



اولین گزارش پادکست فارسی

به کوشش وبسایت PodAds.Agency

# در دنیای پادکست فارسی چه خبر است؟

DMBoard

حامی رسانه‌ای

# فهرست مطالب

۱۷	مقایسه‌ی عمر فعالیت پادکست‌های فارسی
۱۸	مطالعه‌ی موردی (دو مورد عجیب!)
۲۰	نظم حلال مشکلات
۲۱	عدد مقدس ۴۰
۲۲	ابروازه پادکست فارسی
۲۳	درآمد در صنعت پادکست
۲۵	آگهی پویا بر بستر پادکست
۲۶	منابع و روش تحقیق
۲۷	پدید آورندگان

۰۴	پادکست در دنیا
۰۶	پادکست در ایران
۰۷	تعاریف
۰۸	نگاهی به چند عدد
۱۱	جامعه‌ی مخاطب فارسی
۱۵	بررسی تعداد پادکست‌های فارسی در طول زمان

# ضرورت تهیه گزارش

در سال‌های اخیر، پادکست به عنوان یکی از رسانه‌های دیجیتال نوظهور، رشد چشمگیری را تجربه کرده است. با این وجود، تاکنون گزارش جامع و کاملی که به بررسی وضعیت و تأثیرات این رسانه در جامعه فارسی‌زبان بپردازد، تهیه نشده است. تهیه چنین گزارشی ضروری است زیرا جبران کمبود اطلاعات قبلی، نبود داده‌ها و آمارهای دقیق درباره میزان استفاده، ترجیحات مخاطبان و تأثیرات پادکست‌ها، باعث شده است که بسیاری از فرصت‌ها در این حوزه نادیده گرفته شوند. این گزارش می‌تواند با ارائه اطلاعات مستند و به‌روز، این خلأ را پر کند و زمینه‌ساز تصمیم‌گیری‌های مؤثر در حوزه‌های مختلف شود.

به همین منظور تیم «پادادز» به عنوان پلت‌فرم تخصصی و انحصاری خدمات آگهی پویا بر بستر پادکست با گردآوری، تحقیق و تحلیل، سعی در فراهم آوردن تصویری دقیق از فضای پادکست فارسی و ارائه‌ی آن به مخاطب است. به همین منظور این گزارش به عنوان اولین گزارش تحلیلی پادکست فارسی تقدیم شما می‌شود.

## ایجاد آگاهی در مورد این رسانه

ارائه تحلیل‌های جامع و کاربردی در این گزارش می‌تواند به تولیدکنندگان محتوا، تبلیغ‌دهندگان و سایر ذی‌نفعان این صنعت کمک کند تا با شناخت بهتر نیازها و ترجیحات مخاطبان، استراتژی‌های موثرتری را تدوین و اجرا کنند.

## تقویت فرهنگ شنیداری و ارتقاء سطح آگاهی

با توجه به قابلیت‌های منحصر به فرد پادکست در ارائه محتوای عمقی و متنوع، ترویج و توسعه این رسانه می‌تواند به ارتقاء سطح آگاهی و دانش جامعه کمک شایانی نماید. ترویج فرهنگ شنیداری در جامعه یکی از رسالت‌هایی است که در پی تهیه این گزارش به آن می‌اندیشیم.

## دانش، فرهنگ، سرگرمی

علیرغم پتانسیل بالای پادکست‌ها در انتقال دانش، فرهنگ‌سازی و سرگرمی، این رسانه تاکنون به اندازه‌ی شایسته مورد توجه قرار نگرفته است. تحلیل و بررسی دقیق این حوزه می‌تواند به شناساندن بیشتر قابلیت‌ها و ظرفیت‌های پادکست‌ها کمک کند و نقش آن‌ها را در اکوسیستم رسانه‌ای پررنگ‌تر سازد.

## نگاه به آینده و ایجاد چشم انداز

روند رو به رشد استفاده از پادکست در میان گروه‌های سنی و اجتماعی مختلف نشان‌دهنده‌ی آینده‌ی روشن این رسانه است. با افزایش دسترسی به اینترنت و گسترش فناوری‌های نوین، انتظار می‌رود که محبوبیت پادکست‌ها همچنان افزایش یابد. این گزارش با بررسی روندهای جاری و پیش‌بینی‌های آتی، می‌تواند راهنمایی برای سرمایه‌گذاری‌ها، تولید محتوا و سیاست‌گذاری‌های مرتبط باشد.

## شخصی سازی شدن رسانه

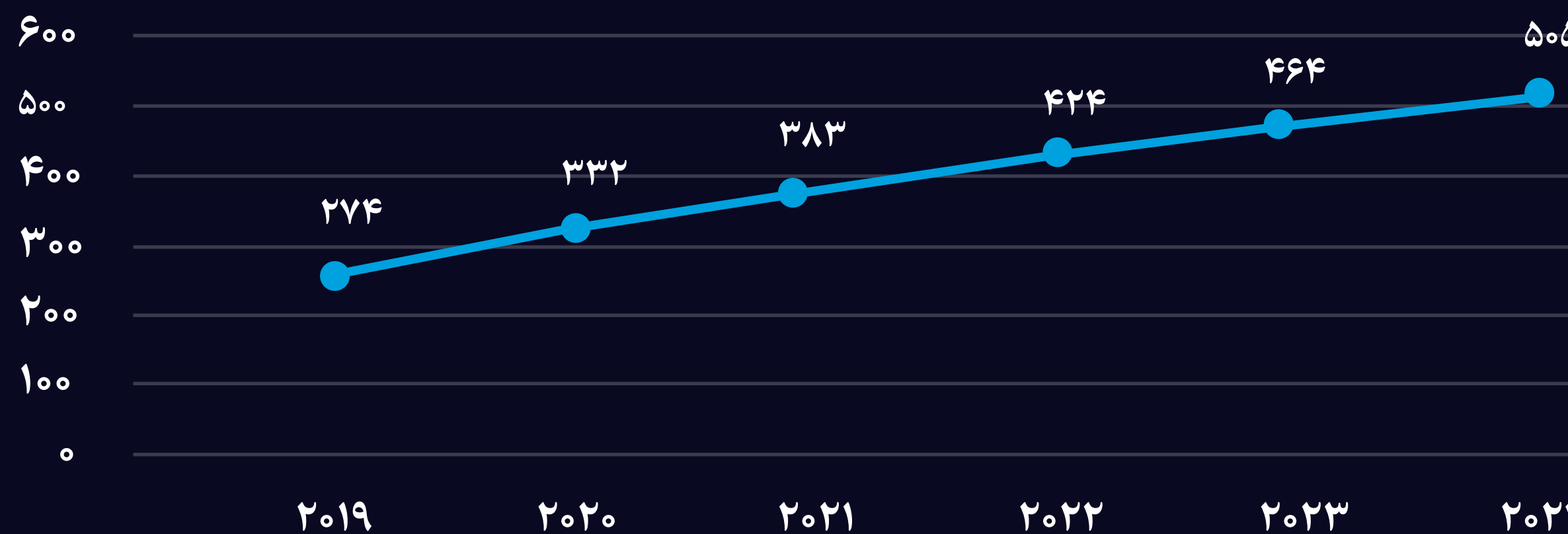
نسل Z بیشتر از نسل‌های پیشین به محتوای خاص و متناسب با علاقه‌های خود اهمیت می‌دهد. به عنوان مثال، این نسل ترجیح می‌دهد به جای رسانه‌های جمعی و سنتی، محتوای دیجیتال و سفارشی‌شده را مصرف کند و از سوی دیگرانسان امروز به سمت رسانه‌های شخصی و فرار از رسانه‌های جریان اصلی مسیر خود را پیدا می‌کند.

# پادکست در دنیا

شنونده‌های پادکست در دنیا  
(میلیون نفر)

به طور میانگین  
رشد سالانه ~۱۳%

تعداد افرادی که در هر ماه از یک پلت فرم پادگیر حداقل یک پادکست را گوش داده‌اند. برای مثال برخی آمار حاکی از این هستند که برای هر اپیزود پادکستی معروف در سطح تمام جهان The Joe Rogan Experience بیش از ۱۱ میلیون بار و این پادکست در ماه ۱۹۰ میلیون بار دانلود تجربه می‌کند!



# پادکست در دنیا

ترجیح شنونده‌ها به شنیدن پادکست در کجا بیشتر است؟

## پادکست یک رسانه‌ی فردی برای تمرکز!

با بررسی مکان‌هایی که افراد در آن به پادکست گوش می‌دهند، می‌توان دریافت که عمده‌ی افراد پادکست را با تمرکز بالایی گوش می‌کنند. همچنین در بررسی دیگری مشخص شد که ۹۰٪ افراد پادکست را به صورت فردی گوش می‌دهند و فقط ۱۰٪ جمعی!



۲۹% محل کار



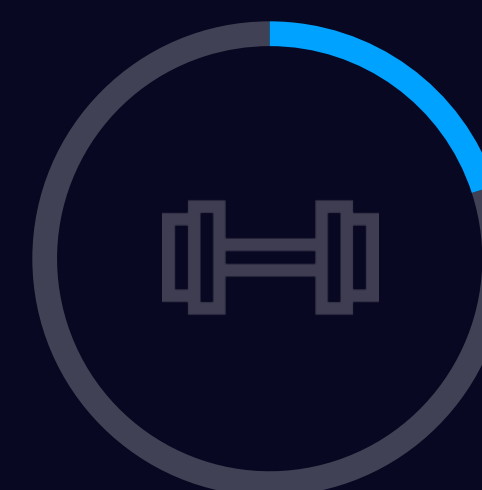
۴۷% رانندگی



۷۵% خانه



۱۹% حمل و نقل عمومی



۲۰% باشگاه ورزشی



۲۸% پیاده روی

# پادکست در ایران

در سال‌های اخیر، تعداد شنوندگان جهانی پادکست‌ها به **۵۰۵ میلیون** نفر در سال ۲۰۲۴ رسیده و نشانی از نرخ رشد متوسط سالانه‌ای حدود ۱۳٪ می‌بینیم که به نظر نمی‌رسد این رشد در کوتاه مدت متوقف شود. اما عوامل این رشد. اولاً، افزایش دسترسی به اینترنت و دستگاه‌های هوشمند، تجربه‌ی پادکست‌ها را برای میلیون‌ها نفر در سراسر جهان ساده‌تر و در دسترس‌تر کرده است.

همچنین، تغییر در سبک زندگی و نیاز به دسترسی به محتوای غنی و آموزشی در کنار سرگرمی، باعث شده است که پادکست‌ها به عنوان یک منبع مهم و محبوب اطلاعات شناخته شوند. علاوه بر این، با بالا رفتن کیفیت محتوا و تنوع موضوعات پوشش داده‌شده در پادکست‌ها، فرایند جذب مخاطب بسیار تسهیل شده مشاهده می‌شود.

در ایران و جامعه فارسی‌زبان نیز، پادکست‌ها در حال تجربه‌ی یک رشد سریع و چشمگیر هستند.

با بیش از **۹ هزار پادکست و چیزی نزدیک به ۸ میلیون شنونده**، این رسانه به تدریج جایگاه ویژه‌ای در زندگی روزمره مردم پیدا کرده است. نرخ رشد سالانه‌ی شنوندگان فارسی‌زبان حدود **۱۵٪** است که نشان‌دهنده‌ی پتانسیل بالای این رسانه در جذب مخاطبان بیشتر می‌باشد.

یکی از دلایل این رشد سریع، افزایش نیاز به محتوای آموزشی، فرهنگی و سرگرم‌کننده در جامعه فارسی‌زبان بوده و ترکیب جمعیتی و رفتار اجتماعی ایشان، گواهی بر این موضوع قلمداد می‌شود.

آنچه مشاهده می‌کنید حاصل جستجوی عمیق (Deep Search) و درون‌ریزی محتوا (Crawl) بر روی پلت‌فرم‌های مختلف ارائه‌دهنده‌ی داده در مورد پادکست است که بیش از ۹ هزار پادکست فارسی را مورد جستجو قرار داده است.

# تعاریف

## اپیزود:



هر قسمتی از یک پادکست که منتشر می‌شود.

## پادکست:



مجموعه محتوای صوتی که بر روی یک سرور بارگزاری شده، از طریق فید RSS به یکی از نرم‌افزارهای پادگیر متصل می‌شود.

## مالک یا پادکستر:



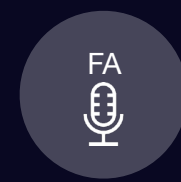
فرد حقیقی، گروه و یا شخصیت حقوقی که اقدام به نشر محتوای پادکست می‌کند.

## پادگیر یا پلت فرم پخش:



نرم‌افزاری که از طریق آن پادکست به مخاطب عرضه می‌گردد.

## پادکست فارسی:



پادکستی که در آن، پیام با زبان معیار فارسی منتقل می‌گردد.

## مخاطب:



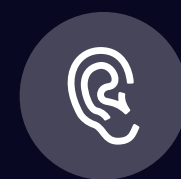
مخاطب فارسی‌زبانی که فارغ از موقعیت مکانی و جغرافیایی اقدام به پخش یک اپیزود کرده است.

## پادکست فعال:



پادکستی که آخرین اپیزود خود را در طی ۱ سال تقویمی گذشته منتشر کرده است.

## پخش:



هریک باری که مخاطب اقدام به پلی کردن یک اپیزود می‌نماید.

**+۹** هزار  
پادکست فارسی

**+۱۵** درصد  
رشد سالانه شنونده‌های فارسی

**۸** میلیون  
شنونده‌ی فارسی



**A+ تا B+**  
جامعه‌ی مخاطب فارسی

**۴۵ / +** میلیون  
پخش هفتگی پادکست فارسی

**۴۰+** ژانر  
مختلف پادکست فارسی

**CastBox**  
پر استفاده‌ترین پادگیر

**۲۴۵+** هزار  
اپیزود پادکست فارسی

**۱۹+** سال  
عمر پادکست فارسی

## ۱۱۰ کشور

با بررسی پنل برخی از پرمخاطب ترین پادکست‌های فارسی، ترکیب عجیبی از بخش پادکست‌های فارسی در بیش از ۱۱۰ کشور مشاهده شد، البته که بخش عمده‌ای از این پدیده به خاطر استفاده از نرم‌افزارهای فیلتر شکن و تغییر آی‌پی می‌باشد. بر اساس مطالعات میدانی و تطبیق با سایر پلت‌فرم‌ها، حدود ۸۶٪ از مخاطبین فارسی از داخل ایران اقدام به شنیدن پادکست می‌کنند.

## ۱۹۰۵ پادکست فعال

این تعداد پادکست‌هایی است که در طی ۱ سال تقویمی گذشته حداقل یک اپیزود منتشر کرده اند

## ۱۲۲۱ پادکست به شدت فعال

این تعداد پادکست‌هایی است که در سال ۲۰۲۴ (۸ ماه گذشته) حداقل یک اپیزود منتشر کرده اند

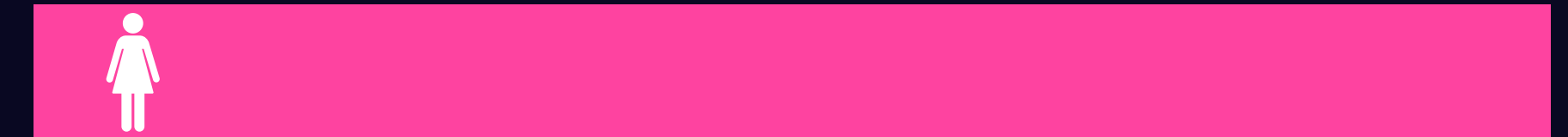


# جامعه‌ی مخاطب فارسی

نسبت جنیستی

۶۰%

۴۰%



گروه سنی



در میان مالکین پادکست‌ها ۱۳ مالک، بیش از ۱۰ پادکست دارند!  
۲ اکانت از این مالک‌ها، بیش از ۳ پادکست و یک اکانت ۱۲۴ پادکست را تحت مالکیت خود دارد!



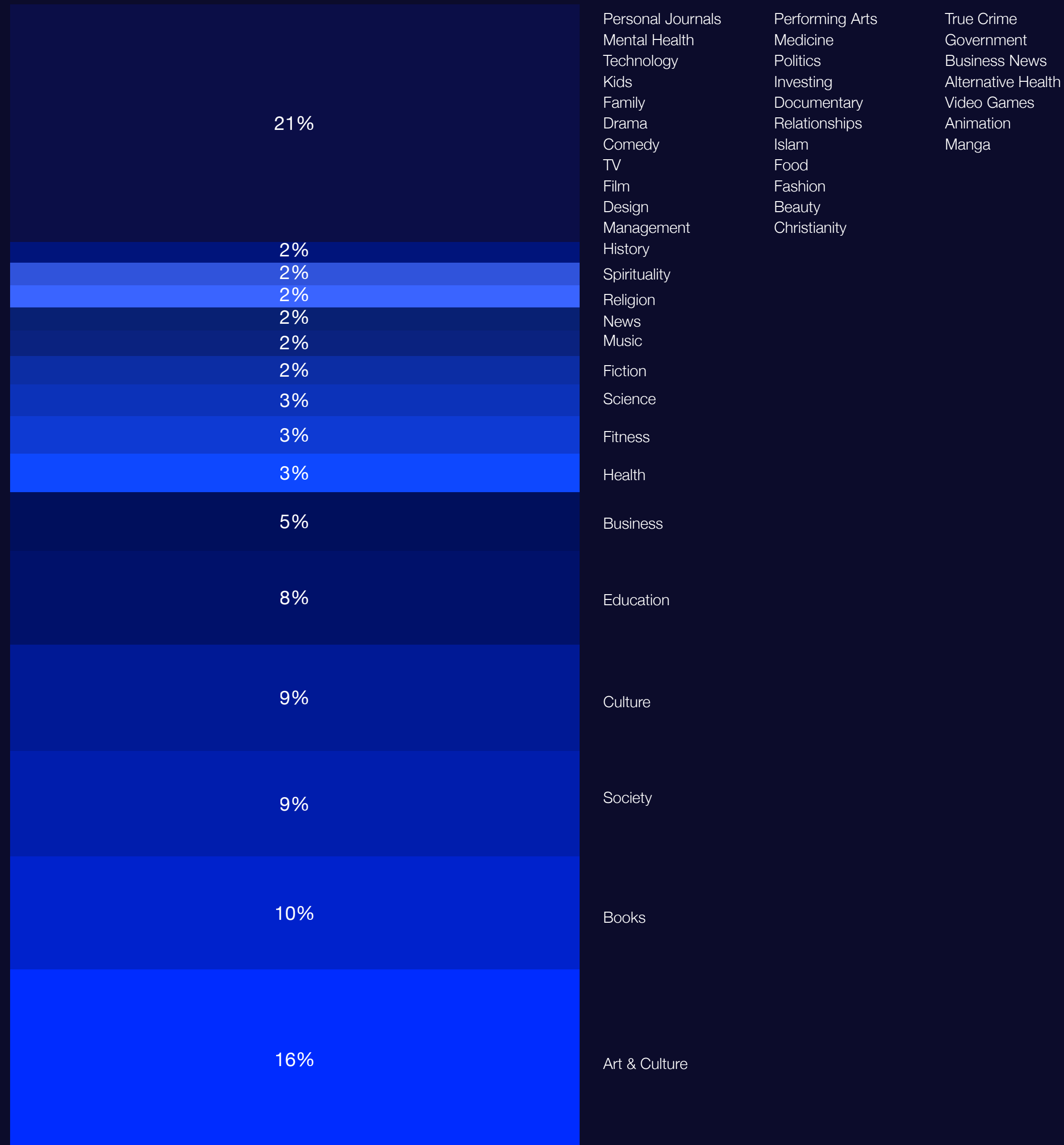
عموم مالکین دارای بیش از ۱۰ پادکست، تولیدکننده‌ی محتوای مذهبی، عقیدتی و یا متعلق به شبکه‌های خبری فارسی زبان هستند.



اما با نگاه جامع تر به ۹ هزار پادکست فارسی، نرخ مالکیت پادکست چیزی نزدیک به ۱.۱ پادکست به ازای هر مالک است.



# دسته بندی موضوعی پادکست های فارسی



آنچه در این نمودار مشاهده می‌کنید، دسته بندی موضوعی پادکست های فارسی زبان است که بر اساس خود اظهاری پادکسترها تهیه شده است. هر پادکست می‌تواند تعدادی از این دسته بندی های موضوعی را انتخاب نماید.

توجه داشته باشید که هر پادکست به صورت نرمال و در فضای استاندارد، به هنگام تعریف و ایجاد اکانت در پادگیرها، می‌تواند از دسته بندی مقابل، محتوای خود را انتخاب نماید.

به صورت متوسط هر پادکستر ۱.۸۲ موضوع را به عنوان دسته بندی اصلی پادکست فارسی خود انتخاب نموده است.

# رفتارشناسی مخاطبان فارسی

رفتار مخاطب فارسی زبان در استفاده از پادگیرها\*



رفتار مخاطب فارسی زبان در استفاده از پلت فرم های دیجیتال

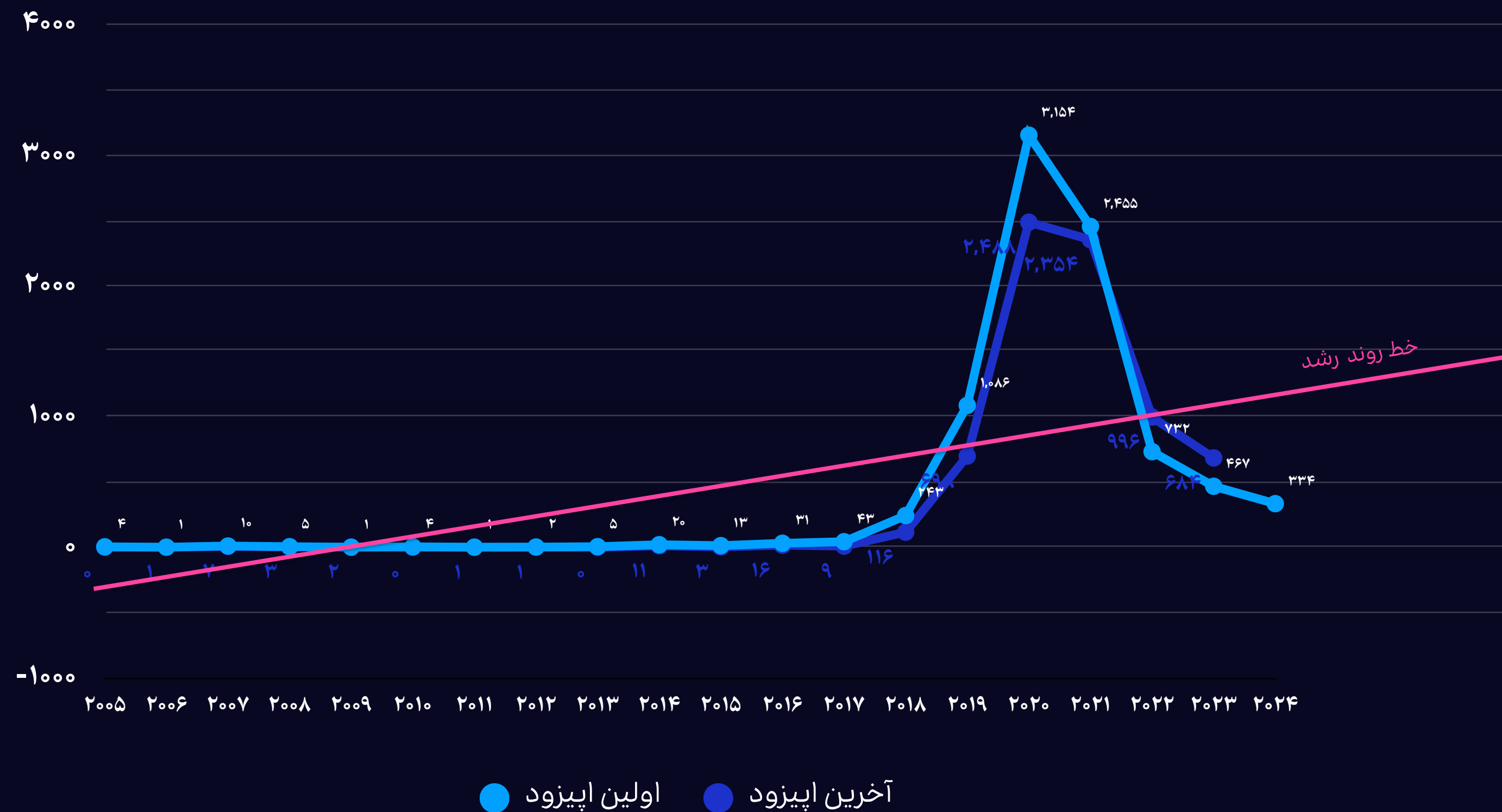


\* با حذف گوگل پادکست در جولای ۲۰۲۴ از رقابت، مخاطبان (حدود ۲۰٪ ای از کل) آن، تقریباً به صورت کامل به کست باکس مهاجرت کردند.  
\* داده های این صفحه بر اساس تحقیقات میدانی تهیه شده است

# سالی که همه پادکستر شدند!

## بررسی تعداد پادکست‌های فارسی در طول زمان

در طی ۱۹ سال گذشته که از عمر پادکست فارسی می‌گذرد، سال ۲۰۲۰ سالی بود که بیشترین تب شروع پادکست در بین مخاطبین فارسی زبان ایجاد شد. یکی از دلایل این موضوع می‌تواند **پاندمی کووید-۱۹** بوده باشد. البته که عمر بسیاری از این پادکست‌ها عمدتاً کمتر از ۱ سال بود. در مجموع سال ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ شاهد ایجاد **۲۴۰۰ پادکست تک اپیزوده** بودیم. همچنین تعداد پادکست‌هایی که در این دو سال، آخرین اپیزود خود را منتشر نمودند به بیش از **۴۸۰۰ پادکست** (نیمی از پادکست‌های فارسی زبان) می‌رسد. می‌توان اینگونه گفت که **۲۰۲۰ سالی بود که همه پادکستر شدند!**





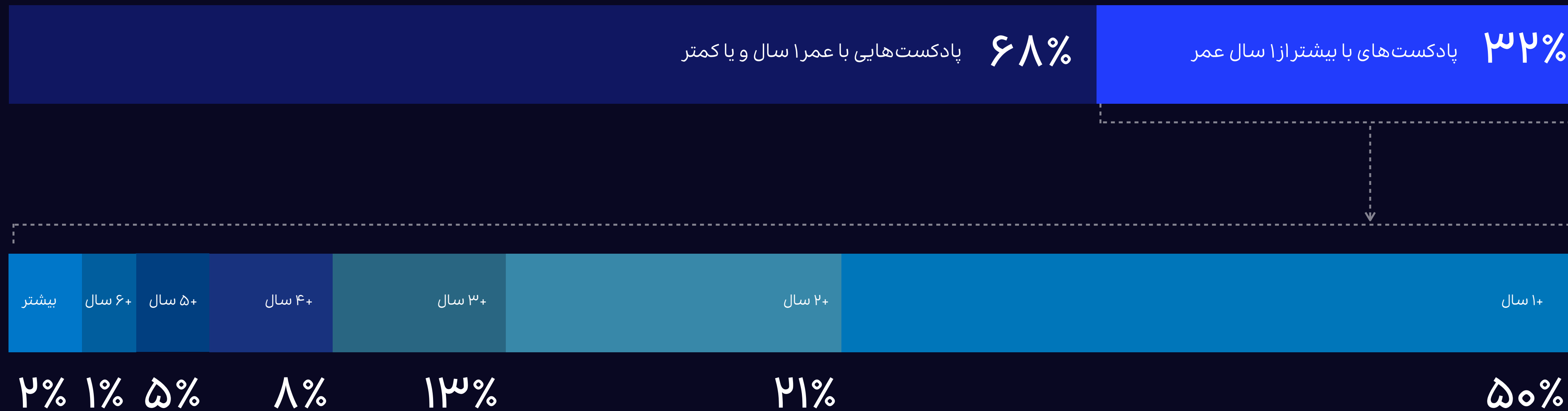
# PodAds.Agency

نسل جدید آگهی پویا، بر بستر پادکست



# یک سال بخور نون و تره!

## مقایسه‌ی عمر فعالیت پادکست‌های فارسی



اگرچه عمده‌ی پادکست‌های فارسی کمتر از ۱ سال عمر دارند (۶۸٪)، باید گفت که چیزی نزدیک به یک سوم پادکست‌های فعال از نسل سال ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ در حال تولید و مداومت هستند. همچنین می‌توان این برداشت را کرد که در صورت وجود استمرار و گذر از ۲ سال، نرخ ریزش و توقف تولید پادکست‌ها به شدت کاهش یافته و پادکست‌ها مانا و مستمر می‌شوند.

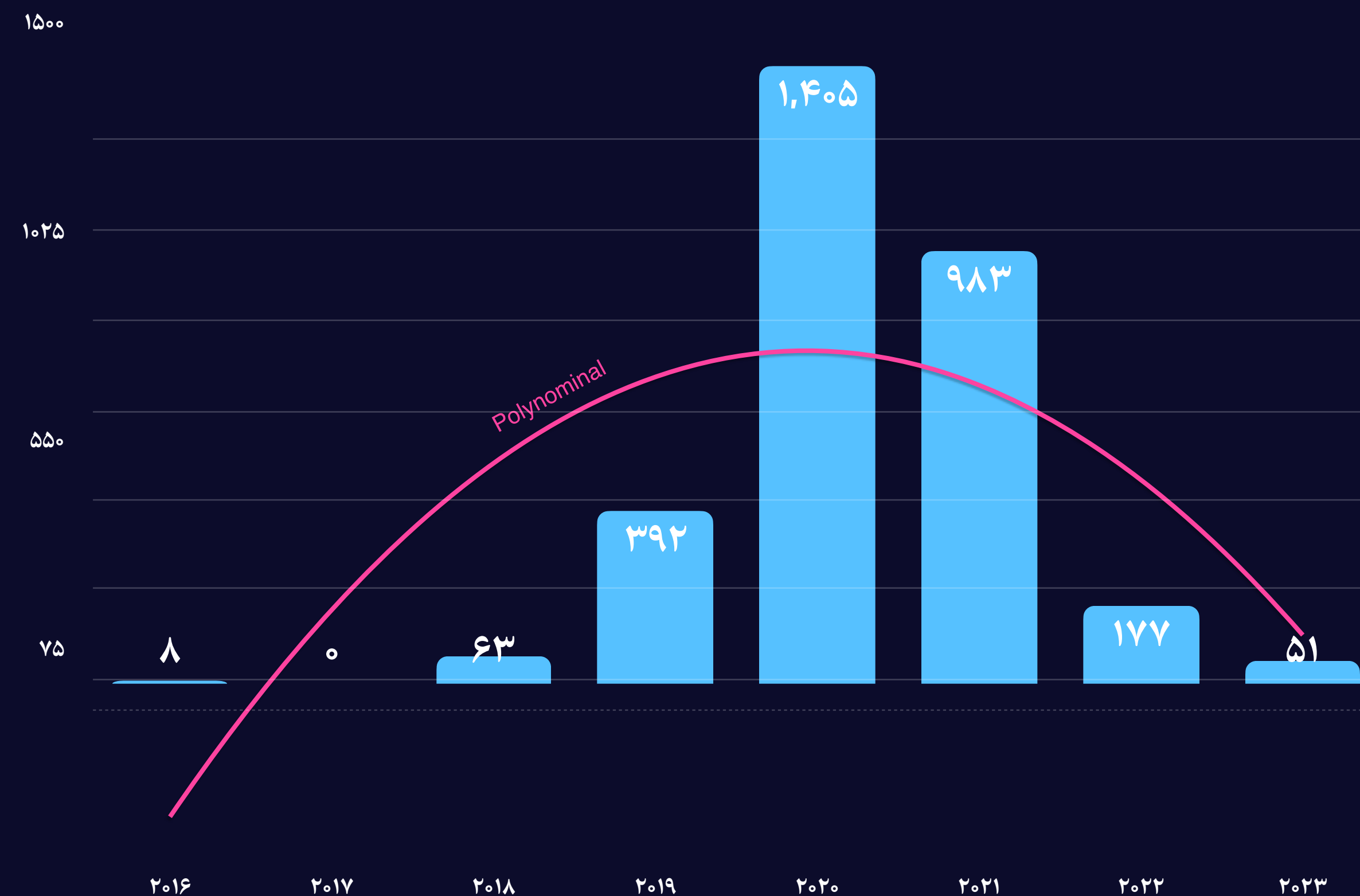
مقایسه‌ی عمر تمامی پادکست‌های فارسی ←

مقایسه پادکست‌هایی که بیشتر از یک سال عمر دارند ←

# تلاشی بیهوده:

## پادکست‌هایی بایک اپیزود!

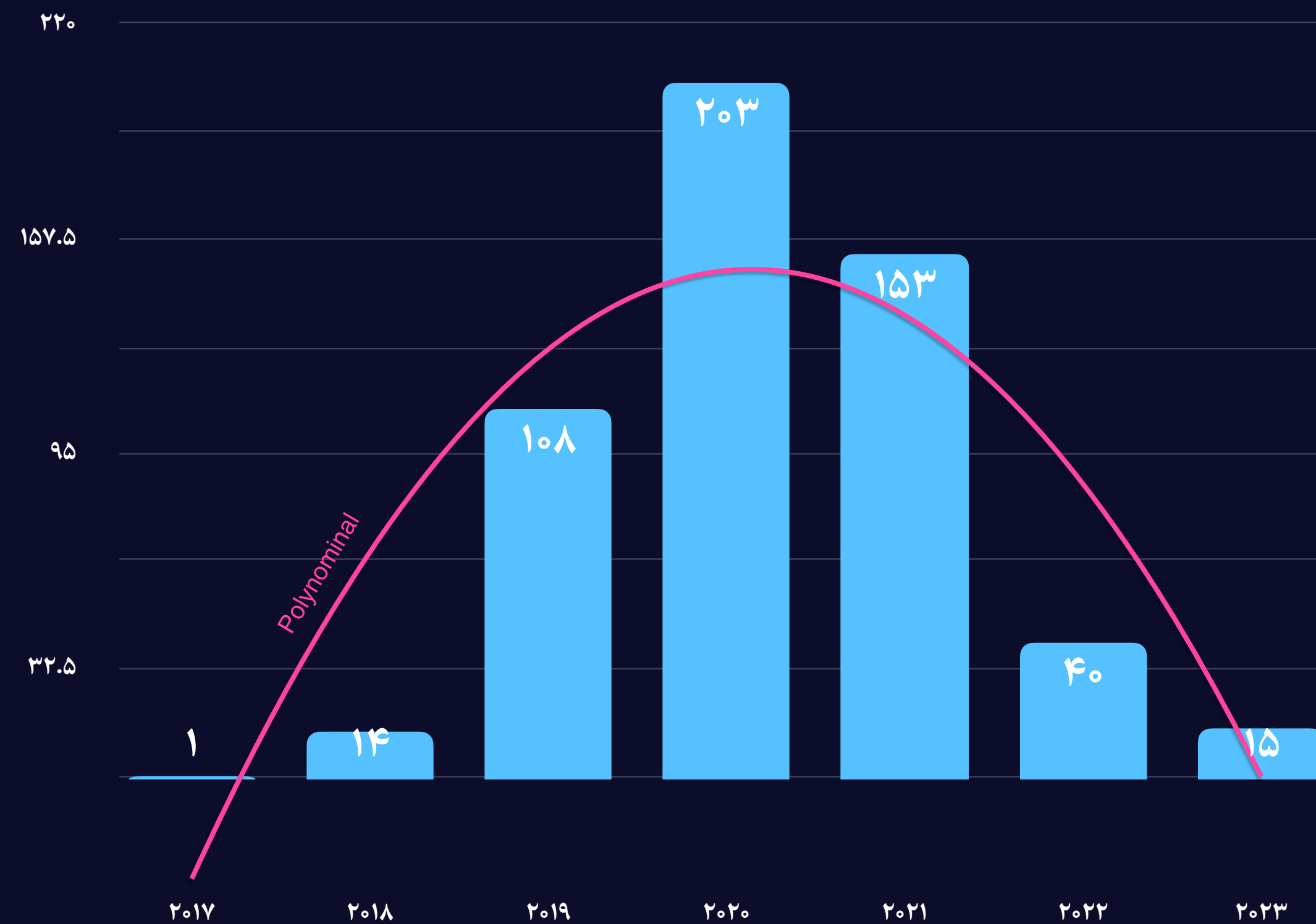
در نمودار مجاور، تفکیک سالانه‌ی پادکست‌هایی بایک اپیزود را مشاهده می‌کنید. موضوع جالب آن است که این روند تابع روند کلی پادکست‌های تولیدی بوده و به صورت تقریباً همگنی، از هر ۳ تلاش برای ساخت یک پادکست، پس از تولید یک اپیزود، این تلاش متوقف می‌شود. در واقع می‌توان گفت که در صورت نشر ۲ اپیزود، احتمال ادامه دار بودن و عدم شکست پادکست به میزان (حداقل) ۷۰٪ کاهش می‌یابد.



# مخالفین استمرار

در مطالعه‌ی پادکست‌های فارسی یک مورد عجیب (برای ما) پیدا شد. پادکست‌هایی با بیش از ۱۵۴ اپیزود (حداکثرتا ۱۵۴ اپیزود) که کل محتوای خود را در یک روز آپلود کرده اند! تعداد این پادکست‌ها تابع تعداد کل پادکست‌های ایجاد شده در هر سال و به تقریب ۷٪ از کل پادکست‌های جدید را تشکیل می‌دهند.

در توجیه این پدیده باید گفت که برخی از این پادکست‌ها محتواهای ضبط شده‌ی قبلی (مثل کتاب، سخنرانی‌ها و غیره) هستند که با توجه به موج افزایشی استفاده‌ی مخاطب فارسی زبان از پادکست، محتوای خود را به صورت دیجیتال درآورده و بر روی پادگیرها قرار داده‌اند. ما در تیم پاد ادز به این گروه لقب «مخالفین استمرار» داده‌ایم!

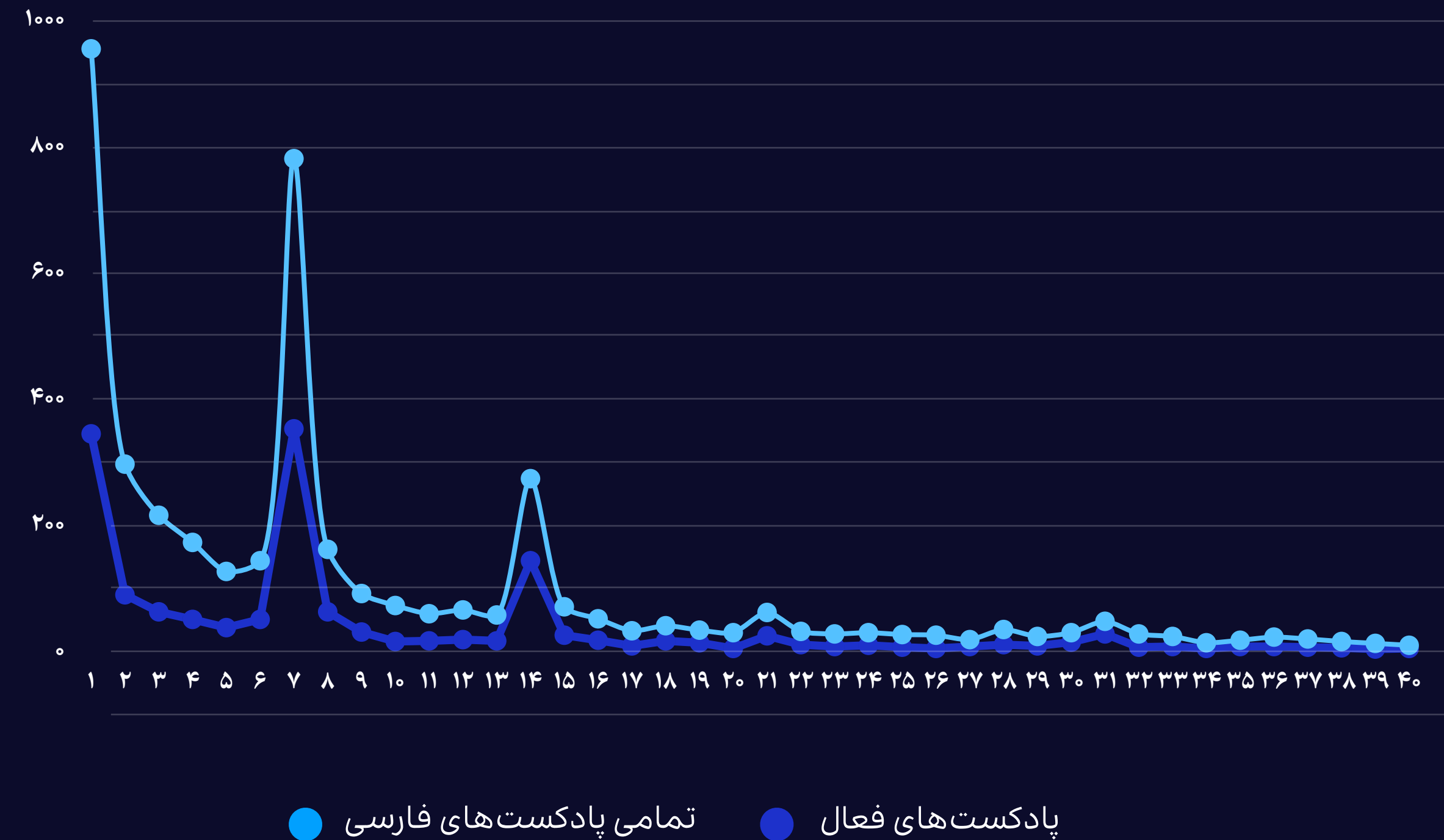


# نظم حلال مشکلات

در مقایسه‌ی فاصله‌ی روزانه‌ی بین نشر هر دو اپیزود در تمامی پادکست‌ها (غیر از پادکست‌های تک اپیزوده و «مخالفین استمرار») یک الگوی رفتاری نشر مشاهده می‌شود.

در مقایسه‌ی پادکست‌ها، رفتار نشر روزانه، هفتگی، ۱۴ روزه، ۲۱ روزه، ۳۰ روزه به عنوان **نظم انتشار** دیده می‌شود. تطبیق مدت ماندگاری و انتشار پادکست و این نظم به ما کمک می‌کند که اینگونه تفسیر کنیم که **نظم، حلال مشکلات است!**

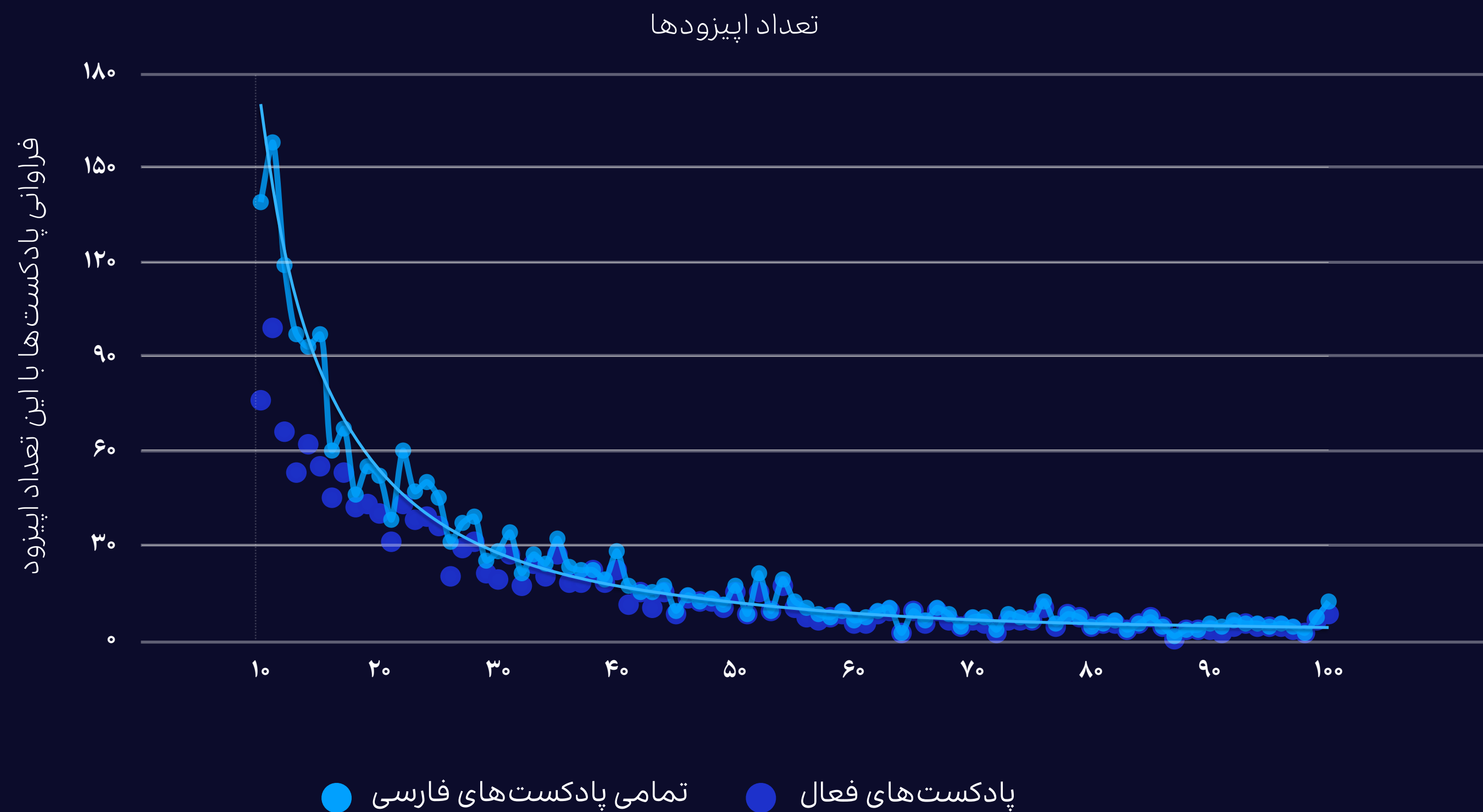
این روند در پادکست‌های فعال نیز مشاهده می‌شود. نکته‌ی جالب اینکه تقریباً به تعداد پادکست‌های فعال روزانه، پادکست‌های فعال هفتگی وجود دارد.



# عدد مقدس ۴۰

در مقایسه‌ی تمامی پادکست‌ها و پادکست‌های فعال فارسی و تطبیق آن با پادکست‌هایی که بیش از ۱۰ اپیزود تا ۱۰۰ اپیزود منتشر کرده بودند مشخص شد که در صورت **گذر از ۴۰ اپیزود**، پادکست به صورت فعال باقی خواهد ماند.

در واقع **نرخ غیر فعال شدن** تا ۱۰ اپیزود اول نزدیک به ۹۰٪ است ولی با افزایش تعداد اپیزودها به ۴۰ عدد، این عدد به کمتر از ۵٪ میل می‌کند و می‌توان گفت که عدد ۴۰، **عدد مقدسی** برای مانایی یک پادکست می‌باشد!



# پادکست

پادکست

radio

Podcasts

## آبروآژه‌ی نام پادکست‌های فارسی

داستان

در بین تمامی نام‌های پادکست‌های فارسی، این کلمات بیشتر به چشم می‌خورد: پادکست، رادیو، داستان، کتاب، Podcast، Show، Radio  
همچنین پادکسترهای فارسی ترکیب نوشتار فارسی و انگلیسی به صورت همزمان را به عنوان بهترین ترکیب به منظور سهولت جستجو انتخاب کرده اند برای مثال:

پادکست پاد ادزا | PodAds Podcast | Education

# پادکست و درآمد

## روش‌های درآمدی معیار برای پادکسترها

### اسپانسرشیپ:



معرفی محصول و یا کالا بوسیله‌ی پادکستر در یک یا چند اپیزود.

### حمایت مالی:



حمایت مالی به صورت نقدی از یک پادکستر بر روی پلت فرم‌های حمایت جمعی.

### حق عضویت و یا محتوای اختصاصی:



پرداخت حق عضویت برای دسترسی به محتوای اضافی و یا جایزه (Bonus).

### همکاری در فروش:



بررسی محصول در پادکست همراه با ایجاد لینک و یا کد ریفرال به منظور خرید مستقیم از تولید کننده.

### فروش مرچندایز:



فروش محصولات مرتبط با برند پادکست، مانند ماگ، پیکسل، دفترچه، تی شرت و ...

### رویدادهای حضوری و آنلاین:



ضبط پادکست به صورت لایو و بلیط فروشی به ازای حضور افراد.

### خدمات:



آموزش و یا خدمات راه‌اندازی پادکست برای برندها.

### آگهی و تبلیغات پویا:



کسب درآمد به صورت سهم از آگهی پخش شده در پلت فرم‌های پادکست بین‌المللی و یا داخلی.

# پادکست و درآمد

از سوی دیگر بیشتر پادکست‌های فارسی که اقدام به دریافت تبلیغات اسپانسر می‌نموده‌اند، بر اساس برند و جامعه‌ی مخاطب زیادی که از خود در پادگیرها و شبکه‌های اجتماعی مرتبط با برند خود اقدام به دریافت تبلیغات نموده‌اند. در واقع می‌توان اینگونه گفت که برند پادکست و پادکست‌ارتباط مستقیمی با میزان کسب درآمد آن در فضای جامعه‌ی مخاطب فارسی دارد.

با راه‌اندازی روش‌های جدیدتری مانند **درج آگهی پویا**، این روند امکان تغییر جهت و ایجاد درآمد برای تمامی پادکست‌ها را خواهد داشت. ماموریت اصلی تیم **پادادز** در همین حوزه می‌باشد.

برای این موضوع می‌توانید به وبسایت پادادز مراجعه کنید و نسبت به دریافت راهکارهای عملی کسب درآمد اقدام نمایید.

در دنیا مدل‌های مختلفی برای کسب درآمد توسط پادکسترها وجود دارد. در این میان در پادکست‌های فارسی بر اساس تحقیقات میدانی صورت پذیرفته و مصاحبه با برخی پادکسترها، **حداکثر ۱۵%** از پادکست‌های فعال به درآمد رسیده‌اند. البته که این اطلاعات با توجه به عدم وجود مرجع امکان خطا در این داده وجود دارد.

عمده‌ی درآمد پادکسترها، از محل **اسپانسرینگ** و **ساخت پادکست اختصاصی برای یک برند** (۸۰%) و در مرحله‌ی بعدی مشارکت در فروش برخی اقلام و یا محصولات بوده است. برای مثال برخی از برندها و شرکت‌ها اقدام به راه‌اندازی پادکست اختصاصی با نام خود نموده‌اند که در این میان می‌توان به اسم **لست سکند** (رادیو ماجرا)، **علی بابا** (رادیو دور دنیا)، **دی-کست** و **دیجی کالا مگ** (دیجی کالا) اشاره نمود که این یکی از راه‌های درآمدی پادکسترها بوده است.

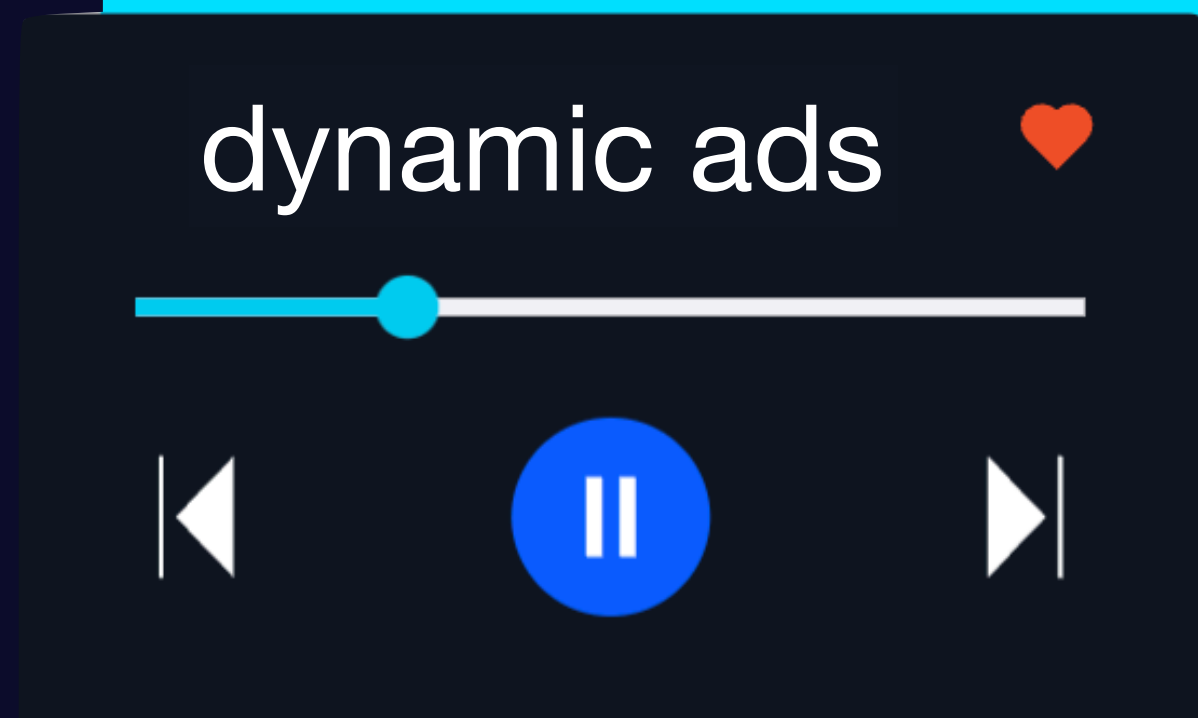


# آگهی پویا بر بستر پادکست

یکی از روش‌های آگاهی بخشی بر روی رسانه‌ی پادکست‌ها درج و پخش آگهی پویاست. این آگهی‌ها در ابتدا، میان و یا پایان (Pre/Mid/Post) هر پادکست بدون دخالت و ایجاد پیچیدگی فنی برای تولیدکننده‌ی پادکست پیاده‌سازی می‌شود.

این کانال جدید مارکتینگ، تا پیش از این، بر روی پادکست‌های فارسی زبان امکان ارائه نداشت و اکنون تیم [podads.agency](http://podads.agency) این امکان را به عنوان مجری اختصاصی این کانال ارائه می‌دهد. ما برای اولین بار بر روی «**برترین پادکست‌های فارسی زبان**» امکان پخش آگهی پویا را ارائه می‌دهیم.

با این متد جدید پخش آگهی، تعداد شنیده‌شدن، زمان شنیده‌شدن، پادکستی که در آن قصد پخش را دارید، جنسیت و سن مخاطب، دستگام مخاطب، تعداد دفعاتی که مخاطب آن را می‌شنود به دلخواه شما خواهد بود و البته از همه مهم‌تر، با بودجه‌بندی مناسب قابلیت پیگیری و Tracking مخاطب را خواهید داشت.



# منابع و روش تحقیق

داده‌های اشاره شده در این گزارش از منابع مختلفی مانند وبسایت‌های زیر بدست آمده‌اند.

Statista.com  
PodChaser.com  
wiredclip.com  
CastBox.fm  
IAB.com

از حیث روش تحلیل و آنالیز، از ابزارهای تحلیلی ChatGPT همراه با تحلیل آماری بر روی نرم‌افزارهای PowerBI و Excel استفاده شد.

به منظور دقت بخشیدن به داده‌ها، ۷ مصاحبه عمیق با ۷ پادکستر به صورت آنلاین و مصاحبه کمی و کیفی همراه با پرسشنامه با ۵ مخاطب به عنوان جامعه آماری صورت پذیرفت. این داده‌ها نقش بسزایی در دقت بخشیدن به اطلاعات دریافتی و ثانویه کسب شده پس از دریافت از فضای آنلاین داشت. همچنین پس از آن دو گروه تمرکز (Focus Group) یک گفتگوی هدایت شده و تعاملی را برگزار نموده و نتایج را نهایی سازی نمودند.



# DMBoard

حامی رسانه‌های این گزارش

Version 2.0

## پدید آورندگان این گزارش:



**Hamed Niavand**

Founder of PodAds.Agency



<https://www.linkedin.com/in/hamedniavand/>



**Ehsan Tarighat**

Podcaster and Storyteller



<https://www.linkedin.com/in/ehsantarighat/>



پرسشنامه  
پادکست  
فارسی



# PodAds.Agency

نسل جدید آگهی پویا، بر بستر پادکست

 [podads-agency](#)

 [@podads.agency](#)

 [www.podads.agency](#)

 [contact@podads.agency](mailto:contact@podads.agency)

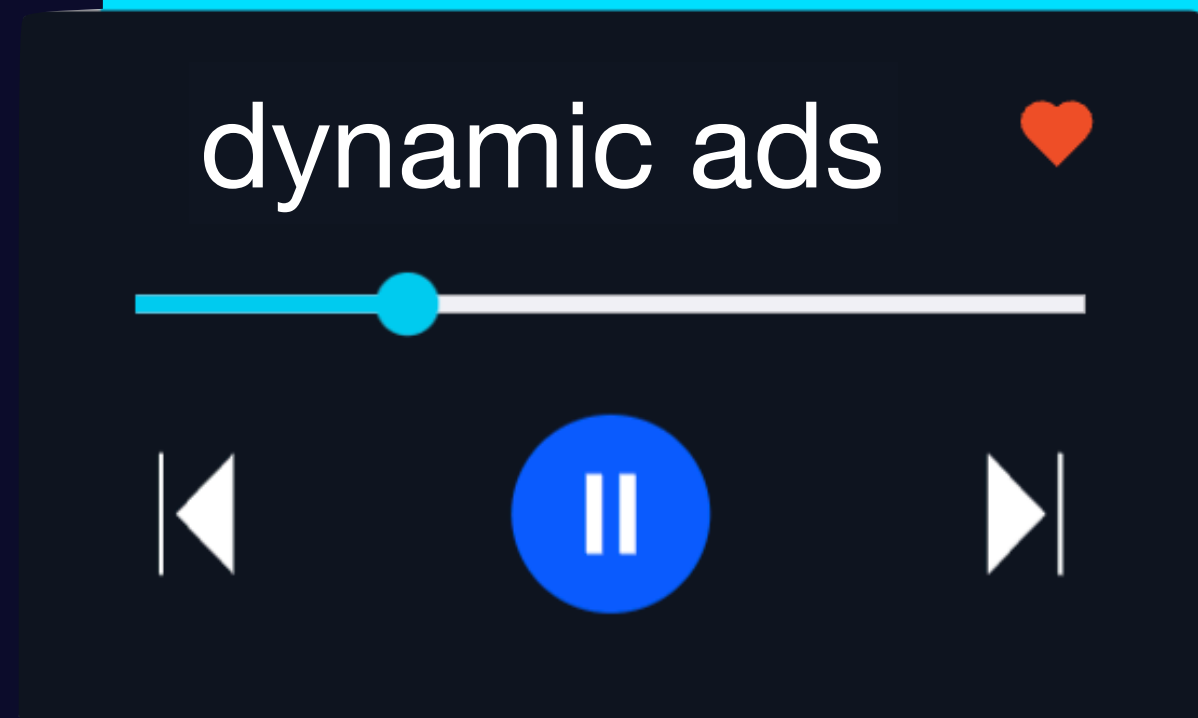


# آگهی پویا بر بستر پادکست

یکی از روش‌های آگهی بخشی بر روی رسانه‌ی پادکست‌ها درج و پخش آگهی پویاست. این آگهی‌ها در ابتدا، میان و یا پایان (Pre/Mid/Post) هر پادکست بدون دخالت و ایجاد پیچیدگی فنی برای تولیدکننده‌ی پادکست پیاده‌سازی می‌شود.

این کانال جدید مارکتینگ، تا پیش از این، بر روی پادکست‌های فارسی زبان امکان ارائه نداشت و اکنون تیم [podads.agency](http://podads.agency) این امکان را به عنوان مجری اختصاصی این کانال ارائه می‌دهد. ما برای اولین بار بر روی «**برترین پادکست‌های فارسی زبان**» امکان پخش آگهی پویا را ارائه می‌دهیم.

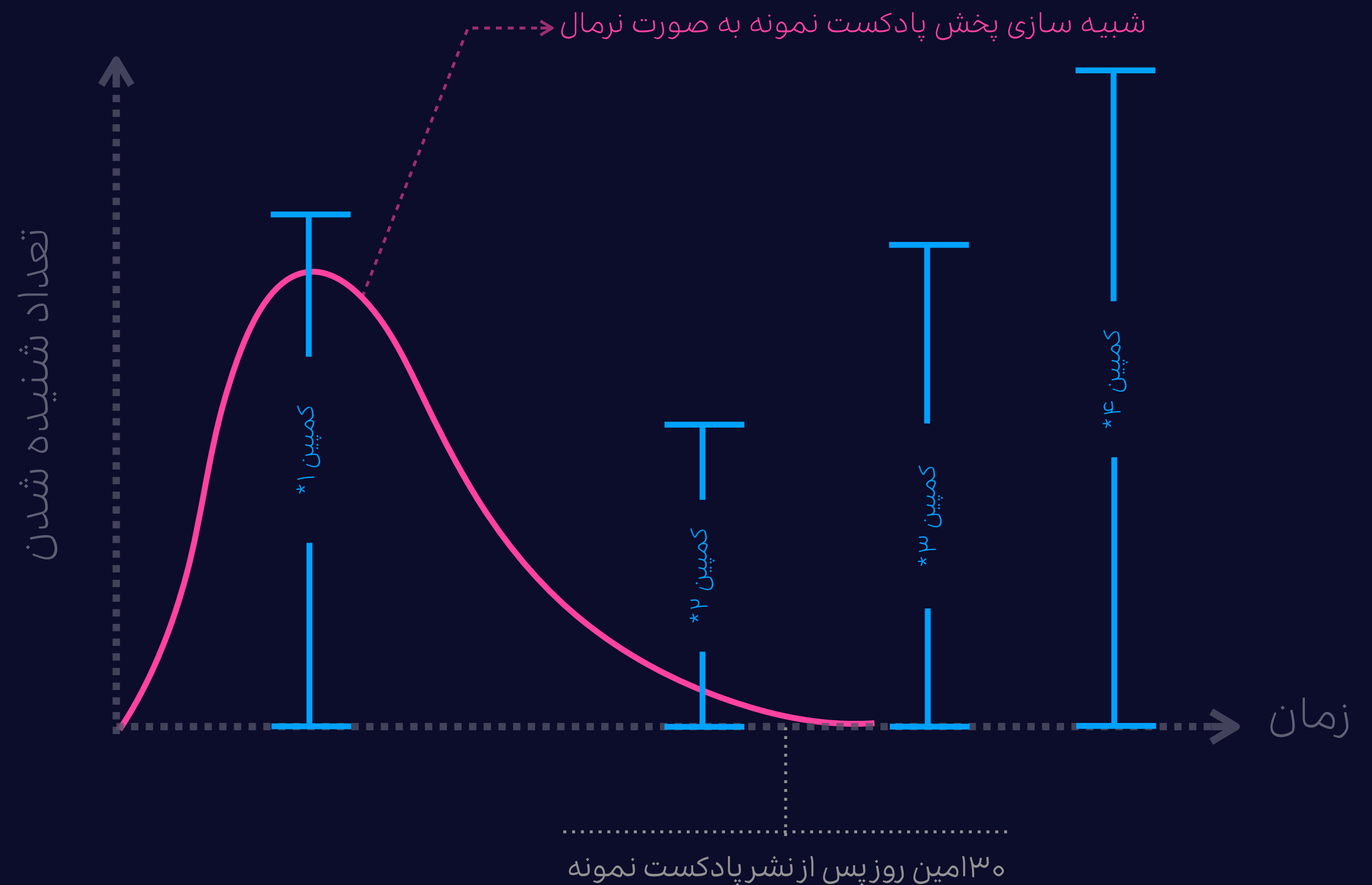
با این متد جدید پخش آگهی، تعداد شنیده‌شدن، زمان شنیده‌شدن، پادکستی که در آن قصد پخش را دارید، جنسیت و سن مخاطب، دستگاه مخاطب، تعداد دفعاتی که مخاطب آن را می‌شنود به دلخواه شما خواهد بود و البته از همه مهم‌تر، با بودجه‌بندی مناسب قابلیت پیگیری و Tracking مخاطب را خواهید داشت.



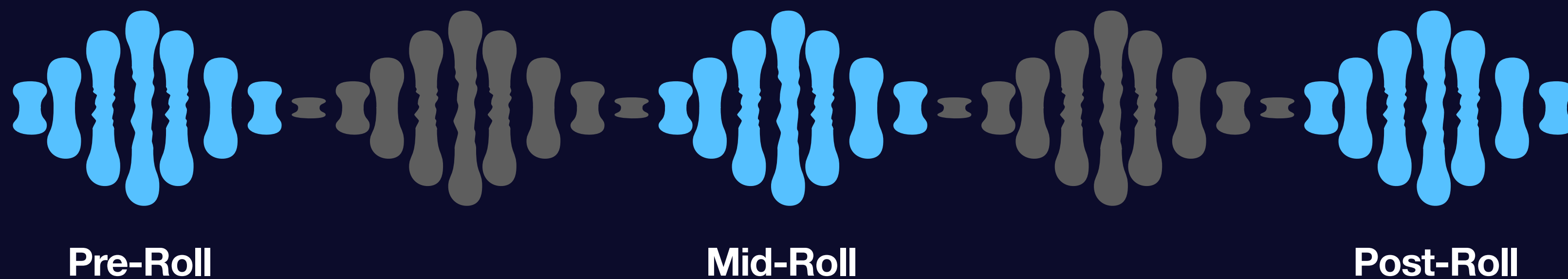
# تفاوت اسپانسرینگ در پادکست و آگهی پویا

در مدل اسپانسرینگ، آگهی برای مدت زمان نامحدودی بر روی پادکست باقی خواهد ماند ولی زمان موثر آن عموماً تا ۲۰ روز بعد از پخش آن ایزود خواهد بود و تقریباً بعد از ۱ ماه دیگر شنیده نخواهد شد. در آگهی پویا، مقطع زمانی خاصی که مد نظر برند آگهی دهنده است، بازه‌ی موثر آگهی خواهد بود و البته این زمان قابل تکرار خواهد بود. اندازه‌ی موج و مخاطبی که قصد درگیر کردن آن را دارید کاملاً به خود برند آگهی دهنده بستگی دارد. این روش بهترین کارکرد خود را در ایجاد آگاهی از برند، فعال‌سازی برند / محصول و البته معرفی خدمات / محصول جدید به جامعه‌ی مخاطبین A+ تا B+ دارد.

\* تعداد شنیده شدن، زمان شنیده شدن، پادکستی که در آن قصد پخش را دارید، جنسیت مخاطب، سن مخاطب، دستگاه مخاطب، تعداد دفعاتی که مخاطب آن را می‌شنود به دلخواه شما!



## انواع جایگاه‌های آگهی پویا



برخلاف مدل اسپانسرینگ، محل قرارگیری آگهی در اپیزود به مواردی همچون رد کردن آگهی، سوخت شدن هزینه‌ی پرداختی و موضوعاتی از این قبیل ارتباطی نخواهد داشت. همچنین براساس سوابق پیشین تاثیرگذاری آگهی پویا مستقیماً با مواردی همچون تعداد ایمپرشن، کیفیت آگهی پخش شده و البته هدفگذاری دقیق جامعه‌ی مخاطب ارتباط مستقیم دارد.



## آگهی اسپانسرینگ

- ▶ عدم نیاز به تهیه‌ی محتوای صوتی
- ▶ پخش و ثبت همیشگی برند شما در پادکست
- ▶ ابزار مناسب برای ایجاد آگاهی از برند

## آگهی پویا

- امکان انتخاب مخاطب از حیث سن، جنسیت، تکرار پخش به یک مخاطب خاص، زمان اجرای خاص، تکرار در چند جای مختلف زمان پادکست
- امکان اجرای چند بار بر روی یک پادکست و یا همزمان بر روی چند پادکست
- دریافت گزارش دقیق و آنالیز
- ضبط آگهی با صدا و هویت برند
- امکان انتخاب دسته‌بندی موضوعی بر روی چند پادکست
- ارتباط با پلت فرم podads و عدم درگیری با پادکست‌های مختلف
- ابزار مناسب برای ایجاد آگاهی از برند و ایجاد کانال فروش برای کمپین
- قیمت گذاری شفاف و ثابت
- ایجاد درآمد همزمان برای تولید کننده‌ی پادکست
- عدم وجود سقف برای مخاطب (شنیده شدن) با توجه به مالیتی چنل بودن
- استفاده از نهایت خلاقیت: افکت‌های صوتی مانند 3D Audio و ASMR و حتی سکوت!
- امکان ایجاد Tracking برای مخاطب (به‌زودی)

مزایا



## آگهی پویا

- نیازمند تهیه‌ی محتوای خاص صوتی برند به عنوان آگهی

## آگهی اسپانسرینگ

- نیازمند ارتباط مستقیم با مالک پادکست
- عدم امکان اجرای کمپین بواسطه‌ی داشتن اسپانسر برای یک اپیزود خاص از قبل توسط مالک پادکست
- عدم وجود ابزارهای کنترلی مانند انتخاب مخاطب و سن و ...
- عدم وجود زمان دقیق شروع و پایان و عدم وجود گزارش دقیق
- قیمت گذاری بر اساس انتخاب و ترجیح مالک پادکست
- امکان رخداد بازخورد خارج از انتظار بواسطه‌ی زمان بد انتشار، همزمانی با وقایع دیگر و اتفاقات غیر قابل کنترل
- وجود سقف شنیداری برای تعداد مخاطب
- عدم وجود کنترل بر روی وضعیت و برند آتی پادکست با توجه به مانا بودن آگهی برند بر روی پادکست به صورت همیشگی

مقایسه

Actual Delivered Impression **152%**

CAMPAIGN DESCRIPTION  
*Client Name*

IMPRESSIONS BOOKED  
52,000

UNIQUE USERS  
66,027

MOBILES & TABLETS

DESKTOPS & LAPTOPS

DIGITAL APPS

CAMPAIGN DURATION  
Jun 7, 2023 - Jun 25, 2023

IMPRESSIONS DELIVERED  
79,064

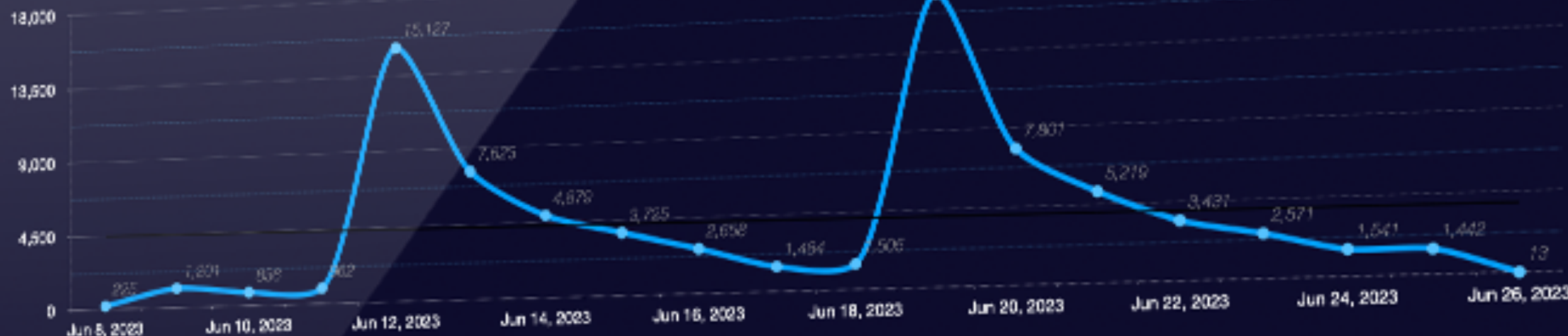
FREQUENCY  
1.2

97.13%

1.35%

1.53%

IMPRESSIONS BY DAY




\* این حداقل دیتای ارائه شده پس از پایان هر کمپین بوده و در صورت نیاز تکنیک‌های جزئی تر همراه با امکان Tracking برای شما فعال خواهد شد.


نمونه گزارش  
تک صفحه‌ای  
پس از کمپین




# نمونه‌ی کمپین‌های اجرا شده



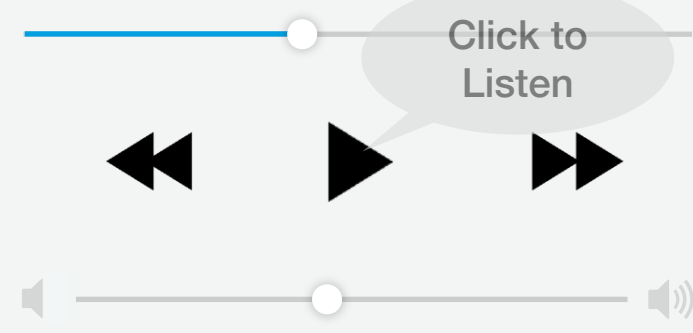
Click to Listen




3D



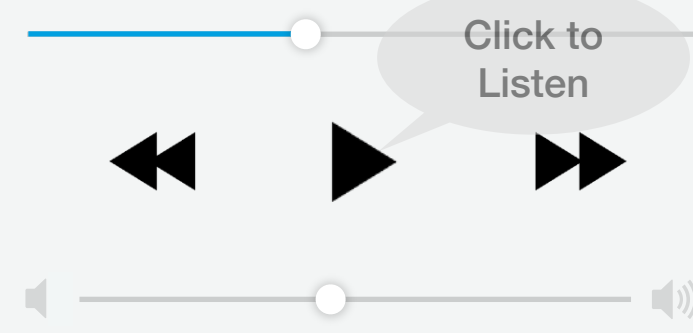
Click to Listen




ASMR



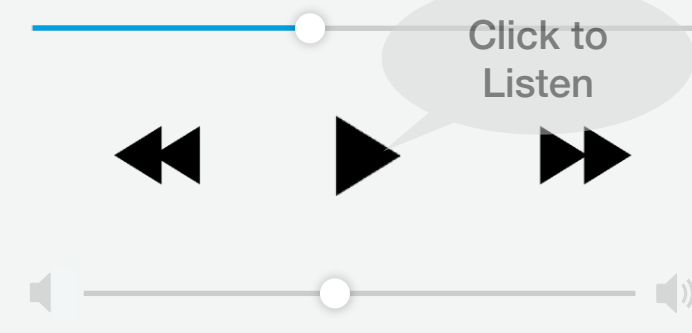
Click to Listen



Dynamic Creativity

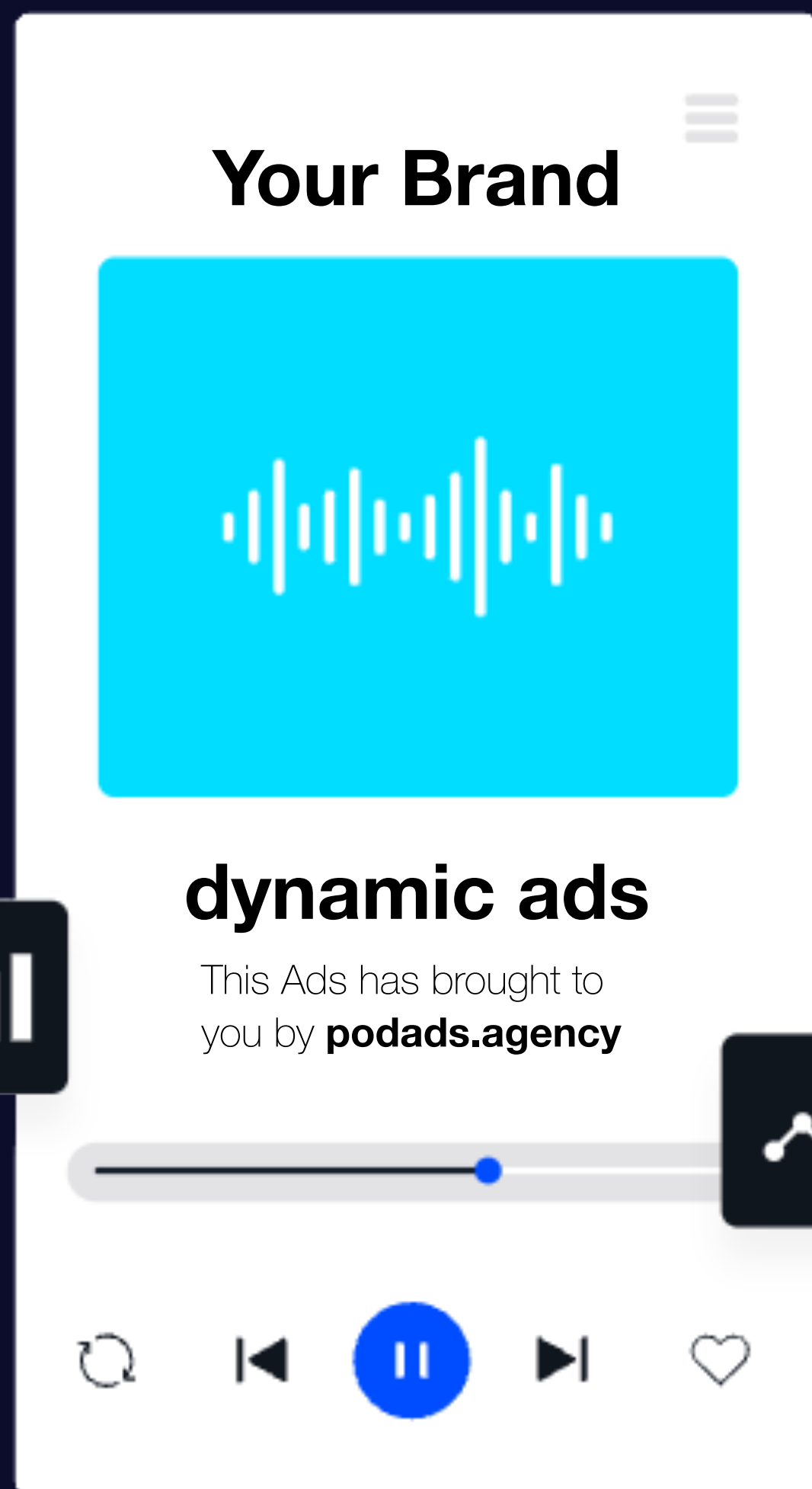


Click to Listen



Mix

# آگهی پویا بر بستر پادکست در یک نگاه



- ▶ قابل اندازه‌گیری بازخورد، مخاطب، شنیده‌شدن، تکرار
- ▶ قابلیت انتخاب دقیق و قابل تفکیک مخاطب، موضوع، پادکست
- ▶ قابلیت زمان‌بندی دقیق و بسته به کمپین
- ▶ قیمت‌گذاری شفاف، مبتنی بر انتخاب برند و بدون هزینه نهان
- ▶ کنترل پذیر و دارای گزارش دقیق بر حسب تعداد و کاربر
- ▶ هدف قرار دادن جامعه‌ی مخاطب پریمیوم فارسی زبان در ایران و خارج
- ▶ امکان ایجاد ایمپرشن تا ۵ میلیون در یک هفته
- ▶ استفاده از تن، لحن و جینگل برند شما
- ▶ امکان دریافت پشتیبانی و گزارش اختصاصی برای شما



# PodAds.Agency

نسل جدید آگهی پویا، بر بستر پادکست

 [podads-agency](#)

 [@podads.agency](#)

 [www.podads.agency](#)

 [contact@podads.agency](mailto:contact@podads.agency)

