

Por que algumas redes sociais têm sucesso enquanto outras lutam para sobreviver?

Por que Facebook e Twitter estão apenas se lutando pelo segundo lugar depois de anos competindo no início dos anos 2000? Todos parecem usar mídias sociais, então todos parecem ter a resposta para essa espécie de pergunta.

No entanto, as redes sociais são icebergs: a maior parte do que importa está abaixo da superfície. Construir uma boa experiência do usuário é um sinônimo de jogar no espaço. No entanto, para realmente ter sucesso, também é necessário dominar as partes que a maioria das pessoas não vê.

Snapchat como exemplo

Snapchat pode não gostar se eu chamar o aplicativo de "mídia social"; está **cbet77** uma campanha publicitária internacional encorajando as pessoas a usarem "menos mídia social, mais Snapchat", se posicionando como um serviço de mensagens acima de tudo, **cbet77** vez da "conquista popular da mídia social" de seus competidores. Isso combina com o tom geral que a empresa tem promovido, como eficazmente a maior empresa de aplicativos de consumo americana independente.

Snapchat também é um dos melhores exemplos do fato de que se concentrar apenas no que os usuários podem ver fará a empresa perder o que faz uma série florescer. Depois de um boom na pandemia, a empresa foi atingida duramente por tremores no setor tecnológico, seu preço de ações caindo de um pico de R\$83 **cbet77** outubro de 2024 para menos de um décimo disso, apenas R\$8.15, **cbet77** apenas um ano. Foi um sinal desconcertante de que a empresa precisava repensar as coisas e nos últimos anos, o Snap trabalhou duro para construir produtos para anunciantes, influenciadores, desenvolvedores e profissionais de marketing que possam competir de igual para igual com Facebook e Instagram.

Reconsiderando o modelo de negócios **cbet77** Snapchat

Essa semana, passei algum tempo com Ronan Harris, o presidente da região EMEA da empresa, para discutir essas mudanças. Queria saber o que uma empresa do tamanho do Snap precisa se concentrar e o que as pessoas se equivocam ao se concentrar apenas nas partes públicas.

"Nossos usuários nos dizem que o Snapchat é o lugar online mais feliz **cbet77** que passam o tempo", diz Harris. "Eu gostaria de dizer que é porque temos tecnologia magicamente feliz. Mas acho que é realmente porque é onde eles passam mais tempo online com pessoas pelas quais se importam e de uma forma que se sente autêntica e real."

The post [bet365 app aposta](#) appeared first on [bet65](#).

Operadores de carga aérea aumentan emisiones de gases de efecto invernadero en un 25% en comparación con 2024

Los operadores de carga aérea han aumentado sus emisiones de gases de efecto invernadero en un 25% en comparación con 2024, según un análisis realizado.

En 2024, los operadores de carga aérea realizaron alrededor de 300 000 vuelos más que en 2023, lo que representa un aumento del volumen de vuelos de casi el 30%. Los EE. UU. representaron más del 40% de las emisiones globales de carga aérea, según el informe del grupo de campaña Stand.earth.

La Dra. Devyani Singh, una de las autoras del análisis, describió la expansión como una "nueva amenaza climática y para la salud humana" y urgió a las empresas de carga aérea a "dejar de depender de la carga aérea y transferir los envíos de mercancías a modos de transporte de menor carbono como el transporte marítimo o el ferrocarril".

La carga aérea produce una estimación de 80 veces más carbono que el transporte marítimo o terrestre, lo que la convierte en uno de los métodos de transporte más intensivos en carbono.

Los investigadores atribuyen el aumento agudo a los cambios en la economía pospandémica y las nuevas expectativas de los consumidores en el comercio electrónico, donde el envío rápido se ha convertido en el estándar; el programa de membresía Prime de Amazon es utilizado por más de 200 millones de personas en todo el mundo.

Los investigadores señalan que antes de la pandemia de Covid-19, la carga aérea se reservaba principalmente para bienes perecederos, entregas sensibles al tiempo y artículos de lujo. Sin embargo, las interrupciones en la cadena de suministro en la era pandémica llevaron a un aumento sin precedentes en el número de bienes no perecederos y de menor valor transportados por carga aérea.

El informe destaca una doble razón para el aumento de las emisiones. Antes de la pandemia, la carga se transportaba a menudo en la bodega de aviones de pasajeros. La disminución de la demanda de los consumidores para el viaje aéreo internacional durante la pandemia condujo a una expansión de las flotas de carga solo para transportar mercancías. Esto no ha disminuido desde entonces, incluso cuando las emisiones de carga en la bodega de pasajeros han regresado posterior a la pandemia.

Para 2024, las emisiones de carga aérea habían aumentado en un 25% desde 2023, lo que representa 93,8 millones de toneladas en total. Mientras tanto, las emisiones de carga en la bodega de pasajeros han rebotado hasta casi el 90% de los niveles de 2023.

FedEx y UPS fueron responsables del 24,7% de las emisiones de carbono de la industria en 2023. Se estima que el 99,8% del combustible de aviación se produce a partir de combustibles fósiles, con la escala de reemplazos de bajas emisiones de carbono una perspectiva distante.

Crecimiento del comercio electrónico impulsa el aumento de emisiones de carga aérea

La investigación publicada el año pasado pronosticó que el volumen anual mundial de paquetes podría aumentar a 800 mil millones de paquetes al año para 2030, en comparación con 315 mil millones en 2023.

Mientras tanto, el sector está experimentando un crecimiento robusto, con Amazon que tuvo un aumento del 13% en los ingresos del primer trimestre de 2024 al primer trimestre de 2024.

Informações do documento:

Autor: symphonyinn.com

Assunto: cbet77

Palavras-chave: **cbet77 - symphonyinn.com**

Data de lançamento de: 2024-07-05