Çağımızın Fenomeni Facebook ve "Social Utility" Kavramı

Atıf ÜNALDI
atifunaldi@gmail.com

Özet: Çağımızın fenomeni facebook'a her geçen gün daha fazla insan oluk oluk kaydolmakta. Kurucusunun bir social network değilde bir social utility olarak tanımladığı facebook'un kuruluş yaklaşımı neydi? Nereden başladı? Arkasında kimler var? Profillerimiin bilnmesi konusunda paronoya mı yapıyoruz? İşte bu konuların hepsi ve daha fazlası...

Anahtar Sözcükler: Facebook, E-İş, Social Networking, Social Utility

– Facebook'u bize sosyal ve ekonomik gücü bazında anlatabilir misiniz?

Facebook gerçek bir social networking (sosyal ağ) devi olarak, 63 milyon aktif kullanıcıya ulaşmış durumda. Son bir yıldır her gün ortalama 250.000 yeni kullanıcı sisteme kayıt oluyor.Bu nedenle son bir yıldır, kullanıcı sayısı iki kez katlandı. Bu kullanıcılar içinde en çok artan grubu 25 yaş ve üstü olanlar. Facebook'un sosyal gücü hakkında daha net bir bilgi vermek gerekirse, Amerikadaki 4 yıllık üniversitelerde okuyan öğrencilerin %85'i bu sosyal ağın parçası.

Tabii bu büyüklükte bir yapının ekonomik aurası da aynı oranda büyük oluyor. Aslında facebook'un ekonomik boyutlarını Microsoft belirledi. 25 Ekim 2007 'de Microsoft Facebook'un %1.6'sını tam 240 milyon dolara satın aldı. Bu da facebook'un değerini 15 milyar dolara çıkardı. Tabii Microsoft'un bu alımı ile birlikte, facebook'a olan ilgi artmış oldu. Şu an facebook'un pazar değeri 18 milyar dolar olarak tanımlanıyor.

– Bu devin arkasında hangi şirketler var? Hangi miktarlarda hisse sahibiler?

Venture Capitaller resmi olarak facebook'un ancak %26'sına sahip görünüyorlar. Bunlar tabii resmi bilgiler. Facebook'un arkasında son derece etkin başka venture capitaller ve piyasa kurtlarının olduğu ise şimdilik ispat edilemeyen dedikodular arasında kalıyor. Öncelikle şunu belirtmem gerekiyor ki, son yatırımın dışında, bütün yatırımcılar aynı zamanda yönetim kurulunun da bir üyesi. Facebook'la ilgilenen bu kadar şirket varken, yönetim kurulu üyelerinin de öyle kolay kolay ayrılacağını zannetmiyorum. Facebook ilk yatırımını bir angel capital olan Peter Theil'den almış. Peter Thiel aynı zamanda yönetim kurulunun etkin üyelerinden biri. Koyduğu yatırım sadece 500.000 dolar. Daha sonra Mayıs 2005'de Accel Partners 12.7 milyon dolarla ikinci yatırımı gerçekleştirmiş. Nisan 2006'da ise 25 milyon dolar yatırımla Greylock, Meritech Capital Partners facebook'a destek olmuş. Bu yatırımın yönetim kurulunda, temsili yatırımın bir kısmının da ortağı olan yönetim kurulu Peter Thiel tarafından yapılmakta. Son yatırım dilimi ise Ekim 2007'de 240 milyon doları Microsoft'a, 50 milyon doları Asya'nın en zengin adamı olan Çinli milyarder Li Ka-Shing'e ve son 10 milyar doları ise Marc Samwer, Oliver Samwer, Alexander Samwer'e ait. Yatırımcıların büyük çoğunluğu yönetim kurulunda temsil ediliyor, bu nedenle yeni gelen venture capital, angel capital ve her türlü yatırım teklifi bu ekibin değerlendirmesinden geçiyor.

– Facebook'ta en çok kullanılan 10 application hangisi, kaç kez indirilmişler ve varsa ulaştıkları marka değeri...

Facebook içine uygulama alan bir yapıya sahip. Bu uygulamalar bile yatırımcıların dik-

katini çekiyor. Bunun dışında bir de her uygulama yıl içinde reklam gelirlerin bir ciro yapıyor. Ancak bunlardan bahsetmeden önce, facebook'un içindeki fotoğraf yükleme ve yeni eklenen video yükleme uygulamalarından bahsetmekte yarar var. Şu anda web üzerindeki en büyük fotoğraf paylaşım uygulaması facebook. Facebook'un altında kalan üç sitenin toplam trafiği, facebook'un ulaştığı trafiğin ancak yarısına gelebiliyor. Video uygulamalarında ise 300 megabyte'lık video boyu, şimdiye kadar 100 megabyte dosya boyutunun üzerini kabul etmeyen youtube'ü telaşlandırdı. Bu nedenle youtube dosya boyutlarını 1 gigabyte'a kadar çekmek zorunda kaldı. Facebook'un kurucusu Mark Zuckerberg, kendisine rakip olarak myspace'i gören herkese, asıl rakibi olarak google'ı belirtiyor. Bunun nedeni Mark'ın şirket çıtası olarak google'ı belirlemiş olması. Ancak şunu rahatlıkla söyleyebilirim ki google'ın aksine uygulamalarıyla birlikte büyük bir ekosisteme sahip olan facebook'un bu çıtayı aşması bana hiç zor görünmüyor.

Facebook'un içindeki uygulamalar konusu açılmışken, bazı bilgileri hemen vermek isterim. Facebook'un içinde şu ana kadar toplam 798 milyon kez yüklenmiş toplam 13.900 tane uygulama var. Bu uygulamaları geliştirmek için toplam 168.000 programcı çalışıyor. Daha önce bahsettiğim gibi, uygulamalar da reklam gelirlerinden dolayı bir ciro yapıyorlar. Şu ana kadar uygulamalr üzerinden gerçekleştirilmiş toplam ciro 421 milyon dolar. Bu uygulamalar içinde en çok yükleneni insanların profillere video ve multimedya eklemek içn kullandıkları Superwall. Toplam 26 milyon kez yüklenmiş ve 26 milyon dolar ciro gerçekleştirmiş.

Daha çok yeni olmakla birlikte dünya üzerinde nerelerde bulunduğunuzun haritadaki görüntüsü olan "where I have been" uygulaması 3 milyon dolara tripadvisor isimli gezi web sitesine satıldı.Bu şu ana kadar facebook üzerinde değerlendirilmiş ilk uygulama oldu. Bunun devamının geleceğini zannediyorum.

– Reklam ve marketing anlamında en çok hangi yöntemler kullanılıyor?

Her ne kadar bir profilleme yapısı olarak dikkat çekip bazı kesimlerin paranoyalarını ayağa kaldırsa da, facebook reklam ve pazarlama alanında bir buluş olarak çok önemli. Bu buluşun en önemli sebebi VOM pazarlamasına bir düzen getirmiş olması. Viral pazarlamanın bir uygulama üzerinden nasıl yapılacağı konusunda danışmanlık yapmaya başladığım şirketlere, facebook üzerinde kaç kişiye ulaşmak için ne kadar viral bütçe harcamaları gerektiğinden, bunun kişi bazlı maliyetine kadar birçok bilgiyi hesaplama imkanını buluyorum. İşin güzel tarafı, hata oranımın olmaması. Reklam konusunda ise yıllardır pazarlama müdürlerinin korkulu rüyası olan profilleme konusunda bir devrim yaratması. Mesela geçen gün bir müşterim için 20 yaş üzerindeki, Türkiye'de yaşayan televizyonlarda çalışan bekar kadın ve erkekleri profilledim. Tam 560 kişiye anında ulaşma imkanını danışanıma ilettim. Tabii bunun dışında son derece direkt reklam yönemleri de var. Bunların en çok dikkat çekeni (ki neden dikkat çektiğini birazdan siz de anlayacaksınız) grup sponsorlükleri. Bu sponsorlüğün içinde facebook'un giriş sayfasına reklam koymak da dahil birkaç son derece efektif yöntem var. Facebook yetkilileri bu sayede bir sitenin 8milyon Millie (bin) kez, kullanıcılara gösterileceğini garanti ediyorlar. Bu sponsorlük sisteminin maliyeti 150000 dolar.

– Peki , en çok reklamverenler kimler, Facebook'u bir mecra olarak en iyi kimler kullanıyor ve bundan en çok geri dönüşüm sağlayanlar...

Online reklamcılık konusunda son iki yıldır ciddi ataklar yapan Microsoft'un facebook'u almak için son derece agresif bir teklif yapmasının arkasında reklam faaliyetlerinin de etkili olacağını görmek işten bile değil. An-

cak facebook'a reklam verenlerin içinde size sayacağım isimlerin bir kısmı şaşırtacaktır. Önce şaşırtmayacak isimlerden başlayalım, Apple, Nike, Victoria's Secret, Toshiba, Red Bull gibi online reklam kültürünü çok iyi benimsemiş ve pazarlama da farklılık yaratmış şirketlerin dışında, geleneksel medyalardan kolay kolay kopamamış Warner Bros, Disney, P&G, HP, Dell, Sony gibi şirketler ve eBay, AOL, Virgin gibi siber alemin içinden gelen şirketler bulunuyor.Bu markalar içinde en ciddi geri dönüşü kimin aldığını söylemek için aslında çok erken, ancak en son google'ın da yeni rakibi facebook üzerinde bir sayfa açtığını belirtmek olaşacak gücü anlatma açısından yararlı olacaktır diye düşünüyorum.

– Türkler'in Facebook'ta reklam, marketing vs. durumu nedir genel olarak?

Türklerin facebook kullanımı ise çoğunlukla kullanıcı olmayı aşamadı. Facebook'un business sayfalarında Türk şirketleri görme oranımız daha çok az. Danışanlarıma buranın, kurumun tanıtımı açısından son derece faydalı olduğunu anlatmama rağmen hala birçok kurumun facebook'da sayfaları bulunmamakta. Ancak google'ın bile kendi sayfasını açmaktan çekinmediği alan yakında sadece bütün Türk şirketlerinin dikkatini çekecektir. Ancak bu işin kurumsal tanıtım bacağının ilk adımı. Tabii ki bunun devamını getirmek gerekiyor. Reklam konusunda facebook flyer'ları Türk şirketleri de rahatça buldu. Ancak ne kadar kullanıldığının ötesinde, ne kadar yarar sağladığı da önemli. Şu an Türk şirketlerinin çok azı bu fırsatı bir strateji dahilnde kullanıyorlar.

– Facebook'un ilerisinde neler var? Yani geleceği nerede?

Yıllardır bütün seminerlerimde bahsettiğim gibi internet üzerindeki her uygulama, sistemin tamamını sarıyor. Ben buna soğan teorisi diyorum. Facebook'da bütün web'i (dikkat edin interneti değil web'i) uygulama bazında içine alacak bir uygulamalar grubu oluşturdu. Ancak işte tam burada bir başka yönetim başarısı göstererek dışarda kalan web'i de kullanıcı hareketleri bazında kavrayacak yeni bir uygulama geliştirdi. Bu uygulama'ya beacon ismini verdi. Dünya'nın belli naşlı sitelerine girdiğinizde beacon uygulaması çalışığ hangi siteyi ziyaret ettiğinizi ve burada yaptıklarınızı facebook profilinizde belirtiyor. Belki biraz rahatsız eden bir uygulama olduğu için şimdilik çalışmasına ara verildi, ancak bu uygulamanın farklı şekillerde devam edeceğini bildirmek istiyorum. Bu arada facebook internet kullanıcılarına gerçek profillerini ve isimlerini kullanmanın kötü birşey olmadığını anlatma açısından da bir devrim niteliği taşıyor. Bu yıl dünya internetinin anonim kullanıcılardan kimin ne yaptığının belli olduğu kullanım şekline gideceğini öngörüyorum. Bu konudaki düşüncelerimi de Telekominikasyon Kurumunun İnternet Yasası görüşmelerinde belirtmiştim. Ancak fikirlerimin Türkiye için çok erken olduğunu farkedip, konuyu kapatmıştım. Ancak bağlantıda olduğum birçok yabancı organizasyon bu konudaki çalışmalarımı dikkate aldı. Diğer önemli konu ise facebook'un aslında yarıştığı bir başka dikkat çeken uygulama secondlife. Bu uygulamanın 2008 sonunda yeniden gün yüzüne çıkıp, farklı bir yaklaşımla avatar dünyasını facebook'a rekabet için yeniden faal hale getireceğini düşünüyorum. Video'nun internet dünyasındaki önemi artacağından, yazılı uygulamalara ilgimiz bu yıl içinde azalacaktır. Bu arada facebook'un Türkçe dili konusunda da bir geliştirme içinde olduğunu, facebook kullanırken zorlanan Türklere müjdelemek istiyorum.