

## آیا اینستاگرام به اندازه فیسبوک رشد می‌کند؟

با توجه به رشد بی‌همتای فیسبوک در بین شبکه‌های اجتماعی، آیا اینستاگرام می‌تواند به اندازه‌ی فیسبوک رشد کند؟

به گزارش ایسکانیوز، کوین سیسترام، مدیرعامل و بنیان‌گذار اینستاگرام، در جلسه اخیر نمودار مورد علاقه‌اش که تعداد روزهای رسیدن به مرز ۱۰۰ میلیون کاربر را تشریح می‌کند، نشان داد. وی در این خصوص گفت:

این تنها نموداری است که در زمان کاهش آن، خوشحال می‌شویم.

زمانی نه‌چندان دور، رشد کاربران اینستاگرام سرعت ثابتی داشت؛ به طوری که این سرویس هر ۹ ماه، ۱۰۰ میلیون کاربر جدید پیدا می‌کرد. اما سال گذشته کاربران بیشتری به سمت این شبکه‌ی اجتماعی روی آوردند. تعداد کاربران آن در طول ۶ ماه از ۵۰۰ به ۶۰۰ میلیون نفر رسید. روز چهارشنبه، سه می، تنها چهار ماه پس از رسیدن به مرز ۶۰۰ میلیون کاربر، تعداد کاربران این شبکه به ۷۰۰ میلیون نفر رسید. از این تعداد، ۴۰۰ میلیون نفر هر روز به اینستاگرام سر می‌زنند.

هر چه بیشتر اینستاگرام را چک کنید، بیشتر به یک نکته در مورد این اپلیکیشن اشتراک عکس پی می‌برید؛ این اپلیکیشن به فیسبوک دوم تبدیل می‌شود.

بخشی از علاقه به اینستاگرام ناشی از جنگ بین فیسبوک و اسنپ‌چت است. اسنپ‌چت اپلیکیشن پیام‌رسان-اشتراک عکس است که قابلیت‌های جدیدی برای ارتباط کاربران معرفی کرد. برخی از ویژگی‌های اسنپ‌چت توسط فیسبوک و اینستاگرام کپی شده است. بارزترین ویژگی کپی شده از اسنپ‌چت، قابلیت استوریز () است.

اما زمانی که زیاد از اینستاگرام استفاده کنید، یک نکته جالب کشف می‌کنید؛ اینستاگرام ویژگی‌هایی را که از اسنپ‌چت کپی کرده، بهتر به اجرا درآورده است. اینستاگرام سال گذشته ویژگی‌های متعدد دیگری نیز اضافه کرده است. برخی از این ویژگی‌ها عبارتند از فید مبتنی بر الگوریتم‌های شخصی‌سازی شده، پخش زنده، قابلیت انتشار گالری‌های عکس و بازطراحی اپلیکیشن و لوگو.

اینستاگرام با چنان سرعت زیادی تجربه‌ی روزانه کاربران را تغییر می‌دهد که به نظر می‌رسد این کار برای شبکه‌ای به بزرگی اینستاگرام، غیر محتاطانه باشد. اما کارهای این شرکت کاربران را آزرده نمی‌کنند و به نظر می‌رسد که نتیجه نیز می‌دهند.

تأیید این گفته با آمار و ارقام کمی دشوار است. تجربه شخصی هر کس با دیگران متفاوت است. به‌عنوان مثال، بسیاری از کاربران فید شخصی شده را دوست ندارند. اما برای برخی کاربران، تغییرات ایجادشده در اینستاگرام باعث شده است که این اپلیکیشن اشتراک عکس مفیدتر، جالب‌تر و سرگرم‌کننده‌تر باشد. بخشی از این علاقه ممکن است ناشی از قابلیت‌های جدید باشد و بخشی دیگر نیز ناشی از استفاده بیشتر به دلیل قابلیت‌های بیشتر. شبکه‌ها زمانی بهتر می‌شوند که افراد زمان بیشتری در آن‌ها سپری کنند.

بدین ترتیب، اینستاگرام تقریباً یک پژواک راه انداخته و بیشتر شبیه فیسبوک چند سال قبل است. به طور دقیق‌تر، اینستاگرام اکنون شبیه فیسبوک بین سال‌های ۲۰۰۹ و ۲۰۱۱ است که فیسبوک از یک شبکه برای افراد علاقه‌مند و گیگ، به شبکه‌ای تبدیل شد که تقریباً تمام کاربران از آن استفاده می‌کردند.

از برخی جهات این چندان تعجب‌برانگیز نیست. اینستاگرام از زمان تأسیس در سال ۲۰۱۰ تاکنون رشد زیادی داشته است و از زمانی که فیسبوک آن را خرید، منابع مالی و انسانی لازم را برای رشد داشته است.

شبکه‌های بزرگ‌تری نیز وجود دارند؛ فیسبوک تقریباً دو میلیارد کاربر دارد و دو پیام‌رسان واتس‌آپ و فیسبوک مسنجر هر کدام بیش از یک میلیارد کاربر دارند. در چین، تعداد کاربران وی‌چت از کل کاربران اینستاگرام بیشتر است.

اما تا سال گذشته، سؤال این بود که آیا یک اپلیکیشن اشتراک عکس می‌تواند به تعداد کاربرانی در مقیاس فیسبوک برسد یا نه؟ آیا به اندازه کافی جهانی است؟ آیا به تعداد کافی کاربر وجود دارد که گوشی‌هایشان قابلیت اجرای اینستاگرام داشته باشد؟ آیا اینستاگرام می‌تواند در برابر رقابت اپلیکیشن‌های جدیدتر مانند اسنپ‌چت مقاومت کند؟ این‌ها سؤالاتی بود که پرسیده می‌شد. ممکن است این مشکلات در آینده پدیدار شوند و باعث شوند که رشد اینستاگرام متوقف شود. اما در حال حاضر، اینستاگرام از این موانع عبور کرده است.

کوبین سیسترام معتقد است افزایش سرعت تغییرات به منظور جذب کاربران، عمدی بوده است. او می‌گوید:

مهم‌ترین دلیلی که توانستیم ۱۰۰ میلیون کاربر جدید را سریع‌تر جذب کنیم، این بود که دریافتیم باید با بزرگ‌تر شدن، خودمان را سریع تغییر دهیم.

معنای حرف او این است که اینستاگرام با آنالیز کردن تمام مشکلات سرویسش، سعی داشته که آن‌ها را حذف کند. سپس به فرصت‌های احتمالی نگاهی انداخته و آن‌ها را در اختیار کاربران گذاشته است.

شاید این گفته کلیشه به نظر برسد، چون تقریباً تمام شرکت‌ها این کار را انجام می‌دهند؛ اما شبکه‌های اجتماعی معمولاً توسط کاربران قدیمی که از تغییر متنفرند، گروگان گرفته می‌شوند. فیسبوک از این قاعده تبعیت نکرد و توانست با افزودن ویژگی‌های جدید، کاربران بیشتری جذب کند. سیسترام نیز از روش فیسبوک استفاده می‌کند. او می‌گوید:

سؤال مورد علاقه من از تیم این است: فکر می‌کنید اینستاگرام تا چه اندازه بزرگ می‌شود؟ پاسخی که اغلب می‌شنوم دو برابر کاربرانی است که در حال حاضر داریم. من با اطمینان می‌توانم بگویم بیشتر کسانی که در آینده از اینستاگرام استفاده می‌کنند، در حال حاضر عضو آن نیستند.

سیسترام به تئوری‌های تجاری آکادمیک علاقه زیادی دارد. او بخصوص به کلی کریستینسن، استاد مدرسه تجارت هاروارد و نویسنده کتاب معضل نوآوران علاقه زیادی دارد. سیسترام می‌گوید این تصور که اینستاگرام می‌تواند بزرگ شود، به کمپانی اعتماد به نفس می‌دهد تا به تغییر ادامه دهد.

برخی از مشکلاتی که اینستاگرام در طول سال گذشته پاسخ داده است، داخلی بودند. به عنوان مثال، سیسترام و مایک کریگر، یکی از

بنیان‌گذاران، دریافتند که فرایند تصمیم‌گیری آن‌ها مشکل دارد. آن‌ها سپس فرایند تصمیم‌گیری خود را تغییر دادند.

مشکلات دیگر فنی بودند. بیش از ۸۰ درصد کاربران اینستاگرام در خارج از ایالات متحده هستند و تعداد کاربران این شبکه در برخی نقاط آسیا و آمریکای جنوبی به شدت رو به افزایش است. مشکل اینستاگرام این است که کاربران این مناطق از گوشی‌های اندروید رده‌پایین استفاده می‌کنند و همچنین ارتباطات اینترنتی موبایلی بسیار کندتر از ایالات متحده است. بیشتر تلاش‌های مهندسی اینستاگرام بر بهبود اپلیکیشن اندروید اینستاگرام متمرکز است تا بتواند در خارج از ایالات متحده نیز خوب کار کند. به‌عنوان مثال، پس از آنکه اینستاگرام قابلیت استوری را افزود، تا حدود یک ماه پس از معرفی، روی بهبود آن برای بازارهای بین‌المللی کار می‌کرد. کریگر می‌گوید:

ما دریافتیم که بهبود عملکرد باعث می‌شود که کاربران بیشتری از یک قابلیت استفاده کنند.

سیسترام در مورد استفاده از ویژگی‌هایی که اسنپ‌چت برای اولین بار معرفی کرد، پشیمان نیست. او اسنپ‌چت را به دلیل ابداع قابلیت استوری تحسین می‌کند؛ اما معتقد است که استوری دیگر یک ویژگی نیست، بلکه یک فرمت جدید دیجیتال است که می‌تواند در دیگر پلتفرم‌ها نیز استفاده شود. او می‌گوید:

من چیز زیادی در مورد تاریخ خودرو نمی‌دانم، اما فرض کنید که مدل تی فورد اولین ماشین تاریخ باشد. حال فکر می‌کنید که اولین کمپانی خودروسازی بعد از فورد، چه فکری در سر داشت؟ آیا ما در حال کپی کردن از فورد هستیم یا حوزه جدیدی از حمل و نقل ابداع شده است که هر کس می‌تواند از آن استفاده کند؟

این صحبت‌ها کمی دفاعی به نظر می‌رسد، اما اشتباه نیست. اگر شما روش کار استوری را در اینستاگرام و اسنپ‌چت مقایسه کنید، می‌بینید که شبیه یکدیگر هستند. اما شرایط دو اپلیکیشن باعث می‌شود که ماهیت تغییر کند (اینستاگرام به دنبال آن است که افراد، شبکه‌های بزرگ‌تر و عمومی‌تر تشکیل دهند و اسنپ‌چت به دنبال آن است که افراد شبکه‌های کوچک‌تر، ولی صمیمی‌تر تشکیل دهند). استوری در اینستاگرام با استوری در اسنپ‌چت متفاوت است، چون افراد مختلف با اهداف مختلفی از آن استفاده می‌کنند.

۲۰۰/۲۰۲

منبع: زومیت

دریافت کننده: ناهید سمیعی