

האינטרנט והמד"ה החברתית בסין

עדי כתב

מנכ"ל כאל טכנולוגיות סיליקון וקריאטיביציפ אסיה

רשת האינטרנט והשימוש באינטרנט בשנים האחרונות מזוהה כמרכזית במערב. מן שיש לעמוד על ההבדלים על מנת לעשות שימוש נכון ברשת.

עולם העסקים רובו מתנהל על פלטפורמות סלולר והפופולרית ביותר היא WeChat. ככלל יש חברות שאינם מפתחות אתרים לדפדפני מחשב אלא רק אתרים מותאמים לסלולר או לאפליקציות. סין מתקדמת יותר בתחום האפליקציות וקיימות אפליקציות ושירותי סלולר שאינם קיימים במערב. די לראות את אפליקציית WeChat (שהיא אפליקציית בעלת מספר המונים הגדול בעולם) כדי ללמוד בכלליות על אופי ההתנהגות הסיני. האפליקציה כוללת בתוכה את כל השירותים המוכרים בפייסבוק, אניסטגרם, וואטסאפ, שירות הזמנת מוניות ועוד מוסיפה שירותים מבוססי מיקום, אפשרות לשלום ועוד. איש העסקים הסיני מעדיף להתנהל באופן מהיר יותר לכן קיימת עדיפות להתנהלות ב WeChat על פני התנהלות במייל. הדבר קצת מקשה על ניהול המידע שכן תוכנות ה CRM עדיין לא אוספות מידע מאפליקציות איילו למרות זאת כאשר אנחנו פועלים בסין עלינו להתחשב בתרבות הזו על מנת להצליח.

חברות אונליין אשר משווקות מוצרים באמצעות האינטרנט וחברות להן יש אתר תדמיתי בלבד חייבות לקחת בחשבון שרשת האינטרנט הסינית היא סגורה ומחוברת דרך סננין לרשת הבינלאומית. מאחר שכך, גלישה באתרים בינלאומיים מתוך סין היא איטית (במיוחד אתרים בעליי תוכן "כבד") ובכלל יש אנשי עסקים סיניים שלא יגלו אתרים מחוץ לסין. מכאן אני ממליץ על בניית אתר סיני והושבת הדומיין בסין על מנת לאפשר גלישה מהירה ללקוח הפוטנציאלי ולאפשר ללקוח להרגיש יותר בבית כאשר הוא רואה שאתר נמצא בתוך הרשת הסינית. חברות אשר מעוניינות לרשום דומיין סיני חייבות להיות חברות רשומות בסין ונדרש להציג רשיון לפעילות באינטרנט. היום יש אפשרות להשתמש בחברות אשר רשומות בסין ומפתחות אתרים סיניים תחת המטריה שלהם, על מנת למנוע את רישום החברה בפועל בסין רק לשם פעילות אינטרנטית.

המד"ה החברתית היא פופולרית מאוד באסיה בכלל ובסין בפרט. 90% ממשתמשי האינטרנט בסין גולשים במד"ה החברתית וסיניים מצפים כי לכל מותג יהי נוכחות במד"ה החברתית. למעשה רוב הסינים מתחילים חיפוס במד"ה החברתית ולא במנועי החיפוס (נזכיר כי גוגל אינה פועלת ברחבי סין אלא רק בהונג קונג).

ניתן לראות שקיימים מותגים אשר משווקים אך ורוק באמצעות המובייל ואך ורק באמצעות רשתות חברתיות ובמיוחד WeChat. אנשי עסקים אשר מתכוונים לעבוד בסין חייבים להיות פעילים באפליקצייה זו וחייבים להבין כי שיווק במובייל זה שם הדבר בסין.

לפני הכל, שמתכננים פעילות שיווקית באינטרנט, בסלולר וברשתות החברתיות בסין, כדי לזכור כי המתחרים הסיניים שלכם כבר פועלים במיומנות ברשתות אילו. המתחרים מחזיקים אתרים בדיוק כמו שהסינים אוהבים לראות! ומכאן כי חייבת להיות הכוונה מקצועית על מנת לייצר אתר ותוכן אינטרנטי מתאים לקהל היעד הזה.

ולסיום, מי שביקר בתערוכות בסין או החליף כרטיסי ביקור עם אנשי עסקים בסין ראה כי יש שימוש נרחב בקוד QR. שימוש בקוד זה אינו נפוץ כל כך במערב, למרות שניתן להוריד אפליקציות חינם לכל טלפון סולרי. ואם דיברנו על WeChat ברור כי לכל למשתמש יש את קוד ה-QR שלו. אז קדמיה תוסיפו QR לכל מקום שהלקוח הפוטנציאלי אמור לאסוף את הפרטים שלכם. בהצלחה.