

هل تحل خرائط غوغل محل الفيسبوك؟



الاثنين 19 نوفمبر 2018 11:11 م

تتعدد استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة للجمهور، فمنهم من يرى أنها فرصة للتعرف والتواصل، ومنهم من يجدها فرصة لنشر الأفكار والمحتوى، ولكن، ماذا عن أهداف الشركات والمؤسسات ذات النشاط التجاري؟

فقد بدأ يتزايد اهتمام هذه الشركات بهذه المنصات لتسويق منتجاتها والتعريف بعلامتها التجارية والدفاع عنها، ومشاركة معلومات المنتجات، والتفاعل مع العملاء.

وإذا نظرنا إلى المنصات الحالية نجدها مصممة بشكل خاص للمستخدمين كأفراد أو للأعمال الصغيرة، فموقع تويتر يمكن أن يكون جيدا للمستخدمين من مشاهير أو صحفيين، والفيسبوك يعاني مع مشاكل انتهاك الخصوصية والفوضى بشكل كبير، مما جعل الكثير من الشركات تتخلى عن فكرة استخدامه كمنصة للتواصل مع جمهورها.

ويبدو أن عملاق البحث "غوغل" تنبه إلى هذه الاحتياجات من قبل الشركات، وساعده دوره كأداة بحث يقصدها المستخدمون عندما يريدون العثور على نشاط تجاري معين، حيث يستخدمون لهذه الغاية إما محرك البحث أو خرائط غوغل.

فقد أعلنت غوغل مؤخرا عن ميزة جديدة تتيح للجمهور إرسال رسائل إلى الشركات التجارية مباشرة عبر تطبيق الخرائط.

وستظهر الميزة كزر "رسائل" جديد سيُطرح تدريجيًا لمستخدمي التطبيق على نظامي "آي-أو-أس" و"أندرويد"، ويمكن للعملاء من خلاله مراسلة الشركة لطلب المنتجات، وطرح أسئلة حول المنتج أو خدمة العملاء.

وعندما يكون لدى المستخدمين شكوى، سيتم التعامل معها مباشرة وسريًا، فهذه الرسائل ليست للنشر للعامة وإنما هي بين المرسل والشركة.

وتعمل الشركة الأميركية على إضافة ميزة اجتماعية أخرى إلى خدمة الخرائط، وهي تمكين العملاء من "متابعة" مواقع الأنشطة التجارية، بما يمكّن الشركات من الإعلان عن العروض والصفقات والأحداث لعملائها.

تعمل خرائط غوغل حاليا على تسهيل المشاركة الاجتماعية -ولكن فقط المعلومات حول الأنشطة التجارية- حيث تتيح ميزة التخطيط الجماعي الجديدة للمستخدمين إنشاء قوائم للأنشطة التجارية التي يرغبون في زيارتها، ثم مشاركة تلك القوائم مع الأصدقاء ويمكنهم بعد ذلك التحدث عبر تطبيق الخرائط لتحديد الأنشطة التجارية التي يرغبون في زيارتها معًا.

كما توفر خدمة الخرائط فرصًا لا تمتلكها أي شبكة اجتماعية أخرى، إذ يمكن للأنشطة التجارية أن تعرض للجمهور مبانيتها ومكاتبها عبر برنامج "الخرائط الداخلية" في "ستريت فيو" (StreetView) التي تستخدم ميزة "التجول الثلاثي الأبعاد" لتعطي للمستخدم تجربة واقعية.

يشار إلى أن خرائط غوغل لم تتطور لتحل بديلا كاملا لشبكة فيسبوك، ولكن مع التحديثات الأخيرة توفر هذه الخرائط للشركات معظم الفوائد التي تقدمها الشبكات الاجتماعية دون أي من جوانبها السلبية.