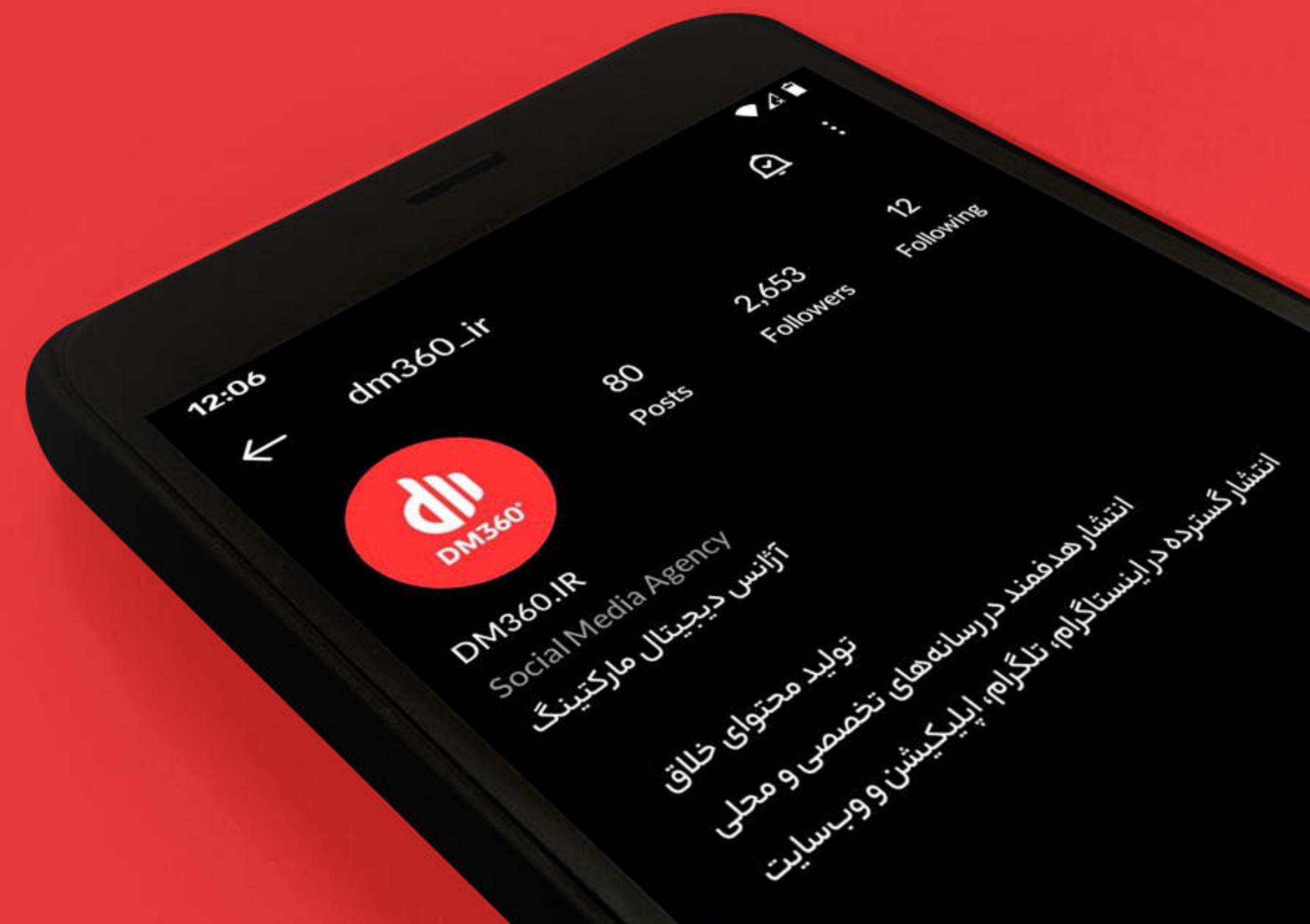


بررسی بازار تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی

گزارش ۶ ماهه اول سال ۱۴۰۰



آرنس دیجیتال مارکتینگ
DM360°
WWW.DM360.IR



شبکه‌های اجتماعی در ایران

فصل اول

۸

دربیک نگاه DM360

فصل دوم

۳۴

رسانه‌ها

فصل سوم

۳۹

تبلیغات

فصل چهارم

۱۴۵

مشتریان

فصل پنجم

۵۰

۳ کمپین برگزیده

فصل ششم

۵۵

تولیدات

فصل هفتم

۶۰

آخرین خبر

فصل هشتم

۶۶

پیوست

فصل نهم

۸۶

مقدمه

گزارش پیش رو، اولین گزارش آژانس دیجیتال مارکتینگ DM360 در حوزه تبلیغات دیجیتال است. بیشترآمار و نمودارهای این گزارش براساس بازه زمانی ۶ ماهه اول سال ۹۹ تنظیم شد. در این گزارش تلاش کردیم تا با بررسی وضعیت شبکه‌های اجتماعی در ایران، وضعیت بازار تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی که در حال رشد است را بسنجیم. به همین دلیل ابتدابه سراغ بررسی نمایی کلی از وضعیت شبکه‌های اجتماعی در ایران رفتیم.

در بخش دوم از این گزارش، به بررسی داده‌های رسانه‌ها و کارفرمایانی که در این مدت با آن‌ها همکاری کرده‌ایم رفتیم. طبق بررسی‌های انجام شده، شاخص قابل قبولی برای بررسی وضعیت تمام بازار تبلیغات شبکه‌های اجتماعی، در بین متخصصین دیجیتال مارکتینگ وجود ندارد. از طرفی با توجه به تنوع صنف مشتریان و تنوع موضوعی رسانه‌هایی که در این مدت با آن‌ها همکاری داشتیم، تلاش کردیم تا با جمع‌آوری این دیتا، نمایی از این بازار در حال توسعه را به دست آوریم. امیدواریم که این گزارش بستری برای تصمیم‌گیری بهتر صاحبان رسانه‌ها و کسبوکارها، برای ادامه راه باشد. همچنین فضای بیشتری برای گفتگو در حوزه سوال‌مديا، به عنوان بخشی جدانشدنی از زندگی مردم، فراهم شود تا بتوانیم خدمات بهتری در این حوزه به کسبوکارها و رسانه‌ها ارائه کنیم.

نکات مهم

میانگین ویو پست‌ها

$$\frac{\text{تعداد ممبرها}}{100} \times 100$$

روش محاسبه نرخ انگیجمنت در تلگرام

منبع اصلی اطلاعات مربوط به تلگرام وبسایت tgstat.com است.

این ارقام همچنین با آنالیزور popster هم بررسی شدند. براساس روش استفاده از آزمون همتا این اعداد بررسی شدن و پایایی لازم را داشتند.

تعداد کامنت + تعداد لايك

$$\frac{\text{تعداد فالوئر}}{100} \times 100$$

روش محاسبه نرخ انگیجمنت در اینستاگرام

منبع اصلی اطلاعات مربوط به اینستاگرام وبسایت socialblade.com است.

این ارقام با آنالیزور ingramer و ninjalitics نیز بررسی شدند. براساس روش استفاده از آزمون همتا این اعداد بررسی شدن و پایایی لازم را داشتند.

از آنجاکه منبع معتبری برای ترتیب‌بندی صفحات اینستاگرامی وجود ندارد، صفحات برتر در حوزه‌ای مختلف براساس تجربه کاری تیم رسانه، تحقیق و توسعه و روابط عمومی DM360 مشخص شده‌اند.

میزان درآمد اینفلوئنسرهای در گزارش آمده حداقلی در نظر گرفته شده و صرفا برای شناخت بهتر بازار تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی است.

با توجه به مشابه بودن نام دو کanal خبری مطرح خبرفوري، براساس زنگ لوگو به شکل خبرفوري ● و خبرفوري ● در گزارش قرار گرفته است.

معرفی اصطلاحات

Influencer - اینفلوئنسر

صفحات اینستاگرامی که متعلق به یک شخص حقیقی است و تعداد فالوئر بالایی دارد. این افراد اعتبار و شهرت خود را کاملاً از اینستاگرام کسب کرده‌اند. به همین دلیل بازیگران، خوانندگان، ورزشکاران و... در این دسته بررسی نشده‌اند.

Viner - واينر

اينفلوئنسرهايي که محتواي طنز و سرگرمی منتشر می‌کنند.

Lifestyle Blogger - لايف استايل بلاگر

اينفلوئنسرهايي که محتواي صفحه آن‌ها به سبک زندگي و نمايش روزمرگي هايشان اختصاص دارد.

Advertise - آگهی

هر محتوايي که جنبه تبلیغاتی دارد و به ازای هرانتشار آن، تبلیغ‌دهنده مبلغی را پرداخت می‌کند.

معرفی اصطلاحات

پست روزانه

پست‌های تبلیغاتی که در کانال‌های تلگرامی و در بین محتوای اصلی کانال منتشر می‌شوند.

پست شبانه

پست‌های تبلیغاتی که در ساعت پایانی روز و به صورت متواالی منتشر می‌شوند.

سازمان

مجموعه‌هایی که مالک آن دولت یا سهامداران هستند و معمولاً تعداد کارمندان بیشتری دارند.

شرکت

مجموعه‌هایی که بنیان‌گذار، مالک و مدیر آن است و معمولاً تعداد کارمندان کمتری دارند.

حوزه مالی

بانک‌ها، بیمه‌ها، بورس و سایر حوزه‌هایی که با مسائل اقتصادی مرتبط هستند.

معرفی اصطلاحات

حوزه‌اپلیکیشن

مشتریانی که کسب‌وکار آن‌ها مبتنی بر اپلیکیشن و پلتفرم است.

آژانس‌های تبلیغاتی

آژانس‌هایی که در عرصه تبلیغات، چه دیجیتال و چه آفلاین فعالیت می‌کنند.

تعداد سفارش

هر نوبت که مشتریان، تقاضای انتشار محتوای مشخص در بازه زمانی مشخص را دارند.

ایمپرشن

مجموع دفعاتی که محتوا مشاهده شده. این تعداد همیشه از تعداد بازدید بیشتر است.

ظرفیت تبلیغاتی

تعداد کل جایگاه‌های تبلیغاتی که امکان انتشار تبلیغ در آن وجود دارد.



فصل اول

شبکه‌های اجتماعی در ایران



کanal‌های فعال



میانگین محتوای منتشرشده روزانه



میانگین بازدید روزانه



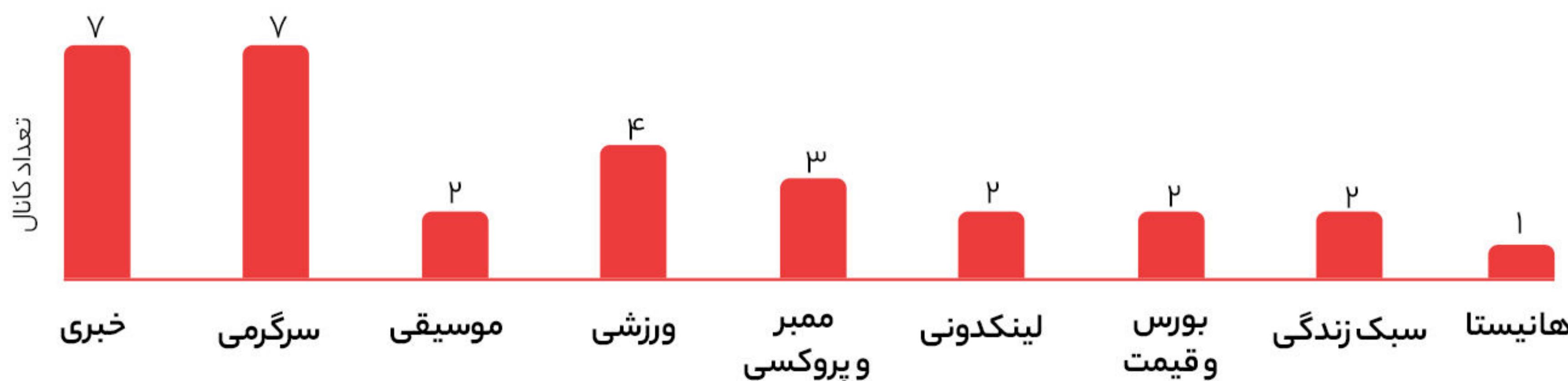
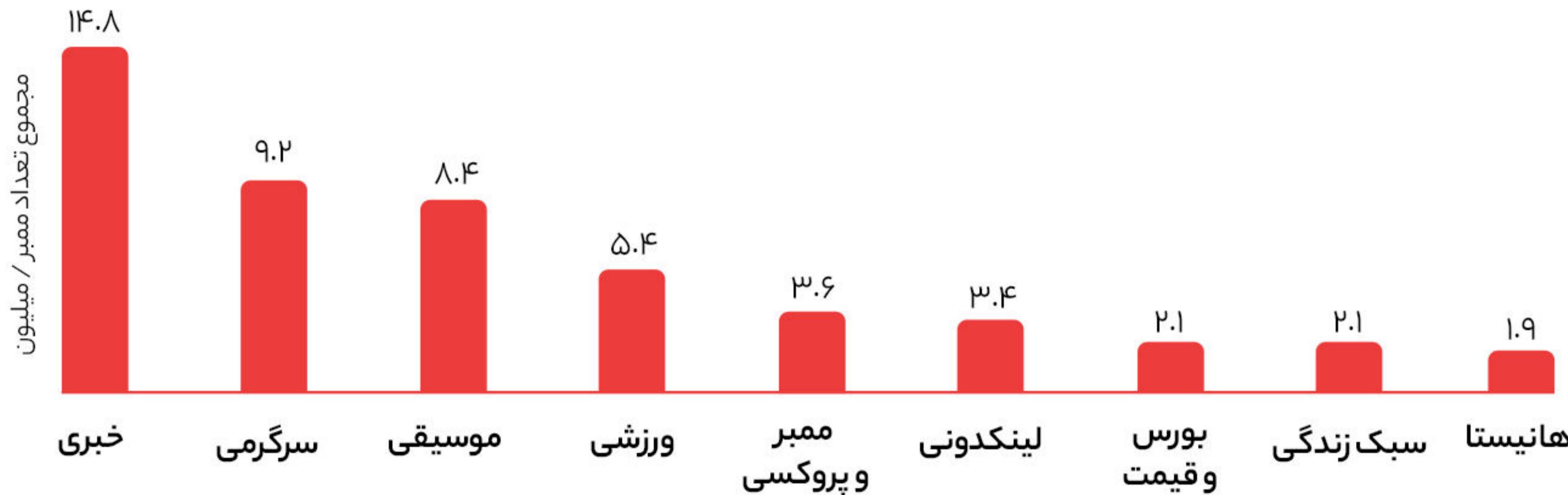
تعداد کاربران



منبع: گزارش تکراسا از صنعت تبلیغات دیجیتال
تاریخ بررسی: ۱۵ خرداد ۹۹

دسته‌بندی موضوعی ۳۰ کanal برتر تلگرام به همراه مجموع ممبرها

کanal‌های خبری بیشترین میزان ممبر را در بین کanal‌های تلگرامی دارند.



۵ کanal برتر تلگرام فارسی از نظر تعداد ممبر آهنگی‌فای پرممبرترین کanal تلگرام فارسی است.



۵ کanal برتر تلگرام براساس نرخ انگیجمنت (درین ۳ کanal برتر)

از این ۵ کanal، ۳ مورد سرگرمی و ۲ مورد ورزشی است.

گیزمیز



۲۹.۸

ورزش ۳



۲۹.۵

آپارات



۱۳.۹

می‌دانستی؟



۱۳.۴

هواداری پرسپولیس

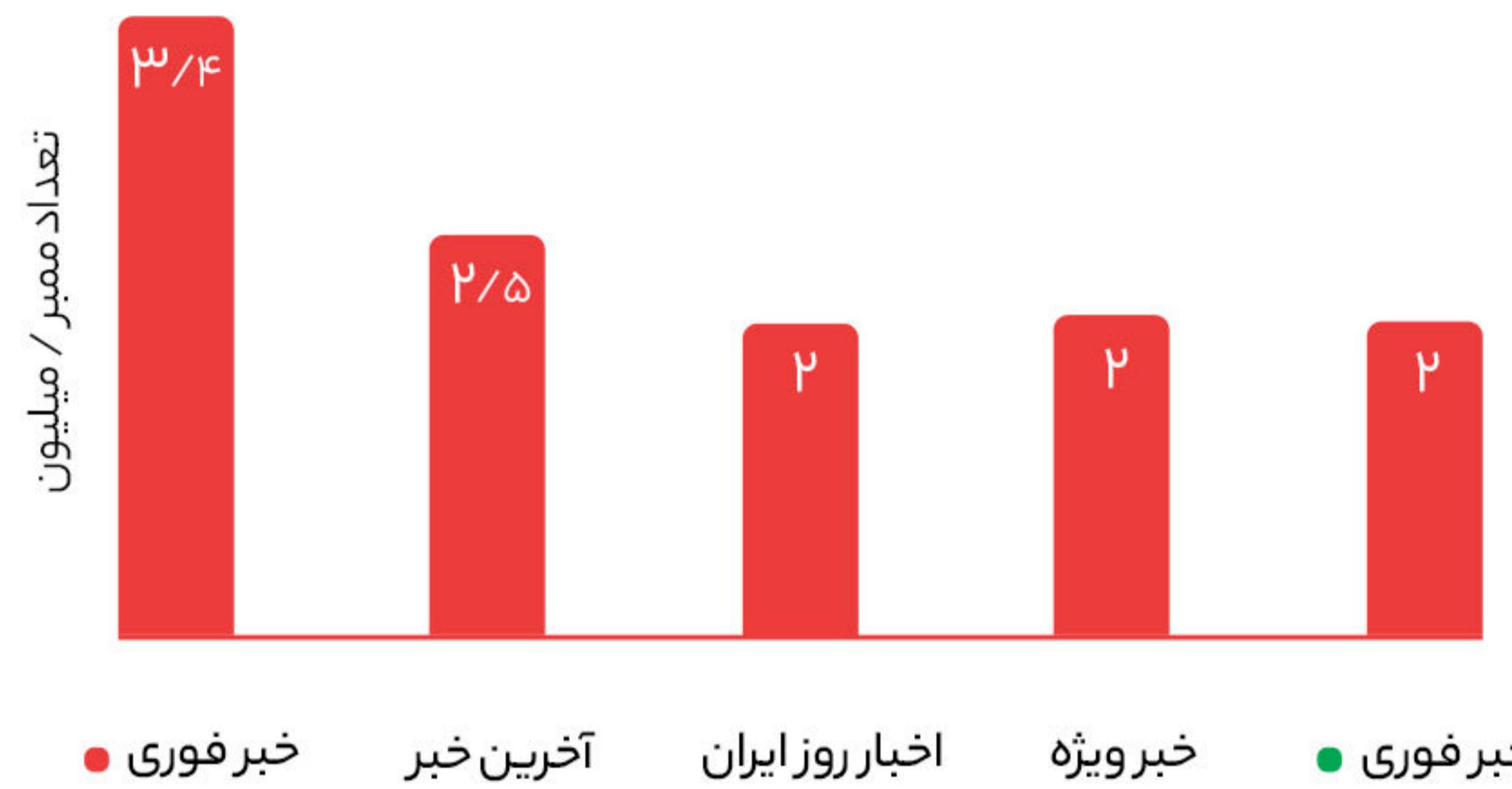


۱۲.۸

نرخ انگیجمنت / درصد

۵ کanal برتر خبری در تلگرام فارسی بر اساس تعداد ممبر

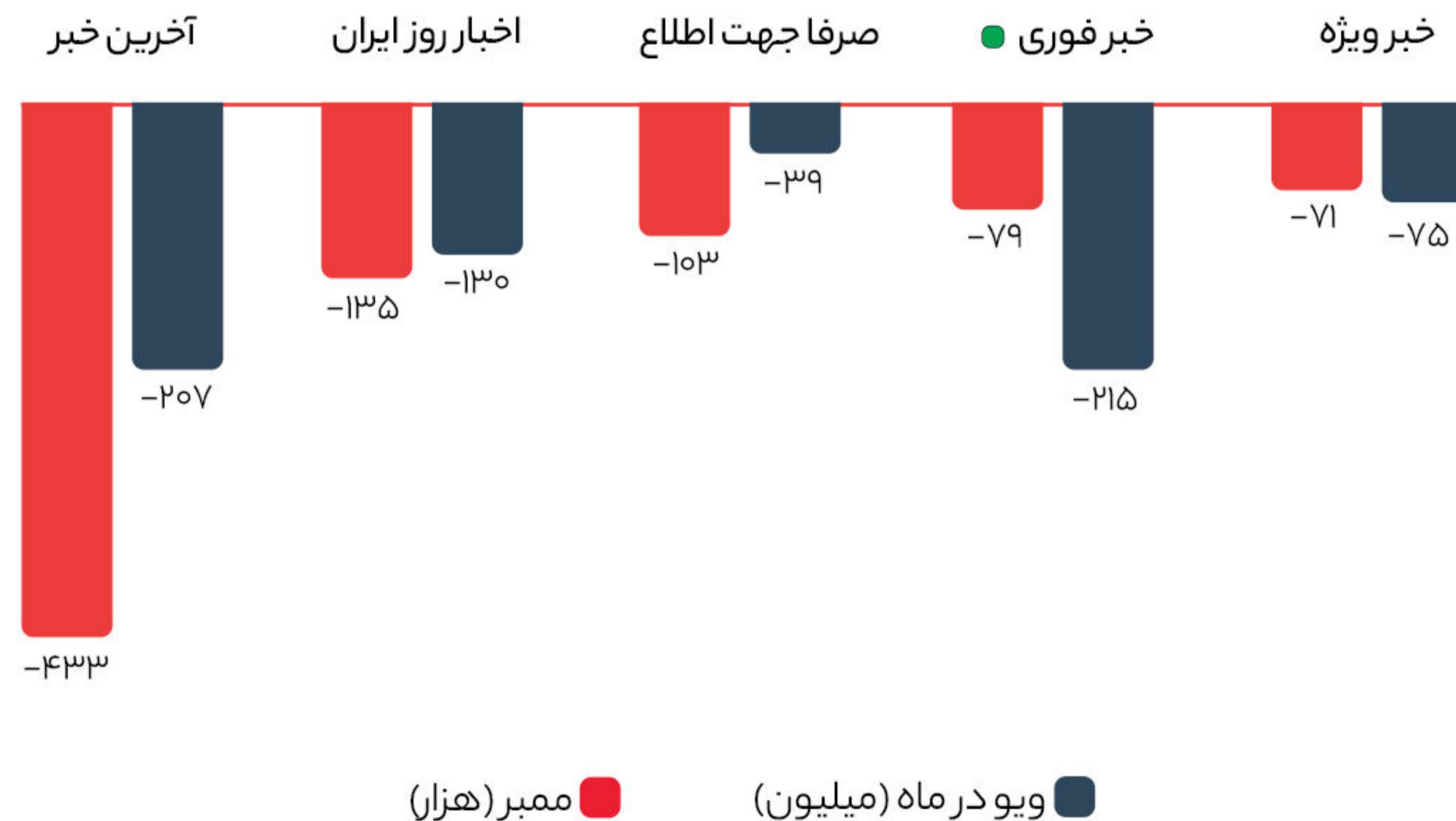
خبرفوری پرممبرترین کanal خبری تلگرام فارسی است.



تحلیل و مقایسه ۵ کanal برتر خبری را می‌توانید در [صفحه ۸۷](#) مشاهده کنید.

تغییرات مخاطبین در کانال‌های خبری

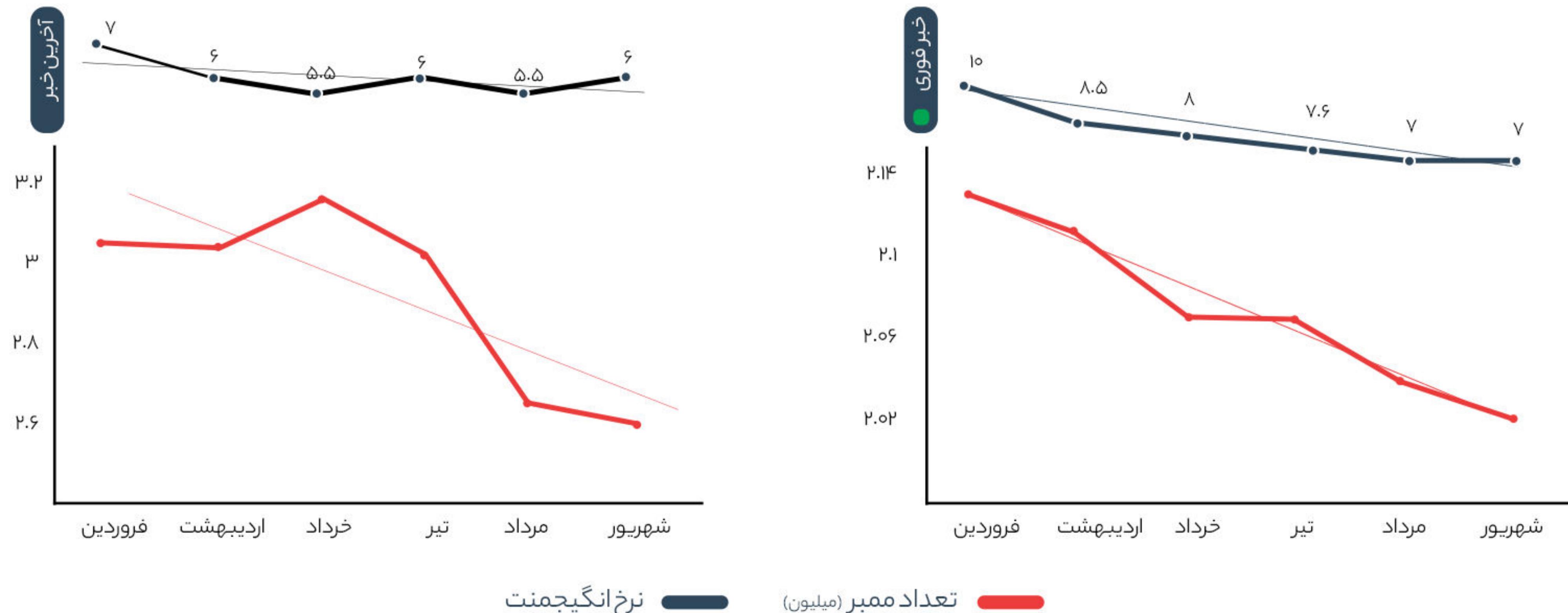
میزان ویو و تعداد ممبر کانال‌های خبری با کاهش جدی در این ۶ ماه همراه بود.



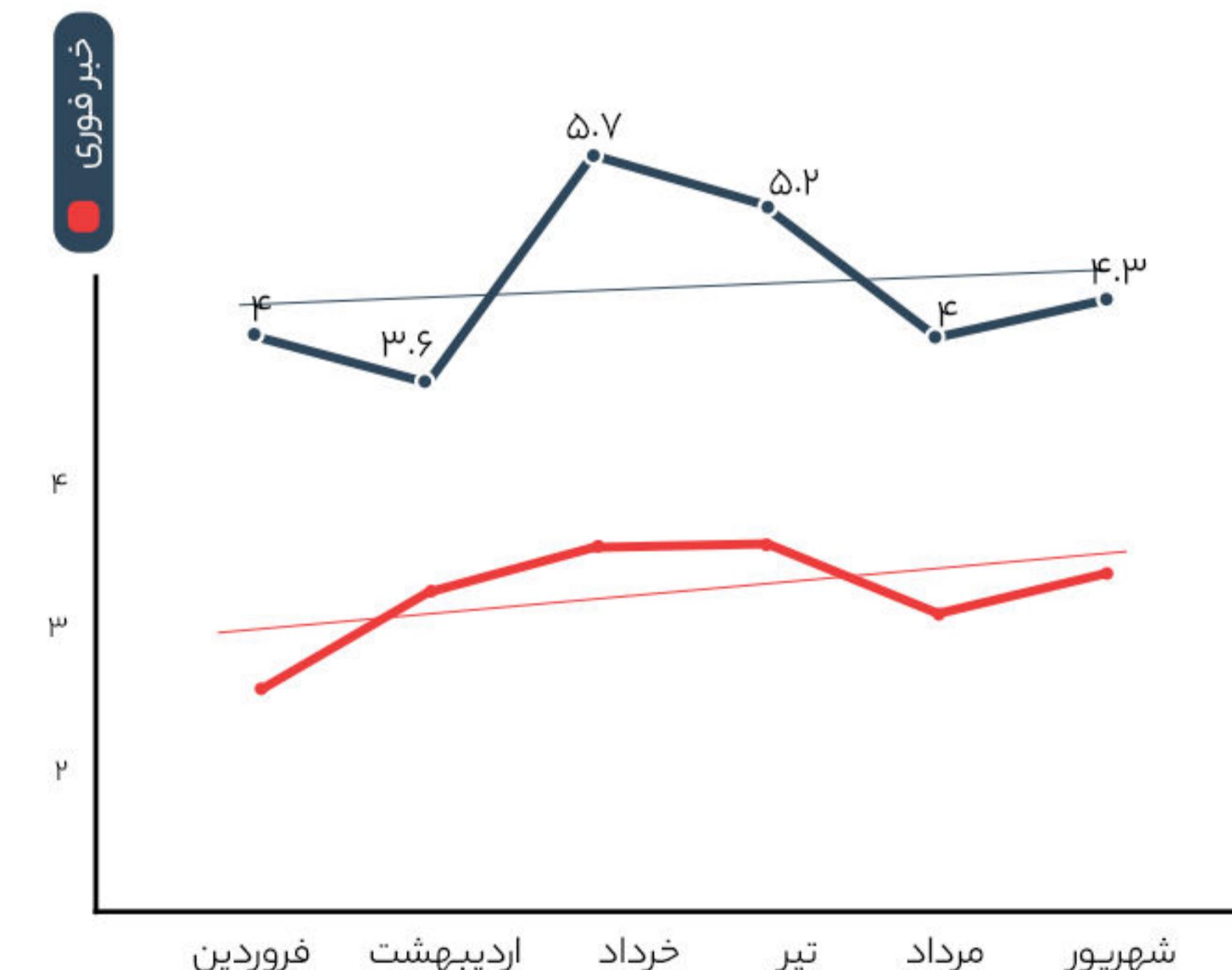
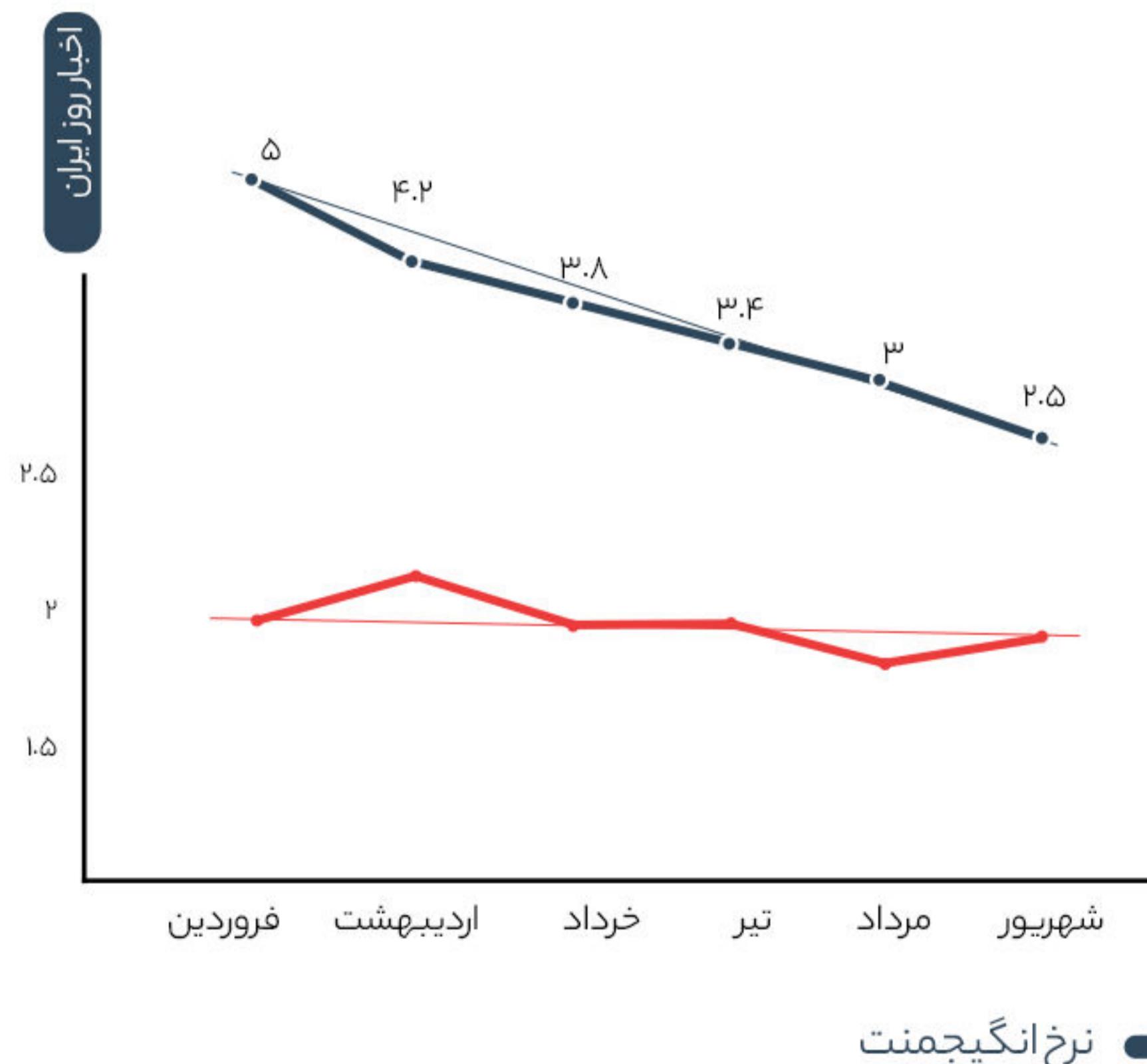
تاریخ بهروزرسانی: ۲۰ مهر ۹۹

دورسانه آخرین خبر و خبر فوری، با توجه به ریزش ممبر اما نرخ انگیجمنت مطالب تغییر زیادی نکرده است.

این عامل نشان می‌دهد که در وفاداری مخاطبان این دورسانه تغییر زیادی ایجاد نشده است.



کانال‌های خبری دیگر، نرخ انگیجمنت همراه با تغییرات ممبر نیز تغییر می‌کرد.



نام کanal	تعرفه (تومان)	تعداد تبلیغ در روز	میزان درآمد در ماه (میلیون)
خبر فوری	۷۰۰.۰۰۰	۱۰ تا ۱۵	۲۸۰ تا ۳۳۰
آخرین خبر	۱.۳۵۰.۰۰۰	۲۰ تا ۱۵	۸۱۰ تا ۶۰۰
اخبار روز ایران	۸۵۰.۰۰۰	۶ تا ۳	۱۵۰ تا ۸۰
خبر ویژه	۶۰۰.۰۰۰	۸ تا ۱۲	۳۵۰ تا ۲۵۰
خبر فوری	۱.۵۵۰.۰۰۰	۲۱ تا ۱۸	۹۵۰ تا ۶۵۰

میانگین بازدید و دسته‌بندی آگهی‌ها

آخرین خبر بیشترین میزان بازدید از آگهی را دارد.

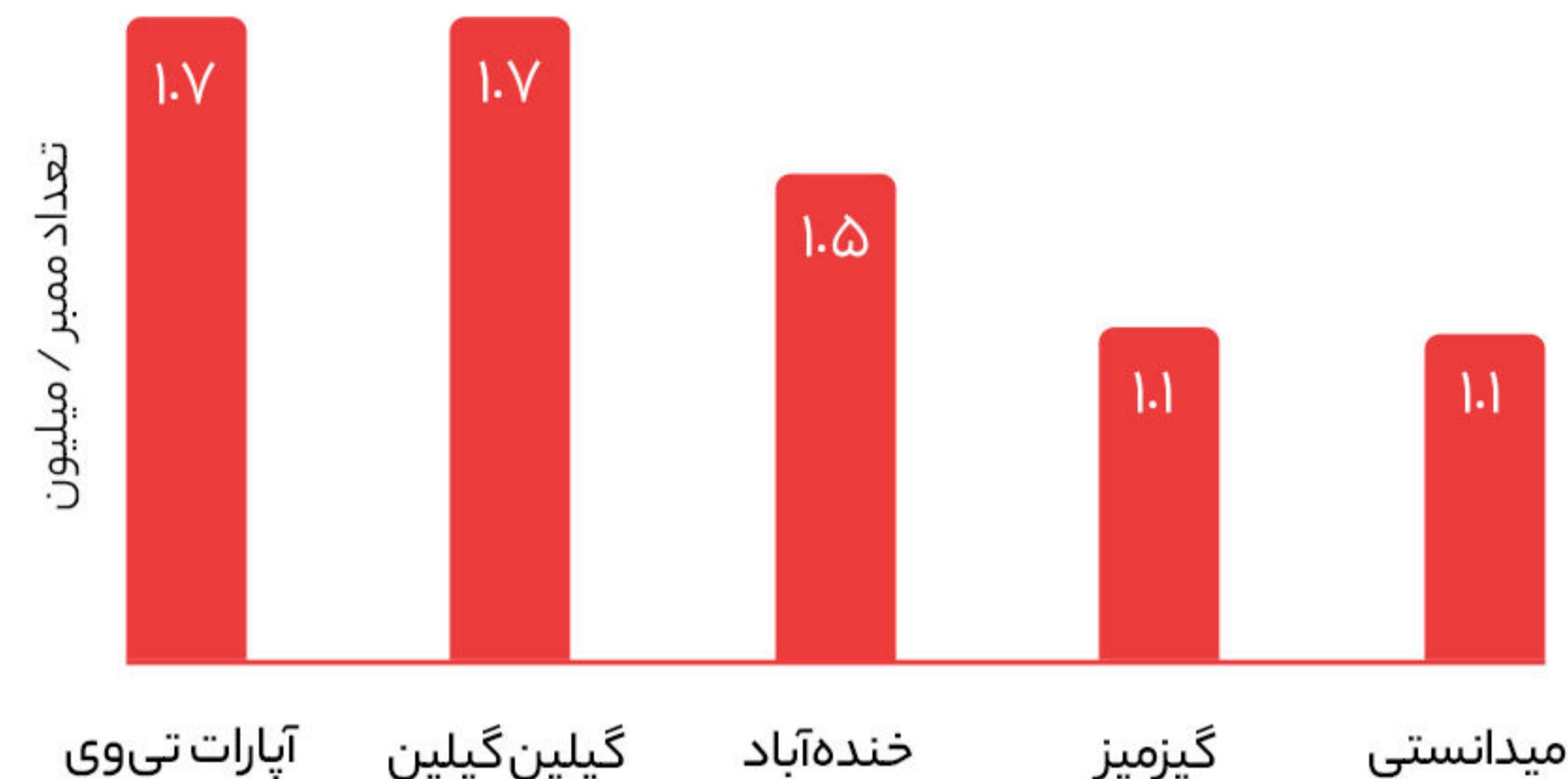
آگهی‌های کanal‌های خبری بر اساس تعریف سازمان و شرکت که در مقدمه همین گزارش ارائه شد، دسته‌بندی شده‌اند.

نام‌رسانه	میانگین بازدید آگهی‌ها (هزار)	آگهی‌سازمان‌ها (درصد)	آگهی‌شرکت‌ها (درصد)
خبر فوری	۱۵۵	۲۱	۷۹
آخرین خبر	۱۷۵	۶۴	۳۶
خبر روز ایران	۷۶	۵۳	۴۷
خبر ویژه	۷۹	۳۲	۶۸
خبر فوری	۱۴۰	۴۲	۵۸



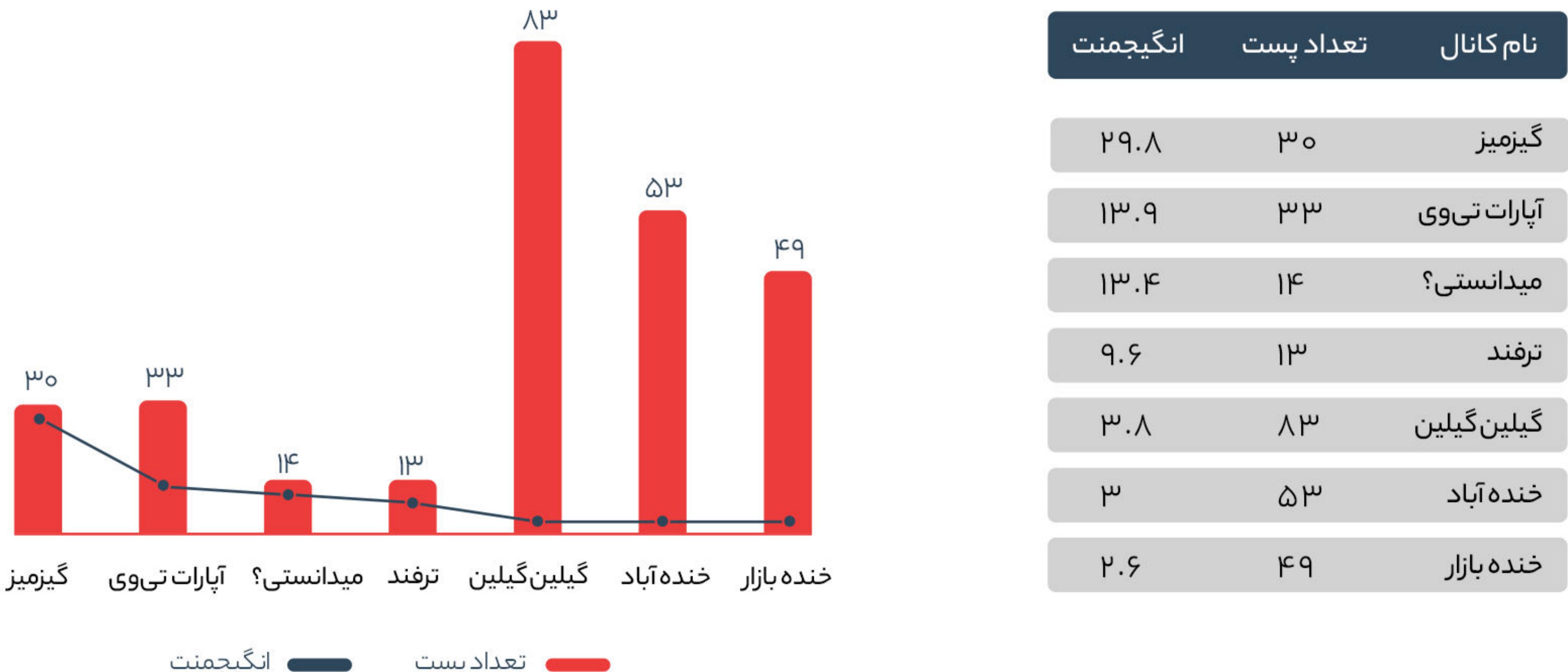
۵ کanal برتر سرگرمی در تلگرام فارسی براساس تعداد ممبر

آپرات آپرات پرممبرترين کانال سرگرمی تلگرام فارسی است.



تحليل و مقایسه ۵ کanal برتر سرگرمی را می‌توانید در [صفحه ۸۸](#) مشاهده کنید.

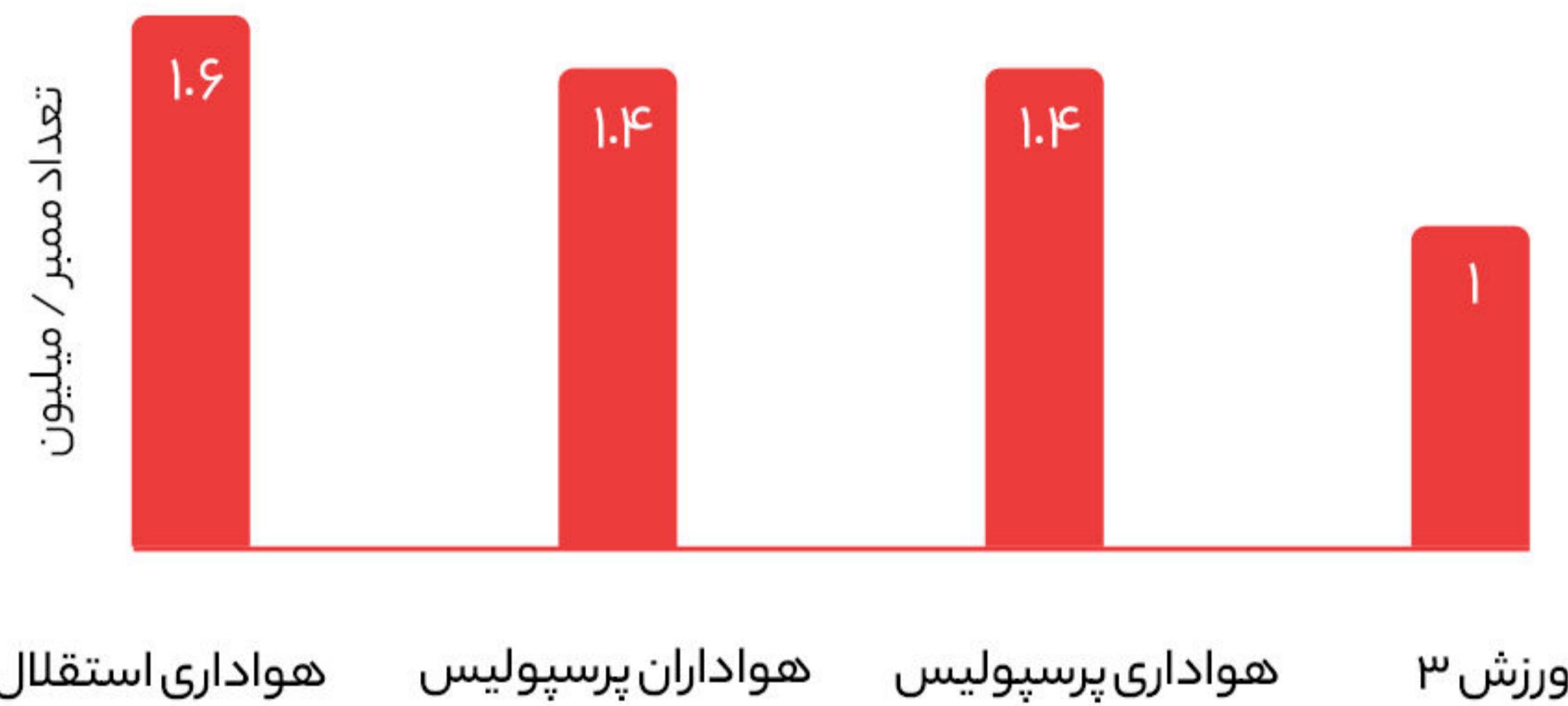
با درکنار هم گذاشتن تعداد پست در کانال‌های سرگرمی و نرخ انگیجمنت، می‌توان به این نتیجه رسید که تعداد بالای پست در روز نرخ انگیجمنت را کم می‌کند. بهترین تعداد پست روزانه حدود ۳۵ است.



نام کanal	تعرفه (تومان)	تعداد تبلیغ در روز	میزان درآمد در ماه (میلیون)
آپارات	۶۰۰.۰۰۰	۳ تا ۶	۱۰۰ تا ۵۵
گیلین گیلین	۵۰۰.۰۰۰	۵ تا ۲	۷۰ تا ۴۰
خنده آباد	۳۵۰.۰۰۰	۹ تا ۵	۹۰ تا ۵۰
گیزمیز	۱.۵۰۰.۰۰۰	۲ تا ۵	۲۰۰ تا ۱۲۰
میدانستی؟	۹۰۰.۰۰۰	۲ تا ۵	۱۰۰ تا ۷۰

۱۴ کanal برتر ورزشی در تلگرام فارسی براساس تعداد ممبر

هواداری استقلال پرممبرترین کanal ورزشی تلگرام فارسی است.



تحلیل و مقایسه ۱۴ کanal برتر سرگرمی را می‌توانید در [صفحه ۸۹](#) مشاهده کنید.

نام کanal	تعرفه (تومان)	تعداد تبلیغ در روز	میزان درآمد در ماه (میلیون)
هواداری استقلال	۸۰۰.۰۰۰	۶ تا ۱۵	۲۲۰ تا ۱۶۰
هواداران پرسپولیس	۹۰۰.۰۰۰	۵ تا ۲	۱۲۰ تا ۷۰
هواداری پرسپولیس	۸۰۰.۰۰۰	۴ تا ۶	۱۰۰ تا ۱۴۰
ورزش سه	۱.۵۰۰.۰۰۰	۶ تا ۱۵	۳۲۰ تا ۴۰۰

اینستاگرام در ایران

ده اکانت اینستاگرام فارسی با بیشترین فالوئر

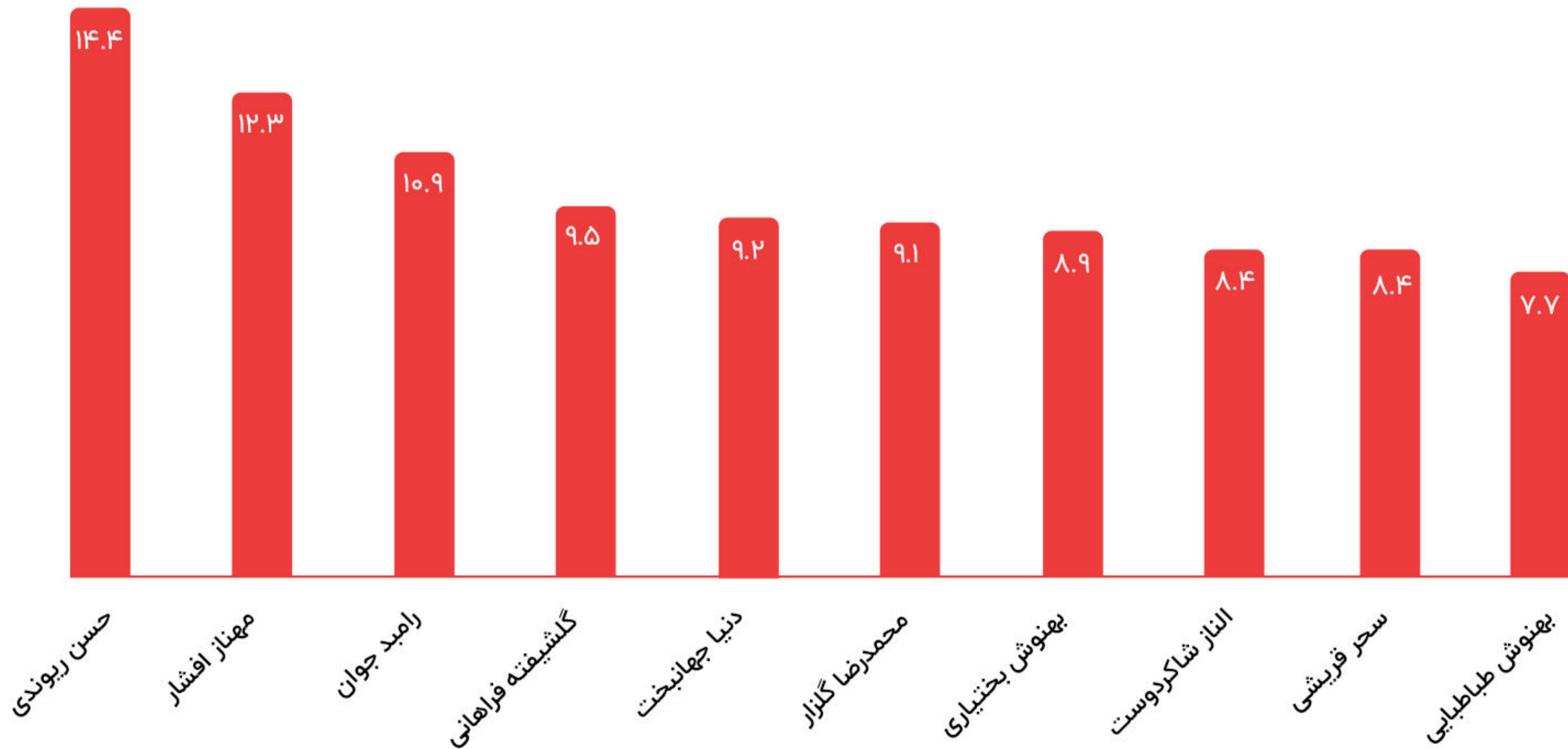


فصل اول - شبکه‌های اجتماعی در ایران

DM360°

آژانس دیجیتال مارکتبینگ

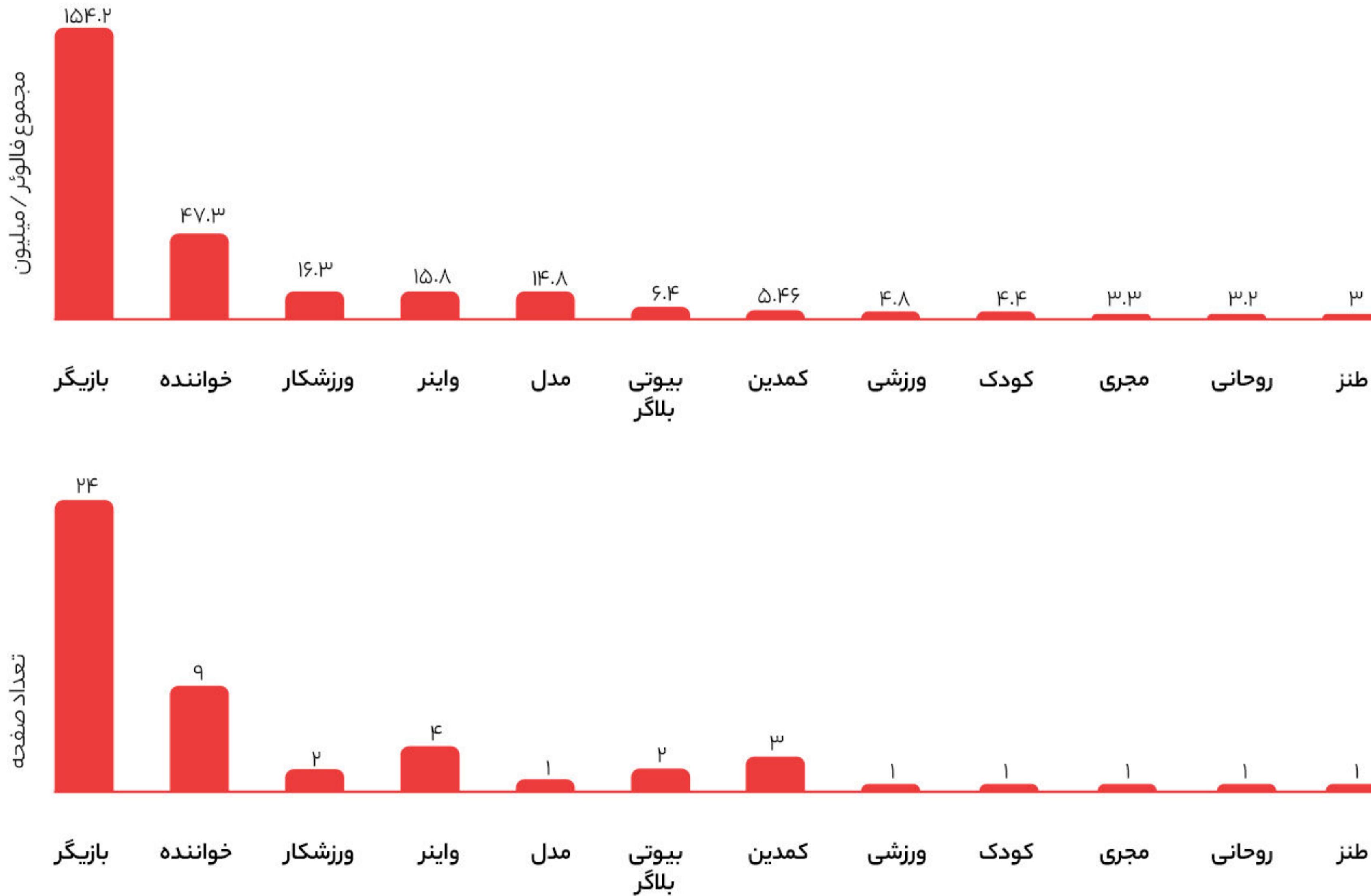
تاریخ به روزرسانی: ۲۰ مهر ۹۹



منبع: TANAR.IR (اعداد به میلیون است)

دسته‌بندی موضوعی ۵۰ صفحه برتر اینستاگرام به همراه مجموع فالوئرها

بازیگران بیشترین تعداد بیشترین تعداد فالوئر را در اینستاگرام دارند.

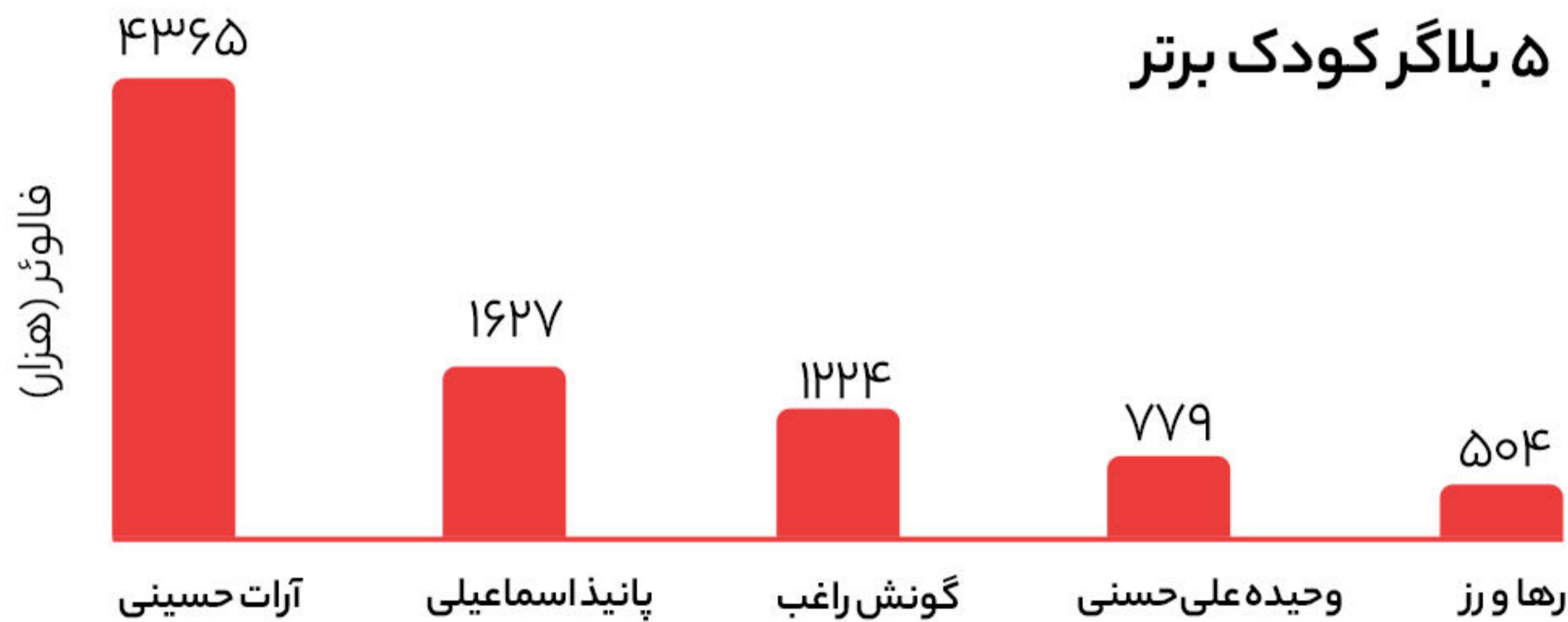


نام بلاگر	نرخ انگیجمنت(درصد)	تعرفه(میلیون)	تعداد تبلیغ در ماه	میزان درآمد در ماه(میلیون)
محمد امین کریم پور	۱۱.۷۷	۴	۱۰۰ تا ۵۰	۳۵۰ تا ۲۵۰
میلاد خواه	۱۲.۵	۴ تا ۳	۱۲۰ تا ۹۰	۵۵۰ تا ۳۵۰
عرفان علیرضایی	۹.۱۱	۴	۱۰۰ تا ۸۰	۴۰۰ تا ۳۲۰
محسن ایزی	۱۲	۵ تا ۳,۵	۶۰ تا ۵۰	۳۰۰ تا ۲۰۰

تحليل و مقایسه صفحه اینستاگرام ۴ واينبرتر را می‌توانيد در [صفحه ۹۰](#) مشاهده کنيد.

پدیده بلاگر کودک

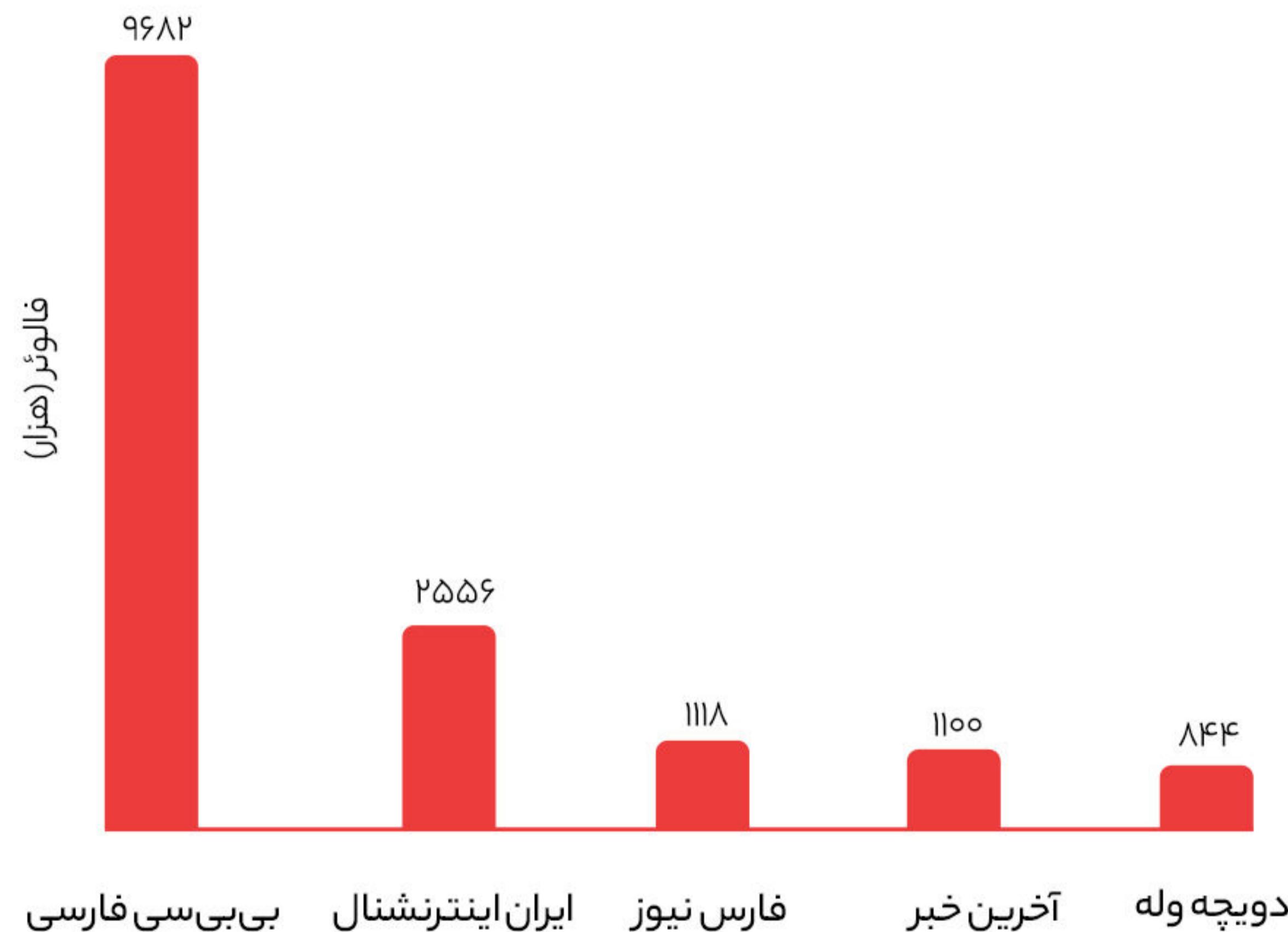
در چند سال اخیر و با رشد فضای دیجیتال در کشور، مادران و پدران بسیاری با گذاشتن عکس‌های مختلف و استفاده از فرزندشان در اینستاگرام مشهور شدند. به ویژه آرات حسینی، کودک ورزشکار، که در چند ماه اخیر و به واسطه کامنت لیونل مسی، سروصدای زیادی به پا کرد و باعث شد این پدیده بیشتر مورد توجه قرار بگیرد. به خاطر استفاده ابزاری از کودک وزیبایی بچه‌ها، این صفحات مخالفان زیادی هم دارند.



تحلیل و مقایسه صفحه اینستاگرام ۵ بلاگر کودک برتر را می‌توانید در [صفحه ۹۱](#) مشاهده کنید.

نام بلاگر	انگیجمنت(درصد)	تعرفه(میلیون)	تبليغ در ماه	درآمد در ماه(میلیون)
آرات حسینی	۹.۸۸	۱.۵	۱۰۰ تا ۱۵۰	۲۲۵
پانیذ اسماعیلی	۴۴.۲۶	۴۰ تا ۲۰	۳۰ تا ۹۰	۷۰۰ تا ۱۰۰۰
گونش راغب	۱۴.۱۷	۱۵	۴۰ تا ۶۰	۶۰۰ تا ۸۰۰
وحیده علی‌حسنی	۱۹.۸۵	۱۰ تا ۱۸	۴۰ تا ۶۰	۴۰۰ تا ۵۴۰
رها ورز	۹.۱۸	۱/۱ تا ۱/۸	۳۰ تا ۵۰	۵۰ تا ۸۰

۵ صفحه خبری برتر اینستاگرام با بیشترین فالوئر



تحلیل و مقایسه صفحه اینستاگرام ۵ صفحه خبری برتر را می‌توانید در [صفحه ۹۲](#) مشاهده کنید.



تغییرات فالوئر(هزار)

▲ +۱۶۰۷

۵صفحه خبری اینستاگرام

بی‌بی‌سی فارسی

▲ +۳۹۱

فارس‌نیوز

▲ +۲۶۵

ایران اینترنشنال

▲ +۱۴۲

دویچه‌وله

▲ +۱۳۰

آخرین خبر



تغییرات ممبر(هزار)

▼ -۴۳۳

۵کانال خبری تلگرام

آخرین خبر

▼ -۱۳۵

خبر روز ایران

▼ -۱۰۳

صرف‌جهت اطلاع

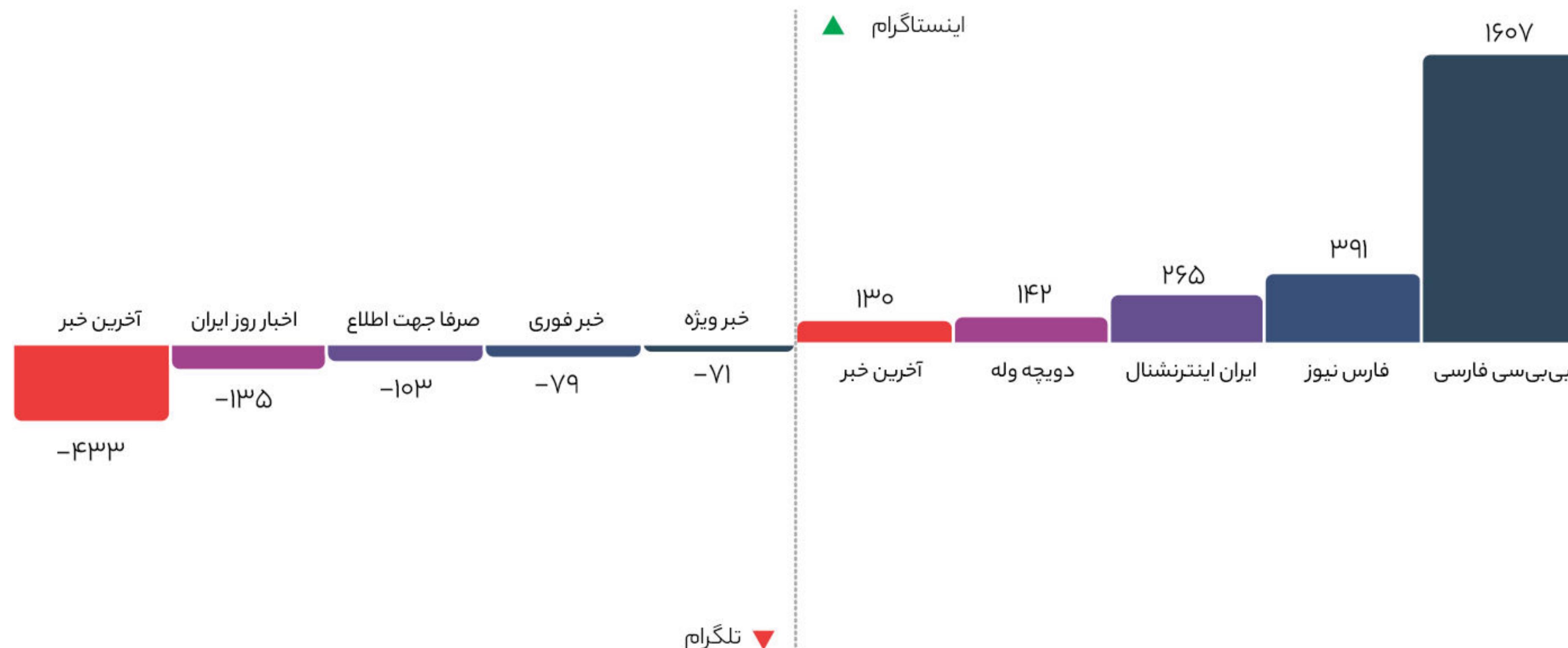
▼ -۷۹

خبر فوری

▼ -۷۱

خبر ویژه

با توجه به آمار، به نظر می‌آید که خبرخوان‌ها در حال مهاجرت از تلگرام به اینستاگرام هستند.



۵ برند برتر اینستاگرام با بیشترین فالوئر

DM360°

آژانس دیجیتال مارکتینگ

فصل اول - شبکه‌های اجتماعی در ایران

دیجی‌کالا



۱۲۷۲

آپ



۷۸۴

فیلیمو



۷۵۱

همراه اول



۶۹۶

نماوا



۶۵۵

تعداد فالوئر / هزار

تحلیل و مقایسه صفحه اینستاگرام ۵ برند برتر را می‌توانید در [صفحه ۹۳](#) مشاهده کنید.

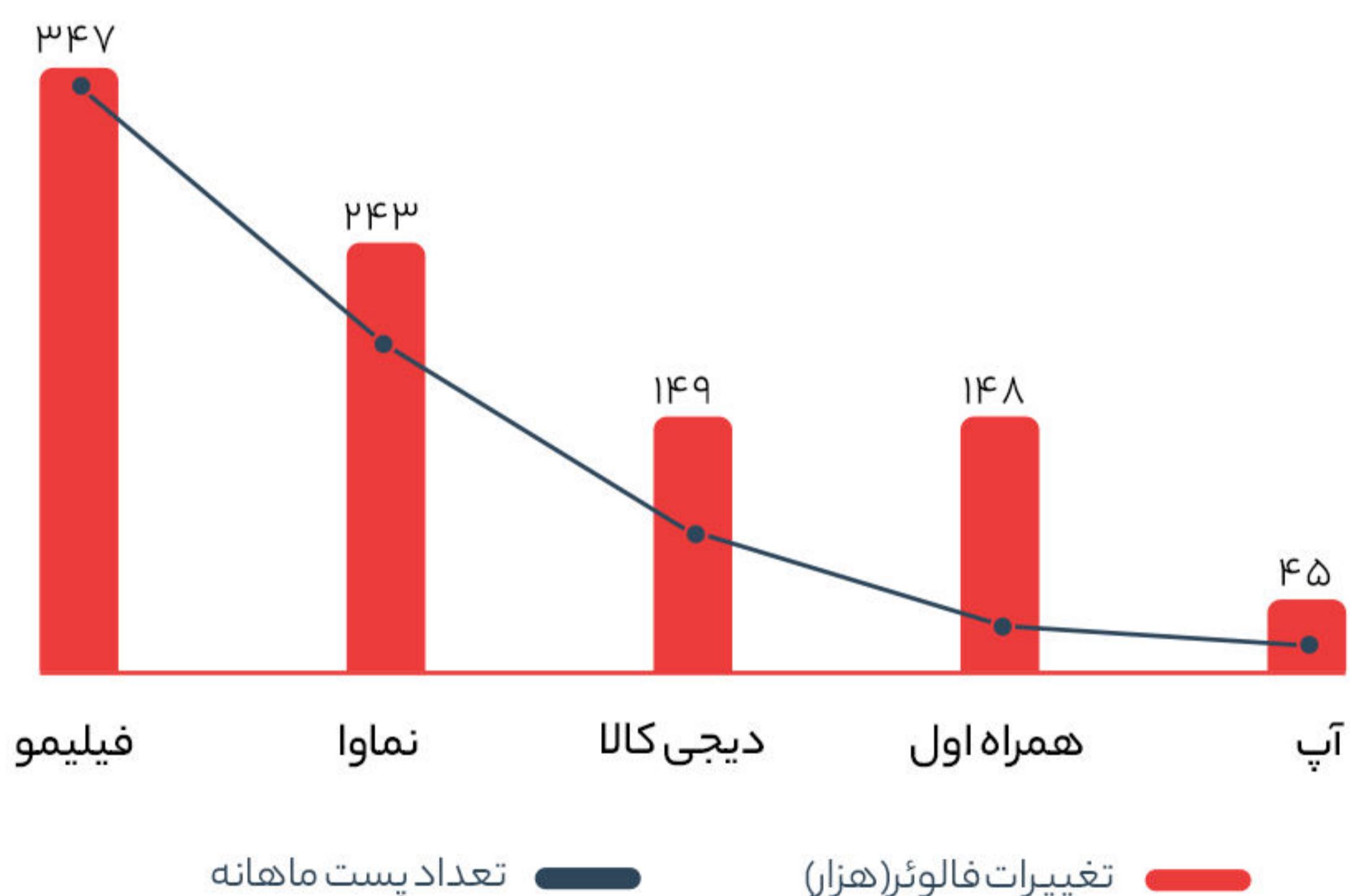


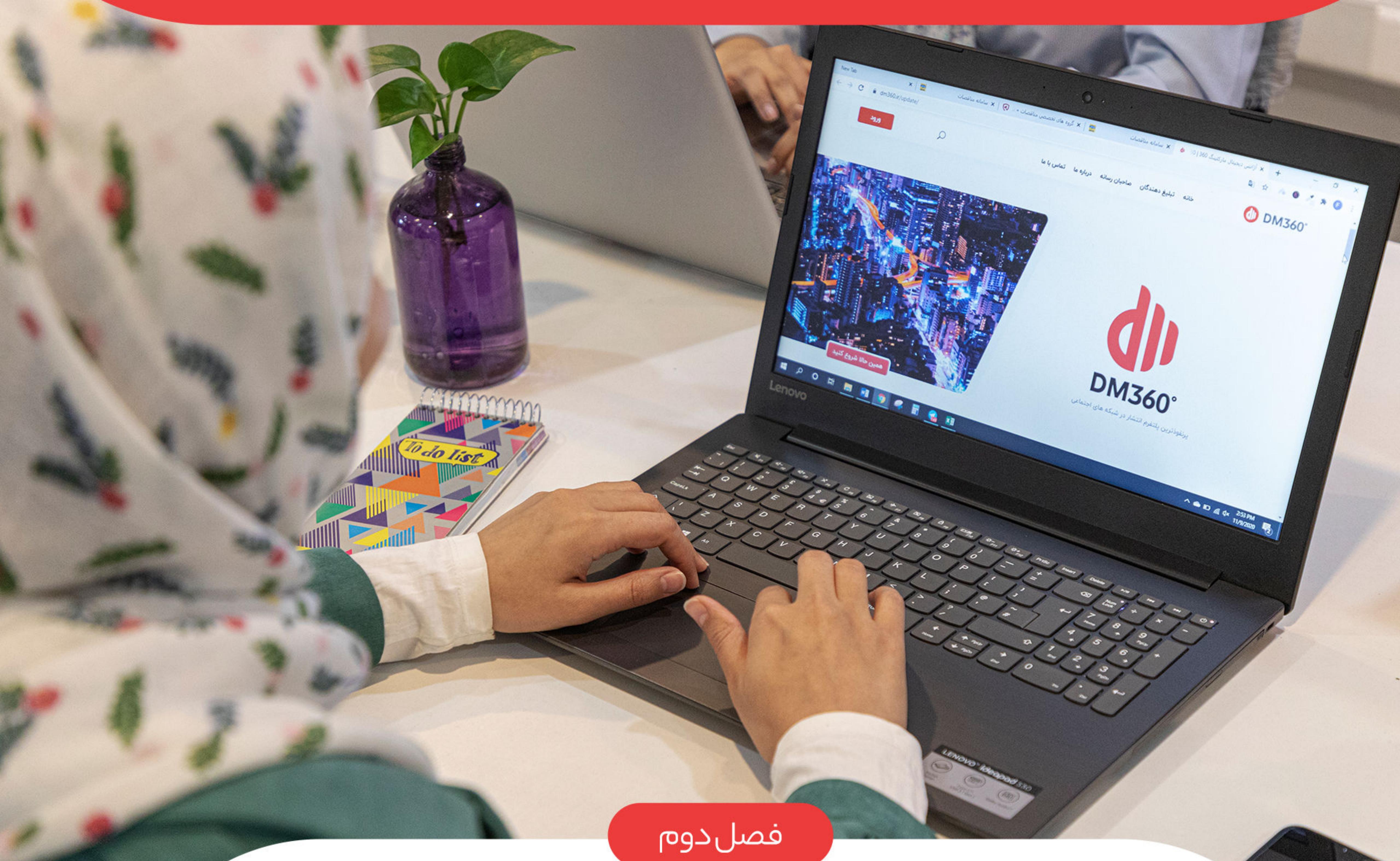
تاریخ بهروزرسانی: ۲۰ مهر ۹۹

۳۲



برندهایی که خدماتشان در مدت کرونا و خانه‌نشینی بیشتر استفاده شده، رشد بیشتری هم در اینستاگرام داشتند.
برای برندها، تعداد پست و رشد فالوئر ارتباط مستقیمی دارند.





فصل دوم

دریک نگاه DM360

در نیمه اول سال ۹۹
با بیش از ۳۷۰۰ رسانه همکاری داشته‌ایم.



مجموع تعداد مخاطبین در رسانه‌ها



تعداد رسانه‌های همکار



تعداد مشتریان



تعداد آگهی‌های منتشر شده

+۱۴۱.۵

میلیون

+۳۷۰۰

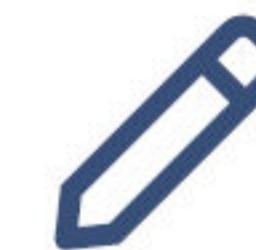
۱۲۸۱

۲۹۱۰۸

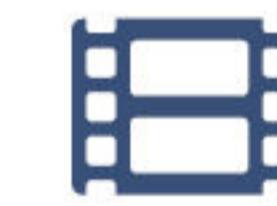
برای ارائه خدمات ۳۶۰ درجه و طراحی کامل کمپین، انواع قالب‌های محتوایی تولید شدند.



تولیدات گرافیکی (طرح)



تولیدات متنی (کلمه)



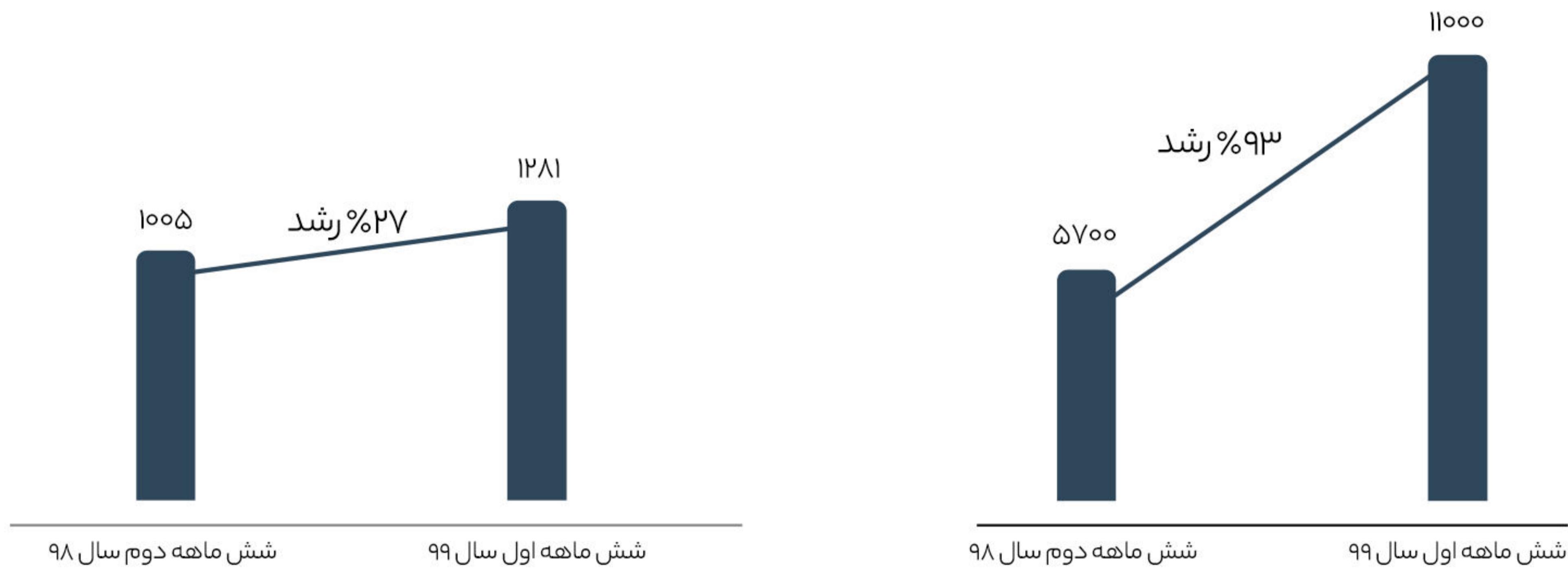
تولیدات ویدئویی (دقیقه)

۱۴۱۴۹

۶۸۷۴۰۰

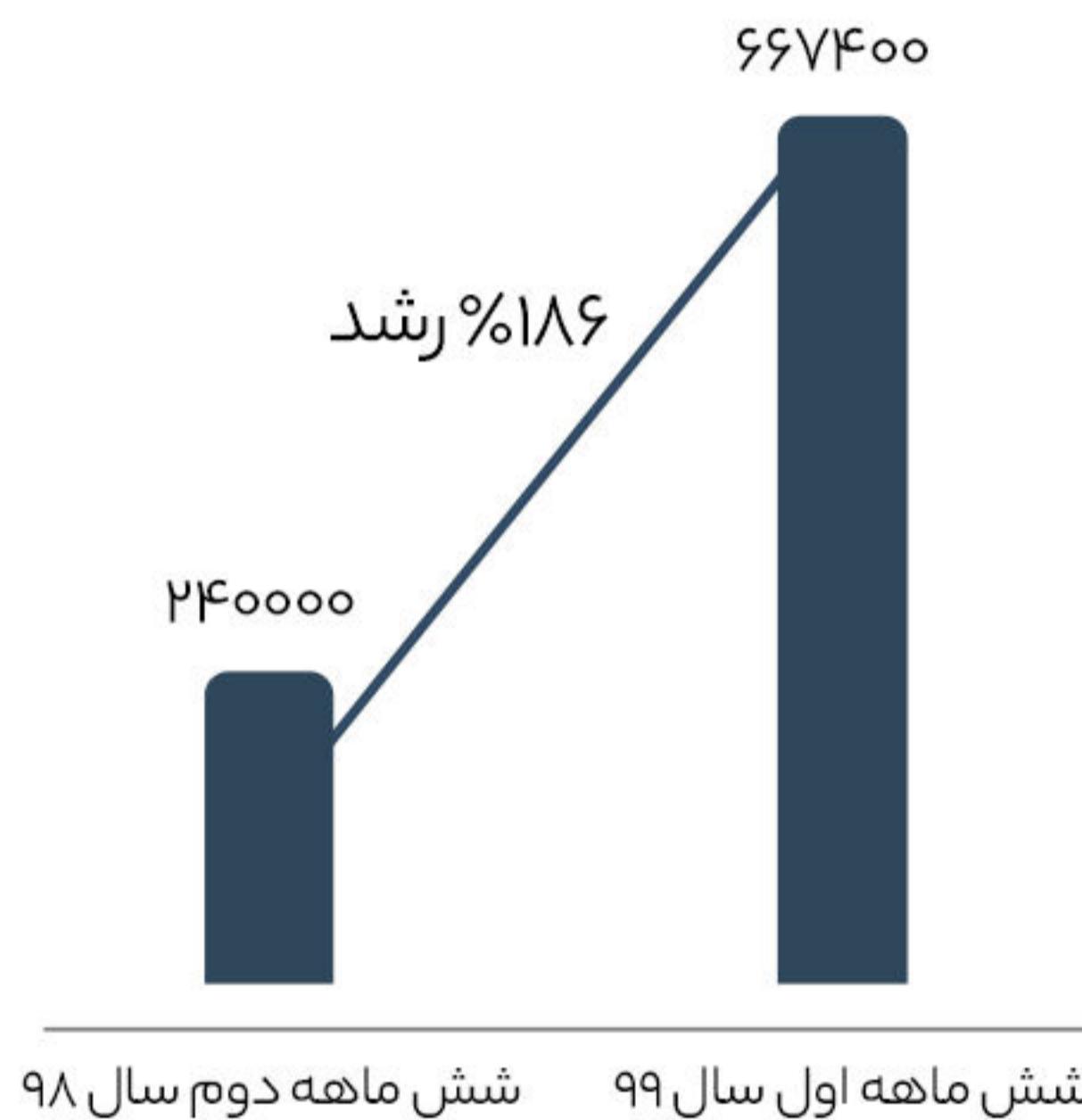
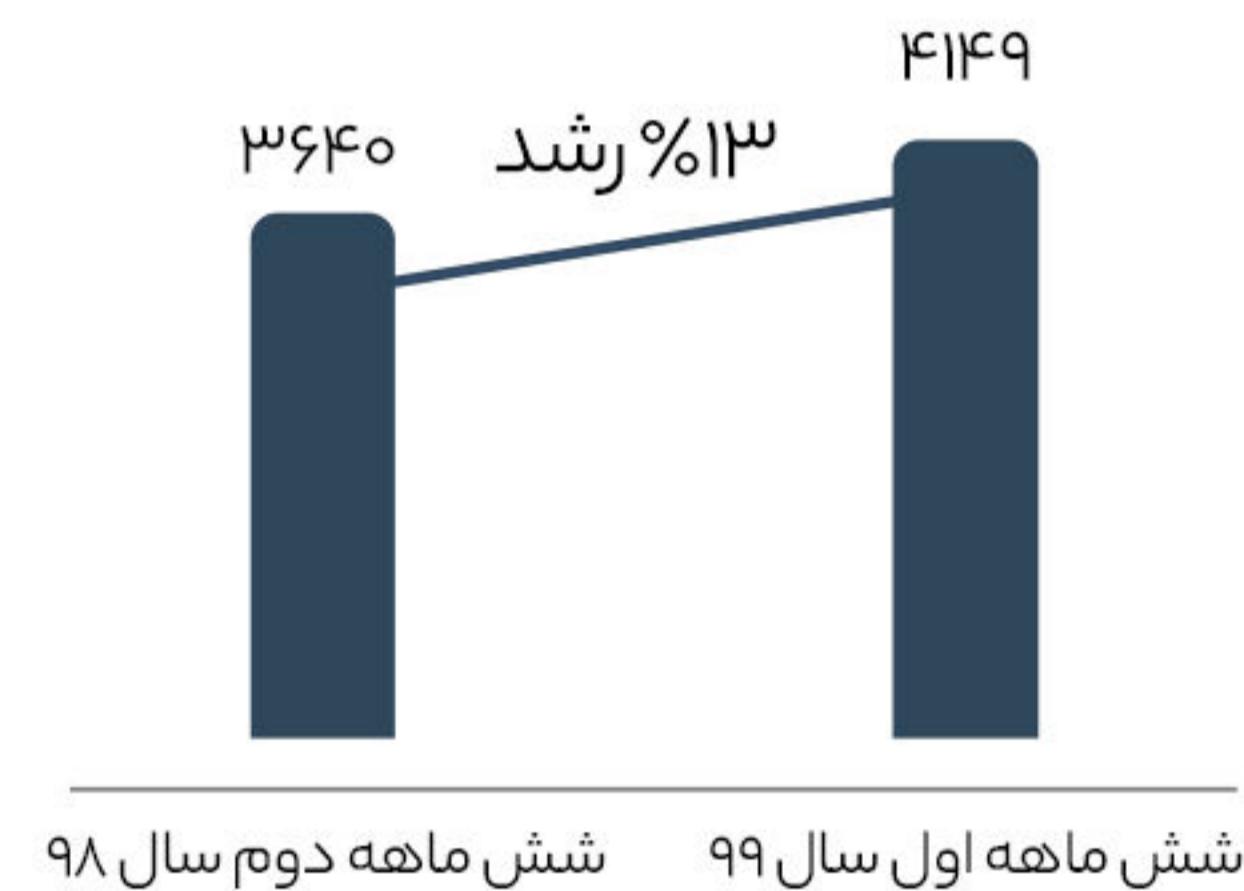
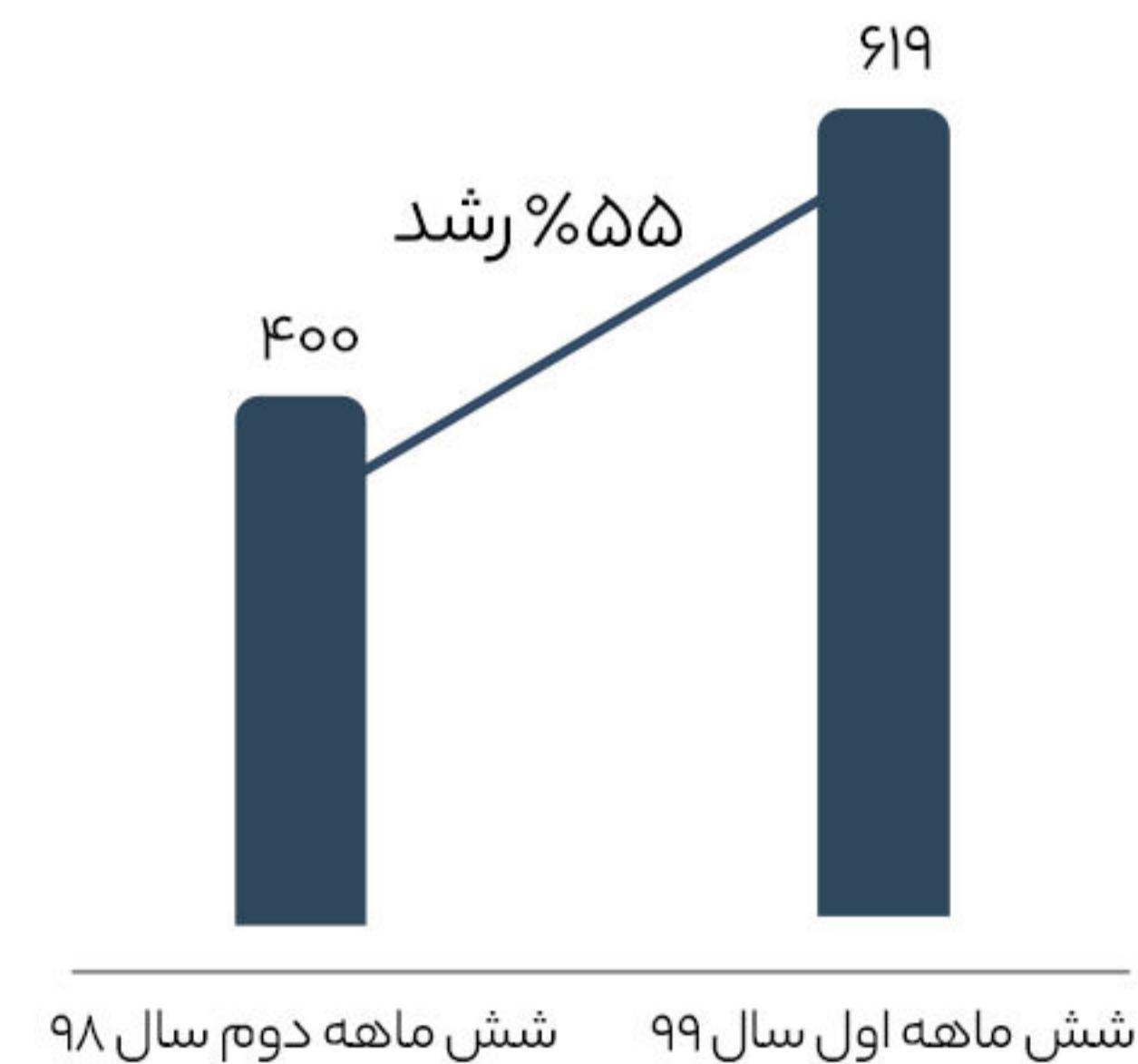
۶۹۰

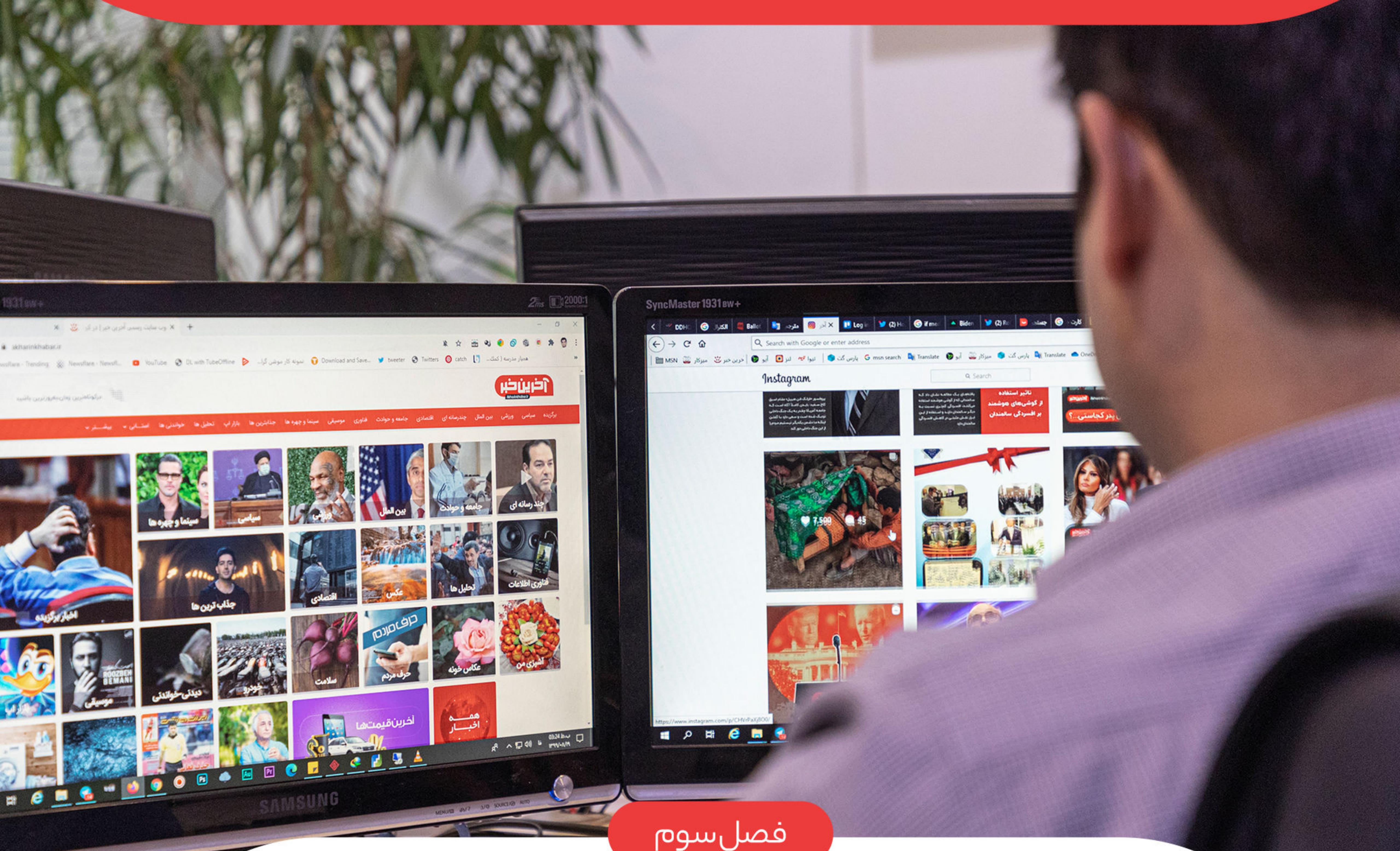
مقایسه وضعیت آگهی و مشتریان در ۶ ماه نخست ۹۹



۲۷۶ مشتری جدید در ۶ ماهه نخست

۱۴۳۰۰ آگهی رشد انتشار آگهی

محتوای متنی (کلمه)**۱۴۷,۴۰۰ کلمه افزایش تولید****گرافیک (طرح)****۵۱۶ طرح بیشتر****ویدئو (دقیقه)****۲۱۹ دقیقه افزایش تولید**



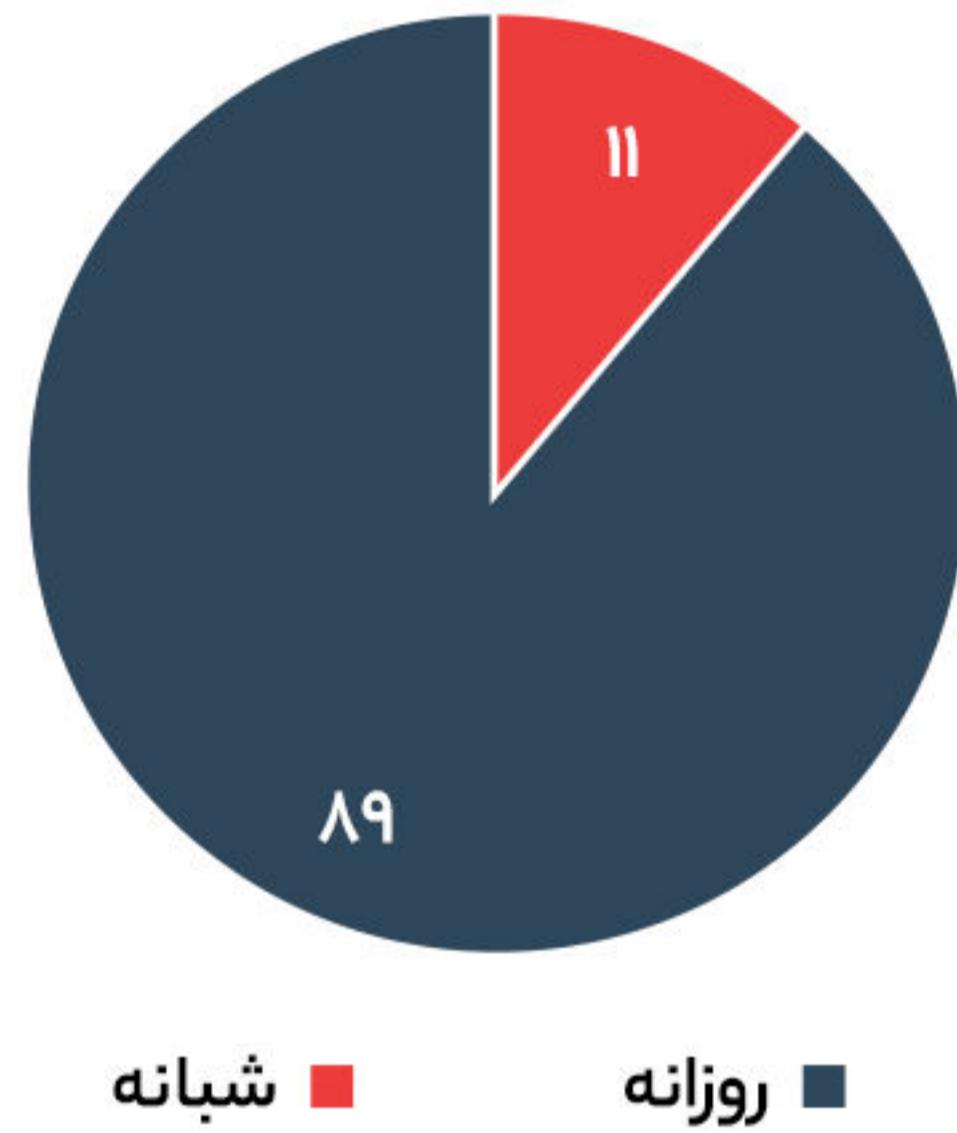
فصل سوم

رسانه‌ها

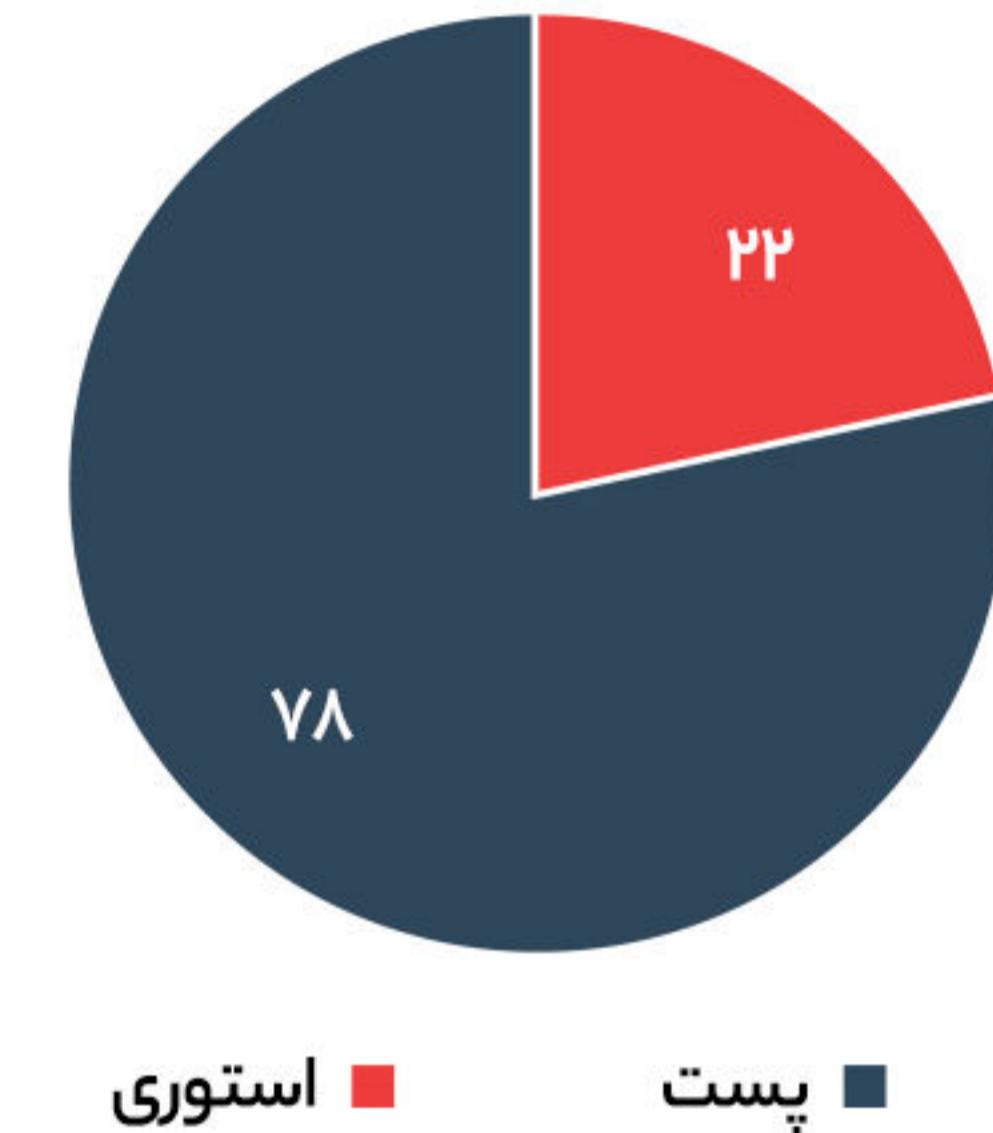
تقسیم‌بندی رسانه‌ها و جایگاه‌های تبلیغاتی

رسانه‌های اینستاگرامی ۷۷ درصد از ظرفیت انتشار را تشکیل می‌دهند

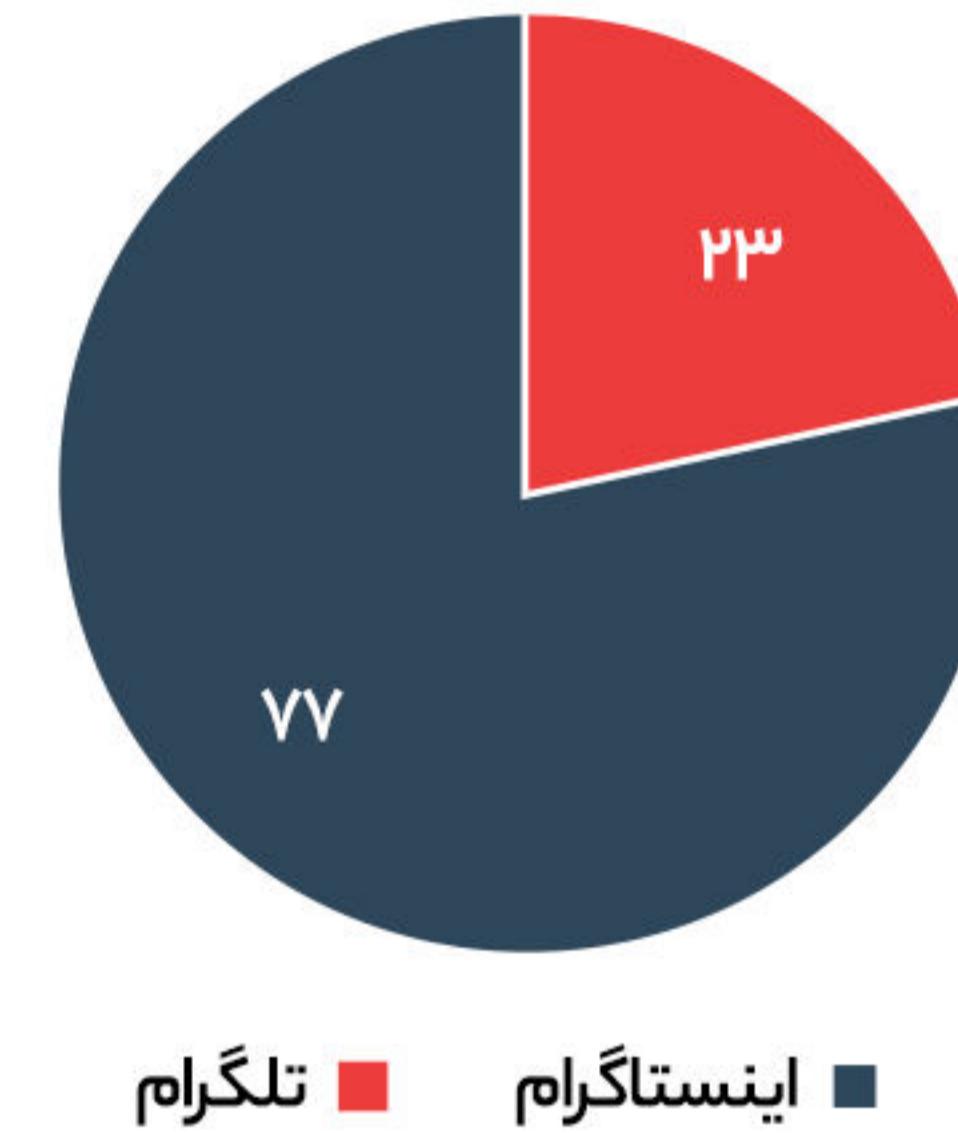
نسبت تبلیغات در جایگاه‌های تلگرامی



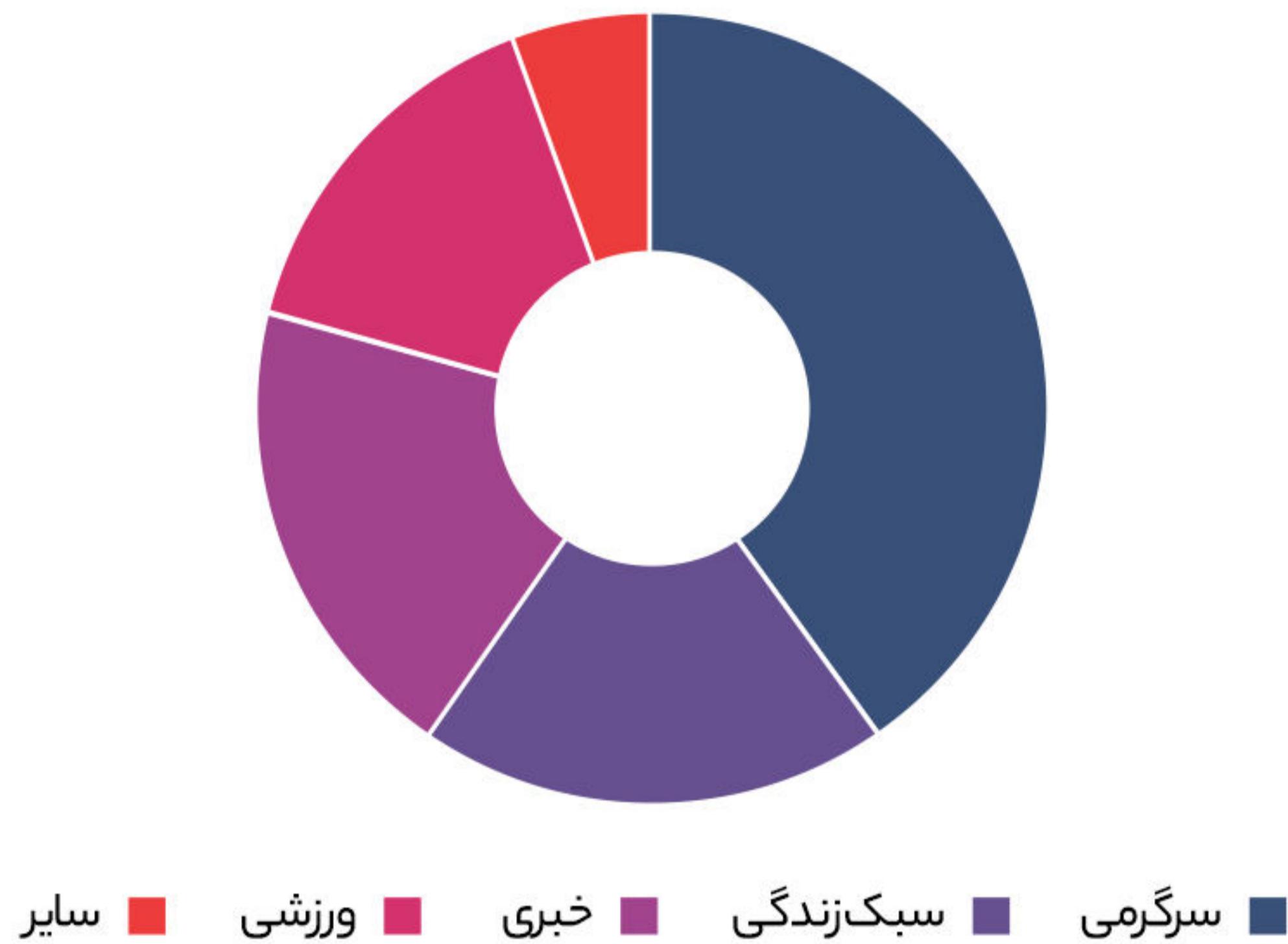
نسبت تبلیغات در جایگاه‌های اینستاگرامی



نسبت رسانه‌های تلگرامی و اینستاگرامی

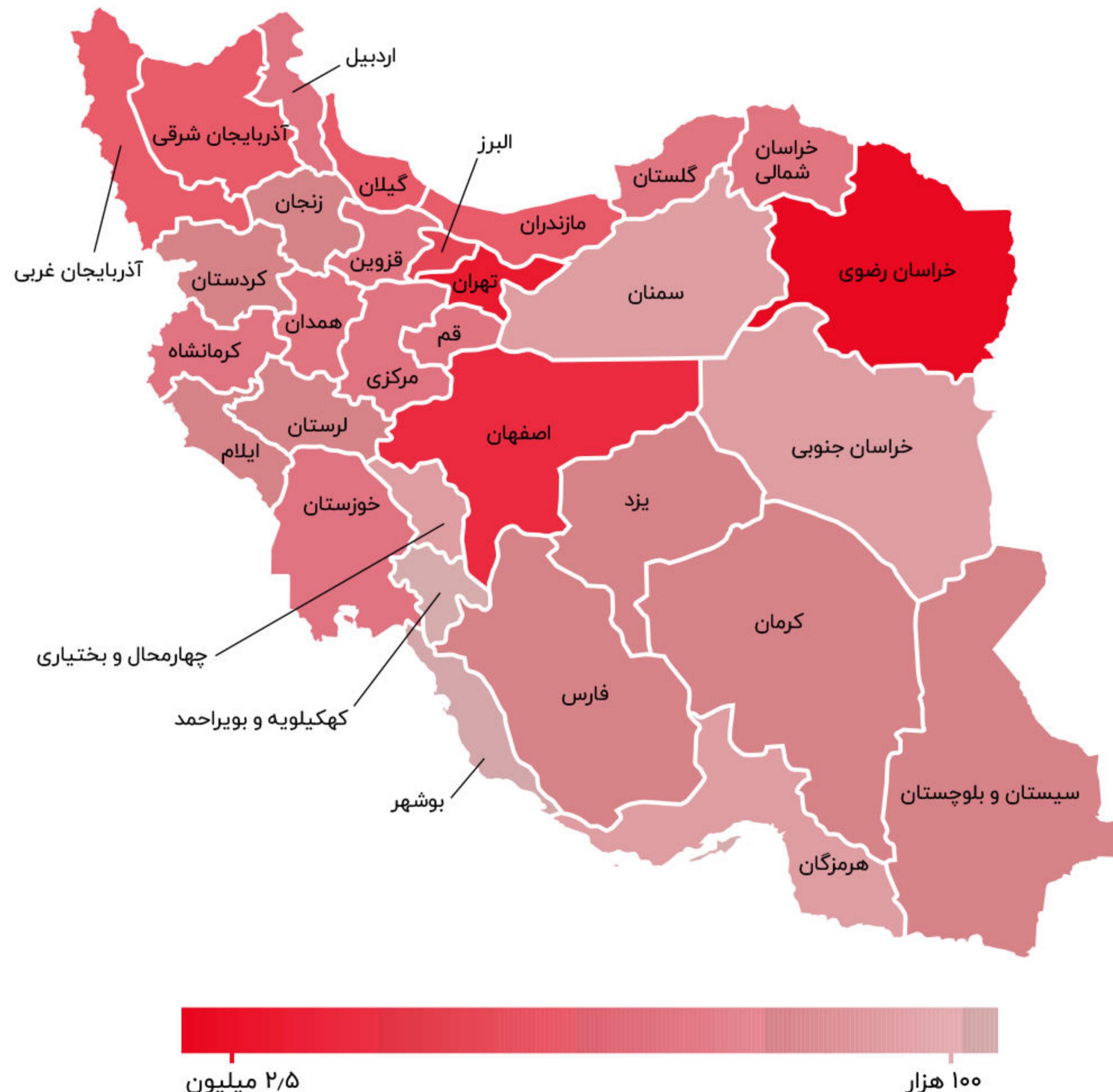


۴۲ درصد از رسانه‌ها در حوزه سرگرمی فعالیت می‌کنند.



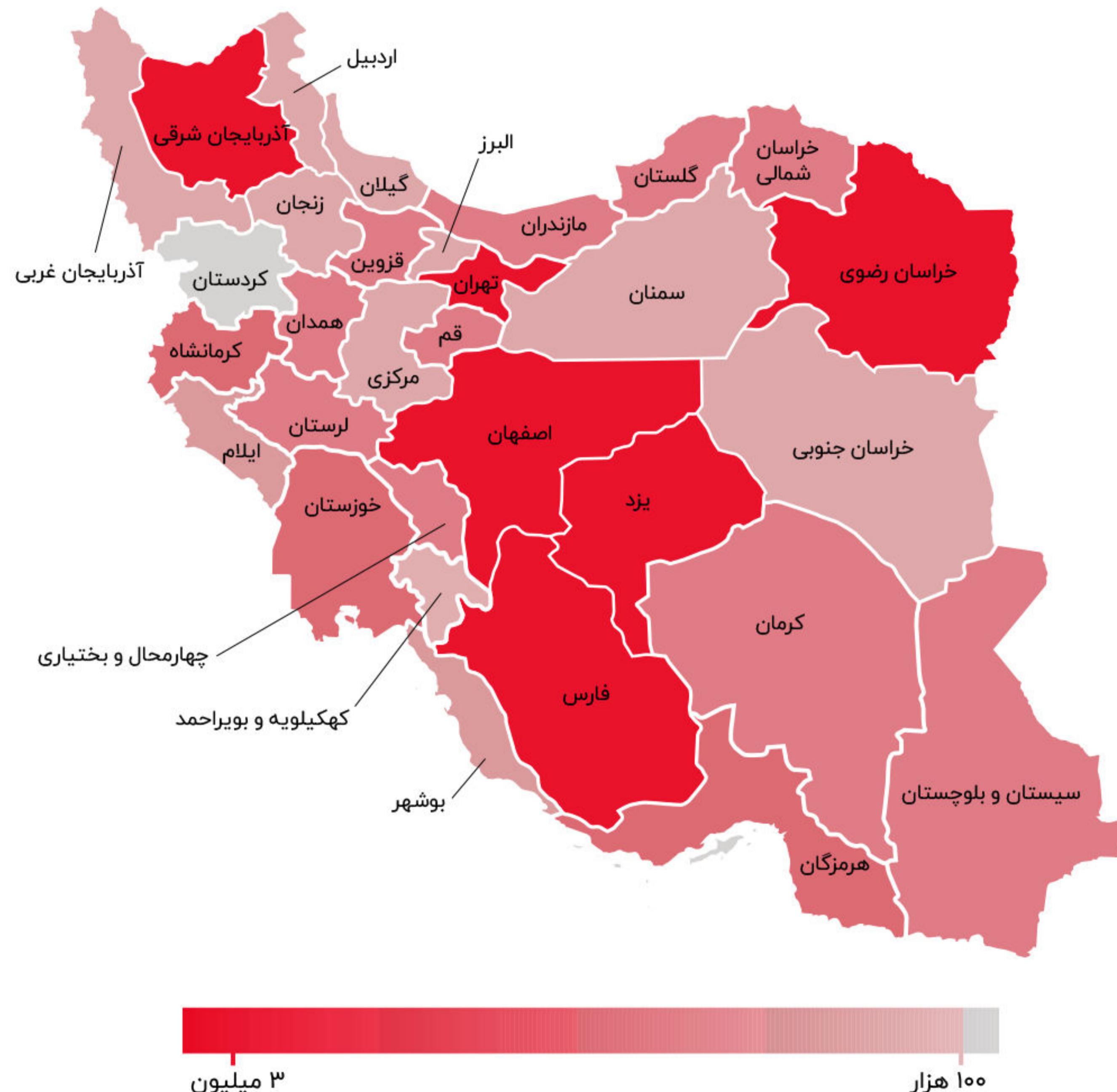
میزان مخاطب در کانال‌های استانی تلگرام

این نمودار صرف‌اهمیت‌بندی کانال‌هایی است که محتوای مربوط به همان استان را منتشر می‌کنند.



میزان مخاطب در صفحات استانی اینستاگرام

این نمودار صرفاً مربوط به کانال‌هایی است که محتوای مربوط به همان استان را منتشر می‌کنند.



رسانه‌های برتر براساس میزان همکاری

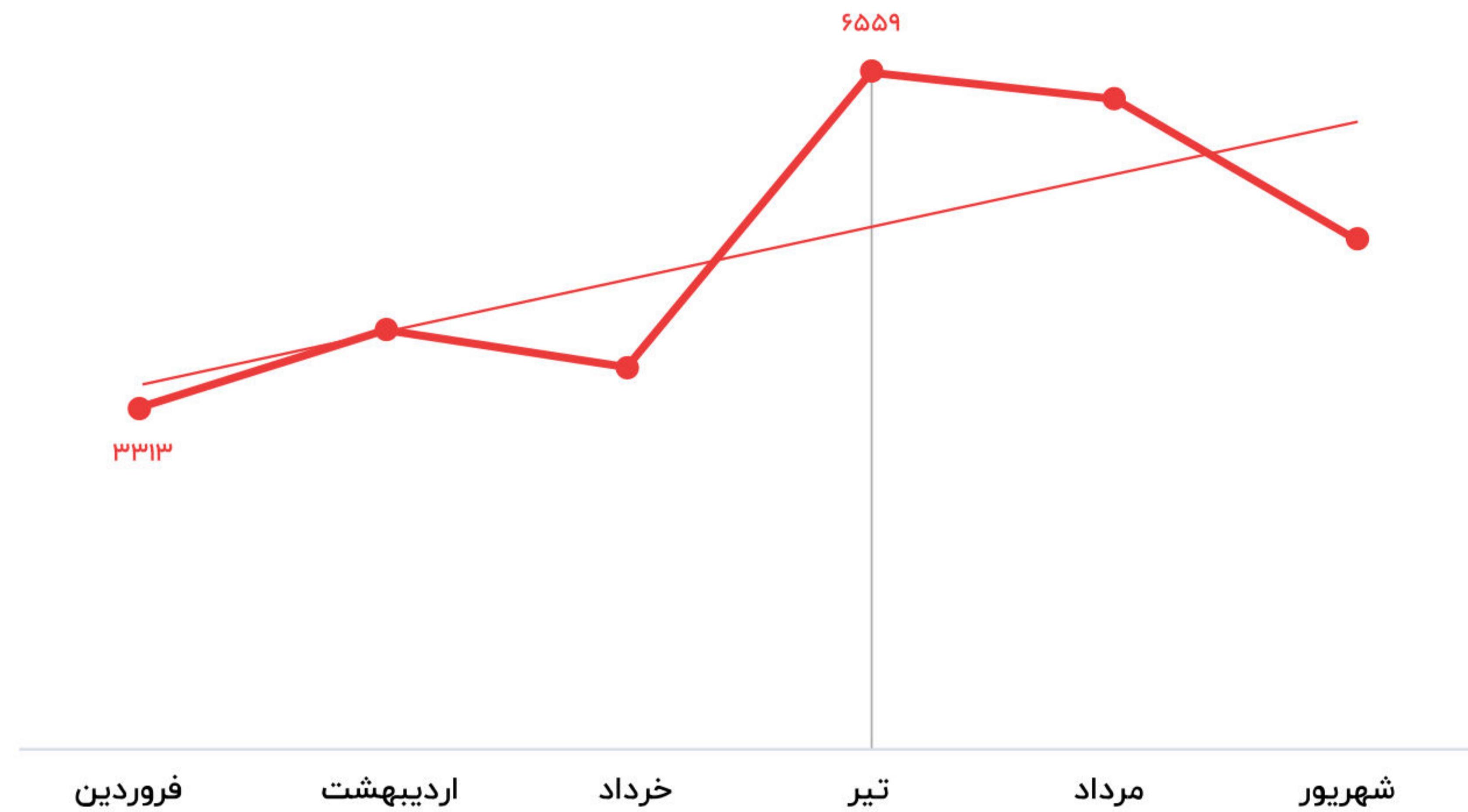


تبلیغات

فصل چهارم

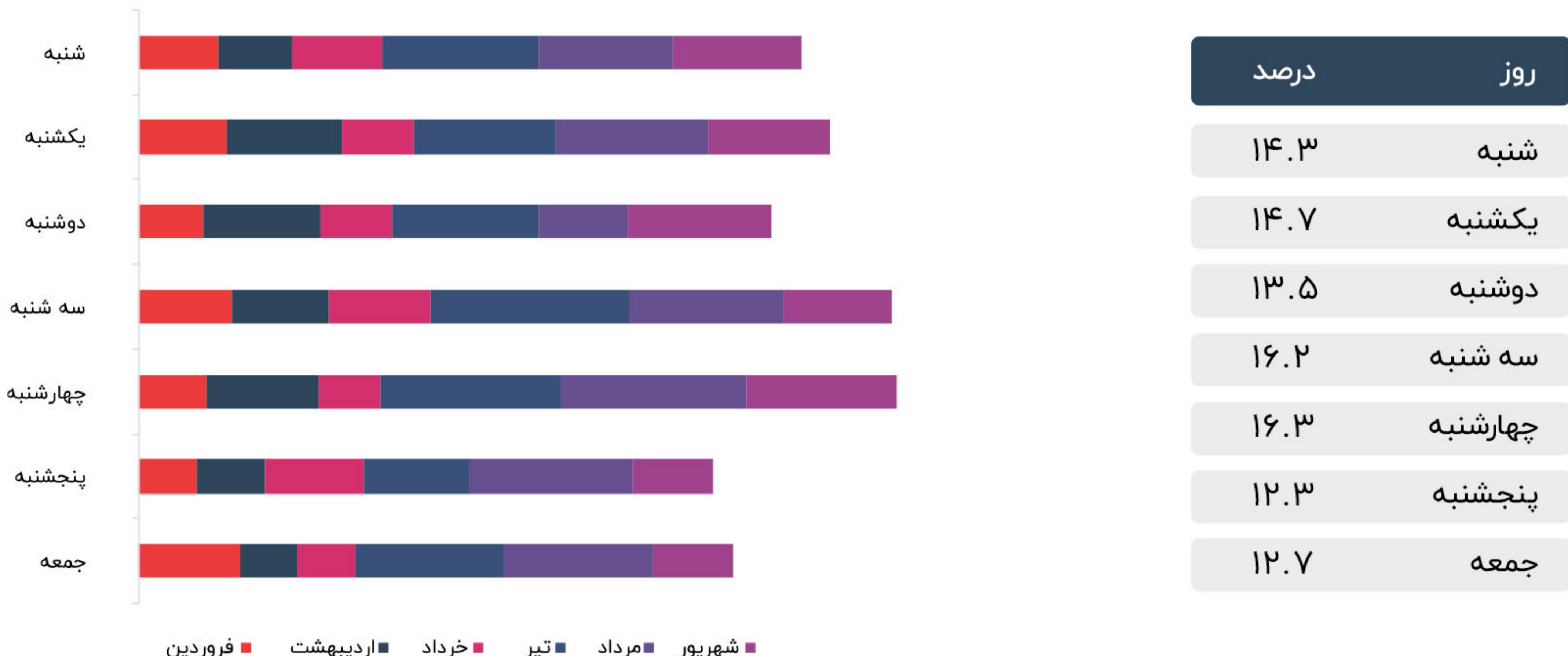


تیرماه، بیشترین میزان انتشار آگهی را داشت.

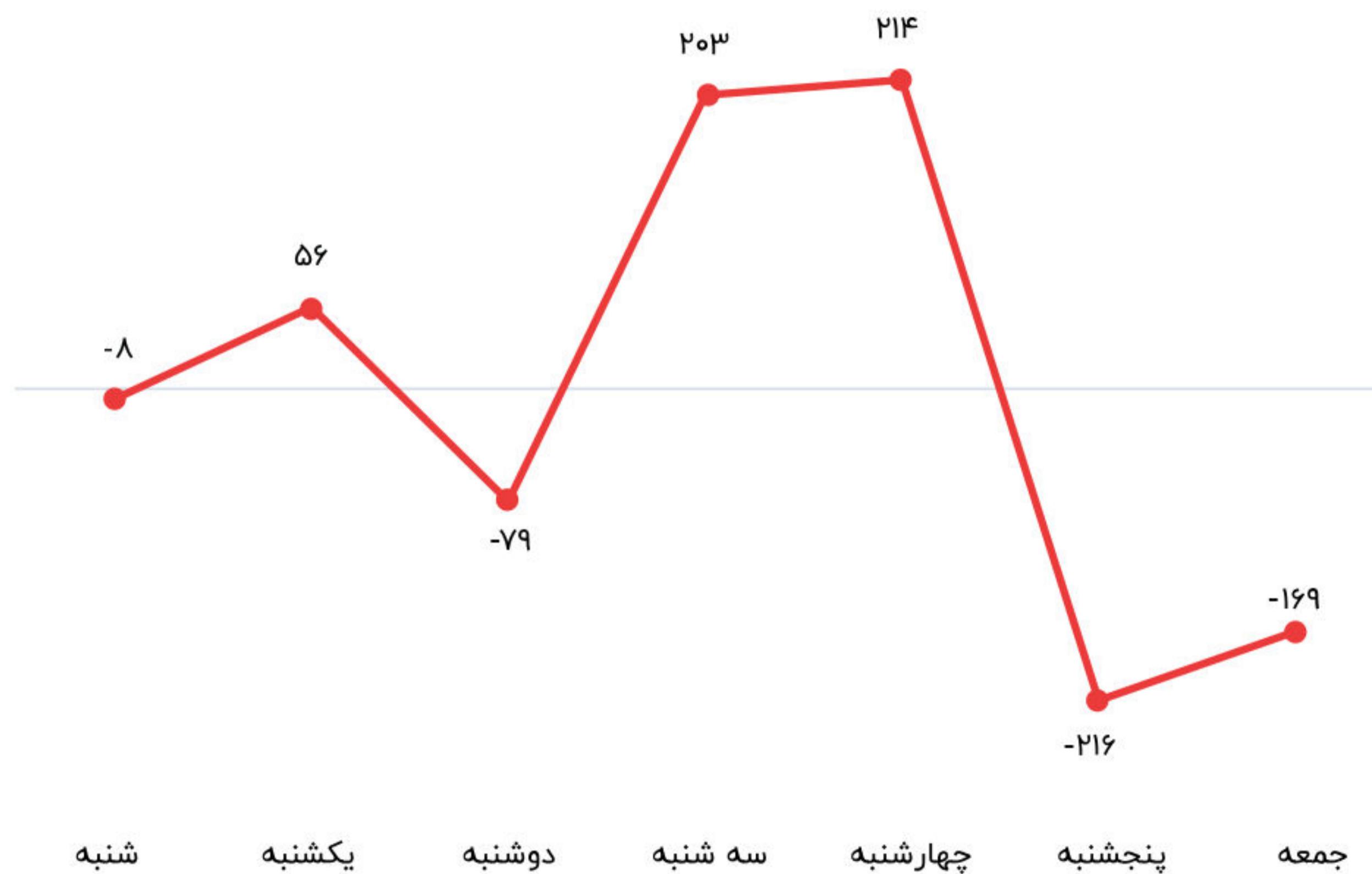


توزیع آگهی‌ها در روزهای هفته

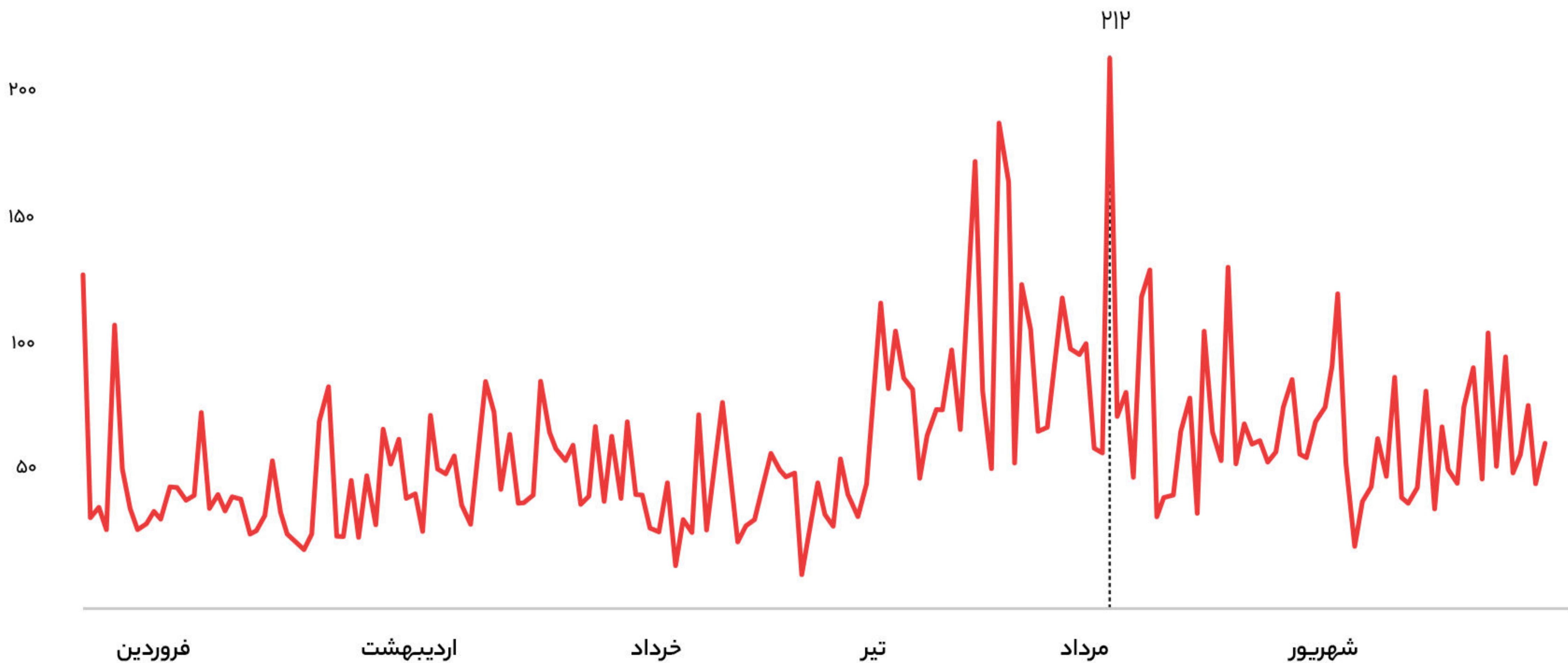
آمار نشان می‌دهد که تفاوت چندانی از نظر میزان انتشار آگهی در روزهای مختلف هفته وجود ندارد.



روزهای میانی هفته، بیشترین میزان تبلیغ را دارد.



۷ مرداد، بیشترین میزان انتشار آگهی در ۶ ماه اول را داشت.





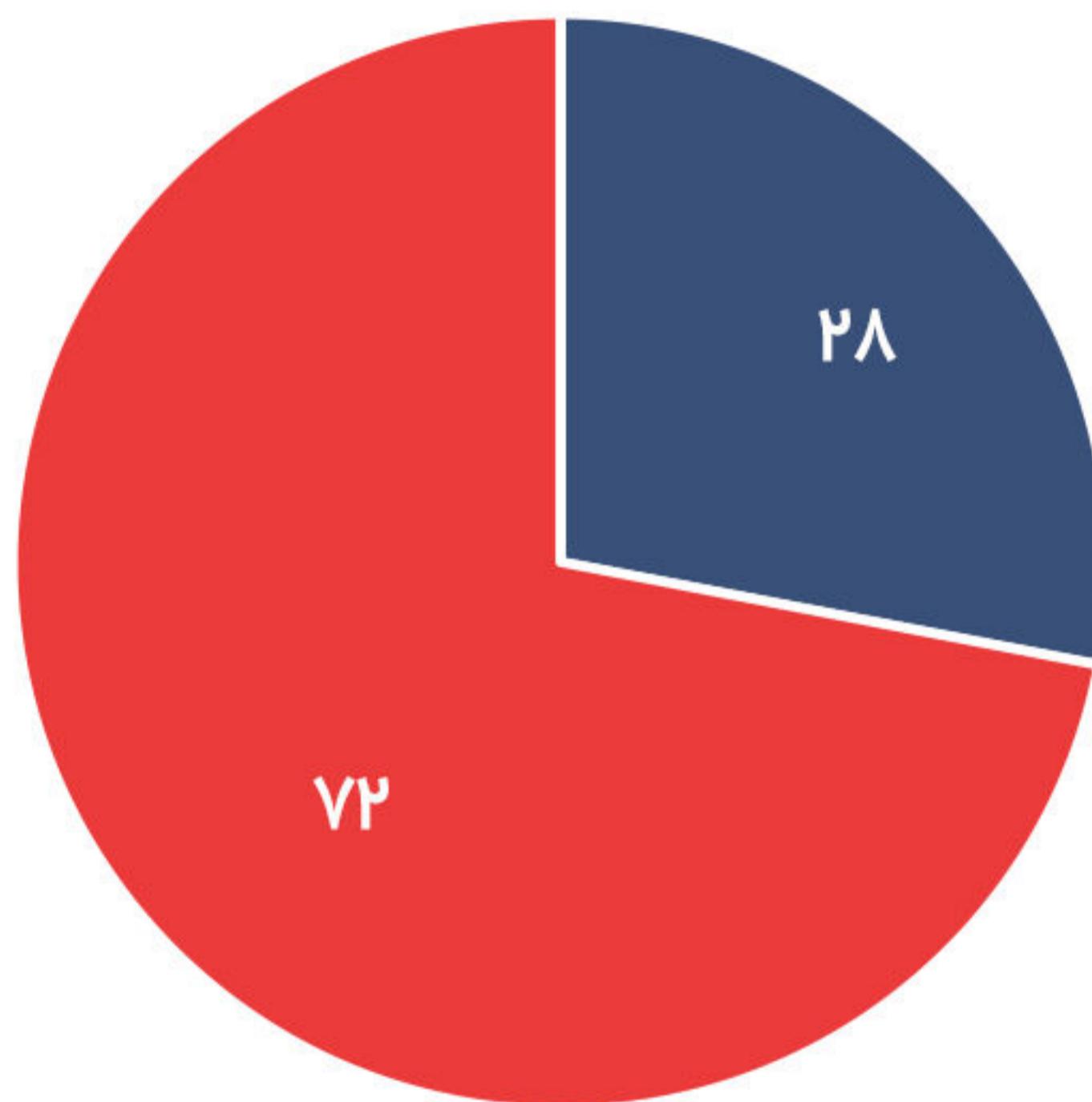
فصل پنجم

مشتریان

مشتریان سازمانی، تعداد کمتر و سهم ریالی بیشتری دارند.

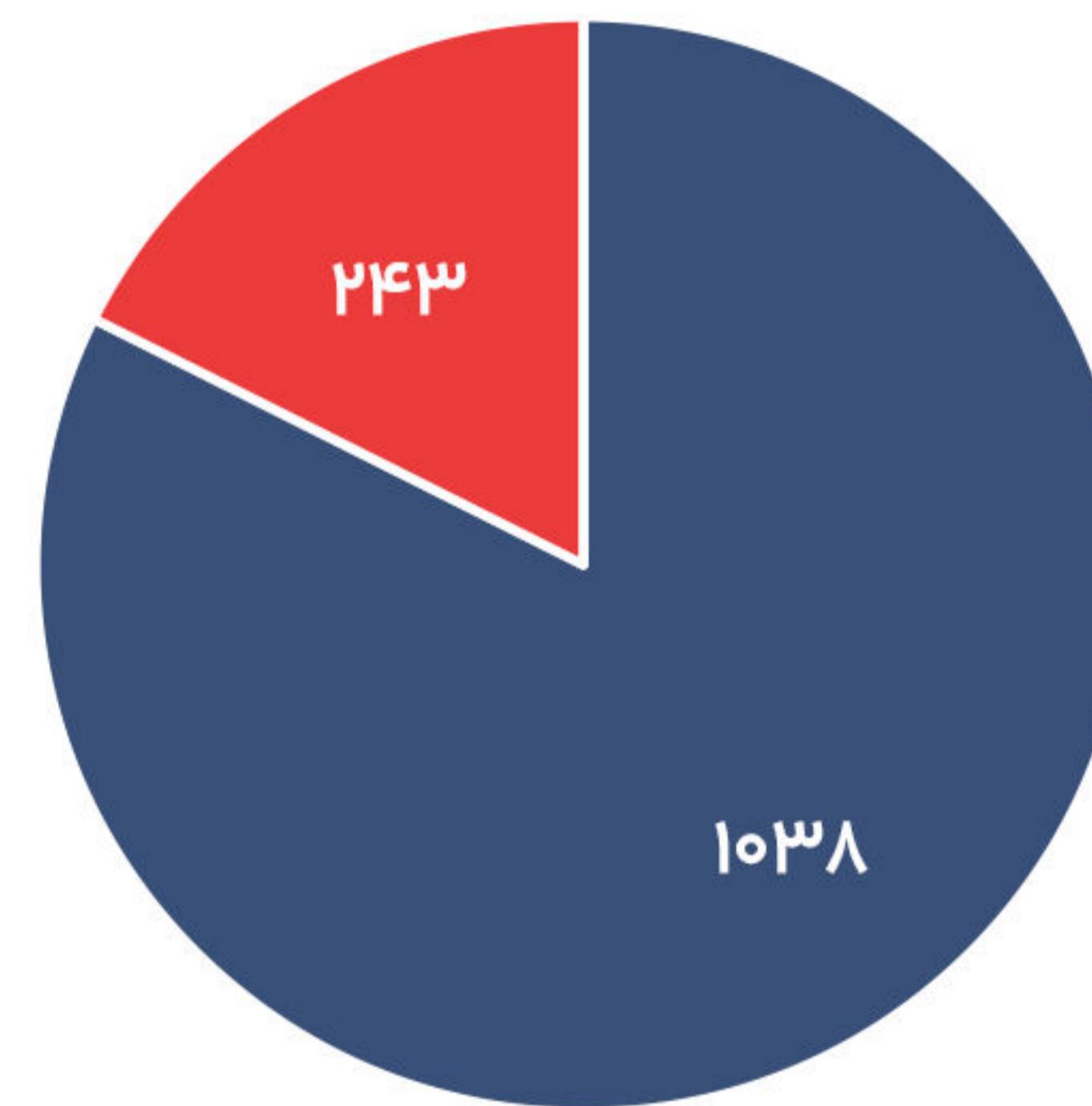
سازمان‌ها بر اساس سه شاخص سهامی عام بودن، دولتی بودن و تعداد بالای کارمندان مشخص شده‌اند.

سهم مشتریان شرکتی و سازمانی از گردش مالی



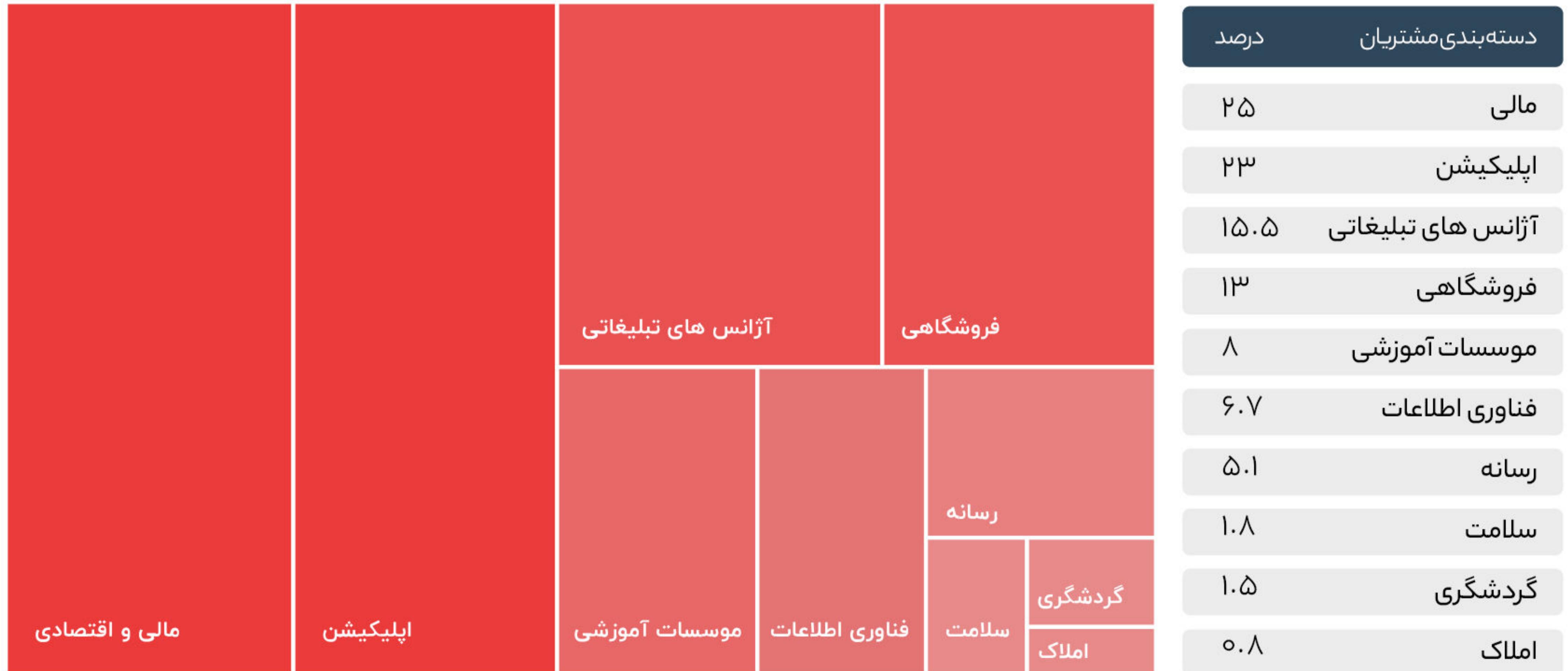
■ سازمانی ■ شرکتی

تعداد مشتریان شرکتی و سازمانی

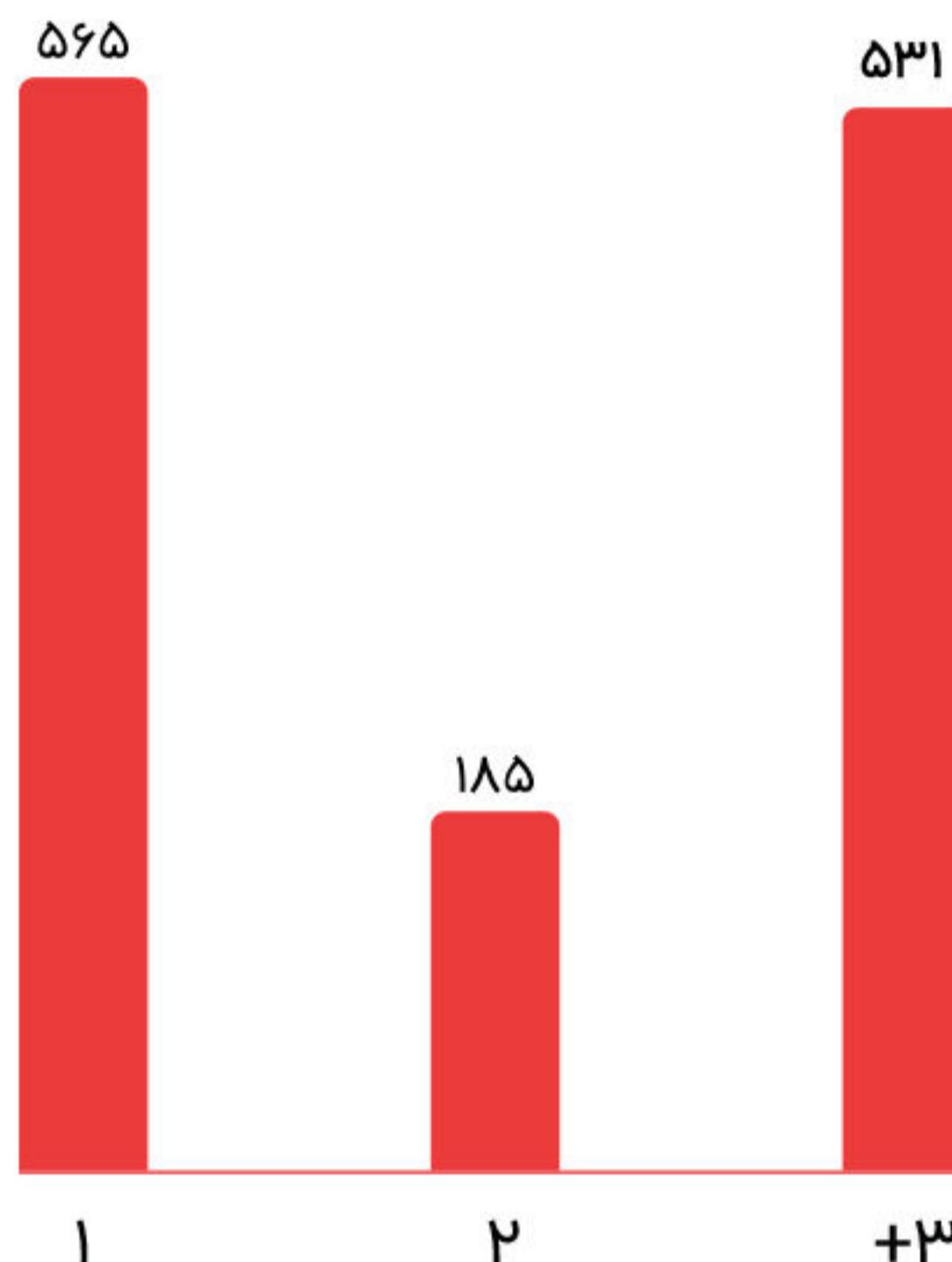


■ سازمانی ■ شرکتی

مشتریان حوزه مالی، بیشترین سهم را از گردش مالی داشتند.



۱۴,۵ درصد از مشتریان DM360 در ۶ ماه گذشته بیش از ۳ بار سفارش آگهی داشتند.



مشتریان حوزه مالی بیشترین سهم را از بازار اینفلوئنس مرکتینگ داشتند.



اپ ■

مالی ■

سایر صنف‌ها ■

فروشگاهی ■

۳ کمپین برگزیده

فصل ششم



مروی بر ۳ کمپین برگزیده

در ۱۸۶ روز ابتدایی سال، چند کمپین مختلف، با چالش‌های متنوع توسط DM360 اجرا شدند. این کمپین‌ها علاوه بر رفع نیاز مشتریان، ارتباط ما با صاحبین رسانه و ظرفیت رسانه‌ای برای انتشار تبلیغات را گسترش دادند و چالش‌های متفاوت کمپین‌ها، توان همه واحدهای آزانس DM360 را نمایش داد. در این بخش سه مورد از کمپین‌های اجرا شده را به صورت مختصر معرفی کنیم. دو کمپین، به دلیل درخواست کارفرما بدون مطرح شدن نام برنده گزارش شده‌اند.

کمپین دعوت به ثبت نام

بیش از ۶۸ هزار نوبت انتشار در یک ماه

- بازه زمانی کمپین: ۳۲ روز
- تولید بیش از ۱۰۰ محتوا در انواع متنی، گرافیکی و ویدئویی
- تولید بیش از ۳۰ دقیقه ویدئو
- بیش از ۶۸ هزار نوبت انتشار در یک ماه
- بیش از ۱۲۵ میلیون ایمپرشن
- بیش از ۱۰۰ میلیون ایمپرشن در اینستاگرام
- بیش از ۲۵ میلیون ایمپرشن در تلگرام

به دلیل درخواست کارفرما، نام برنده در گزارش نیامده است.



برندینگ صفحه اینستاگرام پلتفرم فروش

۳ میلیون ایمپرشن در ۳ روز

- بازه زمانی کمپین: **۳ روز**
- همکاری با بیش از **۲۶ اینفلوئنسر** در دو دسته **واینر و لايف استایل بلاگر**
- تولید **۲۶ ویدئو** توسط خود اینفلوئنسرها
- انتشار ویدئوها در زمان **مشخص شده**
- بیش از **۳ میلیون ایمپرشن**



پرموت اپ جدید در حوزه مالی

فصل ششم - ۳ کمپین برگزیده
DM360°
آرالس دیجیتال مارکتینگ

بیش از ۴۰ میلیون بازدید

- بازه زمانی: ۱۴ روز
- تولید بیش از ۲۰ محتوای متنی و گرافیکی
- انتشار محتوار در ۱۷۰ رسانه تلگرامی، اینستاگرامی و اپلیکیشن
- تمرکز بر رسانه‌های حوزه **بانوان و سبک‌زندگی** با توجه به مخاطب هدف
- بیش از ۴۰ میلیون بازدید

به دلیل درخواست کارفرما، نام برنده درگزارش نیامده است.



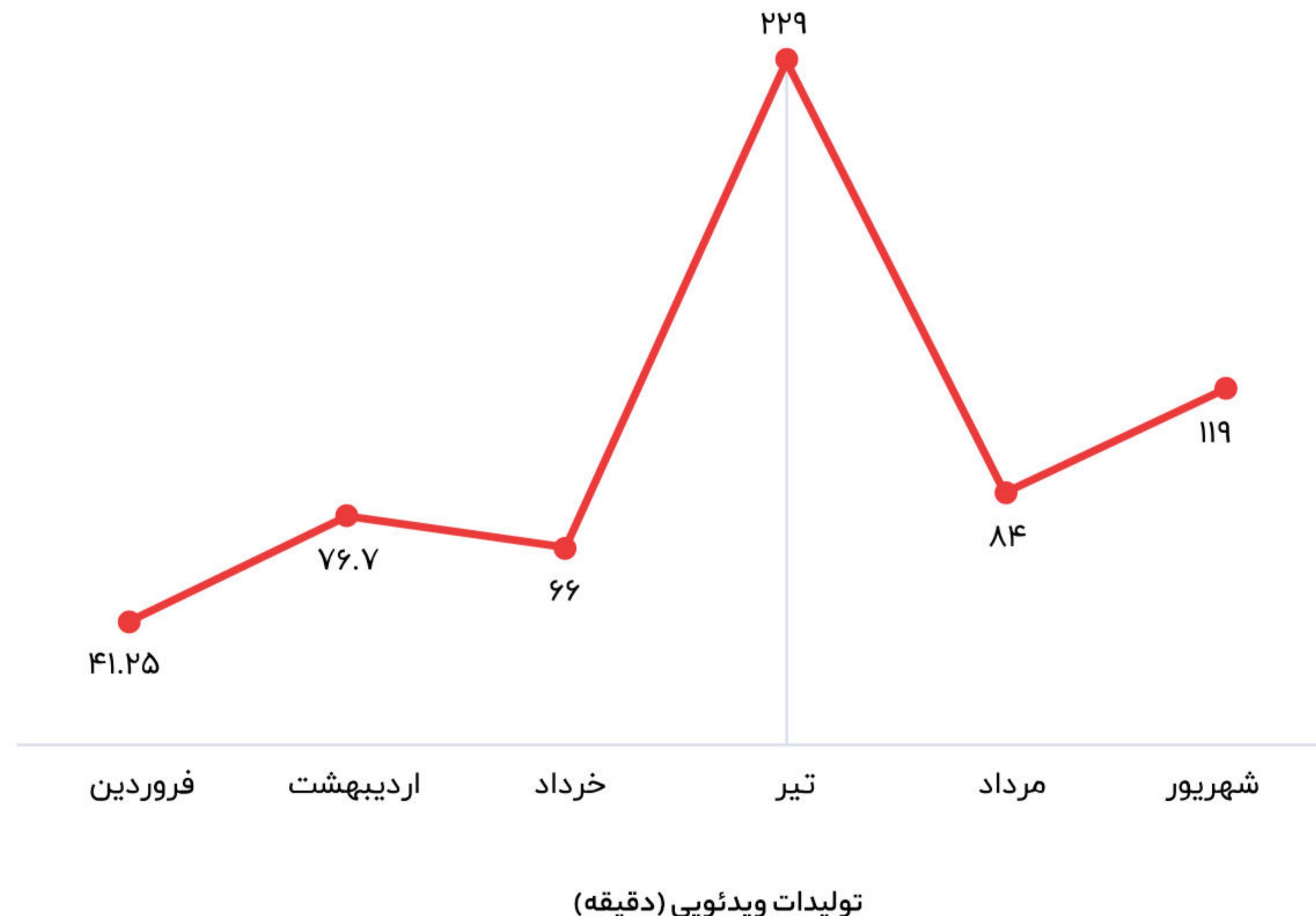
تولیدات

فصل هفتم



تولیدات ویدئویی در ۶ ماه نخست سال ۹۹

تیرماه، با ۲۲۹ دقیقه، بیشترین میزان تولید را داشت.



تولیدات ویدئویی در ۶ ماه نخست سال ۹۹

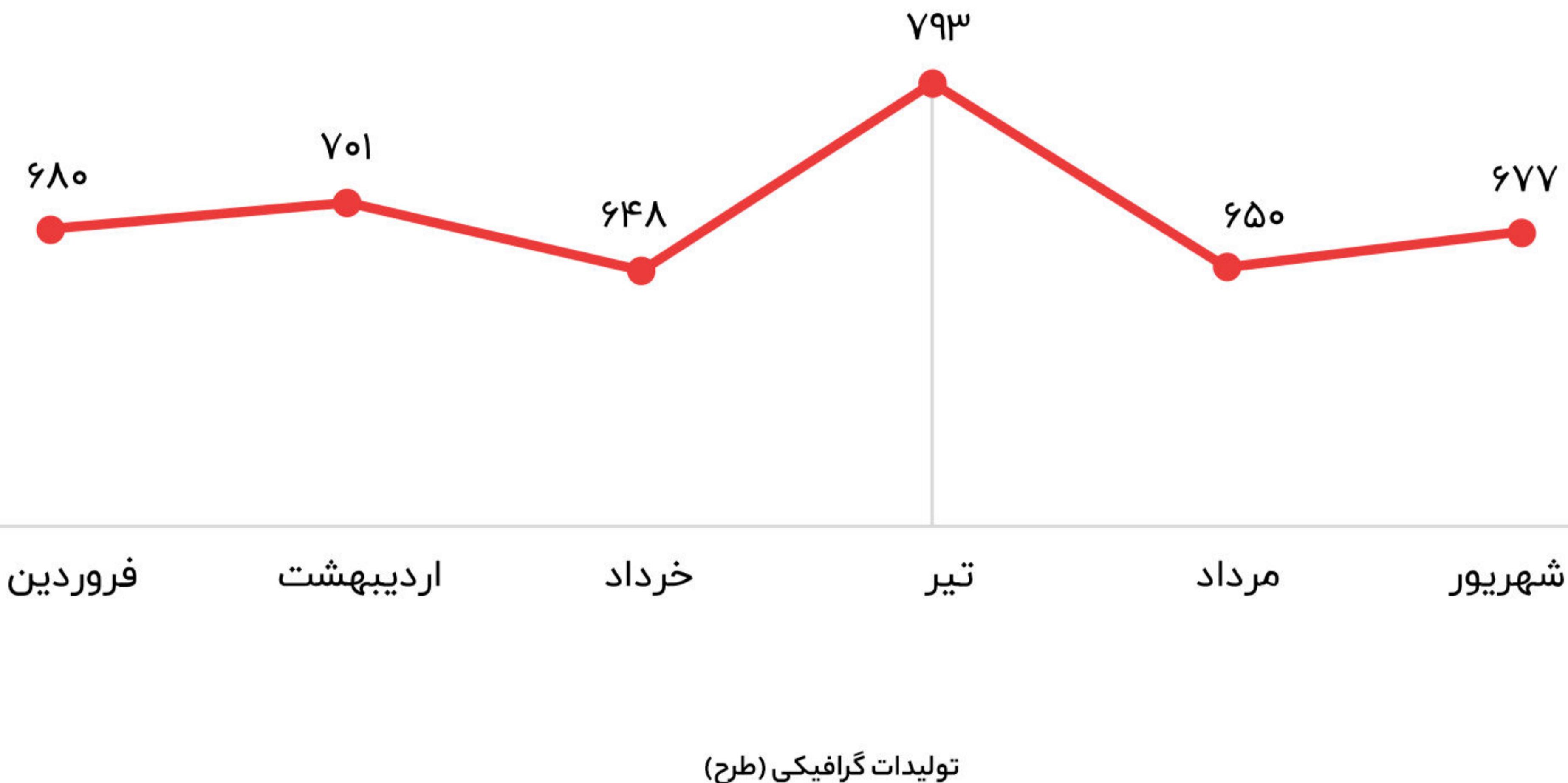
بیشترین تولیدات مربوط به ویدئوکلیپ و تیزرهای رئال بود.



■ برنامه سازی ■ موشن گرافیک ■ ویدئو رئال

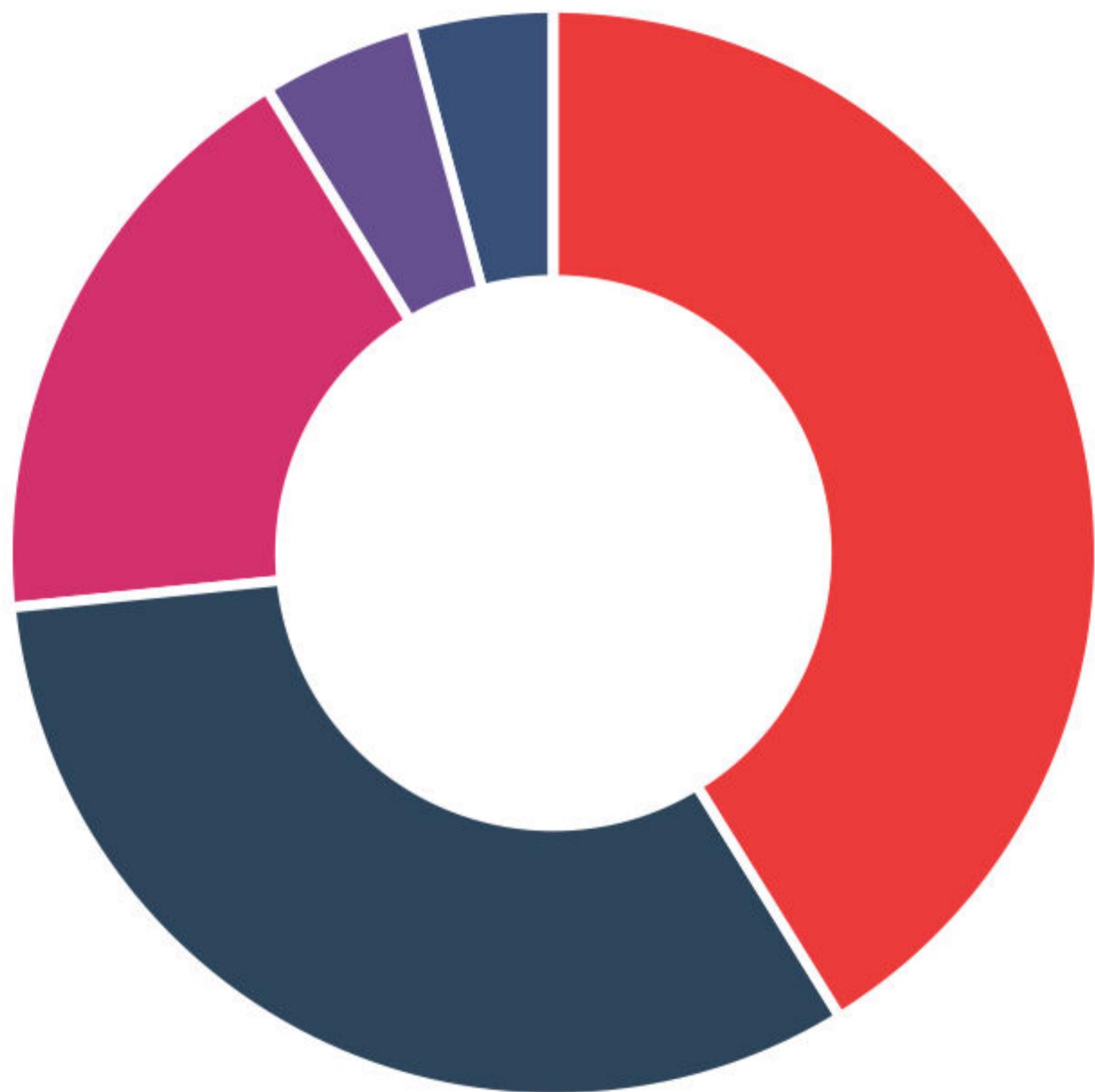
تولیدات گرافیکی در ۶ ماه نخست سال ۹۹

تیرماه، با ۷۹۳ طرح، بیشترین تولیدات گرافیکی را داشت.



تولیدات گرافیکی در ۶ ماه نخست سال ۹۹

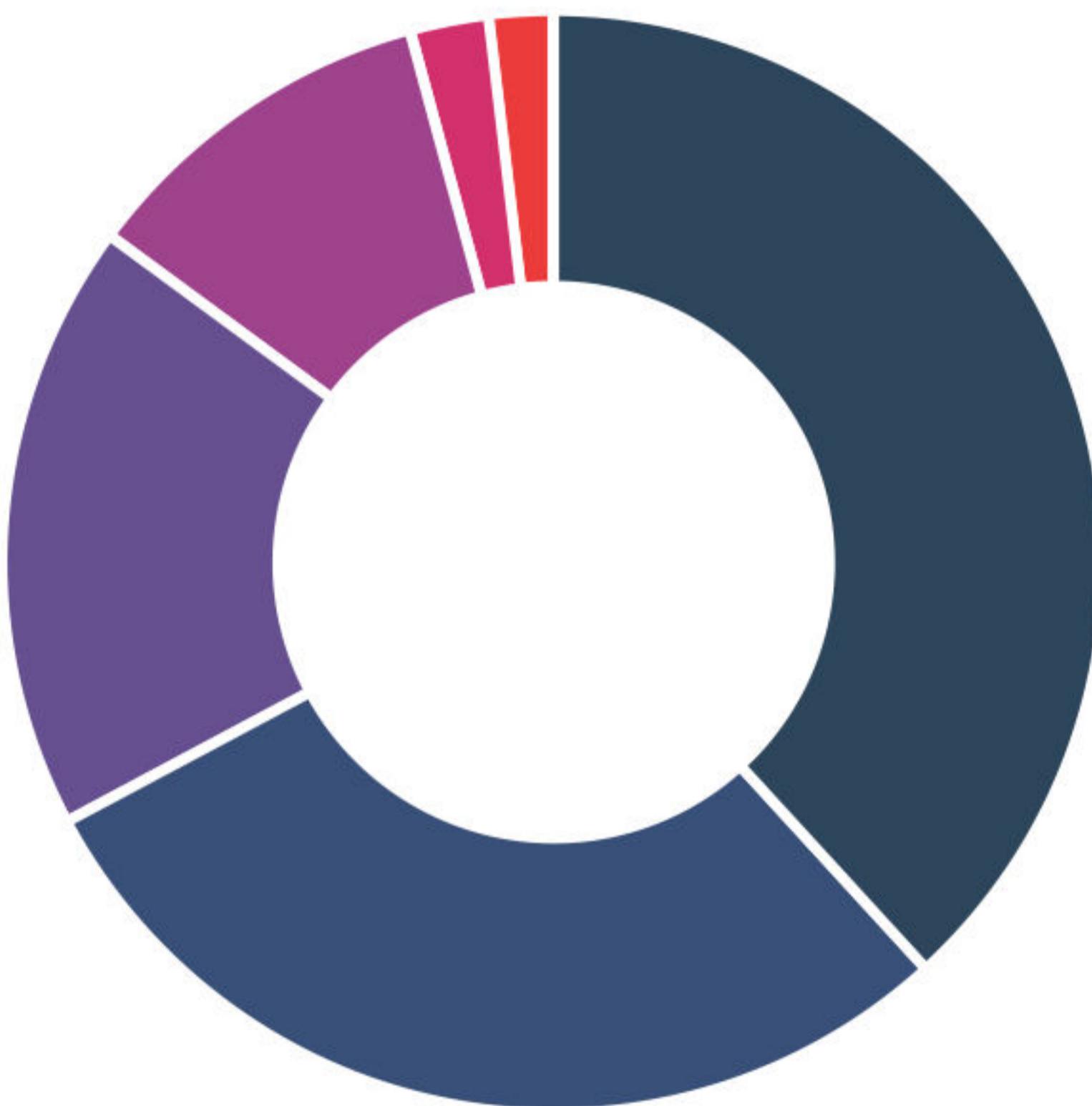
بیشترین میزان تولیدات گرافیکی طراحی پست اینستاگرامی بود.



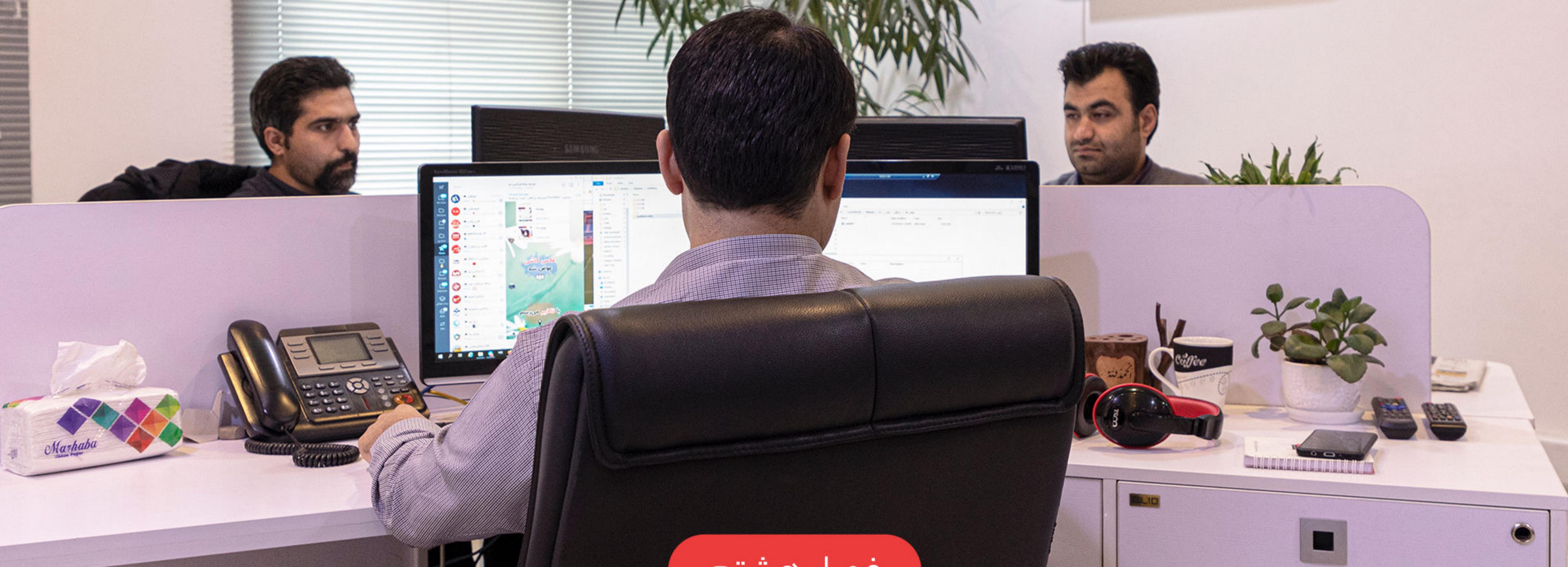
■ پست ■ کاتالوگ ■ استوری ■ گیف ■ رابط کاربری ■

تولیدات متنی در ۶ ماه نخست سال ۹۹

بیشترین تولید محتوای متنی مربوط به پست تلگرام بود.



■ تلگرام ■ محصول نویسی ■ اینستاگرام ■ رپورتاژ ■ کاتالوگ ■ محتوای سایت ■



فصل هشتم

آخرین خبر

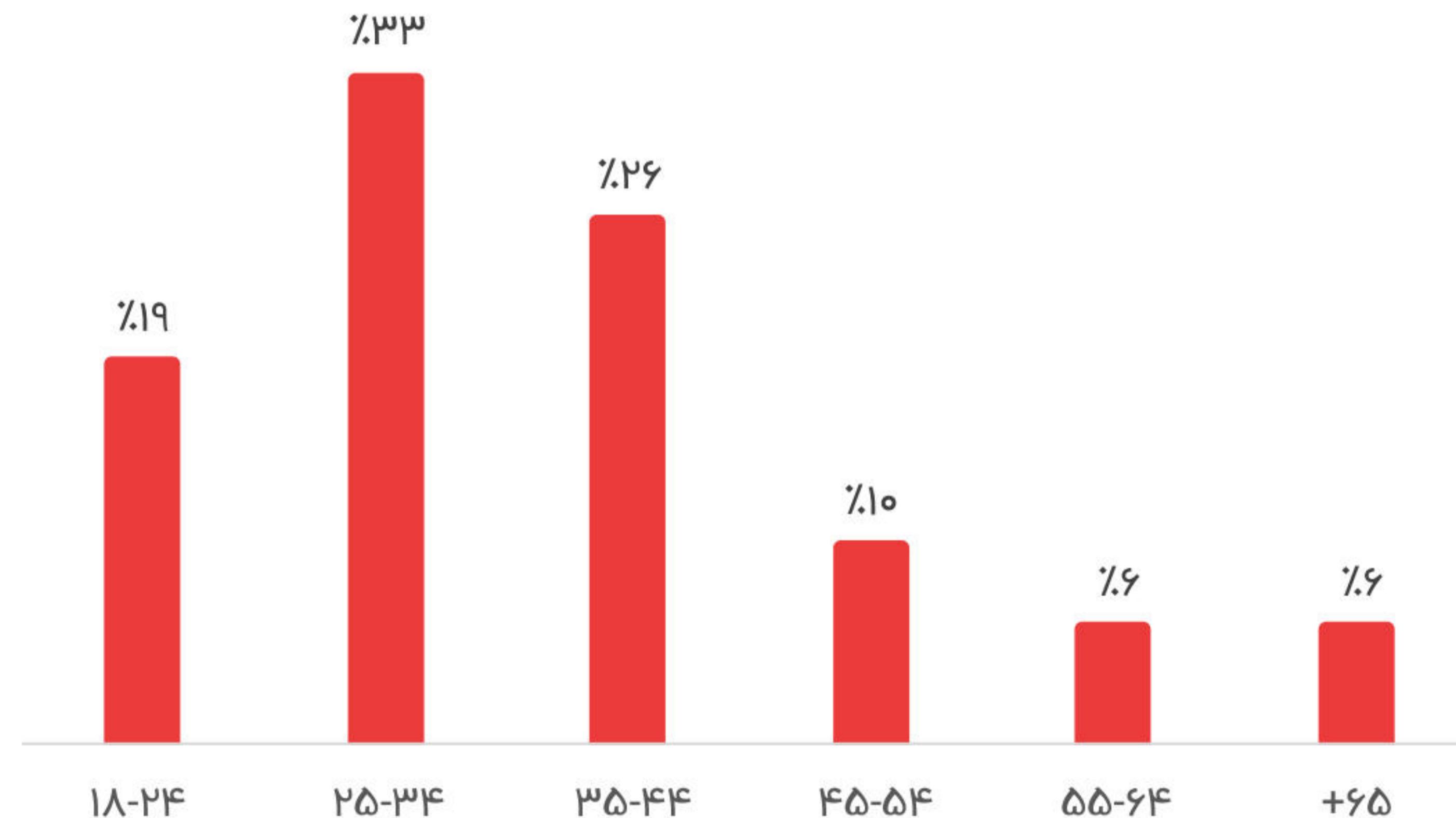
۱۸ هزار آگهی در ۶ ماه

رسانه آخرین خبر در سال ۹۱ راه اندازی شد. این رسانه در چندین بستر از جمله تلگرام، اینستاگرام و اپلیکیشن فعالیت می کند. DM360 سه سال است که با در اختیار داشتن ظرفیت های کامل این رسانه به درآمد زایی مجموعه کمک می کند.

بخشی از تیم بازاریابی و فروش DM360، به طور اختصاصی برای رسانه های آخرین خبر فعالیت می کنند. در ۶ ماه نخست سال ۹۹، مجموعاً بیش از ۱۸ هزار آگهی در ظرفیت های آخرین خبر فراهم شد. در ادامه این گزارش به جزئیات این ۱۸ هزار آگهی می پردازیم.

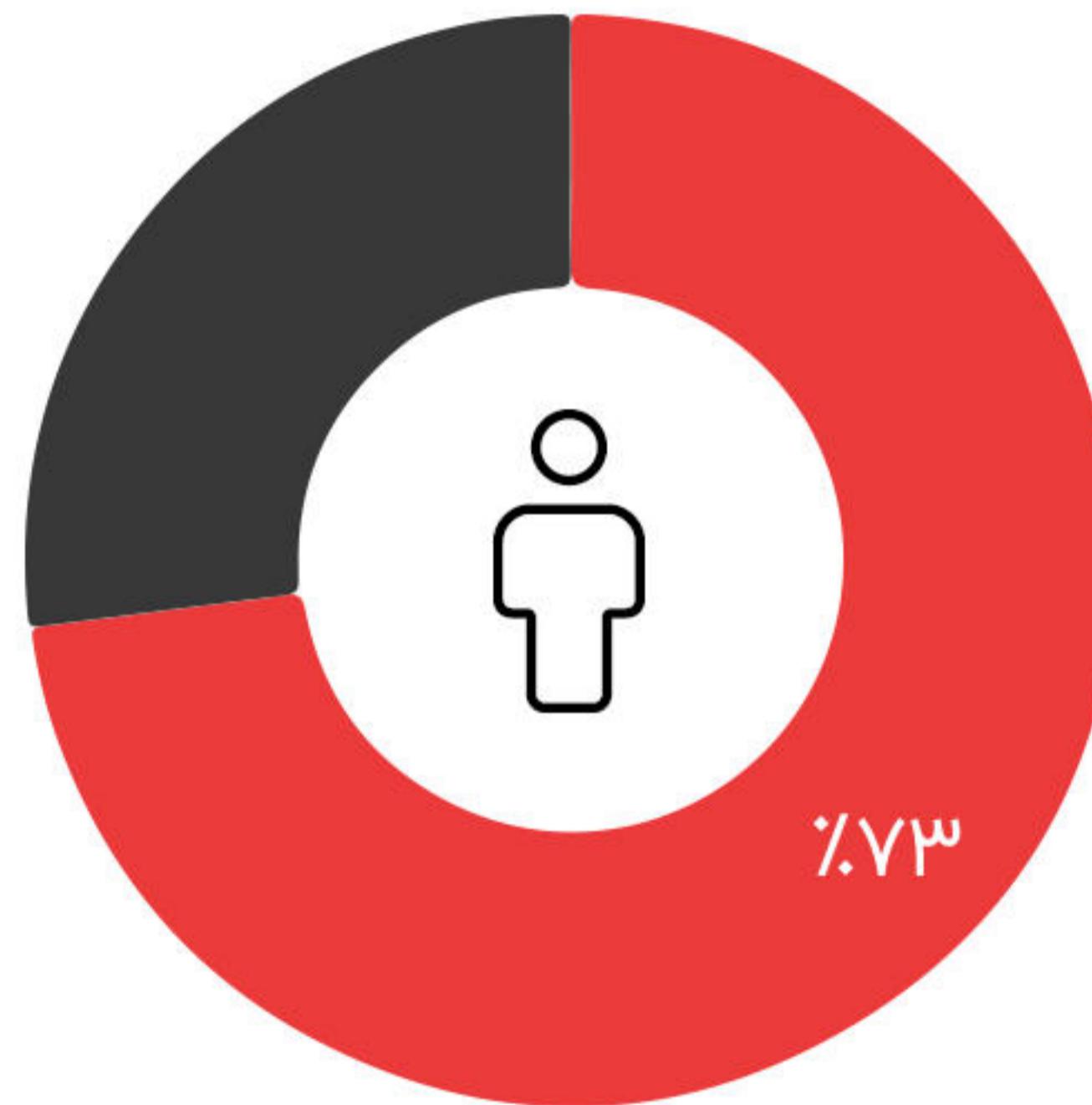
دموگرافی مخاطبین آخرین خبر

بیشترین میزان مخاطب آخرین خبر در بین افراد بین ۲۵ تا ۳۴ سال است.

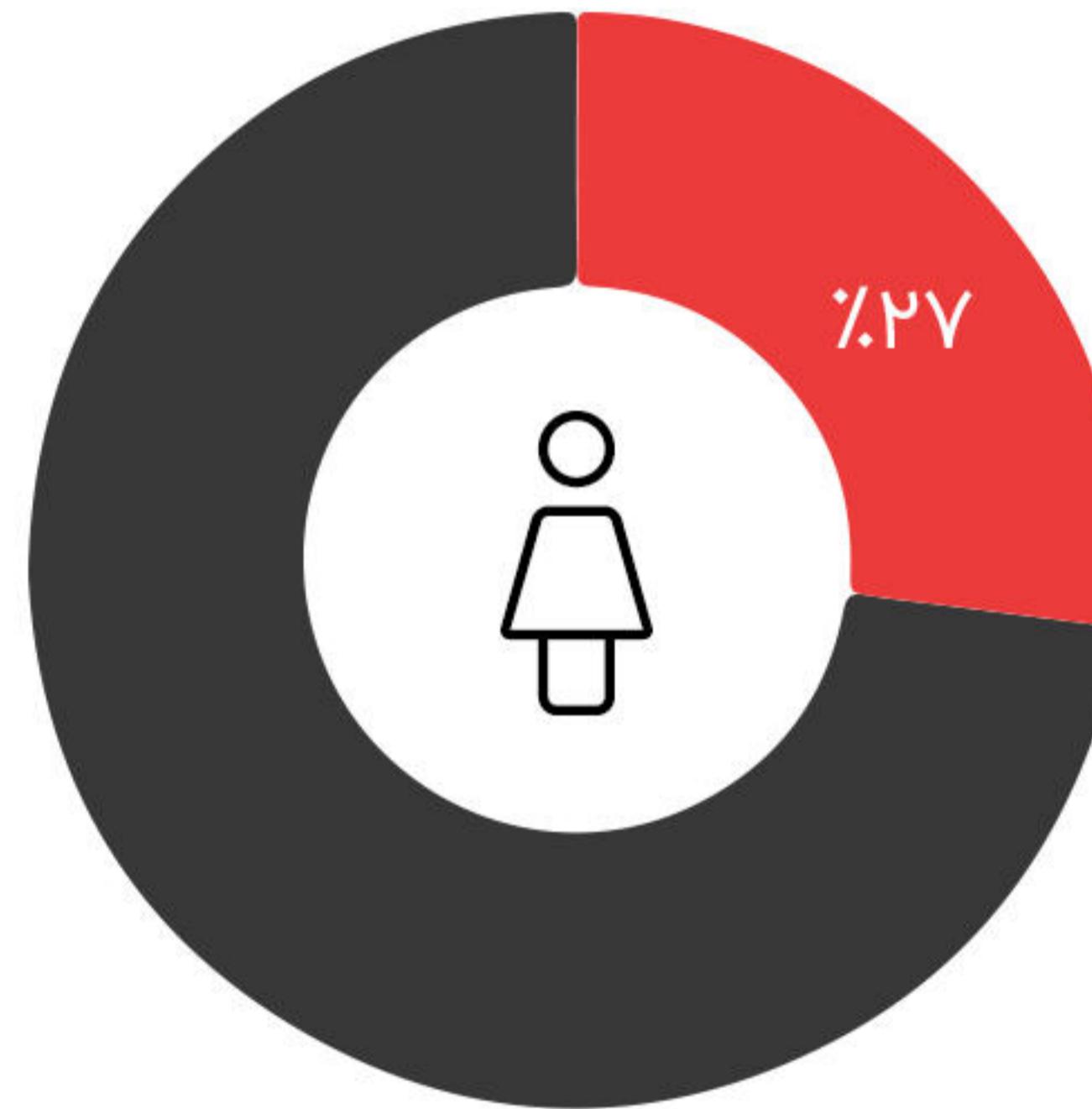


براساس گزارش تحریریه آخرین خبر
تاریخ به روزرسانی: ۲۰ مهر ۹۹

۷۳ درصد از مخاطبان آخرین خبر را آقایان تشکیل می‌دهند.



نسبت تعداد کاربران آقا به کل اعضا



نسبت تعداد کاربران خانم به کل اعضا

تلگرام آخرین خبر

فصل هشتم - آخرین خبر
DM360°
آرالس دیجیتال مارکتینگ



مجموع تبلیغات انجام شده



مجموع ظرفیت‌ها



مجموع بازدید



مجموع تعداد پست



تعداد ممبر

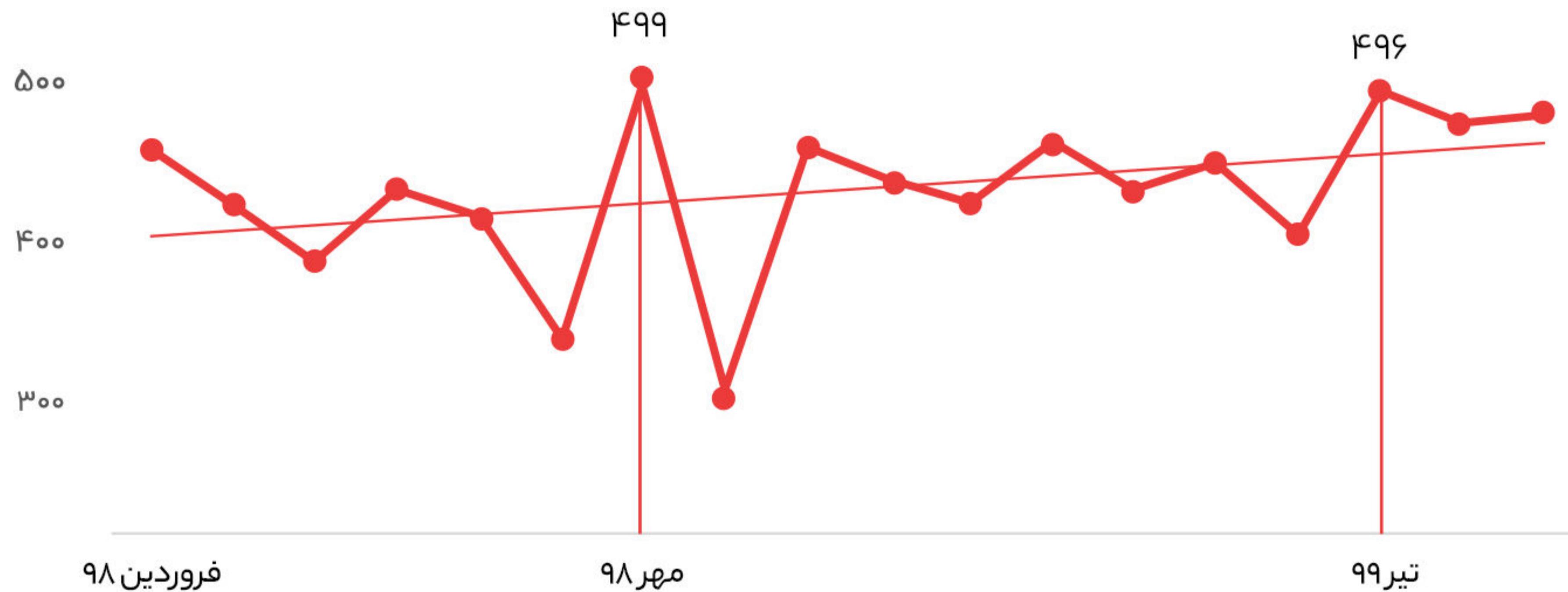


بخش تبلیغاتی

بخش خبری

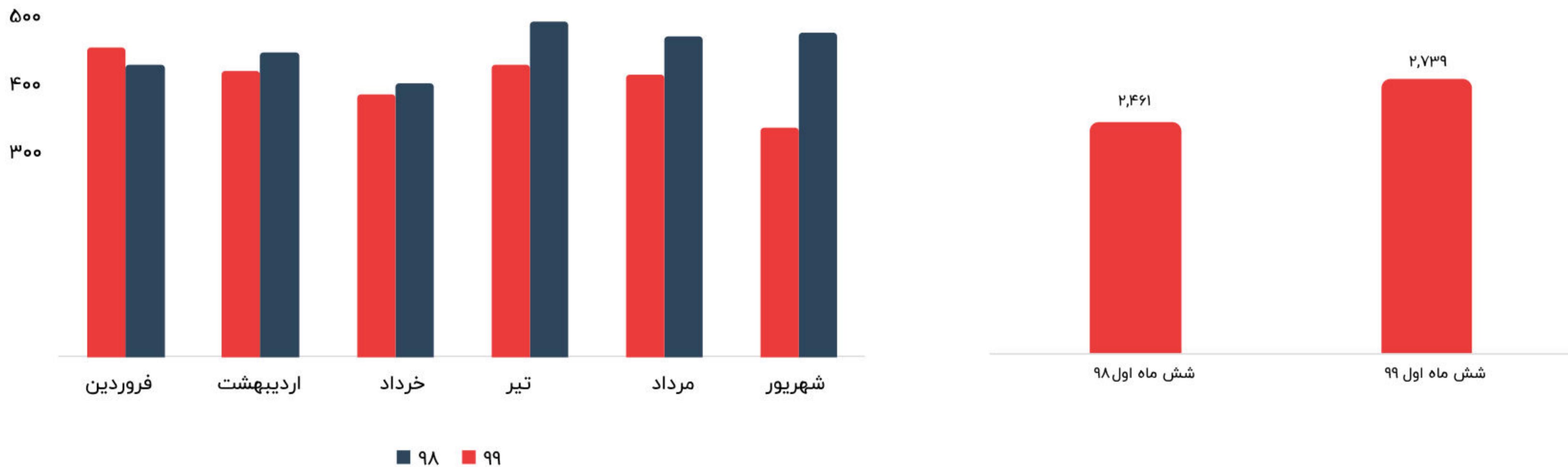


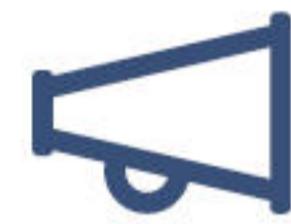
روندا نتشار آگهی در کانال تلگرام آخرین خبر





۱۸ درصد از ظرفیت تبلیغاتی کanal تلگرام آخرین خبر در نیمه اول سال ۹۹ تکمیل شد.





مجموع تبلیغات انجام شده

۱۴۰۷۰



مجموع ظرفیت‌ها

۲۴۲۸۰



میانگین بازدید پست‌ها

+۱۳۰

هزار



مجموع عضوها

+۱.۵

میلیون

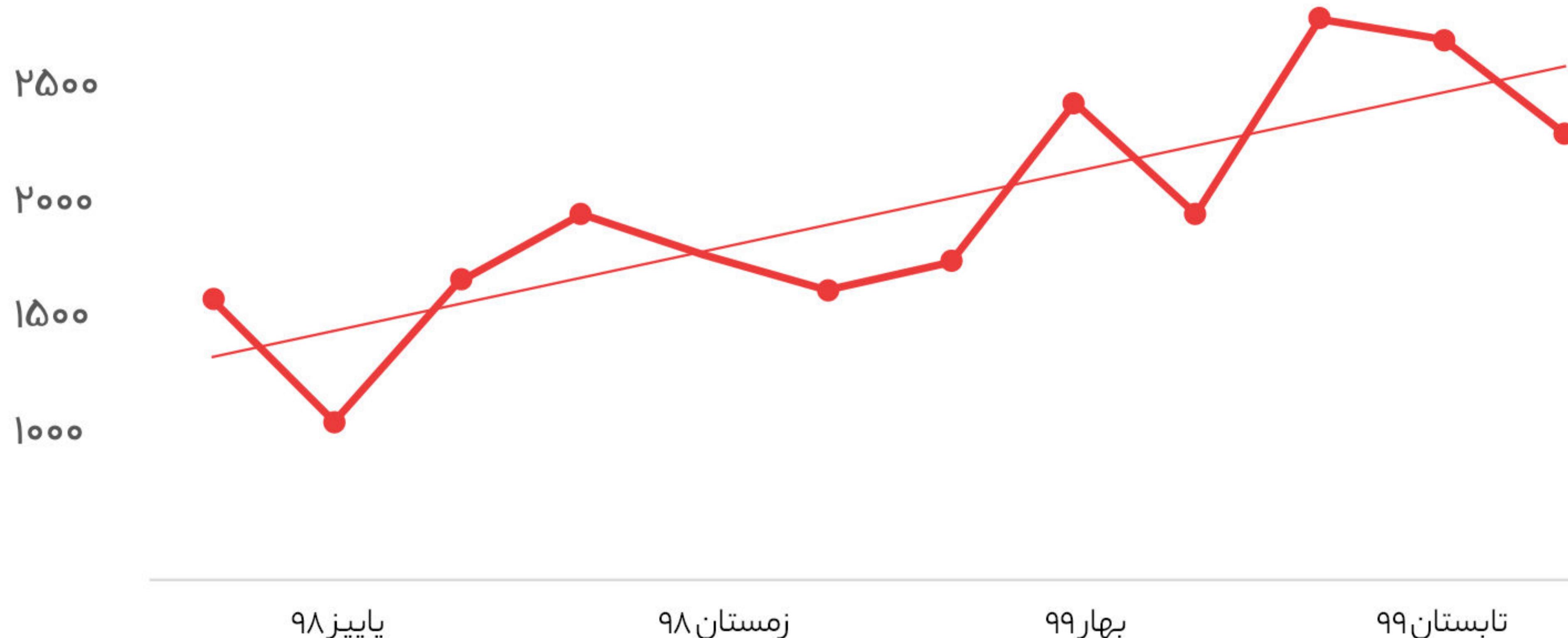
بخش تبلیغاتی

بخش خبری

رond انتشار آگهی در کانال‌های استانی آخرین خبر

۱

۲۸۲۰ آگهی، تنها در یک ماه (تیر ۹۹) برای کانال‌های استانی آخرین خبر منتشر شد.



کانال‌های استانی آخرین خبر

استان البرز، بیشترین تعداد ممبر را در بین کانال‌های استانی آخرین خبر دارد.



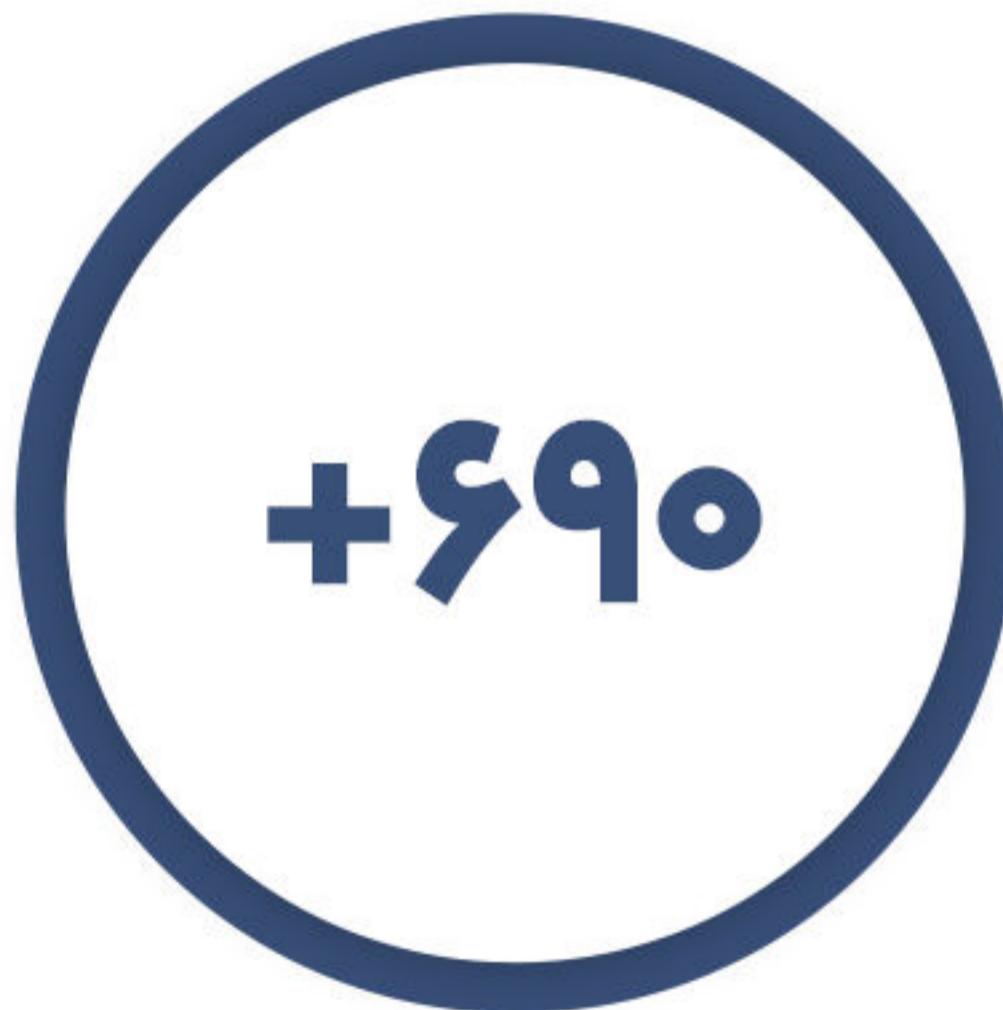
اینستاگرام آخرين خبر



میانگین تعداد پست‌ماهانه



مجموع فالوئرها



نمای کلی از ظرفیت تبلیغاتی اینستاگرام آخرین خبر



ظرفیت پر شده



مجموع ظرفیت استوری تبلیغاتی



ظرفیت پر شده



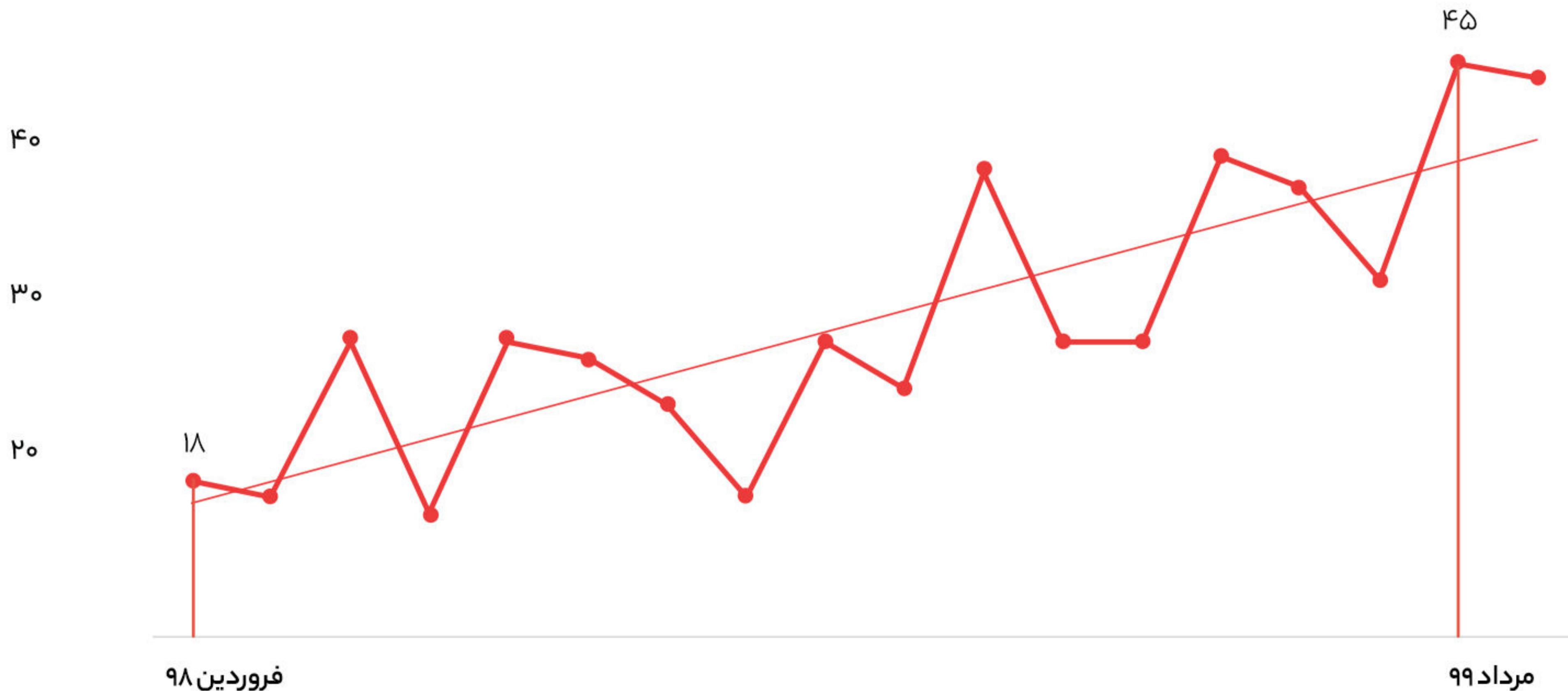
مجموع ظرفیت پست تبلیغاتی

۲۲۴

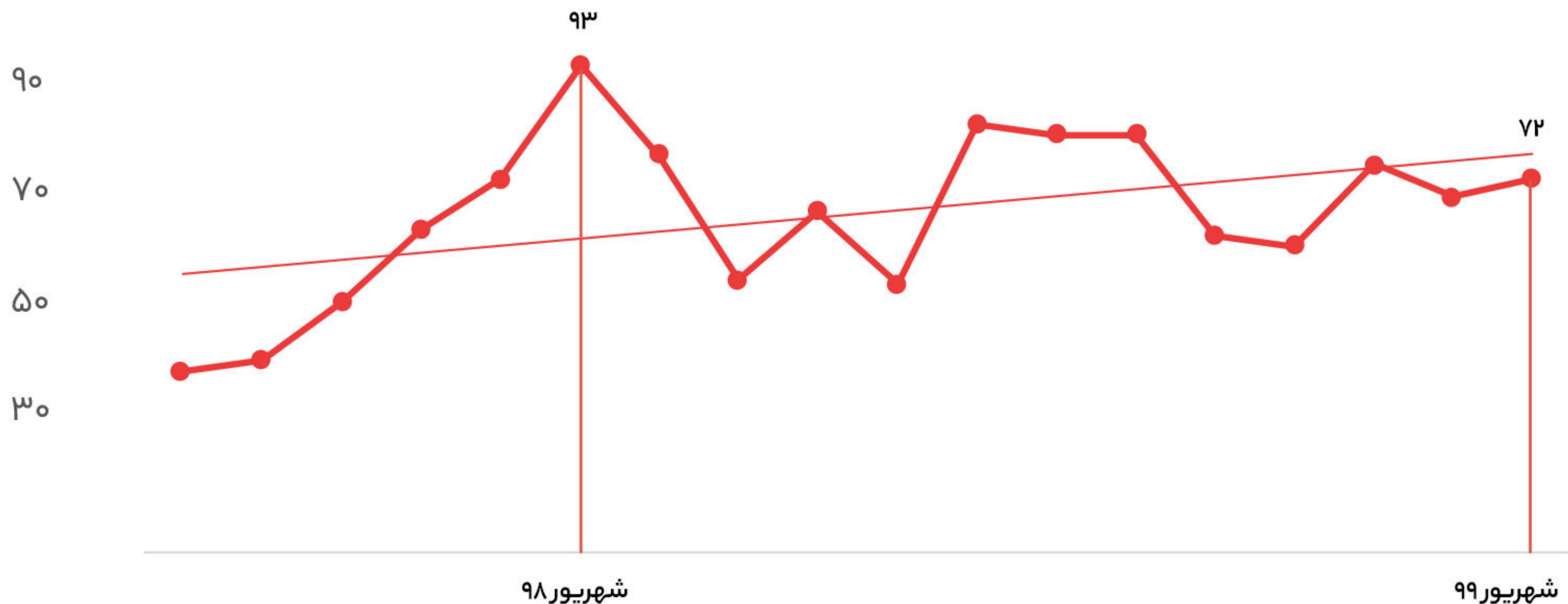
۳۷۲

۱۶۸

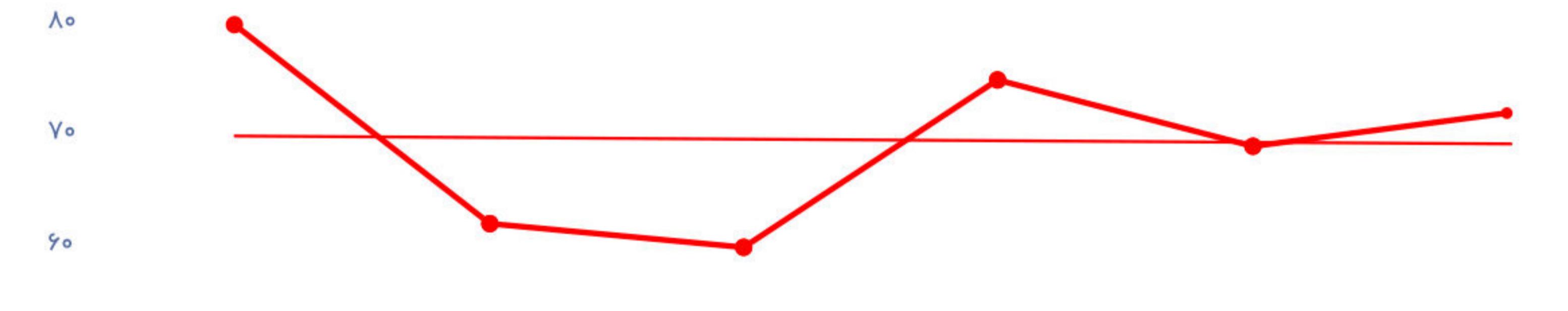
۵۵۸



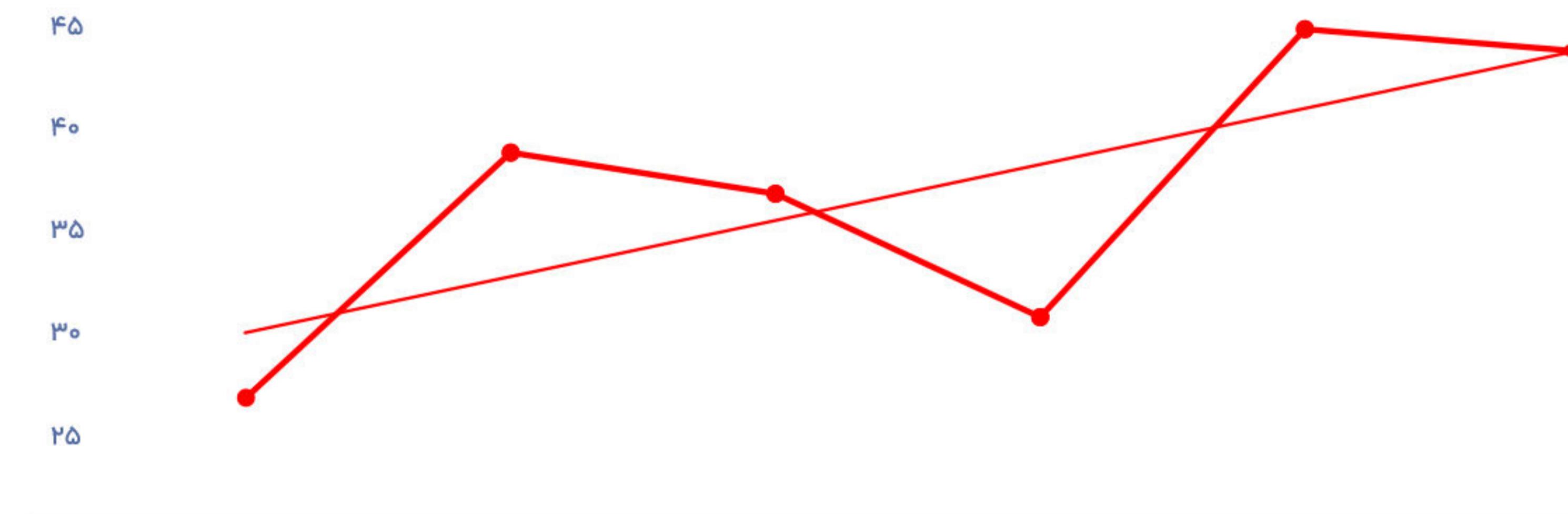
شیب کم رشد در پست‌های تبلیغاتی



تبليغات اينستاگرامي به سمت استفاده بيشتر از استوري ميروند.



پست‌های تبلیغاتی شش ماه اول سال ۹۹



استوري‌های تبلیغاتی شش ماه اول سال ۹۹

تعداد ۱۴۶ آگهی در ۶ ماهه اول سال ۹۹ در اینستاگرام آخرین خبر منتشر شد.

۸۰%

۶۰%

۴۰%

۲۰%

۰%



ظرفیت پر شده

تعداد تبلیغات

بازه زمانی

٪۶۸

۶۴۱

شش ماه اول ۹۹

٪۶۰

۵۶۷

شش ماه دوم ۹۸

٪۵۲

۴۸۵

شش ماه اول ۹۸

اپلیکیشن آخرین خبر

فصل هشتم - آخرین خبر
DM360°
آرالس دیجیتال مارکتینگ



تعداد کلیک



تعداد بازدید



تعداد آگهی



تعداد محتوای مطالعه شده



تعداد مراجعه به اپ



تعداد کاربران یونیک



بخش تبلیغاتی

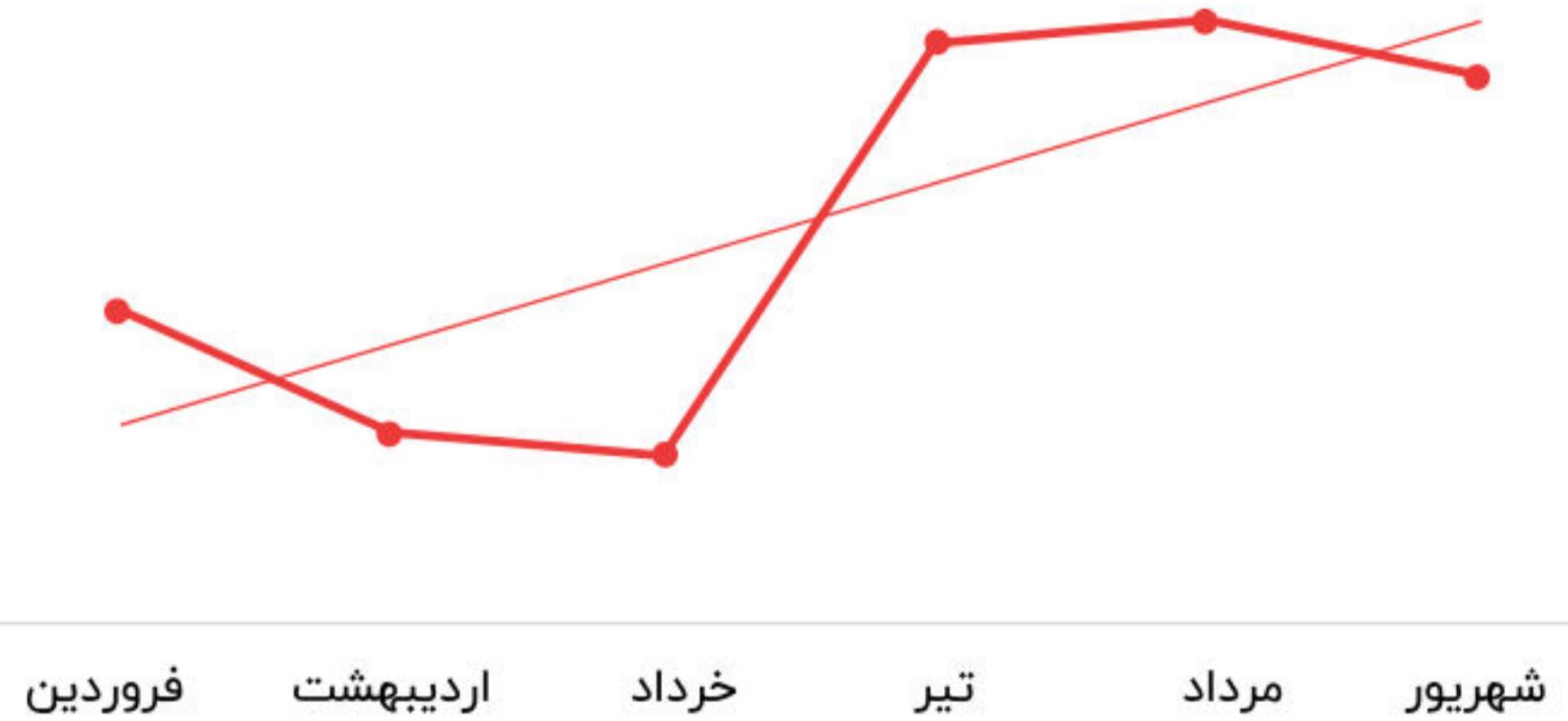


براساس گزارش تحریریه آخرین خبر
در ۶ ماه نخست سال ۱۳۹۹

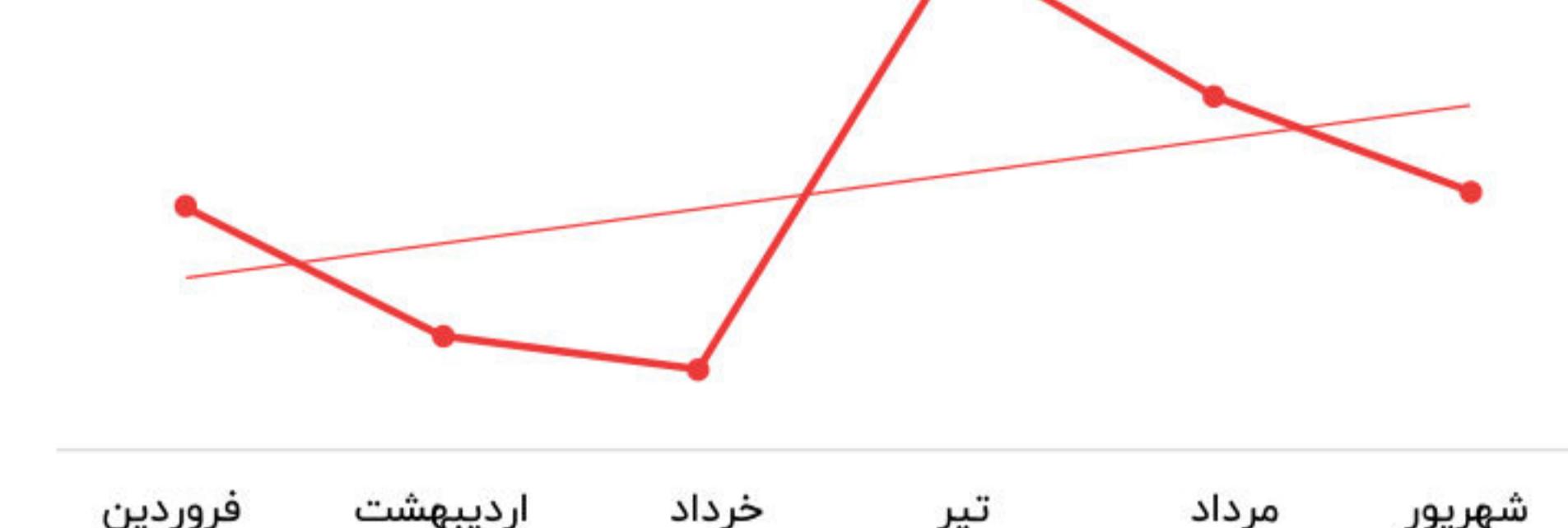
بخش خبری



۱۴۷۷ رپرتاژ آگهی

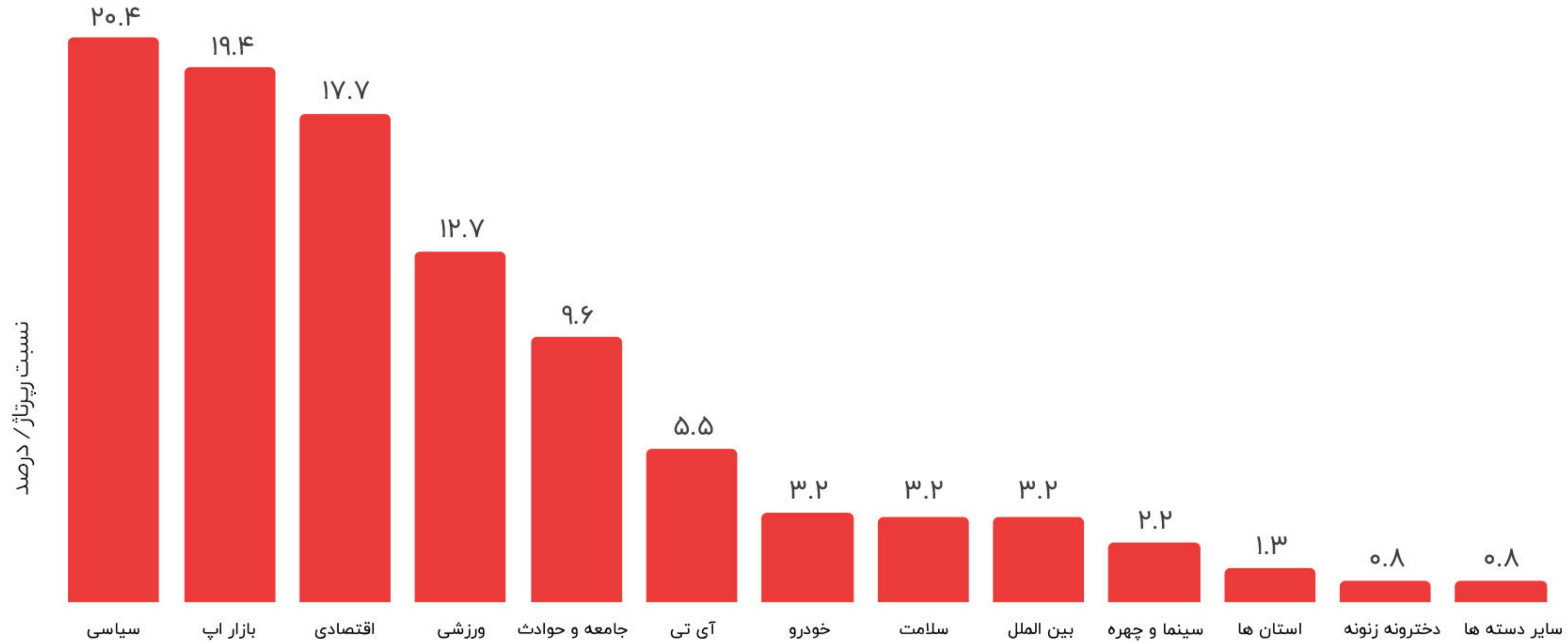


بیش از ۱۸۲ میلیون بازدید

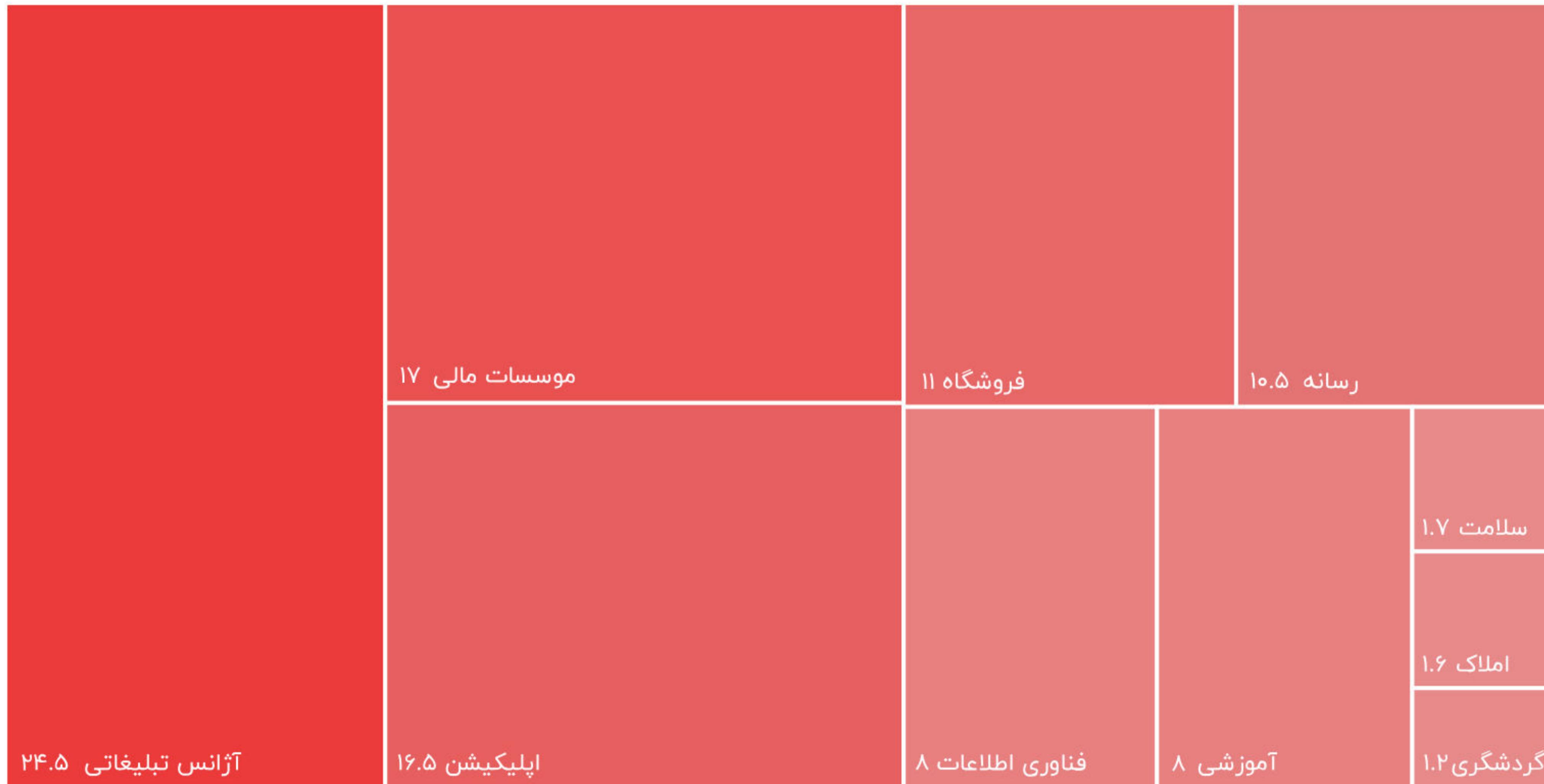


بیش از ۸۸/۱۴ میلیون کلیک

بخش سیاسی اپلیکیشن بیشترین تقاضا را برای انتشار رپورتاژ آگهی داشت.



آژانس‌های تبلیغاتی، بیشترین سهم از گرددش مالی را در تمام ظرفیت‌های آخرین خبر داشتند.



فصل هشتم

پیوست



پیوست ۱- تحلیل وضعیت ۵ کanal برتر خبری تلگرام فارسی

نام کanal	تعداد ممبر (میلیون)	انگیجمنت (درصد)	میانگین پست روزانه	میانگین ویو روزانه (میلیون)	تغییرات ممبر (هزار)	تغییرات میزان ویو در ماه (میلیون)	مجموع پست‌های فروارد شده	تغییر انگیجمنت (درصد)	آخرین خبر
خبرفوری	۴/۹	۳/۴	۱۵۳	۱۳	+۶۳۶	+۷۷	+۰/۹	+۰/۹	۱۰۱
آخرین خبر	۶/۱	۲/۵	۱۲۰	۱۱/۲	-۴۳۳	-۲۰۷	-۰/۹	-۰/۹	۱۴۸
خبرویژه	۳/۱	۲	۱۴۳	۵/۱	-۱۳۵	-۱۳۰	-۲	-۱	۹۳۴
خبرفوری	۷/۲	۲	۱۴۷	۱۰/۶	-۷۹	-۲۱۵	-۲/۸	-۱	۱۴۷۲۳

بازگشت به صفحه ۱۳



بازه زمانی جدول ۶ ماهه اول سال ۹۹ است.

پیوست ۲ - تحلیل وضعیت ۵ کanal برتر سرگرمی تلگرام فارسی

نام کanal	تعداد ممبر (میلیون)	انگیجمنت (درصد)	میانگین پست روزانه	میانگین ویو روزانه (میلیون)	تغییرات ممبر (هزار)	تغییرات میزان ویو در ماه (میلیون)	رخ انگیجمنت (درصد)	مجموع پست‌های فروارد شده
آپارات تیوی	۱/۷	۱۳/۹	۳۳	۷/۱	-۲۱۷	-۱۰	+۱/۹	۵۲
گیلین گیلین	۱/۷	۳/۸	۸۳	۴/۵	-۱۵۵	-۱۱۳۰	-۲/۲	۶۷
خنده آباد	۱/۵	۳	۵۳	۱/۶	-۱۴۱۵	-۳۳	۰	۱۲۵
گیزمیز	۱/۱	۲۹/۸	۳۰	۹/۵	-۱۳۱	-۲۵۰	-۶/۲	۳۲۰
میدانستی؟	۱/۱	۱۳/۴	۱۴	۱/۹	-۲۰۳	-۶۰	-۵/۶	۷۹

بازگشت به صفحه ۱۹

بازه زمانی جدول ۶ ماهه اول سال ۹۹ است.



پیوست ۳ - تحلیل وضعیت ۴ کanal برتر ورزشی تلگرام فارسی

نام کanal	تعداد ممبر (میلیون)	انگیجمنت (درصد)	میانگین پست روزانه	میانگین ویو روزانه (میلیون)	تغییرات ممبر (هزار)	تغییرات میزان ویو در ماه (میلیون)	مجموع پست‌های فروارد شده	تغییر انگیجمنت (درصد)
هواداری استقلال	۱/۶	۷/۱	۱۳۷	۱۰/۱	+۲۰۲	+۱۳۷	+۱/۱	+۲۳
هواداران پرسپولیس	۱/۴	۱۱/۴	۱۱۶	۱۳/۴	-۲۲۱	+۱۵۶	+۱/۴	۸۳
هواداری پرسپولیس	۱/۴	۱۲/۸	۷۷	۱۱/۲	-۸۴	+۱۰۴	+۱/۸	۲۳
ورزش سه	۱	۲۹/۵	۷۸	۱۹/۷	-۶۴	+۱۲۵	+۱/۵	۱۴۸

بازگشت به صفحه ۲۲

بازه زمانی جدول ۶ ماهه اول سال ۹۹ است.



پیوست ۴ - تحلیل صفحات ۴ واینر برتر اینستاگرام فارسی

چهار واينر برتر	فالوئر (میلیون)	تغییرات فالوئر (هزار)	نرخ انگیجمنت (درصد)	ميانگين لايک (هزار)	ميانگين کامنت (هزار)
محمد امين کريم پور	۱۴/۸	+۲۱۲	۱۱/۷۷	۵۴۴	۲۳
میلاد خواه	۱۴/۲	+۵۹۳	۱۲/۵	۱۴۸۶	۱۴
عرفان علیرضايى	۱۳/۶	+۲۵۴	۹/۱۱	۳۰۶	۲۶
محسن ايزى	۱۳/۱	+۲۹۸	۱۲	۳۷۱	۱۰

بازگشت به صفحه ۲۶

بازه زمانی جدول ۶ ماهه اول سال ۹۹ است.

پیوست ۵ - تحلیل صفحات پنج بلاگر کودک

پنج بلاگر کودک	فالوئر (هزار)	تغییرات فالوئر (هزار)	نرخ انگیجمنت (درصد)	میانگین لایک	میانگین کامنت
آرات حسینی	۴۳۶۵	+۱۷۹۷	۹/۸۸	۳۹۷	۹
پانیذ اسماعیلی	۱۶۲۷	+۲۳۰	۴۴/۲۶	۳۹۱	۳۹۱
گونش راغب	۱۲۲۴	+۱۵۷	۱۱/۱۷	۱۷۰	۱۴/۶
وحیده علی حسینی	۷۷۹	+۱۱۰	۱۹/۸۵	۱۵۱	۲/۹
رها ورز	۵۰۴	+۲۸۸	۹/۱۸	۴۳	۳

بازگشت به صفحه ۲۷

بازه زمانی جدول ۶ ماهه اول سال ۹۹ است.



پیوست ۶ - تحلیل صفحات ۵ صفحه برتر خبری اینستاگرام فارسی

پنج صفحه برتر	فالوئر (میلیون)	تغییرات فالوئر (هزار)	نرخ انگیجمنت (درصد)	میانگین لایک	میانگین کامنت	میانگین پست روزانه
بی بی سی فارسی	۹۶۸۲	+۱۶۰۷	۰/۴۱	۳۹۳۶۰	۷۳۲	۳۶
ایران اینترنشنال	۲۵۵۶	+۲۶۵	۱/۴۳	۳۵۵۵۰	۱۰۲۲	۴۸
فارس نیوز	۱۱۱۸	+۳۹۱	۲/۸۴	۳۰۸۰۶	۹۴۸	۱۲
آخرین خبر	۱۱۰۰	+۱۳۰	۲/۳	۲۲۷۸۱۴	۲۷۷	۲۴
دویچه‌وله	۸۴۴	+۱۴۲	۰/۵	۱۶۷۱۴	۸۴	۲۴

بازگشت به صفحه ۲۹

بازه زمانی جدول ۶ ماهه اول سال ۹۹ است.



پیوست ۷ - تحلیل صفحات ۵ برند برتر در اینستاگرام فارسی

پنج برند برتر	فالوئر (هزار)	تغییرات فالوئر (درصد)	نرخ انگیجمنت لایک	میانگین کامنت	میانگین پست ماهانه	۱۳۵	۶۷۴۷	۰/۵۴	۹
دیجی کالا	۱۲۷۲	+۱۴۹	۰/۵۴	میانگین لایک	میانگین کامنت	۱۳۵	۶۷۴۷	۰/۵۴	۹
آپ	۷۸۱۴	+۱۴۵	۲/۵۹	۱۹۵۰۰	۷۶۱	۷۶۱	۱۹۵۰۰	۲/۵۹	۲
فیلیمو	۷۵۱	+۱۴۷	۱	۷۳۸۸	۱۰۵	۱۰۵	۷۳۸۸	۱	۳۹
همراه اول	۶۹۶	+۱۴۸	۲/۶۴	۱۱۴۷۰۰	۳۶۰۰	۳۶۰۰	۱۱۴۷۰۰	۲/۶۴	۳
نماوا	۶۵۵	+۱۴۳	۰/۵۳	۳۱۴۲۷	۵۱	۵۱	۳۱۴۲۷	۰/۵۳	۲۰

بازگشت به صفحه ۳۲

بازه زمانی جدول ۶ ماهه اول سال ۹۹ است.



راههای ارتباطی

⑨ تهران، میدان فاطمی، کوچه بهرام مصیری، پلاک ۱ واحد ۲ و ۳ - کد پستی ۱۴۱۵۸۹۱۴۹۷۴

⑨ مشهد، نبش سیدرضی ۷، پلاک ۳۵، طبقه ۵ - کد پستی ۹۱۸۸۸۵۵۴۷۶

تلفن: ۰۲۱ ۸۴۴ ۱۵ ۶۶۶

فکتور: ۰۵۱ ۳۷ ۰۰۹ ۲۹۹

فکتور: ۰۹۱۲ ۸۷ ۵۴ ۸۹۴

