

اُکالا

گزارش سال ۱۴۰۲



اځاڼا

آغاز يک تحول



۶	اُکالا در یک نگاه
۹	مشتریان
۱۵	کالاها و برندها
۲۶	عملیات
۳۲	سرمایه‌های انسانی

سال ۱۴۰۲ سال تحول و رشد برای اُکالا بود. در این سال علاوه بر تجربه رشد با سرمایه‌گذاری گسترده در زیرساخت‌های مقیاس‌پذیر و پایدار در حوزه فناوری و لجستیک، پایه‌های محکمی برای آینده‌ای روشن و موفق بنا نهادیم.

تمرکز اصلی ما در سال گذشته و همین‌طور امسال بر ارتقای تجربه خوشایند کاربران، پشتیبانی مشتریان و سرعت ارسال سفارش‌ها بوده است. همچنین با ایجاد ارتباطی سازنده و مبتنی بر اعتماد با فروشندگان و تأمین‌کنندگان، خریدی به صرفه را برای مشتریان فراهم کرده و با حذف هزینه ارسال، سبک خرید مشتریان را متحول کردیم.

ما با تکیه بر نیم قرن تجربه گروه صنعتی گلرنگ و تیم جوان و متخصص اُکالا، متعهد به تحول بازار آنلاین محصولات سوپرمارکتی به واسطه خلق تجربه منحصر بفرد در خرید راحت برای همه اقشار جامعه هستیم.

گزارش پیش‌رو راوی جزئیات نوآوری‌ها و تلاش‌های تیم اُکالا در سال گذشته است. این گزارش تعهدی است به شفافیت ما با ذی‌نفعان و میلیون‌ها کاربری که ما افتخار خدمات‌رسانی به آن‌ها را داریم؛ مخاطبان و ذی‌نفعانی که اعتماد آن‌ها را با ارزش‌ترین سرمایه خود می‌دانیم.



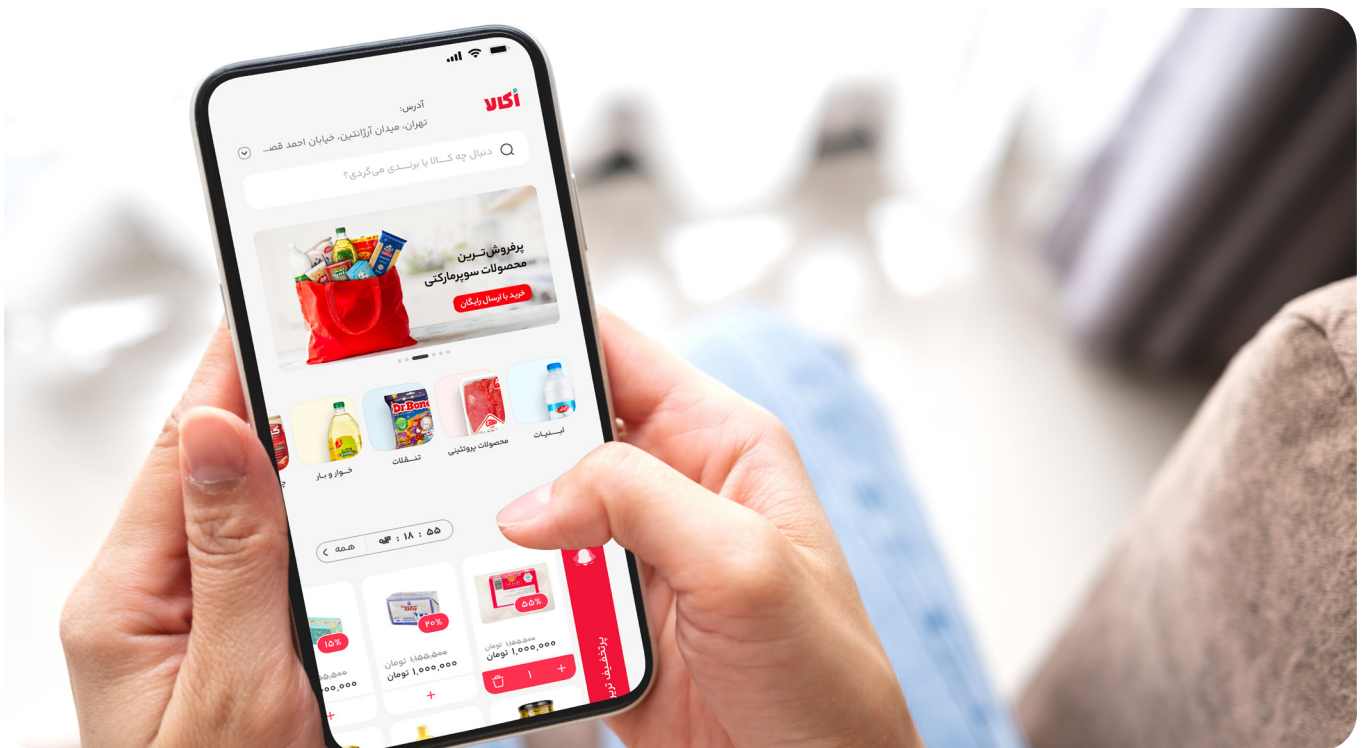
سید مهدی اعتمادی و حامد رضایی‌فرخ

مدیران ارشد اجرایی اُکالا

سرعت و ترافیک بالای زندگی مدرن، انسان امروزی را بر آن داشته تا همواره به دنبال سریع‌ترین و هوشمندانه‌ترین راه برای رفع نیازهای خود باشد. تهیه‌ی محصولات سوپرمارکتی یکی از نیازهای روزمره است که به سبب پرتکرار بودنش، هر روز خریداران بیشتری را به سوی استفاده از راهکارهای هوشمند سوق می‌دهد.

پلتفرم خرید سوپرمارکتی اُگالا با سرعت بخشیدن به مسیر تأمین نیاز مصرف‌کنندگان این دسته از محصولات، امکان خرید هوشمند، راحت و در عین حال مقرون‌به‌صرفه از سوپرمارکت‌ها را فراهم کرده است.

کاربران اُگالا می‌توانند به راحتی از سوپرمارکت‌های محلی و زنجیره‌ای اطراف محل سکونت خود خرید کنند و سفارش‌های خود را با ارسال رایگان و فوری، در مقصد مورد نظرشان تحویل بگیرند. این بازارگاه (مارکت پلیس) که در سال ۱۳۹۶ آغاز به کار کرده است، امروز بخش مهمی از خانواده‌ی بزرگ گروه صنعتی گلرنگ و صنعت کالاهای تدمصرف سوپرمارکتی است و می‌کوشد با رشد و توسعه در اکوسیستم، همواره به‌روز و پیشرو باشد.



فصل اول:

اُگالا در یک نگاه

اُکالا در یک نگاه

۲٫۳+ میلیون

سفارش ثبت شده در یک ماه

۱۹+ میلیون

کاربر

۱۴۷%

رشد تعداد مشتریان جدید نسبت به سال گذشته

۱۱۸%

رشد تعداد سفارش ها نسبت به سال گذشته

۲۲۳ شهر

تحت پوشش

۱۵۷+ میلیون

بازدید از وبسایت و اپلیکیشن در سال

۹۷%

ارسال موفق سفارش ها

۱۸۵۲

سوپرمارکت فعال

شکستن رکورد صنعت

روز ۴ اسفند ۱۴۰۲ رکورد خرید آنلاین از سوپرمارکت‌ها شکسته شد.

در یک روز

فروش **۷۵۴+ هزار** قلم کالا

در یک روز

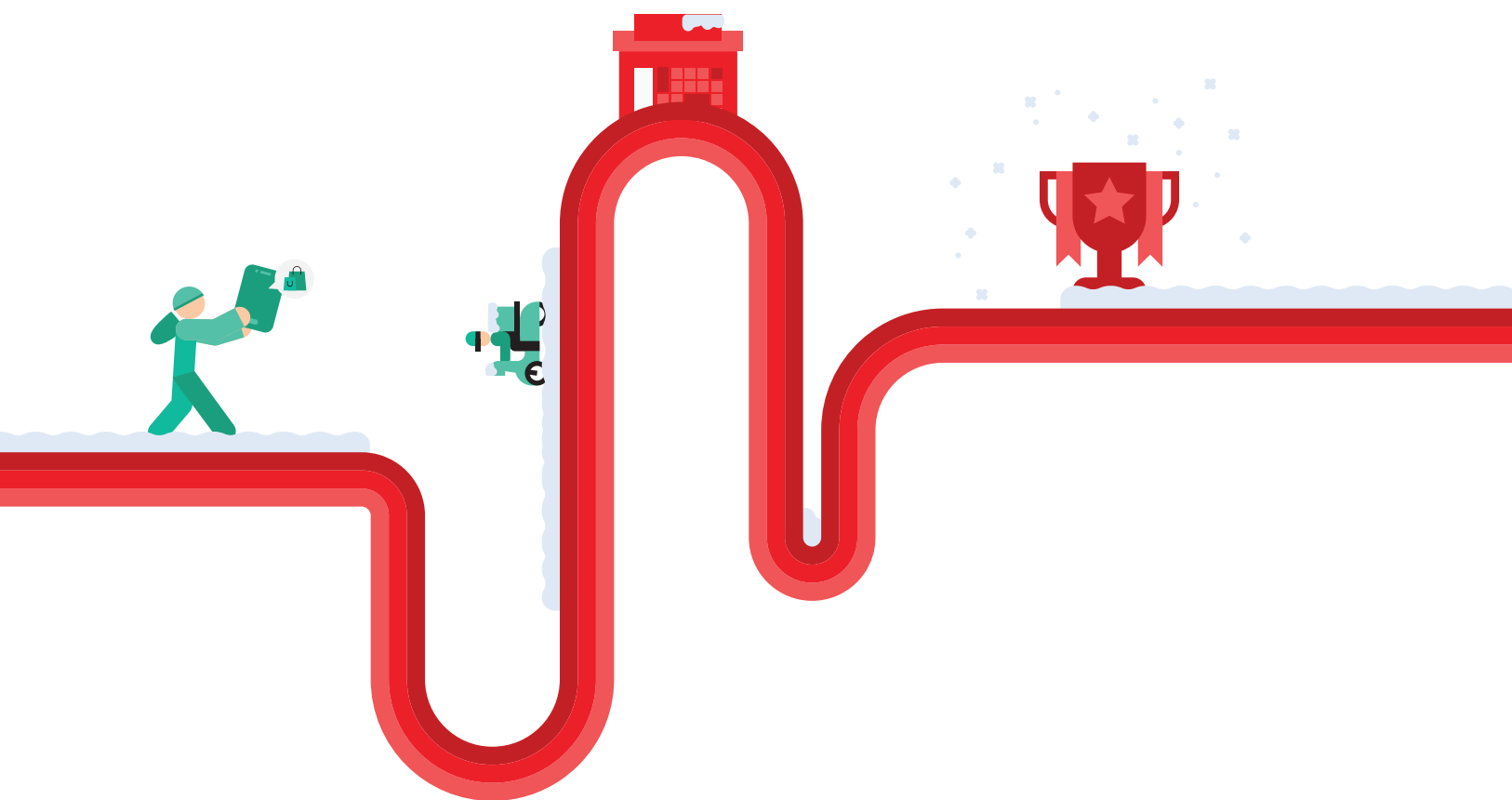
ثبت **۱۲۷+ هزار** سفارش

در یک ساعت

بازدید از وبسایت **۲,۲+ میلیون**

در یک ساعت

ثبت **۱۱+ هزار** سفارش



فصل دوم:

مشتریان

۳۳+ کیلومتر

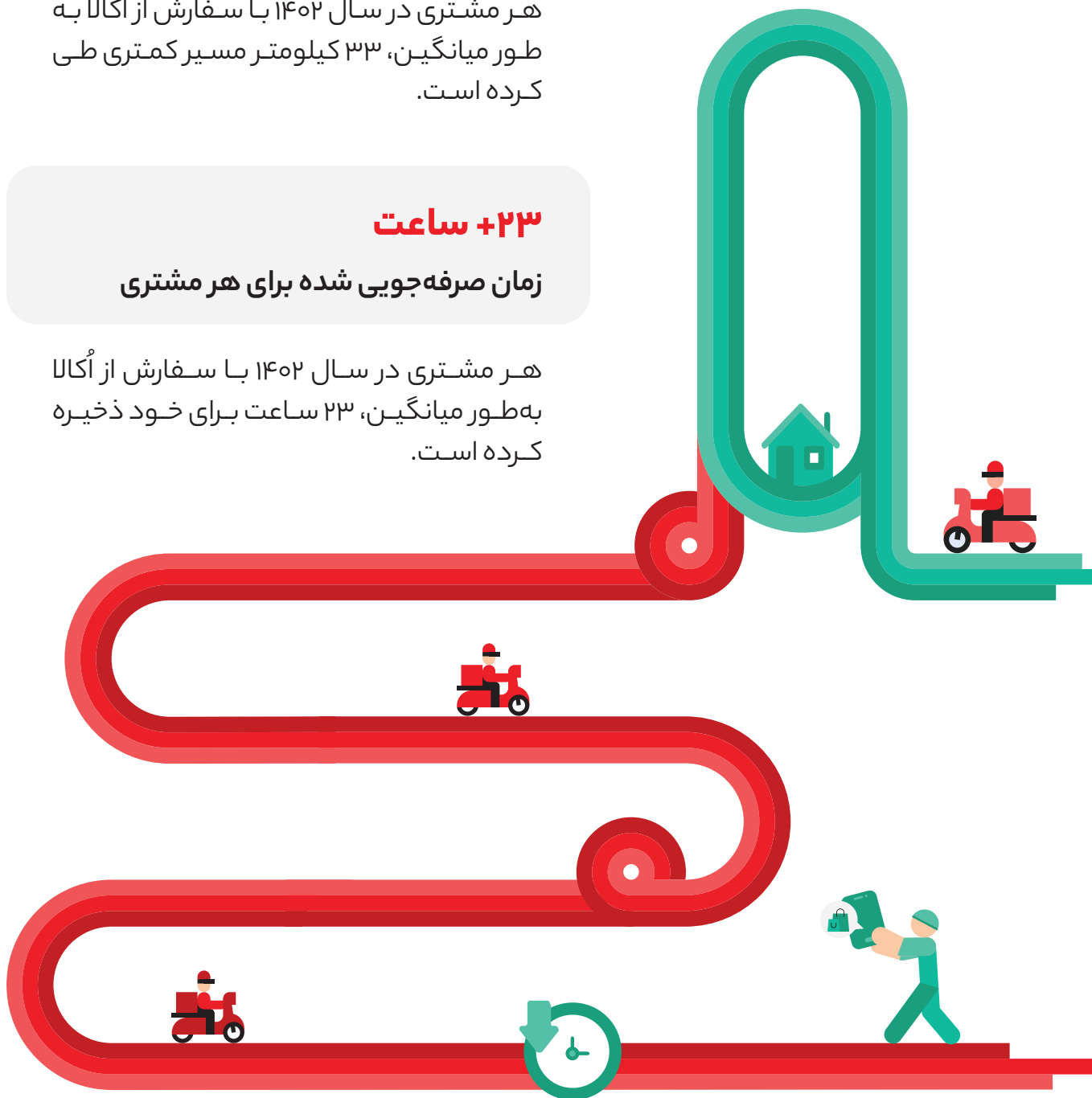
از رفت و آمد هر مشتری کم شد

هر مشتری در سال ۱۴۰۲ با سفارش از اُکالا به طور میانگین، ۳۳ کیلومتر مسیر کمتری طی کرده است.

۲۳+ ساعت

زمان صرفه‌جویی شده برای هر مشتری

هر مشتری در سال ۱۴۰۲ با سفارش از اُکالا به طور میانگین، ۲۳ ساعت برای خود ذخیره کرده است.



۲۹۱ هزار تومان

تخفیف هر مشتری

هر مشتری در طی سال ۱۴۰۲ به طور میانگین ۲۹۱ هزار تومان تخفیف از اُکالا داشته است.



۱۸۷ هزار تومان

سود هر مشتری از ارسال رایگان

هر مشتری در نیمه دوم سال ۱۴۰۲ توانسته است با استفاده از قابلیت ارسال رایگان سفارش‌ها در اُکالا به طور میانگین ۱۸۷ هزار تومان ذخیره کند.



مشتریان وفادار

۶۵٪ خرید مجدد

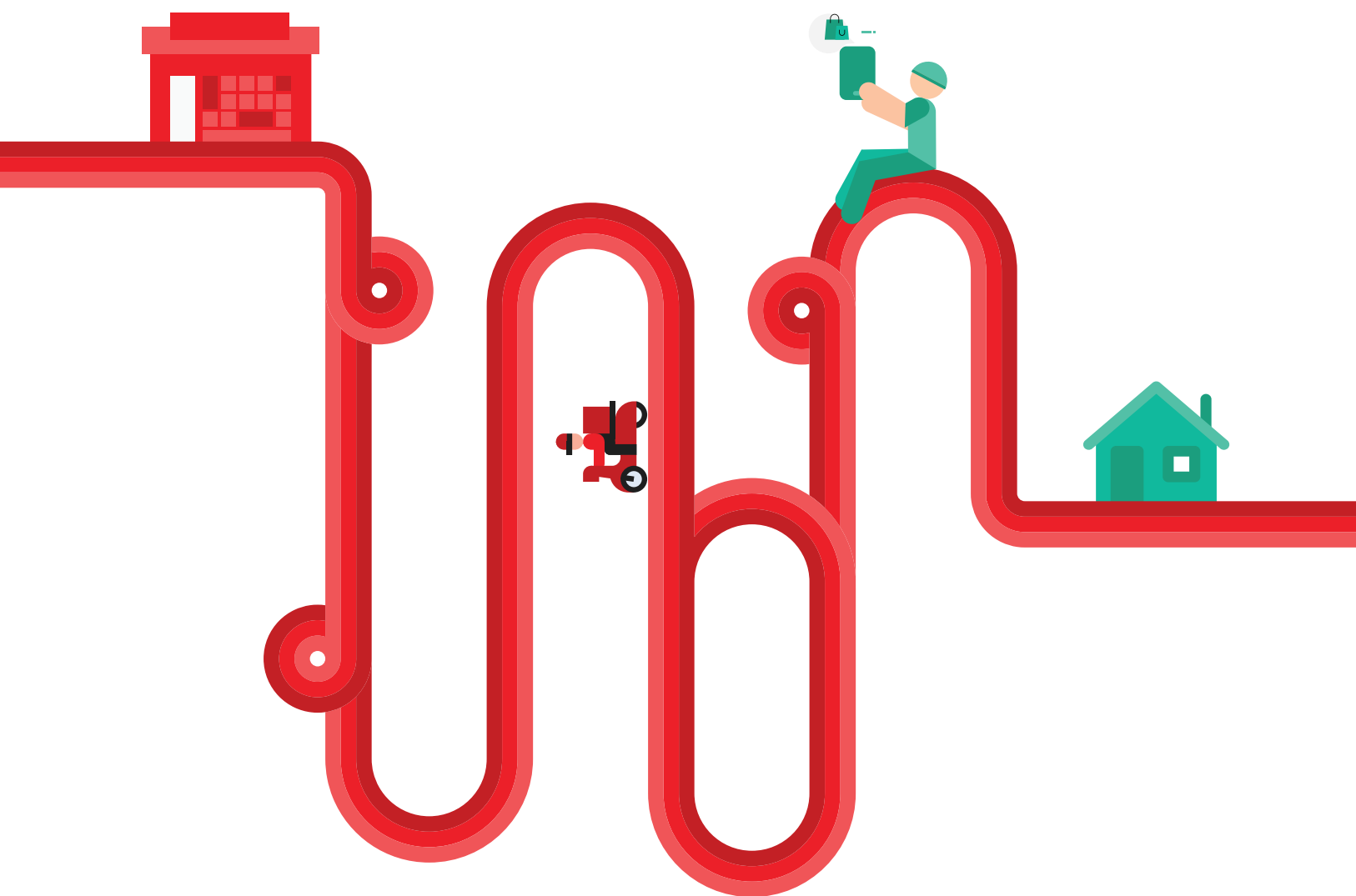
مشتریان جدید

۶۵ درصد از مشتریان بعد از تجربه‌ی خرید اول در سال ۱۴۰۲، دوباره این پلتفرم را انتخاب کردند.

۴۷٪ رشد

در تعداد سفارش‌ها برای هر مشتری

هر یک از مشتریان اُکالا در سال ۱۴۰۲ به‌طور متوسط ۴۷ درصد بیشتر از سال قبل سفارش ثبت کردند.





مشتریان رکورددار در سال ۱۴۰۲

۲۶+ هزار قلم کالا

آقای ب.م از تهران با رکورد بیشترین تعداد کالای خریداری شده، در مجموع ۲۶ هزار و ۸۳۷ قلم کالا سفارش داده است.

۸۰۰+ سفارش

آقای م.م از خرمشهر با رکورد بیشترین تعداد سفارش، در مجموع ۸۳۷ خرید داشته است.

خرید از ۱۵ شهر ایران

در سال ۱۴۰۲ یکی از مشتریان اُکالا از ۱۵ شهر مختلف در ایران سفارش ثبت کرده است.

۷۳۹+ میلیون تومان خرید

آقای م.الف از تهران با رکورد بیشترین مبلغ خرید، در مجموع ۷۳۹ میلیون و ۱۳۵ هزار تومان خرید کرده است.

خرید از ۷۶ سوپرمارکت

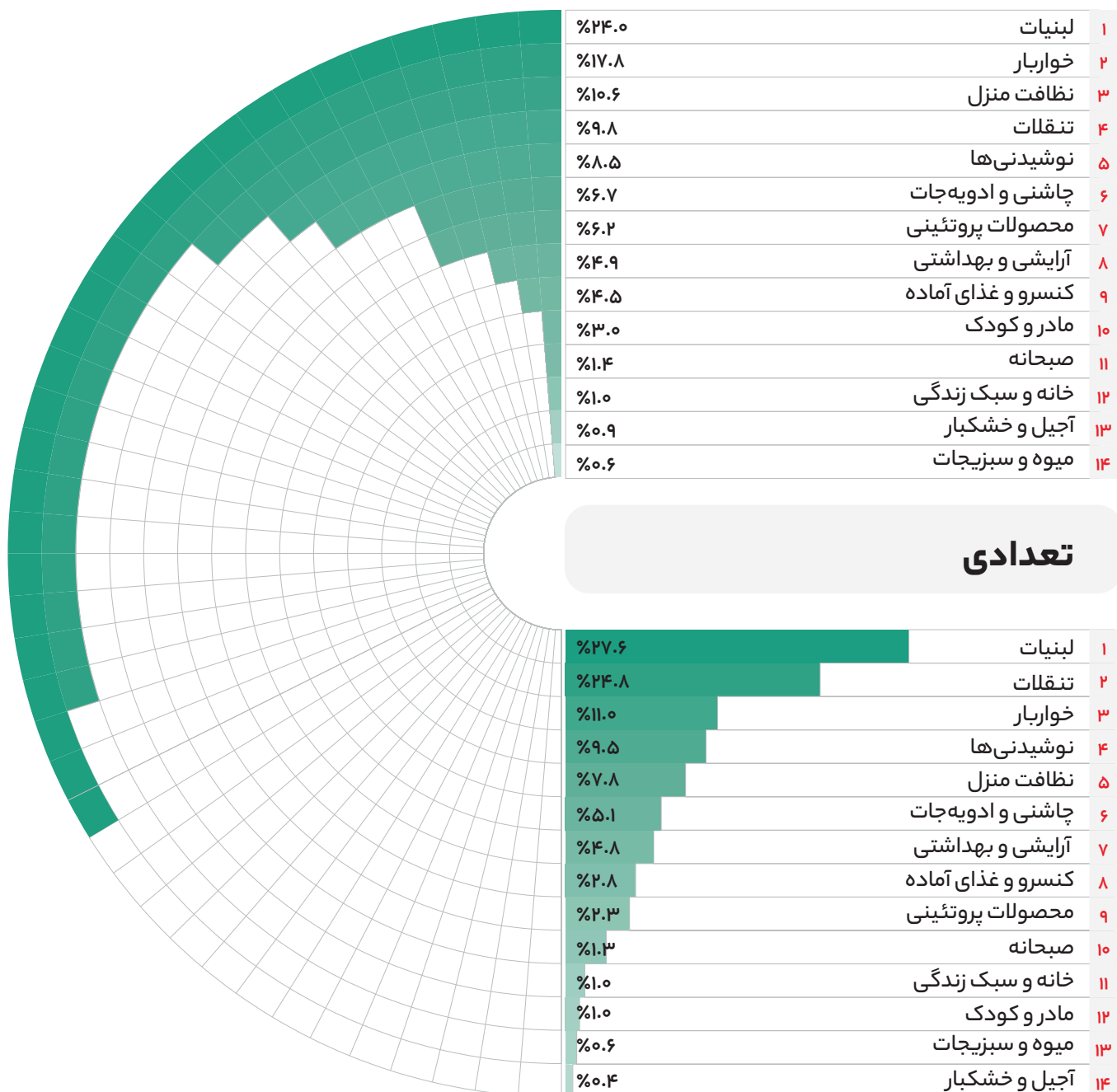
آقای س.ک از تهران در سال ۱۴۰۲، از ۷۶ سوپرمارکت مختلف سفارش ثبت کرده است.

فصل سوم:

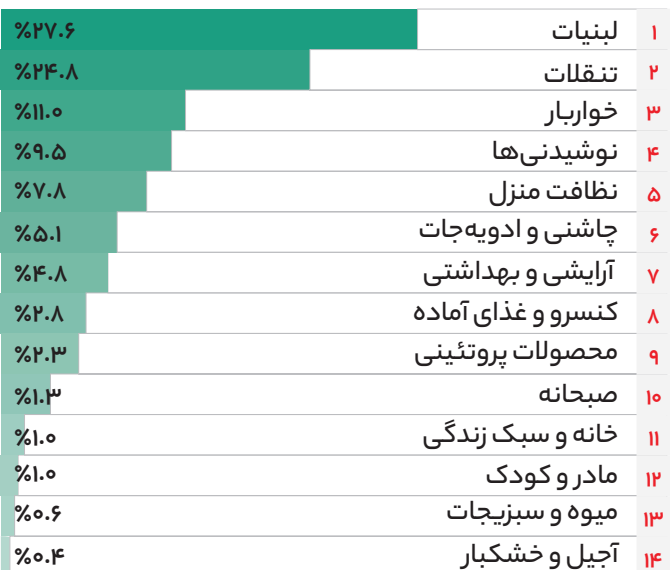
کالاها و برندها

سهم فروش دسته‌های محصولی

ریالی



تعدادی



۱۰ محصول پرفروش آگالا

تعدادی

۶ ماکارونی و رشته

۱ چیپس و پفک

۷ کره

۲ بیسکویت، ویفر و کراکر

۸ بستنی

۳ کیک و کلوچه

۹ نوشابه

۴ شیر

۱۰ شوینده لباس

۵ پنیر

ریالی

۶ چیپس و پفک

۱ پنیر

۷ برنج

۲ روغن

۸ نوشابه

۳ ماست

۹ ماکارونی و رشته

۴ شوینده لباس

۱۰ تخم مرغ

۵ شیر

۱۰ برند پرفروش اُکالا

تعدادی



۶ مزمز



۱ چی توز



۷ مینو



۲ پگاه



۸ صباح



۳ زر



۹ رامک



۴ دومینو



۱۰ نادی



۵ پاک

ریالی



۶ چی توز



۱ پگاه



۷ زر



۲ فامیلا



۸ کاله



۳ اویلا



۹ رامک



۴ صباح



۱۰ اکتیو



۵ پاک

۱۰ کالای پرفروش اکالا

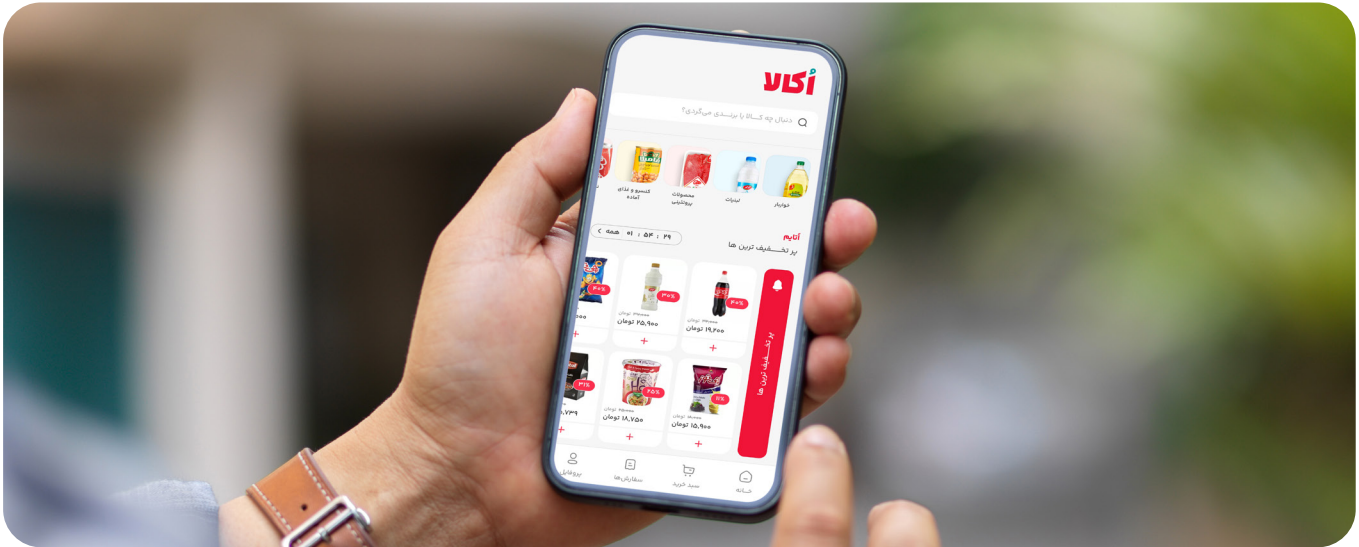
ریالی	تعدادی
 <p>۱ ماست ۳٫۲ درصد چربی ۲ کیلویی صبح</p>	 <p>۱ نوشابه خانواده ۱۵۰۰ سی سی کوکا کولا</p>
 <p>۲ پنیر سفید درب دار ۴۰۰ گرمی پگاه</p>	 <p>۲ خامه صبحانه ۲۰۰ گرمی صبح</p>
 <p>۳ نوشابه خانواده ۱۵۰۰ سی سی کوکا کولا</p>	 <p>۳ پنیر سفید درب دار ۴۰۰ گرمی پگاه</p>
 <p>۴ رب گوجه فرنگی ۸۰۰ گرمی رعنا</p>	 <p>۴ اسپاگتی ۱٫۲ رشته ای ۵۰۰ گرمی زر</p>
 <p>۵ پنیر سفید ۴۰۰ گرمی رامک</p>	 <p>۵ اسپاگتی ۱٫۲ رشته ای ۷۰۰ گرمی زر</p>
 <p>۶ خامه صبحانه ۲۰۰ گرمی صبح</p>	 <p>۶ شیر کم چرب ۹۴۶ میلی لیتری پگاه</p>
 <p>۷ پنیر فتا دوشه ۴۰۰ گرمی هزار</p>	 <p>۷ کره حیوانی اسپرید نیم چرب ۵۰ گرمی تاپ</p>
 <p>۸ تخم مرغ ۳۰ عددی روز</p>	 <p>۸ رب گوجه فرنگی ۸۰۰ گرمی رعنا</p>
 <p>۹ شکر ۱ کیلوگرمی برلیان</p>	 <p>۹ پنیر سفید ۴۰۰ گرمی رامک</p>
 <p>۱۰ اسپاگتی ۱٫۲ رشته ای ۷۰۰ گرمی زر</p>	 <p>۱۰ کرانچی پنیری بزرگ چی توز</p>

پرفروش‌ترین برند هر گروه محصول

۳	۲	۱	روغن	۳	۲	۱	آبمیوه
							
			بیسکویت، ویفر و کراکر				تن ماهی
			پوشک بچه				دستمال کاغذی و توالت
			دوغ				دسرهای آماده
			چیپس و پفک				ماکارونی و رشته
			شیر				بستنی
			شوینده لباس				پنیر
			رب گوجه فرنگی				ماست
			نوار بهداشتی				ماء الشعیر و آبمیوه گازدار

اُتایم؛ فرصتی ویژه برای افزایش فروش

۳۱٪ از مشتریان، خرید خود را از اُتایم شروع می‌کنند.



اُتایم یک ظرفیت مخصوص در پلتفرم اُکالا برای ارائه پُرتخفیف‌ترین کالاهاست که سهم مهمی در فروش دارد. با این قابلیت مشتریان می‌توانند در به‌صرفه‌ترین حالت ممکن خرید کنند. همچنین حضور کالا در اُتایم فرصتی ویژه برای افزایش چند ده برابری فروش است.

ویژگی های اُتایم:

تضمین افزایش فروش محصول

بیشترین ظرفیت بازدید

قابلیت نمایش کالاهای متنوع
در بازه‌های ۲ ساعته

قابلیت سفارشی‌سازی برای هر
شهر و هر سوپرمارکت

اُتایم؛ فرصتی ویژه برای افزایش فروش

رشد فروش روزانه در اُتایم

دسته بندی

رشد فروش روزانه در اُتایم

دسته بندی

تا ۸۰ برابر

تن ماهی

تا ۱۳۰ برابر

آبمیوه

تا ۴۰ برابر

پنیر

تا ۸۰ برابر

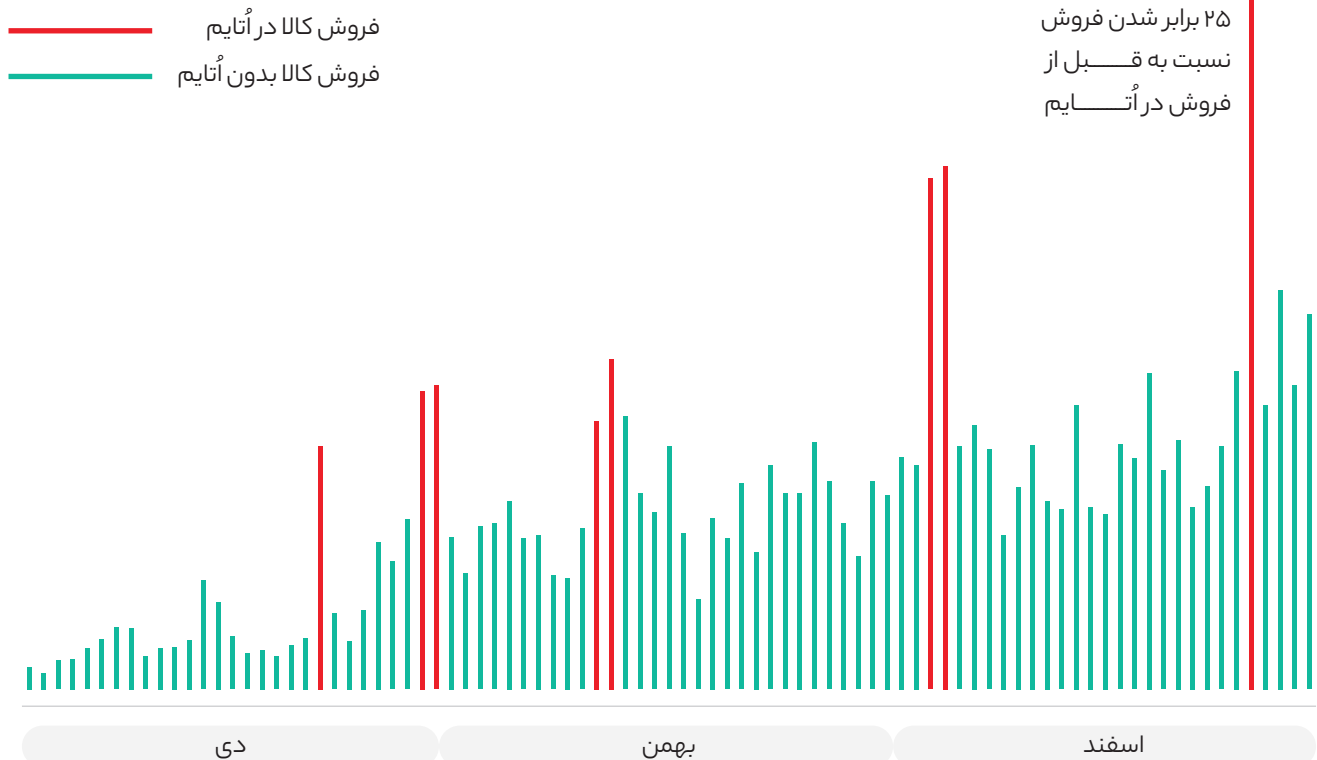
چای

تا ۲۵ برابر

نوشابه

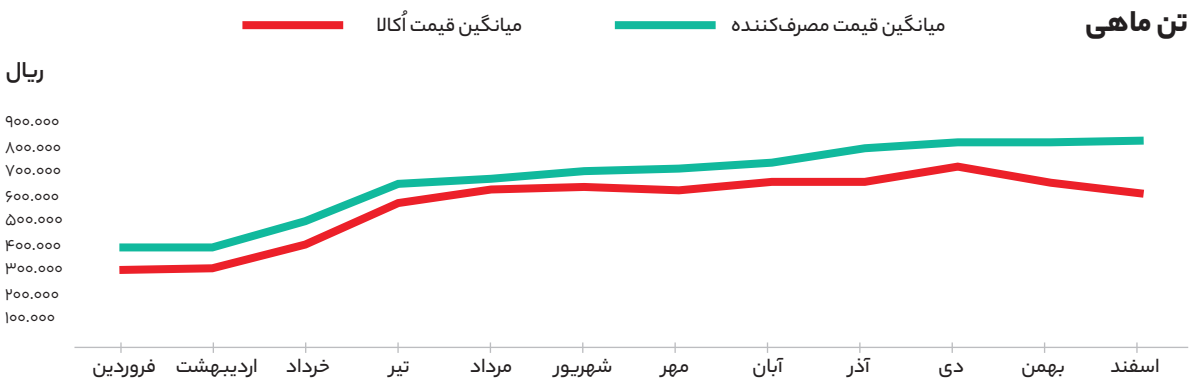
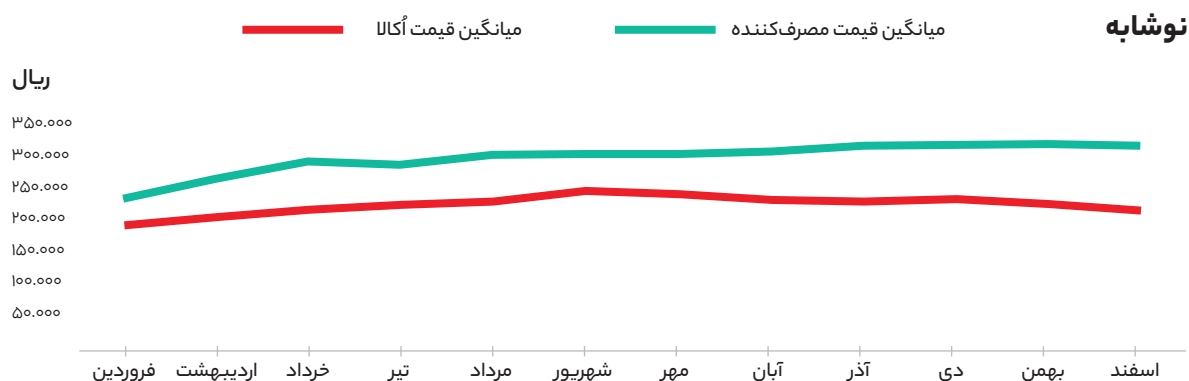
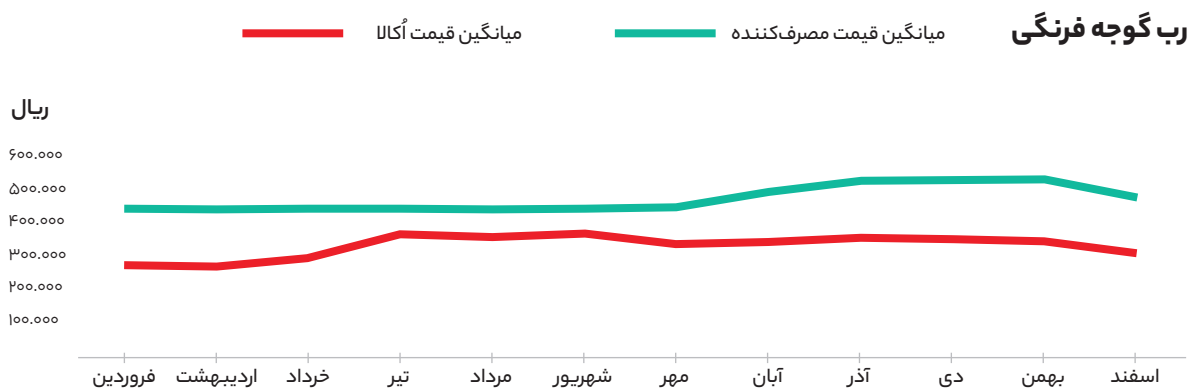
تا ۷۵ برابر

روغن



خرید با زیر قیمت مصرف‌کننده

اُکالا با ارائه برخی از کالاها با قیمتی مناسب‌تر از قیمت مصرف‌کننده به حفظ قدرت خرید مشتریان در تمامی ماه‌های سال ۱۴۰۲ کمک کرده است.



قیمت نوشابه در طول سال ۱۴۰۲ حدود ۳۷ درصد افزایش داشت، اما میانگین رشد قیمت این محصول در پلتفرم اُکالا ۱۲ درصد بوده است.

اُکالا رَنگ: رتبه‌بندی کالاهای سوپرمارکتی

اُکالا رَنگ یک بستر اختصاصی در پلتفرم اُکالا برای مشارکت کاربران در سنجش رضایت و به اشتراک‌گذاری تجربه مثبت و منفی از مصرف کالاها و برندهای مختلف است. همه کاربران می‌توانند در رتبه‌بندی مردمی کالاهای سوپرمارکتی شرکت کنند تا مشتریان تجربه خرید آگاهانه‌تری داشته باشند.

+۴ میلیون رای

تا امروز ۴,۰۸۳,۹۰۷ رأی در اُکالا رَنگ ثبت شده است.

۱۰ کالای محبوب بر اساس آرای کاربران در اُکالا رَنگ

۲۴۰۱۷	ماست سون پرچرب ۲۲۰۰ گرمی کاله	۱
۱۷۴۹۳	چیپس ساده دل مزه ۱۰۰ گرمی مزمز	۲
۱۵۷۲۲	پنیر لبنه ۳۵۰ گرمی کاله	۳
۱۵۰۱۵	پنیر نسبتا چرب ۵۱۰ گرمی روزانه	۴
۱۴۱۰۱	چیپس سرکه متوسط ۶۰ گرمی چی توز	۵
۱۲۴۰۸	پنیر خامه ای ویلی ۳۵۰ گرمی کاله	۶
۱۱۸۶۸	ماست همزده پرچرب ۱۵۰۰ گرمی میهن	۷
۱۱۶۳۶	کتل چیپس نمک دریایی چی توز	۸
۱۱۵۹۶	اسنک طلایی چی توز ۱۷۵ گرمی	۹
۱۰۹۹۴	پنیر پیتزا پروسس رنده شده ۵۰۰ گرمی ۲۰۶	۱۰

تعداد آرا

KalaRank ★

اُکالا رَنگ از سال ۱۳۹۸ با هدف کمک به انتخاب بهترین محصولات سوپرمارکتی از نظر قیمت، کیفیت و طعم راه‌اندازی شده است.



دستاوردها:

- ۷۹۰٪ رشد فروش شامپو بدن گلرنگ
- ۳۶۱٪ رشد فروش آبمیوه می‌ماس
- ۳۲۲٪ رشد فروش روغن مایع رعنا
- ۱۳۶٪ رشد فروش مایع لباسشویی سافتلن

در سال ۱۴۰۲، کمپین‌های مختلف اجرا شده در اُکالا به شکلی چشمگیر برندها را تحت تأثیر قرار داده است. کمپین ۳۶۰ درجه شهر تهران، در دو فاز با مشارکت برندهایی همچون رعنا، سافتلن، می‌ماس و گلرنگ برگزار شد. این کمپین باعث تقویت فروش و دیده شدن بیشتر برندها در بازار شده است. افزایش چند برابری فروش برای این برندها یکی از مهم‌ترین دستاوردهای این کمپین بود.

فصل چهارم:

عملیات

ظرفیت‌های لجستیکی اُکالا

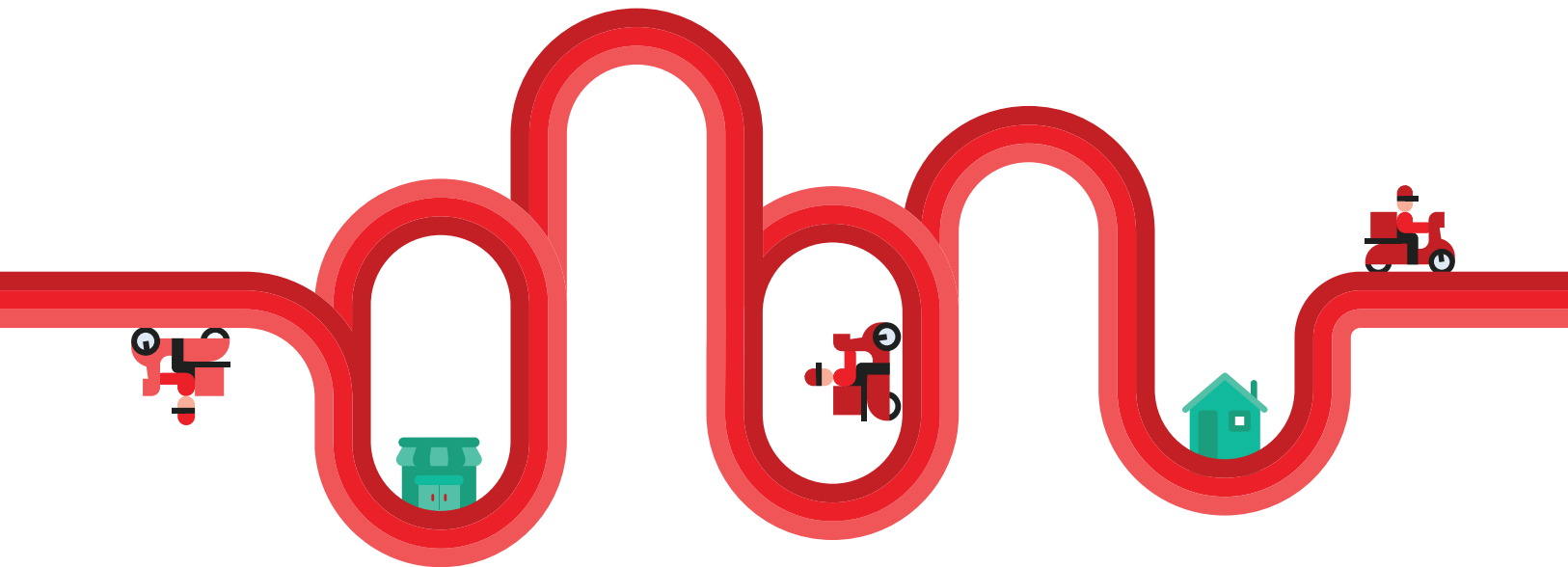
افزایش سرعت عمل و کیفیت در ارسال سفارش‌ها نیازمند توسعه در زیرساخت‌های لجستیکی و فنی بوده است. اُکالا در سال ۱۴۰۲ در شاخص‌های مختلف به دستاوردهایی رسید که نتیجه آن بهبود تجربه خریداران بوده است.

۲۴+ هزار سفیر

۹۷٪ ارسال موفق سفارش‌ها

۷۲٪ ارسال زیر ۳۵ دقیقه سفارش‌ها

۱۸۹٪ رشد در تعداد سفارش‌های ارسال فوری (On Demand)





کمتر از ۱ ساعت

رسیدگی به شکایات

۷۸ درصد از مشتریانی که با واحد پشتیبانی اُکالا تماس گرفته‌اند در کمتر از ۱ ساعت به شکایتشان رسیدگی شد.

کمتر از ۴۵ ثانیه

در انتظار پاسخ گویی

۸۰ درصد از مشتریان کمتر از ۴۵ ثانیه در انتظار برقراری ارتباط با پشتیبانی بودند.

۱ دقیقه و ۱ ثانیه

میانگین زمان هر مکالمه

میانگین زمان هر مکالمه میان مشتریان و واحد پشتیبانی ۱ دقیقه و ۱ ثانیه است.

۴.۶

رضایت ۴.۶ از ۵ مشتریان

میانگین رضایت مشتریان از پشتیبانی ۴.۶ از ۵ بوده است.

۱۰۹٪ رشد

رفع مشکل در اولین تماس

شاخص رفع مشکل در اولین تماس (FCR) در سال ۱۴۰۲ با رشد ۱۰۹ درصدی نسبت به سال قبل به ۸۲ درصد رسید.

امکان خرید از فروشگاه‌های متنوع

یاران دریان

افق کوه‌ها

سوپرمارکت

اُمارکت

گنده

ابیزینس

نانوایی

هایپرفامیلی
Hyper Family

رشد ۳۴ برابری

تعداد سوپرمارکت‌های محلی

۱۰۹٪ رشد

تعداد فروشگاه‌های تهران

نانوایی

عضو جدید سال ۱۴۰۲

با اضافه شدن ۱۸۳ نانوایی در شهر تهران به پلتفرم اُکالا، امکان تهیه انواع نان تازه برای مشتریان فراهم شده است.

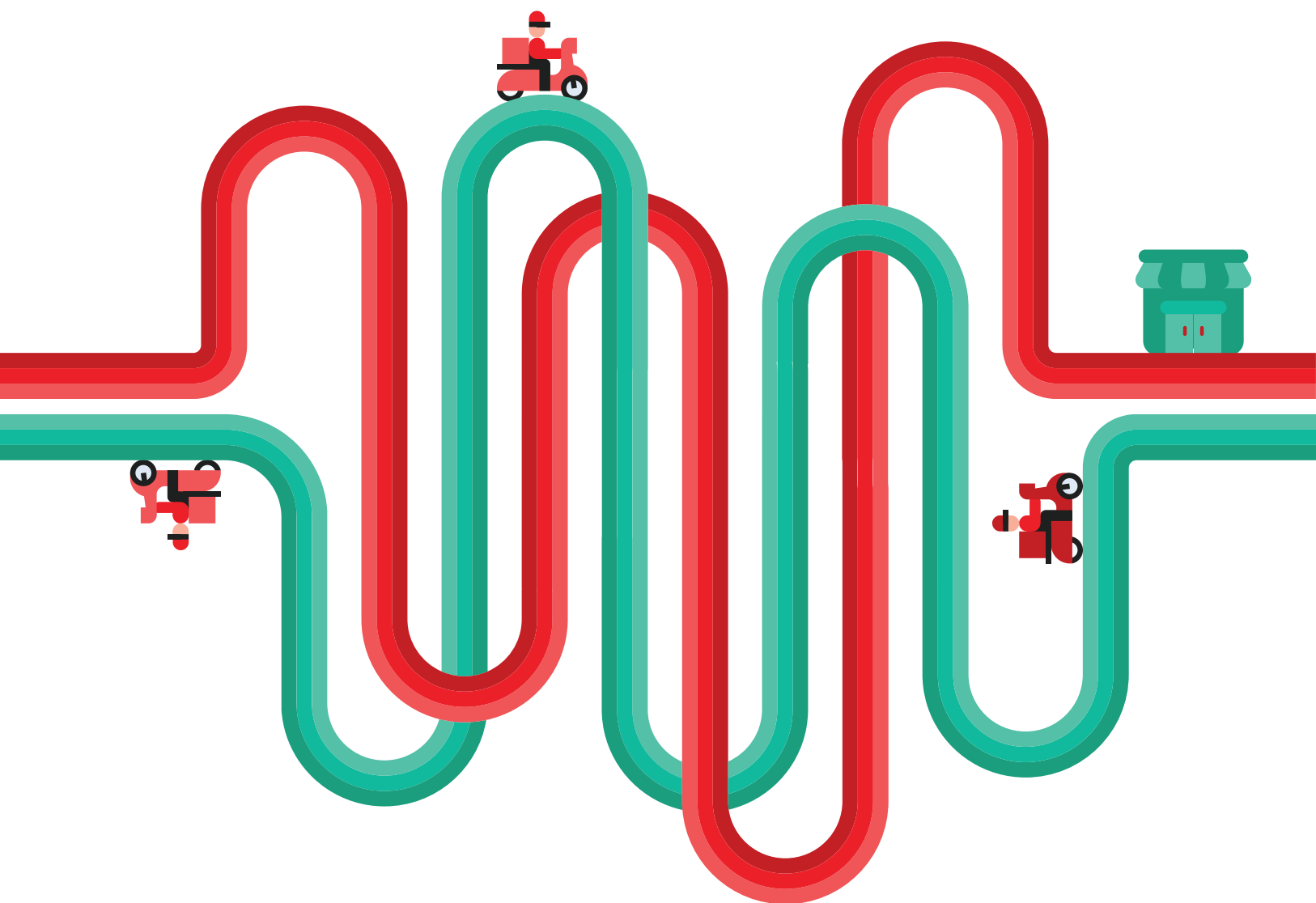
پرفروش‌ترین سوپرمارکت‌ها

۱ ۱۱۳۸ سفارش در ۲۴ ساعت در تهران

۳ ۸۸۶ سفارش در ۲۴ ساعت در تهران

۲ ۹۰۶ سفارش در ۲۴ ساعت در تهران

۴ ۸۷۹ سفارش در ۲۴ ساعت در تهران

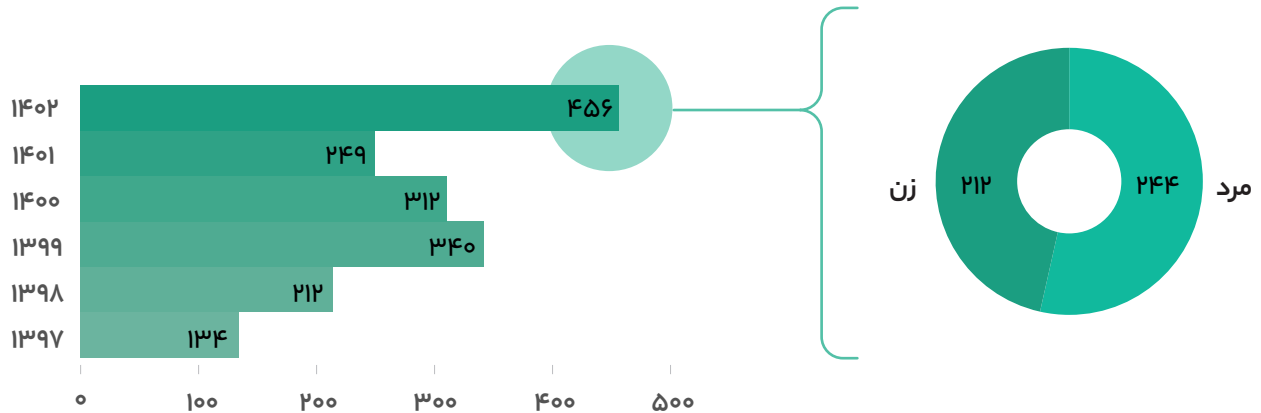


فصل پنجم:

سرمایه انسانی

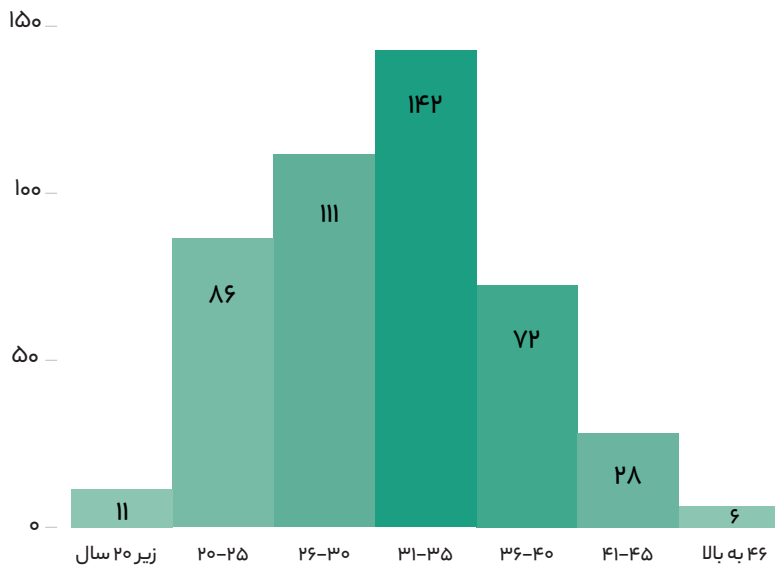
رشد تعداد همکاران

تعداد همکاران اُکالا از ۲۴۹ نفر در سال ۱۴۰۱ به ۴۵۶ نفر در سال ۱۴۰۲ رسیده است.



تنوع سنی همکاران

میانگین سنی همکاران اُگالا که شامل مدیران هم می‌شود، نمایانگر آن است که اکثر مدیران در بازه‌ی سنی ۳۱ تا ۳۵ سال هستند.



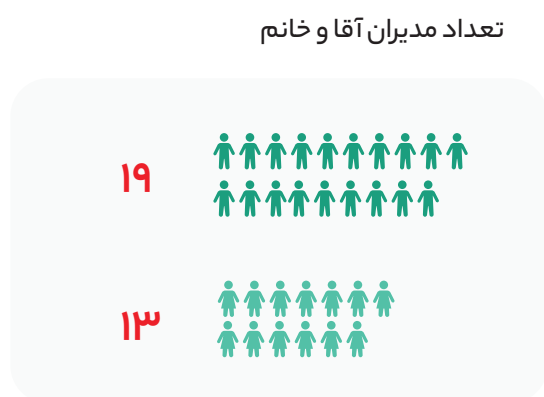
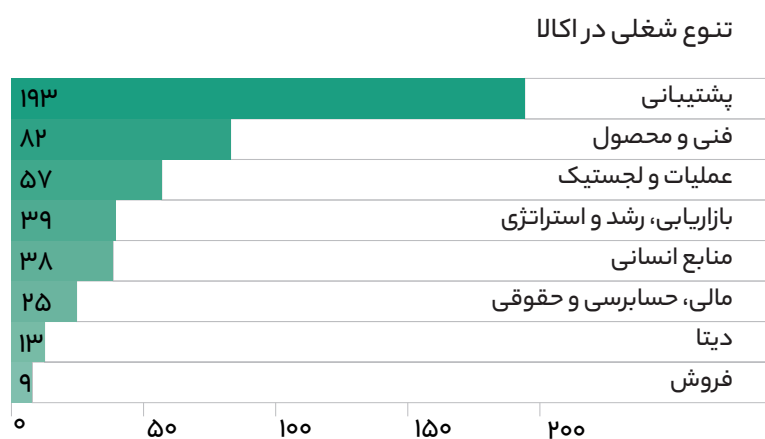
سن جوان‌ترین همکار
۱۹ سال

میانگین سنی همکاران
۳۱ سال



تنوع شغلی

بیش از ۴۳ درصد از همکاران اکالا در بخش پشتیبانی مشتریان مشغول به کار هستند و پس از آن به ترتیب واحدهای مدیریت فروشندگان و فنی بیشترین جمعیت را دارند. این نشان دهنده اهمیت و اولویت تأمین نیازهای مشتریان از یک سو و فروشندگان از سوی دیگر است.





قدردان شماییم

این گزارش، ثمره پشتکار همه کسانی است که از اولین روزهای
تأسیس اُکالا با تلاش‌های بی وقفه و اشتیاقی به یاد ماندنی ما را
در این مسیر ۷ ساله همراهی کرده‌اند.
به شما افتخار می‌کنیم و قدردان حمایت‌ها و اعتمادتان هستیم.

اُکالا

