آغاز شراکت ایرانسل و پیام‌رسان گپ



ایرانسل و پیام‌رسان گپ به‌تازگی یک بیانیه خبری منتشر کرده و از سرمایه‌گذاری مشترک برای گسترش بازار این پیام‌رسان در سطح داخلی و بین‌المللی خبر داده‌اند. قرار است پیام‌رسان گپ با همین نام وارد عرصه بین‌المللی شود و در این فرآیند، ایرانسل نیز به توسعه زیرساخت‌ها، خدمات و جامعه مخاطبان این پیام‌رسان کمک خواهد کرد. در بیانیه مشترک ایرانسل و گپ به «برتری‌های این پیام‌رسان نسبت به دیگر رقبا از جمله خدمات دولت الکترونیک، خدمات پرداخت الکترونیک، خدمات حوزه سرگرمی و خدمات حمایتی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط مانند فروشگاه‌ساز، بات‌پلتفرم و...» اشاره شده است.

جهانی شدن برای یک پیام‌رسان ایرانی ادعای بزرگی است، ولی به نظر می‌رسد پیام‌رسان گپ از چند ماه پیش برای ایجاد تفاوت با دیگر رقبا، فعالیت‌هایی را آغاز کرده است. برای مثال این پیام‌رسان تفاهم جدیدی با شرکت مخابرات انجام داده که در مرحله اول قرار است خدمات پیشخوان مخابرات را به‌صورت الکترونیکی ارائه دهد و در مرحله بعدی دسترسی به خطوط تلفن ثابت نیز از این پیام‌رسان ممکن می‌شود.

هرچند برای اولین بار است که ایرانسل وارد حوزه پیام‌رسان‌ها می‌شود، ولی پیش از این نیز شاهد ورود اپراتورها از جمله ایرانسل به فضای استارت‌آپی کشور بوده‌ایم. در این بیانیه اشاره‌ای به میزان سرمایه‌گذاری هر کدام از این دو شرکت و میزان سهم آنها نشده است.

تعیین تکلیف ۶۰۰ هزار تلفن همراه توقیفی



این برای چندمین بار است که درباره ترخیص موبایل‌های توقیفی می‌شنویم. ابراهیم درستی، رئیس اتحادیه فروشندگان لوازم صوتی، تصویری، تلفن همراه و لوازم جانبی این بار در حاشیه نشست هیات رئیسه اتاق اصناف خبر داد که بر اساس توافقات صورت گرفته و وعده مسؤولان قرار است موبایل‌های وارداتی مانده در گمرک که قیمت آنها بر مبنای ارز نیمایی محاسبه شده است در نهایت تا این هفته در بازار عرضه شوند. او تعداد گوشی‌ها را حدود ۶۰۰ هزار دستگاه عنوان کرد و گفت: «در شرایط فعلی عمده گوشی‌ای که در بازار توزیع می‌شود از طریق مسافری به کشور وارد شده که ارز آن نیز از بازار آزاد تامین شده است؛ این امر روی قیمت عرضه این محصول تاثیرگذار است، امیدوارم با اختصاص ارز نیمایی به واردات این محصولات قیمت گوشی به‌طور محسوسی کاهش یابد.» نیاز بازار هر ماه حدود ۷۰۰ تا ۸۰۰ هزار تلفن همراه است که در فصل تابستان افزایش می‌یابد و ورود این گوشی‌ها به بازار می‌تواند تاثیر روانی روی بازار بگذارد. درستی درباره علت کاهش قیمت برخی از برندهای تلفن همراه و ثابت ماندن برخی دیگر از برندها توضیح داده است: «یکی از مواردی که باید به آن توجه کرد این کالا با نرخ ارز آزاد و عمدتا به‌صورت مسافری وارد می‌شود و شاهد بودیم که نرخ ارز در ماه‌های اخیر حتی به ۲۰ هزار تومان هم رسید، بنابراین طبیعی است که موبایل تا حدی نوسان داشته باشد، اما مهم‌ترین عامل برای تثبیت بازار تلفن همراه به‌عنوان یک کالای اساسی تثبیت عرضه و تقاضاست و اگر بتوانیم تعادل آن را برقرار کنیم و از سوی دیگر نیز نرخ ارز برای واردات آن را به ثبات برسانیم قطعا قیمت انواع موبایل در بازار متعادل‌تر می‌شود.»

کدام گوشی‌ها بهترین دوربین سلفی را دارند؟



شرکت DxOMark به‌تازگی سیستم نمره‌دهی جدیدی را برای دوربین جلویی تلفن‌های هوشمند تعریف کرده است.

این مرجع برای تشخیص کیفیت عکس‌ها، معیارهایی مانند دقت رنگ، شارپ بودن تصویر، تضاد رنگ، نمایش تونال پوست، اکسپوژر و... را مدنظر قرار می‌دهد. نتیجه این بررسی روی تعدادی از گوشی‌های هوشمند موجود در بازار جالب است. دو گوشی نوت ۹ و گوگل پیکسل ۳ توانسته‌اند همه رقبای قدر خود را با اختلاف کنار بزنند و هر دو با کسب نمره ۹۲ بهترین دوربین‌های سلفی را دارند.

شیائومی می‌میکس ۳، آیفون XS Max و گلکسی اس ۹ به‌ترتیب توانستند امتیازهای ۸۴، ۸۲ و ۸۱ را کسب کنند و در رده‌های بعدی قرار گیرند.

فرآیندی که DxOMark برای بررسی دوربین سلفی گوشی‌ها استفاده کرده، بسیار پیچیده و دقیق است.

در این بررسی، هر گوشی بیش از ۱۵۰۰ عکس و دو ساعت ویدئو گرفته و کارشناسان تحلیل دقیقی روی آنها انجام داده‌اند. برای مثال اعمال بیش از حد افکت‌های زیبایی روی تصاویر که باعث غیرواقعی شدن نتیجه می‌شود، نمره منفی محسوب شده است.

این شرکت برای این‌که بتواند تونال‌های پوستی شبیه واقعیت بسازد تا در ارزیابی خود مورد استفاده قرار دهد، با یک گروه تحقیقاتی هالیوودی نیز همکاری کرده است.

تمرکز یک مرکز نوآوری روی استارت‌آپ‌های بازاریابی



با رشد فضای استارت‌آپی کشور در چند سال اخیر شاهد راه‌اندازی مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌های تخصصی در زمینه‌های مختلف مانند گردشگری، فین‌تک و... بوده‌ایم. هفته گذشته این اتفاق در صنعت بازاریابی و تبلیغات تکرار شد و مرکز نوآوری آو (عضو جدید خانواده dnaunion) با هدف به‌کارگیری فناوری برای معرفی کالاها و خدمات صاحبان برند به مشتریان به‌صورت رسمی افتتاح شد. شتاب‌دهنده مپس نیز به‌عنوان شریک تجاری استراتژیک این مرکز نوآوری کنار آن قرار دارد. مرکز نوآوری آو که توسط یکی از پیشگامان صنعت بازاریابی و تبلیغات در ایران راه‌اندازی شده، در نظر دارد روی ایده‌های خلاقانه و نوآورانه استارت‌آپی با رویکرد تکنولوژی در حوزه‌های بازاریابی، تبلیغات و تحقیقات بازار سرمایه‌گذاری کند. در حال حاضر تعداد چنین ایده‌هایی در کشور کم است و همین کمبود باعث شده این مرکز نوآوری برای پر کردن این خلأ متولد شود. ناصر پاشاپور نیکو، مدیرعامل گروه dnaunion در روز افتتاح مرکز نوآوری آو گفت: «در مرکز نوآوری آو فقط در پی اصلاح اکوسیستم استارت‌آپ‌ها نیستیم. قصدمان کمک به شرکت‌های فعال در حوزه مارکتینگ و تبلیغات نیز است. توسط مرکز نوآوری در تلاش هستیم نسل آتی شرکت‌های مارکتینگ و تبلیغات را پایه‌گذاری کنیم.»

به گفته شایان شلیله، مشاور هیات مدیره گروه dnaunion، در حال حاضر دو تیم در مرکز نوآوری آو مستقر شده‌اند و چند تیم نیز در حال بررسی هستند و به‌زودی شرایط همکاری با آنها فراهم خواهد شد.

چه خبر؟

اگر مطالب این صفحه را می‌پسندید، عدد ۶۹۴۲ را به شماره ۳۰۰۰۱۱۲۲۶ پیامک کنید