



گسترش این ویژگی به حلقه‌های سطحی‌تر مانند پرداخت تاجران، فروشگاه‌های آنلاین و آفلاین ضروری بود. شبکه پرداخت با مشارکت Didi نسخه چینی اوبر برای تسهیل پرداخت درون‌برنامه‌ای حتی بیشتر تقویت شد. این مشارکت، جهان گسترده‌تری از شرکای پرداخت را باز کرد که اکنون با وی چت کار می‌کنند، پرداخت‌های درون‌برنامه‌ای را برای همه چیز از قبوض تلفن همراه گرفته تا هزینه‌های آب و برق امکان‌پذیر می‌کنند.

تنها در دو سال، سیستم پرداخت وی چت به مهم‌ترین بازیکن در چشم‌انداز پرداخت‌های چینی تبدیل شده است و برای بسیاری از اقدامات مورد استفاده قرار می‌گیرد و برای بسته‌های قرمز گرفته تا پرداخت‌های آفلاین استفاده می‌شود. از سال ۲۰۱۶، تنسنت دارای ۶۰۰ میلیون پرداخت تلفن همراه و بیش از ۶۰۰ میلیون تراکنش پرداخت روزانه است.

درس ۵: به طور ماهرانه کسب درآمد کنید

وی چت همیشه برای کسب درآمد آماده بوده و حتی از آن به عنوان اهرمی برای بهبود تجربه کلی محصول استفاده می‌کند. مرکز بازی، وی چت را با تخصص اصلی تیم تنسنت پیوند زد تا به مردم اجازه دهد در پلتفرم پیام‌رسانی بازی کنند. در حالی که در ظاهر شبیه به سایر فروشگاه‌های بازی مانند لاین و کاکائو بود اما وی چت عنصر بازی را به سطح جدیدی ارتقا داد، جایی که مردم برای انجام بازی‌های دسته‌جمعی سرازیر شدند.

این تغییر ویژگی ظریف هم برای سازندگان بازی و هم به نفع وی چت بود. برای مثال، یک بازی تنسنت به نام Rhythm Master، یک سال پس از انتشار ۷۰۰ هزار نصب داشت اما پس از راه‌اندازی در مرکز بازی وی چت به ۱۷ میلیون (رشد بیش از ۲۰ برابر) رسید.

تبلیغات بومی وی چت مومنت که در ژانویه ۲۰۱۵ راه‌اندازی شد، بخش مهمی از مدل کسب و کار وی چت بود. اگرچه این یک محرک اصلی رشد نبود اما مسیر رشد وی چت را نیز محدود نکرد. برای به حداقل رساندن تأثیر بر تجربه کاربر، وی چت تعداد تبلیغات بومی نمایش داده شده در فید وی چت Moments کاربر را به یک آگهی در روز محدود کرد.

وی چت حتی مدل کوپن کلاسیک را با یک مدل تأیید مبتنی بر دوست برای محصولات و خدمات تطبیق داد. هنگامی که یک کاربر کوپن ارائه شده توسط فروشنده را در حین خرید آفلاین بازخرد می‌کند، کاربر می‌تواند پیشنهاد را با دوستان خود به اشتراک بگذارد و در نتیجه همه دوستان کاربر بتوانند همان پیشنهاد را مشاهده و از آن استفاده کنند. فروشندگان همچنین می‌توانند با دادن کوپن دیگری به کاربر برای استفاده و اشتراک‌گذاری به کاربری که یک کوپن را بازخرد کرده است پاداش دهند و در نتیجه نمایش محصولات و خدمات خود را افزایش دهند. بنابراین وی چت یک سیستم اعتبار کوپن برای فروشندگان ایجاد کرد تا این مدل اشتراک‌گذاری کوپن تبلیغ کنند.



بسته‌های

قرمز وی چت

از یکی از رسوم

شرکت تنسنت

و سنت‌های

گسترده‌تر کانتونی

سرچشمه می‌گیرد

که هر مدیر شرکت

در اولین روز کاری

پس از تعطیلات

سال نو چینی به

هر کارمند یک

پاکت قرمز با یک

هدیه نقدی کوچک

می‌دهد



وی چت همچنین پیوند حساب بین وی چت و QQ را

راه‌اندازی کرد. نکته

مهم این است که

همچنان به گونه‌ای

توسعه انجام شد تا

کاربران بتوانند از هر دو

سرویس برای اهداف

متفاوت خود استفاده

کنند

موفقیت این قابلیت وی چت را بر آن داشت تا این ویژگی را به حساب‌های تجاری گسترش دهد. موردی که به ناشران این امکان را می‌دهد تا مستقیماً محتوای ارزشمند را به طور منظم برای طرفداران خود پخش کنند. همچنین به کاربران امکان می‌دهد با ارائه‌دهندگان خدمات (به عنوان مثال خانه‌داری) ارتباط برقرار کنند تا همه چیز را از رزرو یک سرویس گرفته تا مراقبت از مشتری، بازخورد و پرسش و پاسخ انجام دهند.

وی چت اولین برنامه‌ای بود که برای برخی کاربران که استیکرهایشان را دیگران دوست داشتند، بازار ایجاد کرد. کاربران می‌توانند هر مبلغی را تا ۲۰۰ یوان (۲۵ دلار آمریکا) پاداش دهند. بازار رقابت سالمی را بین تصویرگران در رقابت برای کسب رتبه برتر ایجاد کرد.

درس ۴: ایده‌های بزرگ از حل مشکلات خودتان می‌آیند

بسته‌های قرمز وی چت از یکی از رسوم شرکت تنسنت و سنت‌های گسترده‌تر کانتونی سرچشمه می‌گیرد که هر مدیر شرکت در اولین روز کاری پس از تعطیلات سال نو چینی به هر کارمند یک پاکت قرمز با یک هدیه نقدی کوچک می‌دهد. با گسترش شرکت، برای برخی از مدیران ارائه این همه بسته قرمز خسته‌کننده شد، بنابراین آنها برای حل این مشکل راه‌حل فنی خواستند. آنها نمی‌دانستند که نتیجه به نمونه اولیه وی چت پاکت قرمز تبدیل خواهد شد.

اولین نسخه پاکت قرمز وی چت توسط یک تیم ۲۰ نفره در سه هفته توسعه یافت. تیم وی چت به جای انتشار چند نسخه از یک محصول اغلب در نیمه‌شب از محصول استفاده می‌کنند تا به جزئیات توجه کنند و اشکالات را زود تشخیص دهند. آنها همچنین نحوه استفاده دوستان و خانواده از محصول را قبل از عرضه مشاهده می‌کنند. از شب سال نو ۲۰۱۴ تا ساعت ۴ بعدازظهر روز بعد، بیش از پنج میلیون کاربر از بسته‌های قرمز وی چت استفاده کردند.

پاکت قرمز وی چت امروزه دارای چند نسخه مختلف است، از جمله یکی با مبلغ نقدی تصادفی و دیگری با مبلغ نقدی ثابت. این باعث می‌شود که در حضور گروهی از افراد یک بسته قرمز دریافت کنید، مانند قرعه‌کشی همراه با یک کوکی ثروت - شما نمی‌دانید قبل از باز کردن بسته چقدر پول دریافت خواهید کرد و دریافت بیشتر از دیگران، می‌تواند نشانه خوبی باشد. شانس. این مفهوم خوش‌شانسی همچنین آن را به یک بازی عالی در میان آشنایان نزدیک در یک مهمانی تبدیل می‌کند.

این نمونه دیگری از «اثر گروهی» در عمل است. از آنجا که بسته‌های قرمز در چت‌های گروهی ارسال می‌شوند، با دریافت بیشتر کاربران، میزان پذیرش افزایش یافت.

رشد قابل‌توجهی در سال ۲۰۱۵ با ارسال بیش از یک میلیارد بسته قرمز در تعطیلات سال نو چینی مشاهده شد. رشد سیستم پرداخت وی چت ابتدا توسط حلقه‌های اجتماعی تنگاتنگ ایجاد شد؛ دوستان و خانواده که برای یکدیگر پول می‌فرستند و آنها مایل بودند حساب‌های بانکی خود را برای انجام همین کار متصل کنند. این حرکت مهم برای ایجاد اعتماد میان کاربران قبل از

کرد. در طول دومین سال وی چت، Moments (ترجمه چینی به معنای «حلقه‌های دوست») را راه‌اندازی کرد، یک ویژگی اشتراک‌گذاری عکس برای اشتراک‌گذاری شما با یک گروه خصوصی از دوستان. برخلاف فیلد خبری فیسبوک، نظرات و لایک‌ها در یک پست خاص فقط توسط «دوستان مشترک» قابل مشاهده است و نه «دوست دوستان». این برنامه عمدی و الهام‌گرفته از Path، یک برنامه اشتراک‌گذاری عکس و پیام‌رسانی مستقر در ایالات متحده بود که سال ۲۰۱۰ راه‌اندازی شد و شبکه اجتماعی کاربر را به تعداد معینی از دوستان نزدیک و ارتباطات با روابط قوی محدود کرد. وی چت به جای این‌که دقیقاً همان کاری را که Path انجام داد، تکرار کند؛ فهمید که دایره‌های کوچک‌تر در هسته بسیار قوی‌تر هستند و با بزرگ‌تر شدن دایره‌ها، روابط ضعیف‌تر می‌شوند.

تیمی متشکل از ۱۰ نفر، چهار ماه را صرف ساختن بیش از ۳۰ نسخه وی چت Moments کردند تا این‌که در مورد نسخه‌ای برای راه‌اندازی تصمیم گرفتند. این کارایی تکرار محصول را نشان می‌دهد. وی چت همیشه تیم توسعه محصول خود را با تعداد کم و چابک نگه می‌داشت، زیرا این امر تمرکز بی‌وقفه‌ای بر ویژگی‌هایی داشت که روی آنها کار می‌کردند.

از همان روزهای اولیه، بسیاری از کاربران وی چت محتوای وبلاگ‌ها و سایت‌های خبری خارجی را از طریق چت و Moments به اشتراک می‌گذاشتند. تیم وی چت مشتاق بود که این محتوا را در خانه بیاورد و به سازندگان اجازه دهد به طور بومی با مخاطبان خود ارتباط برقرار کنند. راه‌حل آن، حساب‌های رسمی وی چت بود که سال ۲۰۱۲ منتشر شد و به طور یکپارچه اجازه دنبال کردن یک‌طرفه را می‌داد. با این حال، برخلاف توییتر یا ویبو، افراد مشهور می‌توانند به روزرسانی‌های متنی، صوتی و ویدئویی را برای طرفداران خود ارسال کنند که شبیه پیام‌های وی چت معمولی است و احساسات یک مکالمه شخصی و خصوصی را ایجاد می‌کند. این مسأله منجر به این شد که بسیاری از افراد مشهور وی چت خود را راه‌اندازی کنند، حتی اگر میلیون‌ها دنبال‌کننده در ویبو داشته باشند.

