

كيف هزم الأيفون منافسيه وتربع على عرش الهواتف الذكية؟





إعداد: هشام مدخنة

عندما أعلنت شركة «أبل» عن هاتف آيفون في يونيو/ حزيران 2007، والذي بيع حصرياً آنذاك لشركة «أيه تي أند تي»، مقابل 499 دولاراً، وصفه ستيف جوبز، أيقونة الشركة ورئيسها السابق، بـ«الثوري» في فئة الهواتف، التي بحاجة إلى إعادة اختراع.

الآن، وبعد نحو 17 عاماً و42 طرازاً، أصبح «آيفون» واحداً من أكثر الهواتف شعبية في العالم، مع بيع «أبل» ما يزيد على 2.3 مليار جهاز، ووجود 1.5 مليار مستخدم نشط.

إحباط البدايات

وقال جاين مونستر من شركة «ديب وتر أسيت»: «تفاعل المستثمرون في ذلك الوقت بشأن الأثر الذي يمكن أن يحدثه الهاتف مع «أبل»، لكن البيانات الأولية للمبيعات الصادرة عن «أيه تي أند تي» كانت مخيبة للآمال. أتذكر حينها أنني «تحدثت مع بعض المستثمرين، وكان الشعور العام هو أن هذا المنتج وُلد ميتاً».

وبالفعل، كانت تلك الخيبة مبررة، إذ إن أبل - من باب المقارنة - باعت 1.4 مليون جهاز عام 2007، معظمها في الربع الرابع. في حين بلغت مبيعات «نوكيا» الشركة المصنعة للتحفة الخالدة في أذهان الجميع «نوكيا 3310» 7.4 مليون هاتف محمول في الربع الرابع وحده من ذلك العام. وبحسب كيف ليسوينغ، مراسل التكنولوجيا في «سي إن بي سي»: «كان يُنظر إلى «نوكيا» على أنها لا يمكن إيقافها، ولا تقبل المنافسة». واعتبر مجتمع الاستثمار هذا الأمر سوقاً أكبر من أبل وأكثر صعوبة عليها لاختراقه.

من أحدث الفارق؟

في عام 2008، بدأت الأمور تتغير شيئاً فشيئاً بالنسبة لصناعة «آيفون»، عندما أطلقت الشركة متجر تطبيقاتها. ما ساعد على تحفيز موجة جديدة من شركات التكنولوجيا الحديثة مثل أوبر، ووضعها في مقدمة منافسيها

ووصف مونستر ذلك بقوله: «سمح «آب ستور» للهاتف الذكي بالتطور كثيراً، لقد كانت تلك العملية حجر الأساس». والرؤية المستقبلية لأبل، ولم تتوقع شركات تصنيع الهواتف الأخرى حدوث ذلك

وبالفعل، شهدت «أبل» زيادة كبيرة في مبيعات الأجهزة، في السنوات التالية لإصدار متجر التطبيقات، لتحقيق إنجازاً لافتاً عام 2011، وتبيع 72 مليون جهاز، من ضمنها «آيفون 4 إس». وبحلول عام 2015، تجاوزت المبيعات حاجز الـ 200 مليون وحدة سنوياً

وقال مارك وبيير من متحف تاريخ الكمبيوتر: «ليس هناك شك في أن «آيفون» وضع المعيار الذي اتبعته جميع الهواتف تقريباً، منذ ذلك الحين، لقد كان متجر التطبيقات حدثاً ضخماً، واتباع نظام «آندرويد» هذا النموذج بشكل أساسي مع «بلاي ستور»».

التريليون الأول

وبعد عقد على إطلاق «آيفون» كانت «أبل» أول شركة أمريكية مدرجة تصل قيمتها السوقية إلى تريليون دولار، وباتت واحدة من أكثر الشركات ربحية في العالم، واستمرت في النمو لتفخر اليوم بقيمة تناهز الـ 3 تريليونات دولار

ومؤخراً، ولأول مرة، انتزعت صدارة مبيعات الهواتف الذكية عالمياً، لعام 2023، من منافستها الكورية الجنوبية «سامسونغ». ووفقاً لبيانات «إنترناشونال داتا كورب»، تمتلك «أبل» اليوم أكثر من 20% من حصة السوق العالمية، وهي المكانة التي احتفظت بها سامسونغ لسنوات طويلة، منذ عام 2010

وأضاف مونستر من «ديب وتر أسيت» أن «أبل» كانت قلقة بين 2008 و2015، وتترقب باستمرار ما ستفعله «سامسونغ»، وكانت حصتها السوقية عالمياً تتناقص بالفعل. لكن ما أتقنته الشركة على مر السنين هو بناء نظامها البيئي الخاص، ولا يمكن تخيل سيناريو تتمكن فيه «سامسونغ» من بناء مجموعة من المنتجات، التي من شأنها أن «تعطل النظام البيئي لـ «أبل»».

السلح الذكي

في الآونة الأخيرة، انخرطت الشركة الأمريكية العملاقة في قطاع التعلم الآلي والذكاء الاصطناعي، وأثر ذلك على أجهزة «آيفون». لكن مع هذا، تبنت شركات مثل «مايكروسوفت»، و«غوغل»، و«أوبن أيه آي»، هذه التكنولوجيا بشكل أسرع وأكثر وضوحاً

وأشار مونستر إلى أن أدوات الذكاء الاصطناعي ستكون حاسمة للإنسانية، ومزية أساسية داخل «آيفون». لافتاً إلى أن «أبل»، بدأت تستخدم الذكاء الاصطناعي لجعل منتجاتها تعمل بشكل أفضل، من خلال تنظيم الصور ورسائل البريد الإلكتروني، وربما القيام بأشياء تتعلق بتنظيم النصوص أيضاً. لكن نهجها ذا الصلة يعتبر أكثر اعتدالاً من عمالقة وادي السيليكون وناسئته أيضاً، ولا تزال الشركة بعيدة عن اغتنام الفرصة بالكامل

"حقوق النشر محفوظة" لصحيفة الخليج. © 2024.