

الفصل السادس

من OICQ حتى QQ



(OICQ) منتج انطلق مشروعه بسبب فقد القائمة :

على الرغم من أن QQ الذي طورته تينسنت وامتلكته، قد اجتاح شبكة الإنترنت، ولكن عندما بدأ ما هوا تينغ وتشانغ تشه دونغ وتسنع لي تشينغ في إنشاء شركة تينسنت - فإن ما هوا تينغ لم يبدأ على الفور مشروع OICQ؛ فهو مثل العديد من الشركات الصغيرة حديثة التأسيس، مشروع تتكامل فيه الأنظمة من كل مكان.

عندما بدأت تينسنت كانت شركة برمجيات، وما جعلها مختلفة عن بقية شركات البرمجيات أنها كانت - في الأغلب - تقدم للمستخدم خطأ للحلول، مستندة إلى الإنترنت، ومثلت المراسلة الفورية في البداية نقطة مضيئة صغيرة في هذه الحلول، ومن الممكن جداً أن يكون ما هوا تينغ مستخدم ICQ في ذلك الوقت، قد سجلها بمجرد أن خطرت بباله.

من أجل منافسة مشاريع الاتصالات في كانتون، تقرر تطوير OICQ. اسم OICQ الصيني هو نداء الإنترنت الصيني، وهو برنامج يمكن ربطه

بشبكة النداء اللا سلكي التقليدية، ويمكن استخدامه أيضاً في محطات الإنترنت، وصوت "التكتكة" الذي أصبح يُطلق بعد ذلك في QQ عند تلقي رسالة الأصدقاء، كان ما هوا تينغ قد سجله أيضاً من جهاز النداء في ذلك الوقت.

إن نوعية المنتجات المماثلة لبرنامج OICQ، تتطلب عمل اختبارات على القدرات الكبيرة والأنظمة الكبيرة على جانب الخادم؛ لذلك فإن OICQ تينسنت كان يحتاج أيضاً إلى "فأر أبيض" مثل الذي لدى كانتون للاتصالات لإجراء التجارب. و فقط في حالة نجاح التجارب في الشركة الأولى يمكن بيعها للشركات الأخرى. ولقد كان من الواضح جداً أنه في حالة وجود إمكانية للتفاوض حول قائمة كانتون للاتصالات، لأصبحت هي "الفئران البيضاء" لتينسنت، لكن هذه الرغبة ذهبت أدراج الرياح.

لذلك تحول انتباه مؤسسي تينسنت لشيتشين للاتصالات الموجودة في المدينة نفسها. واستطاع تسنغ لي تشينغ - الذي بدأ حياته في شيتشين للاتصالات - إقناعها ببساطة بإطلاق مشروع مع تينسنت سوياً، بحيث تقدم شيتشين للاتصالات الخادم وعرض النطاق الترددي، بينما تقدم تينسنت التكنولوجيا، ويتحدون سوياً لتنمية المشروع. وهذا المشروع هو ما أصبح فيما بعد OICQ.

نسخة ICQ التي تم تحسينها وتحويلها للصينية :

مشروع OICQ تينسنت - في الواقع - ليس أصلياً؛ فمن حيث الفكرة، استخدم OICQ عندما بدأت هوية مقلدي ICQ في الظهور.

في يوليو عام 1996، أسس أربعة شبان إسرائيليين شركة تدعى Mirabils. وفي نوفمبر عام 1996، أطلقوا ICQ، وهو أول برنامج للمراسلة الفورية، يتضمن واجهة مستخدم رسومية، يتم استخدامه على نطاق واسع، وتأسيسه على شبكة الإنترنت.

إن ICQ هو اختصار "I Seek You". ولقد كانت فكرتهم المبدئية، تتمثل فقط في كتابة برنامج صغير لتسهيل الاتصال فيما بينهم. ولقد كان ICQ المبكر غير مستقر للغاية، وعلى الرغم من ذلك، حظي بترحيب جمهور عريض من مستخدمي الإنترنت، وخلال 6 أشهر بلغ عدد المستخدمين المسجلين فيه 850.000، ولقد كان ما هوا تينغ وشركاؤه جميعهم من ضمن هؤلاء المستخدمين.

في عام 1997، تعرف ما هوا تينغ على ICQ لأول مرة، وبمجرد أن استخدمه حتى فتن بسحره الذي لا حدود له. سجل ما هوا تينغ لنفسه رقماً في ICQ، لكن بعد استخدامه لفترة من الوقت، شعر أن الرغبة في نشر ICQ ذي الواجهة الإنجليزية بين المستخدمين الصينيين ليست أمراً

يسهل القيام به، لذلك فكر ما هوا تينغ، هل يستطيع هو أن يصنع نسخة صينية من أداة تشبه ICQ؟

وعندما بدأ OICQ كان مجرد نسخة بسيطة من ICQ مترجمة إلى الصينية، لكنه في النهاية ما هو إلا جزء صغير جداً من مشروع متكامل الأنظمة، وما زال بحاجة - بعد ذلك - إلى وضعه على الإنترنت. لذلك، تولى تشانغ تشه دونغ إحضار وو شياو جوانغ، وغيره من أعمدة التكنولوجيا الفخرية، وقاموا بإعادة كتابة إطار. وهذا الإطار ما زال مستخدماً حتى الآن، ولم تطراً عليه تعديلات كبيرة .. فقط التوسيع المستمر للمستخدمين وتحديث النظام.

وما قد يبدو مؤسفاً إلى حد ما، أن ICQ لم يعد موجوداً بالفعل اليوم، فلقد سبب بيع ICQ لأمریکا أون لاین⁽¹⁾ مقابل مبلغ 300 مليون (287 مليوناً في الواقع) دولار أمريكي، صدمة للعديد من الناس إلى حد ما، ولكن هذا الأمر جعل ما هوا تينغ على العكس مفعماً بالثقة.

نقطة تحول QQ:

عدد أكبر من المستخدمين هو سر QQ الذي لا يخفى على أحد للهيمنة على الإنترنت، لكن كيف حقق QQ الذي يبلغ عدد مستخدميه ما يقرب

من 400 مليون مستخدم نشط، و900 مليون مستخدم مسجل (التقرير المالي السنوي لعام 2008) شعبيته في البداية؟

اعتقد المؤلف مالكولم جلاذويل (Malcolm Gladwell) في (نقطة التحول) (The Tipping Point) الصادر عام 2002، أن هناك ثلاثة قوانين أساسية لجعل المنتج شائعاً: قانون عدد الأشخاص القليل (the Law of the Few)، وقانون عامل الالتصاق (the Stickiness Factor)، وقانون قوة السياق (Power of Context).

قانون عدد الأشخاص القليل: هو الخطوة الأولى للمنتج، التي تمكنه من تحقيق الانتشار أو عدم تحقيقه، وهذا القانون يتمثل في البحث بين الحشود عن هذه الشخصيات المفتاحية القليلة، واستخدامهم لنشر معلومات تسويقية وإشعال موجة الانتشار. ولقد كان أول من تم دعوتهم لاختبار OICQ هم أصدقاء موظفي شركة تينسنت بطبيعة الحال، بما في ذلك أصدقاء ما هوا تينغ في CFido ومطوري التقنيات مستخدمي BBS؛ حيث إن ما هوا تينغ كان هو رجل الساعة في CFido، بالإضافة إلى أن CFido كانت تجمع أول مجموعة عشاق محليين للإنترنت الصيني في ذلك الوقت. وبسبب CFido، حصل كثير جداً من المستخدمين المندسين في CFido على أرقام تعتمد - إلى حد كبير - على

أرقام OICQ السابقة، ونظرًا لأن هؤلاء الناس يتمتعون بجاذبية كبيرة جدًا بين جماهير المستخدمين، تشكلت نظرية أن رقم QQ كلما كان صغيرًا كلما كان قبيًا.

قانون عامل الالتصاق: يتم من خلال عملية إنشاء واعية لفهم الأشياء الجديدة، ومن خلال تعزيز ذاكرة الجمهور المستهدف بأشكال مختلفة. فمفتاح عامل الالتصاق هو التعزيز الفعال لالتصاق المعلومات بالأفراد من ناحية، ولفاعلية المعلومات نفسها من ناحية أخرى، وذلك عن طريق إحداث تغيير بالتفاصيل.

لم يعتبر ما هوا تينغ - على الإطلاق - أن التقنية والوظيفة هي المؤشر الوحيد على تطور OICQ؛ فعند تطوير OICQ يضع ما هوا تينغ نفسه في موضع مدير المنتج، ويعرف ما ينبغي أن يفعله وما لا ينبغي أن يفعله.

ويكمن عامل الالتصاق الخاص ببرنامج OICQ، في أنه استطاع بذكاء شديد الدمج ما بين الاختبارات التي تحتاجها البرامج العامة والإصدار.

ولكي ينتزع OICQ المستخدمين من ICQ، أولى المزيد من الاهتمام بتطبيقات الخادم، لدرجة أنه جعل مستخدم OICQ يحتفظ بمعلومات الدردشة على جانب الخادم.

وما أن يشعر المستخدم بأقل قدر من عدم الارتياح، حتى تصدر نسخة منقحة متوافقة من OICQ، وبالتالي لك أن تتخيل درجة الالتصاق بالمستخدم؛ فمن المؤكد وجود درجة عالية جداً من الالتصاق بطبيعة الحال.

قانون قوة السياق: يشير إلى أن المستهلك يتأثر - بعمق - بالبيئة المحيطة والشخصيات المحيطة به. فيمكن للمسوقين إحداث موجة انتشار - بشكل مباشر - في حدود قدرة قنواتهم الاجتماعية، من خلال استيعاب التغيرات الصغيرة في البيئة الخارجية.

إن هذه الاختلافات - التي قد تبدو صغيرة - حققت نتائج مختلفة كل الاختلاف، على الأقل في أحد الجوانب، فعندما انتشر الإنترنت بشكل كامل في الصين من خلال مقاهي الإنترنت، استخدم OICQ ميزة تخزين المعلومات على الخادم، بدلاً من تخزينها على الحاسب الآلي الخاص بالمستخدم؛ ليصبح من البرامج الأساسية على كل جهاز حاسب آلي، بل أصبح كذلك الأداة الأولى التي يفتحها المترددون على مقاهي الإنترنت بمجرد وصولهم تقريباً. وبعد ظهور كثير جداً من منتجات وتطبيقات تينسنت، حرص ما هوا تينغ وتشانغ تشه دونغ وغيرهما على أن ينزلوا جميعاً إلى مقاهي الإنترنت، وعلى أن يذهبوا مباشرة لمشاهدة ردود أفعال المستخدمين. ولقد مكنتهم هذه الطريقة من الحصول - بسرعة شديدة

وبدقة - على التغذية الاسترجاعية من المستخدمين بصورة مباشرة ومن على خط المواجهة. كلما كانت التعليقات التي تم الحصول عليها إيجابية، يتم دعوة مؤسسو تينسنت إلى مطعم في الهواء الطلق على جانب الطريق لتناول المشويات وشرب البيرة للاحتفال، ولكن عندما لا تحصل المنتجات على ردود الأفعال المتوقعة، يأخذ الجميع زمام المبادرة بالبقاء والعمل لوقت إضافي، ويبدأون - فورًا - في تحسين المنتج وتصحيح المشكلات حتى يحظى المنتج برضا المستخدمين.

لماذا تم اختيار هذا الاسم QQ؟:

يقال إن موظف تينسنت المؤسس وو شياو جوانغ، عند استماعه - في إحدى المرات - لحديث اثنين من المستخدمين عن رقم OICQ الخاص بهما على متن الحافلة، وجددهم قد أطلقوا في خضم حديثهم اسم QQ على OICQ، وهو الأمر الذي ألهم وو شياو جوانغ، وبالتالي بمجرد أن عاد وتحدث مع موظفي تينسنت الآخرين، حتى حصل على الرد فورًا. وبالتالي، غير ما هو تينغ بدون تفكير تقريبًا اسم OICQ إلى QQ.

110000 دولار أمريكي لإعادة شراء QQ.com:

على الرغم من إطلاق عملاء تينسنت لتسمية QQ، إلا أن موقع الدعم الرسمي الخاص به كان لا يزال tencent.com؛ وذلك لأن اسم النطاق QQ.com في البداية لم يكن في يد تينسنت.

تم تسجيل اسم النطاق QQ.com لأول مرة في شهر مايو عام 1995، وتم استخدامه منذ عام 1998 من قِبَل الأمريكي روبرت هنتسمان كموقع لفن الأفلام الفردية. روبرت هنتسمان هو مهندس برمجيات ومحامٍ حنكته التجاري، تخرج من جامعة ولاية مونتانا الأمريكية، ثم استقر في مدينة بويز بولاية إيداهو الأمريكية، وانخرط في العمل في استشارات الأعمال. ولقد ظل اسم النطاق QQ.com الذي يمتلكه روبرت هنتسمان - لفترة طويلة - مسجلاً للبيع في مواقع المزاد العلني الأجنبية، لدرجة أن التنافس على المزايدة عليه قد وصل حتى 2 مليون دولار أمريكي، ولكن بعد ذلك نظرًا - لأن العرض الأول للبائع كان مرتفعًا جدًا - لم يعد أحد يهتم به. وكانت الحيلة التي فكرت فيها تينسنت هي أن تجعل نائب الرئيس المسئول عن العلاقات الخارجية لتينسنت وانغ دا وي - بصفته الشخصية - يتفاوض مع روبرت هنتسمان، على أمل أن تعطف الأمور إلى نحو أفضل إلى حد ما.

كتب وانغ دا وي رسالة لروبرت هنتسمان، قائلاً إنه هو أيضًا يريد إنشاء موقع شخصي، وأنه يجب جدًا اسم النطاق QQ.com، متسائلًا عما إذا كان الطرف الآخر يمكنه بيعه. بعد تلقي الرد بالقبول من روبرت هنتسمان، عرض وانغ دا وي سعر 100 ألف دولار أمريكي، الذي يعد شديد "الكرم" لشراء اسم النطاق QQ.com. وبعد إضافة أتعاب

المحاماة ورسوم الخدمة، أصبح مجموع ما أنفقته تينسنت على اسم النطاق هذا 110 ألف دولار أمريكي. وهذه صفقة جيدة بلا شك. وفي هذه اللحظة كانت تينسنت قد نمت بالفعل.
