

گزارش فصلی بازار
پاییز ۱۳۹۸



مشخصات و رفتار کاربران

- | | |
|---|---|
| ۱ | نسخه API دستگاه‌های اندرویدی کاربران |
| ۲ | سهم کاربران هر برد گوشی |
| ۳ | سهم خرید از بازی‌ها و برنامه‌ها به تفکیک برد گوشی |
| ۴ | سهم درآمد برنامه‌ها و بازی‌ها از برندهای گوشی |
| ۵ | نقشه‌ی زمانی خرید |

عملکرد رشد دسته‌ها

- | | |
|----|--|
| ۷ | سهم هر دسته از تعداد کل برنامه‌های بازار |
| ۸ | تعداد برنامه‌های جدید |
| ۹ | میانگین نصب فعال برنامه‌های پرطرفدار هر دسته |
| ۱۰ | رشد نصب فعال برنامه‌ها در هر دسته |
| ۱۱ | برنامه‌هایی با بیش از ۱۰هزار نصب فعال |
| ۱۲ | مدت زمان رسیدن به ۱۰هزار نصب فعال |

تبلیغات در جست‌وجوی بازار

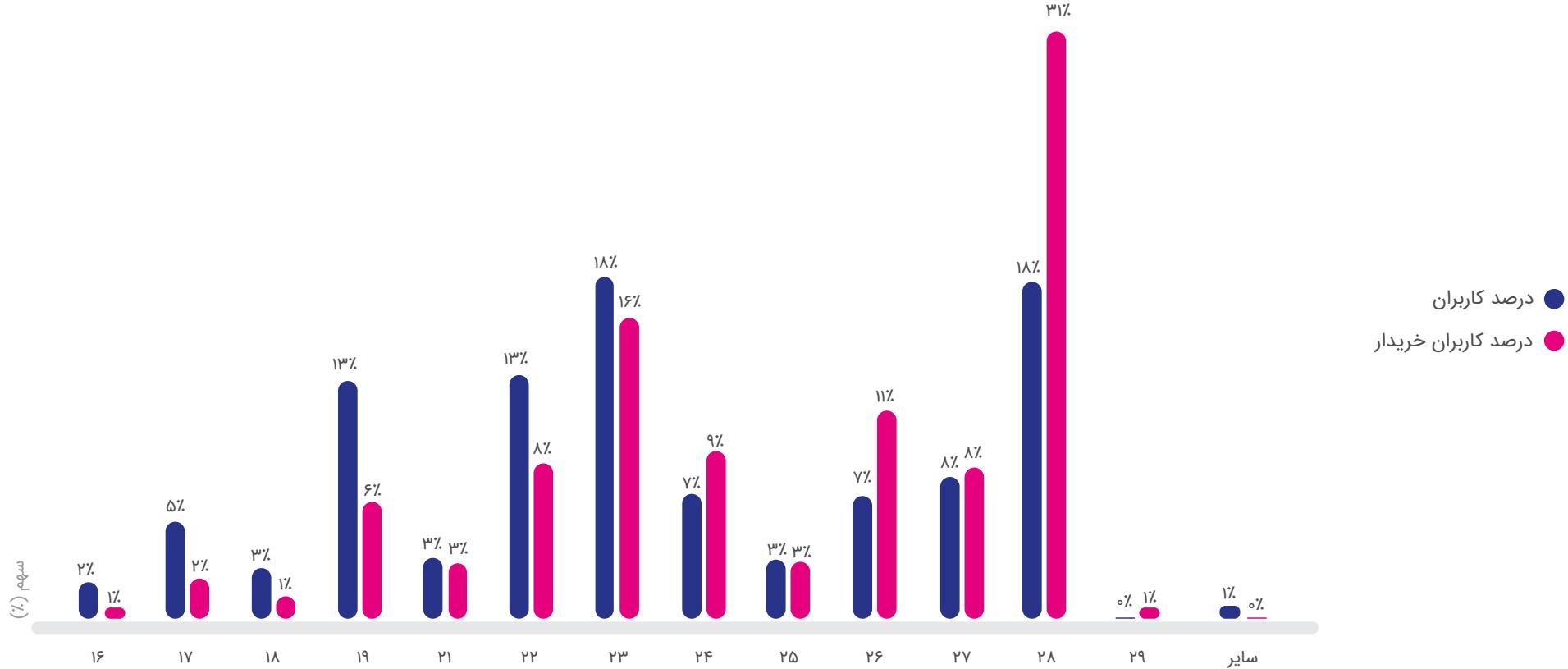
- | | |
|----|---------------------------------|
| ۲۶ | نرخ هزینه بهازی هرنصب (CPI) |
| ۲۷ | نرخ تبدیل تبلیغات |
| ۲۸ | سهم تعداد نمایش آگهی در جست‌وجو |
| ۲۹ | سهم جست‌وجوی موضوعی در بازار |
| ۳۰ | ۲۰ جست‌وجوی برتر اسم برنامه‌ها |
| ۳۱ | ۲۰ جست‌وجوی برتر موضوعی |

عملکرد فروش دسته‌ها

- | | |
|----|-----------------------------------|
| ۱۴ | تعداد برنامه‌های فروشنده |
| ۱۵ | سهم درآمد انواع مدل‌های پرداخت |
| ۱۶ | رشد تعداد خریداران |
| ۱۷ | سهم درآمد از خریداران جدید |
| ۱۸ | نرخ خریداران تکراری ۹۰ روزه |
| ۱۹ | نرخ ریزش فصلی خریداران |
| ۲۰ | مقایسه نسبی میانگین درآمد سه‌ماهه |
| ۲۱ | مقایسه نسبی ارزش طول عمر مشتریان |
| ۲۲ | تمرکز درآمد بازار محصولات دیجیتال |
| ۲۳ | نسبت Pareto نصب فعال |
| ۲۴ | وضعیت بازار محصولات دیجیتال |

مشخصات و رفتار کاربران

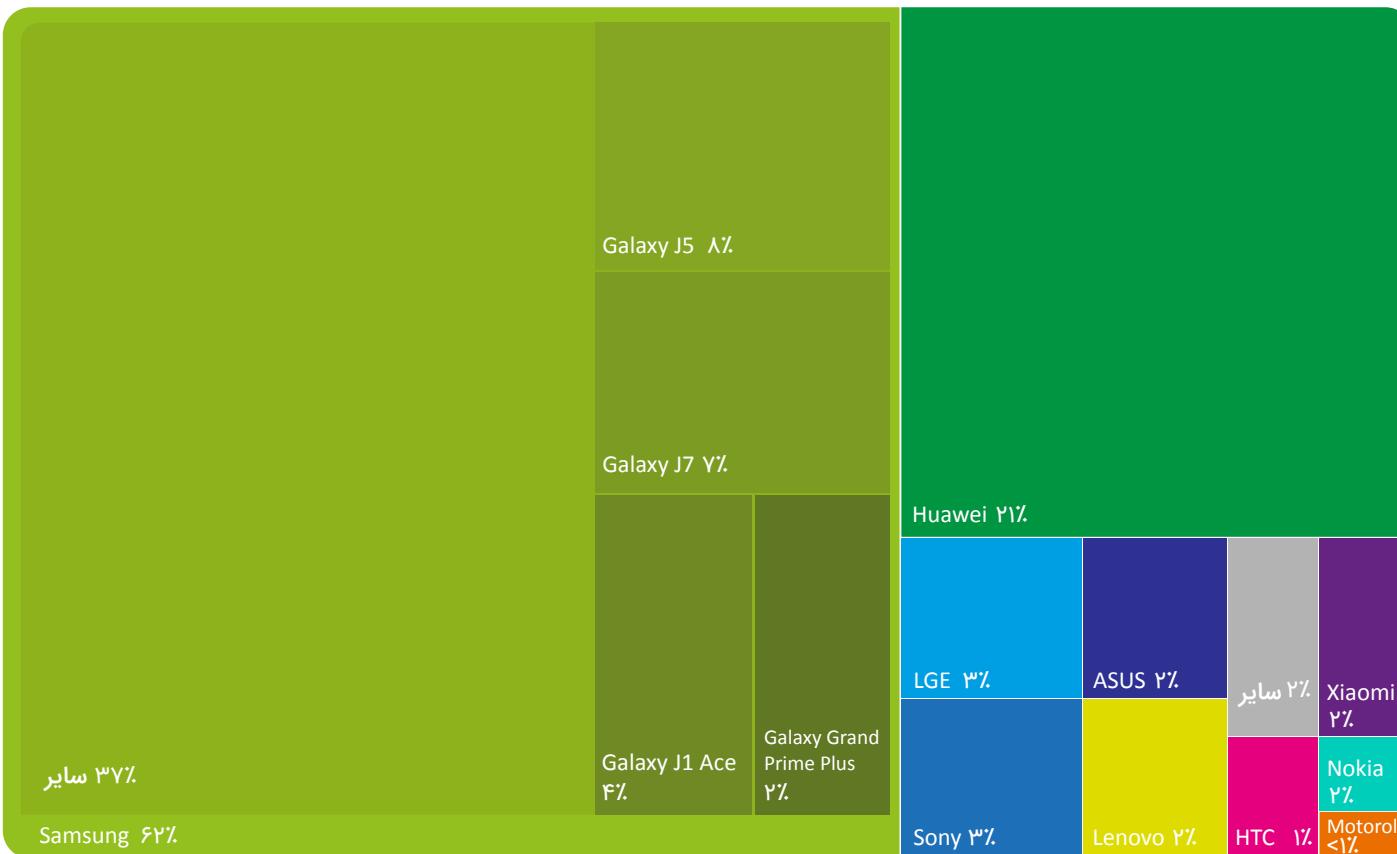
نسخه API دستگاه‌های اندرویدی کاربران



در این گزارش منظور از کاربران، کاربرانی است که در پایان فصل پاییز بازار را بر روی دستگاه اندرویدی خود نصب داشته‌اند. منظور از کاربران خریدار، کاربرانی است که در این فصل با یک دستگاه اندرویدی از بازار خرید کرده‌اند.



سهم کاربران هر برند گوشی



می‌توانید اطلاعات تفصیلی دستگاه‌های اندرویدی را از بخش [راهنمای مستندات توسعه‌دهنگان](#) دریافت کنید.



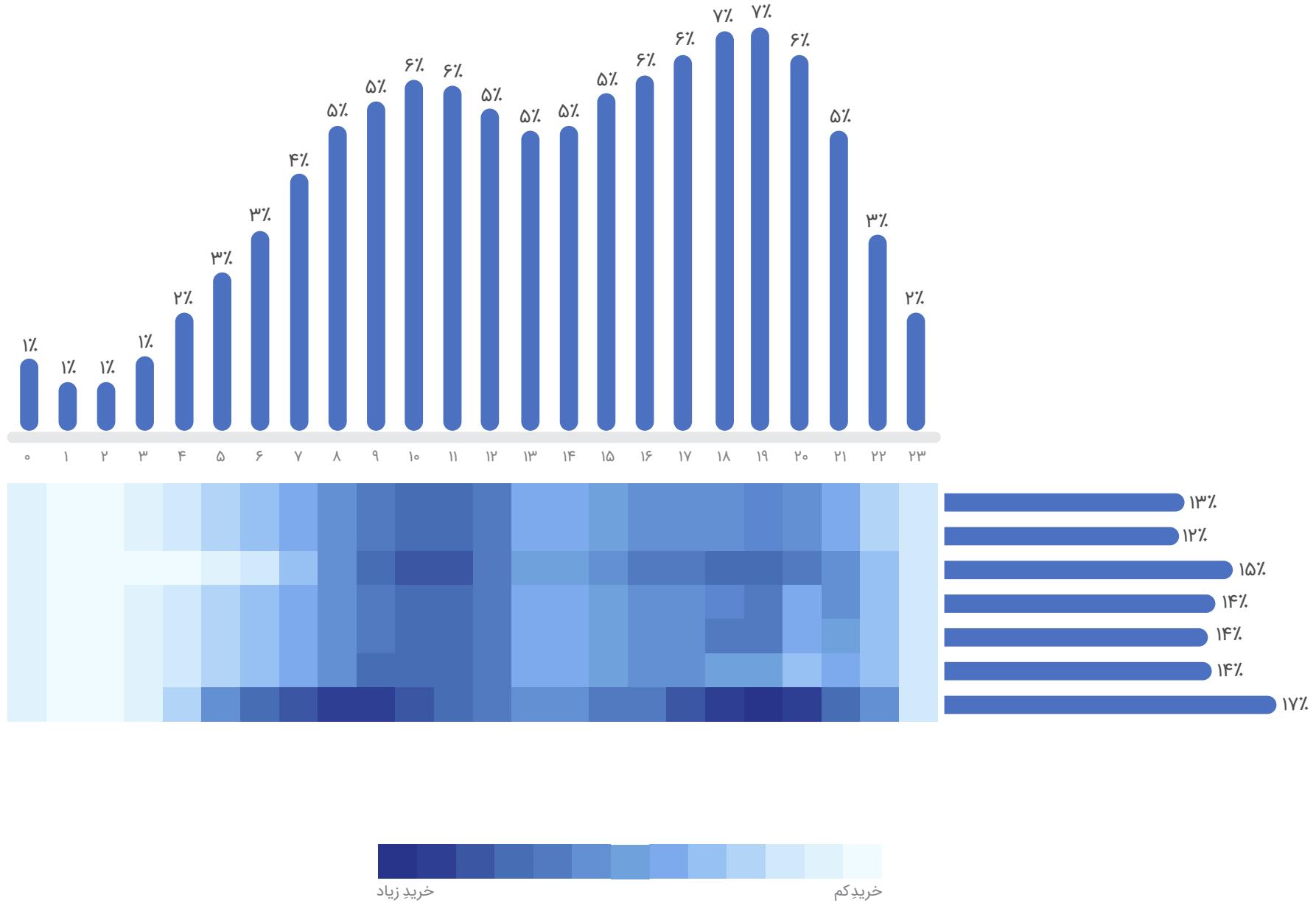
سهم خرید از بازی‌ها و برنامه‌ها به تفکیک برند گوشی



سهم درآمد برنامه‌ها و بازی‌ها از برندهای گوشی



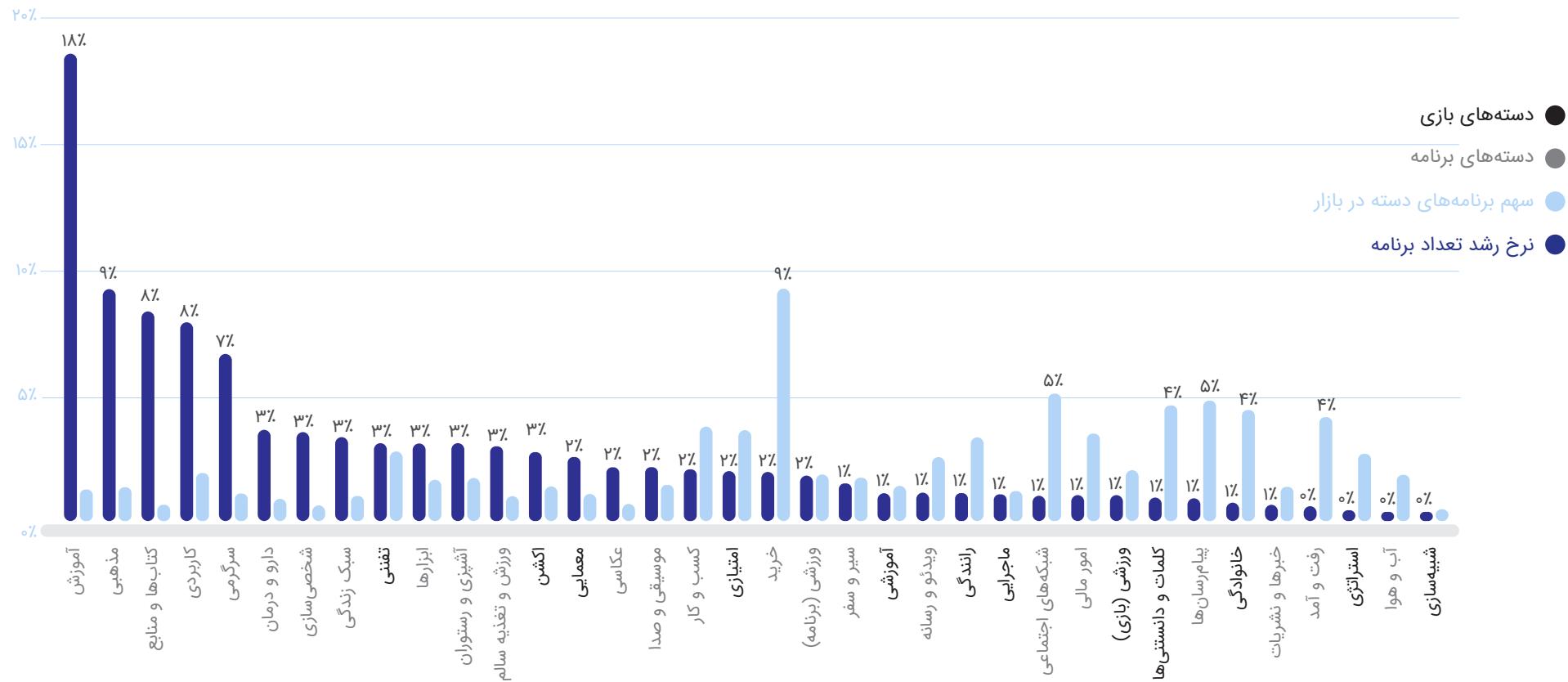
نقشه‌ی زمانی خرید



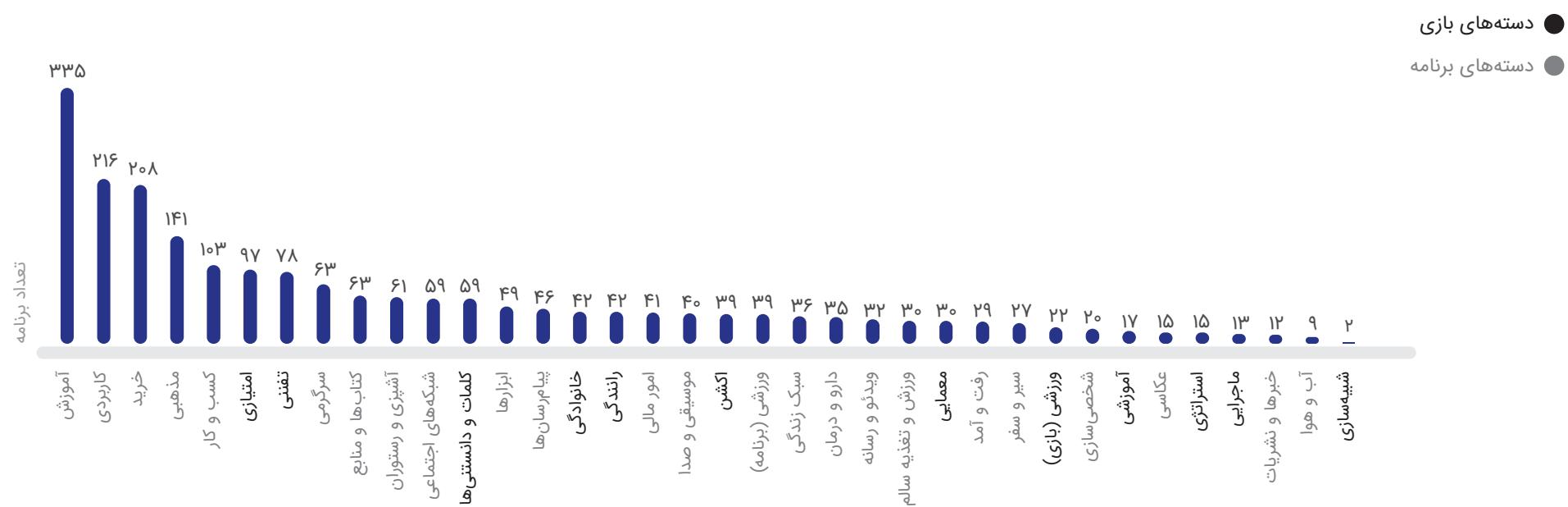
عملکرد رشد دسته‌ها

سهم هر دسته از تعداد کل برنامه‌های بازار

نمودار زیر نشان‌دهنده‌ی سهم برنامه‌های فعال هر دسته نسبت به کل برنامه‌های بازار است. همچنین نشان می‌دهد تعداد برنامه‌های فعال هر دسته نسبت به فصل قبل چند درصد تغییر کرده است. در پاییز ۹۸، دسته‌ی آموزش با سهم ۱۸٪، بیشترین سهم را در بین دسته‌های مختلف برنامه در بازار دارد. در این فصل دسته‌ی خرید با ۹٪ رشد نسبت به تابستان ۹۸، بیشترین رشد را در بین دسته‌های دیگر دارد. منظور از برنامه‌های فعال، برنامه‌های است که در انتهای فصل پاییز در حال انتشار باشد.



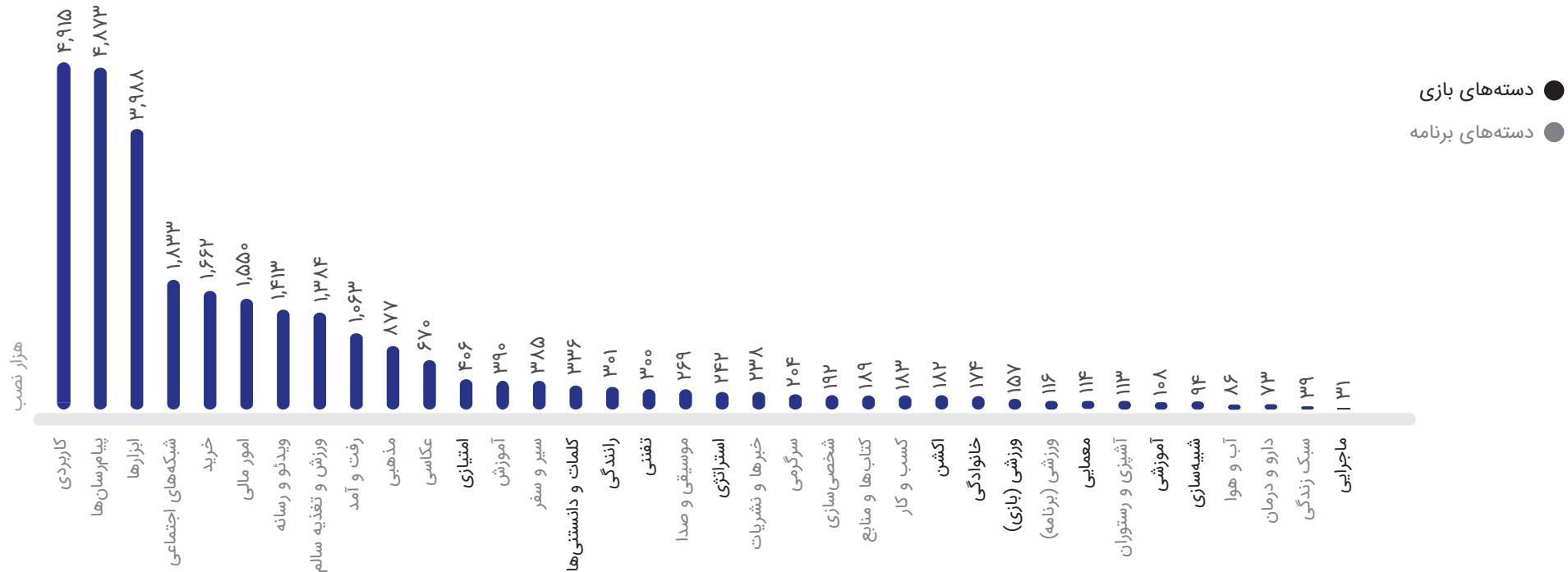
تعداد برنامه‌های جدید



در پاییز ۹۸ در مجموع ۲,۱۹۶ برنامه‌ی جدید به بازار اضافه شد. دسته‌ی آموزش با ۳۳۵ برنامه‌ی جدید بیشترین سهم را از این تعداد دارد.



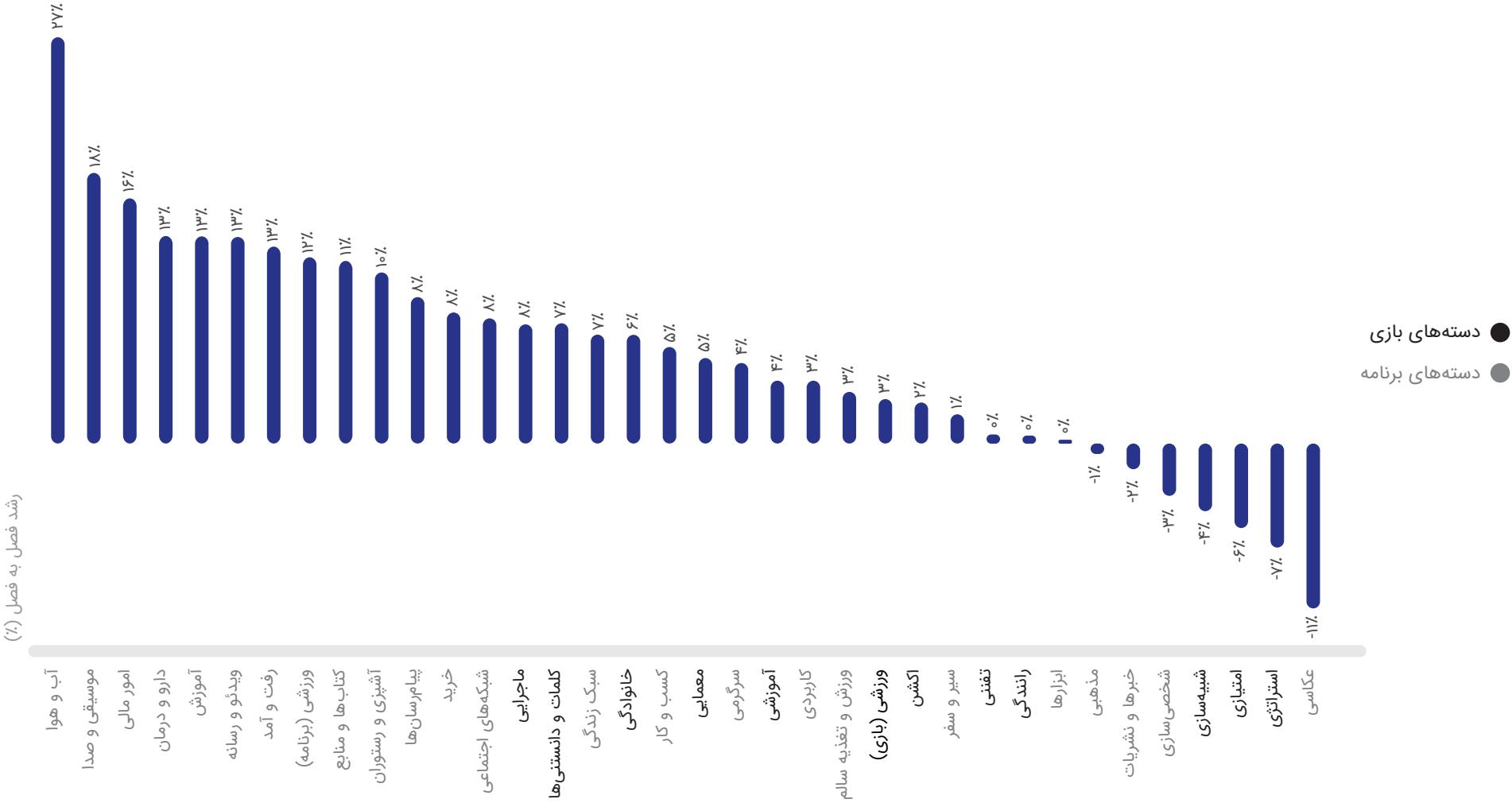
میانگین نصب فعال برنامه‌های پرطرفدار هر دسته



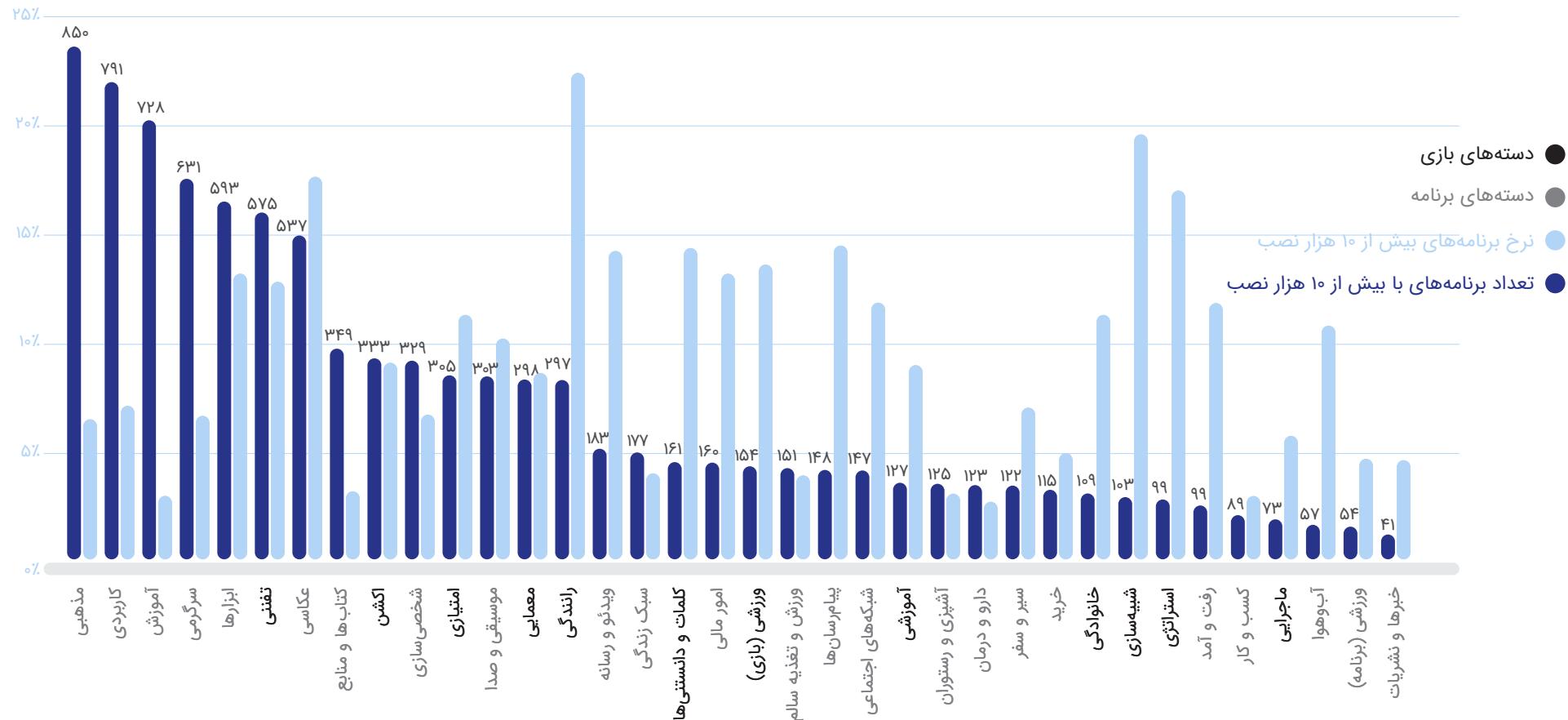
منظور از برنامه‌های پرطرفدار، ۲۰ برنامه با بیشترین نصب فعال در هر دسته است. نصب فعال: تعداد برنامه روی دستگاه‌های متصل به اینترنت که بازار دارند.



رشد نصب فعال برنامه‌ها در هر دسته



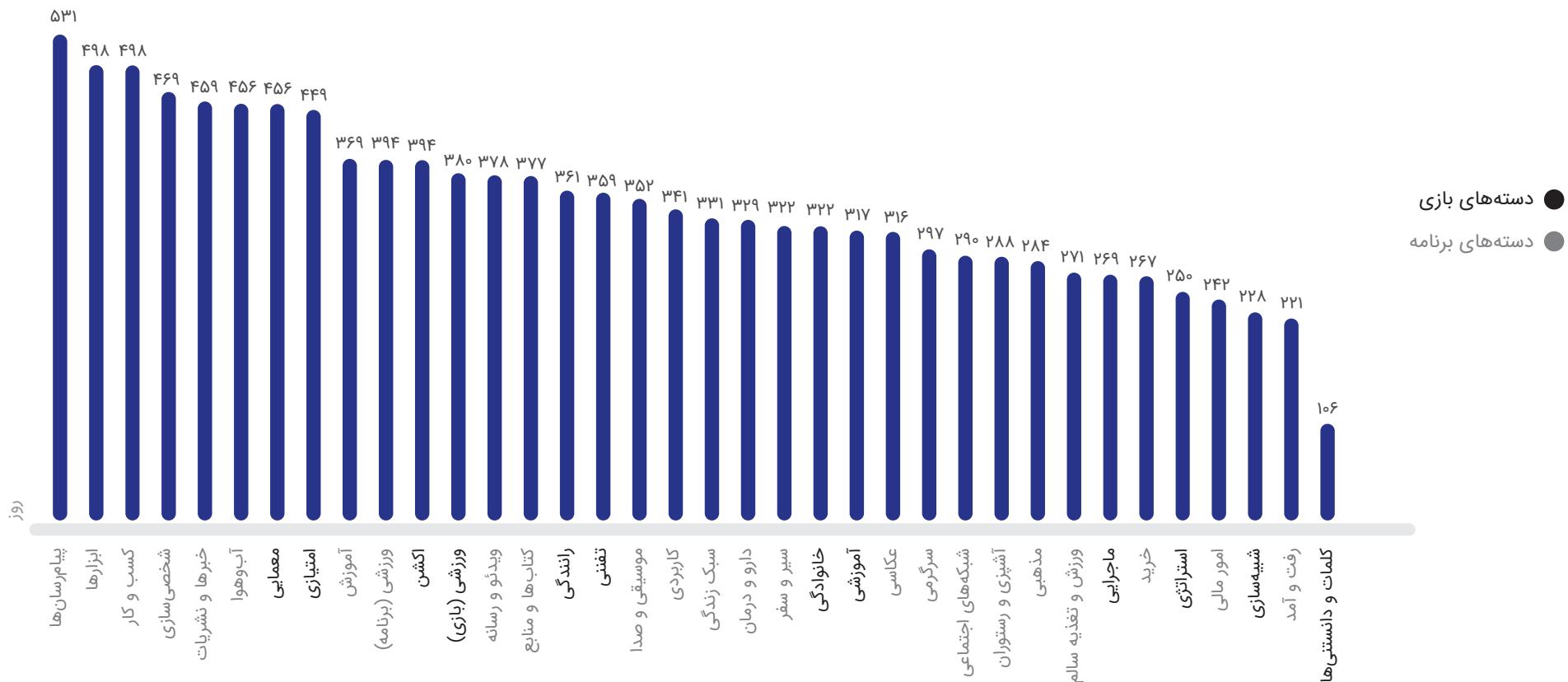
برنامه‌هایی با بیش از ۰۱ هزار نصب فعال



این نمودار تعداد برنامه‌های فعالی را که در این فصل پیش از ۱۰هزار نصب داشته‌اند و نسبت درصدی این تعداد به تعداد کل برنامه‌های آن دسته را نشان می‌دهد.



مدت زمان رسیدن به ۱۰ هزار نصب فعال

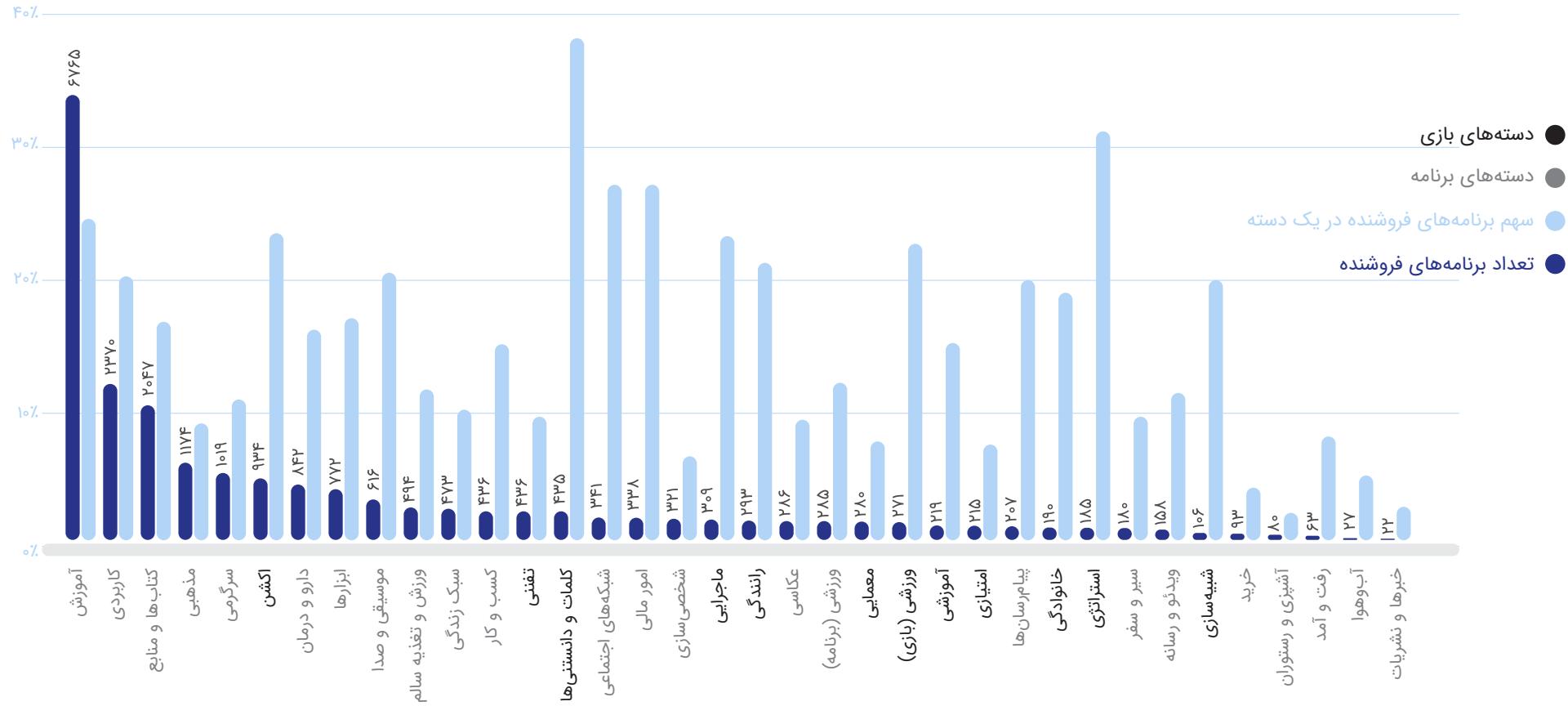


این نمودار نشان‌دهنده‌ی میانگین تعداد روزی است که هر برنامه از زمان انتشار تا رسیدن به ۱۰ هزار نصب فعال، طی کرده است. در این نمودار تنها برنامه‌هایی در نظر گرفته شده‌اند که در انتهای فصل پاییز فعال بوده و بیش از ۱۰ هزار نصب داشته‌اند.



عملکرد فروش دسته‌ها

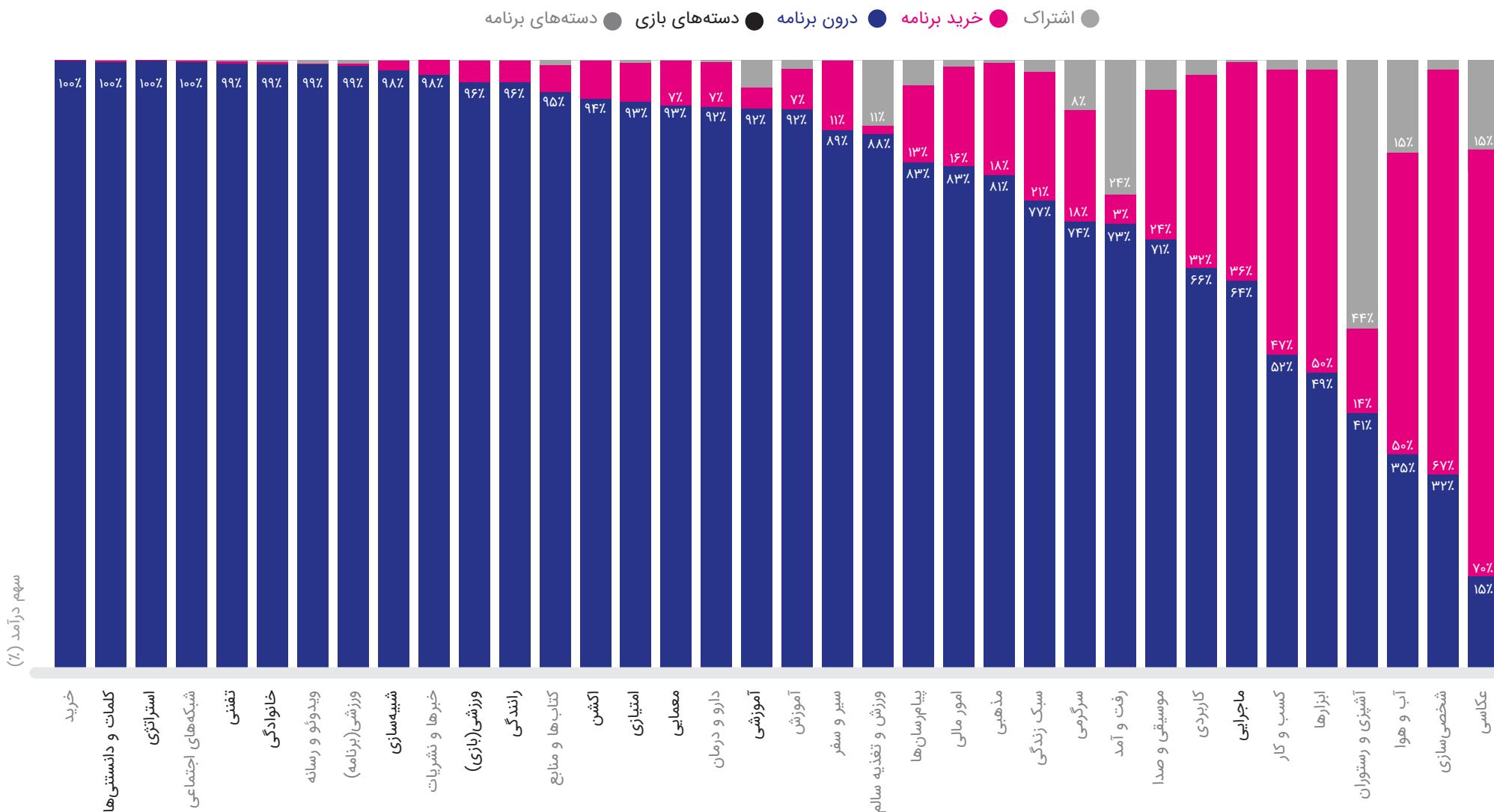
تعداد برنامه‌های فروشنده



در فصل پاییز حدود ۲۳,۲۸۲ برنامه در بازار، درآمد داشته‌اند. دسته‌ی آموزش با ۶,۷۶۵ برنامه بیشترین سهم را در بین این برنامه‌ها دارد. در دسته‌ی کلمات و دانستنی‌ها حدود ۳۸٪ و در دسته استراتژی حدود ۳۱٪ از برنامه‌های فعال در این دسته‌ها در آمد کسب کرده‌اند.



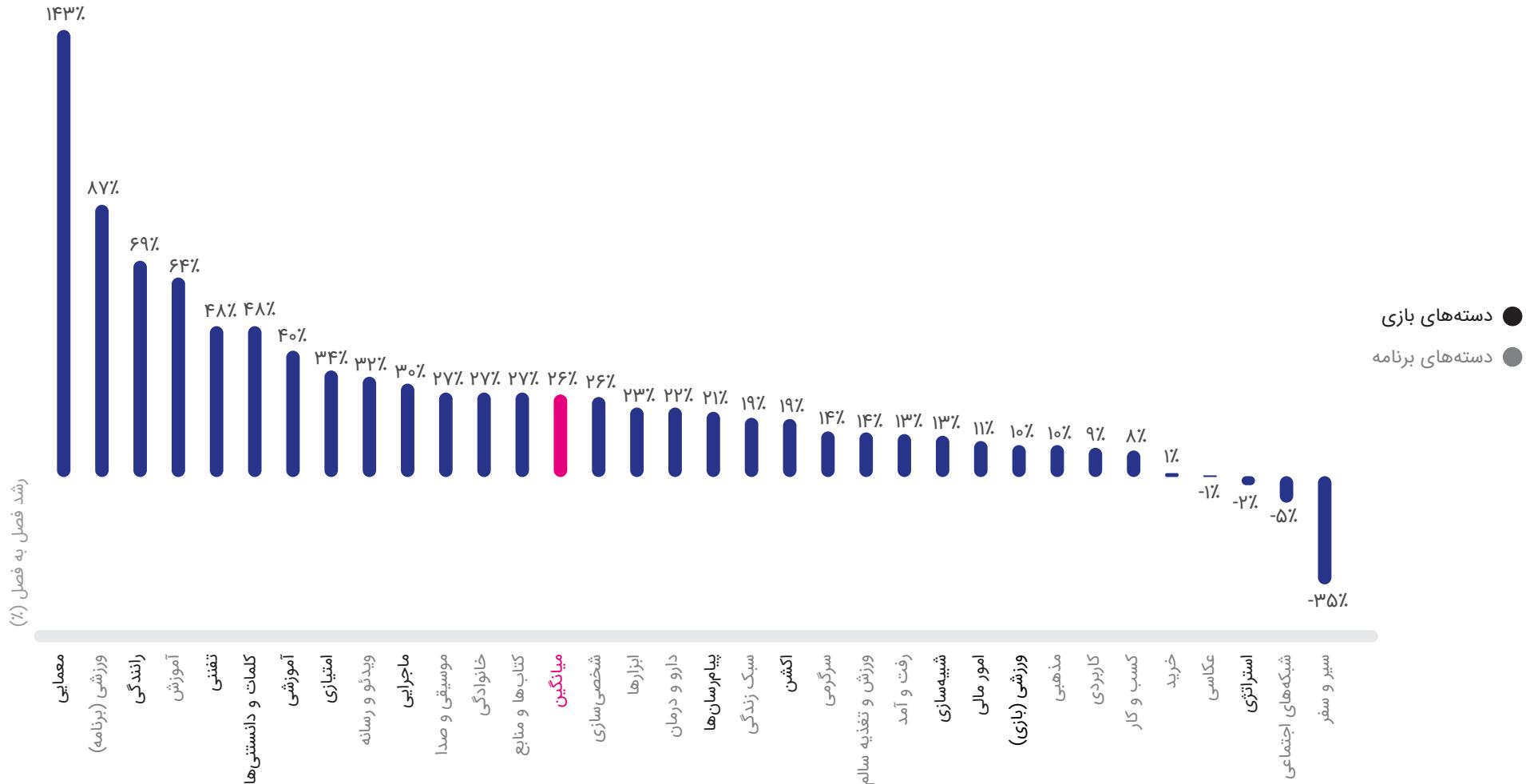
سهم درآمد انواع مدل‌های پرداخت



در بازار برنامه‌ها سه مدل درآمد دارند: ۱. پرداخت درون برنامه، ۲. خرید برنامه، ۳. اشتراک درون برنامه. این نمودار نشان می‌دهد سهم درآمدی هریک از این مدل‌ها در هر دسته چقدر است. منظور از اشتراک درون برنامه‌ای، برنامه‌هایی هستند که از اعتبار بازار برای دریافت هزینه اشتراک مشتریان استفاده می‌کنند. در واقع تمام برنامه‌هایی که مدل درآمدشان اشتراکی است لزوماً از روش اشتراک درون برنامه‌ای بازار استفاده نمی‌کنند و ممکن است پرداخت خود را با روش پرداخت درون برنامه‌ای پیاده‌سازی کرده باشند.



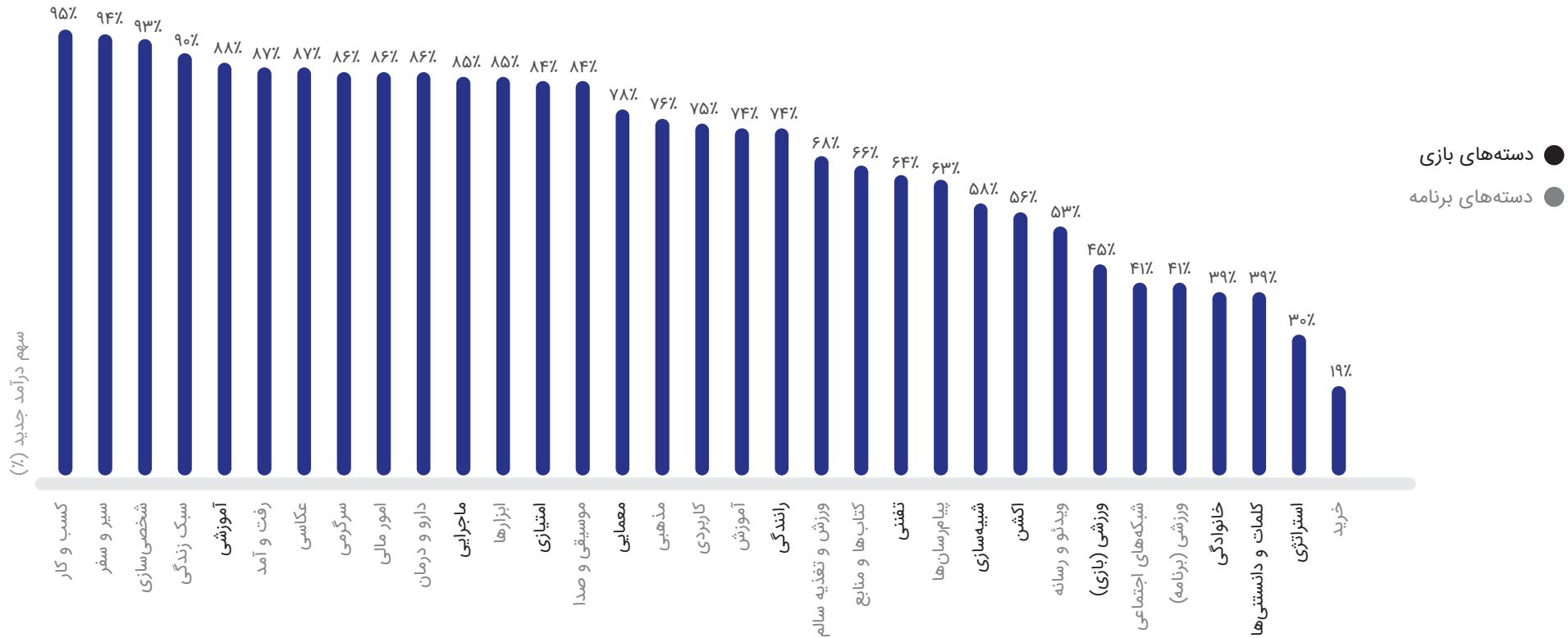
رشد تعداد خریداران



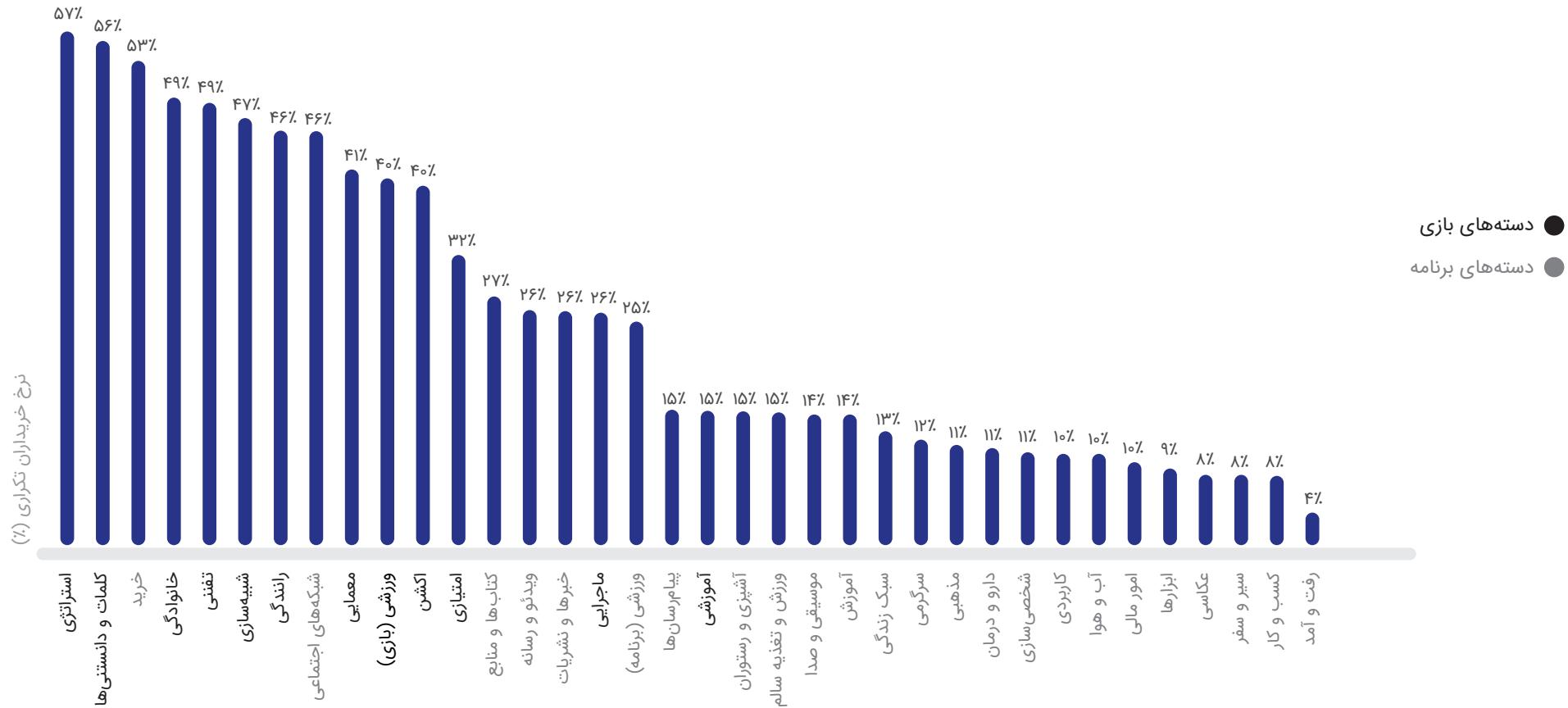
منظور از خریدار، کاربری است که در طول یک فصل حداقل یکبار خرید انجام داده باشد. این نمودار نشان می‌دهد تعداد خریداران پاییز نسبت به تابستان چند درصد تغییر کرده است.



سهم درآمد از خریداران جدید



نرخ خریداران تکراری ۹۰ روزه*

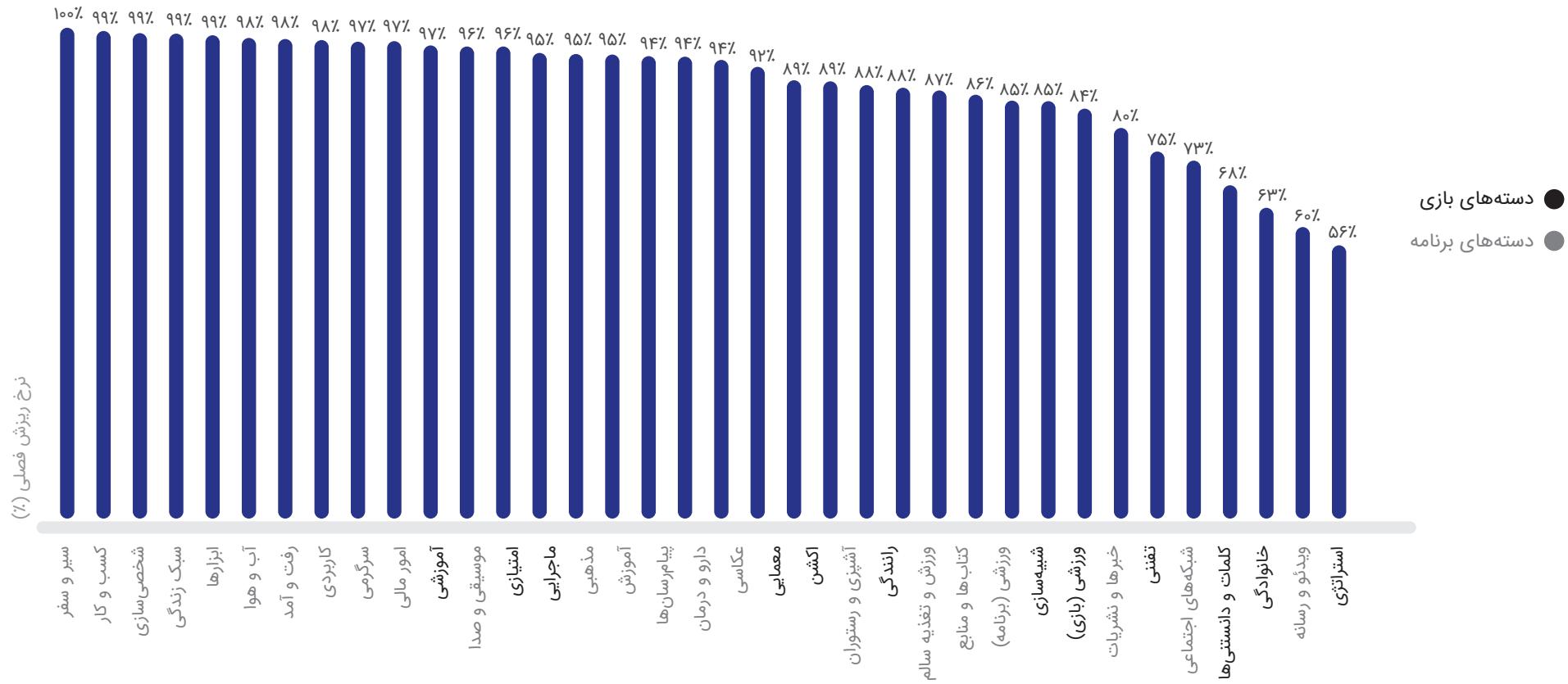


این نمودار نشان‌دهنده‌ی درصد خریدارانی است که در طول فصل پاییز بیش از یکبار از یک دسته خرید کرده‌اند. درصد بیشتر به معنی بالاتر بودن میزان وفاداری مشتری/ کاربر به دسته‌ی موردنظر است. هرچه درصد کوچک‌تر شود، رفتار کاربر به یکبار خرید متمایل می‌شود.

90-day repurchase rate *



نرخ ریزش فصلی خریداران



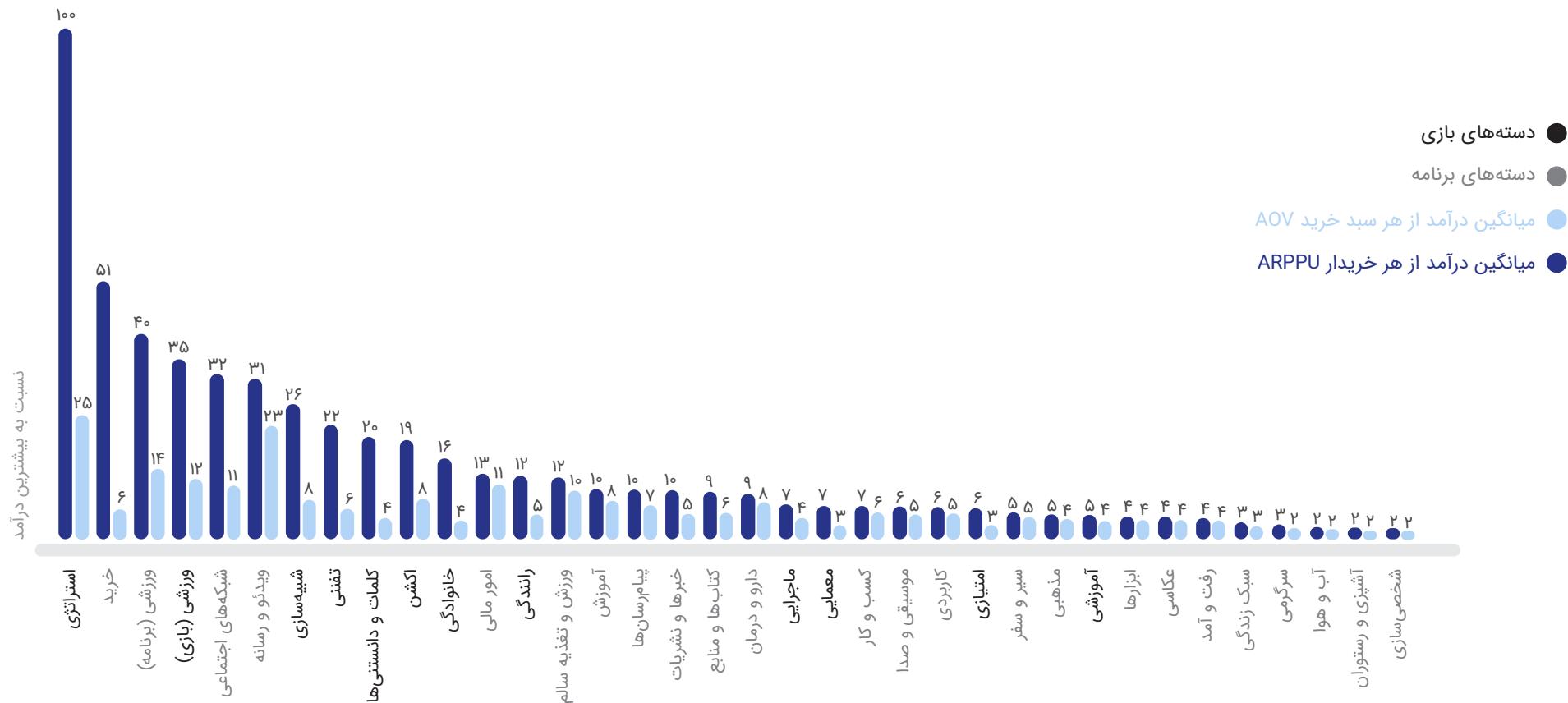
نرخ ریزش بهازی خریداران محاسبه شده است. این نرخ به این معناست که چند درصد از خریداران فصل تابستان، در فصل پاییز خرید خود را تکرار نکرده‌اند.



مقایسه نسبی میانگین درآمد سهماهه

در این نمودار میانگین درآمد از هر خریدار (ARPPU) در طول یک فصل نشان داده شده است. همچنین منظور از میانگین درآمد از هر سبد خرید، میانگین ارزش ریالی تراکنش‌های خرید در هر دسته است.

در این نمودار، مقادیر به نسبت بیشترین مقدار محاسبه شده‌اند. برای مثال مقدار ۲۰ برای ARPPU در دسته‌ی کلمات و دانستنی‌ها نشان می‌دهد میانگین درآمد از خریدار در این دسته یک پنجم میانگین درآمد از خریدار در دسته‌ی استراتژی است که بیشترین ARPPU را با مقدار ۱۰۰ دارد.



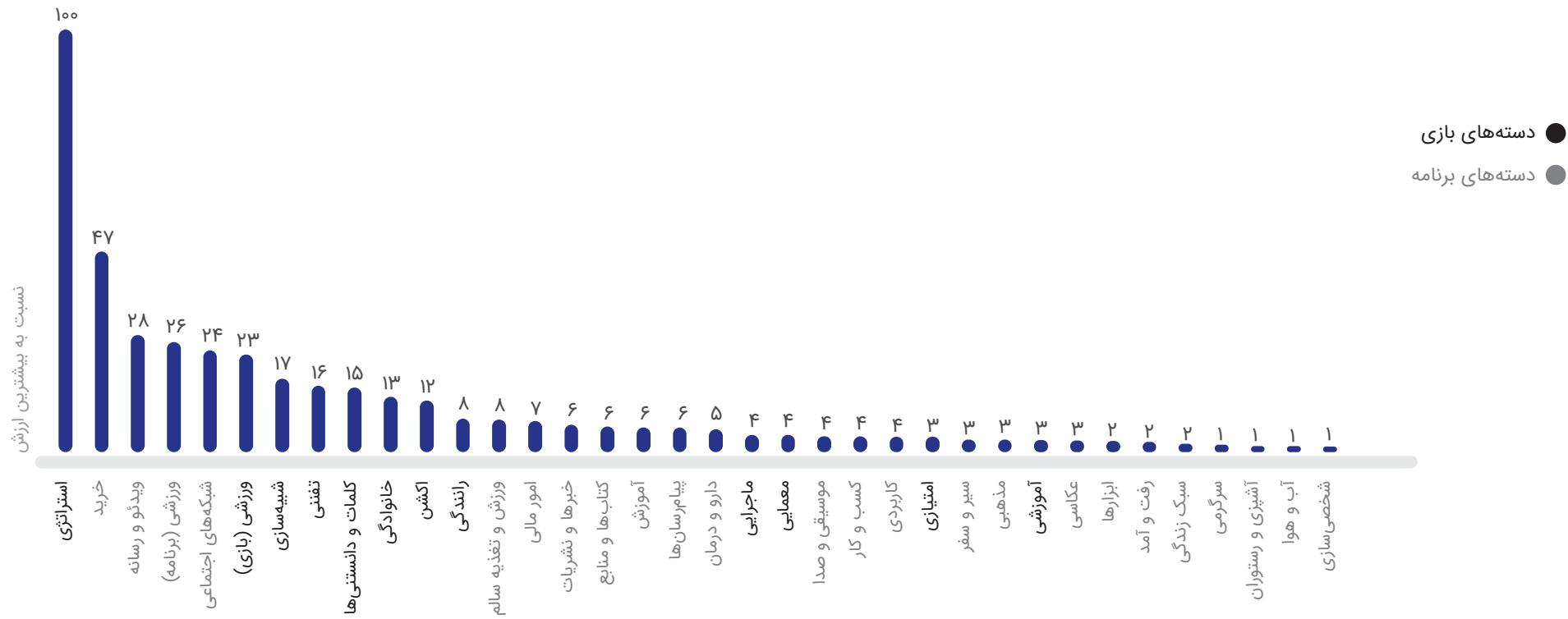
مقایسه نسبی ارزش طول عمر مشتریان

ارزش طول عمر مشتریان پیش‌بینی می‌کند خریداران جدید در این فصل به طور میانگین در آینده چقدر درآمد ایجاد خواهند کرد. در این سنجه، ارزش طول عمر مشتری به ازای هر دسته و با فرمول ساده

زیر محاسبه شده است:

$$LTV = \frac{ARPPU}{Churn\ Rate}$$

مقادیر LTV دسته‌ها به نسبت بیشترین LTV محاسبه و نمایش داده شده است. از این‌رو، LTV دسته‌ی استراتژی مقدار ۱۰۰ و بقیه‌ی دسته‌ها به نسبت عددی کمتر از ۱۰۰ است.

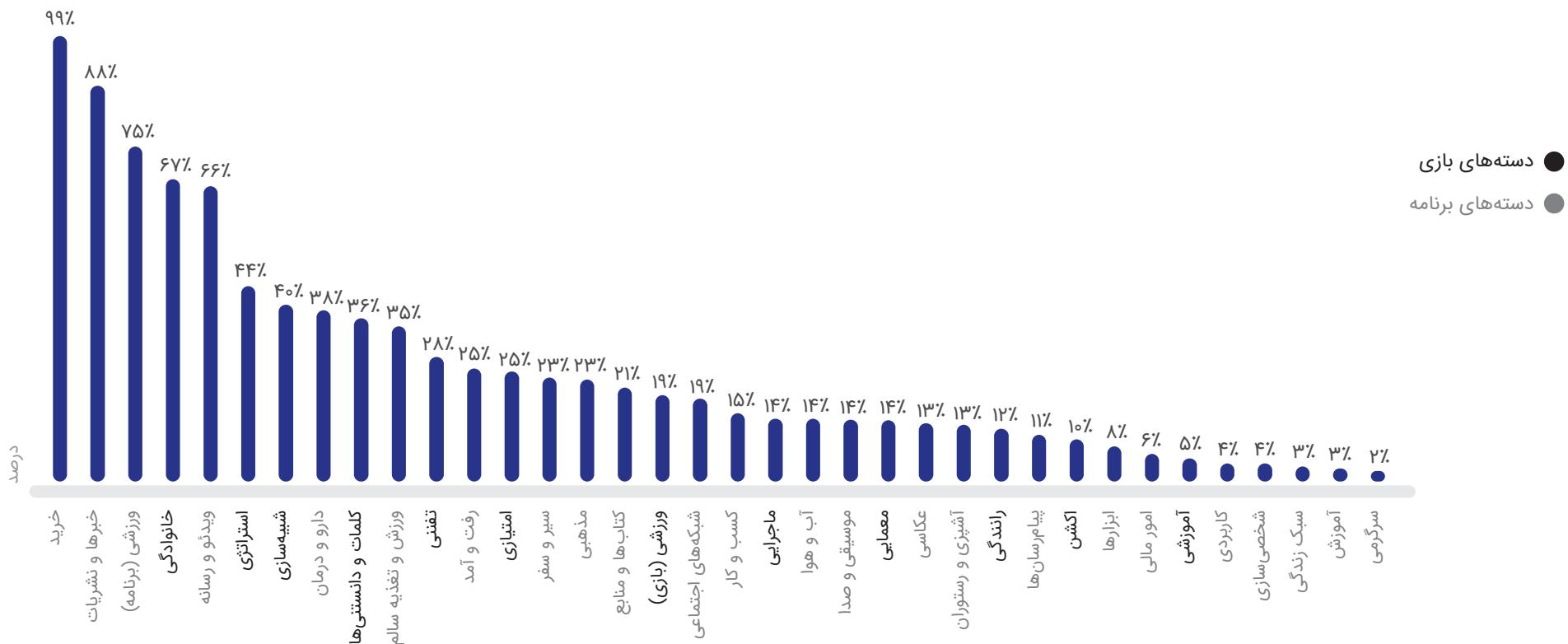


تمرکز درآمد بازار محصولات دیجیتال

نرخ تمرکز یا concentration rate نشان میدهد وضعیت بازار از نظر رقابت چگونه است. تمرکز بالا یعنی بازاری که تعداد بسیار کمی از رقبا سهم بسیار زیادی از بازار را دارد. در تمرکز پایین، سهم از بازار همهی برنامه‌های تقریباً پایین است و هیچ بازیگری با سهم عمدی در بازار وجود ندارد.

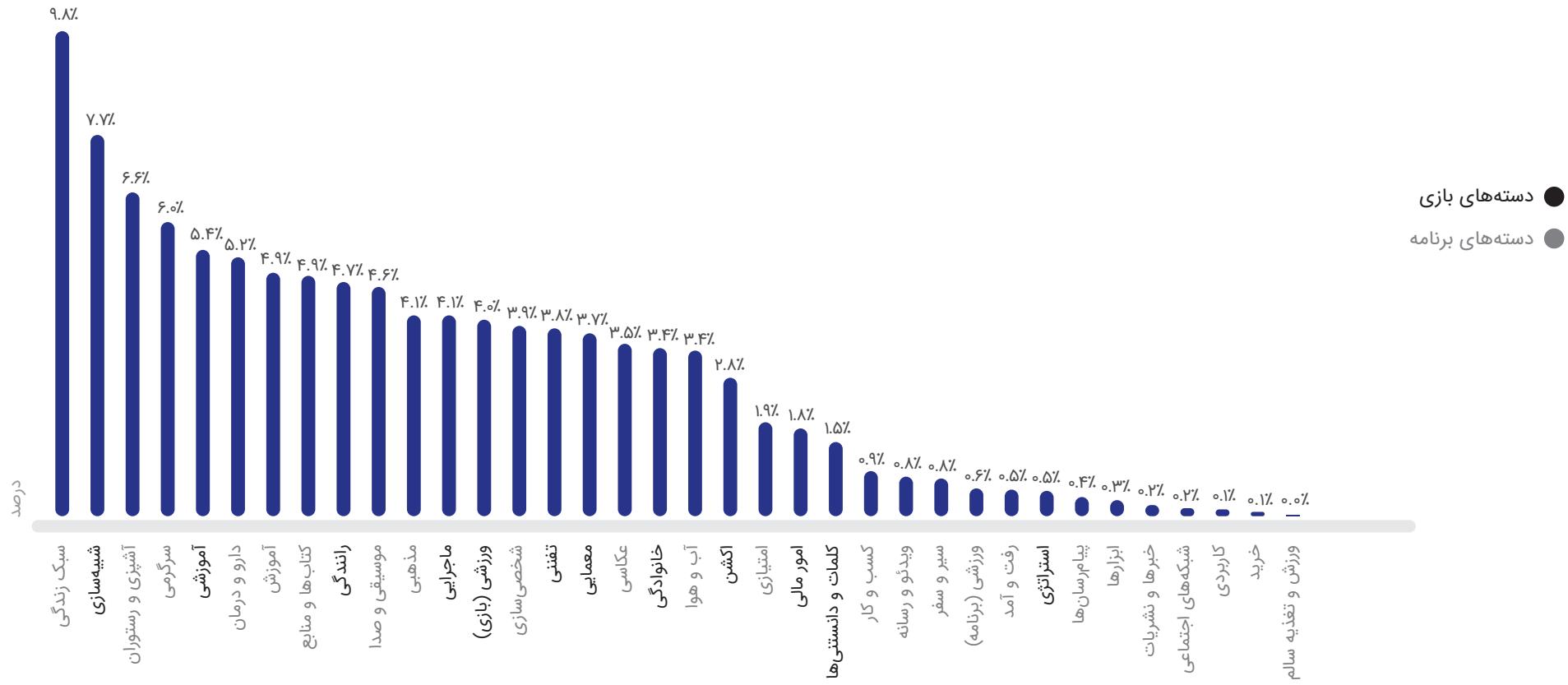
$$\text{HHI} = r_1^2 + r_2^2 + \dots + r_n^2$$

که در آن ۲ نشان دهندهی درصد سهم بازار هرکدام از برنامه‌های است و n تعداد کل برنامه‌های است. هرچه این عدد به ۱۰۰ نزدیک باشد نشان دهنده تمرکز بالای بازار و هرچه به صفر نزدیکتر باشد نشان دهنده تمرکز پایین بازار است.

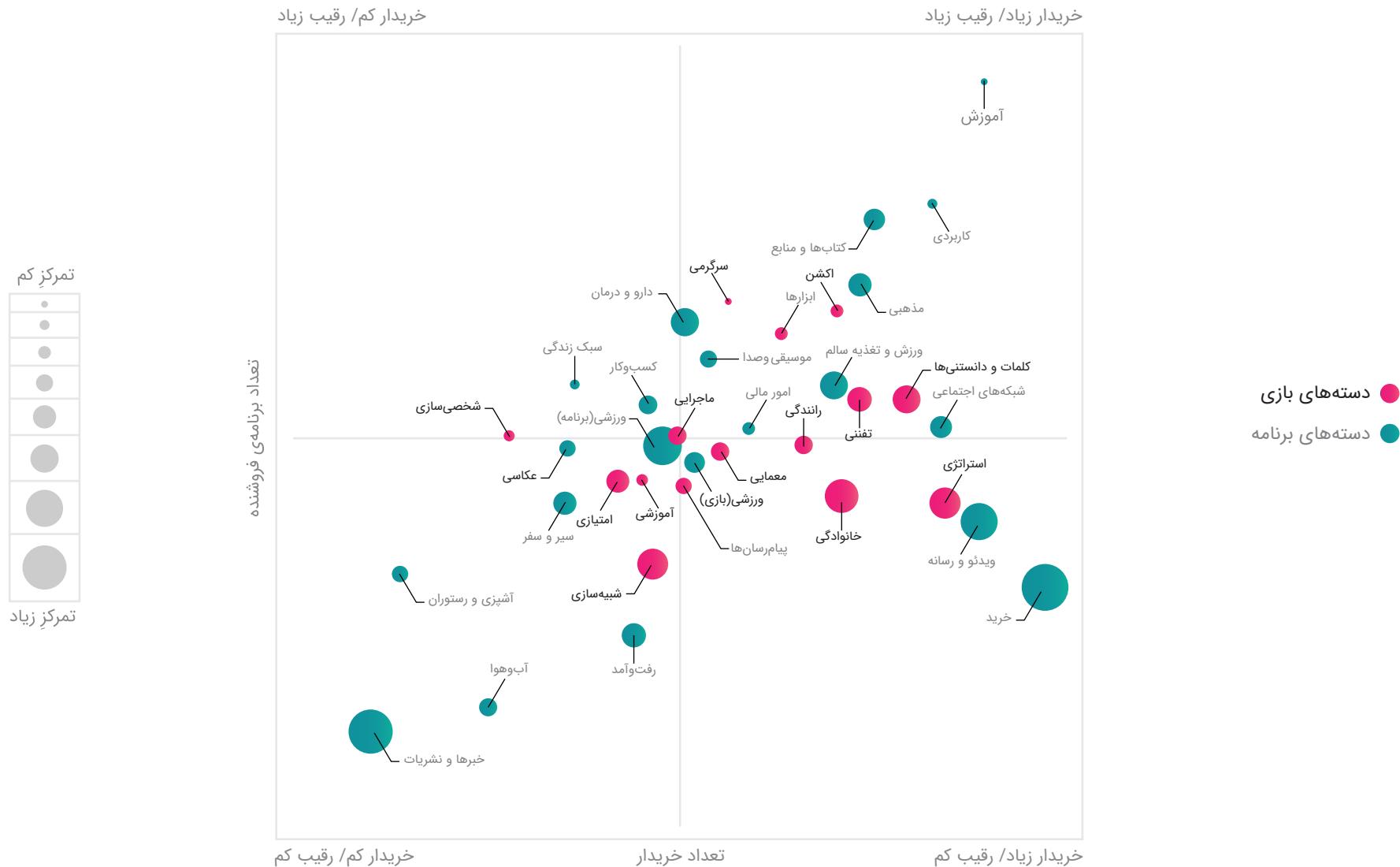


نسبت Pareto نصب فعال

این نمودار نشان می‌دهد ۸۰٪ کل نصب‌های فعال هر دسته مربوط به چند درصد از برنامه‌های آن دسته می‌شود. برای مثال، ۸۰٪ نصب‌های فعال برنامه‌های دسته‌ی اکشن مربوط به تنها ۲٪ برنامه‌های فعال این دسته است. بقیه ۹۷٪ برنامه‌ها تنها ۲۰٪ از کل نصب‌های فعال این دسته را دارند.



وضعیت بازار محصولات دیجیتال

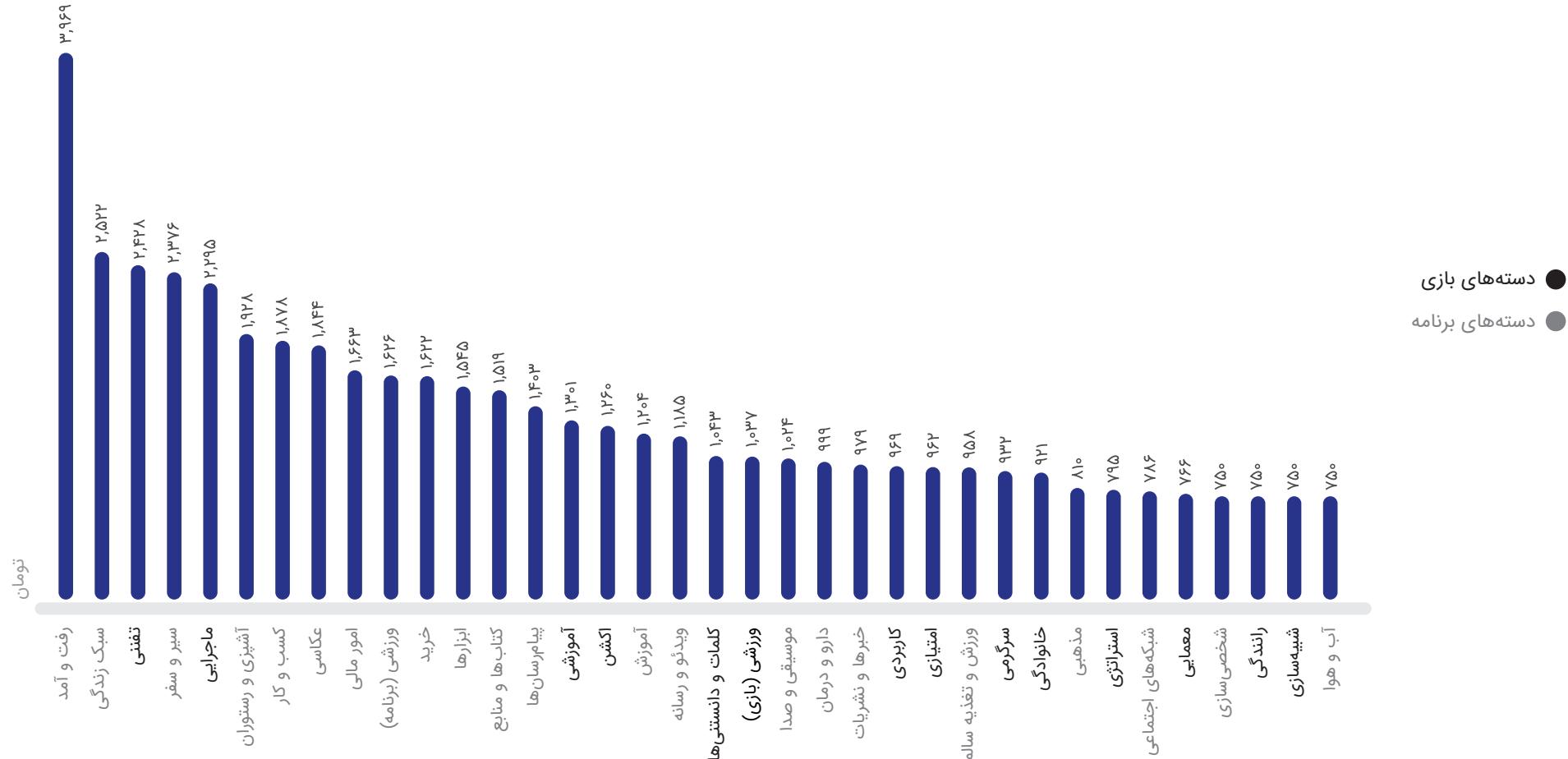


این نمودار به طور کلی وضعیت بازار محصولات دیجیتالی را دسته‌های مختلف نشان می‌دهد. محور افقی نشان‌دهندهٔ نسبت نرم‌الشدهٔ تعداد فروشنده (برنامه‌ای) که حداقل یک فروش در طول فصل داشته و اندازهٔ حباب‌ها نشان‌دهندهٔ نرخ تمرکز بازار است. در این نمودار، ۴ بخش اصلی تشکیل شده که هریک شامل چند دسته می‌شود. برای مثال در دستهٔ کتاب و مراجع، تعداد خریدار و فروشنده زیاد است ولی در عین حال تمرکز بازار کم است. در حالی که برای مثال در دستهٔ خانواده، تعداد خریدار زیاد ولی تعداد فروشنده کم بوده و تمرکز هم بالاست.

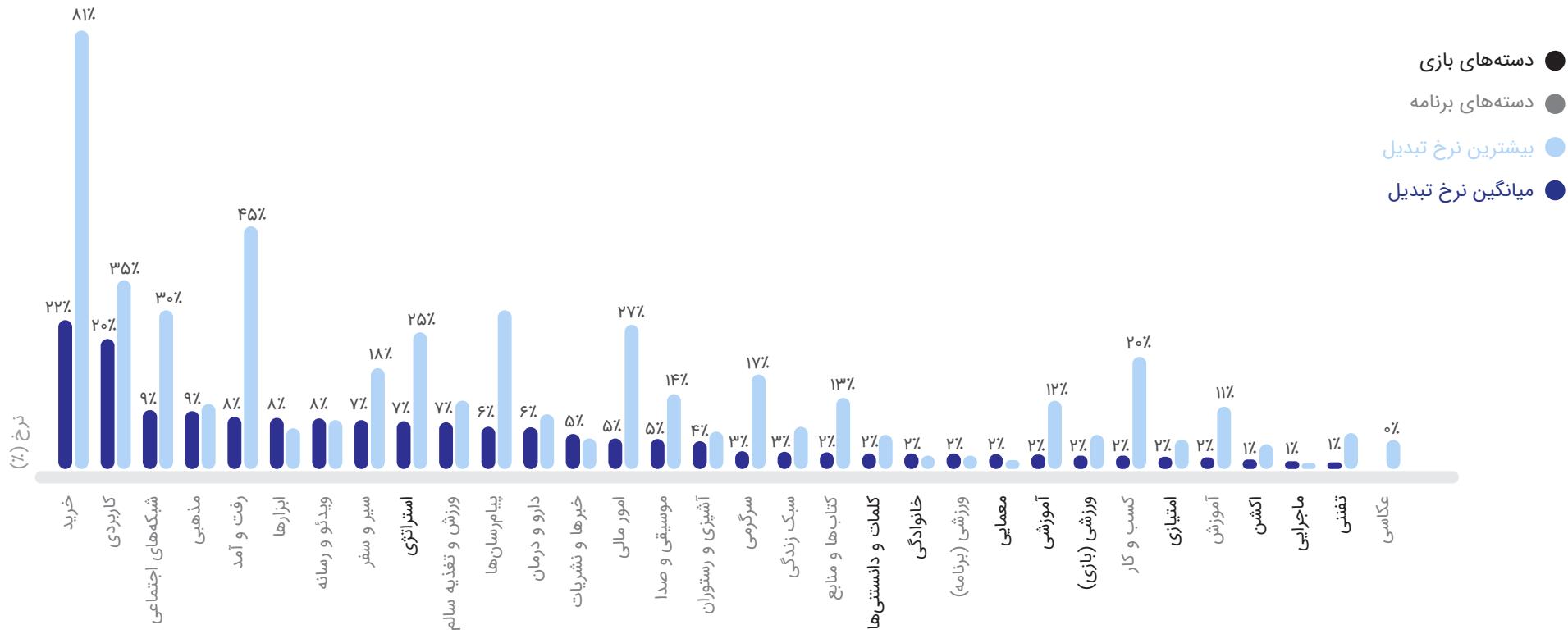


تبليغات در جستوجوی بازار

نرخ هزینه بهازای هرنصب (CPI)



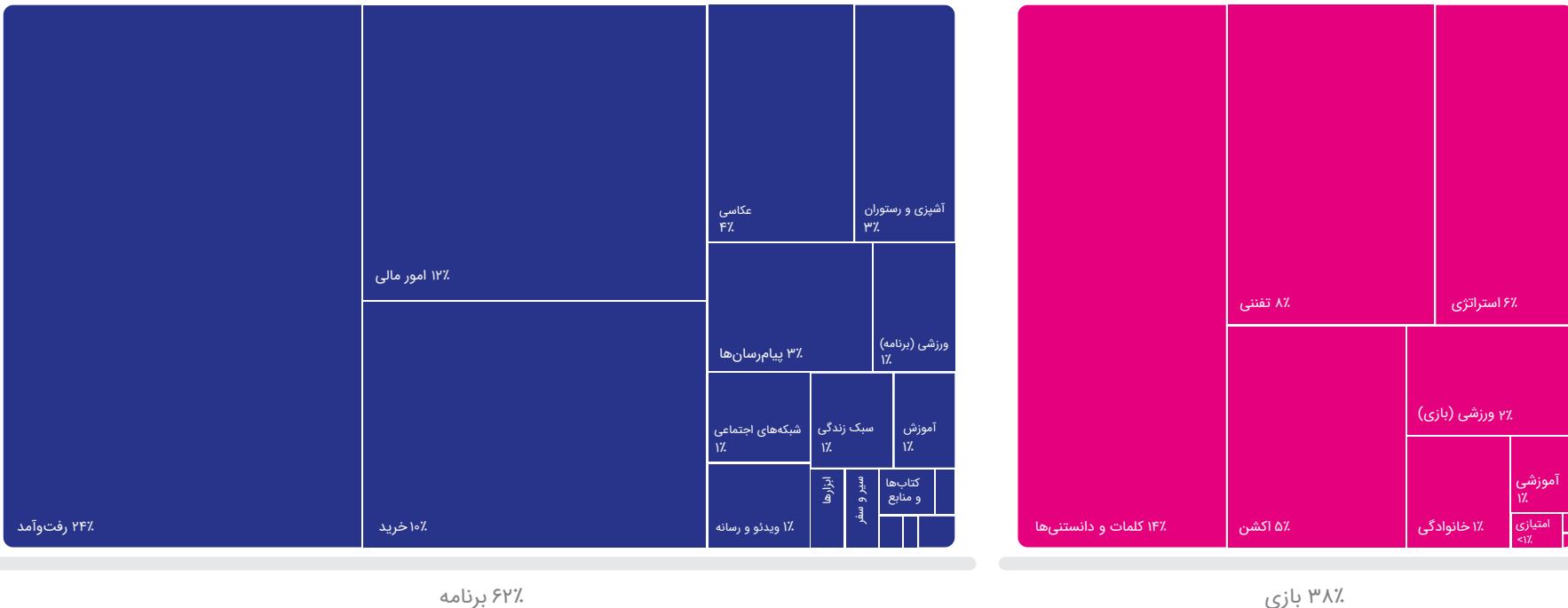
نرخ تبدیل تبلیغات



منظور از نرخ تبدیل، نسبت تعداد نصب به تعداد نمایش هر تبلیغ است.



سهم تعداد نمایش آگهی در جستجو



این نمودار نشان می‌دهد سهم هر کدام از تعداد کل نمایش آگهی در فصل پاییز چقدر بوده است.



سهم جستجوی موضوعی در بازار

در فصل پاییز، کاربران بیش از ۲۰۲ میلیون بار در بازار جستجو کرده‌اند که بیش از ۸۹٪ آنها یک جستجوی موفق بود. منظور از جستجوی موفق، جستجویی است که منتهی به نصب یک برنامه شده باشد. ۳۲٪ جستجوهای موفق در بازار، مربوط به کلمات موضوعی، عباراتی هستند. جستجوهای موضوعی، عباراتی هستند که اسم هیچ برنامه‌ای در آن ذکر نشده و کاربر به‌طور خاص دنبال یک برنامه مشخص نیست. در بقیه ۶۸٪ جستجوها، کاربران به طور مشخص یک برنامه‌ی خاص را جستجو می‌کردند.

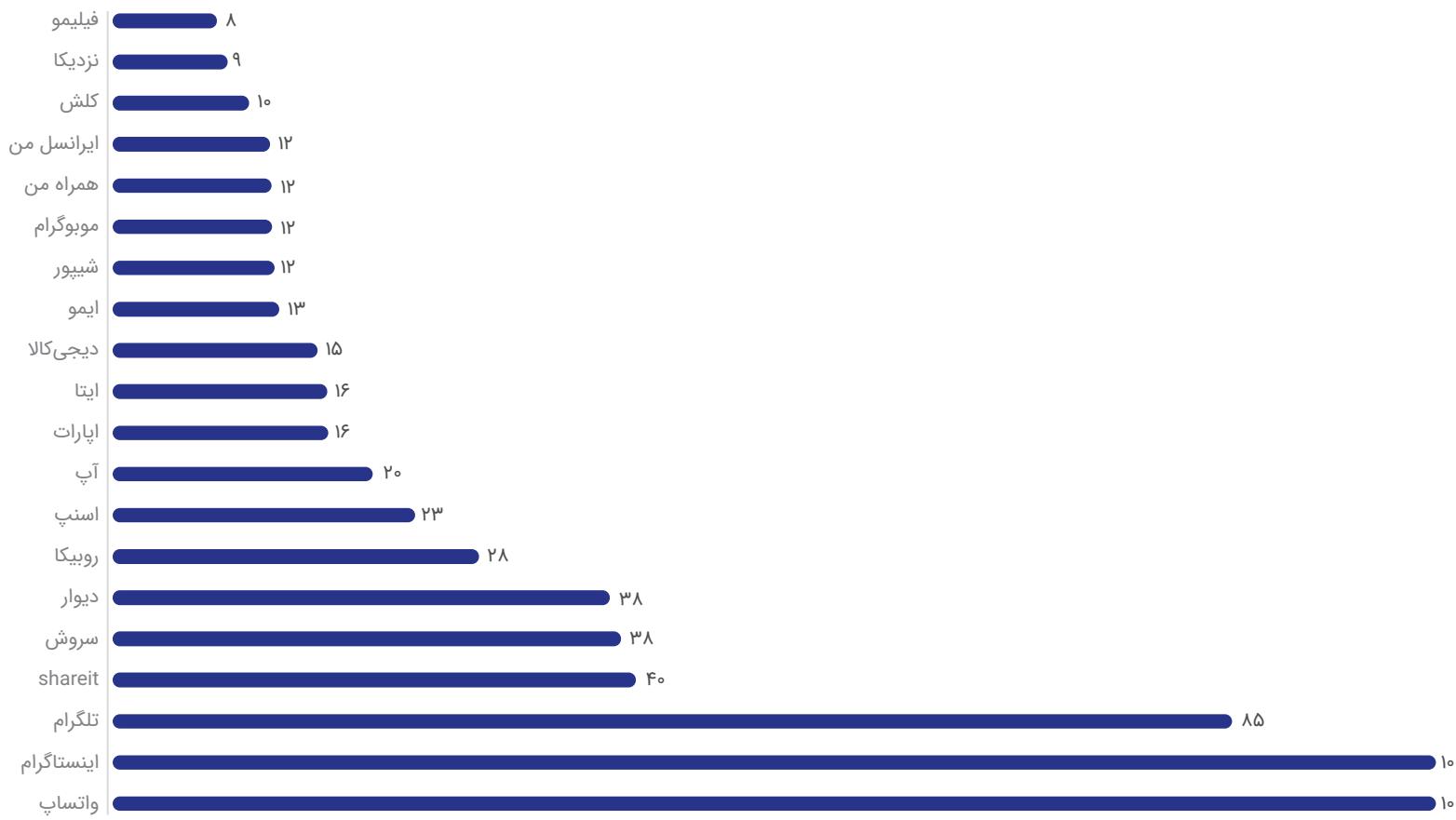
۶۸٪
برند

۳۲٪
موضوع

لیست ۵۰۰ کلمه پرجستجو در فصل پاییز را می‌توانید در بخش [راهنمای مستندات توسعه‌دهندگان](#) دانلود کنید.



۲۰ جستجوی برتر اسم برنامه‌ها

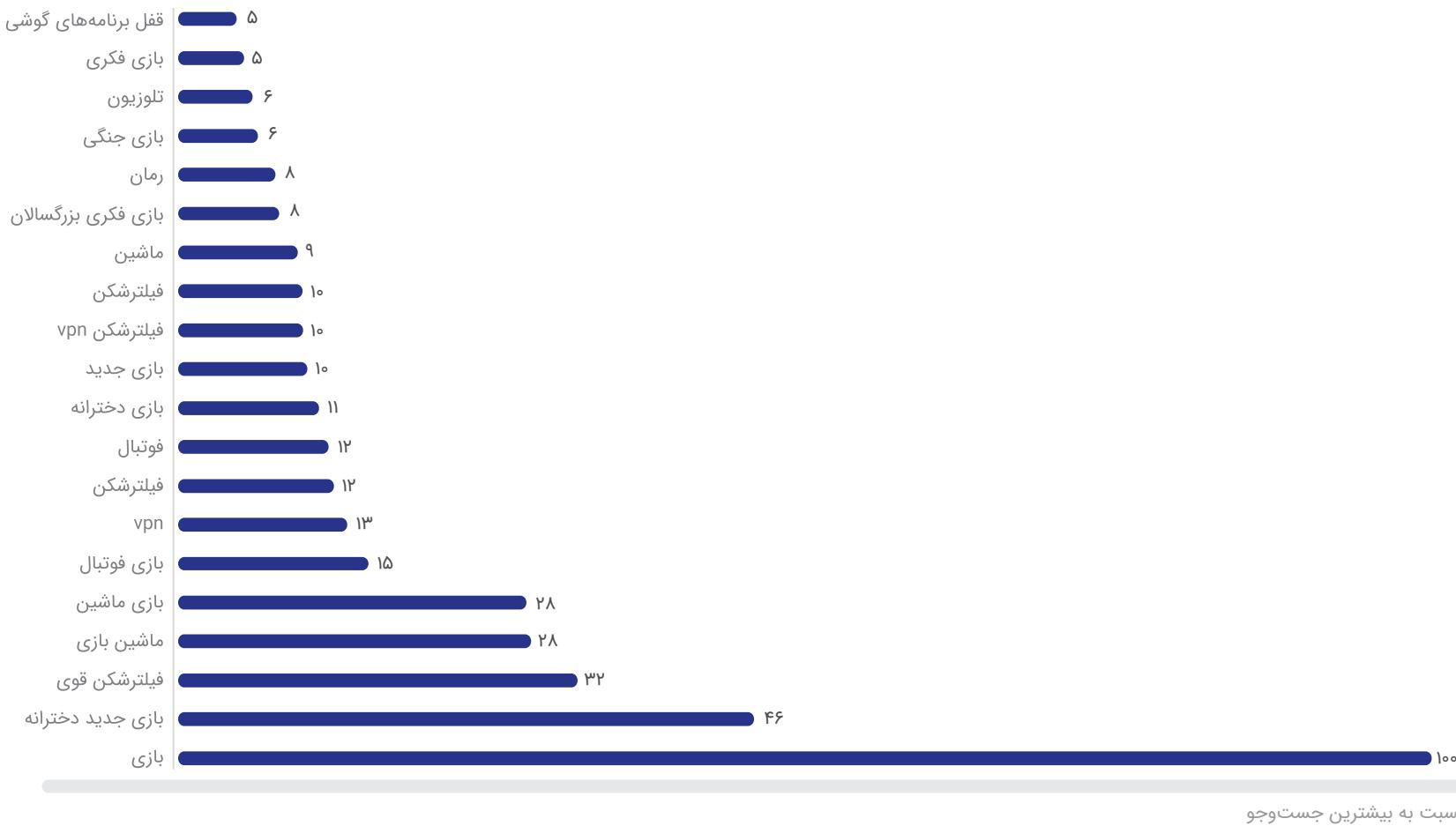


نسبت به بیشترین جستجو

این نمودار از تمام جستجوهای انجام شده توسط کاربران در فصل پاییز، ۲۰ برنامه‌ای را که اسم آنها در پرتکرارترین عبارات جستجو آمده است نشان می‌دهد. محبوبیت جستجوی این برنامه‌ها به صورت نسبت جستجوی آنها به پرتکرارترین عبارت (واتس‌اپ) نمایش داده شده است. از این‌رو این مقدار برای واتس‌اپ ۱۰۰ و به نسبت برای دیگر برنامه‌ها کمتر از ۱۰۰ است.



۲۰ جستجوی برتر موضوعی



این نمودار از تمام جستجوهای انجام شده توسط کاربران در فصل پاییز ۲۰ عبارت موضوعی پر تکرار را نشان می‌دهد. عبارات موضوعی به عباراتی گفته می‌شود که کاربر به طور مستقیم اسم هیچ برنامه‌ای را در آن وارد نکرده باشد. محبوبیت جستجوی این برنامه‌ها به صورت نسبت جستجوی آنها به پر تکرارترین عبارت نمایش داده شده است.





در صورت تمایل روی [این لینک](#) کلیک کنید و نظرتان را در مورد گزارش با ما به اشتراک بگذارید.
reports@cafebazaar.ir

