منصة إكس تزيل الإعلانات لمشتركي "بريميوم+"... ما القصة؟

في خطوة جذرية لتعزيز نموذج الأعمال المعتمد على الاشتراكات، أعلنت منصة "X" (المعروفة سابقاً باسم تويتر) عن إزالة جميع الإعلانات لمشتركي خطة "Premium+" الأعلى تكلفةً. هذا التغيير يعكس التوجه الجديد للمنصة، الذي يركز على تقديم تجربة خالية من الإعلانات، مما يشجّع المستخدمين على الاشتراك بالخدمات المدفوعة، بدلاً من الاعتماد على الإعلانات.

ويأتي القرار بعد دعوى قضائية رفعتها شركة X ضد تحالف الإعلام المسؤول (GARM)، والاتحاد العالمي للمُعلِنين (WFA)، حيث اتهمت المنصة هذه الجهات بالتآمر للحدّ من الإنفاق الإعلاني على X، وأثمرت الدعوى عن تعطيل عمليات "GARM"، وهو ما أتاح لـX تقليل اعتمادها على الإعلانات التقليدية.

وخطة Premium+ التي تكلّف 16 دولاراً شهرياً، كانت تقدم في السابق تجربة خالية من الإعلانات في صفحات For You، وFollowing، لكنها لم تكن تضمن إزالة الإعلانات الترويجية في باقي المنصة، ومع التغيير الجديد سيتمكن المشتركون الآن من تجربة خالية تماماً من الإعلانات عبر معظم أجزاء المنصة، مع استثناءات محدودة لمحتوى مدفوع يمكن أن يظهر بشكل عرضي.

وإزالة الإعلانات قد تجذب مزيداً من المشتركين المدفوعين، لكنها تثير تساؤلات حول كيفية تأثير ذلك على المبدعين على المنصة؛ إذ يعتمد عديد من المبدعين على برنامج مشاركة الإيرادات الإعلانية في «X» لتحقيق أرباحهم، ومع تقليل الإعلانات قد تنخفض الفرص المتاحة لهم لتحقيق إيرادات من خلال الردود والتفاعلات على منشوراتهم.

فمنذ أن استحوذ إيلون ماسك على منصة X في عام 2022، أعرب مراراً عن عدم رضاه عن الإعلانات، ففي تصريح له خلال حديث لـنيويورك تايمز في نوفمبر، وجّه ماسك كلمات حادة إلى أكبر المعلنين على المنصة، ما عكس توجهه للتركيز أكثر على الإيرادات من خلال الاشتراكات.

وبينما يمكن أن يؤدي هذا القرار إلى جذب المزيد من المستخدمين المدفوعين يبقى السؤال حول كيف ستتمكن X من تحقيق توازن بين تقديم تجربة مستخدم ممتازة، وتحقيق إيرادات كافية لدعم المبدعين والمحتوى على المنصة.

يعكس قرار X بإزالة الإعلانات للمشتركين في خطة Premium+ تحوّلاً كبيراً في استراتيجية المنصة، مع التركيز على تعزيز الإيرادات من خلال الاشتراكات بدلاً من الإعلانات، ومع ذلك يبقى التحدي في كيفية تحقيق التوازن بين مصلحة المستخدمين المدفوعين والمبدعين على حد سواء.