

واتس اپ، خریدی بزرگ برای یک بازار بزرگتر

راز و رمز سلطه فیسبوک بر بازار پیام رسان ها

در فوریه ۲۰۱۴ پشت پرده‌ی زمزمه‌های خرید جدید فیسبوک آشکار شد. این شرکت که در آوریل ۲۰۱۲ شبکه اجتماعی اینستاگرام را به قیمت یک میلیارد دلار خریداری کرده بود این بار روی یک استارت‌آپ موفق دیگر دست گذاشته بود. این بار رقم اعلام شده بسیار بزرگ تر بود و فیسبوک حاضر شده بود ۱۹ میلیارد دلار برای تملک واتس اپ بپردازد. اما چرا فیسبوک دست به چنین خریدی زد؟ و از آن مهمتر، چرا واتس اپ که به عنوان یک استارت‌آپ موفق در بعضی بازارها فیسبوک را هم شکست داده بود حاضر شد پیشنهاد فیسبوک را بپذیرد و زیرمجموعه‌اش شود؟

مردم فکر می‌کنند که دیوانگی باعث شده تا فیسبوک چنین رقمی پرداخت کند اما واتس اپ روی سرویسی دست گذاشته است که بیشترین زمان فعالیت کاربران را به خود اختصاص می‌دهد و کارکردی از تلفن همراه است که بسیاری از دیگر سرویس‌ها بر بستر آن قابل تعریف بوده یا از طریق آن تسهیل می‌شوند.

در اوایل سال ۲۰۱۴ واتس اپ به ۴۵۰ میلیون کاربر ماهانه رسیده بود و هر روز تقریباً یک میلیون نفر به تعداد کاربران اضافه می‌شد. واتس اپ در بازار بین‌المللی پیام رسان ها گوی سبقت را از رقبای خود برداشته بود در همین حال فیسبوک محصول مسنجر را به بازار عرضه کرده بود اما از عملکردش رضایت نداشت. با وجود اینکه تلاش‌هایی برای تقویت مسنجر انجام شد و تعداد کاربران آن در کشورهای آمریکا و کانادا تا ۷۰ درصد افزایش یافت اما این اقدامات در بازارهای بین‌المللی نتیجه‌ی مطلوبی نداشت. با این وضعیت اگر فیسبوک اقدام به خرید واتس اپ نمی‌کرد شاید یکی از غول‌های دیگر مانند گوگل چنین اقدامی در پیش می‌گرفت و آنگاه فیسبوک باید هزینه‌های گزافی برای رقابت با صاحب جدید واتس اپ می‌پرداخت. بنا بر چنین دلایلی بود که تیم مدیریتی فیسبوک تصمیم گرفت با خرید واتس اپ حضور خود در بازار پیام رسان ها را تثبیت کند.

اگر فیسبوک اقدام به خرید واتس اپ نمی‌کرد شاید یکی از غول‌های دیگر مانند گوگل چنین اقدامی در پیش می‌گرفت و آنگاه فیسبوک باید هزینه‌های گزافی برای رقابت با صاحب جدید واتس اپ می‌پرداخت.

واتس اپ در سال ۲۰۰۹ راه اندازی شد، هنگامی که محدودیت سرویس اس ام اس به تبادل پیام بین ۲ نفر موجب شد نسلی از نرم افزارهای پیام رسان با امکان ایجاد گروه برای تبادل پیام‌ها ایجاد شوند. با وجود تنوع سلیقه مخاطبان در کشورهای مختلف، طراحی واتس اپ به گونه‌ای بود که بسیار زود توسط کاربران بین‌المللی مورد استقبال قرار گرفت و به عنوان پیام رسان اصلی در اروپا و هند شناخته شد. رشد واتس اپ به گونه‌ای بود که هنگام خرید توسط فیسبوک در کشورهای در حال توسعه مخاطبان بیشتری نسبت به خود فیسبوک داشت. از جمله این کشورها می‌توان به هندی اشاره کرد که خودش به تنهایی ۱٫۳ میلیارد نفر جمعیت دارد. پس از لحاظ مخاطب، خرید واتس اپ علاوه بر تثبیت جایگاه فیسبوک در کشورهایی مانند آمریکا و کانادا، تصمیمی استراتژیک برای فتح بازارهای اروپا و کشورهای در حال توسعه به شمار می‌رفت.

خرید واتس اپ علاوه بر تثبیت جایگاه فیسبوک در کشورهایی مانند آمریکا و کانادا، تصمیمی استراتژیک برای فتح بازارهای اروپا و کشورهای در حال توسعه به شمار می‌رفت.

شاید این سوال پیش بیاید که چرا فیسبوک زودتر برای خرید واتس اپ اقدام نکرده است تا با قیمت پایین تری آن را تصاحب کند؟ حقیقت این است که واتس اپ از سال ۲۰۱۲ در رادار فیسبوک قرار داشته و تلاش‌های برای خریدش صورت گرفته اما مدیران واتس اپ اینقدر به خودشان اعتماد داشتند که شرکتی را که در ۲۰۱۲ حدود ۱ میلیارد دلار ارزش گذاری می‌شد با خرج کردن ۳ سال

زمان با رقم ۱۹ میلیارد دلار به فروش برسانند. در این معامله واتس اپ یک برنده بود اما طرف دیگر هم به هیچ وجه بازنده نبوده است. فیسبوک دیر اما باز هم به موقع برای خرید واتس اپ اقدام کرد. پس از خریداری توسط فیسبوک، از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۸، تعداد کاربران واتس اپ سه برابر شده و از ۴۵۰ میلیون به بیش از یک و نیم میلیارد کاربر فعال ماهانه رسیده است.

پس از خریداری توسط فیسبوک، از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۸، تعداد کاربران واتس اپ سه برابر شده و از ۴۵۰ میلیون به بیش از یک و نیم میلیارد کاربر فعال ماهانه رسیده است.

واتس اپ با رسیدن به مرز ۵۰۰ میلیون کاربر دیگر نمی توانست با ساختاری که پیش آمده بود به مسیرش ادامه بدهد. اکنون لازم بود که از ظرفیت‌های یک شرکت بزرگتر برای ادامه‌ی رشدش استفاده کند. اولین منفعتی که واتس اپ از آن بهره‌مند شد، دسترسی به ۶ هزار نفر نیروی انسانی متخصص فیسبوک بود، افرادی که پیشتر اینستاگرام هم از ظرفیت‌شان بهره‌مند شده بود و اکنون تعدادشان به ۲۵ هزار نفر رسیده است. فیسبوک در مسیر جذب این نیرو تجربیات زیادی اندوخته است و علاوه بر اشتراک‌گذاری نیروی انسانی، این تجربه‌ی با ارزش، آورده‌ی دیگری است که در اختیار واتس اپ قرار می‌دهد.

علاوه بر تسهیل نیروی انسانی مارک زاکربرگ، بنیانگذار فیسبوک، اعلام کرد که واتس اپ ضمن حفظ استقلال خود قادر خواهد بود از سرویس‌ها و زیرساخت‌های فیسبوک استفاده کند. در این تعامل وقتی گفته می‌شود فیسبوک به استقلال واتس اپ احترام می‌گذارد، منظور این نیست که آن را به حال خودش رها می‌کند بلکه سعی می‌کند استقلال آن در انتخاب مسیر محصول و برندش را حفظ کند و در عین حال تمام امکانات و توانایی‌هایش را برای بهبود برنامه‌ریزی‌ها، طراحی‌ها و عملیات واتس اپ بسیج کرده و دسترسی به آن‌ها را تسهیل می‌کند.

فیسبوک با ارائه‌ی حمایت‌های مالی این امکان را فراهم آورد که واتس اپ به جای تمرکز بر روی درآمدزایی، برنامه‌هایش برای گسترش بازار و جذب مخاطبین را پیگیری کند. در فیسبوک یک تیم تخصصی به موضوع رشد اختصاص داده شده و سطح مهارت آن‌ها در دستیابی فیسبوک به بیش از ۲,۲ میلیارد مخاطب به وضوح مشخص است. وقتی زاکربرگ از لزوم تمرکز واتس اپ بر روی رشد حرف می‌زند حتماً منابعی مانند این تیم حرفه‌ای را هم برای تسریع رشد آن در نظر گرفته است.

خرید یک استارت‌آپ یا شرکت در حال رشد توسط یک شرکت بزرگتر بیشتر از اینکه رنگ و بوی معامله داشته باشد، فرصتی برای تسهیل تعامل و همکاری است.

در دنیای امروز فناوری خرید یک استارت‌آپ یا شرکت در حال رشد توسط یک شرکت بزرگتر بیشتر از اینکه رنگ و بوی معامله داشته باشد، فرصتی برای تسهیل تعامل و همکاری است چنانکه در مورد فیسبوک و واتس اپ شاهد عملکرد مستقل واتس اپ پس از خریداری توسط فیسبوک هستیم و می‌بینیم که هر دو طرف از ظرفیت‌های دیگری برای گسترش کسب و کار و دستیابی به اهداف‌شان بهره‌مند می‌شوند. در فضای کسب و کار ایران شاید شرکت‌هایی به بزرگی فیسبوک نداشته باشیم اما مجموعه‌هایی هستند که در صورت پیاده‌سازی مدل‌های خرید و سرمایه‌گذاری مشابه فیسبوک علاوه بر کمک به توسعه کسب و کارهای نوپا، آینده بازار و کسب و کارشان را آنگونه که منافع مالی و استراتژیک‌شان را تامین کند، رقم بزنند.