

ترندها، محبوب‌ترین‌ها و بیشترین هزینه‌کردها در

گزارش جمعه سیاه ۱۴۰۲ تپسل

شبکه هوشمند تبلیغات دیجیتال تپسل
آذر ۱۴۰۲

۱۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰

نمایش تبلیغات در ۷ روز

هر روز ۱,۴ میلیارد نمایش تبلیغات در فضای دیجیتال

کسب‌وکارهایی که بیشترین سهم تبلیغات دیجیتال را به خود اختصاص دادند

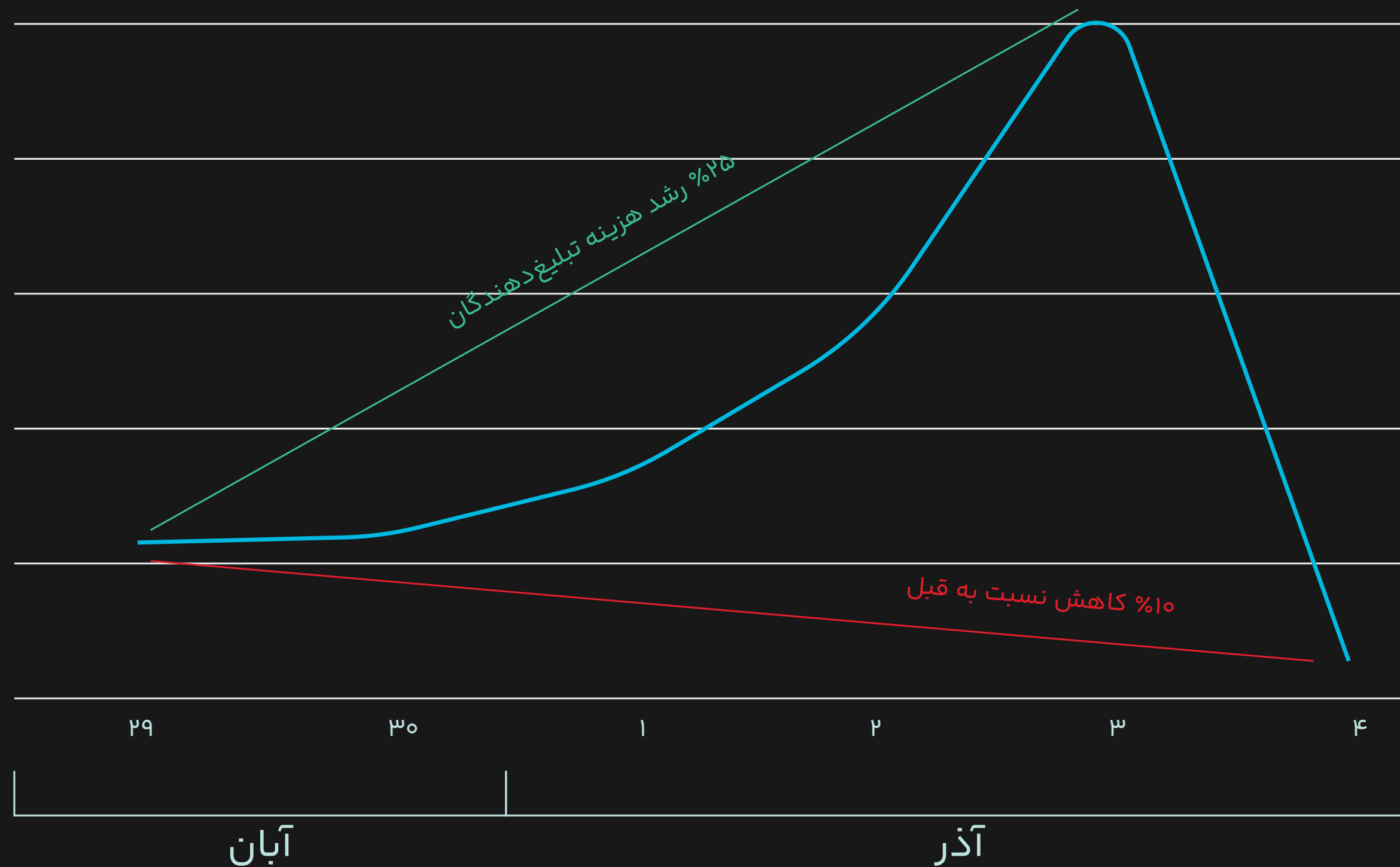
- ۱- فروشگاه‌های اینترنتی
- ۲- آرایشی - بهداشتی
- ۳- مالی (BNPL)



رقابت بر سر تصاحب جایگاه‌های محبوب تبلیغاتی

تبلیغ‌دهندگان نسبت به روزهای عادی، **۲۵ درصد هزینه بیشتری** برای پروموت کمپین‌های یلدای خود انجام دادند.

با توجه به اتمام این کمپین‌ها، بیشتر برندها تبلیغات خود را متوقف کرده و طی بررسی‌های انجام شده، مجدداً برای کمپین‌های شب یلدا در حال برنامه‌ریزی می‌باشند.



وبسایت‌هایی که بیشترین سهم نمایش تبلیغات دیجیتال را به خود اختصاص دادند

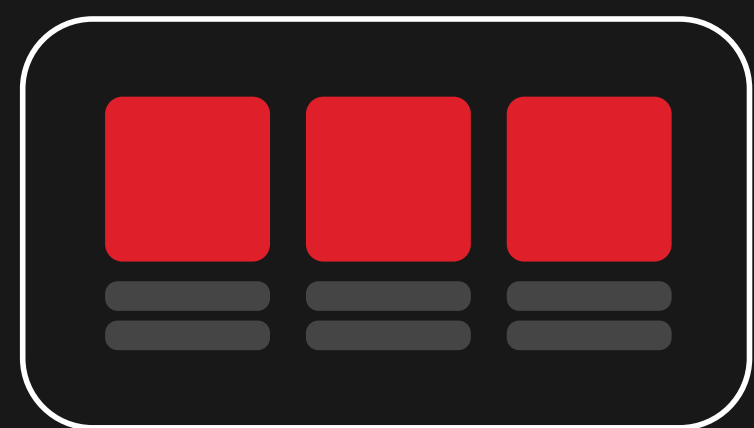
- ۱- مرتبط با بانوان
- ۲- ورزشی
- ۳- خبری



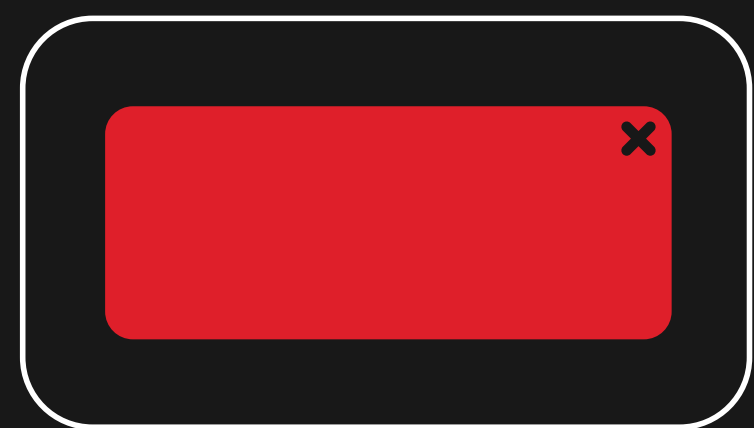
محبوب‌ترین جایگاه‌های تبلیغاتی وب و اپ



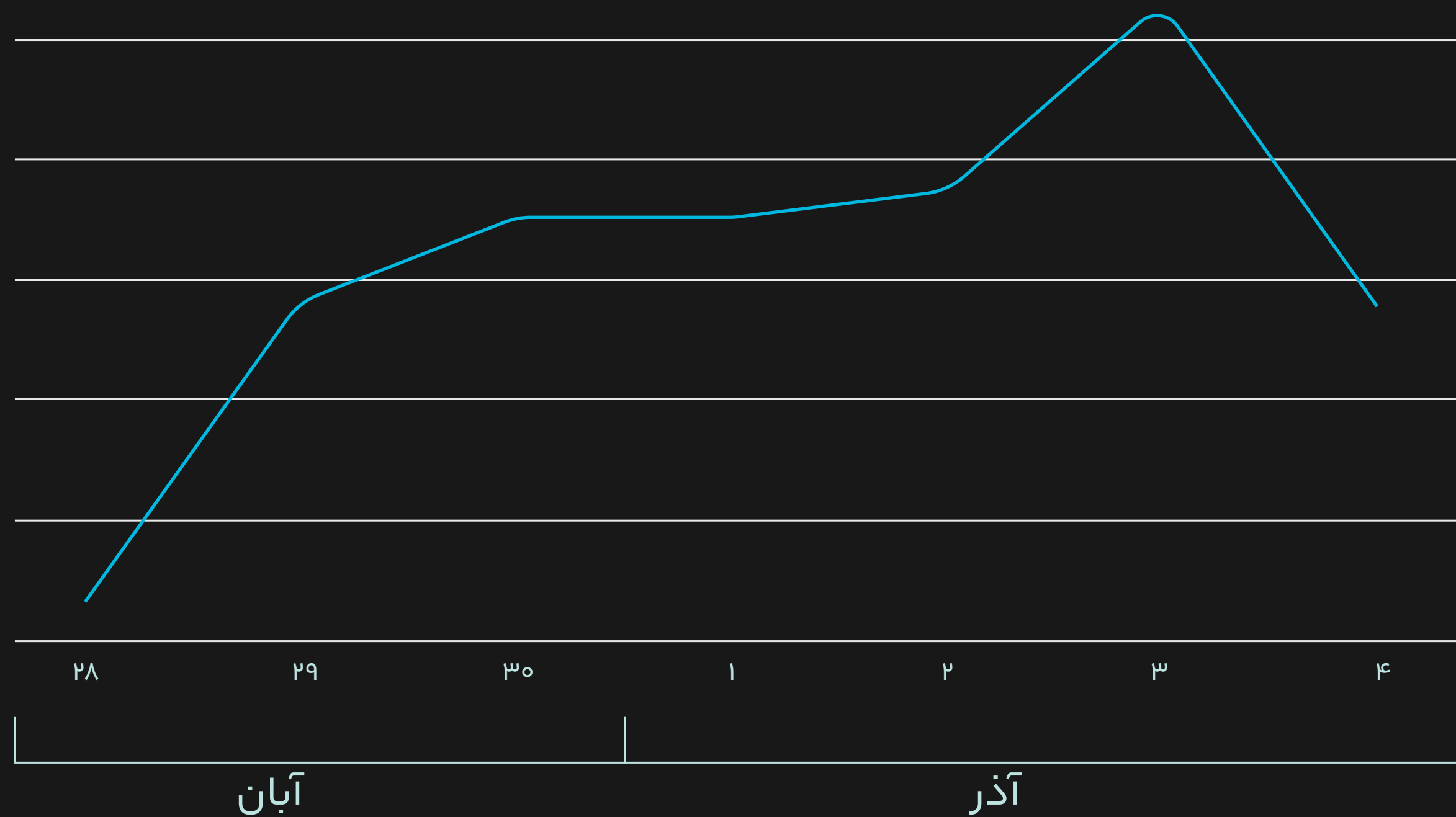
ویدیویی



همسان



بنر



افزایش ترافیک تبلیغ‌دهندگان

بر اساس داده‌های تیپسل و گفت‌وگویی که با صاحبان برندها انجام شد، اکثر آنها بطور میانگین تا **۵۰ درصد ترافیک بیشتر** نسبت به روزهای عادی را تجربه کردند.



مهم‌ترین عبارات کلیدی تبلیغاتی
جست‌وجو شده

۳ میلیارد نمایش **بلک فرایدی**

۱ میلیارد نمایش **حراج‌معه**

تأثیر کلمات بر نرخ کلیک

اضافه کردن واژه **قسطی** در کنار کلمات بلك فرایدی یا حراجمه، نرخ کلیک را تا ۲۷ درصد افزایش داده است.

۲۷%

اضافه کردن واژه **ارسال رایگان** در کنار کلمات بلك فرایدی یا حراجمه، تأثیر بسزایی بر نرخ کلیک محتواها نداشت.

۲%

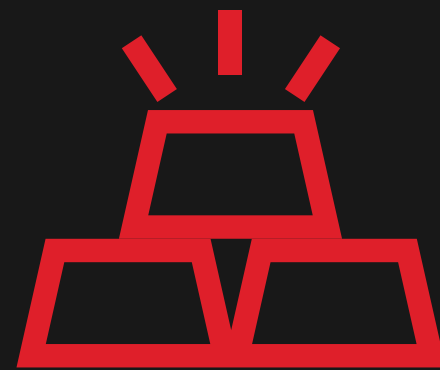
بیشترین نمایش تبلیغات



کاپشن



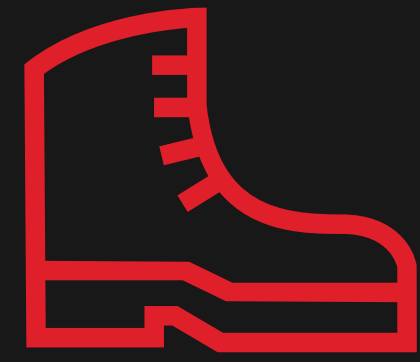
کفش



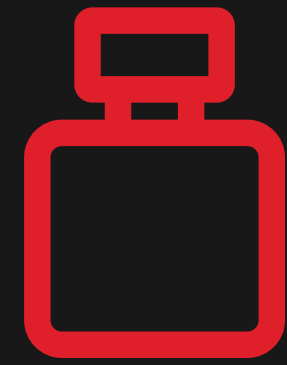
طلا و جواهر



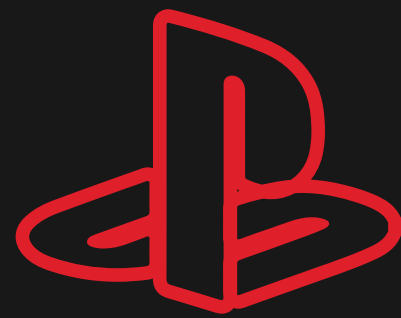
بیشترین نرخ کلیک تبلیغات



نیم بوت



عطر



پلی استیشن





تا ۵ برابر نرخ تبدیل بالاتر

برای محصولات با قیمت کمتر از ۳ میلیون تومان (بعد از تخفیف)
در کمپین‌های بلک‌فرایدی برندها



گزارش جمعہ سیاه ۱۴۰۲ تپسل

شبکہ هوشمند تبلیغات دیجیتال تپسل
آذر ۱۴۰۲