

GainLoop



מאיר והנון, יותם שלו, משה סימן-טוב

מסמך מסכם בקורס יזמות ב' אודות פרויקט GainLoop.

מסמך מסכם – GAINLOOP

תוכן

3	תקציר מנהלים
3	הצורך
3	הקונספט
3	תיאור השוק
4	האפליקציה
4	אסטרטגיית חדירה לשוק
5	מודל עסקי
6	הצוות
6	תחזית פיננסית
8	תכנית עסקית
8	הצורך
8	המשתמשים
10	האפליקציה GainLoop
10	מבוא
10	תרחיש השימוש באפליקציה
10	מרכיבי האפליקציה
11	הוספת בקשה
12	דוגמאות למסכי האפליקציה
13	תרחישי שימוש
14	ניתוח השוק
14	שוק הניידים
15	שוק האפליקציות
16	השחקנים
22	סקירה טכנית

22	הפלטפורמה
22	GainLoop Architecture
23	Application Entities
23	Server Side
25	Application GUI
26	Facebook Signup
26	DEV Tools
26	Future Arch
28	צוות הפיתוח

תקציר מנהלים

הצורך

"GainLoop" נולד על מנת לספק לאנשים את היכולת להשיג מגוון שירותים ובקשות יומיומיות אשר לא נהוג לשלם עבורם כסף. דוגמאות לשירותים מסוג זה יכולים להיות: מידע ממקור ראשון על לימודים במוסד לימודי כלשהו או על מקום עבודה מסוים, החלפת ספרים בין אנשים, מציאה וחיפוש של טרמפים מאנשים קרובים או מאנשים מזדמנים, השגת בייביסיטר, עזרה בלימודים, המלצות או טיפים לבעיות אקראיות בחיים וכד'. ...

לעיתים, שירותים אלו לא יינתנו לכל אדם באופן חופשי. מספק השירות שומר על ההטבות שהוא יכול לספק רק למספר מכרים מצומצם או לאנשים שהוא בטוח שיוכל לקבל מהם תמורה בעבורם. השירות ש-GainLoop בא לספק ישבור את ההגבלות המקובלות בחברה כיום ויאפשר חלוקה ונתינה הדדית בין כלל האוכלוסייה.

הקונספט

בניגוד לשירותים הקיימים היום לרבות לוחות מודעות, פורומים, אתרי חיפוש שותפים, וכדומה. הקונספט של "GainLoop" יראה דרך חברתית, מהנה ונוחה להשיג את מה שאתה מחפש מאנשים קרובים אליך או מאנשים מזדמנים אשר תוכל לתרום להם משהו בתמורה. לא תוכל לפרסם את צרכיך האישיים באמצעות השירות ללא הגבלה. השירות יחייב אותך במתן תמורה הולמת לאלו שמסייעים לך, וינסה תמיד להתאים בין אנשים ע"פ התנהגות של תן וקח גם בדרכים עקיפות ע"י צד שלישי.

הקונספט הוא פשוט, והוא מבוסס על כך שכל משתמש מחפש את השירותים שהוא יכול לספק, ובמקביל מוסיף למערכת את השירותים שהוא מעוניין לקבל. המערכת יוצרת מעגל (LOOP) של משתמשים כאלו כך שכל אחד מספק את הבן אדם הבא אחריו. בנוסף, במקרים שלא תהיה התאמה וחיבור למעגל מסוים, תאפשר המערכת סיפוק של צרכים ללא קבלת תמורה ולמקבל השירות תהיה הזדמנות להשלים את החוב לנותן השירות במועד מאוחר יותר.

תיאור השוק

הביקוש היום עבור שירותים שניתן לכנותם "מיקרו-שירותים" בעלייה מתמדת (שירותים אשר עלותם הכספית נמוכה מאוד או זניחה), ניתן להבחין בזאת בדוגמאות הבאות:

- FIVERR - אתר מצליח המספק פלטפורמה של מסחר של שירותים שעלותם בדיוק 5 דולר
- Craigslist - אתר אינטרנט ותיק שמדורג מספר 10 בארה"ב (מבחינת תנועת גולשים) שמספק מודעות (בעיקר של שירותים שאנשים מציעים)

כאשר מתמקדים בפלחי הגיל של 25-40, השוק האמריקאי הוא הכי פעיל בגזרה, ולכן אנחנו רואים בו את הנישה העיקרית שלנו כרגע.

אנחנו מבחינים כי קיים חסך מהותי בתחום הסמארטפונים בסיפוק אותם מיקרו-שירותים, ולכן יש פה פוטנציאל רב בתפיסת נתח שוק הספציפי הזה.

האפליקציה

- האפליקציה הסלולרית מאפשרת למשתמש להכניס בקשות לעזרה בקשת רחבה של תחומים, מעזרה בלימודים ליעוץ ברכישת דירה, מחיפוש שותף לדירה ועד לחיפוש של ספר יד-שנייה.
- על מסך של כל משתמש יופיעו בקשות של אנשים אשר רלוונטיות אליו. תעדוף הבקשות אותן רואה המשתמש מבוסס על תיוג אישי של כל משתמש (לפי מיקום, תחומי עניין, עבודה, היסטוריה אישית וכדומה).
- ע"י נתינת עזרה לאחרים המשתמש יסייע בסגירת "Loops", כלומר הוא יהיה חלק בהשלמת מעגל של עזרה הדדית בין מספר אנשים.

אסטרטגיית חדירה לשוק

חדירה לשוק מתוך הפלטפורמה

ממבנה הפלטפורמה שלנו, ומכך שהיא מושתתת על פן חברתי באופן מהותי, נגזר כי מתחייבת כמות גדולה של משתמשים, אחרת השימושיות של האתר תהיה בעייתית.

יש לנו מספר אסטרטגיות חדירה על מנת שנוכל להגדיל בשלבים הראשוניים במהירות את מאגר המשתמשים שלנו:

- הצעות עזרה שיינתנו בחינם על ידנו, בעצם סוג של חלוקת "פרסים" באתר. הדבר יתבצע ע"י יצירת קשר עם חברות/אתרים גדולים אחרים. לדוגמא "DropBox" יחלקו הגדלות של נפח אחסון אצלם למי שיעזור לאנשים אחרים ב "GainLoop". השיטה הזו תיתן לחברה שמשתפת פעולה פרסום קל, ואנחנו מקבלים אטרקטיביות לאתר.
- חלוקת פרסים לאנשים שיינתנו הרבה "טובות" לאנשים אחרים, כמו IPAD מתנה.
- אפשרות לסגור הטבות בין משתמשים מבלי לקבל תמורה מיידית אלא לשמור במערכת את "החוב" ולאפשר למשתמש לפרוע אותו מאוחר יותר.

רשתות חברתיות

זו נקודת מפתח בשיווק האפליקציה. תנתן אפשרות לעשות "like" או לכתוב הודעות באמצעות האפליקציה בכל הרשתות החברתיות הגדולות, ובכך לקדם ולשווק את האפליקציה לאנשים חדשים.

פרסום

יתבצע פרסום ראשוני במספר רשתות חברתיות ובאינטרנט. בנוסף ניתן לבצע פרסום ממוקד במספר ארגונים כגון אוניברסיטאות, תיכונים ומקומות עבודה, אשר בהם השימוש באפליקציה יהיה ממוקד לצרכים הלוקאליים של אותו מקום. משם נתקדם ונתפתח לשימוש אינטנסיבי ומלא בכל הפונקציונאליות של האפליקציה.

מודל עסקי

פרסום כחלק מהפלטפורמה

נקודה זו מתקשרת לחלק מאסטרטגיית החדירה לשוק, אנחנו מתכננים לאפשר לחברות גדולות לקבל חשבון מפרסם ולהציע שירותים כחלק ממערך השירותים של האתר, כך למשל אדם המחפש הנחה בחנות משקפי שמש, יוכל לקבל במערכת הצעה ישירה מאופטיקנה להנחה של 30 אחוז שנועדה לספק את מבוקשו, אנחנו מאמינים שבשיטה זו החברות והמותגים הגדולים ירוויחו פרסום ובתמורה נגבה מהם עבור שירותים אלו. מודל זה דומה לטוויטר (שם חברות גדולות משלמות עבור הפרופילים שלהם) ולגרופון (שם חברות מציעות קופונים עבור פרסום אקטיבי).

פרסום ממוקד-צרכנים

בכוונתנו להציע למספר חברות מסחריות לפרסם את עצמן אצלנו באופן עקיף, בתחילה ללא תשלום, בהמשך בתשלום.

הפרסום יתבצע באופן הבא:

1. בית העסק יבחר את המוצרים והשירותים בהם הוא מתמחה
2. בית העסק יזין הודעת פרסום ייחודית לכל מוצר בנפרד
3. לכל בקשה באתר אשר תענה על הגדרות החיפוש שהגדיר בעל העסק תתוסף מודעת פרסום במקביל לעזרות באתר.
4. התשלום יתבצע לפי כניסות ולפי מחיר בסיס למודעת פרסום

הצוות

משה סימן-טוב

יזם עצמאי בתחום בניית אתרי אינטרנט

מייסד ובעלים של חברת [Development IL](#)

פרופיל תעסוקתי: <http://www.linkedin.com/in/moshesimantov>

מאיר והנון

מתכנת JAVA ב-HP

פרופיל תעסוקתי: <http://www.linkedin.com/pub/meir-wahnon/25/997/7a1>

יותם שלו

פרופיל תעסוקתי: <http://www.linkedin.com/pub/yotam-shalev/35/332/a3a>

תחזית פיננסית

אנחנו מתכננים גיוס ראשוני של 100 אלף שקל מאנג'ל, אנחנו מעריכים כי סכום זה יספיק לתקופה של חצי שנה שבו נבסס את המערכת שלנו.

בשלב שני אנחנו מעריכים שנזדקק לגיוס של 1 מיליון דולר, על מנת לפתח את המערכת שלנו כך שתוכל להתמודד בהצלחה עם מאסה קריטית של משתמשים, וכמו כן שהמערכת תהיה זמינה במספר פלטפורמות ולמטרות של שיווק והחדרת הפלטפורמה לשווקים חדשים. גיוס זה נבצע דרך קרן הון סיכון ישראלית או בינלאומית, בעדיפות לאחת עם ניסיון וקשרים עם אתרי רשת חברתית בעולם, סכום זה יספיק לנו לתקופה של שנה וחצי.

בשלב השלישי, לאחר שהתבססנו מבחינת נפח משתמשים, נצטרך גיוס שלישי מקרנות הון סיכון של כ- 5 מיליון דולר, לצורך התפתחות והתרחבות. יתכן אף שנבצע רכישות ומיזוגים שיתרמו להתרחבות הפלטפורמה ואיחוד עם מתחרים ישירים. סכום זה יספיק למספר שנים משמעותי, שכן אנחנו צופים שבמקביל אליו יעלו ההכנסות באופן ניכר.

טבלת הוצאות

25-36	13-24	6-12	4-6	1-3	הוצאות/חודשים
153,000	130,000	88,000	15,000	0	מתכנתים
45,000	15,000	10,000	0	0	אנשי שיווק
10,000	7,000	4,000	1,000	600	ציוד משרדי
10,000	15,000	5,000	0	0	תקציב פרסום
3,000	3,000	0	6,000	6,000	OutSourcing
30,000	15,000	5,000	2,500	1,200	אחסון+תשתית בענן
55,000	40,000	12,000	0	0	משרדים
3,672,000	2,700,000	744,000	73,500	23,400	סה"כ לתקופה

*הסכומים בשקלים לחודש עבור הרבעונים המצוינים.

*ניתן לעיין במקביל בנספח אודות הערכת צוות הפיתוח.

תכנית עסקית

הצורך

הרשתות החברתיות בימינו מציפות את עולמנו, הגדולות שבהן פייסבוק, לינקדאין, גוגל + וטוויטר מתמקדות בבסיסן ביצירת הקשרים בין האנשים, אם לטובת שמירה על קשרים עסקיים (לינקאין) או לטובת שמירה על קשרים חברתיים (פייסבוק).

כאן מערכת שלנו, שהיא סוג של רשת חברתית, מהווה שינוי רדיקלי בכך שהיא מתרכזת בלהשיג את השירותים (המוחשיים) ע"י שימוש בקשרים חברתיים שנוצרים בזמן אמת.

השירותים שאנחנו מתמקדים בהם הם אותם שירותים שאנשים בד"כ לא רוצים לשלם עבורם כסף, אך עדיין רוצים באותם שירותים.

אותם מיקרו-שירותים כמו:

- מידע ממקור ראשון על לימודים במוסד לימודי כלשהו, או על מקום עבודה מסוים.
- עזרה במגוון תחומים (כמו עזרה בלימודים)
- החלפת ספרים בין אנשים
- טרמפים
- המלצות או טיפים על כל נושא בעצם...

הם שירותים בעליי ביקוש רב, אנחנו נמחיש בהמשך המסמך, בפרק של סקירת השחקנים המרכזיים, את גודל הביקוש כיום עבור שירותים דומים במערכות שונות הקיימות כיום.

המשתמשים

לסוג השירות ש- "GainLoop" מספקת אין גיל או קבוצת יעד מוגדרת, עם זאת ישנן באופן טבעי, קבוצות שהן קהל יעד מובהק של אפליקציה כזו. מקומות שבהם האפליקציה יכולה להיות מאוד שימושית הם מקומות שבהם יש קהילה גדולה בעלת מכנה משותף רחב כלשהו, להלן מספר דוגמאות:

בתי ספר, אוניברסיטאות

האפליקציה יכולה להוות מסגרת לעזרה הדדית בין מורים לתלמידים, או בין תלמידים לתלמידים אחרים. תרחיש אפשרי: תלמיד מסוים מתקשה בהשגת סיכום לקורס בהסתברות, הוא מפרסם בקשה, וכל חבריו שעושים את הקורס ביחד איתו יראה את הבקשה ויוכל לעזור.

מקומות עבודה, ארגונים

תרחיש אפשרי: בקשת הסעה לילדים של אחד העובדים שכרגע עסוק ולא יכול להתפנות, או ארגון הסעה משותפת לעבודה.

קהל היעד

קהל היעד הראשוני של האפליקציה הוא אנשים צעירים בגילאים 15-40, שרגילים לשימוש יומיומי ברשתות חברתיות. בהמשך אנו מקווים להגיע לכל שכבות האוכלוסייה. בנוסף תלוי קהל המשתמשים בבעלות על מכשיר סמארטפון, אך כיוון שפלח האוכלוסייה הזו עולה וצפוי להגיע בתוך מספר שנים לכלל האוכלוסייה, זו לא צפויה להוות בעיה.

האפליקציה GAINLOOP

מבוא

אפליקציה סלולרית לאנדרואיד שתאפשר העלאת בקשות ומתן עזרה בתוך פלטפורמה של רשת חברתית. בקשות העזרה יכולות להיות מכל סוג שהוא, ומכל תחום שהוא. האפליקציה מתבססת בצורה חזקה על מידע הקיים כבר ברשת של Facebook על מנת להציג לכל משתמש רק בקשות הרלוונטיות אליו.

תרחיש השימוש באפליקציה

1. המשתמש מוריד את האפליקציה דרך Android Market.
2. ההתחברות הראשונית נעשית דרך Facebook, כאשר בנוסף המשתמש יכול להוסיף פרטים נוספים על עצמו כמו תחומי עניין, מקצוע.
3. במסך הראשי, יראה המשתמש את כל הבקשות שחברים שלו ביקשו לאחרונה. או לבצע חיפוש במאגר הבקשות.
4. המשתמש יכול לבחור להעלות בקשה חדשה, או להיענות לבקשה קיימת.

מרכיבי האפליקציה

בקשות

הבקשות של כל המשתמשים יופיעו במסך הפתיחה של האפליקציה. בכל בקשה יופיעו פרטי הבקשה ופרטי המבקש. סדר הופעת הבקשות ייקבע על פי קריטריון שהמשתמש יבחר (מיקום, תחומי עניין, קבוצה). על כל בקשה תהיה אפשרות להגיב או לעשות "Like" ברשתות החברתיות.

תגיות

כל בקשה באתר תתויג על ידי יוצר הבקשה בתגיות. התגיות יסייעו למשתמשים הנוספים באתר למצוא את הבקשות הרלוונטיות ביותר עבורם.

פרופיל משתמש

מכיל פרטים אישיים של המשתמש, כולל היסטוריה של כל הבקשות שהוא העלה, והבקשות שהוא ענה להן. בצמוד לכל בקשת עזרה באפליקציה יוצג גם קישור לפרופיל יוצר הבקשה. פרופיל המשתמש יכיל את כל העזרות שסופקו על ידי אותו משתמש ויאפשר כניסה לפרופיל המלא של המשתמש בפייסבוק. בפרופיל יוצג גם דירוג המשתמש העדכני אשר יספק מדד לרמת האמינות של אותו גולש באפליקציה.

לולאות

האפליקציה תמצא מעגלים שנסגרו ע"י עזרה הדדית בין מספר משתמשים, ותפרסם אותן למשתמשים. בנוסף, סגירת מעגלים תעלה את הדירוג של המשתמש.

דירוג משתמש

על מנת לעודד את המשתמש לתת עזרה, האפליקציה תשמור דירוג חברתי של המשתמשים, כך שכל משתמש עוזר יותר, כך ה"מעמד" שלו גבוה יותר. דירוג גבוה יעלה את הבקשות שלו יותר גבוה בדירוג אצל משתמשים אחרים. בנוסף תהיה טבלת Hall Of Fame שתראה את המשתמשים שמדורגים הכי גבוה במקטעי זמנים משתנים (weekly, monthly, all times).

קבוצות

האפליקציה תאפשר חיתוך וסינון בקשות על פי קבוצות מסוימות שלהם משתייך המשתמש בפייסבוק. כך לדוגמא, יוכלו כל הסטודנטים מהאוניברסיטה העברית לעזור לחבריהם למצוא סיכום לקורס משותף באוניברסיטה.

הוספת בקשה

הוספת בקשה באפליקציה תהיה פשוטה ונוחה למשתמש. ממשק המשתמש יהיה נוח ככל שניתן כך שהוספת בקשה לא תארך יותר מ-3 דקות.

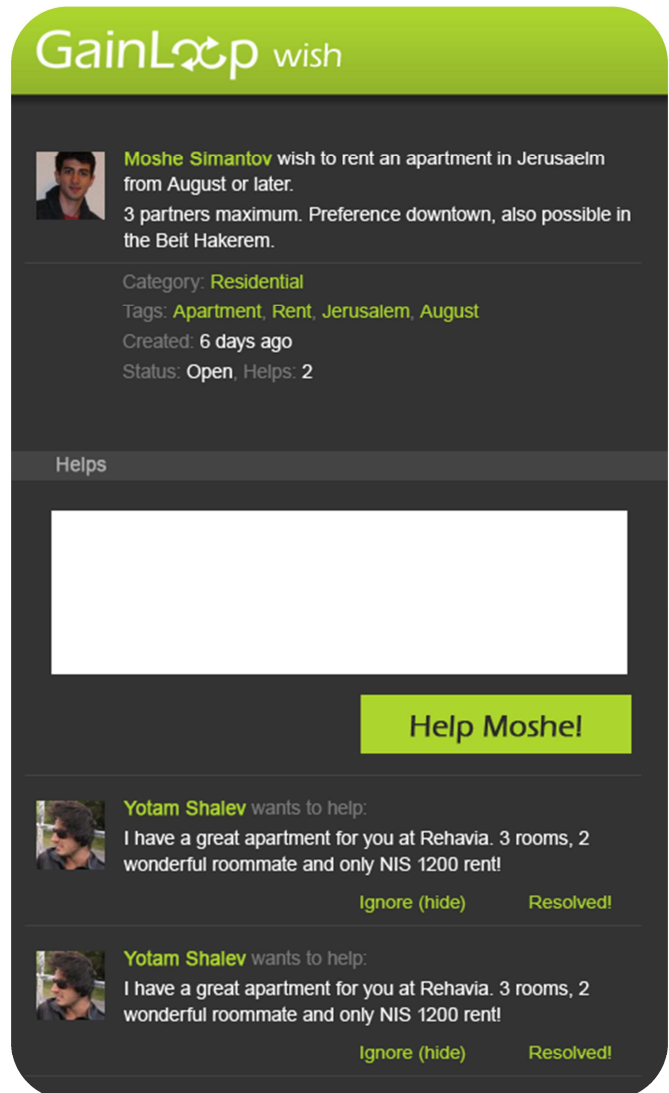
המשתמש יזין את הפרטים הבאים בהוספת הבקשה:

- בחירת קטגוריה מרשימה נפתחת
- הזנת פרטי הבקשה
- הוספת תגיות רלוונטיות לבקשה
- שיוך הבקשה לקבוצת אנשים או ארגון בו יש למשתמש חברות
- הגדרת הגדרות פרטיות לבקשה

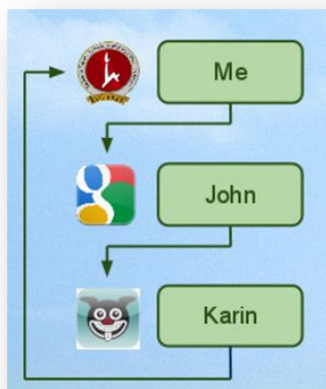
בהוספת הבקשה למאגר תצורף תמונת המשתמש ופרטי הבקשה, המשתמשים יוכלו לצפות בפרופיל המשתמש ובבקשה עצמה ולהחליט האם לספק מענה לבקשה.

The screenshot shows the 'GainLoop new wish' screen. It has a dark grey background with white text and green accents. At the top, it says 'GainLoop new wish'. Below that, the user's name 'Moshe Simantov' is displayed. There are several input fields: 'Category' with 'Travel' selected, 'Description' with 'Moshe Simantov wish to get a ride to Tel-Aviv', and 'Tags' with 'Tel-Aviv' and 'Jerusalem' entered. There are also buttons for 'Submit' and 'Ride'. At the bottom, there is a 'Friends Only' visibility setting and a 'Submit' button.

דוגמאות למסכי האפליקציה



תרחישי שימוש



- אני סטודנט למדעי המחשב באוניברסיטה העברית שמחפש עבודה בגוגל. ג'ון עובד בגוגל ומחפש להזמין מקום המסעדה מבוקשת "מוזס". קארין עובדת ב"מוזס" ומחפשת מידע על הלימודים בפקולטה של מדעי המחשב באוניברסיטה העברית. המערכת תחבר את הבקשות והיכולות של כולם כדי לספק את כולם במעגל (loop) באופן הבא:

- יעל תלמידה בתיכון מחפשת עזרה בשיעורי הבית במתמטיקה , היא מפרסמת באפליקציה, ולאחר כמה ימים רון עונה לה שהוא יכול ללמד אותה מתמטיקה בתמורה לשיעורי גיטרה
- אייל מחפש סטאז במשרד רואי חשבון, כרגע הוא עובד בחנות אלקטרוניקה, הוא מסדר לשמעון הנחה של 10 אחוז בחנות, ובתמורה מקבל ריאיון עבודה במשרד עורכי הדין ששמעון מועסק בו
- תום הוא עו"ד שמחפש שידוך, איתי צריך עצה (או חתימה מנוטריון) משפטית , ובמקרה יש לו ידידה פנויה, המערכת מחברת בניהם
- במשרדים של חברת "Yahoo!" בתל אביב יש מספר עובדים שמגיעים כל יום מירושלים. יונתן, אחד העובדים, מחפש דרך להגיע לירושלים בערב. הוא מפרסם בקשה בתוך הקבוצה של החברה, ומקבל טרמפ לירושלים.
- יוני הוא חייל משוחרר, ורוצה לטוס לטיול ארוך במזרח. כרגע אין לו שותף לנסיעה והוא לא רוצה להתחיל את הטיול לבד. הוא מחליט לפרסם באתר בקשה עם התגיות "שחרור", "טיול", ו"נובמבר" ומיד מתחיל לקבל פניות מחיילים משוחררים נוספים המעוניינים לטוס באותה תקופה.
- שאול קנה מכונת כביסה חדשה ואין לו צורך יותר במכונת הכביסה הישנה שלו. הוא נכנס לאפליקציה ומחפש את התגיות "מכונת כביסה", "משומש", "תל אביב". שאול מוצא 9 אנשים שמעוניינים לקבל מכונת כביסה ועוד 2 שמעוניינים לרכוש מכונה משומשת. שאול פונה לאחד מהם בהודעת פייסבוק וסוגר איתו את העסקה.

ניתוח השוק

שוק הניידים

ישראל -הנתונים מצביעים על עלייה חדה באחוז המכשירים החכמים בישראל. לפי ההערכות, תוך מספר שנים אחוז ניכר מהניידים יהיו מכשירים חכמים.

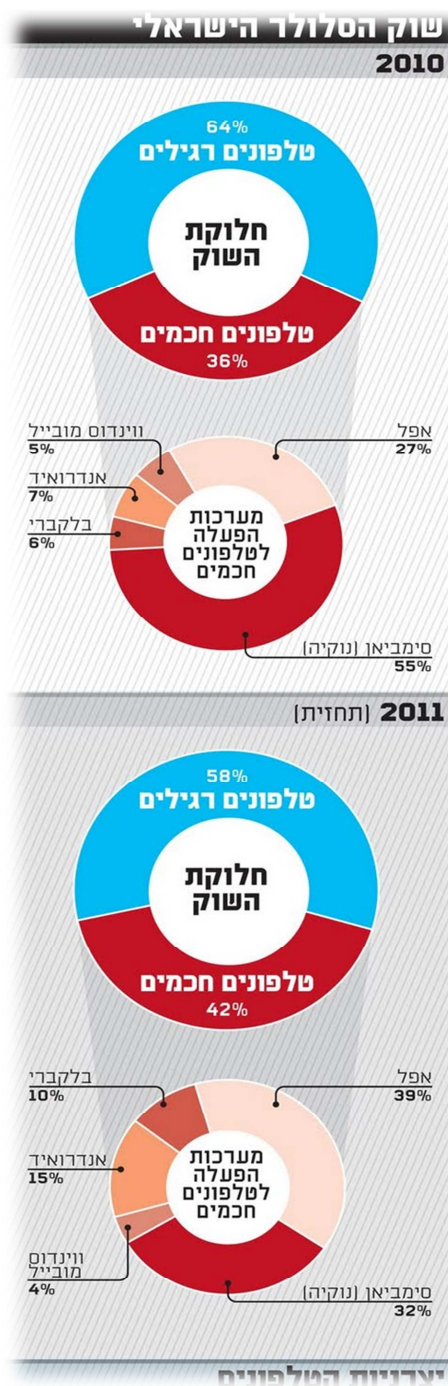
החלוקה של מערכות ההפעלה בתוך שוק החכמים מראה על יתרון בולט למערכת ההפעלה של אפל ה- iOS, על פני מערכת ההפעלה של אנדרואיד, אך ניתן לראות כי אנדרואיד צפויה להכפיל את חלקה בשנת 2011.

מגמה עולמית - שוק המכשירים החכמים מחזיק בנתח הולך וגדל ביחס לשוק הסלולר הכולל.

בנושא מערכות ההפעלה יש נתונים שונים מבישראל, כאשר לפי ההערכות, יש יותר מכשירים שרצים על מערכת ההפעלה של אנדרואיד מאשר iOS.

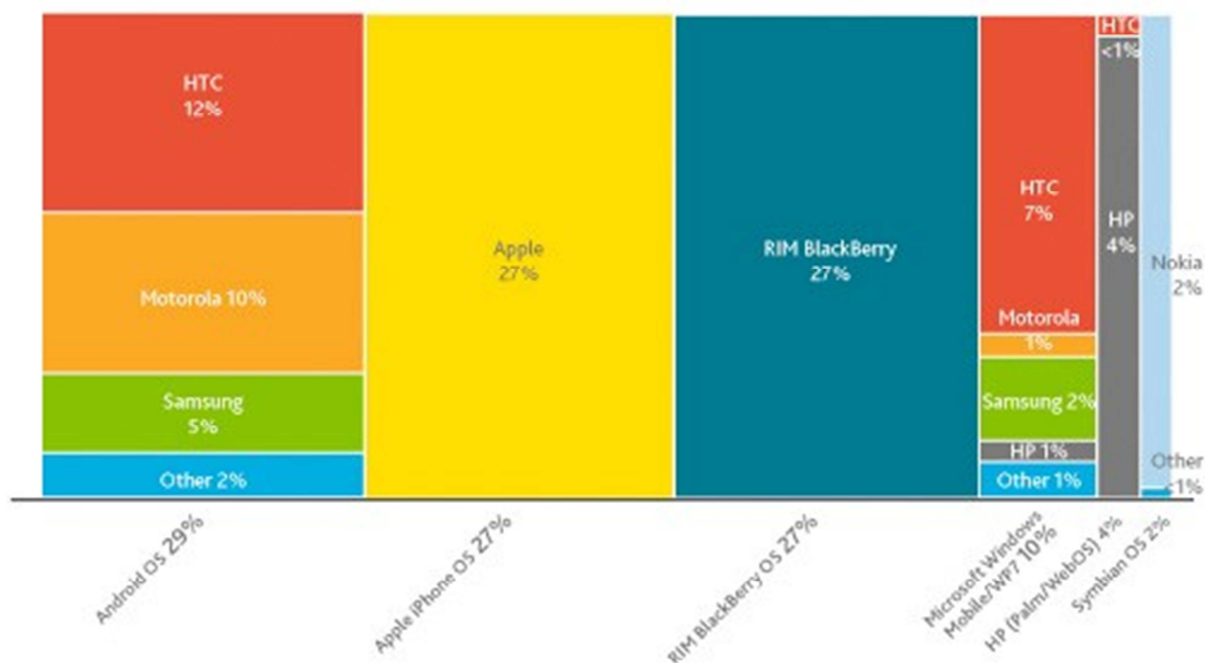
הסתכלות על הנתונים מצביעה על כך שפיתוח אפליקציה המיועדת לאנדרואיד בלבד מהווה חסרון מסוים בשוק הישראלי שבו נתח השוק של ה- iOS גדול באופן משמעותי. צריך לקחת את הדבר בחשבון כשמחליטים היכן לבצע את עיקר ניסיון החדירה לשוק.

מצד שמאל מופיעים הנתונים של חברת IDC.



Manufacturer operating system share—smartphones

Nov '10 - Jan 11, postpaid mobile subscribers, n=14,701



Source: The Nielsen Company.

nielsen

- נתונים של חברת "נילסן" על שוק הסלולר בארה"ב.

שוק האפליקציות

נכון למאי 2011 יש בשוק האפליקציות של אנדרואיד 200,000 אפליקציות, ונספרו 3 מיליארד הורדות. נתונים אלו מעידים על הביקוש העצום בשוק הזה, שרק הולך וגדל. מצד שני, עם הביקוש הגדול מגיע גם היצע עצום של אפליקציות, דבר שגורם לקושי רב לאפליקציה חדשה לבלוט בשוק ולצבור הורדות. על מנת להתגבר על הבעיה הזו יש לחשוב על דרכי שיווק יצירתיות, ולא לבנות על ההורדות רק דרך שוק האפליקציות.

השחקנים

CRAIGSLIST

זהו אתר אינטרנט שהתחיל בכלל ב 1995 בתור רשימת תפוצה למייל, כעבור שנה הוא נהפך לאתר אינטרנט, וביקור קצר באתר מוביל לרושם שעיצוב האתר נותר בערך מאותה שנה.

ואכן לפי וויקיפדיה האתר שמר על אותו עיצוב מאז 1996 (מלבד שינויים קלים בלבד), מדובר באתר שנראה בימים אלו כחובבני לחלוטין, אף על זאת מדובר באחד האתרים אינטרנט הפופלאריים ביותר בארה"ב.

האתר כשמו כן הוא, מספק פשוט רשימות למגוון רחב של נושאים, למשל רשימות של דירות להשכרה, הצעות עבודה, שירותים שונים ופורומים במגוון נושאים...

האתר מדורג לפי ALEXA (אתר שמנתח בין השאר תנועת גולשים באתרי אינטרנט)

כמספר 10 מבחינת כמות הגולשים בו בארה"ב.

אנחנו מניחים כי יתרונו הגדול של האתר הוא בוותק המרשים שלו, כאשר לאורך השנים הוא פשוט בוסס את עצמו כאתר המוביל ברשימות של דירות להשכרה והצעות עבודה, אנקדוטה קטנה להמחיש זאת ניתן לראות בהתבטאות שביצע לאחרונה מארק צוקרברג (מייסד פייסבוק) שלפיה הוא משכיר את דירותיו רק דרך **craigslist**.

אנחנו רואים באתר זה כמתחרה בלתי ישיר לקונספט שלנו, שכן אנחנו מאמינים שהמערכת שלנו תוכל לספק פתרון עבור חלק מהשירותים שמוצעים באתר זה (ישנה קטגוריה מרכזית ב **craigslist** שנקראת "שירותים") בצורה מוצלחת יותר, וזאת כיוון שהאתר בנוי בצורה כל כך מיושנת הוא אינו משתמש בטכנולוגיות ואינטגרציות שיכולות לשפר משמעותית את השירות שהוא נותן.

לדוגמא, המערכת שלנו תיתן אינטגרציה משמעותית עם פייסבוק, מה שנותן למשתמשים תמונה טובה יותר על המשתמש שמציע את שירותיו, ובכך מעלה משמעותית את האמינות של אותו משתמש.

כמו כן נאפשר יכולות חיפוש מתקדמות(ע"י שימוש בתגיות למשל) שייתנו יכולות שימוש נוחות יותר עבור

המשתמשים במערכת מאשר **craigslist**.

<http://www.craigslist.org/>

FIVERR

זהו אתר אינטרנט שהוקם ב 2009 ע"י שני יזמים ישראלים מיכה קאופמן ושי ויניגר.

זוהי פלטפורמה עבור משתמשים לקנות ולמכור שירותים שכולם בערך של בדיוק 5 דולר.

מבחר השירותים שמשתמשים מציעים באתר הוא רחב מאוד, לדוגמא משתמש שמציע לבנות תכנית לחדר כושר, משתמש אחר מציע לצלם סרטון בו הוא מדקלם מה שתבקש במבטא של ארנולד שוורצנגר, ומשתמש שמציע לבנות לוגו קטן עבור אתר אינטרנט... כל אחד מאלו עבור בדיוק 5 דולר.

המודל העיסקי של האתר מבוסס על כך שעל כל 5 דולר, חצי דולר הולך ל PAYPAL, חצי דולר הולך לאתר, ויותר ה 4 דולר למשתמש המוכר.

בעקבות המודל העיסקי החזק שלהם, האתר (לפי היזמים) נחשב רווחי כבר תקופה ארוכה, ואין להם כלל צורך בגיוס כספים, כמו כן האתר משמעותי מאוד מבחינת תעבורת משתמשים, הוא מדורג 157 מבחינה זו בארה"ב לפי ALEXA.

לאחרונה הוקם חיקוי ישראלי לאתר, ששמו "רק ב-20", <http://www.rak20.com/> ניתן לראות מכך (בחיבור עם נתוני הגלישה באתר) כי יש ביקוש גדול עבור אותם שירותים בעלי ערך כספי נמוך (סוג של מיקרו-שירותים) שאנשים מציעים ברשת, ופלטפורמה שמציעה דרך נוחה ומהנה לסחור באותם שירותים מצליחה להשיג נפח של משתמשים משמעותי.

אנחנו מאמינים כי אם יש ביקוש כה גדול עבור שירותים שערכם 5 דולר, יש מקום גם לביקוש עבור שירותים שמחירם הכספי נמוך מכך, אבל עדיין יש להם ביקוש.

וכאן נכנסת הפלטפורמה שאנחנו מציעים לתמונה, שמציעה בעצם שירות דומה, אבל עבור סקטור שונה של שירותים (זה שעבורו אנשים מתקשים לבזבז עליו כסף מבחינה עקרונית).

העובדה כי האתר של **Fiverr** הגיע לנתח תעבורה גבוה יחסית, מוכיחה את טענות היזמים שאמרו שכוחה הגדול של **Fiverr** נובע מכך שהיא וירלית, ואנחנו מאמינים שפלטפורמה שלנו "GainLoop" יש פוטנציאל וירליות גבוה משל **Fiverr**, מכיוון שהיא מציגה אלמנטים חברתיים נוספים (כמו האינטגרציה עם פייסבוק).

לסיכום ניתן לומר שאנחנו רואים ב **Fiverr** יותר כמודל מוצלח שיש ללמוד ממנו מאשר בתור מתחרים, אמנם ייתכן כי אנחנו מתחרים לא ישירים שלהם בכמה שירותים ספציפיים שהם מספקים, אך בגדול הנישה שאנחנו מכוונים אליה היא שונה ומבדילה אותנו מהם באופן משמעותי.

<http://fiverr.com>

65 שעות

זהו אתר אינטרנט המבוסס על הקונספט של "בנק שעות", לפיו אנשים סוחרים שירותים בזמן(שעות) במקום בכסף.

הבעיה הגדולה בקונספט הזה הוא שהוא מבוסס לחלוטין על האמינות של המשתמשים, שכן משתמשים יכולים בקלות לבצע מניפולציה (ולרמות) של האתר, לדוגמא שני משתמשים (שמתאמים ביניהם) יכולים להירשם לאתר להעביר אחד לשני מספר בלתי מוגבל של שעות, כך ששווי השעות האמיתי מעורפל מעט.

אנחנו רואים באתר זה כמתחרים ישירים למערכת שלנו, הצורך והקונספט הכללי של האתר חופף למדי לקונספט שלנו, אבל הפתרון שאנחנו מספקים לבעיה הוא שונה באופן מהותי.

ראשית האתר איננו נותן את האפשרות לראות את הפרופיל פייסבוק של המשתמשים, מה שקשה על כל נושא האמון של האתר המדובר, ואנחנו רואים בזאת חיסרון משמעותי.

שנית בפלטפורמה שלנו, אין יכולת לבצע מניפולציה על המערכת באופן שתיארנו לעיל, פשוט מכיוון שה LOOP שנוצר בין האנשים מבטיח מעבר הוגן של שירותים, ואין כלל את המושג של בנק של "שעות" כמו באתר של **65שעות**.

<http://www.65hours.com>

THE WHUFFIE BANK

הוופי בנק, הוא קונספט שהחל בעקבות ספר מדע בדיוני בשם "למטה ובחוץ בממלכת הקסמים" של הסופר הקנדי קורי דוקטורו, שפורסם ב-2003, באותו ספר מתואר עולם עתידני שבו כל הצרכים החומריים קיימים בשפע, ולכן במקום כסף משתמשים ב"וופי" (**Whuffie** שבעצם נותן דירוג של הערכה של שאר החברה כלפיך).

לפי אותו דירוג של וופי נקבע בחברה מי מקבל את הדברים הכי נחשקים (כמו הבית הכי טוב, או מיקום טוב בתור של פארק השעשועים).

על בסיס הקונספט הזה הוקם ארגון ללא מטרות רווח, בשם "הוופי בנק", שבו מטבע החליפין מתבסס על מוניטין, שבו ניתן לסחור בשירותים או מוצרים (מציאותיים או ווירטואליים).

במסגרת הארגון הוקם אתר, בשם www.thewhuffiebank.org, שמאפשר את המסחר הזה, הוא עושה שימוש באינטגרציה עם טוויטר כדי להעריך את מידת המוניטין וההשפעה של המשתמשים.

הארגון הוקם כחלק מוועידת TechCrunch50 ב-2009, וזכה בזמנו לסיקור נרחב ע"י CrunchBase בתור אחד מ-50 הסטארט-אפים המבטיחים באינטרנט באותה שנה.

נוכל להבחין בגרף הבא של ניתוח כמות הגולשים הייחודיים באתר (לפי COMPETE) כי האתר הצליח להתרומם לתקופה קצרה בשנת 2010 ולאחר מכן צנח לרמתו הנוכחית:



כיום הוא רלוונטי בעיקר בארגנטינה אגב, שם מקור המייסדים שלו.

האתר אומנם נכשל בסופו של דבר במבחן התוצאה, אך אנחנו מתמקדים בעובדה שהקונספט שמבוסס על מטבע חליפין חלופי משך הרבה עיניים ב-2009, והראה המון פוטנציאל בזמנו, אנחנו חושבים שקונספט כמו שאנחנו מציעים, שיש לו הרבה במשותף ברמה העילית, אבל שונה מאוד מבחינה היישומית יכול להביא להצלחה אותה קיוו להשיג ב"וופי בנק".

מכיוון שהאתר היום מדשדש מבחינת נפח תעבורה ורלוונטיות, איננו רואים בו מתחרה בשלב זה, אבל כן מאמינים שניתן ללמוד מאתר זה.

<http://www.thewhuffiebank.org>

DAPSEM

אפליקציה שפותחה ע"י שלושה ישראליים למכשירי אייפון אשר מאפשרת למשתמשים לתת חיזוק חיובי אחד לשני בצורת פוסטים על המסך הראשי של האפליקציה.

אפליקציה זו מבוססת על הרשת החברתית פייסבוק ומאפשרת לצפות בחיזוקים של החברים ברשת, ובמקביל לראות את החיזוקים של כלל המשתמשים. המימוש והממשק של האפליקציה דומה מאוד לממשק המתוכנן של אפליקציית GainLoop אך הרעיון שונה בתכלית.

האפליקציה קיבלה "הייפ" (תהודה חיובית) לאחרונה בעקבות כנס "Techonomy 3" האחרון, שם הוצגה.

לפי הבלוג של טק-קראנץ' הקונספט שלהם דומה מאוד ל"וופי בנק" (זה שתיארנו בסעיף הקודם) שכן גם כאן מוניתין (או יותר נכון להגיד הכרת תודה) הם מה שמניעים את הכוח של הקונספט.

אנו מחשיבים אותם כמתחרים עקיפים.

<http://www.dapsem.com>

YELP

זהו אתר אינטרנט שמספק בעצם חוות דעת, ביקורות והמלצות על חנויות, מסעדות, חיי לילה, בידור ועוד...

האתר מדורג לפי ALEXA (אתר שמנתח בין השאר תנועת גולשים באתרי אינטרנט) כמספר 39 מבחינת כמות הגולשים בו בארה"ב.

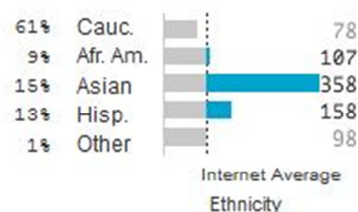
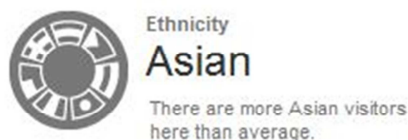
מכיוון שאנחנו רואים בקבלת חוות דעת והמלצות על נושאים שונים כתרשיש שימוש מהותי (אך לא יחיד) ב GainLoop, אז האתר של YELP מהווה בעינינו תחרות בלתי ישירה שכן רק בתחום הספציפי הזה יש בינינו תחרות וכן YELP מבצע המלצות בצורה כללית ולא אישית.

כמו כן מנסים לאחרונה באתר להוסיף יכולות של רשת חברתית באתר כדי לחזק את עצמם לנוכח הטרנדים של השנים האחרונות, הם עושים זאת ע"י אפשרויות של הוספת חברים, שליחת הודעות ונוכחות באירועים.

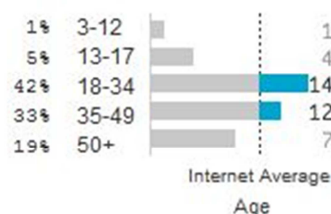
לפי הפרופיל של YELP ב CRUNCH BASE החברה גייסה עד היום 56 מיליון דולר, ונהנית היום ממוצע של 10-15 מיליון מבקרים ייחודיים בחודש.

ממספרים אלו אנחנו מסיקים שהביקוש למידע מסוג שהאתר המדובר מספק הוא אדיר, ואם הפלטפורמה שלנו תוכל לתפוס חלק אפילו קטן מנתח שוק זה, נקבל תעבורת משתמשים בכמות משמעותית במערכת שלנו.

אם נבחן מעט את תנועת הגולשים באתר בארה"ב (לפי quantcast) נוכל להבחין כי מספר האסייתים באתר ביחס לכמות הגלישה שלהם באינטרנט הוא גבוה במיוחד:



כמו כן יש שכבת הגיל העיקרית שגולשת באתר היא 18-34



הפיתרון שלנו לבעיה הוא שונה ולדעתנו מוצלח יותר עבור מידע מסוג זה, שכן הוא נותן חוות דעת והמלצות ממקור ראשון, כלומר ישנה אינטרקציה בין מבקש המידע למשתמש שמספק אותו, האינטרקציה יכולה להיות דרך מייל או סקייפ או בטלפון.

לעומת זאת, YELP מספקים מענה גלובאלי שאיננו אישי עבור מבקש העזרה.

<http://www.yelp.com>

FAVO.RS

זהו אתר שנתקלנו בו רק לאחרונה, והוא עדיין במצב של בטה ולכן הוא עדיין לא באוויר. הם מתארים את האתר בתור אתר שמספק פלטפורמה לנתינת "טובות" בין משתמשי האתר, ומאפשר מעקב של מי עזר למי ומי עוזר הכי הרבה.

הקונספט מאוד קרוב לשלנו ולכן אנחנו רואים בהם בתור מתחרים ישירים.

מהמעט שאפשר לראות בהרשמה לבטה הבחנו כי האתר נראה מקצועי, ואנחנו מעריכים שהוא יהווה תחרות קשה לקונספט שלנו, אבל מכיוון שהוא עדיין לא באוויר קשה לנו לעמוד על ההבדלים המדויקים בין הקונספטים.

<http://favo.rs>

FACEBOOK

הרשת החברתית הגדולה בעולם, מעל ל 600 מיליון משתמשים רשומים, הנוכחות של Facebook היא בכל מקום כיום, ואנחנו חשים שהפלטפורמה שלנו מוכרחה לקיים אינטגרציה מהותית עם Facebook, שילוב שכזה יפתח את המערכת שלנו כך שתהיה נגישה יותר, יחד עם אלמנטים חברתיים שהוא קריטי בעינינו.

פייסבוק מספקת לעולם הפיתוח שלל של API שמאפשרים את האינטגרציה הזו באופן יעיל ונוח לשימוש, ועל כן אנחנו מתכוונים להשתמש ביכולות הללו למען המערכת שלנו.

+GOOGLE

הרשת החברתית החדשה והמסעירה של גוגל, מכיוון שמדובר בצעדיה הראשוניים של רשת חברתית זו, קשה עדיין לעריך אם מדובר בסיפור הצלחה או עוד כישלון צורב דוגמת ה BUZZ, בכל מקרה אנחנו מתכוונים לעקוב אחריהם באדיקות, ולראות אם ניתן לשתף פעולה עימם כדי להגיע לקהל משתמשים רב יותר.

סקירה טכנית

הפלטפורמה

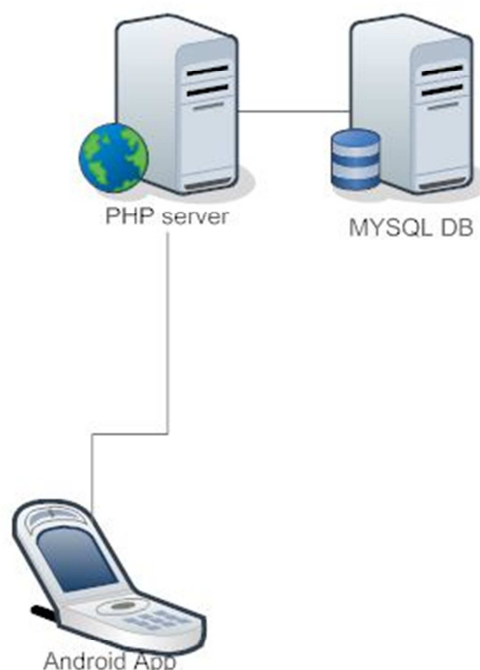
הפלטפורמה הסלולרית נמצאת בתהליכי התרחבות והתפתחות עצומים בשנים האחרונות. הרעיון מאחורי GainLoop מנצל את הטכנולוגיות החדשות שמתפתחות בעולם הסלולרי על מנת לייצר אינטראקציה חברתית מסוג חדש. האפליקציה תרוץ על מערכת ההפעלה של "אנדרואיד".

אנחנו מאמינים כי האפליקציה תתאים גם בתור אתר האינטרנט ולכן רואים בפיתוח עתידי של אתר אינטרנט תואם לאפליקציה בתור שלב עתידי בפיתוח המערכת.

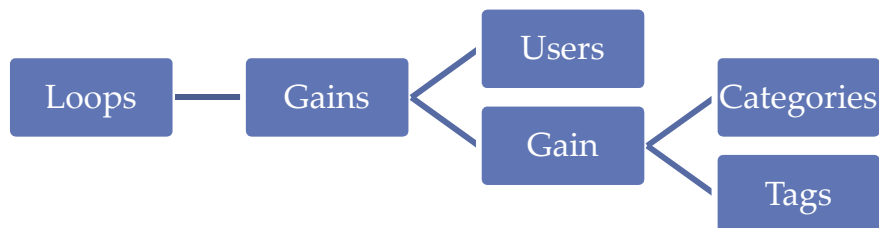
*** we wrote this part in English since there are many technical terms in this part, and we felt it might be a bit ridiculous to write it in Hebrew.

GAINLOOP ARCHITECTURE

This is our current architecture model for the "GainLoop" platform:



APPLICATION ENTITIES



- User - Includes:
 - User's Facebook information
 - User's open requests
 - History of requests
 - Rating
- Gain - A wish or request made by a certain user.
Includes:
 - Detailed description of the request
 - Owner
 - Tags - Meta-data on a request
 - Status - Open / Pending / Answered
- Loop - A complete circle of answered Gains.
- Tag - Specify meta-data on the request.
- Categories - The Gain category.

SERVER SIDE

Our application will communicate with the server by the JSON-RPC library. This library supported by almost every language or web server and will help us to grow easy and fast.

Perhaps in future we will share this interface with third part partners.

The main functions on our Api are as follows:

- **userRegister** - add a user to our database
- **userLogon** - get a token for user session
- **userLogout** - close the user session
- **getProfile** - get all the user data
- **findGains** - search for wishes / gains on the database
- **getGainData** - get all the data about some gain
- **createGain** - create a new gain on the database
- **updateGain** - change a gain, add tags, etc.
- **cancelGain** - close a gain
- **joinGain** - mark the logged user as supplier for the given gain

APPLICATION GUI

- Will provide an easy way for the user to interact with the app.
- The app bottom menu will includes 4 screens:
 1. Profile - User's information.
 2. Home - Contains the latest requests feed relevant to the user.
 3. New Wish- A form for adding a new request.
 4. Hall Of Fame - List of most contributing users.

PROFILE SCREEN

This screen will show the user photo with some information about him like: full name, location, job, recent history, total gains, total wishes, etc.

HOME SCREEN

The wishes on the database will be shown on this screen with the ability to sort them by: Most popular, Must relevant, Top new.

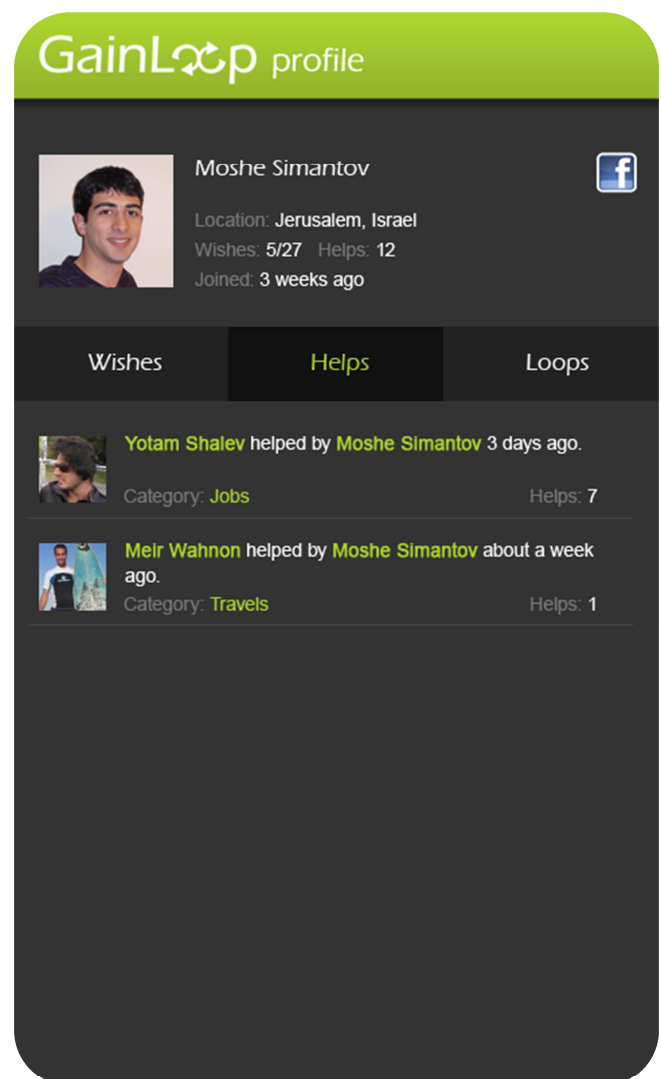
The user will be able to click on each wish and see all the details about it and the user that create it.

NEW WISH SCREEN

This form will include the category of the wish, some tags that the user chooses and description.

HALL OF FAME SCREEN

Weekly, daily and monthly ranking of most contributing users.



FACEBOOK SIGNUP

User MUST sign up to the app via Facebook. This allows to skip a lot subscription forms which users do not tend to like, and gives the app information about the user's friends which will be used by the app to personalize the requests feed that the user get.

DEV TOOLS

- Server Side Logic - PHP + Zend Framework¹
- Server Side DB - MySql
- App GUI - Android SDK
- Facebook SignUp - Facebook Android SDK
- Revision Control - Subversion using GoogleCode

FUTURE ARCH

This part will explain how we see our architecture evolves in the future. We need this since we expect traffic to increase rapidly, which will make us do the transition in the near future.

As we progress and grow, we need to scale gracefully in order to handle a fast growing user base.

To achieve that we believe that a strong cloud hosting environment will suite us best, since this type of hosting offer you with smooth scaling, both in the technical side and also in the business side since the payment is based on the "Pay as you Scale" method.

We have two Cloud hosting possibilities that we consider for future hosting, the "Amazon Web Services" and "PHP FOG" .

¹ Zend Framework - is an open source, object-oriented web application framework implemented in PHP 5.

Amazon Web Services

Offers excellent price plans for hosting and in addition they have several tools to aid a starting platform (mainly to support scalability, high availability and reliability) .

But recently they had a major crush(that caused big start-ups names like “reddit” to crush with it) with their server’s so it suddenly we felt like their a need to look at other cloud solution.

PHP FOG

This is a new and exciting start-up that focuses on cloud computing for PHP.

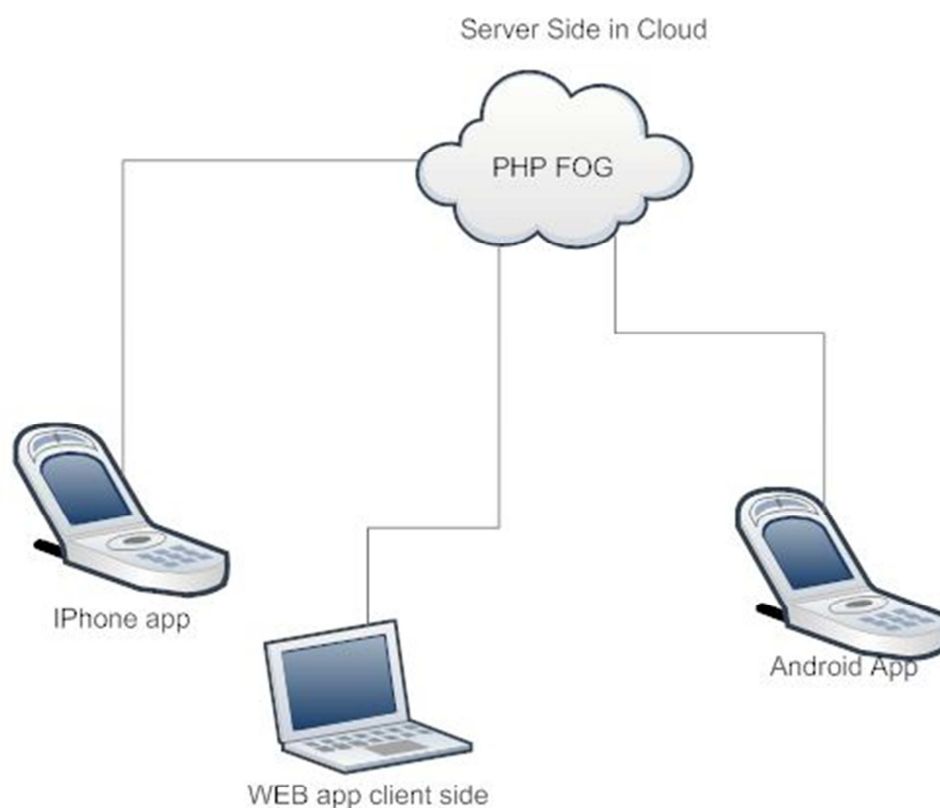
We look at them as the best solution for our platform for now since they offer easy deployment of PHP server side apps, MySQL DB, High Performance and even Zend Framework support that we are using currently for our server side of the Platform.

This feature with the Scaling ability that PHP Fog claims to have is “winner” argument for us.

Making a cross-platform app is essential to get our user base grow,

So we definitely want in the future to make “GainLoop” available also on iOS (for iPhone mobile) and as a web-site for regular PC/Laptop users at future development stage.

The next model is how we see our future architecture for the “GainLoop” platform:



צוות הפיתוח

פאזה ראשונה (חודשים 1-3):

בשלב זה נרצה להשיק את האפליקציה במהירות האפשרית כדי לקבל פידבקים מקהל המשתמשים, נתמקד בפונקציונאליות הבסיסית ונשנה במהירות באיטרציות הבאות.

נעבוד בשיטה של SCRUM, כאשר צוות הפיתוח יהיה מורכב משלושתנו (יותם מאיר ומשה) וחלקים מסויימים נעביר ל OUTSOURCING כמו עיצוב, ממשק משתמש ובדיקות עומסים.

פאזה שנייה (חודשים 4-6):

בשלב זה נרצה להוסיף פונקציונאליות בהתאם לפידבקים שנקבל, שיטת העבודה תישאר דומה, אבל נצרף לצוות מתכנת מנוסה בחצי משרה, שיעזור לנו בפיתוח ה SERVER SIDE של האפליקציה, בדגש על SCALING עתידי, מעבר למחשוב ענן ובדיקת איכות האפליקציה.

פאזה שלישית (חודשים 7-12):

בשלב זה נרצה להתרחב ולהתפתח במהירות, וכמו כן לתת מענה כמות משתמשים מאסיבית, נצטרך לעבור למשרדים בו נוכל לשכן צוות מוגדל וקבוע.

בנוסף נרצה להרים אתר אינטרנט ברמה גבוהה שיהווה חלק מהמערכת.

נזדקק מבחינת כוח אדם בצוות:

- מתכנת UI במשרה מלאה
- מפתח ל SERVER SIDE במשרה מלאה
- מפתח לאפליקציה במשרה מלאה
- שני סטודנטים כבודקי תוכנה או בודק תוכנה מנוסה במשרה מלאה
- מתכנת WEB במשרה מלאה

פאזה רביעית (חודשים 13-24):

בשלב זה נרצה להתפתח לפלטפורמות נוספות, כמו האייפון, אייפד, בלקברי ווינדוס מוביל 7. בנוסף לשדרג את האפליקציה ואתר האינטרנט הקיימים. לשם כך נצטרך לגייס עוד מספר מתכנתים לשירותינו:

- מתכנת אייפון+אייפד במשרה מלאה
- מתכנת וינדוס מוביל 7 בחצי משרה
- סטודנט מתכנת WEB

את האפליקציה עבור הבלקברי נשאר עבור OUTSOURCING.

פאזה חמישית (חודשים 25-36):

בשלב זה נהיה אחריי גיוס נוסף, ונוכל להאיץ את הפיתוח במגוון הפלטפורמות.

לשם כך נשדרג את מתכנת הוינדוס מוביל 7 למשרה מלאה, וכך גם את הסטודנט שלקחנו בפאזה הקודמת.