

טייקי של עמית אבנר גייסה 15 מיליון דולר לפי שווי של מעל ל-100 מיליון דולר

קרן אינוביישן אנדיבורס של אריק שמידט מצטרפת לסקויה, מרקר, טניה קפיטל וסופטבנק - שהשקיעו בחברה 32 מיליון דולר ■ טייקי, שמתאימה פרסומות לטרנדים ברשת, בעלת הכנסות שנתיות של עשרות מיליוני דולרים וצמחה השנה ביותר מ-300%

17:52 | 20.01.2015 | מאת: ענבל אורפז

חברת טייקי, של היזם הישראלי עמית אבנר, הודיעה היום (ג') על השלמת סבב גיוס חדש בסך 15 מיליון דולר. החברה פיתחה טכנולוגיה שמאפשרת לזהות טרנדים ברשתות חברתיות, ולהתאים פרסומות לפי העדפות הגולשים.

קרן אינוביישן אנדיבורס (Innovation Endeavors) - זרוע ההשקעות של אריק שמידט ודרור ברמן - ו-MSR Capital הן המשקיעות החדשות בטייקי. הן מצטרפות למשקיעות הקודמות בחברה, שגם השתתפו בהשקעה: סופטבנק קפיטל, סקויה קפיטל, מרקר LLC וטניה קפיטל.

הסבב מביא את סך ההשקעות בטייקי ל-32 מיליון דולר. החברה לא חושפת את השווי שקיבלה בגיוס, אך הוא מוערך ביותר מ-100 מיליון דולר.

[אבנר נחשב לאחד היזמים הצעירים והמבטיחים](#) בתעשיית ההיי-טק העולמית, וכיכב במגוון רשימות מנכ"לים מבטיחים שפורסמו בשנים האחרונות - לצד שמות כמו מארק צוקרברג ומייסדי אינסטגרם.

"נשקיע את ההון שגויס בפיתוח. טייקי היא חברה שמבצעת הרבה מחקר ופיתוח סביב זיהוי טרנדים. זאת בעיה לא פשוטה ומאוד מעניינת, ודורשת צוות גדול של מחקר ופיתוח. כמו כן, נפתח משרדים נוספים ונרחב לאירופה. אנחנו ממשיכים בטרנד של 300% גידול בשנה. סיימנו את 2014 עם הכנסות של עשרות מיליוני דולרים בודדים, וממשיכים את מגמת הגידול ב-2015", אמר אבנר.

טייקי פיתחה אלגוריתם שסורק 50 אלף מקורות מידע ו-1.5 מיליארד שיחות ביום, מאתר את הנושאים החמים ומתאים להם פרסומות באופן דינמי. בנוסף לפרסום ברשתות חברתיות, טייקי מפרסמת גם בבאנרים, וידאו וערוצים נוספים.

מדיה חברתית מהווה פחות ממחצית הפרסום של טייקי, ורשימת הלקוחות שלה כוללת חברות גדולות ומוכרות, כמו AT&T, וריזון, פרוקטר אנד גמבל, דיסני, מריוט, מאסטרקארד, מיקרוסופט, גוגל, סטארבקס וטויוטה. לפי הודעת החברה, 70% מהמפרסמים המובילים בארה"ב הם לקוחותיה. היתרון שטייקי מציעה למפרסמים בניו מדיה הוא המהירות שבה היא מסוגלת לזהות טרנדים רגועים.

טייקי הוקמה ב-2009 על ידי אבנר שמנהל את החברה מניו יורק. בנוסף לכך, יש לה מרכז פעילות בישראל שמעסיק כמחצית מ-90 מעובדיה. בשנה הקרובה המרכז בישראל צפוי לגייס לשורותיו עוד 15-20 עובדים, והמרכז בארה"ב צפוי לגדול ב-20-30 עובדים.

החברה פתחה השנה משרדים בסן פרנסיסקו ולוס אנג'לס, והיא מתכננת לפתוח מרכז גם בלונדון.