

کلاب هاوس روی خط ارزش آفرینی

مسعود صادقی | خلق ارزش یکی از مهم‌ترین مفاهیم بازاریابی است. در یک دسته‌بندی کلی دو نوع ارزش داریم: ارزش برای فروشنده و ارزش برای مشتری. ارزش برای مشتری (مخاطبان یا کاربران) زمانی معنا پیدا می‌کند که مشتری از داد و ستد خود خشنود باشد و احساس کند آنچه دریافت کرده به آنچه پرداخت کرده، می‌ارزد. بی‌گمان هر چه مشتری از خرید یک محصول یا دریافت یک خدمت راضی باشد، تمایل بیشتری برای خرید و معرفی آن دارد از همین رو ارزش برای مشتری در راستای ارزش برای فروشنده است.

دست‌کم 4 نوع ارزش کاربردی (کارآمدی)، مبادله‌ای، احساسی و اجتماعی برای مشتری شناخته شده است. وقتی مشتری ارزیابی می‌کند که یک محصول چقدر به کارش می‌آید، ارزش کارایی مطرح است بنابراین ارزش کارایی برای هرکس نسبت به فرد دیگر متفاوت است. ارزش مبادله‌ای همان قیمت است، گران یا ارزان بودن یک کالا از دید مشتری را ارزش مبادله‌ای آن تعیین می‌کند. ارزش احساسی اثری است که محصول در احساسات مشتری دارد، طراحی زیبا که در این زمینه بحث رابط کاربری (UI) هم مطرح است، بحث تجربه کاربری (UX) که هدف آن راحتی و دسترسی بیشتر مشتری است، زنده کردن حس نوستالژیک یا قابلیت سرگرم‌کنندگی، احساس آزادی، امنیت، شادی، امیدواری، احترام، مالکیت، تقویت حس کنجکاوی و اعتبار اجتماعی و... در زمره ارزش‌های احساسی شناخته شده به شمار می‌آیند. اما ارزش اجتماعی روندی است که به تغییرات و دگرگونی مناسبات و معادلات اجتماعی می‌انجامد. یک پیام‌رسان تلفن همراه که بستر ارتباطات اجتماعی را دگرگون می‌کند یا فروشگاه‌های و تاکسی‌های اینترنتی که نظام خرید و فروش و حمل و نقل را دگرگون کردند، ارزش اجتماعی دارند. از گذشته تا امروز از شکل‌گیری کشاورزی و اختراع چرخ تا بهره‌گیری از گونه‌های مختلف انرژی در دوره‌های مختلف، اختراع موتورهای احتراقی، تلفن، راه‌آهن، چاپ، روزنامه، رادیو تا اینترنت هر بار با پیدایش یک محصول با ارزش اجتماعی، روند زندگی آدم‌ها دگرگون شده است.

تحلیل ارزش آفرینی کلاب هاوس

شبکه اجتماعی کلاب‌هاوس به تازگی در میان کاربران ایرانی جا باز کرده و شمار کاربران آن شتاب فزاینده‌ای یافته است. در این شبکه اجتماعی تنها راه ارتباطی گفت‌وگویی صوتی زنده است. در کلاب‌هاوس هر کاربر می‌تواند یک اتاق گفت‌وگو بسازد یا به اتاق‌های گفت‌وگویی که دیگران ساخته‌اند، بپیوندد. البته همه افراد یک اتاق همزمان نمی‌توانند صحبت کنند و هر اتاق یک یا چند مدیر برای مدیریت بحث‌ها

دارد. هنگام عضویت در این شبکه اجتماعی می‌توانید موضوع‌های مورد علاقه خود را انتخاب کنید تا کلاب‌هاوس شما را از اتاق‌هایی با مضامین دلخواه‌تان با خبر کند.

کلاب‌هاوس برای برجسته شدن در میان شبکه‌های اجتماعی گوناگون نیازمند یک مزیت نسبی بود از همین رو در زمینه کارکردی ارزش کاربردی اختصاصی گفت‌وگویی گروهی و زنده صوتی (صوت، زنده و گروهی) را برگزیده است. کلاب‌هاوس یک بستر ارتباط زنده صوتی فراگیر و بی‌محدودیت است و بستر کنفرانس‌های بزرگ یا پخش زنده رادیویی تعاملی را فراهم کرده و همین تعاملی بودن ویژگی برتر آن نسبت به شکل سنتی و عمومی رادیو است. بدین ترتیب هرکس می‌تواند در یک جمع فراگیر شنونده یا گوینده یا صاحب رسانه رادیویی باشد. اما کلاب‌هاوس یک بستر است که محتوای آن را کاربران تعریف می‌کنند و ارزش کارکردی آن به اهداف و سوگیری خود کاربر بستگی دارد اما وقتی شمارکاربران به یک سطح قابل قبولی برسد، گرایش‌ها و موضوع‌های گوناگون از هر سو پیدا می‌شوند، چنانکه اکنون در هر موضوعی اتاق‌های بی‌شماری با چهره‌های سرشناس و انبوه صاحب‌نظران و علاقه‌مندان وجود دارد. به نظر می‌آید کلاب‌هاوس برای رسیدن به شمار لازم کاربران از تکنیک تصدیق بیش از دیگر ترفندهای تبلیغاتی بهره گرفته است. در این زمینه ایلان ماسک مدیرعامل تسلا، مارك زاكربرك مدیرعامل فیس بوک و ولاد تنف مدیرعامل شرکت رابین‌هود با تصدیق کلاب‌هاوس، این شبکه اجتماعی را بالا آوردند تا یک‌باره جهش بزرگی در شمار کاربران آن رخ بدهد.

کلاب‌هاوس با فرآیند عضویت از طریق دعوت‌نامه و حضور افراد سرشناس «اعتباربخشی اجتماعی» را نشانه گرفته که در زمره «ارزش‌های احساسی» است، تو گویی عضویت در کلاب‌هاوس امروز یک نشانه‌ای از به‌روز بودن، بهره‌مندی اعتبار اجتماعی و عضویت در محفل نخبگان است از همین رو برخی کاربران شبکه‌های اجتماعی بخش ثابتی از برنامه روزانه‌شان را به بازتاب بحث‌های کلاب‌هاوسی خود اختصاص می‌دهند. در این شبکه اجتماعی توانمندی در بحث‌های زنده و ارتباطات کلیدی شرط پیشرفت است مانند توییتر که توانمندی درگزیده‌گویی تعیین‌کننده است بنابراین یک میدان رقابت و ارتقای اجتماعی هم پدید می‌آید، اینجا و رای ارزش‌های بصری شبکه‌های اجتماعی دیگر فن بیان و قدرت تحلیل نقش‌آفرین است و امکان بازانتشار محتوای دیگران و بهره‌برداری از تولیدات دیگر خیلی محدود است و تنها به یاری حضور ذهن و توان بیان و بهره‌گیری مناسب امکان‌پذیر است.

بر پایه آنچه رفت، ارزش کارایی درکنار ارزش‌های احساسی همچون سرگرمی و جایگاه اجتماعی به اندازه مناسبی در کلاب‌هاوس شکوفا شده

در زمینه ارزش مبادله‌ای، هزینه مخاطب به شکلی نامحسوس از مصرف اینترنت، وقت و انرژی است بنابراین کافی است ارزشها به اندازه کافی تبلیغ شوند سپس کیفیت ارائه خدمات خوب باشد، مسیری که تا اینجا کلابهاوس به خوبی پیموده است.

تیم : 30 روز 1400