

گزارش سال ۱۴۰۰ اتاقک

با مروری بر ۴ سال گذشته





فهرست

گزارش عملکرد اتاقک

۴	<u>درباره گزارش</u>
۵	<u>رسالت اتاقک</u>
۶	<u>اتاقک در سال ۱۴۰۰</u>
۷	<u>مسیر رشد و توسعه اتاقک</u>
۸	<u>بازار اقامتگاههای اجاره‌ای در جهان و ایران</u>
۱۱	<u>بازار اقامتگاههای اجاره‌ای در اتاقک</u>
۲۶	<u>رفتار کاربران اتاقک</u>
۳۱	<u>اقدامات بازاریابی اتاقک</u>
۳۸	<u>سرمایه‌های انسانی و تیم پشتیبانی مشتریان اتاقک</u>
۴۴	<u>چشم‌انداز اتاقک</u>



آنچه در گزارش اتاقک می‌خوانیم



با گذشت ۵ سال از فعالیت اتاقک در بازار اقامتگاههای اجاره‌ای، اولین گزارش عملکرد سال ۱۴۰۰ اتاقک به صورت عمومی منتشر می‌شود. این گزارش با تکیه بر داده و مهمترین دستاوردهای اتاقک قصد دارد بخشی از واقعیت بازار آنلاین اقامتگاههای اجاره‌ای را به فعالین صنعت و علاقهمندان ورود به این بازار نشان دهد. از مهمترین دستاوردهای اتاقک در این گزارش می‌توان به رشد فروش ناخالص (GMV) ۱۲۶۰٪ در دوران شیوع پاندمی کرونا اشاره کرد. اگرچه پاندمی کرونا لطمه شدیدی را بر بازار اقامتگاههای اجاره‌ای وارد کرد و باعث توقف فعالیت یا تعطیلی اقامتگاهها شد، اما اتاقک با به‌کارگیری استراتژی «رشد کسب‌وکار برای بقا در شرایط سخت» توانست از این دوران بحران با موفقیت عبور کند.

در این گزارش تلاش شده است با پاسخگویی به پرسش‌های زیر به کارآفرینان، سرمایه‌گذاران و فعالین صنعت در تصمیم‌گیری و ترسیم چشم‌اندازهای آینده‌شان کمک نماید.

- وضعیت بازار آنلاین اقامتگاههای اجاره‌ای در جهان و ایران چگونه است؟
- عملکرد اتاقک در بازار آنلاین اقامتگاههای اجاره‌ای در ۴ سال گذشته به چه شکل بوده است؟
- الگوی رفتار کاربران در بازار آنلاین اقامتگاههای اجاره‌ای ایران چگونه است؟
- استراتژی‌های اتاقک برای مقابله با کرونا چه بوده است؟
- مهم‌ترین اقدامات بازاریابی اتاقک در سال ۱۴۰۰ چه بوده است؟
- تیم پشتیبانی اتاقک در سال ۱۴۰۰ چه عملکردی داشته است؟



رسالت ما: خلق تجربه منحصر به فرد سفر و درآمدزایی برای جوامع کوچک و محلی



آنچه ما را واداشت تا اتاقک را راه اندازی کنیم، کمک به همه مردم برای آنکه به سادگی، لحظاتی را از زندگی روزمره جدا شوند و مکان‌های متفاوتی را در همه ایران و بخش‌هایی از جهان کشف و تجربه کنند. همچنین مصمم هستیم تا تسهیلگر احیای خردمندانگ‌ها، کسب درآمد و تقویت انگیزه کارآفرینی در حوزه گردشگری ایران و جهان باشیم. ما باور داریم سفر فقط یک مقصد نیست؛ بلکه لحظاتی را برای آدم‌ها رقم می‌زند تا از زندگی روزمره بیرون آیند، با آداب و رسوم مردمان دیگر آشنا شوند و تجربه‌ها و نگاه متفاوتی به زندگی به دست آورند.

اما رسالت ما در اینجا به پایان نمی‌رسد. ما می‌خواهیم با احیای اقامتگاه‌های بومی، سنتی و روستایی جریان اقتصادی را از سمت شهرهای بزرگ به شهرها و روستاهای کوچک انتقال دهیم و فرهنگ و سنت‌های قدیمی ایران را زنده نگاه داریم. بنابراین از سال ۱۳۹۶ تاکنون تلاش کردیم اتاقک را به بستری تبدیل کنیم تا مسافران به سادگی، با انتخاب آگاهانه و هوشمندانه بتوانند در هر نقطه‌ای از ایران اقامتگاه موردنظر خود را رزرو کنند. علاوه بر این، میزبانان نیز بتوانند با مدیریت سریع‌تر، ساده‌تر و کم‌هزینه‌تر اقامتگاه‌شان به درآمدزایی برسند.

اکنون که ۵ سال از فعالیت ما در بازار اقامتگاه‌های اجاره‌ای می‌گذرد، تصمیم گرفته‌ایم با انتشار گزارش عملکرد اتاقک، بخشی از واقعیت بازار آنلاین اقامتگاه‌های اجاره‌ای را انعکاس دهیم. امیدواریم این گزارش راهنمایی باشد برای فعالین صنعت و علاقه‌مندان ورود به این بازار تا بتوانند چشم‌انداز و مسیر آینده‌شان را ترسیم کنند.

محمد شهاب شهوازیان، مدیرعامل اتاقک



اتاقک در سال ۱۴۰۰

۱۸,۰۰۰

اقامتگاه

۲۷,۰۰۰

بازدیدکننده روزانه

۱,۲۰۰,۰۰۰

کاربر

%۴۴۰

رشد فروش ناخالص (GMV)

%۱۹۵

رشد تعداد رزروها

%۱۰۰

رشد تعداد کاربران



مسیر رشد و توسعه اتاقک

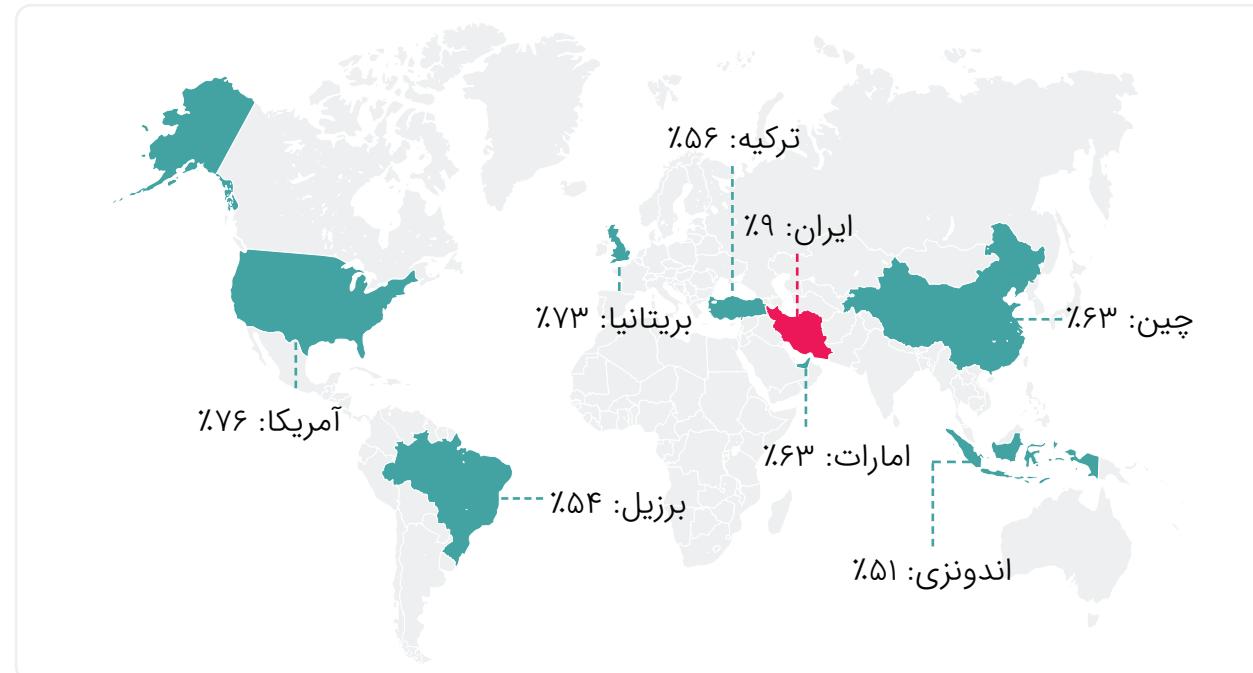


A photograph showing the interior of a traditional Iranian building, likely a mosque or madrasah. The walls and ceiling are covered in intricate tilework and stucco decorations. Several arched doorways and windows are framed by colorful stained glass, featuring geometric patterns and floral motifs in shades of red, blue, and yellow. In the foreground, a few people are standing on a patterned rug. The overall atmosphere is one of rich cultural heritage and architectural beauty.

بازار، اقامتگاههای اجاره‌ای در جهان و ایران

در سال ۲۰۲۱ حدود ۷۰٪ رزرو اقامتگاههای اجاره‌ای در جهان به صورت آنلاین بوده است

سهم پلتفرم‌های آنلاین از بازار اقامتگاههای اجاره‌ای
در تعدادی از کشورهای جهان در سال ۲۰۲۱



بر اساس ارزیابی سال ۲۰۱۹، ۶۴٪ مسافران ترجیح می‌دهند به جای هتل در اقامتگاههای اجاره‌ای بمانند. یکی از مهم‌ترین دلایل آن‌ها به صرفه بودن اقامتگاههای اجاره‌ای در مقایسه با هتل است.

منبع: Statista

منبع: Grand View Research



بازار ۱۱ هزار میلیارد تومانی اقامتگاههای اجاره‌ای ایران در سال ۱۴۰۰



۱۱ هزار میلیارد تومان

اندازه بازار

۱۲۷ هزار

تعداد اقامتگاهها

۷/۶ میلیون

تعداد رزروها

۱/۵ میلیون تومان

میانگین قیمت هر رزرو





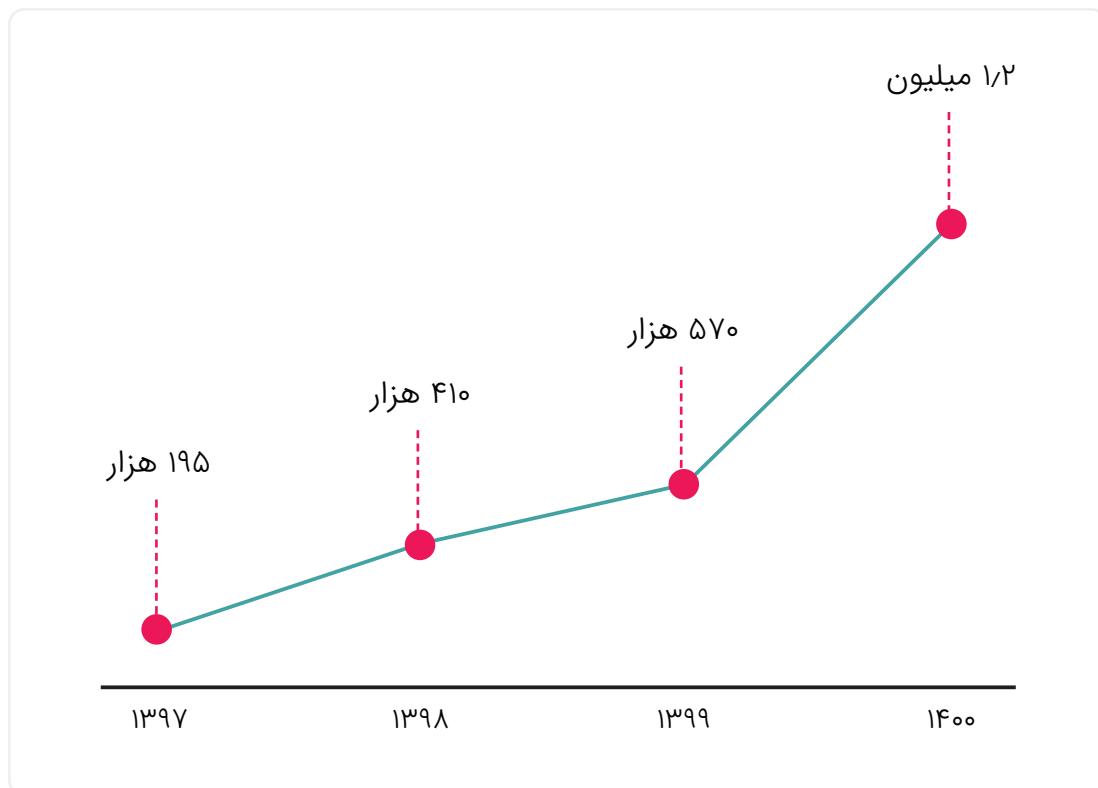
بازار اقامتگاههای اجاره‌ای در اتاقک

گزارش عملکرد اتاقک

رشد ۱۰۰٪ تعداد کاربران اتاقک در سال ۱۴۰۰

کاربرانی که در سایت یا اپلیکیشن اتاقک با هدف جستجو یا رزرو اقامتگاه ثبت نام کرده‌اند

تعداد تجمعی کاربران اتاقک



٪۵۰۰

رشد تعداد کاربران در ۴ سال گذشته

۶۰۰ هزار

کاربر جدید در سال ۱۴۰۰ معادل تعداد
کل کاربران سال‌های ۹۷ تا ۹۹



حضور بیش از ۱۸ هزار اقامتگاه در اتاقک

تعداد اقامتگاههایی که میزبان اطلاعات اقامتگاه را در اتاقک ثبت کرده است و لزوماً به معنای فعال بودن اقامتگاه نیست

تعداد اقامتگاه و میزبان در اتاقک

%۱۴

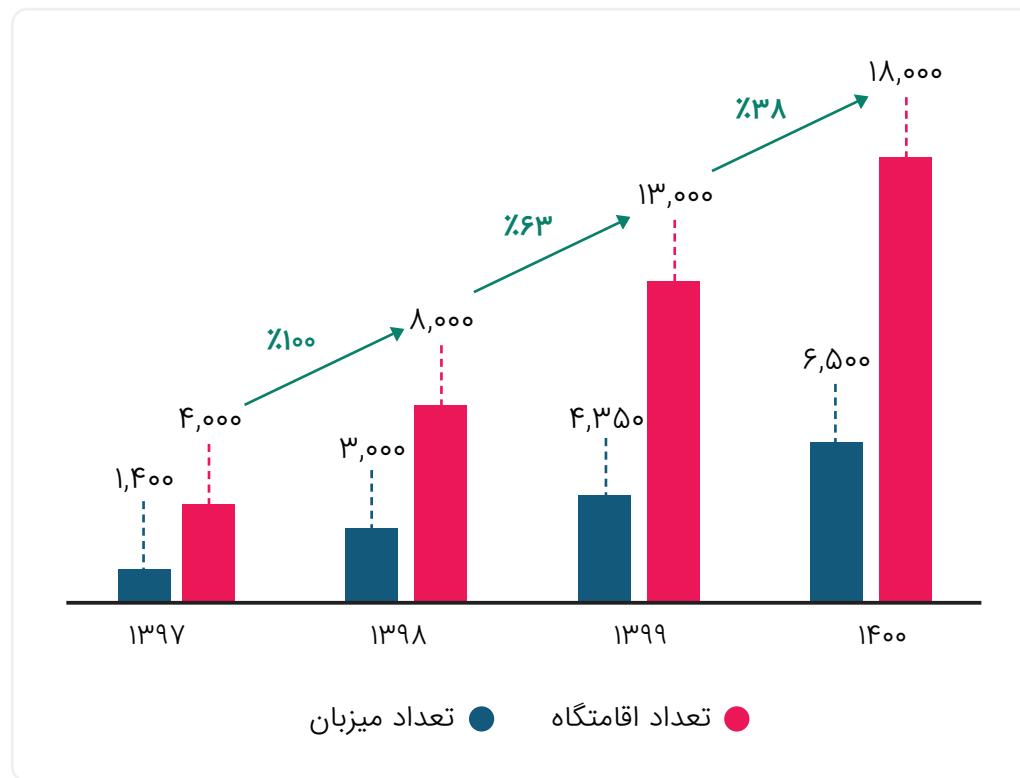
سهم اتاقک از تعداد کل اقامتگاههای کشور
تعداد اقامتگاههای کل کشور، ۱۲۷ هزار اقامتگاه* تخمین زده می‌شود

۴/۵ برابر

رشد تعداد اقامتگاههای اتاقک در مدت ۴ سال

۳ اقامتگاه

میانگین تعداد اقامتگاه هر میزبان در سال ۱۴۰۰



گزارش عملکرد اتاقک

رشد ۴۴٪ فروش ناخالص (GMV) اتاقک در سال ۱۴۰۰

رشد فروش ناخالص (GMV) اتاقک

٪۱۹۰

نرخ رشد مركب سالانه فروش ناخالص
اتاقک از ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۰



٪۱۲۶

نرخ رشد فروش ناخالص اتاقک در دوران
کرونا (۱۳۹۹ و ۱۴۰۰)

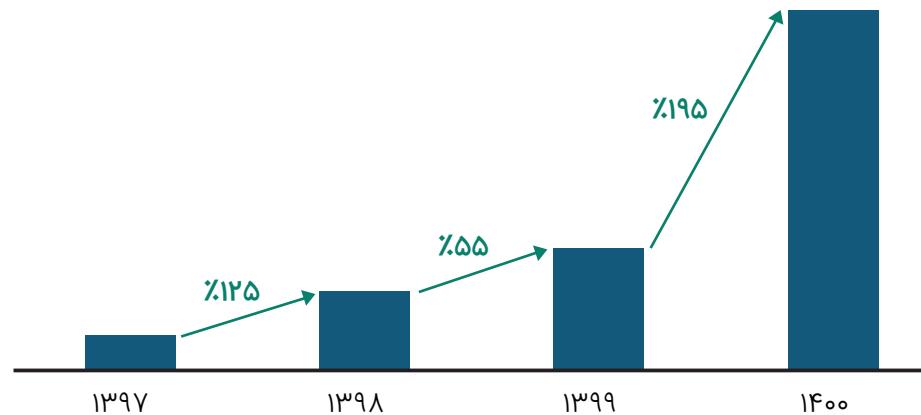


رشد ۱۹۵٪ تعداد رزرو اقامتگاه در اتاقک در سال ۱۴۰۰

رشد تعداد رزرو اقامتگاه در اتاقک

٪۱۲۰

نرخ رشد مركب سالانه تعداد رزرو اقامتگاه
در اتاقک از ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۰



٪۳۶۰

نرخ رشد تعداد رزرو اقامتگاه در اتاقک در
دوران کرونا (۱۳۹۹ و ۱۴۰۰)



پرکارترین اقامتگاه‌های اتاقک در سال ۱۴۰۰

۱۴۱۵ مهمان

بیشترین تعداد مهمان
پذیرایی شده توسط یک اقامتگاه

۳۱۶ شب

بیشترین تعداد شب
اقامت در یک اقامتگاه

۳۰ نفر

پرظرفیت‌ترین اقامتگاه

۲۹۷ رزرو

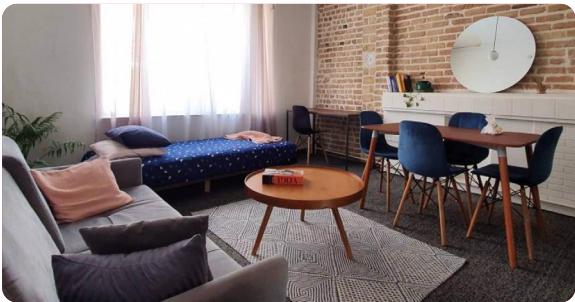
بیشترین تعداد رزرو یک اقامتگاه*

* با توجه به ظرفیت و تعداد اتاق‌ها، یک اقامتگاه می‌تواند بیش از یک رزرو در روز داشته باشد.



چه نوع اقامتگاه‌هایی در اتاقک حضور دارند؟

سوئیت | ۷۰۰ اقامتگاه



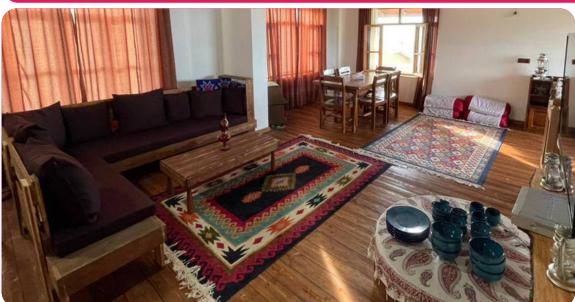
واحد مسکونی
دارای فضای
پذیرایی و معمولاً
با امکانات کامل

ویلا | ۳۰۰۰ اقامتگاه



سازه مسکونی
در محوطه باز با
نمایی از طبیعت
و امکانات کامل

خانه | ۱۱۰ اقامتگاه



واحد مسکونی یک یا
دو طبقه‌ای با امکانات
اختصاصی کامل
(معمولًا داخل شهر)

آپارتمان | ۱۷۰۰ اقامتگاه



واحد مسکونی در
داخل یک مجتمع
چندطبقه‌ای با
امکانات کامل



چه نوع اقامتگاه‌هایی در اتاقک حضور دارند؟

اقامتگاه بوم‌گردی | ۱۳۰۰ اقامتگاه



اقامتگاه‌های
مقرن به صرفه
با سبک
معماری بومی

کلبه | ۱۶۰ اقامتگاه



خانه‌های
کوچک بیلاقی
و کوهستانی با
امکانات ضروری

روستایی و عشايري | ۹۰ اقامتگاه



اقامتگاه‌های
فصلى واقع در
روستا با امکانات
ضروری

هتل سنتی | ۲۲۵ اقامتگاه



هتل‌هایی با
ویژگی‌های فرهنگی
و تاریخی شهرها و
امکانات کامل



چه نوع اقامتگاه‌هایی در اتاقک حضور دارند؟

مهمان سرا | ۲۳۰ اقامتگاه



اقامتگاه‌های ارزان قیمت با امکانات محدود مشترک یا اختصاصی

هتل آپارتمان | ۴۵۰ اقامتگاه



اقامتگاه‌های مبله و مقرر به صرفه‌تر از هتل برای اقامت‌های طولانی و شخصی

پانسیون | ۵ اقامتگاه



اقامتگاه‌های اجاره‌ای مناسب دانشجویان و کارمندان با امکانات ضروری

هاستل | ۱۰۰ اقامتگاه



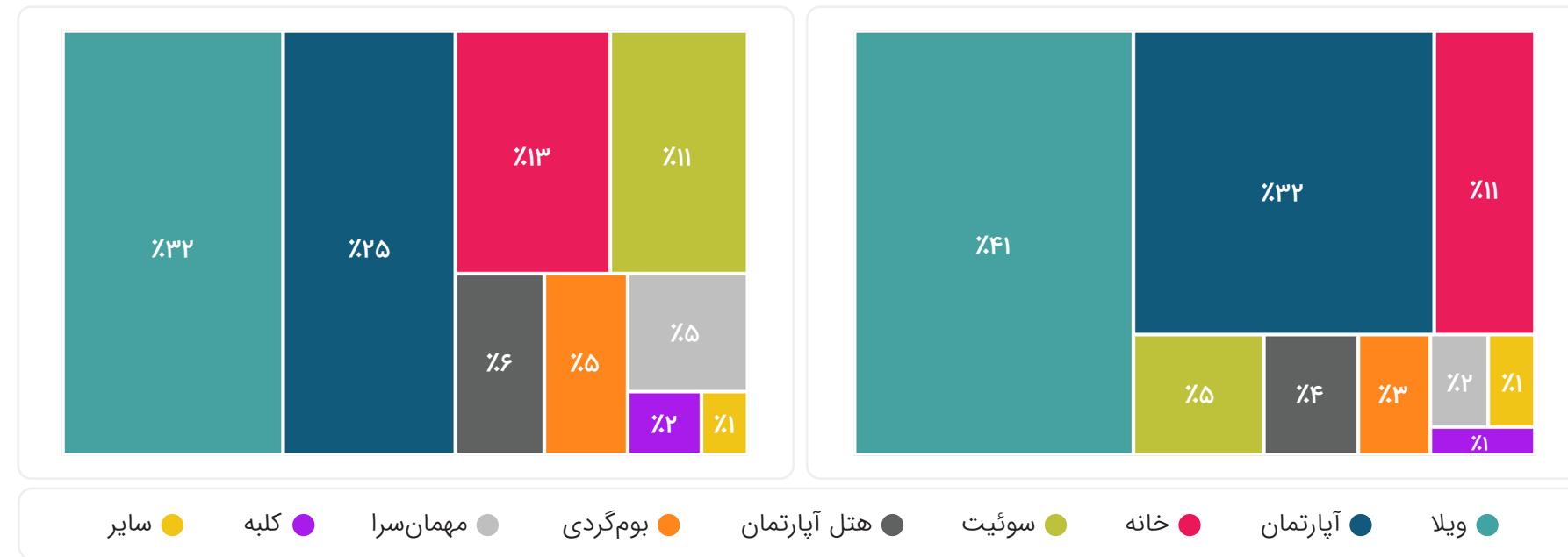
اجاره یک تخت از یک اتاق چندتخته با امکانات مشترک یا اختصاصی



بیش از ۸۰٪ فروش اتاقک از رزرو اقامتگاههای ویلا، آپارتمان و خانه بوده است

سهم تعدادی از رزرو انواع
اقامتگاههای اتاقک در سال ۱۴۰۰

سهم مبلغی از رزرو انواع
اقامتگاههای اتاقک در سال ۱۴۰۰



مقایسه سهم تعدادی و مبلغی از رزرو دو نوع اقامتگاه ویلا و آپارتمان نشان می‌دهد که این دو اقامتگاه نسبت به اقامتگاههای دیگر گران‌قیمت‌تر هستند.



انواع شیوه‌های رزرو اقامتگاه در اتاقک

اقامتگاه پرایم *



پذیرای تعداد زیادی مهمان بوده‌اند و توسط اتاقک پیشنهاد می‌شوند. عملکرد میزبان و رضایت مهمانان از این اقامتگاه‌ها بالا است.

دارای شرایط بهداشتی مناسب و بسته‌های سپید هستند.

مشابه اقامتگاه‌های آنی رزرو می‌شوند و در هر رزرو به مهمانان هدیه نقدی داده می‌شود.

اقامتگاه آنی



نیازی به تأیید میزبان برای رزرو این اقامتگاه‌ها نیست.

کاربران می‌توانند در کمترین زمان ممکن اقدام به رزرو این اقامتگاه‌ها کنند.

اقامتگاه عادی



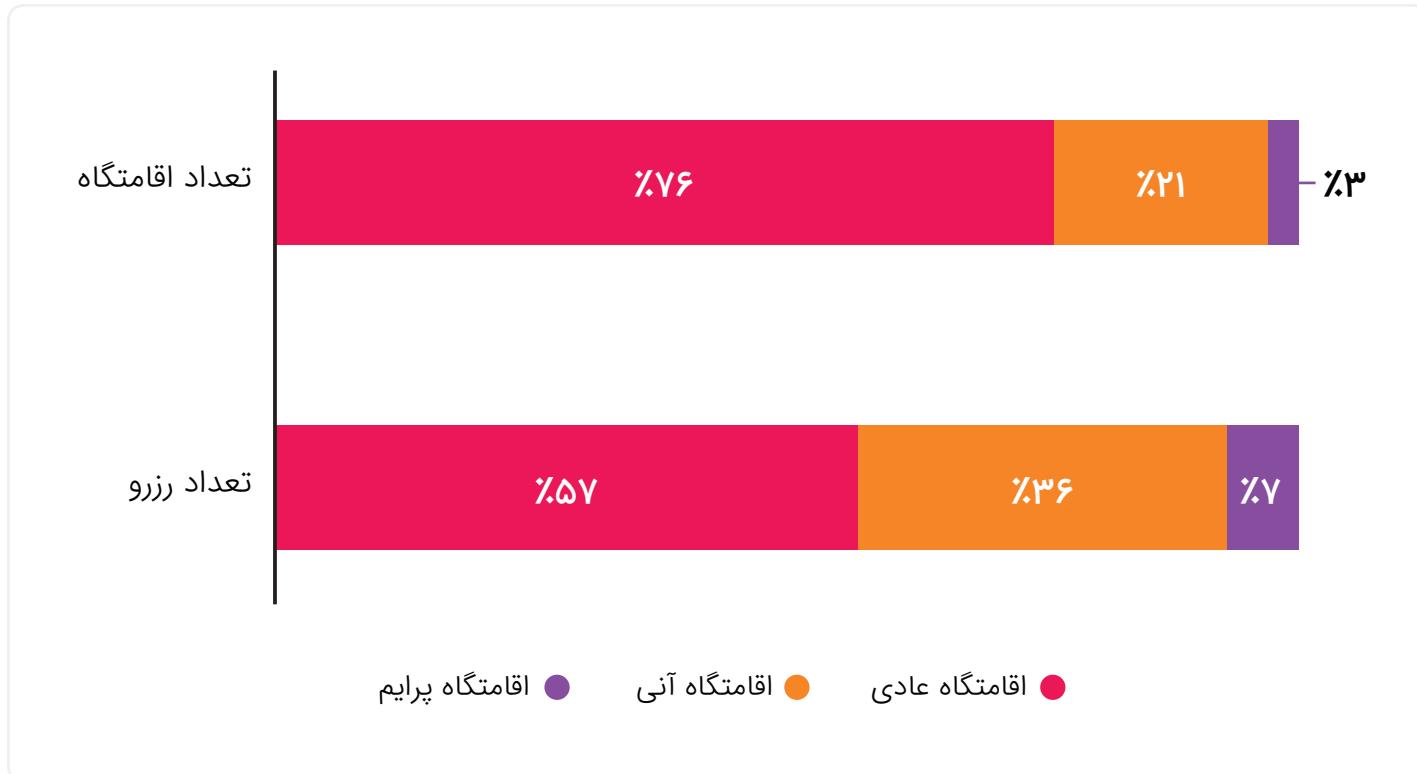
رزرو این اقامتگاه‌ها نیاز به تأیید میزبان دارد و پس از پذیرش درخواست توسط میزبان امکان پرداخت هزینه وجود خواهد داشت.

فاصله زمانی بین ثبت درخواست مهمان و تأیید میزبان در اتاقک به‌طور میانگین ۱۲ دقیقه است.



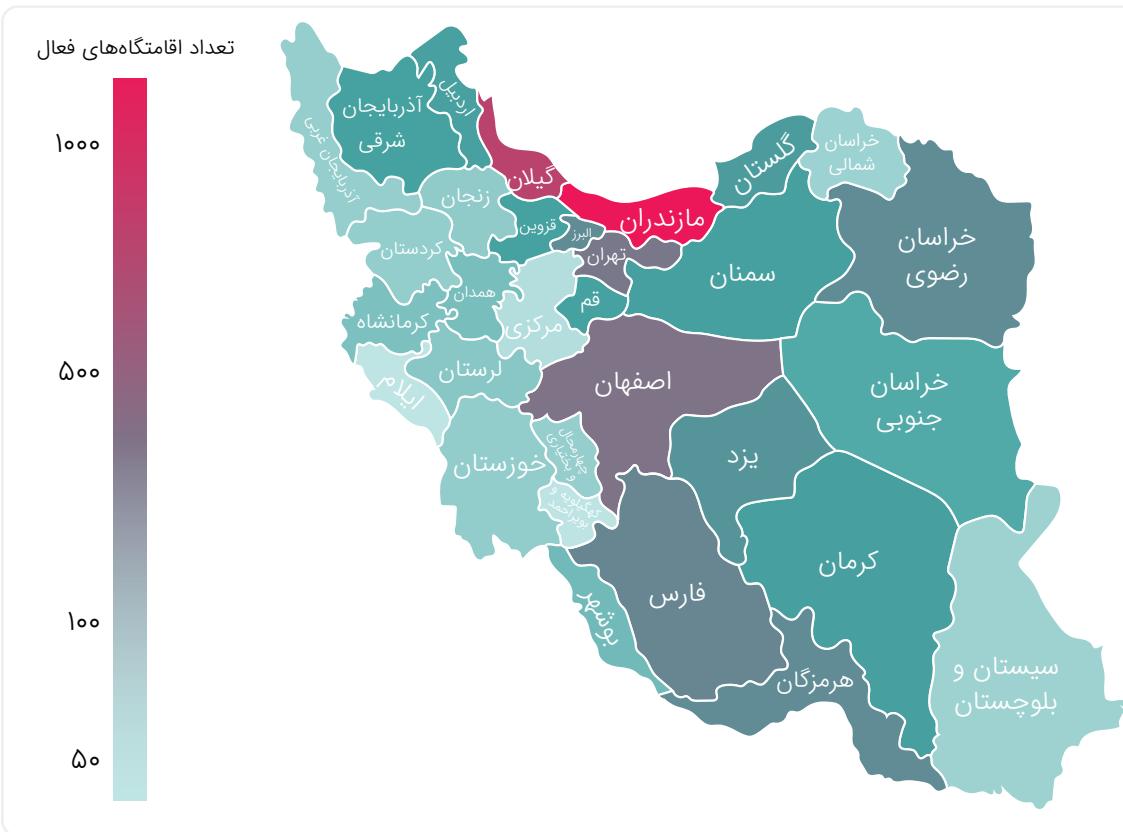
بیش از ۴۰٪ رزروهای اتاقک به صورت آنی رزرو می‌شوند

شیوه رزرو اقامتگاه‌های اتاقک بر حسب تعداد اقامتگاه و رزرو در سال ۱۴۰۰



اقامتگاه‌های فعال اتاقک در تمامی استان‌های ایران پذیرای مسافران هستند

تعداد اقامتگاه‌های فعال اتاقک در هر استان در سال ۱۴۰۰



۹ هزار

تعداد اقامتگاه‌های فعال اتاقک

۲۹۰ شهر

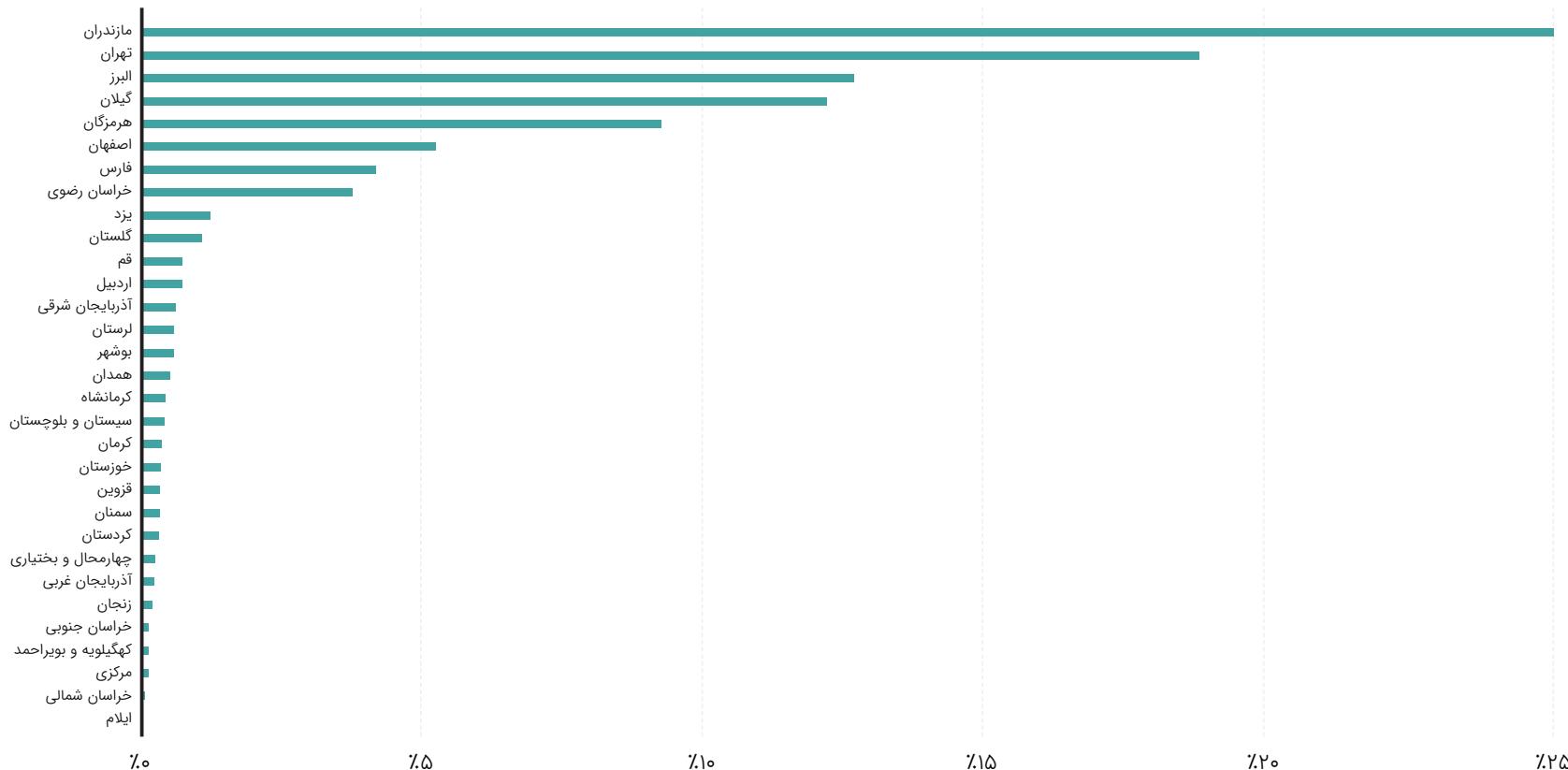
فعالیت اقامتگاه‌های اتاقک در
۱۲۳٪ شهرهای ایران



گزارش عملکرد اتاقک

۸۰٪ فروش اتاقک از ۵ استان کشور است

سهم هر استان از فروش ناخالص (GMV) اتاقک در سال ۱۴۰۰



گزارش عملکرد اتاقک

دو شهر تهران و رامسر به تنها ۱۲٪ اقامتگاههای فعال اتاقک را در خود جای داده‌اند



تهران و رامسر

بیشترین تعداد اقامتگاه



لواسان و اوشان

گران‌ترین اقامتگاههای اتاقک

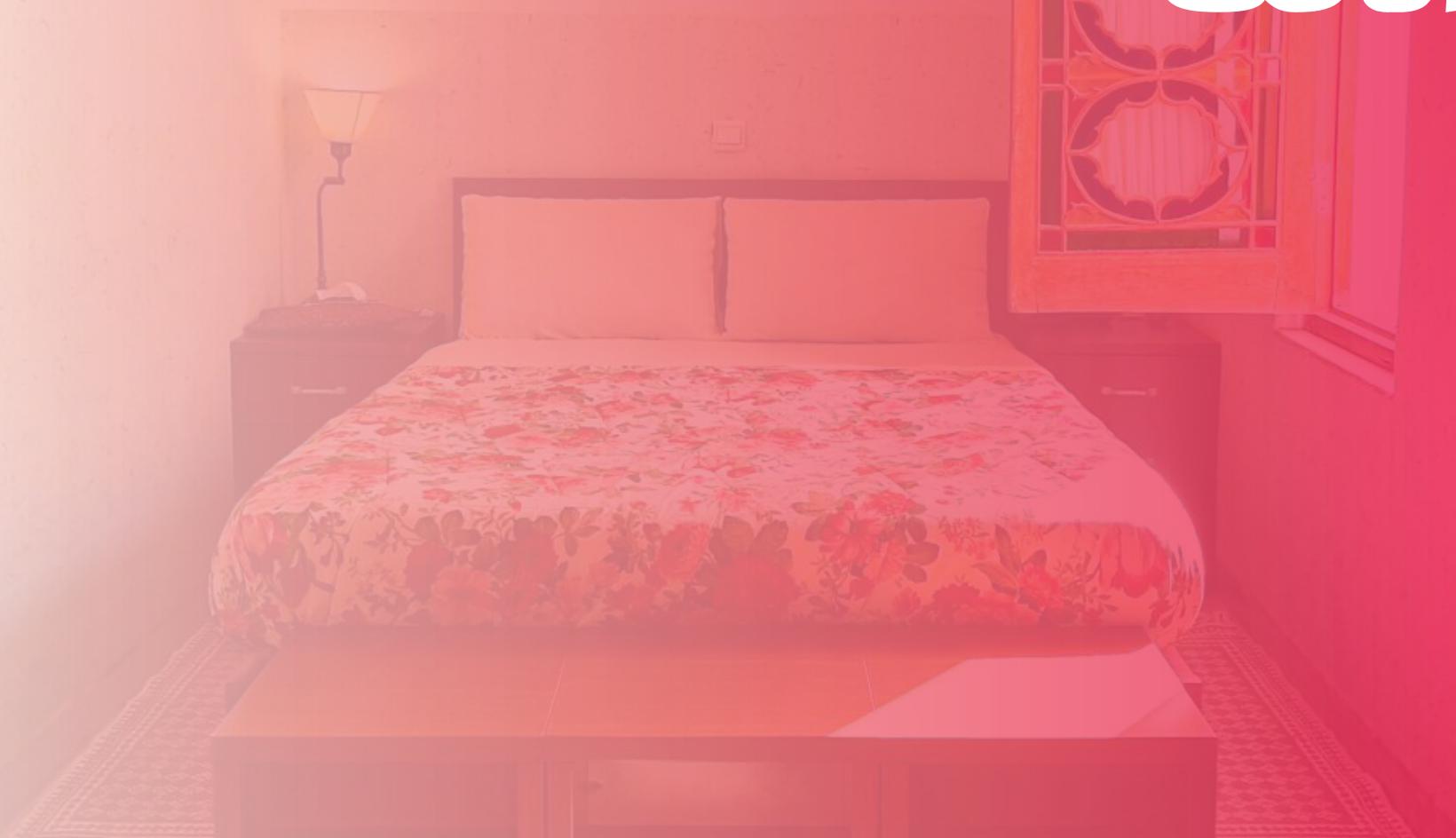


کاشمر

ارزان‌ترین اقامتگاههای اتاقک

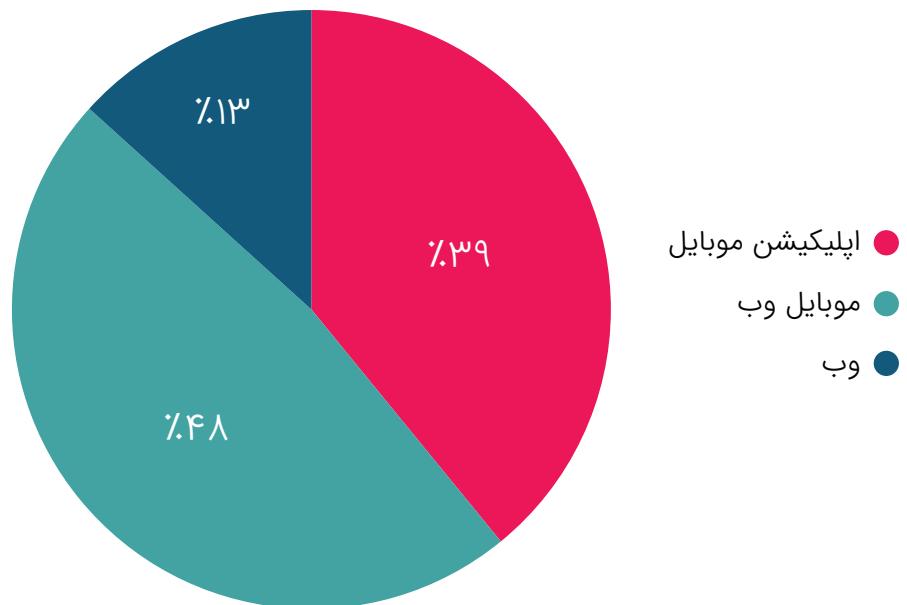


رفتار کاربران اتاقد



بیش از ۱۰ میلیون بازدیدکننده از سایت و اپلیکیشن اتاقک در سال ۱۴۰۰

سهم ابزارهای مختلف از تعداد روز رو
اقداماتگاههای اتاقک در سال ۱۴۰۰



۲۷+ هزار
میانگین تعداد بازدیدکننده روزانه از
سایت و اپلیکیشن

۶۰۰+ هزار

نصب فعال اپلیکیشن در پایان ۱۴۰۰
تعداد دستگاههایی که اپلیکیشن را نصب کرده و در حال استفاده از آن هستند

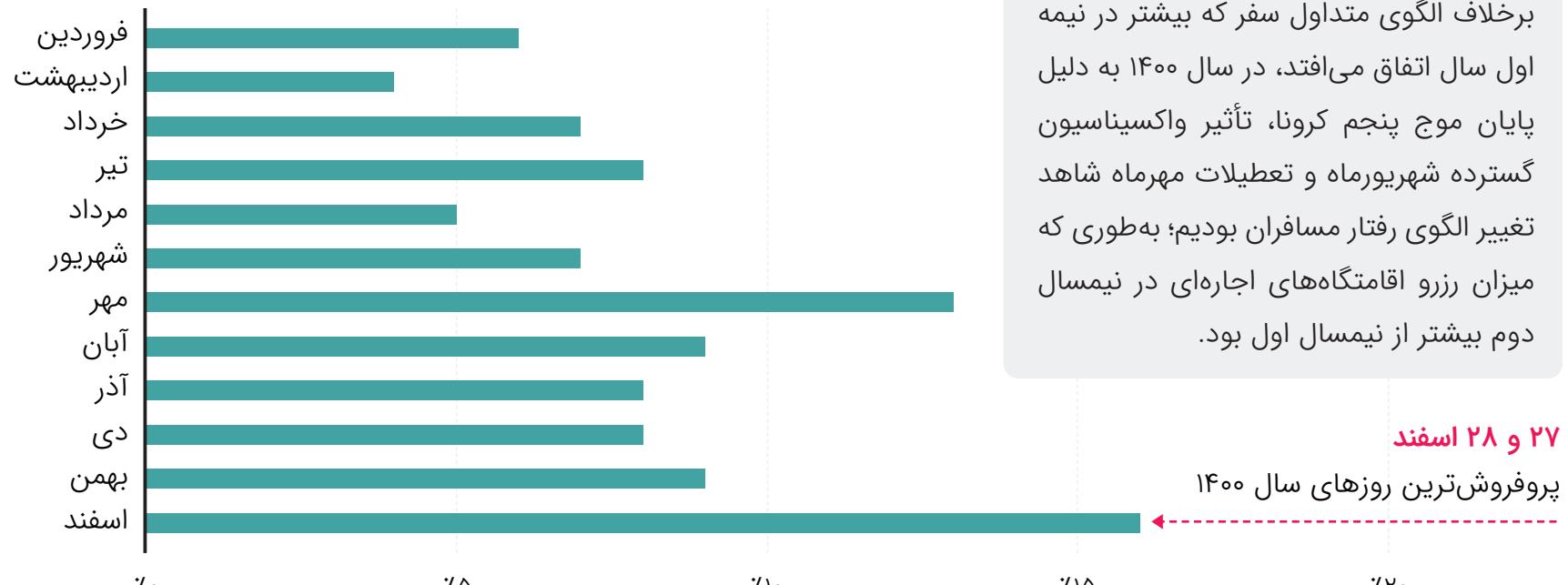
۱/۳+ میلیون

نصب اپلیکیشن از ۱۳۹۶ تا پایان ۱۴۰۰



مهر و اسفند پر تقاضاترین ماههای رزرو اقامتگاههای اتاقک در سال ۱۴۰۰

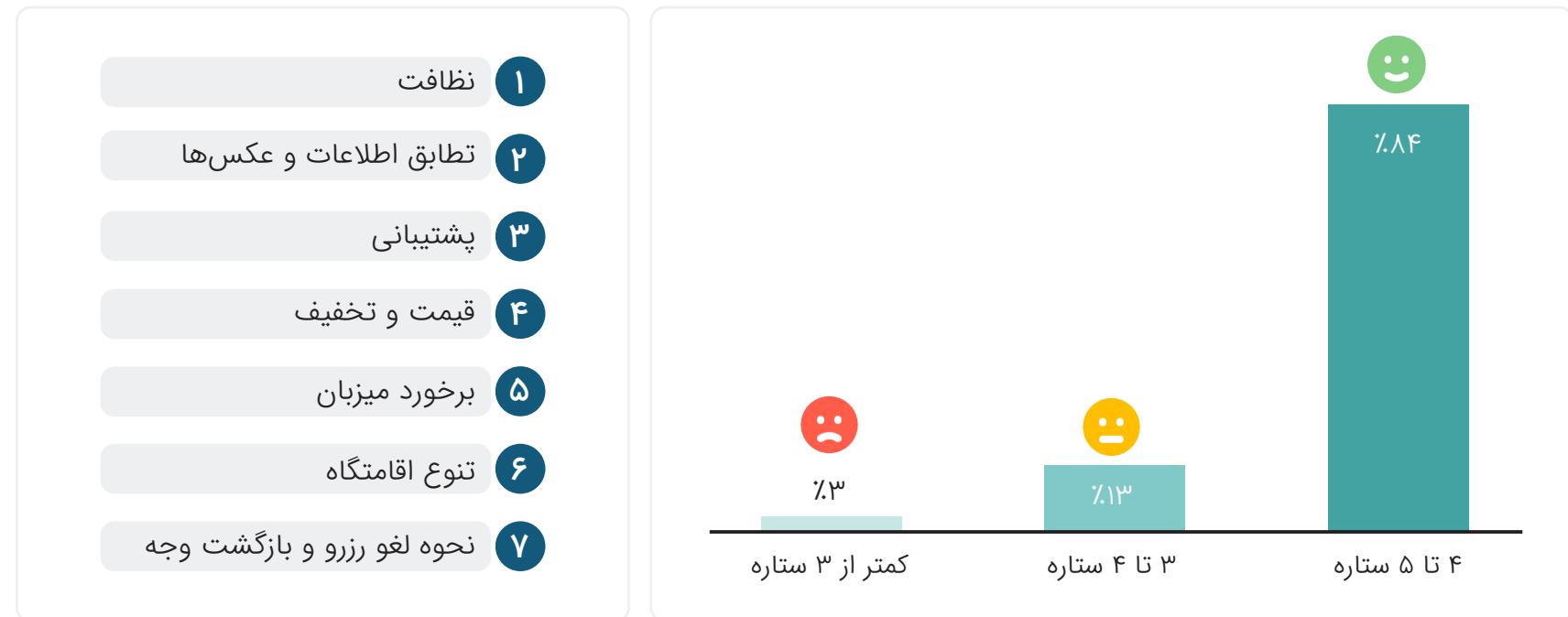
سهم ماههای سال از تعداد رزرو اقامتگاههای اتاقک در سال ۱۴۰۰



نزدیک به ۸۵٪ اقامتگاههای اتاقک توانسته‌اند رضایت مهمانان را جلب کنند

مهمترین اولویت‌های کاربران در رزرو اقامتگاه به ترتیب اهمیت

میزان رضایت مهمانان از اقامتگاههای اتاقک در سال ۱۴۰۰



گزارش عملکرد اتاقک

طولانی‌ترین و گران‌ترین اقامت مهمانان اتاقک در سال ۱۴۰۰

۴۹ میلیون تومان

گران‌ترین اقامت به مدت ۳ شب

رامسر | ویلا



۳۳ شب

طولانی‌ترین اقامت

تهران | آپارتمان



اقدامات بازاریابی اتاقک



اولویت تیم بازاریابی اتفاق ایجاد حس و حال خوب در مردم است



آنچه تیم بازاریابی اتفاق را هر روز مصممتر می‌کند تا با قدرت بیشتر به فعالیت‌هایش ادامه دهد، ایجاد حس و حال خوب در مردم است. ما می‌خواهیم با اجرای فعالیت‌های متنوع بازاریابی بیش از پیش در کنار مهمانان خود باشیم تا تجربه منحصر به فرد و فراموش‌نشدنی از سفرشان داشته باشند. علاوه بر این، در کنار میزبانان خود هستیم تا بدون دغدغه و با آرامش و اطمینان خاطر به کسب درآمد بپردازنند.

اگرچه کرونا چالش بزرگ و سختی پیش روی تیم بازاریابی اتفاق بود، اما با تغییر چابک و سریع استراتژی‌ها و اجرای کمپین‌های مختلف مثل «همسفر من باش»، «حال خوب از اینجا شروع می‌شه» و «بدون ویلا تا کجا؟!» موفق شدیم همچنان در کنار مهمانان و میزبانان خود باشیم.

در دوران کرونا که سفر تقریباً برای مردم دور از دسترس شده بود، با تمرکز روی اقامتگاه‌های شهرهای بزرگ و اطراف آن دوباره لذت سفر را در مردم ایجاد کردیم. علاوه بر این، با تولید محتوا برای اقامتگاه‌ها به کمک اینفلوئنسرها شرایط رزرو را برای مهمانان ساده‌تر و آگاهانه‌تر کردیم و با تولید محتوای متنوع و کاربردی در شبکه‌های اجتماعی و وبلاگ اتفاق سعی کردیم تجربه بهتری را برای مهمانان ایجاد کنیم.

در کنار آن، با ارائه رایگان بسته‌های بهداشتی به میزبانان، عکاسی اختصاصی از اقامتگاه‌های میزبانان و تهیه ویدئوهای آموزشی درباره نحوه مدیریت اقامتگاه سعی کردیم در شرایط سخت و دشوار کرونا در کنار میزبانان خود باشیم.

علی آقائی، مدیر ارشد بازاریابی اتفاق



کمپین «سفر از اینجا شروع می‌شود» در شهریور ۱۴۰۰

سازوکار کمپین

- پرسیدن ۴ سؤال از کاربران با موضوع چرا، با چه کسی، چگونه و کجا سفر می‌روند
- نمایش اقامتگاه به کاربران با توجه به سلیقه آنها
- ارائه کد تخفیف یا جایزه فیزیکی به قید قرعه



هدف کمپین

افزایش آگاهی از برنده
کمک به انتخاب مقصد سفر

اصلی‌ترین کانال تبلیغاتی

ایнстاستاگرام

نوع محتوای کمپین

تهیه ویدئو با حضور ۱۵ اینفلوئنسر

نتایج کمپین

تعداد کل بازدید (Impression): ۸۳ میلیون

تعداد کل ثبت‌نام: ۹۸ هزار کاربر



کمپین «بدون ویلا تا کجا؟» در اسفند ۱۴۰۰

سازوکار کمپین

- معرفی بهترین اقامتگاه‌های اتاقک با تخفیف ویژه
- طراحی ۱۰۰ برنامه سفر به مناطق مختلف ایران
- ارائه جایزه ویژه به قید قرعه



هدف کمپین

افزایش رزرو اقامتگاه

اصلی‌ترین کanal تبلیغاتی

ایнстاگرام

نوع محتوای کمپین

تهیه ویدئو موشن گرافیک با آهنگ‌های رپ

نتایج کمپین

تعداد کل بازدید (Impression): ۱۱۷ میلیون



انتشار ۸۵۰ مقاله در مجله گردشگری اتاقک معادل یک کتاب ۶ هزار صفحه‌ای

وبلاگ 

۹۰۰+ هزار

بازدید از وبلاگ

اینستاگرام 

۵۰۰+ هزار

دنبال‌کننده

برنامه سفر



جاهای دیدنی ساری | جاذبه‌های
گردشگری شهر دریاچه‌ها



آشنایی با جاهای گردشگری شهر
پیش‌پرورد



معرفی ۱۰ تا از شهرهای نزدیک تهران
برای مسافرت



بهترین پیشنهاد برای سفر در نوروز
۱۴۰۰ | راهنمای جامع سفر در نوروز



استراتژی‌های اتفاق برای مقابله با کرونا

راحل

- نظرارت بر رعایت پروتکل‌های بهداشتی توسط میزبانان
- آموزش روش‌های جدید نظافت و پاکیزگی به میزبانان
- تهیه و ارسال رایگان بسته‌های سپید به میزبانان

مشکل

- نگرانی مهمانان از میزان رعایت نکات بهداشتی در اقامتگاه‌ها



- معرفی اقامتگاه پرایم
- افزایش تعداد اقامتگاه‌های آنی

- زمان‌بر بودن و دردسرهای انتخاب اقامتگاه در لحظات نزدیک
- به سفر برای مهمانان
- بیچیده بودن فرایند رزرو آنلاین اقامتگاه برای کاربران ناآشنا
- به پلتفرم‌های آنلاین



استراتژی‌های اتاقک برای مقابله با کرونا

راه حل

- افزایش تنوع اقامتگاه‌های نزدیک به مراکز شهرهای بزرگ به هدف جذب مسافران علاقه‌مند به سفرهای کوتاه‌مدت و نزدیک به محل سکونت
- افزایش تعداد اقامتگاه‌های لوکس فعال در اتاقک برای جذب مسافران علاقه‌مند به سفرهای خارجی
- کاهش ۱۰۰٪ تا ۵۰٪ کارمزد دریافتی از میزبانان

مشکل

- افزایش ناگهانی تقاضای سفرهای کوتاه‌مدت و نزدیک به محل سکونت مسافران به دلیل محدودیت سفرهای برون‌شهری
- افزایش ناگهانی تقاضا برای اقامتگاه‌های لوکس داخل کشور به دلیل محدودیت سفرهای تفریحی خارجی
- کاهش درآمد میزبانان به دلیل کاهش سفر





سرمایه‌های انسانی و تیم پشتیبانی مشتریان اتاقک

یک سوم همکاران اتاقک در واحد فنی و محصول کار می‌کنند

ترکیب جنسیتی همکاران اتاقک در سال ۱۴۰۰

%۵۲

آقا



%۴۸

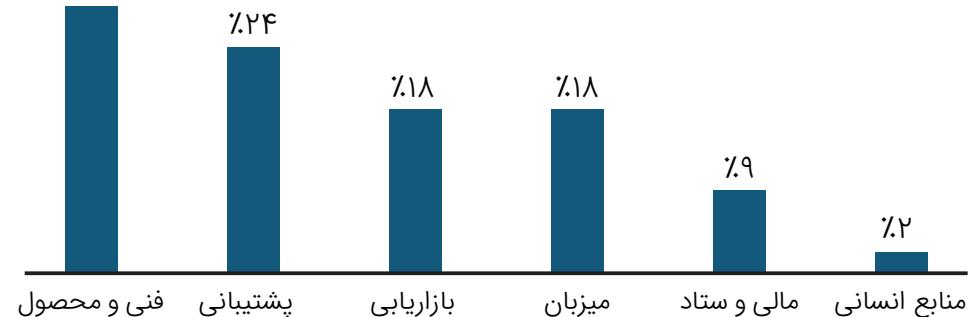
خانم



ترکیب کارکنان واحدهای اتاقک در سال ۱۴۰۰

%۲۹

پشتیبانی



۴۶ نفر

تعداد همکاران اتاقک

۳۰ سال

میانگین سنی همکاران اتاقک

۱۸ سال

جوان‌ترین همکار اتاقک در سمت پشتیبانی

۴۷ سال

مسن‌ترین همکار اتاقک در سمت همبینیان‌گذار



تیم پشتیبانی مشتریان اتاقک در سال ۱۴۰۰ چه عملکردی داشته‌اند؟

۲۵+ هزار

چت آنلاین

۲۶۰+ هزار

تماس تلفنی

%۹۸

نرخ پاسخگویی به
چت آنلاین

%۹۶

نرخ پاسخگویی به
تماس‌های تلفنی

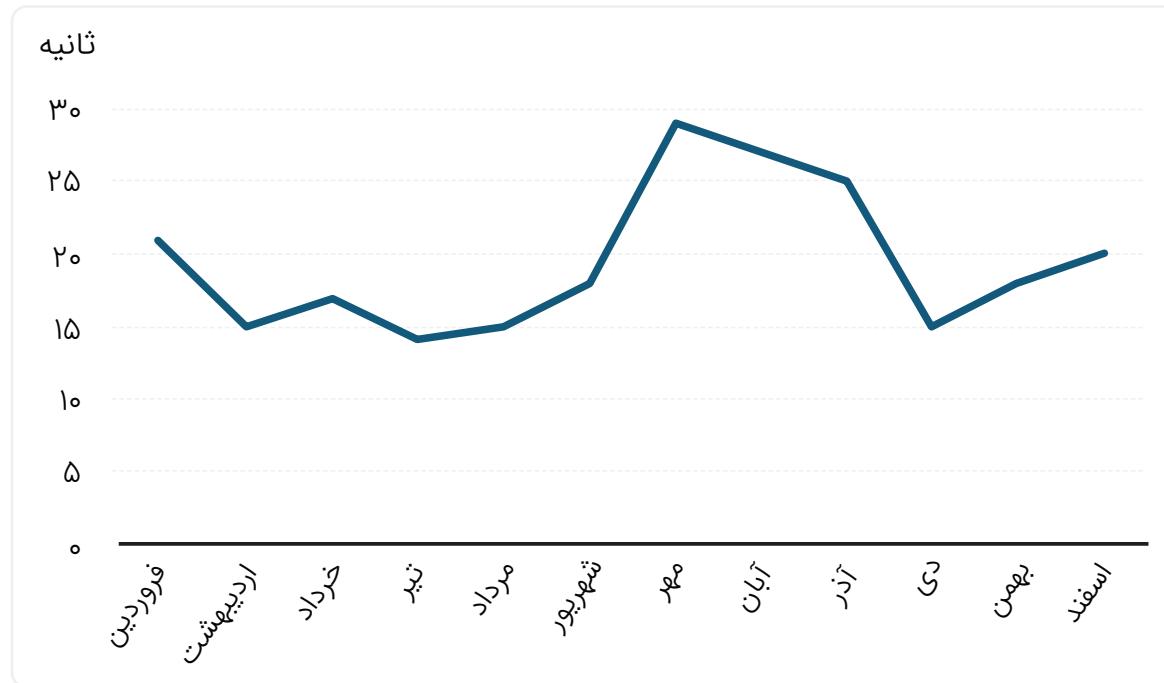
رضایت کاربران از خدمات مرکز پشتیبانی مشتریان اتاقک در سال ۱۴۰۰

%۹۱



پاسخگویی به تمامی تماس‌های تلفنی کاربران در کمتر از ۳۰ ثانیه

مدت زمان انتظار کاربران در تماس
تلفنی با پشتیبانی اتاقک در سال ۱۴۰۰



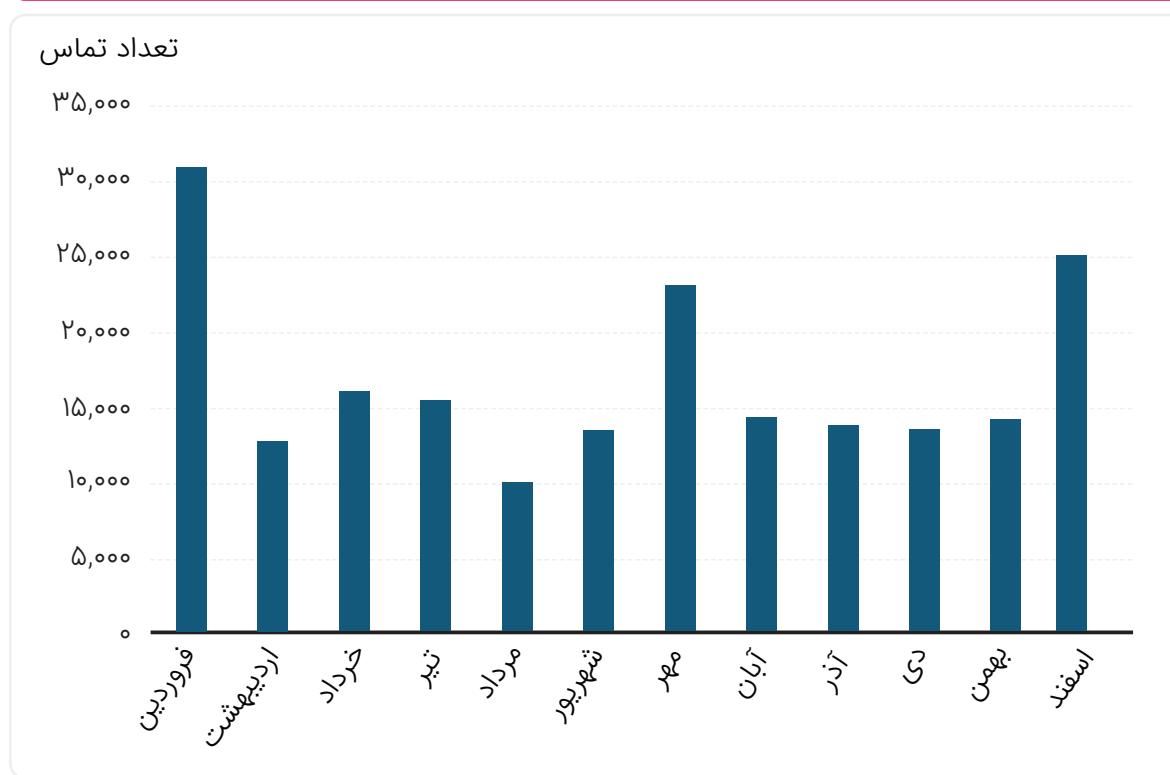
۳۰ ثانیه

میانگین مدت زمان انتظار کاربران



اتاقک در سه ماه فروردین، مهر و اسفند پاسخگوی بیش از ۷۵ هزار تماس بوده است

تعداد تماس تلفنی کاربران اتاقک به تفکیک ماه در سال ۱۴۰۰



۱۹ هزار

میانگین تعداد تماس تلفنی
کاربران در ماه



اصلی‌ترین دلایل تماس با مرکز پشتیبانی مشتریان اتاقک

اصلی‌ترین دلایل تماس میزبانان

ثبت اقامتگاه

۱

مدیریت اقامتگاه

۲

موضوعات مرتبط با اقامت مهمان و استرداد

۳



میزبانان

۳۵,۳۰۰

بار با پشتیبانی تماس گرفته‌اند

اصلی‌ترین دلایل تماس مهمانان

راهنمایی خرید و مشاوره سفر

۱

اطلاع از قوانین و استرداد

۲

مسائل مالی

۳



مهمانان

۲۲۸,۴۰۰

بار با پشتیبانی تماس گرفته‌اند



علی طالشی

همبنیان‌گذار و مدیر ارشد عملیات اتاقک



توسعه بازار به کشورهای همسایه در اولویت اول برنامه ما قرار دارد

اگرچه در سال‌های اخیر شاهد تولد، رشد و توسعه پلتفرم‌های اقامتگاه‌های اجاره‌ای در ایران بوده‌ایم؛ اما هنوز بازار آنلاین اقامتگاه‌های اجاره‌ای بخش کوچکی از این بازار را به خود اختصاص داده است. با این وجود، تمایل هر چه بیشتر مردم به خریدهای آنلاین و افزایش ناگهانی هزینه اسکان مسافران -به خصوص هتل‌ها- خبر از رشد بازار آنلاین اقامتگاه‌های اجاره‌ای در سال‌های آینده می‌دهد.

اما تعدد قانون‌گذاران و وجود محدودیت‌های قانونی برای رزرو اقامتگاه توسط مسافران خارجی، روند رشد و گسترش این بازار را با چالش رو به رو کرده است. با اصلاح قوانین، برداشتن محدودیت‌ها و حضور پررنگ گردشگران خارجی در کشور می‌توان شاهد گسترش هرچه سریع‌تر بازار آنلاین اقامتگاه‌های اجاره‌ای در کشور بود. در این راستا، اتاقک طی سال‌های آینده قصد دارد با دریافت مجوز، امکان رزرو اقامتگاه توسط گردشگران خارجی را فراهم کند و بازار خود را به خارج از مرزهای ایران (کشورهای همسایه) گسترش دهد.





اتاڭك
Otaghak.com