

الشهرة على إنستغرام منجم ذهب لأصحابها

التسويق والدعاية الافتراضيان مهنة مربحة في تونس



كل ما يلزم لصورة جميلة وتوثيق الحدث

المحتوى بهاتف ذكي ذي جودة عالية. ويربط الكثير من التونسيين مفهوم التراف بموقع إنستغرام إذ يسعى عدد من المستخدمين إلى استعراض مظاهر الترف على حساباتهم، ومن بينها مشاركة لحظات السفر وشراء أعلى الملابس والمنتجات وارتداء المطاعم وأماكن الترفيه الفاخرة وركوب أعلى السيارات.

وكان تقرير نشره موقع صحيفة ديلي ميل البريطانية، منذ عامين، قد استند إلى صور منشورة على منصة إنستغرام للحديث عن "الثراء الفاحش" لأثرياء تونس مقارنا بين "الترف والبذخ اللذين يبدوان على أبناء الأغنياء وحقيقة الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية المتردية في تونس".

ويعزز التواصل عبر التعليق وعلامات الإعجاب والعرض المباشر علاقة الصداقة بين الإنستغرام ومتابعيها، حيث تجيب على تساؤلاتهم وتقدم مقترحاتها بخصوص المنتجات التي تعرضها.

وتعتبر آلية الفيديو المباشر إحدى ركائز عملية الدعاية حيث تقدم الإنستغرام المسوقة المنتج وتقلبه أمام أنظار الآلاف من المتابعين وتشرح طريقة استعماله وأهم مميزاته لإقناع المتلقي باقتنائه.

ولا تهمل العملية التسويقية في شكلها الرقمي المستجد في تونس الجانبي الشكلي، إذ تكتسي طابعا أيقنا من حيث جودة الصورة والفيديو نظرا لحرص الإنستغرام على إنتاج

وحسب خبراء في الاقتصاد فإن المنصات الرقمية تخلق فرص عمل جديدة في سياق عملية تطورها المستمرة، وهو ما من شأنه تحقيق أرباح طائلة للمؤثرين على الشبكات الاجتماعية.

وتحتدم المنافسة التجارية بين المسوقات الافتراضيات فحرص كل واحدة منهن على تقديم عروض خاصة تخفف خلالها أسعارها وقيمة عقودها في مناسبات مختلفة لجذب أصحاب الأعمال إليها.

وتقوم المنافسة على مقاييس عديدة، من بينها أساسا جودة العرض وطبيعة المتابعين وعددهم على إنستغرام ومدى التفاعل مع المحتوى على شبكة إنستغرام.

المحطات التلفزيونية والإذاعية بالدعاية التجارية، وهو ما أنتج فصلا جديدا في الاتصال مع الجمهور خارج دائرة وسائل الإعلام التقليدية.

وكشفت القروي أن تحقيق الأرباح عبر إنستغرام يختلف على مسوقة على الشبكة إلى أخرى من خلال جودة المتابعين ومدى متابعتهم وتفاعلهم، مشيرة إلى أن محتوى مدته 10 ثوان فقط يقدر سعره بحوالي 70 دولارا.

وتتسرت المسوقة على صاحب الشركة ثمنا إضافيا في حال انتقلت إلى محل ثان للدعاية للمنتجات وتصل قيمة العقد بين الطرفين إلى 1300 دولار، وهو ما يعد ثمنا للصور وغيرها من المحتويات التي تنتشر على حساب الإنستغرام.

تغير مفهوم المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي في تونس كما تغيرت طبيعتهم، فقبل عشر سنوات كان المعارضون السياسيون والمتقنون هم من يكتسبون شهرة في الفضاء الافتراضي أما اليوم فأصبح هذا الفضاء ملكا لأخرين يغيب الخوض في الشأن العام وفي المسائل الجدية من حساباتهم وتحمل محله الدعاية والتسويق لمنتجات وماركات تجارية خاصة على شبكة إنستغرام في تطور لافت لكيفية التعامل مع الشبكات الاجتماعية وجعل النشاط الافتراضي مصدر رزق ومهنة.

وتقول الخبيرة في التسويق الرقمي

أمينة القروي، في تصريح لـ"العرب"، "إن منصة إنستغرام عبارة عن معرض مصغر للسوق يحتوي على كل أنواع المنتجات لكن تغلب عليه المظاهر مما يتطلب بائعا أنيقة جدا تجذب إليها الناس".

وتضيف أن المتابعين الافتراضيين يعمدون إلى تقليد الإنستغرام في المظهر وأسلوب الحياة، إذ يصل التأثر في بعض الأحيان إلى امتلاك قط جميل تقليدا وتشبهها بإحدى الشخصيات المؤثرة على إنستغرام.

وجلب الظهور اليومي للبيض من مستخدمات إنستغرام وعرضهن لتفاصيل حياتهن اليومية شهرة، تتجاوز في البعض من الحالات النطاق المحلي لتكون شهرة إقليمية، حيث تلتقي رائدات الإنستغرام بالمتابعين والمعجبين في الفعاليات العامة في تونس.

وتنقل الشابات المؤثرات على إنستغرام أحداث حياتهن العادية حتى التي لا علاقة لها بالدعاية التجارية في محاولة منهن لترسيخ الروابط مع متابعيهم ما يمتن علاقة الصداقة بينهم. وتنتشر القروي إلى أن النشاط على إنستغرام تحول إلى مهنة بفعل تطور منصة مشاركة الصور وعدد مستخدميها مما سهل عملية بيع كل شيء يعرض.

وتؤكد أيضا أن الإنستغرام تشتغل في البداية على التسويق لنفسها وجذب المتابعين من خلال نشر محتويات معينة ما يساعدها في مرحلة لاحقة في عملية التأثير على المتابعين لاستهلاك منتجات معينة، وتبعاً لذلك تنجح في إقناع أصحاب العلامات التجارية أو المسؤولين فيها بقدرتها على تسويق منتجاتهم دون عناء تكبد التكلفة العالية للدعاية على وسائل الإعلام التقليدية. وساهم إنستغرام في التقليل من انفراد

سناء عدونبي
صحافية تونسية

تونس - جعلت البعض من الشابات التونسيات من التسويق التجاري عبر منصة إنستغرام مصدر رزق أساسيا ليحول هذا النشاط مع تطوره إلى مهنة بالنسبة لهن خاصة بعد التعاقد مع كبرى الشركات والعلامات التجارية بهدف الدعاية لمنتجاتها مستفيدات من رصيدهن الضخم من المتابعين الأوفياء على شبكة تشارك الصور الأشهر حاليا. وتعمل الإنستغرام (مستخدمة شبكة إنستغرام) على لفت انتباه العلامات التجارية إليها بتقديم ضمانات للربح التجاري من منطلق مدى قدرة الشابة على إقناع متابعيها باستهلاك منتجات تلك الشركة أو العلامة من العطور ومواد التجميل والملابس أو زيارة فندق أو مطعم أو مقهى بعد مشاركة صور أو فيديوهات بشأنها مع المتابعين.

البعض يربط مفهوم الثراء بإنستغرام إذ يستعرض المستخدمون مظاهر الترف على حساباتهم من بينها مشاركة لحظات السفر وأعلى الملابس والمنتجات وارتداء الأماكن الفاخرة

ويوفر هذا النشاط المال لمتمتنيه إذ لا يحتاج سوى إلى امتلاك هاتف ذكي وعدد مهم من المتابعين إلى جانب جمال الوجه وفصاحة اللسان لجذب الجمهور.

الشبكات البيولوجية تفك أسرار مجد فريق برشلونة

وقال الباحث "تمكنا من تحديد المعايير التي تعزز من احتمال تسجيل هدف. وتدل بياناتنا على اختلاف الاستراتيجيات بين الفرق. وأبرزنا نقاط اختلاف برشلونة عن الباقي". كما يكشف هذا البحث عن كيفية تغير النقطة المركزية للفريق مع تقدم المباراة. وفقا لهذا المقياس، بدت برشلونة أكثر استقرارا من الفرق الأخرى.

وتقيس نسبة التقدم مدى احتمال انتقال الفريق إلى الأمام أو الخلف أو أفقيا عبر الملعب. ومرة أخرى، برز اختلاف برشلونة، حيث كانت تمريراته الألفية أكثر من أي فريق آخر. ويعكس هذا استراتيجية الفريق الإسباني المتمثلة في تمرير الكرة عبر الملعب بحثا عن فرصة للهجوم. وسجل تشافي هيرنانديز أعلى مركزية في المباريات. ويعرف بأنه من أحد أفضل لاعبي خط الوسط في تاريخ كرة القدم.

لكن التحليل كشف عن بعض نقاط الضعف أيضا. ويزداد احتمال أن يتنازل برشلونة عن هدف عندما يزداد تشتت اللاعبين عن نقطة الفريق المركزية، أي عندما ينتشر اللاعبون. ويشير هذا إلى نقطة ضعف يمكن أن تحاول الفرق الأخرى استغلالها. فمن جهة أخرى، لا تلعب الفرق الأخرى بنفس الطريقة. على سبيل المثال، من المرجح أن يسجل نادي فالنسيا هدفا عندما يزداد تشتت لاعبيه. ويبقى البحث طريقة رائعة كشفت عن العديد من الاستراتيجيات التي حققت مجدا لبرشلونة.

بالطبع، لا يعد هذا التحليل عصا سحرية يمكن أن تستخدمها الفرق الأخرى لنسخ نجاح برشلونة، إذ يختلف تحديد أنماط اللعب وفهمها عن نسخها على أرض الملعب.

ويبقى أسلوب لعب برشلونة نتيجة لبرنامج تدريبي امتد عبر جميع لاعبي

الحروب. ويمكن لعلماء الرياضة استخدام هذه الأدوات لتحليل شبكة الفريق وأهم العقد داخلها.

عمل باحثون آخرون بالفعل على تطبيق هذا النهج لتحليل مباريات كرة القدم. ووجدوا أن الشبكات تشكل "عالم صغيرة". وبدأ البعض من اللاعبين أكثر "مركزية" من غيرهم (بمعنى آخر، زاد احتمال تمرير الكرة منهم وإليهم). وبرزت أنماط اللعب الشائعة مثل إبقاء الكرة بين ثلاثة لاعبين يشكلون مثلثا على الشبكة. وطور بولسو وزملاؤه هذا النهج. مع كل مباراة. وحققوا هدفهم عن طريق إنشاء الشبكة التي تظهر التمريرات الخمسين الأولى ثم مقارنتها مع شبكات مماثلة لإبراز نقاط الاختلاف التي تظهر مع كل لعبة. وسجلت التغييرات مع تقدم المباراة لتشمل بيانات التمريرات الأخرى. ويعطي هذا نظرة تبرز تغير طريقة اللعب على طول المباراة.

وبدأ الباحثون في إنشاء شبكات تظهر تحركات الفريقين في كل مباراة من موسم 2009-2010 خلال الدوري الإسباني لكرة القدم. ووصل عدد المباريات المدروسة إلى 380 بين 20 فريقا في الدرجة الأولى من الدوري الإسباني. وعملوا على تحليل عدد من الشبكات الموضوعة لكل فريق. وتضمنت هذه الطرق "معامل التجميع"، التي أبرزت مدى انتقال الكرة بين ثلاثة لاعبين. وكانت النسبة أعلى في برشلونة مقارنة بالفرق الأخرى. كما سجل هذا الفريق أقصر مسافة تمر بها الكرة بين أفراد الفريق.

وينظر بولسو وزملاؤه إلى كيفية تطور الشبكة مع مرور الوقت باستخدام البيانات التي تظهر كل 50 تمريرة في المباراة.

غوارديولا، والذي اعتبر من أفضل الفرق في تاريخ كرة القدم".

ويعد استخدام علم الشبكات البيولوجية لدراسة الرياضة بهذه الطريقة أسلوبا حديثا، وتكمن الفكرة في تمثيل كل لاعب في الفريق كعقدة ووضع خط يربط بين اللاعبين كلما مروا الكرة بينهم. وكلما زاد عدد التمريرات، أصبح الارتباط أقوى. كما تتضمن البيانات موضع كل لاعب عند تمرير الكرة منه وإليه. في نهاية اللعبة، تصبح الشبكة سجلا قويا يبرز التمريرات بين اللاعبين والطريقة التي اعتمدها الفريق في المباراة.

لكن الأمر يتجاوز مجرد وضع شبكة لفهم طرق لعب الرياضيين: لقد وظف الباحثون في تخصصات مختلفة علم الشبكات لدراسة الإنترنت، وانتشار الأمراض، وحرائق الغابات، وحتى المجال الرياضي بصورتها عبر البيانات التي يتم جمعها روتينيا. وفقا للمقاييس التقليدية، تفوق برشلونة على منافسيه من حيث عدد الأهداف والتمريرات الناجمة والتسديدات. لكن هذه المقاييس لا تجسد أسلوب اللعب. لذلك، يحاول المحللون الرياضيون أن يجدوا طريقة لتحديد فارق اللعب الكبير بين برشلونة والفرق الأخرى.

وعمل الباحث بمختبر الشبكات البيولوجية بجامعة الملك خوان كارلوس في إسبانيا، خافيير بولدو، مع عدد من زملائه على تحليل أسلوب برشلونة.

وقال بولدو "نجمع بين مقاييس مختلفة للشبكة لاستخراج الطريقة التي اتبعها فريق برشلونة الذي دربه

المجال الرياضي بصورتها عبر البيانات التي يتم جمعها روتينيا. وفقا للمقاييس التقليدية، تفوق برشلونة على منافسيه من حيث عدد الأهداف والتمريرات الناجمة والتسديدات. لكن هذه المقاييس لا تجسد أسلوب اللعب. لذلك، يحاول المحللون الرياضيون أن يجدوا طريقة لتحديد فارق اللعب الكبير بين برشلونة والفرق الأخرى.

وعمل الباحث بمختبر الشبكات البيولوجية بجامعة الملك خوان كارلوس في إسبانيا، خافيير بولدو، مع عدد من زملائه على تحليل أسلوب برشلونة.

وقال بولدو "نجمع بين مقاييس مختلفة للشبكة لاستخراج الطريقة التي اتبعها فريق برشلونة الذي دربه



أسلوب حديث في دراسة الرياضة

يثير المجد الذي حققه نادي برشلونة لكرة القدم في عهد بيب غوارديولا فضول جمهور هذه الرياضة وهو ما جعل الباحثين يطوعون التكنولوجيا لفك شيفرات تاليف برشلونة وتحقيق نتائج لم يسبقه لها أي فريق آخر بالاعتماد على علم الشبكات البيولوجية الذي وظفوه لتجميع البيانات وتحليلها ومقارنتها بإداء النادي الإسباني خلال المباريات بإداء فرق كرة قدم أخرى، وفق ما ذكره موقع "تكنولوجي ريفيو" المتخصص في المواضيع التقنية.

ويعتبر موسما 2009-2010 فترة ذهبية في تاريخ نادي برشلونة، إذ اكتسب عن جدارة لقب الفريق الكروي الأفضل على مستوى العالم بعد فوزه في الموسم الأول بثلاث بطولات وهي الدوري الإسباني، وكأس ملك إسبانيا، ودوري أبطال أوروبا لتواصل نجاحاته في الموسم التالي بفوزه بكأس السوبر الإسباني وكأس السوبر الأوروبي وكأس العالم للأندية ليصل رصيده إلى 6 القاب في 6 مسابقات خلال موسمين.

ولم ينح أي فريق قبل برشلونة في جمع هذا العدد من الجوائز في مثل هذه الفترة القصيرة. وتلك الإنجازات التاريخية كانت تحت إدارة غوارديولا في أول موسم له مع النادي.

وتابع الفريق في مبارياته أسلوبا فريدا، وظهرت منافع استراتيجياته في الجوائز التي حصدها. ركز فريق برشلونة على إبقاء الكرة في حيازته، وكانت تمريرات اللاعبين سريعة وقصيرة، ومحاصرة الخصم فور افتكاكه للكرة. وتعرف هذه الطريقة باسم "تيكي تاكا" وهو ما يعني "كرة القدم الشاملة"، وكان برشلونة من أكثر الفرق التي أبرزت فعاليتها.

وفيما يمكن وصف الاستراتيجية بعبارة عامة، يهتم المحللون في