

گزارش سالانه

ادتریس

۱۴۰۰



بوسیله این گزارش:

- شاخص‌های مارکتینگ خود را بروز می‌کنید.
- مرجعی برای استناد آمارهای مارکتینگ خود می‌یابید.
- به آمارهای بومی‌سازی شده مختص کشور ایران دست می‌یابید.

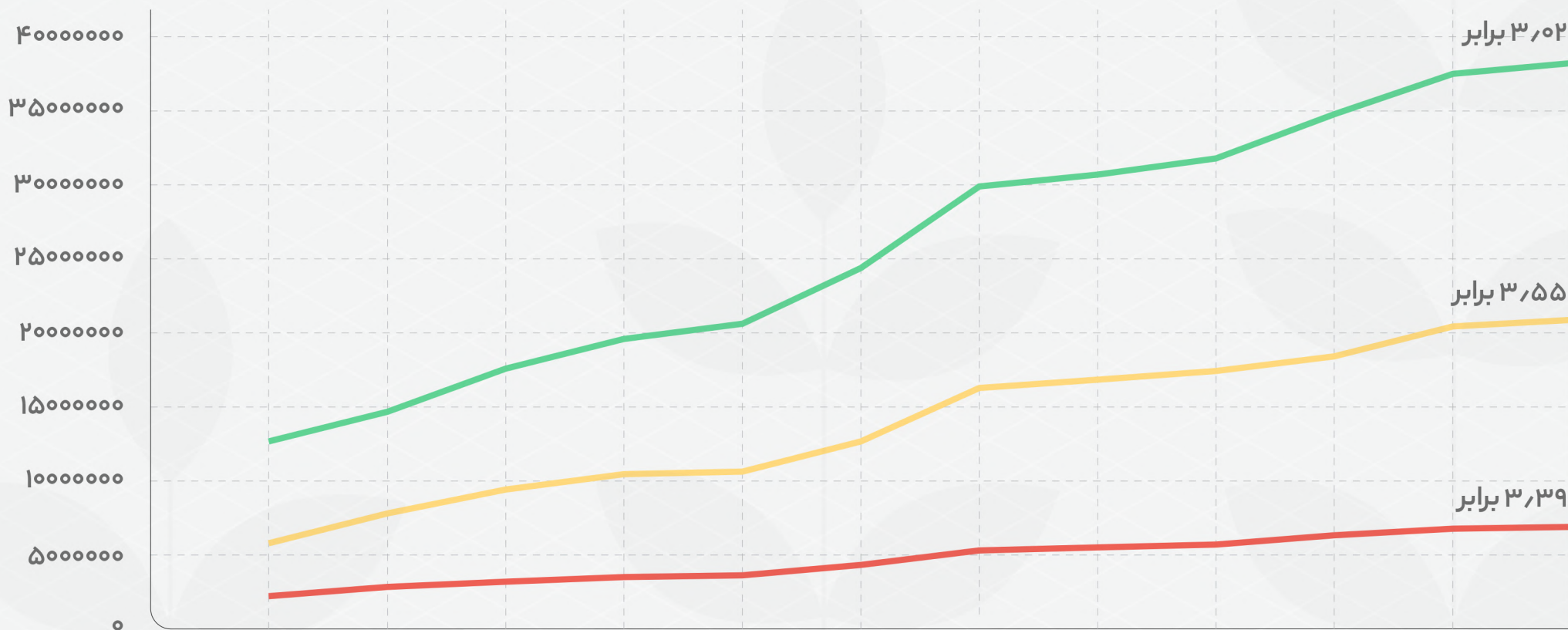


در سالیان گذشته شاهد این بودیم که مقوله‌ای بنام **«بازاریابی داده‌محور»** روز به روز در حال گسترش بوده است. شاهد این بودیم که روز به روز تصمیم‌گیری‌ها از بعد احساسیشان کمتر می‌شد و بیشتر مبتنی بر شواهد اطراف انجام می‌گرفت. شاهد این بودیم که روز به روز اهمیت دیتا برای مدیران بالاتر می‌رفت و سازمان‌ها 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 آرمان شهر 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 اتوپیای 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.

آمار سال ۱۳۹۹: +۴۵ میلیون

آمار سال ۱۳۹۹: +۲۵۰

آمار سال ۱۳۹۹: +۵۲۰ میلیون



آمار سال ۱۳۹۹: ۲۸۰۰

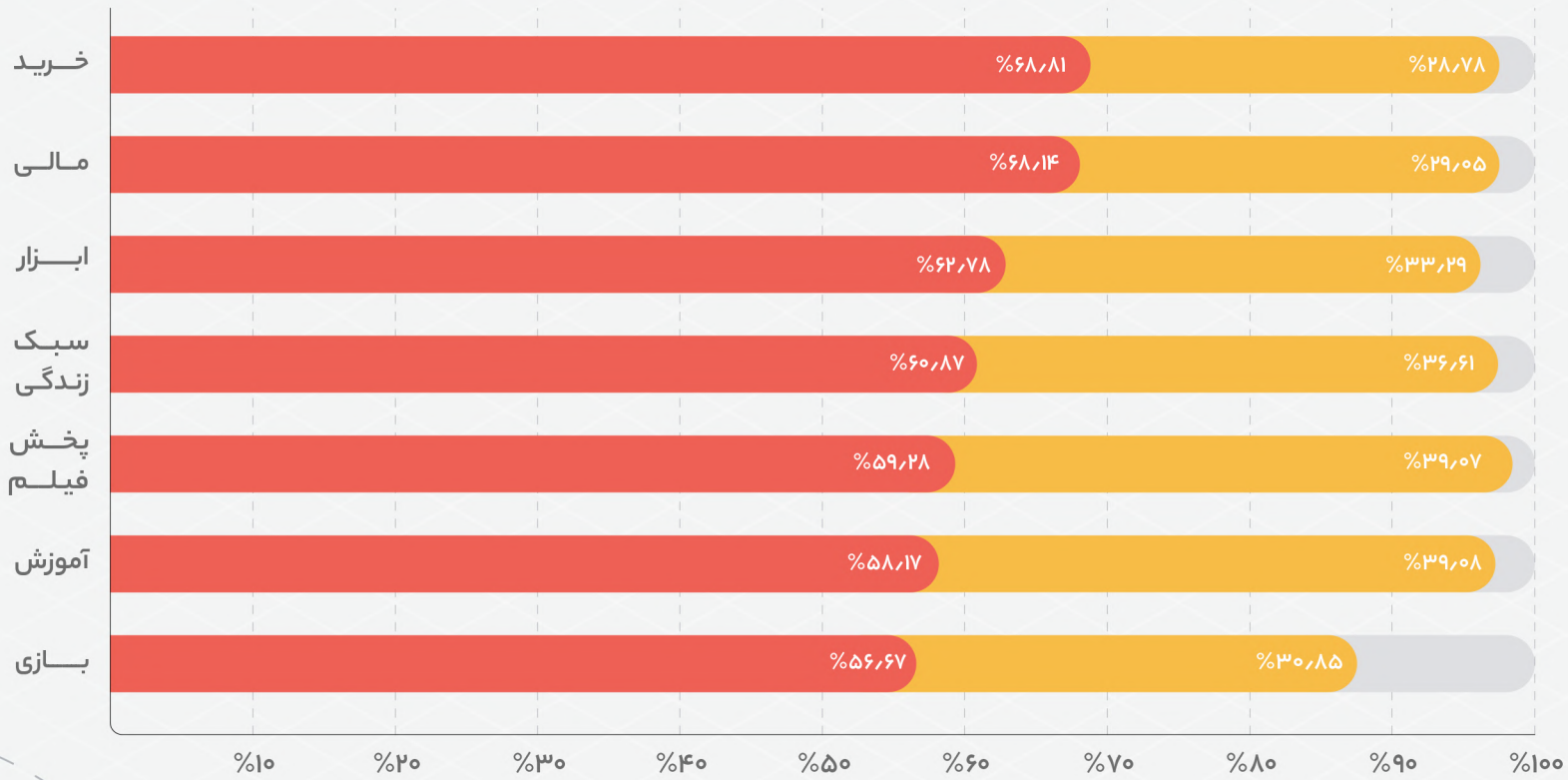
آمار سال ۱۳۹۹: +۴۲ میلیون

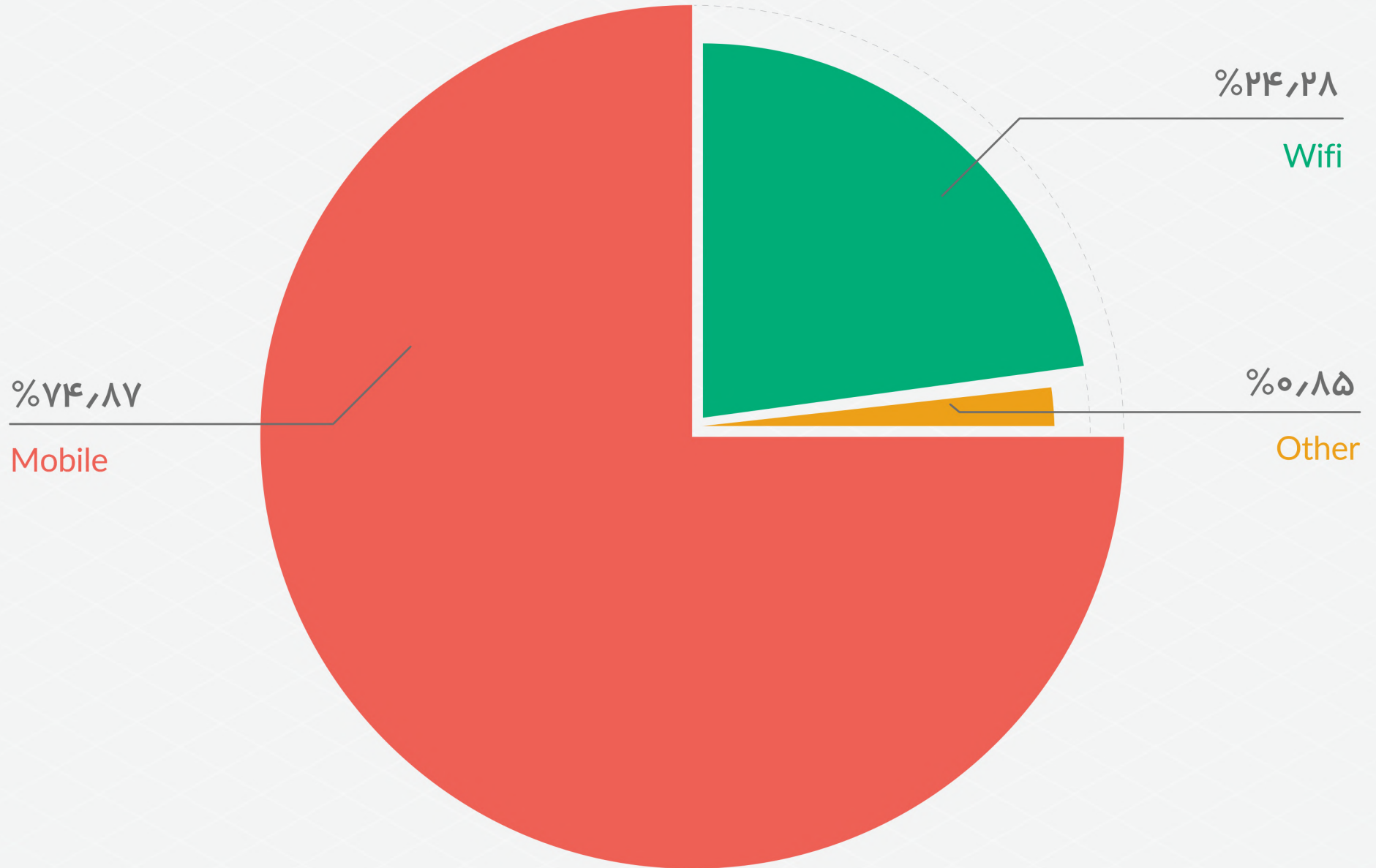
آمار سال ۱۳۹۹: +۲۸۰ میلیون

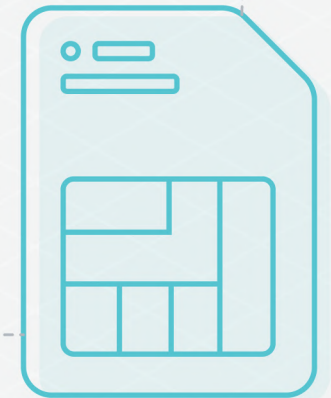
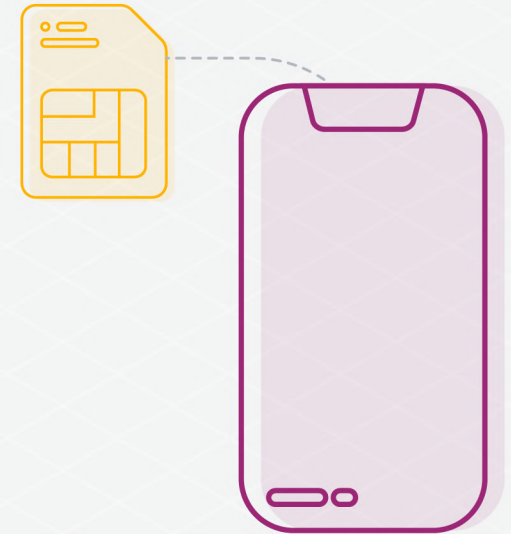
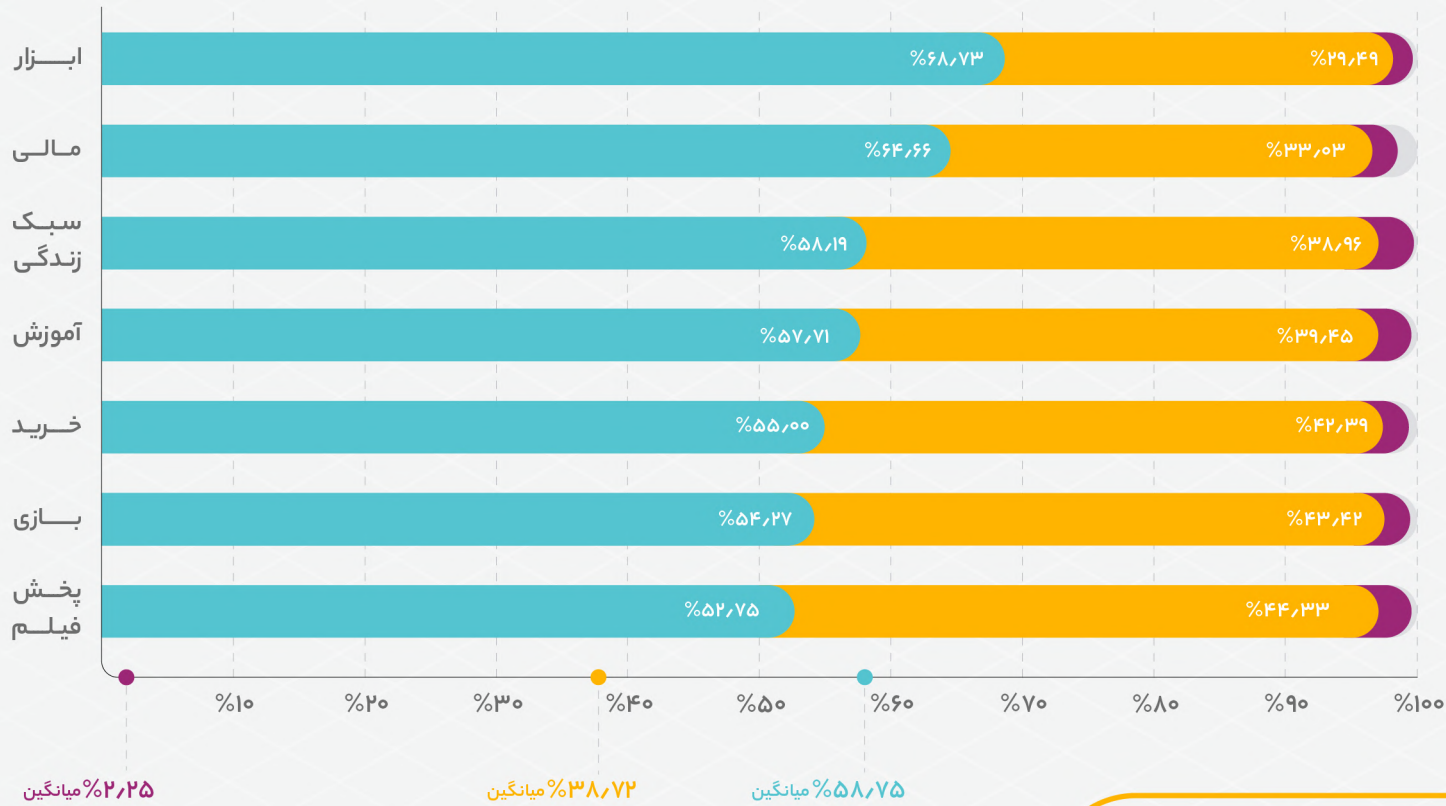
● در گزارش مورد نظر سعی شده است آمار هر بخش در ۷ دسته‌ی اپلیکیشن‌های زیر در اختیار قرار گیرد.

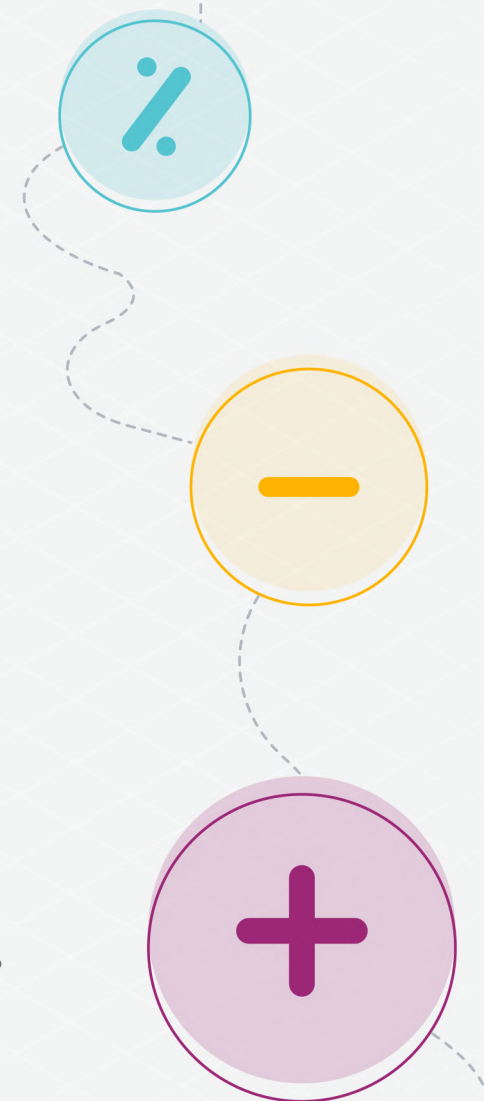
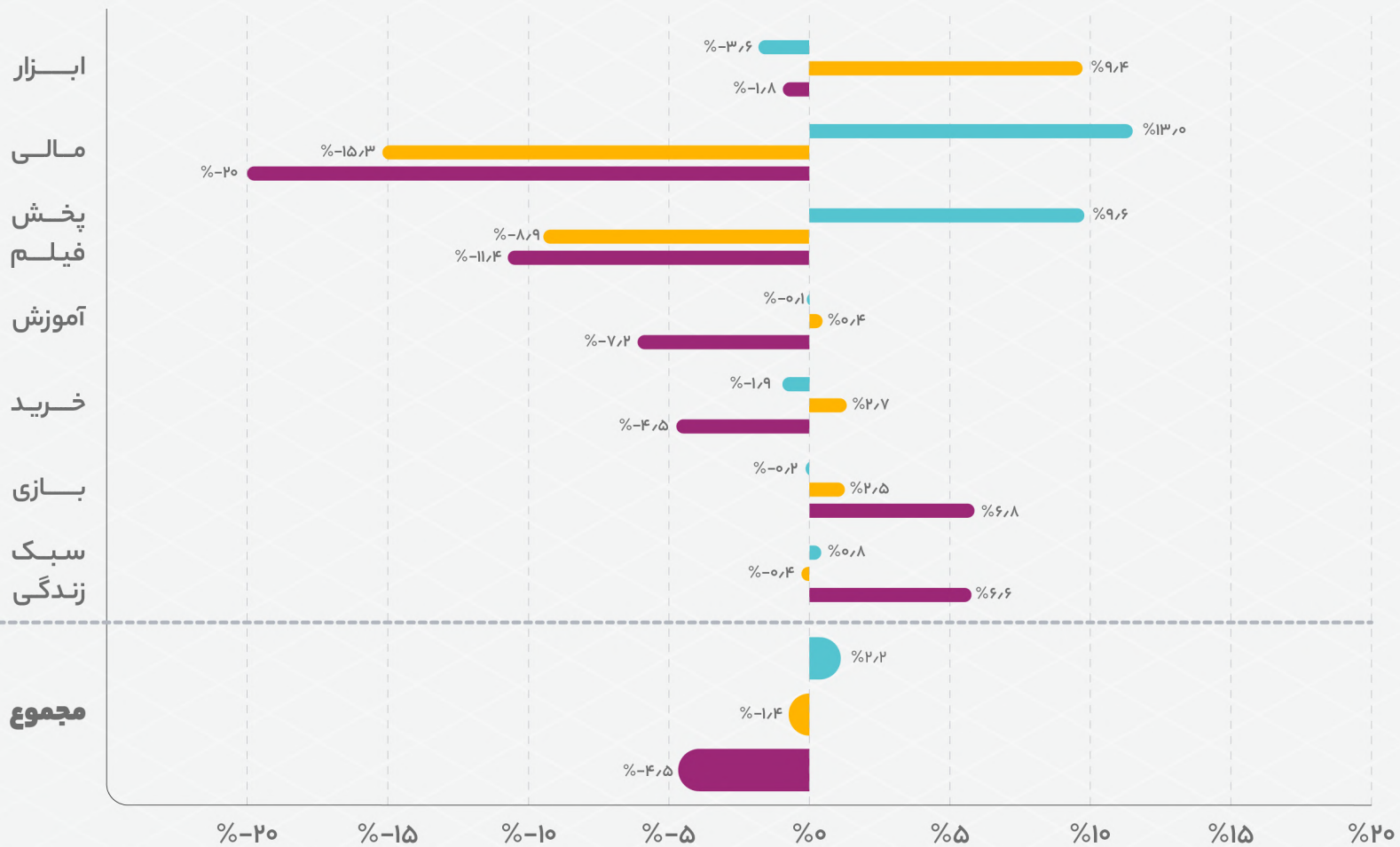


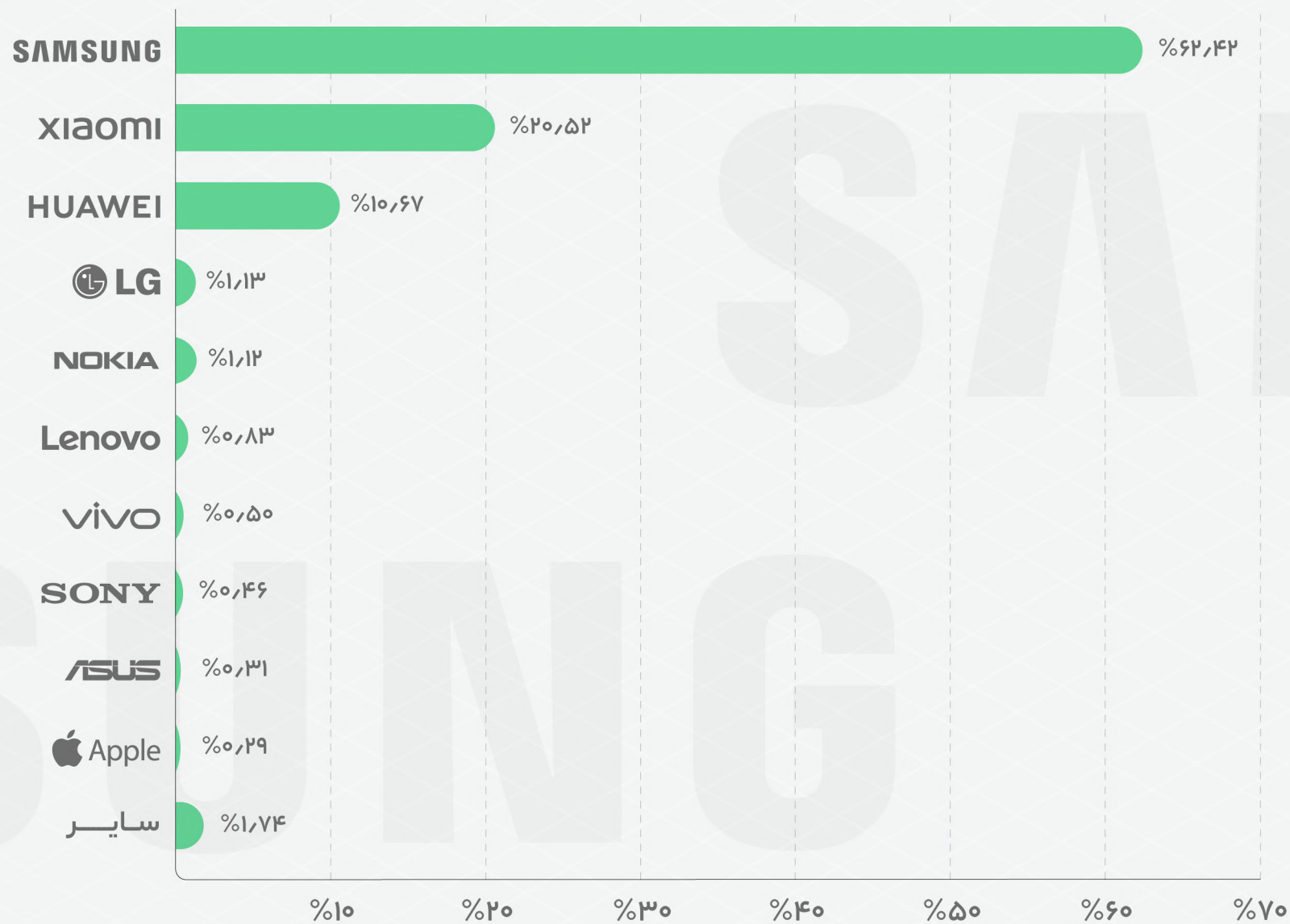
توزیع کاربران به تفکیک نوع اتصال به اینترنت در هنگام نصب

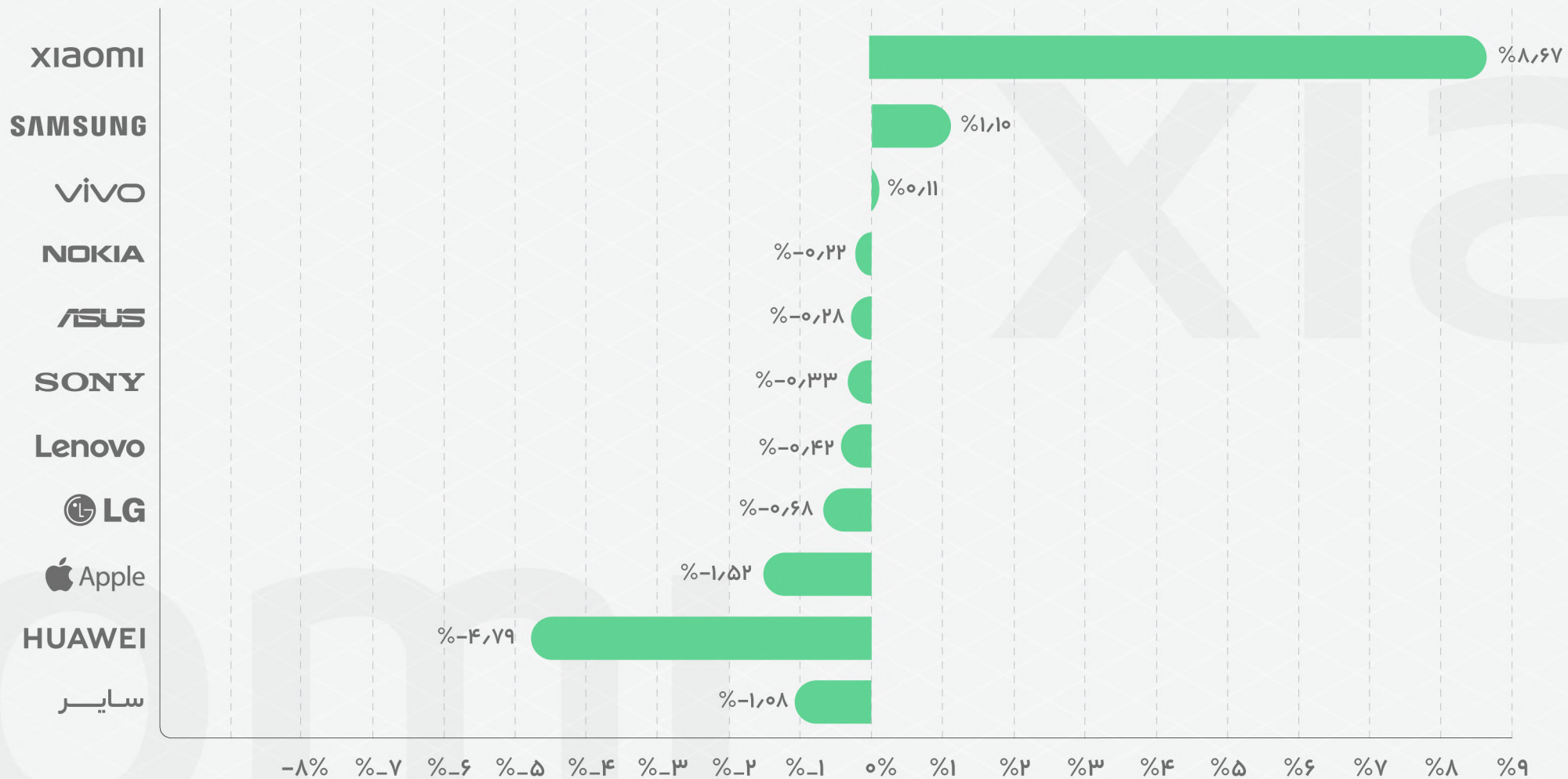






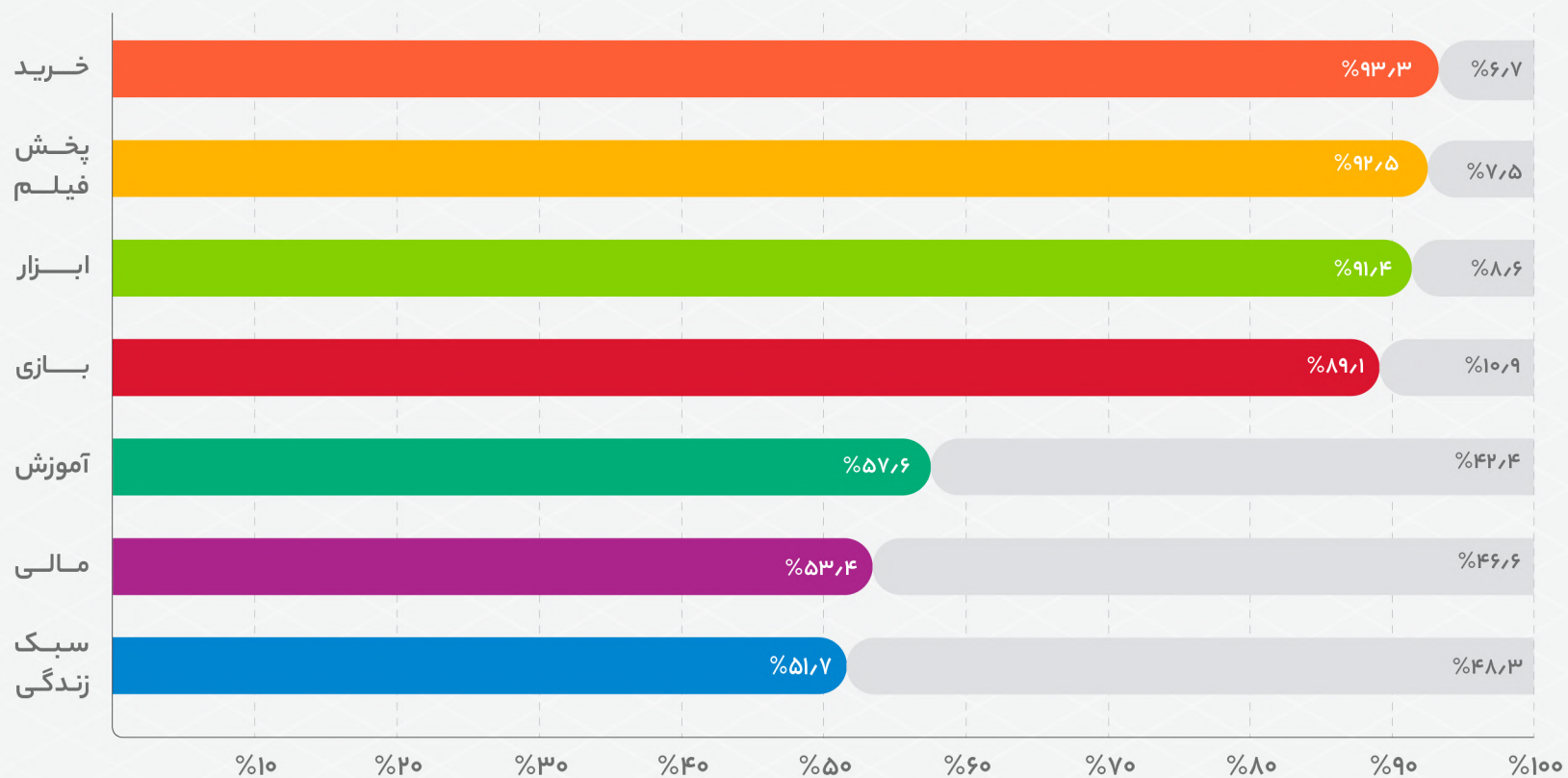






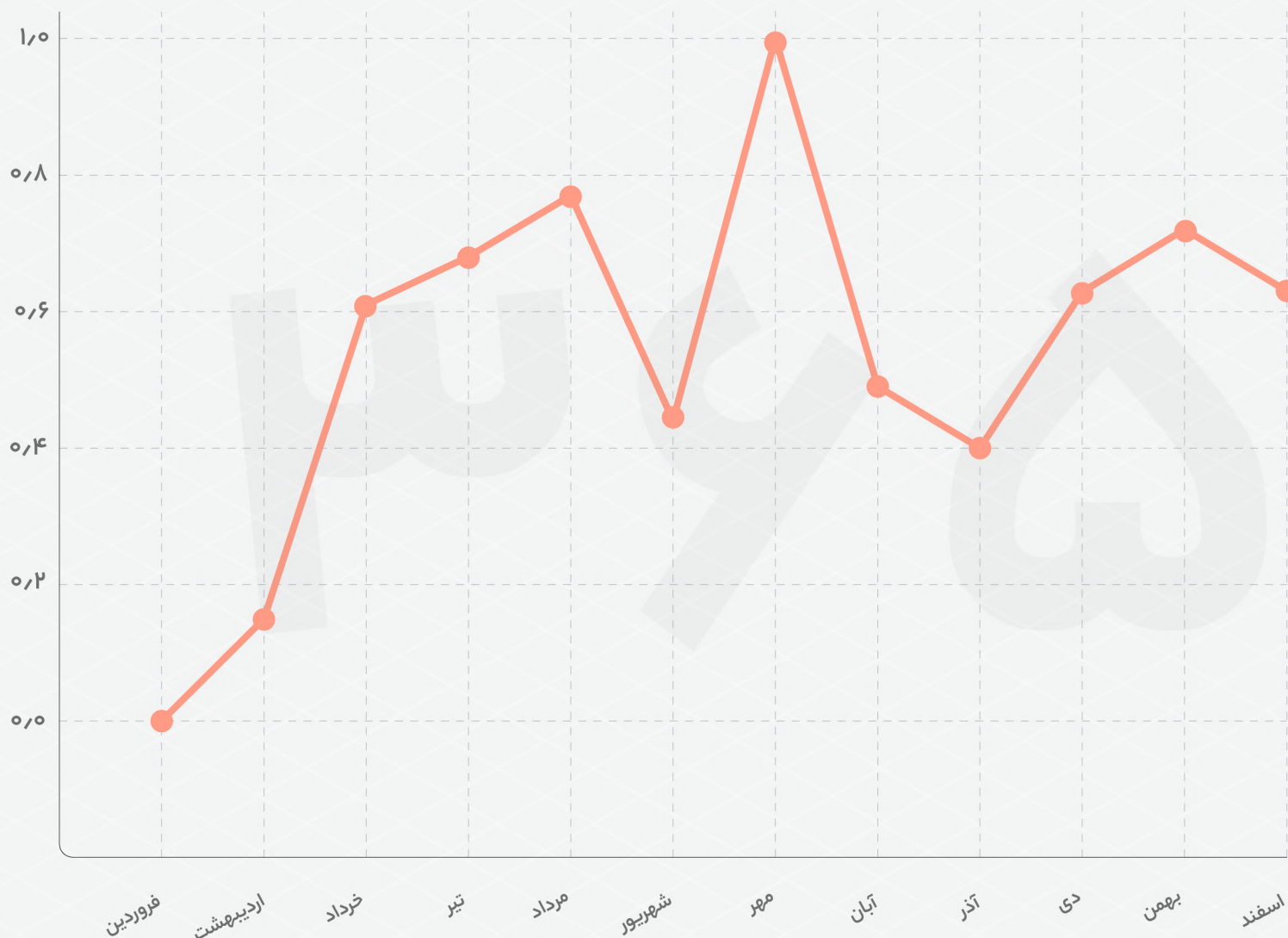
★ گسترش سهم بازار برند شیائومی در ایران در طی سال‌های اخیر برکسی پوشیده نمی‌باشد.





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

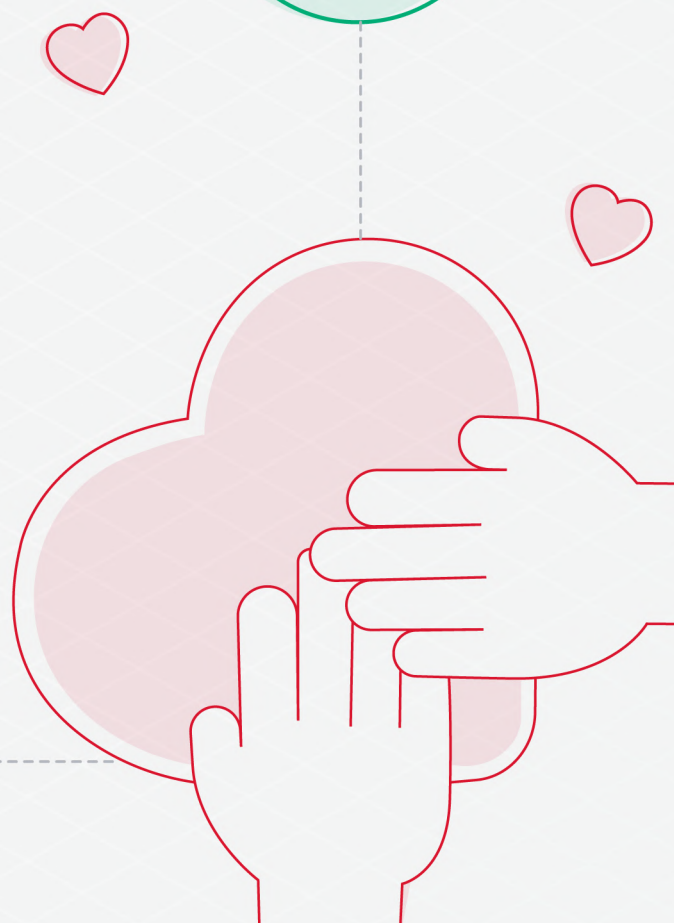
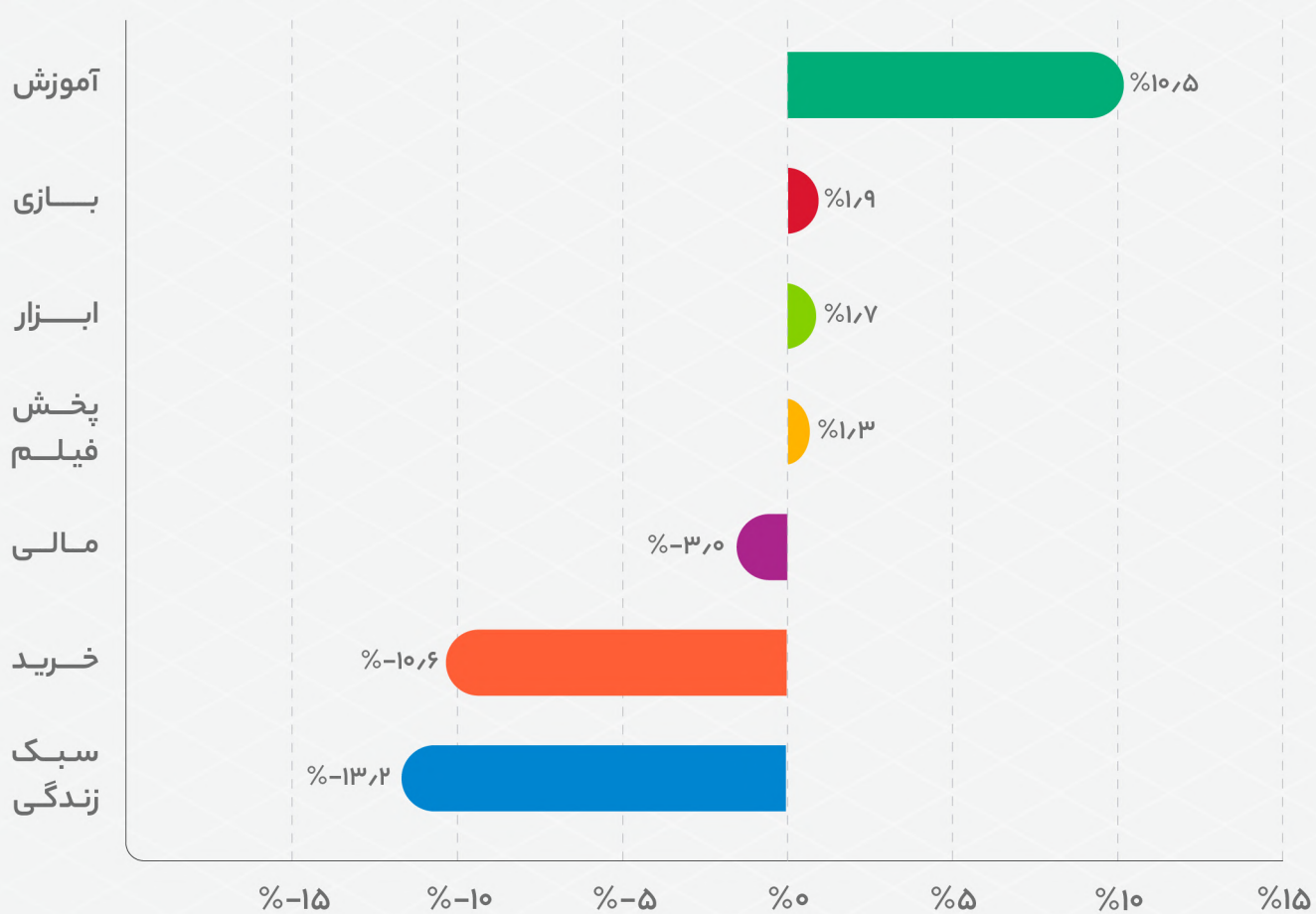


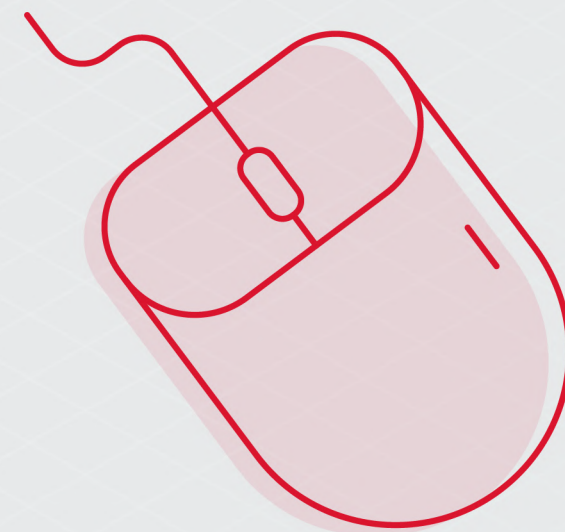
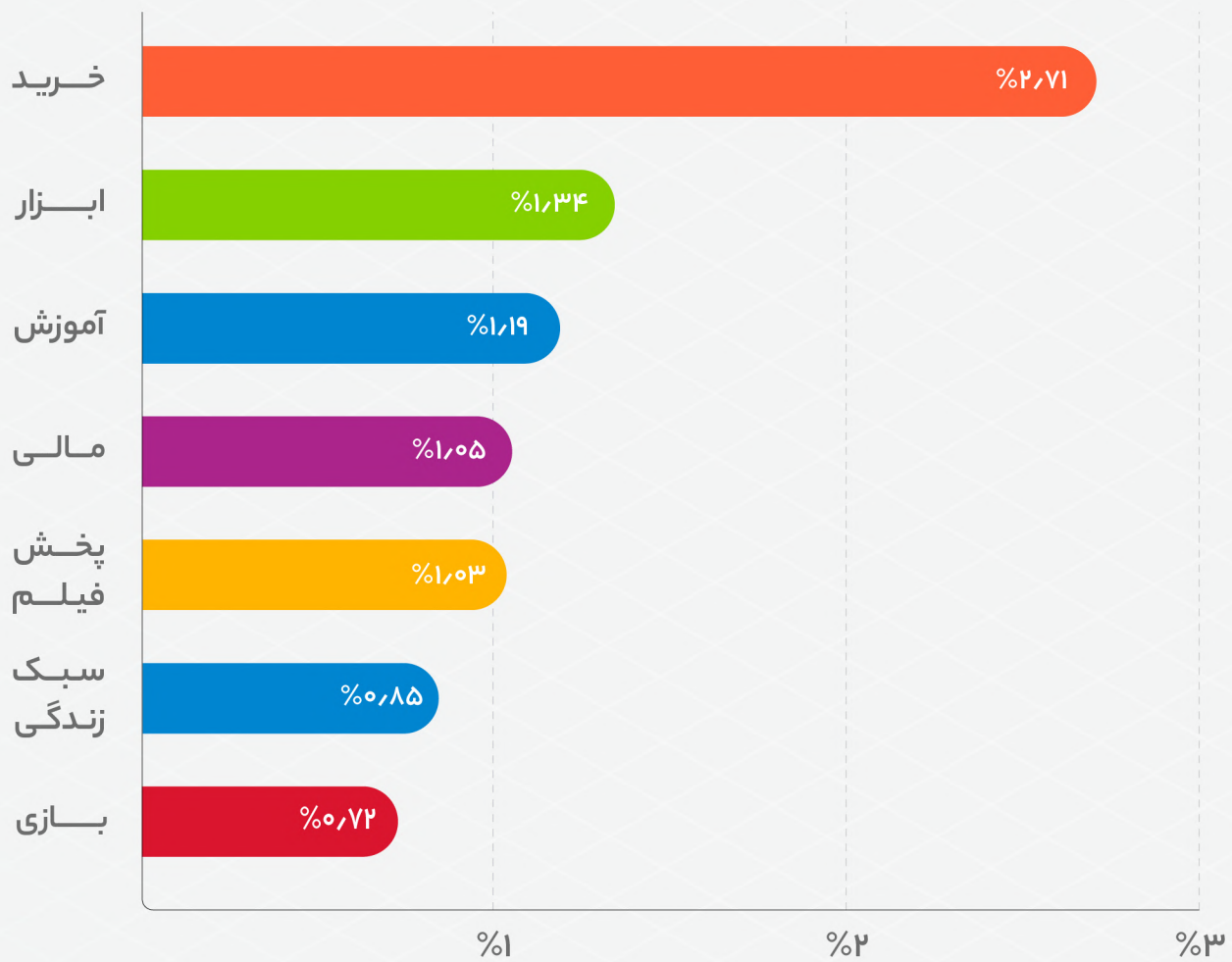


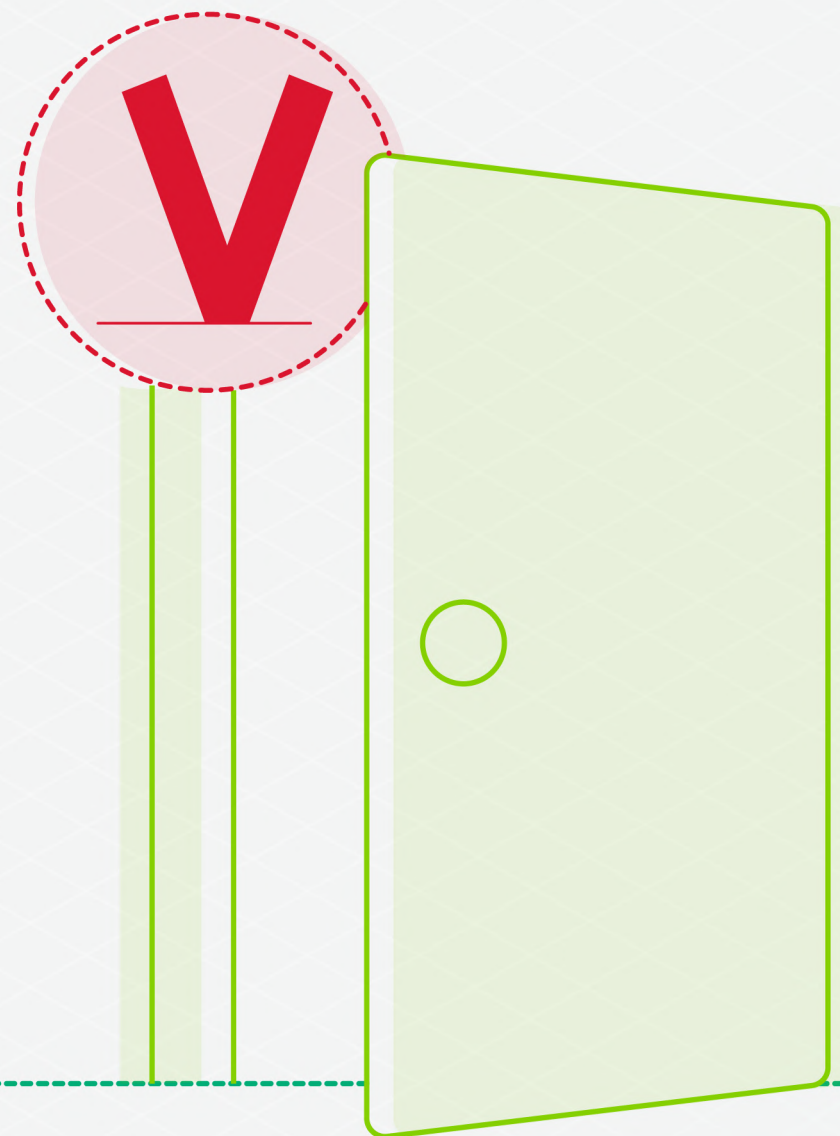
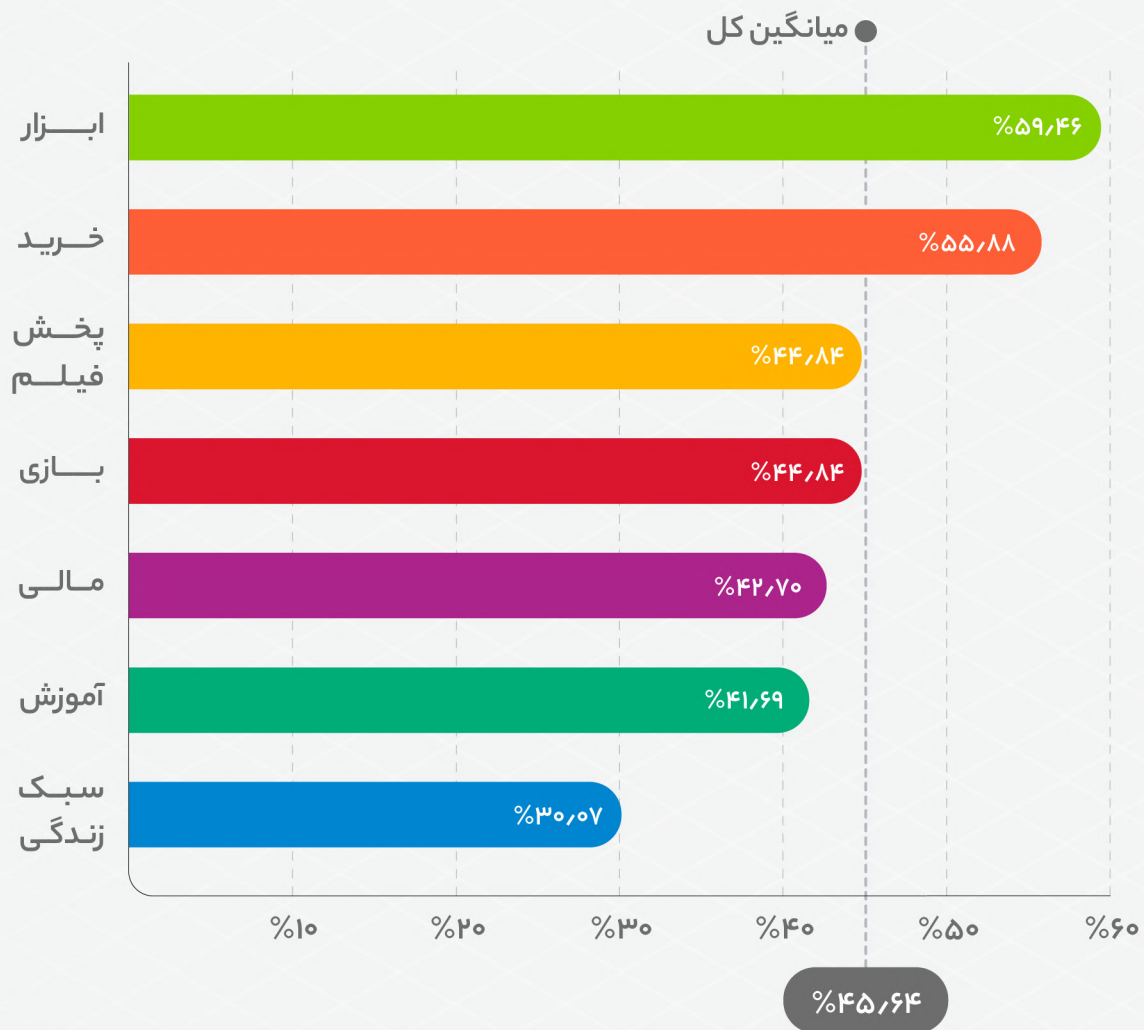
★ به علت نسبی بودن اعداد گزارش نسبت به یکدیگر، اعداد بین صفر و یک نرمال شده‌اند.

★ 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

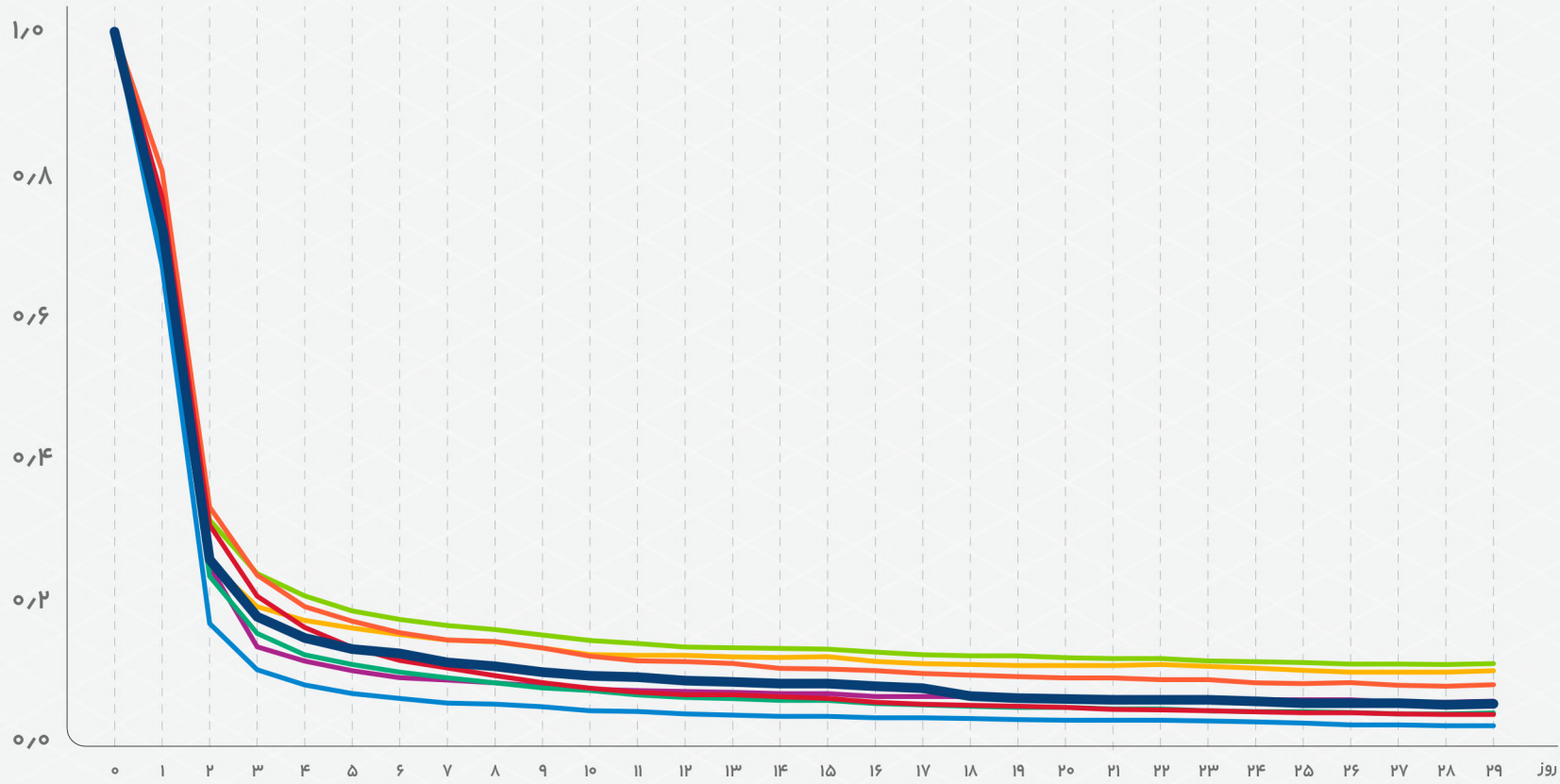






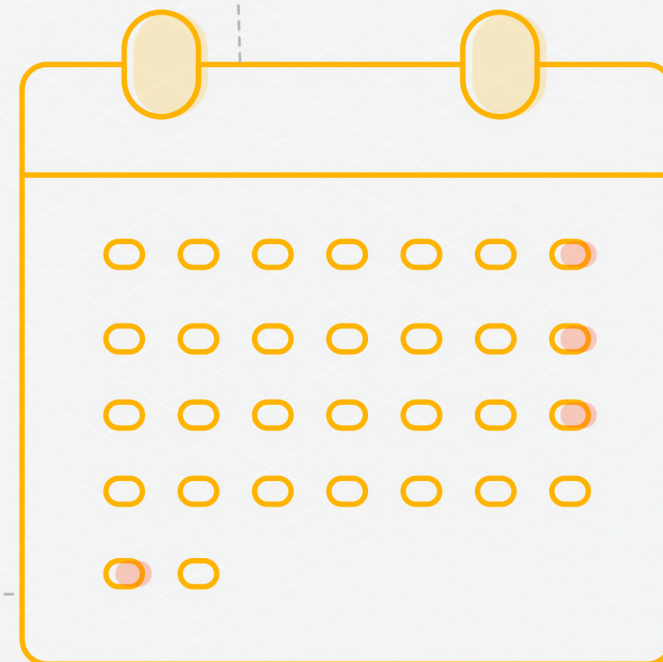
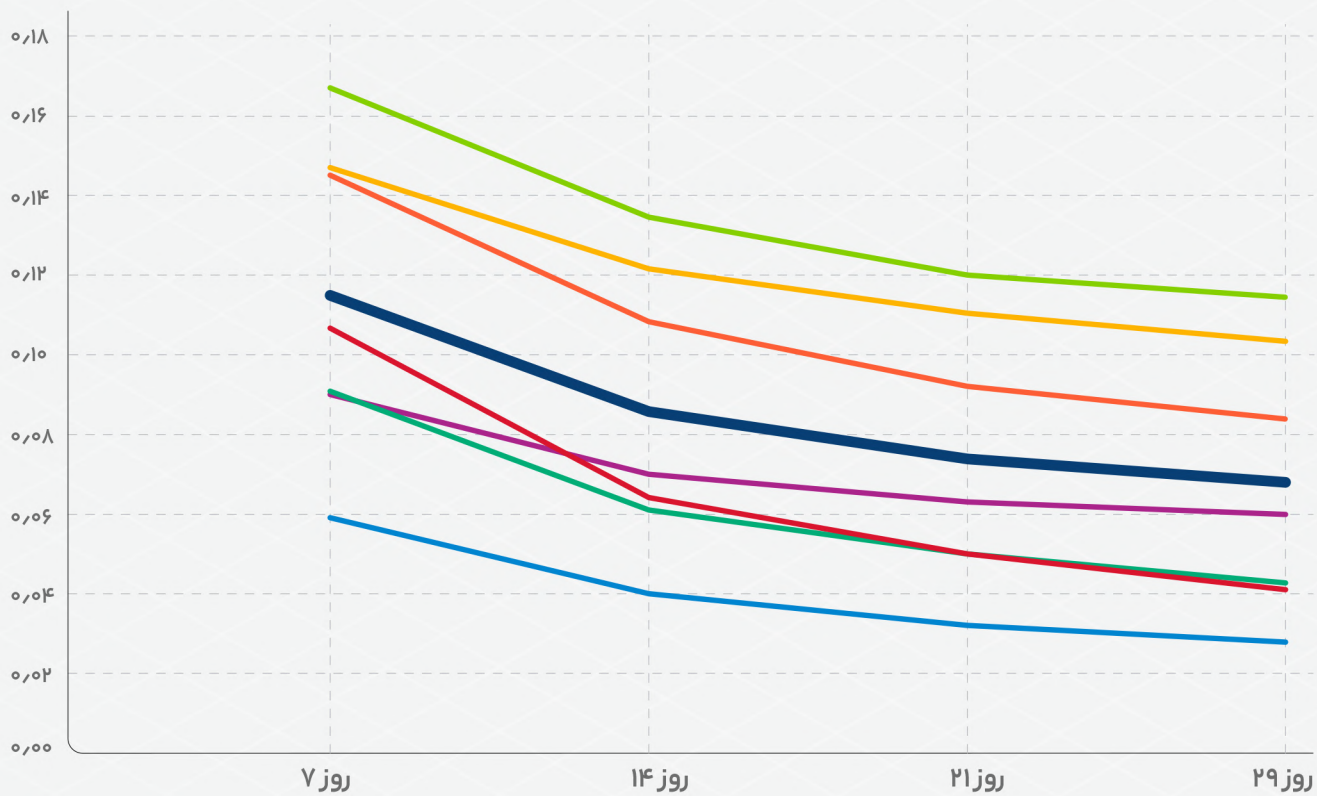
★ بطور میانگین ۴۵٫۶۴٪ از کاربران در طول یک هفته پس از نصب مجدداً به اپلیکیشن باز می‌گردند.

● روند تغییرات نرخ بازگشت به اپلیکیشن، ۳۰ روز پس از نصب

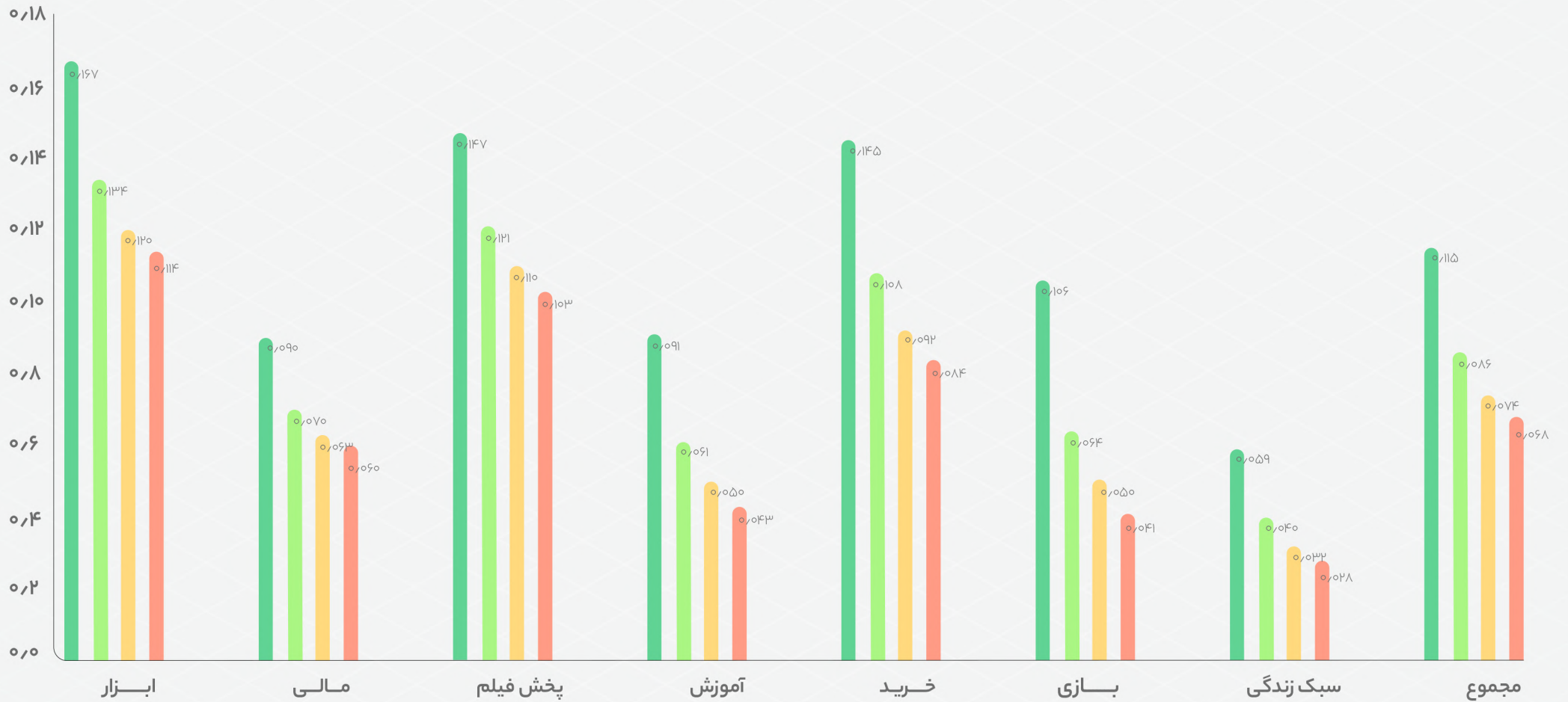


★ برآوردها نشان می‌دهد هزینه جذب مشتری جدید، ۵ برابر هزینه نگهداشت مشتری می‌باشد.

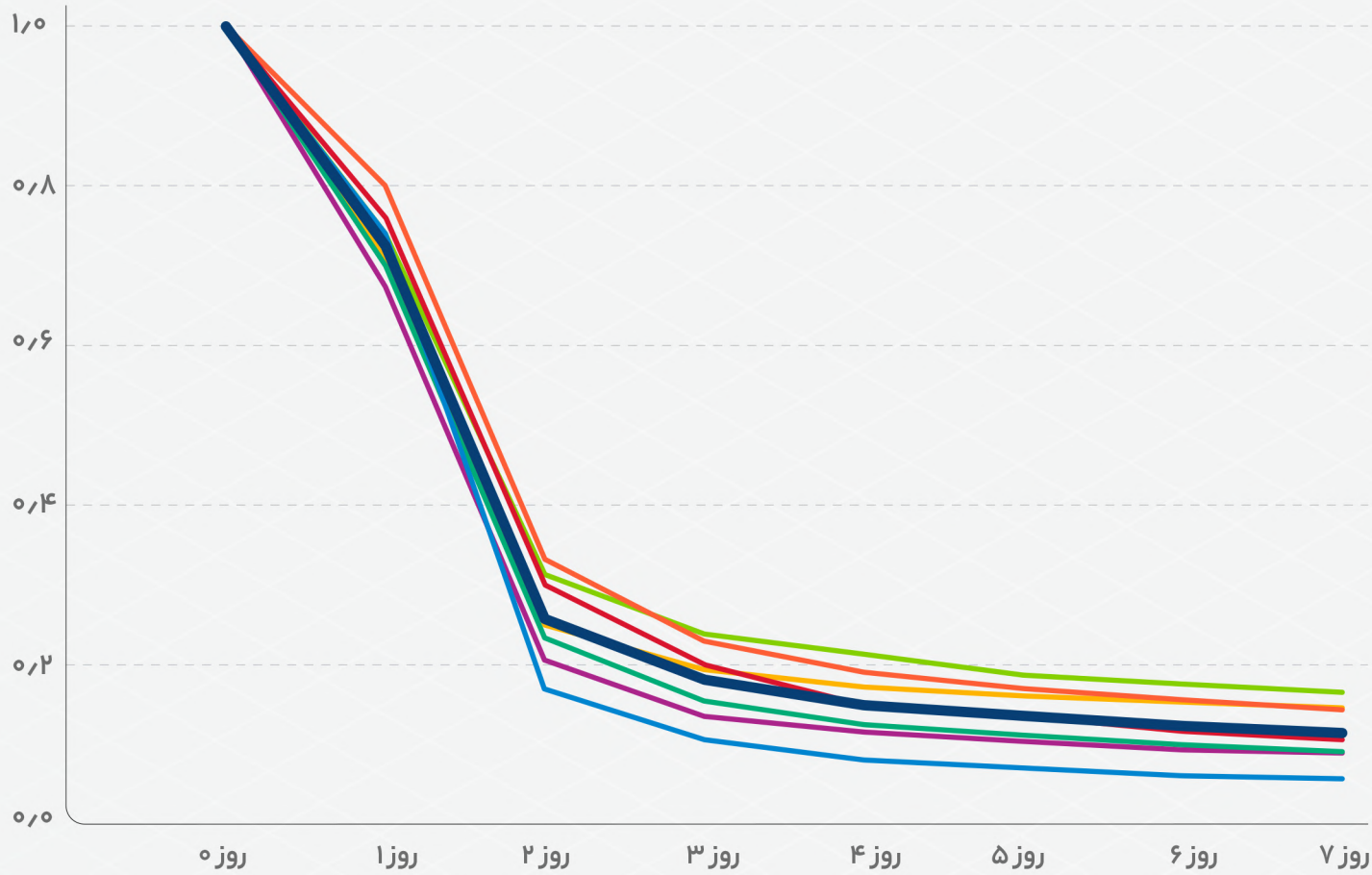
نرخ بازگشت کاربران به اپلیکیشن، در هفته‌های پس از نصب



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



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

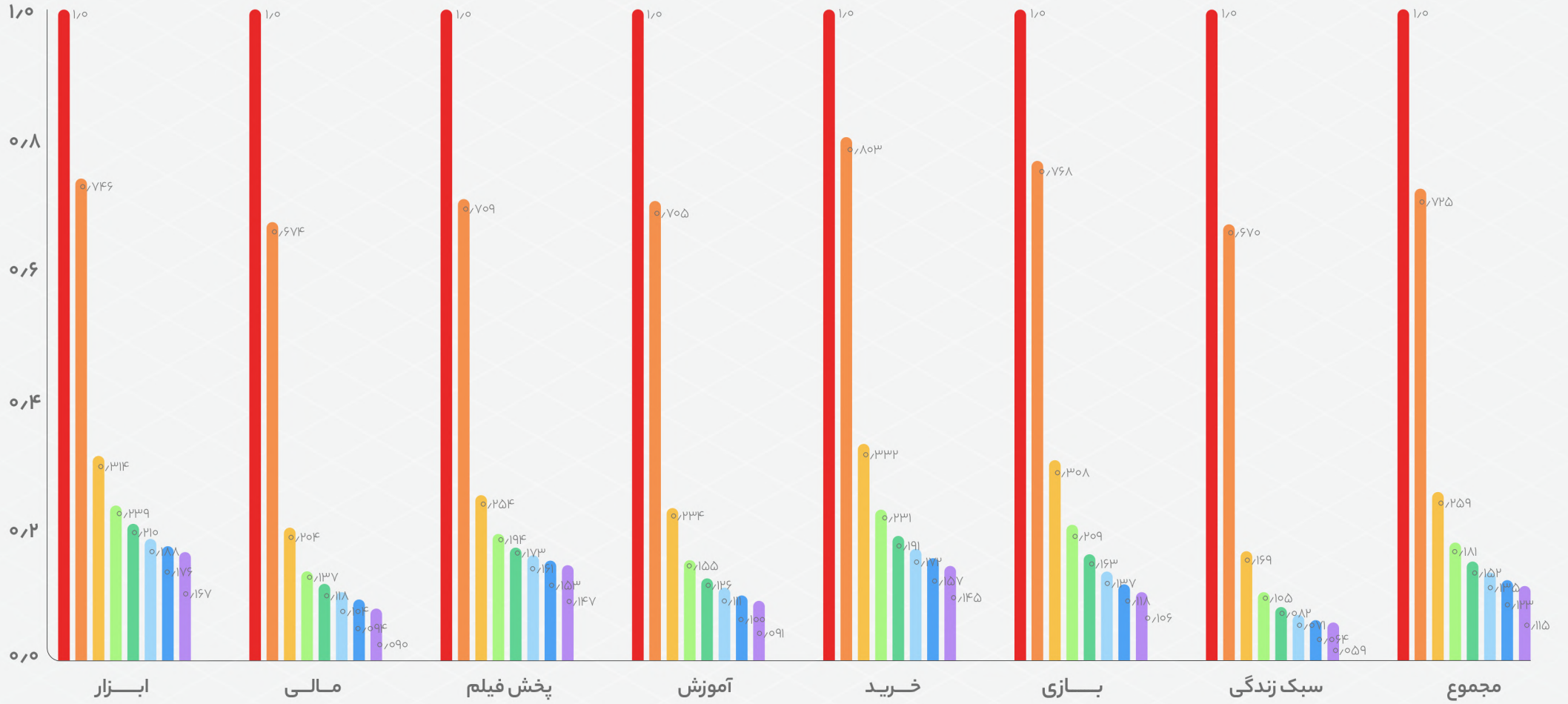


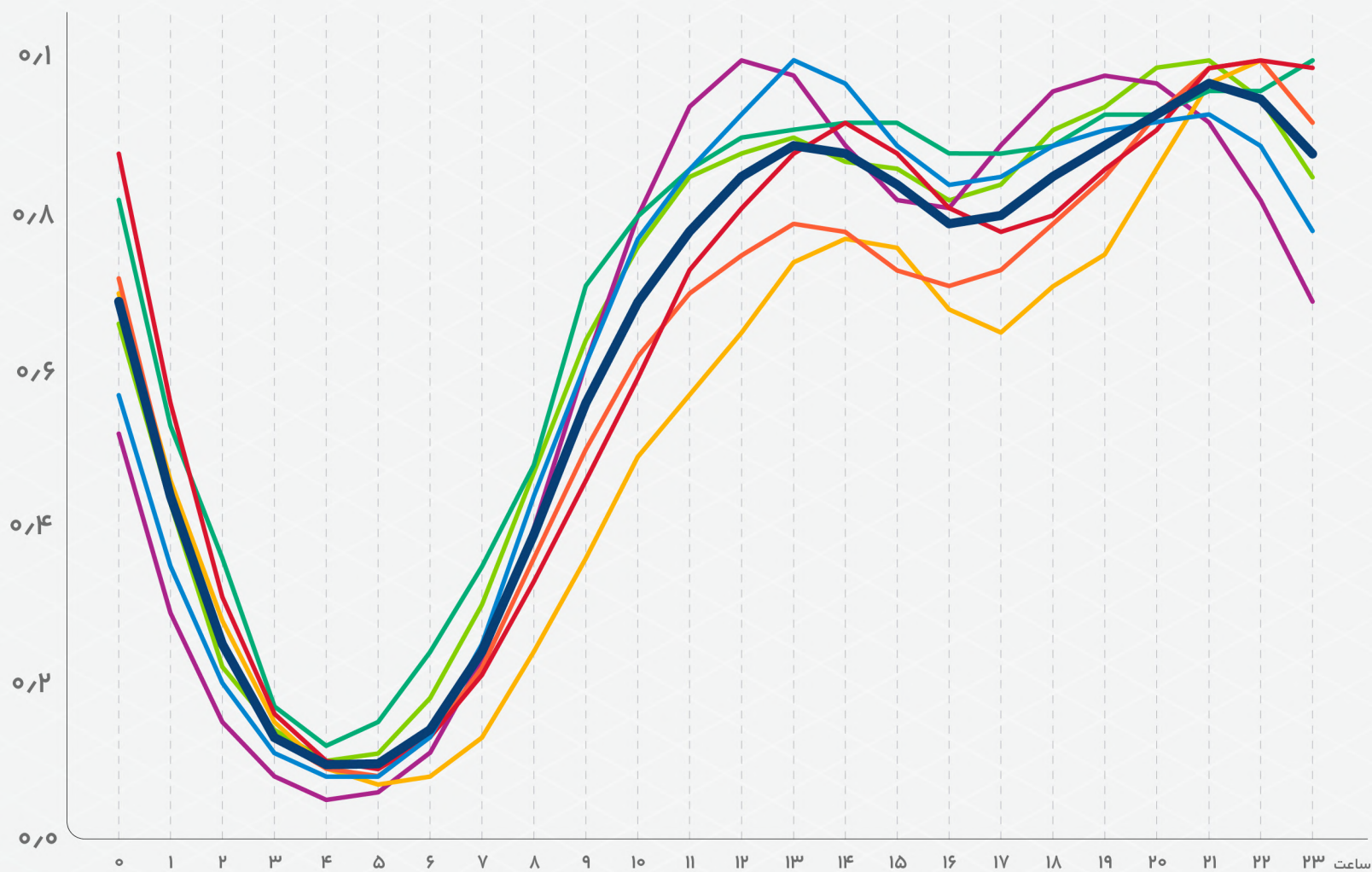
Exit

★ 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.

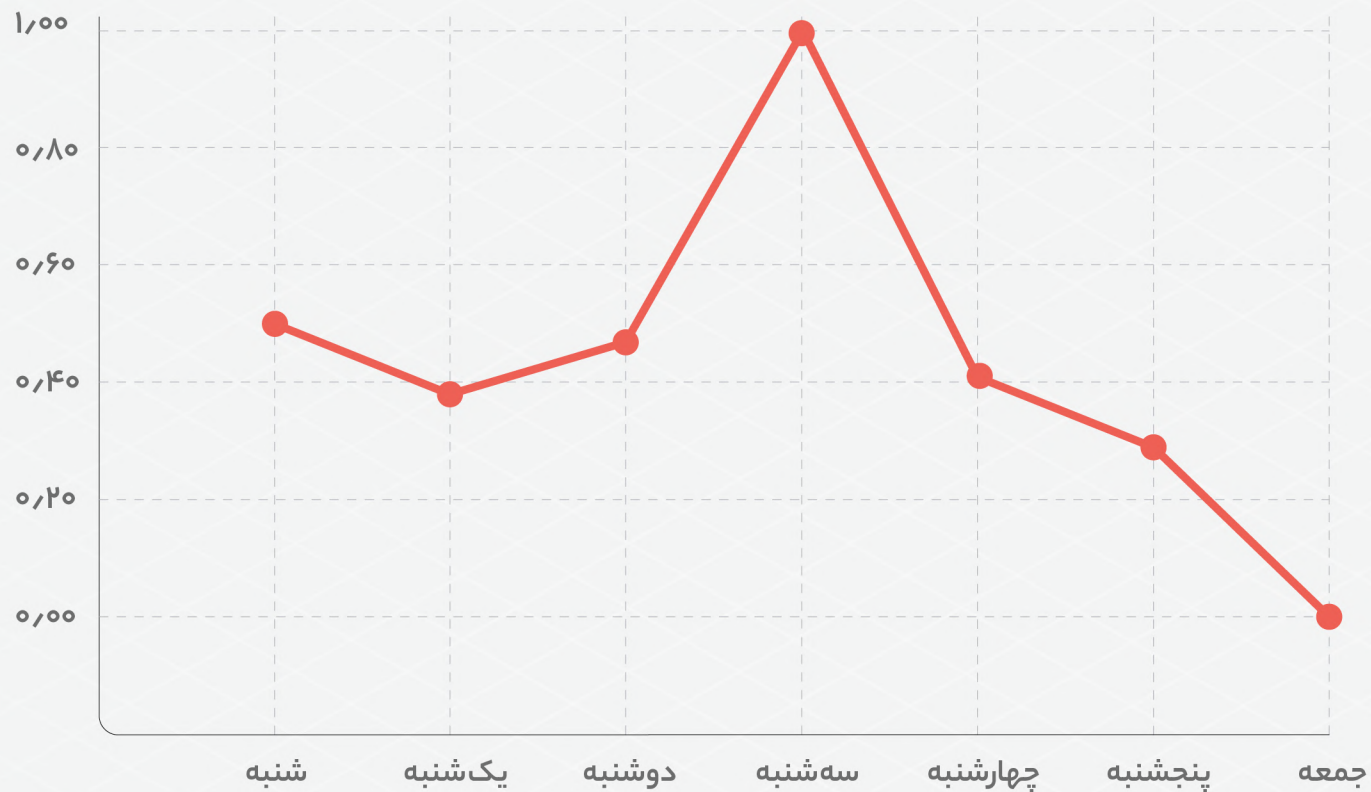
نرخ بازگشت کاربران به اپلیکیشن، ۷ روز پس از نصب





۲۴

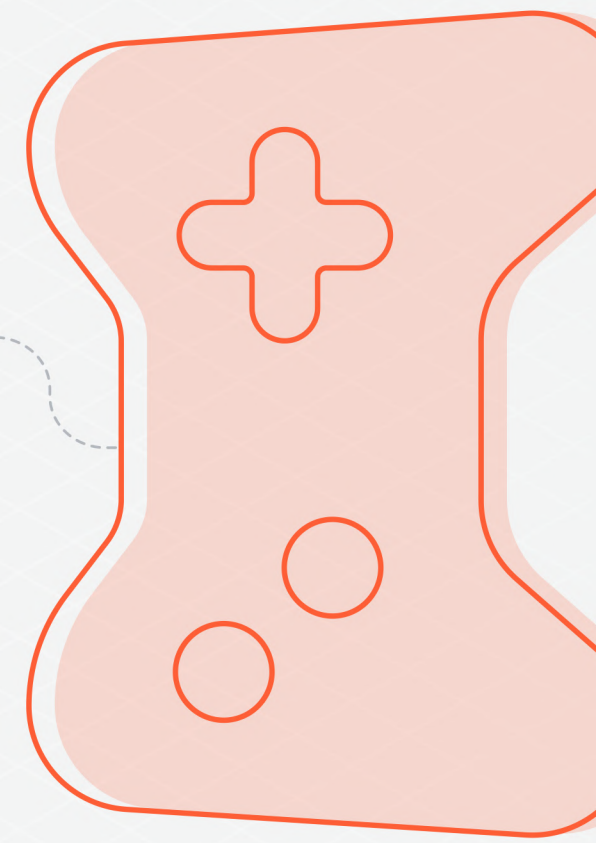
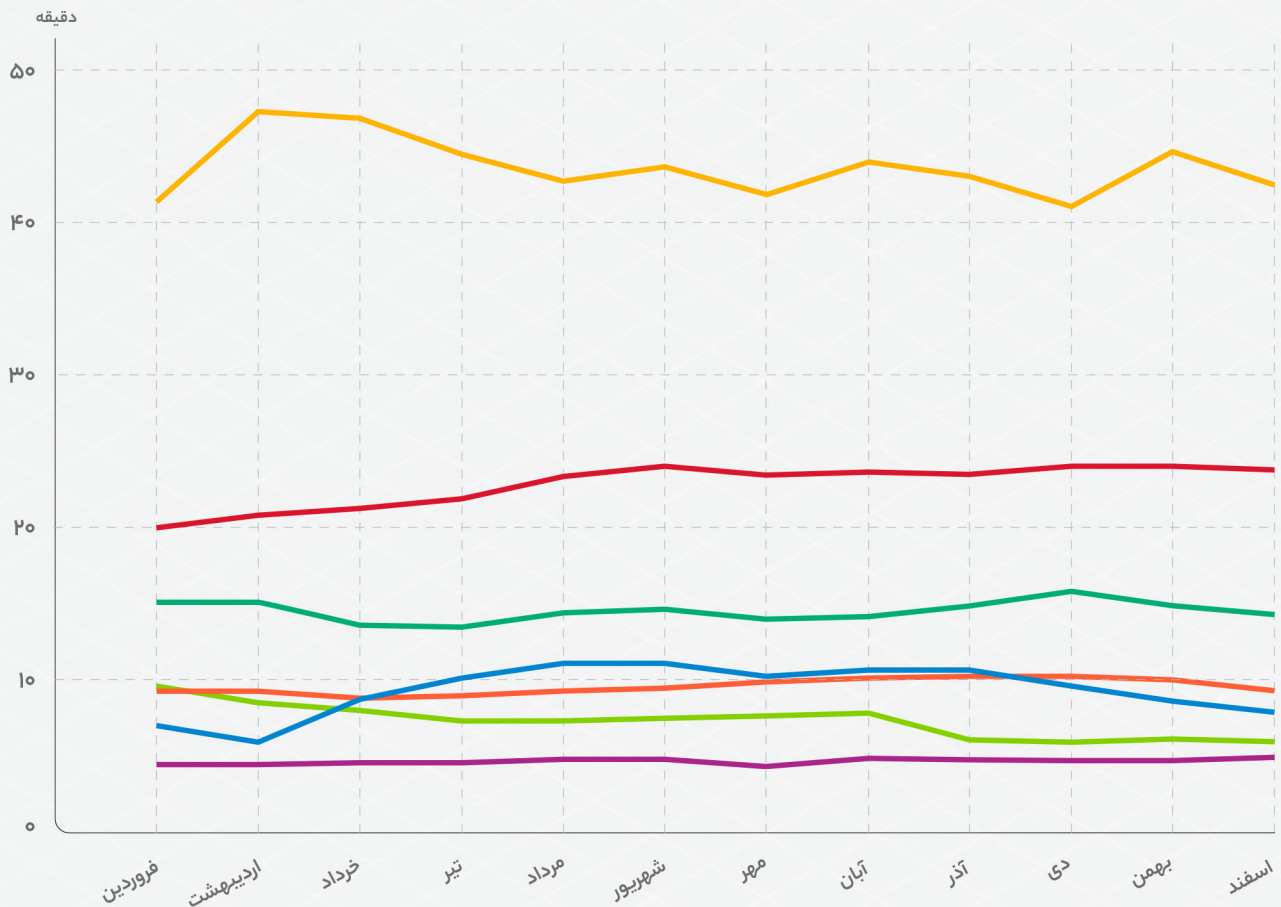
★ بدلیل فراهم‌آوری امکان مقایسه شاخص‌ها، اعداد بین صفر و یک نرمال شده‌اند.



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

رشد تغییرات میانگین مدت زمان سشن کاربران

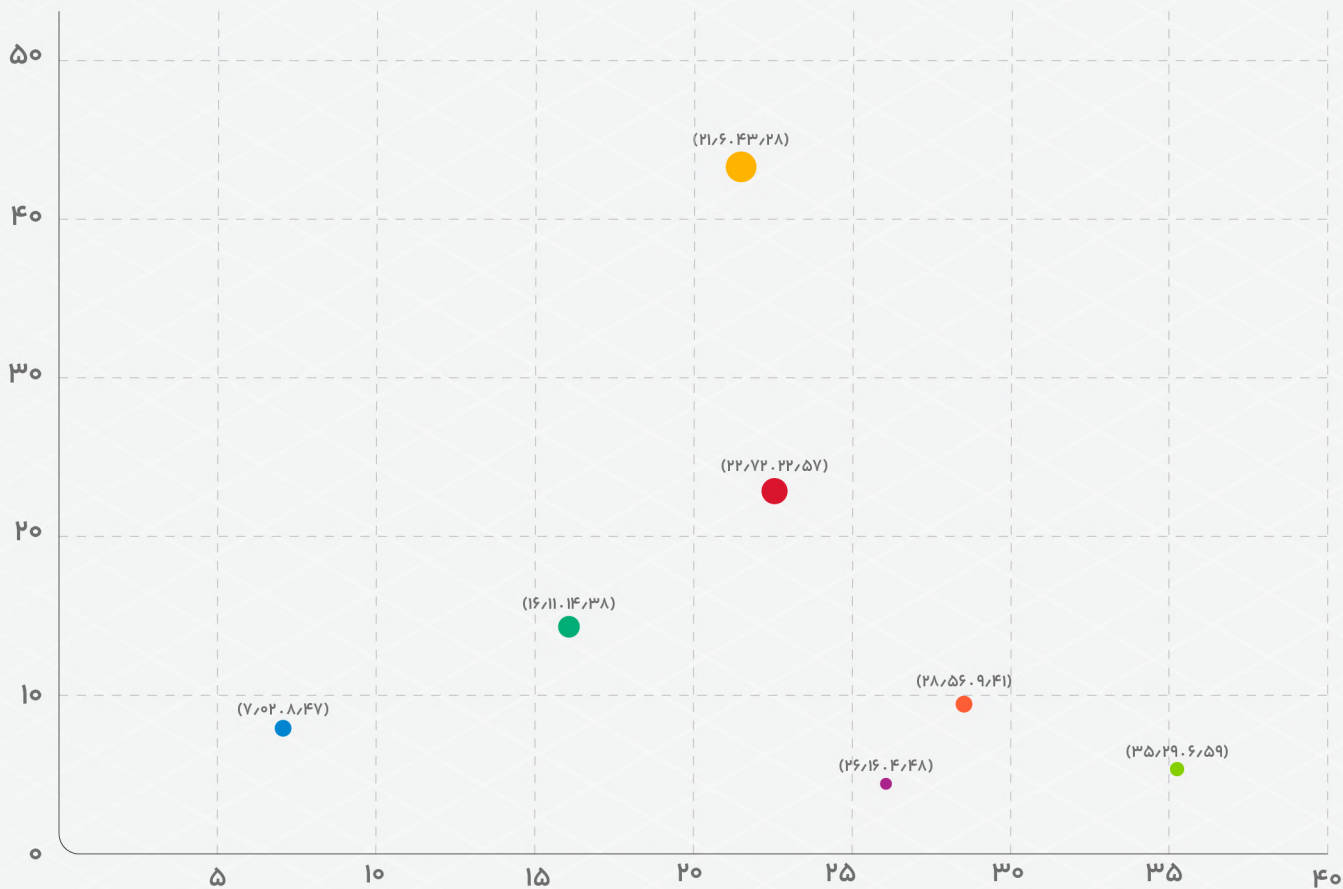
در طول سال



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

◆ میانگین سشن به ازای هر کاربر و مدت زمان سشن

مدت زمان سشن (دقیقه)



سشن به ازای هر کاربر



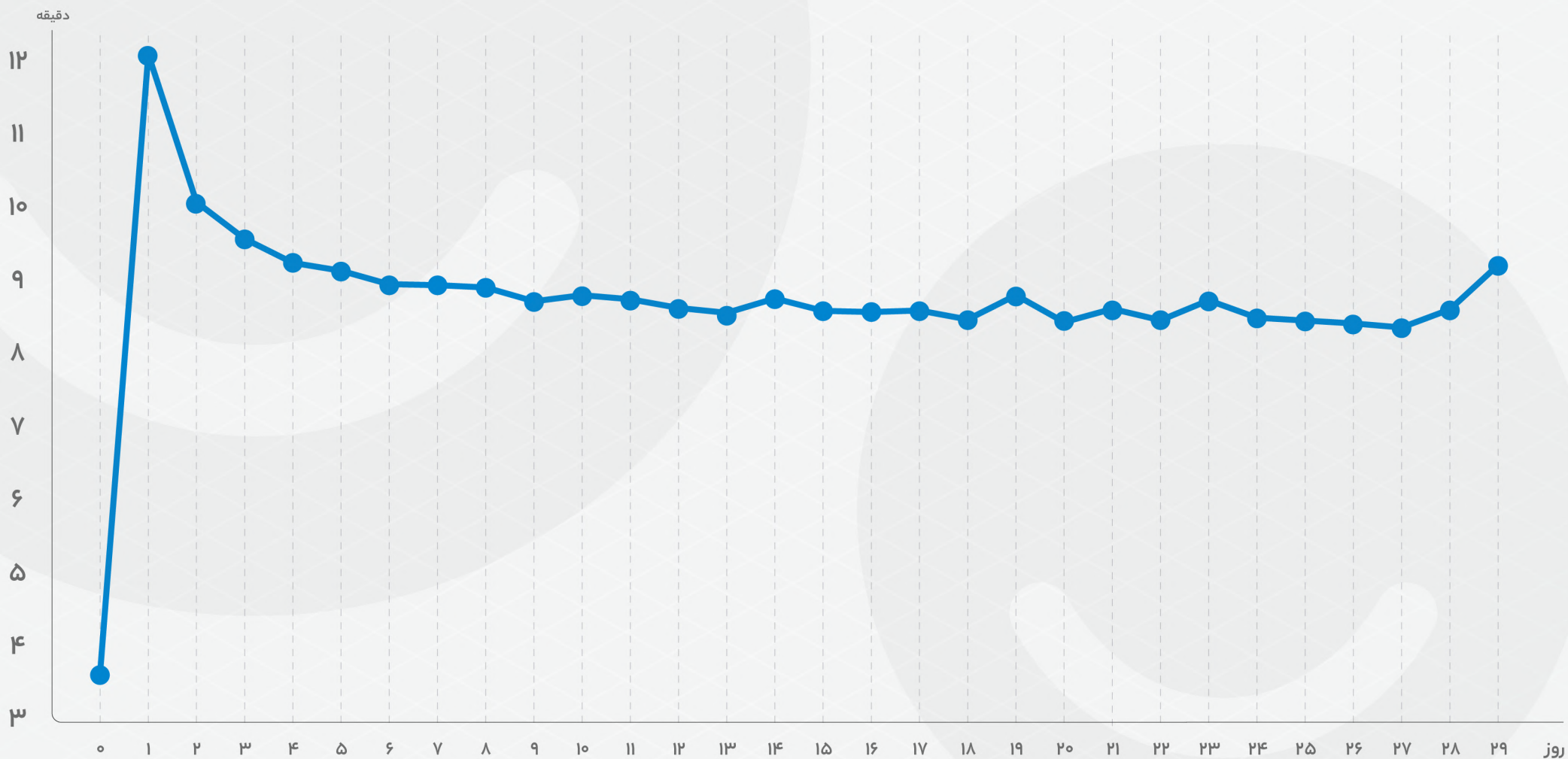
$$\int_a^b f(x) dx$$



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

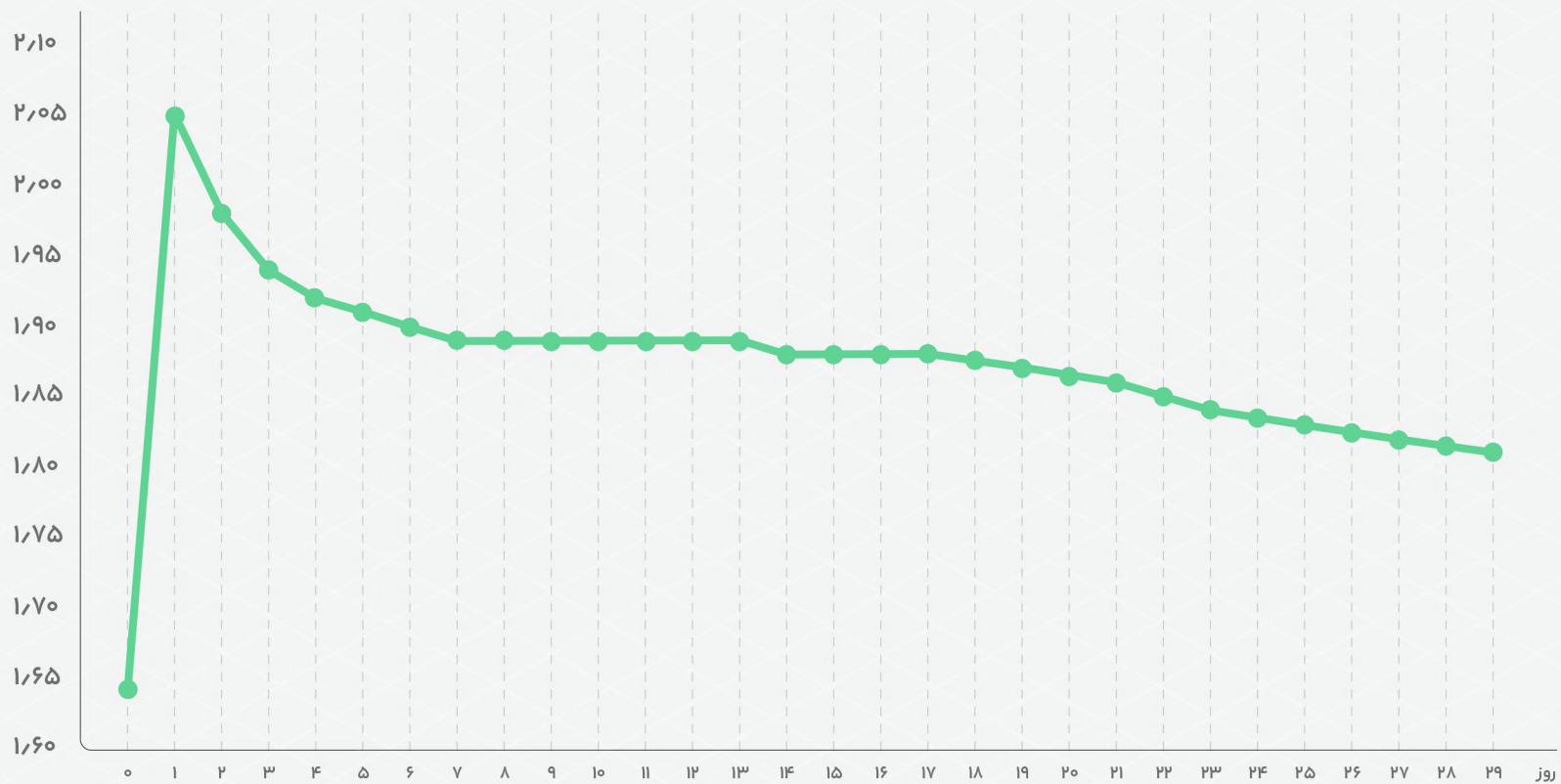


تغییر در میانگین مدت سشن به ازای هر کاربر، ۳۰ روز پس از نصب

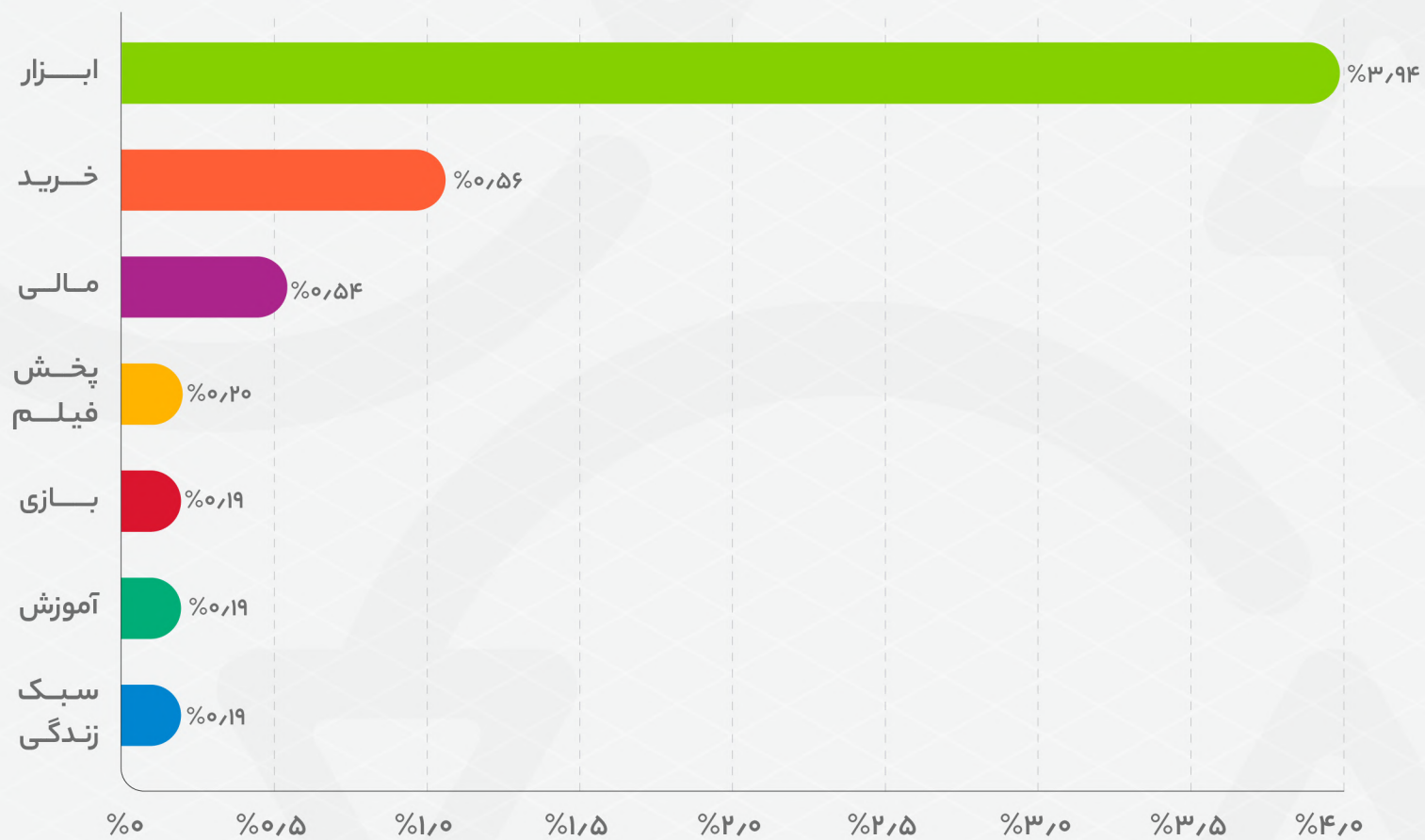


منحنی قدرت کاربر (Power user curve)

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.

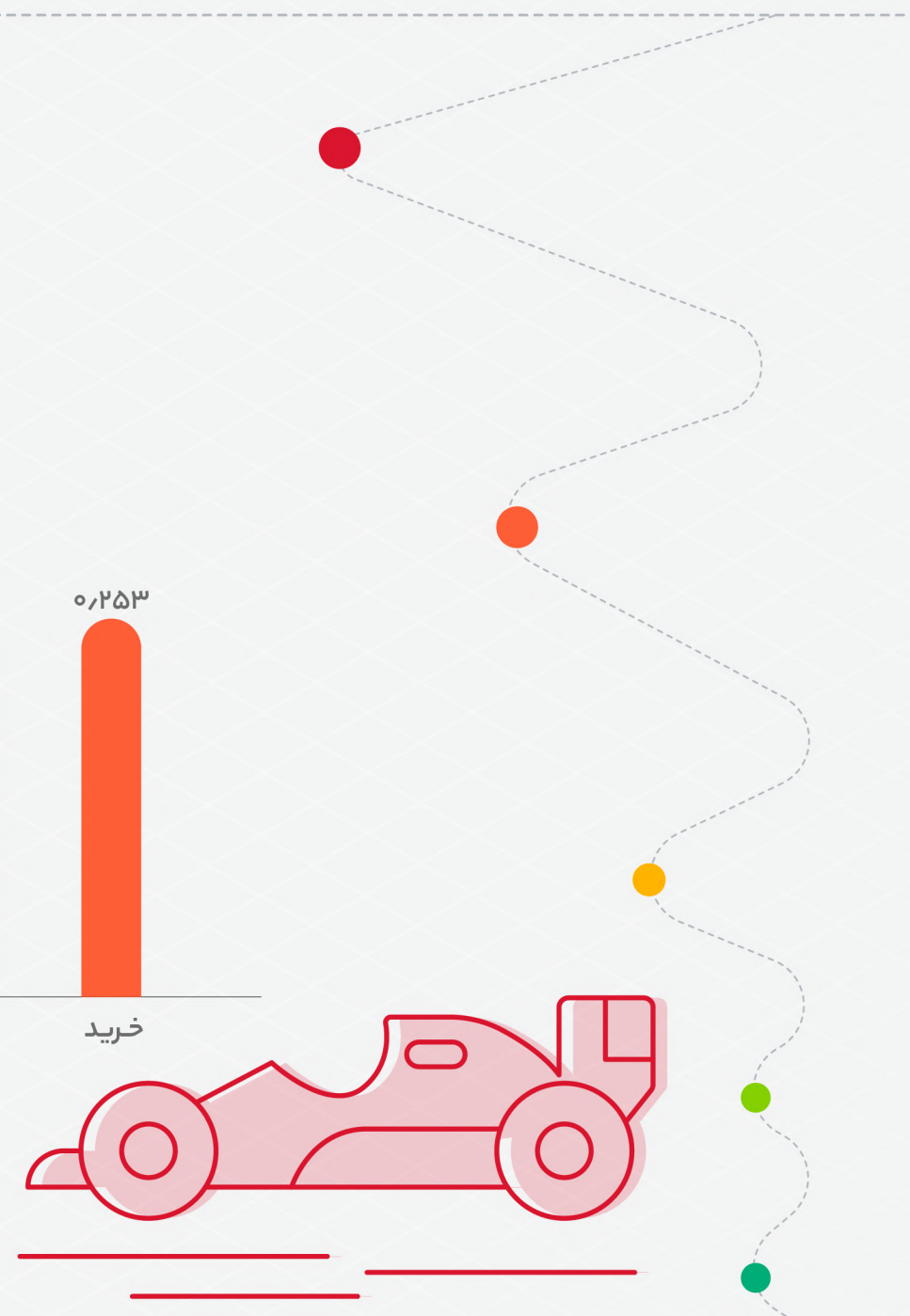
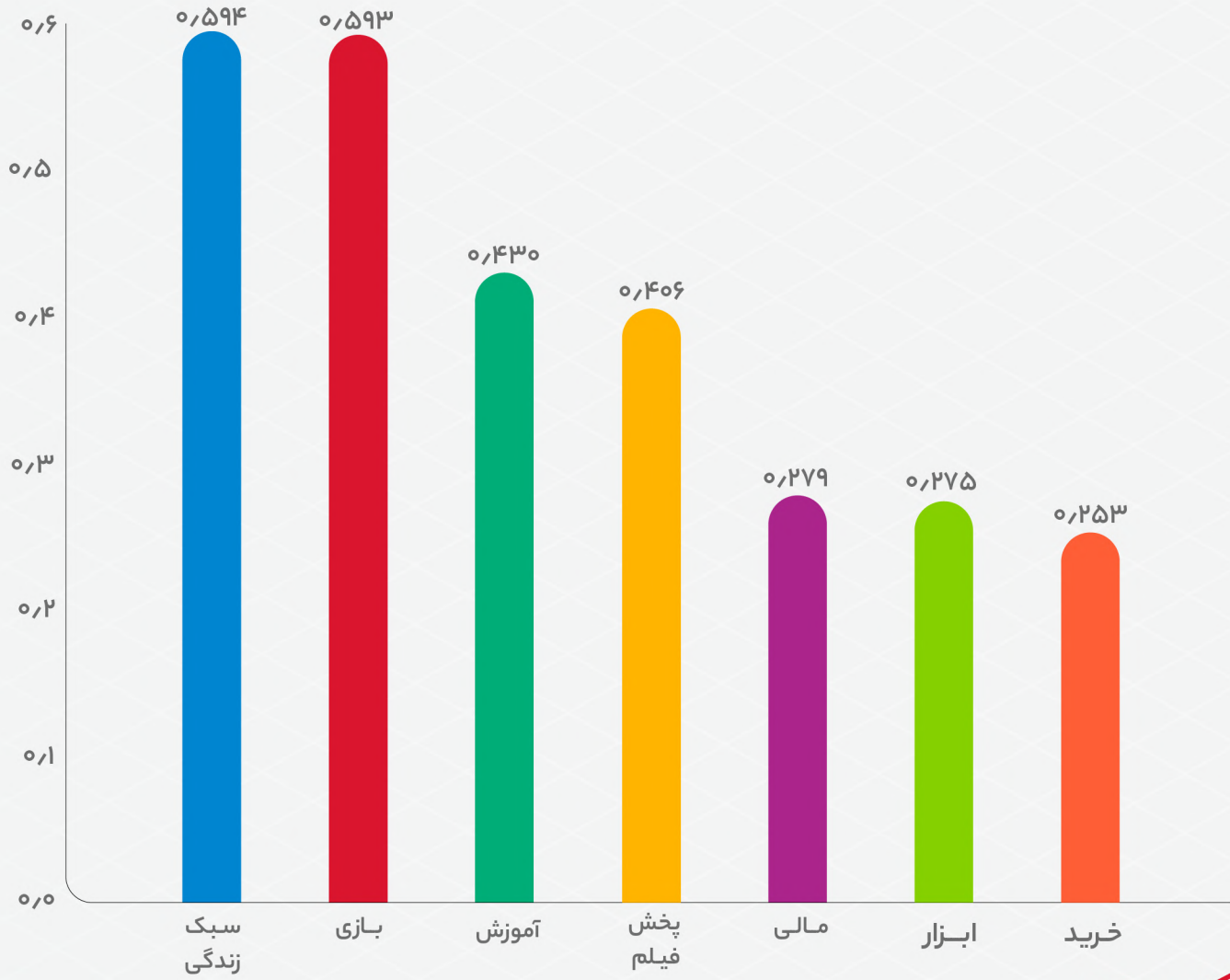


★ منظور از ری اتریبیوشن بازگرداندن کاربران گذشته به اپلیکیشن می باشد. این اتفاق بوسیله کمپین های Remarketing انجام می پذیرد.

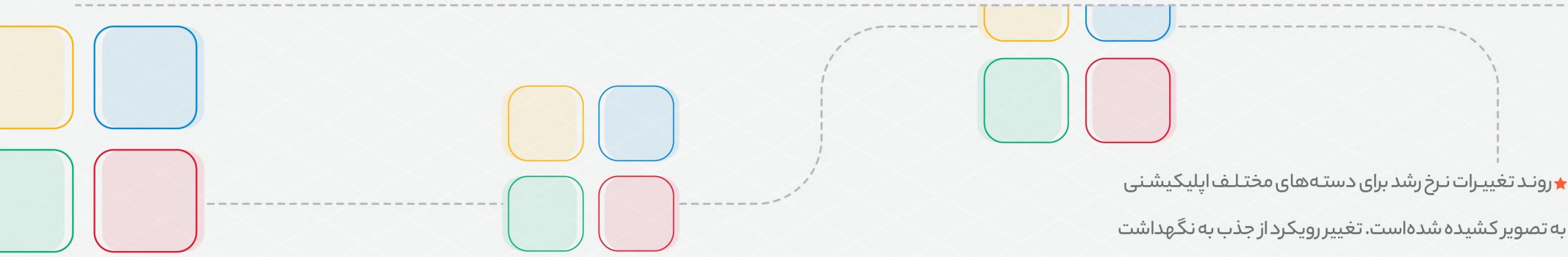


★ همانطور که در گزارش سالانه سال گذشته شاخص رشد را معرفی نمودیم، این شاخص حاصل تقسیم نصب‌های هر ماه بر MAU همان ماه برای هر اپلیکیشن می‌باشد.

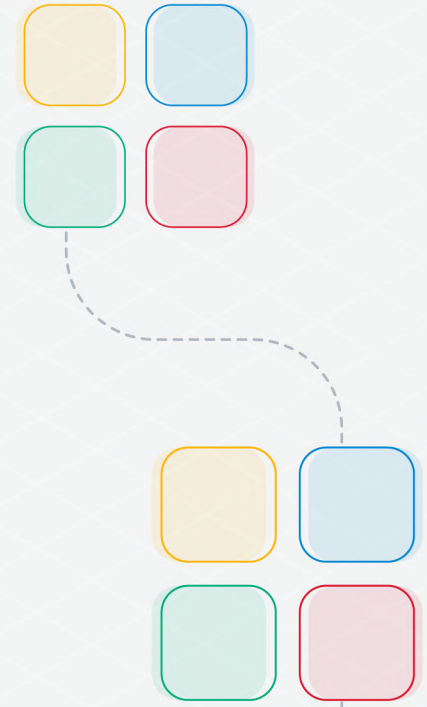
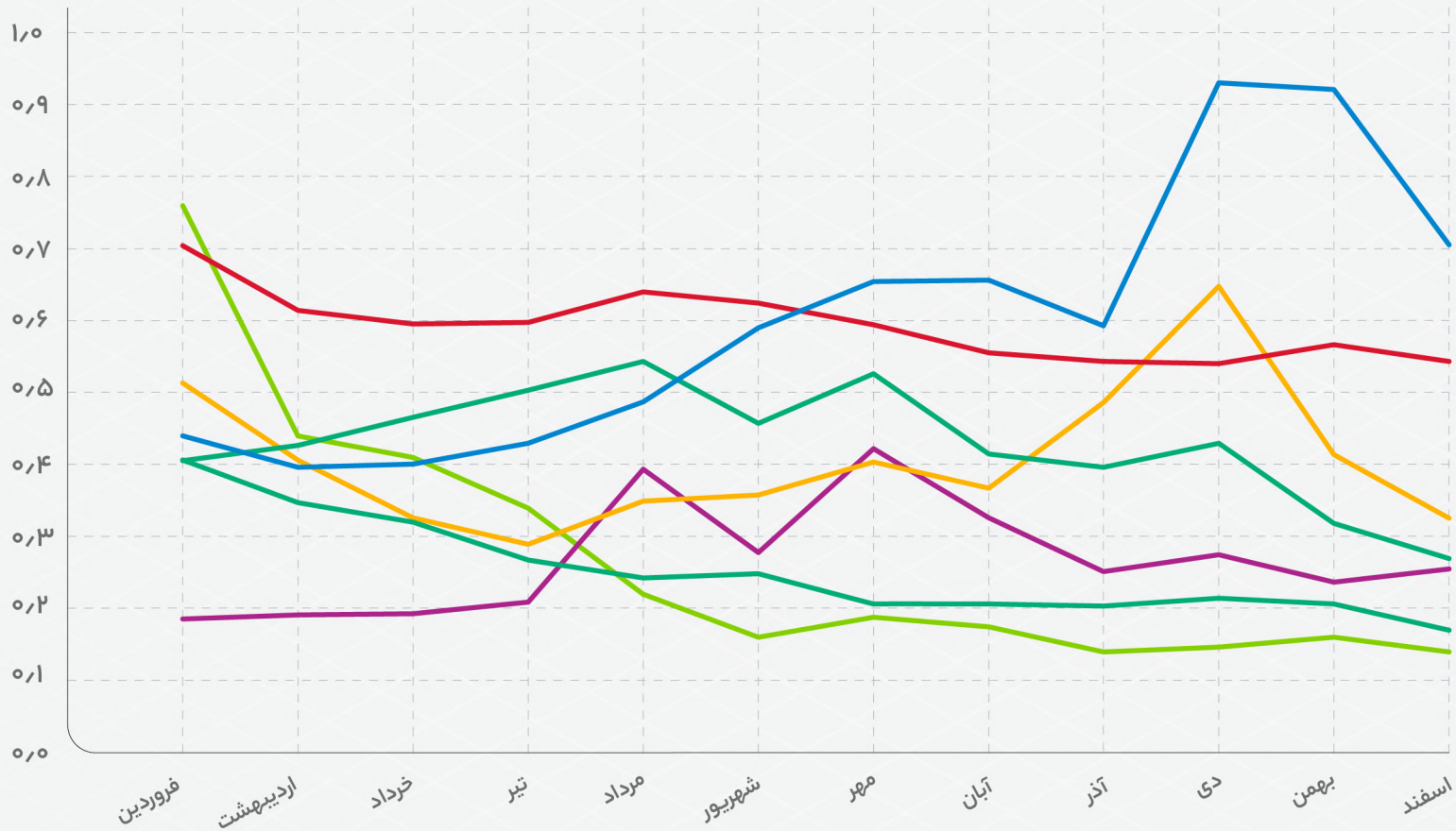
★ روند مشاهده‌شده نشان می‌دهد که این شاخص پیوسته در حال کاهش می‌باشد. تفسیر این اتفاق این نمی‌باشد که رشد اپلیکیشن‌ها متوقف شده است، بلکه بدین معنی می‌باشد که رویکرد اپلیکیشن‌ها از جذب به سمت نگهداشت مشتریان تغییر کرده است.

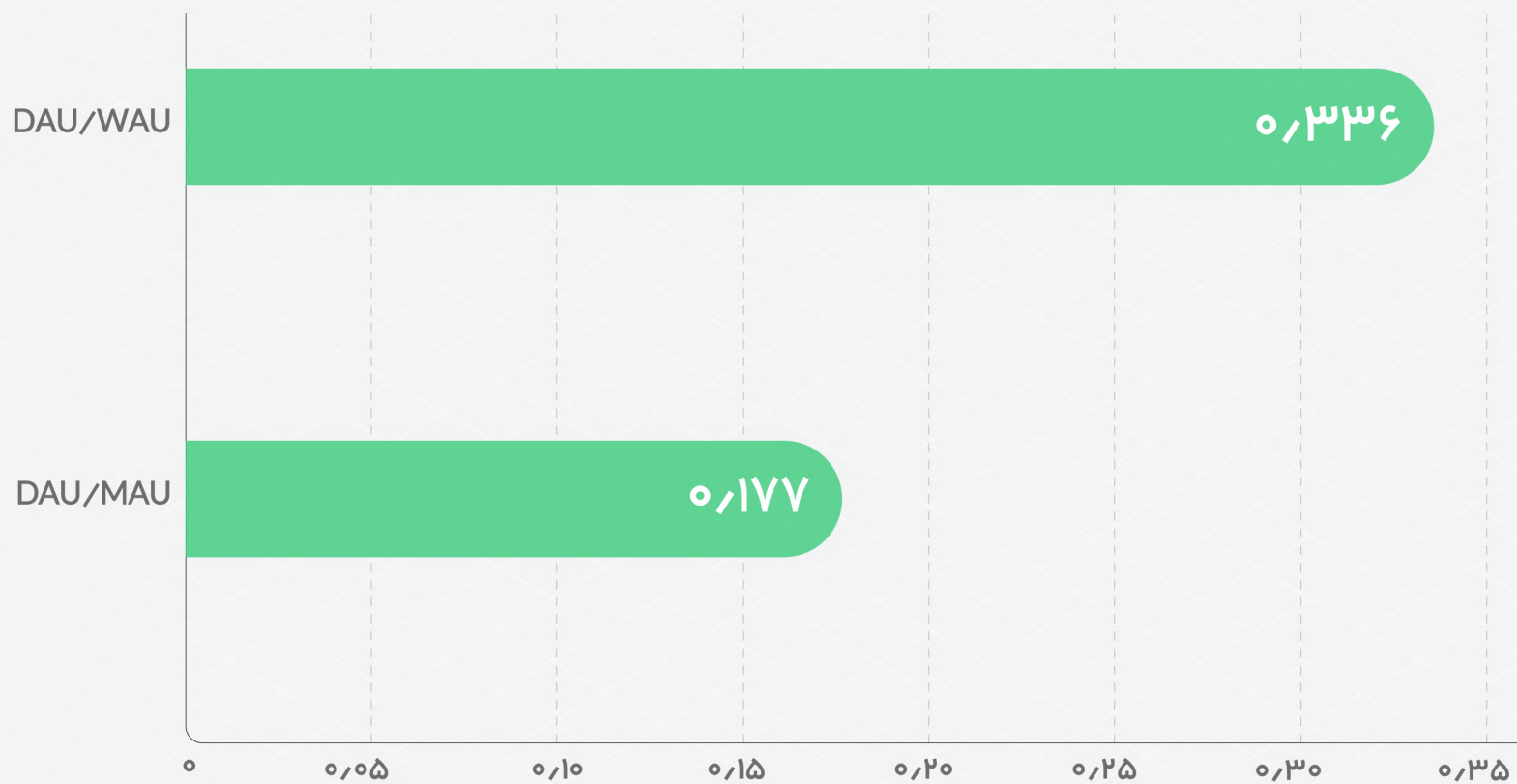


● روند تغییرات نرخ رشد



★ روند تغییرات نرخ رشد برای دسته‌های مختلف اپلیکیشن‌ها به تصویر کشیده شده است. تغییر رویکرد از جذب به نگهداشت را در هر دسته می‌توان تحلیل و بررسی نمود.





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

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



%۲۷,۴۲

Click Capping

%۱۹,۷۹

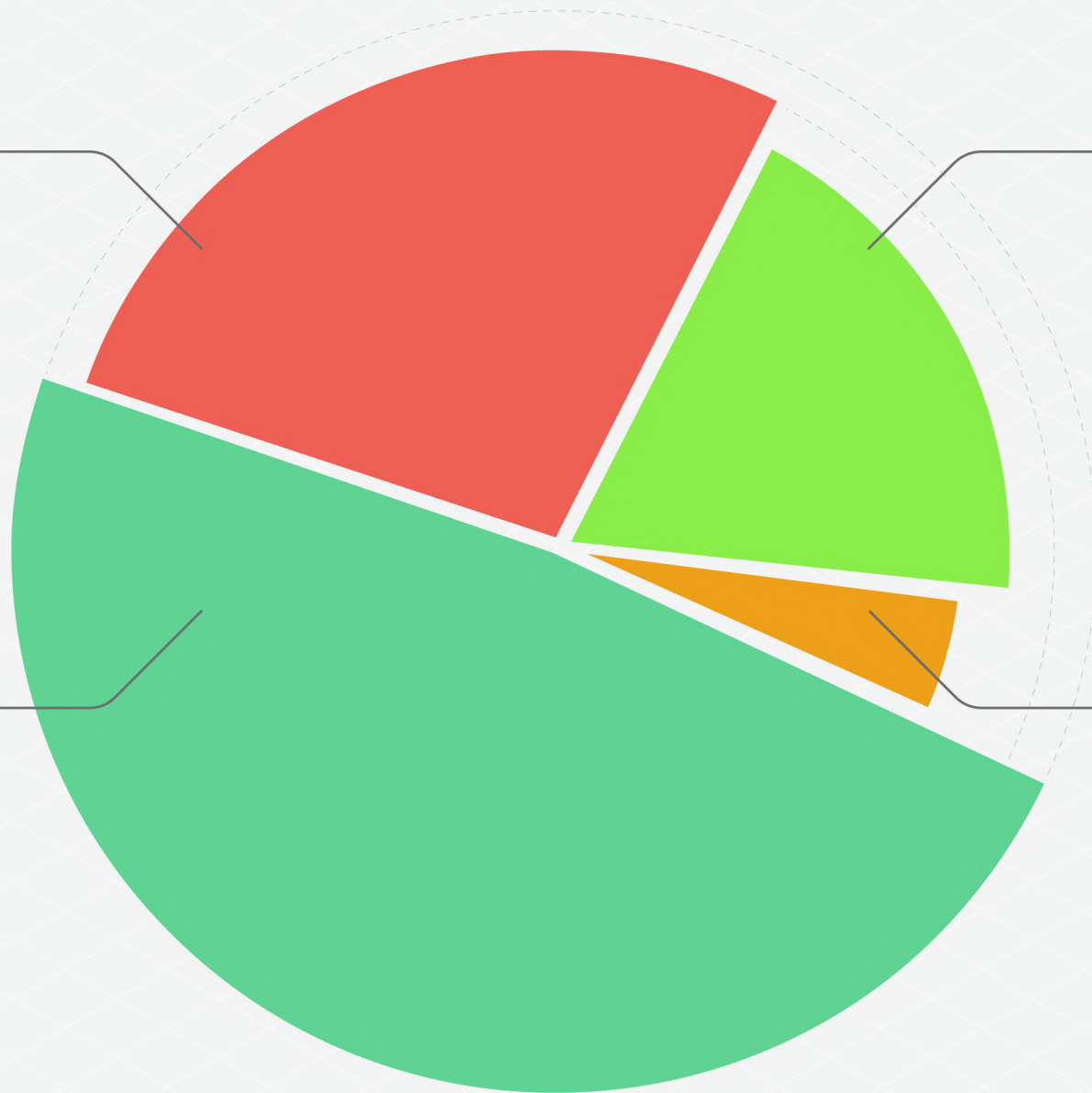
SDK Signature

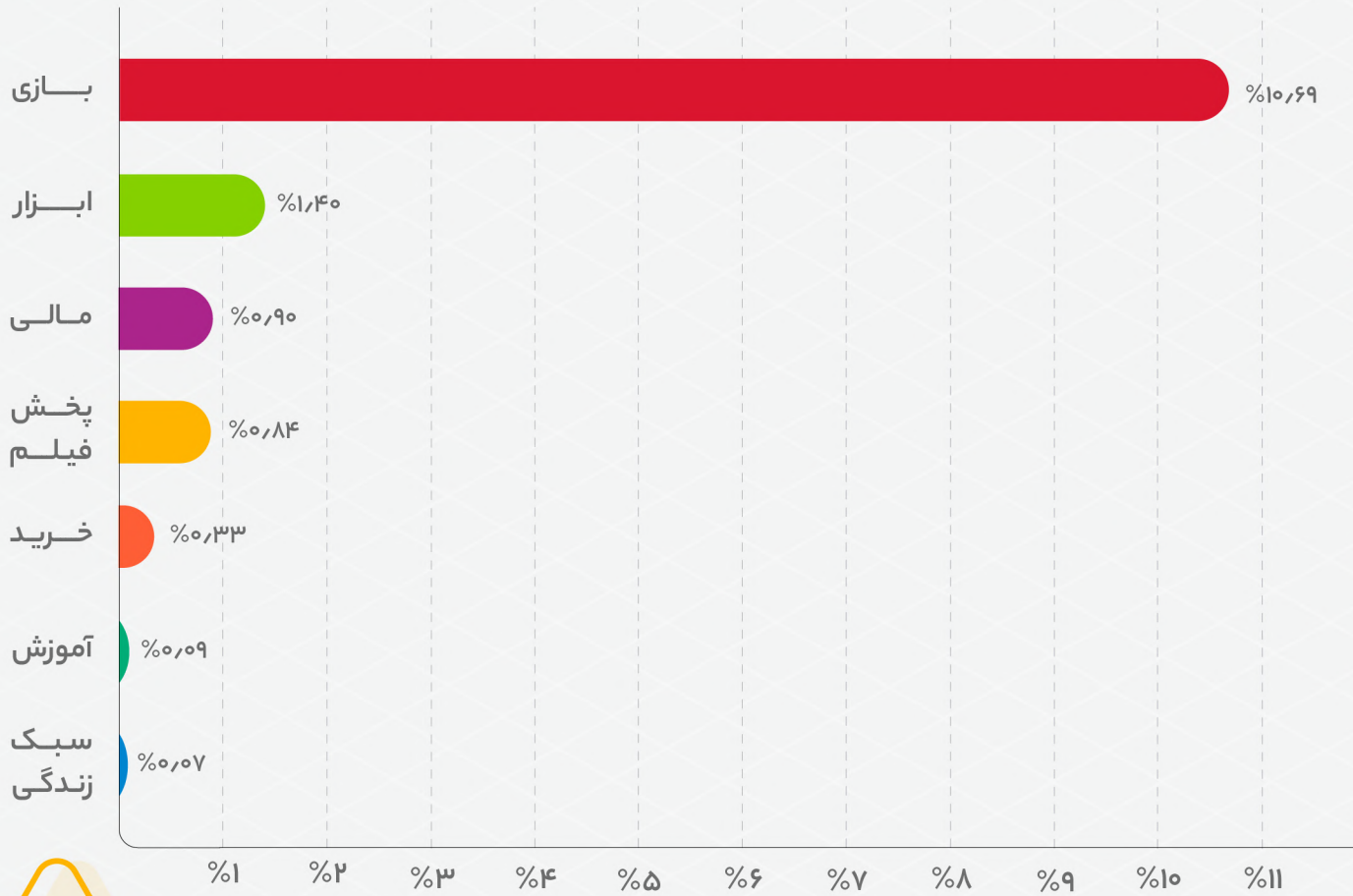
%۴۸,۲۱

Device Farm

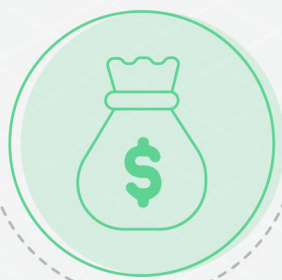
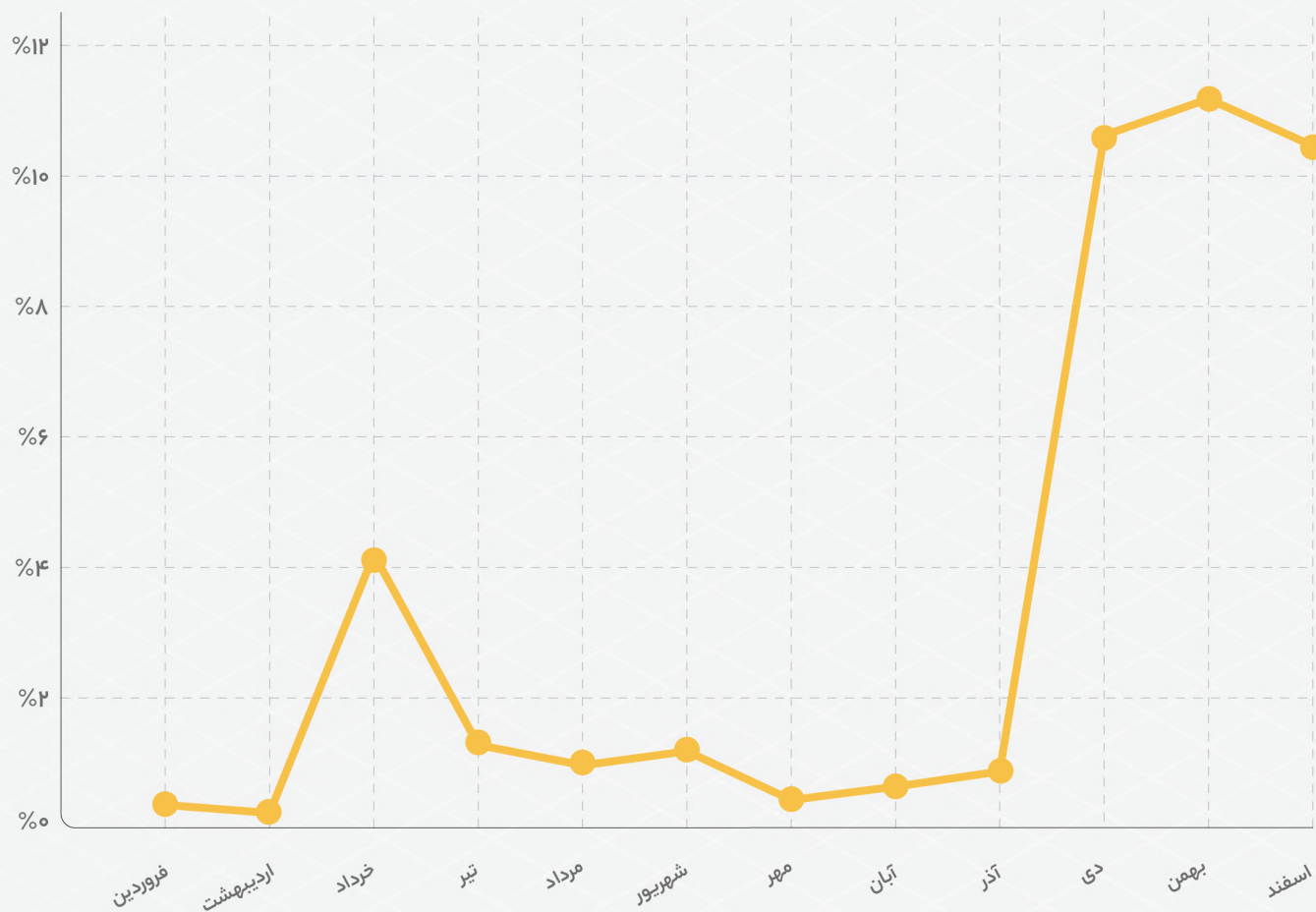
%۴,۵۹

Click Injection





★ 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 Appsflyer, HubSpot 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



یاسمین خورسندی
Graphic Designer



مانده شهابی
Back-end developer



محمد پشم فروش
Devops engineer



نفس نصیف
Marketing executive



محمدرضا شایگان مهر
Marketing manager

گزارش اپلیکیشن های ایرانی در سال ۱۴۰۰



Adtrace



info@adtrace.io



۰۲۱-۶۶۰۸۶۰۵۷



adtrace.io



adtrace_io