

הסטארט-אפ היומי - Justad.tv: פרסום ב-VOD מבלי לפגוע בצופה

משרדי הפרסום מודאגים מאוד מהנהירה של צופי הטלוויזיה ל-VOD ו-PVR-בעיקר כי אחד היתרונות של המכשירים הללו הוא העדר פרסומות Justad.tv • מתל אביב מציעה להחדיר את הפרסום לעולם הטלוויזיה הלא לינארית, אבל מבטיחה שלא לפגוע בחוויית הצפייה

כולם אוהבים לצפות בטלוויזיה בתכני VOD ו-PVR-כולם, חוץ ממשרדי הפרסום. חוויית הצפייה במכשירי ה-VOD-דוגמת זה של **הוט**, או מכשירי ה-PVR-דוגמת Max yes של **יס**, עדיפה בהרבה על צפייה בשידורי טלוויזיה רגילים, והיא מאפשרת לראות את התכנים שאתם רוצים, בזמן שאתם רוצים, עם כל מיני תוספות, כמו הקפאת הסרט או דפדוף קדימה, וכמובן - ללא פרסומות. קוראים לזה "טלוויזיה לא לינארית", ורבים מאנשי ענף הפרסום מאוד מוטרדים מהמעבר המתמשך של הצופים לסוג כזה של שירותי תוכן, שפשוט משאירים את הפרסומות שלהם מחוץ לתמונה.

אבל תקציבי הפרסום הם חלק חשוב ביותר מההכנסות של חברות המדיה, ולאנשי התעשייה הזו אין אינטרס אמיתי להימנע מלשדר אותן - גם במכשירי פרימיום שאינם מתאימים לסוג הפרסומות שנפוץ בטלוויזיה הרגילה. אמנם קיימת הבנה אצל ספקי השירותים שחוויית הצפייה דרך מכשירי פרימיום דוגמת VOD או PVR חייבת להיות ידידותית ונוחה לצופה, שמשלם עשרות שקלים בחודש תמורת השירות הנוסף, אך ישנם גם מאמצים רבים להצליח ולהכניס רצועות פרסומות אל תוך השירותים האלו, מבלי לעצבן יותר מדי את הלקוח ולגרום לו לוותר על שירותי הפרימיום.

חברת הסטארט-אפ - Justad.tv שהוקמה על ידי **יריב אראל** ו**שחר תלמי**, גייסה השקעת סיד מקרן הון הסיכון הישראלית **נפלוס ונצ'רס**, ומעסיקה שבעה עובדים במשרדה בתל אביב - מכוונת את פיתרון התוכנה שלה, שעשוי להיות מותקן בתוך ממירי הכבלים שלנו, בדיוק אל השוק הזה. "הבעיה העיקרית של הצגת פרסומות בטלוויזיה לא לינארית היא כמובן היכולת של הצופים להריץ קדימה ולדלג על הפרסומות", אומר אראל. "בעבר עלתה האפשרות בשוק למנוע מבעלי ה-VOD את האפשרות להריץ את הווידאו קדימה, אבל זו החלטה מאוד בעייתית כלפי המשתמשים."

תלמי, שנמצא כעת בכנס JavaOne בסן פרנסיסקו, שם חושפת Justad.tv את הפלטפורמה שלה בפני לקוחות פוטנציאליים, מספר שתוכנת המדיה של החברה, המותקנת על ממירים דיגיטליים שתומכים בג'אווה, יודעת לשדר את פרסומות הווידאו ב-40 צורות הגשה שונות שלא פוגעות בחוויית הצפייה. "המערכת שלנו יודעת לשדר פרסומות על מסך מחולק, ברגע שהצופה מריץ סרט קדימה, או להתחיל ולשדר פרסומות ברגע שהוא לוחץ על כפתור ההקפאה (Pause) מסביר תלמי. "היות ואנחנו 'יושבים' בתוך הממיר ויודעים איזו תוכנית הצופה רואה באותו הרגע - אנחנו גם יכולים לספק לו את הפרסומות המתאימה ביותר לתוכן."

לדברי תלמי, "זהו כיוון מאוד דומה לזה של הפרסום החדש באינטרנט, המותאם לסוג התכנים של אותו עמוד. הרי יש פרסומות שמתאימה למי שרואה את הסרט 'רמבו' ויש פרסומות שמתאימות למי שרואה סוג אחר של תכנים. אנחנו יכולים להתאים לכל אחד את הפרסומות שמתאימה עבורו ולהציג אותה בדרך שהכי פחות מפריעה לו."