

**محمد جهانبخش: تلویون از سال ۱۳۸۹ استارت خورد. زمانی تلویون به وجود آمد که دیگر دسترسی سازمان صدا و سیما به خارج از کشور امکان پذیر نبود و به ماهواره‌ها قطع شده بود. از همین رو نیز معاونت فضای مجازی تمهیدی در نظر گرفت تا سرویسی را در فضای مجازی به وجود آورد و این امکان را برای کاربران خارج از کشور از این طریق فراهم کند**



فضای مجازی و افزایش سرعت اینترنت و توسعه زیرساخت‌ها در کشور باعث شد تا استقبال از چنین فضایی نیز روز به روز بیشتر شود. به طوری که به عنوان مثال اگر کاربری بخواهد سریال پایتخت را ببیند به راحتی می‌تواند در گوگل سرچ کرده و قسمت مورد نظر سریال را جست‌وجو کند و به تماشای آن در هر زمان و هر شرایطی بپردازد. در اصل آن چیزی که تلویون را تلویون کرد ارزش پیشنهادی درستی بود که به مشتری می‌دهد. یعنی قابلیت جابه‌جایی در هر نقطه و امکان سفر در زمان را خواهند داشت. به صورتی که کاربر می‌تواند به گذشته سفر کند. این دو ارزش پیشنهادی و این اختیاری که به کاربر داده می‌شود موجب شد کاربر استفاده خوبی داشته باشد و به دوستان خود هم آن را معرفی کند. توسعه پیدا کردن تلویون به همین شکل بوده و باعث شده به سرعت رشد پیدا کند و توانسته امروز با ۱۲ میلیون یوزر در خدمت مردم باشد.

**هزینه‌ای که برای این کار در نظر گرفته شد تا**

**تلویون، تلویون شود را می‌توانید بگویید؟**

رقم دقیق را در اختیار ندارم؛ اما بودجه‌ای که برای این کار در نظر گرفته شده بودجه کار استارت‌آپی است که تا قبل از پویش‌های تلویزیونی رقم بسیار ناچیزی بود.

**حفظ کاربر را چطور انجام می‌دهید؟**

وقتی ارزش پیشنهادی به مشتری داده می‌شود مشتری، خودش راه خودش را باز می‌کند. زمانی که کاربر سرویس می‌گیرد و مثلاً سریال مورد علاقه‌اش را می‌تواند دریافت کند، وفادار می‌ماند. تلویون، جامعه مخاطب‌های گوناگونی دارد. یک جامعه مخاطب بخش ورزشی است که مخاطب ارزشمند و کلیدی است. یک جامعه مخاطب دیگر در حوزه خانواده و زنان خانه‌دار است که برنامه‌های فیلم و سریال را دنبال می‌کنند. جامعه مخاطب دیگر نیز بخش کودک و نوجوان هستند که جامعه مخاطب کلیدی و تعیین‌کننده‌ای محسوب می‌شوند. از طرف دیگر نکته مهمی که آن را همیشه مورد توجه قرار داده و در آن موفق بوده‌ایم و به عنوان نقطه‌قوت از آن یاد می‌شود موضوع سئو یعنی بهینه‌سازی موتور جست‌وجو است.

تلاش شده این بخش به گونه‌ای مدیریت شود که در موتور جست‌وجوی گوگل در رده‌بندی‌های بالا قرار گیرد. پروژه‌های بزرگی در این زمینه صورت گرفته شده و کار حرفه‌ای و جدی انجام داده‌ایم. برای همین یکی از مهم‌ترین دلایلی که باعث شده تا تلویون مورد توجه مردم و مخاطب‌ها قرار گیرد این است تلویون به بستری تبدیل شده که خوراک مناسبی را هم در اختیار مردم و هم کاربران فضای مجازی قرار می‌دهد.

تلویون این امکان را به همه داده تا محتوای صدا و سیما را به راحتی

و با اولین جست‌وجوی ساده در گوگل به دست آورد. این موضوع نیز ارزش‌هایی است که در حوزه مارکتینگ به آن توجه شده و کاربران را به سمت استفاده از تلویون سوق داده است.

**گفت‌وگو با محمد جهانبخش، مدیر بازاریابی تلویون**

## تعاملی شدن تلویزیون هدف آینده تلویون



تلویون یکی از بزرگ‌ترین رسانه‌های دیجیتالی فارسی‌زبان است که توانسته در میان مخاطبان جای خود را به خوبی باز کند. به طوری که در حال حاضر گفته می‌شود ۱۲ میلیون کاربر داشته و در نسخه‌های وبسایت، اپلیکیشن Android، اپلیکیشن iOS و... قابل استفاده است و تاکنون آمارهای اعلام شده نشان می‌دهد نسخه اپلیکیشن تلویون روی ۹ میلیون دستگاه موبایل نصب شده است. حالاً نیز رکورد جدیدی را برای خود ثبت کرده و آن هم شکستن رکورد شش میلیون کاربر یکتا در طول بازی فینال آسیا، بیش از یک میلیون و ۵۰ هزار کاربر همزمان و عبور ۴۲۰ گیگابایت بر ثانیه پهنای باند مصرفی کاربران تلویون بوده است. اما چطور شد که تلویون شکل گرفت و چه کسانی آن را به این مرحله رساندند که برنامه آینده‌شان هم افزایش میزان کاربران به ۲۰ میلیون تا پایان سال ۱۴۰۰ است. محمد جهانبخش، مدیر مارکتینگ تلویون است و در همین زمینه با او به گفت‌وگو نشستیم.

آزاده باقری  
خبرنگار

در این میان به دست آورد.

**معرفی تلویون به مخاطب‌ها از چه طریق‌هایی**

**صورت گرفته شده که بیش از ۱۰ میلیون کاربر دارد؟**

همان‌طور که اشاره شد ماهیت شکل‌گیری تلویون برای کاربران خارج از کشور در ابتدای امر بود. اما دو رویکرد نیز برای توسعه محصول در نظر گرفته شده بود که باعث شد هم مخاطب‌های خارج از

کشور و هم مخاطب‌های داخلی از آن استقبال کنند. رویکرد نخست آتنن زنده و پخش مستقیم برنامه‌های مختلف شبکه‌های تلویزیونی بود و رویکرد دوم آرشیوی بود که می‌توانست برنامه‌های پخش شده گذشته را در اختیار کاربران گوناگون در اقصی نقاط مختلف کشور و جهان قرار دهد. اطلاع کاربران از چنین امکانی در

### باید تا پایان سال ۱۴۰۰ به ۲۰ میلیون نصب برسیم!

تلویون یک بستر است و باید تلاش شود تا چنین بستری به بهترین شکل در اختیار مخاطبان قرار گیرد. برنامه‌ریزی صورت گرفته شده برای این است تا پایان سال ۲۰۱۴۰۰ میلیون نصب داشته باشیم. همچنین تلاش بر این است تا به سمت تعاملی شدن پیش برود. طبق تصمیماتی که در سازمان صدا و سیما صورت گرفته شده تصمیم بر این است تا امکان تازه‌ای به وجود آید و آن هم امکان ارتباط دوطرفه است. امکان گذاشتن کامنت و پاسخ دادن به آنها و همچنین ایجاد نظرسنجی از جمله اقداماتی است که در آینده آنها به مرحله اجرایی شدن خواهد رسید.

به عنوان مثال یکی از کارهایی که در آینده آن را مدنظر داریم تا به مرحله اجرایی شدن برسد ایجاد شبکه‌های پلاس است. به طوری که اگر برنامه‌ای ۱۰ دقیقه باشد و فرصت آن نباشد تا مخاطب‌ها بتوانند پاسخ سوالات خود بگیرند پس از پایان برنامه و با مراجعه به شبکه پلاس می‌توانند سوالات خود را مطرح و به پاسخ مدنظر خود برسند. بنابراین می‌توانیم بگوییم که تعاملی شدن برنامه‌های تلویزیون هدف آینده تلویون است. البته این موضوع را هم می‌پذیریم سرویس ارائه شده دارای عیب‌هایی نیز هست و نیاز به اصلاحات دارد. همچنین می‌دانیم دغدغه‌های کاربر و آنچه نیاز دارد بیش از آن امکاناتی

است که تلویون در اختیارش قرار می‌دهد. بنابراین تمام تلاش‌مان بر این است تا چنین دغدغه‌هایی را نیز در آینده بهبود بخشیم. چه در لایه محصول، چه در لایه زیرساخت و چه در لایه توسعه؛ تمام سوگیری این است تا به نحو شایسته بتوانیم کاربران خود را راضی نگه داریم.

**آقای جهانبخش چطور شد که تلویون شکل گرفت؟ از چه سالی ایده شکل‌گیری چنین رسانه‌ای در فضای دیجیتال کلید خورد و با چه اهدافی ادامه پیدا کرد؟**

تلویون از سال ۱۳۸۹ استارت خورد. استارت‌آپی که با استفاده از محتوای صدا و سیما جای خود را میان کاربران باز کرد و از قضا مورد استقبال قرار گرفت و این موضوع همزمان شد با قطع دسترسی سازمان صدا و سیما با ماهواره‌های خارج از کشور. پس از آن معاونت فضای مجازی تمهیدی در نظر گرفت تا سرویسی را در فضای مجازی به وجود آورد و این امکان را برای کاربران خارج از کشور از این طریق فراهم کند. در واقع یکی از اقدامات سازمان صدا و سیما توسعه استارت‌آپ تلویون بود. در حال حاضر با استفاده از دانش فنی و ارائه محتوای صدا و سیما رشدی پایدار داشته و توانسته موفقیت‌های خوبی را رقم بزند.

**با توجه به آن که گفته می‌شود تلویون بستری برای فارسی‌زبانان خارج از کشور در نظر گرفته شده چطور این استقبال داخلی از تلویون به وجود آمده است؟**

در حال حاضر به جز سرویس تلویون سرویس‌های دیگری نیز وجود دارد که چنین خدماتی را به کاربران خود می‌دهند و صدا و سیما در آنها سهم بزرگی دارند. آنها این فرصت را دارند تا مانند تلویون به ارائه خدمات بپردازند. علت موفقیت تلویون در برابر باقی سرویس‌های اینچینی در فضای مجازی تنها به دلیل آن است که تلویون متکی به ارائه سرویس خوب است. سرویسی که رشدش کاملاً به صورت استارت‌آپی بوده و توانست موفقیت‌های خوبی نیز

