



گزارش عملکرد گروه اسنپ در ۱۴۰۰

مسیر همراهی

Snapp!
Annual Report

به نام خدا

فهرست

۰۵	سخنی با خوانندگان
۰۶	تقدیم‌نامه
۰۸	سوبراپ اسنپ؛ شهری به وسعت نیازها
۳۰	اسنپ خودرو؛ پیشتاز در حمل و نقل
۷۰	اسنپ‌باکس؛ راهکار هوشمند جایه‌جایی بار
۷۶	اسنپ‌فود؛ تجربه‌ی آسان سفارش غذا
۸۶	اسنپ‌تریپ؛ رزرو هتل و خرید بلیت هواپیما، اتوبوس، قطار
۹۴	سوپرمارکت اسنپ؛ از تحویل فوری تا تخفیف بیشتر
۱۰۲	اسنپ‌بی؛ راهکار مالی هوشمند و سریع
۱۰۸	اسنپ‌دکتر؛ پاسخگوی تمام نیازهای درمانی
۱۱۲	اسنپ‌روم؛ رزرو هتل و مهمانپذیرهای اقتصادی
۱۱۸	اسنپ‌تیکت؛ مجموعه‌ای از سرگرمی‌ها
۱۲۴	اسنپ و نچرز؛ حامی ایده‌های نوآورانه
۱۲۸	منابع انسانی؛ نقش‌آفرینان اسنپ
۱۴۶	معرفی تیم تولید گزارش

سخنی با خوانندگان

شفافیت در عملکرد برای هر سازمان و کسبوکاری می‌تواند به عنوان یک مسئولیت اجتماعی تعریف شود و ما هم به سهم خود قصد داریم این گفتمان را تمرین و به فرهنگ سازنده تبدیل کنیم. مرور راهی که با هم آمدیم و دست اندازها و ناهمواری‌هایی که پشت سرگذاشتیم کمک می‌کند تامسیر همراهی شفافتری در کنار شما و در ادامه داشته باشیم. برایتان از داستان تلاش و تمرین‌مان در مسیر مسئولیت‌پذیر بودن، پاسخگو بودن و چگونگی نهادینه کردن فرهنگ یادگیری در مجموعه‌ی اسنپ می‌گوییم و اینکه چطور این اهداف را با رشد کسبوکارهای این مجموعه همسو کردیم. با داستان نقش آفرینان گروه اسنپ و مسیری که برای توسعه و بهبود خدمات این مجموعه پشت سرگذاشتیم همراه‌مان شوید و از نزدیک شاهد چالش‌ها، تجربه‌ها و دستاوردهای ما باشید. اینجا برای ما آغاز راه است و بی‌وقفه در حال شناسایی نقاط بهبود و تغییر خود هستیم، در عین حال مثل همیشه بلند پروازیم و نگاه‌مان رو به آینده است. با ما همراه باشید.

سخنی با خوانندگان

تقدیم‌نامه

این گزارش تقدیم می‌شود به تمام کسانی که در طول هفت سال گذشته مستقیم یا غیرمستقیم با خدمات اسنپ همراه بودند، به آن اعتماد کردند و در مسیر بهبودش قدم برداشتند. از کاربران راننده در بخش خودرو، موتورو و باربری که در روزهای کرونا متعهدانه خدمت‌رسانی کردند تا مسافرانی که اسنپ انتخاب اولشان برای انجام سفرها و ارسال مرسوله‌هایشان بود.

از فروشگاه‌ها و سوپرمارکت‌های محلی که پیش از اسنپ در بیچ و خم کوچه‌ها و پس‌کوچه‌ها دخلشان کوچک شده بود و امروز هم ردیف فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ هواپاران پروپا قرصی دارند و از مشتریانی که حمایت کردند تا چراغ این کسب‌وکارها روشن بماند. از آشپزخانه‌های خانگی و کافه‌های محلی و کوچک تا رستوران‌های بزرگ‌تر و باز هم مشتریانی که اسنپ را برای رونق بخشیدن به سفره‌هایشان انتخاب کردند.

از پزشکان و مشاوران که در روزهای سخت کرونا در کنار مردمشان ایستادند تا بیمارانی که به اسنپ اعتماد کردند و اجازه دادند که در دوران مرضی همراهشان باشد. از اقامتگاه‌های اقتصادی کوچک که سرپناهی برای شب‌های مسافرانش بود تا بومگردی‌ها و هتل‌های کوچک و بزرگ داخلی و خارجی و مسافرانی که در سفرهایشان به اسنپ اعتماد کردند و از خرید بلیت هوایی‌ما و قطار و اتوبوس تا رزرو هتل و اقامتگاه را به اسنپ سپرندند. از کاربرانی که برای مدیریت سرمایه‌ی مالی خود همچنان اسنپ را انتخاب کردند تا جمع‌های خانوادگی و رفقائی که برای تفریح و سرگرمی‌شان مشتری ثابت گیشه‌ی اسنپ بودند.

و در نهایت این گزارش تقدیم می‌شود به ۵ هزار و ۷۵۵ کارمندی که در طول یک سال گذشته متعهدانه تلاش کردند تا هر دو گروه کاربران عرضه‌کننده و دریافت‌کننده خدمات اسنپ از همراهی با این پلتفرم رضایت داشته باشند و اسنپ را عضو جدانشدنی زندگی خود بدانند.

هشت سال پیش که برای اولین بار پا به ایران گذاشتیم، شگفتزده شدیم. این کشور تفاوت بسیاری با تصویر بیرونی اش داشت. با وجود موانع بسیار، ایران زیرساخت‌های قوی، استعدادهای درخشان و مردمانی دارد که بسیار با تکنولوژی عجین‌اند. همین ویژگی‌ها ما را ترغیب کرد گروه اسنپ را تاسیس کنیم. چشم‌انداز ما پایه‌گذاری شرکت منحصربه‌فردی بود که با ترکیب برترین تجربیات بین‌المللی و بالاترین سطح استعدادهای داخلی بتواند بهترین خدمات آنلاین ممکن را به مردم ایران ارائه کند.

امروز گروه اسنپ، بزرگترین سوپرپاپ خاورمیانه است، با بیش از ۲۲ سرویس که روزانه میلیون‌ها ایرانی در صدها شهر برای حمل و نقل، سفارش غذا، خرید سوپرمارکتی، مشاوره‌ی پزشکی، رزرو سفر و بسیاری خدمات دیگر از آن استفاده می‌کنند. چنین مجموعه‌ی خدماتی حتی در کشور خود ما، آلمان، هم وجود ندارد.

دو سال گذشته زیرسایه‌ی پاندمی کرونا بود. گروه اسنپ به عنوان شرکتی شاخص در ایران، با آگاهی از مسئولیت اجتماعی خود و با وجود تاثیرات پاندمی به خصوص در ماههای ابتدایی، مانع از دست رفتن مشاغل نیروی انسانی خود شد و کل گروه اسنپ تمرکز خود را بر ارائه‌ی سرویس‌های دلیوری گذاشت تا نیازهای روزانه‌ی مردم با حفظ ایمنی برطرف شود. در نتیجه‌ی این تلاش‌ها، امروز گروه اسنپ چهار برابر بزرگتر از ابتدای پاندمی است و اسنپ احتمالاً از نظر تعداد سفرهای روزانه جزو سه شرکت بزرگ تاکسی اینترنتی در جهان است. این پیشرفت جزء سخت‌کوشی استعدادهای جوانمان که حضور شان مایه‌ی افتخار ماست و همچنین میلیون‌ها راننده، موتورسوار، پزشک، هتل‌دار و فروشنده ممکن نبود. آن‌ها پشت‌وانه‌ی خدمات ما هستند و قدردان تمامی زحماتشان هستیم. این گزارش سالانه را که حاوی داده‌های جالبی از گروه اسنپ است، به تمامی این عزیزان تقدیم می‌کنیم.



ایاد الکسار، محمد فوز
بنیان‌گذاران گروه اسنپ

سوپر اسپ: شهری به وسعت نیازها

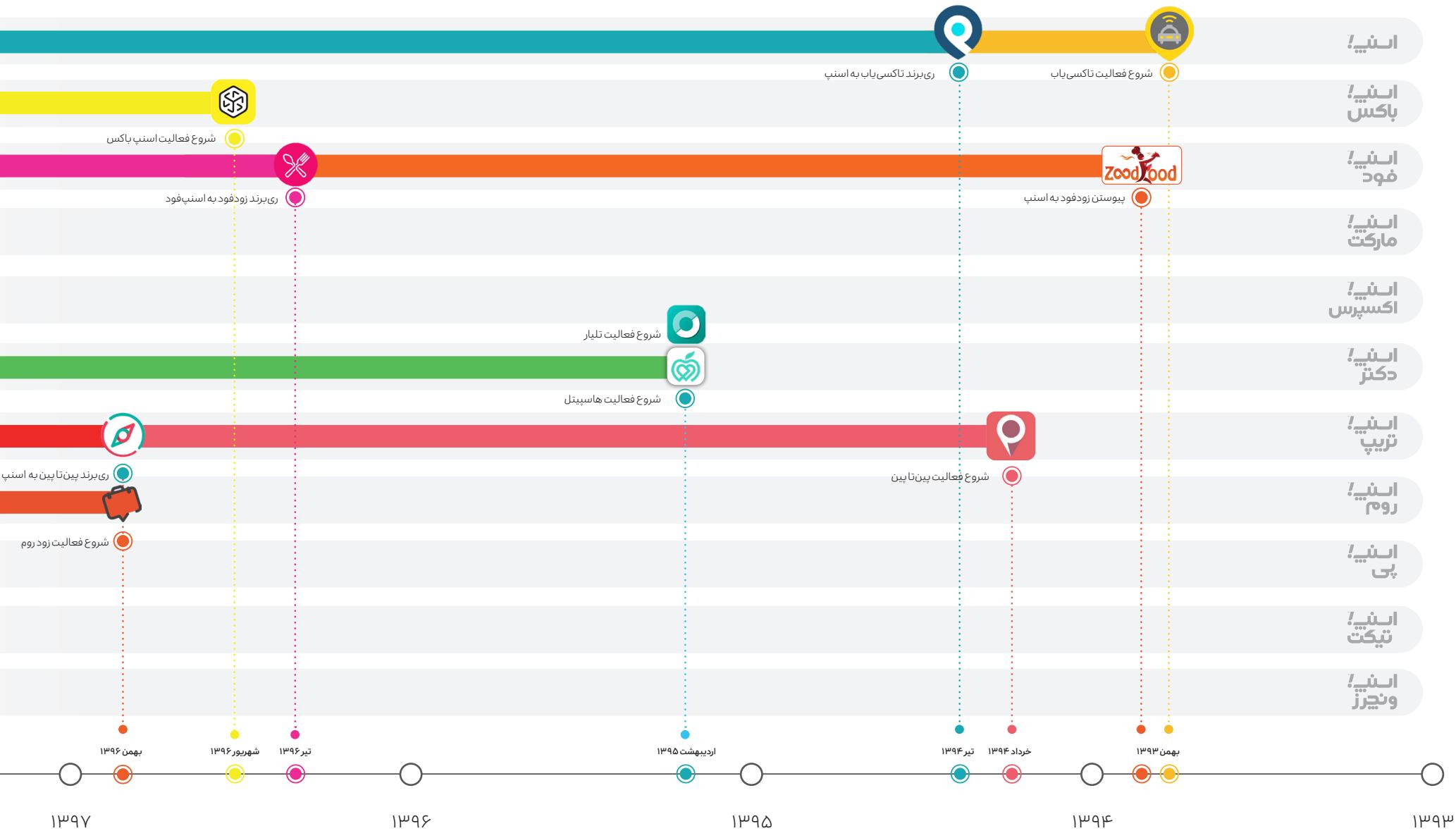


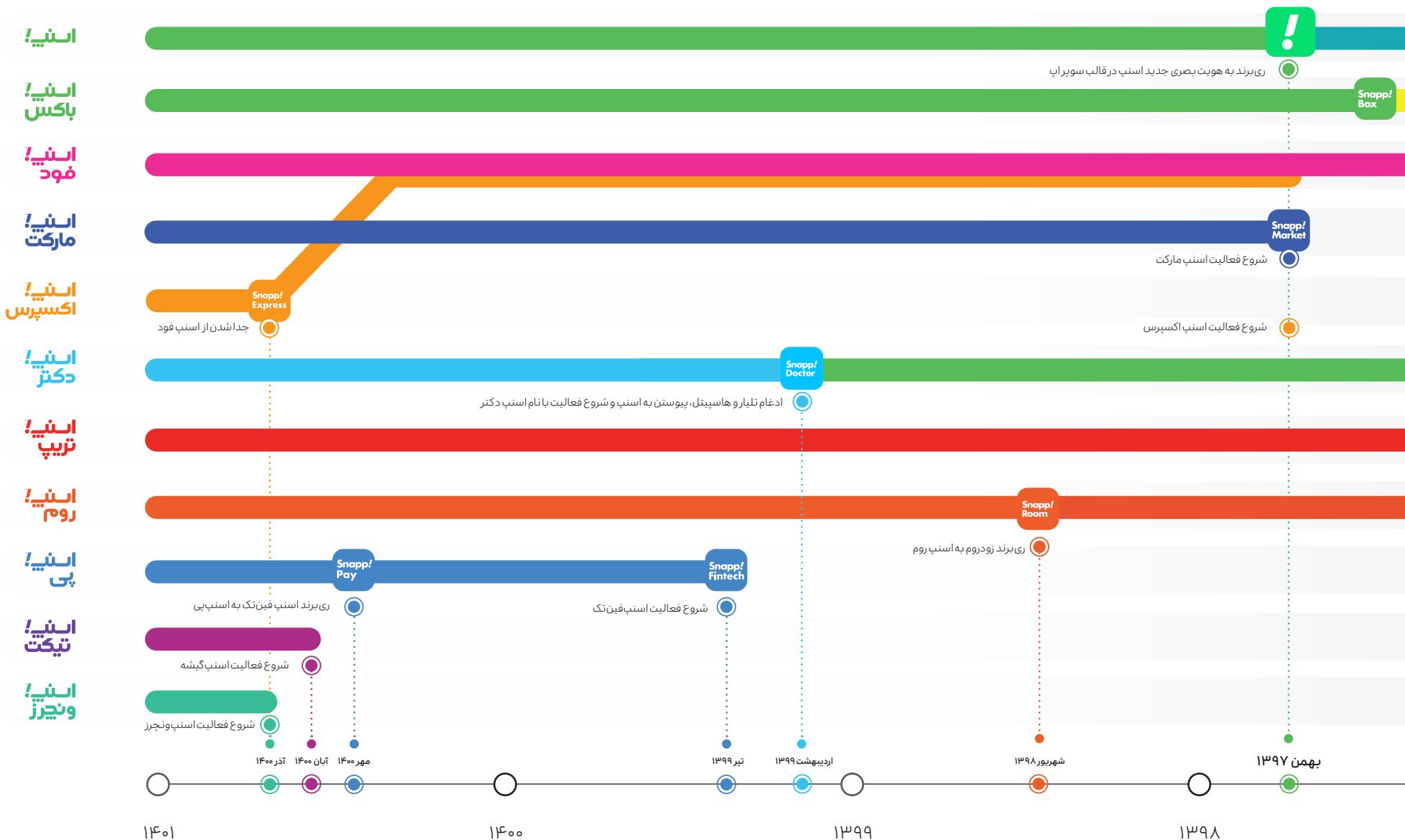
سوپر اسپ؛ شهری به وسعت نیازها

سوپر اسپ یک شهر فرضی است که تمامی خدمات گروه اسپ را به صورت یکپارچه در خود جای می‌دهد. هدف از تجمعیع این خدمات ایجاد یک تجربه‌ی کاربری یکتا است و تلاش می‌کنیم، از طریق اپلیکیشنی جامع، طیف وسیعی از نیازهای روزمره‌ی کاربران را به شکلی آسان، سریع و به صرفه برطرف کنیم. سوپر اسپ در سال ۱۴۰۰ میزان ۲۲ سرویس مختلف بود و از این بین ۳ سرویس در همین سال متولد شدند.









۳۳ سرویس در اپلیکیشن اسنپ ارائه می‌شود

در سال ۱۴۰۰ سرویس اعتباری، گیشه و داروخانه به سوپراپ اضافه شده است



داروخانه



گیشه



سرویس اعتباری



%۳۳

۱۴۰۰

میزان استفاده هم زمان

سال ۹۹ تنها ۱۸٪ از کاربران ازدوا یا چند سرویس سوپراپ استپ استفاده می‌کردند ولی این نرخ طی سال ۱۴۰۰ به ۳۳٪ رسیده است

%۱۸

۱۳۹۹

%۴۷۸۴

بیشترین میزان رشد در سوپراپ اسنپ

۱۴۰۰
اعتباری



۱۳۷۷
هتل خارجی



۱۳۵۰٪
 بلیت خارجی



۱۳۷۳٪
سوپرمارکت



۱۳۸۲٪
وان

پرکاربردترین سرویس‌ها در سوپراپ اسنپ

غذا



خودرو



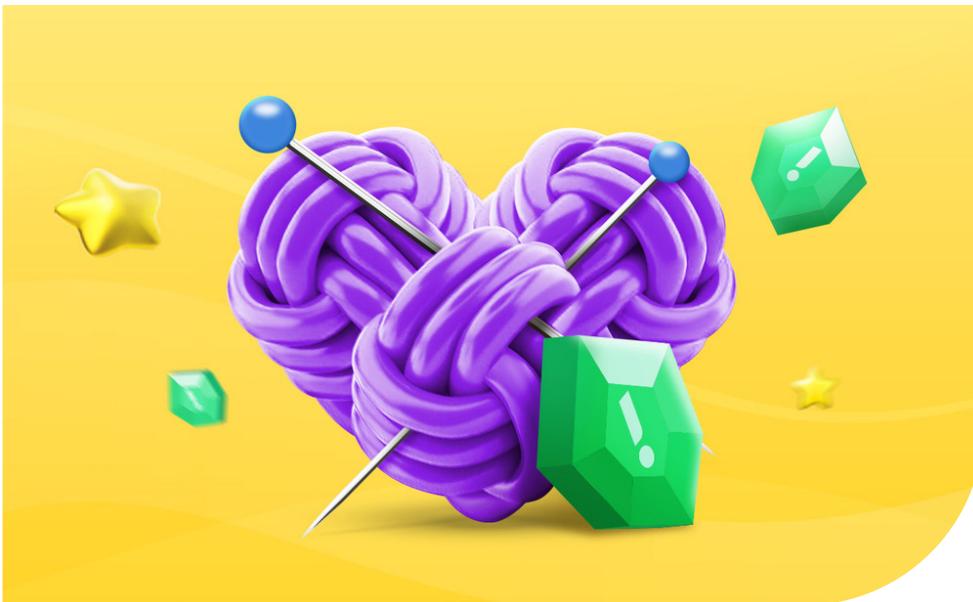
- | | | |
|----|-----------------------|--|
| ۱ | درخواست خودرو | |
| ۲ | پیک | |
| ۳ | موتور | |
| ۴ | وان | |
| ۵ | اسباب‌کشی | |
| ۶ | ثبت‌نام رانندگان | |
| ۷ | غذا | |
| ۸ | سوپرمارکت تخفیف بیشتر | |
| ۹ | سوپرمارکت تحویل فوری | |
| ۱۰ | پرواز | |
| ۱۱ | اتوبوس | |
| ۱۲ | قطار | |
| ۱۳ | هتل | |
| ۱۴ | سرویس اعتباری | |
| ۱۵ | پزشک و مشاور | |
| ۱۶ | داروخانه | |
| ۱۷ | اقامتگاه اقتصادی | |
| ۱۸ | فروشگاه | |
| ۱۹ | گیشه | |
| ۲۰ | بسته‌ی اینترنت | |
| ۲۱ | پرداخت قبض | |
| ۲۲ | شارژ سیم‌کارت | |



فهیم اختر
مدیر ارشد محصول اسنپ

بزرگترین دستاوردهای ما در سال گذشته ری‌دی‌زاین اپلیکیشن اسنپ بود. هدف ما از انجام ری‌دی‌زاین این بود که در مسیرمان توقف و یک بار دیگر همه چیز را با یک سیستم ال‌آرکزی باز طراحی کنیم. با توجه به رشد روزافزون سوپرآپ، این بهینه‌سازی کمک می‌کند تا امکان گسترش و یکپارچگی بیشتری در سرویس‌های مختلف سوپرآپ فراهم شود. در واقع تلاش کردیم یک زبان واحد طراحی کنیم تا این تیم را بتواند از آن برای طراحی قابلیت‌های مختلف استفاده کند و در عین حال کاربر تجربه‌ی مشابهی در استفاده از سرویس‌های مختلف داشته باشد.





مسئولیت اجتماعی

اعضای یکدیگریم

اسنپ در سال گذشته بیش از پیش تلاش کرد تا نسبت به جامعه و رخدادهای آن مسئولیت‌پذیر باشد. فعالیت‌های اسنپ در زمینه‌ی مسئولیت اجتماعی را در سال ۱۴۰۰ می‌توان به ۳ دسته کلی تقسیم کرد:

بخش نیکوکاری اسنپ کلاب
معافیت از کمیسیون کاربران رانند
تخفیف‌های ویژه

معافیت از کمیسیون رانندگان

کاربران راننده‌ی اسنپ طیف متنوعی از تمام اقتشار جامعه را تشکیل می‌دهند. افراد دارای معلولیت و بیماری‌های خاص نیز بخشی از ناوگان بزرگ اسنپ را تشکیل می‌دهند و تلاش مایه حمایت از این کاربران راننده با توجه به شرایط خاص آن‌هاست.



بیماران خاص



خانواده‌های شهدا



جانبازان



افراد دارای معلولیت



+۱۵,۰۰۰

۳۵,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰



بیش از ۱۵ هزار کاربر راننده‌ی معاف از کمیسیون

معادل مجموع هزینه‌ی معافیت از کمیسیون (تومان)

تخفیف‌های ویژه‌ی مسافران

اسنپ با تخفیف‌های ویژه تلاش کرد تا حمل و نقل را برای کاربرانش آسان‌تر کند.



کد تخفیف موسسات خیریه

اسنپ در راستای مسئولیت اجتماعی خود در سال ۱۴۰۰، برای کاهش هزینه‌های سازمان‌های خیریه و موسسات مردم‌نهاد، ۲۰٪ تخفیف ویژه‌ی سفرهای این موسسات در نظر گرفته است.



کد تخفیف واکسیناسیون

در فرایند ایمن‌سازی مردم کشور در برابر کرونا اسنپ هم تلاش کرد تا همراه کاربرانش باشد و طرح تسهیل مراجعت به مراکز واکسیناسیون را با شعار «اسنپ، هم‌مسیر شما تا واکسیناسیون» آغاز کرد.



کد تخفیف اتیسم

در ماه آگاهی‌بخشی درباره‌ی اتیسم، اسنپ ۲۰٪ درصد تخفیف ویژه‌ی درخواست خود را برای ۱۰۰ سفر در اختیار افراد دارای اتیسم و خانواده‌های آن‌ها قرارداد تا بتوانند با سهولت بیشتری تردد کنند.

۵۹۱,۷۶۳



بار در طرح‌های نیکوکاری باشگاه مشتریان اسنپ مشارکت شد

نیکوکاری کلاب

فروردين سال گذشته برای اولین بار امکان مشارکت در طرح‌های نیکوکاری به باشگاه مشتریان اسنپ یا اسنپ کلاب اضافه و ۵ طرح نیکوکاری در آن اجرا شد.

حمایت از تحصیل دانشآموزان
سیستان و بلوچستان



۱۹۷ool

تعداد مشارکت کاربران

اسنپ با همکاری موسسه‌ی مردم‌نهاد «بنیاد کودک» در این طرح از دانشآموزان با استعدادی که به دلایل مختلف، نان‌آور خانواده را زدست داده‌اند و معضلات اقتصادی می‌تواند بهانه‌ای برای ترک تحصیل آنان شود حمایت کرد. با مشارکت کاربران هزینه‌ی تحصیل یک سال ۸۲۰ دانشآموز در سیستان و بلوچستان تامین شد.



۹۸۵ میلیون تومان

مبلغ مشارکت شده

کمک به اشتغال افراد
دارای معلولیت



۴۰۰۹۷

تعداد مشارکت کاربران

اولین طرح نیکوکاری در اسنپ کلاب «آموزش آنلاین منجر به اشتغال افراد دارای معلولیت» بود که با کمک خیریه‌ی «رعد» انجام شد.

اسنپ با همکاری خیریه‌ی رعد تلاش کرد تا با برگزاری کلاس‌های آنلاین، آموزش‌های مورد نیاز برای جذب در بازار کار را به صورت رایگان در اختیار افراد دارای معلولیت قرار دهد.



۴۰۰ میلیون و ۹۷۰ هزار تومان

مبلغ مشارکت شده

تجهیز مرکز دندانپزشکی برای
افراد دارای معلولیت



۲۵۹۲۴

تعداد مشارکت کاربران

پنجمین طرح نیکوکاری استنپ کلاب به «تجهیز مرکز دندانپزشکی ویژه‌ی افراد دارای معلولیت» اختصاص داده شد. ایجاد یک مرکز تخصصی و کمک به کاهش هزینه‌های درمانی افراد دارای معلولیت هدف اصلی این طرح بوده که با همکاری خیریه‌ی «بهشت امام رضا(ع)» اجرای شده است.



۳۰ میلیون و ۶۹۶ هزار تومان

مبلغ مشارکت شده

کمک به اشتغال
مادران کم برخوردار



۸۶۲۳۲

تعداد مشارکت کاربران

در روستاهای محمودآباد، غنی‌آباد و در کوره‌های آجریزی خاور شهر ساکنان مختلفی از اقوام ایرانی و افغانستانی در شرایط سخت اقتصادی و معیشتی به سرمی‌برند. استنپ با همکاری خیریه‌ی «حمایت از کودکان بی‌پناه کمک» طرح اشتغال‌زایی و توانمندسازی زنان سرپرست خانوار دارای کودک را در این مناطق اجرای کرد.



۳۴۴ میلیون و ۹۲۸ هزار تومان

مبلغ مشارکت شده

تامین هزینه‌های درمان
کودکان بستری



۲۴۴۲۵۰۹

تعداد مشارکت کاربران

خانواده‌های کم برخورداری که کودکان بیمار دارند برای تامین هزینه‌های درمانی با مشکلات زیادی روبرو هستند که گاه به رهایکردن یا ناتمام گذاشتن فرایندهای درمانی منجر می‌شود. استنپ با همکاری خیریه‌ی «حس مهر» و مشارکت کاربران کوشید بخشی از هزینه‌های درمانی کودکان بستری کم برخوردار را تامین کند.



۹۷۰ میلیون و ۳۶ هزار تومان

مبلغ مشارکت شده

اقدامات اسنپ‌فود و اسنپ‌مارکت در راستای مسئولیت اجتماعی



عدالت آموزشی و اجتماعی

۵ مدرسه روستایی تاکنون در مناطق محروم ایران تاسیس شده که در سال جاری، نزدیک به یک میلیارد تومان برای آن هزینه شده است. این مدرسه‌ها در مناطق محروم ایران از سوی اسنپ‌فود تاسیس شده



روستایی کیدربالا، بخش لیردوف، بندر
جاسک، استان هرمزگان
(۲ مدرسه)



وشنامان در
نزدیکی چابهار
(۲ مدرسه)



روستای علی‌آباد آرپناه در شهرستان
لالی/استان خوزستان
(۲ مدرسه)



روستایی علی‌آباد آرپناه در شهرستان
لالی/استان خوزستان
(۲ مدرسه)

همکاری اسنپ‌مارکت با خیریه طلوع بی نشان‌ها



۷,۰۰۰
 کمک به

خانواده بهبودیافتنگان اعتیاد،
کارت خواب‌ها و کودکان کار

از طریق تامین مایحتاج اساسی و یا مواد اولیه برای تهیه غذاء و
بخش آن توسط این خیریه در سال ۱۴۰۰

برون‌سپاری بخشی از فعالیت‌های تولید محتوا و مرکز تماس اسنپ‌فود به
مراکز توان بخشی و اشتغال‌زایی برای عزیزان کم توان حرکتی






فاطمه عسگری آزاد

سرپرست روابط عمومی اسنپ

“

مسئولیت تک تک ماست که دنیا را به جای بهتری برای زندگی تبدیل کنیم و در این مسیر هر قدم با پشتونهای جمعی می‌تواند آثار بلند مدتی برای تمام افراد جامعه داشته باشد. خوشحالیم در سالی که گذشت با حمایت پرشور شما توانستیم کارهای بزرگی را به سرانجام برسانیم و ایمان داریم که هیچ درد مشترکی هرگز جدا درمان نمی‌شود. از شما می‌خواهیم که در سال جدید هم در مسیر نیکوکاری همراه ما باشید که جز نیکی چیزی نمی‌ماند.

“

باشگاهی برای هواداران

باشگاه مشتریان اسنپ یا همان «اسنپ کلاب» با جوايز متنوع و هیجان انگيز از همراهی کاربران وفادار سوپر اسنپ قدردانی می کند. کاربران با هر بار استفاده از سرویس های مختلف سوپر اسنپ امتياز كسب می کنند و اين امتيازها تخفيف های ويژه ای به همراه دارد.

اسنپ کلاب

تعداد بازدید از صفحه های اسنپ کلاب در سال ۱۴۰۰

۲۵,۰۰۰,۰۰۰

بازدید



تعداد امتياز درياافت شده توسط کاربران

۱۸۵,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰

امتياز دريافته



امتياز مصرف شده توسط کاربران اسنپ کلاب

۵۲,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰

امتياز مصرف شده



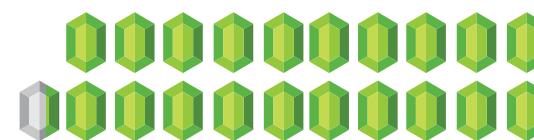
تعداد کد دریافتی از اسنپکلاب



معادل

۲۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰

ارزش حدودی این مقدار کد تخفیف به تومان



۲۱,۰۰۰,۰۰۰

کد تخفیف

طرح‌های تخفیفی جدید سال ۱۴۰۰



تخفیف از شرکای بیرونی



گیشه



داروخانه



فروشگاه



سرویس‌های مختلف غذا



تعداد تخفیف صادر شده در روز برای سرویس های مختلف سوپرپاپ اسنپ



محبوب ترین تخفیف ها



کلاب نیکوکاری



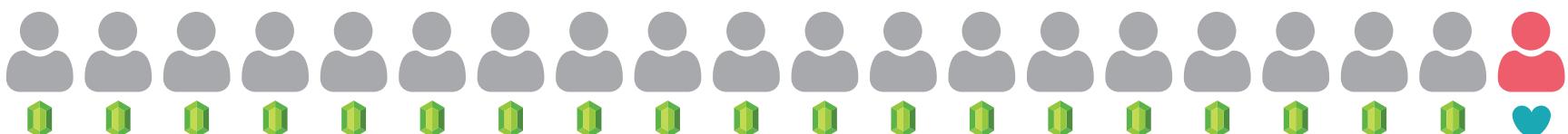
بیشترین میزان مشارکت در طرح‌های نیکوکاری

۱۸,۵۸۴
مشارکت در ۱۶ دی ۱۴۰۰



%۵

کاربران اسنپ کلاب در طرح‌های
نیکوکاری مشارکت کردند



روایت یک برنده

سالانه کمپین‌های متعددی برای افزایش آگاهی از برنده اسنپ، افزایش ارتباط با بازار هدف و افزایش فروش درسوپراپ اسنپ طراحی می‌شود.

کمپین‌های سوپراپ

۵۱ + ۵

مجموع کمپین‌های برگزار شده

کمپین ۳۶۰ درجه



کمپین‌های ۳۶۰

نگاهی به دستاوردهای مهم کمپین‌های ۳۶۰



نتیجه‌ی کمپین‌ها

کمپین‌های مستمر هفتگی و فصلی باعث رشد مستقیم تعداد سفارش‌های هر سرویس شده و در عین حال درصد استفاده از سوپراپلیکیشن اسنپ برای این سفارش‌ها نیز به صورت چشمگیری افزایش داشته است.

رشد تقریبی سفارش‌های سرویس‌های سوپراپ اسنپ



%۱۴۵



%۶۰

Snapp! Trip Flight



%۸۰

Snapp! Trip Hotel



%۴۰

Snapp! Market



%۷۵

Snapp! Doctor



%۴۰

Snapp! Express

Snapp! Food



میثم ملاشریفی
معاون بازاریابی گروه اسنپ

اسنپ با دانش فنی و مدیریتی خود توانست از بستریکپارچه‌ی سوپر اپلیکیشن برای ارائه‌ی خدمات مورد نیاز مردم استفاده کند. امروز ماموریت ما در بخش تبلیغات و بازاریابی این است که در ذهن مخاطبانمان جاییندازیم سوپرآپ اسنپ با سرویس‌های متنوع خود بسیاری از نیازهای روزمره‌ی مردم را پاسخ می‌دهد. آنچه در بخش کمپین‌های ۳۶۰ درجه‌ی سوپرآپ اسنپ اتفاق می‌افتد حاصل همت جمعی یک تیم خلاق است که تمام تلاش خود را برای بازتاب این سرویس‌ها و ارتباط با مشتریان به کار می‌گیرند.



Snapp!



محمد خلجم
مدير عام اسنپ

اسنپ خودرو؛ پیشتاز در حمل و نقل

اسنپ با سامانه‌ی هوشمند حمل و نقل به بخشی از زندگی شهری مردم ایران گره خورد. هفت سال از این همراهی می‌گذرد و تیم کوچکی که روزی رویاهای بزرگ و دور از دسترسی داشت امروز با اتکا بر ذهن پویا و خلاق جوانان این سرزمین به جمعیتی بزرگ با مسئولیتی بزرگ‌تر تبدیل شده است. رساندن مسافر به مقصد اولین ماموریت اسنپ است و چگونگی طی شدن مسیر سفر تمام آن هدفی است که برای تحقق آن تلاش می‌کند. اسنپ در این هفت سال همراهی تلاش کرده تامعنای سفر را در ذهن میلیون‌ها ایرانی تغییر دهد و سرعت و راحتی و دسترسی‌پذیری را به زندگی روزمره‌ی مردم اضافه کند. سال ۱۴۰۰ برای اسنپ همچنان همراه با دستاوردها و موفقیت‌های چشمگیر بود. اعتماد و همراهی کاربران راننده و مسافر به اسنپ کمک کرد تا رکورددار تاکسی اینترنتی در کشور باقی بماند و همچنان بلندپروازانه به همسفری با میلیون‌ها همراه همیشگی خود ادامه دهد.



CabMan



اندیشید!



۵۲,۱۳۷,۶۳۵

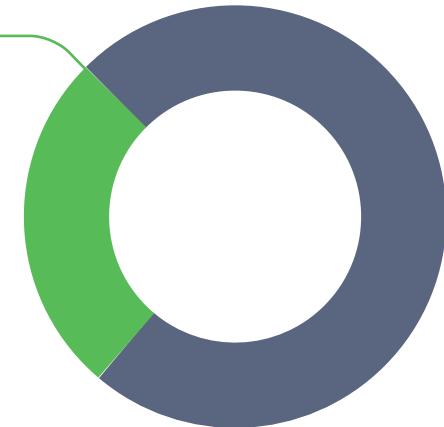
تعداد کل کاربران اپلیکیشن اسنپ

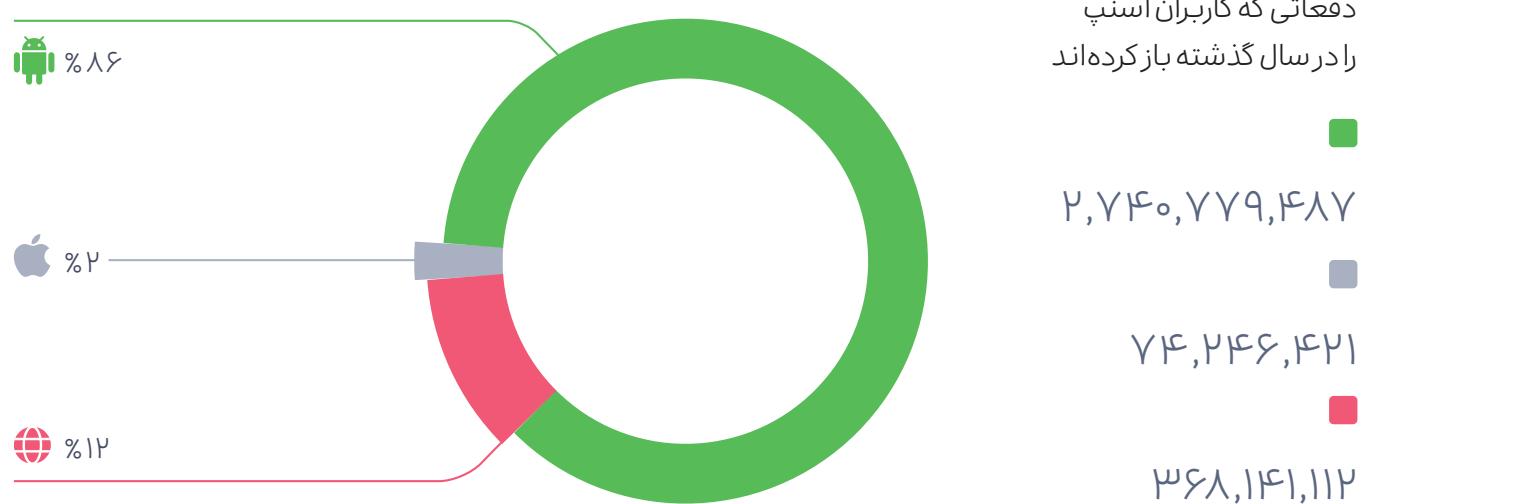
۱۰,۹۳۹,۴۲۵

تعداد کاربران جدید سال ۱۴۰۰

% ۲۵/۹

درصد رشد کاربران
نسبت به سال قبل





متوسط دھعاتی کہ کاربران اپلیکیشن را روزانہ بازمی کنند

۱۰ نیم میلیون بار
در روز

متوسط باز کردن وب اپلیکیشن

۲۵۰ هزار بار
در روز

متوسط باز کردن اپ آئی او اس

۱۰ میلیون بار
در روز

متوسط باز کردن اپ اندروید

مجموع ساعاتی که سال گذشته، کاربران در اسنپ گذرانده‌اند

۲۱۸,۵۸۸,۶۶۹

ساعت

رکورد سفرهای اسنپ در یک روز

۳,۲۷۶,۶۵۵

۱۲۲ اسفند

متوجه زمان هر
سفر در اسنپ

۹۵۸

ثانیه

متوجه زمان قبول
درخواست سفر

۴۲

ثانیه

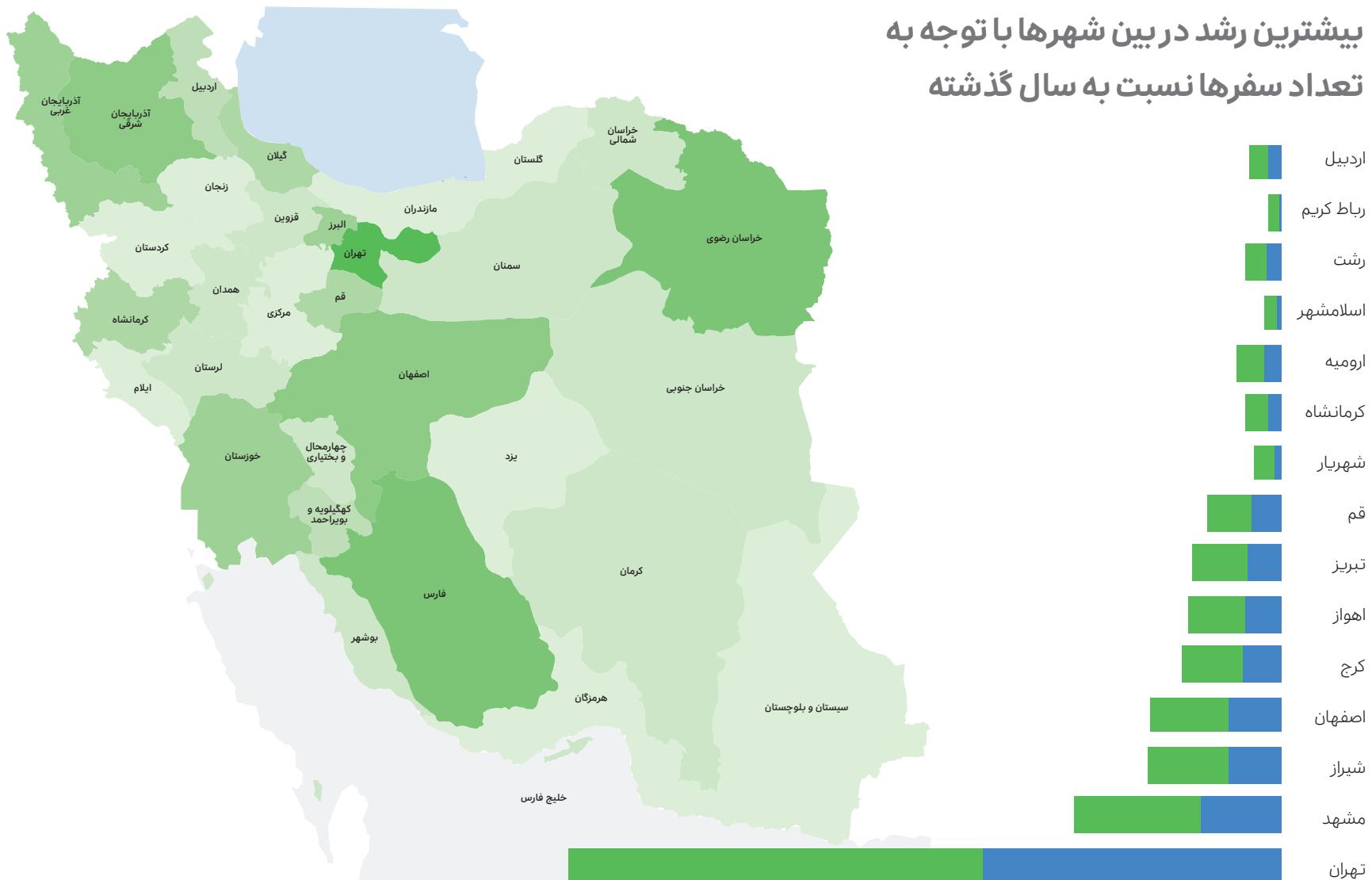
متوجه مسافت
هر سفر

۹

کیلومتر



بیشترین رشد در بین شهرها با توجه به تعداد سفرها نسبت به سال گذشته



پرسفرترين کاربر



جمع مبلغ سفرها

۱۳۰,۹۳۵,۰۰۰

تومان



کل مسافت به کیلومتر

۹۴۶,۷۶۶

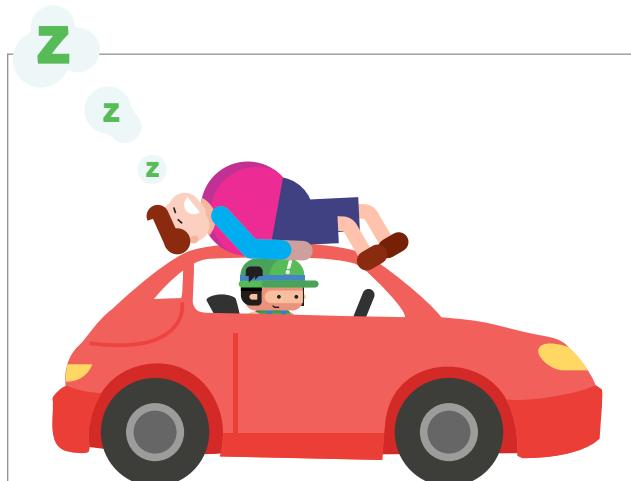
کیلومتر



تعداد کل سفر

۲,۸۲۲

سفر



% ۳۱,۷۳

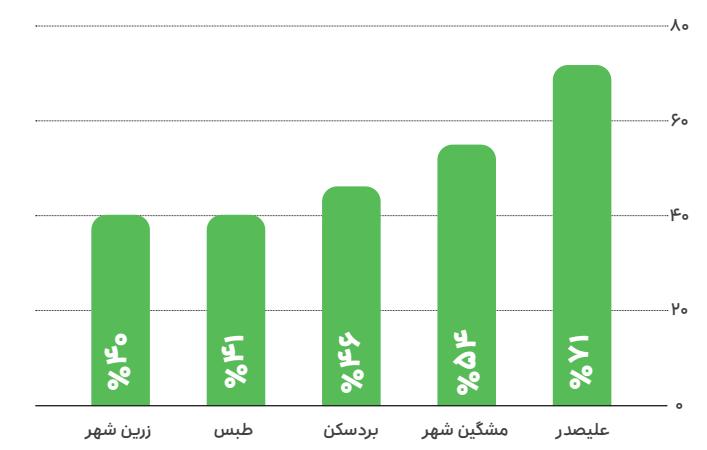
سفرها امتیاز می‌گیرند



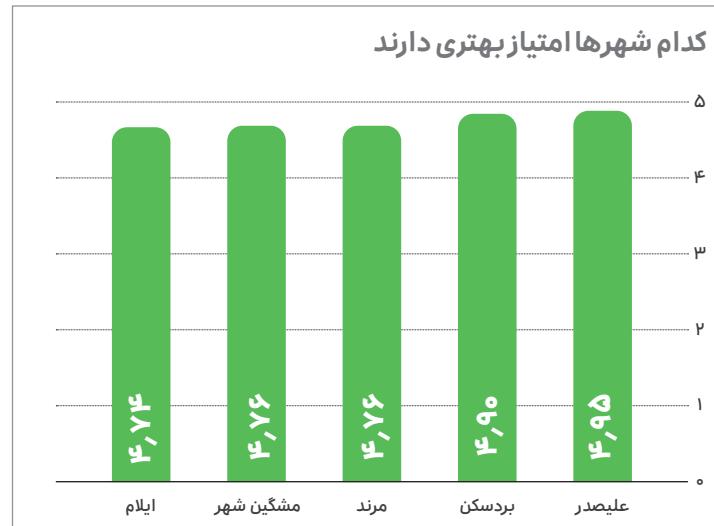
۴/۷ ★★★★☆

میانگین امتیاز سفرها

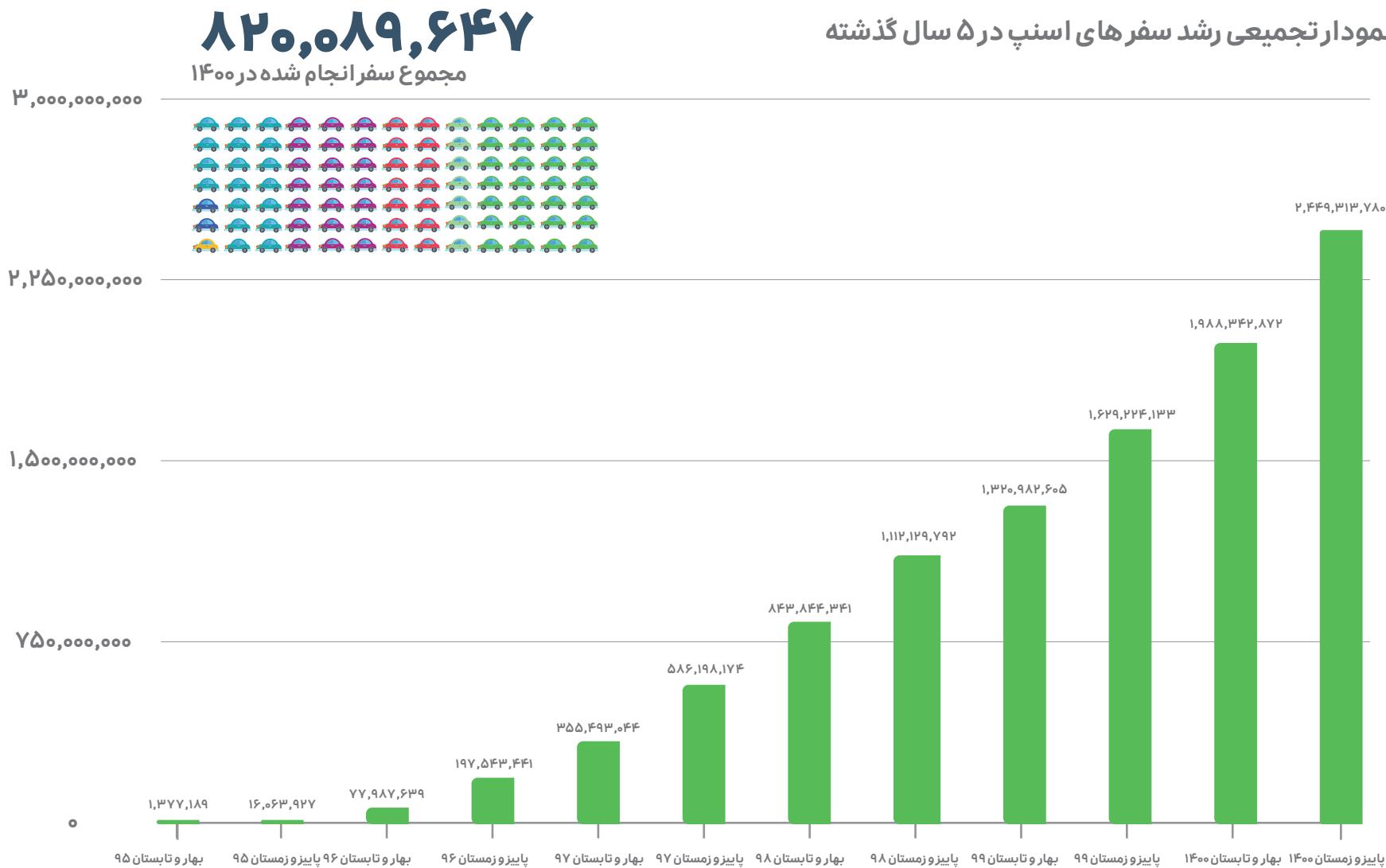
در کدام شهرها مردم بیشتر امتیاز می‌دهند

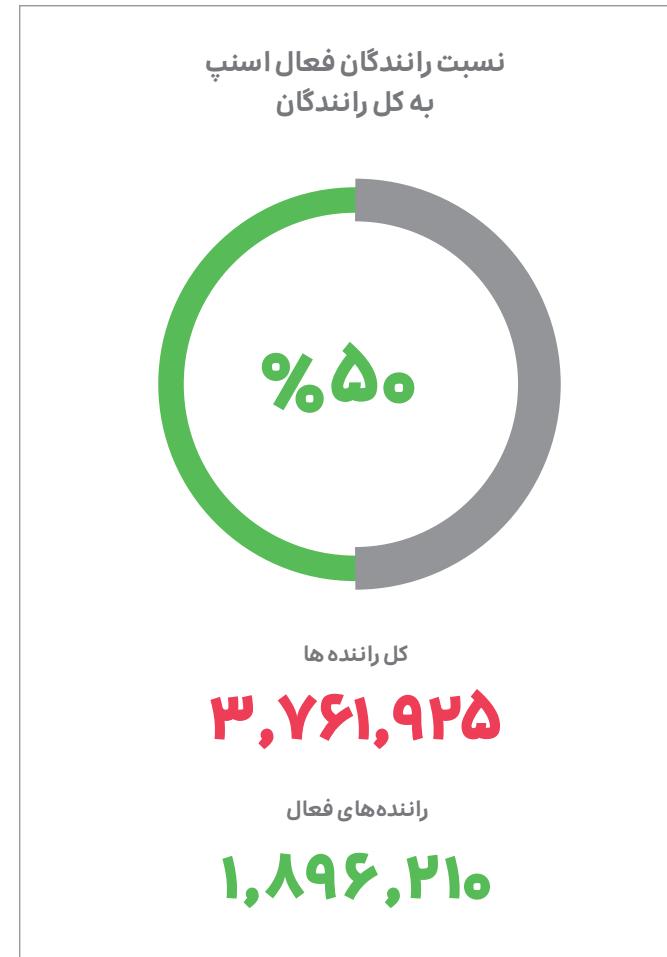
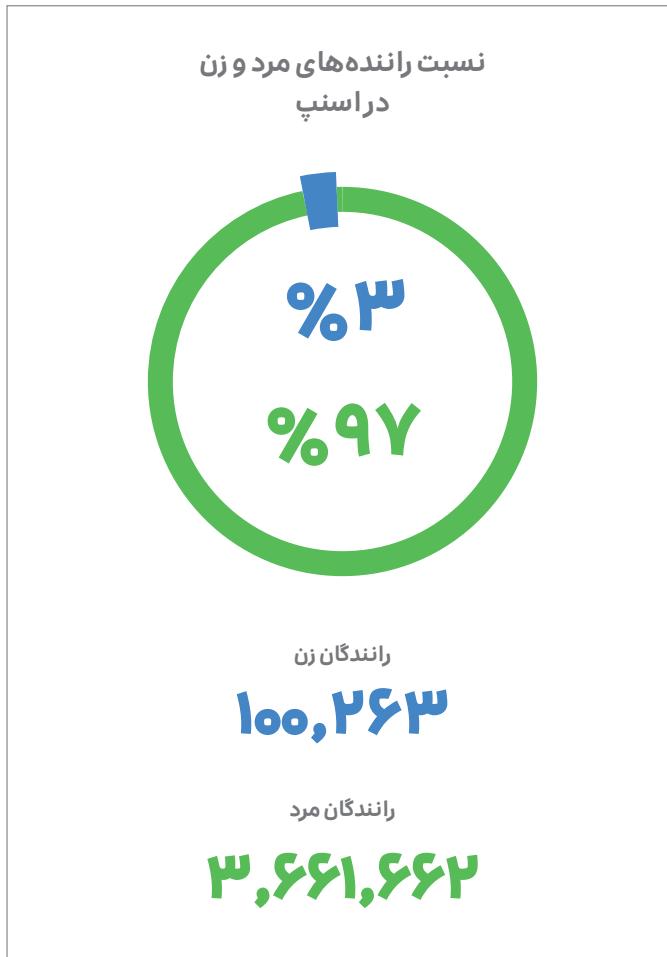


کدام شهرها امتیاز بهتری دارند



نمودار تجمعی رشد سفرهای اسنپ در ۵ سال گذشته





پشتیبانی و پاسخگویی شبانه روزی

مرکز خدمات مشتریان اسنپ با استفاده از فناوری‌های روز دنیا پاسخگوی تمامی دغدغه‌های کاربران (در قالب پاسخگویی تلفنی، تیکت‌های ثبت شده در نرم‌افزار کاربران رانده و مسافرو ایمیل‌های دریافتی) است. از آنجایی که سفرامن از اولویت‌های اصلی اسنپ محسوب می‌شود، قابلیت امنیت سفر به منظور ارتباط سریع کاربران با تیم پشتیبانی ایجاد شده است. همچنین با رصد سفرهای اسنپی هرگونه انحراف غیرمتعارف از مسیر سفرشناصایی و پیگیری می‌شود.

مرکز خدمات مشتریان

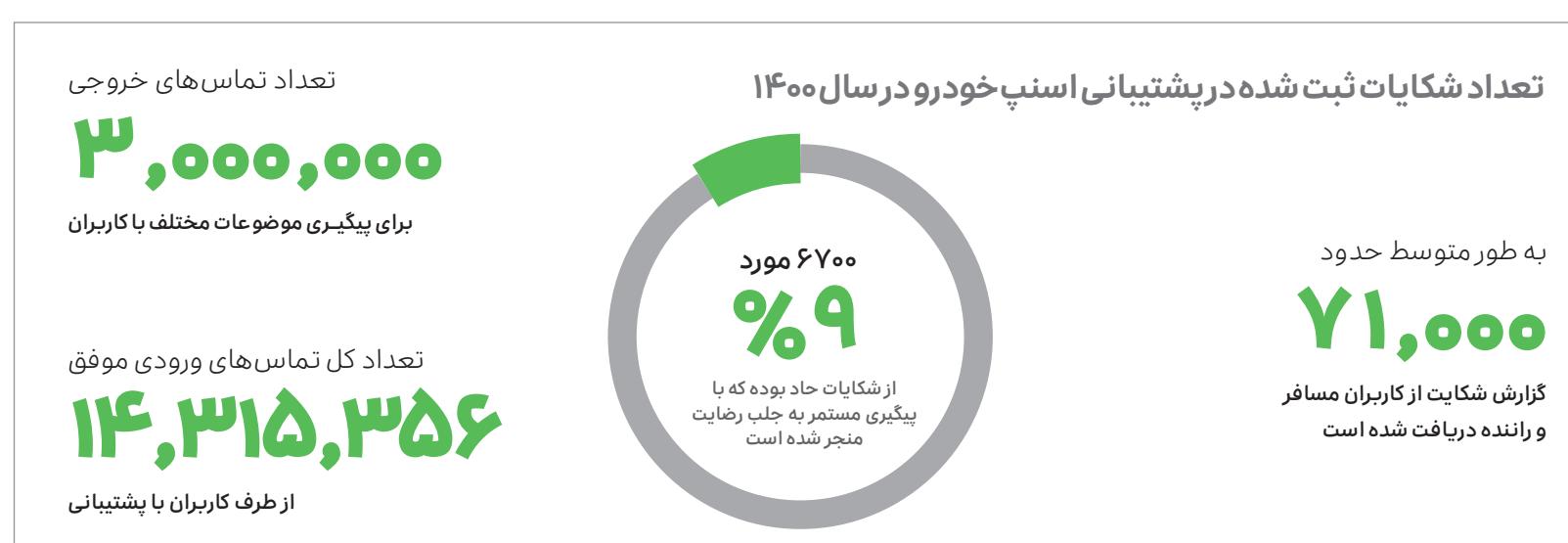
در سال ۱۴۰۰



۲۵,۵۵۰,۰۰۰

درخواست شامل تماس و تیکت را بررسی و پاسخ داده است

تعداد نیروهای پشتیبانی اسنپ خودرو



بیشترین مشکلاتی که مسافران در مورد آن با پشتیبانی خودرو تماس گرفته‌اند

اشیای گم شده

تغییرات در وضعیت سفر

کرایه‌ی پرداخت نشده

بررسی نحوه‌ی پرداخت

انواع سرویس‌های اسنپ

بیشترین مشکلاتی که رانندگان در مورد آن با پشتیبانی خودرو تماس گرفته‌اند

درخواست تغییر در وضعیت سفر

کرایه‌ی پرداخت نشده

اشیای گمشده

مسوده‌ی حساب

تغییر اطلاعات کاربری

مسافران

۴,۵۷۱,۵۳۸

بار با پشتیبانی تماس گرفته‌اند



رکورد بیشترین تعداد پاسخگویی در یک روز در پشتیبانی خودرو

۳۵۷ تماس

معصومه شب‌خش



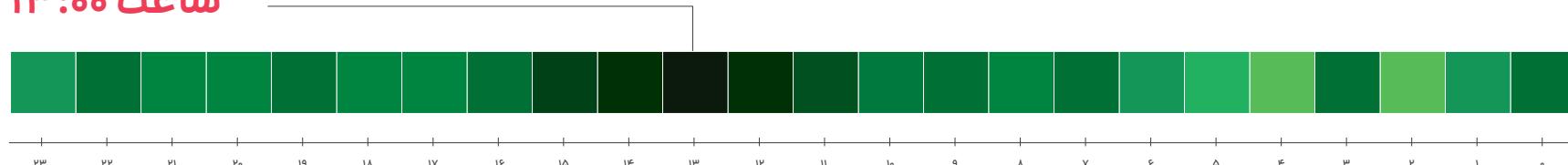
رانندگان

۹,۷۱۴,۳۸۱

بار با پشتیبانی تماس گرفته‌اند



ساعت ۱۳:۰۰



کاربر به طور هم زمان می توانند با پشتیبانی اسنپ خودرو تماس بگیرند. (پاسخ دهی از طریق سیستم گویا و کارشناسان)

۶۰۰

مجموع ساعات مکالمه‌ی کاربران خودرو
با پشتیبانی در سال ۱۴۰۰

۵۱۳,۹۱۹ ساعت



میانگین زمان انتظار برای وصل شدن کاربر به کارشناس هنگام تماس با پشتیبانی اسنپ خودرو



هدف تیم پشتیبانی پاسخگویی و رفع مشکلات کاربران در سریع ترین زمان ممکن است

عجیب‌ترین تماس

کاربری تماس گرفت و برای خرید ملک از کارشناسان مرکز تماس درخواست مشاوره داشت که سمت چیتگر کدام واحد پیش فروش را بخرد که توسعه و پیشرفت داشته باشد!

یک کاربر با ۱۳۸ تماس شکایتی رکوردار بیشترین تماس بوده

شاکی‌ترین کاربر
۱۳۸
تماس و ثبت شکایت



خنده‌دارترین گزارش‌های پشتیبانی در سال گذشته

اه، بازیمو خراب کردید!!

برای پیگیری گزارش‌های کاربر باید تا پاسخ‌گویی با او تماس گرفته شود. به همین دلیل برای پیگیری شکایت دریافتی یکی از کاربران مسافر چند بار با او در بازه‌های زمانی مختلف تماس گرفته شد که کاربر تمام تماس‌های را بلا فاصله قطع می‌کرد. نهایتاً در آخرین تماس فرزند او تماس را پاسخ داد و گفت: «میشه انقدر با ما تماس نگیرید؟ وسط بازی من هی زنگ می‌زنید!»

چرانگفتید موهاشو رنگ کرده؟!

تیکت دریافتی: «موهای راننده سفید بود، چرانگفته بودید راننده موهاش رو مثل دخترا رنگ کرده؟ چنین موضوعی رو مسافر نباید بدونه؟ من از طریق قانون پیگیری و به دلیل موهای رنگی راننده شکایت می‌کنم.»



نسیم عطایی
مدیر مرکز تماس اسنپ

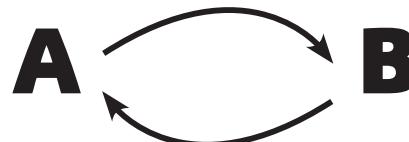
ما در تیم خدمات مشتریان با رویکرد مشتری محور در تلاشیم تا با بهره‌گیری از تکنولوژی‌های روز و به کارگیری نیروهای زبده و آموزش دیده، از تجربه‌ی سفری امن و راحت در تمامی مراحل برای کاربران و رضایت حداکثری آن‌ها اطمینان حاصل کنیم. از همین رو تمام گزارش‌های دریافت شده بررسی و در صورت نیاز برای واحد مربوطه به منظور رفع مشکل به صورت ریشه‌ای ارسال می‌شود.



محصول اسنپ

پاسخگوی نیاز کاربران

تیم محصول اسنپ با تمرکز بر بازخورد کاربران، نتایج تحقیقات بازار و نیازسنجی‌های تجاری، قابلیت‌های مختلفی را برای اپلیکیشن اسنپ طراحی می‌کنند. تلاش تیم محصول اسنپ در سال گذشته شاید برای بسیاری از کاربران محسوس نبود چرا که ارائه‌ی برخی از امکان‌های جدید به دلیل بازطراحی اپلیکیشن اندروید فقط دروب اپلیکیشن امکان‌پذیر بود. اما تیم محصول اسنپ طی سال گذشته علاوه بر بازطراحی اپلیکیشن، محصولات متعدد دیگری طراحی کرده‌اند که تجربه‌ی کاربری بهتری برای مارق خواهد زد.



سفرهای اسنپ تکراری هستند، یعنی مبدأ و مقصد آخرین سفر کاربر در سفر بعدی هم تکرار می‌شود. به همین دلیل امکانی در صفحه‌ی اصلی سوپرآپ طراحی شده است که بتوانند با یک کلیک سفر برگشت یا تکرار سفر قبلی را درخواست دهند.

قابلیت‌های مهمی که بر اساس نیاز کاربران طراحی شده است:

دسترسی‌پذیری:

در تیم محصول اسنپ قابلیت دسترسی‌پذیری طراحی شده تا استفاده از آپ برای تمام کاربران دارای معلولیت، چه مسافر و چه راننده، ساده‌تر شود و تجربه‌ی کاربری بهتری داشته باشند. با استفاده از این قابلیت راننده و مسافر می‌توانند به دلخواه خود انتخاب کنند که نوع معلولیت‌شان در حساب کاربری شان ثبت و برای دیگری نمایش داده شود. نشانه‌ی معلولیت حرکتی، ناشنوایی/کم‌شنوایی، نابینایی/کم‌بینایی هنگام سفر برای کاربران ننده یا مسافر قابل رویت است و آمادگی بیشتری برای طرف مقابل پیش از انجام سفر ایجاد می‌کند.



کارت شخصی سازی شده‌ی سفر تکراری و سفر برگشتی:

۲۰٪ از کاربران از مبدأ و مقصد آخرین سفرشان برای سفر بعدی شان استفاده می‌کنند و به همین دلیل امکانی در صفحه‌ی اصلی سوپرآپ طراحی شده که بتوانند با یک کلیک سفر برگشت یا تکرار سفر قبلی را درخواست دهند.



حدود ۷٪ سفرهای اسنپ تکراری هستند، یعنی مبدأ و مقصد آخرین سفر کاربر در سفر بعدی هم تکرار می‌شود و حدود ۱۰٪ سفرها، در مسیر عکس آخرین سفر اتفاق می‌افتد؛ یعنی مقصد آخرین سفر، مبدأ سفر بعدی کاربر است.

دیگر تغییراتی که بر اساس بازخورد کاربران در اپلیکیشن ایجاد شده:

با توجه به اهمیت فرهنگ یادگیری، تیم محصول اسنپ همیشه به بازخورد کاربران توجه و بیژه دارد. برای مثال کاربران از تنوع تخفیف‌های بخش کلاب رضایت کافی نداشتند و برای همین تخفیف کسب و کارهای دیگر هم به این بخش اضافه شد. همچنین گردونه‌ی شانس برای جلب رضایت بیشتر کاربران برای این بخش طراحی شد. همچنین کاربران درخواست قابلیت سفر زمان‌بندی شده و توسعه‌ی بیشتر بخش گزینه‌های سفر را داشتند که در سال ۱۴۰۱ در دستور کار تیم محصول اسنپ قرار داده شده است.

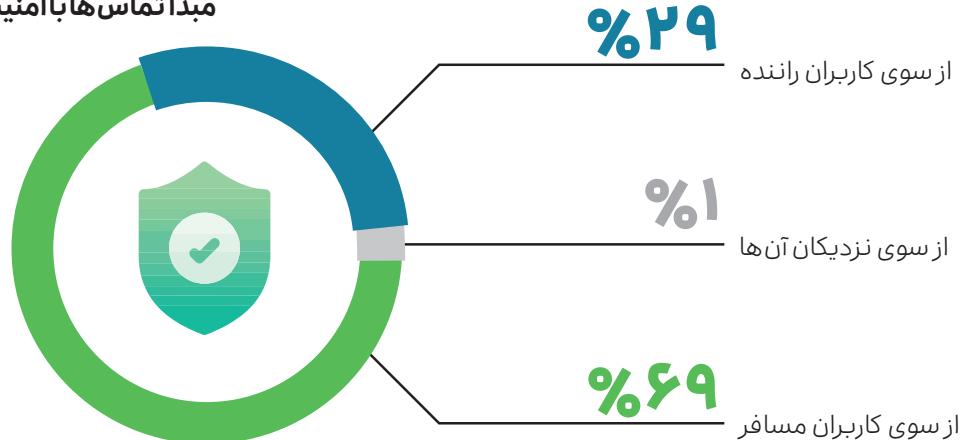


برای سفری امن تر

در سال ۱۴۰۰ افزایش حس امنیت کاربران در سفریکی از مهمترین اهداف تیم محصول اسنپ شد. گروه ۱۲ نفره «امنیت و پشتیبانی» شکل گرفت تابه صورت متمرکز برای دستیابی به اهداف تعیین شده واستانداردهای جهانی امنیت سفر در تاکسی‌های اینترنتی برنامه‌ریزی و فعالیت کند. پیشگیری از وقوع حادثه و طراحی قابلیت‌هایی برای امکان پشتیبانی سریع محورهای اصلی فعالیت این گروه است.

امنیت سفر با اسنپ

مبدا تماس‌های با امنیت سفر



ماهانه
۱,۰۰۰, ۰۰۰

تماس با پشتیبانی اسنپ گرفته می‌شود

ماهانه
۱۴۷,۳۴۸

مورد از تماس‌ها با بخش امنیت سفر اسنپ بوده

از سفرهای اسنپ بدون هیچ مشکل مرتبط با ایمنی به پایان می‌رسد.

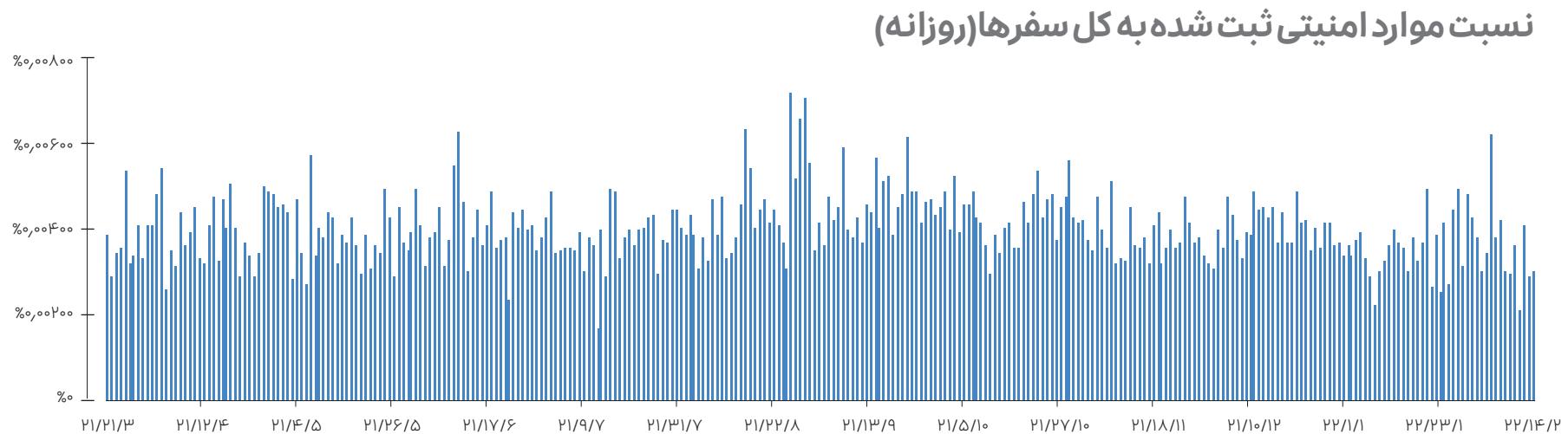
٪ ۹۹,۹

از سفرهای ۱۴۰۰ درخواست پشتیبانی برای نگرانی مرتبط با ایمنی داشتند. بیشتر این نگرانی‌ها در مورد مسائل ایمنی رده‌ی متوسط مانند شکایت از ترمز شدید یا مشاجره‌ی کلامی بود.

٪ ۵,۰۰۳۸۳

از سفرهای ۱۴۰۰ گزارش یک حادثه‌ی ایمنی بحرانی داشتند که از این تعداد ۵۵٪ از سوی کاربران راننده و ۹۳٪ از سوی کاربران مسافر ثبت شده است.

٪ ۰,۰۰۱۴۹



ویژگی‌های امنیتی حدیدی که تیم امنیت سفر اسنپ در یک سال گذشته برای بهبود امنیت سفرها توسعه داده است

دکمه‌ی اضطراری درون برنامه

مسافران را به طور مستقیم و فقط با فشار یک دکمه به ۱۱۵ متصل می‌کند.

بخش امنیت سفر

در زمان بروز موارد امنیتی کاربران مسافر می‌توانند درخواست خود را ثبت کنند تا کارشناسی ما با آن‌ها تماس بگیرد.

بررسی خودکار ایمنی سفر

رویدادهای نادر در طول سفر مانند ثابت ماندن طولانی یا انحراف از مسیر را تشخیص داده و به نشسته‌یان ها، امنیت سفر اطلاع می‌دهد.

چشم انداز

معرفی قابلیت امنیت سفر برای کاربران راننده

يهود یشتیانی داخل نرم افزار برای کاربران مسافر و راننده



بهادر بهادری فر
مدیر مخصوص

“

اسنپ در سال ۱۴۰۰ موفق شد رکورد ۶۵۵,۲۷۶,۳ سفر روزانه را در کارنامه خود ثبت کند؛ یعنی به طور تقریبی در هر ثانیه بیش از ۳۷ سفر در چنین مقیاسی، پلتفرم اسنپ به نوعی منعکس کننده ابعاد مختلف زیست جمعی ما با همه‌ی خوشی‌ها و اختلاف نظرها و گاه دشواری‌هایش است. همانطور که اعداد نشان می‌دهند، آمار مربوط به حوادث در سفرهای اسنپی کم است. با این حال، حتی یک حادثه هم پذیرفتی نیست و تلاش می‌کنیم تا حد ممکن تجربه‌ی زندگی در اسنپ را برای همسفران این پلتفرم بهبود بخشیم.

“

در مسیر خود کفایی

در سال‌های اخیر، تیم نقشه‌ی اسنپ به طور ویژه بر توسعه‌ی نقشه متمرکز شده و سرویس‌های مورد نیاز خود را بومی‌سازی کرده است. در حال حاضر تمام سرویس‌های متصل به نقشه‌ی اسنپ ماحصل فعالیت مستمر این تیم است.

تیم نقشه‌ی اسنپ پروژه‌ی مسیرهای نامعلوم (Missing Road Detection) را به منظور بебود نقشه‌ی جاده‌ای کشور در سال ۱۴۰۰ شروع کرد. در این پروژه، تیم نقشه با بررسی مسیرهای طی شده از سوی همراهان اسنپ در سفرهای اسنپی و مطابقت مسیرها با نقشه‌ی متن باز (openstreetmap) خیابان‌های را که در نقشه وجود ندارند شناسایی می‌کند.

از مهر سال ۱۴۰۰، تیم کارتوگرافی «اسنپ» به صورت متمرکز شروع به اضافه کردن این مسیرها در نقشه osm کرد که نتیجه‌ی آن اضافه شدن بالغ بر ۱۱ هزار و ۵۰۰ مسیر به طول بیش از ۲۰۶۰ کیلومتر در ۱۴ استان کشور بوده است. استان فارس، مازندران و آذربایجان شرقی رکوردداران این موضوع هستند.

نقشه‌ی بومی اسنپ

مجموع مسافت اضافه شده

مجموع مسیرهای اضافه شده

۲,۰۸۰

کیلومتر

۱۱,۵۰۰

مسیر



علی کرمی
مدیر تیم نقشه‌ی اسنپ



نفع پروره‌ی Missing Road Detection نه فقط برای اسنپ بلکه برای تمام کسب و کارهایی است که از دیتای OSM برای نقشه‌ی خود استفاده می‌کنند. برنامه‌ی تیم نقشه‌ی اسنپ برای سال آتی گسترش این پروره به دیگر استان‌های کشور است؛ به این امید که به زودی هیچ مسیری را در نقشه‌های داخلی از دست نداده باشیم.



عبور از بحران؛ اختلال سراسری در سوخت‌گیری

۱۴ آبان ۱۴۰۰، در پی اختلال سوخت‌گیری در سراسر کشور، سیستم هوشمند قیمت‌گذاری اسنپ به دلیل برهم خوردن توازن بین عرضه و تقاضای سفر در مواردی با افزایش قیمت ناگهانی مواجه شد. با وجود آنکه این اختلال غیرقابل پیش‌بینی و خارج از کنترل اسنپ بود، اما این سامانه برای دلچسپی از کاربرانش در سراسر کشور اقدامات متعددی انجام داد.

اقدامات اسنپ برای مدیریت بحران

تخفیف سراسری ۲۰ درصدی	معافیت از کمیسیون کاربران راننده	طرح‌های تشویقی	کنترل دستی قیمت‌ها
<p>در این روزها کاربران مسافر بیشترین اعتماد را به اسنپ کردند و به پاس این همراهی اسنپ در فاز بعدی اقدامات خود برای کاربران مسافری که در ساعت‌های اولیه‌ی اختلال در سوخت‌گیری بینی نمی‌شد. به همین منظور اسنپ برای کمک به ساماندهی حمل و نقل شهروندان از کمیسیون خود گذشت. از ساعت ۱۲ ظهر چهارشنبه تا ۱۳ شب کمیسیون دریافتی اسنپ در شهر تهران بیش از ۵۰ درصد کاهش یافت و در کنار آن همچنان متحمل هزینه‌ی مازاد درسفرهای خود شدند. جریان این تخفیف نیاز از طریق پیامک به اطلاع کاربران رسید و به این ترتیب ۲۰ درصد تخفیف با ارزش مجموعاً ۵ میلیارد ریال به کاربران اختصاص یافت.</p>  <p>تخفیف به مسافران معادل ۵,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان</p>	<p>چهارشنبه، ۵ آبان، هنوز مشکل سوخت‌گیری ادامه داشت و روز کاری آخر هفته بود و باید پیک درخواست‌ها کنترل می‌شد. به همین منظور اسنپ برای کمک به ساماندهی حمل و نقل شهروندان از کمیسیون خود گذشت. از ساعت ۱۲ ظهر چهارشنبه تا ۱۳ شب کمیسیون دریافتی اسنپ در شهر تهران بیش از ۵۰ درصد کاهش یافت و در کنار آن همچنان متحمل هزینه‌ی مازاد درسفرهای خود شدند. جریان این تخفیف نیاز از طریق پیامک به اطلاع کاربران رسید و به این ترتیب ۲۰ درصد تخفیف این سفرها به ۷ درصد کاهش یافت. این کاهش کمیسیون برای شرکت اسنپ حدود یک میلیارد و سیصد میلیون تومان هزینه داشت.</p>  <p>کاهش کمیسیون همه‌ی این سفرها و برای همه شهرها</p>	<p>در ۱۴ آبان، بودجه‌ای از منابع شرکت برای طرح‌های تشویقی راننده‌گان در نظر گرفته شد تا کاربران راننده‌ی بیشتری به خدمات رسانی تغییر شوند. اقدام سریع اسنپ در این فاز کمک کرد تا قیمت‌های سطح معادلی برسند و حمل و نقل شهروندان به خوبی انجام شود.</p> <p>کاهش کمیسیون در شهر تهران ۵ آبان</p>  <p>۵۱۶,۰۰۰ سفر</p> <p>با کمیسیون ۵۰ درصد کاهش یافته انجام شد</p>	<p>در ساعت‌های اولیه‌ی اختلال در سوخت‌گیری، به واسطه‌ی درسترس نبودن سوخت و طولانی شدن صفحه‌های پیمپ بنزین‌ها، ناوگان اسنپ به طور محسوسی کاهش پیدا کرد. همچنین میزان درخواست‌ها افزایش چشم‌گیری داشت و درنتیجه سیستم هوشمند قیمت‌گذاری اسنپ به شکل طبیعی نسبت به تغییر فاکتورهای تعیین‌هزینه سفر را اکتشن نشان داد. به همین دلیل در بعضی از سفرهای بصریت موردي با افزایش قیمت مواجه شدیم. در این زمان تیم مدیریت بحران اسنپ به سرعت تشکیل جلسه داد و اولین اقدام کنترل دستی قیمت‌ها بود.</p> 



محمد خلج
مدیرعامل اسنپ



اختلال پیش آمده درس‌های بسیاری در بحث واکنش‌های سریع نسبت به بحران‌های پیش‌بینی‌نایذیر داشت و امیدواریم با آموختن از تجربیاتمان بتوانیم در موارد مشابه بهترین تصمیم‌گیری را با درنظر گرفتن منافع هر گروه از کاربرانمان داشته باشیم. تلاش ما همواره براین است که به عنوان بازوی کمکی بخشن حمل و نقل شهری در کشور سهم موثری داشته باشیم. انتظارمان از دستگاه‌ها و سازمان‌های مربوطه این است که با حمایت و تعامل بیشتر به ما این فرصت را بدeneند تا سیستم قیمت‌گذاری تاکسی‌های اینترنتی بتواند نقش بهسازی در بحث تنظیم بازار ایفا کند.»



دسترسی آنی راننده به درآمد

بدون شک یکی از دستاوردهای واحد تجاری اسنپ در سال ۱۴۰۰ راه اندازی قابلیت «تسویه حساب در لحظه» است. اسنپ با فراهم آوردن این قابلیت سعی کرد نگرانی کاربران راننده درباره دسترسی آنی به درآمدشان را برطرف کند و تقاضای پرداخت نقدی را کاهش دهد. درآمد کاربران راننده با فعال کردن امکان «تسویه در لحظه» اسنپ در کمتر از چند دقیقه به حسابشان واریز می‌شود.

تسویه در لحظه

میانگین روزانه تسویه در لحظه

۹۵,۰۰۰

نفر در سال ۱۴۰۰ به صورت روزانه از
تسویه در لحظه استفاده کرده‌اند

%۵۸

تسویه حساب آنی

از کل مبلغ تسویه حساب اسنپ
به صورت در لحظه باراندگان
تسویه می‌شود.

۱۲

بانک

ملت، سپه، کشاورزی، ملی، تجارت، صادرات، پارسیان،
سامان، پاسارگاد، شهر، آینده، انصار از امکان تسویه
حساب اسنپ پشتیبانی می‌کنند.

رانندگان اسنپ از امکان تسویه
حساب در لحظه استفاده می‌کنند.

%۴۹

حدود ۹۰ درصد حجم تسویه
حساب‌ها در این ۱۲ بانک است.

%۹۰

تعداد تراکنش‌های موفق و مبلغ آن در تسویه حساب آنی

بیش از ۹۸ درصد تراکنش‌های به ارزش حدودی ۲۸ بیلیون (۲۸ هزار میلیارد) ریال با موفقیت انجام شدند و تنها ۱,۲۶٪ درصد تراکنش‌های ناموفق بودند.

کاهش درخواست پول نقد از مسافر

براساس گزارش‌های ثبت شده، بعد از پیاده‌سازی تسویه حساب آنی میزان درخواست پول نقد ۲۲٪ کاهش داشت. درخواست پرداخت نقدی تا جایی کاهش پیدا کرد که گزارش آن در پایان سال ۱۴۰۰ فقط برای ۱۷٪ از سفرها ثبت شده است.

توسعه دهنده‌ی ناوگان اسنپ

واحد عملیات اسنپ مسئولیت شناسایی راننده، احراز هویت (درهمکاری با پلیس)، ثبت‌نام، تکمیل مدارک و ورود کاربر راننده به ناوگان اسنپ را بر عهده دارد. همچنین پس از شروع به کار فرد متقاضی به عنوان کاربر راننده، پشتیبانی عملیاتی از او نیز بر عهده این تیم است.

واحد عملیات

ثبت‌نام کاربران راننده

% ۸۸

نسبت به سال گذشته افزایش یافته است

نحوه‌ی ثبت‌نام کاربران راننده در اسنپ



درپشتیبانی عملیات

۹۸۳,۰۰۰

تیکت بررسی و پاسخ داده شد

رکورد ثبت نام

۷۵,۷۰۰

راننده در یک ماه

سوالات پر تکرار کاربران راننده که توسط تیم پشتیبانی عملیات پیگیری شده

رد شدن کاربر راننده در
مرحله‌ی تأیید صلاحیت
تغییر
مشخصات

نقص مدارک
هنگام ثبت نام

سوالات در مورد
طرح‌های تشویقی

جایه‌جایی در
سیستم



علی قاضی

معاون عملیات اسنپ و معاون توسعه گروه اسنپ

“

یکی از مهم‌ترین اتفاقات سال ۱۴۰۰ اپشتیبانی بخش کاربران راننده‌ی اسنپ بود که با تجربه‌ای که از سال اول شروع کرونا داشتیم و بهبود روندهای گذشته، بیش از ۹۵ درصد از خدمات پشتیبانی رانندگان به صورت غیر حضوری انجام شد. کرونا علاوه بر اتفاقات تلخی که برای ما داشت باعث پیشرفت بسیار زیاد در کسب و کار ما برای بهبود فرآیندها و کاهش زمان انتظار کاربران راننده برای دریافت خدمات شد.

“

شنونده‌ی دغدغه‌ها و انتظارها

تیم شبکه‌های اجتماعی اسنپ علاوه بر رصد ۲۴ ساعته و پاسخگویی و پیگیری مشکلات کاربران در شبکه‌های اجتماعی، نقش بهسازی در اطلاع‌رسانی‌ها و برگزاری کمپین‌های تبلیغاتی اسنپ دارد.

شبکه‌های اجتماعی



Snapp_team
SnappSupport



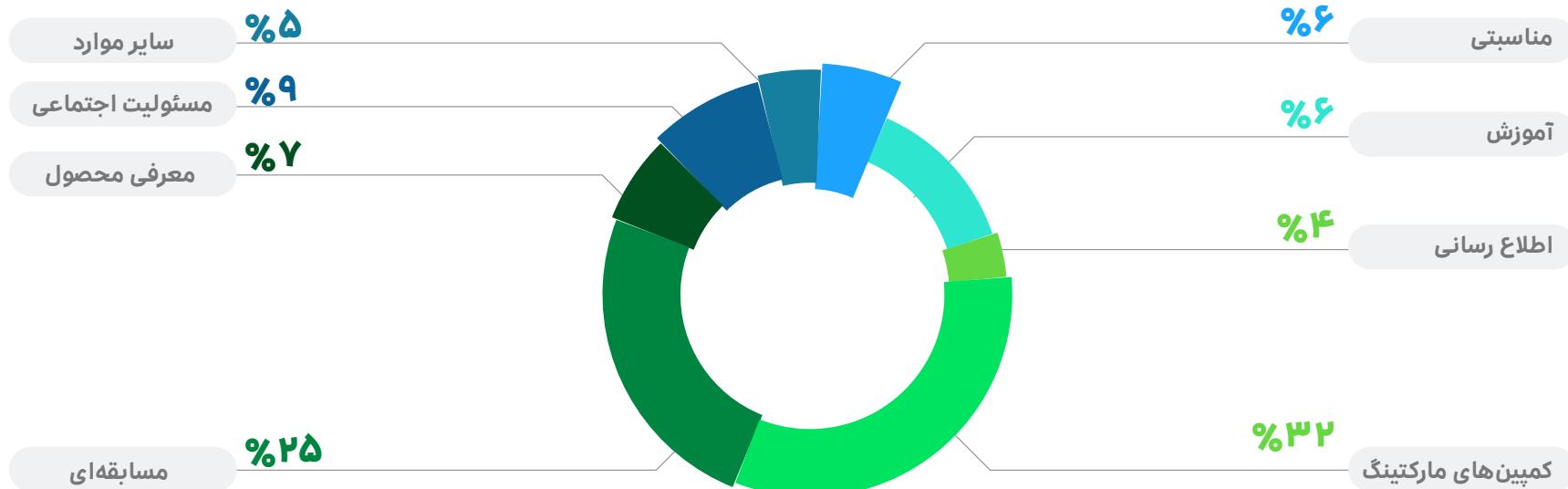
Snapp_team



Snapp.ir



دسته بندی محتوای پست های صفحه رسمی اسنپ در اینستاگرام



۵,۴۰۰

زمان سپری شده برای رصد شبکه های اجتماعی اسنپ

% ۳,۷

میانگین نرخ تعامل با کاربران در اینستاگرام اسنپ

۲۶۳

مورد قدردانی

#حس_خوب

اسنپ به واسطه‌ی گزارش‌های مردمی در شبکه‌های اجتماعی ۱۲۶۳ اقدام مثبت کاربران راننده‌ی خود را شناسایی و از این راننده‌ها تقدیر کرده است.



قلب استراتژیک اسنپ

تیم تحقیقات بازار اسنپ دو وظیفه‌ی اساسی دارد؛ پایش و ارزیابی دائمی عملکرد تمام بخش‌های اسنپ و پیدا کردن عوامل تاثیرگذار بر بازار هدف. در حقیقت قبل از ورود به هر بازار یا اخذ تصمیمات استراتژیک، در قدم اول تیم تحقیقات بازار وارد میدان می‌شود و با سنجیدن وضعیت بازار و رقبا، درک روشی از شرایط موجود و احتمالات آینده برای کسب و کار فراهم می‌کند.

تحقیقات بازار

محدوده‌ی جغرافیایی

مصاحبه‌ی رو در رو

۴۴

شهر ایران

۴۰۰,۰۰۰

مورد

نظرسنجی تلفنی و پیامکی

۴۰,۰۰۰,۰۰۰

مورد



حسین رستمی
راهبر استراتژی و تحقیقات بازار اسنپ

تمام تصمیمات در اسنپ بر پایه‌ی ارزیابی و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده گرفته می‌شود. این رویکرد داده محوریکی از عوامل مهم موفقیت اسنپ در توسعه و رشد اقتصاد دیجیتال کشور در سال‌های اخیر است.



همراه همیشگی کاربران راننده

باشگاه رانندگان اسنپ برای همراهی با کاربران راننده (خودرو و باکس) شکل گرفته و در کنار ارائهٔ تسهیلات خودرویی (اتوسرویس، روغن، تایر، CNG، لوازم یدکی، کارواش، باتری، تعمیرگاه، معاینهٔ فنی)، درمانی (پزشک، دندان پزشک، آزمایشگاه و کلینیک‌های درمانی) و رفاهی (پوشاک، لوازم خانگی، موبایل و لوازم جانبی)، مسئولیت اطلاع‌رسانی، آموزش، ارائهٔ طرح‌های تشویقی و ... را نیز بر عهده دارد.

باشگاه رانندگان

خدمات اضافه شده به باشگاه رانندگان در سال ۱۴۰۰

- اسنپ کارفیکس
- خدمات دوگانه سوزکردن خودرو
- فروش تایربات خفیف و کمتر از نرخ دولتی
- افزایش خدمات رفاهی و درمانی
- فروش موتورسیکلت اقساطی
- سیم کارت رایگان ایرانسل با یک سال اینترنت نیم بها

میانگین درآمد کاربران
راننده‌ای اسنپ
۱۰,۰۰۰,۰۰۰

کاربران راننده‌ای که به صورت
تمام وقت کار می‌کنند

میانگین تا ۵.۳ میلیون تومان در ماه به صورت پاره وقت و
کاربران تمام وقت میانگین تا ۱۰ میلیون تومان در ماه

ارزش خدمات باشگاه رانندگان اسنپ
۱۵۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰

۵۵۰+ کاربر بیش از ۱۵۰ میلیارد تومان تخفیف

خدمات رفاهی
۵۰,۰۰۰
کاربر راننده

خدمات درمانی
۹۰,۰۰۰
کاربر راننده

خدمات خودرویی
۴۱۰,۰۰۰
کاربر راننده

بیشترین درآمد یک کاربر
راننده در سال ۱۴۰۰

۲۹۱,۸۸۸,۵۰۰

میلیون تومان
۱۴,۴۰۸
سفر در سال

ترین‌های ناوگان اسنپ

ضدکروناترین

بیشترین تعداد سفر را رعایت اصول ایمنی مقابله با کرونا

م.راز شیراز

۶,۶۰۰

سفر را رعایت همه‌ی اصول ایمنی مقابله با کرونا

فعال ترین

بیشترین تعداد سفر

۱۴,۷۲۲

تعداد سفر

دست به فرمون ترین

بیشترین تعداد سفر با رانندگی ایمن

حمدیرضا شیرمیست از مشهد

۱,۵۵۵

سفر با گزارش مثبت مسافر در مورد رانندگی ایمن

شب رو ترین

بیشترین تعداد سفر را بین ساعت ۹ شب تا ۱۴ صبح داشته است

عباس حاجیزاده نامانلو از کرج

۵,۶۱۶

سفر در شب

محترم ترین

بیشترین تعداد سفر را قطار محترمانه

ح.ازیزد

۱,۳۴۶

سفر با گزارش مثبت مسافر

درخشنان ترین

بیشترین تعداد سفر را باشین تمیزو خوشبو

یونس جاویدی از شیراز

۱,۶۲۴

سفر با گزارش مثبت مسافر

آزمون روانشناسی ویژه‌ی کاربران راننده‌ی اسنپ

بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد که رانندگی از منظور روانشناسی به خصوص در کلان‌شهرها به عنوان مهارتی استرس‌زا دسته‌بندی می‌شود. در همین راستا اسنپ در همکاری با متخصصان اسنپ دکتر برای اولین بار در کشور اقدام به طراحی تست روانشناسی ویژه‌ی کاربران راننده کرده است. هدف از این سنجش، توانمندسازی روانشناختی کاربران راننده‌ای است که در بخش سلامت روان و روابط بین فردی، نمراتی پایین‌تر از حد انتظار کسب می‌کنند.

۳۱۴ کاربر راننده در فهرست کنترل ثبت و مسدود شده‌اند.

۲۶۰۶ کاربر راننده در فهرست کاربران با امتیاز پایین جهت بررسی ثبت شده‌اند.

در سال ۱۴۰۰ این آزمون برای ۱۴ هزار کاربر راننده ارسال شده است.

آزمون روانشناسی ۴ دوره برگزار شده و همچنان این روند در حال اجرا است.

فرآیند اجرای تست روانشناسی



رفتار کاربران راننده با امتیاز پایین، برای یک ماه تحت نظر گرفته می‌شود و برای این دسته از کاربران آموزش و اقدامات ویژه انجام می‌شود.



امکان انجام مشاوره‌ی رایگان برای کاربران راننده‌ای که در آزمون امتیاز پایینی کسب کرده‌اند فراهم می‌شود.



پس از انجام آزمون فهرست افرادی که در آزمون امتیاز پایینی کسب کرده‌اند مشخص می‌شود.



ارسال «آزمون بهبود عملکرد» شامل ۴۶ سوال ازطريق پیامک برای افراد فهرست کاربران راننده برای پاسخ به آزمون ۳ روز فرستاده می‌شود.



تهیه‌ی فهرست راننده‌ان با امتیاز پایین یا راننده‌انی با سابقه مشکل رفتاری از سوی تیم تحلیل فرستاده می‌شود.

هزینه‌های آزمون روانشناسی:

هر تست ۱۰۰ هزار تومان و هر مشاوره ۵۰ هزار تومان برای اسنپ هزینه دارد. این خدمات برای کاربر راننده رایگان است.



دکتر علی فراهانی

روانشناس، مدرس دانشگاه و مدیر امور مشاورین اسنپ دکتر



برای طراحی تست سنجش سلامت روان کاربران راننده دو مرحله داشتیم: ساخت پرسشنامه و تحلیل پاسخ‌ها. در مرحله‌ی اول روی مولفه‌هایی برای سنجش سلامت روان راننده‌ها تمرکز کردیم. برای این کار به سراغ نظریات و تحقیقات روانشناسی مرتبط با رانندگی و همچنین تحلیل نظر کاربرانی که از خدمات سفر اسنپ نارضایتی داشتند رفتیم. سپس با همکاری و همفکری اساتید و متخصصان، ۷ مولفه طراحی و اعتبارسنجی کردیم؛^۳ متغیر مربوط به سلامت فردی و ۱۴ مورد مرتبط با سلامت روابط بین فردی. در مرحله‌ی دوم، پرسشنامه را در اختیار ۱۱ هزار کاربر راننده اسنپ قراردادیم. سپس گروه روانسنجی، پاسخ‌ها را تحلیل کرد و با توجه به اطلاعات به دست آمده ۴۶ سوال نهایی شد.



کارفیکس

کارفیکس سامانه‌ی ارائه‌ی خدمات خودرویی به کاربران راننده‌ی اسنپ است که خدماتی مانند کارواش، خرید انواع روغن موتور، قطعات یدکی خودرو، لاستیک و ... ارائه می‌دهد. هدف کارفیکس کاهش هزینه‌های کاربران راننده‌ی عزیز با ارائه‌ی کالاهای با کیفیت و با اصالت به همراه تخفیف‌های دوره‌ای است.

خدمات اسنپ کارفیکس

خدمات خودرویی در دسته‌بندی‌های روغن موتور، لاستیک، لوازم یدکی، کارواش و باتری خودرو که به همه‌ی کاربران راننده‌ی اسنپ ارائه می‌شود

صد در صد کاربران

۳۵۰,۰۰۰

از کاربراز ۳۵۰ هزار کاربر عضواز خدمات کارفیکس
استفاده می‌کنند

تعداد کاربران

۱۲۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰

تومان صرفه‌جویی در هزینه کاربران راننده بر اساس تخفیف‌های ارائه شده

بیش از

۱,۰۰۰

محل برای ارائه خدمات اسنپ کارفیکس

محبوب‌ترین خدمات کارفیکس و تعداد دفعات استفاده کاربران راننده از آن

سرویس کولر
۲۰k

باتری
۶۰

لوازم یدکی
۴۰

کارواش
۴۰k

تایر
۹۰k

روغن
۱۰۰k



حسین هزارجریبی
معاون عملیات اسنپ و معاون توسعه گروه اسنپ

“

باشگاه رانندگان اسنپ ارائه دهنده خدمات به بیش از ۳ میلیون کاربر راننده، یکی از بزرگترین ارائه دهنندگان خدمات در سرویس های تاکسی های اینترنتی در جهان و بزرگ ترین باشگاه وفاداری سیستم حمل و نقل کشور به حساب می آید. در سال گذشته، اقدامات مهمی از جمله اجرای آزمون تست روانشناسی ویژه کاربران راننده، راه اندازی کارفیکس و توسعه های رادیو اسنپ در باشگاه رانندگان انجام شد.

“

Snapp!TM
Box



کسرا صادقی زاده
مدیرعامل اسنپ باکس

اسنپباکس؛ راهکار هوشمند جابه‌جایی بار

اسنپباکس خدمات متنوعی را برای کاربران فراهم کرده تا با آسودگی خاطر نیازمندی‌های حمل و نقل خود را برآورده کنند. جابه‌جایی در شهرهای بزرگ و پرترافیک گاهی زمان برآست و افراد نیاز دارند به سرعت به نقطه‌ای از شهر بروند؛ این امکان با رفتن به آیکن «اسنپ» در سوپرآپ و انتخاب گزینه‌ی «موتور» پس از تعیین مبدأ و مقصد امکان‌پذیر است. اسنپباکس فراتر از جابه‌جایی مسافر با موتور، تمام سرویس‌های متنوع ارسال بسته را نیز یکجا به کاربران ارائه می‌دهد. کاربران با ورود به سرویس اسنپباکس از سوپرآپ اسنپ می‌توانند گزینه‌ی «پیک بدون جعبه» برای بسته‌های معمولی و کوچک یا «باکس پلاس با جعبه» را برای بسته‌های حساس و شکستنی انتخاب کنند. «وانت سبک» و «وانت سنگین» نیز از دیگر سرویس‌های این سامانه هستند که برای ارسال کالاهای بزرگ استفاده می‌شوند. ارسال آسان، تحویل به موقع، قیمت‌گذاری شفاف و پشتیبانی تمام وقت از مزایای اسنپباکس هستند.



انپ
باکس

% ۸۲

میزان رضایت کاربران از
سرویس اسنپ باکس



بیشترین مدت زمان سفر
یک کاربراننده باکس

۲,۴۵۰

ساعت



تعداد سفرهای انجام شده باکس
از نیمه شب تا ۶ صبح

۸۵,۰۰۰

سفر



تعداد کاربران راننده‌ی اسنپ باکس

۳۹۴,۰۲۲



بیشترین تعداد سفر ثبت شده
توسط یک مشتری

۱۹,۰۲۱

سفر



تاریخ رکورد بیشترین سفر انجام شده در
اسنپ باکس در سال ۱۴۰۰

۲۱,۹۴۰

سفر

۲۶ بهمن



عارف قراخانی

مدیر ارشد فنی اسنپباکس

ما با ارائه خدمات سازمانی به کسب و کارهای بزرگ و کوچک تلاش می‌کنیم در دسرهای حمل و نقل را به طور کامل از دوش آن‌ها برداریم تا بتوانند روی سرویس دهی بهتری به مشتریان خود تمرکز کنند. اسنپباکس، به عنوان یک راهکار هوشمند جابه‌جایی بسته، به کسب و کارها کمک می‌کند ارسالی آسان و تحویلی به موقع داشته باشند. ۶۰ درصد از مشتریان ما سال گذشته از سرویس اسنپباکس برای ارسال بسته‌های مربوط به کسب و کارشان استفاده کرده‌اند. همچنین میزان تخفیف‌های حمایتی اسنپباکس به مشتریان صاحب کسب و کارهای کوچک در سال ۱۴۰۰، بیش از یک میلیارد تومان بوده است.



۱۰,۵۷۳

تعداد کل وسایل بسیار سنگین جابه‌جا شده در سرویس اسباب‌کشی اسنپ



%۰/۰۳
سفر

نسبت سفرهایی که به خسارت ختم شده به سفرهای انجام شده در سال



سرویس اسباب‌کشی

۱۰۲,۵۱۷

تعداد طبقاتی که در آن‌ها با سرویس اسباب‌کشی اسنپ بار جابه‌جا شده است

در پشتیبانی اسنپ‌باکس چه می‌گذرد؟

پر تماس‌ترین
ماه سال



ساعت‌های مکالمه‌ی
کاربران با پشتیبانی



تعداد تماس‌های
خروجی اسنپ‌باکس



تعداد کل تماس‌های
ورودی موفق سال



۴۳۵,۰۰۰

تماس در بهمن ۱۴۰۰

۱۶۶,۳۶۶

ساعت

۱,۲۳۲,۵۰۰

تماس

۳,۹۳۲,۷۵۶

تماس



مسافر

۷۱۵,۲۰۵

تماس

تعداد تماس مسافران
و رانندگان در
اسنپ‌باکس

راننده

۳,۲۱۷,۵۵۱

تماس



بیشترین مشکلات مسافران در تماس با پشتیبانی باکس

تغییرات در وضعیت سفر

اطلاع از وضعیت سفر

بررسی نحوه پرداخت

أنواع سرویس‌های اسنپباکس

بیشترین مشکلات رانندگان در تماس با پشتیبانی باکس

بازنگری سفر-توقف در مبدا

بازنگری سفر-توقف در مبدا- اسنپ مارکت

تغییرات در وضعیت سفر

أنواع سرویس‌های اسنپباکس

میانگین زمان انتظار
برای وصل شدن کاربر به
کارشناس در اسنپباکس

۰ تا ۲۰ ثانیه

تعداد تیکت‌های ثبت
شده در سال

۱,۳۲۴,۶۲۱



میزان رضایت کاربران از پشتیبانی
اسنپباکس



۴/۵

رکورد بیشترین تعداد پاسخگویی در یک
روز در پشتیبانی اسنپباکس

۲۳۶ تماس

امیرعلی تاجدوست



طولانی‌ترین تماس پشتیبانی در
اسنپباکس

یک ساعت و
شش دقیقه

نه، اول تو!
اول توقف کن!

**Snapp!
Food**



مهراد عبد الرزاق
رئيس هيئة مدیر اسنپفود

سعید لطفی
مدیر عامل اسنپفود

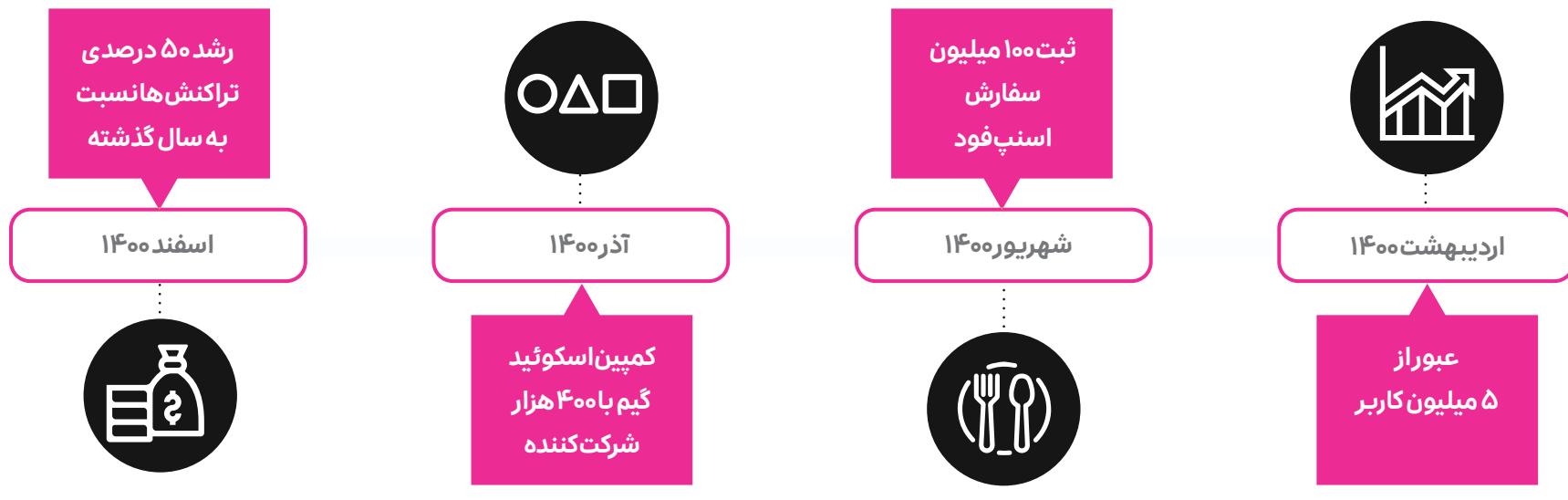
اسنپ‌فود؛ تجربه‌ی آسان سفارش غذا

تا قبل از تولد اسنپ‌فود سفارش اینترنتی غذات‌نها یک رویا بود. این رویا در سال ۱۳۸۸ به واقعیت تبدیل شد و به سرعت طرفداران خود را در بین مردم ایران پیدا کرد و به فرهنگ جدید سفارش غذا تبدیل شد. تنوع بی‌نظیر غذاهای اعم از ایرانی، سنتی، فرنگی، چینی، دریایی، ایتالیایی، مغولی، فست‌فود، گیاهی، رژیمی و... تنها مزیتی نیست که اسنپ‌فود را خاص می‌کند. این اپ با فراهم کردن امکان سفارش شیرینی، نان، میوه، آجیل، پروتئین و... کاربرانش را در سفارش هر نوع خوراکی از هر نقطه‌ی شهر همراهی می‌کند. اسنپ‌فود با یکسان‌سازی قیمت منوهای خود با منوی رستوران تلاش می‌کند تا از طریق شفافیت در قیمت به اعتماد کاربران خود پاسخ دهد. همچنین تخفیف‌ها و فودپارتی‌ها این سامانه را به گزینه‌ی محبوب و انتخاب همیشگی کاربرانش تبدیل کرده است. اما از دیگر جذابیت‌های سفارش غذا در اسنپ‌فود می‌توان به منوی به روز و عکس‌های واقعی غذاها اشاره کرد که انتخاب راحتی برای مشکل‌پسند‌ها آسان می‌کند.



اسنپ!
فود

تایم لاین و قایع مهم اسنپ فود



پر خریدترین کاربر سال



سریع ترین ارسال اسنپ فود



بیشترین تعداد کامنت یک کاربر



گران قیمت ترین سفارش اسنپ فود

۸,۵۶۰

سفارش (به ارزش ۱۵۰,۷۵۴,۲۳۰ تومان)

یک دقیقه

برای مسافت ۱۰۰ متر

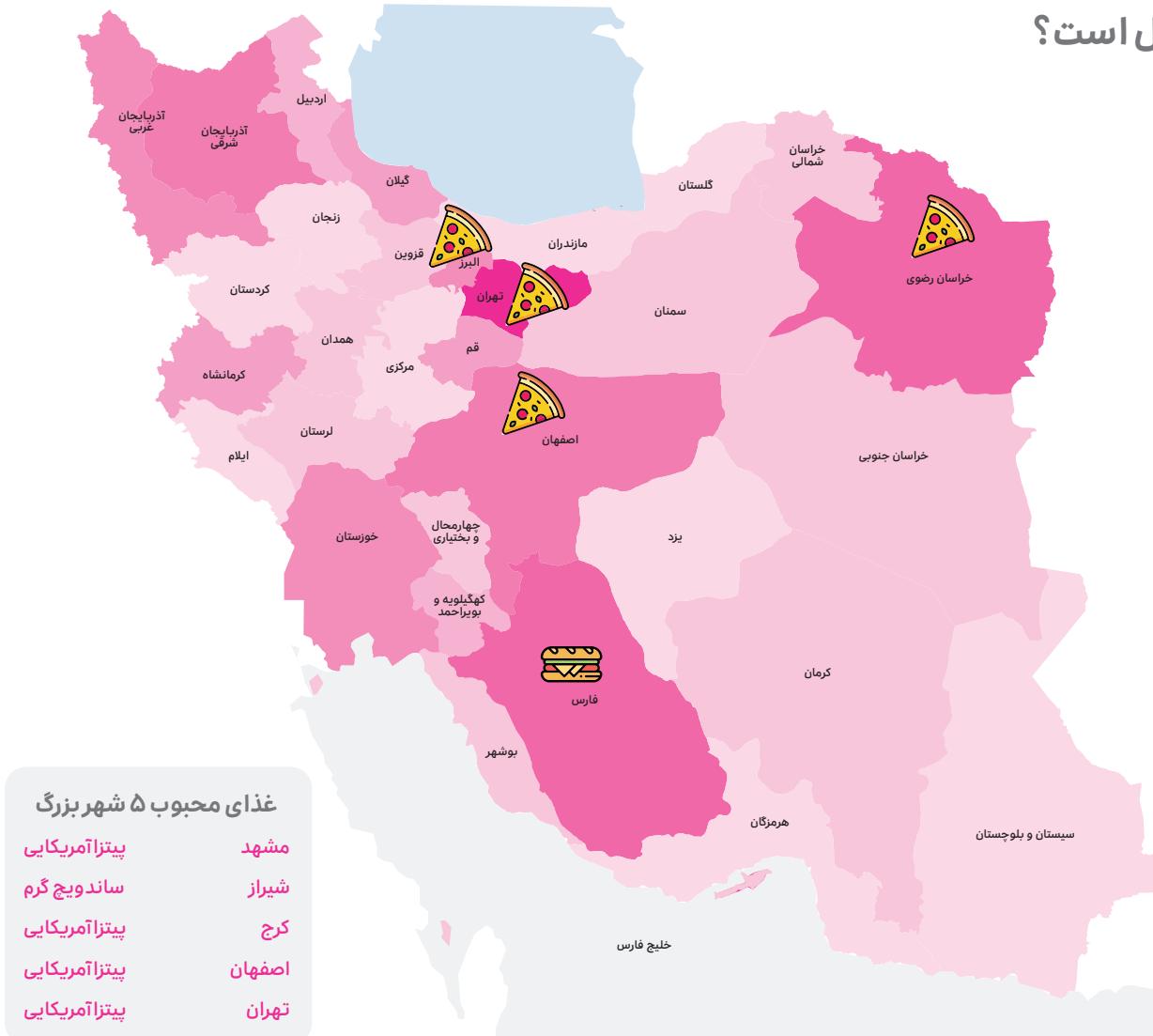
۵۴۲

کامنت

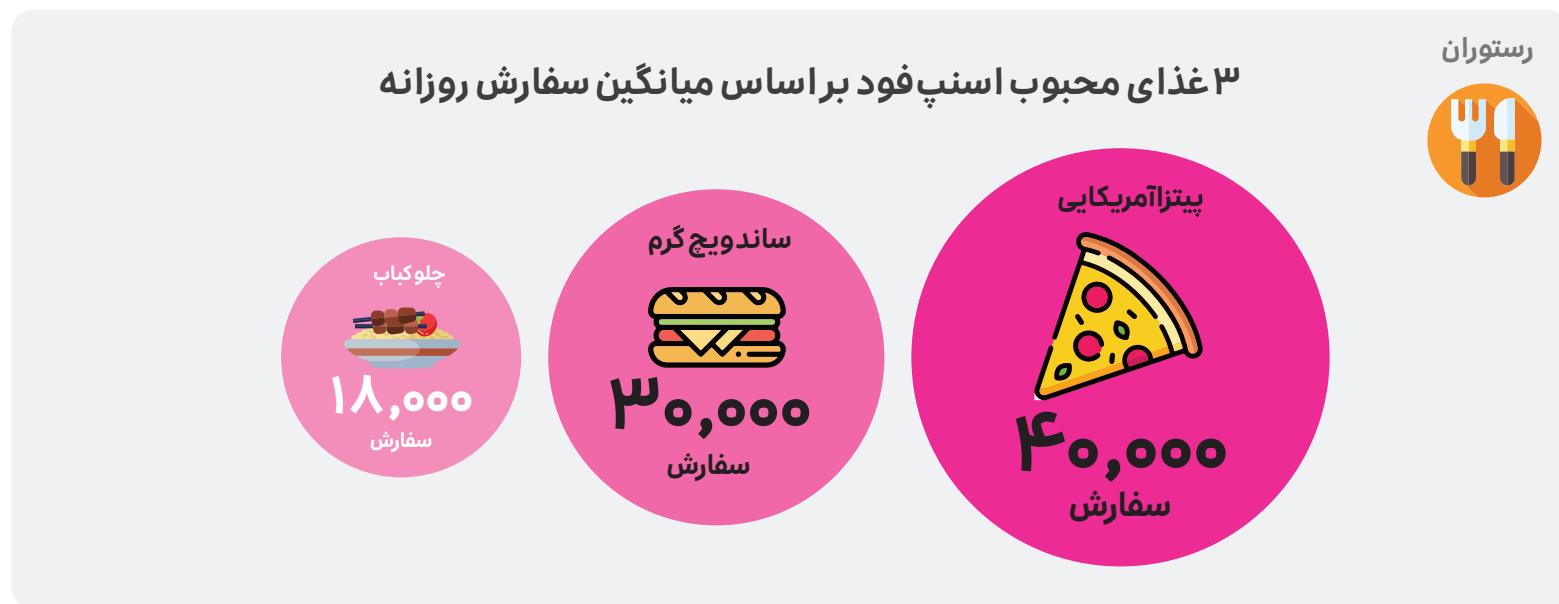
۴۲,۵۷۰,۰۰۰

پرس خوراک جوجه کباب ۸۶۰

اسنپ‌فود در چه شهرهایی فعال است؟



تهران، مشهد، اصفهان، شیراز، کرج، تبریز، قم، اهواز، رشت، ارومیه، قزوین، همدان، ساری، بوشهر، بزد، بندرعباس، کرمان، اردبیل، کرمانشاه، اراک، زنجان، شاهین شهر، گرگان، نیشابور، اسلام‌شهر، پرdis، کاشان، زاهدان، ستنده، بافق، بجنورد، یاسوج، سمنان، کیش، پرند، سپاهان شهر، قائم شهر، شهرکرد، لاهیجان، سبزوار، خرم‌آباد، بیرجند، آمل، بابلسر، ایلام، آبادان، گنبد کاووس، بندر انزلی، تجف آباد، درفول، بهارستان، فولادشهر، خمینی شهر، شاهروд، بروجرد، سهند، قشم، مراغه، کازرون، مرودشت، لواستان، پاکدشت، رامسر، محمود‌آباد، فوچان، نور، بومهن، تربت حیدریه، ساوه، مرند، تربت جام، ورامین، رباط کریم، نسیم شهر، زین شهر، نوشهر، شهرضا، باقرشهر، ملایر، روبان، تنکابن، بهشهر، سلمان شهر، قرچک، سیرجان، دماوند، اندیمشک، مارلیک، اندیشه، صدر، چابهار بم، شهریار، خوی، زابل، شهریز، مبارکه، شهر قدس، ویلاشهر، روسر، فلاورجان، فسا، ایزدشهر، لار، چهارمحال بختیاری، میبد، آبیک، گرمه، خمین، سرخ رود، طبس، فومن، ملارد، آستانه اشرفیه، جالوس، نکا، خرم‌شهر، کلارآباد، رفسنجان، گرمسار، آزان بیدگل، صومعه سرا، فریدونکنار، رامهرمز، میاندوآب، لنگرود، جاجrud، سربند رودهن، هشتگرد، نقده، گناباد، اردکان بزد، آستارا، لرستان، سرعین، عباس آباد، شوشتر، علی آباد کتول، طرقبه، بروجن، درود، اسکو، شیرگاه، تفت، ماسال، کوهدهشت، کنگاور، کردکوی، کردستان، کامیاران، نی ریز، نمک آبرود، نطنز، میمه، منجیل، ماهدشت، فشم، شمشک، شادگان، سنگر، سراب، سامان، رودبار، داراب، خوانسار، خشت سر، جیرفت، تفرش.



در پشتیبانی اسنپ فود چه می‌گذرد؟



توزيع نیروهای پشتیبانی در کشور



تماس‌های موفق



نسبت پاسخ‌دهی خودکار تماس‌ها



تعداد نیروهای پشتیبانی

%۴۰
دیگر شهرها

%۶۰
تهران

%۹۱

%۴۰

۶۲۱



سعید لطفی
مدیرعامل اسنپفود

هدف از تلاش ۱۵۰۰ نفر در بدنی تیم اسنپفود و بیش از ۶۰۰۰ سفیر در ناوگان ارسال، همواره در راستای ارائه بہترین خدمات و محسوس کردن آن در زندگی روزمره‌ی همراهان اسنپفود بوده است. در سال ۱۴۰۰، تمرکزویژه‌ای بر بخش‌های پشتیبانی سفارش‌های کاربران، ارسال سفارش‌ها و پشتیبانی از بالغ بر ۳۰ هزار فروشگاه خدمات دهنده اسنپفود داشتیم. همچنین تلاش کردیم با اضافه و تقویت کردن سرویس‌های متنوع اعم از نان، شیرینی، میوه، پروتئین و دیگر سرویس‌ها در مسیر خدمات رسانی بیشتر قدم برداریم.





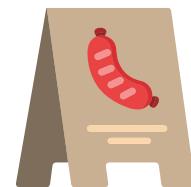
۸,۵۰۰,۰۰۰



نان سنگی در اسنپ‌فود سفارش داده شده

% ۷۵

از نوشیدنی‌های سفارش
داده شده همراه با غذا
نوشابه بوده است



مجموع سفارش‌ها

+ ۳,۰۰۰

تن معادل ۲ میلیون و ۷۲۱ هزار کیلوگرم

محبوب‌ترین‌ها

سینه‌ی مرغ بدون استخوان، گوشت چرخ کرده



محبوب‌ترین‌ها:
گوجه فرنگی، موز، خیار، پیاز، سیب زمینی



۱۲,۰۰۰

تن میوه از اسنپ‌فود سفارش داده شده است



Snapp! Food





علیرضا صادقی‌پور

مدیر ارشد فنی



در سالی که گذشت، اسنپفود از نظر تنوع سرویس‌ها، پراکندگی جغرافیایی، تعداد کاربران و سفارش‌ها رشد چشمگیری را تجربه کرد. این رشد در مقاطع م مختلف ما را با چالش‌های مختلفی مواجه کرد که سعی کردیم در کوتاه‌ترین زمان این مشکلات را برطرف کنیم. امیدواریم در سال جدید با ادامه مسیر بهبود و پیشرفت، به همه کاربرانمان در همه جای کشور، سرویس بهتری را ارائه دهیم.



اقدامات اسنپفود برای بهبود تجربه کاربری



بازطراحی و عرضه
نسخه‌ی جدید دسکتاپ



بازطراحی فرایند جستجو



پشتیبانی خودکار



نمایش زمان ارسال سفارش
پیش از ثبت



بازطراحی اطلاعات منوی
فروشندہ



بازطراحی پیگیری سفارش با هدف
نمایش دقیق دلایل تاخیر



بازطراحی کامل اپلیکیشن پیک
اسنپفود



بازطراحی چک اوت



ثمر رشید بیگی

مدیر ارشد مالی و عضو هیئت مدیره اسنپفود



در ۵ سال اخیر سهم سفارش اینترنتی کالاها در نقاط مختلف کشور افزایش یافته است و خوشحالیم که اسنپفود در این زمینه نقش مهمی داشته است. حالا اسنپفود در بیش از ۱۷۰ شهر کشور آماده‌ی خدمت‌رسانی به کاربرانش است و این نشان‌دهنده یک تغییر بزرگ در شیوه‌ی زندگی مردم است.



سحر شیشه‌گر
مدیرعامل اسنپ‌تریپ

صبا مرتضوی
مدیرعامل اسنپ‌تریپ

Snapp!TM
Trip



اسنپ تریپ؛ رزرو هتل و خرید بلیت هواییما، اتوبوس، قطار

صنعت گردشگری، در دو سال اخیر و با همه گیری کرونا، به شدت تحت تاثیر قرار گرفت. در سال اول همه گیری و دوران قرنطینه، سفرها کاهش یافت و تنها به موارد کاری و ضروری ختم شد. بسیاری از هتل‌ها اظرفیت‌هارا کاهش دادند و حدود نیمی از آن‌ها تعطیل شدند. ظرفیت پروازهای نیز حدود ۱۴۰% کاهش پیدا کرد و قیمت بلیت هواییما با افزایش ناگهانی مواجه شد. اسنپ تریپ در این دوران، تلاش کرد با وجود فراهم کردن امکان سفر امن و بهداشتی، مردم را از رفتتن به سفرهای غیر ضروری بازدارد. در سال دوم، همه گیری و با آغاز واکسیناسیون سراسری در کشور محدودیت‌های نیز کاهش یافت، در این شرایط، همچنان سلامت هم وطنان برای اسنپ تریپ در اولویت بود و اقدامات متنوعی برای سفری سلامت انجام شد. با گسترش واکسیناسیون سراسری و از سرگیری پروازها با اظرفیت کامل در پاییز ۱۴۰۰، اسنپ تریپ هم توانست سهم بزرگ‌تری از بازار سفر و گردشگری داخلی و خارجی را از آن خود کند.



اُنْ‌TM
تریپ



سهم اسنپ تریپ از بازار فروش بلیت پرواز
داخلی در پایان سال ۱۴۰۰ نسبت به ابتدای
سال ۱۳۹۹ ابه میزان ۴۴٪ رشد کرد

%۴۴



رشد فروش اسنپ تریپ در زمستان، نسبت به فصول قبل



زمستان؛ فصل رویایی سفر!

فصل زمستان پرفروش‌ترین فصل سال
۱۴۰۰ برای اسنپ تریپ بود.





سحر شیشه‌گر
مدیرعامل اسنپ‌تريپ

نیمه اول ۱۴۰۰، به دلیل شیوع کرونا و ظرفیت ۶۰ درصدی پروازها، صنعت گردشگری با اقبال مواجه نشد. پیش‌بینی ما برای نیمه‌ی دوم سال، بازگشت به اوج روزهای سفر بود. بنابراین فعالیت خود را براجرای کمپین‌های مختلف برای دوران پس از پاندمی استوار کردیم و توانستیم با نزدیک شدن به نوروز، تسريع واکسیناسیون سراسری و از سرگیری پروازها با ظرفیت کامل، نتیجه‌ی فعالیت‌هایمان را ببینیم و زمستان ۱۴۰۰ را به پر فروش‌ترین فصل در زمینه‌ی فروش بلیت پرواز داخلی تبدیل کنیم.

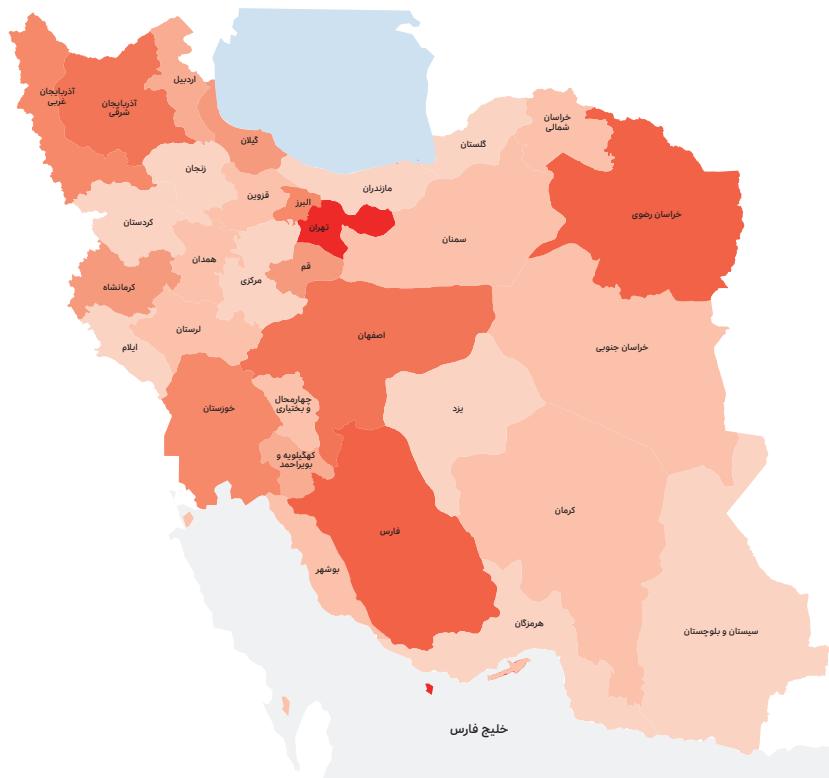


پرواز

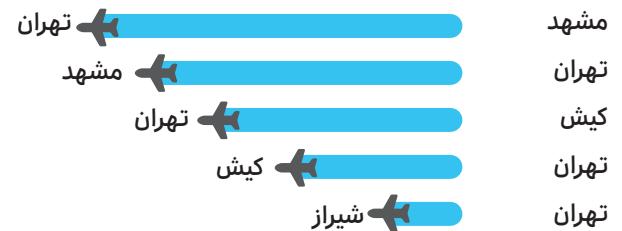


یکشنبه ۸ اسفند

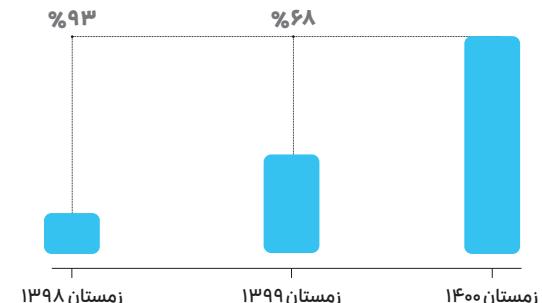
پرفروش‌ترین روز سال ۱۴۰۰ در
فروش بلیت پرواز

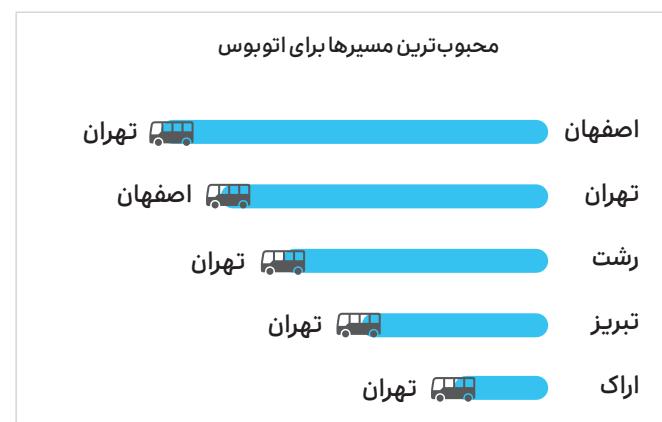
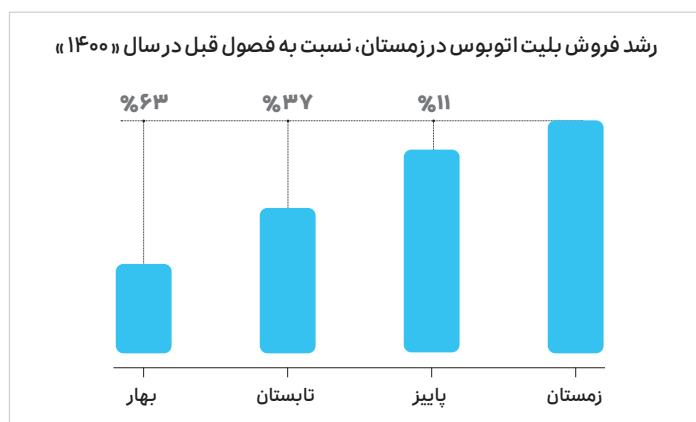


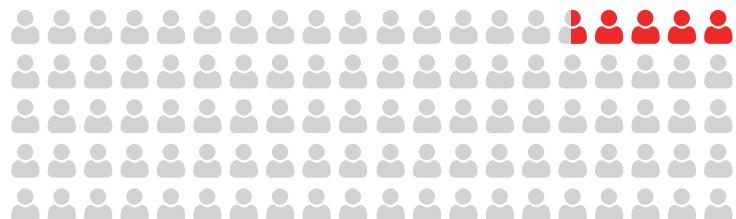
محبوب‌ترین مسیرهای پرواز داخلی



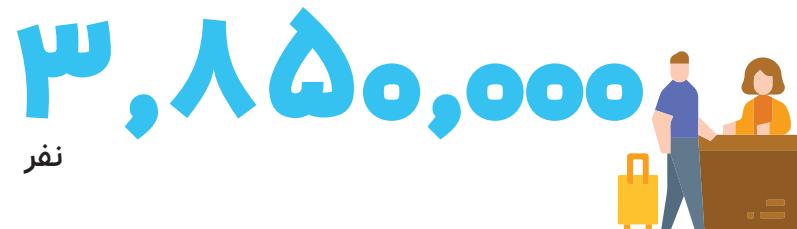
رشد فروش بلیت پرواز داخلی در زمستان ۱۴۰۰ نسبت به سال‌های قبل







تعداد نفراتی که تاکنون در هتل‌های اسنپ‌تریپ اقامت کرده‌اند



پرسفرترین کاربر سال

در سال ۱۴۰۰ اشخاص با ۱۳ شب اقامت در هتل‌های مختلف ایران، به عنوان پرسفرترین کاربر اسنپ‌تریپ شناخته شد. او در این سال، بیشتر از ۸۰ میلیون تومان برای اقامت هزینه کرد.



صبا مرتضوي
مدیرعامل اسنپ‌تريپ

“

در دوران پاندمی، مانه تنها مردم را به جلوگیری از سفرهای غیرضروری تشویق کردیم، بلکه با طرح کنسلی رایگان توانستیم امکان کنسل کردن اقامت در آخرین لحظه بدون پرداخت جریمه را برای مسافرانمان فراهم کنیم. در دوران شیوع کرونا، متاسفانه حدود نیمی از هتل‌ها تعطیل شدند و در سال ۱۴۰۰ و پس از واکسیناسیون سراسری بسیاری از هتل‌ها مجدداً بازگشایی شدند و با تداویری که ما برای پس از گذار از این دوران داشتیم، توانستیم بیشترین ظرفیت ممکن هتل‌ها را برای مشتریانمان فراهم کنیم و رکورد رزرو هتل داخلی را در نوروز ۱۴۰۰ ثبت کردیم.

“

Snapp!
Market

Snapp!
Express

Snapp!
Market



رامین لایقی
مدیرعامل اسنپ مارکت



مسعود طباطبایی
مدیرعامل اسنپ اکسپرس



پویا رستگار
مدیرعامل اسنپ مارکت

سوپرمارکت اسنپ؛ از تحویل فوری تا تخفیف بیشتر

سوپرمارکت اسنپ خدمات خود را در دو بخش اسنپ اکسپرس و اسنپ مارکت ارائه می‌دهد. اسنپ اکسپرس با «تحویل فوری» از سوپرمارکت‌های محلی و فروشگاه‌های زنجیره‌ای و اسنپ مارکت با «تخفیف بیشتر» از هایپراستار به مشتریان خود سرویس می‌دهند. این دو سرویس بالرسال فوری کالا و تخفیف‌های شگفت‌انگیز و تنوع کالایی بسیار تمامی نیازهای هواداران خرید آنلاین را پاسخگو هستند. اسنپ اکسپرس از طریق گزینه‌ی سوپرمارکت در صفحه‌ی نخست اپلیکیشن اسنپ‌فود و گزینه‌ی «تحویل فوری» در بخش سوپرمارکت سوپر اپلیکیشن اسنپ در دسترس کاربرانش است. اسنپ مارکت نیز از طریق اپلیکیشن و سایت اختصاصی خود و همچنین گزینه‌ی «تخفیف بیشتر» در بخش سوپرمارکت سوپر اپلیکیشن اسنپ در دسترس کاربرانش است. با استفاده از این دو سرویس از حمل و نقل خریدهای کلی و عمده‌ی سوپرمارکتی بی‌نیاز خواهید شد و دغدغه‌ی ترافیک و جای پارک نخواهید داشت و در وقت خود صرفه‌جویی خواهید کرد. همچنین پشتیبانی این سرویس‌ها تازمان جلب رضایت کاربران در کنار آنها خواهد بود و خرید شما را دلچسب‌تر خواهد کرد.



اُسنپ!
مارکت

اُسنپ!
اکسپرس

بیشترین اقلام خریداری شده

۵۳۶,۰۴۱

در یک روز

سریع‌ترین ارسال سوپرمارکت



۶ دقیقه و ۱۶ ثانیه

%۱۸۴

رشد تامین کنندگان در سوپرمارکت نسبت به سال قبل





مسعود طباطبایی
مدیرعامل اسنپ اکسپرس

“

در سالی که گذشت با افزایش ۱۸۰ درصدی تعداد فروشگاه‌هایی که با سوپرمارکت اسنپ همکاری می‌کنند، توانستیم بیش از ۲۵۰۰ فرصت شغلی ایجاد کنیم. همچنین امکان خرید اعتباری به عنوان یک قابلیت ویژه به سوپرمارکت اسنپ افزوده شد.

ما همواره با افزایش کانال‌های دسترسی تلاش می‌کنیم تجربه‌ی دلپذیری را برای کاربران خود فراهم کنیم. پشتیبانی سوپرمارکت اسنپ در هفت روز هفته همراه مشتریان است و در دسترس بودن سایت و اپلیکیشن، خرید روزانه‌ی مردم را به خصوص در دوران کرونا آسان کرد.

“

تعداد شهرها

۸۴



سوپرمارکت اسنپ در چه شهرهایی فعال است؟

تهران، رودسر، یزد، ورامین، ساوه، کرمانشاه، پرند، مشهد، میاندوآب، آمل، اصفهان، ارومیه، رباط کریم، اندیشه، مرند، بندرعباس، گنبدکاووس، قزوین، تبریز، بابلسر، بروجن، دزفول، زاهدان، سیرجان، آبادان، بروجرد، همدان، کازرون، کرمان، قشم، قوچان، رفسنجان، شهرری، زنجان، اسلامشهر، سمنان، رامسر، هشتگرد، کردستان، بوشهر، پاکدشت، بهارستان، اهواز، شاهین شهر، خوی، شهرقدس، شیراز، بابل، ملارد، تربت‌جام، نیشابور، سراب، سنندج، شاهroud، رودهن، لواستان، خرمآباد، رشت، بندرانزلی، فریدون‌کنار، مراغه، بجنورد، شهرضا، کاشان، سبزوار، ماهدشت، اراک، یاسوج، شهریار، کرج، گرمهده، نجف‌آباد، نقده، آستانه اشرفیه، گرگان، پردیس، قائم شهر، تربت‌حیدریه، شهرکرد، قم، ساری، نسیم شهر، لاهیجان، لنگرود، اردبیل، ایلام



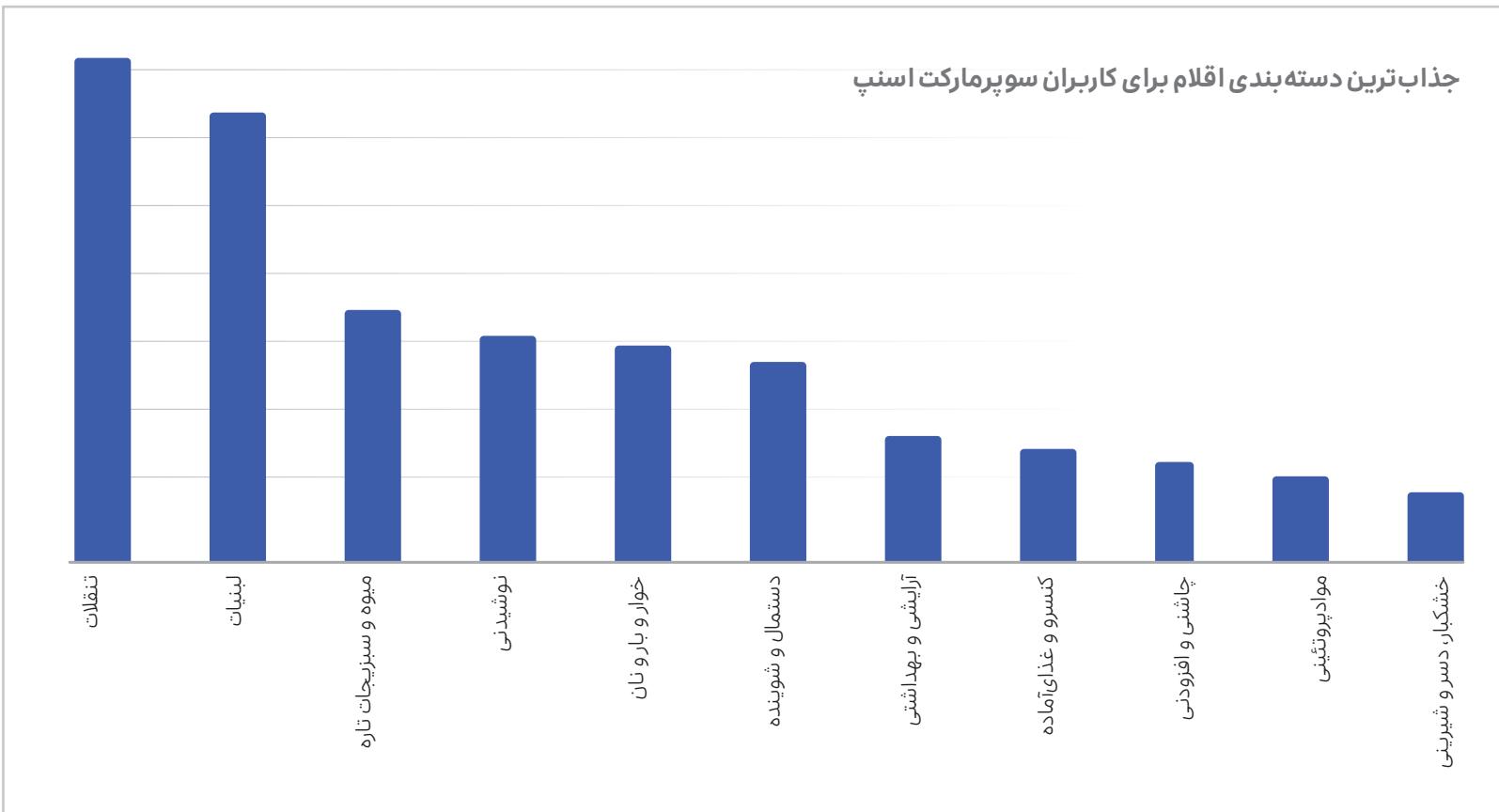
پویا رستگار مدیرعامل اسنپ مارکت



خرید آسان، متنوع و قیمت‌های رقابتی سه مولفه‌ی مهم برای خرید آنلاین سوپرمارکتی است. سهم این سه مولفه به تناسب حضور مصرف‌کننده در کلان شهرها و شهرهای کوچک‌تر متفاوت است، به همین علت در سال ۱۴۰۰ سوپرمارکت اسنپ با افتتاح چندین شعبه و مرکز پردازش کالا، تلاش کرد تا با افزایش مناطق تحت پوشش و به تناسب آن سطح خدمات و تنوع محصولات رابه میزان قابل توجهی در شهرهای مختلف افزایش دهد. این افزایش و رشد، توأم با افزایش سطح رضایت مشتریان و تنوع کالاهای بود؛ طبق مستندات تحقیقات بازار، سوپرمارکت اسنپ رتبه‌ی اول بهترین قیمت، بالاترین رضایت مشتری و بیشترین تنوع محصول را در این سال به دست آورد.



جذاب‌ترین دسته‌بندی اقلام برای کاربران سوپرمارکت اسنپ



تعداد بستنی‌های ارسال
شده در سال ۱۴۰۰

+۱۴,۰۰۰,۰۰۰



نزدیک به
۵۸۳
کالا در هر دقیقه



بیشترین کالای ارسالی در یک ساعت
+۳۵,۰۰۰
کالا



رشد تعداد سفارشات سوپرمارکت در سال ۱۴۰۰

%۱۲۰

رشد تعداد فروشگاه‌های سوپرمارکت در سال ۱۴۰۰

%۱۸۰

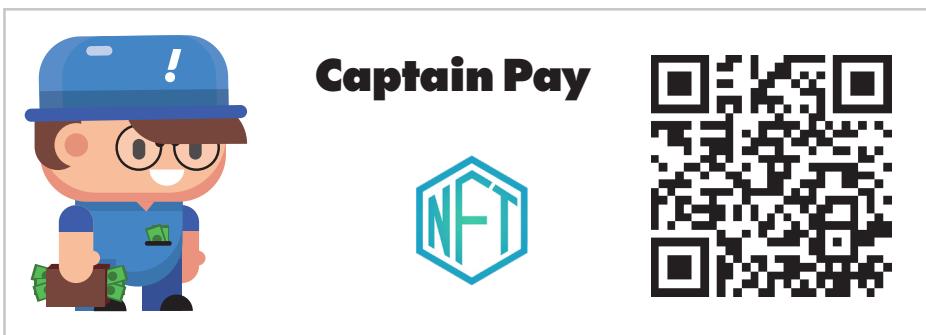
**Snapp!
Pay**



احسان رحمانی نیا
عضو هیئت مدیره اسنپ پی

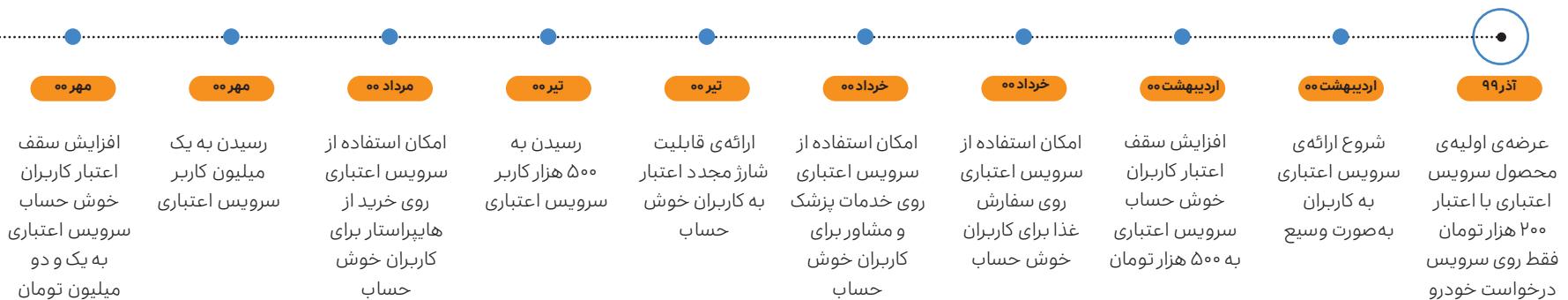
اسنپ‌پی؛ راهکار مالی هوشمند و سریع

اسنپ‌پی، اولین ارائه دهنده BNPL (الان بخر، بعداً پرداخت کن) در ایران با نام سرویس اعتباری است که ارائه‌ی این سرویس را با هدف ایجاد فراگیری مالی از سال ۹۹ آغاز کرد. این مدل یکی از جدیدترین شیوه‌های پرداخت در دنیاست که محبوبیت زیادی به خصوص بین نسل جوان دارد. ارائه‌ی این خدمت توسط اسنپ‌پی، نقطه‌ی عطفی در صنعت پرداخت و ارائه‌ی اعتبار خرد در ایران بود که با استقبال گسترده کاربران مواجه شد. با استفاده از این روش پرداخت، کاربران سوپر اپلیکیشن اسنپ می‌توانند محصولات و خدمات مورد نیاز خود را در لحظه خرید یا دریافت کنند و مبلغ آن را در پایان ماه بازگردانند. در حال حاضر سرویس اعتباری برای خدمات درخواست خودرو و موتور، سفارش غذا، سفارش از سوپرمارکت و هایپرماستار، پزشک و مشاوره و سفارش از داروخانه فعال است. همچنین اسنپ‌پی قصد دارد در سال ۱۴۰۱ امکان استفاده از این سرویس را روی محصولات و خدمات متنوع‌تری فراهم کند.



انپی!
پ

تایم لاین و قایع مهم اسنپ پی



تعداد کل کاربران سرویس اعتباری

+۴,۰۰۰,۰۰۰



رکورد سال ۱۴۰۰

۱۹۵,۴۲۱

تراکنش با سرویس اعتباری در یک روز

۱۴۰۰ ۹ اسفند



انتخاب سرویس اعتباری اسنپ پی

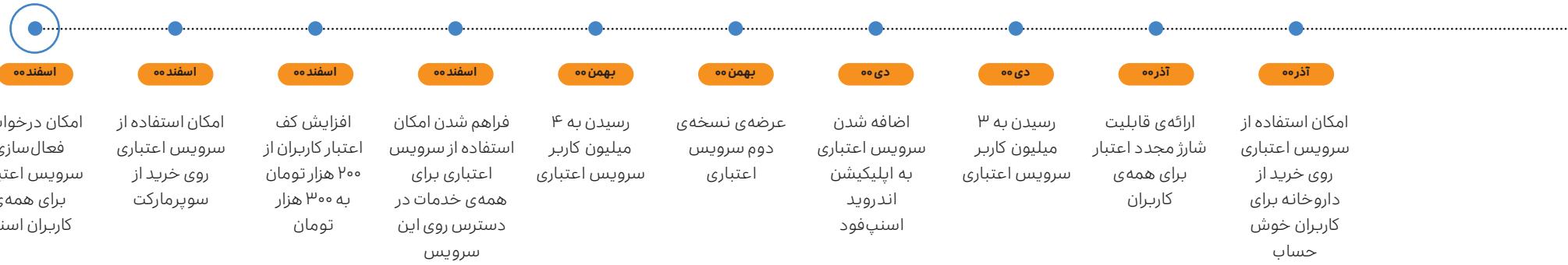
نوآوری برتر ایرانی

در ششمین جشنواره ملی نوآوری برتر ایرانی

میزان رشد سرویس اعتباری در سال ۱۴۰۰

% ۴,۷۸۴

رشد



بازه‌ی سنی کاربران سرویس اعتباری

جوان‌ترین کاربر **۱۳۸۲ تیر ۲۵**

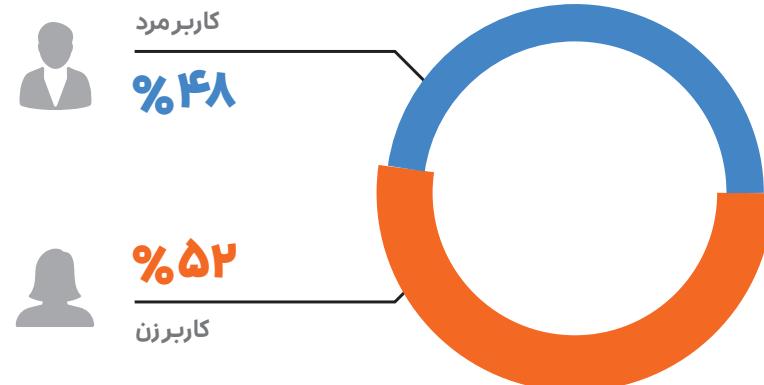
مسن‌ترین کاربر **۱۳۱۰ تیر ۰۷**

تاریخ تولد



۲۵۷

رکورد تعداد دفعات استفاده‌ی یک کاربر از سرویس اعتباری در یک ماه



۳۶

رکورد تعداد دفعات استفاده‌ی یک کاربر از سرویس اعتباری در یک روز

کاربری که بیشترین تعداد دفعات تراکنش با سرویس اعتباری در یک سال اخیر را داشته:

۱,۱۹۰ بار

تعداد تراکنش‌های کاربر در یک سال اخیر

۲۵۱,۹۶۱,۳۶۰ ریال

مجموع ریالی

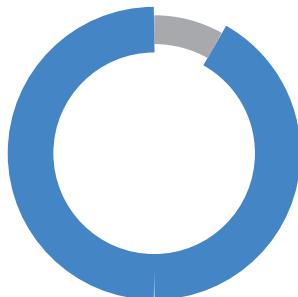
کاربری که بیشترین مجموع تراکنش با سرویس اعتباری در یک سال اخیر را داشته:

۶۴۷ بار

تعداد تراکنش‌های کاربر در یک سال اخیر

۳۴۷,۵۹۵,۷۶۰ ریال

مجموع ریالی تراکنش‌های یک سال اخیر



%۹۰

کاربرانی که سرویس اعتباری‌شان را
فعال کرده‌اند، از این سرویس حداقل
یکبار استفاده موفق داشته‌اند.

%۳۸

کاربران حداقل یک بار بیش از ۵۰
درصد اعتبارشان را در ۵ روز اول ماه
استفاده کرده‌اند.



اهداف اسنپ‌پی برای سال ۱۴۰۱

انتشار محصول جدید
سرویس اعتباری با عنوان
«اعتبار اقساطی»

ارائه سرویس روی سایر
محصولات اسنپ و گسترش شبکه
پذیرنده‌گی به خارج از گروه اسنپ

افزایش کاربران
سرویس اعتباری به
میزان ۱۰۰ درصد



مجید حسامی
مدیرعامل اسنپ‌پی



۱۴۰۰ سال معرفی سرویس BNPL (الان بخر، بعداً پرداخت کن!) برای نخستین بار به جامعه‌ی ایرانی و نقطه‌ی عطفی در صنعت پرداخت کشور بود. استقبال گسترده‌ی کاربران از سرویس اعتباری اسنپ‌پی منجر به شکل‌گیری محصولات مشابهی متعددی در این حوزه شد و سال ۱۴۰۱، سال پررقابتی در حوزه‌ی BNPL خواهد بود. ما در اسنپ‌پی برای این چالش مستقانه آماده هستیم و سعی می‌کنیم پیشتری خود را در این حوزه حفظ کنیم و بتوانیم با ارائه‌ی محصولات و خدمات متنوع‌تر به تعداد بیشتری از کاربران به رشد حوزه‌ی پرداخت و توسعه‌ی فراگیری مالی در کشور کمک کنیم.



مسعود تاجفرد

هم بنیانگذار و رئیس هیئت مدیره اسنپدکتر

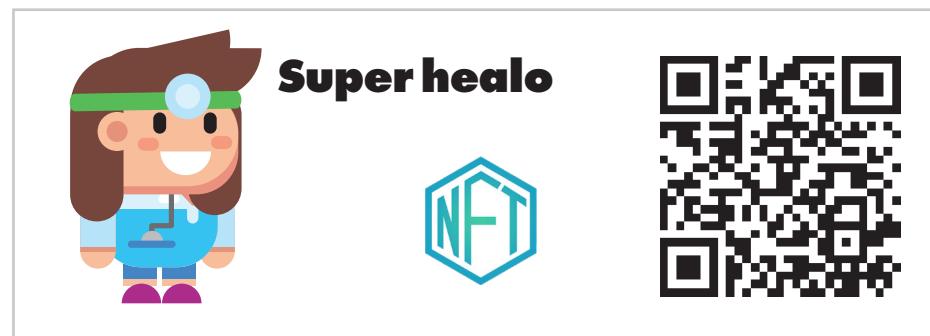
گلرخ داوران

هم بنیانگذار و مدیر عامل اسنپدکتر



اسنپ دکتر؛ پاسخگوی تمام نیازهای درمانی

سرویس‌های مختلف اسنپ نقش پرزنگی در فرهنگ‌سازی و جانداختن استفاده از خدمات آنلайн در کشور ایفا کردند. اسنپ دکتر یکی از مهم‌ترین و شاید پرچالش‌ترین این سرویس‌های است که به ویژه در دوران کرونا توانست خدمات نوین، حیاتی و تاثیرگذاری ارائه دهد. امروز می‌دانیم که برای مشاوره و برخی خدمات پایه‌ی پزشکی لازم نیست حتماً به طور حضوری به پزشک مراجعه کنیم. اسنپ دکتر، به عنوان پل ارتباطی میان کاربران با ارائه‌دهندگان خدمات پزشکی و روانشناسی، به افراد زیادی کمک کرد تا در دوران قرنطینه بدون خروج از خانه و ورود به مکان‌های پرخطر از خدمات پزشکی بهره‌مند شوند. تیم نوآور اسنپ دکتر، خود را به مشاوره‌ی پزشکی و روانشناسی، خدمات پزشکی و پرستاری در منزل و آزمایش‌های پزشکی و کرونا محدود نکرد و در سال ۱۴۰۰ سرویس نوبت‌دهی آنلайн مطب، آزمایش طب کار و سفارش دارو رانیز به خدمات خود افزود تا در حوزه‌ی خدمات آنلайн درمانی گام‌های موثر و بزرگ‌تری بردارد.



™
اسنپ
دکتر

قابلیت‌های
جدید اسنپ‌دکتر
در سال گذشته



تعداد تست کرونای سازمانی

۱۱,۵۰۲

خدمات



آزمایش پزشکی و کرونا

۱۸۹,۱۷۳کاربر از خدمات کرونا شامل تست یا مشاوره‌ی
پزشکی استفاده کرده‌اند

محبوب‌ترین سرویس‌های در اسنپ‌دکتر

مشاوره‌ی روانشناسی

مشاوره‌ی پزشکی

سفارش دارو

خدمات پزشکی، پرستاری و آزمایشگاهی در منزل

+1,۰۰۰

پرسفارش ترین کاربر سال

پرسفارش ترین کاربر سال بیش از هزاربار از خدمات مشاوره‌ی روانشناسی و پزشکی استفاده کرده است.



پزشک و پرستار در منزل

سفارش‌های بخش خدمات در منزل

۱۴,۵۴۵

درخواست

۱۳۲,۳۰۵

درخواست

محبوب‌ترین موارد درخواست

۲۵۴۲ سفارش

تزریقات

۳۶۱۹ سفارش

سرم‌تراپی



گلرخ داوران

مدیرعامل و هم‌بنیانگذار اسنپ‌دکتر

اسنپ‌دکتر در راستای مسئولیت اجتماعی خود در دوفاز، طرح «سلامتی بیخشیم» را به اجرا درآورده است. در فاز اول که از ۲۸ تیر تا ۱۱ مرداد ۱۴۰۰ برگزار شد، خدمات مشاوره‌ی پزشکی و روانشناسی و سفارش آنلاین نسخه‌ی دارو را به صورت رایگان در اختیارتامام افراد دارای معلولیت و بیماری‌های خاص قراردادیم. فاز دوم این طرح نیز از ۱۶ تا ۱۲ آذر به مناسبت روز جهانی افراد دارای معلولیت و با هدف افزایش سطح دسترسی این افراد به خدمات پزشکی و روانشناسی اجرا شد.



امیرحسین جهاندیده
مدیرعامل اسنپ روم

Snapp!
Room



اسنپ‌روم؛ رزرو هتل و مهمان‌پذیرهای اقتصادی

تیم اسنپ‌روم در سال ۹۶ با هدف ارائه خدمات بهتر برای سفرهای اقتصادی شکل گرفت و حالتاً بعد از ۵ سال توانسته در شهرهای مختلف کشور، از شمال تا جنوب و از شرق تا غرب خدمات خود را به مسافران ارائه دهد. اقامتی با کیفیت اما با کمترین قیمت، هدف اسنپ‌روم ایجاد تجربه‌ی بهتر از سفرهای اقتصادی است و تلاش می‌کند تا همه‌ی افراد با هر میزان بودجه، اقامت خوبی را در طول سفرداشته باشند. این سرویس اقتصادی با توجه به نظرات کاربران، امکانات و خدمات خود را روزبه‌بود بخشیده و حالا با ارائه خدماتی چون هتل‌های اختصاصی اسنپ‌روم، امکان کنسلي رایگان، امکان رزرو حضوری در اقامتگاه و اینترنت رایگان در محل اقامت توانسته است در بین پرطرفدارترین ارائه‌دهنده‌های خدمات رزرو اقامتگاه قرار گیرد. در سال گذشته اسنپ‌روم با همکاری اقامتگاه‌های بومی و سنتی کشور علاوه بر کمک به حفظ فرهنگ بومی شهرهای مختلف سعی کرد برای توانمندسازی و اشتغال کسانی که دغدغه‌ی حفظ فرهنگ و هنر داشته‌اند قدمی بردارد.

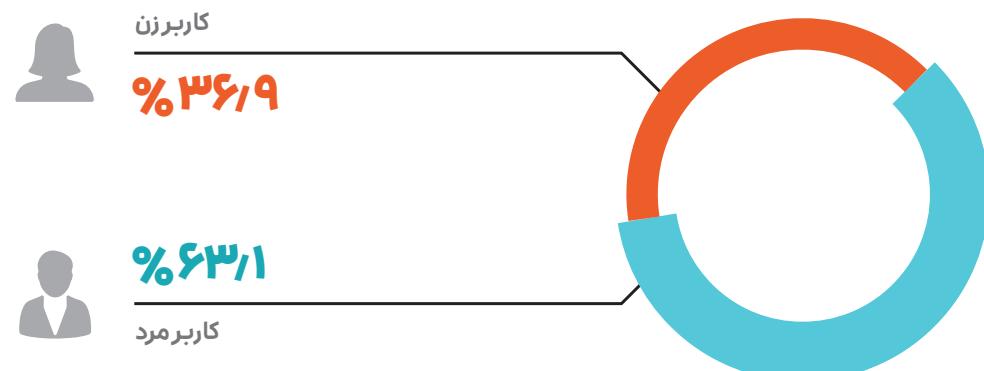


Magical Tourist



اسنپ!
ر۹۰

نسبت جنسیت کاربران اسنپ روم



اتاق توسط یک کاربر

رشد در یک سال اخیر

بیشترین همراهی کاربر با اسنپ روم

۳۰

شب



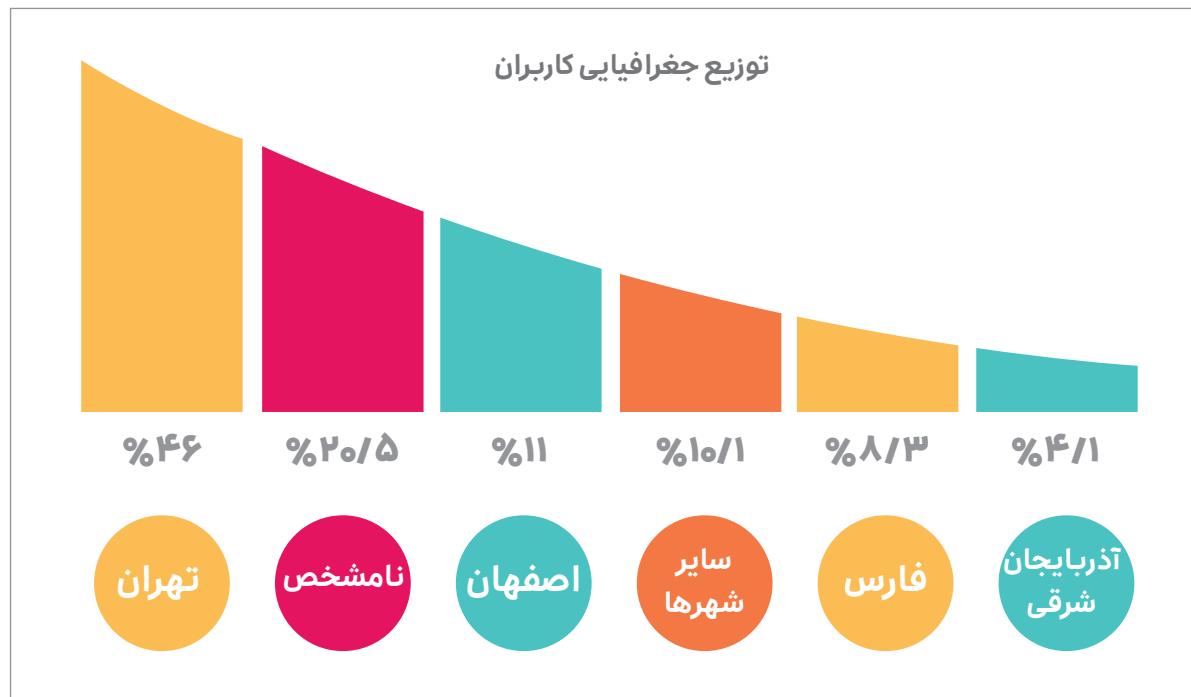
٪ ۲۱۴



۲۵۶

شب اقامت

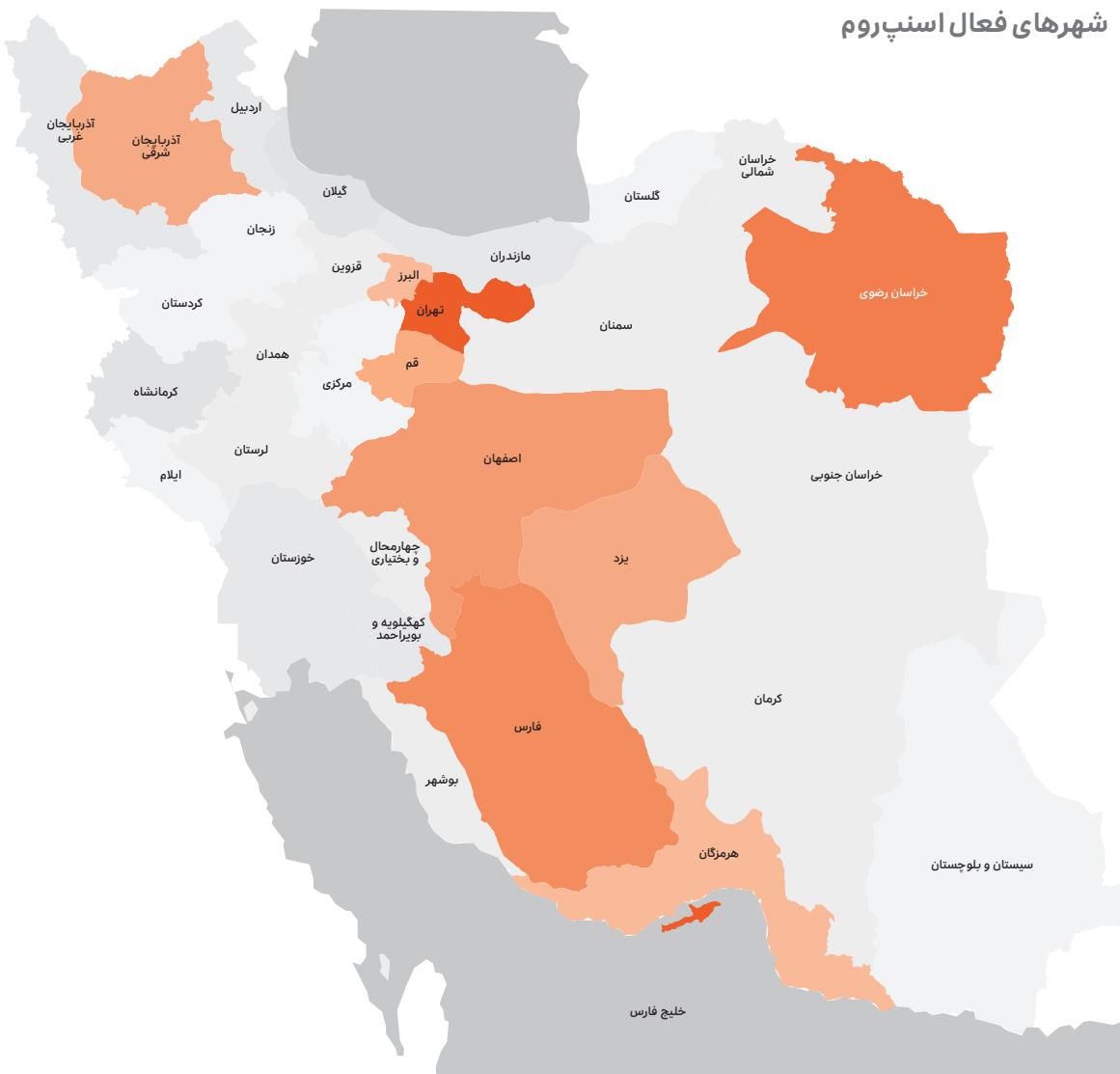




توزیع سنی کاربران



شهرهای فعال اسنپروم



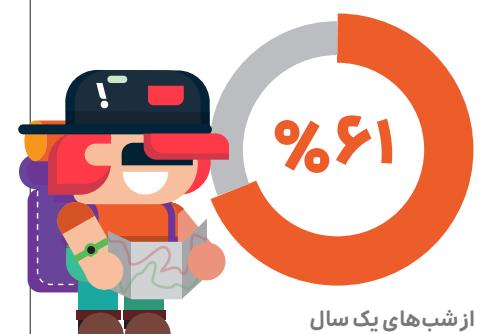
محبوب ترین شهرها

- تهران ۰۱
- مشهد ۰۲
- اصفهان ۰۳
- شیراز ۰۴

فعال ترین کاربر سال با ۱۸۳ سفارش

፩፭፻፯

شہر اقامت





صادق طاهری سرپرست عملیات اسنپروم



با تحلیل اکوسیستم گردشگری داخلی به این نتیجه رسیدیم که ظرفیت و الگوی توزیع موقعیت‌های اقامت هتلی در کشور به گونه‌ای است که پاسخگوی همه‌ی درخواست‌های این بازار نیست، از این رو برای رفع این نیاز در پایان سال ۱۴۰۰، قدم‌های اولیه‌ی ارائه‌ی موقعیت‌های اقامت غیرهتلی را برداشتم. با توجه به فروکش کردن همه‌گیری بیماری کرونا و انباشت نیاز به سفر در چند سال گذشته، تحلیل‌های ما نشان می‌دهد که سال ۱۴۰۱ نقطه‌ی عطفی در بهره‌برداری از اقامت غیرهتلی به ویژه در مناطقی با حداقل توزیع هتل خواهد بود.



**Snapp!
Ticket**

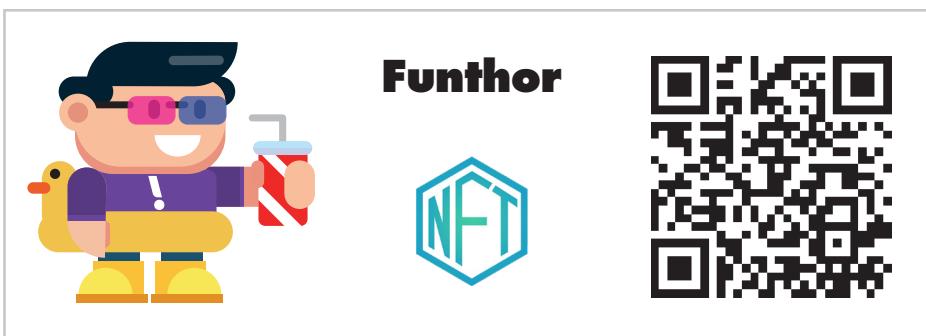


رضا ماهنیا

مدیر اجرایی اسنپ تیکت

اسنپ تیکت؛ مجموعه‌ای از سرگرمی‌ها

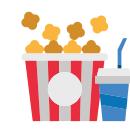
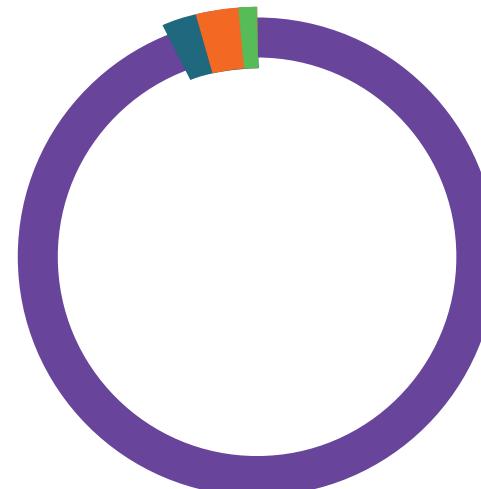
اسنپ تیکت در سال ۱۴۰۰ با رویکردی نو در زمینه‌ی خرید بلیت رویدادهای گوناگون فعالیت خود را آغاز کرد. خرید بلیت رویدادهای تفریحی مانند اتاق فرار، استخر، پینت بال، شهر بازی، تم پارک و ... در حال حاضر از این سامانه امکان‌پذیر است و در آینده خرید بلیت رویدادهای فرهنگی، آموزشی و تاریخی مانند تئاتر، سینما، کنسرت، موزه و مکان‌های تاریخی نیز افزوده خواهد شد. استفاده‌ی بیش از اندازه از کاغذ برای پرینت بلیت‌ها و همچنین مشکل بودن این روند برای بسیاری، یکی از دغدغه‌های مهم است که اسنپ تیکت از ابتدای فعالیت خود با جایگزین کردن بلیت‌های الکترونیکی به جای بلیت‌های کاغذی سعی کرده سهمی هرچند کوچک در حفظ طبیعت داشته باشد. سیستم مدرن کنترل بلیت اسنپ تیکت نیز با اتکابه همین موضوع راه اندازی شد تا تمام بلیت‌ها بدون نیاز به همراه داشتن نسخه‌ی کاغذی از روی موبایل، تبلت و ... قابل کنترل باشند.



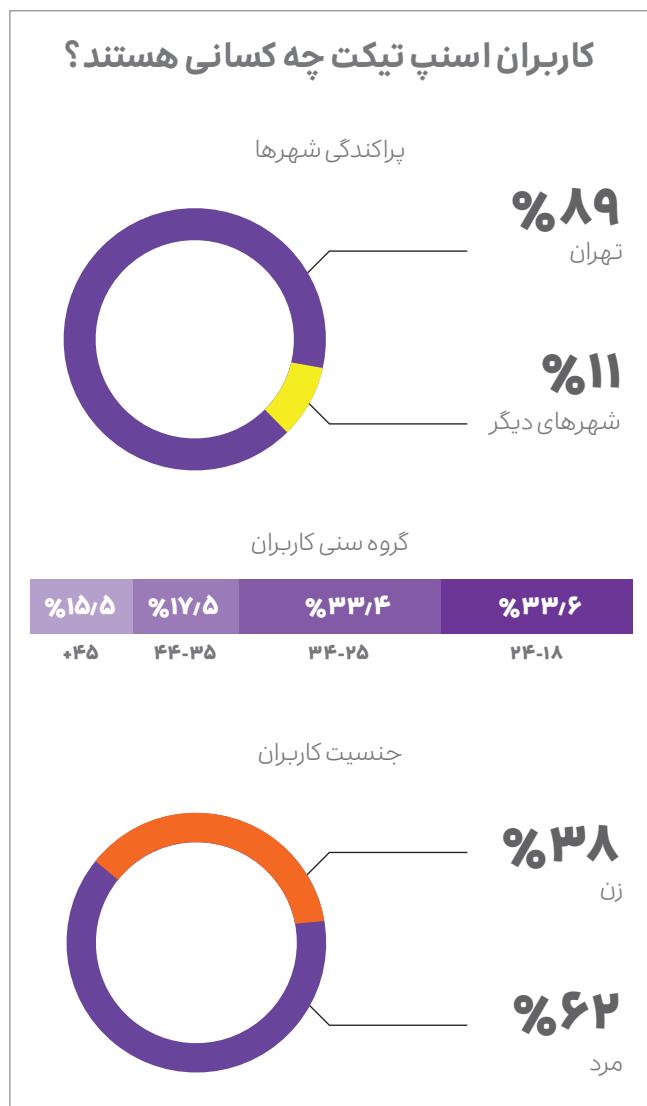
™
اسنپ
تیکت



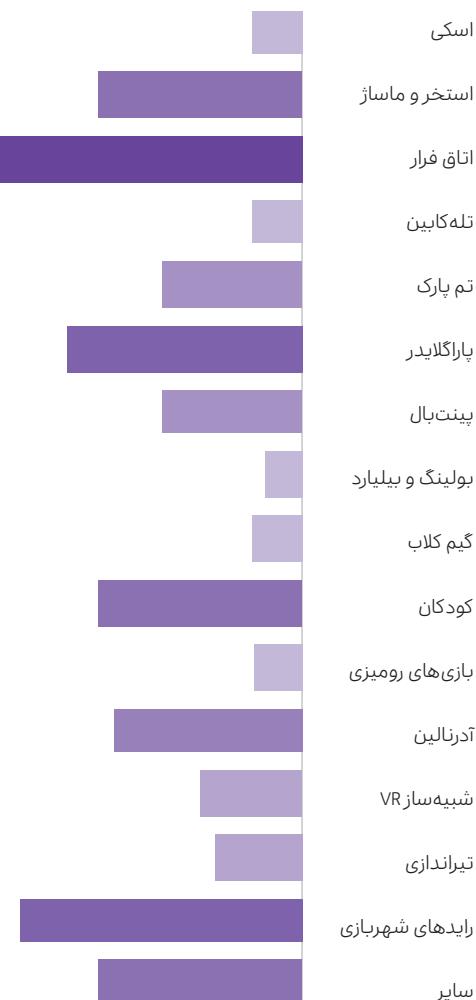
سهم خدمات اسنپ‌تیکت



اسنپ‌تیکت در سالی که گذشت بیشتر روی دسته‌بندی تفریحی تمرکز کرد و به همین دلیل بیشتر رویدادها در این دسته قرار می‌گیرند.



توزيع زیرمجموعه‌های دسته‌ی تفریحی



رویدادهای پر فروش اسنپ تیکت





رضا ماهرنیا
مدیر اجرایی اسنپ‌تیکت



برنامه‌ریزی برای ایجاد لحظات شاد و خاطره‌انگیز کاربسیار لذت‌بخشی است. در گیشه ما تلاش می‌کنیم تا انتخاب‌های بهتری برای اوقات فراغت کاربران ایجاد کنیم و امیدواریم سال آینده با کاهش کرونا بتوانیم گزینه‌های هیجان‌انگیزتری به کاربرانمان ارائه دهیم.



علیرضا صادقیان
مدیرعامل اسنپ و نچرز

Snapp!
Ventures



اسنپ ونچرز؛ حامی ایده‌های نوآورانه

اسنپ ونچرز، به عنوان بازوی سرمایه‌گذاری گروه اسنپ، در سال ۱۴۰۰ فعالیت خود را آغاز کرد تا تجربه و دانش خود را در کنارتامین مالی به تیم‌های نوپا و خلاق در اکوسیستم استارتاپی ایران ارائه کند. اسنپ ونچرز با در اختیار داشتن ابزارها و مزایای متعدد گروه اسنپ می‌تواند شرایطی را برای فرد یا تیم‌های نوپا فراهم کند که تمرکز خود را روی رشد ایده‌های نوآورانه بگذارند و در مسیر ساخت محصول و ارتباط با کاربران پیش روند. مهم‌ترین سرمایه‌ی اسنپ، مدیران با تجربه‌ای است که در بخش‌های مختلف این مجموعه در حال کار هستند و این توانایی را دارند که تا جای ممکن این دانش را در اختیار دیگر تیم‌ها بگذارند. هدف اصلی اسنپ ونچرز سرمایه‌گذاری روی تیم‌هایی است که در مرحله اولیه‌ی کار خود و به دنبال جذب سرمایه در مرحله‌ی بذری هستند. داشتن تیم خوب، ایده‌ی مناسب و محصول اولیه از اولویت‌های اسنپ برای انتخاب تیم‌هاست.



Thinker Man



اسنپ
ونچرز™

تیم‌های وارد شده به کمیته سرمایه‌گذاری

۱۵
تیم

تعداد ارائه‌های استارتاپی

۹۰
ارائه

تیم‌های بررسی شده در اسنپ ونچرز

۱۷۰
تیم

نحوه‌ی سرمایه‌گذاری

اسنپ ونچرز به تیم‌ها کمک می‌کند در مرحله‌ی اولیه‌ی شکل‌گیری کارشنان، مراحل پر دردسر و زمانبر product-market-fit را سریع تر پشت سر بگذارند. این مرحله‌ای است که بیشتر استارتاپ‌ها در آن شکست می‌خورند. علاوه بر این، اسنپ ونچرز با سرمایه‌گذاری نقدی در مرحله‌ی بذری کمک می‌کند تا تیم‌ها برای پیشبرد محصول و تیمسازی و جذب مشتریان اولیه مشکلی نداشته باشند.

کمک به مقیاس‌پذیری
و درآمدزایی با هدف
رشد سریع کسب و کار

سرمایه‌گذاری
استراتژیک

حمایت مالی از تیم‌های
خلق و نوپاتا کسب و کارهای
توسعه‌یافته

سرمایه‌گذاری
مالی در پروژه

تعامل برای توانمندسازی
استارتاپ‌ها و ایده‌های
نوآورانه با گروه اسنپ

همکاری با شبکه‌ی
استارتاپی اسنپ

ارزش‌های
اسنپ ونچرز



بیشتر ایده‌های در چه حوزه‌های
کسب و کاری بودند؟

علاقة‌مندان چگونه می‌توانند از این فرصت بهره‌مند شوند؟

کارآفرینان جوان و با استعداد برای استفاده از این فرصت و بهره‌مندی از مزایای گروه اسنپ می‌توانند به سایت اسنپ ونچرز بروند و مراحل ثبت‌نام را در سایت به آدرس snappventures.com طی کنند.



رضا محسنی

مدیر سرمایه‌گذاری گروه اسنپ

“

روبه رو شدن با ایده‌های جدید و تصمیم‌گیری در مورد اینکه کدامیک از آن‌ها قابلیت تبدیل شدن به کسب‌وکارهای موفق و چابک‌آینده را دارند کارمهیج اما بسیار پرچالشی است. نکته‌ای که همیشه به آن ایمان داشته‌ایم این است که داشتن تیم خوب، ایده‌ای جذاب در بازار هدف مناسب و محصول اولیه از مهم‌ترین عوامل موفقیت است.

“



منابع انسانی

نقش آفرینان اسنپ

پشت صحنه‌ی سوپرپاپ اسنپ بیش از ۵ هزار و ۷۵۵ نیروی زبده، خلاق و جوان ایستاده‌اند که روزانه با چالش‌های مختلفی مواجه می‌شوند، ولی سعی می‌کنند با خلاقیت و دانش خود خدمات آنلاین کشور را به استانداردهای بین‌المللی نزدیک کنند و پیش‌تاز باشند. نقش آفرینان اسنپ آموخته‌اند که در روزهای سخت و بحرانی باید در کنار یکدیگر و همینطور دیگر کسب‌وکارهای اکوسیستم استارتاپی ایران بایستند و برای تغییر و کارزدن محدودیت‌ها و موانع تلاش کنند. تک‌تک اعضای این خانواده اکنون سرمایه‌ی بزرگی برای کشور هستند و اسنپ افتخار می‌کند که در طول سال‌های فعالیت خود تلاش کرده از مهاجرت نخبگان و جوانان کشور جلوگیری کند و حتی موارد متعددی از مهاجرت معکوس را در این سال‌ها رقم بزنند.



علی قاسم خانی

معاون منابع انسانی اسنپ



ترگل خوشنویسان

معاون منابع انسانی
گروه اسنپ



آتکه خیرخواهان

مدیر منابع انسانی
اسنپ‌مارکت



سیاوش فرهمند

مدیر منابع انسانی
اسنپ‌تربیت



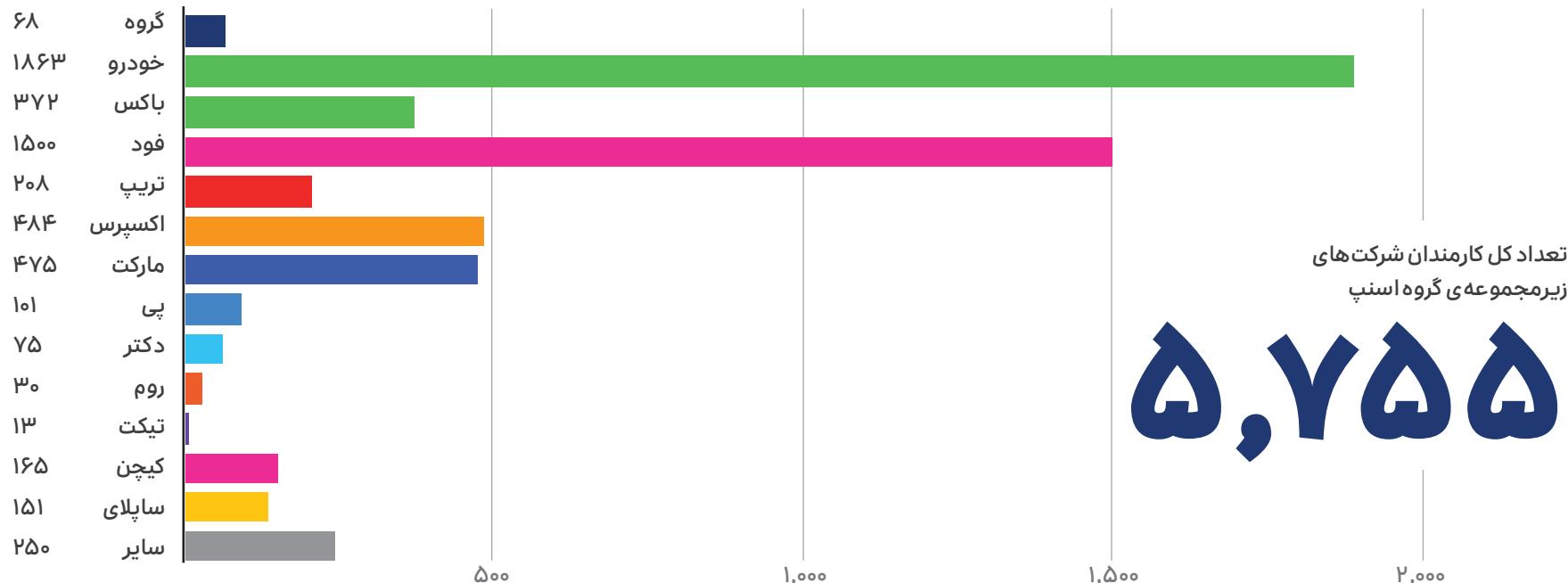
فرشاد اصلانی

معاون منابع انسانی
اسنپ‌فود



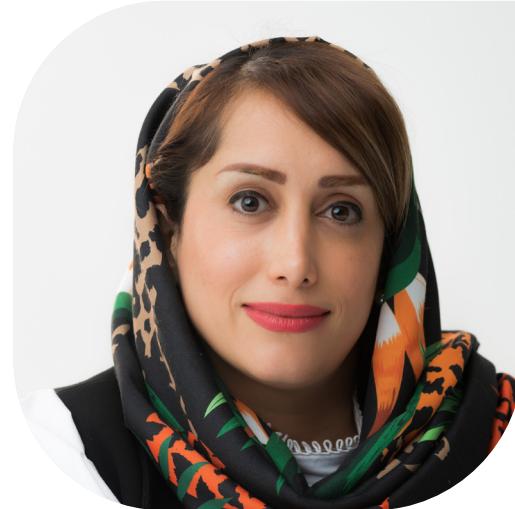
زیبا مهرور

مدیر منابع انسانی اسنپ‌روم



دورکاری در اسنپ هنوز ادامه دارد

از آغاز قرنطینه در کشور اسنپ برای حفظ سلامتی همکاران و خانواده‌هایشان تصمیم گرفت که به طور کامل دورکار شود و به یکی از اولین شرکت‌هایی تبدیل شد که در مسیر دورکاری قدم گذاشت. اکنون با گذشت بیش از ۲ سال از آغاز فراگیری کرونا در دنیا و واکسینه شدن کارمندان اسنپ هنوز هم دورکاری ادامه دارد. در حال حاضر تیم‌های سرویس‌های مختلف اسنپ بر اساس وظایف و نوع کار خود می‌توانند حضوری، دورکاری یا هیبرید (ترکیب دورکار و حضوری) به فعالیت خود ادامه دهند، با این حال همچنان اکثر کارمندان اسنپ به طور کامل دورکار هستند.



ترگل خوشنویسان

معاون منابع انسانی گروه اسنپ

رشد و یادگیری افراد برای مادرتیم منابع انسانی اسنپ بسیار حائز اهمیت است و روی آموزش افراد سرمایه‌گذاری ویژه می‌کنیم. از همین بابت بودجه‌ی اختصاصی برای آموزش داریم. تجربه نشان داده که تمرکز بر ارتقای مهارت‌های فردی درین کارکنان بسیار محبوب است و در بحث رضایتمندی شان تاثیر به سزاوی می‌گذارد. توسعه‌ی رهبری، تسلط بر ارتباطات، مایندفولنس و تمرکز، زبان انگلیسی، آموزش‌های فنی مانند IFRS، ارتباطات و کارتیمی، Power BI و استانداردهای حسابداری از جمله دوره‌های آموزشی سال ۱۴۰۰ بود که در سطح گروه و برخی از شرکت‌های زیرمجموعه برگزار کردیم.



تعداد کارمندان گروه اسنپ

۶۸ نفر



Snapp![™] Group

منابع انسانی گروه اسنپ

%۵۴  %۴۶ 

کارمندان زن کارمندان مرد

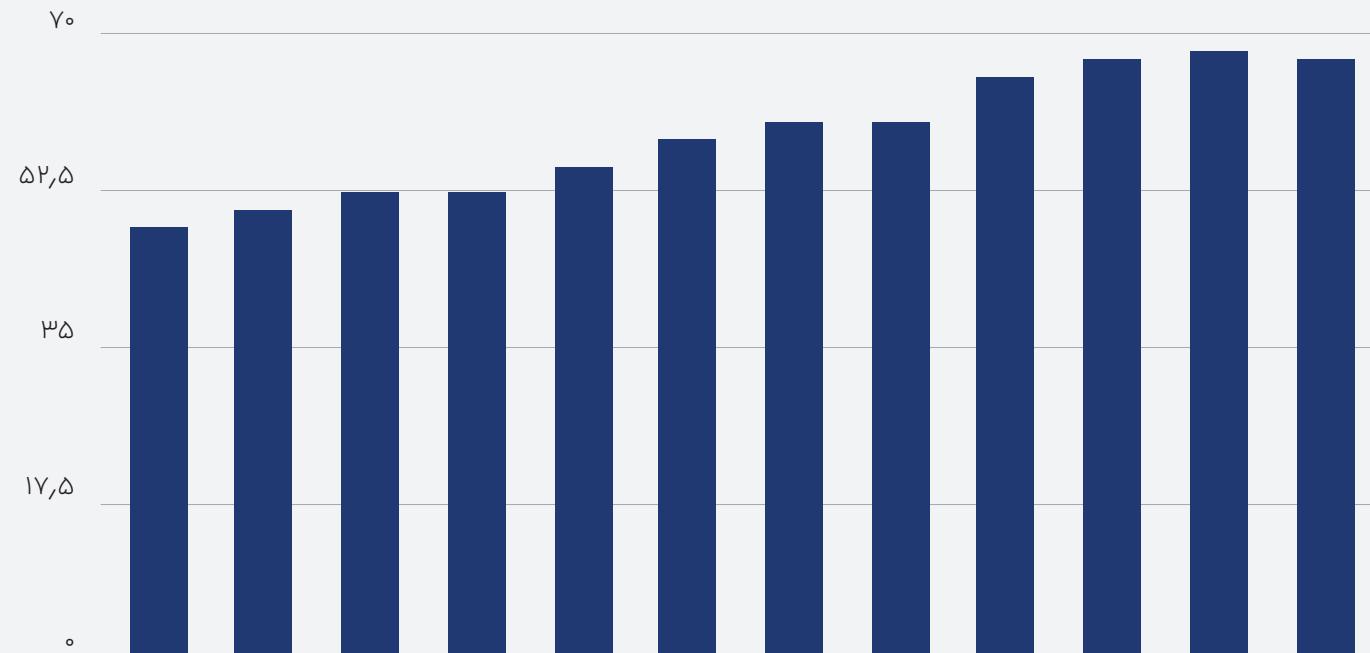
مهاجرت نیروها



بازگشت به ایران

مهاجرت به
خارج از کشور

نمودار رشد سالانه کارمندان گروه اسنپ



تعداد کارمندان اسنپ خودرو

۱۸۶۳ نفر

منابع انسانی اسنپ خودرو

%۳۷ زن %۶۳ مرد

مهاجرت نیروها



بازگشت به ایران



مهاجرت به
خارج از کشور

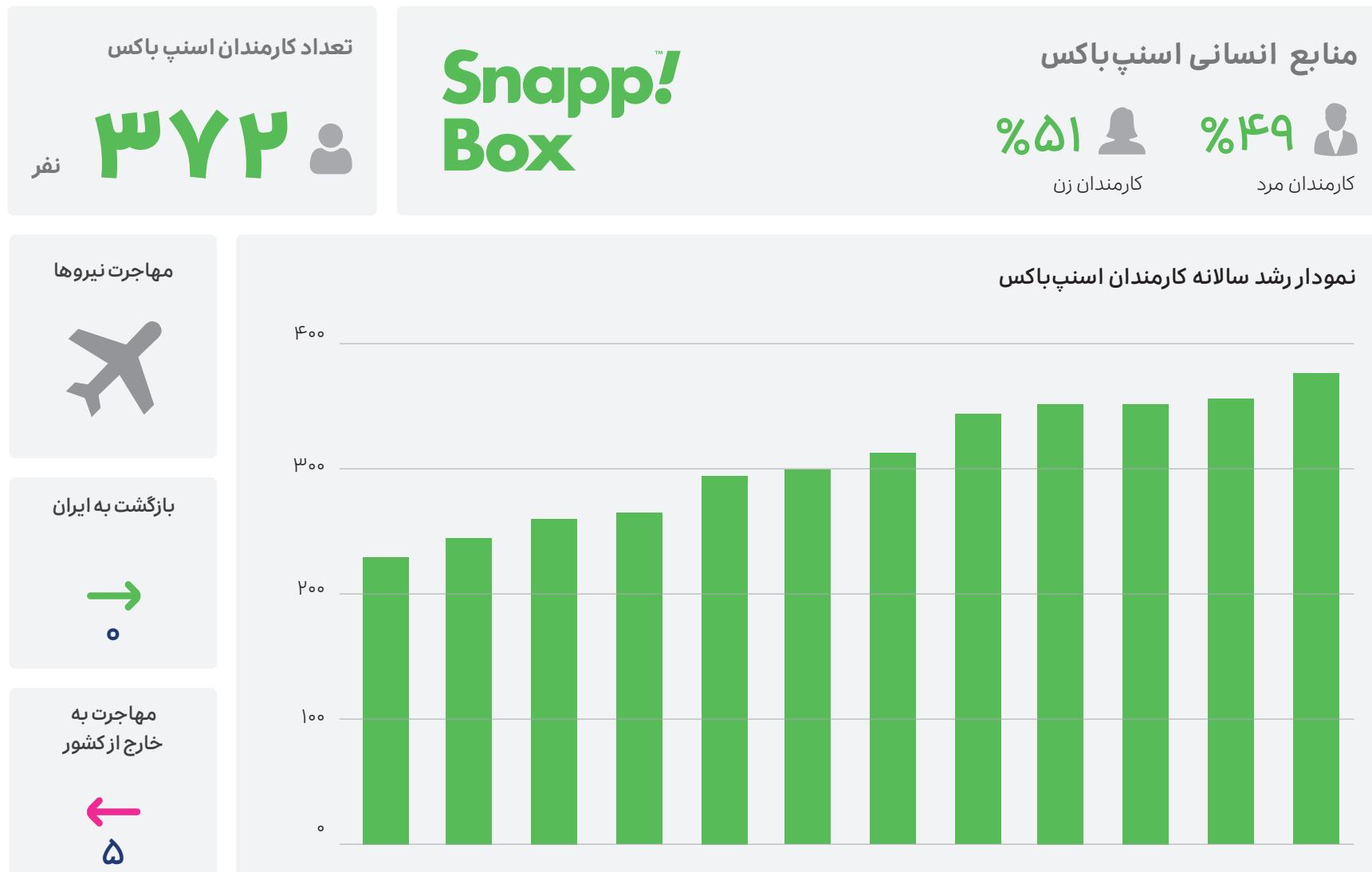


Snapp!

%۳۷ زن %۶۳ مرد

نمودار رشد سالانه کارمندان اسنپ خودرو







علی قاسم خانی

معاون منابع انسانی اسنپ

در سال گذشته با درنظر گرفتن دورکاری سعی کردیم شرایطی را فراهم کنیم که همکارانمان بتوانند به راحتی در دوره‌های آموزشی موردنظرشان شرکت کنند. ارائه‌ی دوره‌های آموزشی آنلاین از طریق پلتفرم داخلی لرنینگ‌هاب (۴۵ دوره‌ی آموزشی مختلف در حوزه‌های رفتاری، مدیریتی و تخصصی)، برگزاری ۴۵ دوره‌ی آموزشی برای ۹۱۳۱ نفر، تخصیص بودجه‌ی غیرمتمرکز آموزش، تخفیف دوره‌ی زبان از بهترین موسسات آموزشی و خرید اکانت‌های آموزشی (داخلی و خارجی) برای دوره‌های تخصصی، بخشی از اقدامات ما در سال گذشته در حوزه آموزش بودند.



تعداد کارمندان اسنپفود
نفر **۱۵۰۰**

Snapp! Food

منابع انسانی اسنپفود

%۵۴  %۴۶ 
کارمندان زن کارمندان مرد

مهاجرت نیروها



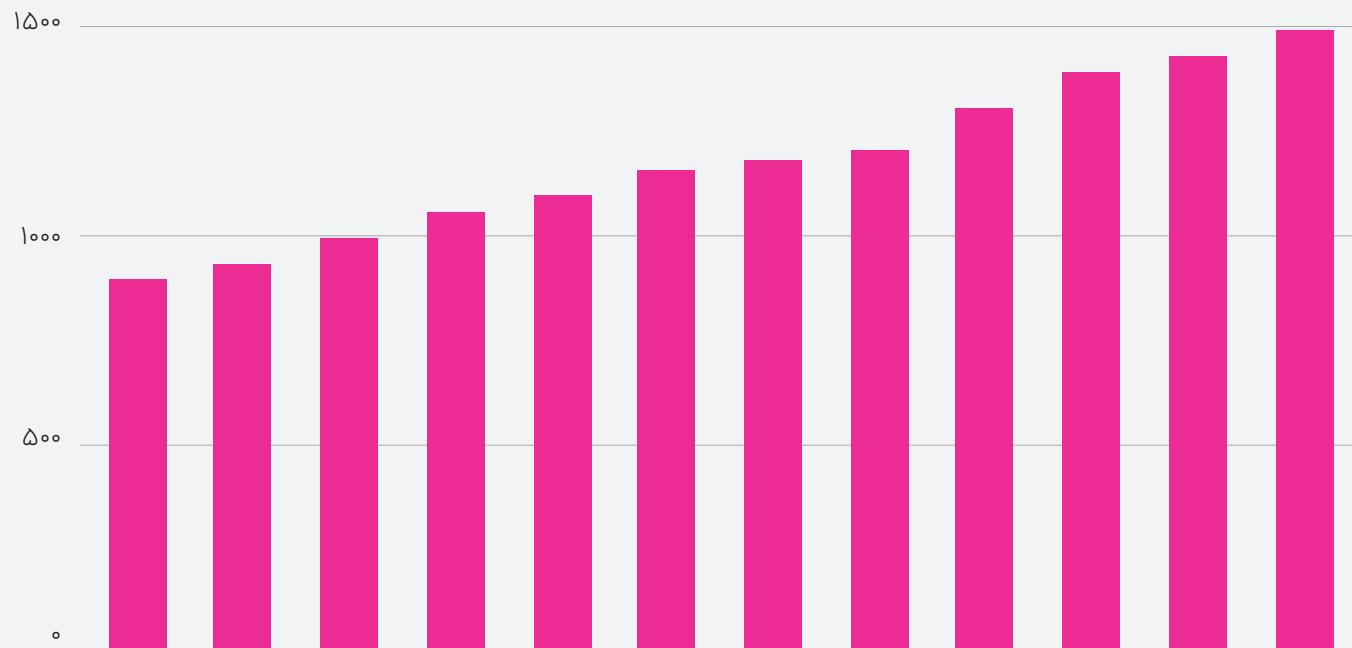
بازگشت به ایران

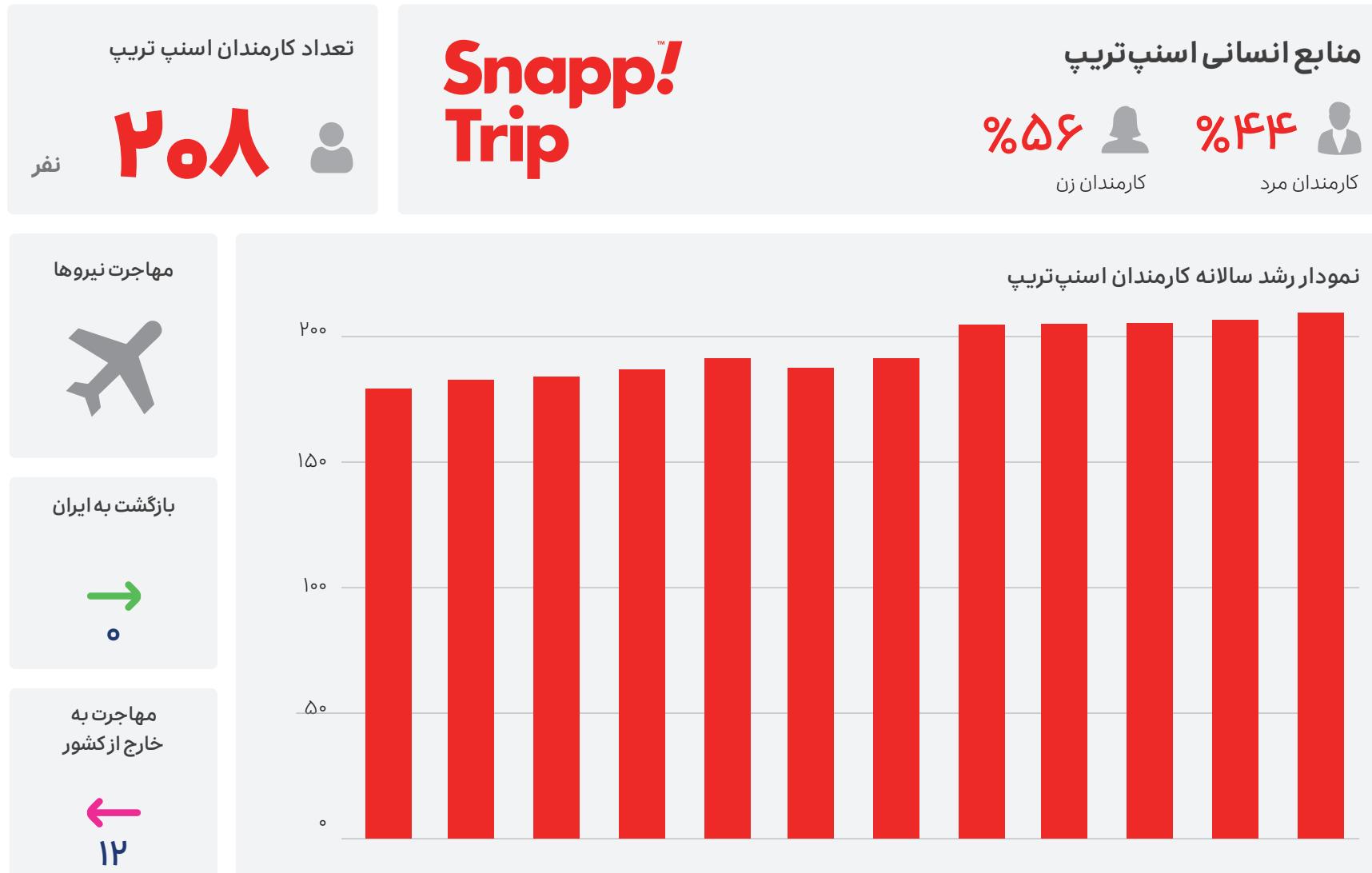


مهاجرت به
خارج از کشور



نمودار رشد سالانه کارمندان اسنپفود





تعداد کارمندان اسنپ اکسپرس

۲۸۲
نفر

Snapp! Express

منابع انسانی اسنپ اکسپرس

%۶۱ %۳۹
کارمندان زن کارمندان مرد

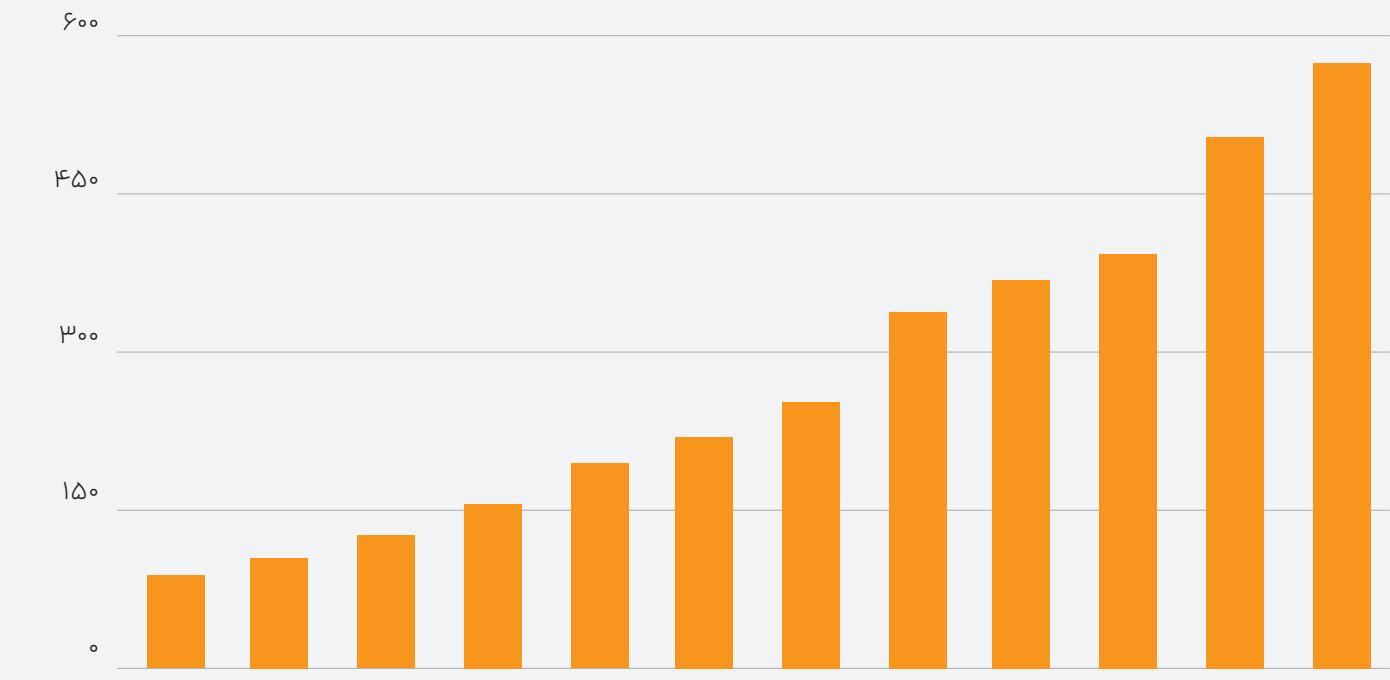
مهاجرت نیروها



بازگشت به ایران

مهاجرت به
خارج از کشور

نمودار رشد سالانه کارمندان اسنپ اکسپرس



تعداد کارمندان اسنپ مارکت

۴۷۵ نفر

**Snapp!
Market**

منابع انسانی اسنپ مارکت

%۳۹ %۶۱

کارمندان زن

کارمندان مرد

مهاجرت نیروها



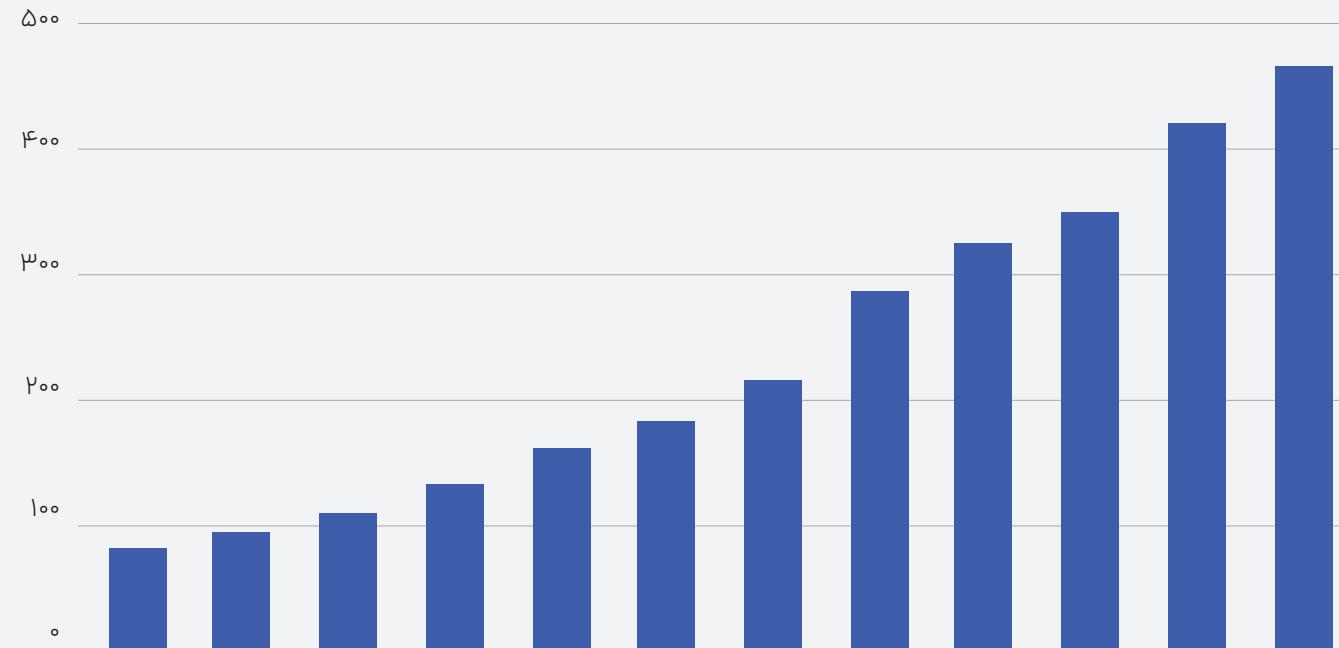
بازگشت به ایران



مهاجرت به
خارج از کشور



نمودار رشد سالانه کارمندان اسنپ مارکت





تعداد کارمندان اسنپ دکتر

۷۸

نفر



**Snapp!
Doctor**

منابع انسانی اسنپ دکتر

%۵۷ %۴۳

کارمندان زن

کارمندان مرد

مهاجرت نیروها



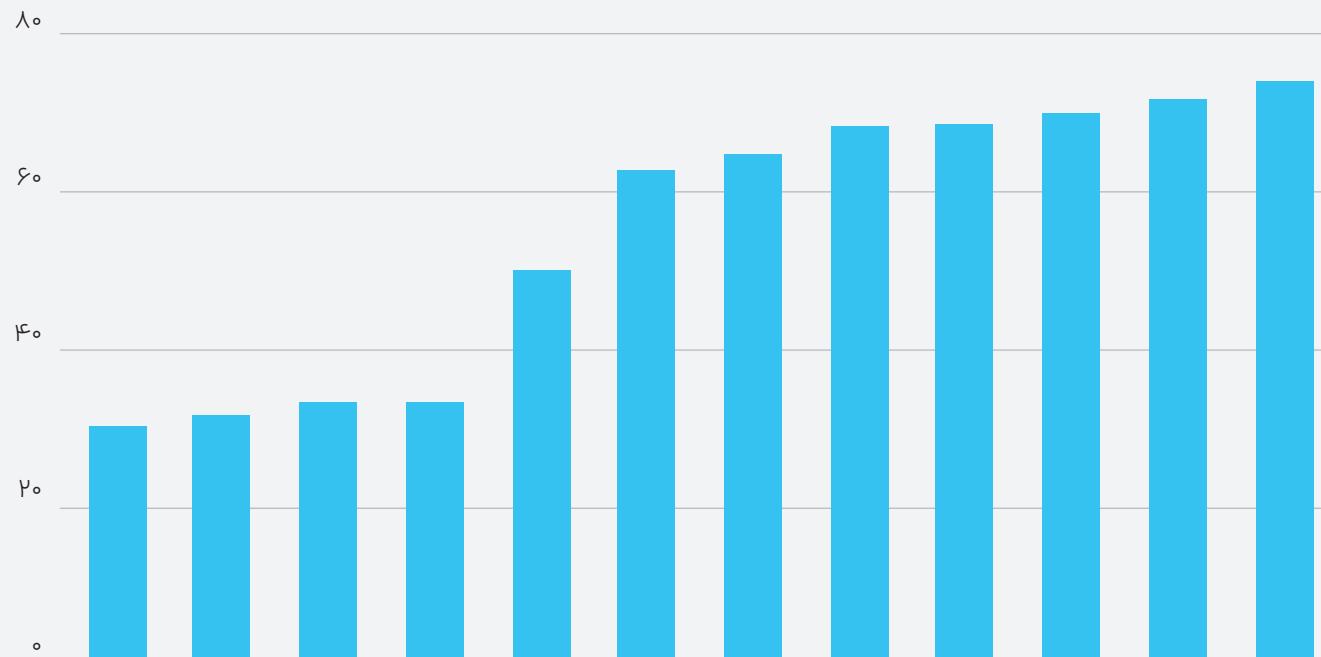
بازگشت به ایران

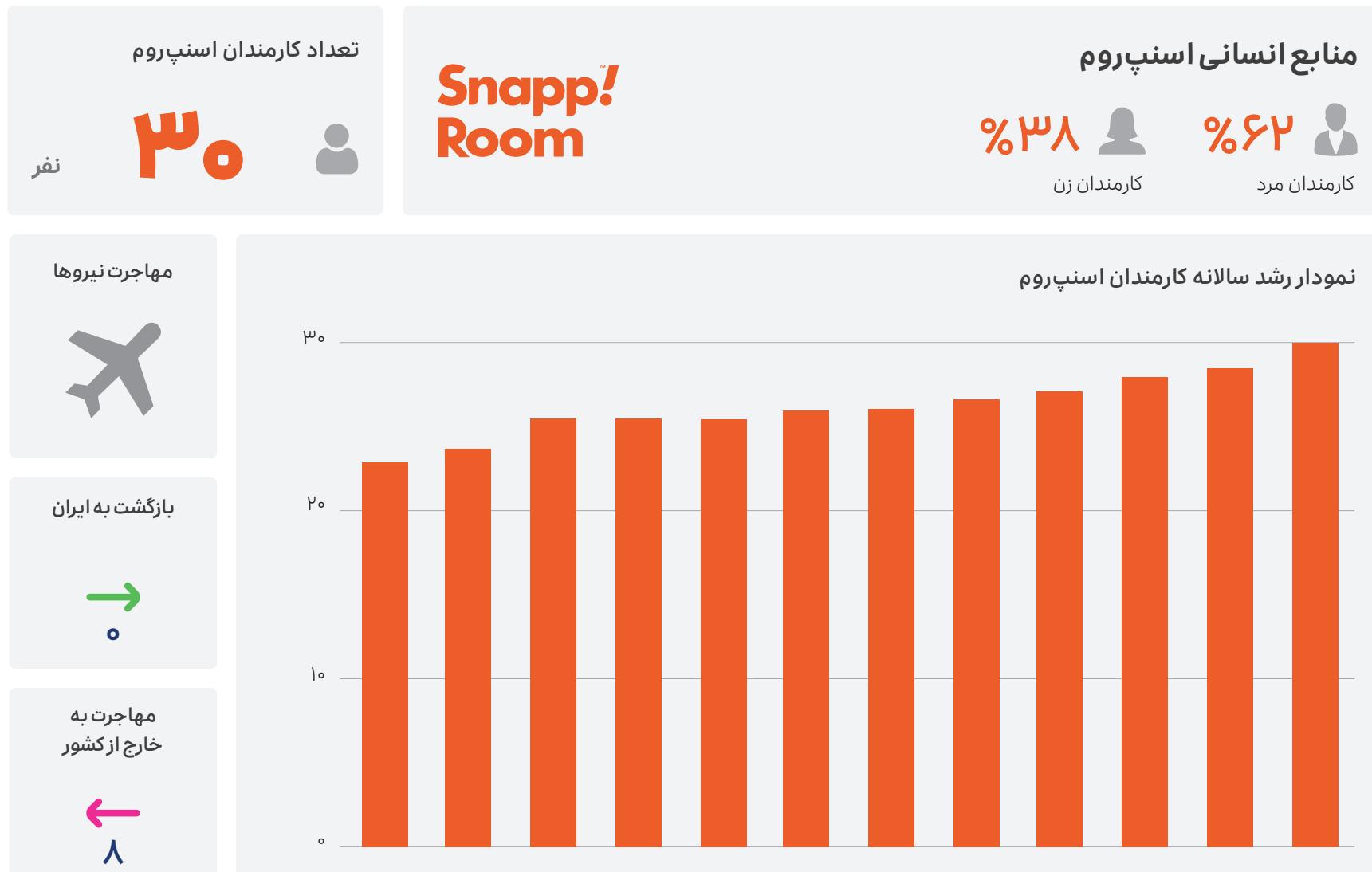


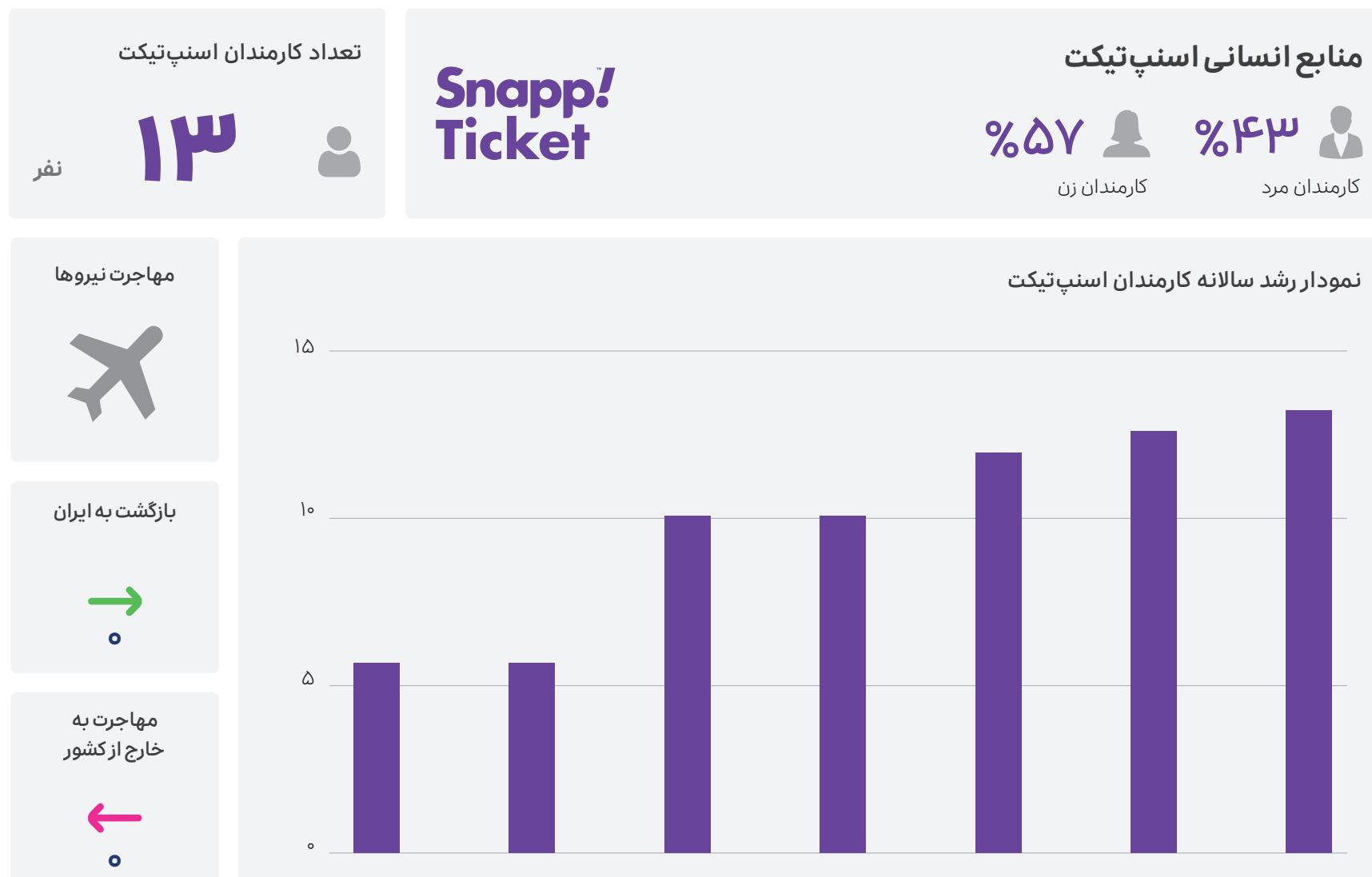
مهاجرت به
خارج از کشور



نمودار رشد سالانه کارمندان اسنپ دکتر







تعداد کارمندان اسنپ کیچن

نفر

۱۶۵



Snapp! Kitchen

منابع انسانی اسنپ کیچن

%۱۷



%۸۳



کارمندان زن

کارمندان مرد

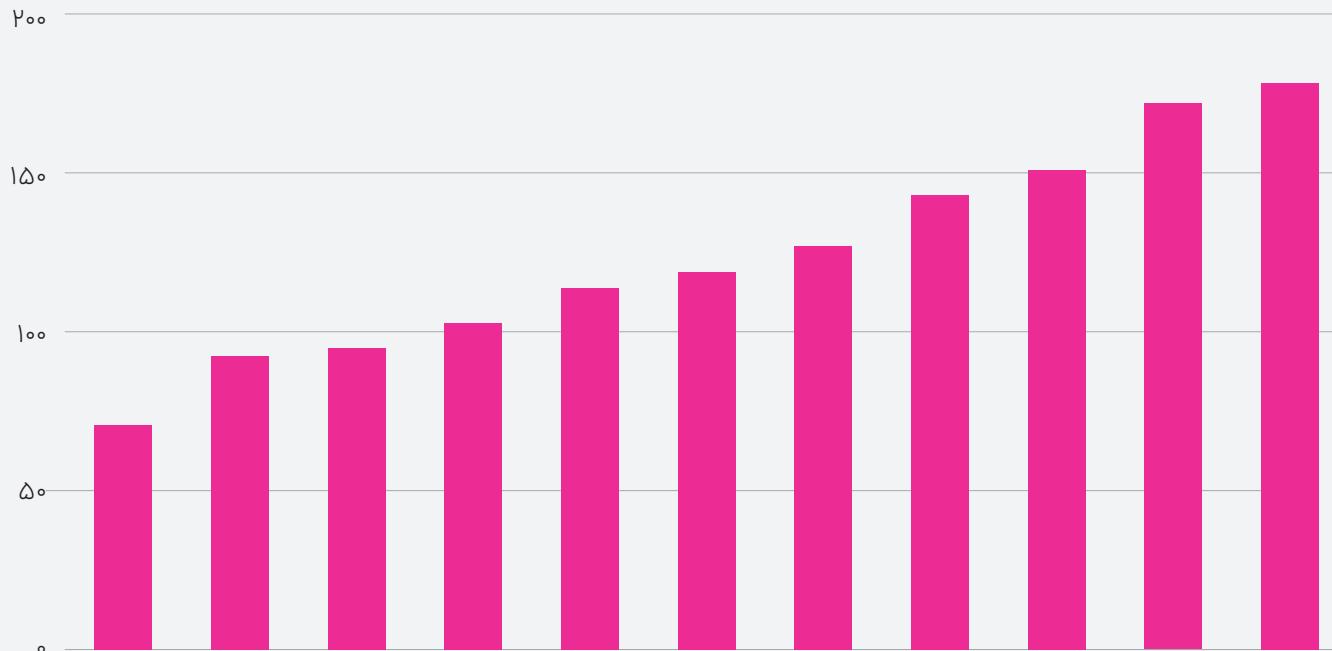
مهاجرت نیروها



بازگشت به ایران

مهاجرت به
خارج از کشور

نمودار رشد سالانه کارمندان اسنپ کیچن



تعداد کارمندان اسنپ‌سایپلای

۱۵۱

نفر



**Snapp!
Supply**

منابع انسانی اسنپ‌سایپلای

%۱۷



%۸۳



کارمندان زن

کارمندان مرد

مهاجرت نیروها



بازگشت به ایران



مهاجرت به
خارج از کشور



نمودار رشد سالانه کارمندان اسنپ‌سایپلای

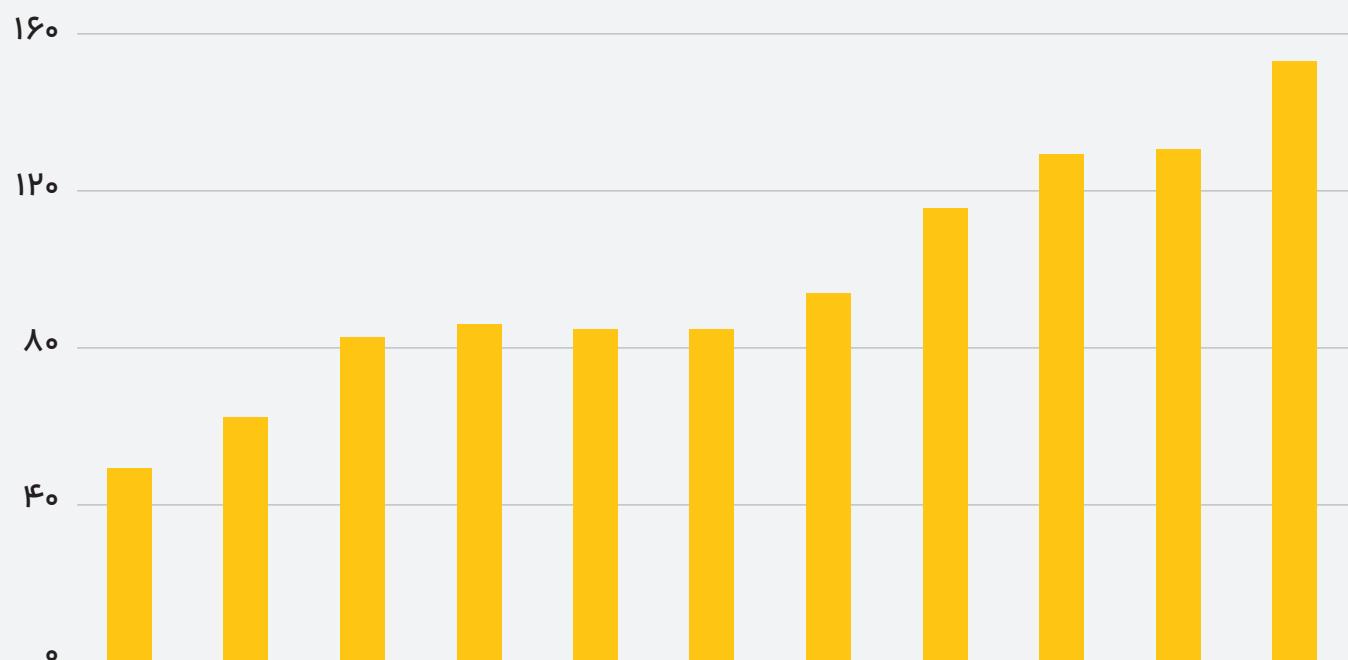
۱۶۰

۱۲۰

۸۰

۴۰

۰



تیم تولید گزارش





عطیه نوری مدیر روابط عمومی گروه اسنپ و اسنپ

تهیه‌ی سند مکتوب از عملکرد یک کسب‌وکار از آن چالش‌های دشواری است که بعد از به بار نشستن شیرین می‌شود. این چنین بود که راوی تلاش جمعی نقش‌آفرینان اسنپ شدیم. می‌دانستیم که تلاش برای مستندسازی یک سال فعالیت این شرکت نقش مهمی در ثبت و ضبط حافظه‌ی تاریخی اکوسیستم فناوری کشور خواهد داشت. علاوه بر آن بازتاب آنچه در یک کسب‌وکاری گذرد تمرين خوبی است، تابی واهمه از تاویل‌ها و تفسیرها، شفاف باشیم و این شفافیت را به یک فرهنگ سازنده تبدیل کنیم.



فاطمه عسگری‌آزاد

سرپرست روابط عمومی
اسنپ



عطیه نوری

مدیر روابط عمومی گروه
اسنپ و اسنپ



مائده گیوه چین

کارشناس ارشد
روابط عمومی اسنپ



لیدا صدرالعلمایی

کارشناس ارشد
روابط عمومی اسنپ



فروغ موسوی

کارشناس روابط عمومی
اسنپ



لیلی صبا

کارشناس ارشد
روابط عمومی اسنپ



آرش عاشوری‌نیا

دبیر عکس گزارش عملکرد
گروه اسنپ ۱۴۰۰



آرش جهانگیری

دبیر هنری گزارش عملکرد
گروه اسنپ ۱۴۰۰



Snapp!
Annual Report