

تجارت الکترونیک

مدرس، محسن هوشمند

mohsenhoshmand@gmail.com











مدل فیاوری تویتر Twitter

- شبکه اجتماعی
- پیام‌های متنی ۱۴۰ نویسه
- ایده اصلی:
- اتحاد و ازدواج پیام‌های کوتاه تلفن‌های سلولی و وب
- جهت ایجاد گروه‌های اجتماعی
- گسترش به
 - مرور مقالات
 - عکس
 - ویدئو
 - تصاویر متحرک

تویتر






- ژوئن ۲۰۱۶
- ۳۱۰ میلیون تن کاربر فعال
- ژوئن ۲۰۱۷
- ۳۲۸ میلیون تن کاربر فعال
- روزانه ۵۰۰۰ تویت در سال ۲۰۰۶
- ۶۰۰۰ پیام در ثانیه، ۵۰۰ میلیون پیام روزانه








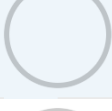


- Barack Obama – 111 million **followers**. ...
- Katy Perry – 108 million **followers**. ...
- Justin Bieber – 107 million **followers**. ...
- Rihanna – 95 million **followers**. ...
- Taylor Swift – 85 million **followers**

		Followings	Followers
1	 Barack Obama (@BarackObama)	595 067	128 734 489
2	 Justin Bieber (@justinbieber)	292 302	113 803 327
3	 KATY PERRY (@katyperry)	235	109 292 297
4	 Donald J. Trump (@realDonaldTrump)	51	88 776 124
5	 Taylor Swift (@taylorswift13)	0	88 170 758
6	 Lady Gaga (@ladygaga)	120 606	83 613 457
7	 Ariana Grande (@ArianaGrande)	57 074	81 536 110
8	 Ellen DeGeneres (@TheEllenShow)	26 922	79 246 156
9	 Kim Kardashian West (@KimKardashian)	127	68 759 242
10	 Selena Gomez (@selenagomez)	1 101	64 303 340

1. JZarifJavad Zarif (@JZarif), Followings10 Followers1 450 603
2. HassanRouhaniHassan Rouhani (@HassanRouhani) 10, Followers 1 095 762
3. VOAIranVOA Farsi (@VOAIran) 94, Followers 932 717
4. SamiYusufSami Yusuf (@SamiYusuf) 0, Followers 768 897
5. Rouhani_ir@) حسن روحانیRouhani_ir) 30, Followers 747 075
6. khamenei_irKhamenei.ir (@khamenei_ir) 5, Followers 660 408
7. RadioFarda_RadioFarda | @) رادیو فرداRadioFarda_) 3, Followers 594 236
8. USAdarFarsiUSA darFarsi (@USAdarFarsi), 177, Followers 537 507
9. SharghDaily@) روزنامه شرقSharghDaily), 59, Followers 399 497
10. PayamZamanipayam zamani (@PayamZamani) 380, Followers 379 967

هندوستان

1	 Narendra Modi (@narendramodi)	2 377	52 499 523
2	 Amitabh Bachchan (@SrBachchan)	1 836	39 711 277
3	 Shah Rukh Khan (@iamsrk)	78	39 649 099
4	 Salman Khan (@BeingSalmanKhan)	24	38 827 997
5	 Akshay Kumar (@akshaykumar)	26	33 453 488
6	 Virat Kohli (@imVkohli)	58	33 141 313
7	 PMO India (@PMOIndia)	485	31 610 242
8	 Sachin Tendulkar (@sachin_rt)	79	31 357 944
9	 Hrithik Roshan (@iHrithik)	89	27 106 817
10	 Deepika Padukone (@deepikapadukone)	78	26 789 766

		Followings	Followers
1	 Recep Tayyip Erdoğan (@RTErdogan)	95	14 484 510
2	 Cem Yılmaz (@CMYLMZ)	158	14 433 453
3	 Galatasaray SK (@GalatasaraySK)	79	8 963 364
4	 Abdullah Gül (@cbabdullahgul)	3	8 551 706
5	 NTV (@ntv)	38	7 203 629
6	 Fenerbahçe SK (@Fenerbahce)	93	6 979 013
7	 T.C. Cumhurbaşkanlığı (@tcbestepe)	9	6 913 036
8	 fatih portakal (@fatihportakal)	2	6 865 396
9	 okan bayulgen (@okanbayulgen)	5 282	6 811 097
10	 cüneyt özdemir (@cuneytozdemir)	1 074	6 795 935

ترکیه

Followings

Followers

1		JuventusFC (@juventusfc)	57	7 680 232
2		AC Milan (@acmilan)	65	7 202 171
3		Valentino Rossi (@ValeYellow46)	295	5 546 352
4		Papa Francesco (@Pontifex_it)	8	4 910 882
5		Marzia Kjellberg (@MarziaPie)	144	4 246 125
6		Lorenzo Jovanotti (@lorenzojova)	1 095	3 817 314
7		Mario Balotelli (@FinallyMario)	64	3 754 162
8		Gianluigi Buffon (@gianluigibuffon)	119	3 409 302
9		Matteo Renzi (@matteorenzi)	877	3 385 046

ايطاليا

تویتر

- شبیه دیگر شبکه‌های اجتماعی شروع بدون هیچ درآمدی
- به سرعت توسعه چند دارائی
- توجه کاربر user attention
- تعداد حاضران
- پایگاه داده توییت
- دارای کامنت‌های بلادرنگ، مشاهدات، عقاید حاضران
- موتور جستجوی داده‌کاو جهت یافتن الگوها
- جانمایی و رقابتی برای بنگاه‌های خبری جهت انتشار اخبار و ویدیو و تصویر

کسب درآمد

- با استفاده از سه گزینه تبلیغاتی
 - promoted tweets تویتهای تبلیغی
 - promoted trends روندهای تبلیغی
 - promoted accounts حسابهای تبلیغی

تویتهای تبلیغی promoted tweets

- نسخه تویتری از تبلیغات گوگل
- جستجو درباره بهترین تبلت منجر به نمایش تویت تبلیغی بهترین تبلت می شود
- هزینه بین ۲۰ سنت تا ۱۰ دلار
- قابلیت مکانی و کلیدواژه
- ارسال تویت تبلیغی به اشخاص خاص در ناحیه‌ای خاص یا مطابق با فعالیت‌های تویتری
- کاربران تفاهم بیشتری با اینگونه تویتهای تبلیغی نسبت به دیگر تبلیغات برخط نشان می‌دهند

روندهای تبلیغی promoted trends

- دومین محصول تبلیغاتی توئیتر
- روندها Trends بخشی از صفحه اول توئیتر
- مشخصگر اینکه افراد درباره چه چیزی صحبت می کنند
- شرکتها می توانند روندی تبلیغی را در پیشانی بخش روند قرار دهند
- کاربران با کلیک روی آن به صفحه دنبال کنندگان محصول یا شرکت هدایت می شوند
- روند قابل خریداری برای یک روز جهت کل بازار با قیمت ۲۰۰۰۰۰۰ دلار

حساب‌های تبلیغی promoted accounts

- پیشنهاد دنبال کردن حساب‌هایی که تبلیغ می‌شوند
- مطابق با فهرست حساب‌هایی که که کاربر دنبال می‌کند
- دارای قابلیت جغرافیایی
 - ملی
 - محلی
- برابر با تعداد دنبال‌کنندگان جدید هزینه پرداخت می‌شود
- قیمت‌ها از نیم تا دو و نیم دلار
- قابلیت صفحات قوی‌تر برای نام‌های تجاری
 - ۱۵۰۰۰ تا ۲۵۰۰۰ دلار

ورود به بازار تبلیغات ویدئویی

• ۲۰۱۳

• تعبیه ویدئوهای تبلیغاتی در تویت‌ها

• برنامه گسترش تویت **twitter amplify**

• شرکای رسانه‌ای CBS و ESPN و Warner Music

• افتتاح تبلیغات تلویزیونی

• نمایش تویت‌های تبلیغی به افرادی که درباره برنامه‌ای تلویزیونی تویت کرده‌اند

• ۲۰۱۴

• ویدئوی تبلیغی

• ۲۰۱۵

• اجازه به تبلیغات‌گران جهت وصل تبلیغ ویدئویی به نصب اپلیکیشن

موبایل و تویتر

- رانه بنیادی فیآوری تویتر و منبع بیشتر درآمدهایش
- مارس ۲۰۱۲
- آغاز آزمایش تویتهای تبلیغی و حسابهای تبلیغی روی ابزارهای موبایلی
- ژوئن ۲۰۱۲
- اعلام درآمدهای آن غالباً از تبلیغات بر ابزارهای موبایلی تا وبسایت
- خرید شرکتهائی جهت بهبود تواناییهای موبایلی
- TapCommerce و MoPub
- ۲۰۱۵
- هزینه ۵۳۳ میلیون دلاری tellApart
- جهت بهبود پلتفرم تبلیغات موبایلی
- ۸۰ درصد درآمد تبلیغی از موبایل در حال حاضر

داده‌کاوی و تویتر

- بهبود داده‌کاوی
- جهت تشخیص احساسات و نظر کاربران درباره محصولات و خدمات و تلاش‌های بازاری
- ۲۰۱۳
- خرید شرکت نوپای Lucky Sort بزرگ‌داده
- سپس Topsy Labs و Gnip
- جهت بهبود قابلیت‌های تولید اطلاعات درباره رفتار مشتریان

عرضه عمومی

- ۲۰۱۳
- با ارزش ۱۴ میلیارد دلار
- افزایش ۱,۸ میلیارد دلاری ناشی از عرضه عمومی
- پیش از آن افزایش ۱,۲ میلیارد دلاری ناشی از سرمایه‌گذاری خصوصی و سرمایه‌گذاری خطرپذیر (کارافرینی)
- جهش ۷۵ درصدی قیمت سهام stock price در حالی که تویتر سودآور نبود
- دسامبر ۲۰۱۳: کاهش قیمت سهم share price از ۷۴ دلار به ۱۷ دلار در اکتبر ۲۰۱۷

نقاط ضعف مدل

- دلایل ضعف میزان رشد و عدم سودآوری
 - ۲۰ درصد امریکایی‌ها از تویتر استفاده می‌کنند در مقابل استفاده ۶۰ درصدی آنها از فیس‌بوک
 - ۸۰ درصد بیرون امریکا
 - امریکا منبع ۵۰ درصد درآمدهای تبلیغی
- تعامل کاربران
 - اغلب پیام‌ها را درصد کمی از کاربران تولید می‌کنند
 - ۱۵ درصد حساب‌های کاربری محصول تولید ۸۵ درصد تمامی تویت‌ها
 - ایراد؟ درآمد تویتر بسته به تعامل کاربر با تبلیغ دارد
- حفظ کاربر
 - ۴۰ درصد میزان حفظ (۶۰ درصد در همان ماه برنگشته‌اند)
 - صرفاً ۱۱ درصد کاربرانی که در ۲۰۱۲ ثبت کرده‌اند هنوز تویت می‌کنند
 - تبلیغات غیرهدفمند، گران، عدم ایجاد فروش کافی
 - منجر به تغییر مدیر اجرایی CEO

مشکلات

- سخت تر و گیج کننده تر نسبت به فیس بوک جهت کار با آن
- آزادسازی ۱۴۰ حرفی
- جمع آوری و بسته بندی تویتهای برای کاربرانی که چند وقتی دور بوده اند
- بیشتر نقش ایوان!
- **جمع کردن بساط محصولات و ویژگی هایی که انگیزه کافی به کاربر نمی دهد**
- ۲۰۱۴ افزودن دکمه خرید جهت اتصال کاربر به آمازون
- ۲۰۱۶ متوقف شد
- #Music تا اطلاع ثانوی متوقف شد
- ۲۰۱۶ تمرکز بر پخش زنده بازیها و برنامه های ویدئویی
- تغییری اساسی در استراتژی که کاربران را به مدت بیشتری روی تویتر نگه می دارد.

تغییرات

- روی آوردن به قابلیت‌های یادگیری ماشین
- گروه کرتکس
 - تمرکز بر بهبود روش‌های تبلیغاتی و فنون هدف‌یابی
 - نوپای مجیک پانی در ۲۰۱۶ جهت تسریع اهداف مذکور
 - تطبیق رتبه‌بندی رتبه‌بندی توییت در فید کاربران
 - تکیه بر هر فرد تا ترتیب زمانی
 - توقف قالب‌های تبلیغاتی کم‌اثر

مشکلات

- تغییر ساختار سازمانی توپتر
- اخراج ۸۰ درصد نیروی کار
- هنوز نیاز به تغییر منابع اصلی درآمد و رشد راكد
- ۲۰۱۶
- شایعه تحت تملک آوردن توپتر
- کمی بعدتر گزارش ضرر توپتر در فصل سوم سال
- اخراج ۹ درصد دیگر از نیروی کار
- بستن Vine ویدئو

مشکلات

• ۲۰۱۷

- رشد شش درصدی کاربر
- کاهش هشت درصدی درآمد به ۵۴۸ میلیون دلار
- به دنبال سودآوری
- تغییر سیاست حریم فردی جهت اشتراک داده با تبلیغ کنندگان
- اشتراک اعلا برای مشتریان همیشه حاضر
- رقابت شدید با فیس بوک و امزون و اسنپ چت و اینستاگرم
- بی قرار شدن سرمایه گذاران
- خواهان تغییر از شرکت خصوصی به شرکت تعاونی
- هنوز که هنوز است تویتتر به مدل فیآوری کارا نرسیده است.

تمرین

- پروژه tellApart در چند سال اخیر به کجا رسیده است؟
- وضعیت فعلی سوددهی تویتر را گزارش دهید.

- همه تمرین‌ها با ذکر منبع پاسخ داده شوند
- تاریخ تحویل: تا پیش از جلسه شنبه دو هفته بعد، **پنجم بهمن** ماه

منابع تهیه این درس

- Laudon
- Turban
- Wikipedia
- <https://www.socialbakers.com/statistics/twitter/profiles/>