

# گزارش سال ۱۴۰۱

## نجوا

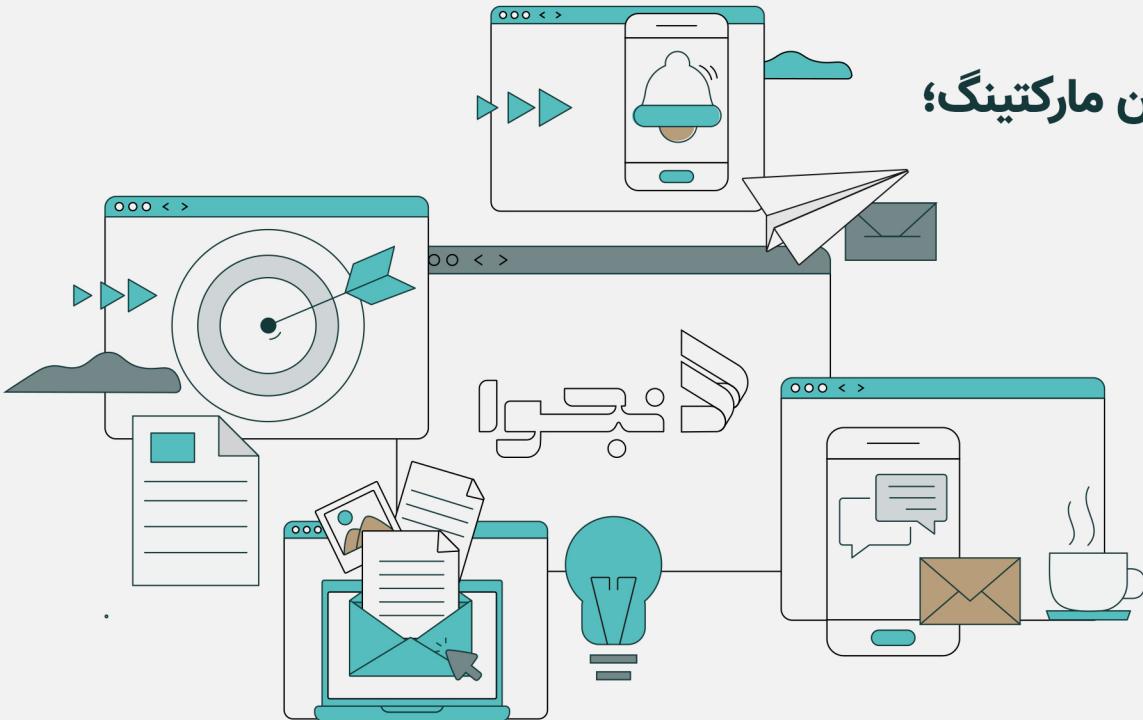


# فهرست مطالب

۱	مقدمه	۲
۲	به دنبال نوآوری بودیم	۳
۳	همواره به بهبود اندیشیدیم	۴
۴	و این مسیر ادامه دارد	۵
۵	کمی با پیامک	۶
۶	از ایمیل صحبت کنیم	۷
۷	درباره پوش نوتیفیکیشن	۸
۸	نجوا؛ دریچهای به دنیای ریتنشن مارکتبینگ	۹
۹	پرکمپین ترین روزهای ۱۴۰۱	۱۰
۱۰	کلیدوازه‌های پرتکرار	۱۱
۱۱	میزان ارسال کمپین‌ها در هر کانال	۱۲
۱۲	بهترین کمپین‌های ۱۴۰۱	۱۳

## سرویس ریتنشن مارکتینگ؛

پوش نوتیفیکیشن  
ایمیل  
و پیامک.





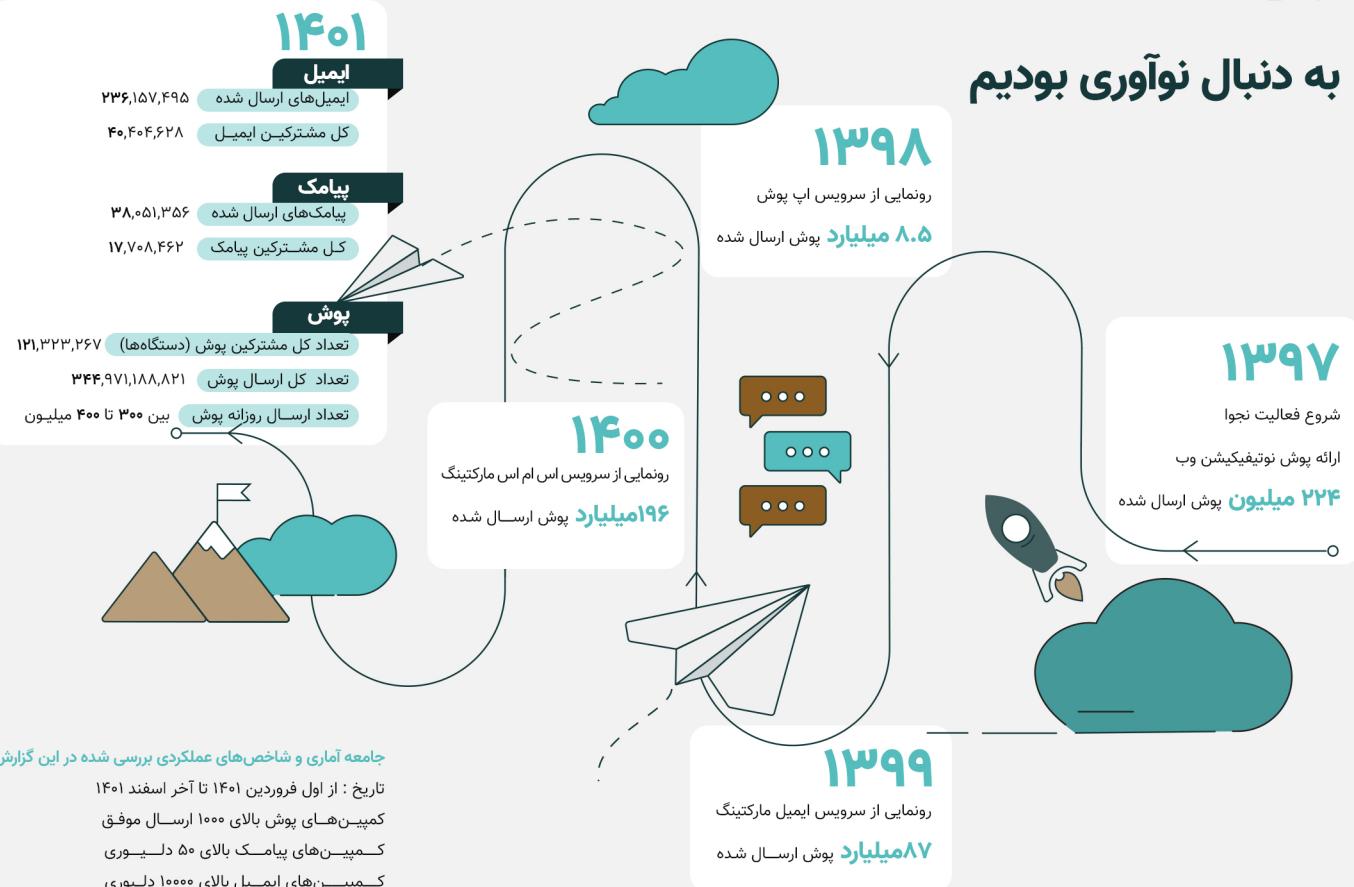
آنچه می‌خوانید، گزارشی است جامع و کاربردی از عملکرد نجوا در سال ۱۴۰۱.

اگر دیجیتال مارکت هستید یا با سرویس‌های بازاریابی بازگشتی سروکار دارید، آمارهای دقیق این گزارش به شما دیدگستردهای از رفتار کاربران خواهد داد.

نجوا به عنوان بزرگترین سرویس ریتنشن مارکتینگ ایرانی، از سال ۱۴۰۰ برای اولین بار به انتشار این آمارها پرداخته است. هدف ما این است که قدم مثبتی در راستای پیشرفت همه کسب‌وکارها در مسیر دیجیتال مارکتینگ برداریم و با هم رشد کنیم.

در این گزارش، کمی فراتر از سال گذشته پیش رفته‌ایم و داده‌های کاربردی‌تر و متفاوت‌تری را اضافه کردیم که مطمئنیم برایتان مفید خواهد بود.

## به دنبال نوآوری بودیم



## همواره به بهبود اندیشیدیم



### انتشار ایبوک آموزشی

ایمیل اتومیشن برای اولین  
بار در ایران



### ۱۳۸ محتوای آموزشی

منتشر شده از کانال های بلاگ،  
شبکه های اجتماعی و خبرنامه  
ایمیلی نجوا



اضافه شدن بخش  
راهنماها در سایت بهطور

کامل و جامع



### حضور در رویداد ریشن

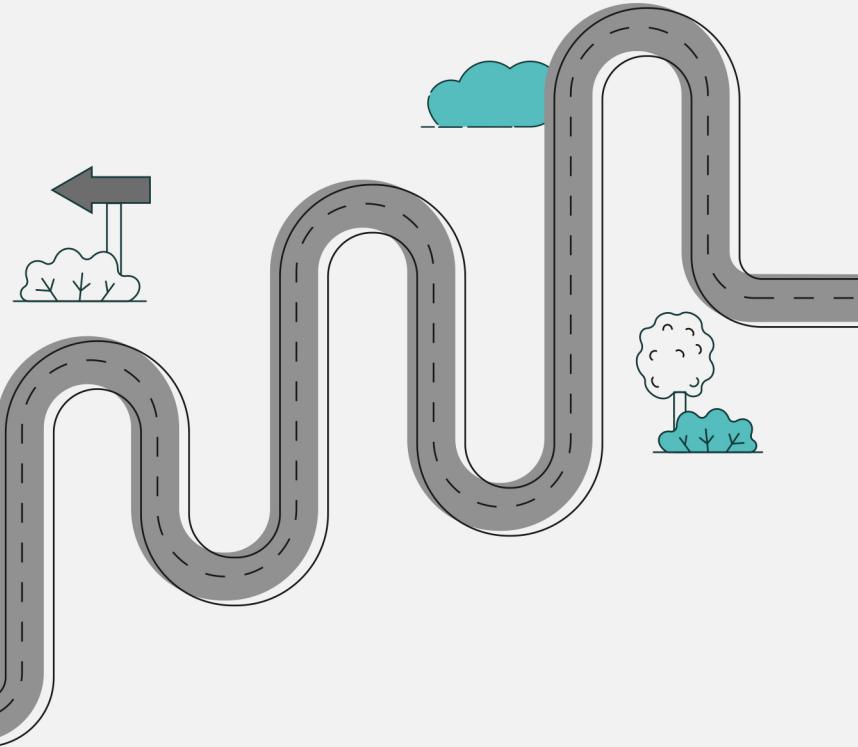
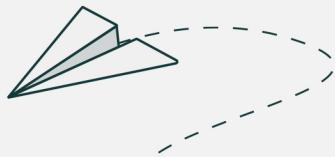
**سامیت** و همکاری با سکان  
برای انتشار اولین گزارش  
جامع ریشن  
مارکتینگ ایران



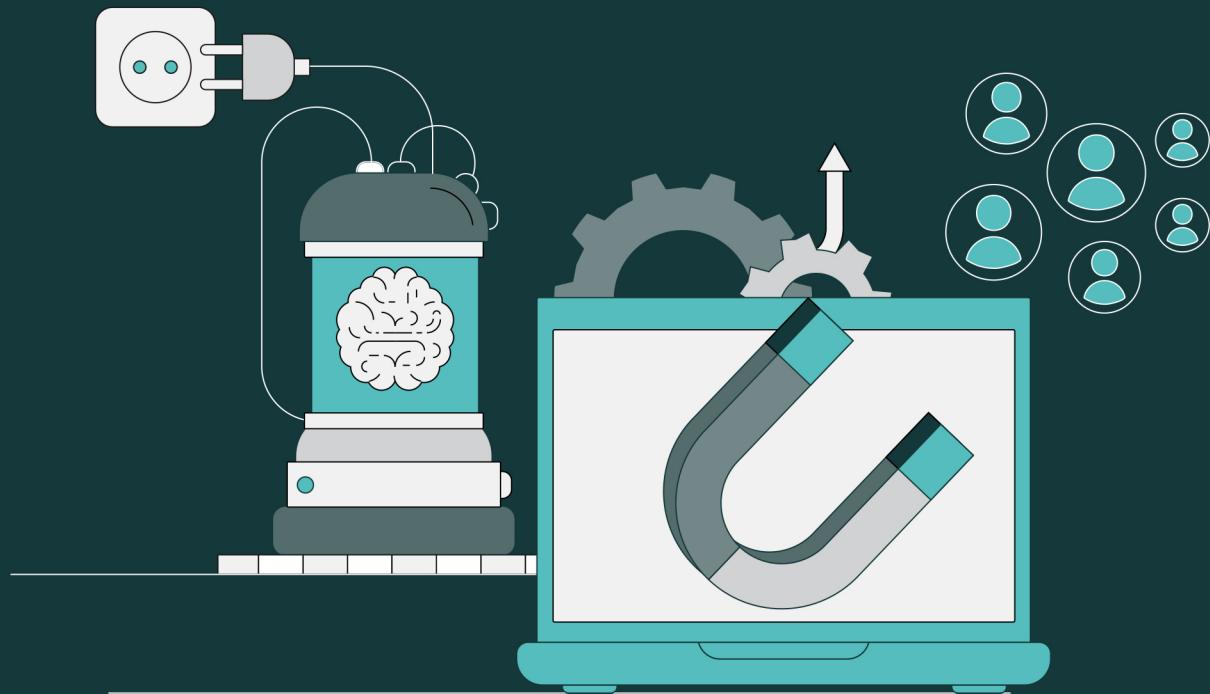
### %۹۰ بالای

پاسخگویی پشتیبانی





و این مسیر ادامه دارد...



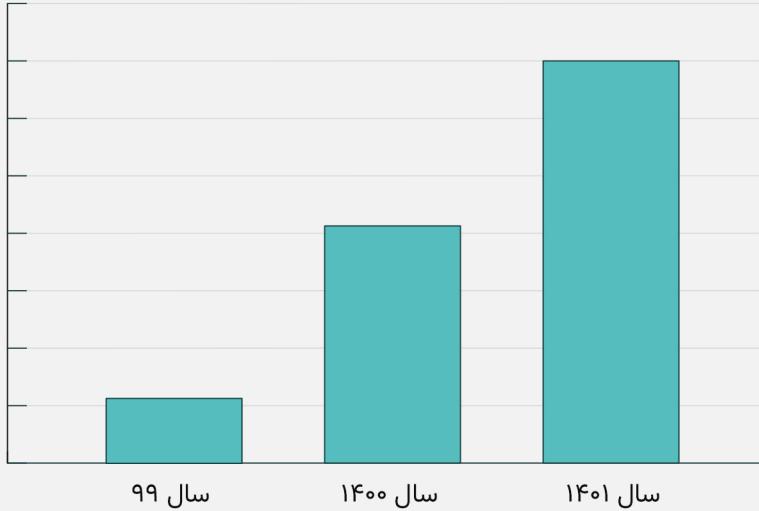
# نجوا

دربیچه‌ای به دنیای ریتنشن مارکتینگ

در سال ۱۴۰۱، کسبوکارها ۷۱٪ بیشتر از سال گذشته در حوزه ریشنگ مارکتینگ سرمایه‌گذاری کرده‌اند.

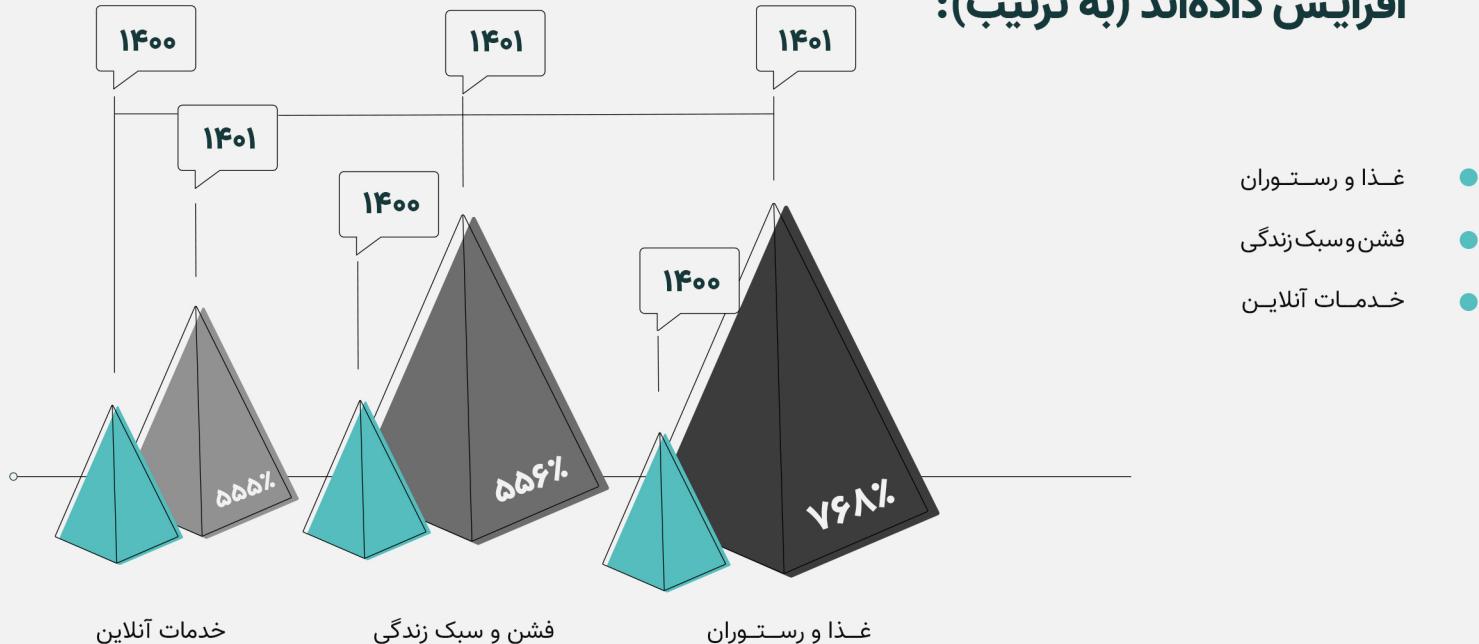
با درنظر گرفتن،

اینکه در این بازه زمانی، افزایش قیمت روی سرویس‌های نجوا نداشتیم.

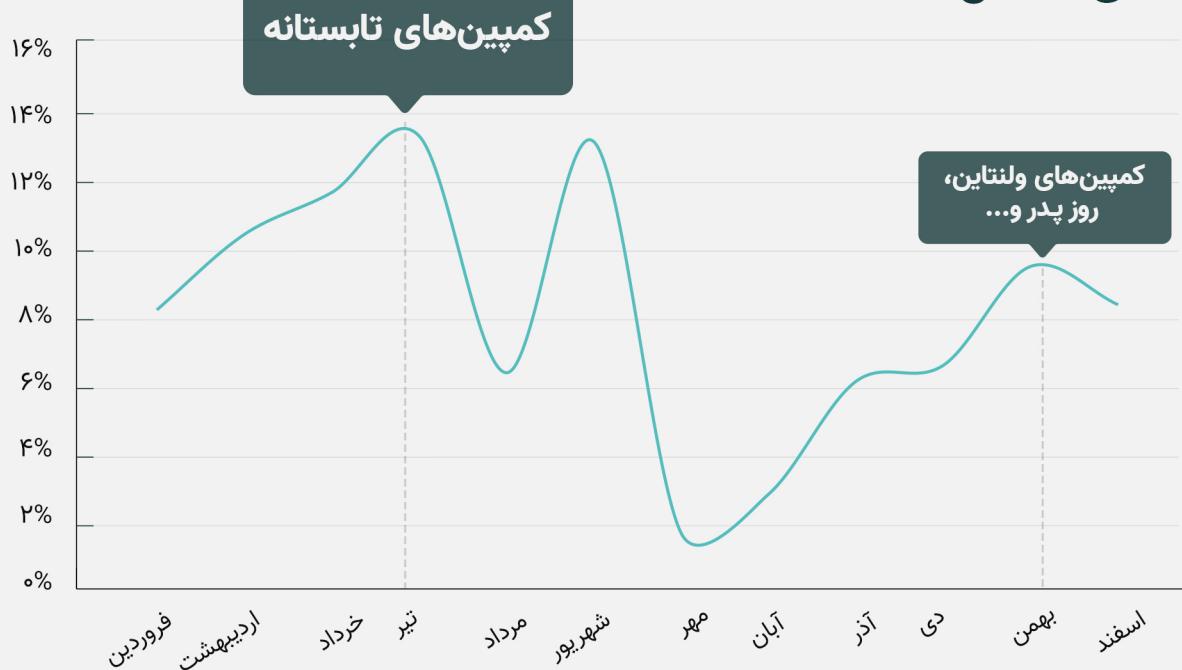


میزان سرمایه‌گذاری کسبوکارها در حوزه ریشنگ مارکتینگ طی ۳ سال اخیر

## ۳ صنعتی که بودجه ریتنشن مارکتینگ خود را بیش از ۶ برابر افزایش داده‌اند (به ترتیب):



## حجم ارسال کمپین‌های ریتنشن مارکتینگ طی ماههای سال ۱۴۰۱





درباره پوش نوتیفیکیشن

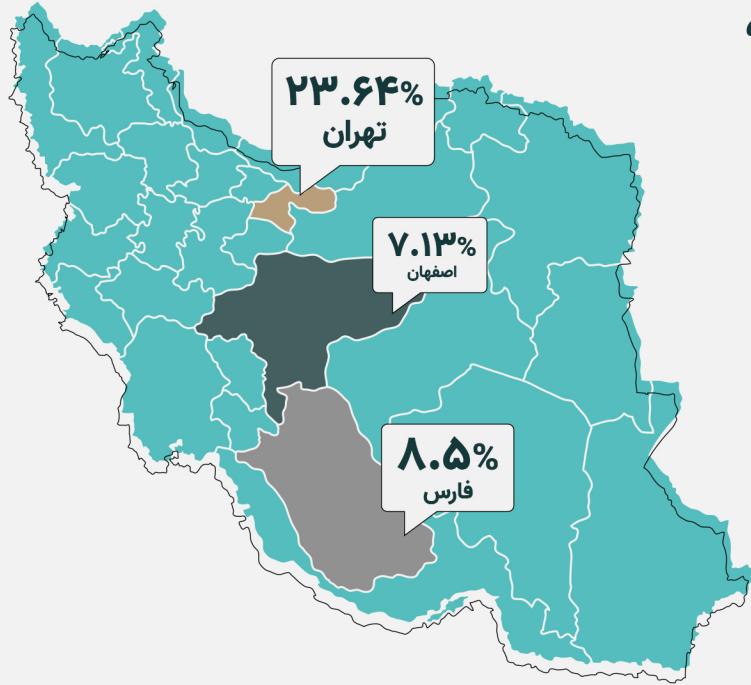
## نحوا؛ رهبر بازار پوش نوتیفیکیشن

۶۰% نحوا

طبق بررسی‌هایی که بین چند هزار سایت ایرانی انجام شد،  
نحوا در سرویس پوش نوتیفیکیشن در ایران، سهم بیش از  
۶۰ درصدی را از آن خود کرده است.



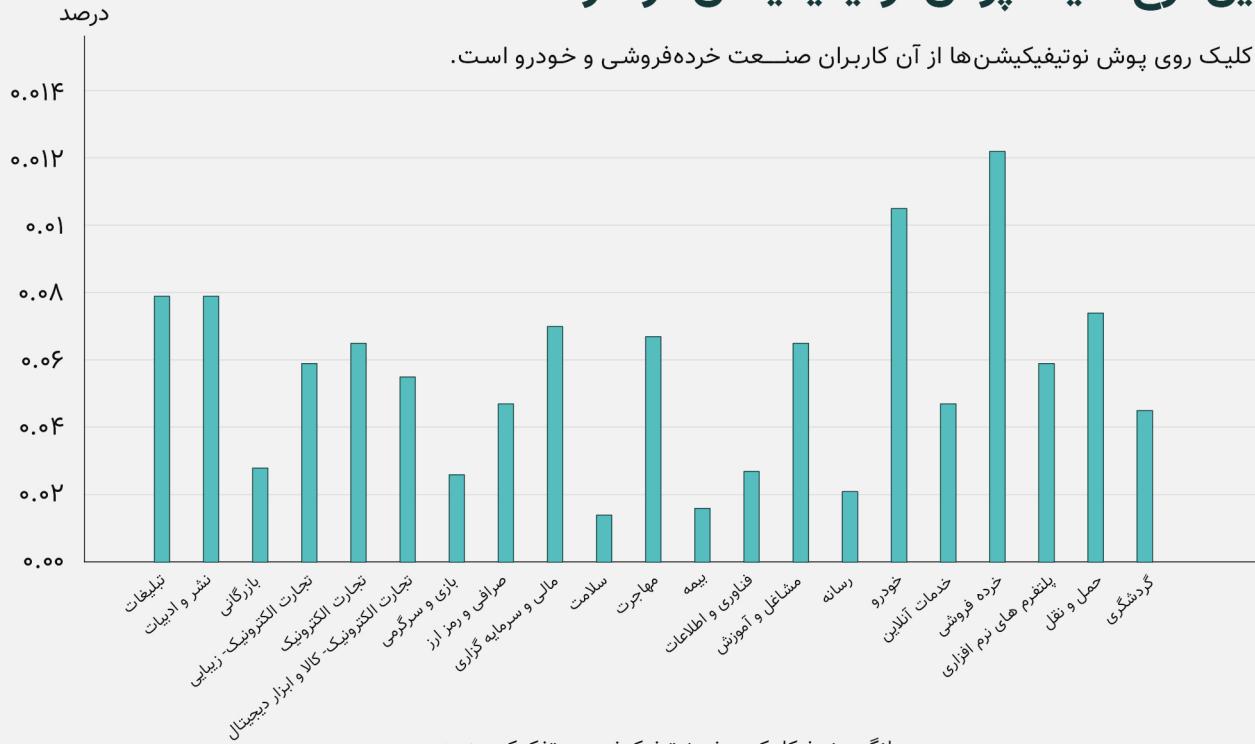
کاربرانی که عضو پوش شده‌اند،  
بیشتر در کدام استان‌ها هستند؟



در بحث میزان نرخ عضوگیری پوش، **تهران و اصفهان** (همانند سال قبل) در صدر قرار دارند. امسال استان **خراسان رضوی** از استان فارس که سال گذشته در رتبه سوم قرار داشت، پیشی گرفته است.

## میانگین نرخ کلیک پوش نویفیکیشن در هر صنعت

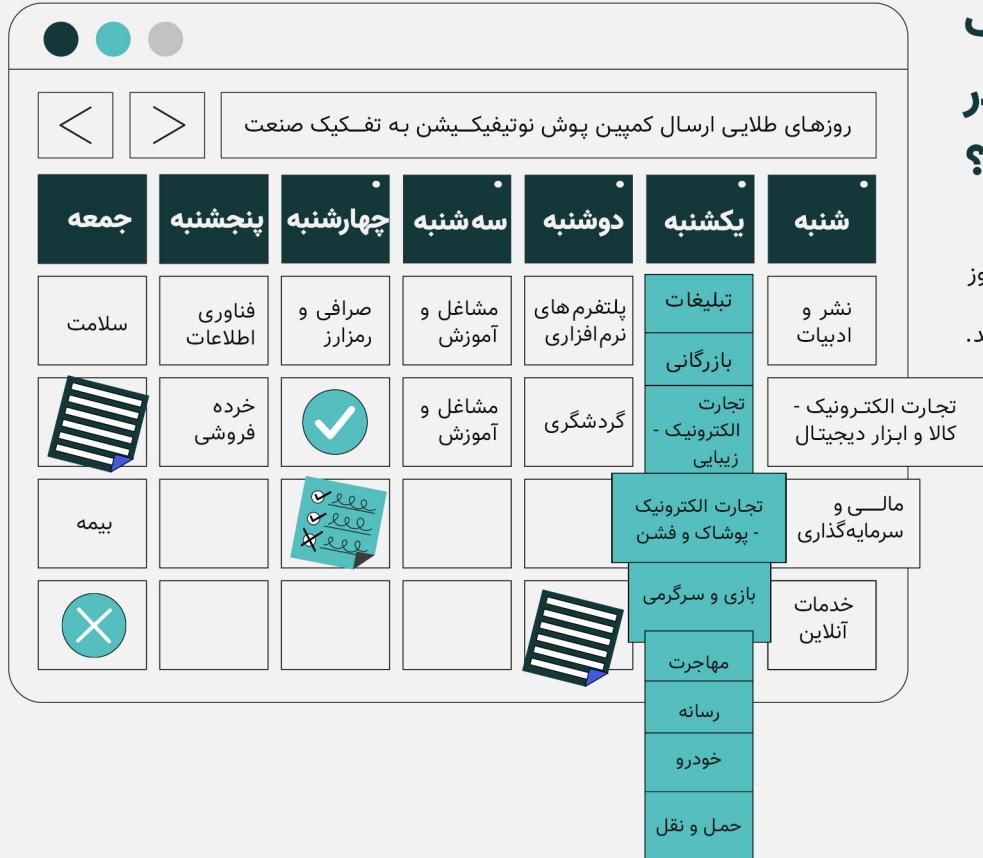
بیشترین کلیک روی پوش نویفیکیشن‌ها از آن کاربران صنعت خرده‌فروشی و خودرو است.



میانگین نرخ کلیک پوش نویفیکیشن به تفکیک صنعت

## بیشترین نرخ کلیک پوش در هر صنعت در کدام روز اتفاق می‌افتد؟

در اکثر صنایع، کاربران تمایل دارند در روز **یکشنبه** پوش دریافت کنند.



## ساعت‌های طلایی کمپین پوش در هر صنعت (از نظر نرخ کلیک)

نزدیک به ظهر یا دم غروب؛ بیشترین زمانی که کاربرها روی کمپین پوش کلیک می‌کنند.

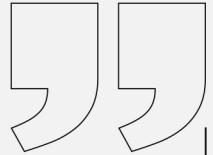
ساعت‌ها	صنعت	ساعت‌ها	صنعت
۱۷ تا ۱۶	بیمه	۹ تا ۸	تبیغات
۲۲ تا ۲۱	فناوری اطلاعات	۹ تا ۸	نشر و ادبیات
۲۲ تا ۲۱	مشاغل و آموزش	۱۵ تا ۱۳	بازرگانی
۹ تا ۸	رسانه	۰۰ تا ۲۳	تجارت الکترونیک - زیبایی
۱۶ تا ۱۵	خودرو	۱۷ تا ۱۶	تجارت الکترونیک - پوشاک و فشن
۹ تا ۸	خدمات آنلاین	۱۰ تا ۹	تجارت الکترونیک - کالا و ابزار دیجیتال
۱۳ تا ۱۲	خردهفروشی	۱۱ تا ۱۰	بازی و سرگرمی
۱۴ تا ۱۳	پلتفرم‌های نرم‌افزاری	۲۰ تا ۱۹	صرافی و رمزارز
۱۳ تا ۱۲	حمل و نقل	۱۰ تا ۹	مالی و سرمایه‌گذاری
۲۳ تا ۲۲	گردشگری	۱۱ تا ۱۰	سلامت
		۲۰ تا ۱۹	مهاجرت



یکی از دغدغه‌های مهم کسبوکارها در هر حوزه‌ای، ایجاد ارتباط موثر با کاربران و مشتریان است. از طرفی، استفاده از روش‌های سنتی هزینه‌های زیادی برای آن‌ها خواهد داشت. بازاریابی هوشمندانه و تلاش در جهت حفظ و بازگشت مشتریان فعلی، می‌تواند هزینه‌های کسبوکار را تا حد قابل توجهی کاهش دهد؛ در عین حال که باعث افزایش نرخ تبدیل خواهد شد. همه این مسائل باعث شده‌اند که به کار بردن تکنیک‌های ریتینشن مارکتینگ در دنیای امروز به یک الزام تبدیل شود.

## نادر دزفولی

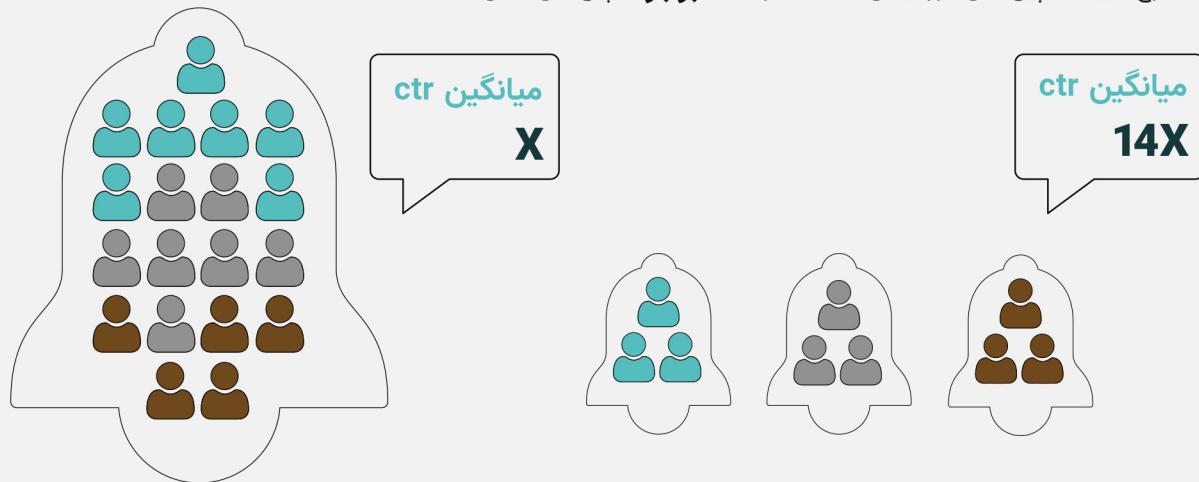
**Senior Product Manager** تیم نجوا



## تأثیر گروه‌بندی کاربران بر نرخ کلیک کمپین‌های پوش

گروه‌بندی کاربران به کمک «تگ»، تاثیری باورنکردنی بر نرخ کلیک کمپین‌های پوش دارد؛

طوری که نرخ کلیک کمپین‌های گروه‌بندی شده، حدوداً **۱۴ برابر** کمپین‌های عادی است!



میزان اثرگذاری گروه‌بندی کاربران بر نرخ کلیک کمپین‌های پوش

## هیچ وقت قدرت تصاویر را دست کم نگیرید!

خصوصاً در کمپین‌های پوش نو تیفیکیشن؛ چرا که کمپین‌هایی که با تصویر ارسال می‌شوند،  
برابر کمپین‌های بدون تصویر کلیک می‌شوند.

میانگین  
ctr

8X

با عکس

میانگین  
ctr

X

بدون عکس

آخر تابستان سفر نمیری؟  
از امروز تا ۲۵ شهریور با کد EndSummer می‌تونی بلیط  
پرواز رو با ۱۰٪ تخفیف رزرو کنی!



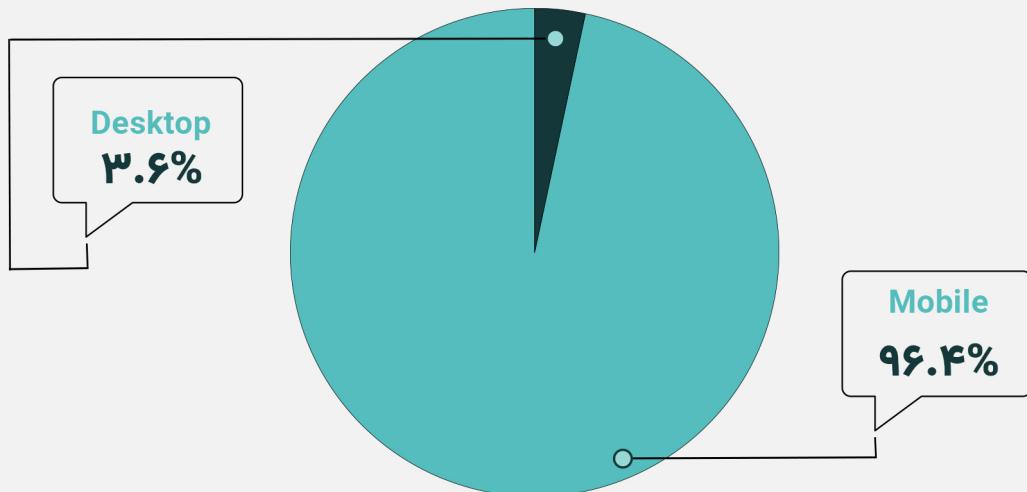
رزرو کنید

آخر تابستان سفر نمیری؟  
از امروز تا ۲۵ شهریور با کد EndSummer می‌تونی بلیط  
پرواز رو با ۱۰٪ تخفیف رزرو کنی!

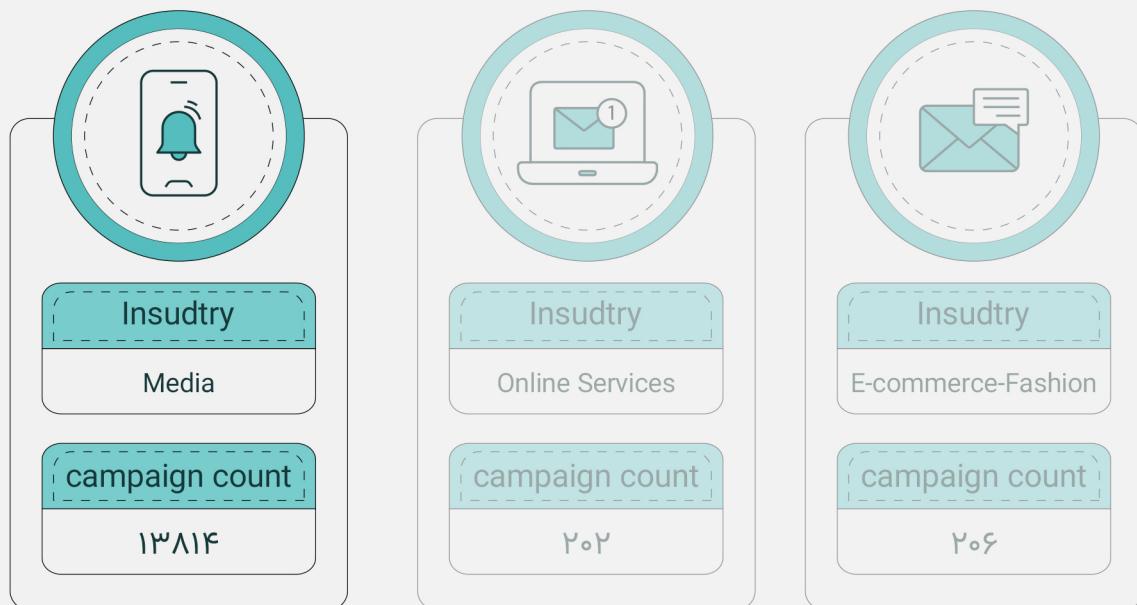
رزرو کنید

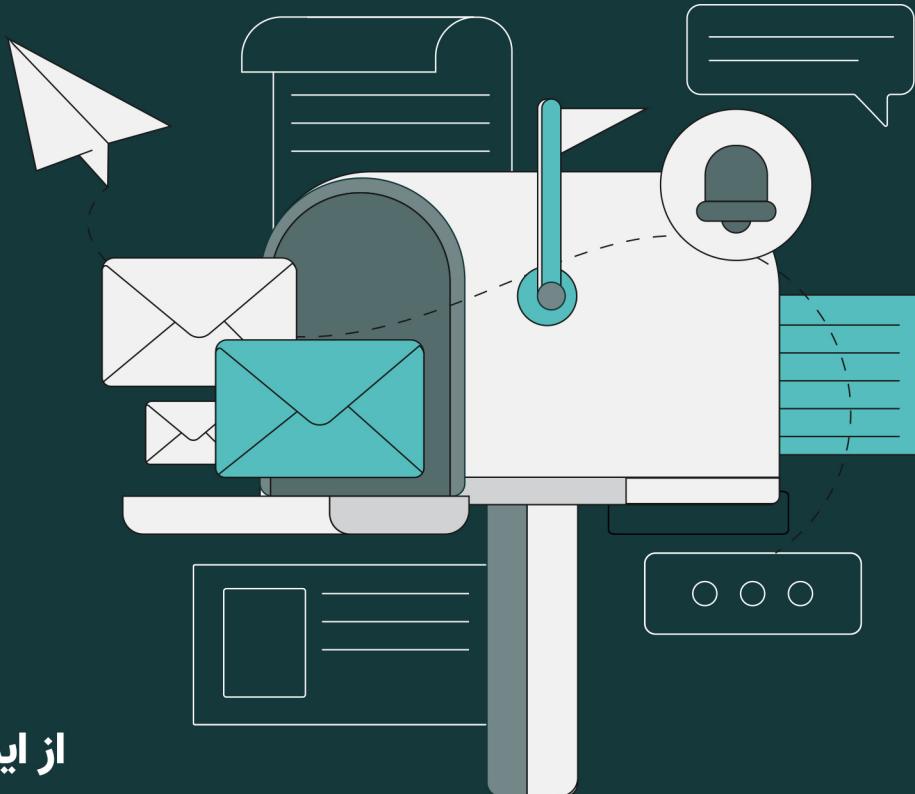
## ۹۶٪ کاربران، پوش نویفیکیشن را در گوشی خود دریافت می‌کنند!

با در نظر گرفتن نرخ ۹۶ درصدی دستگاه‌های موبایل گیرنده پوش، توصیه می‌کنیم قبل از ارسال کمپین، به نمایش موبایلی آن توجه ویژه‌ای کنید.



یک کاربر در صنعت مديا، بيشترین تعداد کمپین پوش نوتيفيكيشن را در سال ۱۴۰۱ ارسال كرده است که ۱۳,۸۱۴ کمپین بود؛ يعني بهطور متوسط روزي ۳۷ کمپین پوش!





از ایمیل صحبت کنیم

## میانگین نرخ بازشدن ایمیل در هر صنعت

مخاطبان حوزه فناوری اطلاعات (IT) بیش از دیگران حاضر به باز کردن ایمیل‌هایی که دریافت می‌کنند، هستند.

صنعت	نرخ بازشدن
بیمه	۱۳.۹۶%
فناوری اطلاعات	۲۱.۳۹%
مشاغل و آموزش	۱۱.۴۱%
رسانه	۷.۷۴%
خودرو	۱۴.۲%
خدمات آنلاین	۱۳.۷۱%
خرده فروشی	۱۲.۰۸%
پلتفرم‌های نرم افزاری	۱۱.۴۴%
گردشگری	۱۱.۶۳%

صنعت	نرخ بازشدن
تبلیغات	۱۱.۹۷%
نشر و ادبیات	۹.۲۵%
تجارت الکترونیک - زیبایی	۸.۲۱%
تجارت الکترونیک - پوشاک و فشن	۱۰.۸۰%
تجارت الکترونیک - کالا و ابزار دیجیتال	۹.۶۰%
بازی و سرگرمی	۱.۵۶%
صرافی و رمざر	۱۰.۹۵%
مالی و سرمایه‌گذاری	۱۵.۸۵%
مهاجرت	۱۹.۴۱%

میانگین نرخ بازشدن ایمیل به تفکیک صنعت

## میانگین نرخ کلیک ایمیل در هر صنعت

علاقهمندان به **خودرو**، بیشترین نرخ کلیک ایمیل‌ها را رقم زده‌اند.

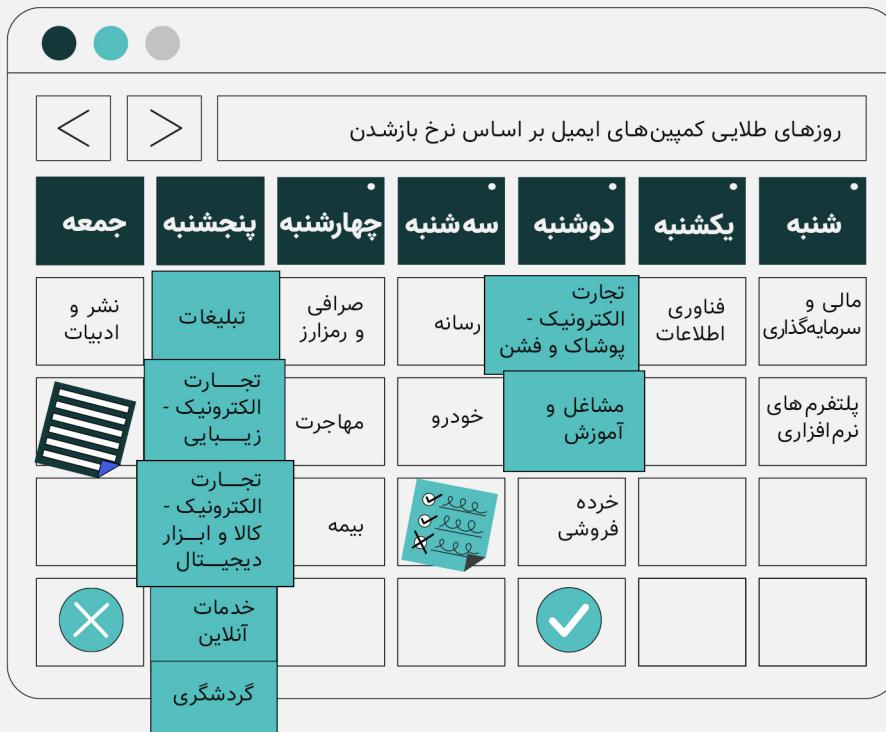
نرخ کلیک‌به‌بازشدن	صنعت
۱۱.۳۴%	بیمه
۱۲.۶%	فناوری اطلاعات
۷.۷۹%	مشاغل و آموزش
۱۴.۴۲%	رسانه
۱۸.۳۵%	خودرو
۷.۵۶%	خدمات آنلاین
۱۴.۱۶%	خرده فروشی
۹.۱۴%	پلتفرم‌های نرم‌افزاری
۱۳.۰۹%	گردشگری

نرخ کلیک‌به‌بازشدن	صنعت
۶.۷۹%	تبلیغات
۷.۹۱%	نشر و ادبیات
۱۰.۳۹%	تجارت الکترونیک - زیبایی
۱۴.۸۴%	تجارت الکترونیک - پوشاک و فشن
۱۰.۷۴%	تجارت الکترونیک - کالا و ابزار دیجیتال
۶.۴۳%	بازی و سرگرمی
۵.۵۲%	صرافی و رمزارز
۷.۱۳%	مالی و سرمایه‌گذاری
۱۳.۲۹%	مهاجرت

میانگین نرخ کلیک ایمیل به تفکیک صنعت

در این بخش، نسبت نرخ کلیک به بازشدن (CTOR) درنظر گرفته شده است.

# کاربران هر صنعت، ایمیل‌های ایشان را بیشتر در چه روزی باز می‌کنند؟



## ساعت‌های طلایی کمپین ایمیل در هر صنعت (بر اساس نرخ بازشدن)

ساعت‌ها	صنعت	ساعت‌ها	صنعت
۱۳ تا ۱۲	بیمه	۲۰ تا ۱۹	تبلیغات
۱۴ تا ۱۳	فناوری اطلاعات	۱۰ تا ۹	نشر و ادبیات
۲۰ تا ۱۹	مشاغل و آموزش	۱۷ تا ۱۶	تجارت الکترونیک - زیبایی
۱۱ تا ۱۰	رسانه	۱۴ تا ۱۳	تجارت الکترونیک - پوشاس و فشن
۱۷ تا ۱۶	خودرو	۱۱ تا ۱۰	تجارت الکترونیک - کالا و ابزار دیجیتال
۲۱ تا ۲۰	خدمات آنلاین	۱۰ تا ۹	بازی و سرگرمی
۱۰ تا ۹	خردهفروشی	۲۱ تا ۲۰	صرافی و رمزارز
۱۳ تا ۱۲	پلتفرم‌های نرم‌افزاری	۱۰ تا ۹	مالی و سرمایه‌گذاری
۱۰ تا ۹	گردشگری	۱۴ تا ۱۳	مهاجرت

اگر بدانید که در هر صنعت، بیشترین نرخ بازشدن ایمیل‌ها در چه ساعتی اتفاق می‌افتد، می‌توانید در همان زمانی ایمیل‌هایتان را ارسال کنید که قرار است باز شوند!



قبل از نجوا تصویرم این بود که ایمیل مارکتینگ در ایران جواب نمی‌دهد.

بعد از اینکه به تیم نجوا پیوستم و نتایج مشتریانمان را دیدم، متوجه شدم که بسیاری از کسب‌وکارها از ایمیل مارکتینگ به عنوان یکی از کانال‌های اصلی درآمدی استفاده می‌کنند. فرصت‌های بسیاری در این نوع بازاریابی و خصوصاً ایمیل اتومیشن نهفته است که می‌تواند فرایند ارتباط با کاربران را دقیق‌تر و سریع‌تر کند.

**نازنین برزگری**  
**Performance Manager** تیم نجوا

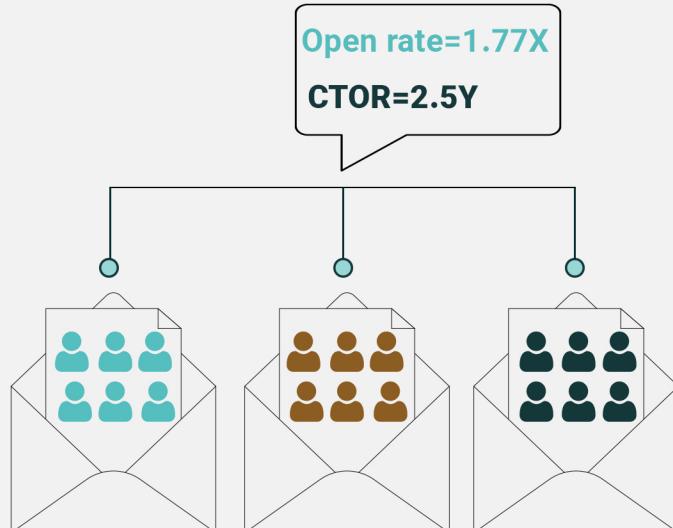
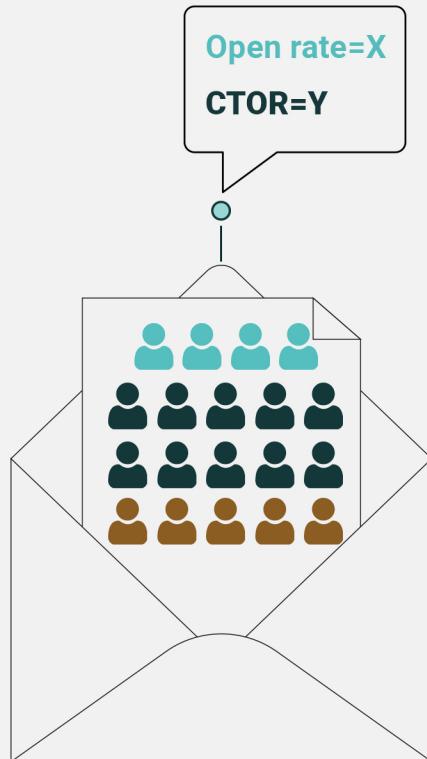


استفاده از a/b تست باعث می شود که نرخ بازشدن ایمیل هایتان به طور میانگین **۱۲%** افزایش یابد.

## تأثیر گروه‌بندی کاربران بر نتایج کمپین‌های ایمیل

۷۷ درصد نرخ بازشدن بیشتر!

این معجزه به کمک گروه‌بندی کاربران در ایمیل امکان‌پذیر شده است. این کار همچنان نرخ کلیک کمپین‌های ایمیل را بیش از **۲.۵ برابر** افزایش می‌دهد.



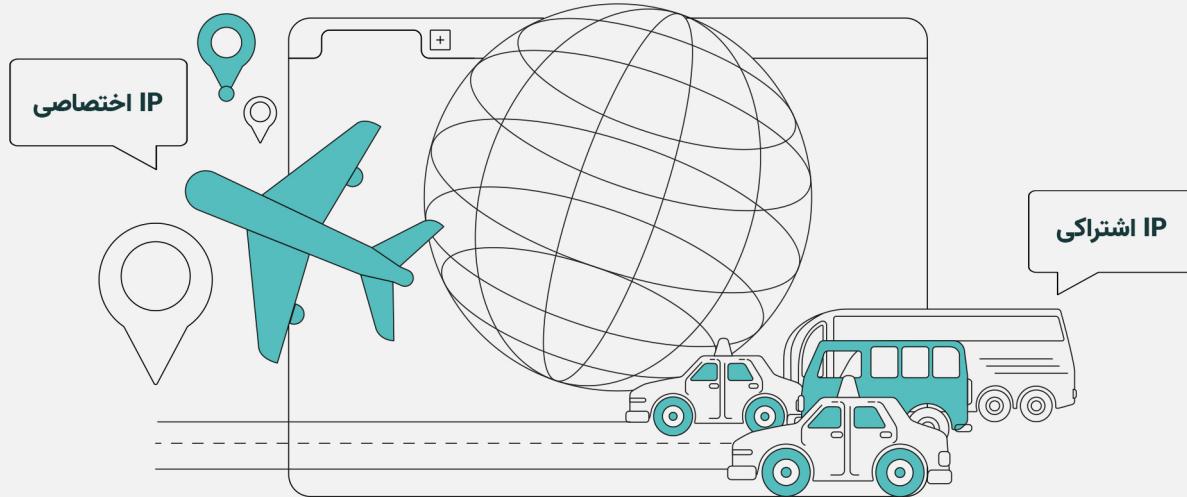
## به اسم صدایش کن تا جوابت را بدهد!

ایمیل‌هایی که در عنوان آنها از شخصی‌سازی استفاده می‌شود، به‌طور میانگین ۱۳٪ نرخ بازشدن بیشتری به دست می‌آورند.



## وقتی یک مسیر اختصاصی می‌سازی!

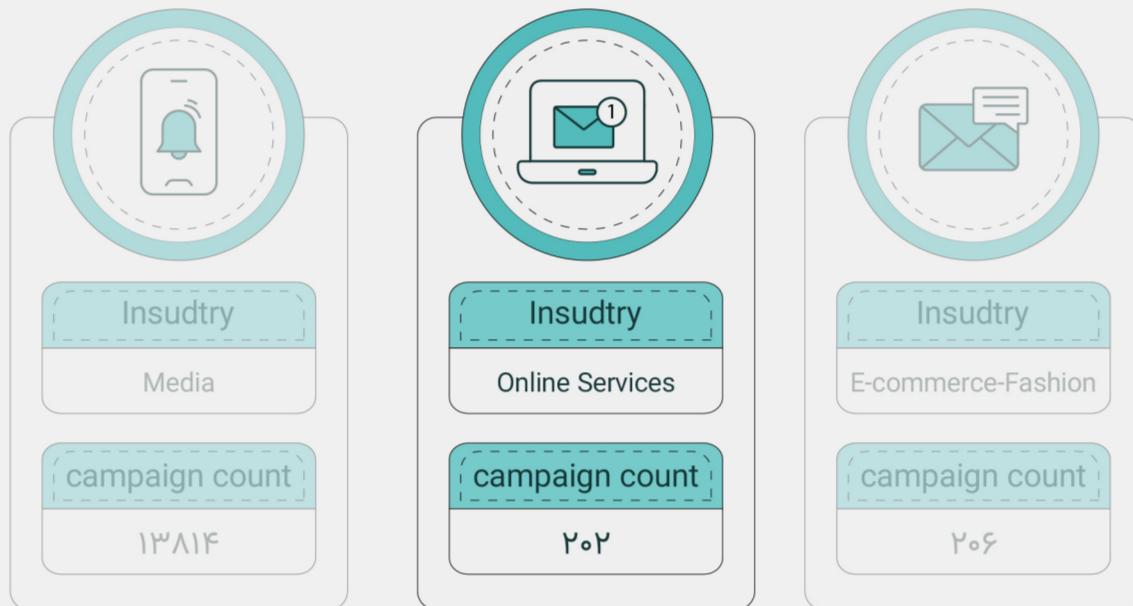
استفاده از IP اختصاصی، قابلیت دریافت ایمیل<sup>\*</sup> توسط مخاطب را به طور میانگین ۱۴٪ افزایش می‌دهد.  
با ارسال از IP اختصاصی و با درنظر گرفتن تعداد ایمیل‌هایی که بیشتر به مقصد می‌رسند، مثل این است که میزان اعتبار ایمیلی ۱/۵ ماه را به رایگان دریافت کنید!

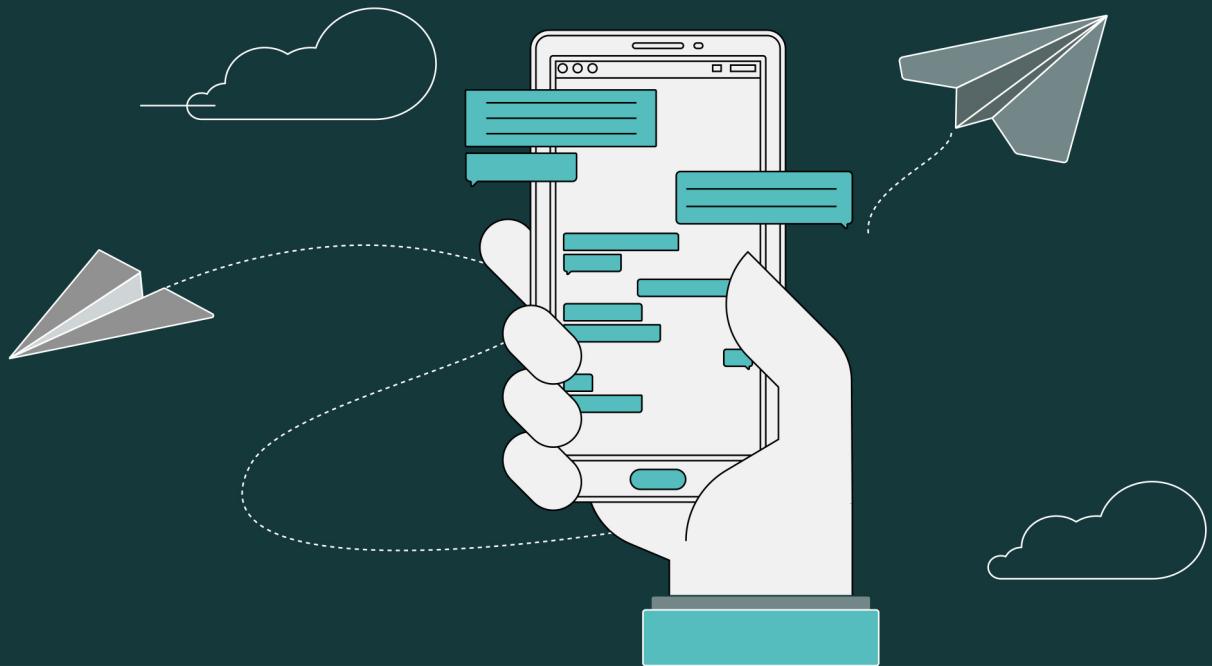


\* بر اساس soft bounce محاسبه شده است.

## پرارسال‌ترین‌ها

۲۰۲ کمپین ایمیل توسط کاربری در حوزه خدمات آنلاین در سال ۱۴۰۱ ارسال شد  
که بیشترین تعداد ارسال در این سرویس بود؛ تقریباً هفته‌ای ۴ کمپین ایمیل!

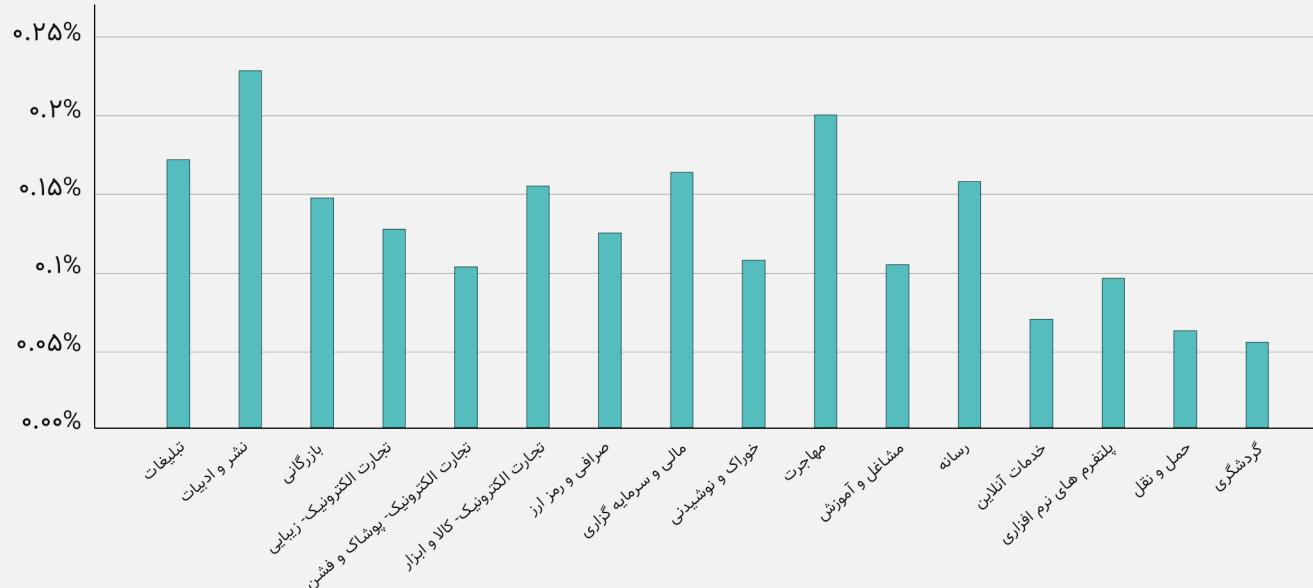




کمی با پیامک

## میانگین نرخ کلیک پیامک در هر صنعت

بیشترین نرخ کلیک پیامک را صنعت نشر و ادبیات به خود اختصاص داده است.



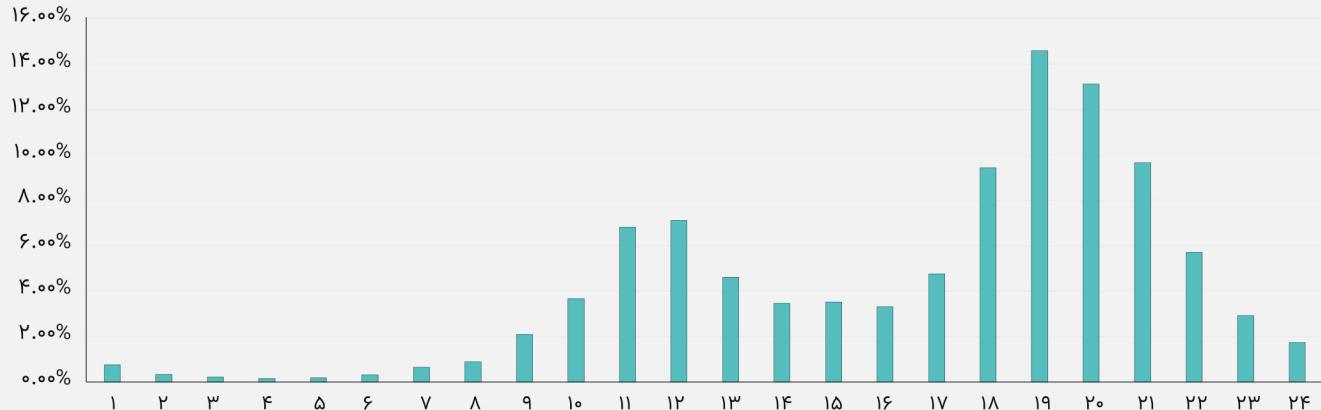
## میانگین نرخ کلیک پیامک در روزهای مختلف هفته

اگر «نرخ کلیک» را شاخص قرار دهیم، به طورکلی **یکشنبه‌ها** روز بهتری برای ارسال پیامک است.

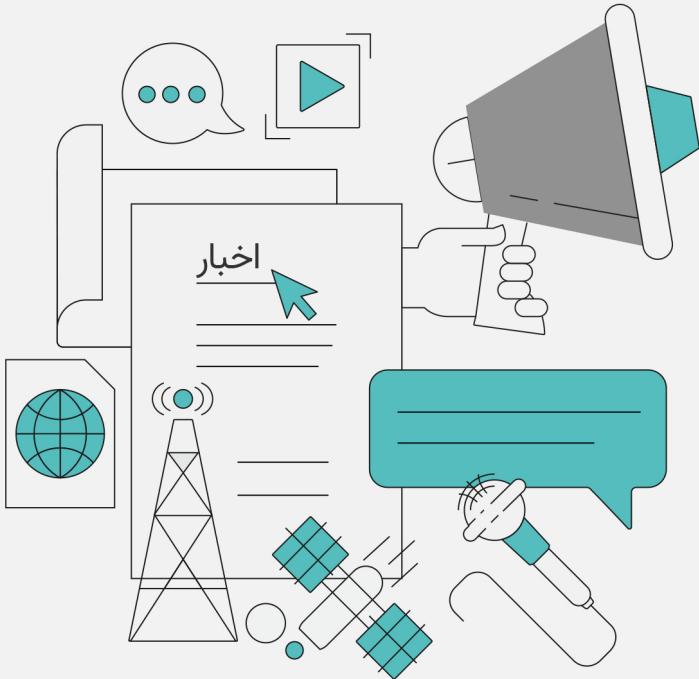


## کاربران در چه زمانی بیشتر روی لینک پیامک‌ها کلیک می‌کنند؟

اگر نرخ کلیک پیامک را طی ساعات شبانه‌روز بررسی کنیم، ساعت ۱۹ بیشترین نرخ کلیک توسط کاربران رقم می‌خورد.



میانگین نرخ کلیک پیامک به تفکیک ساعت

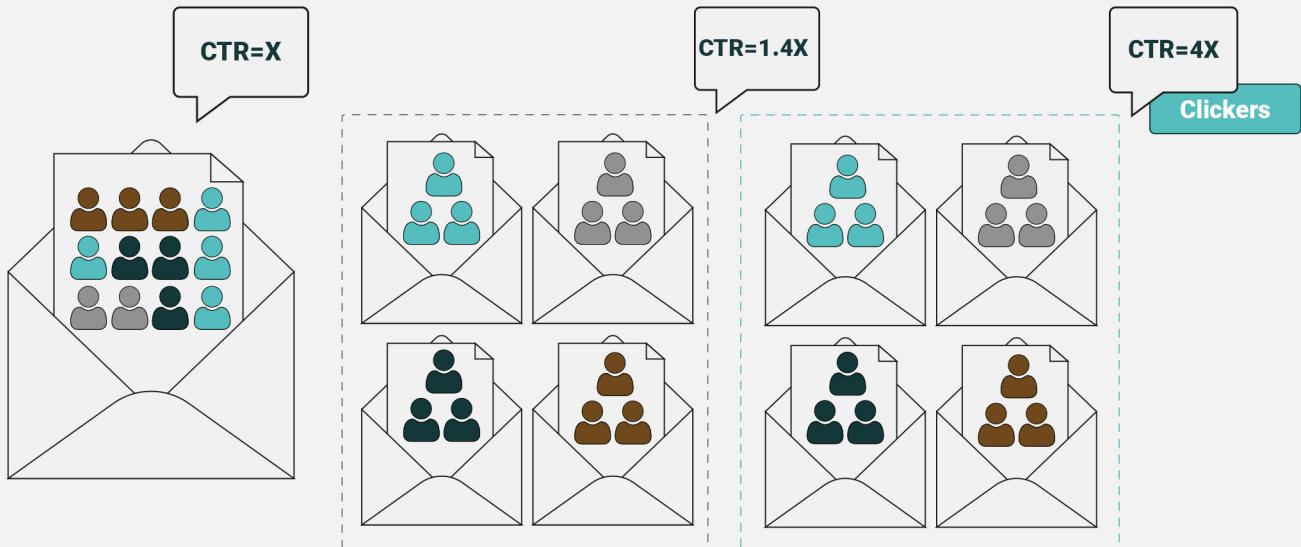


کاربری از صنعت رستوران،  
بیشترین تعداد صفحه  
پیامک را از پنل پیامک  
نجوا ارسال کرد. هر پیامک  
**۱۵ صفحه** داشت!

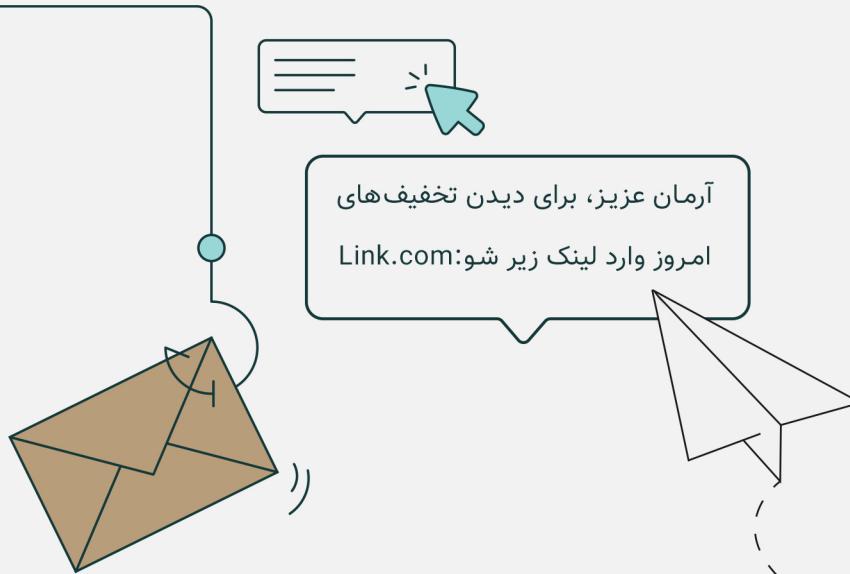
# گروه‌بندی کاربران در پیامک خوب است؛ ارسال به کاربران کلیک‌کرده، از آن هم بهتر است!

گروه‌بندی کاربران باعث **۴۲%** افزایش در نرخ کلیک پیامک می‌شود.

ارسال پیامک به کاربرانی که روی لینک پیامک قبلی کلیک کرده‌اند، نزدیک به **۳ برابر** از گروه‌بندی هم تاثیرگذارتر است.



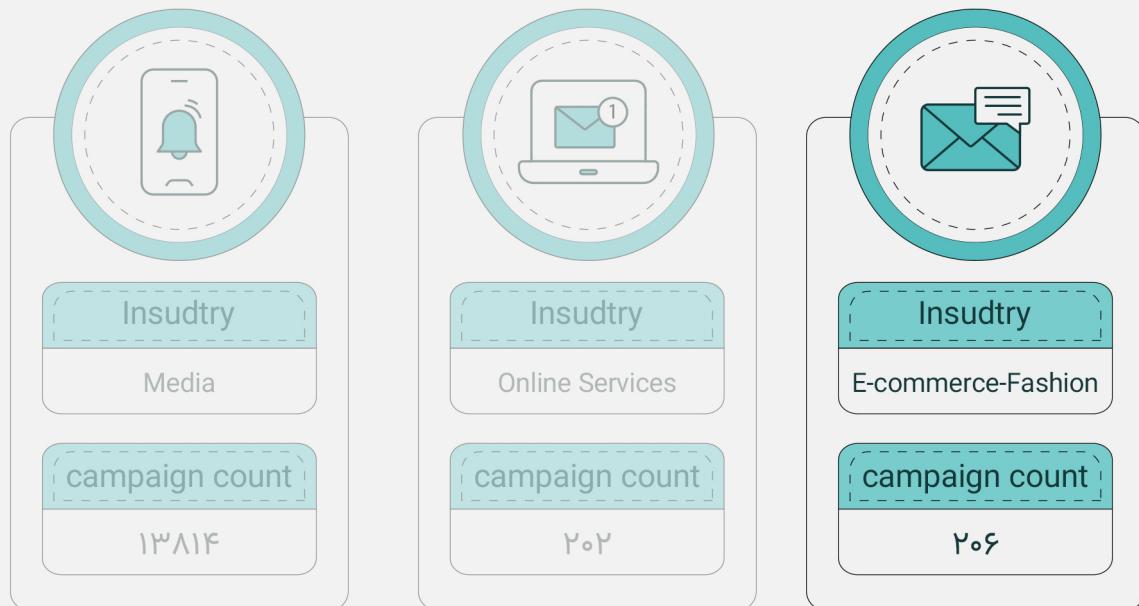
## پیامک‌های شخصی‌سازی شده میزان اثرگذاری پیام را بیشتر می‌کنند.

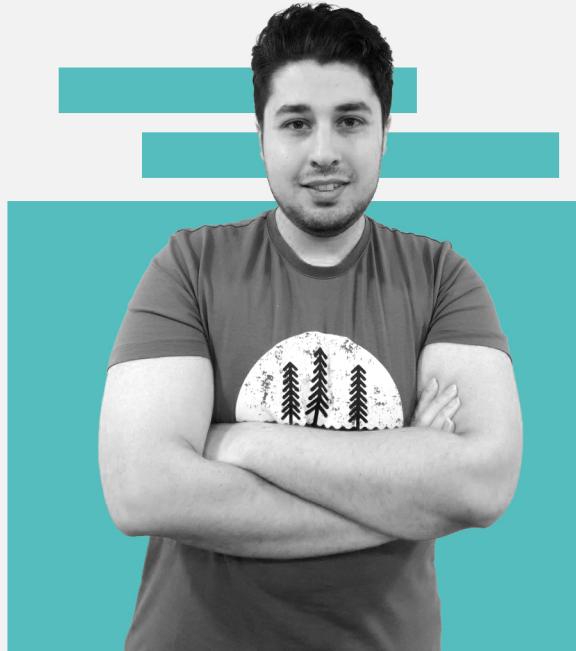


استفاده از شخصی‌سازی در پیامک  
می‌تواند به طور میانگین ۲۲٪ نرخ  
کلیک را افزایش دهد.

## پرارسال‌ترین‌ها

تقریباً ۴ کمپین پیامک در هفته توسط کاربری از حوزه فشن و سبک زندگی در سال ۱۴۰۱ ارسال شده است که بیشترین ارسال در این سرویس بود.





ریتینشن مارکتینگ این امکان را فراهم کرده که کسب و کارها بر اساس رفتار و نیاز مشتری، پیام خود را شخصی سازی کنند و فعالیت های بازاریابی خود را به شکل هدفمند تری پیش ببرند. نجوا با دانش و تجربه ۵ ساله خود، بهترین راهکارها را در اختیار کسب و کارها قرار می دهد و به آنها کمک می کند تا با صرف کمترین هزینه، نرخ بازگشت سرمایه (ROI) را افزایش دهند.

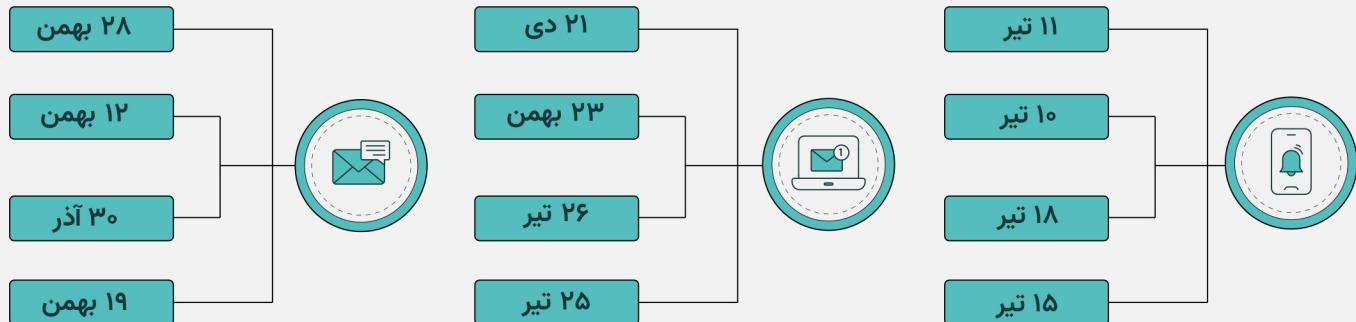
**مهرداد جالبی**  
Front-End Developer  
تیم نجوا

”

## پرکمپین‌ترین روزهای سال ۱۴۰۱ در هر سرویس

بیشترین تعداد کمپین‌ها در ماه: تیر

بیشترین تعداد کمپین‌ها در روز: ۱۱ تیر



مناسبات‌های نزدیک به این تاریخ‌ها

۳۷ تیر عید غدیر

۲۵ بهمن روز ولنتاین

۲ بهمن ۲ روز قبل از ولنتاین

۲۱ دی ۲ روز قبل از روز مادر

تیر کمپین‌های تابستانه

۱۹ تیر عید قربان

۳۰ آذر شب یلدا

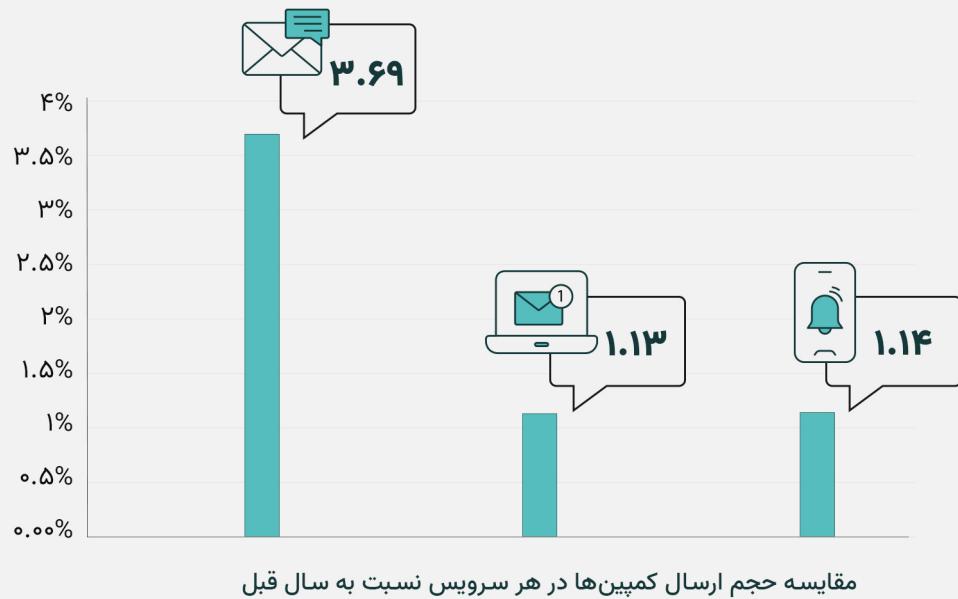
## کلیدواژه‌های پرتکرار در عنوان ایمیل‌ها، متن پیامک‌ها و تیتر پوش‌ها

تخفیف، پیشنهادات ویژه و رایگان، جذاب‌ترین کلیدواژه‌هایی هستند که در عنوان‌ها به کار می‌روند.

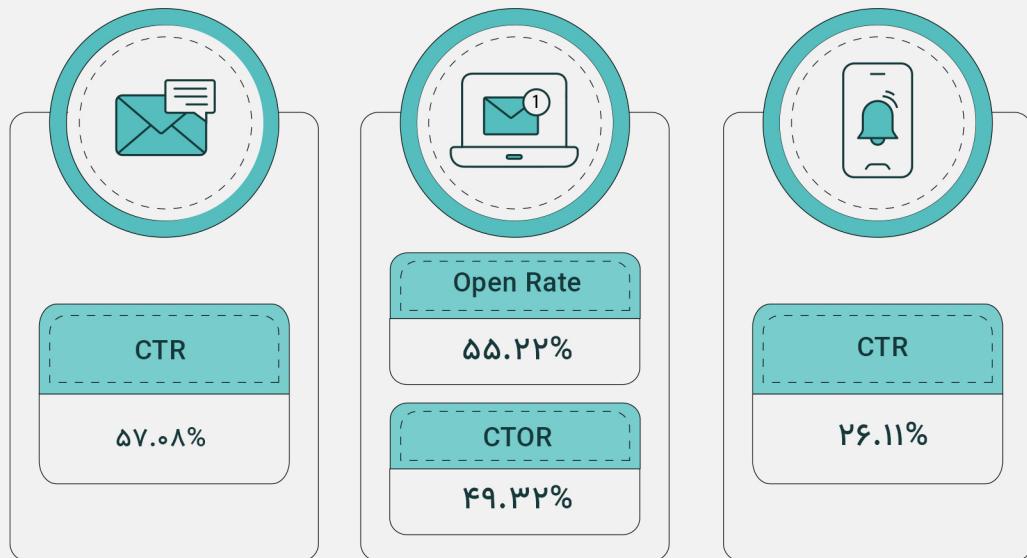


## مقایسه حجم ارسال کمپین‌ها در هر سرویس نسبت به سال گذشته

میزان ارسال پیامک توسط کسب‌وکارها در سال ۱۴۰۱، چندین برابر ارسال‌های ایمیل و پوش بوده است.



## بهترین کمپین‌های سال ۱۴۰۱

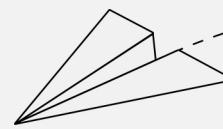


## بخشی از همراهان نجوا در سال ۱۴۰۱



هزه های زندگینو عوض کن





٠٢١-٩١٠٩١٧٣٢

[www.najva.com](http://www.najva.com)