

سان خوان - جلسات عبر المجتمع: الأمور التي تواجه مشغل سجل نطاقات المستوى الأعلى العامة الجديدة.  
الاثنين، 12 مارس/أذار 2018 - من الساعة 01:30 م إلى الساعة 03:00 م بتوقيت الأرجنتين  
ICANN61 | سان خوان | بورتوريكو

كورت بريترز:

أنا كيرت بريترز. أردت أن أتحدث، لذا، يمكنني الحديث عن هذا الفن، إلا أنا مشرف، ومن ثم، فسأعرض الفيديو أولاً لجذب اهتمام الجميع، لذا يرجى الجلوس في مقاعدكم.

لذا، كما تعرفون، لقد عملت مع ICANN لتسع سنوات وأنا الآن في جانب مشغلي السجل لخمسة. لذا، فقد رأيت الأمر من كلا الجانبين. وهناك اختلافات مدهشة، كما أعتقد، في التصور بين كل من جانب مشغل السجل وجميع الأشخاص في الجانب الآخر بخصوص الدوافع لدى المشغل وتعريف النجاح. ومن خلال العمل مع هؤلاء الأشخاص وآخرين، فقد تعلمت أن هناك العديد من التعريفات للنجاح، والنطاقات قيد الإدارة ليست أحدها.

لذا، ففي اللجنة اليوم، لدينا قطاع جيد من السجلات تمثل بالفعل جزءاً كبيراً من الصناعة. ومن ثم، فلدينا مجموعة من الجمعيات مثل الجمعية الوطنية لمجالس الصيدلة والجمعية الأمريكية للخدمات البنكية والتي كانت موجودة لمدة طويلة وبعدها ظهر نظام اسم النطاق مع أداة لمساعدتهم في الوصول إلى الأعضاء بطريقة جديدة. كذلك، لدينا مؤسسات جديدة مثل BERLIN، والتي توضح أنها مؤسسة وقد توجهت إلى حكومة برلين وقالت أنها تريد تمثيل الحكومة والمساعدة في عرضها لنفسها على نظام اسم النطاق. كذلك، لدينا بعض العلامات التجارية التي تؤدي إلى ما سوف يصبح بالفعل، كما أعتقد، تحولاً حتمياً، من اسم النطاق الحالي إلى النطاق الجديد الذي يمثل علامتهم التجارية. كما أن لدينا أشخاص لديهم شغف بالتأكيد مثل DESIGN أو ART، التي ترغب في التعامل مع المجتمعات الإبداعية. لذا، فهناك قدر كبير من نماذج الأعمال المختلفة. وكل منها لديه شغفه الخاص والتعريفات الخاصة بالنجاح، وهذا هو ما نتحدث عنه هنا. لذا، ربما لا يجب أن يكون مرجع ثقافتكم الشعبية هو جوني ميشيل. وربما يجب أن يكون، كما تعرفون، لقد ذهبنا إلى قمة الجبل وأرى الجانب الآخر.

ملاحظة: ما يلي هو ما تم الحصول عليه من تدوين ما ورد في ملف صوتي وتحويله إلى ملف كتابي نصي. ورغم أن تدوين النصوص يتمتع بدقة عالية، إلا أنه قد يكون في بعض الحالات غير مكتمل أو غير دقيق بسبب وجود مقاطع غير مسموعة وإجراء تصحيحات نحوية. وتنتشر هذه الملفات لتكون بمثابة مصادر مساعدة للملفات الصوتية الأصلية، ولكن لا ينبغي أن تعامل معاملة السجلات الرسمية.

لذا، لقد كنت أحاول اكتشاف، الطريقة الأفضل للحديث عن هذا وجعله نوعا من الحوار، وليس مجرد مجموعة من العروض. ولذا، ففي نموذج ICANN، سيكون لدينا حوار إلا أن لدينا أيضا 150 شريحة. لذا، فلدينا الكثير من النقر. لكني أعتقد أننا نريد أن نمر بنمط الحياة لسجل اسم النطاق. تعرفون، ماذا كانت الفكرة الكبيرة عندما بدأنا؟ ماذا كان تعريفكم للنجاح، وكما تعرفون، وماذا كانت نقطة التحول لاتخاذ قرار للقيام بهذا، وبعدها كيف تتقدم هذه الجهة الناشئة. بعد ذلك، تتعلق المجموعة الثانية من الأسئلة بالفعل بذلك، وبعدها، ماذا حدث؟ ما الذي فاجأكم؟ ماذا كانت المفاجآت الجيدة، والأخرى السيئة؟ ذا كان الجزء السهل الذكر فكرتم أنه قد يكون أصعب والعكس. بعد ذلك، في النهاية، سنتحدث عن بعض النتائج والتحقيقات. ويمكنك أن ترى التداخل فيما يتعلق بهذه الأسئلة. لذا، سنتناولها بطريقة ما. لكني سعيد بوجود الجميع هنا اليوم. لذا، بهذا، أود أن أقدم جيبي ليفاين من NABP، الاتحاد الوطني لمجالس الصيدلة. وهي تراقب عمليات السجل في سجل PHARMACY، وهي مبادرة من الاتحاد الوطني لمجالس الصيدلة. وهذه جمعية دولية مستقلة وحيادية تساعد أعضاءها ومجالس الأعضاء والاختصاصات لحماية الصحة العامة. وستقولين هذا بسلاسة أكبر بكثير مني، جيبي. كما أنها، بجانب السجل، مساهم رئيسي للوصول فيما يتعلق بالاحتيايل عبر الإنترنت، والأمور من هذا القبيل، وهي شريك رئيسي في أغراض وأسباب تواجد PHARMACY. جيبي؟

جيرترود ليفين:

شكرا يا كورت. كما ذكرتم، فإن رسالة الاتحاد الوطني لمجالس الصيدلة لحماية الصحة العامة. وعندما سمعتم عن نافذة الطلبات الجديدة في ICANN لنطاقات gTLD الجديدة، وقد أدركنا أن هذه فرصة لدعم هذه المهمة. وما الذي كان في ذهنكم عندما أصبحت مشغل السجل في PHARMACY. كان إنشاء مساحة آمنة عبر الإنترنت حيث يمكن للمستهلكين التأكد من أن الوصفات والخدمات والمعلومات التي يحصلون عليها عبر الإنترنت قانونية وآمنة.

كما يتم تنظيم مزاولة مهنة الصيدلة لحماية صحة المرضى بالأساس. مع ذلك، عند الاتصال بالإنترنت، تجدون عشرات الآلاف من المواقع الإلكترونية دون مبالغة التي تعمل بصورة غير قانونية وتبيع منتجات دون المستوى واحتيالية ومزيفة، بما يعرض

الصحة العامة للتهديدات. في هذا الصدد، ذكرت سلطات الإنفاذ أن الإنترنت هو أشهر الوسائل لوصول البضائع المزيفة إلى المستهلكين، وتقدر منظمة الصحة العالمية أن العدد بين 100,000 ومليون شخص يموتون سنويا بسبب استخدام العقاقير المزيفة.

لذا، فمن خلال تشغيل نطاق المستوى الأعلى العام. PHARMACY، كنطاق مستوى أعلى متحقق منه، فقد أنشأ الاتحاد الوطني لمجالس الصيدلة بيئة آمنة. وما أعنيه بنطاق المستوى الأعلى المتحقق منه هو أنه من أجل استخدام اسم النطاق. PHARMACY، يجب أن يظهر المشتركون أولا أنهم معتمدين بصورة مناسبة لصرف عقاقير الوصفة أو تقديم الخدمات والمعلومات المتعلقة بالقطاع. كما أنهم يعرضون أيضا الامتثال لكافة قوانين الصيدلة السارية في الاختصاصات القضائية التي توجد بها وفي مكان إقامة العملاء. وبمجرد إظهار الامتثال لمعايير اسجل، يتاح لهم استخدام اسم نطاق. PHARMACY، ويضاعف كختم اعتماد لا يمكن تزويره. وبخلاف الأختام والشعارات يمكن قطعها ولصقها في موقع إلكتروني، عندما ترون. PHARMACY. في اسم نطاق، كما تعرفون لقد حصلتم على الصفة الفعلية. وجدير بالذكر أيضا أن نطاق المستوى الأعلى. PHARMACY ليس لديه حوادث مخالفة على الإطلاق في سنوات عمله الثلاث.

كورت بريتنز:

شكرا جيجي. وهناك إحصاءات مهمة بالفعل ستردد حول هذا لاحقا. لكنني أعتقد أن جيجي قالت للتو برنامج دراية بخصوص نطاق المستوى الأعلى سينقذ الأرواح. لذا، أعتقد أن الأمر قد يكون جيدا.

التالي هو مات إمبرسيا. مات، أنا أعتبر مات وأسرته أصدقاء لي. وهو الرئيس والمدير التنفيذي في Second Gen، وهي إحدى المؤسسات الاستثمارية التابعة لمجموعة إمبرسيا والتي تعمل مع الإدارة الموهوبة بصورة موسعة. كما أن لديهم عدد كبير من الشركات. حسنا، سوف تسمعون عن هذا من مات، لكنهم يصنعون الدراجات البخارية إلى القوارب. كما أنهم يعملون مع شركات العملاء على تحقيق قيمة طويلة الأجل، وسيقدم ماك لكم بعض التفاصيل الإضافية وراء هذا.

مات إميرسيا:

شكرا يا كورت. لذا، تأسست شركتي منذ أكثر من 50 سنة، حيث كانت بالأساس شركة بث. وطوال هذه الفترة الزمنية، امتلكتنا وقمنا بتشغيل أكثر من 50 محطة تلفاز وراديو مختلفة في مختلف أنحاء الولايات المتحدة. إضافة إلى ذلك، حصلنا على حقوق البث للفرق الرياضية الرئيسية في الدوري مثل كليفلاند إنديانز، وفيلادلفيا إيجلز، وكليفلاند كاليفيرز، وقد ترتب على هذا إيمان لدينا بالخبرات التي نتمتع بها في الترخيص والشركات الاستراتيجية.

في 1996، بدأنا ملاحظة تحول في قطاع العمل، وبالتحديد مع بدء انتشار الشبكة العنكبوتية العالمية وجذب العملاء، وقد كان هذا منفذ بديل للعملاء للعثور على المعلومات التي كانوا يحصلون عليها عادة من محطات التلفاز والراديو. وفي 1996، وضعت هيئة الاتصالات الفيدرالية قانون الاتصالات الذي نظم بالفعل قيود الملية لحقوق البث، وبدأ بالفعل موجة من الدمج. وبحلول عام 2000، تحولنا قليلا إلى حقوق البث الخاصة بنا وكنا نتطلع لفرص جديدة. في هذا الصدد، لم ندخل في قطاع تصنيع الدراجات البخارية إلا أن شخصا اسمه راي فاسيت، والذي يعرفه الكثير منكم، تواصل معنا وأخبرنا عما يسمى ICANN والأمور التي تحمل اسم نطاقات المستوى الأعلى. وبينما بدأنا في النظر في الفرصة، أدركنا أن هناك الكثير من أوجه التشابه بين خلفية البث الخاصة بنا والترخيص والعمل من جهة تنظيمية مثل هيئة الاتصالات الفيدرالية (الولايات المتحدة الأمريكية) بالطريقة التي تقترحها ICANN لبدء نطاقات المستوى الأعلى.

لذا، في 2004، عندما تم الإعلان عن جولة نطاقات المستوى الأعلى، تقدمنا للحصول على نطاق JOBS. وكان هذا نطاق مستوى أعلى ممول سمح لنا بالنسبة لنطاق JOBS. بالعمل مع مؤسسة غير هادفة للربح تسمى جمعية إدارة الموارد البشرية بصفتها الممول لنا. كما أننا تشاركنا مع VeriSign بصفتها مشغل السجل النهائي لنطاق مستوى أعلى، وقد استمرت شراكتنا معهم من ذلك الحين.

وضع هذا بالنسبة لنا فكرة العمل مع مجتمعات محددة وقطاعات محددة، حيث بدأنا بعد جولة 2004، وعرفنا أنه ستكون هناك جولات لاحقة، وأنا بدأنا العمل لصالح الآخرين،

والنظر في شركاء آخرين يمكننا العمل معهم على تطوير نطاقات المستوى الأعلى المحددة لهذا القطاع. وكما تعرفون، كان هذا الوقت الذي تشاركنا فيه مع الاتحاد الوطني لمتخصص العقار وجمعية العقارات الكندية للعوامل المرتبطة بالعقارات، كما أننا عملنا مع المؤسسات الأخرى أيضا، مثل عيادة كليفلاند للتقدم لنطاق .MED. وفي نهاية المطاف، تقدمنا لثمانية نطاقات مستوى أعلى في جولة 2012، ولدينا اليوم الآن، بصفقتنا مشغل السجل إجمالي خمسة نطاقات مستوى أعلى وهي، .REALTOR، .JOBS، .MED، .CAREER، و .REALESTATE. وسوف أتحدث عن .REALTOR. أكثر لاحقا.

شكرا لك يا مات. ولقد خرجنا للشراب الليلية الماضية لبناء الفريق، وصدمني أننا نتحدث أن مؤسسة جي جي بدأت في 1904، وكان أحد مهامها كما تعرفون، مكافحة مخالفات الصيدلة. وقد بدأت مؤسسة مات العمل منذ 15 سنة. لذا، فالعديد من هذه المؤسسات تعمل عبر مهمتها وأهدافها وهنا يظهر نظام اسم النطاق بجل رائع لمشاكلها، أو موضوعاتها أو كيفية التقدم. لذا، فسنقوم بالانتقال الآن إلى شخص بدأ شركة من أجل الاستفادة من هذه الفرصة. وكما تعرفون، فإن ديرك هو المؤسس والمدير التنفيذي في .BERLIN و .HAMBURG، نطاقات المستوى الأعلى للمدينة. وهو أحد المطلقين لجولة نطاق gTLD جديد. كما بدأ هذا في 2000، العمل الذي بدأ، بالعودة في 2005. وهو يعمل حاليا في منصب نائب رئيس اتحاد نطاقات المستوى الأعلى الجغرافية، الذي تم تشكيله للدفاع عن مصالح نطاقات المستوى الأعلى. لذا، ديرك؟

كورت بريترز:

أجل، شكرا لك، كيرت. بدأت رحلتي بالعمل كمتخصص كيمياء حيوية حيث عملت لمدة 15 سنة في صناعة الصيدلة قبل أن يسعدني العمل في مجال الإنترنت وفي مجتمع ICANN. وكان هذا تحولا كاملا لعملي فضلا عن... إنه جهاز النقر. أجل.

ديرك كريشينووسكي:

[ ضحك ]

لذا، ظهرت فكرة أسماء نطاق المستوى الأعلى مثل BERLIN و HAMBURG. بالفعل من زيادة مساحات الأسماء على DE و COM. في أوائل الألفية الثالثة حيث كان لدينا 100 مليون من أسماء COM. وأكثر من 10 مليون من أسماء DE. وكان من الصعب العثور على شركة ووجود اسم نطاق قصير هناك. لذلك، بدأنا الانتقال إلى ICANN في 2005 إلى المنتدى العام هناك، وطلبنا من مجلس ICANN فتح جولة، للسماح لأسماء نطاق المستوى الأعلى، وبعدها، كان هناك أحد الوجهتين، سيكمل نطاق المستوى الأعلى لرمز البلد لأن هناك نطاقات منها صغيرة بها 20,000 ساكن ولماذا يجب ألا يوجد بالمدينة اسم نطاق المستوى الأعلى ومساحة الاسم الخاصة بها لمساحات الأسماء المزدهمة.

لذا، كانت هذه بعض التفاعلات، إلا أن فينت كرف الذي كان أول شخص نذهب إليه، مع المؤسس الشريك. كما أنه لم ير الفكرة لطيفة للغاية. لذا، فقد أجرينا مناقشات وكانت هناك أسئلة بخصوص هل ستكسر أسماء نطاق المستوى الأعلى أو أسماء نطاق المستوى الأعلى الجديدة القواعد أم أنها ستؤدي إلى بلقنة الإنترنت أم أن هناك طلب بالفعل على هذا؟ وقد تم إثبات كافة الأسئلة في هذا الوقت وكان علينا عرضها في المستقبل.

لذا، ديرك، هناك على اليسار؟ ما الذي فعله نظام اسم النطاق في هذا الرجل.

كورت بريتنز:

حسنًا، بالشعر القصير. وفينت رجل طويل بالفعل، إلا أن ألكسندر وأنا أطول بالفعل. لذا، كانت لدينا بالأساس فكرة BERLIN لتحقيق المصلحة العامة لأهالي برلين. ولست متأكدًا من الشريحة التالية، إلا أنه في المشروع الذي يمثل بالفعل إعادة توحيد برلين. كما أن برلين تناضل في نفس الوقت في جمع الشرق والغرب. وقد اعتقدنا أن نطاقات المستوى الأعلى أمر جيد لكافة المدن. كما أننا قارنا الفكرة بفكرة إنشاء متنزه جديد، متنزه مركزي جديد، متنزه رقمي، ومساحة مفتوحة وآمنة تكون منتشرة وشاملة. لذا، كانت فكرة المتنزه مطروحة. إلا أننا كان لدينا اقتباس من كينيدي واستخدمناه بطريقة

ديرك كريشينووسكي:

مثل لا تسأل برلين عما يمكن القيام به لكم ولكن اسألوا أنفسكم عما يمكنكم القيام به لبرلين. كان هذا من بين الدوافع.

لذا، كان التفاعل الأول لمدينة برلين هو إرسال طلب. لذا يجب أن نتوقف. بخلاف ذلك، سيكون مكلفا بالنسبة لكم. وقد قاموا بهذا مع طلب ثاني، أيضا. لذا لن نستجيب لهذا. بدلا من ذلك، شاركنا مع المجتمع، وبسرعة وخلال سنة واحدة، جرى التمويل الجماعي، كما يمكنكم القول. لم يكن هذا متاحا، هذه الكلمة في هذا الوقت، إلا أننا قمنا بالتمويل الجماعي في المجتمع، وعثرنا على أكثر من 100 من أصحاب المصلحة، والمساهمين، والممولين الذي دعموا المشروع، وكانت هذه خطوة كبيرة للتقدم نحو الاعتراف أيضا في حكومة برلين. وبعد ذلك بستينين في 2008، قال البرلمان الألماني نعم، ونحن نريد أسماء نطاق المستوى الأعلى الجغرافية للمقاطعات الاتحادية والمدن. كانت هذه خطوة أخرى للتقدم للاعتماد.

إذن الشريحة التالية. لكننا كان علينا الانتظار حتى 2014 عند إطلاقه. وسأعلق على هذا لاحقا، وقد مر علينا باول تومي ورود بكسترم وفادي شحاده والآن لدينا جوران ماربي، لذا كان هذا وقت الانتظار ونحن نجلس هنا لفترة طويلة. حسنا. شكرا.

أعتقد أن هذا نموذج مصغر من ICANN حيث، كما تعرفون، ذهب ديرك بنفسه إلى مدينة برلين، وتم رفض طلب قلب أن يسحب المجتمع بالكامل دعما للأمر ويحصل على الموافقة. لذا، كانت هذه قصة، كما أعتقد. كما أن كاريج شوارتز صديقي وزميل سابق لي. وهو أول مدير في برنامج gTLD الجديدة قد ترك ICANN وأصبح المدير العام لخدمات سجل نطاقات المستوى الأعلى المالية الذي ساعد في تأسيسها في 2011. تشغل نطاقات المستوى الأعلى المالية نطاقات المستوى الأعلى المتحقق منها . BANK and INSURANCE.. وكما قلت، فقبل ذلك، كان رئيس اتصال سجل نطاق المستوى الأعلى العام. روس، كان السابق لك. ولمدة خمس سنوات دعم أيضا، كما قلت، تطوير برنامج نطاقات المستوى الأعلى العامة. إذن كاريج، هل تود البدء؟

كورت بريترز:

كريغ شوارتز:

شكرا يا كورت. من الجيد أن نكون هنا ونرى العديد من الوجوه الودودة والمعتادة. وكما تعرفون، فقصتنا مماثلة قليلا لقصة جيبي و.PHARMACY. في الواقع، يسري كثير مما قالته علينا. فمن حيث الفكرة العامة، بصورة رجعية، قد تكون الشريحة لا تسري، ويجب أن يكون هناك رد على الفكرة الكبيرة. وما أعنيه بهذا أن فكرة ICANN الكبيرة كانت ترك كافة هذه النطاقات الجديدة وكان رد قطاع الخدمات المالية الأول هو التوقف، يرجى عدم القيام بهذا. لذا، فقد كان من الصعب للغاية على المستهلكين كذلك على البنوك وشركات التأمين. لكن، ما حدث بسرعة هو التفاهم الذي أردنا تطبيقه لضمان وحماية، لكن كان هناك أيضا الكثير من الفرص للابتكار وبناء شيء جديد في هذه المساحة التي لم تكن موجودة. ومرة أخرى، مثل .PHARMACY، نعمل كنطاق مستوى أعلى متحقق منه، حيث نضمن تلبية كافة المشتركين لمتطلبات الأهلية، سواء في وقت التسجيل أو خلال مسار عملية التسجيل. كما أن لدينا أيضا مجموعة من المتطلبات الأمنية التي سنتعرض لها باختصار.

أعتقد أن هناك معرفة عامة بأن شركات الخدمات المالية وعملائها مستهدفين للغاية عبر الإنترنت للمخالفات، وهذا هو سبب أن إنشاء هذا المجتمع يمكن أن يكون ميزة للقطاع والمجتمعات التي تشكل جزءا منه.

كانت هناك بالتأكيد مخاوف كبيرة من وصول نطاقات المستوى الأعلى هذه إلى الأيدي الخاطئة وانتشار المخالفات التي ستستمر، بما استدعى مرة أخرى طلبنا لهذه النطاقات. كما أننا ركزنا للغاية على الابتكار وما يمكننا القيام به بصورة مختلفة. لذا فقد كان الأمر كله حول خدمة وحماية قطاع الخدمات البنكية والتأمين.

لذا، فمثل ديرك في .BERLIN، وقد بدأنا تجميع أصحاب المصلحة في قطاع عملنا، هنا في الولايات المتحدة وبالخارج. الاتحاد العالمي لشركات التأمين، الاتحاد الدولي للخدمات البنكية.

لقد جمعنا هذه المجموعات معا بالإضافة إلى مجموعة من المستثمرين لتشكيل الشركة والحصول على دعم من طلباتنا إلى ICANN في 2012.

ولم يكن لدينا رحلة طويلة حيث كان على ديرك الانتظار لنطاق .BERLIN. لكننا كان لدينا 2012. وقد استغرق هذا عدة سنوات للمرور بعملية الطلب وحل الخلافات لأنه كان هناك طلبات أخرى. لكن، في النهاية، لقد حصلنا على اعتماد وبدأنا نطاقات المستوى الأعلى.

لذا، فما نقوم بالفعل في .BANK و .INSURANCE مختلفة عن أي نطاق مستوى أعلى آخر، وهناك عناصر اتحقق بالإضافة إلى متطلبات الأمن. وعندما قمنا بتجميع كل هؤلاء معا، لنقل .BANK و .INSURANCE تعمل كخاتم ثقة عبر الإنترنت، إذا كنت تعمل في هذه الصناعة. وهذه مصادقة واضحة على هوية الشركة. ونحن نسمع من المؤسسات البنكية على وجه التحديد طوال الوقت أن .BANK تساعدنا على إخبار قصة أمنية يمكن للعملاء فهمها. نرى .BANK. كما تعرفون أنك يمكنكم الثقة في موقع إلكتروني ينتهي في .BANK. أو بالنسبة للبنوك التي ابتعدت عن استخدام البريد الإلكتروني للحديث إلى العملاء بسبب كافة التصيد، فهم يبدوون أن في العودة إلى المساحة باستخدام البريد الإلكتروني كأداة للتواصل لأنهم يمكنهم القول بدرجة عالية من الثقة، إذا لم ينته في .BANK، فلا يمكنك فتح البريد الإلكتروني وهذا ليس بسببنا.

كما هو الحال في نطاقات المستوى الأعلى التي تفوض عددا من المتطلبات الأمنية سواء للمشاركين وأيضا أمناء السجل، فهذا عامل في تقادي التعرض للتهديدات الإلكترونية للمواقع الإلكترونية والبريد الإلكتروني. وبالنسبة لبعض المشاركين، كان الأمر يتعلق ببساطة باسم نطاق أفضل بكثير يمكنهم الحصول بعضها على بعض نطاقات المستوى الأعلى TLD الرائدة. لذا، فهي تتيح أسماء أكثر صلة وسهولة التذكر في كثير من الحالات، على الأقل في .BANK، أسماء نطاقات أقصر بكثير. وقد ترتب على هذا آلية لهم لتحسين العلامة التجارية وتميز منتجاتهم عن المنتجات الأخرى في سوق تنافسي، يتضمن الكثير من الدمج، بسبب عمليات الشراء والدمج، إلا أن الهوامش تستمر في الانخفاض لمعظم البنوك حول العالم.

لذا، هناك قيمة كبيرة في العلامة التجارية. وقد تم تلخيص كل هذا في الأمن. وهذا هو بالفعل ما ينجح لجهات التمويل وشركات التأمين.

كورت بريتز:

شكرا، كريغ. لقد كنت أجلس يوما في مكتبي. ودخل باول تومس وقال كيرت، أو كما تعرفون. مع ذلك، لا يمكنني تقليد كيفية حديثه. إن أمكنني ذلك، لن تفهموا ما أقوله. "كيرت، سيتم تقدير برنامج gTLD الجديد بالكامل من خلال من يحصلون على نطاقات ".BANK.

والموضوع السري هو عندما قمنا بمعايير المجتمع، فقد حافظنا على فحص ما إذا كان نطاق BANK سيتأهل كمجتمع. لكنه لن ينجح أبدا.

مع ذلك، فأحد النجاحات الرائعة التي حققها برنامج gTLD الجديد، هو في الواقع أن نطاق المستوى الأعلى المالي يعمل في ABA، وقطاع التأمين. وهذا نجاح للبرنامج.

سنبدأ في الانتقال إلى المجموعة الثانية من الأسئلة حيث نتحدث عن الشركة الناشئة إلا أن بعض الأمور حدثت بعد ذلك. وسيتولى جيسون لوير من NeuStar هذه المناقشة. وهو مدير أول مشاركة عملاء السجل في NeuStar. ويدعم هو وفريقه من مدراء الحسابات محفظة عملاء السجل المدارة من حوال 300 من نطاقات المستوى الأعلى تتضمن نطاقات المستوى الأعلى للعلامات التجارية والعامة.

كما تعرفون، تحدثنا بالفعل بخصوص هذا الموضوع. لكنها يجب أن تكون قصة إلى حد ما في NeuStar للانتقال من BIZ، والتي كانت بالفعل علامة تجارية جيدة، والتحول إلى هذا.

لذا، فنحن مهتمون بالسماع عن هذا. شكرا لك، جيسون.

جيسون لوير:

نشكرك يا كيرت. مرحبا بكم جميعا. اليوم، سأنتقل إليك من خلال بعض العوامل المحركة وراء الانتقال من BIZ إلى NEUSTAR، والحديث قليلا عما نقوم به، ومتى قمنا به، وكيف قمنا به، وماذا حدث عندما قمنا به.

هنا يمكنكم أن تروا العوامل المحركة الرئيسية والأسباب وراء الانتقال. لكن العامل الرئيسي بالنسبة كان هذا الأول: مساعدة العملاء في العثور على المحتوى بسهولة.

لقد كان من المهم بالنسبة لنا أن يتمكن عملاؤنا من الوصول عبر الإنترنت إلى المحتوى بصورة بسيطة وسهلة. وكما تعرفون، فنحن نفكر في الانتقال منذ فترة. فهي رحلة لمدة 4 سنوات حتى تتمكن من تنفيذ الانتقال. ولست هنا لإخباركم بأنه كان سهلاً. لم تكن كذلك.

وكما عرفنا، أيضاً أننا كان علينا الخيارات من الأعلى. ومن أجل القيام بهذا، كان علينا متابعة حملة تعليمية سواء داخلية أو خارجية لكافة أصحاب المصلحة لدينا من أجل نجاح هذا.

بمجرد حصولنا على الموافقة من ليزا هوك، مديرنا التنفيذي، عرفنا أننا كنا مستمرين. وسنحب أن نكون أول من يقوم بهذا الانتقال، إلا أن الحقيقة أننا لم نحصل على مساعدة بالفعل في ذلك. ويرجع ذلك إلى أننا كنا قادرين، عندما ذهبنا إلى ليزا وتحدثنا عن الأمر، أن نشير إلى بضعة علامات تجارية عالمية معروفة حققت القفزة بالفعل. وكان هذا بالفعل ما أنهى الصفقة بالنسبة لنا لتنفيذ المشروع وتشغيله وضمان النجاح.

لذا، فقد قمنا بالانتقال من [neustar.biz](http://neustar.biz) إلى [home.neustar](http://home.neustar)، إلا أن التوقيت نجح بالفعل بالنسبة لنا في بضعة أيام.

كان موقعنا يتعطل قليلاً، وكان من المفترض إجراء تحديث للموقع. وما كان يمكننا القيام به هو جمع الانتقال مع NEUSTAR مع تحليل شامل للمحتوى عبر الإنترنت لكل شيء كان لدينا على الإنترنت. وقد نجح هذا أيضاً لأننا تمكنا من القيام بالأمرين في نفس الوقت.

كجزء من هذا التحليل، ما وجدناه كان، كما تعرفون، خطوط المنتجات الرئيسية التي قمنا بإدارتها في NeuStar. لذا، NeuStar -- لا يمكن للجميع معرفة هذا. لكننا أكثر من مجرد سجل. ولدينا خمس خطوط منتجات رئيسية. فعندما كنا ننظر في كافة البيانات، وجدنا أن كل من خطوط المنتجات المميزة الخاصة بنا لديه مجموعات محتوى خاصة.

وليس جميعا مرتبطة بالفعل بكل منها الآخر بكل هذا التمام.

لذا، فما قمنا به كان أننا أنشأنا [home.neustar](http://home.neustar)، إلا أننا أنشأنا أيضا مواقع مصغرة لكل خط من خطوط المنتجات الرئيسية. لذا، يمكنك أن تروا هنا على سبيل المثال [security.neustar](http://security.neustar). وقد أخذنا البيانات التي قمنا بإنشائها وأنشأنا محتوى خاص بالأمن لهذا الموقع المصغر المحددة بطريقة مناسبة على تحسين محركات البحث.

وكافة المواقع لديها نفس الشكل والمظهر كما أنها جميعا تدرج نوعا ما من منظومة **NUESTAR** الجديدة هذه.

لذا، مع متابعة التحليل، وجدنا بضعة أمور أخرى كانت مثيرة للغباهة أيضا. وبينما كنا نحلل الطرق التي يتفاعل بها عملاؤنا مع الموقع، وجدنا أن العملاء كانوا يواجهون صعوبة في العثور على بعض المحتوى الذي كان لدينا هناك.

وقد توصلنا إلى هذا المفهوم عن التنقل المباشر. وبينما تابعنا هذا التحليل، وجدنا أنه من المفيد لنا خلق بعض المصطلحات. كما كان هناك حوالي 600 مصطلح قمنا بإنشائه وبطريقة ما يمكن لعملائنا الانتقال مباشرة إلى المحتوى الذي أرادوا بدلا من الحاجة إلى النقر في الموقع عدة مرات للتمكن من الحصول على الأخبار أو صفحة "اتصل بنا" أو ما شابه من الأمور.

هنا، يمكنكم رؤية مثال على ذلك. وقد أنشأنا [news.neustar](http://news.neustar). وهي إعادة توجيه تأخذكم إلى قسم الأخبار مباشرة. كما قمنا بإنشاء حوالي 600 أخرى من هذه أيضا.

الأمر الآخر الذي قمنا به كان أننا عندما كان عملاؤنا في الموقع، لم يتمكنوا من الانتقال بسهولة عبر الموقع. كما أنهم ليسوا بالضرورة متأكدين من أنهم ينظرون في موعد الوصول هناك. إلا أنهم عرفوا أنهم أرادوا المعرفة عن **NeuStar** أو معرفة شيء ما عن **NeuStar**.

لذا، فقد توصلنا إلى هذا المفهوم الخاص بإنشاء محرك البحث. يمكن أن تروا، لست متأكدا من أن الكثير من الزملاء لديهم هذا. فلديكم مربع بحث صغير في قمة المواقع الإلكترونية الخاصة بكم لا ينقر عليه أي أحد ولا يستخدم على الإطلاق.

لقد قمنا بإنشاء search.neustar جديد. وما نقوم به هو إنشاء تجربة بحث بالعلامات التجارية. لذا، فعندما ننتقل إلى search.neustar، وتنقرون فوق ما تريدون النقر فوقه للبحث، تحصلون على نتائج البحث التي تبدو ملائمة، فقط مثل أي تجربة بحث أخرى قمتم باستخدامها بالفعل. والفرق هنا هو أنها نتائج تخص NeuStar. فلا توجد معلومات تنافسية. ولا توجد إعلانات هنا لاستعراضها.

تعرفون أنكم في مكان آمن، وتحصلون بالضبط على نتائج تخص NeuStar. كما أن محرك البحث يسمح كافة مواقع NeuStar.

كان من بين الأمور الأخرى التي قمنا بها وكان مثيرا للغاية ورائعا للغاية كان جزءا من هذه الحملة التعليمية الداخلية والخارجية التي تحدثنا عنها قبل ذلك بوقت قصير.

لقد أخذنا بالفعل خطوة للانتقال إلى مختصر الموحد لمصادر المعلومات بالعلامات التجارية. لذا، بدلا من مجرد سلسلة حروف لا معنى لها لا تعني أي شيء لأي شخص، قمنا بالتحول إلى i.neustar. وهو سهل الاستخدام وسهل التذكر. وقد استخدمناه في كافة أعمال التسويق وكان طريقة لطرح الرسالة.

كان هناك شيء آخر يحدث بما يمثل تغييرا كبيرا بالنسبة لنا، وهو نقل كافة عناوين البريد الإلكتروني للعاملين لدينا إلى الموحد لمصادر المعلومات للعلامات التجارية الخاصة بنا أيضا.

وهنا يمكنكم أن تروا Jason.Loyer@team.neustar. وقد قمنا بحملة على المستوى الداخلي. كما أننا أرسلنا رسائل بريد إلكتروني وتأكدنا من أن كافة العاملين يفهمون ما يحدث. وهذا تحول مهم للغاية، وأعرف أن الكثير من الأشخاص مذعورين من القيام بهذا. وقد قمنا به. ولدينا بعض المشاكل الصغيرة طوال الطريق. ولكن بصورة عامة، فقد كان ناجحا. كما أننا حافظنا على عنوان البريد الإلكتروني السابق Jason.loyer@neustar.biz حتى كانت لدينا هذه النسخة الاحتياطية. وقد قدمنا لفريق الدعم أيضا عنوان البريد الإلكتروني الخاص بهم.

الأمر الآخر الذي قمنا به كجزء من الحملة التعليمية كان تجميع موقع يسمى hello.neustar. وقد قمنا بإنشاء hello.neustar كطريقة لأصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين للقدوم والزيارة والتعرف على، ليس فقط تطور العلامة التجارية في NeuStar، بل أيضا ما نمر به في السوق.

لذا، إذا كنا سننتقل إلى هذا الموقع، فهذه خلاصة وافية من المعلومات التي نتحدث عن الانتقال فضلا عما يحدث في قطاع العمل بصورة عامة.

شكرا لك، جيسون. وكان هذا جيد حقا. لقد تحدثنا إلى جيسون وكذلك توني كيرش قبل هذا. وهذا هو الدافع الرئيسي، كما أفهم، في تحسين الحياة للعملاء ولعملائكم. والطريقة التي أنشأنا به طرق مختلفة للحصول على المعلومات تبدوا مثل طريقة قوية بالفعل للقيام بهذا، بالإضافة إلى 600 مصطلح بحث غريب نوعا ما يمكنكم كتابته في هذا. وهذا أمر رائع.

كورت بريتز:

لذا، فقد انتقلنا بالكامل إلى المجموعة الثانية من الأسئلة حول ما قمنا به لاكتشاف موعد الإطلاق. ولذلك، فبالمثل، تستهدف DESIGN مجتمع إبداعي. ووراء الحصول على نطاق المستوى الأعلى الذي تريده، يتعلق الأمر بإطلاق والوصول إلى العملاء ومن ترغبون في خدمتهم.

أندرو هو مدير تطوير الأعمال في تصميم المستوى الأعلى وهو مشغل سجل DESIGN. أندرو.

شكرا يا كورت. إذن، نعم. سوف أتحدث عن، بوضوح، ما بعد الإطلاق ومجرد نوع مما وجدناه يعمل ومفاجأة لنا. لأنني لا أعتقد أننا سنفكر أبدا في أننا سنود أبدا التفكير في أن ننتقل إلى فيسبوك ونقتنعهم بأنهم في حاجة إلى facebook.design.

أندرو مريم:

الآن، لدينا 14 مثالا على العلامات التجارية، ويمكننا إقناع الآخرين. لكن أول ما طرح بالفعل كان القرارات الاستراتيجية على المستوى الداخلي في هذه الفرق. لذا، فهذا اقتباس رائع من فيسبوك، عندما أطلقنا هذا الموقع لأول مرة.

لذا، فقبل أن أقضي وقتي في القفز إلى هذا، أريد أن ألاحظ أن لدينا 70,000 نطاق تتم إدارتها في .DESIGNS. لذا، فبينما هذه النطاقات الأربعة عشر رائعة بالنسبة لنا ولقطاع العمل، فهناك بالفعل عشرات الآلاف من المستخدمين الأفراد الآخرين الذي حصلوا على أسماء نطاقات أفضل ستشكل بالفعل نجاحا لنطاق .DESIGN وبرنامج نطاق المستوى الأعلى الجديد ككل. وأعتقد أنه من غير العادل أن يكون للمجتمع هذا التوقع بأنه سيكون هناك استخدام للعلامات التجارية في أسماء النطاقات الجديدة والتسويق العالمي والحملات وما إلى ذلك. لذا، فعندما لم يحدث هذا على الإطلاق، كان لا بأس به. فما الذي تقوم بها نطاقات المستوى الأعلى بالفعل؟ لقد بدأت في الوصول ربما منذ تسعة شهور، ربما سنتين الآن. كان [airbnb.design](#) الأول. وأعتقد أننا تحولنا كثيرا في وادي السيليكون. لذا، ترون فيسبوك وأوبر وAirbnb، يمكنكم بالفعل فهم أن هذه الشركات تتنافس على نفس موهبة التصميم. وهم يريدون نفس مصممي UX، Dropbox وWechat وSlack تتنافس كلها على نفس الموهبة. لذا، فقد فصلناها لثلاثة أسباب لتشغيل الشركات لهذه المواقع. لكني أعتقد أن التوظيف بالفعل هو الأقوى لأنه سوق تنافسي.

لذا، فمواقع التوظيف صريحة كلها للغاية. وهذه هي كافة لقطات الشاشة التي سأمر عبرها بسرعة بالفعل. كما أن كافة الأجهزة مفتوحة. ويمكنكم التنقل معي.

فهي جميعا علامات تبويب مهن أو التحقق بالعمل معنا، كما يوجد في [uber.design](#) علامة تبويب الفريق. وهذا هو [booking.design](#).

تأتي [Telecom.design](#) من شركة Deutsche Telecom، الشركة الأم لشركة T-Mobile. وهم يجعلون فرقهم مستعدة بالفعل مع مقاطع الفيديو وملفات تعريف أعضاء الفريق الفردية. كما أن [Amazon.design](#) أحد أحدث ما عثرنا عليه. وهم

يبدوون فقط في بناء المحتوى هناك مع مقاطع الفيديو. وبوضوح، توجد علامة التويب "تقدم واعمل معنا" في الجانب.

لذا، يعد تسويق المحتوى دفعة كبيرة أخرى. وأعتقد أن معظم الناس يفهمون هذا المصطلح. وكثير منه مجرد محتوى من أجل المحتوى. فهي لا تدفع بالضرورة منتج أو خدمة، إلا أنها تتحدث بصورة عامة إلى الجمهور المستهدف أو نوع من العالم بصورة شاملة ومجرد نقطة تواصل أخرى لأي علامة.

لذا، أكثر ذكاء بكثير وربما لا يزال يهدف إلى التوظيف. ولكن [airbnb.design](#) لديها موقع رائع. وبالحديث معهم، فتلثي المحتوى سيأتي من خارج [Airbnb](#). لذا، فالفنانون ومصممو الأزياء والأثاث.

كما أن [Npr.design](#) هي بوضوح مدونة من هذا الفريق مع [NPR](#). وقد سمعت متحدثًا من فريق التصميم في [NPR](#). وقد أشار بصورة متكررة إلى "حسنًا. يمكننا التحقق من المزيد في مدونتنا [npr.design](#)". كما ذكر ذلك بضعة مرات في حديثه.

أعتقد أن [kohler.design](#) أحد الأمثلة الرائعة. لكنكم لن يمكنكم العثور على إشارة لحوض أو واجهة أو مرحاض في أي مكان في [kohler.design](#). فالأمر لا يتجاوز مجرد الحديث إلى وعن المهندسين المعماريين ومهندسي الأثاث.

[Medium.design](#). [Slack.design](#) هي مثال رائع لأن هذا يتبع [slack.engineering](#)، وهو نطاق مستوى أعلى آخر جديد من [Donuts](#)، كما أعتقد. لذا، كانت [DESIGN](#) الثانية في الخروج من الفريق. وهي تبين بوضوح فقط أن الفريق لديه رغبة في الحديث إلى النظراء الآخرين في العامة خارج، يمكنكم التخيل أنه سيكون من الصعب للغاية لهم وضع هذا المحتوى في موقعهم الرئيسي.

[Opentable.design](#). [Origami.design](#) مهمة بالفعل لأنها تأتي من فيس بوك. والأمر مجرد عبقرى شريز وهو فيس بوك. لأن [origami](#) هو تطبيق، وتطبيق نمذجة يستخدمونه داخليًا عند إصداره إلى العامة. لذا، يمكنكم التخيل نوعًا ما، أنه عندما يتقدم

الأشخاص للعمل في فيس بوك كمصممين، فهم بالفعل ملمون بأدوات تصميم فيس بوك لأنهم أتاحوه للعامة، وهو ذكي للغاية.

Automatic.design، بوضوح، الشركة وراء .Word Press وBLOG.

السبب الأخير أن هذه العلامات التجارية تقوم بهذا هو إدارة العلامة التجارية. لذا، فنوع إرشادات العلامة التجارية وشعاراتهم لتنزيلها جميعا في العام. مرة أخرى، أعتقد، إنشاء مجتمع مع المصممين.

Ant وDropbox.design. Atlast.design هي الشركة وراء علي بابا، وهي جزء من مجموعة علي بابا.

etrade.design قد تكون أفضل مثال على هذا. وقد تم إنشاؤه بالفعل.  
.Wechat.design

لذا، أريد التأكيد على سبب أنني أعتقد بحدوث هذا. يرجع الأمر، إن أخذنا فيس بوك كمثال، إلى أن facebook.design هو أفضل اسم نطاق لهذا الموقع.

لا يوجد اسم نطاق أفضل، نطاق المستوى الأعلى الجديد، نطاق المستوى الأعلى القديم وسيكون الأفضل لفريق تصميم فيس بوك من facebook.design. نعم. هذا مثير للغاية، ولا يمكننا أن نكون أسعد بشأن ذلك.

هذا مجرد نوع من الخطوة للخلف والنظر في نطاقات المستوى الأعلى. لذا، ففي نطاق gTLD الجديد، تشير إلى الأمور العامة فضلا عن نطاقات المستوى الأعلى القديمة. والتصميم رائع للغاية لأن المصممين الداخليين ومصممي المجوهرات ومصممي الإضاءة لديهم مجتمع يوجد فيه مصممو التخطيط والويب ومزيد من أنواع الأدوار الرقمية.

إذا نعم. وهذه مقدمة لنا.

كورت بريترز:

ذلك رائع حقاً. لدي تعليقان. وأحدها بالطبع في .ART، حيث توجد لدينا أدوار مماثلة. وأحد الأمثلة سيكون bofa.art، حيث، ذهبت إلى بنك أوف أمريكا ولا يمكن العثور على مصلحتهم في الفن أو المجموعات الفنية الخاصة بها على الإطلاق. ولم يتم دفعه بعمق. الآن، لديهم bofa.art، ويمكنهم عرض هذا بسهولة. ومن السهل حقاً العثور عليه. التعليق الثاني، هو بالفعل، عندما تحدثت إلى هؤلاء الأشخاص وعندما أقدم عروض أو أرى عروض الآخرين، فهم ينقرون مرارا وتكرارا عبر كافة هذه الأمثلة. انقر مرارا وتكرارا أكثر من الآخر، بقدر أمثلة اعتماد نطاقات المستوى الأعلى وكيفية حصول هذه الجهات عليها.

لذا، أود تقديم التالي، مارتن سوتون. مارتن --

أندرو مريم:

عذرا. وأنا أتطفل تماما على مارتن.

فلدي نوع من العرض الموجز في كتاب قليلا حول العلامات التجارية التي تستخدم .DESIGN. وقد يحملون هذا عبر الدولة، لذا، نود تقديم ذلك إلى شخص يرغب في أحدها بعد ذلك. لذا يرجى العثور علي.

كورت بريترز:

حسنا. ماذا كان اسمك مرة أخرى؟

أنا مارتن سوتن وأنا رئيس مجموعة سجل العلامات. والعلامات التجارية كمجموعة -- انطباعي عنها أنهم جميعا منشغلين بتشغيل أعمالهم. ولذا، من الجيد أن لدينا مارتن هنا، يمثل العديد منهم. وقد كان متقدم في نطاق gTLD جديد يعمل لصالح HSBC. وهو يعمل حاليا في منصب المدير التنفيذي في مجموعة سجل العلامات التجارية، والذي يمثل مجموعة من المؤسسات التي تعمل معا لريادة استخدام نطاقات المستوى الأعلى. لذا، لأخذ ما قاله جيسون حول علامة .NEUSTAR للنتيجة المنطقية، فسوضح لنا مارتن.

مارتن سوتون:

شكرا. كما ذكرت، فإن الشركات التي اشترت سجلاتها الخاصة بها، كانت هناك وفرة منها. لكن، من حيث الأنشطة الرئيسية، فتشغيل سجل ليس الأمر بالتحديد. لذا، فهذا هو سبب أننا لا نرى أن العديد في اجتماعات ICANN يعجبه هذا.

وإذا كنا هنا، فهناك في بعض الأحيان توجد قيود من حيث سياسات التواصل للحديث عنها في المنتديات العامة. لذا، بناء على ذلك، فقد فهمتم ما أقول.

وسأستعرض معكم فحسب بضعة أمثلة توضح لكم مختلف أنواع النشر التي كانت لدي هنا. فلدينا هنا شركة هندسية مقرها في اسكتلندا. وهذه بالفعل مؤسسة تقدم خدمات للشركات على المستوى العالمي.

لذا، فقد استغلت Weir الفرصة، عند فتح جولات نطاق gTLD الجديد، لإعادة تطوير التواجد عبر الإنترنت وإطلاق نطاق المستوى الأعلى الخاص بها. WEIR. وكان هذا يدعم الوجود عبر الإنترنت. لذا، فقد كانت Weir قادرة على تبسيط المساحة الرقمية الخاصة بها، وإنشاء نقطة وصول فردية موحدة لكافة المنتجات والخدمات التي تقدمها فضلا عن المراسلات عبر البريد الإلكتروني، مثل ما نراه في NEUSTAR.

لذا، فلدينا مرونة تهيئة المساحة بسهولة، لأن مطوري الأنشطة، مع تغييرهم، ومع النمو. لذا، فلديهم سيطرة جيدة على المساحة.

لدينا هنا مثال على الخدمات المالية. والآن، هناك بضعة بنوك تستخدم بكفاءة نطاقات المستوى الأعلى، مع الاستفادة من الأمن والسيطرة الإضافيين المقدمة من تشغيل نطاق المستوى الأعلى. وهم يقومون بالضرورة بعملية شاملة. فعند الحديث عن العلامات التجارية، فهم يعملون من جذر الإنترنت عبر التسليم إلى مستخدمي الإنترنت.

لذا، تعني السيطرة، بالإضافة إلى بعض الضوابط التي سمعنا عنها عبر الصيدلة والبنوك، على سبيل المثال، أن هناك مناطق رائعة لا نرى فيها حدوث أي مخالفة.

لذا، فمن أمثلة ذلك BARCLAYS وBARCLAYCARD. وكان تركيزها على تحسين تجربة المستخدم ومنح مستخدمي الإنترنت مزيد من الثقة باستخدام الخدمات عبر الإنترنت والمراسلات.

لذا، فمع الإرشادات الفعالة المقدمة إلى المستخدمين عبر الإنترنت، تمت إدارتها لإعادة التوجيه السلس لقاعدة العملاء لاستخدام نطاق المستوى الأعلى الجديد مع اعتماد قوي للمستخدم. لذا، فقد تم التعامل مع هذه التحديات. وقد تم إنجاز هذا بصورة إيجابية لترحيل المستخدمين بسهولة إلى المساحات الجديدة عبر الإنترنت.

يمثل BNP Paribas، بنك فرنسي، نطاق مستوى أعلى آخر، قام بالترحيل السريع للبيانات العملاء إلى [mabanque.bnpparibas](http://mabanque.bnpparibas) مع أحجام مرور يومية مرتفعة مرتبطة بالخدمات البنكية عبر الإنترنت.

لذا، فبالنسبة لمستخدمي الإنترنت، هناك طرق رائعة لهم للتعلم بالفعل والمعرفة ووجود ثقة في العلامات التجارية التي تستخدمها.

بالنسبة لباركليز، يتعلق الأمر أكثر بالتكامل التدريجي. لذا، فبينما يدفعون المنتجات والخدمات الجديدة ويعيدون تجديد المخزون القديم من التواجد الرقمي، فهم يستغلون الفرصة لتحويل هذا إلى مساحات نطاق المستوى الأعلى. مع ذلك، ففي كافة الحالات، يكون للعلامات التجارية التي تم تفعيلها مطلق الحرية والمرونة في استخدام النطاقات ذات الصلة في السياق والبيئية لمستخدمي الإنترنت، وهو بوضوح شيء معروض في NEUSTAR. هناك، مع محاولة التأكد من أن التنقل بأقصى قدر ممكن من البساطة للمستخدمين وهم يرون ويعثرون على ما يقصد البحث عنه بالفعل.

وهنا، بالنسبة للنموذجين المختلفين، لذا، فباركليز أقرب إلى نموذج شركة إلى العميل مقابل شركة إلى شركة، والتي رأيناها في Weir، ومن ثم، توجد أولويات مختلفة دفعت إلى إطلاق السجلات وتفعيلها. لكن، بصورة واضحة، فهم يشاركون نفس الجانب من حيث أن كلاهما موجه بالعرض. فهي ليست موجهة بالإيرادات.

نرى ما هو أكثر بكثير من مجرد تفعيل امتدادات النطاقات الخاصة بهم. وكل شهر، هناك فقط أمثلة يتم تجميعها في [makeway.world](http://makeway.world)، والأماكن الأخرى التي يحاولون تتبع التفعيل لامتدادات النطاقات الخاصة بها.

يقدم لكم هذا عرضا سريعا خلال آخر بضعة شهور فقط، حيث نرى الكثير من الأنشطة الجديدة ضمن سجلات النطاقات.

الآن، فهذا عادة شيء ما، إذا لم تكن عميلا لهذه النطاقات أو تبحث عن المنتجات والخدمات لعلامات تجارية محددة، فمن غير المحتمل أن تمر بها. لذا، فهذا هو سبب أهمية محاولة التأكد من أن المجتمع يرغب في معرفتكم بأن هناك الكثير من الأنشطة التي تجري بالرغم حتى من عدم إمكانية رؤيتها بالفعل.

وراء ذلك، هناك جانب لا يمكن رؤيته دائما. لذا، فاستخدام نظام اسم النطاق لا يعني موقع إلكتروني. فهناك قنوات للتواصل عبر البريد الإلكتروني. وهناك استخدام نظام اسم النطاق بطرق للمشاريع الداخلية وحالات الاستخدام التي لن تكن مرئية لنا بسهولة.

لذا، أعتقد، فقط للانتهاء من هذه المجموعة، فالأمر مثير للغاية، والآن نرى الكثير من التفعيل، فهذه العلامات تتحدث إلى كل منها الآخر عن خبراتها لمساعدة الآخرين على الإطلاق الفعال بطريقة تناسب أنشطتها واستراتيجيتها المستقبلية. لذا، فهذا جانب رائع للنظر فيه هذه الأيام.

ونرى هذا من مجموعة سجل العلامات. فنحن نجمع المعلومات فيما يتعلق بحالات الاستخدام ومشاركة بعض الدروس المستفادة من بعض الأعضاء لدينا.

شكرا، مارتين. ومع عودة آلة النقر إلى جيبي، أردت فقط أن اشير على أن الأشخاص في طرفي من الطاولة يتجاوزون كافة الفترات الزمنية المحددة لهم. وأنتم يا رفاق على الجانب الآخر تخالفون نوعا ما في الجولة الثانية من المحادثات.

كورت بريتز:

إذن، جيبي، ماذا حدث؟

حسنا، أود فقط الحديث عن بعض حالات النجاح التي شهدتها. PHARMACY منذ الإطلاق.

جيرترود ليفين:

أولاً، لدينا موافقة من شركات على قائمة فورتشن 500. ولدينا ثمانية شركات على قائمة فورتشن 500 التي سجلت واحدا على الأقل. وقد ظهر اسم نطاق PHARMACY منذ 2015. وتتضمن هذه CVS و Albertsons و Express-Scripts و Humana و Kroger و Merck و Rite Aid و Target.

ولدينا جذب محلي رائع بالفعل مع 50% من الصيدليات المرخصة في الولايات المتحدة تستخدم مواقع ويب بامتداد PHARMACY.

للتوضيح، ما أعنيه أن أحد نطاقات PHARMACY، على سبيل المثال cvs.pharmacy، قد تقدم الوصفات أو تقبل طلبات الوصفات الطبية نيابة عن الآلاف من مخازن CVS.

لذا، فإن المشتركين في نطاق PHARMACY الذين لدينا يمثلون عدد كبير واسع من متاجر الصيدليات.

وبينما لدينا جذب رائع في الولايات المتحدة، أود التأكيد على أن PHARMACY هي مبادرة عالمية. فنحن نعمل مع الجهات التنظيمية في الدول الأخرى لضمان بيانات الاعتماد والأهلية من هذه الدول. وتتضمن هذه بريطانيا العظمى وأستراليا وهونج كونج وكندا وأيرلندا وإسبانيا. ونحن في مراسلات مع الجهات التنظيمية في الدول الأخرى لتأسيس علاقات عمل معهم أيضا.

كذلك، فنحن نعمل أيضا مع العديد من الشركات المشاركة في جهود تفادي المخاطر الخاصة بهم. على سبيل المثال، جوجل وبينج وياهو وتويتر جميعها تستخدم PHARMACY كطريقة للتحقق من أن الإعلانات متوافقة وقانونية. كما تقر فيزا أيضا بالتحقق في PHARMACY على أنه يلبي متطلبات المشترين من الصيدلية الذين يستخدمون معاملات بطاقات الائتمان عبر الإنترنت.

لذا، فقد كنا مثيرين بالفعل في ديسمبر عندما تجاوزنا 500 اسم نطاق تحت الإدارة. وربما يبدو مثل رقم غير كبير، ولكنه تذكرنا أننا نعمل مع مجموعة محدودة من

المشاركين المؤهلين. كذلك، تذكروا أن هناك 500 نطاق يمثلون آلاف متاجر الصيدلة والجهات الأخرى ذات الصلة.

حسنا، لذا، عندما كنا نتحدث في السابق، كما تعرفون، رأيت هذه الشريحة، وأنا أقول "لست متأكدا من أننا نريد عرض هذه الشريحة. وهذا لا يبدو جيدا للغاية، وبعدها، قلت حسنا لقد وضعنا متوسط 50% في الشريحة السابقة؟" وبعدها، أخبرتنا جيبي، حسنا، تغطي الـ 500 تسجيل 50% من كافة الصيدليات في الولايات المتحدة. ولذا، أعتقد أن أندرو كان يلهث. وقال "يا إلهي! لم أفكر أبدا في أي شر كهذا." لذا، فهذا عرض واضح لكيفية عدم كون النطاقات قيد الإدارة مقياسا للنجاح. عذرا. تفضل.

كورت بريترز:

لا بأس.

جيرترود ليفين:

لقد حصلت على 30 ثانية.

كورت بريترز:

حسنا.

جيرترود ليفين:

ولدينا زيادة بنسبة 92% في 2017. لذا، مرة أخرى، فنحن نتناول الأمر.

وهذه الشرائح العديدة التالية تقدم فقط نموذج لنطاقات PHARMACY قيد الاستخدام. كما قد تتوقعون، فإن أغلبية تسجيلات PHARMACY تكون للصيدليات، لكننا لدينا أيضا مشتركين يمثلون أطباء بيطريين وجمعيات دفاع عن العملاء وصيدليات متخصصة وسلطات رقابية ومنشآت طبية وبالأساس كامل جوانب مجتمع الصيدلة.

لذا، في النهاية، ما يود الاتحاد الوطني لمجالس الصيدلة هو الاعتماد الموسع لنطاق PHARMACY عبر قطاع الصيدلة كعلامة على المصداقية وأمن المستهلك. كما أن الصيدليات والصناعات ذات الصلة ستؤكد PHARMACY كطريقة للخروج من مجموعة المواقع الاحتيالية التي تعرض صحة المرضى للخطر. وفي النهاية، تساهم PHARMACY في أمان الإنترنت.

كورت بريتز:

رائع.

ماتيو، ماذا حدث في اجتماع REALTOR؟

مات إمبرسيا:

شكرا يا كورت.

لذا، فقد أطلقنا REALTOR في أكتوبر 2016. ويتوفر REALTOR فقط لواحد ونصف مليون، أو ما شابه من أعضاء، الاتحاد الوطني للعقاريين والاتحاد العقاري الكندي. ويكون من حق كل عضو الحصول على نطاق مجاني للسنة الأولى، وبعدها يتم الدفع مقابل التجديد.

لقد وجدنا أن هناك نجاح هائل في الإطلاق. فخلال أول أسبوعين، كان لدينا أكثر من 80,000 نطاق مسجل. ويوجد الكثير من الإثارة بخصوص إطلاق REALTOR، إلا أننا تعلمنا الكثير خلال هذه السنوات. وأحد الأمور الأولى التي تعلمناها كان أننا كنا في حاجة بالفعل لبناء علامة تجارية تميزنا، كما أن REALTOR من الاتحاد الوطني للعقاريين وكذلك بعض الشركاء الآخرين، مثل Realtor.com. وسيسألنا الناس، لأن الأعضاء متحيرين. فهم سيقولون "هل هناك أفراد من الاتحاد الوطني للعقاريين؟ وهل هؤلاء الأفراد من Realtor.com؟" لذا، فأحد الأمور التي تعلمناها كان إنشاء الهوية المرئية الخاصة بنا، والشعارات والعلامات التجارية، التي ستستمر تتيح لنا التواصل مع Realtor وهي علامة تجارية بتاريخ مائة عام وتم تقييمها بمبلغ يزيد عن

5 مليارات دولار، فضلا عن إنشاء اتحاد مع علامة Realtor ولكن مع تمييز أنفسنا كأداة عبر الإنترنت للوسطاء العقاريين لتنمية أعمالهم.

أمر آخر، بوضوح، قمنا به، بها النجاح، كما تعرفون، لا نزال نريد متابعة نمو النجاح للتسجيلات، ولأن التجديدات كانت مهمة للغاية بالنسبة لنا، كما اردنا تشجيع الاستخدام والاعتماد. لذا، فهذه أمثلة على بعض الحملات عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي التي تمت الاستفادة منها لتشجيع وضع النطاق في .REALTOR. وقد أرسلنا بطاقات بريدية إلى الأعضاء لأنهم إما طالبوا بنطاقهم أو التحقوا بالعمل في المؤسسة أو عن طريق تذكيرهم بأنهم مؤهلون لنطاق .REALTOR.

كما أن لدينا، بسبب الائتلاف مع الجمعية الوطنية للوسطاء العقاريين والجمعية الكندية، قاعدة بيانات بكافة هؤلاء الأعضاء، لذا، لدينا أيضا حملات مباشرة عبر البريد الإلكتروني التي نقوم بها. وهذه كافة الأمثلة على بعض الحملات التي قمنا بإنشائها واستخدامها سابقا.

سيكون ناجحا لنا بعدة طرق لأنه في حالة النظر في التجديدات، والنطاقات المجانية، فهي تصل تقريبا إلى 70%. لذا، فنحن نرى أن هذا نجاح فعلي لنا أن نحصل على التجديدات في النطاقات المجانية بهذا المعدل المرتفع.

بالمثل، لقد أنشأنا مقاطع تعليمية وموارد عبر الإنترنت للأعضاء لمعرفة المزيد عنا. وأحد الأمور المميزة بشأن الوسطاء العقاريين هو أنهم جميعا أعضاء في الجمعية الوطنية ولكن أيضا الجمعيات المحلية وعلى مستوى الدولة. كما أنهم تابعون غالبا مع مكتب، مثل شركة الوساطة في القرن الحادي والعشرين. ومن ثم، فقد قمنا بإنشاء أدوات بصورة خاصة لهذه الاتحادات المحلية وعلى مستوى الدولة، ونحن نسميها مجالس، واتحادات وشركات للمكاتب، عندما يكون لديهم تواصل مباشر أكثر مع الوسطاء العقاريين. لذا، فنحن نقدم هذه الأدوات لهم كذراع تسويق نيابة عنا.

وبالطبع لدينا أدواتنا وموقعنا الإلكتروني حيث يمكن للأعضاء العثور علينا. ويمكنهم معرفة المزيد عن ذلك. فقد أنشأنا إرشادات حول كيف يمكننا إعداد النطاق، وإنشاء عناوين البريد الإلكتروني. كذلك، فنحن نقدم معلومات قطاع العمل. ونعتقد أن رسالتنا

تعني بتوعية هذه المجموعة من الوسطاء العقاريين بقطاع اسم النطاق بصورة عامة وتصعيد الأداة للمجتمع كله، وليس فقط الأعمال.

وأمر آخر عثرنا عليه كان النجاح الكبير بالنسبة لنا في تأثير العديد من الوسطاء بنظرائهم وما يقوم به الآخرين في قطاع العمل. لذا، فقد طورنا خلال السنة الأخيرة ما نسميه، برنامج المتحدثين حيث نعثر على الوسطاء العقاريين المؤثرين الذي يعلمون بالفعل ويظهرون في المنتديات حول كيف يمكن للوسطاء تحسين تنمية أعمالهم، وقد قدمنا التدريب والدعم والحوافز لهؤلاء الوسطاء العقاريين المؤثرين كوسيلة لنا لتحقيق النمو في أعمالنا وتنمية أعمال REALTOR، وقد شهدنا الكثير من النجاح من هذا أيضا.

شكرا لك يا مات. هذا أمر رائع. أعتقد--

كورت بريتز:

لا يزال - امنحني لحظة هنا.

مات إمبرسيا:

حسنا.

كورت بريتز:

لذا، فهناك بضعة شهادات أود عرضها، وسأمر بهذا بسرعة، لإخباركم أن هذه هي النتيجة النهائية للأمر حيث يأتي لنا الوسطاء العقاريين وتحدثوا لنا عن أقل طريقة لاستخدام هذا. كما أن هنا شخص من كندا يقول أن أفضل طريقة للقيام بهذا بالنسبة له، هي العرض المهني لنفسه أو كيفية استخدام هذا لاستبعاد أنفسهم. ولدينا وسيط عقاري آخر يرى أن هذه موجة من المستقبل.

مات إمبرسيا:

إذن أين ننتقل من هنا؟ ونحن على وشك البدء في رحلة جديدة، وسأخذ الدروس المستفادة من تشغيل REALTOR، ونطبقها عليها في نطاق مستوى أعلى مفتوح وبدون قيود

لقطاع العقارات. ادعوكم جميعا كأمناء سجل للحديث عي العمل فيه. وستتخذ كلفة الأدوات التي طورناها في .REALTOR، وتمكين أمناء السجل الفعلي من النجاح لس فقط للسجل بل أيضا نريد التأكد من أن أمناء السجل ناجحون في إطلاق نطاق المستوى الأعلى هذا. يمكنكم العثور على مزيد على موقعنا الإلكتروني [home.realestate](http://home.realestate)، أو التواصل معي على المعلومات الواردة أعلاه.

شكرا لك، ماثيو.

كورت بريتز:

هذا نوع من الانتقال الرائع إلى أحد التعقيدات التي لدينا في مساحة اسم النطاق الجديد، هو أن هذه السجلات، كما تعرفون .PHARMACY و .REALTOR و .BANK، وهي أكثر بكثير مثل .GOV و .MIL من التي مثل .COM و .NET. وهناك ضرورة بالفعل لهذه السجلات للتعاون مباشرة مع العملاء وبناء الأدوات لهم حتى يمكنهم استخدام اسم النطاق بصورة جيدة. وهذا النوع من التحالف مع السجل/ أمناء السجل/ المشتركين للتواصل، وهي طريقة، كما يقول مات، تحتاج لتعديلها بواسطة السجلات وأمناء السجل ومعرفة كيفية العمل معا في البيئة الجديدة.

ديرك، هل ترغب في إخبارنا عما حدث في برلين؟

نعم. بعد تسعة سنوات من الدفاع عن .BERLIN، فنحن في النهاية ندخل منطقة جديدة عبر إطلاق نطاق المستوى الأعلى الأول للمدينة وللعمامة. لذا، فكأخبار في هذا المجال، نواجه بعض المفاجآت الصعبة ولكن أيضا مفاجآت جيدة، وبعضها أود مشاركته معك.

ديرك كريشنيوسكي:

كانت المفاجأة الرائعة هي الشركات التي كان لديها اسم نطاق في برلين، وهم لم تتحول على الفور إلى الجديد، وما نفكر فيه هو اسم نطاق مثير مع برلين في النهاية. لذا، كان ذلك مفاجأة إلى حد ما. لذا، فكافة هؤلاء لديهم اسم نطاق لا يمكن تبديله. لكن، ما ندرکه على الفور، أن كل شيء جديد في برلين كان في مكان المشتركين ووجدوا أسماء نطاق برلين جذابة للغاية. ولم نعرف عدد الأمور التي تم القيام بها في مدينة مثل برلين لتصبح

جديدة كل يوم. لذا، فالمعارض والشركات والفعاليات والمواقع الإلكترونية للأمور الشخصية، مهما يكن. وهذا بالفعل أمر فائز هنا، كما جربنا. ومن أمثلة المشاريع الجديدة، المدينة الذكية القادمة والدولة والأمور.

بعد ذلك، لدينا أيضا أسماء نطاقات المستوى الأعلى الأخرى ونطاقات المستوى الأعلى للمنطقة في أول سنتين من هذه الجولة والمدرجة في المبيعات، ولكن بعد فترة قصيرة، أدرك الجميع في أسماء النطاق الجغرافية أن المساحة محدودة بالفعل. لذا، كان لدينا سنتين من الأمور الجيدة، وبعدها أدركنا أن اسم نطاق المستوى الأعلى الجغرافي ليس COM، عالمي، لذا، فلدينا جمهور محدود هنا. ولكننا استفدنا من الوقت وقمنا بتأسيس جمعية تتعامل مع المصالح وتتواصل بصفقتها أول مصدر لأسماء النطاق الجغرافية. ونحن مجموعة مهمة فيما يتعلق بالمناقشات المكثفة وما إلى ذلك. كان هذا ملزما هنا في مجتمع ICANN، للتبادل مع كافة أسماء نطاقات المستوى الأعلى الأخرى للمدينة.

لذلك، فالمفاجأة الأكثر إيجابية، بما في ذلك سكك حديد برلين مثل نطاق برلين الخاص بهم، ونحن نسميه شيء ما متعلق ببرلين. وأحد أقوى الأمر التي يقولها أبناء برلين "أريد أن أظهر أنني من برلين." وقد سألناهم عن ذلك، وكان هذا بالفعل رائعا. فنحن لم نعرف أن هذا كان السبب الرئيسي للحصول على اسم نطاق برلين، ورؤية أسماء نطاق برلين رائعة ومتعلقة ببرلين، ما الذي يمكنكم قوله.

لذا، فالمفاجآت الأخرى بالنسبة لنا وما نعتمد عليه اليوم هو رؤية اسم نطاق برلين في المساحة العامة على الإعلانات والصحف والملصقات على المباني. وكل سيارة شرطة لديها اسم نطاق في برلين، بما يعني "نحن هناك لك"، "BERLIN"، مترجمة، وهذا بالفعل رائع. وبعض الأمثلة الأخرى من غرب برلين. كما تعجبني هذه الملصقات التي يمكن للجميع فيها رؤية اسم نطاق برلين علنا، ومعرفة أن هناك شيء آخر بخلاف DE أو COM. في برلين. أو الملصقات هنا. كانت "الإعجاب ببرلين" أحد الحملات المتعلقة بالعثور على قيم برلين. ونحن اليوم اسم نطاق مستوى أعلى ناجح للغاية مع 55,000 اسم نطاق، ومعدل دوران وأرباح جيد، تسعة موظفين. وما نراه مهم بالفعل لاسم نطاق المستوى الأعلى الجغرافي هو رؤيته في النطاق العام، بحيث يراك الناس، ونرى، أعتقد، أننا على حافة الانطلاق من حيث أن برلين مقبولة بالفعل عبر المدينة هنا.

لذا، فرؤيتنا في المستقبل هي أن برلين ستكون الموطن الإلكتروني لسكان برلين والهوية الإلكترونية للمدينة. ويمكنكم القول الحمض النووي الإلكتروني لبرلين.

شكرا جزيلا لك، ديرك. لذا، فقد وجدنا هذا أيضا. لن نتسبب في تحول [louvre.fr](http://louvre.fr) إلى [louvre.art](http://louvre.art) ولكن في العديد من الحالات التي يرغبون فيها في استخدام نطاق مؤقت لعرض مثل [louvre-renoir.art](http://louvre-renoir.art)، نظرا لأن معرض Renoir ومحدد مواقع المعلومات بهذا الطول مع كافة الشروط المائلة فيه، وبدلا من ذلك، يمكن أن يكون لديهم بعض القوة التي يمكنهم وضعها في إعلاناتهم بدون ضياع اسم النطاق.

كريغ، هل تريد الحديث بعد ذلك؟

كورت بريتنز:

لذا، فروايتنا تستمر في أن تكون مختلفة قليلا عن معظم النطاقات التقليدية. أحد الأمور التي تعلمتها بسرعة بعد الانضمام للمساحة هي أن الممولين يتعرضون لمخاطر كبيرة، ولا يتمتعون بكثير من الابتكار، كما أنهم لا يرغبون في إجراء التغيير. لذا، فتغيير التواجد عبر الإنترنت ومكان استضافة الخدمات البنكية عبر الإنترنت كان فجوة صعبة للغاية لهم للمحاولة والتنفيذ.

كريغ شوارتز:

ما وجدناه هو أنه لا أحد يرغب في أن يكون الأول ولا الأخير. وبهذا، فهناك الكثير من الأشخاص في المنتصف ينتظرون رؤية ما يقوم به جيرانهم أو ما يقوم به البنك في أول الشارع.

كما علمنا أن قيمة نطاقات المستوى الأعلى كانت واضحة للغاية إلا أن التنفيذ منح التحقق من الصحة وقد بدت المكونات الأمنية مجهدة للغاية، فضلا عن تحديد الأولويات في خارطة طريق البنك للأنشطة الأخرى، خاصة مع مراعاة كافة الضغوط التنافسية للامثال التنظيمي والأمن الإلكتروني، بالرغم حتى من أن **BANK**. و **INSURANCE** يمكن أن تكون جزءا من الأسلوب التدريجي للأمن الإلكتروني والربح وجهود الربح.

وما توصلنا إلى تعلمه هو أن معظم البنوك كانت تجري تغييرا عندما تقوم بإنعاش العلامة التجارية أو عندما نطلق موقع إلكتروني جديد. لذا، لقد قمنا بتحسين الرسائل بشأن الوقت المناسب للتفكير في التغيير.

واعتقد أن الدرس الكبير بالنسبة لنا كان حاجة المشتركين للإرشادات والمساعدة. فقد كانوا في حاجة لفهم كيفية القيام بهذا. وما يجعل مساحتنا مميزة بصورة خاصة هو أننا نعرف العديد من المشتركين لأول مرة. فنحن على أساس أول اسم. وعندما يظهر هذا بصورة سهلة، فذلك من خلال تفكيرنا في طرح أداة جديدة أو مصدر جديد، ومن ثم نقوم معا بإنشاء مجموعة عمل من الممولين ونقول "مرحبا، هذا ما نفكر فيه. ونرغب في الترويج بخصوص هذا. هل تعتقدون أن ذلك مفيد؟ هل ترون أنه مجرد مضيعة للوقت؟ هل ستستخدمونه إن قمنا بإنشائه؟" لذا، فلدينا منصة رائعة للأمور في توجيه الفحص قبل أن نستثمر الوقت والموارد في تنفيذه.

لذلك، فأحد أحدث الأدوات تسمى محور التنفيذ، ولدينا واحدة في BANK. وأخرى في INSURANCE، وما تقوم به هو أنها تتحرك كمسجل من خلال المتطلبات الفنية الستة لنا، فما هي قيمتهم، وكيف نتعامل مع التنفيذ، فضلا عن توفير إمكانية الوصول إلى أنواع الموارد التي يمكنها منع يدهم من خلال العملية ومساعدتهم في اكتشاف كيفية القيام بهذا. وأيضا بالنسبة لرصيد عدد مناسب من أمناء السجل، وقد قاموا ببناء منصات دعم رائعة، للعملاء من المشتركين والآن، يمكن مساعدتهم بالترحيل بدلا من محاولة البنوك الجلوس واكتشاف ذلك بأنفسهم.

كما أننا أطلقنا في يناير 2017 برنامج المزود الخارجي الذي كان صفحة على وقع إلكتروني تقول أنه في حالة الحاجة إلى شخص ما، يمكنه المساعدة في استضافة المواقع الإلكترونية المتوافقة، فلدينا عدد من المزودين هنا. وإذا كنتم في حاجة إلى شخص ما لمساعدتكم في تأمين إعادة توجيه النطاق، فلدينا هنا بعض الأشخاص الذي ترغبون في الحديث إليهم. وفي حالة النقر إلى إحدى هذه الصفحات مرة أخرى، سترون بضعة أمناء سجل، ومزود الخدمات النهائي لدينا، VeriSign، وهم يعرضون هذه الخدمات مباشرة على المشتركين بحيث يمكنهم العثور على هذا في مكان واحد، مع الجهة التي سجلت اسمهم. وهذا مفيد للغاية وموفر للوقت.

كما وجدنا أيضا أن هذا دافع قوي للبنوك لمعرفة ما يقوم به نظراؤهم في المساحة. لذا، أعتقد أننا بدأنا نشر قصص النجاح في أول 2016. وهذه مجرد لقطة، إلا ان كل منها لديه قسم حول لماذا BANK. وما نوع مقابل التسويق الذي كان لديكم؟ كذلك، ما هي المعوقات الفنية التي واجهتم وما نوع الدروس المستفادة؟

بالرغم من أننا لدينا فقط عشرات المنشورات على الموقع الإلكتروني، فقد توقفنا عن القيام بذلك بسبب أنهم بدأوا في النظر والشعور بنفس الأمر. وهناك بالفعل الآن العديد من البنوك وشركات التأمين المتعثرة التي انتقلت إلى المساحة.

كما أننا هجوميين بالفعل بالنسبة للإعلان المستهدف لبدء زيادة وعي العملاء حول نطاقات المستوى الأعلى، وأمنها ومزايا التسويق، ولكن أيضا للممولين أنفسهم، ومعظمها من خلال LinkedIn وفيس بوك.

وبالنسبة لقياس النجاح، فنحن نرى أنفسنا مشغل سجلات ناجح. فغير النطاقين لدينا من نطاقات المستوى الأعلى، لدينا حوالي 6,000 اسم مسجل. ومعدل التجديد عبر السنوات القابلة السابقة يصل إلى 90%. لذا، فنحن سعداء للغاية بهذا.

كما تخبرنا البنوك وشركات التأمين طوال الوقت فقط عن الفرق الذي حققه هذا لشركتهم والرسائل إلى العملاء. كما أننا نتمتع بقدرة رائعة على تحقيق الأرباح بما يتيح لنا متابعة تطوير أدوات وموارد جديدة للمشاركين. وسيساعدنا هذا في البدء في التوسع على المستوى العالمي. والآن، حوالي 85% من المشاركين لدينا من الولايات المتحدة و15% من بقية العالم. كما أننا نود بوضوح رؤية بدء أكبر بالخارج.

الأهم، لا يزال الاعتماد والاستخدام في تزايد. ونحن نتتبع بالفعل المواقع المباشرة الجديدة بصفة أسبوعية. لذا، فنحن نعرف كل أسبوع ما أطلقه المشاركون لنطاقات BANK. وINSURANCE.

ومثل الآخرين، سأمر بالشرائح القليلة الماضية لما يقوم به بعض البنوك. وهذا البنك في أيوا لديه لوحة الفواتير الكبيرة تتحدث عن كيف يكون BANK. لأمن إلكتروني قوي.

لدينا شركة بيترسون للتأمين حول كيفية مساعدة العلامة التجارية، ولسنا خائفين من تكاليف الانتقال.

كما أن بنك برودواي هو مثال آخر رائع.

كذلك، ستريت سمارت للتأمين، هي مثال آخر جيد على مدى أهمية التواجد عبر الإنترنت في هذا اليوم والعمر عندما يبحث الأشخاص عن التأمين عبر الإنترنت.

بنك آخر.

هذا هو الجزء المفضل لي لأنني عندما كنت أقود إلى شاطئ جيرسي الأسبوع الماضي، عزرا، السنة الماضية، لزيارة الأسرة في أغسطس، فقد كنت أقود عبر الشارع وأرى بنك شور كوميونيتي وكان لديهم هذه اللافتة خارج اسم النطاق. كما أعتقد أن علي التوقف هنا والنقاط صورة لأن هذا هو نطاق المستوى الأعلى الجديد.

بضعة موارد هنا. تابعونا على وسائل التواصل الاجتماعي. أرجو الاتصال بي في حال لديكم أية أسئلة أخرى. كما يسعدنا الحديث في بعض الأحيان، إن رغبت في ذلك.

شكراً، كريغ.

كورت بريتنز:

أعتقد أن تلك نقطة جيدة. فمن المعوقات لتسجيلات اسم النطاق، سواء كان اسم نطاق مقيد، مثل اسمكم أو مفتوح في .ART، هي رضا الناس عن تسجيل النطاق مع رؤية أن إنشاء الموقع مجهود. وكما تعرفون، فبعض أمناء السجل يبحثون عن متخصصي بناء المواقع وWix، ومصممي المواقع الأساسية. لكن بالنسبة لنا، كما أعتقد، فإذا كنا نريد تأييد أسماء نطاقات، وهو ما أعتقد أننا نحتاج لفهم أننا نحتاج لمساعدة أمناء سجل أسماء النطاقات ل طرحها على وسائل التواصل الاجتماعي وفي النطاقات. ونحن نحتاج لمساعدتهم في تجاوز هذه المعوقات وتوفير الأدوات مثل التي تحدثتم عنها وقد تحدث ماتيوا عنها.

لذا، جيسون، وأنتما يا زميلي، عليكم إعادةتنا للمنزل. إذا...

جيسون لوير:

حسنا. شكرا يا كورت. لذا، سأصل إلى بعض النتائج الخاصة بالانتقال خلال ثانية. لكني أريد العودة والتطرق إلى المجالات الرئيسية الأخرى للتركيز بالنسبة لنا، وهو ما يشكل تخفيضا للتكاليف.

الآن، يوجد نوع رئيسي خاص بالنطاق. لكن كما تعرفون، لدينا مدير تنفيذي جديد، أو، عذرا، مدير مالي في Neustar وأردنا إبهارها. لذا، كما تعرفون، بمعرفة أن فريق التسويق لديه الكثير من الضغوط للحد من تكاليف البحث المدفوعة، كما تعرفون، فهذا المفهوم للتنقل المباشر، نتمنى أن يؤدي بنا إلى هذا مباشرة.

وهذا مثال جيد على عميل بحث على [neustar.marketing](http://neustar.marketing). ويمكنكم أن تروا أننا كنا أول نتيجة ظهرت بالأساس. لكن منطق الحوار هو أول من يتواجد هنا مع الإعلان، أليس كذلك؟ كما أننا نحول عقليتنا إلى هذا التنقل المباشر، ونحن ندرج عقلية التنقل عبر كافة مشاركاتنا. لذا، فكافة قنوات التسويق، نستخدم هذا المفهوم المباشر، ومحدد مواقع المعلومات، وباستخدام هذه المصطلحات في كافة جهود التواصل. ومع الوقت، نتمنى تقليل تكاليف البحث هذه.

النتيجة هنا هي أننا نريد بالفعل عملائنا، وزبائننا، حتى يتمكنوا من الوصول إلى [anything.neustar](http://anything.neustar). في الواقع، يمكنكم الانتقال إلى [anything.neustar](http://anything.neustar)، الآن، وسوف تنقلكم إلى صفحة البحث مباشرة. والهدف هنا بالفعل هو تحديد التعريف المناسب لكافة المحتوى الإلكتروني.

لذا، فبضعة النتائج التي سنحصل عليها، في ثانية. لكني أردت فقط التطرق لها، بسرعة على خطتنا، أليس كذلك؟ لذلك، فهذا لن يحدث إذا لم تكن هناك مجموعة ممتدة من مبادرات التخطيط. ومرة أخرى، فقط التطرق إلى مدى أهمية التعليم الداخلي والخارجي لكافة أصحاب المصلحة الرئيسيين لدينا.

لذا، عندما قمنا بهذا التغيير، لم يكن الناس خائفين من أنهم سوف يقطعون الإنترنت أو أن رسائل البريد الإلكتروني لن تذهب إلى العمل أو أن التنقل من خلال الموقع كان أسوأ

مما سبق. فهذا بالفعل عامل رئيسي إذا كنا سنأخذ هذه المغامرة، والوقت والخطة المناسبة. إنه أمر مهم جدا.

لذا، فهذه بعض القياسات والمقاييس التي استخدمناها. وقد رأينا زيادة جيدة عبر مجلس الإدارة. وأحد الأمور الرئيسية التي وجدناها هو أن المستخدمين، كما تعرفون، يمكنهم بصورة أفضل العثور على المحتوى عندما الذهاب إلى الموقع. وعند الذهاب إلى الموقع، يستمرون لفترة أطول.

يتمثل أحد الأجزاء المهمة من هذا الانتقال، عندما كنا عبر مراحل التخطيط، في أننا أدركنا أننا أردنا تسجيل أحداث رحلتنا ومشاركتها مع العالم. وعند القيام بذلك، قمنا بإنشاء دليل البدء. كما أن Launchguide.neustar هو المكان الذي نجد فيه النسخة الإلكترونية. ومثل أندرو، كان من المفترض أن تكون لدي نسخ مطبوعة كنت سأشاركها معكم لكنها ضائعة في مكان ما. أعتذر على ذلك.

لكن، مرة أخرى، سننتقل إلى دليل بدء التشغيل ونعرف المزيد عن الانتقال، والمشاكل وكل شيء. كما أنها جميعا هناك بمزيد من التفصيل عما شاركتم معكم اليوم. لذا، إذا كنت علامة تجارية، وكنت محاصرا نوعا ما ولم تكن متأكدا من المكان الذي تذهب إليه وكيفية حدوث هذا، فعليك التحقق من دليل بدء التشغيل. لذا، فهذا مرجع رائع لكم.

كما أن تقرير العلامات التجارية هو أمر آخر بدأنا فيه. ونضعها مرتين سنويا. مرة أخرى، كان من المفترض وجود نسخ مطبوعة. عذرا. لكن مرة أخرى، brandsreport.neustar، فقط للانتقال. كان لا بأس بالأمر هناك بالنسبة لكم. ونضعها مرتين سنويا. كما نستغرق وقتا وننظر فيما يحدث في مساحة العلامات التجارية ونبلغ بناء على ذلك.

الآن، لقد تطرقت مريم إلى هذا في وقت سابق، makeway.world. ونحن فخورين بذلك للغاية. فقد أعدنا إطلاقه في ديسمبر 2016. ولم يتم تصميم هذا لبيع Neustar أو استعمال أجهزتنا. فهذا مصدر قمنا ببنائه للقطاع لأننا نعتقد بحركة العلامات التجارية. ومن ثم، ففي makeway.world، نبرز الكثير من الأمور الجارية في مساحة العلامات

التجارية. ونحن نتطرق لما يحدث ونبحث عنه. كما أن هناك بضعة أمثلة على الصفحة الرئيسية.

كما تعرفون، في [makeway.world](http://makeway.world)، قمنا ايض بإنشاء محول الإحصاءات الخاص بنا. ونحن هذا، لأن أي شخص يمكن أن يتابع في أي وقت ويرى بالضبط ما يجري في مساحة العلامات التجارية.

وكما قال مارتن قبل هذا، فربما لا يكون واضحا للجميع ما يحدث بالفعل. ولكن هناك حركة، أليس كذلك؟ كما تعرفون، هناك حوال 500 من العلامات المفوضة وحوالي 11 2/1 ألف من النطاقات المسجلة مع ما يحدث أكثر كل يوم. لذا، فبالرغم حتى من عدم رؤية ذلك، وما يحدث.

كما أود وأود ترككم مع شيء آخر نحن فخورون به إلى حد ما. وهو مقطع فيديو سريع نضعه يساعد على نوع من التوضيح للعلامة التجارية ورحلة BRAND، وسبب أهميتها.

[عرض الفيديو]

[موسيقى]

[تصفيق]

شكرا لكم جميعا.

جيسون لويز:

فيديو رائع.

كورت بريترز:

أندرو؟

أندرو مريم:

أعتقد أننا سننتقل فقط إلى نقطة سريعة متعلقة بزيادة التوعية. وأعتقد أن كثير من الأشخاص، ما يتحدثون عنه هو كيف يعملون في الأسواق الفردية لديهم. بالنسبة لنا، نذهب إلى الكثير من فعاليات التصميم لكافة الأنواع المختلفة والمستويات المتنوعة من المصممين ومصممي الويب وما إلى ذلك.

كما أعتقد أننا جميعاً، كما تعرفون، سجلات وكل شيء في هذه الصناعة، ICANN نفسها، نمتلك بعض المسوقين مثل CLUB و XYZ، والفضل في ذلك يرجع إلى أننا قمنا بأكثر من أي شخص آخر فيما يتعلق ببناء التوعية بنطاقات المستوى الأعلى الجديدة. وربما يكون ذلك بسبب أن لديهم امتدادات عامة، لكنني أعتقد أنه غير موثوق بصورة كبيرة.

لدي بضعة تفاعلات، العديد منها بالفعل، عند التوضيح، حسناً، أعمل على نطاقات جديدة وما إلى ذلك. وسيكون شخص ما مثل CLUB. لا يحدث هذا مرة أو مرتين. بل يحدث عشرات المرات بالنسبة لي.

وكما تعرفون، فكل هذا هباء، أعتقد أن uasg.tech، فهذه خدمة في ICANN، أليس كذلك؟ وأنا أنظر في صف واجهة ICANN. أعتقد أنه شيء رائع. إنها خدمة رائعة. وقد تمت الإشارة إليها بالفعل في الاعتماد. كما أنني أرغب بالفعل في أن تنتقل ICANN نحو التوعية، لأن هذا يشعر فقط، كما ترعفون، كإشارة بالأصابع عند غياب إيرادات نطاق المستوى الأعلى الجديد، في العديد من التقارير المالية سنة تلو الأخرى، من ICANN لأسباب اقتطاع التكاليف أو التقديرات وما إلى ذلك، عندما تم إخبارنا باستمرار أن ICANN ليس عملها أن تعمل في مجال الدراية. وأعتقد أن لدينا بوضوح مصلحة مشتركة هناك. لذا، أعتقد أننا نحتاج للحديث أكثر عن هذا بقدر ما يمكننا لبناء المعرفة بصورة عامة بدلاً من ترك كولين ودانيال يقودان الطريق لنا.

كورت بريتز:

لذا، فقد أردنا تقديم لقطة إلى CLUB، الذي مثل فريق واحد لتوعية نطاق gTLD من شخص واحد مع إنفاق مليون دولار سنوياً.

أندرو مريم: ربما يكون هذا بالفعل مجرد اجتماع مع كل أمين سجل تواجد، لذا، فهم ليسوا في هذه القاعة الآن.

كورت بريترز: إنهم في ألمانيا في Domain Fest.

لكن، أندرو، ربما سواء كانت ICANN تجري حملات توعية أو ما يقومون به، فهو سؤال سياسات وليس سؤال تشغيلي. لذا، يمكنكم استخدام الحل الشامل للتعامل مع هذا.

لذا، مارتن، لديك حوالي 30 ثانية للذهاب بنا إلى المنزل.

مارتن سوتون: مع 26 شريحة متبقية؟ حسنا. مخيف لا، لدينا بضعة منها متبقية.

لذا، كيف يبدو الأمر في المستقبل الآن؟ فنحن نسمع الكثير من القصص هنا اليوم حول الاستخدام والعلامات التجارية، التي تم تفعيلها من خلال القيام بهذا وتشجيع الآخرين على الإمساك بخطط الإطلاق هذه وتنفيذ هذا. ونتوقع نمو هذا.

يرغبون في السيطرة على هذه المساحة من جذر الإنترنت والاستفادة منها لأنهم يرون الآخرين يقومون بهذا الآن.

وعند القيام بهذا، من حيث قواعد العملاء الكبيرة، فنحن نرى أن كثير من سجلات العلامات التجارية المفوضة يعني أن اعتماد المستخدم سيكون أسه فضلا عن التوعية العامة عبر مستخدمي الإنترنت.

كما يفهم الفنيون داخل هذه المؤسسات مع السجل نفسه، أن هناك دعم لأنشطتها والاستراتيجيات المستقبلية، فأنا أعتقد أن ما سيحدث هو استكشاف طرق جديدة لاستخدام نظام اسم النطاق بالطرق التي لم نرها من قبل.

لذا، ي المستقبل، عندما تبدأ جولة التطبيق، فلا تشعر بالدهشة إذا كان هناك نسبة كبيرة من الشركات والمؤسسات تنظر في استخدام .BRAND.

ونحن في BRG نعقد جلسة توعية منتظمة في آخر ثلاثة أو أربعة اجتماعات في ICANN. كما أننا نرحب بأي شخص يأتي، حتى يمكنكم اكتشاف ما يحدث. ونحن نمر ببعض التوجهات والتحليل وبعض قصص العلامات الفردية. لذا، إذا كنتم ترغبون في اكتشاف المزيد، فلدينا جلسة في 15 مارس صباحاً. والتفاصيل موجودة هناك. لذا، يرجى النظر فيها. ويمكنكم القدوم والاستكشاف والاجتماع ببعض الأعضاء أيضاً.

بعد ذلك، أخيراً، من حيث مزيد من الموارد المتوفرة والظاهرة، فإن مجموعة سجل العلامات نفسها لديها موقع مع مختلف المعلومات والموارد لمساعدة من لا يتم نشرهم بالفعل أو عن نشر هذا السجل والتفكير أيضاً في التي تفكر في تطبيقها في المستقبل وتشغيل .BRAND. لذا، يرجى الذهاب وإلقاء نظرة. شكراً.

شكراً، مارتين.

كورت بريتز:

لذا، فالنجاح يأتي بعدة أشكال مختلفة. ونحن نرى عبر الحديث مع هؤلاء الأشخاص وكافة السجلات الأخرى التي التقيتها، أنهم يركزون بالفعل على الأهداف طويلة الأجل وليس الأرباح قصيرة الأجل.

أنا مندهش دائماً من مدى صعوبة عمل الجميع في هذه البيئة. وفي بعض الأحيان، كما تعرفون، نعرف الكثير من هؤلاء الأشخاص لأننا نرى الكثير من نفس الوجوه في اجتماعات ICANN. لكن، كما تعرفون، بالنسبة لكثير من السجلات، فليس لديهم المال أو الأهم الوقت لحضور اجتماعات ICANN. وكل من أعرفه منشغل للغاية في دفع عمله للنهوض، ومحاولة تقديم الخدمات لعملائه الذين يحتاجون لكل ثانية يمكنهم الحصول عليها.

لذا، فهذا، سأنهي كلامي إذا لم تكن هناك بضعة أسئلة. فلدينا بعض الوقت. وأعرف أنه كان هناك سؤال عبر الإنترنت، لذا، سيسعدني الرد على هذا السؤال.

المشاركة عن بعد:

لدينا سؤال من جون ماك كوماك: هل نظرت NeuStar في التسويق لهذا الأسلوب والخبرات لموقع علامة تجارية متكامل، مع مالكي نطاق مستوى أعلى لعلامة أخرى، أو سيكون من الآمن النقل بسهولة كمنهجية؟

جيسون لوير:

سؤال رائع. لذا، نعم، عندما نخرج ونتحدث مع العملاء، فنحن نستخدم أمثلتنا كنوع من التنبيه، للحديث. لذا، أعتقد أن الإجابة المباشرة على هذا، هي نعم، نحن نتحدث بفعالية إلى عملائنا ونشرح كيف قمنا بالأمور، وكما تعرفون، بهدف عقلية التنقل المباشر المذكورة. آه، نعم، نحن كذلك.

آلان غرينبرغ:

آلان غرينبرغ يتحدث.

كورت بريتز:

مرحبا، آلان.

آلان غرينبرغ:

موجه إلى جيجي ومعها الآخرين أيضا. هناك فرق كبير بين شخص ما يحاول شراء اسم نطاق ويستخدمه بالفعل. لذا، كما تعرفون، لقد تحققت بينما أتحدث وبحثت عن cvs.pharmacy وهي تعيد التوجيه إلى cvs.com ولا تستخدمه على الإطلاق في موقع الويب التشغيلي لها.

وأنا أتساءل، تعليق، هل لا يزال هذا ناجحا بسبب أنهم يستخدمونه؟ أو هل نحاول الحصول على الأشخاص بالفعل، كما هو الحال في Neustar، الذين يستخدمون الموقع الإلكتروني، وكما تعرفون، يجعلون هذه العلامة فعلية؟

جيرترود ليفين:

سؤال رائع، ألان. شكرا.

نعم، هذا هو الهدف. فنحن نود رؤية الصيدليات عبر المجلس تستخدم نطاق PHARMACY بصفته اسم النطاق الرئيسي. ونحن نتقدم في هذا الاتجاه، وهناك الكثير من الشركات الرئيسية التي ليست في تلك النقطة وهم جاهزون لنقل كافة مواد التسويق وعلامتهم التجارية إلى PHARMACY. مع ذلك، فهم يعيدون توجيه، لديهم اسم نطاق PHARMACY. وهو منشور على الموقع الإلكتروني safe.pharmacy. ويمكنكم العثور عليه عبر الدخول في نافذة البحث. لكن، هذا ما نود رؤيته، هو استخدام مباشر أكثر.

كورت بريتز:

لذا، أعتقد بالطبع أنه نجاح لأن هذا يعني أن شخص ما يكتب اسم PHARMACY في المتصفح. وهو مجرد باب مختلف لنفس المعلومات. لكن، الأكثر أهمية، هو طريقة الحل. هل هذا ما تتقرون فوقه يعتبر مصدرا موثوقا. لذا، إذا كانوا قاموا بإنشاء بوابة ويضعونها هناك، بحيث يمكن للأشخاص النقر عليها، فأنا أرى جزء إعادة توجيه جزءا صغيرا بالفعل.

وبعد ذلك، بالنسبة لما قالته جيبي، تحويل سفينة CVS هو أمر طويل الأجل نسبيا. لذا، أعتقد أن الكثير منا تقدم إلى التفكير في هذا، كما تعرفون، خلال سنتين، سنرى، CVS و cvs.pharmacy متوافقة، وبالفعل يستغرق هذا وقتا من الشركات للقيام به.

رقم واحد.

مرحبا، جورج.

جورج سادوسكي:

أهلا يا كورت.

شكرا. جورج سادوسكي. والسؤال موجه إلى Neustar أيضا.

لذا، لقد انتقلتم من المستوى 2 إلى المستوى 1. وفي نفس الوقت، قمتم بما نسميه، كيف نسميه؟ تحديث للموقع. ولا تحتاجون ل كليهما في نفس الوقت، بالرغم من أنكم قمتم بذلك. كما أنكم يمكنكم إعادة كل شيء وإعادة التوجيه لكل شيء، وبعدها إجراء التحديث أو العكس.

حسنا.

جيسون لوير:

بالفعل، ما أتمناه أن لديكم ملايين من محددات مواقع المعلومات مع وجود neustar.bis في الفضاء الإلكتروني. وليس لديكم أي سيطرة على ما يحدث فيها. وتتمنون أن ينقر الأشخاص عليها في نفس النقطة لأنهم يريدون الذهاب إلى موقعكم.

جورج سادوسكي:

وهناك طرق متعددة يمكنكم تناول هذا التغيير بها. ولديها تأثيرات مختلفة على تجارب المستخدم. فما هي الخيارات؟ وما الذي قررتم القيام به؟ وكيف وصلنا به إلى النجاح؟ وهل كنتم محقين؟

رائع، سؤال رائع.

جيسون لوير:

لذا، إنها نقطة رائعة. فلسنا بحاجة إلى القيام بكل ذلك في نفس الوقت. فبالنسبة لنا، أعتقد أنه كان مجرد وقت. فقد كنا نتحدث عن تحديث الموقع كمشروع على أي حال. ومع العلم بأننا كان لدينا محدد مواقع المعلومات للعلامة التجارية هذا لبعض الوقت، وأننا استخدمناه بالفعل، فنحن كنا في الخارج نوضح مدى أهمية أن نفكر أكثر في حركة العلامة التجارية، وقد عرفنا أننا نحتاج لوقوع شيء ما. وأعتقد أن التوقيت فحسب جزء من الرد على هذا السؤال.

فقد كان لدينا شخص جديد في هذا النوع من استلام الإدارة للنطاق بالكامل. كما أنها كانت بالتأكيد في مجلس الإدارة، كما قلت، مثل كافة أفراد الإدارة العليا.

لذا، كما تعرفون، فنحن حصلنا على نتيجة ما، حيث، نفذنا، كما تعرفون، هذا التغيير من خلال التحليل كجزء من تحديث الموقع. وقد قررنا فقط أن مفهوم هذا التنقل المباشر كان طريقة الانتقال وتبسيط تجربة المستخدم.

وأعتقد أنني وضعت بعض هذه المقاييس في الشريحة أعلاه. لذا، كما تعرفون، أعتقد أن هذا حدث، فقد أجرينا الانتقال في شهر ديسمبر. لذا، لدينا بضعة شهور الآن للقياس. وكافة التعليقات من عملائنا حتى الآن، إيجابية للغاية. وكما قلت، الأمر يتعلق فقط بالطريقة التي نشعر أنها ستنتج. ونحن سعداء بالفعل بالنجاح والمقاييس التي ثبت أنها ناجحة حتى الآن.

مرحبا، اسمي هيلين ماكdonالد، وأنا من جمعية سجل الإنترنت الكندي. كان لدي سؤال لمن يعمل منكم في المؤسسات مثل PHARMACY. أنتم تحاولون جذب مجموعات الأعمال من الدول الأخرى. وحتى الآن، أنت جمعية أمريكية وطنية لمجالس الإدارة والتي تعمل.

هيلين ماكdonالد:

فكيف يمكنكم التأكيد على الآخرين في الدول الأخرى التي ستكون إدارة متوازنة أو قرارات سنتناول موقع PHARMACY، ليكون منصفًا للجميع؟ كيف يمكنكم التعامل مع هذا، مع استمرار العلامة التجارية كأمريكي؟ شكرا.

أولا، أردت أن ألاحظ أن الاتحاد الوطني لمجالس الصيدلة لديه أعضاء زملاء في تسع مقاطعات كندية فضلا عن كافة مناطق الولايات المتحدة وأستراليا، والدول الأخرى. لذا، نحن لسنا متمركزين في الولايات المتحدة فقط.

جيرترود ليفين:

لكن ما نقوم به هو العمل من الوكالات التنظيمية في الدول الأخرى لضمان امتثال المتقدمين من هذه الدول لكافة قوانين الصيدلة السارية في هذه الدولة وأنهم يقومون بالأعمال وفقا لهذه المعايير.

هل هذا الأمر أجاب عن سؤالك؟

كريغ شوارتز:

ويمكنني أن أعرض نطاق BANK لأن هناك جهات معترف بها عالمياً، الاتحاد العالمي لشركات التأمين والاتحاد الدولي للخدمات البنكية، أن هذه الشركات الموجودة في الولايات المتحدة هي أعضاء أو لديها جهات شقيقة تشكل جزءاً من هذا، وهناك هذا المجتمع الأوسع والأكبر الذي يمتد عبر العالم بأسره. لذا، كانت هناك شركات انتماء بسبب هذه العلاقات القائمة.

كورت بريتز:

بهذا أكون قد انتهيت. وأنا اجتماع مع -- هل كان سريعاً؟ على أي حال، فإن البنوك الأوروبية كانت تسأل عن BANK. وأين كانت تذهب. وقد سمعوا شخص آخر كان يسجل ذلك. وكما قلت، فقد كانت الطاولة المستديرة للخدمات المالية. وقد قالوا، حسناً، نعرف هؤلاء الأشخاص ولا بأس.

لذا، نعم، أردت فقط أن أقول المزيد حول هذا السؤال لأنني علمت الكثير عن جيبي خلال آخر بضعة أسابيع أو ما شابه.

وهي تجلس هناك في هذه الوظيفة، وجزء من وظيفتها إيقاف المخالفات التي يتمثل الهدف النهائي منها في حفظ الحياة، وهو هدف كبير للغاية. ولذا، بينما نتساءل عما إذا كان اعتماد gTLD قيد الاستخدام سيكون عالمياً بما يكفي، ومدى روعة محاولتهم، كما نعرفون، التعامل مع هذه الأمور، وربما الأول في أمريكا الشمالية ولكن بالتأكيد على المستوى العالمي. لذا، أرى أن هذا مثير.

على أي حال، شكراً لكم على الانتظار لوقت متأخر وشكراً على القدوم في المقام الأول. إننا نقدر ذلك بالفعل. وأشكركم على العمل الدؤوب لكل الزملاء.

[ تصفيق ]

وشكراً لسو شولر الذي تواصل معنا لبضعة أسابيع.

[نهاية النص المدون]