



اینستاگرام دیگر فقط اپ اشتراک‌گذاری عکس نیست!

آدام موسری، مدیر اینستاگرام در نظر دارد این اپ را به چیزی فراتر از مکان اشتراک‌گذاری عکس تبدیل کند و می‌خواهد فعالیت‌هایی مثل اشتراک‌گذاری ویدیو و خرید را هم به آن اضافه کند. او می‌گوید اینستاگرام در حال ایجاد تجربیات جدید در چهار حوزه اصلی است.

- نخستین اولویت شرکت، توجه به تولیدکنندگان محتوا و کمک به کسب درآمد آن‌ها با استفاده از ویژگی‌های جدید پولسازی در اینستاگرام است. موسری تشخیص داده که در صنایع مختلف، قدرت از موسسات به افراد منتقل شده و می‌خواهد اینستاگرام را هم به این سو هدایت کند.
- دومین اولویت اینستاگرام، توجه به ویدیو است که هم‌اکنون شاهد رشد بسیار زیاد آن در فضای آنلاین و در همه پلتفرم‌های بزرگ هستیم. موسری می‌گوید اینستاگرام باید بیشتر به ویدیو تکیه کند و برنامه‌هایی برای این کار دارد.
- سومین حوزه مهم برای اینستاگرام، گسترش خریده‌ها در این پلتفرم است. شیوع کرونا تجارت آنلاین را به سرعت به سوی معاملات آنلاین سوق داده و صنعت را

چندین سال به جلو برده است. اینستاگرام در تلاش است تا از این روند، درآمدزایی کند.

• چهارمین حوزه موردنظر اینستاگرام، توجه به پیام‌رسانی است. موسری می‌گوید پیام خصوصی به اصلی‌ترین روش مردم برای ارتباط با دوستانشان در این اپ تبدیل شده است. در طول پنج سال گذشته ارتباطات افراد در اینستاگرام از گذاشتن پست و استوری به ردوبدل کردن پیام‌های خصوصی تغییر جهت داده است.

برنامه‌های بزرگ برای ویدیوهای اینستاگرام

موسری می‌گوید ما دیگر فقط اپ اشتراک‌گذاری عکس نیستیم. اینستاگرام تصمیم دارد خدمات ویدیویی خود را گسترش داده و محتواهای جدید را به کاربران بیشتری ارائه دهد. تحقیقات اینستاگرام نشان می‌دهد که دلیل اصلی افراد برای استفاده از این اپ، سرگرمی است و هر بار که مردم این اپ را باز می‌کنند، دنبال سرگرمی هستند. اینستاگرام هم برای سرگرم کردن کاربرانش بیش‌ازپیش به ویدیوها تکیه می‌کند.

موسری می‌گوید که رقابت جدی با تیک‌تاک و یوتیوب دارند و در نتیجه باید کارهای زیادی انجام دهند تا اینستاگرام را به آن سطح برسانند. این شرکت با اجرای چند تغییر در آینده نزدیک، به جنگ این چالش می‌رود. یکی از این تغییرات، روش جدید توزیع محتوا است تا کاربران به طیف گسترده‌تری از تولیدکنندگان محتوا دسترسی داشته باشند.

اینستاگرام در چند ماه آینده گزینه‌های مختلف را بررسی خواهد کرد که یکی از آنها نمایش محتوای صفحاتی در فید هر کاربر است که شاید کاربر آن صفحات را فالو نکرده باشد. نسخه اولیه این آزمون هفته گذشته انجام شد.

این هفته ویژگی جدید دیگری امتحان می‌شود و در آن کاربران می‌توانند بگویند که دوست دارند چه موضوعاتی را بیشتر و چه محتوایی را کمتر ببینند.

اینستاگرام همچنین روش استفاده افراد از ویدیو به عنوان یک قالب تولید محتوا را آزمایش خواهد کرد.

موسری می‌گوید: قرار است استفاده گسترده‌تر از ویدیوها به خصوص ویدیوهای تمام صفحه، واقعیت مجازی، سرگرم‌کننده و مناسب برای موبایل را هم امتحان کنیم. پس در ماه‌های آینده کارها و آزمایش‌های مختلفی انجام خواهیم داد. در نهایت، این شرکت تصمیم دارد تغییرات آینده را با شفافیت بیشتری به مردم اعلام کند و باید بگوییم که این برنامه‌ها تلاشی مداوم است و کاری یک‌شبه نیست.

ما می‌دانیم که قرار است در ۶ ماه تا یک سال آینده به کجا برسیم، اما مطمئن هستیم تا آن موقع مسائل زیادی تغییر خواهد کرد. نمی‌توان این کار را یک شبه انجام داد، پس آزمون‌ها را مدام تکرار می‌کنیم و نتایج را به همه اعلام خواهیم کرد.

ویدیوهای اینستاگرام تغییرات اساسی خواهد داشت و سعی می‌کنیم ویژگی‌های جدیدی ایجاد کنیم تا بهترین بهره را از این اپ ببرید و در حال حاضر بر چهار حوزه مهم تولیدکنندگان محتوا، ویدیو، خرید و پیام‌رسانی تمرکز کرده‌ایم.