من ينافس فيسبوك بعد الانحسار؟

الاثنين 16 أبريل 2018 11:04 م

وفقا لمسح أجرته مؤسسة الإستراتيجيات الإبداعية Creative Strategies الأسبوع الماضي يبدو أن 9% من مستخدمي فيسبوك الأميركيين ربما ألغوا حساباتهم بسبب مخاوف تتعلق بالخصوصية، وأن 17% حذفوا التطبيق من هواتفهم و11% من أجهزتهم و9% ألغوه كليا.

وبناء على هذا المسح، يشير تقرير نشرته صحيفة إندبندنت إلى بعض الأشياء التي يمكن توقعها عن الشكل المستقبلي لشبكة التواصل. منها أنه لا يزال بعض المستخدمين -معظمهم في الولايات المتحدة وأوروبا الغربية- مستفيدين بشكل كبير، وهؤلاء هم الأشخاص الذين يريد المعلنون الوصول إليهم حقا، حيث إن ثلاثة أرباع أرباح شركة فيسبوك تأتي من أقل من 10% من حساباتها.

وإذا انخفضت الحسابات الأميركية والبريطانية والأوروبية الأخرى، أو حتى أصيبت بالركود، فإن هذا سيكون دلالة على أن ذروة فيسبوك قد تم بلوغها بالفعل. وهذا يمكن أن يحدث حتى لو استمر العدد الإجمالي للمستخدمين في الارتفاع، وهذا هو المتوقع.

ثانيا: بما أن الإعلام الاجتماعي جديد لدرجة أنه لا يزال يتطور في قواعده وآدابه، ربما باستثناء تلك التي يسيطر عليها فيسبوك، فمن المحتمل أن تطور المنصات الأخرى قواعد مختلفة للمشاركة. وإذا بدأ مستخدمو فيسبوك الأكثر قيمة في الخروج، فهذا الأمر يشكل فرصة سوق رائعة لمنافسيها، وهناك متسع في السوق من أجل نسخة ثرية من فيسبوك (ولينكدلن) يمكن أن تلحق بهذا المجال.

ثالثا: إذا توقفت تجارة التجزئة على الإنترنت عن النمو أو بدأت تنمو ببطء أكبر مما كانت عليه في الماضي، فإن قيمة إعلانات وسائل الإعلام الاجتماعية تتضاءل. وهذا اتجاه مواز لصعود تلك الوسائل ولكنه يتكامل بشكل وثيق معها.

أخيرا: ينبغي عدم شطب وسائل الإعلام التقليدية، ولكن مراقبة كيف تقاوم. فلن يضر عمالقة التكنولوجيا كثيرا إذا أصبحت وسائل الإعلام التقليدية منافسا أكثر فعالية. لكنها ستشير إلى نقطة التحول في المعركة من أجل حالة ذهنية للأشخاص المراعين لمشاعر الآخرين.