

ITOLL

Annual Report

1404

جریان برقرار خدمات

Steady Flow of Services

گزارش عملکرد

سال ۱۴۰۴

به نام او

این گزارش به همت تیم آیتول و با همراهی تخصصی **مشاوره مدیریت رایکا**، در شهریور و مهر ماه ۱۴۰۵ نگارش و تدوین شده است.

استفاده از اطلاعات و محتوای این گزارش، با ذکر منبع آزاد است.

RāyKa iTOLL

این گزارش روایتی مستند از عملکرد، مسیر رشد و تجربه‌های آیتول در سال ۱۴۰۴ را بازگو می‌کند؛ روایتی که با هدف ترسیم تصویری روشن‌تر از جایگاه آیتول در زیست‌بوم خدمات دیجیتال خودرو تدوین شده است.
آنچه در این صفحات آمده، حاصل یک سال تلاش جمعی، یادگیری مستمر، همراهی و اعتمادی است که مسیر آیتول را شکل داده‌اند.

ما باور داریم

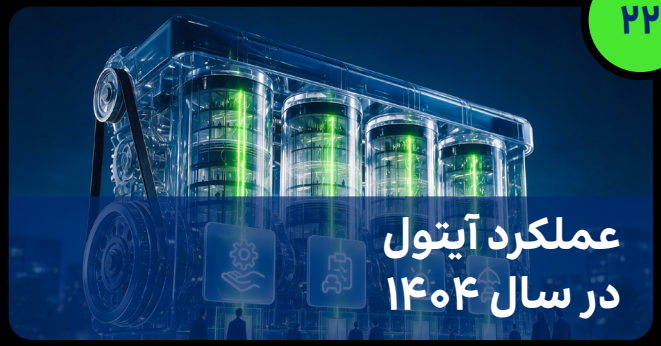
حتی در روزهایی که ادامه‌دادن دشوارتر از همیشه به نظر می‌رسد،

امید به ساختن آینده‌ای بهتر همچنان زنده است؛

ایستاده‌ایم؛ برای ایران، برای امید و برای آینده‌ای روشن‌تر.

فهرست


۸
مسیرِ پیچیده‌ی یک نیازِ ساده


۲۲
عملکرد آیتول در سال ۱۴۰۴


۶۲
ایستادگی، در روزهای دشوار


۱۵
مسیر آیتول


۳۵
استعلام و پرداخت


۴۵
خدمات اجرایی و امدادی


۵۳
از تراکنش تا مدیریت ریسک


۵۸
کاربر و تجربه

روایت ۳۶۵ روز پرفراز و نشیب
از روزهای رکوردشکنی تا ساعت‌های پراضطراب



سعید حاج هاشمی
مدیرعامل کیان افق هیربد و
عضو هیئت مدیره آیتول

سال سخت ۱۴۰۴؛

۱۴۰۴ آغازش چونان سال‌های گذشته با ذوق و شوق و امید بود ولی پایانش جای هیجان و اشتیاق همیشگی، مملو بود از استرس ناشی از ابهام. هر چند ابهام جزئی از زندگی ما شده و نه در ایران که در همه دنیا ارزش اصلی کارگر و کارمند و کارآفرین، مدیریت و حرکت در ابهام است ولی ابهام جنگی فرق داشت. احتمال از دست رفتن اشخاص عزیز حقیقی یا اشخاص حقوقی! احتمال از دست رفتن فرصت‌ها، انبارها، زیرساخت‌ها، توانمندی‌ها و از همه مهمتر امیدها!

کاشت را با هزار امید کاشته‌ایم، داشت را با هزاران تلاش داشته‌ایم و حالا تمام برداشت پایان سال مغروق ابهام است. لذا مهم‌ترین دستاورد مدیرعامل کیان افق هیربد در سال ۱۴۰۴ حفظ امید و استمرار حرکت در دشوارترین شرایط بود. ما نه تنها این مسیر پرابهام را پشت‌سر گذاشتیم، بلکه در دل همین چالش‌ها آموختیم و برای آینده آماده‌تر شدیم.

ما تعهد می‌دهیم که این رشد و پیشرفت را نه در اعداد و ارقام حساب‌های شرکت که در دسترسی همه مالکان خودرو و رانندگان سرزمینمان به خدمات مورد نیازشان خواه در سختی پیچ و خم جاده و خواه در محل آسایش، دنبال می‌کنیم. حتما برای کاهش سوانح و خسارت‌های مادی و معنوی ناشی از تصادفات اولویت قائلیم و این مهم را مسئولیت خود می‌دانیم.

این همه، به تنهایی و با این تیم کوچک، قابل انجام نیست و حتما مسیرش از همدلی با تمام ذینفعان، چه تصمیم‌گیران نهادهای دولتی و حاکمیتی و چه زحمت‌کشان حوزه خودرو و اصناف مرتبط، عبور خواهد کرد.

ما زنده به آنیم که آرام نگیریم
موجیم که آسودگی ما عدم ماست



مخاطبین گزارش

این گزارش برای همه مخاطبانی است که به شکلی با آیتول، صنعت خودرو و آینده خدمات دیجیتال ارتباط دارند؛

از کاربران و همراهان همیشگی آیتول که از سال ۱۳۹۷ تا امروز با اعتماد و بازخوردهایشان در شکل‌گیری این مسیر نقش داشته‌اند، تا فعالان اکوسیستم استارتاپی و نوآوری که مسیر رشد و تحول کسب‌وکارهای دیجیتال را دنبال می‌کنند؛

از علاقه‌مندان و فعالان صنعت خودرو تا شرکا، همکاران و تحلیل‌گرانی که می‌خواهند تصویر روشن‌تری از مسیر آیتول، نگاه ما و تجربه‌ای که برای مالک خودرو می‌سازیم، داشته باشند.


ایران
آیتول
پرداختنی‌های خودرو
بیمه خودرو
خدمات امدادی
ITOLL
ITOLL.IR
توقف
شیه بزوگراه
ممنوع

بخش نخست

A Simple Need, a Complex Journey

مسیرِ پیچیده‌ی یک نیاز ساده

نگاهی به بازار خدمات خودرو و جایگاه آیتول

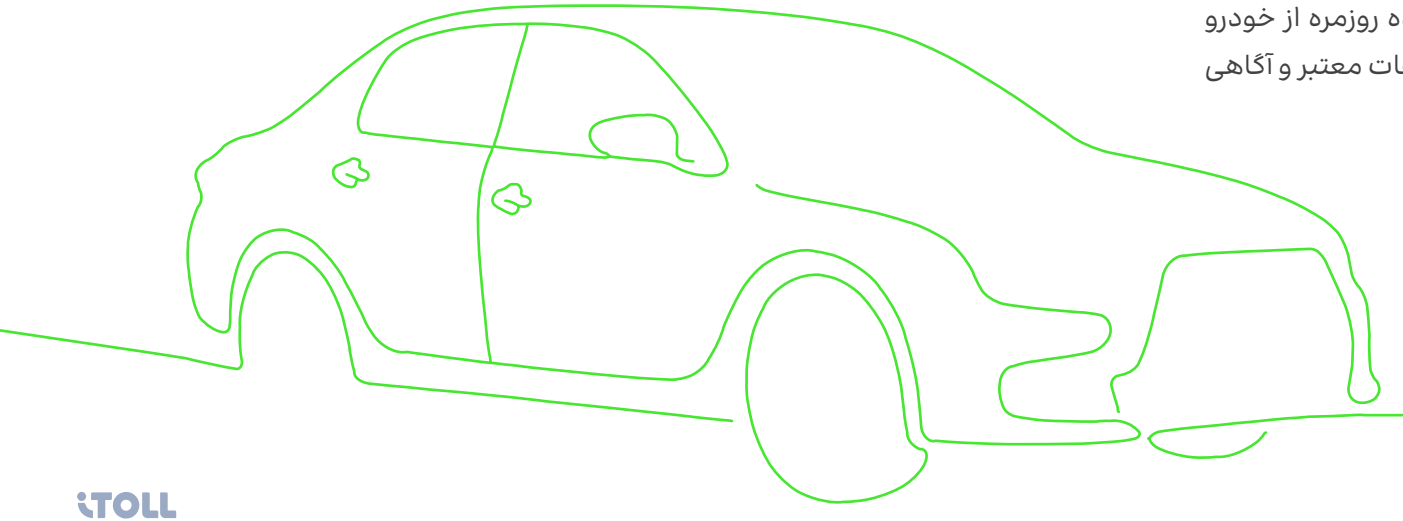


خودرو؛ یک دارایی با نیازهای پیوسته

مالکیت خودرو با خرید یک وسیله نقلیه پایان نمی‌یابد؛ بلکه آغاز رابطه‌ای مستمر با مجموعه‌ای از نیازها، مراقبت‌ها و خدماتی است که در طول دوره استفاده از خودرو شکل می‌گیرند. هر خودرو برای حفظ ایمنی، کارایی و کیفیت استفاده، به رسیدگی‌های مالی، قانونی، بیمه‌ای، فنی و عملیاتی نیاز دارد. از استعلام و پرداخت بدهی‌ها و عوارض و خرید یا تمدید بیمه‌نامه گرفته تا دریافت خدمات امدادی و فنی، تأمین قطعات و اقلام مصرفی، نگهداری دوره‌ای و پیگیری نتایج هر یک از این فرایندها، همگی بخشی از مراقبت مستمر از خودرو و تجربه مالکیت آن به شمار می‌آیند.

این نیازها از نظر ماهیت، زمان وقوع و شیوه پاسخ‌گویی یکسان نیستند. برخی در قالب مراقبت‌ها و رسیدگی‌های دوره‌ای تکرار می‌شوند، برخی در پی رویدادهای پیش‌بینی‌نشده شکل می‌گیرند و برخی نیز مستقیماً به نحوه و میزان استفاده روزمره از خودرو وابسته‌اند. بخشی از آن‌ها با دسترسی به اطلاعات معتبر و آگاهی از وضعیت خودرو آغاز می‌شوند؛ بخشی به پرداخت، تأمین یا تمدید یک خدمت نیاز دارند؛ و بخشی دیگر زمانی کامل می‌شوند که اقدامی اجرایی، مانند صدور بیمه‌نامه، انجام یک خدمت فنی یا ارائه امداد، محقق شود. در نتیجه، بازار خدمات خودرو را نمی‌توان مجموعه‌ای از خدمات مستقل و جدا از یکدیگر دانست.

این بازار در واقع زنجیره‌ای پیوسته از نیازها و خدمات مرتبط با مراقبت از خودرو را در بر می‌گیرد؛ زنجیره‌ای که از آغاز مالکیت شکل می‌گیرد و تا انتقال یا پایان استفاده از خودرو ادامه دارد. کیفیت این تجربه تنها به در دسترس بودن هر خدمت وابسته نیست؛ نحوه اتصال اطلاعات، پرداخت، تأمین، اجرا و پشتیبانی نیز در ایجاد تجربه‌ای مطمئن، ساده و یکپارچه برای مالک خودرو نقشی تعیین‌کننده دارد.



مسئله‌ای فراتر از دسترسی به خدمت

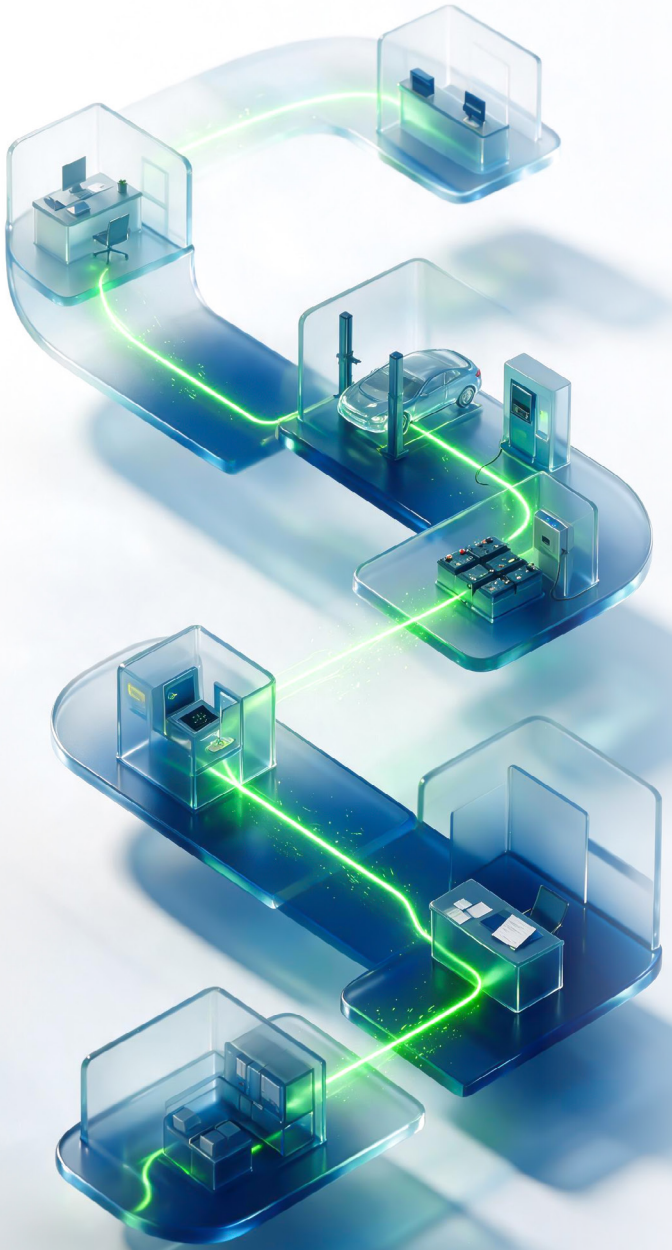
مسئله اصلی بازار، کمبود خدمت نیست؛ زیرا بسیاری از خدمات خودرو از پیش توسط نهادهای عمومی، بیمه‌ها، بانک‌ها و کسب‌وکارهای فنی و امدادی ارائه می‌شوند.

مسئله اصلی، **تعدد مسیرها و گسست میان مراحل** دریافت خدمات است. کاربر ممکن است استعلام، پرداخت و پیگیری را از مسیرهای جداگانه انجام دهد. در خدماتی مانند بیمه و امداد نیز ثبت سفارش یا پرداخت پایان کار نیست و نتیجه به صدور، هماهنگی عملیاتی و پاسخ‌گویی پس از خرید وابسته است.

این ساختار، **چند نوع هزینه** را به کاربر تحمیل می‌کند. **نخست،** هزینه یافتن مسیر مناسب و تشخیص منبع معتبر است. **دوم،** زمان و توجهی است که برای جابه‌جایی میان سامانه‌ها و ارائه مجدد اطلاعات صرف می‌شود. **سوم،** ابهامی است که پس از پرداخت یا ثبت درخواست به وجود می‌آید:

- **آیا بدهی تسویه شده است؟**
- **بیمه‌نامه چه زمانی صادر می‌شود؟**
- **درخواست امداد در چه مرحله‌ای قرار دارد؟**
- **و در صورت بروز مغایرت، کدام بازیگر مسئول پاسخ‌گویی است؟**

بنابراین، مسئله اصلی، **پیوستگی فرایند** است؛ زیرا دسترسی دیجیتال به‌تنهایی تجربه‌ای کامل نمی‌سازد. مسیر زمانی کامل می‌شود که کاربر نیاز را شناسایی کند، اطلاعات معتبر بگیرد، اقدام کند و از نتیجه مطمئن شود. این گسست، ضرورت لایه‌ای برای تجمیع و هماهنگی اجزای زنجیره را ایجاد می‌کند.



بازار خدمات خودرو

فراتر از پرداخت

پرداخت آغاز خدمت است، نه پایان آن. ارزش پلتفرم در اتصال و هماهنگ‌سازی داده، انتخاب، پرداخت، اجرای خدمت و پاسخ‌گویی در چهار لایه به‌هم‌پیوسته شکل می‌گیرد.



اطلاعات و استعلام

بسیاری از خدمات با آگاهی از وضعیت خودرو آغاز می‌شوند. صحت، تازگی و وضوح اطلاعات برای تصمیم کاربر ضروری است و کیفیت خدمت پلتفرم نیز به دسترسی پایدار به منابع داده وابسته است.



محافظت و مدیریت ریسک

بیمه فراتر از قیمت و پرداخت است و صحت اطلاعات، صدور و پشتیبانی نیز بر کیفیت آن اثر دارند. بیمه‌گر متعهد اصلی است و پلتفرم تنها دسترسی، خرید و پیگیری را تسهیل می‌کند.



تراکنش و تأمین مالی

پس از شناسایی نیاز، کاربر باید هزینه را امن و ساده پرداخت کند. شبکه بانکی، شرکت‌های پرداخت و اعتباردهندگان در این فرایند نقش دارند و اعتبار نیز ممکن است از طریق همکاری پلتفرم با نهادهای مالی تأمین شود.



اجرا و خدمات فیزیکی

برخی نیازهای خودرو به شبکه عملیاتی یا تحویل کالای فیزیکی وابسته‌اند. در این خدمات، ارزش نهایی با اجرای به‌موقع در محل ایجاد می‌شود و کیفیت شبکه، پوشش جغرافیایی و هماهنگی عملیات مستقیماً بر اعتبار پلتفرم اثر می‌گذارد.

ساختار زیست‌بوم؛
یک دارایی با نیازهای پیوسته

بازار خدمات دیجیتال خودرو از چند گروه بازیگر تشکیل شده است. در حوزه عوارض الکترونیکی، این ساختار در چهار لایه اصلی قابل ترسیم است:

لایه حاکمیتی و مقرراتی

وزارت راه و شهرسازی و نهادها یا شرکت‌های تابعه که در سیاست‌گذاری و اجرای طرح پرداخت الکترونیکی عوارض نقش دارند.

لایه تشخیص تردد و ثبت مطالبات

سامانه‌های تشخیص پلاک، ثبت تردد و بهره‌برداران آزادراهی که داده‌های تردد و مطالبات عوارض در ارتباط با آن‌ها شکل می‌گیرد.



لایه پرداخت و تسویه

شبکه بانکی، شبکه‌های شتاب و شاپرک و شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات پرداخت که انتقال و تسویه وجوه از طریق زیرساخت آن‌ها انجام می‌شود.

لایه پلتفرم‌های کاربری

اپلیکیشن‌ها و سرویس‌های ارائه‌دهنده استعلام و پرداخت به کاربر نهایی. آیتول در این لایه، با بازیگران تخصصی، سوپراپلیکیشن‌های پرداخت و برخی اپلیکیشن‌های بانکی رقابت می‌کند.

آیتول؛ قلب تپنده زیست‌بوم خدمات خودرو

دنیای خدمات خودرو از بازیگران متعددی شکل گرفته است؛ اما کارآمدی این زیست‌بوم، نه فقط به حضور آن‌ها، بلکه به **اتصال مؤثر** میانشان و تبدیل **ظرفیت‌های پراکنده** به تجربه‌ای ساده، پیوسته و قابل اتکا وابسته است.

آیتول در مرکز این اتصال قرار دارد؛ پلتفرمی که فناوری مالی، پرداخت‌های حمل‌ونقلی و خدمات دیجیتال خودرو را به یکدیگر پیوند می‌دهد تا مالک خودرو برای رفع نیازهای خود، مسیرهای پراکنده و پیچیده را طی نکند. گردآوری خدمات استعلامی، پرداختی، بیمه‌ای، اعتباری و اجرایی در یک نقطه تماس دیجیتال، فاصله میان شکل‌گیری نیاز و دستیابی به نتیجه را کاهش می‌دهد.

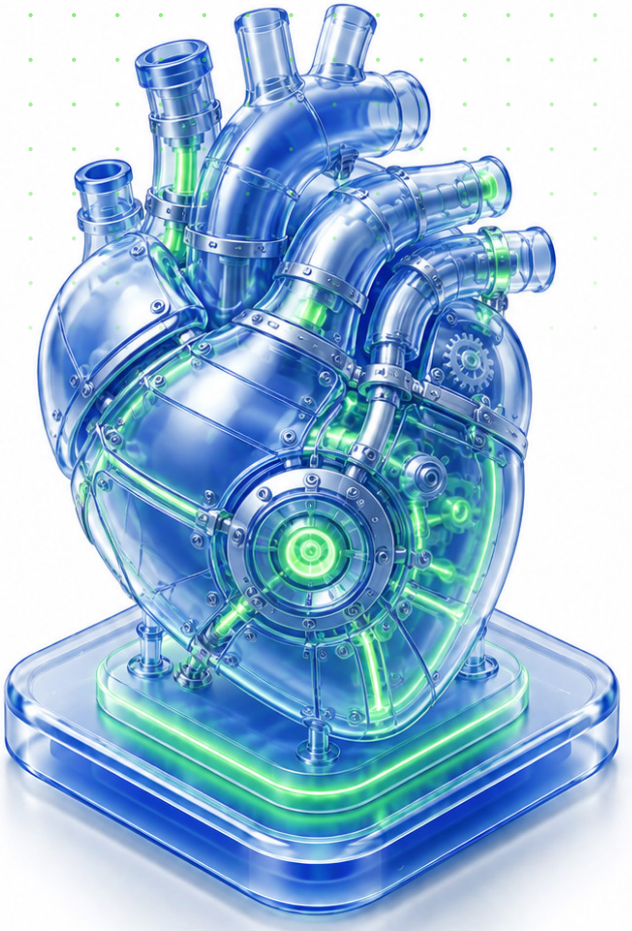
این مسیر با ساده‌سازی استعلام و پرداخت عوارض آزادراهی و بدهی‌های خودرو آغاز شد و تجربه‌ای سریع و در دسترس را برای میلیون‌ها مالک خودرو فراهم کرد. بااین‌حال، چشم‌انداز آیتول به پرداخت محدود نیست. توسعه خدمات بیمه، اعتبار، امداد و خدمات اجرایی، بخشی از حرکت به‌سوی پلتفرمی یکپارچه است که بخش مهمی از نیازهای دوره مالکیت خودرو را مدیریت و پیگیری می‌کند.

آیتول نقطه اتصال میان منابع داده، شبکه‌های پرداخت، بانک‌ها، شرکت‌های بیمه و ارائه‌دهندگان تخصصی با مالکان خودرو و نیازهای متنوع آن‌هاست.

ارزش‌آفرینی آیتول بر سه توانمندی استوار است:

۱. **یکپارچه‌سازی دسترسی**
۲. **ساده‌سازی تجربه**
۳. **اتصال و هماهنگی**

شبکه همکاری آیتول در سال ۱۴۰۴، شرکت‌های بیمه، بانک‌ها، کسب‌وکارهای اعتباردهی و ارائه‌دهندگان خدمات امدادی و دوره‌ای را دربر می‌گیرد. این شبکه، زیرساختی برای توسعه تجربه‌ای جامع در دوره مالکیت خودروست؛ هر شریک توان تخصصی خود را فراهم می‌کند و آیتول این ظرفیت‌ها را در مسیری منسجم در اختیار کاربر قرار می‌دهد.



پیوستگی؛ مبنای توسعه پلتفرم

آیتول پرداخت را بخشی از مسیری کامل، از شناخت نیاز تا دریافت و پیگیری نتیجه، می‌داند. در این نگاه، خدمات خودرو **شبکه‌ای یکپارچه از داده**، **پرداخت**، **بیمه**، **اعتبار** و **خدمات اجرایی**اند. نقش آیتول، اتصال این اجزا و ساختن مسیری ساده، هوشمند و قابل اتکا برای مالک خودرو است. **آیتول، همراه دیجیتال مالک خودرو**؛ از استعلام و پرداخت تا مدیریت ریسک، اجرا و تصمیم‌گیری بهتر.



مسیر پیچیده یک نیاز ساده

مسیر آیتول

خط زمانی شکل‌گیری، توسعه و پایداری



از یک رویای کاغذی تا تپش‌های زیرساختی توقف‌ناپذیر



رضا کرامتی

مدیرعامل آیتول

و معاون فنی کیان افق هیربد

سال ۱۳۹۷، زمانی که ایده «درگاه واحد خدمات خودرو» تنها چند خط نوشته روی کاغذ بود، شاید کمتر کسی گستردگی امروزی آن را تصور می‌کرد. من در سال ۱۳۹۸، درست زمانی که آیتول نخستین گام‌های رسمی ورود به بازار را برمی‌داشت و با استقبال چشمگیر کاربران مواجه شد، به عنوان هم‌بنیان‌گذار به این تیم پیوستم. از همان روزهای نخست، دغدغه اصلی ما این بود که چگونه می‌توانیم این رویای جسورانه را به یک معماری عظیم، پاسخگو و توسعه‌پذیر تبدیل کنیم که میلیون‌ها کاربر بتوانند برای نیازهای روزمره خود با خیالی آسوده به آن تکیه کنند.

رشد سریع سامانه و پیچیدگی فزاینده خدمات، در کنار بحران‌های پیش‌بینی‌نشده، ما را بر آن داشت تا نگاهی بنیادین به معماری شبکه‌هایمان داشته باشیم. برای خلق یک تجربه بی‌دردسر، پایداری زیرساخت حرف اول را می‌زند. ما با بازطراحی مداوم و مدیریت دقیق منابع، تصمیم راهبردی مهمی گرفتیم؛ برای مقابله با بحران‌های زیرساختی، وابستگی خود را به سرویس‌دهنده‌های بیرونی به نزدیک صفر رساندیم. با مهاجرت گسترده از فضاهای ابری عمومی به سرورهای فیزیکی و اختصاصی شرکت، استقلال و تاب‌آوری شبکه را به سطح کاملاً جدیدی ارتقا دادیم. این معماری به ما اجازه داد تا ترافیک‌های سنگین را به تنهایی مدیریت کرده و گره‌های عملکردی را پیش از آنکه کاربر نهایی احساس کند، برطرف سازیم.

آزمون واقعی این معماری مستقل، در سال ۱۴۰۴ و در دل ناملایمات و بحران‌های بی‌سابقه محیطی رقم خورد. در طول دوره پرالتهاب جنگ تحمیلی چهل‌روزه، زمانی که نیاز به خدمات غیرحضوری و مطمئن بیش از هر زمان دیگری حیاتی بود، زیرساخت‌های آیتول متوقف نشد. ثبت زمانِ در دسترس بودنِ نود و نه ممیز نود و هشت صدم درصدی (۹۹.۹۸٪) برای خدمات برخط ما در این دوران، نتیجه مستقیم همان شب‌بیداری‌ها، استقلال شبکه‌ای و تصمیمات سخت مهندسی بود. وقتی به مسیر پرفرازونشیب ما در صفحات پیش رو نگاه می‌کنید، به خاطر داشته باشید که پشت هر نقطه عطف، تپش‌های زیرساختی استوار است که برای همراهی مطمئن با شما، هرگز نمی‌خوابد.

تولد و ورود به بازار

از یک ایده یکپارچه تا نخستین نشانه‌های کشش بازار

هسته آیتول با هدف متمرکزکردن پرداخت‌ها و خدمات خودرویی شکل گرفت و در سال بعد، با عوارض آزادراهی وارد بازار شد.

۱۳۹۷

تشکیل هسته محصول | شروع توسعه فنی

شکل‌گیری هسته اولیه و تولد ایده «درگاه واحد خدمات خودرو»

- گروهی از علاقمندان حوزه تکنولوژی و دغدغه‌مندان هم‌هدف شدند و پایه یک کسب‌وکار دیجیتال در حوزه خدمات خودرو را بنا گذاشتند.
- تشکیل هسته اولیه محصول در بهمن و آغاز جدی توسعه فنی از اسفند ۱۳۹۷
- تعریف ایده محوری: دریافت انواع پرداخت‌ها و خدمات موردنیاز خودرو از یک نقطه واحد



۱۳۹۸

۱۰۸ هزار کاربر در ۱۰ روز | ۱۵ هزار استعلام روزانه
۱,۰۰۰ پرداخت روزانه

ورود رسمی به بازار و اثبات سریع تقاضا

- ایجاد آیتول
- فعالیت رسمی با پرداخت الکترونیکی عوارض آزادراهی آغاز شد و خیلی زود، آیتول از یک خدمت منفرد به مجموعه‌ای از پرداخت‌های خودرویی رسید.
- راه‌اندازی رسمی در فروردین و حضور در میان درگاه‌های اولیه عوارض الکترونیکی آزادراهی
- اتصال به اپلیکیشن‌های پرداخت شهرداری و سرویس طرح ترافیک
- افزوده‌شدن خلافی، عوارض سالیانه و طرح ترافیک؛ نخستین گام جدی به‌سوی پلتفرم جامع
- تأسیس کیان افق هیربد

تاب‌آوری و رسمیت

تنوع‌بخشی به مدل کسب‌وکار و عبور از موانع رگولاتوری

آیتول بحران کرونا را به فرصتی برای گسترش خدمات تبدیل کرد و سپس با اخذ مجوز بیمه و هویت بصری تازه، رسمی‌تر شد.

۱۳۹۹

بیش از ۱۰۰ هزار نصب بازار | ۲۵ میلیارد ریال پرداخت در یک روز
۹۱۵ هزار کاربر یکتا | ۶۰۰ بیمه در کمتر از ۱۵ روز

عبور از بحران کرونا و گسترش مدل کسب‌وکار

- با وجود افت سفر و تراکنش‌های عوارضی، مسیر توسعه متوقف نشد و سبد خدمات از پرداخت به بیمه و خدمات عملیاتی خودرو گسترش یافت.
- افزوده‌شدن بیمه شخص ثالث، کارشناسی در محل، تعمیر و نگهداری، تعویض پلاک و معاینه فنی
- عرضه نسخه نهایی اپلیکیشن در تابستان و تثبیت اولیه محصول در بازار
- ثبت رکوردهای قابل‌توجه در پرداخت عوارض شهری و فروش بیمه



۱۴۰۰

مجوز رسمی کارگزاری آنلاین بیمه | هویت بصری جدید

تثبیت جایگاه قانونی و بازآفرینی هویت برند

- مهم‌ترین دستاورد سال، کاهش ریسک حقوقی فعالیت بیمه‌ای و تبدیل آیتول به بازیگری رسمی‌تر و شناخته‌شده‌تر بود.
- دریافت مجوز رسمی کارگزاری آنلاین بیمه و قرارگرفتن در میان نخستین استارتاپ‌های دارای این مجوز
- فراهم‌شدن امکان توسعه پایدارتر خدمات بیمه‌ای پس از عبور از الزامات رگولاتوری
- رونمایی از لوگو و هویت بصری جدید در دی‌ماه، متناسب با مقیاس تازه فعالیت

توسعه و تبدیل به سوپراپ خودرویی

از تقویت زیرساخت تا پوشش چرخه عمر خودرو

آیتول ساختار، تیم و پایداری فنی را تقویت کرد و سپس دامنه خدمات را در قالب یک سوپراپ خودرویی توسعه داد.

۱۴۰۱

توسعه به تیم ۱۲۰ نفره | نزدیک به ۵ میلیون کاربر

اصلاح ساختار، افزایش مقیاس و حرکت به‌سوی بلوغ سازمانی

- تمرکز از توسعه سریع خدمات به پایداری نرم‌افزار، تقویت زیرساخت و اصلاح ساختارهای داخلی تغییر یافت.
- ایجاد پلتفرم نوآوری برای شکل‌گیری منسجم‌تر ایده‌ها و محصولات تازه
- عرضه بیمه قسطی و گسترش سبد بیمه برای تنوع‌بخشی به مدل درآمدی
- ورود به مرحله «رشد مقیاس‌پذیر» با اهمیت هم‌زمان سازمان، فناوری و تجربه کاربر



۱۴۰۲

بیش از ۳۰ نوع خدمت

گذار از اپلیکیشن خدماتی به سوپراپ خودرویی

- راهبرد آیتول از مجموعه‌ای از استعلام‌ها و پرداخت‌ها به پوشش یکپارچه چرخه عمر خودرو در یک بستر واحد ارتقا یافت.
- گسترش دامنه خدمات به خلافی، عوارض، بیمه، مالیات و نیازهای مالکیت و نگهداری خودرو
- تعریف هدف راهبردی پوشش کامل چرخه عمر خودرو در یک تجربه یکپارچه
- تثبیت مفهوم «سوپراپ خودرویی» و تقویت جایگاه در میان اپلیکیشن‌های شناخته‌شده بازار

اکوسیستم و بلوغ عملیاتی

از یکپارچگی عمیق‌تر تا تقویت ظرفیت محصول

رشد آیتول در این دوره بیش از تعداد خدمات، بر کیفیت اتصال اجزای اکوسیستم، پایداری و توسعه سرمایه انسانی تکیه دارد.

۱۴۰۳

تمرکز اصلی بر یکپارچگی اکوسیستم
جهتگیری مدیریت جامع خودرو

تعمیق یکپارچگی خدمات و حرکت به‌سوی مدیریت جامع خودرو

- جهت‌گیری شرکت از نقش «ارائه‌دهنده خدمات» به جایگاه «پلتفرم مدیریت جامع خودرو» نزدیک‌تر شد.
- توسعه خدمات یکپارچه و بهبود تجربه اپلیکیشن
- گسترش همکاری با سازمان‌ها و کسب‌وکارهای مرتبط با خدمات خودرو
- تمرکز بر کیفیت اتصال اطلاعات، پرداخت‌ها، بیمه و شرکای تجاری در یک تجربه منسجم



۱۴۰۴

توسعه مستمر محصول
پایداری در مقیاس بلوغ عملیاتی سازمان

توسعه سرمایه انسانی و تقویت ظرفیت محصول و مهندسی

- نشانه‌های رشد بیشتر در توسعه تیم‌های تخصصی، جذب نیرو و بهبود مستمر سرویس‌ها دیده می‌شود؛ مرحله‌ای از بلوغ عملیاتی.
- تقویت تیم‌های محصول و مهندسی و افزایش ظرفیت‌های تخصصی سازمان
- تمرکز بر حفظ کیفیت و پایداری سامانه در مقیاس بالا
- تبدیل تجربه مشتری و توسعه مستمر محصولات به محورهای اصلی مزیت رقابتی

معماری رشد
از استراتژی تا زندگی کاربر



سید پارسا جلالی
معاون کسب‌وکار آیتول

چشم‌انداز آیتول ساده است: حذف کامل اصطکاک مالکیت خودرو. هر کاری که یک مالک خودرو باید انجام دهد، از خرید و فروش تا بیمه، خلافی، سرویس دوره‌ای و امداد جاده‌ای، باید از یک جا و بدون تلاش اضافه انجام شود. این یعنی آیتول نه یک برنامه، بلکه سیستم عاملی می‌شود که روی زندگی کاربر اجرا می‌شود.

سال گذشته تمرکز ما این بود که این چشم‌انداز از کاغذ به واقعیت برسد. مسئولیت یکپارچه‌سازی محصول، بازاریابی و P&L سه Business Line را با هم داشتیم. در این مسیر به یک نقطه رسیدیم: جذب کاربر جدید کافی نیست. آنچه اهمیت دارد این است که آیتول در هر چهار موقعیتی که یک مالک خودرو با آن روبرو می‌شود آنجا باشد: وقتی می‌خواهد بخرد یا بفروشد، وقتی باید قانونی بماند، وقتی در جاده است، و وقتی خودرویش نیاز به نگهداری دارد.

رسیدن به این هدف نیازمند هم‌راستایی سه تیم بود: محصول باید تجربه‌ای می‌ساخت که کاربر برای هر مشکل خودرو به یک جا مراجعه کند، بازاریابی باید این ارزش را در هر مرحله منتقل می‌کرد، و Business Lineها باید مدل درآمدی پایداری روی آن بنا می‌کردند.

خروجی این هماهنگی فقط اعداد گزارش سالانه نیست. اعتمادی است که بیش از ۸٫۷ میلیون کاربر ثبت‌نام‌کرده به دست آوردیم. مسیر آینده آیتول این است: تبدیل شدن به سیستم‌عامل پیش‌فرض خودرو برای ۲۰ میلیون راننده ایرانی.

بخش دوم

1404 Performance Review

عملکرد آیتول در سال ۱۴۰۴

از مقیاس تراکنش تا توسعه خدمات



سال ۱۴۰۴ برای آیتول، سال تمرکز بر **سنجش‌پذیرتر شدن عملکرد، تقویت پایداری عملیاتی و تعمیق تجربه کاربر** بود. پس از سال‌هایی که آیتول مسیر خود را از یک درگاه خدمات خودرو به پلتفرمی یکپارچه برای مدیریت نیازهای مالک خودرو گسترش داد، در این سال شاخص‌های عملکردی امکان ترسیم تصویر دقیق‌تری از میزان تحقق این مسیر را فراهم می‌کنند.

از همین رو، در این بخش عملکرد آیتول از منظر **رشد خدمات، رفتار کاربران، کیفیت تجربه، توسعه محصول، ظرفیت‌های عملیاتی و همکاری‌های سازمانی** بررسی می‌شود؛ نه صرفاً برای گزارش اعداد و دستاوردها، بلکه برای روایت این موضوع که آیتول چگونه در عمل، وعده خود را برای ساده‌تر، قابل‌پیگیری‌تر و مطمئن‌تر کردن امور خودرو دنبال کرده است.

این بخش تلاشی است برای تبدیل داده‌های عملکردی به تصویری روشن از مسیر حرکت آیتول؛ مسیری که نشان می‌دهد بلوغ یک پلتفرم تنها در افزایش تراکنش‌ها یا تعداد کاربران خلاصه نمی‌شود، بلکه در توانایی آن برای **حفظ کیفیت، توسعه پایدار خدمات و همراهی مؤثرتر با کاربران** معنا پیدا می‌کند.



۸,۷۷۲,۴۳۲

تعداد کاربران آیتول تا پایان سال ۱۴۰۴

۱,۱۶۲,۶۸۲

کاربران جدید آیتول در سال ۱۴۰۴

کاربران و مشتریان

تعداد کاربران سال ۱۴۰۴
۸,۷۷۲,۴۳۲

تعداد مشتریان سال ۱۴۰۴
۵,۲۷۲,۶۲۶

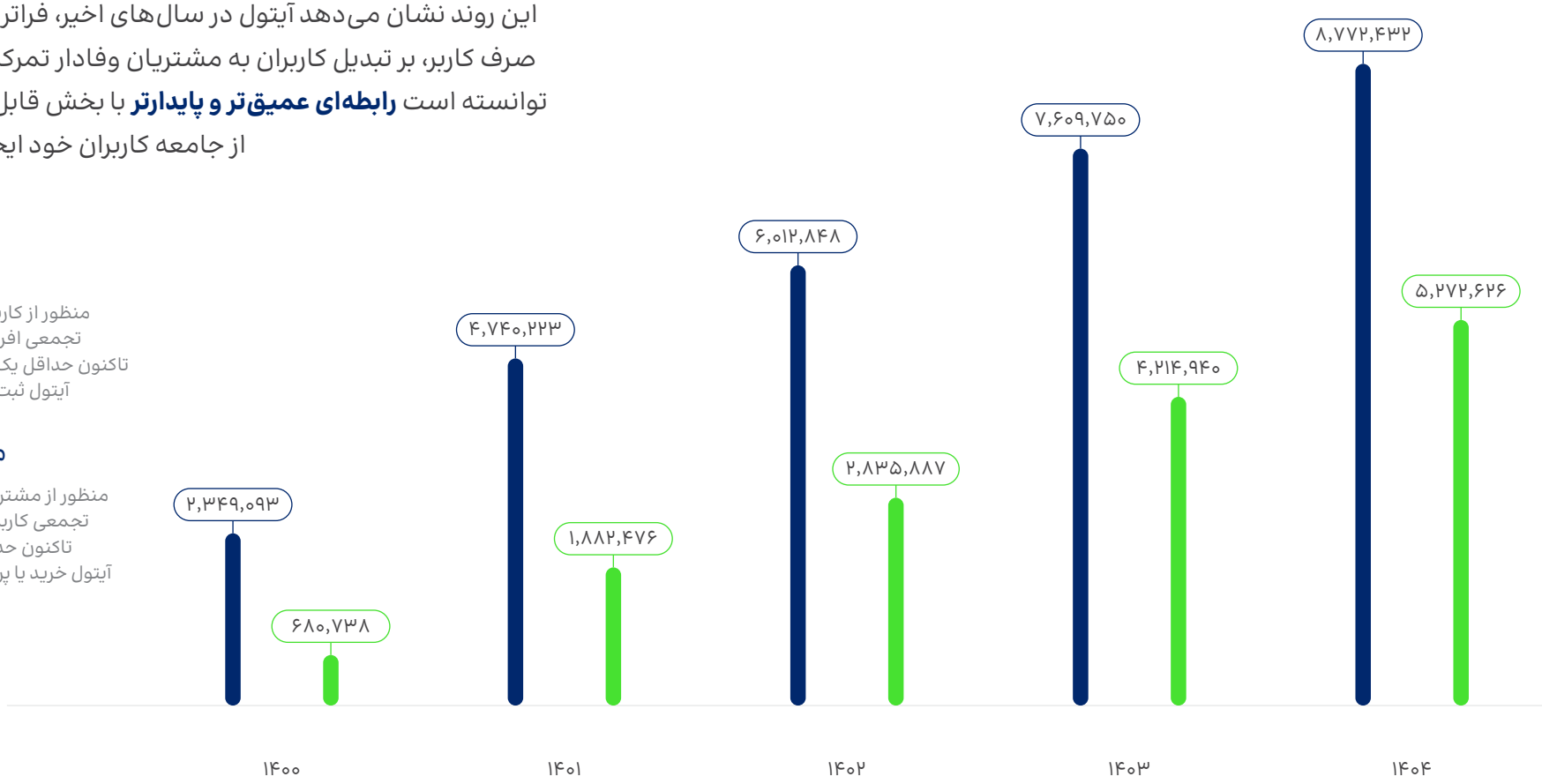
۶۰% **نسبت مشتریان فعال به کاربران در سال ۱۴۰۴**

یکی از مهم‌ترین دستاوردهای آیتول در سال ۱۴۰۴ را می‌توان در بهبود معنادار نسبت مشتری به کاربر یافت؛ **به‌طوری که بیش از ۶۰% از کاربران، به مشتریان پرداخت‌کننده تبدیل شده‌اند.**

این روند نشان می‌دهد آیتول در سال‌های اخیر، فراتر از جذب صرف کاربر، بر تبدیل کاربران به مشتریان وفادار تمرکز کرده و توانسته است **رابطه‌ای عمیق‌تر و پایدارتر** با بخش قابل‌توجهی از جامعه کاربران خود ایجاد کند.

کاربران
منظور از کاربران، مجموع تجمعی افرادی است که تاکنون حداقل یک‌بار در پلتفرم آیتول ثبت‌نام کرده‌اند.

مشتریان
منظور از مشتریان، مجموع تجمعی کاربرانی است که تاکنون حداقل یک‌بار از آیتول خرید یا پرداخت موفق داشته‌اند.



ترکیب وسایل نقلیه کاربران



۲٫۶۲٪
خودروهای سنگین





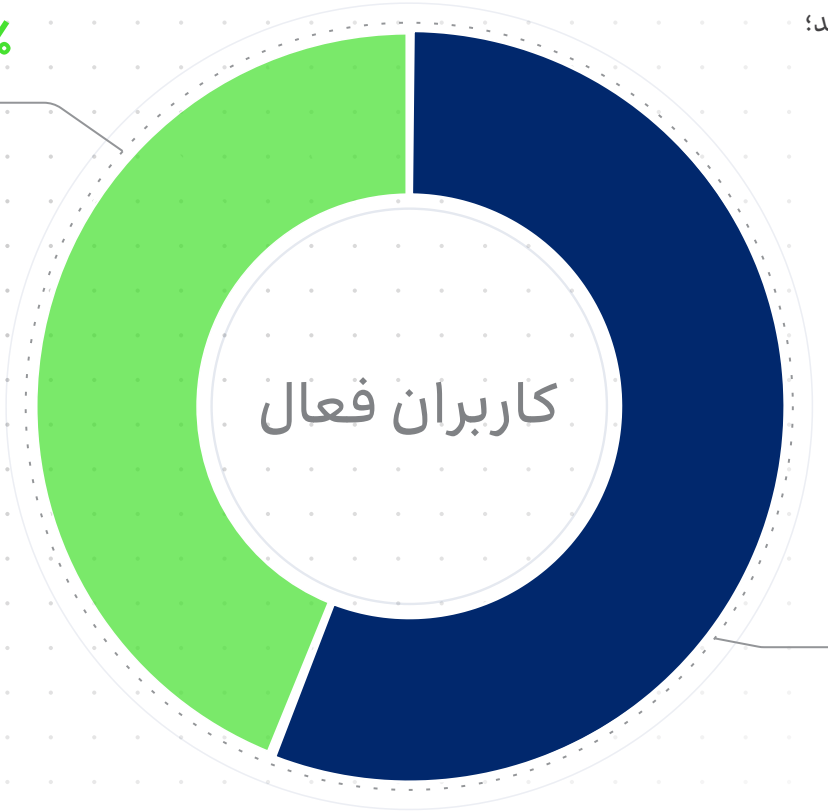
۳٫۹۳٪
موتورسیکلت

ترکیب کاربران آیتول به‌طور معناداری در اختیار خودروهای سواری است؛ به‌طوری‌که ۹۳٫۴۵٪ از کاربران در این گروه قرار می‌گیرند.

این تمرکز نشان می‌دهد آیتول در سال ۱۴۰۴ بیش از هر چیز، به **نیازهای روزمره و پرتکرار مالکان خودروهای سواری** پاسخ داده است.

سهم کاربران فعال از خدمات در سال ۱۴۰۴

اگرچه ۵۵٫۶٪ از کاربران فعال تنها از یک سرویس استفاده کرده‌اند، اما حدود ۴۴٫۴٪ از کاربران تجربه استفاده از **دو یا چند نوع خدمت** را داشته‌اند؛ موضوعی که نشان می‌دهد آیتول برای بخش قابل‌توجهی از کاربران، از یک خدمت منفرد فراتر رفته و به **پلتفرمی چندخدمتی** تبدیل شده است.





۸,۴۶۶,۶۵۹

تراکنش ثبت‌شده در سال ۱۴۰۴

آیتول در سال ۱۴۰۴ با پردازش موفق بیش از ۸٫۴ میلیون تراکنش، توانست **پایداری زیرساخت‌های پرداختی** خود را در پاسخ به نیازهای روزافزون کاربران تثبیت کند.

فروردین ۱۴۰۴ با ثبت ۱،۱۳۶،۴۰۲ تراکنش، **پرفشارترین ماه عملیاتی آیتول** در این سال بوده که نشان‌دهنده **اعتماد کاربران در بازه زمانی پیک** تقاضای خدمات سالیانه است.

فروردین ۱۴۰۴، پرفشارترین ماه عملیاتی آیتول

تراکنش در یک ماه

۱,۱۳۶,۴۰۲

رشد ۳۳,۲% +

نسبت به ۸۵۲,۷۳۵، پیک سال ۱۴۰۳ در بهمن‌ماه

۸۰,۶۱۶

۲۰ دی ۱۴۰۴

بیشترین تعداد تراکنش ثبت‌شده در یک روز

روند تراکنش‌ها

بررسی روند تراکنش‌های سال ۱۴۰۴ نشان‌دهنده یک منحنی متأثر از دو عامل کلیدی «فصل‌مندی تقاضا» و «تلاطم‌های محیطی» است.

پیکِ تراکنش در فروردین‌ماه حاصل جهش تقاضا در **سفرهای نوروزی** و ضرورت‌های خودرویی ابتدای سال



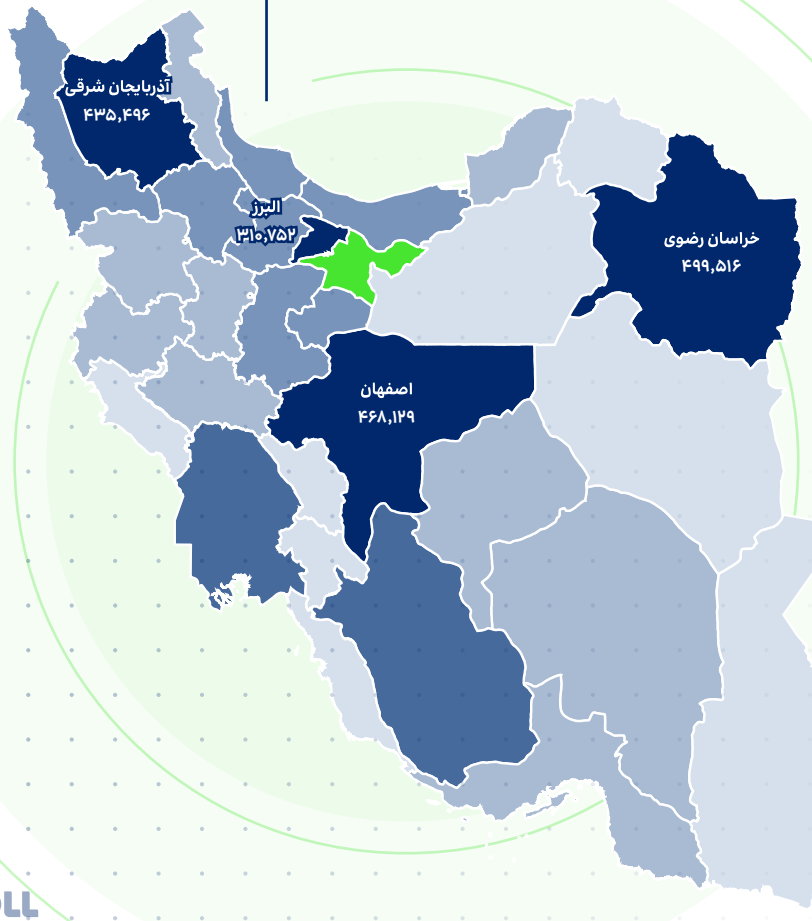
اختلالات اینترنت با توجه به حوادث دی‌ماه

در مقابل، افت فعالیت در بازه‌های خرداد، تیر و اسفندماه، بازتابی از تأثیر مستقیم **«جنگ‌های تحمیلی دوم و سوم»** بر جریان عملیاتی آیتول است.

تمرکز تراکنش‌ها در تهران و استان‌های پرتقاضا

جمع کل تراکنش‌های کشور

۸,۴۶۶,۶۵۹

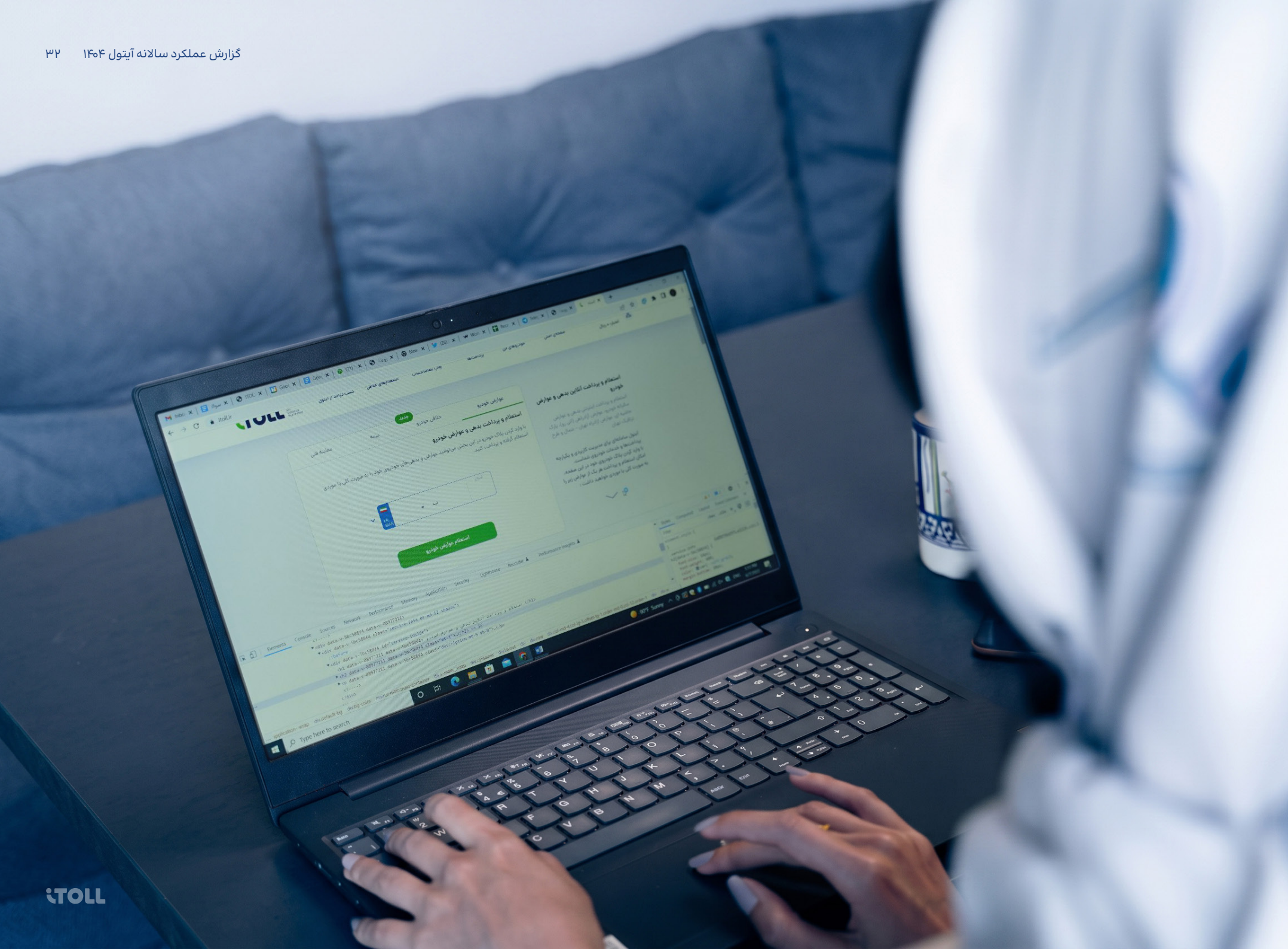


۱	تهران	۳,۸۸۳,۱۰۴
۲	خراسان رضوی	۴۹۹,۵۱۶
۳	اصفهان	۴۶۸,۱۲۹
۴	آذربایجان شرقی	۴۳۵,۴۹۶
۵	البرز	۳۱۰,۷۵۲



استان تهران

استان تهران همچنان به عنوان قلب تپنده عملیات ما، با سهم ۴۵,۹٪ درصدی، **اصلی‌ترین قطب خدمات** است.


iTOLL
عوارض خودرو
استعلام و پرداخت بدهی و عوارض خودرو
استعلام عوارض خودرو

تقابل یک سرویس پرتکرار و یک سرویس استراتژیک

قولنامه‌فروش خودرو

با کمتر از ۵هزار تراکنش، هرچند در ابتدای راه است، اما ورود استراتژیک آیتول به پیچیده‌ترین و **حساس‌ترین مراحل چرخه عمر خودرو** را نشان می‌دهد.

5 K



+3.8 M

عوارض آزادراهی

با بیش از ۳٫۸ میلیون مرتبه استفاده، به عنوان یک خدمت «پرتکرار و روزمره»، نقش **لوکوموتیو جذب** و نگهداشت کاربر را ایفا کرده و آیتول را به **بخشی جدایی‌ناپذیر از سفرهای کاربران** تبدیل کرده است.

سازمان و نیروی انسانی

۱ = ۹۰,۰۰۰

تیم آیتول شامل ۹۰ همکار، مسئول سرویس‌دهی به بیش از **۸ میلیون کاربر** هستند، این یعنی هر نفر در آیتول به طور متوسط **مسئولیت نزدیک به ۹۰ هزار کاربر** را بر عهده دارد.



میانگین سنی: ۳۲ سال

میانگین ماندگاری: ۲ سال و ۸ ماه

عملکرد آیتول در سال ۱۴۰۴

استعلام و پرداخت

ستون تکرارپذیر تجربه کاربر در آیتول



لوکوموتیو جذب و نگه‌داشت



رامتین رفعت‌نژاد
مدیر کسب‌وکار
لاین پرداختی‌های خودرو

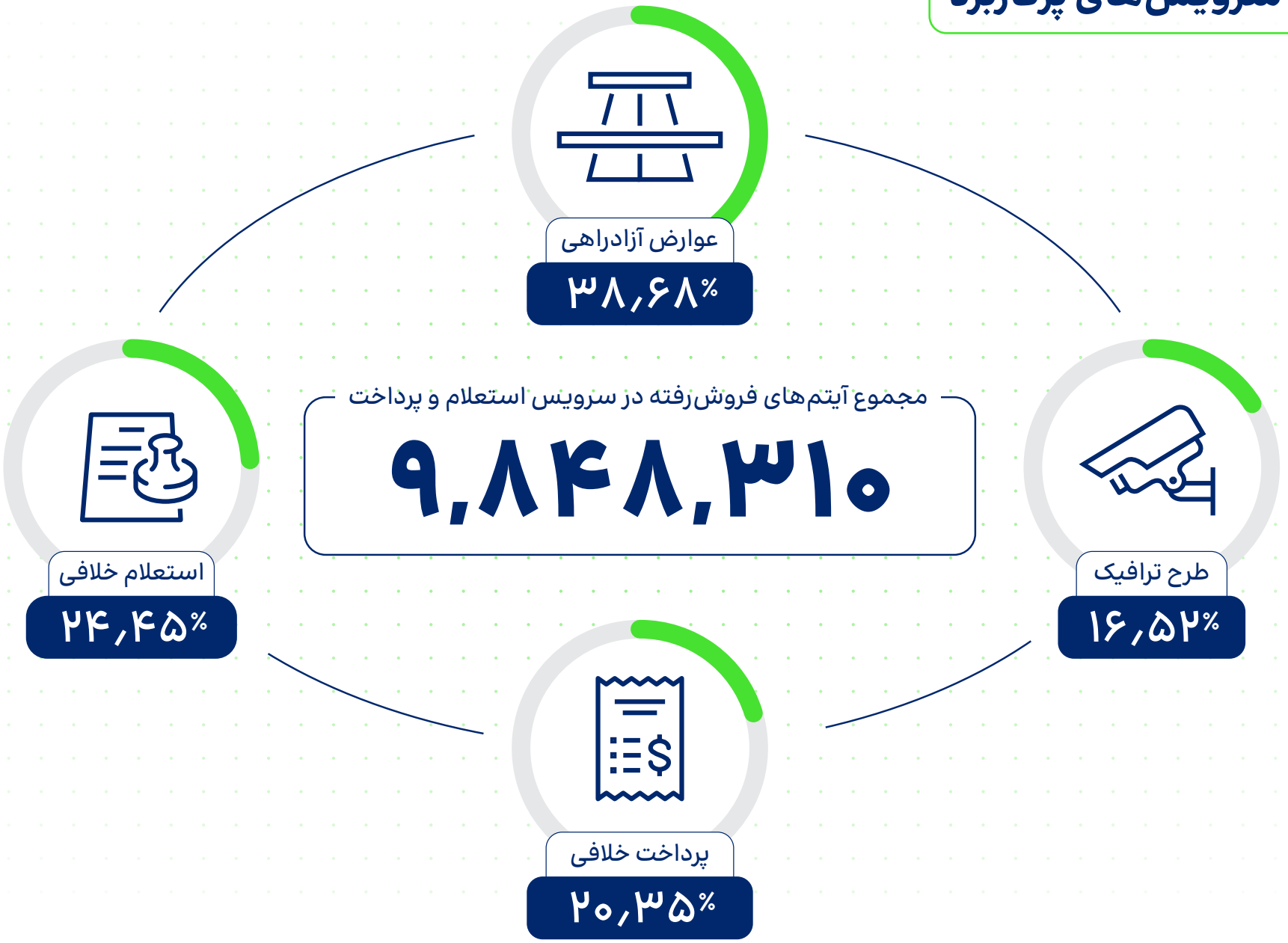
کارهای خودرو، در ظاهر ساده‌اند. یک استعلام، یک پرداخت، یک تسویه. اما هر کدام از همین کارهای ساده، تا پیش از این، یعنی یک نوبت مرخصی، یک مسیر رفت و برگشت، یک صف در دفتر پیشخوان یا باجه، و ابهامی که تا لحظه‌ی آخر باقی می‌ماند. ارزشی که خط خدمات بدهی خودرو می‌سازد، پیش از هر چیز، حذف همین رفت‌وآمد است؛ کاربر در هر ساعتی از شبانه‌روز و از هر نقطه‌ای، با چند کلیک همان کاری را انجام می‌دهد که تا دیروز نیازمند حضور فیزیکی بود.

آنچه این سادگی را ممکن می‌کند، در پشت صحنه ساده نیست. هر یک از این خدمات، حاصل اتصال به مراجع متعددی است که هر کدام سامانه، قاعده و زمان پاسخ خود را دارند؛ اطلاعاتی که باید با هویت مالک و مشخصات پلاک تطبیق داده شود، مبالغی که باید دقیق باشند و پرداختی که باید تا انتهای زنجیره و تا لحظه‌ی تسویه‌ی نهایی پیگیری شود. نقش آیتول، برداشتن این پیچیدگی از دوش کاربر و نگه‌داشتن آن در سمت خودمان است. هرچه این فرایند برای کاربر ساده‌تر به نظر برسد، کار بیشتری در لایه‌های زیرین انجام شده است.

در آیتول، خدمات بدهی خودرو نقشی فراتر از سهم‌شان در فروش دارند؛ آن‌ها دری هستند که کاربر برای نخستین بار از آن وارد می‌شود و راهی که بارها به آن بازمی‌گردد. استعلام و پرداخت خلافی، عوارض آزادراهی، عوارض شهرداری و طرح ترافیک، خدماتی کم‌اصطکاک و پرتکرارند و ارزش‌شان نه در بزرگی هر تعامل، که در پیوستگی آن‌هاست؛ اعتمادی که یک‌باره به دست نمی‌آید و از دل ده‌ها تجربه‌ی کوچک و بی‌دردسر شکل می‌گیرد. همین اعتماد است که کاربر را در تصمیم‌های سنگین‌تر چرخه‌ی عمر خودرو نیز کنار ما نگه می‌دارد.

سال ۱۴۰۴ این پیوستگی را به آزمون گذاشت. در ماه‌هایی که دسترسی و پایداری هیچ‌کدام بدیهی نبودند، اولویت ما پیش از هر عدد دیگری این بود که کاربر در همان لحظه‌ای که به ما نیاز دارد، ما را در دسترس ببیند: سرویسی که باز است، اطلاعاتی که درست است و پرداختی که به سرانجام می‌رسد.

سهم سرویس‌های پرکاربرد

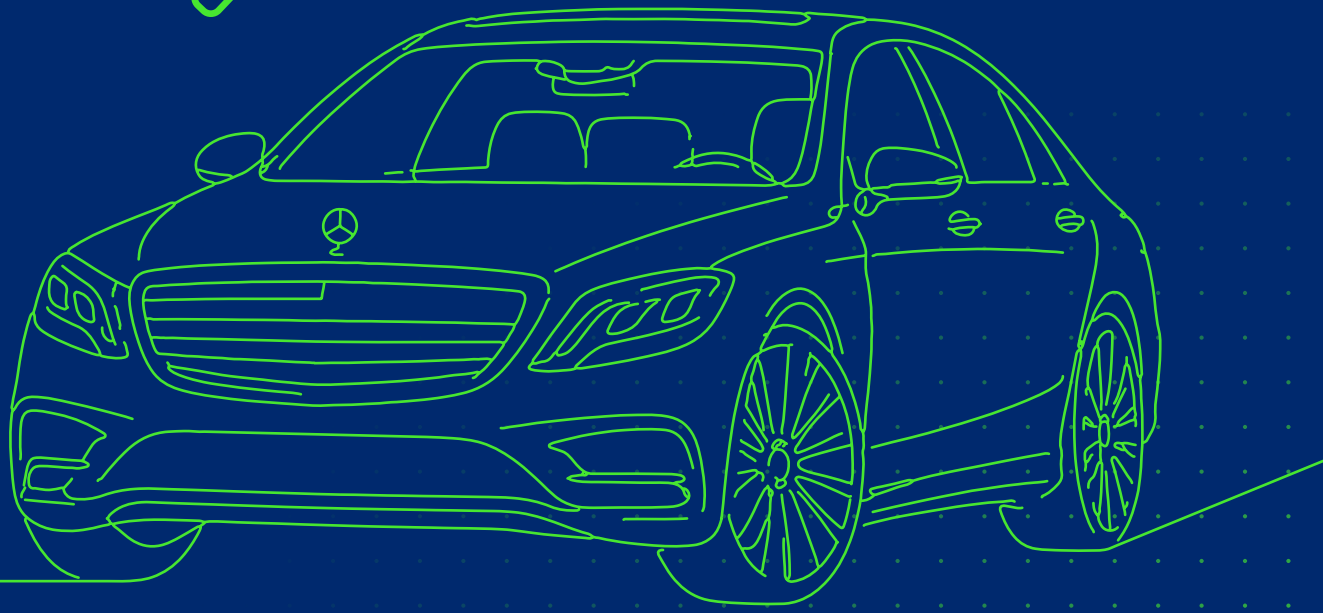


بیشترین مالیات نقل‌وانتقال پرداخت‌شده در سال ۱۴۰۴

۱۳۰ میلیون تومان

Mercedes-Benz S500

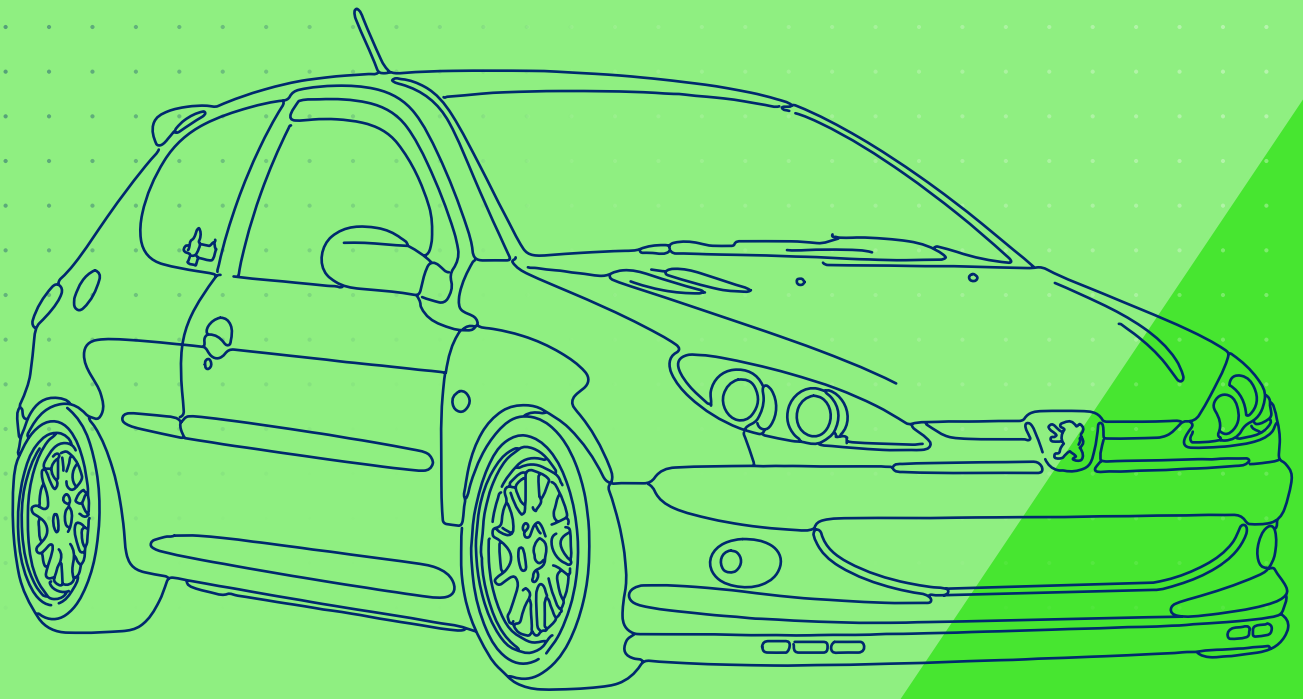
Engine: **4.7L twin-turbo V8**
Power: **Around 455 hp**
Transmission: **9-speed automatic**
Drive Type: **4MATIC all-wheel drive**
Class: **Full-size luxury sedan**



بیشترین خلافی پرداختی ثبت‌شده در یک فاکتور

۴۶,۰۰۰,۰۰۰ تومان

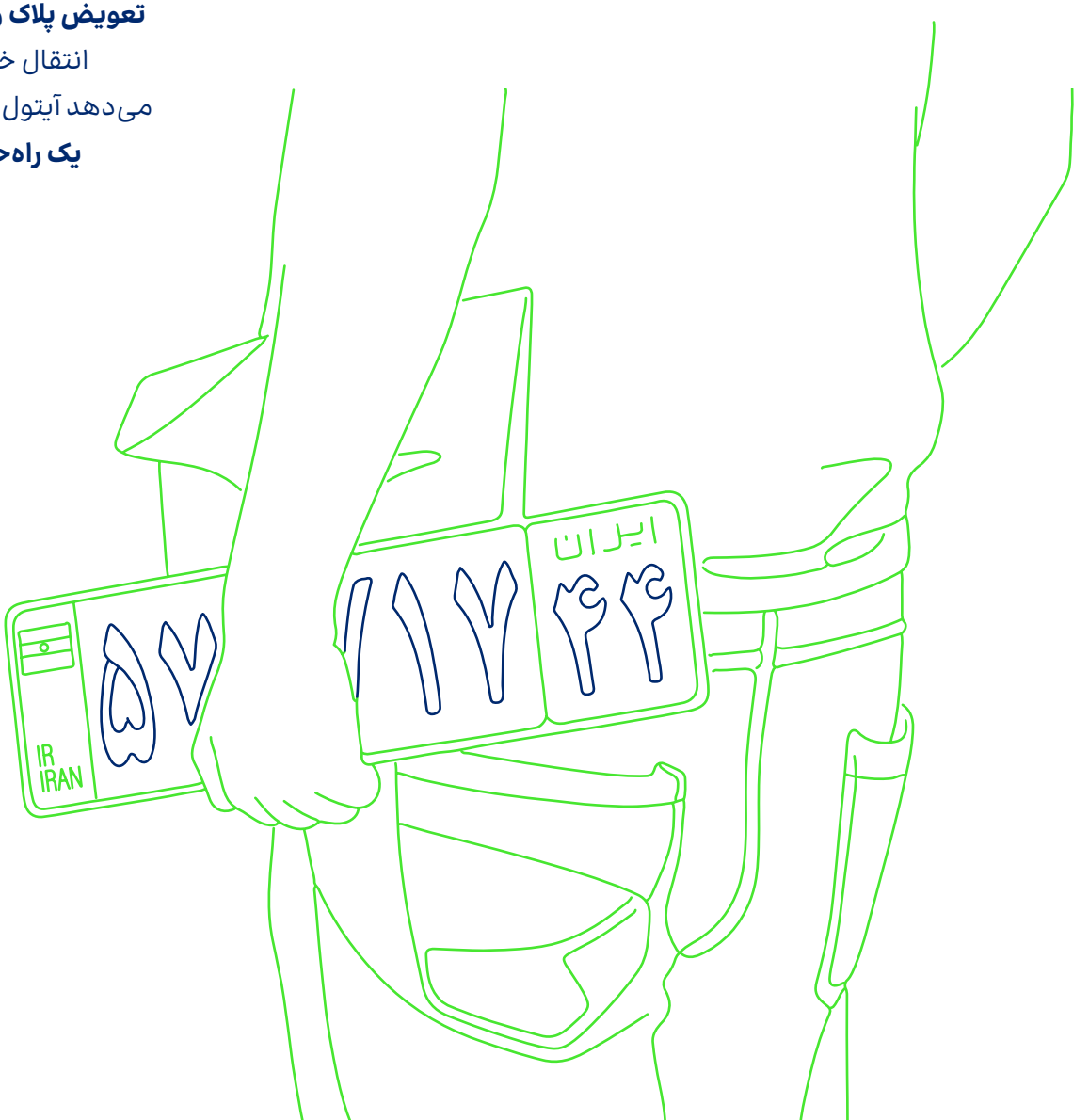




رایج‌ترین زمان پرداخت خلافی خودرو

الگویی که به‌احتمال زیاد با **حضور کاربران در مراکز تعویض پلاک و ضرورت تسویه خلافی** برای تکمیل فرایند انتقال خودرو ارتباط مستقیم دارد. این الگو نشان می‌دهد آیتول در لحظه‌ای وارد عمل می‌شود که کاربر به **یک راه‌حل سریع، در دسترس و قابل اتکا** نیاز دارد.





بیشترین عوارض شهرداری پرداخت‌شده در سال ۱۴۰۴

۱۷۳ میلیون تومان



Mercedes-Benz SL 500

Engine: **5.0–5.5L V8**
Power: **Around 306–388 hp**
Transmission: **7-speed automatic**
Drive Type: **Rear-wheel drive**
Roof: **Retractable hardtop**

بیشترین عوارض آزادراهی پرداخت‌شده در یک فاکتور در سال ۱۴۰۴



۱۴۶ میلیون تومان

پرداختی توسط یک دستگاه کامیونت



۱۱۳,۰۰۰

آیتم طرح ترافیک
پرداخت‌شده در یک روز، تهران

یکشنبه
۲۰
مهر ۱۴۰۴

اگر صرفاً بخواهیم از روی شاخص ثبت طرح ترافیک حدس بزنیم، شاید این **یکی از شلوغ‌ترین روزهای تهران** بوده است.

برگ‌هایی از تقویم آیتول

یکشنبه
۱۰
فروردین

پیک تعداد خلافی پرداخت‌شده در یک روز

بهترین زمان برای تسویه عقب‌افتاده‌های نوروزی

یکشنبه
۱۰
اسفند

روز دوم جنگ تحمیلی سوم؛ کمترین تعداد خلافی پرداخت شده در یک روز

روزهایی که ناملایمت محیطی، پرداخت خلافی را از اولویت کاربران خارج کرد.

جمعه
۳۱
مرداد

۳۶۱,۰۰۰ قبض صادرشده آزادراهی

پر آزادراهی‌ترین روز سال، در تب تند و داغ سفرهای تابستانه

عملکرد آیتول در سال ۱۴۰۴

خدمات اجرایی و امدادی

اتصال تجربه دیجیتال به نتیجه فیزیکی



از اضطراب تا اطمینان در میانه‌ی بحران ایران ۱۴۰۴



شایان بهزادی
مدیر کسب‌وکار
لاین خدمات امدادی (SOS)

برای ما، مهم‌ترین تفاوت خدمات اجرایی و امدادی آیتول با بسیاری از تجربه‌هایی که پیش از این در آیتول ساخته بودیم، در یک چیز خلاصه می‌شود: **اینجا ما کاربر را می‌بینیم و او هم ما را می‌بیند.**

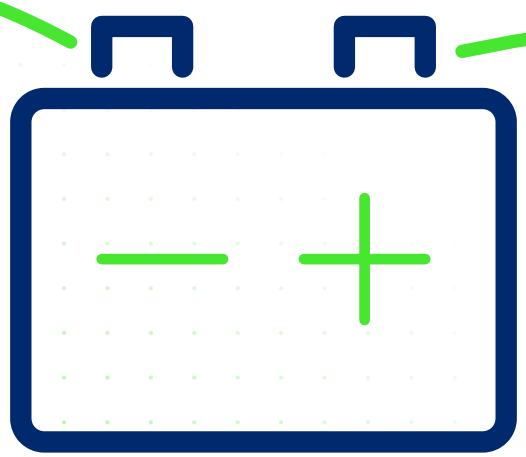
در یک سرویس دیجیتال، بخش زیادی از تجربه پشت یک صفحه اتفاق می‌افتد؛ اما در امداد، نتیجه کار ما در خیابان، کنار یک خودروی خاموش و گاهی در یکی از پراسترس‌ترین لحظات روز یک نفر شکل می‌گیرد. همین موضوع باعث شد تجربه مشتری از روز اول، برای ما نه یک شاخص جانبی، بلکه یکی از اصلی‌ترین معیارهای تصمیم‌گیری باشد.

در سال ۱۴۰۴ تلاش کردیم بخشی از بازار خدمات خودرو را که سال‌ها برای کاربران نامنظم، غیرشفاف و پیش‌بینی‌ناپذیر بوده، قدم‌به‌قدم استانداردتر کنیم؛ از سرویس محوری‌مان، تعویض باتری در محل، گرفته تا توسعه خدماتی مثل پنچرگیری و حمل خودرو. برای ما استاندارد شدن فقط به معنای داشتن یک فرایند مشخص نبود؛ یعنی کاربر بداند چه خدمتی می‌گیرد، چقدر باید بپردازد، چه زمانی قرار است کسی به او برسد و اگر مشکلی پیش آمد، چه کسی پاسخ‌گوی اوست؛ و شاید مهم‌تر از همه، کم کردن اضطرابی که در فاصله شکل‌گیری مشکل تا حل شدن آن وجود دارد.

شاید بهترین تصویر این مسیر برای ما مربوط به روزهای جنگ باشد؛ پدری که می‌خواست خانواده‌اش را از تهران خارج کند، اما ماشینش به دلیل مشکل باتری روشن نمی‌شد و اضطرابش هنگام تماس با ما کاملاً قابل لمس بود. برای ما، این فقط تعویض یک باتری نبود. تمام لحظات گفت‌وگو، همراهی و آرام کردن او توسط تیم پشتیبانی، بخشی از همان خدمتی بود که ارائه می‌کردیم. لحظه کوتاه آرامشی که بعد از روشن شدن ماشین در صدای او شنیده می‌شد، برای ما یکی از روشن‌ترین لحظاتی بود که یادآوری کرد این کار چرا برایمان معنا دارد.

ما در نهایت فقط باتری تعویض نمی‌کنیم یا خودرو جابه‌جا نمی‌کنیم. تلاش می‌کنیم در لحظه‌ای که کسی نمی‌داند باید چه کار کند، یک مسیر روشن و قابل اعتماد جلوی او بگذاریم و تا لحظه حل شدن مسئله، مسئول آن تجربه بمانیم.

اگر ۱۴۰۴ برای این لاین یک معنا داشته باشد، برای من همین است: **تبدیل یک تجربه پراکنده و پراضطراب به خدمتی که بتوان روی آن حساب کرد.**



بیشترین تقاضای ثبت‌شده برای سرویس باتری



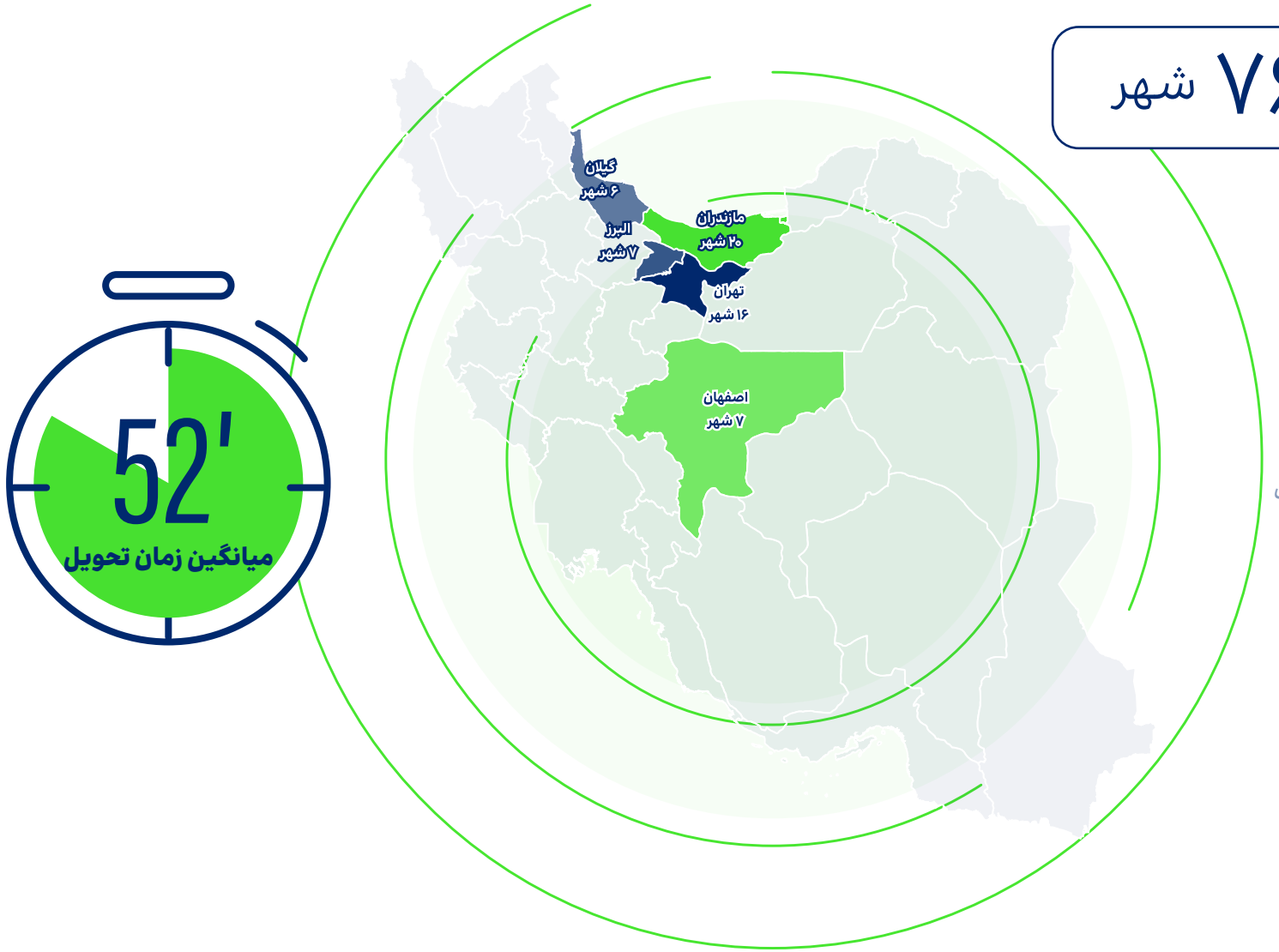
این افزایش تقاضا یک رخداد مقطعی نیست؛ بلکه در بازه چهار ماهه **مرداد تا آبان**، نیاز به خدمات باتری در بالاترین سطح خود قرار دارد. در ماه‌های گرم سال، **استفاده مستمر از کولر خودرو** فشار مضاعفی به باتری وارد کرده و استهلاک آن را بالا می‌برد. به همین دلیل، سرویس باتری در این **پنجره ۴ ماهه** به یکی از اصلی‌ترین نیازهای کاربران تبدیل می‌شود



دوره اوج چهارماهه
سهم تابستان و پاییز

پوشش جغرافیایی

۲۰ استان | ۷۶ شهر



۱ مازندران
۲۰ شهر تحت پوشش

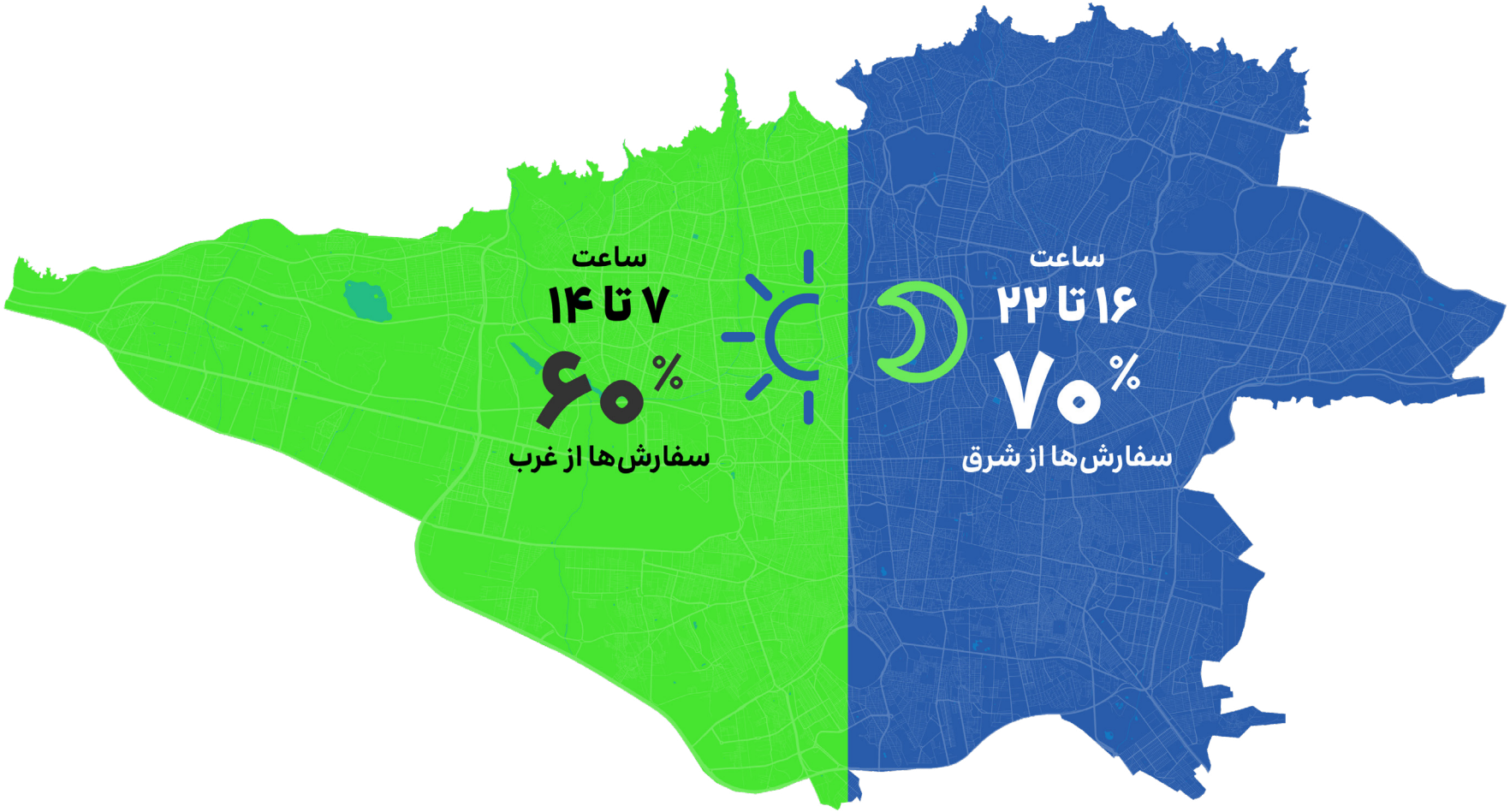
۲ تهران
۱۶ شهر تحت پوشش

۳ اصفهان و البرز
هر کدام ۷ شهر تحت پوشش

۴ گیلان
۶ شهر تحت پوشش

الگوی تقاضای سرویس باتری در تهران

الگوی تقاضا در سـرویس باتری نشـان می‌دهد رفتار مکانی کاربران در ساعات مختلف روز یکسـان نبـوده اسـت. در سـال ۱۴۰۴، در **بازه ۷ تا ۱۴**، حـدود **۶۰٪ سـفارش‌ها از غرب تهران** ثبت شـد؛ در حالی که در **بازه ۱۶ تا ۲۲**، حدود **۷۰٪ سـفارش‌ها به شمال و شرق تهران** تعلق داشت. این جابه‌جایی، تصویری روشن از تغییر کانون تقاضا در طول روز ارائه می‌دهد.

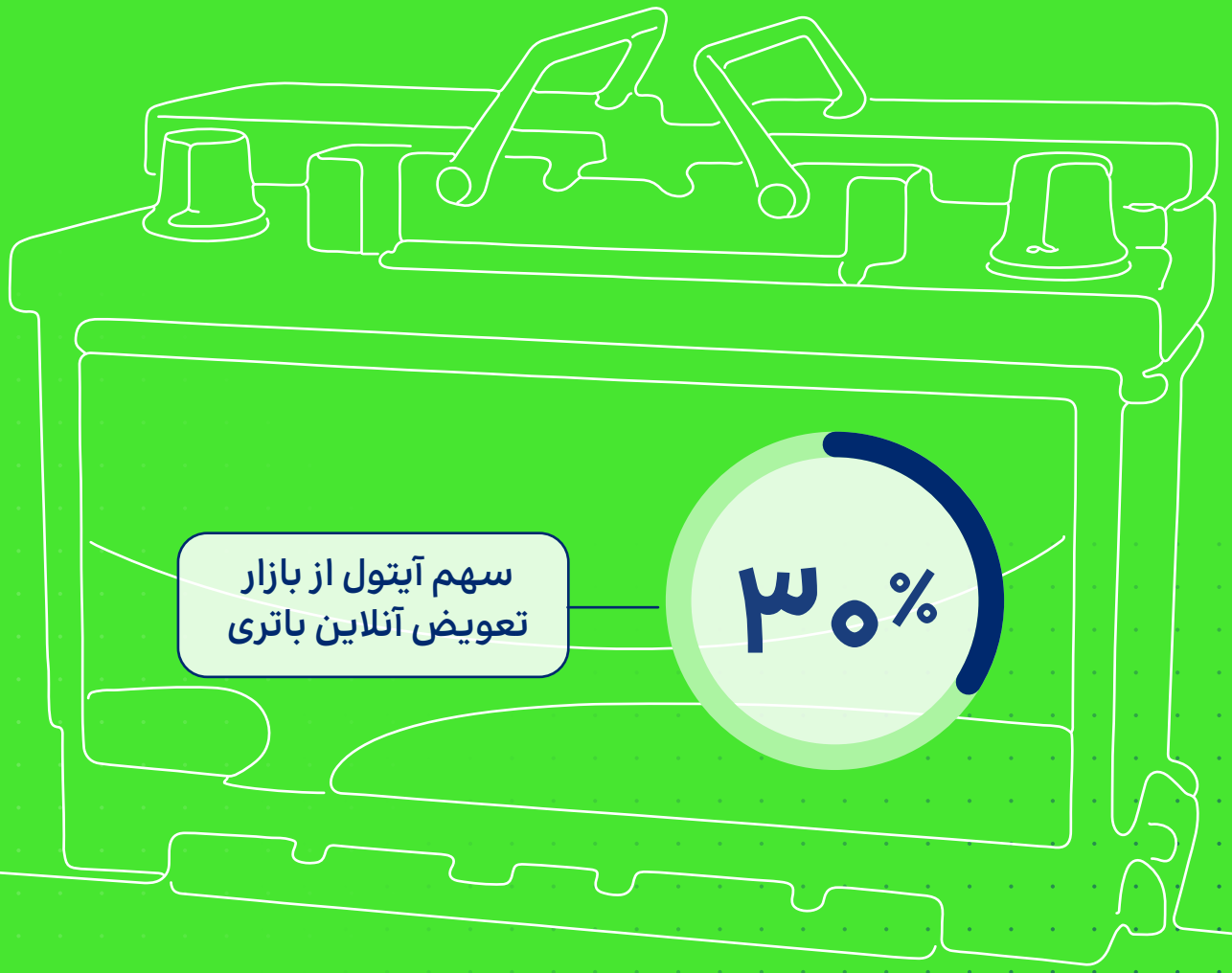


سرویس باتری و جایگاه آیتول

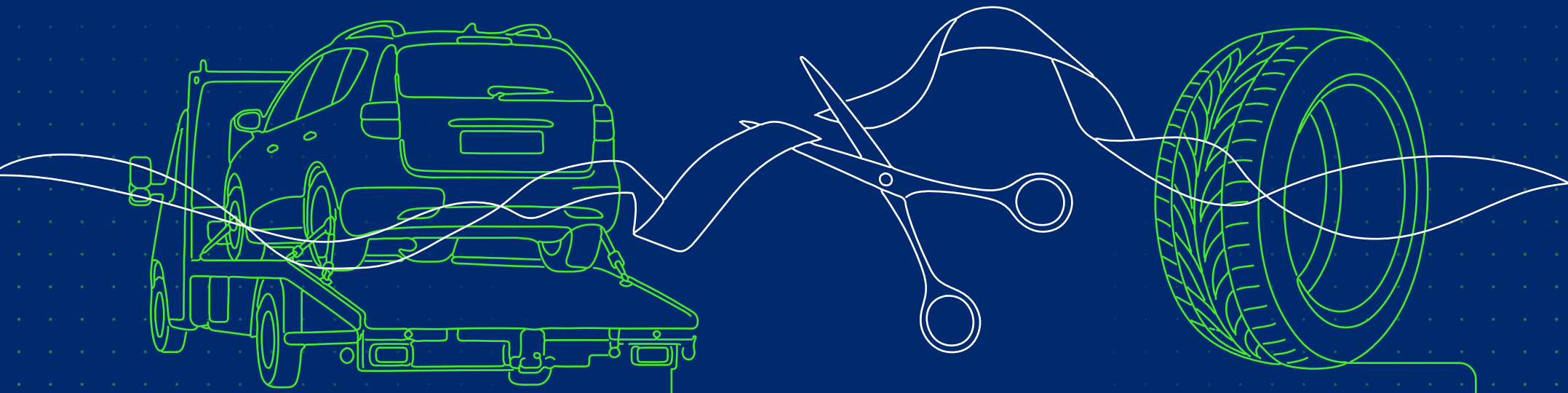
در سال ۱۴۰۴ آیتول **۳۰ درصد بازار تعویض آنلاین** باتری رو در دست داشت. لازم به ذکر است آیتول، **نماینده رسمی صباباتری و سپاهان‌باتری**ست.

صباباتری

سپاهان باتری
SEPAHAN BATTERY



دو خدمت امدادی جدید از آیتول



خدمات لاستیک

یکی از تازه‌ترین سرویس‌های آیتول در سال ۱۴۰۴ بود؛ اما خیلی زودتر از یک سرویس جدید به یک نیاز واقعی پاسخ داد. **اوج تقاضای این سرویس در آذرماه** رقم خورده است؛ نشانه‌ای که تصویر رایج از «تابستانِ پرتقاضا» را به چالش می‌کشد و از **نقش پررنگ‌تر پاییز و زمستان** در نیاز به این خدمت خبر می‌دهد.

خدمات حمل خودرو

سرویس حمل خودرو در تهران، با **قیمت‌گذاری شفاف و پیش از انجام سرویس**، به‌صورت فوری، با کفی یا جرثقیل ماشینی استاندارد، خودرو را از محل برداشته و دقیقاً به مقصدی که تعیین می‌کنید منتقل می‌کند. تمام خدمات با بهترین کیفیت انجام می‌شود تا از هر نظر **خیال کاربر راحت باشد**.

سرویس کارپرداز

کارپـرداز، سـرویس آیتـول بـرای انجـام امـور حضـوری و زمان‌بـر خـودرو به‌جـای کاربـر اسـت؛ از تعویـض روغن و کارواش تا تعویض پلاک و معاینه فنی.

در میان خدمات این بخش، **معاینه فنی** بیشترین تقاضا را داشـته اسـت؛ محبوب‌ترین خدمت کارپـرداز، خدمتی است که بیش از همه «اجباری» و «زمان‌بر» است.

نکتـه‌ی جالب اینکه برخی از کاربران این سـرویس، نه به خاطر کمبود زمان یا دلایل مشـابه بلکـه بخاطر جذابیت پروسـه‌ی انجـام ایـن سـرویس‌ها تمایـل بـه همراهـی همکاران آیتول دارند.











عملکرد آیتول در سال ۱۴۰۴

از تراکنش تا مدیریت ریسک

وقتی قدرت خرید مردم پایین می‌آید، دو راه پیش روی ماست:



اشکان نامداری
مدیر کسب‌وکار
لاین بیمه

در ۱۴۰۴ با یک واقعیت مشترک روبه‌رو بودیم: قدرت خرید مردم به‌طور محسوسی افت کرده بود. در چنین شرایطی، همیشه دو راه پیش روی خط بیمه است؛ یا شرایط پرداخت را سخت‌گیرانه‌تر کنیم تا ریسک خودمان کمتر شود، یا برعکس عمل کنیم. ما راه دوم را انتخاب کردیم.

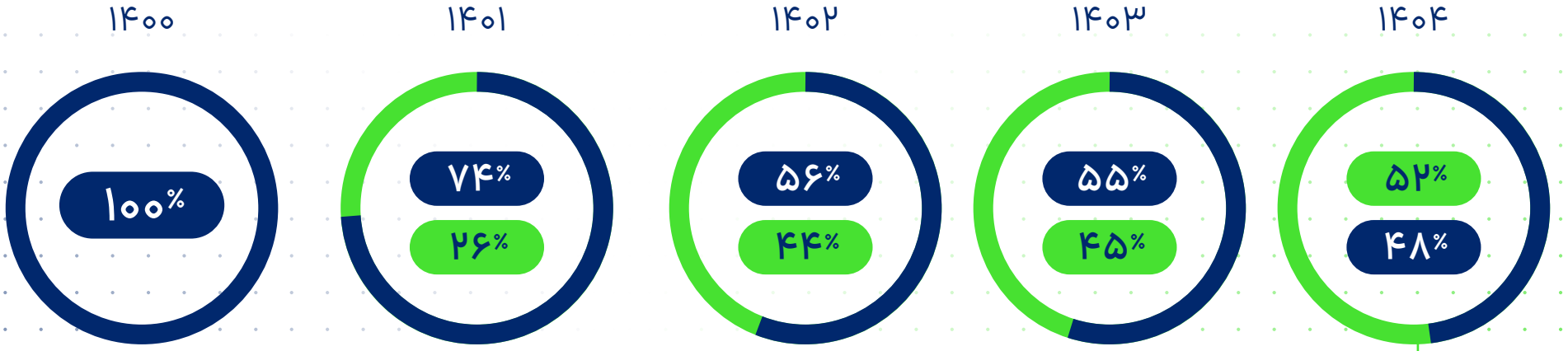
در روزهای جنگ، بیمه‌نامه‌هایی که به انقضا می‌رسیدند را خودمان شناسایی کردیم و بدون این‌که کاربر لازم باشد اقدامی کند، تمدیدشان کردیم؛ پرداختش را هم به بعد از آن دوره موکول کردیم تا کسی زیر فشار مالی اضافه نباشد. هزینه و ریسک این تصمیم، با ما بود.

همین نگاه را در طول سال هم ادامه دادیم. با وجود افت قدرت خرید، شرایط قسط را نه‌تنها سخت‌تر نکردیم، سهمش را هم بیشتر کردیم؛ از ۲۶٪ در ۱۴۰۱ به نزدیک نیمی از کل فروش بیمه در ۱۴۰۴. می‌دانستیم هر پرونده‌ی قسطی جدید، یعنی ریسک بیشتر برای خودمان؛ اما این ریسکی بود که باید قبولش می‌کردیم.

یک چیز دیگر هم هست که فکر می‌کنم خط بیمه‌ی آیتول را از بقیه جدا می‌کند: هرکسی که از ما بیمه خرید، تنها یک بیمه‌نامه نگرفت. کد تخفیف کارواش، تعویض باتری و پنچرگیری هم همراهش فعال شد؛ چون آیتول فقط بیمه نیست، خدمات جامع خودرو است، و بیمه یکی از درهای ورود به آن است. این مسیر را در ۱۴۰۵ جدی‌تر دنبال کردیم و نتیجه‌اش هم بهتر شد.

در آخر، عددی که برایم از همه معنادارتر است این است که ۸۵٪ اقساط بیمه، ظرف ۵ روز اول موعد پرداخت می‌شوند. یعنی وقتی سخت نگیریم، مردم هم سخت نمی‌گیرند.

فروش بیمه؛ قسطی و نقدی



ترکیب فروش بیمه در آیتول طی سال‌های اخیر به‌تدریج به نفع خرید اقساطی تغییر کرده است.

در حالی‌که در **سال ۱۴۰۰ تقریباً تمام فروش به‌صورت نقدی انجام می‌شد**، سهم فروش اقساطی در ۱۴۰۴ به بیش از نیمی از کل فروش رسیده؛ روندی که از افزایش استقبال کاربران از **راهکارهای پرداخت منعطف‌تر** خبر می‌دهد.

کاربران آیتول، خوش‌حساب و متعهد

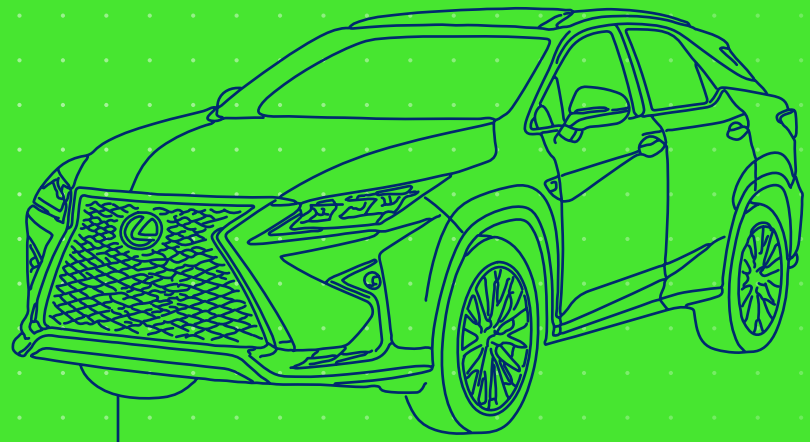
در سال ۱۴۰۴، ۸۵٪ از اقساط بیمه آیتول حداکثر تا ۵ روز پس از موعد پرداخت شده‌اند. یکی از نشانه‌های بلوغ رفتار مالی کاربران آیتول، خوش‌حسابی آن‌ها در بازپرداخت اقساط بیمه است.



ترین‌ها در خدمات بیمه سال ۱۴۰۴

گران‌ترین بیمه بدنه

۸۰ میلیون تومان



Lexus RX 200t

Engine: **2.0L turbocharged 4-cylinder**
Power: **235 hp**
Transmission: **6-speed automatic**
Drive Type: **Front-wheel drive or all-wheel drive**
Class: **Mid-size luxury SUV**

گران‌ترین بیمه شخص ثالث

۷۰ میلیون تومان



Volvo Coach Bus

Engine: **Large diesel engine, 10.8L–13.0L**
Power: **380–500 hp**
Transmission: **I-Shift automated transmission**
Capacity: **45–55 passengers**
Type: **Touring luxury coach**

کاربر و تجربه



عملکرد معاونت اجرایی در سال ۱۴۰۴



محمد برزگری

معاون اجرایی

معاونت اجرایی آیتول در سال ۱۴۰۴ با تمرکز بر دو حوزه تجاری و عملیات، مسیر توسعه و پایداری خدمات شرکت را دنبال کرد. در بخش تجاری، تمرکز اصلی بر توسعه همکاری‌های راهبردی، تأمین پایدار محصولات و زیرساخت‌های موردنیاز سرویس‌های آیتول، گسترش خدمات B2B و تقویت شبکه نمایندگان، دفاتر و کانال‌های فروش بود. تعامل با شرکت‌های بیمه، تأمین‌کنندگان باتری، شرکت‌های امدادی و ارائه‌دهندگان زیرساخت، با هدف افزایش تنوع خدمات، کاهش وابستگی و ایجاد ظرفیت‌های جدید برای رشد کسب‌وکار ادامه یافت.

در بخش عملیات نیز مدیریت یکپارچه شبکه پارتنرها، نمایندگان، تکنسین‌ها و تیم‌های اجرایی در کنار بهبود تجربه کاربران در کال‌سنتر، فروش تلفنی و پشتیبانی عملیاتی در دستور کار قرار گرفت. تلاش شد فرایندهای عملیاتی شفاف‌تر، هماهنگی میان واحدها سریع‌تر و کیفیت ارائه خدمات در تمام نقاط تماس با کاربران پایدارتر شود. حاصل این رویکرد، شکل‌گیری ساختاری منعطف‌تر و بهره‌ورتر بود که توانست پاسخ‌گویی مناسبی به نیازهای روزمره کاربران و الزامات توسعه کسب‌وکار داشته باشد.

سال ۱۴۰۴ در عین حال با رخدادها و بحران‌های بیرونی متعددی همراه بود؛ از جنگ ۱۲روزه تا اختلال‌های ارتباطی و حوادث ماه‌های پایانی سال. معاونت اجرایی با استفاده از تجربه‌های به‌دست‌آمده، مسیرهای جایگزین، سازوکارهای پشتیبان و رویکرد منسجم‌تری برای مدیریت بحران و استمرار فعالیت‌ها طراحی کرد تا وابستگی عملیات به شرایط بیرونی کاهش یابد. با وجود محدودیت‌های ارتباطی، اختلال در ابزارهای موقعیت‌یابی و دشواری هماهنگی‌های میدانی، خدماتی مانند امداد خودرو و تعویض باتری در محل با تعهد و تلاش مستمر تیم‌های عملیاتی فعال باقی ماند.

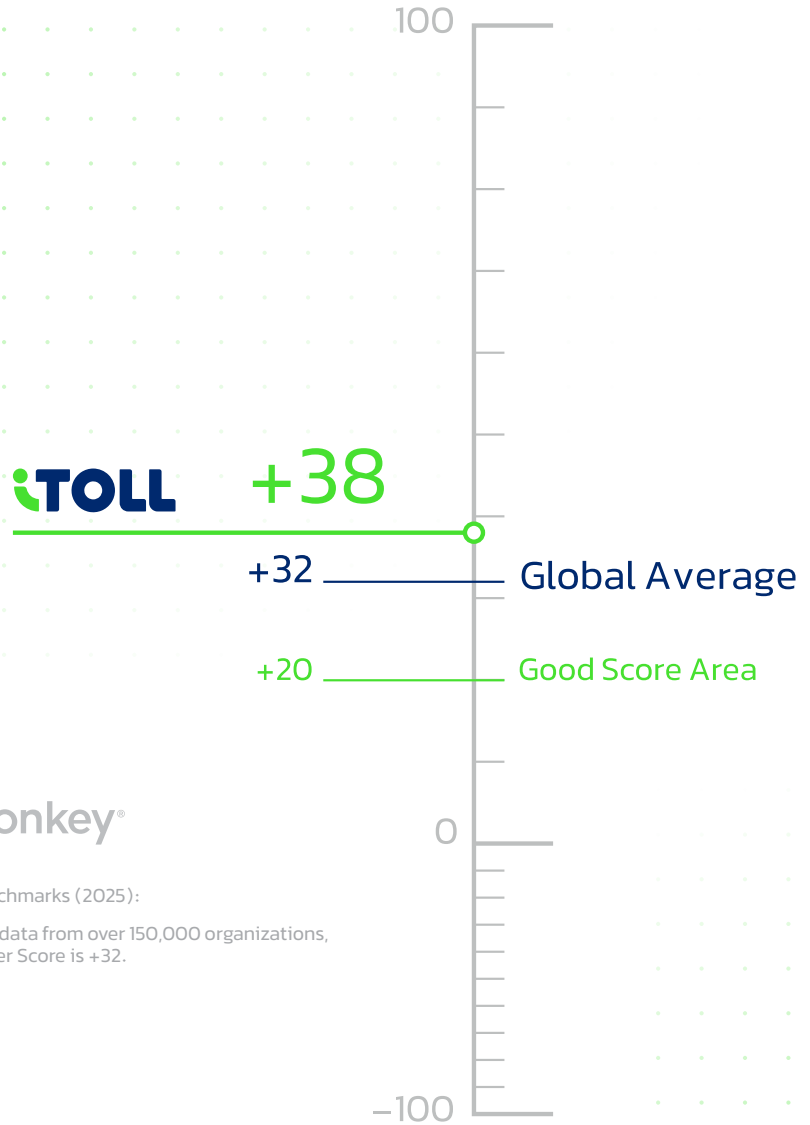
آنچه عملکرد معاونت اجرایی در سال ۱۴۰۴ را متمایز کرد، حرکت هم‌زمان در دو مسیر «توسعه» و «تاب‌آوری» بود؛ توسعه ظرفیت‌های تجاری و شبکه خدمت‌رسانی از یک‌سو و افزایش آمادگی سازمان برای مواجهه با شرایط پیش‌بینی‌نشده از سوی دیگر. این مسیر، زیرساختی مطمئن‌تر برای رشد آیتول فراهم کرد و نشان داد که حتی در پرچالش‌ترین شرایط نیز می‌توان کیفیت خدمت‌رسانی، مسئولیت‌پذیری در برابر کاربران و حرکت رو به جلوی کسب‌وکار را حفظ کرد.

رضایت و وفاداری سرویس SOS

در سرویس SOS، ما کاربران را در یکی از بحرانی‌ترین موقعیت‌هایشان همراهی می‌کنیم؛ به همین دلیل، کیفیت تجربه‌ای که در این لحظات با آیتول دارند، برای ما اهمیت ویژه‌ای دارد.

NPS (Net Promoter Score) یا شاخص رضایت و وفاداری مشتریان سرویس SOS در سال ۱۴۰۴ به ۳۸.۶ رسیده است. این در حالی است که طبق گزارش SurveyMonkey ۲۰۲۵، **میانگین جهانی NPS در صنعت تعمیر و نگهداری حدود ۳۲+** است.

قرار گرفتن NPS سرویس SOS بالاتر از میانگین جهانی صنعت، نشان می‌دهد تجربه کاربران از همراهی آیتول در لحظات حساس، در سطح مطلوبی قرار داشته است.



SurveyMonkey

SurveyMonkey Global NPS Benchmarks (2025):

Based on our 2025 benchmark data from over 150,000 organizations, the global average Net Promoter Score is +32.

تجربه مشتری در لحظه‌های بحرانی



مهم‌ترین اقدامات انجام‌شده در راستای افزایش رضایت کاربران

کاهش زمان صدور بیمه‌نامه

کاهش میانگین زمان صدور بیمه‌نامه از ۶ ساعت به ۲ ساعت، یکی از مهم‌ترین اقدامات آیتول در بهبود تجربه کاربران در سال ۱۴۰۴ بود. این بهبود، با بازنگری در فرایند صدور و ساده‌سازی مراحل اجرایی محقق شد و به کاهش زمان انتظار کاربران در یکی از خدمات حساس و پرتقاضا منجر شد.

تسهیل ثبت نارضایتی و پیگیری مستقیم کاربران

آیتول در سال ۱۴۰۴ با ایجاد کانال‌های مشخص برای ابراز نارضایتی و تعریف مکانیزم‌های پیگیری، تلاش کرد مسیر شنیدن صدای کاربر را کوتاه‌تر و شفاف‌تر کند. **تماس با تمامی کاربرانی که به هر شکل نارضایتی خود را اعلام کرده بودند**، بخشی از رویکرد فعال شرکت برای حل مسئله و بازیابی رضایت کاربران بود.

استقرار نظام نظارت بر کیفیت پاسخ‌گویی کارشناسان

برای ارتقای تجربه پشتیبانی، **سیستم‌های نظارت بر کیفیت پاسخ‌گویی کارشناسان** در تمامی محصولات ایجاد شد. این اقدام با هدف افزایش انسجام در ارتباط با کاربران، بهبود کیفیت پاسخ‌ها و تقویت استاندارد خدمت‌رسانی در نقاط تماس مختلف انجام شد.

پایش کیفیت عملکرد نمایندگان همکار

آیتول هم‌زمان با توسعه شبکه همکاری، **سازوکارهای نظارت بر کیفیت انجام کار نمایندگان همکار** را نیز تقویت کرد. این اقدام با هدف اطمینان از هم‌سطح بودن کیفیت اجرای خدمات با استانداردهای مورد انتظار شرکت و حفظ رضایت کاربران در مرحله ارائه خدمت دنبال شد.



بخش سوم

Standing Firm in Challenging Times

ایستادگی در روزهای دشوار

تداوم خدمت‌رسانی آیتول



سال ۱۴۰۴ برای ایران و مردم عزیزمان، سالی همراه با ناملایمات، پیچیدگی‌های محیطی و شرایطی کم‌سابقه بود. در چنین روزهایی، آیتول نیز مانند همه هموطنان، در بطن این شرایط قرار داشت؛ اما از حرکت بازنایستاد.

آیتول در این دوره، حتی برای لحظه‌ای از مسئولیت خود در قبال کاربران فاصله نگرفت و با **تداوم خدمت‌رسانی**، **حفظ آمادگی عملیاتی** و **همراهی با نیازهای کاربران**، تلاش کرد تا نقش خود را در تسهیل خدمات خودرویی و پشتیبانی از سفرهای ضروری ایفا کند.

این گزارش، بر مبنای داده‌های عملکردی سال ۱۴۰۴ تدوین شده است؛ با این حال، در این بخش ویژه، به دلیل اهمیت شرایط خاص کشور، مروری نیز بر بخشی از عملکرد آیتول در بهار ۱۴۰۵ و دوران جنگ تحمیلی ۴۰ روزه نیز خواهیم داشت.

حضور مستمر، فیزیکال و دیجیتال

در بخش سرویس‌های اجرایی و امدادی، آیتول طی این دوره ۴۰ روزه، **تنها در دو** روز به دلیل تعطیلی‌های **اول و سیزدهم فروردین** ارائه خدمت نداشت و در سایر روزها، از **ساعت ۶ صبح تا ۲۲ شب**، به‌صورت مستمر در حال خدمت‌رسانی به کاربران بود.

همچنین سایر خطوط خدماتی آیتول، بدون وقفه و **به‌صورت ۲۴ ساعته** فعال بودند و پلتفرم دیجیتال آیتول با ثبت **آپ‌تایم ۹۹.۹۸** درصد، خدمت‌رسانی پایدار خود را ادامه داد.



99.98%
Uptime

SOS Services
6 AM - 10 PM

تمدید خودکار بیمه‌نامه‌های منقضی‌شده

در همین ایام، آیتول با هدف کاهش دغدغه کاربران ویژه خود، بیمه‌نامه‌هایی را که به سررسید رسیده بودند، به‌صورت خودکار تمدید کرد تا کاربران در سفرها و ترددهای ضروری خود با ریسک ناشی از انقضای بیمه مواجه نشوند.

پرداخت هزینه این تمدید نیز به زمان دیگری موکول شد تا فشار مالی مضاعفی در آن شرایط به کاربران وارد نشود.



تداوم ارائه خدمات بدون افت کیفیت و کمیت

همچنین در طول این دوره، بیش از ۳۰۰۰ ساعت پشتیبانی مستقیم در خطوط خدماتی SOS به کاربران ارائه شد؛ نشانه‌ای از تعهد تیم آیتول به تداوم خدمت، حتی در دشوارترین روزها.

+۳۰۰۰

ساعت پشتیبانی مستقیم



صدای کاربران در دوران جنگ‌های ۱۲ روزه و ۴۰ روزه

۲۸ خرداد ۱۴۰۴

در حالی که در کوچه ما انفجار موشک رخ داده بود و همه‌چیز پر از اضطراب و استرس بود، نه‌تنها نماینده آیتول مراجعه کرد، بلکه سرویس هم در کمتر از نیم ساعت ارائه شد. همین مسئولیت‌پذیری در آن شرایط بحرانی، برای من واقعاً تحسین‌برانگیز و آرامش‌بخش بود.

۳۱ خرداد ۱۴۰۴

باورم نمی‌شد در آن شرایط سخت و پرالتهاب، آیتول حتی یک لحظه از کار نیفتد و سرویس‌دهی متوقف نشود؛ همین همراهی سریع و بی‌وقفه واقعاً دلگرم‌کننده بود.

۱۳ اسفند ۱۴۰۴

صمیمانه از آیتول بابت تداوم خدمت‌رسانی در روزهای جنگ تشکر می‌کنم؛ حضورتان در آن روزهای سخت، فقط یک خدمت نبود، بلکه نوعی اطمینان و همراهی بود.

۲۵ اسفند ۱۴۰۴

از مشاوره دقیق، قیمت مناسب و سرویس‌دهی درست و به‌موقع بسیار راضی هستم؛ اینکه در آن وضعیت نیز کیفیت خدمت حفظ شد، واقعاً جای قدردانی دارد.

۸ فروردین ۱۴۰۵

از خرید، پشتیبانی و کیفیت خدمات کاملاً رضایت دارم؛ این سطح از تعهد و همراهی در آن روزها، برای من بسیار ارزشمند و فراموش‌نشدنی بود.

آیتول مفتخر است که در این مقطع حساس، در کنار کاربران خود ایستاد
و با اتکا به **زیرساخت دیجیتال**، **تیم عملیاتی** و **مسئولیت‌پذیری سازمانی**،
جریان خدمت‌رسانی را برقرار نگاه داشت.



محمد فرقانی

مدیر مارکتینگ

ابتـدای گـزارش گفتیـم کـه در سـخت‌ترین روزهـا هـم **امید به آینده زنده اسـت**. اعدادی که خواندید گواه همین ادعاست: از تعویض باتری در بحبوحه جنگ گرفته تا تمدید خودکار بیمه‌ها و سیستمی که حتی در اوج بحران هم لحظه‌ای قطع نشد.

این دسـتاوردها **نتیجه تلاش تیمـی ۹۰ نفره برای ۸٫۷ میلیون کاربـر** اسـت؛ تیمی که پیچیدگی‌ها را پشـت یـک تجربه کاربری ساده پنهان کرد تا کیفیت به شانس گره نخورد.

چشـم‌انداز مـا مدت‌هاسـت از یـک «اپلیکیشـن پرداخـت عوارض» فراتر رفته اسـت؛ مـا می‌خواهیم **اولیـن انتخاب هر مالـک خودرو بـرای تمام نیازهایش** باشـیم. سـال ۱۴۰۴ ثابت کـرد که زیر بار فشـارها خـم نمی‌شـویم؛ ۱۴۰۵ سـالِ بزرگ‌تر شدن ماست.

از توجه شما سپاسگزاریم

iTOLL Annual Report 1404

RāyKa iTOLL

Sep 2026