

گزارش سالانه

تپسل

۲۰۲۱



TAPSELL

Gain More Than Expected!

محتوا

| | | | |
|----|------------------------------|----|-------------------------------|
| ۱۴ | نمایش تبلیغات گوگل ادر | ۳ | قدهات تپسل در یک نگاه |
| ۱۵ | افزایش ۲۰ درصدی درآمد ناشران | ۴ | ادغام سنجاق و هدایت در تپسل |
| ۱۶ | آمار فروش چاپگاه ثابت | ۵ | ۳ گام مهم در سال ۱۴۰۴ |
| ۱۷ | پروداکت ریتارگت | ۷ | میزان نمایش سالانه |
| ۱۸ | پشتیبانی از مشتریان | ۸ | تعداد ناشران همکار |
| ۱۹ | نصب کافه بازار | ۹ | بیشترین‌های تپسل |
| ۲۱ | تبلیغ دهندگان به تفکیک صنعت | ۱۰ | تعداد کسب و کارهای همکار |
| ۲۲ | کلمات کلیدی کاربران | ۱۱ | کاهش آمار نقاب |
| ۲۳ | ترافیک تبلیغات استانی | ۱۲ | نمایش کمپین‌های ویدیویی |
| ۲۴ | کالنج تپسل | ۱۳ | ۴۵۰ میلیون دقیقه افزایش ویدیو |

مقدمه

بازتاب یک سال نوآوری و رشد

دانش، قدرت است. قدرتی که به کسب و کارها اجازه می‌دهد در مسیر پیش رو حرکت کنند و راه را پیدا کنند. در نبود گزارش‌های رسمی از فضای کسب و کار و اقتصاد، شرکت‌های خصوصی اصولاً سعی می‌کنند در حد توان خود گزارش‌هایی را منتشر کنند. این گزارش‌ها می‌تواند تکه‌هایی از یک پازل باشد که تصویر کلی یک اقتصاد، یک صنعت و یا یک کسب و کار را می‌سازد. ما هم احتمال سعی کردیم مانند چند سال گذشته، بخشی از این پازل بزرگ باشیم و گزارشی ارائه کنیم و در آن بگوئیم در سال ۱۴۰۲ در صنعت تبلیغات دیجیتال ایران چه گذشت. به عبارتی ما در این گزارش بخشی از بازار تبلیغات دیجیتال در ایران را رصد و بررسی کرده‌ایم و مستقیماً گزارش جامع و کاربردی در این حوزه، آن گزارشی است که همه بزرگان صنعت در کنار هم آن را تدوین کنند تا بتوانند تصویری گویا، دقیق و همه جانبه از وضعیت این صنعت در ایران ارائه دهند. فیمدل به‌عنوان یکی از بازیگران اصلی این بازار احتمال هم مانند چند سال گذشته گزارشی خود را منتشر کرد با این امید که این گزارش بازتابی از تعهد ما به شفافیت و ارائه کتابچه به مشتریان و ذینفعان باشد.

ارائه این گزارش به چند دلیل برای ما مهم است. اولین دلیل ارائه تصویری از چشم‌انداز تبلیغات دیجیتال در ایران است. در این گزارش ما اعداد و ارقام کلی صنعت تبلیغات را به ذینفعان این حوزه ارائه داده‌ایم چراکه مستقیماً آنها برای هر اقدام و تصمیمی نیاز دارند وضعیت فعلی و روندهای آتی این بازار را بفهمند.

دومین دلیل این است که نشان دهم ما به شفافیت در ارائه آمارها متعهدیم. اگرچه بخشی از اطلاعات آماری شرکت‌ها در این گزارش‌ها درج نمی‌شود، اما اصولاً بخشی از اطلاعات کاربردی در اختیار کاربران قرار می‌گیرد. به خصوص اینکه تپسل امیدوار است بتواند هر فصل گزارش یک صنعت خاص را با جزئیات بیشتر منتشر کند. آیا که چنین گزارش‌هایی می‌تواند برای بسیاری از کسب و کارها راهگشا باشد.

قرار نیست فروتن باشیم. یکی دیگر از دلایل ارائه این گزارش این است که دستاوردهای تپسل در سال ۱۳۹۳ را با دیگران به اشتراک بگذاریم. از شرکا گرفته تا رقبا و همکارانمان. ما به آنچه در سال ۱۳۹۲ به دست آورده‌ایم افتخار می‌کنیم و می‌خواهیم آن را با دیگران به اشتراک بگذاریم. بخشی از این دستاوردها بی‌خطری بوده و برخی کم‌خطری. پس دوست داریم که شما هم آن را بدانید و در جریان آن باشید. به خصوص که در سال ۱۳۹۳ تپسل ۵۰ سالگی خود را جشن گرفت و در دومین دهه فعالیت خود چشم‌انداز جدیدی پیش رو دارد.

گزارش سال ۱۳۹۱ نشان می‌داد که این سال هم برای صنعت تبلیغات هم برای کل کشور سال سخت و دشواری بود و این نگرانی وجود داشت که دامنه رویدادهای این سال به سال ۱۳۹۲ هم تسمی کند. اگرچه رویدادهای سیاسی سال ۱۳۹۱ تکرار نشد، اما قطعی و کندی اینترنت مشکلی بود که شرکت‌های تبلیغات آنلاین را تهدید می‌کرده و می‌کند. و همواره این نگرانی وجود دارد که کلید قطع اینترنت در ایران زده شود. آن زمان کار برای همه دشوارتر از آن چیزی می‌شود که گمان می‌کنیم.

در نهایت امیدواریم توسعه در ایران چه در صنعت تبلیغات و چه در دیگر صنایع روی ریل پیشرفت قرار بگیرد و گزارش‌های بعدی امیدبخش‌تر باشد.

خدمات تپسل در یک نگاه



تلفیقات
بنری



تلفیقات
پوشش آونیه پیشین



همسان
ویدئویی



تپسل
پلاس



تلفیقات
گوگل ادز



تلفیقات
ویدئویی



تلفیقات
درون آونیه پیشین



تلفیقات
کافه بازار



تلفیقات
نصب آونیه پیشین



تلفیقات
همسان



ارسال پیامک
هوشمند



تلفیقات
گلیکی



تلفیقات
ریتارگتینگ

ادغام سنجاق و مدياد در تپسل

در دهمین سال فعالیت تپسل، دو مجموعه «مدياد» و «سنجاق» در این شرکت ادغام شدند. با این اقدام سهم تپسل از بازار تبلیغات وب به نحو چشمگیری افزایش یافت.



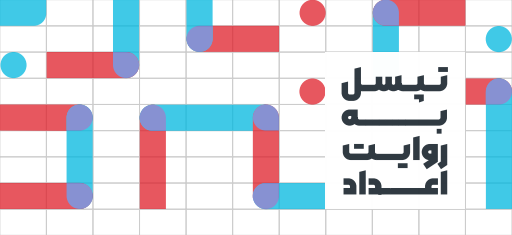
۳ گام مهم در سال ۱۴۰۲

۱. تیپسل در سال ۱۴۰۲ با بزرگترین ناشران ایران آغاز به همکاری کرد.

۲. تیپسل در سال ۱۴۰۲ با ناشران کم بازده قطع همکاری کرد.

۳. آمار تقلب (Fraud) در تبلیغات تیپسل از ۴ درصد به ۲.۴ درصد رسید.

تیسری باب روایت اعداد



414,000,000,000

نمایش (impression) سالانه

هر ایرانی
۲۳
به عبارت ساده‌تر هر کدام از ما
روزی ۲۳ بار تبلیغات تپسل را
می‌بینیم!

۱۴۴,۰۰۰ ناشر

نپسل در سال‌های گذشته همواره سعی کرده کنوسیس‌سهم
ناشران را توسعه دهد و برای تحقق این هدف در
این سال‌ها با بیش از ۱۵۰ هزار ناشر همکاری کرده است.
این همکاری هم در حوزه ناشران بزرگ حوزه وب بوده و هم
ناشران بزرگ حوزه اپلیکیشن.

در سال ۱۴۰۳ نپسل توانست با ناشران بزرگی چون سینما
و رسانه‌ای، دیجی، اقتصاد، دیوار، استپ، نشان، عصر ایران،
رگتا، آسپرو، طرفداری و ... همکاری کند.

همچنین دو اپلیکیشن استپ و دیوار با آثار همکاری با
نپسل برای اولین بار وارد مدل جدید درآمدی خود از طریق
ناشران درون اپلیکیشن شدند.



Snapp!

عصر ایران

ninisite



اقتصاد

دیوار

نپسل

نماتنا



پیش‌بینی‌های

۵۲

میلیارد نمایش برای یک تبلیغ دهنده



۱۰۱

میلیون کلیک برای یک تبلیغ دهنده



۵

میلیون نصب برای یک تبلیغ دهنده



۳۲۰۰

محتوای تبلیغاتی برای یک تبلیغ دهنده

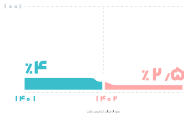


۵۵,۰۰۰ تبلیغ دهنده

با گذشت سال‌ها از عمر تبلیغات دیجیتال در ایران، صاحبان کسب‌وکارها به اهمیت تبلیغات آنلاین پی برده‌اند و به این سمت آمده‌اند. در این سال‌ها تبلیغات توانسته با بیش از ۵۵ هزار برند همکاری کند و تبلیغات این کسب‌وکارها را در رسانه‌های مختلف نمایش دهد.



کاهش ۱.۵ درصدی آمار تقلب (Fraud) نسبت به سال گذشته



در سال گذشته، تلاش تپسل برای کاهش آمار تقلب در تبلیغات سبب شد آمار تقلب (Fraud) در تبلیغات این مجموعه از ۴ به ۲٫۵ درصد برسد. به عبارتی استفاده از روش‌های جدید و توسعه زیرساخت‌های فنی و هوش مصنوعی کمک کرد تا آمار تقلب (Fraud) ۵٫۱ درصد بهبود پیدا کند.

رشد ۵۰۰ درصدی نمایش کمپین‌های ویدیویی



مقایسه نمایش تبلیغات ویدیویی

تبلیغات ویدیویی یکی از محبوب‌ترین انواع تبلیغات دیجیتال است. چرا که این نوع از تبلیغات نرخ تعامل بالایی داشته و در کمپین‌های نتیجه‌محور با نرخ بالایی به اکشن منجر می‌شود. تبلیغ‌دهندگان نیز با توجه به محبوبیت این کمپین‌ها، اقبال خوبی به آن نشان داده‌اند. تا آنجایی که نمایش کمپین‌های ویدیویی در سال ۲۰۲۰ رشد ۵۰۰ درصدی داشته است. این رشد ۵۰۰ درصدی در حالی است که در سال ۲۰۱۹ این رقم نسبت به سال قبل از آن رشد سه برابری را تجربه کرده بود. رشدی که نشان می‌دهد این شیوه از تبلیغات در میان کسب‌وکارها جایگاه ویژه‌ای دارد.



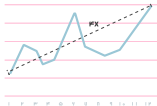
۴۵۰

میلیون دقیقه

نمایش ویدیو

بر اساس گزارش تپسل، نمایش تبلیغات ویدیویی در سال ۱۴۰۲ نسبت به سال ۱۳۹۱ حدود **۵ برابر** رشد کرده است که این رقم جالبی است و نشان می‌دهد کسب وکارها به اهمیت نمایش ویدیو در تبلیغات پی برده‌اند و در کنار تبلیغات متنی، تبلیغات ویدیویی هم جای خود را باز کرده است. همچنین بر اساس این گزارش، **۷٫۵ میلیون** ساعت ویدیو تبلیغاتی کسب وکارها از طریق ناشران تپسل نمایش داده شده است. عددی معادل ۴۵۰ میلیون دقیقه!

افزایش **آبرابری** نمایش تبلیغات **گوگل** ادز



Google Ad Impressions (Approximate)

با وجود محدودیت‌های داخلی و تحریم‌های خارجی، مجموعه تپسل در سال ۱۴۰۲ توانست رکورد تبلیغات گوگل ادز را بشکند و آن را **۴ برابر** کند. برای رسیدن به این هدف، مدیریت کمپین‌های مشتریان بر عهده مجموعه تپسل بوده تا ضمن رسیدن به بهترین نتیجه، از **ASA**های مشتریان هم حفاظت شود.

افزایش ۲۰ درصدی درآمد ناشران

بررسی‌ها نشان می‌دهد جایگاه‌های همسان ویدیو هم برای کمپین برندینگ ارزش بالایی دارد و هم جایگاهی است که می‌تواند درآمد بالایی را نصیب ناشران کنند. این گزارش به ناشران توصیه می‌کند افسار استفاده از این جایگاه را در دستور کار بگذارند.



تبلیغات ویدیویی در سال ۲۰۱۴ حدود ۵ برابر رشد کرده که این مساله نشان می‌دهد کسب و کارها به اهمیت این تبلیغات پی برده‌اند.

رشد بیش از ۴۰۰ درصدی فروش جایگاه ثابت



در سال ۱۴۰۲، میزان جایگاه‌هایی که به صورت ثابت فروخته شده رشد قابل توجهی داشته است. این مساله نشان می‌دهد مارکت ارزش فضای دیجیتال برای برندینگ را درک کرده است و تبلیغات دیجیتال به جایگاه واقعی خود رسیده است.

وضعیت پروداکت ریتارگت

| نوع کمپین ریتارگتینگ | تعداد کمپین ۱۴۰۱ | تعداد کمپین ۱۴۰۲ | |
|----------------------|------------------|------------------|-------------|
| retargeting | ۲۳,۰۳۷ | ۲۷,۷۷۸ | ۲۰ درصد رشد |
| product_retargeting | ۴,۹۵۳ | ۷,۲۷۹ | ۲۷ درصد رشد |

۱۱ هزار و ۱۰۰ ساعت پشتیبانی از مشتریان




تیم پشتیبانی و موفقیت مشتریان
تپسل از زمان آغاز کمپین‌های تبلیغاتی
تا پایان آن همراه مشتریان است و در
صورت لزوم در هر مرحله از این فرایند،
به مشتریان مشاوره می‌دهد.

۱۰ میلیون نصب کافه بازار



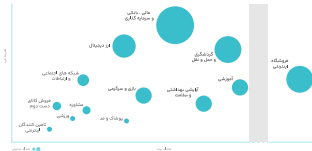
بیش از ۱۰ میلیون نصب از طریق سرویس
های سرچ ادز و دیسکاوری کافه بازار

The background features a light gray grid. Various geometric shapes are scattered across the grid: red and blue rectangles, circles, and semi-circles. Some shapes are solid, while others are semi-transparent, creating a layered effect. The shapes are primarily located on the left and right sides of the image, framing the central text.

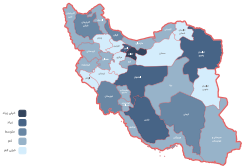
همکاری با تپسل به روایت آمار

تفکیک و تفکیک

در سال ۱۳۴۲، بیشترین تعداد اعضای در تاریخ داشتگان مربوط به حوزه های و بانکی بوده است. حوزه حمل و نقل در رتبه دوم و فرهنگستان ایرانی در رتبه سوم قرار گرفته است. همین آثار در حالی است که در سال ۱۳۶۱ فرهنگستان ایرانی در رتبه اول قرار داشتند و صنعت های و بانکی در رتبه دوم قرار می گرفتند. همین آثار نشان می دهد در شرایط کنونی اقتصاد حوزه های و بانکی آمریکایی ها و در کشورهای آمریکا حوزه های این کشور هم اولیادها بیشترین برای معرفی بوده و کشور آمریکا در رتبه اول قرار گرفته است. هم نشان می دهد که در سال ۱۳۶۲ (۱۳۶۲) و پس از استقلال های، حوزه های و فرهنگی و اجتماعی هستند و شده بوده است.



کدام استان‌ها بیشترین ترافیک تبلیغاتی را داشته‌اند؟



بیشترین تراфик تبلیغاتی توسط مربوط به **استان تهران** است که در صدر جدول قرار دارد. پس از آن **استان خراسان رضوی و فارس** قرار دارند که میزان ترافیک آنها دقیقاً نصف استان تهران است. **استان اصفهان، البرز و قزوین** در رتبه‌های دیگر قرار دارند.

سال ۱۳۹۱ هم استان‌های تهران، فارس، اصفهان و خراسان رضوی بیشترین میزان ترافیک را داشته‌اند.

کالج تپسل در سال ۱۴۰۲



۵۶۸۰ نفر در دوره های کالج تپسل
ثبت نام کرده اند.

۸۸۶۴ ساعت ویدئو های کالج
مشاهده شده است.



همین امروز داستان موفقیت رو با تپسل بساز

مشاوره ساخت کمپین

هوشمند تصمیم بگیر
بهینه برنامه ریزی کن
هدفمند اجرا کن



تلفن ۰۲۱ ۹۱۰۹۰۹۸۶

..... ۰۲۱ ۸۸۲۰۶۸۹۳

ایمیل support@tapsell.ir

وب سایت tapsell.ir

تهران ، بلوار نلسون ماندلا ، بالاتر از

میرداماد ، بین بست آناهیتا ، پلاک ۲۳

