



فهرست

۱مقدمه

بخش اول

۲تعریف تقلب تبلیغاتی

۳متقلبان چه کسانی هستند؟

۳تاثیر تقلب تبلیغاتی بر کسب و کارها

۴راه‌های مقابله با تقلب‌های تبلیغاتی

۵سیستم تشخیص تقلب دژینو چگونه کار می‌کند؟

۶نحوه استفاده از دژینو چگونه است؟

بخش دوم

۷گزارش عملکرد دژینو در کمپین تبلیغاتی وبسایت کسب و کار*

۷مشخصات کمپین کسب و کار

۷توضیحات عملکرد دژینو در طول کمپین

۹جمع بندی نتایج عملکرد دژینو در پلن کسب و کار

۹نمونه ای از لیست ارائه شده پابلیشرهای خوب

۱۰نمونه ای از لیست ارائه شده پابلیشرهای بد

سخن آخر

۱۰معرفی سرویس پرفورمنس و پیشنهادات دژینو برای بهبود عملکرد تبلیغاتی کسب و کار

* به دلیل رعایت مسائل محرمانگی، به جای نام کسب و کار، تنها از عبارت «کسب و کار» استفاده شده است.

مقدمه

در مطالعه موردی پیش‌رو قبل از هر چیز موضوع تقلب (Fraud) را تعریف کرده‌ایم و به انواع تقلب تبلیغاتی و شیوه‌های شناسایی و مقابله با آن پرداخته‌ایم. اگر با موضوع تقلب کلیک و فراد دیتکشن (Fraud Detection) آشنایی کافی ندارید، این بخش برای شماست؛ در غیر اینصورت از مباحث آغازین بخش اول گذر کرده و توجه خود را به معرفی دژینو و سیستم تشخیص تقلب در آن معطوف کنید.

در بخش دوم به گزارش عملکرد دژینو در کمپین تبلیغاتی کسب‌وکاری پرداخته‌ایم که در بازه مهر تا آذر ۱۴۰۱ تبلیغات کلیک خود را به ما سپرده بود. در این گزارش ابتدا به معرفی سرویسی که مشتری از آن استفاده کرده پرداخته و در ادامه نتایج عملکرد دژینو را نشان داده‌ایم. در این قسمت به‌روشنی تاثیر سرویس پرفورمنس در افزایش کانورژن ریت تبلیغات مشخص شده است. به همراه این گزارش لیستی از پابلیشرهایی که عملکردی مثبت یا منفی در کمپین مذکور داشته‌اند ارائه کرده‌ایم. باید توجه شود که این لیست بطور اتوماتیک و براساس صنعت و هدف کمپین کسب‌وکار، توسط سرویس پرفورمنس دژینو تولید شده و لزوماً برای کسب و کار شما قابل استفاده نخواهد بود.

گزارش حاضر کمک می‌کند به‌خوبی تاثیر سرویس پرفورمنس دژینو در عملکرد کمپین‌های تبلیغاتی مشخص گردد. طبیعی است که با جدی‌تر شدن موضوع پرفورمنس مارکتینگ در صنعت تبلیغات، اهمیت تشخیص تقلب و بهینه‌سازی کانال‌های تبلیغاتی بیش از پیش مشخص می‌گردد.

پلتفرم دژینو، به‌عنوان اولین سرویس کشف تقلب و توصیه‌گر کانال داده‌محور، قدرت هوش مصنوعی را در اختیار کسب‌وکارهای ایرانی قرار داده و گامی مهم در بهبود اثربخشی تبلیغات آنلاین کشورمان برداشته است.

تعریف تقلب تبلیغاتی

در سال‌های اخیر با توجه به افزایش ضریب نفوذ وب در جامعه، تبلیغات این حوزه بخش بسیار مهمی از هزینه‌های بازاریابی کسب‌وکارها را به خود اختصاص داده است. مطابق انتظار با افزایش جریان مالی در یک حوزه، جذابیت تقلب در آن زمینه برای متقلبین بیشتر شده و افراد سعی می‌کنند با روش‌های کوتاه‌تر و کم هزینه‌تر به سودهای بیشتری دست پیدا کنند. مجموعه این عوامل باعث شده تا امروزه موضوع Ad Fraud (تقلب تبلیغاتی) به چالشی مهم برای کسب‌وکارها تبدیل شود. تقلب در تبلیغات آنلاین در تمامی سطوح و انواع آن امکان پذیر است. در حال حاضر بیشترین تقلب در این اکوسیستم، در تبلیغات کلیک رخ می‌دهد.

مطابق آمار منتشر شده در نخستین گزارش سالانه تقلب در تبلیغات آنلاین ایران، **۲۵٪** از هزینه کسب‌وکارهای ایرانی در تبلیغات آنلاین به دلیل وجود تقلب هدر می‌رود!

در این نوع از تقلب، افراد به وسیله بات‌ها یا کلیک‌فارم‌ها (مجموعه‌ای از دیوایس‌ها مانند موبایل، تبلت، کامپیوتر و...) سعی در کلیک بر روی تبلیغات کسب‌وکارها و افزایش درآمد خود از تبلیغات سایرین می‌کنند.



متقلبان چه کسانی هستند؟

در مواجهه با مسئله تقلب، یکی از پرتکرارترین سوالاتی که به ذهن می‌رسد این است که «این تقلب توسط چه کسانی صورت می‌گیرد؟»

به طور دقیق نمی‌توان مسئولیت تقلب در تبلیغات را متوجه یک فرد یا بازیگر خاص در این اکوسیستم دانست. افراد زیادی ممکن است از هدر رفتن هزینه تبلیغات شما سود ببرند که در ادامه به لیستی از آنها اشاره شده است.

۱- **آژانس‌های تبلیغاتی:** برخی آژانس‌های تبلیغاتی ممکن است برای افزایش تعداد کلیک روی بنرهای تبلیغاتی کسب و کارها، به سراغ کلیک‌های بی‌کیفیت بروند.

۲- **رقبای شما:** برخی رقبای هدر دادن بودجه‌های تبلیغاتی و کاهش اثربخشی کمپین‌های تبلیغاتی شما، اقدام به کلیک فیک بر روی تبلیغات می‌کنند.

۳- **منتشرکنندگان تبلیغات:** برخی منتشرکنندگان تبلیغات، برای افزایش درآمد خود از تبلیغات درون وبسایت، اقدام به کلیک روی تبلیغات یا دعوت از بازدیدکنندگان به کلیک روی تبلیغات می‌کنند.

۴- **کلیک‌های اشتباه:** از پدیده‌های رایج در تبلیغات بنری، کلیک اشتباه یک کاربر روی بنر تبلیغاتی در سایت تبلیغ‌کننده است. با اینکه این کلیک‌ها به طور عمدی انجام نمی‌شوند، نمی‌توان از تاثیرشان بر کاهش کیفیت ترافیک ورودی به وبسایت چشم‌پوشی کرد.

در نهایت فارغ از اینکه این تقلب توسط چه کسانی انجام می‌شود، نکته مهم این است که بتوانیم در کمترین زمان ممکن و با بیشترین دقت، از میزان وقوع و تاثیرات منفی آن بر کسب‌وکارمان بکاهیم.

تاثیر تقلب تبلیغاتی بر کسب‌وکارها

مطابق شکل، ورود ترافیک بی‌کیفیت به قیف بازاریابی و همچنین جلو رفتن آن در این قیف، تاثیرات غیر قابل بازگشتی بر تمام پروسه‌های کسب‌وکار خواهد داشت که در ادامه به لیستی از آنها اشاره شده است.



- ⊗ هدر رفتن بودجه تبلیغات
- ⊗ هدر رفتن زمان نیروی انسانی برای کشف و جلوگیری از ورود این ترافیک
- ⊗ تحمیل بار پردازشی زیاد به زیرساخت‌های فنی به دلیل زیاد شدن ترافیک ورودی بی‌کیفیت
- ⊗ کثیف شدن داده‌های تحلیلی کمپین
- ⊗ تصمیم‌گیری اشتباه در کمپین‌های بعدی براساس دیتای اشتباه آلوده به تقلب

راه‌های مقابله با تقلب‌های تبلیغاتی

مشکل تقلب در تبلیغات کلیک موضوع جدیدی نیست و کسب‌وکارها مدت‌ها درگیر این مشکل بوده و با روش‌های سنتی سعی در شناسایی و جلوگیری از ورود این ترافیک بی‌کیفیت به وبسایت‌های خود داشته‌اند.

تقریباً تمامی روش‌های سنتی برای مقابله با تقلب، نیازمند استفاده بیشتر از زمان و انرژی نیروی انسانی برای جمع‌آوری حداکثر دیتای ممکن است. این دیتا از پنل‌هایی مختلف (مانند پنل آژانس تبلیغاتی، گوگل آنالیتیکس و...)، تحلیل داده‌های موجود و شناسایی موارد غیرطبیعی در این داده‌ها به‌دست می‌آید. همانطور که مشخص است در کمپین‌های مهم با تعداد پابلیشرهای بالا، انجام این کار بسیار زمان‌بر و هزینه‌بر بوده و به‌دلیل طولانی بودن فرآیند، عملاً امکان انجام تحلیل‌های عمیق بر روی داده و شناسایی موارد غیرطبیعی امکان‌پذیر نیست.

در این شرایط پلتفرم‌های کشف تقلب (Fraud Detection Platforms) به کمک کسب‌وکارها آمده و سعی در ارائه راه‌حل‌های نوین برای این مشکل قدیمی کرده‌اند. از جمله شرکت‌های مطرح دنیا در زمینه مقابله با تقلب‌های کلیک، می‌توان به Click Guard، Clickcease و Datadome اشاره کرد.

در ایران نیز دژینو | Dezhino، با بهره‌گیری از قدرت هوش مصنوعی سعی در افزایش سرعت و دقت شناسایی ترافیک ورودی بی‌کیفیت به سایت‌ها نموده است.

دژینو با ایجاد امکان تشخیص در لحظه ترافیک تقلبی و بی‌کیفیت و ارائه راه‌حل‌های کاربردی، نقش مهمی در کمک به کسب‌وکارها برای کاهش زیان ناشی از تقلب‌های تبلیغاتی ایفا می‌کند.



سیستم تشخیص تقلب دژینو چگونه کار می‌کند؟

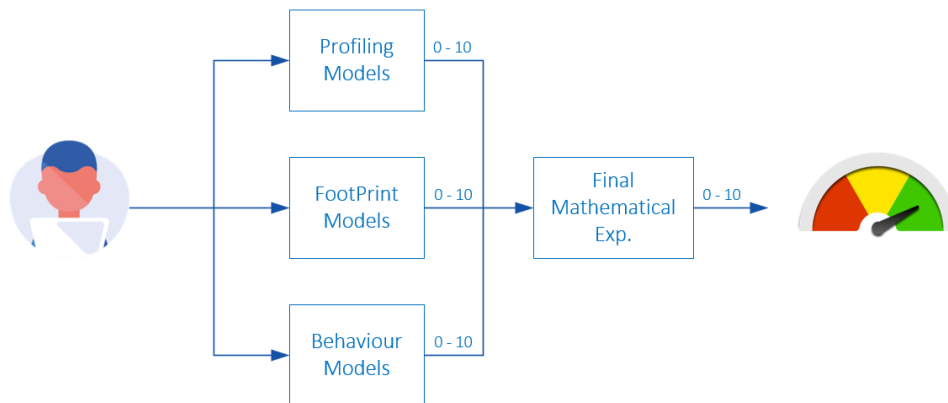
سیستم‌های تشخیص تقلب به شیوه‌های گوناگونی کار می‌کنند. در دژینو هر Session ورودی به سایت شما توسط الگوریتم‌های گوناگون در سه حوزه مختلف بررسی شده و هر حوزه امتیازی را به سشن مورد بررسی اختصاص می‌دهند. در پایان، این سه امتیاز با توجه به میزان تاثیرگذاری در تقلب، در یک فرمول محاسباتی وارد شده و امتیاز نهایی (از ۰ تا ۱۰) برای آن Session محاسبه می‌گردد که مبنای تصمیم‌گیری درباره باکیفیت یا بی‌کیفیت بودن آن سشن خواهد بود*.

در نهایت تمامی سشن‌های ورودی از پابلیشرهای مختلف با همین مکانیزم مورد بررسی و امتیازدهی قرار گرفته و پابلیشرها براساس میزان ترافیک باکیفیت و بی‌کیفیت به صورت در لحظه طبقه‌بندی می‌شوند. در ادامه برای درک بهتر موضوع، به معرفی سه حوزه مورد بررسی ترافیک ورودی پرداخته ایم:

۱. Profiling: که در آن الگوریتم‌های دژینو، مواردی مانند IP کاربر، User agent مرورگر، استفاده از پروکسی و... را بررسی می‌کنند.

* بصورت پیشفرض، سشن‌هایی با امتیاز بالای ۳/۳، به عنوان sessionهای نامعتبر شناخته می‌شوند.

۲. Foot Print: در این شاخه، رفتار قبلی کاربر در زمینه ورود به سایت هدف بررسی می‌شود. تعداد دفعات ورود به سایت، الگوی ورود به سایت و... از جمله این موارد هستند.
۳. User Behavior: در این شاخه نیز الگوریتم دژینو، رفتار کاربر اعم از محل کلیک، حرکت ماوس، میزان اسکرول و... را بررسی می‌نماید.



نحوه استفاده از دژینو چگونه است؟

دژینو برای بررسی در لحظه ترافیک ورودی به سایت شما از یک اسکریپت به زبان جاوااسکریپت بهره می‌برد. تمام کاری که نیاز است از طرف شما انجام شود، ثبت نام در دژینو و قرار دادن تگ اسکریپت (اسکریپت ترکر - tracker) بر روی هد سایت می‌باشد. پس از قرارگیری اسکریپت، تمام مراحل بعد را تیم دژینو انجام داده و محافظت از سایت شما در برابر ترافیک ورودی بی کیفیت آغاز می‌شود.

گزارش عملکرد دژینو در کمپین تبلیغاتی وبسایت کسبوکار

در ادامه به بررسی نتایج کمپین یکی از مشتریان دژینو، که برای رعایت مسائل محرمانگی از این پس «کسبوکار» نامیده شده، با از استفاده از پلتفرم تشخیص تقلب دژینو پرداخته شده است.

مشخصات کمپین کسبوکار

- هدف کمپین: لید جنریشن
- سورس و مدیوم مورد بررسی: ادنتورک‌های ایرانی – تبلیغات همسان و بنری
- بازه زمانی کمپین: از ۱۷ مهرماه ۱۴۰۱ تا ۱۹ آذرماه ۱۴۰۱
- میزان ترافیک بررسی شده: حدود ۳۵۰۰۰۰ ترافیک ورودی تبلیغاتی

توضیحات عملکرد دژینو در طول کمپین

فاز اول

- بازه زمانی: از ۱۰ مهرماه ۱۴۰۱ تا ۱۷ مهرماه ۱۴۰۱
- اهداف:
- ✓ همگام شدن مدل‌های هوش مصنوعی دژینو با وبسایت کسبوکار
- ✓ بررسی دیتای ورودی و مشاهده مقادیر اولیه
- توضیحات: مطابق سناریوی از پیش تعیین شده، ۵ هزار ترافیک ورودی اول، بدون تاثیر دژینو و صرفاً به منظور همگام‌سازی مدل‌های هوش مصنوعی با سایت کسبوکار، بررسی دیتای پابلیشرها و نهایتاً مشاهده مقادیر اولیه پارامترهای مورد بررسی (در بازه زمانی ۱ هفته) مورد بررسی قرار گرفته است.

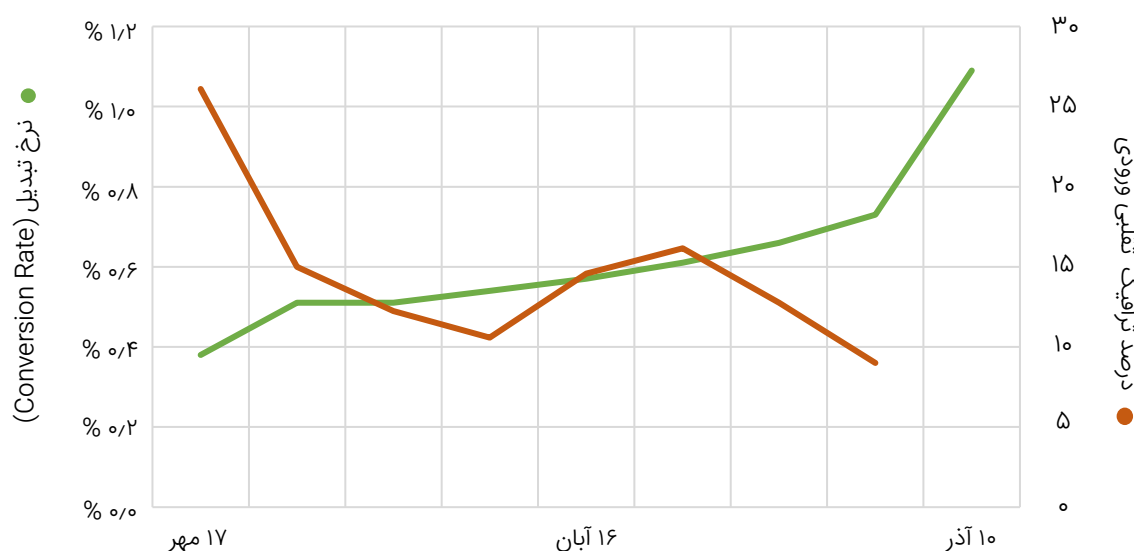
فازهای دوم به بعد

- بازه زمانی: پس از ۱۷ مهرماه ۱۴۰۱ به صورت هفتگی
- میزان ترافیک مدیریت شده: تقریباً ۱۰ درصد ترافیک در هر سیکل
- اهداف:
- ✓ اعمال تغییرات پیشنهادی الگوریتم دژینو روی پابلیشرها و مشاهده تاثیر آن در kpiهای مورد بررسی

✓ توضیحات: پس از جمع‌آوری و بررسی دیتا در فاز اول، گزارشی حاوی لیستی از پابلیشرهای دارای بیشترین ترافیک باکیفیت و لیستی از پابلیشرهای دارای کمترین ترافیک با کیفیت در اختیار کمپین منیجر قرار گرفت تا پابلیشرهای بی‌کیفیت از لیست نمایش تبلیغات حذف و درصد نمایش در پابلیشرهای با کیفیت افزایش یابد. این فرآیند به صورت هفتگی و با ارائه گزارش‌های وضعیت ترافیک ورودی از پابلیشرها و سورس/مدیوم‌های کسب‌وکار و مدیریت پابلیشرها براساس لیست پیشنهادی دژینو ادامه یافت.*

در نهایت پس از تکمیل حدود ۸ سیکل بهبود پابلیشر، نرخ تبدیل (Conversion Rate) لندینگ کسب‌وکار از ۰/۳۴٪ در انتهای فاز ۱ به حدود ۱/۱٪ در انتهای زمان مورد بررسی در این گزارش افزایش پیدا کرد (۲۰۰٪ افزایش)

در ادامه نمودار تغییرات نرخ تبدیل لندینگ مورد بررسی را در بازه زمانی مذکور مشاهده می‌نمایید.*



نکته‌ای که در خصوص نتیجه به دست آمده باید مورد توجه قرار گیرد، لزوم استمرار بررسی ترافیک ورودی، تحلیل کیفیت، ارائه پیشنهادات بهبود عملکرد و نهایتاً مدیریت پابلیشرها براساس لیست‌های ارائه شده است. فرآیندهای مبتنی بر هوش مصنوعی وابسته به زمان و میزان داده دریافتی بوده و با گذشت زمان، استمرار و دریافت و تحلیل دیتای بیشتر، نتایج بهتری به دست خواهند آمد (مطابق سرعت رشدی که در نمودار مشخص است).

همچنین پایش و بهبود ترافیک ورودی، فرآیندی همیشگی بوده و با بهبود دائمی پابلیشرهایی که ترافیک ورودی سایت ما را ایجاد می‌کنند، پرفورمنس کمپین‌های تبلیغاتی همواره بهتر و بهتر خواهد شد.

* اعداد مربوط به میزان افراد از پلتفرم دژینو و اعداد مربوط به KPI ها از دیتا استودیو کسب‌وکار آمده است.

جمع بندی نتایج عملکرد دژینو در کمپین بررسی شده

مطابق اعداد نمایش داده شده در نمودار بالا، طی کمتر از ۲ ماه فعالیت با لیست پابلیشرهای پیشنهادی الگوریتم دژینو، میزان ترافیک ورودی بی کیفیت از ۲۶/۱۰٪ به ۹/۵٪ کاهش یافته و این مقدار بهبود کیفیت ترافیک ورودی به کیف بازاریابی ۲۰۰٪ بهبود در کانورژن ریت در انتهای کیف بازاریابی شده است.

پیش بینی می شود با ادامه این فرآیند و کاهش ترافیک ورودی با کیفیت پایین و افزایش ترافیک ورودی با کیفیت بالاتر، کانورژن ریت این کسب و کار بیشتر و بیشتر شود. مطابق مطالب بیان شده استفاده از ابزار فراد دیتکشن، نهایتاً منجر به افزایش پرفورمنس کمپین تبلیغاتی شما خواهد شد. در ادامه نمونه ای از لیست پابلیشرهای خوب (برای افزایش بید و دریافت ورودی بیشتر از این پابلیشرها) و پابلیشرهای بد (برای بلاک کردن و عدم دریافت ورودی از آنها) که در اختیار این کسب و کار قرار گرفته است را مشاهده می نمایید.*

نمونه ای از لیست ارائه شده پابلیشرهای خوب (مخصوص این کسب و کار در این کمپین)

Publisher name	Session count	Fraud count	Correct Count	Weighted Score [†]
www.bartarinha.ir	6984	417	6567	27.81019
varzesh3.com	13992	1153	12839	5.58144
ir.telegraex.cleaner	1031	67	964	1.23655
www.rokna.net	1557	116	1441	1.15426
www.khabaronline.ir	1880	145	1735	1.11397
rt.farsapp.telegramCleaner	1013	68	945	1.06959
shahrzad.online	204	7	197	0.28317
mahshow.com	324	20	304	0.2549
com.snapchat.android	199	8	191	0.24059
www.pishnahadevizheh.com	412	30	382	0.18463

* توجه شود این لیست ها براساس دیتای جمع آوری شده این کسب و کار و هدف کمپین آن جمع آوری شده و لزوماً برای تمام کسب و کارها با اهداف گوناگون تبلیغاتی قابل استفاده نخواهد بود.

† امتیاز تقلاب هر پابلیشر در واقع خروجی الگوریتمهای تحلیلی دژینو برای تمام سشنهای بررسی شده از پابلیشر مذکور است که نهایتاً با توجه به امتیازات همه پابلیشرها، امتیاز وزنی هر پابلیشر در مقایسه با سایر پابلیشرها محاسبه می گردد.

نمونه ای از لیست ارائه شده پابلیشرهای بد (مخصوص این کسب و کار در این کمپین)

Publisher name	Session count	Fraud count	Correct Count	Weighted Score
musicguitars.ir	1671	231	1440	-7.21002
www.arshehonline.com	1215	147	1068	-3.04488
khabarsarasari.com	620	73	547	-1.01218
khanefootball.com	400	57	343	-0.9109
www.hamshahrionline.ir	1178	110	1068	-0.72924
delgarm.com	981	94	887	-0.70056
www.negaronline.ir	862	83	779	-0.6001
www.shomalnews.com	81	35	46	-0.49485
tabnak.ir	550	57	493	-0.49076
zendegi.online	612	59	553	-0.36247

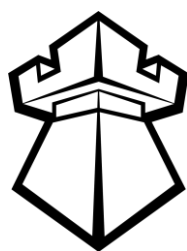
سخن آخر

معرفی سرویس پرفورمنس و پیشنهادات دژینو برای بهبود عملکرد تبلیغاتی کسب و کار

در دژینو علاوه بر امکان تشخیص در لحظه سشن تقلبی، امکان تخمین عملکرد سشن بصورت در لحظه نیز وجود دارد. در واقع سرویس پرفورمنس دژینو بصورت در لحظه به هر سشن براساس Goal های اعلامی کسب و کار و سایر Goal هایی که در طول قیف بازاریابی کسب و کار تنظیم می گردد، امتیازی تحت عنوان امتیاز عملکرد یا پرفورمنس اسکور می دهد. تجمیع و تحلیل داده محور این امتیاز و امتیاز ثقل روی هر کانال، نهایتاً به سرویس پرفورمنس دژینو این امکان را می دهد که کانال هایی با بهترین عملکرد و ضعیف ترین عملکرد را متناسب با صنعت و هدف کسب و کار شناسایی کند. لیست کانال های پیشنهادی به کسب و کارها کمک می کند تا بودجه تبلیغاتی خود را بصورت بهینه استفاده کرده و بیشترین نرخ های تبدیل را در کمپین های بازاریابی خود تجربه کنند.

اگر تبلیغات آنلاین بخشی از استراتژی بازاریابی کسب و کار شما را تشکیل می دهد و نیاز به بهبود عملکرد و افزایش نرخ تبدیل را در تبلیغات آنلاین خود حس کرده اید، تیم دژینو در کنار شما خواهد بود. تلاش همیشگی ما در دژینو ارائه راهکارهای نوین برای بهبود کیفیت تبلیغات آنلاین بوده و معتقدیم بهبود کیفیت این صنعت نهایتاً به نفع تمامی بازیگران آن خواهد بود.

از شما دعوت می کنیم برای کسب اطلاعات بیشتر در خصوص [خدمات دژینو](#) و دریافت مشاوره در خصوص سرویس مناسب خود، با تیم پشتیبانی دژینو در ارتباط باشید.



برای کشف تقلب و افزایش پرفورمنس کمپین‌های تبلیغاتی خود به کمک هوش مصنوعی،
از طریق لینک‌های زیر، با ما در ارتباط باشید...



www.Dezhino.com



@Dezhino



@DezhinoCom

نیکی پرداخت

تام‌لند

ایم‌آر

MODISEH

نیلیندو

کلان‌دینو

NARIAN

سبک‌گردان آگاه

فلائی‌تیو

هافمن

تاتواز

ایسمینار