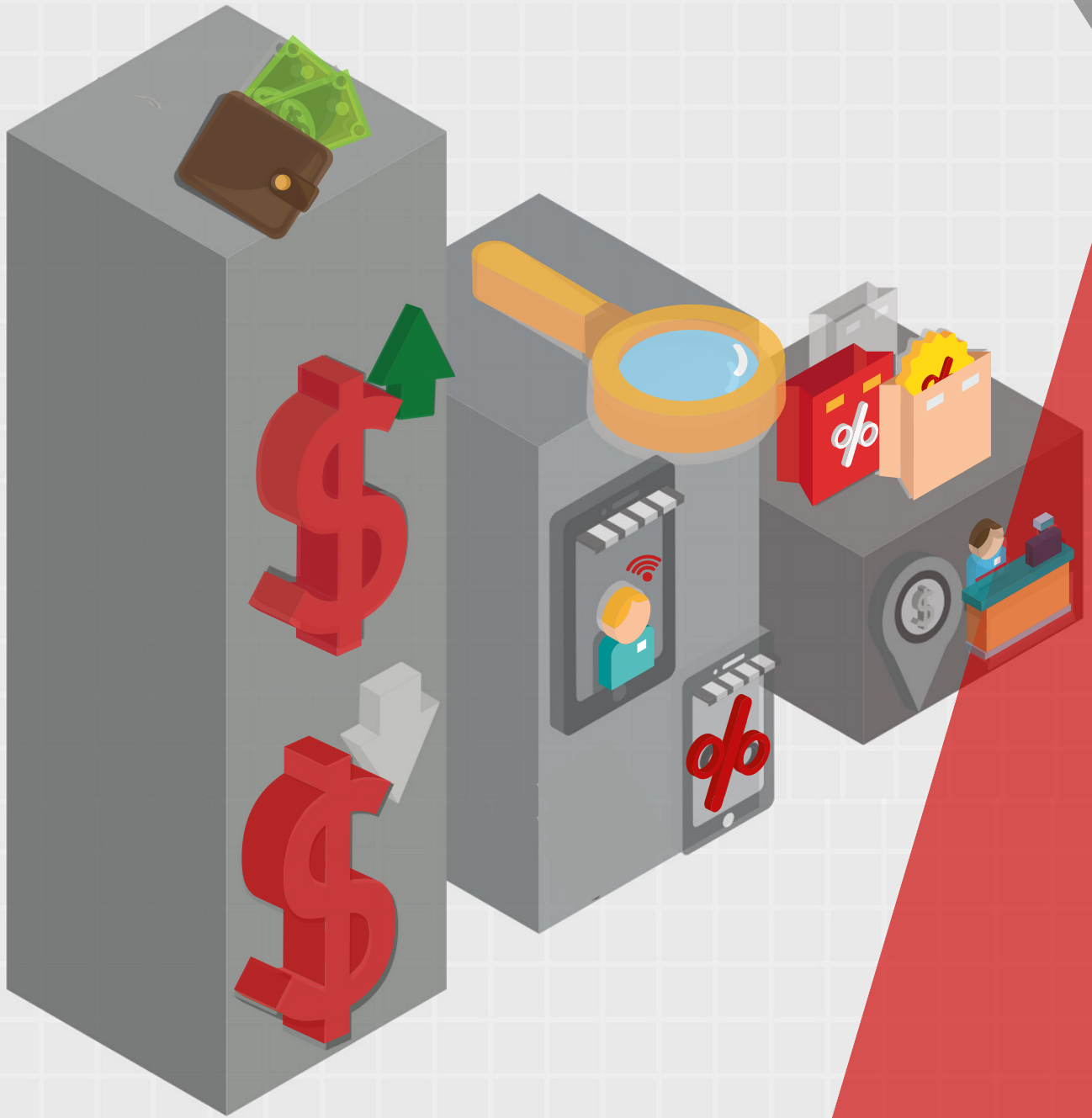


آمار بازاریابی سال 2020



آمارهای بهینه‌سازی موتور جستجو (Search Engine Optimization Statistics)

بهینه‌سازی موتور جستجو (SEO) شامل تکنیک‌هایی است که در بهتر دیده‌شدن وب‌سایت شما در نتایج جستجوی طبیعی یک موتور جستجو کمک می‌کند. با به کارگیری استراتژی‌های SEO می‌توانید رتبه‌بندی و بازدید سایت خود را افزایش دهید. آمارهای زیر به شما در تنظیم دقیق استراتژی SEO کمک می‌کند.

بهینه‌سازی نرخ تبدیل (CRO)

- فقط 17 درصد بازاریابان از تست A/B صفحه فرود (landing page) برای بهبود نرخ تبدیل استفاده می‌کنند.
- نرخ تبدیل صنعت تجارت الکترونیک، 2/04 درصد است.
- صنعت هنر و صنایع دستی با 4/01 درصد، بیشترین میانگین نرخ تبدیل را دارد.
- استفاده از فیلم در صفحات فرود، 86 درصد میزان تبدیل را افزایش می‌دهد.
- 90 درصد کاربران قبل از شروع جستجو، برند تجاری مد نظر ندارند.
- آلمان دارای بالاترین میانگین نرخ تبدیل است و به دنبال آن ایالات متحده قرار دارد.

تجارت الکترونیک

- 84 درصد مردم در صورت برخورد با وبسایت ناامن اقدام به خرید نمی‌کنند.
- تا سال 2021، فروش جهانی تجارت الکترونیک خرده‌فروشی به 4/5 تریلیون دلار خواهد رسید.
- "ترافیک ارجاعی (ReferralTraffic)" بزرگترین منبع تجارت الکترونیک است.
- پیش‌بینی می‌شود تا سال 2020 فروش تجارت الکترونیکی B2B از فروش تجارت الکترونیکی B2C پیشی بگیرد.

سئو محلی (Local SEO)

- درصد جستجوهای محلی از 15 درصد در سال 2016 به 39 درصد در سال 2019 افزایش یافته است.
- 82 درصد خریداران در تلفن همراه هوشمند از جستجوهای "near me" استفاده می‌کنند.
- در طول دو سال گذشته جستجوهای که شامل "near me" "today/tonight" باشد، 900 درصد افزایش یافته است.
- جستجوهای محلی باعث می‌شود طی یک روز 50 درصد کاربران تلفن همراه از فروشگاه‌ها بازدید کنند.
- 61 درصد کاربران تلفن همراه، در صورتی که یک کسب‌وکار محلی، سایت مناسبی برای تلفن همراه داشته باشد، با احتمال بیشتری با آن ارتباط می‌گیرند.

جستجوی موبایل (Mobile Search)

- 52 درصد از ترافیک وب در سراسر جهان مربوط به جستجوی موبایل است.
- گوگل 96 درصد از ترافیک جستجوی تلفن همراه را هدایت می‌کند.
- بیش از 46 درصد آمریکایی‌ها، تلفن‌های هوشمند خود را قبل از خوابیدن بررسی می‌کنند.
- بیش از 51 درصد کاربران تلفن‌های هوشمند، هنگام جستجو در تلفن هوشمند خود، یک شرکت یا محصول جدید را کشف کرده‌اند.
- 78 درصد جستجوی مکانی در تلفن همراه، منجر به خرید آنلاین می‌شود.
- 86 درصد افراد، موقعیت مکانی را در Google Maps جستجو می‌کنند.

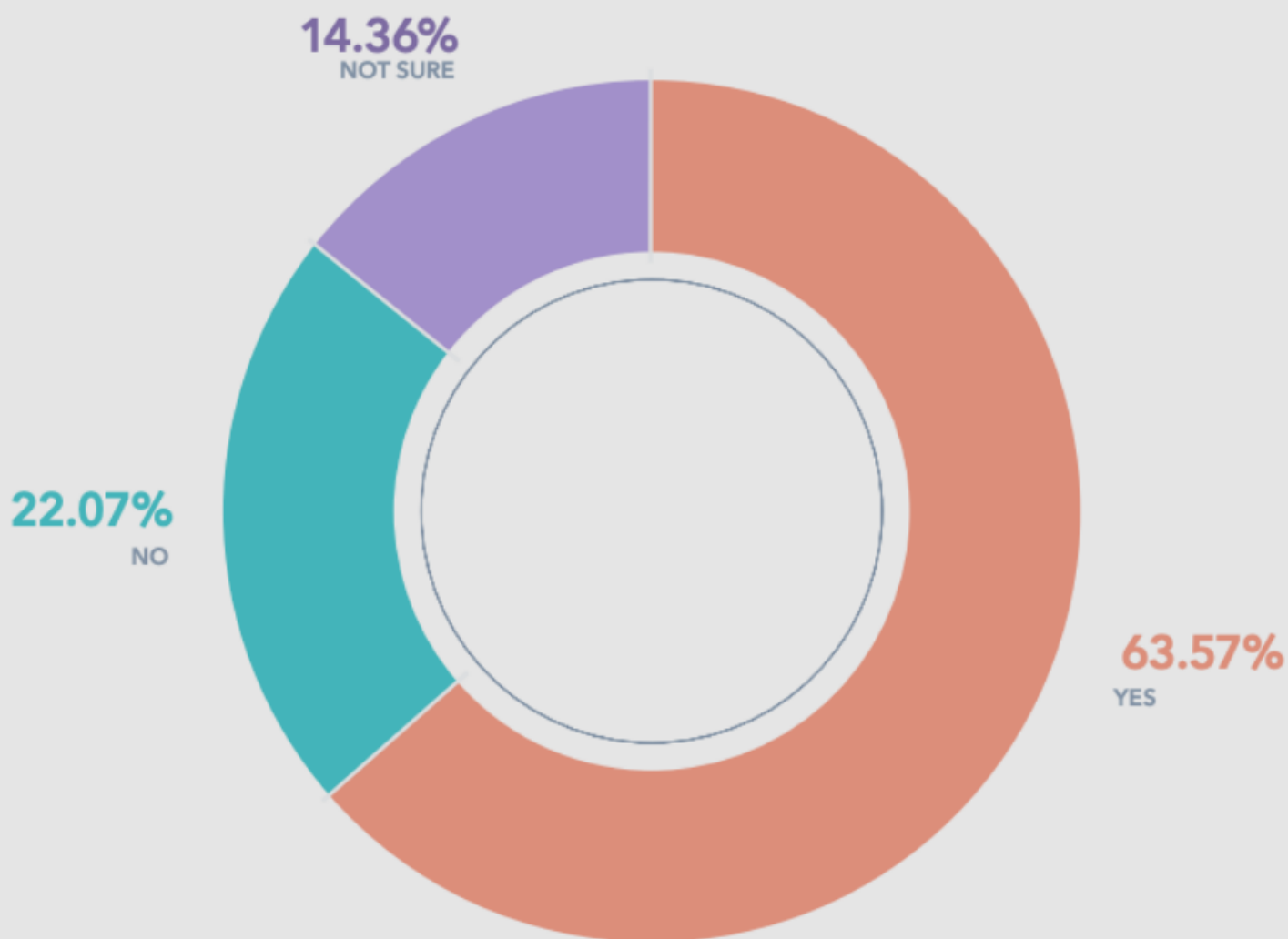
جستجوی ارگانیک (Organic Search)

- بیش از 64 درصد بازاریابان در بهینه‌سازی موتور جستجو، سرمایه‌گذاری می‌کنند.
- بازدیدهای ماهانه از جستجوی ارگانیک پست‌های قدیمی وبلاگ که قبلاً بهینه شده‌اند را می‌توان 106 درصد افزایش داد.
- 50 درصد عباراتی که جستجو می‌شوند، 4 کلمه‌ای یا طولانی‌تر هستند.
- 61 درصد بازاریابان می‌گویند که بهبود SEO و رشد جستجوی ارگانیک از اولویت‌های بازاریابی آنهاست.
- 70 تا 80 درصد کاربران موتورهای جستجو، فقط روی نتایج ارگانیک تمرکز می‌کنند.
- محتوای ویدئویی 50 برابر بیشتر از متن ساده منجر به نتایج جستجوی ارگانیک می‌شود.
- سئو ارگانیک حدود 5/66 برابر بهتر از تبلیغات به روش بازاریابی موتورهای جستجو است.
- بهینه‌سازی سرعت صفحه، یک تاکتیک فنی شماره 1 سئو است که برای بهبود کارایی سایت استفاده می‌شود.
- نرخ کلیک کلمات کلیدی برند (شامل نام تجاری یا مشتقات نام برند در عبارت کلیدی) از کلمات کلیدی غیربرند، بیشتر است.

جستجوی صوتی

- 65 درصد افراد 25 تا 49 ساله حداقل یکبار در روز با دستگاه‌های مجهز به فرمان صوتی خود صحبت می‌کنند.
- پیش‌بینی می‌شود خرید صوتی تا سال 2022 به 40 میلیارد دلار برسد.
- بازار جهانی بلندگوهای هوشمند در سه ماهه سوم 2018 تقریباً 200 درصد نسبت به سال 2017 افزایش یافته است.
- تا سال 2020، 50 درصد از کل جستجوهای آنلاین بصورت صوتی خواهد بود.
- از ژانویه سال 2018، حدود 1 میلیارد جستجوی صوتی در هر ماه انجام شده است.
- دو سوم افرادی که از دستیاران صوتی دیجیتال مانند Amazon Echo یا Google Home استفاده می‌کنند، از تلفن‌های هوشمند خود کمتر استفاده می‌کنند.

64% بازاریان در بهینه سازی موتور جستجو سرمایه گذاری می کنند



آمارهای بازاریابی محتوا

هدف از بازاریابی محتوا، ایجاد و به اشتراک‌گذاری محتوای نوشتاری یا بصری است تا مخاطبان هدف شما در مورد برند، تخصص و محصولات یا خدمات شما بیشتر بدانند. آمارهای بازاریابی محتوا می‌تواند استراتژی شما را هدفمند کند و شما را نسبت به روش‌هایی که سایر بازاریابان محتوا استفاده کرده‌اند و موفق شدند، آگاه کند. این اطلاعات به شما امکان می‌دهد تا تعیین کنید که کدام تاکتیک‌ها برای تجارت، مشتریان و رهبری شما موثر است.

وبلاگ‌نویسی

- 55 درصد بازاریابان می‌گویند محتوای وبلاگ اولویت اصلی بازاریابی در کشور آنها است.
- کاربران WordPress ماهانه بیش از 70/5 میلیون پست جدید وبلاگ و بیش از 52 میلیون نظر جدید ایجاد می‌کنند.
- 36 درصد افراد پست‌های با عناوین لیست‌شده را ترجیح می‌دهند.
- بیش از 51 درصد کاربران اینترنت می‌گویند که وبلاگ‌ها را به طور مرتب می‌خوانند.

- بازاریابانی که وبلاگ‌نویسی را در اولویت قرار می‌دهند، 13 برابر بیشتر احتمال دارند ROI (نرخ بازگشت سرمایه) مثبت ببینند.
- در سال 2020 در ایالات متحده آمریکا بیش از 31 میلیون وبلاگ‌نویس وجود دارد.
- 66 درصد بازاریابان بررسی شده از وبلاگ‌ها در محتوای شبکه‌ی اجتماعی خود استفاده کرده‌اند.
- لیستیکل‌ها (Listicle) محبوب‌ترین قالب ارسال وبلاگ در میان وبلاگ‌های تجاری است.
- استفاده از آمار در پست‌های وبلاگ، اعتماد کاربران را افزایش می‌دهد.
- 43 درصد افراد به مطالعه سریع و سطحی پست‌های وبلاگ اکتفا می‌کنند.
- 23 درصد پست‌های شبکه‌های اجتماعی، حاوی یک لینک پست وبلاگ است.

ویدئو

- ویدئو بهترین فرم رسانه در استراتژی محتوا است که از وبلاگ و اینفوگرافی سبقت گرفته است.
- ویدئوهای تبلیغاتی رایج‌ترین نوع ویدئویی است که توسط بازاریابان ساخته می‌شود.

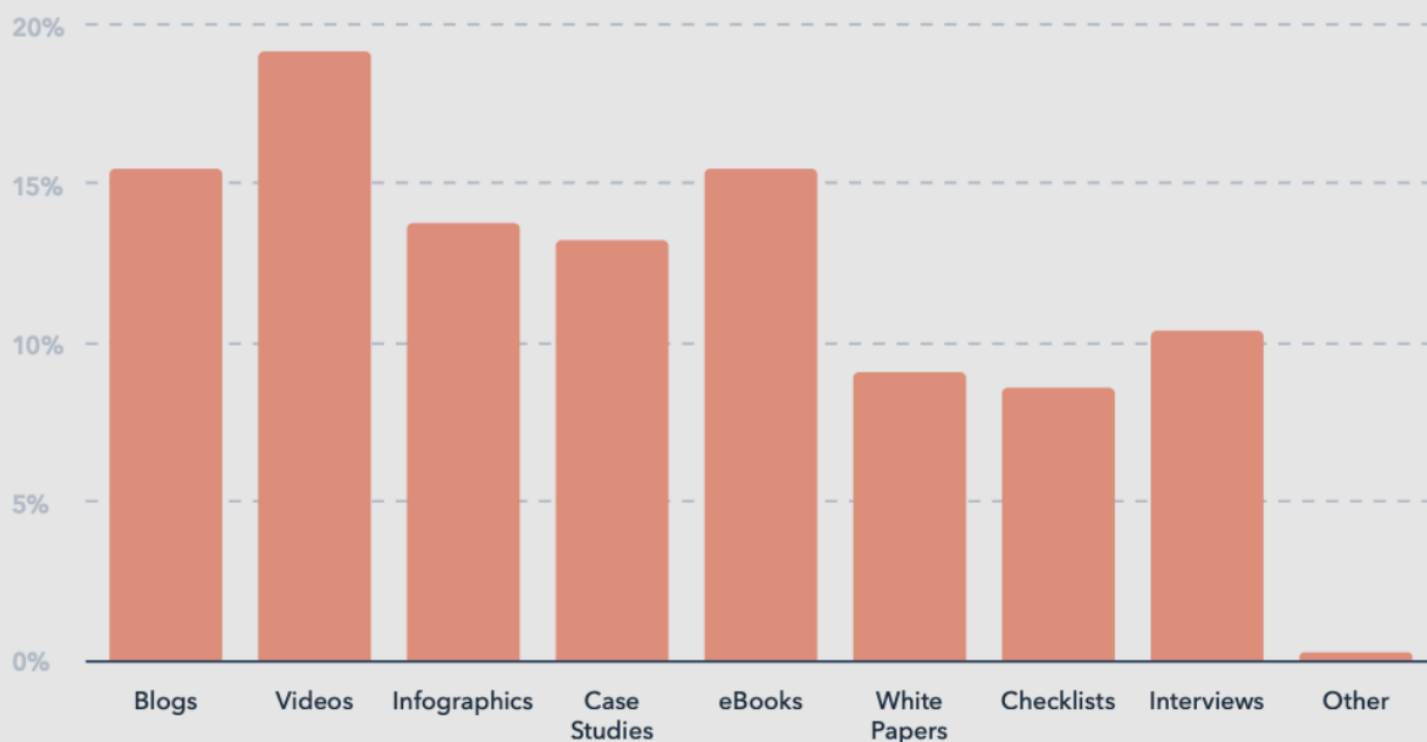
استراتژی محتوا

- 70 درصد بازاریابان در بازاریابی محتوا سرمایه‌گذاری می‌کنند.
- بازاریابان محتوا سه برابر بیشتر از تبلیغات پولی جستجو (Paid Search) مشتری بالقوه جذب می‌کند.
- 51 درصد بازاریابان B2B ایجاد محتواهای بصری را به عنوان بخشی از استراتژی بازاریابی محتوای خود در اولویت قرار می‌دهند.
- متداول‌ترین روش اندازه‌گیری موفقیت در برنامه‌های بازاریابی محتوا، "مجموع فروش" است.
- 45 درصد بازاریابان B2C معتقدند محتوای بصری مهم‌ترین نوع محتوای آن‌ها است.
- لینکدین مؤثرترین بستر شبکه اجتماعی برای ارائه محتوا و تضمین‌کننده‌ی مشارکت مخاطبان است.
- 72 درصد بازاریابان گفتند که داشتن یک استراتژی مناسب برای محتوا کلید اصلی موفقیت آن‌ها در سال 2018 بوده است.

پادکست

- طبق نظرسنجی که در سال 2018 انجام شده است، 17 درصد بازاریابان قصد دارند تا 12 ماه آینده پادکست را به اقدامات بازاریابی خود اضافه کنند.
- شنوندگان آمریکایی پادکست از 24 درصد (سال 2017) به 26 درصد (سال 2018) افزایش یافته‌اند.
- شنوندگان پادکست به احتمال زیاد صاحب یک اسپیکر هوشمند هستند.
- در یک ماه گذشته 27 درصد مردان و 24 درصد خانم‌ها به پادکست گوش دادند.
- پادکست‌ها اولویت اول شنوندگان پادکست در زمان کارهای روزمره هستند.

ویدئو برترین فرم رسانه‌ای در استراتژی محتوا است



آمارهای شبکه‌های اجتماعی

حدود 3 میلیارد نفر در شبکه‌های اجتماعی در سطح جهان وجود دارند. با این وجود، درک چگونگی بازاریابی بر روی پلتفرم‌های مختلف، به بخشی جدایی‌ناپذیر برای موفقیت هر تجارت تبدیل شده است. آمار بازاریابی شبکه‌های اجتماعی به شما کمک می‌کند که یاد بگیرید امروزه چگونه بازاریابان به وسیله‌ی پلتفرم‌های مختلف، موفق عمل کرده‌اند و شما هم بتوانید همین کار را برای کسب‌وکار خود انجام دهید.

فیس بوک

- در سطح جهان، ماهانه بیش از 2/38 میلیارد کاربر فعال در فیس بوک وجود دارد.
- از 2/1 میلیارد حساب فیس بوک 270 میلیون پروفایل، جعلی هستند.
- طبق اعلام فیس بوک بیش از 60 درصد کاربران اینترنت از فیس بوک استفاده می کنند.
- بیش از 80 میلیون مشاغل کوچک در سطح جهان وجود دارد که از صفحات فیس بوک استفاده می کنند.
- هند بیشترین کاربران فیس بوک را در جهان دارد.
- فیس بوک، انتخاب اول بازاریابان در بین شبکه های اجتماعی است و بیشترین بازده سرمایه گذاری را دارد.
- فیس بوک دومین پلتفرم پرکاربرد در سطح جهان بعد از یوتیوب است.
- 18 درصد بازاریابان در حال حاضر از گروه های فیس بوک استفاده می کنند.
- حدود 43 درصد بزرگسالان ایالات متحده، اخبار را از فیس بوک دنبال می کنند.
- روزانه 1/56 میلیارد کاربر فعال وارد فیس بوک می شوند.

اینستاگرام

- 71 درصد کاربران اینستاگرام زیر 35 سال سن دارند.
- روزانه بیش از 500 میلیون نفر از اینستاگرام استفاده می‌کنند.
- هفت از ده هشتگ اینستاگرام، برند تجاری هستند.
- در سال 2019، اینستاگرام 14 میلیارد دلار درآمد داشته است.
- اینستاگرام ماهانه بیش از 1 میلیارد کاربر فعال دارد.
- تبلیغات اینستاگرام امکان دسترسی بیش از 849 میلیون کاربر را دارد.
- در سال 2020، 75/3 درصد مشاغل ایالات متحده از اینستاگرام استفاده می‌کنند.
- بیش از 400 میلیون کاربر اینستاگرام هر روز از ویژگی استوری اینستاگرام استفاده می‌کنند.
- استوری‌های اینستاگرام، افزایش 220 درصدی در هزینه‌های سالانه تبلیغاتی را نشان می‌دهد.
- برندهای تجاری هر هفته به طور متوسط 2/5 استوری در اینستاگرام ایجاد می‌کنند.
- کاربران اینستاگرام روزانه 53 دقیقه در آن وقت صرف می‌کنند.

لینکدین

- مدیران عامل به طور متوسط 930 کانکشن در لینکدین دارند.
- لینکدین مؤثرترین بستر شبکه اجتماعی برای ارائه محتوا و تضمین‌کننده‌ی مشارکت مخاطبان است.
- کاربران لینکدین به طور متوسط ماهانه 17 دقیقه در آن وقت صرف می‌کنند.
- لینکدین دارای بیش از 500 میلیون کاربر است.
- 39 درصد از 500 میلیون کاربر لینکدین، از عضویت پولی (premium account) استفاده می‌کنند.
- 40 درصد کاربران هر روز از پروفایل افراد حرفه‌ای بازدید می‌کنند.

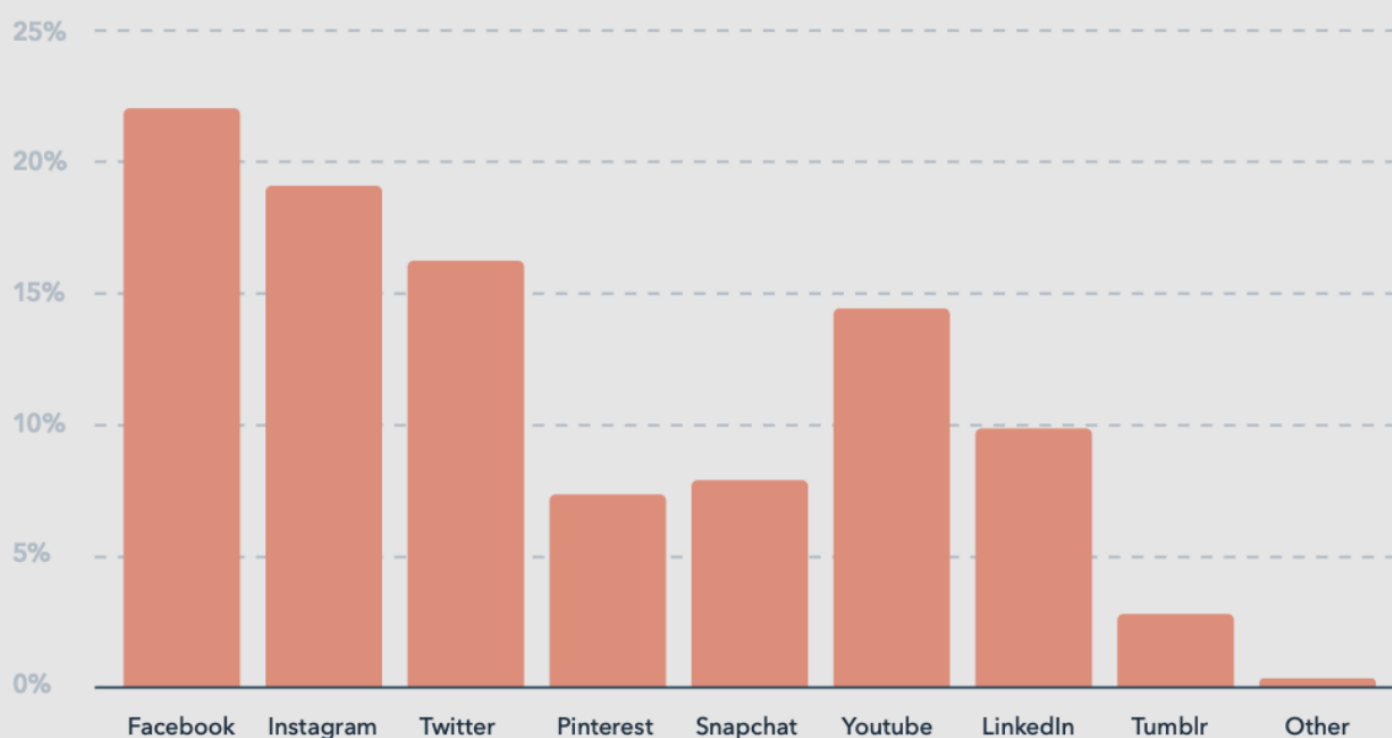
پینترست (Pinterest)

- 250 میلیون کاربر فعال در پینترست وجود دارد.
- 50 درصد کاربران جدید در سال 2018 مرد بودند.
- 80 درصد کاربران پینترست از تلفن همراه خود استفاده می‌کنند.
- رشد سالانه کاربران بین‌المللی پینترست سه برابر بیشتر از رشد سالانه کاربران ایالات متحده آن است.

توییتر

- از سال 2018، 369 میلیون کاربر فعال در توییتر وجود دارد.
- بین سه ماهه‌ی سوم 2018 و سه ماهه‌ی سوم 2019 تعداد کاربران فعال درآمدزا 17 درصد افزایش یافته است.
- سه کشور که بیشترین کاربران توییتر را دارند، به ترتیب ایالات متحده، ژاپن و انگلستان هستند.
- در سال 2017 درآمد توییتر به 2/44 میلیارد دلار آمریکا رسید.
- 79 درصد کاربران ماهانه توییتر در خارج از ایالات متحده هستند.
- توییت‌های حاوی ویدئو، شش برابر بیشتر از توییت‌های حاوی عکس بازنشر می‌شوند.

فیس بوک انتخاب اول بازاریابان در بین شبکه‌های اجتماعی است



مدیریت شبکه‌های اجتماعی

- 74 درصد بازاریابان جهانی در بازاریابی شبکه‌های اجتماعی سرمایه‌گذاری می‌کنند.
- 59 درصد آمریکایی‌ها بر این باورند که خدمات به مشتریان از طریق شبکه‌های اجتماعی، پاسخ به سؤالاتشان را آسان‌تر کرده است.
- 88 درصد کسب‌وکارهایی که بیش از 100 کارمند دارند، از تویتر برای اهداف بازاریابی خود استفاده می‌کنند.
- 80 درصد از کل زمانی که کاربران در شبکه‌های اجتماعی می‌گذرانند بر روی سیستم عامل‌های تلفن همراه اتفاق می‌افتد.
- 86 درصد مصرف‌کنندگان، یک برند معتبر و قابل اطمینان را در شبکه‌های اجتماعی ترجیح می‌دهند.
- حدود 3/03 میلیارد نفر در سراسر جهان از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند.
- تنها 3 درصد بزرگسالان به اطلاعاتی که از شبکه‌های اجتماعی به دست می‌آورند، اعتماد زیادی دارند.
- 96 درصد افرادی که در مورد شرکت‌ها و برندهای موجود در شبکه‌های اجتماعی صحبت می‌کنند، به طور فعال آن‌ها را دنبال نمی‌کنند.

- محتوای مارک‌دار یا branded content در شبکه‌ها اجتماعی، افراد بین 55 تا 64 سال (نسبت به افراد 28 سال یا جوان‌تر) را بیشتر جذب می‌کند.
- Social Listening (اینکه بدانیم مخاطبان ما در فضای مجازی درباره ما چه می‌گویند) اولین اولویت تاکتیکی بازاریابان است.

کاربرد شبکه‌های اجتماعی

- رایج‌ترین روند انتشار محتوا در شبکه‌های اجتماعی برای بازاریابان، 3-4 بار در هفته است.
- بیش از 50 درصد کاربران در شبکه‌های اجتماعی، افراد مشهور یا تاثیرگذار را دنبال می‌کنند.
- مقاله، فیلم و تصویر سه نوع محتوا در شبکه‌های اجتماعی هستند که بیشترین میزان مشارکت را دارند.
- 97 درصد بازاریابان برای ارتباط با مخاطبان خود از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند.
- در سال 2018، دو میلیون کسب‌وکار از فیس‌بوک برای تبلیغات استفاده کرده‌اند.
- فعالیت در شبکه‌های اجتماعی و تماشای ویدئو، دو فعالیت محبوب آنلاین هستند.

محتوای تصویری

- در سال 2018، 88 درصد بازاریابان گفته‌اند که بیش از 50 درصد مقالات منتشر شده حاوی تصویر بوده است.
- محتواهای تصویری، محبوب‌ترین نوع محتوا در شبکه‌های اجتماعی است.
- 20 درصد افراد محتوای متنی را می‌خوانند، اما 80 درصد افراد ویدئو تماشا می‌کنند.
- پس از تماشای ویدئو، 64 درصد کاربران احتمالاً محصولی را به صورت آنلاین خریداری می‌کنند.
- مطالعات نشان می‌دهد که افراد توانایی یادآوری 65 درصد از محتوای تصویری را حدوداً تا سه روز بعد دارند.

آمار بازاریابی ویدیویی

آیا می‌دانید بیش از 50 درصد مصرف‌کنندگان، محتوای ویدیویی را نسبت به سایر اشکال محتوا ترجیح می‌دهند؟ بازاریابی ویدئویی در جذب مشتری و مخاطب بسیار موثر است. همچنین با وجود تلفن‌های هوشمند، بسیار مقرون به صرفه و آسان است. آمار این بخش به شما کمک می‌کند تا در مورد چگونگی استفاده سایر شرکت‌ها از محتوای ویدیویی برای ایجاد روابط ماندگار با مخاطبان و تأثیرگذاری بر تصمیمات خرید آنها اطلاعات کسب کنید.

ویدئو معرفی محصول

- فیلم‌های معرفی محصول می‌توانند 144 درصد خرید را افزایش دهند.
- 87 درصد متخصصان صنعت می‌گویند که از فیلم به عنوان ابزاری برای بازاریابی استفاده می‌کنند.
- 62 درصد افراد گفته‌اند که پس از دیدن استوری یک محصول در فیس‌بوک، بیشتر به آن علاقه‌مند شدند.
- 4 از 5 مصرف‌کننده معتقدند که فیلم‌های معرفی محصولات مفید هستند.
- 92 درصد بازاریابان با چیزهایی که از قبل در اختیار دارند ویدئو آماده می‌کنند.

ویدئو شبکه‌های اجتماعی

- 41 درصد بازاریابان قصد دارند در سال آینده ویدئوی فیس‌بوک را به استراتژی محتوای خود اضافه کنند
- محتوای ویدئویی در اینستاگرام به سریعترین روش ایجاد مشتری تبدیل خواهد شد.
- فیلم‌های مربعی نسبت به فیلم‌های افقی در فیس‌بوک موثرتر هستند.
- 75 درصد نسل قرن 21، روزانه در شبکه‌های اجتماعی ویدئو می‌بینند.
- 93 درصد بازاریابان گفته‌اند که با استفاده از ویدئو در شبکه‌های اجتماعی، مشتری بالقوه خود را به خریدار تبدیل کرده‌اند.
- 64 درصد مصرف‌کنندگان می‌گویند تماشای یک فیلم بازاریابی در فیس‌بوک بر تصمیم خرید آنها در ماه گذشته تأثیر گذاشته است.
- سه پلتفرم اجتماعی برتر برای تجارت از طریق ویدئو YouTube ، Facebook و Instagram است.

تجزیه تحلیل محتوای ویدئویی

- بازاریابانی که از ویدئو استفاده می‌کنند، 66 درصد بیشتر از بازاریابانی که از ویدئو استفاده نمی‌کنند مشتری بالقوه جذب کرده‌اند.

- 81 درصد بازاریابان فیلم‌های شبکه‌های اجتماعی خود را برای مشاهده در تلفن همراه بهینه می‌کنند.
- ویدئو باعث افزایش 157 درصدی ترافیک ارگانیک از نتایج موتورهای جستجو می‌شود.
- ویدئو 82 درصد از کل ترافیک اینترنت در سال 2021 را به خود اختصاص می‌دهد.
- بازاریابان ویدئویی شاهد افزایش 54 درصد در سطح آگاهی از برند خود در بین مخاطبان هستند.

یوتیوب

- 45 درصد بازاریابان قصد دارند یوتیوب را به استراتژی محتوای خود در سال آینده اضافه کنند.
- ماهانه 1/9 میلیارد کاربر فعال در یوتیوب وجود دارد.
- روزانه به طور متوسط حدود 5 میلیارد فیلم در یوتیوب مشاهده می‌شود.
- 75 درصد بزرگسالان برای دیدن ویدئوهای نوستالژی به یوتیوب مراجعه می‌کنند.
- یوتیوب به 95 درصد کاربران اینترنت، سرویس می‌دهد.
- 62 درصد کاربران یوتیوب مرد هستند.
- 65 درصد مدیران ارشد پس از مشاهده ویدئویی در یوتیوب به سایت آن مراجعه می‌کنند.

آمار بازاریابی ایمیلی

بازاریابی از طریق ایمیل یکی از مهمترین و مؤثرترین راه‌های ارتباط کسب‌وکار شما با مشتریان و ایجاد روابط پایدار با آنها است. با استفاده از آمار بازاریابی ایمیلی، می‌توانید روش‌هایی موثر مورد استفاده دیگر بازاریابان را کشف کنید و برای به حداکثر رساندن بازگشت سرمایه و ارتباط با مشتریان خود استفاده کنید.

نرخ کلیک (CTR)

- "شخصی سازی پیام های تبلیغاتی" مهم ترین تاکتیکی است که توسط بازاریابان ایمیلی برای افزایش میزان مشارکت استفاده می شود.
- حوزه های هنر و سرگرمی، ساخت و ساز، منابع انسانی، حقوق، قانون و املاک دارای بالاترین نرخ کلیک و باز شدن ایمیل هستند.
- کاربران موبایل که برای بار دوم از طریق کامپیوتر، ایمیلی را باز می کنند، 65 درصد بیشتر احتمال دارد که روی آن کلیک کنند.
- 15 درصد بازاریاب های مورد بررسی گفته اند که شرکت آنها به طور مرتب باز شدن ایمیل ها و کلیک ها را بررسی نمی کند. تنها 23 درصد گفته اند که وبسایت و ایمیل خود را بعد از کلیک، ردیابی کرده اند.
- بازاریابانی که سه شنبه ها ایمیل ارسال می کنند بالاترین نرخ باز شدن ایمیل را دارند.
- شرکت های بازاریابی و تبلیغاتی کمترین نرخ باز شدن ایمیل را دارند.

متن ایمیل

- 66 درصد بازاریابان لیست ایمیل‌های خود را بر اساس سن، شخصی‌سازی می‌کنند.
- 56 درصد برندهایی که از ایموجی (emoji) در عنوان ایمیل خود استفاده کردند، از نرخ بازگشایی بالاتری برخوردار بودند.
- فقط 9 درصد عنوان ایمیل‌ها حاوی ایموجی است.
- 91 درصد خریداران تمایل دارند از طریق ایمیل با شرکت‌هایی که با آنها تجارت دارند، ارتباط داشته باشند.
- ایمیل اسپم بیش از قبل می‌تواند فیلترهای امنیتی را دور بزند.

تقسیم‌بندی ایمیل

- 42 درصد بازاریابان، ایمیل‌های هدفمند ارسال نمی‌کنند.
- 83 درصد شرکت‌ها از حداقل تقسیم‌بندی اساسی برای ایمیل‌های خود استفاده می‌کنند.
- تقسیم‌بندی لیست‌های ایمیل و شخصی‌سازی پیام‌های تبلیغاتی از طریق ایمیل، تاثیرگذارترین تاکتیک‌ها هستند.
- گیرندگان ایمیل از لیست‌های تقسیم‌بندی شده به احتمال 75 درصد، ایمیل‌ها را باز می‌کنند.

استفاده از ایمیل

- تقریبا 80 درصد بازاریابان از افزایش مشارکت ایمیلی افراد در طی 12 ماه گذشته خبر داده‌اند.
- بیش از 6/69 میلیارد حساب ایمیل در جهان وجود دارد.
- پیش‌بینی می‌شود که امسال حساب‌های فعال ایمیل به 5/6 میلیارد برسد.
- حدود 49 درصد کسب‌وکارها از اتوماسیون ایمیل استفاده می‌کنند.
- ایمیل‌هایی که به صورت نادرست در موبایل نمایش داده می‌شوند ممکن است ظرف سه ثانیه حذف شوند.
- 86 درصد متخصصان ترجیح می‌دهند برای برقراری ارتباط با اهداف تجاری از ایمیل استفاده کنند.
- 78 درصد مصرف‌کنندگان اشتراک خود را از برندهای تجاری که ایمیل‌های زیادی ارسال می‌کنند، لغو کرده‌اند.

ایمیل در موبایل

- 73 درصد شرکت‌های مورد بررسی، بهینه‌سازی ایمیل‌ها در تلفن همراه را در اولویت قرار داده‌اند.
- نتیجه‌ی گزارش‌ها درباره‌ی نرخ بازشدن ایمیل‌ها نشان می‌دهد که حداقل 50 درصد از ایمیل‌ها در موبایل باز می‌شوند.
- شرکت‌های IT، B2B و عمده‌فروشی ضعیف‌ترین ایمیل در تلفن همراه را دارند.
- کاربران تلفن همراه ایمیل خود را سه برابر بیشتر چک می‌کنند.
- 52 درصد کاربرانی که تجربه‌ی ناخوشایندی از طریق موبایل با یک شرکت دارند، دیگر با آن ارتباط نمی‌گیرند.
- 35 درصد متخصصان کسب‌وکارها، ایمیل خود را بر روی تلفن همراه چک می‌کنند.
- پیش‌بینی می‌شود 80 درصد کاربران ایمیل به حساب‌های ایمیل خود از طریق دستگاه تلفن همراه دسترسی داشته باشند.
- آیفون (29 درصد) و جیمیل (27 درصد) محبوب‌ترین ابزارهای خواندن ایمیل هستند.

آمارهای ایجاد مشتریان بالقوه (Lead Generation Statistics)

نسل جدید چگونگی جذب و ایجاد علاقه‌مندان به نام تجاری محصولات و خدمات شما را تعیین می‌کند. هر مصرف‌کننده مسیری را طی می‌کند تا تبدیل به مشتری شما شود. با داشتن آمار ایجاد مشتری بالقوه خواهید فهمید که چگونه بازاریابان مشتری‌های بیشتری جذب می‌کنند که بابت خدمات و محصول ارائه شده پول پرداخت می‌کنند.

ایجاد تقاضا

- صفحات فرود (landing page) استراتژیک، توسط 68 درصد مشاغل B2B برای به دست آوردن مشتریان بالقوه استفاده می‌شود.
- 63 درصد مشتریانی که در مورد شغل یا محصولات شما اطلاعات کسب می‌کنند، حداقل تا سه ماه اقدام به خرید نمی‌کنند.
- 79 درصد بازاریابان B2B از طریق ایمیل خود ارتباط می‌گیرند و آن را موثرترین راه برای ایجاد تقاضا می‌دانند.
- هنگامی که کسب‌وکارها زیر 5 دقیقه با مشتریان بالقوه آنلاین ارتباط می‌گیرند، 9 برابر بیشتر احتمال دارد که به مشتریان بالفعل تبدیل شوند.

- تنها 18 درصد بازاریابان گفته‌اند که روش‌های بازاریابی برون‌گرا (Outbound Marketing) بالاترین کیفیت مشتریان بالقوه را ایجاد می‌کند.
- 61 درصد بازاریابان گفته‌اند که ایجاد ترافیک و مشتریان بالقوه، مهم‌ترین چالش آن‌هاست.
- سازمان‌های متوسط تا بزرگ به طور میانگین کمتر 5000 هزار مشتری بالقوه با کیفیت در ماه دارند.
- 33 درصد متخصصان ایجاد تقاضا می‌گویند که ایجاد "تعداد مشتریان راغب مورد تایید واحد بازاریابی (MQLs)" معیار اصلی موفقیت آن‌ها است.

آنالیز بازاریابی

- 46 درصد بازاریابان با استراتژی‌های مدیریتی برنامه‌ریزی‌شده، تیم‌هایی فروشی دارند که بیش از 75 درصد مشتریان بالقوه را پیگیری می‌کنند.
- 85 درصد بازاریابان بالقوه گفته‌اند که ایجاد مشتریان بالقوه، مهم‌ترین هدف بازاریابی محتوای آن‌ها است.
- 75 درصد سازمان‌ها معتقدند که استراتژی بازاریابی آن‌ها موثر است.
- ایجاد مشتری بالقوه، فروش و حمایت از آن‌ها، سه هدف برتر سازمان‌ها برای بازاریابی محتوا است.
- تامین بودجه کافی برای بازاریابی، چالش اصلی 27 درصد بازاریابان است.

- 39 درصد بازاریابان گفته‌اند که اثبات نرخ بازگشت سرمایه از فعالیت بازاریابی، چالش اصلی آن‌ها است.
- یکی از جدیدترین گرایش‌های تحلیل بازاریابی در سال 2020، روی فرآیندهای یادگیری ماشین متمرکز است.
- مدیریت کیفیت داده، از معیارهای اصلی متخصصان بازاریابی در سال 2020 است.

اتوماسیون بازاریابی

- پیش‌بینی می‌شود هزینه‌های سالانه‌ی اتوماسیون بازاریابی تا سال 2023 به 25/1 میلیارد دلار برسد.
- شرکت‌هایی که مدیریت مشتریان بالقوه را به صورت خودکار انجام می‌دهند، در مدت زمان 6 تا 9 ماه، 10 درصد یا بیشتر افزایش درآمد دارند.
- کسب‌وکارهایی که به توسعه و پرورش مشتریان بالقوه خود اهمیت می‌دهند، 50 درصد فروش بیشتر و 33 درصد هزینه کمتری را تجربه می‌کنند.
- 79 درصد شرکت‌های برتر، سه سال یا بیشتر است که از اتوماسیون بازاریابی استفاده می‌کنند.
- در ایالات متحده، صنعت نرم‌افزار اتوماسیون بازاریابی در سال 2019 به یک بازار 6/1 میلیارد دلاری تبدیل شد.
- دنبال کردن فعالیت مشتری و استفاده از محتوای شخصی‌سازی‌شده، موثرترین تاکتیک‌های اتوماسیون بازاریابی هستند.

- انتظار می‌رود در ایالات متحده صنعت نرم‌افزار اتوماسیون بازاریابی سالانه بیش از 20 درصد رشد کند.
- بازاریابان می‌گویند بزرگترین فواید اتوماسیون، صرفه‌جویی در وقت است.
- تقریباً 90 درصد آژانس‌ها گفته‌اند، اتوماسیون بازاریابی آنها موفقیت‌آمیز بوده است.
- 67 درصد رهبران بازاریابی در سال 2017 از یک پلتفرم اتوماسیون بازاریابی استفاده کرده‌اند.
- اتوماسیون بازاریابی یکی از چهار روش محبوب برای ایجاد تجربه‌های شخصی مشتری است.

آمارهای تبلیغات

واضح است که تبلیغات خوب، باعث جذب مشتری می‌شود، آگاهی از برند را بالا می‌برد و درآمد را افزایش می‌دهد. آمار این بخش به شما کمک می‌کند تا درک کنید که امروزه چه تبلیغاتی نظر مصرف‌کنندگان را به خود جلب می‌کند و چه تاکتیک‌های تبلیغاتی برای چه مشاغلی موثر است.

مسدود کردن تبلیغات (Adblocking)

- 47 درصد کاربران اینترنت در سطح جهان از یک اد-بلاکر (ad-blocker) استفاده می‌کنند.
- کاربران لپ‌تاپ و دسکتاپ دو برابر بیشتر از کاربران تلفن هوشمند از اد-بلاکر استفاده می‌کنند.
- Adblocker Plus محبوب‌ترین برنامه بلاک کردن تبلیغات است.
- از سال 2020 با رشد اد-بلاکرها سالانه 35 میلیارد دلار هزینه تبلیغات هدر می‌رود
- "تبلیغات بسیار زیاد"، "تبلیغات آزاردهنده یا نامربوط" و "تبلیغات مزاحم" مهم‌ترین عوامل مسدود کردن تبلیغات هستند.
- مسدود کردن تبلیغات در ایالات متحده از 15 تا 30 درصد در چهار سال گذشته افزایش یافته است.

تبلیغات نمایشی (Display Advertising)

- بیش از دو سوم هزینه تبلیغات دیجیتال ایالات متحده برنامه‌ریزی شده است.
- تبلیغات نمایشی یکی از محبوب‌ترین روش‌ها برای تبلیغات در تلفن همراه است.
- محبوب‌ترین انواع تبلیغات نمایشی شامل بنر (banner)، تبلیغات همسان (native ads) و تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی هستند.
- 30 درصد بازاریابان فکر می‌کنند که به بازاریابی برون‌گرا (Outbound Marketing) بیش از حد بها داده شده است.
- تبلیغات در تلفن همراه در سال 2020 به ارزش 247 میلیارد دلار خواهد رسید.
- داده‌ها نشان می‌دهند که تبلیغات همسان (native ads) رشد سریع‌تری نسبت به انواع دیگر تبلیغات نمایشی در چند سال اخیر داشته است.
- تبلیغات همسان (native ads) تقریباً 80 درصد هزینه‌ی تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی را به خود اختصاص داده است.
- 53 درصد کاربران گفته‌اند که به تبلیغات همسان بیشتر از تبلیغات بنری توجه می‌کنند.

تبلیغات در موبایل

- هزینه تبلیغات دیجیتال، شامل دسکتاپ، لپتاپ و موبایل، دارای سریعترین رشد در حوزه تبلیغات است.
- امروزه مصرف‌کنندگان بیش از 5 ساعت در روز در تلفن‌های هوشمند خود وقت می‌گذرانند.
- بازاریابان 51 درصد بودجه خود را در تبلیغات موبایل صرف می‌کنند.
- تبلیغات دسکتاپ و موبایل هر دو موثر هستند ولی تبلیغات در موبایل بازده بیشتری دارد.
- دو سوم مصرف‌کنندگان می‌توانند برند خاصی را که هفته گذشته تبلیغ آن را در تلفن‌های همراه خود دیده‌اند به یاد بیاورد.
- 60 درصد مصرف‌کنندگان حداقل هفته‌ای یکبار روی تبلیغات موبایل کلیک می‌کنند.
- در ایالات متحده، تبلیغات در تلفن‌های همراه تقریباً 36 درصد از کل هزینه‌های تبلیغ 2020 را به خود اختصاص داده است.

پرداخت به ازای هر کلیک (Pay-Per-Click)

- 49 درصد افراد گفته‌اند که روی تبلیغات متنی کلیک می‌کنند.
- 63 درصد افراد گفته‌اند که روی یک تبلیغ گوگل، کلیک کرده‌اند.
- تبلیغات پولی باعث افزایش 11/3 درصدی نرخ کلیک در گوگل شده است.
- تبلیغات پرداخت به ازای هر کلیک، هنگام استفاده با تاکتیک‌های سئو موثرترند.

تبلیغات ویدئویی

- 54 درصد مصرف‌کنندگان تمایل دارند از یک برند یا کسب‌وکار مورد علاقه‌ی خود، محتوای ویدیویی بیشتری ببینند.
- افراد به محتوای ویدئویی توجه بیشتری دارند؛ در حالی که بطور سطحی به محتوای نوشتاری و پادکست توجه می‌کنند.
- نسل جدید مصرف‌کنندگان به محتوای ویدئویی برندها تمایل بیشتری دارند.
- 99 درصد بازاریابانی که قبلا از ویدئو استفاده می‌کرده‌اند تمایل دارند که این کار را ادامه دهند.
- اگر فیلم و متن هر دو در یک صفحه موجود باشد، 72 درصد افراد به جای خواندن متن، ویدئو را تماشا می‌کنند تا در مورد یک محصول یا خدمات اطلاعات کسب کنند.
- 81 درصد مصرف‌کنندگان، تبلیغات ویدئویی را بی‌صدا تماشا می‌کنند.
- تا سال 2021، تبلیغات ویدیویی به یک صنعت 22 میلیارد دلاری تبدیل می‌شود.
- در سال 2017 بیشترین نرخ کلیک روی ویدئو در بین کاربران اینستاگرام بود.

آمارهای فناوری بازاریابی

فناوری بازاریابی بر نحوه‌ی دسترسی به مخاطبان، نحوه‌ی استفاده‌ی مخاطبان از محتوای شما و نحوه‌ی تعامل آن‌ها با برندتان تاثیر می‌گذارد. آمارها و ترندهای فناوری بازاریابی که در این بخش ارائه شده‌اند، بهترین راه‌های ارتباط با مخاطبان و مشتریان را از طریق برنامه‌های مختلف، نرم‌افزارها و موبایل برجسته می‌کنند.

برنامه‌های پیام‌رسان (Messaging Apps)

- 24 درصد بازاریابان قصد دارند برنامه‌های پیام‌رسان را به استراتژی محتوای خود اضافه کنند.
- ماهانه، 150 میلیون نفر از Facebook Messenger استفاده می‌کنند.
- پیش‌بینی می‌شود تا سال 2021، 2/48 میلیارد نفر از برنامه‌های پیام‌رسان استفاده کنند.
- 17 درصد کاربران، برنامه‌های پیام‌رسان را حذف می‌کنند، زیرا مفید نیستند. 17 درصد کاربران برنامه‌ها را حذف می‌کنند، زیرا فضای زیادی را در تلفن همراه اشغال می‌کنند.
- واتس‌آپ محبوب‌ترین برنامه پیام‌رسان از سال 2018 است.
- فیس‌بوک صاحب دو برنامه پیام‌رسان محبوب جهان است: پیام‌رسان فیس‌بوک و واتس‌آپ.
- در سال 2020 پیش‌بینی می‌شود که میانگین درآمد برنامه‌های پیام‌رسان بیش از 15 دلار به ازای هر کاربر باشد که بیشتر توسط چت‌بات‌ها هدایت می‌شود.
- ماهانه میزان کاربران در برنامه‌های پیام‌رسان نسبت به شبکه‌های اجتماعی، حدود 20 درصد بیشتر است.
- 20 درصد کاربران برنامه‌های پیام‌رسان گفته‌اند که از دو برنامه پیام‌رسان استفاده می‌کنند و 16 درصد گفته‌اند که از سه برنامه یا بیشتر استفاده می‌کنند.

موبایل

- 48 درصد کاربران از طریق جستجوی اینترنتی در موبایل، خرید می‌کنند.
- تجربه مثبت کاربران از طریق موبایل با یک برند باعث می‌شود که به احتمال 89 آن برند را توصیه کنند.
- میانگین نرخ تبدیل (نرخ تبدیل بازدیدکننده سایت به مشتری) در دو سال گذشته 64 افزایش یافته است.
- برنامه‌های تلفن‌های هوشمند به تنهایی نیمی از کل زمانی که کاربران در رسانه‌های دیجیتال صرف می‌کنند را تشکیل می‌دهند.
- 89 درصد افراد در تلفن‌های هوشمند از برنامه‌ها استفاده می‌کنند، درحالی که تنها 11 درصد از وبسایت‌های استاندارد استفاده می‌کنند.
- اگر طراحی وبسایتی در تلفن همراه، ضعیف و نامطلوب باشد، 57 درصد کاربران موبایل آن را توصیه نمی‌کنند.
- کاربران به طور متوسط 69 درصد زمان خود در رسانه‌ها را در تلفن هوشمند صرف می‌کنند.
- وبسایت‌هایی که در مدت زمان 5 ثانیه یا کمتر بارگیری می‌شوند، مدت زمان بازدید آن‌ها 70 درصد بیشتر است.
- عدم وجود طراحی مناسب سایت‌ها در تلفن همراه، دلیل اصلی ترک 40 درصد بازدیدکنندگان و رفتن به سایت‌های رقیب است.

- تاخیر یک ثانیه‌ای سایت‌ها در موبایل می‌تواند نرخ تبدیل را 7 درصد کاهش دهد.
- 90 درصد کل زمان کاربران تلفن همراه در برنامه‌ها سپری می‌شود.

هوش مصنوعی (AI)

- تنها 15 درصد شرکت‌ها از هوش مصنوعی استفاده می‌کنند و 31 درصد انتظار دارند آن را در سال آینده اضافه کنند.
- شرکت PWC، هوش مصنوعی را یکی از هشت فناوری اساسی در تجارت نامیده است.
- 1,652 استارت‌آپ هوش مصنوعی و شرکت خصوصی در سال 2018 وجود داشتند و بیش از 12/24 میلیارد دلار بودجه جذب کرده‌اند.
- استفاده از هوش مصنوعی طی چهار سال گذشته 270 درصد رشد داشته است.
- 87 درصد شرکت‌هایی که از هوش مصنوعی استفاده می‌کنند از آن برای بهبود بازاریابی ایمیل خود استفاده می‌کنند.

آمارهای فروش

ارتباط بین بازاریابی و فروش برای موفقیت هر کسب‌وکار بسیار مهم است. با درک چگونگی تاثیر تکنیک‌های فروش بر افزایش بازده کسب‌وکار، تیم فروش می‌تواند ارتباط بهتری با تیم بازاریابی برقرار کند. آمارهایی که در ادامه ارائه شده‌اند در این رابطه می‌تواند به شما کمک کند.

CRM (مدیریت ارتباط با مشتری)

- 18 درصد فروشندگان نمی‌دانند CRM چیست.
- وارد کردن داده به صورت دستی، بزرگترین چالش 23 درصد فروشندگان هنگام استفاده از CRM است.
- پیش‌بینی می‌شود تا سال 2025، درآمد CRM به بیش از 80 میلیارد دلار برسد.
- 27 درصد فروشندگان روزانه یک ساعت یا بیشتر صرف وارد کردن اطلاعات می‌کنند.

فروش

- 75 درصد شرکت‌ها می‌گویند که اولویت فروش آن‌ها بستن قراردادهای بیشتر است.
- دشوارترین بخش فروش برای فروشندگان، مشتری‌یابی است.
- متداول‌ترین دلیل عدم موفقیت در فروش، بودجه است.
- فروشندگان موفق از کلمات گروهی مانند "ما" و "متعلق به ما" بسیار زیاد استفاده می‌کنند.
- 80 درصد فروش توسط 20 درصد فروشندگان انجام می‌شود.
- 40 درصد فروشندگان می‌گویند که گرفتن پاسخ از مشتری احتمالی روز به روز سخت‌تر می‌شود.
- 30 درصد فروشندگان می‌گویند که بستن قرارداد روز به روز سخت‌تر می‌شود.

توافق نامه سطح خدمات (SLA)

- فقط 26 درصد قراردادها بین بازاریابی و فروش، رسمی است.
- فقط 7 درصد فروشندگان گفته اند که مشتریان بالقوه ای که از طرف بازاریاب دریافت کردند، از کیفیت بالایی برخوردارند.
- فقط 28 درصد فروشندگان گفته اند که بازاریابی بهترین منبع مشتری برای آنها است.
- سازمان های دارای SLA، سه برابر موثرتر هستند.
- 52 درصد بازاریابان گفته اند که بهترین مشتریان بالقوه خود را به بخش فروش معرفی می کنند ولی در بخش مشتری از فروشندگان امتیاز پایینی کسب می کنند.
- 85 درصد بازاریابان دارای SLA فکر می کنند که استراتژی بازاریابی آنها موثر است.

فروش به کمک شبکه اجتماعی (social Selling)

- فروش به کمک شبکه اجتماعی، اولویت فروش 82 درصد شرکت ها است.
- نیمی از درآمد 14 صنعت معمول مانند نرم افزار، بهداشت و درمان، بازاریابی و فروش، تحت تاثیر شبکه های اجتماعی است.
- فروش به کمک شبکه اجتماعی می تواند نرخ سود و معاملات را به ترتیب 5 و 35 درصد افزایش دهد.

از آمارهای بازاریابی الهام بگیرد

ممکن است دنیای بازاریابی با مشاهده‌ی سرعت و پیشرفت ترندهای آن ترسناک به نظر برسد. با این حال شما می‌توانید با در نظر گرفتن آخرین آمارهای بازاریابی، سرعت رشد کسب‌وکار خود را حفظ کنید.

مهم نیست که کسب کار شما روی چه مواردی متمرکز شده است یا اهداف شما چه هستند- اهداف مربوط به سئو، بازاریابی محتوا، شبکه‌های اجتماعی، بازاریابی ویدئویی، بازاریابی ایمیل، ایجاد مشتری بالقوه، فناوری بازاریابی یا فروش. آخرین اخبار آمار هر بخش می‌تواند یک راه عالی برای اطمینان از تاکتیک‌هایتان باشد. بدین ترتیب شما می‌توانید مخاطبان خود را به مشتریان بالقوه تبدیل کنید و درآمد خود را افزایش دهید.