دیجی‌پی

داستان ما در گزارش سالانه دیجی‌پی نیز با الگوبرداری از این دستگاه و با استفاده از ارقام ۰ و ۱ روایت شده است.

از سوی دیگر مشابهت عدد ۰ به سکه که نمادی از اقتصاد سنتی و در مقابل عدد ۱، به عنوان نشانه‌ای از شروع، حرکت و ماجراجویی بوده که دستاویزی برای تکمیل روایت این گزارش است. ما در طول گزارش، کوشیده‌ایم با به کار بردن نمادهای مختلف، سال ۱۴۰۰ را مقدمه‌ای برای حرکت، رشد و ماجراجویی‌های بیشتر در سال ۱۴۰۱ ترسیم کنیم. به ویژه آن‌که ۱۴۰۱ آغاز قرنی‌ست که ورود به دنیایی از تکامل، توسعه و بالندگی را نوید می‌دهد.

در بخش‌هایی از گزارش، شما را نیز در این روایت به همراهی دعوت کرده‌ایم و به جای عبارات و اعداد، از کدهای باینری معادل آن‌ها استفاده کرده‌ایم که در پایان گزارش معادل‌های تمام این کدها پیش روی‌تان قرار گرفته‌اند.

داستان دیجی‌پی ۱۴۰۰ را به روایت داده‌ها بخوانید...

سرویس‌های اعتباری ۱۸

پرداخت ۲۸

پشتیبانی ۳۴

رویدادها ۳۸

دیجی‌پی در ۱۴۰۱ ۴۲

خدمات به مشتریان دیجی‌کالا و سهم دیجی‌پی در تکمیل چرخه ارزش برای این دسته از کاربران، قابل تعمق و تامل است. مطالب ارائه شده در این گزارش شامل موارد زیر خواهد بود:

جُستار اول: دیجی‌پی در یک نگاه

جُستار دوم: سرویس‌ها و خدمات

جُستار سوم: مرکز پشتیبانی و خدمات مشتریان دیجی‌پی

جُستار چهارم: رویدادها و مسئولیت‌های اجتماعی

جُستار پنجم: دیجی‌پی در ۱۴۰۱

مطالعه آمارهای مربوط به خدمات و سرویس‌های مالی دیجی‌پی به دلیل آزموده شدن در مقیاس وسیعی همچون مشتریانِ بزرگ‌ترین کسب‌وکار تجارت الکترونیک خاورمیانه برای تمام فعالان صنعت فین‌تک و سایر کسب و کارهای تجارت الکترونیک واجد اهمیت خواهد بود.

همچنین مطالعه این گزارش می‌تواند ضمن ایجاد آشنایی با دیجی‌پی، چشم‌اندازی جامع از وضعیت حال حاضر اقتصاد دیجیتال در ایران و آخرین پیشرفت‌های فناوری مالی (Fintech) کشور را در برابر دیدگان مخاطبان قرار دهد.

داده‌ها و آمار ارائه شده در گزارش پیش‌رو، بازتاب‌دهنده فعالیت‌های دیجی‌پی از **۱ دی‌ماه ۱۳۹۹ تا ۳۰ آذرماه ۱۴۰۰** و معیاری برای قیاس عملکرد این مجموعه در بازه زمانی مشابه در سال گذشته است.

وکارهای آنلاین بود، ارائه کرد.

یکی از نخستین خدماتی که دیجی‌پی پس از بلوغ در سرویس‌های پرداخت بر آن متمرکز شده است، فراهم کردن امکان خرید اقساطی از دیجی‌کالا برای کاربران بوده است. خرید قسطی کالا، راهکاری هوشمندانه است که با تلفیق تجربه‌ی پیشین تخصیص اعتبار در نظام بانکی و روش‌های نوین مصرف اعتبار در خُرده‌فروشی، علاوه بر محقق کردن فراگیری مالی، راهکاری برای رونق هرچه بیشتر تجارت الکترونیک و توسعه اقتصاد دیجیتال به شمار آید.

هم‌زمان با بلوغ و رشد دیجی‌پی و پس از فراگیر شدن خدمات آن، دیگر این تنها کاربران حقیقی نبودند که از خدمات دیجی‌پی بهره‌مند می‌شدند بلکه دیجی‌پی دایره مخاطبین خود را به کسب‌وکارهای فعال در حوزه تجارت الکترونیک، سایت‌های ارائه‌کننده کالا و خدمات و شرکت‌های فروشنده و تامین‌کننده بسط داد.

رونمایی و تقویت سوپراپلیکیشن دیجی‌پی، مدل‌های سنجش امتیاز اعتباری و انواع جایگزین آن و اعطای اعتبار به کاربران، ارائه خدمات جبران خسارات و پوشش هزینه‌های تعمیر کالای دیجیتال، خدمات مدیریت ثروت و تسهیل سرمایه‌گذاری با دقت نظر روی راهکارهای متنوع شناسایی مشتریان در سطوح مختلف از عمده فعالیت‌های دیجی‌پی در سه سال گذشته بوده است که در سال آینده روند تکمیل و شکوفایی خود را پشت سر خواهند گذاشت.

سال ۱۴۰۰ برای دیجی‌پی، سال ایجاد زیرساخت‌ها و پی‌ریزی بسترهای مورد نیاز برای رشد و توسعه و اتفاقات بزرگ در سال ۱۴۰۱ بود. نگاه اصولی به صنعت و نیازهای آن، تکیه بر توان‌مندی‌ها و تخصص سرمایه‌های انسانی و استفاده از ظرفیت‌های موجود در اقتصاد دیجیتال کشور، به عنوان مهم‌ترین عوامل زمینه‌سازِ رشد و بالندگیِ دیجی‌پی در سال آتی مورد توجه قرار خواهند گرفت.

دیجی‌پی

۱ میلیون
تعداد نصب فعال

۱۵۰ میلیون
تعداد دفعات بازدید از وب‌سایت و سوپراپلیکیشن

۱,۲۰۰,۰۰۰
متوسط تعداد تراکنش‌های ماهانه در سوپراپلیکیشن

۴,۳۰۰,۰۰۰
متوسط تعداد تراکنش‌های ماهانه درگاه جامع پرداخت (UPG)

بیش از
۱۶ میلیون
تعداد کل تراکنش‌های سالانه بر بستر کیف پول کاربران

بیش از
۷ هزار میلیارد ریال
مبلغ کل تراکنش‌های سالانه کیف پول

۸۸,۶۹۲
تعداد اعتبارهای خرد اعطا شده

۹,۲۰۰ میلیارد ریال
مبلغ کل اعتبار اختصاص یافته به کاربران

۲۷,۰۰۰
تعداد اعتبارهای BNPL اختصاص یافته به کاربران

۱۵۴ میلیارد ریال
مبلغ کل اعتبارهای BNPL اختصاص یافته به کاربران

دیجی‌پی

بیش از ۱۹۰ میلیارد ریال

مجموع مبالغ تراکنش‌های درون سوپراپلیکیشن

بیش از ۱,۷۰۰ میلیارد ریال

مجموع مبالغ تراکنش‌های درگاه جامع پرداخت (UPG)

۲۹۸,۳۸۸ بار

تعداد تراکنش‌های انجام شده در درگاه جامع پرداخت

۲۵۰,۹۴۳

تعداد بازدید از سوپراپلیکیشن و وب‌سایت

۲دقیقه و ۵۰ ثانیه

متوسط زمان صرف شده در سوپراپلیکیشن

دیجی‌پی

۹۴,۴ میلیون نفر

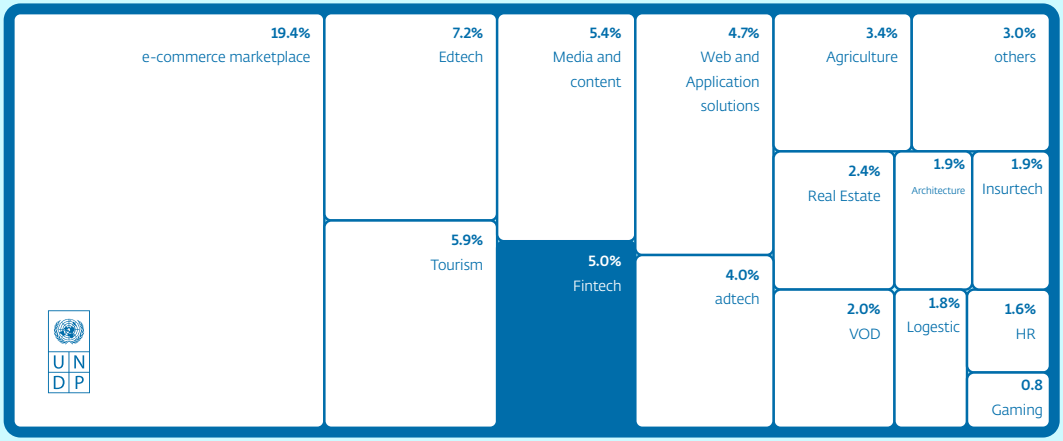
تعداد مشترکین اینترنت پهن باند در سال ۹۹

۲۹۳ اپلیکیشن

تعداد اپلیکیشن‌های فعال حوزه فین‌تک

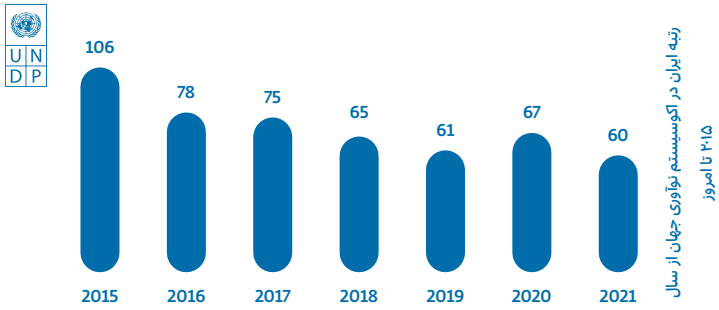
۸۹۱,۶۳۹,۸۰۶

تراکنش‌های آنلاین ثبت شده در سال ۹۹



سهم فین‌تک از اکوسیستم نوآوری

دیجی‌پی



- گزارش اقتصاد دیجیتال ایران - ۹۹
- آخرین گزارش اقتصادی شاپرک
- گزارش تجارت الکترونیکی ایران در سال ۹۹
- گزارش برنامه توسعه سازمان ملل (UNDP) درباره اکوسیستم نوآوری در ایران ۲۰۲۲

دیجی‌پی

اقتصاد دیجیتال در سال‌های اخیر (و به ویژه پس از همه‌گیری کرونا) در کل دنیا با رشد قابل ملاحظه‌ای همراه بوده است. در ایران نیز از سال ۲۰۱۵ تا سال ۲۰۲۰ اقتصاد دیجیتال بیش از ۸۱ درصد رشد کرده است.

رتبه ایران در اکوسیستم نوآوری نیز از جایگاه ۱۰۶ در سال ۲۰۱۵ به جایگاه ۶۰ در سال ۲۰۲۱ ارتقا یافته است که ۵ درصد از سهم این اکوسیستم به صنعت فین‌تک کشور اختصاص یافته است.

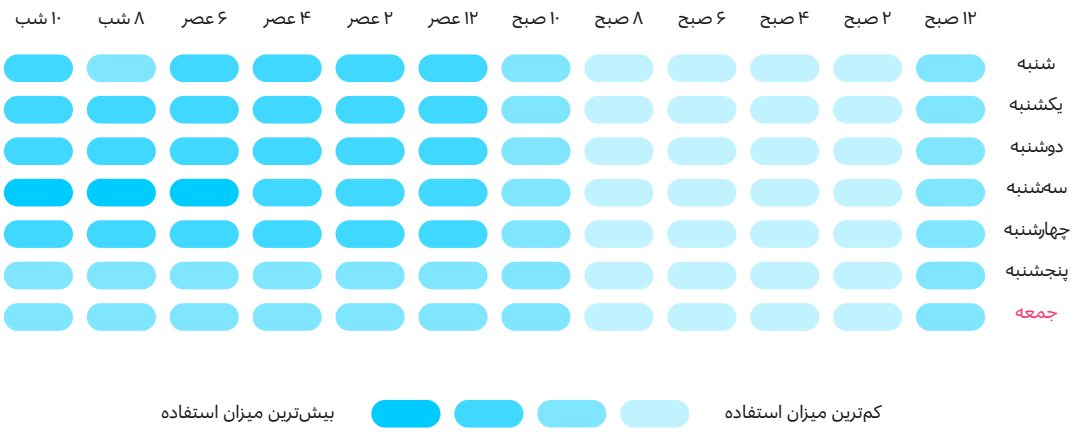
ظرفیت‌های بالقوه در رشد اکوسیستم فین‌تک، عطش بازار به استفاده از خدمات اعتباری خرد و آشنایی و تمایل روزافزون جامعه به استفاده از خدمات آنلاین مالی، گواهی بر وجود هزاران فرصت کم‌نظیر برای توسعه صنعت نوپای فین‌تک و لندتک در کشور است.

نگاهی به آمار موجود در این حوزه در کنار ضریب نفوذ بالای استفاده از اینترنت پرسرعت در سراسر کشور، نشان می‌دهد که ظرفیت‌های چشم‌گیر موجود در توسعه اقتصاد دیجیتال ایران، در کنار فرصت‌های همکاری مشترک فین‌تک‌ها و کسب‌وکارهای تجارت الکترونیک، تا چه اندازه می‌تواند بر جهش سهم فین‌تک‌ها از این اقتصاد و ارتقاء جایگاه این صنعت در اکوسیستم نوآوری تاثیرگذار باشد.

سوپراپلیکیشن

نخستین نسخه اپلیکیشن دیجی‌پی در پاییز ۹۷ با امکاناتی محدود به خرید شارژ، خرید بسته اینترنتی، پرداخت قبض (بدون امکان استعلام) و انتقال وجه کارت‌به‌کارت، منتشر شد. با گذشت بیش از ۳ سال، اکنون سوپراپلیکیشن دیجی‌پی ۱۰ سرویس متنوع برای ارائه خدمات متفاوت در حوزه‌های گوناگون ارائه می‌کند. خدماتی که دیجی‌پی در سوپراپلیکیشن خود ارائه می‌دهد، شامل امور مالی روزمره مانند انتقال وجه (کارت به کارت و انتقال کیف پول)، پرداخت انواع قبوض، خرید شارژ و بسته اینترنتی، خرید بیمه، پرداخت عوارض جاده‌ای، طرح ترافیک، کرایه تاکسی، نیکوکاری و... است.

دیجی‌پی


۱۲ صبح
۲ صبح
۴ صبح
۶ صبح
۸ صبح
۱۰ صبح
۱۲ عصر
۲ عصر
۴ عصر
۶ عصر
۸ شب
۱۰ شب
شنبه
یکشنبه
دوشنبه
سه‌شنبه
چهارشنبه
پنجشنبه
جمعه
کم‌ترین میزان استفاده
بیش‌ترین میزان استفاده

دیجی‌پی

بیش از ۳۹ هزار میلیارد ریال

مبلغ کل تراکنش‌های پردازش شده در سوپراپلیکیشن

۵,۱۱۳

بالاترین تعداد تراکنش یک فرد در سال گذشته

بیش از ۳۶۱ میلیارد ریال

مبلغ کل تراکنش‌های
خرید شارژ

۲۶ هزار میلیارد ریال

مبلغ کل تراکنش‌های
کارت به کارت

۲۹ میلیارد ریال

مبلغ کل تراکنش‌های
عوارض آزادراهی

۱۸ میلیارد ریال

مبلغ کل خرید
طرح ترافیک

۶۹۶ میلیون ریال

مبلغ کل تراکنش‌های پرداخت
کرایه تاکسی

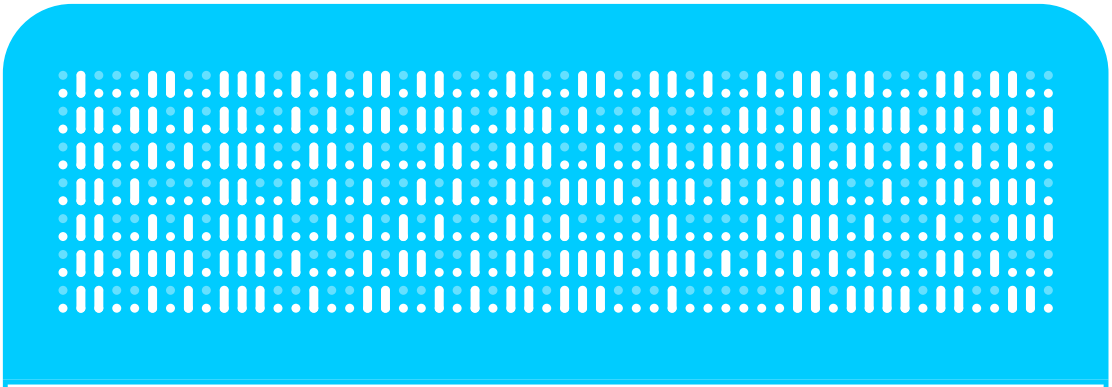
۳۷ میلیارد ریال

مبلغ کل تراکنش‌های پرداخت
جریمه رانندگی

۴۷ میلیارد ریال

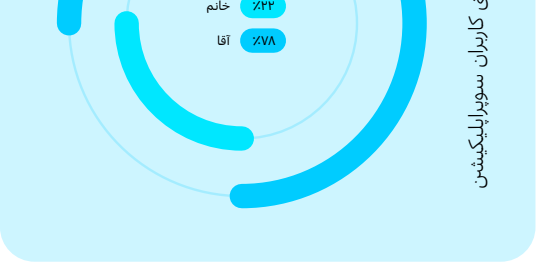
مبلغ کل تراکنش‌های
نیکوکاری

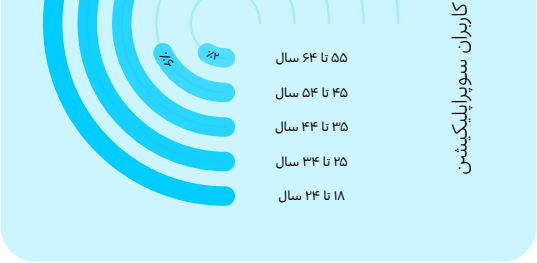
دیجی‌پی



بیش از ۳۲۰ میلیارد ریال مبلغ کل تراکنش‌های خرید بسته اینترنت

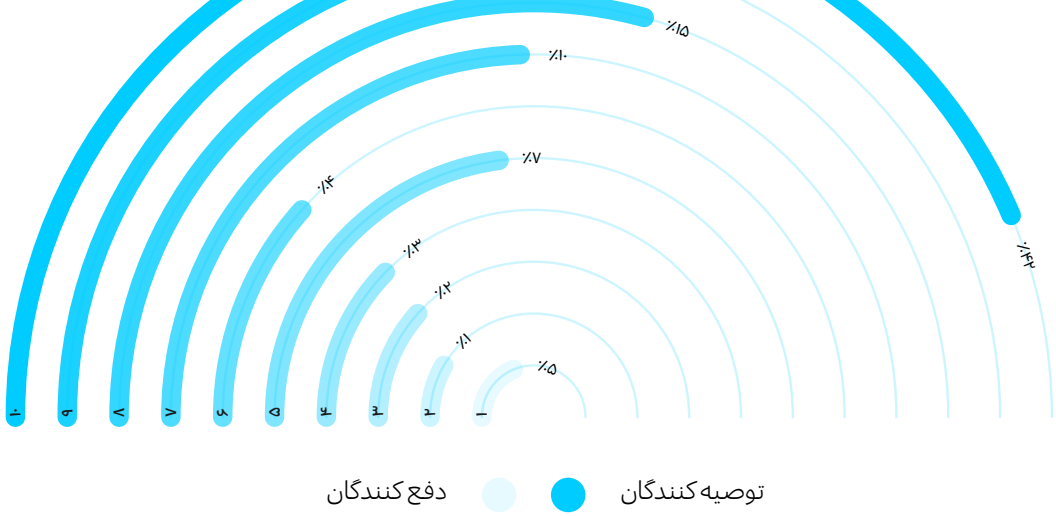
دیجی‌پی





تجهیزات و ابزارهایی که کاربران برای مراجعه به دیجی‌پی به کار برده‌اند.

دیجی‌پی



در سال ۱۴۰۰ ، سه میلیون فرم نظرسنجی برای کاربران دیجی‌پی ارسال شده است که نزدیک به ۶ درصد از کاربران در این نظرسنجی‌ها مشارکت و ۵۳ درصد از آنان دیجی‌پی را به دیگران پیشنهاد کرده‌اند.

دیجی‌پی

خیریه و پرداخت کرایه تاکسی

شارژ و خرید بسته اینترنت

پرداخت قبض

کیف پول

کارت به کارت

بیشترین دلایل نارضایتی

- اختلال موقت در سرویس سرویس‌دهندگان
- بروز خطای سیستمی در هنگام استفاده
- نبود تنوع کافی در خدمات

بیشترین دلایل رضایت کاربران

- سهولت استفاده
- سرعت بالا
- کامل بودن خدمات

دیجی‌پی

خرید اقساطی C-Credit: اعطای اعتبار به مشتریان برای خرید اقساطی از دیجی‌کالا

BNPL: اعطای اعتبار به مشتریان، بدون ضامن و بر مبنای رتبه‌ی اعتباری مشتری و پس از احراز هویت

تامین مالی زنجیره تامین (SCF)

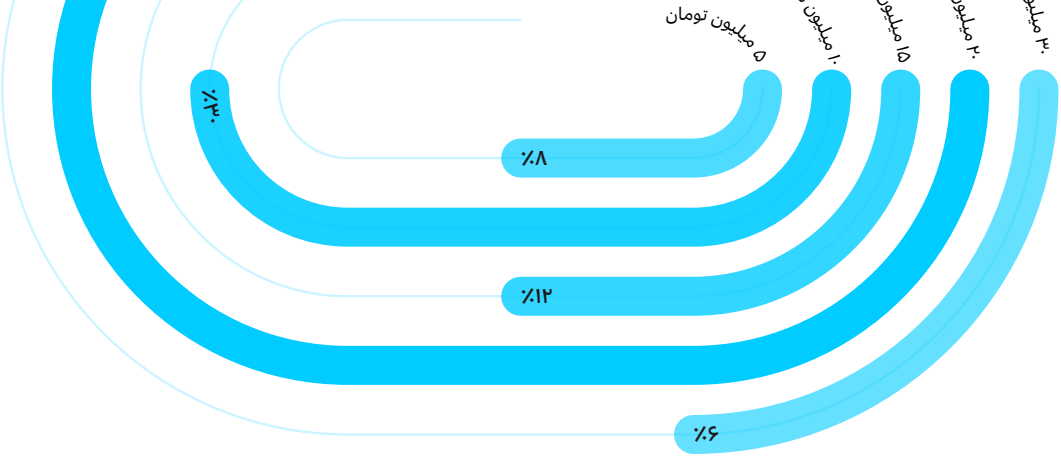
فروشندگانی که در مارکت‌پلیس‌ها فعالیت می‌کنند به عنوان حلقه‌های اصلی زنجیره تامین باید از قدرت مالی کافی برای تامین سرمایه برخوردار باشند.

سرویس SCF روشی خلاقانه و تکنولوژی‌محور است که با تامین مالی سرمایه‌های فروشندگان و تامین‌کنندگان مارکت‌پلیس‌ها، کمک می‌کند، این بنگاه‌های اقتصادی سریع‌تر به سرمایه در گردش خود دسترسی پیدا و برای تکمیل این زنجیره ارزش توان‌مندتر عمل کنند.

از جمله سرویس‌هایی که در سال ۱۴۰۰ به صورت آزمایشی مورد استفاده فروشندگان دیجی‌کالا قرار گرفت، سرویس (SCF) بود که به فروشندگان این مارکت‌پلیس در تامین سرمایه کمک کرد.

سهم عمده دیجی‌پی در بازار خدمات خرید اعتباری و آزموده شدن این خدمات در مقیاس کاربران دیجی‌کالا، اهمیت اطلاعات موجود در این بخش از گزارش برای بازار خدمات اعتباری خرد در کشور را بیش از پیش مشخص می‌کند.

بیش از ۸۸ هزار اعتبار خرد برای خرید اقساطی از دیجی‌کالا در اختیار کاربران قرار گرفته است.



۴۴۶,۵۲۲ نفر

از کاربران برای دریافت اعتبار نام‌نویسی کرده‌اند.

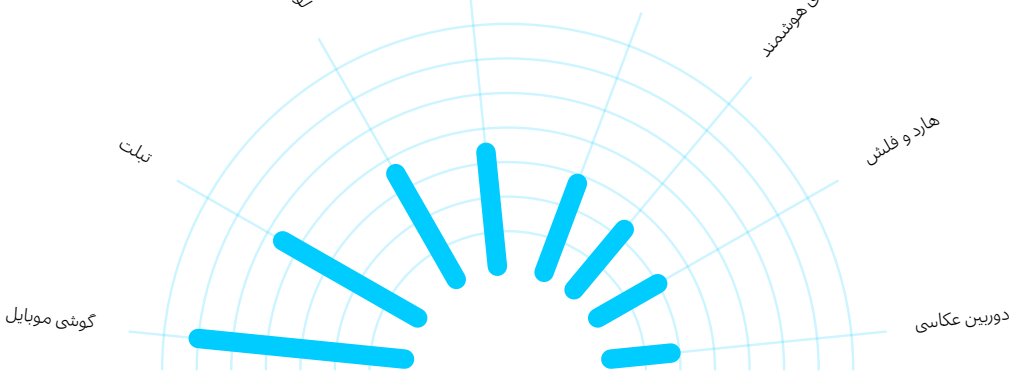
۹,۲۰۰ میلیارد ریال

اعتبار به کاربران متقاضی خرید اقساطی اختصاص یافته است.

دیجی‌پی

طبقه‌بندی جنسیتی کاربران سرویس اعتباری
٪۳۸ خانم
٪۶۲ آقا

طبقه‌بندی سنی کاربران سرویس اعتباری
۵۵ تا ۶۴ سال ٪۶
۴۵ تا ۵۴ سال ٪۱۲
۳۵ تا ۴۴ سال ٪۳۶
۲۵ تا ۳۴ سال ٪۴۰
۱۸ تا ۲۴ سال ٪۹



بالاترین مبلغ خرید اقساطی در چه روزی اتفاق افتاده است؟

در روز ۹ تیر ماه سال ۱۴۰۰ رخ داده است.

بیش‌ترین تعداد خرید اقساطی در چه روزی اتفاق افتاده است؟

در روز ۵ آذر ماه سال ۱۴۰۰ رخ داده است.

دیجی‌پی

مازندران
مرکزی
یزد
گیلان
آذربایجان شرقی
خراسان رضوی

همدان
اردبیل
کرمانشاه
آذربایجان غربی
هرمزگان
فارس

چهارمحال و بختیاری
سمنان
بوشهر
کرمان
لرستان
خوزستان

کهگلویه و بویراحمد
گلستان
خراسان شمالی
کردستان
خراسان جنوبی
سیستان و بلوچستان
ایلام

دیجی‌پی

دیجی‌پی

می‌شود.

در این طرح کاربران بر مبنای رتبه‌ی اعتباری خود، در لحظه خرید، اعتبار دریافت می‌کنند و پس از گذشت یک ماه طی بازپرداخت یک یا چند ماهه، آن را باز می‌گردانند. مقدار این اعتبار بسته به رتبه اعتباری کاربر متفاوت است.

رفتار دقیق و درست و خوش‌حسابی کاربر در بازپرداخت به موقع می‌تواند به بهبود رتبه اعتباری وی و دریافت اعتبارات بیشتر در آینده کمک کنند.

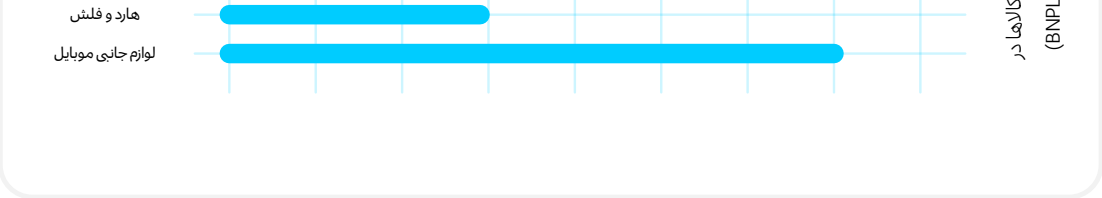
با وجود آن‌که این سرویس در میان جوانان و افراد تازه مستقل شده‌ای که هنوز سابقه اعتباری ندارند، بسیار محبوب است، همه افراد جامعه می‌توانند به نحو مقتضی از آن استفاده کنند.

دیجی‌پی پس از آزمودن این سرویس در بهار و تابستان ۱۴۰۰، خدمات BNPL را هم‌زمان با دو جشنواره دیجی‌کالا در پاییز همین سال، به‌صورت عمومی به کاربران واجد شرایط ارائه کرد.

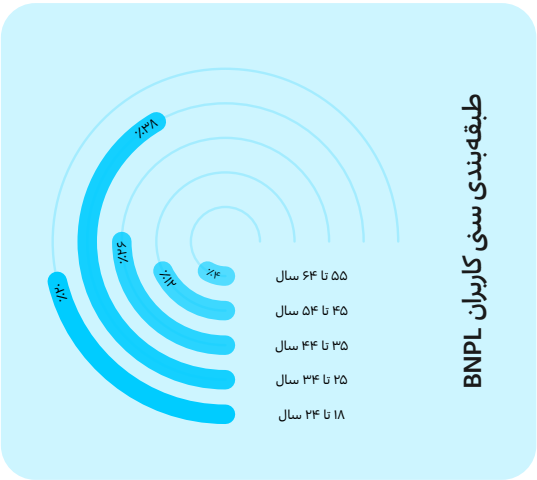
الان بخر و بعدا پرداخت کن!

۲۷,۰۰۰
تعداد کاربران دریافت کننده اعتبار

دیجی‌پی


کالاها در (BNPL)
هارد و فلش
لوازم جانبی موبایل

خریدها بیش‌تر در چه روزی از هفته انجام شده است؟
شنبه
یکشنبه
دوشنبه
سه‌شنبه
چهارشنبه
پنجشنبه
جمعه


طبقه‌بندی سنی کاربران BNPL
۵۵ تا ۶۴ سال
۴۵ تا ۵۴ سال
۳۵ تا ۴۴ سال
۲۵ تا ۳۴ سال
۱۸ تا ۲۴ سال
٪۴
٪۱۲
٪۵۸
٪۳۸
٪۰

دیجی‌پی

امکان پرداخت مستقیم (Direct Debit) و پرداخت سرویس‌های اشتراکی از دیگر قابلیت‌هایی‌ست که در سال ۱۴۰۰ برای کاربران کیف پول دیجی‌پی فراهم شده است.

در این سرویس کاربر می‌تواند با انجام تنظیمات و ارائه مجوزهایی به سوپراپلیکیشن، امکان اضافه شدن خودکار موجودی کیف پول یا به اصطلاح «شارژ خودکار» آن را فراهم کند. در این حالت، اگر موجودی کیف پول از اندازه تعیین شده توسط کاربر کم‌تر شود، تا سقف مجاز از حساب بانکی متصل به کیف پول (که باز هم با مجوزهای کاربر تعیین شده است)، برداشت و به موجودی کیف پول اضافه می‌شود.

شارژ خودکار به دلیل حذف کردن مراحل ورود اطلاعات کارت و ... امنیت پرداخت‌های کاربران را به مراتب افزایش می‌دهد.

تجمیع این روش با روش پرداخت اشتراکی (Subscription)، امکان پرداخت‌های تک کلیکی یا بدون کلیک را برای کاربران این سرویس فراهم می‌کند.

با توجه به حساسیت‌های زیرساخت‌های کیف‌پول و پاسخ‌گویی در چارچوب قانون و قواعد رگولاتور، دیجی‌پی امکانی را برای کسب‌وکارها فراهم کرده تا با استفاده از ارتباط API بتوانند از ظرفیت زیرساختی به عنوان کیف پول اختصاصی خود و یا بهره‌گیری از ظرفیت کاربران فعال دارای کیف پول گروه دیجی‌کالا استفاده کنند.

قابلیت شارژ کیف پول از طریق کد هدیه، قابلیت دیگری‌ست که به کسب‌وکارهای احراز هویت شده مختلف امکان می‌دهد از طریق فراخوانی APIهایی، کد هدیه (Voucher Code) با مبلغی دلخواه به کیف پول کاربر واریز کنند.

هدف نهایی کیف پول دیجی‌پی ایجاد یک کیف پول یکپارچه بین کسب‌وکارهای آنلاین است که با خلق تجربه پرداخت امن و سریع منجر به افزایش فروش و رونق کسب‌وکارهای آنلاین و رشد تجارت الکترونیک شود.

دیجی‌پی

۱,۵۳۳,۷۶۴
تعداد تراکنش‌های موفق واریز به کیف پول

۱,۸۲۷ میلیارد ریال
مبلغ کل تراکنش‌های موفق واریز به کیف پول

۲۷۱,۶۷۹
تعداد کل تراکنش‌های موفق
کیف پول به حساب بانکی

۸۰۵ میلیارد ریال
مبلغ کل تراکنش‌های موفق
کیف پول به حساب بانکی

۹۹,۲۷۷
تعداد کل تراکنش‌های
موفق انتقال کیف به کیف

۴۲ میلیارد ریال
مبلغ کل تراکنش‌های
موفق انتقال کیف به کیف

۴ برابر بیشتر از تراکنش‌های بازه زمانی مشابه در سال گذشته
تراکنش‌های خرید، بازگشت وجه و کش‌بک* گروه دیجی‌کالا نیز در این آمار محاسبه شده است.

*کش‌بک: انتقال بخشی از وجه به کاربر

دیجی‌پی

اگر هر تراکنش آنلاین با استفاده از درگاه پرداخت و کارت بانکی را که شامل تکمیل اطلاعات کارت، وارد کردن رمزها، دریافت رمز پویا و وارد کردن رمز پویاست، با هر تراکنش کیف پول که فقط شامل وارد کردن یک رمز یک‌بار مصرف است، مقایسه کنیم، هر تراکنش کیف پول حداقل به مدت ۶۰ ثانیه سریع‌تر از تراکنش‌های درگاه پرداخت انجام می‌شود.

بر این اساس، در سال ۱۴۰۰، با انجام تراکنش‌های کیف پول در مجموع :

۱,۷۷۳,۱۳۵,۷۸۰ ثانیه

چیزی بیش از ۵۶ سال، در زمانِ کاربران کیف پول، صرفه‌جویی شده است.

دیجی‌پی

مـــحصول به این ترتیب است که به صورت لحظه‌ای امـــار ۶ درگاه پرداخت اینترنتی را مـــورد پایش قرار می‌دهد و با کنترل حجم تراکنش‌های هر یک از آنها، کاربران را به تناسب امتیاز به سمت درگاه هدایت می‌کند.
امتیاز هر درگاه با پایش لحظه‌ای براساس زمان دریافت توکن، زمان تایید پرداخت، میزان Anomaly در نرخ درخواست‌های منقضی ناموفق، میانگین زمان پرداخت کاربران در درگاه و چندین سنجه دیگر محاسبه می‌شود.

سرویس بازگشت وجه (Refund)

درگاه پرداخت دیجی‌پی قابلیت بازگرداندن مبلغ به حساب مشتریان را نیز داراست. اگر مشتری به هر دلیل از خرید خود منصرف شود و کالا یا خدمات را به فروشنده، بازگرداند، سرویس پرداخت هوشمند دیجی‌پی می‌تواند مبلغ بازگشتی را به کارت بانکی، شماره حساب یا کیف پول کاربر منتقل کند. دیجی‌پی در این جابه‌جایی هم برای بالاتر بردن درصد موفقیت بازپرداخت، از الگوریتم‌های پرداخت هوشمند کمک می‌گیرد و با استفاده از آن‌ها بهترین درگاه را برمی‌گزیند.
کسب و کارهای آنلاین می‌توانند طی قراردادهای امضا شده با دیجی‌پی به جای عقد قرارداد با چندین درگاه پرداخت بانکی در لحظه از تجربه یکی از سریع‌ترین و کم‌خطاترین درگاه‌های پرداخت کشور بهره‌مند شوند.

۹۰ درصد

موفقیت تراکنش‌های بازگشت وجه تا قبل از ۲۴ ساعت

مشتریانِ دیجی‌کالا پس از پشت سر گذاشتن فرآیند مرجوعی کالا در ۹۰ درصد موارد، در کمتر از ۲۴ ساعت به پول کالای مرجوعی دسترسی خواهند داشت.

۷,۲۰۰,۰۰۰

تعداد کل بازگشت وجه

۳۵ هزار میلیارد ریال

مبلغ کل بازگشت وجه

دیجی‌پی

۱,۰۴۹,۵۷۸
تعداد کل تماس‌های
پاسخ داده شده

۶۰ ثانیه
میانگین مدت زمان
پشت خطی کاربران

میانگین نمره اعطا
شده به همکاران
پاسخ‌گو*

* تنها برخی از تماس‌گیرندگان تمایل دارند که در نظرسنجی‌ها شرکت کنند و این نتایج میانگین نمره‌های اعطا شده از طرف این دسته از تماس‌گیرندگان است.

تعداد گفت‌وگوهای آنلاین*

۲۲,۴۱۹ گفت‌وگوی آنلاین انجام داده‌ایم.

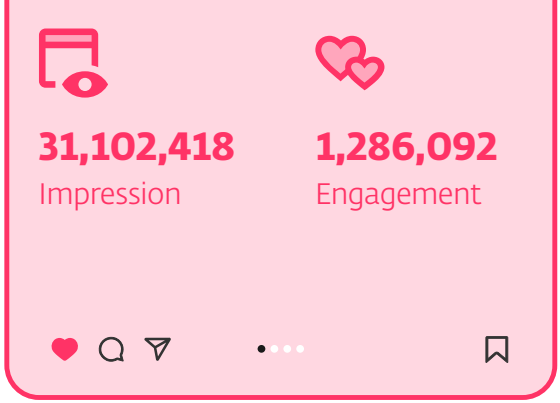
۱۳۵,۷۹۲
پیام متنی دریافت کرده‌ایم.

۱۲۶,۴۲۴ پیام در پاسخ به پیام‌های
کاربران ارسال کرده‌ایم.

۱۳,۱۰۹ پیام شما را در سوپراپلیکیشن
دیجی‌پی پاسخ داده‌ایم.

* کانال‌های گفت‌وگوی آنلاین در دیجی‌پی محدود است و و هنوز همه‌ی پلتفرم‌های پاسخ‌گویی به مشتریان به این ابزار مجهز نشده است.

دیجی‌پی



تعداد اخبار و محتوای منتشر شده درباره دیجی‌پی در رسانه‌ها

رسانه‌های داخلی، **۲,۸۷۰** بار درباره دیجی‌پی خبر، گزارش، پست و محتوای تصویری و متنی منتشر کرده‌اند.

کرونا و دیجی‌پی

همه‌گیری کرونا و تاثیرات غافل‌گیرکننده‌ی آن بر کسب‌وکارها و اقتصاد ایران و جهان، دیجی‌پی را نیز بی‌نصیب نگذاشت.
در این مدت کوشیدیم تـــا در کنار پاسخ‌گویی سریع و به موقع به کاربران و پوشش نیازهای آنان، فضای امن و سالم شغلی برای همـــکاران و نیروی انسانی دیجی‌پی ایجاد کنیم.
رونمایی از خدمات و محصولات جدید و تکمیل و توسعه خدمات قبلی دیجی‌پی از جمله فعالیت‌هایی بود که به مشتریان ما در دسترسی بهتر و گسترده‌تر به فناوری‌های مالی و توسعه فراگیری مالی کمک کرد.
در کنار این فعالیت‌ها از ابتدای شیوع همه‌گیری، کارکنان دیجی‌پی در بخش‌های مختلف از امکان دورکاری، برگزاری آنلاین جلسات و کار در منزل برخوردار بودند و ضمن آرامش خاطر از سلامت خود، در نوبت‌های کاری شبانه‌روزی برای توسعه خدمات و پاسخ‌گویی به مشتریان تلاش کردند.
بهبود کیفیت خدمات به مشتریان و توجه به سلامت کارکنان بزرگ‌ترین مســـئولیت اجتماعـــی ما در روزهای همه‌گیری بوده است.

حمید محمدی در یک کنفرانس خبری آنلاین به پرسش‌های خبرنگاران درباره این گزارش و فعالیت‌های دیجی‌پی پاسخ دادند.

برگزاری کمپین‌های مشترک با نهادهای خیریه

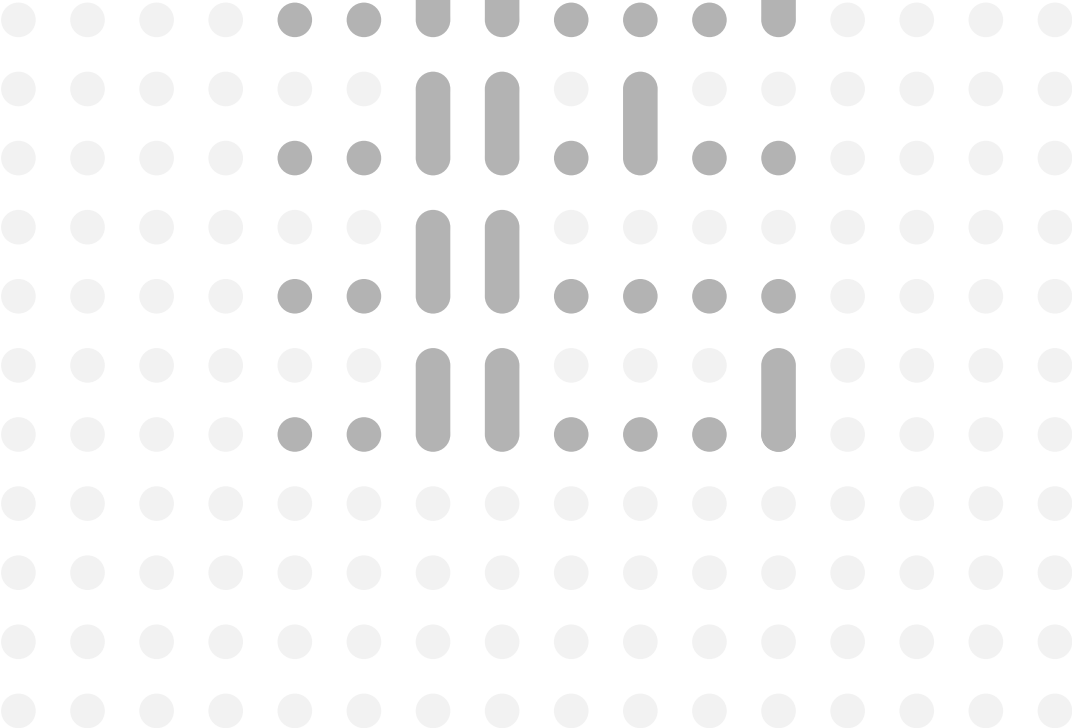
دیجی‌پی در راستای رسالت‌های اجتماعی خود، با برگزاری کمپین‌های مشترک با نهادهای خیریه، کمک‌های پرداختی کاربران به نفع این خیریه‌ها را جلب می‌کند.

تولید کتاب صوتی برای نابینایان

با همکاری سینمای نابینایان (سوینا) به مدت ۴ ماه، کتاب‌های صوتی متعددی برای نابینایان تولید شد.

احداث بوستان رسانه به یاد خبرنگاران

دیجی‌پی در مرداد ماه ۱۴۰۰ به مناسبت روز خبرنگار و به یاد خبرنگاران فقید، ریحانه یاسینی و مهشاد کریمی، رویشگاه رسانه را در یکی از روستاهای حومه کرج، ایجاد کرد.



دیجی‌پی در ۱۴۰۰

در سال ۱۴۰۰ تعدادی از سرویس‌های دیجی‌پی مانند BNPL، تامین مالی زنجیره تامین (SCF)، مدیریت ثروت (Wealth Management) و فناوری‌های بیمه (InsurTech) به صورت آزمایشی رونمایی شدند که برای هر یک از این محصولات صدها نفرساعت پژوهش، مطالعه و کار برنامه‌ریزی شده و مدون انجام شده است.

سالی که گذشت نقطه شروعی برای ارائه این محصولات و ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز برای شکوفایی آن‌ها بود. چشم‌انداز ما در سال ۱۴۰۱ به بار نشستن این محصولات بر بستر نوپا اما مطمئن و خلاقانه است.

در کشورهایی که آمار استفاده از کامپیوترهای رومیزی رو به کاهش و در مقابل استفاده از تجهیزات و گوشی‌های همراه بیشتر شده است، اقبال کاربران به پرداخت دیجیتال و BNPL هم افزایش چشم‌گیری داشته است.

سرویس BNPL، از جمله سرویس‌های تامین اعتبار در نقطه خرید است که به خریداران اجازه می‌دهد، در ۳۰ ثانیه انتهایی تکمیل سبد خرید، اعتباری برای خرید اقساطی دریافت و هزینه خرید اقلام را یک ماه بعد در یک دوره کوتاه مدت پرداخت کنند.

به این ترتیب خرید آنلاین، تنها با چند کلیک انجام و شانس و قدرت خرید کاربران بیشتر می‌شود. پس از تسویه بدهی، مجددا اعتبار جدیدی به کاربر اختصاص می‌یابد.

«الان بخر، بعدا پرداخت کن!» در سال۱۴۰۱

دیجی‌پی با هدف بهبود تجربه پرداخت آنلاین و افزایش قدرت خرید کاربران در لحظه خرید، در سال ۱۴۰۰ سرویس BNPL را به صورت آزمایشی ارائه کرد. نتایج این ارائه، با استقبالی فراتر از پیش‌بینی‌ها، همراه بود.

در سال ۱۴۰۱سرویس خرید BNPL، «الان بخر، بعدا پرداخت کن!» به مرحله توسعه و بلوغ خواهد رسید و علاوه بر کاربران دیجی‌کالا، مشتریان بیشتری استفاده از این سرویس را در پذیرندگان مختلف تجربه خواهند کرد.

دیجی‌پی

سرمایه‌های در گردش، به غنای زنجیره تامین منجر خواهد شد.

افزون بر این تامین مالی این بنگاه‌ها به رشد کارآفرینی، پویایی، انعطاف‌پذیری و بازدهی بالاتر تجارت الکترونیک کمک خواهد کرد.

سرویس SCF (تامین مالی زنجیره تامین)، روشی خلاقانه و تکنولوژی محور است که با تامین مالی سرمایه‌های فروشندگان و تامین‌کنندگان مارکت‌پلیس‌ها، کمک می‌کند، این بنگاه‌های اقتصادی سریع‌تر به سرمایه در گردش خود دسترسی پیدا و برای تکمیل این زنجیره ارزش توان‌مندتر عمل کنند.

تامین مالی زنجیره تامین (SCF) در سال ۱۴۰۱

دیجی‌پی برنامه‌های جدی و مدونی برای توسعه و بلوغ این محصول در دستور کار دارد و این سرویس را به جامعه بزرگ‌تری از فروشندگان و بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط ارائه خواهد کرد.

مبلغی و هر سطح دانش مالی سرمایه‌گذاری کنند. گام‌های زیر برای رسیدن به تصویر متعالی مدیریت ثروت طراحی و اجرا شده است:

- سرمایه‌گذاری در صندوق‌های درآمد ثابت، خرید و فروش سهام با کسب درآمد مشخص و ثابت با سودی بیشتر از سود سپرده‌های بانکی
- ارائه مشاوره غیرخودکار برای سرمایه‌گذاری در صندوق‌های مختلف

مدیریت ثروت در سال ۱۴۰۱

صندوق سرمایه‌گذاری با درآمد ثابت تنها بخشی از برنامه‌ای‌ست که برای توسعه این محصول در نظر دارد. تصویر اصلی و برازنده، تجهیز این محصول به ابزارهای نوآورانه و فن‌آورانه است تا مشتریان بتوانند از تمامی مزایای مدیریت ثروت که در نهایت منجر به زندگی مالی بهتر خواهد شد، استفاده کنند. برخی از اهداف دیجی‌پی در سال پیش رو در ادامه برشمرده شده است:

- سرمایه‌گذاری بورسی با استفاده از مانده موجودی کیف پول الکترونیک کاربران حقیقی
- دریافت اعتبار با ضمانت موجودی سهام کاربران و تبدیل سهام به اعتبار کاربران در نظام بانکی کشور
- و چند ویژگی دیگر که ارائه جزئیات آن برای علاقه‌مندان به حوزه سرمایه‌گذاری، جذاب و غافل‌گیرکننده خواهد بود.

دیجی‌پی

- ایجاد ابزارهای داینامیک و هوشمند محاسبه و ارائه‌ی حق بیمه
- باندلینگ هوشمند رشته‌های بیمه‌ای
- ایجاد ابزارهای هوشمند ارزیابی ریسک
- ارائه خدمات بیمه‌ای یک‌پارچه مبتنی بر ابزارهای هوشمند (فرایند صدور، الحاقیه، خسارت، وصول مطالبات و ...)
- ارائه سرویس‌های بیمه‌ای و باندلینگ با پلتفرم‌های دیجیتال

در سال گذشته با توجه به جایگاه ویژه‌ی دیجی‌کالا در بازار ارائه‌ی محصولات دیجیتال، بیمه‌ی تمام خطر تجهیزات الکترونیک با رویکرد ارائه‌ی خدمات از لحظه‌ی فروش تا لحظه‌ی خدمات پس از فروش به صورت یک‌پارچه و دیجیتال طراحی و به صورت آزمایشی به کاربران ارائه شد.

فناوری‌های بیمه، در سال ۱۴۰۱

دیجی‌پی، پس از فراهم کردن بسترهای مورد نیاز برای این خدمات و با هدف خلق تجربه‌ی جدیدی از راحتی و رضایت‌بخش از محصولات و خدمات بیمه برای خانواده‌های ایرانی، سیستم ارائه‌ی خدمات را بر بستری کاملا دیجیتال در کشور ارایه خواهد کرد.

آنچه مطالعه گردید، گزارشی مختصر از عملکرد دیجی‌پی در سال ۱۴۰۰ بود که جزئیات‌ها و دستاوردهای این مجموعه را از ابتدای دی ماه ۱۳۹۹ تا پایان آذر ماه ۱۴۰۰ مورد مطالعه قرار داده است.

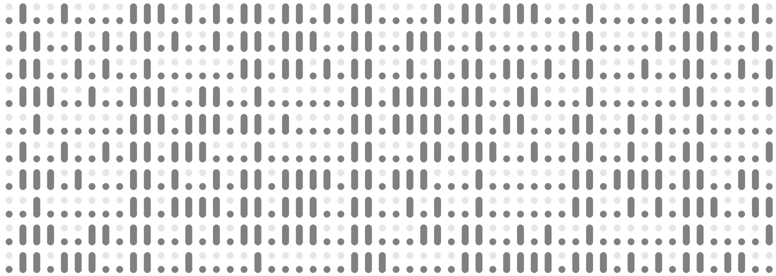
دیجی‌پی به عنوان یکی از بازیگران تازه‌نفس عرصه فین‌تک خود را در آغاز راهی طولانی برای تحقق اهداف و باورهای فراگیری مالی می‌داند.

سال ۱۴۰۰ با همه‌ی فراز و نشیب‌ها، برای دیجی‌پی در حکم فرصتی برای یک آغاز دوباره و ساخت بسترهای مناسب خدمات بود و در ادامه راه خود را ملزم به بهره‌برداری از این بسترها برای ارائه شایسته‌ترین خدمات به کاربران‌مان می‌دانیم.

برای مشاهده و دانلود نسخه
دیجیتال گزارش اسکن کنید

	04
	05
	06
	1400
	1401
	91

Human being are members of a whole In creation of one essence and soul



تعداد قبض‌های صادر شده و صرفه‌جویی

با صدور ۳۰,۴۲۰,۹۲۴ رسید الکترونیک پرداخت، کاغذی این رسیدها پیشگیری و به اندازه ۵ صفحه‌ای در مصرف کاغذ صرفه‌جویی شد. همچنین تعداد ۷۰,۱۳۰,۴۷۴ رسیدی که درخواست‌های کارت به کارت صادر شده به همراه داشته است.

شاه‌دانه‌های اشکوار ارگرس کشت کنید. تمر بذر اهدایی شما می‌تواند به رویش درختی منجر شود که حیاتی دوباره به نفس‌های به شماره افتاده زمین هدیه کند. در این پروژه شما می‌توانید با پرداخت مبالغی ناچیز در طول ۵ سال، سرپرستی درختان این خطه را برعهده بگیرید و از لحظه کاشت بذر تا تمام مراحل آب‌یاری، مراقبت، بالندگی و تبدیل شدن به یک نهال، همراه درخت‌تان باشید و از زندگی بخشیدن به خاک سخاوت‌مند زاگرس لذت ببرید.

برای کمک به خیره آلگن اسکن کنید

دیجی‌پی