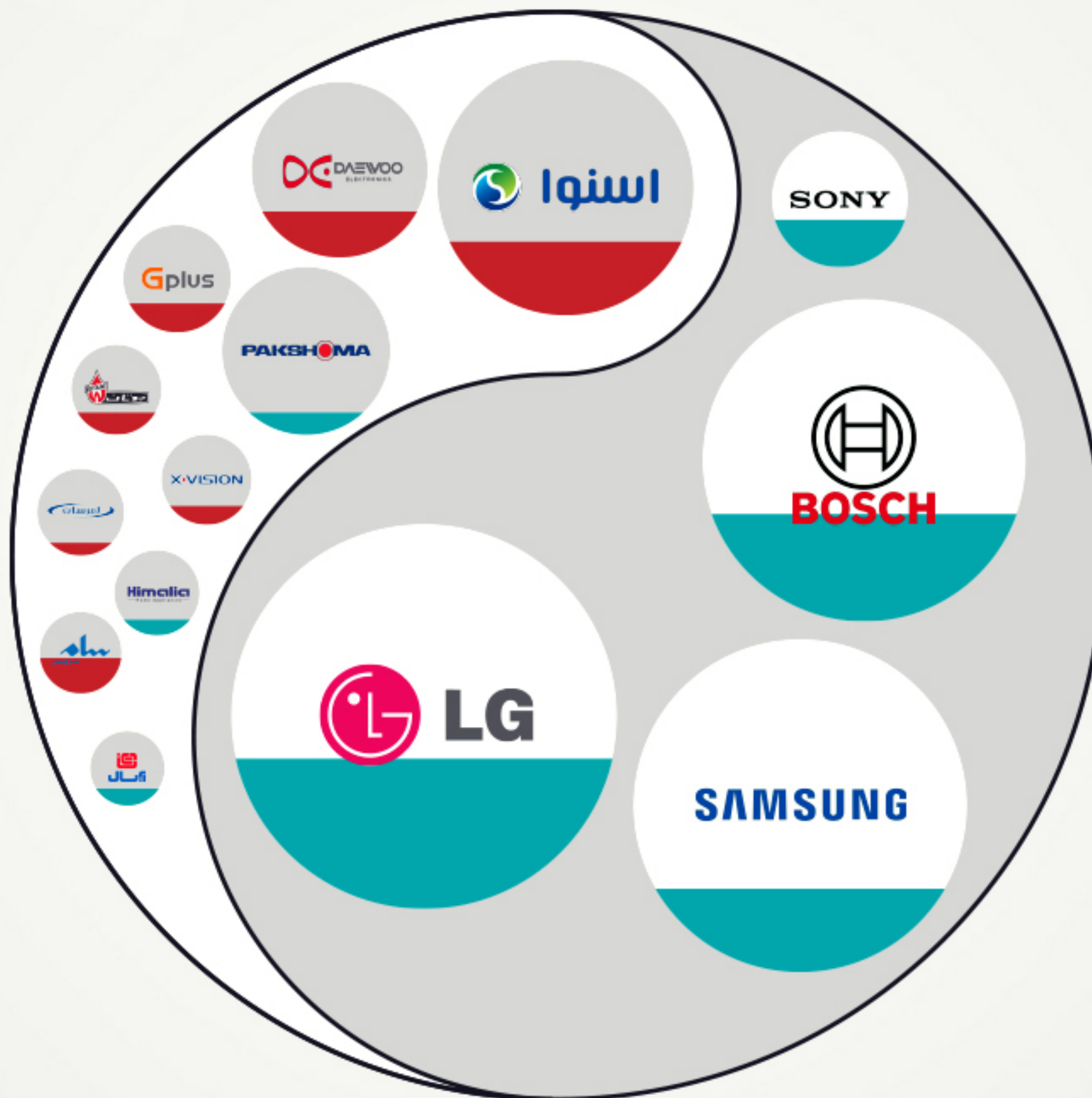


# پربازدیدترین برندهای صنعت لوازم خانگی ایران

کلان داده شبکه‌های اجتماعی درباره برندهای  
لوازم خانگی حاضر در بازار ایران چه می‌گویند؟



# حجم بازدید - احساسات کاربران نسبت به برندهای لوازم خانگی

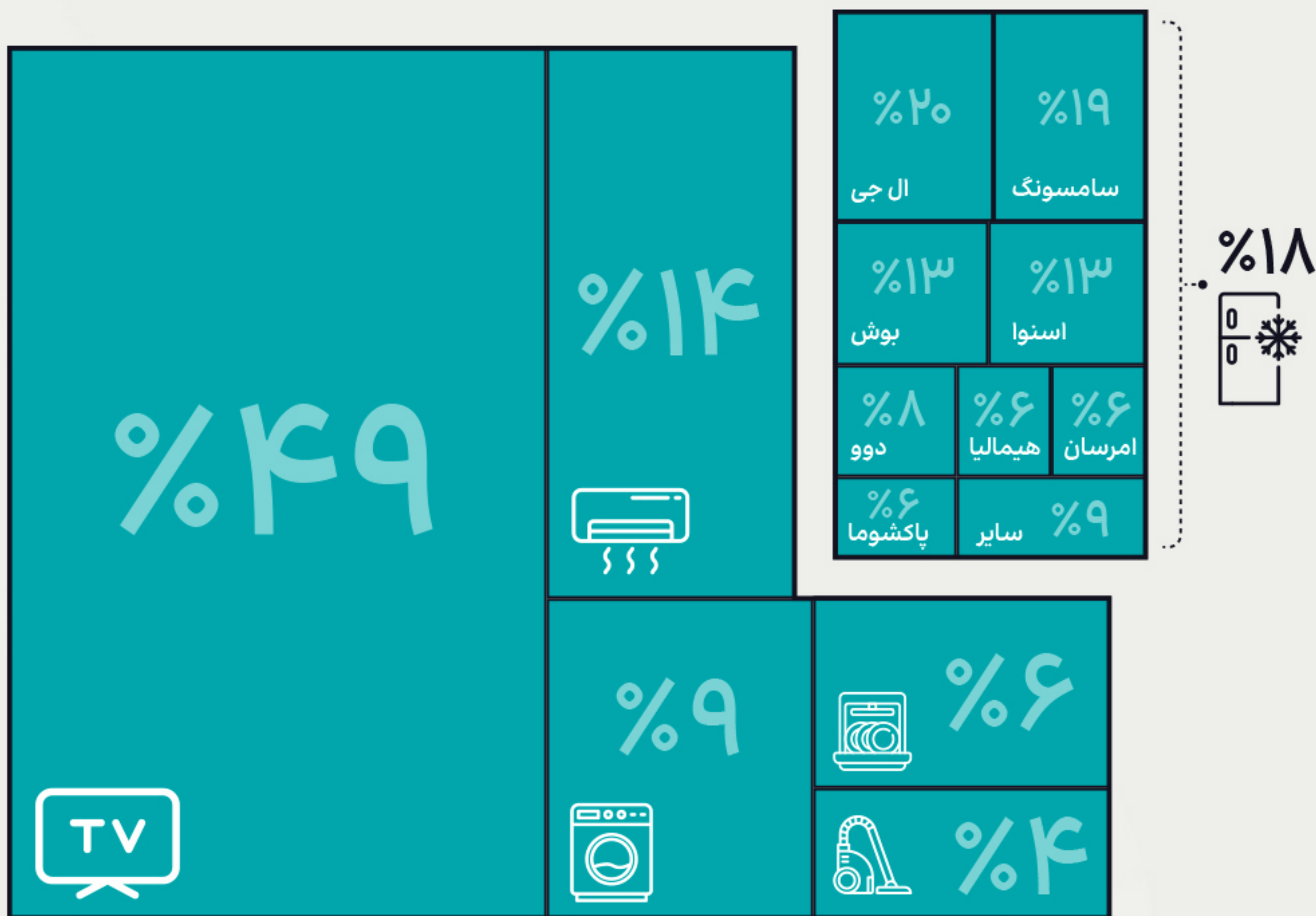


دیتاک | Dataak

برآیند احساسات کاربران نسبت به برند

مثبت ■ منفی ■

# آیتم‌های بزرگ لوازم خانگی با بیشترین محتوا در فضای مجازی



دیتاک | Dataak

در شکل به عنوان نمونه سهم هر یک از برندهای مطرح «یخچال» در بازار ایران را مشخص کرده‌ایم. حدس می‌زنید در مورد سایر آیتم‌های لوازم خانگی، سهم هر یک از برندها چقدر است؟





## کلان داده شبکه‌های اجتماعی درباره بازار لوازم خانگی ایران چه می‌گوید؟

- با وجود ممنوعیت واردات و کمیاب بودن برندهای خارجی لوازم خانگی، ۴ برند پربازدید خارجی موجود در بازار ایران به تنهایی **۱۴۰ میلیون بازدید** دارند که بیش از دو برابر مجموع بازدید ۱۰ برند پربازدید لوازم خانگی ایرانی (**۶۵ میلیون**) در کنار هم است. این در حالیست که بنا بر آخرین اعلام دبیر کل انجمن صنایع لوازم خانگی، لوازم خانگی ایرانی **۷۰ درصد فروش بازار ایران** را در اختیار خود دارند.
- کاربران نسبت به برندهای قدیمی ایرانی که قبل از ممنوعیت نیز فعالیت داشته و شناخته شده بوده‌اند مثل **آبسال**، **پاکشوما** و **هیمالیا** به مراتب **احساسات منفی کمتری** (در مقایسه با برندهای متولدشده پس از ممنوعیت واردات) ابراز کرده‌اند.
- کاربران ایرانی شبکه‌های اجتماعی، از میان برندهای خارجی، **مثبت‌ترین احساسات** را نسبت به برند **ال جی** ابراز کرده‌اند.
- در میان برندهای ایرانی، **آبسال** بهترین عملکرد را از نظر شاخص محبوبیت دارد.

# شکایات عمده کاربران از برندهای لوازم خانگی خارجی و داخلی

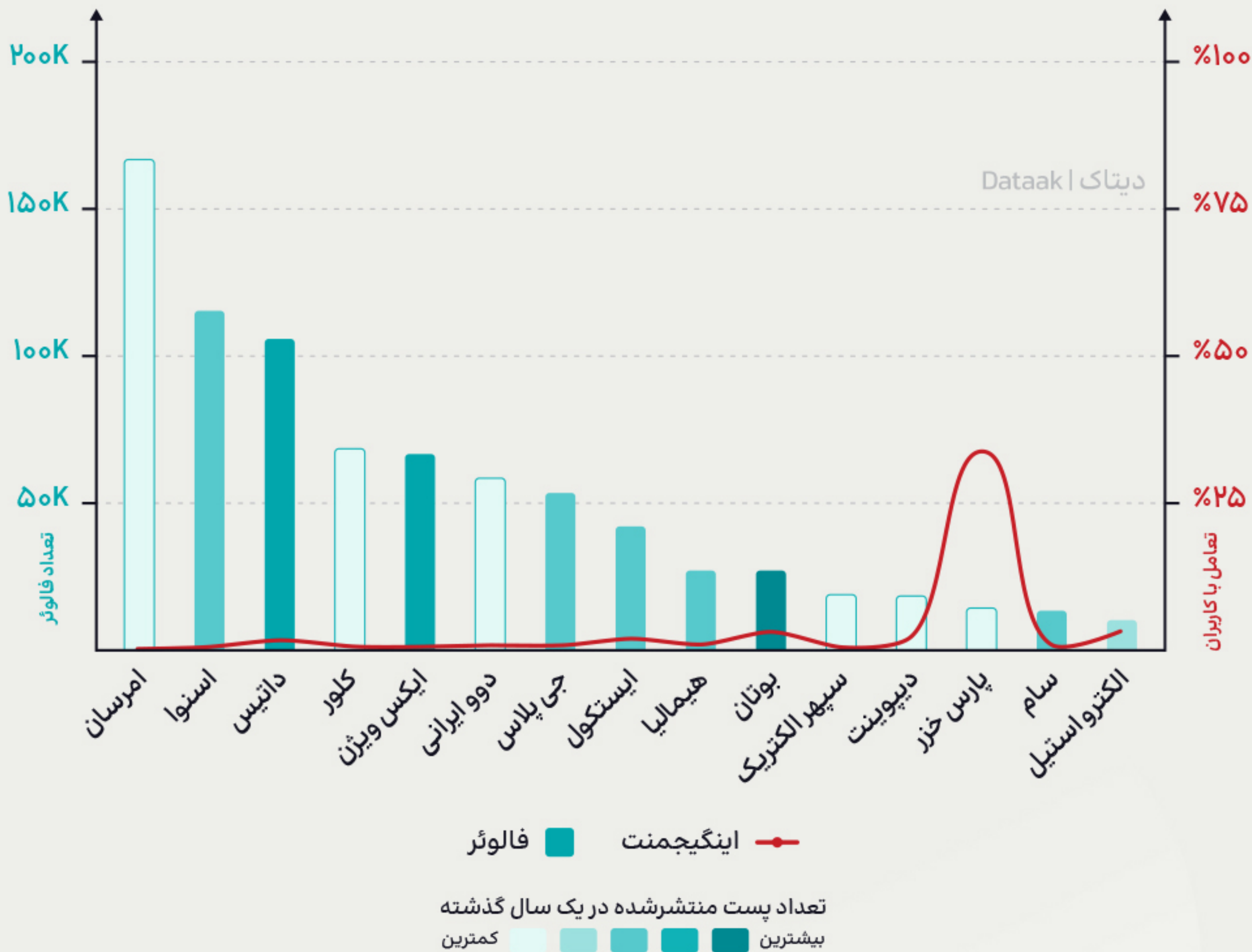
## ● برندهای خارجی:

- قیمت بالا در قیاس با وضعیت اقتصادی ایران
- اصل نبودن نمونه‌های موجود در بازار ایران
- موجود نبودن محصولات در بازار
- نبود خدمات پس از فروش
- نبود قطعات یدکی

## ● برندهای ایرانی:

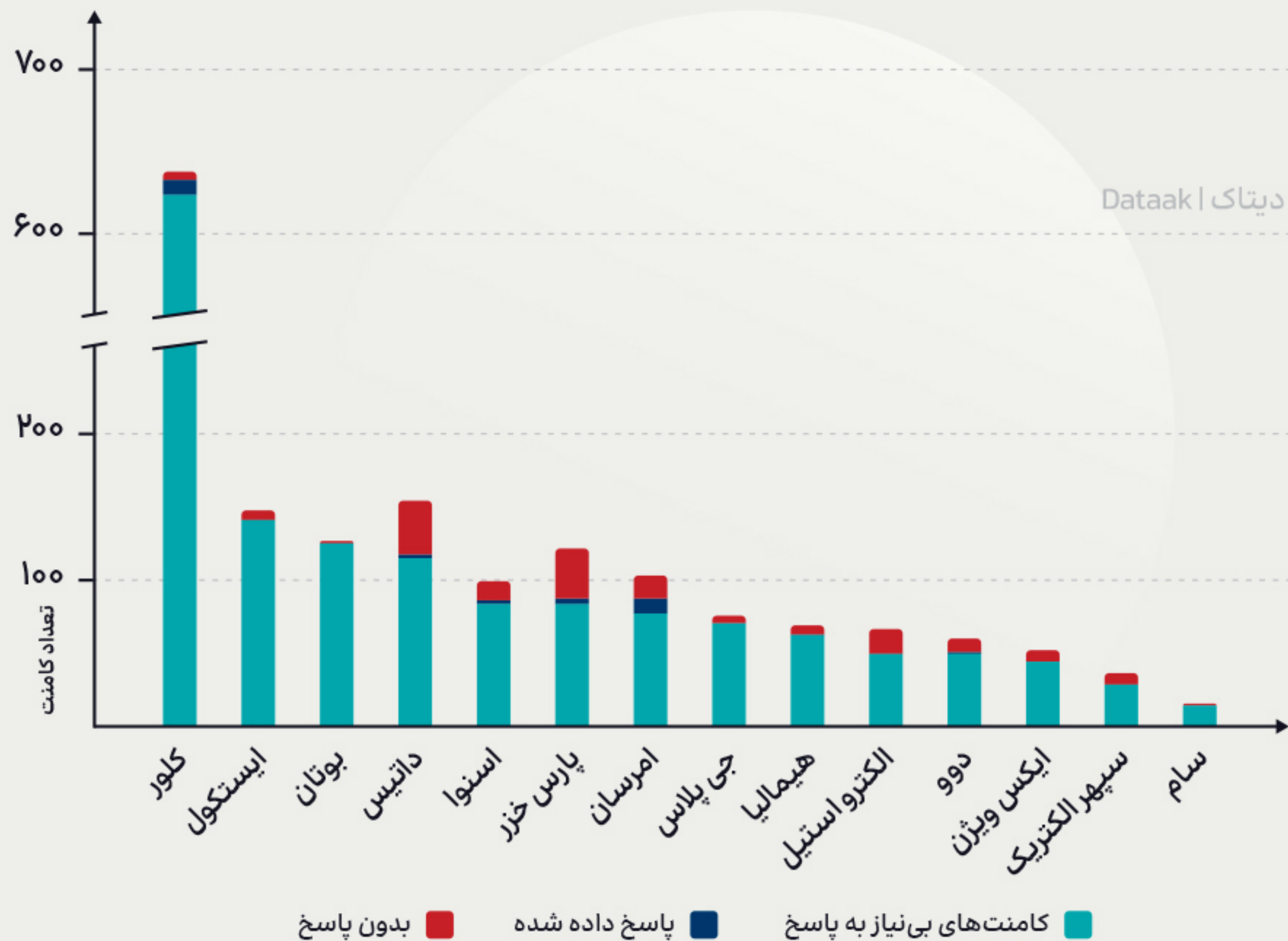
- مونتاژ قطعات چینی به اسم محصول ایرانی
- دست داشتن در ممنوعیت ورود لوازم خارجی
- قیمت بالا نسبت به کیفیت
- کیفیت پایین
- رانته بودن

# نمودار فالوئر-انگیجمنت صفحات اینستاگرام لوازم خانگی





# نرخ پاسخگویی صفحات اینستاگرامی برندهای لوازم خانگی



صفحات برندهای معروف لوازم خانگی چقدر به سوالات مطرح شده توسط مخاطبان در کامنت‌ها پاسخ داده اند؟

## ■ نرخ پاسخگویی صفحات اینستاگرامی برندهای لوازم خانگی

- بخش قابل توجهی از برندهای لوازم خانگی یا **صفحه فعالی در اینستاگرام ندارند** یا فعالیت آنها در این شبکه اجتماعی **محدود** است.
- به نظر می رسد صفحات رسمی برندهای لوازم خانگی ایرانی در اینستاگرام به بخش قابل توجهی از کامنت‌های نیازمند پاسخ کاربران واکنش جدی نشان نمی‌دهند. این کامنت‌ها در بعضی موارد از اساس **نادیده گرفته شده** یا پنهان/حذف می‌شوند. بعضی صفحات هم بخش نظرات پست‌های خود را به روی کاربران می‌بندند.
- از نحوه فعالیت و پاسخگویی برندهای لوازم خانگی ایرانی در شبکه‌های اجتماعی به نظر می رسد که؛ برای درصد قابل توجهی از این برندها فعالیت، **تعامل با کاربران و تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی** در استراتژی‌های بازاریابی **اولویت بالایی ندارد**.
- عوامل مختلفی مثل احساسات شدیداً منفی به برندهای ایرانی به خاطر **ممنوعیت ورود لوازم خانگی خارجی** و احتمالاً بلا تکلیفی در استراتژی محتوایی و نحوه واکنش به انتقادات باعث شده، این برندها ترجیح بدهند تلاش‌های بازاریابی خود را بیشتر بر **تبلیغات محیطی و تلویزیونی** متمرکز کنند؛ جایی که رقیب قدرتمند خارجی امکان حضور و فعالیت ندارد.



## ترین های صنعت لوازم خانگی (۱)

اسنوا  پربازدیدترین

برند اسنوا با حدود ۲۴ میلیون بازدید، رتبه اول آگاهی از برند را میان برندهای ایرانی کسب کرده است.

کلور  معاشرتی ترین

کلور در اینستاگرام بیشترین تعداد کامنت را در ۵ پست آخر خود دریافت کرده است. حضور بهرام رادان به عنوان سفیر برند در ویدیوهای منتشرشده توسط این برند و نیز آنچه برخی کاربران آن را تشویق کارکنان مجموعه به تعامل در اینستاگرام تعبیر کرده اند بر این موضوع تاثیرگذار بوده است.

امرسان  پرفالوئرترین

برند امرسان با ۱۷۵ هزار فالوئر بیشترین دنبال کننده را در اینستاگرام دارد. این برند تنها ۱۱ پست در سال گذشته منتشر کرده و کاربران به طور متوسط ۳۱۵ واکنش به هر یک از ۱۲ پست آخر این برند در اینستاگرام نشان داده اند.



## ترین‌های صنعت لوازم خانگی (۲)

فعال‌ترین



صفحه اینستاگرام برند بوتان در سال گذشته ۱۳۶ پست منتشر کرده و نرخ تعامل آن هم عدد قابل قبول ۳٫۴ درصد بوده است.

سلبریتی محورترین



برند کلور علاوه بر بهره‌گیری چشمگیر از سفیر برند خود، بهرام رادان در اینستاگرام، مجموعه‌ای از کارگاه‌ها و رویدادها را با حضور چهره‌های برجسته صنعت سینما چون پارسا پیروزفر و پرویز شهبازی حمایت کرده است.

پرتعامل‌ترین



پارس خزر، با برگزار کردن مسابقه کامنتی با نرخ تعامل ۳۵ درصد، بیشترین نرخ انگیجمنت را بین کسب و کارهای ایرانی به دست آورده، اما تعداد پست بسیار کمی در یک سال گذشته منتشر کرده است.



با کمک دیتاک،

## نبض برندتان را در فضای مجازی بگیرید!

---

برای بررسی همه‌جانبه و ۳۶۰ درجه موقعیت برند خود در فضای مجازی، همین حالا با دیتاک **تماس بگیرید** ...