

اینستاگرام، شاه ماهی در تور فیسبوک

اینستاگرام بزرگترین شبکه‌ی اجتماعی اشتراک‌گذاری عکس و ویدئو است که در ایران و سایر کشورهای جهان طیف وسیعی از مخاطبان را جذب کرده است. بازیگران سینما و تلویزیون، ورزشکاران، خواننده‌ها و حتی سیاستمداران، مشتریان ثابت این اپلیکیشن هستند. این استقبال کم نظیر باعث شده این شبکه اجتماعی جایگاه ویژه‌ای کسب کند و در جوامع مختلف اثرگذار و جریان‌ساز باشد.

کوبین سیستروم، نفر اول اینستاگرام، در سال ۲۰۰۶ از دانشگاه استنفورد با مدرک کارشناسی در علوم مدیریت و مهندسی فارغ التحصیل شد. کوبین یکی از دوازده دانشجویی بود که برای شرکت در بورسیه بسیار معتبری در دانشگاه استنفورد انتخاب شد و دوره‌ی کارآموزی خود را در Odeo، شرکتی که توییتر از دل آن بیرون آمده است، گذراند. بعد از فارغ التحصیلی پای او به گوگل باز شد و آنجا به عنوان مدیر بازاریابی فعالیت می‌کرد. اما مدتی بعد از گوگل خارج شد و به توصیه‌ی همکاران سابقش همراه با مایک کریگر و میشل برزیل در سال ۲۰۱۰ اینستاگرام را تاسیس کرد. او نمونه‌ی اولیه‌ی کار خود را در یک مهمانی با موسسان شرکت Andreessen Horowitz، مارک اندرسون و بن هورویتز، مطرح کرد. این شرکت بیش از ۴ میلیون دلاری روی ۴۵ شرکت نوپا من جمله Twitter سرمایه‌گذاری کرده بود و به عنوان یک سرمایه‌گذار فرشته شناخته می‌شد. پس از اولین جلسه سیستروم تصمیم به ترک شغل خود می‌گیرد و در عرض دو هفته موفق به جذب ۵۰۰ هزار دلار بودجه از زوج اندرسون و هورویتز می‌شود.

داستان اینستاگرام و فیسبوک به هم گره خورده است و هر زمان که از یکی از آن‌ها صحبت می‌کنیم باید گریزی هم به داستان دیگری بزنیم. در هجدهم ماه مه سال ۲۰۱۲ قرار بود سهام فیسبوک در بازار بورس به شکل عمومی عرضه شود و صرفاً یک ماه پیش از این اتفاق بسیار حساس، مارک زاکربرگ مدیرعامل فیسبوک دست به اقدامی زد که هیچ کس انتظارش را نداشت. او اعلام کرد که یک اپلیکیشن به اشتراک‌گذاری تصویر به نام اینستاگرام را خریداری کرده است. چیزی که بیشتر همه را متعجب می‌کرد این بود که این مدیر جوان برای اینکه اینستاگرام را تحت تملک خود در آورد، مبلغی معادل ۱ میلیارد دلار پرداخت کرده بود. این رقم بیش از دو برابر ارزشی بود که برای اینستاگرام مشخص شده بود. اگر بخواهیم دقیق‌تر به مسئله نگاه کنیم یک میلیارد دلار، برای استارت‌آپ کوچکی که صرفاً از ۱۳ کارمند تشکیل شده بود، هنوز هیچ درآمدی کسب نکرده بود و از همه بدتر، خریدارانی که قرار بود سهام فیسبوک را بخرند هنوز نامش را هم نشنیده بودند. این اقدام زاکربرگ باعث شد بسیاری تصور کنند این مدیر ۲۷ ساله قدرت تصمیم‌گیری درستی ندارد و نمی‌تواند یک شرکت با سهامی عام که منفعت جمع زیادی به آن وابسته است را مدیریت کند. نکته‌ی جالب دیگر این بود که زاکربرگ در فرآیند این معامله و خرید بزرگ، بدون دریافت هیچگونه مشاوره‌ای از مدیران و روسای کمپانی، تمام مراحل مذاکرات خرید با کوبین سیستروم را خودش ظرف مدت چند روز انجام داد.

در آن زمان همه از این خرید نجومی انتقاد می‌کردند حتی جان استوارت مجری برنامه‌ی معروف دیلی شو این حرکت فیس بوک را به باد تمسخر گرفت و گفت:

یک میلیارد پول؟! آن هم برای برنامه‌ای که جز نابود کردن عکس‌ها کار دیگری انجام نمی‌دهد؟ تنها در صورتی اینستاگرام یک میلیارد دلار ارزش خواهد داشت که بتواند بی درنگ یک گرم به وزن شما اضافه کند.

اما حالا همه باور دارند که خرید اینستاگرام یکی از هوشمندانه‌ترین اقدامات زاکربرگ بوده است. فیسبوک در سال ۲۰۱۱ نیز تلاش‌های زیادی برای خرید اینستاگرام صورت داده بود که همگی آن‌ها ناکام بود. این را می‌توان یکی از انتخاب‌های درست کوبین سیستروم و مایک کریگر دانست، چرا که آن‌ها صبر کردند تا استارت‌آپ‌شان به مرحله‌ای مناسب برای چانه زنی و فروش برسد.

هر زمان که فیسبوک گزارش مالی خود را ارائه می دهد، اینستاگرام به عنوان ستاره کسب درآمد در میان سرویس های این شرکت بزرگ می درخشد. هر چند فیسبوک رقم دقیق درآمدهایش از اینستاگرام را افشا نمی کند اما به نظر می رسد که به خوبی راه و رسم کسب درآمد از خرید بزرگ خود را آموخته است. مسلماً درآمد بیشتر تنها انگیزه ای نیست که زاکبرگ در زمان خرید اینستاگرام در نظر داشته است. در سال ۲۰۱۲ اینستاگرام رشد سریعی را تجربه می کرد و باعث شد فیسبوک حضور یک رقیب توانمند در بازار شبکه های اجتماعی را احساس کند. از سوی دیگر اکثریت کاربران اینستاگرام را افراد جوان زیر ۲۹ سال تشکیل می دهند که این میانگین سنی بسیار پایین تر از افرادی است که از فیسبوک استفاده می کنند و این مسئله گنجینه ی کاربران در حال رشد اینستاگرام را هر چه بیشتر برای تبلیغات و بازاریابی جذاب می کند.

از آنجایی که اشتراک گذاری تصویر، محور طراحی تجربه کاربری فیسبوک بود، زاکبرگ دچار یک نگرانی منطقی شد که رشد و محبوبیت اینستاگرام ممکن است روزی فیسبوک را به زیر بکشد. او به جای تلاش برای رقابت با اینستاگرام به این نتیجه رسید که هوشمندانه تر خواهد بود اگر این شرکت نوپا را به کلی تصاحب کند. زاکبرگ در وبلاگ خود دلیل این سرمایه گذاری را اینگونه شرح می دهد:

این امر نقطه عطفی برای فیسبوک است. چرا که این برای نخستین بار است که ما یک محصول و شرکت را با کاربرانی به این تعداد زیاد خریداری می کنیم. ما قصد نداریم تا کارهایی این چنین را به دفعات انجام دهیم. اما انجام این کار به این دلیل است که ارائه بهترین تجربه ی به اشتراک گذاری عکس یکی از دلایلی است که عده زیادی از مردم مشتاق به استفاده از فیسبوک هستند و ما بر این عقیده هستیم که ادغام این دو شرکت ارزش بالایی خواهد داشت.

نکته جالب دیگر در این سرمایه گذاری این بود که فیسبوک پس از تصاحب اینستاگرام به نحو هوشمندانه ای شرایط رشد طبیعی را برای اینستاگرام فراهم کرد و کوین سیستروم را نیز در سمت مدیریت اینستاگرام ابقا کرد. به طرز باور نکردنی فیسبوک و اینستاگرام ثمره ی این همکاری را در زمانی کوتاه تر از آنچه انتظار می کشیدند، مشاهده کردند و ارزش اینستاگرام تنها دو سال پس از خرید توسط فیسبوک به بیش از ۴۹ برابر رسید.