

1. היא הוקמה ב-2006, ועיצבה חלק גדול מעולם השיווק וה-CRM שאנחנו חיים ונושמים היום. היא המציאה את המונח "אינבאוד מרקטינג", וכמעט כולכם משתמשים לפחות בחלק מהשירותים שלה. בקיצור, היא ממש מעניינת ושווה שרשור. אז מי זו האבספוט, מה היא עושה - ואיך היא עושה מזה כסף? שרשור שני, מתחילים
2. קצת היסטוריה: בתחילת שנות ה-2000 אתרי אינטרנט עוד נראו כמו שדה קרב של מודעות ופופ-אפים שהבריחו גולשים. לפני שהקימו את האבספוט, בריאן הליגן ודרמש שאה פתחו את בלוג האבספוט, והתפעלו מהאנגייג'מנט שהתוכן יצר. זה חיזק את תיאוריית האינבאוד מרקטינג שלהם, והבהיר שעלו פה על משהו
3. היום כולנו חיים את זה, אבל אני חייב כמה מילים על מהפכת האינבאוד מרקטינג. כשהאבספוט קמה, מי דיבר על אסטרטגיות תוכן וטכנולוגיות למיקוד החשיפה? מי בכלל תכנן למשוך אליו לקוחות עם תוכן איכותי שיוצר ערך, במקום להפגז אותם בפרסומות הארד-סיל? מעטים, אם בכלל
4. כלים כמו SEO, שיווק מבוסס תוכן, יוטיוב, סושיאל, ניוזלטרים או וובינרים הם הלחם והחמאה של מרקטינג בימינו. זה לא קרה מעצמו. להאבספוט מגיע קרדיט על החזון, שהפך למציאות. את היתרונות אנחנו מכירים מצוין: יותר ערוצים, יצירת אוטוריטה, מנועי חיפוש, ניצול חכם של תקציב השיווק. יו ניים איט
5. ההכנסות גדלו מהר. ב-2014 האבספוט כבר הונפקה ב-NYSE, ונכון לאפריל 2022 היא שווה 17.55 מיליארד דולר. יש לה מעל 4,000 עובדים, וההכנסות שלה ב-2021 היו מעל 1.3 מיליארד דולר. בתחילת הדרך היא שירתה בעיקר עסקים קטנים ובינוניים, והיום היא משרתת 121 אלף לקוחות בעולם, בכל סדר גודל.
6. גם מיזוגים ורכישות עזרו לה להתפתח. עד היום היא [קנתה 13 חברות](#) (ועשתה 2 אקזיטים). זה עזר לה להרחיב את היכולות שלה בתחומים כמו למידת מכונה ו-AI. היא מובילה את תחום פתרונות השיווק והאוטומציה בארה"ב, עם נתח שוק של קרוב ל-30%. אז מה היא בדיוק מציעה, ולמה היא כל כך מצליחה?
7. האבספוט היא פלטפורמת CRM חזקה ויעילה לעסקים B2B. סוג של "וואן סטופ שופ" של כלים לקידום העסק אונליין, בתחומים כמו שיווק, מכירות, שירות לקוחות, ניהול תוכן, ועוד. ה-SaaS השונים מחולקים לפי תחומים או "האבים", עבור כל שלב במחזור הלקוח, מיצירת ליד ועד שהוא הופך ללקוח משלם.
8. כל "האב" בהאבספוט כולל המון כלים שימושיים לעסק, כמו למשל כלי שיווק בסושיאל, כלים ומערכות לניהול תוכן, כלי ניתוח רשת, עמודי נחיתה, SEO, בלוגים, צ'ט לייב, שירות לקוחות, ועוד. ובכל "האב", הלקוח יכול לבחור בדיוק את השירותים שהוא צריך לעסק, בחבילות קבועות או בהתאמה אישית.

9. והנה הגענו לעיקר: איך האבספוט עושה כסף? המודל העסקי מבוסס על שני סוגי הכנסות, או על מקור הכנסה עיקרי (מעל 95%), לצד שירותים מקצועיים ואחרים שיוצרים מודל מגוון יותר. רוב ההכנסות שלה הן מדמי מנוי על השירותים השונים. ה-CRM הבסיסי חיוני, אבל כל שדרוג דורש לבחור מסלול בתשלום
10. התשלום חודשי או שנתי, המחיר משתנה בהתאם לסוג המנוי והרכב החבילה. מחיר החבילה הבסיסית בכל האב הוא 50 דולר, ומגיע עד 1,200 דולר. כלומר, התשלום הכולל יכול להגיע ל-4,000 עד 5,000 דולר בחודש. המוצרים עצמם לא ייחודיים, ויש מספיק מתחרים. היתרון הוא שבאן כולם מרוצים במקום אחד
11. מה מקבלים ב"האבים" האלה? מה לא. בשיווק יש כלים כמו עמודי נחיתה, אוטומציה למיילים, בלוגים וניהול לידים; במכירות יש פיצ'רים כמו שליחת הצעות מחיר, קביעת פגישות, ומעקב אחר לקוחות בפאנל המכירה; בשירות יש שירותים כמו צ'ט לייב, בוטים, כלי מעקב ודיווח, וכן הלאה. עולם שלם של B2B.
12. ניתוח SWOT קצר מחדד כמה נקודות. נתחיל בחוזקות: פלטפורמה יעילה שמרבת את כל השירותים לעסק במקום אחד; הקורונה ומעבר לעבודה מרחוק שחיזקו את העסקים בדיגיטל; רכישות אסטרטגיות שהרחיבו יכולות בעזרת למידת מכונה ו-AI; ודומיננטיות בשוק, שעוזרת לה להוביל בטכנולוגיה, במו"פ, בפרסום וכו'
13. אף אחד לא מושלם, וגם להאבספוט יש חולשות. נתחיל במחיר. ה-CRM החיוני מוגבל, והשירות בתשלום לא זול בכלל. חבילת הבסיס מתחילה ב-50 דולר, אבל מהר מאוד המחיר קופץ ל-800 דולר ואפילו ל-1,200 דולר בחודש, בכל האב. תמיכה טכנית כרוכה ברוב המקרים בתשלום נוסף. משתלם? אולי. זול? לא ממש.
14. עוד כמה חולשות: הסכמים לא גמישים, שלא מאפשרים לקבל החזר, לבטל או לשנות חבילה בתקופת ההתקשרות. המערכת גם לא תמיד קלה לשימוש. אם אתר הלקוח בנוי ב-CMS של האבספוט, הכל בסדר. אבל אם הוא נבנה בפלטפורמה אחרת והלקוח רוצה לנהל את הפיצ'רים מחוץ לאתר, זה די מאתגר טכנולוגית.
15. הזדמנות לא חסרות. היקף העבודה מרחוק והעסקים אונליין רק יילך ויגדל, ויאפשר להאבספוט להתרחב ולהמשיך למצב עצמה כפלטפורמה של כל הפתרונות לעסקים אונליין. שיתופי פעולה, מיזוגים ורכישות מתאימות עשויים לשפר עוד את המוצרים והשירותים, להגביר חשיפה ולהגדיל את תקציבי החדשנות והפיתוח.
16. מה עלול לאיים עליה בעתיד? לפני הכל, התחרות. חברות כמו מייצ'ימפ, סילספורס או פידרייב מתפתחות מהר, ורוצות חלק מכל הטוב הזה לעצמן. זה מחייב את האבספוט להציע פתרונות מותאמים ללקוח ולהמשיך להוביל מבחינה טכנולוגית. אחרת, אתם יודעים. יום אחד אתה קם, ומגלה שהטכנולוגיה שלך התיישנה.

17. ציינתי שיש להאבספוט עוד כמה מקורות הכנסה (3.4% מסך ההכנסות), אז אתייחס בקצרה. האבספוט מציעה שירותים מקצועיים כמו אקדמיה אונליין והדרכות, שבינתיים לא מייצרים רווח אבל עוזרים להגדיל את המכירות. יש לה גם חנות אפליקציות צד שלישי להטמעה, כשאת ההכנסות היא חולקת עם האפליקציות.

18. האבספוט מספקת גם שירותי ייעוץ בתחומים כמו SEO, אסטרטגיית תוכן, בניית ערוצים מעוררי אנגיג'מנט ליצירת והמרת לידים, ותחומים נוספים בהתאם ללקוח. היא גם עורכת אירועים בתשלום, בנושאים אקטואליים לעולמות התוכן והשיווק שלה, ובהם היא מציגה ומשווקת את הכלים שלה בפני קהל הולך וגדל.

19. שנתחיל לסכם? המודל העסקי של האבספוט מבוסס ברובו על דמי מנוי. יש לה מוצרי B2B מכל סוג, שנמכרים בחבילות לפי "האבים", או תחומי פעילות. התשלום עצמו מדורג, ונע בין 50 ל-1,200 דולר בכל האב. התשלום השנתי הממוצע של לקוח האבספוט הוא 9,528 דולר (נכון ליולי 2022).

20. המודל העסקי לא מבוסס רק על דמי מנוי. היא מייצרת הכנסות גם משירותים מקצועיים ופעילויות אחרות, כמו הדרכות, מגוון שירותי ייעוץ, אירועים בתשלום, וחנות אפליקציות צד שלישי. המודל המגוון מאפשר לה להגיע ליותר לקוחות, ולהגדיל את ההכנסות שלה לאורך זמן. ובאן סיימתי. תודה שקראתם 😊