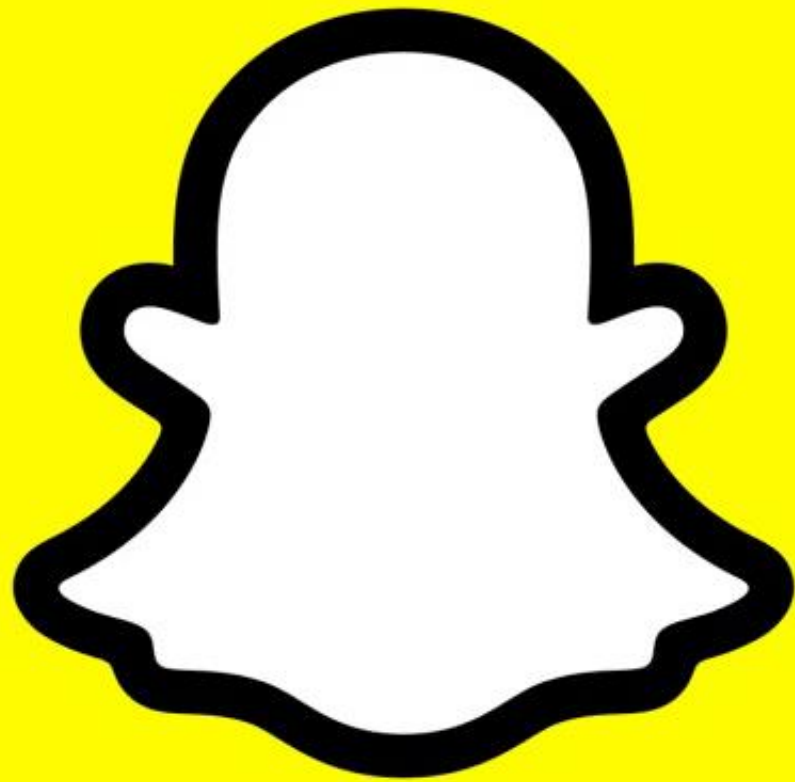


snapchat



Snap Inc

Snap Inc یک شرکت شناخته شده در حوزه فناوری دوربین است

در تاریخ ۱۶ دسامبر ۲۰۱۱، Snap Inc راه خود را با عرضه اسنپ چت در پیش گرفت. در ۳۱ دسامبر ۲۰۱۳ این محصول **هک** شد و اطلاعات ۴.۶ میلیون نفر در اینترنت به صورت غیرقانونی منتشر شد. در همان سال در دسامبر، مدیر اجرایی برجسته ای که در فیس بوک، گوگل، اینستاگرام کار کرده بود، به عنوان مدیر ارشد اجرایی استخدام شد. در ۱۴ ژانویه، این شرکت پیشنهاد ۳ میلیارد دلاری شرکت فیسبوک را رد کرد.

در ماه مه، این شرکت نرم افزار شرکت ADDLive را خریداری کرد و در دسامبر، آنها آزمایشگاه Vengeance را به قیمت ۱۵ میلیون دلار خریداری کردند. در سپتامبر ۲۰۱۵، این شرکت Looksery را خریداری کرد تا لنزهایی را برای برنامه تلفن همراه خود توسعه دهد. تا سال ۲۰۱۶، این شرکت Bitstrips را با قیمت ۱۰۰ میلیون دلار و Verb را با قیمت ۱۰۰ میلیون دلار خریداری کرد و تمرکز خود را روی عینک قرار داد.

محصولات اسنپ اینک

❖ اسنپ چت (Snap Chat)

❖ بیتموجی (Bitmoji)

❖ زنلی (Zenly)

❖ اسپکتکلز (Spectacles)

در ادامه به توضیح هر محصول میپردازیم.



اسنپ چت، یک برنامه پیام رسانی خصوصی و گروهی است که کاربران می توانند عکس، ویدئو و پیام های متنی خود را برای هر فردی که می خواهند، بفرستند.

اسنپ چت ابتدا با نام پیکابو (picaboo) متولد شد.

ایده پیکابو در زمانی که بنیان گذاران آن یعنی ایوان اشپیگل، رچی براون و بابی مورفی در دانشگاه استنفورد مشغول به تحصیل بودند، به ذهنشان رسید. رچی براون، همیشه آرزو داشت که راهی پیدا کند تا عکس هایی که برای دوستانش می فرستد، ناپدید شوند. وقتی ایوان اشپیگل، این ایده را شنید؛ از آن خوشش آمد. آن ها موفق شدند پیکابو را که نسخه اول اسنپ چت است، در بهار سال ۲۰۱۱ بسازند.

پیکابو تا پایان تابستان تنها توانست ۱۲۷ کاربر را سرگرم کند. برنامه اولیه پیکابو در ماه جولای در فروشگاه آنلاین اپلیکیشن های اپل عرضه شد و کم کم طرفداران زیادی پیدا کرد.

اما یک مشکل جدید وجود داشت

اسکرین شات‌ها !!

کاربران می‌توانستند از عکس‌های بارگذاری شده در پیکابو اسکرین شات بگیرند که جنبه ناپدید شدن پیام‌های پیکابو را بی‌فایده جلوه می‌داد! این موضوع باعث شد تا بنیان‌گذاران، یک راه حل جایگزین ارائه دهند که از اسکرین شات جلوگیری کند. آن‌ها یک ویژگی اعلان را ایجاد کردند که به کاربران اطلاع می‌داد فردی از عکس‌های آن‌ها اسکرین شات گرفته است.



بنیان‌گذاران اسنپ چت به جای بازاریابی و برندسازی، بیشتر تلاش خود را روی بهبود تکنولوژی و نوآوری متمرکز کردند که تجربه کاربری بهتری را برای‌شان رقم زد. آن‌ها می‌خواستند ابزاری بسازند تا ارتباط جالب‌تر و بهتری از تبلیغات سنتی، برای کاربران فراهم کند.

در ماه دسامبر، کاربران اسنپ چت روزانه ۵۰ میلیون اسنپ ارسال می‌کردند و یک نسخه به‌روزرسانی منتشر شد که امکان ضبط و ارسال فیلم‌های ۱۰ ثانیه‌ای را هم داشت. بهترین قسمت آن، چه بود؟ کاربران به جای این که دکمه گرفتن عکس یا فیلم را انتخاب کنند، می‌توانستند دکمه ضبط عکس را چند ثانیه نگه دارند تا از خودشان فیلم بگیرند..

در ۹ ماه می ۲۰۱۲، ایوان اسپیگل، مدیرعامل شرکت، توضیح داد که کاربران در آینده، چه انتظاراتی می‌توانند از این اپلیکیشن داشته باشند. او گفت که اسنپ چت صرفاً برای عکس گرفتن از لحظات حساس و ایده‌های غیرواقعی زیبایی و کمال‌گرایی نیست؛ بلکه ابزاری برای تعامل عواطف انسانی است. او داستان اسنپ چت را پاسخی برای استرس ماندگاری اطلاعات شخصی در شبکه‌های اجتماعی، دانست که با فتوشاپ کردن نواقص عکس‌ها به این امر کمک می‌کند.

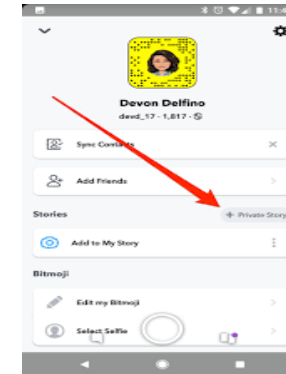
اکتبر همین سال بود که اسنپ چت برای نسخه اندروید گوگل پلی استور، در دسترس قرار گرفت. این در حالی است که تعداد کاربران آن به بیش از ۱۰۰.۰۰۰ کاربر افزایش یافته بود و بدین ترتیب، در ماه اکتبر به نقطه عطف بزرگ بعدی خود رسید. پس از گذشت یک سال کامل، کاربران اسنپ چت روزانه ۲۰ میلیون اسنپ یا تقریباً ۲۵ اسنپ در ثانیه، ارسال می کردند.



2013

در این سال، آن‌ها نسخه اسنپ کیدز (SNAPKIDZ) را معرفی کردند که برای کاربران ۱۳ ساله و پایین‌تر در نظر گرفته شده بود. اسنپ کیدز به کاربران اجازه می‌داد تا عکس بگیرند و روی آن‌ها نقاشی یا خط خطی کنند. با این حال، این عکس‌ها برای سایر کاربران ارسال نمی‌شدند، زیرا فقط در دستگاه آن شخص، قابل ذخیره بودند.

اسنپ چت در اکتبر سال ۲۰۱۳، استوری را راه‌اندازی کرد؛ روایتی زودگذر از اسنپ‌ها که کاربران می‌توانند آن را برای ۲۴ ساعت در پروفایل خود قرار دهند تا دوستان‌شان آن‌ها را ببینند. برندها و کاربران با استفاده از استوری‌ها، برای به اشتراک گذاشتن تصویری کامل‌تر از آنچه که هستند؛ در حالی که هنوز هم عامل ناپدید شدن در آن برجسته بود، استفاده کردند.



2014

✓ ماه اکتبر، آغاز تکنیک های تبلیغات اسنپ چت بود و تبلیغات در بخش «بروزرسانی های اخیر» کاربران در کنار همه استوری های دوستان شان ظاهر می شد. کاربران حق انتخاب این گزینه را داشتند که در صورت تمایل از تماشای تبلیغات خودداری کنند و مانند سایر استوری ها، پس از ۲۴ ساعت ناپدید می شد.

✓ در ماه نوامبر، اسنپ چت برای ایجاد Snapcash با شرکت Square همکاری کرد که به کاربران امکان می داد به راحتی وجه را به طور مستقیم از اسنپ چت به حساب های بانکی خود ارسال و دریافت کنند.

✓ ابتدا، چت را در ماه می معرفی کرد، پیام دهنده ای که پیام های ناپدید شده را از طریق متن به همراه داشت؛ علاوه بر این می توانستید ببینید دوست شما چه زمانی در پنجره گپ در اینجا بوده تا کاربران بتوانند یک گپ تصویری زنده را شروع کنند.

✓ اسنپ چت در ماه جولای، فیلتر موقعیت مکانی را به بازار عرضه کرد که به کاربران اجازه می داد، اسنپ چت های خود را با استفاده از فیلترها و تزییناتی مطابق با شهری که از آن اسنپ می گیرند، سفارشی کنند.

2015

- ✓ در ژانویه سال ۲۰۱۵، اسنپ چت راه‌های جدید بسیاری برای تبلیغ کنندگان برای به دست آوردن درآمد از مخاطبان عظیم خود که تقریباً ۷۵ میلیون کاربر بودند، ایجاد کرد. اسنپ چت، کشف و پیدا کردن (Discover) را معرفی کرد، صفحه جدیدی که به راحتی از صفحه اصلی اسنپ چت قابل دسترسی است و دارای محتوای تبلیغاتی با فرم کوتاه از انواع ناشران و کانال‌های مختلف مثل وکس (Vox)، باز فید (BuzzFeed) سی‌ان‌ان (CNN)، کمدی سنترال (Comedy Central)، نشنال جئوگرافیک (National Geographic) و شبکه غذا است. کشف و پیدا کردن، به کاربران اجازه می‌داد تا محتوای ارائه‌شده توسط این شرکت‌ها را دریافت کنند.
- ✓ از سال ۲۰۱۵ کاربران برنامه در هر روز، بیش از ۲ میلیارد فیلم ارسال می‌کردند که به طور چشمگیری تا پایان همان سال به ۱۰ میلیارد افزایش یافت.
- ✓ پس از آن، قسمت Tap to View معرفی شد. پیش از این، کاربران مجبور بودند انگشت خود را روی صفحه تلفن نگه دارند تا اسنپ‌ها را مشاهده کنند اما حالا برای تماشای آن‌ها، تنها باید یک بار ضربه بزنند.

2015

- ✓ در ماه ژوئن، اسنپ چت فیلترهای موقعیت مکانی دارای اسپانسر را برای تبلیغ کنندگانی که می خواستند در مکان خاصی در معرض نمایش باشند، ارائه داد. اولین اسپانسر، مک دونالد بود.
- ✓ روزنامه فایننشال تایمز گزارش داد که کاربران اسنپ چت تنها ۳ سال پس از شروع ضبط فیلم در این اپلیکیشن، ۶ میلیارد فیلم در روز تماشا کرده اند.
- ✓ در ماه سپتامبر، اسنپ چت کار بزرگ دیگری را برای افراد سلفی بگیر مشتاق آغاز کرد: لنزها. زمانی که کاربران، دوربین های خود را به سمت صورت خود می گرفتند، با نگه داشتن انگشت روی صورت خود می توانستند از لنزهای متنوعی برای تغییر ظاهر خود استفاده کنند. از گوش های فانتزی حیوانات گرفته تا رنگین کمان های زیبا و بدین ترتیب سلفی ها خلاقیت بیشتری پیدا کردند.

2016

- ✓ سال ۲۰۱۶، یک دوره تغییر فوق العاده و رشد انفجاری را برای اسنپ چت به ثبت رساند. در ماه فوریه، اسنپ چت فیلترهای موقعیت مکانی را به صورت تقاضا محور برای کل انجمن اسنپ چت راه اندازی کرد و به کاربران این امکان را داد تا برای مهمانی ها، عروسی ها و برنامه های خصوصی، فیلترهایی ایجاد کنند. در مرحله بعد، اسنپ چت استوری های پیشرفته را با قابلیت پخش خود کار آغاز کرد. اگر کاربر شروع به تماشای یک استوری کند و آن استوری تمام شود، استوری بعدی به طور خود کار پخش می شود.
- ✓ در ماه آوریل، زمانی که بلومبرگ در نوامبر ۲۰۱۵ گزارش داد اسنپ چت ۱۰ میلیارد بازدید ویدیویی در روز تولید می کند که ۲ میلیارد بیشتر از بازدید روزانه فیس بوک است؛ داستان اسنپ چت با یک نقطه عطف بزرگ روبه رو شد و از تویتر هم پیشی گرفت. اسنپ چت همچنین در ماه ژوئن، تبلیغات ویدیویی بیشتری را به نمایش گذاشت؛ تبلیغاتی که بین استوری ها هنگام تماشای آن ها، پخش می شدند.

2016

- ✓ تا آگوست سال ۲۰۱۶، رقبای اسنپ چت برای جلب توجه در فضای شبکه‌های اجتماعی، به مبارزه طلبی را شروع کردند. اینستاگرام از استوری‌های نسخه شخصی خود رونمایی کرد و فیس‌بوک فیلترها و استیکرها را در برنامه عکس خود راه‌اندازی نمود.
- ✓ در ماه می سال ۲۰۱۶، این شرکت ۸۱/۱ میلیارد دلار، سهام داشت که منجر به جذب سرمایه‌گذاران قدرتمند شد.
- ✓ در سپتامبر سال ۲۰۱۶، این شرکت از Snapchat Inc به Snap Inc تغییر نام داد.
- ✓ آن‌ها همچنین اولین ابزار سخت‌افزاری این شرکت یعنی Spectacles را معرفی کردند که یک عینک هوشمند است و دارای یک دوربین داخلی می‌باشد که می‌تواند فیلم‌های ۱۰ ثانیه‌ای را ضبط کند.
- ✓ در پاسخ به استقبال نه‌چندان مطلوب از استوری‌های خودکار، ویژگی لیست پخش داستان یا استوری (Story Playlist) در ماه اکتبر راه‌اندازی شد. کاربران اکنون می‌توانستند گروهی از کاربرانی را انتخاب کنند که می‌خواستند اسنپ‌های آن‌ها به صورت خودکار پخش شوند.

2016

✓ آخرین نوآوری شرکت اسنپ در سال ۲۰۱۶، معرفی پیام‌های گروهی در ماه دسامبر بود. کاربران پیش از این نوآوری مجبور بودند گروهی از کاربرانی که می‌خواستند اسنپ خاصی را برای آن‌ها ارسال کنند، انتخاب نمایند. حال با وجود این نوآوری جدید، کاربران می‌توانستند گروهی از افراد را برای ارسال پیام‌هایی که ۲۴ ساعت بعد ناپدید می‌شوند، ذخیره کنند، دقیقاً مثل استوری‌ها.



✓ معرفی رابط برنامه کاربردی اسنپ چت (API)، اثبات کرد که این شرکت میتواند بیش از یک میلیارد دلار از طریق تبلیغات کسب کند. با استفاده از این الگوریتم، اسنپ می‌تواند به جای تکیه بر تیم فروش، فضای تبلیغ را به اشخاص ثالث به طور خودکار بفروشد، بدین معنی که اکنون می‌توانست درآمد بیشتری را با سرعت بیشتری به دست آورد.

✓ در همین زمان اینستاگرام برای حفظ رقابت با این شبج زرد دوست داشتنی، نسخه مخصوص پیام موقت خود را راه‌اندازی کرد.

2017

در فوریه سال ۲۰۱۷، عینک‌ها برای خرید آنلاین در دسترس کاربران قرار گرفت. در همان سال، اسنپ به ۱۶۰ میلیون کاربر فعال روزانه رسید و در ماه می به ۱۶۶ میلیون نفر دست پیدا کرد. در سال ۲۰۱۷، این برنامه ۲۴ میلیارد دلار ارزش گذاری شد.



2018

سال ۲۰۱۸ شروعی هیجان انگیز برای اسنپ چت بود

یکی از بروز رسانی ها، قابلیت دیدن اسنپ ها بدون نیاز به ورود به سیستم و کاملاً خارج از برنامه اسنپ چت بود، با این به روز رسانی شما میتوانید اسنپ ها و استوری های خود را از طریق لینک با دوستانتان به اشتراک بگذارید.



در پایان ژانویه، اسنپ چت Bitmoji Deluxe را راه اندازی کرد. Bitmoji Deluxe نسخه جدید و حتی قابل تنظیم تر از آواتارهای کارتونی خود است. کاربران اکنون رنگ پوست، مدل مو، رنگ مو، ویژگی های صورت، لوازم جانبی و موارد دیگر را پیدا خواهند کرد تا Bitmojis خود را بهتر پیکربندی کنند تا بیشتر شبیه ظاهر فیزیکی آنها باشد.

2019

گزینه‌های درون برنامه‌ای برای خرید از اینفلوئنسرها در ژوئن ۲۰۱۹ راه‌اندازی شد.

3D SNAPS راه‌اندازی شد و به کاربران اجازه می‌داد گوشی خود را بیچرخانند و تکان دهند و SNAP خود را به گونه‌ای زنده کنند که یک قدم به واقعیت نزدیک‌تر باشد

اسنپ چت اعلام کرد تعداد کاربران فعال روزانه با ۱۳ درصد افزایش سالانه به ۲۱۰ میلیون نفر رسیده است.

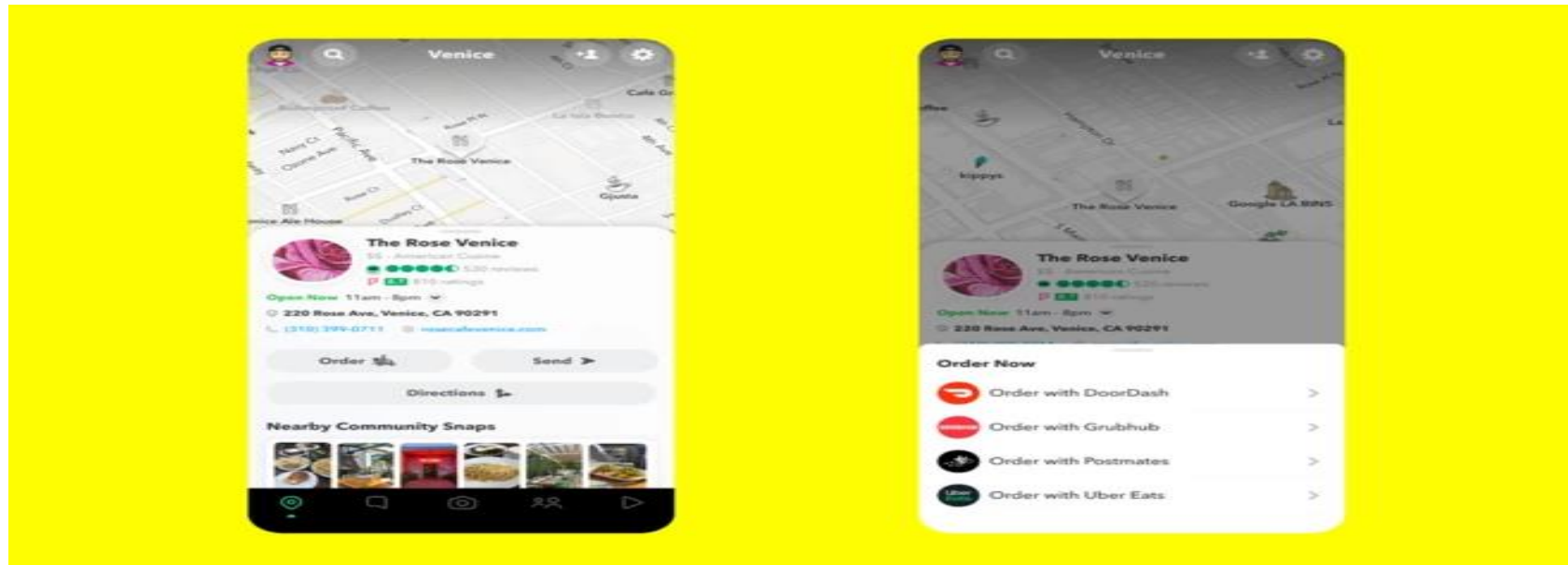
در پایان سال، اسنپ چت قابلیت‌های معرفی کرد که به کاربران امکان می‌دهد چهره‌های خود را در قالب‌های ویدیویی کوتاه ویرایش کنند و می‌توانند برای دوستان در چت ارسال کنند.



2020

✓ اسنپ ویژگی نقشه را اضافه کرد تا کاربران بتوانند ببینند که دوستان اسنپ چتی شان کجا هستند

✓ همچنین امکان پاسخ به استوری ها به برنامه اضافه شد



2020

✓ همچنین اسنپ چت یک اسکنر مواد غذایی ارائه میدهد تا کیفیت مواد غذایی های بسته بندی شده را رتبه بندی کند.

✓ اسنپ اینک با همکاری PLANTSAP ویژگی ای را به برنامه اضافه کرد تا به کمک آن کاربران بتوانند فقط با گرفتن عکس از گیاه تا ۹۰٪ گیاهان شناخته شده را تشخیص دهند.



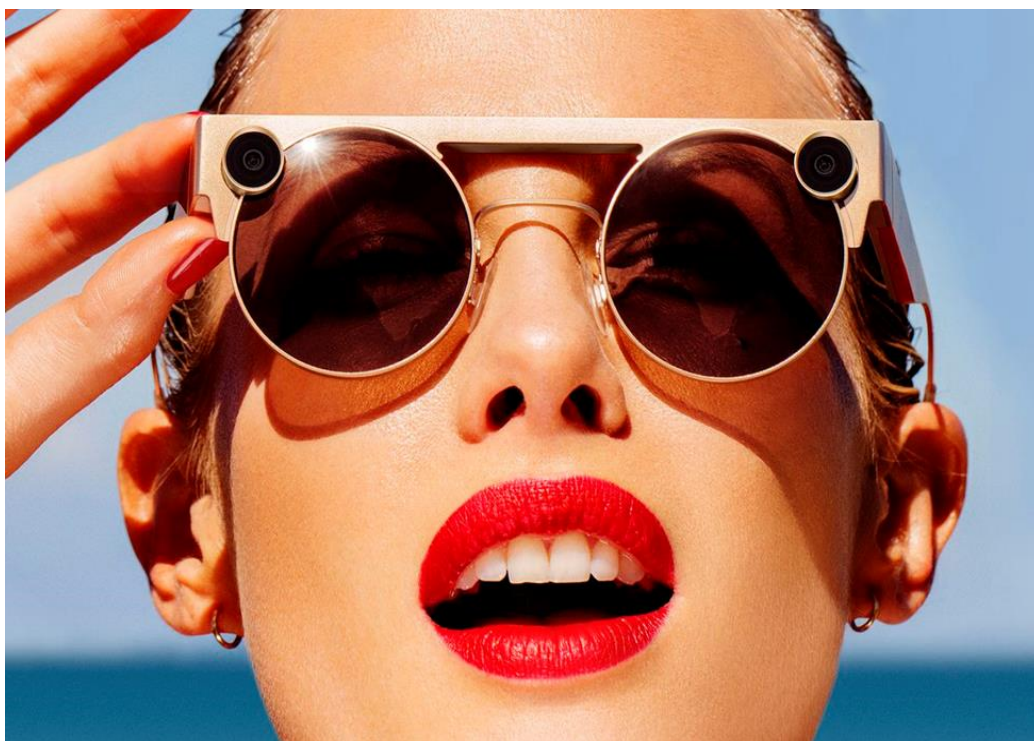
✓ همچنین با همکاری DOG SCANNER موفق شد بیش از ۴۰۰ نژاد سگ را فقط از طریق تصویر شناسایی کند.

راز موفقیت اسنپ چت با وجود حضور غول‌های شبکه اجتماعی

اسنپ چت در حالی شروع به کار کرد که افراد بسیاری گمان می‌بردند که کارآفرینان جوانی هستند و می‌توانند یک برنامه اجتماعی موفق را راه‌اندازی کنند. فیس‌بوک جایی بود که می‌توانستید در آن وقایع خانوادگی و دوستان خود را به روز کنید، اینستاگرام محتوای عکس زیبایی داشت و توییتر، فضایی برای مکالمه بود. این ۳ غول شبکه‌های اجتماعی بر بیشتر گفتگوها و ارتباطات غلبه داشتند، اما همه از لحاظ عملکردی و از همه مهم‌تر مخاطب، در حال رقابت بودند. با این حال، اسنپ چت توانست میان نقاط قوت هر یک از آن‌ها تعادل برقرار کند و یک کانال ارتباطی جدید اجتماعی ایجاد کند.



اسپکتکلز Spectacles



یکی از محصولات شرکت اسنپ اینک است.
این محصول یک عینک آفتابی مبتنی بر دوربین است که مستقیماً
به حساب اسنپ چت مشتری متصل می شود.
اسنپ اینک هدف از تولید این محصول را اینگونه بیان میکند:
نسل جوان می خواهد دوربین نواورانه ای برای زندگی راحت تر
داشته باشد.

Zenly – Best Friends Only

یک نرم افزار پیشرو در زمینه اشتراک گذاری موقعیت مکانی زنده برای تلفن های هوشمند است. با بهره گیری از این اپلیکیشن می توانید موقعیت مکانی تان را به صورت لحظه ای با دوستان و اعضای خانواده تان به اشتراک بگذارید و همچنین از موقعیت آن ها بر روی نقشه اطلاع پیدا کنید. اگر تلفن همراهتان را گم کنید ، برنامه زنلی می تواند به عنوان یک ردیاب قابل اعتماد برای شما عمل کند.



مشتریان هدف



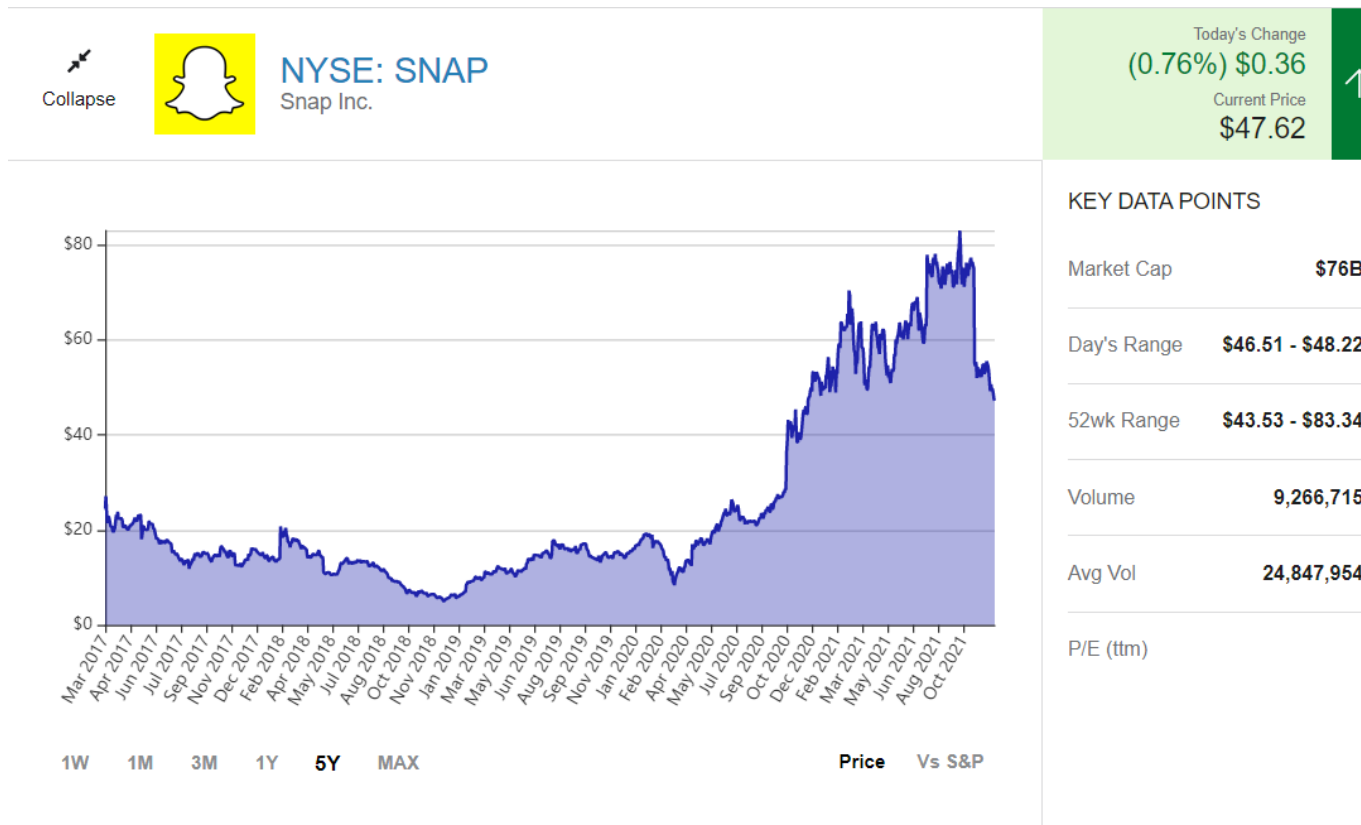
افرادی که از گوشی هوشمند استفاده می کنند،
گروه مشتریان شرکت اسنپ اینک هستند. نسل
جوان اساساً از محصول اسنپ استفاده می کنند.

هر روز حدود ۱۵۰ میلیون نفر از محصول
شاخص اسنپ یعنی اسنپ چت استفاده می کنند و
طبق گزارش وال استریت ژورنال، عمدتاً جمعیت
۱۲ تا ۳۴ ساله مشتری هدف آنها هستند.

| SWOT | |
|---|---|
| Strength | Weakness |
| <ul style="list-style-type: none"> • آنها نیروی کار ماهر، با استعداد و مبتکر دارند. • Snap Inc دارای جریان های نقدی آزاد قوی در داخل شرکت است که می تواند به نفع شرکت مورد استفاده قرار گیرد. • سابقه موفقیت آمیز توسعه محصولات نوآورانه جدید. • طی سال ها، شرکت اسنپ روی ایجاد یک سبد برند قوی سرمایه گذاری کرده است که برای گسترش تجارت بسیار مفید خواهد بود. | <ul style="list-style-type: none"> • آنها ارتباط ضعیفی با مصرف کنندگان خود دارند. • آنها در کسب درآمد موثر از کسب و کار موجود خود شکست می خورند. • آنها قابلیت تولید ندارند. بلکه به تولیدکنندگان تک قراردادی وابسته هستند. • آنها به طور مداوم در محافظت از مالکیت معنوی خود در برابر رقبای خود شکست می خورند. • Snap Inc جریان های نقدی آزاد زیادی در داخل شرکت دارد که نشان می دهد مدیریت در استفاده موثر و کارآمد از این پول نقد ناکام است. |
| Opportunity | Threats |
| <ul style="list-style-type: none"> • سیاست های مالی جدید در دنیا میتواند فرصت سودآوری این شرکت را ایجاد کند • خریدهای اخیر آنها به آنها فرصتی می دهد تا در مشاغل جدید گسترش یافته و مشاغل موجود خود را توسعه دهند. • روندهای جدید در رفتار مصرف کننده می تواند بازار جدیدی را برای شرکت اسنپ باز کند. این یک فرصت عالی برای سازمان فراهم می کند تا جریان های درآمد جدیدی ایجاد کند و در دسته بندی های محصولات جدید نیز تنوع ایجاد کند. | <ul style="list-style-type: none"> • تجارت آنها بسیار رقابتی است که انتظار می رود با گذشت زمان تشدید شود. اگر نتوانند سهم بازار خود را حفظ یا بهبود بخشند، کسب و کارشان آسیب خواهد دید. • حمایت ناکافی از مالکیت معنوی در کشورهای در حال توسعه. • تجارت اسنپ وابسته به سیستم عامل های تلفن همراه، سخت افزار، شبکه ها، مقررات و استانداردهایی است که خارج از کنترل آنها است. تغییرات در محصولات آن ها یا آن سیستم های عامل، سخت افزار، شبکه ها، مقررات یا استانداردها ممکن است به رشد، حفظ و تعامل کاربران آن ها آسیب جدی وارد کند. • از آنجایی که این شرکت در بسیاری از کشورها فعالیت می کند، به ویژه با توجه به جو سیاسی پرنوسان در تعدادی از بازارها در سراسر جهان، در معرض نوسانات ارزی قرار دارد. |

Strategy

میانگین درآمد اسنپ به ازای هر کاربر نیز با افزایش میانگین قیمت تبلیغات آن به افزایش ادامه داد. این رشد را می توان به محبوبیت آن نزد کاربران نوجوان، گسترش Discover با محتوای ویدیویی بیشتر، و کتابخانه رو به رشد لنزهای واقعیت افزوده و بازی های درون برنامه ای نسبت داد.



strategy

- ❖ جذب تبلیغ بیشتر: در مقایسه با سایر رسانه‌های اجتماعی، تبلیغات در اسنپ چت گران است. اسنپ چت به بازاریابان اجازه نمی دهد اثربخشی تبلیغات خود را تجزیه و تحلیل کنند. اسنپ چت باید روی رفع این مشکل کار کند و تبلیغ کنندگان بیشتری را جذب کند.
- ❖ ایجاد فضای ذخیره سازی ابری: Snap Inc بسیار به سرویس ابری گوگل وابسته است. اسنپ اینک بهتر است روی ایجاد فضای ذخیره سازی ابری خود به عنوان یک برنامه احتمالی آینده کار کند.

پایان