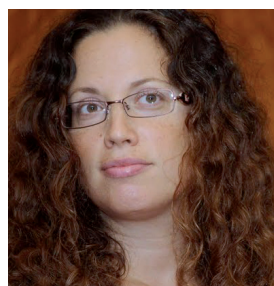


יוצר אזור חם ברקמת השד. החזייה תשדר נתונים לענן, לתיק הרפואי של האישה, וכשתהיה חריגה - הרופא המטפל שלה יקבל על כך התראה מיידית", אמר. הוא ציין ש-"הרגישות של הבדיקה היא מעל 90%, היא לא מצריכה את המטופלת לצאת מהבית, לא נדרש ממנה 'לבלות' חצי יום במכון ממוגרפיה. המידע נאסף בסביבה הפיזית ומתחבר למידע ולעולם הדיגיטלי".

ד"ר בהגון ציין מושג חדש בעולם הרפואה - "ניהול קשרי מטופל, שמקביל לניהול קשרי לקוחות, CRM. זה יהיה שובר השוויון, והדרך לכך ארוכה". הוא סיכם באמרו, כי "בשנתיים האחרונות יש בארצות הברית עשייה אדירה בתחום הרפואה המקוננת. ישראל נמצאת בפיגור של שנתיים בתחום, מאחר שקרנות ההון-סיכון לא מבינות מספיק על מנת להיכנס לתחום ומנגד, ליזמים אין מספיק מימון וליווי בהליכתם אליו".

"ההפרדה בין העולם הפיזי לדיגיטלי - מלאכותית"

דוברת נוספת בפאנל הייתה **רויטל הנדלר**, המייסדת ולשעבר



רויטל הנדלר

המנכ"לית של אתר אולג'ובס ומייסדת שותפה של WorkWith.me. לדבריה, "הצלחת אול ג'ובס נבעה מאי ההפרדה הקיימת בו בין העולם הפיזי לדיגיטלי. הפרדה שכזו היא מלאכותית ומי שחשב שנישאר בדיגיטל - טעה. העולם מתפתח למקום אחר והמחאה החברתית שאנחנו רואים כיום היא רק דוגמית לכך".

היא ציינה שהמסר של WorkWith.me

הוא שנדרש להתאגד על מנת להצליח. "לבד זה מאוד קשה", אמרה הנדלר. "החברה שלנו היא פלטפורמה חברתית שמסייעת להתקדם בקריירה, בכסף, ולקבל נקודות זכות. היא מעין 'אי-ביי' לקריירה: ככל שאתה עוזר ליותר אנשים - אתה משתכר מכך".

"העולם הולך לאינטגרציה בין אמצעי המדיה"

יואל גלייזר, מנהל מדיה חברתית בחדשות 2 באינטרנט, אמר שהעולם הולך לאינטגרציה בין אמצעי המדיה השונים. "צופה שקורא בפייסבוק (Facebook) על תאונת דרכים, למשל, ירצה לדעת עוד פרטים עליה באמצעות הטלוויזיה, הדגים. לדבריו, "יש תהליך שילוב הדרגתי בצריכה. בהתחלה, הצופה צורך את החדשות מטוויטר (Twitter) או מפייסבוק, לאחר מכן מהטלוויזיה ולבסוף - מהעיתון".

בניגוד לתחזיות על מותה הקרוב של העיתונות המודפסת וההערכות שחזו בעבר את תומו של עידן הרדיו אמר גלייזר, כי "טכנולוגיות לא

מתות כל כך מהר. רשת האינטרנט

היא פשוט המדיה המיידית ביותר".

הוא ציין ש-"חדשות 2 נמצאות

בכל מקום, מאינטסגרם דרך יו-טיוב

וכלה במקומות נוספים. המטרה

שלנו היא לבחון כל הזמן איפה

אנחנו יכולים לשתף את הצופים,

או הגולשים, בחדשות. יש גם מגמה

נרחבת של אנשים שרוצים לשתף

ושולחים חומרים. זו עיתונות אזרחית

חדשה".

"פייסבוק הופך להיות מיושג עבורנו", אמר גלייזר. "מבחינתנו, לאנשים

לא יימאס מחדשות. בקיץ האחרון דיברו בארץ על האולימפיאדה

באמצעי המדיה השונים מיליון וחצי בני אדם. השיח שאנחנו יוצרים יוצר

יותר שיתוף. האירועים יהיו יותר עצמאיים והאזרחים יעזרו לנו להביא

את המידע".



יואל גלייזר

רק לשני מיליארד יש חשבון בנק. מדובר במגמה שתשפיע על כולנו ותאפשר גידול בכמות הלקוחות".

"שילוב הדוק בין הנייד למדיה החברתית"



דוד טוביאס

דוד טוביאס, סגן ראש חטיבת תפעול ומיחשוב באגף פיתוח מערכות המידע של בנק לאומי, אמר ש-"אנחנו

צפויים לראות שילוב הדוק של העולם הנייד עם המדיה החברתית. נראה את ים המידע המצטבר ברשתות החברתיות ובטלפונים החכמים. נייצר מידע צופה קדימה דוגמת וויז, שחזרה את הפקק הבא". לדבריו, "יש לקחת את כל המידע הזה ו-'להבריג' אותו לרשתות פנימיות-ארגוניות, תוך שמירה על פרטיות. ניתן לעשות מזה דברים נפלאים מבחינת הארגונים. נכניס את כל ים המידע המצוי מחוצה לנו - פנימה".

"לקחנו טכנולוגיות בחזית ההיי-טק ויישמנו אותן", סיכם טוביאס. "זה כבר עובד, ואנחנו מחכים לאישורים. כך נשיג יתרון לכמה חודשים, אבל זה לא יהיה שובר שוויון".



מירב ספקטורבסקי-ששון

"ה-Big Data הוא הסיפור"

מירב ספקטורבסקי-ששון, מנהלת

אגף בנקאות ישירה בבנק הפועלים,

אמרה ש-"ה-Big Data הוא הסיפור. הוא זה שייצר הצעות ערך רלוונטיות-

אישיות, מותאמות לקוח. בכל מקום

בו הלקוח נמצא אוכל לתת לו הצעה".

תחום נוסף בו יפעל הבנק, לדבריה,

הוא "לקחת מידע חיצוני ולשלב אותו עם מידע פנימי. זאת, לצד פעילות

שיווקית רב-ערוצית".

"עדיין קיימת דילמה האם נכון לעשות פעולות בנקאיות בעולם חדש זה. האם יש לבצע פעילות עסקית פרופר ברשתות חברתיות", אמרה

ספקטורבסקי-ששון. "מדובר במחשבה מאוד ראשונית. עשייה שיווקית

במדיה החברתית זה טוב, בנקאות עצמה - זו דילמה ואתגר".

"לקוחות יצטרכו בנקאי גם בעתיד", הוסיפה. "זה לא פשוט וגם לא

ברור איך יהיה הקשר. אמצעי אבטחת המידע נועדו לשמור על המידע,

אבל הם גם מהווים חסמים לפעילות בעולם הווירטואלי. נצטרך להוריד

את החסמים ולחבר מגע אנושי לתוך הערוצים הדיגיטליים. נהדק את

העולמות הפיזי והווירטואלי".

"ליצור אינטימיות בערוץ דיגיטלי"

"האתגר הוא איך יוצרים אינטימיות בערוץ תקשורת דיגיטלי, איך ליצור קשר אישי בערוץ שבבסיסו אינו פנים מול פנים", כך אמר ד"ר

יוסי בהגון, מומחה לרפואה מקוננת.

ד"ר בהגון, שהקים את האגף

לרפואה מקוננת בשירותי בריאות

כללית והיה מנהלו, השתתף בפאנל

לדבריו ד"ר בהגון, "בעתיד, יהיה נדרש

ללוות את המטופל בכל מצבו, לא רק

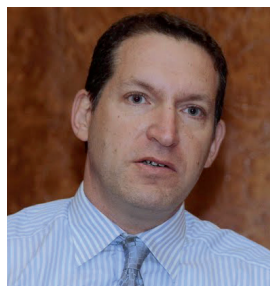
בזמן מחלה, אלא גם כשהיה בריא

ויעשה בדיקות תקופתיות, למשל".

כדוגמה, הוא סיפר על חזייה מיוחדת,

שתגיע לשוק בעוד זמן מה. "מדובר

בחזייה עם חיישנים. גידול שנוצר



ד"ר יוסי בהגון