

فلای تودی

گزارش سالانه فلای تودی در سال ۱۴۰۱

فهرست گزارش

۳	یادداشت بنیان گذار	۳۴	کاربران فلای تودی داخل و خارج از مرز
۵	نگاهی به آنچه گذشت	۳۷	فلای تودی در مسیر توسعه
۱۴	گزارش فروش	۳۹	فلای تودی از نگاه مخاطب
۲۰	گزارش خدمات	۴۱	فلای تودی در ۱۴۰۲
۲۳	بررسی رفتار کاربران		
۲۶	رونمایی از سفرکارت در سال ۱۴۰۱		
۲۸	پرطرفدارترین ها		
۳۰	اطلاعات کاربران		

یادداشت بنیان گذار

FlyToday

یک سال دیگر گذشت و ۷ سال در کنار شما با افتخار خدمت‌رسانی کردیم. معتقدیم که ما بهترین و دلسوزترین خانواده صنعت گردشگری کشور را داریم.

خانواده ۳۰۵ نفری فلای تودی، طی این سال‌ها با تلاش شبانه‌روزی خود در بخش‌های مختلف پرواز، هتل، مارکتینگ، دیجیتال مارکتینگ، آموزش، حسابداری، فناوری اطلاعات و منابع انسانی با هدف ارائه خدمات آنلاین و جلب رضایت مشتریان خدمت‌رسانی کرده است.

با مرور سال گذشته و تلاش لحظه به لحظه همه اعضای مجموعه، به این باور رسیدیم که یک کار گروهی خوب، مسیر سخت پشت سر گذاشته شده سال ۱۴۰۱ را برای ما هموار کرده است. ما با هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی دقیق به استقبال سال‌های پیش‌رو خواهیم رفت.

علی ساروخانی، بنیان‌گذار و رئیس هیات مدیره

نگاهی به آنچه گذشت ...

FlyToday

ماموریت ما

بر این باوریم:

فلای تودی یک شرکت معتبر مسافرتی آنلاین است. ما ماموریت داریم **کلاس جهانی سفر** را برای همه و در همه جا امکانپذیر کنیم.

سفر یک تجربه ضروری است که ارتباطات را تقویت می کند، افق دید را گسترش می دهد و شکاف ها را از بین می برد. ما از وبسایت، پلتفرم و وب سرویس خود در مجموعه گسترده ای از برندهای مصرف کننده استفاده می کنیم و راه حل هایی را به شرکای تجاری و کاربران خود ارائه می دهیم تا آنها را برای تحقیق، برنامه ریزی، رزرو و تجربه سفر به طور کارآمد توانمند کنیم.

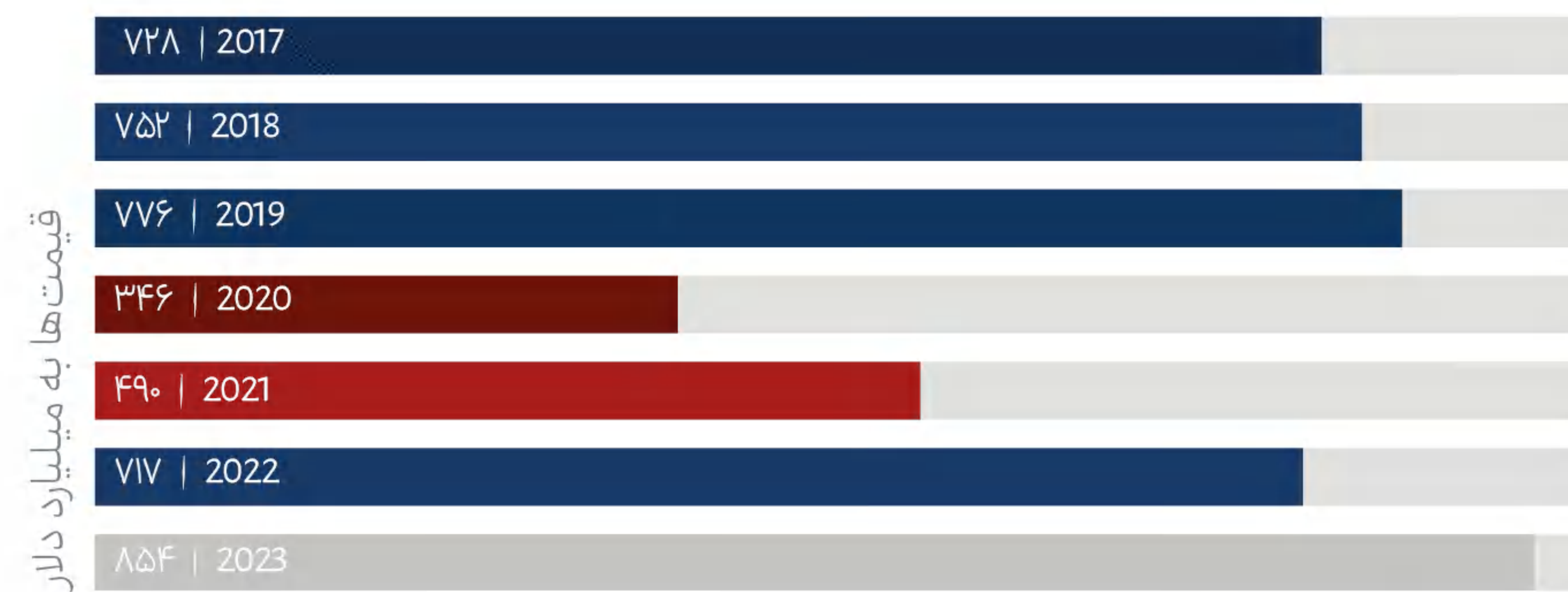
فراز و نشیب‌های صنعت گردشگری جهان

روزهای سختی که سپری شد...

با این حال، باید بگوییم که این صنعت همچنان تحت تاثیر بازگشت به دوران پیش از شیوع کرونا در بخش‌های مختلف قرار داشت و آینده برای صنعت گردشگری قابل پیش‌بینی نبود.

گردشگری در سرتاسر جهان از سال ۱۳۹۹ (۲۰۲۰ میلادی) به دلیل همه‌گیری کرونا و اقدامات صورت گرفته برای مهار این ویروس، از جمله محدودیت‌های سفر به کشورها و قوانین وضع‌شده برای قرنطینه، تحت تاثیر بی‌سابقه‌ای قرار گرفت و سفرهای داخلی و بین‌المللی به میزان قابل توجهی کاهش یافت. پیامدهای مالی این ویروس در اواخر همان سال آشکار شد و مجموع درآمد صنعت گردشگری در سراسر جهان بین سال‌های ۱۳۹۸ تا ۱۳۹۹ (۲۰۱۹ و ۲۰۲۰ میلادی) به کمتر از نصف رسید.

این ماجرا ادامه داشت، تا زمانی که با افزایش آگاهی نسبت به این ویروس، اقدامات پیشگیری‌کننده و در نهایت با ساخته شدن واکسن و قرار گرفتن آن در دسترس عموم مردم، بسیاری از محدودیت‌های سفر که مرتبط با کووید-۱۹ بود، برداشته شد. به این ترتیب، کشورهای جهان مرزهای خود را برای شروع دوباره سفرهای خارجی بازگشایی کردند. در سال ۱۴۰۱ (۲۰۲۲ میلادی)، تقاضا برای سفر به طور قابل توجهی افزایش یافت.



منبع: statista.com

نمودار درآمد صنعت گردشگری جهان در ۶ سال اخیر

خدمات در کلاس جهانی، به کاربر ایرانی

۱،۵ میلیون هتل، ۹۰۰ ایرلاین

معمولا نرخ تکرار بالاتر، سود ناخالص و رزرو بیشتری را دارند. علاوه بر این، هدف ما ارائه خدمات در **کلاس جهانی سفر**، مزایای عضویت و عرضه گسترده چند محصولی به مشتریان است که همگی باعث افزایش فروش، نرخ تکرار و تعامل می‌شوند.

۱۴۰۱

سهم فلای تودی از صنعت گردشگری جهان در سال ۱۴۰۱

مبنای محاسبه، سایت [statista.com](https://www.statista.com)

اما فلای تودی در پایان سال ۱۴۰۱ با وجود تمام فراز و نشیب‌هایی که صنعت گردشگری را طی این مدت تحت تاثیر قرار داد، موفق شد امکان رزرو آنلاین بیش از ۱،۵ میلیون هتل، ویلا، اقامتگاه و خانه در نقاط مختلف دنیا و همچنین خرید پرواز بیش از ۹۰۰ شرکت هواپیمایی در سرتاسر جهان را برای کاربران خود فراهم کند. ما موفق شدیم رتبه یک فروش بلیط هواپیما خارجی و رزرو هتل های خارجی را به خود اختصاص دهیم. این در حالی است که تامین‌کنندگان سفر نیز محصولات را از طریق وب سرویس، دسکتاپ و موبایل و همچنین از طریق کانال‌های توزیع جایگزین، مشارکت‌های تجاری و مرکز تماس ما توزیع و به بازار عرضه کردند تا به مخاطبان گسترده خود خدمات جامع ارائه دهند.

در سال ۱۴۰۱، ما شروع به توسعه استراتژی B2C کردیم که پیش از این بیشتر روی B2B متمرکز بود. در وهله اول به جذب مشتریان از طریق تبلیغات محیطی و دیجیتال روی آوردیم تا روابط مستقیم و طولانی‌تری با آنها ایجاد کنیم. با در نظر گرفتن این هدف، ما روی افزایش وفاداری مشتری متمرکز شدیم، زیرا اعضای وفادار و کاربران موبایل

قدرت عرضه گسترده، برای تقویت اکوسیستم سفر

ما معتقدیم که قدرت برند ما، پیشرفت‌های مداوم در ارائه محصولات و خدمات در سطح جهانی و عرضه گسترده آنها، باعث خلق ارزش بیشتر برای مشتریان و افزایش تقاضای آنها می‌شود. همچنین ما با ارائه خدمات براساس **کلاس جهانی سفر** به مسافران و امکان انتخاب وسیع و گسترده از محصولات، این امکان را برای شرکای خود ایجاد می‌کنیم تا فرصت رشد تجارت خود از طریق فناوری پیشرفته، درک بهتر خرده‌فروشی سفر و دستیابی به مشتریان در دیگر بازارها را داشته باشند.

چالش‌ها و مخاطرات صنعت گردشگری

برای داشتن درک درست از صنعت گردشگری و روند توسعه و پیشرفت آن، ابتدا باید چالش‌ها و مشکلات موجود در صنعت را شناسایی و در جهت رفع آنها تلاش کرد. صنعت گردشگری در سال ۱۴۰۱ با چالش‌هایی در بخش‌های مختلف مواجه بود که برخی از آنها در ادامه به تفکیک آمده است:

صنعت هتل

- کمبود ظرفیت فروش آنلاین هتل‌های داخلی و فرایندهای آفلاین تاییدیه رزرو و کنسلی
- عدم دسترسی به پرواز در بازه زمانی خاص و ایام تعطیل و در نتیجه کاهش حجم فروش هتل
- آفلاین بودن کنترل ظرفیت هتل‌ها و ضعف در بخش Channel Manager و بالا رفتن هزینه‌های فروش و تامین
- کمبود هتل در سطح کشور با توجه به گستردگی جمعیت و جغرافیا

صنعت هوایی

پرواز داخلی

- کمبود ظرفیت ناوگان هوایی کشور
- ایجاد محدودیت سقف نرخ و تغییر فروش از بازار آنلاین و رسمی به بازارهای غیررسمی
- مشکلات سقف نرخ بلیط و اختلاف بین سازمان هواپیمایی کشوری و انجمن شرکت‌های هواپیمایی

پرواز خارجی

- نوسانات نرخ ارز
- محدودیت ارائه ویزا به مسافرین ایرانی و تاثیر منفی آن بر میزان فروش بلیط‌های خارجی
- محدودیت درگاه‌های پرداخت آنلاین
- اضافه شدن مالیات بر ارزش افزوده به قیمت بلیط
- عدم تمایل شرکت‌های هواپیمایی خارجی برای حضور در بازار ایران
- کاهش مقاصد بین‌المللی شرکت‌های هواپیمایی داخلی به علت تحریم‌ها

۷ سال در کنار شما!

ما در فلای تودی خوشحالیم که توانسته‌ایم برای هفتمین سال پیاپی پاسخگوی نیازهای کاربران ایرانی در تمامی زمینه‌های مرتبط با سفر باشیم. در یک سال گذشته، ما موفق به ثبت رکوردهای جدیدی در زمینه ارائه خدمات سفر به کاربران خود شده‌ایم که جزئیات آن در متن این گزارش آمده است.

آنچه در ادامه می‌خوانید، نتیجه تمام تلاش‌های تیم بزرگ فلای تودی در سال ۱۴۰۱ را نشان می‌دهد. ما همواره تلاش کرده‌ایم با ارتقای سطح کیفیت خدمات، افزودن محصولات جدید، پشتیبانی مناسب و به موقع و با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، میزان رضایت کاربران خود را به حداکثر برسانیم. در نهایت، آمار و ارقام به دست آمده در این گزارش سالانه، خود گواه میزان موفقیت ما در دستیابی به این هدف است.

فلای تودی از دریچه آمار



۲,۵۴۲,۱۱۳

ساعت حضور کاربران
در سایت



۱۱۷,۵۵۷,۰۳۰

تعداد بازدید از فلای تودی



۱,۵ میلیون

تعداد هتل‌های
در دسترس



۹۰۰

تعداد ایرلاین‌های
در دسترس



۵۵۰,۶۴۶

تماس با مرکز پشتیبانی
در سال ۱۴۰۱



+۱۰,۰۰۰

تعداد سفرکارت صادر شده
برای سازمان‌ها و اشخاص



۳۰۰

محتوای منتشر شده درباره
سفر در مجله گردشگری



۲۶۱,۷۵۸,۳۴۵

جست‌وجوی پرواز و هتل
در سایت فلای تودی

جالب است بدانید که در سال ۱۴۰۱:



۴۸۷ میلیون تومان

گران‌ترین بلیط



۱۱۸ دقیقه

طولانی‌ترین تماس یک کاربر



۱۵ روزه

کوچکترین مسافر



۱۲۰ ساله

پیرترین مسافر



۱ بهمن ماه

پرفروش‌ترین
روز پرواز



۲۹ اسفند

پرفروش‌ترین
روز هتل



۱۸ بهمن

بیشترین تماس دریافتی
در یک روز



۳۱ روز

بیشترین مدت
اقامت در هتل

گزارش فروش FlyToday

رشد بی‌وقفه، در ایران و سرتاسر جهان

رشد فروش بلیط هواپیما

ارزش ریالی فروش بلیط هواپیما داخلی و خارجی

در سال ۱۴۰۱ نسبت به سال ۱۴۰۰

مجموع فروش فلای تودی در بخش پرواز داخلی و خارجی در سال ۱۴۰۱ نسبت به

سال ۱۴۰۰، رشدی معادل با **۱۲۹٪** داشته است. این دستاورد بزرگ نتیجه تلاش

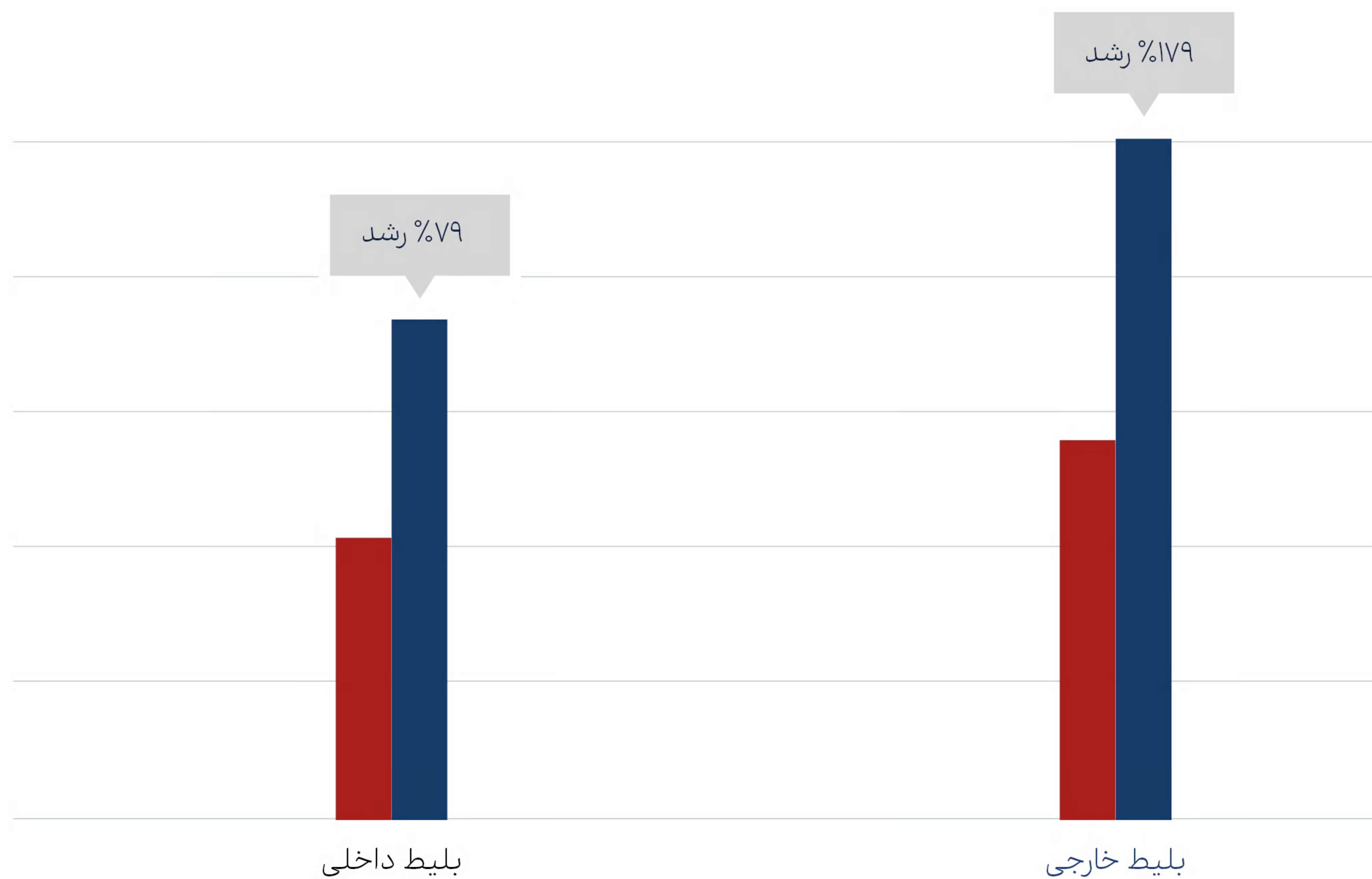
شبانه‌روزی تمام اعضای مجموعه فلای تودی است.

میزان رشد فروش بلیط هواپیما در مسیرهای داخلی و خارجی

مقایسه درصد فروش

فروش سال ۱۴۰۰

فروش سال ۱۴۰۱



رشد فروش هتل

ارزش ریالی فروش هتل داخلی و خارجی

در سال ۱۴۰۱ نسبت به سال ۱۴۰۰

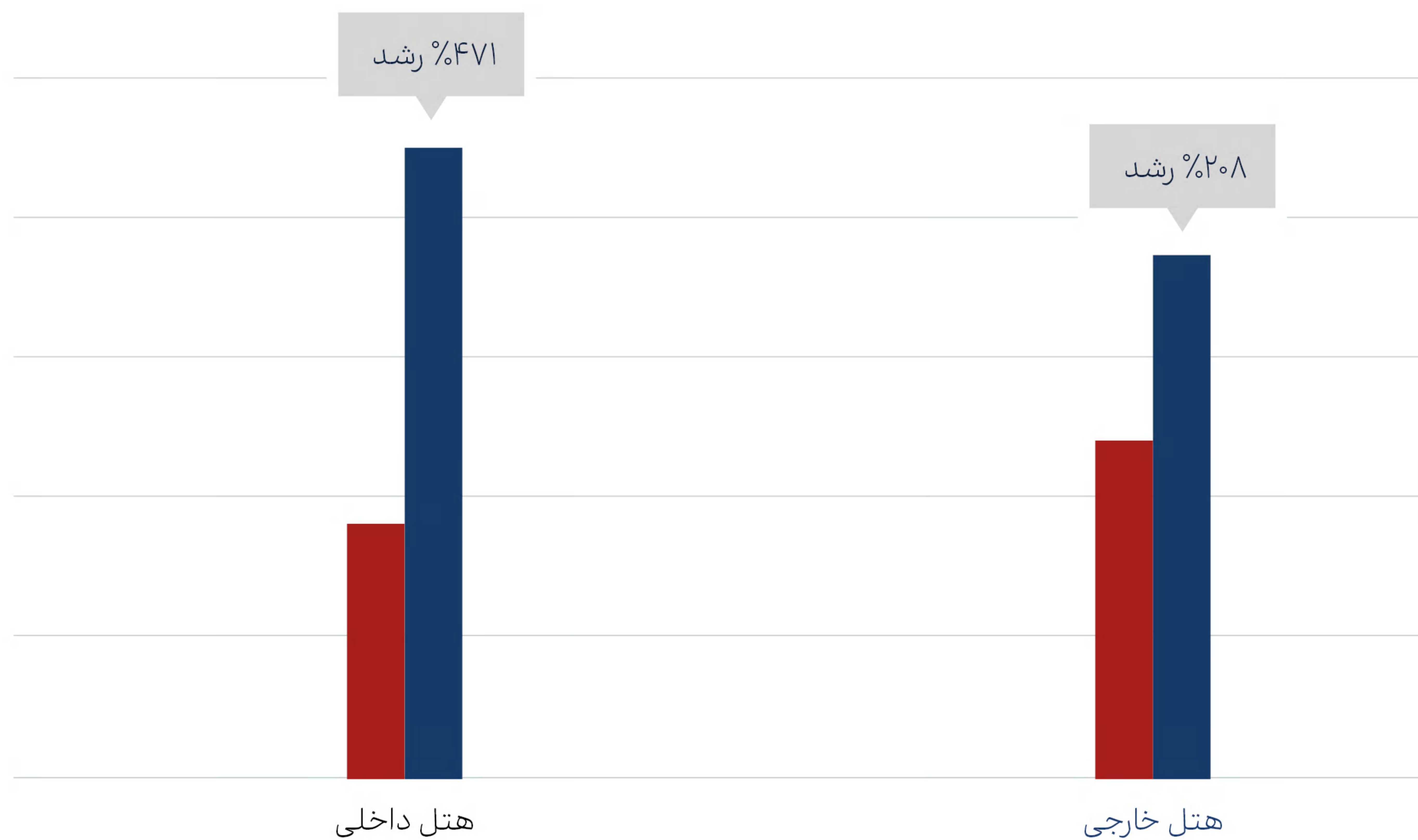
در بخش فروش هتل داخلی و خارجی نیز فلای تودی رشد **۳۴۰٪** را در سال ۱۴۰۱ نسبت به سال قبل تجربه کرده است. جزییات این آمار را می‌توانید در ادامه به تفکیک مشاهده کنید.

میزان رشد فروش هتل در مقاصد داخلی و خارجی

مقایسه درصد فروش

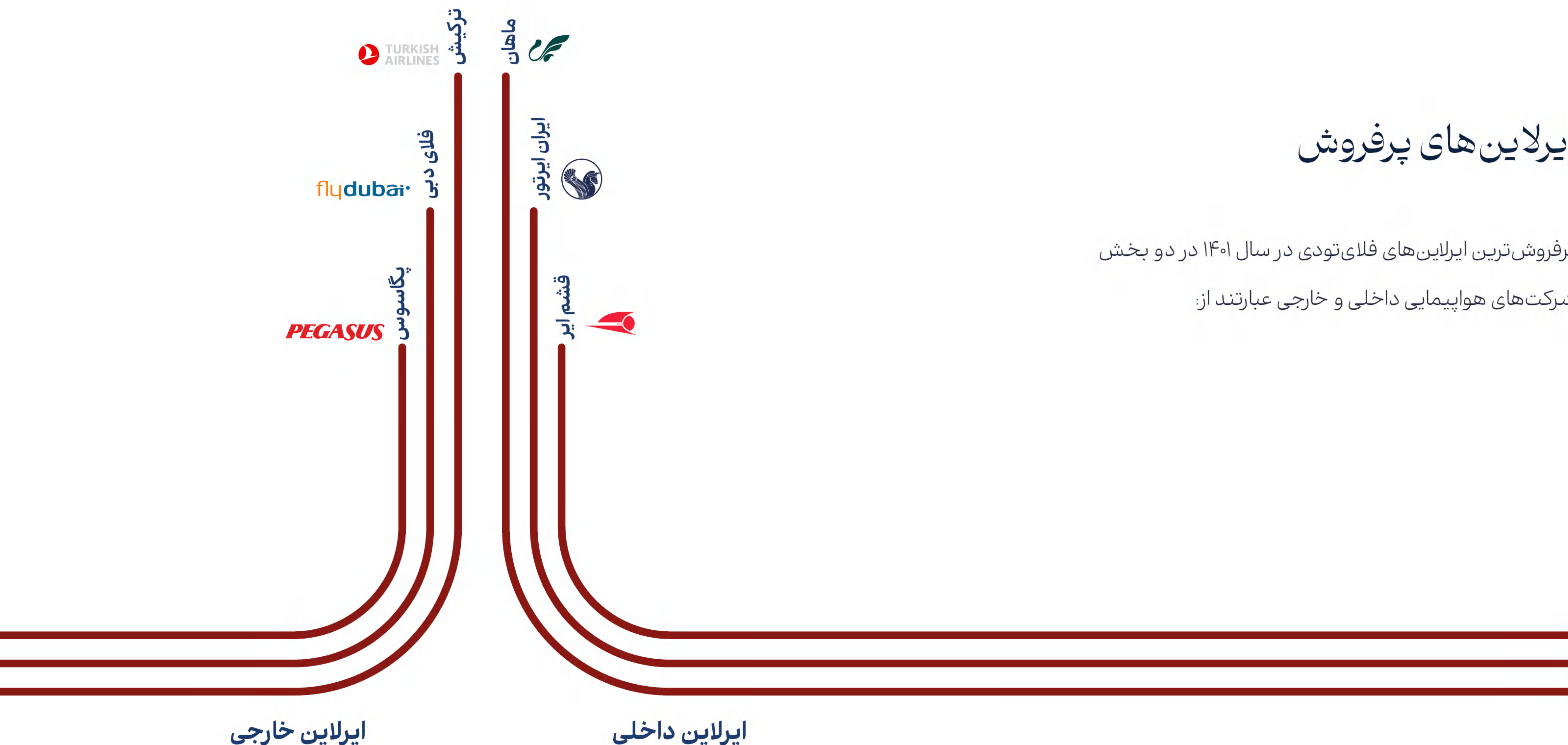
فروش سال ۱۴۰۰

فروش سال ۱۴۰۱



ایرلاین های پرفروش

پرفروش ترین ایرلاین های فلای تودی در سال ۱۴۰۱ در دو بخش شرکت های هواپیمایی داخلی و خارجی عبارتند از:



گزارش خدمات FlyToday

به خود می‌بالیم، چون در خدمت شما هستیم

فرصت‌های بازار و استراتژی کسب و کار

وبسایت phocuswright.com به عنوان یک مرجع تحقیقاتی پیشرو در صنعت سفر و گردشگری، تخمین زده که گردش مالی این صنعت در سال ۲۰۲۳ به ۱/۶ تریلیون دلار می‌رسد. اما سهم شرکت‌های ایرانی از این بازار کمتر از یک درصد است. برای افزایش سهم ایران در این آمار، ما به نوآوری، ساختارشکنی و انجام پروژه‌های جسورانه نیاز داریم. از همین‌رو، ما در فلای تودی به عنوان یکی از بزرگترین شرکت‌های مسافرتی آنلاین در خاورمیانه سعی کرده‌ایم تا از نهایت ظرفیت و توانایی‌های خود برای دستیابی به این هدف استفاده کنیم. این اتفاق تاثیر بسیار مثبتی بر بازار ایران و کاربر ایرانی داشته است، به طوری که نه تنها کیفیت تجربه کاربران ایرانی در زمینه دریافت خدمات سفر را بالا برده، بلکه کمک کرده تا بتوانند فاصله بین تصمیم‌گیری و انجام سفرهای خود را کاهش دهند. یکی از رسالت‌های مهم فلای تودی این است که کاربران ایرانی بتوانند خدماتی در کلاس جهانی دریافت کنند و در این زمینه کمبودی نسبت به کاربران دیگر کشورهای جهان احساس نکنند. همانگونه که در این گزارش مشاهده می‌کنید، ما تا حد قابل قبولی در انجام این رسالت موفق عمل کرده‌ایم.

باشگاه مشتریان فلای تودی

وقتی کیفیت خدمات، حرف اول را می زند

مشتریان همیشگی فلای تودی، نه تنها از خدمات کامل سفر و پوشش حداکثری ایرلاین ها و هتل های ما بهره مند شدند، بلکه توانستند در سال ۱۴۰۱ از چندین میلیارد تخفیف ارائه شده در باشگاه مشتریان برای خرید هتل و پرواز استفاده کنند.



استفاده از

۱۱,۰۸۹,۷۶۷

امتیاز توسط اعضای
باشگاه مشتریان



ارائه

۵,۵۴۴,۸۸۳,۵۰۰

تومان تخفیف به کاربران
باشگاه مشتریان



اهدای

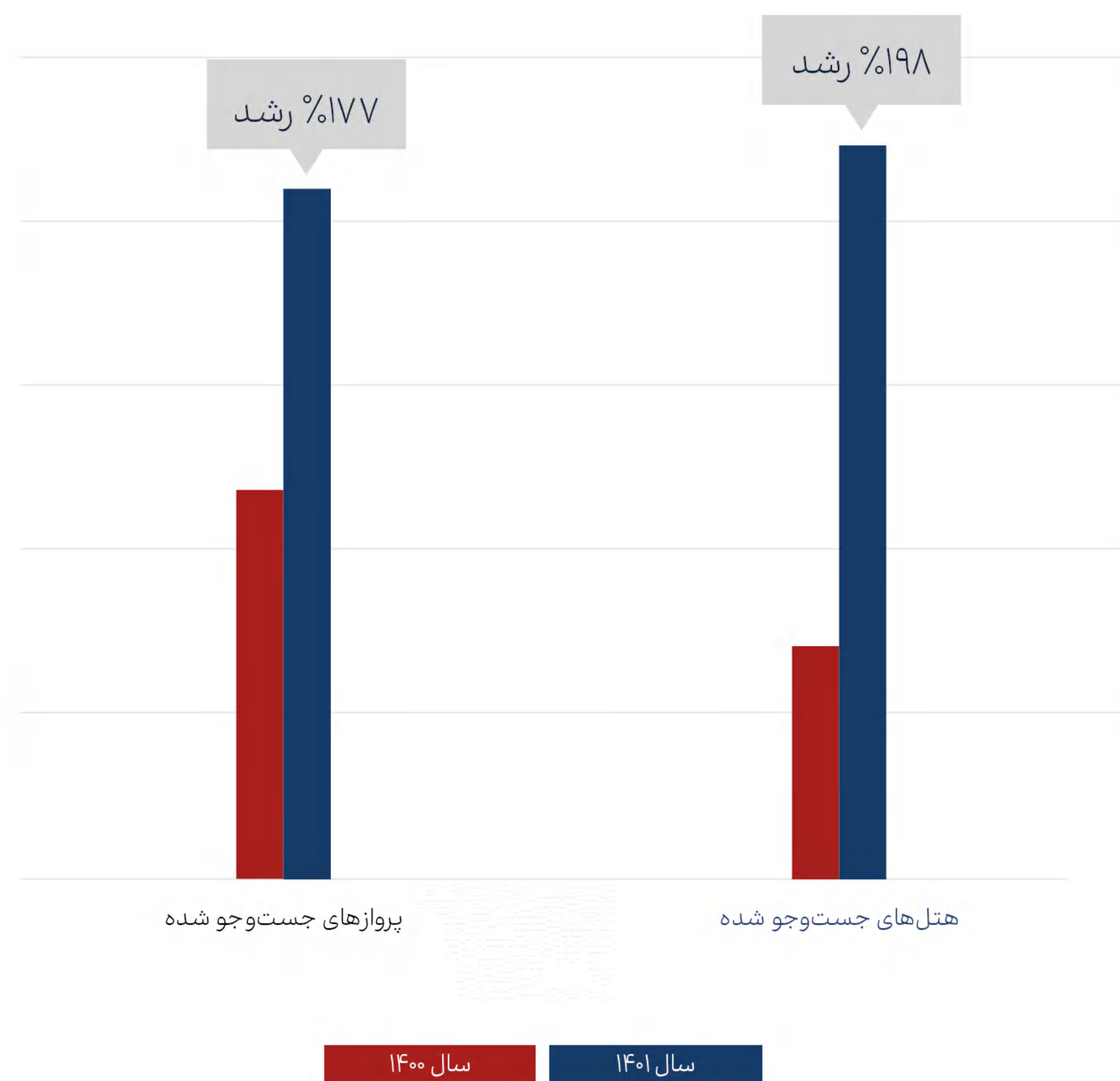
۷۱,۸۰۱,۲۵۲

امتیاز به اعضای
باشگاه مشتریان

میزان تخفیف داده شده به کاربران باشگاه مشتریان فلای تودی در سال ۱۴۰۱، به اندازه خرید ۳۵,۹۰۰ بلیط هواپیمای تهران-مشهد بود.

بررسی رفتار کاربران در سایت فلای تودی FlyToday

روند رو به رشد، پاسخگویی مسئولانه



فلای تودی، مرجعی معتبر برای خدمات سفر

افزایش قابل توجه میزان جست و جوی پرواز و هتل در سایت فلای تودی نشان می دهد که ما توانسته ایم به یک مرجع جامع و قابل اعتماد در میان اهالی سفر تبدیل شویم. مرجعی که کاربران برای مقایسه قیمت ها، پیدا کردن بلیط و هتل ارزان یا حتی سفر به مقاصد ناشناخته و... از آن استفاده می کنند.



%۵

کاهش مدت زمان انتظار در
برقراری تماس با مرکز پشتیبانی



%۱۰

افزایش میزان رضایت کاربران
از تماس با مرکز پشتیبانی

پشتیبانی در فلای تودی

۲۴ ساعته، ۷ روز هفته

در سال ۱۴۰۱، نه تنها میزان رضایت کاربران از تماس با پشتیبانی افزایش پیدا کرد، بلکه

با توجه به روند خرید موفق از سایت، نیاز به تماس با پشتیبانی نیز کمتر شد.

رونمایی از سفرکارت در سال ۱۴۰۱

سفر رفتن و هدیه دادن از بهترین تجربه‌های زندگی افراد است. فلای تودی با هدف ترکیب این دو تجربه، در سال ۱۴۰۱ محصول سفرکارت را رونمایی کرد. سازمان‌ها می‌توانند از سفرکارت برای ارائه خدمات رفاهی استفاده کرده و کاربران آن را به عنوان هدیه‌ای از جنس سفر برای دیگران سفارش دهند.

با استفاده از سفر کارت، کاربران می‌توانند از خدمات فلای تودی شامل خرید پرواز و رزرو هتل استفاده کنند و تجربه جدیدی از هدیه دادن و فرآیند خرید محصولات سفر داشته باشند.



استقبال از سفر کارت

یک سال پر هدیه و پر سفر

براساس آمار، در اولین سال رونمایی از این محصول، بیش از **۱۰,۰۰۰ عدد سفرکارت**

توسط افراد و شرکت‌ها خریداری شد. این رقم نشان‌دهنده استقبال بسیار بالای

کاربران از محصول جدید فلای تودی در حوزه سفر و گردشگری است.



پرطرفدارترین های فلای تودی در سال ۱۴۰۱

FlyToday

بیشترین انتخاب، متنوع ترین قیمت ها

در سال گذشته، پرفروش‌ترین مقاصد گردشگری کاربران فلای تودی در دسته‌بندی هتل و پرواز به شرح زیر بوده است:

مقاصد داخلی

بر اساس رزرو هتل و خرید پرواز:

تهران | مشهد | کیش

تهران

مشهد

کیش

امارات

عراق

ترکیه

مقاصد خارجی

بر اساس رزرو هتل:

استانبول | دبی | وان

بر اساس خرید پرواز:

استانبول | دبی | نجف

اطلاعات کاربران فلای تودی

FlyToday

از سفر در جوانی تا رشد کاربران خانم



گروه سنی کاربران فلای تودی

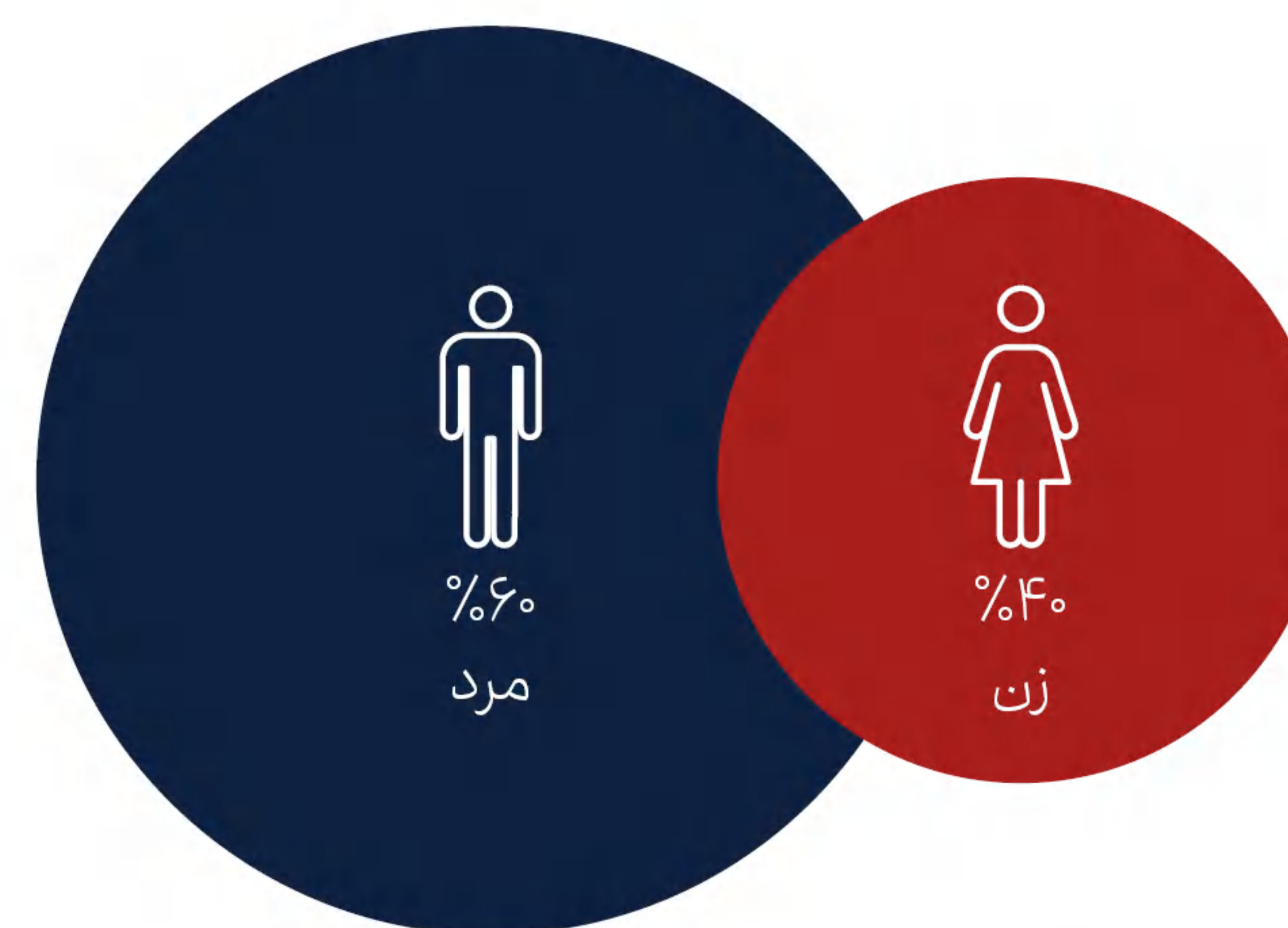
وقتی قیمت و تنوع مورد توجه قرار می گیرد

بیشترین میزان خرید بلیط هواپیما و رزرو هتل در صنعت گردشگری مربوط به گروه سنی ۲۵ تا ۳۴ است. دقیقا این گروه سنی بالاترین میزان رشد را در سال ۱۴۰۱ در وبسایت فلای تودی داشته اند. این مسئله نشان می دهد، ما توانسته ایم اعتماد بخش بزرگی از مخاطبان صنعت سفر و گردشگری را به خود جلب کنیم.

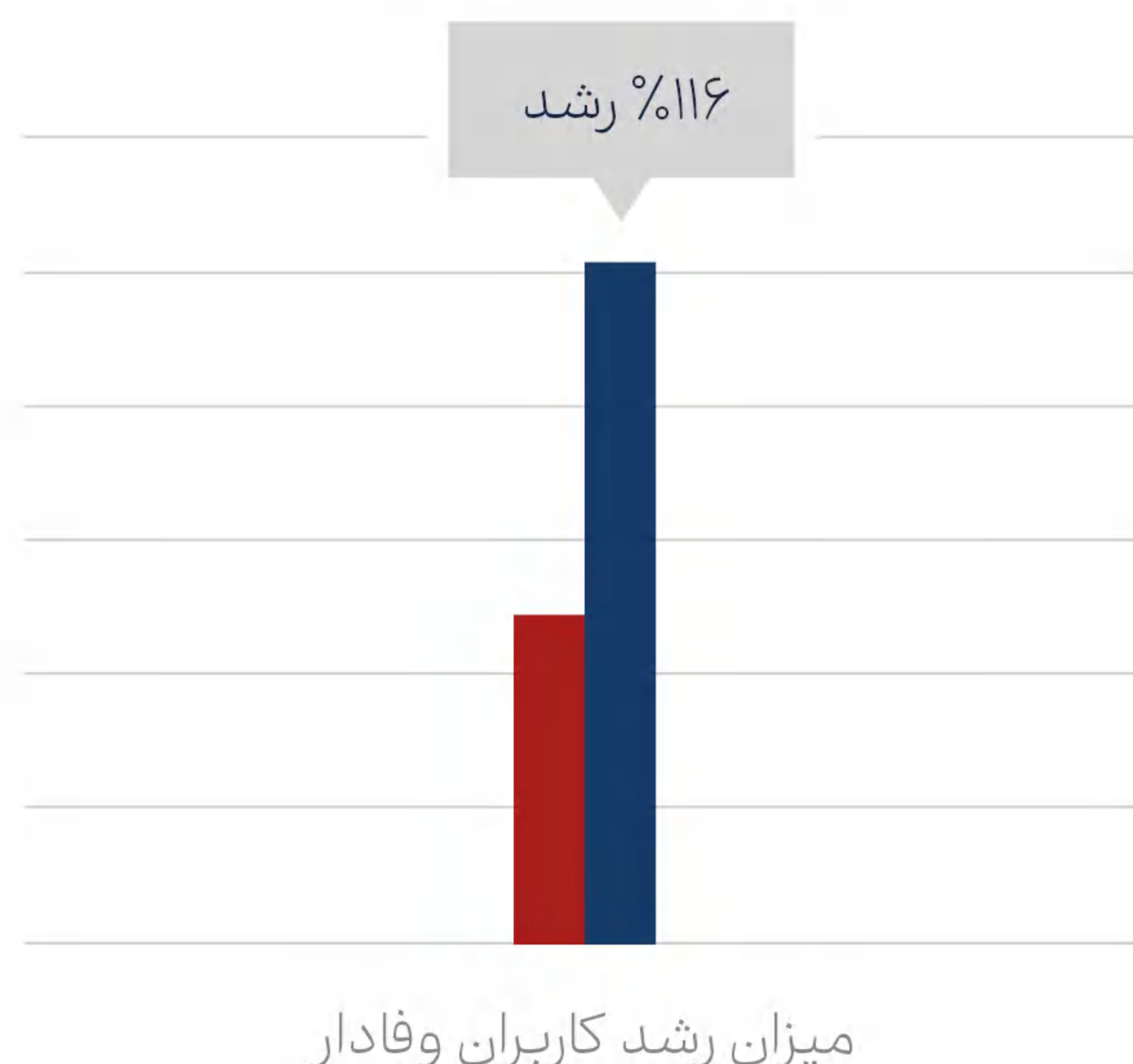
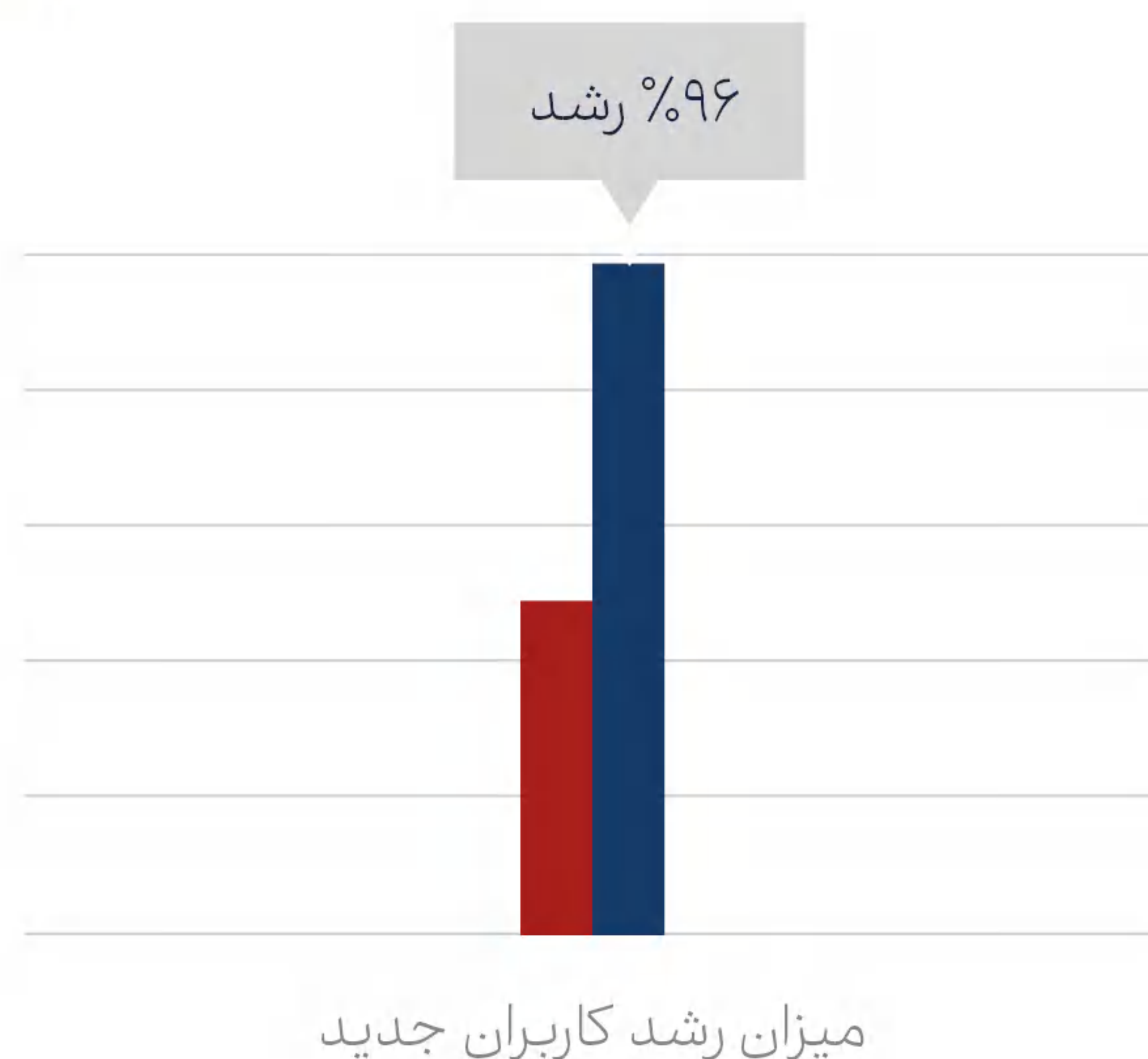
مقایسه کاربران خانم و آقا در فلای تودی

استقبال کاربران خانم از خرید در سایت

براساس آمار به دست آمده تعداد کاربران خانم در سال ۱۴۰۱ نسبت به سال ۱۴۰۰ در سایت فلای تودی رشدی چشمگیر داشته است. این مسئله نه تنها استقبال کاربران خانم از خرید خدمات سایت ما را نشان می‌دهد، بلکه از افزایش علاقه آنها به سفر و کسب تجربه‌های جدید حکایت دارد.



آمار تفکیک کاربران براساس جنسیت



سال ۱۴۰۰ سال ۱۴۰۱

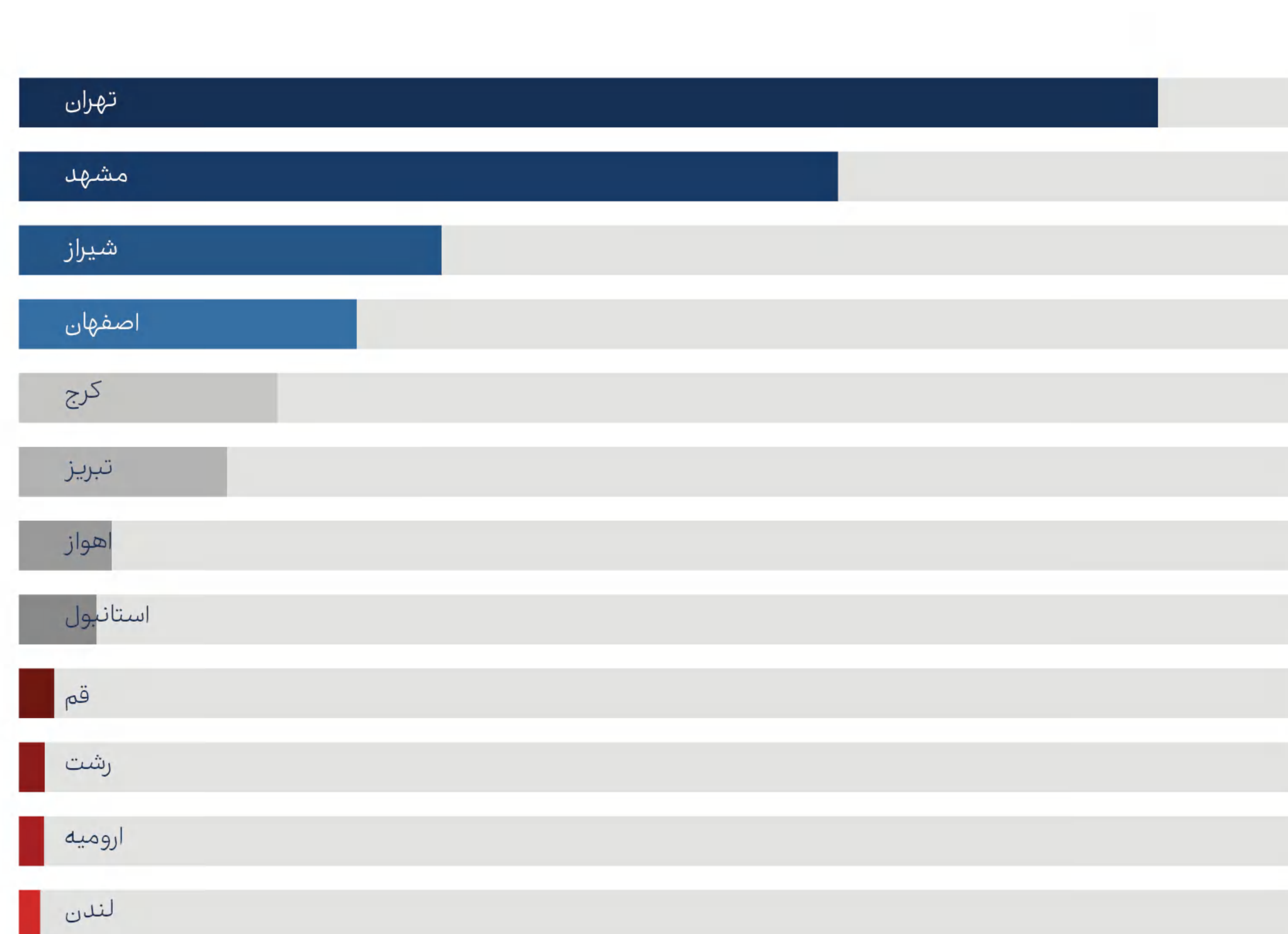
میزان رشد کاربران جدید و وفادار در سال ۱۴۰۱

ما در جلب اعتماد مشتری موفق بودیم

در کنار رشد کاربران جدید، میزان کاربران وفادار فلای تودی نیز رشد بی سابقه‌ای داشت. رسیدن به این دستاورد، جزو برنامه‌های مهم فلای تودی در سال ۱۴۰۱ بود. فلای تودی نسبت به دیگر رقبا بیشترین تعداد پرواز و هتل را برای هرجست‌وجو در سال ۱۴۰۱ به کاربر نمایش داد. با توجه به تنوع گسترده این محصولات، کاربران ما اطمینان دارند هر بودجه و سلیقه‌ای که داشته باشند، می‌توانند نتیجه مورد نیاز خود را در فلای تودی پیدا کنند.

کاربران فلای تودی؛ داخل و خارج از مرز FlyToday

ارائه خدمات سفر، فراتر از مرزهای داخلی



آمار کاربران به تفکیک شهر در سال ۱۴۰۱

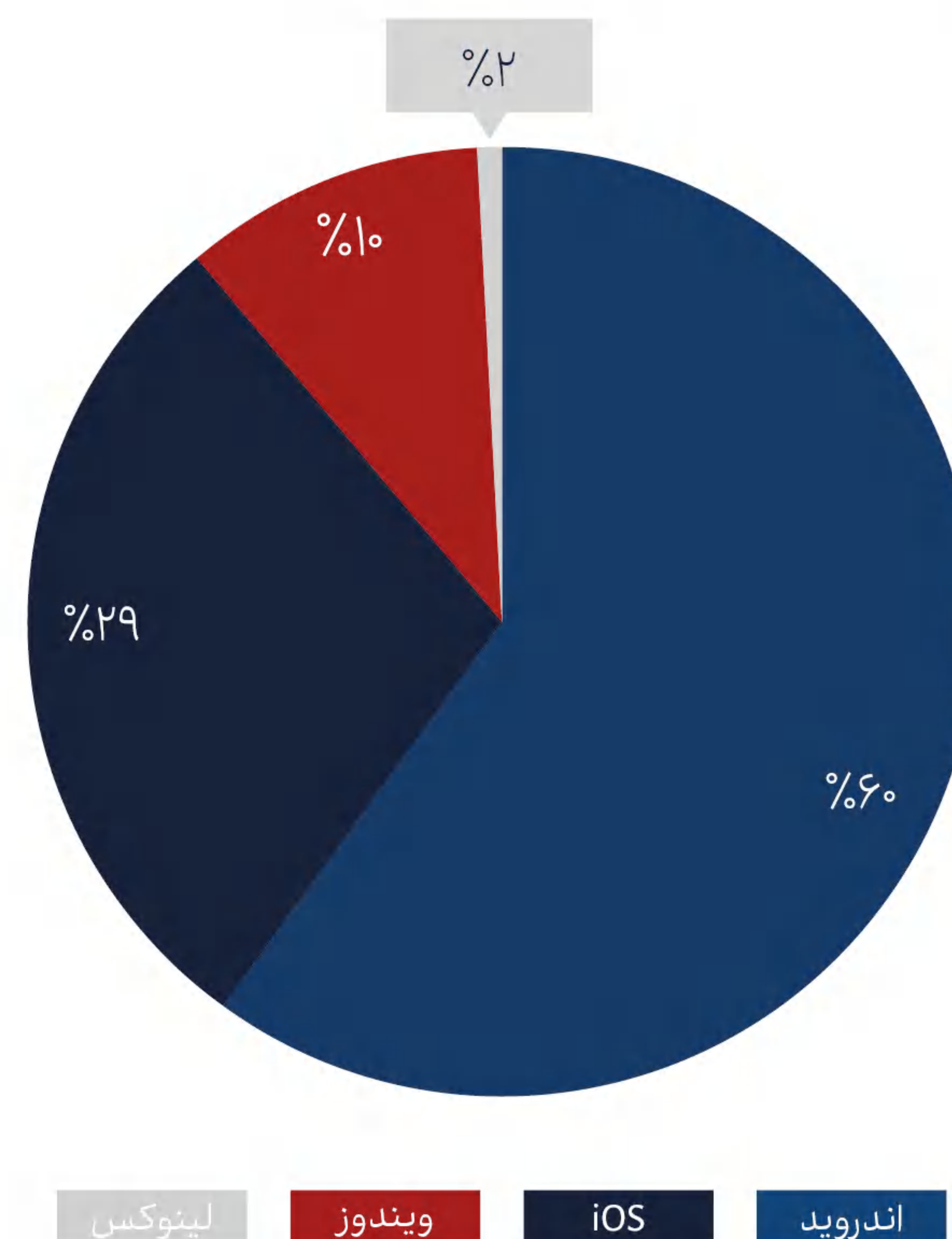
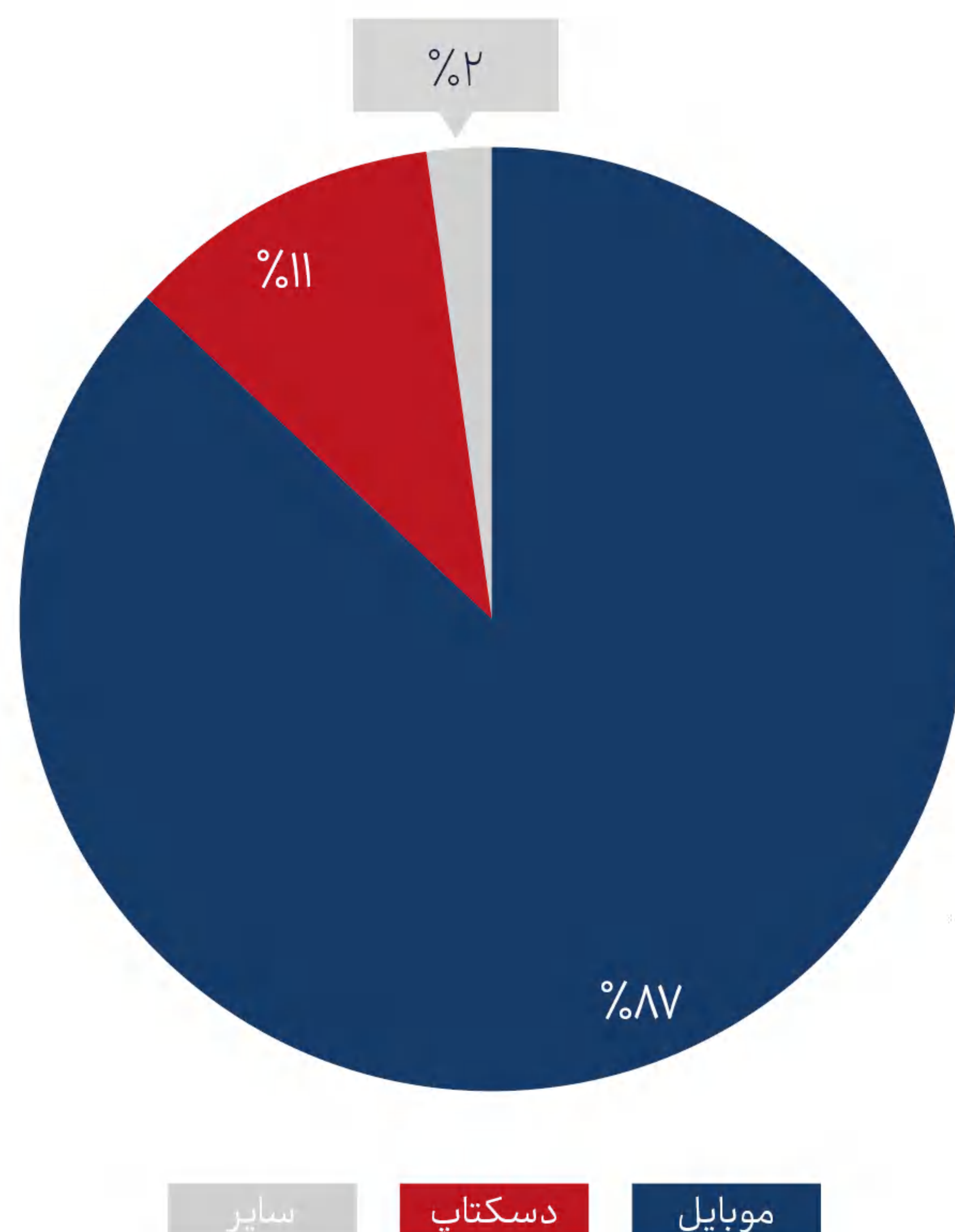
میزان پراکندگی کاربران فلای تودی

آمار کاربران فلای تودی به تفکیک شهر نشان می‌دهد که ما در سال گذشته تقریباً از همه نقاط کشور کاربر داشتیم و توانستیم خدمات خود را با بالاترین کیفیت به آنها ارائه دهیم. گستردگی قابل توجه این مناطق، خود گواه اعتماد افراد به مجموعه ما است. کاربران در هر کجای جهان که باشند می‌توانند از خدمات فلای تودی در کوتاه‌ترین زمان ممکن بهره‌مند شوند.

نحوه دسترسی کاربران فلای تودی به خدمات

اندروید همچنان در صدر، iOS و لینوکس رو به رشد

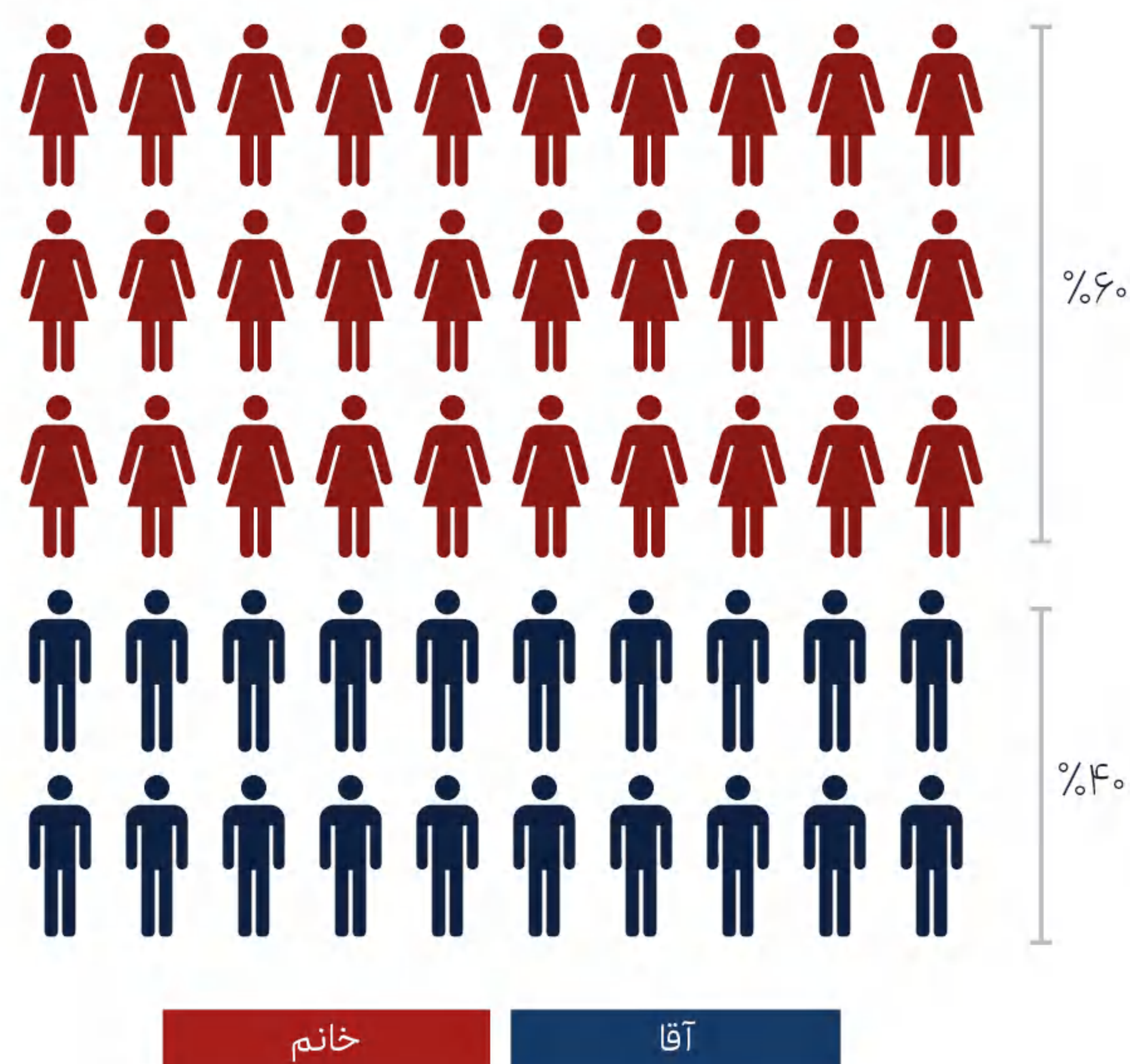
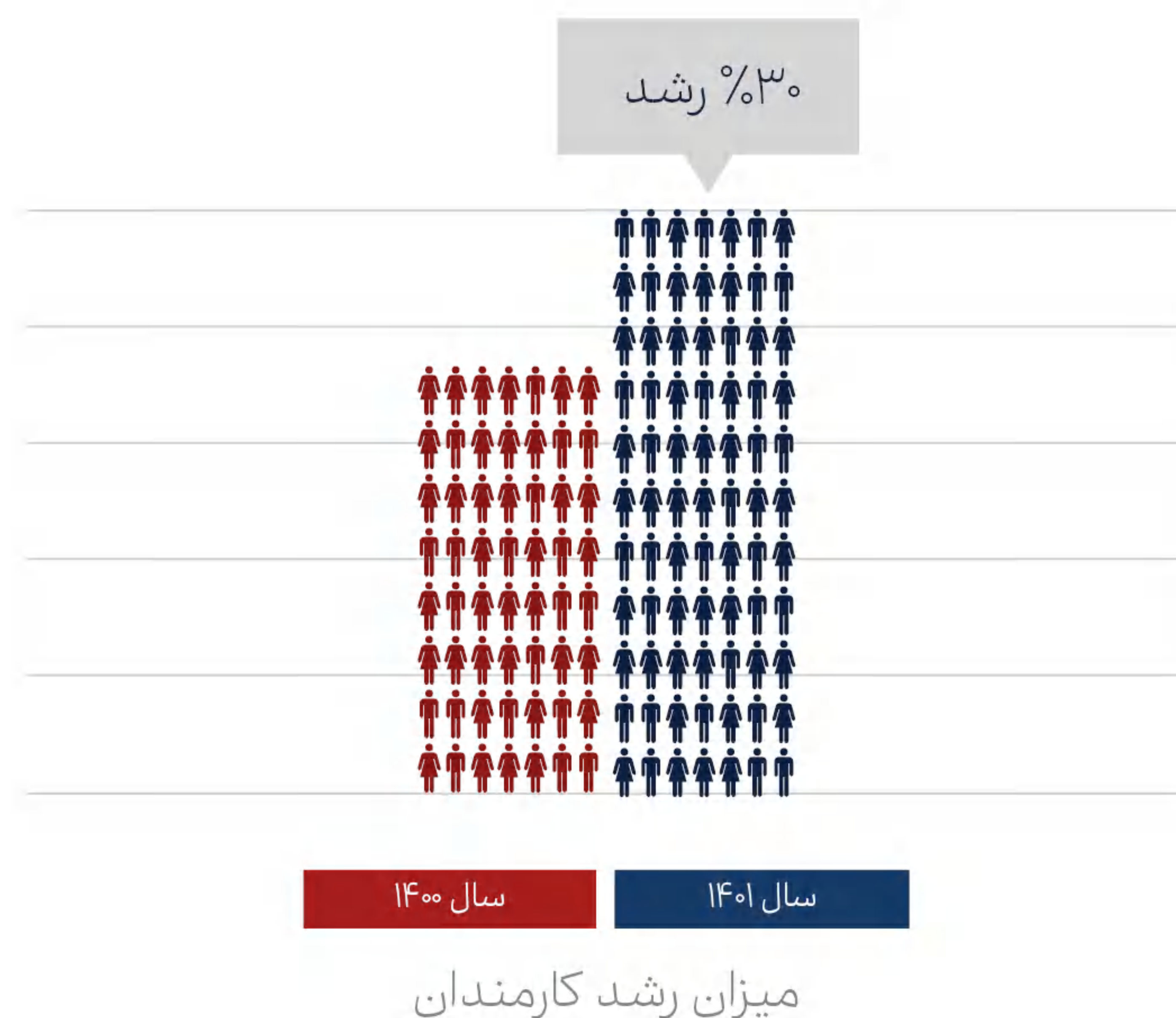
آمار نشان می‌دهد، در سال ۱۴۰۱، استفاده از سیستم‌عامل‌های اندروید و ویندوز برای دسترسی به خدمات سفر در سایت فلای تودی روند کاهشی داشته است. با این حال، تعداد کاربران iOS و لینوکس افزایش یافته است.



فلای تودی در مسیر توسعه

FlyToday

ما با اهدافمان رشد می کنیم



رشد کارکنان فلای تودی در سال ۱۴۰۱

همواره در حال بزرگ شدن هستیم

با هدف افزایش کیفیت خدمات و ارائه محصولات جدید، تعداد کارکنان فلای تودی در سال ۱۴۰۱ نسبت به سال گذشته بیش از **۳۰٪** رشد داشت. با توجه به افزایش تعداد همکاران، میانگین سنی کارکنان شرکت به ۳۱ سال رسید.

معیار ما برای انتخاب همکاران جدید، در نظر گرفتن مهارت‌های سخت شامل دانش، تخصص و توانایی، در کنار مهارت‌های نرم آنها بوده است. ما تلاش کرده‌ایم برابری جنسیتی را به بهترین شکل ممکن در فضای کاری خود ایجاد کنیم.

فلای تودی از نگاه مخاطب

FlyToday

وقتی همه سفر لازم بودند

صدای برند ما

در سال ۱۴۰۱ تلاش ما بر این بود تا با طراحی و اجرای کمپین های تبلیغات محیطی و دیجیتال ارتباط ملموس تری با مخاطبان خود برقرار کنیم که این امر افزایش سهم صدای فلای تودی در صنعت گردشگری را به همراه داشت.



فلای تودی در ۱۴۰۲

FlyToday



صدای برند ما در ۱۴۰۲

مسیر همواره از مقصد مهمتر است. فلای تودی در طول سال های فعالیت خود سعی بر این داشته تا مسیر سفر را برای کاربرانش هموار کند. این مجموعه با ارائه بهترین خدمات و مناسبترین قیمت ها، تلاش کرده تا سفر برای همه به امری دست یافتنی تبدیل شود.

در راستای این هدف، شرکت فلای تودی قصد دارد تا نگاهی تازه به حوزه سفر و گردشگری داشته باشد. در آینده ای نه چندان دور کاربران فلای تودی می توانند علاوه بر مسیر هوایی، سفر ریلی را نیز تجربه کنند.

مسیر سفر پرپیچ و خم فلای تودی به سمت رضایت هرچه بیشتر کاربران، ما را برآن داشت تا خرید بلیط قطار، خدمات ویزا و تور را به دیگر محصولات خود اضافه کنیم. فرقی نمی کند مقصدتان کجاست، ما **کلاس جهانی سفر** را در اختیارتان قرار می دهیم.

FlyToday

World Class Travels