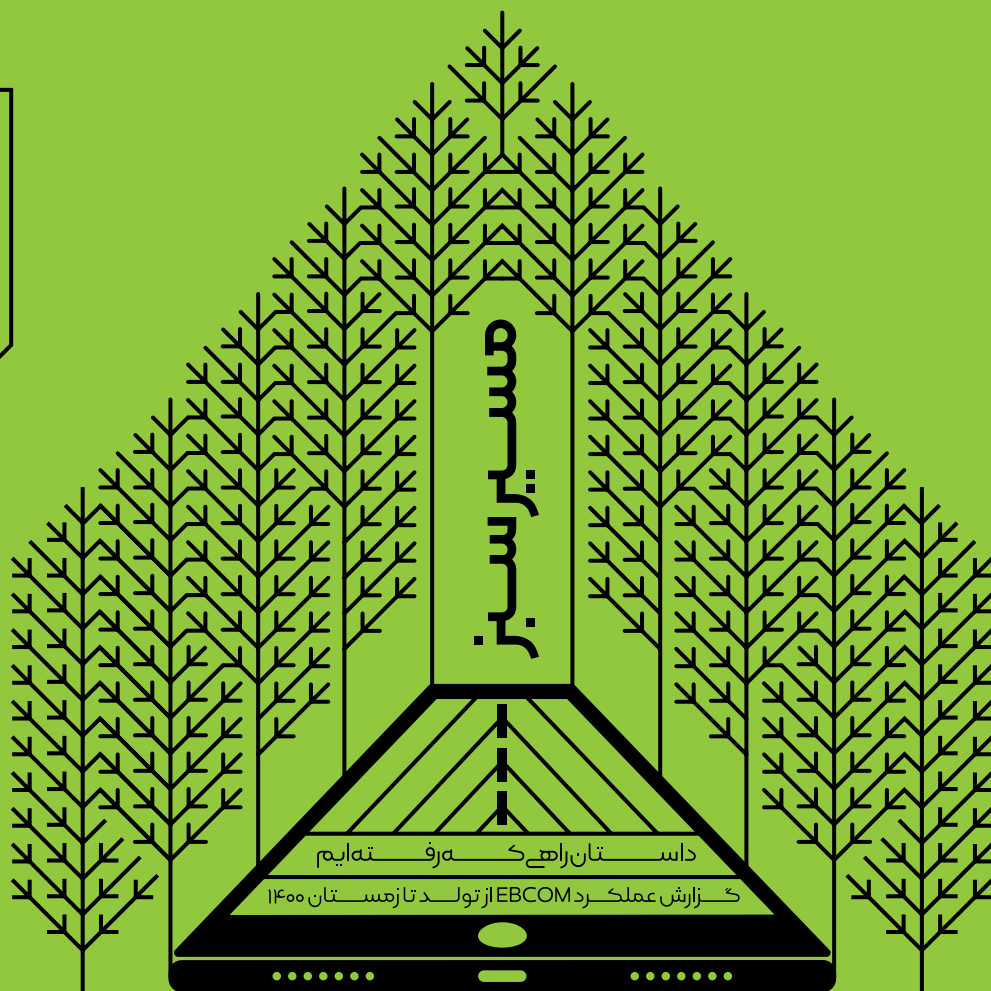
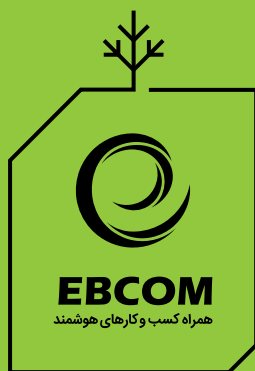
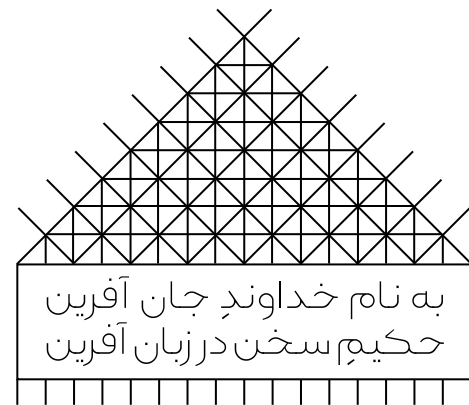






به نام خداوندِ جان آفرین
حکیمِ سخن در زبان آفرین

فهرست		
صفرُم	حکایت همه چیز در یک نگاه	۶
یکُم	داستان شکل‌گیری ایده و تولد	۲۲
دوُم	داستان انتخاب استراتژی و ترسیم نقشه راه	۳۲
سوُم	آغاز کار و ایجاد زیرساخت‌ها	۳۶
چهارُم	داستان مستندسازی و مصائبش	۵۰
پنجُم	داستان پرفورمنس	۵۶
ششم	داستان طراحی و تولد دوباره اپلیکیشن همراه من	۶۲
هفتم	داستان تجاری‌سازی همراه من و ماجرای مهاجرت بزرگ	۷۰
هشتم	داستان کنسول API و چالش‌هایش	۸۰
نهم	داستان کیف پول و لوازم کارت و قابلیت‌هایش	۹۲
دهم	داستان اهمیت دادن به تجربه مشتری و معجزاتش	۱۱۲
یازدهم	داستان شروع تازه ... راهی پر فراز و نشیب و لبخندها	۱۴۴

دیباچه

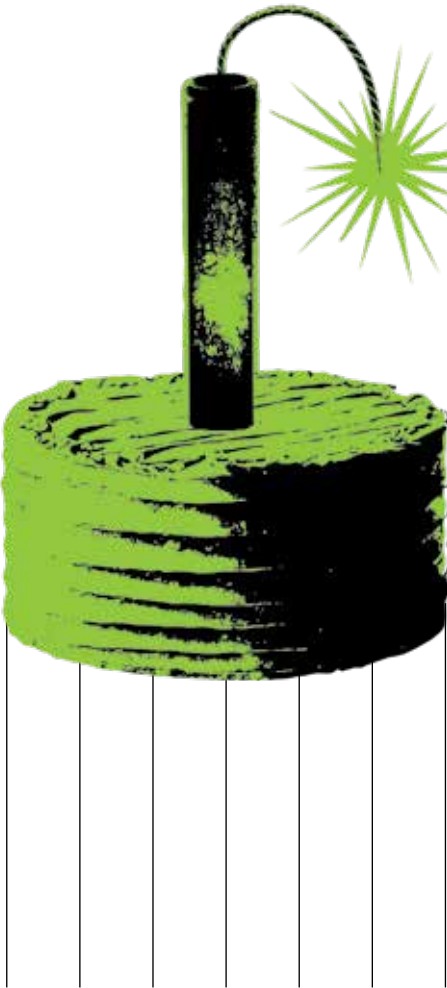
گزارش پیش رو، چکیده‌ای از فعالیت‌های رخ داده در حوزه دیجیتال در منظومه همراه اول، توسط شرکت **همراه کسب‌وکارهای هوشمند** است.

در این گزارش، تلاش ما بر آن بوده تا مجموعه داده‌هایی را در اختیار اکوسیستم دیجیتال قرار دهیم که توانایی انجام تحلیل با دقت بیشتر را مهیا کند.

ما معتقدیم یکی از چالش‌های اصلی تصمیم‌گیران در حوزه دیجیتال، عدم وجود اطلاعات دقیق برای تحلیل محیط است. از همین رو، تمام تلاش‌مان را به کار گرفته‌ایم تا با رعایت انصاف و محرمانگی، داده‌هایی را در اختیار اکوسیستم قرار دهیم که گامی در راستای شفافیت بیشتر انتشار اطلاعات برداشته باشیم.

داده‌های گزارش، در یک نگاه کلی، ابعاد مختلفی از یک بنگاه اقتصادی را پوشش می‌دهند: چرایی شکل‌گیری؛ نوع نگاه به محیط؛ طرز تلقی از محیط؛ راهبردهای کلان در ارزش‌آفرینی؛ طراحی سازمان؛ ابزارهای مورد استفاده و نتایج حاصله.

امید داریم همان گونه که تصور می‌کردیم، سند مفیدی را برای اکوسیستم تولید کرده و توانسته باشیم برای صنعتی که دوستش داریم، به قدر وسع، ایجاد ارزش کنیم. مانند تمام فعالیت‌های دیگرمان در شرکت، هرگاه بازخوردهای سازنده‌ای دریافت کنیم، آن بازخوردها را اعمال کرده و محصول‌مان را توسعه می‌دهیم. این گزارش نیز یکی از محصولات شرکت است که از این قضیه مستثنی نیست. در همین راستا، ممکن است پس از دریافت بازخوردهای مخاطبان عزیزمان، نسخه‌های تکمیلی از گزارش نیز ارائه گردد.



روایت یک تولد و یک تولدِ دوباره با مقادیری شوخه

تولد EBCOM، شرکت همراه کسب‌وکارهای هوشمند و تولد دوباره‌ی «همراه‌من»

هشدار!

این نوشته آمیخته به شوخه است؛ نقل‌قول‌های منتسب به بزرگان در این نوشته واقع نیست. به چشمان خود اعتماد نکنید!

فضای مجازی شمشیری دو دم است. همه چیز را بزرگ می‌کند و بُزک... خوبه را و بدی را، دانایه را و جهل را... بسته به این‌که ما چگونه‌ایم و چه می‌خواهیم. در این جهان، تمیز سره از ناسره و دوغ از دوشاب، دشوارتر از هر جای دیگریست. شوخه‌های ما حمله‌ایست به تاریکی، به جهل و گسترشش، به قدر و اندازه‌ی خودمان...

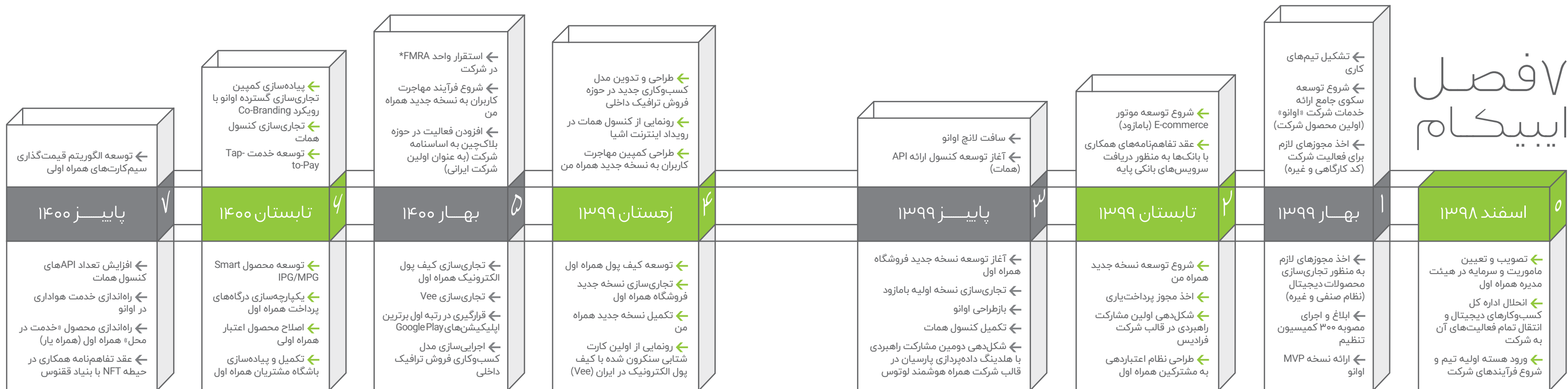


یکے بود، یکے نبود |
حکایت همه چیز در یک نگاه



صفرم

فصل ایبیکام

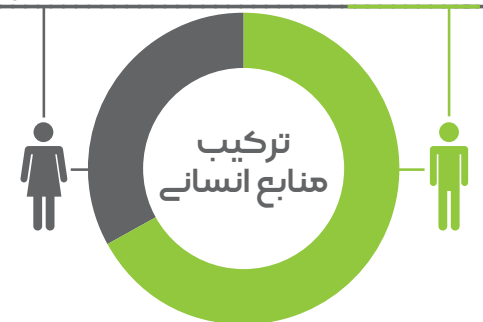


* Fraud Management and Revenue Assurance

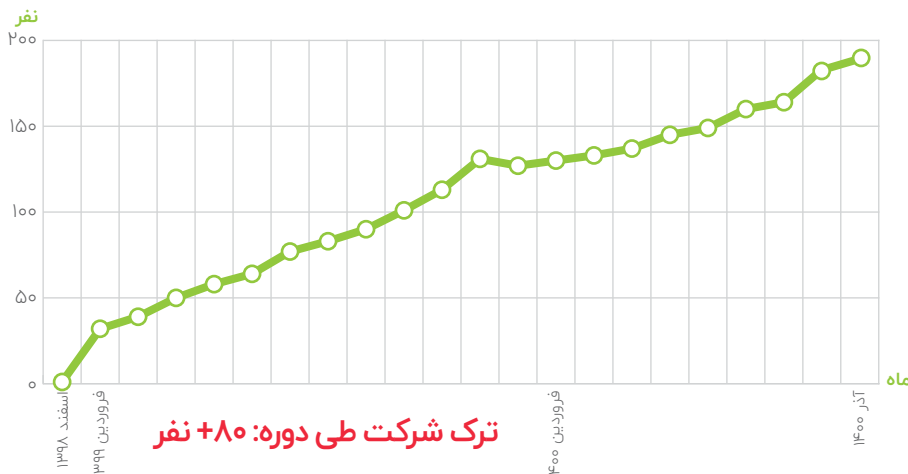


س راهبایه انس

۶۷٪ آقا ۳۳٪ خانم

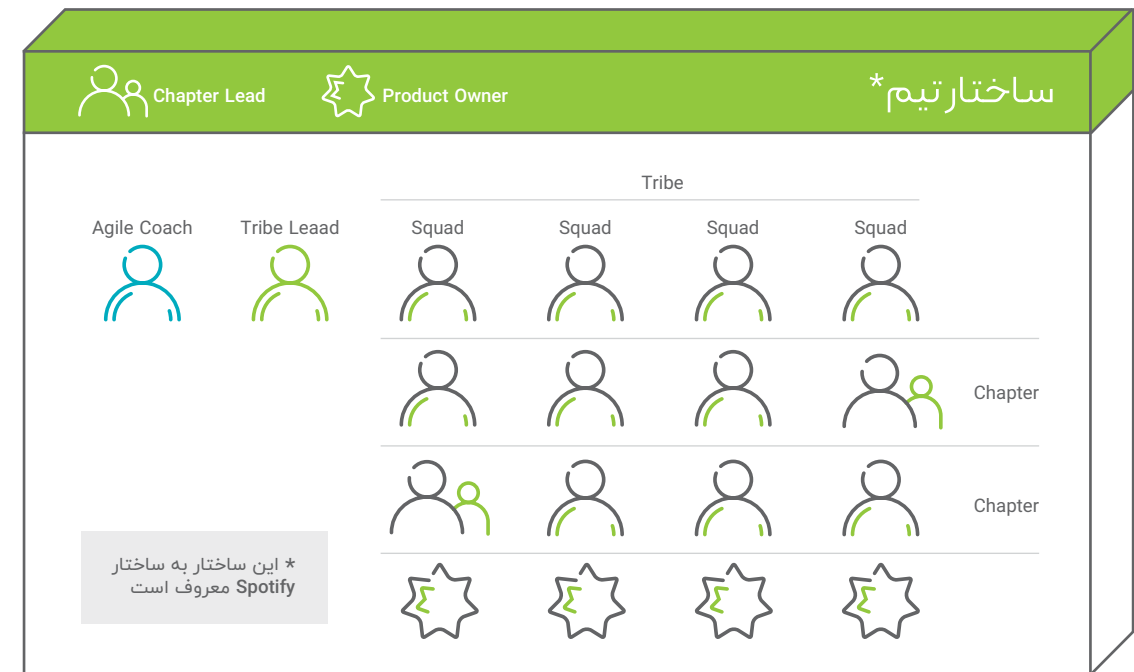


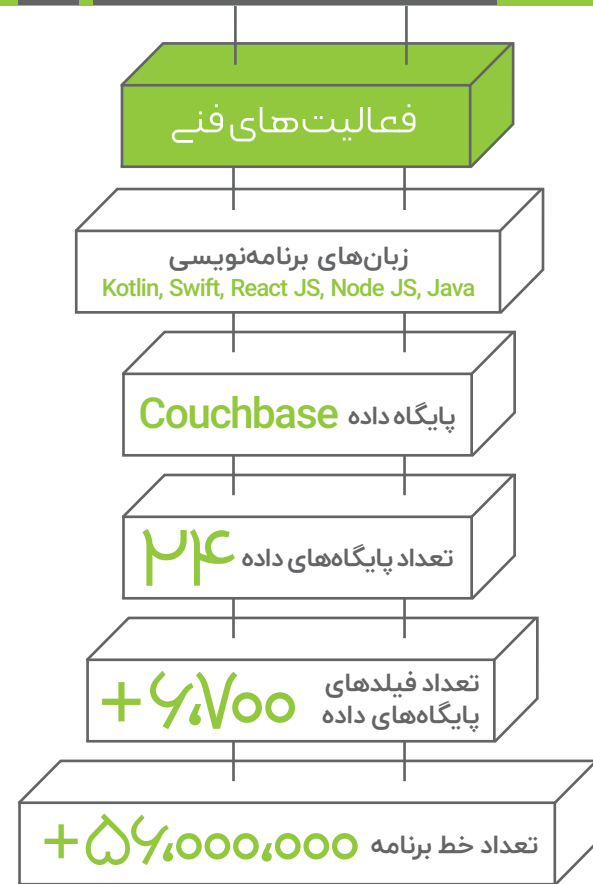
نمودار رشد تعداد نیروی انسانی



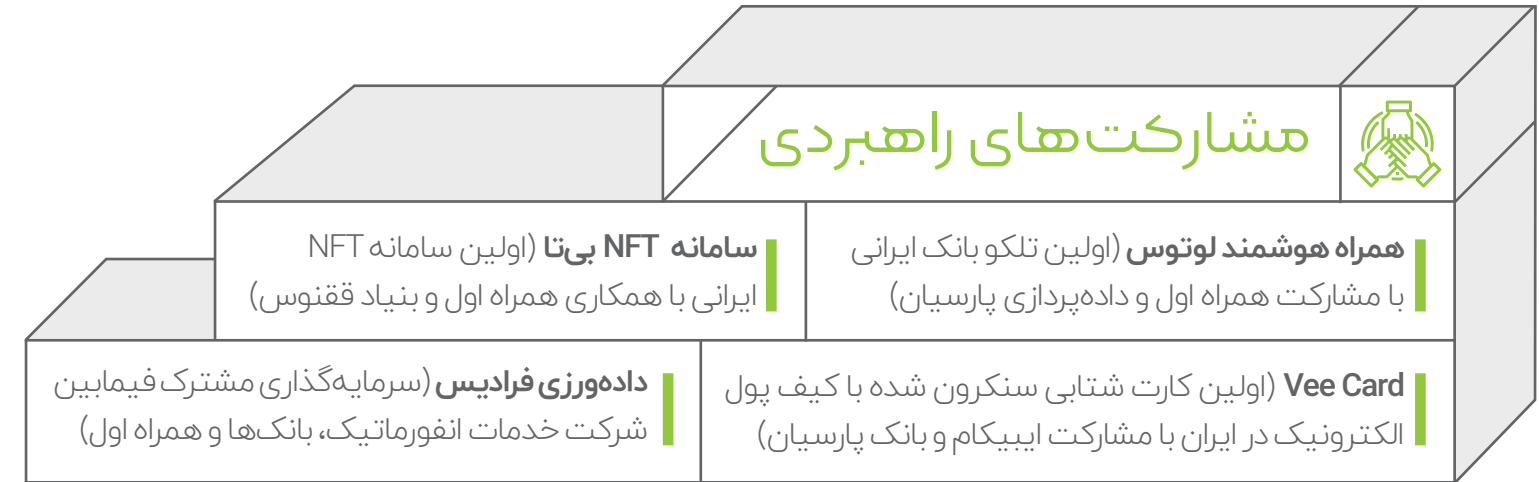
چالش‌ها

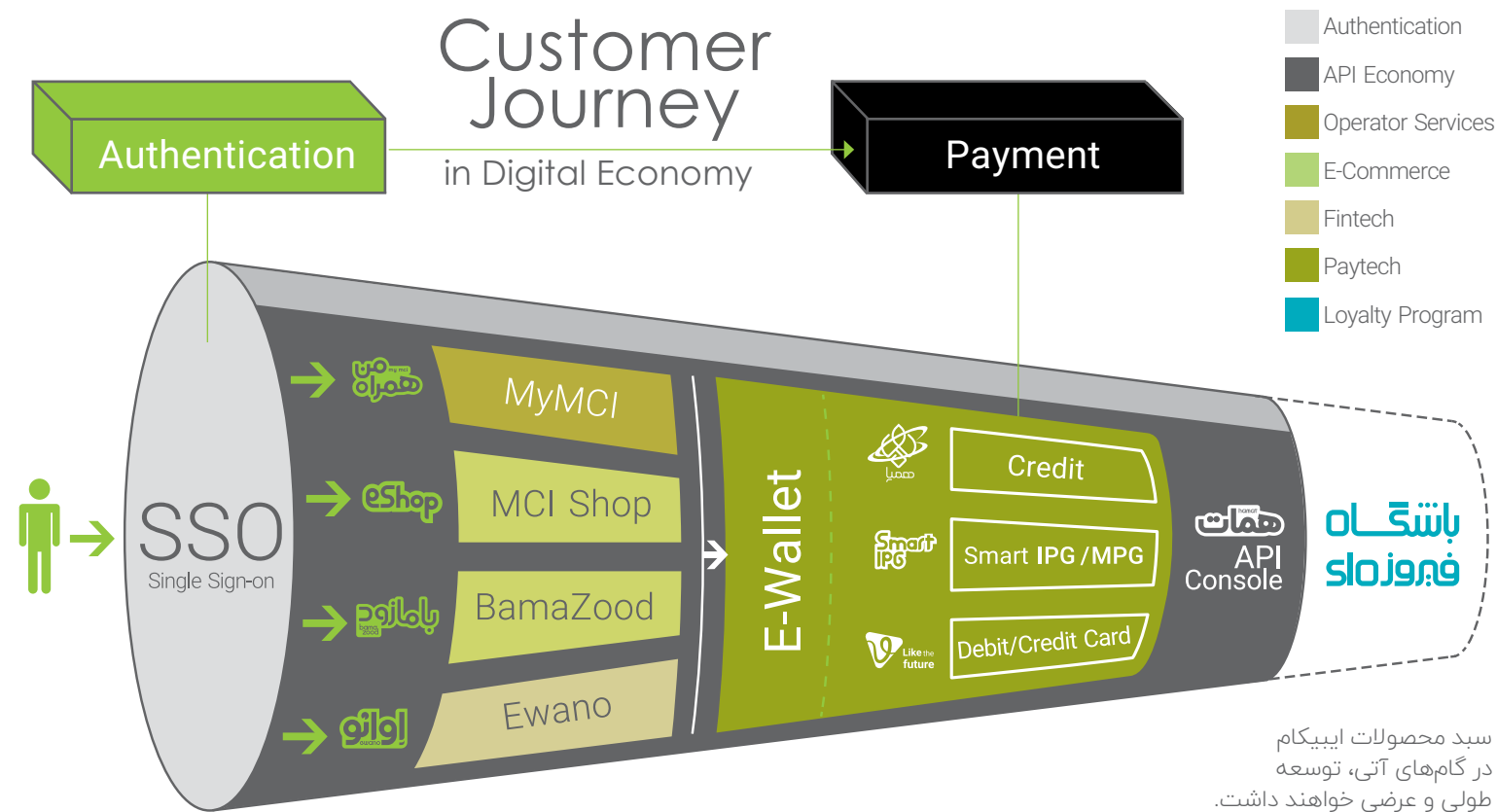
- ← فراگیری Gig Economy
- ← تمایل به مهاجرت متخصصان حوزه
- ← تمایل به کار با درآمد دلاری در صنعت
- ← فراگیری مکانیزم جذب Head Hunting در صنعت



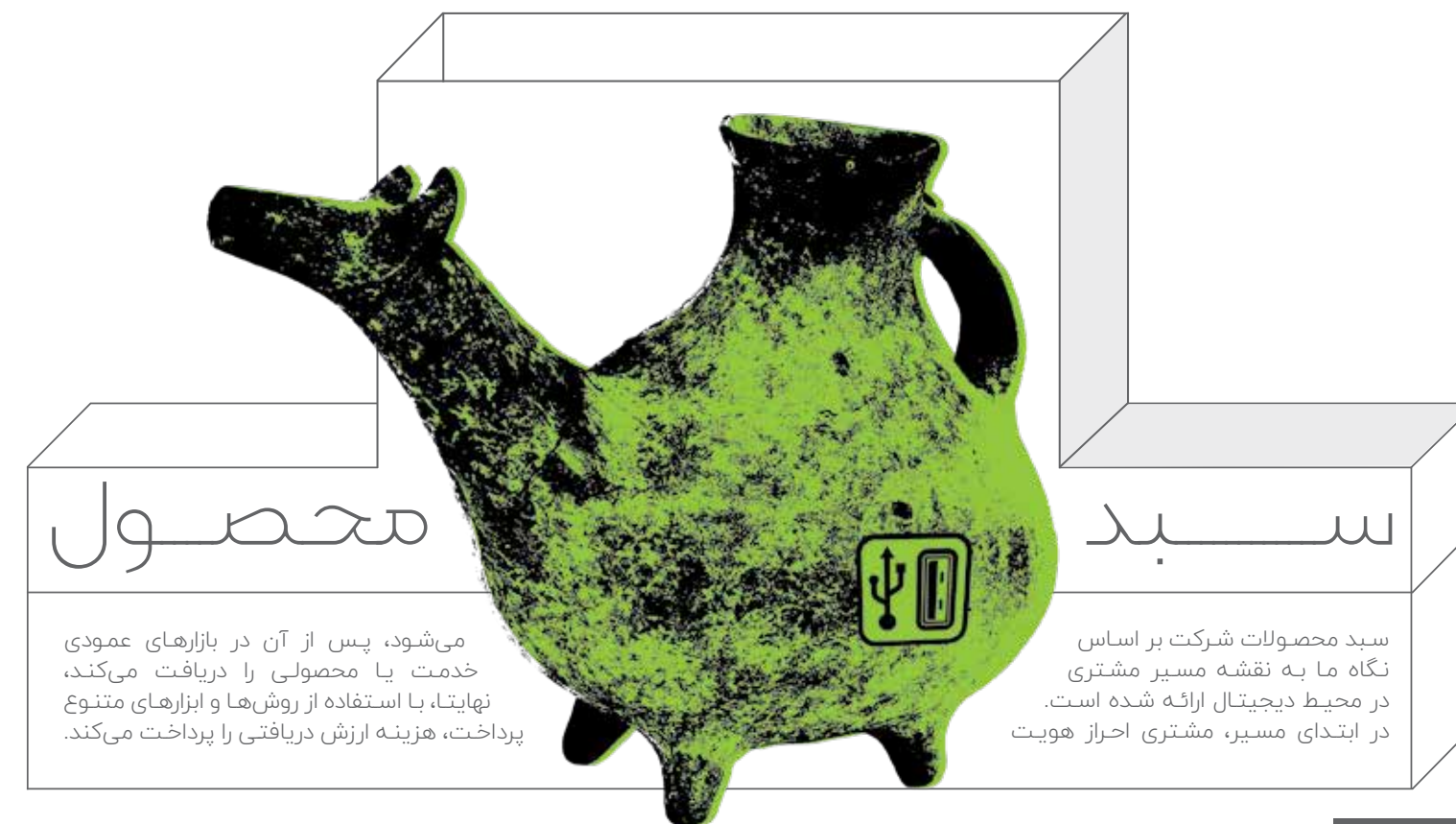


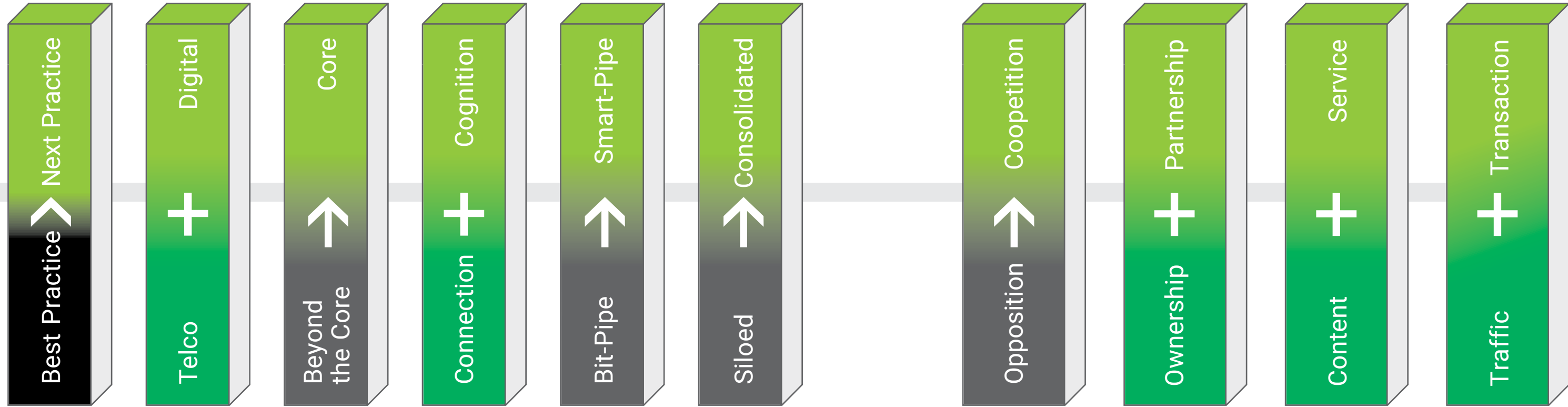
آمار فنی





- Authentication
- API Economy
- Operator Services
- E-Commerce
- Fintech
- Paytech
- Loyalty Program





ستون‌های تکامل طرز تلقی

این شکل نمایانگر ۱۰ ستون طرز تلقی از زمینه فعالیت است. برای گذار از زمینه تکامل و ورود به زمینه دیجیتال، برخی از ستون‌ها نیازمند تغییر (یا فلش نمایش داده شده‌اند) و برخی نیازمند افزودن المان جدیدی هستند (با علامت مثبت نمایش داده شده‌اند).

زمینه: Context
طرز تلقی: Mindset



۱ ورودی‌ها

سرمايه مالی ← درآمدهای عملیاتی ← افزایش سرمايه ← سرمايه گذاری تجاری ← تخصیص بهینه منابع ← تنوع سرمايه‌گذاری ← مدیریت مالی قوی و شفاف	سرمايه معنوی ← تحقیق و توسعه ← نوآوری ← خدمات و محصولات ← برند ← فرهنگ سازمانی	سرمايه انسانی ← تمرین شیوه جدید در جذب نیرو ← تیم جوان و با انگیزه ← ساختار تخت ← تیم‌های چابک ← توجه ویژه به رشد در مسیر شغلی ← محیط کاری متناسب با حوزه فعالیت	ارزش‌های اجتماعی و روابط ← ارتباط عمیق با کارکنان، مشتریان و تامین‌کنندگان ← ارزش‌آفرینی‌های اجتماعی ← حمایت از رویدادهای حوزه دیجیتال ← تعامل شفاف با سهامداران ← خلق اکوسیستم حول شرکت
--	---	--	---

۲ عملیات کسب و کار



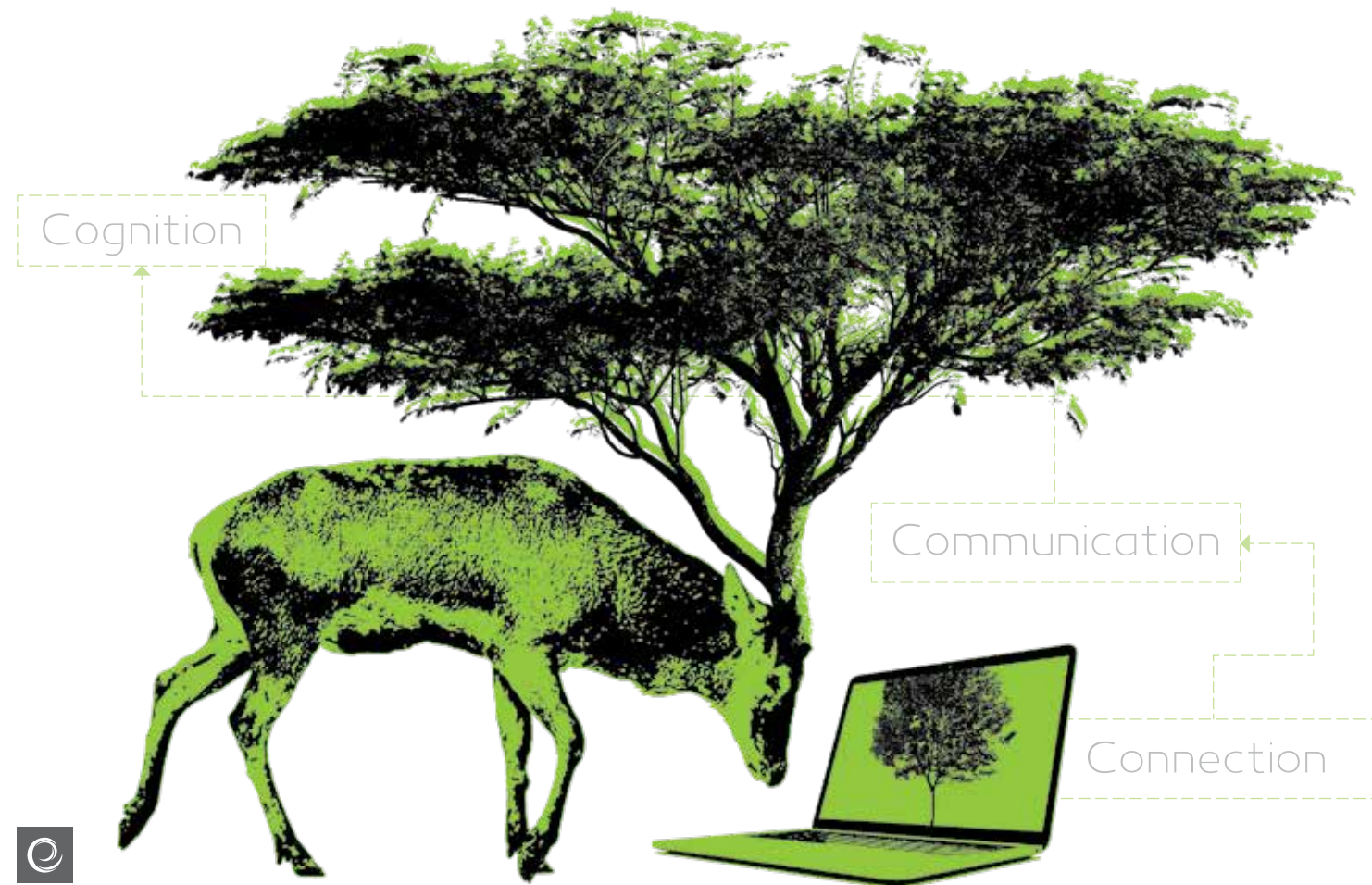
فرآیند خلق ارزش

۳ نتایج و خروجی‌ها

۱۵ محصول
۳ سکو
۴ همکاری راهبردی
۲۵+ میلیون مشترک
۳۰+ میلیون نصب
۱۴/۲ میلیون میانگین تعداد تراکنش ماهانه

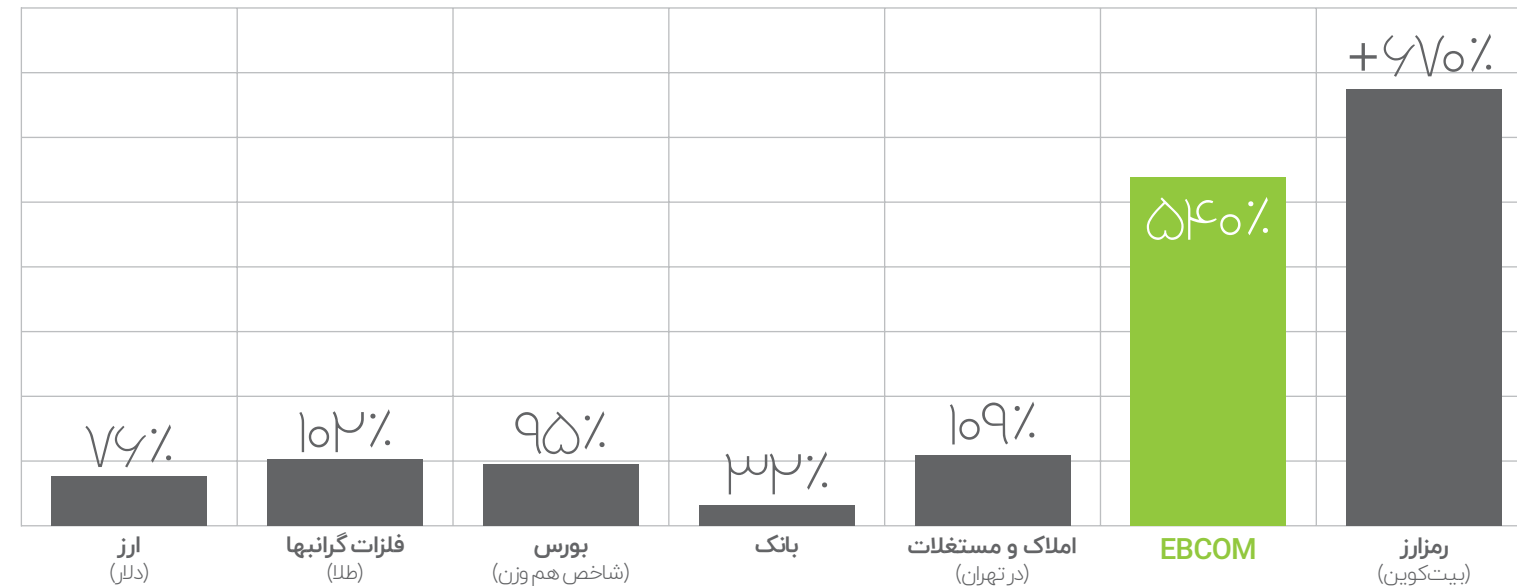
۴ ارزش خلق شده

حوزه مالی ← درآمد پایدار ← رشد بهینه ← ساختار صورت‌های مالی آینده‌نگر ← بازده سرمايه‌گذاری ← دارایی‌های نامشهود ذینفعان سهمداران/کارمندان/ مشتریان/تامین‌کنندگان	حوزه اجتماعی و روابط ← ارتقای اکوسیستم حول فعالیت‌های شرکت ← حرکت به سوی شکل‌دهی یک Enterprise ← اعانه به اشتراک‌گذاری تجارب و دانش کسب شده با فعالان صنعت ← تبدیل شدن به پیشروترین شرکت در برخی حوزه‌ها ← تعریف مدل کسب و کاری پایدار برای حمایت از تیم‌های ورزشی ذینفعان سهمداران/فعالان/ اکوسیستم/کارمندان
حوزه محصول ← ارائه محصولات نوآورانه ← تبدیل شدن به یک بازیگر کلیدی در اکوسیستم ← بهبود تجربه کاربری مشترکین همراه اول ← فهم عمیق مشتریان از درگاه تحلیل داده ← ارزش‌آفرینی از طریق استفاده از Open Source ← تلاش برای حفظ داده‌های مشترکین در گروه ← پیاده‌سازی تحول دیجیتال در برخی قسمت‌های همراه اول ← ارائه سرویس‌های باکیفیت و اختصاصی ← توسعه زیرساخت‌های تکنولوژیک حوزه فعالیت ذینفعان سهمداران/مشتریان/ تامین‌کنندگان/فعالان اکوسیستم	حوزه نیروی انسانی ← تربیت نیروی انسانی ماهر ← ایجاد یک فرهنگ چابک و نتیجه‌گرا ← خلق فرصت‌های شغلی جدید ذینفعان سهمداران/کارمندان/ جامعه دانشگاهی



بازده سرمایه‌گذاری

طی دوره فروردین ۱۳۹۹ تا آذر ۱۴۰۰



← در این حوزه آموزه‌هایی مانند HBR/How should we measure the digital economy/ شاخص‌های متناسبی ارائه می‌کنند.

EBCOM

من آم... دهم... وای وای... من آم... دهم...



مکتوبه از یک زن به شوهر افغانستانی

داسـتان شـکل گـیری ایـده و تولـد EBCOM



یـکـم



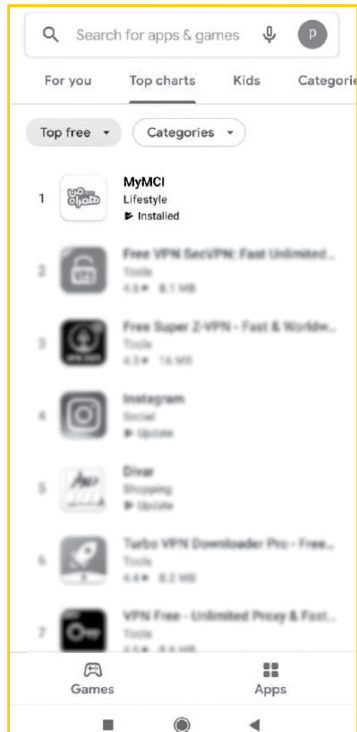
← به سرنوشت دایناسورهای بزرگ و باشکوه نگاه کنید. اگر قابلیت تطبیق با شرایط جدید را نداشته باشید، منقرض می‌شوید. درست است که من طنزنویس هستم ولی این یکی را جدی گفتم. نخند!

A Z I Z
N E S I N

محبت نصرت
 معروف به عزیز نسین (۱۹۱۵ - ۱۹۹۵)
 نویسنده، مترجم و طنزنویس ترکیه‌ای

از زمانی که اولین فسیل‌های دایناسور در سده نوزدهم میلادی توسط چارلز داروین کشف شد، تحقیقات زیادی انجام شده و الان می‌دونیم این مخلوقات غول‌پیکر برخلاف تصورات عمومی، فعال، هوشیار، خونگرم و چابک بودن... ولی امان از انقراض... امان...

نترسید، وقتی گفتیم برمی‌گردیم از اول اول اول، منظورمون چند میلیون سال پیش نیست. داستان دایناسورها رو گفتیم که بگیریم اپراتورهای بزرگ، از این سر دنیا تا اون سر دنیا، مثل دایناسورها... عظیم، با شکوه و احترام‌برانگیز ولی هیچ‌کدوم از این صفات نتونست جلوی انقراض دایناسورها رو بگیره. خبر بد اینکه تاریخ مدام در حال تکرار شده! خبر خوب اینکه **انقراض هم مثل خیلی از مرض‌های دیگه، قابل پیشگیریه!**





← همیشه از کسانی که داستان را از وسطش شروع می‌کنند متنفر بودم. نمی‌فهمم! مگر شروع کردن از اول چه ایرادی دارد؟ از وسط شروع نکنید؛ لطفا!

ALEJANDRO GONZÁLEZ IÑÁRRITU

الخاندرو گونسالس اینیاریتو (۱۹۶۳)
 (Alejandro González Iñárritu)
 فیلمنامه‌نویس و کارگردان مکزیک‌ای

از لحاظ آماری، مهاجرت بالای **۸۰ درصدی** به اپلیکیشن جدید در کمتر از **۳ هفته** و رسیدن به میزان رضایت **۴/۹ از ۵**، اون هم در مدت زمان خیلی کم، بعدش هم در **تاپ‌چارت** گوگل‌پلی قرار گرفتن، ممکنه بلوف به نظر برسه ولی ما چاره‌ای جز موفقیت نداشتیم. البته فکر می‌کنم از وسطش شروع کردیم، بهتره برگردیم و از اول اول براتون تعریف کنیم. از اول اول اول...



← برای تغییر هر چیزی ابتدا باید به تغییر DNA اون چیز فکر کنید. من در زندگی مزخرفات زیادی گفته‌ام ولی این یکی جزو آنها نیست؛ قسم می‌خورم.

ROSALIND FRANKLIN

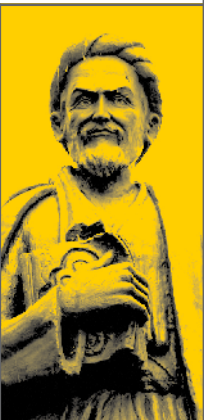
روزالیند السی فرانکلین
(Rosalind Elsie Franklin / ۱۹۲۰ - ۱۹۵۸)
شیمی‌دان انگلیسی و از کاشفان DNA

با ظهور فرصت‌های درخشان سودآوری دیجیتال، غول‌های تجارت آنالوگ فهمیدن اگر نمی‌خوان به سرنوشت دایناسورهای با شکوه گرفتار بشن، باید تلاش کنن که وارد دنیای تجارت الکترونیک و اقتصاد دیجیتال بشن و تلاش کردن... این همون کاریه که احتمالاً دایناسورها نکردن؛ تلاش!

ولی این وسط یه مشکل بزرگ وجود داشت؛ DNA این شرکت‌ها مخصوص اقتصاد آنالوگه و نیاز بود که متناسب با اقتصاد دیجیتال بشه. این مشکلیه که باید حل بشه... دایناسورها احتمالاً این کار رو هم نکردن؛ حل مشکل!

در سراسر دنیا، غول‌های تجارت آنالوگ یه مهاجرت عظیم رو آغاز کردن. برای مثال می‌شه به Turkcell، China Mobiles و Soft Bank اشاره کرد.*

* به گزارش‌هایی مانند Global Mobile Trends 2021/GSMA مراجعه شود.



← دوستی با فیل بانان یا مکن یا بنا کن خانه‌ای در خور پیل

SAADI

ابومحمد مُشرف‌الدین مُصلح بن عبدالله بن مشرّف
(۶۰۶ - ۶۹۰ هجری قمری)
متخلص به سعدی، شاعر و نویسنده پارسی‌گوی ایرانی

همراه اول هم بیکار ننشسته بود. در سال‌های گذشته تلاش‌هایی کرده برای تغییر DNA و ورود به دنیای اقتصاد دیجیتال ولی نیاز به یه کار اساسی بود. یه تغییر بنیادین. برای این تغییر بنیادین، یه شرکت با رویکرد و فرهنگی متفاوت نیاز بود. شرکتی که مثل

یه قایق کوچیک، چابک باشه و در عین حال قابلیت کشیدن یه نفت‌کش عظیم رو هم داشته باشه و از همه مهم‌تر باید بتونه در زمانی کوتاه به اندازه همون نفت‌کش، بزرگ بشه.



← تحول، بزرگش خوب است، خیلی بزرگ. کوچکش حالم را به هم می‌زند. فقط بزرگ...

CHE GUEVARA

ارنستو چه‌گوارا (Ernesto Che Guevara / ۱۹۲۸ - ۱۹۶۷)
پزشک، چریک، دیپلمات، نظریه‌پرداز جنگی و انقلابی آرژانتینی

به نظر راه‌حل طلایی، تحول دیجیتال* بود؛ دست‌کم بررسی تجربه‌های خارجی و نتیجه تحقیقات که این‌طور می‌گفت.**

* Digital transformation
** به گزارش‌هایی مانند Time to Accelerate Growth/ADL مراجعه شود.

← دیجیتالم کجا بود؟

FATHALI
OVEISI

فتحعلی اویسی فردویی (۱۳۲۴-۱۴۰۰)
بازیگر و کارگردان ایرانی

درک فعلی از تحول دیجیتال، تغییری اساسی در عملکرد یک سازمان با **محوریت فناوری‌های تحول‌آفرینه**. اینترنت اشیا، رایانش ابری، اپلیکیشن‌های موبایل، رسانه‌های اجتماعی، واقعیت مجازی و افزوده، تحلیلگری داده، هوش مصنوعی و بلاک‌چین از مهم‌ترین انواع این فناوری‌های تحول‌آفرینه و البته به این فناوری‌ها روز به روز افزوده می‌شه.

← به گزارش‌هایی مانند Unlocking success in digital transformation/McKinsey مراجعه شود.

EBCOM

← نه هرکه سر بتراشد قلندری داند
نه هر که آیینه سازد سکندری داند

H A F E Z

خواجه شمس‌الدین محمد بن بهاء‌الدین محمد
حافظ شیرازی (۷۲۷ - ۷۹۲ ه.ق)
شاعر و غزل‌سرای ایرانی سده هشتم

اشتباه نشه‌ها! تحول دیجیتال به معنی استفاده تزئینی و مدگراییانه از این فناوری‌ها نیست، بلکه باید مدل‌های کسب‌وکار، تجربه مشتریان و نگاه به همکاری در سطح سازمانی و فرایندهای عملیاتی ما را از پایه و اساس زیر و رو کرده باشه. تحول دیجیتال به زعم بسیاری از صاحب‌نظران این حوزه، بیشتر از آن‌که چالشی فناورانه برای سازمان‌ها باشه، **چالشی انسانیه**.





← برای پریدن از روی موانع،
باید از روی آنها پرید.

J A V A D
K H I A B A N I

جواد خیابانی (۱۳۴۵)
گزارشگر فوتبال ایرانی،
مجری و تهیه‌کننده تلویزیون

مهم‌ترین موانع موفقیت تحول دیجیتال، نبود فرهنگ و مهارت‌های دیجیتال. برای مرتفع کردن این موانع هم باید راه‌حل پیدا می‌کردیم... بعید می‌دونم دایناسورها این یکی رو هم انجام داده باشن. نکته مهم دیگه اینه که تحول دیجیتال با الکترونیکی کردن متفاوت. محیط دیجیتال، همون محیط آنلاین و

الکترونیکی نیست. محیط دیجیتال، تلفیقی از منابع آنلاین (فناوری اطلاعات) و آفلاین (فیزیکی) در راستای **ساخت تجربه‌ای جذاب** برای مشتریان، شرکای تجاری و حتی کارکنان یک سازمانه.

← در آینده همه چیز دیجیتال می‌شود،
حتی تحول!

NOSTRADAMUS

نوستراداموس (Nostradamus)
با نام واقعی میشل دو نُستردام (۱۵۰۳-۱۵۶۶)
ستاره‌شناس و پیشگوی فرانسوی

«اگر می‌خواهید دچار تحول دیجیتال بشوید، باید یک کمپانی جدید به بزرگی و به موازات خودتان ایجاد کنید و به اندازه‌ی خودتان به آن اهمیت بدهید.» این **نقشه راه** بود. اینجوری بود که ایده تولد «EBCOM» به وجود اومد. اسمش توی شناسنامه، «شرکت همراه کسب و کارهای هوشمند» ولی توی خونه «EBCOM» صداش می‌کنن. هدف، انتقال کلیه فعالیت‌های دیجیتال همراه اول به این شرکت و تنوع‌بخشی به آن‌ها بود.

← به تالیفاتی مانند
Driving Digital Strategy: A Guide to Reimagining Your Business
مراجعه شود.



← تولد، تولد
تولد مبارک
مبارک، مبارک
تولد مبارک

B E H N A M
B A N I

بهنام بانی (۱۳۶۵)
خواننده پاپ سیبیل کلفت ایرانی



القصة «EBCOM» در **اسفند ۱۳۹۸** متولد شد. ولی این تازه شروع ماجراست.





بیگ بنگ... کیو کیو، بنگ بنگ

داستان انتخاب اسـتراتژی
و ترسیم نقشه ی راه EBCOM



دُوم



← هر کسی یک راه دارد
برای رسیدن به خدا

ما قرار بود وارد بازی‌ای بشیم با بازیگران بزرگ و قدرتمندی که سال‌ها تجربه پشت سر دارن. اگر قرار بود شبیه اون‌ها باشیم، حتما شکست می‌خوردیم. باید **شیوه تفکر جدیدی** به‌وجود می‌آوردیم و راه اختصاصی خودمون رو پیدا می‌کردیم. راهی که براساس نقاط قوت و ضعف خودمون طراحی شده باشه و کوتاه‌ترین و مطمئن‌ترین مسیر برای رسیدن به اهدافمون باشه...



← عاشق مفهوم «پل» هستم/
پل یعنی ایجاد ارتباط/ راهی برای
گذشتن از بن‌بست و پیشرفت
کردن.
البته اینکه اسمم پل است هم در
سرودن این اشعار بی‌تأثیر نیست.

J E A N - P A U L
S A R T R E

ژان-پل شارل ایمار سارتر (Jean-Paul Charles Aymard Sartre / ۱۹۰۵ - ۱۹۸۰)
فیلسوف و نماینده نویسنده فرانسوی

این شد که رفتیم سراغ **استراتژی «مدل پل»*** یعنی به جای اینکه در عرض یا به شکل افقی فکر کنیم، تصمیم گرفتیم در طول و به شکل عمودی فکر کنیم. ممکنه با خودتون فکر کنیم که ما اشتباه می‌کنیم و پل اقیهه! ولی پل ما عمودیه!

* Bridge Model



← من خودم اسطوره ساختن مفاهیم و جملات غیرقابل فهمم.
شما ادای من را در نیاورید! با چند مثال منظور تان را برای مخاطب روشن کنید تا خدا و بنده خدا از شما راضی باشد.

ERWIN SCHRÖDINGER

اروین رودولف یوزف آلکساندر شروڈینگر
(Erwin Rudolf Josef Alexander Schrödinger / ۱۸۸۷ - ۱۹۶۱)
فیزیکدان مشهور اتریشی

و... از همه مهم‌تر مجموعه رفتارهای مشترک. این گنجینه‌ایه که در کشور فقط همراه اول اون رو در اختیار داره. پس باید از همین نقاط قوت استفاده می‌کردیم.

ما به جای رقابت مستقیم با بازیگران بزرگ و قدیمی تجارت دیجیتال، تصمیم گرفتیم زیرساخت‌های اساسی و پایه در حوزه اقتصاد دیجیتال ایجاد کنیم که تمام کسب‌وکارهای دیگه بتونن از اون استفاده کنن. همه کسب‌وکارهای دیجیتال به کاربران **احراز هویت** شده و نهایتاً **پرداخت مالی** نیازمندند. همراه اول بزرگ‌ترین جامعه مشترکان سیم‌کارت‌های احراز هویت شده کشور رو در اختیار داره. اون هم احراز هویت بسیار کامل و منحصر به‌فرد شامل اطلاعات شناسایی، آدرس، جنسیت



تکون بده... / آغاز کار و ایجاد زیر ساخت ه _____
و چه ک ن م چ ه ک ن م ه _____ ایش





← وقتی از صفر شروع می‌کنی و تا آخرش می‌روی، درست همان وقت است که یک ابرقهرمان خلق شده است.

صفر کاشکولی (۱۳۲۳)
بازیگر ورزشکار ایرانی.

SAFAR KASHKOOLI

وارد فاز عملیاتی شدیم. شرکت رو راه‌اندازی کردیم و شروع کردیم به جذب نیرو. چند نفر اصلی جمع شدن. قرار بود همه چیز از هیچ شروع بشه. از صفر مطلق... کار سختی به نظر می‌رسید. اونقدر سخت که فقط چند تا ابرقهرمان از پشش بر می‌اومدن.



← بزرگترین مشکل ایفای نقش ابرقهرمان اینه که شب که به خانه می‌روی، پسرت انتظار دارد همان کارهای عجیب و غریب را در واقعیت هم انجام بدهی.

کریستین چارلز فیلیپ بیل
(۱۹۷۴ / Christian Charles Philip Bale)
بازیگر انگلستانی

CHRISTIAN BALE

ما ابرقهرمان داشتیم... اونم نه یکی... چند تا... حالا گروه ابرقهرمانامون آماده بودن تا مأموریت‌شون رو انجام بدن.



← گرم بودن بخش‌هایی از بدن به کار کردن بخش‌های دیگر بدن کمک می‌کند. سرمای زمستان‌های مسکو درس‌های زیادی به من داد.

فیودور میخایلوویچ داستایفسکی (۱۸۲۱ - ۱۸۸۱)
Фёдор Михайлович Достоевский
نویسنده مشهور و تأثیرگذار روس

FYODOR DOSTOEVSKY

جالبه بدونین اولین خریدی که انجام دادیم چندتا بخاری برقی کوچیک بود که ابرقهرمانامون بتونن توی سرمای زمستون و اون فضای بزرگ خالی، یه کمی خودشون رو گرم کنن و فکرشون کار کنه.



← ایده‌های بزرگ همه چیز هستند. بین خودمان بماند ولی من با همین شعارهای دهن‌پُرکن از جنگ جهانی سربلند بیرون آمدم.

WINSTON CHURCHILL

وینستون لئونارد اسپنسر چرچیل
(Sir Winston Leonard Spencer Churchill)
سیاست‌مدار بریتانیایی (۱۸۷۴ - ۱۹۶۵)

اولین چیز و تنها چیزی که در اختیارمون گذاشتن یه فضای خالی بود، بزرگ و خالی. چندتا ابر قهرمان توی این فضای خالی بودن که حتی میز و صندلی هم نداشتن... ولی به جاش یه عالمه انگیزه و ایده داشتن.



← برای شروع کارتان تحقیق کنید و برنامه داشته باشید. به جستجوهای سادهی اینترنتی و ویکی‌پدیا هم اعتماد نکنید.

ALIREZA
ALIFAR

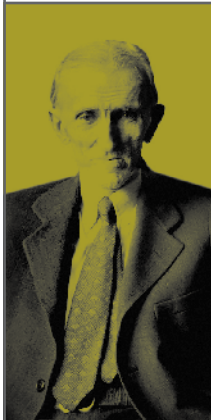
سرهنگ‌علی‌فر
گزارشگر فوتبال ایرانی

خوب ما برای پیاده‌سازی استراتژی‌مون، باید یک تصویر کلی از کوتاه مدت و میان مدت متصور می‌شدیم. این تصویر همون درک ما از چشم‌انداز در حوزه دیجیتال هست. **چشم‌انداز ما** بزرگتر کردن اندازه اقتصاد دیجیتال بود! توی مسیر رسیدن به این چشم‌انداز ما **چند تا اصل** برای خودمون قائل بودیم و هستیم. این اصول شامل: استفاده از دارایی‌های مسکوت همراه اول و ارزش‌آفرینی تجاری از اون‌ها؛ ایجاد هم‌افزایی بین این ارزش‌ها؛ طراحی محصولات به نحوی که هم برای صنعت و هم برای جامعه ارزش‌آفرین باشند؛ حفظ اصل یک‌پارچگی در طراحی محصولات؛ ارائه محصولات در حد و اندازه نام بزرگترین اپراتور خاورمیانه به مشتریان نهایی و اکوسیستم و نهایتاً، ارائه خدمت به مشتریان اپراتورهای دیگه از قلب همراه اول بودند.

کنار هم گذاشتن اصول و چشم‌اندازمون ما رو به سمتی می‌برد که معماری سازمانی‌مون رو طوری طراحی کنیم که قابلیت ارائه محصولات و خدماتمون به صورت B2C و B2B2C ممکن باشه.

← برای درک بهتر برخی اصول به گزارش‌هایی مانند Identifying value at stake for society and industry/weforum مراجعه‌شود.

EBCOM



← **انعطاف‌پذیری یک استراتژی شکست‌ناپذیر است. انعطاف نداشته باشید، دچار از هم گسیختگی مولوکولی می‌شوید.**

این توصیف آکادمیکش بود. عامیانه‌اش را خودتان می‌دانید.

NIKOLA
TESLA

نیکولا تسلا (1856 - 1943 / Nikola Tesla)
فیزیکدان، مخترع و آینده‌پژوه صرب تبار آمریکایی

از اونجایی که استراتژی‌ها در ابتدای راه خیلی کلی بود، در بُعد فنی مجبور بودیم خیلی باز و **انعطاف‌پذیر** فکر کنیم. ما باید زیرساخت‌هایی رو به وجود می‌آوردیم که بتونن به هر نیازی در آینده پاسخ بدن، برای همین رفتیم سراغ متدها و تکنولوژی‌هایی که این امکان رو برامون فراهم کنه.





TOMMASO
D'AQUINO

قدیس توماس آکویناس
(1225 - 1274 / Tommaso d'Aquino)
معروف به حکیم آسمانی، فیلسوف و کیمیاگر ایتالیایی

← من نتوانستم مس را به طلا تبدیل کنم.
ولی ناامید نیستم، در آینده رهروانم خواهد توانست.

کنیم و بعدتر پیشنهادهای دقیق‌تری بهش بدیم. مثل گوگل و آمازون و... اینجاست که اطلاعات به ارزش تبدیل می‌شه. هدف اصلی، سرویس‌دهی به اکوسیستم؛ با استفاده از زیرساخت، داده‌ها و افزایش سرعت خودمون برای رقابت در بازار. الان نمی‌دونیم، شاید در آینده بخواهیم به یک Data Company تبدیل بشیم.



* Platform



← حتی وقتی کد می‌نویسید هم طوری بنویسید که بتوانید صدایش کنید: «یک پارچه آقا»

آلن ماتیسون تورینگ
(1912 / Alan Mathison Turing - 1954)
ریاضی‌دان، دانشمند رایانه
و رمزنگار انگلیسی

ALAN
TURING



مورد استفاده قرار بگیرن. مثلاً ما یک سرویس پرداخت ایجاد می‌کنیم و بعد بسته به استراتژی‌های مختلف، روی کانال‌هایی که با مشتری ارتباط مستقیم داریم (مثل همراه‌من) و هر جای دیگه‌ای که دوست داشته باشیم، اون رو استفاده می‌کنیم و یا حتی در اختیار طرف سوم بیرون از مجموعه قرار می‌دیم.

* Product Oriented
* Customer-Centric

ما در بخش فنی ساختار را به جای «محصول‌محور»^{*}، «کاربرمحور»^{*} طراحی کردیم. با بررسی تجربه‌های گذشته‌ی دیگران به این نتیجه رسیدیم که اگر حجم عظیم اطلاعات جمع‌آوری شده یک‌پارچه نباشه نمی‌تونه تبدیل به ارزش بشه. پس از همین اول اول، باید به فکر یکپارچگی باشیم. تصمیم گرفتیم که یه مجموعه از سرویس‌ها ایجاد کنیم که به صورت پایه خلق شدن و بر اساس استراتژی‌های مختلف می‌تونن روی سکوها یا اپلیکیشن‌های متفاوت

EBCOM

← کار بزرگ سخت است.
کار آسان بزرگ نیست.
در نتیجه، کار سخت آسان است.



J AVAD KHIABANI

جواد خیابانی (۱۳۴۵)
گزارشگر فوتبال ایرانی،
مجری و تهیه‌کننده تلوزیون

اتفاقا این رویکرد کار رو برامون سخت‌تر کرد، تا جایی که مجبور شدیم به ساختارهای سازمانی چابک‌تر که توش تجربه آن‌چنانی نداشتیم فکر کنیم. از طرف دیگه، نگاه ما به محصولاتمون پروژه محور نبود و در واقع محصولاتمون رو مثل یک بچه که به دنیا می‌یاریم و مسئول مراقبت از اون هستیم می‌دیدیم. ساختاری که تمرین کردیم به ساختار Spotify معروفه. یاد گرفتنش کمی زمان برد اما تونستیم تا حد خوبی در سازمان پیاده‌اش کنیم.

EBCOM

← چابکی از ملزومات
ابرقهرمانی‌ست. حتی از
لباس زیپ‌دار هم واجب‌تر.



استنلی مارتین لیبر
(Stanley Martin Lieber / ۱۹۲۲ - ۲۰۱۸)
معروف به استن لی، نویسنده و منتشرکننده
کتاب‌های کمیک (مارول)

S T A N L E E

از طرف دیگه از متدولوژی مایکرو سرویس* استفاده کردیم و برای این‌که بتونیم در زمان کم قدرت انتقال سریع و آسان داشته باشیم و چابکی خودمون رو حفظ کنیم یک تیم ESB* تشکیل دادیم. در این مسیر از استانداردهایی* پیروی می‌کردیم. این تیم ما رو قادر می‌کنه که بتونیم در زمان کم، تعداد بالایی API تولید کنیم و در اختیار مشتری قرار بدیم.

* Micro Service
* Enterprise Service Bus
* TM Forum





← شعاری که به آن عمل کنید، دیگر شعار نیست. اسمش را عوض کنید.

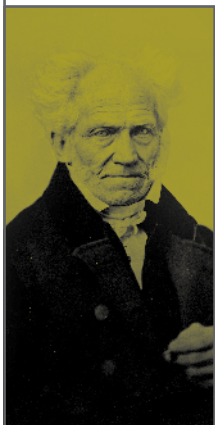
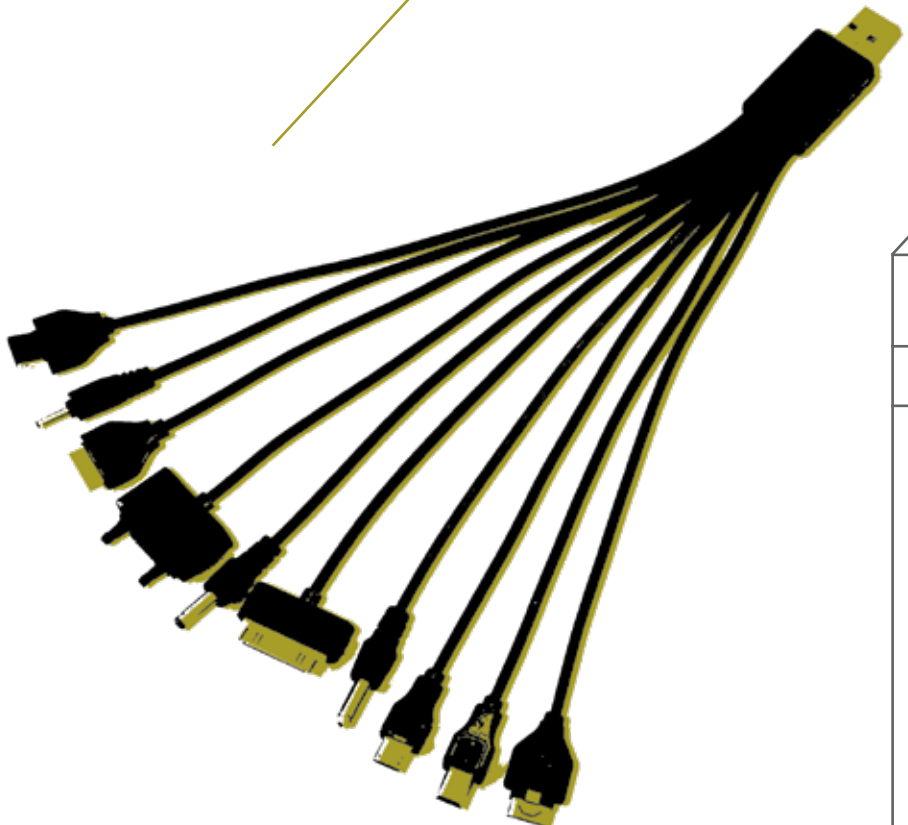
نیکولو دی برناردو دِ ماکیاولی
(۱۵۲۷-۱۴۶۹ / Niccolò di Bernardo dei Machiavelli)
فیلسوف سیاسی و شاعر ایتالیایی

NICCOLÒ MACHIAVELLI

شعاری در مایکرو سرویس هست که می‌گه «کد رو خیلی ساده تولید کن، طوری که کل سرویس خلق شده، یک کار کوچک و جزئی انجام بده ولی با کیفیت عالی.»
ما خیلی به این رویکرد وفادار بودیم. اجزای کوچکی تولید کردیم با کارکردهای کوچک و محدود، ولی همان کار کوچک با بهترین کیفیت و توان اجرایی ارائه می‌شد.
شعار دیگه‌ای که برامون مهم بود و بهش عمل می‌کردیم این بود: «**کد رو یک بار تولید کن، چند بار استفاده کن.**»
هدف ما هم همین بود که سرویس‌ها رو یک بار تولید کنیم و ساختار و فرآیندهای کسب و کاری* را به بار بچینیم ولی به قدری منعطف که هم در B2B2C و هم در B2C و هم از طریق اپلیکیشن‌های مختلف قابل استفاده باشه.

* Business Flow

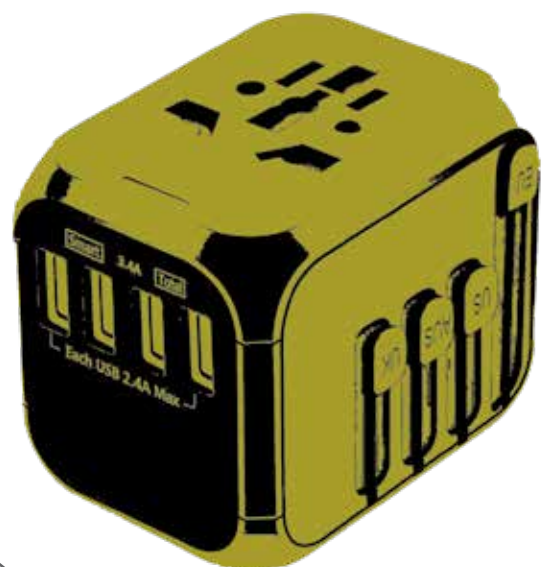
EBCOM



← از خوشبختی‌ها اینست که یک چیز داشته باشی و کار صد چیز را برایت بکند. البته اگر اصلاً خوشبختی وجود خارجی داشته باشد. من که شک دارم.

ARTHUR
SCHOPENHAUER

آرتور شوپنهاور
(۱۸۶۰ - ۱۷۸۸ / Arthur Schopenhauer)
فیلسوف آلمانی، معروف به بدبین‌ترین فیلسوف تاریخ



مثلاً **API کیف پول** ما فقط یک دونه API هست. اما همین یک API احراز هویت، چند متد پرداخت، چند متد پیشبرد فروش و قابلیت‌های دیگه ای در خودش گنجونده.*
درسته که این API پیچیده‌ست ولی یک دونه‌ست و چه اپلیکیشن‌ها و چه فروشگاه همراه اول و چه اپلیکیشن همراه من و چه مشتریان B2B و چه B2C، همه دارن با همین API کار می‌کنن.



* برای دیدن جزئیات بیشتر به صفحه ۹۶ مراجعه کنید



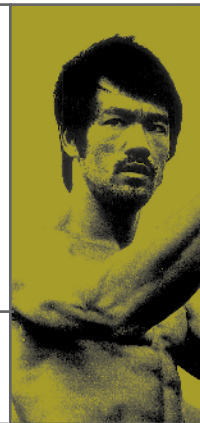
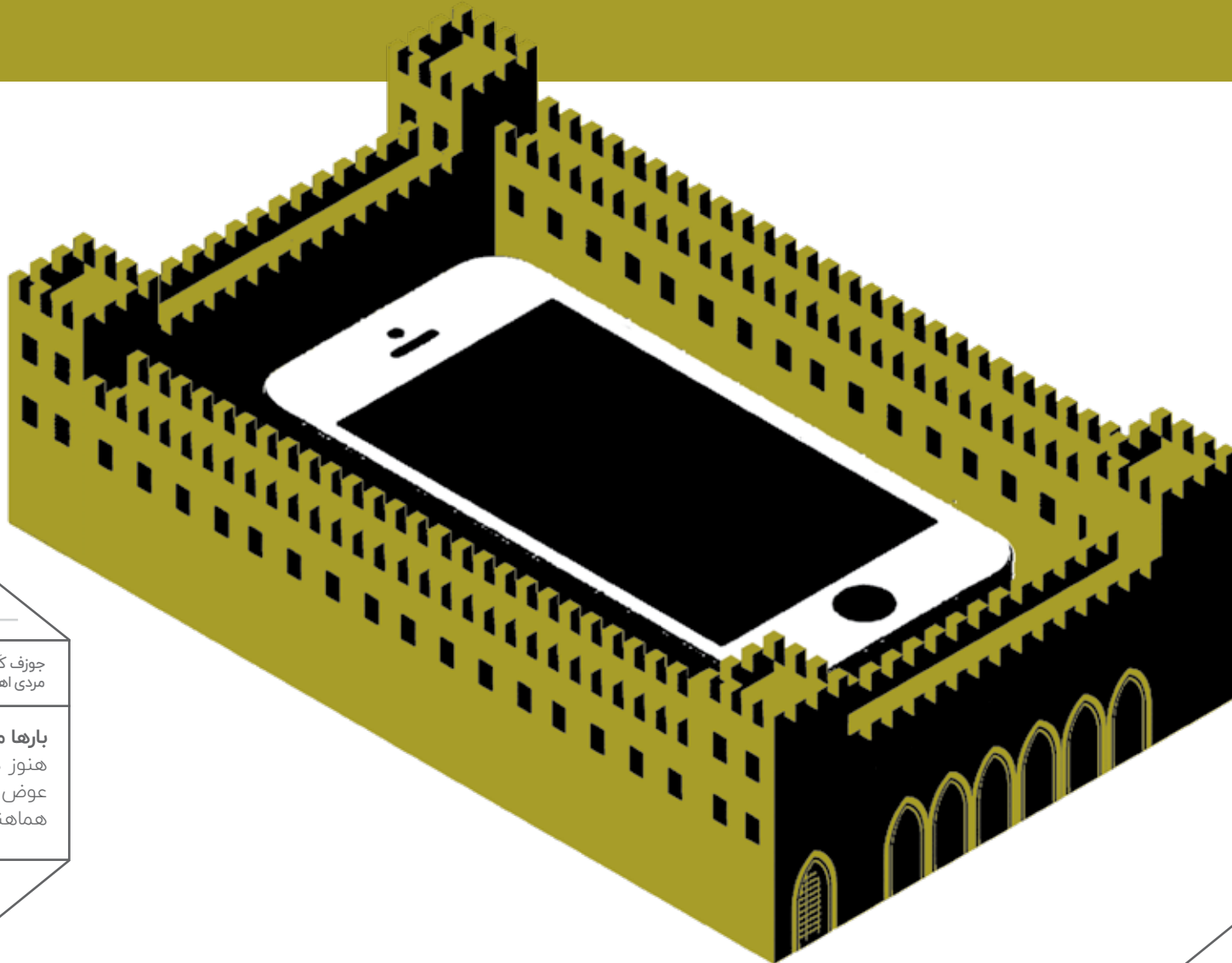
← از تغییر نترسید؛ از کجا معلوم آن چیزی که هستید خوب است؟ گاهی یک نگاه در آینه بکنید؛ جای دوری نمی‌رود.

JOSEPH CAREY
MERRICK

جوزف کری مریک (Joseph Carey Merrick/۱۸۶۲-۱۸۹۰) مردی اهل انگلستان که به‌دلیل مشکل فیزیکی چهره‌اش به مرد فیل‌نما نیز معروف است.

بارها مجبور شدیم به سری کدها رو بریزیم دور و دوباره از اول شروع کنیم.

هنوز هم مدام بچه‌های تیم فنی رو آماده نگه می‌داریم. هر لحظه ممکنه دیتابیس عوض کنیم و یا ممکنه لازم باشه بخشی از کدها رو عوض کنیم و با دیتابیس جدید هماهنگ بشیم.



BRUCE
LEE

← اگر می‌خواهید خوب دفاع کنید، باید بدانید از کجا ممکن است ضربه را بخورید.

لی جن فان (李振藩) مشهور به بروس لی (Bruce Lee/۱۹۴۰-۱۹۷۳) استاد هنرهای رزمی چینی، بازیگر فیلم‌های اکشن، استاد فلسفه، نظریه‌پرداز و بنیان‌گذار روش رزمی جیت کان دو (هماهنگ‌کننده بین دفاع و حمله)

حالا اهمیت این چیه؟ ما خیالمون راحت‌تره که **تمام پرداخت‌های ما** از یک نقطه داره رد می‌شه و اگر مشکلی پیش بیاد دقیقاً می‌دونیم کجا بریم برای پیدا و مرتفع کردنش. دیگه لازم نیست کلی بگردیم و بفهمیم مشکل از کجاست و پارامترهاش چی بوده و چه و چه... ما حتی وقتی قصد داریم به قابلیت* به سرویس‌هامون اضافه کنیم، اول بررسی می‌کنیم که آیا ممکنه این قابلیت بعدها در

* Feature

EBCOM



فرهنگ داشته باش!

داستان مس — تندسازی
و مص — ائیش





◀ تغییر خوب است اما نه در مورد استانداردها؛ هر چیزی اندازه‌ای دارد. معصوم که نیستم. حرف مفت هم زیاد زده‌ام.

SPENCER
JOHNSON

پاتریک اسپنسر جانسون
(۱۹۳۸-۲۰۱۷ / Spencer Johnson)
پزشک و نویسنده آمریکایی
نویسنده کتاب «چه کسی پنیر مرا جابه‌جا کرد؟»

در مسیر خیلی چیزها تغییر کرد و خیلی چیزها ممکنه تغییر کنه ولی چیزی که هیچ وقت تغییر نکرد و بسیار به اون پایبند بودیم، «**مستندسازی**»^۱ه. گرچه سخت‌ترین بخش کار ما در تیم فنی همین بود و زمان و انرژی زیادی از ما گرفت ولی معتقدیم عامل رسیدن ما به نقطه‌ای که امروز بهش افتخار می‌کنیم، همین مستندسازی^۲ه.

◀ به مراجعی مانند

The importance of documentation/ATLASSIAN مراجعه گردد.

EBCOM



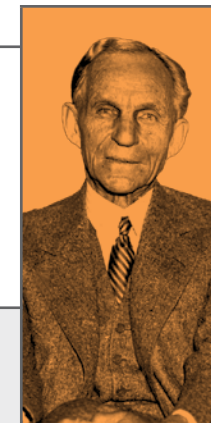
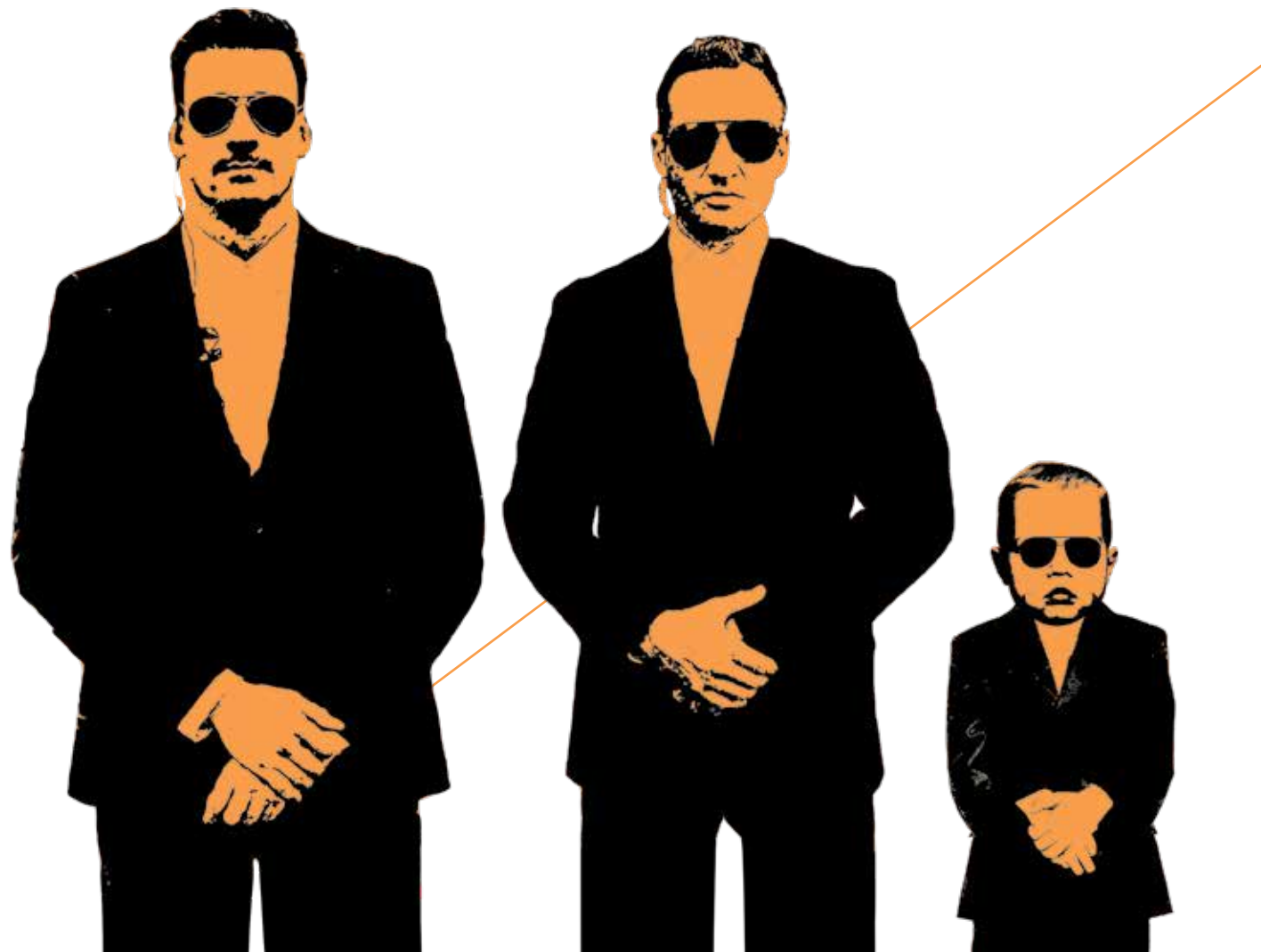
◀ اگر خلق کردی رهایش نکن، شاخه گل سرخ مراقبت می‌خواهد. کدها نیز دل دارند... اپلیکیشن‌ها هم حس می‌کنند... همچون کودکی، در آغوش حمایت بگیر آنها را تا رستگار شوی، تا رستگار شوند...

NIZAR
QABBANI

نزار توفیق قبانی (۱۹۲۳-۱۹۹۸)
دیپلمات، شاعر، نویسنده و ناشر سوری

ما در لایه‌های مختلف فنی، مستندسازی رو به شکل سفت و سختی جدی گرفتیم. از نقطه آغاز و تحلیل تا نقطه پایان و تولید یک محصول. حالا ممکنه این محصول یک اپلیکیشن باشه یا یک سرویس. به هر جهت همه چیز باید مستندسازی می‌شد. بخش سخت و طاقت‌فرسای این کار بر می‌گرده به اینکه ما تا الان عمدتاً پروژه محور کار کرده بودیم و **باید ذهنیت مون رو تغییر می‌دادیم**. قراره موجودی خلق کنیم که تا آخر عمر باید از اون مراقبت کنیم.





👉 چه فکر کنید می‌توانید کاری را انجام دهید، چه فکر کنید نمی‌توانید، در هر صورت حق با شماست. من علاوه بر اتومبیل، جمله‌های تزیینی زیادی هم ساختم. راستش این جمله‌ها بیشتر از اتومبیل‌ها برایم سود داشت.

هنری فورد، (Henry Ford) (۱۸۶۳ - ۱۹۴۷)
کارآفرین، مخترع و نظریه‌پرداز آمریکایی
که شرکت خودروسازی فورد را در سال ۱۹۰۳
تأسیس کرد.

HENRY
FORD =

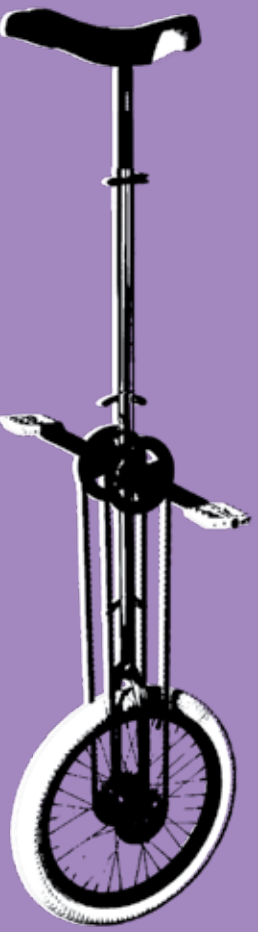
مشکل بعدی سرعت زیاد و محدودیت منابع مون بود. ما باید می‌تونستیم بچه‌هایی که به **تیم‌مون** اضافه می‌شدن رو با سرعت زیادی با بقیه هماهنگ کنیم. راه حلی که پیدا کردیم «استانداردسازی» و «مستندسازی» بود. البته برخی مواقع هم کمی تند رفتیم و شاید بیش از حد نیاز زمان برای مستندسازی صرف کردیم.

تیم‌های کاری EBCOM

ESB	Finance
Back-end	FMRA
Application	CEM
Quality Assurance	BI/BA
Front-end	Office Management
Scrum	HR
DevOps	Customer Support
Cyber Security	Strategy
NOC	API Console
IT Corporate	Business Development
Marketing	Block-chain
Creative	Board of Directors
UI/UX	CEO Office
Product	Contracts
Fintech	

مجبوریم! مے فہمے؟ مجبور!

داســــــتان پرفــــــورمنس



پنجم



* Performance
* Low Test

EBCOM





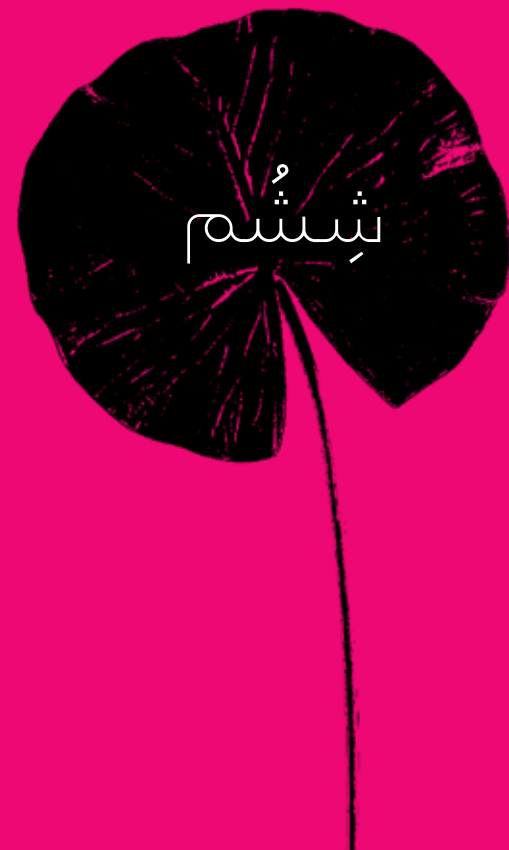
* Cassandra/Oracle/MySQL/Couchbase

EBCOM

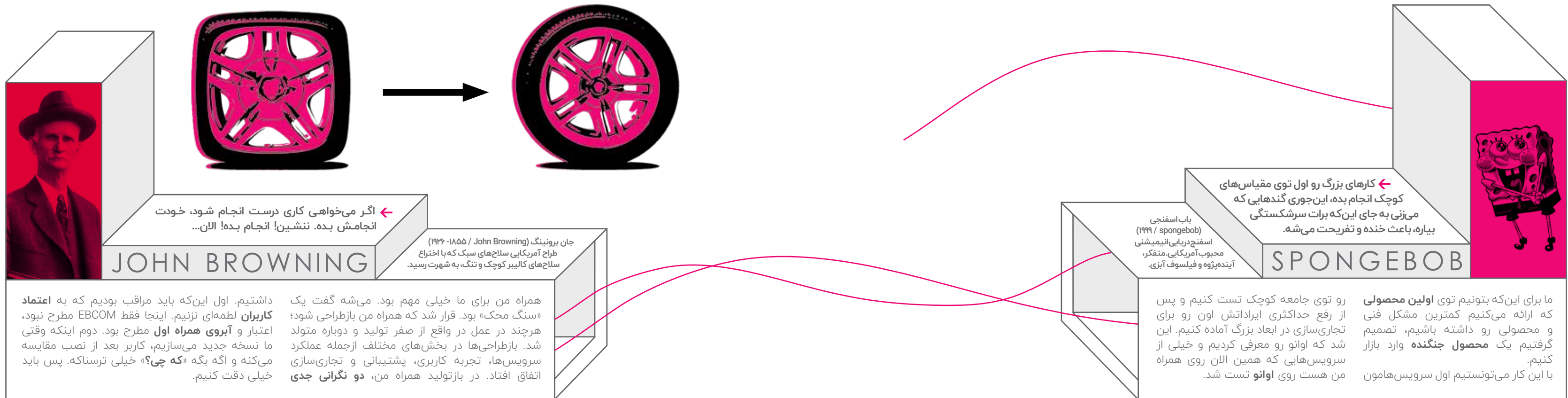


کیمیائی به زبان ساده

داسټان طراحے و تولد دوباره
اپلیکیشن هم راه من



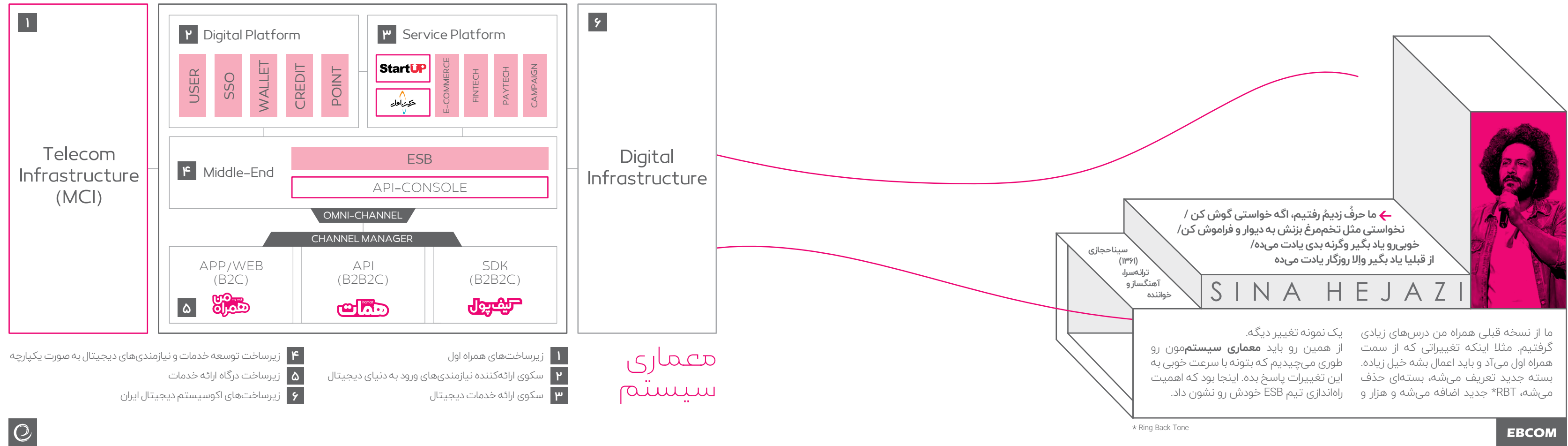
نِشَم

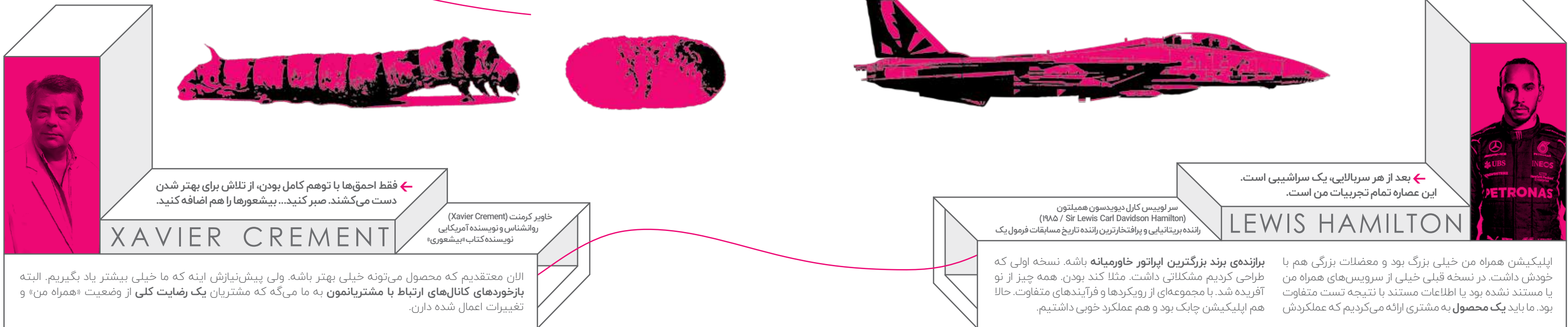


* Fighter Product

EBCOM









وقت‌شده، وقت‌شده رفتن، وقت‌شده...

داستان تجاری سازی همراه من
و مهاجرتی برای مهاجرت بزرگ



هفتم

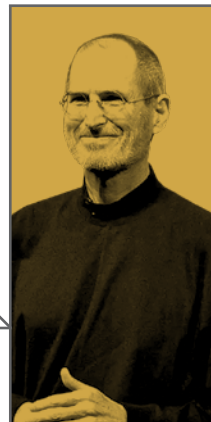


← می دانید سخت ترین کار دنیا بعد از کار در معدن چیست؟ تغییر دادن تصویر شکل گرفته از یک محصول در ذهن مشتری. الان که فکر می کنم حتی از کار در معدن هم سخت تر است.

SUSAN
CHRITTON

سوزان کریتون (Susan Chritton / ۱۹۵۸)
متخصص برندسازی آمریکایی
و نویسنده کتاب برندسازی به زبان آدمیزاد

حالا همراه من آماده بود برای **تجاری سازی** در ابعادی معادل **تمام مشتریان همراه اول**. اینجا هم کار سختی پیش رو داشتیم. باید تمام کاربرهای قدیمی رو به نسخه جدید انتقال می دادیم و تعداد کاربران رو به اندازه خود همراه اول بزرگ می کردیم.



← مهاجرت مثل تیغی دو دم است. خوب و بد دارد. گاهی خانهات را رها می کنی و می روی؛ این دردناک است اما گاهی از اپلیکیشن قدیمی به ورژن از نو طراحی شده اش مهاجرت می کنی، آن هم بدون فورس آپدیت! این خودِ خوشبختی ست.

استیون پال جابز (Steven Paul Jobs / ۱۹۵۵ - ۲۰۱۱)
کارآفرین و مخترع آمریکایی - عرب. از جابز به واسطه سوری بودن پدرش، به عنوان یک آمریکایی عرب می شود.

STEVE
JOBS

حالا محصول به حدی رسیده بود که بچه های **تجاری سازی** وارد صحنه بشن. در مسیر تجاری سازی قطب نمای ما تنظیم شده بود تا همیشه به سمت «ارزش آفرینی» هدایت مون کنه. این ارزش آفرینی ها از طریق «کارزار» های مختلفی که طراحی کردیم، باید اتفاق می افتاد. «خرده کارزار» های زیادی هم داشتیم. خیلی زود نتیجه کارزارها رو دیدیم و مهاجرت بزرگ آغاز شد. ما در همان بازه زمانی کمتر از یک ماه در نوروز ۱۴۰۰ تونستیم آمار مهاجرت بالای **۸۰ درصدی** به نسخه جدید رو ثبت کنیم.

* Campaign
* Micro Campaigns
* Force Update

EBCOM

+۸۰٪

مشتریانی که کمتر از «یک ماه»
به نسخه جدید مهاجرت کرده اند

فروردین ۱۴۰۰

- صفر -

تعداد به روزرسانی اجباری
برای نصب نسخه جدید

فروردین ۱۴۰۰



میانگین تعداد مهاجرت روزانه

فروردین ۱۴۰۰

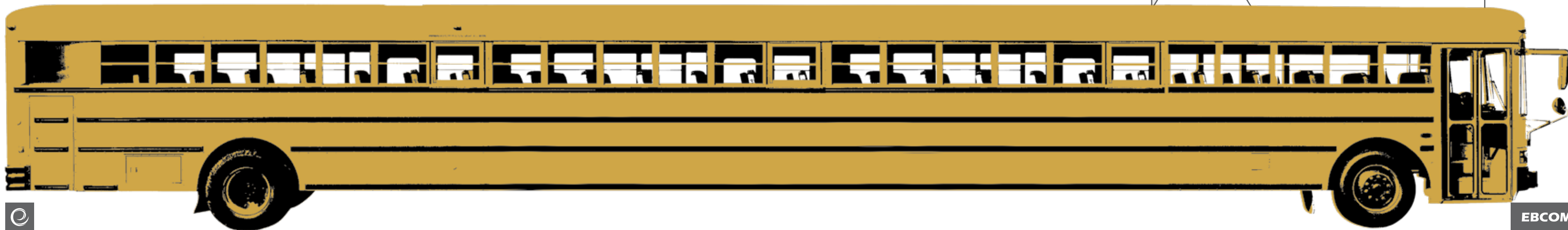
+۷ میلیون

تعداد کاربران مهاجرت کرده
به نسخه جدید «همراه من»

در فروردین ۱۴۰۰

آمار مهاجرت به نسخه جدید

این آمار بیانگر میزان مهاجرت کاربران از نسخه قدیمی به نسخه توسعه داده شده «همراه من» توسط «EBCOM» در فروردین ۱۴۰۰ است.



EBCOM



← رضایت مشتری مثل دعای خیر پدر و مادر است. به کسب و کارتان برکت می‌دهد. هرچند ما هیچ‌کدامشان را نداشتیم؛ نه رضایت مشتری و نه دعای خیر پدر و مادر!

RICHARD MCDONALD
MAURICE MCDONALD

ریچارد و موریس مک‌دونالد
(Richard and Maurice McDonald)
کارآفرینان آمریکایی و بنیانگذار رستوران‌های زنجیره‌ای مک‌دونالد

در این مرحله همراه من در جایگاه خوبی قرار گرفته بود اما نمی‌دونستیم میزان رضایتمندی کاربران چقدره. وقتش بود که سراغ کارزارهایی برای مشخص کردن **میزان رضایت مشتری** بریم. از راه‌های مختلف میزان رضایت مشتری از اپلیکیشن «همراه من» رو مورد سنجش قرار دادیم و نتایج اون هم بسیار راضی‌کننده بود.



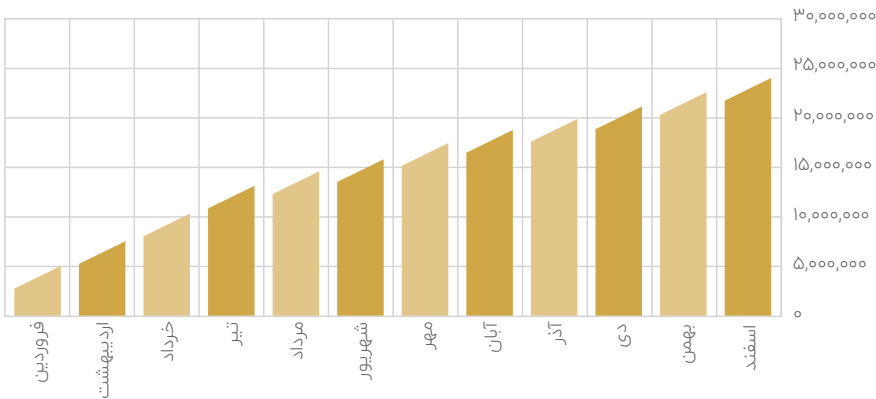
← من در بسیاری از مواقع روش دهان به دهان را ترجیح می‌دهم؛ مخصوصاً در تبلیغ.

RUPERT
MURDOCH

کیث روپرت مرداک
(Keith Rupert Murdoch / ۱۹۳۱)
سرمایه‌دار آمریکایی و سهامدار اصلی ابر شرکت «نور»

درسته که ما کارزارهای مختلفی داشتیم ولی بیش از هر چیزی **تبلیغات دهان به دهان** توسط خود کاربران بود که تونست این نتیجه درخشان رو رقم بزنه. حالا وقتش بود که اعداد رو بزرگ و بزرگ‌تر کنیم. دو گروه هدف داشتیم. مهاجرت نکرده‌ها و آنهایی که اصلاً «همراه من» رو نداشتند. تصمیم گرفتیم کاربران را گروه به گروه به اپلیکیشن «همراه من» بیاوریم. کمپین بزرگی طراحی شد به اسم «چرا نسخه جدید همراه من؟» و نشان دادیم که همراه من نسبت به نسخه قبلی تفاوت‌های زیادی کرده. چند مزیت مهم (مثل **دسترسی به کل خدمات همراه اول**) را از طریق فضای محیطی و دیجیتال و داخلی اطلاع‌رسانی کردیم. نتایج باز هم جذاب‌تر شد.

تعداد نصب کل نسخه جدید (سال ۱۴۰۰)



نسخه جدید با ظاهر و قابلیت‌های متفاوت عرضه شد و این آمار تعداد نصب نسخه جدید را در تمام استورها نشان می‌دهد.

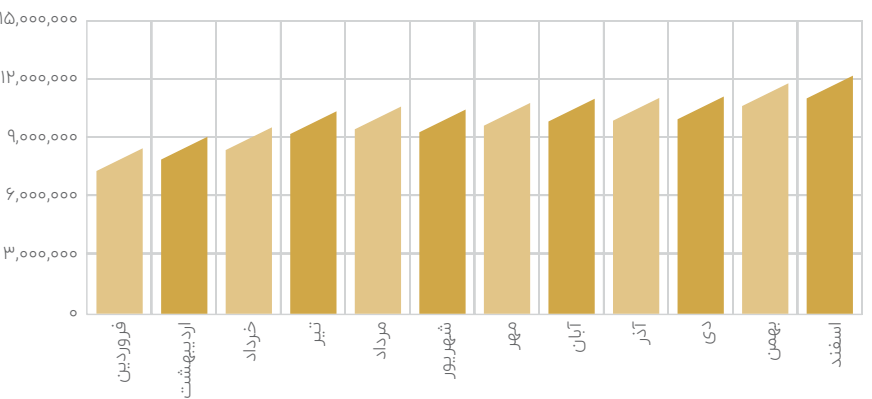


رکورد نصب
«همراه من»
در یک ماه

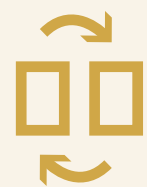
۵,۰۴۱,۹۷۱
فروردین تا آذر ۱۴۰۰



تعداد نصب کافه‌بازار (سال ۱۴۰۰)



این نمودار نشان‌دهنده تعداد کاربرانی است که به طور همزمان همراه من و کافه بازار را نصب دارند. این آمار تجمعی نیست و کاربران فعال را نشان می‌دهد (افرادی که همچنان همراه من را نصب دارند و پاک نکرده‌اند).



آمار کاربرانی که در
طول دوره از نسخه
قدیم به نسخه جدید
مهاجرت کرده‌اند

+۹۵٪
فروردین تا آذر ۱۴۰۰



۴,۴

امتیاز در «گوگل پلے»



۳۸۰,۰۰۰
نظر (کامنت)

۴,۹

رکورد امتیاز در «گوگل پلے»



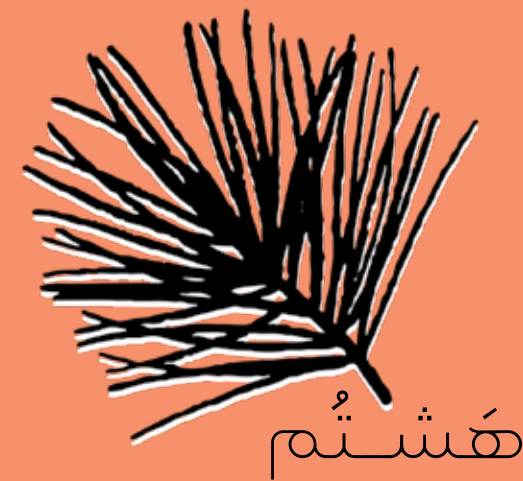
۲۴۴,۰۰۰
نظر (کامنت)

همراه
من

آمار
نصب



رفیق کسب و کارتم | داستان کنسول API و چالش‌هایش



THOMAS
EDISON

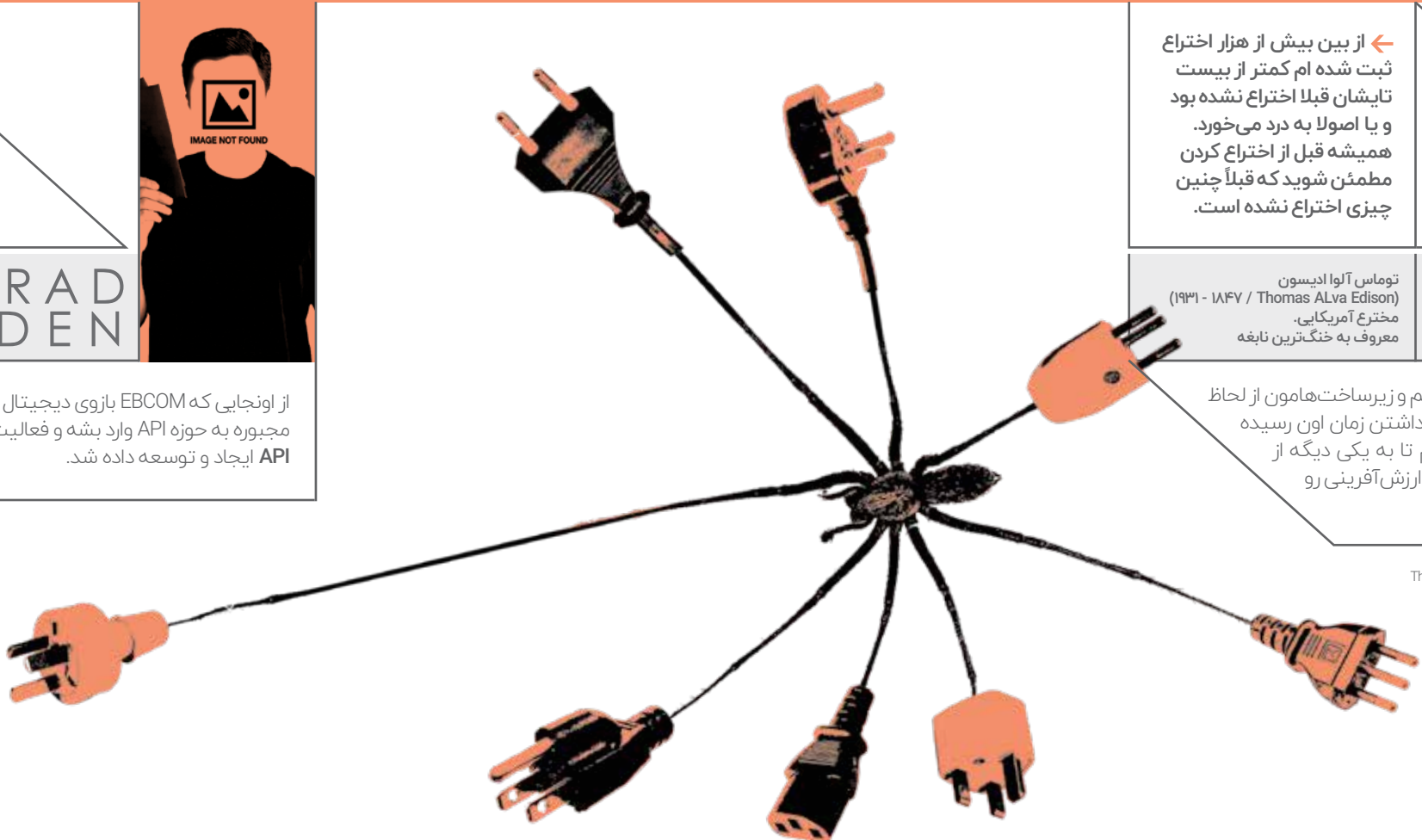
← از بین بیش از هزار اختراع ثبت شده ام کمتر از بیست تایشان قبلاً اختراع نشده بود و یا اصولاً به درد می خورد. همیشه قبل از اختراع کردن مطمئن شوید که قبلاً چنین چیزی اختراع نشده است.

توماس آلوا ادیسون
(۱۸۴۷ - ۱۹۳۱ / Thomas Alva Edison)
مخترع آمریکایی.
معروف به خنگ ترین نابغه

حالا که خودمون یک سری محصولات راهی بازار کرده بودیم و زیرساخت هامون از لحاظ عملکردی زیر بار تست رفته بودند و عملکرد قابل قبولی داشتن زمان اون رسیده بود که بریم سراغ ارائه این زیرساخت ها به اکوسیستم تا به یکی دیگه از اصول مون، یعنی ارزش آفرینی برای صنعت، بپردازیم. این ارزش آفرینی رو می خواستیم از **درگاه API** انتقال بدیم.

← به آموزه هایی مانند
The ten digital transformation journeys of the telco/TMforum
مراجعه گردد.

EBCOM

MEHRAD
HIDDEN

← پر رو قرنیه مشکی،
قلدر چارشونه کشتی
گاز می دم زیگزاگی عشقی

مهراد مستوفی (هیدن)
خواننده رپ ایرانی

از اونجایی که EBCOM بازوی دیجیتال همراه اول محسوب می شه، طبیعیه که مجبوره به حوزه API وارد بشه و فعالیت کنه. به همین منظور یک **کنسول API** ایجاد و توسعه داده شد.

KIM JONG
UN

کیم جونگ اون
(۱۹۸۴)
رهبر جمهوری دموکراتیک خلق
کره (کره شمالی)

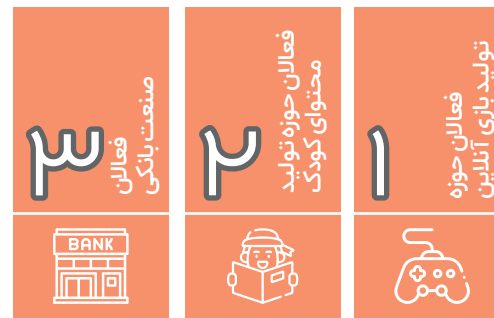
← همیشه دلم
می خواسته اول و آخر
داستان را من مشخص
کنم. برای همین این
همه محبوبم! بخاطر
همین دموکرات بودم.

در حوزه API ما هم با «کاربران نهایی»* سر و کار داریم، هم کسب و کارها. در واقع جنس خدمتی که ارائه می کنیم B2B2Cئه. یعنی ما خدمتی را به یک کسب و کار دیجیتال ارائه می دیم و اون کسب و کار خدمت ما رو تبدیل به سرویس می کنه و به کاربران ارائه می ده.

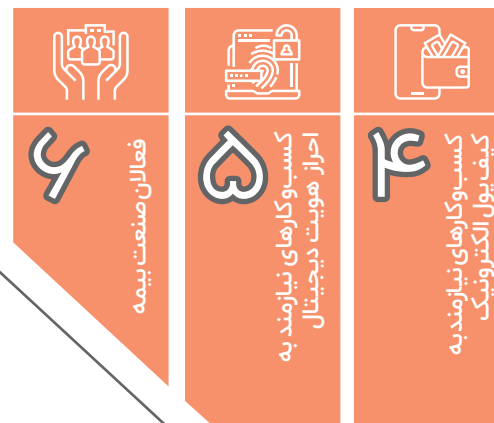
هر کاربر در فضای یک کسب و کار دیجیتال سفری رو آغاز می کنه، آغاز این سفر **احراز هویت** و پایانش **پرداخت**. همین دو نقطه، یعنی آغاز و انجام سفر کاربر، نقاط تمرکز ما در حوزه API ئه. ما مجموعه ای از سرویس های امنیتی و پرداخت رو داریم که در قالب API به کسب و کارها ارائه می دیم و به توانمندسازی اکوسیستم کمک می کنیم.



* End User



مخاطبان ای پی آی



برخی از API های تجاری شده



کیف پول الکترونیک	۱	لیست کنترل کاربران	۷
احراز هویت پیامکی	۲	شناسایی مالکین اشیاء پیدا شده و گمشده	۸
احراز هویت کاربر	۳	شناسه دستگاه استعلام	۹
خدمات مربوط به کاربران	۴	اینترنت کودک	۱۰
ارسال پیامک	۵	شارژ سیم کارت	۱۱
احراز هویت کلاینت	۶	برداشت از کیف پول	۱۲



برخی از API های در حال تجاری سازی

آهنگ پیشواز همراه اول	۱	محدودیت تماس همراه اول	۸
خدمات سیم کارت	۲	سرویس های تکمیلی همراه اول	۹
برداشت دوره ای	۳	وفادری همراه اول	۱۰
استعلام قبض	۴	هشدار تماس ناموفق	۱۱
جزئیات قبض	۵	خدمات ارزش افزوده همراه اول	۱۲
استعلام IP	۶	صندوق صوتی همراه اول	۱۳
شماره مجازی	۷	خرید بسته	۱۴



حوزه های تمرکز

- ۱ احراز هویت دیجیتال
- ۲ پرداخت
- ۳ خدمات اپراتوری



DAVID
MISELL

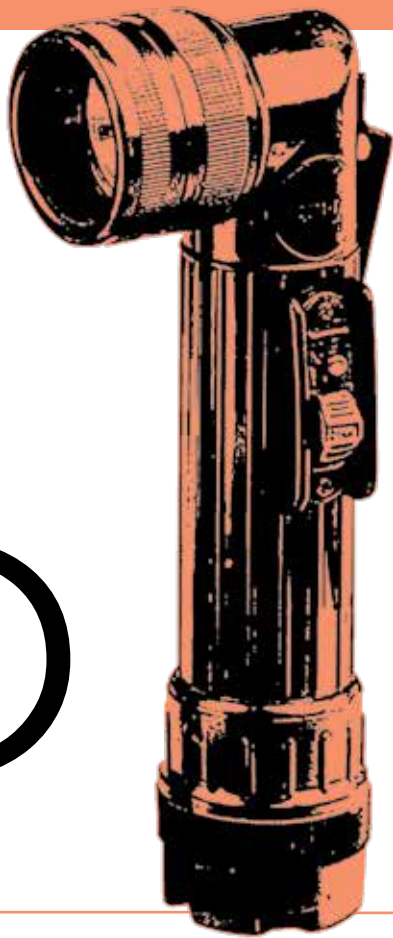
دیوید میسل (David Misell)
مخترع انگلیسی چراغ قوه

← اولین ها همیشه راه را روشن می کنند. البته یک چراغ قوه هم همین کار را می تواند بکند. تازه مشکلاتش هم کمتر است.

اما **یه مشکل بزرگ** وجود داشت. این اولین بار بود که چنین سرویس‌هایی ارائه می‌شد و همیشه اولین بارها سختی‌ها و چالش‌های خاص خودشون رو دارن. قبل از این اپراتور API‌هاش رو جسته و گریخته در اختیار اکوسیستم قرار داده بود، ولی این تبدیل به یک حرکت منسجم و روش‌مند نشده بوده. یعنی اگر صاحب یک کسب‌وکار دیجیتال نیاز داشت که از اپراتور API بگیره نمی‌دونست به کجا باید مراجعه کنه و چه کاری انجام بده. اما حالا، برای اولین بار، این روند شفاف و مشخص شده و هر کسی نیاز به API داشته باشه می‌تونه روی سکویی* به نام «**همات**» ثبت نام کنه و سرویس مورد نظرش رو انتخاب کنه و ازش بهره‌مند بشه.

* Platform
قابل دسترسی از طریق www.developer.ebcom.ir

EBCOM



API

← زیاد دنبال چالش نروید که نودتان تبدیل می‌شود به صد و بیست.

عادل فردوسی‌پور (۱۳۵۳)
گزارشگر فوتبال
و تهیه‌کننده تلویزیون

ADEL
FERDOSIPOOR

تنوع مشتری‌ها و سرویس‌هایی که در حوزه API ارائه می‌شه خیلی زیاده و همین باعث می‌شه چالش‌های زیاد و متنوعی رو هم تجربه کنیم. ما با دو گروه اصلی چالش‌ها دست و پنجه نرم می‌کنیم. اول، تحویل گرفتن API‌ها از همراه اول **در قالبی استاندارد**. ما اگر API‌ها رو در قالب مورد نظرمون از اپراتور تحویل بگیریم می‌تونیم با اضافه کردن ارزش افزوده به اون‌ها، محصولات مستقل و قابل

ارائه به بازار تولید کنیم. دومین چالش، **بالغ نبودن کسب‌وکارهاست**. با وجود سوابق قبلی، هنوز کسب‌وکارهای دیجیتال در استفاده از API‌ها به بلوغ نرسیدن و همین کار ما رو پیچیده می‌کنه. ما مجبور شدیم جاهایی فراتر از ارائه صرف API بریم و وارد حوزه «مدیریت محصول»* بشیم. اگر صرفاً می‌خواستیم در نقش ارائه‌کننده API ظاهر بشیم، سرعت رشدمون کند بود.

* Product Management





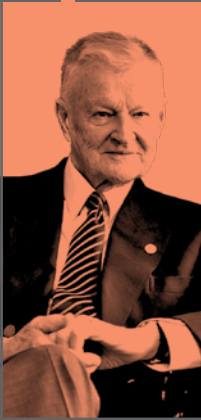
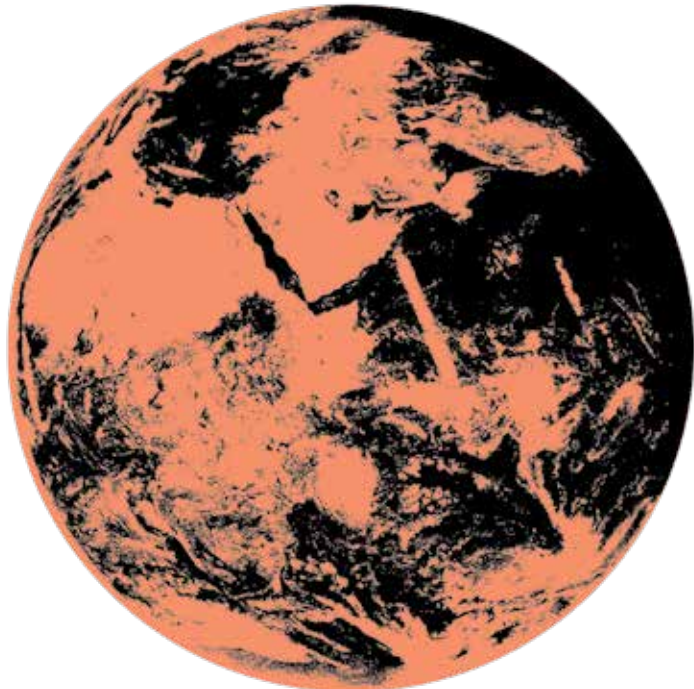
ANTHONY
ROBBINS

← راه میانبر موفقیت دنبال کردن جای پای آدم های موفق است. البته اگر جای پایي باشد.

آنتونی رابینز (Anthony Robbins) سخنران و نویسنده آمریکایی، نویسنده کتاب موفقیت نامحدود در ۲۰ روز

در حوزه API، هر قراردادی منحصربه فرد است؛ چون سرویس ارائه شده اساساً متفاوت و یگانه. نقشی که قرار بود ما در همکاری با شریکمون ایفا کنیم هم همین خصوصیت رو داشت.

همراه اول حدود ۳۵۰ API می تونه در اختیار اکوسیستم بگذاره که ما بر اساس اونها سرویس ها و خدمات جدید طراحی کنیم. تا اینجا حدود ۱۶۰ API قابل دسترس شده و ما هم حدود ۷۰ سرویس/متد طراحی و آماده کردیم که قابل ارائه به اکوسیستم است.



Z B I G N I E W
B R Z E Z I N S K I

زیبگنیف برژینسکی (Zbigniew Brzezinski / ۱۹۲۸ - ۲۰۱۷)
استراتژیست، لهستانی-آمریکایی
مشاور امنیت ملی جیمی کارتر

← برای آینده ات برنامه بریز یا انجامشان می دهی و موفق می شوی یا تا سال ها به آرزوهای دور و درازت می خندی و شاد می شوی. یک بازی دو سر بُرد.

در برنامه ریزی هامون برای سال ۱۴۰۱، جوامع هدفی رو مشخص کردیم که قصد داریم خدمات حوزه API رو در این جوامع ارائه کنیم و گسترش بدیم. علاوه بر کسب و کارهایی که نیازمند خدمات پرداخت و کیف پول و احراز هویت هستند، کسب و کارهای نیازمند اینترنت کودک، توسعه دهندگان بازی های کامپیوتری، فعالان صنعت بانک و فعالان صنعت بیمه از جوامع هدفی هستند که قابلیت استفاده از خدمات حوزه API ما را دارند.

آمار ESB

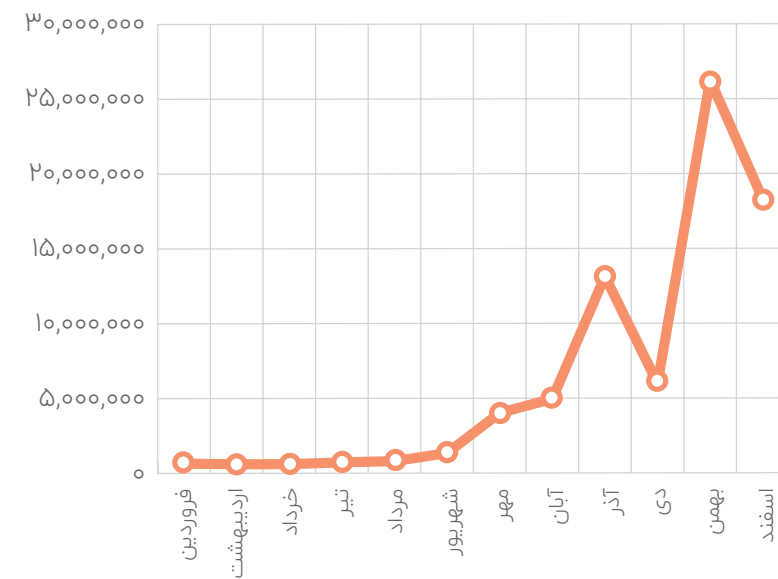
۵۰+ میلیون
میانگین روزانه API فراخوانی شده

۱۰۲+ میلیون
بیشترین API های فراخوانی شده در یک روز

۹۹.۷۲۶۲٪
نرخ موفقیت API های فراخوانی شده

۱۲٪
خطای کاربری (خطاهایی که حاصل اشتباه کاربران در اپلیکیشن است؛ مانند وارد کردن رمز اشتباه).

۵۸۸۰٪
میزان رشد در دوره



ای پی ای های فراخوانی شده
از کنسول «همات»



EBCOM



عاشقِ بندِ کیفیتم...

داستانِ کیف پول و اِوانو کارت
و قابلیت هایش



نهم



← در عجبم از آنهایی
که هنوز کیف پول
چرمی می‌سازند. از آنها
عجیب‌تر، مردمی هستند
که این کیف پول‌ها را
می‌خرند.

SATOSHI
NAKAMOTO

ساتوشی ناکاموتو
(۱۹۷۰ / Satoshi Nakamoto)
مخترع بیت‌کوین

اما بریم سراغ یکی از کسب‌وکارهای* اصلی‌مون؛ یعنی کیف پول. ما برای انجام عملیات پرداخت یک سرویس پایه‌ای ساختیم که هم اپلیکیشن‌های خودمون ازش استفاده کنن و هم بتونیم از طریق اون به اکوسیستم خدمات بدیم. اینجا هم از همون رویکرد همیشگی استفاده کردیم؛ یکپارچگی. وقتی **کیف پول یکپارچه** باشه کاربر می‌تونه تمام قابلیت‌های کیف پولش رو ببینه؛ تمام برداشت‌ها و واریزها و دلیل آن‌ها. اگر پولی پرداخت شده و سرویس انجام نشده، مبلغ بلافاصله عودت داده می‌شه و دیگه لازم نیست مشترک هر بار روی درگاه پرداخت بره و همه اون مراحل رو طی کنه. روش‌های متنوع و جدیدی هم برای شارژ کیف پول در برنامه تدارک دیدیم. مثلاً شارژ از طریق MPG* که باعث می‌شه کاربر از اپلیکیشن بیرون نره. این قابلیت در اپلیکیشن‌های ایرانی به ندرت وجود داره. دلیلش هم اینه که این سرویس امنیت بالایی می‌خواهد و شرکت‌هایی که این سرویس را ارائه می‌دن فقط با اپلیکیشن‌های مورد اعتماد کار می‌کنن.

* Business Line
* Mobile Payment Gateway

EBCOM



← برای نقد کردن
طلب‌های تان سه
پیشنهاد داریم؛
کف‌گرگی، زیر زانو،
کله.

SHABAN
JAFARI

شعبان جعفری (شعبون بی‌مخ)
(۱۳۸۵ - ۱۳۰۰)
باستانی‌کار و زورخانه‌دار ایرانی

یک ویژگی منحصر به فرد کیف پول ما اینه که کاربر می‌تونه پولش رو از اون بیرون بکشه*. الان روی همه سکوها ما این کیف پول توسعه داده شده. هر اتفاقی که روی سکوی «همراه من» در کیف پول کاربر بیفته، روی سکوها دیگه مثل اوانو و فروشگاه هم قابل دیدنه. همین یکپارچگی از نقاط قوت کیف پول ماست.

* Cash Out

۱ احراز هویت قوی



۲ روش‌های پرداخت متنوع



کارت شتابی



QR



MPG



IPG

۳ ابزارهای پیش‌برد فروش متنوع



Loyalty Point



CashBack



تخفیف

۴ سرویس‌های پرکاربرد



پرداخت قبوض



کارت به کارت



اعتبار

۵ قابلیت‌های دیگر



پرداخت مستقیم

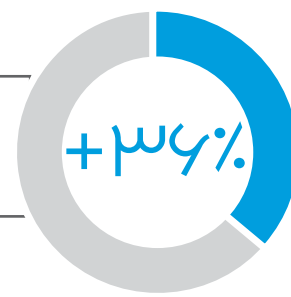


هم‌پذیری QR



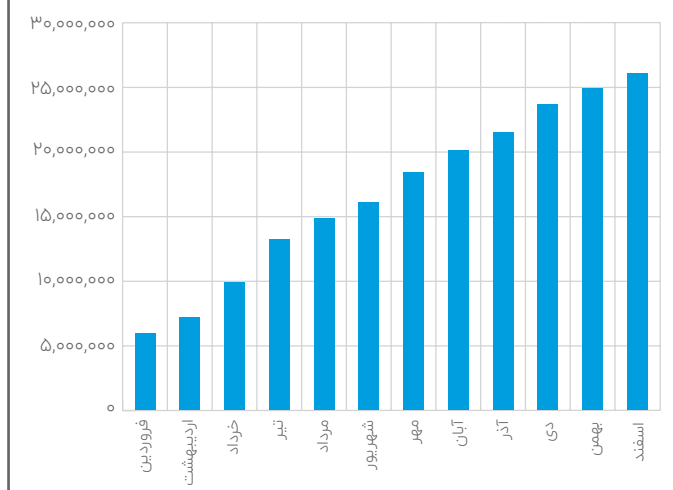
بازگشت وجه

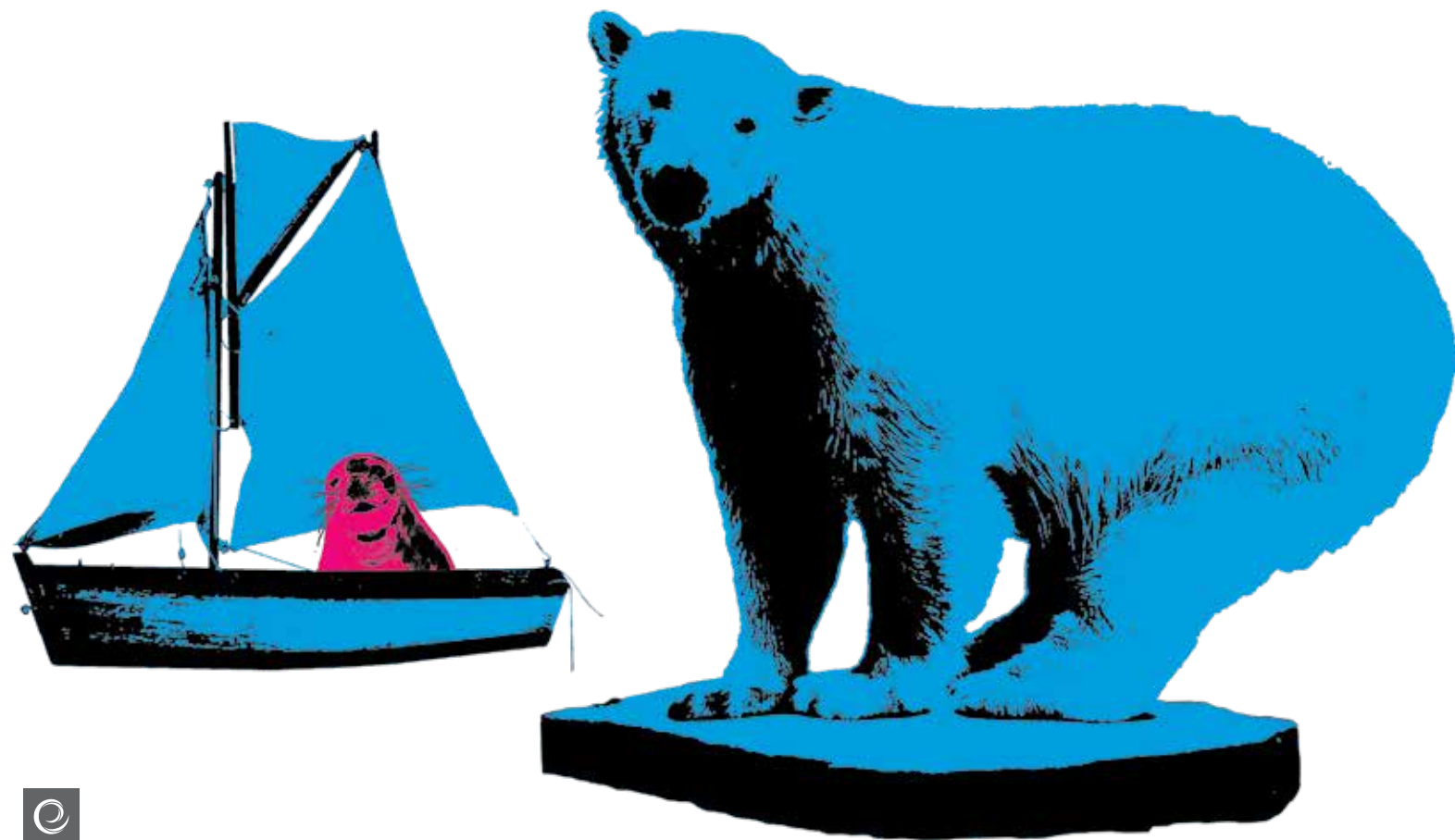
قابلیت‌های کیف پول همراه اول



بیش از ۳۶ درصد از کل کاربران
سیم‌کارت‌های «همراه اول» از کیف
پول الکترونیک استفاده می‌کنند

تعداد کاربران کیف پول (سال ۱۴۰۰)





← کیف پول پُر، تغییر ایجاد می‌کند و کیف پول خالی، تحقیر. اینو گفتم فقط برای این‌که از جان دیلینجر و وینستون چرچیل عقب نمونم. حالا من رکورد سه بار حضور را در اختیار دارم. تازه اگه سیانکی رو به نفع من نشمرید.

جواد خیابانی (۱۳۴۵)
گزارشگر فوتبال،
مجری و تهیه‌کننده

J A V A D
K H I A B A N I

این کیف پول **تغییرات بزرگی** ایجاد کرد. قبلا در «همراه اول» ادبیات «**ترافیک‌محور**» غالب بود. یعنی میزان مصرف مشترک در درجه اول اهمیت و تعداد تراکنش مالی در درجه دوم اهمیت قرار داشت اما با حضور کیف پول، ادبیات «**تراکنش‌محور**» نیز ارزشی معادل ادبیات ترافیک‌محور پیدا کرد. یعنی ما به مدد یکپارچه‌سازی، همه رفتارهای کاربر از جمله تراکنش‌های مالی او را هم رصد می‌کنیم. این کیف پول در اختیار اپلیکیشن‌های بیرونی و فعالان بازار هم قرار گرفته.

این تجربه یگانه و درخشانیه. حالا بر اساس تراکنش‌های مالی و دیگر رفتارها می‌خواهیم به مشتری خدماتی فراتر از خدمات اپراتوری بدیم. تازه داریم به جاهای هیجان‌انگیز داستان می‌رسیم.



← مادامی که از رهایی از قید و بندها حرف بزنی، مردم به دنبال شما می آیند. فقط مراقب باشید دروغ نگویی که باز هم مردم به دنبال شما می آیند ولی این بار با هدفی متفاوت و دردآور.

MARTIN LUTHER KING

مارتین لوتر کینگ
(Martin Luther King) (۱۹۲۹ - ۱۹۶۸)
رهبر جنبش حقوق مدنی آمریکایی‌های آفریقایی‌تبار

در ادامه یک کارت شتابی متصل به کیف پول در شبکه بانکی تولید کردیم به نام «وی کارت»*. این هم خودش تحول بزرگی بود. با این کارت کاربرها رو از تمام قید و بندهایی که حتی همین کیف پول خودمون ممکنه داشته باشه، آزاد کردیم. حالا کاربر ما یک کیف پول داره ولی انگار که یک حساب بانکی و کارت متصل به اون رو داره. کاربر ما هیچ جایی برای پرداخت به مشکل بر نمی‌خوره، نه در دنیای مجازی و نه در دنیای واقعی.

البته از اونجایی که این محصول نوآوارانه‌ترین محصول شرکت‌مون بود، پیچیدگی‌های خاص خودش رو هم داشت. از یک طرف موضوعات رگولاتوری پیش رومون بود، از یک سمتی موضوع تجربه‌ی کاربر. بنا به قوانین بانک مرکزی برای صدور کارت شتابی، تنها بانک‌ها و



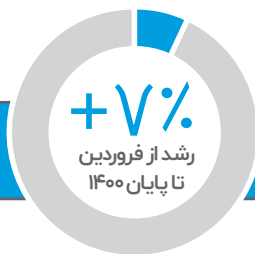
← اعتبار سخت می‌آید و ساده می‌رود.

FRANK ABAGNALE

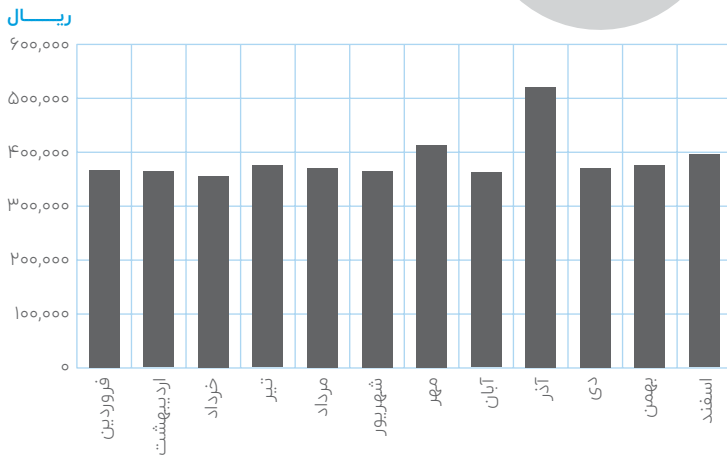
فرانک ویلیام ابگنیل جونیور
(Frank William Abagnale, Jr) (۱۹۴۸)
از مشاوران امنیتی ایالات متحده آمریکا و جاعل چک سابق

قراره چه اتفاقی بیفته؟ ما به مشتری اعتبار می‌دیم و اون می‌تونه این اعتبار رو هر جایی حتی بیرون از محیط همراه اول خرج کنه. در واقع به نوعی نئوبانک تبدیل می‌شیم؛ گرچه از منظر ایدئولوژیک اساسا با بانک‌ها متفاوتیم. درسته که خدمات‌مون شبیه به هم می‌شه ولی رویکردهامون متفاوته. برای اون‌ها جذب سپرده اهمیت داره و برای ما تراکنش و جمع‌آوری داده‌های رفتار کاربر. ما برای اعتبار دادن به کاربران باید اونا رو اعتبارسنجی کنیم. برای این کار دو عامل را در نظر می‌گیریم. ارزش سیم‌کارت مشترک و تحلیل مجموعه رفتارهای او. همین باعث می‌شه بتونیم اعتبار خارج از شبکه به کاربرها بدیم.

آمار تراکنش‌های کیف پول



۱ میانگین مبلغ شارژ*



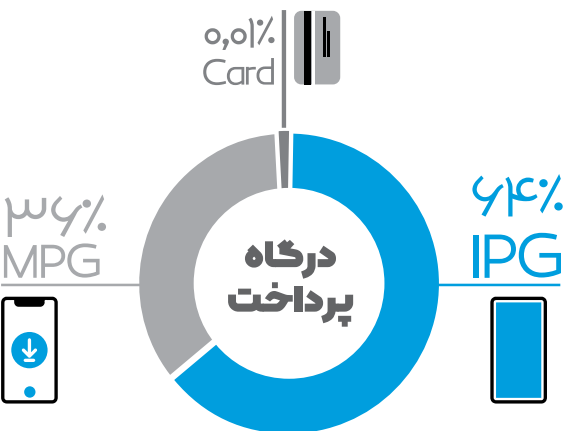
* Cash-in

EBCOM

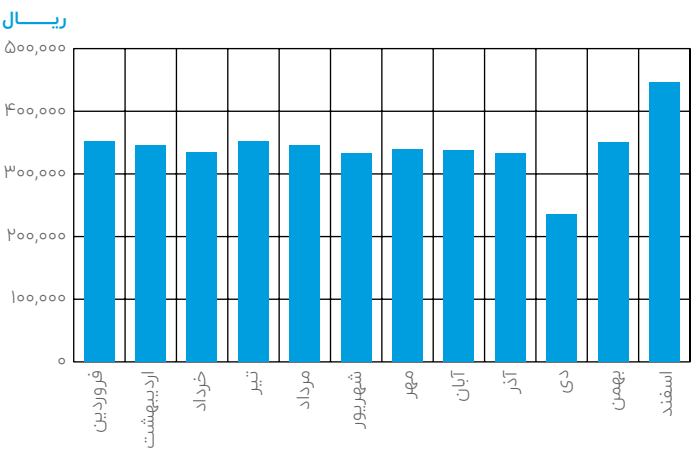


۲ نسبت استفاده درگاه‌های پرداخت کیف پول

در ادبیات گزارش دوره‌ای شاپرک، تراکنش‌های درگاه MPG معادل تراکنش‌های USSD تلقی می‌شود؛ اما در این‌جا منظور از MPG همان درگاه پرداخت درون برنامه‌ای است.



۳ میانگین مبلغ هر تراکنش (سال ۱۴۰۰)





نسل‌های Vee کارت کارت شتابی سنکرون شده با کیف پول همراه اول

نسل ۳

Credit-Debit Card

کارت نقدی - اعتباری یکپارچه
متصل به کیف پول الکترونیک

نسل ۲

Debit Card

کارت نقدی یکپارچه
با ۱۳ کارت بانکی
متصل به کیف پول الکترونیک

نسل ۱

Debit Card

کارت نقدی شتابی
متصل به کیف پول الکترونیک

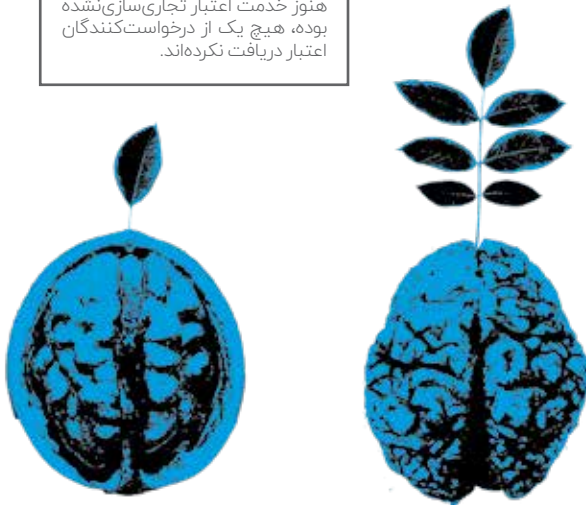
EBCOM

نسبت اعتبارهای تخصیص داده شده
به میزان درخواست‌ها

○ اعتبار تخصیص داده شده

۸۵ + هزار
درخواست تخصیص اعتبار

از آنجایی که تا زمان تدوین گزارش
هنوز خدمت اعتبار تجاری‌سازی نشده
بوده، هیچ یک از درخواست‌کنندگان
اعتبار دریافت نکرده‌اند.



نسبت کارت‌های شتابی صادر شده
به میزان درخواست‌ها

۵ + هزار
کارت شتابی صادر شده

۱۳۵ + هزار
درخواست کارت شتابی

برای تعیین مشتریان آغازین* کارت
شتابی متصل به کیف پول همراه اول
و اعتبار همراه اولی، گزینه **درخواست
کارت و اعتبار** در اپلیکیشن «اوانو» قرار
داده شد. کاربران، برای ثبت درخواست
کارت و اعتبار، باید یک فرآیند چند
مرحله‌ای را طی می‌کردند.
تعداد درخواست‌ها نمایانگر تعداد
کاربرانی است که این فرآیند را تماماً طی
کرده‌اند و تعداد کارت‌های صادر شده
نمایانگر تعداد کاربرانی است که تا کنون
کارت دریافت کرده‌اند.



← باشگاه
داریم
تا باشگاه!

ARNOLD

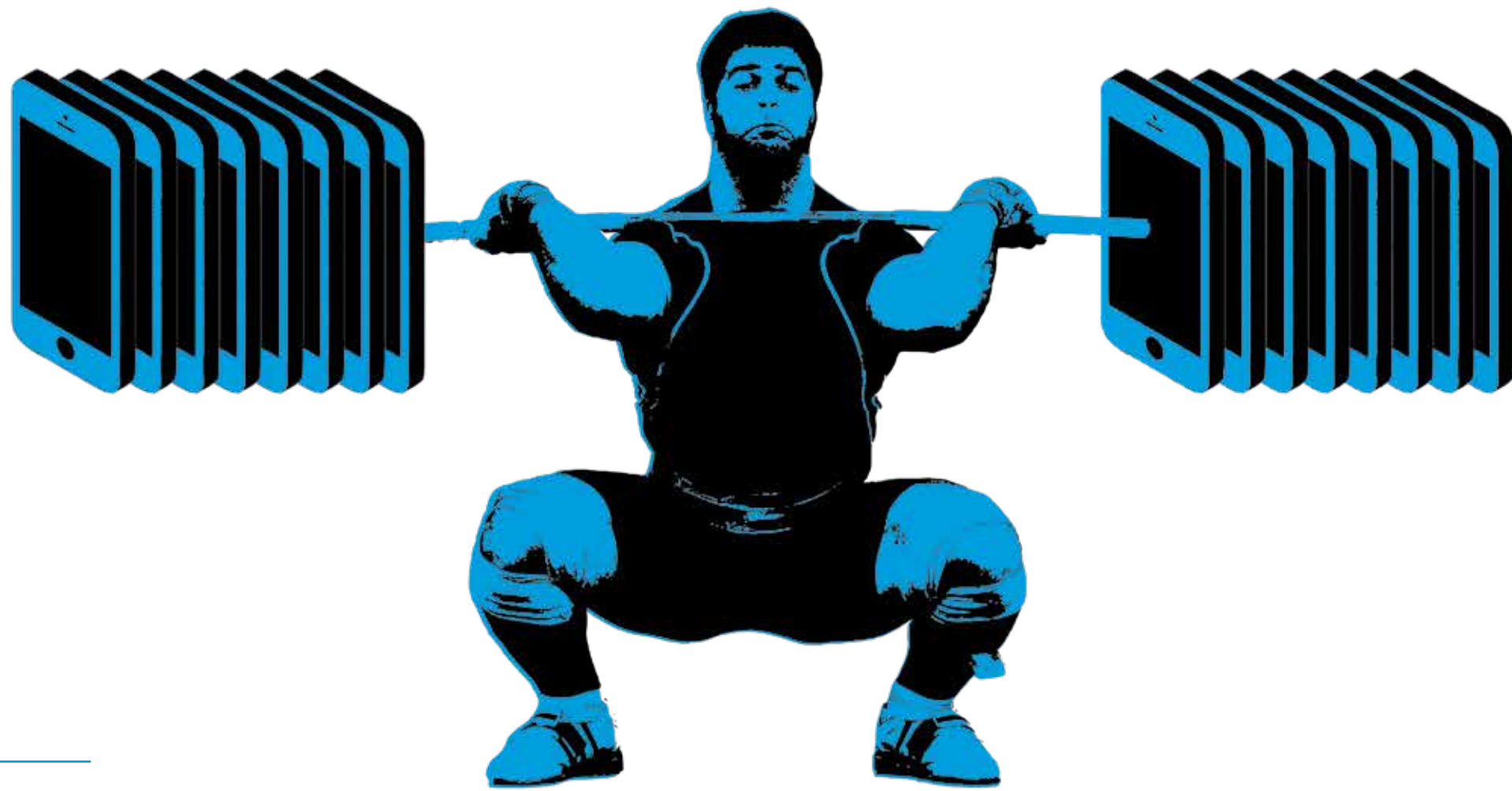
آرنولد آلویس شوارتزنگر
(۱۹۴۷ / Arnold Alois Schwarzenegger)
اسطوره بدنسازی، بازیگر و سیاستمدار اتریشی - آمریکایی

یکی از ارکان اصلی «همراه من» باشگاه بود. قبلا باشگاه بیشتر براساس تعاملات دوه‌دو با شرکت‌های مختلف و استفاده از کد تخفیف فعالیت می‌کرد. هیچ اتفاق دیگری نمی‌افتاد. کاملا هم دیجیتال بود. حالا اما با حضور کیف پول، **باشگاه «همراه من»** تبدیل شده به یک باشگاه فیزیکی. ما می‌تونیم تمام رفتارهای کاربر را ببینیم و به او امتیاز بدیم و با «جایزه نقدی»* و امتیاز باشگاه و تخفیف و مواردی از این دست، تشویقش کنیم.

کیف پول ما از جنس اپلیکیشن نیست، از جنس زیرساخته و می‌شه ارزش امتیازهای مختلف گرفت و سرعت توسعه ما رو به شدت بالا می‌بره. چون زیرساخت‌ها را آماده کردیم. کیف پول ما فقط یک کیف پول نیست. ابعاد و تاثیرات جانبی خیلی بزرگ‌تری داره و دنبال این هستیم که باهاش در حد توان خودمون، یک رفاه نسبی در جامعه ایجاد کنیم.



* Cash Back



EBCOM



← ارباب حلقه‌ها
آن نیست که من
ساختم. ارباب
حلقه‌ها کیف
پول الکترونیک
«حلقه‌باز» است.

PETER JACKSON

پیت‌ر جکسون (Sir Peter Robert Jackson / ۱۹۶۱)
کارگردان، تهیه‌کننده و نویسنده فیلم نیوزیلندی

وقتی «همراه من» اومد همان کیف پول
اوانو به اون متصل شد و بعد هم به
فروشگاه همراه اول. این‌گونه یک‌باره تعداد
شش هفت میلیون کاربر به کیف پول ما
اضافه شد که کار رو مشکل‌تر کرد. تازه تا
اینجا هنوز کیف پول ما «**حلقه بسته**»* بود.
چند سرمایه‌گذاری جدید هم اتفاق افتاد
و حجم کارهای مالی رو گسترده کرد. کیف
پول هم قرار بود «**حلقه‌باز**»* شود. گرچه کار
بزرگ و پیچیده بود ولی تا اینجا تونستیم
کیف پول «حلقه‌باز» را به شکل آزمایشی
با جامعه‌ای حدود پنج هزار «وی‌کارت»
آزمایش کنیم.

* Closed-Loop
* Open-Loop

EBCOM

← حسابداری کیف
پول بسته را هر کسی
می‌تواند انجام دهد.
اگر راست می‌گویید
کیف پولتان را باز کنید
و حسابش را نگه دارید.
باز کنید دیگر!



WARREN BUFFETT

وارن ادوارد بافت
(Warren Edward Buffett / ۱۹۳۰)
اقتصاددان و سهامدار معروف آمریکایی

حسابداری کیف پول «حلقه‌باز» هم خودش چالش جدید و بزرگی بود. رفع مغایرت،
تسویه با کسب‌وکارهای خارج از شبکه‌ی کیف پول «حلقه بسته» و مسائلی از این
دست، چالش‌هایی بود که توی این مرحله اتفاق می‌افتاد.
همزمان در حال توسعه واحد مالی و تاسیس واحد سرمایه‌گذاری هم بودیم. در
اپلیکیشن «همراه من» قرارداد B2B فروش شارژ و بسته رو هم داشتیم.
روزانه حسابداری عدد قابل توجهی از فروش شارژ و بسته رو داشتیم. حسابداری
حوزه ترافیک رو داشتیم، حسابداری ارزش افزوده رو داشتیم، حسابداری فروشگاه
«با ما زود»، حسابداری API کنسول، حسابداری **درگاه «همات»** و خدمات دیگه...



← آنچه را شما اعداد بزرگ
می‌پندارید، برای من خاطره
است. الکی خودتان را بزرگ
نکنید. ریز می‌بینمتان...

MAHMOUD REZA
KHAVARI

محمودرضا خاوری
(۱۳۳۱)
کلاه‌بردار ایرانی!

اعداد و ارقام بزرگ و نوآوری‌های زیاد و متهورانه EBCOM باعث می‌شد که مجبور باشیم در حوزه مالی هم همه چیز رو
از نو بسازیم. مثلاً ما **ساختار صورت مالی** مون هم باید مطابق
با زمینه فعالیت شرکت شکل می‌دادیم که **استانداردهای
فعالی حسابرسی** کشور کاملاً از اون پشتیبانی نمی‌کنه.
با این‌که همه چیز برامون ناشناخته بوده، می‌تونیم بهش
افتخار کنیم که کاری رو از صفر آغاز کردیم و به بلوغ
رسوندیمش.
حسابداری کیف پولی با بیش از **۲۰ میلیون** کاربر، کار ساده‌ای
نیست. ولی ما از پیش بر اومدیم.



رکوردبیشترین
تراکنش در یک روز

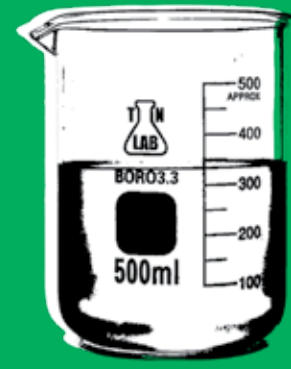
۳۵۵+ هزار





تجربه‌های قشنگ مشنگ

داستان اهمیت دادن به تجربه‌ی
مشتری و معجزه‌آزایش



دُهْم

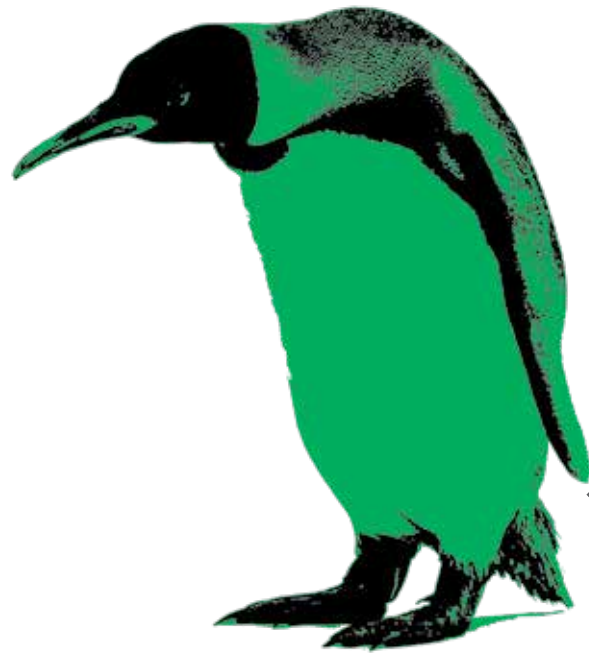


← هدیه گرفتن برای من
ایجاد علاقه می‌کند. فقط
گرفتن، از دادنش متنفرم.

J. PAUL
GETTY

جی پل گتی
(J. Paul Getty / ۱۸۹۳ - ۱۹۷۶)
خسپس‌ترین میلیونر آمریکایی

کمپین «این تابستون برنامه‌هاات جایزه داره» و «هفته‌های دیجیتال همراه اول» را راه‌اندازی کردیم با کلید واژه دیجیتال. حالا داشتیم به کاربران‌مون کلی مزایا **پیشکش** می‌کردیم و این در راستای همون اصل «ارزش‌آفرینی» بود که برامون مهم بود. مزایایی مثل بسته اینترنت هدیه، پنج درصد شارژ بیشتر در هر بار خرید شارژ، وصول آتی قبض، کیف پول یکپارچه و متصل به «وی‌کارت»، جامع‌ترین سامانه خرید بسته‌های اینترنت و مزایای دیگه. با خرده‌کارزارهای متعدد علاوه بر جذب، میزان تعامل هم بسیار بالا رفته بود. میزان استفاده از سرویس‌ها رشد چشمگیری داشت و خطاها کاهش پیدا کرد. چرا؟ چون رویکرد ما صرفاً تجاری نبود، بلکه برای ما این موقعیت آوردگاهی بود برای ایجاد چالش، بررسی و تحلیل و بهینه‌سازی محصولات.



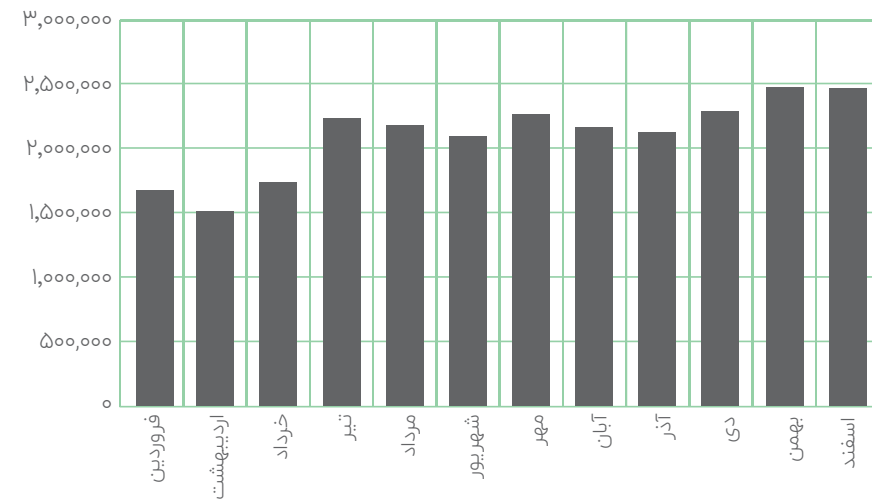
← من هرگز
عضو کلوپی
که حاضره کسی
مثل من را به عضویت
بپذیره، نخواهم شد.

WOODY
ALLEN

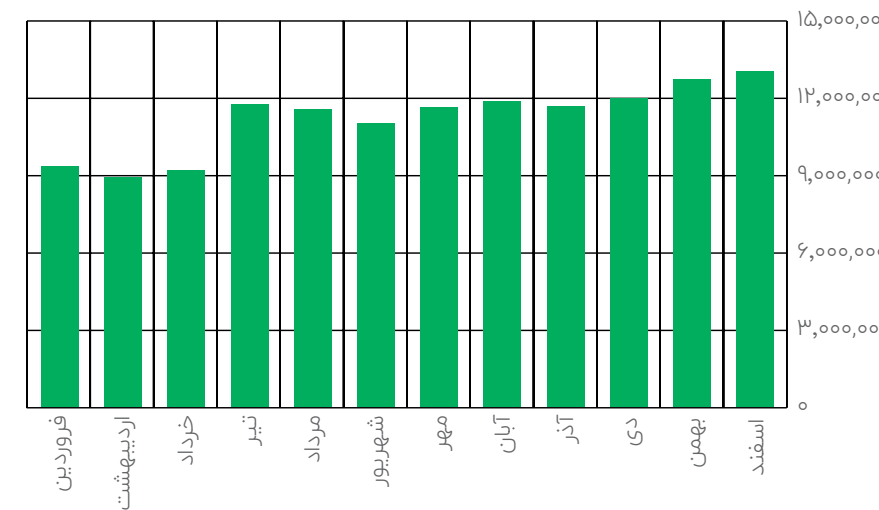
وودی آلن (Woody allen / ۱۹۵۳)
کارگردان، نویسنده، بازیگر
و طنزپرداز آمریکایی

اوایل تابستان ۱۴۰۰ بود که دیدیم در بحث جذب تا اینجا عملکرد خوبی داشتیم اما هنوز در سرویس‌های دیگه مثل فروش بسته‌های اینترنت و پرداخت قبض و چیزهایی از این قبیل، در مقایسه با آمار کلی همراه اول به عدد قابل توجهی نرسیدیم. این چند تا دلیل داشت. اول اینکه هنوز **فعالیت درگیرکننده** مناسب نداشتیم که کاربر را با خودمون وارد تعامل کنیم. دوم اینکه رفتار کاربر شکل گرفته و تغییرش زمانبره. از طرفی سخاوت همراه اول در اجازه به دیگران برای ارائه سرویس‌هاش هم بی‌تاثیر نبود.

تعداد کاربر فعال (سال ۱۴۰۰)
روزانه



تعداد کاربران فعال (سال ۱۴۰۰)
ماهانه



آمار کاربران فعال همراه من

میانگین زمان ماهانه صرف شده در «همراه من»

این عدد نمایانگر میزان صرف زمان توسط کاربران به صورت ماهانه در اپلیکیشن است. نحوه محاسبه این عدد به صورت تقسیم تمام زمان صرف شده در اپلیکیشن بر تعداد کل کاربران در طول دوره ۱۲ ماهه است.



نسبت پرداخت قبض‌ها
در «میان دوره» و «پایان دوره»

این نمودار رفتار پرداخت قبض در پایان دوره ماهانه و میان دوره در اپلیکیشن «همراه من» را نشان می‌دهد. با توجه به نمودار، اکثر کاربران تمایل به پرداخت قبض خود در دوره‌های کوتاه‌مدت دارند.



← اگر می‌خواهید در یادها بمانید،
باید کارخانه تولید حاشیه باشید.

دیه گو آرماندو مارادونا
(۱۹۶۰ - ۲۰۲۰ / Diego Armando Maradona)
سرمری و بازیکن فوتبال آرژانتینی
یکی از بهترین بازیکنان تاریخ فوتبال جهان

DIEGO
MARADONA



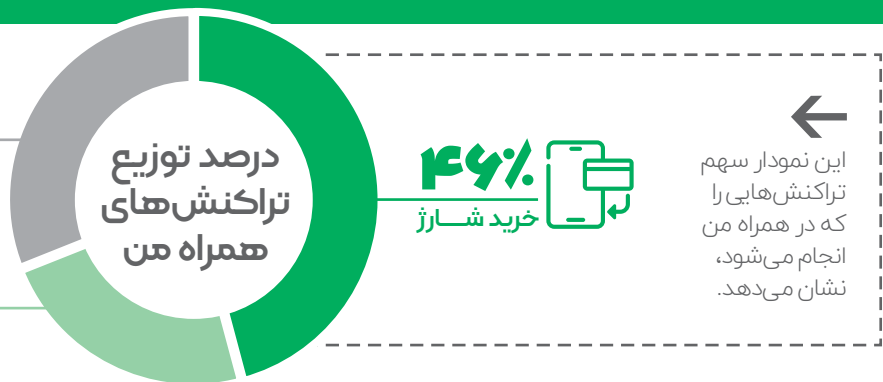
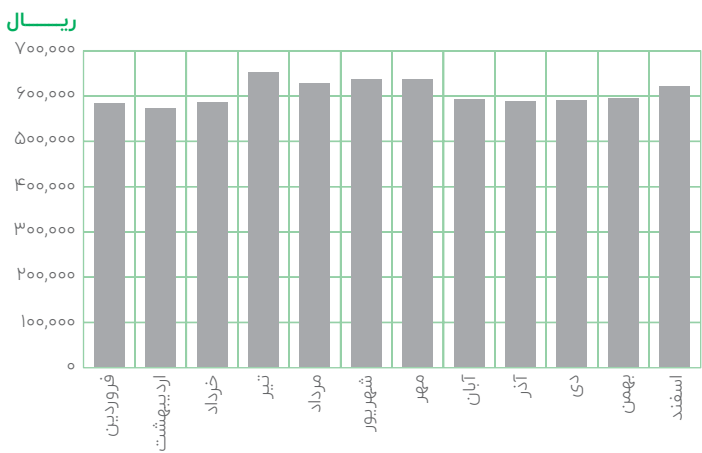
حالا به جایی رسیده بودیم که جذب بالایی داشتیم و تعامل خوبی هم ایجاد کرده بودیم. همه کسانی که از «همراه من» استفاده کردن، بدون این‌که ما تلاشی بکنیم به این رفتار ادامه می‌دن. پس رفتیم سراغ **یادآوری***. می‌خواستیم به مخاطب‌مون بگیم ما هنوز هستیم و بهش اطمینان بدیم که انتخاب خوبی داشته که اومده سراغ ما. برای همین خودمان را با یک واژه گره زدیم؛ **راحتی**. کمپین آخر «راحتی‌رو نصب کن» بود.

* Brand Recall

EBCOM

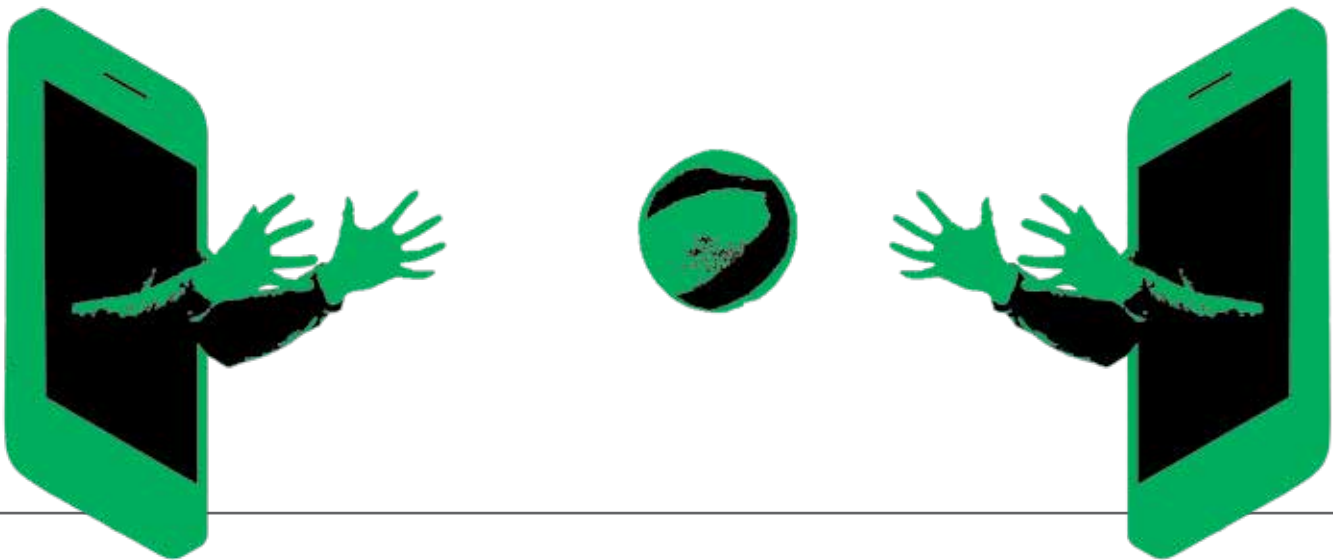
این نمودار سهم تراکنش‌هایی را که در همراه من انجام می‌شود، نشان می‌دهد.

میانگین مبلغ هر قبض (سال ۱۴۰۰)

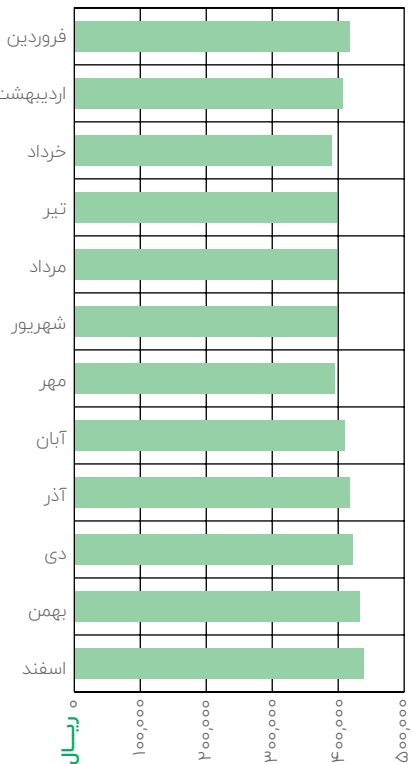


 **۴۱٪**
پرداخت قبض

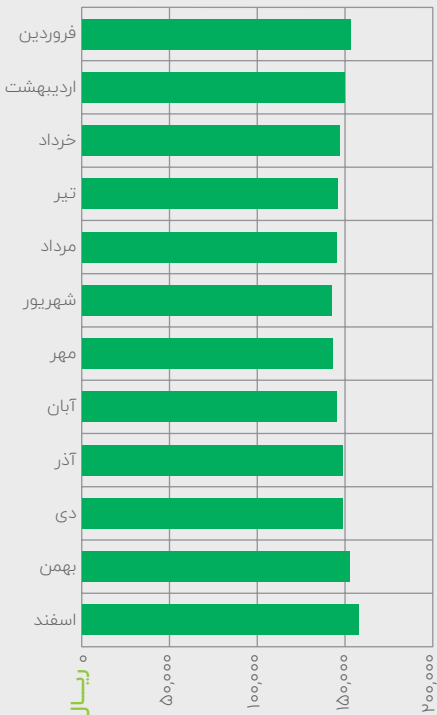
 **۲۳٪**
خرید بسته



میانگین مبلغ هر بسته (سال ۱۴۰۰)



میانگین مبلغ هر شارژ (سال ۱۴۰۰)





← از بچگی عاشق ایجاد مزاحمت تلفنی بودم. اصلاً «کتاب حلقه وفاداری مشتری» را با الهام از همین علاقه‌ی کودکی‌ام نوشتم.

NOAH FLEMING

نوح فلمینگ (Noah Fleming)
نویسنده کتاب حلقه وفاداری مشتری

تفاوت عمده CEM با CRM در اینه که در حوزه CEM ما دیگه اطلاعاتی که از قبل موجوده را پیگیری نمی‌کنیم. کار اصلی ما در CEM پیگیری و بررسی رفتارهای غیرمستقیم مشتری که اون‌ها رو مستقیماً به اشتراک نمی‌گذاره. این‌طوری می‌تونیم مشکلات و آسیب‌های پنهان و انتظارات مشتری را کشف کنیم و برای اون‌ها اقدام متناسب انجام بدیم. خیلی وقت‌ها این جریان به خلق قابلیت‌ها و خدمات جدید ختم می‌شه و این‌طوری ما به نیاز پنهان مشتری جواب می‌دیم. مثلاً توی گوگل‌پلی مشتریان کامنت‌های زیادی درباره‌ی نبود «حالت تاریک»* «همراه من» گذاشته بودند. ما یه پایش انجام دادیم و متوجه شدیم که این قابلیت باید با اولویت بالاتری به اپلیکیشن اضافه شود. دست روی دست گذاشتیم و در اولین به‌روزرسانی این قابلیت را اضافه کردیم.



* Dark Mode



← برو دیگه سیام نکن، عاشقونه نگام نکن اشک دروغی نریز، اسیر اشتبام نکن

ABBAS GHADERI

عباس قادری (۱۳۳۶)
خواننده ایرانی
در سبک کوچه‌بازاری

ما جزو معدود شرکت‌هایی هستیم که جایگاه «مدیریت تجربه مشتری»* را به عنوان یک واحد مجزا در EBCOM در نظر گرفتیم. شرکت‌های بزرگی هستن که بعد از ۱۵ سال فعالیت، تازه این دیارتمان رو راه‌اندازی کردن اما ما فکر کردیم از همین ابتدا باید به فکر این موضوع باشیم. در کشورهای پیشرفته هم فعالیت‌های مارکتینگ تحت تأثیر تجربه مشتری قرار می‌گیره. در بازار رقابتی امروز باید به مشتری تجربه خوب فروخت. در واقع این واحد وکیل مدافع مشتری و در همه بخش‌ها از منظرگاه مشتری به محصولات و خدمات نگاه می‌کنه و با واحدهای مختلف می‌جنگه تا بهترین تجربه ممکن را برای مشتری بسازه.

* Customer Experience Management

EBCOM

گسترده دستگاه اندروید

↓

Redmi Note 9 Pro M2003J15SC
SM-A605F Redmi Note 9S
AMN-LX9 M2007J20CG M2006C3MG
SM-A226B M2004J19C SM-A037F
SM-A305F SM-J530F
SM-A225F SM-A217F SM-A515F
SM-A520F Redmi Note 8 SM-M127F
SM-G532F SM-A125F SM-A013G
SM-A307FN
SM-A315F SM-A115F M2010J19SG
SM-M115F
SM-A105F SM-A107F SM-G610F
SM-J700F Redmi 8
SM-J260F M2102J20SG SM-A022F
SM-A505F SM-A127F SM-J710F
JOM-LX1
SM-G570F SM-A015F SM-A205F SM-A025F
M2006C3LG SM-A207F SM-A325F
SM-A720F M2010J19CG DRA-LXS
Redmi Note 8 Pro

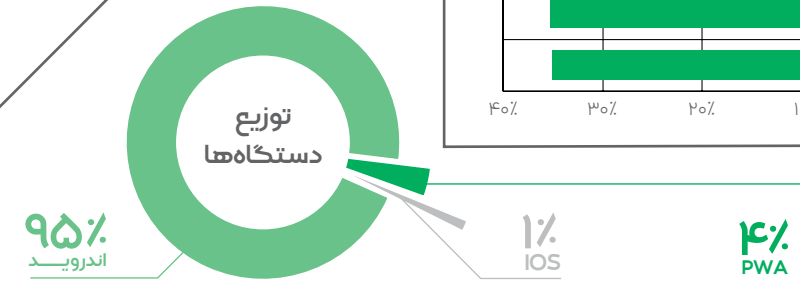
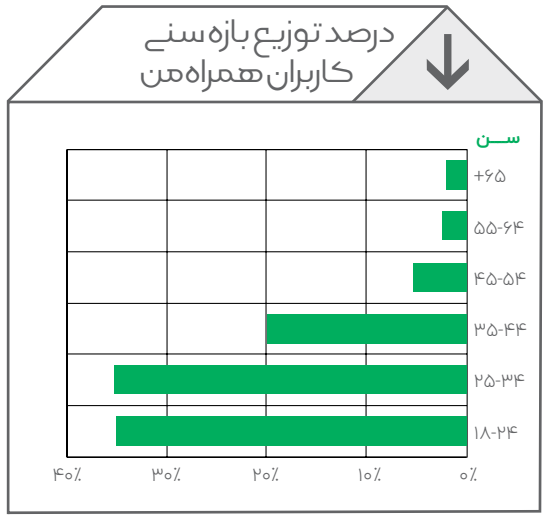
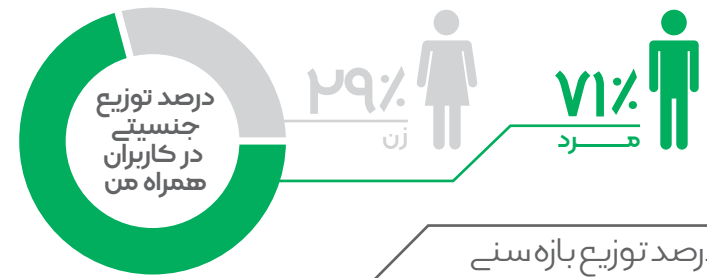
گسترده دستگاه iOS

↑

iPad Pro (11-inch) (2nd generation)
Simulator iPhone 11 Pro Simulator iPhone 11 Pro Max
iPad (6th generation) iPhone14,4 iPhone SE (2nd generation) Simulator iPhone 5s
iPhone14,5 iPhone 8 iPadAir4 iPhone 11 iPhone 8 Plus iPhone 13 Pro
iPad (7th generation) iPhone 12 iPhone 12 ProMax iPhone XR
iPad Air 2 iPhone14,2 iPhone 6 iPhone 7 iPhone X iPhone XS
iPhone 12 Mini iPhone 5s iPhone 6s iPhone13,4 iPhone 11 Pro
iPad Air iPhone 12 Pro iPhone 7 Plus iPhone XS Max iPad Pro (9.7-inch)
Simulator iPhone 8 Plus iPhone14,3 iPhone 11 Pro Max iPhone 6s Plus Simulator iPhone X
iPhone13,2 iPhone 6 Plus iPhone13,1 iPad mini 4
iPhone 13 Pro Max Simulator iPhone SE
Simulator iPhone 12 ProMax iPad Pro (12.9-inch) (4th generation)



آمار تنوع کاربران همراه من





← بابا لنگ‌دراز عزیزم،
نمی‌دانی چه خوشبختم وقتی
به یاد می‌آورم تو هستی و به من
اهمیت می‌دهی، حتی اگر نبینمت.

J U D Y
A B B O T T

جودی ابوت
قهرمان رمان بابا لنگ‌دراز
اثر جین وبستر

ما CEM رو به بخش‌های دیگر زنجیره ارزش شرکت نیز اضافه کردیم. مثلاً بخش پشتیبانی را خیلی پررنگ کردیم. در واقع EBCOM «همراه من» را به عنوان **پشتیبان سیم‌کارتی که فروخته شده** مطرح کرده. ما در اپلیکیشن جدید «همراه من» از رنگ‌های شارپ و زنده و فیچرهای جذاب و فضایی راحت‌تر و سریع‌تر برای کاربر استفاده کردیم؛ حتی برای همین تغییرات هم از مشتری نظر گرفتیم. از طرف دیگه خدمات رایگانی* که مشتری می‌تونست از «همراه من» بگیره رو از طریق کارزارهای متعدد معرفی کردیم. مثل گرفتن ریز مکالمات، طراحی آوای انتظار و خیلی خدمات دیگه. کار دیگه‌ای که در CEM انجام دادیم، طبقه‌بندی مشتری‌ها بود. مثلاً مشتری‌های پنج ستاره و خیلی وفادار یا مشتری‌هایی که از خدمات رایگان زیاد استفاده می‌کنن و... فکر کردیم اینها می‌تونن مبلغان خوبی برای معرفی چهره جدید «همراه من» باشن و واقعا هم بودن. همین تبلیغ دهان به دهان باعث دستیابی به **امتیاز ۴/۹** در گوگل پلی بود.





← محبوب من! در مدرسه به ما الفبا یاد ندادند که با آن دکتر و مهندس بشویم. یاد دادند تا با هم حرف بزنیم و قربان صدقه هم برویم.

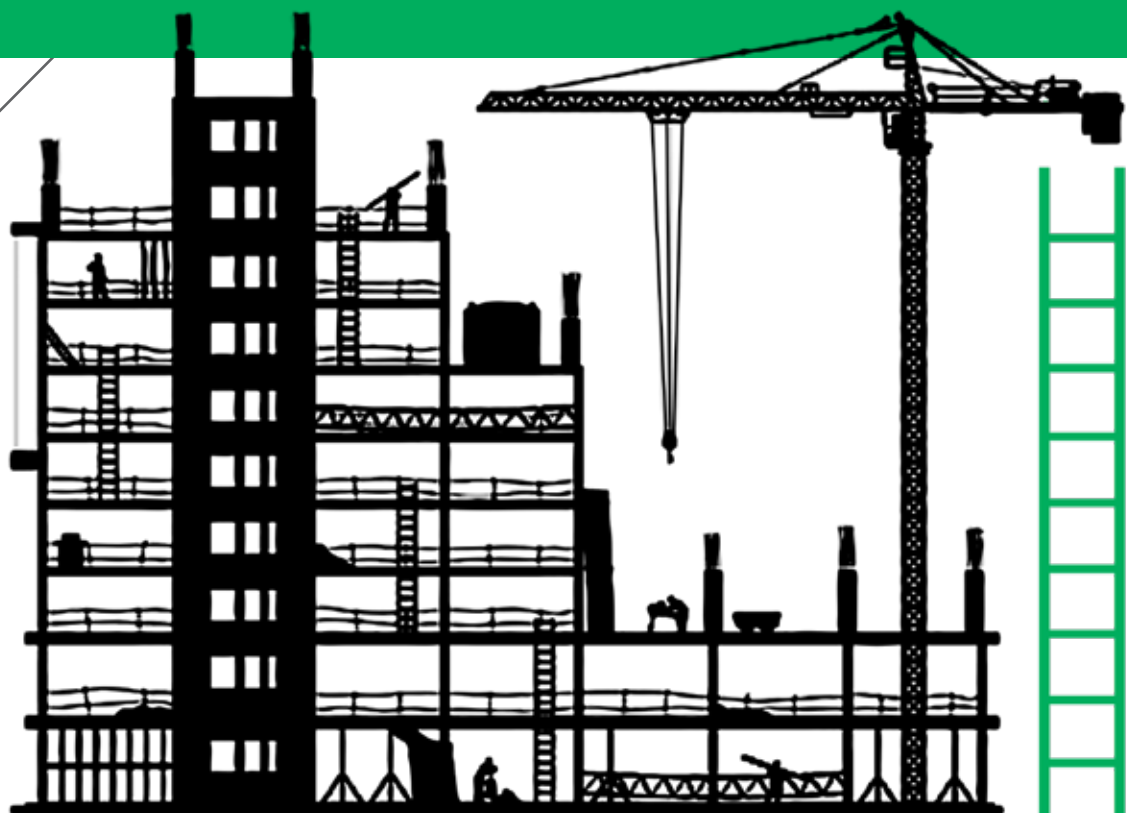
MOHAMMAD SALEH ALA

محمد صالح‌علا (۱۳۳۱)
شاعر، نویسنده، مجری
و بازیگر ایرانی

ما از طریق پرسشنامه‌های دوره‌ای و تماس تلفنی سعی کردیم تجربه استفاده از اپلیکیشن جدید «همراه من» را لمس و شناسایی کنیم. شاخص NPS* را به‌طور دوره‌ای اندازه‌گیری کردیم. شاخص رضایت فردی، رضایت از نسخه جدید در مقایسه با نسخه قبلی و امکان پیشنهاد دادن اپلیکیشن به دیگران را بررسی کردیم. الان داریم روی «یادآوری برند»* کار می‌کنیم. می‌خواهیم اگر قراره مشتری شارژ یا بسته اینترنت خریداری کنه اولین بزندی که برای انجام این کار به ذهنش می‌رسه «همراه من» باشه و بعد برندهای دیگه. یعنی داریم جایگاه برند را در ذهن مشتری دوباره‌سازی می‌کنیم.

* Net Promoter Score
* Brand Recall

EBCOM



BRAND RECALL



← می‌گفتند ریزش روزانه صد تار مو طبیعی است. تحلیلیم این بود که صد تا صد تا می‌ریزد تا تمام شود. تحلیل به شما قدرت پیشگویی می‌دهد. به من نگاه کنید. مستند حرف می‌زنم.

پیرلویی‌جی کولینا
(۱۹۶۰ / Pierluigi Collina)
داور فوتبال ایتالیایی

PIERLUIGI COLLINA

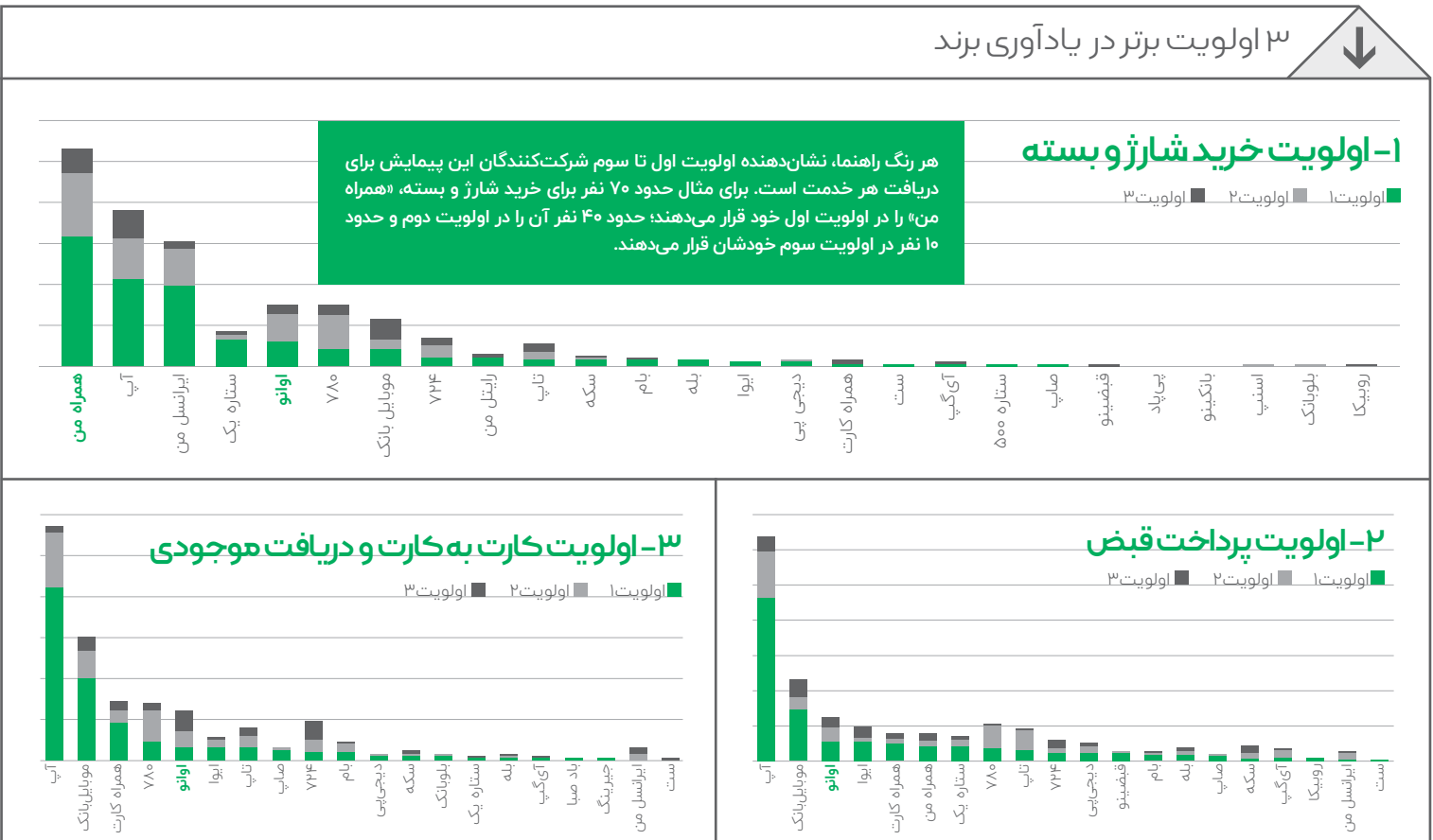
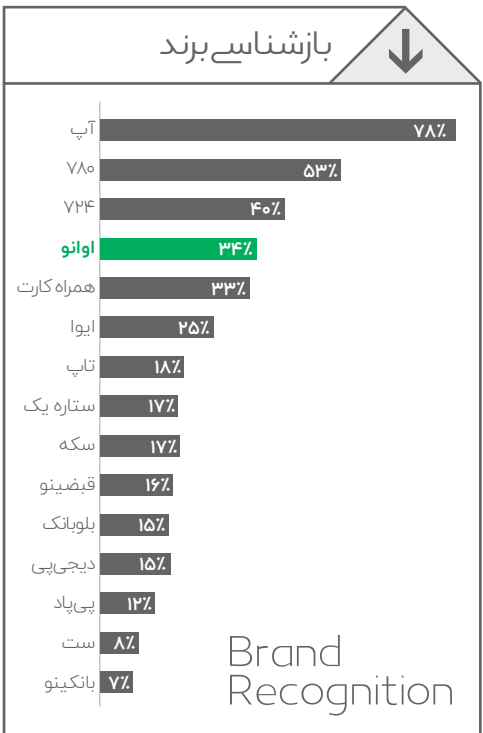
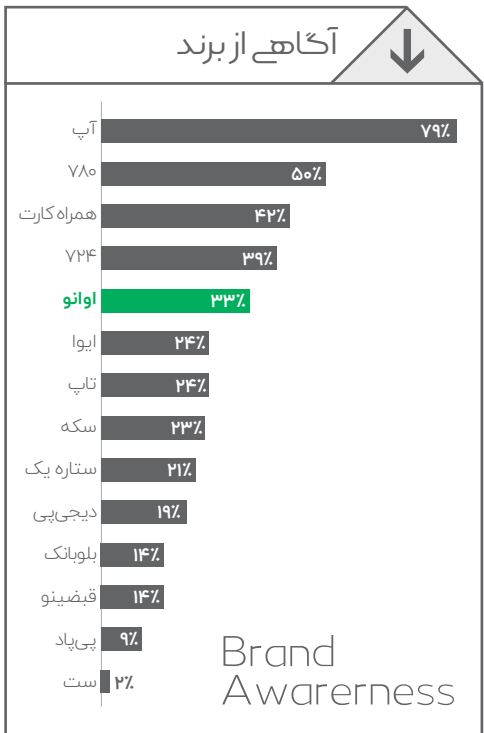
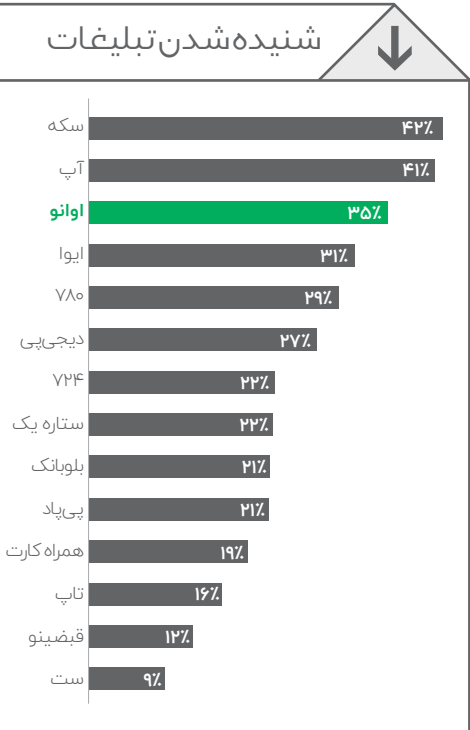
نکته مهم اینه که ما می‌خواهیم یک «دیتا کمپانی»* باشیم نه یک «سرویس کمپانی»*. از روز اول ما واحد «BI»* را داشتیم. ولی آرام آرام از BI رفتیم به سمت «BA»*. یعنی ما از واحد «BI» انتظار نداریم دیتای خام به ما بده بلکه باید اون‌ها رو تحلیل کنه و به عنوان ارزش به واحدهای مختلف ارائه کنه. تحقیقات دوره‌ای براساس منابع دیتای متفاوت انجام و مشخص می‌شه خدماتی که ترند شده، کدام خدمات هستن. این‌طوری ما زودتر از بازار می‌فهمیم که در آینده کدام کسب‌وکارها احتمالاً رشد می‌کنه و می‌ریم سراغ‌شون.

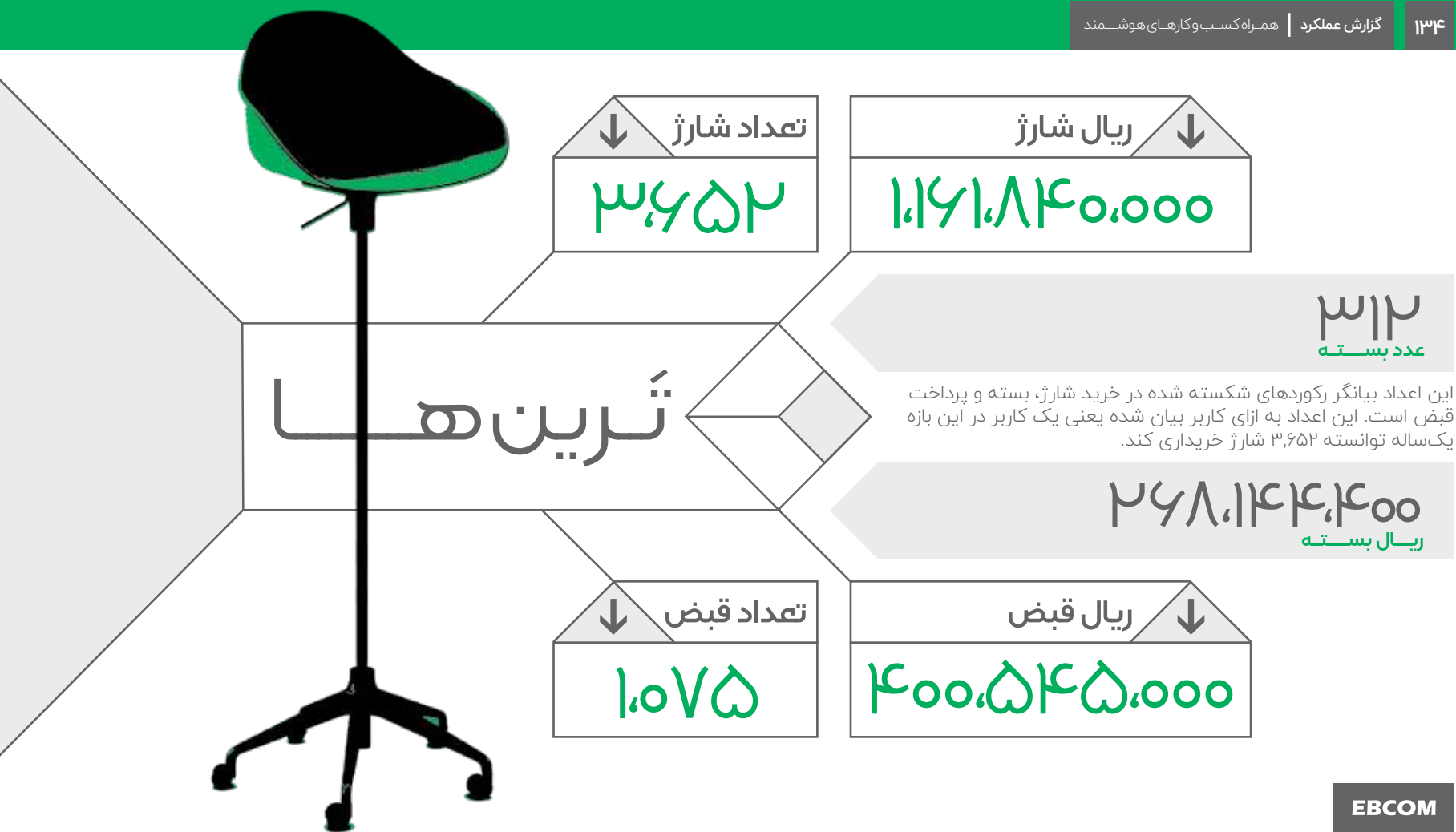
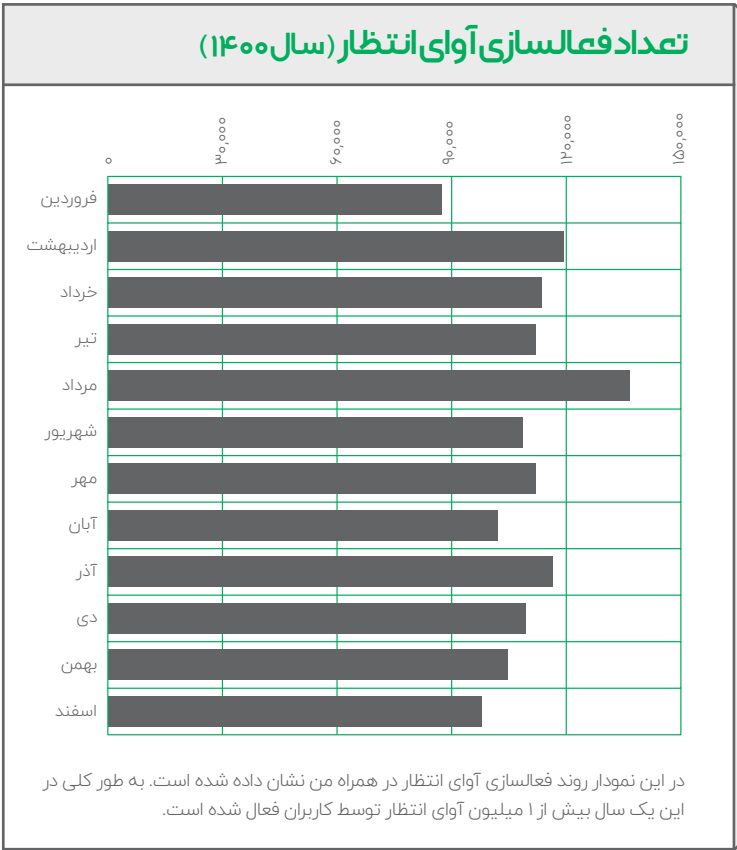
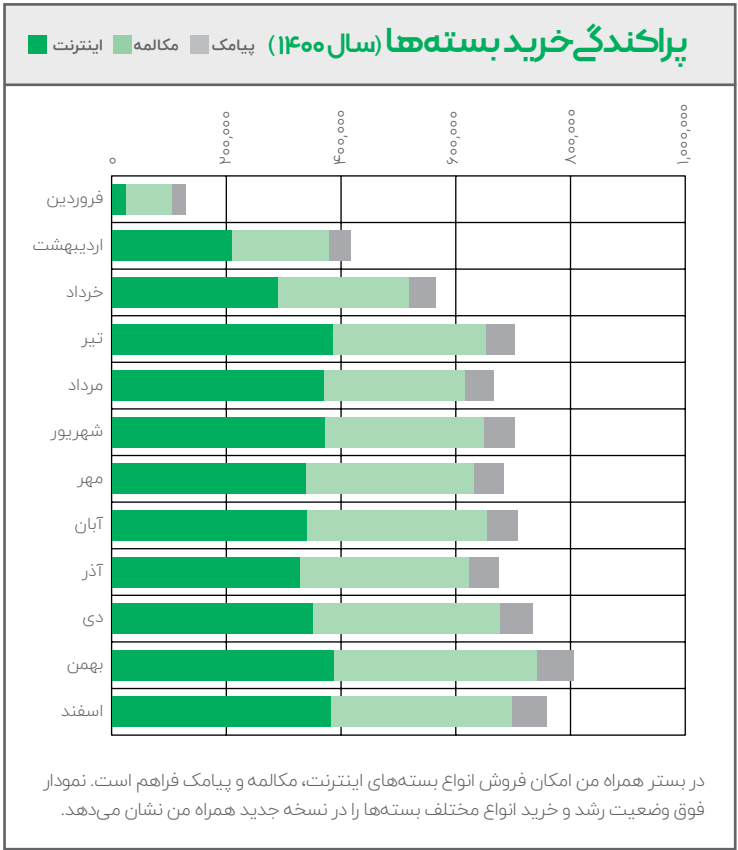
* Data Company
* Service Company
* Business Intelligence
* Business Analytics



جایگاه اوانو در بازار

نتایج پیمایش انجام شده (۸۰۰+ نفر) در حوزه برخی شاخص‌های برند اپلیکیشن‌های ارائه‌دهنده خدمات پرکاربرد







← رشد را فقط من
هک کردم. بقیه ادای
من را درمی آورند.

رانی دین کولمن
۱۹۶۴ (Ronnie Dean Coleman)
بدنساز اسطوره ای آمریکایی
ملقب به بزرگترین بدنساز تاریخ

RONNIE
COLEMAN



گذاشته بود و کاربر زیادی داشت. کافی بود کاربران همراه من با اوانو آشنا بشن تا بتونن روی اوانو خدمات متنوعی غیر از خدمات اپراتوری دریافت کنن. به واسطه تجربه دلپذیری که کاربرها از همراه من داشتن «اوانو» رو راحت پذیرفتن و نصب کردن. همین اعتماد باعث شد ما **در بازه‌ی زمانی یک‌ماهه رشد خیلی زیادی رو در تراکنش‌ها و تعداد کاربران مون تجربه کنیم.** گرچه اعداد و ارقام خیلی بزرگن و موفقیت های چشمگیری به حساب می‌آن ولی این تازه شروع ماجرا بود. کارهای زیادی داشتیم که باید انجام می‌دادیم.

بچه‌های تیم فنی محصولات و سرویس‌های متنوعی ساخته بودن. این سرویس‌ها و محصولات باید ارائه می‌شد و کاربرها باهاشون آشنا می‌شدن تا استفادشون کنن. برای این منظور، همون‌طور که قبلا هم اشاره شد، به محصول چنگنده تولید شد به نام اپلیکیشن «**اوانو**». معرفی اپلیکیشن جدید و جلب اعتماد کاربر، کار پیچیده و زمان‌بریه. در ابتدا مشکلات زیادی داشتیم. رشد نمایی به سادگی اتفاق نمی‌افتد. راه حل، استفاده از تکنیک‌های «هک رشد» بود. با تکنیک «شرکت راهبردی»* شروع کردیم. یعنی ارتباط و تعامل صحیح و کاربردی با یک «بنگاه اقتصادی» دیگه.

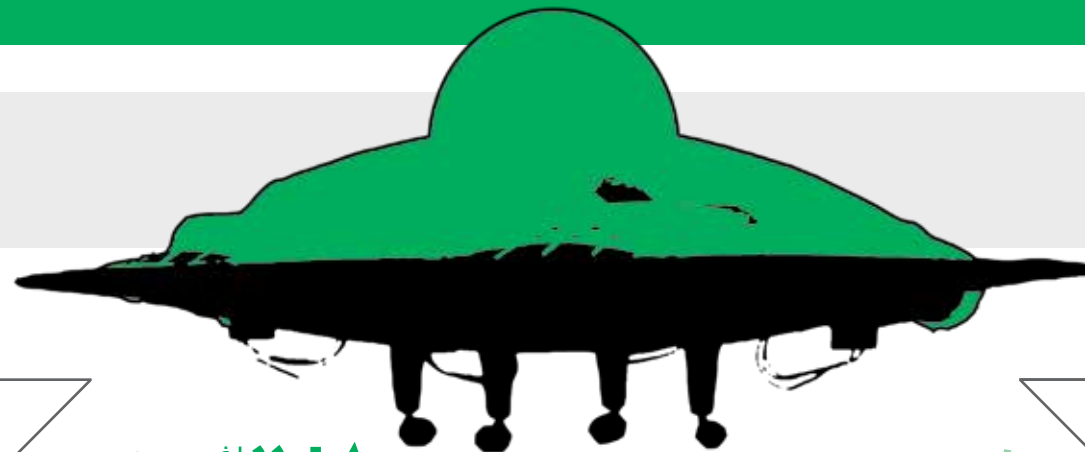
از بخت خوب، ما «همراه من» را داشتیم که تجاری‌سازی و مهاجرت خیلی موفق را پشت سر

* Strategic Partnership

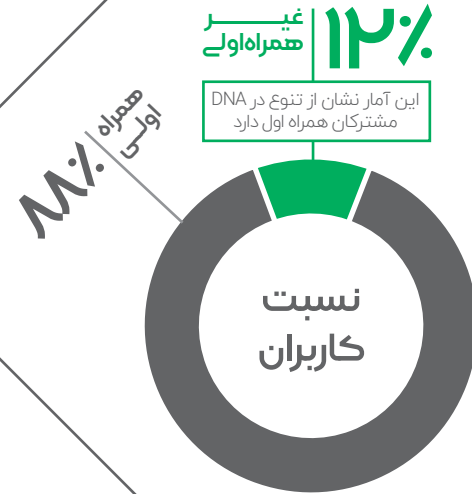
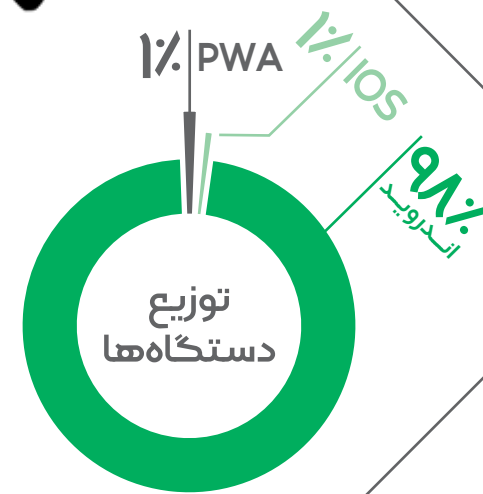
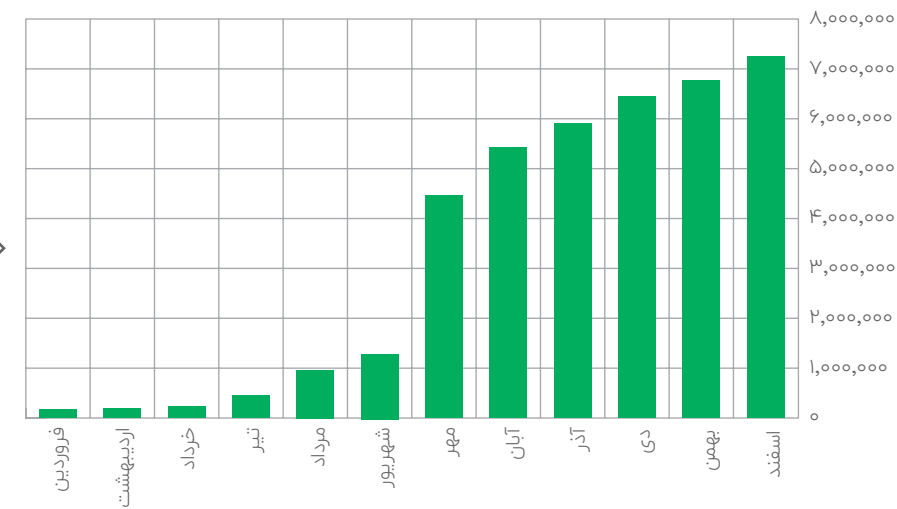
EBCOM



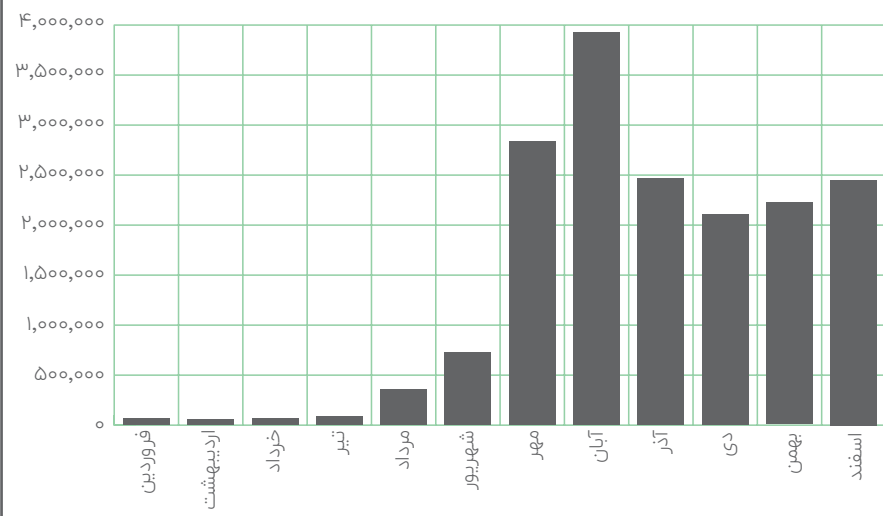
آمار نصب اوانو

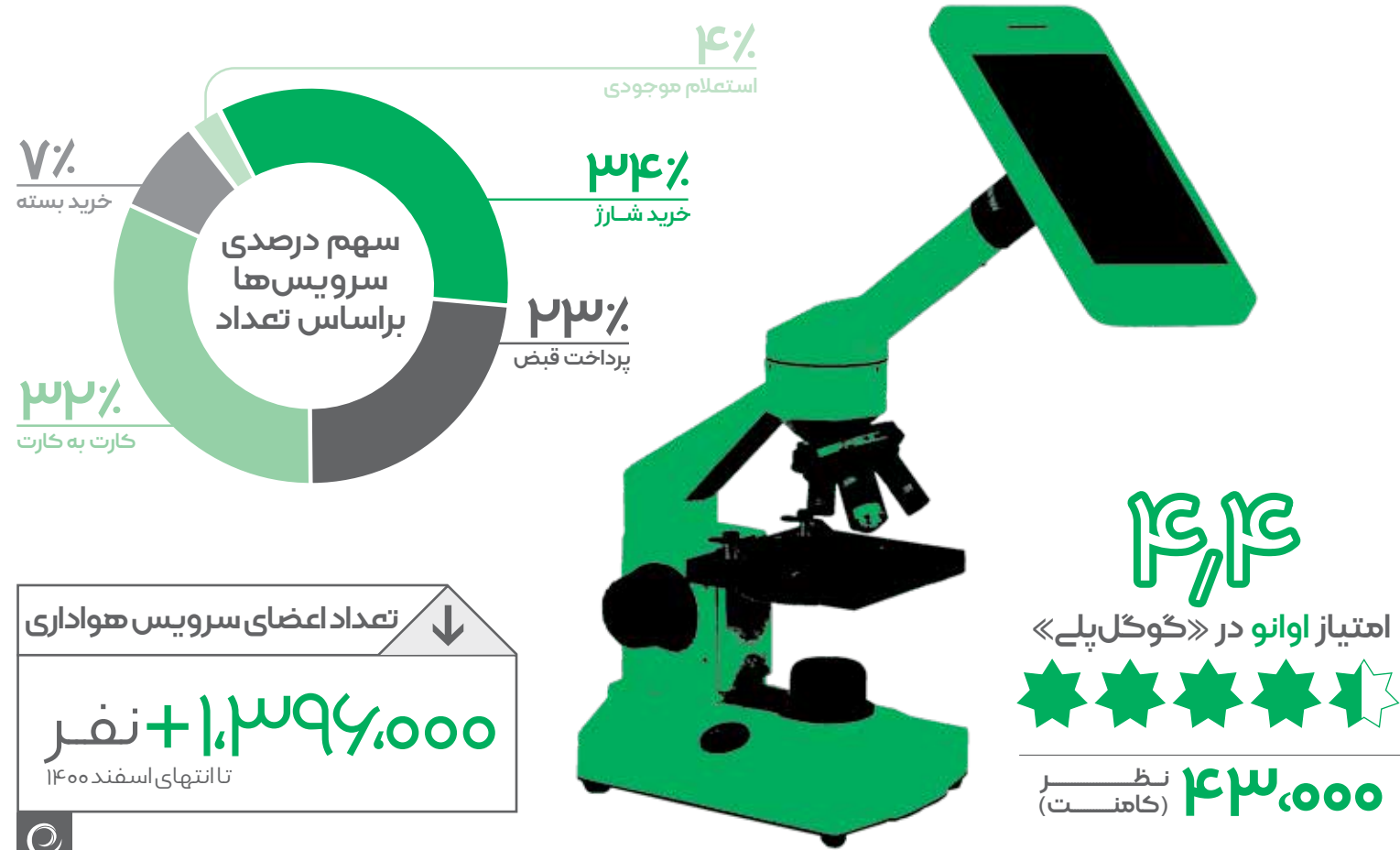


تعداد نصب «اوانو»



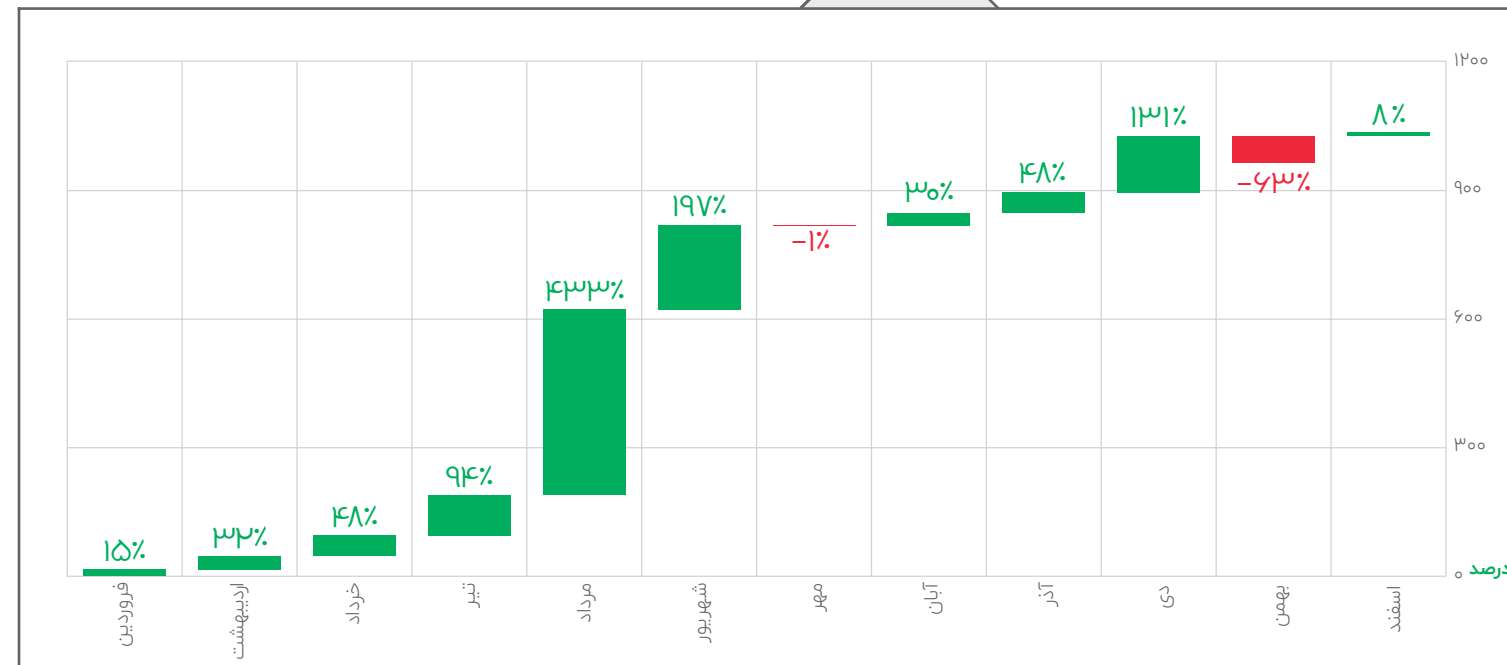
تعداد کاربر فعال ماهانه «اوانو»





آمار رشد تراکنش‌های اوانو

روند رشد تعداد تراکنش‌ها*



* این نمودار نمایانگر درصد رشد تراکنش‌ها نسبت به ماه قبل است.

بازی‌های اوانو

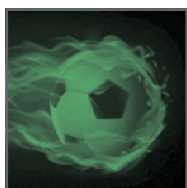
فهرست بازی‌هایی که برای افزایش نرخ مشارکت کاربران در اپلیکیشن «اوانو» توسعه داده شده.



افزایش
Engagement Rate
پس از تجاری‌سازی بازی‌ها



↑ هت بال



↑ سرخابے



↑ پنالتے



↑ روپایے



↑ بیگانگان



↑ بسکتبال



↑ ذهن زیبا



↑ کندو

ما در اپلیکیشن همراه من رشد چشمگیر کاربران فعال را در کمتر از ۹ ماه تجربه کردیم. در «اوانو»، در طول چند ماه، ماهیانه بیش از ۱۰۰ درصد رشد نسبت به ماه قبل را ثبت کردیم. این رشد تنها در شاخص تعداد کاربران نبود، بلکه تراکنش‌ها و نرخ مشارکت هم با یک نسبت حیرت‌انگیز افزایش پیدا کرده بود. ولی این عددها و آمار، با همه بزرگی که دارن، برای ما فقط آغاز راه هستن. کارهای زیادی برای انجام دادن داریم. قله‌های زیادی برای فتح کردن مونده.



← هوادار چیه؟ واقعا ما هوادار داریم؟!
ولا من الان از شما می‌شنوم!

دکتر بیژن ذوالفقار نسب (۱۳۲۸)
بازیکن سابق و مربی فوتبال ایرانی

BIJAN
ZOLFAGHARNASAB

«اوانو» حالا حسابی رشد کرده بود و ما فکر کردیم باید نقش متعهدانه و سازنده‌ای در جامعه مدنی هم ایفا کنه. این شد که رفتیم سراغ داستان "**هواداری**". باشگاه‌های فوتبال در کشور ما درآمدزایی کافی ندارند و حق پخش تلویزیونی دریافت نمی‌کنند و برای تأمین مالی همیشه چشم به حامی مالی دارند. برای حل این مشکل در اوانو امکان استقرار سرویس هواداری و کسب درآمد برای باشگاه‌های ورزشی ایجاد کردیم. باشگاه می‌تونه سامانه هواداری خودش رو روی اوانو داشته باشه و هوادارنش هم هواداری کنن. پیش‌کش‌ها و هدایای نقدی، می‌تونه به انتخاب کاربر، به باشگاه مورد علاقه‌اش تعلق بگیره. یعنی یک «**تأمین مالی جمعی**»* بزرگ اتفاق می‌افته بدون اینکه کسی هزینه کنه. اتفاق درخشان و عظیمیه. کافیه کاربر تراکنش‌های معمول و روزانه‌اش را روی اوانو انجام بده تا تیم محبوبش نفع ببره. به همین راحتی. ما معتقدیم مبالغ دریافتی باشگاه‌ها می‌تونه خیلی بزرگ باشه. تا جایی که باشگاه‌ها با برنامه‌ریزی و ترغیب هوادارنشون

می‌تونن تمام درآمد مورد نیازشون را از همین راه کسب کنن. این یک بازی با سه برنده‌ست. باشگاه برنده‌ست، هوادار برنده‌ست و اوانو هم برنده‌ست. این راضی، اون راضی، اون یکی هم راضی... بازی‌ای که بازنده نداشته باشه ادامه پیدا می‌کنه. ما با استفاده از تکنیک‌های «**بازاریابی احساسی**»* یک اتفاق روزمره مثل پرداخت قبض و کارت به کارت را تبدیل کردیم به عملی که با احساس درگیره. در اوانو مفهوم جمع سپاری می‌تونه در حوزه‌ها و اکوسیستم‌های متفاوتی اجرا بشه. مثلا همین «تأمین مالی جمعی» برای باشگاه‌های ورزشی یا هر شکل دیگری از جمع‌سپاری و استفاده از قدرت جمعیت. این امکان می‌تونه از طریق «اوانو» در اختیار گروه‌ها و مجامع مختلف قرار داده بشه.

این پایان نیست...

داستان شروع تازه...
راهی پر فراز و نشیب
و لبخندها به زبان
آدمی — آزادی



یازدهم



هادی عامل (۱۳۳۴)
گزارشگر و کارشناس کشتی

HADI
AMEL

← خسته نباشی دلور
خدا قوت پهلوان
شیر مادر و نان پدر حلاله!*

کار می‌کنیم و از کارمون لذت می‌بریم. هر روز دنبال یاد گرفتنیم و بهتر شدن. ما با قدم‌های کوچک راه‌های بزرگ رو طی می‌کنیم و لب‌خند می‌زنیم. نه اینکه کار سخت نیست، که هست. نه اینکه مشکلات زیاد نیست، که هست. ولی قانون ما اینه، لب‌خند بزن و پیش برو... همین.

این پایان نیست... این یک شروع است...

ما یک سفر را آغاز کردیم. جمع شدیم دور هم و برای هدف‌هامون جنگیدیم. همه چیز را از صفر ساختیم. سرویس‌های پایه به وجود آوردیم برای احراز هویت و پرداخت و فلان و بهمان. «همراه من» رو از نو ساختیم و ارائه کردیم. «اوانو» رو تولید کردیم و گسترش دادیم. اپلیکیشن «فروشگاه همراه اول» رو راه انداختیم و خیلی کارهای دیگه. ولی این تازه اول داستان ماست. ما تازه شروع کردیم و هدف‌های خیلی بزرگی پیش رو داریم. نه ادعایی داریم و نه دنبال رقابتیم. فقط

* این رو واقعا گفته!





ما به شگلے مسخره جدی هستیم و به شگلے جدی، مسخره!	
آنتون پاولوویچ چخوف	
ΑΝΤΩΝ ΠΑΥΛΟΒΙΤΣ ΤΣΕΧΟΒ	
۱۸۶۰-۱۹۰۴	
پزشک، طنز نویس و نمایشنامه نویس برجسته روس	





اگر می خواهید د چار تحول دیجیتال بشین باید یک کمپانے جدید به بزرگے وبه موازات خودتان ایجاد کنید و اندازه خودتان به آن اهمیت بدین. این نقشه ی راه بود. این جوری بود که ایده ی تولد EBCOM به وجود اومد. اسمش توی شناسنامه شرکت همراه کسب و کارهای هوشمند، ولے توی خونه EBCOM صداش مے کنن. — هدف، انتقال کلیه ی فعالیت های دیجیتال همراه اول به این شرکت بود. —

ebcom.ir