

# بررسی جایگاه برندهای صنعت لبنیات در فضای دیجیتال

پاییز ۱۴۰۰



## گزارش «بررسی جایگاه برندهای صنعت لابیات در فضای دیجیتال» در یک نگاه

در این گزارش، داده‌های مربوط به صنعت لابیات در فضای دیجیتال در بازه زمانی ۱۳۹۹/۰۲/۲۷ تا ۱۴۰۰/۰۲/۲۷ جمع‌آوری شده است. در بخش اول، بررسی روند جستجوی کاربران فضای دیجیتال انجام شده است. این بخش شامل عبارات مرتبط جستجو شده توسط کاربران که از دو قسمت Top و Rising تشکیل شده است، می‌باشد. قسمت Top، عباراتی که زمان بیش‌تری را در فهرست جستجوها بودند، شامل می‌شود و قسمت Rising، عباراتی که در اواخر بازه زمانی مورد مطالعه جستجو می‌شدند، شامل می‌شود.

بدین ترتیب، در بخش اول، میزان محبوبیت برندهای لابیات که بر اساس میزان جستجوی کاربران در فضای دیجیتال حاصل شده است، به تفکیک منطقه جغرافیایی برای هر برند نشان داده شده است.

با توجه به اهمیت اینترنت به عنوان یکی از بسترهای تأثیرگذار در توسعه کسب و کار، بخش دوم به بررسی وضعیت برندهای لابیات در فضای وب می‌پردازد. داده‌های این بخش، از سایت Alexa جمع‌آوری شده است. Alexa یکی از سرویس‌های شرکت Amazon است که با هدف رتبه‌بندی پایگاه‌های اینترنتی از نظر تعداد بازدیدکننده یا همان ترافیک بازدیدها فعالیت می‌کند. به بیان دیگر، این سرویس با در نظر گرفتن مجموعه معیارهای محاسباتی و آماری، سایت‌های مختلف را به لحاظ میزان دیده شدن صفحات آن‌ها، رتبه‌بندی می‌کند.

در بخش پایانی، وضعیت برندهای لابیاتی مورد مطالعه که در اینستاگرام فعالیت حرفه‌ای داشته‌اند، بررسی شده است. با توجه به این که اینستاگرام یکی از پرمخاطب‌ترین شبکه‌های اجتماعی است و می‌تواند تصویر خوبی از جایگاه کسب‌وکار در نظر کاربران که در واقع، همان مشتریان بالقوه هستند، نشان دهد، بررسی این شبکه اجتماعی فرصت مناسبی را برای مقایسه با رقبا فراهم می‌سازد.

## فهرست مطالب

### بخش ۱. بررسی روند جستجوی کاربران فضای دیجیتال

- ۱-۱. برند میهن
- ۲-۱. برند کاله
- ۳-۱. برند دامداران
- ۴-۱. برند پاک
- ۵-۱. برند چوپان
- ۶-۱. برند صباح
- ۷-۱. برند پگاه
- ۸-۱. برند هراز
- ۹-۱. برند دومینو
- ۱۰-۱. برند پاکبان
- ۱۱-۱. برند کالبر
- ۱۲-۱. برند رامک
- ۱۳-۱. برند روزانه
- ۱۴-۱. برند عالیس

### بخش ۲. بررسی وضعیت برندهای لبنیات در فضای وب

- ۱-۲. Rank
- ۲-۲. Daily Pageviews per Visitor
- ۳-۲. Daily Time on Site
- ۴-۲. Bounce Rate
- ۵-۲. Traffic Sources

- ۱-۵-۲. برند میهن
- ۲-۵-۲. برند کاله
- ۳-۵-۲. برند دامداران
- ۴-۵-۲. برند پاک
- ۵-۵-۲. برند چوپان
- ۶-۵-۲. برند صباح
- ۷-۵-۲. برند پگاه
- ۸-۵-۲. برند هراز

۲-۵-۹. برند دومینو

۲-۵-۱۰. برند پاکبان

۲-۵-۱۱. برند کالبر

۲-۵-۱۲. برند رامک

۲-۵-۱۳. برند روزانه

۲-۵-۱۴. برند عالیس

### بخش ۳. بررسی وضعیت برندهای لبنیاتی فعال در اینستاگرام

۱-۳. وضعیت کلی

۲-۳. نرخ تعامل (Engagement Rate)

۳-۳. نرخ مشارکت (Participation Rate)

۴-۳. نرخ محبوبیت (Popularity Rate)

۵-۳. رکوردها

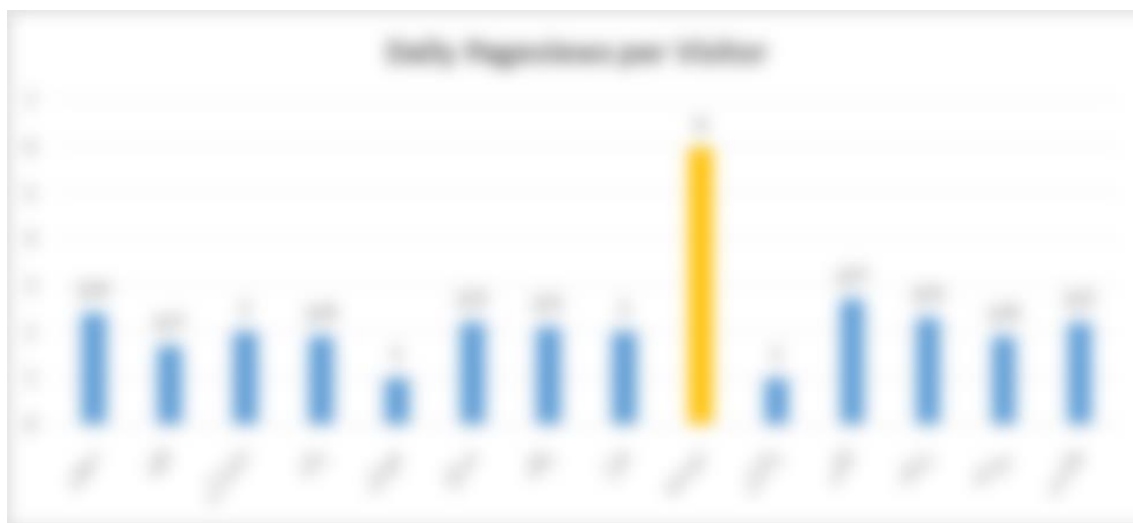


[illegible]

|                                       |                                                                       |  |
|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|--|
| صفحه از<br><b>R: 06</b><br>پاییز ۱۴۰۰ | <b>بررسی جایگاه برندهای صنعت لبنیات</b><br><br><b>در فضای دیجیتال</b> |  |
|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|--|

## ۲-۲. Daily Pageviews per Visitor

این بخش، تعداد بازدید روزانه صفحات به ازای هر بازدیدکننده را نشان می‌دهد. این آمار، میانگین تعداد صفحاتی از وبسایت را نشان می‌دهد که بازدیدکننده قبل از خروج از سایت مشاهده می‌کند. هر چه این عدد بالاتر باشد، تأثیر بیشتری بر SEO سایت خواهد داشت، چرا که بدین معنی است که کاربر قبل از خروج از سایت، به طور میانگین چند صفحه از سایت را مشاهده کرده است.



## ۲-۳. Daily Time on Site

میانگین زمان ماندن در سایت، به متوسط مدت زمانی که بازدیدکنندگان در سایت مورد نظر بوده‌اند، گفته می‌شود. مدت زمان سپری‌شده کاربران در سایت یکی از عوامل مهم در رتبه‌بندی موتورهای جستجو است.



|                                       |                                                                       |  |
|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|--|
| صفحه از<br><b>R: 06</b><br>پاییز ۱۴۰۰ | <b>بررسی جایگاه برندهای صنعت لبنیات</b><br><br><b>در فضای دیجیتال</b> |  |
|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|--|

## ۲-۴. Bounce Rate

نرخ خروج از سایت یا نرخ پرش بدین معنی است که یک کاربر یا بازدیدکننده وارد یک صفحه از سایت شود و بدون وارد شدن به صفحه دیگری، پس از مشاهده اولین صفحه از سایت خارج شود. هر چه این نرخ پایین تر باشد، تأثیر مثبت بیشتری بر رتبه سایت خواهد داشت.



## ۲-۵. Traffic Sources

Traffic Sources بیان کننده این است که میزان ترافیک وبسایت از چه کانال‌هایی بوده است و هر یک از کانال‌ها، چند درصد از میزان ترافیک کل وبسایت را پوشش داده است.

همانطور که در جدول زیر نشان داده شده است، این کانال‌ها شامل Direct، Referrals، Search، Social و Mail می‌باشد. تعریف هر یک، به شرح زیر می‌باشد:

**Direct:** بازدیدکنندگانی که به شکل کاملاً مستقیم و بدون هیچ واسطه‌ای وارد سایت می‌شوند.





|                                         |                                                                   |  |
|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|--|
| صفحه ۰ از<br><b>R: 06</b><br>پاییز ۱۴۰۰ | <b>بررسی جایگاه برندهای صنعت لبنیات</b><br><b>در فضای دیجیتال</b> |  |
|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|--|

## ۲-۵-۱. برند میهن

| Search = 83% |               |
|--------------|---------------|
| Share        | Keyword       |
| 28/07%       | لبنیات        |
| 19/07%       | لبنیات ایرانی |
| 16/07%       | لبنیات محلی   |
| 8/07%        | لبنیات طبیعی  |
| 9/06%        | لبنیات گاو    |
| 7/06%        | لبنیات دام    |
| 6/06%        | لبنیات باغ    |

## ۲-۵-۲. برند کاله

| Search = 88% |               |
|--------------|---------------|
| Share        | Keyword       |
| 38/87%       | لبنیات        |
| 19/87%       | لبنیات ایرانی |
| 19/87%       | لبنیات محلی   |
| 9/77%        | لبنیات طبیعی  |
| 6/77%        | لبنیات گاو    |
| 3/89%        | لبنیات دام    |
| 7/74%        | لبنیات باغ    |

|                                         |                                                             |  |
|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------|--|
| صفحه ۱ از<br><b>R: 06</b><br>پاییز ۱۴۰۰ | <b>بررسی جایگاه برندهای صنعت لبنیات<br/>در فضای دیجیتال</b> |  |
|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------|--|

### ۲-۳. نرخ تعامل (Engagement Rate)

نسبت تعامل مخاطبین در یک پست به تعداد فالوئرهای آن صفحه را نرخ تعامل یا Engagement Rate می‌گویند. در واقع، نرخ تعامل معیاری است که در تحلیل میزان اثربخشی کمپین‌ها و برندهای تجاری استفاده می‌شود.

نرخ تعامل بالا نشان‌دهنده کیفیت بالای محتوای تولید شده در یک صفحه است که مخاطبین زیادی را جذب خود کرده است. در واقع، نرخ تعامل مجموعه تعداد کامنت‌ها، لایک‌ها، میزان ارسال در دایرکت، منشن کردن، سیو کردن و هر واکنشی که در اینستاگرام تحت عنوان تعامل تعریف شده باشد، شامل می‌شود.



### ۳-۳. نرخ مشارکت (Participation Rate)

ساده‌ترین تعریفی که می‌توان برای نرخ مشارکت ارائه داد این است که به تعداد تعاملات یک کاربر با محتوای شما در پلتفرم اینستاگرام، نرخ مشارکت گفته می‌شود. به طور معمول، مشارکت به صورت لایک و کامنت در نظر گرفته می‌شود. البته امکانات جدید اینستاگرام مثل استوری و IGTV سبب شده که پارامترهای جدیدی مثل تعداد بازدیدها، میزان اشتراک‌گذاری و پیام‌های خصوصی نیز به این دسته اضافه شوند.

به منظور افزایش نرخ مشارکت، می‌توان با استفاده از نظرسنجی و یا طرح سوال در استوری، پست‌ها و... فالوئر‌ها را به چالش کشید و آن‌ها را به فعالیت بیش‌تر ترغیب کرد. بدین ترتیب، نرخ مشارکت صفحه کاربری افزایش یافته و بیش‌تر در اکسپلور دیده می‌شود.

|                                         |                                                             |  |
|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------|--|
| صفحه ' از<br><b>R: 06</b><br>پاییز ۱۴۰۰ | <b>بررسی جایگاه برندهای صنعت لبنیات<br/>در فضای دیجیتال</b> |  |
|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------|--|



### ۳-۴. نرخ محبوبیت (Popularity Rate)

نرخ محبوبیت، نسبت تعداد لایک‌ها به پست‌ها می‌باشد. از این رو، با ساخت پست‌های جذاب‌تر و همچنین، دعوت از کاربران برای لایک کردن پست‌ها می‌توان نرخ محبوبیت صفحه کاربری را بالاتر برد.

