

# از موفقیت پدیده ای تحت عنوان «پوکمون گو» برای محصولات دیگر چه درس هایی می توان گرفت؟ - دیجیاتو

پیام ادیب | دوشنبه، ۲۸ تیر ۱۳۹۵

هفت میلیارد دلار. این رقم میزان افزایش ارزش سهام نیتندو از زمان عرضه ی بازی «پوکمون گو» را نشان می دهد. اپ استور تا کنون پدیده ای مثل این بازی به خود ندیده است. دنیای بازی نیز تا کنون شاهد چنین پدیده ای نبوده است. میزان استقبال کاربران از این بازی همین حالا نیز برای رقابت با شرکتی ۱۰ ساله با ارزشی حدود ۱۰ میلیارد دلار مثل توئیتر کافی است. نکته ی جالب اینجاست که همه ی اینها زیر سر یک اپلیکیشن قابل دانلود ساده بوده است. پوکمون گو ظرف یک هفته موفق به انجام کاری شد که Foursquare ظرف ۷ سال از پس انجامش بر نیامد.

به این ترتیب، از یکی از موفق ترین محصولات که تا کنون به بازار ارائه شده چه درس هایی می توان گرفت؟ چه عناصری به موفقیت این اپلیکیشن کمک کرده اند که کارآفرینان می توانند آنها را در محصولات خود به کار بگیرند؟

اول از همه باید گفت کپی کردن برخی از ویژگی های این اپلیکیشن دشوار است؛ ویژگی هایی که حتی ممکن است روی موفقیت آن اثر ناچیزی گذاشته باشند. حس نوستالژی نسبت به یک برند دوست داشتنی قدیمی احتمالاً در این میان مفید واقع شده است، اما نه آنقدر که بتوان موفقیت پوکمون گو را به آن پیوند زد. برخی از کاربران سی و چند ساله ی این بازی ممکن است با هدف بازگشت به دوران خوش کودکی، آن را نصب کرده باشند. اما تعداد کاربران پوکمون گو بسیار بیشتر از آن چیزی است که بتواند با هدف زنده کردن خاطرات کودکی رقم خورده باشد. بسیاری از جوانتر ها که دوران اوج پوکمون در دهه ی ۹۰ میلادی را ندیده اند، حالا برای اولین بار با پدیده ای با این نام مواجه شده اند.

هیچ ساز و کار خاصی نیز برای همه گیر شدن آن در ساخت خود بازی به کار گرفته نشده است. این در حالی است که بازی های قدیمی پوکمون چندنفره بوده اند. بازیکنانی که پوکمون را به دوستانشان معرفی می کردند، شانس این را می یافتند که در حیات مدرسه به نبرد پوکمونی بپردازند یا پوکمون هایشان را با یکدیگر معاوضه کنند. اگر وارد این فضا نمی شدید کلاً از تب و تاب بازی عقب می ماندید. این احتمال وجود دارد که پوکمون گو نیز زمانی چندنفره شود، اما فعلاً کاملاً تک نفره است.

چیزی که چنین رشد شگفت آوری برای این اپلیکیشن رقم زده، **بازاریابی سنتی دهان به دهان** است. کسانی که از انجام این بازی لذت برده اند، موضوع را با دوستانشان نیز در میان گذاشته اند تا آنها نیز آن را بازی کنند و از آن لذت ببرند. این اتفاق برای هر محصول خوبی به صورت طبیعی رخ می دهد.

**مدل فریمیومی** این بازی نیز در موفقیت آن نقش داشته است. مدل فریمیوم (Freemium) یک روش کسب و کار و دریافت پول است که در آن کالایی مانند نرم افزار، رسانه، بازی یا خدمات وب، به صورت رایگان ارائه می شود ولی برای دسترسی به امکانات جانبی یا ویژه، مثل خدمات بیشتر، مصرف کننده مجبور خواهد بود از طریق پرداخت درون برنامه ای هزینه کند. اگر سازندگان بازی، به جای پرداخت درون برنامه ای، بازی را به قیمت یک دلار به کاربران می فروخت، باز هم تعداد کاربران آن ممکن بود زیاد شوند، اما به هیچ عنوان تا این اندازه مورد استقبال قرار نمی گرفت و فراگیر نمی شد.

آنچه که حقیقتاً از پوکمون گو بازی متفاوتی ساخته، تلفیق بازی های موبایلی با دنیای واقعی است (واقعیت افزوده). اغلب بازی هایی که در فروشگاه های اپلیکیشنی وجود دارند کاربران خود را به دنیایی غیر از دنیای واقعی دعوت می کنند. گیمر ها چشمان خود را به نمایشگر های موبایلشان می دوزند و دنیای اطرافشان را به فراموشی می سپارند. اما اپلیکیشن هایی مثل پوکمون گو که دنیای بازی را با دنیای واقعی اطراف در می آمیزند، در حقیقت دست روی نقطه ی مهمی گذاشته اند و شانس موفقیت به مراتب بالاتری دارند.



موضوع فقط این نیست که کاربران از خانه هایشان خارج می شوند، بلکه مسئله آن است که آنها یکدیگر را در دنیای واقعی پیدا می کنند و می بینند. وقتی در خیابان از کنار کسی رد شوید که مشخصاً مشغول بازی پوکمون است، ناخودآگاه لبخندی میانتان رد و بدل می شود. موضوع این است که عده ای با حس رضایت حاصل از پیدا کردن یکی از موجودات کمیاب بازی در خیابان از کنار یکدیگر رد می شوند و این هیجان را با هم به اشتراک می گذارند. مسئله، گفتگو هایی است که به خاطر این تجربه ی مشترک و نوظهور، خواه ناخواه میان آنها شکل می گیرد.

دیدن جمع های چندین و چند نفره از گیمر های پوکمون گو که در منطقه ای از کوچه و خیابان دور هم جمع شده اند، انرژی خاصی در میانشان وجود دارد و لبخند بر لب دارند، دیگر در اقصی نقاط جهان به صحنه ای عادی بدل شده است. پوکمون گو غریبه ها را با یکدیگر آشتی می دهد و با شخصیت های کارتونی اش، زمینه ی مشترکی برای نزدیک کردن آنها به یکدیگر فراهم می کند. این شاید بارز ترین ویژگی این بازی باشد.

دورانی که در آن به سر می بریم، عصر پیچیده ای محسوب می شود. خطوط جداکننده ی سیاسی، اجتماعی و اقتصادی در بسیاری از نقاط دنیا تنش های زیادی به وجود آورده اند. بنابراین وقتی چیزی به سادگی یک بازی کودکانه می تواند انسان ها را فارغ از باورهایشان در کنار یکدیگر قرار دهد، دیگر نمی توان صرفاً نام بازی بر آن گذاشت. این، حتی از برخی از قدرتمند ترین ابزار های

بسیج اجتماعی تاریخ نیز مؤثر تر بوده است.

اینکه تب پوکمون گو تا چه حد دوام پیدا می کند، بستگی به آن دارد که سازندگان این بازی تا چه حد بتوانند ویژگی های تازه ای به آن بیافزایند؛ ویژگی هایی که بتوانند همچنان مردم را با یکدیگر پیوند بزنند. موفقیت این اپلیکیشن فارغ از اینکه چقدر دوام می یابد، به عنوان پدیده ای جهانی، جایگاهی ویژه برایش رقم زده است.

شما نیز اگر بتوانید در بازاریابی محصول یا خدمات خود مردم را گرد هم بیاورید، اتفاقات خارق العاده ای ممکن است فرصت بروز بیابند.

[دیجیاتو](#)