

گزارش سالانه ادتریس

۱۴۰۰



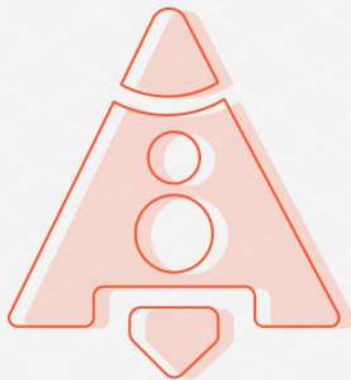
بوسیله این گزارش:

- شاخص های مارکتینگ خود را بروز می کنید.
- مرجعی برای استناد آمارهای مارکتینگ خود می یابید.
- به آمارهای بومی سازی شده مختص کشور ایران دست می یابید.

در سالیان گذشته شاهد این بودیم که مقوله‌ای بنام **«بازاریابی داده‌محور»** روز به روز در حال گسترش بوده است. شاهد این بودیم که روز به روز تصمیم‌گیری‌ها از بعد احساسیشان کمتر می‌شد و بیشتر مبتنی بر شواهد اطراف انجام می‌گرفت. شاهد این بودیم که روز به روز اهمیت دیتا برای مدیران بالاتر می‌رفت و سازمان‌ها برای تصمیم‌گیری‌های استراتژیک و یا حتی عملیاتیشان دست به دامن بررسی اتفاقات و وقایع گذشته بودند و همه این نیازها را موهبتی به نام دیتا برایمان رفع می‌کرد. دیتا به ما کمک کرد تا هرچند اندک به اتوپیا یا آرمان‌شهر خود نزدیک‌تر شویم؛ دنیایی که در آن تصمیماتی که بر روی **«مردم و جامعه»** ما تاثیرگذار است از روی غریزه، احساس و نگاه‌های غیرجامع گرفته نشود. همه این اتفاقات را مدیون تحول جدیدی هستیم که دیتا برای ما به ارمغان آورده است.

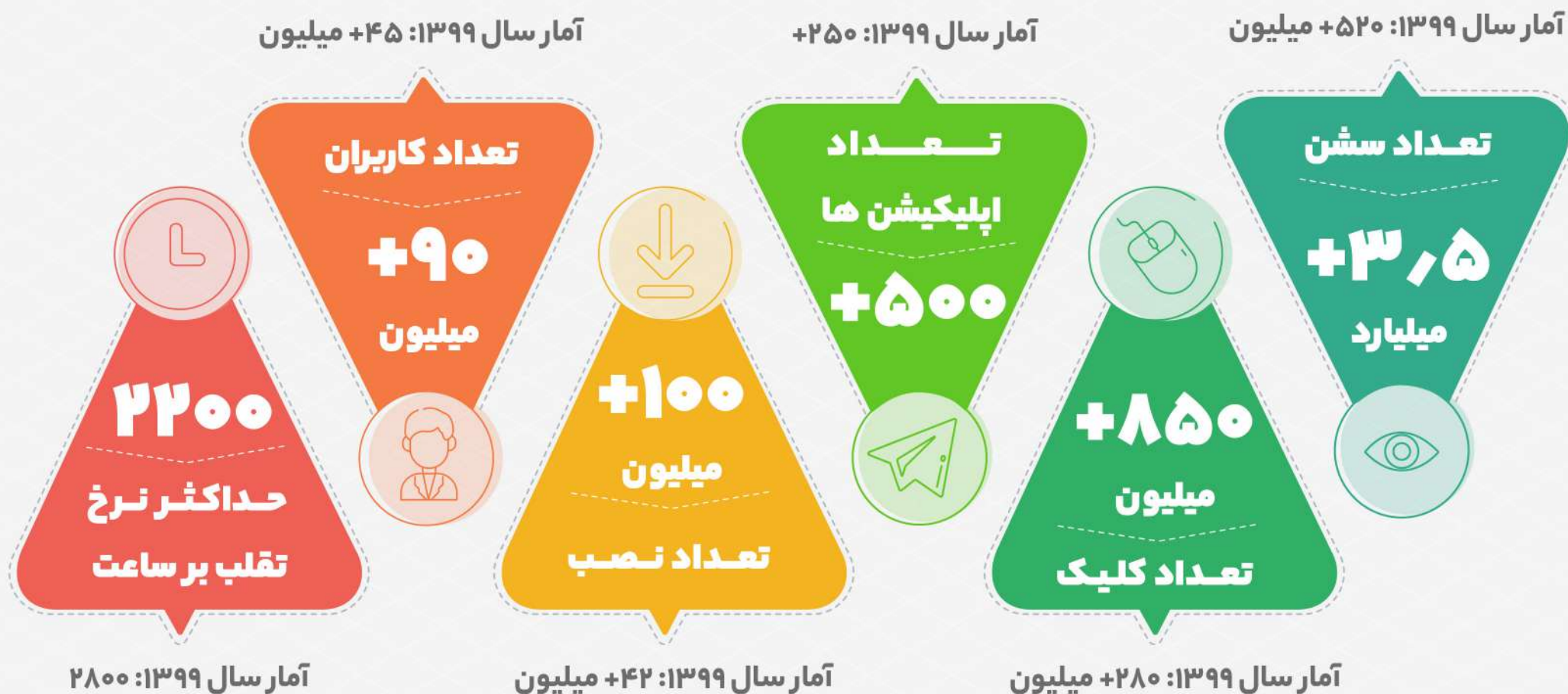
گزارش موردنظر تلاشی هرچند اندک برای نزدیکی هرچه بیشتر صنعت موبایل مارکتینگ کشور به اتوپای موردنظر می‌باشد. این گزارش حاصل بررسی رفتار **۹۰ میلیون** کاربر یکتا اپلیکیشن‌های ایرانی می‌باشد. گزارش موردنظر با این رویکرد طراحی شده است تا بتواند مرجعی معتبر برای **فعالین حوزه موبایل مارکتینگ** باشد. هرساله فعالین حوزه موبایل مارکتینگ بخصوص پلتفرم‌های اتریبیوشن بین‌المللی، گزارش‌هایی را مشابه گزارش موردنظر ارائه می‌کنند؛ اما نقدی که همیشه به این سبک گزارش‌ها وارد می‌باشد، عدم تمرکز بر روی رفتار خاص کاربران کشورمان ایران می‌باشد. به همین دلیل غالباً این سبک گزارش‌ها از اعتبار بالایی برای رفرنس‌دهی فعالین حاضر در ایران برخوردار نمی‌باشد.

ادتریس یک پلتفرم اتریبیوشن در صنعت موبایل مارکتینگ کشور می‌باشد که مفتخر است که در حال حاضر به بیش از ۵۰۰ اپلیکیشن ایرانی خدمت‌رسانی می‌کند. کاربری اصلی ادتریس، ترک کردن کانال‌های مختلف ورود کاربران به اپلیکیشن، آنالیز رفتار داخل اپلیکیشن کاربران و همچنین تشخیص تقلب می‌باشد. در گزارش موردنظر، بدلیل حفظ حریم خصوصی اپلیکیشن‌ها، نام آن‌ها برده نشده است.



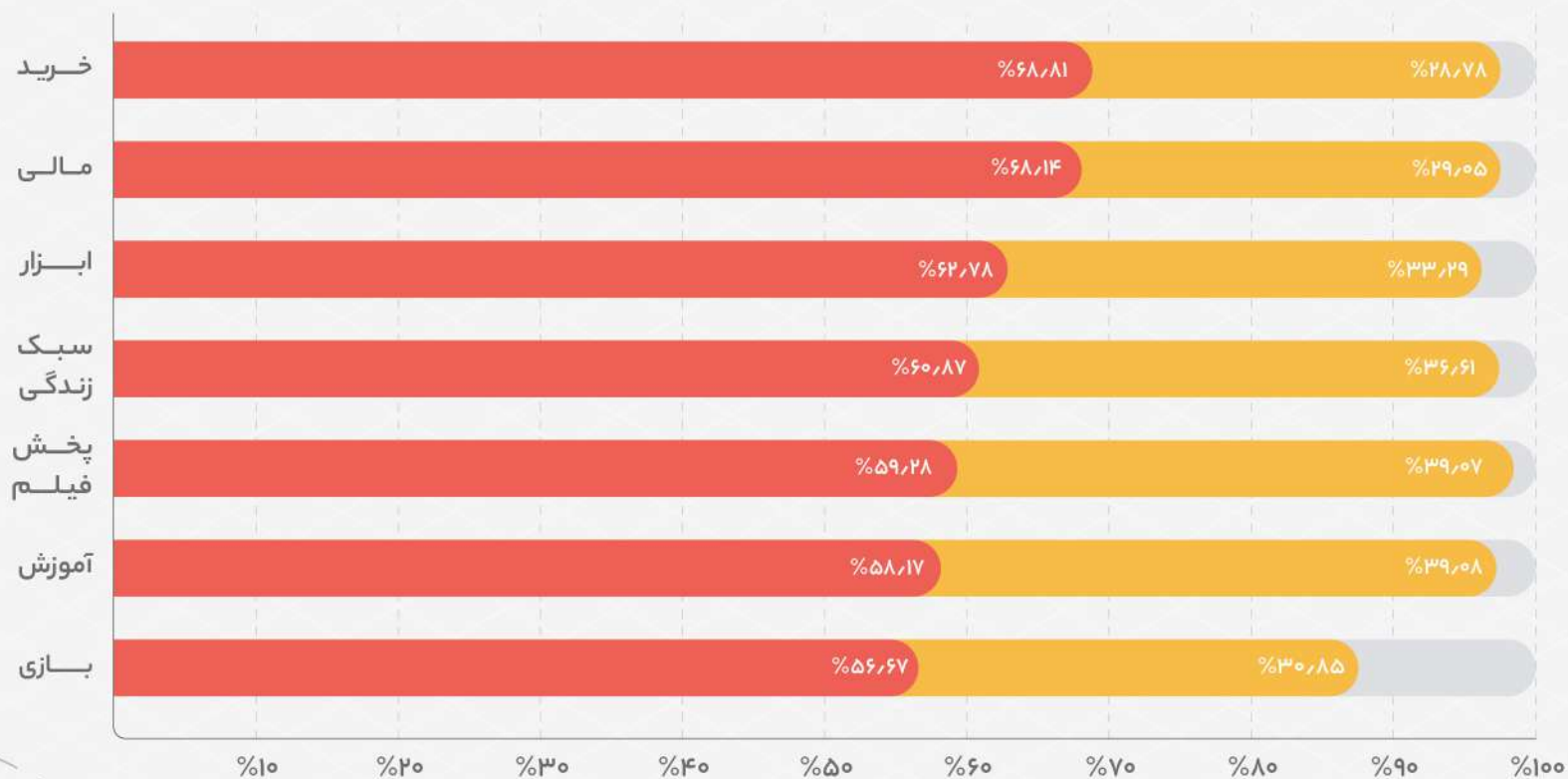


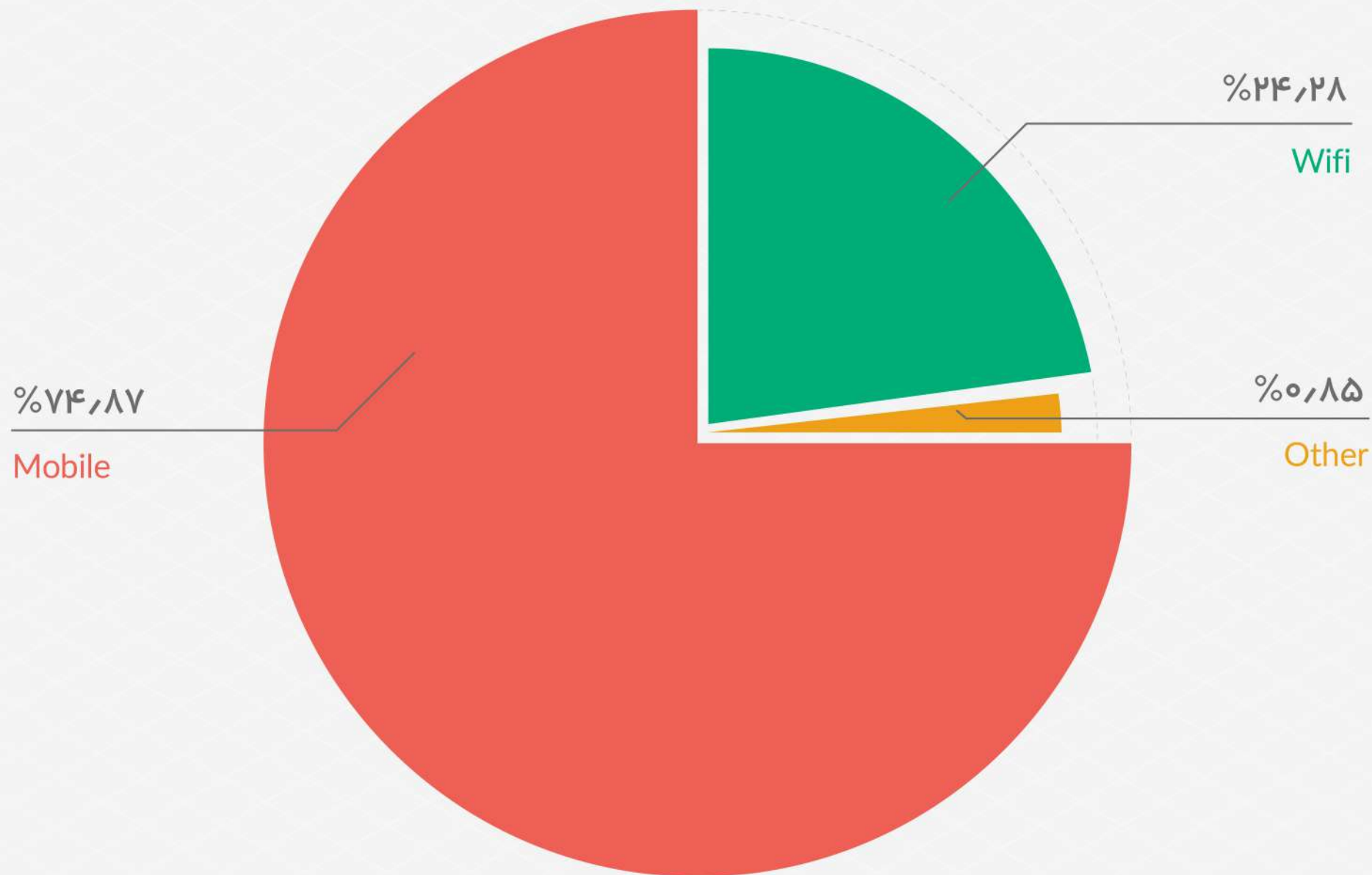
★ در هر سه شاخص، ادتریس رشد بیش از ۳ برابری را تجربه کرده است.

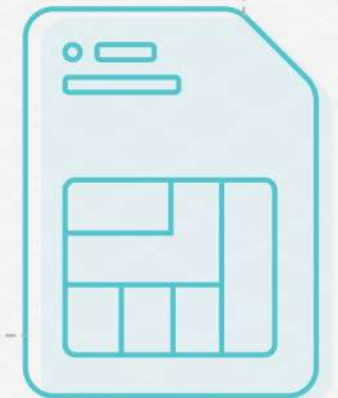
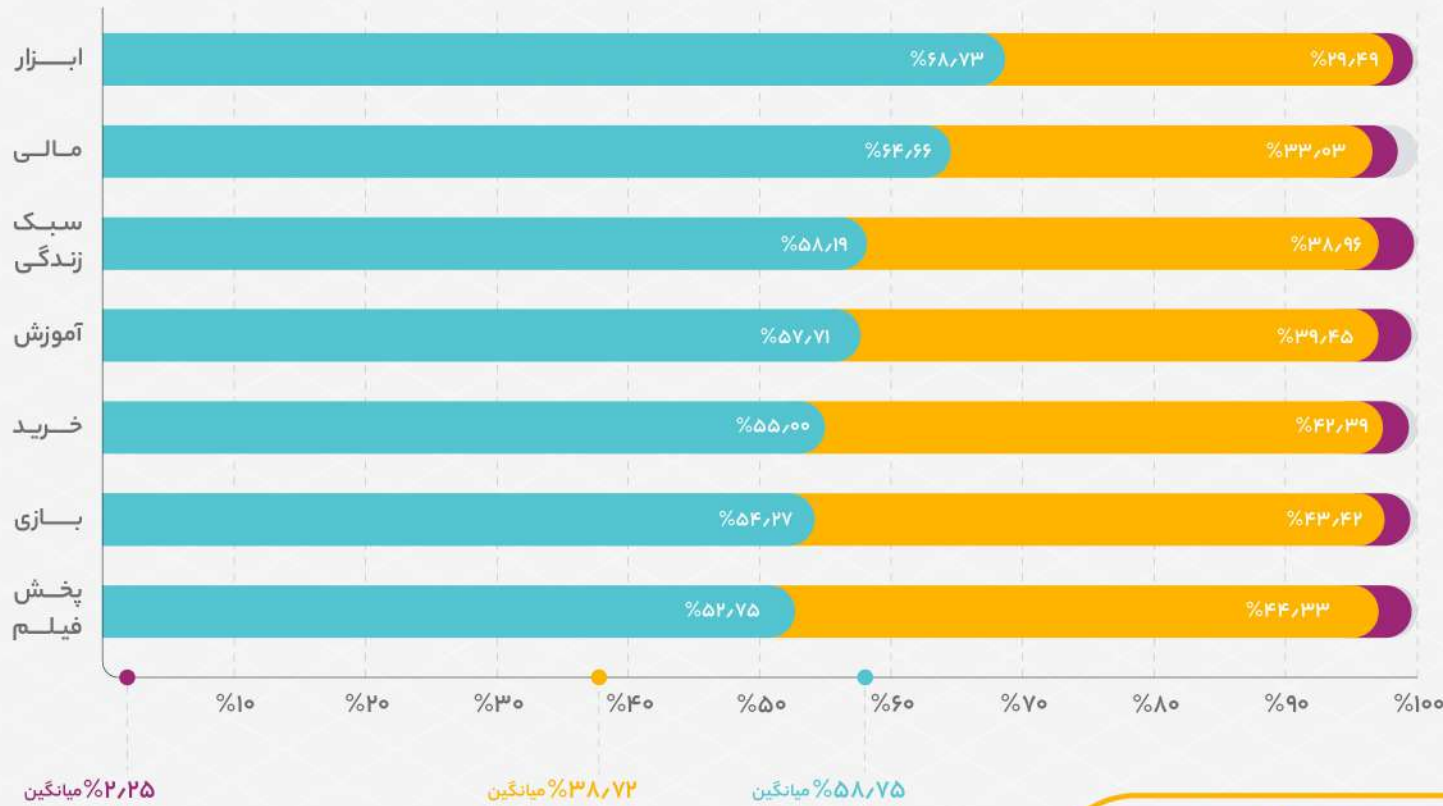


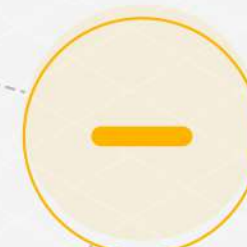
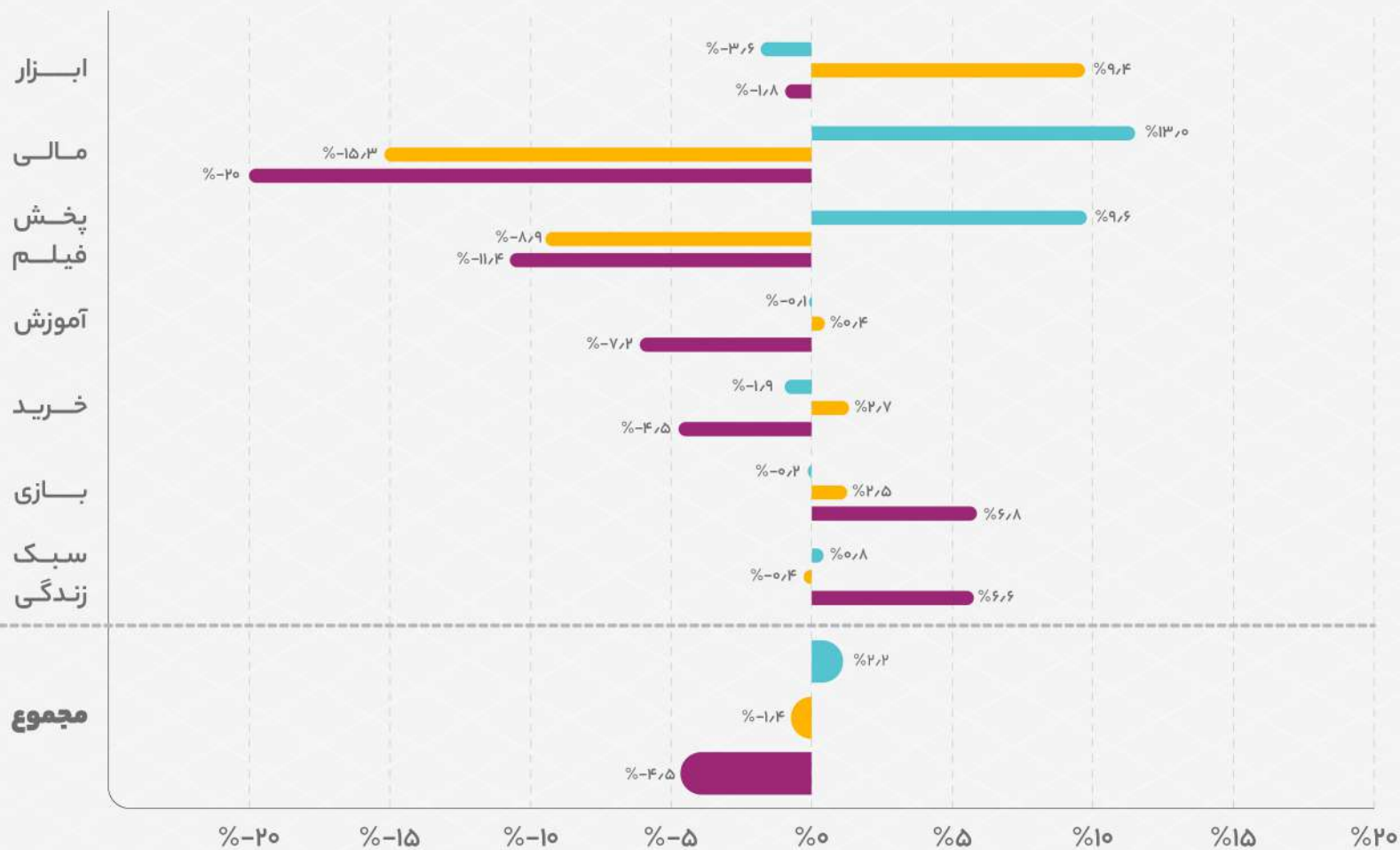
● در گزارش مورد نظر سعی شده است آمار هر بخش در ۷ دسته ی اپلیکیشنی زیر در اختیار قرار گیرد.

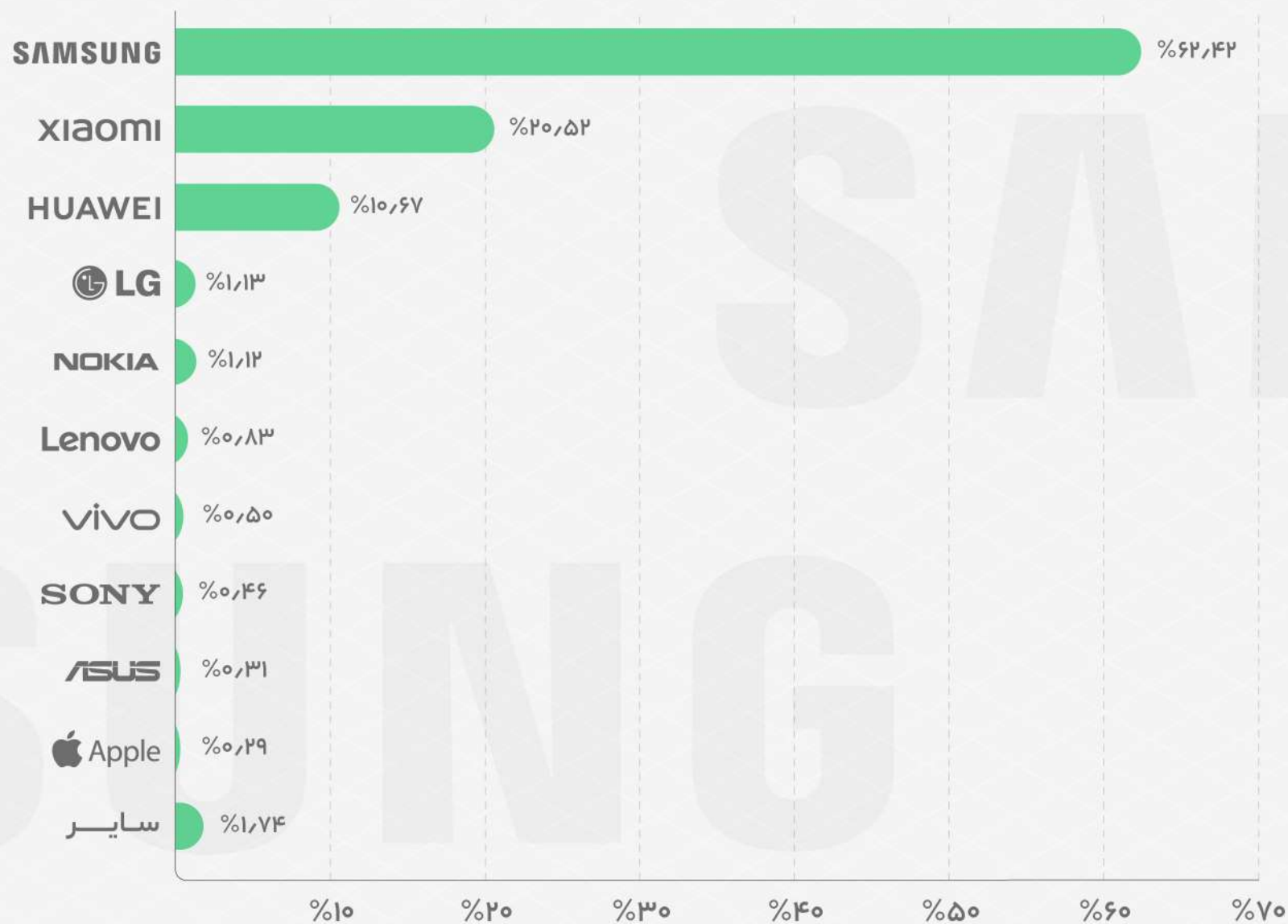


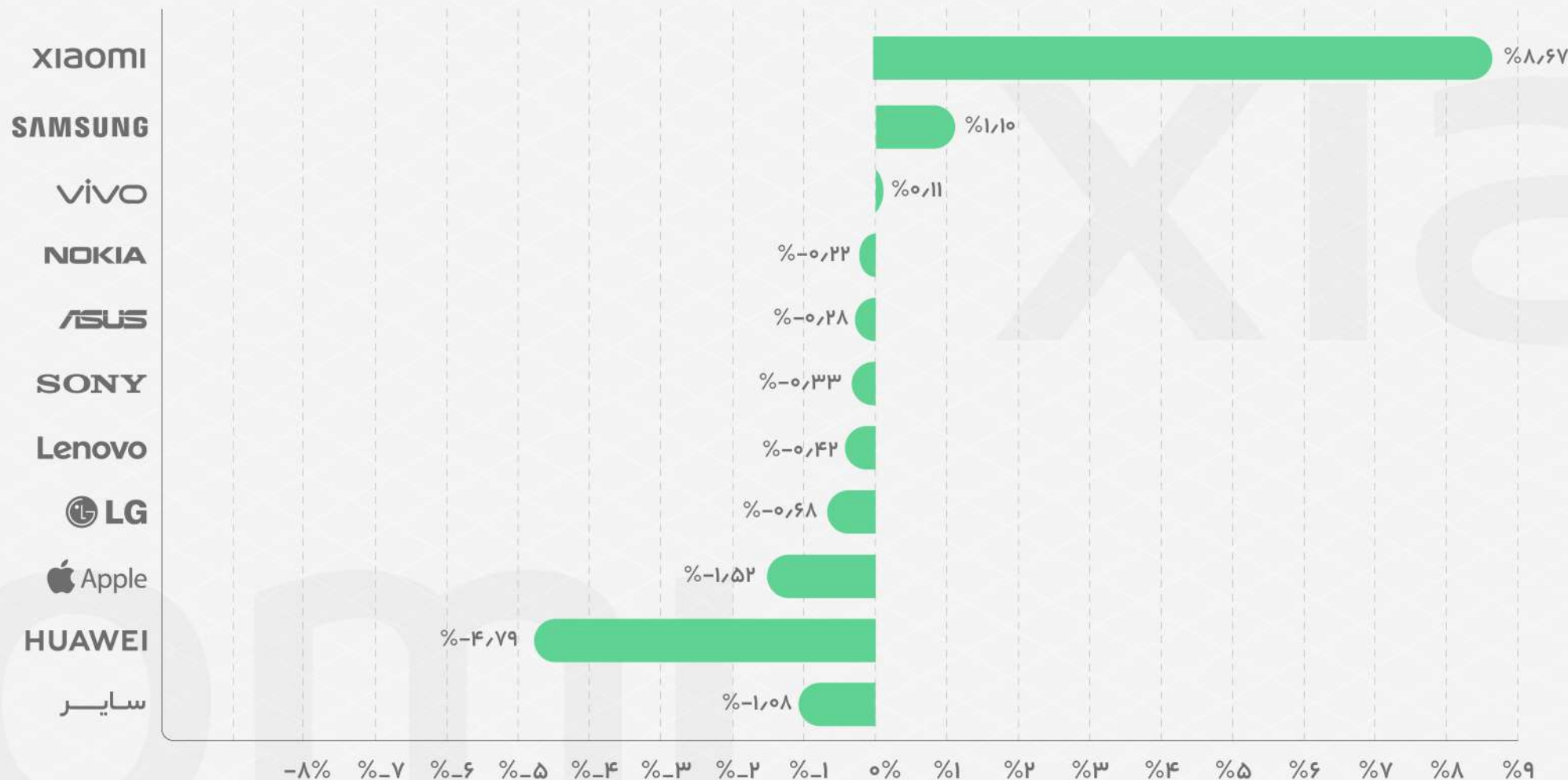




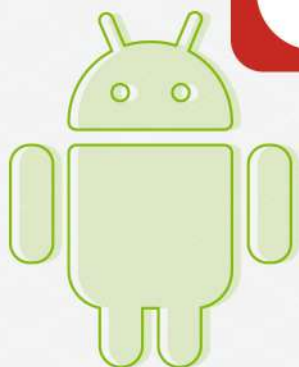








★ گسترش سهم بازار برند شیائومی در ایران در طی سال‌های اخیر بر کسی پوشیده نمی‌باشد.

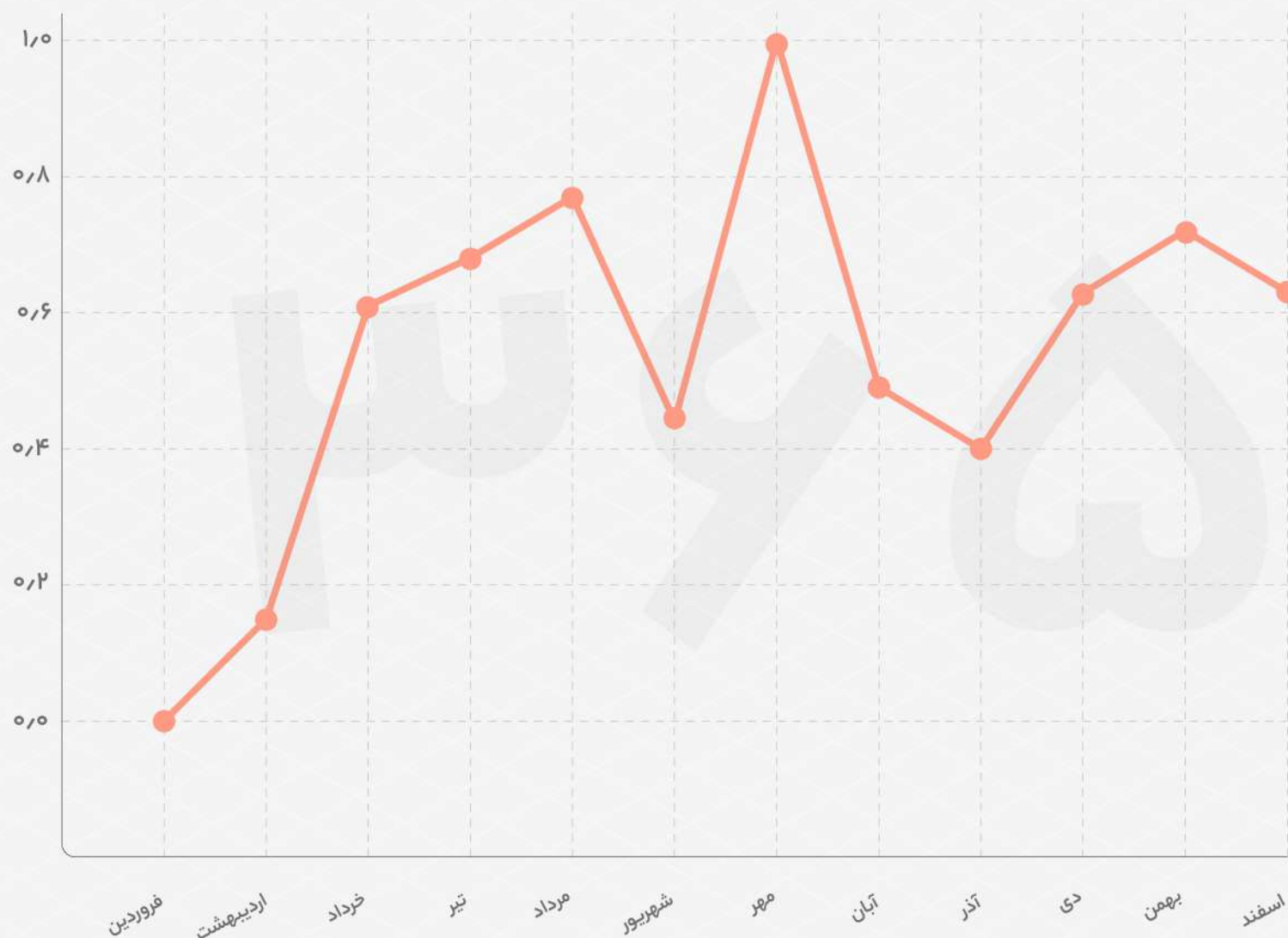




★ بوسیله این آمار تمایل دسته‌های اپلیکیشنی به نصب‌های حاصل از تبلیغات مشخص می‌شود.

ADS

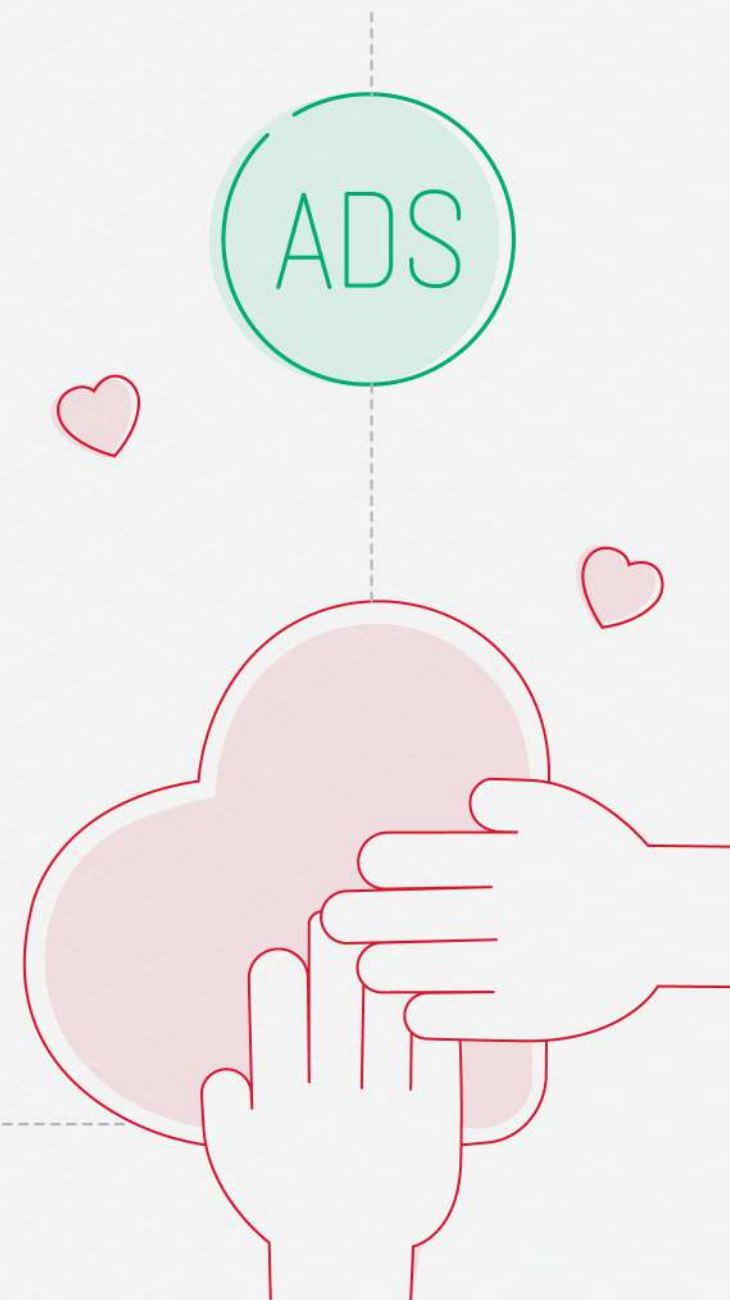
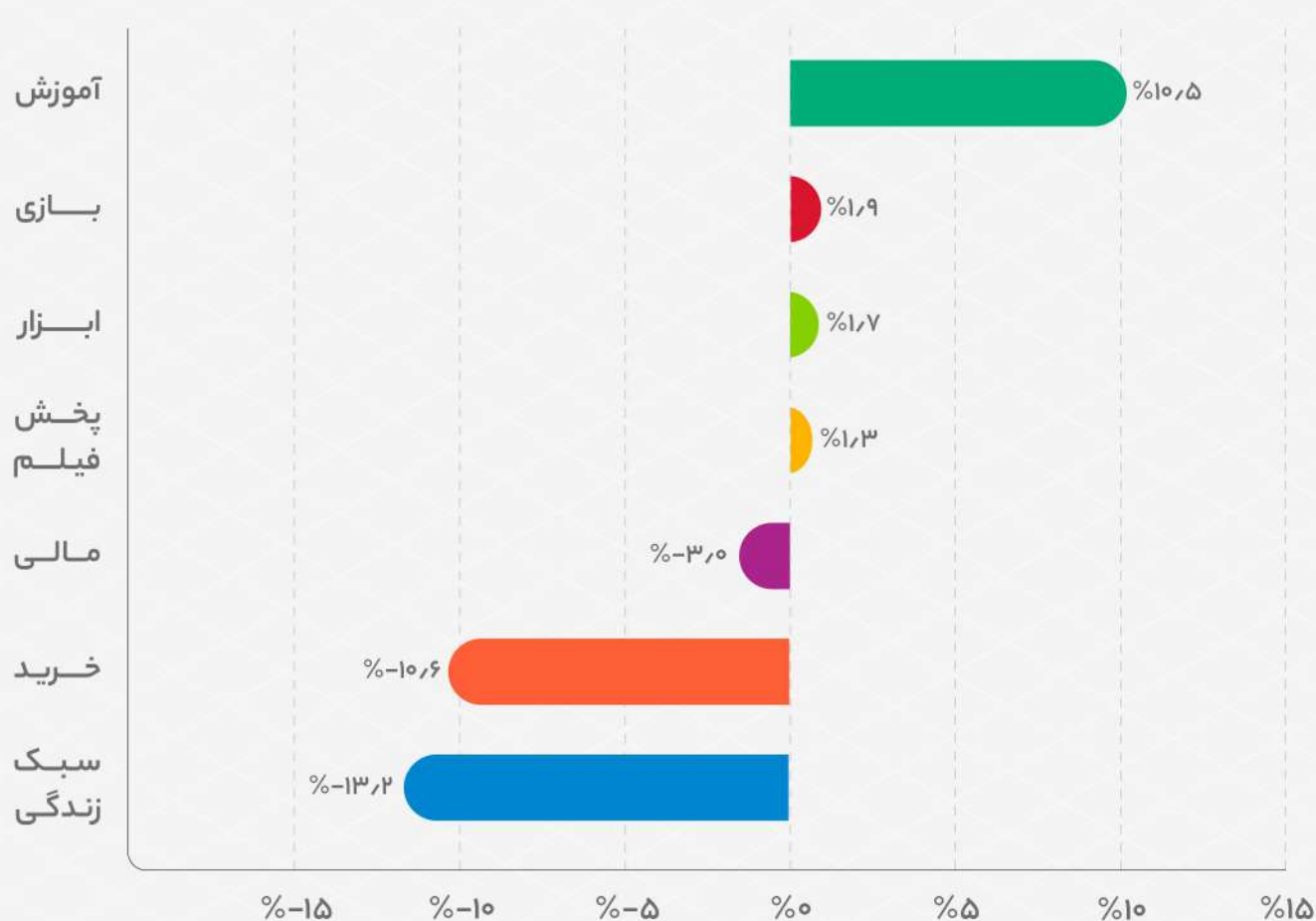


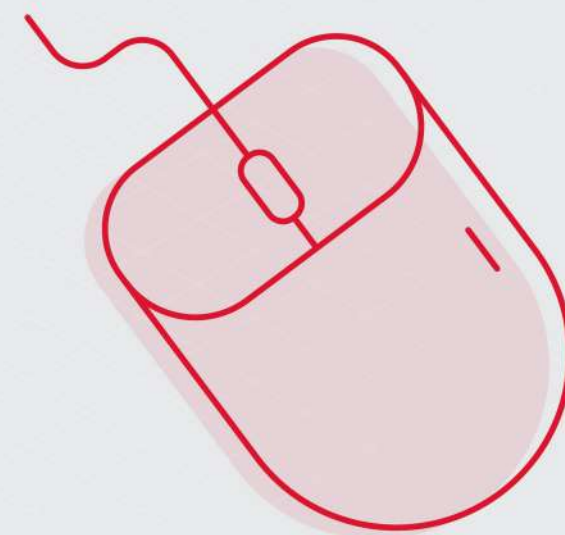
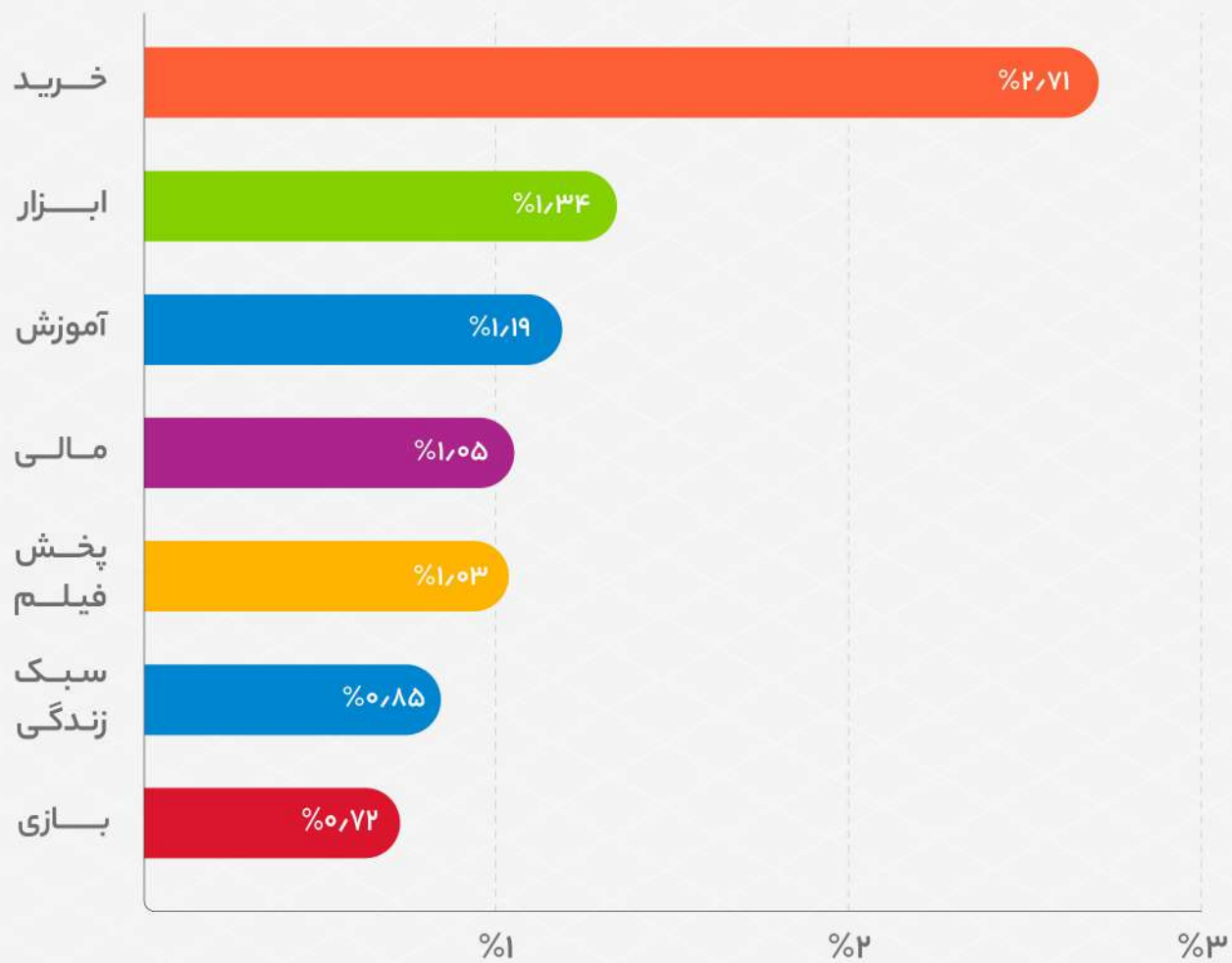


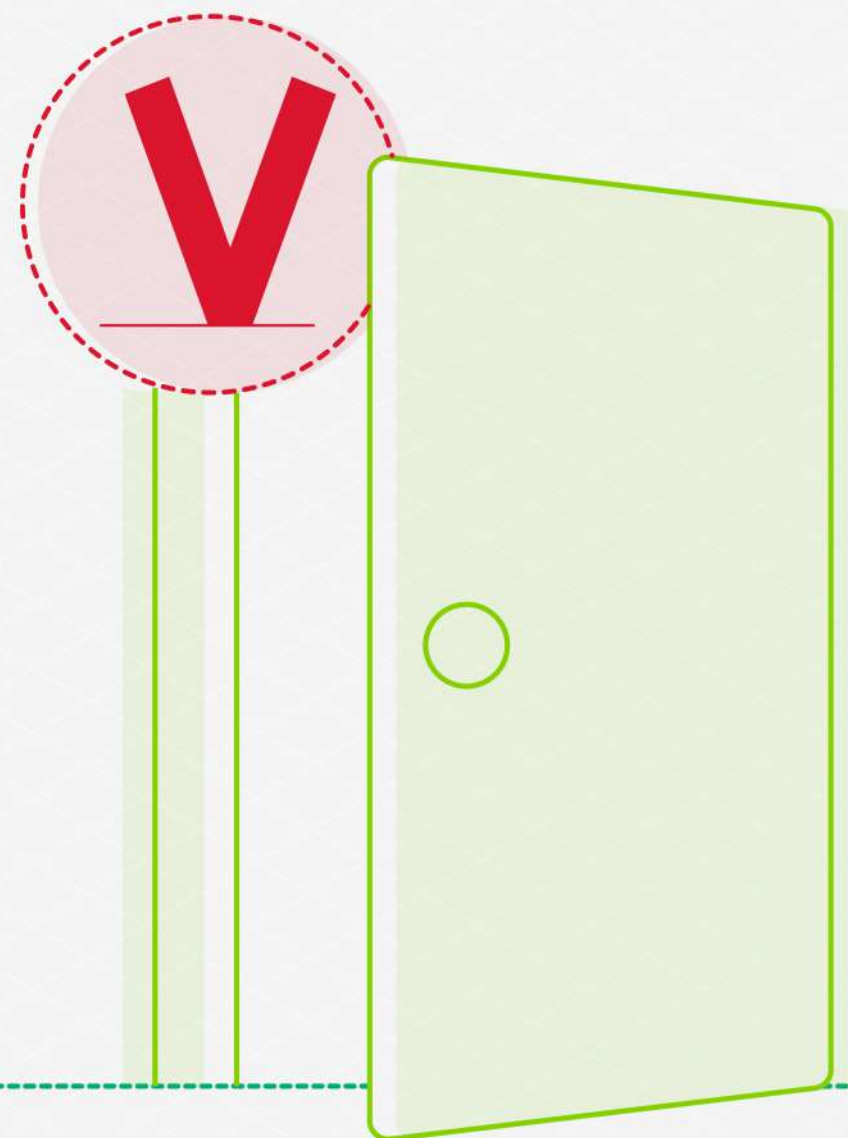
★ به علت نسبی بودن اعداد گزارش نسبت به یکدیگر، اعداد بین صفر و یک نرمال شده‌اند.

★ تجربه نشان داده است که روند تبلیغات گسترده در ماه‌های ابتدایی هر سال نزول می‌کند.

● تغییر در نسبت نصب غیر ارگانیک به کل در مقایسه با سال گذشته

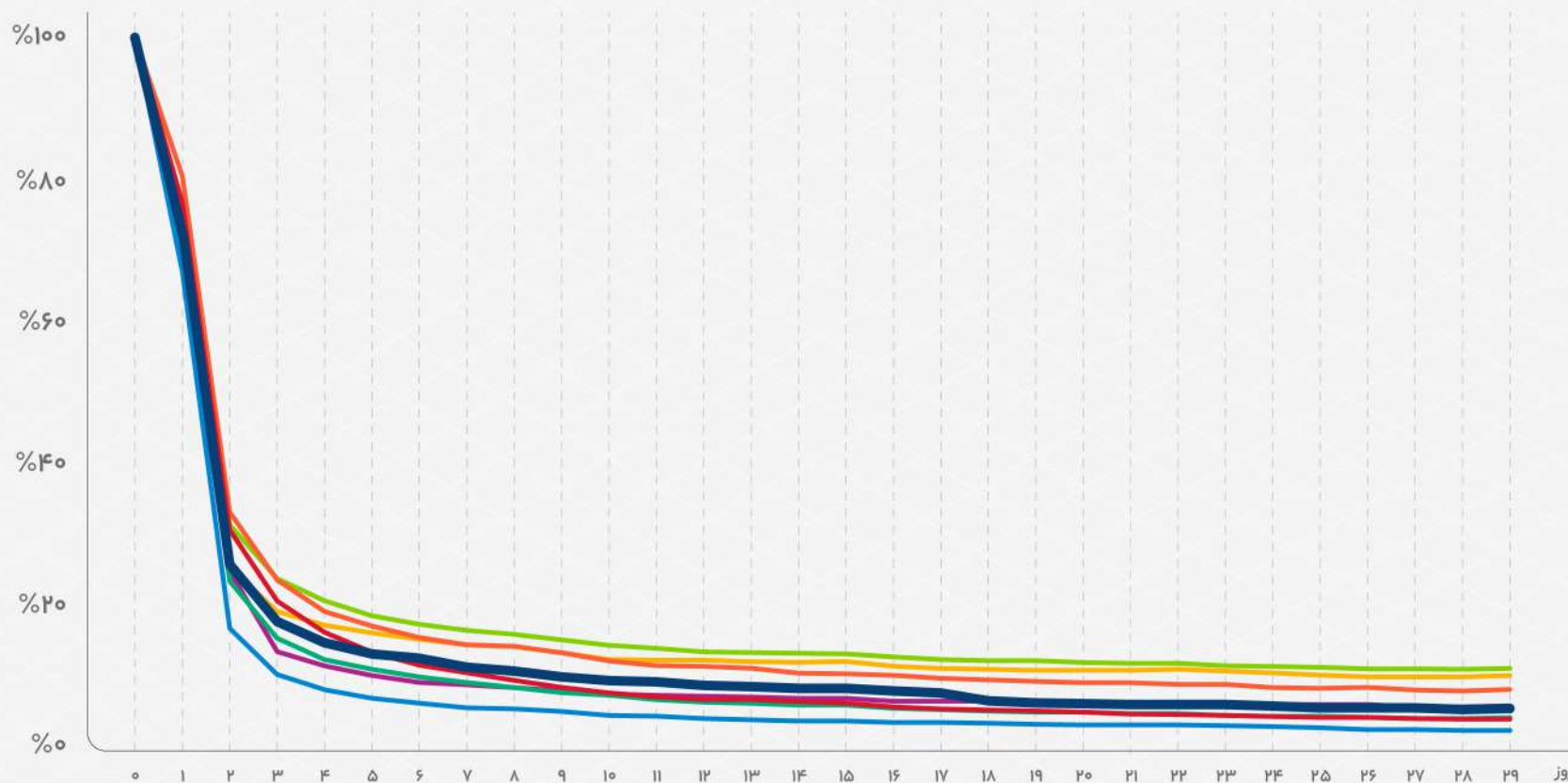






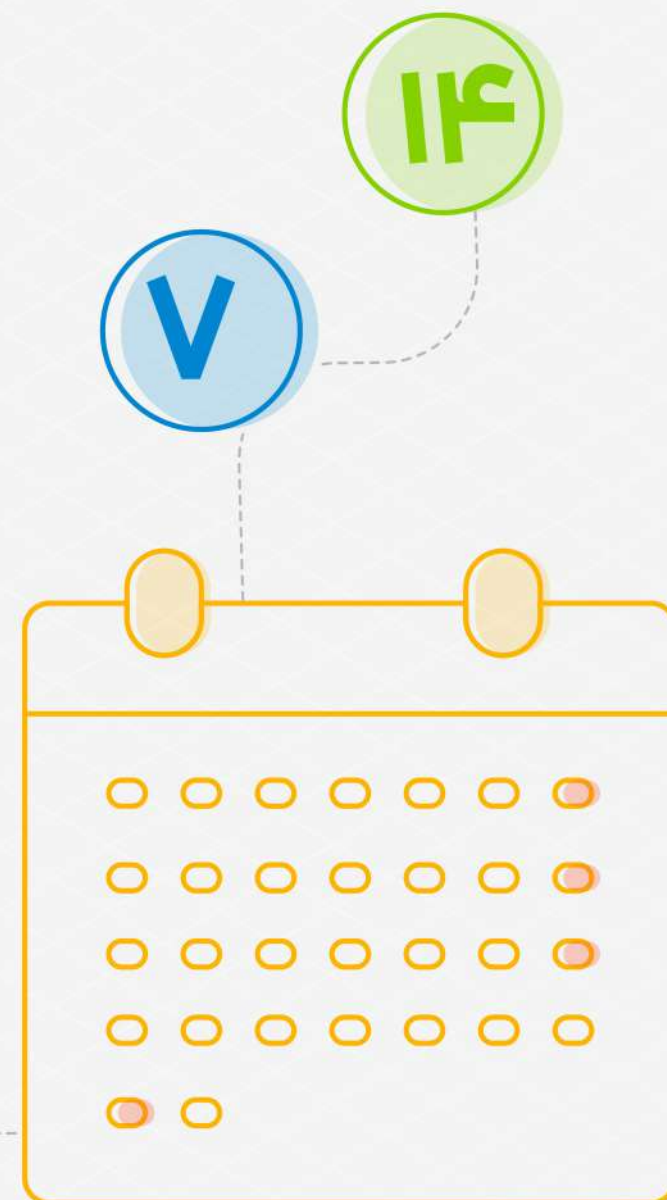
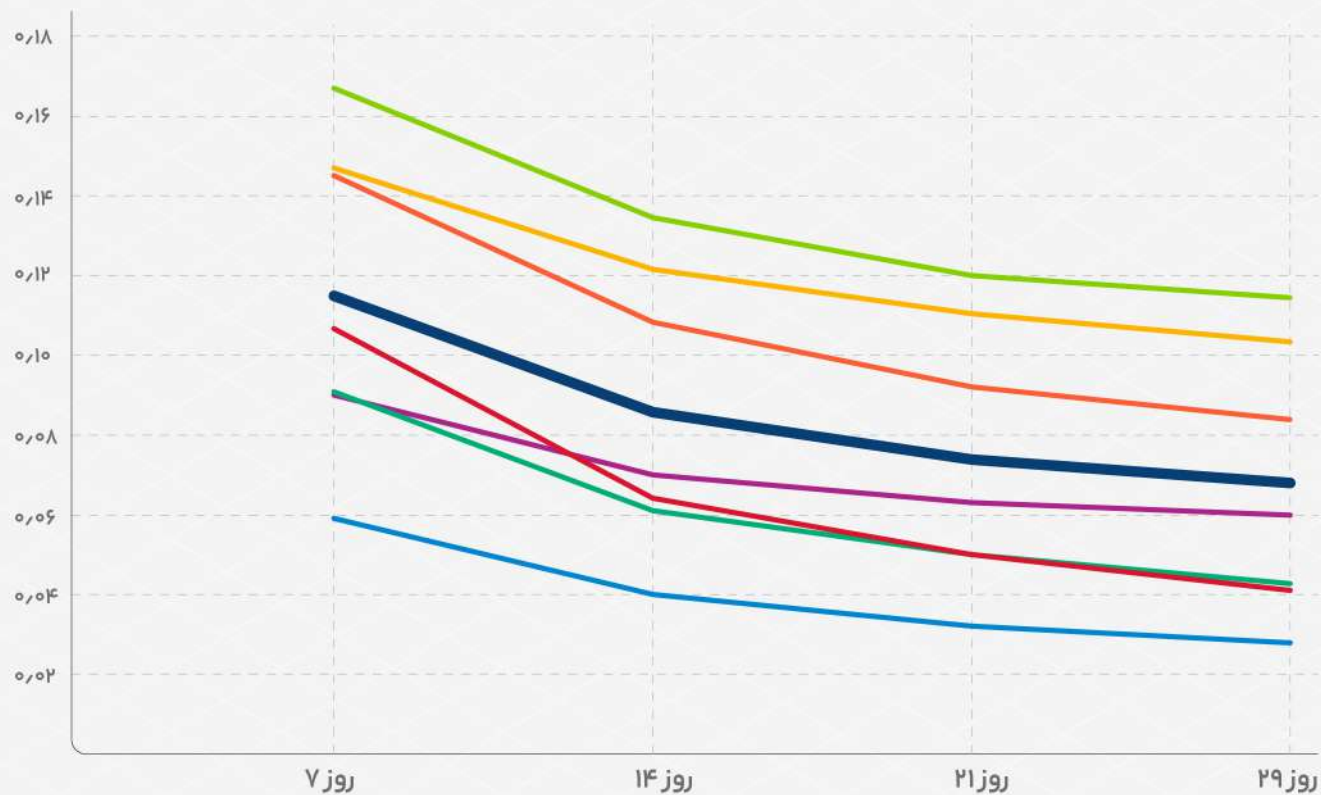
★ بطور میانگین ۴۵٫۶۴٪ از کاربران در طول یک هفته پس از نصب مجدداً به اپلیکیشن باز می‌گردند.

رشد تغییرات نرخ بازگشت به اپلیکیشن، ۳۰ روز پس از نصب

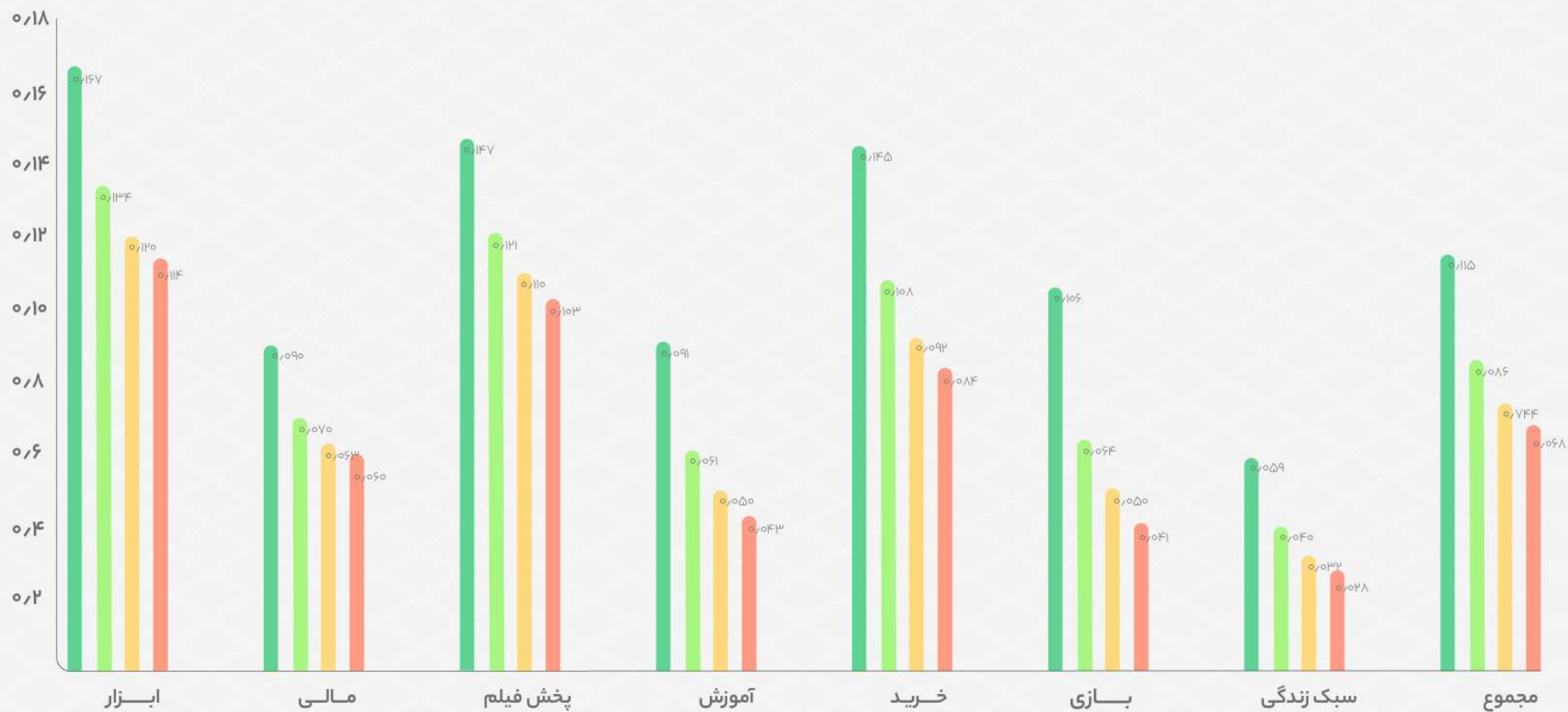


★ برآوردها نشان می‌دهد هزینه جذب مشتری جدید، ۵ برابر هزینه نگهداشت مشتری می‌باشد.

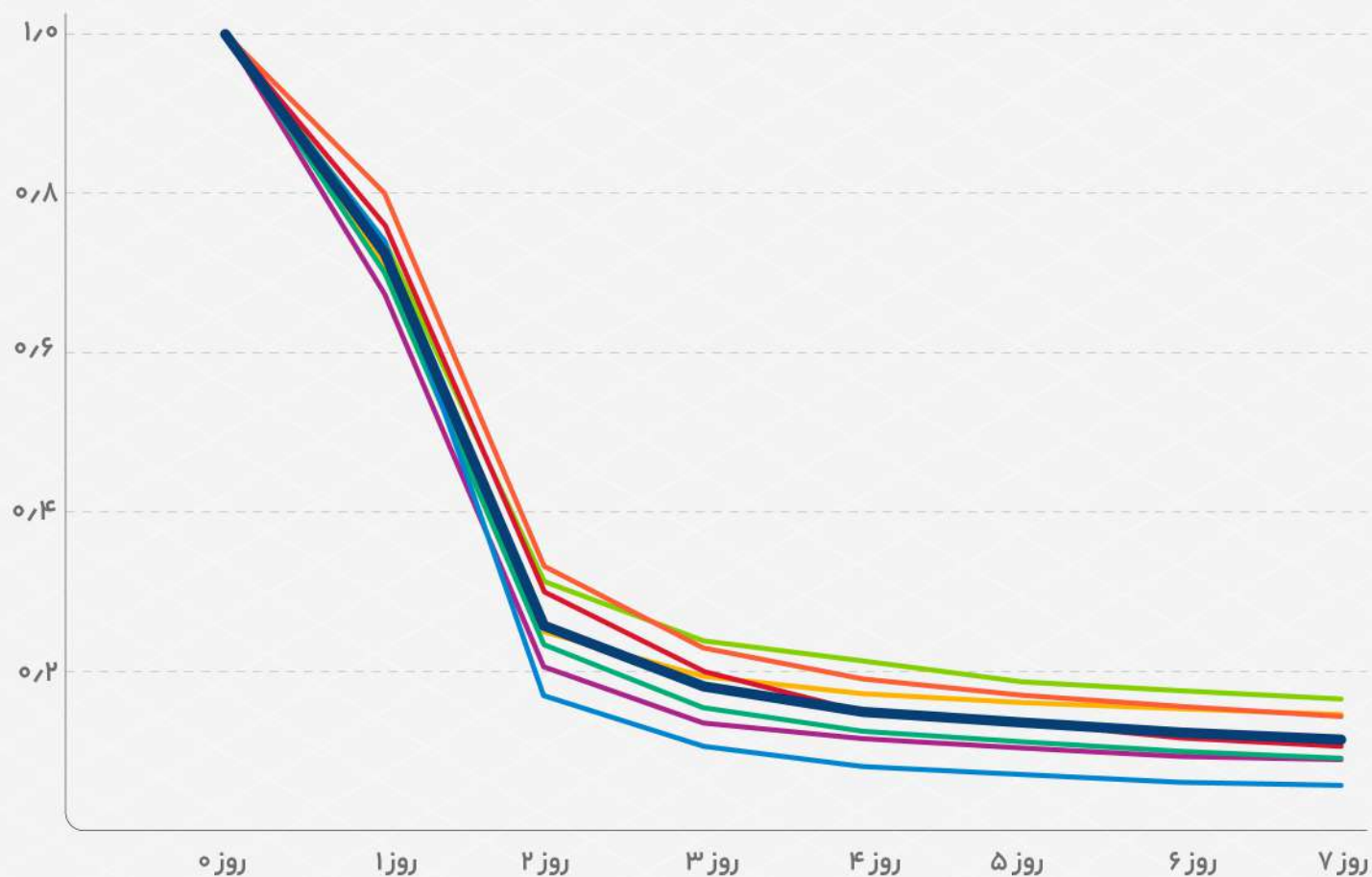
نرخ بازگشت کاربران به اپلیکیشن، در هفته های پس از نصب



نرخ بازگشت کاربران به اپلیکیشن، در هفته‌های پس از نصب



● نرخ بازگشت کاربران به اپلیکیشن، ۷ روز پس از نصب

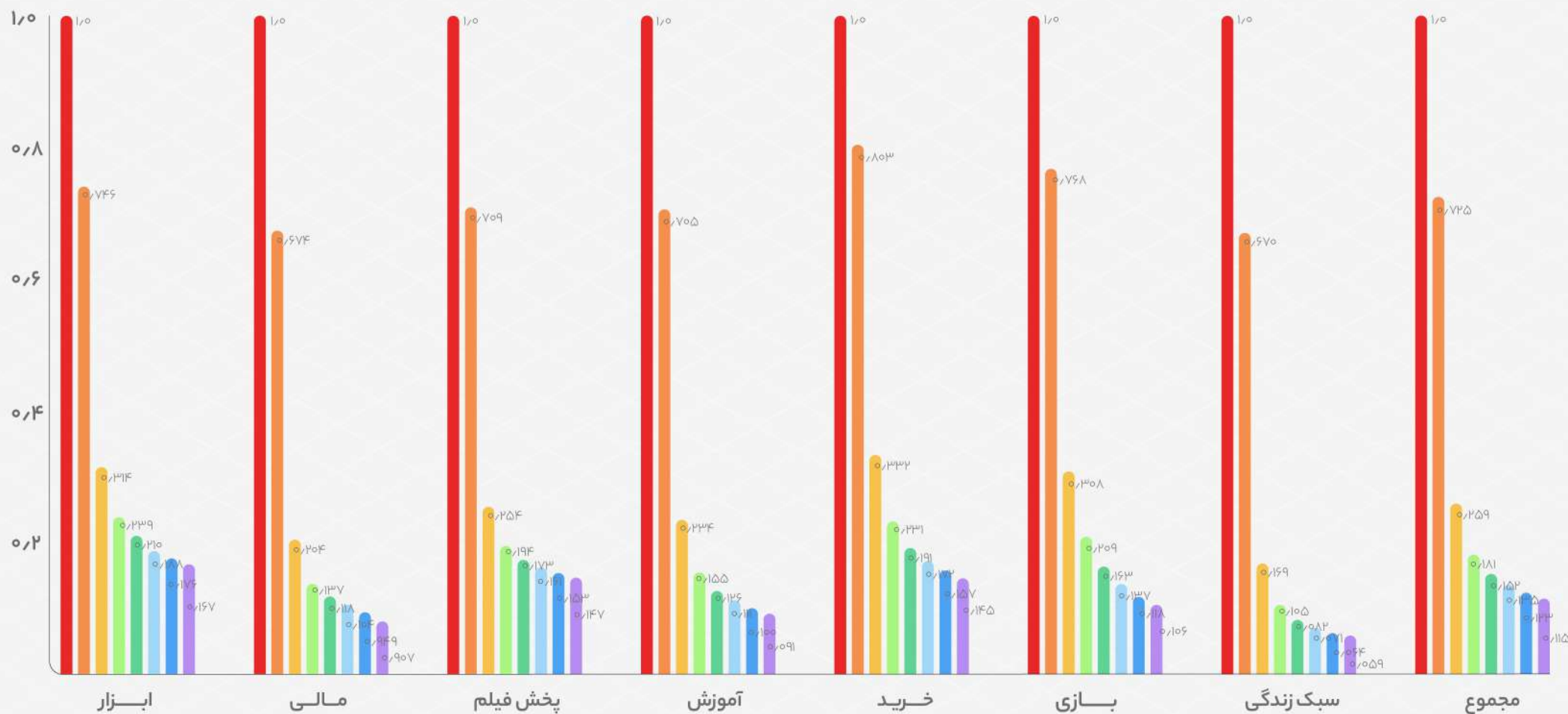


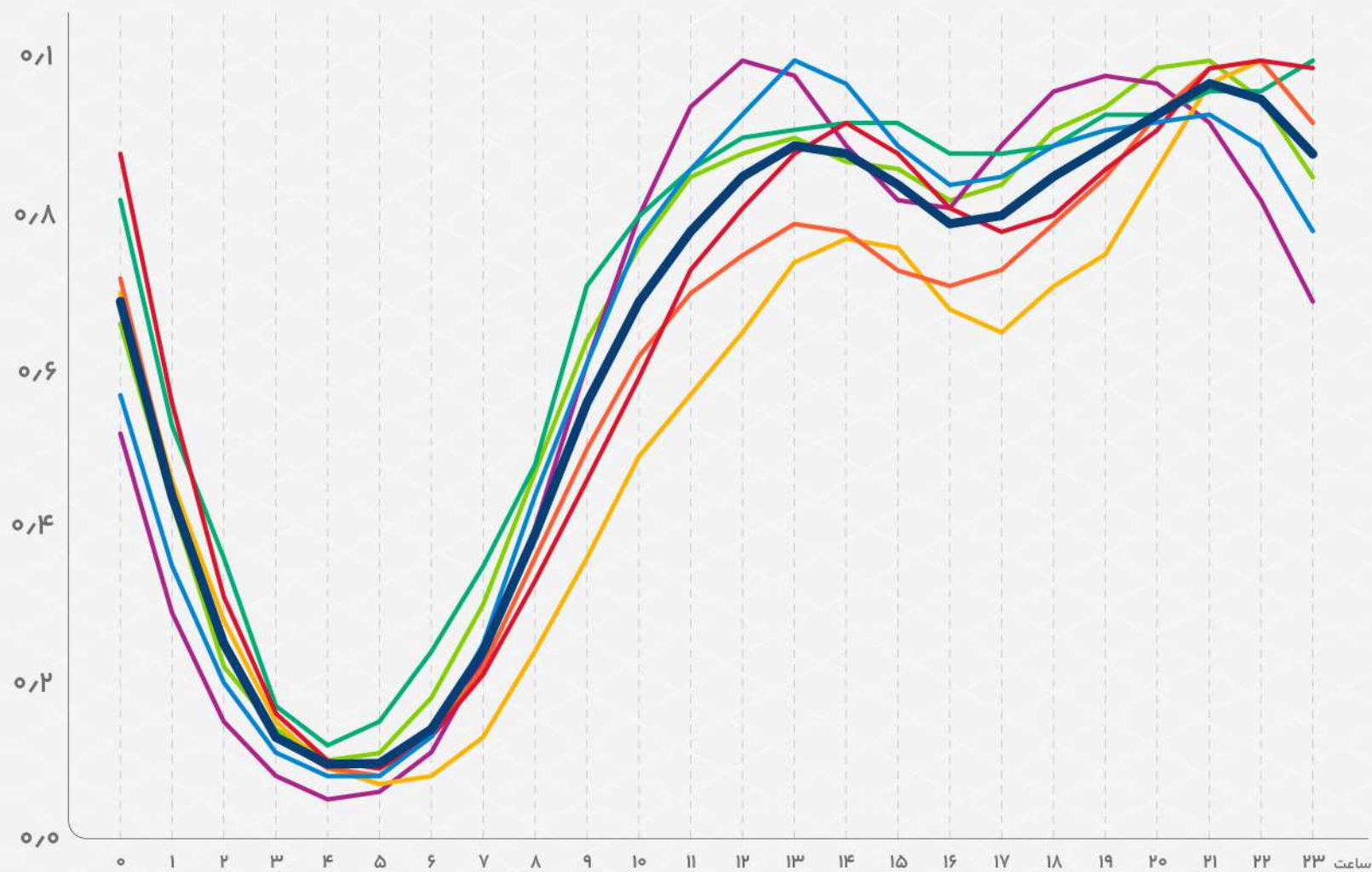
Exit

★ عملکرد ۷ روزه کمپین اجرا شده، تخمین مناسبی از روند آینده آن خواهد بود.

البته که برخی از متخصصان این ادعا را بر روی ۳ روز ابتدایی اجرای کمپین مطرح می‌کنند.

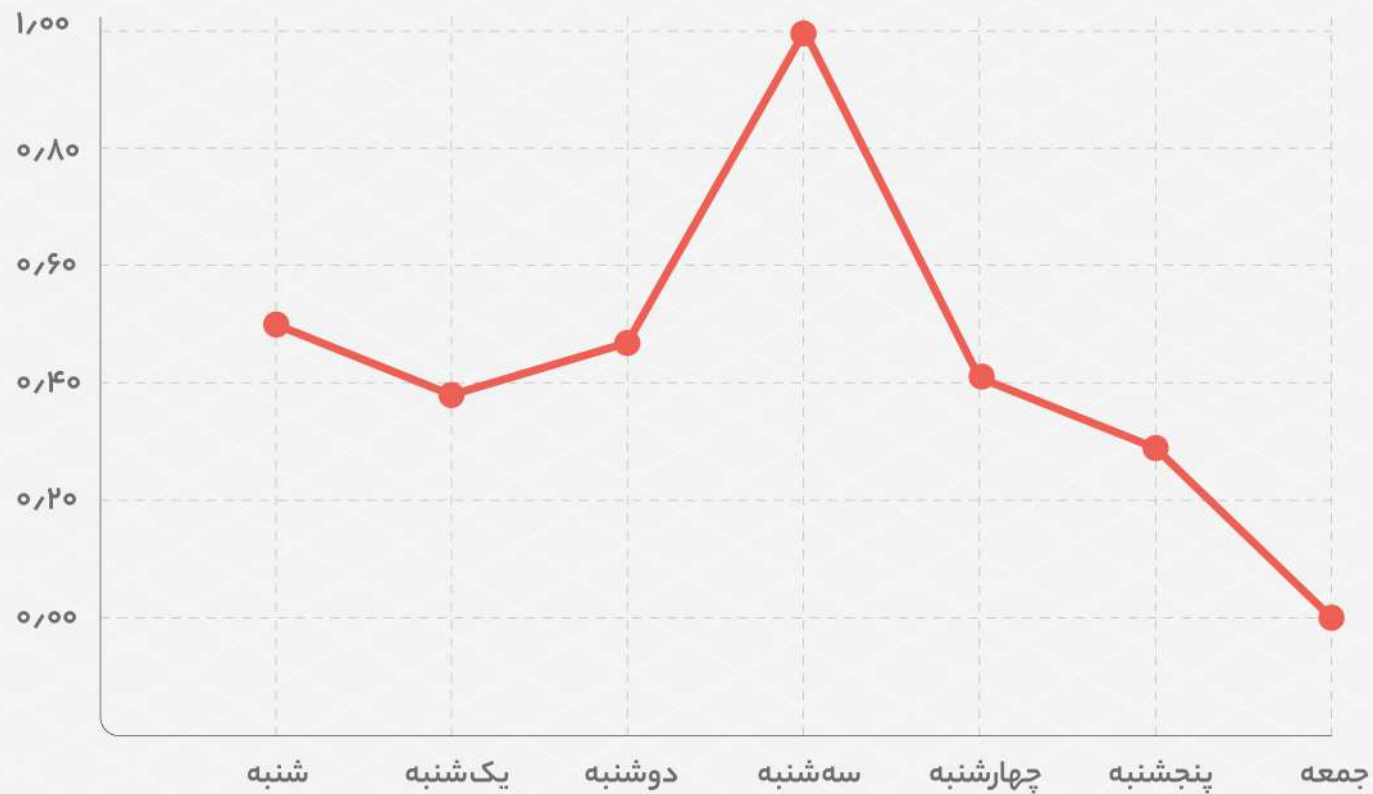
نرخ بازگشت کاربران به اپلیکیشن، ۷ روز پس از نصب





۲۴

★ بدلیل فراهم‌آوری امکان مقایسه شاخص‌ها، اعداد بین صفر و یک نرمال شده‌اند.

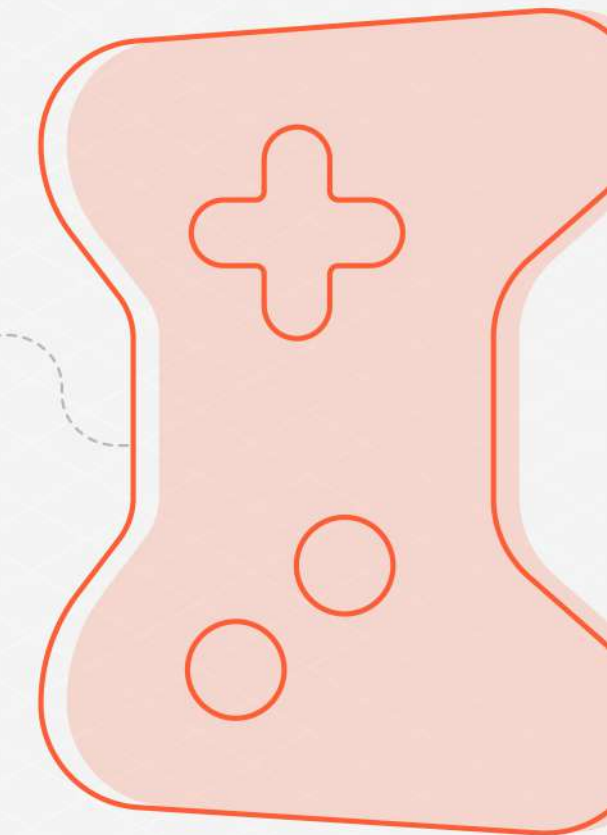
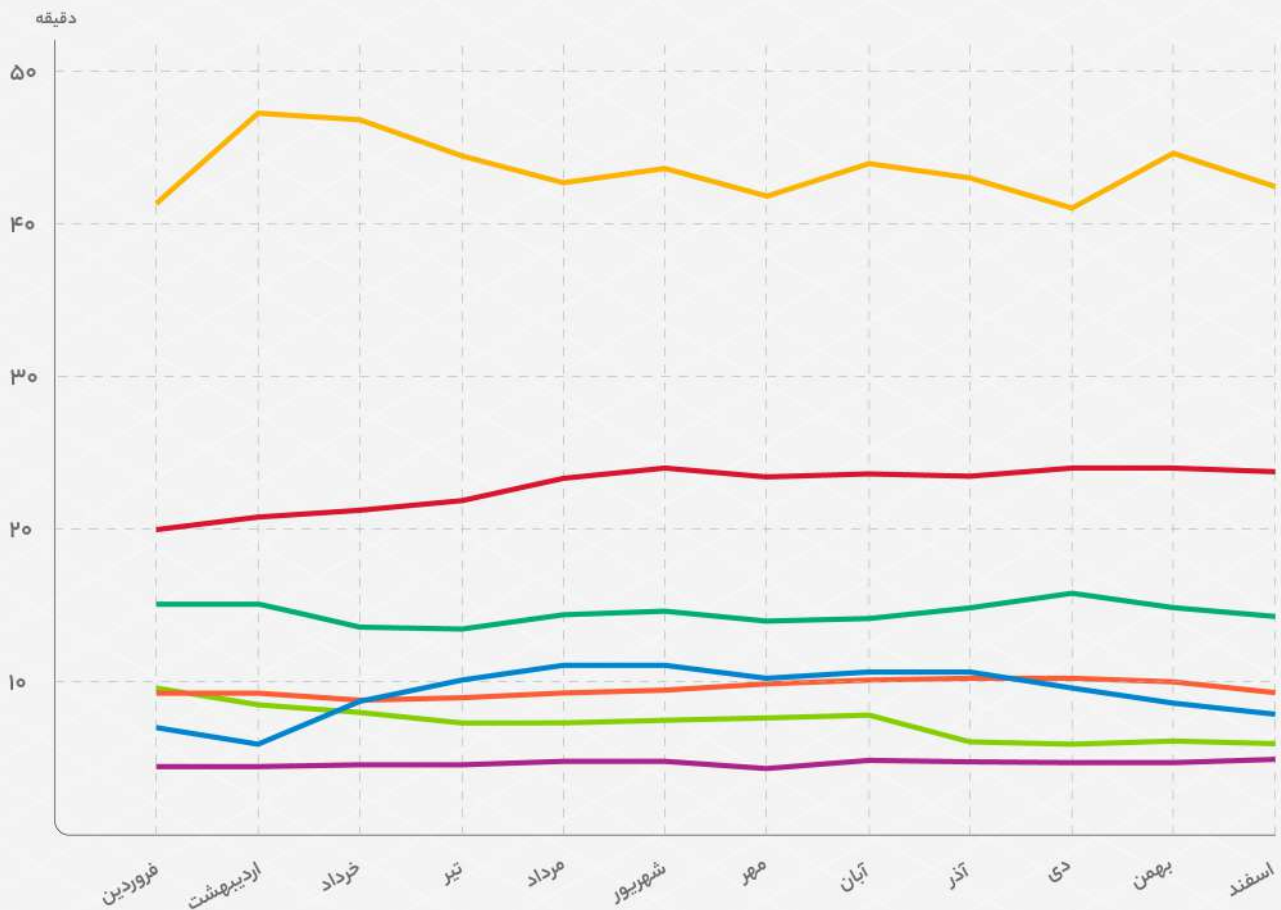


★ بعلت نزدیکی بیش از اندازه اعداد به یکدیگر، اعداد بین صفر و یک نرمال شده‌اند.
میانگین سشن به ازای هر کاربر در روزهای هفته عددی در حدود ۱/۸ می‌باشد.



رشد تغییرات میانگین مدت زمان سشن کاربران

در طول سال



★ دسته اپلیکیشن پخش فیلم، بازی و آموزش در صدر رتبه‌بندی میانگین مدت زمان سشن قرار دارند.

مدت زمان سشن (دقیقه)

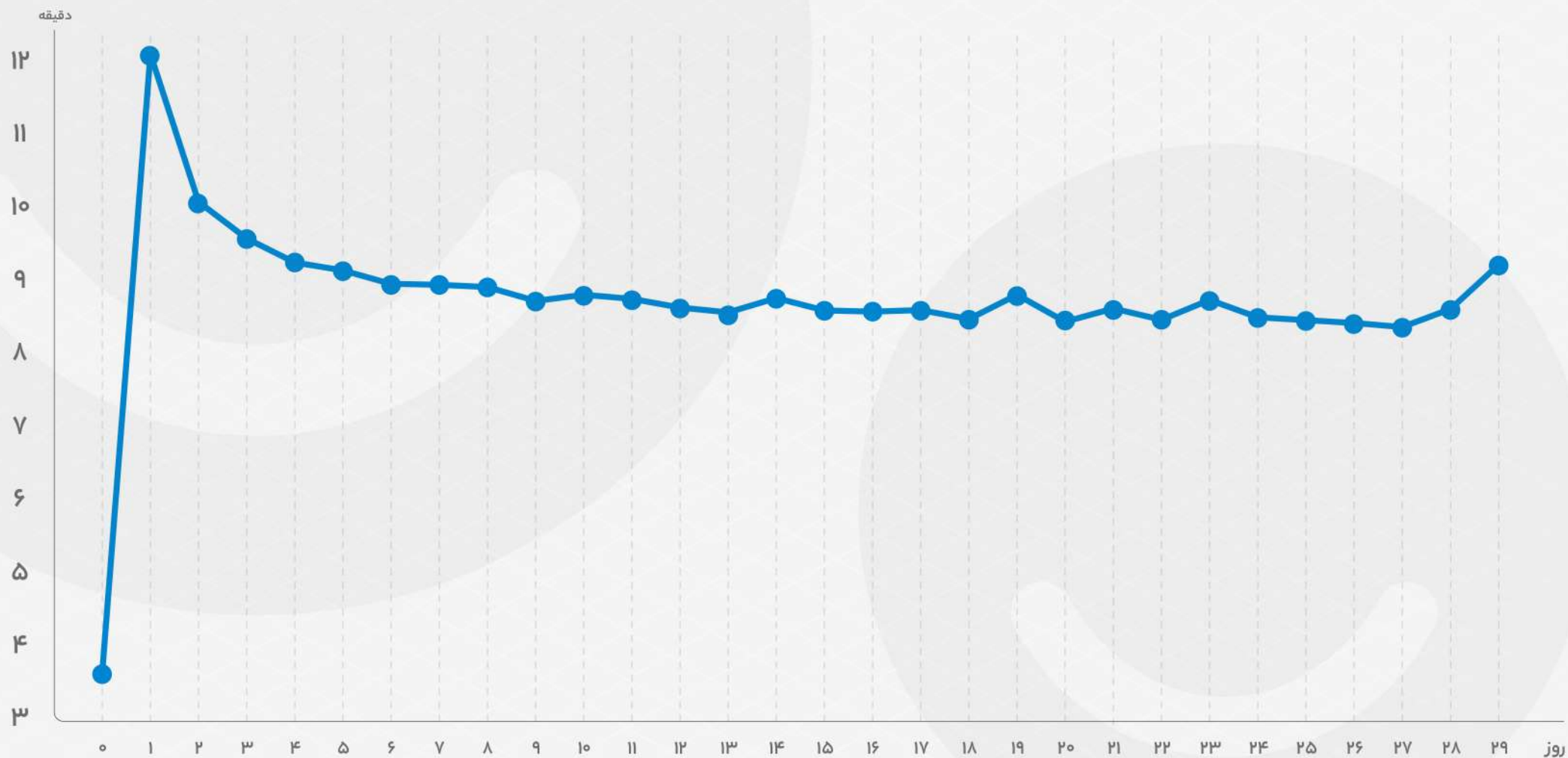


سشن به ازای هر کاربر

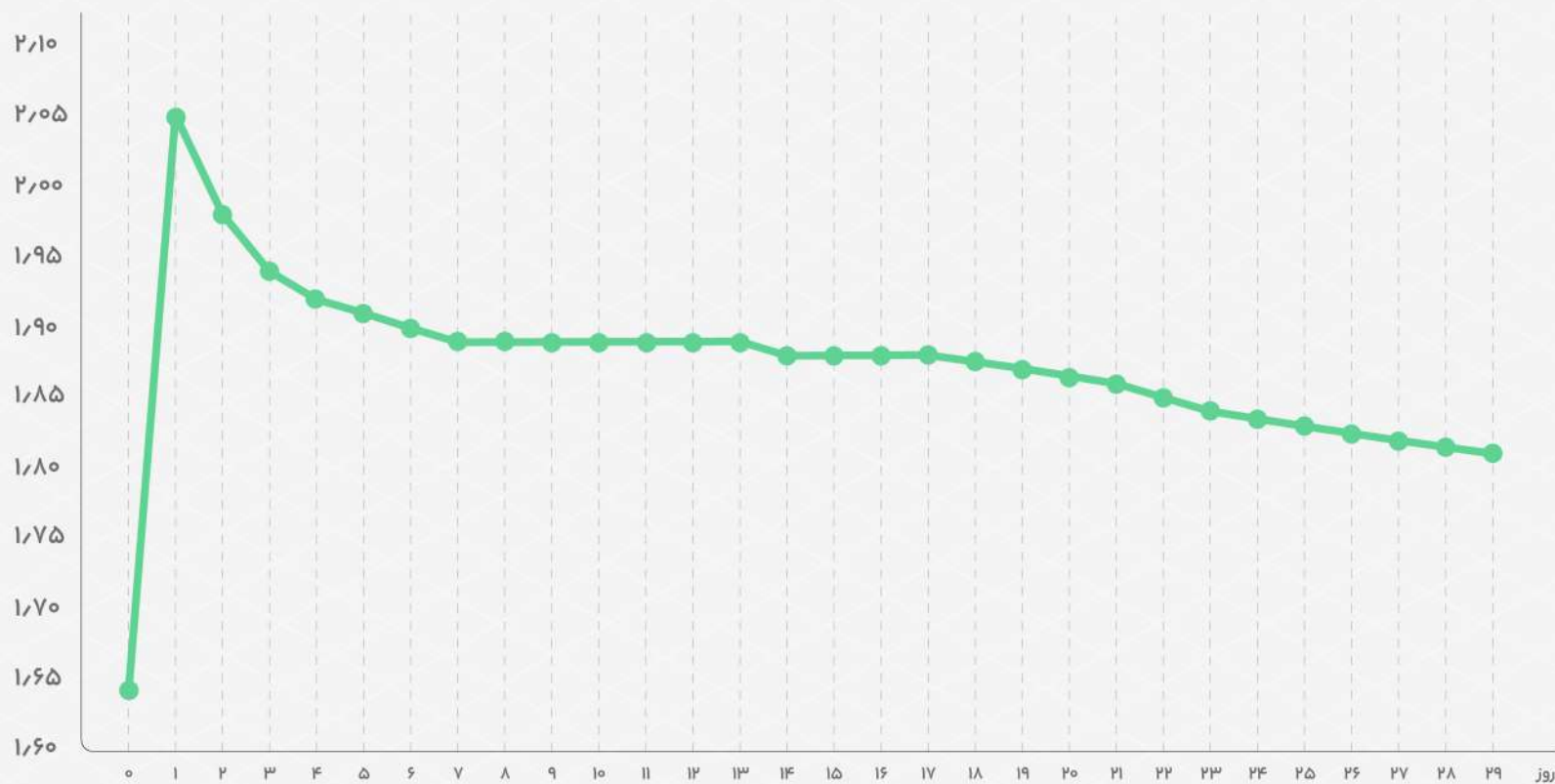
$$\int_a^b f(x) dx$$

$$\int_a^b f(x) dx$$

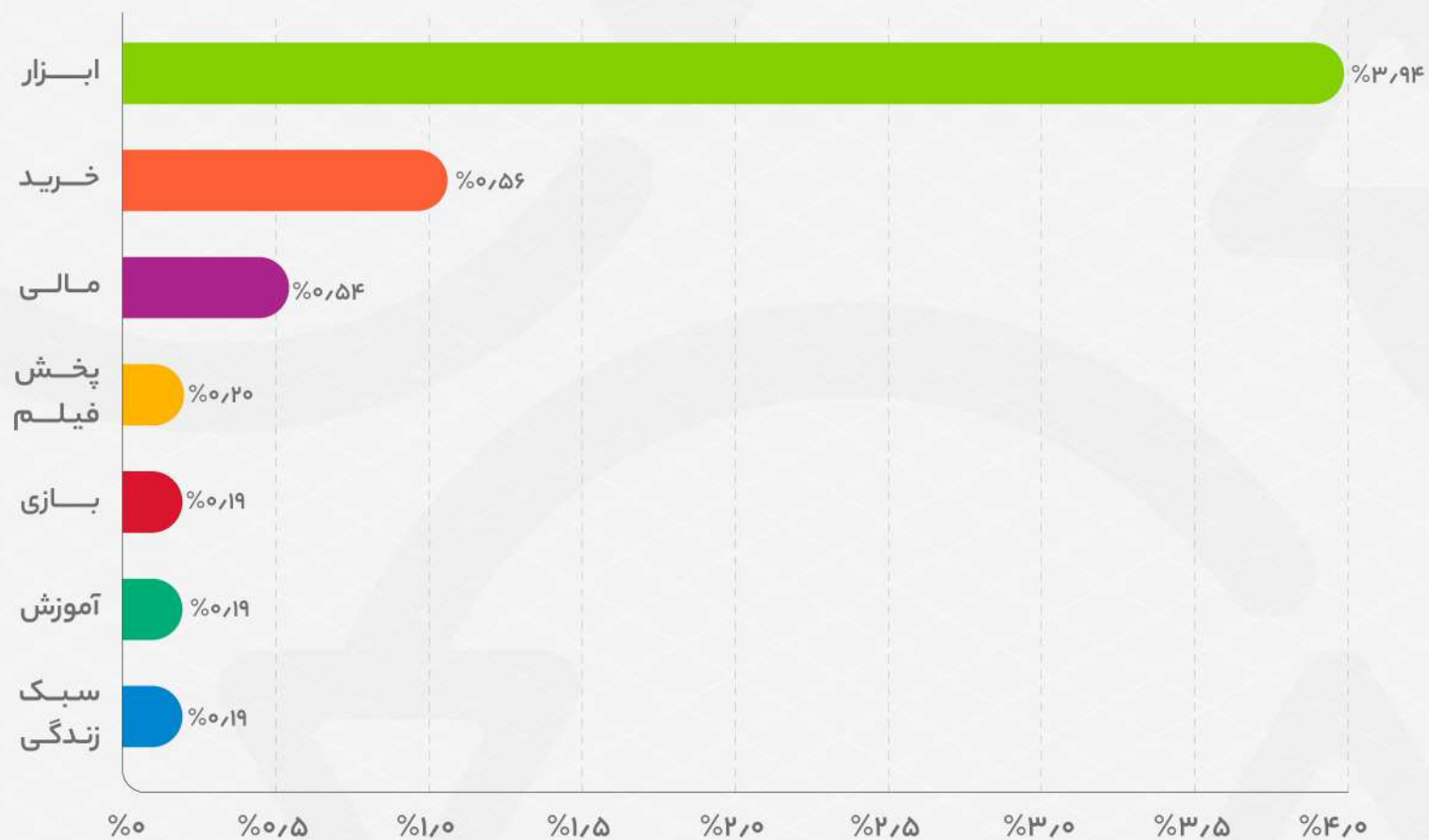
● تغییر در میانگین مدت سشن به ازای هر کاربر، ۳۰ روز پس از نصب



♦ تغییر در میانگین سشن به ازای هر کاربر، ۳۰ روز پس از نصب



★ علت کاهش عدد این شاخص در روز ابتدایی بالا بودن تعداد سشن در آن روز می باشد.
از روزهای بعد از نصب صرفاً افرادی وارد اپلیکیشن می شوند که قصد استفاده واقعی
از اپلیکیشن را دارند و این اتفاق نمودار را رشد می دهد.

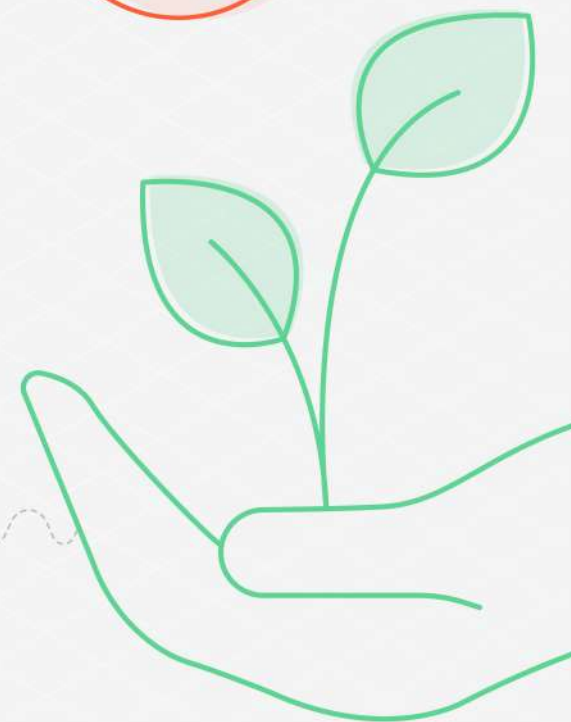


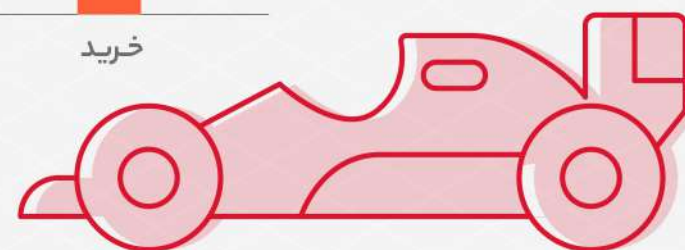
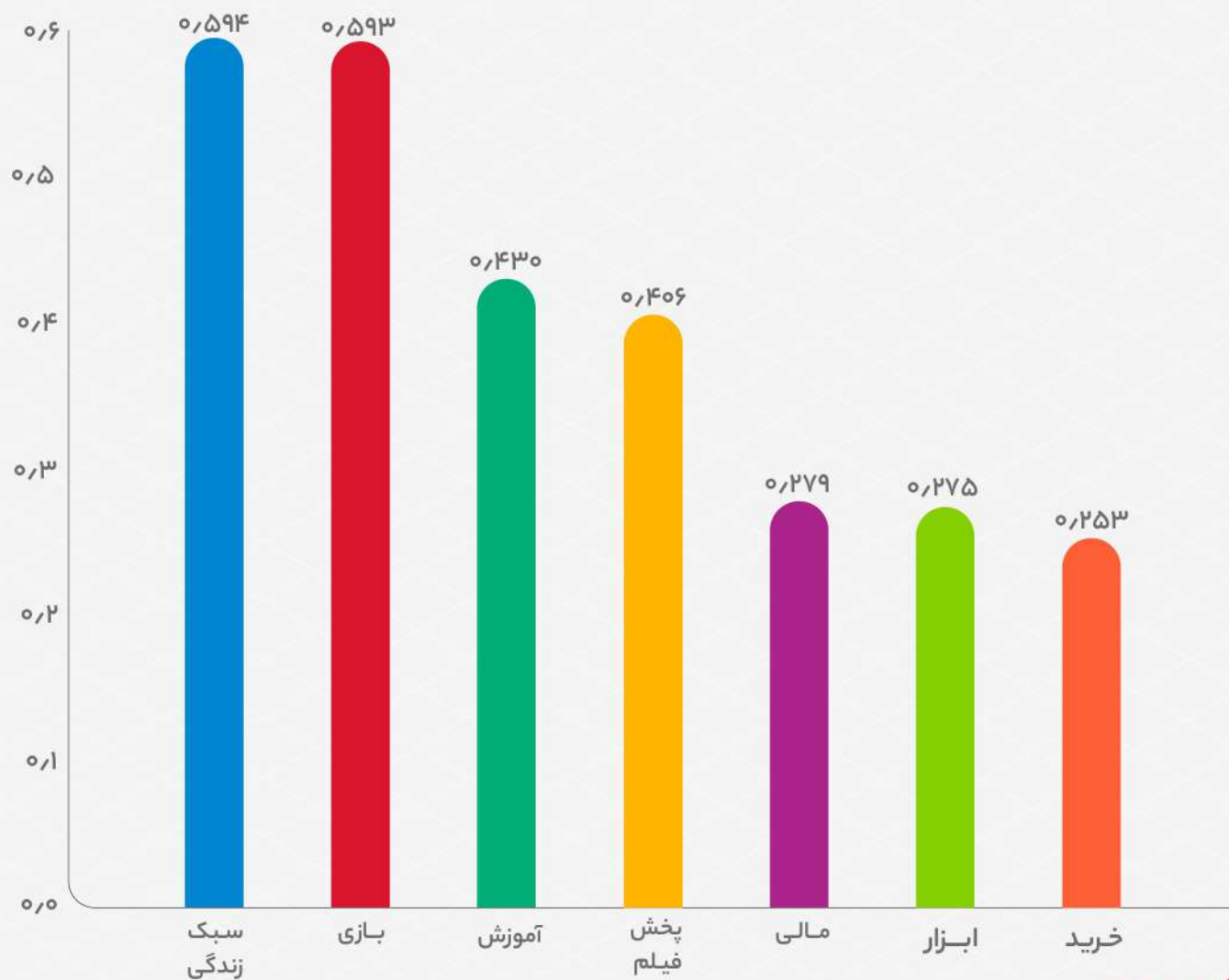
★ منظور از ری‌تریبیوشن بازگرداندن کاربران گذشته به اپلیکیشن می‌باشد. این اتفاق بوسیله کمپین‌های Remarketing انجام می‌پذیرد.

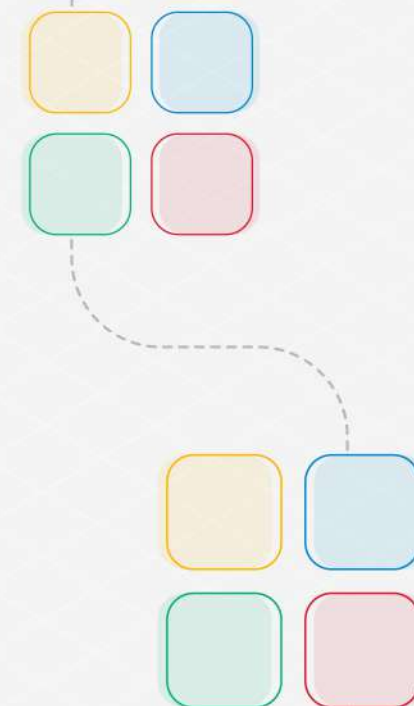
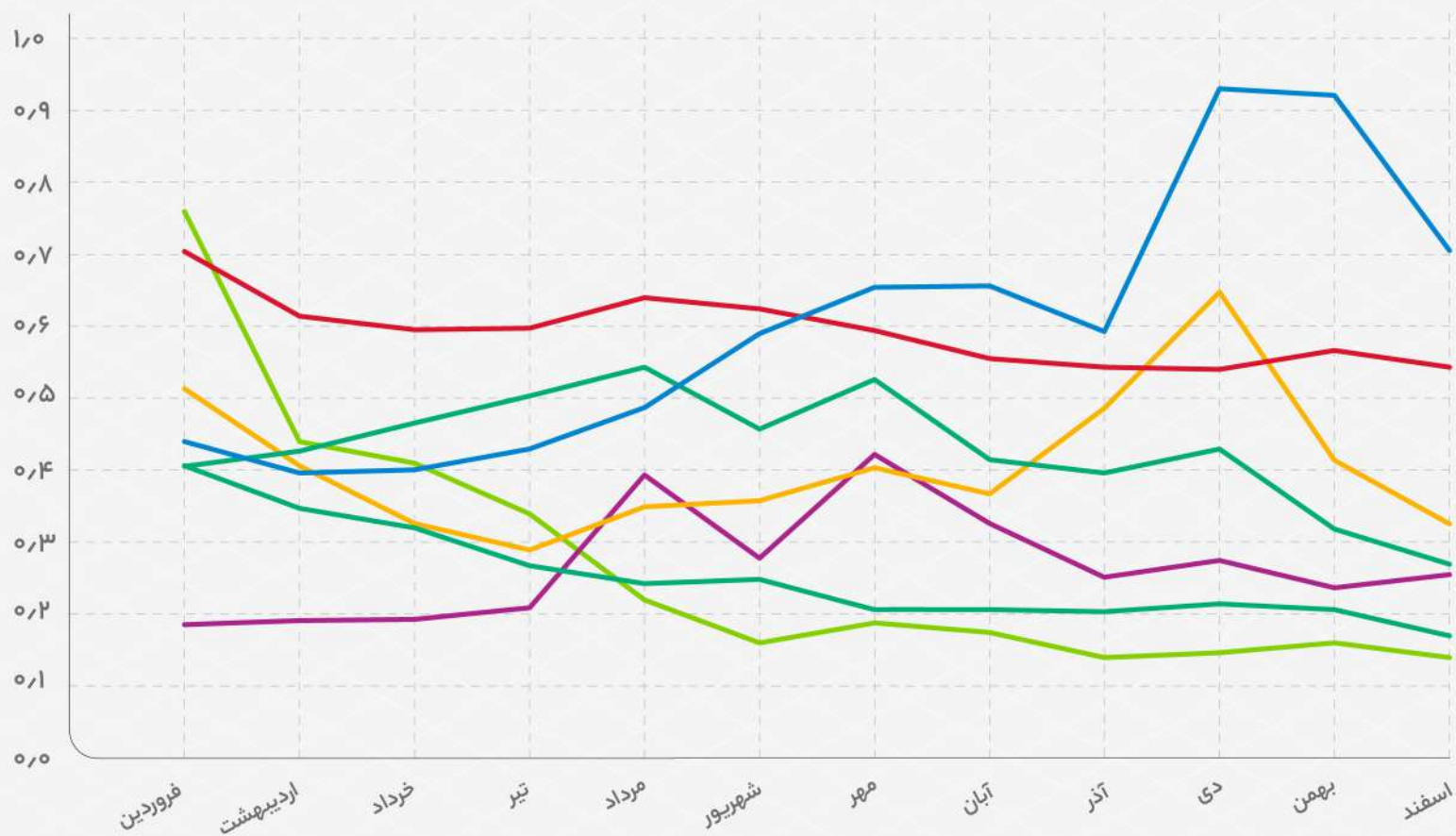
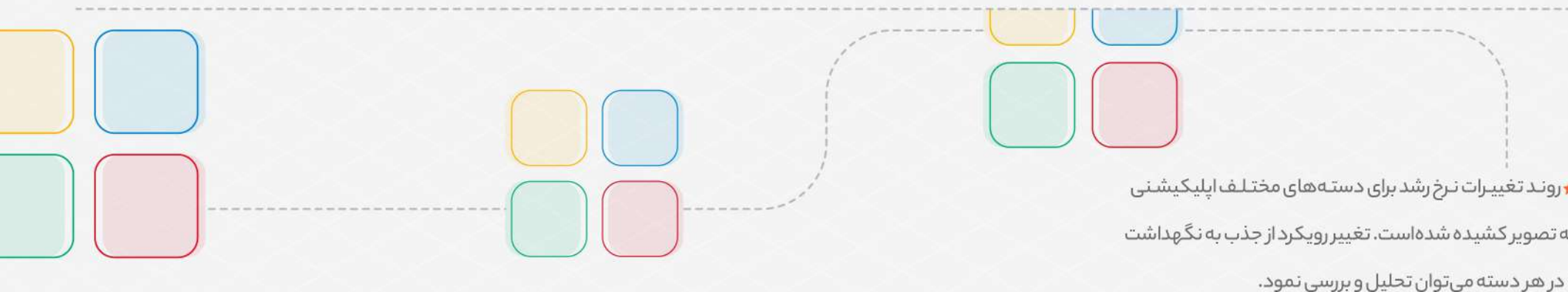


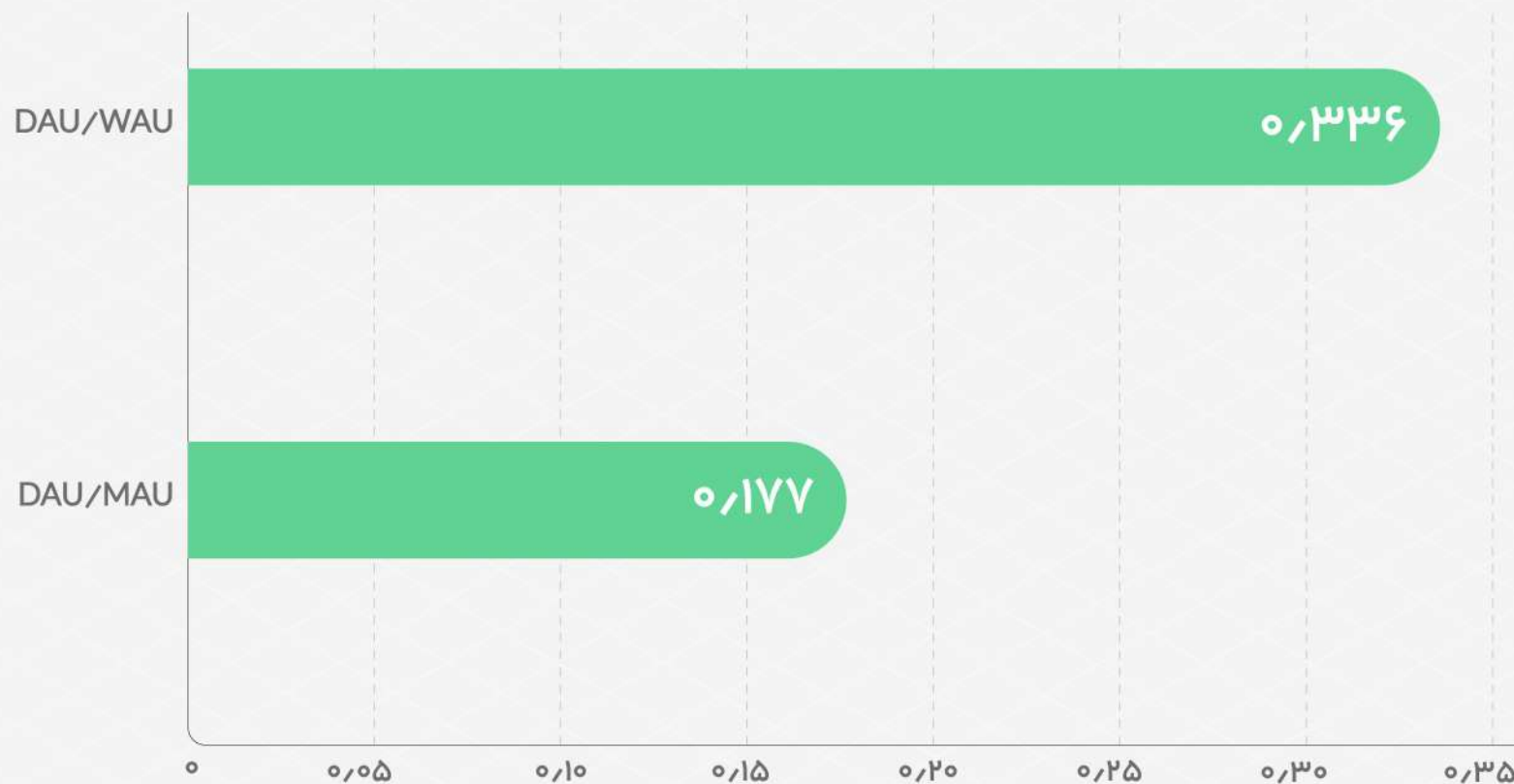
★ همانطور که در گزارش سالیانه سال گذشته شاخص رشد را معرفی نمودیم، این شاخص حاصل تقسیم نصب‌های هر ماه بر MAU همان ماه برای هر اپلیکیشن می‌باشد.

★ روند مشاهده‌شده نشان می‌دهد که این شاخص پیوسته در حال کاهش می‌باشد. تفسیر این اتفاق این نمی‌باشد که رشد اپلیکیشن‌ها متوقف شده است، بلکه بدین معنی می‌باشد که رویکرد اپلیکیشن‌ها از جذب به سمت نگهداشت مشتریان تغییر کرده است.





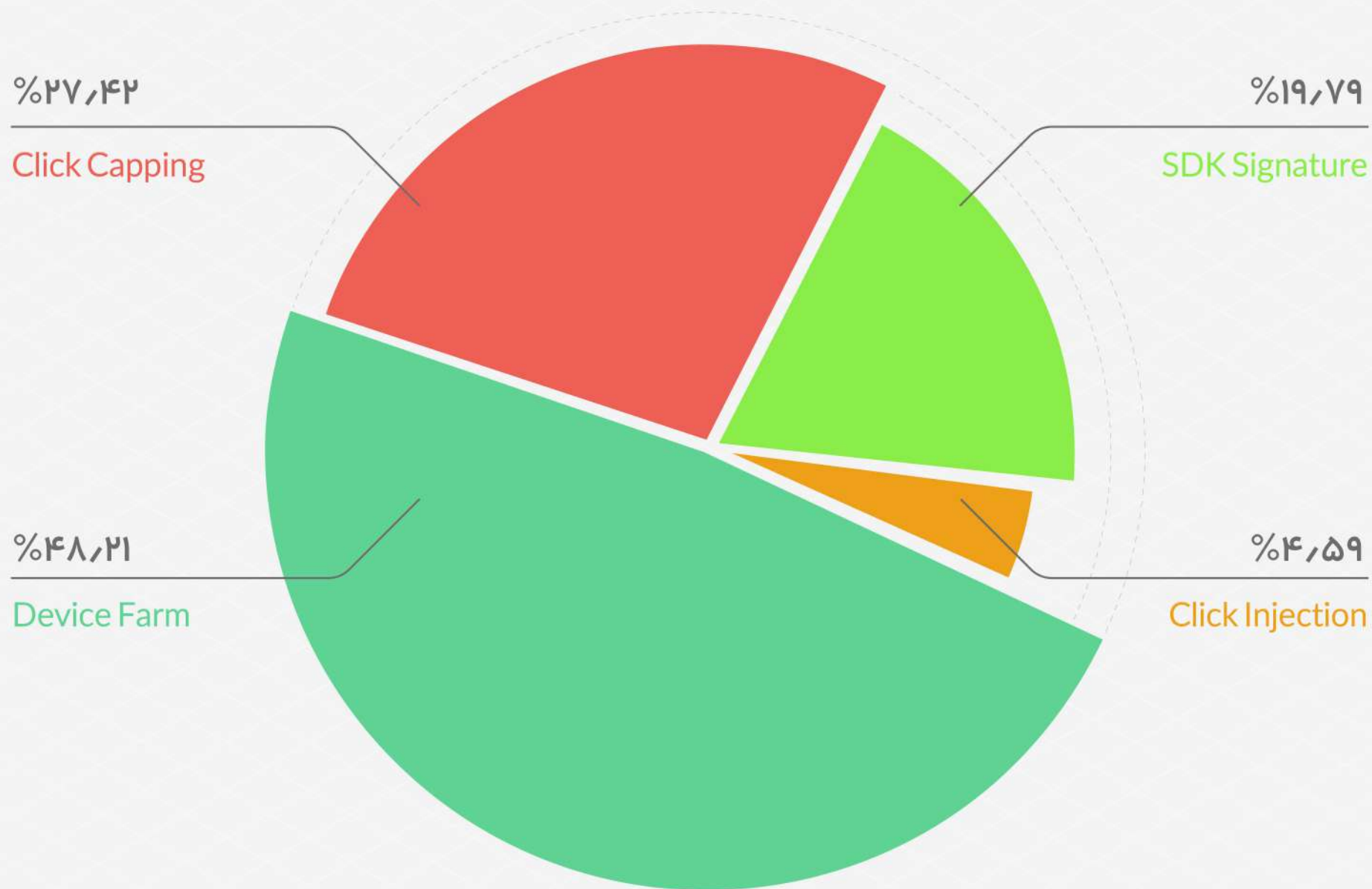


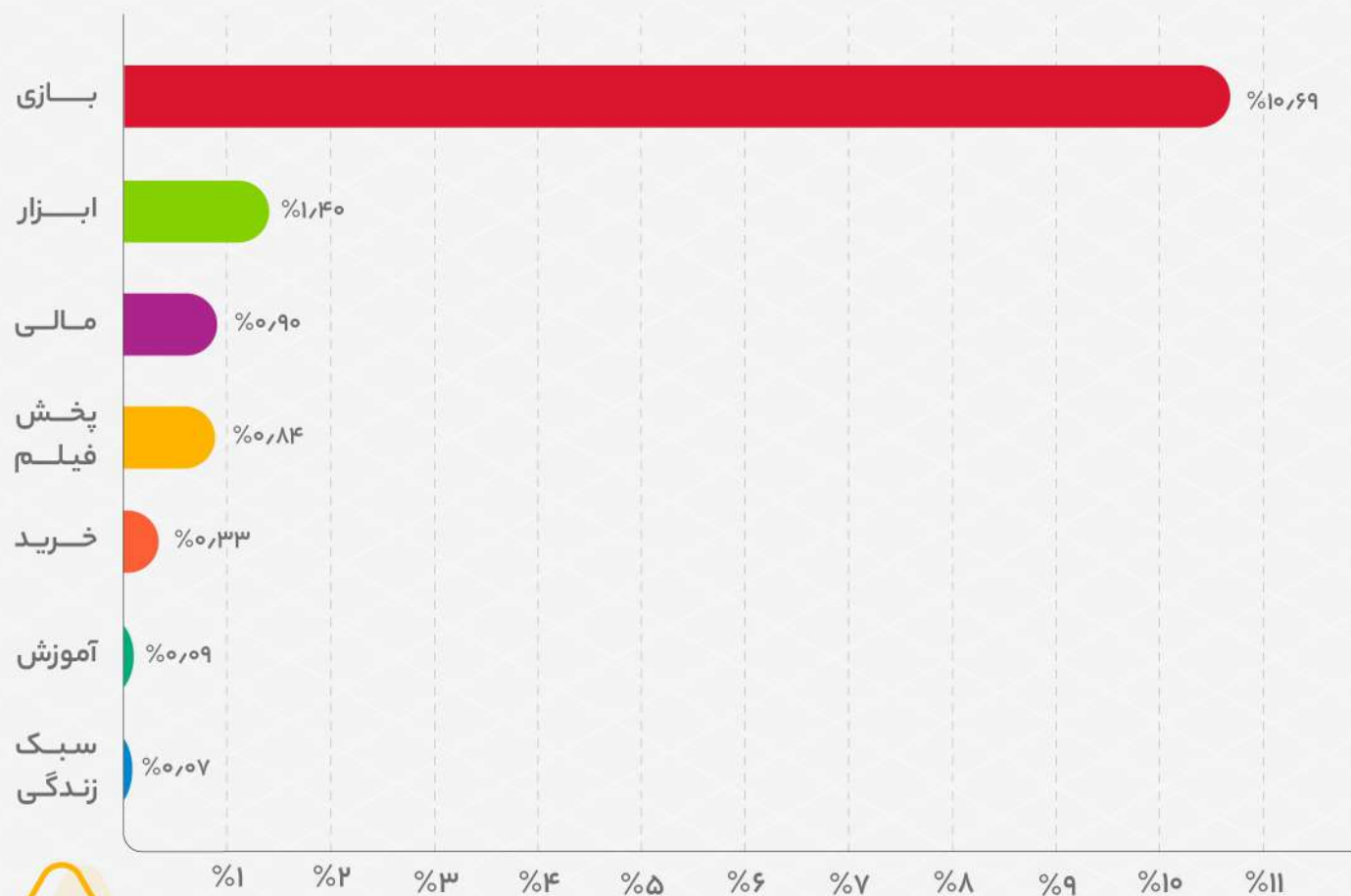


★ نرخ چسبندگی شاخصی است که از حاصل تقسیم سه مولفه DAU, WAU, MAU بر یکدیگر بدست می آید.

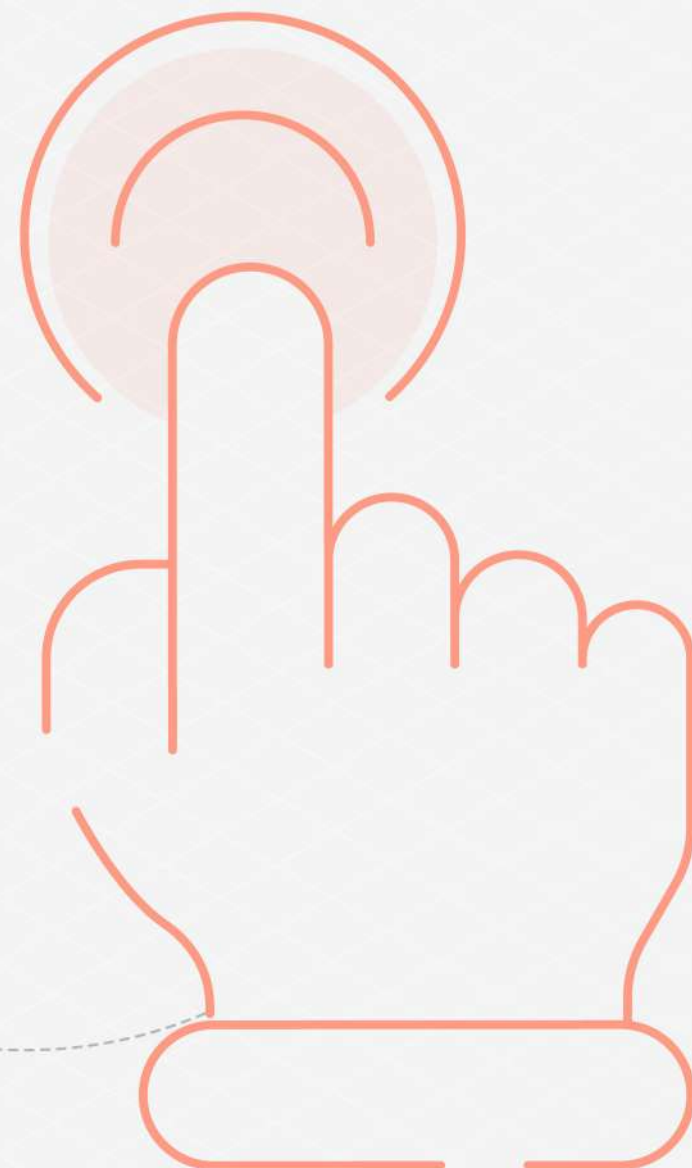
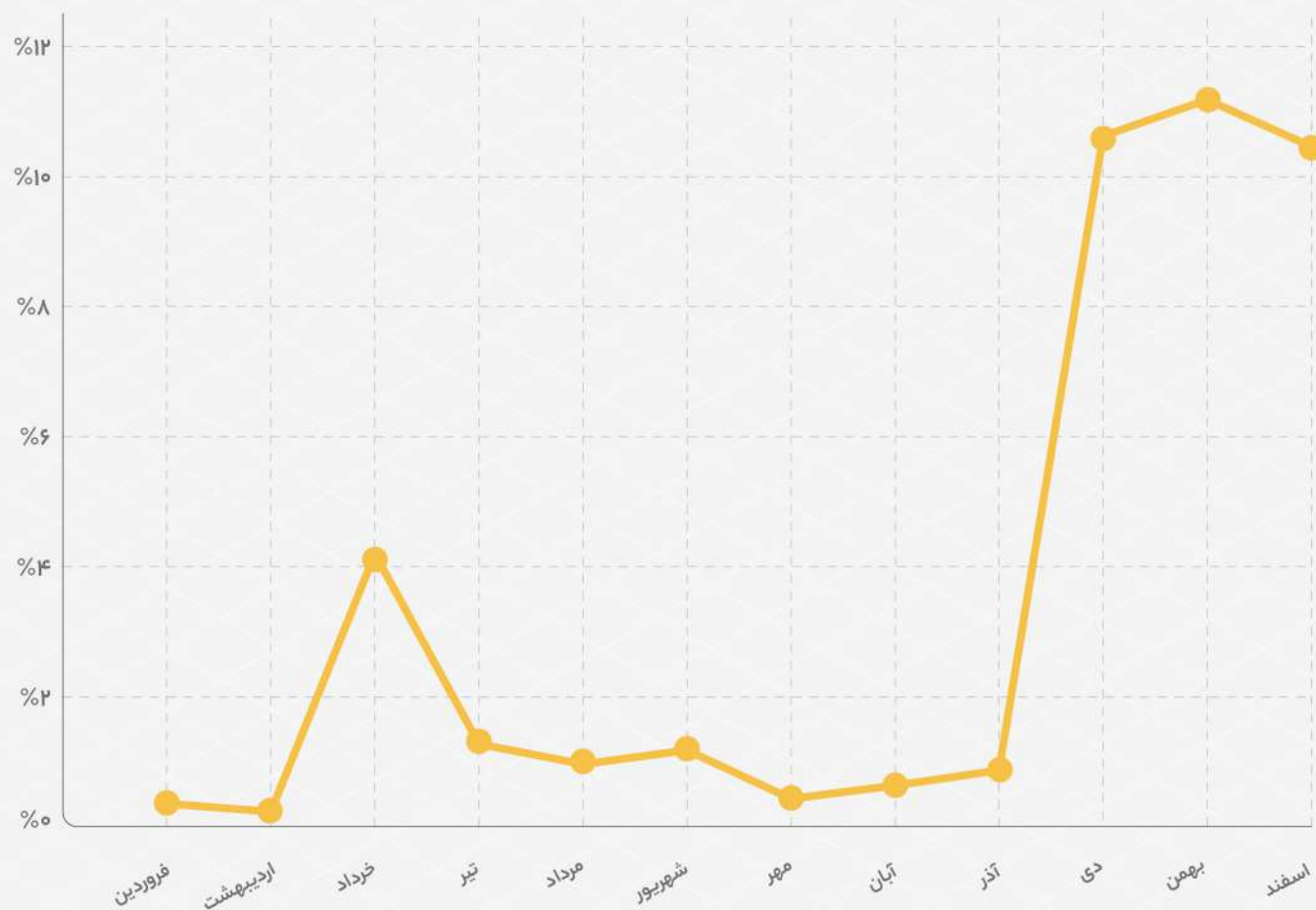
تفسیر این شاخص پیوستگی مراجعه کاربران به اپلیکیشن را نشان می دهد.







★ طبق گزارش TrafficGuard از هر ۱۳ نصب موبایلی در جهان
یک نصب تقلبی است.





هشدار!

مقایسه‌ی موبایل مارکتینگ و بازاریابی موبایل

با بهره‌گیری از مقاله‌ای از وبسایت braze

منبع: پلتفرم تعامل مشتریان braze



◆ فعالیت های ادتریس

لاین آموزشی موبایل مارکتینگ

یکی از اهدافی که لاین دیجیتال مارکتینگ ادتریس در پی می‌گیرد تبدیل شدن به مرجعی برای حوزه موبایل مارکتینگ می‌باشد. در همین راستا، تولید محتوای آموزشی در این حوزه که در کانال‌های مجازی ادتریس منتشر می‌شود یکی از قدم‌ها می‌باشد. فعالین حوزه موبایل مارکتینگ این امکان را دارند که با مراجعه به این کانال‌ها پیوسته خود را بروز نگه دارند. محتوای موردنظر ترجمه مقالات بزرگ‌ترین مراجع موبایل مارکتینگ جهان از جمله Braze, AppSamurai, Martech, Tune, AppTweak, WebEngage و ... می‌باشد.

HubSpot

braze

AppsFlyer

AppSamurai

TUNE

عناوینی چون ...

موبایل مارکتینگ vs مارکتینگ

راهنمای قیمت‌گذاری اپلیکیشن‌ها

استفاده موبایل مارکترها از هوش مصنوعی

مقایسه موبایل مارکتینگ و بازاریابی موبایلی

نگاهی داده‌محور به حوزه نگهداشت مشتریان

چرا موبایل، محور توجه مارکترها قرار گرفته است؟

راهنمای قدم به قدم برای معرفی آپدیت‌ها و ری‌برندینگ یک اپلیکیشن

و



گزارش اپلیکیشن های ایرانی در سال ۱۴۰۰



 info@adtrace.io

 ۰۲۱-۶۶۰۸۶۰۵۷

 adtrace.io

 adtrace_io

