

چرا ورایزن AOL را خرید؛ هدف وبلاگ ها هستند یا تکنولوژی های تبلیغاتی؟ - دیجیاتو

امیر مستکین | چهارشنبه، ۲۳ اردیبهشت ۱۳۹۴

دیروز خبری را منتشر نموده و برایتان نوشتیم که [کمپانی ارتباطی ورایزن](#)، با قیمت ۴.۴ میلیارد دلار [کمپانی AOL را خرید](#). اگرچه این این داد و ستد در پایان تابستان رسمی می شود و هنوز پولی جا به جا نشده اما همه چیز قطعیست.

برای درک علت علاقه مند شدن ورایزن به کمپانی مذکور، ابتدا باید ببینیم که خود AOL چه کسب و کاری را اداره می کند. Tim Armstrong، مدیر عامل این شرکت امروز در یادداشتی اشاره کرده بود که این کمپانی، یک شرکت «رسانه» ایست که برند و وب سایت های بسیار معتبری را نظیر Engadget و Huffington Post، TechCrunch را زیر چتر خود دارد.

AOL همچنین کسب و کار های پر سود دیگری داشته و همانطور که در روزهای گذشته در دیجیاتو خواندید، [هنوز ۲.۱ میلیون نفر از ساکنین ایالات متحده، از اینترنت دایال آپ ارائه شده توسط این شرکت استفاده کرده و ماهانه نیز برای سرعت ۵۶ کیلوبیت خود، مبلغی ۲۰ دلاری را پرداخت می کنند](#). اما مهم ترین و پر رشد ترین تجارت AOL در این روزها، تکنولوژی تبلیغاتی اش است و این همان موردی بوده که ورایزن را به خود علاقه مند نموده. با [دیجیاتو](#) همراه باشید.

قبل از دریافت عنوان مدیرعاملی AOL، آرم استرانگ برترین مدیر فروش گوگل بود و به رشد فروش تبلیغات اینترنتی غول جستجو و همچنین بخش [DoubleClick](#) کمک های بسیاری نمود.

در سال های اخیر وی رویکردی مشابه را به AOL نیز آورد و باعث شکوفایی این کمپانی شد. او یک پلتفرم رقابت لحظه ای (real-time bidding platform) را در اختیار علاقه مندان به خرید تبلیغات این شرکت قرار داد و افراد و کسب و کارها می توانستند پیشنهاد خود مبنی بر خرید تبلیغات دیجیتالی در فضای وب و همچنین تبلیغات ویدیویی را ارائه دهند. لازم به ذکر است که مشخصا هر فرد برای دریافت فضای بهتری برای به نمایش کشیده شدن تبلیغاتش، پیشنهادات بالایی ارائه می داد.

همین مسئله باعث گشت تا درآمدهای AOL در سه ماهه مالی آخر سال گذشته، رشدی چهل درصدی داشته باشند.



McQuivey یکی از تحلیلگران موسسه Forrester می گوید: «چرا یک اپراتور مخابراتی، باید بخواهد یک وب سایت رسانه ای را بخرد؟ دلیل این است که وریزن می خواهد تبدیل به یک شرکت رسانه ای جهانی نیز بشود. با کسب و کار فعلی، وریزن صرفاً به چند میلیون نفر دسترسی دارد اما با خرید AOL (و وبسایت های زیر مجموعه اش) می تواند به تعداد زیادی از کاربران در سراسر جهان دست پیدا کند.»

بیشتر مردم به وریزن به عنوان شرکتی می نگرند که خطوط تلفن همراه و شبکه های کابلی را در اختیار کاربران می گذارد اما این کمپانی، دستی بر تبلیغات موبایلی نیز داشته و اطلاعات بسیاری را در مورد کاربران شبکه موبایلی اش جمع آوری نموده که و می تواند تبلیغات موبایلی را به شکل هدفمند برای آنها به نمایش بگذارد.

McQuivey می گوید: «وریزن به احتمال زیاد پس از خرید کامل AOL، بخش هایی که به آنها نیاز ندارد نظیر Huffington Post را خواهد فروخت. در نتیجه می توان گفت لیستی بلند بالا از مشترکان تجارت های AOL را با قیمتی مناسب به دست آورده است.» وریزن می گوید انتظار دارد این خرید تا پایان تابستان جاری نهایی شود و در حال حاضر نیز در انتظار تایید رگولاتوری است.

شرکت ارتباطی وریزن همچنین از برنامه های خود برای شروع به کار سرویس استریم ویدیو در تابستان امسال خبر داد که بر روی موبایل های مشترکان این شرکت قابل دسترس خواهند بود؛ از طرف دیگر برخی از تحلیلگران بر این باورند که وریزن سرویس استریم ویدیو خود را به مشترکین کابلی اش نیز ارائه می دهد.

نکته جالب ماجرا اینجاست که در سال ۲۰۰۰، AOL نیز با همین تفکرات به سراغ خرید کمپانی Time Warner آمد. در آن زمان AOL در اصل نقش وریزن فعلی را بازی می کرد و کاربران بسیاری داشت که به آنها اشتراک اینترنت و شبکه های کابلی را می فروخت. Time Warner نیز یک غول رسانه ای بود که راهکارهای جالبی برای بحث تبلیغات داشت. AOL مبلغ ۱۸۳ میلیارد دلار را صرف خرید و ادغام Time Warner با خود کرد که سپس تبدیل به یکی از ننگین ترین خرید و ادغامات در میان شرکت های بزرگ آمریکایی شد. حال به هر شکلی که این خرید جدید پیش برود، در هر صورت سهام داران پول های بسیار کمتری نسبت به عصر «دات کم» نصیبشان خواهد شد.

[دیجیاتو](#)