

□□□□□ □□□□□ □□□ □□□□ □□□□ □□□□□

```

graph LR
    Node1[1 | → Node2] --> Node2
    Node2[2 | → Node3] --> Node3
    Node3[3 | → Node4] --> Node4
    Node4[4 | → Node5] --> Node5
    Node5[5 | → Node6] --> Node6
    Node6[6 | → Node7] --> Node7
    Node7[7 | → Node8] --> Node8
    Node8[8 | → Node9] --> Node9
    Node9[9 | → Node10] --> Node10
    Node10[10 | → Node1] --> Node1
  
```



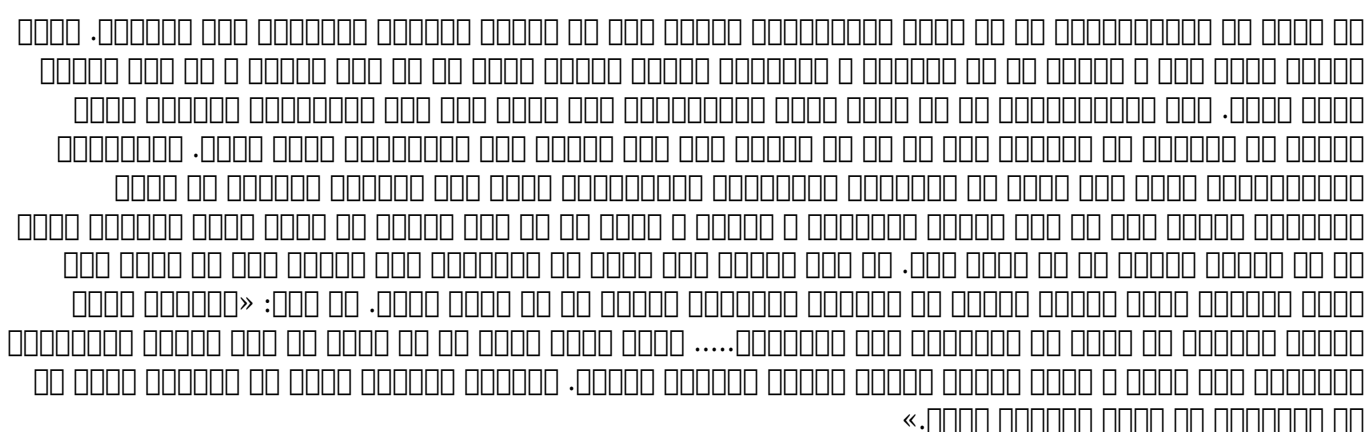
00 000 000 00 000000 000000 .000 000 000000 000000 000000 00 0000000 0000000 000000 00 000000000
 00 000000 0000000 00 0000 000 0 0000 00000000000 00000000000 0 00000000 0000 00 0000 000 0000000000
 00 0000000000 0000 000000 00 00 000 0000 0000 0000 0000000000 0000 0000 00 000000 0000 00 0000
 0000 000000 000000 000000 00 0000000 000000000 000 .000 00000000

0000000000 00 000000 000 0000000000 0 0000000000 0000000 00000000 000000 0000 000 00
 0000000000 .000 000000 00000 00000 000 00 000 00000 00000 000000000000 00000 0 00000 0000000000
 00000 000 00 00000 00000 0000000000 00000 0 000 0000000000 00000 00000 0000000 000000 00000000 50 00
 00 .000 000000 00000000 00 00000000 0000 00 000000 0000000000 60 000 00 000000 000 000000 0000 0000 00 0
 000 00000 000 00 000 000000 000000 000000 000000 000000 000000 000000 00000 00000 00000 00000 00 0000
 00000 000 00 000 00000 0000 000000 000000 000000 000000 00000 00000 00000 00 000 00000000 0000 00 0000000
 00000000000000 0000000 00 00 0000000000 0 00000 00 00000000 000000 0000 00000 00000 0 0000 000 000000 000000
 00000000 00 0000 000000 0000 00000 000000 000000 000000 000000 000000 00000 000000 0000 00000000
 0000 000000 000000 00000



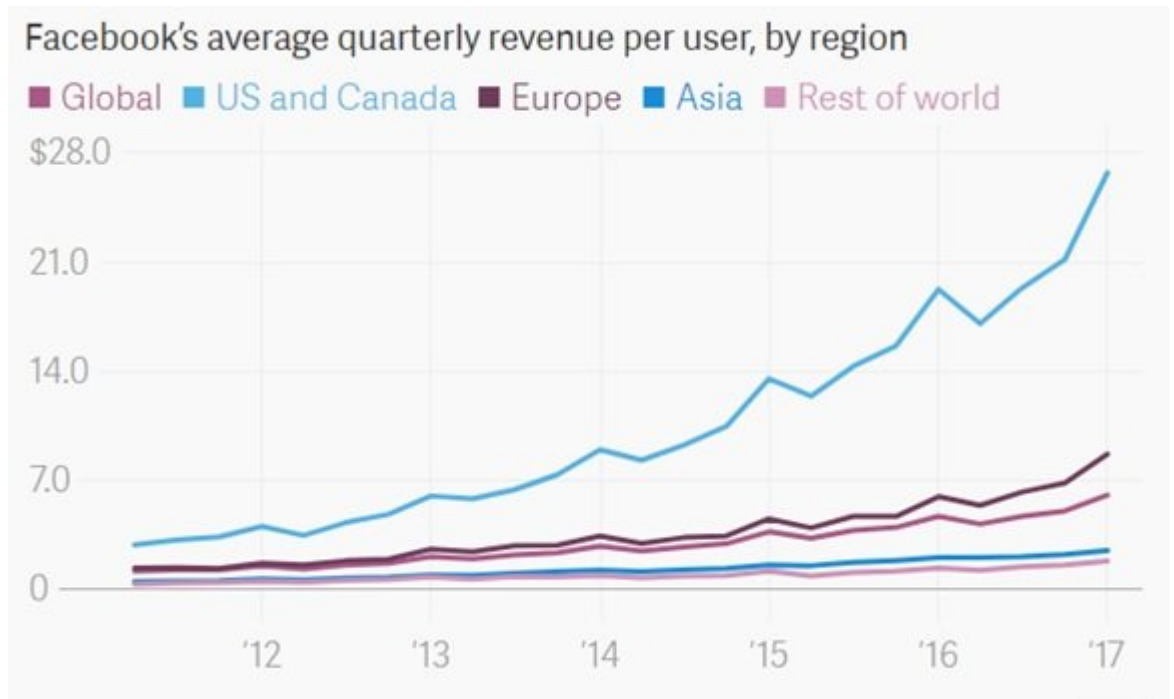
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

[illegible]



□□□□ □□□□ □□□□ □□ □□ □□□□□□ □□□□□ □□□□□

[illegible]

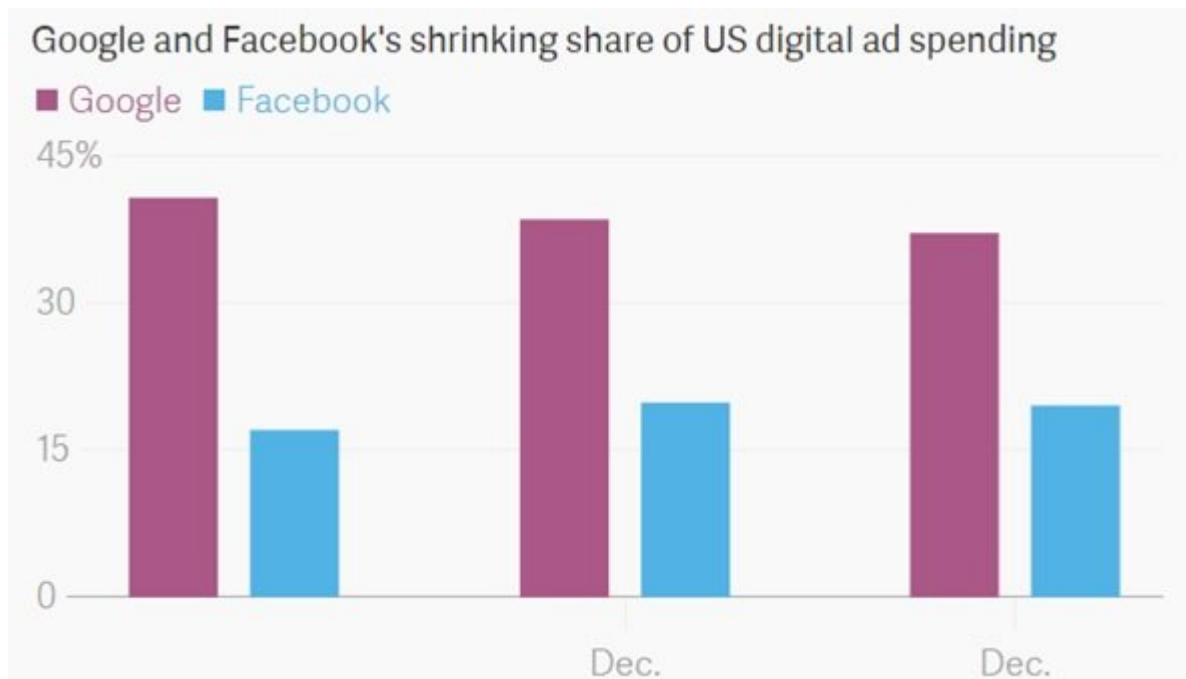


Facebook's average quarterly revenue per user, by region. The chart shows that the US and Canada region has the highest revenue per user, followed by Europe, Asia, and the Rest of world. The Global average is also shown. The revenue per user has increased significantly over the period from 2012 to 2017, particularly for the US and Canada region.

The chart illustrates the growth of Facebook's revenue per user across different regions. The US and Canada region shows the most significant growth, starting around \$4.5 in 2012 and reaching nearly \$28.0 by the end of 2017. Europe follows, starting around \$1.0 and reaching about \$5.0. Asia and the Rest of world regions show much slower growth, starting below \$1.0 and reaching around \$1.0 by 2017. The Global average starts around \$1.5 and reaches about \$5.0.

The data suggests that Facebook's revenue is heavily concentrated in the US and Canada, which accounts for a large portion of its total revenue. The rapid growth in this region is likely due to factors such as increased user engagement, higher advertising rates, and the introduction of new features like video. The slower growth in other regions may be due to factors like lower user engagement, lower advertising rates, and a more competitive market.

Overall, the chart shows that Facebook's revenue per user has increased significantly over the period from 2012 to 2017, with the US and Canada region leading the way. This growth is a testament to Facebook's success in building a large, engaged user base and monetizing it effectively.



گوگل و فیس‌بوک سهم رو به کاهش خود را از هزینه های تبلیغاتی دیجیتال ایالات متحده

گوگل و فیس‌بوک سهم خود را از هزینه های تبلیغاتی دیجیتال ایالات متحده کاهش داده اند. گوگل سهم خود را از ۴۰ درصد به ۳۷ درصد و فیس‌بوک سهم خود را از ۱۸ درصد به ۱۹ درصد کاهش داده است. این کاهش سهم به دلیل افزایش سهم سایر شرکت ها مانند اپل و مایکروسافت است. گوگل و فیس‌بوک همچنان بزرگترین شرکت های تبلیغاتی دیجیتال هستند، اما سهم آنها در کل بازار کاهش یافته است. این کاهش سهم به دلیل افزایش سهم سایر شرکت ها مانند اپل و مایکروسافت است. گوگل و فیس‌بوک همچنان بزرگترین شرکت های تبلیغاتی دیجیتال هستند، اما سهم آنها در کل بازار کاهش یافته است.

گوگل و فیس‌بوک سهم خود را از هزینه های تبلیغاتی دیجیتال ایالات متحده کاهش داده اند. گوگل سهم خود را از ۴۰ درصد به ۳۷ درصد و فیس‌بوک سهم خود را از ۱۸ درصد به ۱۹ درصد کاهش داده است. این کاهش سهم به دلیل افزایش سهم سایر شرکت ها مانند اپل و مایکروسافت است. گوگل و فیس‌بوک همچنان بزرگترین شرکت های تبلیغاتی دیجیتال هستند، اما سهم آنها در کل بازار کاهش یافته است. این کاهش سهم به دلیل افزایش سهم سایر شرکت ها مانند اپل و مایکروسافت است. گوگل و فیس‌بوک همچنان بزرگترین شرکت های تبلیغاتی دیجیتال هستند، اما سهم آنها در کل بازار کاهش یافته است.

گوگل و فیس‌بوک
گوگل و فیس‌بوک
گوگل و فیس‌بوک
گوگل و فیس‌بوک
گوگل و فیس‌بوک

گوگل و فیس‌بوک
01:45 - 13/01/1397

گوگل و فیس‌بوک
- گوگل و فیس‌بوک - گوگل و فیس‌بوک - گوگل و فیس‌بوک - گوگل و فیس‌بوک
گوگل و فیس‌بوک

%D9%81%DB%8C%D8%B3%D8%A8%D9%88%DA%A9-%D8%A8%DB%8C%D8%B4-
%D8%A7%D8%B2-%D8%A7%D9%86%D8%AF%D8%A7%D8%B2%D9%87-
%D8%A8%D8%B2%D8%B1%DA%AF-%D8%A7%D8%B3%D8%AA-%DA%A9%D9%87-
%D8%B4%DA%A9%D8%B3%D8%AA-%D8%A8%D8%AE%D9%88%D8%B1%D8%AF