



# روایت یکتانت

## از بازاریابی دیجیتال ایران

در سال ۱۴۰۲

## نکات مهم و جالب گزارش یکتانت از بازاریابی دیجیتال ایران

نویسنده: مهیار رزقی

امروزه در دنیای دیجیتال مارکتینگ، داشتن داده‌های دقیق و به‌روز برای موفقیت هر کسب‌وکاری حیاتی است. یکی از منابع معتبر برای درک رفتار کاربران آنلاین و روندهای تبلیغاتی در ایران، گزارش سالانه یکتانت است. این گزارش شامل تحلیل‌های جامعی از رفتار کاربران ایرانی، عملکرد تبلیغات

کوانترز



[www.quantrez.ir](http://www.quantrez.ir)

آنلاین، و تأثیر رسانه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌ها بر بازاریابی دیجیتال است. در این مقاله، به بررسی نکات کلیدی و جالب این گزارش می‌پردازیم که می‌تواند به شما در طراحی استراتژی‌های موفق‌تر کمک کند.

## ۱. تغییرات کلیدی در دیجیتال مارکتینگ جهانی

### رشد هزینه‌های تبلیغات دیجیتال

در سطح جهانی، هزینه‌های تبلیغات دیجیتال در سال ۲۰۲۳ رشد چشم‌گیری داشته است. بر اساس گزارش یکتانت، این رقم به بیش از ۲۰ درصد افزایش یافته (از ۲۰۲۲ تا کنون) و پیش‌بینی‌ها حاکی از تداوم این روند در سال ۲۰۲۴ است. از جمله دلایل این رشد، تغییر رفتار مصرف‌کنندگان از رسانه‌های سنتی به دیجیتال است که به برندها این امکان را می‌دهد که تبلیغات خود را به طور دقیق‌تر به مخاطبان هدف برسانند.

### مقایسه با تبلیغات سنتی

تبلیغات دیجیتال در مقایسه با تبلیغات سنتی مانند تلویزیون و رادیو، مزایای بسیاری دارد. از جمله این مزایا می‌توان به قابلیت هدف‌گذاری دقیق‌تر، امکان اندازه‌گیری عملکرد تبلیغات، و هزینه کمتر در مقایسه با تبلیغات سنتی اشاره



کرد. همچنین، برندها می‌توانند با استفاده از ابزارهای دیجیتال، به سرعت بازخورد مخاطبان را دریافت کرده و استراتژی‌های خود را بهینه کنند.

## تحلیل

رشد هزینه‌های تبلیغات دیجیتال در سطح جهانی به دلیل اثربخشی بیشتر این نوع تبلیغات و قابلیت اندازه‌گیری دقیق نتایج است. برندها و کسب‌وکارها در ایران نیز می‌توانند با استفاده از این رویکردها، بازده سرمایه‌گذاری خود را بهبود بخشند.

## ۲. رفتار کاربران ایرانی در فضای آنلاین

### استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی

گزارش یکتانت نشان می‌دهد که درصد قابل‌توجهی از ایرانیان روزانه به اینترنت دسترسی دارند و زمان زیادی را در شبکه‌های اجتماعی صرف می‌کنند. شبکه‌هایی مانند اینستاگرام و تلگرام از محبوب‌ترین پلتفرم‌ها بین کاربران ایرانی هستند. این شبکه‌ها نه تنها برای ارتباطات شخصی بلکه برای بازاریابی و معرفی محصولات نیز به کار می‌روند.

## عادات خرید آنلاین

یکی از نکات جالب در گزارش یکتانت، افزایش تمایل کاربران ایرانی به خرید آنلاین است. کاربران به دلیل راحتی و تنوع محصولات ارائه شده، بیشتر به خرید از فروشگاه‌های اینترنتی روی آورده‌اند. محصولات محبوب شامل لوازم الکترونیکی، پوشاک و محصولات آرایشی است که بیشترین حجم خریدهای آنلاین را به خود اختصاص داده‌اند.

## تحلیل

افزایش استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در ایران نشان‌دهنده فرصت‌های بزرگ برای کسب‌وکارهاست. کسب‌وکارها می‌توانند با شناخت دقیق رفتار کاربران و استفاده از ابزارهای دیجیتال مناسب، به راحتی مخاطبان هدف خود را شناسایی و به آنها دسترسی پیدا کنند.

## ۳. تبلیغات در وبسایت‌های ایرانی

### رشد و توسعه وبسایت‌ها

طبق گزارش یکتانت، تعداد وبسایت‌های ایرانی میزبان تبلیغات به طور چشمگیری افزایش یافته است. این وبسایت‌ها شامل طیف گسترده‌ای از موضوعات مانند تکنولوژی، سلامت، و سبک زندگی می‌شوند. این تنوع به



تبلیغ‌کنندگان این امکان را می‌دهد که تبلیغات خود را در محیط‌هایی نمایش دهند که مخاطبان هدف به دنبال آنها هستند.

## موضوعات پرتعداد تبلیغاتی

موضوعات محبوب تبلیغاتی در ایران شامل تبلیغات در حوزه سلامت و سبک زندگی است. کسب‌وکارها در این حوزه‌ها بیشترین بودجه تبلیغاتی را اختصاص داده‌اند، زیرا این موضوعات با علایق و نیازهای کاربران ایرانی همخوانی دارند. گزارش نشان می‌دهد که وبسایت‌هایی که به این موضوعات می‌پردازند، ترافیک و تعامل بالاتری دریافت می‌کنند، که این امر جذابیت بیشتری برای تبلیغ‌کنندگان به همراه دارد.

## تحلیل

افزایش تعداد وبسایت‌های ایرانی میزبان تبلیغات و همچنین تنوع محتواها نشان‌دهنده رشد بازار تبلیغات دیجیتال در ایران است. برای کسب‌وکارها، تبلیغ در وبسایت‌هایی که مرتبط با نیازها و علایق مخاطبان هدف هستند، می‌تواند بازدهی بسیار بالاتری به همراه داشته باشد.

## ۴. نقش شبکه‌های اجتماعی در تبلیغات

### پلتفرم‌های محبوب

شبکه‌های اجتماعی یکی از مهم‌ترین ابزارهای تبلیغات در ایران محسوب می‌شوند. طبق گزارش یکتانت، اینستاگرام و تلگرام دو پلتفرم برتر در بین کاربران ایرانی هستند. اینستاگرام با ارائه قابلیت‌های مختلف مانند تبلیغات تصویری و ویدئویی، امکانات بسیاری برای تبلیغ‌کنندگان فراهم کرده است. تلگرام نیز با داشتن کانال‌ها و گروه‌های متعدد، فضایی مناسب برای انتشار محتواهای تبلیغاتی است.

### تعامل کاربران با محتوا

یکی از نکات قابل توجه در گزارش یکتانت، تعامل بالای کاربران ایرانی با محتواهای تبلیغاتی در شبکه‌های اجتماعی است. پست‌هایی که از تصاویر جذاب و محتوای تعاملی استفاده می‌کنند، نرخ تعامل بیشتری دریافت می‌کنند. این نشان می‌دهد که کاربران ایرانی به تبلیغات خلاقانه و جذاب واکنش بهتری نشان می‌دهند.

## تحلیل

شبکه‌های اجتماعی به دلیل تعامل بالای کاربران و قابلیت‌های تبلیغاتی پیشرفته، به یکی از اصلی‌ترین کانال‌های تبلیغاتی در ایران تبدیل شده‌اند. کسب‌وکارها می‌توانند با ایجاد محتوای خلاقانه و جذاب، به راحتی توجه مخاطبان را جلب کنند و نرخ تعامل بالاتری را تجربه کنند.

## ۵. تبلیغات در اپلیکیشن‌ها

### رشد کاربران موبایلی

یکی دیگر از بخش‌های مهم گزارش یکتانت، اشاره به رشد چشمگیر کاربران موبایلی در ایران است. با افزایش تعداد کاربران گوشی‌های هوشمند، استفاده از اپلیکیشن‌های مختلف نیز افزایش یافته است. این اپلیکیشن‌ها شامل طیف گسترده‌ای از بازی‌ها، برنامه‌های آموزشی و اپلیکیشن‌های خرید آنلاین هستند.

### استراتژی‌های تبلیغاتی درون‌برنامه‌ای

تبلیغات درون‌برنامه‌ای یکی از روندهای نوظهور در ایران است. بر اساس گزارش یکتانت، تبلیغات درون‌برنامه‌ای مانند بنرها و محتوای تعاملی به دلیل دسترسی مستقیم به کاربران و درگیر کردن آنها، بازدهی بالایی دارد. این نوع

تبلیغات به کسب‌وکارها این امکان را می‌دهد که پیام خود را به صورت غیرمستقیم و در محیطی دوستانه به کاربران منتقل کنند.

## تحلیل

با توجه به گسترش استفاده از گوشی‌های هوشمند در ایران، تبلیغات درون‌برنامه‌ای به یکی از ابزارهای موثر برای جذب مخاطبان تبدیل شده است. کسب‌وکارها باید با استفاده از این فرصت، تبلیغاتی طراحی کنند که تجربه کاربری را بهبود ببخشند و در عین حال پیام تبلیغاتی را به طور موثر منتقل کنند.

## ۶. روش‌های دیگر بازاریابی دیجیتال

### اهمیت سئو و رپورتاژ آگهی

سئو (بهینه‌سازی موتورهای جستجو) و رپورتاژ آگهی از دیگر ابزارهای مهم بازاریابی دیجیتال هستند که در گزارش یکتانت به آنها اشاره شده است. سئو به کسب‌وکارها این امکان را می‌دهد که با بهبود رتبه وبسایت خود در موتورهای جستجو، ترافیک بیشتری جذب کنند. رپورتاژ آگهی نیز با ارائه محتوای تبلیغاتی در قالب مقالات مفید و آموزنده، به کسب‌وکارها کمک می‌کند تا به صورت غیرمستقیم محصولات یا خدمات خود را معرفی کنند.



## استفاده از ابزارهای تبلیغاتی گوگل

یکی دیگر از ابزارهای موثر در بازاریابی دیجیتال، تبلیغات گوگل (Google Ads) است. بر اساس گزارش یکتانت، استفاده از تبلیغات گوگل در ایران نیز رو به افزایش است. این ابزار به کسب و کارها این امکان را می‌دهد که تبلیغات خود را به کاربرانی که به دنبال محصولات یا خدمات مشابه هستند نمایش دهند.

## تحلیل

سئو و رپورتاژ آگهی به دلیل قابلیت‌های بالای هدف‌گذاری و جذب ترافیک ارگانیک، به یکی از موثرترین ابزارهای بازاریابی دیجیتال تبدیل شده‌اند. کسب و کارها باید با استفاده از این روش‌ها، استراتژی‌های خود را بهینه کنند تا بتوانند بیشترین بازدهی را از کمپین‌های تبلیغاتی خود دریافت کنند.

## نتیجه‌گیری

گزارش یکتانت نشان می‌دهد که دیجیتال مارکتینگ در ایران به سرعت در حال رشد و تحول است. با توجه به رفتار کاربران ایرانی در فضای آنلاین، افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌ها، و فرصت‌های جدیدی که تبلیغات دیجیتال ارائه می‌دهد، کسب و کارها باید استراتژی‌های خود را با

این تغییرات هماهنگ کنند. استفاده از ابزارهایی مانند سئو، تبلیغات درون برنامه‌ای و شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به کسب‌وکارها کمک کند تا به مخاطبان بیشتری دسترسی پیدا کنند و بازدهی خود را بهبود بخشند.