצור קרע גדול באמון. פייסבוק לא אוסרת על שיווק דרך הקהילות שלהם ולא אוסרת לגבות כסף על אירועים או למכור מוצרים - היא אפילו מעודדת את זה - אבל זה חייב לדעתי להיות בגילוי נאות. יש קהילות שמגלים בריעבר שהיו בהן מניעים נסתרים, ראיתי את זה קורה אצל קופת חולים שהקימה קהילה שכביכול הייתה אמורה לתת מענה של רופאים להורים לילדים. זה היה במסווה של כמה רופאים שהתאגרו כי בא להם ואחרי כמה חודשים גילו שמאחורי זה עומדת קופת חולים גדולה. זאת בעיה".

ומה לגבי מכירת קבוצות? נתקלת בזה?
"לא נתקלת במקרה שבבעלות הועברה בתשלום, אבל אפשר להחליף אדמינים. אני למשל לקחתי צעד אחרון בסופרגירלו ומיניתי לפני כמה חודשים מנכ"לית לזימוס - אנחנו עדיין לא עסק רווחי, אבל יש לנו בצוות 6-5 בעלות תפקידים. רואים את זה הרבה בקהילות גדולות שצריכות האצלת סמכויות, אבל לא ראיתי שמישהו שייך קהילה מוכר אותה".

תגידו, מה עושה אדם למנהל קהילה טוב? יש פורמלי?
"הבנתי הכי חשוב זה היכולת להניע אנשים, להיות פעילים בשיה, לעשות משא ומתן לשיתופי