خراسان
پنج‌شنبه، ۱۸ بهمن ۱۴۰۳
شماره ۲۱۷۰۲
۷ شعبان ۱۴۴۶
۶ فوریه ۲۰۲۵
WWW.KHORASANNEWS.COM

برندهای بزرگی که حذف شدند

نوکیا، یاهو، کداک و... از معروف‌ترین برندهایی هستند که روزگاری در حوزه خودشان سرآمد بودند؛ اما با نادیده گرفتن خلاقیت، رصد رقبا و نیاز بازار از گردونه رقابت حذف شدند

صابری| روزگاری بیشترین سهم از گوشی همراه بازار ایران در اختیار نوکیا بود؛ برند مشهوری که با گوشی‌های کلاسیکش در کشورمان مثل بیشتر نقاط دنیا بی‌رقیب به‌نظر می‌رسید و کمتر کسی تصور می‌کرد کمتر از دو دهه بعد هیچ سهمی در بازار نداشته باشد؛ همین اتفاق برای یاهو موتور جست‌وجوی معروفی که خدماتش شامل اکانت ایمیل و شبکه‌اجتماعی محبوب یاهو ۳۶۰ هم می‌شد افتاد. با بررسی تمام این برندها و داستان حذف‌شان به الگوهای مشترکی می‌رسیم که پررنگ‌ترین جنبه آن نادیده گرفتن تغییرات جامعه و نیازهای بازار با خوش‌بینی محض نسبت به جایگاه خودشان است. طوری‌که تصور می‌کردند به‌خاطر بهترین بودن نیاز به بهترین ماندن و تغییر ندارند؛ برای همین در مدت کوتاهی یا به‌طور کامل حذف شدند یا بسیار تضعیف شدند. در این مطلب سراغ این برندهای معروف می‌رویم.

نوکیا

آینه عبرت دنیای فناوری

نوکیا قابل اعتمادترین برند دنیای تلفن همراه در کشور ما و یکی از بازیگران اصلی این مارکت در تمام دنیا بود. گوشی‌های کلاسیک نوکیا به‌ندرت خراب می‌شدند؛ طراحی زیبایی نداشتند اما امکانات‌شان کاربردی بود و در عین حال خوش‌دست بودند. این برند جزو اولین تولیدکننده‌هایی بود که آنتن را از گوشی‌هایش حذف کرد که در زمان خودش اتفاق مهمی محسوب می‌شد. اما چند خلاقیت مثل اضافه کردن چراغ‌قوه و... نمی‌توانست در دنیایی که به‌سرعت تغییر می‌کرد باعث ماندگاری نوکیا شود. با ورود سیستم‌هایی مثل سیمبین، نوکیا با سرعت کمتری رشد می‌کرد اما در عین حال سهم بالایی از بازار داشت تا این که با ورود گوشی‌های هوشمند و خدماتی که اپل و سامسونگ ارائه کردند؛ عملاً نیاز بازار تغییر کرد اما استراتژی نوکیا تغییر چندانی نکرد. نوکیا نه‌تنها رصد درستی از بازار و نیازهای جدیدش نداشت؛ بلکه حتی وقتی به‌طور کامل از گردونه رقابت خارج شد هم تلاش نکرد با رقم زدن اتفاقی تازه به گردونه برگردد؛ طی همین یکی دو دهه برندهای زیادی بودند که بدون برخورداری از اعتبار و جایگاه نوکیا، از صفر شروع کردند و به برندهای موثری تبدیل شدند؛ اما نوکیا این روزها جایگاه بسیار پایینی دارد تا تبدیل به درس عبرت شود.

یاهو

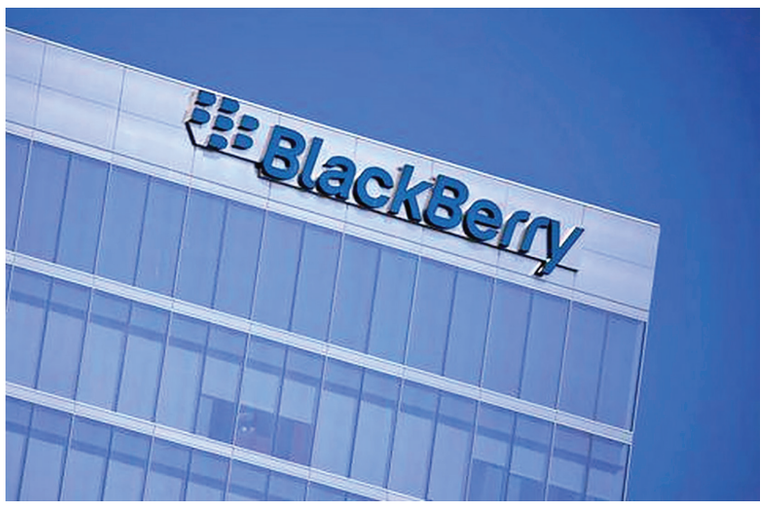
قصه نادیده گرفتن رقبا

یاهو در مقطعی به‌عنوان برندی که پرمخاطب‌ترین جست‌وجوگر، یکی از جذاب‌ترین شبکه‌های اجتماعی و البته ایمیلی پرکاربر را داشت با ظهور گوگل مواجه شد؛ اما در گام اول گوگل را جدی نگرفت؛ کار به‌جایی رسید که گوگل مدام رشد می‌کرد و یاهو نه تنها در همان حال و هوا باقی مانده‌بود بلکه مدام سرویس‌هایش را کم می‌کرد که مهم‌ترینش حذف یاهو ۳۶۰ بود. اما شاید بزرگ‌ترین لطمه را وقتی خورد که پیشنهاد خریداری توسط گوگل را رد کرد. در این فضا بود که هیچ شانسی برایش باقی نمانده بود تا به رقابت در عرصه‌ای برگردد که عادت‌های زیادی در مخاطب با سرویس‌های تازه گوگل در آن شکل گرفته بود و حالا دیگر عجیب نیست که یاهو را در این حال می‌بینیم.

کداک

بی‌توجهی به نیاز بازار

برندی که برای قدیمی‌ترها نیاز به معرفی ندارد؛ تولیدکننده دوربین‌های عکاسی، از همان دوربین‌های خاطره‌انگیزی که در آن‌ها حلقه فیلم ۲۴ یا ۳۶ تایی می‌انداختیم تا عکس بگیریم. کلاً عکاسی در آن روزگار حال و هوای دیگری داشت. چون ساده و در دسترس نبود برای همین قبل از هر عکس وسواس زیادی روی میزانسن، ظاهر خودمان و ثبت یک لحظه خاص داشتیم. فقط در مناسبت‌های خیلی ویژه عکس می‌گرفتیم و واقعاً از این کار لذت می‌بردیم. در شکل‌گیری این دنیای خاطره‌انگیز بدون شک کداک نقش محوری داشت، اما هرچند دنیا پیش رفت، این برند مقاومت نشان داد و در مقطعی که مردم به دوربین‌های دیجیتال روی آورده بودند کمابیش به همان الگوهای قدیمی در تولید وفادار ماند تا دیگر جایگاه سابق را نداشته باشد. حالا هم که امکانات گوشی‌های موبایل در حد دوربین‌های نیمه حرفه‌ای دیجیتال است و نیاز مردم به دوربین به آن شکل قدیم خیلی کمتر شده؛ مگر عکاس‌های حرفه‌ای که دوربین‌های خاصی را تهیه می‌کنند.



بلک بری و اچ تی‌سی

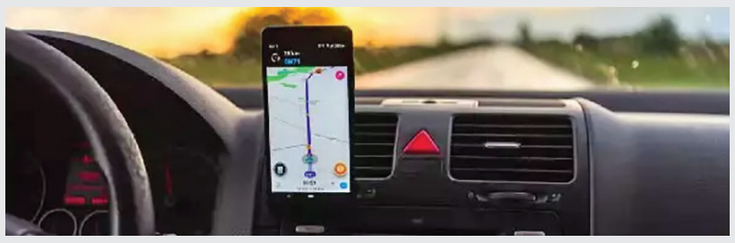
فاصله کوتاه ظهور و زوال

دو برند مختلف از دو گوشه مختلف دنیا که در موج اول و دوم گوشی‌های هوشمند نقش محوری داشتند. بلک‌بری در نوع خودش پیشتاز بود و می‌توانست در دنیای گوشی‌های هوشمند نقش محوری داشته باشد. اما برخلاف نرم‌افزار، چنان در طراحی و توجه به برندینگ ضعیف بود که نتوانست خودش را به‌شکلی مستمر به بازار تحمیل کند و خیلی زود از چرخه حذف شد. اچ‌تی‌سی اما در طراحی هم امکان رقابت داشت. گوشی‌هایش در بازه زمانی کوتاهی محبوب شد. در شروع کارش، اپلیکیشن‌های شبکه‌های اجتماعی هم تازه رونق گرفته بودند و کاربری گوشی‌ها به‌شدت در حال تغییر بود. اچ‌تی‌سی هم همان مسیر بلک‌بری را رفت اما از ناحیه دیگری ضربه خورد. بازاریابی این محصول ضعیف بود و برندینگش نتوانست بار ویژگی‌های مثبت محصول را به‌دوش بکشد. سرنوشت اچ‌تی‌سی نشان داد دیده شدن به اندازه کیفیت خود محصول مهم است. همان کاری که اپل با ارائه آیفون در آن استاد است؛ چرا که فقط یک گوشی را به مشتری نمی‌دهد بلکه نوعی هویت و سبک زندگی را به همراه ارائه می‌کند. یعنی مشتری فقط به‌خاطر خدمات و ویژگی‌ها نیست که سمت اپل می‌رود؛ بلکه مهم است خودش را با در دست داشتن یک گوشی اپل واجد شرایط اقتصادی یا اجتماعی خاصی نشان دهد که حتی شاید موفق هم نشود؛ اما لااقل برای اپل درآمدزاست.

سونی اریکسون

واقعا یادت به‌خیر

دو شرکت آسیایی و اروپایی در تلفیقی با هم برندی پرنفوذ و موفق در حوزه گوشی‌های همراه شکل دادند که می‌توانست برابر نوکیا شانسی برای رقابت داشته باشد و البته از دیگر رقبا مثل سامسونگ، ال‌جی و نوکیا هم وضع بهتری داشت. گوشی‌های این برند در زمان خودش دوربین‌های خوبی داشتند و امکان پخش موسیقی و حتی اجرای بازی‌هایی را که از سطح بقیه گوشی‌ها بالاتر بود، فراهم می‌کردند. برندی که همان‌طور که در روزهای اوج در رقابت با نوکیا بود؛ در سقوط هم با نوکیا به رقابت پرداخت تا در نهایت سرنوشت یکسانی را تجربه کنند.



گوشی هوشمند یا GPS ماشین؟

امروزه اپلیکیشن‌های مسیریابی گوشی‌های هوشمند به مراتب پیشرفته‌تر از GPS های قدیمی هستند. به گزارش «گجت نیوز»، اگرچه استفاده از GPS نسبت به رجوع به حافظه، راهنمایی‌های افراد در خیابان یا نقشه‌های کاغذی، پیشرفت بزرگی محسوب می‌شد؛ اما امروزه استفاده از گوشی برای مسیریابی و پیدا کردن مسیرها آن‌قدر عادی شده که شاید عجیب به نظر برسد در گذشته داشتن چنین امکاناتی مثل یک رویا بود. زمانی که GPS روی داشبورد ماشین نصب می‌شد، تصور این که بتوانیم با گوشی در یک شهر جدید به راحتی مسیر خود را پیدا کنیم، سخت بود.

به‌روزرسانی‌های ترافیکی به صورت لحظه‌ای| دستگاه‌های GPS قدیمی بیشتر روی نمایش لوکیشن شما روی نقشه و ارائه مسیریابی گام‌به‌گام متمرکز بودند، بدون این که اطلاعات ترافیکی لحظه‌ای را ارائه دهند. یکی از مزایای اصلی اطلاعات دقیق ترافیکی که امروزه از آن بهره‌مندیم، وجود میلیون‌ها گوشی هوشمندی است که داده‌های موقعیت خود را به اشتراک می‌گذارند. امروزه بیشتر اپلیکیشن‌های مسیریاب گوشی‌های هوشمند اطلاعات لحظه‌ای ترافیک مثل تعطیلی، بسته بودن جاده یا تصادف‌ها را به کاربران می‌دهند و حتی قادرند مسیر سفر را براساس شرایط ترافیکی تغییر دهند.

قابلیت جست وجوی یکپارچه| در روزهای اوج GPS های قدیمی، افراد مجبور بودند آدرس کامل مقصد از جمله نام خیابان، شهر، استان و کدپستی را وارد کنند. حتی در آن صورت هم گاهی اوقات نمی‌توانستند مستقیما به آدرس مدنظر هدایت شوند و جایی در نزدیکی مقصدشان را پیدا می‌کردند. امروزه، قابلیت جست‌وجوی یکپارچه در اپلیکیشن‌های مسیریاب گوشی‌های هوشمند به شما اجازه می‌دهد به‌طور مستقیم داخل اپلیکیشن به جست‌وجوی مکان‌ها یا آدرس‌ها بپردازید، بدون این که نیاز باشد به نوار سرچ جداگانه‌ای مراجعه کنید. حتی اگر فقط بخشی از آدرس یا حتی کاربری‌اش (مانند رستوران، کافه یا...) را بلد باشید، پایگاه داده متصل به اپلیکیشن به شما کمک می‌کند تا آدرس دقیق را پیدا کنید.

فرمان‌های صوتی| GPS قدیمی ماشین‌ها برای وارد کردن مقصد، بیشتر به استفاده از دکمه‌ها یا صفحه لمسی وابسته بودند و فاقد فناوری تشخیص صدای پیشرفته برای دستورهای صوتی قابل اعتماد بودند. اما امروزه کنترل صوتی به بخشی طبیعی از زندگی ما تبدیل شده است. صحبت کردن با گوشی و درخواست تغییر مسیر یا پیشنهاد یک رستوران نزدیک، کمترین و راحت‌ترین کاری است که با گوشی‌های هوشمند می‌توانیم انجام دهیم.

به‌روزرسانی‌های مکرر نرم‌افزاری| کاربران برای به‌روزرسانی GPS قدیمی ماشین‌ها باید به سایت سازنده مراجعه و به‌روزرسانی را دانلود می‌کردند، سپس دستگاه را از طریق USB به رایانه متصل می‌کردند و به‌روزرسانی را انتقال می‌دادند. در مقابل، اپلیکیشن‌های مسیریاب گوشی‌های هوشمند مثل Google Maps همیشه به‌روز هستند. این اپلیکیشن‌ها اطلاعات خود را از پایگاه‌های داده گسترده و دائما به‌روز شده اینترنتی دریافت می‌کنند.

راحتی و چندمنظوره بودن اپلیکیشن‌های مسیریابی| GPS قدیمی ماشین‌ها فقط یک کاربرد داشت، اما اپلیکیشن‌های مسیریابی گوشی‌های هوشمند این محدودیت را ندارند. بیشتر این اپ‌ها به شما امکان می‌دهند بین روش‌های مختلف حمل‌ونقل مانند پیاده‌روی، دوچرخه‌سواری یا حمل‌ونقل عمومی یکی را انتخاب کنید و مسیرهای مناسب را براساس نیازتان ارائه می‌دهند.

آگهی تجدید مزایده

شهرداری قوچان در نظر دارد باستناد مصوبه شماره ۲۲۹۵/ش مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۲۱ شورای اسلامی شهر قوچان و بر اساس ماده ۱۳ آئین نامه مالی شهرداری ها مصوب ۴۶/۴/۱۲ با اصلاحات بعدی ، نسبت به واگذاری و اجاره مکان نصب و راه اندازی ادوات بازی پارک ها بصورت یک ساله ، بصورت اجاره اقدام نماید. لذا از اشخاص واجد شرایط دعوت می گردد جهت دریافت فرم شرکت در مزایده با بهره گیری از سامانه تدارکات الکترونیک دولت www.setadiran.ir و با شماره مزایده ۵۰۰۳۰۹۱۱۶۳۰۰۰۰۲۲ به صورت الکترونیکی واگذار نماید.کلیه اطلاعات موارد شامل مشخصات، شرایط و نحوه خرید در برد اعلان عمومی سامانه مزایده (www.setadiran.ir) ، قابل مشاهده، بررسی و انتخاب می باشد.
شماره تماس جهت کسب اطلاعات مربوطه: ۰۵۱۴۷۲۱۷۳۰۰
روابط عمومی شهرداری قوچان
۱۱۰۱۰۳

آگهی مزایده نوبت اول

شهرداری نیشابور در نظر دارد بهره برداری موقت از تابلوهای تبلیغاتی سطح شهر را به اشخاص حقوقی واجد صلاحیت قانونی واگذار نماید. لذا از کلیه متقاضیان دعوت به عمل می آید جهت دریافت اسناد مزایده و اطلاعات تکمیلی به سامانه ستاد ایران به آدرس www.setadiran.ir مراجعه نمایند. کلیه جزئیات در اسناد مزایده درج شده است.
*مهلت دریافت اسناد مزایده: تا ساعت ۱۲ مورخ ۱۴۰۳/۱۱/۳۰
* آخرین مهلت ثبت پیشنهاد قیمت در سامانه ستاد ایران (www.setadiran.ir) تا ساعت ۱۲ مورخ ۱۴۰۳/۱۲/۱۱

ردیف	موضوع	مبلغ برآورد (بابت حق بهره برداری در سال اول-ریال)	مبلغ سپرده شرکت در مزایده(ریال)	مدت قرارداد
۱	بهره برداری موقت از تابلوهای تبلیغاتی سطح شهر(جدول شماره ۲)-نوبت دوم	۵،۵۲۰،۰۰۰،۰۰۰	۲۷۶،۰۰۰،۰۰۰	۲ ساله مشروط
۲	بهره برداری موقت از تابلوهای تبلیغاتی سطح شهر(جدول شماره ۳)-نوبت اول	۷،۸۳۶،۰۰۰،۰۰۰	۳۹۱،۸۰۰،۰۰۰	۲ ساله مشروط
۳	بهره برداری موقت از تابلوهای تبلیغاتی سطح شهر(جدول شماره ۴)-نوبت دوم	۴،۸۳۶،۰۰۰،۰۰۰	۲۴۱،۸۰۰،۰۰۰	۲ ساله مشروط
۴	بهره برداری موقت از تابلوهای تبلیغاتی سطح شهر(جدول شماره ۵)-نوبت اول	۷،۹۲۰،۰۰۰،۰۰۰	۳۹۶،۰۰۰،۰۰۰	۲ ساله مشروط

محمودرضا احمدی نیا – معاونت توسعه مدیریت و منابع
۱۰۹۶۸۵

صفحه آرایی
واحد صفحه‌آرایی روزنامه خراسان
سفارش می‌پذیرد
layout@khorasannews.com ۰۵۱۳۷۰۰۹۳۹۰

آگهی مزایده عمومی شماره ۱۴۰۳/۱۰۹
شرکت توزیع نیروی برق شهرستان مشهد
در نظر دارد مزایده عمومی با موضوع
فروش انواع پایه های سیمانی اسقاط با شماره ۱۴۰۳/۱۰۹
را برگزار نماید. داوطلبان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سامانه ستاد ایران (WWW.SETADIRAN.IR) مراجعه نمایند.
روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق شهرستان مشهد
www.meedc.ir
همه از یک پیکریم ۹۰٪ سوخت نیروگاه های برق از گاز است
۱۰۹۵۹۶

آگهی مزایده عمومی شماره ۱۴۰۳/۱۰۸
شرکت توزیع نیروی برق شهرستان مشهد
در نظر دارد مزایده عمومی با موضوع
فروش انواع کالای اسقاط و مازاد با شماره ۱۴۰۳/۱۰۸
را برگزار نماید. داوطلبان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سامانه ستاد ایران (WWW.SETADIRAN.IR) مراجعه نمایند.
روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق شهرستان مشهد
www.meedc.ir
همه از یک پیکریم ۹۰٪ سوخت نیروگاه های برق از گاز است
۱۰۹۵۹۳

آگهی مزایده عمومی فرماندهی آماد و پشتیبانی منطقه شمال شرق نزاجا
مدیریت خرید و پیمان - دایره فروش (نوبت دوم) شماره : ۵/۱۹
نیروی زمینی
فرماندهی آماد و پشتیبانی منطقه شمالشرق نزاجا (مدیریت خرید و پیمان – دایره فروش) در نظر دارد اقلام مشروحه ذیل را از طریق مزایده عمومی به فروش برساند.

ردیف	شرح جنس
۱	انواع خودرو سبک و سواری مازاد بالای ۱۰ سال (قابل پلاک و سند)

سپرده شرکت در مزایده: شرکت کنندگان می بایست ۱۰ درصد مبلغ پیشنهادی خود را به عنوان تضمین شرکت در مزایده به حساب جاری طلایی ۵۱۵۱۵۷۱۶۳۹۰۰۹ یا شماره شبا IR۰۷۰۱۵۰۰۰۰۰۵۱۵۱۵۷۱۶۳۹۰۰۹ نزد بانک سپه به نام وجوه متفرقه ف آماد و پش منطقه شمالشرق نزاجا واریز یا معادل آن ضمانت نامه معتبر بانکی و یا اوراق مشارکت به دستگاه مزایده گزار ارائه نمایند. ارائه گواهی ثنا از سوی شرکت کنندگان در مزایده به منظور همکاری شرکتها با نیروهای مسلح الزامیست.
تاریخ و محل دریافت اسناد مزایده: از تاریخ ۱۴۰۳/۱۱/۲۷ لغایت ۱۴۰۳/۱۱/۲۹ پادگان ف آماد و پشتیبانی منطقه شمال شرق نزاجا) مدیریت خرید و پیمان - دایره فروش)
توجه) زمان بازدید شرکت کنندگان از ساعت ۸ صبح تا ۱۳ ظهر مورخه ۱۴۰۳/۱۱/۲۷ لغایت ۱۴۰۳/۱۱/۲۹ امکان پذیر می باشد.
زمان و محل تحویل پیشنهادها: پیشنهاد دهندگان باید حداکثر تا ساعت ۱۵:۰۰ مورخه ۱۴۰۳/۱۱/۲۹ پاکات پیشنهادی خود را به انتظامات پادگان ف آماد و پشتیبانی منطقه شمال شرق نزاجا تحویل نمایند.
زمان و محل برگزاری مزایده: پیشنهادهای واصله در ساعت ۹ صبح مورخه ۱۴۰۳/۱۱/۳۰ در محضر اعضای کمیسیون و بدون حضور شرکت کنندگان در محل برگزاری کمیسیون مزایده بازگشایی و قرائت خواهد شد.
دستگاه مزایده گزار در رد یک یا تمام پیشنهادها مختار است.
آدرس محل برگزاری کمیسیون: مشهد - خیابان امام خمینی (ره) - انتهای امام خمینی ۸۱- پادگان ف آماد و پشتیبانی منطقه شمالشرق نزاجا
تلفن ثابت: ۷ و ۳۸۵۹۹۱۱۶ – ۰۵۱
تلفن همراه: ۰۹۱۰۶۷۵۴۱۶۴
۱۰۷۴۶۳

(آگهی مزایده شماره ۱/۴۰۳-۶۳)*
به اطلاع می رساند، شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی در نظر دارد پنج دستگاه خودروی سنگین مازاد خود را از طریق مزایده عمومی به فروش برساند.
تضمین شرکت درمزایده :به صورت ضمانتنامه بانکی و یا واریز وجه نقد
زمان مهلت دریافت اسناد : تا مورخ۱۴۰۳/۱۱/۲۳ (دریافت اسناد فقط از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت می باشد)
زمان ، نحوه و آدرس تحویل اسناد: پاکات الف،ب،ج تا ساعت ۹ صبح مورخ ۱۴۰۳/۱۲/٤ به آدرس ذیل تحویل گردد.
www.setadiran.ir (تحویل اسناد فقط از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت می باشد)
آدرس شرکت : مشهد بلوار خیام، خیام جنوبی ۳۵ ، شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی تلفاکس : ۰۵۱-۳۷۶۱۳۰۰۲
تذکر: کلیه متقاضیان با توجه به ابلاغیه الزام بکارگیری سامانه تدارکات الکترونیکی دولت «ستادایران» می بایست وارد سامانه www.setadiran.ir شوند و مراحل عضویت خود را انجام دهند.
روابط عمومی شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی سامانه پیامکی ۳۰۰۰۶۳۹۴ و تلفن گویا ۳۱۴۳۵
۱۱۰۱۹۳