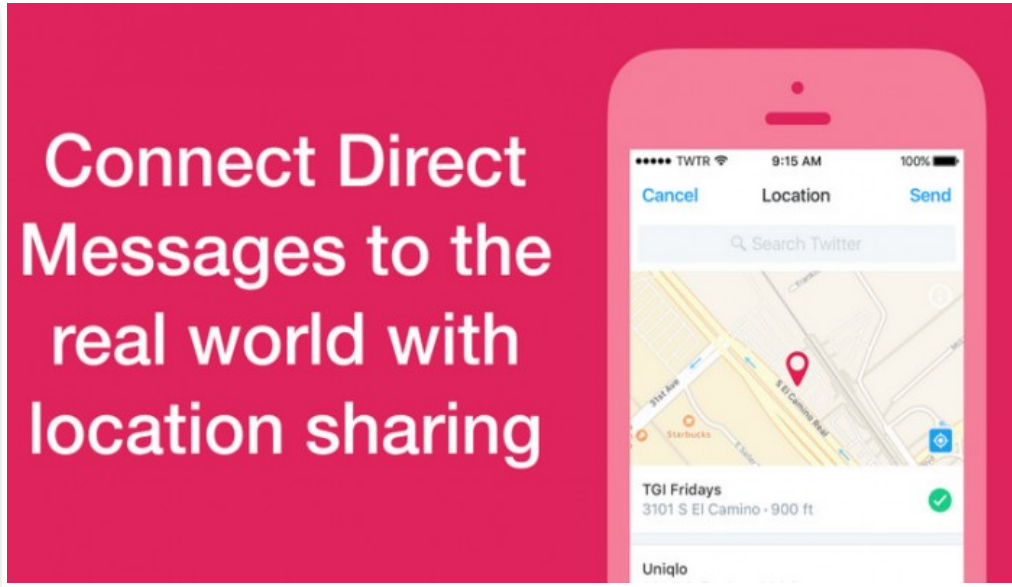


تويتر تتيح للشركات استعمال بيانات الموقع ضمن الرسائل المباشرة



الاثنين 3 أبريل 2017 09:04 م

أطلقت منصة التدوين المصغرة تويتر اليوم الاثنين أداة جديدة للعلامات التجارية يمكنهم استعمالها عند التفاعل مع العملاء، بحيث أصبح بإمكان العلامات التجارية والشركات الآن طلب بيانات الموقع أو مشاركتها ضمن إطار الرسائل المباشرة، مما يساعد على توجيه الأشخاص نحو متاجر البيع بالتجزئة القريبة[]

وتتوفر هذه الميزة في الوقت الحالي من خلال برنامج المطورين على تويتر للشركاء الذين يعملون على توفير أدوات خدمة عملاء للعلامات التجارية، وأصبح بإمكان المدراء في العلامات التجارية الطلب من العملاء تحديد موقعهم الجغرافي بدقة من خلال المحادثات التي تتم عبر الرسائل المباشرة من أجل تقديم خدمة أفضل لهم[]

وتعتبر هذه الميزة مفيدة بشكل خاص للشركات التي لديها مواقع متعددة مثل الفنادق أو وكلاء السيارات أو حتى الوكالات الحكومية، بحيث يمكن على سبيل المثال لشخص ما متواجد ضمن مدينة جديدة ويرغب بالوصول إلى أقرب فندق توفير موقعه لممثل خدمة العملاء التابع للفندق ليعرض للمستخدم أقرب يتواجد فيه الفندق[]

وتجري العملية بشكل كامل عن طريق الإذن، ويمتلك المستخدم تحكم كامل بها، حتى أن المنصة تعمل على توفير إمكانية اختيار اسم المكان من قائمة موجودة حتى لو لم يتواجد المستخدم فعلياً في تلك النقطة، ويمكن لأي نشاط تجاري يجد استعمالاً إبداعياً لبيانات الموقع الاستفادة من هذه الميزة الجديدة[]

ويمكن استعمال هذه الميزة من خلال التفاعل مع العميل أو ضمن الرسائل التلقائية أو في أي مكان آخر، وتعتبر ميزة بيانات الموقع بمثابة أحدث تحديث تحصل عليه الشركات والعلامات التجارية فيما يخص الرسائل المباشرة، وتأتي في أعقاب ميزة الردود السريعة ورسائل الترحيب وخيار للمساعدة في جعل ظهور العلامات التجارية بشكل أكثر إنسانية[]

وتتوفر كل هذه الميزات من خلال خدمات مثل Assist وSprinklr وLithium وغيرها، وليس من خلال تطبيقات تويتر أو موقع المنصة على شبكة الإنترنت[]

ويأتي دعم تويتر لبيانات الموقع بعد أيام من إعلان فيس بوك عن إمكانية مشاركة الموقع الجغرافي بشكل مباشر مع الأصدقاء وجهات الاتصال ضمن تطبيق ماسنجر، ولكن على عكس تويتر تتيح فيس بوك هذه المعلومات لمدة تصل إلى ساعة بينما لم تحدد تويتر المدة الزمنية التي يمكن فيها الوصول إلى بيانات الموقع[]