

چرا اپل فعالیت‌ها را در اکانت‌های توئیتر و فیسبوک خود ندارد؟ - دیجیاتو

مریم موسوی | دوشنبه، ۱۵ آذر ۱۳۹۵

2016 سالی است که در آن، اپل به باقی دنیا پیوست و به اهمیت شبکه‌های اجتماعی پی برد. اگر خاطرتان باشد اوایل امسال این شرکت اکانت رسمی توئیترش را راه اندازی کرد تا از طریق آن معرفی آیفون 7 را به کاربرانش یادآور شود.

این شرکت همچنین ماه‌هاست که صفحه رسمی و تایید شده‌اش را در فیسبوک راه اندازی کرده. البته ناگفته نماند کوپرتینویی‌ها سال‌هاست اکانت‌های اجتماعی‌شان را در رابطه با موسیقی راه اندازی کرده‌اند، اما این تمایل آنها برای ایجاد اکانت‌های رسمی ایده‌ای نسبتاً تازه است که در فعالیت‌های تبلیغاتی و بازاریابی‌شان نمود یافته.

اما اگر تا به حال به حساب توئیتر یا فیسبوک اپل سر زده باشید با یک نکته عجیب روبرو می‌شوید: هیچیک از این دو به روزرسانی نمی‌شوند و فعالیت‌های صورت گرفته در آنها تقریباً برابر با صفر است. برای مثال اکانت توئیتر این شرکت تا به حال حتی یک توئیت هم نداشته و وال فیسبوک آن نیز کاملاً خالی است.

در واقع این کمپانی با استفاده از اکانت‌های یاد شده اقدام به تبلیغات برای جدیدترین محصولاتش از جمله آیفون 7، مک بوک پرو و اپل واچ می‌کند. اپل از طریق ابزارهای تبلیغاتی این شبکه اجتماعی اقدام به تبلیغات و انتشار پست‌هایی می‌کند که روی فید اکانت اصلی‌اش نمایش داده نمی‌شوند.

 **Apple** ✓
17 hrs · 🌐

Give the Gift of Go with Apple Watch. [Apple.co/GoOut](https://apple.co/GoOut)



334K Views

👍 Like 💬 Comment ➦ Share

👍❤️😱 1.7K Top Comments ▾

221 shares 144 Comments

اگر به یاد داشته باشید، همین رویکرد منجر به انتشار توئیت هایی شد که آیفون 7 و امکانات کلیدی اش را پیش از رونمایی رسمی لو دادند. با در نظر داشتن همین مساله می توان گفت که این روش گرچه منطقی به نظر می رسد اما روشن است که اپل را از برخی مزایای خاص رسانه های اجتماعی محروم خواهد کرد.

سندیت حرف اول را می زند

البته نباید تصور شود که اپل حرف مهمی برای اشتراک گذاری با مخاطبانش در شبکه های اجتماعی ندارد.

تا پیش از برگزاری کنفرانس معرفی آیفون، بسیاری از ناظران تصور می کردند که این کمپانی می خواهد رویداد خود را به صورت زنده توئیت کند. چنین اتفاقی البته رخ نداد و در عوض حتی مراسم رونمایی خراب شد.

در هر صورت بر همگان روشن است که شرکت کالیفرنایی باید اطلاعات زیادی را با کاربران خود در

میان بگذارد. در واقع هرچه شمار بیشتری از افراد با موبایل ها و کامپیوترهای خود به اکوسیستم این شرکت ملحق می شوند ضرورت برقراری ارتباط با کاربران نیز برای آن بیشتر می گردد. در نظر داشته باشید که این افراد گرچه هر دو یا سه سال آیفون جدیدی را خریداری می کنند اما هر روز با محصولات آن زندگی می کنند.

وحشت از ترول ها اپل را به خاموشی در فضای مجازی وا داشته البته در مواردی که مشکلی برای محصولات اپل به وجود می آید میتوان شرح رویداد و بیانیه هایش در راستای عذر خواهی از کاربران را روی وبسایت های رسمی آن مشاهده نمود. با این همه نباید از یاد برد که هم اکنون میلیون ها دارنده محصول این شرکت وبلاگ رسمی آن را دنبال نمی کنند و در این صورت بیانیه های آن در رابطه با مشکلات به وجود آمده را از دست خواهند داد.

البته روشن است که عدم حضور فعال این کمپانی قطعا دلایلی دارد. برندها معمولا همینطور هستند و کمتر در توییتر فعالیت دارند. علت هم این است که ترول ها و یا برخی افراد ممکن است کامنت های مربوط به پست های آن را هدف فعالیت های مخربشان قرار دهند.

در هر حال بهتر است مدیران اپل آگاه باشند که خیلی ها تمایل دارند اخبار مربوط به این شرکت را از طریق این شبکه های اجتماعی دنبال نمایند.

[دیجیاتو](#)