

روح اله عموحسینی (عمو روحی) فود بلاگر و فعال فضای مجازی در حوزه غذا و رستوران :

استمرار و تولید محتوای با کیفیت رمز موفقیت است

اگر کسی به تولید محتوا علاقه دارد، به نظر من این مسیر می‌تواند از کارمندی انتخاب بهتری باشد؛ البته به شرطی که وارد حوزه‌ای شود که واقعاً به آن علاقه دارد. فقط هم فودبلاگری نیست؛ ماشین، املاک، تکنولوژی یا هر موضوع دیگری. مهم این است که بتوانید محتوای باکیفیت تولید کنید، عاشق کارتان باشید و در آن استمرار داشته باشید و از همه مهم تر اینکه برای نتیجه گرفتن صبور باشید.

به گزارش خبرنگاران گروه زندگی و سرگرمی گزارش خبر، امروزه با افزایش ضریب نفوذ گوشی‌های همراه در جامعه و به دنبال آن رونق فضای مجازی، مشاغل جدید و منابع درآمدی متفاوتی به نسبت دنیای حقیقی به دنیا معرفی شده است. یکی از این مشاغل جدید بلاگری در حوزه غذا و رستوران است. بسیاری از جوانان با دیدن صفحه یک فود بلاگر یا تستر غذا، حسرت زندگی او را می‌خورند و ارزوی داشتن چنین شغل و مخاطبانی را آرزو می‌کنند؛ چرا که در ظاهر، این شغل ترکیبی رؤیایی از سفر، خوش‌گذرانی، شکم‌گردی به همراه درآمدهای کلان و غیر قابل تصور به نظر می‌رسد. اما واقعیت این است که پشت این ویتترین رنگارنگ، سختی‌ها، چالش‌ها و مسئولیت‌های سنگینی نهفته است که معمولاً از چشم مخاطب پنهان می‌ماند.

در گذشته به این افراد منتقد رستوران یا نویسنده غذا می‌گفتند. این عنوان برای کسانی استفاده می‌شد که با حضور در رستوران‌ها و تست غذا و امکانات، عملکرد کارکنان و کیفیت غذاهای رستوران‌ها را مورد بررسی قرار می‌دادند و تجزیه و تحلیل خود را در روزنامه‌ها یا مجلات منتشر می‌کردند. آنها کارشناسان زبده‌ای در حوزه‌های مختلف بودند و نظرات کارشناسی آنها در افزایش یا کاهش مشتریان و حتی سهام رستوران‌های بزرگ تاثیر داشت. اما با توسعه فضای مجازی بلاگری در حوزه غذا و رستوران یا تستری غذا شکل گرفت که شباهت‌ها و تفاوت‌هایی با منتقد غذا دارد.

آنها سرزده یا باهماهنگی از رستوران‌هایی که پیشتر درخواست حضورش را داده‌اند، بازدید می‌کنند و با معیار‌هایی همانند سلامتی غذا، بهداشت مواد و وسایل (با بازدید از آشپزخانه)، برخورد با مشتریان، کیفیت و کمیت غذا و طعم آن به رستوران‌ها امتیاز می‌دهند.

در این گفت‌وگو به سراغ عمو روحی رفته‌ایم؛ چهره شناخته‌شده و فعال فضای مجازی در حوزه غذا و رستوران که سال‌هاست در این مسیر فعالیت دارد.

«روح اله عموحسینی» با اسم مستعار «عمو روحی» کارشناس گرافیک از دانشگاه علمی کاربردی تهران است و بیش از ده سال است که به این حرفه اشتغال دارد. او معتقد است تستر غذا نیست چرا که تستری غذا علاوه بر دانش تجربی نیاز به آگاهی آکادمیک و دانش اطلاعاتی خاص در حوزه تغذیه و آشپزی دارد. حسینی خود را دوستدار و عاشق غذای خوب و سالم می‌داند و سعی در معرفی رستوران‌هایی دارد که با رعایت اصول بهداشتی و نظافت، علاوه بر ارائه غذای با کیفیت، به رضایت مشتریان و بهداشت محیط نیز توجه دارند. «عمو روحی» در این گفتگو از چالش‌ها، فراز و فرودها و ایده شکل‌گیری حرفه‌اش با ما سخن گفت:

ایده ورود به دنیای معرفی رستوران‌ها از کجا و چگونه شکل گرفت و فعالیت حرفه‌ای خود را دقیقاً از چه سالی آغاز کردید؟

پیج «عمو روحی» را سال ۱۳۹۶ راه‌اندازی کردم و اولین پستم آن همان سال منتشر شد. اما ایده‌اش از چند سال قبل شکل گرفت. قبل از اینستاگرام، با یکی از دوستانم یک آگهی‌نامه چاپی غذا به اسم «فودالوگ» منتشر می‌کردیم که تبلیغات و منوی رستوران‌ها را در قالب یک کاتالوگ بین مردم پخش می‌کردیم. تجربه خوبی بود، اما از نظر مالی چندان توفیقی به دست نیامد و با ضرر مالی زیاد اجرای آن را متوقف کردیم.

همان تجربه باعث شد با بازار رستوران‌ها آشنا شوم. وقتی اولین پیج‌های فودبلاگری را دیدم، متوجه شدم این مدل، خیلی کم‌هزینه‌تر، سریع‌تر و به‌روزتر از تبلیغات چاپی است. از طرفی علاقه زیادی هم به غذا داشتم، برای همین تصمیم گرفتم مسیرم را در فضای دیجیتال ادامه بدهم و پیج «عاموروحی» را راه‌اندازی کنم.

راز اصلی ماندگاری شما در این فضای پرقاب‌ت چیست و چطور توانستید اعتماد این حجم زیاد از مخاطبان را جلب کنید؟

به نظر من راز موفقیت در اینستاگرام و به‌طور کلی فضای تولید محتوا دو چیز است؛ کیفیت و استمرار. کیفیت، شرط لازم است و استمرار، شرط کافی. اگر محتوای خوب تولید کنید و سال‌ها بدون وقفه ادامه بدهید، مخاطب خودش به مرور شما را پیدا می‌کند.

من قبل از شروع پیج، سال‌ها در حوزه تبلیغات و گرافیک کار کرده بودم و این موضوع را از نظر تئوری می‌دانستم، اما در عمل هم به آن پایبند ماندم. سعی کردم همیشه رستوران‌های خوب و پیشنهادهای ارزشمند معرفی کنم و این روند را بدون وقفه ادامه بدهم. وقتی مردم ببینند شما کارتان را جدی گرفته‌اید، آن‌ها هم به شما اعتماد می‌کنند و همین اعتماد، مهم‌ترین دلیل ماندگاری است.

آیا در شروع کار یا ادامه مسیر، از بلاگرها و چهره‌های مطرح غربی الگوبرداری کرده‌اید یا سبک شخصی خودتان را ساختید؟

صددرصد. من هم بلاگرهای خارجی را بررسی کردم و هم فودبلاگرهای ایرانی که قبل از من فعالیت می‌کردند. به نظرم لازم نیست آدم چرخ را از نو اختراع کند. همیشه به این جمله اعتقاد داشتم که «موفقیت ردپا به جا می‌گذارد»؛ اگر مسیر آدم‌های موفق را بررسی کنید، احتمال رسیدن به نتیجه

خیلی بیشتر می‌شود.

البته الگوبرداری فقط نقطه شروع است. به مرور زمان، هر کسی نقاط قوت، سلیقه و شخصیت خودش را وارد کار می‌کند و کم‌کم هویت برندش شکل می‌گیرد. من هم از تجربه دیگران شروع کردم، اما سعی کردم آگاهانه سبک و هویت مخصوص خودم را بسازم.

اگر بخواهید کمی از چالش‌ها و خطرات این شغل بگویید، سخت‌ترین و طاقت‌فرساترین بخش کار شما چیست؟

به نظر من هر شغلی سختی‌های خودش را دارد و نمی‌شود گفت این کار از همه سخت‌تر است. اما در حوزه ما، یکی از مهم‌ترین چالش‌ها فیلترینگ و اختلال‌های اینترنت است که مستقیماً روی کار و درآمد تأثیر می‌گذارد.

چالش دیگر، نبود چارچوب و حمایت قانونی مشخص برای فعالیت اینفلوئنسرهاست. هنوز این شغل به‌صورت رسمی جایگاه مشخصی ندارد و همین موضوع کار را سخت‌تر می‌کند.

از طرفی، فعالیت در فضای مجازی از نظر روانی هم چالش‌های خودش را دارد. اگر کسی نتواند با کامنت‌ها و انتقادهای منفی درست برخورد کند، ممکن است تحت فشار قرار بگیرد. در نهایت هم درآمد این حوزه، با وجود اینکه می‌تواند بسیار خوب باشد، معمولاً ثبات ندارد و ممکن است از ماهی به ماه دیگر تغییرات زیادی داشته باشد.

برای جوانانی که می‌خواهند وارد این حوزه شوند، چه پیشنهادهایی دارید و مهم‌ترین کلیدهای جذب مخاطب در صنعت غذا چیست؟

اگر کسی به تولید محتوا علاقه دارد، به نظر من این مسیر می‌تواند از کارمندی انتخاب بهتری باشد؛ البته به شرطی که وارد حوزه‌ای شود که واقعاً به آن علاقه دارد. فقط هم فودبلاگری نیست؛ ماشین، املاک، تکنولوژی یا هر موضوع دیگری. مهم این است که بتوانید محتوای باکیفیت تولید کنید، عاشق کارتان باشید و در آن استمرار داشته باشید و از همه مهم‌تر اینکه برای نتیجه گرفتن صبور باشید.

به نظر من مهم‌ترین کلید جذب مخاطب، چه در صنعت غذا و چه در هر حوزه دیگری، دو چیز است: کیفیت و استمرار. اگر این دو را کنار هم داشته باشید، دیر یا زود به نتیجه می‌رسید.