

یکتانت در سال ۱۴۰۰



اخیر	94.9863973
خودرو	89.0652596
سرمایه گذار	88.9871973
مسکن	88.1547468
گردشگری	69.6685194
تکنولوژی و	56.1891284
سینما و	51.142331
دانش	50.1589571
	38.87874

	34004	5.1702
	405682	3.308288
3	219900	1.7932586
4	118992	0.9703657
5	75524	0.61588
	80478	0.6562886
	128786	1.0502

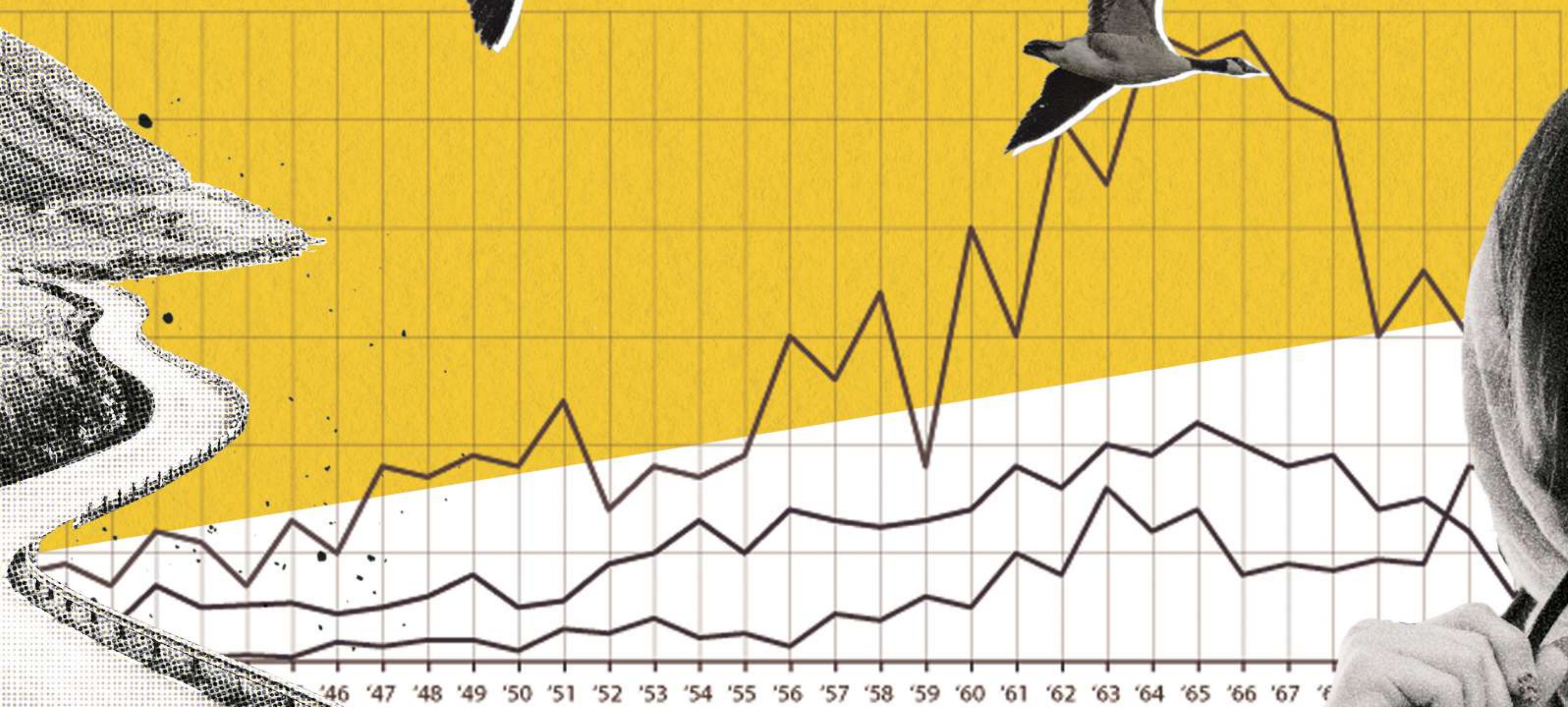
	82.862461
	83.9409297
	84.377263
	5.1661



مقدمه	۱
تبلیغات از نگاه داده‌ها	۳
گروه یکتانت	۵
پلتفرم یکتانت	۲۶
- تبلیغ کنندگان	۲۷
- نمایش دهندگان	۶۰
- کاربران وب	۶۹
پشتیبانی و مشاوره	۷۸
تیم یکتانت	۸۵

خود راه بگویدت که چون باید رفت*

پنج سال پیش راهی را آغاز کردیم که هر قدمش شوق رسیدن و فعل خواستن را در وجودمان تقویت می کرد. ما آرزو داشتیم تحول ایجاد کنیم؛ می خواستیم محصولات و ابزارهای جدیدی را وارد اکوسیستم دیجیتال مارکتینگ ایران کنیم؛ می خواستیم به هزاران کسب و کار برای رشد بیشتر کمک کنیم؛ رویایمان این بود که محیطی مثبت برای رشد آدم های توانمند و خلاق بسازیم. ما قدم به قدم این راه را با اشتیاق و بلندپروازی طی کردیم و امروز خوشحالیم که روزهای جوانی ما، با تلاش برای ایجاد ارزشی که به آن باور داریم می گذرد. ما به این راه باور داریم و می دانیم که پیشرفت، مُسری است! اگر بخشی از جامعه پیشرفت کند، می تواند کمکی به رشد همه جامعه باشد.

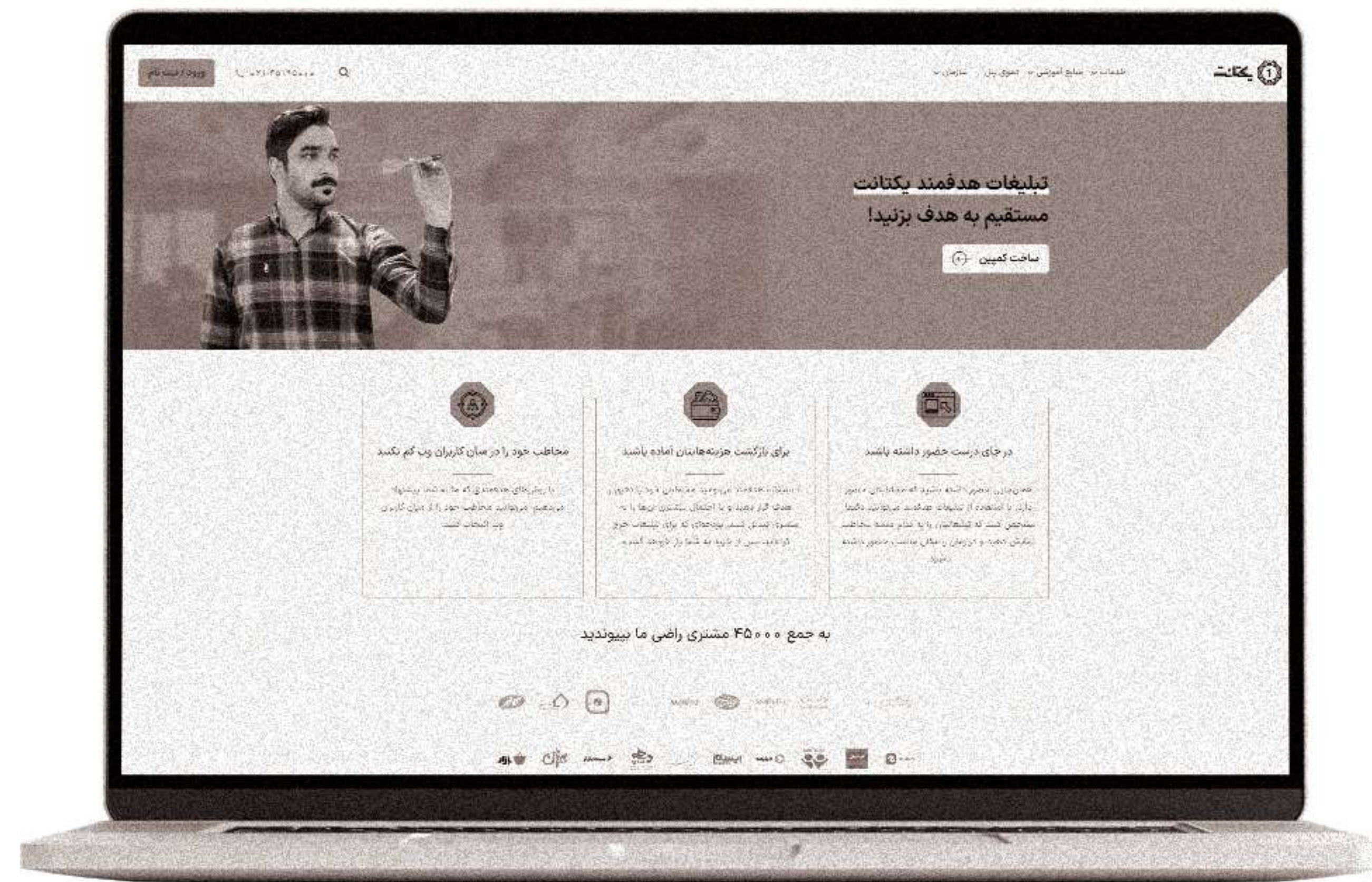


یکی از ویژگی‌هایی که تبلیغات آنلاین را از تبلیغات آفلاین متمایز می‌کند، امکان **بهینه‌سازی** آن با جمع‌آوری و تحلیل داده‌هاست. یکتانت با صدها وبسایت نمایش‌دهنده همکاری می‌کند و از طرفی، تجربه اجرای ده‌ها هزار کمپین تبلیغاتی مختلف را دارد. این ترکیب منحصر به فرد امکان ارائه گزارش‌های کاربردی را برای کسب‌وکارها فراهم کرده است. امیدواریم که داده‌های ارائه‌شده در این گزارش، به کسب‌کارها کمک کند تا با شناخت بیشتر از حوزه تبلیغات آنلاین و درک رفتار کاربران وب، بتوانند نتیجه بهتری از کمپین‌های تبلیغاتی آنلاین خود بگیرند. ما تلاش می‌کنیم تا با روایت این داده‌ها به شفافیت بیشتر در حوزه تبلیغات آنلاین کمک کنیم.





گروه یکتانت



در سال ۱۹۹۴ میلادی که اولین تبلیغ بنری دیجیتال منتشر شد تا به امروز، بازار و تکنولوژی تبلیغات آنلاین تغییرات زیادی را پشت سر گذاشته است. به مرور و با دیجیتالی شدن کسب و کارها، اهمیت این شیوه تبلیغات نیز بیشتر شده است؛ به طوری که در سال ۲۰۲۱، ۶۸ درصد از بودجه بازاریابی کسب و کارها در دنیا صرف بازاریابی دیجیتال شده است.

پنج سال پیش که یکتانت با نوع جدیدی از تبلیغات آنلاین در ایران آغاز به کار کرد، خلاءهای زیادی در این حوزه وجود داشت. ما برای اولین بار **تبلیغات همسان** را در ایران توسعه دادیم و پس از آن، انواع مختلفی از **تبلیغات هدفمند** را به بازار ایران معرفی کردیم. در این بین، با ارائه گزارش‌های دقیق از تبلیغات صورت گرفته، در راستای گسترش شفافیت در این فضا گام برداشتیم.

علاوه بر این، ما طی سال‌های گذشته همواره تلاش کرده‌ایم تا با بهترین کیفیت به نیازهای موجود در بازار تبلیغات آنلاین پاسخ دهیم و در این راستا، **چندین سرویس و پلتفرم جدید** را توسعه داده‌ایم. هدف ما این است که بتوانیم تمام نیازهای کسب و کارها را در حوزه دیجیتال مارکتینگ پوشش دهیم و به آن‌ها برای مدیریت بهتر کمپین‌های آنلاین کمک کنیم.



سرمایه‌گذاری‌های یکتانت



نوین‌هاب



کسب‌وکارهای توسعه داده شده در گروه یکتانت



چین



تریبون



نجره



یکانت



اچا



هامون



نورا



چاوش



فرستاد

نجوا در مهر ۱۳۹۷، برای پاسخ‌دادن به یکی از مشکلات اصلی کسب‌وکارها، یعنی **کاربران رهاشده** شکل گرفت. مشکل موجود این بود که کسب‌وکارها بودجه زیادی را به جذب کاربران جدید اختصاص می‌دادند، اما از کاربران فعلی خود غافل بودند و این موضوع باعث از دست رفتن این کاربران می‌شد. نجوا برای حل این مشکل به صورت تخصصی توسعه سرویس‌های بازاریابی بازگشتی* را در دستور کار قرار داد. در واقع رسالت نجوا این است که با ارائه سرویس‌های پوش نوتیفیکیشن، بازاریابی ایمیلی و بازاریابی پیامکی، به کسب‌وکارها برای **ساختن شبکه مشتریان همیشگی و وفادار** کمک کند.

بیش از ۸۰۰۰ وبسایت و کسب‌وکار از سرویس‌های نجوا استفاده می‌کنند.

تا کنون کاربران وب با ۹۴ میلیون دستگاه منحصر به فرد به نجوا دسترسی ارسال پوش نوتیفیکیشن داده‌اند.



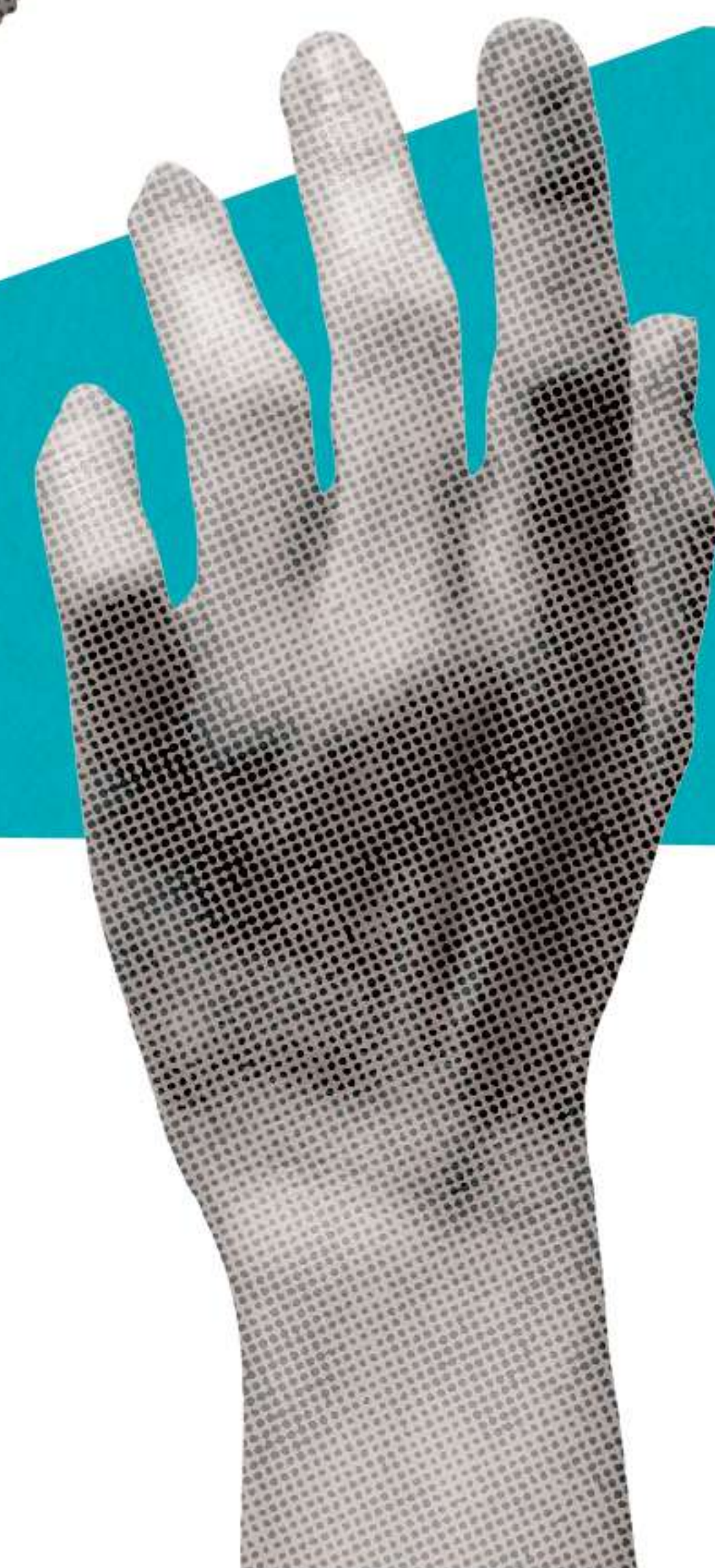
۱۳ میلیون

پیامک ارسال شده



۱۴۳ میلیون

ایمیل ارسال شده



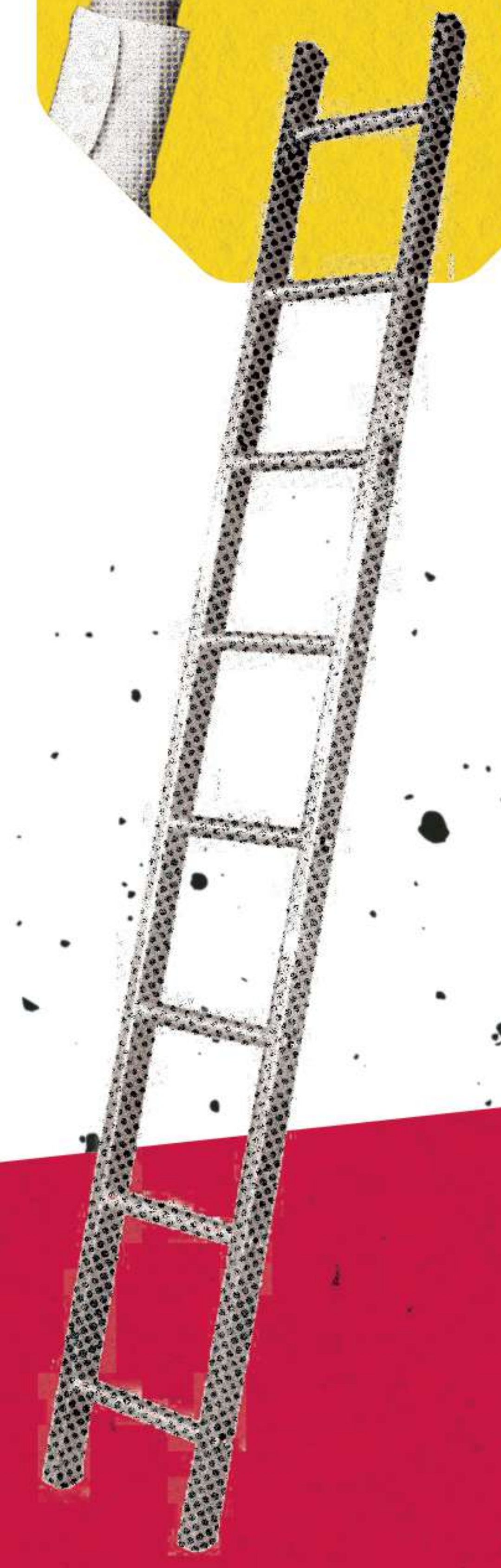
تریبون پلتفرمی برای انتشار **رپورتاژ آگهی** است که در سال ۱۳۹۷ شروع به کار کرد. تریبون با انتشار سیستمی رپورتاژ آگهی، در وقت کسب و کارها صرفه جویی می‌کند. تبلیغ‌کنندگان می‌توانند با صرف کمترین زمان، بهترین نتیجه را از کمپین‌های رپورتاژ آگهی بگیرند. طرف دیگر رپورتاژ آگهی، رسانه‌های آنلاین هستند که می‌توانند به درآمدهای بالاتری دست یابند و در نتیجه، انگیزه کافی برای تولید محتوای باکیفیت داشته باشند.

تریبون با توسعه ابزارهای مختلف تلاش می‌کند تا ضعف‌های موجود در بازار رپورتاژ آگهی را پوشش دهد و در همین راستا، امکان رصد خودکار را برای اطمینان از دائمی بودن لینک‌ها فراهم کرده است.

علاوه بر این‌ها، تریبون با ابزار «**نردبون**» امکان رصد جایگاه کلمات کلیدی کمپین‌های رپورتاژ آگهی را برای مشتریان فراهم می‌کند. تریبون سرویس‌های جدید «**تبلیغات در پادکست**»، «**تولید محتوا**» و «**لینک پرومکس**» را به‌تازگی ارائه کرده است.

بیش از ۱۹,۰۰۰ کسب‌وکار از پلتفرم تریبون برای انتشار رپورتاژ آگهی استفاده می‌کنند.

بیش از ۱,۴۰۰ رسانه ناشر رپورتاژهای تریبون هستند.



ادیوری، پلتفرم نمایش تبلیغات در اپلیکیشن‌های موبایل است و قطعه دیگری از پازل سرویس‌های دیجیتال مارکتینگ یکتانت را تکمیل می‌کند. در حال حاضر، اپلیکیشن‌ها به کانالی حیاتی برای تبلیغات برندها تبدیل شده‌اند. تبلیغات درون‌برنامه‌ای نیز، یکی از مؤثرترین ابزارهای بازاریابی است و بسیاری از توسعه‌دهندگان برنامه‌های تلفن همراه، از این طریق کسب درآمد می‌کنند. ادیوری با بهره‌گیری از داده‌ها و الگوریتم‌های هوشمند، **بیشترین بازدهی از نمایش تبلیغات موبایلی** را برای کسب‌وکارها فراهم می‌کند و از طرفی، برای توسعه‌دهندگان اپلیکیشن هم درآمدهای پایدار به همراه دارد.

در حال حاضر بیش از ۵ هزار اپلیکیشن و بازی به عنوان ناشر تبلیغات با ادیوری همکاری می‌کنند.

ادیوری در سال ۱۴۰۰، ماهانه به طور میانگین بیش از یک میلیارد تبلیغ را نمایش داده است.





سرویس‌های تبلیغاتی گوگل یکی از موثرترین راه‌ها برای تبلیغات آنلاین است. فرست ادز به عنوان نماینده رسمی گوگل، انواع مختلف تبلیغات در این بستر را به کسب‌وکارهای ایرانی ارائه می‌دهد. در سال ۱۴۰۰، فرست ادز، بیش از ۷۰۰ کمپین برای برندهای بزرگ ایرانی، اجرا و مدیریت کرده است.

انواع تبلیغات گوگل

تبلیغات در موتور جستجوی گوگل

تبلیغات درون وبسایت و اپلیکیشن

تبلیغات دیسکاور گوگل

تبلیغات در Google play

تبلیغات Gmail

تبلیغات یوتیوب

فرست ادز در سال گذشته، بیش از یک میلیارد تبلیغ را در سرویس‌های گوگل نمایش داده است.



به یک پلتفرم هوشمند برای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی نیاز داشتید، جریان را ساختیم!

تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی بستری تاثیرگذار برای معرفی و فروش بیشتر کسب‌وکارها است. پلتفرم جریان همراه کسب‌وکارها برای اجرا و مدیریت کمپین‌های تبلیغاتی در اینستاگرام، تلگرام، لینکدین و توئیتر است. جریان، با استفاده از داده‌های تحلیلی، امکان تصمیم‌گیری برای انتخاب مناسب‌ترین اینفلوئنسر، پیج و کانال را برای تبلیغات فراهم می‌کند. گزارش‌های جامع جریان، امکان سنجش دقیق عملکرد کمپین‌ها را فراهم می‌کند و سبب گسترش فرهنگ شفافیت در حوزه تبلیغات شبکه‌های اجتماعی می‌شود.

جریان، در سال گذشته، بیشتر از ۹۰۰۰ کمپین تبلیغاتی را در شبکه‌های اجتماعی اجرا کرده است.



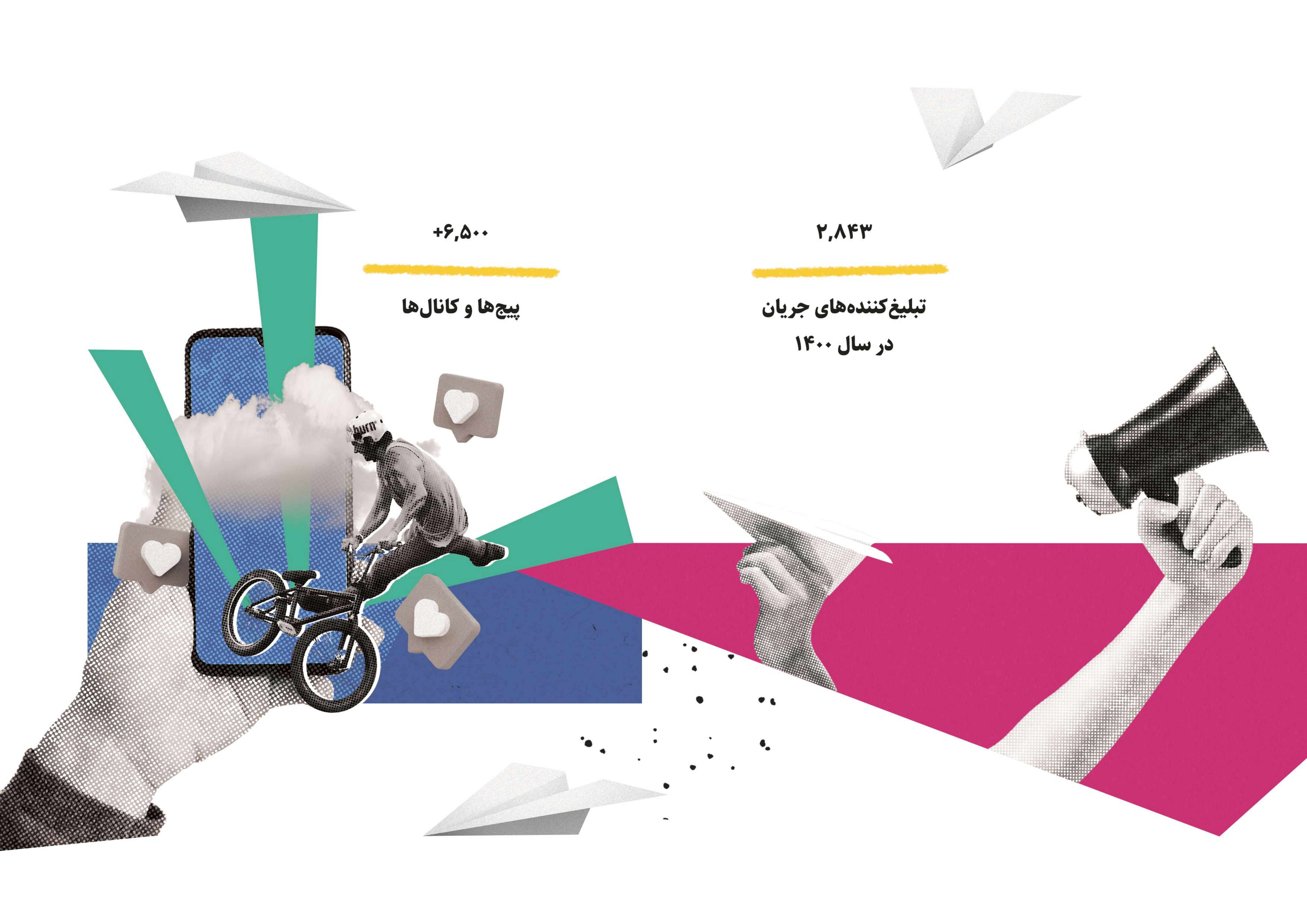
+۶,۵۰۰

پیج‌ها و کانال‌ها

۲,۸۴۳

تبلیغ‌کننده‌های جریان

در سال ۱۴۰۰



یک‌لینک سرویس لینک‌ساز بایوی اینستاگرام است که تمامی لینک‌های ارتباطی، سایت، شبکه‌های اجتماعی و... را در لینکی واحد و شخصی‌سازی شده گردآوری می‌کند. یک‌لینک امکان ساخت صفحه اختصاصی با رنگ و ویژگی‌های مورد نظر کاربر را فراهم می‌کند. قابلیت «پست‌لینک» نیز که در انتهای سال ۱۴۰۰ توسط یک‌لینک ارائه شد، به کاربران کمک می‌کند تا پست‌های اینستاگرام خود را به صفحات مرتبط در سایت، لینک کنند و نرخ تبدیل خود را چندین برابر افزایش دهند. فروشگاه‌ساز «شاپ لینک»، سرویس جدید یک‌لینک است که در اردیبهشت سال ۱۴۰۱ عرضه شده است. شاپ‌لینک، امکان ساخت و طراحی فروشگاه با دامنه اختصاصی و قابلیت اتصال به اینستاگرام را به کاربران می‌دهد.

یک‌لینک، در سال گذشته، بیشتر از ۵۰ هزار کاربر فعال داشته است.

در سال گذشته، روزانه بیشتر از ۱۰۰ هزار بار از یک‌لینک‌ها بازدید شده است.



برای اینکه یک قطعه موسیقی در ذهن مردم ماندگار شود باید نوازنده‌های حرفه‌ای بین سازهایی که نواخته می‌شود، هارمونی ایجاد کنند. در آژانس ۳۶۰ درجه دیجیتال مارکتینگ هارمونی، تمامی خدمات مربوط به کمپین‌های بازاریابی دیجیتال به مشتریان ارائه می‌شود، از طراحی استراتژی گرفته تا برنامه‌ریزی، اجرا و تحلیل کمپین‌های دیجیتال. تلاش تیم متخصص هارمونی هموار کردن مسیر حضور کسب‌وکارها در فضای دیجیتال است و تا رسیدن به موفقیت، آن‌ها را همراهی می‌کنند.

هارمونی در سال گذشته ۲۲ کمپین دیجیتال را برای مشتریان طراحی و اجرا کرده است.

در این کمپین‌ها، بیش از ۲۰۰ هزار اقدام (فروش، جذب سرنخ، نصب اپلیکیشن و...) صورت گرفته است.





چاوش یک سیستم همکاری در فروش است. همکاری در فروش به این معناست که هر کس از طریق کانال‌ها و شبکه‌های اجتماعی متنوع، می‌تواند برای برندها و فروشگاه‌های مختلف تبلیغات کند و به ازای هر فروش یا اقدامی که از طریق این تبلیغات صورت می‌گیرد، مبلغی را به عنوان کمیسیون دریافت کند. در این شیوه، تبلیغ‌کنندگان تنها به ازای فروش یا اقدام اتفاق افتاده، هزینه پرداخت می‌کنند.

در سال گذشته، چاوش توانسته بیش از ۶۰ هزار اقدام (فروش، جذب سرنخ، نصب اپلیکیشن و...) برای تبلیغ‌کنندگان ایجاد کند.

در سال گذشته بیش از ۱۳۰۰ ناشر، تبلیغات چاوش را در رسانه‌های خود نمایش داده‌اند.



آکادمی نووا، از ابتدای سال ۱۴۰۰ و با هدف افزایش دانش و تخصص در حوزه دیجیتال مارکتینگ شروع به کار کرد. هدف نووا این است که با آموزش کاربردی دیجیتال مارکتینگ و انتقال تجربیات افراد مطرح در این حوزه، متخصصانی پرورش دهد که بتوانند در کسب و کارها از این مهارت و دانش استفاده کنند.

آکادمی نووا در سال گذشته ۸۰۰ ساعت آموزش تخصصی ارائه داده است.

در سال گذشته، ۲۰۰ متخصص دیجیتال مارکتینگ از آکادمی نووا فارغ التحصیل شده‌اند.







پلتفرم یکتانت

در ادامه گزارش، به بررسی داده‌های پلتفرم یکتانت به عنوان پلتفرمی برای نمایش تبلیغات کسب‌وکارها در وبسایت‌ها پرداخته‌ایم.

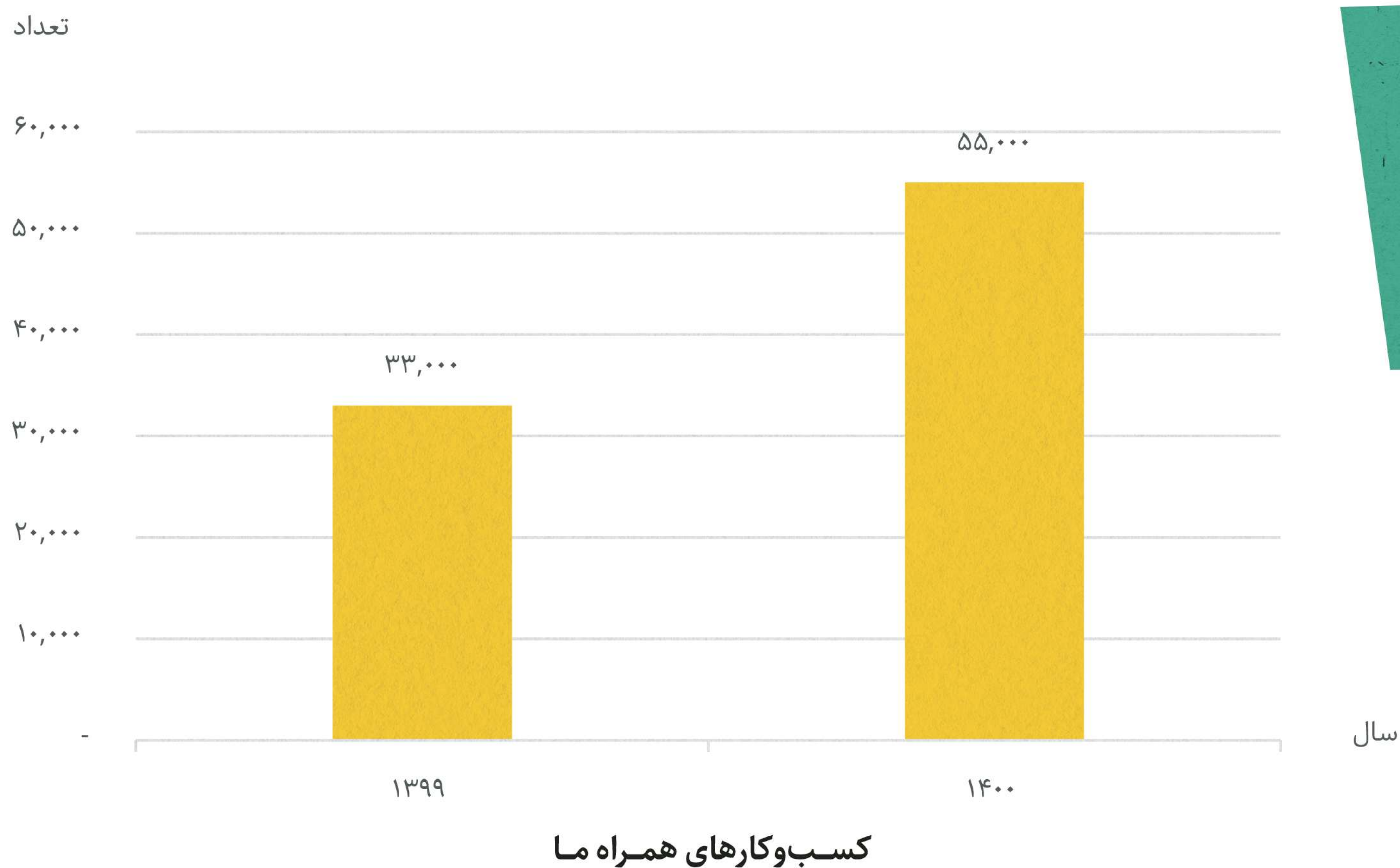
در این بخش، ابتدا داده‌های مربوط به کسب‌وکارهای تبلیغ‌کننده بررسی شده و در ادامه داده‌های مربوط به حوزه‌های مختلف کسب‌وکار و صنایع، به تفکیک ارائه شده است.

در بخش دوم از این فصل به تحلیل داده‌های مربوط به وبسایت‌های نمایش‌دهنده پرداخته شده است. در پایان، رفتار کاربران در وبسایت‌ها تحلیل شده است.

تبليغ کنندگان

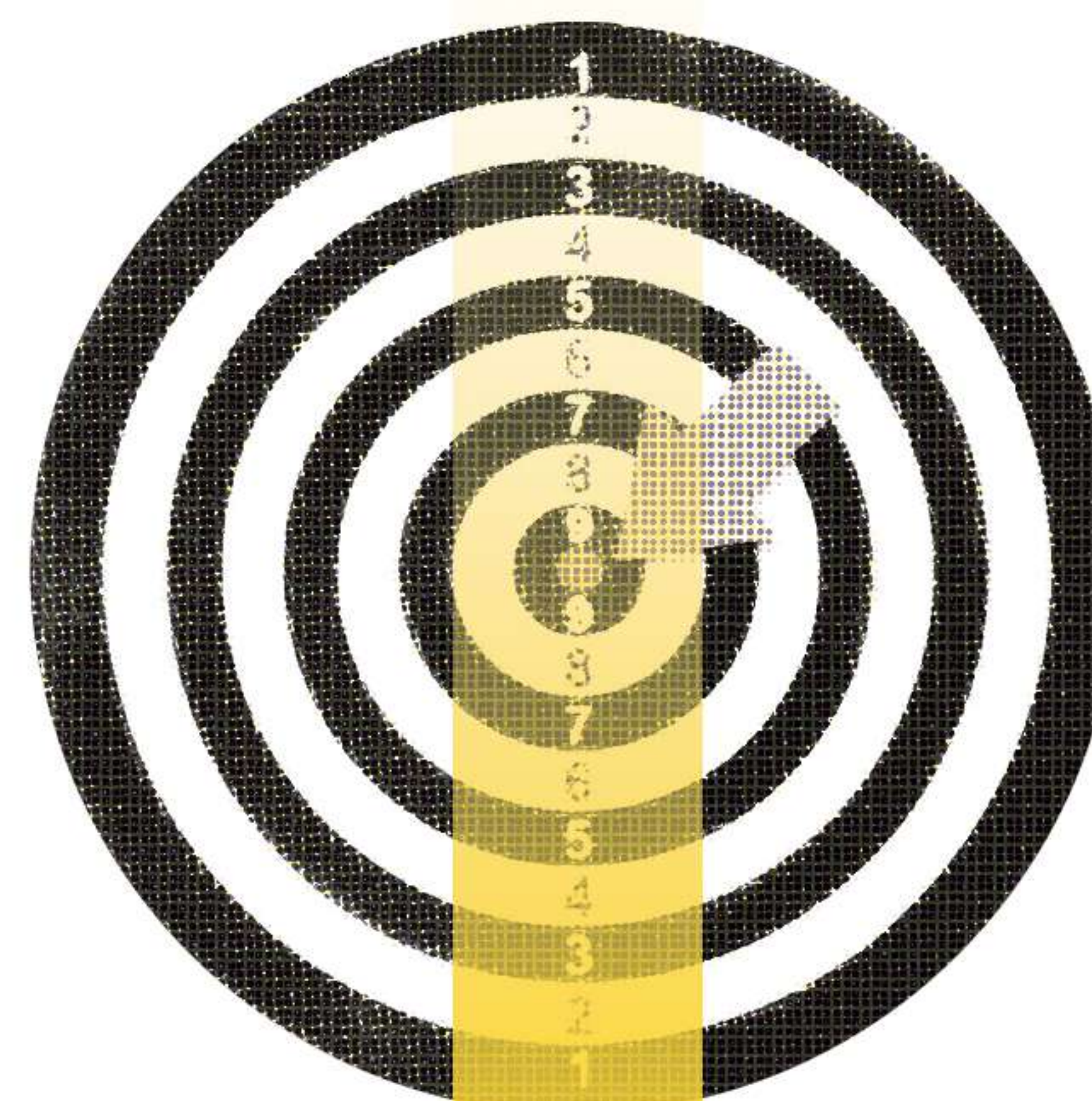
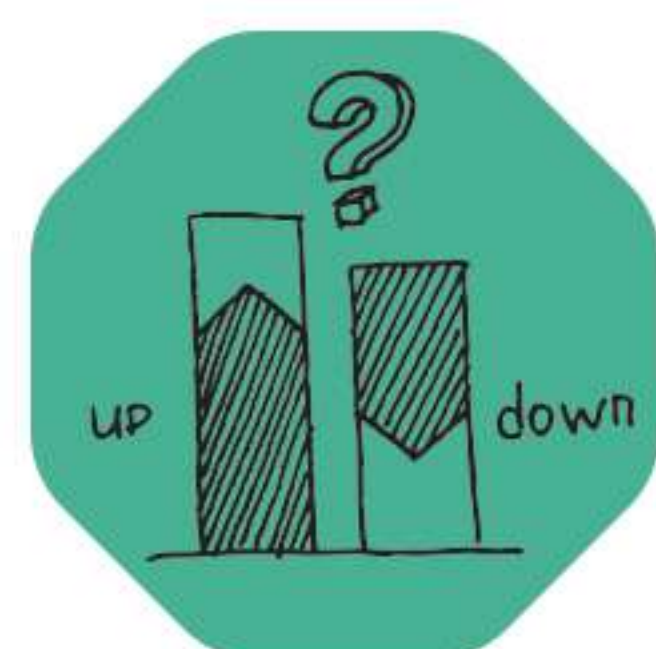


تا پایان سال ۱۴۰۰، در مجموع ۵۵ هزار کسب و کار برای تبلیغات خود در وبسایت‌ها، با یکتانت همکاری کرده‌اند.

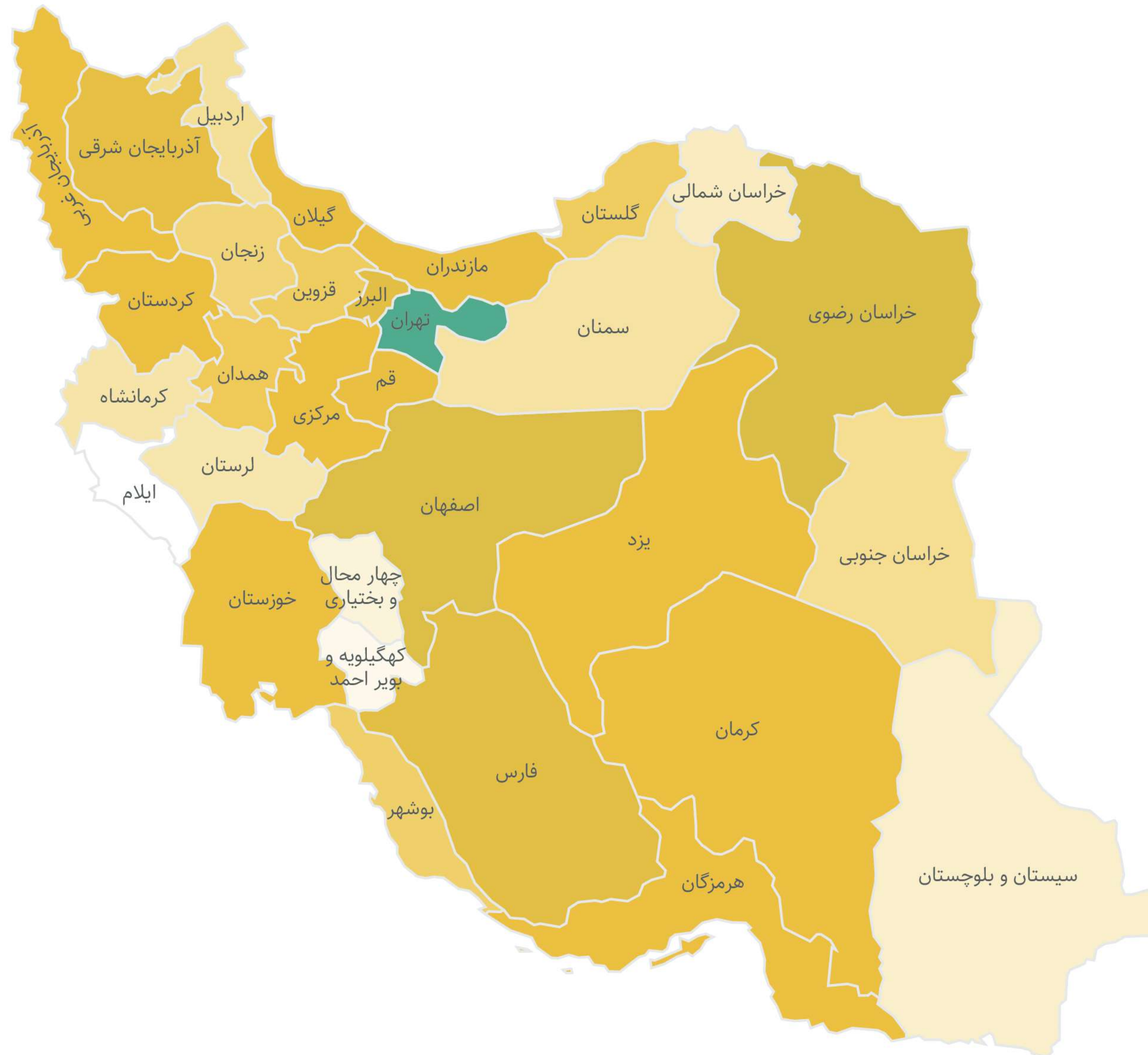


در سال گذشته، ۲۲ هزار کسب‌وکار جدید همکاری خود را با یکتانت آغاز کرده‌اند.

بیش از ۳۷ هزار کسب‌وکار، علاوه بر یکتانت، حداقل در یکی دیگر از شرکت‌های گروه یکتانت هم خدمات دریافت می‌کنند.



تبلیغ کنندگانی از تمامی ۳۱ استان ایران برای نمایش تبلیغات با یکتانت همکاری کرده‌اند.



پراکندگی سایت‌های تبلیغ کننده یکتانت

بیش از ۶۰ درصد تبلیغ کنندگان از استان تهران هستند که این می تواند نشان دهنده تمرکز کسب و کارها در پایتخت باشد.

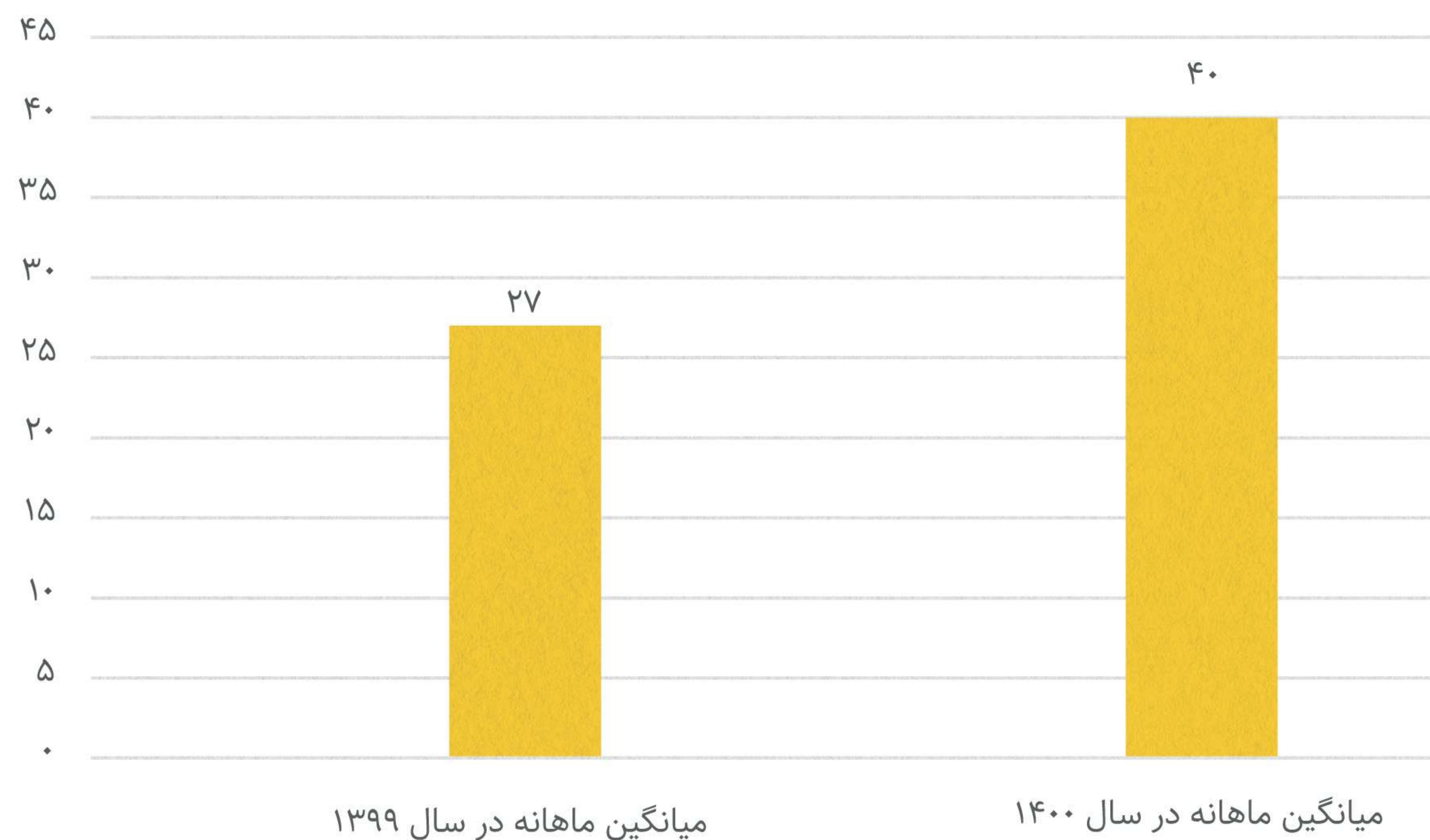


پس از تهران، استان های خراسان رضوی و اصفهان بیشترین تعداد تبلیغ کننده را دارند.



یکتانت، در هر ماه از سال ۱۴۰۰، به طور میانگین ظرفیت **نمایش ۴۰ میلیارد تبلیغ** را داشته است.

ظرفیت نمایش تبلیغات (میلیارد)



میانگین ظرفیت ماهانه‌ی نمایش تبلیغات

۹۰ هزار و ۸۳۷ کمپین تبلیغاتی در سال ۱۴۰۰ در یکتانت ساخته شده است.

به عبارت دیگر، به طور میانگین ۲۴۹ کمپین جدید در هر روز ایجاد شده است.



ماه‌های آذر، بهمن و اسفند محبوب‌ترین ماه‌ها برای اجرای کمپین‌های تبلیغاتی هستند.



۳۲۴۰ کمپین تبلیغاتی در یک روز

در روز ۲۴ بهمن، بیشترین تعداد کمپین تبلیغاتی فعال در پلتفرم یکتانت را داشتیم.

۲ میلیارد نمایش در روز

روز ولنتاین، ۲۵ بهمن ماه، رکورددار بیشترین نمایش تبلیغات در یک روز است.

۱۲۳۰ تبلیغ‌کننده فعال در یک روز

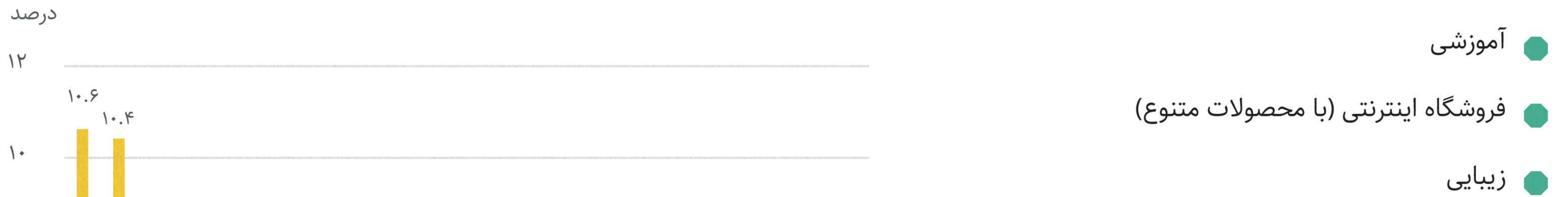
در روز ۱۱ اسفند، بیشترین تعداد کسب‌وکار در پلتفرم یکتانت را داشتیم که کمپین‌های تبلیغاتی فعال داشته‌اند.

تبلیخ‌کننده‌های فعال در سال ۱۴۰۰ به طور میانگین در ۲۳۰ روز از سال کمپین فعال داشته‌اند.



تعداد تبلیغ‌کنندگان یکتانت به تفکیک حوزه کسب‌وکار

حوزه‌های زیر بیشترین تعداد تبلیغ‌کننده را در یکتانت داشته‌اند:

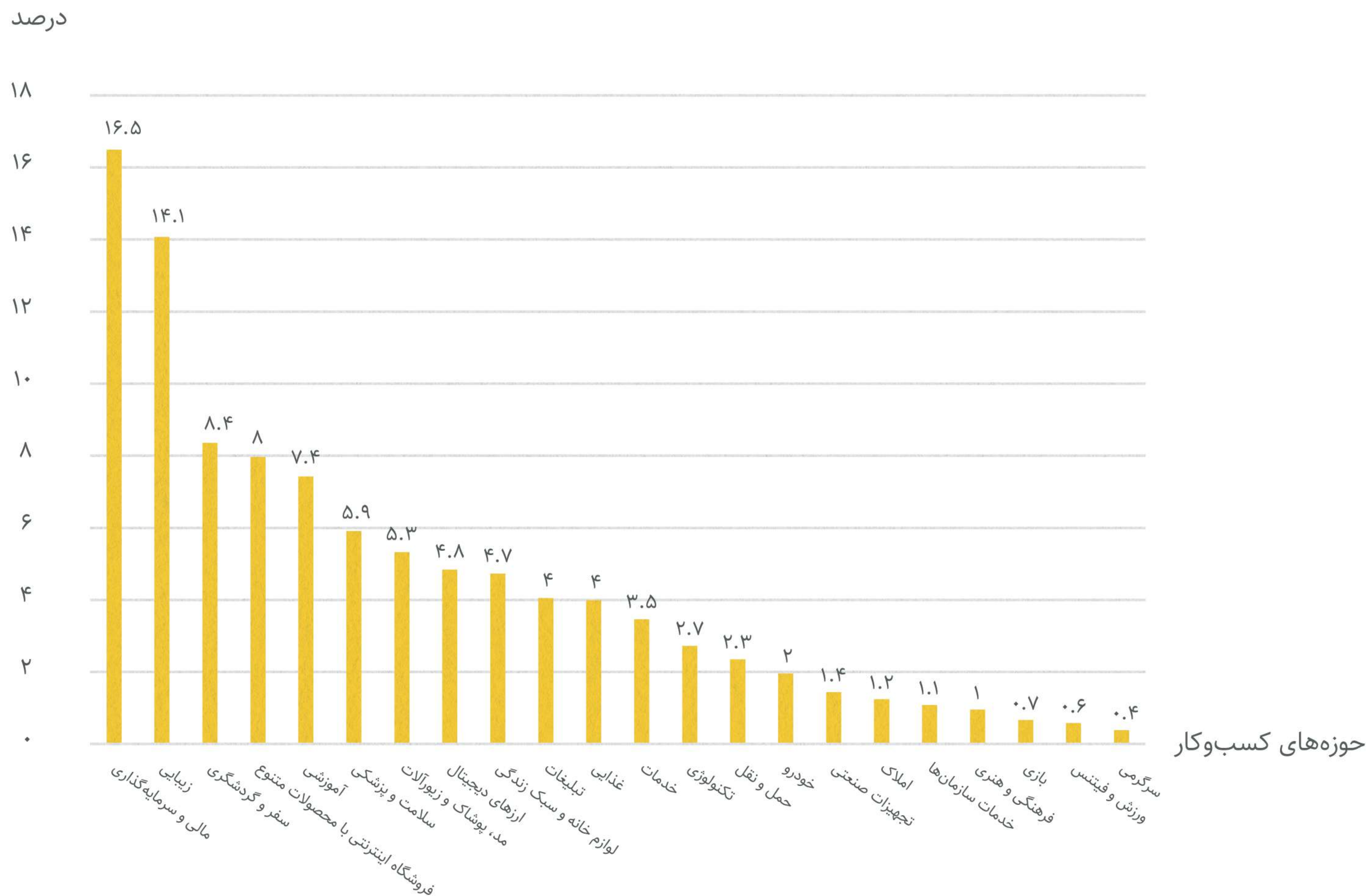


از سوی دیگر حوزه‌های زیر کمترین تعداد تبلیغ‌کننده را داشته‌اند:



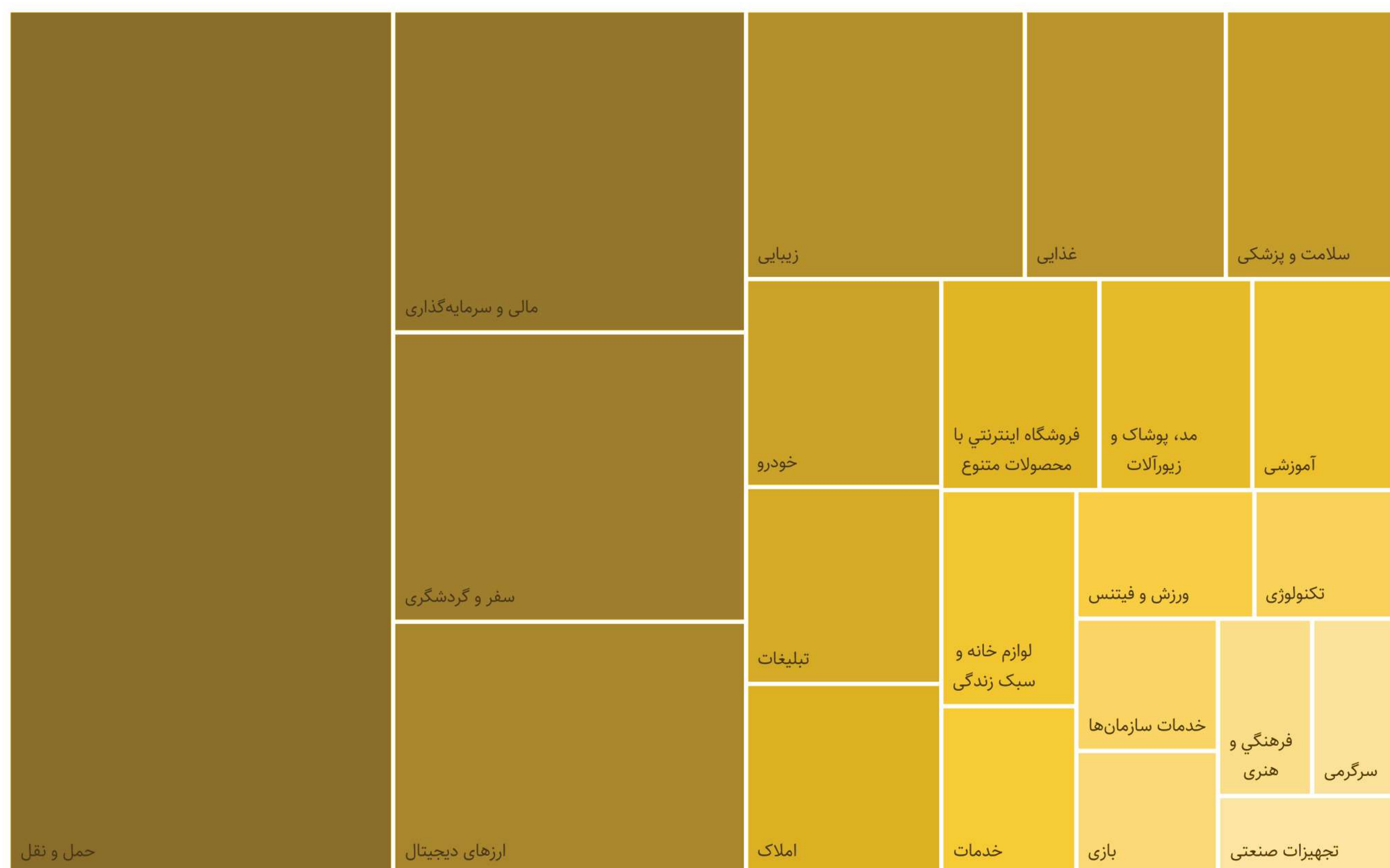
نسبت تعداد تبلیغ‌کنندگان در حوزه‌های مختلف به کل تبلیغ‌کنندگان یکتانت

در سال ۱۴۰۰ حوزه‌های مالی و سرمایه‌گذاری، زیبایی و سفر و گردشگری بیشترین بودجه‌های تبلیغاتی را داشته‌اند.



نسبت بودجه هر حوزه به بودجه کل حوزه‌ها

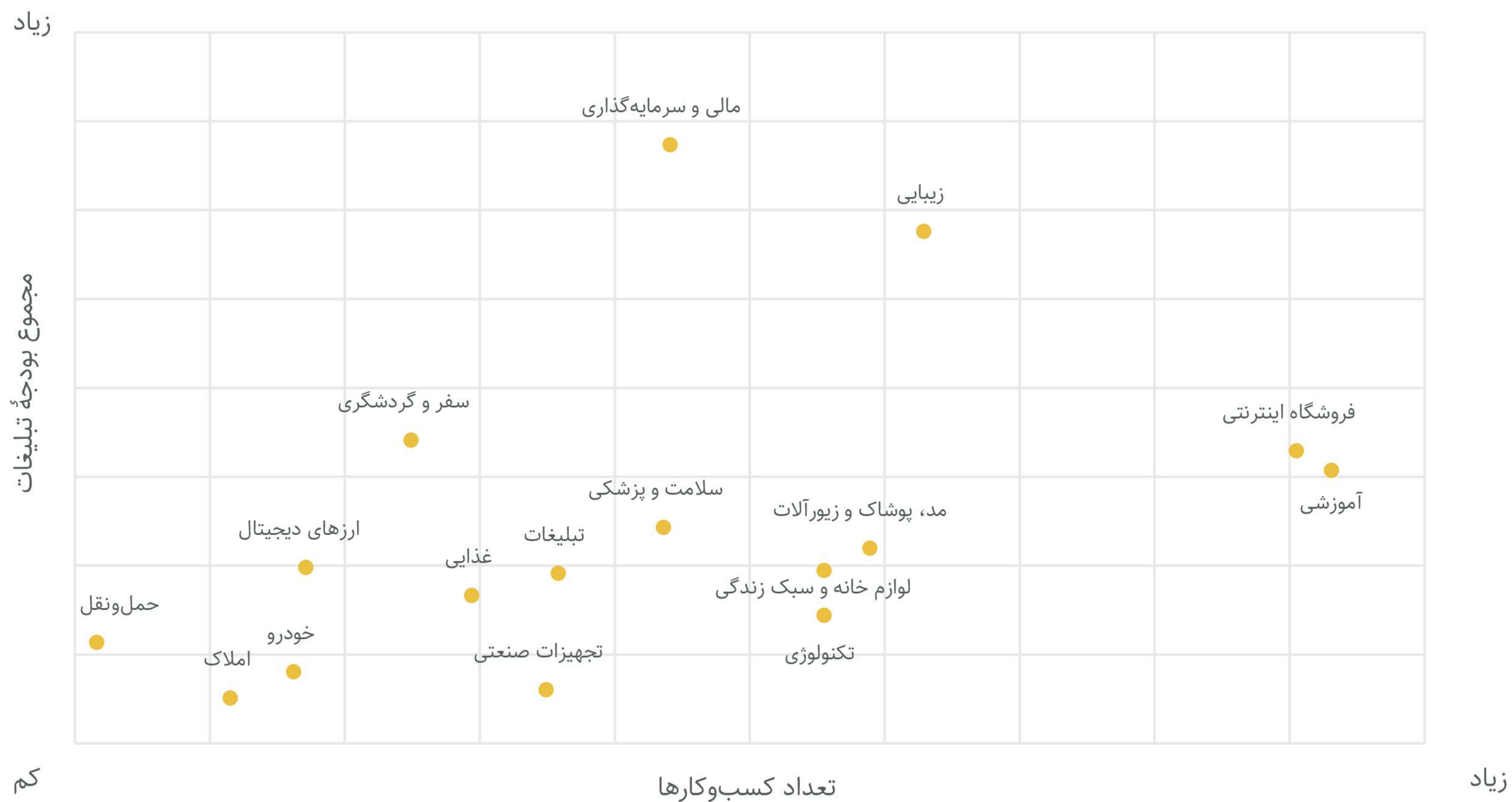
این نمودار نشان می‌دهد که کسب‌وکارهای هر حوزه سالانه به‌طور میانگین چقدر بودجه به تبلیغات در وب اختصاص داده‌اند.



با توجه به نمودارهای صفحه ۳۶ و ۳۷ در حوزه حمل‌ونقل تعداد رقبا کم است؛ اما بودجه تبلیغاتی بازیگران این حوزه به نسبت سایر حوزه‌ها بیشتر است.

مقایسه میانگین بودجه تبلیغات به ازای یک کسب‌وکار در حوزه‌های مختلف

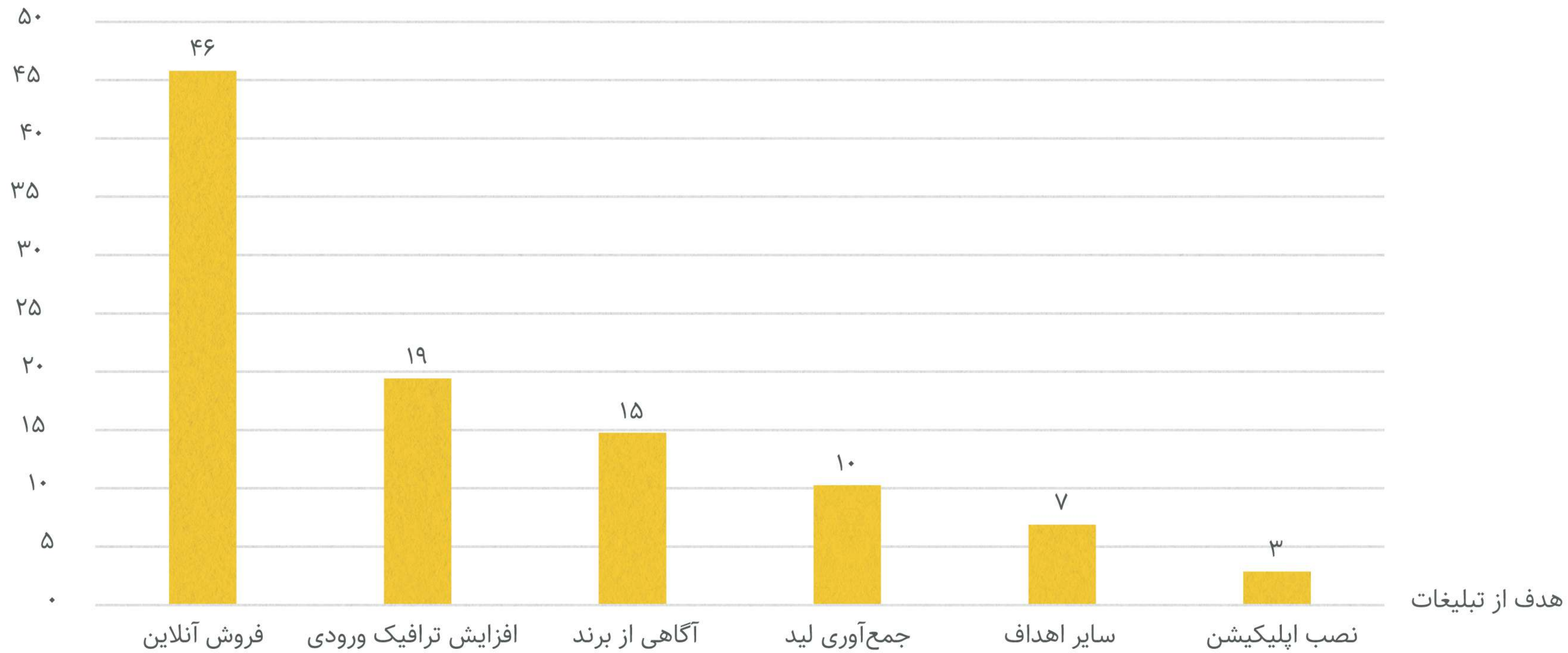
در این نمودار می‌توان به راحتی میزان رقابت و بودجه تبلیغات در صنایع مختلف را با هم مقایسه کرد.



مقایسه میزان رقابت و بودجه تبلیغات در صنایع مختلف

کسب‌وکارها هدف‌های متفاوتی را از تبلیغات دنبال می‌کنند. اهداف اصلی کسب‌وکارهای همکار یکتانت **فروش آنلاین** و **افزایش ترافیک ورودی** بوده است.

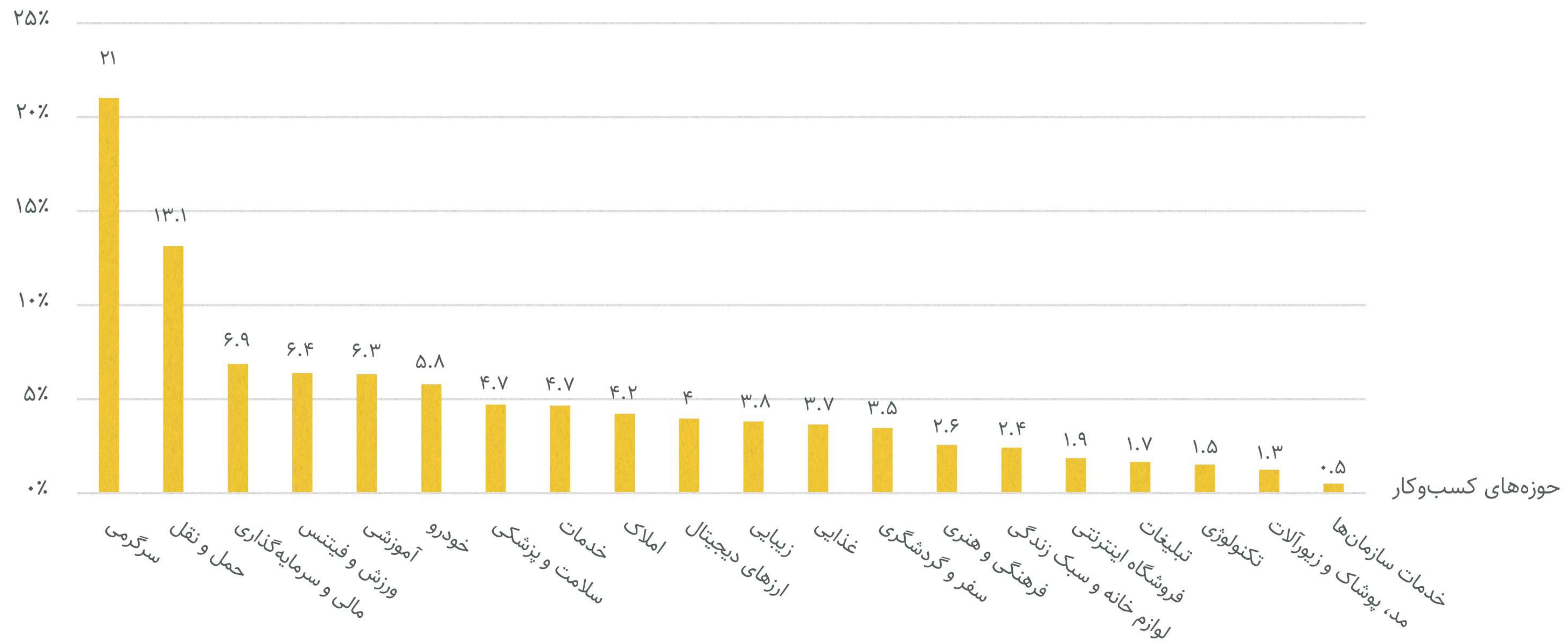
درصد کسب‌وکارها



اهداف کسب‌وکارها از تبلیغات در یکتانت

در بین حوزه‌های مختلف، کسب‌وکارهای فعال در **سرگرمی و حمل و نقل** بیشتر از سایرین از تبلیغات موبایلی استفاده کرده‌اند.

نسبت تعداد کمپین‌های هر دسته به کل کمپین‌های موبایلی

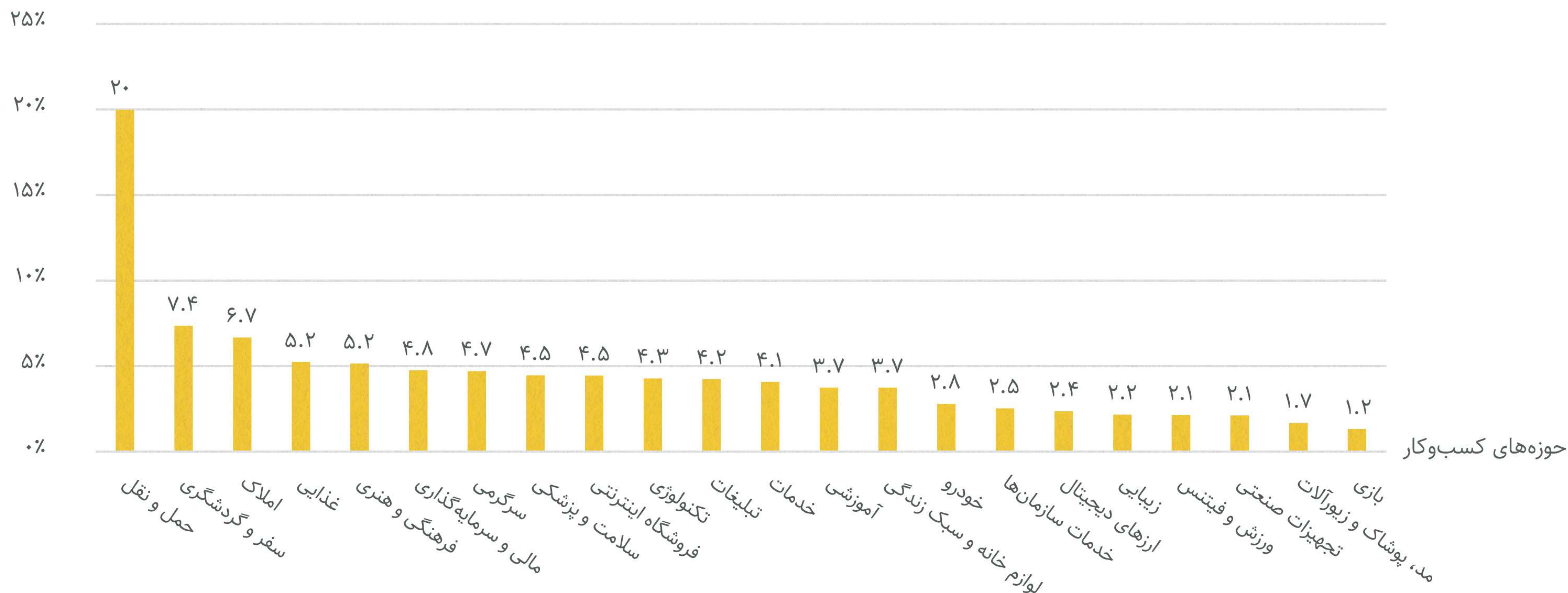


پراکندگی کمپین‌های تبلیغات موبایلی در حوزه‌های مختلف

* در کمپین‌های موبایلی، تبلیغات در اپلیکیشن‌ها نمایش داده می‌شود.

کمپین‌های ویدئویی در بین کسب‌وکارهای حوزه **حمل و نقل و گردشگری** بسیار محبوب بوده است.

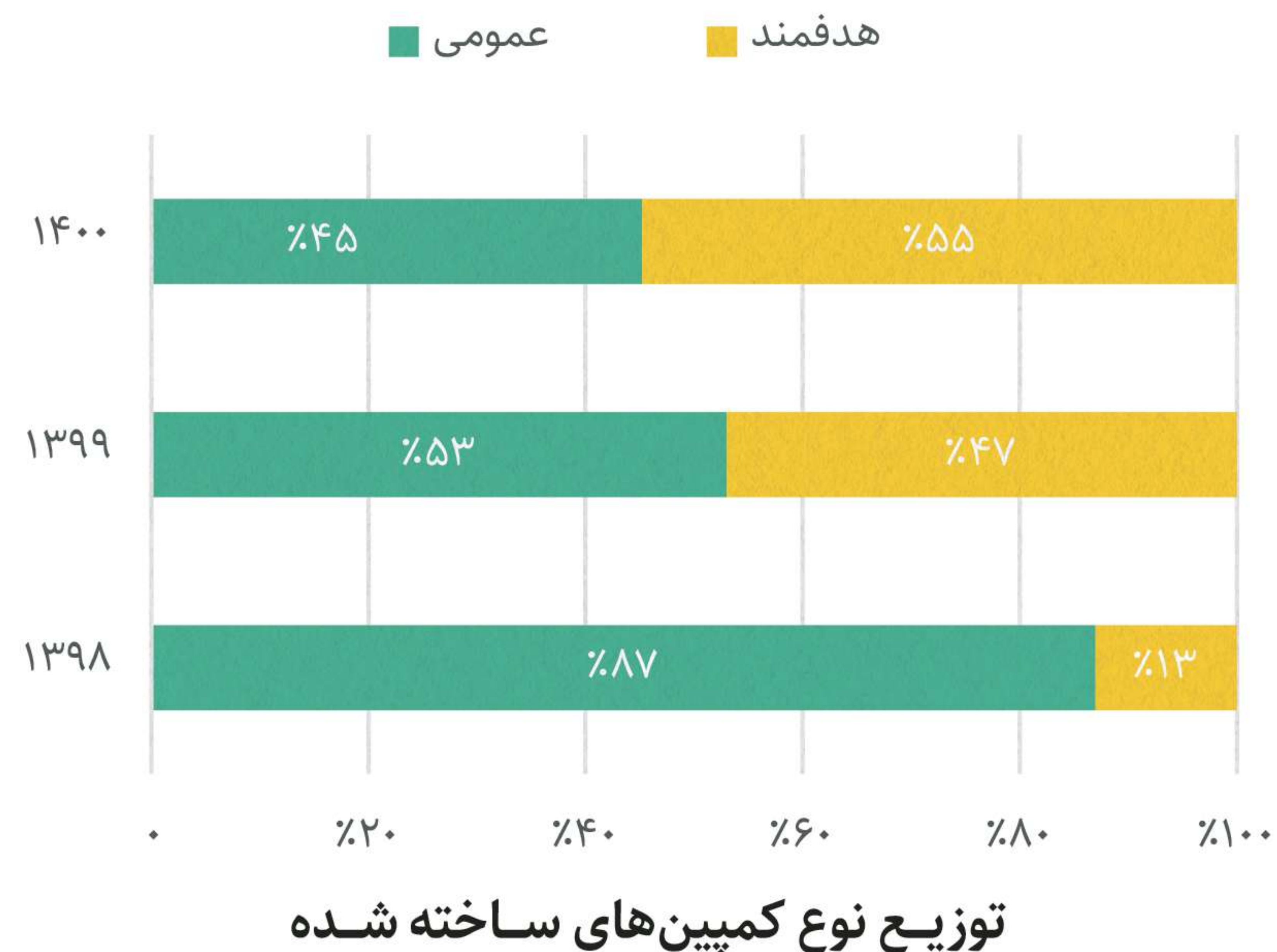
نسبت تعداد کمپین‌های هر دسته به کل کمپین‌های ویدئویی



پراکندگی کمپین‌های تبلیغات ویدئویی در حوزه‌های مختلف کسب‌وکار

کمپین‌های تبلیغاتی هدفمند، به کمپین‌هایی گفته می‌شود که امکان نمایش تبلیغات به افراد مرتبط را فراهم می‌کنند. یکتانت با توسعه چندین نوع از این کمپین‌ها، امکان نمایش تبلیغات به افراد هدف را فراهم کرده است. انواع تبلیغات هدفمند یکتانت عبارتند از: تبلیغات ریتارگتینگ، ریتارگتینگ محصول، موضوعی، کلیدواژه‌ای و رفتارمحور.

در طی سه سال گذشته، تمایل به استفاده از تبلیغات هدفمند افزایش یافته است؛ به طوری که در سال ۱۴۰۰ برای اولین بار، تعداد کمپین‌های هدفمند از کمپین‌های عمومی پیشی گرفته است. در سال گذشته، ۵۵ درصد از کمپین‌های تبلیغاتی ساخته شده در یکتانت از این نوع بوده است.



۷۰ درصد از تبلیغ‌کننده‌های فعال یکتانت در سال گذشته حداقل یک کمپین تبلیغاتی هدفمند داشته‌اند.



اسکرپت یکتانت، امکان بهینه‌سازی تبلیغات و استفاده از سرویس‌های ریتارگتینگ و ریتارگتینگ محصول را فراهم می‌کند.
در این دو نوع سرویس، تبلیغات تنها به افرادی نمایش داده می‌شود که پیش‌تر از سایت تبلیغ‌کننده بازدید کرده‌اند.

وبسایت تبلیغ‌کننده، اسکرپت یکتانت را در وبسایت خود داشتند.

۱۴۳۰

در انتهای سال ۱۳۹۸

وبسایت تبلیغ‌کننده، اسکرپت یکتانت را در وبسایت خود داشتند.

۳۹۳۵

در انتهای سال ۱۳۹۹

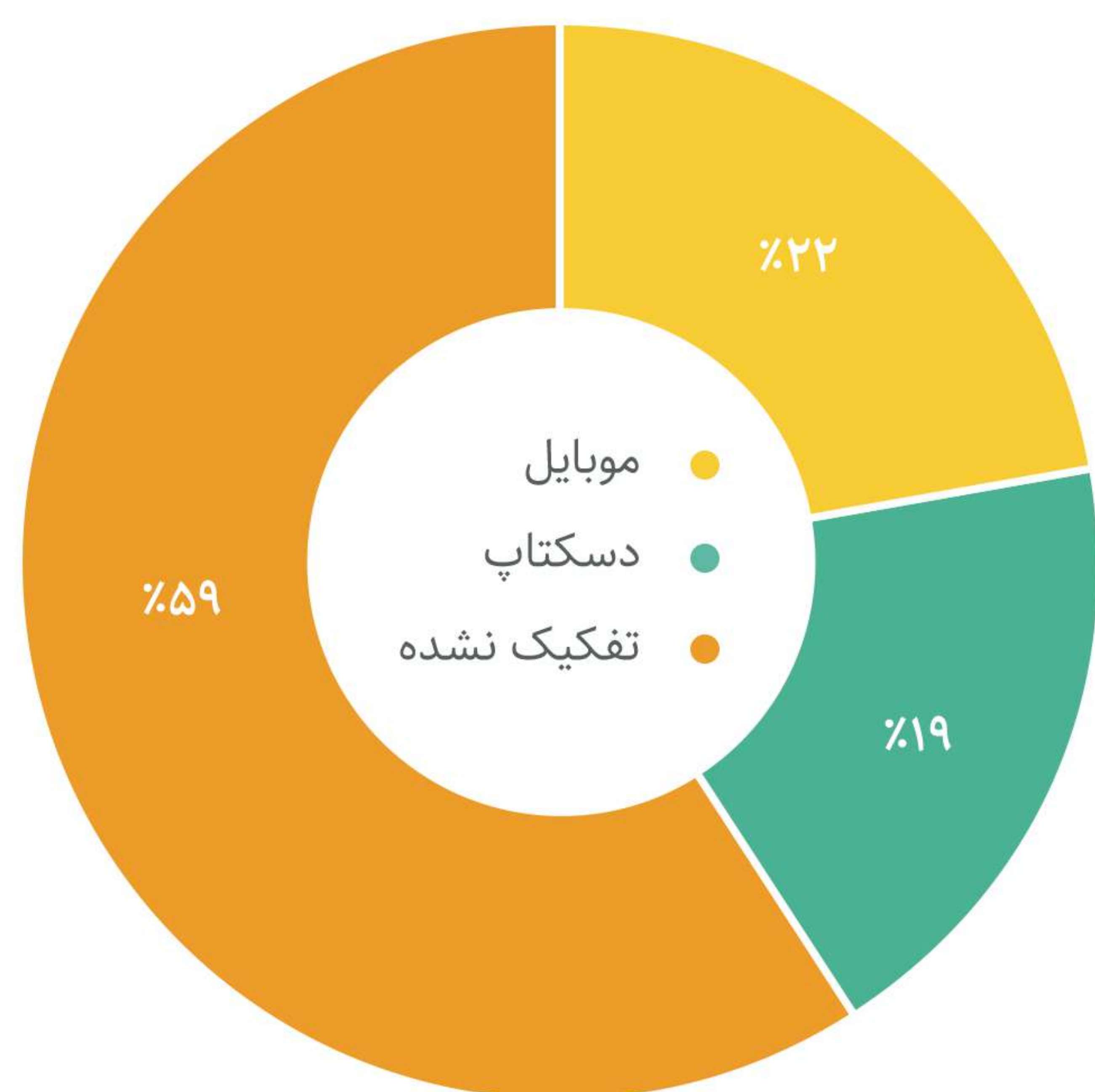
وبسایت تبلیغ‌کننده، اسکرپت یکتانت را در وبسایت خود داشتند.

۷۷۴۵

در انتهای سال ۱۴۰۰



تبلیغ‌کنندگان یکتانت می‌توانند انتخاب کنند که تبلیغات در موبایل یا دسکتاپ نمایش داده شود. کاربران در هنگام استفاده از موبایل رفتار متفاوتی نسبت به زمان استفاده از دسکتاپ دارند. برای همین، توصیه می‌شود که برای نمایش تبلیغات در موبایل و دسکتاپ کمپین‌های متمایزی ساخته شود. به‌طور کلی تفکیک کردن دستگاه نمایش به بهینه‌سازی راحت‌تر کمپین‌ها کمک می‌کند.



درصد فراوانی کمپین‌های ساخته شده در دستگاه‌های مختلف

CTR یا نرخ کلیک معیاری است که نشان‌دهنده نسبت تعداد کلیک‌ها به تعداد دفعات نمایش یک محتوای تبلیغاتی است. در واقع، این معیار نشان می‌دهد که تبلیغ چقدر برای کاربران جذاب بوده است. دستگاه نمایش تبلیغ و نوع کمپین و جذابیت محتوای تبلیغاتی از عوامل تاثیرگذار بر میانگین نرخ کلیک هستند.

در ادامه نگاهی به میانگین CTR انواع مختلف کمپین‌ها می‌اندازیم.

نرخ کلیک در تبلیغات همسان

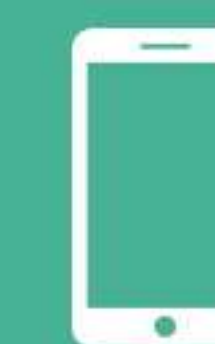
همسان هدفمند در موبایل: ۰٫۱۱٪



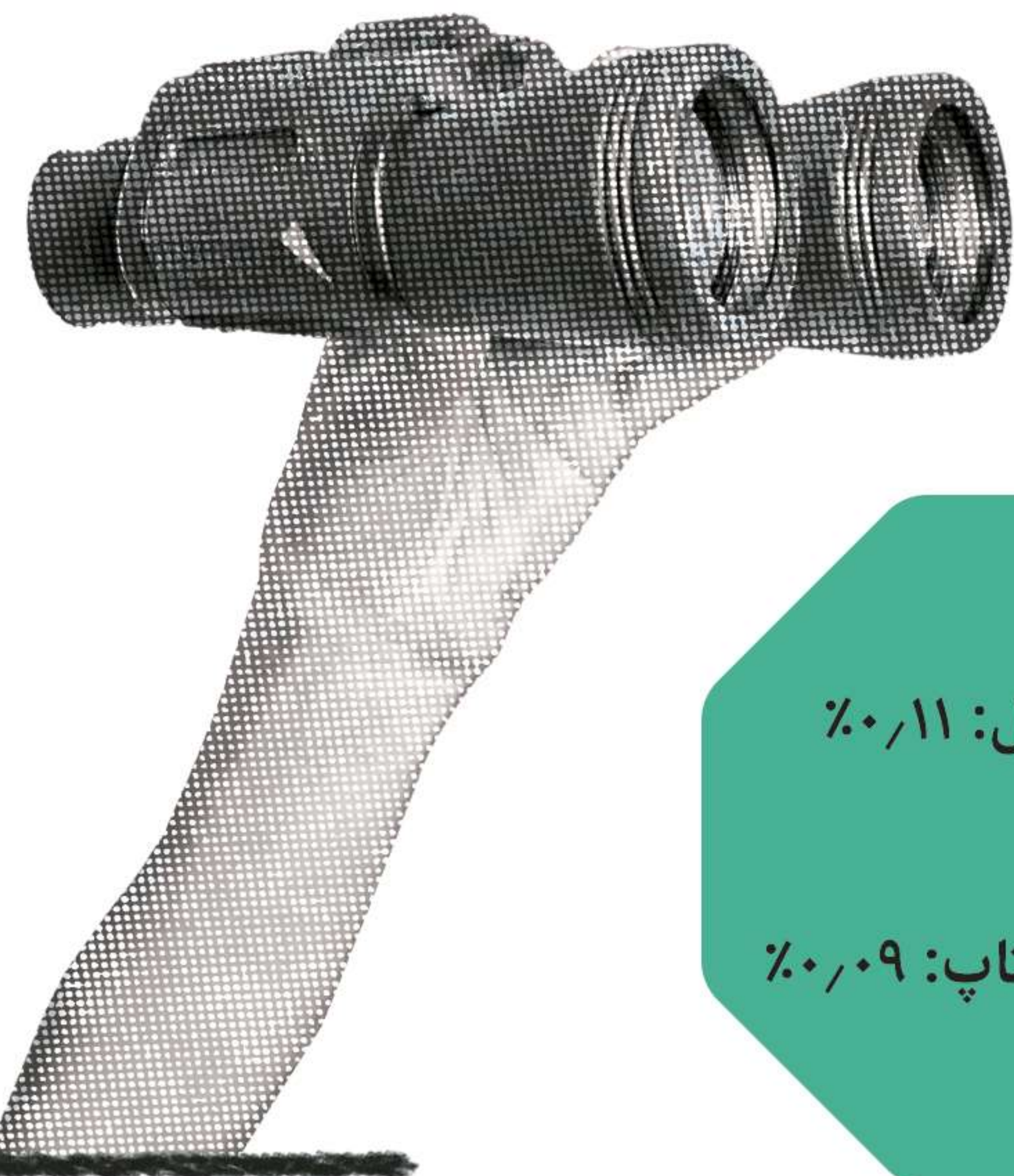
همسان هدفمند در دسکتاپ: ۰٫۰۹٪



همسان در موبایل: ۰٫۰۸٪



همسان در دسکتاپ: ۰٫۰۴٪



نرخ کلیک در تبلیغات بنری

بنری هدفمند در موبایل: ۰٫۱۵٪



بنری هدفمند در دسکتاپ: ۰٫۰۷٪



بنری در موبایل: ۰٫۱۵٪



بنری در دسکتاپ: ۰٫۰۴٪



نرخ کلیک در تبلیغات پوش نوتیفیکیشن

پوش نوتیفیکیشن هدفمند در موبایل: ۰٫۱۶٪



پوش نوتیفیکیشن هدفمند در دسکتاپ: ۰٫۲۷٪



پوش نوتیفیکیشن در موبایل: ۰٫۰۷٪



پوش نوتیفیکیشن در دسکتاپ: ۰٫۱۴٪



* به طور میانگین CTR در تبلیغات هدفمند از تبلیغات عادی بیشتر است.

نرخ کلیک در تبلیغات ریتارگتینگ محصول

موبایل: ۰٫۳۴٪



دسکتاپ: ۰٫۲۹٪



نرخ کلیک تبلیغات ریتارگتینگ محصول ۱۷۶ درصد از سایر انواع تبلیغات بیشتر است.

تبلیغ‌کننده‌هایی که کمپین ریتارگتینگ محصول داشته‌اند به طور میانگین در ۳۳۷ روز از سال این نوع کمپین را فعال نگه داشته‌اند.

در تبلیغات یکتانت، قیمت کلیک توسط تبلیغ کننده مشخص می‌شود. قیمت کلیک یکی از عوامل تاثیرگذار در شانس نمایش تبلیغات است. در ادامه نگاهی به میانگین قیمت کلیک در انواع مختلف کمپین‌ها می‌اندازیم.

قیمت کلیک در تبلیغات همسان

همسان هدفمند در موبایل: ۴۵۰ تومان



همسان هدفمند در دسکتاپ: ۱۰۰۰ تومان



همسان در موبایل: ۳۰۰ تومان



همسان در دسکتاپ: ۶۵۰ تومان



قیمت کلیک در تبلیغات بنری

بنری هدفمند در موبایل: ۷۰۰ تومان



بنری هدفمند در دسکتاپ: ۱۳۰۰ تومان



بنری در موبایل: ۶۵۰ تومان



بنری در دسکتاپ: ۱۲۰۰ تومان



قیمت کلیک در تبلیغات پوش نوتیفیکیشن

پوش نوتیفیکیشن کلیک هدفمند در موبایل: ۶۰۰ تومان



پوش نوتیفیکیشن کلیک هدفمند در دسکتاپ: ۸۰۰ تومان



پوش نوتیفیکیشن کلیک در موبایل: ۳۰۰ تومان



پوش نوتیفیکیشن کلیک در دسکتاپ: ۶۵۰ تومان



قیمت کلیک در تبلیغات ریتارگتینگ محصول

موبایل: ۷۵۰ تومان

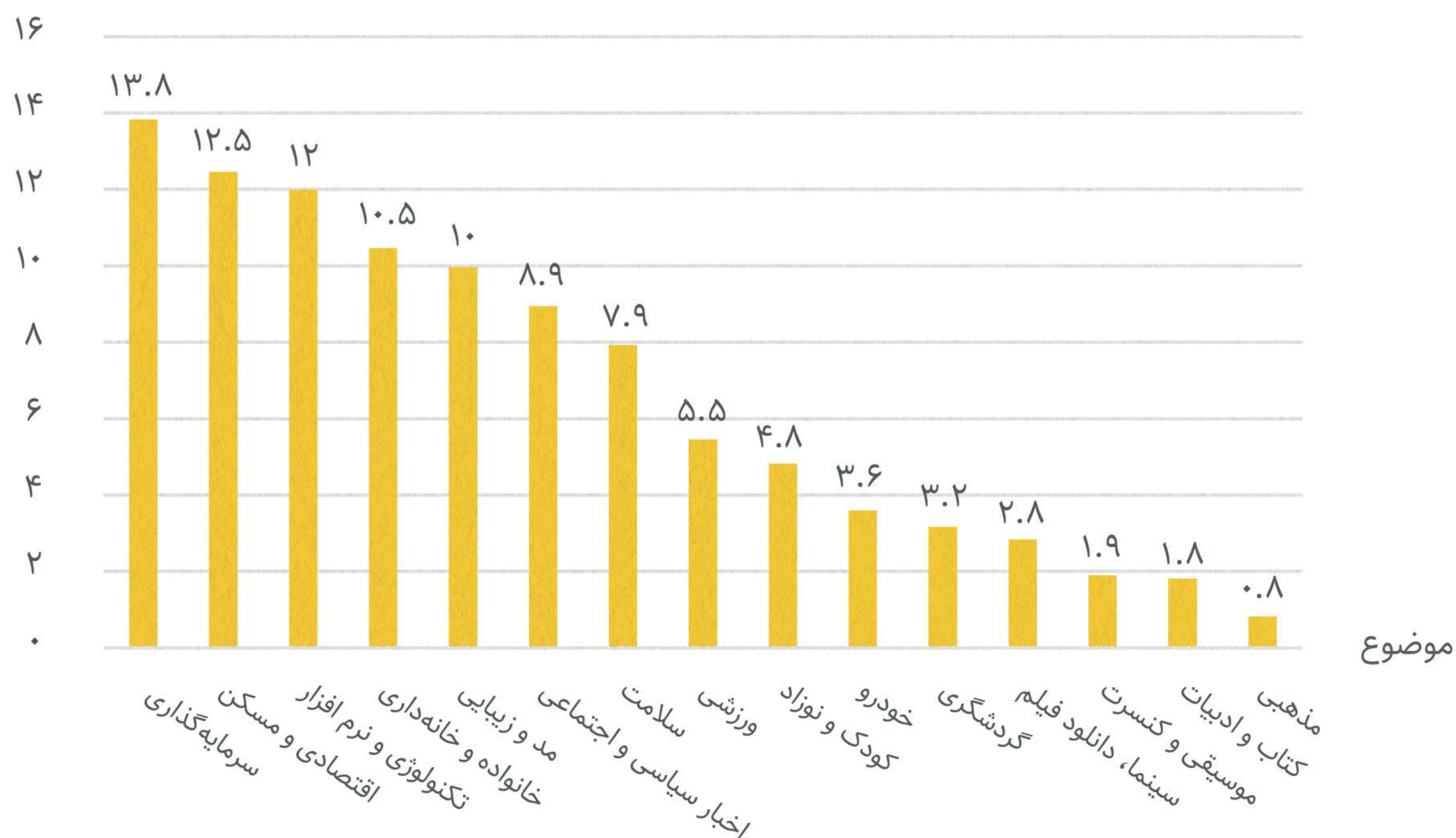


دسکتاپ: ۱۱۰۰ تومان



در سرویس تبلیغات موضوعی، تبلیغ کنندگان موضوع مورد نظر خود را انتخاب می کنند تا تبلیغات شان تنها در صفحاتی نمایش داده شود که از نظر محتوایی به موضوع منتخب آن ها نزدیک تر است.

درصد



موضوعات زیر بیشتر از سایر موضوعات برای کمپین ها انتخاب شده اند:

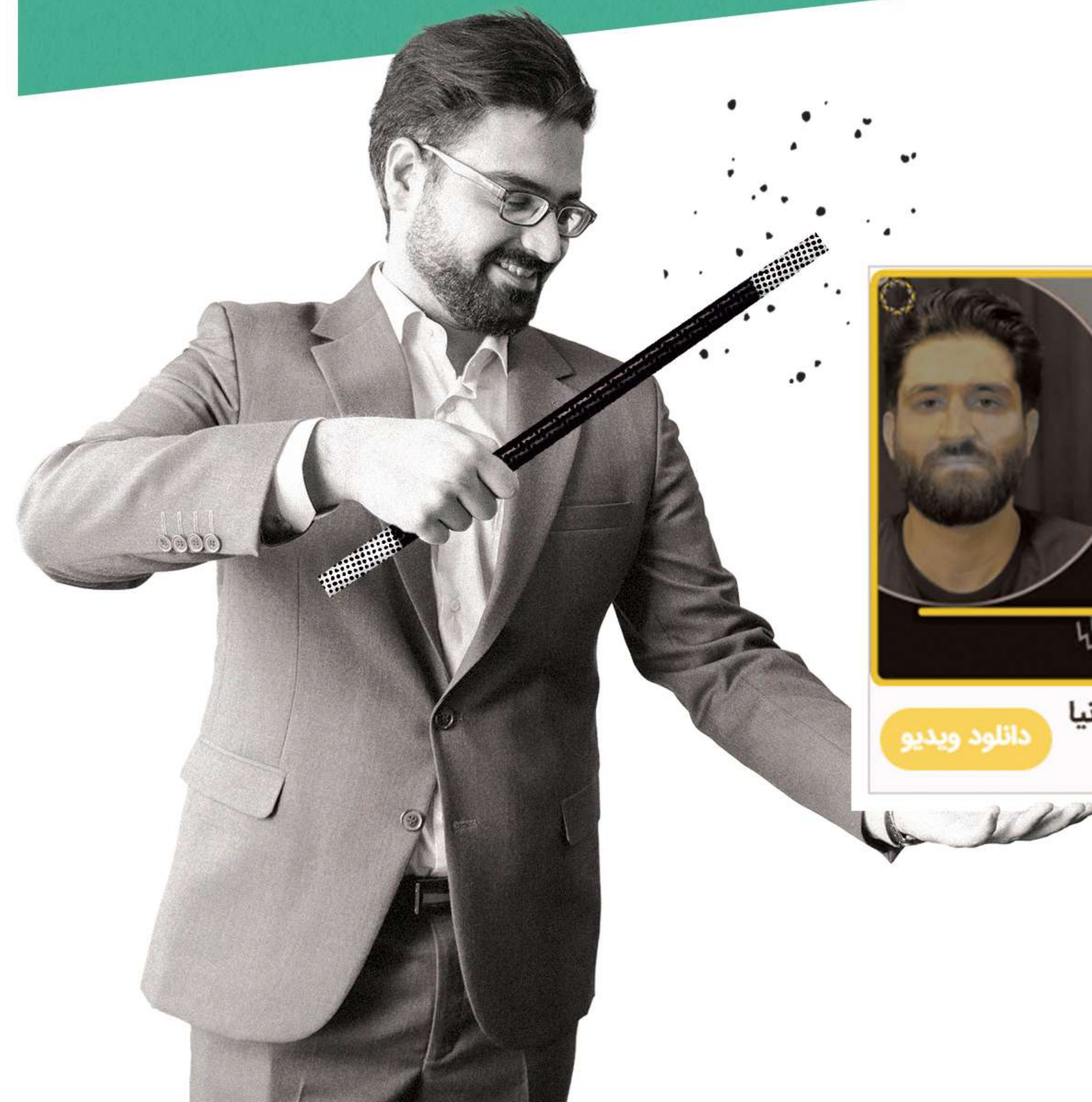
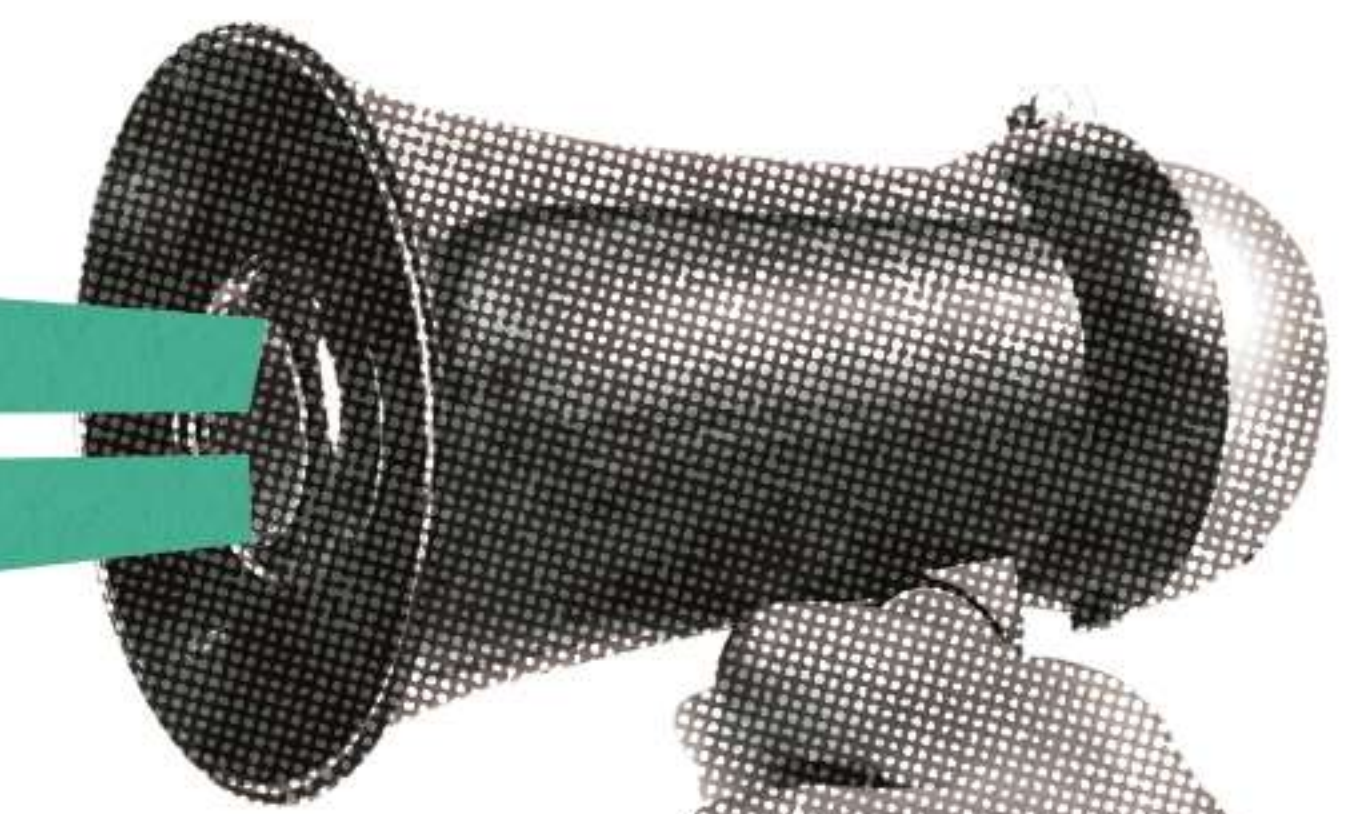
- سرمایه گذاری
- اقتصادی و مسکن
- تکنولوژی و نرم افزار

نسبت تعداد کمپین های ساخته شده در موضوعات مختلف به کل کمپین های موضوعی

در سال گذشته سرویس بنرساز اتوماتیک ارائه شد. با استفاده از این سرویس می‌توانید به راحتی بنرهای تبلیغاتی جذاب را در سایزهای استاندارد و با رنگ و لوگوی برندتان بسازید. استفاده از این سرویس رایگان است.

در سال گذشته ۱۶,۳۰۰ بنر با استفاده از بنرساز اتوماتیک یکتانت ساخته شده است.

طبق تعرفه میانگین، هزینه طراحی این تعداد بنر معادل ۸ میلیارد و ۱۵۰ میلیون تومان است.



۵ راز سئو

سایت‌های پر ترافیک
دوره رایگان موش و...

بخش ۱

۵ راز سئو که سایت‌های پربازدید دنیا انجام می‌دهند!

دانلود ویدیو

مسیر راه سرمایه گذاری در سال ۱۴۰۱

اقتصادکلان بازار طلا بازار املاک رمزارزها
بازار سرمایه جمع بندی و تحلیل بین بازاری

رویداد جامع مسیر سرمایه گذاری در سال ۱۴۰۱

مشاهده

۱

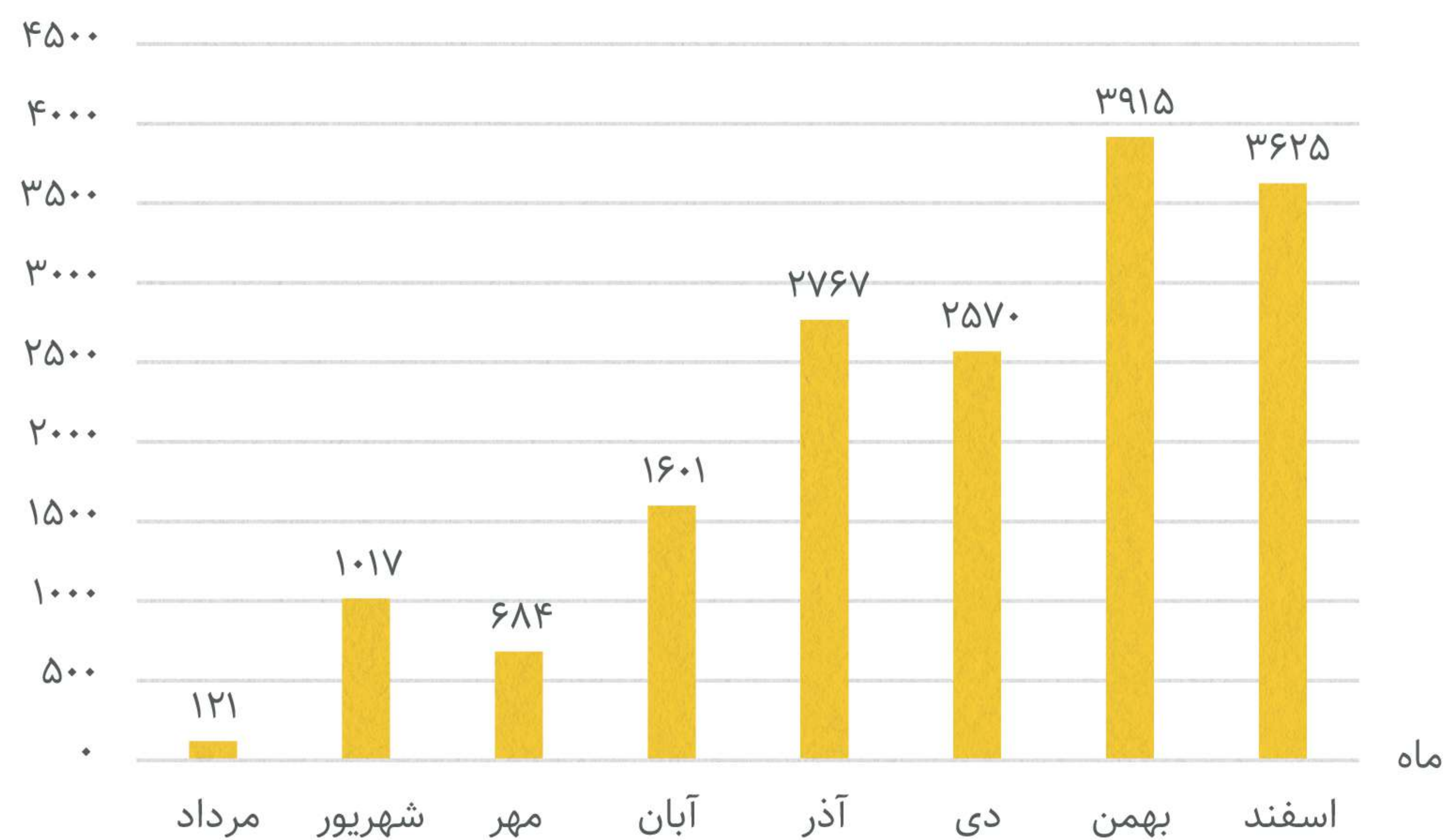
واردات انواع کامیون از اروپا به صورت مستقیم

واردات انواع کامیون کارکرده از اروپا

مشاهده

سرویس بنر ساز اتوماتیک در مرداد ماه سال ۱۴۰۰ ارائه شد و طی ماه‌های بعد میزان استفاده از آن روندی افزایشی داشته است.

تعداد بنر



تعداد بنر تمپلیت‌های ساخته شده در هر ماه



CTR بنرهای ساخته شده با بنر ساز اتوماتیک یکتانت به طور میانگین ۰٫۲۱٪ بوده است.



به طور کلی، CTR بنرهای ساخته شده با بنر ساز اتوماتیک **۵۰ درصد بیشتر** از سایر بنرها بوده است.



تبلیغات یک کسب‌وکار، در سال ۱۴۰۰، بیش از ۱۵ میلیارد و ۵۰۰ میلیون بار نمایش داده شده است.

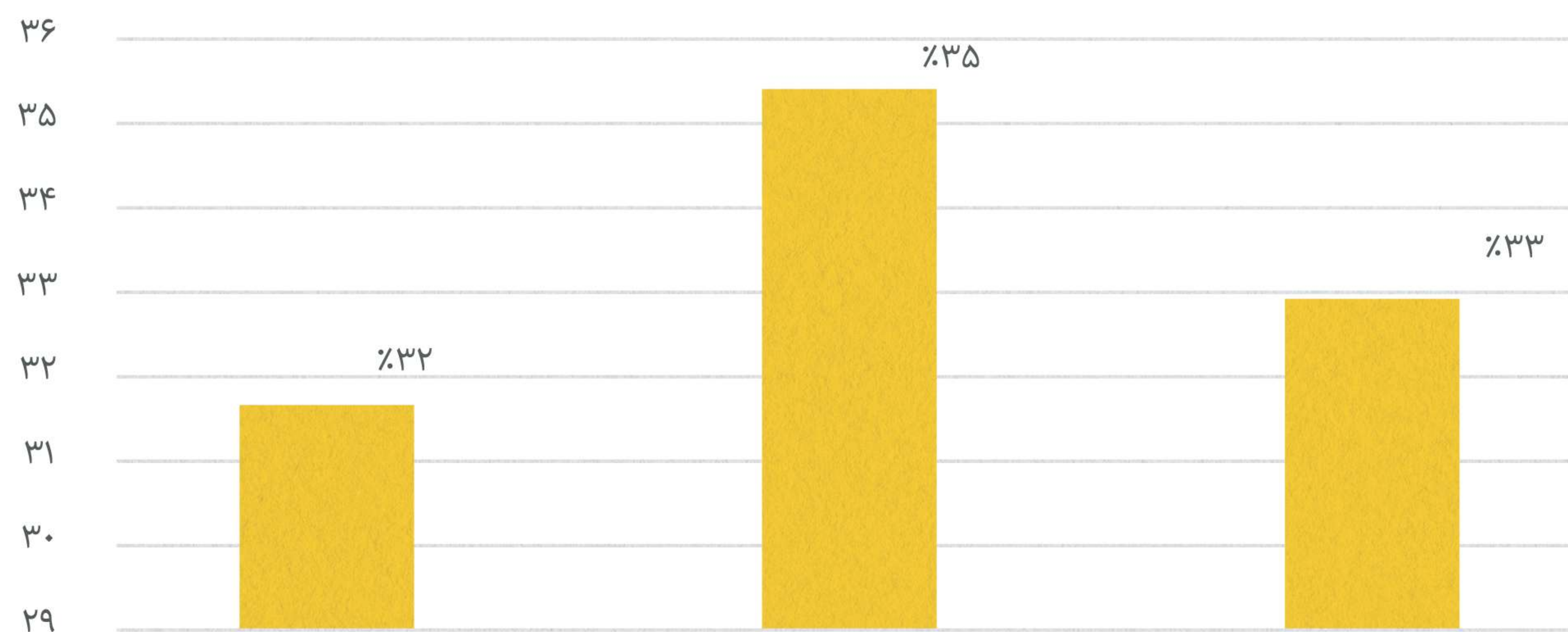
بیشترین تعداد پوش نوتیفیکیشن در سال ۱۴۰۰ مربوط به تبلیغ‌کننده‌ای بوده که بیش از ۶ میلیارد ارسال موفق داشته است.

در سال ۱۴۰۰ یک کسب‌وکار، ۷۸۷ کمپین مختلف را در یکتانت اجرا کرده است.



نظرسنجی‌های انجام شده از تبلیغ‌کنندگان یکتانت میزان آشنایی آن‌ها با دیجیتال مارکتینگ و تبلیغات را نشان می‌دهد.

درصد تبلیغ‌کنندگان



آشنایی کمی با دیجیتال مارکتینگ دارم. با دیجیتال مارکتینگ آشنایی دارم اما تجربه کار با پلتفرم‌های تبلیغاتی آنلاین نداشته‌ام. با دیجیتال مارکتینگ آشنا هستم و تجربه کار با پلتفرم‌های تبلیغات آنلاین دارم.

طبیعتاً هر چه دانش افراد از دیجیتال مارکتینگ بیشتر باشد، می‌توانند کمپین‌های بهینه‌ای را طراحی و اجرا کنند.

یکتانت در راستای آموزش دانش دیجیتال مارکتینگ در دو سال گذشته **۶۵ وبینار آموزشی رایگان** برگزار کرده است.

بیش از **۱۱ هزار نفر** در این وبینارها شرکت کرده‌اند.

میزان آشنایی تبلیغ‌کننده‌های یکتانت با دیجیتال مارکتینگ و پلتفرم‌های تبلیغات آنلاین



نمایش دهندگان



در سال ۱۴۰۰ افتخار همکاری با بیش از ۲۳۰۰ وبسایت نمایش دهنده را داشته‌ایم.

۱۹۳۸ وبسایت از جایگاه‌های همسان برای نمایش تبلیغات در سایت خود استفاده کرده‌اند.

۸۰۳ وبسایت از جایگاه‌های بنری برای نمایش تبلیغات در سایت خود استفاده کرده‌اند.

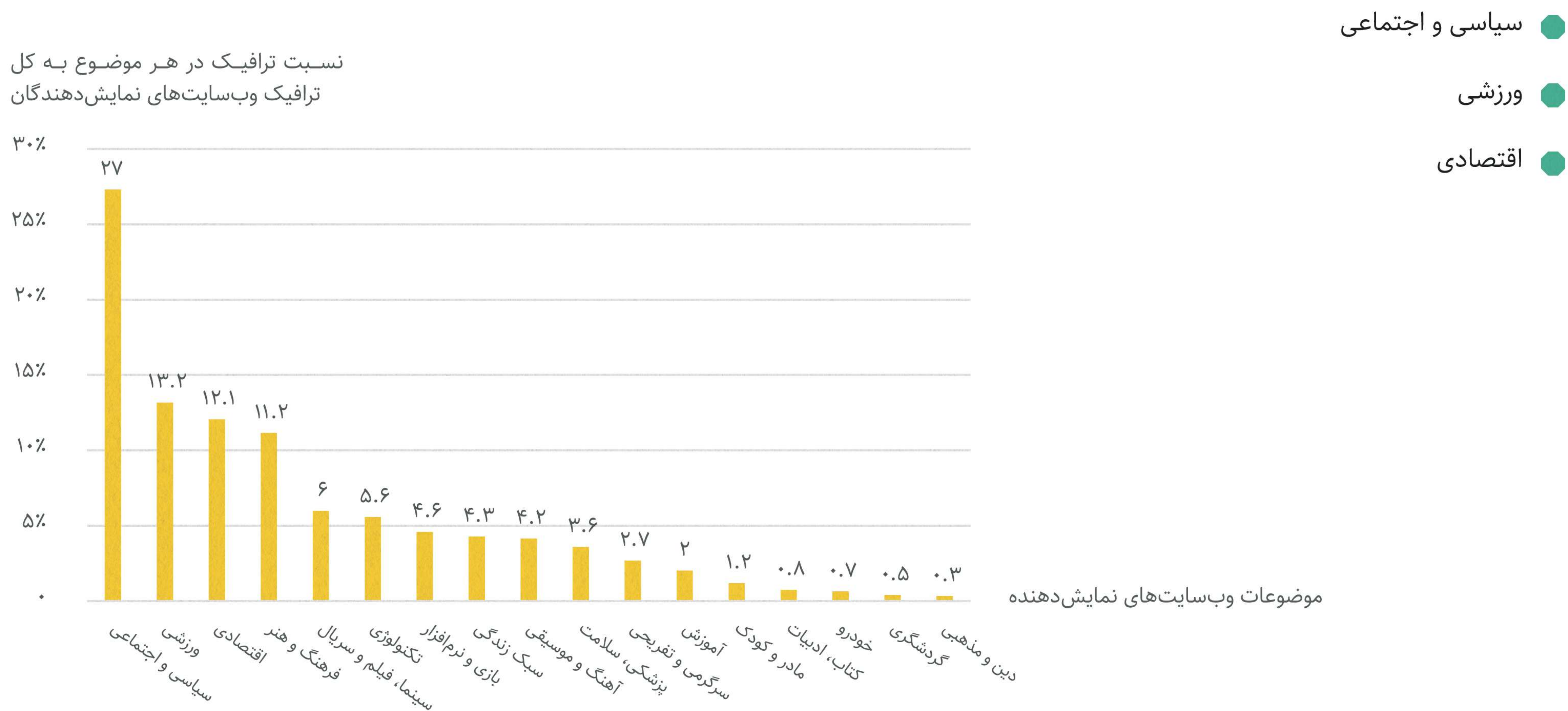


افزایش ۷۲ درصدی درآمد

در سال ۱۴۰۰، درآمدی که یکتانت در مجموع برای نمایش دهندگان ایجاد کرده نسبت به سال ۱۳۹۹ بیش از ۷۲ درصد افزایش داشته است. این افزایش به دلیل بیشتر شدن تعداد نمایش دهندگان همکار یکتانت و از طرف دیگر افزایش درآمد هر نمایش دهنده بوده است.

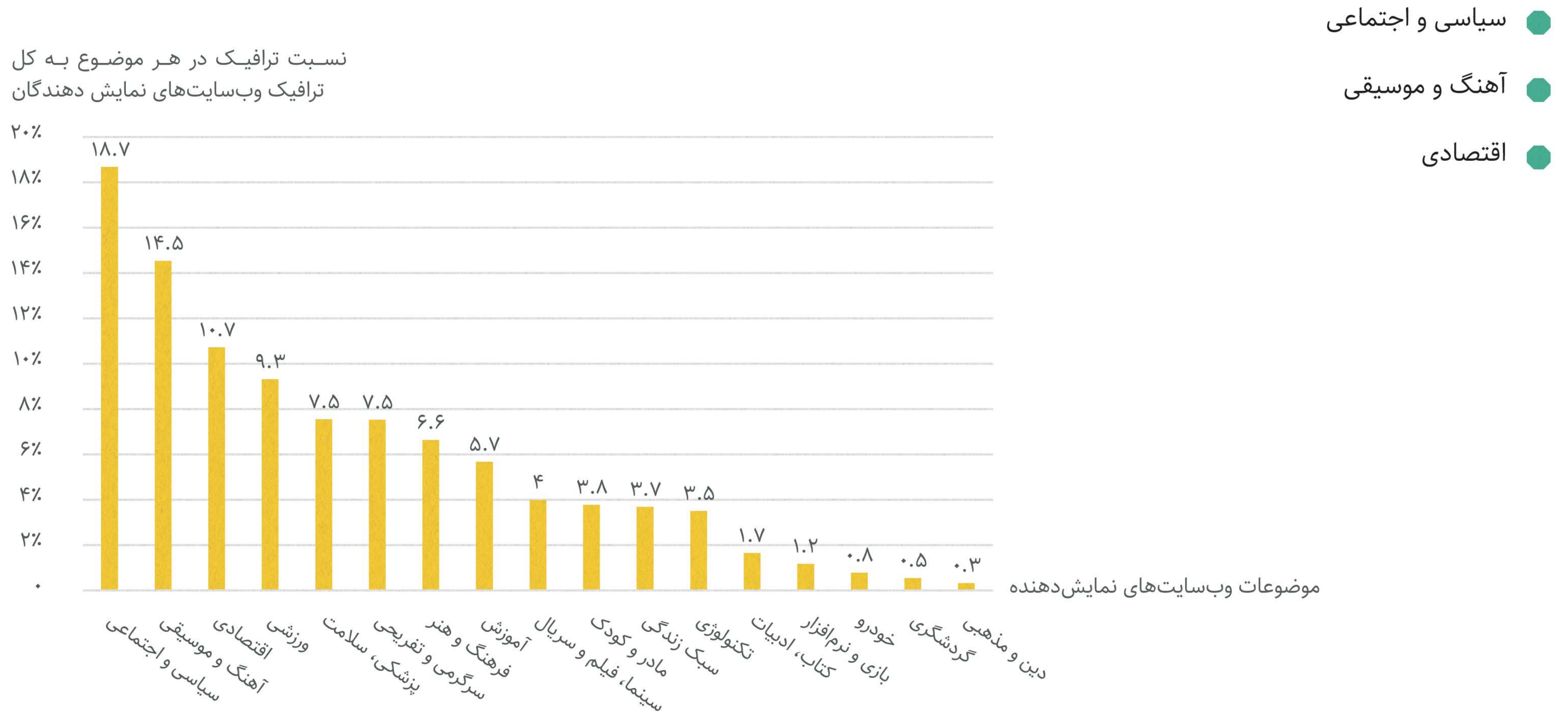


در بین نمایش‌دهندگان یکتانت، وبسایت‌هایی با موضوعات زیر بیشترین میزان ترافیک را در دسکتاپ داشته‌اند:



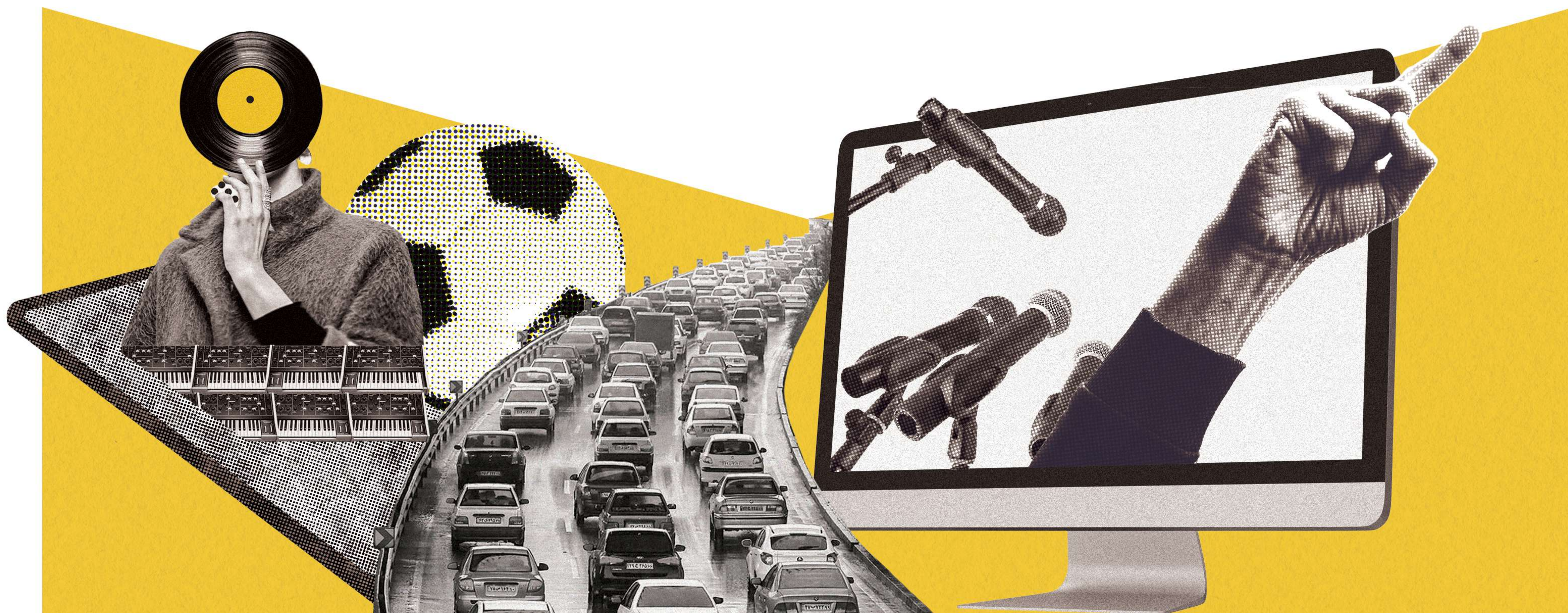
نسبت ترافیک در وبسایت‌های نمایش‌دهنده یکتانت با موضوعات مختلف در دسکتاپ

در بین نمایش دهندگان یکتانت، وبسایت‌هایی با موضوعات زیر بیشترین میزان ترافیک را در موبایل داشته‌اند:



نسبت ترافیک در وبسایت‌های نمایش دهنده یکتانت با موضوعات مختلف در موبایل

- مقایسه بین ترافیک موبایل و دسکتاپ نشان می‌دهد که ترافیک صفحات با موضوع آهنگ و موسیقی در موبایل رتبه دوم را دارد و جای موضوعات ورزشی را گرفته است.
- ترافیک موضوعات سیاسی و اجتماعی در دسکتاپ اختلاف جدی با سایر موضوعات دارد اما در موبایل اختلاف آن با سایر موضوعات کمتر است.



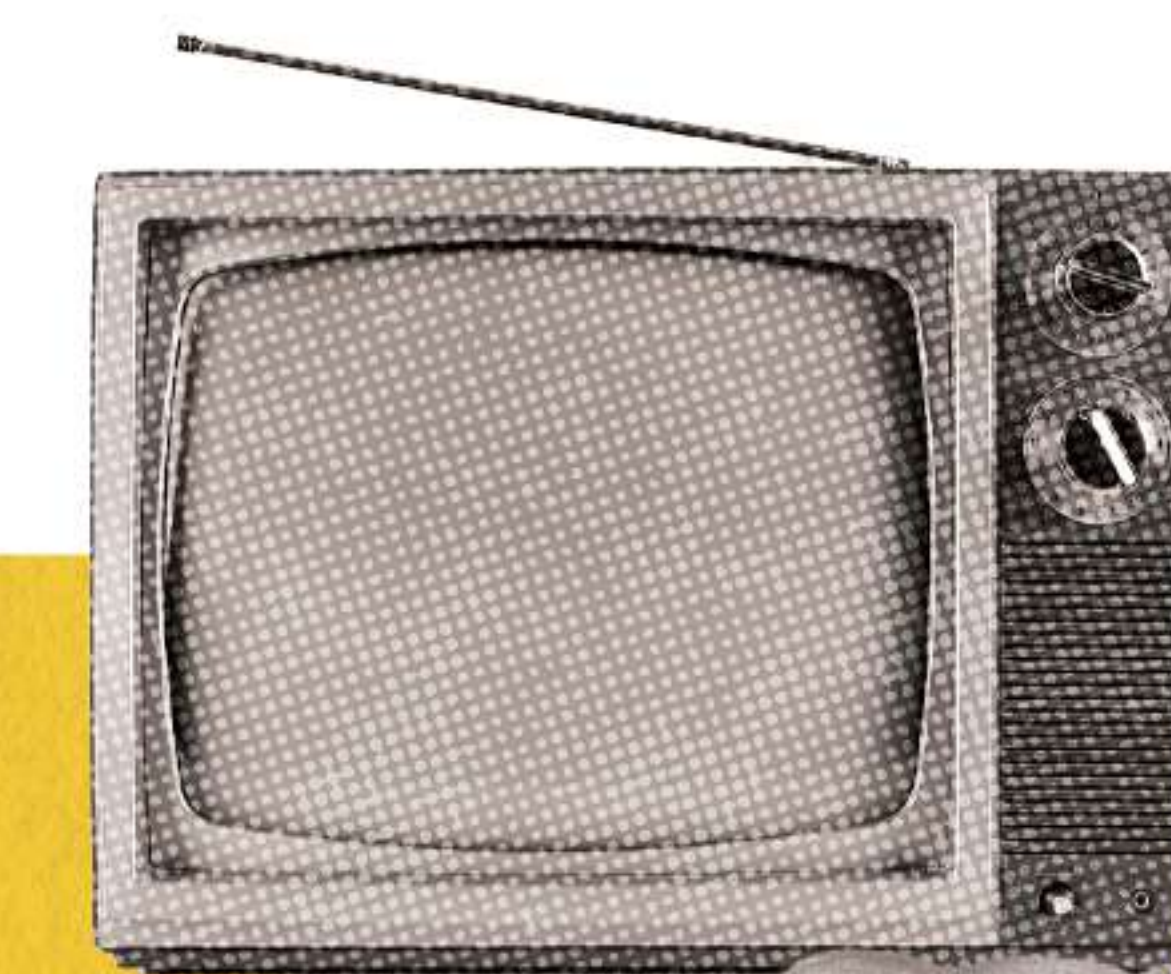
ما در یکتانت با استفاده از هوش مصنوعی و توسعه الگوریتم‌های دقیق، کلیک‌های قلبی را شناسایی می‌کنیم. این کلیک‌ها در لحظه شناسایی می‌شود؛ بنابراین بابت آن‌ها هزینه‌ای از پنل تبلیغ‌کنندگان کسر نمی‌شود. در سال گذشته بیش از **۲۰۰ میلیون کلیک** به عنوان کلیک قلبی شناخته شده و از کسر مبلغ آن‌ها از پنل تبلیغ‌کنندگان جلوگیری شده است.



یکتانت در سال گذشته سیستم RTB خود را توسعه داد. این سیستم اجازه می‌دهد که تبلیغات از همه پلتفرم‌های تبلیغات آنلاین با هم رقابت کنند و در نهایت، برنده این رقابت در جایگاه‌های تبلیغاتی نمایش‌دهندگان یکتانت به نمایش درآید. نحوه رقابت بین تبلیغات به این صورت است: تبلیغی که دو عامل نرخ و قیمت کلیک بالاتری دارد، شانس بیشتری برای نمایش پیدا می‌کند.

مزایای این سیستم عبارتند از:

- افزایش درآمد نمایش‌دهندگان
- فراهم شدن امکان استفاده از ظرفیت نمایش‌دهندگان یکتانت برای سایر پلتفرم‌های تبلیغات آنلاین
- نمایش تبلیغات جذاب‌تر به کاربران

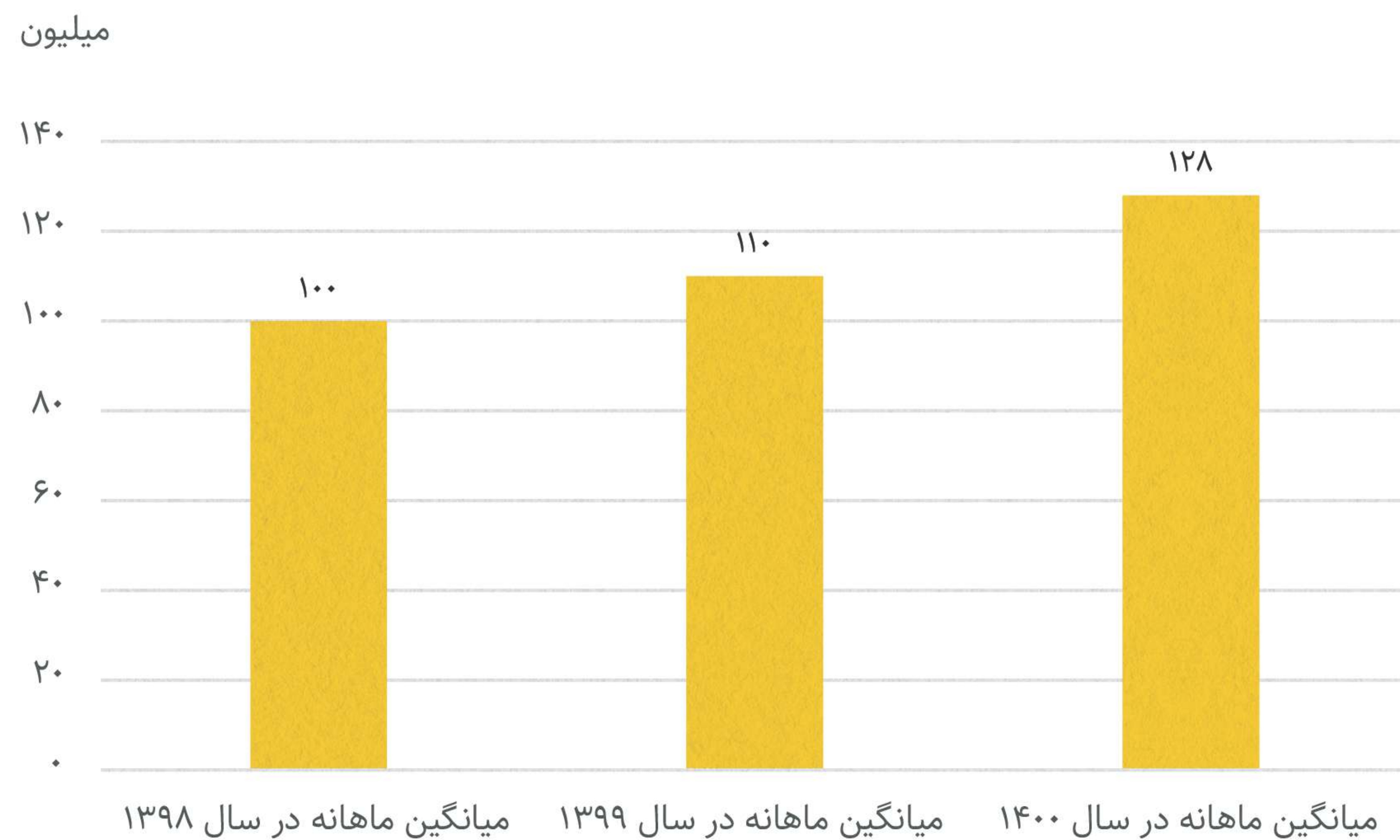


در سال گذشته ظرفیتی معادل **۳ میلیارد نمایش** تبلیغ در وبسایت‌های نمایش‌دهنده یکتانت به سایر پلتفرم‌های تبلیغات آنلاین اختصاص داده شده است.

کاربران وب



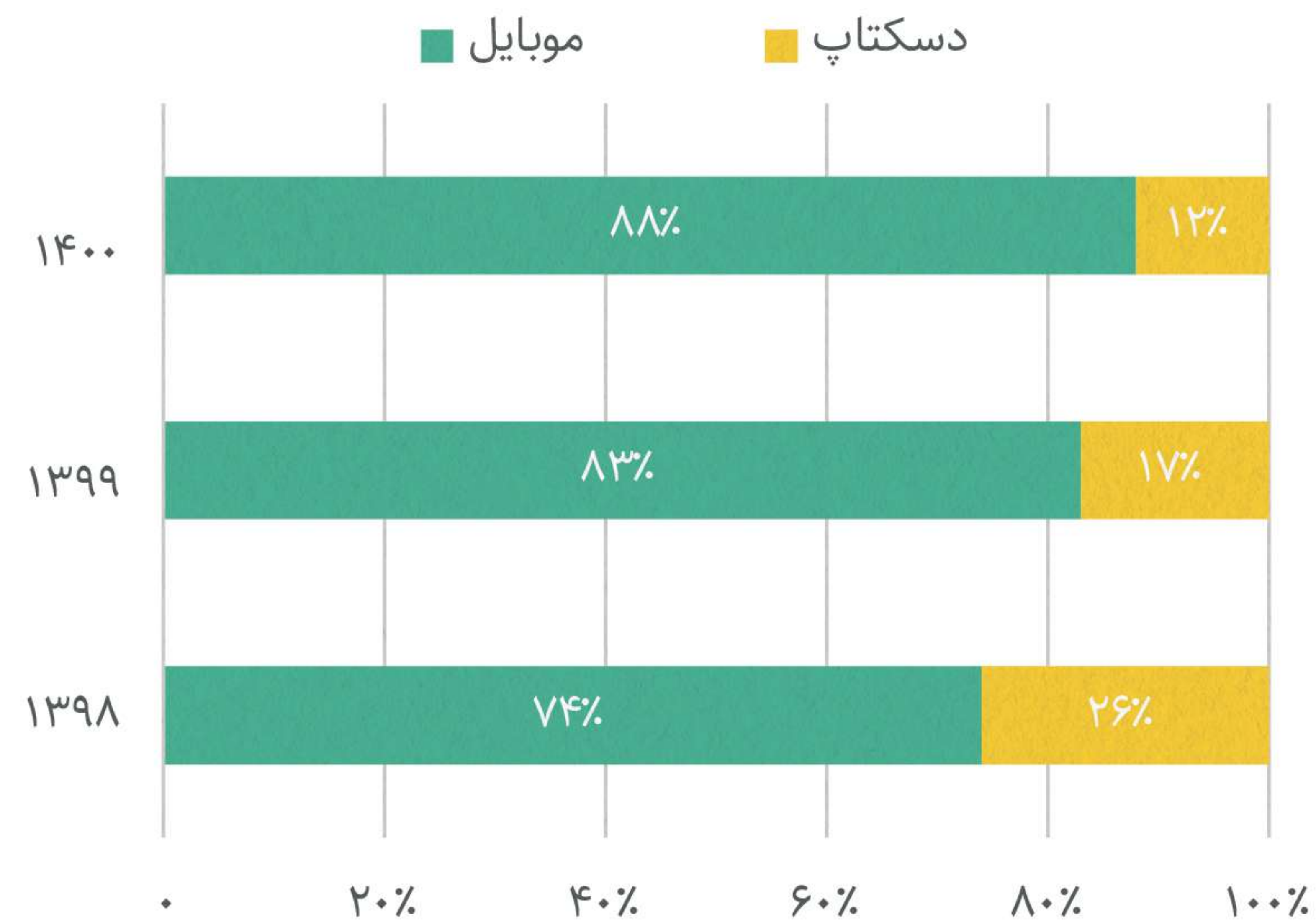
تبلیغات یکتانت ماهانه در ۱۲۸ میلیون دستگاه موبایل و دسکتاپ نمایش داده شده است.



متوسط ماهانه تعداد دستگاه‌های نمایش تبلیغات

در سه سال گذشته، میزان استفاده کاربران از دستگاه‌های موبایل برای وب‌گردی روندی افزایشی داشته است.

در سال گذشته، ۸۸ درصد از کاربران وبسایت‌ها برای وب‌گردی از دستگاه موبایل استفاده کرده‌اند.



نسبت استفاده کاربران از موبایل و دسکتاپ

ساعت اوج وب‌گردی کاربران در دستگاه موبایل بین ساعات ۱۹ تا ۲۴ است.

نسبت ترافیک هر ساعت به کل ترافیک روز (درصد)



ساعات شبانه روز

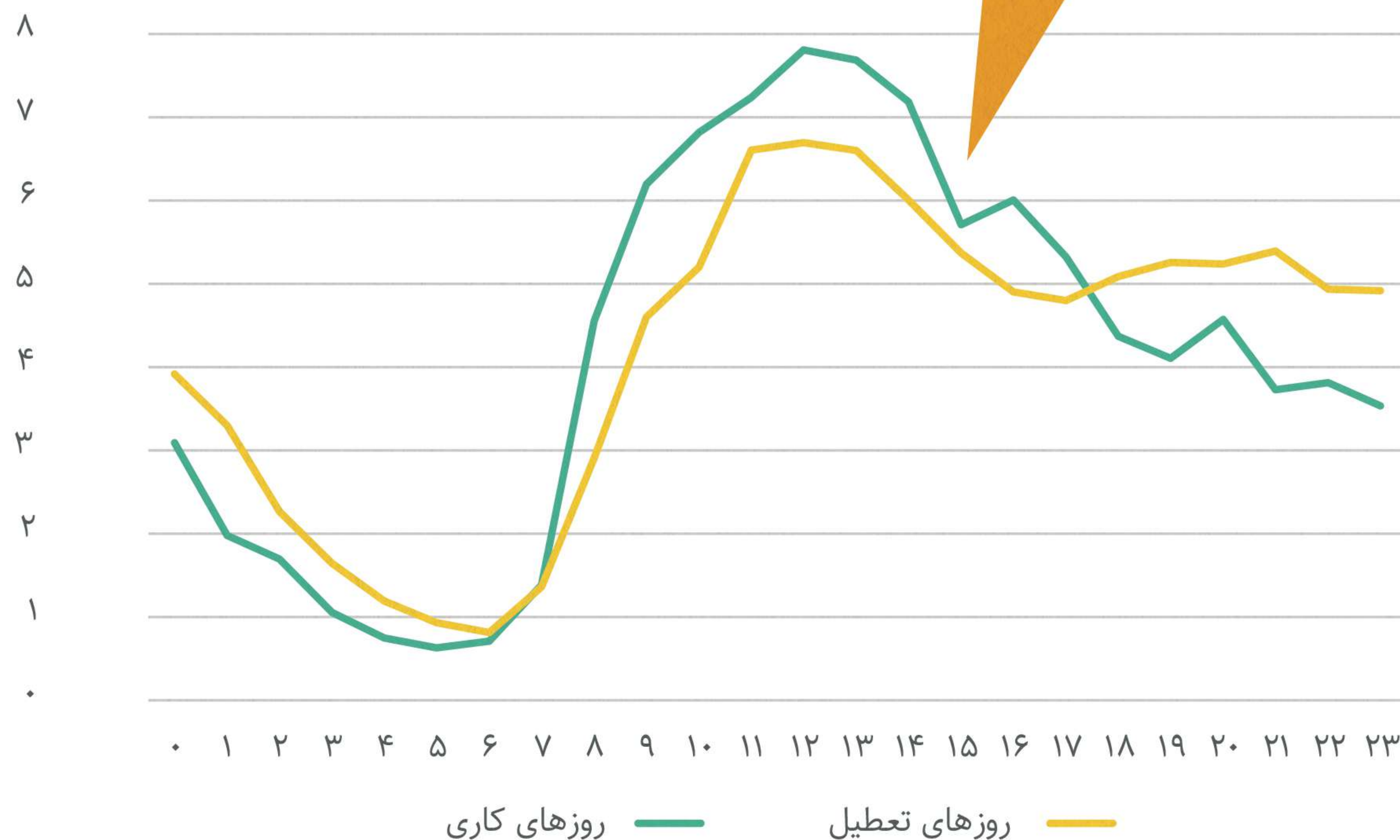
ترافیک صبحگاهی در روزهای کاری و تعطیل روند متفاوتی دارد. در روزهای تعطیل کاربران دیرتر وب‌گردی را آغاز می‌کنند.



مقایسه ترافیک روزهای کاری و غیرکاری هفته در طی شبانه روز در موبایل

ساعت اوج وب‌گردی کاربران در دسکتاپ بین ساعات ۱۰ تا ۱۴ است.

نسبت ترافیک هر ساعت به کل ترافیک روز (درصد)



افت جدی در ترافیک احتمالاً به دلیل تعطیلی ادارات

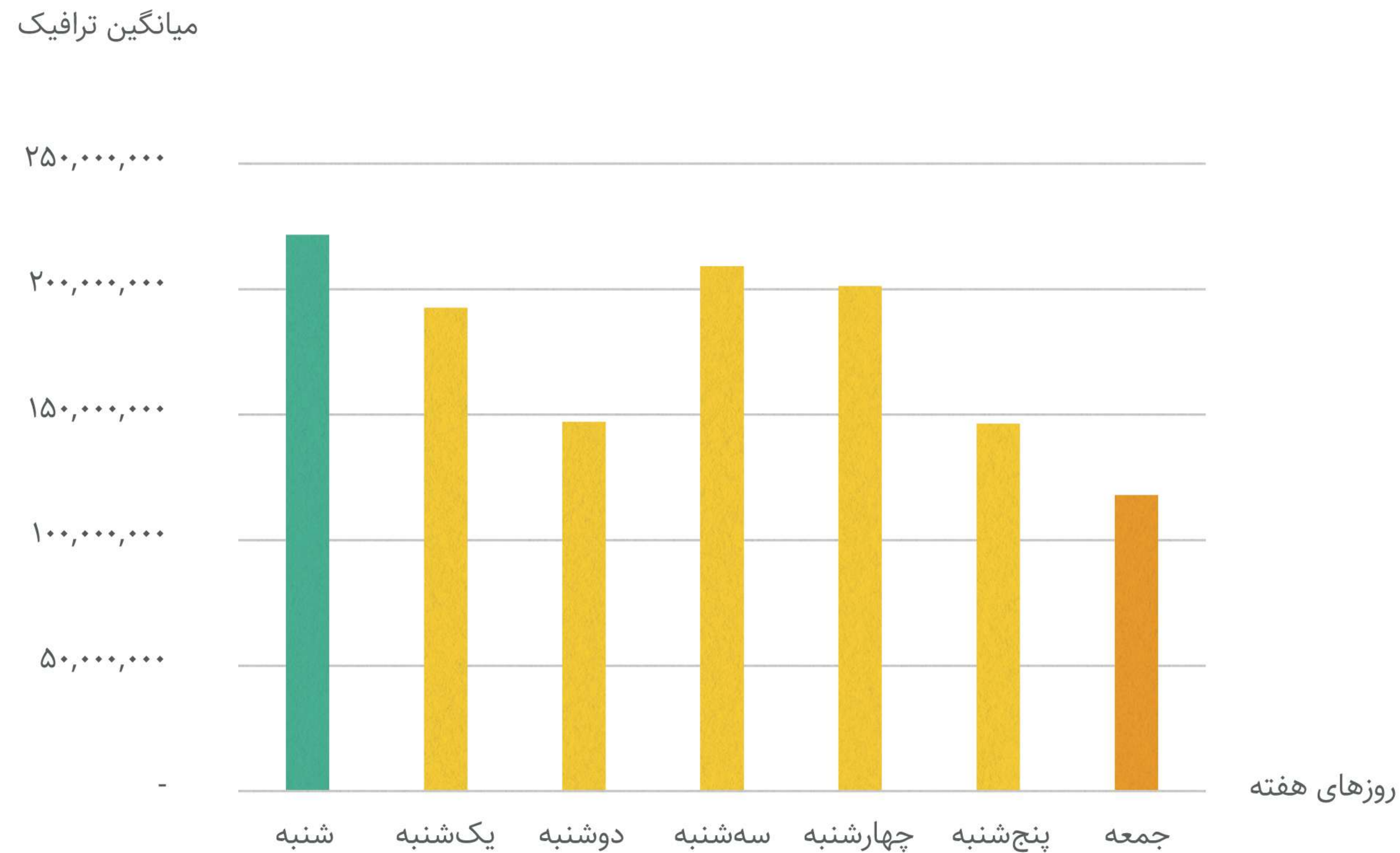
در روزهای تعطیل، ترافیک دسکتاپ از ساعت ۱۷ تا ۶ صبح از ترافیک در روزهای کاری پیشی می‌گیرد.

ساعات شبانه روز

مقایسه ترافیک روزهای کاری و غیرکاری هفته در طی شبانه روز در دسکتاپ



وبسایت‌های نمایش‌دهنده در روزهای **شنبه** و **سه‌شنبه** به طور میانگین ترافیک بیشتری از سایر روزهای هفته داشته‌اند.

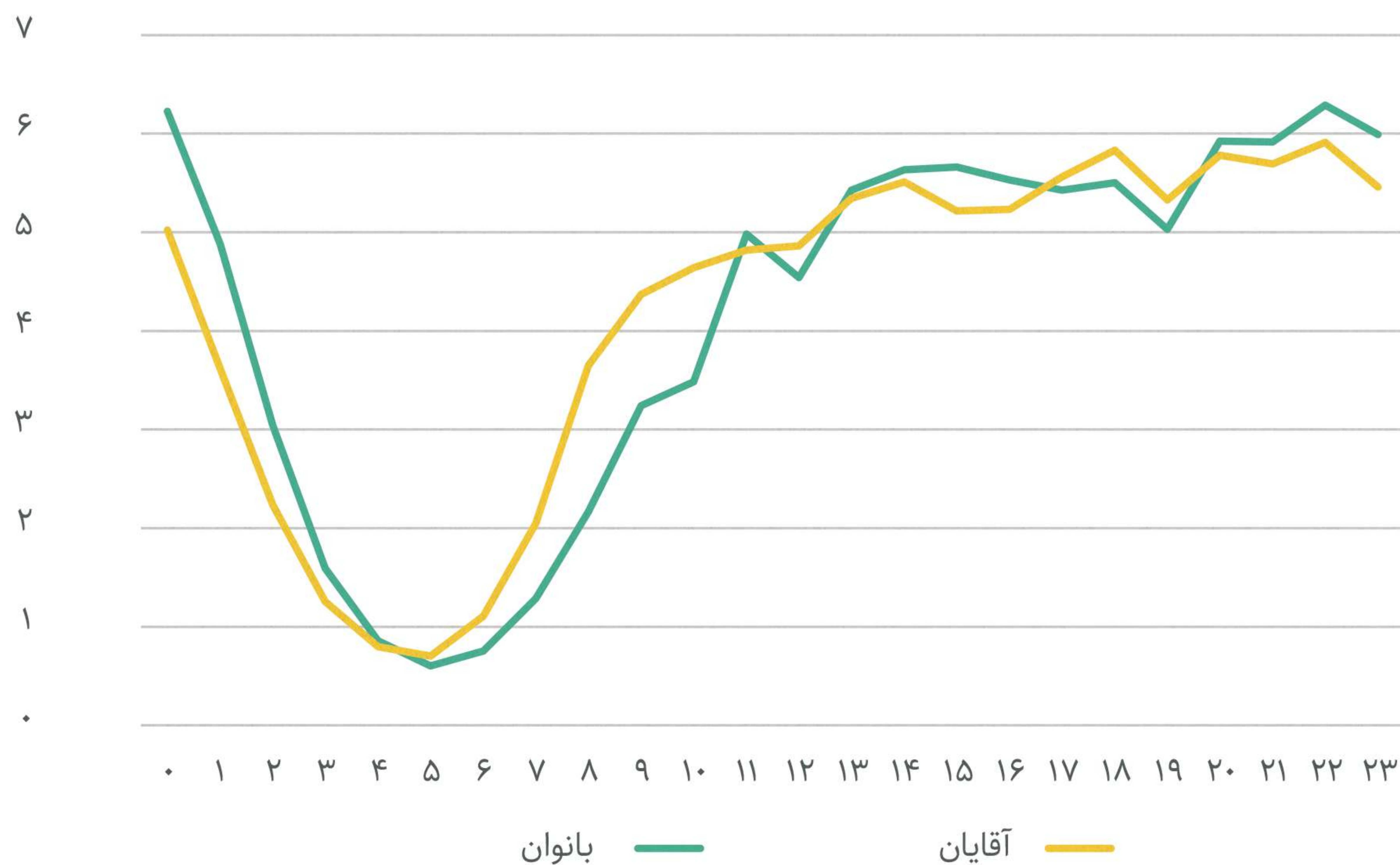


وبسایت‌های نمایش‌دهنده در روزهای آخر هفته به طور میانگین ترافیک کمتری از سایر روزهای هفته داشته‌اند.

میانگین ترافیک وبسایت‌های نمایش‌دهنده در روزهای هفته

شناخت رفتار مخاطبان هدف به کسب‌وکارها در برنامه‌ریزی کمپین‌های تبلیغاتی بسیار کمک می‌کند. اگر کسب‌وکار شما کالا یا خدمتی مخصوص خانم‌ها یا آقایان ارائه می‌کند، بررسی رفتار آن‌ها در وب‌گردی، اطلاعات جالبی را در اختیار شما قرار می‌دهد.

نسبت ترافیک خانم‌ها و آقایان در هر ساعت به کل ترافیک هر دسته (درصد)

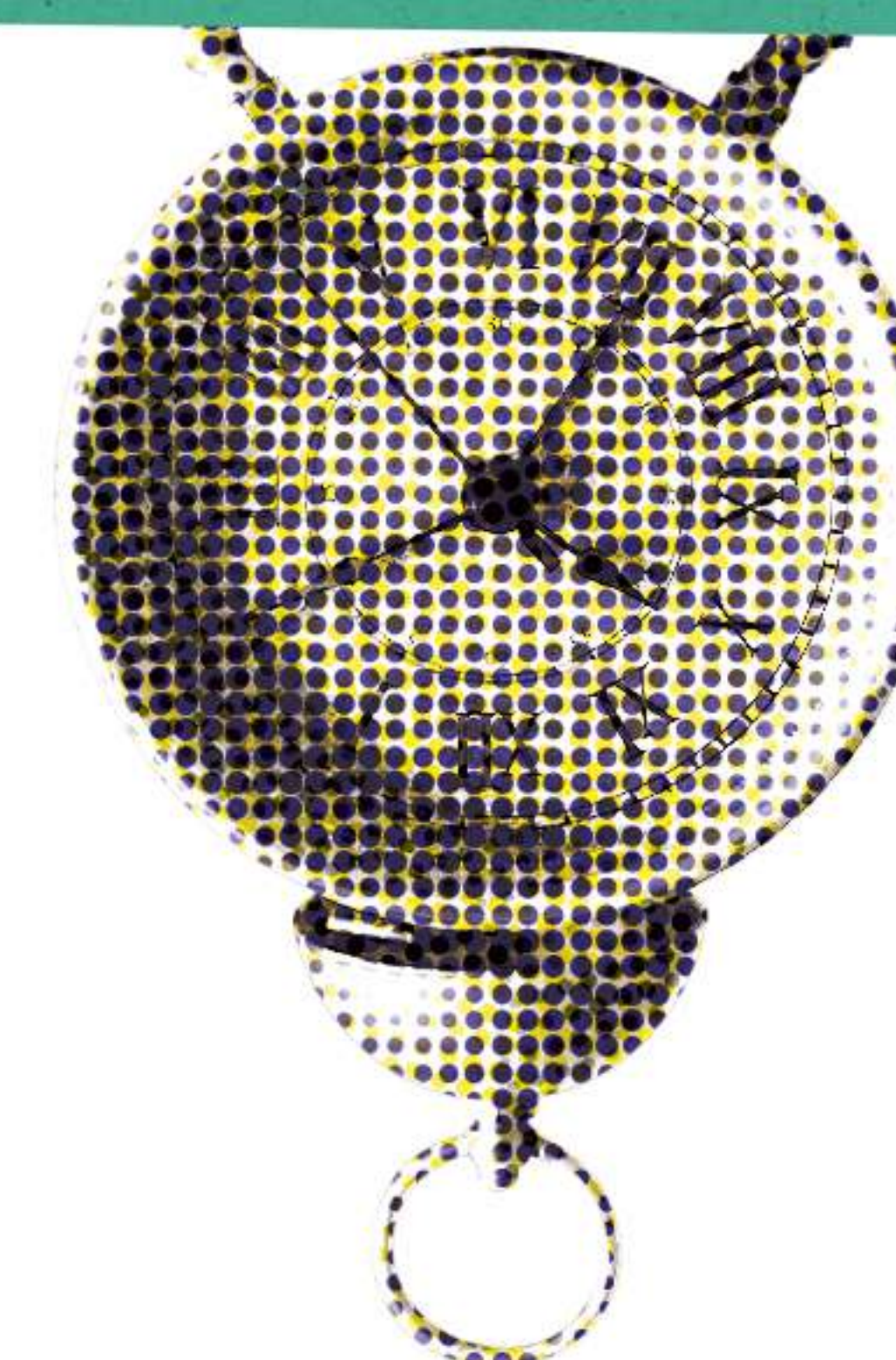


مقایسه ترافیک خانم‌ها و آقایان در طول شبانه‌روز

● توزیع ترافیک خانم‌ها و آقایان در طول روز نشان می‌دهد که آقایان وب‌گردی را زودتر آغاز می‌کنند.

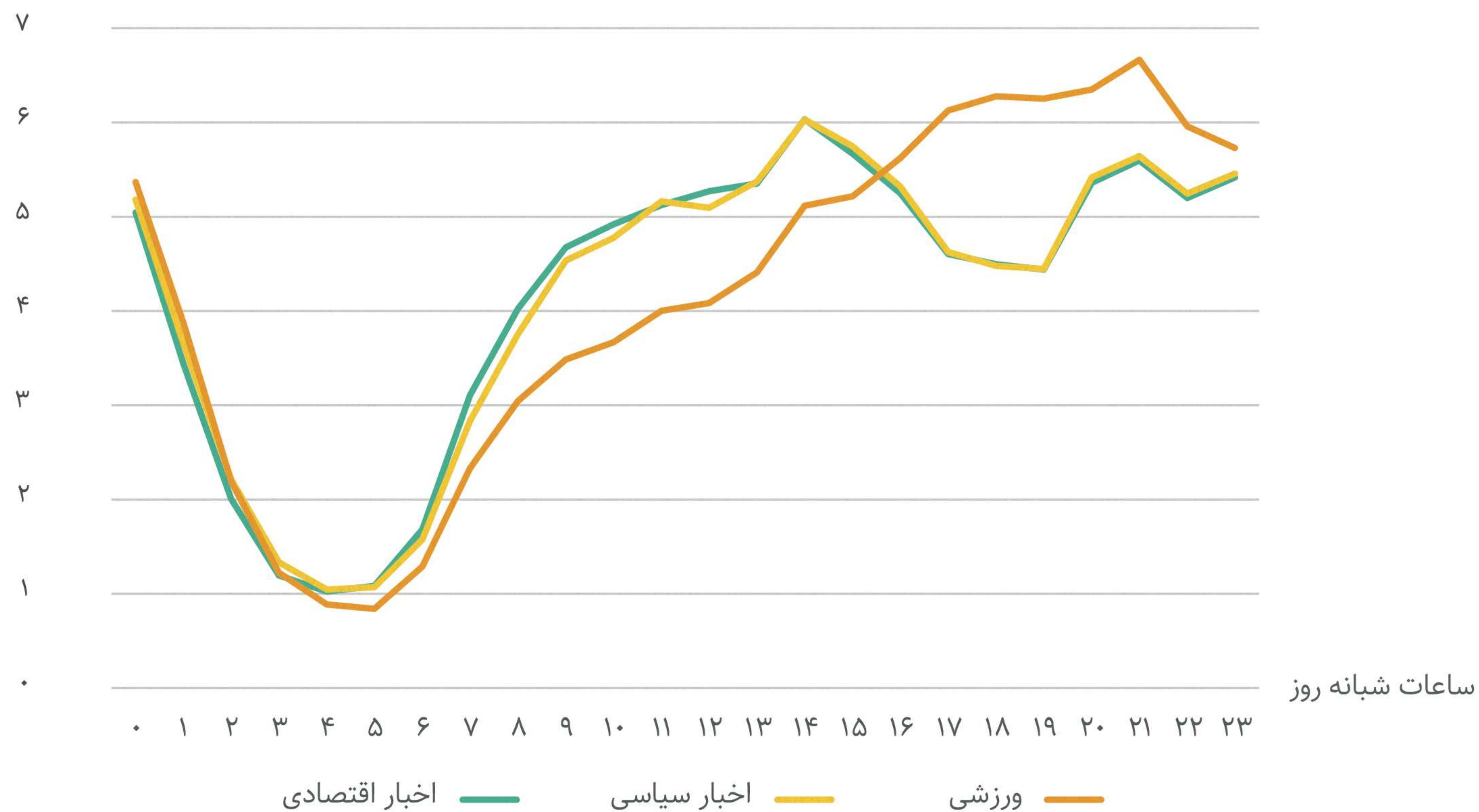
● از طرفی خانم‌ها در ساعات پایانی روز بیشتر وب‌گردی می‌کنند.

ساعات شبانه روز



روند ترافیک در صفحات با موضوع اخبار سیاسی شباهت زیادی با روند ترافیک در صفحات اخبار اقتصادی دارد.

نسبت ترافیک هر موضوع در هر ساعت به
کل ترافیک شبانه روز آن موضوع (درصد)



مقایسه روند ترافیک موضوعات مختلف در طی شبانه‌روز

ساعات ۱۰ تا ۱۵، اوج ترافیک در وبسایت‌های خبری سیاسی و اقتصادی است.

در ساعات انتهایی روز، افراد موضوعات ورزشی را بیشتر دنبال می‌کنند.



پشتیبانی و مشاوره



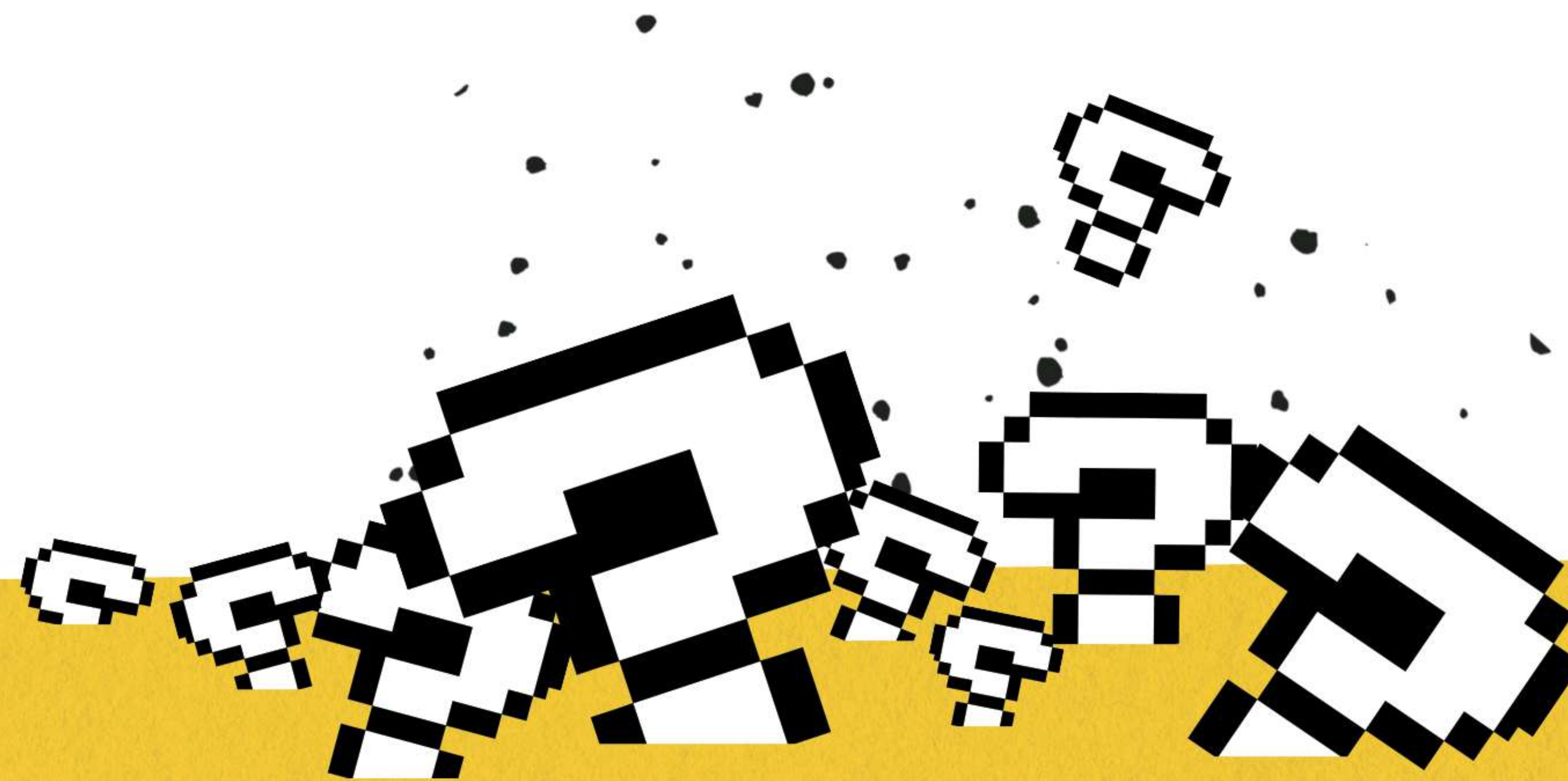
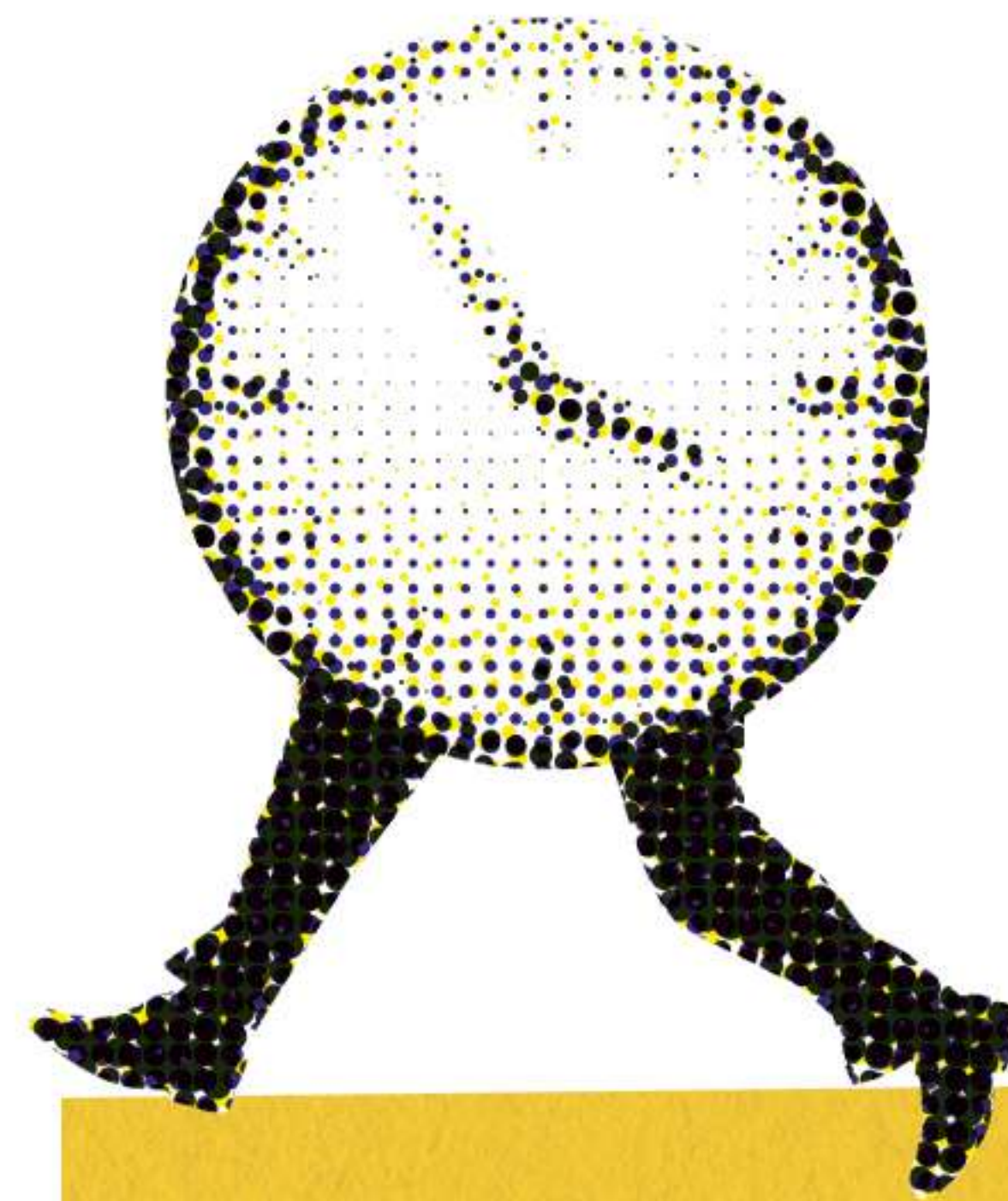
ما همواره در تلاشیم که به کسب‌وکارها کمک کنیم بهترین نتایج را از تبلیغات خود بگیرند. در این راستا، متخصصان دیجیتال مارکتینگ یکتانت پاسخگوی سوالات شما هستند.

در سال گذشته متخصصان یکتانت ۶۰۰۰ ساعت، مشاوره دیجیتال مارکتینگ به کسب‌وکارها ارائه داده‌اند.



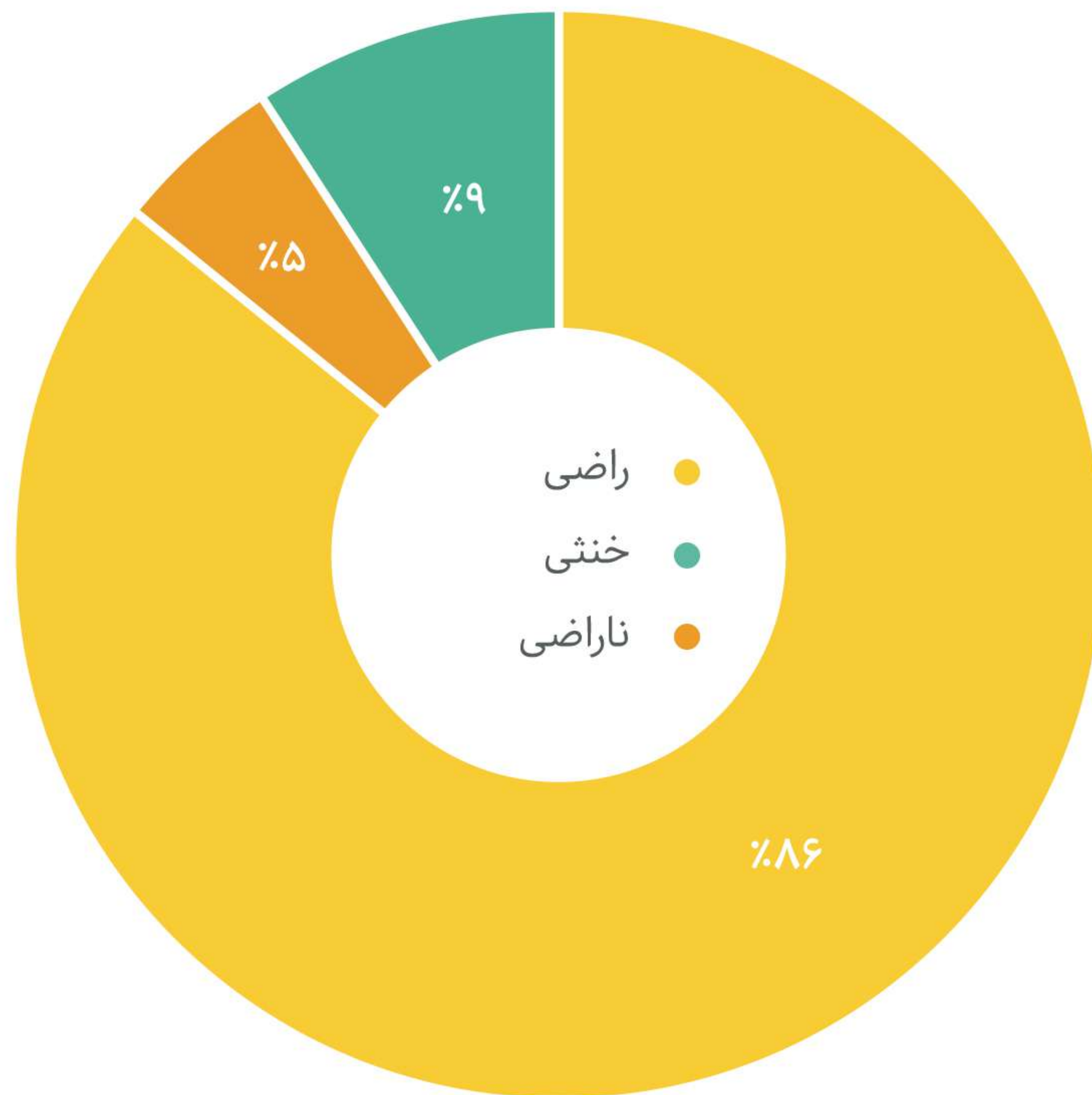
تیم پشتیبانی تبلیغ کنندگان یکتانت در سال گذشته به بیش از ۱۵ هزار تیکت پاسخ داده‌اند.

تیم پشتیبانی نمایش دهندگان یکتانت در سال گذشته به بیش از ۴ هزار تیکت پاسخ داده‌اند.



تیم پشتیبانی ما به طور میانگین در کمتر از ۴۶ دقیقه پاسخگوی تیکت‌های شما بوده است.

تلاش ما بر این است که با بهترین کیفیت خدمات خود را ارائه کنیم و در این راه همراه و مشاور شما باشیم. خوشحالیم که در سال گذشته توانسته‌ایم تا ۸۶ درصد رضایت شما را در پاسخ‌گویی به سؤالات جلب کنیم.



میزان رضایت مشتریان از پاسخ‌دهی به تیکت‌ها



در پلتفرم‌های تبلیغاتی، مسئولیت تولید و بارگذاری تبلیغات برعهده تبلیغ‌کنندگان است. تبلیغ‌کنندگان با شناختی که از محصول و مشتریان هدف خود دارند، می‌توانند محتوایی متناسب با اهداف مارکتینگ خود تولید و در سیستم بارگذاری کنند. در این میان، یکتانت وظیفه خود می‌داند که حافظ منافع سایت‌های نمایش‌دهنده و کاربران وب باشد و محتواهای باکیفیت و مناسبی نمایش دهد. بنابراین یکتانت بر محتواهای تبلیغاتی نظارت می‌کند تا از نمایش تبلیغات نامناسب، آزاردهنده و فریبنده جلوگیری کند.

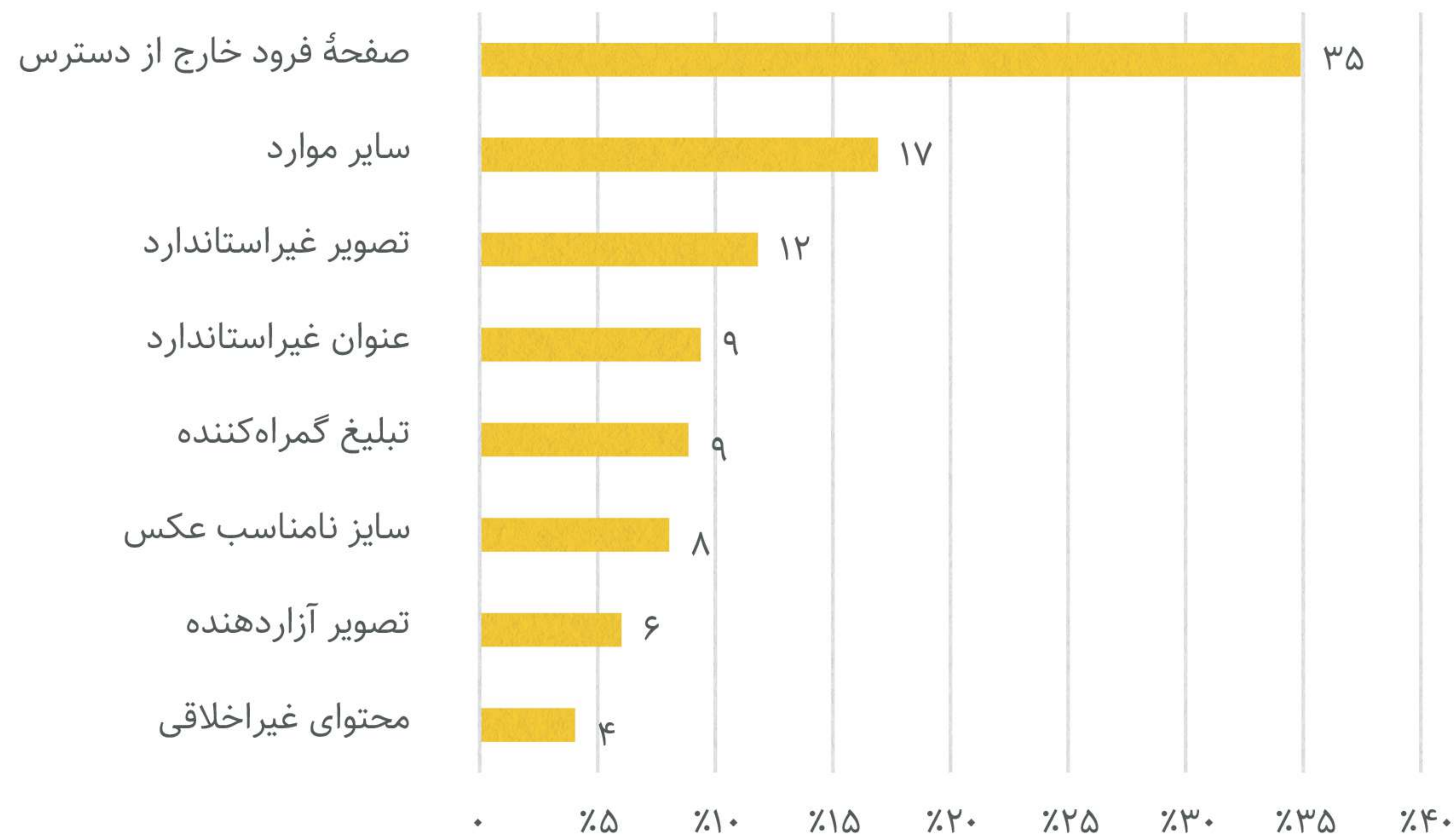
در سال گذشته، ۳۸۱۳ محتوای تبلیغاتی به دلیل مغایرت با قوانین مشخص شده، تایید نشده‌اند.

فرایند تایید محتوای تبلیغاتی به طور میانگین در کمتر از ۲۸ دقیقه انجام می‌شود.



قوانین تایید تبلیغات را می‌توانید از [اینجا](#) بخوانید.

در این نمودار می‌توانید علل تایید نشدن تبلیغات را مشاهده کنید.



دلایل تایید نشدن محتوا



REJECTED

REJECTED

REJECTED

REJECTED

REJECTED



STOP

تایید نشد

تایید نشد

تایید نشد

تایید نشد

تایید نشد

تایید نشد

تایید نشد

تایید نشد

تایید نشد

تایید نشد

تایید نشد

تایید نشد

تایید نشد

تیم یکتانت



ارزشمندترین دارایی و سرمایه یکتانت، تیم جوان و بانگیزه آن است. افرادی که در کنار هم برای خلق ارزشی که به آن باور دارند تلاش می‌کنند.



در پایان سال ۱۴۰۰ تیم یکتانت،
۴۱۷ نفره شد.





۵۱ درصد از همکاران ما آقا و ۴۹ درصد خانم هستند.

میانگین سنی تیم یکتانت ۲۶ سال است.



پنج سال از شروع مسیر ما می‌گذرد. در این پنج سال، روزهای پرفراز و نشیبی را پشت‌سر گذاشته‌ایم. خوشحالیم که در این راه، هر روز همراهی و اعتماد تعداد بیشتری از کسب‌وکارها را داشته‌ایم. ما با تکیه بر این اعتماد تلاش می‌کنیم تا جدیدترین سرویس‌های حوزه دیجیتال مارکتینگ را ارائه کنیم. باور داریم که رشد ما در گرو پیشرفت سایر کسب‌وکارهاست. داستان این رشد همچنان ادامه دارد...





مشتاقیم که نظرات شما را دربارهٔ این گزارش با هشتگ **#گزارش_سالانه_یکتانت** در توئیتر و سایر شبکه‌های اجتماعی بخوانیم و بشنویم.