

گزارش نجوا از آمار پوش نوتیفیکیشن‌های ارسالی در دوران بحران کرونا

فهرست

مقدمه	۱
درباره نجوا	۲
اطلاعات کلی گزارش	۳
تغییرات آمار ارسال در نوتیفیکیشن‌های دوران کرونا	۵
تغییرات آمار کلیک در نوتیفیکیشن‌های دوران کرونا	۷
مقایسه CTR ساعتی نوتیفیکیشن‌های با موضوع کرونا و غیر کرونا	۸
توزیع جغرافیایی کلیک روی نوتیفیکیشن‌های مرتبط با کرونا	۹
تغییرات ترافیک اینترنت و نرخ عضوگیری	۱۰
مشتریان نجوا گفته‌اند	۱۱

مقدمه

در روزهایی که مردم ایران و جهان با اپیدمی کرونا درگیرند، برخی وبسایت‌ها و کسب‌وکارهای آنلاین تلاش کرده‌اند با بهره‌گیری از ابزارهای مختلف به مردم و دولت در گذار از این بحران کمک کنند. در همین راستا سازمان‌های دولتی و نهادهای غیردولتی نیز بیش از پیش به استفاده از ابزارهای دیجیتال روی آورده‌اند و این ابزار را برای برقراری ارتباط با مردم، آگاهی‌بخشی و خدمت‌رسانی به کار بسته‌اند. یکی از این ابزارها که هم به جهت سرعت بالای باز شدن و هم هزینه پایین برای ارسال‌های انبوه مورد استفاده قرار گرفت، «پوش نوتیفیکیشن» است. افزایش استفاده مردم از اینترنت در روزهای خانه‌نشینی نیز در کنار مزایای این سرویس سبب شد که پوش نوتیفیکیشن مورد توجه ویژه‌ای قرار بگیرد. وبسایت‌هایی که از سرویس پوش نوتیفیکیشن «نجوا» استفاده می‌کردند سعی کردند با ارسال محتوای متناسب، بخشی از وظیفه اجتماعی خود را به‌عنوان بازوهای خدماتی و رسانه‌ای جامعه تحقق بخشند. برای مثال پیام‌هایی که در راستای قدردانی از کادر درمانی و نیروهای خدماتی دوران بحران ارسال شد و مردم را نیز در شبکه‌های اجتماعی با خود همراه کرد. ارسال اخبار موثق و دستورالعمل‌های بهداشتی و پزشکی نیز بخشی از محتوای ارسال‌شده در این دوران را به خود اختصاص داده است. به‌علاوه بخشی از نوتیفیکیشن‌های ارسال‌شده از پلتفرم نجوا شامل اطلاع‌رسانی درباره خدمات ویژه‌ای بود که کسب‌وکارها برای تسهیل شرایط و رفع نیازهای کاربران در روزهای قرنطینه پیشنهاد می‌کردند.



نجوا پلتفرم ارسال پوش نوتیفیکیشن است که از مهر ۹۷ فعالیت خود را آغاز کرده است. در حال حاضر بیش از ۴ هزار وبسایت و اپلیکیشن از سرویس ارسال پوش نوتیفیکیشن نجوا برای افزایش ارتباط و تعامل با کاربرانشان استفاده می‌کنند و تعداد اعضای این سرویس از مرز ۸۵ میلیون کاربر گذشته است.

اطلاعات کلی گزارش

در گزارش پیش رو تلاش شده با تحلیل آمار مربوط به نوتیفیکیشن‌های ارسالی از طریق «نجوا» با موضوع کرونا، میزان تاثیرگذاری این سرویس بر آگاهی‌بخشی و یاری‌رسانی در بازه زمانی اپیدمی مورد بررسی قرار گیرد. به این منظور نوتیفیکیشن‌های مربوط به موضوع کرونا از طریق استفاده از کلمات مرتبط در عنوان، متن یا آدرس صفحه فرود در بازه زمانی اول بهمن ۹۸ تا ۳۱ فروردین ۹۹ مطالعه شده‌اند. کلمات کلیدی مرتبط شامل موارد جدول زیر است:

covid / covid19	قرنطینه	بهداشت	تعطیل	فاصله اجتماعی	کرونا
corona	corona virus	سیستم ایمنی بدن	ضد عفونی	ویروس	بیماری



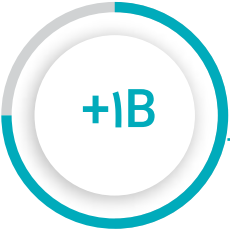
مجموع نوتیفیکیشن‌های ساخته شده



نسبت کلیک به ارسال موفق



مجموع کلیک‌ها



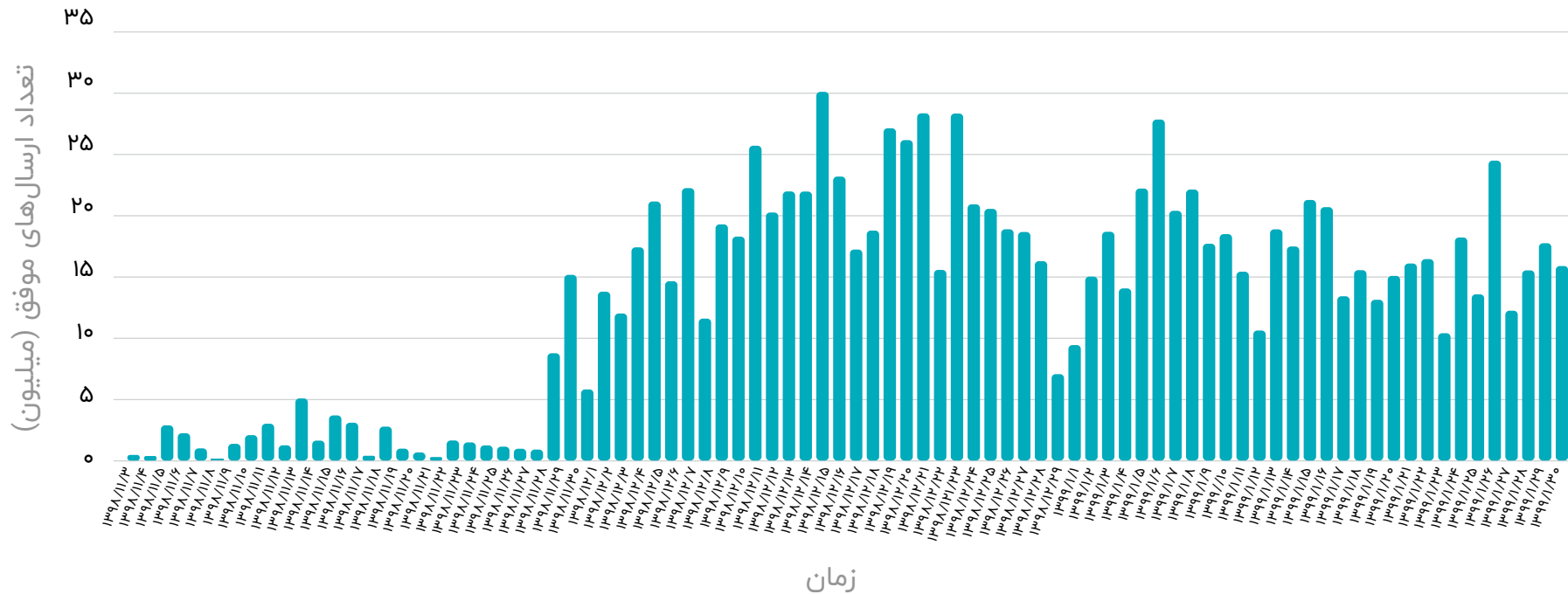
مجموع ارسال‌های موفق



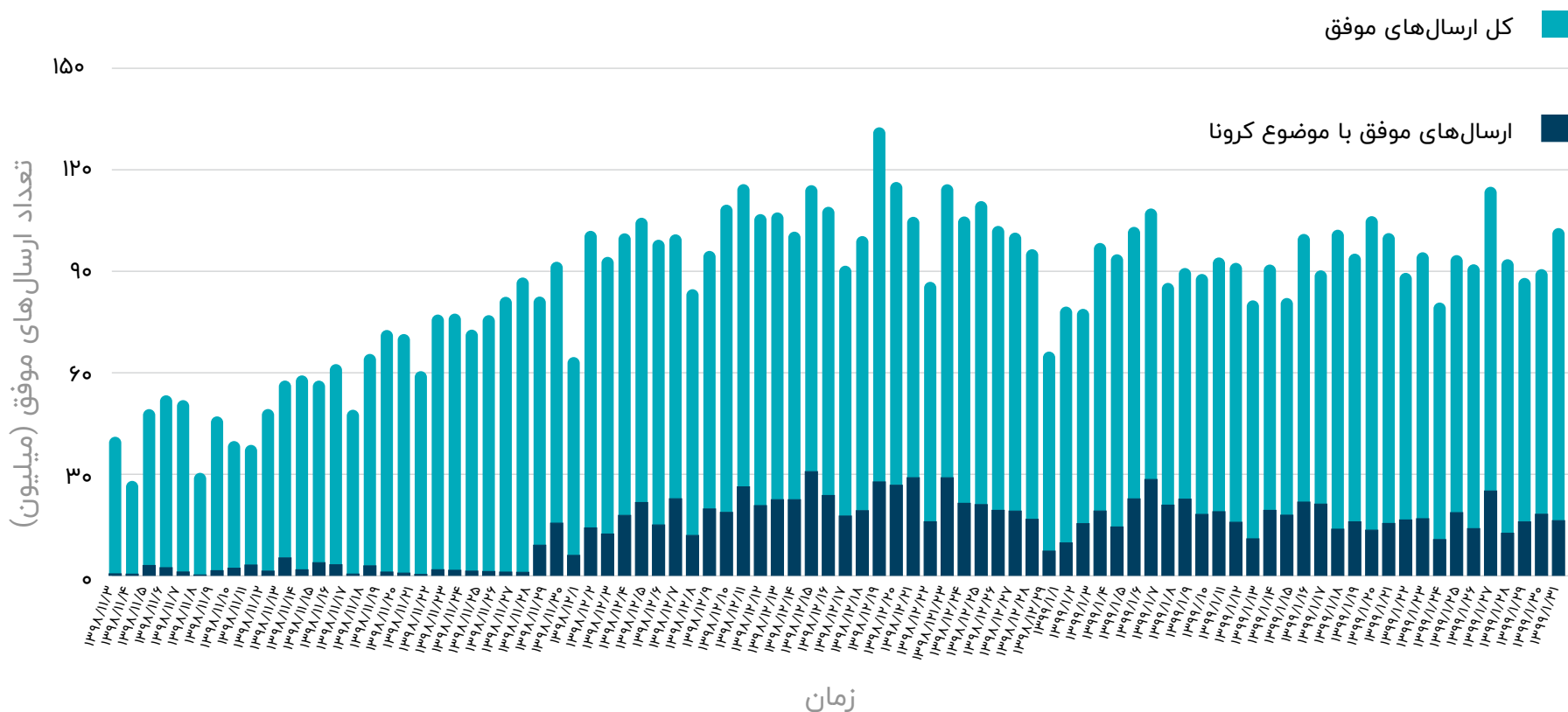
مجموع دستگاه‌های منحصر به فرد دریافت کننده

تغییرات آمار ارسال در نوتیفیکیشن‌های دوران کرونا

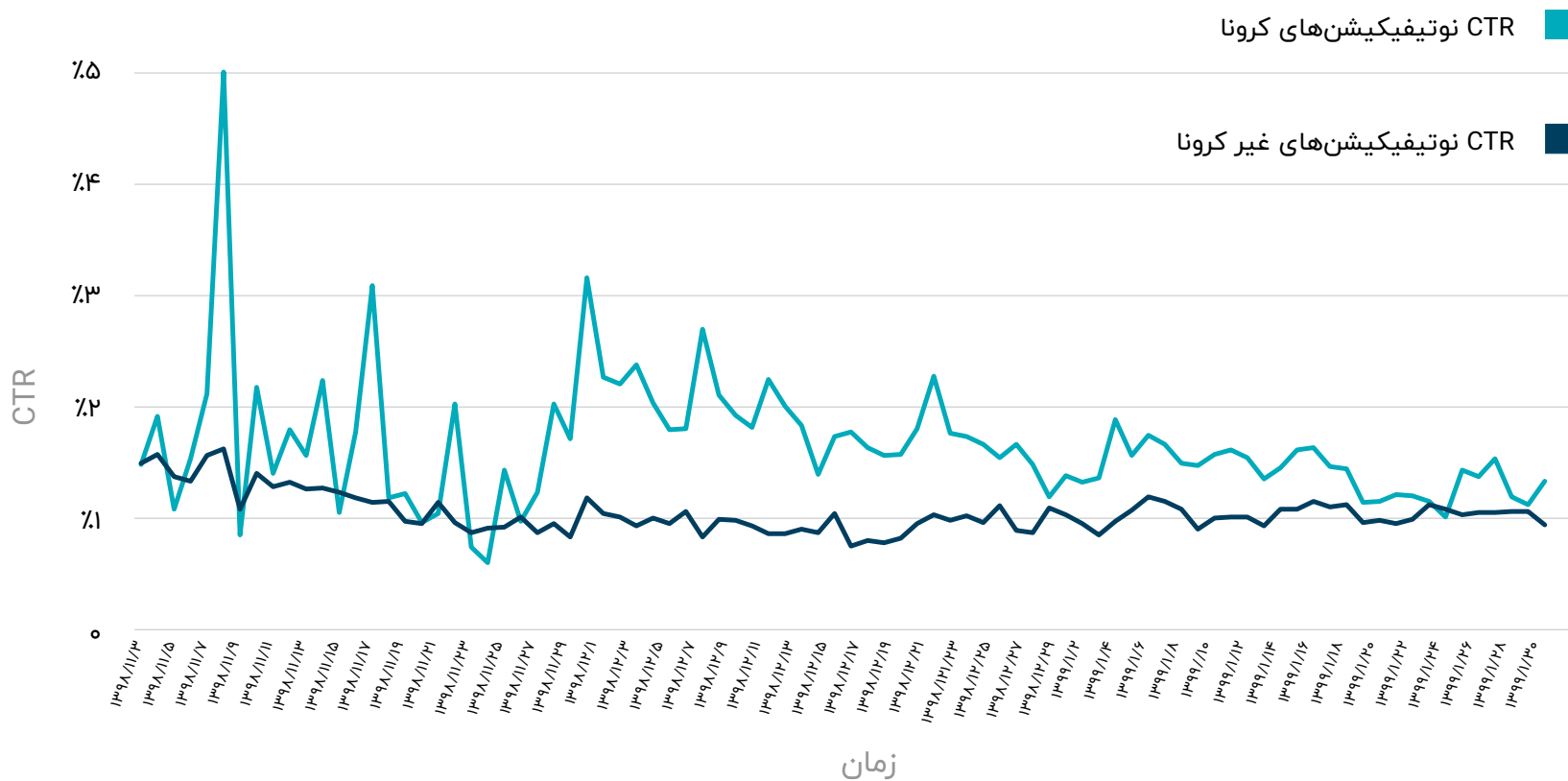
میزان اخبار منتشر شده و نوتیفیکیشن‌های مرتبط با این بیماری از اوایل بهمن روند رشد را آغاز کرده و در دهه فجر کاهش یافته است. از اوایل اسفند تا عید نوروز به استثنای روزهای تعطیل، نرخ صعودی تشدید شده و بیشترین تعداد ارسال نوتیفیکیشن مربوط به اواسط اسفند ۹۸ بوده است.



بیشترین میزان ارسال نوتیفیکیشن در روز نیز مربوط به اواسط اسفند است که در یک روز بیش از ۳۰ میلیون ارسال موفق انجام شده است. این آمار در روزهای پیش از عید نوروز حدود ۲۵ درصد کل نوتیفیکیشن‌های ارسالی را به خود اختصاص داده است. در روزهای آغاز سال نو آمار ارسال کاهش پیدا کرده و سپس مجدداً افزایش یافته است.

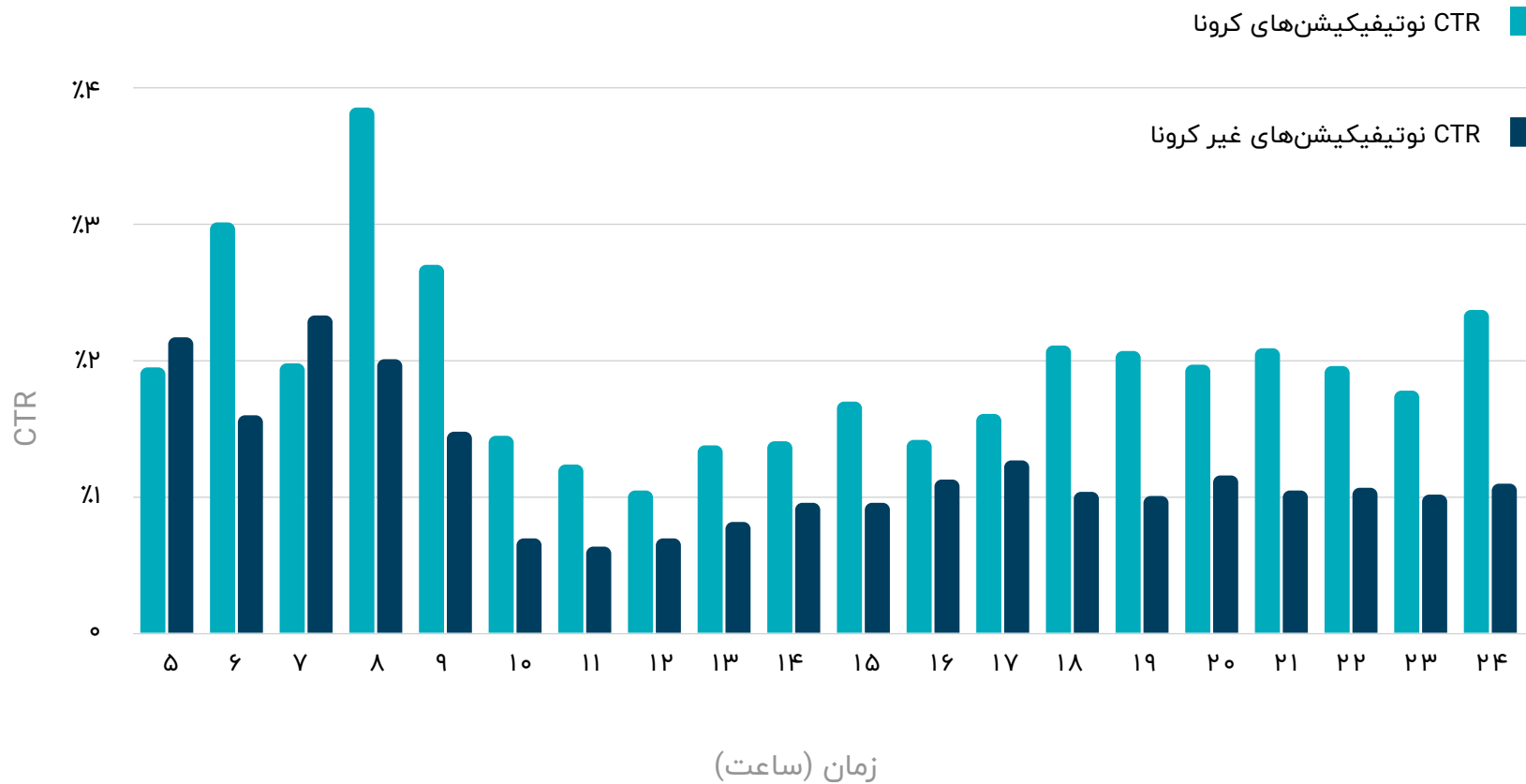


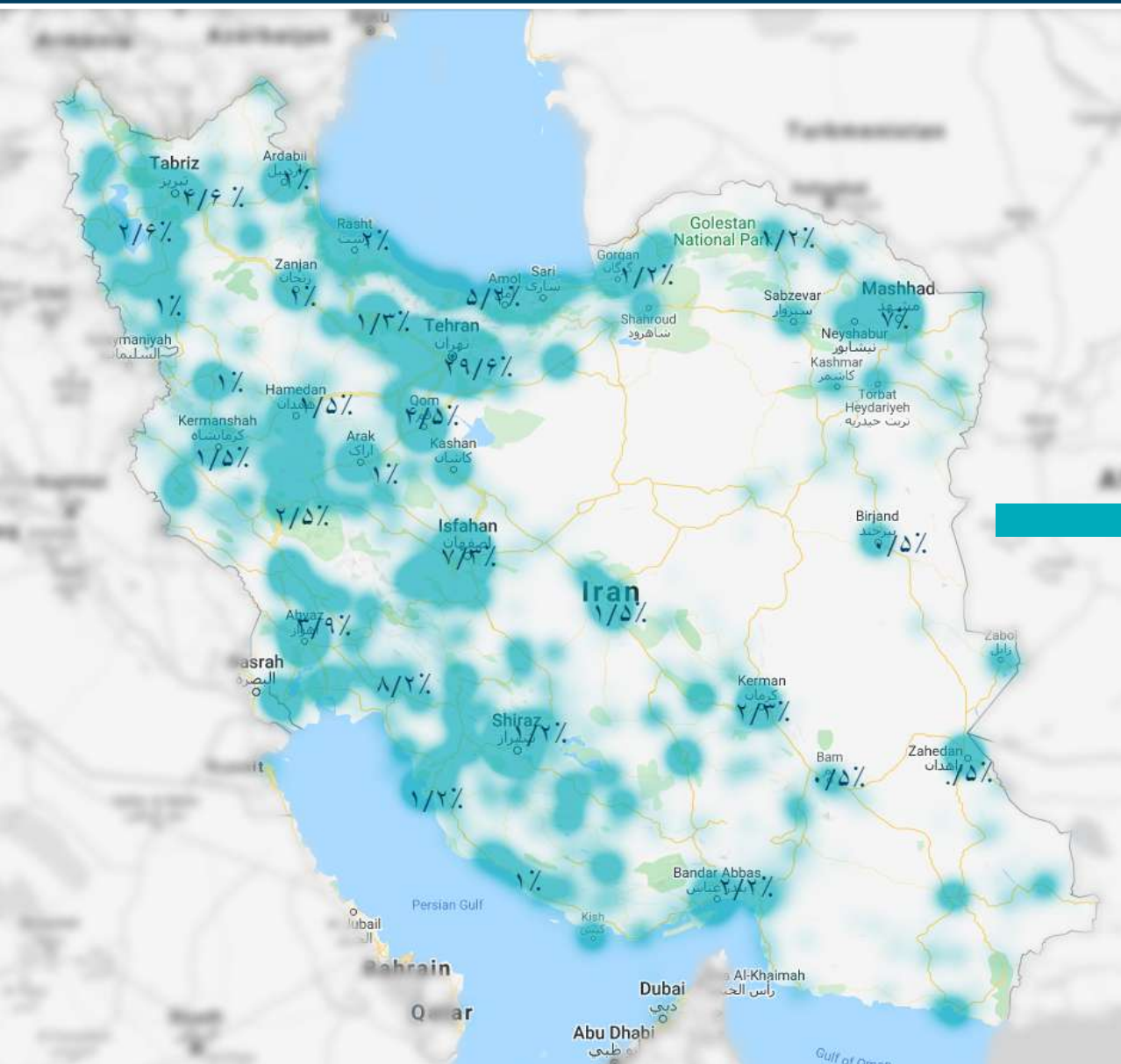
نرخ کلیک بر ارسال موفق (CTR) در مورد نوتیفیکیشن‌های با محتوای کرونا در مقایسه با سایر نوتیفیکیشن‌ها به طور متوسط ۵۵ درصد بیشتر است.



تغییرات آمار کلیک در نوتیفیکیشن‌های دوران کرونا

مقایسه CTR ساعتی نوتیفیکیشن‌های با موضوع کرونا و غیر کرونا



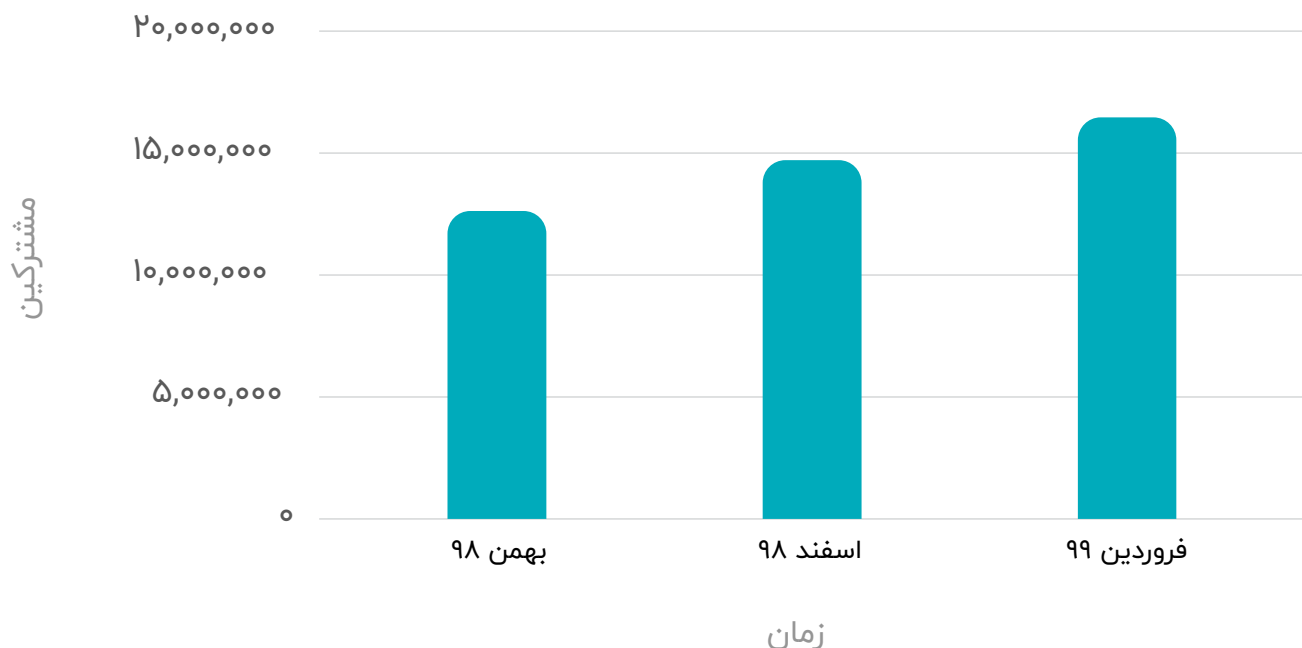


توزیع جغرافیایی کلیک‌ها نشان می‌دهد سرویس پوش نوتیفیکیشن نجوا توانسته است به چه بخش‌هایی از ایران در راستای دریافت اخبار و کسب آگاهی‌های بیشتر کمک کند.

توزیع جغرافیایی کلیک روی نوتیفیکیشن‌های مرتبط با کرونا

تغییرات ترافیک اینترنت و نرخ عضوگیری

نمودار عضوگیری ماهانه نجوا نشان می‌دهد نرخ عضویت کاربران در سرویس پوش نوتیفیکیشن رشد ۳۰ درصدی نسبت به بهمن ماه را تجربه کرده است. از عوامل این افزایش در ماه فروردین می‌توان به افزایش میزان مصرف اینترنت توسط کاربران در دوران خانه‌نشینی و استفاده از محتوای متناسب و مفید برای کاربر توسط وبسایت‌ها و اپلیکیشن‌ها اشاره کرد. عواملی که در کنار هم باعث اقبال قابل توجه کاربران به این شیوه اطلاع‌رسانی شده است.



در این روزهایی که تب کرونا داغ است، ما مطالب خود را از طریق پوش نوتیفیکیشن به کاربران مان اطلاع رسانی می‌کنیم و بازدید این مطالب به کمک پوش نوتیفیکیشن نجوا ۲ برابر شده است.



بیش از ۱ سال است که ما از سرویس پوش نوتیفیکیشن نجوا برای بیشتر دیده شدن محتواهای خود استفاده می‌کنیم. در این ایام نیز روزانه بالغ بر ۵۰ مطلب پیرامون موضوع کرونا در وبسایت تسنیم منتشر می‌شود که ما برخی از آن‌ها را از طریق پوش نوتیفیکیشن به اطلاع کاربران خود می‌رسانیم، نتیجه‌ای که ما از نجوا گرفته‌ایم غیرقابل باور است.



کانورژن فروش از طریق پوش نوتیفیکیشن‌های ارسالی ما در دوران خانه‌نشینی کرونا ۱۵ درصد و درآمد نیز به همین نسبت رشد داشته است. در حال حاضر ۲ درصد از فروش ما از طریق پوش نوتیفیکیشن‌های نجوا ایجاد می‌شود.



ما از پوش نوتیفیکیشن نجوا برای اطلاع‌رسانی دوره‌ها و محصولات جدید خود استفاده می‌کنیم، در حال حاضر ۱۶ درصد فروش خانه سرمایه از طریق پوش نوتیفیکیشن نجوا انجام می‌شود.



لطفا با ثبت نظرات، پیشنهادات و انتقادات خود از طریق لینک زیر، ما را در تهیه گزارش‌های مفیدتر و جامع‌تر یاری کنید.

ثبت نظر



تهران، شهرک غرب، خیابان ایران زمین
گلستان جنوبی، پلاک ۳۵، ساختمان میثاق، طبقه ۲



۰۲۱ - ۴۵۱۹۵۰۰۰



w w w . n a j v a . c o m

