



داستان موفقیت دژینو و گروه آموزشی ماز: افزایش پرفورمنس تبلیغات کلیک با هدف لید جنریشن

مقدمه

در فضای به شدت رقابتی آموزش آنلاین و کنکور، موفقیت یک شرکت بیش از هر چیز به توانایی آن در مدیریت بودجه‌های تبلیغاتی و جذب حداکثری دانش‌آموزان (لید) با کمترین هزینه وابسته است. هر کلیک بی‌کیفیت یا تقلبی نه تنها بودجه کمپین را هدر می‌دهد، بلکه باعث می‌شود هزینه جذب هر مشتری (CPA) به طور مصنوعی افزایش یابد. مشتری ما، **گروه آموزشی ماز** (یکی از بزرگترین مجموعه‌های آموزشی آنلاین ایران)، در اجرای کمپین‌های تبلیغاتی خود در یکی از ادتورک ایرانی با چالشی جدی مواجه بود: نیاز به تخصیص بهینه بودجه و دستیابی به بیشترین حجم لید با کمترین CPA ممکن.

چالش و پرابلم: عدم قطعیت در بودجه ریزی

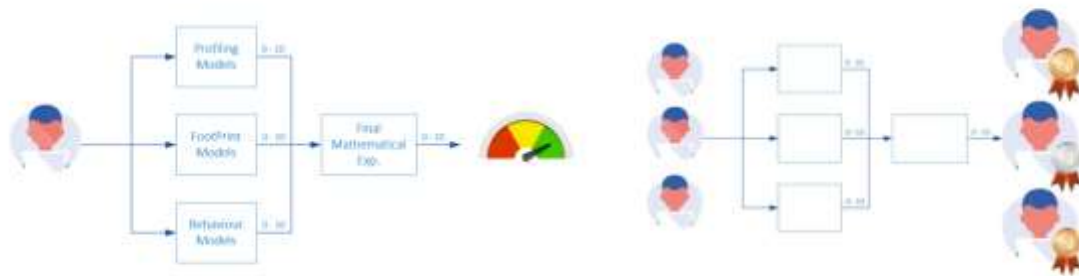
مشتری برای افزایش تعداد لیدها کمپین‌های تبلیغاتی خود را اجرا می‌کرد، اما چالش اصلی «تخصیص بهینه بودجه» بود. عدم قطعیت در کیفیت ترافیک ورودی، دو پرابلم اصلی ایجاد کرده بود:



۱. **هدر رفت بودجه:** بخشی از بودجه صرف ورودی‌هایی می‌شد که کیفیت لازم را نداشتند.
۲. **دشواری در مقیاس‌پذیری (Scaling):** بدون تفکیک ترافیک، افزایش بید (Bid) ریسک بالایی داشت.

راهکار دژینو: مدیریت کیفیت کلیک (استراتژی)

تیم دژینو با استفاده از سیستم تشخیص تقلب (Fraud Detection) و محاسبه «پرفورمنس



اسکور (Performance) « برای هر سشن، استراتژی خود را بر دو محور بنا کرد:

۱. **افزایش بید (Bid Increase)** شناسایی کانال‌هایی با امتیاز بالا برای تزریق بودجه بیشتر (۴۶ کانال شناسایی شد).
۲. **بلاک کردن (Block)** قطع بودجه کانال‌های بی‌کیفیت یا مشکوک به تقلب (۹۳ کانال شناسایی شد).

این تفکیک دقیق باعث شد ۳۱٪ از کل ترافیک ورودی از ادنتورک در مازمورد بازبینی و بهینه‌سازی قرار گیرد.

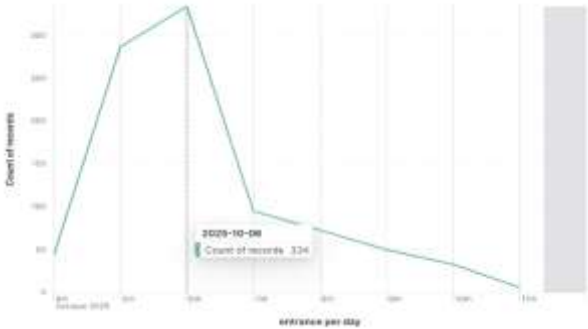
نتایج و دستاوردها (همراه با نمودارهای اختصاصی کمپین)

اجرای لیست های پیشنهادی دژینو (Recommendation Lists) از تاریخ ۶ اکتبر ۲۰۲۵ آغاز شد و نتایج زیر را رقم زد:

۱. تأثیر مستقیم بر ترافیک ورودی

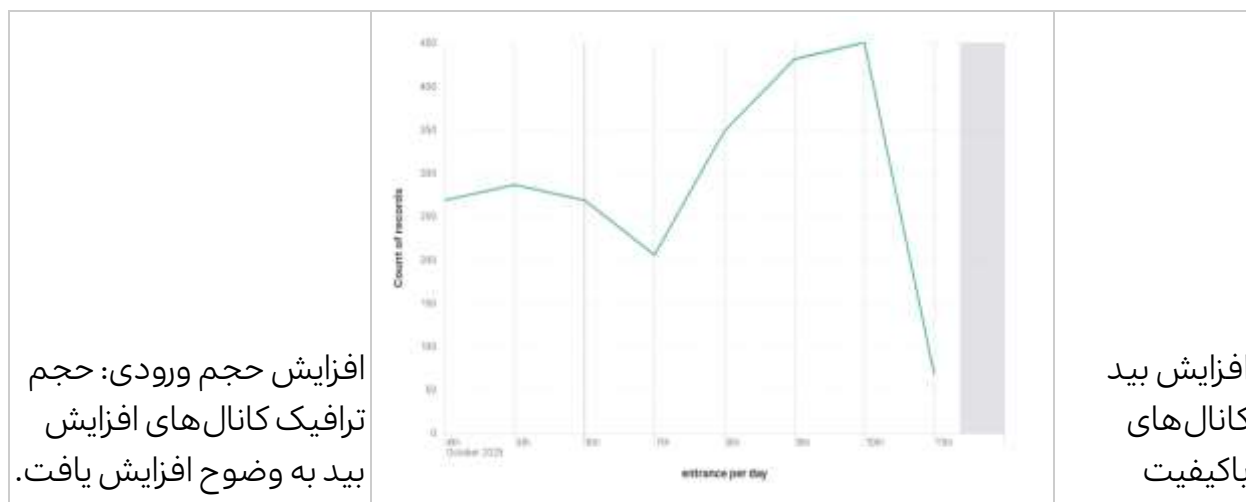
به محض اعمال تغییرات، ترافیک کانال های بی کیفیت حذف شد و ترافیک کانال های باکیفیت اوج گرفت.

الف) کاهش ترافیک بی کیفیت (لیست بلاک): همانطور که در نمودار زیر می بینید، فردای اعلام لیست، ترافیک کانال های بلاک شده به وضوح کاهش یافت و بودجه از هدر رفتن نجات پیدا کرد.

تغییرات مشاهده شده (تأییدیه عملکرد)	نمودار مرجع	نوع ریکامندیشن
کاهش محسوس حجم ورودی: فردای اعلام لیست، ترافیک کانال های بلاک شده به وضوح کاهش یافت.		بلاک کانال های تقلبی / کم کیفیت

نمودار: سقوط ترافیک ورودی از کانال های شناسایی شده در لیست سیاه

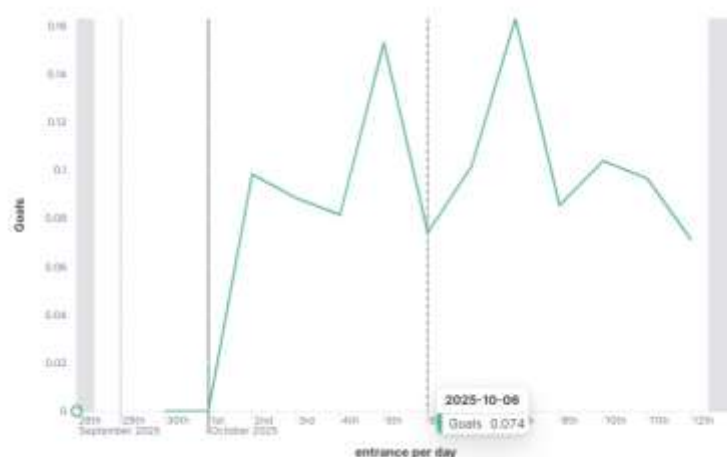
ب) افزایش ترافیک باکیفیت (لیست افزایش بید): بودجه‌ی آزاد شده به سمت کانال‌های برتر هدایت شد و حجم ورودی این کانال‌ها رشد چشمگیری داشت.



نمودار ۲: افزایش ورودی از کانال‌های طلایی پس از افزایش بید

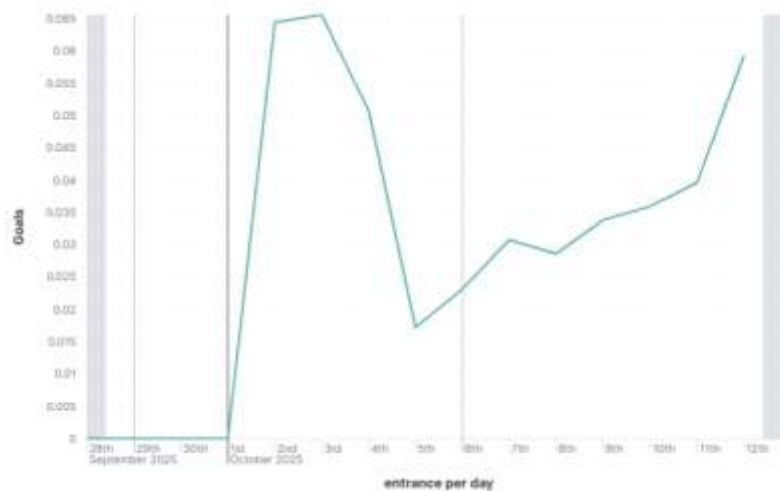
۲. حفظ کیفیت و نرخ تبدیل (CR)

نگرانی اصلی در مقیاس‌دهی (Scale)، افت کیفیت است. اما نمودار زیر نشان می‌دهد که با وجود افزایش ترافیک در کانال‌های منتخب، نرخ تبدیل (CR) آن‌ها نه تنها افت نکرد، بلکه ثبات عالی داشت.

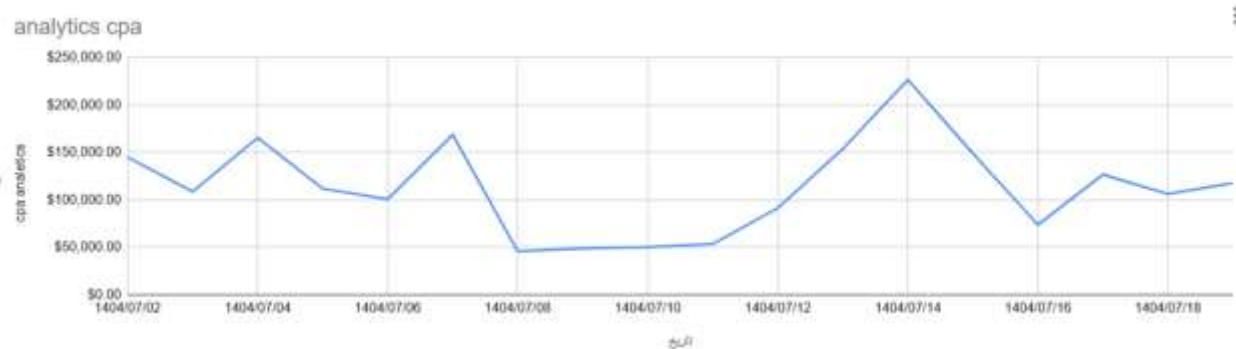


نمودار ۳: ثبات نرخ تبدیل (Goal Conversion) در کانال‌های مقیاس‌دهی شده

نکته کلیدی: جالب اینکه مینیمم نرخ تبدیل کانال های خوب، همچنان از ماکزیمم نرخ تبدیل سایر کانال ها بالاتر بود.



۳. کاهش هزینه جذب مشتری (CPA) مهم ترین دستاورد این همکاری، بهبود هزینه نهایی بود. طبق داده های گوگل آنالیتیکس، پس از جابجایی هوشمندانه بودجه از کانال های هرز (۱۶.۷۹٪ ترافیک) به کانال های پربازده، CPA تا ۲۰٪ کاهش یافت.



نمودار ۴: روند نزولی و بهبود ۲۰ درصدی CPA در پیل آنالیتیکس

جمع‌بندی نهایی

همکاری دژینو و گروه آموزشی ما ثابت کرد که راز موفقیت در کمپین‌های کلیک، «بیشتر خرج کردن» نیست، بلکه «هوشمندانه خرج کردن» است.

- حذف ۳۱٪ عدم قطعیت: تفکیک دقیق ترافیک خوب و بد.
- مقیاس‌پذیری امن: افزایش ۱۴.۳۹٪ سشن‌های باکیفیت بدون افت نرخ تبدیل.
- صرفه‌جویی بودجه: دستیابی به ۲۰٪ کاهش در CPA.