

گزارش شش‌ماهه اینستاگرام ایران - کوکو (تا شهریور ۱۴۰۴)
خلاصه‌ای از ترندها، رفتار مخاطب و تبلیغات در اینستاگرام ایران؛ بر پایه داده‌های کوکو از فعالیت اینفلوئنسرها

این گزارش بر اساس دیتای ۱۱۰۰۰۰ پست و ۲۱۰۰۰۰۰ استوری و بیش از ۳۵۰۰ اینفلوئنسر جمع آوری شده است

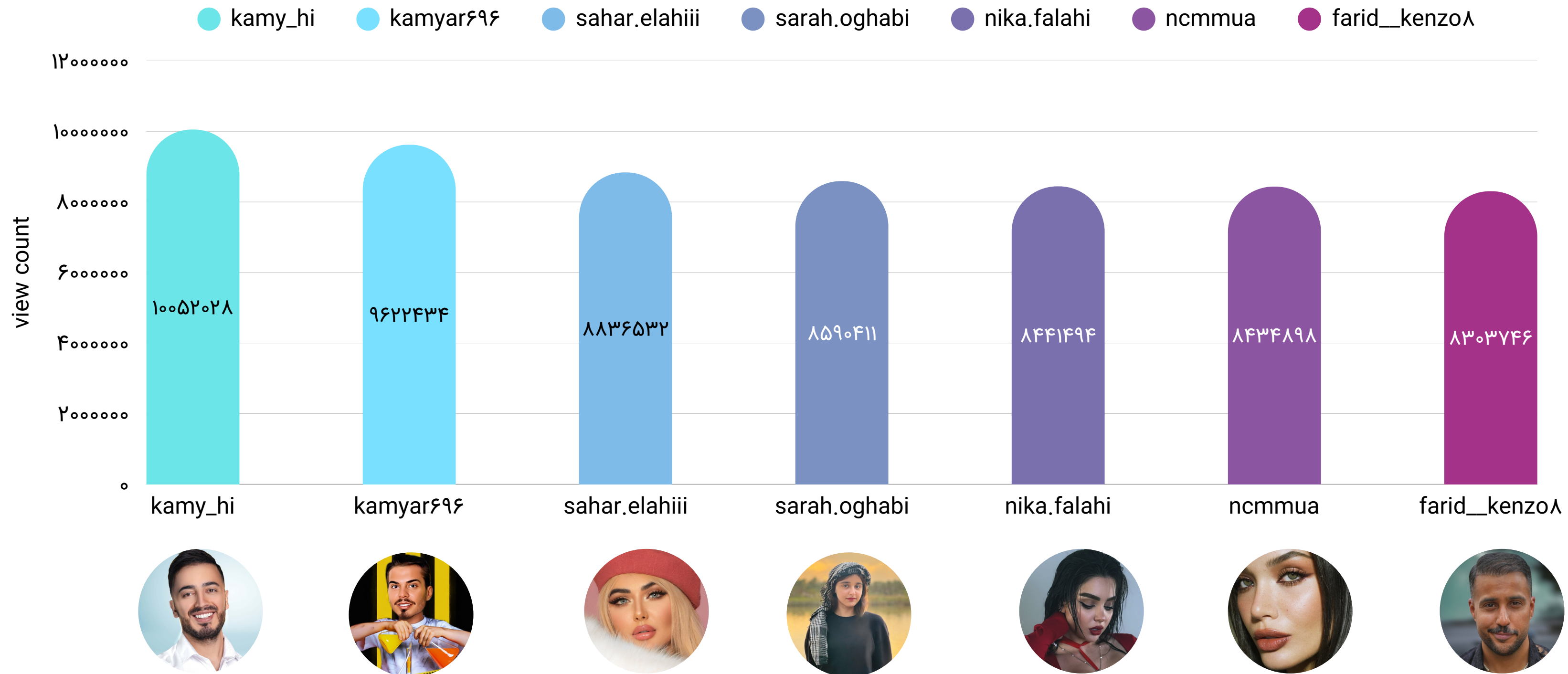


آنالیز شبکه‌های اجتماعی و اینفلوئنسر مارکتینگ

پربازدیدترین اکانت‌ها

کدام اکانت‌ها بیشترین بازدید را گرفته‌اند.

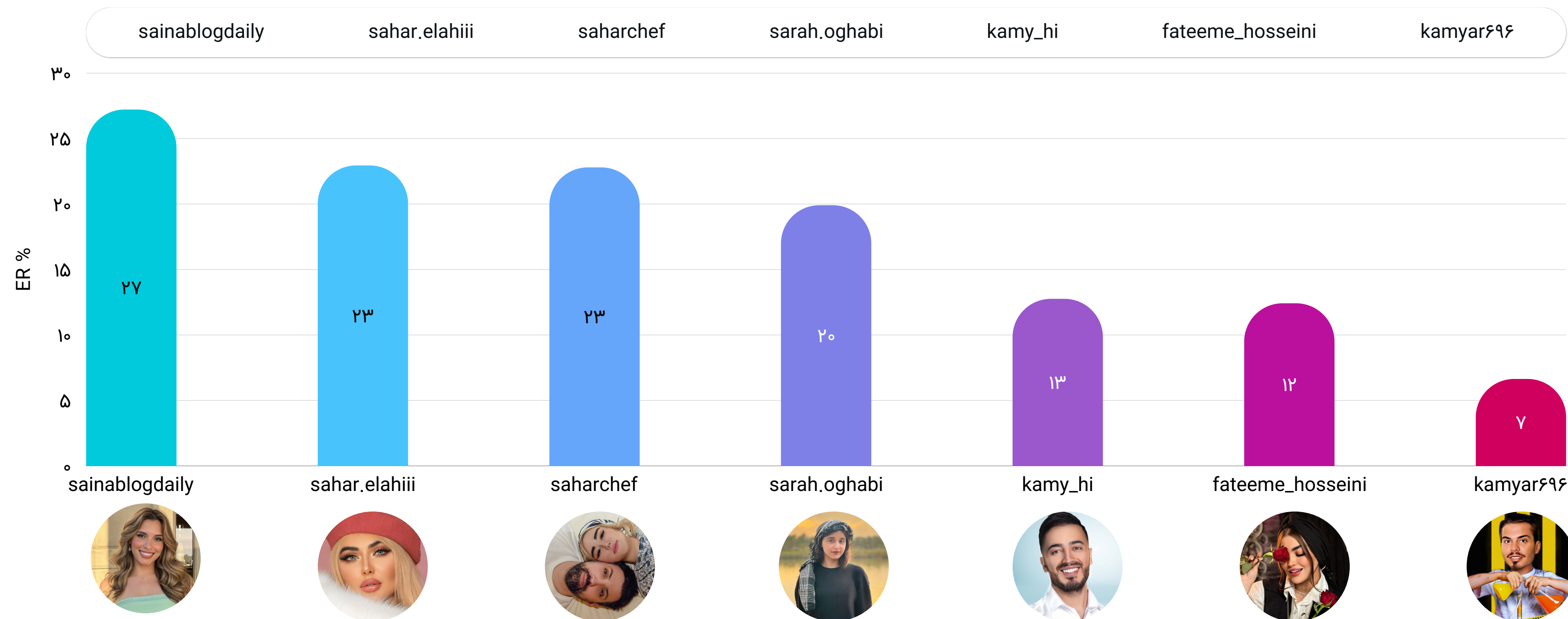
پربازدیدها عمدتاً طنز/لایف‌استایل با برش‌های واقعی از زندگی‌اند؛ محتوایی آشنا و به‌شدت قابل‌اشتراک که با فرهنگ سرگرمی ایرانی هم‌خوان است.



بالاترین نرخ تعامل

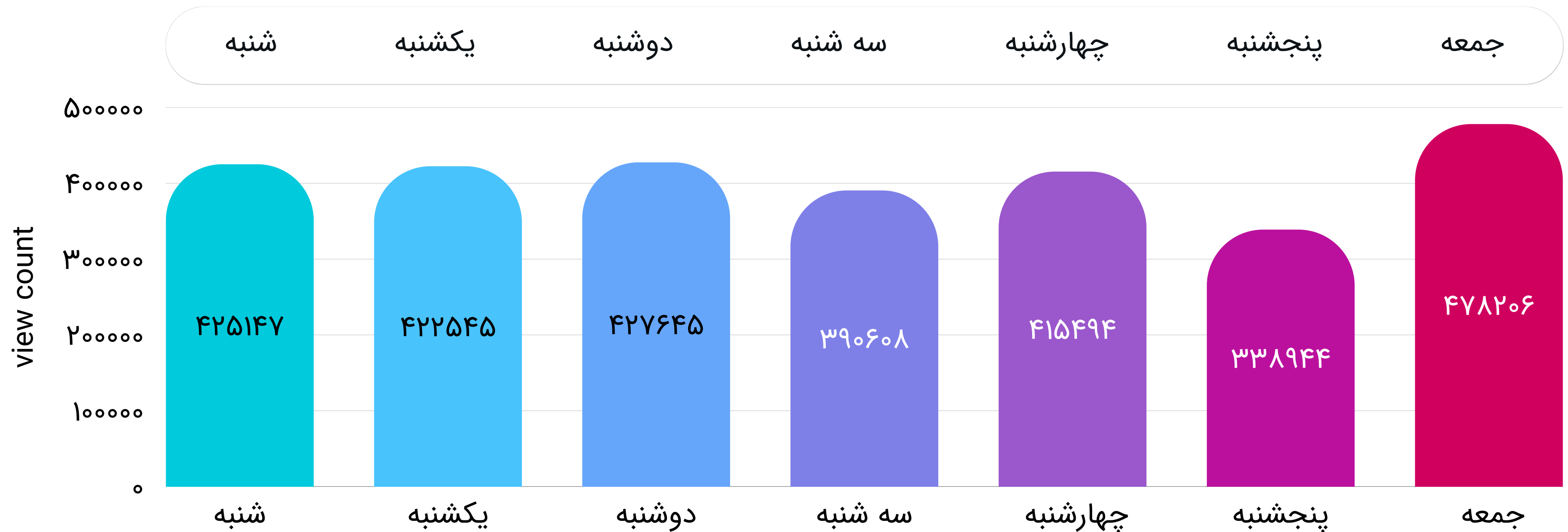
اکانت‌هایی که بیشترین تعامل نسبی را می‌گیرند.

بیشترین تعامل برای پیج‌هایی است که طنز روایی و ویدئوهای کوتاه قابل‌همدلی می‌سازند؛ اینجا پیوند پارسوشال فعال است، مخاطب خودش را وسط داستان می‌بیند و می‌خواهد پاسخ بدهد، اصلاح کند و خاطره مشابه بنویسد.



کدام روزها بیشترین میانگین بازدید را دارند.

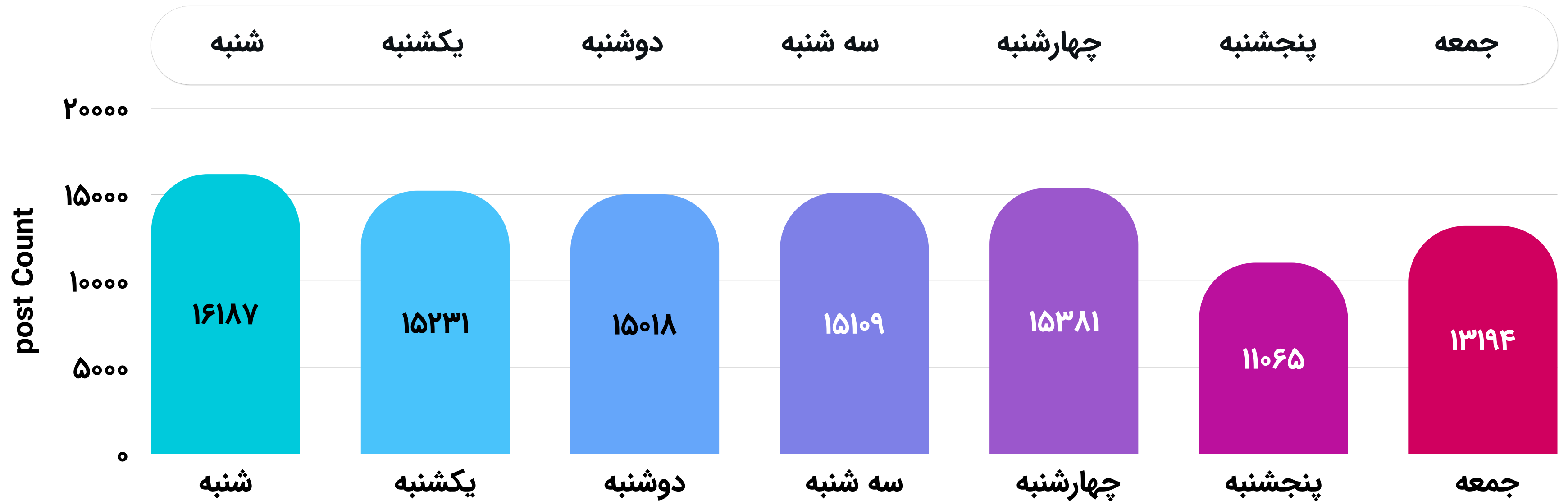
اوج تقاضای تماشا در جمعه و کف آن در پنجشنبه است؛ بازتابی از فراغت خانوادگی در تعطیل و کاهش آنلاین بودن در پنجشنبه است.



حجم پست ها در هفته

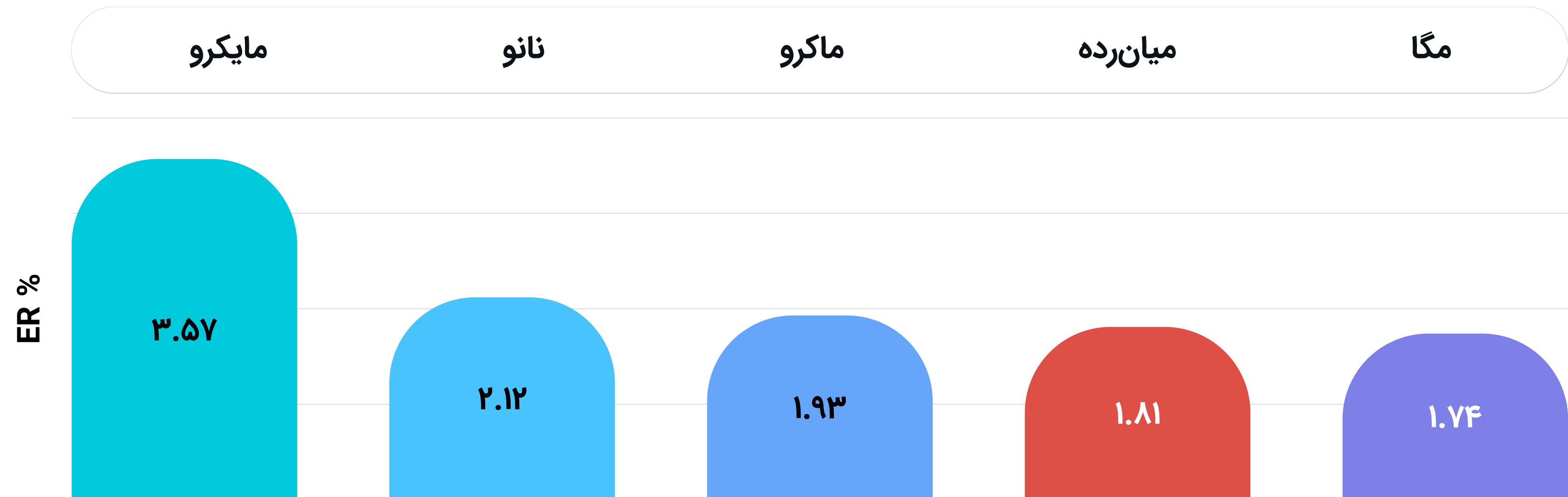
کدام روزها شلوغ تر هستند.

حجم انتشار اینفلوئنسرها در ابتدای هفته رشد گرفته و در آخر هفته افت میکند. این بیشتر نشانه‌ی الگوی کاری خود اینفلوئنسرهاست: بخشی از تولید/ادیت طی روزهای پایان هفته انجام می‌شود و خروجی‌ها ابتدای هفته منتشر می‌شود.



مقایسه نرخ تعامل مگا تا میکرو

مگاها «برد سریع» می‌دهند، اما عمق رابطه در میکرو/نانو شکل می‌گیرد؛ در تبلیغات موفق معمولا چند چهره بزرگ برای آگاهی + چند اینفلوئنسر کوچک برای تعامل عمیق تر انتخاب می‌شود.

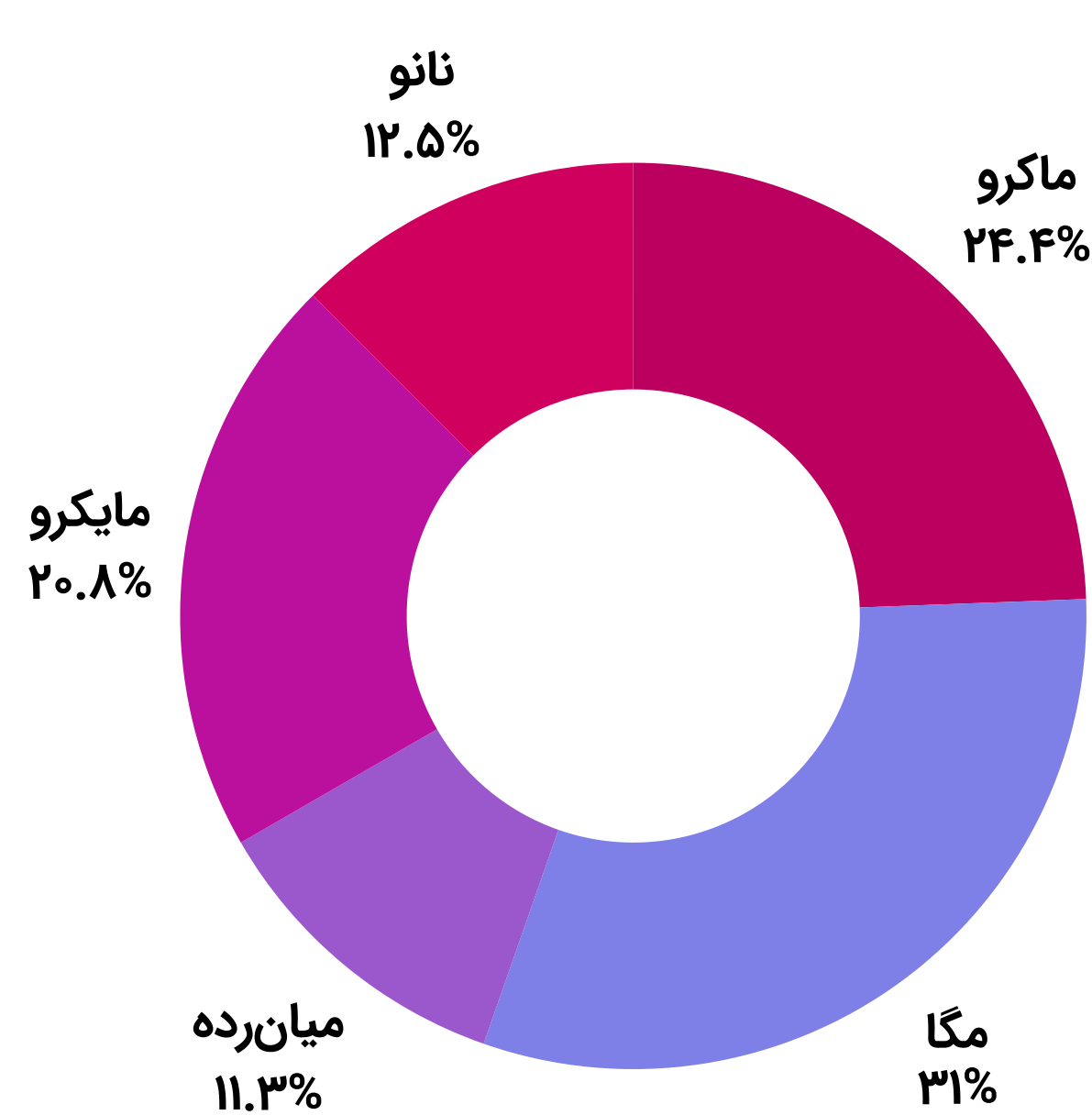


: نانو (>10k)، میکرو (10k-50k)، میدتیر (50k-100k)، ماکرو (100k-500k)، مگا (>500k).

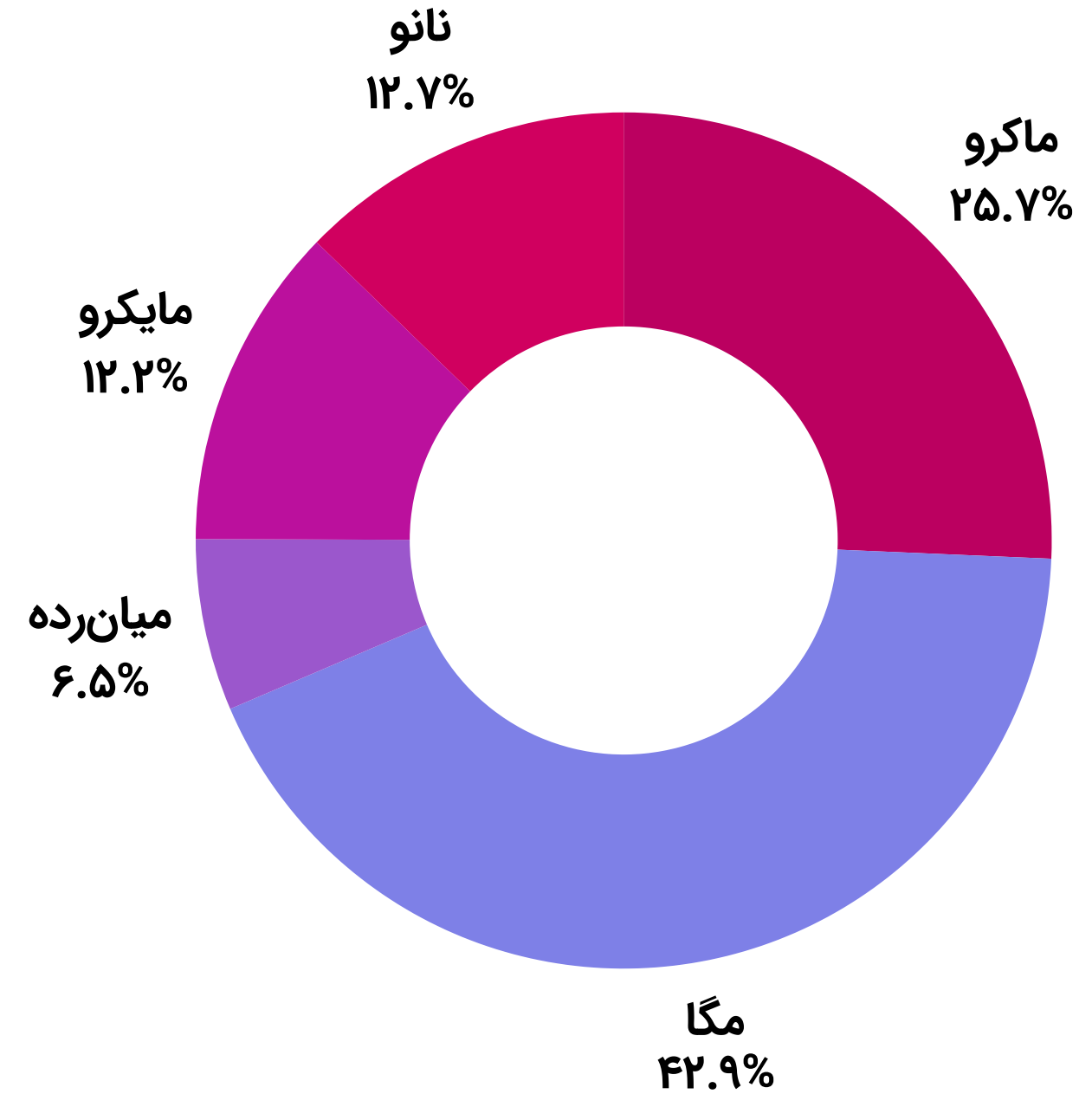
سهم تولید محتوا بر اساس اندازه

عرضه را لایه‌های بزرگ می‌چرخانند، اما چون تعامل بالاتر در رده های کوچکتر است، همین موضوع یک فرصت جذب ارزان‌تر می‌سازد.

کدام رده‌ها بیشتر تولید می‌کنند؟



پست

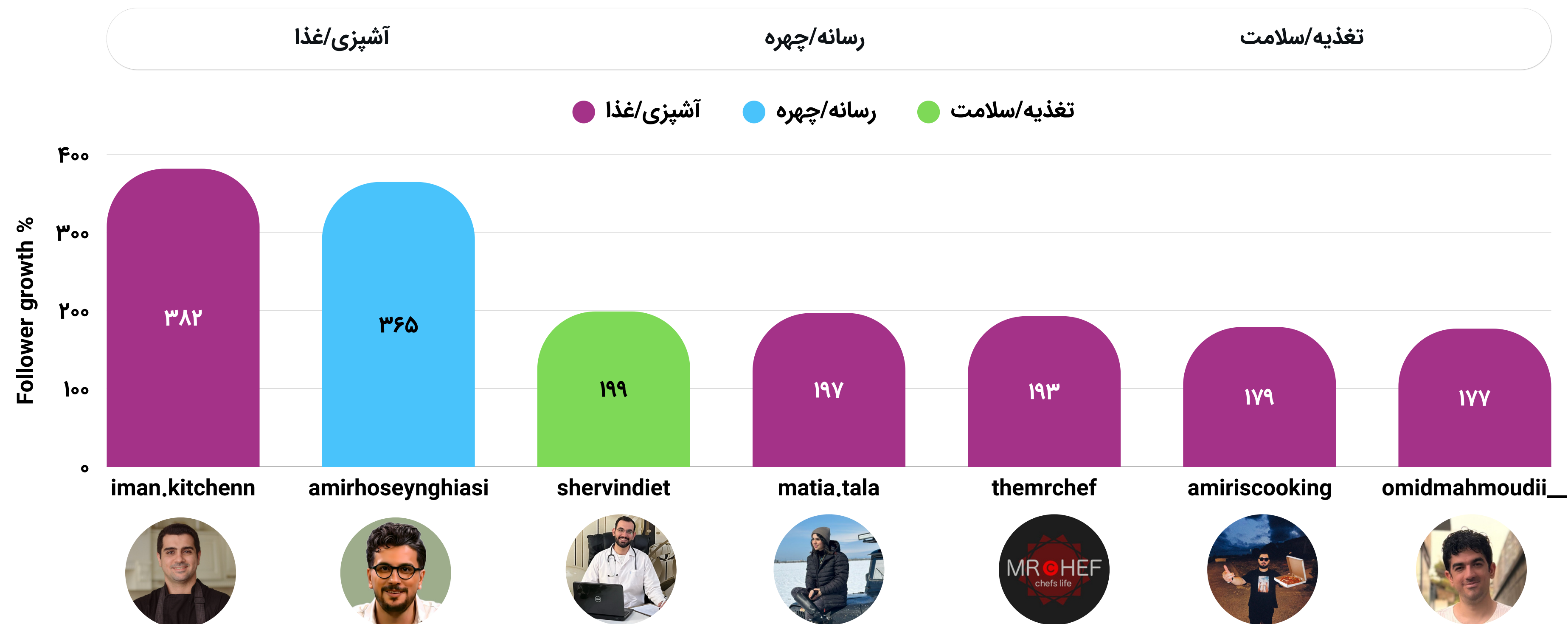


استوری

جریان‌های رشد فالوئر

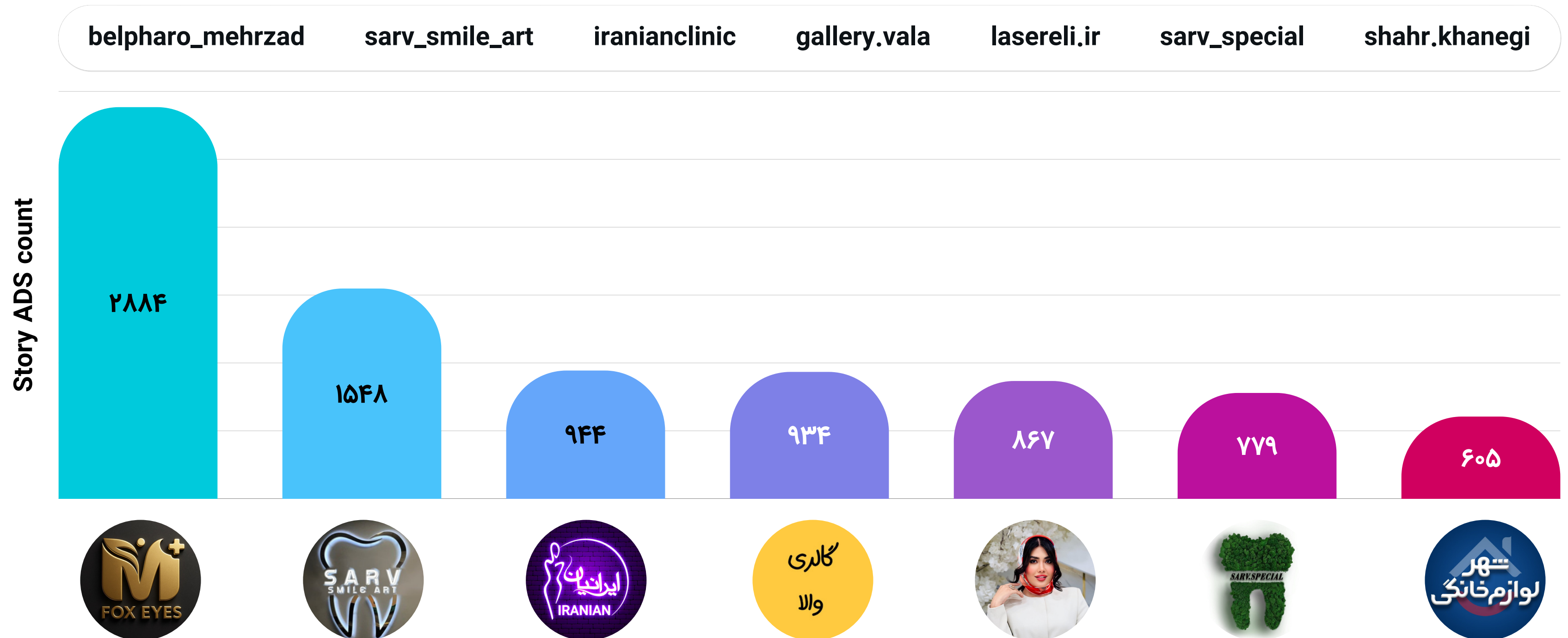
حساب‌هایی که در ۶ ماه بیشترین رشد را داشته‌اند.

در بین ۷ اکانت با سریع‌ترین رشد، ۵ اکانت آشپزی/غذا هستند؛ نشانه‌ای از لذت سریع در سبد مصرف ایرانی و پاداش الگوریتم به دوپامین‌های آنی تولید شده برای مخاطبان است.



برندهای پرتلر در تبلیغات اینفلوئنسرها (استوری) کدام برندها بیشترین حضور در استوری داشته‌اند.

استوری رسانه‌ی «تصمیم کوتاه» است: تایید اجتماعی سریع (قبل/بعد و تجربه واقعی) اعتماد لحظه‌ای می‌سازد. در ایران، دسته‌هایی مثل زیبایی/کلینیک بیشترین تبلیغ را در استوری انجام داده‌اند.



کدام برندها بیشترین حضور در تبلیغات پست را داشته‌اند.

تبلیغات در پست «زیرساخت هویتی» است؛ بازیگران بزرگ‌تر بازار برای آگاهی پایدار و روایت بلندمدت اینجا سرمایه‌گذاری می‌کنند.

