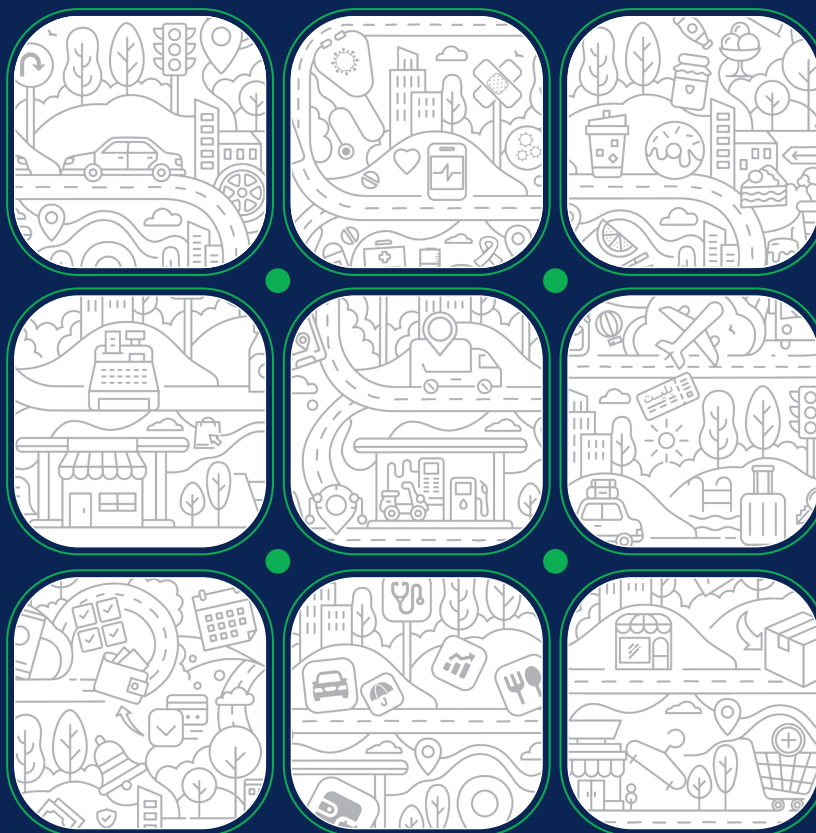


مسیر همراهی



گروه اسنپ | گزارش عملکرد ۱۴۰۴

گزارش عملکرد ۱۴۰۴ گروه اسنپ

به نام خدا

عنوان: مسیر همراهی

گزارش عملکرد سالانه ی گروه اسنپ

دوره ی هفتم - ۱۴۰۴

نام شرکت: گروه اسنپ

نوع شرکت: سهامی خاص

قالب گزارش: اطلاعاتی - آماری

نوع انتشار: چاپی و آنلاین

نسخه: عمومی

تعداد صفحات: ۲۷۸

تاریخ انتشار: مرداد ۱۴۰۵

تهیه و تدوین: روابط عمومی

راه های ارتباطی:

نشانی دفتر مرکزی: تهران، زعفرانیه، خیابان شهید فلاحی،

تقاطع خیابان مقدس اردبیلی، پلاک ۲

ایمیل: info@snapp.cab

وبسایت: www.snapp.ir

استفاده از اطلاعات و آمار این گزارش و نقل مستقیم از آن
با ذکر منبع آزاد است. گروه اسنپ محتوای این گزارش را
مبنای معتبری برای تحلیل و بررسی عملکرد خود می داند.



برای مشاهده ی نسخه ی
آنلاین گزارش عملکرد ۱۴۰۴
گروه اسنپ کد QR را اسکن
کنید.

پیش‌گفتار | مقدمه، سخنی با خوانندگان

۶

کارنامه | گروه اسنپ بر مدار زمان

۹

منابع انسانی؛ روایتی از ایستادگی

۱۰

سوپرپ اسنپ؛ همراهی در روزهای دشوار

۲۶

مسئولیت اجتماعی؛ سهمی از روشنی

۴۲

اسنپ‌خودرو؛ همسفر در روزهای ناپایدار

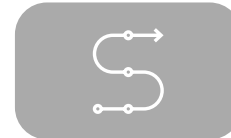
۷۲

اسنپ‌باکس؛ راهکار ارسال هر بار

۱۱۸

اسنپ‌فود؛ به میلِ کاربران

۱۳۰



اسنپ‌پی؛ فراتر از اعتبار | اسنپ‌بیمه؛ پشتوانه‌ای برای آینده

۱۴۶

اسنپ‌مارکت؛ خرید روزانه به یک اشاره

۱۷۲

اسنپ‌تریپ؛ نقشه‌ی راه سفر

۱۹۶

اسنپ‌شاپ؛ خرید اینترنتی، راحت و قسطی

۲۲۴

اسنپ‌دکتر؛ برای حال بهتر

۲۴۶

تیم مرکزی گروه اسنپ؛ هسته‌ی راهبری و حمایت

۲۶۴

پایان‌نامه

۲۷۰

واژه‌نامه

۲۷۲



پایبندی به مسئولیتی جمعی

جان‌سخت‌تر از همیشه، به دوازدهمین سال تحقق یک بلندپروازی رسیده‌ایم. وقتی به روزهایی بازمی‌گردیم که همه‌چیز شبیه آرزویی دور بود، روشن‌تر می‌بینیم این مسیر بدون اعتماد و همراهی صادقانه‌ی میلیون‌ها نفر شکل نمی‌گرفت. این کسب‌وکار را مردم ساختند و با نفس خود زنده نگه داشتند؛ و ما، بیش از هر زمان، خود را امانت‌دار این اعتماد می‌دانیم.

۱۴۰۴ را در حالی پشت سر گذاشتیم که یکی از دشوارترین دوره‌های فعالیت خود را تجربه کردیم. سایه‌ی جنگ و ناپایداری بسیاری از آرزوها را به تلاش برای بقا و دوام آوردن تبدیل کرد. در چنین شرایطی، مأموریت ما معنایی عمیق‌تر یافت: حفظ کیفیت خدمات برای میلیون‌ها نفر، صیانت از اعتماد عمومی و ایستادن در کنار مردمی که خود سازنده‌ی این مسیر بوده‌اند.

امروز، مفتخریم، که در میانه‌ی تمام آن فشارها، متوقف نشدیم؛ آگاهانه ایستادیم، ادامه دادیم و کوشیدیم آنچه را با هم ساخته‌ایم حفظ کنیم. این روزها، بیش از گذشته به این باور رسیده‌ایم که آنچه بر پایه‌ی اعتماد و همراهی شکل گرفته ماندگار خواهد بود و می‌تواند از دل دشوارترین زمان‌ها نیز عبور کند.



محمود فوز



ایاد القصار

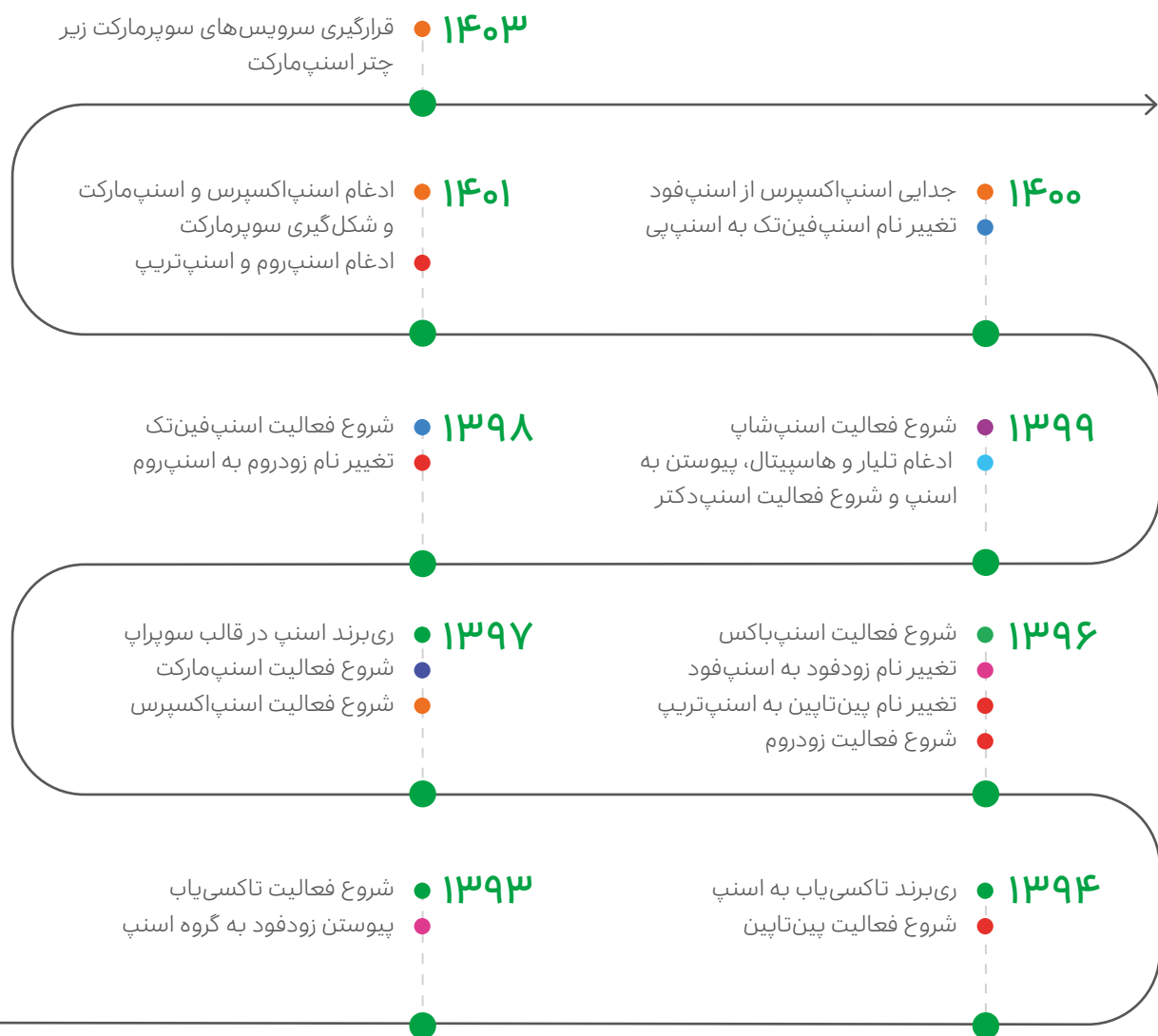
بنیان‌گذاران گروه اسنپ

پیش‌گفتار

سخنی با خوانندگان

این هفتمین سالی است که گزارش عملکرد گروه اسنپ را منتشر می‌کنیم. در این گزارش، عملکرد شرکت‌های زیرمجموعه‌ی گروه اسنپ در ۱۴۰۴ را با نگاهی داده‌محور بررسی کرده‌ایم. شاخص‌های کلیدی، روندهای تاثیرگذار و تغییرات مهم را به اشتراک گذاشته‌ایم تا تصویری واقع‌بینانه از عملکرد این مجموعه ترسیم کنیم. انتشار این گزارش، در راستای پایبندی به شفافیت و ارائه‌ی اطلاعات معتبر برای تحلیل فضای اکوسیستم فناوری ایران است. تمامی داده‌های این گزارش به بازه‌ی زمانی ۱ فروردین تا ۲۹ اسفند ۱۴۰۴ برمی‌گردد. مواردی که مربوط به بازه‌ی زمانی دیگری باشند در عنوان یا توضیح همان بخش ذکر شده است. همچنین تمام داده‌های مقایسه‌ای با داده‌های سال قبل از خود سنجیده و در غیر این صورت بازه‌ی زمانی مربوطه در عنوان هر بخش ذکر شده است. تعریف واژگان دارای نشان ستاره (*) در بخش انتهایی گزارش هم ذیل سرفصل «واژه‌نامه» آورده شده است. مخاطبان این گزارش تحلیلگران، سرمایه‌گذاران، سیاست‌گذاران و فعالان حوزه‌ی فناوری و رسانه هستند؛ کسانی که داده‌ها و روندهای این حوزه را دنبال می‌کنند و آن را در تصمیم‌گیری‌های راهبردی خود به کار می‌گیرند. امیدواریم این گزارش بتواند شناخت بهتری از بازار دیجیتال ایران ارائه دهد و زمینه‌ای برای گفت‌وگوی سازنده درباره‌ی آینده‌ی این بازار فراهم کند.

گروه اسنپ بر مدار زمان



منابع انسانی؛ روایتی از ایستادگی

مجموعه‌ی اسنپ با ترکیبی متنوع از نسل‌ها و تجربه‌ها شکل گرفته است؛ سرمایه‌هایی انسانی که در سالی پُر چالش، ستون‌های اصلی این سازمان بودند. سالی که با واقعیتی دشوار به نام جنگ همراه شد و کسب‌وکارها را در یکی از پیچیده‌ترین دوره‌های حیات خود قرار داد.

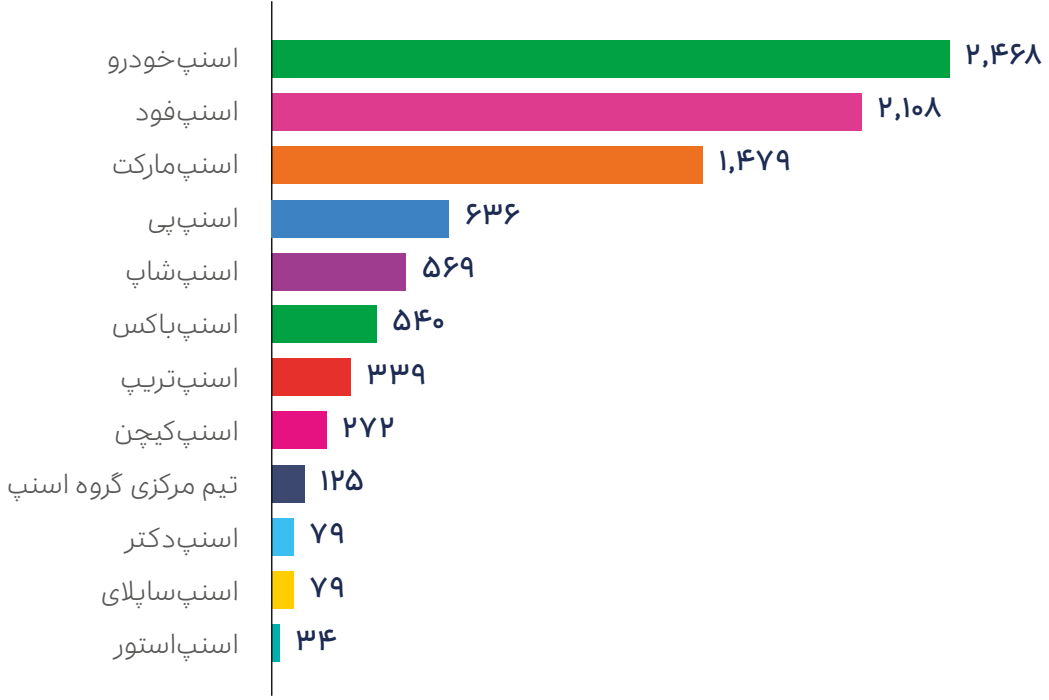
در دل این بحران، حضور همکارانی با پیشینه‌های گوناگون، امکانی کم‌نظیر برای مواجهه با مسائل پیچیده در شرایطی ناپایدار و پُر فشار فراهم کرد؛ جایی که تصمیم‌ها نه در فضای اطمینان، بلکه در دل عدم قطعیت و محدودیت اتخاذ می‌شدند. در کنار این وضعیت، تلاش برای حفظ، حمایت و همراهی با همکاران به یکی از اولویت‌های جدی سازمان بدل شد. در ۱۴۰۴، «ماندن و ساختن» در گروه اسنپ به تعهدی واقعی تبدیل شد؛ تعهدی برای حفظ کیفیت زندگی میلیون‌ها کاربری که به خدمات ما وابسته‌اند.

برای درک بهتر این مسیر پُر فراز و نشیب، در این بخش نگاهی آماری به تغییرات و روندهای تیمی داریم؛ داده‌هایی که تصویری روشن از پویایی، تاب‌آوری و تلاش برای حفظ سرمایه‌ی انسانی گروه اسنپ در یکی از مهم‌ترین سال‌های فعالیتش ارائه می‌دهند.

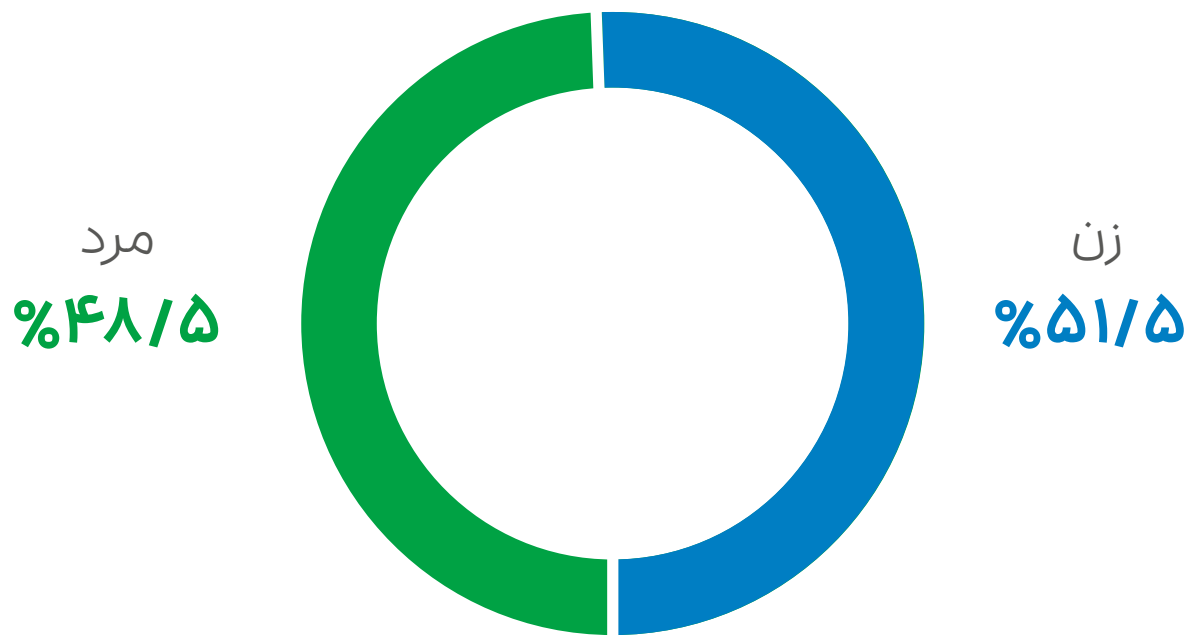


مجموع همکاران در شرکت های زیرمجموعه ی گروه اسنپ

۸,۷۲۸ نفر



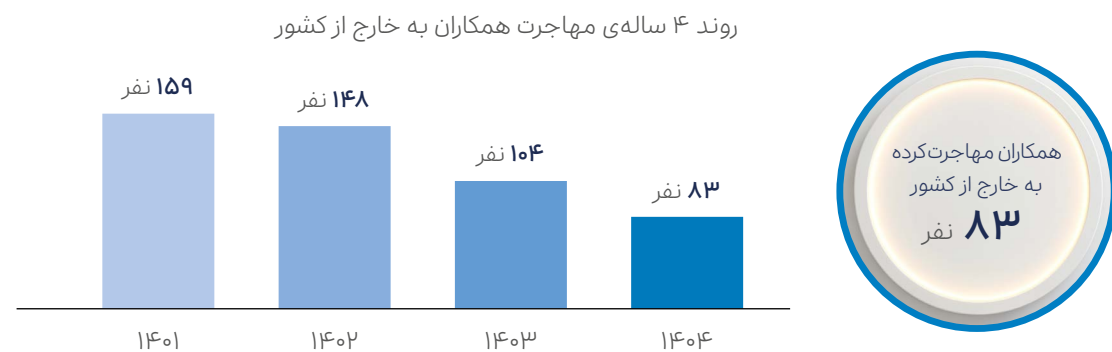
تعداد همکاران در شرکت های زیرمجموعه ی گروه اسنپ



نسبت همکاران زن و مرد

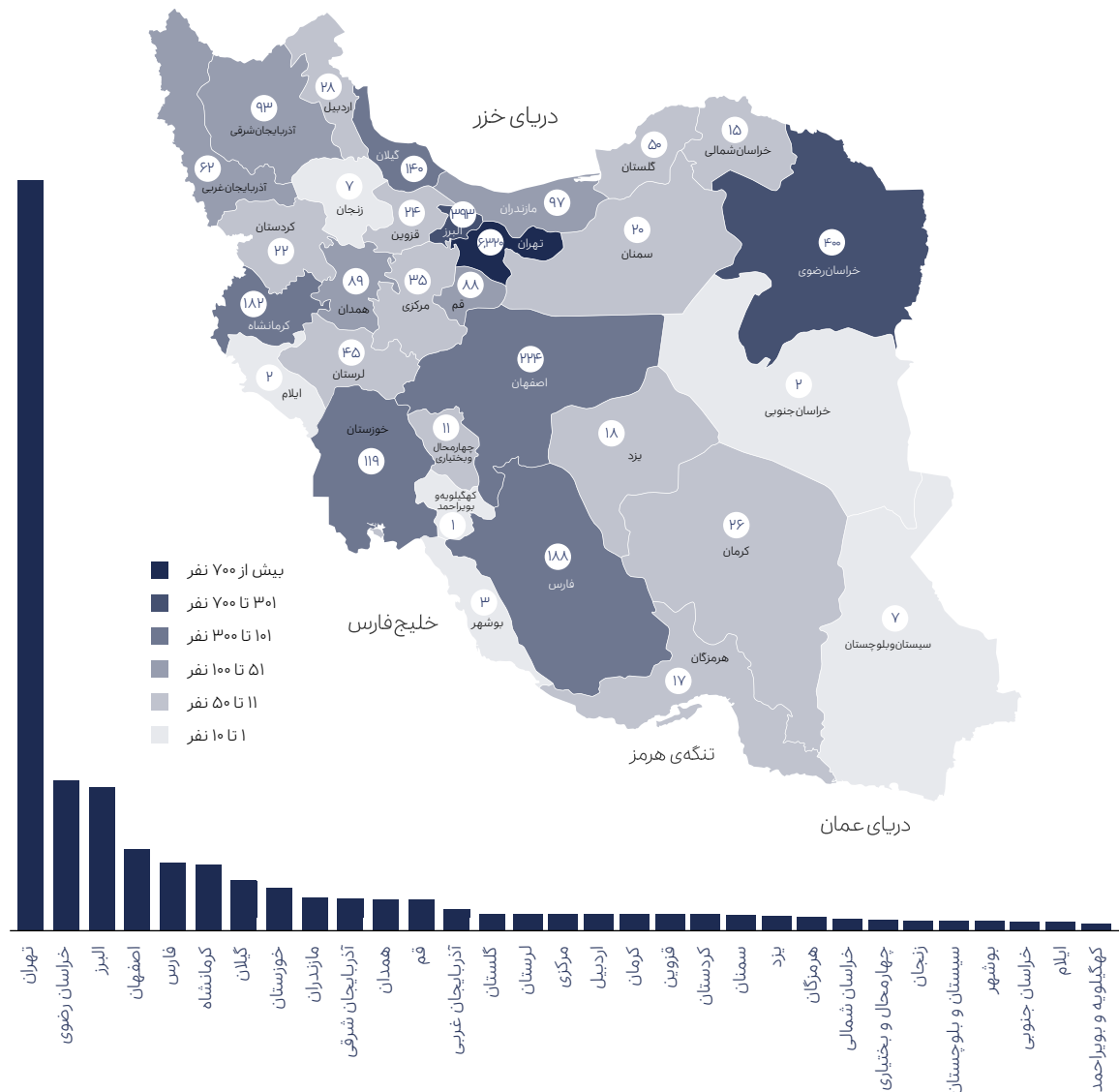


حدود ۴۷/۱٪ از کل همکاران گروه اسنپ به نسل زد تعلق دارند.



مقایسه‌ی آمار مهاجرت همکاران گروه اسنپ در ۴ سال اخیر نشان می‌دهد ۱۴۰۱ با ۱۵۹ مهاجر بیشترین آمار مهاجرت همکاران این مجموعه را داشته است.

پراکندگی جغرافیایی همکاران در شرکت‌های زیرمجموعه‌ی گروه اسنپ



منابع انسانی اسنپ خودرو



تعداد همکاران	۲,۴۶۸ نفر
همکاران زن	۱,۲۷۰ نفر
همکاران مرد	۱,۱۹۸ نفر
مدیران و سرپرستان زن	۶۸ نفر
میانگین سنی همکاران	۳۲ سال

منابع انسانی تیم مرکزی گروه اسنپ



تعداد همکاران	۱۲۵ نفر
همکاران زن	۵۱ نفر
همکاران مرد	۷۴ نفر
مدیران و سرپرستان زن	۱۴ نفر
میانگین سنی همکاران	۳۵ سال

منابع انسانی اسنپفود



تعداد همکاران ۲,۱۰۸ نفر

همکاران زن ۱,۱۸۸ نفر

همکاران مرد ۹۲۰ نفر

مدیران و سرپرستان زن ۱۳۹ نفر

میانگین سنی همکاران ۲۹/۴ سال

منابع انسانی اسنپباکس



تعداد همکاران ۵۴۰ نفر

همکاران زن ۳۱۲ نفر

همکاران مرد ۲۲۸ نفر

مدیران و سرپرستان زن ۱۲ نفر

میانگین سنی همکاران ۲۸ سال

منابع انسانی اسنپ‌پی



تعداد همکاران	۶۳۶ نفر
همکاران زن	۴۰۸ نفر
همکاران مرد	۲۲۸ نفر
مدیران و سرپرستان زن	۳۲ نفر
میانگین سنی همکاران	۳۰ سال

منابع انسانی اسنپ‌مارکت



تعداد همکاران	۱,۴۷۹ نفر
همکاران زن	۶۸۵ نفر
همکاران مرد	۷۹۴ نفر
مدیران و سرپرستان زن	۵۱ نفر
میانگین سنی همکاران	۲۹/۴ سال

منابع انسانی اسنپ تریپ



تعداد همکاران	۳۳۹ نفر
همکاران زن	۱۸۲ نفر
همکاران مرد	۱۵۷ نفر
مدیران و سرپرستان زن	۳۲ نفر
میانگین سنی همکاران	۳۰/۱ سال

منابع انسانی اسنپ شاپ



تعداد همکاران	۵۶۹ نفر
همکاران زن	۲۴۱ نفر
همکاران مرد	۳۲۸ نفر
مدیران و سرپرستان زن	۱۵ نفر
میانگین سنی همکاران	۲۹ سال

منابع انسانی اسنپ دکتر



تعداد همکاران	۷۹ نفر
همکاران زن	۳۷ نفر
همکاران مرد	۴۲ نفر
مدیران و سرپرستان زن	۴ نفر
میانگین سنی همکاران	۳۰ سال

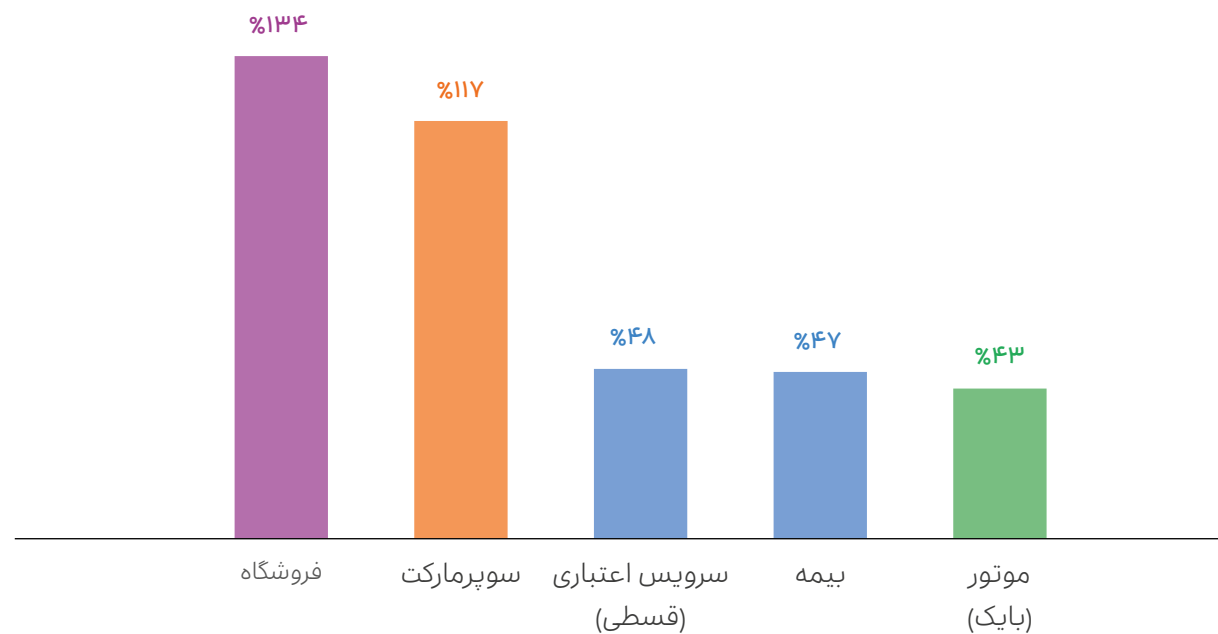
سوپراپ اسنپ؛ همراهی در روزهای دشوار

سوپرپرها روال زندگی، کار و ارتباطات را در سراسر دنیا دگرگون کرده‌اند؛ اما ارزش واقعی این پلتفرم‌ها در میانه‌ی چالش‌های بزرگ و روزهای سخت آشکار می‌شود. اسنپ، به عنوان سوپرپی پیشرو، در سالی که گذشت تلاش کرد فراتر از یک واسطه‌ی خدماتی به ابزاری برای تاب‌آوری و گره‌گشایی در زندگی میلیون‌ها کاربر خود تبدیل شود. به‌طور خاص، در روزهایی که ناملایمات داخلی و همچنین ۲ جنگ و به تبع آن قطع اینترنت روال عادی زندگی را با اختلال روبه‌رو کرده بود حفظ پایداری خدماتی چون درخواست خودرو، تامین غذا و مایحتاج روزانه و خدمات مالی ماموریتی فراتر از کسب‌وکار و نوعی تعهد به حیات جمعی بود. ما آموختیم که در سخت‌ترین شرایط منعطف و پاسخگو باقی بمانیم تا کاربران مان بتوانند زمان و منابع خود را در میانه‌ی بحران مدیریت کنند. نوآوری در سال گذشته برای ما به ابزاری تبدیل شد برای ماندن در کنار مردم و ایفای نقشی موثر در بازسازی دوباره‌ی آرامش.



عملکرد

۵ سرویس با بیشترین میزان رشد بر اساس تعداد سفارش موفق در ۱۴۰۴



قطع اینترنت در دی ۱۴۰۴؛ پیامدها

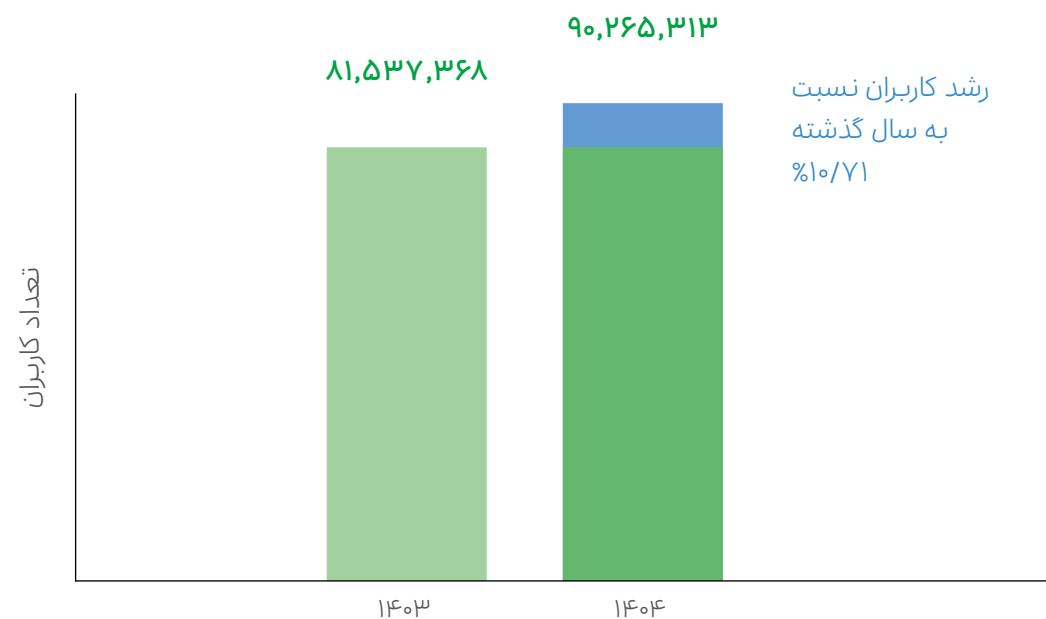


کاهش ۸۰ درصدی
درخواست‌های کاربران سوپر اپ



کاهش ۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومانی
فروش روزانه‌ی کسب‌وکارهای فعال
در سوپر اپ

رشد کاربران نسبت به سال گذشته



کاربر

تعداد کل کاربران*

۹۰,۲۶۵,۳۱۳

حساب کاربری



کاربران فعال سوپر اپ*

۴۷,۹۹۹,۰۹۸

حساب کاربری

تعداد کاربران اضافه شده

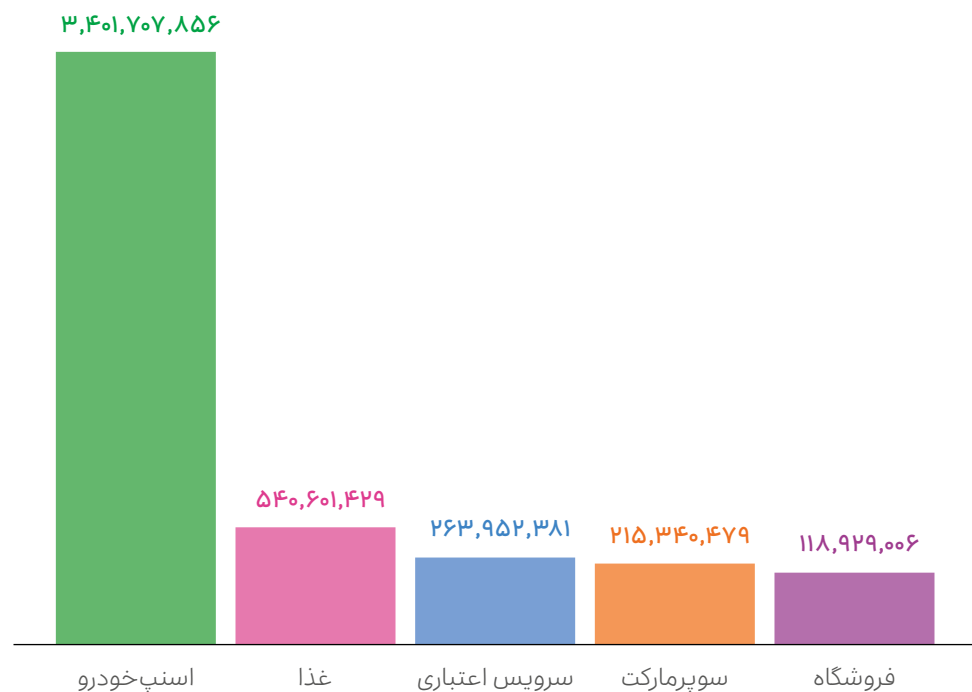
۸,۷۲۷,۹۴۵

حساب کاربری



در سوپر اپ اسنپ تعداد کل کاربران و کاربران اضافه شده در ۱۴۰۴ به معنی تعداد حساب‌های کاربری است. هر حساب کاربری معادل یک فرد نیست؛ افراد می‌توانند چند حساب کاربری مختلف داشته باشند.

۵ سرویس با بیشترین میزان بازدید در ۱۴۰۴



📉 دفعاتی که کاربران در سال گذشته سوپر اپ را باز کرده‌اند نسبت به ۱۴۰۳ حدود **۳%** کاهش داشته است.

رفتار کاربر

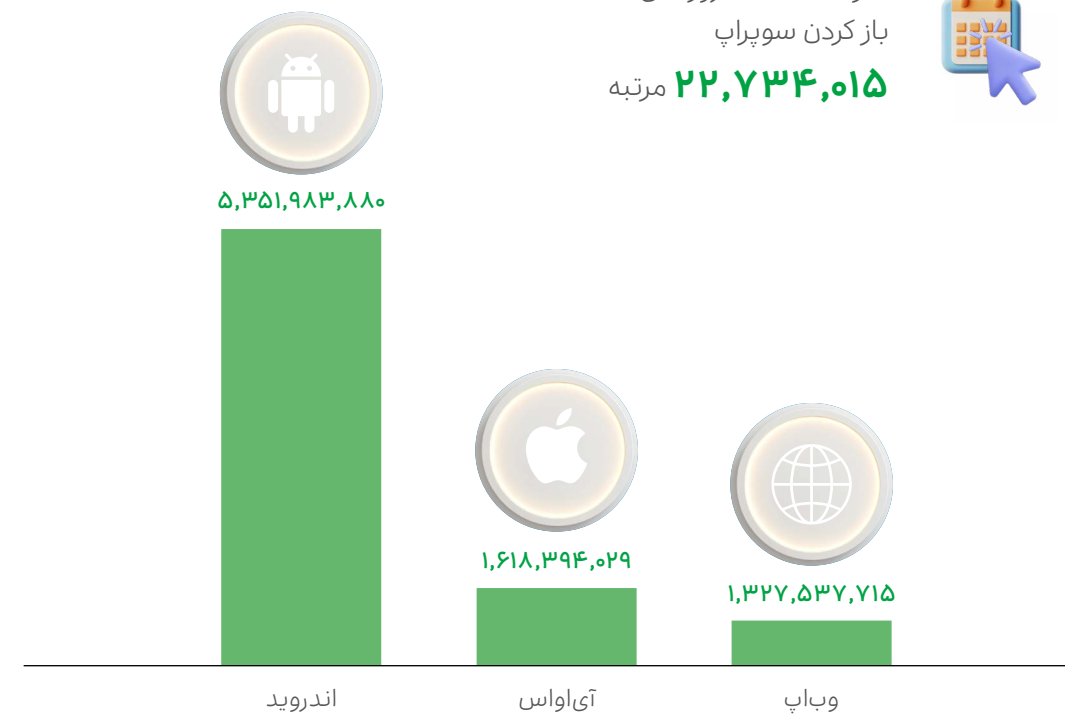
دفعاتی که کاربران در سال گذشته سوپر اپ را باز کرده‌اند

مرتبه **۸,۲۹۷,۹۱۵,۶۲۴**

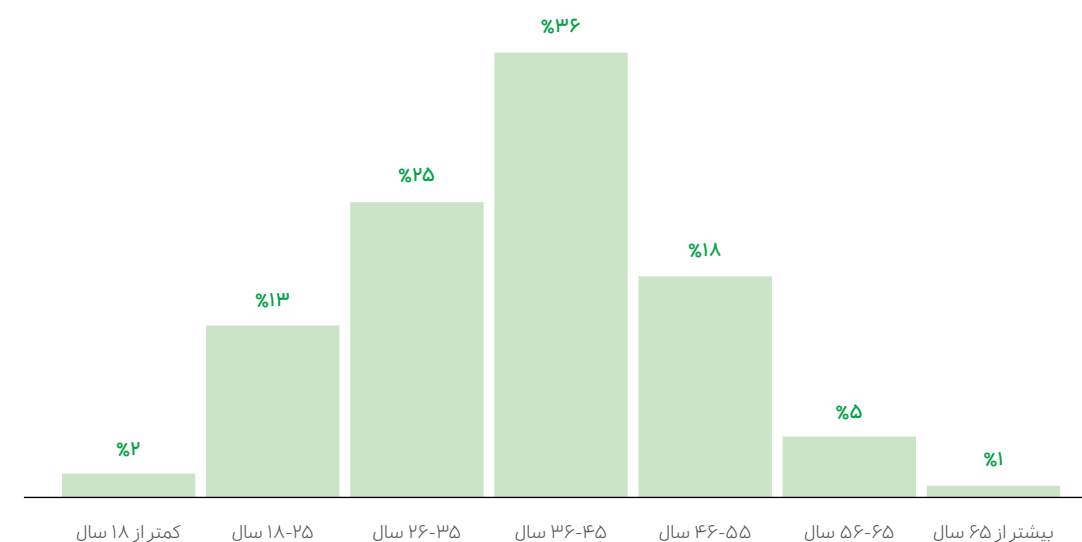


متوسط دفعات روزانه‌ی باز کردن سوپر اپ

مرتبه **۲۲,۷۳۴,۰۱۵**



توزیع سنی کاربران فعال سوپر اپ اسنپ



بیشتر کاربران سوپر اپ اسنپ ۳۶ تا ۴۵ ساله هستند.

منبع: تیم تحقیقات بازار گروه اسنپ

اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی | اپ

نشان‌های کاربران سوپر اپ

سوپر اپ اسنپ نشان‌هایی به پاس همراهی و وفاداری کاربران اعطا می‌کند که قابل اشتراک‌گذاری و ذخیره‌سازی است. این نشان‌ها بر اساس الگوی رفتار کاربران در سوپر اپ اهدا می‌شود.



نشان فیروزه به پاس اشتراک پیوسته‌ی اسنپ‌پرو کاربر
۱,۰۳۵,۲۰۵ کاربر



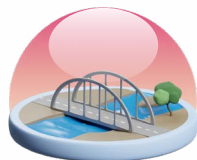
نشان دماوند به پاس همراهی با سوپر اپ اسنپ کاربر
۴,۵۰۸,۶۶۸ کاربر



نشان وقت‌شناس به پاس حضور به موقع در سرویس خودرو کاربر
۱۵,۵۲۸,۳۰۱ کاربر



نشان هیرکانی به پاس مشارکت‌های نیکوکارانه در اسنپ کلاب کاربر
۱۶۹,۲۱۵ کاربر



نشان کارون به پاس استفاده از سرویس‌های مختلف سوپر اپ کاربر
۶۲۵,۲۹۰ کاربر



نشان خوش‌رفتار به پاس رفتار محترمانه در سرویس خودرو کاربر
۱۲,۹۰۱,۱۲۶ کاربر

اقدامات عملیاتی اسنپ پرو

Pro

خدمات اسنپ پرو، به عنوان سرویس اشتراک حرفه‌ای سوپر اپ اسنپ، با گذشت ۲ سال از آغاز فعالیتش به ۲۹ شهر در سراسر ایران رسیده است. این سرویس امکانی برای استفاده از تخفیف‌های ویژه در ۴ بخش خودرو، غذا، سوپرمارکت تحویل فوری و پزشک و مشاور است. کاربران اسنپ پرو می‌توانند با خرید طرح اشتراک ۱ ماهه، ۳ ماهه و ۶ ماهه هزینه‌ی استفاده از خدمات اسنپ را مدیریت کنند.



مجموع ارزش سود کاربران

۳,۴۸۸,۰۶۵,۲۹۵,۷۱۱ تومان



رکورد روزانه‌ی خرید اشتراک

۴۳,۵۱۲ اشتراک
۲ دی ۱۴۰۴

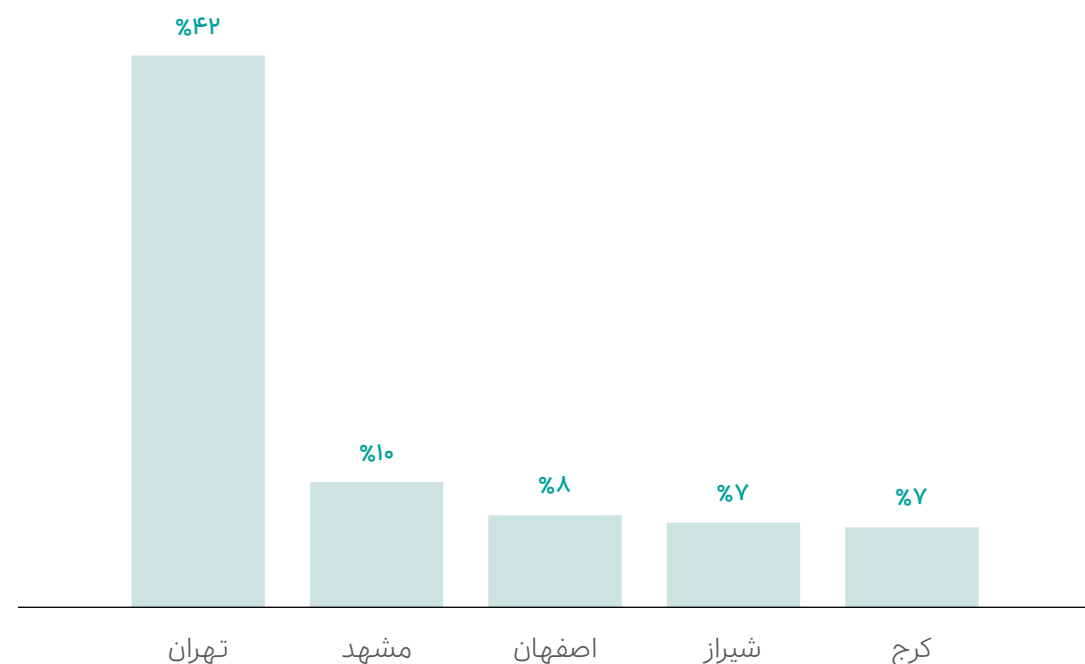


تعداد مشترکان فعال

۱,۵۱۰,۰۰۰ مشترک
۲۹ اسفند ۱۴۰۴



۵ شهر با بیشترین سهم مشترک اسنپ پرو



اقدامات عملیاتی | اسنپ کلاب

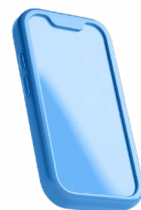


باشگاه مشتریان اسنپ فرصتی برای کاربران وفادار است تا بتوانند، با استفاده از خدمات سوپر اپ و کسب امتیاز پس از هر تراکنش، تخفیف‌ها و بسته‌های پیشنهادی متنوعی دریافت کنند. اسنپ کلاب، در کنار قرعه‌کشی‌های ماهانه، جایزه‌ها و تخفیف‌ها، امکان مشارکت در طرح‌های نیکوکاری و دریافت کد تخفیف از شرکت‌ها، فروشگاه‌ها، کافه‌ها و رستوران‌ها را برای کاربران فراهم کرده است. همکاری با شرکای تجاری مختلف در اسنپ کلاب تنوع بیشتری برای کاربران سوپر اپ اسنپ به همراه آورده و در کنارش به کسب‌وکارهای بزرگ و کوچک فرصتی برای جذب کاربران تازه داده است.



مهم‌ترین رکورد اسنپ کلاب

۲۱,۰۰۰,۰۰۰
مرتبه مشارکت



قرعه‌کشی آیفون ۱۷

۷۶,۱۲۹,۶۵۸ کد



تخفیف‌های دریافتی در قرعه‌کشی



مجموع کدهای
دریافتی

۸۵,۹۷۸,۴۱۷
کد



مجموع امتیازهای
مصرف‌شده

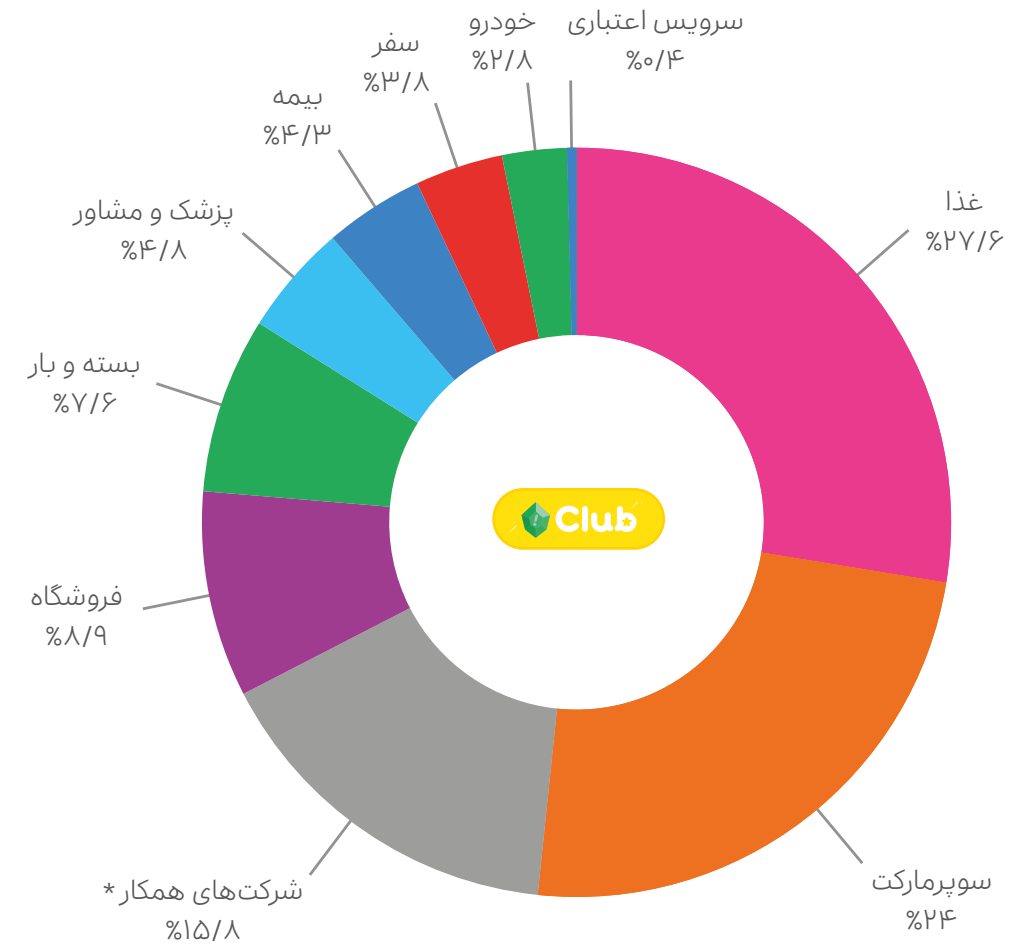
۱,۴۸۶,۶۸۳,۲۳۰,۹۲۹
امتیاز



مجموع امتیازهای
دریافتی

۱,۵۵۰,۵۵۵,۷۷۶,۳۳۴
امتیاز

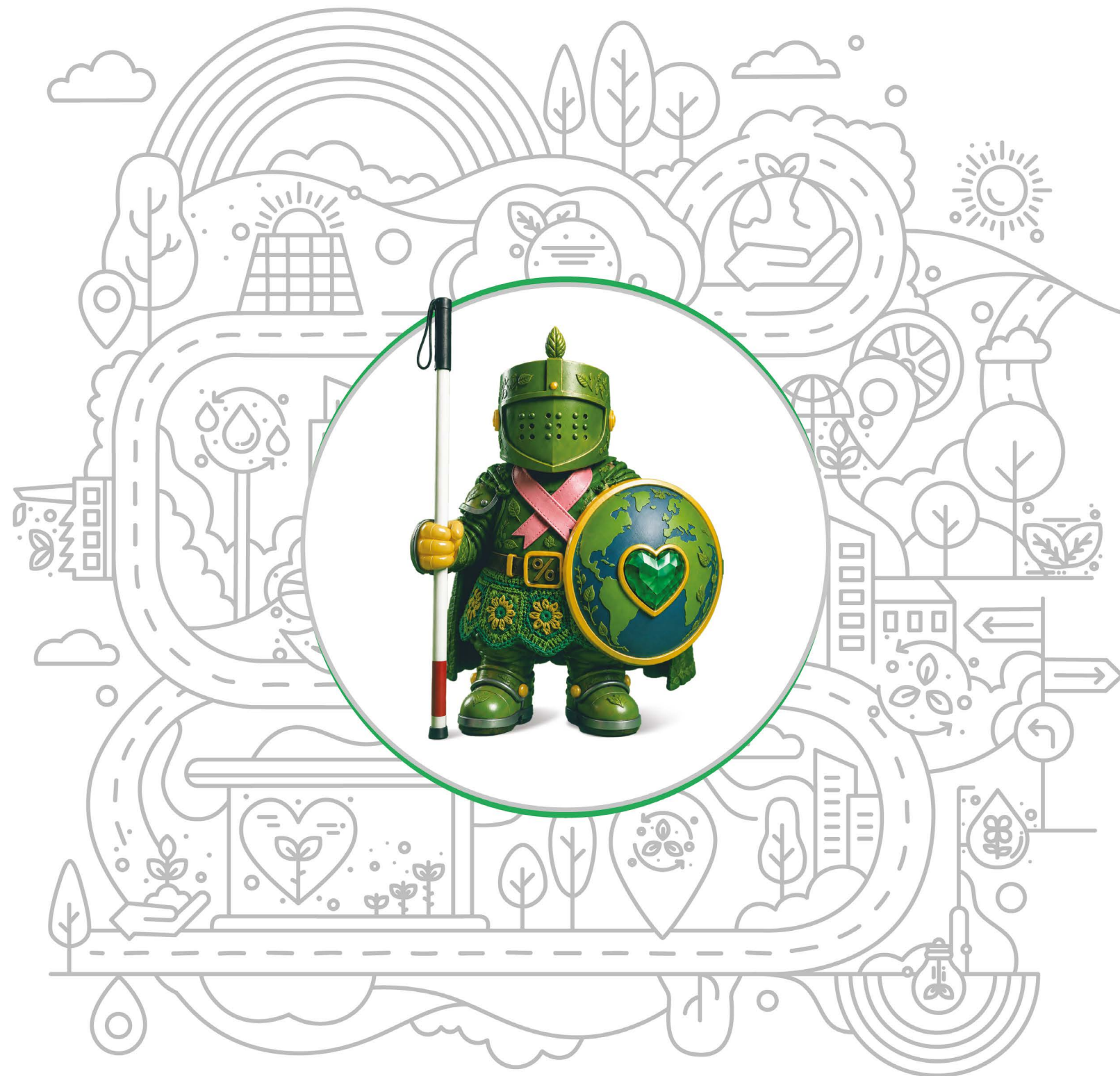
میانگین سهم روزانه ی تخفیف های دریافتی از اسنپ کلاب



مسئولیت اجتماعی؛ سهمی از روشنی

گروه اسنپ از سال‌های آغازین فعالیت خود توجه ویژه‌ای به مسئولیت اجتماعی شرکتی داشته و همواره در مسیر پاسخگویی اجتماعی، دغدغه‌مندی و مشارکت موثر در رفع نیازهای جامعه گام برداشته است.

بخش مسئولیت اجتماعی این گروه، به عنوان عضوی پویا در جامعه، می‌کوشد با طراحی و اجرای طرح‌هایی در ۳ حوزه‌ی توان‌افزایی و توسعه‌ی اجتماعی، سلامت و رفاه و حفاظت از محیط زیست اثربخشی‌ای پایدار و ماندگار از خود به جا بگذارد. فعالیت‌های این بخش در ۲ مسیر اصلی پیش می‌رود: از یک سو، هم‌راستا با ماهیت و ظرفیت‌های منحصربه‌فرد کسب‌وکار، و از سوی دیگر، در پاسخ به نیازهای جامعه. پایبندی به اصل شفافیت و تداوم در اجرای طرح‌ها از مهم‌ترین تعهدات این بخش به شمار می‌رود؛ رویکردی که می‌تواند سهمی موثر در فرهنگ‌سازی و ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی داشته باشد. در راستای این اهداف، منشوری طراحی شده که در متن این گزارش آمده است.



دسته‌بندی موضوعی طرح‌های مسئولیت اجتماعی



دسترس‌پذیری



نیکوکاری

شامل نیکوکاری کلاب و حمایت اجتماعی



معافیت‌ها و تخفیف‌ها



۱۶۴,۱۰۳,۷۶۵,۱۱۲ تومان

مجموع ارزش اختصاص داده شده به
مسئولیت اجتماعی

% معافیت‌ها و تخفیف‌ها

معافیت‌ها و تخفیف‌ها | معافیت‌ها

معافیت از پرداخت کمیسیون کاربران راننده بیشترین سهم از ارزش کل مسئولیت اجتماعی اسنپ را به خود اختصاص داده است. از سال‌های ابتدایی فعالیت اسنپ‌خودرو، همراهی با افراد دارای معلولیت و با شرایط خاص به عنوان یکی از طرح‌های مسئولیت اجتماعی همسو با کسب‌وکار در اولویت قرار گرفت. در همین راستا، طرح معافیت از کمیسیون ویژه‌ی کاربران راننده‌ی دارای معلولیت از ابتدای ۱۳۹۶ تاکنون فعال است. علاوه بر این، گروه‌های مختلفی از کاربران راننده به‌طور دوره‌ای از پرداخت کمیسیون معاف می‌شوند. یکی از گروه‌های کاربران راننده که در ۱۴۰۴ از پرداخت کمیسیون معاف شدند «خانواده‌های اهداکنندگان عضو» بودند.



مجموع سفرهای دارای معافیت از
پرداخت کمیسیون

۱۶,۹۹۲,۳۸۱ سفر



مجموع کاربران راننده‌ی
معاف از پرداخت کمیسیون

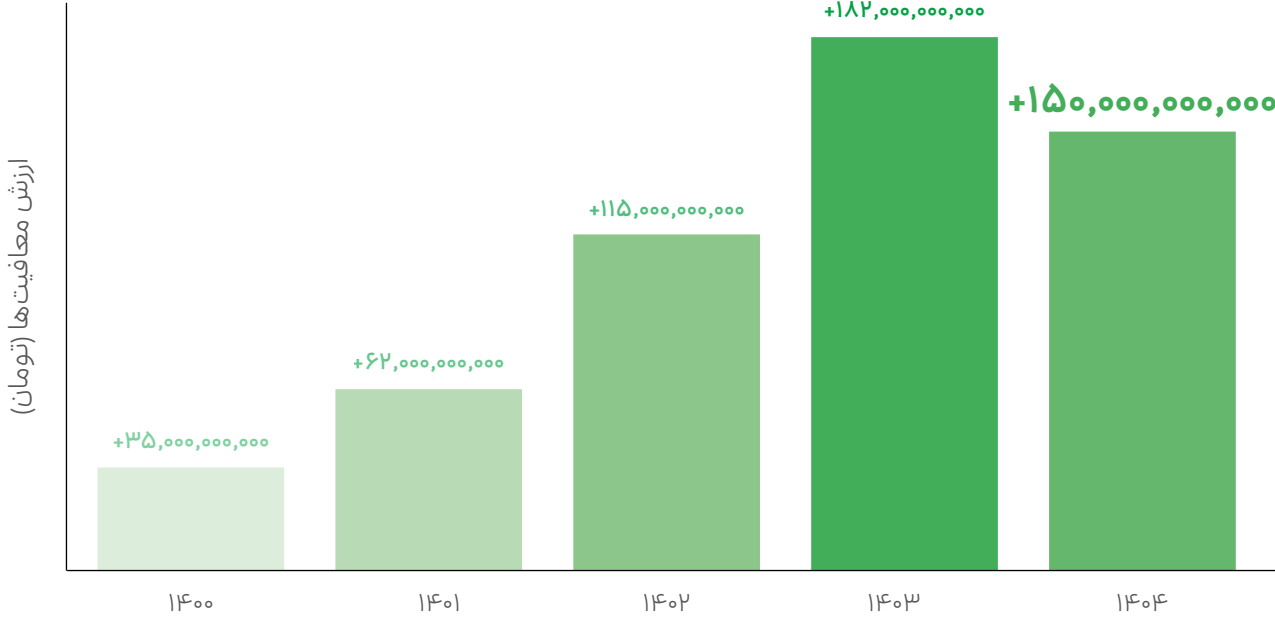
۲۲,۹۲۱ نفر



مجموع ارزش معافیت از
پرداخت کمیسیون

۱۵۰,۶۷۴,۶۸۰,۱۱۲ تومان

ارزش معافیت از کمیسیون کاربران راننده در ۵ سال گذشته



گروه‌های هدف



خانواده‌های اهداکنندگان عضو



افراد دارای معلولیت
با ارائه‌ی کارت
سازمان بهزیستی

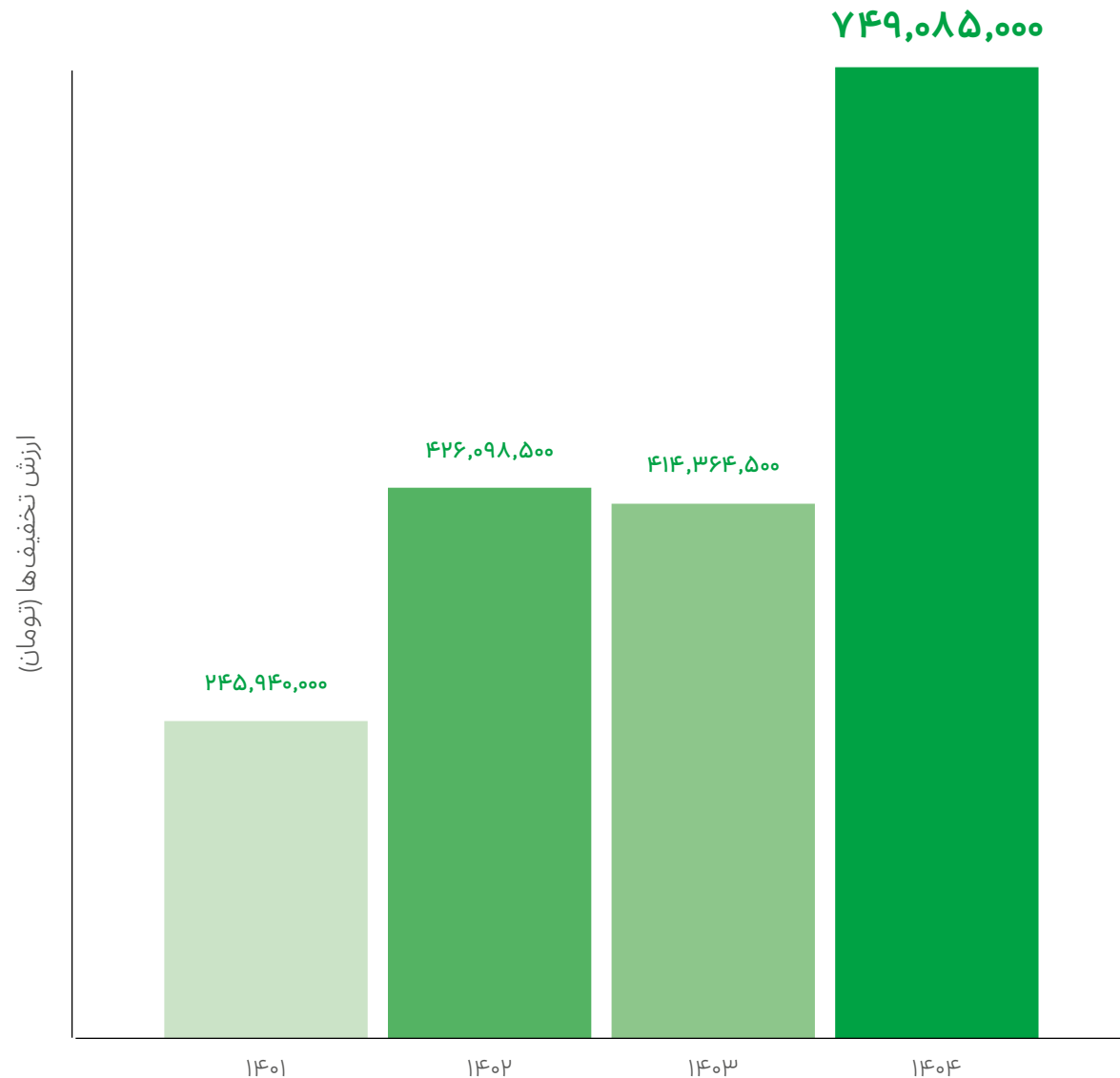


شروع طرح | پایان طرح
مهر ۱۴۰۴ | اسفند ۱۴۰۴



شروع طرح | پایان طرح
پاییز ۱۳۹۶ | ادامه دارد

ارزش تخفیف‌های ویژه‌ی کاربران در ۴ سال گذشته



معافیت‌ها و تخفیف‌ها | تخفیف‌ها

شرکت‌های زیرمجموعه‌ی گروه اسنپ همواره تلاش می‌کنند به مناسبت‌های مختلف تخفیف‌های ویژه‌ای را در راستای مسئولیت اجتماعی خود برای کاربران در نظر بگیرند.



۷۴۹,۰۸۵,۰۰۰ تومان
مجموع ارزش تخفیف‌ها

۱ تخفیف اسنپ خودرو به مؤسسه‌های نیکوکاری

 اسنپ با هدف تسهیل حمل‌ونقل و کاهش هزینه‌های مؤسسه‌های نیکوکاری و سازمان‌های مردم‌نهاد ۲۰٪ تخفیف برای استفاده از سرویس خودرو، باکس و بایک برای این مراکز در نظر گرفته است.



ارزش تخفیف
تومان **۲۱۲,۲۱۶,۵۰۰**



تعداد مؤسسه‌های نیکوکاری
۷۹ مؤسسه



تعداد سفرهای انجام‌شده
سفر **۲۸,۲۷۴**



شروع طرح | پایان طرح
آذر ۱۴۰۰ | **ادامه دارد**

۲ تخفیف اسنپ خودرو به مراکز انتقال خون

 اسنپ، با هدف کمک به تامین ذخیره‌ی بانک خون، تخفیف‌هایی برای سفر رفت‌و‌برگشت به این مراکز در سراسر کشور در نظر گرفت.

در روز جهانی اهداکننده‌ی خون

۵۰٪ تخفیف رفت‌و‌برگشت به ۵ مرکز اهدای خون در استان تهران و ۳۰ مرکز در دیگر استان‌ها



ارزش تخفیف
تومان **۳,۳۷۵,۵۰۰**



شروع طرح | پایان طرح
۲۴ خرداد ۱۴۰۴ | **۲۴ خرداد ۱۴۰۴**



تعداد سفرهای انجام‌شده
سفر **۴۴**

در طول سال

تخفیف‌های متنوع رفت‌و‌برگشت به مراکز اهدای خون در ۳۵ مرکز انتقال خون سراسر کشور



ارزش تخفیف
تومان **۲۶,۹۷۶,۰۰۰**



شروع طرح | پایان طرح
فروردین ۱۴۰۳ | **ادامه دارد**



تعداد سفرهای انجام‌شده
سفر **۱,۲۴۳**

۳ همراهی اسنپ خودرو و اسنپ دکتر در حادثه‌ی انفجار بندرعباس

 اسنپ خودرو بعد از حادثه‌ی انفجار در بندر شهید رجایی بندرعباس، به منظور کمک به تامین ذخیره‌ی خون اداره‌ی کل انتقال خون هرمزگان، کد تخفیف ۱۰۰٪ برای رفت و برگشت به این مرکز به مدت ۴۸ ساعت فعال کرد.



تعداد سفرهای انجام شده
۳۷۹ سفر



پایان طرح
۸ اردیبهشت ۱۴۰۴



ارزش تخفیف
۳۳,۶۶۵,۰۰۰ تومان

شروع طرح
۶ اردیبهشت ۱۴۰۴

۴ تخفیف اسنپ خودرو به برگزارکنندگان جشن نفس

 همزمان با برگزاری جشن نفس، جشنی به پاس قدردانی از خانواده‌های اهداکنندگان عضو، کد تخفیف رفت و برگشت به محل برگزاری این رویداد در نظر گرفته شد.



تعداد سفرهای انجام شده
۶۸ سفر



پایان طرح
۳۱ اردیبهشت ۱۴۰۴



ارزش تخفیف
۱۲,۸۵۲,۰۰۰ تومان

شروع طرح
۳۱ اردیبهشت ۱۴۰۴

۵ تخفیف اسنپ دکتر برای آگاهی بخشی درباره‌ی سرطان پستان

 اسنپ دکتر در ماه آگاهی بخشی درباره‌ی سرطان پستان ۶۰٪ تخفیف مشاوره از پزشک متخصص زنان در نظر گرفت. هدف از این اقدام تسهیل غربالگری به موقع و تشخیص زودهنگام این سرطان بود.



پایان طرح
۱۶ آبان ۱۴۰۴



ارزش تخفیف
۳۶۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان

شروع طرح
۶ آبان ۱۴۰۴



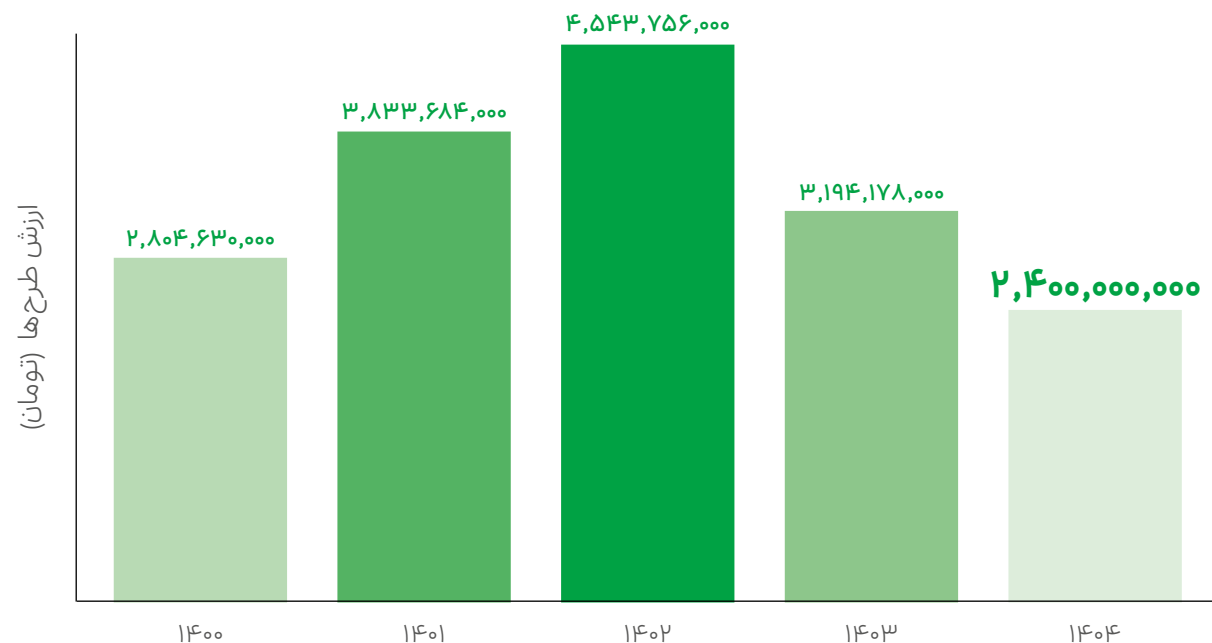
پایان طرح
۱۲ اردیبهشت ۱۴۰۴



ارزش تخفیف
۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان

شروع طرح
۶ اردیبهشت ۱۴۰۴

ارزش طرح‌های نیکوکاری کلاب در ۵ سال گذشته



نیکوکاری | نیکوکاری کلاب

اسنپ برای تسهیل مشارکت کاربران در طرح‌های مسئولیت اجتماعی از فروردین ۱۴۰۰ بخش «نیکوکاری» را به اسنپ‌کلاب اضافه کرد. نیکوکاری کلاب از جمله فعالیت‌های هم‌راستا با سوپراپ اسنپ با شعار «محصولی برای تمام نیازها» به شمار می‌رود و به نیاز همدلی و نیکوکاری پاسخ می‌دهد. کاربران با امتیازهایشان در اسنپ‌کلاب می‌توانند بدون پرداخت هیچ مبلغی در طرح‌های نیکوکاری مشارکت کنند.



مجموع مشارکت کاربران در
طرح‌های نیکوکاری کلاب

رتبه ۱,۲۰۰,۰۰۰



ارزش کل طرح‌های
نیکوکاری کلاب

تومان ۲,۴۰۰,۰۰۰,۰۰۰



منشور نیکوکاری اسنپ

معیار انتخاب مؤسسه‌ی نیکوکاری

اسنپ در بخش نیکوکاری با مؤسسه‌های خیریه و سازمان‌های مردم‌نهاد همکاری می‌کند. در انتخاب این مؤسسه‌ها شاخص‌هایی مانند داشتن مجوز فعالیت از سازمان‌های ذی‌صلاح، شفافیت مالی و عملکردی، توان اجرایی برای رسیدن به اهداف تعریف‌شده و اعتبار و خوشنامی ملاک قرار می‌گیرد.



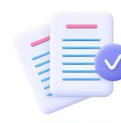
معیار انتخاب طرح

اثر مثبت بلندمدت و پایدار بر جامعه و محیط‌زیست از مهم‌ترین شاخص‌های انتخاب یک طرح است. اسنپ تا حد ممکن از انتخاب طرح‌هایی که منجر به تضعیف فرهنگ کار و تلاش یا کاهش عزت نفس افراد یک جامعه شود اجتناب می‌کند.



گزارش‌دهی نتایج طرح

با معرفی طرح‌های نیکوکاری جدید، کاربران می‌توانند امتیازهای خود را در بخش نیکوکاری کلاب به طرح مورد نظر اهدا کنند. اسنپ به ازای امتیازهای کاربران مبلغ مشخصی را به مؤسسه‌ی خیریه یا سازمان مردم‌نهاد همکار برای اجرای طرح واریز می‌کند. مؤسسه‌ی نیکوکاری همکار برپایه‌ی قرارداد قبلی مبلغ اهدایی را در راستای اهداف تعیین‌شده هزینه و جزئیات هزینه‌کرد را به‌طور شفاف به اسنپ گزارش می‌دهد. همچنین، مؤسسه‌ی همکار گزارش‌های میدانی از پیشبرد طرح را به اسنپ ارائه می‌دهد. اسنپ هم پس از اجرای طرح، نتایج آن را به صورت عمومی به کاربران خود اطلاع‌رسانی می‌کند. در تمام اطلاع‌رسانی‌ها و گزارش‌دهی‌ها حفظ کرامت انسانی و حقوق افراد بهره‌مند از طرح‌ها در اولویت است.



نگاهی به طرح‌های نیکوکاری کلاب

۱ مشارکت در توان‌افزایی تسهیل‌گران و سازمان‌های مردم‌نهاد محلی

با همکاری بنیاد توسعه‌ی کارآفرینی زنان و جوانان

موضوع طرح

مشارکت در توان‌افزایی تسهیل‌گران و سازمان‌های مردم‌نهاد محلی

نتیجه‌ی طرح

با اجرای این طرح، ۶۳ تسهیل‌گر محلی از شهرستان‌های زابل و چابهار در کارگاه‌های مشارکتی آموزش و توان‌افزایی شرکت کردند.



تعداد مشارکت کاربران

۴۰۰,۰۰۰ مرتبه



پایان طرح

اردیبهشت ۱۴۰۴

شروع طرح

اسفند ۱۴۰۳



ارزش طرح

۸۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان

۲ حمایت از ۸ مؤسسه‌ی نیکوکاری در مسیر تاب‌آوری بعد از جنگ ۱۲ روزه

با همکاری مؤسسه‌ی غیرانتفاعی مدیریت حامیان نواندیش افرا

موضوع طرح

حمایت از ۸ مؤسسه‌ی نیکوکاری در مسیر تاب‌آوری بعد از جنگ

نتیجه‌ی طرح

با اجرای این طرح، در روزهایی که کشور با پیامدهای اقتصادی و اجتماعی ناشی از جنگ ۱۲ روزه مواجه بود، منابع مالی اضطراری برای ۸ مؤسسه‌ی نیکوکاری منتخب فراهم شد. در این طرح به هریک از مؤسسه‌های خیریه‌ی همیاری مبتلایان به سرطان مهیار، سبحان سقز، مهر ایلینا شمیرانات، بنیاد خیریه‌ی معلولین ایرانیان، خیریه‌ی دانشجویی مردمی التیام، انجمن همیاران سلامت‌پرور البرز، کانون سرو امید آفتاب و بنیاد توسعه‌ی فرهنگی و توانمندسازی سپهر مبلغ ۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان پرداخت شد.



ارزش طرح

۸۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان

شروع طرح

مرداد ۱۴۰۴

پایان طرح

مهر ۱۴۰۴



تعداد مشارکت کاربران

۴۰۰,۰۰۰ مرتبه

۳ مشارکت در تامین هزینه‌ی دارو برای کودکان دارای معلولیت

با همکاری مؤسسه‌ی خیریه‌ی بچه‌های آسمان کامران

موضوع طرح

مشارکت در تامین هزینه‌ی دارو برای کودکان دارای معلولیت

نتیجه‌ی طرح

با اجرای این طرح، بخشی از هزینه‌ی دارو برای ۴۰۰ کودک دارای معلولیت که به‌صورت شبانه‌روزی در این مرکز زندگی می‌کنند تامین شد.



ارزش طرح

۸۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان



پایان طرح

فروردین ۱۴۰۵

شروع طرح

آذر ۱۴۰۴



تعداد مشارکت کاربران

۴۰۰,۰۰۰ مرتبه

نیکوکاری

نیکوکاری | حمایت اجتماعی

طرح‌های نیکوکاری به بخش نیکوکاری کلاب خلاصه نمی‌شود و گروه اسنپ تلاش می‌کند به مناسبت‌های مختلف حمایت‌های اجتماعی خود را به گروه‌های هدف متنوعی معطوف کند.



مجموع ارزش طرح‌های
حمایت اجتماعی

تومان **۱۰,۲۸۰,۰۰۰,۰۰۰**

نگاهی به طرح‌های حمایت اجتماعی

۱ کمپین آگاهی‌بخشی درباره‌ی سرطان پستان

 اسنپ خودرو در ماه آگاهی‌بخشی درباره‌ی سرطان پستان، ۹ مهر تا ۹ آبان، برای دومین سال پیایی کمپینی را با عنوان «آگاهی‌بخشی راه موثر تشخیص زودهنگام سرطان پستان» اجرا کرد. هدف از اجرای این کمپین اطلاع‌رسانی درباره‌ی راه‌های پیشگیری، خودمراقبتی و غربالگری سرطان پستان بود.



۲ کمپین روز جهانی کودک

 اسنپ خودرو به مناسبت روز کودک (۱۶ مهر)، برای فرزندان کاربران مسافر و راننده، مسابقه‌ی آنلاین نقاشی با عنوان «هفت شب به قصه گوش کن، معماها رو حل کن» برگزار کرد. این اقدام با هدف تشویق کاربران راننده و مسافر اسنپ به همراهی و صرف زمان بیشتر با فرزندان‌شان انجام شد. دلیل اصلی انتخاب این موضوع تقویت پیوند عاطفی با نسل آینده بود.



۳ کمپین رانندگی ایمن

 اسنپ خودرو همواره از طریق آموزش تلاش می‌کند رانندگی ایمن را در ناوگان خود ارتقاء دهد. در سال گذشته نیز علاوه بر آموزش مستمر کاربران راننده، به کاربران مسافر یادآوری شد که می‌توانند در افزایش ایمنی رانندگی با ثبت بازخورد سفر مشارکت کنند. در این کمپین نشان جدید «رانندگی ایمن» معرفی شد و مصادیق رانندگی ایمن به کاربران اطلاع داده شد.

 اسنپ‌باکس نیز در کنار آموزش کاربران راننده‌ی خود در ۶ ماه ابتدایی ۱۴۰۴ با اهدای بیش از ۷۷,۰۰۰ قلم تجهیزات ایمنی و رفاهی به آن‌ها تلاش کرد تا این کاربران سفر امن‌تری را تجربه کنند.



۴ داستان موفقیت مشارکت محلی

 اسنپ خودرو به مناسبت قرار گرفتن نام ۳ روستای «سهیلی»، «شفیع‌آباد» و «کندلوس» از ایران در فهرست روستاهای برتر گردشگری جهان در ۲۰۲۵ اقدامات جامعه‌ی محلی را که منجر به این دستاورد شد در اپلیکیشن خود معرفی کرد. روستاهایی در این طرح انتخاب می‌شوند که برای حفاظت از میراث فرهنگی، حفظ منابع طبیعی و ایجاد فرصت‌های اقتصادی از طریق گردشگری تلاش می‌کنند.



۵ کیف پول اختصاصی برای کاربران دارای معلولیت

 اسنپ خودرو برای دسترسی راحت‌تر افراد دارای معلولیت به حمل‌ونقل درون‌شهری در سراسر کشور کیف پول اختصاصی «سماکارت» را در اپلیکیشن ایجاد کرد. این اقدام که با همکاری سازمان بهزیستی کشور و اپلیکیشن تاپ انجام شد تا پایان ۱۴۰۴ روی نسخه‌ی تحت وب اپلیکیشن در دسترس افراد دارای معلولیت قرار گرفت. این کاربران می‌توانند در بخش پرداخت هزینه‌ی سفر گزینه‌ی سماکارت را انتخاب کنند.



۶ جنگل، میراث ما برای فردا

 اسنپ خودرو، با هدف افزایش آگاهی عمومی و تشویق به مراقبت از محیط زیست، کمپینی را اجرا کرد تا سهمی در کاهش آتش سوزی های جنگل ها و محافظت از این سرمایه ی ملی ایفا کند. در این کمپین که هم زمان با آتش سوزی جنگل های هیرکانی اجرا شد، اقدام های ساده اما حیاتی برای حفاظت از جنگل ها اطلاع رسانی و راه های ارتباطی با سامانه ی مردمی منابع طبیعی و تلفن امداد جنگل و مرتع معرفی شدند.



۷ ادامه ی مشارکت در توسعه ی کسب وکارهای محلی

 اسنپ خودرو در ۱۴۰۴ با بازگشت مبلغ قرض داده شده به کیف پول ایفا توانست از توسعه ی ۵۲ کسب وکار جدید محلی حمایت کند. این اپلیکیشن در ۱۴۰۳ با همکاری سازمان مردم نهاد «ایفا» در نوزدهمین طرح نیکوکاری کلاب خود از ۳۲ کسب وکار خرد محلی حمایت کرده بود.



۸ تامین نیازمندی خانواده های کم برخوردار

 اسنپ مارکت در پایان هر روز، سفارش های سالم مرجوع شده را با همکاری ۲ مرکز نیکوکاری معتبر در اختیار خانواده های کم برخوردار قرار می دهد. همچنین این شرکت در ۱۴۰۴ با مشارکت «جمعیت طلوع بی نشان ها» و «پیام صلح رهایی» موفق شد ۸,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان کالاهای سوپرمارکتی را میان خانواده های نیازمند توزیع کند. علاوه بر این نهادهای، جمعی از همکاران اسنپ مارکت نیز به صورت داوطلبانه در این طرح نقش آفرینی کردند.



شروع طرح | پایان طرح
فروردین ۱۴۰۴ | اسفند ۱۴۰۴



ارزش طرح
۸,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان

۹ فعالیت‌هایی با محوریت فرهنگ مصرف مسئولانه

اسنپ‌مارکت، به‌طور مستمر، با استفاده از مواد اولیه‌ی قابل بازیافت و سیستم هوشمند مدیریت مصرف، فرآیند مصرف کیسه‌های پلاستیکی را کنترل و مدیریت می‌کند. فرآیند بسته‌بندی در هایپرستار و فروشگاه‌های بدون ویتترین اسنپ، به‌دلیل رعایت استانداردهای جداسازی کالاهای شوینده، محصولات منجمد و سایر اقلام نیازمند به‌کارگیری انواع مختلف کیسه‌های پلاستیکی است.



اسنپ‌باکس در کمپین «نو شویم، به خیر» با موضوع نوسازی و اهدای کیف‌های دست‌دوم مشارکت کرد. هدف این کمپین جمع‌آوری کیف‌های دست‌دوم و بازسازی آن‌ها برای استفاده‌ی مجدد است. اسنپ‌باکس به عنوان تسهیل‌گر این کمپین رساندن کیف‌ها به صورت رایگان از در منزل مخاطبان به فروشگاه‌های درسا را بر عهده داشت.



ارزش طرح
۷۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان



شروع طرح | پایان طرح
مرداد ۱۴۰۴ | مرداد ۱۴۰۴

۱۰ فعالیت‌هایی با محوریت مدیریت مصرف سوخت

اسنپ‌مارکت با بهره‌گیری از هوش مصنوعی روش‌های جدیدی را برای بهینه‌سازی ارسال سفارش‌ها، مکان‌یابی و گروه‌بندی موقعیت‌های جغرافیایی توسعه داده است. این راهکارها امکان جابه‌جایی تعداد بیشتری سفارش را در کوتاه‌ترین مسیر ممکن و با یک وسیله‌ی نقلیه فراهم کرده است؛ رویکردی که کاهش چشم‌گیر مصرف سوخت را به همراه داشته است.



۱۱ فعالیت‌هایی با محوریت گردشگری سبز و پایدار

اسنپ‌تریپ در همکاری با کمیته‌ی ملی طبیعت‌گردی و گردشگری سبز از گردشگری سبز حمایت می‌کند. این حمایت از طریق اختصاص فضای نمایش متمایز برای هتل‌های سبز انجام می‌شود. از سوی دیگر، اسنپ‌تریپ تلاش می‌کند با حمایت مالی، میزبانی و برگزاری رویدادهای مشترک با دانشکده‌ی مدیریت گردشگری دانشگاه تهران به توسعه‌ی مفاهیم گردشگری پایدار کمک کند.



ارزش طرح
۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان



هتل‌های سبز
۱۲ هتل



شروع طرح | پایان طرح
اردیبهشت ۱۴۰۴ | اسفند ۱۴۰۴

۱۲ فعالیت‌هایی با محوریت دسترسی آموزشی

 اسنپ‌فود با همکاری خیریه‌ی منهای فقر تلاش کرد با فراهم کردن بخشی از تجهیزات آموزشی مورد نیاز مدارس محروم استان تهران از ادامه‌ی تحصیل دانش‌آموزان این مناطق حمایت کند.



ارزش طرح

۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان



شروع طرح

اسفند ۱۴۰۴

پایان طرح

اسفند ۱۴۰۴

 اسنپ‌باکس با همکاری مؤسسه‌ی مهر گیتی در کمپین «کیف مهربانی» مشارکت کرد و در آستانه‌ی شروع سال تحصیلی در ارسال این هدایا به مناطق محروم همکاری داشت.



ارزش طرح

۲۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان



شروع طرح

شهریور ۱۴۰۴

پایان طرح

شهریور ۱۴۰۴



دسترس‌پذیری

راحتی برای همه؛ دسترس‌پذیری اسنپ‌خودرو برای افراد دارای معلولیت

پروژه‌ی دسترس‌پذیری اپ اسنپ برای افراد دارای معلولیت و افراد دارای مشکلات حرکتی (از جمله سالمندانی که از عصا استفاده می‌کنند) از دهم آبان ۱۴۰۱ با راه‌اندازی قابلیت «دسترس‌پذیری» به‌طور جدی کلید خورد و همواره در حال به‌روزرسانی و بهبود است. این قابلیت در همکاری تنگاتنگ تیم محصول اسنپ با افراد دارای معلولیت و با هدف ایجاد فرصت برابر برای تمام همراهان شکل گرفته است. با دسترسی کاربران مسافر و راننده‌ی دارای معلولیت به خدمات اسنپ فرصت حضور بیشتر در جامعه برای این گروه فراهم می‌شود.

گروه‌های هدف

■ کاربران مسافر

نابینا/کم‌بینا، ناشنوا/کم‌شنوا، دارای معلولیت حرکتی (دارای ویلچر یا عصا)

■ کاربران راننده

ناشنوا/کم‌شنوا، دارای معلولیت حرکتی



تعداد کاربران دارای معلولیت

ثبت‌شده در ۱۴۰۴

۶۷,۴۶۹ نفر

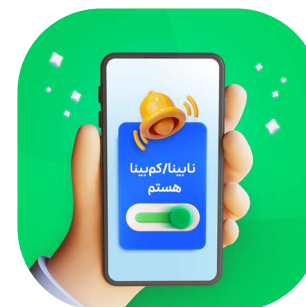
تعداد کل کاربرانی که نوع معلولیت

خود را در اپ ثبت کرده‌اند

۱۶۱,۶۹۳ نفر

دسترسی پذیری اپ ا کاربران مسافر

- امکان تعیین نوع معلولیت کاربر مسافر در صفحه‌ی مشخصات کاربری و بخش گزینه‌های سفر در اندروید و وب اپ
- غیرفعال شدن تماس تلفنی برای کاربر مسافر ناشنوا/کم‌شنوا و برقراری ارتباط حین سفر از طریق چت داخل اپ
- امکان اتصال به برنامه‌های صفحه‌خوان برای کاربر مسافر نابینا/کم‌بینا
- اطلاع نوع معلولیت کاربر مسافر به کاربر راننده
- آموزش نکات ارتباطی به کاربر راننده برای ارتباط با کاربر مسافر دارای معلولیت



تعداد کاربران مسافر دارای معلولیت
ثبت‌شده در ۱۴۰۴
۶۴,۳۱۲ نفر



تعداد کاربران مسافری که نوع
معلولیت خود را در اپ ثبت کرده‌اند
۱۴۲,۵۸۵ نفر

دسترسی پذیری اپ ا کاربران راننده

- امکان تعیین نوع معلولیت کاربر راننده در صفحه‌ی مشخصات کاربری
- غیرفعال شدن تماس تلفنی برای کاربر راننده‌ی ناشنوا و کم‌شنوا و برقراری ارتباط حین سفر از طریق چت داخل اپ



تعداد کاربران راننده‌ی دارای معلولیت
ثبت‌شده در ۱۴۰۴
۳,۱۵۲ نفر

تعداد کاربران راننده‌ای که نوع
معلولیت خود را در اپ ثبت کرده‌اند
۱۹,۱۰۸ نفر

اسنپ‌خودرو؛ همسفر در روزهای ناپایدار

بیش از یک دهه‌ی پیش، با آغاز فعالیت اسنپ، چهره‌ی حمل‌ونقل شهری در ایران برای همیشه تغییر کرد. در ۱۴۰۴، اسنپ به‌طور میانگین نزدیک به ۹۰٪ سهم بازار تاکسی‌های اینترنتی را بر مبنای تعداد سفر در اختیار داشت؛ این عدد در اسفند به ۹۲/۴٪ رسید.

در سالی که با شرایطی دشوار و متاثر از جنگ همراه بود، تداوم خدمات در حوزه‌ی حمل‌ونقل شهری با چالش‌هایی کم‌سابقه روبه‌رو شد. با این حال، اسنپ‌خودرو در کنار مدیریت پیچیدگی‌های عملیاتی و ناپایداری‌های مستمر تلاش کرد دسترسی به سفر را در مناطق مختلف حفظ کند تا وقفه‌ای در خدمت‌رسانی ایجاد نشود.

در چنین فضایی، تمرکز بر حفظ کیفیت خدمات و بهبود تجربه‌ی کاربری معنایی دوچندان پیدا کرد. اسنپ برای حرکت در این مسیر همچنان متکی به بازخوردهای هر دو گروه کاربران خود باقی ماند و کوشید در دل محدودیت‌ها و عدم قطعیت‌ها با اتکا به این بازخوردها مسیر بهبود را ادامه دهد.



📊 نگاهی به حمل‌ونقل شهری در ایران

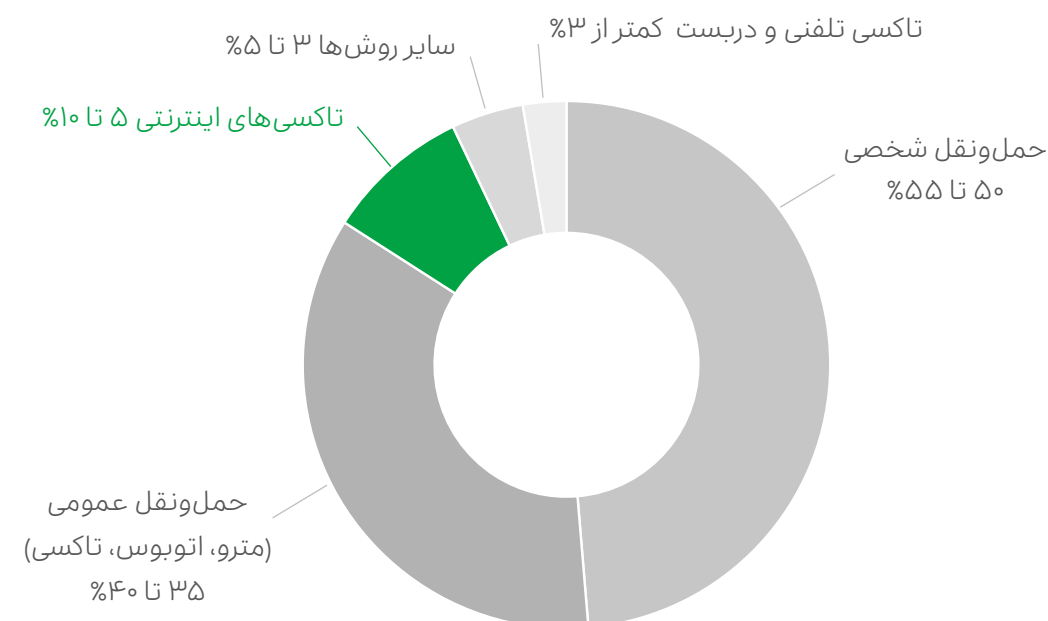
۵ تا ۱۰٪ میانگین سهم بازار تاکسی‌های

اینترنتی از کل سفرهای درون‌شهری

در ۱۰ شهر بزرگ



سهم بازار شیوه‌های مختلف حمل‌ونقل درون‌شهری در ۱۰ شهر بزرگ کشور



منبع: تیم تحقیقات بازار گروه اسنپ

”

تداوم خدمت در روزهای سخت

سالی که گذشت، در سایه‌ی ۲ جنگ و مجموعه‌ای از نااطمینانی‌های اقتصادی و فشارهای اجتماعی، برای مردم و کسب‌وکارها سالی آرام نبود. تغییرات ناگهانی، تصمیم‌گیری را پیچیده‌تر از همیشه کرد. در چنین فضایی، اولویت ما بیش از هر چیز حفظ پایداری خدمت بود؛ اینکه کاربران در سخت‌ترین روزها هم بتوانند از خدماتی امن و پایدار استفاده کنند و رانندگانی که بخشی از معیشت خود را بر این بستر بنا کرده‌اند مسیر فعالیت‌شان متوقف نشود.

۱۴۰۴ یادآور این واقعیت بود که اسنپ بخشی از زندگی روزمره‌ی مردم است. مسئولیت ما در این سال، بیش از توسعه، مراقبت از همین اعتماد بود. آینده همچنان با عدم قطعیت همراه است، اما با تکیه بر تجربه‌ی این دوران و سرمایه‌ی اعتماد عمومی، مسیر را با واقع‌بینی و اطمینان ادامه خواهیم داد.

“



محمد خلیج

مدیرعامل اسنپ‌خودرو

جنگ ۱۲ روزه؛ پیامدها و اقدامات

تاثیر بر کسب‌وکار



۴۲٪

کاهش سفرهای درون‌شهری



۳۵٪

کاهش کاربران راننده‌ی فعال در سفرهای درون‌شهری



تا ۱۱۶٪

رشد درخواست سفرهای بین‌شهری



۲۸٪

کاهش سفرهای انجام‌شده‌ی بین‌شهری



پُر تکرارترین مقاصد سفرهای بین‌شهری

مازندران، تهران، گیلان، اصفهان، قم

بیشترین کاهش سفرهای درون‌شهری

تهران، کیش، کرج، قشم، کرمانشاه

جنگ ۱۲ روزه؛ پیامدها و اقدامات

اقدامات حمایتی



فعال‌سازی قابلیت

«اصلاح موقعیت مکانی»

برای کاهش خطای موقعیت‌یابی و دریافت سفرهای مرتبط



حفظ سرمایه‌ی انسانی ناوگان

با پرداخت ۱۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان

کمک‌هزینه‌ی بلاعوض به ۲,۵۰۰ کاربر راننده‌ی پُر سفر



تمدید خودکار ۲ هفته‌ای

اشتراک اسنپ‌پرو



اجرای طرح‌های تشویقی

در تهران و بخش‌هایی از کرج برای کاربران راننده‌ی فعال



معافیت از پرداخت کمیسیون

برای کاربران راننده‌ی فعال

جنگ ۳۹ روزه؛ پیامدها و اقدامات

اقدامات حمایتی



از ابتدای جنگ دوم گزارش‌هایی مبنی بر خسارات جانی و مالی وارده‌شده به کاربران حین سفرهای اسنپی دریافت شد. بسته‌ی حمایتی ویژه‌ی کاربران آسیب‌دیده با توجه به میزان آسیب وارده برای هر مورد برآورد و به حساب کاربری آن‌ها واریز شد.



ارائه‌ی تخفیف مشاوره‌ی روانشناسی ویژه‌ی کاربران آسیب‌دیده در جنگ
تا **۲,۵۰۰,۰۰۰ تومان**
به ازای هر کاربر



تخصیص بسته‌ی حمایتی ویژه‌ی کاربران آسیب‌دیده در جنگ
۳,۵۱۵,۰۰۰,۰۰۰ تومان
کمک‌هزینه‌ی بلاعوض



کاربران آسیب‌دیده (مسافر و راننده)
۳۷ نفر

جنگ ۳۹ روزه؛ پیامدها و اقدامات

تاثیر بر کسب‌وکار



۲۵ تا ۵۰٪

کاهش کاربران راننده‌ی فعال در سفرهای درون‌شهری در هفته‌ی اول جنگ



۳۵ تا ۶۰٪

کاهش سفرهای درون‌شهری در هفته‌ی اول جنگ (نسبت به هفته‌ی قبل از شروع جنگ)



۲۳٪

کاهش سفرهای بین‌شهری انجام‌شده در هفته‌ی اول جنگ



۱۶۴٪

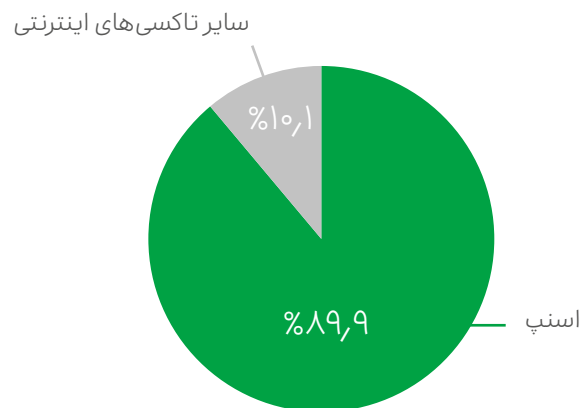
رشد درخواست سفرهای بین‌شهری در هفته‌ی اول جنگ



پُر تکرارترین مقاصد سفرهای بین‌شهری
مازندران، تهران، اصفهان، گیلان، قم، خوزستان

عملکرد

میانگین سهم اسنپ‌خودرو از بازار تاکسی‌های اینترنتی (بر مبنای تعداد سفر)



منبع: تیم تحقیقات بازار گروه اسنپ



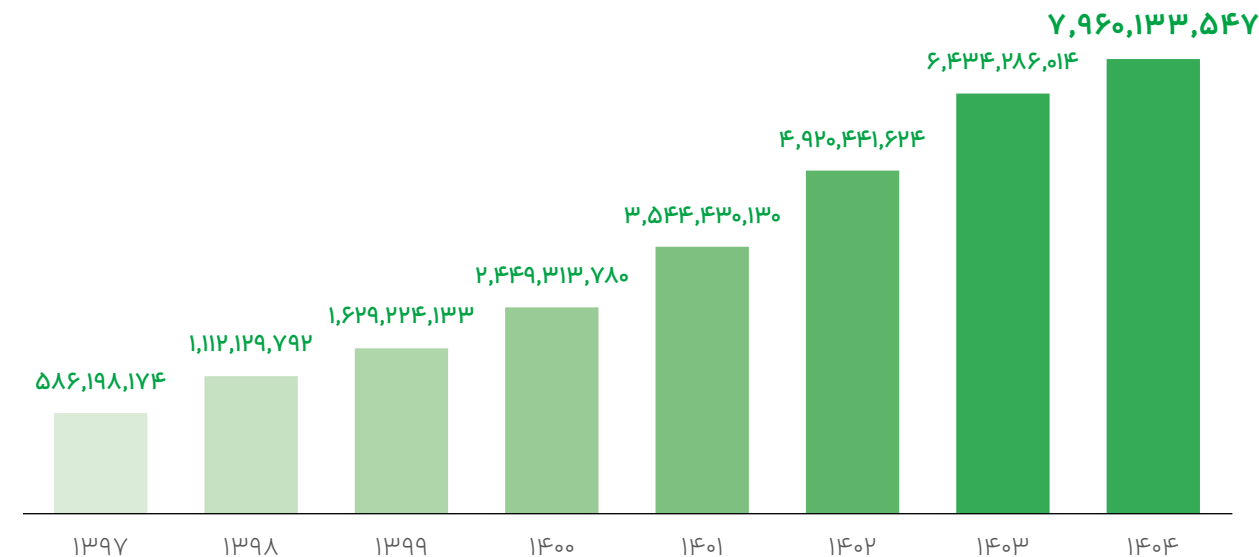
جنگ ۳۹ روزه؛ پیامدها و اقدامات

اقدامات حمایتی



- تداوم تخصیص **طرح‌های تشویقی** به کاربران راننده
- پیاده‌سازی سیستم **جایگزین موقعیت‌یابی**
- بهبود قابلیت‌های **«اصلاح موقعیت مکانی»** و **«ماندن در محدوده»** برای کاهش خطای موقعیت‌یاب و دریافت سفرهای مرتبط
- امکان ورود کاربران راننده و مسافر از طریق **«کد دستوری»** در شرایط اختلال پیامک
- حفظ و تقویت زیرساخت‌های ارتباطی** شامل تماس درون‌برنامه‌ای، چت، تماس امن و پیامک‌های اطلاع‌رسانی
- تعلیق جریمه‌های** مرتبط با تاخیر، لغو سفر و رسیدن به مبدأ، به دلیل اختلالات موقعیت‌یابی
- تمدید خودکار ۲ هفته‌ای **اشتراک اسنپ‌پرو**

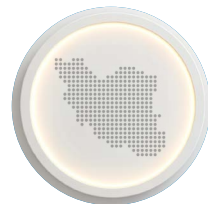
نمودار تجمعی رشد سفرها در ۸ سال گذشته



📈 در مجموع **۷,۹۶۰,۱۳۳,۵۴۷** سفر اسنپی از ۱۳۹۷ تا پایان ۱۴۰۴ انجام شده است.

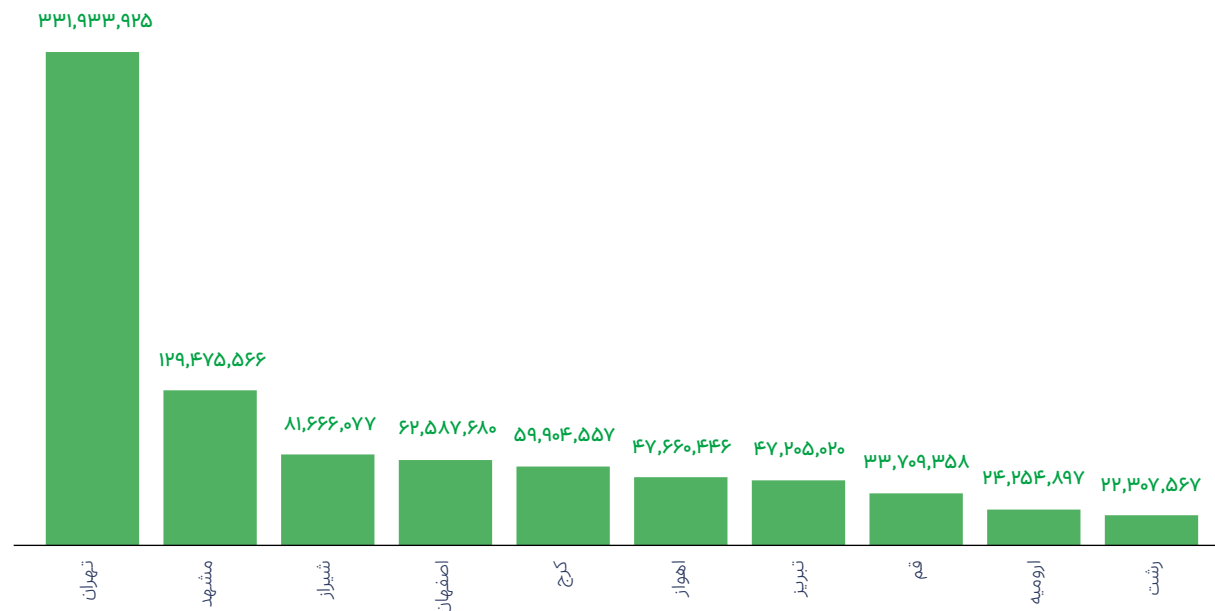
شهرهای محل فعالیت اسنپ

۷۵۱
شهر بزرگ و کوچک



📍 از ۱۴۰۴ تعداد شهرهای محل فعالیت بر اساس فهرست شهرهای ثبت‌شده در وزارت کشور محاسبه شده است.

۱۰ شهر دارای بیشترین سفر



📍 **تهران** با ۳۳۱,۹۳۳,۹۲۵ سفر در سال گذشته حدود **۲۱/۷۶%** از کل سفرهای درون‌شهری اسنپ را به خود اختصاص داده است. پس از آن شهرهای مشهد و شیراز بیشترین تعداد سفر را دارند.

نسبت کاربران راننده‌ی زن و مرد



۴/۹٪ کاربران راننده‌ی اسنپ را زنان تشکیل می‌دهند.

کاربر

کاربر | راننده

تعداد کل کاربران راننده
۸,۵۹۲,۱۶۹
کاربر



تعداد کاربران راننده‌ی فعال*
۳,۹۱۹,۰۲۸
کاربر

کاربر | مسافر

تعداد کل کاربران مسافر
۹۰,۲۶۵,۳۱۳
حساب کاربری



تعداد کاربران مسافر فعال*
۳۷,۸۷۴,۵۶۴
حساب کاربری

رفتار کاربر

رفتار کاربر | رفتار کاربر



مجموع ساعاتی که کاربران مسافر در اسنپ گذرانده‌اند *

۴۰۷,۵۵۴,۵۴۵ ساعت

معادل حدود ۴۶,۵۲۵ سال



مجموع مسافت طی‌شده در سفرها

۱۳,۴۸۱,۱۴۰,۰۶۳ کیلومتر

معادل حدود ۴,۳۴۹,۰۰۰ مرتبه

رفت‌وبرگشت از بندر انزلی به

جزیره‌ی هرمز*

رفتار کاربر | رفتار کاربر

پُر سفرترین کاربر مسافر سال*



تعداد سفرها

۳,۳۸۸ سفر



مجموع مبلغ پرداختی

۲۶۱,۷۲۸,۰۰۰ تومان



مسافت طی‌شده در سفرها

۲۸,۳۴۳ کیلومتر

معادل حدود ۹ مرتبه

رفت‌وبرگشت از بندر انزلی

به جزیره‌ی هرمز



ترین‌های سال



خوش‌رفتارترین

م.ت از کرج
سفر ۴,۰۲۰



خوش‌آهنگ‌ترین

بیشترین سفر با پخش
موزیک رضایت‌بخش
آ.ق از تهران
سفر ۱,۵۶۹



پُر درآمدترین

ع.ن از تهران | ۹,۴۴۷ سفر
تومان ۱,۲۹۵,۸۷۷,۷۴۸



درخشان‌ترین

بیشترین سفر با خودروی
تمیز و خوشبو
پ.پ از تهران
سفر ۵,۶۰۱

آقای ع.ن از تهران ۳ سال پیاپی عنوان پُر درآمدترین کاربر راننده‌ی اسنپ را به دست آورده است. درآمد او نسبت به سال گذشته ۷۵٪ افزایش داشته است.

رفتار کاربر را راننده

میانگین درآمد ماهانه‌ی کاربران راننده

کم سفر*

تومان ۱۷,۶۰۰,۶۲۲

میانگین درآمد ماهانه‌ی کاربران راننده‌ی پُر سفر نسبت به سال گذشته حدود ۲۵٪ و کاربران راننده‌ی کم سفر ۲۰٪ افزایش یافته است.

پُر سفر*

تومان ۵۱,۹۷۴,۳۸۶



متوسط زمان قبول درخواست
سفر از سوی کاربران راننده
۲۳ ثانیه



اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی ۱ اپ

سرویس «سفر اشتراکی»، به صرفه‌تر و پایدارتر

«سفر اشتراکی» از ۱۴۰۳ با هدف کاهش هزینه‌ی سفر برای کاربران مسافر، افزایش درآمد برای کاربران راننده و سازگاری بیشتر با محیط زیست شروع به کار کرد. این سرویس در ۱۴۰۴ علاوه بر تهران در مشهد در دسترس قرار گرفت. با درخواست سفر اشتراکی، کاربران مسافر می‌توانند با مسافر دارای مسیر به نسبت مشابه همسفر شوند و هزینه‌ی کمتری نسبت به سفرهای اکو و اکوپلاس پرداخت کنند. این سفرها، با اینکه ۲ مبدأ و ۲ مقصد دارند، به گونه‌ای تنظیم می‌شوند که کاربر راننده به‌طور تقریبی مسیر یکسانی را طی کند و درآمد بیشتری نسبت به یک سفر عادی داشته باشد. این سرویس، علاوه بر مزایایی که از نظر اقتصادی برای هر دو گروه از کاربران دارد، با کم کردن خودروهای تک‌سرنشین، می‌تواند به مدیریت مصرف سوخت و ترافیک کمک کند.

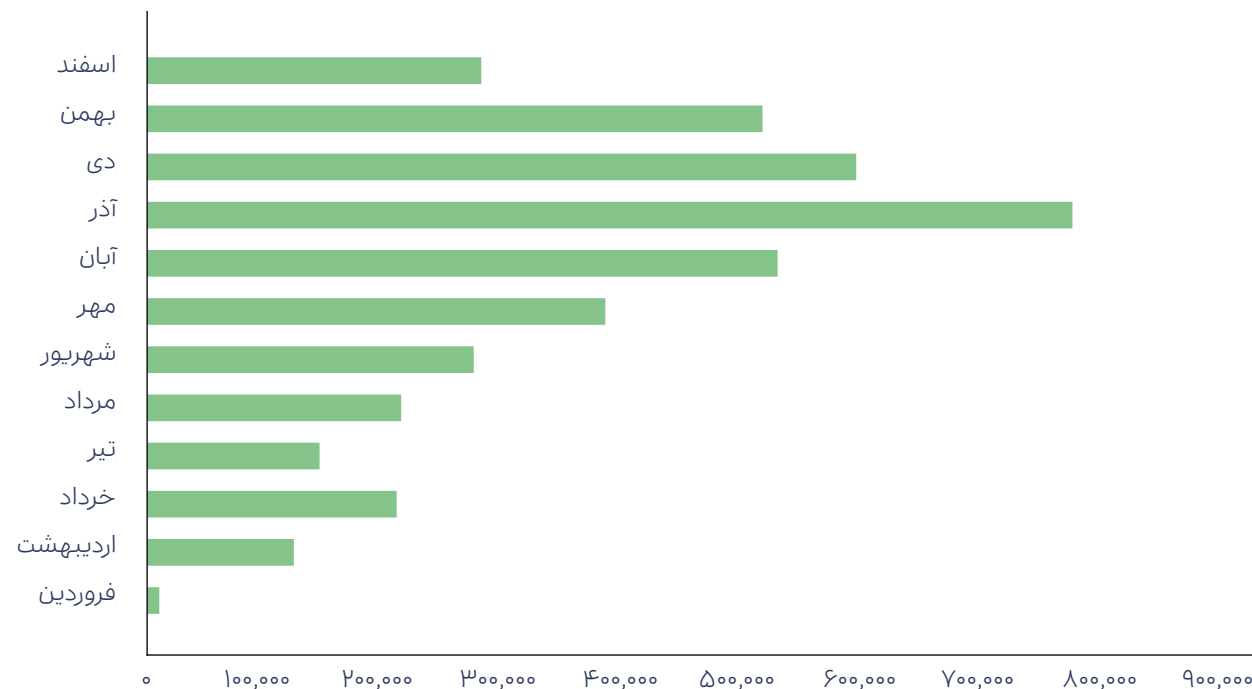


تعداد کاربرانی که حداقل
۱ سفر اشتراکی موفق داشتند
کاربر ۱,۹۱۴,۶۵۴



تعداد کل
سفرهای اشتراکی
سفر ۵,۴۸۷,۷۴۱

میانگین تعداد کاربران فعال سفر اشتراکی در ماه



تاثیر اسنپ خودرو بر مدیریت مصرف سوخت در ۱۴۰۴

اسنپ خودرو، با فراهم سازی دسترسی سریع تر به حمل و نقل درون شهری، منجر به تغییر الگوی رفت و آمد و کاهش وابستگی کاربران به استفاده از خودروی شخصی شده است.



کاربرانی که به مدت ۱ هفته استفاده از اسنپ را به طور کامل جایگزین خودروی شخصی کردند

حدود ۳۰٪



تاثیر سرویس اشتراکی بر کاهش آلاینده ها
کاهش حدود ۱۶,۰۰۰ تُن دی اکسید کربن
کاهش حدود ۱۸۴ تُن مونوکسید کربن



تاثیر سرویس اشتراکی بر ترافیک
کاهش حدود ۱۷۰,۰۰۰ کیلومتر
پیمایش وسایل نقلیه ی شخصی

تاثیر سرویس اشتراکی بر کاهش آلاینده ها بر اساس ۵,۴۰۰,۰۰۰+ سفر اشتراکی با میانگین مسافت ۱۷ کیلومتر محاسبه شده است. در این محاسبه، برای هر ۱۰۰ کیلومتر پیمایش، مصرف حداقل ۸ لیتر بنزین و به ازای هر لیتر بنزین، انتشار ۲/۳ کیلوگرم دی اکسید کربن و ۲۵ گرم مونوکسید کربن در نظر گرفته شده است.

منبع تیم تحقیقات بازار گروه اسنپ

اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی | امنیت سفر

امنیت سفر؛ پشت هر سفر امن

در این بخش، با نگاهی همه جانبه به اقدامات و ابزارهای تامین امنیت سفر، یک دسته بندی یکپارچه ارائه شده است. هدف از این دسته بندی، ارائه ی منسجم و شفاف از تمام اجزای ساختاری است که برای پیشگیری و کاهش خطرات احتمالی در سفر تعریف می شود. امنیت سفر در اسنپ را می توان در ۳ بخش تعریف کرد: «آمادگی پیش از سفر»، «همراهی در سفر» و «پشتیبانی پس از سفر». بخش «آمادگی پیش از سفر» شامل اقداماتی است که برای ایجاد ناوگان امن در نظر گرفته می شود. «همراهی در سفر» شامل تمامی ابزارهایی است که به کمک تکنولوژی برای رسیدگی سریع و آسان به مشکلات حین سفر طراحی شده اند. «پشتیبانی پس از سفر» معرف ساختارها و روال های دریافت بازخورد از کاربران، ترتیب اثر بخشیدن به نظرها و نظارت بر عملکرد کاربران است.

دسته بندی امنیت سفر



پشتیبانی پس از سفر



همراهی در سفر



آمادگی پیش از سفر

امنیت سفر | آمادگی پیش از سفر

اولین نیاز یک سفر امن همراهی ناوگان امن است. متقاضیان ورود به ناوگان اسنپ باید مراحل احراز هویت و تایید صلاحیت را پشت سر بگذارند و در ادامه‌ی فعالیت نیز ممکن است بر اساس گزارش‌های ثبت‌شده از سوی کاربران مسافر نیاز به احراز هویت مجدد پیدا کنند.

۱ احراز هویت اولیه

با بررسی تمام مدارک فرد و خودرو از سوی یک تیم ناظر در اسنپ پس از ثبت‌نام متقاضی انجام می‌شود.

۲ تایید صلاحیت فراجا

کد ملی فرد برای دریافت تایید صلاحیت در اختیار پلیس اماکن فراجا قرار می‌گیرد. در این فرآیند، پلیس فراجا جرایمی را که برای فعالیت در ناوگان تاکسی‌های اینترنتی نامتناسب شناخته می‌شوند در نظر می‌گیرد و با بررسی سوابق قضایی و کیفری متقاضیان، کسانی را که سابقه‌ی کیفری موثری دارند و مرتکب افعالی شده‌اند که می‌تواند برای جابه‌جایی مسافر نامناسب باشد رد صلاحیت می‌کند.



رد صلاحیت‌شده‌ها
توسط فراجا
۶۰,۵۴۵ نفر



متقاضیان فعالیت در
ناوگان اسنپ
۹۷۵,۹۵۰ نفر

۳ احراز هویت مجدد با تشخیص چهره

قابلیت «تشخیص چهره» یکی از راهکارهای تکمیلی احراز هویت کاربران راننده به شمار می‌رود که در نیمه‌ی دوم ۱۴۰۴ فعال شد. در این فرآیند، کاربران راننده‌ای که نیازمند احراز هویت مجدد هستند، هنگام ورود به اپلیکیشن باید یک عکس سلفی از خود ارسال کنند. این تصویر با عکس ثبت‌شده در پروفایل کاربر راننده تطبیق داده می‌شود و در صورت عدم تایید، کاربر راننده امکان استفاده از اپلیکیشن و پذیرفتن درخواست‌های سفر را نخواهد داشت.



امنیت سفر | همراهی در سفر

همراهی کاربران در طول سفر یکی از مهم‌ترین نقاط تمرکز اسنپ برای تضمین امنیت است. به‌منظور تسهیل این همراهی، ابزارهایی مانند «سرویس امنیت سفر» در اپ کاربران مسافر و راننده به‌طور جداگانه طراحی شده‌اند که امکانات مختلفی از جمله «برقراری ارتباط فوری با تیم امنیت سفر» و «اشتراک‌گذاری موقعیت مکانی لحظه‌ای» را در شرایط اضطراری به کاربران می‌دهند. همچنین، الگوریتم هوشمند «تشخیص انحراف از مسیر» به‌طور خودکار هر تغییر غیرعادی در زمان سفر را شناسایی می‌کند و قابلیت «تماس امن» شماره‌ی تلفن کاربران را پنهان می‌کند. این ابزارها آرامش خاطر را در طول سفر افزایش می‌دهند و به تامین امنیت هر ۲ گروه کاربران مسافر و راننده در سفر کمک می‌کنند.



۱ سرویس امنیت سفر

«سرویس امنیت سفر» در اپ کاربران مسافر و راننده مجموعه‌ای از امکانات کاربردی برای حفظ امنیت است؛ ابزاری که در شرایط اضطراری امکان ارتباط سریع با تیم امنیت سفر را فراهم می‌کند. کاربران راننده با انتخاب گزینه‌ی «گزارش اضطراری به تیم امنیت سفر» می‌توانند به تیم امنیت سفر اطلاع دهند که احساس ناامنی می‌کنند و و کاربران مسافر هم می‌توانند از بخش «احساس امنیت نمی‌کنم» از طریق تماس تلفنی یا استفاده از گزینه‌ی «نمی‌توانم صحبت کنم» تیم امنیت سفر را در جریان وضعیت سفر قرار دهند.



متوسط سهم تماس با امنیت سفر از تماس‌های ماهانه‌ی پشتیبانی
۱/۸۷٪



مجموع تماس‌های خروجی کارشناسان امنیت سفر با کاربران مسافر و راننده
۳۲۲,۵۹۱ تماس



مجموع تماس‌های ورودی کاربران مسافر و راننده با امنیت سفر
۲۶۲,۷۲۲ تماس

نمی‌توانم
صحبت کنم

میزان استفاده‌ی کاربران مسافر از گزینه‌ی
«نمی‌توانم صحبت کنم»

نسبت استفاده‌ی صحیح کاربران مسافر از گزینه‌ی «نمی‌توانم صحبت کنم»

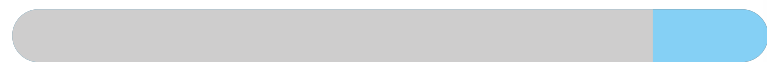


۱۸/۳% استفاده‌ی مرتبط ۸۱/۷% استفاده‌ی غیرمرتبط

گزارش اضطراری به
تیم امنیت سفر

میزان استفاده‌ی کاربران راننده از گزینه‌ی
«گزارش اضطراری به تیم امنیت سفر»

نسبت استفاده‌ی صحیح کاربران راننده از گزینه‌ی «گزارش اضطراری به تیم امنیت سفر»



۱۵/۸% استفاده‌ی مرتبط ۸۴/۲% استفاده‌ی غیرمرتبط

۲ انحراف از مسیر



تعداد سفرهای شناسایی‌شده
به دلیل انحراف از مسیر
۱,۳۶۸,۰۷۳ سفر

قابلیت «تشخیص انحراف از مسیر» الگوریتم هوشمندی است که می‌تواند تغییرات ناگهانی و غیرعادی در مسیر سفر را شناسایی کند. با این هشدار، تیم امنیت اسنپ وضعیت سفر را بررسی می‌کند.



تعداد کاربران دارای مخاطب اضطراری
۷۴۳,۷۳۴ کاربر

در ۱۴۰۴، امکان جدیدی با عنوان «مخاطب اضطراری» به مجموعه قابلیت‌های امنیت سفر افزوده شد. با استفاده از این قابلیت، کاربران می‌توانند نام و اطلاعات تماس فرد مورد اعتمادشان را در اپلیکیشن ثبت کنند، تا در شرایط اضطراری در صورتی که در دسترس نیستند، اسنپ بتواند با این فرد در ارتباط باشد. این قابلیت را می‌توان طوری تنظیم کرد که اطلاعات لحظه‌ای سفر به‌صورت خودکار برای مخاطب اضطراری ارسال شود.



سهم سفرهای به‌اشتراک گذاشته‌شده با
مخاطبان اضطراری از کل سفرها
۰/۰۹%

۴ تماس امن

با قابلیت «تماس امن» شماره‌ی تماس کاربر مسافر و راننده در زمان برقراری تماس تلفنی در طول سفر پنهان می‌شود و تماس بین ۲ کاربر از طریق یک شماره‌ی واسط انجام می‌شود. استفاده از این قابلیت برای کاربران رایگان است و هزینه‌های مربوط به آن را اسنپ می‌پردازد.



حساب‌های کاربری که تا پایان ۱۴۰۴

تماس امنِ فعال داشتند

۲,۸۸۳,۰۶۴ حساب کاربری



درصد کاربرانی که در ۱۴۰۴ تماس

امن را فعال کردند

۲۳%

امنیت سفر ا پشتیبانی پس از سفر

چرخه‌ی تامین امنیت سفر در اسنپ با رسیدن به مقصد به اتمام نمی‌رسد و پشتیبانی از کاربران پس از سفر هم ادامه دارد. سازوکارهای متعددی برای پیگیری، پاسخگویی و بررسی تجربه‌ی سفر کاربران در اسنپ وجود دارد؛ از پشتیبانی که ۲۴/۷ در دسترس و پاسخگوست، تا سیستم امتیازدهی دوطرفه در پایان سفر، بررسی گزارش‌های حاد از سوی تیم شکایات و پیگیری موارد نیازمند ارجاع به نهادهای قضایی و حمایت حقوقی. نظارت مداوم بر عملکرد کاربران راننده یکی از مهم‌ترین سازوکارهای اسنپ برای پیشگیری از تکرار تجربه‌های ناخوشایند است. این نظارت از طریق چند روال مشخص انجام می‌شود: امتیازدهی کاربران مسافر در پایان سفر، گزارش مستقیم کاربران درباره‌ی مشکلات احتمالی و بررسی مغایرت‌های هویتی یا اطلاعات خودروی راننده با داده‌های ثبت شده در اپ.

۱ پشتیبانی و شکایات

در صورتی‌که گزارش ثبت شده در پشتیبانی در دسته‌بندی موارد حاد و مرتبط با امنیت قرار بگیرد، پیگیری آن به تیم رسیدگی به شکایات حاد ارجاع می‌شود. این تیم، تا حصول نتیجه‌ی نهایی، کاربران را همراهی می‌کند. همچنین، در صورتی‌که کاربران مسافر و راننده قصد پیگیری قضایی داشته باشند می‌توانند از حمایت تیم حقوقی اسنپ در تمام مراحل بهره‌مند شوند.



گزارش‌هایی که با پیگیری تیم

«رسیدگی به شکایات حاد» حل شدند

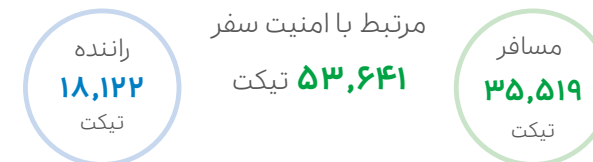
۳,۴۴۷ گزارش

۲ سیستم امتیازدهی دوطرفه

پایان هر سفر فرصتی برای کاربران مسافر و راننده وجود دارد تا تجربه‌ی سفرشان را با امتیازدهی، انتخاب نقاط مثبت و منفی و ثبت تیکت با پشتیبانی در میان بگذارند.



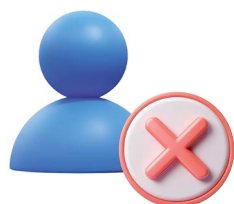
مجموع تیکت‌های پاسخ‌داده‌شده‌ی



تماس‌های خروجی برای پیگیری امتیاز ۱ در
نظرسنجی پایان سفر
۲,۱۸۸,۶۲۱ تماس

۳ سیستم پیگیری مغایرت کاربر راننده و خودرو

یکی از ویژگی‌های مهم اپ اسنپ نمایش مشخصات کاربر راننده و خودرو به مسافران است. در صورت دریافت گزارش مغایرت در هر کدام از این موارد، اقدامات لازم برای جلوگیری از سوءاستفاده‌های احتمالی از حساب کاربری انجام می‌شود.



سفرهای دارای گزارش
مغایرت راننده
۴۰۵,۸۶۶ سفر



سفرهای دارای گزارش
مغایرت خودرو
۳۰۰,۵۰۸ سفر



سفرهای لغوشده به
دلیل مغایرت مشخصات
خودرو یا راننده
۳۱۸,۵۶۲ سفر



کاربران راننده‌ای که به
دلیل مغایرت در اطلاعات
غیرفعال شدند
۱۱,۰۶۴ کاربر

۴ نظارت بر عملکرد کاربران راننده

عملکرد کاربران راننده بر مبنای بازخورد و گزارش‌های کاربران مسافر به‌طور مستمر بررسی می‌شود. در این روند، کاربران راننده ممکن است بر اساس عملکردشان به‌طور موقت یا دائم غیرفعال شوند. در صورت غیرفعالی موقت، کاربر راننده بر اساس مورد پیش‌آمده به روال‌هایی مثل آموزش مجدد قوانین، انجام تست اعتیاد، آزمون روانشناسی و مشاوره‌ی روانشناسی ارجاع داده می‌شود. هزینه‌ی انجام آزمون و مشاوره برای کاربران راننده‌ی اسنپ رایگان است. در صورت پشت سر گذاشتن مراحل تعیین‌شده حساب کاربری این افراد ممکن است برای یک بازه‌ی زمانی مشخص فعال شود تا فرصت افزایش امتیاز و بازگشت به ناوگان اسنپ را داشته باشند.



کاربران راننده‌ای که به دلیل نداشتن حد نصاب امتیاز به‌طور موقت غیرفعال شدند

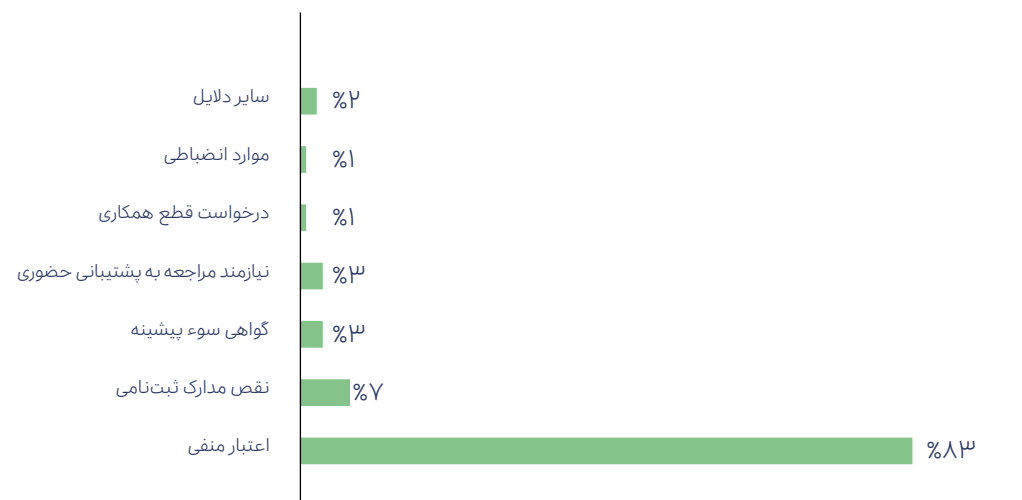
۱۲,۵۱۲ کاربر



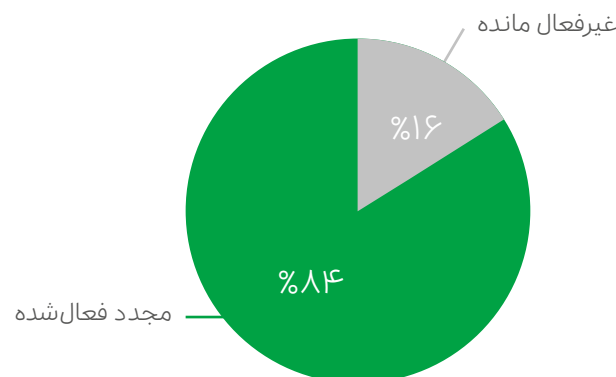
کاربران راننده‌ای که به‌طور موقت غیرفعال شدند

۲,۹۵۷,۶۵۹ کاربر

سهم هرکدام از دلایل غیرفعال شدن موقت کاربران راننده



وضعیت کابران راننده‌ی غیرفعال موقت





کاربران راننده‌ای که
غیرفعال دائم شدند
۳۳,۸۳۲ کاربر



کاربران راننده‌ای که به آموزش مجدد
ارجاع داده شدند
۶۱۴ کاربر



کاربران راننده‌ای که
به تست اعتیاد ارجاع داده شدند
۷۴۲ کاربر



کاربران راننده‌ای که در آزمون
روانشناسی شرکت کردند
۲۸,۵۰۰ کاربر

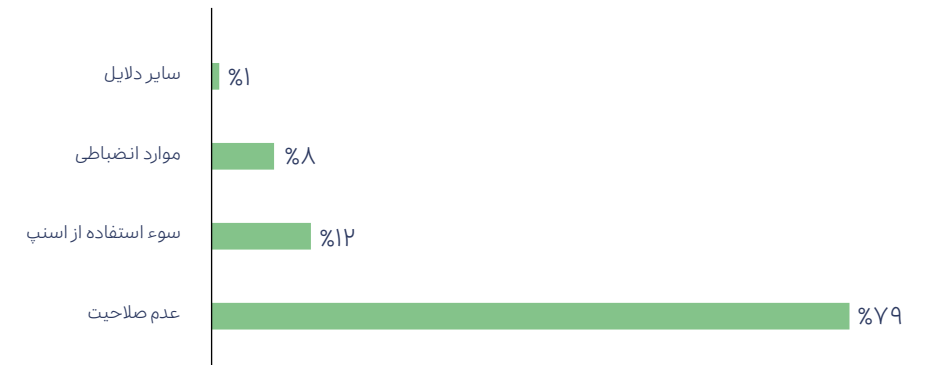


کاربران راننده‌ای که به مشاوره‌ی
روانشناسی ارجاع داده شدند
۲,۱۸۰ کاربر



مجموع ارزش آزمون و مشاوره‌ی
روانشناسی کاربران راننده
۶,۴۸۵,۸۴۰,۰۰۰ تومان

سهم هرکدام از دلایل غیرفعال شدن دائم کاربران راننده



🔍 آزمون روانشناسی برای کاربران راننده از ۱۴۰۰ آغاز شده و تا پایان ۱۴۰۴ حدود ۱۶۰,۰۰۰ کاربر راننده بر اساس بازخوردها به انجام این آزمون ارجاع داده شده‌اند.

اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی پشتیبانی

مرکز خدمات مشتریان؛ آماده‌ی شنیدن

مرکز خدمات مشتریان، همراه ۲۴ ساعته‌ی کاربران اسنپ، ۲ راه ارتباطی تماس تلفنی و ثبت تیکت را به‌طور تفکیک‌شده در اختیار کاربران مسافر و راننده قرار داده است. برای پاسخگویی مناسب به مشکلات کاربران، این خطوط ارتباطی شامل خطوط کاربر مسافر، کاربر راننده، امنیت سفر، سوالات عمومی، شکایات و درخواست خودرو می‌شود. در سال گذشته، برای بهبود تجربه‌ی کاربری، روند پاسخ‌دهی به تیکت‌ها بازنگری شد و فهرست مشکلات پُر تکرار به منوی اپ اضافه شد. در این بخش محتواهای مربوط به اطلاع‌رسانی و آموزش قرار دارد. با ایجاد این تغییر، تعداد تیکت‌های ثبت‌شده در پشتیبانی نسبت به سال گذشته کاهش پیدا کرد.



مجموع تماس‌های ورودی و خروجی
تماس **۳۵,۳۴۵,۵۳۳**



مجموع ساعات مکالمه‌ی
پشتیبانی با کاربران
ساعت **۸۰۵,۸۹۹**
↔ معادل حدود ۹۲ سال



تماس‌های خروجی پشتیبانی
تماس **۷,۲۷۸,۹۶۵**

📞 تعداد تماس‌های خروجی پشتیبانی نسبت به سال گذشته حدود ۶/۲٪ افزایش یافته است.



تماس‌های ورودی کاربران
تماس **۲۸,۰۶۶,۵۶۸**

۲۸٪ کاربر راننده ۷۲٪ کاربر مسافر



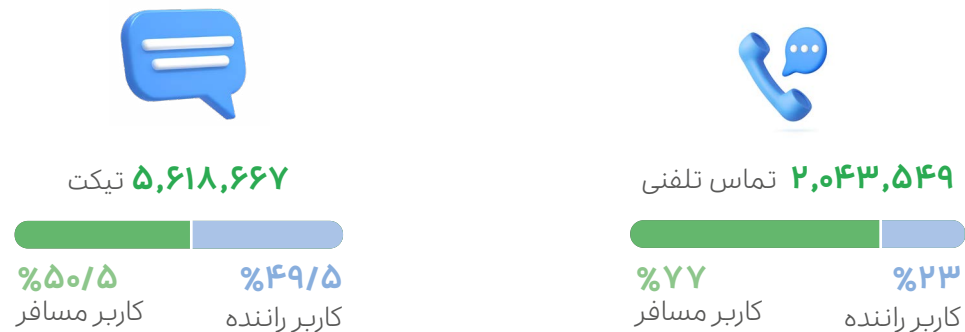
مجموع تیکت‌های دریافتی
تیکت **۲۳,۰۳۰,۰۰۰**

سهم کاربران از تیکت‌های دریافتی
۶۸٪ کاربر راننده ۳۲٪ کاربر مسافر



میانگین زمان مکالمه با کاربران
۱ دقیقه و ۴۲ ثانیه

شکایات ثبت‌شده* در پشتیبانی



درصد شکایات ثبت‌شده
نسبت به تعداد سفرها
۰/۵%



۴/۵ از ۵

میزان رضایت کاربران از پشتیبانی*

شایع‌ترین موضوعات ارتباط با پشتیبانی



- کاربر مسافر

 - تقدیر از کاربر راننده
 - پیگیری اشیاء جامانده
 - درخواست تغییر در وضعیت سفر
- کاربر راننده

 - درخواست تغییر در وضعیت سفر
 - پیگیری واریز به حساب بانکی
 - سوال در مورد کمیسیون سفر

طرح‌های تشویقی

ارزش طرح‌های تشویقی

۷,۶۰۱,۹۵۶,۴۳۵,۷۵۴ تومان



تخفیف دریافت‌شده
۱۱۴,۸۴۵,۹۷۱,۵۶۹ تومان



خدمات استفاده‌شده در باشگاه رانندگان اسنپ
۹۶۴,۳۰۳ خدمت



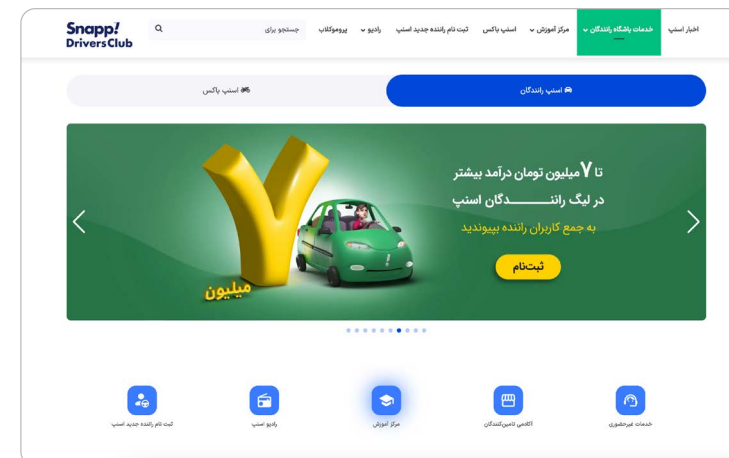
ارزش وام‌های اعطاشده به کاربران راننده
۴۳,۷۲۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان

اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی ۱ باشگاه رانندگان

باشگاه رانندگان؛ رانندگی و برانندگی

باشگاه رانندگان اسنپ با هدف همراهی، پشتیبانی و ارتباط با کاربران راننده، برای ایجاد تجربه‌ای متفاوت از رانندگی در ناوگان اسنپ ایجاد شده است. خدمات اصلی باشگاه رانندگان شامل خدمات خودرویی، رفاهی، درمانی و آموزشی و تفریحی است که هر سال متناسب با نیازهای آن‌ها ارائه می‌شود. اسنپ کارفیکس، برای سهولت دسترسی کاربران راننده به انواع خدمات خودرویی از دیگر بخش‌های فعال باشگاه رانندگان است تا در کنار طرح‌های تشویقی و تخفیف‌ها مزیت‌های رقابتی برای کاربران ایجاد کند. «لیگ رانندگان» هم مزایایی بیش از تسهیلات معمول را در اختیار کاربران راننده قرار می‌دهد.



باشگاه رانندگان | اسنپ کارفیکس

Snapp!
CarFix

سرویس کارفیکس برای سهولت دسترسی کاربران راننده به انواع خدمات خودرویی (روغن موتور، لوازم یدکی خودرو، تایر، کارواش، باتری خودرو و شارژ کولر) با قیمت و تخفیف‌های مناسب ارائه شده است.



میزان صرفه‌جویی در هزینه‌ی کاربران راننده
با دریافت تخفیف‌ها
۸۸,۱۰۵,۶۳۰,۱۵۴ تومان



تعداد مراکز ارائه‌دهنده‌ی خدمات
کارفیکس
۱,۰۲۴ مرکز



باشگاه رانندگان | اسنپ کاری

میزان تخفیف ارائه‌شده به
کاربران راننده
۱۱,۹۴۵,۱۱۰,۱۹۴ تومان



تعداد خدمات فروخته‌شده
۲,۶۸۴,۷۹۲ خدمت



باشگاه رانندگان | تلکام



تعداد خدمات فروخته‌شده
اینترنت و شارژ
۶۱۷,۱۹۷ خدمت

باشگاه رانندگان | اسنپ بیمه



تعداد بیمه‌ی فروخته‌شده
۲۶۲,۰۰۰ عدد

باشگاه رانندگان | اسنپ شاپ



تعداد خدمات فروخته‌شده
۱۷۸,۵۱۷ خدمت

باشگاه رانندگان ۱ لیگ

کاربران راننده‌ی اسنپ با توجه به سفرهای ماه گذشته‌ی خود وارد لیگ رانندگان می‌شوند و در یکی از سطوح کاپیتان، برتر، طلایی، نقره‌ای و سبز قرار می‌گیرند. با ورود به هر کدام از این سطح‌ها، کاربران راننده از جوایز و مزایایی بیش از تسهیلات معمول باشگاه رانندگان بهره‌مند می‌شوند.

کاربران فعال در لیگ

۱,۳۱۴,۰۰۰ نفر در ۸ شهر

مجموع ارزش جوایز دریافتی کاربران
راننده‌ی موفق در هر سطح
۳۹۲,۳۵۳,۵۰۰,۰۰۰ تومان



جوایز و مزایای لیگ برتر در هر سطح

سطح کاپیتان



◆ ۴,۰۰۰,۰۰۰ تومان جایزه‌ی نقدی

◆ به علاوه‌ی تمام جوایز سطح برتر

سطح برتر



◆ ۱,۵۰۰,۰۰۰ تومان جایزه‌ی نقدی

◆ ۱,۰۰۰,۰۰۰ تومان بن خرید از اسنپ‌شاپ

◆ استعلام خلافی به‌صورت رایگان

سطح طلایی



◆ ۲۵۰,۰۰۰ تومان جایزه‌ی نقدی

◆ ۵۰۰,۰۰۰ تومان بن خرید از اسنپ‌شاپ

◆ استعلام خلافی به‌صورت رایگان

سطح نقره‌ای



◆ ۲۵۰,۰۰۰ تومان بن خرید از اسنپ‌شاپ

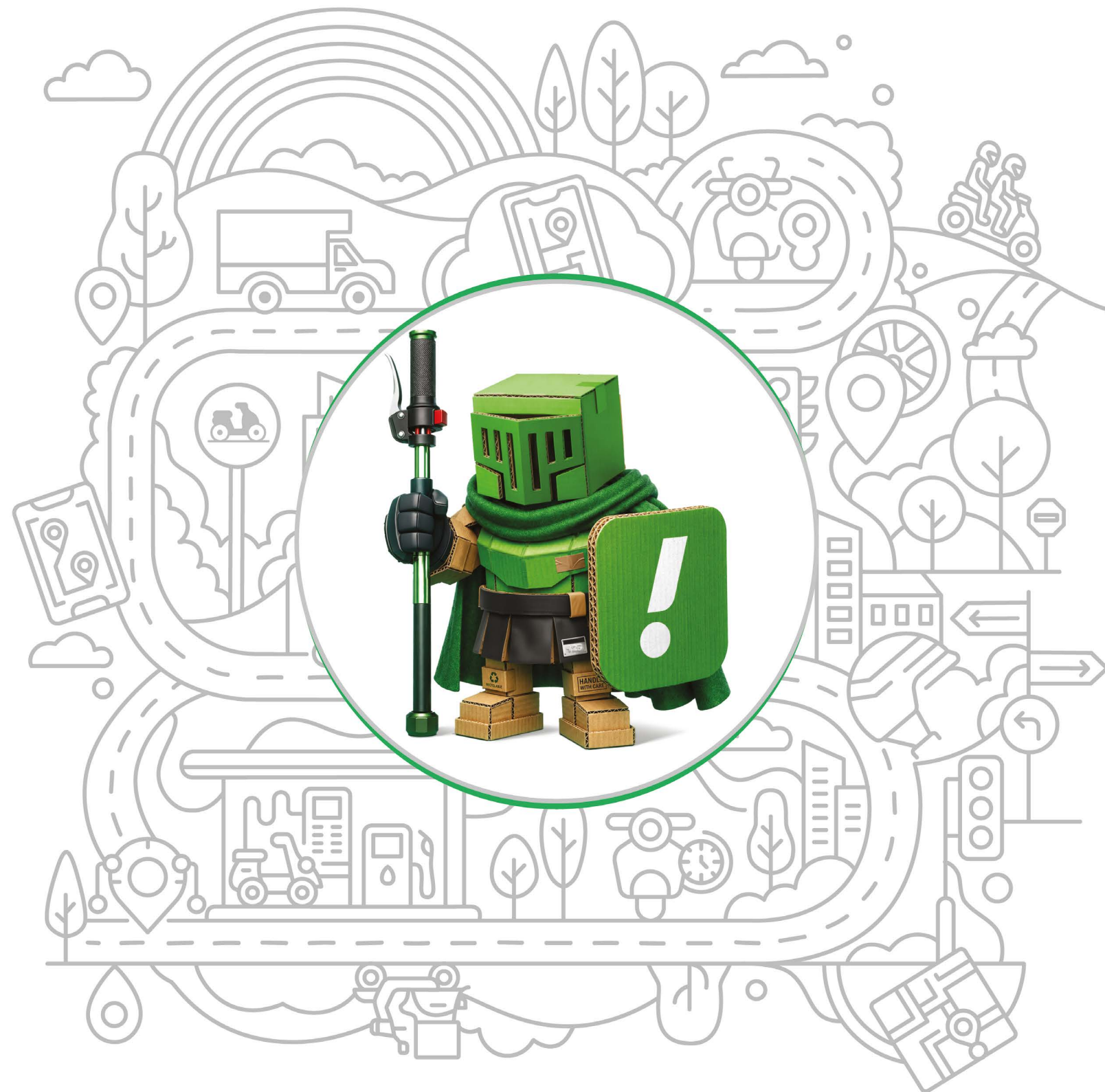
Snapp!
DriversClub

اسنپ‌باکس؛ راهکار ارسال هر بار

اسنپ‌باکس، سرویس ارسال اسنپ، یک پلتفرم جامع برای جابه‌جایی و ارسال مرسولات است که در شرایط مختلف، از جمله روزهای پرچالش و ناپایدار، تلاش می‌کند امکان ارسال سریع، مطمئن و در دسترس را برای کاربران و کسب‌وکارها فراهم کند. این خدمات با هدف ساده‌سازی فرآیند ارسال بار و بسته طراحی شده و شامل انواع پیک (بدون جعبه، با جعبه و پیک اقتصادی)، وانت سبک و سنگین و همچنین خدمات اسباب‌کشی است.

اسنپ‌باکس این امکان را فراهم می‌کند که کاربران بتوانند چند بسته را به‌صورت هم‌زمان به مقصدهای مختلف ارسال کنند و در تمام مراحل، وضعیت مرسوله را به‌صورت لحظه‌ای پیگیری کنند. همچنین قابلیت «پرداخت امن» به ایجاد تجربه‌ای مطمئن‌تر در خرید و فروش کالا کمک می‌کند؛ به این صورت که فروشنده می‌تواند کالا را ارسال کند و خریدار هنگام دریافت، هزینه را از طریق اپلیکیشن اسنپ‌باکس پرداخت می‌کند.

در ۱۴۰۳، اسنپ‌باکس سرویس کارباکس (حمل مرسوله با سواری) را در برخی شهرها به‌طور آزمایشی آغاز کرد و این سرویس در ۱۴۰۴ به ۱۳ شهر رسید. در ۱۴۰۴، امکان بیمه‌ی جبران خسارت تا سقف ۵۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان (در صورت سفارش مستقیم از اپلیکیشن اختصاصی اسنپ‌باکس) افزایش پیدا کرد. همچنین سرویس اسباب‌کشی پوشش بیمه‌ای ۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومانی را در نظر گرفت.





ایستادگی در دل بیم و امید

۱۴۰۴ سالی فوق‌العاده سخت برای همه‌ی کسب‌وکارهایی بود که با بیم و امید در انتظار گشایش اقتصاد ملی نشسته بودند. با این حال، جنگ ۱۲ روزه در بهار و آغاز جنگ رمضان بدون دورنمایی از اتمام و تثبیت شرایط در زمستان، آزمونی سخت را پیش پای هر کسب‌وکاری قرار داد.

عدم دسترسی به اینترنت بین‌الملل، تغییر شکل و ظرفیت بازار و کاهش حجم ریالی تراکنش‌ها از اصلی‌ترین تهدیداتی بود که اکوسیستم اقتصاد دیجیتال را با بحران مواجه کرد. تلاش برای پایداری سرویس، حفظ زیرساخت‌های سخت‌افزاری و ارتقای امنیت شبکه در برابر حملات سایبری، از مهم‌ترین عوامل تداوم سرویس ما در این شرایط بود.

با این حال، تجربیات به‌دست‌آمده از جنگ ۱۲ روزه و به‌کارگیری آن‌ها در آغاز جنگ رمضان، موجب شد اسنپ‌باکس ضمن حفظ پایداری، به‌تدریج به سمت بازیابی حرکت کند. این موضوع حاصل همدلی و هماهنگی تمامی همکاران بود. به آینده امیدواریم، چراکه «چیزی که تو را نکشد، قوی‌ترت می‌کند».



کسری صادقی‌زاده

مدیرعامل اسنپ‌باکس

جنگ ۳۹ روزه؛ پیامدها و اقدامات

تاثیر بر کسب‌وکار



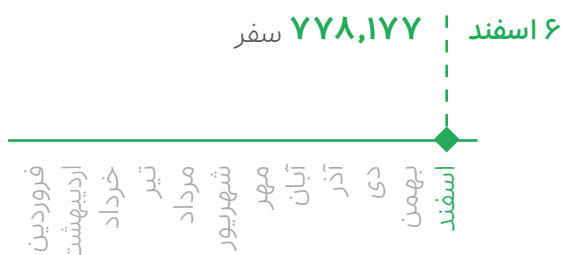
کاهش حدود ۳۷ درصدی
درخواست‌ها نسبت به پیش‌بینی‌ها



عملکرد



مجموع رکورد روزانه‌ی سفرها در همه‌ی سرویس‌ها*



مجموع سفرها

۱۷۴,۱۱۶,۰۳۵ سفر

۱۶/۴٪

رشد رکورد سالانه‌ی سفرها نسبت به سال گذشته



جنگ ۳۹ روزه؛ پیامدها و اقدامات



اقدامات حمایتی



راه‌اندازی و فعال‌سازی سیستم «قدردانی از کاربران موتورسوار» با هدف قدردانی از کاربران فعال در شرایط جنگی



حفظ و تداوم همکاری با کاربران سازمانی (کسب‌وکارها) از طریق حمایت مالی

کاربر

کاربر | مشتری

تعداد کل کاربران مشتری
۳۸,۷۹۷,۸۲۲
 حساب کاربری



تعداد کاربران مشتری فعال
۹,۵۵۶,۷۳۹
 حساب کاربری

کاربر | سازمانی*

سهم کسب و کارها از کل
 کاربران مشتری
۳۳/۶%



سهم سفرهای کسب و کارها
 از کل سفرها
۸۳%

کاربر | راننده

تعداد کاربران راننده
۲,۵۲۷,۰۱۴
 کاربر



تعداد کاربران راننده فعال
۹۷۰,۳۰۲
 کاربر

سهم سفرهای کسب و کارها از کل سفرهای وانت
۷۹/۲%

سهم کسب و کارها از کل کاربران مشتری وانت
۳۱/۷%

رفتار کاربر

کاربر | مشتری

مجموع مسافت طی شده
۸۶۸,۷۰۹,۸۹۱ کیلومتر
 معادل حدود ۲۸۰,۰۰۰ مرتبه
 رفت و برگشت از بندر انزلی
 به جزیره ی هرمز



سفرهای انجام شده
 بعد از ساعت ۱۲ شب
۵۹۷,۴۴۴ سفر

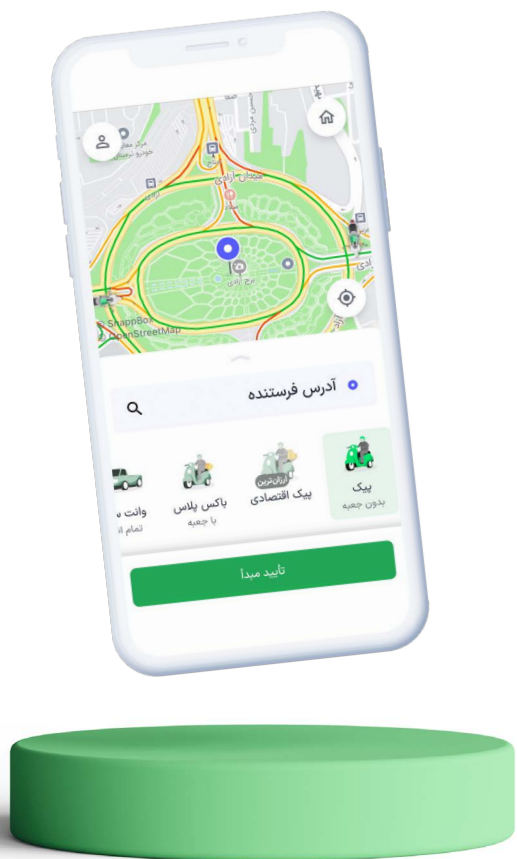
کاربر | راننده

فعال ترین کاربر راننده
۱۴,۷۹۱ سفر | آقای م.

اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی اپ

- رونمایی و عرضه‌ی سرویس «بایک پلاس» (ویژه‌ی مسافر با موتورهای باکیفیت) در تهران، مشهد، شیراز و اصفهان
- راه‌اندازی قابلیت «قدردانی از راننده»
- عرضه‌ی سرویس «ارسال به صرفه»، به‌طور محدود برای کسب‌وکارهای خاص
- عرضه‌ی سرویس «پیک با جعبه» در ۱۳ استان جدید (خوزستان، اردبیل، گیلان، اصفهان، البرز، هرمزگان، خراسان رضوی، مازندران، قم، فارس، آذربایجان شرقی، تهران، آذربایجان غربی)



اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی پشتیبانی



مجموع ساعات مکالمه‌ی پشتیبانی با کاربران
۲۱۹,۰۰۰ ساعت
 معادل حدود ۲۵ سال

نسبت تماس‌های پاسخ داده‌شده
۸۶%

میانگین زمان انتظار برای پاسخگویی
۱ دقیقه



مجموع تماس‌های ورودی و خروجی
۸,۶۸۷,۶۵۷ تماس

نسبت تماس‌های ورودی کاربران
۶۸% کاربر راننده
۳۲% کاربر مشتری

میانگین زمان مکالمه با کاربران
۱ دقیقه و ۵۰ ثانیه

مجموع تیکت‌ها

۴,۹۳۵,۱۸۲ تیکت



شایع‌ترین موضوعات ارتباط با پشتیبانی

کاربر راننده

- سوال درباره‌ی اطلاعات سفر
- سوال یا پیگیری پاداش
- درخواست لغو سفر



کاربر مشتری

- اطلاع و پیگیری وضعیت سفر
- تغییرات در وضعیت سفر
- بررسی نحوه‌ی پرداخت



درصد شکایات ثبت‌شده
نسبت به تعداد سفرها

۰/۰۵%



۴/۵۲ از ۵

میزان رضایت کاربران از پشتیبانی

جبران خسارت با بیمه‌ی اسنپ باکس

تمام مرسوله‌های اسنپ باکس (پیک، وانت و اسباب‌کشی) شامل بیمه‌ی جبران خسارت می‌شوند. بیمه‌ی جبران خسارت به بسته‌هایی تعلق می‌گیرد که شرایط و قوانین اسنپ باکس در ارسال آن‌ها رعایت شده باشد. اسنپ باکس، در صورت صحت مستندات ارائه‌شده از سوی کاربر، شکایت موردنظر را برای پرداخت خسارت به شرکت صادرکننده‌ی بیمه ارسال می‌کند و جبران خسارت انجام می‌شود.

موارد جبران خسارت‌شده
مورد ۴,۴۱۳

پوشش بیمه در سرویس
اسباب‌کشی
۲,۰۰۸,۸۰۸,۵۴۰ تومان



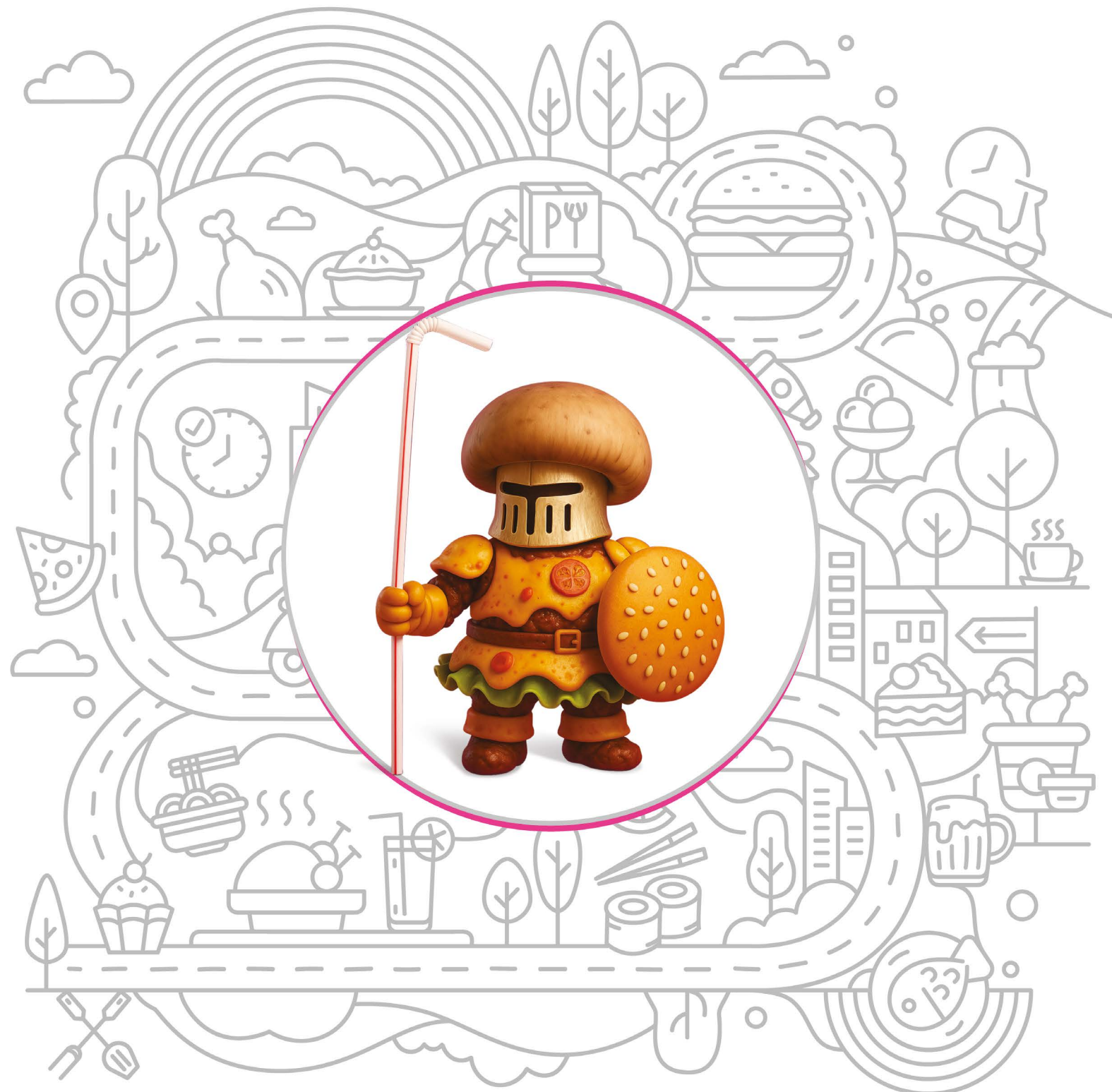
مبلغ پرداخت‌شده از سوی
اسنپ باکس بابت جبران خسارت
۲۲,۳۸۷,۶۰۰,۹۰۵ تومان

نسبت سفرهای
خسارت‌دیده در سرویس
اسباب‌کشی به کل سفرها
۰/۰۵%

🔒 پوشش بیمه‌ی بار در سرویس اسباب‌کشی ۵۰,۰۰۰,۰۰۰ یا ۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان بنابر ارزش اثاثیه است.

اسنپ‌فود؛ به میل کاربران

اسنپ‌فود اولین استارت‌آپی بود که به هسته‌ی اصلی کسب‌وکار اسنپ پیوست و در سال‌های اخیر جایگاه دومین سرویس محبوب کاربران سوپر اپ را حفظ کرده است. در شرایطی که کشور با وضعیت جنگی و چالش‌های ناشی از آن روبه‌رو بود اسنپ‌فود تلاش کرد با حفظ پایداری خدمات نقش مهمی در تامین نیازهای روزمره‌ی کاربران ایفا کند. در حال حاضر، اسنپ‌فود خدمات متعددی را به بیش از ۳۷,۰۰۰,۰۰۰ کاربر ارائه می‌دهد و با وجود محدودیت‌ها و شرایط خاص، گسترش پوشش جغرافیایی این سرویس در سراسر ایران همچنان ادامه دارد. امکان سفارش و پیش‌سفارش از رستوران‌ها، کافه‌ها، نانوائی‌ها، میوه‌فروشی‌ها، شیرینی‌فروشی‌ها، آجیل‌فروشی‌ها، فروشگاه‌های مواد پروتئینی و لبنیات و همچنین سفارش آنلاین گل و گیاه، محصولات آرایشی و بهداشتی و ... از جمله خدماتی هستند که در این دوره نیز در دسترس کاربران بودند. در میان این سرویس‌ها، سفارش از رستوران‌ها همچنان پُر کاربردترین بخش اسنپ‌فود است که حتی در شرایط جنگی، با ارائه‌ی تخفیف‌ها و پیشنهادهای ویژه، تلاش می‌کرد دسترسی به غذای آماده را برای کاربران آسان‌تر کند. سیستم نظرسنجی و امتیازدهی فعال در تمامی سرویس‌ها نیز به کاربران کمک می‌کند انتخاب بهتری داشته باشند و در عین حال به بهبود کیفیت خدمات ارائه‌دهندگان کمک می‌کند.



”

زنجیره‌ای که با همکاری برقرار ماند

سال گذشته، برای اسنپ‌فود و برای کشور، سالی پرچالش همراه با رخدادهای پیش‌بینی‌ناپذیر بود؛ شرایطی که بیش از هر زمان دیگری اهمیت تاب‌آوری سازمانی، آمادگی عملیاتی و مسئولیت‌پذیری را آشکار کرد. در چنین فضایی، اولویت اصلی ما حفظ پایداری خدمات و ایجاد اطمینان برای میلیون‌ها کاربری بود که اسنپ‌فود را بخشی از زندگی روزمره‌ی خود می‌دانند؛ تلاشی که بدون همراهی شرکای تجاری، ناوگان ارسال و همکاران‌مان ممکن نبود.

هم‌زمان با عبور از این دوره، توسعه‌ی زیرساخت‌های فنی و تقویت فرآیندهای عملیاتی نیز با هدف حفظ مسیر رشد پایدار ادامه یافت. نتیجه‌ی این تلاش جمعی، در گسترش خدمات، بهبود تجربه‌ی کاربری و توسعه‌ی پوشش جغرافیایی نمود پیدا کرد؛ مسیری که با اتکا به همکاری فروشگاه‌ها، کاربران و تیم‌های مختلف اسنپ‌فود شکل گرفت.

باور داریم عملکرد سازمان‌ها در روزهای دشوار معیار واقعی سنجش موفقیت آن‌هاست. بر همین اساس، در سال پیش‌رو نیز متعهد خواهیم ماند که با بهبود مستمر خدمات و تجربه‌ی ذی‌نفعان این مسیر را با مسئولیت‌پذیری و نگاه بلندمدت ادامه دهیم.

“



مهراد عبدالرزاق
رئیس هیئت‌مدیره

و سعید لطفی
مدیرعامل اسنپ‌فود

جنگ ۱۲ روزه؛ پیامدها و اقدامات

اقدامات حمایتی



تخصیص اعتبار تبلیغات
رایگان در اپ
۲۶,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان
برای حمایت از
کسب‌وکارهای آسیب‌دیده

فعال‌سازی رایگان اشتراک
فودپرو
۴۵۰,۰۰۰ کاربر

جنگ ۳۹ روزه؛ پیامدها و اقدامات

اقدامات حمایتی



- ارائه‌ی **راهکارهای تکمیلی برای موقعیت‌یابی** ناوگان ارسال در شرایط اختلال موقعیت‌یابی (GPS)
- **افزایش دستمزد شبکه‌ی ارسال** (بدون افزایش هزینه‌ی ارسال برای مشتری)
- **کاهش هزینه‌های بازاریابی** فروشگاه‌ها روی پلتفرم جهت حفظ عملکرد طی روزهای جنگ

جنگ ۳۹ روزه؛ پیامدها و اقدامات

تاثیر بر کسب‌وکار



کاهش تراکنش‌های
اسنپ‌فود
۴۰ تا ۶۰٪

● کاهش فعالیت
فروشگاه‌ها و ناوگان ارسال
به دلیل به خطر افتادن
امنیت آن‌ها

کاربر

کاربر را راننده

تعداد کاربران راننده‌ی فعال

۲۴۷,۷۵۳

کاربر



کاربر را مشتری

تعداد کل کاربران مشتری

۳۷,۷۰۳,۲۸۱

حساب کاربری



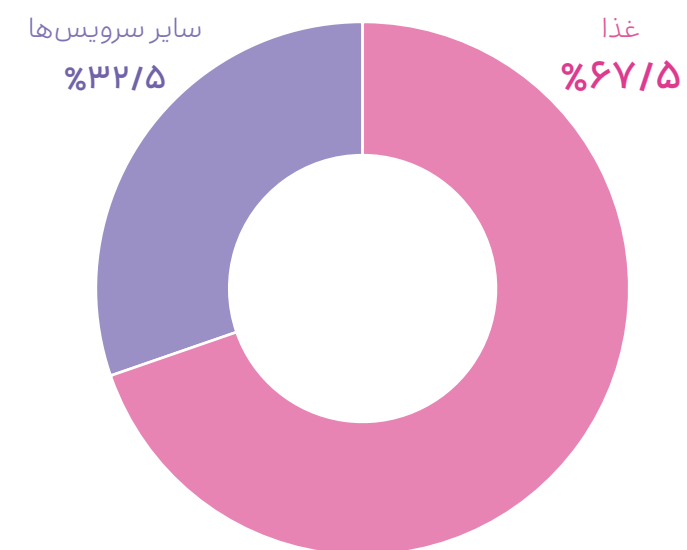
تعداد کاربران مشتری فعال

۹,۲۱۶,۰۹۸

حساب کاربری

عملکرد

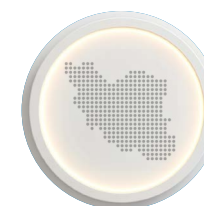
سهم سفارش کاربران از سرویس‌های اسنپ‌فود



شهرهای محل فعالیت

۲۶۲

شهر بزرگ و کوچک





میزان پروتئین
سفارش داده شده



میزان میوه و سبزیجات
سفارش داده شده



تعداد نان
سفارش داده شده



محبوب ترین سرویس

سلامت و زیبایی



۵۴/۶۷ از ۵



نعداد کدهای تخفیف استفاده شده از سوی کاربران در سفارش‌ها



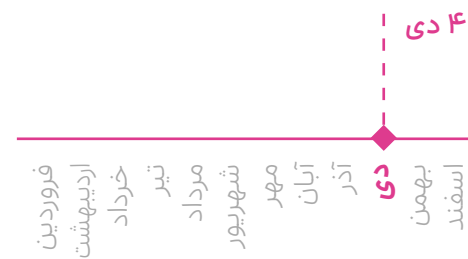
رکورد سفارش گل



رکورد سفارش شیرینی

رفتار کاربر

پُر سفارش ترین روز



این رکورد در اولین پنجشنبه بعد از شب یلدا ثبت شده است.

رکورد سفارش گل

رکورد سفارش شیرینی

بزرگ‌ترین و گران‌ترین سبد خرید در یک سفارش

۱,۶۶۰ قلم

محصول	تعداد
چلو جوجکوبیده	۲۷۰ عدد
زرشک پلو با مرغ	۱۰۰ عدد
چلو کباب کوبیده	۵۰ عدد
چلو کباب دیگی	۵۰ عدد
مرغ ماسالای هندی با برنج	۵۰ عدد
چلو جوجه کباب ترش	۳۰ عدد
چلو جوجه کباب (ران)	۲۰ عدد
چلو خورشت واویشکا	۲۰ عدد
عدس پلو	۱۰ عدد
ماست و خیار	۴۶۰ عدد
قاشق و چنگال	۶۰۰ عدد

مبلغ کل

۱۹۸,۴۶۸,۰۵۴ تومان



رکورددار سفارش

۲,۶۴۹,۶۶۶,۸۶۰ تومان

۱,۰۲۵ سفارش

۳ غذای محبوب



پیتزای آمریکایی



جوجه کباب



کباب



محبوب‌ترین میوه و سبزیجات

گوجه‌فرنگی



محبوب‌ترین شیرینی

زولبیا و بامیه



محبوب‌ترین خشکبار

آجیل مخلوط



محبوب‌ترین نان

سنگک



محبوب‌ترین محصول پروتئینی

سینه‌ی مرغ بدون استخوان



محبوب‌ترین محصول عطاری

زردچوبه



محبوب‌ترین محصول لبنیات

ماست پُر چرب



محبوب‌ترین گل

گل رُز هلندی قرمز



محبوب‌ترین سفارش از کافه

لته

اقدامات عملیاتی

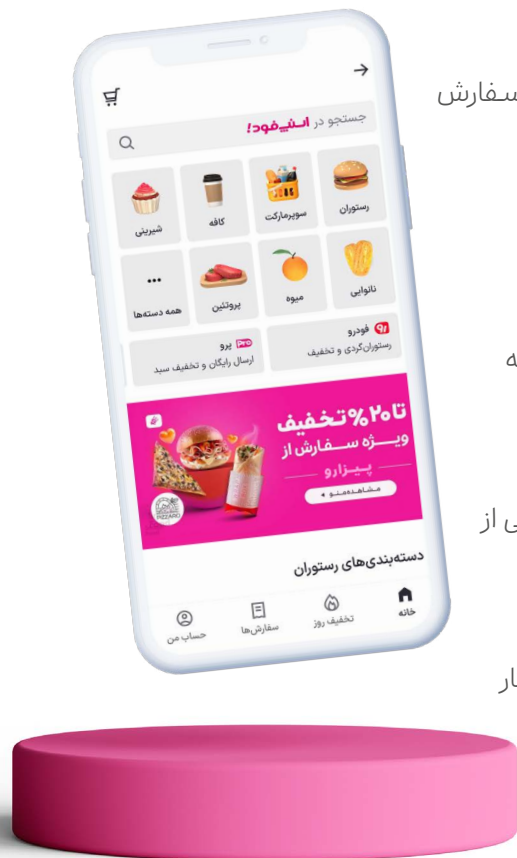
اقدامات عملیاتی | اپ

کاربر مشتری

- معرفی «تخفیف داغ» برای دسترسی آسان به همه‌ی تخفیف‌ها
- بهبود تجربه‌ی کاربری در فعال‌سازی پرو
- معرفی ویژگی «شکار» برای خرید با تخفیف بیشتر در اولین سفارش از رستوران‌های منتخب
- امکان پرداخت از سرویس اعتباری اسنپ‌پی
- امکان پرداخت مستقیم با پشتیبانی از ۱۳ بانک
- امکان سفارش گروهی
- معرفی «تحويل فوری» برای ارسال سفارش‌های زیر ۳۰ دقیقه

کاربر فروشنده

- بهینه‌سازی پلتفرم «فودپارتنر» برای رفع مشکلات اعلامی از فروشندگان
- قابلیت ساخت کمپین و تبلیغات توسط فروشگاه همکار
- طراحی و اجرای گزارش‌های تحلیل عملکرد فروشگاه همکار
- برای بهبود عملکرد



اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی | ارسال



مجموع مسافت طی‌شده برای ارسال سفارش‌ها

۲۴۵,۵۶۰,۵۰۴ کیلومتر

↔ معادل حدود ۷۹,۰۰۰ مرتبه رفت‌وبرگشت از بندر انزلی به جزیره‌ی هرمز

شایع‌ترین موضوعات ارتباط با پشتیبانی

- لغو سفارش
- پیگیری وضعیت سفارش



۴/۶۸ از ۵

میزان رضایت کاربران از پشتیبانی

🗣️ اقدامات عملیاتی

| اقدامات عملیاتی پشتیبانی |



مجموع ساعات مکالمه‌ی
پشتیبانی با کاربران
۷۹,۳۷۴ ساعت
↔ معادل حدود ۹ سال



مجموع تماس‌های
ورودی و خروجی
۶,۳۸۰,۱۲۲ تماس



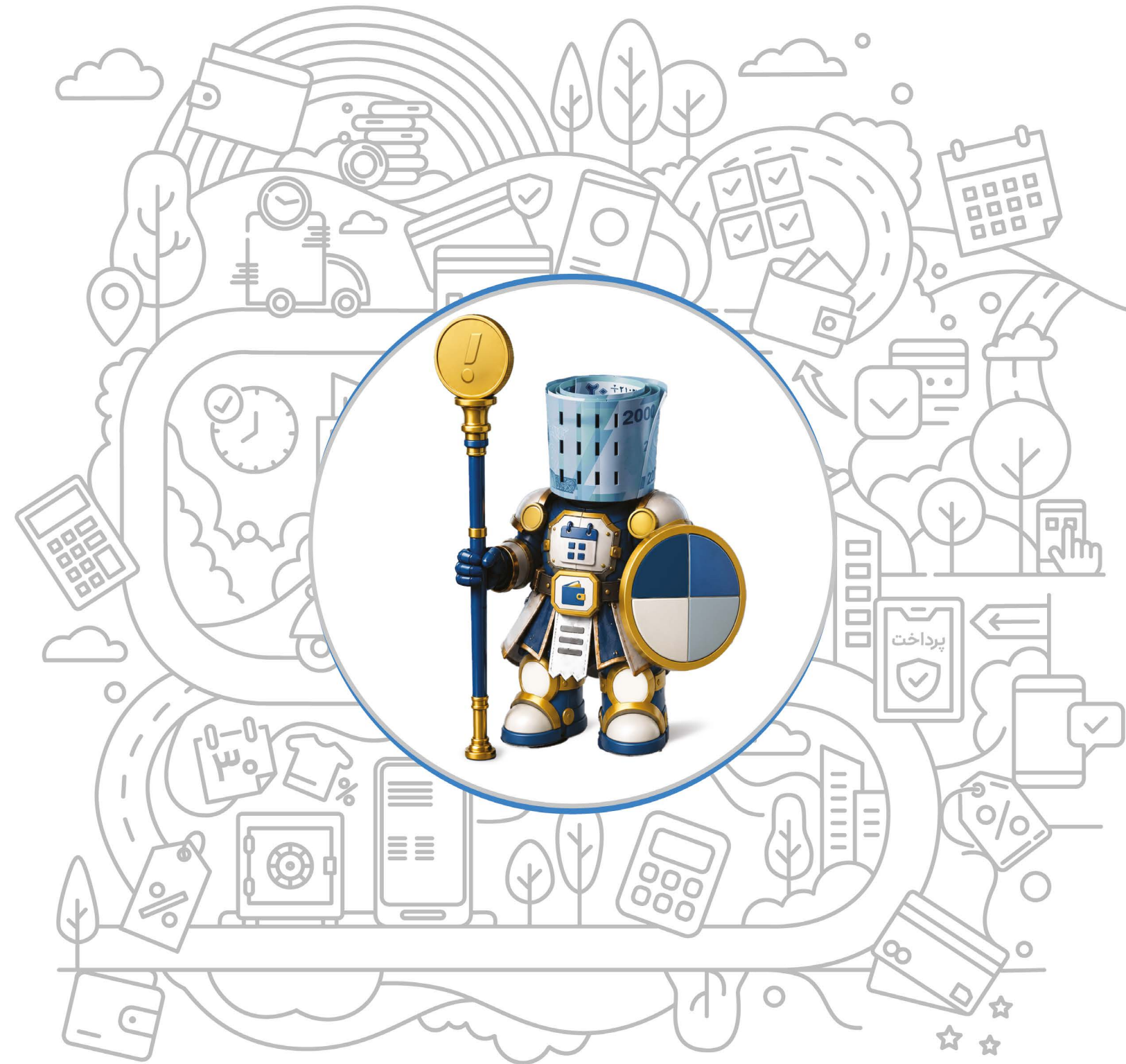
مجموع تیکت‌ها و چت‌های
ثبت‌شده
۱۵,۳۲۳,۸۵۵ تیکت و چت



میانگین زمان مکالمه با کاربران
۴۴ ثانیه
میانگین زمان انتظار برای پاسخگویی
۱ دقیقه و **۱۸** ثانیه

اسنپ پی؛ فراتر از اعتبار

اسنپ پی از ۱۳۹۹، با ارائه‌ی خدمات اعتباری، برای نخستین بار مدل «الان بخر، بعداً پرداخت کن» را در اختیار کاربران قرار داد. این مسیر با تمرکز بر افزایش قدرت خرید کاربران آغاز شد و در ادامه با توسعه‌ی نیازهای کاربران و تحول الگوهای مصرف گسترش یافت. امروز خدمات اسنپ پی در ۳ لایه توسعه یافته‌اند: خدمات اعتباری (شامل اعتبار ماهانه، اعتبار ۴ قسطه، اعتبار بانکی، خرید حضوری، فروشگاه‌های شبکه‌های اجتماعی و اعتبار سازمانی)، خدمات پرداخت و مدیریت منابع مالی (شامل کیف پول، کیف پول سودآور، بازگشت وجه، کارت هدیه، بن کارت و اسنپ سرمایه) و راهکارهای رشد کسب و کارها (شامل زیرساخت‌های توسعه‌ی فروش). این مسیر توسعه، اسنپ پی را از یک سرویس اعتباری به مجموعه‌ای از خدمات مالی، پرداختی و تجاری تبدیل کرده است؛ زیرساختی که امکان استفاده‌ی یکپارچه از اعتبار، پرداخت و خدمات مالی را در بخش‌های مختلف فراهم کرده است.





اسنپ‌پی؛ حفظ جریان بازار در سال بحران

اکوسیستم خرده‌فروشی آنلاین ایران، در سالی که گذشت، از دل طوفان‌های متعددی عبور کرد؛ از جنگ و بحران‌های داخلی تا قطعی گسترده‌ی اینترنت. این شرایط، هم توان خرید کاربران را تحت فشار قرار داد و هم نفس کسب‌وکارها را به شماره انداخت. در چنین فضایی، تمرکز ما بر تداوم ارائه‌ی سرویس به فروشگاه‌ها و تسهیل دسترسی کاربران به اعتبار بود؛ تلاشی برای آنکه اسنپ‌پی به سپر حفاظتی بازار تبدیل شود. ثبت رکورد بیش از ۶۵۰،۰۰۰ سفارش ۴قسطه، تنها در روز جمعه ۷ آذر، فقط یک عدد نبود؛ نشانه‌ای بود از تداوم جریان تقاضا و زنده ماندن امید در بازار. ما در اسنپ‌پی بقا را مفهومی دوطرفه می‌دانیم؛ حفظ هم‌زمان پایداری کسب‌وکارها و قدرت خرید کاربران. به همین دلیل، اسنپ‌پی را فراتر از یک ابزار مالی تعریف کرده‌ایم؛ راهکاری که در روزهای عادی، موتور رشد فروشگاه‌ها و افزایش قدرت خرید کاربران است و در روزهای بحرانی، ابزاری قابل اتکا برای تداوم و بقا.



مجید حسامی

مدیرعامل اسنپ‌پی و اسنپ‌بیمه

جنگ ۱۲ روزه؛ پیامدها و اقدامات

اقدامات حمایتی



تمدید مهلت بازپرداخت اقساط

جنگ ۳۹ روزه؛ پیامدها و اقدامات

تاثیر بر کسب‌وکار



در بازه‌ی جنگ ۳۹ روزه تغییر محسوسی در سبد خرید کاربران اسنپ‌پی با کاهش خرید کالاهای غیرضروری رخ داد. در این بازه کاربران خریدهای غیرضروری خود را به تعویق انداختند.

۵۴%

کاهش خرید در
دسته‌بندی کالاهای دیجیتال



۴۲%

کاهش خرید در
دسته‌بندی پوشاک



۵۴%

کاهش سفارش‌های روزانه‌ی
سرویس اعتباری ۴ قسطه



۵۶%

کاهش سفارش‌های روزانه‌ی
سرویس اعتبار ماهانه



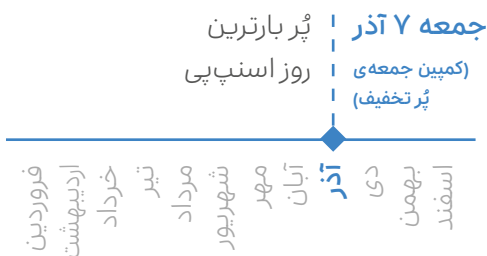
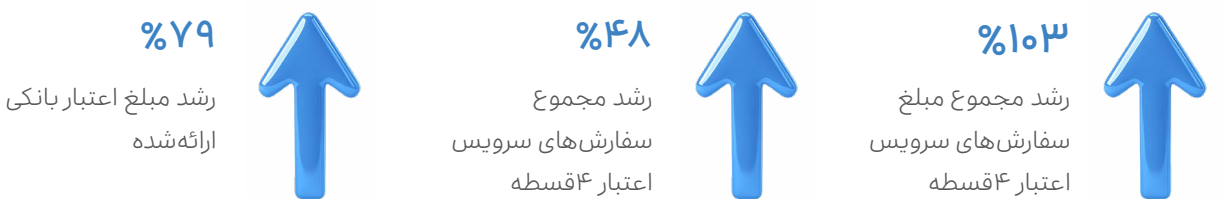
۴۴%

کاهش خرید در
دسته‌بندی زیبایی و سلامت



اقدامات

-



تعداد سفارش‌های
۴ قسطه در این روز
۶۵۰,۹۵۷ سفارش

مجموع سفارش‌های
اعتباری در این روز
سفارش ۹۸۰,۷۵۰

تعداد بازدید از اپلیکیشن
اسنپ پی در این روز
بازدید ۲۹,۱۲۸,۸۳۰

کاربر

کاربر مشتری

تعداد کل کاربران
ثبت‌نامی
۱۳,۵۴۸,۸۵۴
حساب کاربری



تعداد کاربران فعال ماهانه
۳,۵۲۷,۴۸۵
حساب کاربری

📈 رشد کاربران اسنپ‌پی در سال‌های اخیر نشان‌دهنده‌ی تمایل افراد به استفاده از سرویس‌های اعتباری، اقساطی و وام بانکی است.

۲,۶۰۹%

رشد کاربرانی که از کیف پول اسنپ‌پی استفاده کرده‌اند



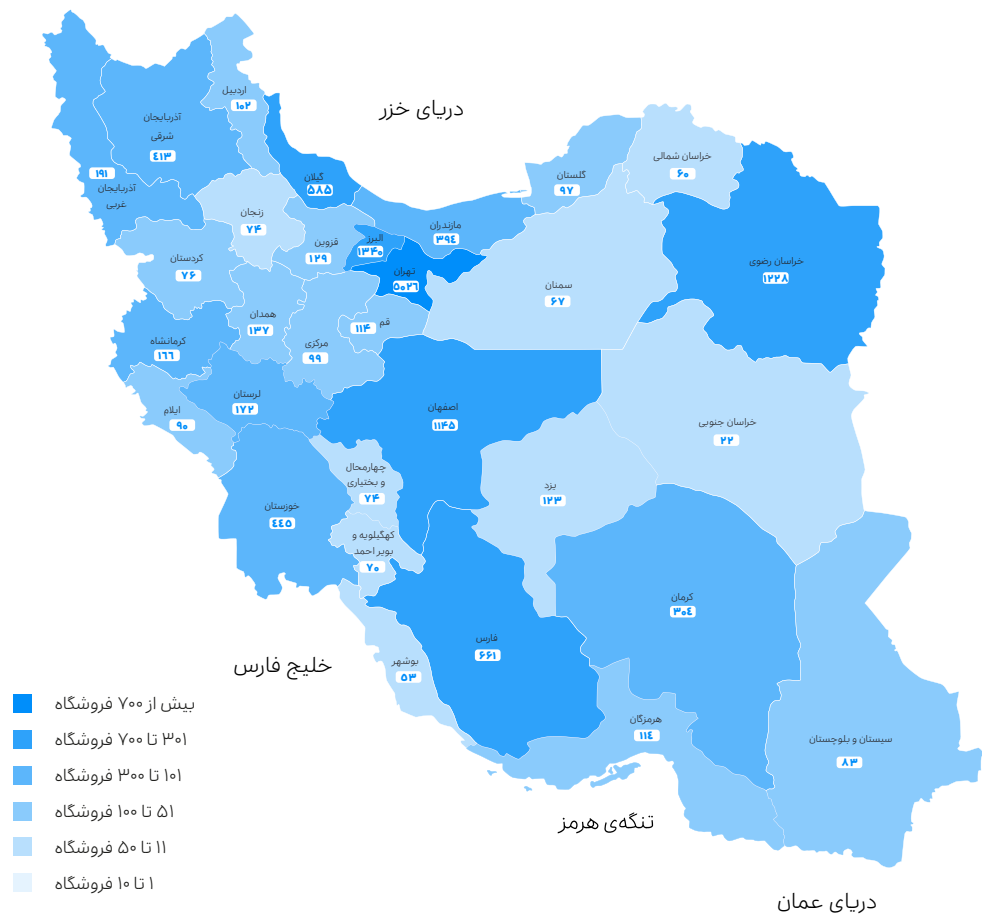
کاربر فروشنده

تعداد کل فروشگاه‌های اسنپ‌پی
۲۲,۱۶۵
فروشگاه

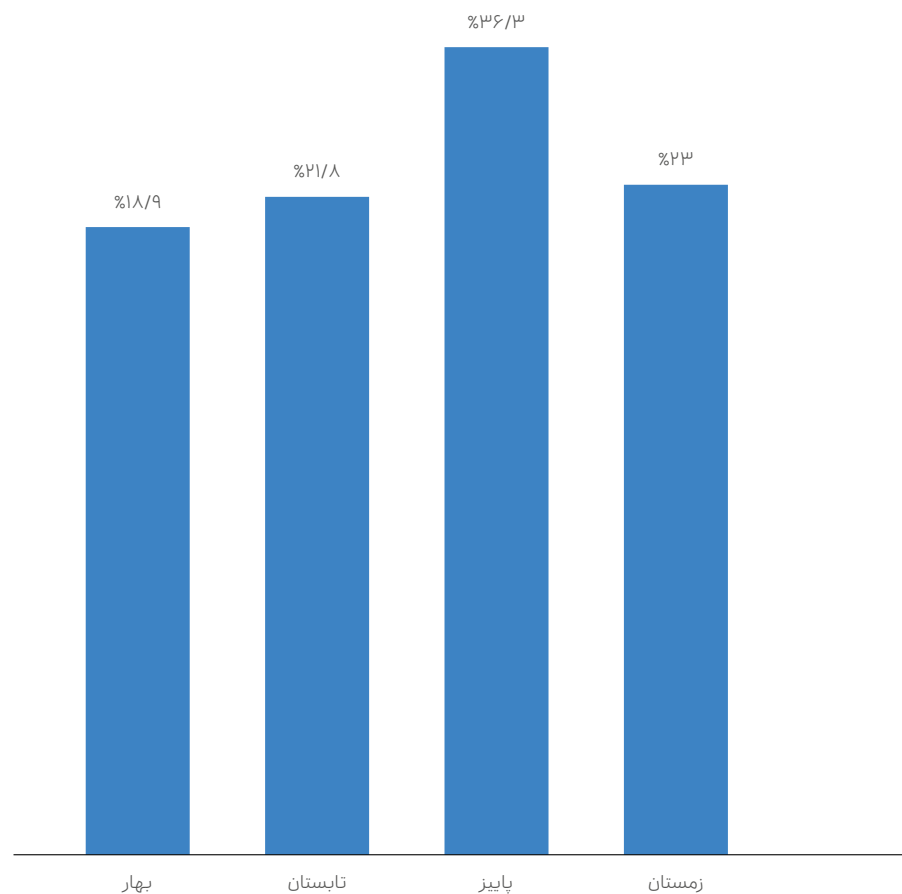




توزیع فروشگاه‌های حضوری اسنپ‌پی در استان‌های کشور

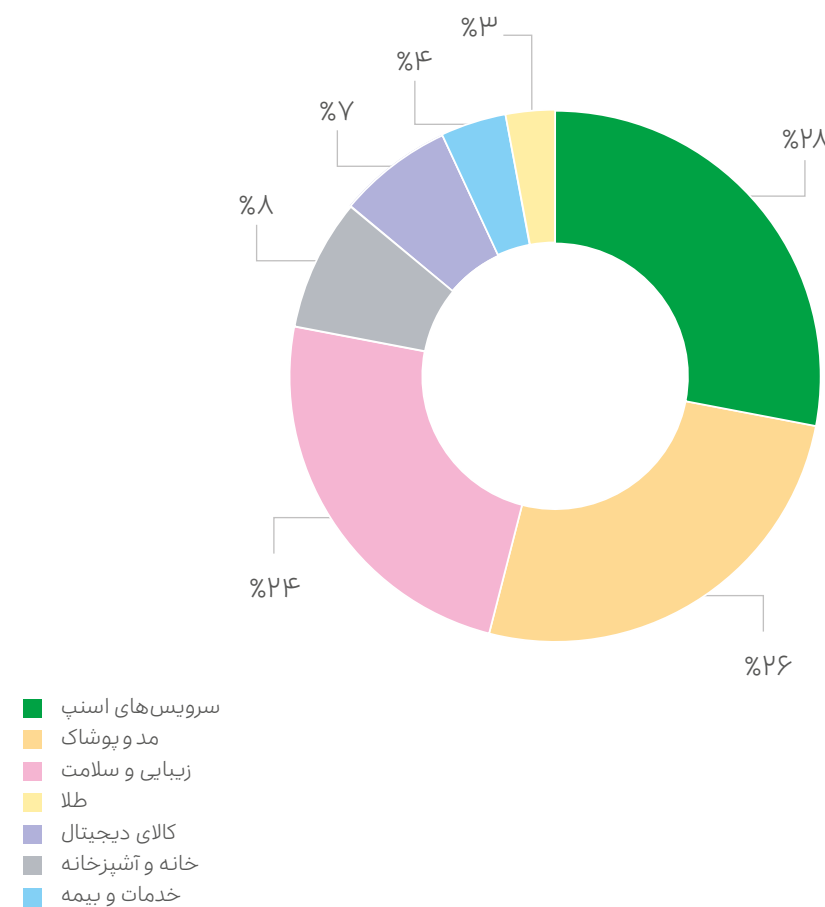


سهم فصلی سفارش‌ها



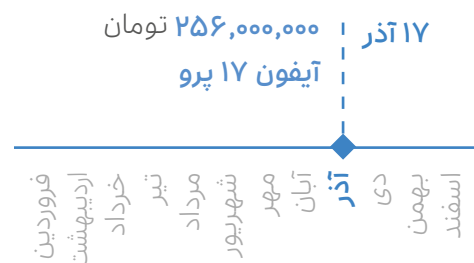
رفتار کاربر

سهم هر دسته‌بندی از کل سفارش‌های سرویس اعتبار ۴ قسطه



🔗 سرویس‌های اسنپ بیشترین سهم از کل سفارش‌های اعتبار ۴ قسطه را به خود اختصاص داده‌اند.

گران‌ترین خرید سال با اعتبار اقساطی



۵ کالای دارای بیشترین جست‌وجو



● شومیز



● ایرپاد



● کیف

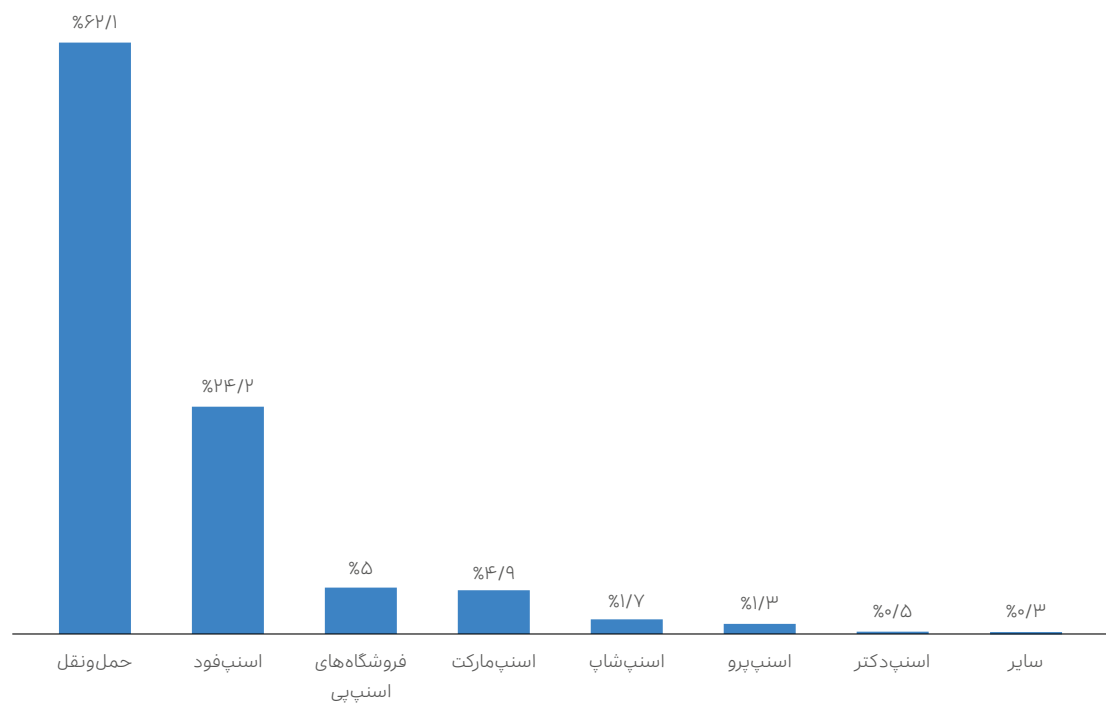


● ساعت



● طلا

توزیع مصرف اعتبار سازمانی اسنپ‌پی در سرویس‌های گروه اسنپ



اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی | اپ

- اضافه‌شدن شیوه‌ی پرداخت نقدی با بازگشت وجه به شیوه‌های پرداخت
- اضافه‌شدن سرویس تبلیغات در بخش جست‌وجوی اپ
- اضافه‌شدن سرویس فروشگاه‌های شبکه‌های اجتماعی به اپ
- اضافه‌شدن نقشه فروشگاه‌های حضوری در اپ



اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی | پشتیبانی



مجموع ساعات مکالمه‌ی
پشتیبانی با کاربران
۱۹۲,۵۰۶ ساعت
↔ معادل حدود ۲۲ سال



مجموع تماس‌های
ورودی و خروجی
۴,۹۶۹,۴۸۸ تماس



مجموع چت‌ها
۱,۱۹۶,۶۲۳ چت



میانگین زمان مکالمه با کاربران
۲ دقیقه و **۴۰** ثانیه
میانگین زمان انتظار برای پاسخگویی
۳۰ ثانیه

شایع‌ترین موضوعات ارتباط با پشتیبانی



- راهنمایی استفاده از سرویس اعتباری
- درخواست فعالسازی سرویس اعتباری
- درخواست افزایش اعتبار
- راهنمایی درباره‌ی نحوه‌ی پرداخت بدهی



۴/۷ از ۵

میزان رضایت کاربران از پشتیبانی

اسنپ‌بیمه؛ پشتوانه‌ای برای آینده

اسنپ‌بیمه، به‌عنوان پلتفرم مقایسه و خرید آنلاین بیمه، از ۱۳۹۹ فعالیت خود را آغاز کرده و با تجمیع قیمت‌ها و پوشش‌های شرکت‌های مختلف در یک بستر واحد، فرآیند انتخاب و خرید بیمه‌نامه را ساده‌تر کرده است. خدمات این سرویس شامل بیمه‌ی شخص ثالث و بدنه‌ی خودرو، بیمه‌ی موتورسیکلت، بیمه‌ی موبایل و تبلت و بیمه‌ی مرسولات اسنپ‌باکس است که به‌صورت نقدی و اقساطی ارائه می‌شوند. همچنین امکاناتی مانند استعلام بیمه‌ی شخص ثالث، بخشودگی جراثم و پوشش جنگ در بیمه‌ی بدنه نیز در دسترس است. اسنپ‌بیمه، با هدف افزایش شفافیت و ساده‌سازی، تلاش می‌کند انتخاب و خرید بیمه را برای کاربران هوشمندتر کند.

جنگ ۳۹ روزه؛ پیامدها و اقدامات

تاثیر بر کسب‌وکار



وقوع جنگ تاثیر معناداری در رفتار کاربران اسنپ‌بیمه داشت. نگاهی به انتخاب‌های کاربران در بیمه‌نامه‌های بدنه‌ی صادرشده در ۲ بازه‌ی حین جنگ ۳۹ روزه و مدت مشابه پیش از آن نشان می‌دهد کاربران به میزان قابل توجهی به دنبال کاهش ریسک‌های احتمالی بودند.



بیمه‌هایی که افزایش فروش داشتند

- حوادث طبیعی
- حمل‌ونقل
- شکست شیشه
- سرقت قطعات
- مواد شیمیایی



بیمه‌هایی که کاهش فروش داشتند

- زیبایی و رفاهی در بیمه‌ی بدنه‌ی خودرو
- افت قیمت بازار و استهلاك



۹/۰٪

کاهش کل درخواست‌های کاربران



۱۶٪

کاهش فروش



۹/۰٪

رشد حساب کاربری



۳ برابر

افزایش استفاده از پوشش «خسارت جنگی» در بیمه‌ی بدنه



داده‌های این بخش مقایسه‌ای بین رفتار کاربران در بازه‌ی ۳۹ روزه‌ی جنگ با ۳۹ روز پیش از شروع جنگ است.

عملکرد

۱۱۵٪
رشد اسنپ‌بیمه
نسبت به سال گذشته

۴۰٪
رشد تعداد کاربران
اسنپ‌بیمه

خسارت

۱۲۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان
بیشترین مبلغ خسارت
پرداخت‌شده‌ی بیمه‌ی موبایل

بیشترین موضوع خسارت
پرداخت‌شده‌ی بیمه‌ی موبایل
خسارت مربوط به صفحه‌ی نمایش

رفتار کاربر

بیمه‌ای‌ترین کاربر
خرید **۱۴** بیمه‌نامه
(انواع بیمه‌ها)

جوان‌ترین مشتری اسنپ‌بیمه
۱۶ ساله



مسن‌ترین مشتری اسنپ‌بیمه
۹۲ ساله

موبایل

بیشترین مدل گوشی‌ای که بیمه‌شده
آیفون ۱۶، آیفون ۱۳، گلکسی اولترا اس ۲۴

خودرو

شهرهایی که بیمه‌نامه‌ی خودرو برای آن‌ها
ارسال شده است
۸۲۲ شهر

شهرهای دارای بیشترین بیمه‌نامه‌ی خودرو
تهران • مشهد • اصفهان • شیراز • کرج • تبریز • قم • اهواز

گران‌ترین سفارش بیمه‌ی ثبت‌شده
خودروی مرسدس بنز سی ۲۰۰

قدیمی‌ترین خودروی بیمه‌شده
میتسوبیshi گالانت مدل ۱۳۶۲

اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی پشتیبانی



مجموع ساعات مکالمه‌ی
پشتیبانی با کاربران

۳۹,۴۲۵ ساعت

↔ معادل حدود ۴/۵ سال



مجموع تماس‌های
ورودی و خروجی

۷۷۵,۱۸۰ تماس



میانگین زمان مکالمه با کاربران

۳ دقیقه و ۳ ثانیه



شایع‌ترین موضوعات ارتباط با پشتیبانی

- دریافت مشاوره‌ی خرید
- پیگیری صدور بیمه
- ثبت کد پستی در سامانه‌ی املاک و اسکان



۴/۶ از ۵

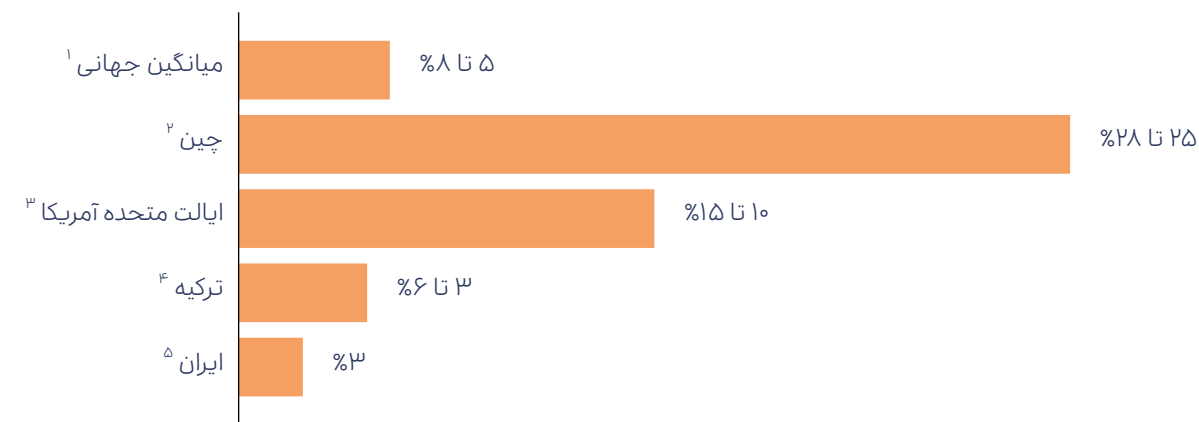
میزان رضایت کاربران از پشتیبانی

اسنپ مارکت؛ خرید روزانه به یک اشاره

یکی از کاربردی‌ترین سرویس‌های سوپرپا اسنپ خرید آنلاین از اسنپ‌مارکت است. پس از یکپارچه‌سازی خدمات سوپرمارکت‌های محلی و فروشگاه‌های زنجیره‌ای در سال‌های گذشته و تثبیت فعالیت‌ها تحت نام اسنپ‌مارکت، این سرویس در ۱۴۰۴ با تمرکز بر تامین کالاهای ضروری و توسعه‌ی راهکارهای متنوع خرید مسیر خود را ادامه داد. در این سال، امکان استفاده از کالابرگ الکترونیکی در اسنپ‌مارکت فراهم شد تا کاربران بتوانند، بدون نیاز به مراجعه‌ی حضوری، کالاهای اساسی مورد نیاز خود را به‌صورت آنلاین انتخاب و در محل دریافت کنند. این قابلیت با حذف محدودیت‌های خرید حضوری، فرآیند تامین مایحتاج ضروری را ساده‌تر و سریع‌تر و دسترسی به این کالاها را برای کاربران تسهیل کرده است. اسنپ‌مارکت با تکیه بر زیرساخت‌های توسعه‌یافته و ارتقای کیفیت خدمات تلاش کرده تجربه‌ی خریدی آسان، مطمئن و در دسترس را برای کاربران فراهم کند.



📊 نگاهی به سهم خواربارفروشی آنلاین از کل بازار در دنیا



📌 سهم خواربارفروشی آنلاین در ایران فقط ۳٪ است. با توجه به جدول بالا، این صنعت در دنیا و ایران فرصت رشد فراوانی دارد.

منابع:
۱. imarcgroup.com
۲. technavio.com
۳. ibisworld.com

۴. statista.com و euromonitor.com
۵. براساس دیتاهای تجمیعی از تحقیقات تیم تحقیقات بازار اسنپ، مرکز آمار، مرکز آمار ایران و اتاق بازرگانی تهران



ماموریت رساندن، از سوپرمارکت تا خانه

۱۴۰۴ بدون تردید یکی از سخت‌ترین سال‌ها برای اقتصاد دیجیتال و فناوری کشور بود؛ سالی که سایه ۲ جنگ، بحران‌های اجتماعی و اقتصادی و اختلال‌های طولانی‌مدت اینترنت، بخش بزرگی از کسب‌وکارهای دیجیتال ایران را تحت تأثیر قرار داد. در چنین شرایطی، پایداری و تعهد به خدمت مستمر مهم‌ترین آزمون هر کسب‌وکار به‌ویژه کسب‌وکارهای مبتنی بر اینترنت بود. در اسنپ مارکت، ماموریت ما تامین و رساندن مایحتاج ضروری خانواده‌هاست؛ ماموریتی که با وجود تمام دشواری‌ها در هیچ شرایطی متوقف نشد.

حتی زمانی که بسیاری از سرویس‌های دیجیتال از دسترس خارج شدند، شبانه‌روز تلاش کردیم تا مردم بتوانند اقلام روزمره‌ی خود را آنلاین سفارش دهند و بدون وقفه تحویل بگیرند.

۱۴۰۴ برای ما سال عبور از بحرانی با پایان نامشخص بود که تصمیم‌گیری‌های بلندمدت را غیرممکن می‌کرد. ما ناگزیر بودیم با وجود همه‌ی ابهام‌ها با تصمیمات مقطعی به ارائه‌ی خدماتی درخور کاربرانمان متعهد بمانیم. با راه‌اندازی سرویس کالابرج آنلاین، امکان استفاده از اعتبار حمایتی خانوارها در بستر دیجیتال را فراهم کردیم تا عدالت در دسترسی و سهولت خرید برای همه‌ی اقشار جامعه تقویت شود.

در این مسیر، با وجود همه‌ی دشواری‌ها، به رشدی پایدار دست یافتیم. رشدی حاصل از اعتماد کاربران و تلاش بی‌وقفه‌ی تیمی که باور دارد خدمت‌رسانی در سخت‌ترین لحظه‌ها معنای واقعی دوام آوردن است.



پویا رستگار



رامین لایقی

۹

مدیران عامل اسنپ مارکت

جنگ ۱۲ روزه؛ پیامدها و اقدامات



تاثیر بر کسب و کار

- محدودیت شدید اینترنت و اختلال در موقعیت یابی (GPS)
- کاهش دسترسی به ناوگان ارسال و فروشگاه های همکار
- کاهش ایمنی همکاران عملیاتی

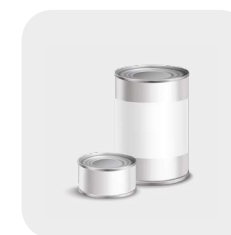
افزایش تقاضا برای کالاهای اساسی



آب آشامیدنی



تخم مرغ



کنسرو



برنج

جنگ ۱۲ روزه؛ پیامدها و اقدامات



تاثیر بر کسب و کار

کاهش تقاضا برای اقلام مصرفی



تنقلات



موز



بستنی

اقدامات حمایتی

افزایش ظرفیت پاسخ گویی تیم پشتیبانی
با مدیریت **تماس ها و تیکت ها**

فعال سازی کوپن ارسال رایگان
در **۸ شهر مقصد** برای کاربران تهرانی

جنگ ۳۹ روزه؛ پیامدها و اقدامات

تاثیر بر کسب و کار



- **تغییر پیک ثبت سفارش‌ها** از ساعات ابتدایی صبح و انتهای شب به میانه‌ی روز
 - **کاهش ۲۵ درصدی فروشگاه‌های فعال** در روز اول
 - **کاهش بیش از ۶۰ درصدی سفارش‌ها** در روز اول
 - **بازگشت ظرفیت سرویس‌دهی به ۹۵%** تا پایان هفته‌ی دوم جنگ
 - افزایش تقاضا در دسته‌هایی مانند **برنج، نان، گوشت و خواربار**
 - کاهش تقاضا در دسته‌هایی مانند **میوه و سبزیجات، تنقلات، نوشیدنی‌ها و شوینده‌ها**
 - شکسته شدن رکورد سفارش **آب معدنی، مواد غذایی خشک و کنسروی** در روز پیش از آتش‌بس
 - **افزایش حدود ۲۰ درصدی میانگین ارزش سفارش‌ها** در تمامی شهرها
- 🔗 دلیل این افزایش، علاوه بر تورم، بیشتر شدن سهم کالاهای اساسی و اقلام با ارزش بالاتر در سبد خرید کاربران بوده است.

اقدامات حمایتی



- **ارائهی تخفیف روی کالاهای ضروری** مانند گوشت، مرغ، آب معدنی و خواربار
- **ارائهی تخفیف به سبدهای کالابری** با همکاری تولیدکنندگان (۲۰٪ از سبدهای کالابری شامل تخفیف نازنجی و ۱۰٪ شامل کد تخفیف شدند)
- **بازگشت وجه دستی سفارش‌های لغو شده** در کم‌تر از یک هفته (در هفته‌ی اول جنگ، بیش از ۳۰,۰۰۰ سفارش به دلیل اختلال‌های مختلف لغو شد).
- **کمک به حفظ جریان نقدینگی فروشگاه‌ها** و مدیریت هزینه‌هایی مانند تامین کالا، اجاره و ...
- **مدیریت تسویه حساب با فروشگاه‌ها** با همراهی شرکای فروشگاهی و تلاش تیم‌های مرتبط



بیشترین تعداد سفارش

۶ و ۷ آذر +۴۵۰,۰۰۰ سفارش
(کمپین بیشترین تخفیف سال)

فروردین
اردیبهشت
خرداد
تیر
مرداد
شهریور
مهر
آبان
آذر
دی
بهمن
اسفند



بیشترین میزان فروش ماهانه

بهمن ۲,۷۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان

فروردین
اردیبهشت
خرداد
تیر
مرداد
شهریور
مهر
آبان
آذر
دی
بهمن
اسفند

عملکرد



رکورد روزانه‌ی اقلام
سفارش داده شده
۱,۸۲۲,۸۶۴ قلم

این رکورد روز اول جنگ ۱۲ روزه ثبت شده است.



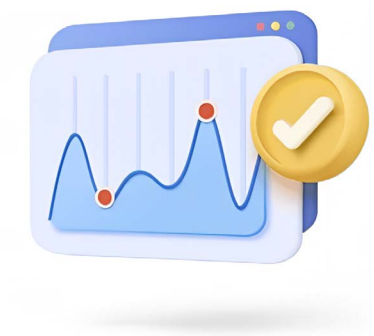
مجموع اقلام سفارش داده شده

۴۲۲,۵۰۳,۸۶۳ قلم



تنوع کالایی*
+۲۵۰,۰۰۰ قلم*

برندهایی با بیشترین رشد فروش ریالی



- کاله

● میهن

● چی‌توز

● پمینا
- مزمز

● طبیعت

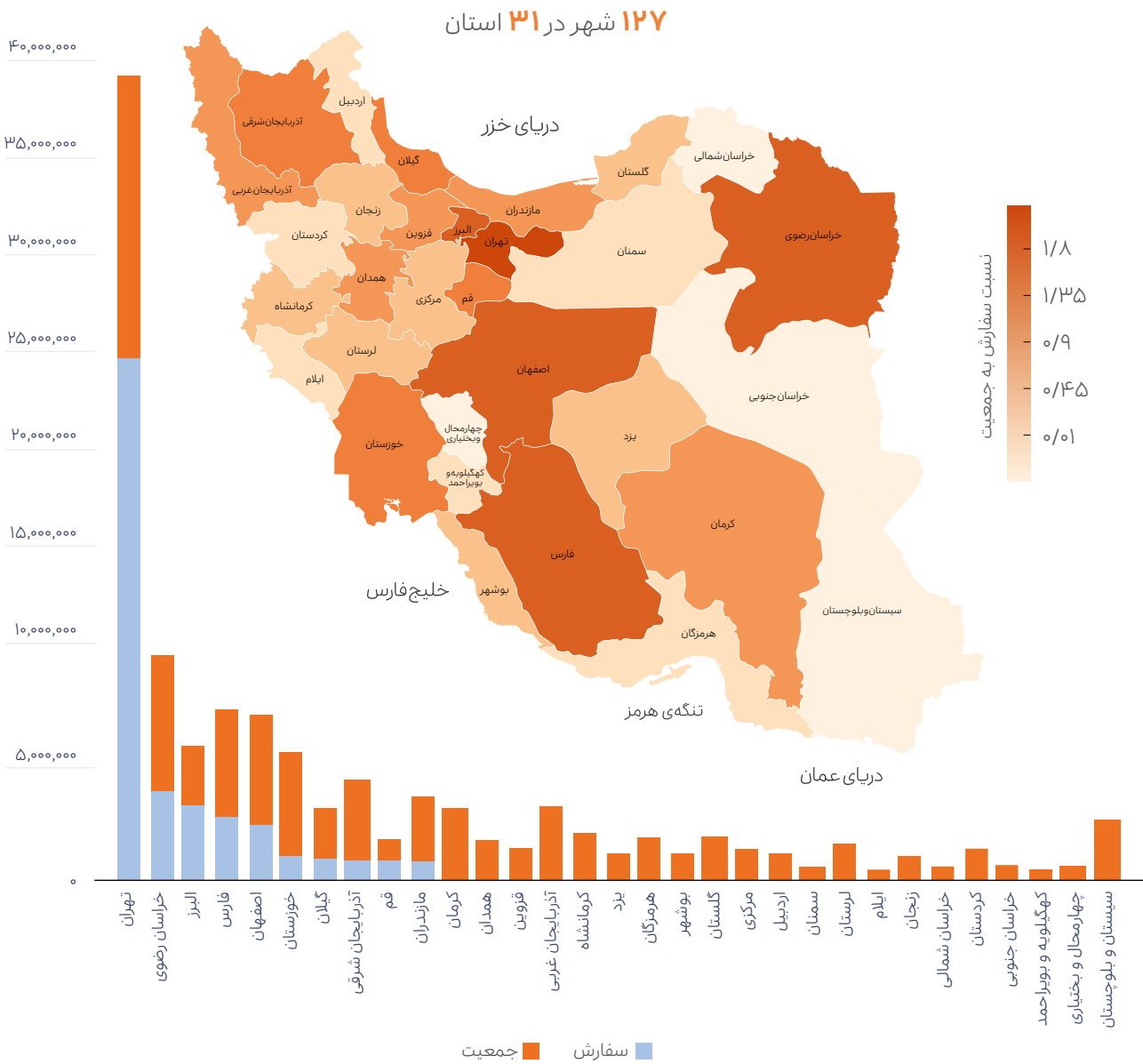
● هراز

● پگاه
- اکتیو

● ماهشام

● مهیا پروتئین

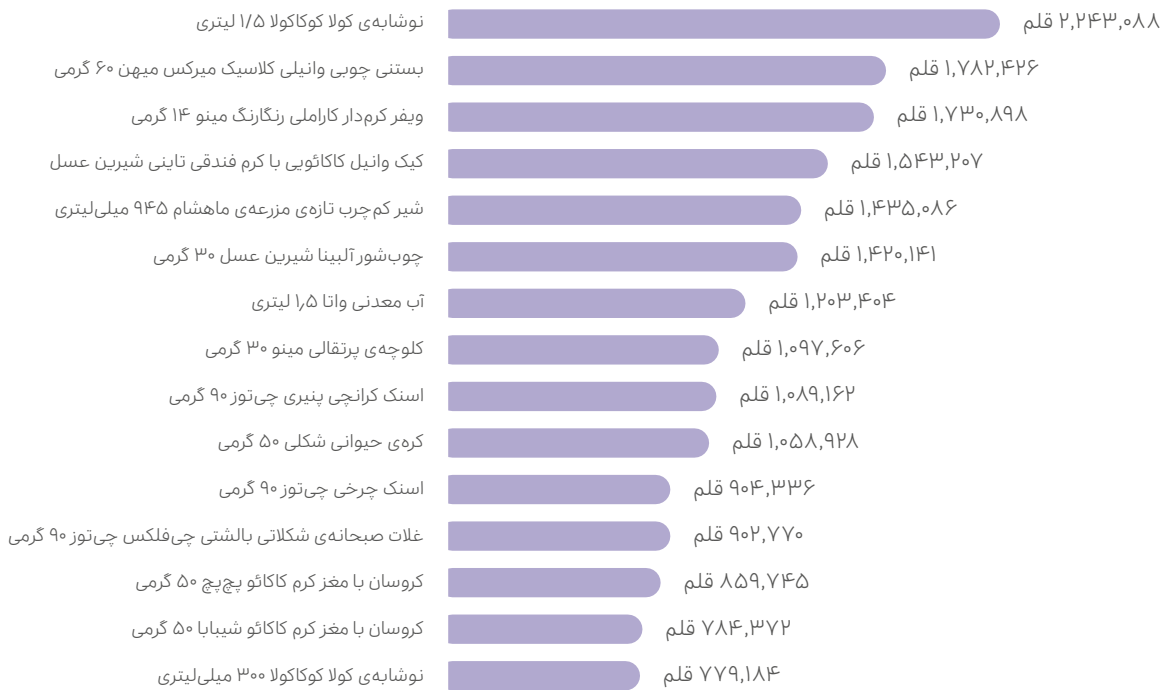
نقشه‌ی فراوانی سفارش‌های اسنپ‌مارکت در استان‌های کشور



رفتار کاربر

رفتار کاربر | مشتری

محصولات دارای بیشترین شاخص تقاضا* (تعداد فروش)



کاربر

کاربر | فروشنده

کاربر | مشتری

تعداد فروشگاه‌های فعال*

۴,۴۴۷

فروشگاه



تعداد فروشگاه‌های جدید*

۱,۳۸۴

فروشگاه

تعداد کل کاربران

۳۴,۹۴۵,۶۸۶

حساب کاربری

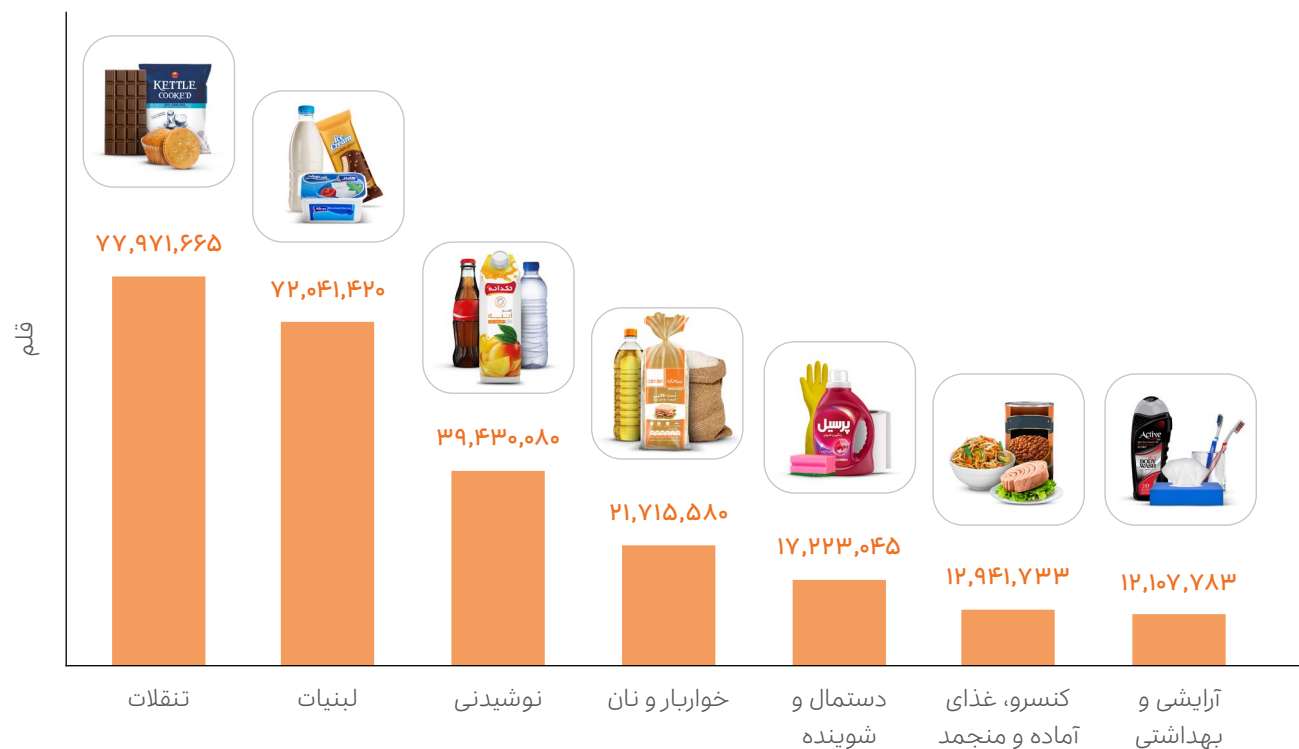


تعداد کاربران فعال

۵,۴۹۸,۲۷۶

حساب کاربری

محبوب‌ترین دسته‌بندی محصول برای کاربران اسنپ‌مارکت



گران‌ترین سبد خرید

۳۲۸,۵۲۶,۰۰۰ تومان

(سفارش غیر سازمانی)



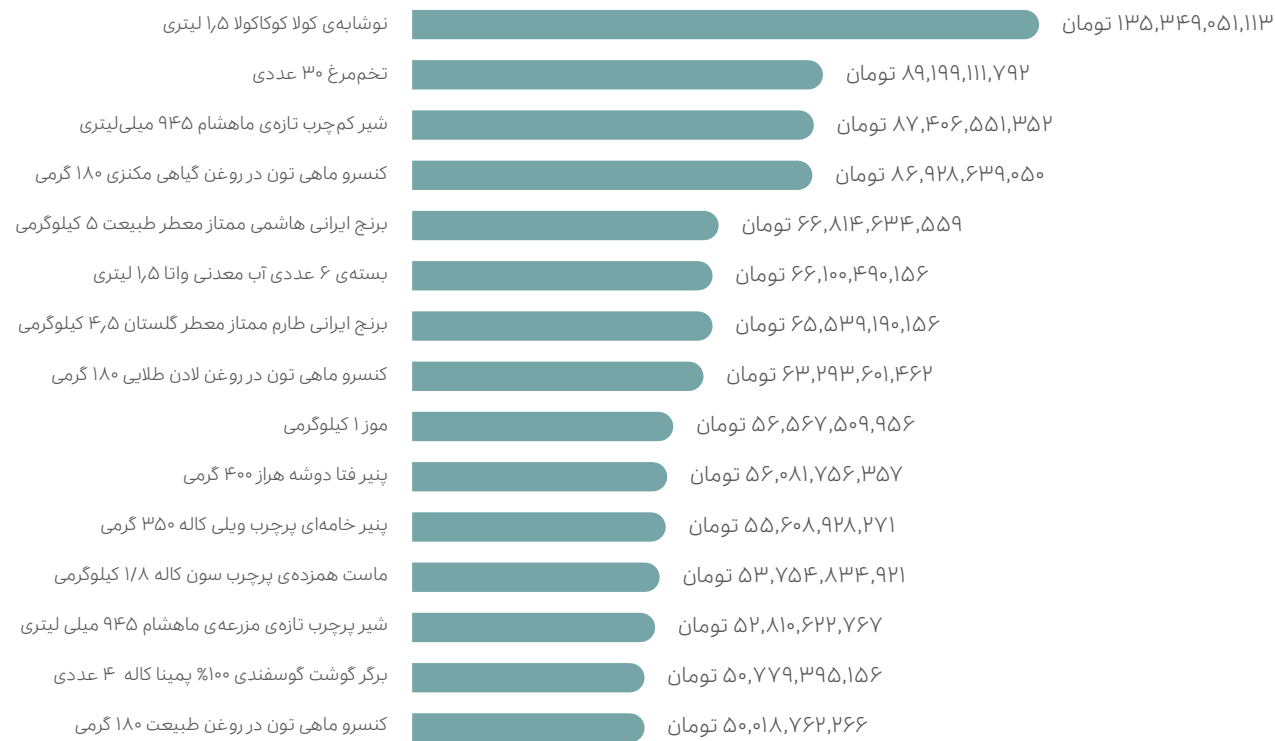
پُر کالترین سبد خرید

۱,۰۵۵ قلم کالای مختلف

(سفارش غیر سازمانی)



محصولات دارای بیشترین میزان فروش* (بر اساس مبلغ)



حرفه‌ای‌ترین فروشنده

حرفه‌ای‌ترین فروشگاه اسمارت*

اسمارت حکیم نظامی

اصفهان

حرفه‌ای‌ترین فروشگاه محلی

کبیر

شیراز

حرفه‌ای‌ترین فروشگاه*

هایپراستار جماران

(همواره تخفیف)

تهران



🔍 حرفه‌ای‌ترین فروشگاه‌ها بر اساس بیشترین امتیاز، بیشترین نظر ثبت‌شده و کمترین بازخورد منفی کاربران انتخاب شده‌اند.

رفتار کاربر

رفتار کاربر | فروشنده



۱۲,۹۲۹,۶۰۶,۸۵۵ تومان
سوپرمارکتی در محله‌ی دروس تهران

رکورد بیشترین فروش ماهانه

رکورد بیشترین رشد فروش
سرویس «تحويل فوری»
رشد ۷۸۹٪
سوپرمارکت باران در مشهد



اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی | خدمات

۱۴۰۴، سالی پرچالش برای شرکای فروشگاهی اسنپ مارکت بود. علاوه بر همه تهدیدهایی که برای کسب و کارهای آنلاین در این سال وجود داشت، تعداد سفارش های حضوری این فروشگاه ها زیر سایه ۲ جنگ تحت تاثیر قرار گرفت. علاوه بر آن تعدادی از این فروشگاه ها در جریان جنگ با آسیب و خسارت های مالی و فیزیکی روبه رو شدند. ما در اسنپ مارکت تلاش کردیم، با بیشترین توان در کنار شرکای خود باشیم تا در کنار هم این سال پرچالش را پشت سر بگذاریم.

- توسعه ی نرم افزار «نما»، نرم افزاری برای مدیریت فروشگاه، انبارداری، آموزش، کنترل و بهبود عملکرد یک فروشگاه در بستر آنلاین
- طرح توانمندسازی مالی و همکاری در فرآیند تامین سرمایه ی در گردش فروشگاه ها از طریق تخصیص اعتبار با همکاری چند بانک
- راه اندازی سامانه ی Scoring (امتیاز عملکرد فروشگاه) برای نظارت عادلانه و حرفه ای بر عملکرد فروشگاه های همکار
- راه اندازی سامانه ی مدیریت و کنترل ناوگان ارسال (برای فروشندگانی که فرآیند ارسال و پیک مختص به خود دارند).
- توسعه ی خدمات اسنپ مارکت در شهرهای جدید (در همکاری ویژه با اسنپ باکس)



اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی | اپ

- تغییر و بهینه سازی رابط کاربری: اسنپ مارکت در ۱۴۰۴ اپلیکیشن موبایل خود را بازطراحی کرد. این تغییر، که با هدف خلق تجربه ی خریدی «ساده تر، سریع تر و لذت بخش تر» انجام شد، نتایج ملموسی را در شاخص های کلیدی عملکرد به دنبال داشت؛ از جمله کاهش ۲۰ درصدی رفت و برگشت کاربر بین صفحات و افزایش ۵ درصدی در نرخ تبدیل بازدید به خرید و بهبود مشاهده پذیری دسته بندی کالاها و تخفیف ها.



اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی اپ

- **دستیار هوشمند خرید:** دستیار خرید هوش مصنوعی اسنپ مارکت در ۱۴۰۴ راه اندازی شد. کاربران با استفاده از این دستیار می توانند لیست خرید خود را به دستیار هوشمند خرید ارائه و در مقابل یک سبد خرید دریافت کنند. این دستیار همچنین می تواند به پرسش های کاربر درباره ی محصولات موجود در اسنپ مارکت پاسخ دهد.
- **خرید راحت:** یکی از اقدامات اسنپ مارکت برای بهبود تجربه ی کاربری اضافه کردن امکانی با عنوان «خرید راحت» است. در خرید راحت، کاربران ابتدا محصولات مورد نظرشان را از جست و جو یا دسته بندی، یک به یک به سبد خرید اضافه می کنند، بدون این که مجبور باشند یک فروشگاه خاص را انتخاب کنند. پس از تکمیل سبد خرید، با زدن کلید «ادامه ی فرآیند خرید»، اسنپ مارکت به صورت هوشمند نزدیک ترین فروشگاه هایی که می توانند سفارش را تامین و ارسال کنند، نمایش می دهد و آن ها را بر اساس معیارهای کلیدی میزان پوشش کالاهای سبد خرید، قیمت نهایی و زمان و شیوه ی ارسال مرتب می کند. این قابلیت نرخ تبدیل بازدید به خرید را ۵٪ افزایش داد.

اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی ارسال



مجموع مسافت طی شده برای ارسال سفارش ها ۱۱۲,۴۷۴,۰۶۷ کیلومتر

بیشترین مسافت طی شده برای ارسال ۱ سفارش ۳۰ کیلومتر

⇌ معادل حدود ۳۶,۲۸۰ مرتبه رفت و برگشت از بندر انزلی به جزیره ی هرمز

اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی پشتیبانی



مجموع تماس‌های ورودی و خروجی کاربران و فروشندگان (هایپر و اکسپرس)
تماس **۶,۴۷۱,۱۴۷**



میانگین زمان مکالمه با کاربران
۱ دقیقه و **۱۷** ثانیه
میانگین زمان انتظار برای پاسخگویی
حدود **۲۴** ثانیه



مجموع ساعات مکالمه‌ی پشتیبانی با کاربران
۱۳۲,۵۱۵ ساعت
معادل $\Leftrightarrow$ حدود ۱۵ سال



مجموع تیکت‌ها و چت‌ها
۳,۶۸۵,۷۵۵ تیکت و چت

شایع‌ترین موضوعات ارتباط با پشتیبانی



- پیگیری وضعیت سفارش
- تاخیر در ارسال
- درخواست و پیگیری مسائل مالی
- درخواست تغییر در سفارش



درصد شکایات ثبت‌شده نسبت به تعداد سفارش‌های ثبت‌شده
۰/۰۱%



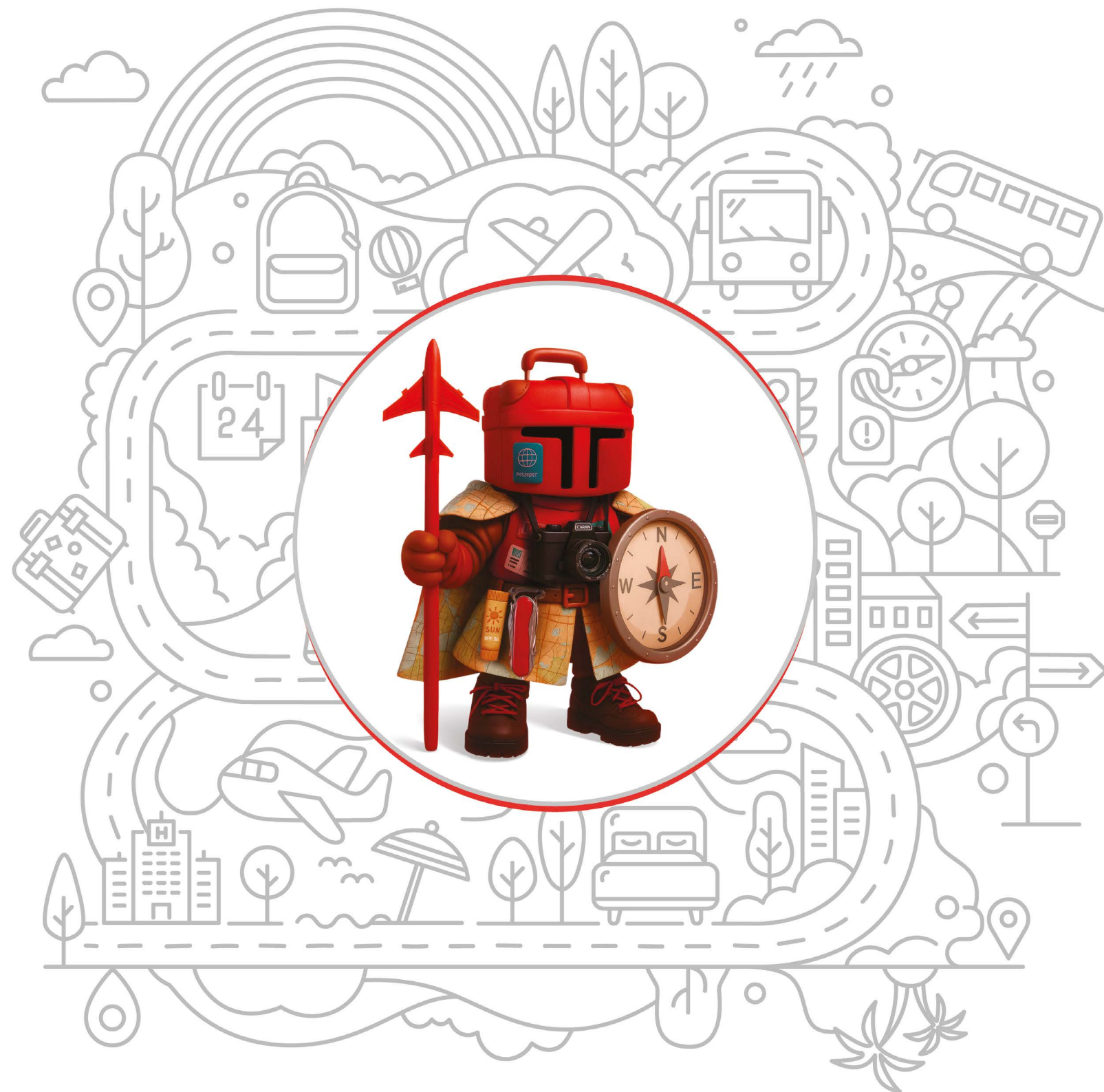
۴/۶۶ از **۵**
میزان رضایت کاربران از پشتیبانی

اسنپ‌تریپ؛ نقشه‌ی راه سفر

در ۱۴۰۴، با وجود چالش‌های صنعت گردشگری و وقوع ۲ جنگ، اسنپ‌تریپ موفق شد رکوردهای تاریخی خود را در فروش روزانه، هفتگی، ماهانه و سالیانه‌ی هتل داخلی و همچنین رکوردهای هفتگی، ماهانه و سالیانه‌ی پرواز خارجی در طول ۱۰ سال فعالیت خود ثبت کند. در این سال، سرویس ویلا و اقامتگاه که با هدف هم‌راستایی با تقاضای بازار حوزه‌ی اقامت و پاسخ به نیازهای مشتریان توسعه یافته بود، بیشترین رشد را تجربه کرد و سرویس تور نیز از نظر میزان رشد در رتبه‌ی دوم قرار گرفت.

در همین راستا، اسنپ‌تریپ تلاش کرد در پاسخ به شرایط سخت ناشی از جنگ و ناملایمات اجتماعی، خدمات خود را متناسب با نیازهای کاربران در شرایط بحران بازتنظیم کند. ایجاد ظرفیت مازاد از طریق همکاری با هتل‌ها، افزایش تعداد ویلاها و اقامتگاه‌ها و فراهم کردن پروازهای میان‌مرزی مورد نیاز کاربران، از جمله اقدامات انجام‌شده در این مسیر بود.

همچنین، با ارائه‌ی راهکارهایی برای همکاری با سازمان‌ها و آژانس‌ها، امکان برنامه‌ریزی و مدیریت سفرهای ضروری در شرایط محدود و متغیر فراهم شد. در کنار این اقدامات، ارائه‌ی تخفیف‌های هدفمند، حفظ و توسعه‌ی خدمات اعتباری و فراهم کردن امکان پرداخت اقساطی نیز با هدف کاهش فشار هزینه‌ها برای کاربران در دستور کار قرار گرفت.

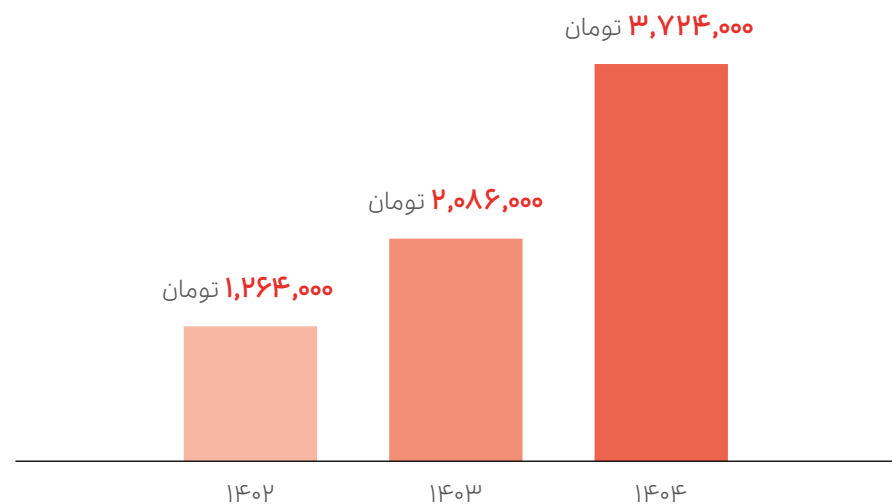


نگاهی به هزینه‌های گردشگری در ۳ سال اخیر



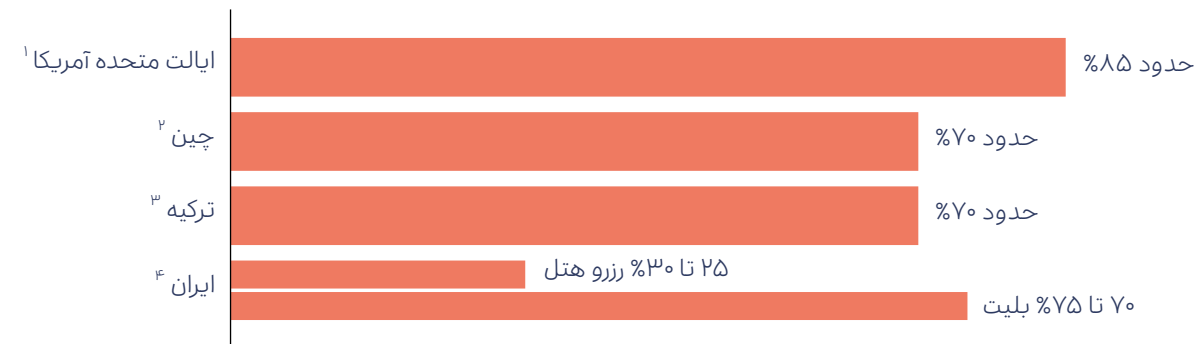
پرواز داخلی

میانگین قیمت بلیت پروازهای داخلی در اسنپ‌تریپ



میانگین قیمت بلیت پروازهای داخلی نسبت به سال گذشته حدود ۷۹٪ افزایش داشته است. این افزایش قیمت ناشی از عوامل بیرونی و سیاست‌های کلان قیمت‌گذاری در صنعت گردشگری کشور بوده است.

نگاهی به سهم گردشگری آنلاین از کل بازار در دنیا



^۳. phocuswright.com

^۴. تحقیقات بازار اسنپ

^۱. ustravel.org

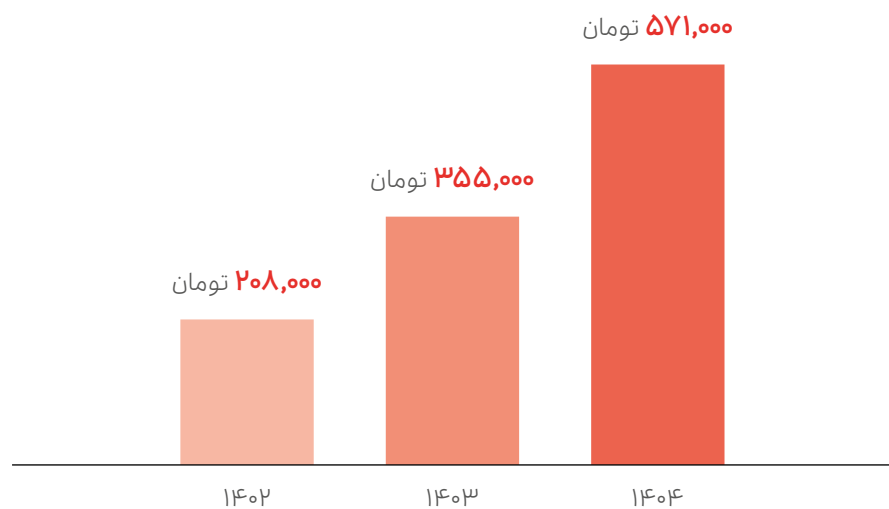
^۲. chinatravelnews.com

منابع:



اتوبوس

میانگین قیمت بلیت اتوبوس داخلی در اسنپ‌تریپ

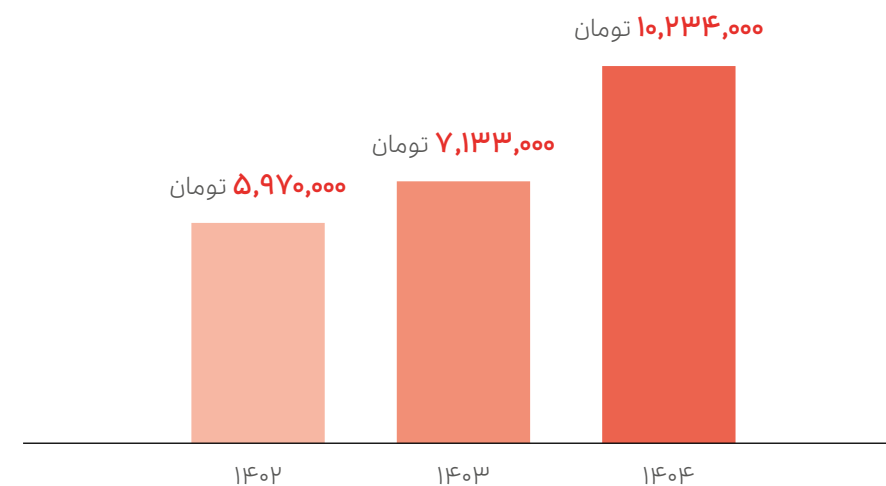


📌 میانگین قیمت بلیت اتوبوس داخلی نسبت به سال گذشته حدود ۶۱٪ افزایش داشته است. این افزایش قیمت ناشی از عوامل بیرونی و سیاست‌های کلان قیمت‌گذاری در صنعت گردشگری کشور بوده است.



پرواز خارجی

میانگین قیمت بلیت پروازهای خارجی در اسنپ‌تریپ

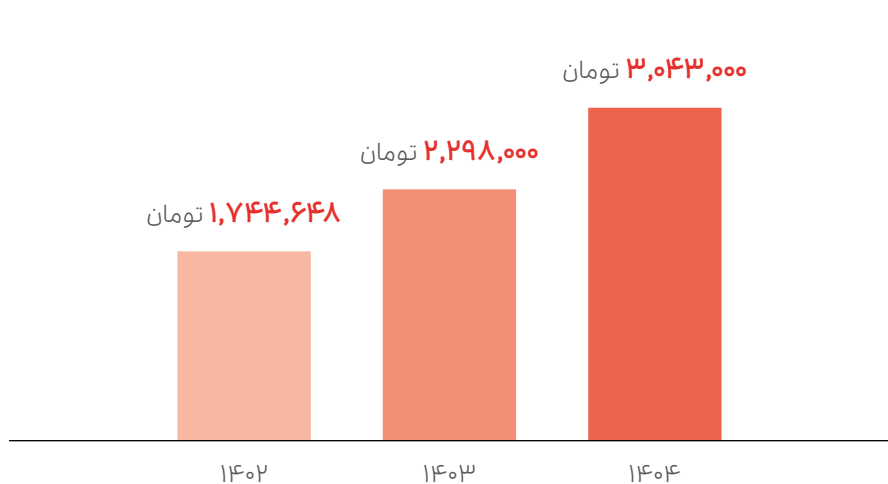


📌 میانگین قیمت بلیت پروازهای خارجی نسبت به سال گذشته ۴۳٪ افزایش داشته است. این افزایش قیمت ناشی از عوامل بیرونی و سیاست‌های کلان قیمت‌گذاری در صنعت گردشگری کشور بوده است.



هتل داخلی

میانگین قیمت هر شب اقامت در هتل داخلی در اسنپ‌تریپ

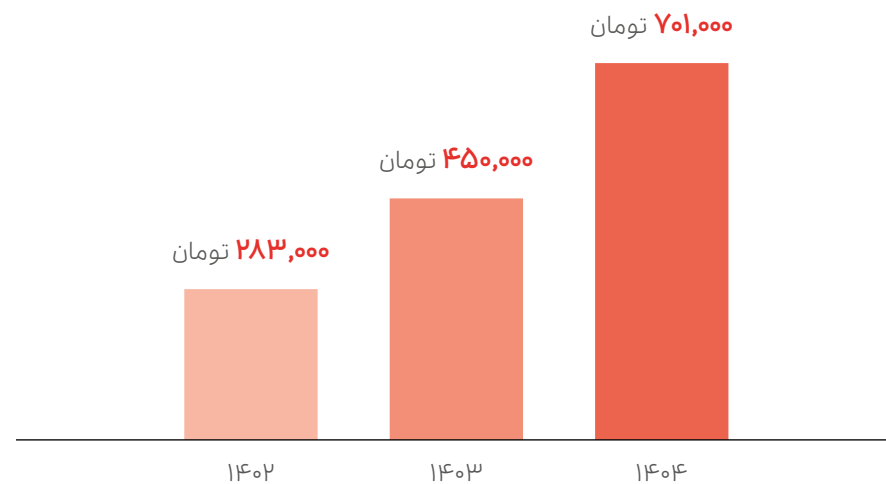


🔗 میانگین قیمت هر شب اقامت در هتل داخلی نسبت به سال گذشته حدود ۳۲٪ افزایش داشته است. این افزایش قیمت ناشی از عوامل بیرونی و سیاست‌های کلان قیمت‌گذاری در صنعت گردشگری کشور بوده است.



قطار

میانگین قیمت بلیت قطار داخلی در اسنپ‌تریپ

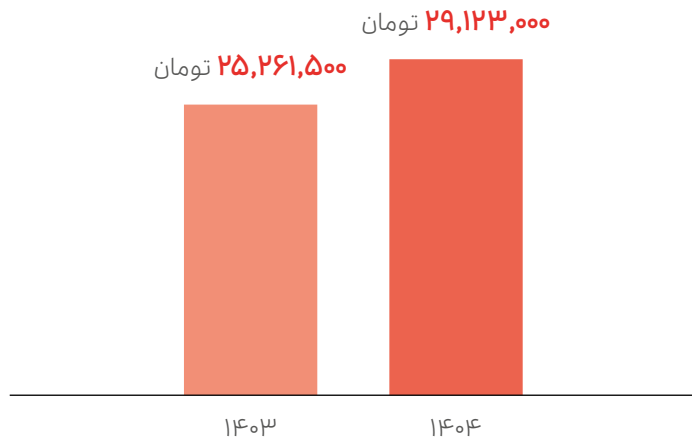


🔗 میانگین قیمت بلیت قطار داخلی نسبت به سال گذشته حدود ۵۶٪ افزایش داشته است. این افزایش قیمت ناشی از عوامل بیرونی و سیاست‌های کلان قیمت‌گذاری در صنعت گردشگری کشور بوده است.



پکیج تور

میانگین قیمت پکیج تور در اسنپ‌تریپ

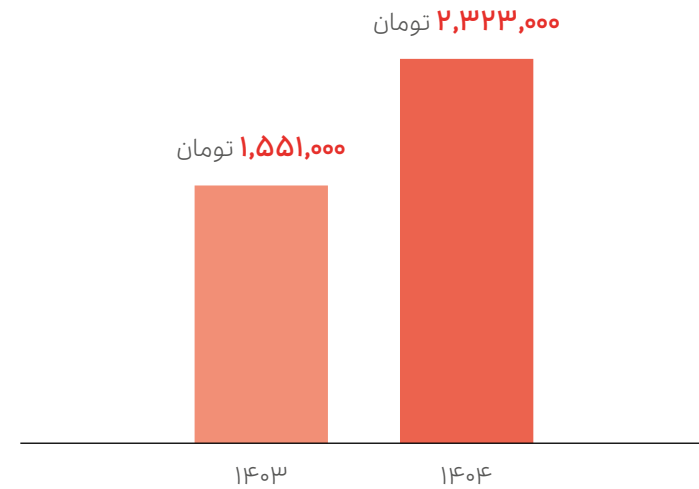


🔗 میانگین قیمت پکیج تور داخلی در اسنپ‌تریپ نسبت به سال گذشته حدود ۱۵٪ افزایش داشته است. این افزایش قیمت ناشی از عوامل بیرونی و سیاست‌های کلان قیمت‌گذاری در صنعت گردشگری کشور بوده است.



اقامت در ویلا و اقامتگاه

میانگین قیمت هر شب اقامت در ویلا و اقامتگاه در اسنپ‌تریپ



🔗 میانگین قیمت هر شب اقامت در ویلا و اقامتگاه در اسنپ‌تریپ نسبت به سال گذشته حدود ۵۰٪ افزایش داشته است. این افزایش قیمت ناشی از عوامل بیرونی و سیاست‌های کلان قیمت‌گذاری در صنعت گردشگری کشور بوده است.



تداوم رشد در سال سخت

اسنپ‌تریپ در دهمین سال فعالیت خود، با وجود شرایط دشوار صنعت گردشگری و وقوع ۲ جنگ، یکی از پربازده‌ترین سال‌های خود را پشت سر گذاشت. در این سال، تمرکز ما بر زنده نگه داشتن سفر بود؛ رویکردی که با استقبال کاربران همراه شد و به ما کمک کرد با حفظ سرمایه‌ی انسانی و تداوم سودآوری، دستاوردهای مهمی رقم بزنیم. در سرویس هتل، با ثبت رکوردهای فروش روزانه، ماهانه و سالانه، رزرو بیش از یک میلیون اتاق-شب را محقق کردیم و جایگاه خود را به‌عنوان رهبر بازار آنلاین هتل داخلی بیش از پیش تثبیت کردیم. در سرویس پرواز نیز، با ثبت رکورد تاریخی فروش در پروازهای بین‌المللی، رشد ۴۲ درصدی سهم بازار پرواز خارجی و ۳۰ درصدی پرواز داخلی را محقق کردیم و نقش خود را به‌عنوان یکی از بازیگران اصلی این حوزه پُررنگ‌تر ساختیم. همچنین، سرویس رزرو ویلا و اقامتگاه رشد سالانه‌ی ۶۶۳ درصدی و سرویس تور رشد ۱۷۲ درصدی را تجربه کردند. امیدواریم با بهبود شرایط در نیمه‌ی دوم ۱۴۰۵ شاهد رشد قابل‌توجه گردشگری و کسب‌وکارهای این حوزه باشیم.



آرمان آیت‌اللهی
مدیرعامل
بخش بلیت



صبا مرتضوی
مدیرعامل
بخش اقامت و تور

جنگ ۱۲ روزه؛ پیامدها و اقدامات

تاثیر بر کسب‌وکار



لغو گسترده‌ی پروازها و خدمات سفر
از **۲۳ خرداد** به دلیل بسته‌شدن آسمان کشور



اختلال در فرآیند بازپرداخت و مشکلات نقدینگی
ایرلاین‌ها، آژانس‌های چارترکننده و هتل‌ها

جنگ ۳۹ روزه؛ پیامدها و اقدامات

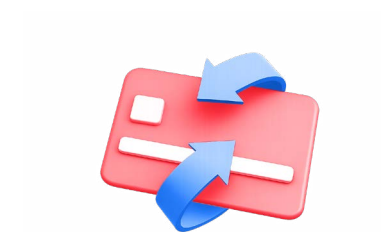
تاثیر بر کسب‌وکار



- بسته شدن تمام پروازهای داخلی و خارجی از مبدأ و به مقصد ایران
- لغو تمام تورهای داخلی و خارجی
- افزایش ۳۵ درصدی رزرو ویلا نسبت به بازه‌ی زمانی قبل از جنگ
- کاهش ۷۰ درصدی رزرو هتل داخلی نسبت به مدت مشابه سال گذشته
- افزایش ۶ برابری نرخ کنسلی هتل
- ۲/۵ برابر شدن فروش بلیت قطار با توجه به بسته بودن پروازها
- افزایش ۲ برابری تماس با پشتیبانی اسنپ‌تریپ در ۲ هفته‌ی ابتدایی جنگ

جنگ ۱۲ روزه؛ پیامدها و اقدامات

اقدامات حمایتی



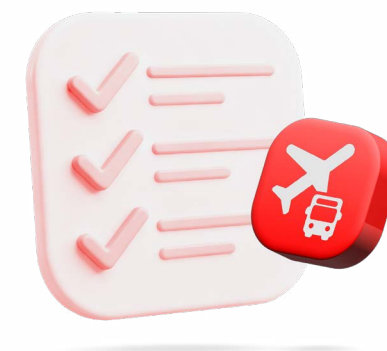
بازپرداخت تمامی سفرهای لغوشده
از منابع مالی داخلی



پایبندی به شفافیت در فرآیند
پیگیری و بازپرداخت

جنگ ۳۹ روزه؛ پیامدها و اقدامات

اقدامات حمایتی



- حفظ کانال‌های **ارتباط انسانی** در پشتیبانی از طریق پاسخگویی تلفنی در جنگ
- **ایجاد ظرفیت مازاد در هتل** بر اساس نیازهای کاربران و فراهم کردن ظرفیت پروازهای میان‌مرزی مثل وان به استانبول
- **افزایش ۴۰ درصدی ظرفیت ویلا و اقامتگاه** با هدف تسهیل اقامت کاربران در شرایط جنگ
- **بازپرداخت وجوه سفرهای لغوشده** که وجه آن نزد اسنپ‌تریپ بوده به‌طور کامل و پیگیری مستمر مطالبات مسافران از تامین‌کنندگان
- **حفظ امکان رزرو قسطنطنیه** هتل، ویلا و اقامتگاه با وجود خطرات مالی موجود، با هدف تسهیل اقامت برای کاربران در روزهای جنگ

عملکرد



رکورد سفارش در یک روز
۲۸,۷۵۱ سفارش

این رکورد بیشترین میزان ثبت‌شده‌ی سفارش در طول یک روز تاکنون بوده است. در ۱۴۰۴ رکورد روزانه، ماهانه و فصلی در ۴ سرویس هتل داخلی، پرواز خارجی، تور و ویلا و اقامتگاه ثبت شده است.

کاربر 

تعداد کل کاربران فعال

۵,۸۱۴,۳۶۰

حساب کاربری



۱۷%

افزایش کاربران فعال
نسبت به سال گذشتهرفتار کاربر 

رفتار کاربر را پرواز

۵ مسیر پُر تردد
(رفت و برگشت)

پرواز داخلی

تهران - مشهد - تهران

تهران - کیش - تهران

تهران - شیراز - تهران

تهران - اهواز - تهران

تهران - قشم - تهران

پرواز خارجی

تهران - استانبول - تهران

تهران - نجف - تهران

تهران - دبی - تهران

تهران - مسقط - تهران

تبریز - استانبول - تبریز

رفتار کاربر ا هتل



طولانی‌ترین اقامت

هتل خارجی

۳۱ شب در هتل فیده استانبول



گران‌ترین رزرو هتل داخلی

۲۳۷,۰۰۰,۰۰۰ تومان

برای ۲۶ شب اقامت در

هتل قصرالضیافه قدس مشهد



طولانی‌ترین اقامت

هتل داخلی

۶۰ شب در هتل دریا تبریز

رکورد فروش
هتل خارجی

۱۰ خرداد

فروردین
اردیبهشت
خرداد
تیر
مرداد
شهریور
مهر
آبان
آذر
دی
بهمن
اسفند

رکورد فروش
هتل داخلی

۱۵ شهریور

فروردین
اردیبهشت
خرداد
تیر
مرداد
شهریور
مهر
آبان
آذر
دی
بهمن
اسفند

رفتار کاربر ا پرواز



بیشترین بلیت پرواز خارجی

خریداری‌شده توسط ۱ نفر

۲۲۲ بلیت



گران‌ترین بلیت پرواز خارجی

فروخته‌شده

۳۰۷,۰۰۰,۰۰۰ تومان

اوکلند - تهران



بیشترین بلیت پرواز داخلی

خریداری‌شده توسط ۱ نفر

۳۲۱ بلیت

۲۱ دی

رکورد فروش پرواز خارجی

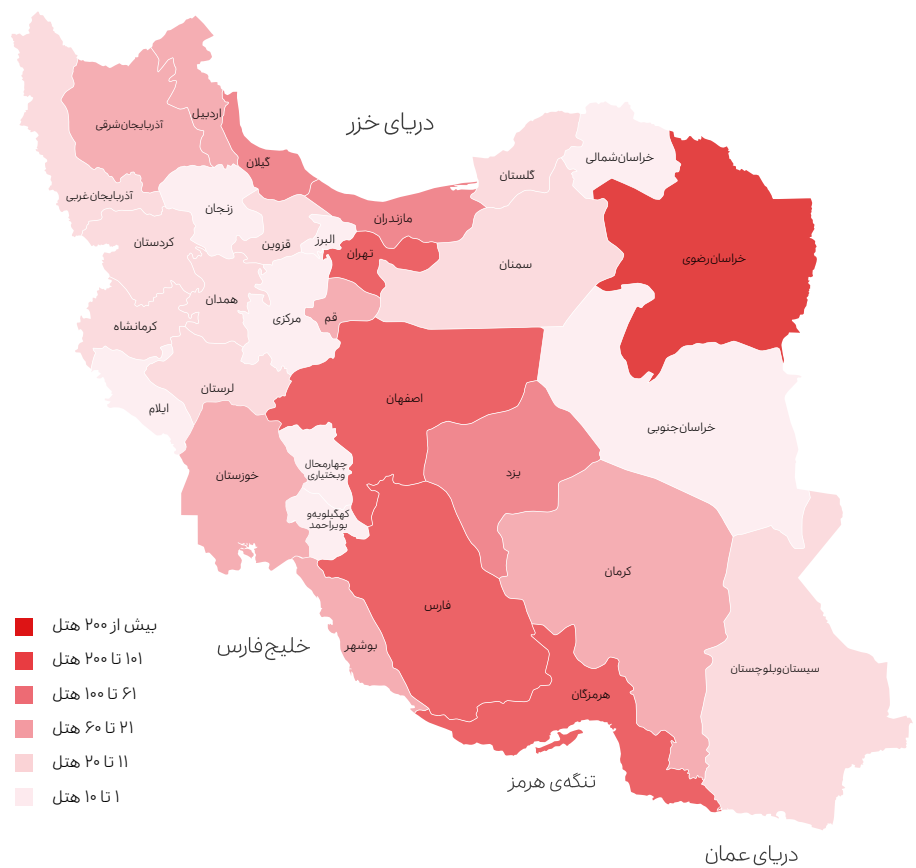
فروردین
اردیبهشت
خرداد
تیر
مرداد
شهریور
مهر
آبان
آذر
دی
بهمن
اسفند

۲ دی

رکورد فروش پرواز داخلی

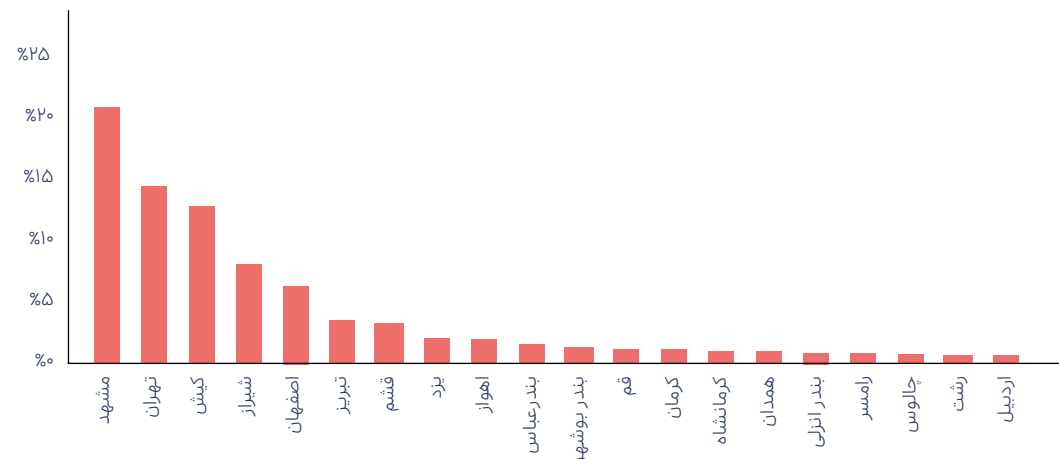
فروردین
اردیبهشت
خرداد
تیر
مرداد
شهریور
مهر
آبان
آذر
دی
بهمن
اسفند

پراکندگی جغرافیایی هتل‌های فعال اسنپ‌تریپ در ایران

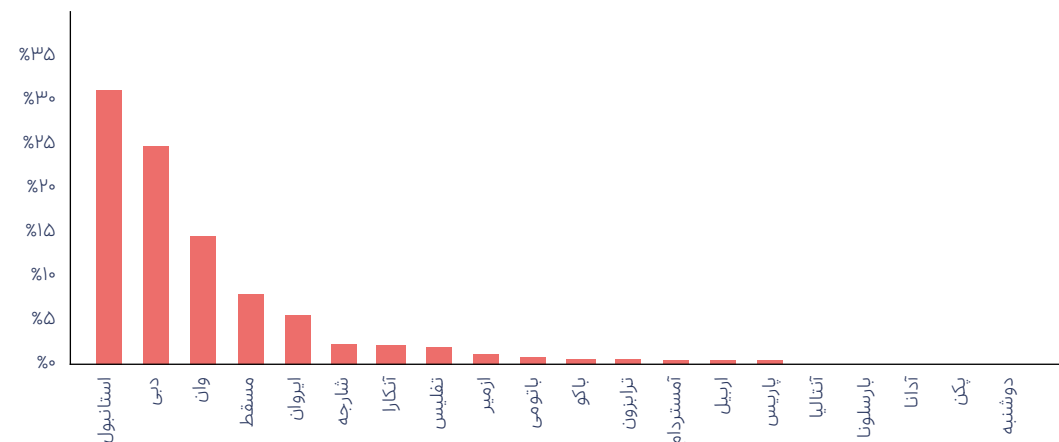


بیشترین هتل‌های فعال اسنپ‌تریپ در استان خراسان رضوی قرار دارند. پس از آن بیشترین فراوانی هتل‌ها به‌ترتیب در استان‌های تهران و فارس است.

مقاصد داخلی محبوب برای رزرو هتل بر اساس سهم فروش هر شهر



مقاصد خارجی محبوب برای رزرو هتل بر اساس سهم فروش هر شهر



رفتار کاربر ا تور



۵ خرداد | رکورد فروش تور

اسفند بهمن دی آذر آبان مهر شهریور مرداد تیر خرداد اردیبهشت فروردین

رفتار کاربر اتوبوس



۲۵ خرداد | رکورد فروش
بلیت اتوبوس

اسفند بهمن دی آذر آبان مهر شهریور مرداد تیر خرداد اردیبهشت فروردین

رفتار کاربر ا ویلا و اقامتگاه



۱۱ اسفند | رکورد فروش
ویلا و اقامتگاه

اسفند بهمن دی آذر آبان مهر شهریور مرداد تیر خرداد اردیبهشت فروردین

این رکورد بالاترین میزان ثبت سفارش ویلا و اقامتگاه در یک روز در تمام دوره‌ی فعالیت این سرویس بوده است. در ۱۱ اسفند، پس از شروع جنگ، تقاضا برای خروج از شهر و رزرو اقامتگاه به‌طور چشمگیری افزایش پیدا کرد و الگوی سفر کاربران به‌طور مقطعی دچار تغییر شد.

- تهران
- مشهد
- رامسر
- رشت
- شیراز

مقاصد محبوب
برای رزرو
ویلا و اقامتگاه

فروش سازمانی



۱۸/۸٪

رشد فروش سازمانی سرویس هتل
نسبت به سال گذشته



۱۵/۶٪

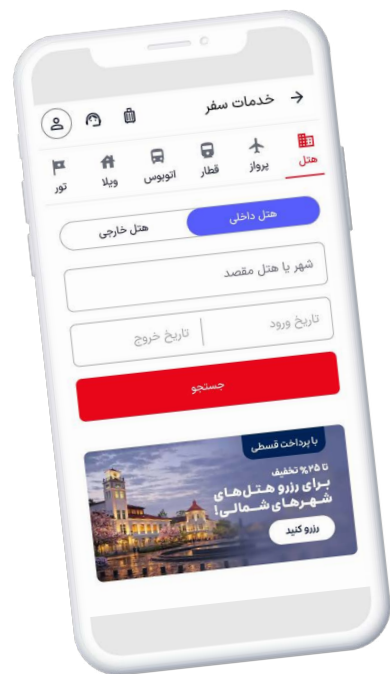
رشد فروش سازمانی سرویس پرواز
نسبت به سال گذشته

📌 خدمات سازمانی اسنپ‌تریپ، سرویس‌های خرید بلیت و اقامت را برای مأموریت‌های سازمانی و برنامه‌های رفاهی کارکنان به شرکت‌ها ارائه می‌دهد. این بخش همچنین ظرفیت پرواز و اقامت مورد نیاز آژانس‌های مسافرتی را تامین می‌کند.

 اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی | اپ

- ارتقای تجربه‌ی کاربری در پی بهبود زیرساخت‌ها و کاهش ۳۳ درصدی زمان جست‌وجوی پرواز
- بازطراحی کامل محصول اتوبوس داخلی و خارجی
- طراحی سرویس رزرو خودکار پرواز
- پیاده‌سازی محصول وب‌سرویس سازمانی برای پرواز داخلی و خارجی برای آژانس‌های گردشگری
- پیاده‌سازی و اجرای خدمات سلف‌سرویس برای محصولات قطار و اتوبوس و کاهش ۴۰ درصدی نیاز به تماس مشتریان و افزایش رضایت کاربران
- بازطراحی و بهینه‌سازی فرآیندهای استرداد در محصولات مختلف، با هدف افزایش رضایت مشتری
- پیاده‌سازی محصول مدیریت میزبان برای محصول ویلا، با هدف ارتباط بهتر با تامین‌کنندگان و برخط بودن موجودی
- بازطراحی قیف فروش و بهبود صفحه‌ی اصلی ویلا، با هدف نمایش دسته‌بندی‌های محبوب
- بهبود طراحی کارت‌های هتل و ویلا، با هدف افزایش اطلاعات کاربر برای تصمیم‌گیری بهینه
- ایمن‌سازی پنل‌ها و رمزنگاری داده‌های مشتریان برای افزایش ایمنی اطلاعات شخصی کاربران
- توسعه‌ی محصول انطباق هوشمند هتل و ویلا با استفاده از هوش مصنوعی



شایع‌ترین موضوعات ارتباط با پشتیبانی

- پیگیری کنسلی
- راهنمایی کنسلی
- درخواست اصلاحیه
- راهنمایی خرید
- پیگیری استرداد



درصد شکایات ثبت‌شده نسبت به
تعداد سفارش‌های ثبت‌شده

۰/۰۵%



۴/۵ از ۵

میزان رضایت کاربران از پشتیبانی

اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی پشتیبانی



مجموع تماس‌ها
۱,۰۰۸,۱۰۶ تماس



مجموع ساعات مکالمه‌ی
پشتیبانی با کاربران
۴۷,۵۵۸ ساعت
معادل حدود ۵/۵ سال



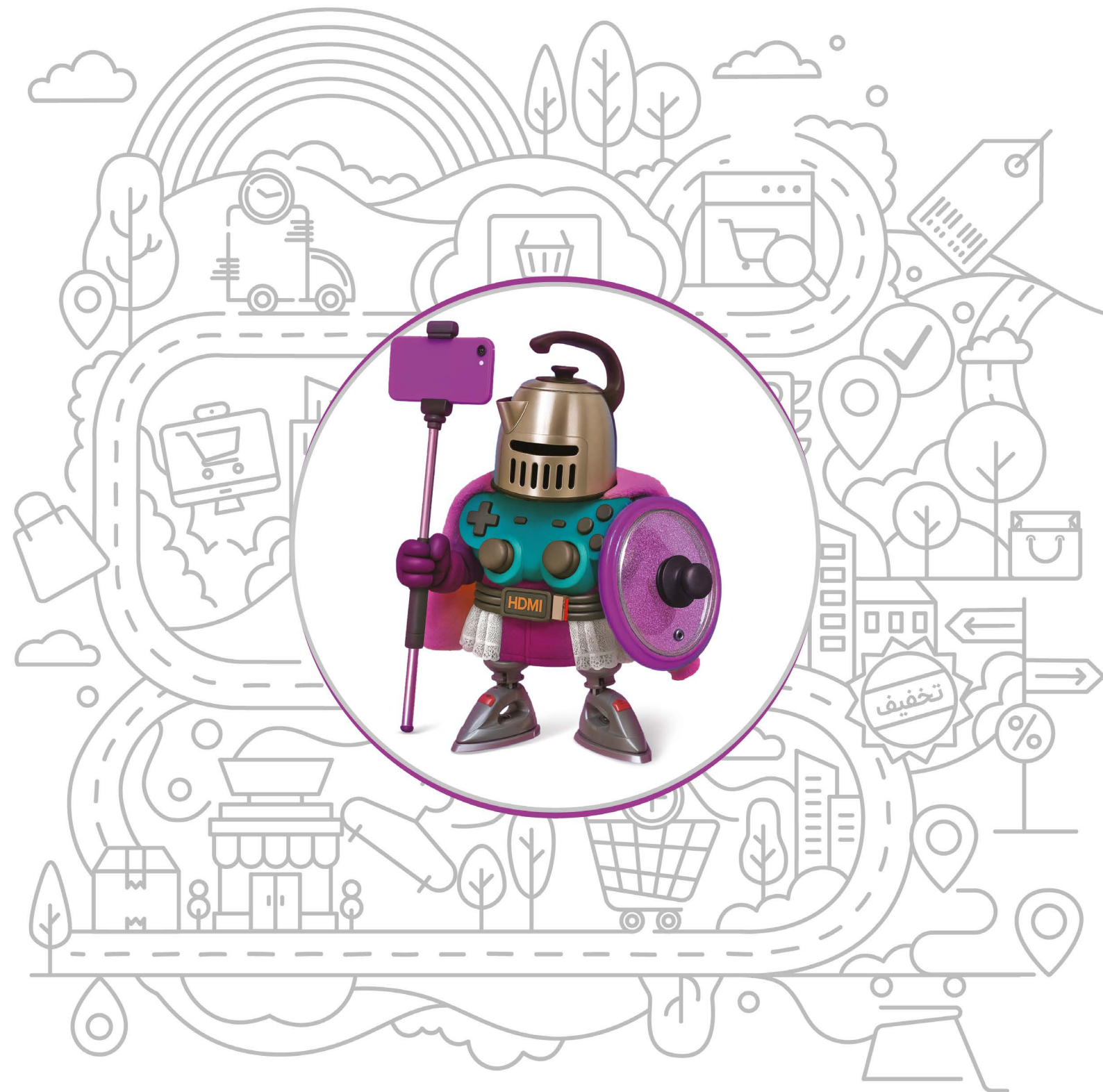
میانگین زمان مکالمه با کاربران
۲ دقیقه و **۵۰** ثانیه

میانگین زمان انتظار برای پاسخگویی
۴۱ ثانیه

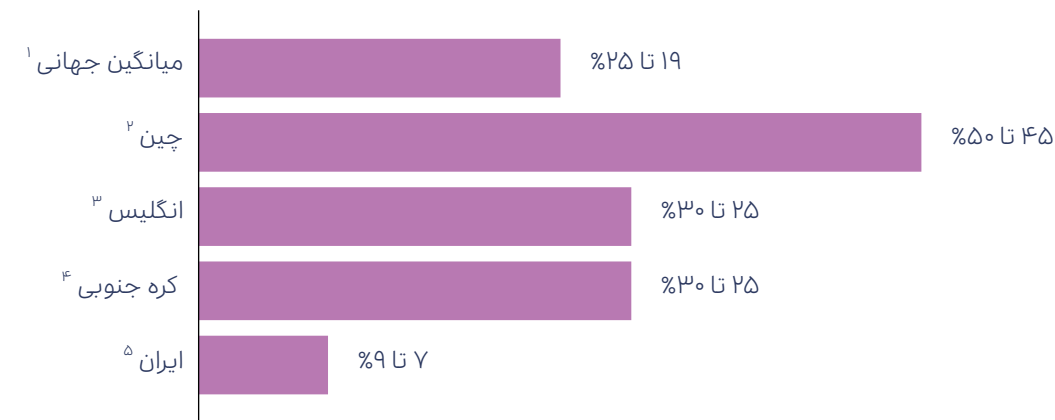
اسنپ‌شاپ؛ خرید اینترنتی، راحت و قسطی

ماموریت اسنپ‌شاپ فراهم کردن امکان خرید آنلاین کالا با قابلیت مقایسه و انتخاب مناسب‌ترین قیمت در کوتاه‌ترین زمان ارسال است. در ۱۴۰۴، با دشواری‌ها و ناپایداری‌های ناشی از ۲ جنگ و ناملايمات اجتماعی، حفظ دسترسی پایدار به کالاهای مورد نیاز کاربران به عنوان یکی از اولویت‌های اصلی این سرویس دنبال شده است، تا تجربه‌ی خرید همچنان قابل‌اتکا باقی بماند. در حال حاضر، در اسنپ‌شاپ امکان خرید طیف گسترده‌ای از محصولات در دسته‌بندی‌های زیبایی و سلامت، طلا و نقره، فرهنگ و هنر، دیجیتال، مد و پوشاک، موتور سیکلت و لوازم خودرو، ابزارآلات و تجهیزات، ورزش و سفر، مادر و کودک و خانه و آشپزخانه فراهم است.

قابلیت‌های اسنپ‌شاپ شامل امکان پرداخت قسطی، ارسال سریع (زیر ۳ ساعت)، ارسال رایگان ویژه‌ی کاربران پرو، ارسال عادی و ارسال رایگان برای خریدهای با مبلغ مشخص است. همچنین امکان ارسال در روز بعد، با هدف مدیریت بهتر هزینه‌ها و شرایط ارسال، در دسترس کاربران قرار دارد. امکان بازگرداندن کالا در صورت نارضایتی در بازه‌ی زمانی مشخص، ثبت نظر و امتیاز برای فروشندگان و اطلاع از تخفیف‌ها و پیشنهادهای ویژه‌ی فروشگاه‌ها از دیگر خدمات این سرویس است که با هدف حفظ کیفیت تجربه‌ی خرید در این شرایط ارائه می‌شود.



نگاهی به خرده‌فروشی آنلاین در دنیا



② سهم خرده‌فروشی آنلاین در ایران نسبت به میانگین جهانی و کشورهای پیشرو در این صنعت همچنان امکان رشد فراوانی دارد.

منابع:

۱. emarketer.com

۲. nielseniq.com و mckinsey.com و euromonitor.com

۳. statista.com

۴. Insider Intelligence و emarketer.com

۵. بر اساس دیتاهای تجمیعی از تحقیقات تیم تحقیقات بازار اسنپ، گزارش اقتصاد دیجیتال ایران از سازمان نصر و گزارش تجارت الکترونیک ۱۴۰۳-۱۴۰۴



رشد پایدار در سایه‌ی بحران

سال گذشته، با وقوع جنگ و نوسان‌های اقتصادی، فضای کسب‌وکار با سطح بالایی از عدم قطعیت روبه‌رو شد و رفتار خرید کاربران نیز تحت تاثیر این شرایط تغییر کرد و در نتیجه فروشگاه اسنپ با کاهش فروش روبه‌رو شد. در چنین فضایی، تمرکز ما بر بهینه‌سازی هزینه‌ها، مدیریت دقیق نقدینگی و حفظ انعطاف عملیاتی بود تا بتوانیم در برابر بحران‌های احتمالی موثرتر واکنش نشان دهیم. در همین راستا، فرآیندهای عملیاتی، به‌ویژه در شیوه‌های ارسال و زمان‌بندی فعالیت مرکز پردازش، بازنگری شد.

در طراحی کمپین‌ها تلاش کردیم با تمرکز بر محصولات پُر تقاضا و ارائه‌ی پیشنهادهای هدفمند، دسترسی کاربران به گزینه‌های مناسب را فراهم کنیم. پایش لحظه‌ای داده‌ها نیز به ما کمک کرد تصمیم‌های دقیق‌تری برای مدیریت موجودی، تنظیم پیشنهادهای و هدایت فروش میان فروشندگان مختلف بگیریم.

در سال پیش رو، مسیر رشد را، با تمرکز بر افزایش کارایی عملیاتی، سودآوری پایدار، توسعه‌ی جغرافیای فروش از طریق ارسال سریع و بهبود عملکرد فروشندگان، ادامه خواهیم داد.



امین سمیعی

مدیرعامل اسنپ‌شاپ



جنگ ۱۲ روزه؛ پیامدها و اقدامات

اقدامات حمایتی



- شناسایی و تامین اقلام ضروری مورد نیاز کاربران
- هماهنگی با فروشگاه‌های فعال برای تداوم عرضه
- اولویت‌دهی به واحد عملیات (پردازش سفارش، حمل‌ونقل، پشتیبانی)
- تحویل سفارش‌های ثبت‌شده‌ی پیش از جنگ و تداوم خدمات با رعایت حداکثری سلامت همکاران عملیاتی

افزایش تعداد شهرهای
ارائه‌دهنده‌ی ارسال سریع
از ۵ به ۱۷ شهر



جنگ ۱۲ روزه؛ پیامدها و اقدامات

تاثیر بر کسب‌وکار



تا ۸۰٪
کاهش سفارش‌های
روزانه

- کاهش ترافیک ورودی پلتفرم
- کاهش یا توقف فعالیت فروشگاه‌های همکار

جنگ ۳۹ روزه؛ پیامدها و اقدامات

اقدامات حمایتی



- اطلاع‌رسانی مستمر درباره‌ی وضعیت فعالیت و چالش‌ها
- تحویل سفارش‌های ثبت‌شده‌ی پیش از جنگ و تداوم خدمات با رعایت حداکثری سلامت همکاران عملیاتی
- شناسایی و تامین **۵۰۰+** محصول ضروری مورد نیاز کاربران

جنگ ۳۹ روزه؛ پیامدها و اقدامات

تاثیر بر کسب‌وکار



تا **۶۰٪**
کاهش سفارش‌های
روزانه

کاربر

کاربر ا فروشنده

تعداد کل کاربران
۵۲,۹۷۷
کاربر فروشنده



تعداد کاربران فعال
۱۳,۳۳۸
کاربر فروشنده



رشد تعداد کاربران
فروشنده
۳۶%

کاربر ا مشتری

تعداد کل کاربران
۲,۵۷۳,۷۲۶
حساب کاربری



تعداد کاربران فعال
۱,۵۶۸,۲۵۵
حساب کاربری

عملکرد

رشد تنوع کالایی ۲۴%
رشد فروش کل اقلام ۲۸%



پُر سفارش‌ترین روز سال

جمعه ۷ آذر
حراج‌جمعه
ثبت ۱۴۵,۰۰۰+ سفارش
تومان فروش ۳۷۸,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰+
بازدید ۴,۰۰۰,۰۰۰+
۲/۷ برابر رشد نسبت به حراج‌جمعه‌ی ۱۴۰۳

آذر: دی بهمن اسفند
آبان مهر شهریور مرداد تیر خرداد اردیبهشت فروردین

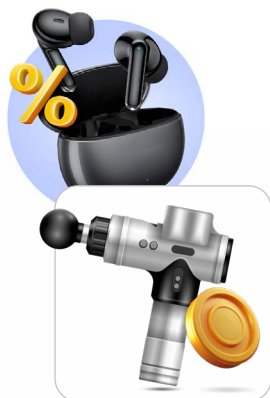


گران‌ترین محصول
آیفون ۱۶ پرومکس
ظرفیت ۲۵۶ گیگابایت، رم ۸ گیگابایت
۱۹۳,۰۰۰,۰۰۰ تومان



مهم‌ترین کمپین
حراج‌جمعه (۱ تا ۱۰ آذر)
ثبت ۵۱۰,۰۰۰+ سفارش
فروش ۱,۳۳۰,۰۰۰+ قلم کالا

محصولات دارای بیشترین شاخص تقاضا



- سکه‌ی گرمی طلا ۱۸ عیار پارسیان مدل امین زر
- ماساژور قاعدگی و شکم
- هندزفری بلوتوثی انکر
- قرص مکمل منیزیم مگنیفورت
- فلوئید ضد آفتاب مای

رفتار کاربر



رکورد فروش کتاب
+۹۳,۰۰۰ جلد کتاب

اردیبهشت ۱۴۰۴

(نمایشگاه کتاب فروشگاه اسنپ)

۵ کالای دارای بیشترین جست‌وجو



● ماگ



● ساعت
(عقربه‌ای، هوشمند)



● هدفون
(ایرپاد، بلوتوثی)

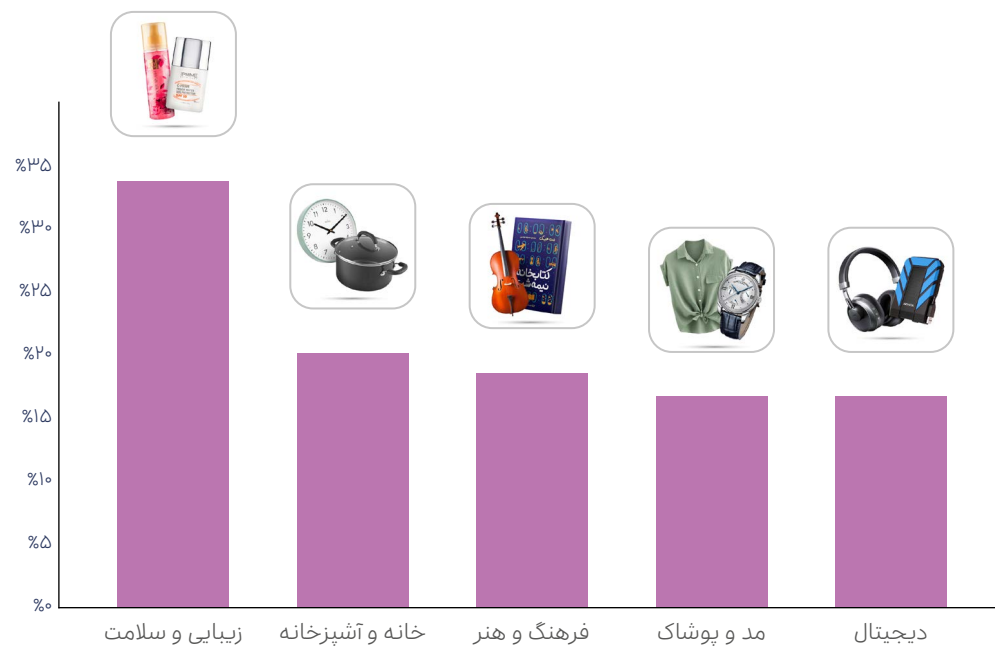


● اسپیکر



● طلا
(شمش، زیورآلات)

سهم دسته‌بندی‌های محبوب از فروش تعدادی



محصولات دارای بیشترین میزان فروش



- سکه‌ی گرمی طلا ۱۸ عیار پارسیان مدل امین زر
- گوشی رد می نوت ۱۴
- گوشی Galaxy A56
- شمش طلا ۲۴ عیار ایران‌شمش طرح سیمرغ
- ایرفون بلوتوثی مدل ایرپاد پرو

گران‌ترین سبد خرید

۲۱ اردیبهشت | ۱۹۹,۱۲۵,۰۰۰ تومان

اردیبهشت
فروردین

خرداد

تیر

مرداد

شهریور

مهر

آبان

آذر

دی

بهمن

اسفند

● گوشی رد می نوت ۱۴

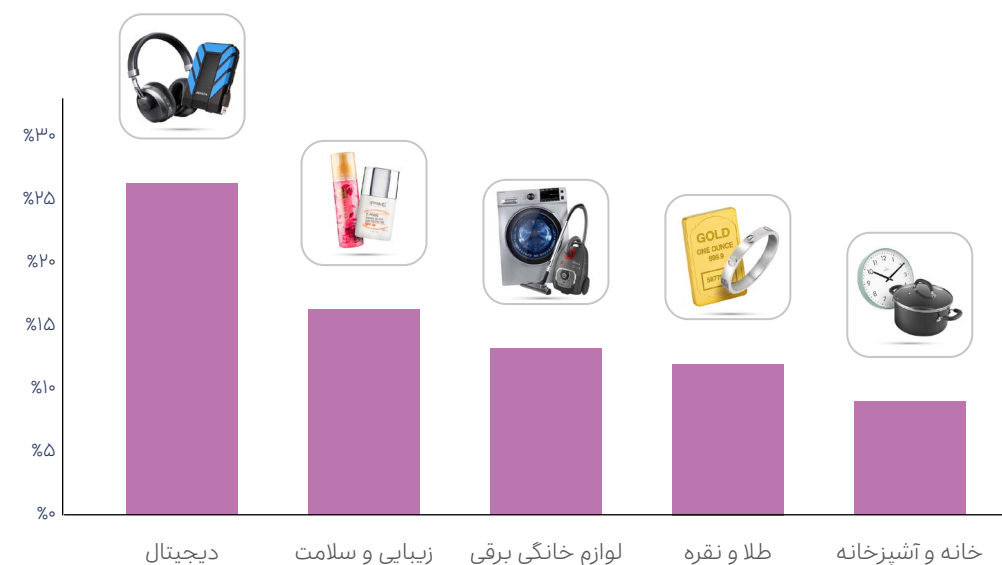
● شمش طلا، ۲۴ عیار ایران شمش طرح سیمرغ کد ۱ - سایز ۱۰ گرم

● شمش طلا ۲۴ عیار ایران شمش طرح سیمرغ کد ۱ - سایز ۵ گرم

● شمش طلا ۲۴ عیار ایران شمش طرح سیمرغ کد ۱ - سایز ۵/۵ گرم

● کنسول بازی مایکروسافت، مدل ایکس‌باکس، سری S

سهم دسته‌بندی‌های محبوب از فروش ریالی



اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی | خدمات



- افزایش شهرهای فعال از ۳۴۵ به ۵۰۰ شهر
- بهبود میزان وفاداری کاربران مشتری (NPS) با ۲۰٪ رشد
- فعال کردن سرویس ارائه‌ی به‌صرفه با هزینه‌ی به‌صرفه‌تر
- افزایش پوشش خدمت‌دهی به فروشندگان از ۴۱٪ به ۸۰٪
- در شعاع زیر ۳ کیلومتر
- افزایش ظرفیت پردازش کالا از ۳۰,۰۰۰ به ۴۵,۰۰۰ در روز
- افزایش ظرفیت پردازش بسته از ۱۵,۰۰۰ به ۳۰,۰۰۰ در روز
- افزایش ظرفیت نگهداری کالا از ۶۰,۰۰۰ به ۱۲۰,۰۰۰ در روز

اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی | اپ



- پایداری در ارائه‌ی سرویس در زمان اوج تقاضا با ارائه‌ی سرویس به ۴,۰۰۰,۰۰۰ + کاربر در ۷ آذر (کمپین حراج‌معه)



اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی پشتیبانی

مجموع ساعات مکالمه‌ی
پشتیبانی با کاربران

۶۶,۸۴۴ ساعت

معادل حدود ۷/۶ سال

مجموع تماس‌های
ورودی و خروجی

۱,۶۸۲,۷۹۶ تماس



میانگین زمان مکالمه با کاربران

۲ دقیقه و ۲۳ ثانیه

میانگین زمان انتظار برای پاسخگویی

۲ دقیقه و ۲۵ ثانیه



مجموع تیکت‌ها

۱,۲۹۱,۷۶۳ تیکت

اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی ارسال

درصد تحویل به موقع
سفارش‌ها

۸۰%

۱۰٪ از سفارش‌هایی که در بازه انتخابی به دست مشتریان نرسیده‌اند، در نخستین زمان ممکن پس از این بازه‌ی به مشتریان تحویل داده شده‌اند.

بیشترین مسافت طی شده
برای ارسال ۱ سفارش
۲,۳۸۰ کیلومتر

۳ دقیقه و ۴۶ ثانیه
رکورد سریع‌ترین
ارسال

● افزایش ظرفیت ارسال از ۳۰,۰۰۰ به ۵۷,۰۰۰ در ۳ روش ارسال در روز

شایع‌ترین موضوعات ارتباط با پشتیبانی

- پیگیری تاخیر در ارسال مرسوله
- درخواست لغو سفارش
- مرجوعی



درصد شکایات ثبت‌شده نسبت
به سفارش‌های ثبت‌شده

۱۲٪



۴ از ۵

میزان رضایت کاربران از پشتیبانی



از اعتماد کاربران تا توسعه‌ی خدمات سلامت

مسیر سال گذشته هموار نبود، اما با همراهی کاربران هر قدمش ارزشمند شد. ۱۴۰۴ سفری داشتیم از دل بحران به مقصد اعتماد کاربران. تلاش کردیم در هر شرایطی پایداری خدمات را حفظ کنیم و ظرفیت‌های حوزه‌ی سلامت را، از مشاوره‌های پزشکی و روانشناسی تا ارسال سریع دارو و اقلام داروخانه‌ای، همسو با مأموریت اصلی اسنپ‌دکتر، یعنی حفظ سلامت در هر زمان و مکان، در اختیار کاربران قرار دهیم. در روزهایی که عدم قطعیت بر زندگی سایه انداخته بود، انگیزه‌ی ما اعتماد کاربرانی بود که در سخت‌ترین لحظات به خدمات ما تکیه کردند.

در سال پیش رو نیز بر تعهد خود به این پیوند عمیق پایبند می‌مانیم. هدف ما دسترسی آسان‌تر و سریع‌تر به خدمات سلامت از طریق توسعه و گسترش سرویس‌هایی مانند خرید حضوری از داروخانه‌ها، نوبت‌دهی آنلاین مطب و خدمات پزشکی در منزل است. ما به اعتماد کاربرانمان افتخار می‌کنیم و همچنان برای ارائه‌ی تجربه‌ای مطمئن‌تر، گسترده‌تر و کارآمدتر تلاش خواهیم کرد.



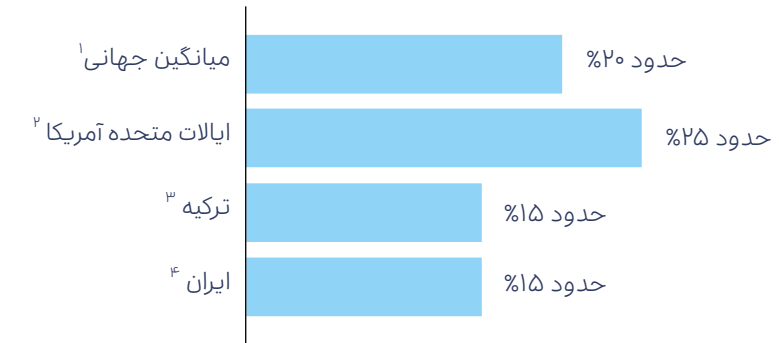
امیرحسین جهان‌دیده



رضا ماهرینیا

مدیران عامل اسنپ‌دکتر

نگاهی به سهم خدمات آنلاین پزشکی از کل بازار در دنیا



سهم خدمات آنلاین پزشکی در ایران و ترکیه برابر است.

۳. statista.com

۴. تحقیقات بازار اسنپ

۱. enacton.com

۲. ama-assn.org

منابع:

جنگ ۳۹ روزه؛ پیامدها و اقدامات

تاثیر بر کسب‌وکار



تعداد پزشکان و روانشناسان جدید که در این بازه فعالیت خود را آغاز کردند

۱۲۰ نفر



رشد پزشکان و روانشناسان فعال در جنگ دوم نسبت به روزهای قبل از جنگ

۴٪



کاهش سفارش‌های موفق سرویس تهیه‌ی آنلاین دارو

۳۲٪

این آمار مربوط به سفارش‌های تحویل داده‌شده به کاربر نسبت به ۱ هفته قبل از شروع جنگ است.

جنگ ۱۲ روزه؛ پیامدها و اقدامات

اقدامات حمایتی

فعال‌سازی یک نوبت مشاوره‌ی روانشناسی رایگان برای حمایت روانی از کاربران در سراسر کشور



ارزش طرح

۴۸۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان



پایان طرح

۳۱ تیر ۱۴۰۴

شروع طرح

۲۳ خرداد ۱۴۰۴

عملکرد



رشد درخواست‌های ثبت‌شده در سرویس
مشاوره‌ی آنلاین پزشکی و روانشناسی

۱۱۱/۸۲٪



رشد تعداد مشاوره‌های متنی در
سرویس روانشناسی و پزشکی

۴۸/۲۴٪



میانگین زمان تایید و پاسخگویی به کاربر در
سرویس مشاوره‌ی متنی پزشکی و روانشناسی*

کمتر از ۱۵ دقیقه



رشد سفارش‌های نسخه‌ی الکترونیکی
بیمه در سرویس داروخانه

۵۱/۹۸٪



رشد درخواست‌های ثبت‌شده در
سرویس مشاوره‌ی روانشناسی

۱۵۶/۶٪



رشد سفارش خدمات در منزل

۸۸/۳۶٪



رشد درخواست خدمات در منزل

۲۴٪

این رشد نسبت به ۲ ماه قبل از شروع جنگ ثبت شده است. 📈



رکورد بیشترین درخواست
مشاوره‌ی آنلاین پزشکی و روانشناسی

۲۴ اسفند

پراکندگی جغرافیایی مراکز خدمات درمانی و آزمایشگاه‌های همکار در استان‌های کشور

فعال در ۲۱ شهر و ۱۸ استان



پراکندگی جغرافیایی داروخانه‌های همکار در استان‌های کشور

فعال در ۲۳ شهر و ۱۷ استان





کاربر | پزشک و مشاور

تعداد پزشکان (عمومی، متخصص و فوق تخصص)
و روانشناسان ثبت‌نامی
۷,۵۰۹ پزشک و روانشناس



رشد پزشکان (عمومی، متخصص و فوق تخصص) و
روانشناسان فعال
۲۵%



کاربر | درمان‌جو

تعداد کل کاربران
۱۹,۸۳۲,۳۶۹
حساب کاربری



تعداد کاربران فعال در سرویس مشاوره‌ی
آنلاین پزشکی و روانشناسی
۱,۰۵۸,۷۲۱
حساب کاربری



نسبت کاربران پرو به کل کاربران
۱۳/۱۹%

اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی | اپ



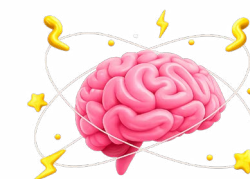
- تعریف بسته‌های داروخانه‌ای در بحران
- تکمیل خودکار کلمات در بخش سفارش‌های سرویس داروخانه
- استوری ویدیویی معرفی در پروفایل هر مشاور
- تخمین قیمت‌گذاری سفارش محصولات دارویی با هوش مصنوعی

رفتار کاربر



محبوب‌ترین سرویس
اسنپ‌دکتر

مشاوره‌ی آنلاین پزشکی



پُر تکرارترین موضوع مشاوره با روانشناس

استرس، اضطراب و فشار روانی



بزرگ‌ترین سبد خرید در
۱ سفارش از سرویس داروخانه

۵۴,۸۰۰,۰۰۰ تومان



میزان مشارکت کاربران در
امتیازدهی به پزشکان و مشاوران

۲۰٪



رکورد بیشترین مشاوره‌ی تلفنی
۱ روانشناس در سال

۲,۹۲۷ ساعت



رکورد بیشترین مشاوره‌ی تلفنی
۱ پزشک در سال

۸۶۷ ساعت

اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی | ارسال

درصد تحویل به موقع
سفارش‌ها در سرویس
داروخانه
۹۰%

۱۱ دقیقه
رکورد سریع‌ترین
ارسال دارو

بیشترین مسافت طی شده
برای ارسال سفارش
+۵۰ کیلومتر



مجموع مسافت طی شده برای ارسال سفارش‌ها

۷,۷۴۰,۷۰۳ کیلومتر

↔ **معادل** حدود ۲,۵۰۰ مرتبه رفت و برگشت از بندر انزلی به جزیره‌ی هرمز

اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی | خدمات



- خرید حضوری دارو از داروخانه
- پرداخت ۴ قسطه‌ی تهیه‌ی آنلاین دارو و محصولات داروخانه‌ای
- پرداخت ۴ قسطه‌ی مشاوره‌ی آنلاین پزشکی و روانشناسی

اقدامات عملیاتی

اقدامات عملیاتی پشتیبانی



مجموع ساعات مکالمه‌ی
پشتیبانی با کاربران
۲۰,۷۸۱ ساعت
معادل حدود ۲/۴ سال



مجموع تیکت‌ها و چت‌ها
۷۰۸,۲۰۷ تیکت و چت



۴/۵ از ۵
میزان رضایت کاربران از پشتیبانی



مجموع تماس‌های ورودی و
خروجی کاربران
۹۲۸,۲۹۳ تماس

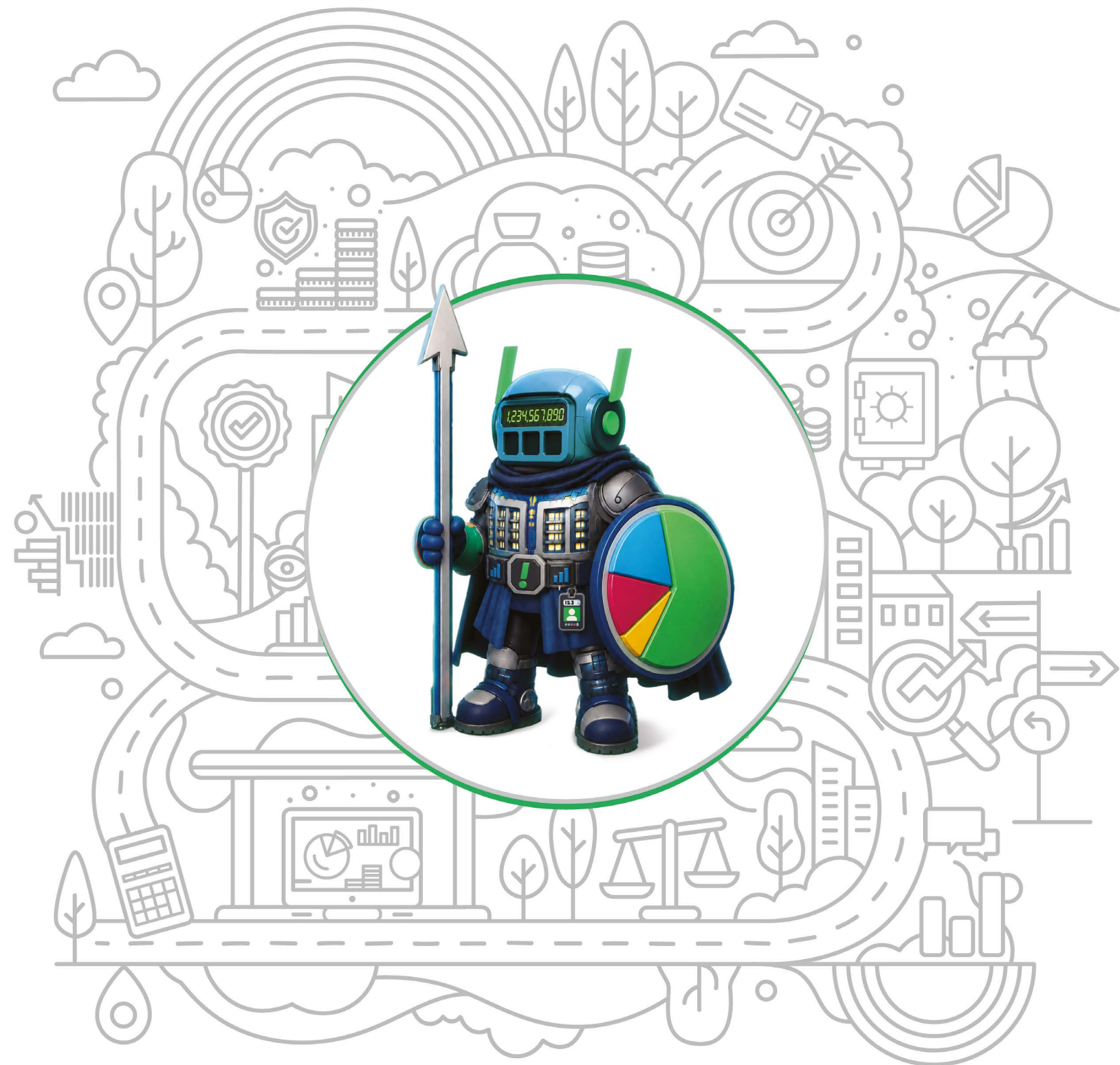


شایع‌ترین موضوعات
ارتباط با پشتیبانی

- پیگیری تماس با پزشک یا روانشناس
- پیگیری سفارش دارو

تیم مرکزی گروه اسنپ؛ هسته‌ی راهبری و حمایت

تیم مرکزی گروه اسنپ از ۱۳۹۳ در ایران شکل گرفت و از ۱ سال بعد به‌طور رسمی فعالیت خود را آغاز کرد. هم‌افزایی بین زیرمجموعه‌ها، ارائه‌ی حمایت تخصصی و متمرکز مالی-مدیریتی، کنترل و اداره‌ی سرمایه‌گذاری‌ها و سیاست‌گذاری‌ها در جهت کاهش ریسک و افزایش بازدهی کسب‌وکارهای زیرمجموعه‌ی گروه اسنپ و حصول اطمینان از رعایت مقررات و قوانین مربوطه توسط شرکت‌های زیرمجموعه از اهداف شکل‌گیری این گروه بوده است. در حال حاضر در تیم مرکزی گروه اسنپ ۳ بخش اصلی منابع انسانی، مالی و حقوقی با ۱۲۵ همکار متخصص و حرفه‌ای فعالیت دارند.



بخش مالی تیم مرکزی گروه اسنپ

مسئولیت بخش مالی گروه اسنپ راهبری، پشتیبانی، مشاوره، کنترل و نظارت بر تمام جنبه‌های مالی شرکت‌های زیرمجموعه‌ی گروه است.

زمینه‌ی فعالیت‌های بخش مالی تیم مرکزی گروه اسنپ

مدیریت ریسک و حسابرسی داخلی

ارائه‌ی خدمات مشاوره‌ای به منظور اطمینان از فرآیندهای کسب‌وکار و کمک به مدیریت ریسک



مدیریت منابع سازمان (ERP)

پیاده‌سازی راه‌حلی یکپارچه با بهره‌گیری از داده‌های دقیق برای برنامه‌ریزی منابع سازمان و خودکار کردن فرآیندهای کسب‌وکار



امور مالیاتی و بیمه‌ای

تدوین راهبردهای مالیاتی برای گروه و حصول اطمینان از رعایت دقیق قوانین و مقررات مالیاتی و بیمه‌ای جاری کشور



حسابداری

ارائه‌ی خدمات حسابداری به شرکت‌های تازه تأسیس و مدیریت هزینه و منابع مشترک شرکت‌های گروه



گزارشگری مالی

تهیه، ارائه و تفسیر گزارش‌های مالی برای تصمیم‌گیری دقیق‌تر ذینفعان، سنجش عملکرد و تسهیل بودجه‌ریزی



خزانه‌داری

مدیریت و تدوین راهبردهای تامین مالی و جذب سرمایه در شرکت‌های گروه، تعامل با اعتباردهندگان، سرمایه‌گذاران و نهادهای مالی داخلی و خارجی و حصول اطمینان از رعایت قوانین حوزه‌ی ارزی



بخش حقوقی تیم مرکزی گروه اسنپ

بخش حقوقی تیم مرکزی گروه اسنپ شرکت‌های زیرمجموعه‌ی گروه را در جهت رشد و توسعه‌ی خود از طریق انطباق حداکثری ساختار با قوانین و مقررات حاکم و حل‌وفصل تمام مسائل حقوقی همراهی می‌کند.

زمینه‌ی فعالیت‌های بخش حقوقی تیم مرکزی گروه اسنپ



تنظیم و تهیه‌ی قراردادها و تفاهم‌نامه‌ها و ارائه‌ی مشاوره‌ی حقوقی در تمام مسائل شرکتی



سیاست‌گذاری و تعیین راهنما و دستورالعمل‌های داخلی



انجام همه‌ی امور مربوط به تأسیس شرکت‌ها و تغییرات ساختار و امور ثبت برندها و مالکیت معنوی



همکاری با شرکت‌های زیرمجموعه‌ی گروه در ارتباط با متولیان دولتی برای اصلاح و توسعه‌ی تنظیم‌گری قوانین



پیگیری پرونده‌های حقوقی و پاسخ به استعلام‌ها و مکاتبات قضایی

پایان‌نامه

ایستادن سمت روایتگری

برنامه‌ریزی و آماده‌سازی این گزارش در روزهایی انجام شد که سایه‌ی سوگ جمعی و نگرانی‌های ناشی از جنگ و ناملایمات اجتماعی بر فضای عمومی سنگینی می‌کرد؛ آن هم در حالی که خود مفهوم «برنامه‌ریزی» بیش از هر چیز به ثبات، پایداری و امنیت نیاز دارد. در تمام این مسیر، پرسشی تکرارشونده با ما همراه بود: آیا اکنون زمان مناسبی برای گفتن از داستان یک کسب‌وکار است یا موضوعات مهم‌تری برای پرداختن وجود دارد؟ گفتن و شنیدن از فراز و فرودها، چالش‌ها و تلاش برای بقای یک کسب‌وکار چه ضرورتی دارد؟ این گزارش در دل همین تردیدها شکل گرفت و در نهایت تصمیم ما ایستادن سمت روایتگری بود و برای هفتمین سال پیایی داستان اسنپ را بازگو کردیم. به باور ما روایتگری تلاشی است برای فهمیدن و فهماندن جهانِ درهم‌تنیده‌ی جمعی. با این حال، می‌دانیم که هیچ روایتی کامل یا بی‌طرف نیست و هر گفتنی در چنین زمانه‌ای با پرسش و مسئولیت همراه است. امید که این روایت‌ها، حتی اگر کوچک و ناقص باشند، بتوانند سهمی در فهم مشترک از تجربه‌ی یک سال گذشته داشته باشند.

پایان‌نامه



عطیه نوری

مدیر ارشد روابط عمومی گروه اسنپ



واژه‌نامه

در بخش «واژه‌نامه» تلاش کردیم درک دقیق‌تری از شاخص‌ها، عبارات اختصاری و اصطلاحات تخصصی از طریق ارائه‌ی تعاریف و توضیحات فراهم شود. هدف از این بخش شفاف‌سازی واژگانی است که شاید برای همه‌ی خوانندگان آشنا نباشد یا در فرهنگ کاری گروه اسنپ معنای مشخص و متفاوتی پیدا کرده است. واژگانی که در متن گزارش با نشان ستاره (*) مشخص شده‌اند، در این واژه‌نامه دارای تعریف مشخص هستند. این تعاریف و توضیحات خواننده را در درک عمیق‌تر از مفاهیم یاری می‌کند.

واژه‌نامه

واژه‌نامه

نسل زد (Z)

بر اساس تعریف مؤسسه‌ی بین‌المللی مشاوره‌ی مدیریت «مکینزی اند کامپنی» متولدین ۱۹۹۶ تا ۲۰۱۰ نسل زد (Z) را تشکیل می‌دهند.

کل کاربران

به حساب‌های کاربری ایجادشده از ابتدای فعالیت سرویس نامبرده تا پایان ۱۴۰۴ اشاره دارد. حساب کاربری به معنای تعداد نفرات نیست؛ یک فرد می‌تواند چند حساب کاربری مختلف داشته باشد.

کاربران فعال سوپرپ

کاربرانی (حساب‌های کاربری) که در ۱۴۰۴ حداقل

یک بار سوپرپ اسنپ را باز کرده‌اند.

شرکت‌های همکار

به شرکت‌ها یا کسب‌وکارهای مستقلی گفته می‌شود که به‌عنوان طرف سوم با اسنپ همکاری می‌کنند.

کاربران فعال

حساب‌های کاربری‌ای که در ۱۴۰۴ حداقل ۱ سفر یا سفارش از سرویس نامبرده داشتند.

کاربر راننده‌ی فعال

کاربران راننده‌ای که در ۱۴۰۴ حداقل ۱ سفر با سرویس‌های اسنپ‌خودرو داشتند.

مجموع ساعاتی که کاربران مسافر در اسنپ گذرانده‌اند

از ۱۴۰۴، مجموع ساعات سپری‌شده‌ی کاربران مسافر در اسنپ از زمان ثبت «شروع سفر» توسط راننده (پس از سوار شدن مسافر) تا رسیدن به مقصد محاسبه شده است.

رفت‌وبرگشت از بندر انزلی به جزیره‌ی هرمز

مسیر زمینی بندر انزلی تا جزیره‌ی هرمز حدود ۱,۴۵۰ تا ۱,۶۵۰ کیلومتر است که در این گزارش میانگین آن یعنی ۱,۵۵۰ کیلومتر در نظر گرفته شده است. رفت‌وبرگشت این مسیر معادل ۳,۱۰۰ کیلومتر است.

پُر سفرترین کاربر مسافر

کاربری که بیشترین تعداد سفر را با اسنپ داشته، بدون احتساب سفرهای سازمانی یا سفرهایی که هزینه‌ی آن‌ها از کیف پول سازمانی پرداخت شده است.

کاربر راننده‌ی پُر سفر

کاربری که بیشتر از ۴۰ سفر موفق در ماه انجام دهد.

کاربر راننده‌ی کم سفر

کاربری که کمتر از ۴۰ سفر موفق در ماه انجام دهد.

شکایات ثبت‌شده

این آمار شامل همه‌ی گزارش‌های مربوط به نارضایتی، شکایات و شکایات حاد مطرح‌شده در سامانه‌ی پشتیبانی اسنپ است.

میزان رضایت از پشتیبانی

این عدد بر اساس امتیازی که کاربر بعد از اتمام مکالمه با کارشناس پشتیبانی از ۱ (کمترین) تا ۵ (بیشترین) انتخاب می‌کند سنجیده شده است.

همه‌ی سرویس‌های اسنپ‌باکس

مجموع درخواست‌های ارسال ثبت‌شده در سرویس اسنپ‌باکس، به‌همراه درخواست‌هایی که از سایر سرویس‌های سوپرپ دریافت شده و با استفاده از ظرفیت ناوگان اسنپ‌باکس انجام می‌شود.

کاربران سازمانی اسنپ‌باکس

کاربرانی که برای جابه‌جایی کالا و مرسوله در کسب‌وکارشان از سرویس‌های اسنپ‌باکس استفاده می‌کنند.

تحويل به‌موقع سفارش‌ها

سفارش‌هایی که در زمان اعلام شده یا حداکثر با

نیم ساعت اختلاف به دست کاربران رسیده است.

فروشگاه‌های پذیرنده‌ی خرید آنلاین

در این فروشگاه‌ها امکان خرید با اعتبار ماهانه، اقساطی و اعتبار بانکی مهیاست.

کالا

به نوع و جنس اطلاق می‌شود. از ۱۴۰۳ داده‌های مربوط به تنوع کالایی در اسنپ‌مارکت اصلاح و داده‌ها براساس تعداد بارکد یکتا اعلام شده است.

قلم

به تعدادی از هر کالا اطلاق می‌شود.

فروشگاه‌های فعال

فروشگاه‌هایی که در سال حداقل ۱ سفارش را ارسال کرده‌اند.

فروشگاه‌های جدید

فروشگاه‌هایی که از ابتدای سال همکاری خود را با اسنپ شروع کرده‌اند.

محصولات دارای بیشترین شاخص تقاضا (تعداد فروش)

این شاخص برای سنجش محبوبیت محصولات بر پایه‌ی تعداد اقلام خریداری‌شده از هر محصول در نظر گرفته شده است.

محصولات دارای بیشترین میزان فروش (بر اساس مبلغ)

این شاخص برای سنجش محبوبیت محصولات بر پایه‌ی ارزش ریالی مجموع اقلام خریداری‌شده از هر محصول در نظر گرفته شده است.

اسمارت

اسمارت به فروشگاه‌های بدون ویتترین اسنپ‌مارکت اطلاق می‌شود. اسمارت در مناطقی که دسترسی به کالا یا کیفیت خدمات کمتر از استاندارد بوده راه‌اندازی شده است تا تامین کالا را بهبود دهد و خدماتی سریع‌تر و باکیفیت‌تر به مشتریان ارائه کند.

مدت زمان تایید و پاسخگویی به کاربر در سرویس مشاوره‌ی متنی پزشکی و روانشناسی

زمانی که کاربر درخواست مشاوره‌ی متنی (چت آنلاین) خود را نهایی (پرداخت) می‌کند تا زمانی که پزشک یا روانشناس درخواست کاربر را تایید و مشاوره را آغاز می‌کند.

روابط عمومی گروه اسنپ

