



אליר לזר

מוזמנים לתרום דם שוב באמצעות 'דחיפות' (Push).
הוא ציין כי "בעבר, פנקס תרומות הדם היה מנייד, בכיסו של כל תורם, והיה יכול לאבד בקלות. כיום הוא נמצא במכשיר הסלולרי ואת הטלפונים, מן הסתם, לא מאבדים כל כך מהר".

"הפרטיות כבר לא קיימת - האינטרס הוא להאזין לאנשים"

"כיום, אפשר להתחבר לכל מכשיר שיש לו iOS, אנדרואיד או חלונות פון, להאזין לשיחות שמנהל בעליו וככלל, לראות מה הוא עושה באמצעות המכשיר. הפרטיות כבר לא קיימת. האינטרס של גורמים רבים הוא להאזין לאנשים, אף אחד מאתנו לא מחוסן", כך אמר דורון אמיר, יועץ מיחשוב בכיר ויו"ר ועדת השופטים של תחרות MobiAwards.
לדברי אמיר, יש כיום אפליקציות שמאפשרות את המעקב הזה. עוד הוא ציין כי "אנחנו נמצאים במצב שבו ילדים נכנסו לעולם הפיתוח. יש להם שפה, כלים ואפשרויות לפתח אפליקציות כאלה והם משוחררים



דורון אמיר

ממוסר". הוא הזהיר כי "אנחנו הולכים לקראת אפליקציות יותר פוגעניות ומזיקות. השינוי הוא לא דרסטי, אבל מאוד יעיל".
"המובייל גורם לחרדת קשב, לא הפרעת קשב", ציין אמיר. "ה'דחיפות' (Push) מפריעות לקשב שלנו ואנחנו לא מתמודדים איתן. אנחנו גם לא מסתדרים עם כל האפליקציות שנוגסות לנו בזמן - וזה יילך ויגבר".
עם זאת, הוא אמר כי "האפליקציות העתידיות יאפשרו לנו יותר זמן איכות. כיום אנחנו נהנים ממשחק או ממוזיקה פשוטה, אנחנו עדיין לא צורכים חוויה. בעשר השנים הבאות יפותחו אפליקציות שיאפשרו חוויות בכל זמן ובכל מקום".

לדעת היכן הרופאים נמצאים - באמצעות המובייל

מורדי יצחק ממחלקת התשתיות באגף המיחשוב ושירותי המידע של

שירות משניהם. מדובר בפתרון ב-HD ובאיכות שמע טובה. כמו כן, הוא מתחבר לענן ואין צורך לעשות אינטגרציה לכל העובדים בארגון".
הוא ציין כי אודיוקודס נכנסה לתחום המובייל ב-2006 וכי עם לקוחותיה בארץ נמנות בזק וקומברס. בין הלקוחות בעולם ניתן למצוא את חברת הכבלים UPC, טלפוניקה בארגנטינה ובפרו וחברת הסלולר הפלסטינית פל-טל, "שמשיקה מערכת ארגונית וחברתית ביחד, שצריכה לצאת בחודש הבא".

הגדלת מכירות באמצעות פתרונות מובייל

אחריו עלה איציק קרומבי, מנכ"ל Sale, שדיבר על הגדלת המכירות באמצעות אפליקציית מובייל. הוא ציין ש-95% מהמכירות מתבצעות באמצעות סוכנים בשטח. לדבריו, "אנחנו מתמקדים ב-'מטר האחרון' של המכירה: לראות איך איש המכירות, באמצעות פתרונות מובייל, יכול להגדיל את המכירות ולעשות אותן יותר רווחיות, עם שירות יותר טוב. אנחנו לוקחים את המידע שקיים על ה-ERP הארגוני ונותנים אותו לאיש המכירות, מפשטים אותו עבורו".



איציק קרומבי

קרומבי דיבר על יישומו של הפתרון ברשת מזל טוב, שמתעסקת במוצרי עיצוב, וציין שהלקוחות של Sale מגיעים ממגוון תחומים, בהם מזון, אופנה, ציוד מסחרי ואלקטרוניקה. "אנחנו נמצאים בכל תחום שפועלים בו אנשי מכירות מעסק לעסק", אמר.
הוא ציין כי "עיקר הפעילות של אנשי המכירות מבוסס על הידע והזיכרון שלהם, הניסיון שהם רוכשים עם הזמן ופתרונות כמו קטלוגים מודפסים. הם לא יודעים לאיזה לקוח ללכת ראשון ואילו מוצרים למכור לאילו לקוחות. כתוצאה מכך, הם מבקרים פחות לקוחות, מוכרים פחות מוצרים והמכירות שהם מבצעים פחות רווחיות". לדבריו, הפתרון של Sale נותן לכך מענה.

"המטרה: לעודד אנשים לתרום דם"

אליר לזר מבית התוכנה גרובוט דיבר על תהליך פיתוח האפליקציה של בנק הדם שביצעה החברה. "ראשית, הגדרנו מטרה, מה אנחנו רוצים שיקרה עם האפליקציה", אמר. "המטרה שלנו הייתה להגביר את החשיבות של תרומת הדם ולעודד אנשים לתרום. החלטנו ללכת על הנישה הזאת ורק עליה. בשלב השני ביצענו מחקר על אפליקציות דומות בעולם ויצרנו קשר עם הצלב האדום, שיש לו את אחת המוערכות שבהן ביקשנו מאנשיו אישור לתרגם את האפליקציה לעברית".
לדבריו, "המשתמשים באפליקציה יכולים לראות בזמן אמת, באמצעות מפה שמוטמעת באפליקציה, איפה יש ניידות להתרמת דם מסביב למקום בו הוא נמצא, מהן שעות הפעילות של כל אחת מהן פעם הלחץ בה. האפליקציה אף שולחת הודעת SMS למשתמש בכל פעם שיש ניידת לא רחוק מהמקום בו הוא נמצא. כמו כן, שלושה חודשים אחרי שתרתם דם בפעם האחרונה, האפליקציה תזכיר לכם שאתם