

گزارش سال تبلیغات بازار



cafebazaar.ir

۱۳۹۹



فهرست

| | | | |
|----|--------------------------------------------------|----|------------------------------------------------------|
| ۳ | مقدمه | ۱۲ | توزیع قیمت نصب (CPI) |
| ۴ | ظرفیت‌های بازار | ۱۳ | نرخ تبدیل در «تبلیغات در جستجو» |
| ۴ | تعداد نصب فعال | ۱۴ | نرخ تبدیل در کلمات گسترده‌ی تبلیغات در جستجو |
| ۴ | تعداد کاربر ثبت نامی | ۱۴ | نرخ تبدیل کلمات پیشنهادی سیستم |
| ۵ | ابزارهای تبلیغات در بازار | ۱۵ | تبلیغات در گشت و گذار |
| ۶ | تبلیغات در جستجو | ۱۶ | میانگین بازدید روزانه‌ی صفحه‌ی جزئیات برنامه و بازی |
| ۶ | تبلیغات در گشت و گذار | ۱۷ | تبلیغات در ویدیو |
| ۶ | تبلیغات در ویدیو | ۱۸ | تبلیغات با هدف آگاهی از برند |
| ۶ | شیوه‌های تبلیغات در بازار در یک نگاه | ۱۹ | روند رشد تماشا در سرویس ویدیوی بازار |
| ۷ | تبلیغات با هدف نصب | ۱۹ | تعداد نمایش ماهانه آگهی در تبلیغات ویدیویی بازار |
| ۸ | تبلیغات در جستجو | ۲۰ | پربازدیدترین فیلم‌ها در ۸ ژانر برتر با بیشترین تبلیغ |
| ۹ | رکوردهای تبلیغات بازار | ۲۰ | بالاترین تعداد نمایش آگهی نسبت به جمعیت استان |
| ۱۰ | میانگین جستجوی روزانه‌ی بازی‌های بازار | ۲۱ | دسته‌بندی و تفکیک مخاطبان سرویس ویدیوی بازار |
| ۱۰ | میانگین جستجوی روزانه‌ی برنامه‌های بازار | ۲۲ | مشتریان تبلیغات در بازار |
| ۱۱ | ۲۰ جستجوی برتر اسم برنامه که منجر به نصب شده‌اند | ۲۳ | همکاری تپسل و بازار |
| ۱۱ | ۲۰ کلمه‌ای که بیشترین جستجو را داشته‌اند | ۲۴ | آکادمی تبلیغات در بازار |

مقدمه

بازار به عنوان فروشگاه برنامه‌های موبایل اندروید، سه شیوه‌ی تبلیغات و بازاریابی را در اختیار مدیران بازاریابی و دیجیتال مارکترها قرار داده است:

تبلیغات در جستجو

تبلیغات در گشت‌وگذار

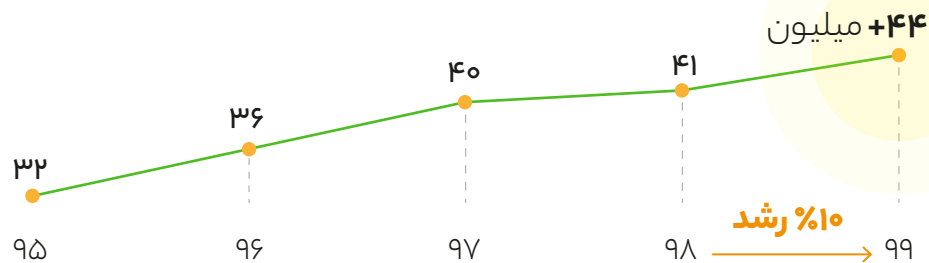
تبلیغات در ویدیو

هر کدام از این سه شیوه با توجه به هدف برند در زمان، رفتار و مخاطب هدف، امکان این را دارند که به هدف مورد نظر برندها نزدیک‌تر شوند.

گزارش سال ۱۳۹۹ رسانه‌های «تبلیغات در بازار» ابتدا ظرفیت‌های موجود در بازار را طرح کرده و سپس داده‌های مربوط به هر شیوه‌ی بازاریابی را نمایش می‌دهد.

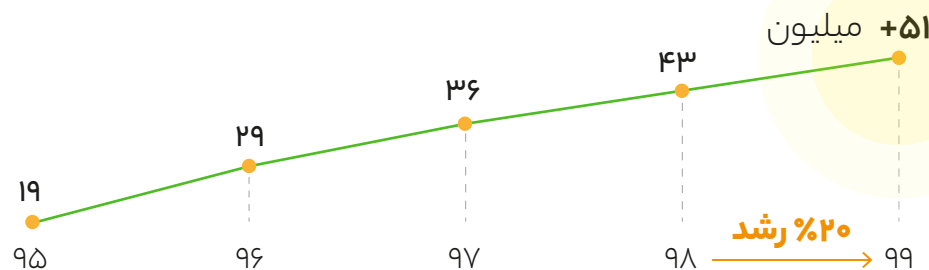


ظرفیت‌های بازار



تعداد نصب فعال^۱

در سال ۱۳۹۹ تعداد کل نصب فعال بازار به بیش از ۴۴ میلیون نفر رسید. بازار در این مدت نسبت به سال گذشته ۱۰ درصد رشد داشته است.



تعداد کاربر ثبت‌نامی^۲

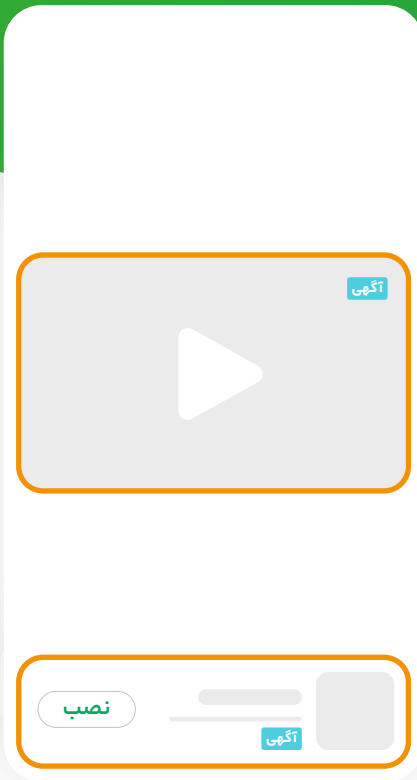
در سال ۱۳۹۹ تعداد کل کاربرانی که در بازار حساب کاربری ساخته‌اند، به بیش از ۵۱ میلیون نفر رسید.

۱. تعداد کاربرانی که در طول ۲ ماه گذشته از زمان گزارش‌گیری، برنامه‌ی بازار روی گوشی همراه آنها نصب بوده است.
۲. تعداد کاربرانی که در بازار حساب کاربری ساخته‌اند. استفاده از امکانات عمومی بازار مثل دانلود برنامه نیازی به ساخت حساب کاربری ندارد.

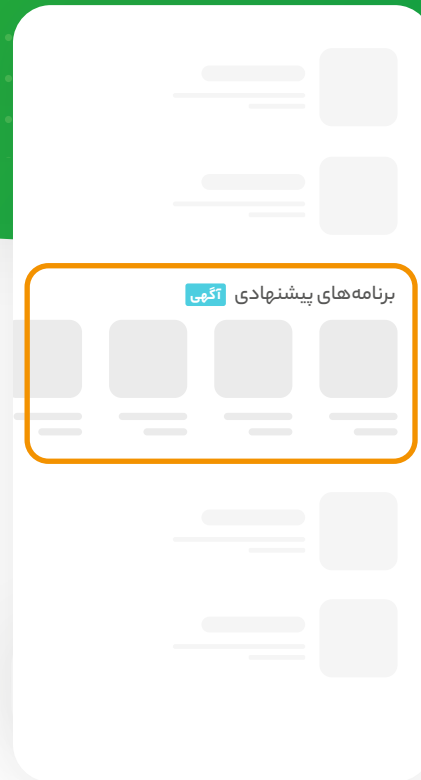


ابزارهای تبلیغات در بازار

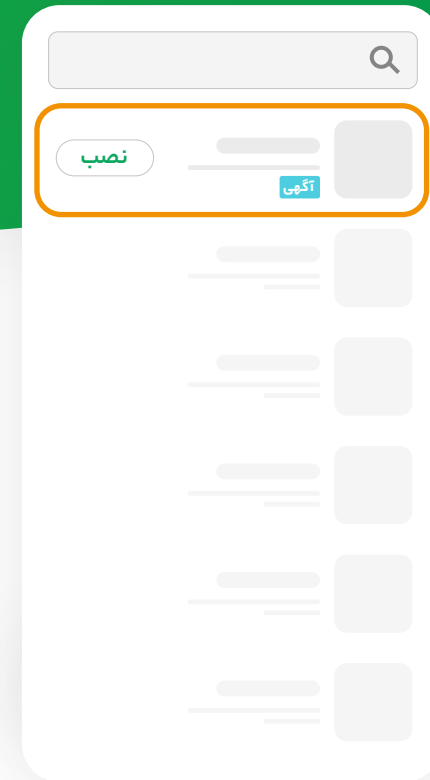
تبلیغات در ویدیو



تبلیغات در گشت‌وگذار



تبلیغات در جستجو



شیوه‌های تبلیغات در بازار در یک نگاه (سال ۱۳۹۹)

تعداد نصب‌های به دست آمده
از «تبلیغات در جستجو»

+۲۳,۰۰۰,۰۰۰

میانگین تعداد بازدید روزانه
ردیف «تبلیغات در گشت و گذار»

+۲۶,۰۰۰,۰۰۰

تعداد آگهی پخش شده‌ی
ویدیویی با هدف نصب یا آگاهی
از برند در «تبلیغات در ویدیو»

+۷۴۲,۰۰۰,۰۰۰

تبلیغات در گشت و گذار

«تبلیغات در گشت و گذار» ردیفی در صفحه‌ی جزییات برنامه^۲ است که هنگام نصب برنامه به کاربر نشان داده می‌شود. تبلیغ‌دهنده در این شیوه، تنها بودجه را مشخص می‌کند و باقی کار بر عهده‌ی بازار است. «تبلیغات در گشت و گذار» نمایش برنامه‌ی تبلیغ‌دهنده در قسمت «برنامه‌های پیشنهادی» است.

تبلیغات در ویدیو

«تبلیغات در ویدیو» هنگام تماشای ویدیو در مقاطع مختلف به کاربر نمایش داده می‌شود. این نوع تبلیغات در بخش ویدیوی بازار به صورت پیش از ویدیو^۳ و میانه‌ی ویدیو^۴ نمایش داده می‌شود. این نوع از تبلیغات برای افزایش آگاهی از برند^۵ یا تبلیغات با هدف نصب، می‌تواند مناسب باشد. سیستم تبلیغات ویدیویی بازار^۶ بر مبنای مزایده است؛ تبلیغ‌دهنده بودجه‌ای را مشخص می‌کند و پس از بررسی تیم «تبلیغات در ویدیو» پاسخ داده خواهد شد. این تبلیغات می‌تواند با CTA^۷ مثلاً نصب برنامه و بازی یا هدایت به صفحه فرودی باشد.

تبلیغات در جستجو

روش «تبلیغات در جستجو» فرصتی فراهم می‌کند تا تبلیغ‌دهنده بتواند برنامه‌ی خود را به عنوان اولین نتیجه در جستجو به کاربران بازار نمایش دهد. نتیجه‌ی این تبلیغات، نمایش برنامه‌ها به دامنه‌ی گسترده‌تری از کاربران بازار و افزایش تعداد نصب برنامه‌ها و بازی‌ها است. «تبلیغات در جستجو» براساس مکانیزم مزایده‌ی قیمت دوم^۱ کار می‌کند.

این مکانیزم براساس میزان ارتباط کلمه یا عبارتی که توسط کاربران جستجو می‌شود با برنامه‌ها و بازی‌های موجود، کار می‌کند. برنده‌ی مزایده در ردیف اول نتایج جستجو به کاربران نمایش داده می‌شود. تبلیغ‌دهندگان این امکان را دارند تا در پیشخان «تبلیغات در جستجو»، «کمپین» تعریف کنند و در کمپین‌ها «کلیدواژه» و «قیمت پیشنهادی برای هر کلیدواژه» را ثبت کنند. براساس واژه‌های جستجو شده توسط کاربر، میزان ارتباط عبارت جستجو شده با برنامه‌ها و مبلغی که تبلیغ‌دهنده برای آن کلیدواژه پیشنهاد داده، آگهی برنامه‌ی برنده در اولین نتیجه‌ی جستجو در پس‌زمینه‌ی آبی یا به همراه تگ آگهی نشان داده می‌شود.

۱. روش مزایده‌ی تبلیغات در جستجو: مزایده‌ی قیمت دوم (Second-Price Auction): در الگوریتم مزایده‌ی قیمت دوم، برنده‌ی مزایده برای هر نصب مبلغ دومین برنده را پرداخت می‌کند.

۲. App details. ۳. Pre-roll. ۴. Mid-roll. ۵. Brand awareness. ۶. Call to action. ۷. performance-based ads.

تبلیغات با هدف نصب

Performance-based advertising

منظور از این نوع تبلیغات، روش‌هایی است که منجر به نصب برنامه یا بازی موبایلی می‌شود. «تبلیغات در جستجو»، «تبلیغات در گشت و گذار» و «تبلیغات در ویدیو» روش‌هایی هستند که تبلیغ دهنده را به نصب برنامه یا بازی می‌رسانند.

تبلیغات در جستجو

در سال ۱۳۹۹

تعداد کل جستجوها در بازار

+۲,۸۰۰,۰۰۰,۰۰۰



تعداد نصب‌های به دست آمده
با «تبلیغات در جستجو»

+۲۳,۰۰۰,۰۰۰



تعداد برنامه‌هایی که با استفاده از «تبلیغات
در جستجو» موفق به نصب گرفتن شدند.

۱,۱۵۹





رکوردهای تبلیغات بازار

در روش «تبلیغات در جستجو»



۱۱۴,۶۲۷

رکورد تعداد کل نصب‌ها
در یک روز



۲۲۰

رکورد مجموع بازی و برنامه فعال
در سیستم تبلیغات در جستجو
در یک روز



۴۷

رکورد تعداد بازی‌هایی که
در یک روز نصب گرفته‌اند

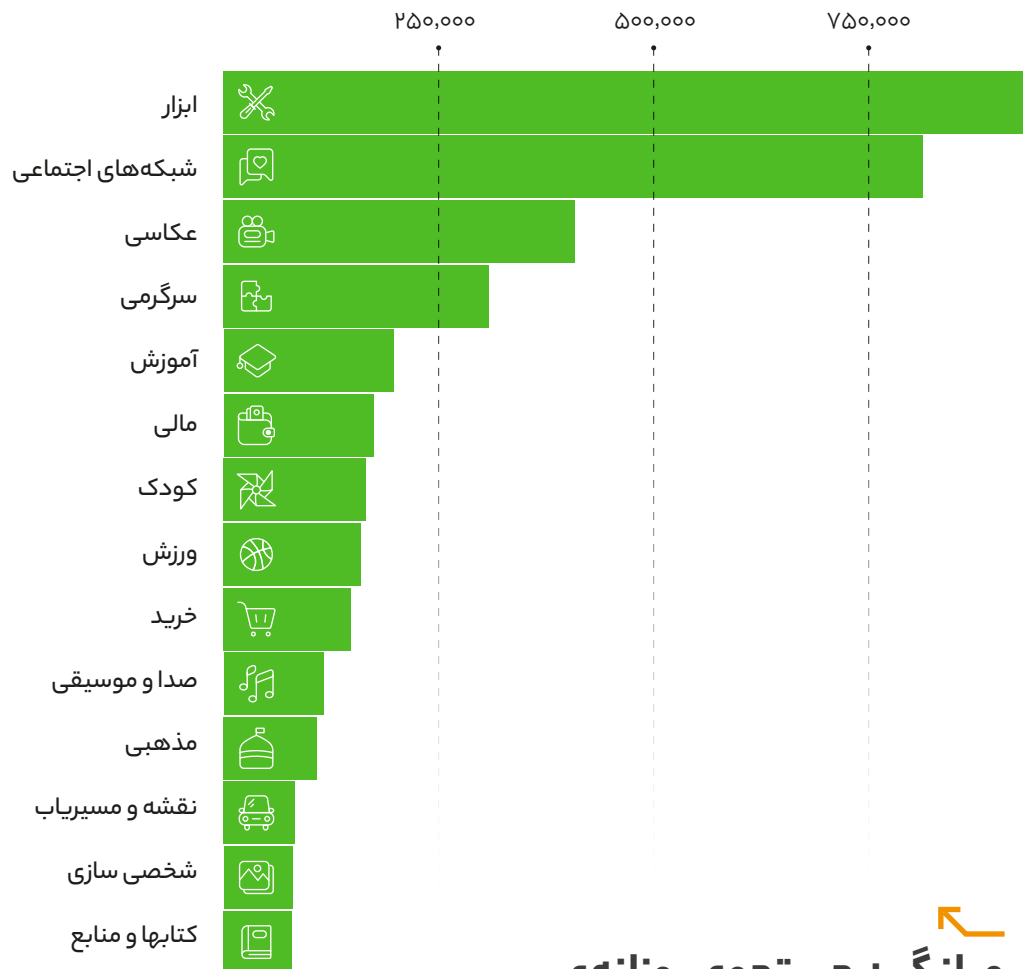


۱۸۳

رکورد تعداد برنامه‌هایی که
در یک روز نصب گرفته‌اند

دسته‌بندی برنامه‌ها

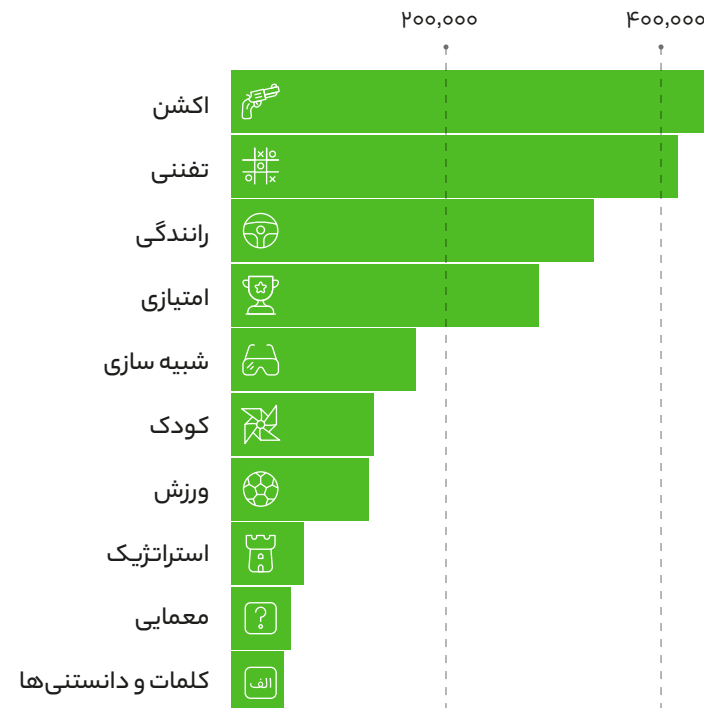
میانگین جستجوی روزانه‌ی سال ۹۹



میانگین جستجوی روزانه‌ی
برنامه‌های بازار در سال ۱۳۹۹

دسته‌بندی بازی‌ها

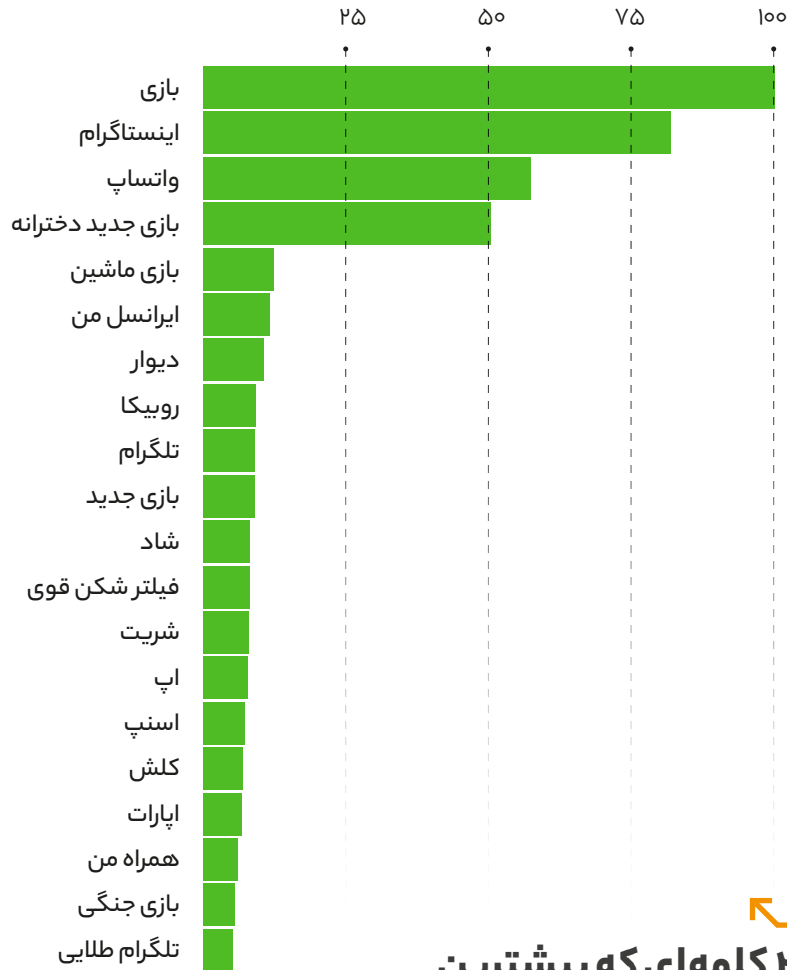
میانگین جستجوی روزانه‌ی سال ۹۹



میانگین جستجوی روزانه‌ی
بازی‌های بازار در سال ۱۳۹۹

کلمات جستجو شده

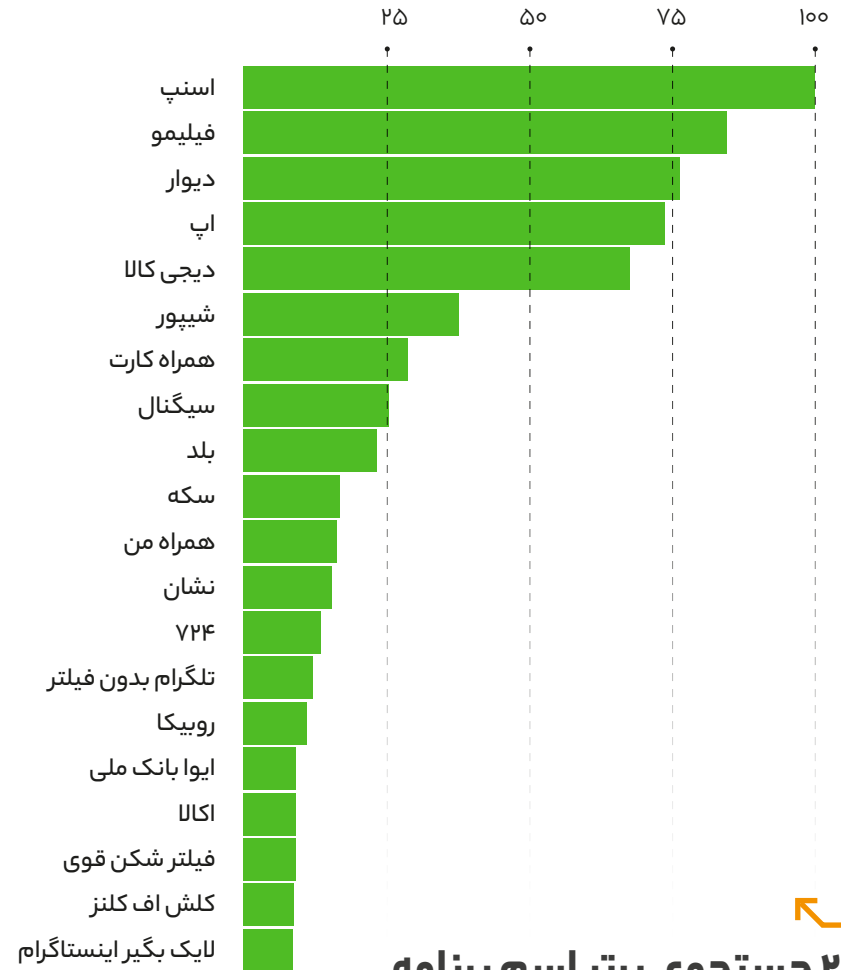
میزان جستجوی تجمعی در سال ۹۹



۲۰ کلمه‌ای که بیشترین جستجو را داشته‌اند

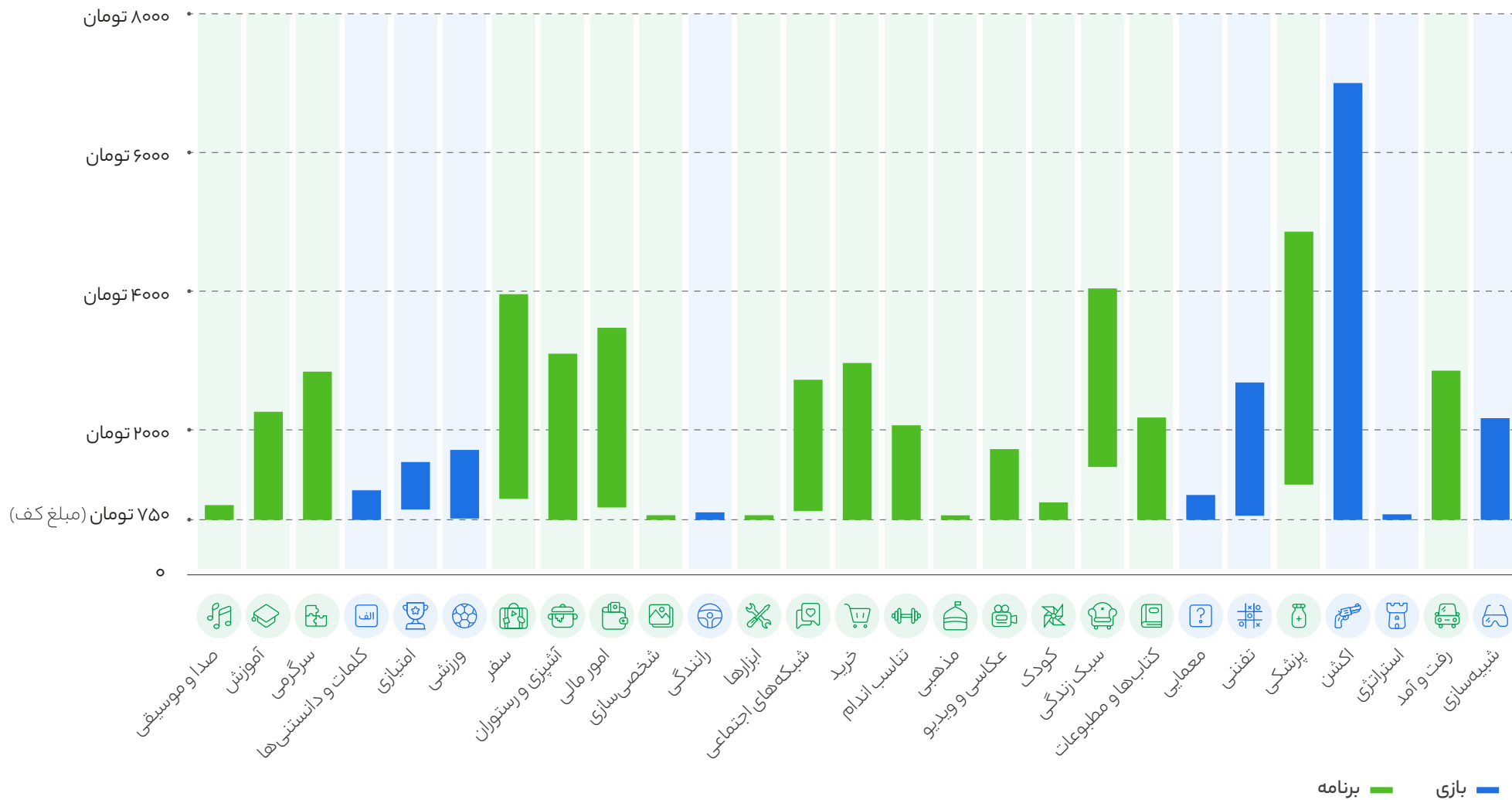
برنامه‌ی جستجو شده

میزان جستجوی تجمعی در سال ۹۹



۲۰ جستجوی برتر اسم برنامه که منجر به نصب شده‌اند

توزیع قیمت نصب (CPI) در دسته‌های بازی و برنامه



نرخ تبدیل در ((تبلیغات در جستجو)) Conversion

بر اساس داده‌ها، تبلیغات در بازار، برنامه‌ها را به جامعه‌ی هدف متصل می‌کند. از هر ۱۰۰۰ تبلیغ نمایش داده شده، ۱۲.۴ برنامه و بازی به مرحله‌ی نصب رسیده‌اند.



۱۲.۴



۱۰۰۰

نرخ تبدیل برای کلمات پیشنهادی سیستم



علاوه بر کلماتی که تبلیغ‌کنندگان برای دیده شدن محصول، هنگام جستجوی کاربران انتخاب می‌کنند، سیستم نیز مجموعه‌ای از کلمات مشابه را به برنامه پیشنهاد می‌دهد.

بر اساس آمارهای بازار، کلمات انتخاب شده توسط سیستم، دقت و کیفیت بیشتری نسبت به کلمات انتخابی توسط تبلیغ‌کنندگان دارد.

نرخ تبدیل کلیدواژه‌های
پیشنهادی «تبلیغات در جستجو»:

۲۰۷۸۶۳%

نرخ تبدیل کلیدواژه‌های
انتخابی توسط تبلیغ‌کننده:

۱۰۵۲۸۶%

نرخ تبدیل^۱ در کلمات گسترده‌ی «تبلیغات در جستجو»



بر اساس کلماتی که در نتایج جستجو انتخاب می‌کنید، آگهی شما نمایش داده می‌شود؛ اما همواره کلمات مرتبط دیگری نیز وجود دارد که انتخاب نشده‌اند. این کلمات یا عباراتی که در بازار جستجو شده‌اند و ارتباط معناداری - از نظر رفتار کاربر در جستجو - به موارد انتخابی شما دارند و به کلیدواژه‌ی انتخابی شما مرتبط هستند، به عنوان Broad Match^۲ در نظر گرفته می‌شود.

به عنوان مثال:

اگر شما ترکیب «همراه بانک» را انتخاب کرده باشید، ترکیب‌هایی مثل «کارت به کارت»، «واریز آنلاین»، «Bank» و بسیاری ترکیب‌های دیگر نیز در نظر گرفته می‌شود.

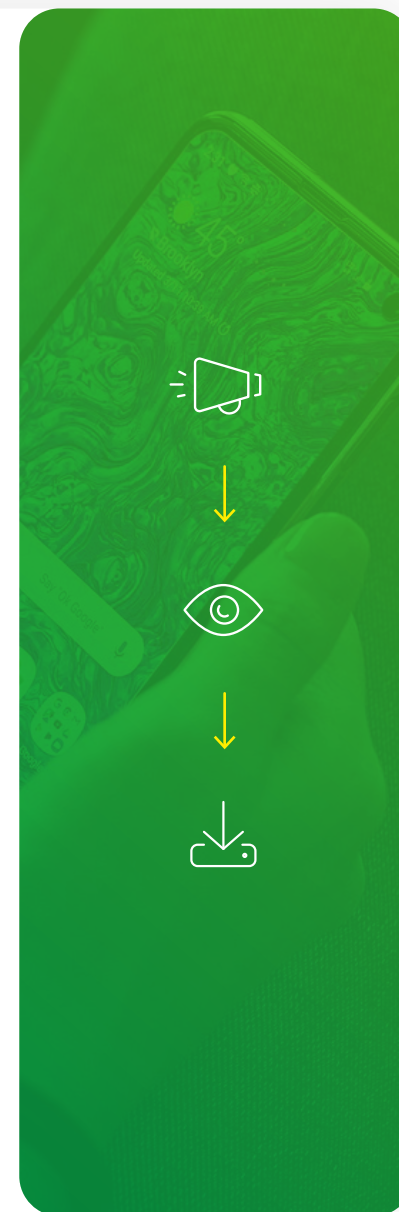
این را در نظر داشته باشید که دقت و کیفیت این کلمات با کلمات اصلی انتخاب شده، اختلاف کمی با یکدیگر دارند و نرخ تبدیل این گزاره را کاملاً نشان می‌دهد. عملکرد این کلمات در مقایسه با کلماتی که در سیستم توسط کاربران جستجو شده‌اند:

مدل جراحی گسترده:
Broad

۱۰۷۲۶۷%

کلیدواژه‌های عادی:
Not Broad

۱۰۹۵۰۴%



Conversion .۱

۲. اگر مبلغ انتخابی برای کلیدواژه از مبلغ موجود برای عبارتهای Broad Match بالاتر باشد و در مزایده برنده شود.



رکورد نمایش آگهی تبلیغات در گشت‌وگذار
در یک روز (متعلق به یک بازی)



+ ۸,۷۰۰,۰۰۰

نسبت بازدید روزانه از صفحه جزئیات
در دسته بازی‌ها به کل بازدید روزانه



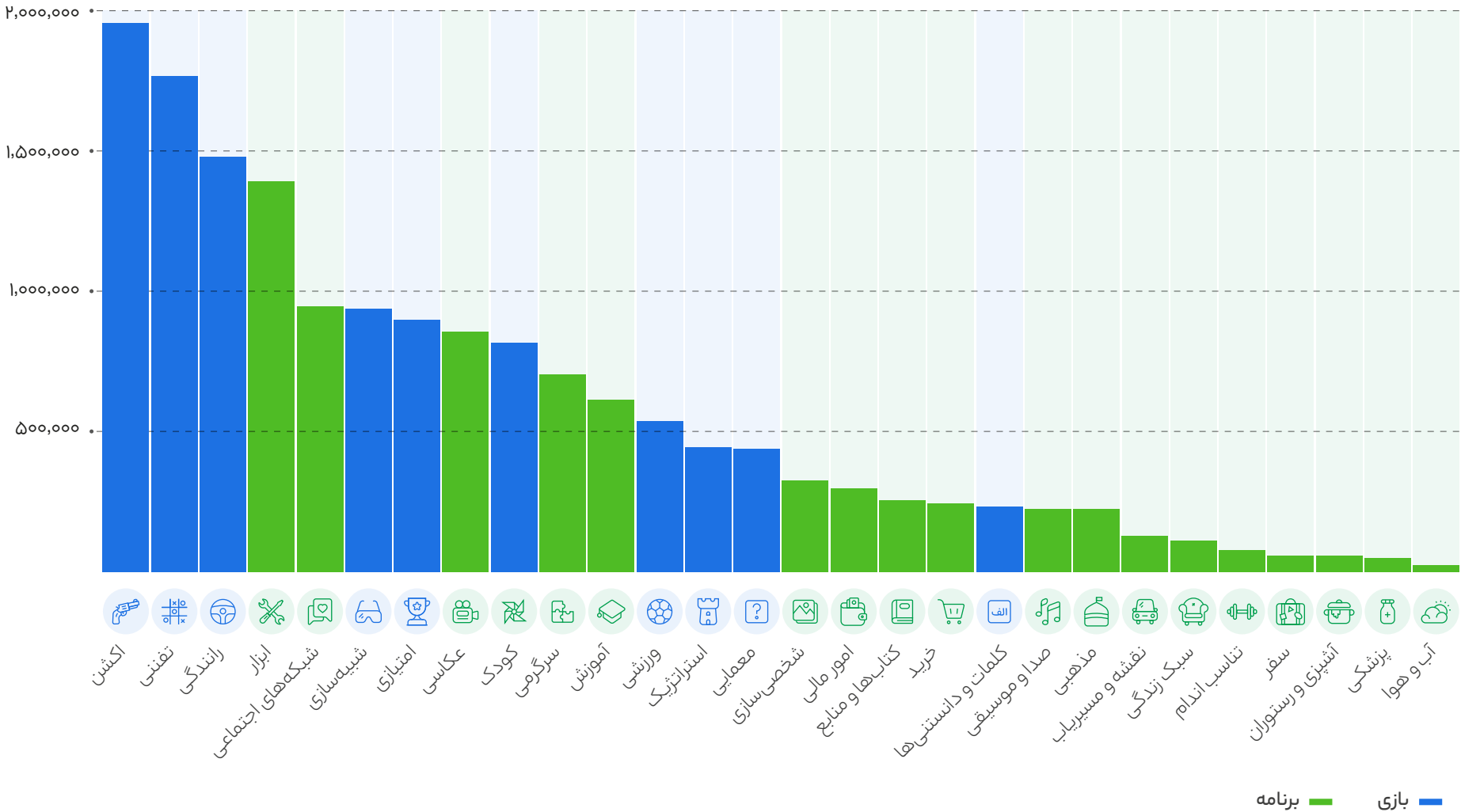
%۵۹

تبلیغات در گشت‌وگذار

در سال ۱۳۹۹

میانگین بازدید روزانه‌ی صفحه‌ی جزئیات برنامه و بازی به تفکیک دسته‌بندی

بازدید روزانه



بیشترین کاربر غیرتکراری ماهانه
که تبلیغ یک برنامه را دیده‌اند



+۲,۲۵۰,۰۰۰

رکورد مجموع نصب به دست آمده
در یک روز از تبلیغات در ویدیو



۱۲,۰۰۰

تبلیغات در ویدیو

در سال ۱۳۹۹

تبلیغات با هدف آگاهی از برند^۱

در سال ۱۳۹۹

مجموع دقائق تماشای ویدیو
توسط کاربران بازار در یک ماه



+۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰

تعداد نمایش روزانه‌ی
تبلیغات ویدیویی در بازار



+۵,۰۰۰,۰۰۰

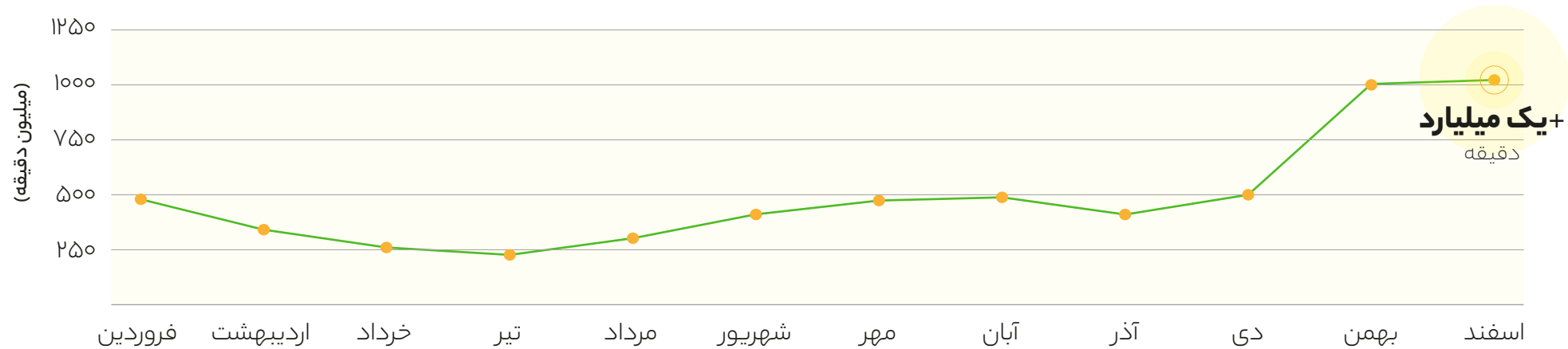
بیشترین تعداد کاربر غیرتکراری ماهانه که
تبلیغات ویدیویی بازار را دیده‌اند (بهمین ۹۹)



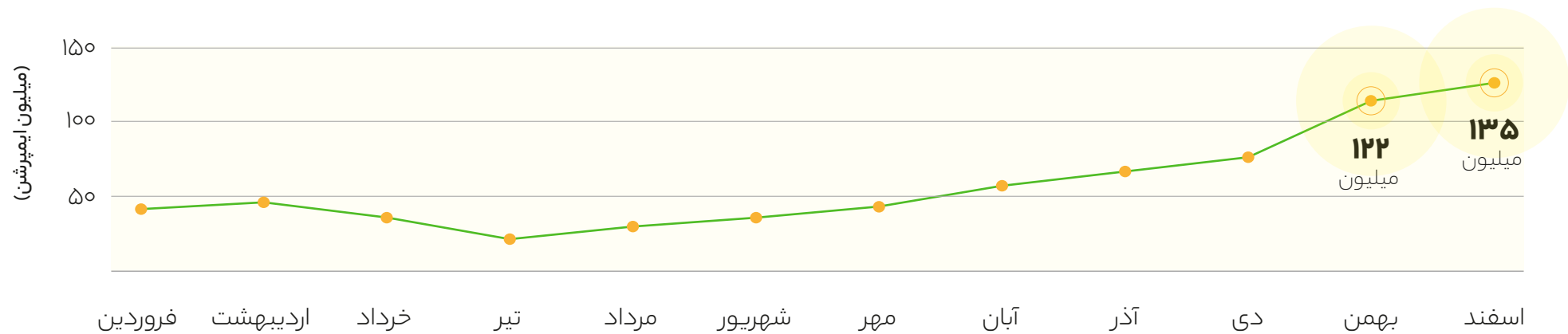
+۴,۵۰۰,۰۰۰

۱. Awareness advertising

رشد تماشا در سرویس ویدیوی بازار (سال ۱۳۹۹)



تعداد نمایش ماهانه آگهی در تبلیغات ویدیوی بازار (سال ۱۳۹۹)



بالاترین تعداد نمایش آگهی^۱ نسبت به جمعیت استان

«ضریب نفوذ تبلیغات ویدیویی به تفکیک استان» به معنی این است که در هر استان چه میزانی از جمعیت تبلیغات ویدیویی بازار را دیده‌اند. بیشترین تعداد نمایش آگهی نسبت به جمعیت استان به ترتیب متعلق به استان‌های یزد، بوشهر، تهران، سمنان و اصفهان است. در استان یزد و بوشهر، هر نفر به طور متوسط در ماه ۳ تبلیغ در بازار دیده است.



ضریب نفوذ

نمایش آگهی

جمعیت

استان اول

۳.۲۳

۳,۶۸۱,۰۶۷

۱,۱۳۸,۵۳۳

استان یزد

۲.۹۲

۳,۴۰۳,۳۶۳

۱,۱۶۳,۴۰۰

استان بوشهر

۲.۵۹

۳۴,۴۳۱,۹۹۴

۱۳,۲۶۷,۶۳۷

استان تهران

۲.۳۲

۱,۶۳۲,۴۴۰

۷۰۲,۳۶۰

استان سمنان

Impression.۱

پربازدیدترین فیلم‌ها در ۸ ژانر برتر که بیشترین تبلیغ روی آنها نمایش داده شده



زن شگفت‌انگیز ۱۹۸۴

عملی-تخیلی



تگراس ۲

خانوادگی



سامورایی در برلین

کمدی



بچه رئیس

انیمیشن



آنابل: آفرینش

ترسناک



سکوت مطلق

هیجان‌انگیز



۵۰ کیلو آبالو

عاشقانه



شزم

اکشن



دسته‌بندی و تفکیک مخاطبان سرویس ویدیوی بازار

کل زمان تماشای ویدیو در بازار در سال ۱۳۹۹



آقایان و خانمهای
۲۵ تا ۳۵ ساله

مستقل از جنسیت، ۳۸ درصد از کسانی که محتوای ویدیویی بازار را انتخاب می‌کنند، بین ۲۵ تا ۳۵ سال سن دارند.

کل زمان تماشای ویدیو در بازار در سال ۱۳۹۹



خانمهای
۲۵ تا ۳۵ ساله

آقایان
۲۵ تا ۳۵ ساله

خانمهای بین ۲۵ تا ۳۵ سال، بزرگ‌ترین جامعه‌ی مخاطبان بخش ویدیوی بازار بوده‌اند و با ۲۰.۹ درصد، بیشترین زمان تماشای محتوای ویدیویی را در اختیار داشته‌اند. آقایان بین ۲۵ تا ۳۵ سال هم با ۱۷.۹ درصد، دومین گروه پربازدید از بخش ویدیو بوده‌اند.

کل زمان تماشای ویدیو در بازار در سال ۱۳۹۹



۳۵ تا ۲۵ ساله

۱۸ تا ۱۲ ساله

۲۴ تا ۱۹ ساله

۴۴ تا ۳۶ ساله

عمده‌ی ویدیوها در بازار توسط گروه سنی ۱۲ تا ۳۵ سال تماشا می‌شود. گروه‌های سنی زیر ۱۲ سال و بالای ۳۵ سال بسیار کمتر از سایر گروه‌ها در بازار ویدیو تماشا می‌کنند.

کل زمان تماشای ویدیو در بازار در سال ۱۳۹۹



خانمها

آقایان

۵۲ درصد از زمان تماشا در ویدیوی بازار متعلق به خانمهاست.



مشتریان تبلیغات در بازار

مشتریانی که از سرویس «تبلیغات» در ویدیو بازار استفاده کرده‌اند.

بیمه بازار

بیمیتو



Snapp!



Snapp!
Food

۱۱۴



ایها
پرداخت الکترونیک سداد

alibaba.ir

موبایلت

Papia

شاتل
موبایل

بیمه
day insurance

آگاه

کیاک دیجیتال

Quiz of Kings



e ای سارز

آکادمی تبلیغات بازار

«آکادمی تبلیغات بازار» مجموعه‌ای از مقالات در مورد شرح ابعاد مختلف «تبلیغات در جستجو» و «تبلیغات در گشت و گذار» بازار است. در آکادمی تلاش شده هرگونه اطلاعات برای راه‌اندازی کمپین «تبلیغات در بازار» در اختیار تبلیغ‌دهندگان قرار بگیرد. موارد مهمی چون مفاهیم، قرارداد و مکانیزم برگزاری تبلیغات در این آکادمی در دسترس است.

— آدرس آکادمی:
ads.cafebazaar.ir

— ارتباط با آکادمی:
ads@cafebazaar.ir





همکاری بازار با تپسل



تپسل، آژانس همکار در بخش «تبلیغات در جستجو» و «تبلیغات در ویدیو» بازار است. اساس این همکاری بر این است که تبلیغ دهندگان گزینه‌های متفاوتی برای استفاده از رسانه‌های تبلیغاتی بازار داشته باشند تا بتوانند حداکثر بهره‌وری را از شیوه‌های تبلیغات در بازار بگیرند. طبق توافقات صورت گرفته با تپسل، به تبلیغ دهندگان استفاده کننده از بسته‌های پیشنهادی تپسل در بخش تبلیغات در جستجو، ماهانه حجم استفاده شده از رسانه‌های بازار اطلاع داده می‌شود.



طرح از وبسایت تپسل: tapsell.ir/videobazaar



فرم درخواست مشاوره
اسکن کنید

developers@cafebazaar.ir 
۰۲۱-۹۱۰۰۹۷۹۸ 

راه‌های ارتباطی برای استفاده از
سرویس‌های تبلیغات در بازار