

گزارش سال ۱۴۰۳ متریکس

منتشر شد!

واقعیت‌های پنهان
بازار اپ‌های ایرانی در سال ۱۴۰۳





کاربران چگونه اپ‌ها را پیدا می‌کنند؟

بیش از ۹۰٪ نصب‌ها ارگانیک است! یعنی
از جستجو یا توصیه دوستان یا ...

فقط در ۳ دسته اپ در سال ۱۴۰۳، نصب
غیرارگانیک بالای ۲۰٪ مشاهده شده
است!



پرچم‌داران جذب کاربر با تبلیغات!



برنامه‌ها
سبک زندگی
و سلامتی

۴۰٪



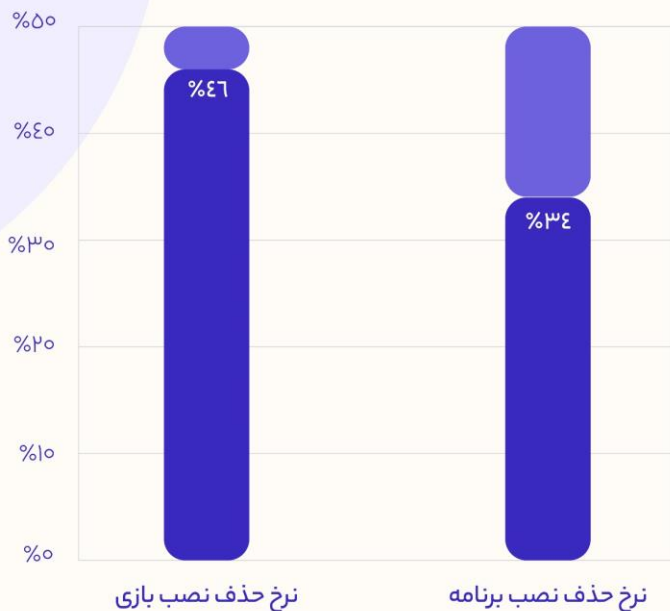
بازی‌ها
اپ‌های تفریحی

۲۳٪

بازی‌ها

نرخ uninstall بیشتری دارند!

اما چرا؟ این ممکن است به این دلیل باشد که کاربران، بازی‌ها را برای امتحان نصب می‌کنند و بعد از مدتی حذفش می‌کنند، ولی برنامه‌ها کاربردی‌تر هستند و بیشتر نگه داشته می‌شوند.



کدام ژانر از بازی‌ها بیشتر uninstall می‌شوند؟

- بازی‌های کلمات، استراتژی و ورزشی بیشترین نرخ حذف را دارند.
- بازی‌های اکشن، شبیه‌سازی و پازل نرخ حذف کمتری دارند.

۷۷٪

- بازی‌های کودکانه کمترین نرخ حذف را دارند، مخصوصاً نصب‌های غیرارگانیک آن.

تبلیغات برنامه‌ها

همیشه موفق‌تر بوده است!

نرخ تبدیل کلیک به نصب در برنامه‌ها همیشه بهتر از بازی‌ها بوده؛ یعنی تبلیغات اپ‌های برنامه جذاب‌تر و مؤثرتر عمل می‌کند.

نرخ تبدیل برنامه ۱٫۹۷٪



نرخ تبدیل بازی ۱٫۳۳٪



فصل برتر نصب در سال ۱۴۰۳

زمستان با بیشترین نصب، احتمالاً به خاطر کمپین‌های پایان سال، پربازده‌ترین فصل در سال ۱۴۰۳ بوده است.

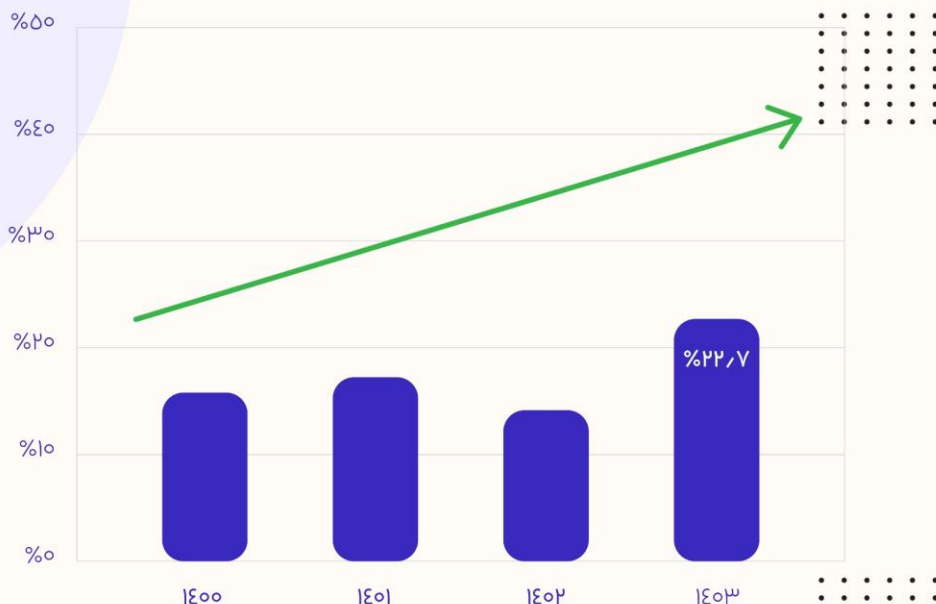
اگر میزان نصب کل سال را ۱۰۰ درصد در نظر بگیریم،
سهم فصل زمستان حدود ۲۲.۷٪ است.



اپ‌های مالی،

صدرنشین نصب‌ها در سال ۱۴۰۳

نصب اپ‌های مالی در ۴ سال گذشته، روند صعودی و تقریباً پایداری داشته است و درنهایت در سال ۱۴۰۳ به سهم ۲۲.۷٪ از کل نصب‌ها رسیده‌اند!

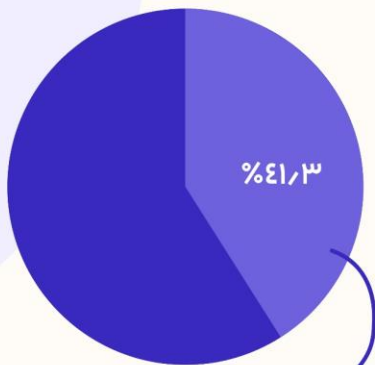


سهم نصب اپ‌های مالی طی ۴ سال گذشته

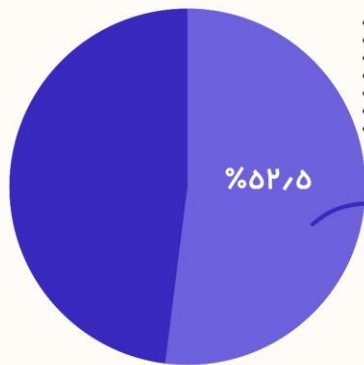


بازی‌های تفننی، محبوب‌ترین بازی‌ها!

در سال ۱۴۰۳، تقریباً نیمی از نصب‌ها و کاربران فعال روزانه بازی‌ها، متعلق به **بازی‌های تفننی** بوده است؛ بازی‌های ساده و جذابی که کاربران را درگیر نگه می‌دارد.

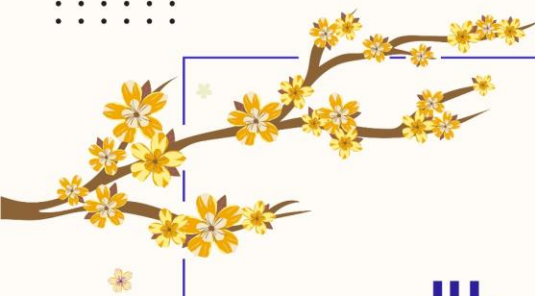


سهم نصب بازی‌های تفننی



سهم کاربران فعال روزانه بازی‌های تفننی





بهار، فصل طلایی برای بازی‌هاست!

طبق آمار متریکس، در بهار نه فقط نصب
بازی‌ها، بلکه میزان استفاده و تعامل
هم اوج می‌گیرد؛ که این یعنی تبلیغات
بازی‌ها در **بهار و تابستان** بیشترین
بازده را دارد!



کافه آزاد؛

سلطان نصب‌های غیرارگانیک!

بیشترین سهم نصب‌های غیرارگانیک (از طریق تبلیغات)، در سال ۱۴۰۳ متعلق به **کافه بازار** بوده است. احتمالاً محبوبیت و گستردگی این مارکت ایرانی باعث شده تبلیغات در آن بهترین نتیجه را داشته باشد.





این تنها بخشی از گزارش سال ۱۴۰۳ بود.
برای مشاهده آمار و تحلیل‌های کامل این
گزارش، به صفحه «**بینش متریکس**» به
آدرس زیر مراجعه کنید.

insight.metrix.ir

درخواست دمو

بینش متریکس **Metrix**



متریکس، ابزاری برای تصمیمات داده محور
رسالت متریکس، شفاف سازی و کمک به تصمیمات داده محور است و هدف از انتشار این گزارشات ایجاد یک افق دید مناسب در مورد بازار و کاروان برای مدیران بازاریابی، مدیران محصول و توسعه‌دهندگان اپلیکیشن ایرانی در راستای بهینه‌سازی بوده است.

گزارشات منتشرشده‌ی متریکس

گزارش تحلیلی چنگ ۱۲ روزه در خرداد ۱۴۰۴

در این گزارش، باره زمانی مورد بررسی به سه دوره اصلی تقسیم شده است: پیش از چنگ از تاریخ ۱۱ خرداد تا ۲۲ خرداد، دوران چنگ از ۲۳ خرداد تا ۳ تیر، و پس از چنگ از ۴ تیر تا ۱۵ تیر. این تقسیم‌بندی به منظور تحلیل دقیق‌تر تحولات در هر مقطع زمانی انجام شده است.

مشاهده گزارش



گزارش سال ۱۴۰۳

در سال گذشته، بیش از ۱۰۰۰ اپلیکیشن منتشر شده در استورهای مکترو، از متریکس استفاده کرده‌اند که یک سوم آن‌ها را اپلیکیشن‌های بازی، و دو سوم آن‌ها را برنامه‌ها تشکیل داده‌اند.

مشاهده گزارش



گزارش سال ۱۴۰۲

گزارش ریش رو مربوط به دی‌ماه ۱۴۰۲ اپلیکیشن و ۱۶۶ میلیون نصب است که متریکس در سال ۱۴۰۲ رصد کرده است. یک سوم این اپلیکیشن‌ها در دسته‌ی «بازی» و دو سوم آنها در دسته‌ی «برنامه» هستند.

مشاهده گزارش

