



אופק – אגודה שיתופית לניהול הון

פרוטוקול – ועד מנהל 1/8/2016

נוכחים: יהודה טלמון, אפרת פריימן, יפעת סולל, ראובן חורש, אלונה ליפשיץ, אלי גרשנקרוין, טלי בהט.

נוכחים נוספים: תום דרומי חכים, גילי ברטורא, אפרת קאופמן. ניסים דואק (יוניק), ברק כפיר (יוניק), אופיר חלפון (יוניק), אירית נחמני (יוניק).

פרוטוקול:

1. סקירת המצב בתחום הרגולטורי

ישנן שלוש התפתחויות רגולטוריות שצריך להפריד ביניהן:

- א. ועדת שטרום - הפרדת כרטיסי אשראי, זה מה שאושר בממשלה לאחרונה.
 - ב. בנק ישראל הוציא טיוטא שאומרת שניתן להקים בנק קטן עם הון של 50 מיליון שקלים.
 - ג. תזכיר חוק שפורסם לפני כשבועיים של צוות בריס, שמדבר על הקמת אגודת אשראי שיכולה לספק בעתיד את מלוא השירותים הבנקאיים תחת הון עצמי של בין 800 אלף שקל ל-3 מיליון שקלים. מבחינת התוכן, החוק תואם ב-95% את מה שאנחנו קיווינו לו. יש לנו הערות כלליות, אבל גם אם הן לא יתקבלו זה חוק מעולה מבחינתנו.
- שאלה חשובה שאין לה תשובה בחוק - מהי הגדרת הלימות ההון שתדרש? השאלה הזו נעלמה מהדיון בחצי השנה האחרונה. אנחנו כבר מזומנים לתת את ההתייחסות שלנו לתזכיר, ויש מסמך שיפעת ותום הכינו לצורך העניין. בינתיים, לפי כל התשדורות זה נשאר בחוק ההסדרים. אם זה נשאר שם, זה אומר שבסוף השנה החקיקה תעבור. עם זאת, לא ברור איך ייראה לוח הזמנים לאחר מכן. אנחנו כן יודעים כבר לומר שאגף שוק ההון במשרד האוצר כבר עובד על הרגולציה על אגודות האשראי - הוא כבר נמצא בתהליך כתיבת התקנות. נצטרך לראות מתי ניתן יהיה להגיש בקשה לרישיון. אנחנו מדברים על פרק זמן של בין חצי שנה לשנה במינימום. אנחנו כמובן מתחילים באסטרטגיה המקורית - אספקת שירותים שלא כרוכים ברגולציה. חתמנו עם טריא, אנחנו בתחילת הפיתוח. מאמין שנעמוד בלוחות הזמנים, ונגיע לתחילת ספטמבר עם מוצר. נתחיל בהשקה פנימית לחברים, כך שבתחילת נובמבר יהיה לנו מוצר שיוכל לצאת לציבור, וכאמור, בהדרגה נוסיף שירותים נוספים. אחד השירותים הנוספים שאנו בודקים את האפשרות להציע אותו בשלב יחסית מוקדם הוא כרטיסי חיוב.

2. הצגת ההצעה לקמפיין על ידי יוניק

סקירת המצב מבחינה תקשורתית - אנחנו נהנים כרגע מגל, שעת חסד על תנאי, צריך לנצל את המומנטום. היו הרבה מאוד הופעות בתקשורת. צריך לצאת כמה שיותר מהר בקמפיין. עד עכשיו נישאנו על כנפי היח"צ, עכשיו הגיע הזמן לצאת בקמפיין. עם זאת, חשוב לחשוב על העיתוי. לא כדאי לעלות בקמפיין ענק, לפני שאנחנו יודעים איפה אנחנו עומדים מבחינה רגולטורית.

שאלות אסטרטגיות:

1. איך אנחנו כובשים את המקום שלנו בשוק ומתחילים להתפס כברירת המחדל בכל מה שקשרו לבנקאות קואופרטיבית?
2. איך אנחנו מגייסים תמיכה וחברים?

אנחנו שואלים את עצמנו מהו המועד האופטימאלי כדי לעורר את הקמפיין ואת התמיכה בשירותים. צריך להיות זהירים עם תקציב השיווק.

דיון בשאלת העיתוי:

- מצד אחד, לא בטוח שלעלות לקמפיין שהוא סביב המוצר של הלוואות העמיתים זה החלק שמעניין את הציבור. החלק שמעניין את הציבור זה ההתלהבות והרצון להיות חלק מקבוצה שמייצרת תחרות לבנקים. לכן זה המומנטום. זה שלצד זה, אנחנו גם אומרים שיהיה מוצר, זה חשוב. אבל החזון שלנו הוא הקמת בנק, בשלב הראשון אגודת אשראי, ולזה אנחנו רוצים לסחוף את הקהל. אנחנו מקבלים הרבה מאוד פניות ברוח חיובית.
- מצד שני, צריך לזכור שהיינו באווירה הזו כבר, והגענו למשבר סביב דרישות ההון. הדבר הגדול שיש לנו כרגע זה דווקא זה שאנחנו הולכים לעשות משהו אמיתי. אז הסיפור של הצעת החוק זה מה שממנף, אבל זה לא המרכז.

יוניק: אנחנו רואים שני גלים. הראשון, למנף את האווירה החיובית שקיימת סביב הרעיון, בעקבות ההתפתחויות האחרונות. אנחנו לא צריכים אישור לחוק כדי להתקדם. עד עכשיו היו לנו כוונות טובות, ללא התכנות של ממש. מה שקורה היום זה שהמחוקק בא לציבור ואומר: אני עומד לתמוך ברעיון הזה, ולעזור לו להתקיים ולפעול.

אנחנו צריכים לחשוב מהי המוטיבציה הצרכנית להצטרף למיזם הזה. האם מדובר בכך שאנחנו מציעים היום מוצר שהוא יותר אטרקטיבי מהמוצרים המתחרים שלו? או שאנחנו מציעים מוצר אחר, שאין לו בכלל תחרות סביבו. יש פה גם עניין של עיתוי. אנחנו היום יכולים לצאת בקמפיין שמעודד אנשים להצטרף לאופק, כשאנחנו אומרים לאנשים, בואו תהיו חלק מהרעיון. בפעם הקודמת ביקשנו מהם להצטרף למשהו מאוד מופשט. היום, אנחנו הרבה יותר אנשי בשורה. זה קורה, תומכים בנו, אנחנו יכולים לקום. זו סיטואציה שונה. הקריאה היא הרבה פחות מופשטת.

דיון בוועד:

- יכול להיות שהמושג מוטיבציה צרכנית פחות מתאים. צריך לדבר על מוטיבציה אזרחית. המוטיבציה הצרכנית שלנו לגבי המלווים היא לא מאוד משמעותית. המשמעות שלה נובעת מהערך החברתי המוסף שלה.
- חשוב גם להדגיש בקמפיין שאנחנו לא המצאנו שום דבר, זה קיים בכל העולם.

- מוצר כזה קיים, אנשים יכולים היום להפקיד כסף ולהלוות במקומות אחרים. מה שלא קיים, זה הפן החברתי. חשש מבום גדול מדיי, במישור של החוק, כאשר החוק יתמסמס לו, ואז אנחנו נצטרך לעשות עוד גל כזה. אנחנו צריכים לתכנן את הדברים באופן שבו אנחנו נהיה מסוגלים להשקיע משאבים, גם אם זה יידחה.
- ברמת השוואה צרכנית, ייקח לנו זמן עד שהשירותים שלנו יהוו חלופה ראוייה לשחקנים אחרים, שיש להם הרבה מאוד שנים בדרך. אנחנו מקווים לראות עם הזמן איך המוטיבציה הצרכנית תלך ותגדל, והאזרחית תהפוך להיות משנית. אבל ברור שהמוטיבציה האזרחית בשנה הקרובה, תמשיך לשחק תפקיד מרכזי.

יוניק: יש כמה דברים שצריך לקחת בחשבון: אנחנו נמצאים עכשיו במומנטום. יש פה שאלה של עיתוי. היום, במצב הנוכחי, העיתוי בשל ליציאה לקמפיין גיוס לרעיון, גם אם זה נוגע רק לרעיון.

חברי הוועד:

יכול להיות שאנחנו מפספסים בום יותר גדול – נגיד, מיד אחרי איזשהו מהלך חקיקתי. יכול להיות שעדיף לחכות, ולהעלות בקמפיין אז.

יש פה גם שאלה של מה יותר משמעותי לנו. מהי המטרה שאנחנו מכוונים אליה. השאיפה שלנו צריכה להיות שיותר ויותר אנשים יהיו חלק מהקהילה של אופק.

יוניק:

אנחנו רואים משמעות גדולה לכך שהרבה בעלי שם הצטרפו לאופק. אנחנו רוצים לעשות שימוש בבעלי השם, כדי לייצר סוג של טרנד סוחף, כדי שבעקבותיהם יצטרפו אנשים נוספים. כמובן שצריך לאפיין פה את היחס בין הערך לבין התועלת. אנחנו חושבים ששימוש בחברי אופק בעלי שם כפרזנטורים של הרעיון ושל אופק, יכול להיות אפקטיבי, ויכול להניע ציבור רחב יותר להצטרף לאופק, תחת האווירה הציבורית שנוצרה פה.

אנחנו רוצים לפנות לקהל רחב, אנחנו רוצים להציג את הפנים הרחבות של החברה הישראלית. ההנחות הן כאלה: להשתמש רק במי שהוא חבר. שנית, להגיע לכמה שיותר אנשים. דבר נוסף, אנחנו צריכים שהדמויות האלו יהיו בקונצנזוס ושיהיה להם רצון להיות פרזנטורים. חשוב שלפחות בהתחלה אלו יהיו אנשים בעלי שם, כי זה רעיון חדש, מופשט, דורש הבשלה תודעתית. יש שורה של חסמים. התפקיד של הדמויות האלו הוא לרכך את המסר – אם אני שם, תחוש בטוח כי גם אתה יכול להצטרף. אנחנו זקוקים גם לסרטונים שאומרים איך הדבר הזה עובד, לא רק קריאה לפעולה.

חברי הוועד:

- צריך להצליח לצאת מהמילייה הקיים, ולהגיע לקהל רחב יותר של אנשים.

יוניק: אופק צריכה להיות חלק מהטרנד של הכלכלה השיתופית העולמית.

חברי הוועד:

- הטרנד של כלכלה שיתופית היום לא שובר את המבנה. זה ההבדל בין אייר בי אנד בי לבין אופק – הכוח פה הוא בידי הבעלים. זה שינוי אמיתי של השיטה. הדגש פה הוא חשוב, הטרימינולוגיה. אם אנחנו נגיד כלכלה שיתופית, וישומו אותנו יחד עם אובר, זו תהיה בעיה.

יוניק: הפלטפורמות האינטרנטיות שבהן יתנהל הקמפיין:

אנחנו מסתכלים על שתי פלטפורמות. כרגע תהליך ההצטרפות לחברות באופק כולל כמה שלבים. פייסבוק וגוגל. בפייסבוק, אנחנו צריכים ליצור מצב שבו הקלקה אחת מובילה להצטרפות. פייסבוק היא פלטפורמה יחסית מתבגרת, ולכן מבחינת קהל היעד זה כן נכון לנו. דבר נוסף זה גוגל – חיפוש בגוגל. אנחנו רוצים שימצאו את אופק בתור האתר הראשון. חשוב שאנחנו נהיה האופציה הראשונה.

פלטפורמות חשובות נוספות:

דבר נוסף שאנחנו צריכים לעשות זה ליצור יותר מפגשי מדיה – מסיבות עיתונאים, חוגי בית וכו'. אנחנו צריכים להנגיש כמה שאפשר את ההצטרפות לאגודה. דבר נוסף – הבנייה של התשתית. אופק סובלת מדימוי לא מספיק טוב. אנחנו מדברים על מתיחה של המיתוג – אופק עכשיו, ואופק בהמשך. צריך לעשות מתיחת פנים – האתר לא מדבר לכל הקהל הרחב. לא הכל מוביל שם לפעולה. המטרה היא להנגיש את המותג לכל הכיוונים.

חברי הוועד:

לסיכום, הוחלט לאשר את ההצעה התקציבית, בכפוף לאישור נוסף של פרטי הקמפיין.

עדכונים נוספים

- אסיפה כללית צפויה להיערך ב-8/11.
- הורדת עלות המנייה ל-1000 ש"ח - המודל של הצבירה ההדרגתית הוא מאוד מורכב (1000 שקלים שהופכים ל-3000 מפרומיל של הרווח), ולכן זה ככל הנראה לא יקרה בשלב הנוכחי. עם זאת, אנחנו ממשיכים להתלבט איך אפשר להוריד את מחיר המנייה לאלף ש"ח, או לסכום דומה על מנת להגביר את הנגישות לחברות באופק. החשש הוא שאם נמשיך עם מתן אפשרות לרכישת מנייה ב-1000 בסטטוס של מועמד לחברות (כלומר ללא אפשרות להצביע) כמו שתכננו, יוצר פה מצב של מעין דור א' ודור ב'. השאלה היא איך מייצרים סטטוס אחד של כל בעלי המניות, כשהעלות היא 1000 שקלים למנייה. אחת האפשרויות שעלתה:
פיצול – חבר שמחזיק מנייה אחת, מנייתו תתפצל לשלוש מניות. הוא מתבקש להעביר לבני משפחתו את שתי המניות הנוספות. זכות ההצבעה היא אחת לכל אחד מהם. בשורה התחתונה, המטרה היא למצוא פתרון שיאפשר להעמיד את עלות המנייה על 1000 ש"ח. יש לבחון מה הפתרון לאלו שאין להם או לא מעוניינים להעביר את המניות העודפות.
- אולי צריך להוריד את עלות המנייה ל-1500, ולא ל-1000. כדאי אולי לנסות והבין מהו המספר הנכון. אם כבר קובעים עלות חדשה, כדאי שנבין איזה סכום יכול להביא למירב ההצטרפויות.
- חשוב שזה לא יהיה מהלך דרמטי מדי, שרק בו אנחנו מתעסקים בתקופה הקרובה. יכול להיות שנעשה מפגש חברים מקדים, כדי להגיע עם זה לאסיפה הכללית יותר מגובשים.