گزارش سالیانه آژانس دیجیتال مارکتینگ گهواره

سال ۱۴۰۲

معرفی آژانس گهواره



گـهواره بزرگترین اپلیکیشن فـارسی‌زبان هـمیار تربیت کودک و بارداری است.

با مقایسه آمار تولد نوزادان ثبت‌شده در سازمان ثبت احوال کشور و تعداد کاربران ثبت‌نام شده در اپلیکیشن گهواره، مشاهده می‌شود که در سه سال گذشته، **از هر سه نوزاد متولد شده، یک نوزاد در گهواره عضویت دارد.**

محتواهای اصلی پلتفرم گهواره شامل دوران اقدام به بارداری، بارداری، زایمان، دوران نوزادی و کودکی است. به همین دلیل، درصد قابل توجهی از مادران باردار و والدین دارای کودکان زیر ۶ سال ایرانی، مخاطبان گهواره هستند.

آژانس گهواره به عنوان دپارتمان تخصصی ارتباطات تجاری با برندها (B2B) فعالیت خود را در پاییز سال ۱۴۰۱ آغاز کرد.

ماموریت آژانس گـــهواره

مامـــوریت اصلـــی آژانـــس گهواره، شناسایی تخصصی محصولات و خدمات مورد نیاز مـادران است. ایـن آژانس به عنوان یک مرجع فرزنـــدپروری مـــعتبـــر، خـــدمات و محصـــولات مورد نیاز مادران را به آنـــها مـــعرفی می‌کند. همچنین، آژانس گهـواره به برندهـــای مادر و کودک کمک می‌کند تا بتوانـــند با جامعه هدف خود ارتـــباط سازنده‌ای برقرار کرده و آنـــها را با محصولاتشان آشنا کنند.

آژانس گهواره با تبـــدیل **هزینـــه‌های بازاریابی برنـدها** به **هزینه‌های آموزش کاربران**، به تقویت و ایـجاد روابـط عمیق و پایدار بین برندها و مخاطبانشان کمک می‌کند.



گهواره



دستاوردهای کلیدی اپلیکیشن گهواره در سال ۱۴۰۲

کاربران گهواره

تعداد کل کاربران ثبت‌نامی گهواره از ابتدا تاکنون **۲,۲۸۵,۶۱۹** است.
۵۱۵,۴۵۶ نفر از این تعداد در سال ۱۴۰۲، عضو گهواره شده‌اند.

کاربر فعال ماهانه

در سال ۱۴۰۲، به صورت میانگین **۴۵۰ هزار کاربر** فعال ماهانه در گهواره وجود داشته‌اند

کاربر فعال روزانه

۱۵۰ هزار نفر، هر روز به گهواره سر میزنند و به صورت میانگین ۱۰ دقیقه در اپلیکیشن سپری می‌کنند.

کاربر فعال ماهانه

در سال ۱۴۰۲، به صورت میانگین **۴۵۰ هزار کاربر** فعال ماهانه در گهواره وجود داشته‌اند

شبکه های اجتماعی

اینستاگرام گهواره دارای بیش از **۱،۰۰۰،۰۰۰ فالوور** است.

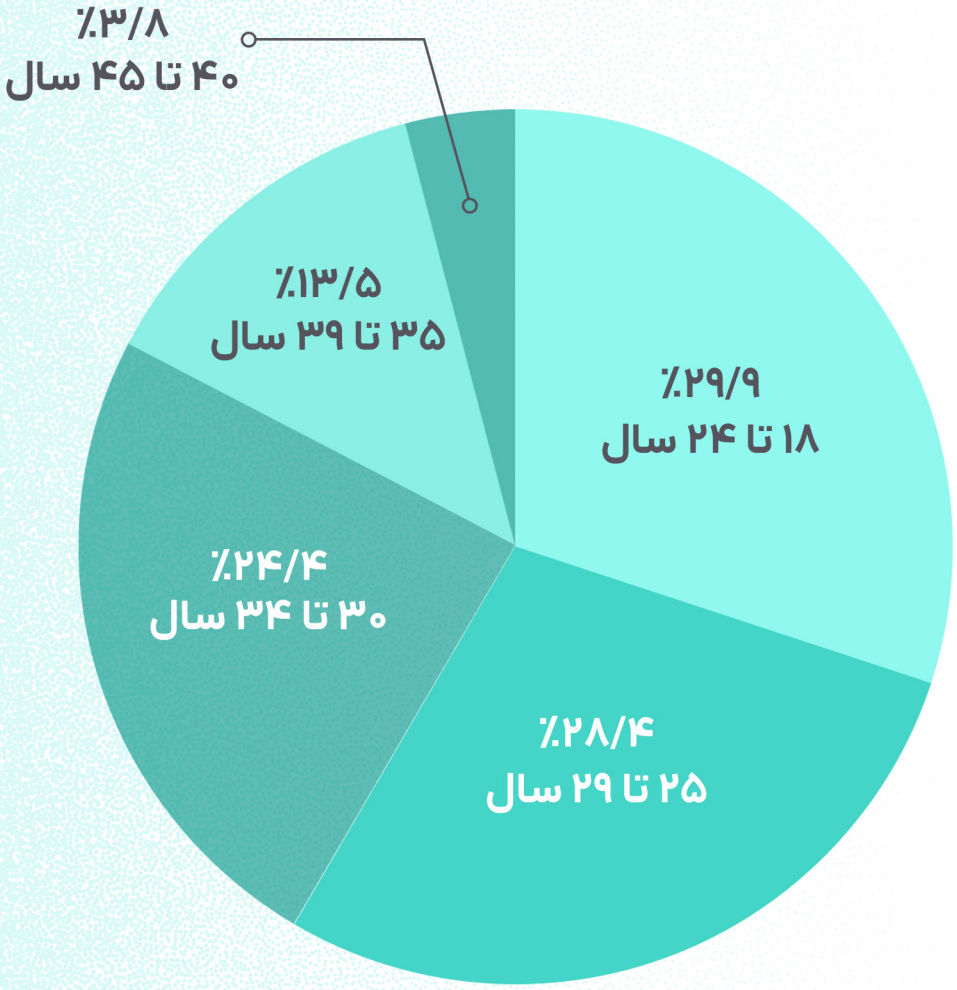
وبسایت گهواره

بازدید ماهیانه‌ی وبسایت گهواره **۳،۵۰۰،۰۰۰** است.

برندهایی که در اپلیکیشن گهواره معرفی می‌شوند، در طول یک ماه، حداقل به ۵۰۰ هزار نفر معرفی می‌شوند.

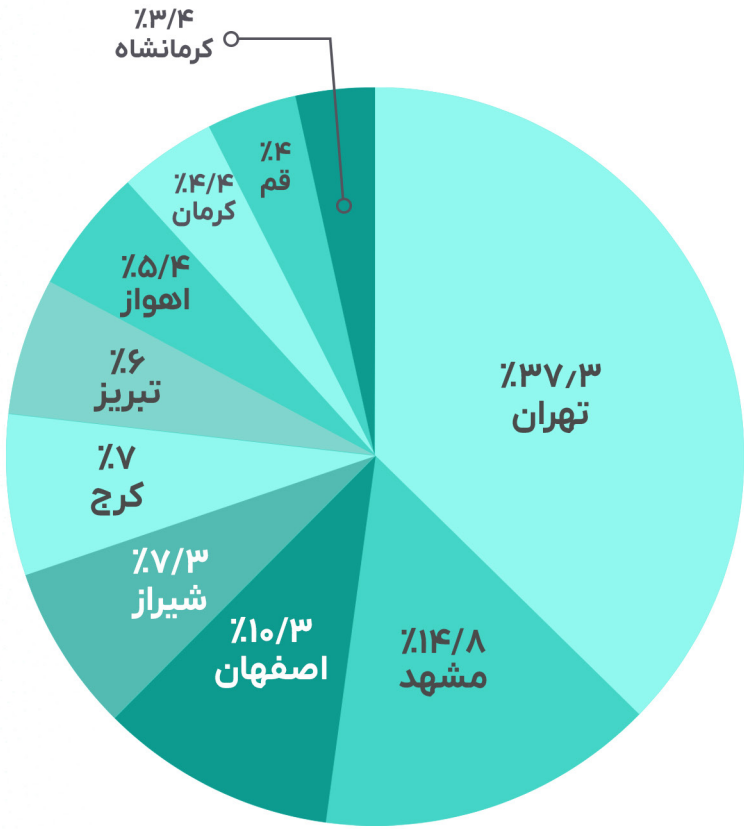
دموگرافی کاربران فعلی گهواره

نمودارهایی که در ادامه آمـــده‌اند، کاربـــران گهواره را به تفـکیک ســن و شهــر نمـــایش می‌دهند.

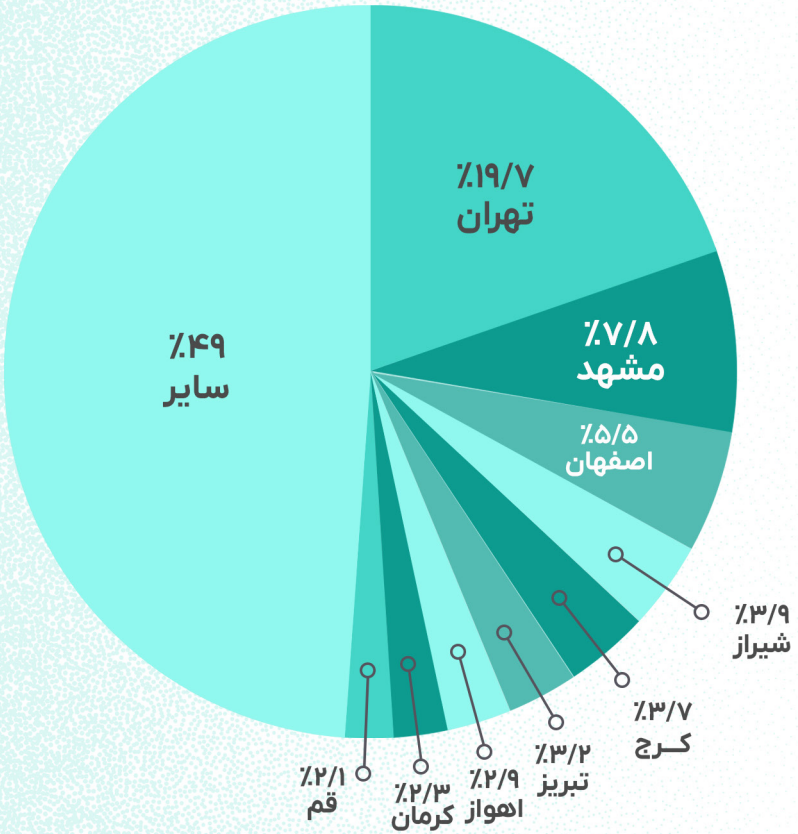


نمودار ۱: فراوانی سنی کاربران گهواره

دموگرافی کاربران فعلی گهواره



نمودار ۲: فراوانی کاربران به تفکیک شهر
(۱۰ استان بزرگ)



نمودار ۳: فراوانی کاربران به تفکیک شهر
(همه‌ی استان‌ها)

برندهای همکار گهواره در ۱۴۰۲

در سال ۱۴۰۲، **۲۱ برند** به گهواره اعتماد کرده و از رسانه‌های گهواره در کمپین‌های خود استفاده کرده‌اند.



گهواره





کمپین پینو بیبی: بهار ۱۴۰۲

اهداف کمپین:

- جانمایی برند پینو به عنوان متخصص علمی حوزه والدگری با اختصاص **۷۳ میلیون** ایمپرشن در اپلیکیشن، سایت و اینستاگرام گهواره

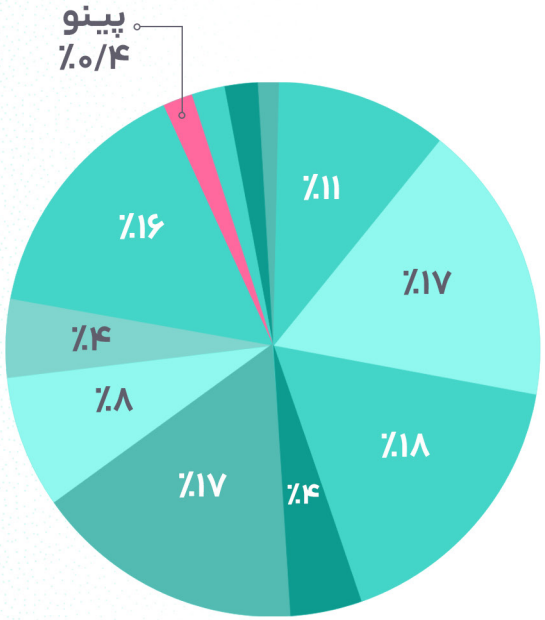
- برندینگ عمومی با برگزاری کمپین نوروزی #من_بزرگ_شدم با اختصاص **۳۱ میلیون** ایمپرشن در اپلیکیشن، سایت و اینستاگرام گهواره

مدت زمان برگزاری کمپین: دو ماه

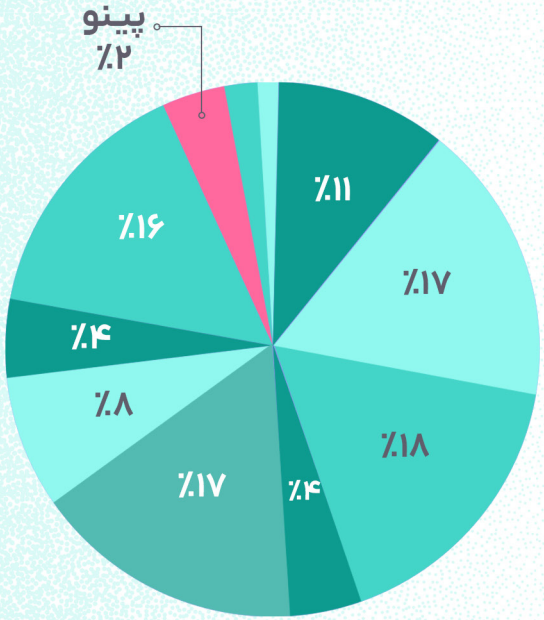
کمپین پینو بیبی: بهار ۱۴۰۲

- پرسشنامه‌ی آگاهی از برند یکسانی، قبل و بعد برگزاری کمپین توسط کاربران گهواره پر شد.
- **جامعه آماری: ۵۰۰۰ نفر**

نرخ رشد انتخاب برند پینو بیبی در بین رقبا: ۵ برابر

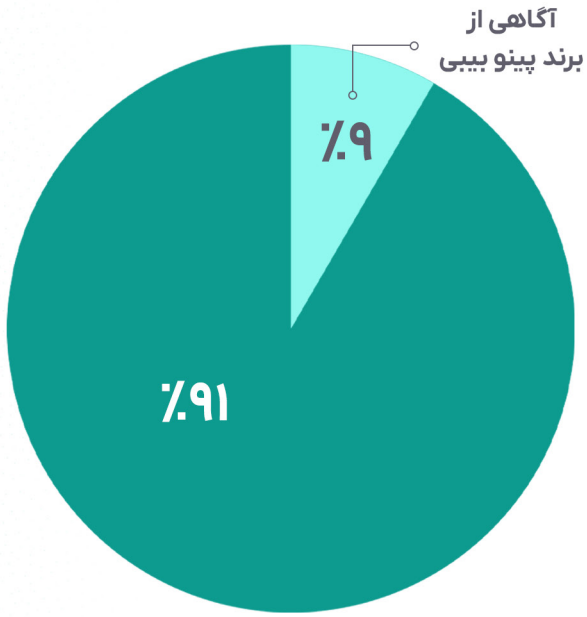


نمودار۴: نتایج موج قبل از کمپین

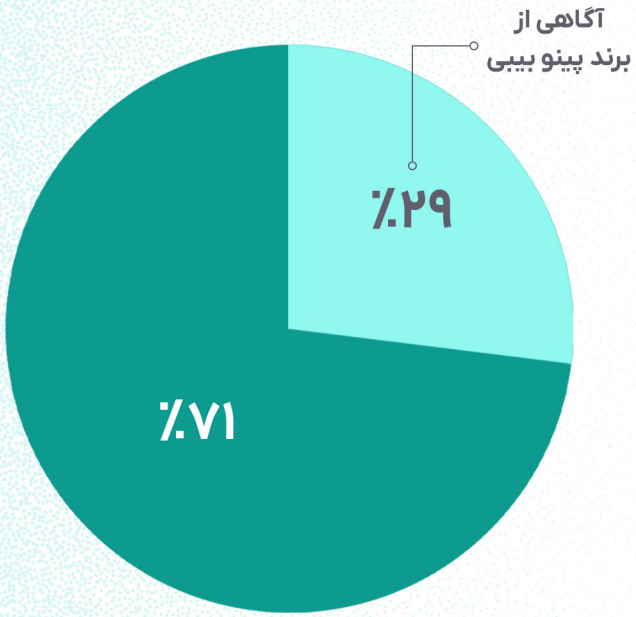


نمودار۵: نتایج موج بعد از کمپین

نرخ رشـــد آگـــاهی از برنـــد: ٪۲۰ افـــزایش



نمودار۶: نتایج موج قبل از کمپین



نمودار۷: نتایج موج بعد از کمپین

کمپین مای‌بیبی: پاییز ۱۴۰۲

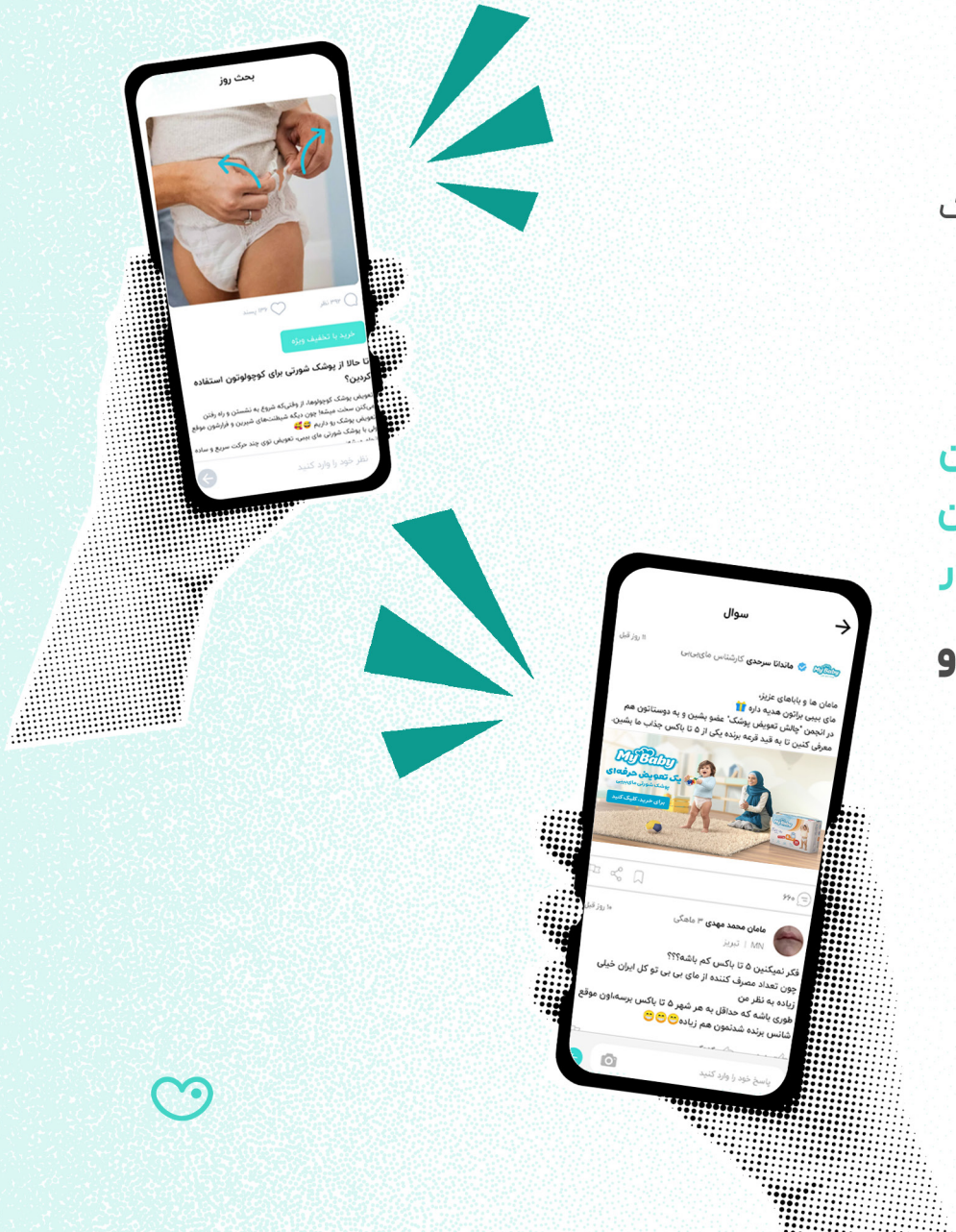
- **اهداف کمپین:**

افزایش آگاهی مخاطبان گهواره از گروه محصولات پوشک شورتی و دستمال مرطوب

- **مدت زمان برگزاری کمپین: یک ماه**

- ایمپرشن اختصاص داده شده در اپلیـــکیشن: **۱۰ میلیون**
- ایمپرشن اختصاص داده شـــده در وبـــــسایت: **۱ میلیون**
- ایمپرشن اختصاص داده شده در اینستـــاگرام: **۴۰۰ هزار**

راه اندازی کـــلاب اخـــتصاصی بـــرنـــد در اپلیـــکیشن و حضور ۵۰۰۰ عضو فعال



کمپین فول‌تایم: زمستان ۱۴۰۲



- **اهداف کمپین:**

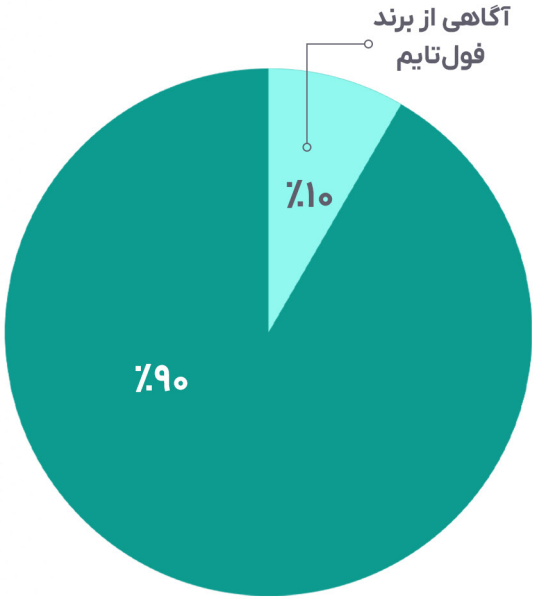
افزایش آگاهی مخاطبین گهواره از برند دستمال کاغذی فول‌تایم

- **مدت زمان برگزاری کمپین: سه ماه**

- ایمپرشن اختصاص داده شده در اپلیکیشن: **۱۹ میلیون**
- ایمپرشن اختصاص داده شده در وبسایت: **۳ میلیون**
- ایمپرشن اختصاص داده شده در اینستاگرام: **۴۵۰ هزار**

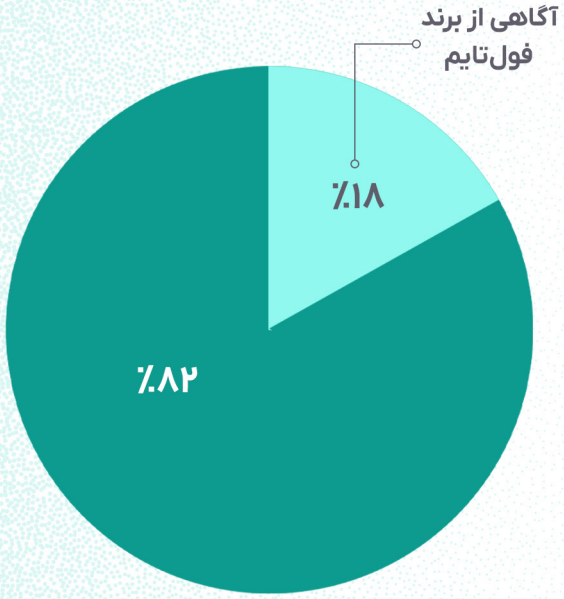
کمپین فول‌تایم: زمستان ۱۴۰۲

- پرسشنامه‌ی آگاهی از برند یکســـــانی، قبل و بعد بـــرگزاری کمپین توسط کاربران گهواره پر شد.
- **جامعه آماری: ۴۰۰۰ نفر**



نمودار۸: نتایج موج قبل از کمپین

نرخ رشد آگاهی از برند:
٪۸ افزایش



نمودار۹: نتایج موج بعد از کمپین

سایر مشتریان آژانس گهواره

- رویـــان: ۸ مـــیلـــیون ایـــمپرشن
- زیپـــاد: ۱۱ میلـــیـــون ایـــمپـــرشـــن
- دکتر عبیدی: ۸/۵ میلیون ایمپرشن
- بـــبـــم: ۱۲ میـــلیون ایـــمپـــرشـــن



فضای رسانه‌ای اختصاص داده شده در نگاه کلی سال ۱۴۰۲

تعداد پیامک ارسال شده

۰،۵ میلیون
(CTR میانگین ۸٪)

تعداد پوش ارسال شده

۳۳ میلیون
(CTR میانگین ۶٪)

مجموع ایمپرشن اختصاص داده شده در اپلیکیشن

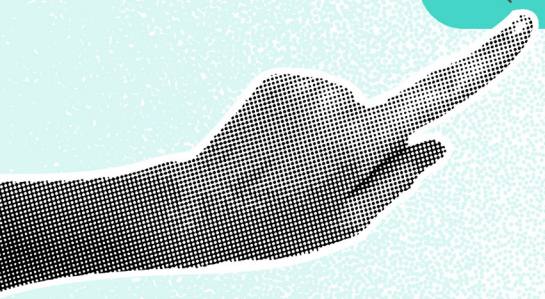
۱۴۵ میلیون
(CTR میانگین ۲٪)

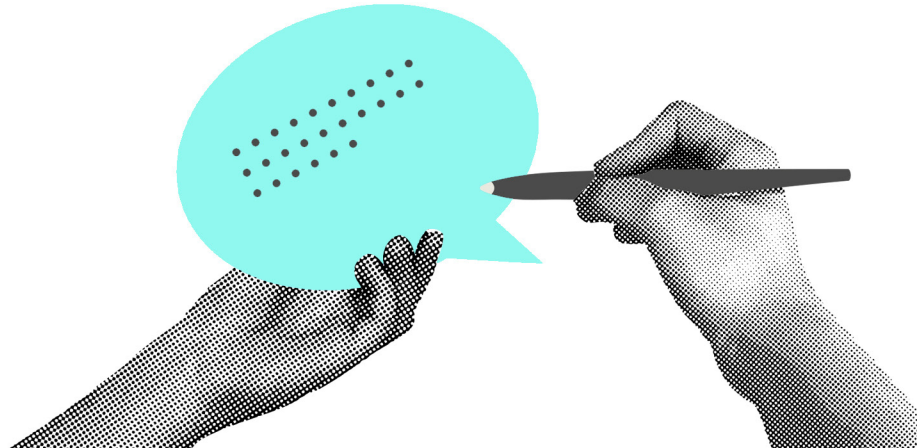
انجمن اختصاصی ماهیانه

۳

محتوای منتشر شده در اینستاگرام

۴۷ عدد

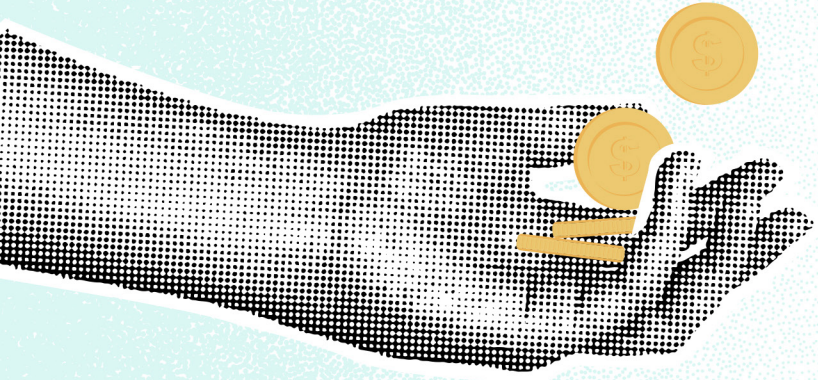






نرخ ریتنشن مشتریان آژانس گهواره

از ابتدای شروع کار آژانس گهواره، **۷۰ درصد** از مشتریان پس از انجام اولین کمپین تبلیغاتی از نتایج به‌دست‌آمده رضایت داشتند و همکاری دوم را با گهواره پیش برده‌اند.



نقاط قوت و مزیت‌های رقابتی آژانس گهواره

• اعتماد و وفاداری کاربران:

۳۰ درصد از کاربران گهواره اشتراک گهواره پلاس را خریداری کرده‌اند، که این نشان‌دهنده اعتماد عمیق آنان به گهواره است. این اعتماد به برندهای مورد تایید گهواره هم منتقل می‌شود.

• سخت‌گیری در انتخاب مشتری:

آژانس گهواره در انتخاب مشتریان خود بسیار دقیق و سخت‌گیر بوده و تنها با برندهایی همکاری می‌کند که استانداردهای بالای گهواره را دارا باشند. این باعث می‌شود تا کیفیت خدمات و تبلیغات ارائه شده به حداکثر برسد.

• دسترسی و تعامل آسان با مادران:

گهواره میزبان تعداد زیادی از کاربران خانم و مادر است که به راحتی می‌توان به آنها دسترسی داشت و با آنها تعامل کرد. این جامعه بزرگ از مادران، فرصت‌های بی‌نظیری برای برندها ایجاد می‌کند.

• هدف‌گذاری دقیق بر اساس سن کودک:

کاربران گهواره بر مبنای سن کودکان خود در گهواره عضو هستند. این امکان را فراهم می‌آورد که محصولات و خدمات به طور دقیق و هدفمند بر اساس دسته‌بندی سنی به کاربران معرفی شوند و بازدهی بیشتری داشته باشند.

توصیه‌ها و فرصت‌های همکاری

علاوه بر استفاده از رسانه‌های گهواره که به عنوان بزرگترین اپلیکیشن مادر و کودک ایرانی شناخته می‌شود، برندها می‌توانند از خدمات ویژه زیر بهره‌مند شوند:

- **تحقیقات بازار و تحلیل نظرات کاربران:**

برندها می‌توانند از یوزربیس گهواره برای انجام تحقیقات بازار مستقیم استفاده کرده و یا نظرات کاربران در شبکه اجتماعی را با کمک هوش مصنوعی تحلیل کرده تا تحقیقات بازار آفلاین صورت پذیرد.

- **بازاریابی آموزشی (Educational Marketing)**

برندها می‌توانند با همکاری گهواره، خود را به عنوان یک برند علمی معتبر جا بیندازند. گهواره به عنوان یک مرجع علمی در حوزه مادر و کودک، می‌تواند اعتبار و اعتماد مخاطبان را به برندها منتقل کند.

- **طراحی کمپین‌های خلاقانه:**

اتاق فکر گهواره با تیمی از متخصصان خلاق، به برندها کمک می‌کند تا کمپین‌های تبلیغاتی خلاقانه و اثربخش طراحی و اجرا کنند. این خدمات باعث می‌شود که برندها بتوانند به شکلی نوآورانه و جذاب با مخاطبان خود ارتباط برقرار کنند.

اطلاعات تـــماس

برای کسب اطلاعات بیشتر، به روش‌های زیر امکان ارتباط
با آژانس دیجیتال مارکتینگ گهواره وجود دارد:

پُرس لاین

پـــرس لایـــن

کلیک کنید

agency@gahvare.net

۰۲۱-۴۴۰۸۵۴۷۱





با سپاس از توجه شما

سال ۱۴۰۲