

ا در فضای مجازی

به پایانی ماه صفر



انتشار تولیدات



مقایسه آماری انتشار و بازدید در سال ۱۴۰۴ و ۱۴۰۳

آمار سال ۱۴۰۳

آمار سال ۱۴۰۴



تعامل در انتشار

تعداد مشترک: ۴۵ مورد

حاج محمود کریمی	اسماعیل رمضان	نسیمی شو	مادحین	عطا اللهی	حسین عینی فرد
fotros_ir	aghigh.news	nasimisho_tv	maadehin	ataollahi_mh	hoseineynifard
کریلایی جواد مقدم	عقیق نیوز	هیئت ریحانه الحسین	رسمی تلویزیون	امین قدیم	مهدی رسولی
ir.Fbtv3	aghigh.news	reyhanstudio.ir	television.official.ir	amin_ghadim	mahdirasuli_ir

تعداد ذخیره سازی ها
۱۳۵k



تعداد اشتراک گذاری ها
۲۵۷k



تعداد تعاملات
۲,۷m



نکات

در تولیدات تلاش شد تا در اغلب آثار، مفهوم «ایران امام رضا» به طور برجسته مورد توجه قرار گیرد.

در نگارش کپشن ها نیز هشتگ #ایران_امام_رضا به عنوان محور ثابت مورد استفاده قرار گرفت.

حدود ۸ میلیون حساب کاربری یکتا از صفحه اینستاگرام بازدید کرده اند؛ رقمی معادل حدود ۱۰ درصد از جمعیت ایران که نشان دهنده گستردگی بالای مخاطبان صفحه است.

در این ایام با اکثر مداحان حاضر در حرم مطهر ارتباط برقرار شد و امکان انتشار مشترک در صفحات آنان فراهم آمد.

تعداد آفیش های خبری تیم مجازی (کولمپشتی) در این دوره ۴۰ مورد بود. اگر این حجم از تولید با دوربین تصویربرداری انجام می شد، هزینه ها تا ۳ برابر افزایش می یافت؛ بنابراین، حضور فعال تیم مجازی و استفاده از این ظرفیت، ارزش افزوده قابل توجهی همراه با صرفه جویی چشمگیر در هزینه ها به همراه داشت.

کرد
ناگرام