

# و رسیدن و رساندن

گزارش عملکرد اکالا در سال ۱۴۰۳

رساندن یک جعبه شکلات برای شیرین‌کامی یک مهمانی بعد از ظهر، رساندن یک نوشیدنی گوارا برای شام خانوادگی شب عید، رساندن نان تازه برای صبحانه لذت‌بخش صبح جمعه و هزار لحظه دیگر...

## این رساندن‌ها، تمام‌کار و افتخار‌آکالاست.

برای حضور در این لحظه‌های عزیز زندگی، می‌بایست «رسیدن» را در تمام ابعادش تجربه و ترجمه می‌کردیم و همه معناهای ریز و درشت را می‌شناختیم. باید می‌رسیدیم به ارتباطهای عمیق و تازه، به شهرها و مقصدهای جدید، به هدفهای کوچک و بزرگ و درنهايت به خود خود رسیدن؛ معنای عمیق‌تری که آن را بلوغ می‌نامیم.

در سالی که گذشت تلاش کردیم تا بهتر ببینیم، دقیق‌تر عمل کنیم و صبورانه تریاد بگیریم؛ چون برای ما، رساندن خریدهای روزانه همراه‌هایمان فقط یک فرایند عملیاتی نیست؛ بخشی از تجربه زندگی انسان‌هاست؛ بخشی از بالرژش‌ترین دارایی‌مان یعنی اعتماد آن‌ها.

در این گزارش، نگاهی به یک سال گذشته می‌اندازیم تا مسیر آینده را با عینکی شفاف تر نگاه کنیم. می‌خواهیم به خودمان یادآوری کنیم که هر آن‌چه در این مسیر به آن رسیدیم، برای این بود که لحظه‌های زندگی را، جایی، برای کسی ساده‌تر و شیرین‌تر کرده باشیم.

**اُکالا** فعالیت خود را از سال ۱۳۹۶ آغاز کرد؛ با هدف ایجاد راهی ساده و در دسترس برای خرید آنلاین محصولات سوپرمارکتی. در تمام این سال‌ها امکان خرید از سوپرمارکتها و فروشگاه‌های زنجیره‌ای، همراه با تجربه‌ای به صرفه و بی‌دردسر، محور اصلی خدمات اُکالا بوده است.

اُکالا در حال حاضر، در تمام استان‌ها و بیش از ۲۰۵ شهر ایران فعال است. ارسال رایگان، پوشش گسترده جغرافیایی و تمرکز بر تأمین نیازهای کاربران، این پلتفرم را به بازیگر بزرگ صنعت خردۀ فروشی آنلاین کشور تبدیل کرده است.



# فصل اول

سالی که گذشت  
در یک نگاه

رسیدن. [ر/رد] (مص)

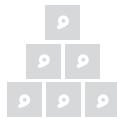
نیل به هدف و آغاز حرکت به سوی مرحله بالاتر.

## ۱۴۰۳ دریک نگاه

| دستاوردهای اکالا به روایت اعداد |

# ۳،۵۰۴،۷۵۹

بیشترین تعداد سفارش در یک ماه



# ۲۲،۸۴۴،۰۰۳

تعداد کاربران



# ۲۱۴۸

تعداد شهرهای فعال در سال ۱۴۰۳



# ۳،۱۹۱

تعداد فروشگاه‌های فعال در سال ۱۴۰۳



# ۵۶.۷۲ درصد

رشد تعداد سفارش‌ها (نسبت به سال گذشته)



# ۹۷ درصد

ارسال موفق سفارش‌ها



# روز پُرکورد اُکالا

| روزی که رکوردهای صنعت شکسته شد |

دوم اسفند ۱۴۰۳، روز بزرگ و پُرکورد اُکالا است. شکستن رکوردهای «بیشترین سفارش ثبت شده در یک روز»، «بیشترین سفارش ثبت شده در یک ساعت» و «بیشترین کالای فروخته شده در یک روز»، دوم اسفند ۱۴۰۳ را به یک روز مهم برای اُکالا و صنعت خرید آنلاین سوپرمارکتی تبدیل کرده است.

**۲۱۲,۰۴۲** سفارش

بیشترین سفارش ثبت شده در یک روز

**۲۲,۵۷۴** سفارش

بیشترین سفارش ثبت شده در یک ساعت

**۱,۳۳۹,۳۴۲** کالا

بیشترین کالای فروخته شده در یک روز



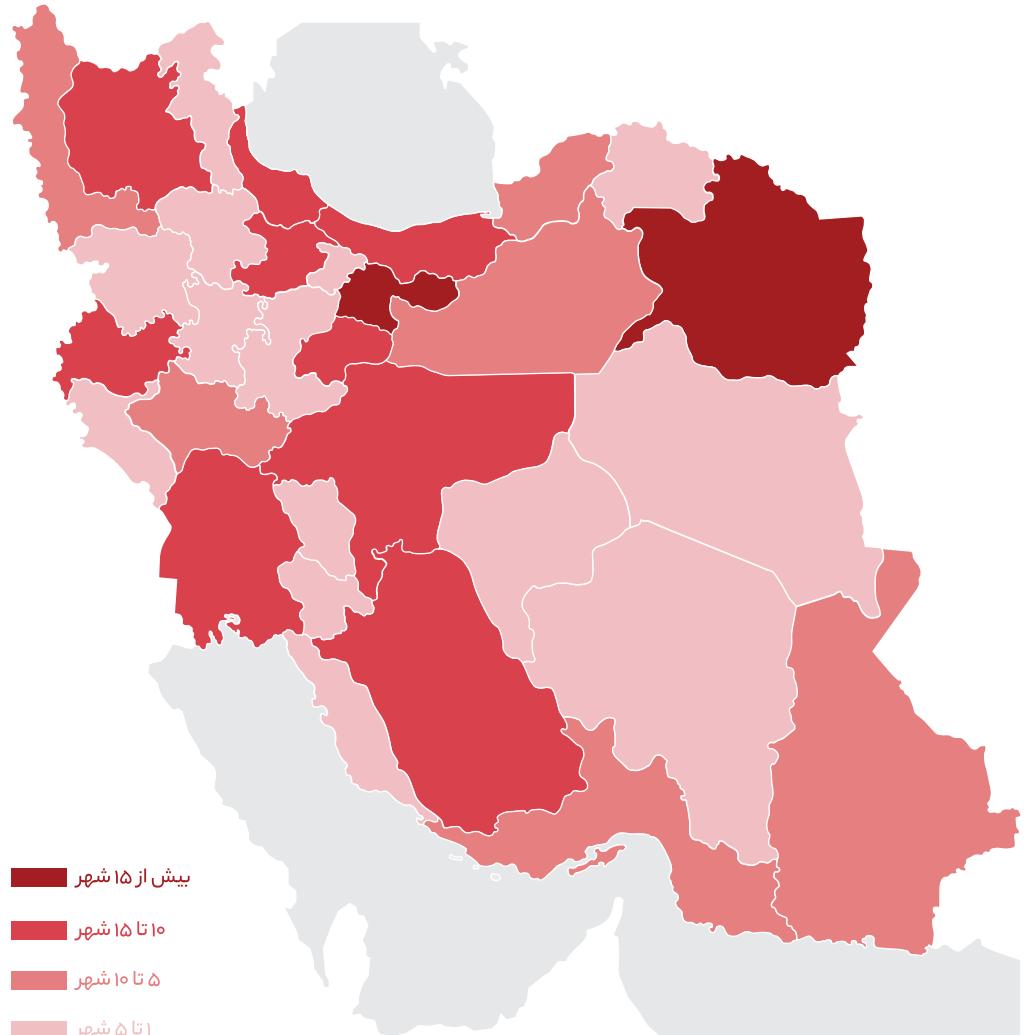
# فصل دوم

## اکالا و شمردا

رسیدن. [ر/رَد] (مص)

آمدن و واردشدن به نقطه مقصد.

# اکالا در ۲۴۸ شهر ایران



اکالا در سال ۱۴۰۳، در تمام استان‌ها و ۲۴۸ شهر مختلف فعال بوده است؛ اتفاقی که برای ما فقط یک آمار نیست؛ بلکه پاسخ به یکی از دغدغه‌های جدی و همیشگی‌مان در مسیر توسعه بوده است.

ما با درنظر گرفتن نیاز کاربران و ظرفیت‌های محلی، قدم به قدم تلاش کردیم تا پوششی گسترده و قابل اتکا در سراسر ایران ایجاد کنیم.

حالا خوشحالیم که کاربرانمان در تمام استان‌ها، بدون دغدغه فاصله و موقعیت جغرافیایی، به خدمات اکالا دسترسی دارند.

طبق این نقشه، استان‌های تهران و خراسان رضوی، نسبت به استان‌های دیگر، بیشترین شهرهای فعال را در پلتفرم اکالا دارند.

## نزدیک به همه خانه‌ها

| تعداد سوپرمارکت‌ها و فروشگاه‌های زنجیره‌ای فعال در اکالا |

۳،۱۹۱ تعداد کل فروشگاه‌های فعال در سراسر ایران

۱،۸۴۵

تعداد فروشگاه‌های فعال در سایر شهرها

این تعداد به نسبت سال ۱۴۰۲، **رشد ۴۱۴ درصدی** را تجربه کرده است.

۱،۳۴۶

تعداد فروشگاه‌های فعال در تهران

این تعداد به نسبت سال ۱۴۰۲، **رشد ۵۱۳ درصدی** را تجربه کرده است.

# گسترش شبکه فروش در سال ۱۴۰۳؛ از سوپرمارکت تا فروشگاه زنجیره‌ای

۳۰۴ درصد

رشد تعداد سوپرمارکتها در مقایسه با سال ۱۴۰۲



۵۵ درصد

رشد تعداد فروشگاه‌های زنجیره‌ای در مقایسه با سال ۱۴۰۲



# اکالا و تنوع فروشگاهها

تنوع فروشگاهها در اکالا، یکی از دغدغه‌های مهم ما برای بهبود تجربه خرید کاربران بوده است. تلاش کردیم با حضور هم‌زمان سوپرمارکت‌های محلی و فروشگاه‌های زنجیره‌ای، امکان انتخاب متناسب با نیاز کاربران را فراهم کنیم؛ موضوعی که نه تنها مقایسه بهتر قیمت و کالا را ممکن می‌کند، بلکه در کنار ارسال رایگان اکالا، به دسترسی بیشتر، کاهش زمان تأمین کالا و رضایت بالاتر خریداران در شهرهای مختلف هم کمک کرده است.

به طور کلی، فروشگاه‌های اکالا را می‌توان به دو دسته تقسیم کرد:

- ۱. موجودی بیشتر و مطمئن‌تر کالاهای اساسی
- ۲. پشتونه تأمین قوی‌تر
- ۳. ارائه تخفیف‌های بیشتر برای خرید به صرفه
- ۴. پوشش گسترده در شهرهای ایران

ارسال رایگان +

- فروشگاه‌های زنجیره‌ای افق کوروش
- فروشگاه‌های زنجیره‌ای هایپرفامیلی
- فروشگاه‌های زنجیره‌ای گندم

فروشگاه‌های  
زنジرهای



- ۱. تنوع برندي
- ۲. تنوع کالاي
- ۳. تأمین کالاهای وارداتی و خاص
- ۴. دسترسی محلی گسترده

ارسال رایگان +

- سوپرمارکت‌های یاران دریان
- سوپرمارکت‌های سورنا
- سایر سوپرمارکت‌ها
- میوه‌فروشی‌ها
- نانوایی‌ها

فروشگاه‌های  
محلي



# سکوی رکورددارها

| رکوردهایی که شهرها ثبت کردند |

هوشیارترین شهر  
برازجان



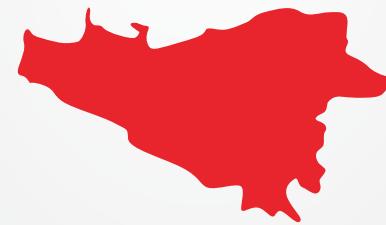
برازجانی‌ها سریع‌تر از دیگر شهرها در اولین دقایق، از تخفیف‌های ساعتی آنایم استفاده کرده‌اند.

خریددوست‌ترین شهر  
کرج



اهالی کرج با ۱۲۹ درصد، بیشترین رشد را در تعداد سفارش‌های ایشان رقم زده‌اند.

مشتاق‌ترین شهر  
تهران



با استقبال و اشتیاق تهرانی‌ها، تعداد فروشگاه‌های فعال اکالا در تهران، ۱۳۵ درصد رشد کرده است.

تحفیف‌بازترین شهر  
گنبدکاووس



گنبدکاووسی‌ها بیشتر از دیگر شهرها از کد تخفیف‌های اکالا استفاده کرده‌اند.

روبه‌رشدترین شهر  
فردیس



تعداد خریداران اکالا در فردیس تا ۷۰ درصد رشد داشته است.

# هر شهر، یک انتخاب محبوب

## ۹ بابلسر

طرفداران صبحانه سالم  
محبوب‌ترین کالا: پنیر



## ۹ بوشهر

اساتید طعم و رنگ  
محبوب‌ترین کالا: رب



## ۹ سمنان

علاقه‌مندان غذاهای سریع  
محبوب‌ترین کالا: سوسيس و کالباس



## ۹ کرج

طرفداران صبحانه مقوی  
محبوب‌ترین کالا: عسل



## ۹ تهران

دوستداران سلامتی  
محبوب‌ترین کالا: شیر



## ۹ رفسنجان

اساتید غذاهای سنتی  
محبوب‌ترین کالا: کشک



## ۹ کیش

وفداران مایه حیات  
محبوب‌ترین کالا: آب معدنی



## ۹ کاشان

عاشقان مزه‌های تگری  
محبوب‌ترین کالا: نوشابه



هواداران طعمهای محلی  
محبوب‌ترین کالا: دوغ



## ۹ یزد

مشتاقان خنکی  
محبوب‌ترین کالا: بستنی



# فصل سوم

## اکالا و مشتریان

رسیدن. [ر/رِد] (مص)

لمس یک حس یا موقعیت.

# اکالا در دل زندگی

۱۴۵،۰۰۰ ریال مجموع سود هریک از مشتریان وفادار اکالا در سال ۱۴۰۳

۱۳،۴۰۰،۰۰۰ ریال

بابت ارسال رایگان

۱۹،۰۵۰،۰۰۰ ریال

بابت تخفیف‌ها

هر یک از مشتریان وفادار\* اکالا در سال ۱۴۰۳؛

۱۷ ساعت زمان کمتری برای خرید سوپرمارکتی صرف کردند.



مشتریان وفادار: مشتریانی که حداقل ۱ بار در ماه از اکالا خرید کردند. \*

## سکوی رکورددارها

| رکوردهایی که مشتریان اُکالا ثبت کردند |



## مشتریان دقیق اکالا

کاربران اکالا، موقع خرید و انتخاب زمان ارسال، می‌توانند علاوه بر «ارسال سریع» از امکان ارسال «(زمان‌بندی شده)» هم استفاده کنند. در این شرایط، سفارش‌ها درست زمانی به دست آن‌ها می‌رسد که خودشان مشخص کرده باشند.

### ساعت ۱۰ تا ۱۱ صبح محبوب‌ترین ساعت برای تحویل

بیش از ۳۴۰،۰۰۰ نفر، ساعت ۱۰ تا ۱۱ صبح را برای تحویل سفارش‌های زمان‌بندی شده انتخاب کردند.

### ساعت ۱۰ تا ۱۱ شب پرطرف‌دارترین ساعت برای ثبت سفارش

بیش از ۲۵۰،۰۰۰ نفر، سفارش خود را در ساعت ۱۰ تا ۱۱ شب با امکان «(ارسال زمان‌بندی شده)» ثبت کردند.

نزدیک به ۳۰،۰۰۰ نفر از کاربران اکالا، ساعت ۳ تا ۴ صبح، خرید خود را برای تحویل در آدامه روز ثبت کردند.



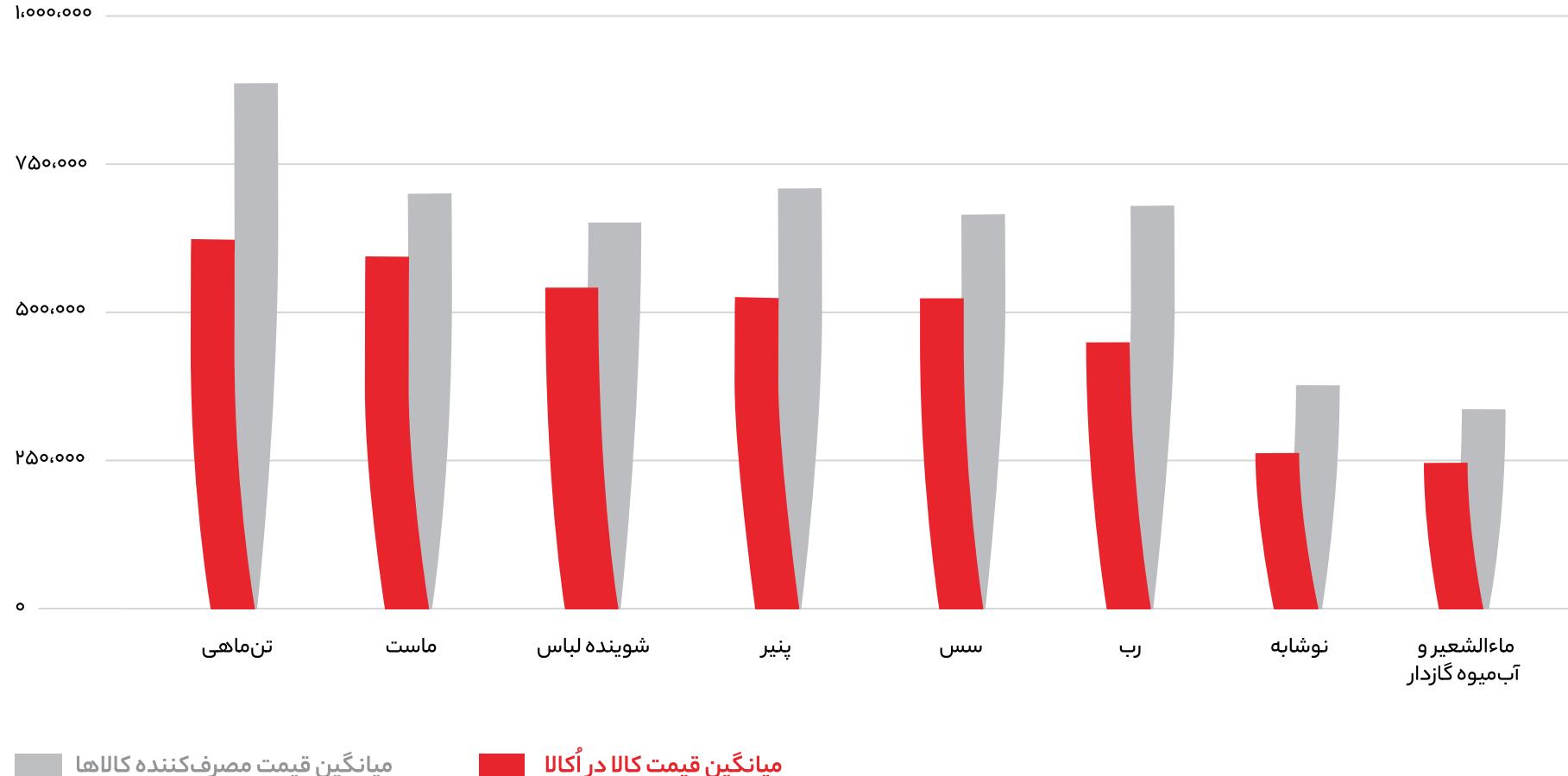
# سوپر تخفیف؛ جشنواره‌ای برای خرید اول ماه

سوپر تخفیف یک جشنواره ماهانه در اکالاست که ویژه خریدهای سرماه طراحی شده است. در این جشنواره معمولاً کالاهای سوپرمارکتی در دسته‌بندی‌های مختلف با تخفیف‌های ویژه (تا ۶۰٪ درصد) ارائه می‌شوند.

در سال ۱۴۰۳ مجموعاً ۵۵۰۰ کالای متفاوت در ۱۴۷ دسته‌بندی، در سوپر تخفیف عرضه شدند تا مشتریان علاوه بر دسترسی به تخفیف‌های استثنایی، بین کالاهای متنوع، حق انتخاب داشته باشند.



# مقایسه قیمت خرید از اکالا و قیمت مصرف کننده در بازه سوپرتخیف



# فصل چهارم

## اکالا و برندها



رسیدن. [ر/رِد] (مص)

پخته شدن؛ بالغ شدن.

# پر فروش ترین کالاها بر اساس تعداد



## ۳۰. غلات صبحانه بالشتکی چی‌فلکس

معادل ۱۵۷،۰۳۴ کیلوگرم که با این میزان غلات می‌توان صبحانه هر روز یک نفر را به مدت بیش از ۵۸۰۰ سال تأمین کرد.



## ۲۰. رب گوجه فرنگی رونا

معادل ۱،۳۴۷،۷۳۸ کیلوگرم که با این میزان می‌توان مصرف رب یک خانواده ۴ نفره را برای بیش از ۳۰۰ سال تأمین کرد.



## ۱۰. نوشابه کوکاکولا

معادل ۶،۳۶۷ لیتر که با این میزان می‌توان مصرف روزانه یک خانواده ۴ نفره را برای حدود ۱۱۰۰ سال تأمین کرد.

## پر فروش ترین کالاها بر اساس تعداد



۷. بستنی چوبی وانیلی ویژه دومینو



۶. اسپاگتی مدل ۱/۲ زرماکارون



۵. پنیر فتا دوشہ هراز



۴. کوکی شکلاتی چی توز



۱۰. شیر کم چرب (۱٪ چربی) پاکبان



۹. نوشابه گازدار لیمومناد زمزم



۸. اسنک کراناچی پنیری چی توز

# پرفروش ترین کالاها بر اساس فروش ریالی



۵. تن ماهی طبیعت



۱۴. تن ماهی دروغن گیاهی  
طلای لادن



۳۰. پنیر فتا دوش هزار



۳۲. رب گوجه فرنگی رعنای



۱. نوشابه کوکاکولا



۱۰. نوشابه پرتقالی فانتا



۹. ماست پرجرب هم‌زده سون



۸. تخم مرغ نوبار



۷. شکر بولیان



۶. روغن مایع آفتاب‌گردان غنی‌شده  
با ویتامین D3 اویلا

# پرفروش‌ترین برندها در اکالا

پرفروش‌ترین برندها براساس فروش تعدادی



.۵



.۱۴



.۳



.۲



.۱



.۱۰



.۹



.۸



.۷



.۶

پرفروش‌ترین برندها براساس فروش ریالی



.۵



.۱۴



.۳



.۲



.۱



.۱۰



.۹



.۸

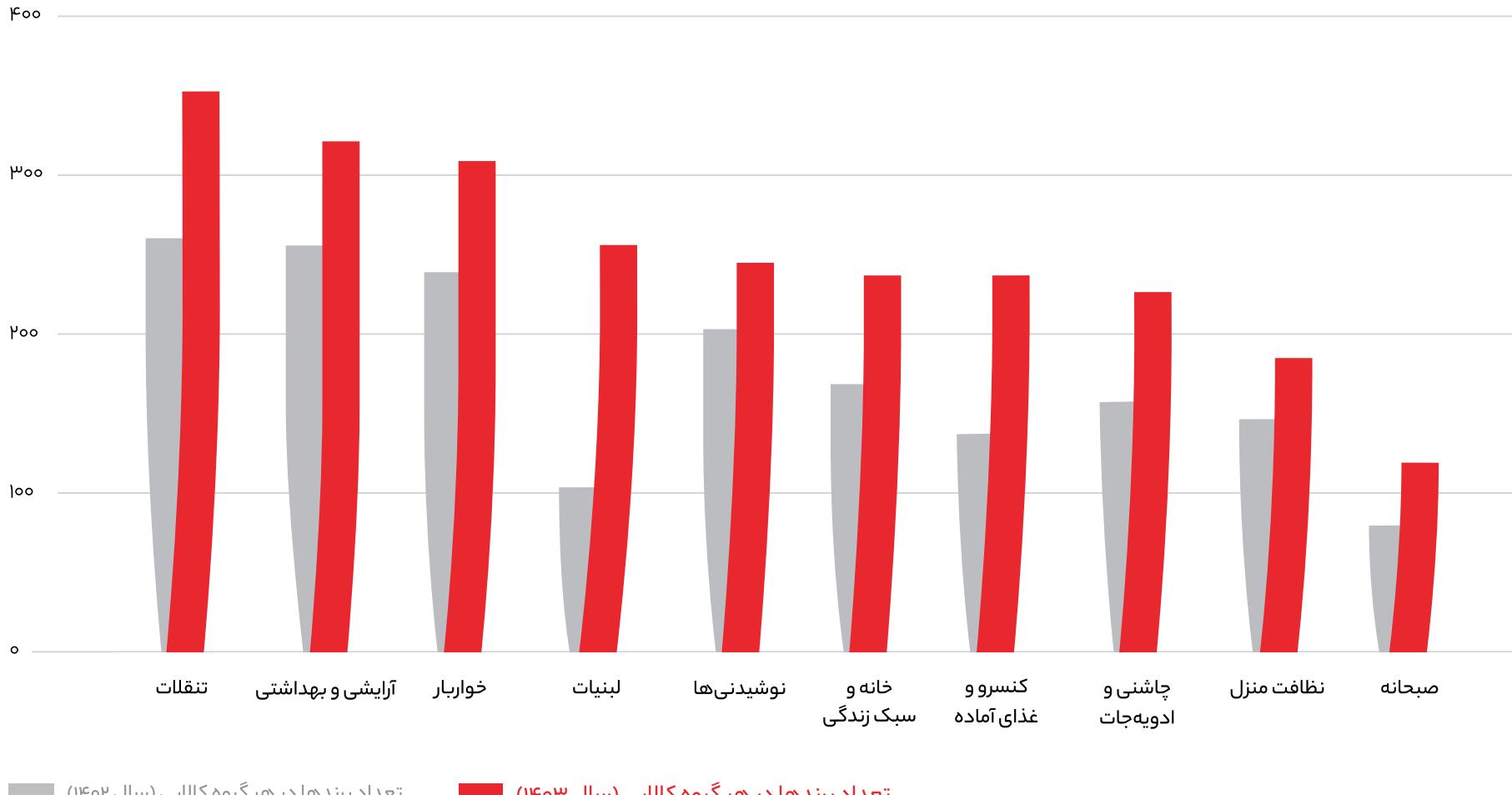


.۷



.۶

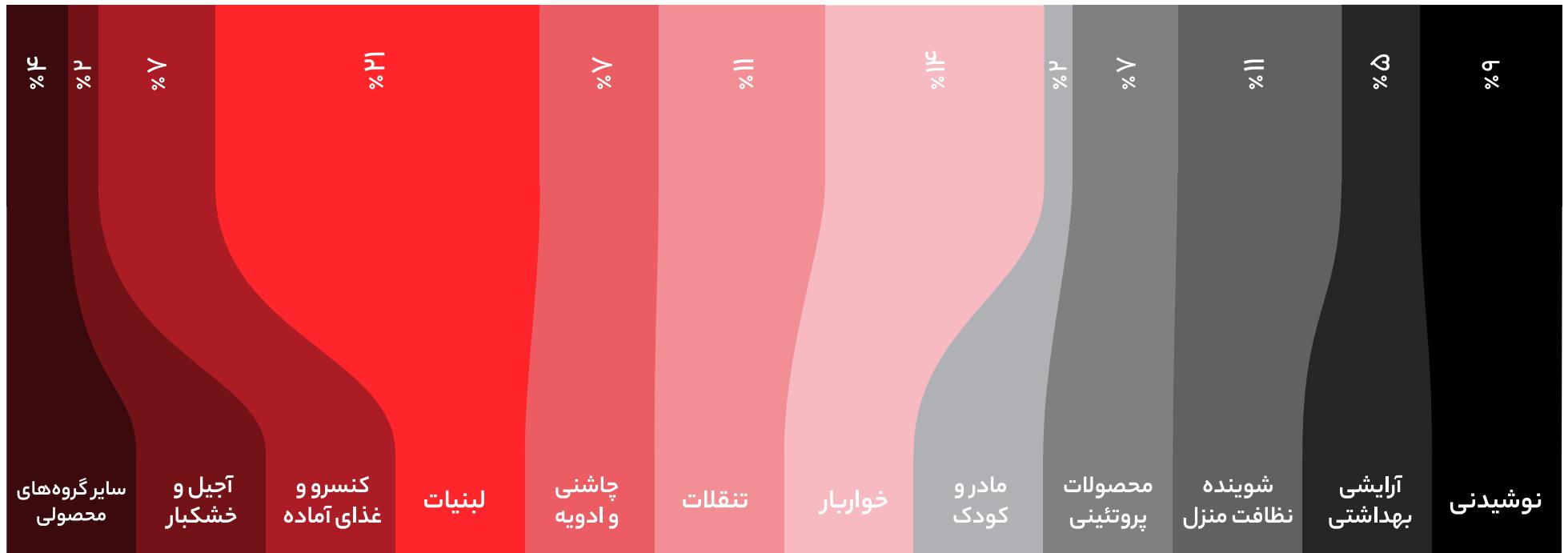
# رشد تنوع برندهای سوپرمارکتی در یک سال



# سهم فروش تعدادی سالانه، به تفکیک هر دسته‌بندی



# سهم فروش ریالی سالانه، به تفکیک هر دسته‌بندی



## سکوی رکورددارها

| برندها و کالاهایی که رکورد زدند |

پرجستجو ترین برند



کالا  
با ۱۴۴،۵۷۸ جستجو

پرجستجو ترین گروه کالایی



بستنی با ۱۱،۶۴۶،۶۲۸ جستجو  
شیر با ۷،۲۲۲،۰۹۶ جستجو  
روغن با ۴،۶۱۵،۳۵۷ جستجو

متنوع ترین برند



شیرین عسل  
با ۶۲۷ قلم کالا

## سکوی رکورددارها

| پرفروش‌ترین کالاها در بزرگ‌ترین حراج آنلاین سوپرمارکتی اُکالا |



تن ماهی طبیعت  
(۱۸۰ گرمی)



شکر بریلان  
(۱ کیلوگرمی)



نوشابه کوکاکولا  
(۱.۵ لیتری)

# اکالا در کنار برندها

| اثرکمپین‌های اکالا بر فروش برندهای مشارکت‌کننده |

اکالا از اولین روز فعالیتش تا امروز، برندهای FMCG را از مهم‌ترین همراهان خود می‌داند و همواره بستری فراهم می‌کند تا این برندها از دل فعالیت‌های مشترک، بتوانند در معرض دید مخاطبان قرار بگیرند و اهداف فروش خود را سریع‌تر محقق کنند.



## کمپین بزرگ «رایگان می‌رسونم!»

| کمپین سراسری اکالا که از آبان تا دی ماه سال ۱۴۰۳ اکران شد |

این کمپین با پیام اصلی «ارسال رایگان اکالا» و تمرکز بر کالاهای سوپرمارکتی با همراهی بیش از ۵۰ برنده از جمله هزار، نامی‌نو، کوپا، افس، وینات، وینیتو، ایکس‌فست، گلدن‌مایز، سافتلن و... در کانال‌های انتشار مختلفی اجرا شد:



- سازه‌های محیطی
- تبلیغات دیجیتال
- شبکه‌های اجتماعی
- اینفلوئنس‌مارکتینگ
- ویدیومارکتینگ
- بازاریابی محتوا
- فضای تبلیغاتی درون پلتفرم اکالا (اسلایدر، کروسیل، پوش‌نوتیفیکیشن)

در این میان، برنده تازبای ۲۱۶ درصد رشد، بیشترین رشد فروش را در طول مدت کمپین تجربه کرد.



گزارش عملکرد اکالا در سال ۱۴۰۳ ■

## رشد فروش برندها در بازه کمپین «رایگان می‌رسونم!»

| ۵ برنده که با مشارکت در کمپین، بیشترین رشد فروش را تجربه کردند |

**EFES**



میانگین رشد فروش

**۱۰۹ درصد**

**پرسیل**

میانگین رشد فروش

**۱۲۴ درصد**

**MATADOR**

میانگین رشد فروش

**۱۲۸ درصد**



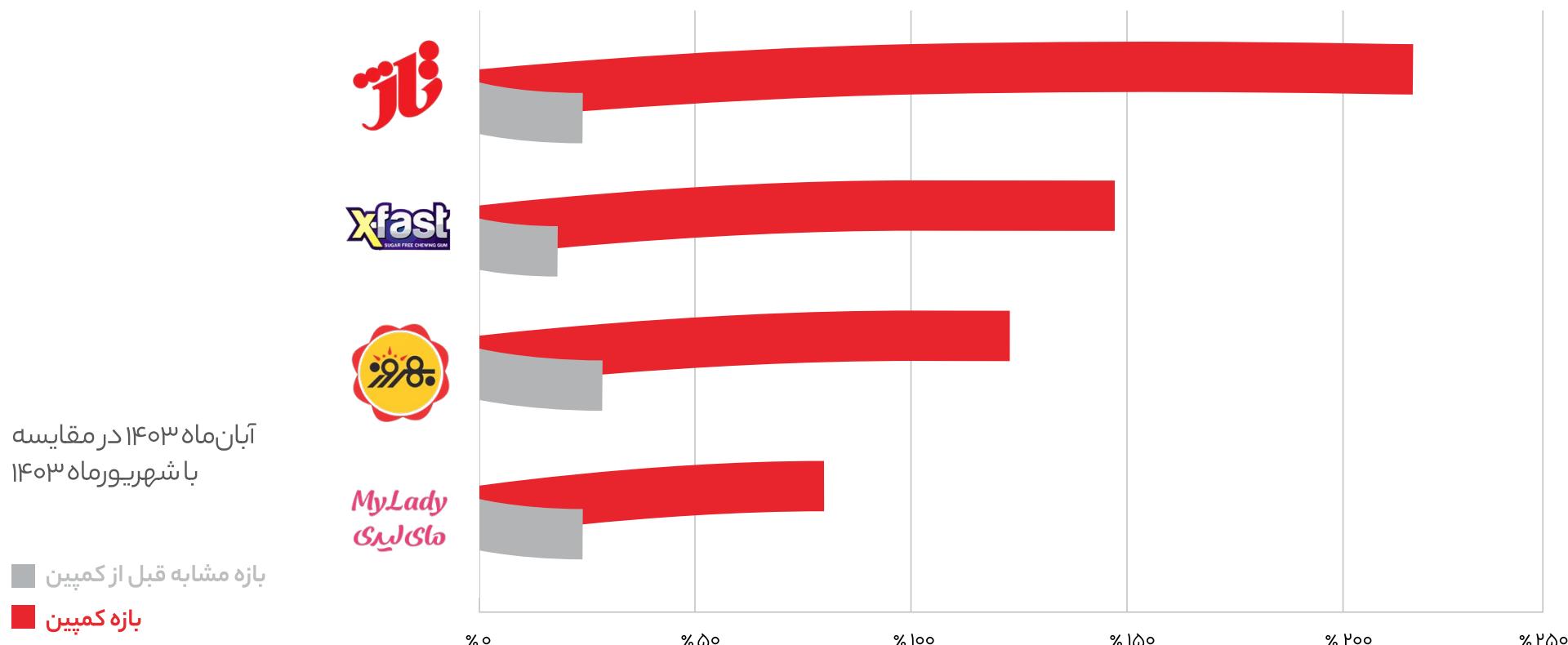
میانگین رشد فروش

**۱۹۹ درصد**

**۲۱۶ درصد**

## رشد فروش محصولات در بازه کمپین «رایگان می‌رسونم!»

کمپین «رایگان می‌رسونم!» به طور کلی نقش موثری در رشد فروش همه برندهای فعال در اکالا داشت؛ اما برندهایی که مستقیماً در تبلیغات مربوط به این کمپین مشارکت کرده بودند، به نتایجی چشمگیر دست پیدا کردند که تا قبل از بازه کمپین، بی‌سابقه بود.



آبان ماه ۱۴۰۳ در مقایسه  
با شهریور ماه ۱۴۰۲

■ بازه مشابه قبل از کمپین  
■ بازه کمپین

گزارش عملکرد اکالا در سال ۱۴۰۳ ■

# رشد فروش محصولات در بازه کمپین «رایگان می‌رسونم!»

برخی کالاهای از برندهای مشارکت‌کننده به واسطه نمایش اثربارتر به مشتری، به نسبت قبل از کمپین، رشد صعودی و شگفت‌انگیزی را تجربه کردند.

آبان ماه ۱۴۰۳ در مقایسه با شهریور ماه ۱۴۰۲



نوشیدنی پرتقالی

۱۳۷۸ درصد



بستنی ماراش با شیر بز

۱۶۹۴ درصد



نوشیدنی انرژی‌زا بدون شکر

۲۱۲۲ درصد



رب گوجه‌فرنگی

۱۳۰۶ درصد



کنسرو خوراک بادمجان

۱۱۵۴ درصد



بستنی وانیلی با بیسکویت کاکائویی

۱۱۵۱ درصد



کنسرو نخودفرنگی

۱۱۸۹ درصد



بیسکویت کاکائویی با مغز نارگیلی

۱۳۷۳ درصد

# بزرگ‌ترین حراج آنلاین سوپرمارکتی

| کمپین سراسری که از ۱۵ اسفند ۱۴۰۳ اکران شد |

این کمپین با پیام اصلی «بزرگ‌ترین حراج آنلاین سوپرمارکتی» و مشارکت برندهایی مثل کاله، نستله، پریل، پرسیل، بهروز، عقاب، نوین زعفران، هوملند و ... یک جشنواره فروش واقعی را رقم زد.



- سازه‌های محیطی
- تبلیغات دیجیتال
- شبکه‌های اجتماعی
- اینفلوئنس‌مارکتینگ
- ویدیومارکتینگ
- بازاریابی محتوا
- فضای تبلیغاتی درون پلتفرم اکالا (اسلایدر، کروسیل، پوش‌نوتیفیکیشن)

در بازه ۳ روز اول «بزرگ‌ترین حراج آنلاین سوپرمارکتی»، ۳،۴۰۰،۰۰۰ قلم کالا فروش رفته است.



گزارش عملکرد اکالا در سال ۱۴۰۳ ■

## بیشترین میزان رشد فروش برندها در «بزرگترین حراج آنلاین سوپرمارکتی»



رشد فروش  
۹۸ درصد



رشد فروش  
۱۰۳ درصد



رشد فروش  
۱۰۶ درصد



رشد فروش  
۱۶۲ درصد



رشد فروش  
۱۹۷ درصد



رشد فروش  
۴۳۶ درصد



رشد فروش  
۵۲ درصد



رشد فروش  
۵۵ درصد



رشد فروش  
۷۳ درصد

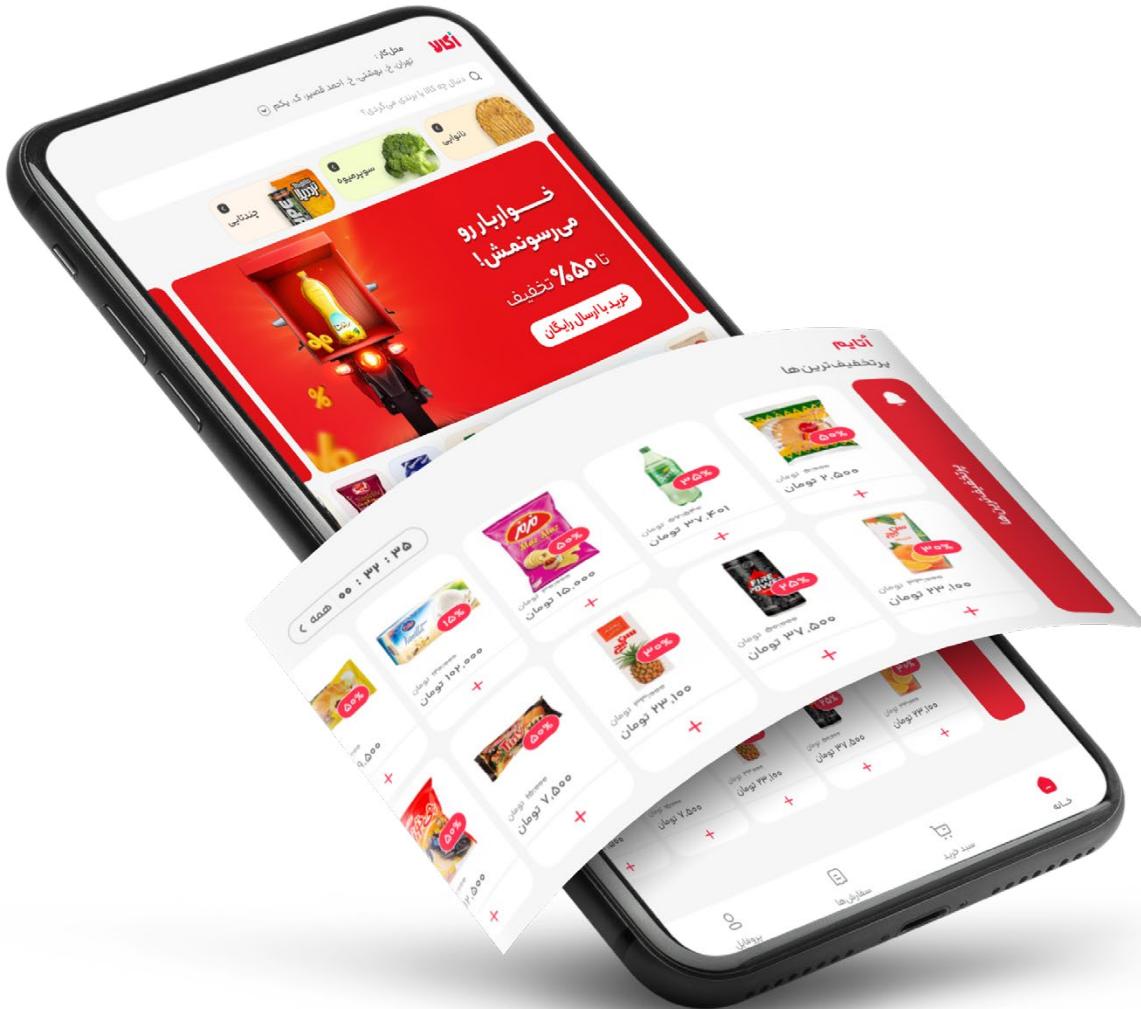


رشد فروش  
۷۶ درصد

## اُتایم؛ سکوی پرتاب برندها

| نتایجی که به کمک اُتایم رقم خوردند |

**اُتایم** یک ظرفیت فروش در پلتفرم اکالا است که هر ۲ ساعت یکبار با پُرتخیف‌ترین کالاهای ارائه می‌شود. این ظرفیت به دلیل به صرفه بودن خرید برای مشتریان اکالا محبوب است و نقش پرزنگی در فروش دارد.



# میزان رشد فروش برندها در ساعت‌های اُتایم نسبت ساعات عادی

| این کالاهای در اُتایم نمایش داده شده‌اند |



بیسکویت، ویفر و کراکر

۱۴۳۳ درصد



کرم مرطوب‌کننده

۱۴۶۷ درصد



نوشابه انرژی‌زا

۵۳۵ درصد



سس

۷۱۹ درصد



پنیر صبحانه

۸۵۰ درصد



نووار بهداشتی

۱۴۴ درصد



صابون

۱۵۰ درصد



مایع لباس‌شویی

۱۴۸ درصد



مایع ظرف‌شویی

۱۴۹ درصد



ماست

۲۲۳ درصد

# امکان‌های جدید در مسیر همکاری اکالا و برندها

## دشبورد هوش تجاری تامین‌کنندگان در اکالا

هوش تجاری تامین‌کنندگان، مجموعه‌ای از دشبوردها و ابزارهای تحلیلی هوشمند است. این مجموعه دشبورد با مشارکت دپارتمان‌های بازرگانی، فروش و تحلیل داده اکالا توسعه یافته و نیاز جدی بازار به یک مرجع متمرکزو کاربردی برای تحلیل فروش و رفتار مصرف را پاسخ می‌دهد. این ابزار داده‌محور با تحلیل لحظه‌ای رفتار مصرف در بیش از ۳۰۰۰ فروشگاه و امکان فیلترهای دقیق، به برندها کمک می‌کند تصمیمات بازاریابی و فروش خود را هوشمندانه تر بگیرند. رابط ساده، به روزرسانی سریع و قابلیت شخصی‌سازی، این پلتفرم را به یکی از پیشرفته‌ترین راهکارهای هوش تجاری در صنعت FMCG ایران تبدیل کرده است.



در سال گذشته، ۲۸ برنده از این دشبورد استفاده کرده و نتایج جالب توجهی به دست آورده‌اند:

- **۳۰ درصد** بهبود میانگین هزینه‌های بازاریابی
- **تا ۳ درصد** بهینه‌سازی درصد تخفیف‌ها
- **تا ۵٪ برابر** افزایش نرخ بازگشت (ROI)
- **تا ۳ درصد** بهبود نرخ تبدیل (Conversion Rate)

# اجرای گستردۀ و هوشمند سمپلینگ در سراسر ایران

اکالا در سال ۱۴۰۳ موفق به اجرای بیش از **۲،۳۰۰،۰۰۰ نمونه سمپلینگ** در تمام ۳۱ استان کشور شد.

این برنامه با بهره‌گیری از داده‌های دقیق سبد خرید مشتریان و دسته‌بندی (سگمنت‌بندی) مناطق شهری، امکان هدف‌گیری دقیق و ارائه نمونه محصولات مختلف از برندهای معتبر مانند پریل، پرسیل، کامفورت، نستله و... را فراهم کرد.

اجرای سمپلینگ، بدون محدودیت تعداد و به صورت سراسری، دسترسی بی‌نظیری به مصرفکنندگان در سراسر ایران ایجاد کرده است. از ویژگی‌های برجسته این سرویس می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:



- امکان رصد دقیق فرایند اجرا
- جمع‌آوری بازخورد و نظرات مصرفکنندگان
- ارسال پیامک‌های اطلاع‌رسانی هدفمند
- ارائه گزارش‌های جامع عملکرد

# فصل پنجم

## عملیات و پشتیبانی

رسیدن. [ر/رد] (مص)

انتقال و دریافت کامل پیام.

## رساندن به روایت اعداد

| درباره سفیرانی که سفارش‌هارا به مقصد رساندند |

رساندن سفارش‌ها در این ابعاد و به گستردگی ایران به کمک «الوپیک» و «تپسی» محقق شده است.

**بیش از ۸۹,۰۰۰ نفر**

تعداد سفیران فعال

**۹۷ درصد**

ارسال موفق سفارش‌ها

**۷۵ درصد**

ارسال در کمتر از ۳۵ دقیقه



**\* دوم اسفند ۱۴۰۳** پرکارترین روز برای سفیرهای اکالا بود که ۱۰,۰۰۰ سفیر پر تلاش به صورت همزمان ۲۱۲,۰۰۰ سفارش را به دست مشتریان رساندند.

## پشتیبانی و همراهی به روایت اعداد

| درباره آنها که همراه دغدغه‌های کاربران شدند |

۱۴۰ ثانیه

میانگین مدت انتظار کاربران

۱۴.۷ دقیقه

میانگین رضایت مشتریان از پشتیبانی

۱۶ درصد

از مشکلات مشتریان در کمتر از ۱ ساعت برطرف شد.

۱۴۰ ثانیه

میانگین مدت زمان تماس کارشناسان و کاربران

۱۴۸ درصد

مدت زمان پاسخ‌گویی پشتیبانی به تیکت‌های مشتریان در سال گذشته ۱۴۸ درصد سریع‌تر شده است.

۱۷ درصد

از مشکلات در اولین تماس مشتریان حل شد.

# فصل ششم

## أکالا و منابع انسانی



رسیدن. [ر/رِد] (مص)

منجر شدن، خلق نتایج.

## روایتی از همکاران

| همکاری با اکالا؛ گستردگی و منعطف |

۱۴۹۲ نفر همکار اکالایی، در ۱۵ دپارتمان فعال

%۵۵

آقا

%۱۴۵

خانم

%۲۶

همکاران دورکار

%۶

همکاران  
هیبرید

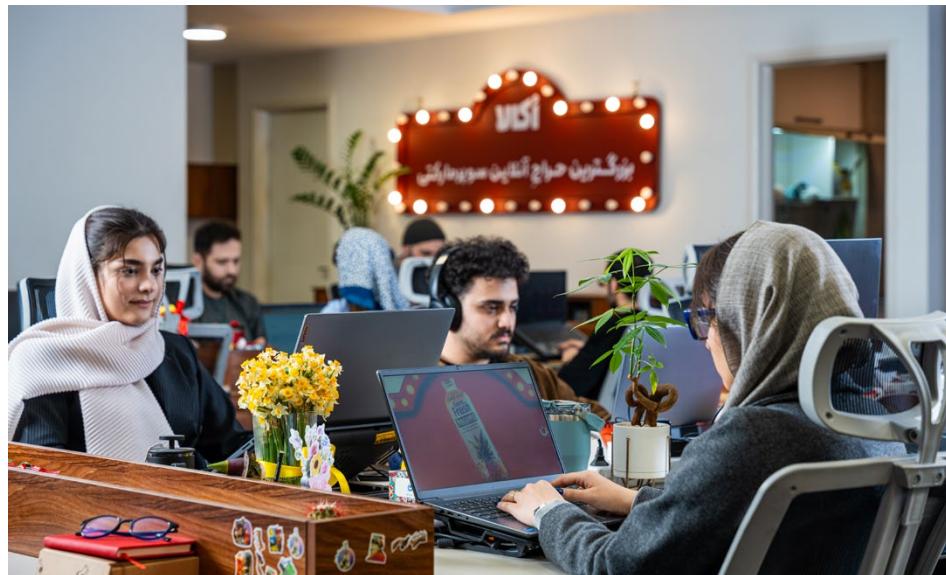
%۶۸

همکاران حضوری

# رساندن به کمک همکاران معنا می‌شود

| درباره آن‌ها که پشت صحنه هستند |

هیچ هدفی بدون همقدمی و همکاری، به سرانجام نمی‌رسد. در اکالا، «رساندن» فقط یک شعار نیست؛ بلکه یک ارزش ریشه‌دار است که در تاریخ پودکار ما جریان دارد. از رساندن سفارش‌های به دست مشتری، تا رساندن ایده‌های عمل، از انتقال تجربه میان تیم‌ها، تا پیشبرد هدف‌های سازمان. تلاش بی‌وقفه تک‌تک همکاران اکالا، رسیدن به این نتیجه‌های احتمالی، اعتماد و اشتیاق آن‌ها کشف فرصت‌های تازه را به ارمغان می‌آورد.



# سکوی رکورددارها

| از زبان اکالایی‌ها بخوانیم |



## تازه‌نفس‌ترین اکالایی

نگارنیکخواه  
"طراح ارشد گرافیک"

«از ابتدای ورودم به اکالا، دیوار محکمی که نزدیک به ده سال گذشته برای محافظت از خودم در برابر آسیب‌های احتمالی در محیط‌های کاری مختلف ساخته بودم، از بین رفت. نگاه انسانی و همدلنهای که همکارانم دارن ریشه در فرهنگ و اهداف سازمان داره و اون هم دسترسی آسان و به صرفه مردم به اقلام اولیه زندگیه. باعث خشنودی منه که بتونم عضو کوچیک اما تاثیرگذاری در این مجموعه باشم.»



## پاساپرته‌ترین اکالایی

صفورا قدمگاهی با هفت سال سابقه  
"رئیس حسابداری مدیریت"

«طی این هفت سال از روز اول تا به امروز، هر سالش برای من پر از تجربه و رشد بوده و میشه گفت اکالا برای من دیگه محل کار نیست و بیشتر یه خونه است. سال گذشته که اکالا بزرگتر شد شرایط یادگیری و تجربه موقعیت‌های جدید برای همه ما هم فراهم شد. توی واحد مالی یادگرفتیم با چالش‌ها و موقعیت‌های جدید رو به رو بشیم و تلاش کردیم بیشتر از گذشته دغدغه‌های تیم‌های فعال در اکالا برطرف کنیم»



## جوان‌ترین اکالایی

محمد رضا شاه‌مرادی با ۲۰ سال سن  
"کارشناس مهندسی نرم افزار"

«برای من سال گذشته، سال رسیدن به نسخه بی‌تی از خودم بود. این تلاش در سایه چالش‌های اکالا و رسوندن انرژی و ایده‌ها به تیم محقق می‌شد. به عنوان یه عضو کوچیک، هر روز فرستنی داشتم برای یادگیری و هم‌قدم شدن با هم‌تیمی‌هایم در مسیر رسوندن مشتریان به رضایت و رسیدن به مزدهای جدید. این مسیر با تمام جدیتش، خیلی هیجان‌انگیز بود و تجربه‌ای شد که عمیقاً قدردانش هستم.»

قصه سال گذشته، فقط درباره سفارش‌ها و کالاهای مشتری‌ها نبود؛  
بلکه روایتی بود از دیدن دقیق‌تر، شنیدن عمیق‌تر، و درک بیشتر.

هر سفارش نه فقط یک نیاز ساده، بلکه نشانی از جریان زندگی بود.  
در دل این مسیر، ما هم رشد کردیم و «آموختن»، بخشی از وجودمان شد.

و حالا، با نگاهی روشن‌تر و انگیزه‌ای بیشتر، به سوی معنای تازه‌تری از «رسیدن و رساندن» گام برمی‌داریم.



