

ديربان – مختصر سوق نطاق المستوى الأعلى لـ GAC
السبت، 18 يوليو، 2013 – 09:00 ص إلى 11:00 ص
ICANN - دربان، جنوب أفريقيا

الرئيس درايدين: حسنًا. لنبدأ. صباح الخير. نستمع هذا الصباح وحتى الساعة 11:00 إلى مختصر من أرثشيتيلوس حول سوق اسم النطاق.

ولذلك سوف أسلم الميكروفون، بدون أي تأخير، إلى ماتسون وأليكسا راد في نهاية الطاولة اللذان سوف يقومان بعرض هذه النبذة المختصرة علينا. لذا أرجو الترحيب بهما. وشكرًا لكم جميعًا على الحضور.

أليكسا راد: شكرًا جزيلًا. أنا اسمي أليكسا راد. الرئيس التنفيذي لدى أرثشيتيلوس. وأولا وقبل كل شيء، صباح الخير -- [تتحدث بلغة أجنبية أخرى]

شكرًا. أعرف أنكم قد قضيتم ليلة متأخرة بالأمس. وشكرًا لكم على إتاحة الوقت اليوم مبكرًا هذا الصباح. لدينا جدول أعمال ممثليء جدًا. لذلك، أرجو أن يمكننا الانتقال للشريحة التالية.

الفكرة هي أن نقدم لكم لمحة عامة عن سوق أسماء النطاقات، وإلى أين وصلنا وإلى أين سنتوجه وما هي بعض النتائج المحتملة لبرنامج نطاقات gTLD الجديدة.

الشريحة التالية.

أولا، مقدمة لمن نكون ولماذا نحن هنا. لقد قمنا بالفعل بعمل هذا النوع من المختصر عن السوق لبضع منظمات مختلفة. تأسست أرثشيتيلوس منذ ما يقرب من عامين ونصف بواسطة أنا وجون. نبذة عني هي أنني كنت الرئيس التنفيذي لدى دوت أورج .org. لحوالي ثلاث سنوات ونصف. وقبل ذلك، كنت رئيس التسويق لدى MOBI. وبذلك ساعدت في إنشاء MOBI. في الجولة الأخيرة من نطاقات TLD. وبذلك أطلقت نطاقات TLD وقمت بإدارة سجل كبير.

وباقى الشركاء، كل منهم، فما يميزهم هو وجود سجل حافل لكل منهم في بناء، أو إدارة سجل أو TLD. ومن ثم أدع جون يتكلم عن نفسه.

ملاحظة: ما يلي عبارة عن تفريغ ملف صوتي إلى وثيقة نصية/وورد. فرغم الالتزام بمعيار الدقة عند التفريغ إلى حد كبير، إلا أن النص يمكن أن يكون غير كامل ودقيق بسبب ضعف الصوت والتصحيحات النحوية. وينشر هذا الملف كوسيلة مساعدة لملف الصوت الأصلي، إلا أنه ينبغي ألا يؤخذ كسجل رسمي.

جون ماتسون:

صباح الخير. أنا اسمي جون ماتسون. وأنا مدير العمليات في أرثشيليلوس ويسرني كثيرًا أنني هنا. وكما قالت أليكسا، لقد قدمنا هذا الملخص للعديد من المنظمات. والقليل من أعضاء GAC شاهدوا هذه المناقشة من قبل بشكل منفصل. وشجعونا على تقديم هذا المختصر لكافة GAC. ولذلك نحن بالفعل سعداء لكوننا هنا.

ومما يمكنني ذكره عن نفسي هو أنني لم لست من أبناء هذه الصناعة. بل جئت من الفضاء من الجانب الأعمال. منذ حوالي خمس سنوات، على الرغم من ذلك، كنت استشاريًا لدى KPMG. كنت شريكًا مع KPMG في ذلك الوقت. واشتركت مع ICANN في برنامج نطاقات gTLD الجديدة.

ومن هناك قمت بالعديد من المشروعات مع ICANN وقابلت أليكسا، وشكلنا معًا هذه الشركة. ولكننا سعداء جدًا بأن نكون هنا اليوم، وتطلع دوما لمشاركتكم في وجهات النظر حول السوق. الشيء الوحيد الذي سوف نحاول أن نعززه هو أننا نحاول أن نشارك الاعتبارات التجارية والاقتصادية. لم نأت هنا لنناقش السياسات والقضايا. نحن نحاول أن نشارك معكم ديناميات السوق لما يحدث في DNS ووجهات نظرنا. نتطلع للحصول على تعقيباتكم. ونحن نرغب منكم في أن توقفونا وتطرحوا علينا الأسئلة. وسوف نطرح نحن أيضًا عليكم أسئلة. ونتطلع للحصول على نقاش تفاعلي.

الشريحة التالية.

الشريحة التالية، من فضلك.

ومن ثم فنحن نتفهم أنكم لا تستطيعون جميعًا قراءة هذه الشرائح من أماكن جلوسكم. ولدينا مجموعة فرعية سوف نقوم بتسليمها. ولكن إحدى هذه المفاهيم التي نحاول الوصول إليها قبل أن نبدأ أي نقاش هي إطار العمل التي نرغب في مشاركته مع الآخرين.

وهذه الفطيرة تحتوي على ثلاثة شرائح. الأولى في الجزء العلوي من 12:00 وحتى 1:00 وما تعرفونه أنتم، فإنكم تعرفونه. وما تعرفونه أنتم، فإنكم تعرفونه هو جزء صغير من كل شيء.

الجزء التالي هو ما تعرفونه، أنتم، فإنكم لا تعرفونه. ومن ثم فهناك العديد من الأشياء التي تظنون أنكم تعرفونها بينما في الحقيقة لا تعرفونها. ولدينا صيغة رياضية هناك. ولكن هناك العديد من الأشياء في العالم التي -- كما تعلمون، أعلم أنني لا أعرف فيزياء الجسيمات. ولكن

هناك الكثير والكثير وأجزاء أكبر بكثير مما لا أعرف أنني لا أعرفه. وهذا مما يؤلمنا. وهذه هي الأشياء التي تسبب عواقب غير مقصودة. فهذا يمكن أن يسبب تقادم وتعطيل. ومن ثم، فإن أحد الأشياء التي نحاول أن نقوم بها اليوم هو مشاركة بعض الأشياء التي قد لا تعرفونها أو نحاول أن نقدم لكم بعض الضوء على بعض الأشياء التي تعلمون أنكم لا تعرفونها. فهذا هو إطار العمل لدينا.

الشريحة التالية.

ولنلقي بعض المرح حول ذلك - عفوًا - نرغب في أن نعود في الوقت المناسب. إذن فهذا عام 2000. هل تتذكرون عام 2000؟ كم منكم شارك في DNS في عام 2000؟ بات. إذا هناك شخصان هنا شاركا في DNS في عام 2000. وما حجم الإنجازات التي تمت منذ ذلك الحين؟ حسنًا، منذ عام 2000، جاءت نابستر وغادرت. وكان لدينا 40 مليون اسم نطاق في عام 2000. 40 مليون. لدينا الآن أكثر من 258 مليون اليوم. إذا نظرتم فقد أجرت جوجل أسهمها للاكتتاب العام في عام 2004. كان هذا قبل تسع سنوات.

فأنا آتي من الفضاء. أحد الأشياء التي تذهلني اليوم، إذا أردت، بـ200,000 دولار يمكنك الذهاب إلى وكيل سفر وشراء تذكرة إلى الفضاء. يمكنك أن تحجز تذكرة. وهناك وكلاء سفر إلى المجرة سوف يأخذون أموالك. لم أكن أعلم ذلك.

ولكن العالم يستمر في التقدم. وما نريد أن نجربه وأن ننظر إليه، ونحن نمضي قدمًا، هو ما يمكن أن يحدث. أحد الأشياء التي لم نكن نعرفها هي كم عدد تطبيقات gTLD الجديدة التي يمكننا الحصول عليها. لقد شاركت في الكثير من ذلك بدءًا من عملية التقييم. وندعت أنها كانت 300 طلب؟ 400؟ وربما حصلنا على 500 طلب.

تقريبًا 2000؟ كان ذلك مفاجأة.

الشريحة التالية.

فكيف سوف تصبح السنوات القادمة؟

حسنًا، لا نعرف. ولكن، كما نأمل، سوف تحصل gTLD على تفويض هذا العام، المرة الأولى. قد يكون هناك تغييرات سياسية في العالم. قد نرى أن كوبا لديها بعض الافتتاحات. السياحة الفضائية قد تقلع. قد تكون هناك بعض الأزمات على الإنترنت التي لا نعرف عنها شيئًا. قد يكون هناك بعض التكنولوجيا المدمرة القادمة.

الشيء الوحيد الذي لا يمكنك أن تراه في النهاية هو أنه في عام 2020، سوف يصبح عمري 60 سنة. وأنا واثق بشأن ذلك.

ولكن ما سوف نتحدث بشأنه اليوم هو توقعاتنا وما تعلمناه حول ما نعتقد أنه قد يحدث في سوق DNS في السنوات القليلة القادمة ونحاول أن نقدم بعض السياق.

الشريحة التالية.

ومن ثم فإننا ننظر إلى ذلك باعتباره زمن الابتكار في هذه الصناعة. وهناك الكثير من الفرص سواء في السجلات الحالية لتكون مبتكرة في نماذج تجارية جديدة وكذلك بالإضافة إلى مقدمي طلبات جدد يأتون إلى السوق. ولكن هذا الابتكار يمكن أن يحقق دائماً النمو أو التراجع.

ونريد أن نجرب ونجعل هذا النقاش شخصي. لأن كلا منكم قد يكون لديه ccTLDs في أسواقهم. وهي تتعرض للتغييرات بسبب السوق، وليس فقط بسبب gTLD الجديدة. وسوف نتحدث قليلاً عن هذا.

الشريحة التالية.

ولذلك دعونا ننتقل إلى الأساسيات في سوق DNS. أليكسا؟

شكراً. الشريحة التالية.

أليكسا راد:

حسناً. ولذلك -- كما قال جون، لبدأ الأساسيات، يجب علينا أن نفهم كيف أن الأسواق الكبيرة ليست فقط مقتصرة على أسماء النطاقات ولكن فيما يتعلق بالتسجيلات. وفي كثير من الأوقات سمعت، كما تعلمون، أن هذا هو التوسع الأول. أليس كذلك. وهو أكبر توسع في الحقيقة، هذه الجولة الأخيرة من gTLD التي تؤثر على الإنترنت منذ بدنه. ومن ثم هناك 257 مليون اسم نطاق. وكما قال جون، فقد شهد سوق أسماء النطاق صعوداً. وعماماً بعد عام، شهد نمواً بنسبة 8 إلى 10%. وبالمناسبة، وكما تعلمون، فاللذين منكم لديهم علم بالصناعات الأخرى، ما هي الصناعات الأخرى التي تعرفونها من خلال الكوارث المالية، الكوارث السوقية، وتدهور سوق السكان لا زال زداد بنسبة 8 إلى 10% سنوياً؟ كم العدد؟

ليس هناك الكثير من الأمثلة أليس كذلك؟

ومن ثم فإن الـ TLD التي تم اختيارها لا تعتمد على-- لم يتم أي شخص بإجراء بحوثات سوقية. لم يقل أحد حسناً، هل كان ذلك -- كما تعلمون، هل هذا ما سوف يذهب إليه المستهلكون وينجذبون إليه. لقد كانوا متعسفين في الأصل. com، net، org، mil، gov. وما إلى ذلك. في عام 2000 كان لنا الجولة الأولى، مرة أخرى، لم يكن مدفوعاً من السوق ولكن من أصحاب المصلحة، أصحاب المصلحة المعنيين، والرعاة الذين جاؤوا معاً وقالوا أنه سيكون من الرائع أن يكون لدينا aero، أو coop، أو biz. وفي عام 2004 عندما شاركت في إنشاء MOBI. وكان ذلك للانترنت المتنقل.

إذا كنتم تذكرون، الشريحة الأخيرة، كما تعلمون، فما لا تعلمونه لا تعلمونه، أحد الأشياء التي قتلت نموذج عمل MOBI. على الأقل بالنسبة لي، كانت هي الـ iPhone. كان من المفترض أن تصبح MOBI. هي معرف مواقع المحمول.

حسناً، لنفكر ماذا حدث عندما يكون لديك هاتف خارجي، وهاتف ذكي، يمكنك من خلاله الذهاب إلى أي موقع — com، net، org، Co، أو UK. ويمكنك التوسع. كما أن واجهة الأيفون جعلت الفرضية الأولية لدى MOBI. قديمة. فما لا تعرفونه لا تعرفونه وهي أنواع الأحداث التي تغير صناعتك بشكل جذري.

حسناً؟

ولذا، مرة أخرى، فما لا نعرفه، لا نعرفه. علمنا أن برنامج gTLD الجديد قادم. ليس لدينا أي فكرة كم يكون عدد مقدمي الطلبات. ومن ثم اليوم، إذا قمتم بتقسيم ذلك بشكل أكاديمي، فلديك سبعة من TLD الأصلية. فأصبح لديكم ما يسمى TLD الراعي. وبعبارة أخرى، مجموعة، صناعة تتم مع MOBI. على سبيل المثال، صناعة الهواتف المحمولة. لدينا 255 ccTLDs و 40 IDN من مستوى النطاق الأعلى. وهذا هو أكبر تغيير سوف يحدث لهيكل تسمية الإنترنت.

ومن المحتمل، أن يضاف الآلاف من نطاقات المستوى الأعلى الجديدة. حسناً؟ الشريحة التالية. ولذلك دعونا نتحدث عن هيكل السجلات. لأن ما لدينا-- المعجم مهم جداً. المعجم هو المعجم -- اختيار الكلمات التي لدينا تؤكد افتراضاتنا كيف نتحدث عن نماذج عمل، والسياسات وهلم جراً بالطبع.

ومن ثم، في الأصل، كان هناك سجلات والمسجلين والبائعين، أليس كذلك؟

ومن ثم فإن التسجيل التقليدي في النموذج القديم سيكون هناك العديد من المسجلين. يمكن للمسجلين أن يذهبوا مباشرة إلى أمناء السجل ويقوموا بالبيع أو يمكنهم بالبيع من خلال تجار التجزئة.

وهذا هو النموذج الخلفي لدى VeriSign و Afilias عندما أنشؤوا .info و NeuStar لأجل .biz. حسنًا. التالي.

بالتالي فالتقليدي-- لديك الآن تسجيل نهائي لا يحتوي فقط على .info. على سبيل المثال، في هذه الحالة؛ ولكنهم يقدمون أيضًا خدمات نهائية، بعبارة أخرى، قدرة على الزيادة، إذا صح التعبير، لمختلف نطاقات المستوى الأعلى الأخرى، بالإضافة إلى نطاقات ccTLD الأخرى. ولذا فقد رأيت ذلك يحدث مع NeuStar. لقد رأيت ذلك يحدث مع Afilias و VeriSign. ولذلك فإن NeuStar على سبيل المثال، تدعم .co، وهي كولومبيا. إنها ccTLD ولكنها تم تصنيفها سوقياً كنطاق مستوى أعلى، مثل gTLD الجديدة.

الشريحة التالية.

فما رأيناه، كنتيجة لفتح هذا السوق، وجود لاعبين جدد. وهم يغيرون الهيكل ونموذج العمل لهذه السجلات. ولذلك العقول والآلات، على سبيل المثال، هي مورد نهائي. وقاموا بالتقديم أيضًا لنطاق المستوى الأعلى الخاص بهم. وهي علامات تجارية جديدة للسوق من حيث أنها تتنافس ليس فقط مع مقدمي الطلبات الآخرين من حيث بعض السلاسل، ولكنهم أيضًا يقدمون خدمات المستخدم النهائي والمنافسة مع مزودي الخدمة القداماء.

هل ثمة أسئلة أخرى؟ الشريحة التالية.

أصحاب عقود نطاقات gTLD: ومن ثم أنا أميز بين عقد gTLD والتسجيل. وفي كثير من الأحيان في المناقشات، وحتى في ICANN، تستخدم الأثنين كواحدة وباعتبارها نفس الشيء. ولكنهما ليسوا كذلك. أصحاب عقد نطاقات gTLD هم ببساطة، مكتب الجبهة-شركات الأعمال التي لديها عقود مع ICANN لإدارة نطاق المستوى الأعلى. ليس لديهم خدمات تقنية. لا يقومون بإدارة المستخدم النهائي. لا يقومون بإدارة البنية التحتية. وهم يعتمدون على شخص آخر ليقوم بذلك.

كم منكم يذكرون صناعة الاتصالات. حسنًا، عظيم. في صناعة الاتصالات، هناك لاعبون لم يقوموا بالضرورة ببناء الخلفية النهائية ولكن دخلوا وقاموا بشراء قدرات. وكانوا هم ذراع التسويق، إذا صح التعبير. أيضًا نفس الشيء. الشريحة التالية.

وبالمناسبة، قد اختار معظم الداخلين الجدد عدم إعادة بدء الغايات النهائية. وهي يتم اختيارها ببساطة لتقديم ذلك ببساطة لمشغل المستخدم النهائي.

الشريحة التالية.

الشريحة التالية.

حسنًا.

فمن المهم التحدث عن وظائف التسجيل. والآن أنا أستخدم التسجيل بالمعنى الدقيق للكلمة أن لديك غاية خلفية وغاية أمامية. وظائف السجل اثنان -- اثنين من الخطوط، صحيح؟

الأول هو نظام التسجيل المشترك. هذه أسماء نطاقات التسجيل. وهذا ما نعرفه. هل النطاق متوافق؟ إذا لم يكن متوافقًا، هناك رد يأتي مرة أخرى، عفوًا، فقد تم الرد عليه.

إذا لم يكن النطاق متوافقًا، فهو نظام بسيط جدًا. أنظروا في قاعدة البيانات المسطحة. إذا كان متوافقًا، فهذا رائع، يمكن إدخاله ليكون حقيقة.

ومع ذلك، لأنكم قمت بتسجيل اسم، لا يعني ذلك بالضرورة تقديم حل للاسم. فهذا الجزء، نظام الفرار. فهذا هو الجزء الذي تحتاجون إليه، كمشغل للجهة الخلفية أو حتى المقدم، فأنت بحاجة أن يكون لديكم طريقة للتأكد بأن يتم حل الاسم في خلال مستويات الخدمة المحددة، وأن يكون لديكم القدرة لتقديم الأسماء التي سجلتم فيها الآن الأعمال الفعلية بصرف النظر عن موقفكم في الانترنت أو حول العالم.

والآن، لاحظ أن العائدات تأتي هنا. هذا هو هيكل التكاليف.

السبب في أن gTLD الجديدة لم -- لم تتقدم وقررت بناء هيكل البنية التحتية للغاية الخلفية ليس بسبب ذلك خاصة، ولكن هذا بالفعل. هذا نظام مكلف جدًا ليتم بناؤه -- فأنت بحاجة إلى اقتصادات كبيرة الحجم. علاوة على ذلك، عليك أن تتأكد أنها آمنة، وأنها يمكنها أن تصمد أمام الهجمات. ومن ثم فإن الفرق بين التسجيل الذي قد يحتوي على ألف اسم من أسماء النطاق والآخر الذي يحتوي على 100,000 اسم نطاق من حيث تكلفة القرار فهذا ليس كثيرًا. حيث أنكم لا زلتم بحاجة إلى طاقم عاملين لتشغيل مراكز البيانات الخاصة بكم. يجب أن يكون لديكم حل. يجب أن يكون لديكم أمن وما إلى ذلك.

حسنًا.

الشريحة التالية.

قدمها إلى جون.

جون ماتسون:

أنا الذي أحب البيانات. ولذلك لا أعتقد أنكم قادرين على قراءة هذه الشريحة. فما نريده منكم هو أن يكون هناك منحني أو منحدر من الشريحة في الأرباع المختلفة.

ومن ثم على اليسار، فهذا هو إجمالي السوق. والجزء الأحمر هو جزء gTLD لهذا السوق. والجزء الأزرق هو جزء ccTLD لهذا السوق. وهذا ما تحدثت عنه أليكسا للتو. يستمر السوق في النمو على مستوى كلي. وإذا نظرت للعوامل الاقتصادية على ذلك الوقت، إذا رجعنا لعام 2007، فإن الخبرات الاقتصادية لكل من أسواقنا أو صناعاتنا في أسواقنا سوف ترتفع وتخفض. ولكن هذا السوق يستمر في النمو بشكل دائم. وتذكروا هذه الحقيقة. لأن العديد من مشغلي الأعمال في الإدارة اليوم كانوا في الإدارة على مدار هذه السنوات السبع.

ولذلك فهم لا يعلمون غير هذه الصناعة التي استمرت في النمو. وهذا يختلف عن العديد من الأسواق التي أنتم على علم بها. هذه النقطة الأكثر أهمية.

أنظروا هنا في الأسفل، هذا الانقسام بنسبة 100% من أسهم السوق. وفي النهاية في عام 2007، لدى gTLD ما يقرب من 63% من أسهم السوق. لدى ccTLDs 37%. واليوم لدى ccTLDs 57%. لدى ccTLDs 43%. ففي مشهد متكامل، احتلت ccTLDs حصة سوق من إجمالي أسهم gTLD على مدار هذه السنوات الست.

إذا نظرنا إلى الأعلى، يبدو أن جميع النطاقات التي تحت الإدارة نمت في كلا الجانبين. بعبارة أخرى، لم يكن هناك اختلافًا مهمًا على الرغم من ذلك، فقد شهد كلا السوقين نموًا جيدًا. وما شهدناه أيضًا، في هذا النمو في أسواق مختلفة. فلنأخذ واحدة منها. الشريحة التالية.

وبات، نحن نقدر أن VeriSign تنشر البيانات. ويظهر ذلك فقط لثلاثة نطاقات من TLD، وهي com، net، org و عام بعد عام تتغير النسبة في النطاقات الخاضعة للإدارة، ويمكنكم مشاهدة أن خط اتجاه العلامة التجارية يبدأ بطيئًا عند مقارنة عام 2012 مع 2011. وما بدأنا

مشاهدته في السوق في عام 2012 هو أن السوق بدأ أنه يبدأ في التباطؤ في مجموعة من أسماء النطاقات التي يجري بيعها. ومن ثم نظرنا في مكان آخر. الشريحة التالية.

مرة أخرى، فنحن لا نتوقع أن قرؤوا كل ذلك، ولكن هذه هي أوروبا وهذا هو النطاق الأوروبي ccTLDs. هذا هو de، denic، كان حوالي 5%. وهو ينمو الآن ببطء بنسبة 2، 2/1%. أبطأ بكثير! ويمكنكم مشاهدة أن المنحدر يسير في نفس الاتجاه. وبذلك فإن أحد الأشياء التي نريد التأكد من فهمكم لها هي أنه حتى قبل صدور gTLD الجديدة للسوق، فإن هناك أشياء تحدث.

فالسوق يتغير قبل صدور نطاقات gTLD الجديدة من وجهة نظر كلية. كانت الأمور تسير ببطء. الشريحة التالية.

ولماذا هذا؟ لماذا كان السوق يسير ببطء بعد كل هذه السنوات؟ لقد ارتفع حتى 8%، 9%. لماذا؟ حسنًا، بعض الأشياء التي نراها هي هل هناك تشعب في السوق؟ في بعض الأسواق، والسوق الألمانية، دعونا نقول، حيث أنه في وقت ما حيث أن الجيل الفعلي للأعمال الجديدة وتوليد الطلبات للأسماء الجديدة قد تم إشباعه وأن احتياج وقدرة المسجلين للشراء تتباطأ. فالأمر ليس نفسه. فالأمر وعر لأنه إذا نظرنا إلى روسيا والصين أو أي أسواق أخرى، فهي تنمو بشكل كبير. لذلك فهناك فرصة. ولكنها وعرة أو ليست على مستوى العالم. رأينا خفض في تصفح أسماء النطاق ذات الصلة. لدينا ولدين 14 و 10 سنوات. لم يكتبوا أي شيء مباشرة. وهم لا يعرفون ما هو اسم النطاق. ولا يعرفون إلا كيفية التصفح والوصول إلى أي مكان يريدونه على الإنترنت بدون اسم النطاق. فما هي صلة اسم النطاق بالتأثير على ما نراه؟ الصعوبات الاقتصادية العالمية. وكما تعلمون، هل يمكن للاقتصاد أن يكون له في النهاية تأثير علينا وأن يكون هذا في الواقع بدء في تخفيض عدد وحدات التخزين لدينا؟ المضاربين، المعروفين باسم المهيمنين أيضًا، لديهم محافظ كبيرة من الأسماء. فهناك رؤوس أموال كبيرة لديهم. رأس المال هذا لا يمكن تخصيصه إلا لأشياء محددة. فهو ليس كما لو كان هناك تمديدات لا تنتهي من رأس المال الذي يمكنه شراء أسماء نطاق. ومن ثم يمكن اختيار رأس المال ليتم سحبه وتطبيقه على الحقول الجديدة في السوق gTLD. ولذلك ربما عندما تبدأ التجديدات، قد تنقلص المحافظ. ولكن هناك أعداد من العوامل التي نراها التي لها تفسيرات منطقية لماذا نرى تباطؤ في السوق العام. الشريحة التالية.

أليكسا راد:

فما الذي يمكنه أن يغير ديناميات سوق اسم النطاق؟ أحد الأشياء التي ننساها بشكل دائم نتحدث عنها بعض الأحيان، كما تعلمون، إنها المستخدم النهائي. وبالتأكيد المستخدم النهائي هو محرك الطلب. سلوكهم وما كانوا يتوقعونه، وماذا يريدونه، وما لا يعتقدون أنهم يريدونه. إنهم يقودون الطلب. احصل على الآيفون. الناس لا يعرفون -- أو الأيباد. الناس لا يعرفون أنهم يحتاجون إلى واحد منها حتى يرونه، وسلوكهم، وحبهم لهذا الجهاز، لهذا التصفح، له تأثير مهم، خاصة على mobi. ولكن أيضًا على كيفية تصفحنا للإنترنت. من هنا تأتي التطبيقات. إذا فالمستخدمين النهائيين للإنترنت، وسلوكهم وكيف يتصفحون، وكيف ينظرون، وكيف يبحثون عن المعلومات، كيف يرغبون في إعلام -- تحديد أنفسهم، التواصل، دفع السلوك.

نشأت في جيل عندما ظهر البريد الإلكتروني لأول مرة، هكذا كنا نتواصل. إذا كنتم -- كم منكم لديه أطفال؟ حسنًا. كم يستخدم أطفالكم البريد الإلكتروني في مقابل النص الاعتيادي؟ لقد تغير الأمر. هؤلاء الأطفال الآن -- على الرغم من أننا جعلنا البريد الإلكتروني هو التطبيق القاتل للإنترنت، فأشياء مثل تويتر، مثل النصوص تعمل على تغيير سلوك الأجيال القادمة. وبالتالي فهذه أنواع الأشياء التي نريد أن نتذكرها ونفكر فيها، لأنه بالتأكيد فإن هذه الأشياء تؤثر على صناعتنا. التكنولوجيا المدمرة - آسف. هناك أمر واحد أخير. هناك قانون ينطبق على المستهلكين. هم يريدون شيئًا أفضل، وأرخص، وأسرع وأسهل. لديه - فهذا بالضبط ما يدفع الابتكار، الأفضل، والأرخص، والأسرع والأسهل. ومن ثم التقنيات المدمرة، تلك التي تأتي إلينا لأن هناك نوع من عدم الكفاءة سواء في - في المساحة، أو بسبب سلوك المستخدمين النهائيين، الرغبة في الحصول على شيء أفضل، أسرع، أرخص، زادت الحاجة لهم. فكروا في تويتر. عندما ظهر تويتر للمرة الأولى ضحك الأشخاص الذين كنت أعرفهم بسهم 50 فما فوق على فكرة أنه يجب عليك ترك رسالتك في حدود 140 حرف. لماذا تفعلون ذلك؟

[المتحدث ترك الميكروفون].

<<

[ضحك]

تذكروا، سوف يصبح عمره 60 في 2020، لذلك -- ولكن كانت هذه هي الحقيقة أن تويتر سمح للأشخاص بالاستمرار، والنشر الشخصي بسرعة في قصاصات صغيرة هذا الذي جعلها ناجحة. وفي الحقيقة، إذا فكتم في الأخبار، كان من قدرة تويتر أو الفيس بوك تقديم تقرير حول

أليكسا راد:

الأشياء التي كانت تحدث على الأرض. لم يسرع الأشخاص للقيام بفاكساتهم لإرسال أي شيء، أو اخبار حول الربيع العربي. كان الناس يتواصلون عبر الفيس بوك وتويتر. مختلف تماما.

ومن ثم فإن التغيير التالي هي طرق الوصول. أعتقد أنه سوف يأتي وقت نقول فيه لأحفادنا أنه لم يكن من الواجب علينا فقط أن نمشي إلى المدرسة، في مشقة لكلا الجانبين، ولن كان علينا أيضًا التعامل مع كل هذه الأسلاك ولوحة المفاتيح وكان علينا تبديل لوحات المفاتيح بناء على الدولة التي كنا فيها. إذا كنت في دولة أخرى، فإن تخطيط لوحة المفاتيح سوف يكون مختلفًا. جميع هذه الأشياء هي فرص للابتكار والتغيير. ما الذي رأيتموه مع iPhone Siri. مع القدرة للحديث عن بحثك. كم منكم يتذكر أمر بحث Boolean في بداية الإنترنت. و، أو، إذا. الآن يمكنكم ببساطة وضع-- تطوير الخوارزميات حتى يمكنكم بسهولة البحث الطبيعي للغة. نفس الشيء، ومن ثم تغيرت أساليب الإدخال بالفعل. أجهزة الكمبيوتر مقابل الهاتف النقال غيرت بشدة حركة البيانات على شبكة الإنترنت، من حيث تأتي. وأخيرًا التنظيم مقابل عدم التنظيم. كم--كم هي المساحة الفارغة، فكر في صناعة الطيران. إن رفع القيود عن صناعة الطيران لم تغير فقط الأسعار والمسارات والأسعار والتذاكر والملفات الشخصية للأشخاص الذين يسافرون الآن، ولكن أيضًا -- كم منكم سافر إلى بان أم هنا؟ هل تتذكرون بان أم؟ لقد كان مبدعًا أليس كذلك؟ لم يعد هناك. لماذا؟ لم يكن غير فعالا-- إن إزالة القيود فتحت السوق، لم يتمكنوا من المنافسة بسرعة كافية. حسنًا؟ لذلك تذهب الرموز أحيانًا. ولكن الخط السفلي، كان التغيير حتمي. سوف يأتي. فالمسألة مسألة وقت. الشريحة التالية.

ولكن أولاً دعونا نتكلم عن اسم النطاق. فانظروا ما هو الأمر في الواقع؟ كما تعلمون، أنا أفكر في بعض الأحيان في أسماء النطاق مثل الأسهم. كما تعلمون، القيمة في هذا اليوم، ترتفع في اليوم التالي 50 ضعفًا. لماذا؟ هناك نوع من القيمة النفسية التي نعلقها على اسم النطاق. إنها ذات قيمة لأن. لكن خاصة اسم النطاق ذو فائدة في الحقيقة. إنه مجرد مؤشر. إنها تسمية معترف بها على عنوان الأيبي. كان هذا هو الفرضية وراء ذلك لأن الآلات يجب أن تفهم وتشير إلى المصادر عن طريق تلك الأسماء ولكن-- عن طريق تذكر الأرقام. لا نستطيع. فنحن نفهم الأسماء، فبأن نكون قادرين على تحديد الموارد من خلال الأسماء، على الأقل يمكنكم تمكن الأشخاص من استخدام ذلك بشكل أكثر فاعلية. القيمة السوقية لاسم النطاق، ومع ذلك، لديه أقل ما يمكن القيام به مع الأداة الأساسية مما كان يمكن أن نتصوره. حسنًا؟ هل يبدو كلامي منطقيًا؟ هذا فارق مهم جدًا، لأن هذا الفرق يبرز نماذج الأعمال التي ترونها، المضارب، السوق الثانوية، حركة المرور، كما تعلمون، تمويل الحركة، ولماذا موقعي، أفضل مكان لملفات الارتباط (الكوكيز) لأليكسا، لن يكون تجارة رابحة -- إذا حاولت بيعه، فلن

أحصل بالتأكيد على الكثير منه، مثل، Alexa.com، والذي بالمناسبة، موقع عمل وفيه الكثير من المرور. والأمر ليس خاصًا بي. فالخط السفلي، فقط -- هو عنوان فقط. المهم هو IP و DNS بالأسفل. وليس العنوان نفسه. هذه ليست الكلمة المناسبة. ليست الرموز هي المهم. إنها المثل وراء ذلك. حسنًا؟ الشريحة التالية.

لذلك اعتذر لبات ولكن سوف نستخدم VeriSign كمثال. لأنني أعرف أن كل شخص يعرف .com، أليس صحيح؟ فدعونا نحصل على اسم النطاق، نرجو أن يستطيع المزيد من الناس من الاستمتاع بـ ICANN. هذا ذو قيمة أليس كذلك؟ يمكنك أصلاً شراء ذلك، آخر مرة فحصت فيها ذلك/ يمكنك شراؤه بسعر 9.99 دولار. سوف تحتل VeriSign على حوالي 7.85 دولار. بالمناسبة، فإن جوجل والتي تعد أحد أهم مواقع الإتجار عبر الإنترنت، تقدر قيمة VeriSign بـ 7.85 دولار. كم تعتقدون أنهم أنفقوا فيما يتعلق بدعم الموارد لنتمنى أن يستمتع أكبر عدد من الناس بالمتعة في ICANN.com مقابل Google.com. هل تتكرون الفرق الذي قمنا به بين خدمات التسجيل المشتركة والقرارات؟ كان التسجيل المشترك عائداً. كان القار هو مركز الاتصال الخاص بك. حسنًا؟ Gambling.com والتي ليست علامة تجارية تساوي لدى VeriSign 7.85 دولار. في عام 2005، تم بيعها في السوق الثانوي بـ 20 مليون دولار. ما هو السوق الذي تعرفه الذي يمكنك فيه شراء سيارة من الموزع، قيادتها، واستخدامها على نفس النحو. لديها الآن -- إنها مرسيدس، قد يكون أسود مقابل ما لديهم في الحصة، ثم غدا أو العام القادم، يمكنهم بيعها بملايين الدولارات.

[المتحدث ترك الميكروفون.]

<<

لدي سوق ثلاثيات أذهب إليه وأشتري الألف من الثلاثيات وأضعها في مستودع لأنني أعرف أنه بعد خمس سنوات من الآن سوف أبيع هذه الثلاثيات بـ 100 ضعف عما اشتريتهم به.

جون ماتسون:

الأسواق موجودة، أليس كذلك؟ لقد حصل الخاص على أموال من ذلك.

أليكسا راد:

جون ماتسون:

ومن ثم فأحد الأشياء التي نريد منكم فهمها هي، أن الأسواق لها كفاءة وعدم كفاءة. وأهداف الأعمال هي تحديد وفهم الكفاءة وعدم الكفاءة والاستفادة منها بشكل جيد كلما أمكن. ومن ثم فما نشير إليه هو هيكل السوق الحالي وما فيه من بعض أوجه القصور. لأنكم جميعاً لديكم مستودع تبريد في بلدكم، حسناً، وهي من الأشياء التي يحتفظ بها الأشخاص ويعيدون بيع الثلجات بعشرة أضعاف عن السعر الذي اشترتم به. لديكم القياس.

أليكسا راد:

والآن، هل يعمل هذا النموذج، إذا كان لديكم مزيج من الأسماء التي لديها أي حركة لديكم عائد ولديكم بعض الأسماء القليلة التي لديها حركة مرور يجب عليكم بذل الجهود والقرارات والأمن وهكذا، هل يعمل هذا النموذج بشكل جيد إذا كان لكم طول العمر، لقد وصلتم لمرحلة لمرحلة حرجة، ولديكم هذا الخطأ. ولكن كم من gTLD لديهم ذلك بالفعل؟ حسناً؟ الشريحة التالية.

ولذلك دعونا نتحدث عن هذه الفوارق. وكما قال جون، كما تعلمون، هناك زيادة في الكفاءة في السوق. وكيف أتت هذه الكفاءة. إذا كنتم تذكرون -- فمفهومنا الآن، عواقب غير مفهومة. هناك أشياء تبدو رائعة عندما نفعل ذلك، نحن نفعل ذلك لجميع الأسباب الصحيحة، ولها عواقب غير مقصودة التي لا يمكنك تصورها في ذلك الوقت. ولذلك بالعودة في ذلك اليوم، في 1999 عندما كانت أسماء النطاق -- الأشخاص -- التي تعرفونها، الجرائد التي تغطي القصص حول الإنترنت وبدأ الأشخاص لشراء أسماء النطاق، فكانت الفكرة الأسماء التي لها قيمة. ولذلك كان على العلامات التجارية شراء أسماء النطاقات. وكان هذا عندما بدأت ممارسات الملكية الفكرية والعلامات التجارية على أسماء النطاق. العلامات التجارية لديها -- الأسماء لها قيم، يجب أن تحصلوا على أسمائكم. عندما بدأت التكهانات أيضاً. لأنه إذا استطعت الدخول أو الوصول إلى search.com، والتي ربما استطيع التجول وبيعها بأضعاف ذلك. الأسماء لها قيم. هناك العديد من الخدمات التي -- الذين قيموا مدى استحقاق اسمك على أساس مدى طوله وكم عدد العموميات التي لديك. الأسماء لها قيم. ولكن مع ذهابنا هناك، أدرك الأشخاص أنها ليست مجرد هذه الأسماء التي لها قيمة ولكنها مثل أن يكون لديك منزل في وسط مكان بدون شوارع يقود إلى ذلك. وماذا بعد؟! لن يزورك أحد، لا يمكنك الوصول إلى أي من البنى التحتية. ليست هذه الأسماء التي لها قيمة. حركة تجارية لها قيمة. نعم، حركة تجارية لها قيمة. كان هناك بعض الأسماء الكافية الآن على الإنترنت التي احتجتم فيها إلى وسيط ليساعدكم في توجيه هذه الحركة. من هنا أتى محرك البحث. هل تذكرون جميعاً Lycos و Excite، أليس كذلك؟ كانت هذه محركات البحث التي بدأت بإنشاء أول دليل. حسناً، أنتم تبحثون عن الرياضة؟ اضغظوا

على الرياضة. هكذا تنتقلون. لقد انتهت الدلائل. حركة تجارية لها قيمة. ما تعثرت فيه جوجل وما أدى إلى قتل البقية كان هذه الحركة التي لها قيمة وأنا أوجه البحث، أنا أوجه هذه الحركة له. حسناً، ماذا إذا قمت بدمج الأثنين في نموذج الإعلان. في نفس الوقت يعتقد المضاربين أنني إذا حصلت على الأسماء لم لا يمكنني توجيه الحركة له ويمكنني تمويل ذلك. لذلك فالعواقب غير مقصودة، اختبار النطاق. الفكرة أنكم خدمتم أولاً- من يأتي أولاً يخدم أولاً، مما نجم عنه عواقب عواقب غير مقصودة من توق النطاق والتي كانت مكثفة -- وكانت البنية التحتية تتعرض للضرب باستمرار لمعرفة أي من أسماء النطاق سوف تكون متاحة.

وهذا ما قالته جوجل.

وهذا ما قالته جوجل، انتظروا لحظة، سوف أقوم بتغيير نموذج AdSense الخاص بي. وتقوم جوجل بتغيير نموذج AdSense الخاص بها بفاعلية ووضع سهم في قلب هؤلاء الرجال الذين يحصلون على الأموال لشراء الأسماء وتوجيه الحركة التجارية إليها كنموذج إعلان، بين عشية وضحاها.

حسناً، الحركة التجارية لها قيمة. فكم عدد المرات التي تضغطون فيها على اسم النطاق أو اسم نطاق مكتوب بهجاء غير صحيح، مع الوصول إلى موقع فيه كل هذه الروابط؟ هل كان هذا مفيداً؟ هل ضغطتم على هذه الروابط؟ الحركة التجارية، من داخل أو خارج نفسها، ليس لها أي قيمة. هذا ما بدأوا في معرفته. فهو ليس حول الانطباع عن الصفحة. لقد بدأ المعلنون الدفع لمقل العيون. كم عدد الأشخاص الذين سوف تجدهم اليوم الذين سوف يدفعون لكم للحصول على مقل العيون؟ فهم لا يبحثون عن مقل العيون. إنها ليست خطة خاصة بأفريقيا. إنهم يبحثون عن العمل. أعطوني حركة مباشرة نجم عنها شيء، هل هذا صحيح؟ وإذا أرسلتم لي حركة تجارية، فأنا لا أريد ذلك. لن أقوم بالدفع لذلك.

فما حدث كان المجتمعات التي لها قيمة. بالمناسبة، كان هذا عندما كانت حركة الميسر لها قيمة. عندما تم بيع موقع ميسر بـ 20 مليون.

ثم بدأت الفيس بوك. لم تحصل جوجل على ملاحظات من الفيس بوك على الإطلاق. إذا سرتهم في مكاتب جوجل وقتلتم هناك شركة بدأت بزوجين من الأطفال من مسكنهم ليقيموا ما هو الأكثر جذباً وسوف -- وسوف تضحكون من الغرفة. ما أظهره الفيس بوك كان، إذا استطعت أن أحضر مجتمعاً من الأشخاص مع بعضهم البعض، الأصدقاء -- حسناً -- شبكتك الاجتماعية، إذا استطعت جمعها، ويمكن نشرها بسهولة، يمكنهم التعبير عن أنفسهم بسهولة ويعطونهم

الأدوات، التي لها قيمة. والآن ماذا حدث؟ العلامات التجارية التي كانت تدفع في السابق الكثير من الأموال لأجل المضاربة-- كما تعلمون، الأسماء العامة في السوق الثانوي بدأت الآن عدم الإعلان تحت العلامة الخاصة بهم .com. ولكن تحت علامة الفيسبوك. ولذلك فإن توشيبا وتويوتا كانتا تعرضان تحت Facebook.com/Toyota. إذا ذهبت إلى مكاتب تويوتا وقلتم من ثلاث سنوات مضت، "سوف يتم إخضاع العلامات التجارية الخاصة بكم للشركة التي بدأت بثلاثة أطفال في غرفتهم،" فسوف يركلونكم في الخارج ويقولون أنكم مجانين. لكنهم فعلوا ذلك. ولذلك فالعلامات التجارية تطار دالحركات، على الفيسبوك.

بالمناسبة، من قبيل الصدفة، كان هذا الوقت ذاته الذي بيعت فيه gambling.com بـ2 مليون ونصف. لماذا 20 مليون منذ سنوات و2 مليون ونصف الآن؟ هل تغيرت القيمة الآن؟ هل توقفت عن توجيه الحركة؟ القيمة، تغيرت قيمة السوق الخاصة به.

ما حدث هنا هو ثورة. لقد بدأنا استخدام الإنترنت على الهاتف المحمول. فليس لدينا فقط الفيس بوك الذي بدأ في استخدام المرور، ولكن في عام 2011 -- في 2008، ظهر الأيفون. في عام 2011، ظهرت الحاجة إلى التطبيقات. فكما تعلمون، تريدون الحصول على -- شراء التطبيقات أو تحميل التطبيقات لتوجيهكم إلى أي موقع تريدون الذهاب إليه.

في عام 2011 كان هناك 10 مليار تطبيق تم تحميلها من آبل. في عام 2012 كان هناك 46 مليار تطبيق. لا يبدو صوت منحنى الهوكي هذا قريبا لما يحدث في الأيام الأولى على الإنترنت؟

كان شخص ما يقوم بالتنزيل. كان شخص ما يقوم باستخدامها. وبالمناسبة، متى كانت آخر مرة رأيتم فيها اسم النطاق عندما ضغطتم على التطبيق للذهاب إلى الموقع؟ حسناً.

حسناً، فالمجتمع الآن له قيمة. وقد تمكن الفيسبوك من الانتصار على جوجل في الشحن للدعاية والإعلان. إنها المرة الأولى.

المعلنين والعلامات التجارية التي كانت تطارد الحركة التجارية- في الفيسبوك تطارد المجتمعات، كانت على الفيسبوك تحاول تعقب عدد "الإعجاب" الذي حصلت عليه؟ بالتأكيد، حظيت بها، كما تعلمون، لا يهم كم عدد "المعجبين" لأنها أيضاً مثل مقل العيون. فهي لا تترجم إلى وحدات شراء. فقط لأنني عندما أضغ "يعجبني" على تويوتا فهذا لا يعني بالضرورة أنني في خلال ستة أشهر سوف أخرج وأشتري سيارة تويوتا. ومن ثم فالإعجاب وحده لا يعني شيئاً. فما الذي له قيمة؟ هل هي هذه المجتمعات التي يتم وضعها معاً من خلال -- رسم

أشخاص محددین في الذهن. لذلك الأسباب، على سبيل المثال. إذا كان لديكم مجتمع من الناس الذين يعشقون السيارات ويهتمون حقًا بالسيارات الكلاسيكية، ربما تتمكنون من العثور عليهم على الفيسبوك. ولكنهم يائسون.

ولكن، إذا كان لديك مجتمع، ألا تعتقدون أن المعلنين سوف يحبون ذلك؟ لأن هذا هو هدفهم. ومن المرجح أن شخصًا يرغب في استعادة السيارات الكلاسيكية، يتحدث عن هذا الموضوع، والذي لديه أصدقاء يقومون بذلك، إذا كان لديك شيئًا لتبيعه لتحصل على السيارات الكلاسيكية، والموجود في سوقك وليس شخص على الفيسبوك يتحدث عن مدى حبه للحيوانات. صحيح؟

فالمجتمع بحد ذاته ليس له أي قيمة. الذيلة قيمة -- الشريحة الثانية--هي نوع من المجتمع الذي يتمتع باتصالات متسقة وثابتة وموثوق بها.

أحد الأشياء التي فقدها الأشخاص على الفيسبوك هي الثقة. هل تتذكرون قضايا الخصوصية؟ لقد أغلقها الأشخاص. الأشخاص -- كما تعلمون، لدي الآلاف من الأصدقاء على الفيسبوك. كم منهم أعرفهم بالفعل؟ كم منهم أعرفهم، إذا قالوا، كما تعلمون، ادفع لي-- إذا دفعت لي فقط 5 دولار، فهل سوف أقوم بذلك؟ ليس لدي الثقة. وهذا ما نفتقده.

لذا، إذا كان باستطاعتكم جمع مجتمع من الناس معًا تتقون بهم ساعدتم في جمعهم ولديكم اتصال دائم معهم، فهذا يستحق ذهبًا بالنسبة للمعلنين، وبكل وضوح، لك أنت أيضًا، لأن هؤلاء من الأشخاص الذين ترغب في التحدث إليهم. إذا كنت من المتحمسين للسيارات، فلا ترغب في التحدث لشخص يرغب في تنسيق الحدائق.

الشريحة التالية.

أحد المفاهيم-- المفاهيم الأخرى التي نتحدث عنها هي التفرقة بين لماذا، وماذا وكيف. حسنًا؟

كم منكم لا يزال لديه أشرطة VHS؟ فأنتم الأكثرندرة. كم منكم لديه 8 مسارات؟ هل تتذكرون 8 مسارات؟ حسنًا. السبب هو أن هناك العديد من الطرق لتلبية الاحتياج. حسنًا-- عفواً. دعوني أرجع.

لماذا تعني لماذا تفعل ذلك؟ لماذا تريد ذلك؟ والاحتياجات التي لها علاقة بالاحتياجات الفعلية. الأشخاص تحتاج إلى عدم التغيير. فدائمًا لدينا حاجة لتحديد أنفسنا. فدائمًا لدينا حاجة للتواصل. فدائمًا لدينا حاجة لأن نخبر الآخرين وأنفسنا ونستمع. لذلك، على سبيل المثال، إذا وضعت شخصًا في الحبس الإنفرادي، فهذا واحد من أسوأ العقوبات. لأن الأشخاص لديهم الحاجة للتعبير عن أنفسهم، للتواصل. حسنًا؟ فالسؤال هو الوسيلة التي نستخدمها لتلبية هذه الاحتياجات.

في وسائل النقل نحن بحاجة لأن نذكر حاجتنا للتواصل. فهذا يعني أننا بحاجة إلى التحرك.

لقد تحركنا مع -- كما تعلمون، لدينا عربات. والآن لدينا طائرات. الوسائل تغيرت، ولكن الحاجة واحدة. فكر في محركات البحث والمواقع. فهذه هي كيف. أسماء النطاق هي الوسائل. والآن تستخدمون اسم النطاق لإنشاء صفحة ويب. ولكن كل هذه وسائل تلبية الحصول على نتيجة نهائية. أحتاج إلى أن أنشأ موقع لأخبر الناس بالمنتجات التي أبيعها، والخدمات التي أقدمها.

ولكن ربما يكون هناك طرق أخرى يمكن أن تلبية احتياجاتي. إذا كانت أفضل، وأسرع وأرخص فسوف أستخدمها.

الشريحة التالية.

لذلك، هل هناك وسائل أخرى يمكنها أن تجعل أسماء النطاق أقل أهمية؟ لقد تحدثت جون حول التصفح المباشر في مقابل البحث. إذا تذكرتم في الأيام الأولى للإنترنت، كان الأشخاص لديهم قائمة بالصفحات المفضلة على المتصفح ويمكنكم الاحتفاظ بذلك على قائمة المفضلة التي ترجعون إليها. كم منكم يستخدم بالفعل قائمة المفضلة؟ في مقابل البحث؟

فهو بحث الآن -- البحث الذي لا تكتب في شيء -- إذا كتبت CNN في البحث -- لا تكتبها .com، .co، أو .uk، فسوف تقدم لك قائمة توجهك لهذا الموقع. في السابق كانت تقدم لك خطأ 404. صحيح؟ لقد تطورت تقنيات البحث بحيث أنك لا تحتاج إلى تذكر نطاق TLD. الشريحة التالية.

لقد تحدثنا عن الهاتف النقال والإنترنت النقال واستخدام الهاتف النقال. أنظر كيف تغيرت الأشياء بعد أربع سنوات فقط. 2008-2012. ليس لدينا أعداد لعام 2013 بعد. ولكن بالفعل بين عامي 2010 و2012، لقد رأيت أكثر من ضعفي من الزيادة في كمية حركة التجارة، حركة الإنترنت التي تمر عبر الهاتف المحمول. و، إذا تذكرتم، لقد قلت لكم، عندما تستخدمون الإنترنت على الهاتف المحمول، فعلى الأرجح لن ترون اسم النطاق. فإنه من غير المحتمل أن تذهب وتكتب اسم نطاق كامل.

فقط لأن طريقة الإدخال جعلت من الأسهل لك عدم القيام بذلك. حسناً؟ الشريحة التالية.

ولذلك، إذا كانوا أقل وضوحًا وإذا كانت الأمور مثل التقنيات الجديدة، والتقنيات المدمرة، واحتياج الناس للأفضل، الأسرع والأرخص وغير ذلك، لا أريد أن أكتب وأتذكر المزيد من

العناوين، فهل سوف تجعل أسماء النطاق أقل فائدة؟ إن اسم النطاق هو أيضًا طريقة لتصفح الموقع، للصفحة، لبعض المعلومات.

رموز QR وضعت الآن قناع على اسم النطاق أو عنوان أي بي. لأنكم يمكنكم الذهاب ورأيتم المزيد والمزيد من رموز QR على المنتجات، أو حتى الفنادق، والكوبونات والصفقات. أنواع الأشياء التي اعتدتم مشاهدتها سواء في الصحف أو الطباعة من الإنترنت، يمكنك الضغط على رمز QR هنا، على الزجاجة. ويمكنكم العثور على كل شيء حول هذه الزجاجة، جميع المعلومات وغير ذلك. وكل ما تحتاج إليه هو أخذ هاتفك النقال والنقاط صورة، لأن الكاميرات تطورت، اضغظ عليها. وفي الوقت الحالي، بالمناسبة، لا ترون اسم نطاق بحجم واحد بت.

تذكروا ما تقوم به السجلات. إنها تقوم بحل الحركة التجارية. فما يحدث هنا هو حل شخص للحركة التجارية لذلك. هل يحصلون على أجر على اسم النطاق؟ الشريحة التالية.

وبالمناسبة هناك الكثير من الآخرين.

نحن نهدف إلى أن نكون صناعة تنظر إلينا وتكتشف جميع الأشكال المختلفة لأسماء النطاق وهكذا. في الوقت الحالي، أصبح العالم الخارجي مع الخدمات التخريبية التي تملأ ما لم تستع أسماء النطاق القيام به. على الفيسبوك على سبيل المثال، تم الاستفادة كثيرا من حقيقة أنه يمكن بسهولة إعطاء الفرد هوية. يمكنهم السماح للفرد بالتعبير عن نفسه بسهولة، والنشر. نفس الأمر مع تويتر.

ومن ثم فليدكم رموز شريطية الآن، رموز شريط ثلاثي الأبعاد يقوم بنفس الشيء كرمز استجابة سريع. لدينا رموز قصيرة، ورسائل نصية قصيرة. على سبيل المثال، في أفريقيبا، بالطريقة التي استخدم بها الإنترنت النقال في البداية بالرموز القصيرة، لإرسال واستقبال المدفوعات.

لديكم رموز جغرافية، والعديد من وسائل الإعلام الاجتماعية. فلم يعد هناك الفيسبوك فقط. ومن الواضح أن هناك Flickr، وmyspace والمزيد. واختصارات المواقع URL. ولأن، حيث أننا أضفنا المزيد -مع نمو الموقع، وحيث أننا أردنا توجيه التصفح لجزء من هذا الموقع، فأنتم لا ترغبون في روابط طويلة، هناك خدمات سمحت لكم لجعله مختصرًا جدًا وسريع وسهل التذكرة. وبالطبع، تطبيقات المحمول. الشريحة التالية.

لذلك قبل -- دعوني أتوقف. هل لديكم أية أسئلة أخرى؟ حسنًا. هل رأيتم هذا من قبل، بالمناسبة ، في أي صناعات أخرى؟ الشريحة التالية.

فقط في الفترة الزمنية التي أتحدث عنها، والتي هي في الـ10 سنوات الأخيرة، لقد جننا -- لقد أخذنا الأمر بشكل مسلم به بأن التغييرات المدمرة التي رأيناها قد غيرت الصناعات الأخرى.

نعود إذا، إذا أردت الحصول على كمبيوتر، أو لابتوب، غالي جدًا ونادر. بينما جاءت أجهزة الحاسوب بكميات كبيرة من الملحقات. عليكم جميعًا تنزيل البرمجيات الخاصة بكم وتنصيبها. وكانت مرتفعة الثمن جدا. الآن يمكنك الحصول على هاتف ذكي بسعر 100-199 دولار، لديه قدرة أكبر مما كان يقوم به حاسوبك في عام 2004. حسنًا؟ الشريحة التالية.

لقد تغيرت صناعة الأخبار بأكملها. وسابقًا، كنتم سوف تعرفون الأخبار العاجلة عن طريق جريدة الصباح.

الأحداث المثيرة للاهتمام، الأحداث الأخيرة في مصر، عندما أراد مرسى أن يصدر بيانه الأخير لم يتصل بمراسل السي إن إن. إنما ذكره على الفيسبوك. ذكر ما يريد أن يفعله وأوضح رأيه عن طريق الفيسبوك. لم نسمع بذلك من قبل. ولكن لأن الحقيقة أن هذا كان أسرع وأرخص لتقديم الأخبار وقد يكون لديكم أشخاص علنا لأرض يوصلون الأخبار الفورية، الآن، بدلا من الانتظار لعناوين صباح اليوم التالي، لديكم تويتر. الناس يتتبعون أخبار توتير لمشاهدة ما يحدث فورًا.

وقد تغير هذا بالكلية. يمكننا أن ننقل إلى الشريحة التالية. طبعت مجلة "النيوزويك" عددها الأخير بعد 79 عامًا. "النيوزويك" الذين حصل محرريها على جائزة بوليتزر، وهي رمز في وسائل الإعلام الأمريكية للصحفيين، توقفت عن نشر أخبارها عن طريق الأوراق المطبوعة. ومرة أخرى، إذا قلت لمحرري "النيوزويك" منذ ثمان سنوات مضت أنه كان هناك شركات قليلة مثل توتير والفيسبوك، فما كانوا ليصدقوك.

الشريحة التالية.

مرة أخرى، كانت الحاجة-- في هذه الحالة كانت صناعة نشر الكتب قد تغيرت. ولكن الحاجة لم تتغير. بقيت الحاجة للإبلاغ والتواصل والاستمتاع. لقد دفع باعة الكتب الصغار من قبل السلاسل الكبيرة. وتخلوا ما الذي حدث للسلاسل الكبيرة الآن؟ إنها تعلق. لماذا؟ لأن الأفضل والأسرع والأرخص. قد يكون لدي 20 كتاب وأحمل 20 كتاب معي على جهاز لوحي صغير

يكلفني الآن ما بين 100-199 دولار. ويمكنني العثور على نماذج. لا يمكنكم الذهاب إلى المكتبات واستخراج فصل من الكتاب. يمكنكم عمل ذلك على الإنترنت. يمكنكم الخروج وتحميل نموذج الشيء قبل شراؤه. حسناً؟ لقد تغيرت صناعة النشر بأكملها. الشريحة التالية.

لقد تغيرت صناعة الموسيقى. لماذا؟ بالرجوع إلى وضع اليوم، إذا أعجبتم أغنية، يمكنكم الذهاب وشراء ألبوم.

وهناك متاجر، كما تعلمون، يمكنكم الذهاب والاختيار من الألبوم. والآن كل ذلك، لقد ذهب كل ذلك. لا يوجد إعلام مادي. يمكنكم الآن وضع نماذج للأشياء، يمكنكم الإنشاء، يمكنكم مشاركة الموسيقى. وفي بعض الأحيان بشكل غير قانوني، للأسف. ولكن الحقيقة هي أن الإنترنت والتقنيات لتوزيع وتحميل الموسيقى قد غيرت بشكل كبير حظوظ الشركات التي طالما ضخت مبالغ كبيرة من الأموال لتحديد المواهب والسماح لها بالنشر.

الشريحة التالية. نفس الشيء بالنسبة لأشرطة الفيديو. كم منكم يتذكر Blockbuster أو متجر الفيديو المحلي والذهاب والحصول على شريط فيديو أو استئجار شريط فيديو؟ أين ذهبت هذه المتاجر الآن؟ ذهبت. في خلال بضع سنوات قليلة. لماذا؟ لأنك الآن تستطيع التحميل-- يمكنك الجلوس هنا ومشاهدة البرنامج على التلفزيون. يمكن للتلفزيون الخاص بك الآن عرض الأفلام التي تريدها. لست بحاجة إلى انتظار الأفلام. لست بحاجة إلى انتظار مشاهدة المسرح، إذا لم ترغب في ذلك. يمكنك عرض بث للأفلام بحسب الرغبة. وبالمناسبة، إذا أردت أن تأخذ قسطاً من الراحة، يمكنك توقيفه. وهو بالتالي الأفضل، والأسرع والأرخص ويمثل عملاً ناجحاً. الشريحة التالية.

إذا لماذا تكون لدينا هذه المناعة؟ لماذا في 10 سنوات لم يتم الكثير من التغيير. أم هل كان هناك تغيير؟ لذا قد أظهرنا لكم 250 مليون اسم نطاق فقط. وتبدو أنها تزيد. ولكن إذا سحبتم الأغذية ونظرتهم على الاتجاهات، هناك تغييرات تتم على قدم وساق في أي من الأسواق أو التقنيات التي استفادت من عيوبنا. ومن ثم فإن bit.ly و tinyURL استفادت من أوجه القصور لدينا للسماح للعميل أو السماح للمستخدم النهائي بالتصفح في URL القصيرة التي لا زالت في هيكل اسم نفس الملف. لأن، عندما بدأ الإنترنت لأول مرة كان عندما انتهى، كان هناك مستنقع من المحتوى على شبكة الإنترنت. لقد أعطت الفرصة لشخ لأن يقول، حسناً، يمكنني المساعدة في تنظيم ذلك كدليل أو كمحرك بحث. إذا كان الإنترنت منظم بالفعل، وجميع المحتوى بالضبط كما كان، لما كان لجوجل الفرصة التي أتاحت لها.

الحقيقة أن نجاح جوجل أعطى الفرصة لصناعة جديدة، محرك البحث الأمثل. هل عرفتم أي محرك بحث أفضل يرجع لسنة 1999؟ لا، هؤلاء الرجال استخدموا أدوات فعالة -- لا أدري إذا أردتم أن تسموا ذلك حماقة، خدعة، كما تعلمون، دمج محركات البحث لترفعكم لأن هذا أمر مهم.

ولكن، بشكل عام، فالإعلان لا يزال خارج المزامنة مع استخدام الإنترنت. المزيد والمزيد من الناس يخلون على الإنترنت بواسطة الهاتف المحمول، أو الجهاز اللوحي أو الكمبيوتر. كلهم متصلون. ولكن أموال الإعلانات ما تزال على وسائل الإعلام التلفزيونية المطبوعة. لماذا؟ لأنهم الصعب تحديد أن -- سوق المستهدف. يمكنك الحصول على صفحة للتعبيرات. يمكنك الحصول على مقل العيون. ولكن هل يمكنكم بالفعل تحديد الأشخاص الذين يرغبون في الحصول على جزء لسيارة جديدة؟ الشريحة التالية.

فالتأثير على نطاقات gTLD الجديدة. جون؟

شكراً أليكسا.

جون ماتسون:

قلنا أن ذلك تفاعلاً. إنه أكثر من رفع يديك. إذا، إذا كان لديكم أي أسئلة حول ما غطته أليكسا الآن -- قبل الانتقال للنقطة التالية، هل هناك أي أسئلة؟ نعرف أنكم مجموعة خجولة. أنا على يقين أن جميع محادثاتكم هادئة ومحترمة. حسناً.

نطاقات gTLD. وبالتالي فأحد الأشياء التي نرغب في الحصول عليها بسبب هذه المحادثة الأخيرة هي أن نحاول وضع نطاق gTLD الجديدة في سياق السوق الكامل.

في بعض الأحيان بسبب أن الأشخاص يتكلمون كثيراً حول نطاقات gTLD الجديدة، فتحصل مبالغت كما لو كان السوق كله. ولكنه ليس كذلك. ليس كذلك. إنه وجه واحد تم تقديمه للسوق الحي والحيوي كل يوم. هل هي شيء مهم؟ هل هي أكبر شيء سوف أشاهده في حياتي؟ ربما. ولكن كما قالت أليكسا، التغيير حتمي. وكنتم جميعاً جزء مهم في تقديم هذه الفرصة للتغيير. دعونا الآن نتحدث عن نطاقات gTLD. الشريحة التالية.

فما الذي يجري؟ تقليص الحواجز أمام المشاركة. إذا أردت نطاقات gTLD جديدة، إذا أردت TLD منذ عامين، لم أكن سوف أستطيع أن أجعل على واحدة. يمكنني الآن أن أتقدم بواحدة الحصول على واحدة. هذا يفسر بشكل أساسي خفض العوائق أمام الدخول. لاعيين جدد غير متوقعين. وكما قلت، العديد منا يتأمل من سوف يقوم بالتطبيق. وكما تعلمون، لا أعتقد أن

الجميع توقعوا ردود الأفعال والطلبات التي لدينا. المزيد من الاختيار للموردين والمستهلكين. في الأساس فهذا أحد القائدين خلف البرنامج كله. كيف يمكننا تقديم المزيد من الخيارات، بالمزيد من المنافسة؟ فنحن نرى ذلك بالتأكيد. الآن شاغلي الوظائف في الأسواق الذين يقومون بعملية التغيير يميلون إلى رد فعل أبطأ. لقد قفز شاغلي الوظائف في السوق بطريقة سريعة لتقديم القدرة وموارد المستخدم النهائي. ولكن حتى نرى كيف سيحقق شاغلي الوظائف النتائج في نهاية المطاف التغييرات في السوق. تاريخياً، على الرغم من أن، شاغلي الوظائف يميلون إلى التقليل من المنافسين المغرورين. نماذج عالية من المخاطر والمكافآت. كما تعلمون، أعتقد-- لا أعتقد أنني رأيت من قبل رأس مال استثماري في أي من اجتماعات ICANN قبل ثلاثة أو أربعة اجتماعات سابقة. فهم لن يفهموا أصلاً صناعة DNS. لماذا؟ إذا قمتم بتجميع جميع العائدات من جميع أسماء النطاقات المبيعة التي قد تبلغ 2 مليون دولار. لم تكن الصناعة التي قدم لها سوق رأس المال الكثير من الاهتمام. والآن بشكل مفاجئ، مم، قد توجد بعض الفرص هنا. منافسة وفرص. التكامل على طول سلسلة القيمة، سوف نتحدث أكثر عن ذلك بعد بضع دقائق. ولكن أحد الأشياء الكبرى التي تحتاج إلى فهمها، وتحتاج إلى أن تكون مرتاحاً معها هي أن رصيد اقوة سوف ينتقل لأن هذا ما يحدث دوماً. إنها ثورة طبيعية. وسوف نرى الأرباح وتحرك الهامش مع سلسلة القيمة مع الآثار المترتبة على نطاقات gTLD الجديدة. ونقول أن هذا النجاح الكبير يمكن أن يغير كل شيء. إذا كنتم تفكرون في كل هذه الطلبات، إذا قام واحد فقط بتلبية هذا الأمر بشكل صحيح، سوف يأتي الأتباع بسرعة إلى السوق. لذلك أعتقد أن هناك الكثير من الغموض حول ما سوف يحدث. الشريحة التالية.

فهذا ما نسميه التكديس. مرة أخرى، فأنا لا أتوقع منكم أن تقرؤوا ذلك كله ولكن لدينا هذه السلطة التنظيمية، والسجلات، وبائعون أسفل على هذا المستوى. ثم لدينا أصحاب العقود والمسجلين وبائعي التجزئة وخدمات الدعم. طبقات مواتية. ثم في النهاية حصلنا على المستخدمين النهائيين والمسجلين والمعلنين. إذا قلتم أين الأموال الكبيرة أين هي؟ هل الأموال الكبيرة في القاع؟ أو هل جميع الأموال في القمة؟ فهي في القمة. الإعلانات تقريباً-- حوالي 50 مليار تنفق في الإعلانات على الإنترنت وحوالي 50 مليار يجب أن تنفق إذا كان الوقت على الإنترنت في مقابل الوقت على وسائل الإعلام الأخرى المساوية للإعلانات. ومن ثم هناك أموال كثيرة ورأس مال في هذا النطاق العلوي. ولكن التحدي هو، كيف يمكنك الوصول إلى هذا الشريط العلوي؟ حسناً، يمكنك الحصول عليه من السجل، العقد، أمين السجل، وجميع الأشياء ذات الأهمية لما نتحدث عنه. ما كان لدينا قبل ذلك كان ما نسميه التموين المراقب والندرة المصطنعة. أعتذر أن هذا خارج الجانب. ولكن لدينا ما نسميه الندرة المصطنعة، ولذلك

ترون سوقًا ثانية. وكما قلنا من قبل، فالأشياء خارج الميزان بعض الشيء. مع برنامج gTLD الجديد، فسوف ترون بالتأكيد زيادة في توريد أسماء النطاق. توريد متزايد. لكن لدينا نهج غير مؤكد. فلننا متأكدين مما سوف يحدث. كما تعلمون، تكلمت أليكسا عن العديد من الأشياء التي كرت أن اسم النطاق قد لا يكون من الأهمية بمكان. إذا تم تغطية كل شيء، إذا تمتغطية كل شيء، حسنًا، لماذا أحتاج إلى اسم نطاق ذكي. ألا يمكنني فقط أن يكون لدي gobbledygook. أي شيء، ويحل هذا لي رمز الاستجابة السريعة، وأنا لست بحاجة لها؟ ما هو سعر هذه التقنية؟ ثم يكون المستقبل حيث نذهب سيكون هو الأسواق والسؤال المثير هو ما هي أوجه القصور والكفاءات الجديدة التي سوف تمكن برنامج gTLD الجديدة؟ وكيف سيتم تسوية التوريد والمخزون؟ التالي.

هذه هي الأرقام التي تعرفونها. 1900 طلب، 1400 سلاسل فريدة من نوعها، حوالي 100 طلب سحب تطوعي حتى الآن، بعضها سوف يفقد التقييم، وبعضها سوف يفقد مجموعة التنافس، وسوف يكون لدينا ما بين 1000 إلى 1200 من السلاسل الجديدة. هذا كثير. هذا كثير. هناك بعض الأشخاص الذين يظنون أن عشر سنوات من الآن سيكون لدينا 50,000 سلسلة. لا أعلم. أعلم أنه إذا تمت بعض هذه الأمور بنجاح فيمكنها تغيير الأشياء كما نعلمها، كيف يمكن إدارة وتشغيل TLD. حوالي 600 منهم سوف تصبح علامات تجارية. فرصة رائعة للعلامة التجارية لتستكشف ذلك. أذكر عندما كنت أقدم المشورة في منتصف التسعينات ظهر ذلك فيما يتعلق بالموقع ولم يكن هناك أي رغبة في التعاون مع الموقع. لماذا أحتاج إلى موقع؟ لماذا أحتاج إلى موقع؟ وسوف ننقل ونعلمهم، ونتكلم إلى مجموعة التسويق ونرحب بهم، قريبًا سوف تصبح جميع علامتكم التجارية على الإنترنت. وسوف يقولون لا، ليست كذلك. قل نعم، إنها كذلك. حسنًا، هل تستطيع إحدى العلامات التجارية الكبرى أن تأخذ بعين الاعتبار أي جزء من استراتيجيات التسويق بدون موقع إلكتروني؟ ماذا- ما السؤال الذي سوف نطرحه، إذا كنت تبحث عن السيطرة على وجودك على الإنترنت وعدم إخضاع نفسك لـ Facebook.com أو بعض الموردين الآخرين، لم لا يقدم لك TLD الخاص بك الفرصة، التحكم والمرونة؟ ولذلك إذا نجحت بالفعل بعض العلامات التجارية في كيفية استخدامهم للتقنية، فهل ستتحرك بعض العلامات التجارية الآن للمتابعة؟ لا أعلم. مرة أخرى، يرجى قراءة عبارة "الحكمة التقليدية" في أي عمل جديد، أي عمل ديد، لا علاقة له بالإنترنت، يخسر العمل 50%. وفي ثلاث سنوات يخسر 70، 75، 80%. فلماذا نعتقد أن صناعتنا سوف تكون محصنة أو بها أي اختلاف؟ لذا فنحن لا نقوم بالإشارة، سيكون هناك فشل ذريع لـ gTLD الجديدة والشركات الجديدة التي ترغب في الفشل. ولذلك كانت ICANN ذكية جدًا في

خلق حاجز وقائي قول، إن لدينا عملية حول كيف يمكن نقل السجلات لأنها قد لا تعمل، هذا السجل قد لا يعمل. برنامج مصمم بعناية ليسمح لقوى السوق بالعمل واختيار النجاح والاختفاق. الشريحة التالية.

لا يمكنكم مشاهدتها فدعوني أقرأها. لذلك إذا تذكرتم الكومة، لدينا مستخدم نهائي، ومسجل جميعهم مشتركين في السجل والتنظيم. ومنثم فقد جعلنا الأمر من اليسار إلى اليمين. فهذا هو المستخدم النهائي هنا ولديك تطبيقات ومنصات، ووسائل إعلام اجتماعي، وبحث، وخدمات ويب، وأمين السجل، وصاحب العقد، التسجيل، والمنظم. وهكذا وف نرى سلسلة المعلومات أو قيمة السلسلة لهذا السوق.

لذلك دعونا ننظر لبعض المشاركين. حسناً، نحن نعلم VeriSign، فهم السجل وصاحب العقد. أنتم تعلمون أن البعض هو مجرد صاحب العقد PIR. البعض يتقدم ليصبح صاحب العقد وأمين السجل والتكامل الرأسي. البعض لا يسعى بالفعل للتطبيق. لديك بعض السجلات، الرغبة في تحريك السوق وأن تصبح أمين سجل والتكامل الرأسي. لديك البعض من أمناء السجلات وترغب في تحريك السوق وأن تندمج في أعمال السوق. لديك لاعبين كثير، في السوق، يمكنهم الآن الحصول على الفرصة لتشغيل السجل. ولكن ما الذي لاحظتوه؟ من وجهة نظر عملية، ملاحظة مثيرة للاهتمام، أن هناك لاعب واحد حصل على الفرصة ليقوم همممم، لدي الفرصة للعمل تماماً بسلسلة خلال سلسلة القيمة بأكملها. يا لها من فرصة مذهلة لتقديم خدمات متكاملة سهلة الاستخدام للعالم. همممم. سيكون الأمر ممتعاً لمشاهدة كيف يعمل ذلك. الشريحة التالية.

أليكسا؟

شكراً. لذا فهناك نقاش كبير حول إذا كانت هذه الأشياء سوف تكون ناجحة أم لا؟ لا نعرف. ليس لدينا كرة بلورية. ولكن على الأقل يمكنك وضع بعض النتائج المحتملة. أفضل النتائج وأسوأ النتائج. وتصبح الحقيقة شيء في المنتصف.

أليكسا راد:

لذا دعونا نقول أسوأ نتيجة فهل هذه كانت تجربة مرعبة. أخفقت جميع نطاقات gTLD الجديدة بطريقة أو أخرى. لماذا؟! حسناً، ربما رفضهم السوق. كان هناك تقنيات-- أو منتجات جاءت بطريقة ما بعدتحرك السوق الخاص بهم. حسناً قد يكون هناك بعض البدائل الأخرى التي تلبى طلب أسماء النطاقات الجديدة التي توفرها أسماء النطاق الجديد والمعرفات المحتملة. البحث، رموز QR، وربما يكون هناك أشياء أخرى ليست لدينا في الأساس. لا ندري، لا ندري. وماذا

إذا جعلوا الأسماء لا صلة لها بالموضوع؟ لذا من ناحية أخرى، ما لا يمكنك رؤيته هو، ما إذا كان هناك على الأقل نجاحًا كبيرًا. وسوف أوضح لكم أن النجاح الأكبر لن يكون نموذج العمل الذي اعتدنا عليه. الأسماء التي لها قيمة، أقوم ببيع الأسماء، وهذا كل شيء.

لذا إذا كان هناك نجاحًا كبيرًا، فهذا عني --أنهم قاموا بشيء صحيح. لديهم شيء أفضل، وأسرع وأرخص. البعض لديه السعر - حق اقتراح القيمة، البعض يقوم بحق التوزيع. وماذا إذا كانت أسماء لا صلة لها بالموضوع؟ يعتمد السوق الكامل لأمين السجل على افتراض أن الناس سيدفعون حجر الزاوية من منازلهم. هوية منازلهم. الموقع الإلكتروني، الاستضافة، البريد الإلكتروني. يدفع الناس لذلك. ماذا إذا كان ذلك مجانًا؟ هل يمكننا فعلاً الذهاب إلى أسعار السلع الأساسية؟ الشريحة التالية.

هناك قانون يتم تطبيقه بصرف النظر عن التقنية، والمنتج. وهي تسمى منحى النشر. إنه قانون التنبؤ. هل أنتم على دراية بذلك؟ كم منكم لديه علم بذلك؟ رائع. فما نقوله في الأساس هو، إذا كنت التنبؤ، على سبيل المثال، سوا كنت تريد الوصول إلى هذه الكتلة الحرجة، والذي يريد أن يقوم به معظم السجلات، فأنت بحاجة إلى أن تحصل على 16% من السوق المستهدف الخاص بك. ولكن لاحظوا ما قلته. السوق المستهدف. عليكم فهم ما هو سوقكم وكيف يمكنكم معالجته. الحصول على 16% منه، الوصول إلى منحى الانعطاف وسوف تحصل على الكتلة الحرجة. إذا لم يكن الأمر كذلك، فستكون في أفضل أحوالك هارباً. لديك عدد قليل من المتبنيين والمبتكرين وبعد حين لا تأتي التجديدات الخاصة بك، الناس لا تستخدم TLD الخاص بك، ومحركات البحث لا تتعرف عليك وأنت تهرب من ذلك. الشريحة التالية.

ماذا عن الاعتماد؟ حسناً، إليك بعض التخمينات الملائمة. الوفرة، الوفرة الطائشة، تهدف أيضاً إلى تغيير المنظور الخاص بك، أليس كذلك؟ نحن نعتقد أن الاعتماد سوف يكون أقل مما كنا نتوقع. وهناك بعض الأسباب عن السبب. وليس لأنه لا يوجد هناك طلبات gTLD حماسية جديدة، ولكن لأن--فكر في المستخدم النهائي. سوف تستغرق الطلبات ومقدمي الطلبات وقتاً لمعرفة TLD بشكل موحد. بشكل موحد. السبب في أن الإنترنت تطبيق قاتل حتى يمكنني أن أسأل تطبيقاً من زامبيا إلى كندا بسهولة كما هو من واشنطن إلى باريس. فإذا لم يكن الأمر متفقاً، فالمستخدمين النهائيين لن يكونوا راضين. وسوف يكون هناك ارتباك، لم لا يتم ذلك؟ فهذا اسم نطاق، أليس كذلك؟ كان لدي اسم نطاق من قبل، وهو يعمل. كيف لم يستلموا بريدي الإلكتروني. سوف يكون أصغر لأجل-- سوف يكون أشد لنطاقات TLD الأصغر لإقناع مقدمي الطلبات للحصول على -- لقبولهم وبناء رمزهم حتى يقوم مرشح البريد الخاص بك

بترشيح الرسائل المزعجة. إذا كان لديك TLD يحتوي على 200 فقط، فما هي الفائدة من مرشح الرسائل المزعجة أو مقدم البريد الإلكتروني للتعرف على TLD الخاص بك بدلا من تقديم المعروف لك؟ التعليم متوفر-- حول التوافر والتمايز لنطاقات TLD الجديدة. لماذا هذا أكثر أهمية من ذلك؟ لماذا – ما الذي تعنيه بتأمين؟ ما الذي تعنيه بثقة؟ ما الذي تعنيه بمجتمع؟ هذا التعليم سوف يكون مكلفًا. إن اعتماد IDN لن يكون مماثلاً لـ ASCII. سوف يكون أكثر بطئًا. والسبب هو البريد الإلكتروني، وهو التطبيق القاتل، البريد الإلكتروني على نطاقات IDN لا يعمل بشكل موحد. فإذا كان لديك اسم نطاق يعمل ببساطة كمساعد على التصفح، كمؤشر، فلماذا تدفع ضعف أو ثلاثة أضعاف الثمن؟ حسنًا؟

ولذلك في الغالب-- في الغالب سوف يتم استخدامها كمؤشر للمواقع الموجودة. وما مدى احتمال استطاعة محركات البحث التقاطها إذا كان بإمكانهم فقط اختيار الموقع الحالي؟ الشريحة التالية. حسنًا. حسنًا التالي -- هل ثمة أسئلة أخرى؟ حسنًا. كان هناك الكثير من النشاط- استمر.

شكرًا جزيلاً. اسمي هو (يذكر اسمه). فأنا من الدنمارك. في حالة عمك قلتم، كما تعلمون، سيكون لديكم اثنين من البدائل، كما تعلمون، لن تنجح، سوف تفشل أو تحقق نجاحًا كبيرًا. يمكنكم القول أن هناك اتجاهين-- هناك تسجيل دفاعي والذي يمكن أن يطبق في الواقع الكثير من هذه الأمور، على الرغم من أن خطة العمل لديهم قد لا تكون الأفضل، حتى يحققوا بعض النجاح. على الجانب الآخر، يمكنكم القول بأن المصاعب التي تواجهونها في نظام gTLD، فمن الواضح أن محركات البحث سوف تصبح أكثر أهمية للاستخدام، حتى يمكنكم القول بأن حضوركم على الإنترنت قد يكون أقل أهمية فيكون لديكم هذين العنصرين المضادين لبعضهما البعض بدرجة ما ثم يمكنكم القول إلى أي مدى تخلت الشركات عن التسجيل على الإنترنت؟ يمكنكم القول بانهم أقاموا تسجيلًا بأقل سعر ولذلك-- إذا أقاموا بعض التسويق وأصبح معروفًا، ألن يحاولوا الاحتفاظ به، حتى ولو لم يكونوا يستخدموه؟ شكرًا.

<<

رائع. هذا سؤال من ثلاثة أجزاء. سأحاول الرد بسرعة. تذكر، أنها تعتمد على ما تسمونه نجاحًا. لذلك السجل -- إذا كان النجاح هو بيع أسماء النطاق، هذه رؤية قصيرة الأجل نسبيًا. لأن، ما لم يتم استخدام أسماء النطاق هذه، تستخدم بنشاط، هناك محتوى وراء ذلك، هل هناك

أليكسا راد:

شيء لصالح المستخدم النهائي والمسجل، ليس لديكم-- هذه أحد القضايا التي لا يقيم لها القانون السابق اعتباراً. وهي تخلق روح عمل جيدة لتشغيل مشروع تجاري جيد. حسناً؟

الجزء الثاني هو تذكر ما قلناه من قبل، أسماء النطاق هي مجرد علامات. كم علامة يمكن أن تكون لديك في الصندوق؟ العديد. حسناً؟ فماذا لو كان كل ما أريده هو اسم نطاق واحد غير مرغوب فيه. تطبيقي ورمز QR الخاص بي و-- ربما بعض العاملين الآخرين من خلال التقنية سوف يسيرون إلى ذلك. هل تفرق بالفعل إذا كان blog. في مقابل web. في مقابل .com؟ ربما، إذا كان بإمكانك أن تقدم لي حلاً أفضل، وتأميناً أفضل. ولكن ليس لأن الاسم متاح. لا يوجد للأسماء قيمة أكثر من ذلك. فقط لأنه اسم جيد، فهذا ليس له قيمة.

فهل هذا مفيد؟ حسناً. رائع.

وهناك الكثير من الأسئلة حول الأمن وإساءة المعاملة. فلننتقل إلى الشريحة التالية. هل سوف تقود gTLD الجديدة إلى المزيد من الإساءة في الإنترنت أم لا؟

حسناً، لا نعرف. ولكن ما نعرفه هو كيف يمكننا قياس ما إذا كانوا إذا لم يكن لديك معياراً اليوم؟ كيف يمكنني قياس ما إذا كان لديك حمى ومدى خطورة هذه الحمى إذا لم أكن على علم بأن المعيار هو 98.6، أن جميع البشر، بصرف النظر عن ثقافتك، عن سنك، وأين ولدت، 98.6 هو المعيار. وإذا كان لديك حمى بنسبة 99، قد تعيش. إذا كانت 104، فالأمر سيء للغاية.

فما قمنا به هو أننا استخدمنا هواء جيد، ومياه جيدة-- إذا كان الإنترنت هو أداة مساعدة، وليس ترفاً، إذا اتفقنا على ذلك، أنه أداة، يمكنك الاعتماد عليها، فهناك سبيل لقياس المدى - هناك طرق لقياس مدى الكفاءة، ومدى النظافة ومدى الأمان، ومدى إمكانية الاعتماد على الأداة؟ مؤشر جودة المياه. مؤشر جودة الهواء. وما يقومون به هو أنهم يقومون بقياس الملوثات أو الأجزاء بالمليون. لذلك فهذا ما فعلناه بشأن الإساءة. وكما قلنا، حسناً، هناك مؤشر لجودة مساحة الاسم. ونحن ننظر إلى نطاق الإساءة في الملايين من النطاق. ومن ثم، أساساً، فهذا يخلق التعادل -- لأن الجميع قاموا بالقياس بنفس المعيار. وكما قلنا، مثل نوعية الهواء، ونوعية المياه، إذا كان لديك أقل من 100 انتهاك في المليون، فأنت رائع.

على الصعيد الآخر، إذا كان لديك أكثر من 10.000، فهذه فئة محفوفة بالمخاطر.

فنسبة الاستخدام، أساساً، تقول أن أكثر من 1% من أسماء النطاق الخاصة بك بها نوع من إساءة الاستخدام. التصيد الاحتيالي، البرمجيات الخبيثة، البريد المزعج، الروبوتات.

حسنًا. الشريحة التالية.

ما هو تقييمك للإنترنت حاليًا؟ ما هو مدى الأمن الذي تتمتع به؟

حسنًا، إذا نظرت إلى الإنترنت و257 مليون اسم نطاق، حوالي، 61% -- نظرنا على أكثر من 300+ من نطاق TLD وجميع أسماء النطاق التي لديهم من يناير لهذا العام لنهاية 31 مايو، يندرج 61% تحت "توخي الحذر". 4% ستكون "ممتازة"

وبالتالي سوف يصبح الإنترنت بشكل عام "توخي الحذر" هل هذا يبدو صحيح حدسياً؟ حسنًا. الشريحة التالية. John.

جون ماتسون:

أنا الشخص المسؤول عن البيانات، ولهذا جئت. كما قالت أليسا، فنحن نجمع مصادر البيانات، وموجز البيانات من العديد من مقدمي الخدمة. ولذلك فإن أحد الأشياء التي ناقشناها هي أننا أردنا الحصول على وجهة نظر موضوعية لجودة الإنترنت. ومن ثم فهذه ليست بيانات-- أو البيانات التي نقدمها. هذه البيانات التي يجمعها أرتشيليلوس، على طبيعتها، ثم يقدم فيها تقرير.

فما ترونه هنا هو، من ديسمبر وحتى مايو، الاتجاه نحو كشف الإساءة الشامل. ولذلك، في أي وقت، يخبرنا النظام الخاص بنا أن هناك ما يقرب من 1 مليون اسم نطاق مدرجة في قوائم القفل وما إلى ذلك. وأنها من البريد المزعج، والتصيد، والبرمجيات الخبيثة. يمكنك أن تروا ذلك، بوضوح، خلال الخمس شهور الماضية، فالأحمر هي النطاقات الجديدة التي التقطتها هذه الخدمات. والأخضر هي أسماء النطاقات التي تمت إزالتها من قائمة القفل من خلال هذه الخدمات. وما رأيناه هو زيادة بنسبة 25% من إجمالي أسماء النطاقات.

مرة أخرى، ما نحاول القيام به هو توفير بيانات لفهم أين نحن؟ وهدفنا هو إنشاء حوار مجتمعي حول ما الذي يعنيه ذلك؟ كما أننا أيضًا نطلب تعليقًا ومناقشات حول المعلومات التي نقدمها.

الشريحة التالية.

وما قمنا به أيضًا هو أن جعلنا لجميع أسماء النطاق مكانًا في TLD. ثم ذهبنا وقلنا، حسنًا، لنأخذ جميع نطاقات TLD سواء كانت ccTLD أو gTLD، لديها أكثر من 100.000 نطاق-- وهذا يضيف إلى ما يقرب من 99% من النطاقات على الإنترنت- ومعرفة كيفية

أداؤهم. ومن ثم فهذه تصنيفات للانتهاكات لكل مليون من الفئات الأربعة التي تحدثنا عنها. وهكذا، إذا كان لدى TLD أقل من 100، فنقيمه بأنه رائع.

إذا كان لديه بين 100 والألف، نقيمه بأنه جيد.

إذا كان لديه بين الألف و10.000 نقيمه بأنه حذر. وإذا كان لدينا أكثر من 10.000 نقيمه بأنه مخاطرة.

وكما قالت أليكسا، فإن هدفنا هو محاولة إنشاء خط أساس.

وبالتأكيد، فهذا يطرح أسئلة. ويسعدنا أن نناقش مع الناس كيفية فهم توارده هذه المعلومات. وعندما يتم وضع أي تقييم، يوجد البعض في منطقة والبعض في منطقة أخرى.

وسوف نستمر في تقديم الملاحظات حيث أننا مع قيامنا بالتحليلات فماذا عن السعر؟ كيف يساهم السعر في ذلك؟ أو ماذا عن قيود التسجيل؟ كيف يساهم في ذلك؟ فسوف نقوم بالمزيد من التحليل حول هذه المعلومات. ولكننا نريد أن نقدم لكم على الأقل وجهة النظر.

أليكسا؟

شكرًا. الجزء الآخر من ---

أليكسا راد:

لحظة واحدة من فضلك أليكسا. أعلم أن الغرفة متاحة لنا حتى الساعة 11:00. ولذلك، إذا أردتم القيام بدورة مقبلة، يمكننا السماح ببدء الجلسة التالية. شكرًا.

الرئيس درايدين:

بالتأكيد. لم يتبق إلا شريحتين فقط. الشيء الآخر-- الذي توقعناه وبنينا مدخلات أسماء NameSentry بناء على خبرتنا في تشغيل وبدء نطاقات TLD وإدارة السجلات والتعامل مع هذه المشكلات. ولذلك بنيناها بتفكير أن الإساءة هي قضية وأنت تحتاج إلى، أ، تعقبها، وتحديدتها والكشف عنها. وكيف يمكنك بطريقة جيدة أن تكون قادرًا على تخفيف الانتهاك؟ لذلك فهناك بعض الضمانات التي نشرتها GAC بالفعل. الشريحة التالية.

أليكسا راد:

وبالتالي فإن ضمانات GAC، أساسًا، لها علاقة، بشكل كبير، أنت بحاجة إلى تنفيذ شيء ما. أنت بحاجة إلى المراقبة-- الشريحة التالية. أنت بحاجة إلى مراقبة مساحة اسمك. أنت بحاجة إلى أن تكون قادرًا على الكشف عندما يكون هناك شيء خطأ-- الشريحة التالية.

أنت بحاجة إلى أن تكون قادرًا على المراقبة عندما يكون هناك شيء خطأ. ثم تحتاج إلى أن تكون قادرًا على ملاحظة من يكون ومن تقع عليه المسؤولية ليقوم بشيء حيال ذلك. فأنت في الواقع بحاجة لأن يكون لديك بعض النتائج- إذا قام شخص بنشر البرمجيات الخبيثة، فأنت بحاجة إلى أن يكون لديك بعض النتائج لهذا الإخطار. إذا لم تتوقف، إذا لم تقم بتعليق اسم النطاق، فسوف نقوم بذلك لأجلك.

ومن ثم فإن NameSentry لا يقوم فقط بالحماية والمراقبة ولكن أيضًا يقوم بالتخفيف فيما يتعلق بإخطار أمين السجل، والمسجل، وغير ذلك، بما هي الإساءة بالضبط. أرجو أن يمكننا الانتقال للشريحة التالية. وقوم بأتمتة إجراءات الإخطار كاملة وإخبار أمين السجل باسم النطاق، وما هو عنوان الآي بي، أمين السجل، معلومات Whois، إذا كانت متاحة، حتى يمكننا في الواقع القيام بأعمال تصحيحية.

الشريحة التالية.

وأنها أيضًا تحتفظ بالمسار-- أحد الأمور المتعلقة بتخفيف الإساءة هي الإتساق. إذا كان لديك سياسة، يجب عليك أن تطبقها بشكل متسق، ليس لأنك تتحدث إلى جون وشخص آخر يتحدث إلى ماري. ولكنك بحاجة إلى تطبيق سياسة متسقة. ومن ثم فهي تنشئ أيضًا مراجعة للحسابات والوثائق.

فكانت وجهة نظرنا هي أن تظهر لك الأساس، لتشرح لك القليل عن المنهجية، لتتحدث إليك عن أهمية الضمانات. وينتهي الأمر.

شكرا لكم جميعا لهذا العرض المختصر. وأرجو أنه إذا كان لدى أعضاء GAC، أي أسئلة، قد يمكننا تمريرها لكم عقب مختصر اليوم، خاصة أنه لم يعد لدينا الكثير من الوقت كما كنا نأمل لهذا المختصر.

الرئيس درايدين:

لذا، أشكركم جميعًا. وربما يمكننا أن نعبر عن تقديرنا لأرتشيبيلوس.

[تصفيق]

معذرة، سيدتي. هل انتهى الاجتماع؟ تماما؟ ملاحظة واحدة فقط.

<<

سيدتي أعتقد أننا نرغب في أن نعبر نيابة عن الجميع عن تقديرنا العميق والخالص لكم، لنائب الرئيس، وللفريق لجهودكم المضيئة وعملكم الرائع. ونعتذر لكم أنه في بعض الأوقاتمارسنا ضغوطا عليكم، ولكن كان هذا قانون اللعبة. مرة أخرى أتوجه بجزيل الشكر إليكم. ويسرنا أن نستمر معكم في الاجتماع والاجتماعات القادمة وهلم جرا وهكذا دواليك. شكراً للجميع. وخاصة، للأشخاص الذين يعملون من وراء الكواليس، والمترجمين الفوريين الذين يسهلون علينا عملية التواصل مع بعضنا البعض. شكراً جزيلاً لك، سيدتي. وإذا غادرنا، إلى هنا وهناك، نتمنى لكم رحلة سعيدة.

[نهاية ملف الصوت]