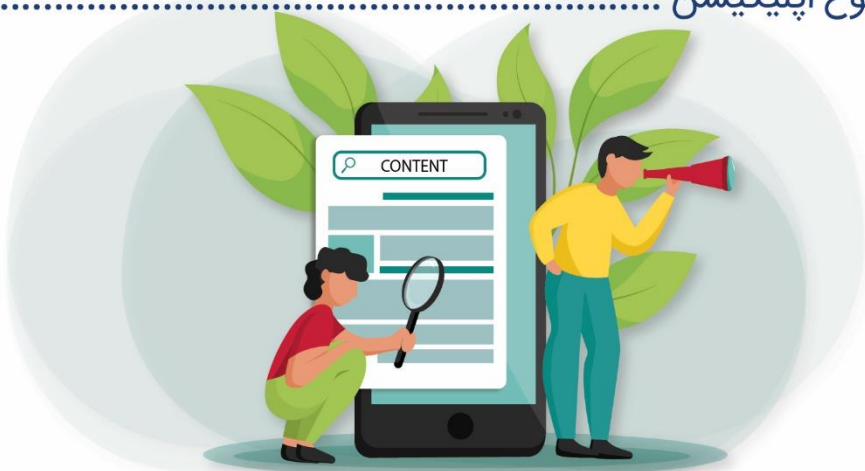


گزارش جامع تیپسل در سال ۱۳۹۷



فهرست مطالب

۳	 مقدمه
۵	 آمار کلی کاربران ایرانی
۷	 ترافیک تبلیغاتی
۸	 به تفکیک نوع دستگاه
۹	 به تفکیک نسخه اندروید
۱۰	 به تفکیک اپراتور موبایل
۱۱	 به تفکیک شبکه
۱۲	 شاخص‌های تبلیغات موبایلی
۱۴	 به تفکیک فصل
۱۶	 به تفکیک روزهای هفته
۲۰	 به تفکیک ساعت شبانه‌روز
۲۲	 محبوبیت جایگاه‌های تبلیغاتی
۲۴	 توزیع جغرافیایی تعداد کلیک و نصب در ایران
۲۶	 درآمد ناشران
۲۸	 به تفکیک جایگاه تبلیغاتی
۲۹	 به تفکیک ژانرهای اپلیکیشن
۳۰	 شاخص ecpm
۳۱	 به تفکیک جایگاه تبلیغاتی و فصول سال
۳۲	 به تفکیک جایگاه تبلیغاتی و ماه‌های سال
۳۳	 به تفکیک نوع اپلیکیشن





مقدمه

گزارش پیش رو که برای اولین بار توسط شبکه هوشمند تبلیغاتی تپسل منتشر می‌شود، آمار و ارقام تبلیغات درون برنامه‌ای تپسل در سال ۱۳۹۷ را ارائه می‌کند. مطالعه این گزارش به بازاریابان و صاحبان کسب‌وکار کمک می‌کند تا تصمیمات بهتری درباره نوع تبلیغات، بازه زمانی تبلیغات و بودجه‌بندی کمپین‌های تبلیغاتی خود در آینده بگیرند و همچنین، به توسعه‌دهندگان اپلیکیشن‌های ایرانی کمک می‌کند تا با رعایت برخی نکات، درآمد بیشتری از نمایش تبلیغات کسب کنند. به همین دلیل، تپسل با هدف ایجاد تصویری روشن‌تر از صنعت تبلیغات موبایلی تلاش کرده است تا گزارشی جامع از ابعاد مختلف این عرصه را در اختیار علاقه‌مندان **دیجیتال مارکتینگ** قرار دهد. امیدواریم چنین گزارش‌هایی بتواند به فعالیت کسب‌وکارهای ایرانی کمک کند تا بتوانند بهتر و دقیق‌تر تصمیم‌گیری کنند.

تپسل در یک نگاه



تعداد ناشران و
توسعه‌دهندگان

+۳۰,۰۰۰

+۳ میلیارد

نمایش تبلیغ ماهانه

تعداد کاربران
منحصر به فرد
فعال ماهانه

+۴۰ میلیون

آمار کلی کاربران ایرانی در سال ۱۳۹۷



از آنجایی که بخشی از سال ۱۳۹۷ در سال ۲۰۱۸ و بخشی از آن در سال ۲۰۱۹ است، آمار هر دو سال در این قسمت ارائه شده است. همانطور که از آمار زیر مشخص است، تعداد کاربران موبایلی در ایران، رشد قابل توجهی داشته است. داده‌های این قسمت بر گرفته از گزارش‌های Hootsuit در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ است.

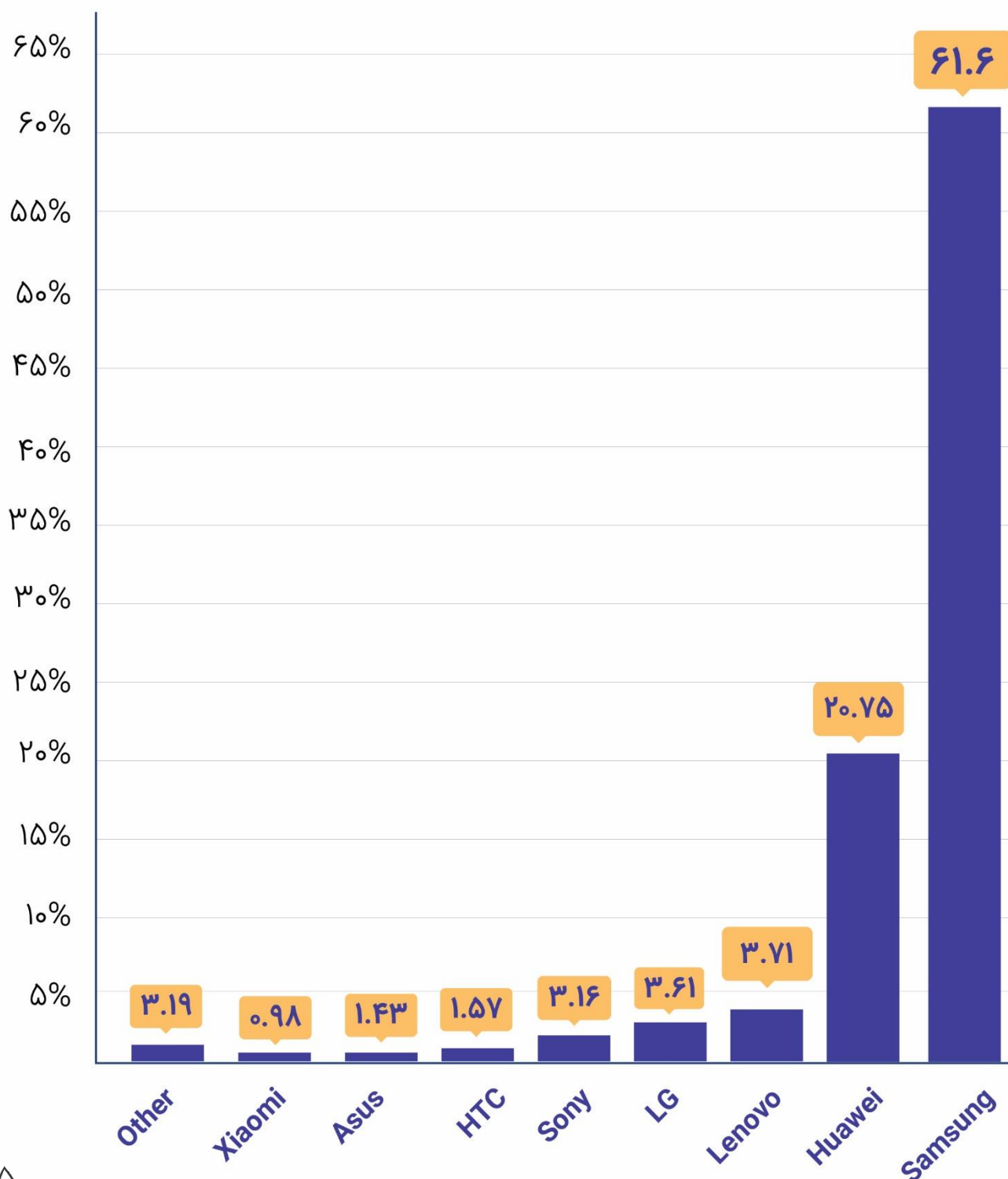
 تعداد کاربران اینترنت-موبایل	 تعداد کاربران اینترنت	 جمعیت ایران	
۵۱.۷۳ میلیون نفر	۵۶.۷ میلیون نفر	۸۱.۵۹ میلیون نفر	۲۰۱۸
۶۳.۶۳ میلیون نفر	۷۲.۹۴ میلیون نفر	۸۲.۴۹ میلیون نفر	۲۰۱۹

ترافیک تبلیغاتی

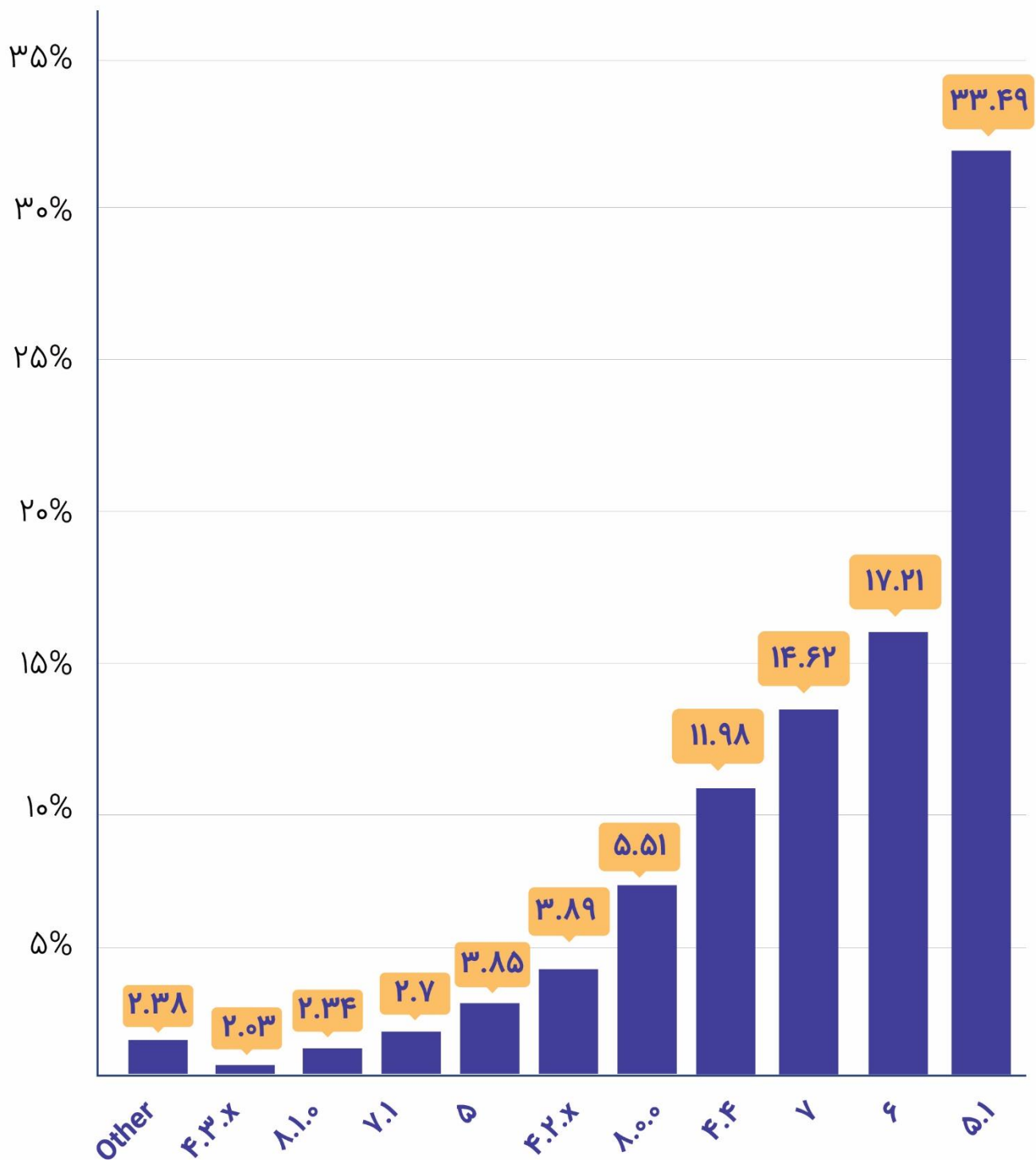
تپسل در سال ۱۳۹۷



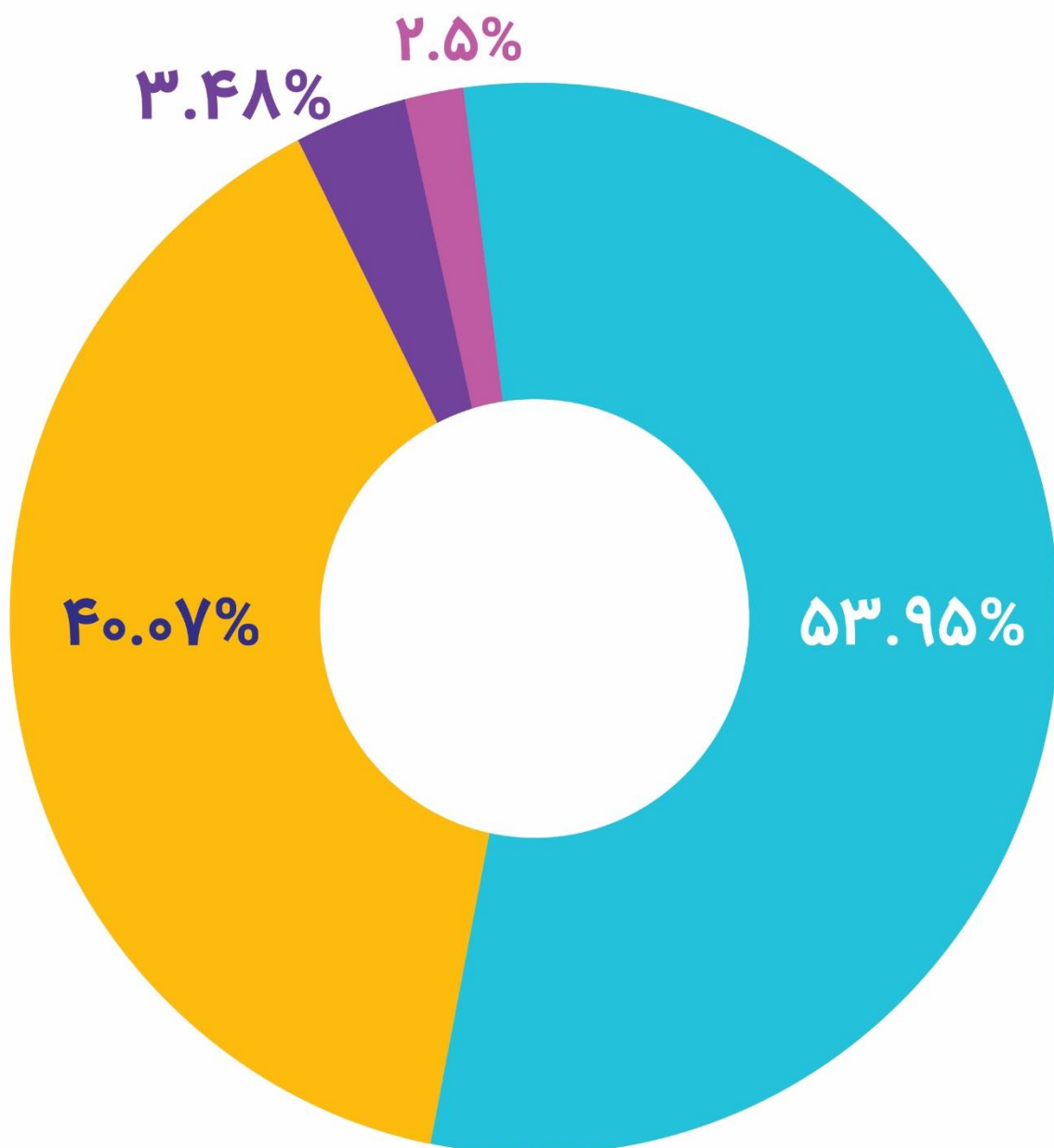
توزیع ترافیک تبلیغاتی تپسل به تفکیک دستگاه



توزیع ترافیک تبلیغاتی تپسل به تفکیک نسخه اندروید



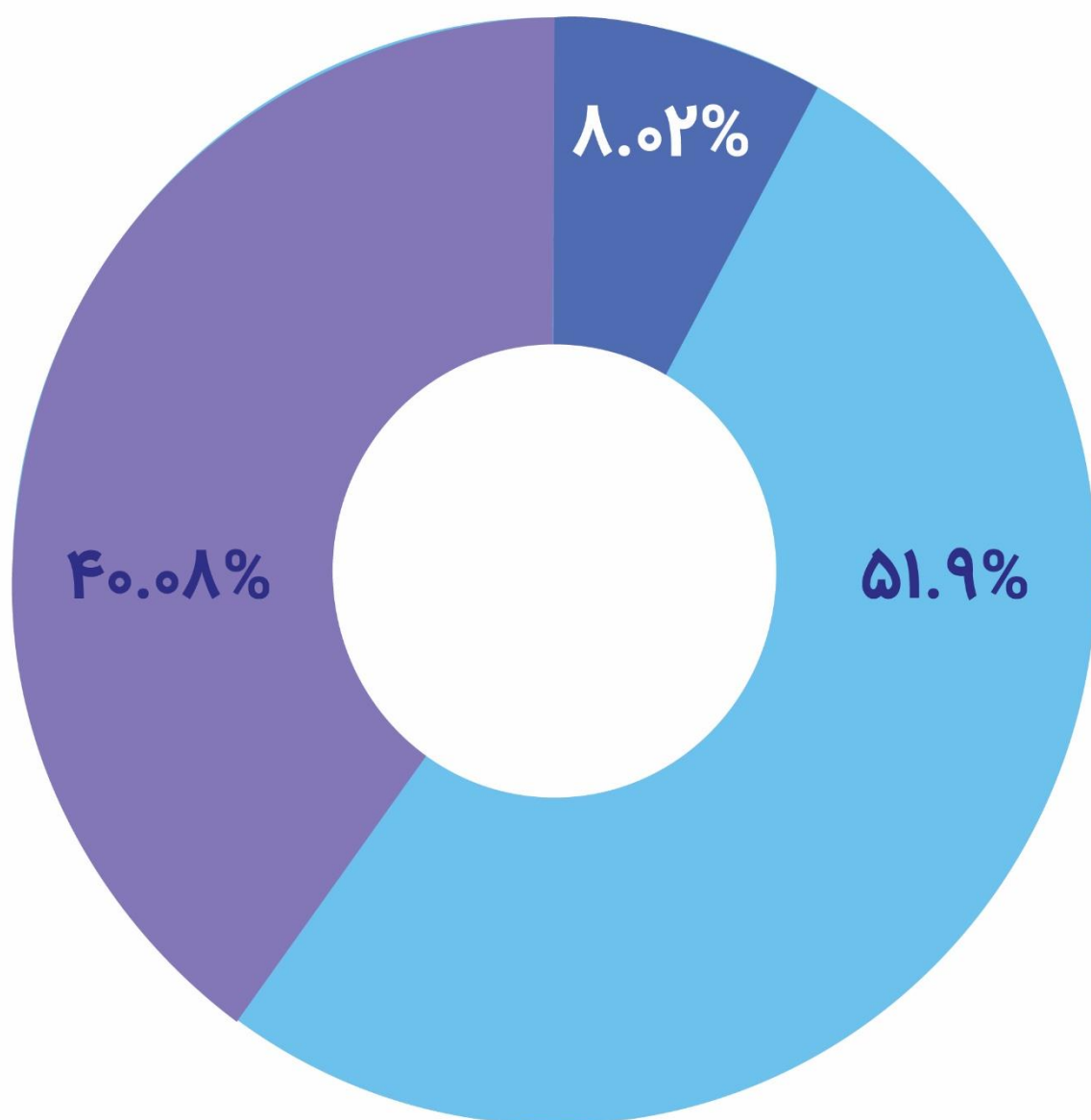
توزیع ترافیک تبلیغاتی تیسل به تفکیک اپراتور موبایل



سایر



توزیع ترافیک تبلیغاتی تپسل به تفکیک نوع شبکه



2G

4G

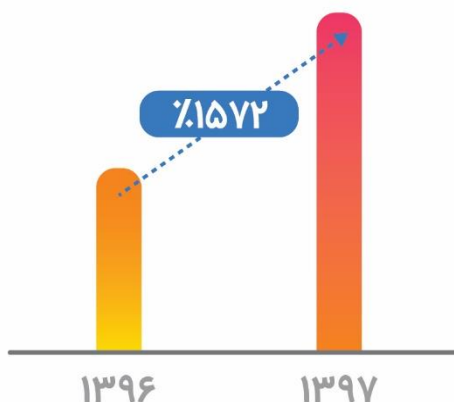
3G

شاخص‌های تبلیغات موبایلی در سال ۱۳۹۷

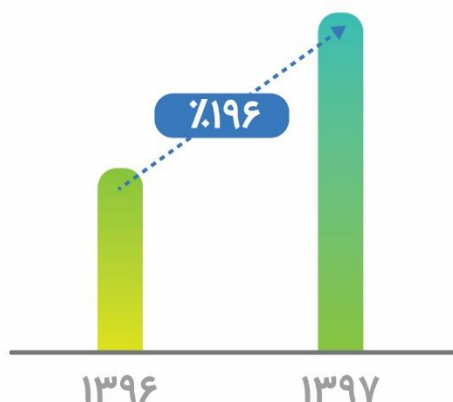


رشد شاخص‌های تبلیغات نسبت به سال ۱۳۹۶

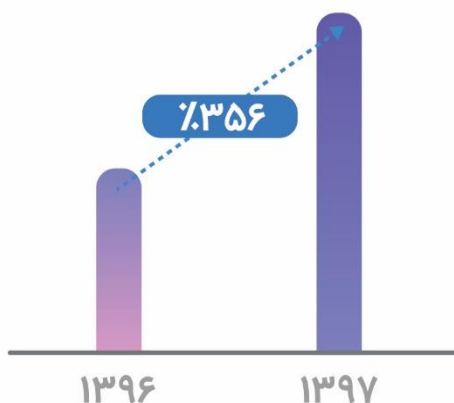
- میزان رشد نمایش تبلیغات^۱ در سال ۹۷، **۱۵۷۲٪** است.
- میزان رشد نمایش کامل تبلیغات ویدئویی^۲ در سال ۹۷، **۱۹۶٪** است.
- میزان رشد کلیک در سال ۹۷، **۳۵۶٪** است.
- میزان رشد نصب فعال^۳ در سال ۹۷، **۳۳۳٪** است.



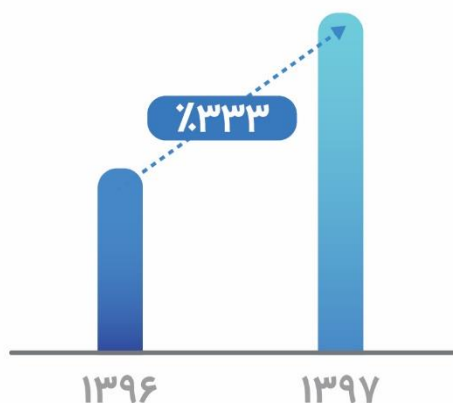
رشد تعداد نمایش تبلیغات



رشد تعداد نمایش کامل تبلیغات ویدئویی



رشد تعداد کلیک



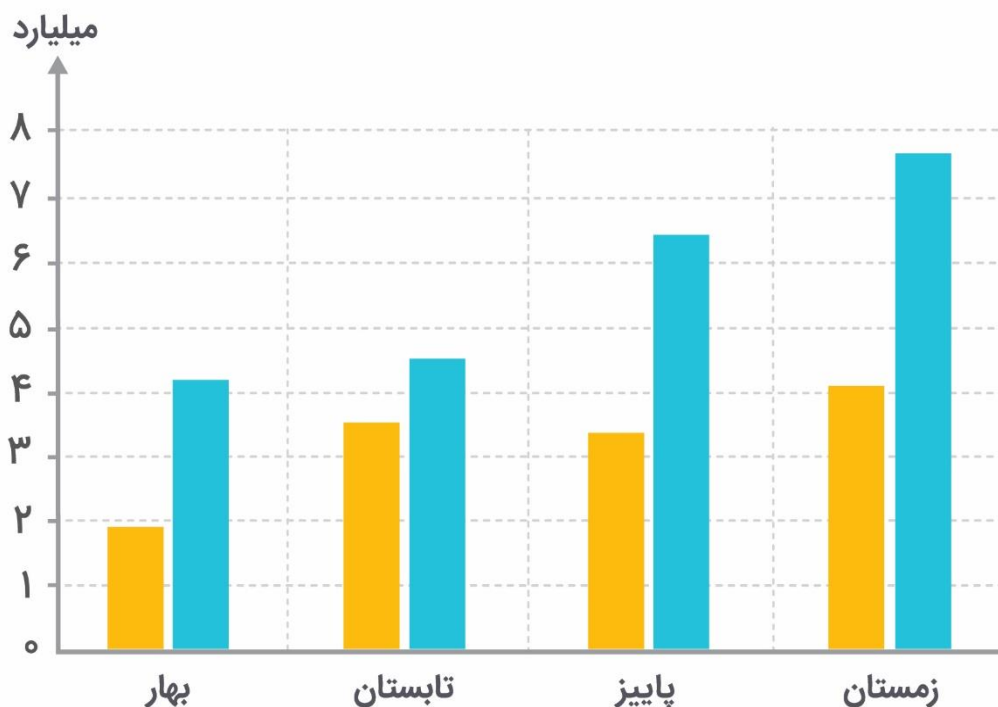
رشد تعداد نصب فعال

۱- تعداد دفعاتی که یک تبلیغ نمایش داده می‌شود را impression یا تعداد نمایش تبلیغ گفته می‌شود.

۲- تعداد دفعاتی که یک ویدئوی تبلیغاتی تا پایان آن به صورت کامل نمایش داده می‌شود، complete view یا نمایش کامل ویدئو گفته می‌شود.

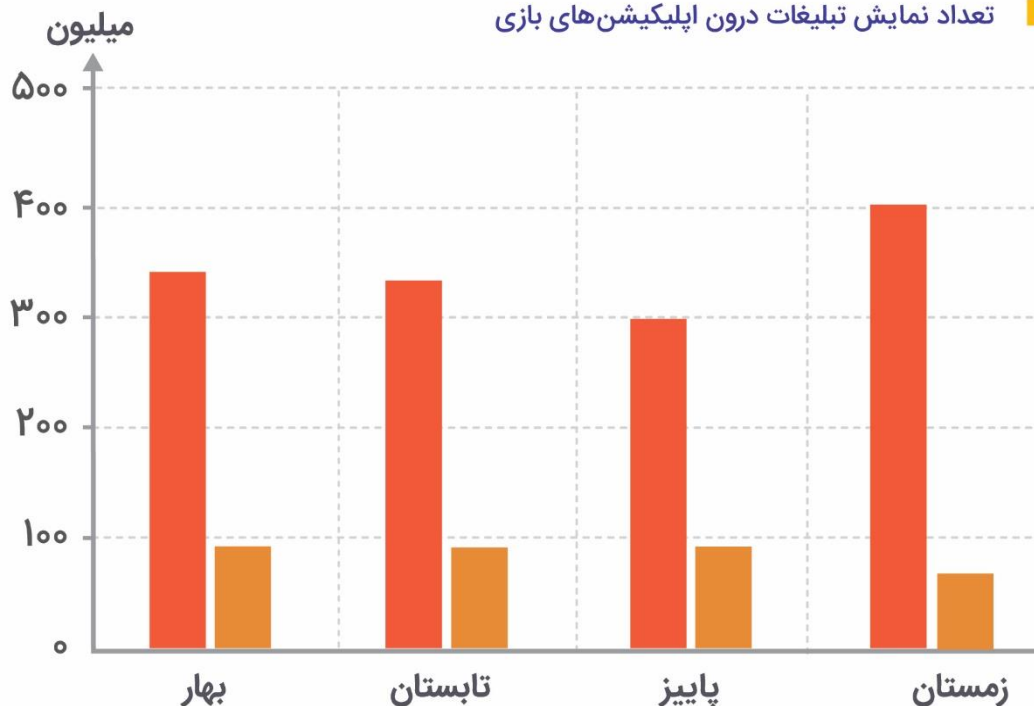
۳- تعداد دفعاتی که یک اپلیکیشن از طریق مشاهده و کلیک روی تبلیغات، دانلود، نصب و یک بار باز می‌شود، تعداد نصب فعال گفته می‌شود.

شاخص‌های تبلیغات به تفکیک نوع اپلیکیشن در فصول مختلف سال ۱۳۹۷



تعداد نمایش تبلیغات درون اپلیکیشن‌های غیربازی (نوار سبز)

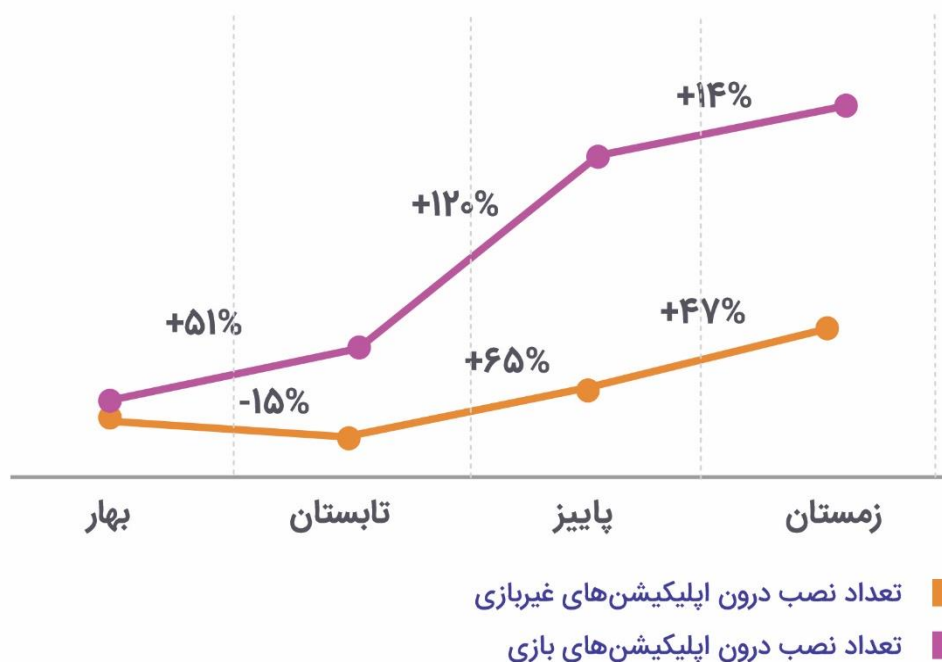
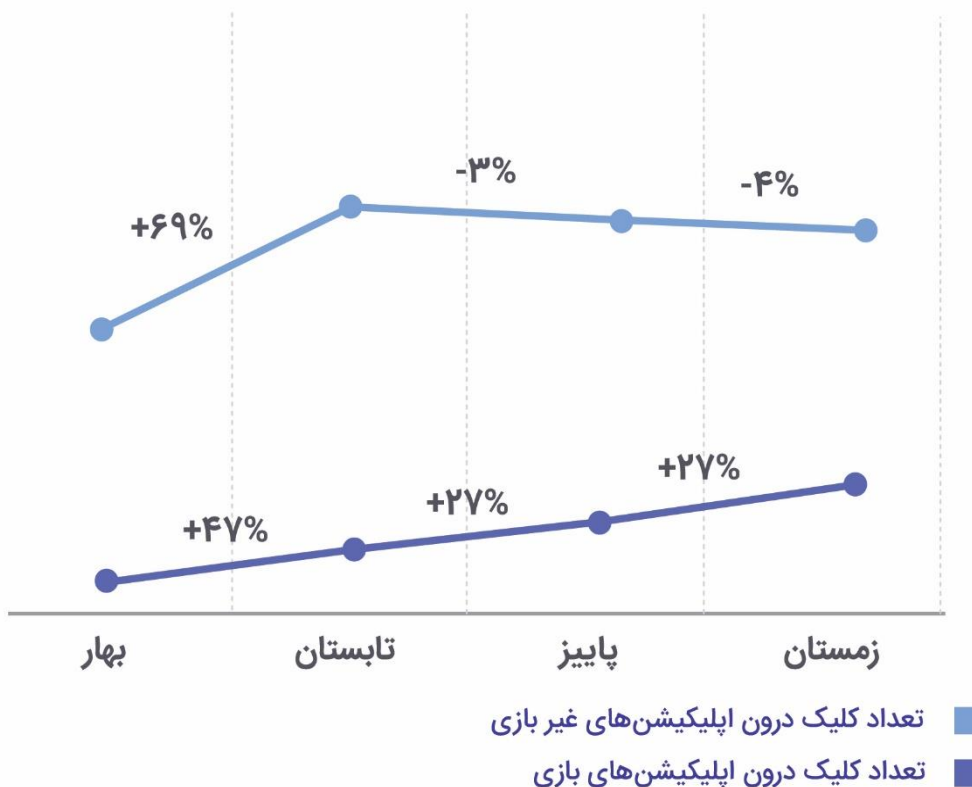
تعداد نمایش تبلیغات درون اپلیکیشن‌های بازی (نوار زرد)



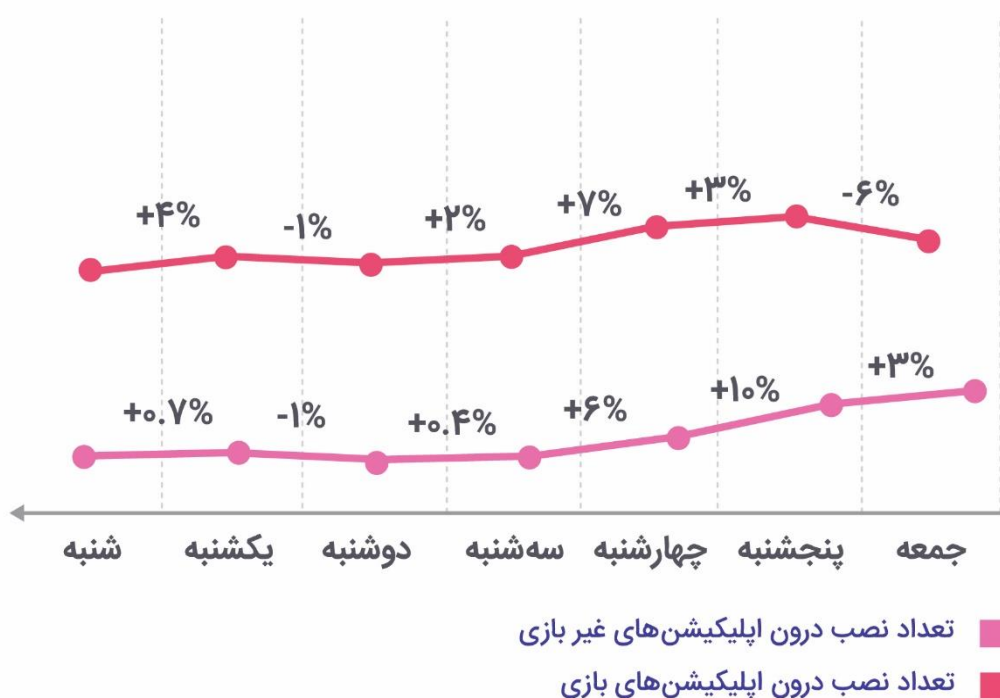
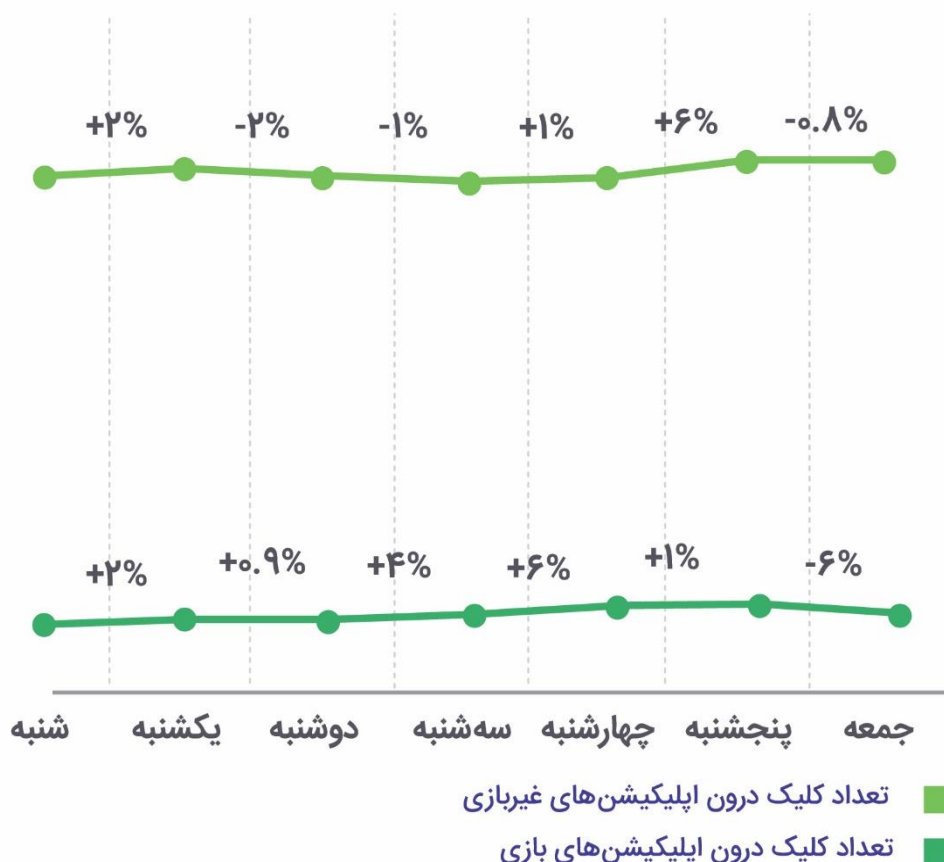
تعداد نمایش کامل تبلیغات ویدئویی درون اپلیکیشن‌های غیربازی (نوار نارنجی)

تعداد نمایش کامل تبلیغات ویدئویی درون اپلیکیشن‌های بازی (نوار قرمز)

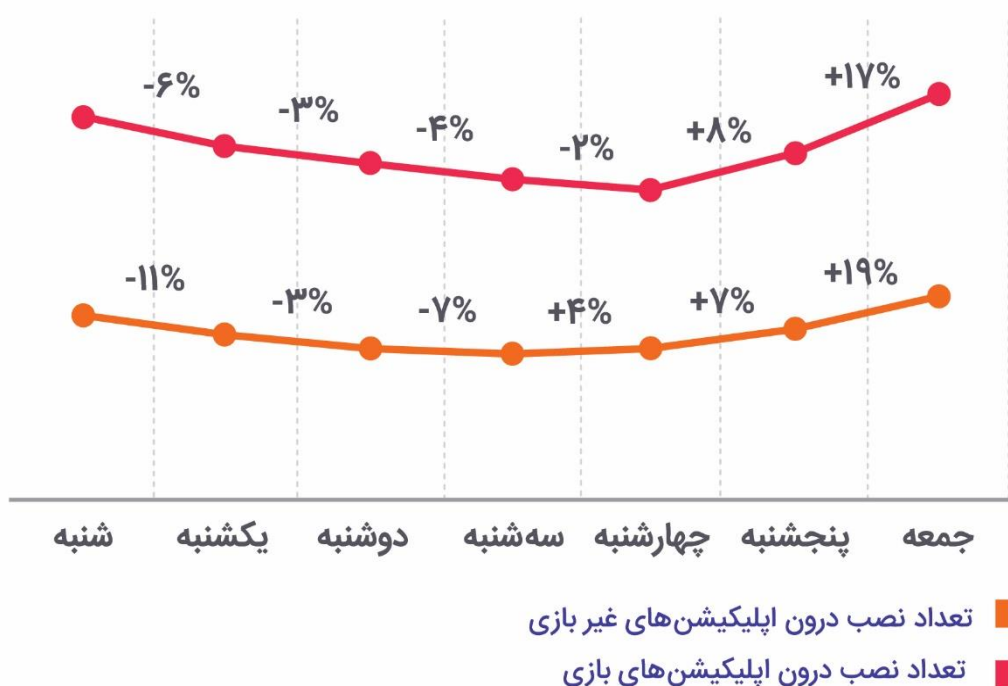
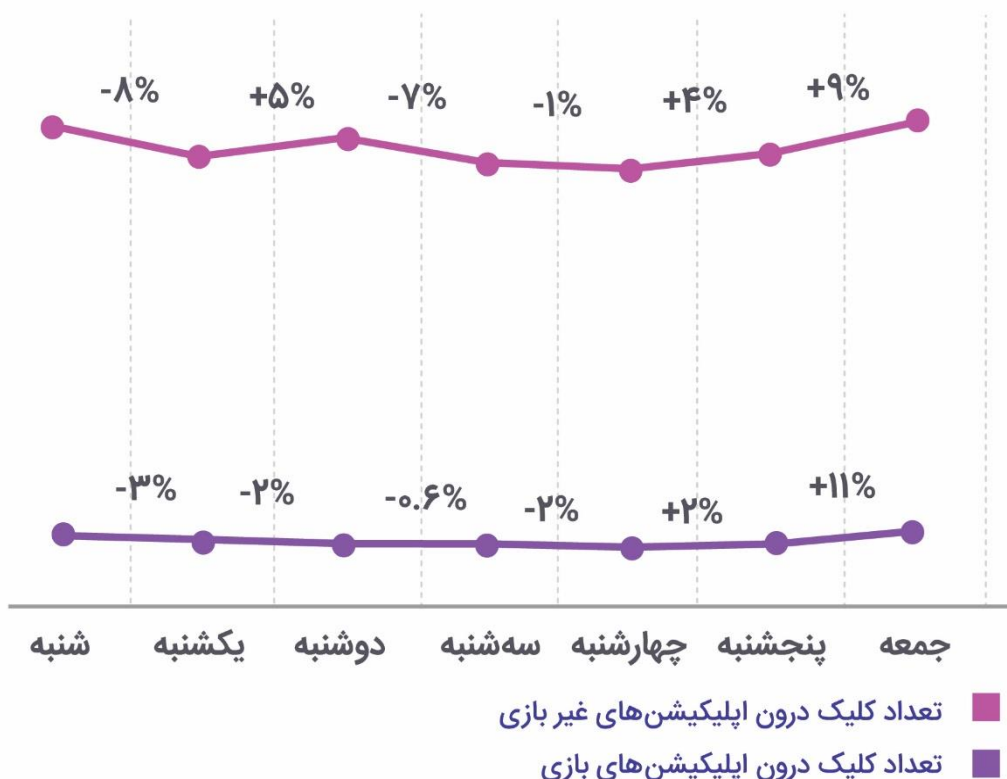
درصد تغییرات تعداد کلیک و نصب به تفکیک نوع اپلیکیشن در فصول مختلف سال ۱۳۹۷



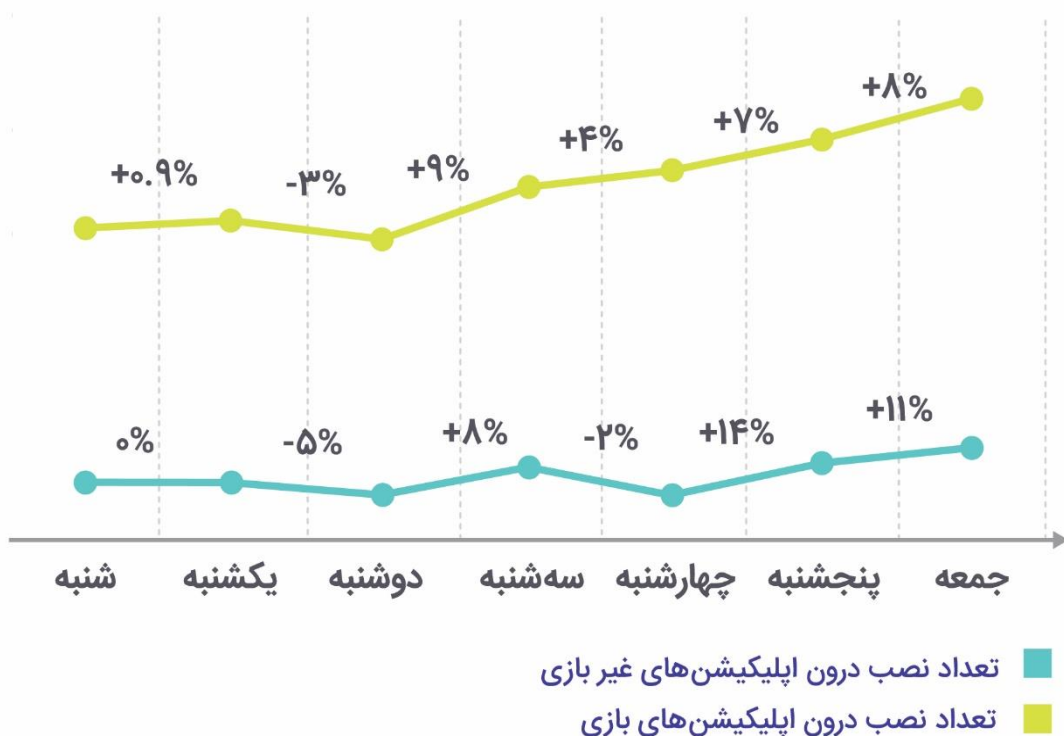
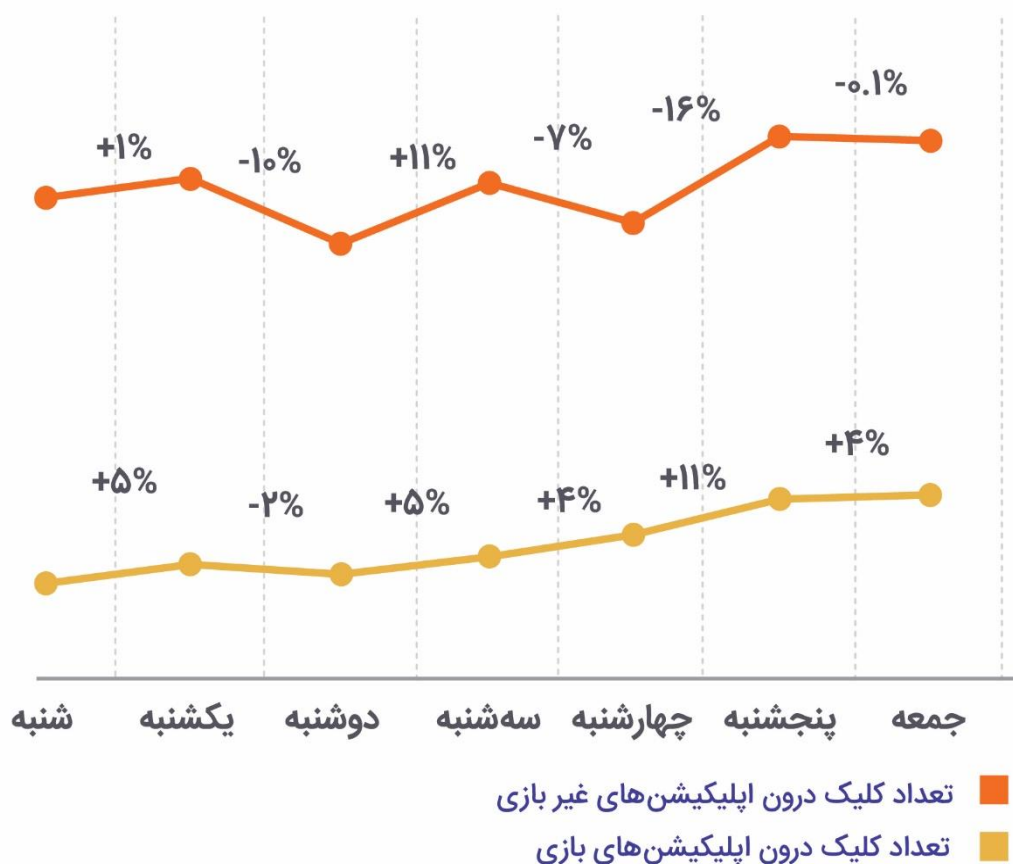
درصد تغییرات تعداد کلیک و نصب در روزهای هفته - فصل بهار



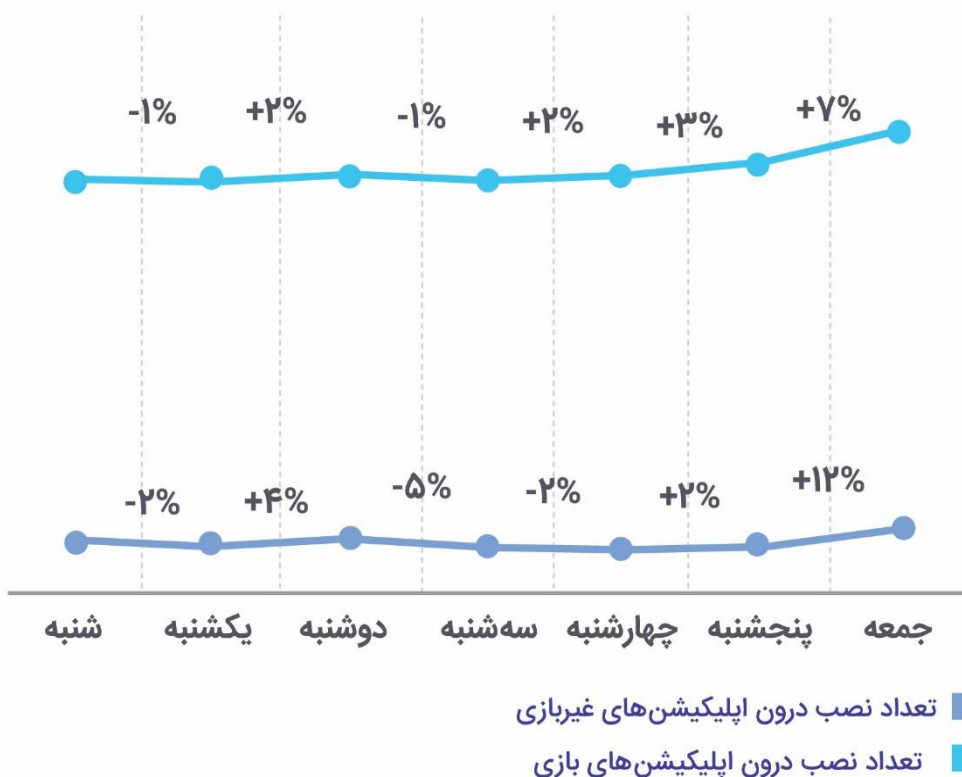
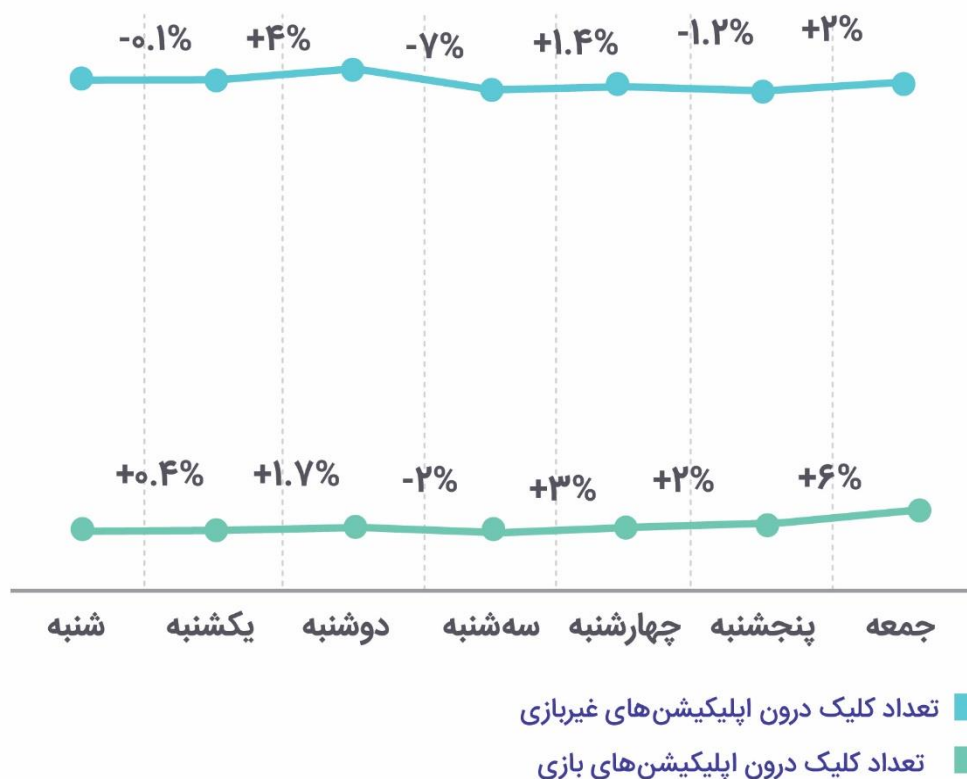
درصد تغییرات تعداد کلیک و نصب در روزهای هفته - فصل تابستان



درصد تغییرات تعداد کلیک و نصب در روزهای هفته - فصل پاییز

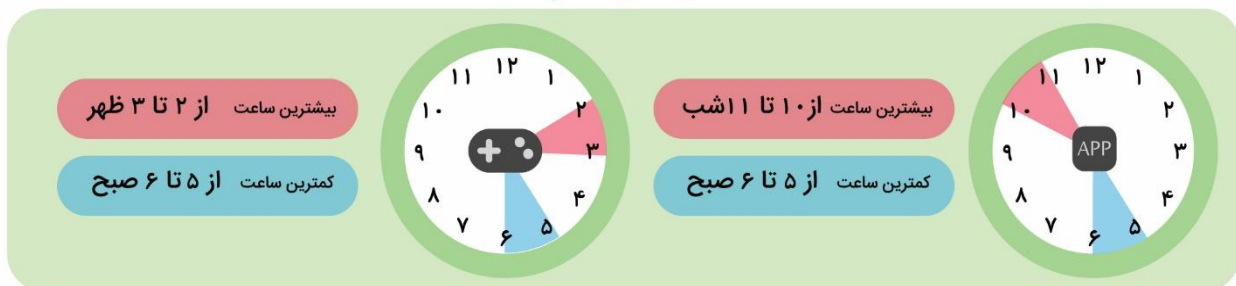


درصد تغییرات تعداد کلیک و نصب در روزهای هفته - فصل زمستان



بیشترین و کمترین تعداد کلیک در اپلیکیشن‌های بازی و غیربازی در ساعات شبانه روز

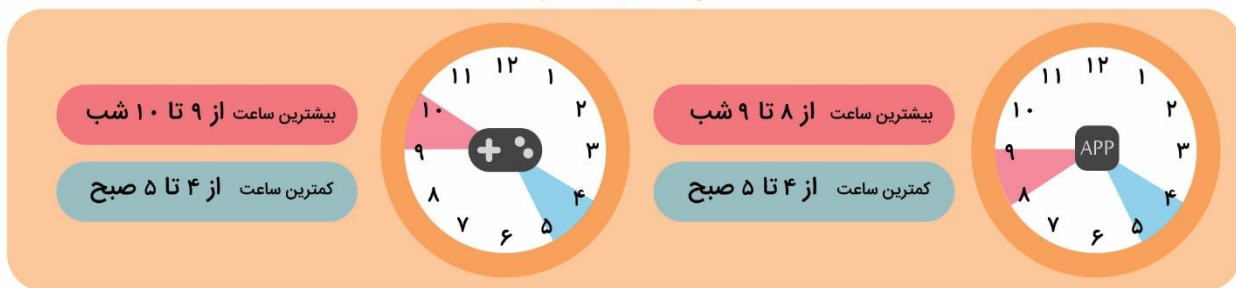
بهار



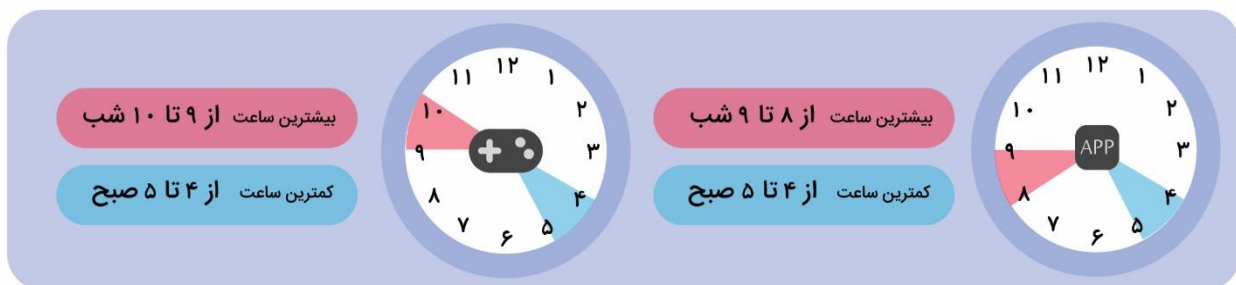
تابستان



پاییز

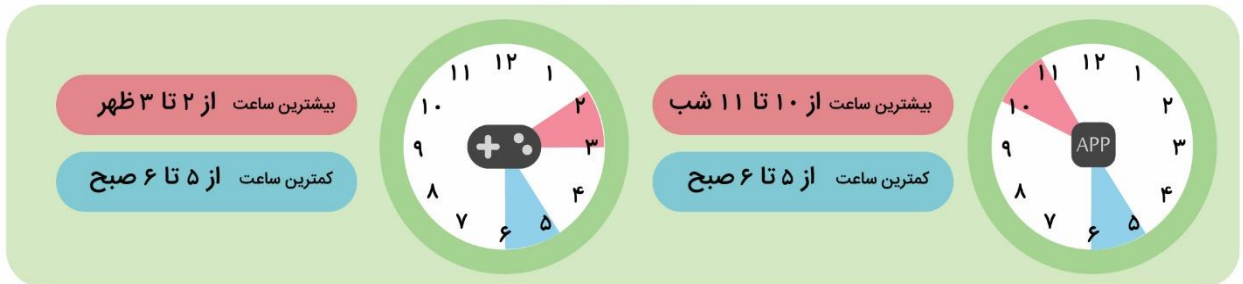


زمستان

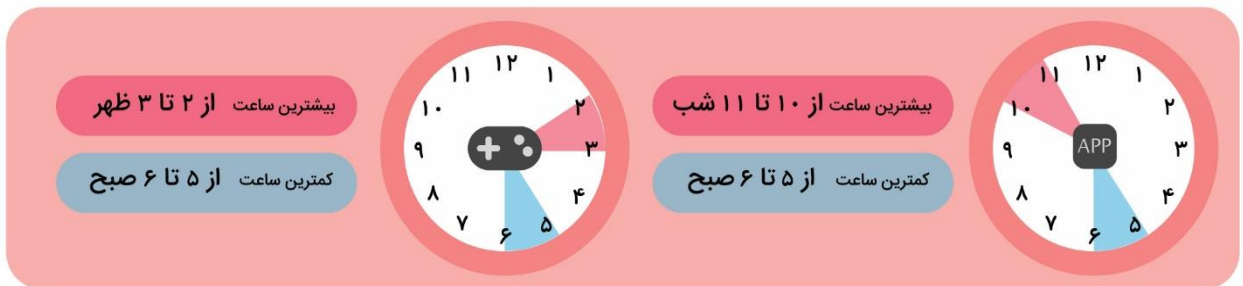


بیشترین و کمترین تعداد نصب در اپلیکیشن‌های بازی و غیربازی در ساعات شبانه روز

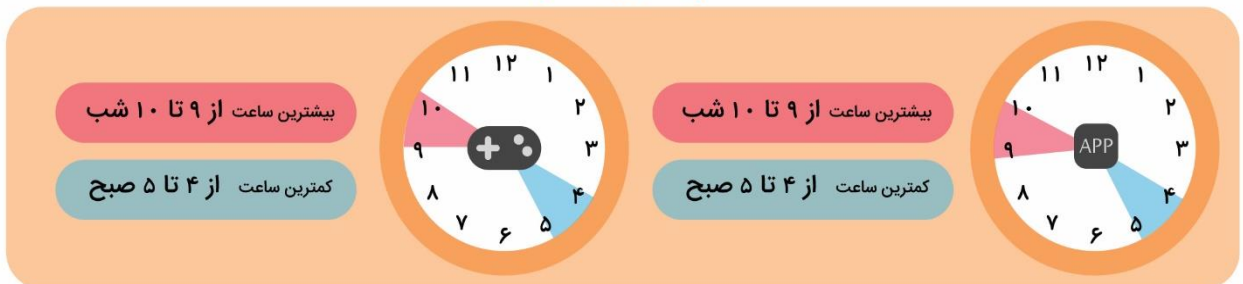
بهار



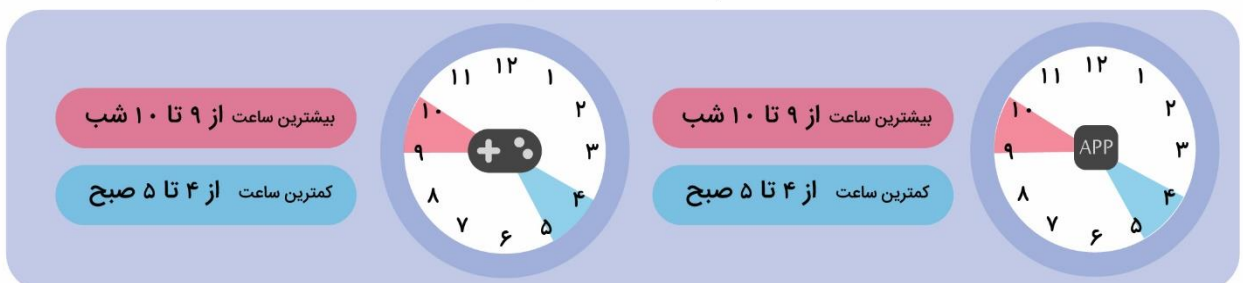
تابستان



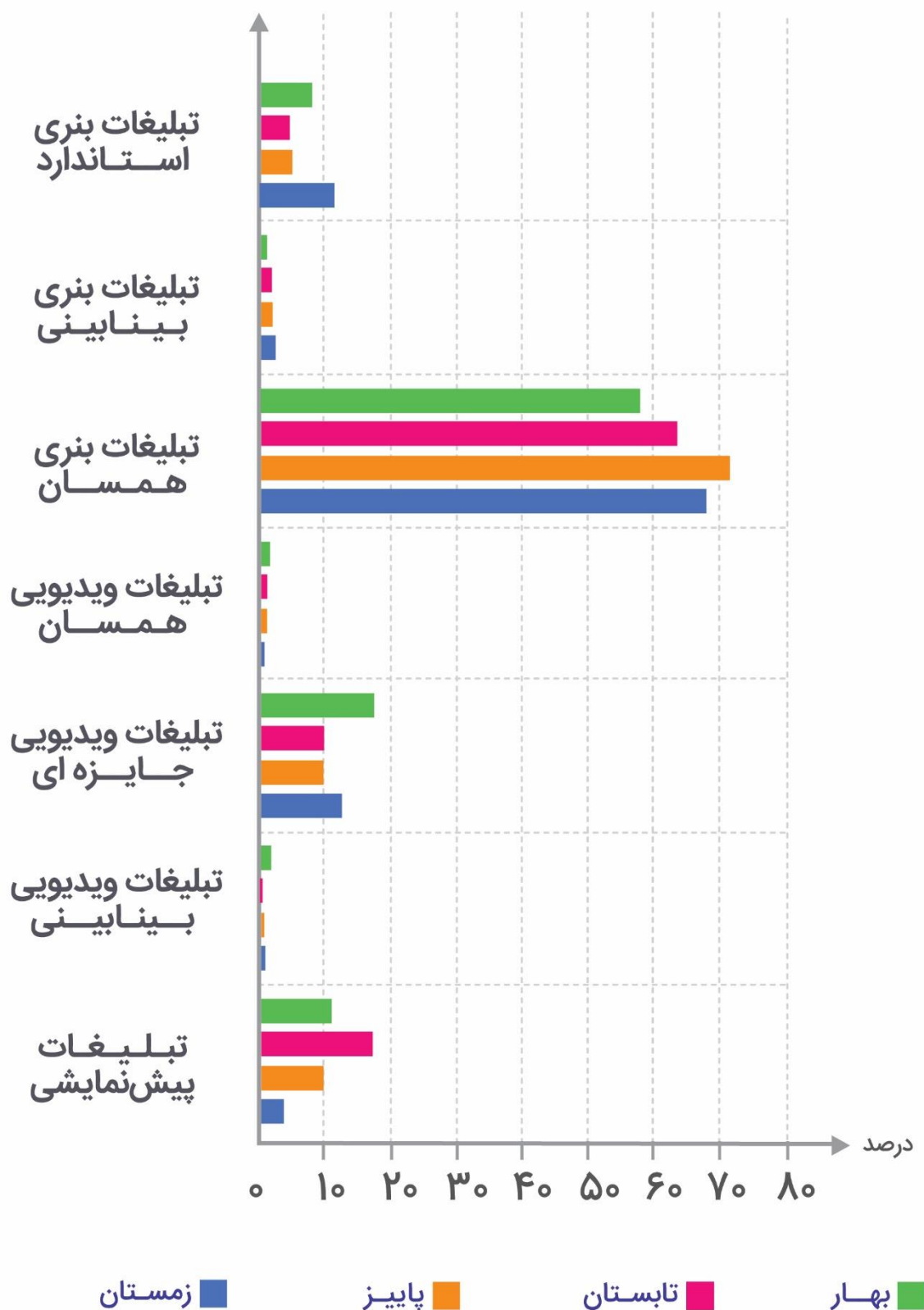
پاییز



زمستان

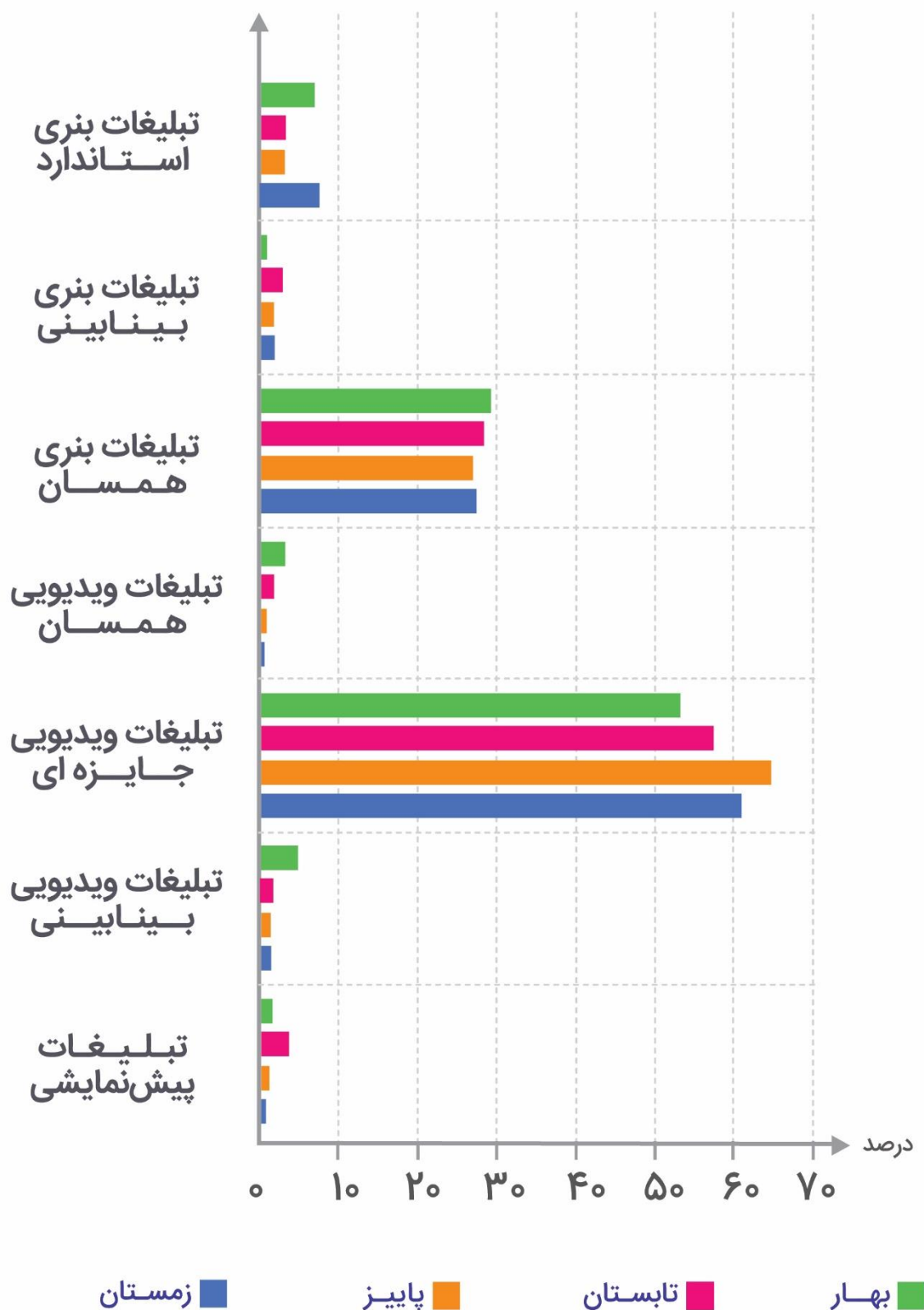


محبوبیت جایگاه‌های تبلیغاتی بر اساس تعداد کلیک در فصول سال ۱۳۹۷



مجموع درصد تعداد کلیک‌ها روی جایگاه‌های تبلیغاتی مختلف در هر فصل، برابر است با ۱۰۰٪.

محبوبیت جایگاه‌های تبلیغاتی بر اساس تعداد نصب در فصول سال ۱۳۹۷



مجموع درصد تعداد نصب‌ها روی جایگاه‌های تبلیغاتی مختلف در هر فصل، برابر است با ۱۰۰٪.

توزیع جغرافیایی تعداد کلیک در شهرهای مختلف ایران



■ کمتر از ۱٪

■ ۱ تا ۱۰٪

بزرگتر از ۲۰٪

توزیع جغرافیایی تعداد نصب در شهرهای مختلف ایران



■ کمتر از ۱%

■ بین ۱ تا ۱۰%

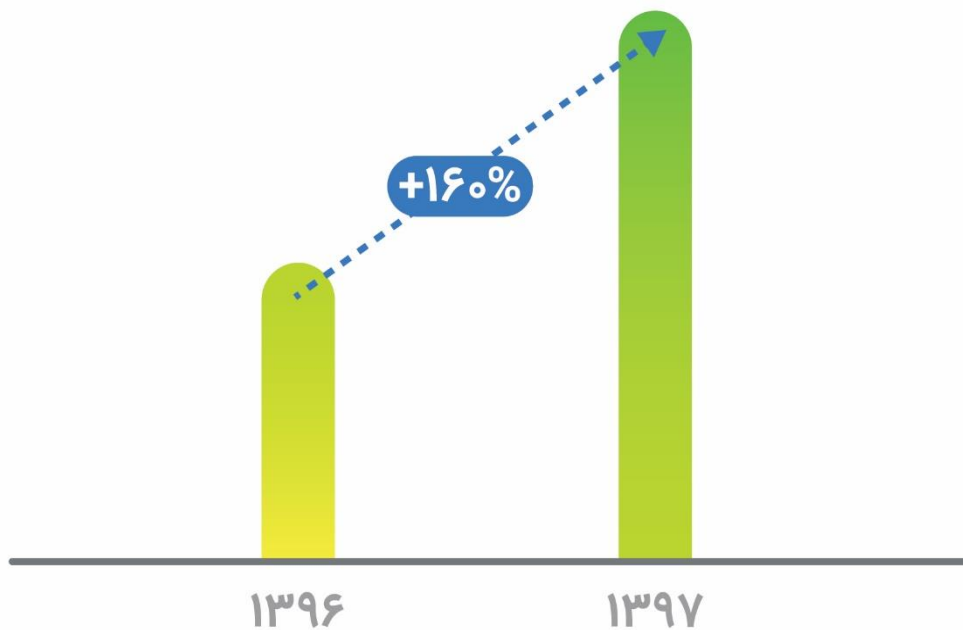
■ بیشتر از ۵۰%

درآمد ناشران تپسل

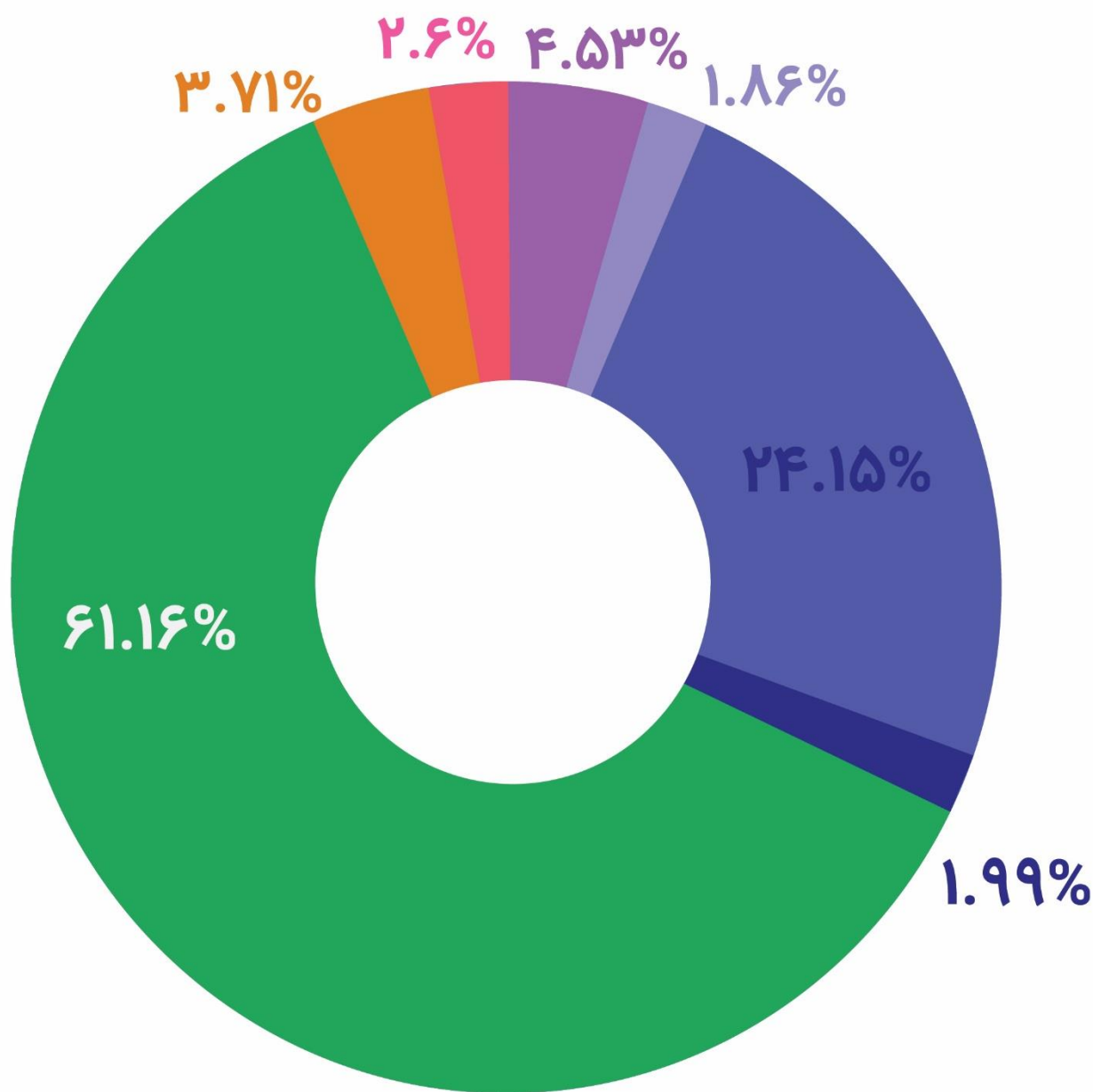
در سال ۱۳۹۷



درآمد سالانه ناشران تیپسل در سال ۱۳۹۷ نسبت به سال گذشته، **۱۶۰٪** رشد داشته است.



توزیع درآمد ناشران تپسل به تفکیک جایگاه‌های تبلیغاتی مختلف در سال ۱۳۹۷



تبلیغات ویدئویی جایزه‌ای

تبلیغات ویدئویی بینابینی

تبلیغات پیش‌نمایشی

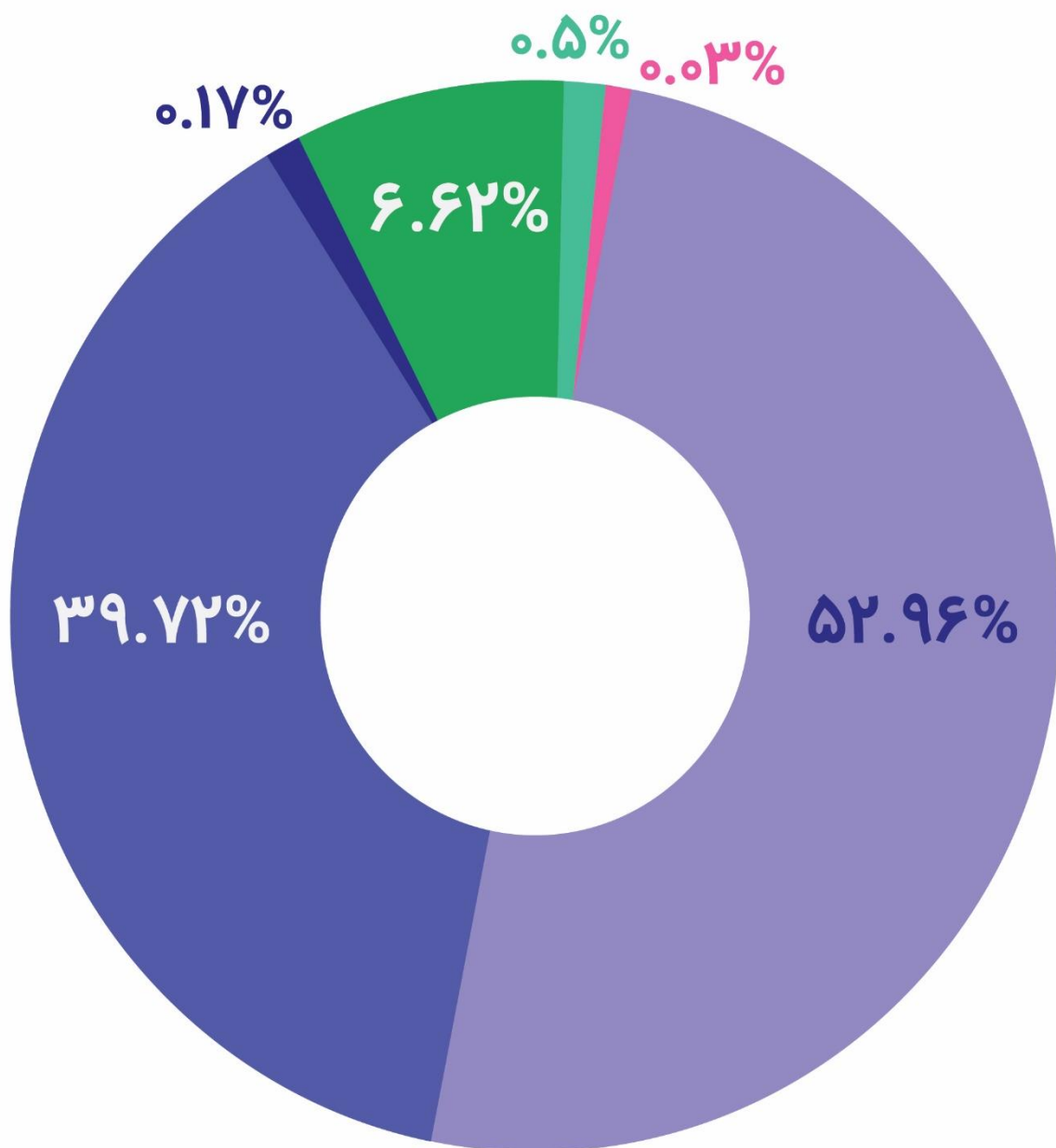
تبلیغات بنری استاندارد

تبلیغات بنری بینابینی

تبلیغات بنری همسان

تبلیغات ویدیویی همسان

توزیع درآمد ناشران تیپسل به تفکیک ژانرهای مختلف در سال ۱۳۹۷



اپلیکیشن‌های ویدئو رسانه

اپلیکیشن‌های خرید و فروش آنلاین

اپلیکیشن‌های حمل و نقل

اپلیکیشن‌های بازی

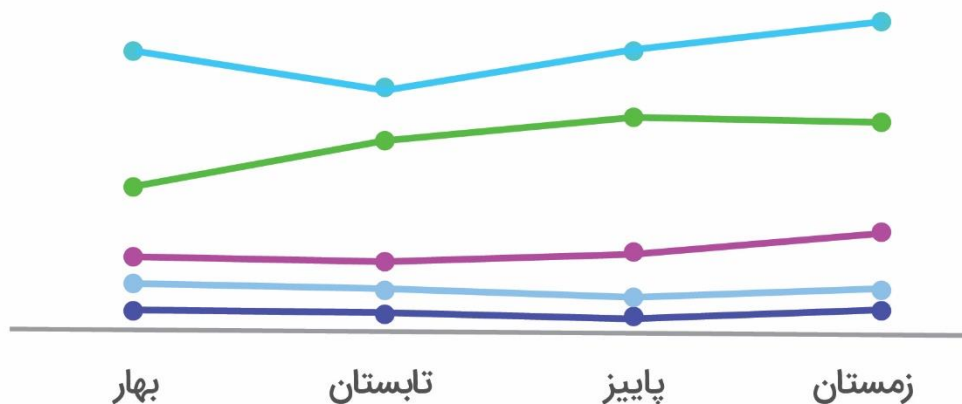
اپلیکیشن‌های سفری

اپلیکیشن‌های کاربردی

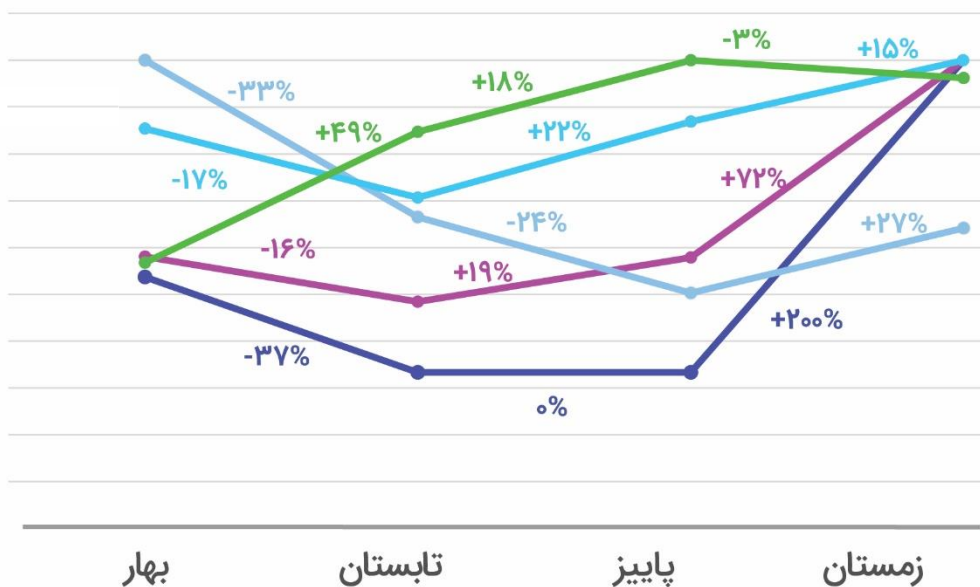
شاخص eCPM در تبلیغات موبایلی



مقایسه مقدار شاخص eCPM جایگاه‌های تبلیغاتی مختلف در فصول سال ۱۳۹۷



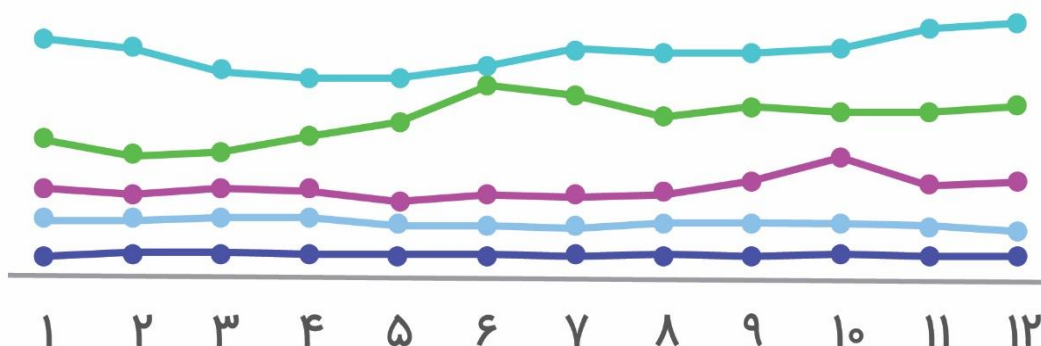
درصد تغییرات شاخص eCPM جایگاه‌های تبلیغاتی مختلف نسبت به فصل قبل در سال ۱۳۹۷



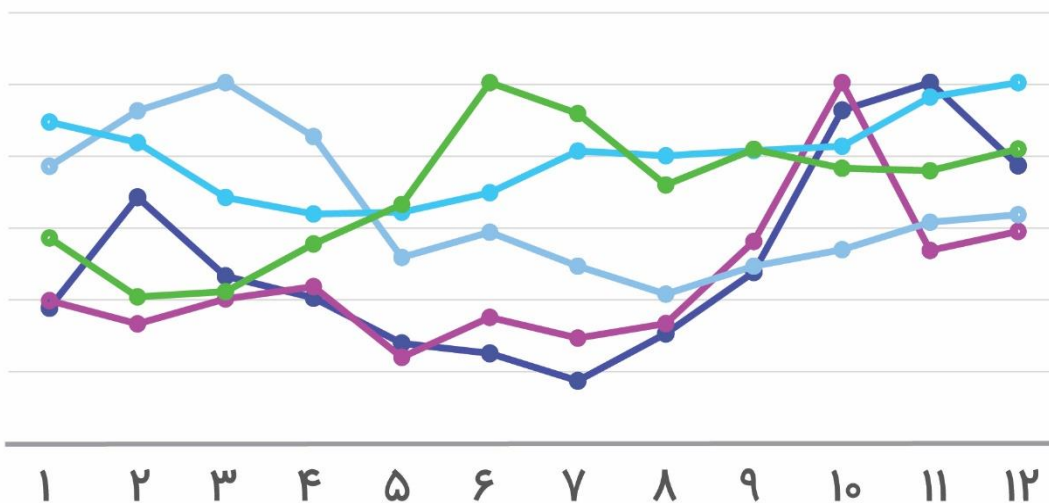
- تبلیغات بنری استاندارد (Standard Banner)
- تبلیغات بنری همسان (Native Banner)
- تبلیغات ویدئویی پادشاهی (rewarded Video)
- تبلیغات بنری بینابینی (Interstitial Banner)
- تبلیغات ویدئویی بینابینی (Interstitial Video)

درآمد موثر حاصل از هر هزار نمایش کامل ویدئو به کاربران را eCPM می‌گویند.

مقایسه مقدار شاخص eCPM جایگاه‌های تبلیغاتی مختلف در ماه‌های سال ۱۳۹۷



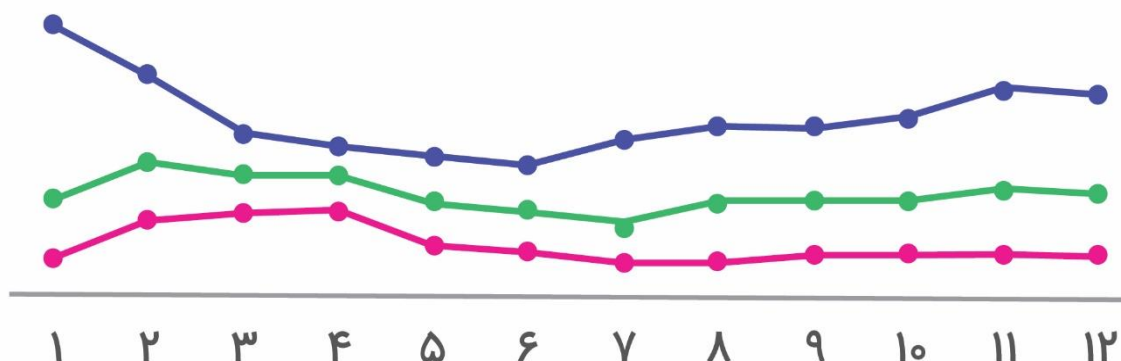
درصد تغییرات شاخص eCPM جایگاه‌های تبلیغاتی مختلف نسبت به ماه قبل در سال ۱۳۹۷



تبلیغات بنری استاندارد (Standard Banner) ■
 تبلیغات بنری همسان (Native Banner) ■
 تبلیغات ویدئویی بینابینی (Interstitial Video) ■
 تبلیغات ویدئویی جایزه‌ای (rewarded Video) ■
 تبلیغات بنری بینابینی (Interstitial Banner) ■

درآمد موثر حاصل از هر هزار نمایش کامل ویدئو به کاربران را eCPM می‌گویند.

مقایسه مقدار شاخص eCPM اپلیکیشن‌های مختلف در ماه‌های سال ۱۳۹۷



درصد تغییرات شاخص eCPM اپلیکیشن‌های مختلف در ماه‌های سال ۱۳۹۷



■ اپلیکیشن‌های بازی
 ■ کل اپلیکیشن‌ها
 ■ اپلیکیشن‌های غیر بازی

درآمد موثر حاصل از هر هزار نمایش کامل ویدئو به کاربران را eCPM می‌گویند.

امروزه تعداد کسب‌وکارهای مبتنی بر اپلیکیشن در ایران و جهان با سرعت قابل توجهی در حال افزایش است و به همان نسبت، روز به روز بر تعداد کاربران اپلیکیشن‌های موبایل نیز افزوده می‌شود. افزایش حضور کاربران آنلاین در اپلیکیشن‌های موبایل، فرصت مناسبی را برای تبلیغ‌دهندگان و صاحبان کسب‌وکار ایجاد کرده تا برند، محصولات و خدمات خود را به کاربران هدف معرفی کنند. از سوی دیگر، توسعه‌دهندگان اپلیکیشن‌های موبایل نیز می‌توانند از طریق نمایش تبلیغات در اپلیکیشن خود، کسب درآمد کنند.

تپسل، شبکه هوشمند تبلیغات موبایلی است که با ارتباط دنیای دیجیتال مارکتینگ و اپلیکیشن‌های موبایل به دنیای تبلیغات تا کنون باعث شده است بیش از ۱۰ هزار شغل برای توسعه‌دهندگان و صاحبان اپلیکیشن‌ها ایجاد شود و جریان درآمدی پایدار و مناسبی را برای آن‌ها فراهم آورد. بیش از ۱۰۰۰ برند و تبلیغ‌دهنده نیز با اعتماد به تپسل، از خدمات تپسل که شامل تبلیغات درون اپلیکیشن در فرمت‌های مختلف تبلیغاتی است، استفاده کرده‌اند.

هم‌اکنون تپسل امکان استفاده از تمامی فرمت‌های تبلیغاتی ویدئویی و بنری را برای توسعه‌دهندگان و بازی‌سازها فراهم کرده و به ۸۰ درصد از سهم بازار تبلیغات موبایلی دست پیدا کرده است.



جایگاه‌های تبلیغاتی (Ad Format) تپسل

بنر استاندارد (Standard Banner): ساده‌ترین نوع تبلیغات آنلاین است که همواره بنر تبلیغاتی در قسمتی از صفحه اپلیکیشن نمایش داده می‌شود.



تبلیغات بنری همسان (Native Banner Ad): در این فرمت، با ارائه تبلیغات بنری به صورت هماهنگ با اپلیکیشن، یکپارچگی، هویت بصری و تجربه کاربری حفظ می‌شود.



تبلیغات بنری بینابینی (Interstitial Banner Ad): مطابق مدل پیاده‌سازی توسعه دهندگان، در زمان مشخص یک بنر تمام صفحه به کاربر نمایش داده می‌شود و کاربر در صورت عدم علاقه می‌تواند پس از گذشت چند ثانیه، از تماشای بنر انصراف دهد.



تبلیغات ویدئویی جایزه‌ای (Rewarded Video Ad): در این فرمت تبلیغاتی، ویدئوها به انتخاب کاربران نمایش داده می‌شود و به ازای تماشای مقدار معینی از تبلیغات به کاربران جایزه‌ای اختصاص داده می‌شود. تبلیغات ویدئویی جایزه‌ای از متداول‌ترین نوع تبلیغات موبایلی است.



تبلیغات ویدئویی بینابینی (Interstitial Video Ad): ویدئوهای تبلیغاتی بینابینی با ظاهری مشابه محتوای اصیل رسانه شما و در لحظاتی که کاربران اپلیکیشن‌تان بیشترین میزان توجه را دارند، به آن‌ها نمایش داده می‌شود.



تبلیغات ویدئویی همسان (Native Video Ad): در این فرمت، با ارائه تبلیغات ویدئویی به صورت هماهنگ با اپلیکیشن، یکپارچگی، هویت بصری و تجربه کاربری حفظ می‌شود و بیشتر جنبه پیشنهادی دارد.



تبلیغات پیش‌نمایشی (Pre-Roll Ad): در این نوع تبلیغات، ویدئویی بسیار کوتاه در ابتدای ویدئوی اصلی به کاربر نمایش داده می‌شود و سپس ویدئوی اصلی آغاز می‌شود.



برترین ناشران تپسل

تبلیغات ویدئویی



گشت پلیس



آهنگتو



منچرز



فندق



آمیرزا



کوییز

تبلیغات بنری



تقویم شمیم یاس



کلماتیک



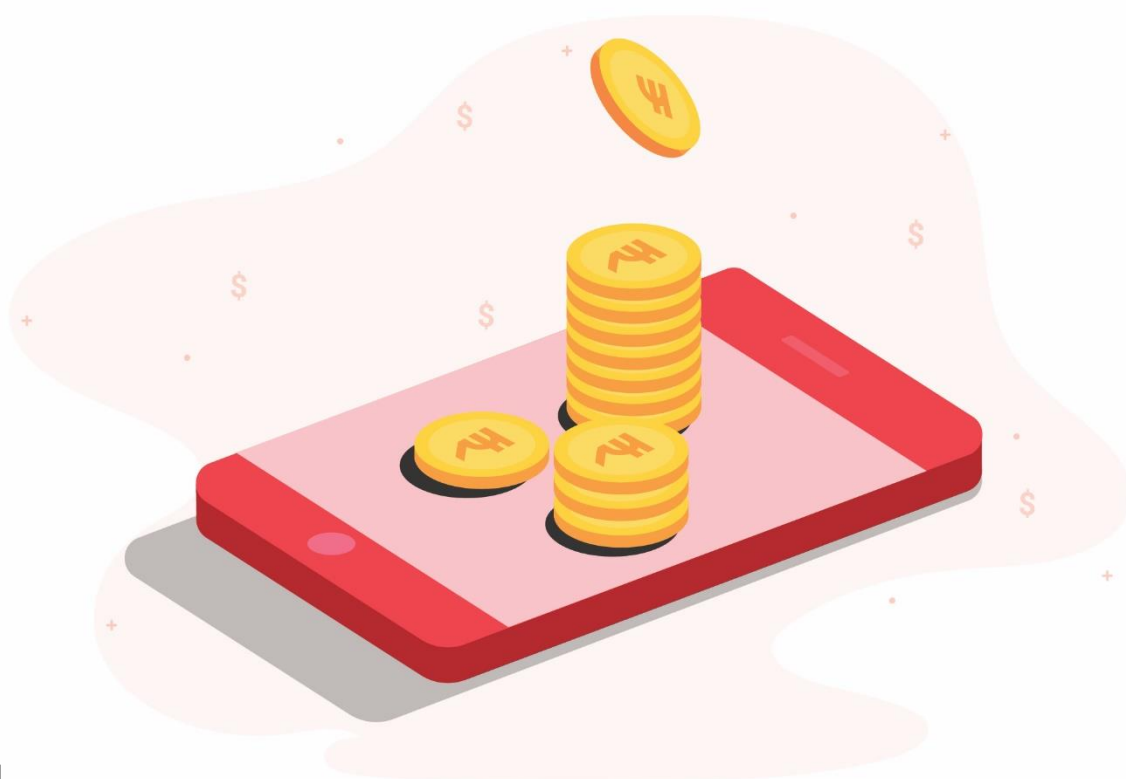
نزدیکا



فوتبالی



تلویون



با کلیک روی دکمه زیر، نظرتان را درباره این گزارش
با ما در میان بگذارید.

نظر دهید

