

چرخش ۱۸۰ درجه‌ای زاکربرگ: تغییرات حریم خصوصی اپل می‌تواند به نفع فیسبوک باشد - دیجیاتو

جواد تاجی | جمعه، ۲۹ اسفند ۱۳۹۹

«مارک زاکربرگ» مدیر عامل فیسبوک اخیراً اعلام کرد که این شرکت قادر خواهد بود تغییرات حریم خصوصی آینده اپل را با موفقیت مدیریت کند.

تقریباً از زمانی که اپل تغییرات عمده‌ای در سیاست‌های حفظ حریم خصوصی خود اعلام کرده، مشکلات زیادی با فیسبوک داشته و حتی این شبکه اجتماعی برای مقابله با آن به تبلیغ در روزنامه و نشریات هم متوسل شد. با این حال مارک زاکربرگ مدیر عامل فیسبوک اکنون [گفته است](#) که این شرکت پس از تغییرات اعلام شده توسط اپل در وضعیت خوبی قرار خواهد گرفت.

زاکربرگ روز پنجشنبه در یکی از روم‌های اپلیکیشن [کلاب‌هاوس](#) اعلام کرد: «ما در وضعیت خوبی خواهیم بود.»

تغییرات حریم خصوصی آینده اپل کاربران را در مورد ردیابی گوشی خود توسط برخی برنامه‌ها مطلع می‌کند و کاربران یک بار دیگر باید اجازه انجام چنین کاری را صادر کنند. ردیابی بر اساس شناسه منحصر به فردی به نام IDFA انجام می‌شود که در تمام گوشی‌های آیفون و آی‌پد دیده می‌شود. شرکت‌هایی که خدمات تبلیغات موبایل ارائه می‌کنند از این شناسه برای کمک به هدفمند سازی تبلیغات و تخمین کارایی آن‌ها استفاده می‌کنند.



به گفته اپل این تغییر مهم اوایل بهار امسال اعمال خواهد شد.

زاکبرگ در این رابطه توضیح داد که اگر کسب‌وکارهای بیشتری تصمیم به فروش مستقیم کالاهای خود از طریق فیسبوک و اینستاگرام بگیرند، این تغییر می‌تواند به نفع آنها باشد. او در این رابطه عنوان کرد که «اگر تغییرات اپل کسب‌وکارهای بیشتری را به تجارت در پلتفرم‌های ما ترغیب کند، حتی ممکن است در موقعیت قوی‌تری حضور داشته باشیم. زیرا استفاده از داده‌های کسب‌وکارها برای پیدا کردن مشتریانی که مایل به استفاده از محصولات و خدمات در خارج از پلتفرم ما هستند، برای آنها دشوارتر می‌شود.»

نظرات زاکبرگ خوش‌بینانه‌ترین اظهاراتی است که فیسبوک در مورد نحوه تاثیر تغییرات اپل روی تجارت تبلیغات آنها ارائه کرده است.

در جولای ۲۰۲۰ «دیوید ونر» مدیر مالی فیسبوک اعلام کرد که تغییرات iOS 14 اپل می‌تواند به قابلیت‌های این شرکت برای ارائه تبلیغات هدفمند به کاربران آسیب برساند و طبق اعلام این شرکت در آگوست سال گذشته، این تغییرات می‌تواند منجر به افتی بالغ بر ۵۰ درصد در درآمد تبلیغات این شرکت شود. لازم به ذکر است که تبلیغات، کمتر از ۱۰ درصد در آمد خالص فیسبوک را تشکیل می‌دهد. فیسبوک در ماه ژانویه و همزمان با اعلام درآمد سه ماهه چهارم خود به سرمایه‌گذاران اعلام کرد که تاثیرات ناشی از بروزرسانی اپل از اواخر سه ماهه اول سال آینده مشخص خواهد شد.



با این وجود فیسبوک با معرفی محصولات تجاری بیشتر خود را برای تغییرات اپل آماده کرده است. برای مثال این شرکت در یک اقدام قابل توجه، در سال ۲۰۲۰ فروشگاه‌های فیسبوک و اینستاگرام را معرفی کرد. با این وجود کسب‌وکارها می‌توانند اقلام خود را در این برنامه‌های لیست کنند و کالاهای خود را به صورت مستقیم در فیسبوک یا اینستاگرام به فروش برسانند.

طبق گفته زاکبرگ، فیسبوک در حال حاضر یک میلیون فروشگاه فعال دارد و ۲۵۰ میلیون نفر به طور فعالانه از این فروشگاه‌ها استفاده می‌کنند.

[دیجیاتو](#)