

دنیای تحلیل های اشتباه: معتبرترین وب سایت های اینترنت در مورد آیفون چه فکر می کردند؟ - دیجیاتو

امیر مستکین | شنبه، ۱۲ تیر ۱۳۹۵

آیفون در ۲۹ ژوئن سال ۲۰۰۷ از راه رسید و چند روز پیش تولد ۹ سالگی اش را جشن گرفت. اما در آن زمان، آیفون تلفن هوشمندی محسوب می شد که دنیای موبایل مشابهی برای آن ندیده بود. البته اولین آیفون، کاستی های زیادی داشت. از ارتباط 3G برخوردار نبود، از MMS پشتیبانی نمی کرد و از همه بدتر، با کپی و پیست آشنایی نداشت اما نمایشگر تاج بسیار عالی و مرورگر وب اجازه نمی دادند تا کاستی های آن چندان به چشم آیند.

بدون اغراق آیفون پس از مدت کوتاهی تبدیل شد به یک استاندارد طلایی در دنیای موبایل ها؛ چه از نظر سخت افزاری و چه از نظر نرم افزاری.

در زمان عرضه، آیفون از سوی بسیاری از بررسی کنندگان مورد تحسین قرار گرفت اما در دنیای تکنولوژی همه نظر موافقی در مورد آن نداشتند، مخصوصاً پیش از عرضه اش. تعداد زیادی از وب سایت های مطرح پوشش دهنده اخبار و تحلیل های دنیای تکنولوژی تصمیم گرفتند تمرکز داشته باشند بر نقاط ضعف اولین آیفون و آنها را به کاربران نشان دهند. در ادامه، برخی از تحلیل و بررسی های اولیه را مرور خواهیم کرد که آیفون را محصولی موفق نمی دانستند.

[TechCrunch](#)

در مورد نمایشگر:

این موبایل ضخامت ۱۱.۶ میلیمتری دارد و تقریباً تمام بخش جلوی آن را نمایشگر فرا گرفته است. این یعنی شیشه. و همانگونه که همه می دانیم، شیشه استعداد شکستن دارد. در نتیجه زمانی که آقای خریدار موبایل جدیدش را تهیه می کند و آن را در جیب پشتی شلوارش قرار می دهد، جای تعجبی ندارد که بعد از چند دقیقه متوجه شود که شیشه، تحمل وزن ۲۰۰ پوندی او را ندارد.

تک کرانچ میانه چندان خوبی با کیبورد مجازی آیفون هم نداشت:

کیبورد مجازی آیفون به همان اندازه برای ایمیل زدن مفید است که فرض کنید بخواهید با تلفن های قدیمی که شماره گیر آنها چرخنده بود، پیامک بزنید. تعجبی ندارد اگر پس از مدت کوتاهی، عده زیادی از کاربرانی که بلک بری های خود را به دست فراموشی سپرده اند، ابراز ندامت و پشیمانی کنند.

تک کرانچ همچنین پیش بینی کرد که نخستین آیفون، پر از باگ باشد. چرا؟ چون اپل عرضه اش را در روز جمعه شروع کرده است!

تا ۲۹ ژوئن نمی توان به شکل قطعی در مورد این محصول نظر داد اما تصور می شود که برای عرضه آیفون به بازار عجله شده و پیش از آنکه همه مهندسان اپل آن را تایید کنند، عرضه می شود.

علاوه بر این، اپل هیچگاه محصولی را در روز جمعه عرضه نکرده و همین موضوع همه را به تفکر وا می دارد. اپل خودش هم احتمال عرضه محصولی پر از باگ را می دهد

[AdAge](#)



یک هفته پیش از عرضه آیفون، وب سایت AdAge مقاله ای در مورد شکست این تلفن هوشمند منتشر کرد. چرا؟ به این دلیل که در دنیای تکنولوژی محصولاتی که می خواستند چند کار را با هم انجام دهند، هیچ وقت موفق نبودند.

پیش بینی شماره یک: آیفون موجب ناامیدی بزرگی می شود.

هیاهوی پیرامون این محصول بی اندازه زیاد بوده. اپل می گوید که این موبایل رسماً پنج سال از زمان خود جلوتر است و سپس تحلیلگران بازار بورس می گویند که آیفون قرار است تبدیل به

محصولی پرتعدادتر از آیباید شود.

فکر نمی‌کنم. آیباید یک محصول واگرا بود در حالی که آیفون صرفاً یک محصول همگراست. میان این دو، تفاوتی بزرگ وجود دارد.

پیش‌بینی شماره دو: رسانه تصمیم می‌گیرد شکست آیفون را به اجرای نامناسب ایده‌ها نسبت دهد نه مفهوم کلی این موبایل.

تصور کنید که آیفون شکست بخورد. آیا شکست یک محصول همگرای دیگر موجب می‌شود تا بزرگان صنعت تکنولوژی متوجه حماقت خود شوند؟ بسیار بعید است. زمانی که مفهومی مانند همگرایی بر نیروی تخیل چیره شود، کم‌پیش می‌آید که شاهد مرگش باشیم.

(توضیح مترجم: واگرایی به معنای ارائه خلاقیت و همگرایی به منظور پیشبرد مسائل با استفاده از راه‌حل‌های قدیمی است.)

بلومبرگ:

بزرگان این صنعت نظیر نوکیا و موتورولا از رسیدن آیفون هراسی ندارند. آیفون چیزی نیست جز یک اسباب‌بازی لوکس برای افرادی که دیوانه وار گجت‌های تازه را دوست دارند. اما این موبایل، محصولی نخواهد بود که بتواند صنعتی که وارد آن شده را دست‌خوش تحول کند.

The Guardian

تحلیل گاردین در روز عرضه آیفون:

آیفون، موبایل مورد انتظار از اپل که امروز در ایالات متحده عرضه می‌شود به دلیل فقدان 3G نمی‌تواند تبدیل به محصولی فراگیر شود.

تحقیقات بین‌المللی از سوی موسسه *Universal McCann* نشان می‌دهد که هدف اپل مبنی بر فروش ۱۰ میلیون آیفون تا پایان سال ۲۰۰۸، بیش از اندازه بلندپروازانه است.

آیفون ترکیب‌کننده موبایل، موسیقی، ویدیو و وب است و در کنار آن ویژگی ارسال ایمیل را هم دارد اما تحقیقات نشان می‌دهد که تقاضا برای دستگاه‌هایی که این ویژگی‌ها را (به شکل مجزا) داشته‌اند، در سال‌های اخیر به کمترین حد رسیده است.

The Street



موارد زیادی هست که می توان آیفون را برای آنها تحسین کرد. سخت افزاری زیبا که استفاده از آن راحت به نظر می رسد. استیو جابز و تیم توسعه آیفون دستاورد بزرگی داشته اند. پس اجازه دهید از لحظه بزرگ خود لذت ببرند.

اما پس از تمام این هیاهو (iHype)، اجازه بدهید یک مورد را واضح بگوییم. آیفون، آینده نیست. این یک موبایل انقلابی نیست که بخواهد ما را وارد عصر تازه ای کند.

این محصول زیبا در واقع بسیار هم قدیمیست. چرا؟ چون تلاش می کند تا اپل و AT&T را به جای شما در مرکز کنترل قرار دهد.

در این میان باید یاد و خاطره **استیو بالمر** را هم زنده کرد:

«هیچ شانسی وجود ندارد که آیفون بتواند سهم زیادی از بازار موبایل را به خود اختصاص دهد. هیچ شانسی. این یک محصول ۵۰۰ دلاریست. شاید پول زیادی از آن درآورند، اما اگر نگاهی دقیق داشته باشید به ۱.۳ میلیارد موبایلی که فروخته می شوند، من ترجیح می دهم که نرم افزار ما در ۶۰ الی ۷۰ یا حتی ۸۰ درصدشان وجود داشته باشد. شاید اپل بتواند ۲ یا ۳ درصد از این سهم را به خود اختصاص دهد.»

[دیجیاتو](#)