

# "ישראל יכולה להצליח בשוק הצרכני לא פחות מיפן"

אבנר שדות, מייסד ומנכ"ל חברת Nekuda DM המעצבת את תחנות הטעינה למכונית של שי אגסי, מסביר מדוע עיצוב אסטרטגי הוא מרכיב קריטי בהישרדות עסקית. "הגיע הזמן שהתעשייה תבין שהעיצוב מגדיר מוצר, ולא ארגז החזקת הטכנולוגיה"

רוני ליפשיץ

**ח**ברת Nekuda DM מתל-אביב עשויה להיחשב כחברה לעיצוב תעשייתי, אולם המנכ"ל והמייסד, אבנר שדות, מגדיר אותה כחברה הנדסית המובלת על-ידי מעצבים. "אנחנו עוסקים בפיתוח ומעסיקים 23 עובדים המתמחים בתחומי עיצוב והנדסה מגוונים. המעצבים מובילים את החברה מכיוון שלמעצבים קיימת יכולת מיוחדת לבחון מערכות במבט מאוד כוללני, להמחיש את הקונספט השיווקי והטכנולוגי ולשלב טכנולוגיות רבות בו-זמנית".

## חויית משתמש

לחברה ניסיון רב בעיצוב מוצרים המשלבים טכנולוגיות מגוונות. היא אחראית לעיצוב הרעיון השיווקי והטכנולוגי שמאחורי המערכות הארגוניות והביתיות לטיפול במים של חברת תמי-4. מזה מספר שנים היא עובדת עם חברת אלביט על עיצוב

לחצן המצוקה הנייד שפותח עבור חברת קואלקום. הפיכת טכנולוגיה למוצר

קסדות הטיס שלה ומעצבת את עמדות הטעינה עבור תשתית הרכב החשמלי של חברת Better Place שהוקמה על-ידי שי אגסי.



אבנר שדות. "איפיון המערכת וחויית המשתמש נעשים בשוק המודרני כבר בשלבי הפיתוח הראשונים"

"העולם היום נמצא במגמת מעבר מעיצוב מוצר לעיצוב חוויה כוללת של המשתמש. לכן, כאשר חברות מפתחות מוצר הן צריכות להתחיל בעיצוב כבר בשלבים המוקדמים. העיצוב עוזר לאתר את הנישה השיווקית של המוצר, את התכונות שהלקוחות אוהבים ולגרום ללקוחות הפוטנציאליים לאהוב אותו. זה נקרא Cool".

אבנר שדות הוא בוגר לימוד עיצוב תעשייתי בבצלאל ובעל תואר שני בעיצוב תעשייתי מטעם RCA (Royal College of Art) בלונדון, בו הוא מלמד היום בתוכנית לעיצוב יזמי. יש לו ביקורת קשה על התעשייה הישראלית, עקב הזנחת מרכיב העיצוב.



תחנת טעינה למכונית החשמלית של חברת Better Place

"ביחד פיתחנו רעיון למוצר שניתן לכנות אותו כלחצן מצוקה נייד. מדובר באבזר בגודל המתאים למחזיק מפתחות או לשמירה בכיס ומיועד לילדים ולמבוגרים. בלחיצת כפתור הוא מבצע איתור מיידי של המשתמש, ומאפשר לו לבצע שיחת טלפון למספרי חירום שנבחרו מראש. לפני מספר חודשים החלו ניסויי הפיילוט, כאשר בכוונת קואלקום לצרף אותו כמרכיב בתוך חבילת ביטחון כוללת שהיא משוקת בארה"ב".



## ההתעלמות של חברות היי-טק מחשיבות העיצוב גורמת להן להפסיד נתחי שוק ולקוחות, ומקבעת את התפיסה המקוממת שבישראל לא ניתן לייצר מוצרי צריכה

"צריך לזכור שכבר לא ניתן למכור טכנולוגיות בלי קופסאות פלסטיק. בלי להוכיח שיש מוצר שהוא עובד, מתאים ללקוח ושיש לו מודל עסקי. חברות בארץ, שלא מבינות את השינויים בשוק, תופסות את תפקידם במתן צורה לנפח מסויים. זו טעות גדולה, מכיוון שבשוק המודרני נעשים איפיון המערכת ובניית הארכיטקטורה וחווית המשתמש כבר בשלבים הראשונים של הפיתוח".

### מה התפקיד שלכם בעבודה מול אלביט?

"לפני שש שנים החליטה אלביט שהיא רוצה לעבוד עם גוף המעניק לה תמיכה עיצובית ברמה אסטרטגית, במיוחד כאשר מדובר בעיצוב של אחד מהמוצרים האסטרטגיים שלה".

### עיצוב קסדת טיס

"מאותו שלב התחלנו לעבוד איתה על פיתוח קסדות השליטה שלה לטייסים. אנחנו עובדים על הקסדות בצורה מאוד עקבית, ומעורבים בפרויקטים לכל אורך הדרך, החל משלב האיפיון וכלה בבדיקות המוצר הסופיות.

"תהליך דומה עברנו עם חברת ניס מערכות. לאחר שהתבקשנו לעצב מארז למערכת של החברה, ביצענו מיפוי של תפקידי טכנאי התחזוקה של המערכת, ופיתחנו מארז המעניק לו גישה מהירה וקלה אל הרכיבים הקריטיים. התוצאה היתה מוצר זול

"לאחרונה הגיעה אלינו חברה שהשקיעה מיליוני דולרים בפיתוח טכנולוגיה, וביקשה מאיתנו לעצב עבורה קופסא, שבועיים לפני תערוכת CES. הם רצו להביא מוצר לתערוכה הנחשבת ל'מכה של עולם העיצוב', מבלי שניסו בכלל לארגן אותו כמערכת יעילה עבור הלקוחות. סירבנו לקבל את העבודה".

### הרמקול הדק בעולם

"ההתעלמות של חברות היי-טק מחשיבות העיצוב גורמת להן להפסיד נתחי שוק ולקוחות, ומקבעת את התפיסה השגויה והמקוממת שבישראל לא ניתן לייצר ולפתח מוצרי צריכה".

### מהו הנסיון שלכם בתחום מוצרי הצריכה?

"פיתחנו את הרמקול של חברת Altec Lansing עבור קו מוצרי InMotion, שהם מוצרים נלווים לאייפוד של אפל. התבקשנו לפתח מוצר במיוחד עבור אייפוד ננו, ולכן היה חשוב לנו לפתח רמקול שיהיה הדק בעולם (בעובי של עט כתיבה), כדי שניתן יהיה להכניסו לתיק יד. לפי ההגדרה שלנו פותח רמקול מיוחד העומד בדרישה.

"אנחנו עובדים בשיתוף פעולה הדוק עם חברת New Deal Design מניו-יורק, שהיתה החברה שפיתחה את קו המחשבים הצבעוני של חברת Dell. ביחד איתה פיתחנו רעיון של לוח מחוונים (Dashboard) לרוכבי אופניים, הכולל מערכת שמע MP3, רדיו FM ומערכת תאורה בטיחותית. הקמנו את חברת Tomyca למסחור הרעיון, ולפני 8 חודשים הצטרף אלינו משקיע סיני אשר מייצר את המוצר בסין. לאחרונה התחילו המכירות באירופה וכעת אנחנו במו"מ לשיווק בארה"ב. להערכתי המוצר יגיע בקרוב לישראל".

### מהו תפקיד המעצב התעשייתי?

שדות: "אנחנו מסייעים ללקוחות לנהל את המשאב העיצובי כדי שיוכלו לממש את הפוטנציאל העסקי הגלום בטכנולוגיה שלהם. לחברת תמי-4, למשל, יש טכנולוגיה לטיפול במים. בעבודה איתה אנחנו מעורבים בהגדרת מאפייני המוצר, בפיתוח, בייצור, בתהליכי הפחתת עלות (Cost Reduction) ואפילו בהתאמת הטכנולוגיה למערכת ביתית".

### טכנולוגיה למוצר

"החברות החכמות בישראל הבינו שכיום לא ניתן למכור טכנולוגיות, אלא צריך למכור מוצרים. לאחרונה הגיעה אלינו חברת קואלקום ישראל עם טכנולוגיה המאפשרת לספק שירותי איתור מיקום וטלפון למקרי חירום. בעבר היא יכלה למכור את הטכנולוגיה, אולם כיום היא צריכה להגדיר צרכים, יישום ולהביא אותה לבגרות.



מרכז מדיה לרוכבי אופניים. רעיון עיצובי שהפך למוצר טכנולוגי

עמדות טעינה ולמעלה מ-100 תחנות להחלפה מהירה של הסוללה.

"המשימה היתה לפתח ולבנות עמדת טעינה למכונות החשמליות בעולם. העמדות צריכות לתת מענה למצבים רבים, כמו טעינה בחניונים, ברחובות, בבתים פרטיים ועוד, ולהתחשב בשיקולים כמו בטיחות, אבטחה והמודל העסקי של החברה. עד היום פיתחנו שני סוגים של עמדות: עמדות קיר ועמדות רצפה, וכעת אנחנו מפתחים דגמים נוספים לתסריטים אחרים. מאז חודש נובמבר התקינה Better Place יותר מ-400 עמדות באתרים שונים, במסגרת ניסויי השימוש".

### האם יש עתיד למוצרים צרכניים כחול לבן?

"חברות ישראליות המבינות שיעיצוב אינו הארגז המחזיק את הטכנולוגיה, אלא הדרך בה הוא מוגדר, מיוצר ומתוחזק, יוכלו להצליח בשוק הצרכני. העיצוב הוא השקעה, לא הוצאה, והשקעה בעלת ערך מוסף מהגבוה ביותר בתעשייה. עיצובים שלנו נמכרו ביותר מ-10 מיליארד דולר בעולם, וגם כיום, חברות אלקטרוניקה ישראליות המבינות את חשיבות העיצוב, מצליחות בשוק הצרכני העולמי לא פחות מחברות אמריקאיות, יפניות או טאיוואניות". ■



לתחזוקה ובעל מראה חדשני שהלקוחות אוהבים".

### כיצד מתנהלת העבודה עם חברת Better Place?

"חברת Better Place חיפשה מראש גוף שיוודע לבצע אינטגרציה בין העיצוב לבין ההנדסה. הם בחנו מספר חברות, ובשלב האחרון נותרו שתי חברות שעימן היא עבדה במקביל במשך ארבעה חודשים. בסוף התהליך היא בחרה לעבוד איתנו. "החברה הבינה שבלי שאנשים יידעו שתמיד ימצאו אפשרות לחנות ולטעון את הרכב החשמלי, או להחליף את הסוללה, הם יתקשו לבצע את המעבר. שי אגסי שילב את הרעיון במבנה עסקי הלקוח מהעולם הסלולרי, אשר מבוסס על שירות ולא על רכישה".

מערכת השמע שפותחה על-ידי Nekuda DM עבור אייפוד ננו. הרמקול הדק ביותר בעולם

### רכב חשמלי: מאות אלפי אתרי טעינה

כדי להגשים את הרעיון יש צורך בהקמת תשתית גדולה מאוד. בישראל, מכונית נוסעת בממוצע 60 ק"מ ביום, כאשר סוללה טעונה מעניקה לה מרחק נסיעה של כ-170 ק"מ. כדי לספק מענה לכל התרחישים, החברה מתכננת לפרוס בישראל עד 2011 מאות אלפי