

نگاهی بر تحلیل سایت آپارات



نگاهی بر تحلیل سایت آپارات



<https://iracode.com/analytical-look-at-the-apatat-site/>



۰۹۱۲۴۸۰۴۵۳۵



نگاهی بر تحلیل سایت آپارات

تحلیل سایت آپارات: می خواهیم در این مقاله به تحلیل سایت آپارات بپردازیم و بگوییم که سایت آپارات چه نکات مثبت و منفی دارد و چه کار باید کرد که ویدیوها افزایش ویو داشته باشند و اینکه چه کارهایی می توانیم بکنیم که تعداد آپلودهای ویدیو بر روی آپارات بیشتر شود و در نهایت چه کارهایی میتوان برای افزایش ریتنشن و اینگیجمنت یوزرها انجام داد. همانطور که میدانید جدیداً آپارات یک سری تغییرات فنی در UI و UX خودش داده و نسبت به قبل بهتر شده است. برای برخورداری از خدمات شبکه های اجتماعی می توانید از شرکت های دیجیتال مارکتینگ کمک بگیرید.

صفحه اصلی آپارات

در ابتدا به سراغ صفحه اصلی آپارات می رویم و آن را بررسی می کنیم. همانطور که میدانید آپارات پر از ویدیوهای مختلف در دسته های مختلف است که برای تمام یوزرها یکسان است و یک بخش خوبی که دارد این است که بر اساس ویدیو هایی که قبلاً ویزیت کرده اید یک سری ویدیوی مرتبط به شما نشان می دهد که خوب با اینکه تعداد آنها محدود است ولی باز هم از هیچی بهتر است!

اگر نگاهی داشته باشیم به کسانی که هر روز به آپارات سر میزنند و صفحه اول را مشاهده می کنند خوب است که بر اساس فالو کردن آن کتگوری های ویدیوها و موضوعاتی که خودشان دوست دارند و در پروفایلشان درج می کنند که مثلاً به طنز علاقه دارند، ویدیو نشان دهد، نه اینکه تمامی دسته بندی ها را بگذارد که کاربر گیج شود و یک ویدیو را که امتحان کند از صفحه خارج شود!

همین جا می شود یکسری ویدیوهایی که مورد علاقه ی کاربر است پیشنهاد شود، چون با این کار احتمال اینکه روی ویدیو ها کلیک کند خیلی زیاد است. این از اولین نکته!

تحلیل سایت آپارات صفحه هر ویدیو!

وقتی شما روی هر ویدیو کلیک می کنید احتمالاً صفحه ویدیو را می بینید و ویدیو های صفحه کناری که به اصطلاح ویدیوهای مرتبط هستند. همچنین می توانید ویدیو را تماشا کنید و کامنت بگذارید. اول یک نکته مثبت بگوییم که ویدیو های مرتبط در کنار ویدیوی اصلی واقعا به هم مرتبط هستند! چون قبلاً اصلاً این اتفاق نمی افتاد و هر ویدیویی که تماشا می کردیم دیگر ویدیو مرتبط به آن در کنارش یا وجود نداشت و یا خیلی کم وجود داشت، ولی الان نسبت به قبل بهتر شده است. اینجا قصد داریم به نکته ای اشاره کنیم که روی افزایش کلیک بر روی ویدیوهای مرتبط تاثیر دارد.



نگاهی بر تحلیل سایت آپارات

علاوه بر این که ویدیو های مرتبط به کاربر توصیه می شود، باید یکسری ویدیو هایی که دوباره با علاقه مندی کاربر می خواند به او نشان داده شود، حالا یا پایین تر یا بالاتر مهم نیست ولی باید مشخص باشد که این ویدیو ها بر اساس علاقه مندی کاربر هستند به خاطر اینکه ممکن است کاربر اتفاقی ویدیویی را کلیک کرده باشد و طبق علاقه مندی خود آن را تماشا نکرده باشد، ولی اگر ویدیوهایی که بر اساس علاقه مندی او هست را پیشنهاد دهد احتمال اینکه روی آنها کلیک کند خیلی زیاد است.

بحث بعدی تحلیل سایت آپارات که در همین صفحه وجود دارد، بحث لایک کردن ویدیو هاست. ما در یوتیوب هم لایک داریم و هم دیس لایک، اما در آپارات متأسفانه فقط لایک داریم. اگر در آپارات هم علاوه بر لایک، دیس لایک هم داشته باشیم چند مزیت دارد: اول اینکه کاربران تشویق می شوند که اگر خوششان نمی آید دیس لایک دهند غیر از این کاربرها فقط یک دسته می شوند و آنهایی هستند که فقط لایک دادند دوم اینکه اگر ویدیویی دیس لایک بیشتری داشته باشد متوجه می شویم که بهتر است کمتر به کاربران نمایش داده شود و این حتی برای خود آپارات هم خیلی خوب است چون دیده است که کاربران نسبت به آن ویدیو حس خوبی نداشتند پس چرا باید آن را نشان دهد و کاربران را اذیت کند؟! میتواند به جای آن، ویدیو هایی که لایک بیشتری داشته اند را نشان دهد.

نکته بعدی تبلیغات بیش از حد آپارات است. هم در سایت بار تبلیغات داریم هم هنگامی که ویدیو را pause می کنیم و هم قبل از اینکه ویدیو play شود که با این وجود به نظر می رسد میشود برای کاربرانی که ویدیو تماشا می کنند و از تبلیغات خسته شده اند یک هزینه را به صورت ماهانه یا سالانه در نظر گرفت که دیگر تبلیغاتی برای آنها نشان داده نشود یعنی بگوییم برای یوزرهای لویالی که به آپارات همیشه سر می زنند این اتفاق بیفتد. البته این نکته کاملاً سلیقه ای است و برای هر بیزینس اونری احتمالاً از لحاظ درآمدی افت شدیدی خواهد کرد اما به نظر می رسد می تواند برای یوزر های لویال نکته جذابی باشد.

فیچر بعدی که می خواهیم راجع به آن صحبت کنیم و به نظر می رسد که به آپارات خیلی کمک می کند فیچر "بعداً ببینم" است. در یوتیوب این را داریم و به نظر خیلی نکته مثبتی است و از نظر فنی هم چیز خاصی ندارد و می شود برای یوزرهایی که فعال هستند و اکانت دارند این گزینه فراهم شود به این صورت که با کلیک روی آن بخواهند بعداً ویدیو را ببینند یا بعداً در پروفایلشان بیاید یا سر یک تایم خاص آپارات به آنها نوتیفیکیشن بزند.

گفتیم نوتیفیکیشن! یک نکته منفی راجع به آپارات این است که همیشه یک سری نوتیفیکیشن هایی که به نظر جالب نیست زده می شود و اصلاً به سمت کاستومایز نرفته است و بهتر است که بر اساس علایق کاربر چه در دسکتاپ و چه در اپلیکیشن آن نوتیفیکیشن بیاید نه اینکه مثلاً ویدیویی در حوزه سیاسی به کل کاربران آپارات نوتیفیکیشن زده شود،



نگاهی بر تحلیل سایت آپارات

چون تعداد آنها خیلی زیاد است! خب این سوال است که چرا به سمت کاستومایز نرفته است چون علایق کاربر را می داند و حتی می تواند در جاهای مختلف از کاربران بپرسد و بر اساس آن علایق نوتیفیکیشن بزند یا حتی میتواند از ایمیل مارکتینگ کمک بگیرد همانطور که می دانید وقتی شما می خواهید اکانت بسازید ایمیل یا شماره تلفنتان را وارد می کنید که اگر ایمیلتان را وارد میکنید اینکه مثلاً در هفته یکسری ویدیو ها طبق علایق شما به شما ارسال شود به نظر می رسد که خیلی اینگیجمنت را بالا میبرد و حتی قبل از اینگیجمنت، ریتنشن را زیاد می کند. کاربرها دوباره برمی گردند ویدیوها را تماشا می کنند و این باعث می شود که شما کاربر های قبلی که اکانت ساخته اند را مشاهده نکنید.

یک نکته جالب در مورد یوتیوب این است که در آن نوتیفیکیشن خیلی خوب عمل می کند. همانطور که میدانید یوتیوب متعلق به گوگل است و اتفاق افتاده که در گوگل ممکن است در مورد موضوعی سرچ کنید و به نتایج در مورد آن نرسیده باشید یوتیوب این امکان را فراهم می کند که ویدیوی مربوط به آن موضوع را به شما نوتیفیکیشن بزند.

همانطور که میدانید آپارات لایو و استریمر گیمرها را اضافه کرده و نسبت به قبل خیلی پیشرفت کرده است و احتمالاً از این طریق ویوی ویدیو ها خیلی افزایش پیدا کرده و یوزرهای بیشتری را جذب می کند. این یک نکته مثبت است که دوست داشتیم به آن اشاره کنیم.

یک مورد دیگری که نسبت به قبل پیشرفت کرده بحث سرچ آن است چون تا قبل از آن مشکل بود اما حالا نسبت به قبل خیلی بهتر شده است.



انتقاد از آپارات

در این تحلیل سایت آپارات سراغ یک انتقاد از آپارات می رویم که چرا آپارات هیچ وقت سوشال مدیا نمی شود؟! همانطور که میدانید در فضای دیجیتال یک سوشال نتورک داریم و یک سوشال مدیا که نباید آن ها را با هم اشتباه بگیریم. سوشال نتورک در واقع سایت هایی مثل لینکدین، توئیتر، اینستاگرام و سایت های این چینی است که کاربران در واقع مثل زنجیر به هم ارتباط پیدا می کنند و یک نتورک وجود دارد. اما در سوشال مدیا هایی مثل یوتیوب این اتفاق نمی افتد.

یعنی یوتیوب که یکی از بهترین سوشال مدیا های دنیا است کاربران در آنجا میتوانند پیچ همدیگر را فالو کنند، در زیر ویدیوها کامنت بگذارند و کارهایی از این قبیل انجام دهند ولی نمی توانند با هم ارتباط داشته باشند و چت کنند و از این اتفاقات در آن نمی افتد.



نگاهی بر تحلیل سایت آپارات

به همین خاطر نمی توان اسمش را سوشال نتورک گذاشت و حالا دلیل اینکه نمیشود آپارات را یک سوشال مدیا در نظر گرفت به خاطر این است که مشکلات در آن زیاد است اولین مشکل با فالو کردن چنل هاست . همانطور که میدانید شما میتوانید در آپارات چنل های مختلف مثلاً چنل رسمی ایرانسل را دنبال کنید و ویدیو هایی که می گذارد را تماشا کنید و یا مثلاً چنل یک گیمر را دنبال کنید ویدیوهای آن را تماشا کنید و یا حتی خودتان چنل بزنید تا دیگران شما را فالو کنند ولی این فالو کردن نقص هایی دارد.

وقتی شما یک چنل را در یوتیوب دنبال می کنید آن چنل در صفحات مختلف یوتیوب به شما ساجست می دهد، ویدیو های مختلفش را می دهد و اگر ویدیوی جدیدی آمد در بخش اعلان ها به شما می گوید و حتی به شما نوتیفیکیشن می زند ولی در آپارات با فالو کردن یک چنل نه در بخش ویدیو های مرتبط آن ویدیو ها بیشتر به ما ساجست می شود و نه اگر ویدیوی جدیدی آپلود شد خبر دار میشویم!

یا یک مورد دیگر اینکه وقتی شما در یوتیوب برای ویدیویی کامنت می گذارید، طبیعتاً می توانید کامنتهای دیگر را هم ببینید ، لایک و دیس لایک کنید و یا حتی جواب آنها را هم بدهید ولی این اتفاق در آپارات به صورت بسیار محدود می افتد یعنی شما فقط میتوانید کامنت بگذارید، همین! و اما برویم سراغ نکات بعدی که مربوط می شود به کسانی که ویدیو آپلود می کنند و شاید برای خیلی ها هم سوال شده باشد. وقتی کاربران کامنت میگذارند دوباره نوتیفیکیشنی به صاحب چنل زده نمی شود یعنی صاحب چنل باید بیاید به سایت سر بزند و ببیند که کامنتی جدید آمده است یا نه تا بخواهد پاسخ آنها را بدهد! بهتر بود که وقتی ویدیویی آپلود می شود کامنت هایی که به آن زده می شود اعلان آن به صاحب چنل زده شود تا بتواند به راحتی پاسخ آنها را بدهد و با پاسخ او، به آن کاربر هم که طبیعتاً در آپارات اکانت دارد اعلان زده شود. ولی این اتفاق نمی افتد!

خیلی وقت پیش هر کس که در آپارات ویدیو آپلود می کرد هیچ چیزی عایدش نمی شد و این تا مدت ها وجود داشت تا رسید به یک سری کانال های خاص یعنی شما باید درخواست می دادید تا کانالتان تایید شود و بعد از تایید، هر ویدیویی که آپلود می کردید به ازای هر صد ویو و یا شاید هر هزار ویو یک مبلغی را دریافت می کردید اما خیلی شرایط سختی داشت. ولی خوشبختانه در حال حاضر بخشی به نام کسب درآمد از ویدیو در آپارات اضافه شده که می توانید آنجا درخواست تان را بدهید، همانطور که در یوتیوب خیلی وقت است که این اتفاق افتاد و بعد از اینکه درخواستتان را دادید و چنل تان تایید شد و مطمئن شوند که ویدیوها تولید خودتان است می توانید از هر تعداد ویویی که مشخص است درآمد کسب کنید. این خیلی نکته مثبتی است و به کاربران کمک می کند که بتوانند ویدیو های مختلف بسازند و آپلود کنند که خب با این کار شاید کمی به سمت سوشال مدیا شدن برود.



حالا در مقاله تحلیل سایت آپارات برویم سراغ نواقصی که در آپلود ویدیو وجود دارد، ما در آپارات به هیچ وجه آپارات مارکتینگ نداریم یعنی خیلی سخت است که شما یک سری نکات را بررسی کنید تا ببینید که چطور می‌شود در آپارات افزایش ویو داشته باشید، واقعاً نکات مشخصی نیست و به این دلیل می‌گوییم آپارات مارکتینگ وجود ندارد چون الگوریتمی وجود ندارد که ویدیو ها تحلیل شوند و ما بتوانیم روی ویدیوها مارکتینگ کنیم. با وجود اینک آپارات یکی از بزرگترین و پربازدیدترین سایت های ایرانی است، هنوز هم این مشکلات را دارد.

از سری مشکلات دیگر اینکه مثلاً وقتی می‌خواهیم ویدیو آپلود کنیم طبیعتاً باید یک عنوان وارد کنیم، یک توضیح کوتاه بدهیم و یک سری هشتگ قرار دهیم. داخل عنوان که خب می‌توانیم یک سری عناوین جذاب بگذاریم که کلیک ویدیو بالا برود اما داخل توضیحات خیلی محدودیت کلمه داریم و نمیتوانیم توضیحات زیادی بگذاریم و حالا بدترش این جاست که آدرس لینک سایت و این ها هم اصلاً نمی‌شود گذاشت، چون یکی از سیاست‌های آپارات است.

در بخش هشتگ کاربر هیچ حسی ندارد که باید چکار کند و چه هشتگی را بگذارد که بیشتر جواب دهد. اول اینکه یک محدودیتی وجود دارد که شما حداکثر می‌توانید ۵ هشتگ بگذارید، دوم این که اصلاً هیچ تحلیلی نمی‌شود روی آن کرد و حتی وقتی که ویدیو را آپلود می‌کنید آپارات به شما نمی‌گوید که از هر کدام از این هشتگ ها چه مقدار کاربر ویدیوی شما را تماشا کردند یعنی کاربر تنها بعد از آپلود ویدیو می‌تواند یک سری ویو ببیند یعنی مثلاً ببیند که امروز ویدیو صد ویو خورده، ولی اصلاً نمی‌تواند بفهمد که این ویوها از طریق ویدیوی مرتبط، دایرکت و یا هشتگ ها بوده، از چه طریقی بوده!

سوم اینکه اگر ویدیوی ما مختص بزرگسالان است نمی‌توانیم محدودیت سنی ایجاد کنیم. این خیلی خوب می‌شد اگر می‌توانستیم به صورت درست و منطقی همانند یوتیوب محدودیت سنی قرار دهیم و مشخص کنیم که مثلاً این ویدیو مخصوص افراد بالای ۱۸ سال است.

در مورد تایم نیل تصویر هم محدودیت داریم و ۴ یا ۵ تصویر بیشتر به ما نشان می‌دهد و آن ۵ تصویر به صورت رندوم از ویدیوی ما گرفته شده. در واقع خیلی خوب میشد اگر می‌توانستیم تایم نیل را خودمان از بین ویدیو انتخاب کنیم. حالا فرض کنید که ویدیو آپلود شد، وقتی ویدیو آپلود می‌شود به کسانی که فالوور ما هستند هیچ اطلاعی داده نمی‌شود! دوم اینکه وقتی یک سری آمارها مثلاً بعد از یک روز به ما میدهد اصلاً متوجه نمی‌شویم که کاربران چقدر از ویدیوی ما را دیده اند؟! و تنها چیزی که اعلام می‌کند تعداد ویو های ویدیو است که با این وجود اگر کسی ویدیو مارکتینگ می‌کند، این هیچ کاربردی برای او ندارد! در صورتی که شما می‌توانید در یوتیوب به صورت کامل آمارها را بررسی کنید، ببینید چقدر بازدید خورده، ویدیو چطور بوده و هر دقیقه ای از آن را چند درصد از کاربران دیده اند و حتی بعد از آپلود ویدیو اعلام می‌کند که چه مقدار کاربر توسط این ویدیو سابسکرایب شما شده اند.



نکته بعدی که به نظر می‌رسد بهتر است که آپارات داشته باشد بحث کاستومایز کردن صفحه چنل هاست که خوب شما وقتی صاحب چنل هستید خیلی خوب می‌شود که شما خودتان بگویید که کدام یک از ویدیو ها در ابتدای چنل شما باشد و کدام دسته یا بخش در پایین چنل باشد چون چنل متعلق به شماست و اگر بتوانید آن را خوب کاستومایز کنید وقتی کسی داخل چنل شما بیاید احتمال اینکه سابسکرایب کند و ویدیو های بیشتری ببیند زیاد است به خاطر اینکه شما خودتان می‌دانید کدام یک از ویدیو ها جذابیت بیشتری داشته است و آنها را بالاتر قرار می‌دهید.

و اما یک نکته گیمیفیکیشنی که می‌تواند برای کسانی که در آپارات ویدیو می‌گذارند جالب باشد و کمی رقابت به وجود بیاید این است که آپارات می‌تواند هر ماه به کسانی که ویدیو می‌گذارند یکسری آمار بدهد مثلاً ده تا چنل اولی که بیشترین ویدیو را گذاشتند و یا بیشترین بازدید را گرفته اند چه چنل هایی بوده اند، یا چنل هایی که بیشترین لایک را گرفته، بیشترین فالو متعلق به آن بوده و نکات دیگر را مشخص کند،

به دو دلیل یکی اینکه ما ترغیب می‌شویم ویدیو های بیشتر و بهتری بگذاریم و رتبه ۱ را بگیریم دوم اینکه وقتی می‌بینیم چندتا چنل حرفه‌ای وجود دارد می‌رویم آنها را بررسی می‌کنیم و می‌بینیم که آنها چه کاری انجام می‌دهند که ما نمی‌توانیم انجام دهیم و وقتی این تحلیل صورت می‌گیرد کاربران هم از یکدیگر بیشتر یاد می‌گیرند و مفهوم سوشال مدیا مطرح می‌شود و هم اینکه ویدیو هایی که می‌گذارند جذاب تر خواهد بود .