

آیا نخستین پروژه فم‌تریپ در ایران موفق بود؟

## ایران را حس کن

گردشگرانی با 11 میلیون دنبال‌کننده در فضای مجازی از 9 کشور به ایران آمدند و پروژه معرفی گردشگری ایران را دنبال کردند

### نیلوفر جلالی روزنامه نگار

پروژه فم‌تریپ «Feel Iran» به‌معنای «ایران را حس کن» از سوی بخش خصوصی واسطه‌مهرماه برای نخستین بار در ایران برگزار شد. قبلاً شاید در اینستاگرام پروژه‌های فم‌تریپی را که از سوی کشورهای هندوستان، ایتالیا، یونان، ترکیه و اخیراً از پاکستان برگزار شده، دیده باشید؛ پروژه‌هایی که کشورهای مختلف برای جذب گردشگر با استفاده از تأثیرگذاری فعالان مجازی برگزار کرده‌اند. این کشورها با دعوت از توریست‌ها و بلاگرهای معروف از کشورهای مختلف دنیا و نشان دادن زیبایی‌های گردشگری کشورشان به آنها به نوعی تبلیغ گردشگری خود را می‌کنند. حدود یک‌ماه قبل از اجرای پروژه فم‌تریپ ایران اعلام شد که 15 اینفلوئنسر که سرجمع 16 میلیون دنبال‌کننده در فضای مجازی دارند، به ایران خواهند آمد. البته در آخر 12 نفر به ایران آمدند که طبق محاسبات ما روی هم رفته 11 میلیون نفر دنبال‌کننده دارند. این 12 نفر 12 روز مهمان ایران بودند و سفر خود را از تهران آغاز کردند و در ادامه به کاشان، اصفهان و شیراز رفتند. همان مسیر کلاسیک گردشگری ایران که البته دلیل انتخابش این بود که زیرساخت‌های گردشگری در این مسیر بهتر و بیشتر از دیگر مسیرها فراهم است. گردشگران آمدند و کوهی از انتقادات و البته به همان اندازه حمایت‌ها از سوی مردم نثار برگزارکنندگان این پروژه شد. برگزارکنندگان همین حالا برای فاز دوم که آخر امسال خواهد بود و فاز سوم در سال آینده در حال انجام تدارکات هستند. این کار اگر در مسیر درست خود پیش‌رود به تولید ثروت و ورود ارز منجر خواهد شد.

### فم‌تریپ چیست؟

اول بیاییم با واژه فم‌تریپ و هدف از اجرای آن آشنا شویم. این واژه مخفف کلمه انگلیسی «familiarization trip» به‌معنای «سفر آشنایی» است. این سفرها از سوی افراد درگیر در صنعت گردشگری (می‌تواند یک برگزارکننده تور، شرکت هواپیمایی، یک هتل زنجیره‌ای، وزارت یا معاونت گردشگری، شرکت مسافری و هر شخص یا گروهی که از رونق این صنعت منفعت می‌برد) ترتیب داده می‌شود. آنها با ارائه سفر ارزان یا رایگان به توریست‌ها و افرادی خاص، آنها را متقاعد می‌کنند تا انجام چنین سفری و گرفتن چنین خدماتی را به دیگران پیشنهاد دهند. افرادی که دعوت می‌شوند می‌توانند از آژانس‌های مسافرتی خارجی یا بلاگرهای فضای مجازی باشند.

آژانس‌ها اگر از این سفر راضی باشند، آن را به مشتریان خود پیشنهاد می‌دهند و هر چه بیشتر درباره مقصد سفر بدانند، مشتری‌ها را بهتر هدایت می‌کنند. بلاگرها نیز از آن طرف در صورت رضایت، می‌توانند با تولید محتوا یا ارائه عکس و فیلم در شبکه اجتماعی خود، مردم را ترغیب کنند تا برای سفر بعدی‌شان آن مقصد را در نظر بگیرند. در کلام ساده یعنی مثلاً دولت فرانسه هزینه‌های سفر یک عده توریست را می‌دهد تا به جای دور افتاده‌ای در فرانسه بروند و برای آن شهر گمنام در صفحات و رسانه‌های خود تبلیغ کنند. در یک پروژه فم‌تریپ هزینه بلیت هواپیمای توریست‌ها را شرکت‌های هوایی متقبل می‌شوند، ماشین‌های اجاره‌ای یا شرکت‌های اتوبوسرانی هزینه رفت‌وآمد توریست‌ها در شهر را می‌پردازند. هزینه اقامت را هتل‌ها و مراکزی که در آن اقامت می‌کنند و در نهایت هزینه خورد و خوراک را نیز تعدادی از رستوران‌ها برعهده می‌گیرند.

در مورد اینکه چه افرادی به یک پروژه فم‌تریپ دعوت شوند باید مطالعات کافی انجام بگیرد و مخاطبان هدف به درستی انتخاب شوند. درباره پروژه فم‌تریپ «Feel Iran» به گفته خود برگزارکنندگان، بلاگرها و اینفلوئنسرهای دعوت شده، طوری انتخاب شدند که افراد

علاقه‌مند به سفرهای کم هزینه و در اصطلاح بک پکرها را فقط به ایران جذب نکنند، چرا که جذب چنین افرادی در نهایت ارزش افزوده زیادی نیز برای ما در بر نخواهد داشت. این پروژه برای جذب افرادی که به سفرهای راحت، اقامت در هتل‌های پرزرق و برق، غذا خوردن در رستوران‌های بزرگ، خرید کردن از صنایع‌دستی و در نهایت افرادی که در سفر پول خرج می‌کنند، در نظر گرفته شده است. بنابراین تیم فم‌تریپ ایران 12 عکاس، بلاگر، نویسنده و توریست را از کشورهای روسیه، آلمان، چین، ترکیه، برزیل، ایتالیا، فرانسه، اوکراین و هندوستان به ایران آورد.

### افراد دعوت شده به فم‌تریپ ایران و میزان اثرگذاری آنها

یکی از انتقاداتی که به پروژه فم‌تریپ ایران وارد شد این بود که در مورد اینفلوئنسرهای دعوت شده دقت لازم اعمال نشده و اینها آن قدرها هم تأثیرگذار نیستند و در تولید محتوا موفق عمل نمی‌کنند. اما با یک جست‌وجوی ساده می‌توان فهمید که آنها از نرخ مشارکت یا engagement rate تقریباً مناسبی برخوردارند. البته که این نرخ عالی نیست اما در ارزیابی بهتر است این موضوع را طبق استانداردهای جهانی سنجید و نه نمونه‌های موردی و مشاهدات غیر علمی. در نظر گرفتن نرخ مشارکت، در بازاریابی بسیار با اهمیت است و افراد یا شرکت‌هایی که می‌خواهند با فعالان اینستاگرام همکاری کنند، باید به این موضوع اهمیت دهند. این نرخ بر اساس فاکتورهای مختلفی مثل تعداد لایک، تعداد کامنت، تعداد اشتراک‌گذاری و ایمپرشن (اثرگذاری) سنجیده می‌شود و اعداد یک تا 3 درصد به عنوان نرخ مشارکت مناسب در اینستاگرام محسوب می‌شوند.

برای سنجش میزان اثرگذاری افراد دعوت شده به فم‌تریپ ایران، نرخ مشارکت افراد در صفحات آنها را محاسبه کردیم. اریکا سانتوز، یکی از افراد دعوت شده است که بیشتر تمرکزش روی شبکه اجتماعی اینستاگرام است. اریکا برزیلی است و یک میلیون و 300 هزار نفر فالوئر دارد. نرخ مشارکت کاربران در صفحه او یک‌درصد است که تقریباً با میانگین نرخ مشارکت برای افرادی که بالای یک میلیون نفر فالوئر دارند برابری می‌کند. او در فم‌تریپ کشور ازبکستان نیز حضور داشت. اگر بخواهیم بر اساس اینستاگرام قضاوت کنیم، هوگو اینفلوئنسر چینی از خیلی از ما دنبال‌کننده کمتری دارد (سه چهار هزار نفر) اما در شبکه اجتماعی چینی که آدرس آن بالای صفحه اینستاگرامش مشخص است، یک میلیون و 500 هزار نفر دنبال‌کننده دارد.

کتی، یک بلاگر و نویسنده چینی دیگر است که در پلتفرم‌های چین مثل ویبو، دوبان، وی چت و دویبن به گفته خود ترتیب دهندگان سفر حدود یک‌میلیون و 100 هزار مخاطب دارد (اینستاگرام در چین فیلتر است). آرتم، عکاس و جهانگرد اهل اوکراین با یک میلیون و 100 هزار نفر فالوئر در اینستاگرام نرخ مشارکت 2 درصد دارد که میانگین معمولی محسوب می‌شود. چیلز، عکاس اهل ترکیه 705 هزار نفر فالوئر در اینستاگرام دارد و نرخ مشارکت او 3 درصد است که در نوع خود نرخ مشارکت خوبی است. آلینا، عکاس سفر از اوکراین که در آلمان زندگی می‌کند و به گفته برگزارکنندگان فم‌تریپ عکس‌های او در مجله‌های معروف ووگ و اشپیگل چاپ شده، 80 هزار دنبال‌کننده در اینستاگرام دارد و نرخ مشارکت دنبال‌کنندگان 10 درصد است.

با جست‌وجوی نام او متوجه می‌شوید او با مجله معروف عکاسی لنز کالچر و شرکت سامسونگ نیز همکاری می‌کند. محمت، عکاس معروف ترک که در ترکیه زندگی می‌کند یک میلیون و 200 هزار نفر فالوئر در اینستاگرام دارد. نرخ مشارکت کاربران صفحه اینستاگرام او نیز 3 درصد است. وونتارا، عکاس فرانسوی یک‌میلیون و 200 هزار نفر فالوئر دارد و به عنوان یکی از تأثیرگذارترین اینستاگرامرهای فرانسوی از او یاد می‌شود و البته نرخ مشارکت 2 درصد را به نام خود ثبت کرده است. کاتیا یا اکاترینا، عکاس و هنرمند روس دو صفحه اینستاگرام دارد که یکی 600 هزار دنبال‌کننده و دیگری 700 هزار فالوئر دارد. اما با توجه به اینکه احتمالاً درصد بسیاری از افراد حاضر در هر دو صفحه تکراری هستند، ما فقط یکی از صفحات او را در محاسبه تعداد دنبال‌کنندگان همه افراد دعوت شده به ایران آوردیم. در هر صورت نرخ مشارکت در هر کدام از صفحات او 4 درصد است. الکس از کشور روسیه با 480 هزار دنبال‌کننده در اینستاگرام یکی دیگر از دعوت‌شدگان به پروژه فم‌تریپ است. او قبلاً به عنوان عکاس برترماه از سوی مجله نشنال‌جئوگرافیک انتخاب شده و نویسنده همکار در

سایت معروف تریپ ادوایزر (با موضوع سفر) است. نرخ مشارکت کاربران در صفحه او نیز 3 درصد است. هارچیندر، رستوران دار و بیزنس من هندی است که در دنیای مجازی به خاطر سفرهای خانوادگی خود شناخته می شود. او در توییتر یک میلیون و 500 هزار فالوئر دارد. البته ذکر این نکته ضروری است که تعداد افرادی که او، آنها را دنبال می کند هم همین قدر است. یعنی احتمالاً درصد زیادی از آنها دنبال کنندگان فعال محسوب نمی شوند. ونسا فشن بلاگر ایتالیایی است که در یوتیوب 345 هزار نفر دنبال کننده دارد و در اینستاگرام حدود 200 هزار نفر او را دنبال می کنند.

در ارزیابی مان فقط دنبال کنندگان او در یوتیوب (که صفحه اصلی تولید محتوای ونسا به شمار می آید) حساب کردیم. با حساب ما همه این 12 اینفلوئنسر سر جمع حدود 11 میلیون نفر دنبال کننده دارند و میزان اثرگذاری (نرخ مشارکت) آنها نیز در حد میانگین معمول اینستاگرام است. البته که در حد ایده آل نبود و با آنچه برگزار کنندگان وعده داده بودند، تا حدودی فاصله داشت.

### بیشتر مردم تماشاگرند

اما برای درک بهتر این موضوع نگاهی می اندازیم به صفحه کریستیانو رونالدو که یکی از محبوب ترین و تأثیرگذارترین فوتبالیست های دنیا محسوب می شود، براساس تعداد دنبال کنندگان در اینستاگرام در رتبه دوم دنیا قرار دارد. این فوتبالیست اینگیجمنت ریت یا نرخ مشارکت 3 درصد را به نام خود ثبت کرده که شاید رقم کمی به نظر برسد اما از نظر استانداردهای اینستاگرام یک نرخ مشارکت مناسب محسوب می شود.

او 185 میلیون فالوئر دارد اما میانگین لایک پست هایش 4 میلیون است و میانگین تعداد کامنت های هر پست 23 هزار است. این به معنای آن نیست که دنبال کنندگان کریستیانو رونالدو همگی فیک (تقلبی) هستند! این ادعا که بعضی در مورد اینفلوئنسرهای وارد شده به ایران مطرح می کنند از اساس درست نیست. فراموش نکنیم این خاصیت شبکه اجتماعی است. بیشتر مردم تماشاگرند! برای همین است که یک بلاگر فقط با 2 میلیون نفر دنبال کننده، به عنوان یکی از برترین اینفلوئنسرهای دنیا شناخته می شود، چرا که نرخ مشارکت صفحه او 20 درصد است، یعنی دنبال کنندگانش مشارکت بالایی دارند و به پست های او بیشتر واکنش نشان می دهند.

### چرا بلاگرهای معروف تر نیامدند؟

ایران مقصد توریستی بزرگی نیست. ایران در منطقه از نظر جذب توریست بعد از ترکیه، عربستان، امارات و مصر در رده چهارم قرار دارد. در رده بندی جهانی هم که دیگر خودتان حتماً بهتر می دانید ایران کجای جدول است! هنوز هم سوال اول آدم ها هنگام سفر به ایران درباره امنیت است.

هنوز هم هیچ چیز درباره خیابان های بزرگ و مدرن ایران نمی دانند و هنوز هم نقاط گردشگری بکر و خارق العاده ما برای بیشتر آنها ناشناخته است. با این شرایط نباید انتظار داشت یک توریست یا بلاگر بزرگ و معروفی که در حالت عادی چند ده هزار دلار یا چند صد هزار دلار برای انجام چنین سفری دریافت می کند، حاضر شود بدون دریافت هزینه به این مقصد گردشگری نه چندان معروف بیاید و برای آن تبلیغ کند.

برگزار کنندگان فم تریپ ایران می گویند که هزینه های این فم تریپ 12 روزه که برای 12 بلاگر بین المللی برگزار شد، 2 میلیارد تومان بوده است. این نقطه آغاز پروژه feel Iran بود. به گفته برگزار کنندگان، تا پایان امسال تعدادی از بلاگرهای سفر مشهورتر و حرفه ای تری برای تجربه نوع دیگری از سفر (از نوع ماجراجویانه) به ایران خواهند آمد. به نظر می رسد قضاوت اصلی را در مورد موفقیت این پروژه باید به زمان و بعد از اجرای فازهای دوم و سوم پروژه سپرد.