

72 mln. pajuokos vertų „Blackberry“ savininkų

Liečiamų telefonų amžiuje „Blackberry“ telefonų savininkai atrodo kaip tie, kurie 8 dešimtmetyje vairuodavo „Škodą“, rašo „The Financial Times“ žurnalistas Matthew Garrahanas. „Blackberry“ telefonai šalia programėlių asortimento ir greitos interneto

prieigos tapo relikvija. Nepaisant gamintojų pastangų išleidžiant naujus modelius, kuriuos kritikai vertino teigiamai, šie vis tiek atsilieka nuo „Apple“ gaminamų „iPhone“ ir „Android“ vidutinės klasės telefonų. Gamintojas turi aiškesnę problemą. Visų pirma jis neskubėjo pasiūlyti 72 mln. savo klientų liečiamam ekranui, nes šie yra pripratę prie įprastų klavišų, o tai patogumo prasme yra gana suprantamas dalykas. Kita problema yra ta, kad programėlių „Blackberry“ modeliams yra labai mažai, o vartotojo sąsaja gana sudėtinga. Tačiau viena pagrindinių problemų yra ta, kad „Blackberry“ yra atgyvenęs ir nebėra toks šaunus, koks buvo anksčiau. Toks įvaizdžio praradimas gali būti labai reikšmingas ypač šiandien, kai nuomonėmis vartotojai globaliai gali dalintis socialinių tinklų pagalba. Lygiai taip pat atsitiko su „MySpace“. Kažkada buvęs šaunus ir populiarus, jis nebeįstengė keistis ir prisitaikyti, kaip tai darė „Facebook“. Nebelieka abejonių, kuris socialinis tinklas šiandien yra populiariausias. Kartais užtenka ir išorinių faktorių, kad prekės ženklas nustotų buvęs populiarus. Prieš dešimtmetį tarp tam tikro sluoksnio JAV vairuotojų buvo labai populiarus masyvus „Hummer“ visureigis. Vėliau pradėta kalbėti apie aplinkos taršą, kilo degalų kainos ir vairuotojai persėdo į taupesnius visureigius. 2010 metais „General Motors“ paskelbė, kad pristabdys šių visureigių, kurie prieš dešimtmetį buvo „kieti“, gamybą. Žinoma yra ir atvirktinė reakcija. Kartais yra sąmoningai stengiamasi nebūti „kietu“, kad iš tikrųjų tokiu ir būtum. Laura Portwood-Stacer iš Niujorko universiteto pastebėjo, kad medijų atsisakymas paverčia žmogaus gyvenimo stilių tarsi pasipriešinimu galingai medijų vartotojų kultūrai. Vis dėlto yra klientų, kuriems nerūpi naujovės. Maždaug 2,5 mln. JAV namų ūkių naudoja interneto ryšiu per telefono liniją. Vieni neturi pinigų prisijungti prie plačiajuosčio tinklo, kiti gyvena atskiruose rajonuose, kur toks ryšys yra neįmanomas, o tretieji yra patenkinti esama padėtimi. „Aš esu įsitikinęs, kad vieną dieną iškeisiu savo „Blackberry“. Bus malonu turėti telefoną, kuris veikia tinkamai, leidžia švaistyti daugiau laiko internete žaidžiant „Angry Birds“. Bent jau nebebūsiu visuomenės pajuokos objektu, o tai, be jokios abejonės, yra papildomas privalumas“, - ironizuodamas straipsnį užbaigia M. Garrahanas.



