



داستان موفقیت دژینو

پایان هدررفت بودجه در کمپین های صنعت آموزشی: چگونه دژینو مسیر موفقیت را هموار

کرد

مقدمه

هر داستان موفق با یک چالش بزرگ آغاز می شود...

در دنیای پرهیاهوی تبلیغات آنلاین، موسسات آموزشی برای جذب دانش پذیران با چالش های فراوانی

روبرو هستند. این داستان، روایتگر مسیری است که دژینو برای یکی از این موسسات هموار کرد تا از

هدررفت بودجه جلوگیری کرده و به نتایج واقعی دست یابد.

قهرمان داستان : مشتری

صحنه داستان (صنعت): دنیای رقابتی آموزش

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

فهرست داستان

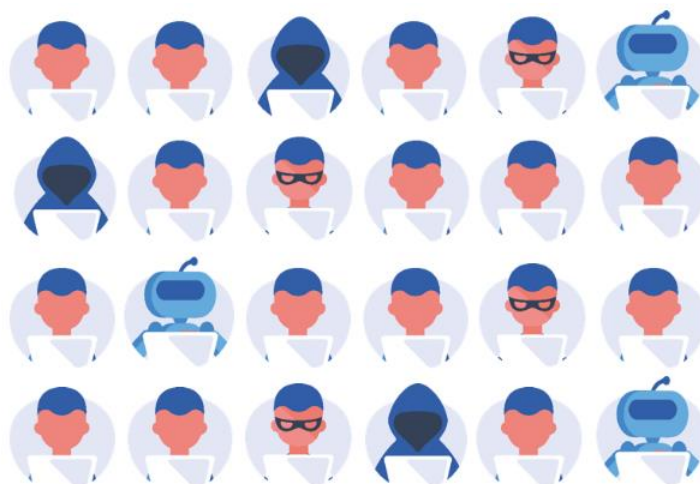
- شروع داستان: چالش بزرگ
- قهرمان وارد می‌شود: راه حل دژینو
- فناوری دژینو: قلب تپنده راه حل
- مسیر پر پیچ و خم: فرآیند پیاده‌سازی
- پایان خوش: نتایج درخشان
- درس‌های داستان: نتیجه‌گیری
- راوی داستان: درباره دژینو

شروع داستان: چالش بزرگ

داستان ما از جایی شروع می‌شود که یکی از موسسات آموزشی پیشرو در ایران، با وجود تلاش‌های فراوان و صرف بودجه قابل توجه در دنیای پر زرق و برق تبلیغات آنلاین، احساس می‌کرد که اتفاق خوبی نمی‌افتد. انگار بخشی از سرمایه‌گذاری‌شان در یک چاه بی‌انتها می‌ریخت. آن‌ها در پلتفرم‌های محبوبی مثل گوگل ادز، ادکسو و یکتانت حضور داشتند، اما ترافیکی که جذب می‌شد، آن‌طور که باید و شاید ثمربخش نبود.

مشکل کجا بود؟ تحلیل‌ها نشان می‌داد که تبلیغاتشان در جاهایی نمایش داده می‌شد که مخاطب واقعی‌شان حضور نداشت. وبسایت‌ها و اپلیکیشن‌هایی که بی‌ربط بودند، آدرس‌های IP مشکوک که فقط ترافیک بی‌کیفیت می‌فرستادند، و حتی موقعیت‌های جغرافیایی که انگار هیچ کس از آنجا علاقه‌ای به آموزش‌های آن‌ها نداشت. این منابع غیرموثر، مثل علف‌های هرز در باغ کمپین‌هایشان رشد کرده بودند و داشتند بودجه را می‌بلعیدند، بدون اینکه ثمری داشته باشند.

تیم بازاریابی مشتری تلاش می‌کرد این علف‌های هرز را دستی بچیند، اما تعدادشان خیلی زیاد بود و این کار زمان‌بر و خسته‌کننده، انرژی زیادی از آن‌ها می‌گرفت و باز هم همه چیز به خوبی کنترل نمی‌شد. آن‌ها به دنبال راهی بودند تا این هدررفت را متوقف کنند و بودجه‌شان را صرف جذب دانش‌آموزان واقعی کنند.



قهرمان وارد می‌شود: راه حل دژینو

اینجا بود که دژینو وارد داستان شد. ما با نگاهی عمیق به چالش مشتری و با تکیه بر ابزارهای تحلیلی ویژه‌ی خودمان و فرمول جادویی "پرفورمنس اسکور دژینو"، یک نقشه راه برای نجات کمپین‌ها طراحی کردیم. راه حل ما ساده اما قدرتمند بود: شناسایی و حذف منابع ترافیک بی‌کیفیت به صورت سیستماتیک و مداوم.

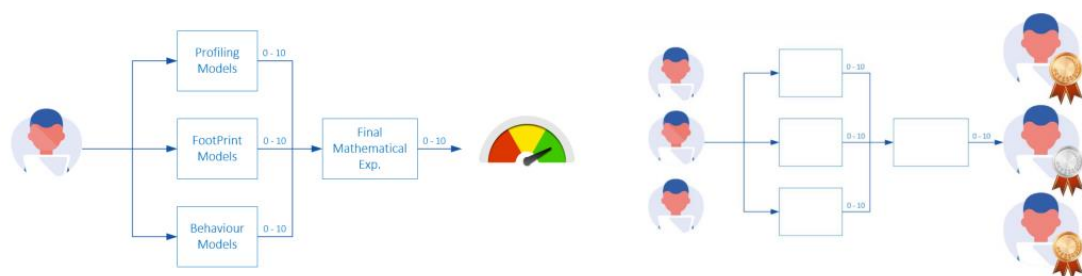
نقشه ما سه بخش اصلی داشت:

۱. **خانه‌تکانی در پابلیشرها:** قرار بود وبسایت‌ها و اپلیکیشن‌هایی که ترافیک بی‌کیفیت می‌فرستادند، شناسایی و از لیست نمایش تبلیغات حذف شوند.
۲. **بستن راه IP‌های مشکوک:** آدرس‌های IP که رفتارهای غیرعادی داشتند، باید مسدود می‌شدند.
۳. **هدف‌گیری دقیق جغرافیایی:** تبلیغات فقط باید در مناطقی نمایش داده می‌شد که بیشترین پتانسیل جذب دانش‌آموز را داشتند.



فناوری دژینو: قلب تپنده راه حل

قلب تپنده راه حل دژینو، فناوری پیشرفته و هوشمند آن است. ترکر ما مثل چشم‌های تیزبین، متریک‌های حیاتی را برای تحلیل در لحظه ترافیک جمع‌آوری می‌کند و به مغز متفکر ما (موتورهای هوش مصنوعی کشف تقلب و پرفورمنس) می‌فرستاد. این موتورها به هر سشن ورودی دو امتیاز مهم می‌دادند: "امتیاز تقلب" برای سنجش اعتبار ترافیک و "امتیاز پرفورمنس" برای ارزیابی نزدیکی آن به اهداف تبلیغاتی مشتری. این امتیازات به سرعت میزان اثربخشی هر بازدیدکننده را مشخص می‌کرد. سپس، سرویس پیشنهاد دهنده ما با بررسی خروجی این موتورها، بهترین تصمیمات ممکن را برای بهینه‌سازی کمپین ارائه می‌داد. طبیعی است که بروزرسانی مستمر این ترکر و موتورهای هوش مصنوعی در دژینو یک اولویت همیشگی است.



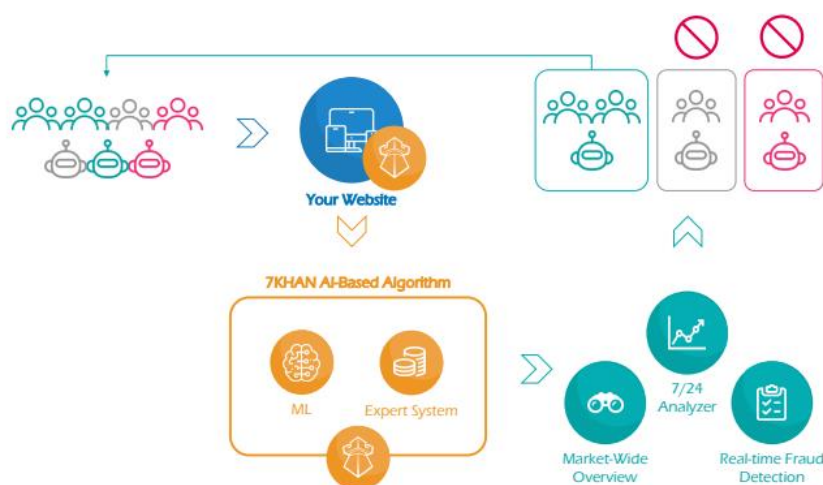
در سال گذشته، ما گام مهمی برداشتیم و سرویس پرفورمنس دژینو را به صورت عمومی منتشر کردیم. این سرویس به مثابه داشتن یک تحلیلگر داده اختصاصی در تیم شماست که به طور ویژه برای بهبود عملکرد تبلیغات در ادتورک‌های داخلی و کمپین‌های Ads Display گوگل طراحی شده است. این سرویس پیشرفته، تمامی سشن‌های ورودی به صفحات فرود وبسایت شما را با دقت رصد می‌کند و ایونت‌ها و گل‌های مدنظر شما را در هر سشن (مانند بازدید از صفحه خاص، کلیک بر روی دکمه، تکمیل فرم، یا هر اقدام ارزشمند دیگر) ثبت و تحلیل می‌نماید. با جمع‌آوری و پردازش این داده‌های غنی، سرویس

پرفورمنس دژینو قادر است بهترین ناشران (Publishers) و جایگاه‌های نمایش (Placements) تبلیغات شما را شناسایی کند. این شناسایی بر اساس معیارهای واقعی عملکرد و میزان نزدیکی ترافیک هر منبع به اهداف تبدیل شما صورت می‌گیرد. در نهایت، با ارائه گزارش‌ها و پیشنهادهای کاربردی، این سرویس به شما کمک می‌کند تا بودجه تبلیغاتی خود را هوشمندانه‌تر و با تمرکز بر منابعی که بیشترین بازدهی را دارند، هزینه کنید. این امر مستقیماً منجر به افزایش بازگشت هزینه تبلیغاتی (ROAS) و بهبود کلی نتایج کمپین‌های شما خواهد شد.

مسیر پر پیچ و خم: فرآیند پیاده‌سازی

اجرای این نقشه، یک شبه اتفاق نیفتاد. ما در یک دوره دو ماهه، دست در دست تیم مشتری و حتی اکانت منیجرهای پلتفرم‌های تبلیغاتی، وارد عمل شدیم.

هر هفته، مثل یک کارآگاه داده، عملکرد کمپین‌ها را زیر نظر می‌گرفتیم. داده‌ها را از گوگل ادز، ادکسو و یکتانت جمع‌آوری می‌کردیم و با استفاده از "پرفورمنس اسکور دژینو" آن‌ها را غربال می‌کردیم. این امتیاز به ما می‌گفت که کدام پابلیشرها واقعاً ارزشمند هستند و کدام‌ها فقط بودجه را می‌سوزانند.



لیست پابلیشرهای کم بازده را هر هفته آماده می‌کردیم و به مشتری می‌دادیم. بعد، این لیست‌ها وارد فاز اجرا می‌شدند: در گوگل ادرز به صورت خودکار (حذف [جایگاه‌های نمایش و آدرس‌های IP نامرتب](#)) و در ادکسو و یکتانت با همکاری اکانت منیجرها این لیست پابلیشرها از کمپین‌ها حذف می‌شدند. فایل‌هایی که شما در ادامه خواهید دید، نمونه‌هایی از همین لیست‌های هفتگی بودند که نشان می‌دادند چطور هر هفته بخشی از منابع بی‌کیفیت از دایره نمایش تبلیغات خارج می‌شدند.

1	utm_source	utm_campaign	utm_content
2	mygearbox	push_seg_planz	azinblog.ir
3	mygearbox	video_preroll_planz	netrun.ir
4	mygearbox	video_preroll_planz	tmk.ir
5	mygearbox	inapp_cpa_ab_finalshot	com.mahzoon.rezb
6	mygearbox	inapp_cpa_ab_finalshot	ir.mah.hadi
7	mygearbox	push_seg_planz	vista.ir
8	mygearbox	100M_campaign	Https://hamgamdars.com
9	mygearbox	video_preroll_planz	fararu.com
10	mygearbox	push_seg_planz	parsine.com
11	mygearbox	banner-segment-planz-d	Khabarpu.com
12	mygearbox	video_preroll_planz	wisgoon.com
13	mygearbox	native-retarget-planz-d	alamto.com
14	mygearbox	video_context_planz	homedars.ir
15	mygearbox	product-retargeting-all-d	vatanapp.com
16	mygearbox	video_preroll_planz	kashoob.com
17	mygearbox	video_context_planz	intitr.net
18	mygearbox	native-retarget-planz-d	panamag.ir
19	mygearbox	video_preroll_planz	seevid.ir
20	mygearbox	video_kw_planz-d	shayanews.com
21	mygearbox	Bnr_as_m2_planz	delgarm.com
22	mygearbox	Bnr_as_m2_planz	musicdel.ir
23	mygearbox	Bnr_as_m2_planz	paadars.com
24	mygearbox	native-retarget-planz-d	gostaresh.news
25	mygearbox	banner-segment-planz-d	hamyar.in
26	mygearbox	native-retarget-planz-d	sadonline.ir
27	mygearbox	native-retarget-planz-d	Https://hamgamdars.com
28	yektanet	banner-cntx-planz-d	Https://hamgamdars.com
29	mygearbox	native-retarget-planz-d	namasha.com
30	mygearbox	push_seg_planz	sevilmusic.com
31	mygearbox	native-retarget-planz-d	sanakhabar.com
32	mygearbox	native-retarget-planz-d	namnak.com
33	mygearbox	video_kw_planz-d	bahalmag.ir
34	mygearbox	native-retarget-planz-d	day1.ir
35	mygearbox	video_context_planz	setare.com
36	mygearbox	native-retarget-planz-d	tribuneeghtesad.ir
37	yektanet	banner-cntx-planz-d	paadars.com
38	mygearbox	video_kw_planz-d	nomreyar.com
39	mygearbox	native_as_m2_planz-d	Https://hamgamdars.com

همزمان، چشممان به آدرس‌های IP مشکوک هم بود. هر IP که رفتار عجیبی داشت، به لیست سیاه اضافه می‌شد. و در آخر، با تحلیل دقیق داده‌های جغرافیایی، مطمئن می‌شدیم که تبلیغات فقط در جاهایی نمایش داده می‌شوند که احتمال جذب دانش‌آموز بالاتر است.

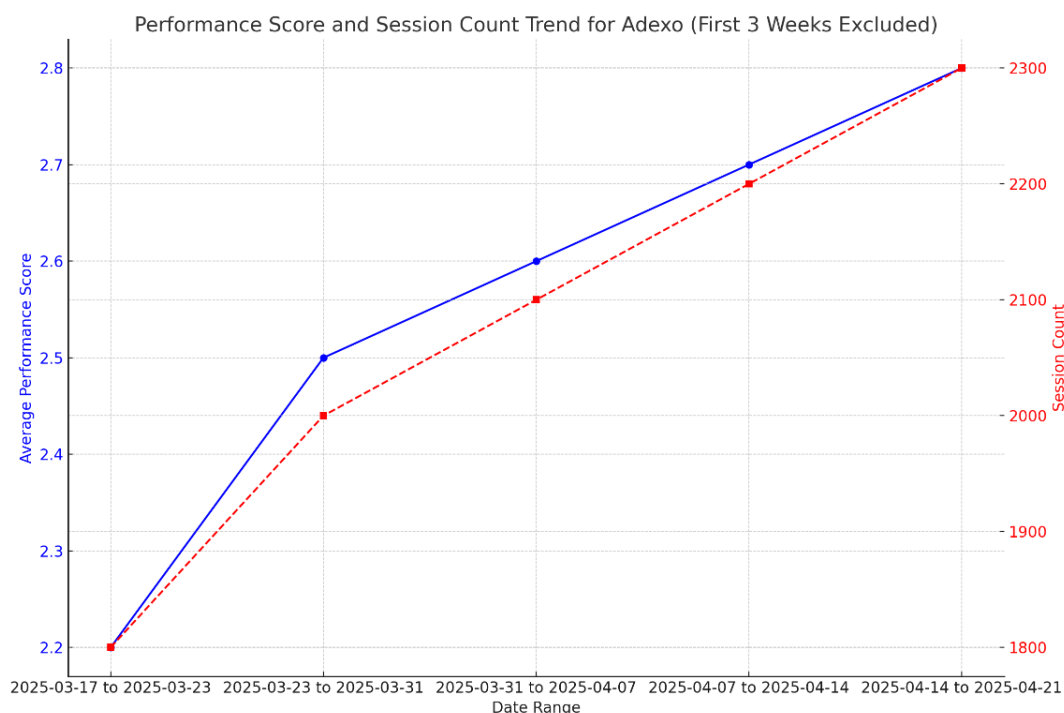
این فرآیند مثل یک چرخه مداوم ادامه داشت: تحلیل، شناسایی، حذف، و دوباره تحلیل.

پایان خوش: نتایج درخشان

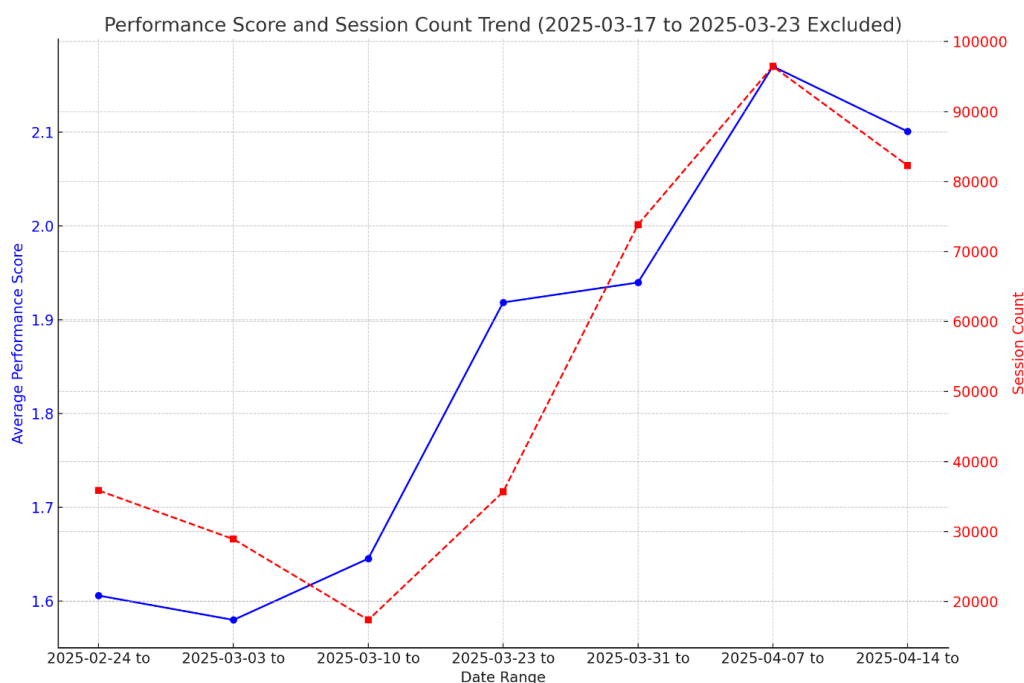
تلاش‌های ما نتیجه داد! بعد از دو ماه کار مستمر، داستان کمپین‌های تبلیغاتی مشتری رنگ دیگری گرفت. مهم‌ترین شاخص موفقیت ما، "پرفورمنس اسکور دژینو" بود که مثل یک دماسنج، کیفیت ترافیک را نشان می‌داد. این عدد شروع به بالا رفتن کرد و نمودارها گواه این تغییر بودند.

به نمودارها نگاه کنید:

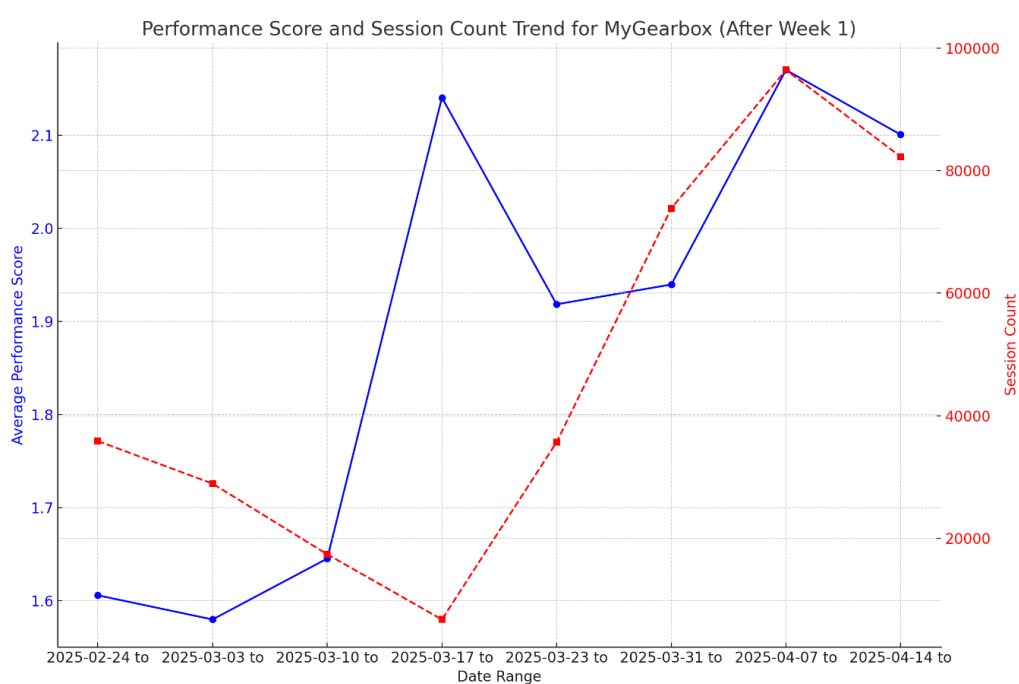
- نمودار ادکسو: می‌بینید که چطور بعد از شروع بهینه‌سازی، خط آبی (پرفورمنس اسکور) همگام با خط قرمز (تعداد سشن‌ها) بالا رفته است؟ این یعنی ترافیک ادکسو هم باکیفیت‌تر شده است.



- نمودار گوگل: این نمودار هم نشان می‌دهد که در مجموع، پرفورمنس اسکور در حال بهبود است. این نتیجه تلاش‌های ما در ای پی اکسلوژن، پلیسمنت اکسلوژن و لوکیشن اکسلوژن است.



- نمودار MyGearbox: این نمودار هم مربوط به یکتانت است، افزایش خوبی در پرفورمنس اسکور را بعد از شروع بهینه‌سازی نشان می‌دهد.



این بالا رفتن پرفورمنس اسکور، فقط یک عدد نبود. پشت این عدد، دستاوردهای واقعی برای مشتری پنهان بود:

- **نجات بودجه:** دیگر پول صرف نمایش تبلیغات به آدم‌های بی‌ربط نمی‌شد. با شناسایی و حذف منابع ترافیک بی‌کیفیت که پیش از این بودجه را می‌سوزاندند، سرمایه آزاد شده به سمت کانال‌ها و پابلیشرهایی هدایت شد که واقعاً برای مشتری ارزش‌آفرینی می‌کردند. این به معنای استفاده بهینه از هر تومان بودجه تبلیغاتی و جلوگیری از سوخت رفتن سرمایه در مسیرهای بی‌نتیجه بود؛ گامی بزرگ در جهت افزایش بهره‌وری مالی کمپین‌ها.
- **ترافیک باکیفیت:** کسانی که تبلیغات را می‌دیدند و کلیک می‌کردند، دیگر صرفاً بازدیدکنندگان تصادفی نبودند. آن‌ها افرادی بودند که بر اساس تحلیل‌های دقیق ما و نزدیکی به پروفایل مخاطب هدف، بیشترین احتمال علاقه به خدمات آموزشی مشتری را داشتند. این ترافیک باکیفیت‌تر، منجر به بهبود چشمگیر در معیارهای تعامل در وبسایت شد؛ مانند افزایش زمان حضور در صفحه، بازدید از صفحات متعدد و کاهش قابل توجه نرخ پرش، که نشانه‌ای واضح از ارتباط و علاقه واقعی مخاطب با محتوای ارائه شده بود.
- **افزایش ثبت‌نام:** نتیجه مستقیم هدایت ترافیک باکیفیت و مرتبط به سمت صفحات فرود، افزایش چشمگیر در نرخ تبدیل بود. با جذب بازدیدکنندگانی که واقعاً به دنبال خدمات آموزشی بودند، احتمال اینکه آن‌ها اقدامات مورد نظر مشتری، از جمله تکمیل فرم ثبت‌نام، دانلود بروشور، یا برقراری تماس را انجام دهند، به میزان قابل توجهی بالاتر رفت. این یعنی تلاش‌های تبلیغاتی به صورت ملموس به نتایج کسب‌وکار و جذب دانش‌پذیران جدید منجر شد.

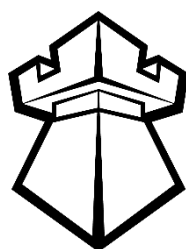
- و شاید ملموس‌ترین نتیجه این داستان موفقیت، کاهش خیره‌کننده هزینه هر لید (CPL) بود. در طول این دو ماه، شاهد افت قابل توجهی در این شاخص کلیدی عملکرد بودیم: هزینه به ازای هر لید (CPL) از ۴۳۲ لیر به تنها ۳۲ لیر کاهش پیدا کرد! این کاهش بیش از ۹۰ درصدی در هزینه جذب هر لید، یک موفقیت بزرگ و گواهی روشن بر اثربخشی استراتژی بهینه‌سازی دثینو به حساب می‌آید و نشان می‌دهد که چگونه می‌توان با مدیریت هوشمندانه و داده‌محور، هزینه‌ها را به شدت کاهش داد و در عین حال، کیفیت لیدهای ورودی را بهبود بخشید. این عدد به تنهایی گویای قدرت بهینه‌سازی هدفمند منابع ترافیک است.

درس‌های داستان: نتیجه‌گیری

داستان ما نشان می‌دهد که در دنیای پیچیده تبلیغات آنلاین، فقط حضور داشتن کافی نیست. باید هوشمندانه عمل کرد. با تحلیل دقیق داده‌ها و حذف منابع ترافیک بی‌کیفیت، می‌توان جلوی هدررفت بودجه را گرفت و مسیر را برای جذب مخاطبان واقعی و افزایش بازگشت سرمایه هموار کرد. این دقیقاً همان کاری بود که دثینو با استفاده از "پرفورمنس اسکور" و رویکرد سیستماتیک خود برای مشتری در صنعت آموزش انجام داد و به نتایج درخشانی دست یافت.

راوی داستان: درباره دژینو

دژینو، به عنوان اولین سرویس کشف تقلب تبلیغاتی در ایران، از سال ۱۴۰۰ فعالیت خود را آغاز کرده است. ما با ارائه ابزارها و راهکارهای مبتنی بر داده و هوش مصنوعی، به کسب و کارها کمک می‌کنیم تا با شناسایی و حذف ترافیک بی‌کیفیت و تقلبی، اثربخشی کمپین‌های تبلیغاتی آنلاین خود را به حداکثر برسانند. سرویس پرفورمنس دژینو، با پایش لحظه‌ای ترافیک و تحلیل دقیق داده‌ها، به شما کمک می‌کند تا بهترین منابع ترافیک و ناشران را شناسایی کرده و بودجه تبلیغاتی خود را هوشمندانه‌تر هزینه کنید. هدف ما در دژینو، توانمندسازی تیم‌های بازاریابی برای دستیابی به نتایج ملموس، افزایش بازگشت سرمایه (ROAS) و کاهش هزینه‌های جذب مشتری (CPL) است. ما همچون بازویی نیرومند و داده‌محور در کنار شما هستیم تا در دنیای پیچیده دیجیتال مارکتینگ، مسیر موفقیت را هموار کنید.



www.Dezhino.com



@DezhinoCom



@Dezhino

