

فلای تودی

گزارش سالانه ۱۴۰۳

فلای تودی

سفر در کلاس جهانی



فهرست گزارش

۵	مقدمه	۵۹	فصل ۶: تحلیل رفتار کاربران
۷	فصل ۱: ۱۴۰۳ چگونه گذشت؟	۷۳	فصل ۷: مجله گردشگری
۱۳	فصل ۲: تحلیل بازار و روندهای صنعت گردشگری	۷۷	فصل ۸: منابع انسانی و آموزش
۱۹	فصل ۳: گزارش فروش	۸۳	فصل ۹: مسئولیت اجتماعی
۴۷	فصل ۴: نوآوری‌ها و محصولات جدید	۸۵	فصل ۱۰: چشم انداز ۱۴۰۴
۵۵	فصل ۵: گزارش خدمات		

FlyToday

مقدمه

FlyToday

یادداشت بنیان گذار

سال ۱۴۰۳ بیش از هر زمان دیگری نشان داد، در جهانی که پیوسته در حال تغییر است، سفر همچنان معنای ثابتی از امید، یادگیری و تجربه های تازه را به همراه دارد. ما معتقدیم که حتی در چالش ها و اتفاقات پیش بینی ناپذیر، سفر می تواند منبعی الهام بخش برای همه باشد.

در این میان، فلای تودی مسیر خود را بر پایه اعتماد، شفافیت و نوآوری بنا کرده است. ما باور داریم، آینده سفر به دست کسانی ساخته می شود که توانایی شنیدن نیازهای واقعی مردم و پاسخ گویی مسئولانه به آن ها را دارند. امروز چشم انداز ما روشن تر از همیشه است؛ خلق تجربه ای در کلاس جهانی برای همه مردم ایران.

علی ساروخانی

بنیان گذار و رئیس هیات مدیره

فصل ۱

۱۴۰۳ چگونه گذشت؟

FlyToday

۱۴۰۳ چگونه گذشت؟

تثبیت جایگاه فلای تودی به عنوان مرجع اصلی سفر

سال ۱۴۰۳ برای فلای تودی، سال تثبیت جایگاه فلای تودی به عنوان **مرجع اصلی سفر در ایران** بود. در سال گذشته، رشد معنادار فروش، افزایش تعامل کاربران وفادار و گسترش خدمات، تصویر روشن تری از نقش برند در سبک سفر ایرانیان ترسیم کرد. در بازاری که تحت تاثیر چالش های اقتصادی، تغییر الگوی مصرف و انتظارات کاربران قرار داشت، ما توانستیم تجربه ای آسان، یکپارچه و مبتنی بر اعتماد را برای سفر فراهم کنیم.

در سالی که گذشت، محور توسعه ما فراتر از فروش رفت؛ با ارتقای زیرساخت ها، به روزرسانی اپلیکیشن، تکمیل سبد خدمات سفر و تمرکز بر رضایت سنجی واقعی، تلاش کردیم تا در لحظات تصمیم گیری سفر کنار کاربران باشیم. امروز، فلای تودی نه تنها پلتفرمی برای خرید خدمات، بلکه نقطه شروعی برای برنامه ریزی سفر است.

تحلیل رقابتی و جایگاه برند فلای تودی

حفظ رتبه ۱ فروش خدمات سفر در ایران

و مشکلات پرداخت ارزی یا محدودیت در استفاده از برخی اپلیکیشن‌های خارجی، سال‌ها تجربه سفر را برای بسیاری پیچیده کرده بود.

فلای تودی با طراحی محصولات هم‌هنگ با این چالش‌ها، توانسته استانداردهای جدیدی را در صنعت گردشگری ایران پایه‌گذاری کند؛ جایگاهی که تنها با شناخت دقیق نیازهای واقعی کاربران و پاسخ‌گویی مستمر به آن‌ها به‌دست آمده است.

در چشم‌انداز رقابتی صنعت گردشگری، فلای تودی موفق شده با شعار «سفر در کلاس جهانی» و با تکیه بر مزیت‌های بومی‌سازی شده، به معتبرترین مرجع خرید خدمات سفر در ایران تبدیل شود. ما توانستیم طبق روال سال‌های قبل، **رتبه یک فروش بلیط هواپیما و همچنین هتل خارجی** را حفظ کنیم.

آنچه فلای تودی را از دیگر بازیگران این صنعت متمایز می‌کند، فقط تعدد خدمات یا قابلیت‌های فنی نیست؛ بلکه درک عمیق از محدودیت‌ها و دغدغه‌های سفر برای کاربر ایرانی است. دغدغه‌هایی مانند عدم دسترسی به کارتهای اعتباری بین‌المللی

نگاهی به آمار و دستاوردهای سال ۱۴۰۳



۶۷٪

رشد تعداد هتل



۵۳٪

رشد فروش هتل داخلی و خارجی



۷۷٪

رشد فروش پرواز داخلی و خارجی



۸+ میلیون

جستجوی نام فلای تودی



۱۱۰٪

رشد نرخ ثبت نام در فلای تودی



۴+ میلیون ساعت

حضور کاربران در سایت



۱۷۵٪

رشد نصب اپلیکیشن



۳۰۰+ میلیون

تعداد بازدید از سایت

جالب‌ترین‌های ۱۴۰۳



۸۶۰ میلیون تومان

گران‌ترین بلیط



۱۸۰ دقیقه

طولانی‌ترین تماس یک کاربر



۵۷ روزه

کوچک‌ترین مسافر



۱۱۰ سال

مسن‌ترین مسافر



۳ شهرپور

پرفروش‌ترین
روز پرواز



۲۸ مرداد

پرفروش‌ترین
روز هتل



۲۸ مهر

پرفروش‌ترین
روز قطار



۳۷ شب

بیشترین مدت
اقامت در هتل



تحلیل بازار و روندهای صنعت گردشگری

FlyToday

بررسی رفتار مسافران ایرانی

افزایش سفرهای داخلی و لحظه آخری

تحلیل رفتار کاربران نشان می‌دهد تمایل به سفرهای داخلی، رزروهای لحظه آخری و استفاده از خدمات آنلاین رو به افزایش است. کاربران بیشتر به دنبال خدمات یکپارچه و ساده هستند. بر اساس منابع رسمی و داده‌های آماری، می‌توان به روندهای زیر اشاره کرد:

۱. افزایش سفرهای داخلی

بر اساس گزارش مرکز آمار ایران، در فصل بهار ۱۴۰۳، بیش از ۷۰ میلیون و ۶۰۰ هزار سفر داخلی انجام شده که نشان‌دهنده افزایش تمایل به سفرهای داخلی در میان ایرانیان است.

۲. رشد خریدهای لحظه آخری

با توجه به شرایط اقتصادی و نوسانات ارزی، مسافران زیادی ترجیح می‌دهند رزرو خود را در لحظات پایانی انجام دهند تا از نرخ‌های لحظه آخری بهره‌مند شوند.

۳. استفاده بیشتر از خدمات آنلاین سفر

با توجه به دسترسی گسترده و امکان مقایسه آنلاین قیمت‌ها، کاربران به ویژه نسل جدید به طور قابل توجهی به استفاده از پلتفرم‌های آنلاین برای خرید بلیط، رزرو هتل و مدیریت برنامه سفر روی آورده‌اند.

ترندهای جهانی گردشگری سال ۲۰۲۴

مروری بر مهم‌ترین روندهای جهانی صنعت سفر

بازار جهانی سفر همواره در حال تحول است. تغییرات اقتصادی، فناوری‌های نوظهور و نگرانی‌های زیست‌محیطی باعث شده‌اند الگوهای سفر بازتعریف شوند و انتظارات مسافران شکل تازه‌ای به خود بگیرد. در ادامه به مهم‌ترین روندهایی می‌پردازیم که مسیر آینده گردشگری را مشخص می‌کنند:

ترندهای جهانی گردشگری

۱. رشد پایدار سفرهای بین‌المللی

افزایش حجم سفرها به ویژه در خاورمیانه و آسیای جنوب شرقی

۲. هوش مصنوعی در سفر

تحول در تجربه سفر؛ از پیشنهاد شخصی‌سازی شده تا پشتیبانی لحظه‌ای

۳. افزایش گردشگری پایدار

تمرکز بر حفظ محیط زیست، کاهش ردپای کربن و حمایت از جوامع محلی

۴. رشد گردشگری سلامت محور

تمایل افراد به گردشگری مرتبط با سلامت، یوگا و آرامش درونی

۵. نسل جدید و تجربیات خاص

سفر به مقاصد کمتر شناخته شده و تعامل با فرهنگ‌های بومی

۶. دیجیتالی شدن خدمات فرودگاهی

استفاده از احراز هویت بیومتریک و هوش مصنوعی در فرودگاه‌ها

۷. بازتعریف سفرهای کاری

تحول سفرهای کاری با مدل ترکیبی کار و تفریح (Bleisure)

نگاهی دقیق‌تر به تاثیر هوش مصنوعی در صنعت گردشگری

تولید محتوا با هوش مصنوعی

تولید سریع، کم‌هزینه و باکیفیت مقاله، تصویر و ویدیو در حوزه سفر

تحلیل پیش‌بینی محور

شناسایی زودهنگام مقاصد در حال رشد و تنظیم استراتژی بازاریابی

شخصی‌سازی سفر

تحلیل علایق، بودجه و سوابق سفر برای معرفی مقاصد به افراد

چت‌بات‌ها و پشتیبانی لحظه‌ای

پاسخ لحظه‌ای و ارائه راه‌حل در شرایط ضروری بدون نیاز به اپراتور

ترجمه چندزبانه

برقراری ارتباط حتی به زبان‌های ناشناخته با محلی‌ها، رانندگان و ...

گزارش فروش FlyToday

فروش پرواز داخلی و خارجی

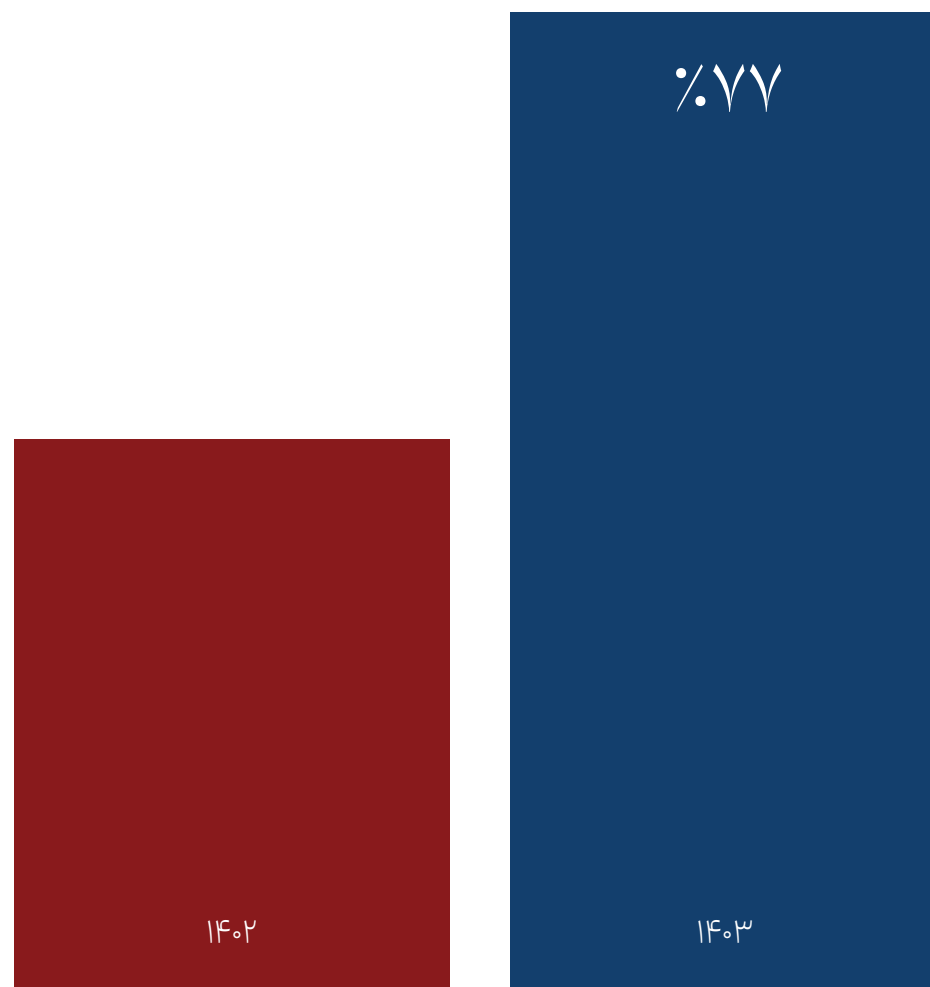
حفظ روند صعودی با وجود تمام چالش‌ها

در سال ۱۴۰۳، فروش پروازهای داخلی و خارجی با روندی صعودی ادامه یافت و جایگاه فلای تودی را به عنوان **مرجع اصلی خرید بلیط هواپیما** تثبیت کرد.

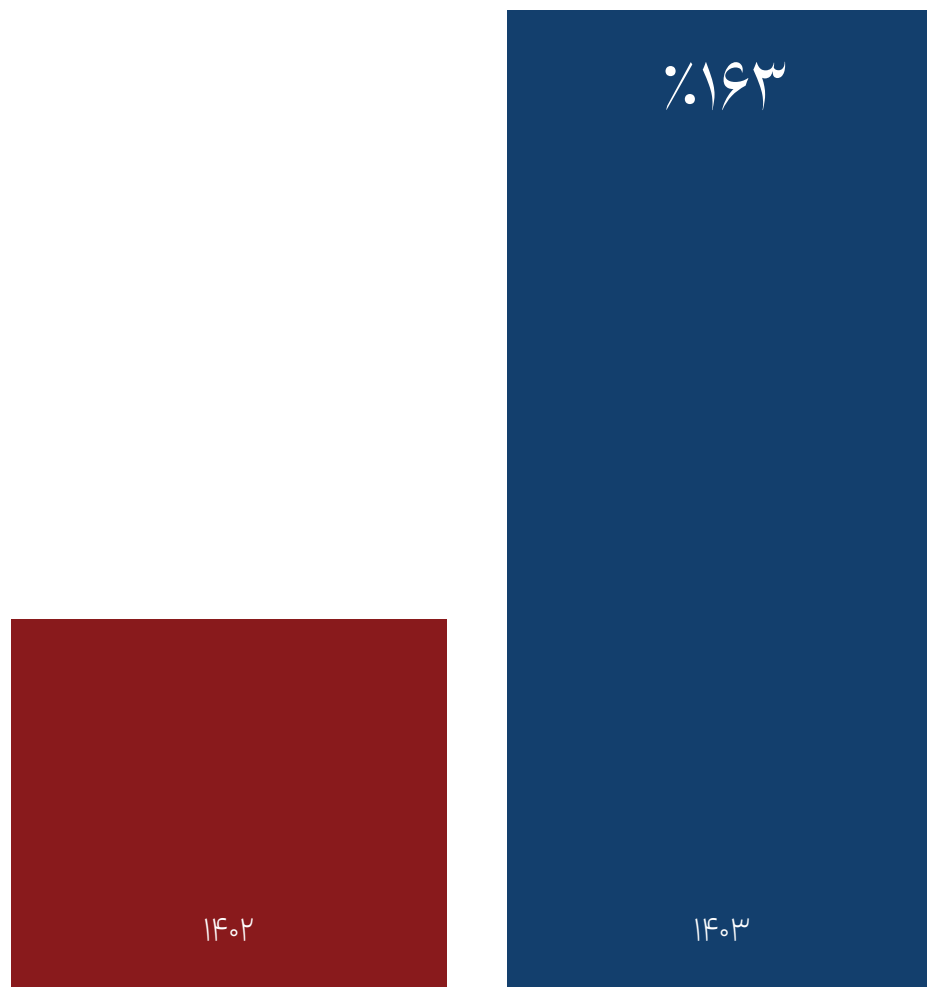
پروازهای داخلی با رشد چشمگیر **۱۶۳٪** همراه بودند که می‌تواند بازتابی از افزایش تمایل کاربران به سفرهای داخلی در پی تمایل بیشتر به ایرانگردی، محدودیت‌های ویزا و نوسانات ارزی است. پروازهای خارجی نیز با رشد **۲۰٪** عملکرد مثبتی داشتند، اما در شرایط اقتصادی و محدودیت برخی مقاصد و همچنین اتفاقات پیش‌بینی نشده در سال گذشته، همین میزان رشد هم قابل توجه است.

در مجموع، فروش پروازهای داخلی و خارجی با رشد **۷۷٪** نسبت به سال قبل، بیانگر عملکرد پایدار فلای تودی در بازار پرتلاطم سفرهای هوایی ایران بود.

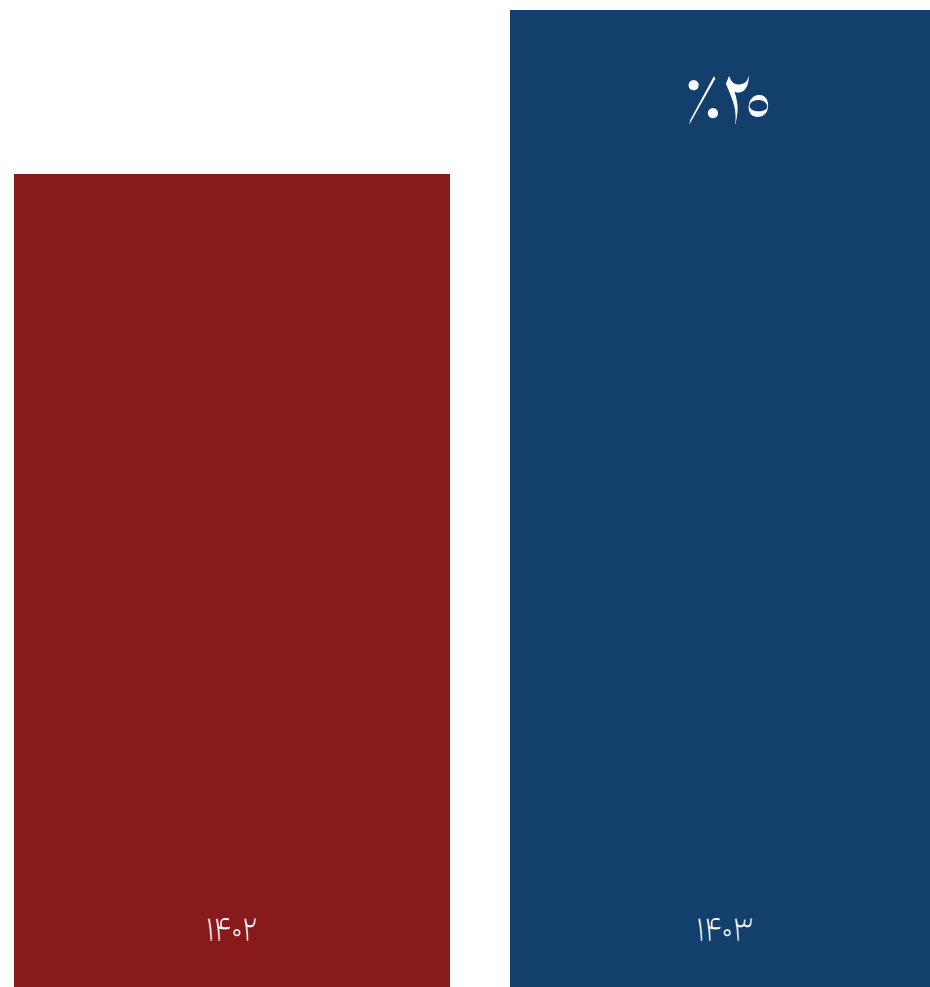
مجموع رشد فروش پرواز داخلی و خارجی



رشد فروش پرواز داخلی



رشد فروش پرواز خارجی



پرفروش‌ترین ایرلاین‌ها



آنا



ایران ایرتور



ایران ایر



ای جت

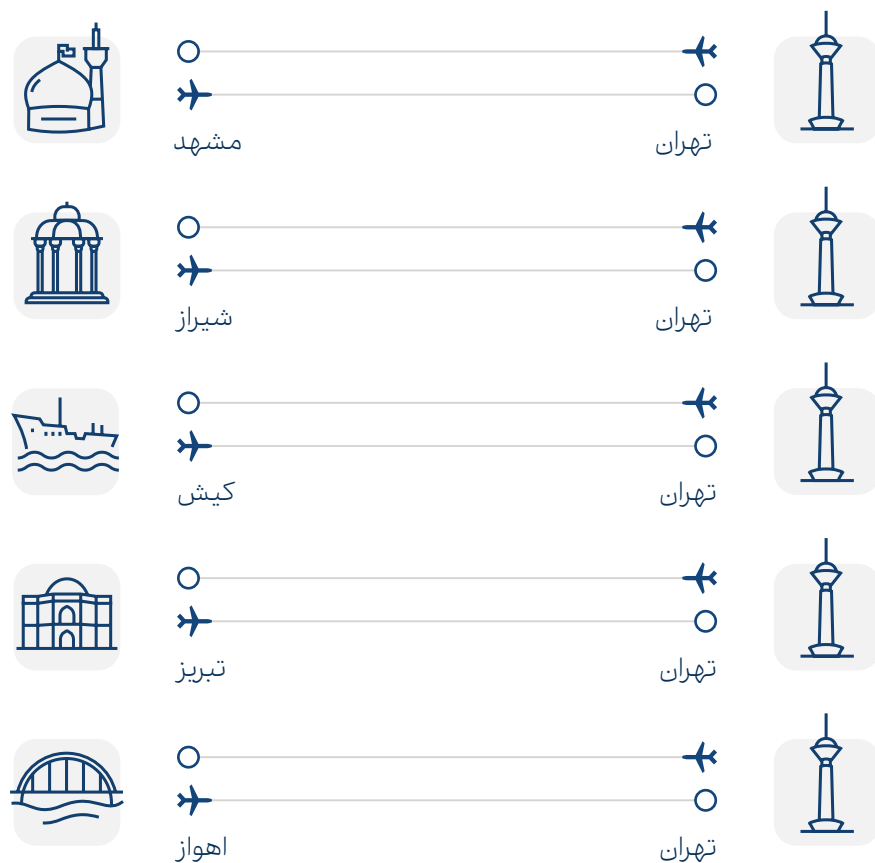


فلای دبی



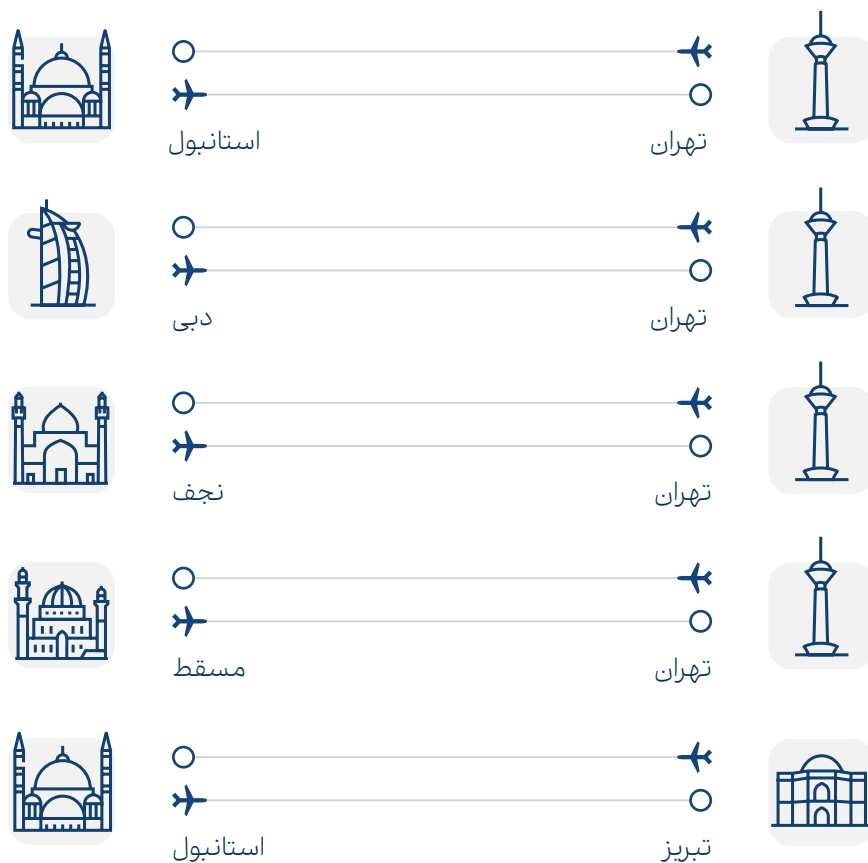
ترکیش

پرطرفدارترین مسیرهای پروازی داخلی



در پروازهای داخلی، مسیرهای منتهی به شهرهای مذهبی، گردشگری و تجاری بیشترین سهم را به خود اختصاص داده‌اند. مسیر **تهران-مشهد** همچنان پرتقاضاترین مسیر پروازی در سال گذشته بوده است.

پرطرفدارترین مسیرهای پروازی خارجی



در میان پروازهای خارجی نیز **استانبول، دبی و نجف** همچنان در صدر محبوب‌ترین مقاصد کاربران فلای‌تودی قرار گرفتند. این مسیرها، به واسطه سفرهای تفریحی، زیارتی و تجاری، بخش عمده‌ای از ترافیک بین‌المللی کاربران را پوشش دادند. موقعیت جغرافیایی، تنوع پروازها و سهولت دسترسی از جمله عوامل تاثیرگذار در پایداری تقاضای این مقاصد بوده است.

فروش هتل داخلی و خارجی

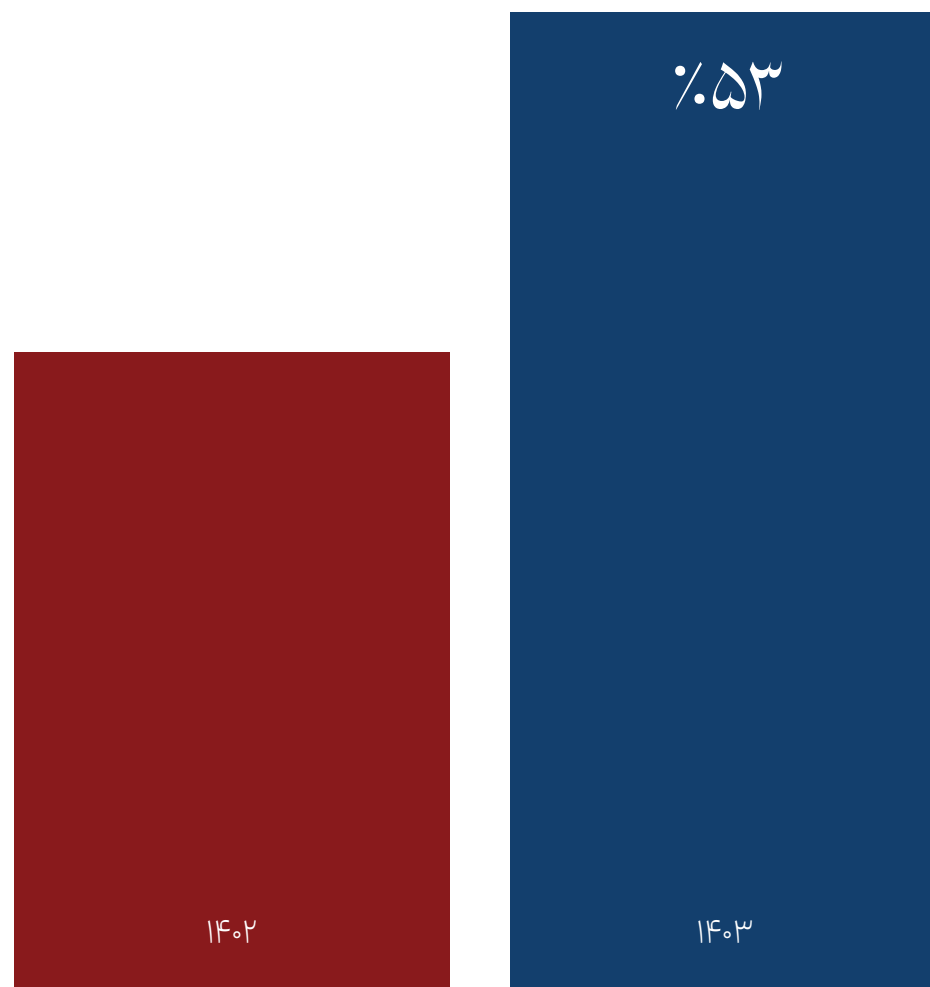
۱ میلیون هتل به فلای تودی اضافه شد

در سال ۱۴۰۳، همچنان رتبه یک فروش هتل خارجی را حفظ کردیم و در فروش هتل های داخلی به رشد ۹۳٪ دست یافتیم. این رشد، نتیجه افزایش تمایل کاربران به سفرهای داخلی، تنوع بیشتر اقامتگاه های موجود و نرخ ویژه هتل ها در فلای تودی بوده است.

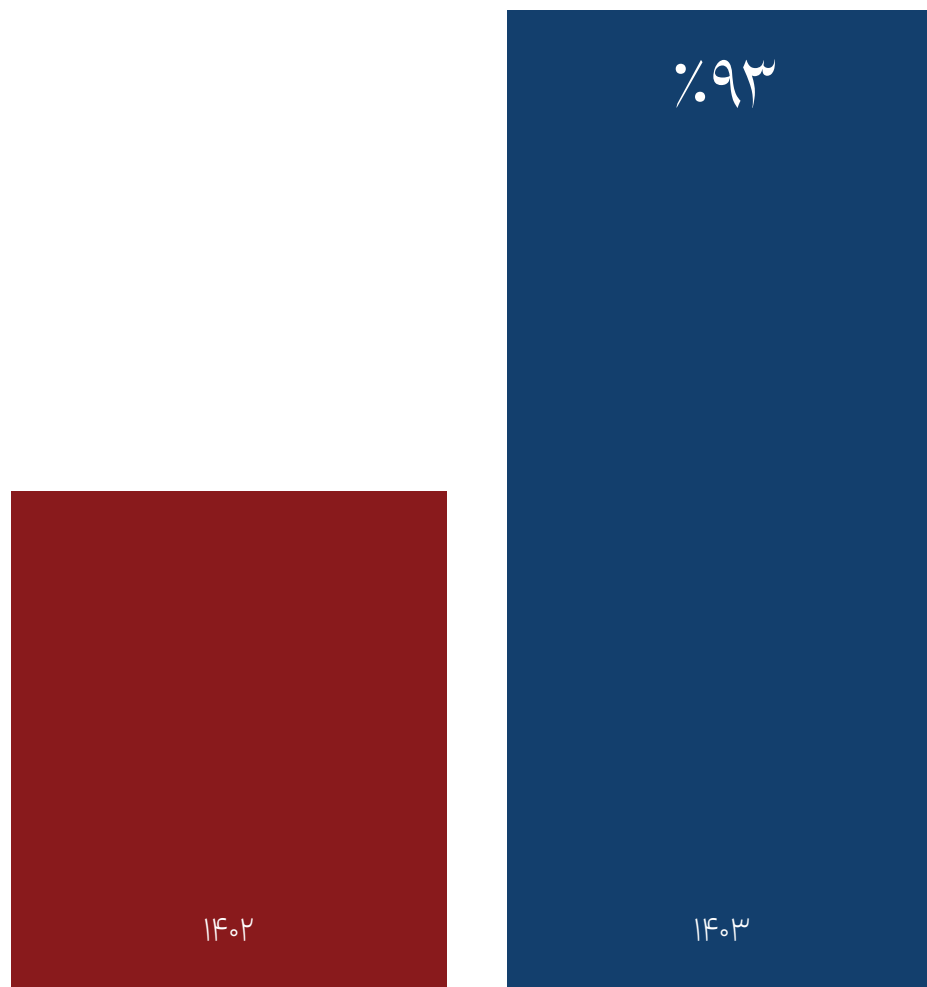
در بخش هتل های خارجی نیز، رشد فروش ۲۸٪ ثبت شد که با توجه به اتفاقات پیش آمده در کشور در سال گذشته، همچنان قابل توجه است. در مجموع، فروش هتل های داخلی و خارجی رشد ۵۳٪ را نسبت به سال گذشته نشان می دهد.

همچنین در سال ۱۴۰۳، تعداد هتل ها و اقامتگاه های قابل رزرو در فلای تودی از ۱/۵ میلیون به بیش از ۲/۵ میلیون گزینه افزایش یافت؛ توسعه ای که تنوع مقاصد و قدرت انتخاب کاربران را به طور چشمگیری گسترش داد.

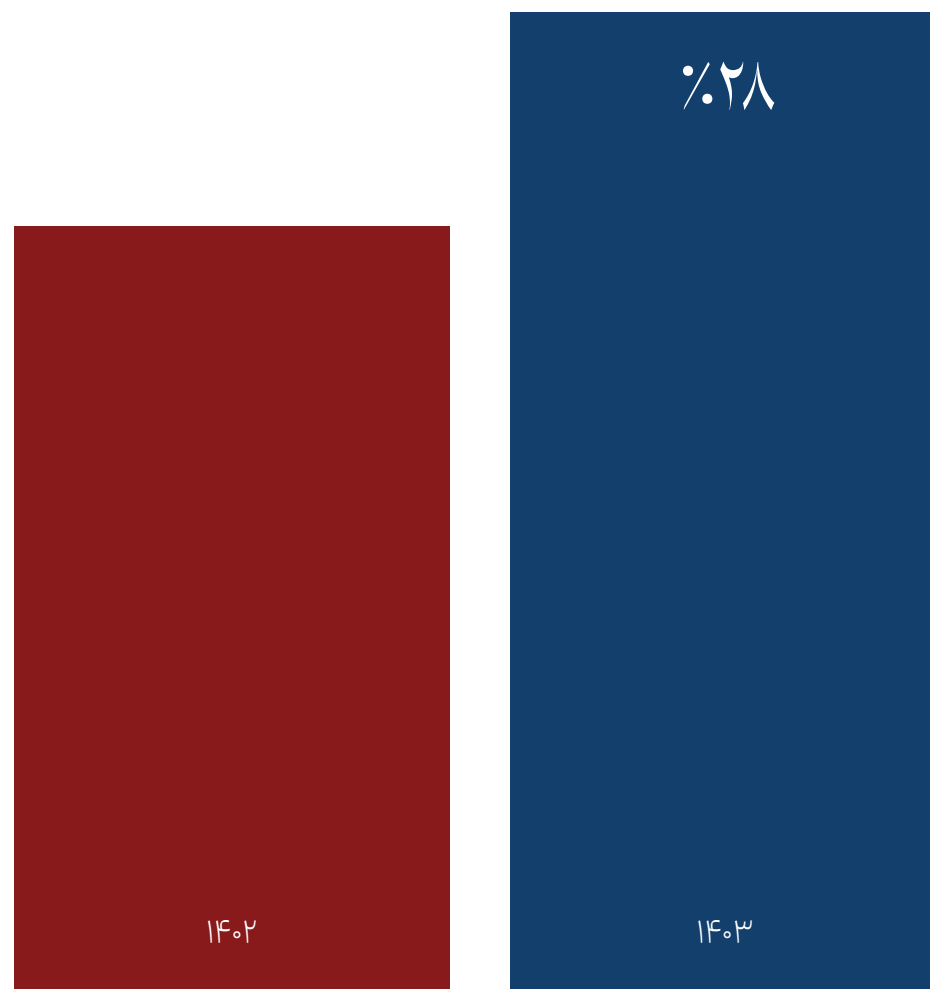
مجموع رشد فروش هتل داخلی و خارجی

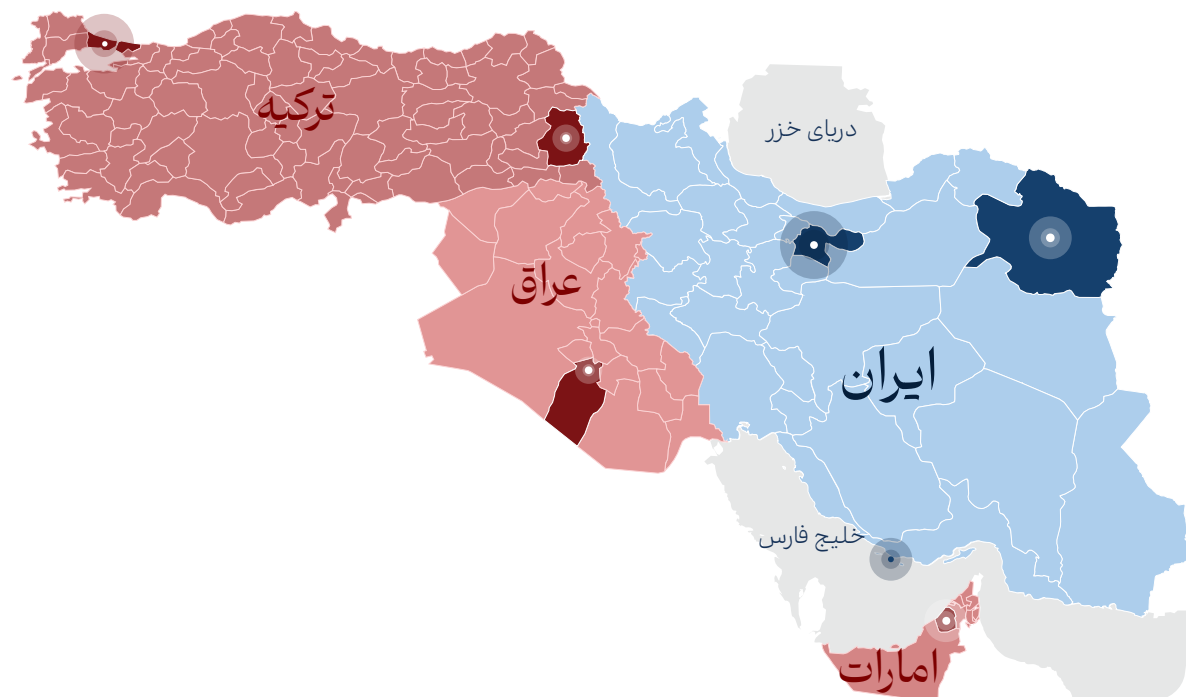


رشد فروش هتل داخلی



رشد فروش هتل خارجی





مقاصد پرطرفدار سفر

مقاصد خارجی

بر اساس رزرو هتل 

وان	دبی	استانبول
-----	-----	----------

بر اساس خرید پرواز 

نجف	دبی	استانبول
-----	-----	----------

مقاصد داخلی

بر اساس رزرو هتل 

تهران	مشهد	کیش
-------	------	-----

بر اساس خرید پرواز 

تهران	مشهد	کیش
-------	------	-----

۳۰٪

رشد فروش بلیط قطار

فروش قطار

تثبیت جایگاه قطار در سبد خدمات فلای تودی

این محصول که در سه ماهه پایانی سال ۱۴۰۲ معرفی شد، در سال ۱۴۰۳ توانست با جذب مخاطبان گسترده، سهم قابل توجهی از بازار را به خود اختصاص دهد. به این ترتیب، فروش بلیط قطار نسبت به سال گذشته **بیش از ۳۰٪** افزایش یافت. استقبال خرید بلیط قطار در فلای تودی، علاوه بر پوشش کامل مسیرهای ریلی کشور، به دلیل سهولت فرآیند خرید، دسترسی از طریق اپلیکیشن و هم افزایی با سایر خدمات سفر در بستری یکپارچه بوده است.

محبوب‌ترین مسیرهای ریلی



تهران - مشهد

تهران - بندرعباس

قم - مشهد

پرطرفدارترین شرکت‌های ریلی



۵ ستاره
فدک



۴ ستاره
ارگ



۴ ستاره
صبا



۳ ستاره
کویر

۸,۳۰۰

درخواست ویزا



خدمات ویزا

آنلاین و بدون مراجعه حضوری

در سال گذشته، بیش از ۸,۳۰۰ درخواست ویزا به صورت آنلاین و بدون نیاز به مراجعه حضوری توسط کاربران ثبت شد. علاوه بر حجم بالای تقاضا، تنوع مقاصد نیز چشمگیر بود. در کنار درخواست‌های پرشمار برای ویزای **امارات و چین**، کاربران به مقاصدی مانند **روسیه و تایلند** نیز توجه ویژه‌ای نشان دادند. این استقبال نشان می‌دهد سرویس ویزا توانسته است پاسخی دقیق به نیاز مسافران بین‌المللی ارائه دهد و زیرساختی قابل اتکا برای توسعه بیشتر در سال‌های آینده فراهم کند.

خدمات ویزا از اواخر سال ۱۴۰۲ به سبد محصولات فلای تودی اضافه شد.

۳۰,۷۵۸

درخواست تور داخلی و خارجی

تور مسافرتی داخلی و خارجی

کیش و دبى؛ مقاصد محبوب تورهای فلای تودی

سرویس تورهای فلای تودی در سه ماهه پایانی سال ۱۴۰۲ با راه اندازی تورهای خارجی آغاز شد و در ادامه، با اضافه شدن تورهای داخلی در سال ۱۴۰۳، سبد خدمات سفر فلای تودی کامل تر شد. در سال گذشته، در مجموع ۳۰,۷۵۸ درخواست تور داخلی و خارجی از سوی کاربران ثبت شد.

محبوب ترین تورهای داخلی

مشهد

قشم

کیش

محبوب ترین تورهای خارجی

پوکت

دبی

استانبول

استرداد بدون جریمه

دغدغه جریمه کنسلی پروازها رفع شد



۸۰٪ داخلی / ۲۰٪ خارجی
سهام استفاده در پرواز



۵,۴۱۶,۵۸۳,۰۰۰ ریال
بیشترین مبلغ استرداد شده

سرویس «استرداد بدون جریمه» در سال ۱۴۰۳ به یکی از خدمات محبوب و قابل اتکای فلای تودی تبدیل شد. کاربران با خرید این بسته در زمان رزرو بلیط، توانستند ۱۲ تا ۲۴ ساعت پیش از پرواز، بلیط خود را کنسل کرده و کل مبلغ پرداختی را بدون پرداخت جریمه دریافت کنند. این خدمت، برای کاربران، آزادی عمل قابل توجهی فراهم و نقش مهمی در افزایش اعتماد و وفاداری مشتریان ایفا کرده است.

۵۰٪

رشد فروش سفرکارت نسبت به سال گذشته

فروش سفرکارت

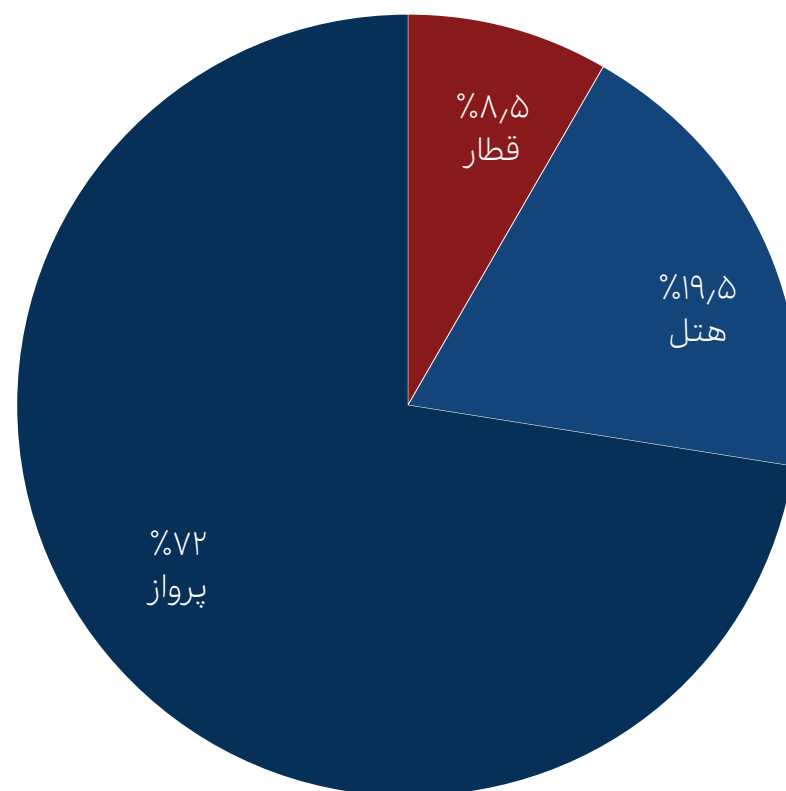
رشد قابل توجه، اعتماد گسترده تر

وقتی سازمان‌ها به دنبال راهکاری ساده برای تامین خدمات رفاهی و سفرهای کاری هستند، **سفرکارت فلای تودی** یکی از اولین انتخاب‌هاست. در سال ۱۴۰۳، استفاده از این کارت نه تنها میان شرکت‌ها و مجموعه‌های بزرگ بلکه در میان کاربران شخصی نیز افزایش یافت، به طوری که فروش این محصول نسبت به سال قبل، **۵۰٪ رشد** را تجربه کرد.

سفرکارت، یک کارت هدیه برای خرید انواع خدمات سفر در فلای تودی است. بررسی سهم خدمات مختلف در خرید با سفرکارت، نشان می‌دهد که کاربران همچنان بیشترین استفاده را برای خرید پرواز داشته‌اند.



سهم استفاده از سفرکارت:



کی کجا

قیمت، همچنان دغدغه اصلی مسافران

۴۳,۰۰۰,۰۰۰

جستجوی پرواز از طریق کی کجا

«کی کجا» به عنوان یکی از ابزارهای کاربردی فلای تودی، به کاربران کمک می کند تا بدون نیاز به مشخص کردن دقیق مقصد یا تاریخ، ارزان ترین پروازها را در مقاطع زمانی مختلف بررسی و انتخاب کنند. این ابزار، امکانی را فراهم کرد که تصمیم گیری برای سفر، سریع تر، منعطف تر و مقرون به صرفه تر انجام شود.

در سال گذشته، بیش از ۴۳ میلیون جستجوی پرواز از طریق سرویس کی کجا ثبت شد؛ آماري که نشان می دهد قیمت، همچنان مهمترین دغدغه کاربران در زمان خرید بلیط است.

۳۶۰٪

رشد صدور بیمه مسافرتی



بیمه مسافرتی

افزایش تقاضا در سفرهای داخلی و خارجی

افزایش تقاضا برای بیمه مسافرتی در سال گذشته، نشان داد که کاربران بیش از گذشته به امنیت و آرامش در سفر اهمیت می‌دهند. از تاخیر در پرواز و مشکلات درمانی گرفته تا حوادث غیرمنتظره در سفر باعث شده، خرید بیمه مسافرتی به اولویت بسیاری از مسافران تبدیل شود.

در سال ۱۴۰۳، صدور بیمه‌نامه برای سفرهای داخلی و خارجی ۳۶۰٪ نسبت به سال ۱۴۰۲ رشد داشت و فلای تودی توانست رتبه یک فروش بیمه مسافرتی را به خود اختصاص دهد.

همچنین **ترکیه** پرتقاضاترین مقصد خارجی و **مشهد** بیشترین تقاضا را در میان مقاصد داخلی برای خرید بیمه مسافرتی داشته است.

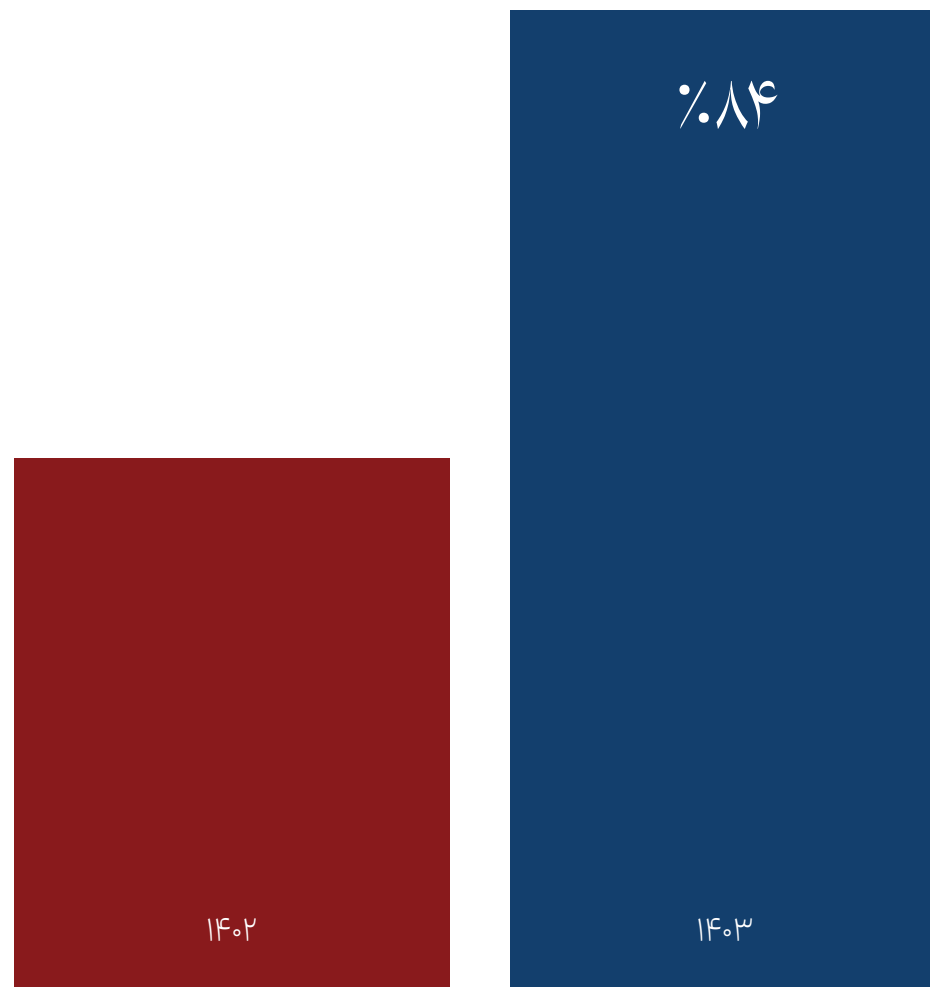


اپلیکیشن فلای تودی

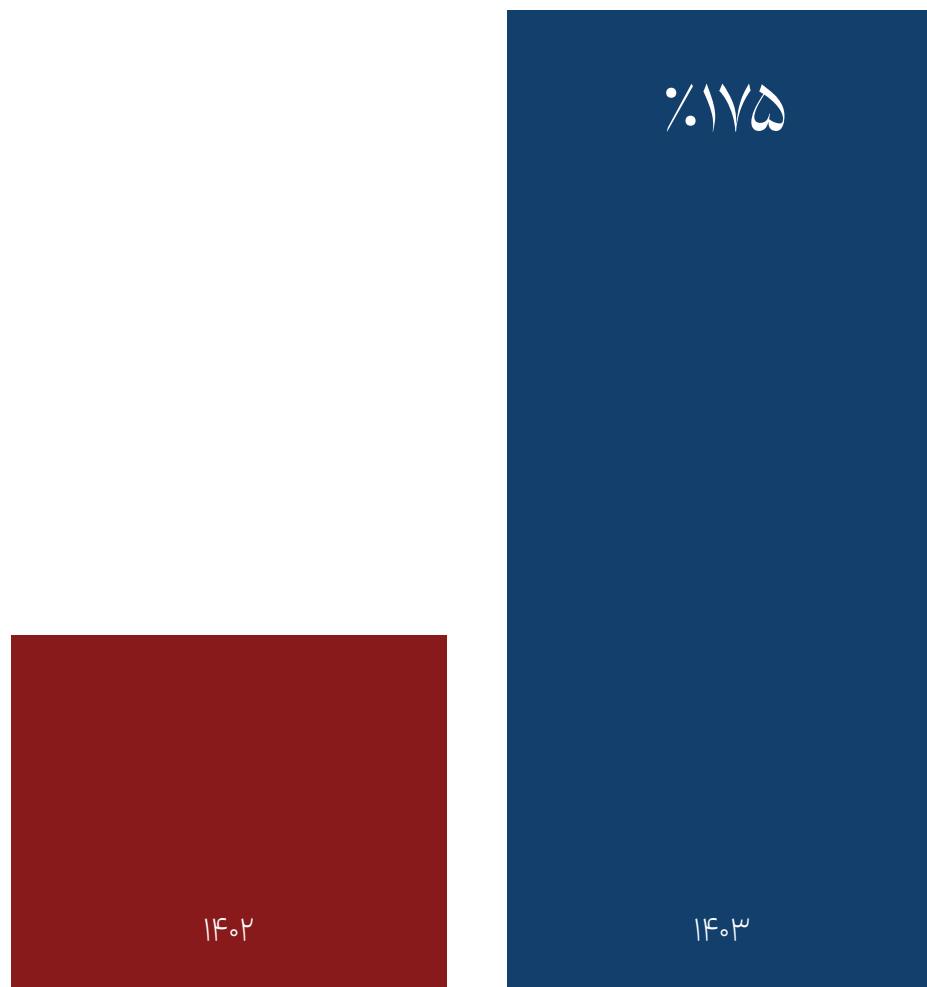
به سوپر اپ سفر تبدیل شدیم

سال ۱۴۰۳ نقطه عطفی در توسعه اپلیکیشن فلای تودی بود. تعداد نصب اپلیکیشن با رشد قابل توجه به عدد ۱ میلیون و ۵۰۰ هزار رسید. همچنین، توسعه خدمات اختصاصی، ارتقای تجربه کاربری و بهبود زیرساخت‌های فنی باعث شد اپلیکیشن نه تنها سهم بیشتری از فروش را به خود اختصاص دهد، بلکه در مسیر تبدیل شدن به یک «سوپر اپ سفر» گام‌های بلندی بردارد. افزودن خدماتی مانند تاکسی اینترنتی در سفرهای خارجی و امکان تماس با پشتیبانی در طول سفر باعث شد کاربران بتوانند بسیاری از نیازهای سفر خود را تنها از طریق یک اپلیکیشن برطرف کنند.

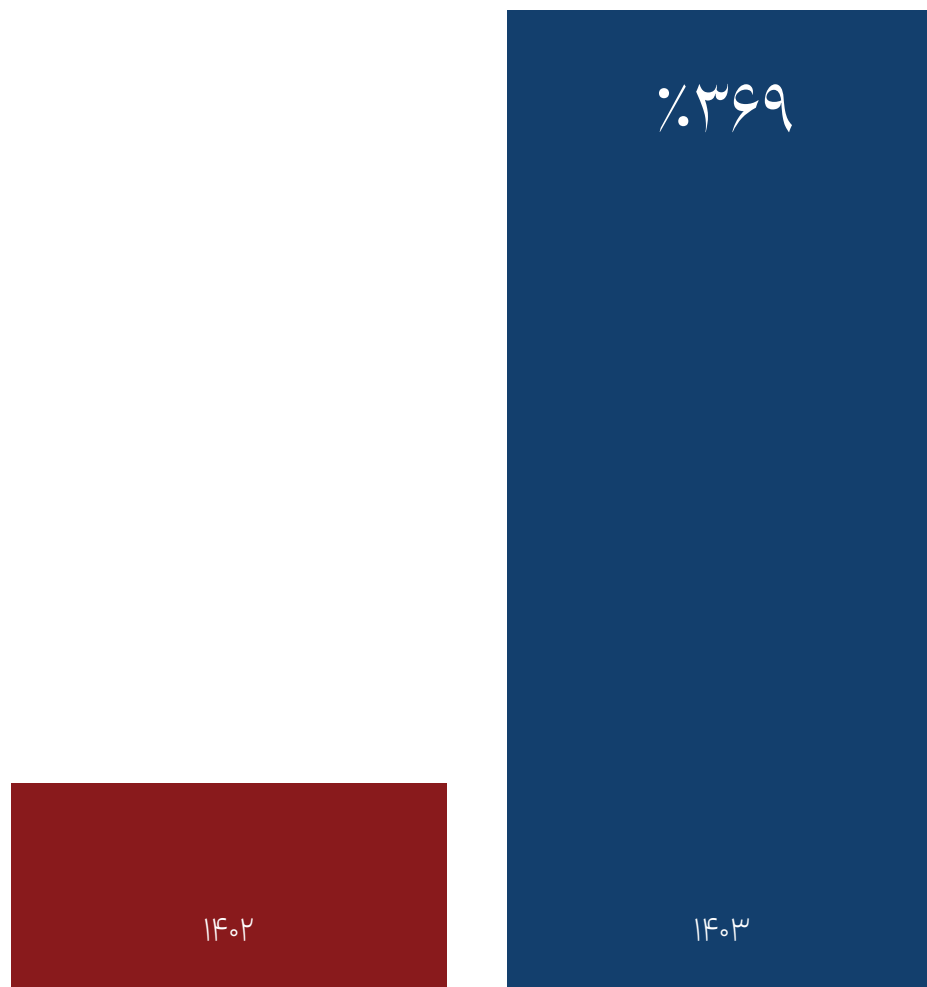
رشد تعداد کاربران فعال اپلیکیشن



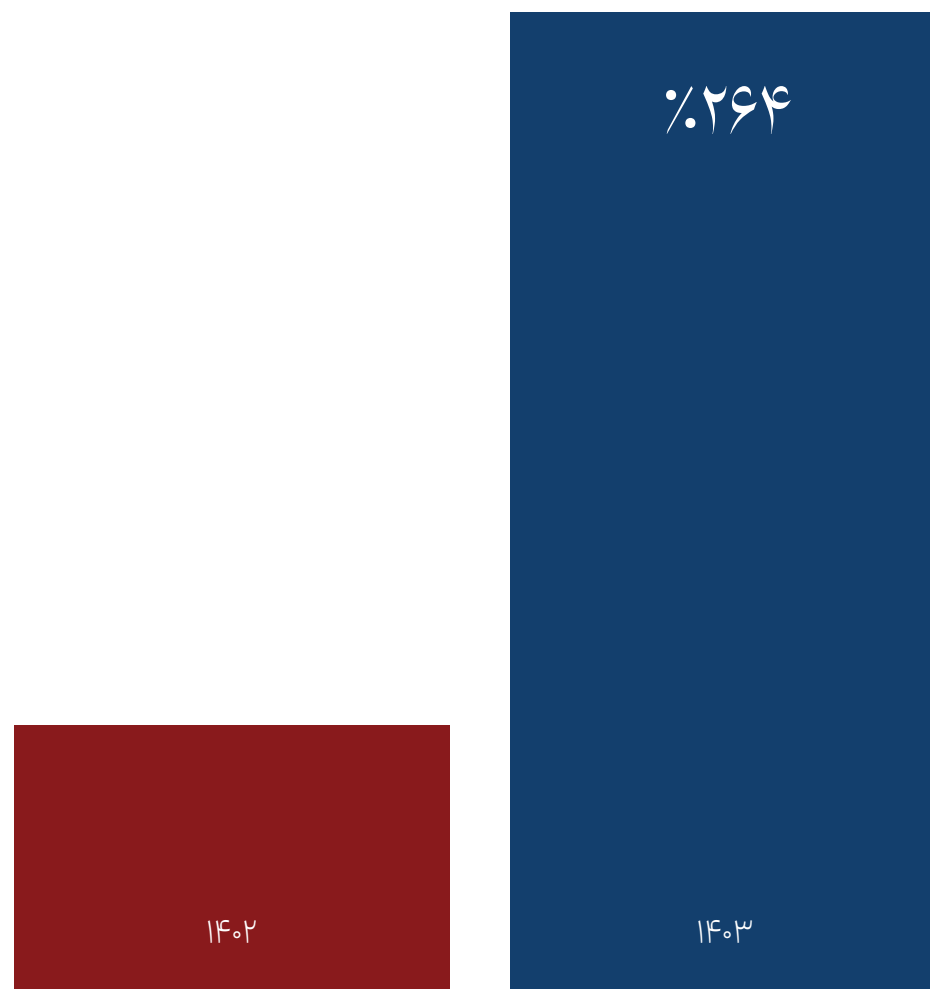
رشد تعداد نصب اپلیکیشن



رشد فروش پرواز از طریق اپلیکیشن



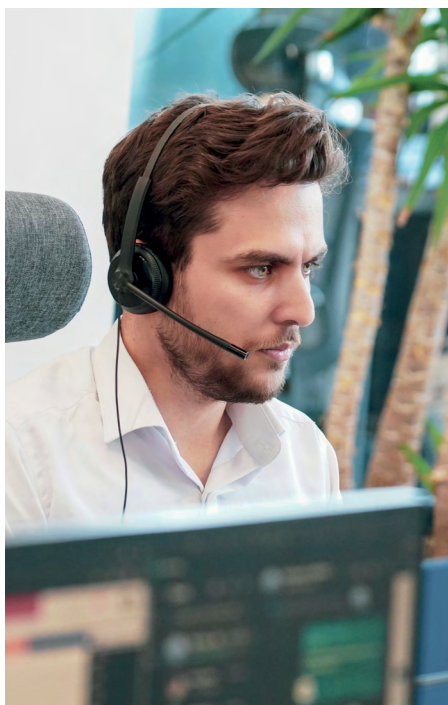
رشد فروش هتل از طریق اپلیکیشن



نواآوری ها و محصولات جدید

FlyToday

محصولات و خدمات جدید



تماس اینترنتی

برقراری ارتباط با پشتیبانی از سرتاسر جهان



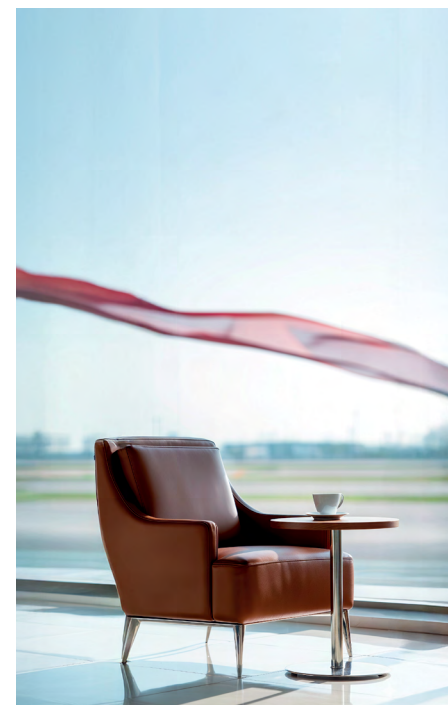
گشت شهری

خرید تور تفریحی و بلیط جاذبه‌های گردشگری



تاکسی اینترنتی

درخواست تاکسی در ۷۰ کشور جهان



CIP فرودگاهی

دریافت خدمات تشریفات در فرودگاه‌ها

۱,۷۰۰

درخواست استفاده از خدمات CIP

CIP فرودگاهی

از خدمات رفاهی فرودگاه استقبال شد

تشریفات فرودگاهی (CIP) در سال ۱۴۰۳ به عنوان یکی از جدیدترین خدمات فلای تودی راه اندازی شد. در سال گذشته، بیش از ۱,۷۰۰ درخواست استفاده از خدمات CIP در پلتفرم ثبت شد که نشان دهنده تقاضای قابل توجه کاربران برای دریافت خدمات رفاهی در فرودگاه است.

بررسی الگوی رزروها نشان می دهد بیشترین تقاضا برای استفاده از این خدمت در ماه های فروردین و اسفند ثبت شده و فرودگاه امام خمینی بالاترین درخواست را برای دریافت خدمات CIP داشته است.

تاکسی اینترنتی

دغدغه‌ای که رفع کردیم

یکی از چالش‌های رایج مسافران ایرانی در سفرهای خارجی، محدودیت‌های دسترسی به اپلیکیشن‌های بین‌المللی تاکسی اینترنتی، پرداخت با کارت اعتباری خارجی یا به صورت ارزی، و در مواردی حتی تعامل سخت با رانندگان محلی در بدو ورود به مقصد بود. این موارد به‌ویژه در مسیرهای فرودگاهی، سردرگمی و نارضایتی بسیاری از مسافران را به همراه داشت.

با راه‌اندازی سرویس **تاکسی اینترنتی فلای تودی** از دی‌ماه ۱۴۰۳، برای نخستین بار در ایران، این امکان فراهم شد تا کاربران بتوانند تنها با شارژ ریالی حساب کاربری خود، در ۷۰ کشور و ۱۰,۵۰۰ شهر جهان تاکسی اینترنتی رزرو کنند.

۱۰,۵۰۰

شهرهای تحت پوشش تاکسی اینترنتی در جهان



تاکسی اینترنتی از همان ابتدا با استقبال گسترده کاربران مواجه شد و **استانبول، آنتالیا، دبی، پاریس و بارسلونا** به‌عنوان محبوب‌ترین شهرها در ثبت سفرها شناسایی شدند. همچنین، بیشترین استفاده از این سرویس در **مسیر فرودگاه به مرکز شهر یا هتل** بوده است.

گشت شهری در

۳,۲۰۰ نقطه در جهان

گشت شهری

دسترسی آنلاین به تور و تفریحات گردشگری در مقاصد خارجی

در دو ماهه پایانی سال ۱۴۰۳، فلای تودی با راه اندازی سرویس «گشت شهری»، امکان رزرو آنلاین انواع تورهای شهری، تفریحی و فرهنگی را در مقاصد بین المللی با پرداخت ریالی فراهم کرد. در حال حاضر، خرید بیش از ۷۵۰۰ **گشت شهری در ۳,۲۰۰ نقطه در جهان** از طریق فلای تودی امکانپذیر است.

این سرویس با هدف تکمیل زنجیره خدمات سفر و ارتقای تجربه گردشگری راه اندازی شده است و به کاربران امکان می دهد تا پیش از سفر یا در حین آن، گشت های مورد نظر خود را انتخاب و رزرو کنند.

پرطرفدارترین‌های گشت شهری



پارک آبی دبی



سafari دبی



دیزنی لند پاریس

FlyToday



۸۰٪

تماس‌های خروجی اطلاع‌رسانی از طریق AI

از هوش مصنوعی جا نماندیم!

کاهش بار عملیاتی، افزایش دقت و تجربه کاربری بهتر

در سال ۱۴۰۳، فلای تودی برای اولین بار در ایران با راه‌اندازی زیرساخت تماس صوتی مبتنی بر هوش مصنوعی (Voice AI)، گام مهمی در مسیر هوشمندسازی ارتباط با مشتریان برداشت. به این ترتیب، **کنسلی و جابجایی در پروازها** بلافاصله و به صورت خودکار از طریق تماس با AI به کاربران اطلاع داده شد.

در حال حاضر، **بیش از ۸۰٪ تماس‌های خروجی اطلاع‌رسانی** از طریق این سیستم هوشمند انجام می‌شود. این تحول نه تنها سرعت و دقت انتقال اطلاعات به کاربران را افزایش داده، بلکه بار تماس‌های تکراری و زمان‌بر را از تیم پشتیبانی کاهش داده است.

گزارش خدمات FlyToday

باشگاه مشتریان

قدردانی از وفاداری، خلق ارزش در تجربه سفر

باشگاه مشتریان فلای تودی با هدف تقویت ارتباط با کاربران و ایجاد ارزش افزوده در تجربه سفر ایجاد شده است. ساختار این باشگاه در چهار سطح **برنزی، نقره‌ای، طلایی و پلاتینیوم** طراحی شده و مزایای متنوعی مانند تخفیف خدمات سفر، استفاده از خدمات شرکای تجاری و جوایز اختصاصی در اختیار کاربران قرار می‌دهد. در سال گذشته **۱۰۶۰ میلیارد ریال** تخفیف به کاربران در باشگاه مشتریان ارائه شده است. همچنین، امتیازهای اهدایی در سال ۱۴۰۳ نسبت به ۱۴۰۲ رشد **۱۱۶٪** و میزان امتیاز مصرف‌شده **۷۱٪** رشد داشته است که نقش موثر باشگاه در ایجاد تعامل پایدار با کاربران و جذابیت مزایای ارائه‌شده را نشان می‌دهد.

۱,۰۶۰ میلیارد ریال

تخفیف به کاربران در باشگاه مشتریان

مرکز تماس و پشتیبانی

بهینه سازی فرآیند پاسخگویی، افزایش شاخص رضایت

با گسترش خدمات و افزایش تعداد کاربران در سال ۱۴۰۳، مرکز تماس فلای تودی با افزایش حجم تماس های ورودی مواجه شد. بخشی از این افزایش، ناشی از رخدادهایی نظیر لغو گسترده پروازها در بازه های زمانی مشخصی در سال ۱۴۰۳ بود.

با این وجود، عملکرد مرکز تماس از منظر بهره وری و رضایت کاربران، در سطح بسیار قابل قبولی حفظ شد.

در مجموع، ۱,۶۸۱,۲۹۶ تماس با واحد پشتیبانی ثبت شد؛ در حالی که میانگین زمان مکالمه از ۱۷۰ ثانیه به ۱۴۹ ثانیه کاهش یافت. این کاهش، حاصل بهینه سازی فرایندهای پاسخ گویی و تقویت سیستم های داخلی بود.

با وجود افزایش تماس ها، شاخص رضایت کاربران از مرکز تماس بهبود یافته است.



تماس اینترنتی

برقراری ارتباط با پشتیبانی از سرتاسر جهان

سرویس تماس اینترنتی در اپلیکیشن فلای تودی، امکان ارتباط آسان با پشتیبانی را برای کاربران در سفرهای خارجی فراهم کرد. این سرویس، به ویژه برای مواقع اضطراری یا نیاز فوری به راهنمایی، دغدغه برقراری تماس را رفع کردیم و باعث شد کاربران بتوانند بدون محدودیت با پشتیبانی در ارتباط باشند.

از زمان راه اندازی این سرویس، در مجموع بیش از **۵,۰۰۰ تماس اینترنتی** از سوی کاربران برقرار شده است.

فصل ۶

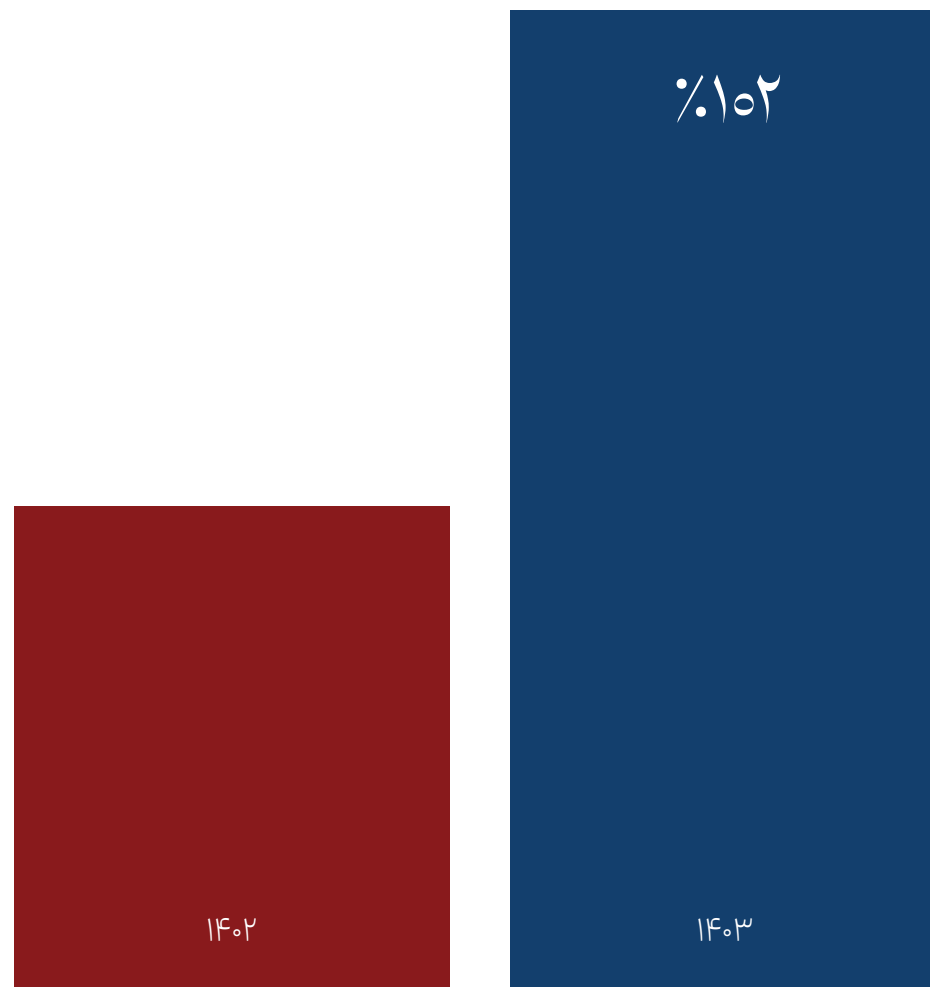
تحلیل رفتار کاربران FlyToday

تحلیل رفتار کاربران

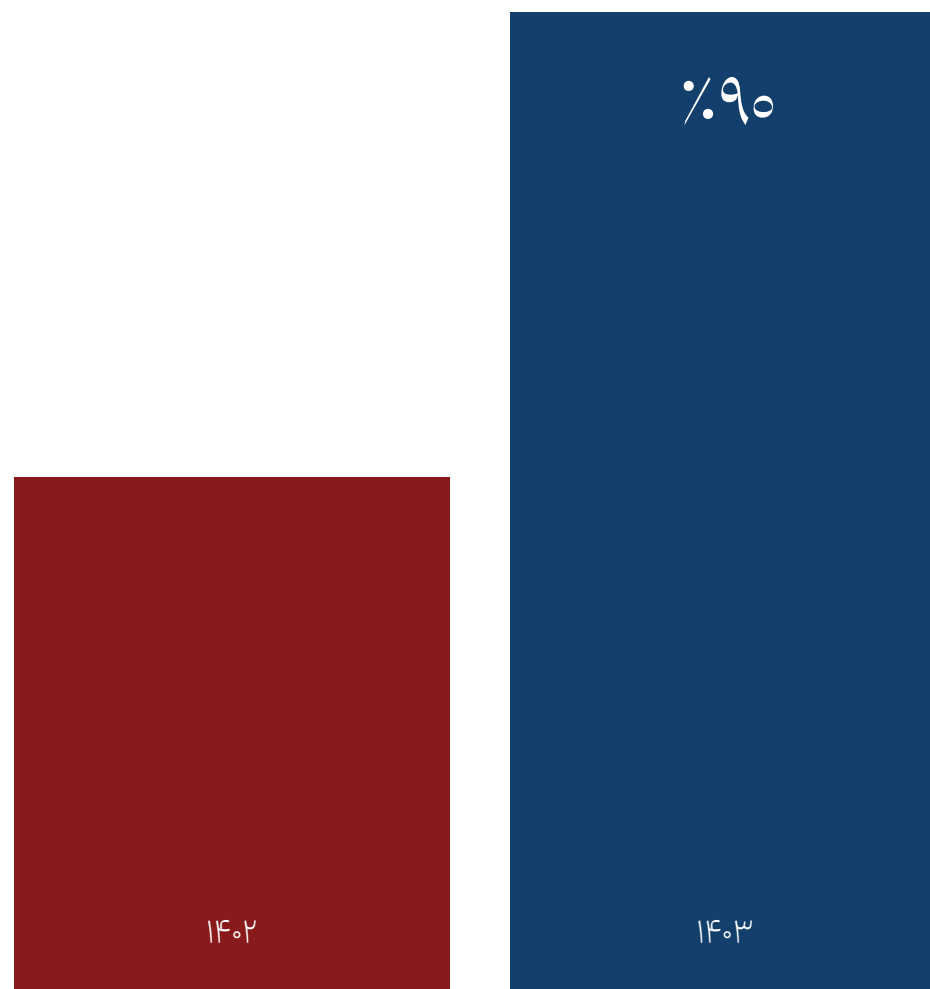
رشد پایدار در تعامل، اعتماد و استفاده از خدمات

داده‌های رفتاری کاربران در سال ۱۴۰۳ نشان‌دهنده جایگاه فلای تودی به عنوان مرجع اصلی برنامه‌ریزی سفر است. در سال گذشته، تعداد بازدید از سایت به بیش از **۳۰۰ میلیون** رسید که این رشد بیانگر افزایش اعتماد کاربران و موفقیت فلای تودی در بهینه‌سازی مسیر جذب و ارتقای تجربه کاربری است.

رشد بازدید از سایت



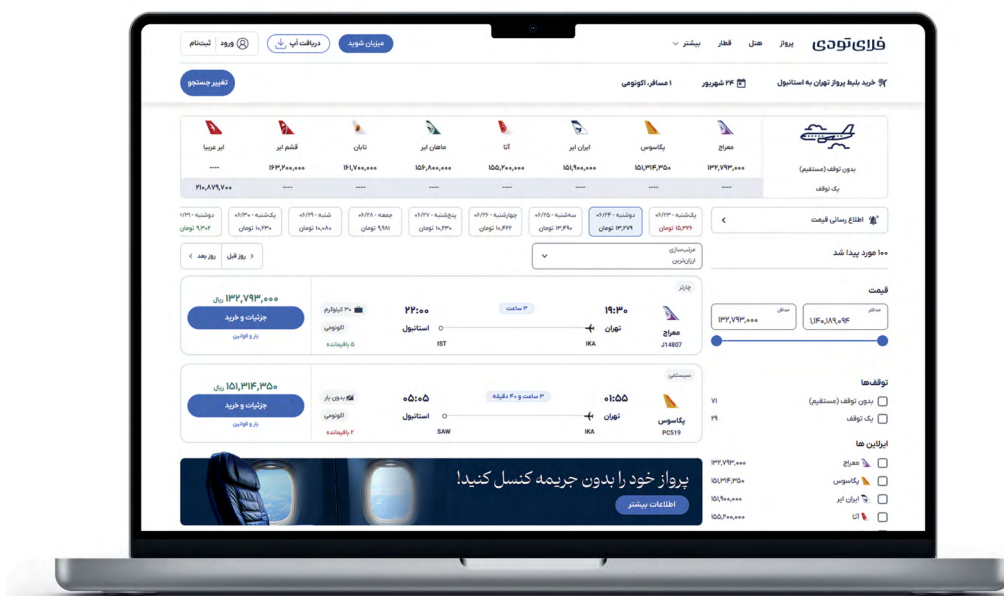
رشد ساعت حضور در سایت



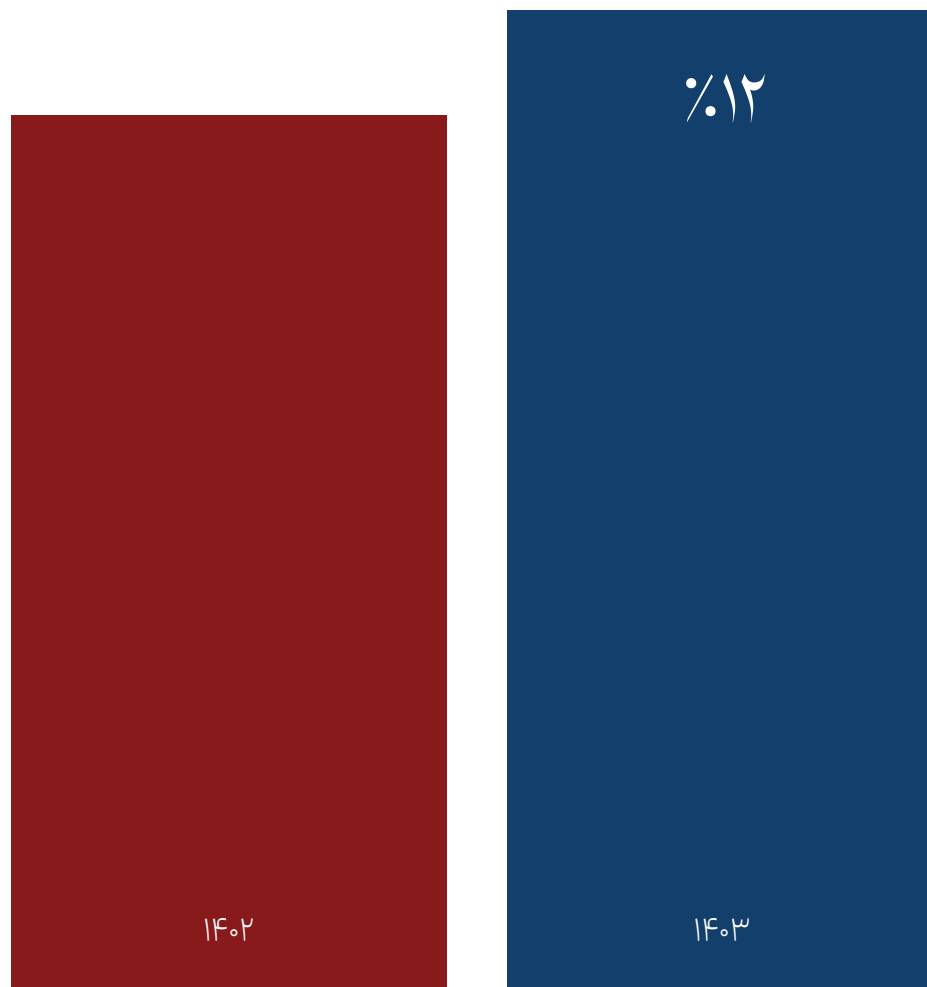
رشد جستجوی پرواز و هتل

اعتمادی که همچنان رو به افزایش است

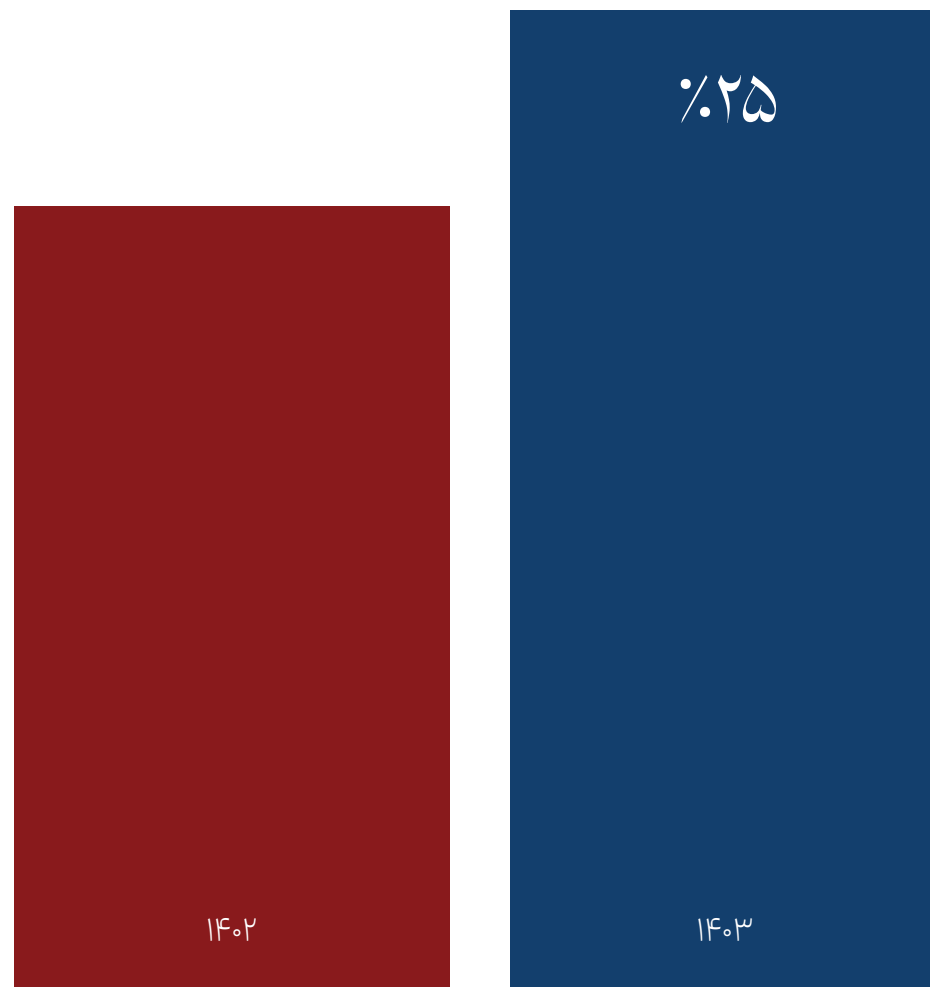
نگاهی به آمار جست و جوی پرواز و هتل در فلای تودی طی سال ۱۴۰۳، نشان دهنده استمرار اعتماد کاربران است. این داده‌ها بیانگر آن هستند که فلای تودی فراتر از یک پلتفرم خرید، به مرجعی برای بررسی، مقایسه و برنامه‌ریزی سفر تبدیل شده است. تجربه کاربری ساده، ابزارهای مقایسه‌ای قدرتمند و تنوع گسترده خدمات، نقش مهمی در تقویت این جایگاه داشته‌اند.



رشد جستجوی پرواز



رشد جستجوی هتل



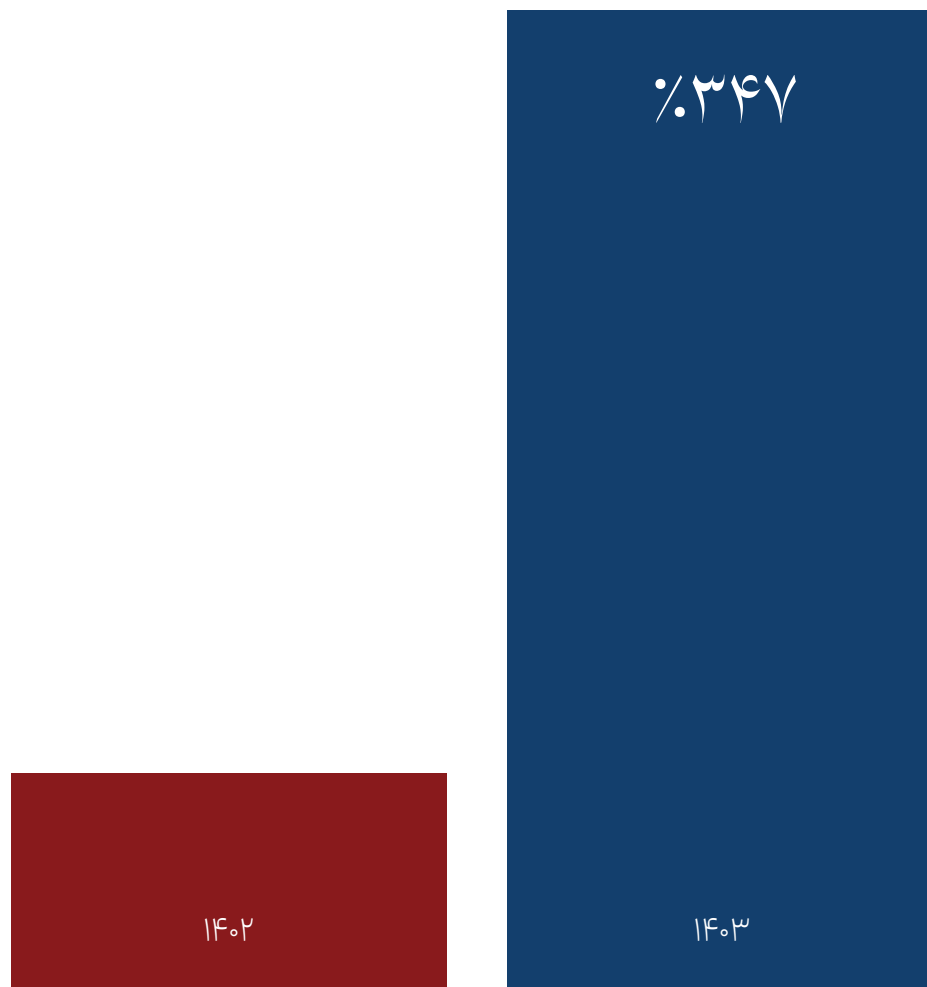


نظرات ثبت شده درباره هتل‌ها

مشارکت فعال‌تر در تجربه سفر

در سال ۱۴۰۳، تعداد نظرات ثبت‌شده کاربران درباره هتل‌ها با رشدی بیش از ۳۴۷٪ همراه بود و از ۱۴,۲۷۶ در سال ۱۴۰۲ به ۶۴,۰۰۰ نظر رسید. این رشد نشان‌دهنده افزایش تعامل کاربران و اعتماد آن‌ها به اطلاعات ارائه‌شده توسط سایر مسافران در فلای تودی است.

رشد نظرات ثبت شده درباره هتل‌ها



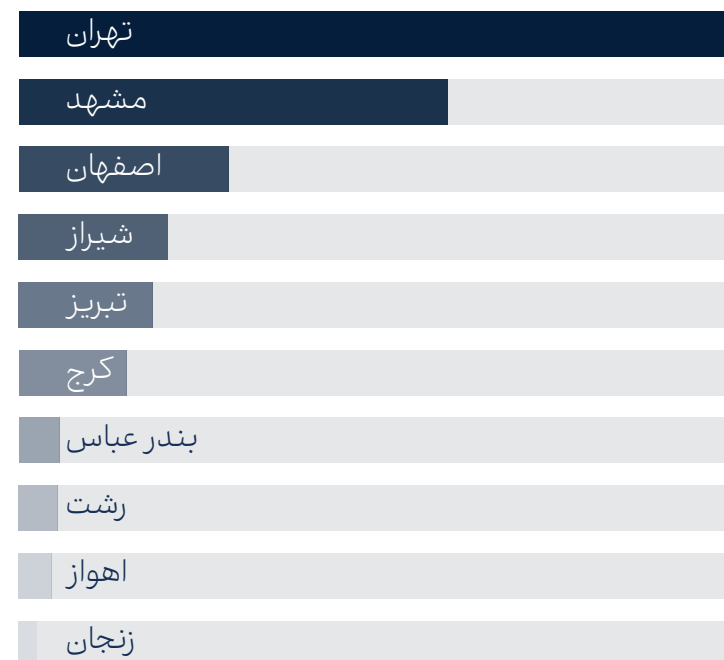
تحلیل مخاطبان فلای تودی در سال ۱۴۰۳

رشد چشمگیر کاربران جدید

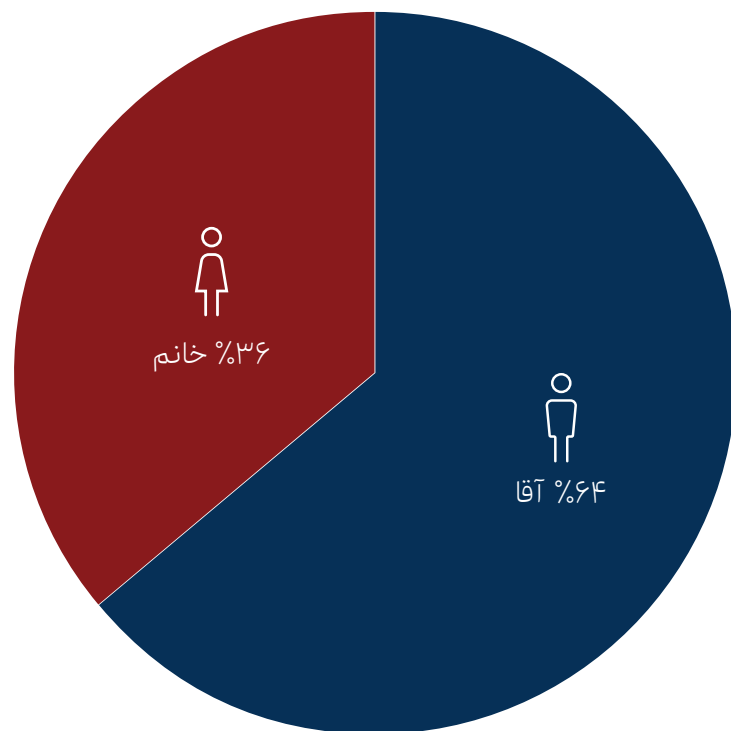
بررسی رفتار کاربران فلای تودی در سال ۱۴۰۳، همچنان بازتابی از الگوی سفر ایرانیان است. توزیع جغرافیایی کاربران، تمرکز اصلی بر کلان شهرها و مقاصد پرتردد را نشان می‌دهد؛ در حالی که از نظر سنی، نسل جوان ۲۵ تا ۳۴ ساله بیشترین سهم را به خود اختصاص داده‌اند. تغییر در ترکیب جنسیتی و افزایش سهم کاربران خانم نیز حاکی از تحول در الگوی تصمیم‌گیری سفر است.

علاوه بر این، رشد کاربران وفادار و کاربران جدید نشان می‌دهد اعتماد به خدمات فلای تودی تقویت شده و دامنه مخاطبان آن در حال گسترش است.

پراکندگی جغرافیایی کاربران



مقایسه کاربران خانم و آقا



در سال ۱۴۰۳، ۶۴٪ کاربران فلای‌تودی را آقایان و ۳۶٪ را خانم‌ها تشکیل دادند. سهم کاربران خانم در سال ۱۴۰۲، ۲۵٪ بود که رشد قابل توجهی را نشان می‌دهد. رشد روزافزون علاقه‌مندی خانم‌ها به سفرهای مستقل یا خانوادگی، افزایش نقش تصمیم‌گیری آن‌ها در برنامه‌ریزی سفر، و ترجیح استفاده از پلتفرم‌های آنلاین و قابل اطمینان برای مدیریت هزینه‌های سفر بخشی از دلایل رشد کاربران خانم را شکل می‌دهد.

رشد کاربران وفادار



تعداد کاربران وفادار فلای تودی در سال ۱۴۰۳ نسبت به سال قبل ۱۵٪ افزایش یافته است. رشد کاربران وفادار (کاربرانی که چندین بار خدمات سفر خود را از فلای تودی خریداری کرده‌اند) نشان‌دهنده آن است که ما توانسته‌ایم در میان مخاطبان خود، رابطه‌ای پایدار و مبتنی بر اعتماد بلندمدت ایجاد کنیم.

رشد کاربران جدید



رشد نرخ ثبت‌نام کاربران جدید در سال ۱۴۰۳ به ۱۱۰٪ رسیده است. رشد کاربران جدید را می‌توان نتیجه تکمیل سبد محصولات سفر، قیمت‌های اقتصادی، بهینه‌سازی تجربه کاربری و ارائه سرویس‌های اختصاصی در اپلیکیشن دانست. این روند صعودی بیانگر قدرت برند در جذب کاربران جدید است.

مجله گردشگری

FlyToday

مجله گردشگری

محتوا؛ ابزار آگاهی، الهام و تصمیم سازی سفر

تولید محتوای کاربردی و متناسب با نیاز کاربر، بخش عمده‌ای از تمرکز مجله گردشگری فلای تودی در سال ۱۴۰۳ بود. محتوای مجله، نه تنها به سوالات کاربران پاسخ می‌دهد، بلکه آن‌ها را برای کشف تجربه‌های تازه، مقاصد کمتر دیده شده و برنامه‌ریزی هوشمندانه‌تر ترغیب می‌کند.

عملکرد مجله گردشگری در سال ۱۴۰۳:



۷/۲۸ میلیون
ایمپرشن گوگل دیسکاور



۵۹٪
رشد بازدید از سرچ ارگانیک



۳۴,۰۰۰
بیشترین بازدید در یک روز



۱۰۵٪
رشد بازدید از مجله گردشگری

تحلیل رفتار کاربران:

تحلیل داده‌های مربوط به محتوای پربازدید مجله گردشگری فلای تودی در سال ۱۴۰۳ نشان می‌دهد که کاربران ایرانی، هنگام جست‌وجوی سفر، به سه دسته موضوعی علاقه‌مند هستند:

۱. جاذبه‌های شهری و بومی؛ علاقه پایدار به سفر داخلی

اکثر جست‌وجوهای پربازدید مربوط به «جاهای دیدنی» شهرهای مختلف ایران مانند اصفهان، تبریز، گرگان، شهرکرد، اردبیل، قم، سمنان و... بوده است. سفر داخلی همچنان جریان غالب سفر در ایران است.

۲. نیاز به محتوای کاربردی و اجرایی

استقبال از محتواهایی مانند «استعلام ممنوع‌الخروجی»، «ارز مسافرتی» یا «نقشه مترو تهران» نشان می‌دهند که کاربران در کنار جست‌وجوی مقاصد، به دنبال محتوایی کاملاً کاربردی برای حل چالش‌های سفر هستند.

۳. جستجوی مقاصد خاص و کمتر شناخته‌شده

رشد جست‌وجو برای مقاصد طبیعت‌گردی و ترندهای نوظهور مانند «جزیره مارو»، «آبشار آب پری»، «دریاچه الندان»، «آبشار لاتون» و ... نشان می‌دهد کاربران به دنبال تجربه مکان‌های خاص و کمتر شناخته‌شده هستند.

منابع انسانی و آموزش

FlyToday

منابع انسانی و آموزش

همواره رو به توسعه هستیم



میزان رشد کارمندان

سرمایه انسانی یکی از مهمترین مزایای رقابتی ما محسوب می‌شود. در سال ۱۴۰۳، با تمرکز بر جذب هدفمند، توسعه منابع انسانی و ایجاد محیطی حرفه‌ای و یادگیرنده، اقدامات متعددی در راستای رشد کمی و کیفی نیروی انسانی انجام شد.

نسبت کارمندان خانم و آقا



شاخص‌های منابع انسانی در سال ۱۴۰۳



۳ هفته

میانگین مدت زمان استخدام



۴۹,۶۴۴ مورد

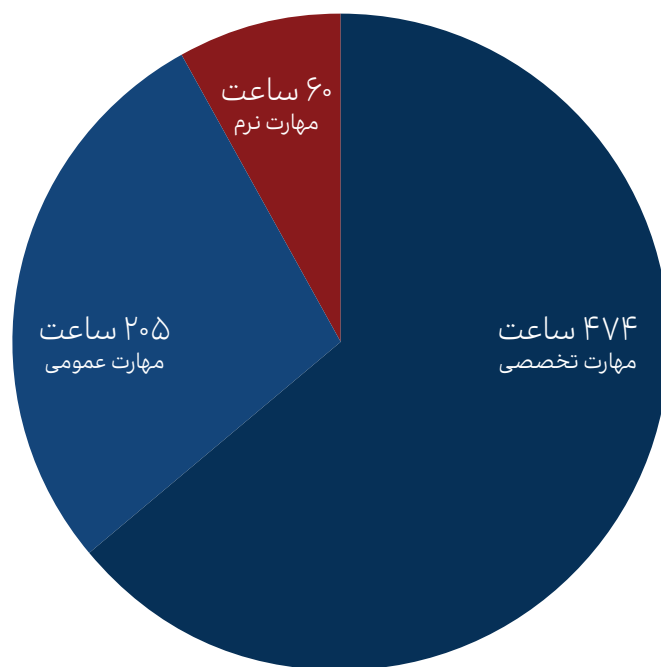
تعداد رزومه‌های دریافتی



۲۶ ماه

میانگین سابقه کاری پرسنل

آموزش و توسعه منابع انسانی



نفر-ساعت آموزش حین همکاری

در سال ۱۴۰۳، آموزش نیروی انسانی یکی از اولویتهای اصلی تیم منابع انسانی بود. در همین راستا ۳,۷۸۴ نفر-ساعت، **آموزش شروع همکاری** به کارکنان پشتیبانی ارائه شده است.

همچنین مجموع **آموزش حین همکاری** ۷۳۹ نفر-ساعت بوده است که شامل بخشهای آموزش مهارتهای تخصصی، آموزش مهارتهای عمومی و مهارتهای نرم می‌شود.



میزان رشد کارمندان واحد پشتیبانی

همکاران مرکز تماس

پاسخگویی مداوم، پشتیبانی در لحظه

تیم پشتیبانی فلای تودی، در ۷ روز هفته و ۲۴ ساعت شبانه روز فعال است. ساختار پشتیبانی در کانال‌های مختلف (چت، تماس، ایمیل) باعث شده تا در شرایط بحرانی مانند لغو پرواز، مشکلات پرداخت یا درخواست‌های لحظه آخری، در کوتاه‌ترین زمان ممکن به کاربران کمک شود.

مسئولیت اجتماعی

FlyToday

توسعه فرهنگ درختکاری

مسئولیت ما فقط سفر نیست!

در سال ۱۴۰۳، فلای تودی در چارچوب برنامه‌های مسئولیت اجتماعی خود، در یک طرح زیست محیطی مشارکت کرد که هدف آن ترویج فرهنگ درختکاری بود. در این طرح، کاربران باشگاه مشتریان فلای تودی امکان استفاده از امتیازهای وفاداری خود را در مسیری ارزشمند پیدا کردند.

نتیجه این مشارکت، کاشت بیش از ۱۰۰۰ نهال در نقاط مختلف کشور بود؛ اقدامی که علاوه بر کمک به حفظ زمین، فرهنگ هدیه‌ای ماندگار را نیز گسترش داد. ما در فلای تودی باور داریم که مسئولیت ما فقط در قبال سفر نیست؛ بلکه در قبال فرداهایی است که هنوز نیامده‌اند.

چشم انداز ۱۴۰۴

FlyToday

سفر را بازتعریف کردیم

سال ۱۴۰۳ برای فلای تودی، سالی بود که در آن «سفر» را دوباره تعریف کردیم؛ نه با شعار، بلکه با تغییر واقعی در تجربه کاربر.

رشد شاخص‌های عملکرد، افزایش تعامل و ارتقای رضایت کاربران، نتیجه تمرکز بر رفع دغدغه‌های مسافران بود. هر اقدامی در این سال، با یک هدف روشن انجام شد: این‌که کاربر ایرانی بتواند بدون پیچیدگی، تمام مراحل سفر خود را از یک پلتفرم داخلی، شفاف و قابل‌اتکا مدیریت کند.

این مسیر ادامه خواهد یافت؛ مسیری مبتنی بر **ثبات، بهبود مستمر و توسعه هدفمند**، چرا که باور داریم اعتماد، تنها از پاسخ‌گویی واقعی به نیازهای مسافران ساخته می‌شود.

FlyToday

World Class Travels

