

داستان یک  
کلیک

گزارش کمپین دیجیفای کلیک ۱۴۰۲



# فهرست:

- ۰۱ آشنایی با دیجی‌فای
- ۰۲ داستان کمپین دیجی‌فای کلیک
- ۰۵ کمپین دیجی‌فای کلیک در یک نگاه آماری
- ۱۳ روایت‌های منحصر به فرد از کمپین دیجی‌فای کلیک
- ۲۱ روایت‌های کمتر شنیده شده از سایت‌های ساخته شده با دیجی‌فای کلیک



# آشنایی با دیجی‌فای



دیجی‌فای یک سامانه برای ساختن سایت فروشگاهی است که هر صاحب کسب‌وکاری می‌تواند به کمک آن، برای خود یک سایت بسازد، آن را سئو کند و با تبلیغات مختلف، مخاطب جذب کند. دیجی‌فای به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های گروه دیجی‌کالا، مدت دو سال است که فعالیت خود را در صنعت تجارت الکترونیک شروع کرده و در این مدت خدمات بسیار متنوعی برای کسب‌وکارها ارائه داده است تا بتوانند تنها با اتکا به یک سامانه، کسب‌وکار خود را رشد و توسعه دهند.

# داستان کمپین دیجی‌فای کلیک

## ◀ ایده‌ی کلیک از کجا آمد؟

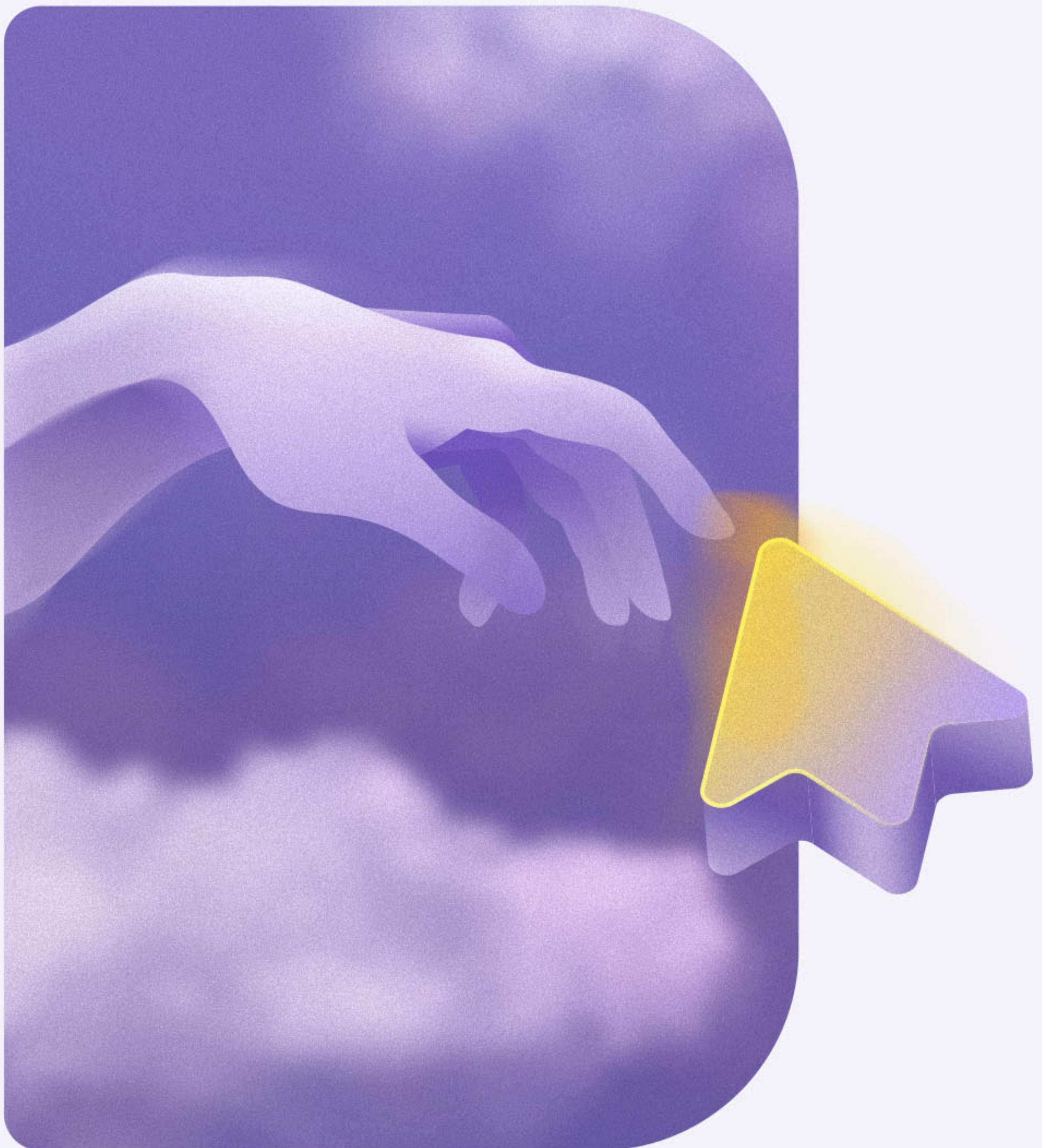
همین سادگی و سرعت بود که ایده‌ی کلیک را به ذهنمان آورد. انگار مخاطب می‌تواند فقط با یک کلیک، که هم سریع است و هم رایگان، سایت دلخواهش را بسازد.

اینطور بود که محصول جدید دیجی‌فای به نام کلیک زاده شد!

یکی از موانع اصلی کسب‌وکارها برای ساختن وبسایت، هزینه‌های اولیه آن در مرحله‌ی اول، و پیچیدگی فرآیند ساخت، در مرحله‌ی دوم بود. برای رفع این موانع، تیم محصول دیجی‌فای دست به کار شد و با ایجاد تغییراتی در محصول فروشگاه‌ساز، ساختن سایت با دیجی‌فای کاملاً رایگان شد! به علاوه، فرآیند ساخت سایت که در ذهن همه بسیار پیچیده و طولانی است، به یک مسیر با ۶ قدم ساده تبدیل شد که همه می‌توانستند آن را انجام دهند.

سال ۱۴۰۱، چالش‌هایی زیادی برای کسب‌وکارهای بزرگ و کوچک به همراه داشت. در این میان، کسب‌وکارهای متوسط یا خانگی که تنها روی شبکه‌های اجتماعی فعالیت داشتند، ضررهای زیادی را متحمل شدند یا حتی مجبور به بستن کسب‌وکار خود شدند. دیجی‌فای که ارتباط نزدیکی با صاحبین این کسب‌وکارها دارد، به فکر انجام اقدامی گسترده و کاربردی افتاد تا بتواند تعداد بیشتری از کسب‌وکارها را صاحب وبسایت کند و از ضررهای احتمالی بعدی، جلوگیری کند!

## ◀ کمپین دیجی‌فای کلیک؛ از استراتژی تا اجرا



همه در دیجی‌فای، برای معرفی این محصول جدید به مخاطبان هیجان داشتیم. می‌دانستیم که باید بیشترین تلاشمان را بکنیم تا این سرویس کاربردی را به تمام افرادی که به آن نیاز دارند، معرفی کنیم. از این‌رو، هدفمان این شد که حداکثر مخاطبان ممکن را جذب کنیم.

در قدم بعدی باید پیام کمپین را انتخاب می‌کردیم. همانطور که گفتیم دیجی‌فای کلیک دو ویژگی کلیدی داشت: رایگان و سریع. با در نظر گرفتن این دو ویژگی، تصمیم گرفتیم در پیامی که به مخاطبان انتقال می‌دهیم، بگوییم که ساختن سایت بدون هیچ هزینه اولیه و کاملاً رایگان انجام می‌شود و سرعت رسیدن به آن هم بالاست و انگار با یک کلیک به آن می‌رسید. با این پیام، شعار کمپین را هم انتخاب کردیم:

«خرجش فقط یه کلیکه!»

## ◀ کمپین دیجی‌فای کلیک؛ از استراتژی تا اجرا

بعد از انتخاب پیام و شعار کمپین، باید کانال‌های تبلیغاتی را انتخاب من کردیم.



در قسمت PR، پخش رپورتاژ خبری در خبرگزاری‌های معتبر، اینستاگرام، لینکدین و کانال‌های تلگرامی را در نظر گرفتیم.



در قسمت شبکه‌های اجتماعی، دو ویدیوی پرمخاطب تولید کردیم و همچنین، انواع تبلیغات مختلف را در اینستاگرام اجرا کردیم.



در قسمت پرفورمنس مارکتینگ کانال‌های پیامکی، بنری، جی‌اِدز و VOD را در نظر گرفتیم.

از دو کanal اول انتظار جذب کاربر را داشتیم و هدفمان را روی آن تنظیم کردیم. اما از کanal PR صرفاً انتظار آگاهی‌بخشی داشتیم و هدف روی جذب کاربر از این طریق وجود نداشت.

# کمپین دیجی‌فای کلیک در یک نگاه آماری



## ◀ تعداد کل کاربران جذب شده

نزدیک به کل ورزشگاه آزادی مخاطب جذب کردیم!

نتیجه:  
۵۸,۸۱۲ کاربر



هدف:  
۳۰,۵۰۰ کاربر

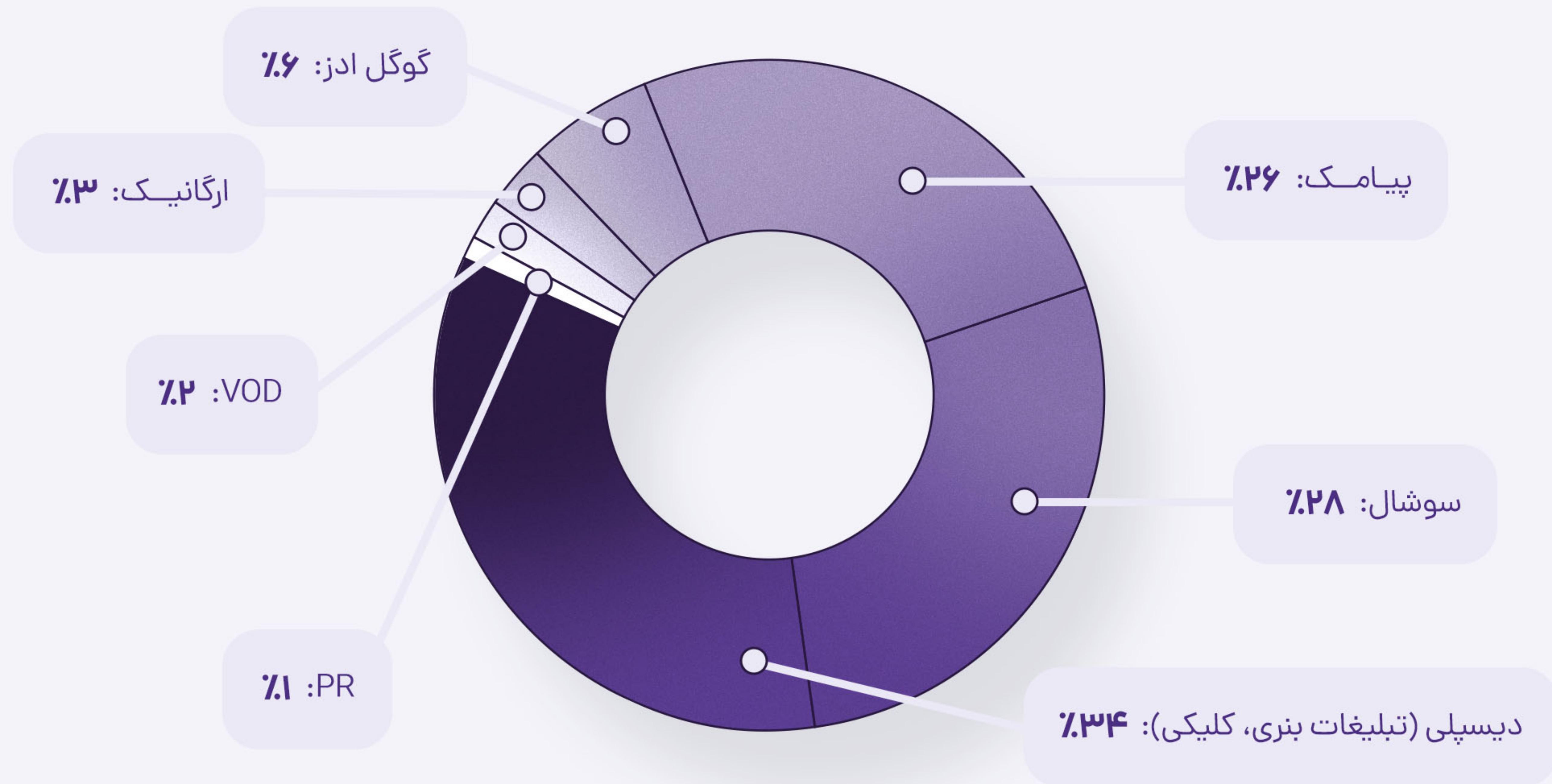


درصد رسیدن به هدف:  
۱۹۲.۸



## نقش هر کanal تبلیغاتی در جذب کاربر

شاهد پیشتازی تبلیغات دیسپلی و رقابت سنگین تبلیغات پیامکی و شبکه‌های اجتماعی بودیم!



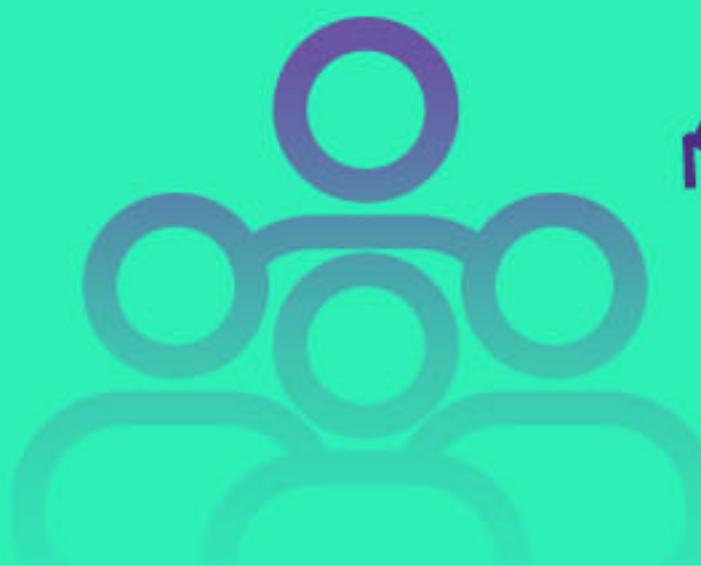
## بررسی کانال شبکه‌های اجتماعی

مدت زمانی که کاربران ویدیوها را تماشا کرده‌اند

۲۹,۹۸۸ ساعت  
و ۳۸ دقیقه

۱,۵۶۹ ساعت  
و ۴۵ دقیقه  
و ۱۰ ثانیه

ویدیوی اینفلوئنسری ویدیوی سفارشی



۱۶,۹۲۵ کاربر از طریق تبلیغات اینستاگرام در دیجی‌فای ثبت‌نام کردند

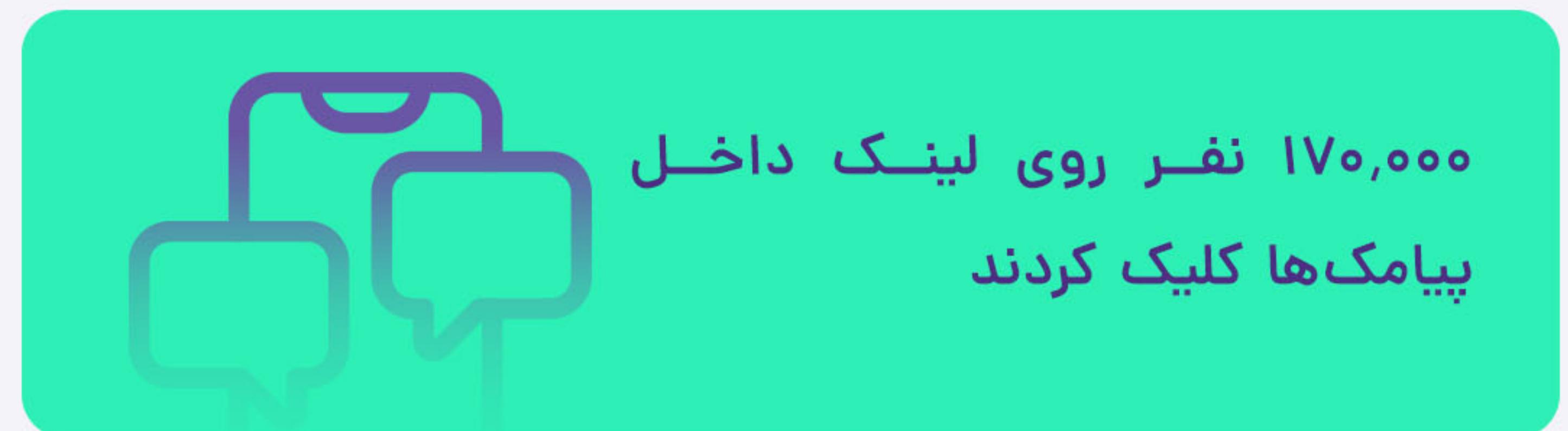
برای اینستاگرام، دو ویدیو با محوریت معرفی دیجی‌فای کلیک به مخاطبان ساخته شد. یکی از این ویدیوها با همکاری و اجرای ۴ اینفلوئنسر معروف حوزه‌ی تکنولوژی انجام شد و ویدیوی دیگر به صورت سفارشی به‌دست یکی از استودیوهای ساخت ویدیو ساخته و اجرا شد. هر دو ویدیو موفق بودند و نقش خود را در جذب کاربر انجام دادند. ولی ویدیوی اول که با اجرای اینفلوئنسرها ساخته شد، در مجموع آورده‌ی بیشتری برای این کمپین داشت.

علاوه بر ساختن دو ویدیو، انواع مختلف تبلیغات رایج در فضای اینستاگرام را هم برای دیجی‌فای کلیک اجرا کردیم. در مجموع، توانستیم ۲۸ درصد از کل کاربران را از این طریق جذب کنیم.

## بررسی کانال پیامک

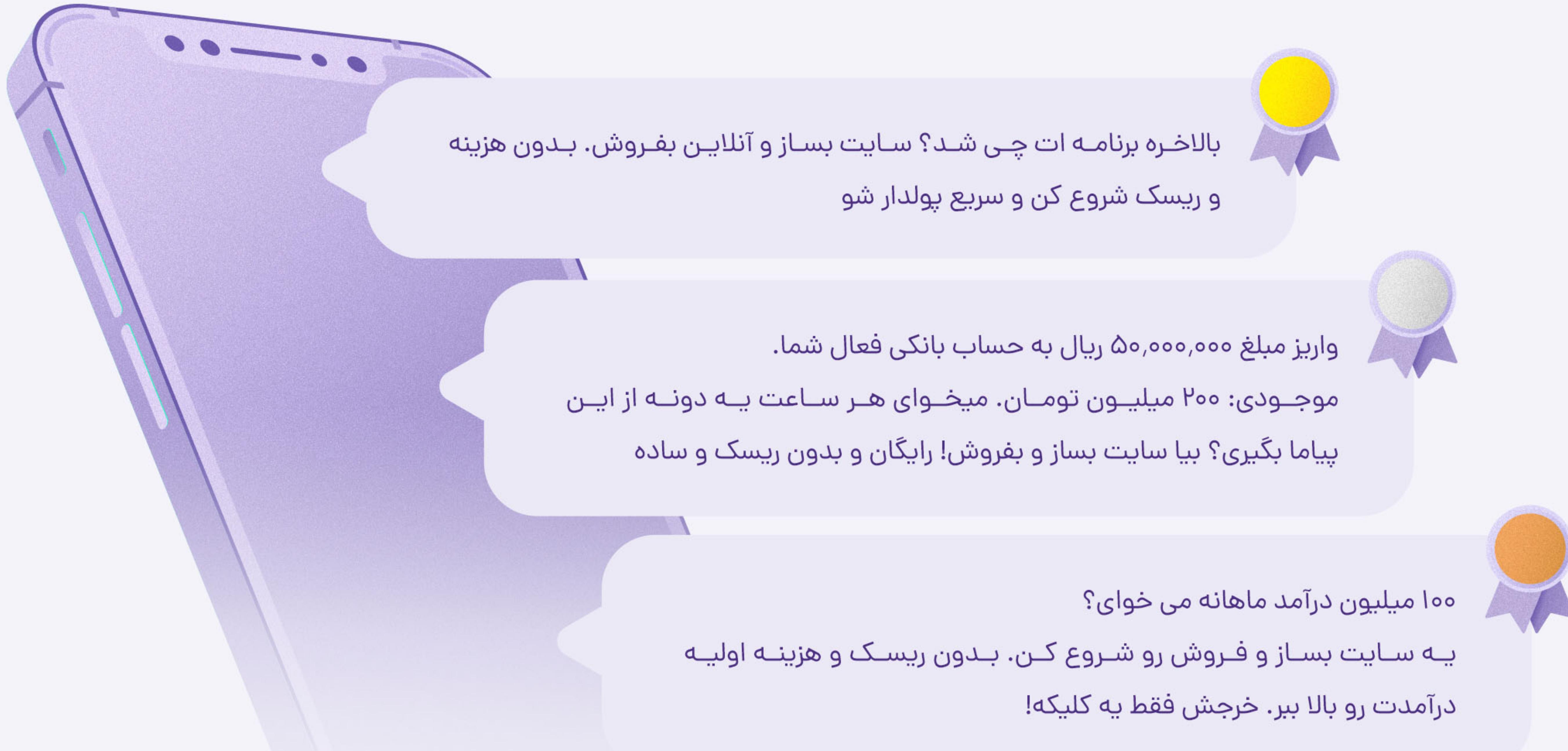


برای تبلیغات پیامکی دیجیفای کلیک، از منابع مختلفی استفاده کردیم و یکی از قوی‌ترین کانال‌های تبلیغاتی ما بود. ۳۶ درصد از کل کاربران از طریق این کانال جذب شدند.



## بررسی کانال پیامک

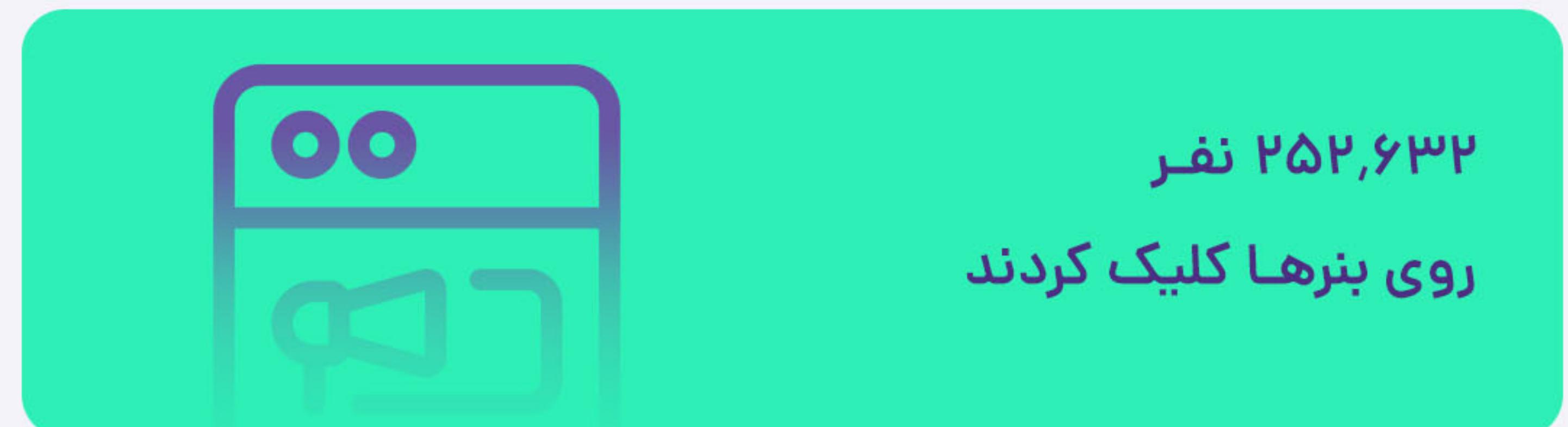
از این سه پیامک بیشتر از بقیه استقبال شد:



## بررسی کانال دیسپلی



برای تبلیغات دیسپلی دیجیفای کلیک، از پلتفرم‌های مختلفی استفاده کردیم و انواع تبلیغات بnrی، همسان، ویدیویی، پوش وب، این اپ و ... را اجرا کردیم. این کانال قوی‌ترین کانال تبلیغاتی ما بود. ۳۴ درصد از کل کاربران از طریق این کانال جذب شدند اما باید به این نکته هم دقت کرد که کاربران این کانال نسبت به بقیه کانال‌ها، کیفیت بالایی نداشتند.

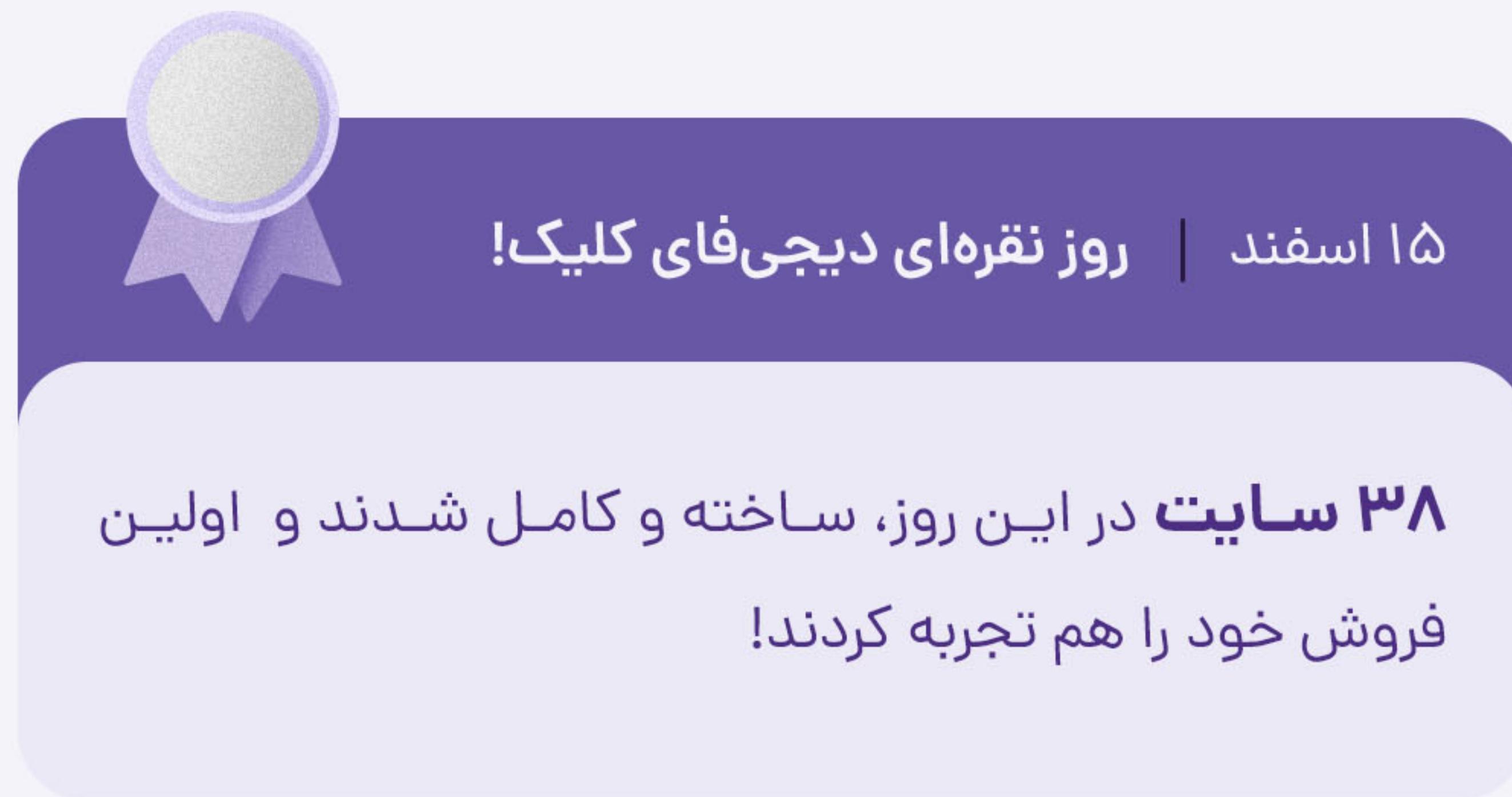


## بررسی کانال دیسپلی

مخاطب‌ها این سه بنر را بیشتر از بقیه دوست داشتن:



# روایت‌های منحصر به فرد از کمپین دیجی‌فای کلیک



# روایت‌های منحصر به فرد از کمپین دیجی‌فای کلیک



پرطرفدارترین ساعت روز برای ساخت سایت:

۷ عصر!



میانگین زمان ثبت اولین سفارش از سایت:

۱۶ ساعت و ۴ دقیقه!

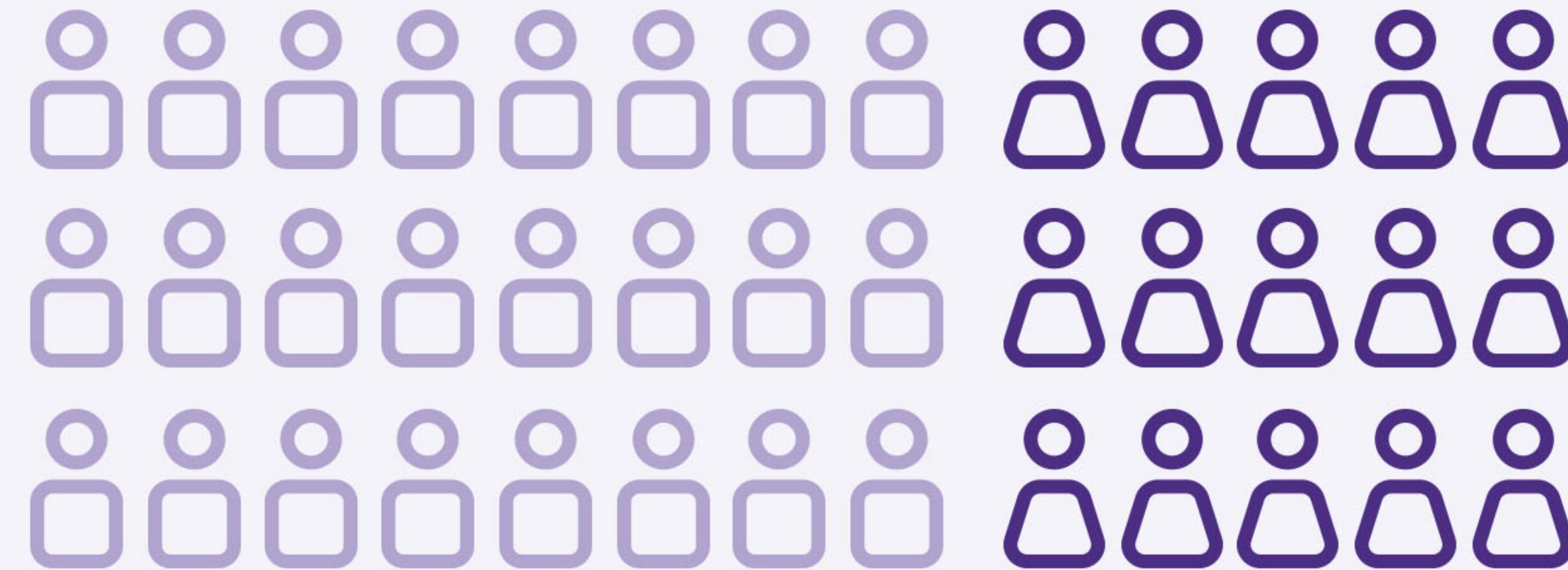


کوتاه‌ترین زمان ساخت سایت:

۵۳ دقیقه!

# روایت‌های منحصر به فرد از کمپین دیجی‌فای کلیک

◀ آقایان پیش‌تاز ساختن سایت با دیجی‌فای کلیک!

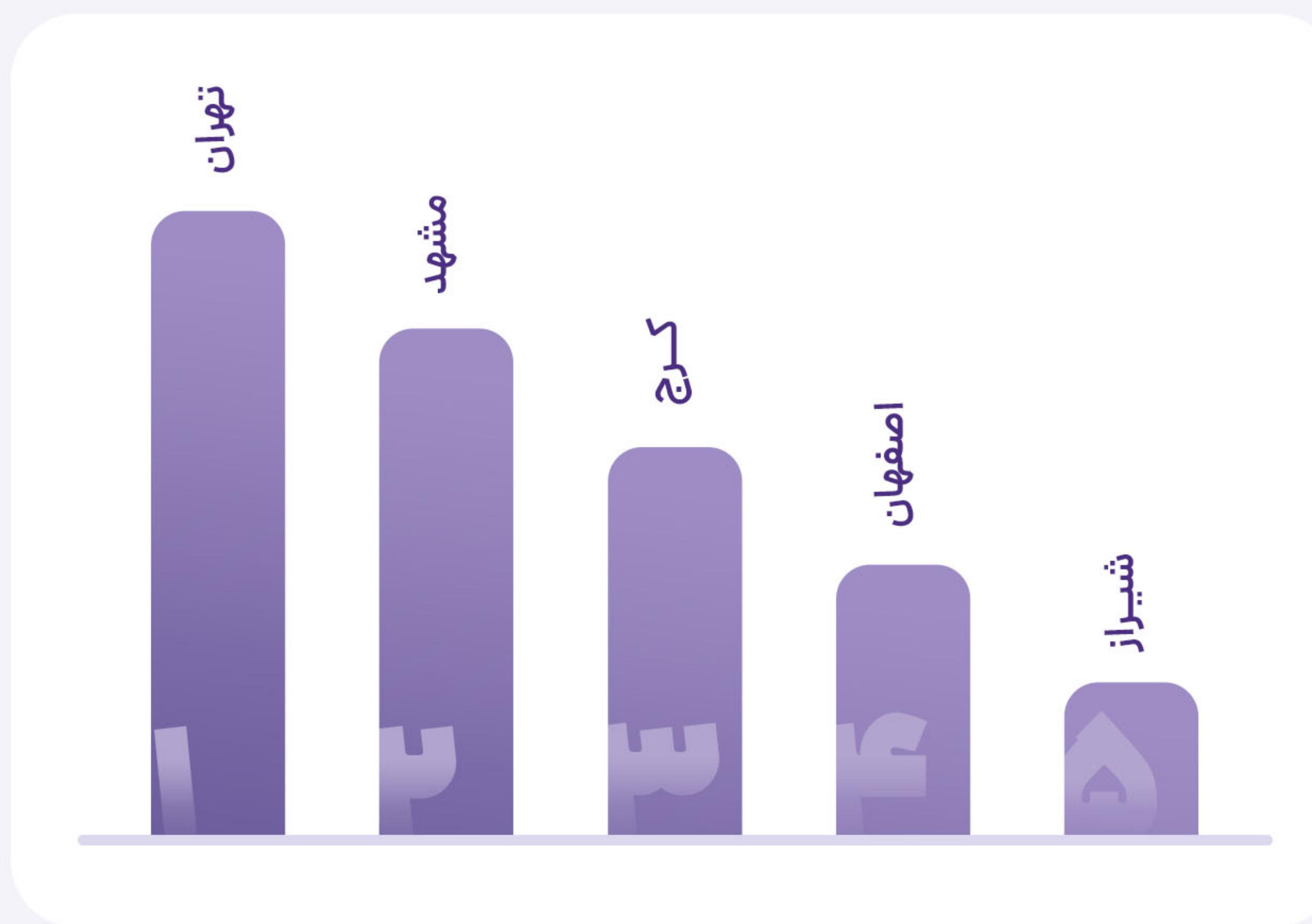


۶۰ درصد آقایان

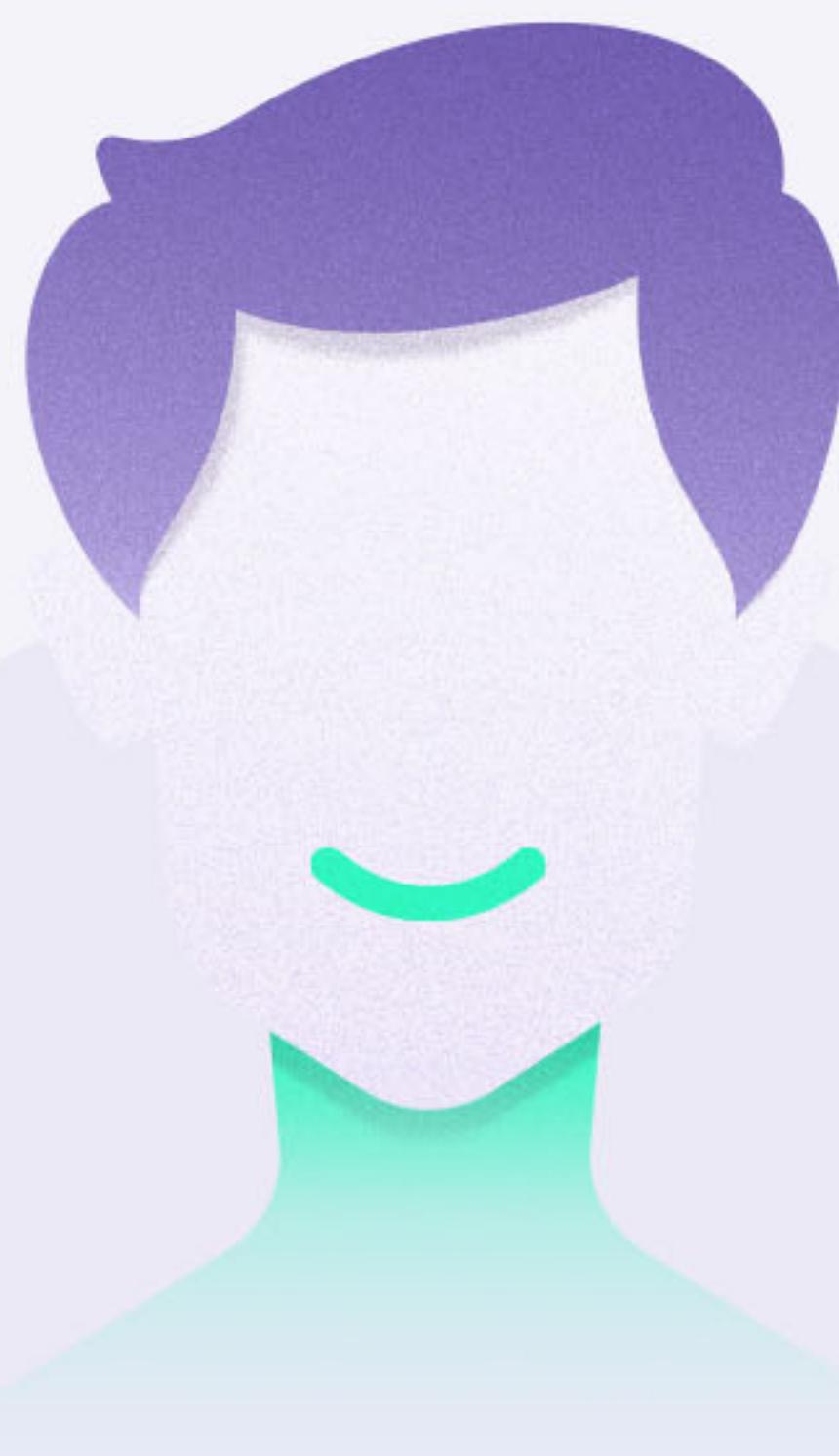
۴۰ درصد خانم‌ها

# روایت‌های منحصر به فرد از کمپین دیجی‌فای کلیک

◀ تهرانی‌ها بیشتر از بقیه شهرها سایت ساختند!



# روایت‌های منحصر به فرد از کمپین دیجی‌فای کلیک



پیرترین کسی که با  
دیجی‌فای سایت ساخته،  
۱۵ ساله است!



جوان‌ترین کسی که با  
دیجی‌فای سایت ساخته،  
۱۹ ساله است!

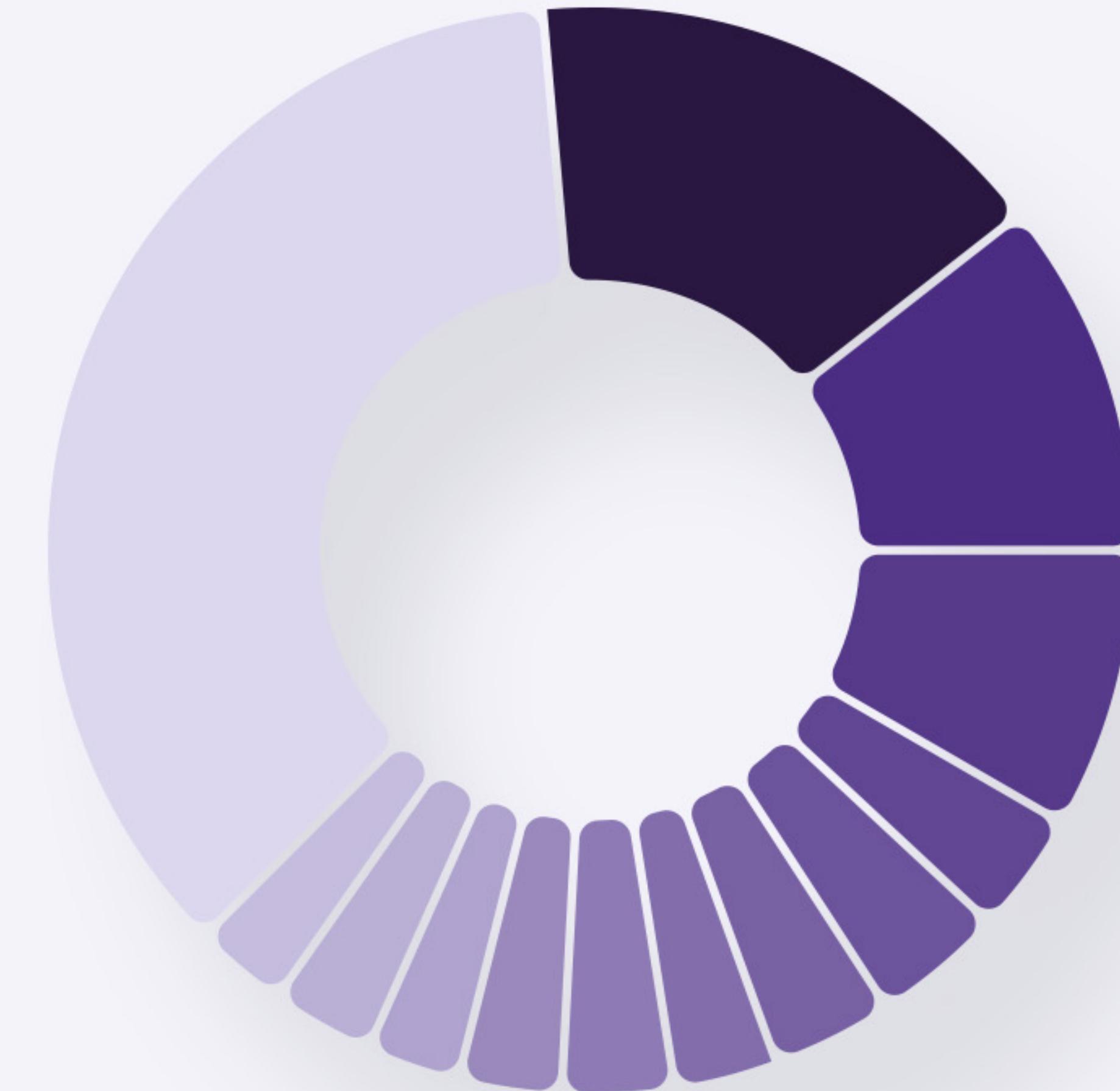
# روایت‌های منحصر به فرد از کمپین دیجی‌فای کلیک

◀ اکثر کاربران دیجی‌فای با موبایل سایت خودشان را ساختند!



# روایت‌های منحصر به فرد از کمپین دیجی‌فای کلیک

◀ کاربران دیجی‌فای در چه صنفی فعالیت می‌کنند:



# روایت‌های منحصر به فرد از کمپین دیجی‌فای کلیک

◀ نگاهی به تیم پشتیبانی دیجی‌فای در مدت کمپین

پاسخ به ۳۷,۹۴۱ پیام در چت آنلاین!



پاسخ به ۱,۸۰۰ اتماس تلفنی



پاسخ به حدود ۲,۰۰۰ تیکت



# روایت‌های کمتر شنیده شده از سایت‌های

## ساخته شده با دیجی‌فای کلیک

ارزان‌ترین سفارش ثبت‌شده با سایت‌های دیجی‌فای:



چسب زخم فانتزی به  
قیمت ۱۳ هزار تومان!

گران‌ترین سفارش ثبت‌شده با سایت‌های دیجی‌فای:



آیفون ۱۳ ظرفیت ۱۲۸ به  
قیمت ۱۴ میلیون تومان!

رکورد بالاترین تعداد سفارش در یک سایت:

۱۳ سفارش در یک روز!

بیشترین تعداد سفارش ثبت‌شده در یک سایت:

۵۵ سفارش در ۹۵ روز!

# روایت‌های کمتر شنیده شده از سایت‌های

## ساخته شده با دیجی‌فای کلیک

بیشترین تنوع محصول ثبت شده در یک سایت:

۱,۶۸۲ محصول

بیشترین تعداد محصول ثبت شده در یک سایت:

۱۴۱۵ محصول

و داستان گلیک ادامه دارد...



© Mydigify | ↗ [www.digify.shop](http://www.digify.shop) | [in](#) Digify