اولین گزارش تقلب در تبلیغات آنلاین ایران

شـــهریور ۱۴۰۱ - شـــهریور ۱۴۰۲

دژینـــو

فهـــــرست

پیشـــــگفتار	۱
گزارش عملکـــرد دژینو	۵
گزارش تقلب در تبلیغات آنلاین ایران	۱۶
جمع‌بندی	۳۹

درباره گزارش

گزارشی که پیش روی شماست، نخستین گزارش در زمینه **تقلب در تبلیغات آنلاین ایران** می‌باشد. این گزارش حاصل فعالیت‌های تیم دژینو در زمینه کشف تقلب‌های رخ داده در صنعت تبلیغات آنلاین ایران در سال گذشته بوده و با هدف آگاهی رسانی به کسب و کارهای تبلیغ‌دهنده و سایر فعالین این صنعت منتشر شده است.

در این گزارش با آمارهایی رو به رو خواهید شد که داده‌های آن در طول یک سال گذشته توسط سرویس‌های مختلف دژینو جمع‌آوری و تحلیل شده‌اند. داده‌های مذکور در حین کمپین‌های تبلیغاتی تبلیغ‌دهندگان (Advertisers) و با کمک اسکریپت قرار داده شده در وبسایت آن‌ها بدست آمده است. این داده‌ها در واقع نتایج تحلیل سشن‌هایی هستند که به واسطه کلیک‌های صورت گرفته روی انواع تبلیغات آنلاین نظیر بنرهای تبلیغاتی، تبلیغات ویدیویی، تبلیغات شبکه‌های اجتماعی و ... روی وبسایت تبلیغ‌دهندگان ایجاد شده است. گفتنی است **تفاوت نرخ سشن به کلیک* بین ۲۰ تا ۴۰ درصدی** که کسب و کارهای مطالعه شده با آن مواجه بوده‌اند در این گزارش **لحاظ نشده است**.

داده‌های مذکور در بازه زمانی شهریور ۱۴۰۱ تا شهریور ۱۴۰۲ مورد بررسی قرار گرفته‌اند. گفتنی است **در نیمی از این بازه زمانی، صنعت تبلیغات آنلاین ایران به تبعیت از پارامترهای مختلفی نظیر وضعیت اجتماعی، وضعیت اینترنت و وضعیت اقتصادی مردم و کسب و کارهای ایرانی روزهای پر فراز و نشیبی را تجربه کرده است** و طبیعتا نمی‌توان از تأثیرات احتمالی این شرایط در نتایج گزارش غافل بود. گزارش حاضر برآن است تا صنعت تبلیغات آنلاین ایران را در سال گذشته از منظر جدیدی به نام تقلب مورد بررسی و ارزیابی قرار دهد.

اگر کسب و کار شما به نوعی با صنعت تبلیغات آنلاین در ارتباط است، مطالعه این گزارش را به شما توصیه می‌کنیم.

* کلیک‌های تبلیغاتی که نهایتا به سشن روی وبسایت تبلیغ‌دهندگان منجر نمی‌شوند.

تبلیغات آنلاین؛ استراتژی بازاریابی مهم برای کسب و کارها

تبلیغات آنلاین به عنوان یک روش مدرن و کارآمد برای بازاریابی محصولات و خدمات در جهان شناخته می‌شود. در این روش، تبلیغات به صورت آنلاین و در فضای وب انجام شده و محصولات و خدمات کسب و کارها بصورت در لحظه در معرض دید میلیون‌ها کاربر وبسایت‌ها و پلتفرم‌های آنلاین قرار می‌گیرند.

مطابق تخمین‌های صورت گرفته، در سال ۲۰۲۳ بودجه تبلیغات آنلاین در جهان به **بیش از ۶۳۸ میلیارد دلار*** گسترش می‌یابد و رشد این صنعت در جهان با شتاب بیشتری در سال‌های آتی مورد انتظار خواهد بود. در ایران نیز همگام با افزایش ضریب نفوذ اینترنت در جامعه، تبلیغات در فضای وب به یکی از روش‌های بازاریابی مورد علاقه کسب و کارها تبدیل شده که البته با فاصله معناداری نسبت به بازار جهانی در حال گسترش می‌باشد.

تقلب در تبلیغات آنلاین؛ چالشی جدید پیش روی صنعت تبلیغات

رشد پر شتاب صنعت تبلیغات آنلاین در دنیا، این حوزه را به یک هدف جذاب برای متقلبین تبدیل نموده است. برای تقلب در تبلیغات تعاریف متعددی براساس نوع تبلیغ، پلتفرم تبلیغاتی، نوع رفتار متقلبانه و ... ارائه شده است اما در یک تعریف کلی، هر نوع تعامل غیرطبیعی در نمایش تبلیغات یا تعامل کاربران با تبلیغات که منجر به ایجاد ترافیک نامعتبر تبلیغاتی شود را می‌توان تقلب در تبلیغات آنلاین در نظر گرفت.

بر اساس تخمین‌های صورت گرفته، حجم تقلب‌های تبلیغاتی آنلاین در دنیا به **حدود ۲۲ درصد از کل بودجه تبلیغات آنلاین**** رسیده و این عدد تا ۵ سال آینده به ۲۳ درصد خواهد رسید.

* برگرفته از پایگاه آمار Statista

** برگرفته از گزارش مرکز تحقیقات Juniper Research

اما **هدر رفت هزینه** تنها چالش ایجاد شده بواسطه تقلب تبلیغاتی نیست. **خراب شدن داده‌های کسب و کار** و در نتیجه **برنامه‌ریزی اشتباه** صورت گرفته بر مبنای این داده‌ها، زیان بزرگتری را متوجه کسب و کارها می‌نماید که تاثیرات سوء آن در بلندمدت نمایان خواهد شد. چالش‌های ذکر شده در کنار سایر معایب تقلب‌های تبلیغاتی، نهایتا باعث شده تا مقابله با پدیده تقلب در تبلیغات برای طیف زیادی از کسب و کارها به دغدغه‌ای اساسی تبدیل شود.

- **مقابله با تقلب؛ اولویتی برای صنعت تبلیغات**

کسب و کارهای تبلیغ‌دهنده شاید بزرگترین بازندگان پدیده تقلب در تبلیغات باشند. تاثیرات مستقیم و غیرمستقیم تقلب تبلیغاتی روی تبلیغ‌دهندگان، تمامی لایه‌های قیف بازاریابی آن‌ها را تحت‌الشعاع قرار داده و از سوی دیگر تنوع و پیشرفت در روش‌های انجام تقلب، شناسایی آن را برای کسب و کارها بیش از پیش سخت نموده است.

مقابله با تقلب در تبلیغات آنلاین نه تنها برای تبلیغ‌دهندگان مهم است، بلکه برای صنعت تبلیغات به‌طور کلی نیز اهمیت دارد. این پدیده باعث کاهش اعتماد عمومی به تبلیغات شده و در نتیجه، بازدهی تبلیغات را کاهش می‌دهد. یقینا با تلاش‌های مشترک تبلیغ‌دهندگان، ناشران و پلتفرم‌های تبلیغاتی، می‌توان با تقلب در تبلیغات مقابله کرد. همچنین ظهور پلتفرم‌هایی نظیر **پلتفرم کشف تقلب تبلیغاتی دژینو** که با استفاده از فناوری‌هایی مانند **هوش مصنوعی** به مقابله با تقلب در تبلیغات می‌پردازند، قطعا نتایج دلچسبی را برای تمامی بازیگران این صنعت به دنبال خواهد داشت.

- **امیدواریم داده‌های ارائه شده در این گزارش باعث ارتقای کیفیت تبلیغات آنلاین شما گردد.**

ارادتمـــند، تیم دژینو

تعاریف اســـتفاده شده در این گزارش

- **تقلب تبلیغاتی:** این گزارش از میان تمام روش‌های مرسوم تقلب در تبلیغات، **کلیک‌های تقلبی** را مورد بررسی قرار داده است. کلیک تقلبی به هر نوع کلیک نامعتبر روی تبلیغات که باعث هدر رفتن هزینه تبلیغاتی کسب و کارهای تبلیغ‌دهنده می‌گردد اطلاق می‌شود. کلیک ربات‌ها، کلیک رقبا، کلیک اشتباهی بازدیدکنندگان و کلیک‌های تولید شده توسط کلیک فارم‌ها (مزارع کلیک) تنها بخشی از انواع کلیک‌های نامعتبر هستند.
- **سشن تقلبی:** به سشنی گفته شده که به واسطه کلیک نامعتبر روی تبلیغات آنلاین، در وبسایت تبلیغ‌دهنده ایجاد شده است. مطابق تعاریف فنی، به بارگذاری یک وبسایت و فعالیت کاربر در آن در یک بازه زمانی مشخص، یک سشن روی وبسایت مذکور گفته می‌شود.
- **ســـورس تبلیغات (Source):** منبع ایجاد سشن تبلیغاتی است. ادنتورک‌ها، شبکه‌های اجتماعی، ایمیل، sms و ... انواع سورس تبلیغات هستند.
- **مدیوم تبلیغات (medium):** نوع تبلیغ را مشـخص می‌نماید. بنرهای تبلیغاتی، تبلیغات همسان، درون برنامه‌ای و ... مدیوم‌های تبلیغات هستند.
- **پابلیشـــر تبلیغات (Publisher):** منتشرکننده تبلیغ را مشخص می‌نماید. وبسایت‌های ورزشی، خبری، ویدیویی و ... جزئی از منتشرکنندگان تبلیغات آنلاین در ایران هستند.
- **ایجنت (User Agent):** در این گزارش به داده‌های مرتبط با نرم‌افزار (مرورگر) و دستگاه استفاده شده توسط کاربر اطلاق شده است.

فصـــــل اول

- **کمپین‌های بررســـی شده** (صـــفحه ۶)
- **کانال‌های بررســـی شده** (صـــفحه ۸)
- **ایجنت‌های بررســـی شده** (صـــفحه ۱۳)

”
بیش از **۳۰ هزار کانال ورودی** ترافیک توسط الگوریتم‌های دژینو مورد بررسی قرار گرفته‌اند.
“

کمپین‌های بررســـی شده

در یک سال گذشته چند کمپین را بررســـی کرده‌ایم؟

کمپین‌های بررســـی شده

کسب و کارهای چه صنایعی از سرویس کشف تقلب دژینو استفاده کرده‌اند؟

تبلیغ‌دهندگان در بیش از **۱۶ صنعت مختلف** از خدمات کشف تقلب دژینو در کمپین‌های تبلیغاتی خود استفاده کرده‌اند.

- سفـــر، گردشگری و مهاجرت
- آمـــوزش
- خـــدمات
- مالی، بانکی و ســـرمایه‌گذاری
- خرده فـــروشی آنلاین
- مد و زیبایی
- پوشـــاک و زیورآلات
- تکنـــولوژی و کالای الکترونیک
- خـــودرو
- تبلیغات
- پزشـــکی و سلامت
- تجهیزات صـــنعتی
- حمل و نقل
- بورس
- رمـــز ارز
- بیمـــه

کانال‌های بررســـی شده

سشن‌های ایجاد شده از چند کانال ورودی ترافیک را بررسی کرده‌ایم؟

در یک سال گذشته ترافیک تبلیغاتی ایجاد شده توسط **بیش از ۳۰ هـــزار** کانال تبلیغاتی مختلف توسط دژینو مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند.

+۱۵
مـــدیوم

+۳۵
ســـــورس

+۱۲۰۰۰
پابلیشـــر

• کانال‌های بررســـی شده

چه ســـورس‌هایی را بررسی کرده‌ایم؟

تقریبا **تمام ســـورس‌های تبلیغاتی** در اکوسیستم تبلیغات آنلاین ایران توسط دژینو مورد سنجش و ارزیابی قرار گرفته‌اند.

- ترب
- دیجیکالا
- یلو ادوایز
- گوگل ادز
- اینستاگرام
- تپســـل
- یکتانت
- دیمـــا
- اینترک
- طاووس
- لینکدین
- تلگـــرام
- مدیااد
- نجـــوا
- و ...
- ادورج
- آپارات
- وب انگیج
- ایکس (توییتر)
- ســـنجاق
- ادیوری

کانال‌های بررســـی شده

چه مدیوم‌هایی را بررسی کرده‌ایم؟

بیش از ۱۵ مدیوم مختلف در دسته‌بندی‌های زیر در سال گذشته توسط الگوریتم‌های کشف تقلب دژینو مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند.

- بنرهای تبلیغاتی
- پوش نوتیفیکیشن
- پیش‌نمایش (Pre Role)
- درون برنامـــه‌ای (In App)
- ریتارگتینگ
- ســـرچ ادز
- سوشـــال مدیا
- همســـان

کانال‌های بررســـی شده

چه پابلیشـــــرهایی را بررسی کرده‌ایم؟

بیش از ۱۲۰۰۰ پابلیشـــر تبلیغات در **۳۰ دسته‌بندی مختلف** توسط دژینو مورد بررســـی و ارزیابی قرار گرفته‌اند. بیشـــترین سشن بررسی شده مربوط به وبسایت‌هایی با موضوع **سیاسی و اجتماعی** با سهم **۱۳.۳۶ درصدی** از کل سشن‌ها بوده است.

دسته‌بندی‌های مختلف پابلیشـــرهای مورد بررسی دژینو

* خودرو و حمل و نقل، فناوری و IT، مالی، توریستی و گردشگری، دین و مذهب، تور و ســـفر و ...

کانال‌های بررســـی شده

کدام شبکه‌های اجتماعی در بین تبلیغ‌دهندگان پرطرفدارتر بوده‌اند؟

۱ Instagram

٪۶۲

۲ Telegram

٪۳۵

۳ Linkedin

٪۲

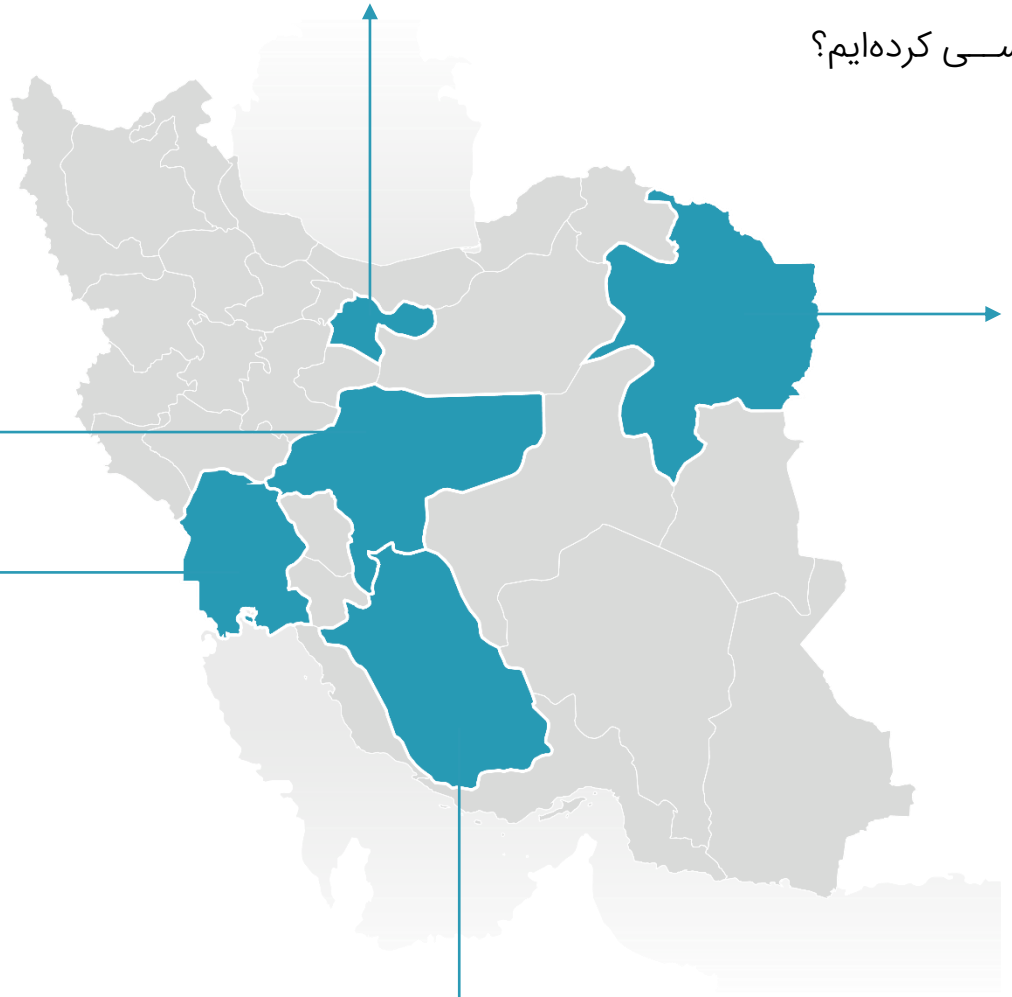
۴ X (Formerly Twitter)

٪۱

اینستاگرام پرطرفدارترین شبکه اجتماعی برای تبلیغات کلیکی در بین کسب و کارهای ایرانی بوده است. **۶۲ درصد** از سشن‌های با سورس **سوشال مدیا** از این شبکه اجتماعی بوده است.

ایجنت‌های بررســـی شده

از چه استان‌هایی بیشـــترین سشن را بررســـی کرده‌ایم؟



۱ اســـتان تهران

۲ اســـتان اصـــفهان

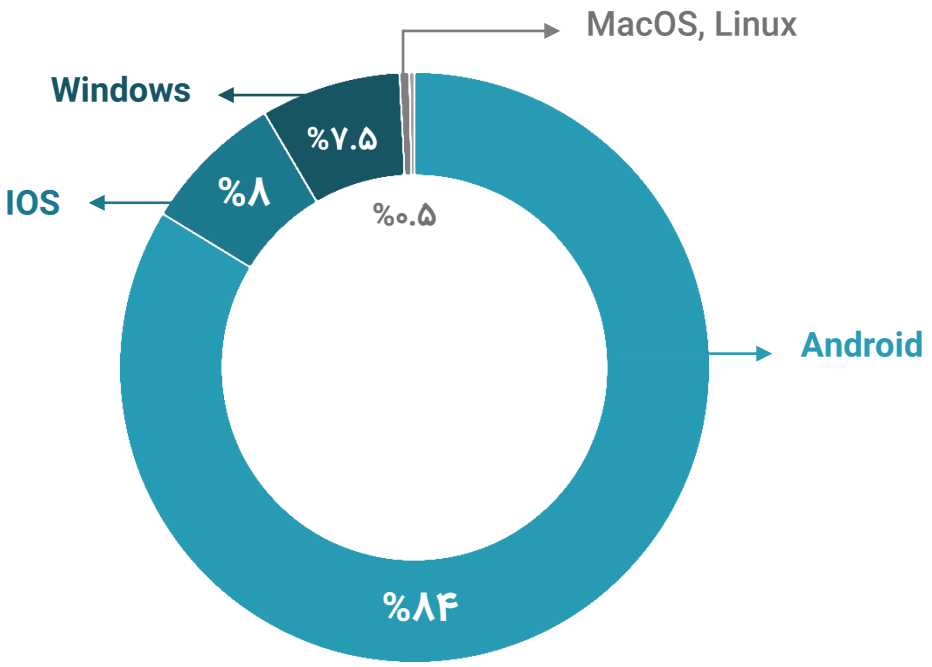
۳ استان خراسان رضـــوی

۴ اســـتان خوزســـتان

۵ اســـتان فارس

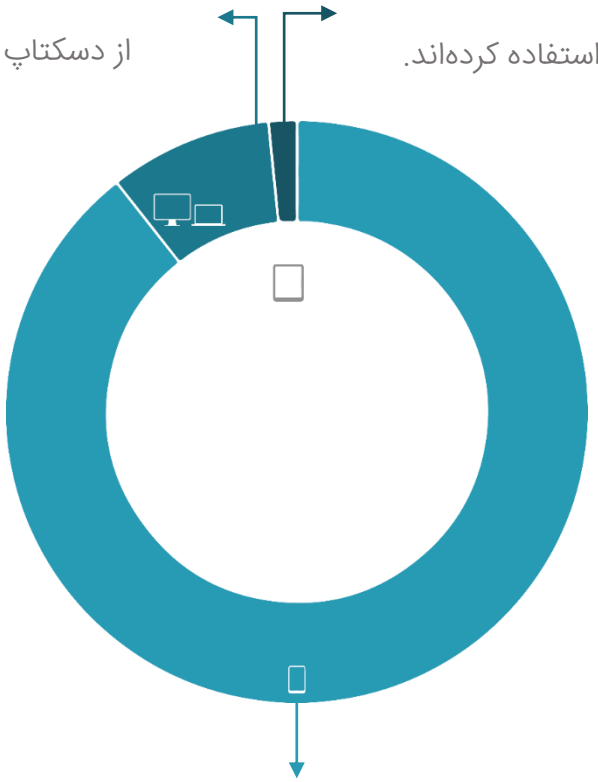
ایجنت‌های بررســـی شده

کاربران ایرانی از چه دستگاه و سیستم عاملی استفاده می‌کنند؟



۲ درصـــد از سشن‌های بررسی شده از تبلت استفاده کرده‌اند.

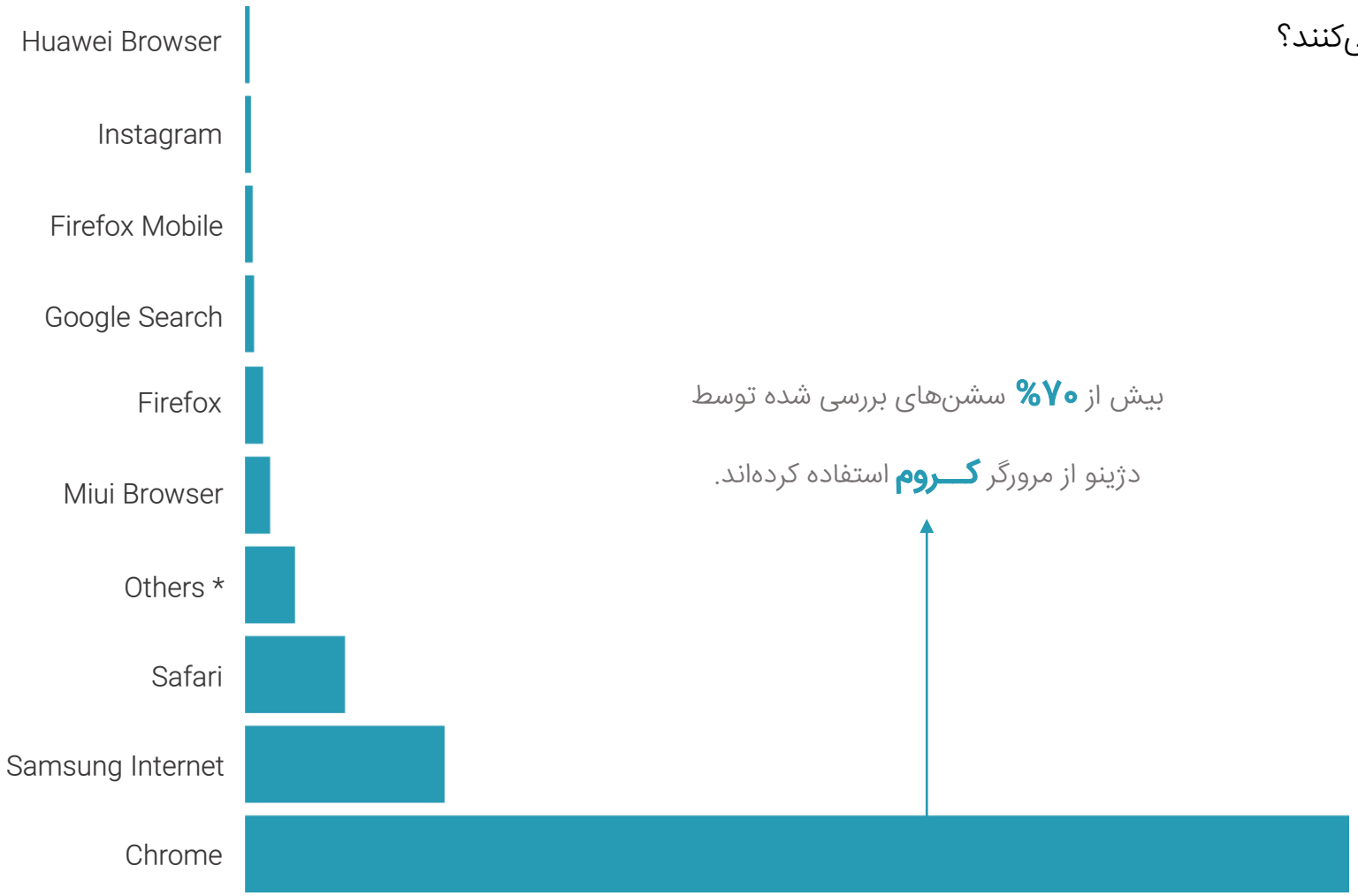
۹ درصـــد از سشن‌های بررسی شده از دسکتاپ استفاده کرده‌اند.



۸۹ درصـــد از سشن‌های بررسی شده از موبایل استفاده کرده‌اند.

ایجنت‌های بررســـی شده

کاربران ایرانی از چه مرورگرهایی استفاده می‌کنند؟



۱۰ مرورگر پر اســـتفاده در بین سشن‌های مورد بررسی دژینو

* Edge، Opera، Opera Mobile و ...

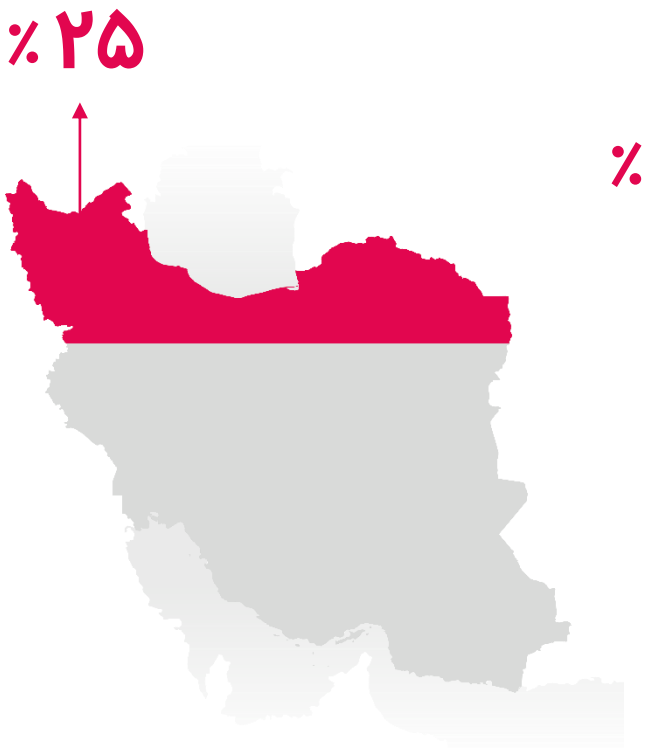
فصـــــل دوم

- **وضعیت تقلب تبلیغاتی آنلاین در ایران و جهان** (صـــفحه ۱۷)
- **گزارش زمانی تقلب در تبلیغات آنلاین** (صـــفحه ۲۰)
- **گزارش تقلب در تبلیغات آنلاین براساس کانال** (صـــفحه ۲۵)
- **گزارش تقلب در تبلیغات آنلاین براساس ایجنت** (صـــفحه ۳۴)

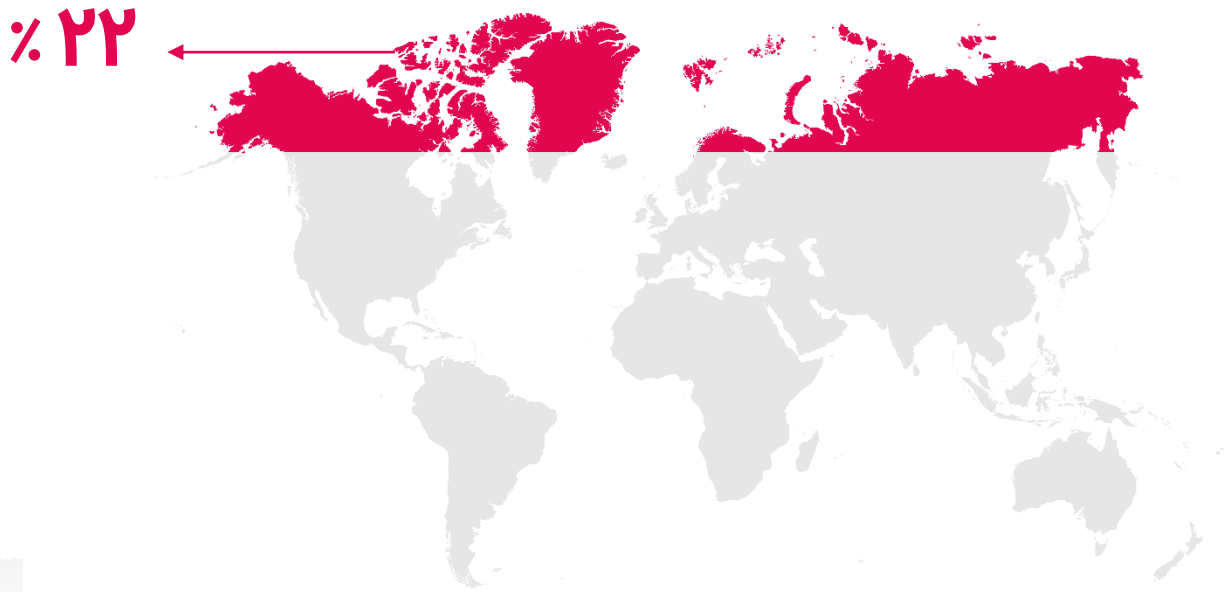
”
۵۰% از کل تبلیغات آنلاین هیچگاه فرصت مشاهده شدن توسط یک انسان واقعی را پیدا نمی‌کنند!
“

وضعیت تقلب تبلیغاتی آنلاین در ایران و جهان

چه میزان از سشن‌ها در تبلیغات آنلاین تقلبی است؟



تخمین میزان سشن تقلبی در تبلیغات آنلاین ایران براساس
داده‌های تحلیل‌شده توسط دژینو در سال گذشـــته*



نسبت هزینه هدر رفته به واسطه تقلب به کل
هزینه تبلیغات آنلاین در دنیا در سال ۲۰۲۳ **

* درصد ارائه شده مربوط به تقلب‌های کلیکی بوده و سایر انواع تقلب تبلیغاتی در این تخمین لحاظ نشده است.

** برگرفته از گزارش مرکز تحقیقات Juniper Research

وضعیت تقلب تبلیغاتی آنلاین در ایران و جهان

کسب و کارهای ایرانی چه بودجه ای را بدلیل وجود تقلب در تبلیغات از دست داده‌اند؟

تخمین زده می‌شود در سال گذشته، کسب و کارهای ایرانی حداقل چیزی در حدود

۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان

را بدلیل وجود تقلب در تبلیغات از دست داده‌اند.

وضعیت تقلب تبلیغاتی آنلاین در ایران و جهان

چه میزان از سشن‌ها در تبلیغات آنلاین تقلبی است؟

%۵۰

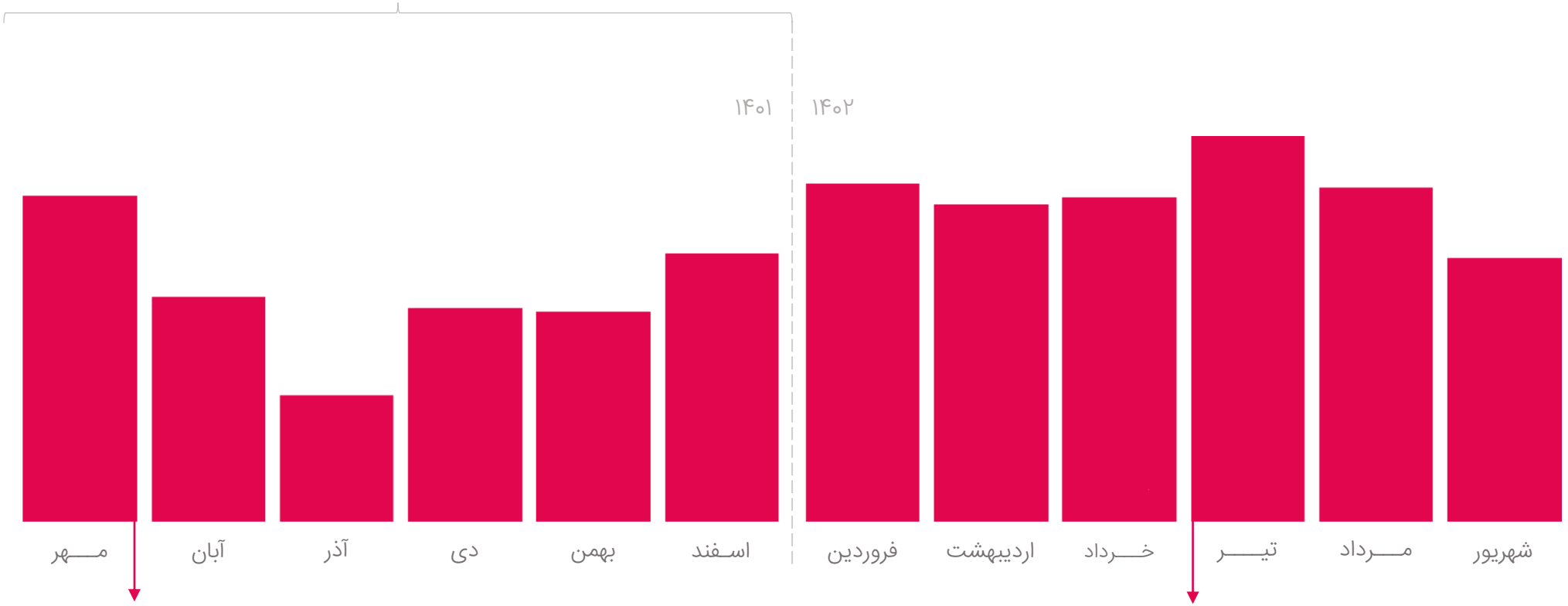
%۵۰ از کل تبلیغات آنلاین هیچگاه توسط یک انسان واقعی دیده نمی‌شوند*.

* برگرفته از گزارش سال ۲۰۱۴ گوگل

گزارش زمانی تقلب در تبلیغات آنلاین

وضعیت تقلب در تبلیغات آنلاین ایران به تفکیک ماه چگونه بوده است؟

در بازه ۶ ماهه دوم سال گذشته بدلیل قطعی و محدودیت دسترسی به اینترنت، حجم ترافیک تبلیغاتی و در نتیجه میزان تقلب به نسبت مدت مشابه سال قبل از آن کاهش یافت.



بیشترین میزان سشن تقلبی در نیمه اول سال، در **تیرماه** ثبت شد. در این ماه از هر ۵ سشن تبلیغاتی، یک سشن تقلبی بوده است.

بیشترین میزان سشن تقلبی در نیمه دوم سال، در **مهر ماه** به ثبت رسید. ۱۷ درصد از سشن‌های تبلیغاتی در این ماه تقلبی بوده است.

گزارش زمانی تقلب در تبلیغات آنلاین

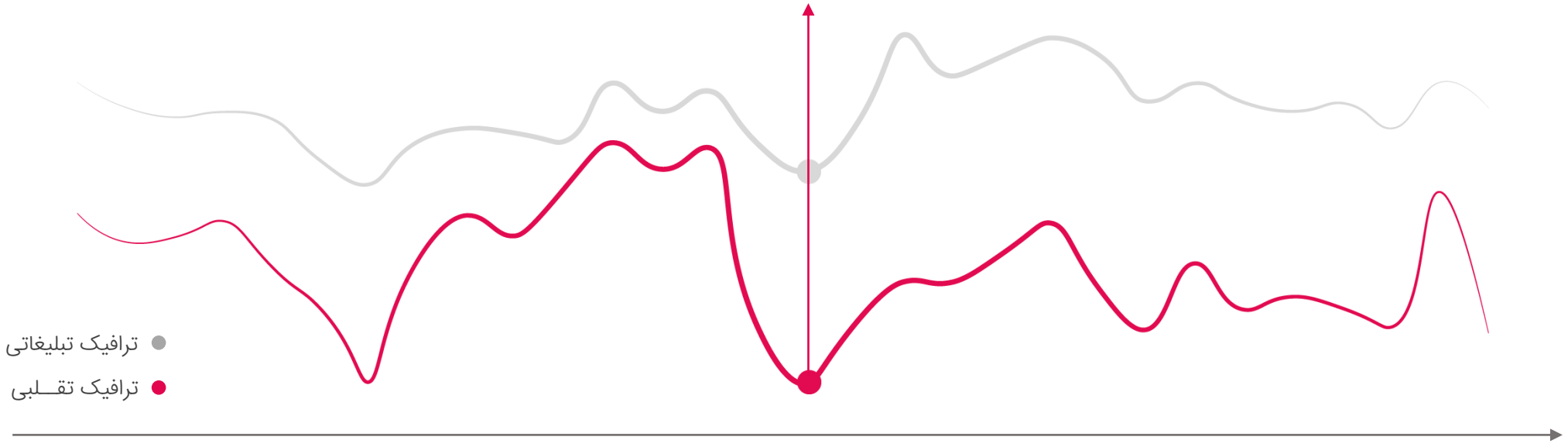
سرعت رشد سشن‌های تقلبی در تبلیغات آنلاین ایران چگونه است؟

گزارش زمانی تقلب در تبلیغات آنلاین

متوسط ماهانه میزان تقلب در تبلیغات آنلاین ایران چگونه است؟

در نیمه دوم هر ماه، علیرغم افزایش نسبی سشن‌های تبلیغاتی، به

نسبت نیمه اول همان ماه تقلب کمتری را شاهد بودیم.

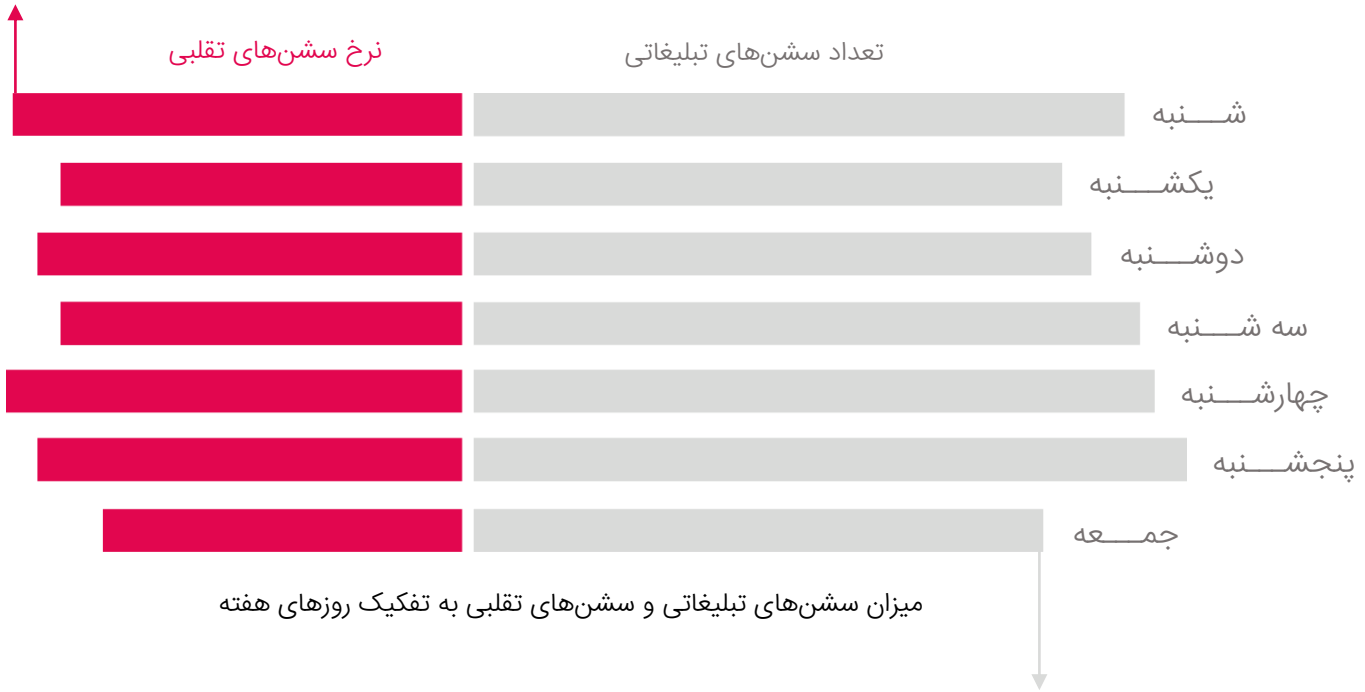


وضعیت متوسط ماهانه ترافیک تبلیغاتی و میزان تقلب در تبلیغات آنلاین ایران

گزارش زمانی تقلب در تبلیغات آنلاین

میزان تقلب در تبلیغات آنلاین ایران به تفکیک روزهای هفته چگونه بوده است؟

بیشترین نرخ سشن تقلبی در روزهای **چهارشـــنبه** و کمترین نرخ سشن تقلبی در روزهای **جمـــعه** هر هفته اتفاق می‌افتند.



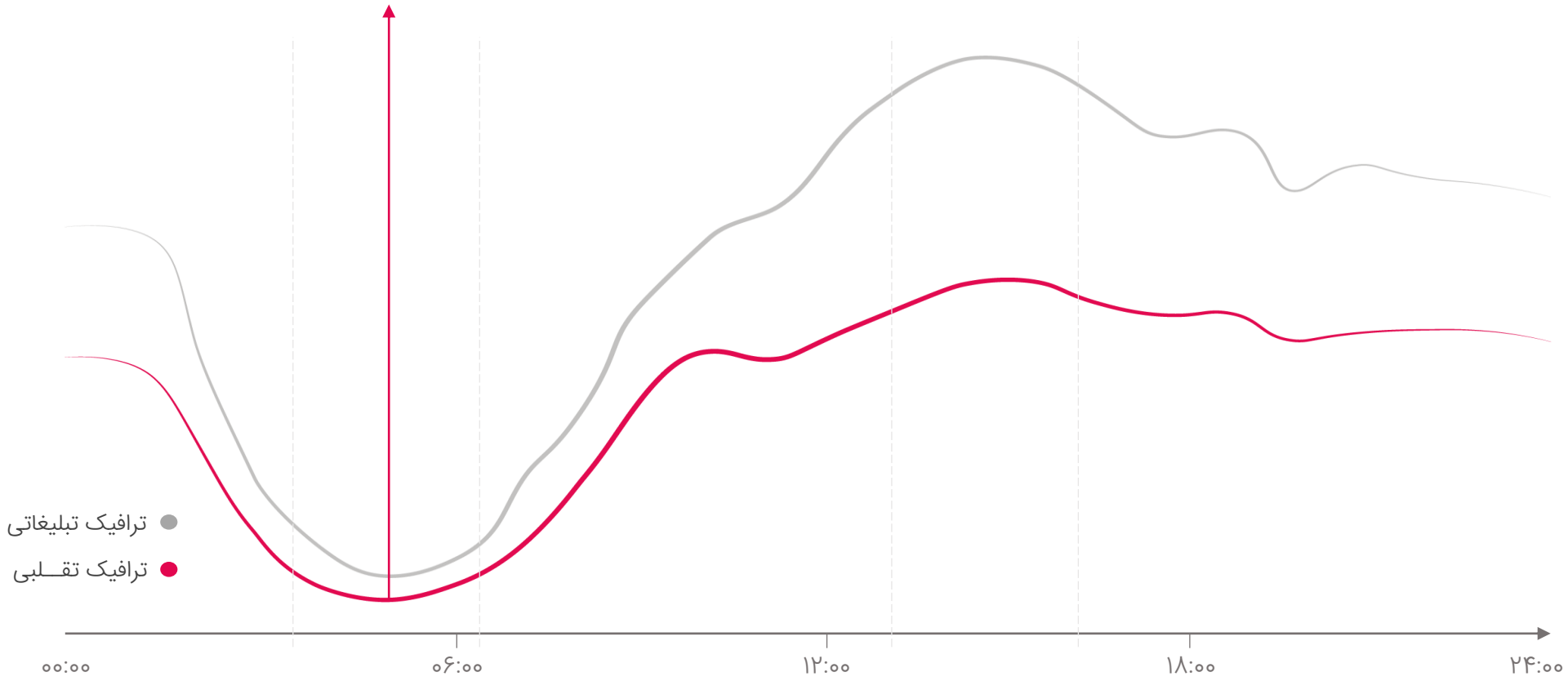
میزان سشن‌های تبلیغاتی و سشن‌های تقلبی به تفکیک روزهای هفته

بیشترین میزان ترافیک تبلیغاتی مربوط به **پنجشـــنبه** و کمترین میزان آن مربوط به **جمـــعه** هر هفته می‌باشد.

گزارش زمانی تقلب در تبلیغات آنلاین

میزان تقلب در تبلیغات آنلاین ایران به تفکیک ساعات روز چگونه بوده است؟

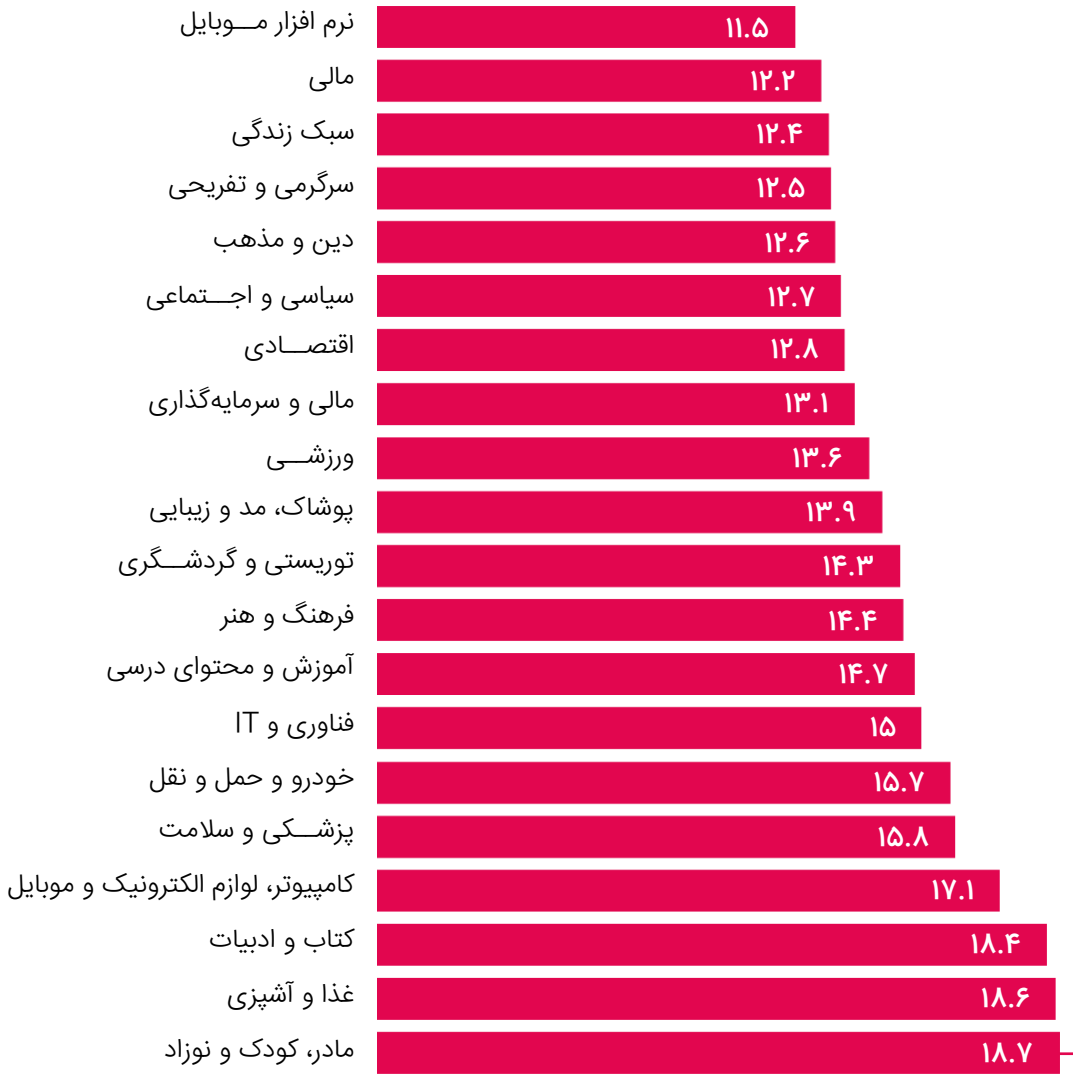
علیرغم افزایش و کاهش حجم ترافیک تبلیغاتی در ساعات مختلف روز، **نسبت سشن‌های تقلبی به کل سشن‌ها** در طول روز تقریبا ثابت است.



وضعیت روزانه ترافیک تبلیغاتی و میزان تقلب در تبلیغات آنلاین ایران

گزارش تقلب در تبلیغات آنلاین براساس کانال

بیشـــترین تقلب تبلیغاتی در کدام پابلیشـــرها رخ داده است؟



۲۰ دسته‌بندی از منتشرکنندگان تبلیغات با بیشترین میزان تقلب

دسته‌بندی‌های **مادر، کودک و نوزاد**، **غذا و آشـــپزی** و **کتاب و ادبیات**

بطور متوسط بیشـــترین میزان سشن تقلبی را روی وبسایت تبلیغ‌دهندگان ایجاد کرده‌اند.

گزارش تقلب در تبلیغات آنلاین براساس کانال

بیشـــــترین تقلب تبلیغاتی در کدام پابلیشـــرها رخ داده است؟

+۲۰۰

پابلیشـــرهای شناســـایی شده توسط دژینو با بیش از

%۳۳.۳۳ سشن تقلبی

%۹۴.۹

بیشـــــترین میزان تقلب یک پابلشـــر

در تبلیغات آنلاین

گزارش تقلب در تبلیغات آنلاین براساس کانال

بیشـــــترین و کمترین تقلب تبلیغاتی در کدام پابلیشـــرها رخ داده است؟

٪۹۰

سشن‌های ۱۰ پابلیشـــــر در یک سال گذشته حاوی بیش از ۹۰% تقلب بود که هر ۱۰ پابلیشر از دسته‌بندی **آهنگ و موسیقی** بوده‌اند.

۷/۱۰

از بین ۱۰ پابلیشـــر با کمترین میزان تقلب (کمتر از ۲%)، ۷ مورد مربوط به دسته‌بندی **نرم افـــزار موبایل** بوده‌اند.

گزارش تقلب در تبلیغات آنلاین براساس کانال

بیشـــــترین تقلب تبلیغاتی در کدام پابلیشـــرها رخ داده است؟

بیش از **۹۴٪** سشن‌های ایجاد شده توسط یک پابلیشر در دسته‌بندی **آهنگ و موســـیقی** سشن تقلبی بوده است!

شناسایی شد

گزارش تقلب در تبلیغات آنلاین براساس کانال

میزان تقلب در تبلیغات آنلاین ایران به تفکیک مدیوم چگونه بوده است؟

کمترین میزان تقلب در مدیوم‌های بررسی شده مربوط به تبلیغات دسته **پیش نمایش** (Pre Role) با متوسط **%۹** سشن تقلبی بوده است*.

بیشترین میزان تقلب در مدیوم‌های بررسی شده مربوط به دسته **بنرهای تبلیغاتی** با متوسط **%۲۵** سشن تقلبی بوده است.

*این مقادیر صرفا تقلب‌های کلیکی بوده و سایر انواع تقلب تبلیغاتی نظیر تقلب در نمایش لحاظ نشده است.

• گزارش تقلب در تبلیغات آنلاین براساس کانال

بیشـــــترین تقلب تبلیغاتی در کدام پابلیشـــرها رخ داده است؟

کلیک تقلبی روی **بنرهای تبلیغاتی** پرتکرارترین روش تقلب در تبلیغات کلیکی بوده است.

گزارش تقلب در تبلیغات آنلاین براساس کانال

کدام صنایع در سال گذشته بیشتر درگیر تقلب تبلیغاتی بوده‌اند؟

۱۰ صنعت با بیشـــترین میزان سشن تقلبی

صنعت **تکنولوژی و کالای الکترونیک** با **۳۱.۶%** سشن تقلبی، بیشترین زیان را از تقلب در تبلیغات آنلاین دیده است.

گزارش تقلب در تبلیغات آنلاین براساس کانال

وضعیت تقلب در تبلیغات گوگل ادز چگونه است؟

٪۴۶

بیشترین میزان **سشن تقلبی** ثبت شده در یک کمپین از

تبلیغات گوگل ادز مشـــتریان دژینو

٪۹۰

٪۹۰ از کمپین‌های تبلیغاتی کسب و کارها در گوگل، به نوعی با

یکی از انواع تقلب تبلیغاتی درگیر هستند *.

* برگرفته از وبسایت ClickCease

گزارش تقلب در تبلیغات آنلاین براساس کانال

وضعیت تقلب در تبلیغات شبکه‌های اجتماعی* پرطرفدار چگونه است؟

۱ Telegram ٪۲۶

۲ Instagram ٪۲۱

۳ Linkedin ٪۱۶

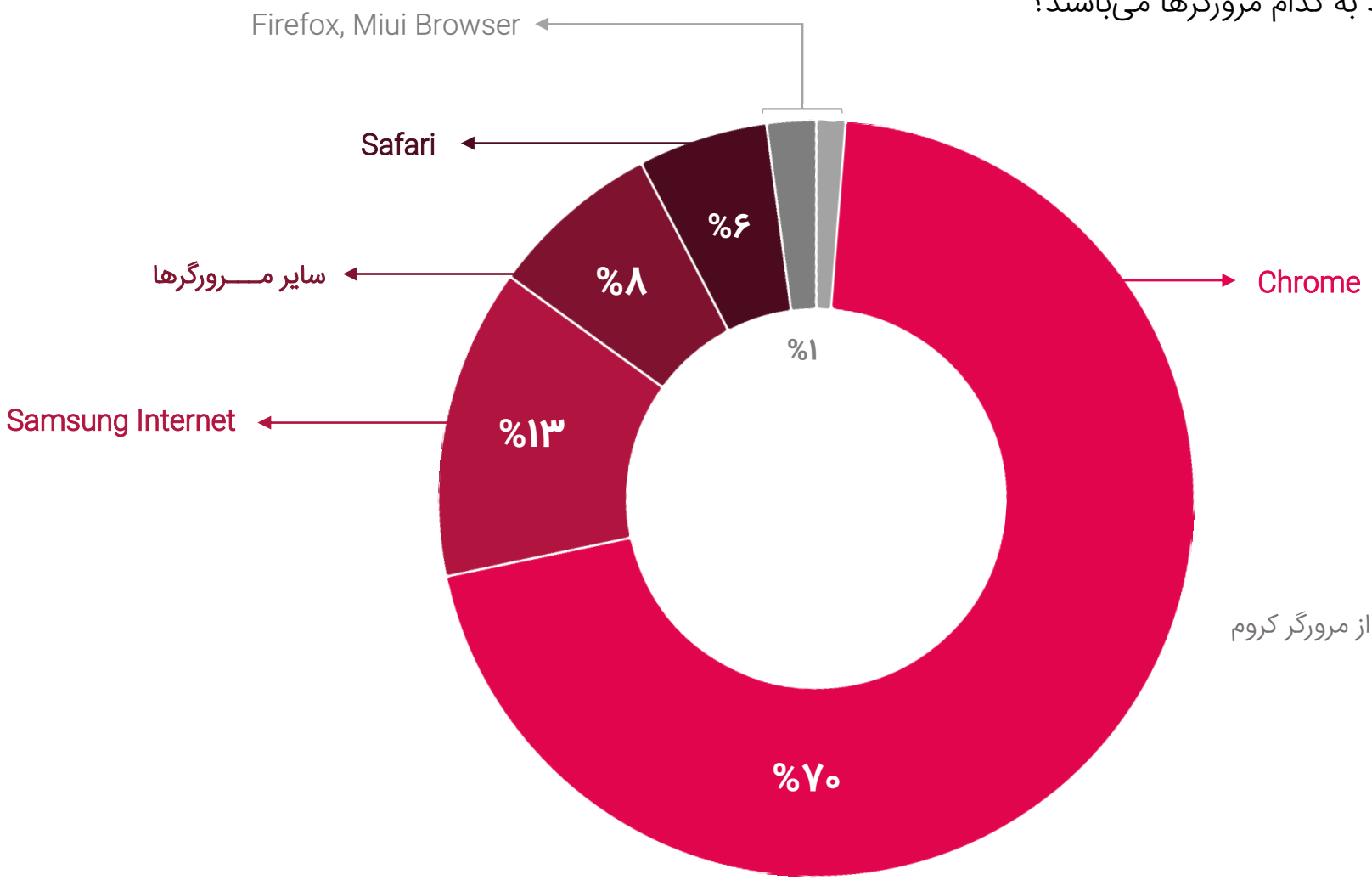
۴ X (Formerly Twitter) ٪۵

۲۶ درصد از سشن‌های تبلیغاتی با سورس **تلگرام**، سشن تقلبی بوده است.

* اعداد مربوط به سشن‌های تقلبی بوده و سایر انواع تقلب نظیر تقلب درون برنامه‌ای در آن لحاظ نشده است.

گزارش تقلب در تبلیغات آنلاین براساس ایجنت

بیشترین سشن‌های تقلبی مربوط به کدام مرورگرها می‌باشند؟



بیش از ۷۰% سشن‌های تقلبی از مرورگر کروم استفاده کرده‌اند.

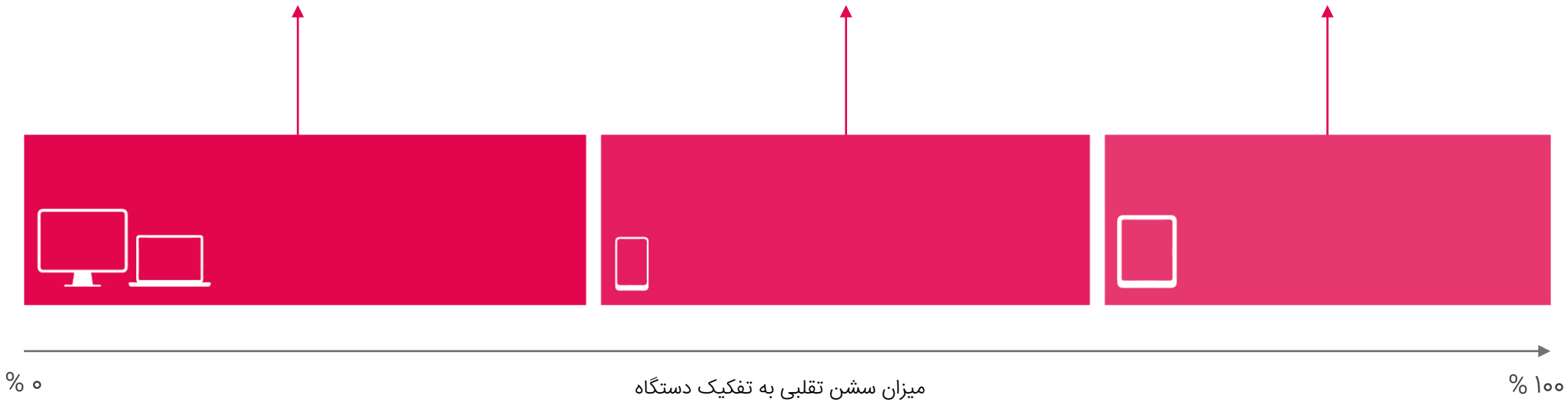
گزارش تقلب در تبلیغات آنلاین براساس ایجنت

میزان سشن تقلبی به تفکیک نوع دستگاه چگونه است؟

%۳۰ از سشن‌های تقلبی دستگاه خود را **تبلت** معـــرفی کرده‌اند.

%۳۲ از سشن‌های تقلبی دستگاه خود را **موبایل** معـــرفی کرده‌اند.

%۳۸ از سشن‌های تقلبی دستگاه خود را **دســـکتاپ** معـــرفی کرده‌اند.



گزارش تقلب در تبلیغات آنلاین براساس ایجنت

چه میزان از سشن‌های تقلبی از پراکسی استفاده کرده‌اند؟

1- United States of America

2- Netherlands

3- United Kingdoms

۲۸ درصد از سشن‌های تقلبی که از پراکسی استفاده کرده‌اند، موقعیت جغرافیایی خود را **ایالت کالیفرنیای آمریکا** معرفی نمودند.

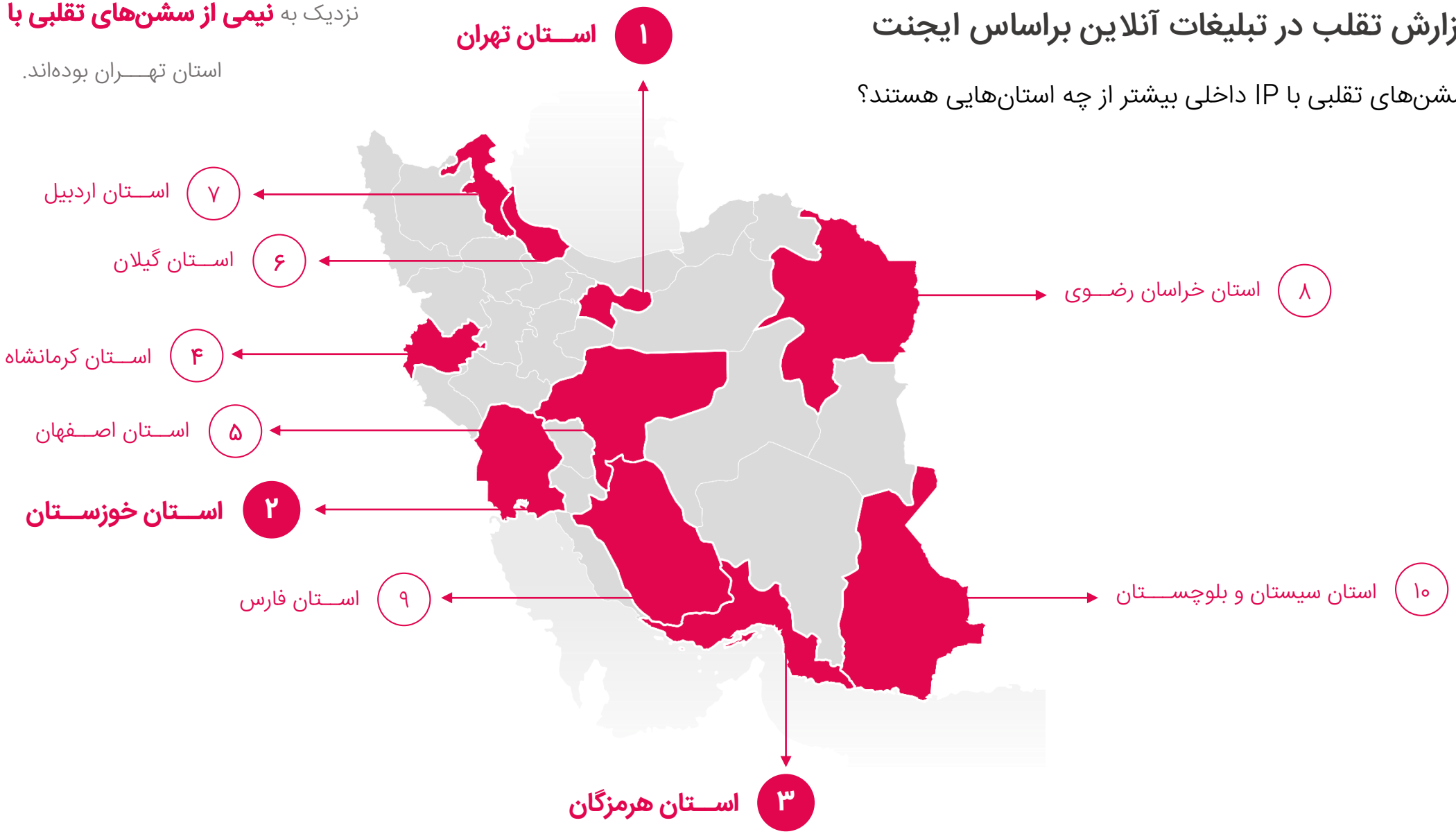
٪۳۳.۲

تقریبا **یک سوم از سشن‌های تقلبی** برای انجام تقلب IP خود را تغییر داده‌اند.

گزارش تقلب در تبلیغات آنلاین براساس ایجنت

سشن‌های تقلبی با IP داخلی بیشتر از چه استان‌هایی هستند؟

نزدیک به **نیمی از سشن‌های تقلبی با IP داخلی** از استان تهـــران بوده‌اند.



Internet Service Provider *

گزارش تقلب در تبلیغات آنلاین براساس ایجنت

سشن‌های تقلبی در ایران بیشتر از چه ISP هایی* استفاده می‌کنند؟

نیمی از سشن‌های تقلبی با IP داخلی از خدمات اینترنت شرکت‌های ایرانسل، همراه اول و مخابرات ایران استفاده کرده‌اند.

۱ ایرانسل MTN

Iran Cell Service and Communication Company

٪۳۰

۲ همراه اول

Mobile Communication Company of Iran PLC

٪۱۶

۳ شرکت مخابرات ایران (سهامی عام)

Telecommunication Company of Iran

٪۶

جمع بندی

- **گزارش در یک نگاه** (صـــفحه ۴۰)
- **نحوه جمع‌آوری و تحلیل داده‌های گزارش** (صـــفحه ۴۲)
- **درباره دژینو** (صـــفحه ۴۳)
- **راه‌های ارتباطی دژینو** (صـــفحه ۴۵)

"تیم دژینو در زمستان ۱۳۹۹ با هدف ارائه خدمات در راستای افزایش پرفورمنس تبلیغات آنلاین در ایران شکل گرفت."

گزارش در یک نگاه

- در سال گذشته کسب و کارها تفاوت نرخ سشن به کلیک **۲۰ تا ۴۰ درصدی** را در کمپین‌های تبلیغاتی خود تجربه کرده‌اند.
- بیش از **۳۰ هزار کانال تبلیغاتی آنلاین** در یک سال گذشته توسط دژینو بررسی شده‌اند.
- بیش از **۱۲ هزار پابلیشـــر** در **۳۰ دسته‌بندی مختلف** در یک سال گذشته توسط دژینو بررسی شده‌اند.
- **۸۹%** از سشن‌های تبلیغاتی از **موبایل** استفاده کرده‌اند و سیستم عامل **۸۴%** از آن‌ها **Android** بوده است.
- **۷۰%** از سشن‌های تبلیغاتی از مرورگر **کروم** برای وبگردی استفاده نموده‌اند.
- تخمین زده می‌شود در یک سال گذشته **۲۵% از هزینه کسب و کارهای ایرانی** در تبلیغات آنلاین به دلیل وجود تقلب هدر رفته‌است.
- **۵۰% از کل تبلیغات آنلاین** هیچگاه فرصت دیده شدن توسط انسان واقعی را پیدا نمی‌کنند.
- داده‌های دژینو رشد **۴۲ درصدی** سشن‌های تقلبی در نیمه اول سال ۱۴۰۲ به نسبت نیمه دوم سال ۱۴۰۱ را نشان می‌دهد.

گزارش در یک نگاه

- پابلیشرهایی در دسته‌بندی **آهنگ و موسیقی** بیشترین میزان تقلب در تبلیغات کلیکی را به نام خود ثبت کرده‌اند.
- پابلیشرهایی در دسته‌بندی **نرم افزار موبایل** کمترین میزان سشن تقلبی را روی وبسایت تبلیغ‌دهندگان ایجاد نموده‌اند.
- نزدیک به **یک سوم** سشن‌های بیش از **۲۰۰ پابلیشـــر** سشن‌های تقلبی بوده‌اند.
- **بنرهای تبلیغاتی** بیشترین و **تبلیغات پیش‌نمایشی** کمترین میزان سشن‌های تقلبی را در بین انواع تبلیغات دارا بوده‌اند.
- صنایع **تکنولوژی و کالای الکترونیک**، **خدمات** و **رمزارز** در سال گذشته بیشـــترین زیان را از تقلب در تبلیغات آنلاین دیده‌اند.
- **۹۰% از تبلیغات گوگل ادز** به نوعی درگیر تقلب‌های تبلیغاتی هستند.
- تا **۴۶% تقلب** در تبلیغات گوگل ادز کسب و کارهایی که از دژینو استفاده کرده‌اند مشاهده شده‌است.
- **حدود یک سوم** از سشن‌های تقلبی از روش‌های تغییر IP استفاده نموده‌اند.

نحوه جمع‌آوری و تحلیل داده‌های گزارش

داده‌های مورد استفاده در این گزارش به وسیله اسکریپت دژینو، از وبسایت کسب و کارها و در حین کمپین‌های تبلیغاتی آنها جمع‌آوری شده است. جمع‌آوری و تحلیل این داده‌ها بصورت در لحظه و بلافاصله پس از ایجاد یک سشن در سایت کسب و کار آغاز می‌گردد. پس از دریافت داده‌های مورد نیاز موتور هوش مصنوعی دژینو، پروسه تشخیص تقلبی بودن یا نبودن یک سشن به صورت زیر آغاز می‌گردد.

هر سشن به صورت مستقل توسط چندین الگوریتم در سه دسته‌بندی **رفتار کاربر** (User Behavior)، **ردپای کاربر** (User Footprint) و **پروفایل کاربر** (User Profiling) بررسی شده و براساس امتیازی که الگوریتم‌های مذکور به آن سشن می‌دهند مورد تحلیل نهایی قرار می‌گیرد. پس از مشخص شدن امتیاز هر سشن، امتیازها روی کانال‌های مختلف تبلیغاتی جمع‌بندی شده و درباره میزان کیفیت کانال‌ها تصمیم‌گیری می‌شود.

مدل‌های هوش مصنوعی استفاده شده برای تشخیص سشن‌های تقلبی بطور دائمی مورد بازبینی و بروزرسانی قرار می‌گیرند تا همواره کارایی خود در تشخیص صحیح و سریع‌تر سشن تقلبی را حفظ نمایند. تیم فنی دژینو پیوسته در حال رصد بات‌ها و تکنولوژی‌های جدید مورد استفاده در تقلب‌های تبلیغاتی بوده تا در صورت نیاز مدل‌های تشخیصی خود را با الگوهای جدید بازآموزی نماید. همچنین رصد دائمی الگوهای رفتاری متقلبین، بخش جدایی ناپذیر از مسیر شناسایی روش‌های جدید تقلب می‌باشد.

درباره دژینـــو

تیم دژینو در زمستان ۱۳۹۹ با هدف **افزایش پرفورمنس کمپین‌های تبلیغاتی در تبلیغات آنلاین ایران** فعالیت خود را آغاز نمود و تاکنون در دو راند از مجموعه دیجینکست (بازوی نوآوری گروه دیجیکالا) جذب سرمایه کرده است.

رسالت دژینو در تمام مدت فعالیت خود، تلاش برای بهبود و ارتقای کیفیت صنعت تبلیغات آنلاین در ایران بوده است. در این راستا همواره تلاش نموده‌ایم تا با ارائه سرویس‌هایی مبتنی بر دانش‌های روز نظیر هوش مصنوعی، نیاز کسب و کارها به بهبود عملکرد در تبلیغات آنلاین را برآورده سازیم.

در حال حاضر دژینو با ارائه چندین سرویس مختلف کمک شایانی به ارتقای تجربه کسب و کارها از تبلیغات آنلاین می‌نماید. در ادامه به تعدادی از این خدمات اشاره شده است. همچنین تیم دژینو آماده ارائه خدمات تخصصی به کسب و کار شما در راستای بهبود عملکرد تبلیغات آنلاین می‌باشد.

- **سرویس کشف تقلب تبلیغاتی آنلاین** (گزارش حاضر)
- **سرویس سنجش پرفورمنس تبلیغات آنلاین** (انتشار گزارش سالانه پرفورمنس در تبلیغات آنلاین ایران - بهار ۱۴۰۳)
- **سرویس ریکامندیشن کانال‌های تبلیغاتی**
- **سرویس کشف تقلب تبلیغات گوگل ادز**

DEZHINO

دیجینکست؛ مرکز نوآوری و سرمایه‌گذاری دیجیکالا

جهان با سرعت در حال حرکت، تغییر و تحول است و لازمه پیشرفت تمام کشورها و صنایع، همراه شدن با این تغییر و تحولات است. نوآوری و ذهن‌های خلاق شتاب‌دهندگان اصلی حرکت به سمت آینده هستند. ما برآنیم تا با ایجاد فضایی برای نوآوری، پلی میان کارآفرینان خلاق کشورمان و فرصت‌ها بسازیم.

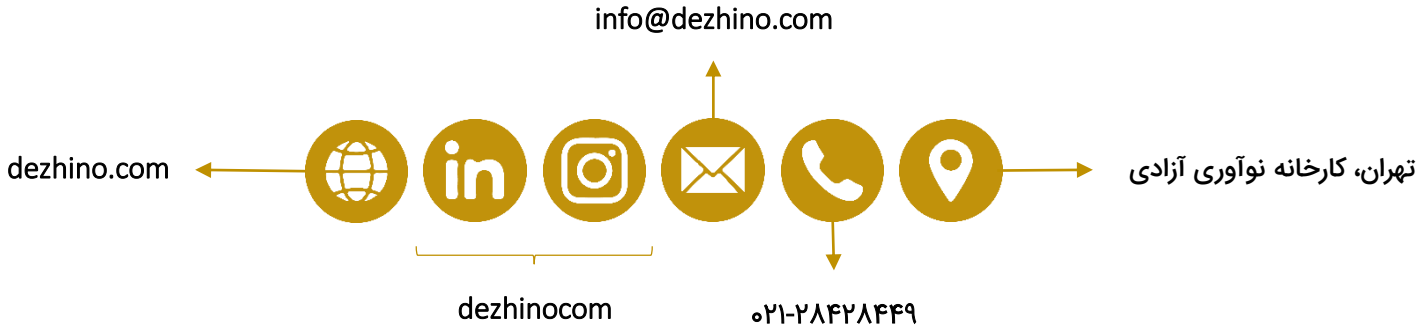
اینجا **دیجی‌نکست**، مرکز نوآوری و سرمایه‌گذاری گروه دیجی‌کالاست و ما در اینجا به برآورده کردن و محقق کردن رویای تغییر می‌اندیشیم. در طول ۵ سال فعالیت خود تلاش کردیم که با ارائه منابع، منتورشیپ و انگیزه ایجاد تغییر و تحول به استارتاپ‌ها، قلب تپنده نوآوری باشیم. سفر ما از سال ۹۷ و با حمایت گروه دیجی‌کالا، بزرگ‌ترین شرکت تجارت الکترونیک خاورمیانه، برای ایجاد انقلابی در صنعت تجارت الکترونیک با استفاده از تکنولوژی‌های روز دنیا آغاز شد.

اکنون، در پنجمین سال از شروع فعالیت‌مان همچنان در مسیر ماموریت خود گام برمی‌داریم: نوآوری را به پیش می‌بریم، فاصله میان کسب‌وکارها و فرصت‌ها را از میان برمی‌داریم، تکنولوژی و توانایی منحصر به فرد استعدادها را همراه می‌کنیم تا با سرعت بیشتر به موفقیت برسند. چشم‌انداز ما پرورش و توسعه استعدادها، معرفی پتانسیل‌های جدید به جهان و هدایت آن‌ها به سمت توسعه راه‌حل‌های متحول‌کننده صنایع است.

"فردای روشن دیگر یک رویای دور دست نیست؛ اینجاست، و ما در حال ساختن آن هستیم."

راه‌های ارتباطی با دژینـــــــو

گزارش حاضر نخستین شماره از گزارش‌های سالانه تقلب در تبلیغات آنلاین ایران می‌باشد. بدون شک با بازخوردها، انتقادات و پیشنهادات شما این گزارش در سال‌های آینده، کامل‌تر و کاربردی‌تر خواهد شد. از شما خواستاریم تا با ارائه نظرات، تیم دژینو را در ادامه مسیر خود یاری نمایید. راه‌های ارتباطی ما عبارتند از:



همچنین جهت کسب اطلاعات بیشتر درباره خدمات دژینو و دریافت مشاوره از طریق یکی از روش‌های بالا با ما در ارتباط باشید. تیم پشتیبانی دژینو همه روزه آماده پاســـخگویی به شما می‌باشد.