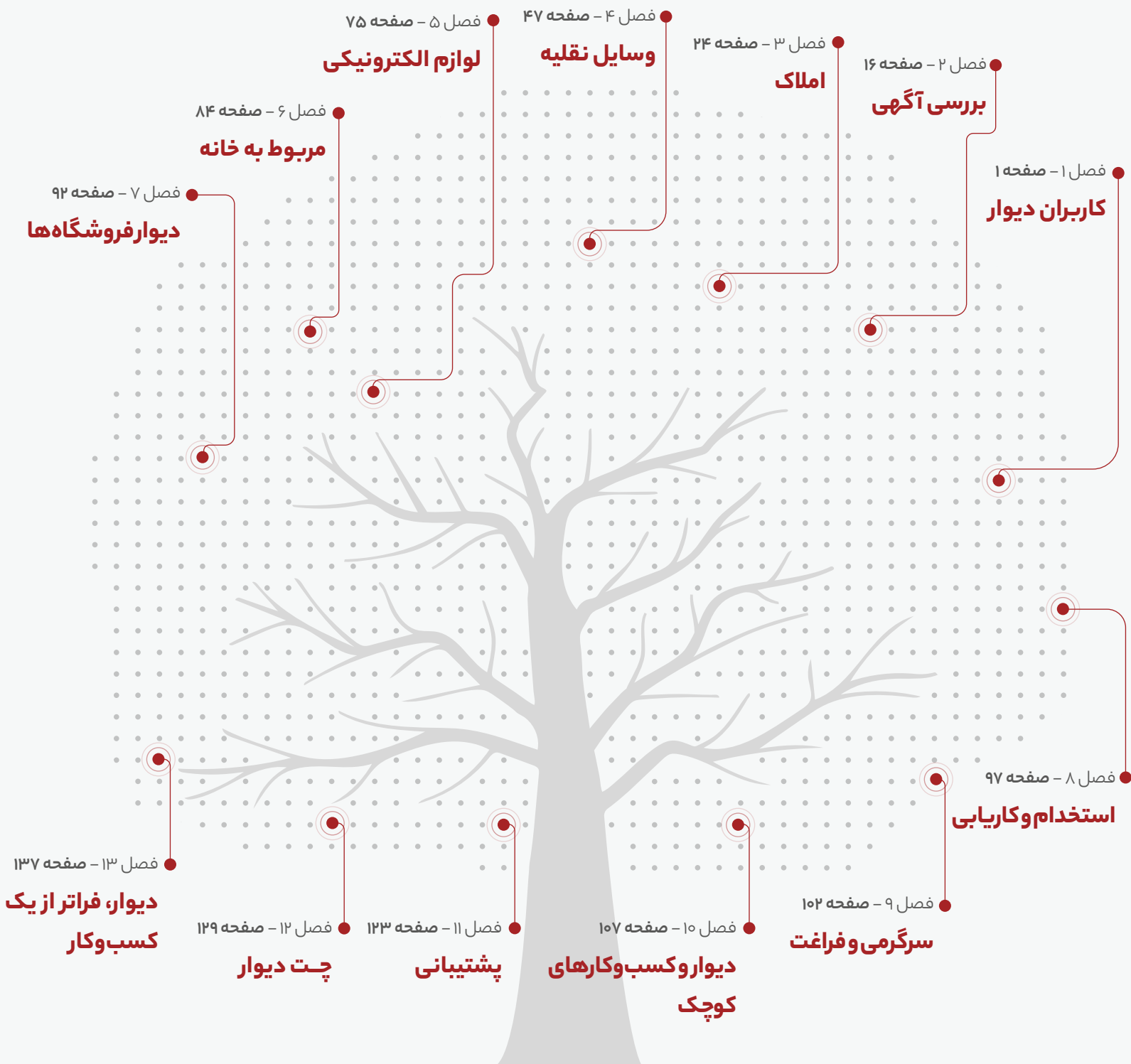


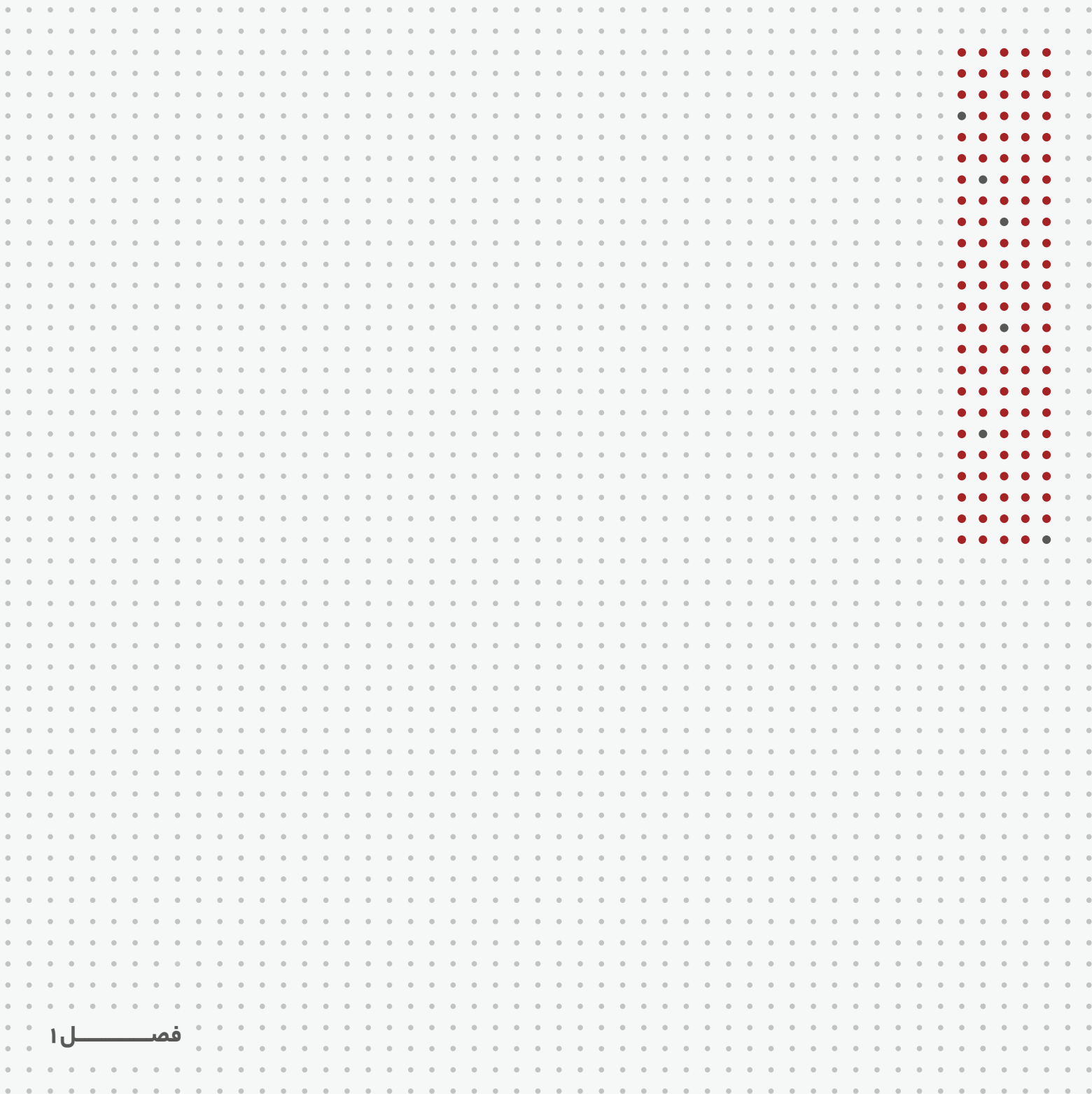
گزارش سالانه دیوار

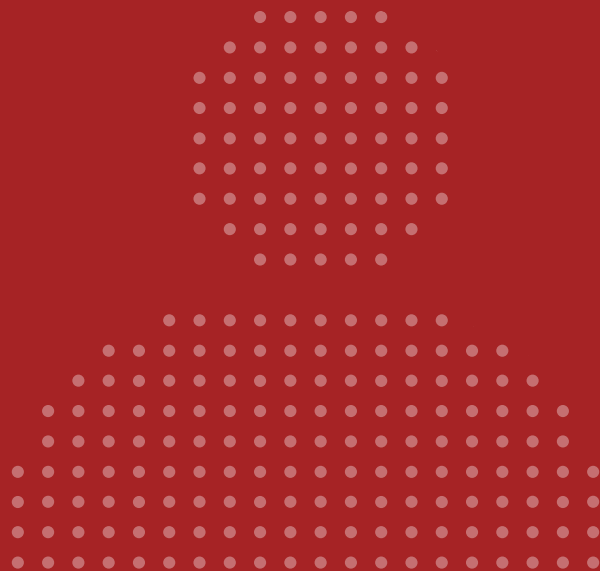












کاربران دیوار

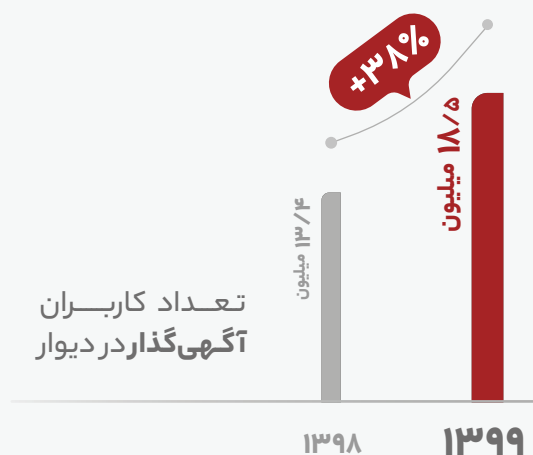
سال پیش برای مردم سال سختی بود. فشارهای اقتصادی از یک سو و ویروس کرونا از سوی دیگر با تمام توان بر جیب و جان مردم تاختند. معضلات اقتصادی همراه با بیماری ناشناخته‌ای که درمانی نداشت کسب‌وکارها را و در نهایت، وضعیت اقتصادی شهروندان ایران‌زمین را دستخوش تغییر کردند. اما با این‌همه، توسعه کسب‌وکارها در اینترنت و استفاده از ظرفیت خرید و فروش کالای دست دوم، فشار بحران را کاهش داد. قطار باید به حرکت خود ادامه می‌داد.

دیوار، درختی است که ریشه دارد. نه مشکلات اقتصادی و نه کرونا قرار نیست سایه این درخت و میوه‌هایش را کوتاه کند. دیوار، در سالی که گذشت، ریشه‌هایش را قوی‌تر کرد، زیرساخت‌هایش را بهینه کرد تا بتواند در سایه درخت خود، پذیرای کاربران بیشتری باشد.

۴۴ میلیون

گوشی یکتا که اپلیکیشن دیوار را باز کرده‌اند

۴۴ میلیون گوشی معادل بیش از نصف جمعیت مردم ایران است.



۱۸/۵ میلیون کاربر آگهی‌گذار

تعداد شماره‌های موبایلی که در سال ۱۳۹۹ در دیوار آگهی گذاشته‌اند، ۱۸ میلیون و ۵۱۹ هزار شماره بوده است.

دیوار

دومین اپلیکیشن
پرنصب ایرانی

۱۰ درصد

رشد تعداد نصب فعال اپلیکیشن دیوار

دیوار با ۲۱ میلیون نصب فعال در کافه بازار،
دومین اپلیکیشن پرنصب ایرانی است و
نسبت به سال قبل ۱۰ درصد رشد نصب
داشته است.

دیوار



اندروید

سیستم عامل محبوب کاربران دیوار

۸۹%
اندروید

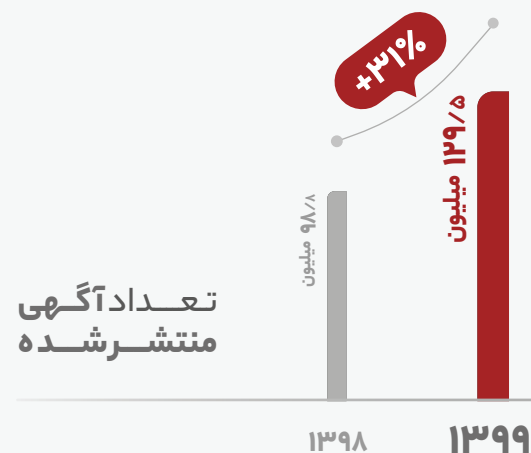
۶%
iOS (آپل)

۵%
وبسایت



۱۲۹/۵ میلیون

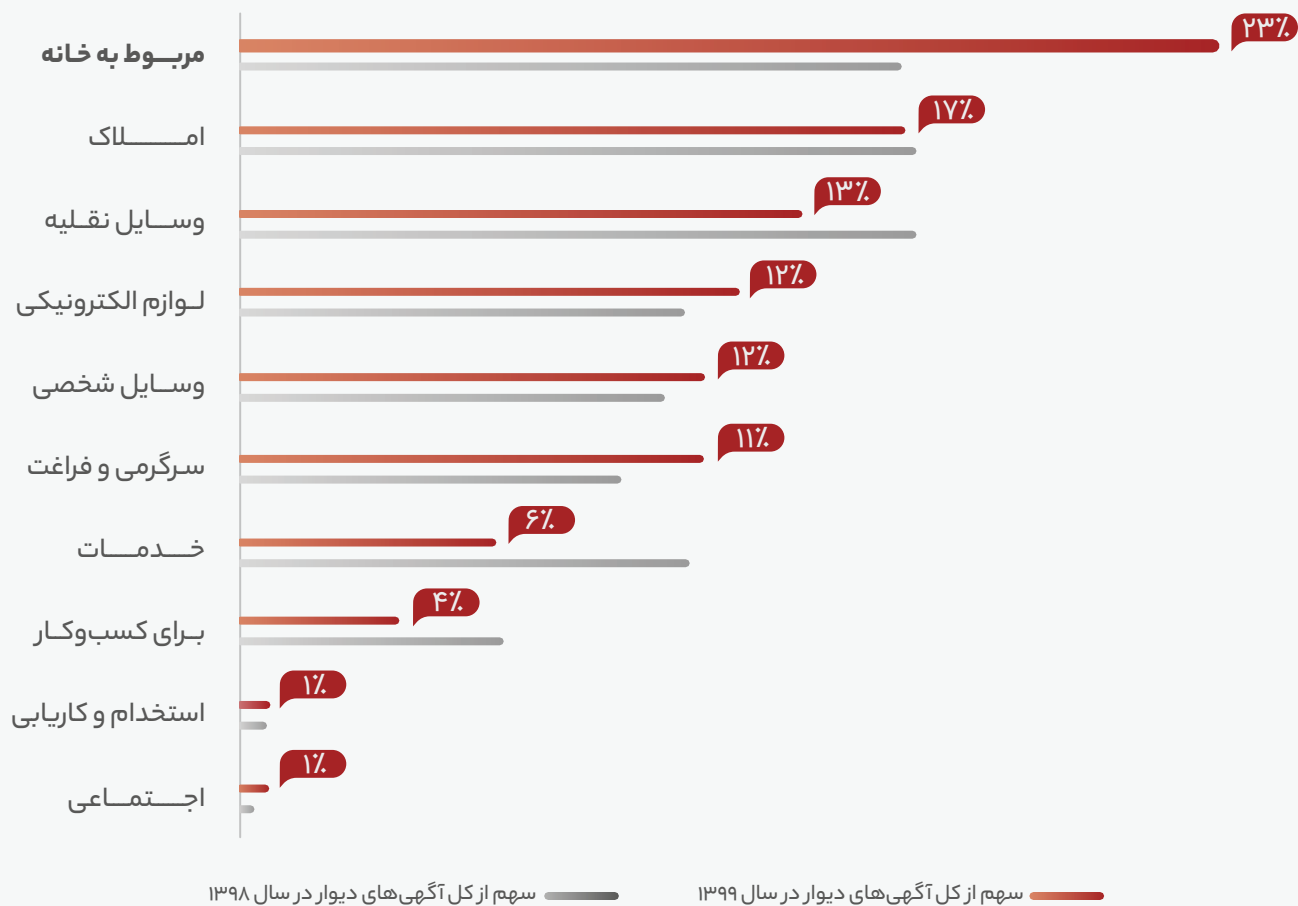
آگهی منتشر شده در سال ۱۳۹۹



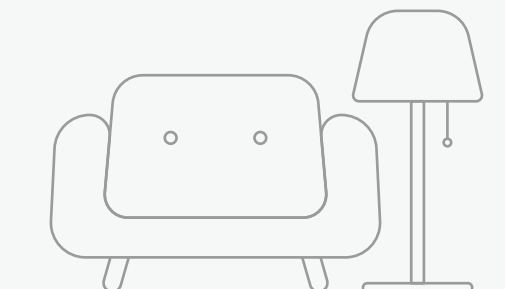
۵/۲ میلیون

میانگین روزانه آگهی‌های موجود روی دیوار

سهم آگهی‌های دیوار در ۱۰ دسته اصلی



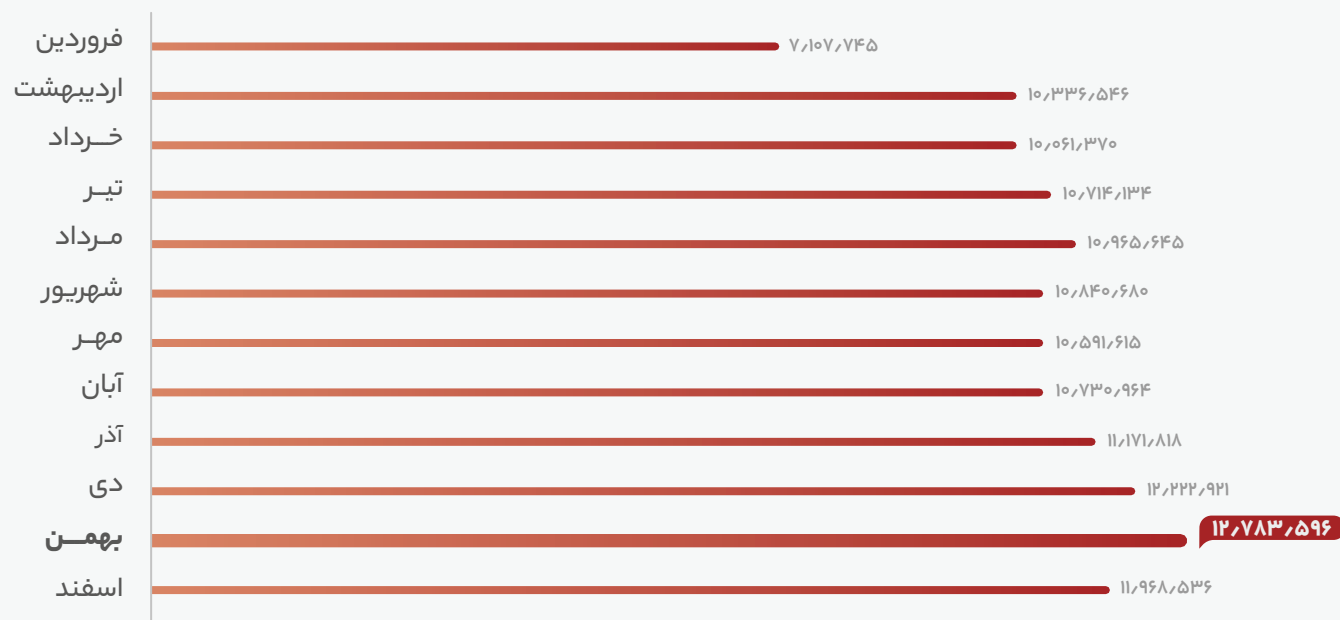
دسته **مربوط به خانه** شامل وسایل و تزئینات خانه، وسایل آشپزخانه، ابزار و ساختمان و حیاط با **۶ میلیون و ۵۶۲ هزار** آگهی‌گذار بیشترین تعداد آگهی‌دهنده را در بین دسته‌های ده‌گانه دیوار داشته است.





فصل زمستان محبوب‌ترین فصل برای آگهی‌گذارهای دیوار بوده است. از میان ماه‌های فصل زمستان، بیشترین آگهی‌ها در **بهمن‌ماه** ثبت شده‌اند. بیشترین بازدیدها نیز در همین ماه انجام شده است.

توزیع تعداد آگهی‌ها در ماه‌های سال ۱۳۹۹





بازدیدکنندگان شب‌کارند!
کاربران، شب‌ها، مخصوصاً پیش از نیمه‌شب،
بیشترین گشت‌وگذار را در دیوار دارند.

🌙	☀️
۰۰:۰۰	۱۲:۰۰
۰۱:۰۰	۱۳:۰۰
۰۲:۰۰	۱۴:۰۰
۰۳:۰۰	۱۵:۰۰
۰۴:۰۰	۱۶:۰۰
۰۵:۰۰	۱۷:۰۰
۰۶:۰۰	۱۸:۰۰
۰۷:۰۰	۱۹:۰۰
۰۸:۰۰	۲۰:۰۰
۰۹:۰۰	۲۱:۰۰
۱۰:۰۰	۲۲:۰۰
۱۱:۰۰	۲۳:۰۰

🌙	☀️
۰۰:۰۰	۱۲:۰۰
۰۱:۰۰	۱۳:۰۰
۰۲:۰۰	۱۴:۰۰
۰۳:۰۰	۱۵:۰۰
۰۴:۰۰	۱۶:۰۰
۰۵:۰۰	۱۷:۰۰
۰۶:۰۰	۱۸:۰۰
۰۷:۰۰	۱۹:۰۰
۰۸:۰۰	۲۰:۰۰
۰۹:۰۰	۲۱:۰۰
۱۰:۰۰	۲۲:۰۰
۱۱:۰۰	۲۳:۰۰

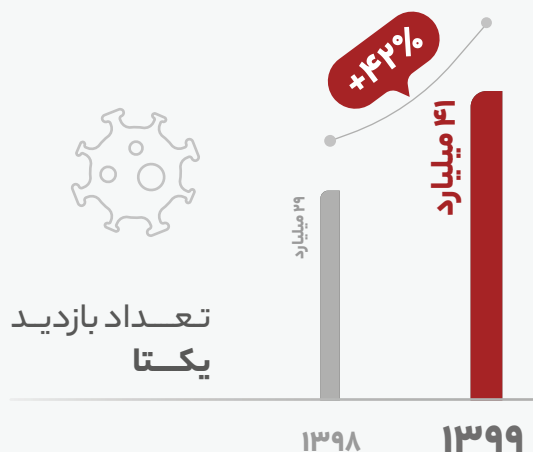


آگهی‌دهندگان ظهرکارند!
بیشترین ارسال آگهی‌ها در **ظهر**،
بین ساعات ۱۲ تا ۱۳ بوده است.

۴۱+ میلیارد

بازدید یکتا از آگهی‌ها

در محاسبه بازدیدهای یکتای هر آگهی، تمام بازدیدهایی که از آن آگهی توسط یک دستگاه (گوشی موبایل یا دستگاه کامپیوتر) در مدت زمان یک هفته انجام شده فقط یک بار شمرده شده است.



شیوع ویروس **کرونا** و تعطیلی بسیاری از کسب و کارها، کاربران را به استفاده از امکانات پلتفرم دیوار برای جبران مشکلات بازار آفلاین و دسترسی به مشتریان آنلاین سوق داد و باعث رشد **۴۲ درصدی** بازدیدها شد.

۳۸۸ هزار بازدید

تنها از یک آگهی!

بیشترین تعداد بازدید یکتا برای یک آگهی مربوط به یک آگهی فروش پورشه کاین ۸ سیلندر در شهر تهران بوده که در مدت زمان ۷۲ روز، ۳۸۷ هزار و ۹۷۸ بار بازدید شده است که معادل گنجایش ۵ تا استادیوم آزادی است.

• گنجایش رسمی استادیوم آزادی ۷۸ هزار نفر است.



من یک مهندس کامپیوتر ساکن تهران هستم که در حوزه واردات و صادرات سخت‌افزار کامپیوتر کار می‌کنم. سال گذشته دو پورشه کاین آگهی کردم که یکی از آنها برای خودم و دیگری برای دوستم بود. آگهی پورشه خودم را چهار ماه مانده به پایان سال برای فروش گذاشتم. نکته مثبت دیوار برای من این بوده که می‌توانم کالاهای به‌قیمتی بخرم. مثلاً همین پورشه کاین را از همین دیوار خریدم که قیمت بسیار مناسبی داشت. در دیوار همیشه می‌شود کالایی با قیمتی ارزان‌تر از بازار پیدا کرد. یکی از ویژگی‌های جالب دیوار این بود که برخی از کاربران در چت پیام می‌دادند و ازم می‌پرسیدند: «چطور ثروتمند شدی؟» من هم معمولاً چند کتاب بهشان معرفی و راهنمایی‌شان می‌کردم.



پورشه کاین ۸ سیلندر

دقایقی پیش در تهران

کاربران دیوار در **شهر تهران** با **۳۰/۵ میلیون** آگهی، حدود یک‌چهارم کل آگهی‌های دیوار را به خود اختصاص داده‌اند.

بیشترین **رشد آگهی** در شهرها نسبت به سال ۱۳۹۸ به **سلماس** در استان آذربایجان غربی تعلق دارد. **میاندوآب** در همین استان در رتبه دوم قرار دارد. تعداد آگهی‌های منتشر شده در این شهرها بیش از **۵ برابر** شده است.

با معیار تعداد بازدید نسبت به جمعیت شهر، **قشم با ۲۲۰۰** **بوشهر با ۱۹۰۰** و **کیش با ۱۶۰۰** بازدید به ازای هر نفر، دیواربازترین شهرها هستند.

شهر لردگان در استان چهارمحال و بختیاری با بیش از **۱۱ برابر** افزایش، بیشترین رشد تعداد بازدیدهای یکتا را در بین شهرهای فعال دیوار داشته است.

از کل ۱۸/۵ میلیون کاربری که در سال ۱۳۹۹ در دیوار آگهی منتشر کرده‌اند، **۸۸ درصد** هیچ هزینه‌ای بابت انتشار آگهی نپرداخته‌اند.



کاربران با استفاده از دو امکان **فوری** و **نردبان** می‌توانند کالاها یا خدمات خود را سریع‌تر بفروشند یا آگهی‌شان در دیوار، مدت طولانی‌تر در صدر آگهی‌ها قرار بگیرد.

در سال گذشته، کاربری به نام سلیمان
بذرافکن با ۱,۰۹۳ بار خرید برچسب **فوری**
رکورددار تعداد خرید این برچسب بوده است.



سلیمان بذرافکن

من یک بنگاه املاک در اصفهان دارم و سال‌ها است از دیوار برای ارتقای کارم استفاده می‌کنم. برای من تبلیغات جایگاه ویژه‌ای دارد و دیوار بهترین راهکار من برای تبلیغات است. به برخی از همکارانم هم گفتم این کار را انجام دهند اما اکثر آن‌ها انرژی و وقتی که من می‌گذارم را صرف این کار نمی‌کنند. در سال ۱۳۹۹ برای نردبان و فوری کردن آگهی‌ها در این سایت هزینه زیادی کردم. اما چندین برابر نتیجه مثبتش را دیدم.



فرشاد فدایی آذر

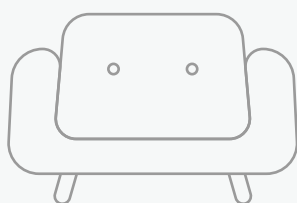
من متولد تبریز و در همین شهر هم در زمینه صنایع چوبی شاغل هستم. حدوداً چهار پنج سال پیش با دیوار آشنا شدم و فهمیدم برای پیدا کردن مشتری باید آگهی‌هایم را مدام فوری و نردبان کنم. به غیر از من این‌جا در تبریز همکاران زیاد دیگری هم هستند که فروش‌شان با دیوار می‌چرخد. با نردبان و فوری خیلی زودتر می‌توانیم برای محصولاتمان مشتری پیدا کنیم. نه فقط من، بلکه پدر، مادر و برادرم هم با دیوار زیاد کار می‌کنند.

کاربری به نام فرشاد فدایی آذر نیز با
۱۵/۹۲۱ بار خرید **نردبان** رکوردار نردبان
کردن آگهی‌ها در سال ۱۳۹۹ بوده است.

مبل

پرتکرارترین کلیدواژه در نوار جستجوی اصلی دیوار

کلیدواژه **مبل** در گوگل سالیانه بیش از ۶۸۴ هزار بار جستجو می‌شود. اما همین کلمه

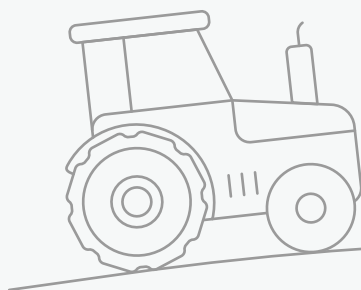


در دیوار بیش از ۲ میلیون و ۹۰۰ هزار بار توسط کاربران جستجو شده است؛

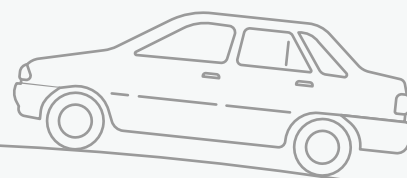
یعنی بیش از **۴ برابر** جستجو در گوگل!



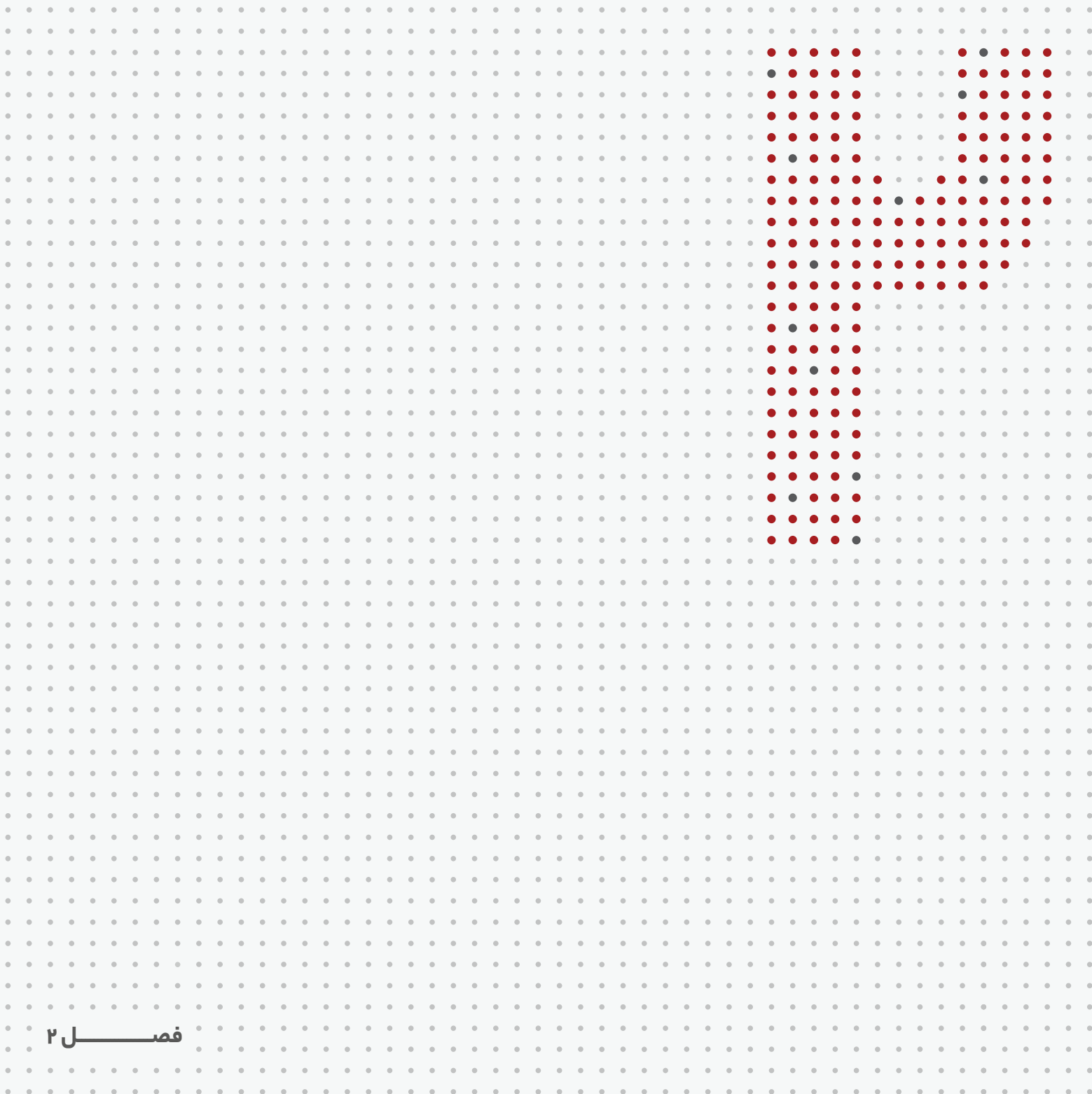
پرتکرارترین کلیدواژه‌های جستجو شده در نوار جستجوی اصلی دیوار

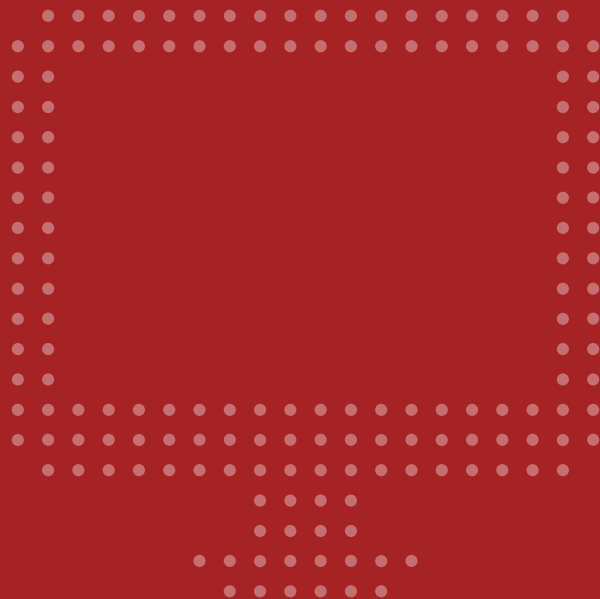


از پراید تا تراکتور!



۱۶ درصد جستجوها در نوار جستجوی اصلی دیوار نام انواع خودرو بوده است.





بررسی آگهی

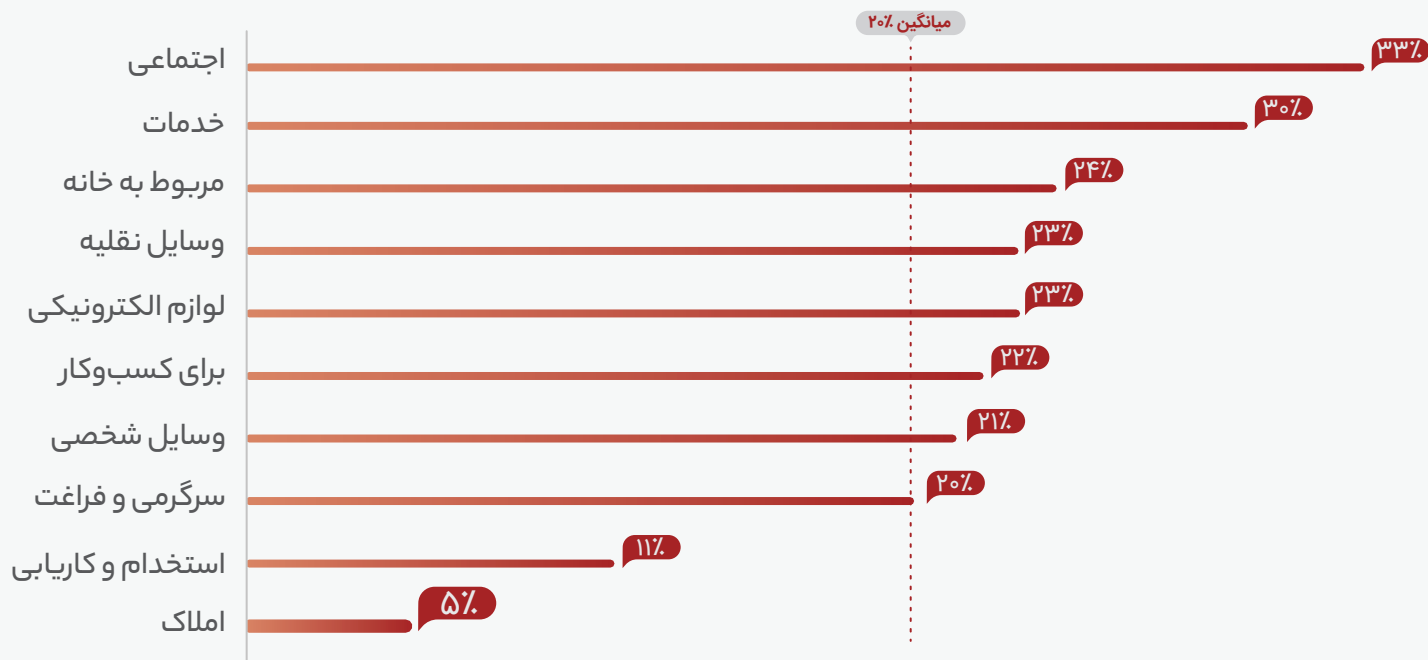
روزانه صدها هزار آگهی توسط کاربران در دیوار منتشر می‌شود. دیوار برای رعایت اصول اجتماعی، اخلاقی و عرفی و همچنین حفظ کیفیت آگهی‌ها، از جمله شناسایی آگهی‌های تکراری یا آگهی‌هایی با تصاویر بی‌کیفیت، آگهی‌ها را پیش از انتشار بررسی می‌کند.

همچنین دیوار برای اطمینان از مطابقت آگهی‌های منتشرشده با قوانین و بالا بردن دقت بررسی‌های پیش از انتشار، روزانه در فواصل زمانی معینی آگهی‌های منتشرشده را با ملاحظات مختلف بررسی و در صورت لزوم، تعدادی از آنها را ویرایش یا حذف می‌کند و دلیل حذف را به اطلاع کاربر می‌رساند. بخشی از فرایند بررسی به شکل خودکار توسط ربات‌های هوشمند و بخشی هم توسط ناظران انسانی انجام می‌شود.

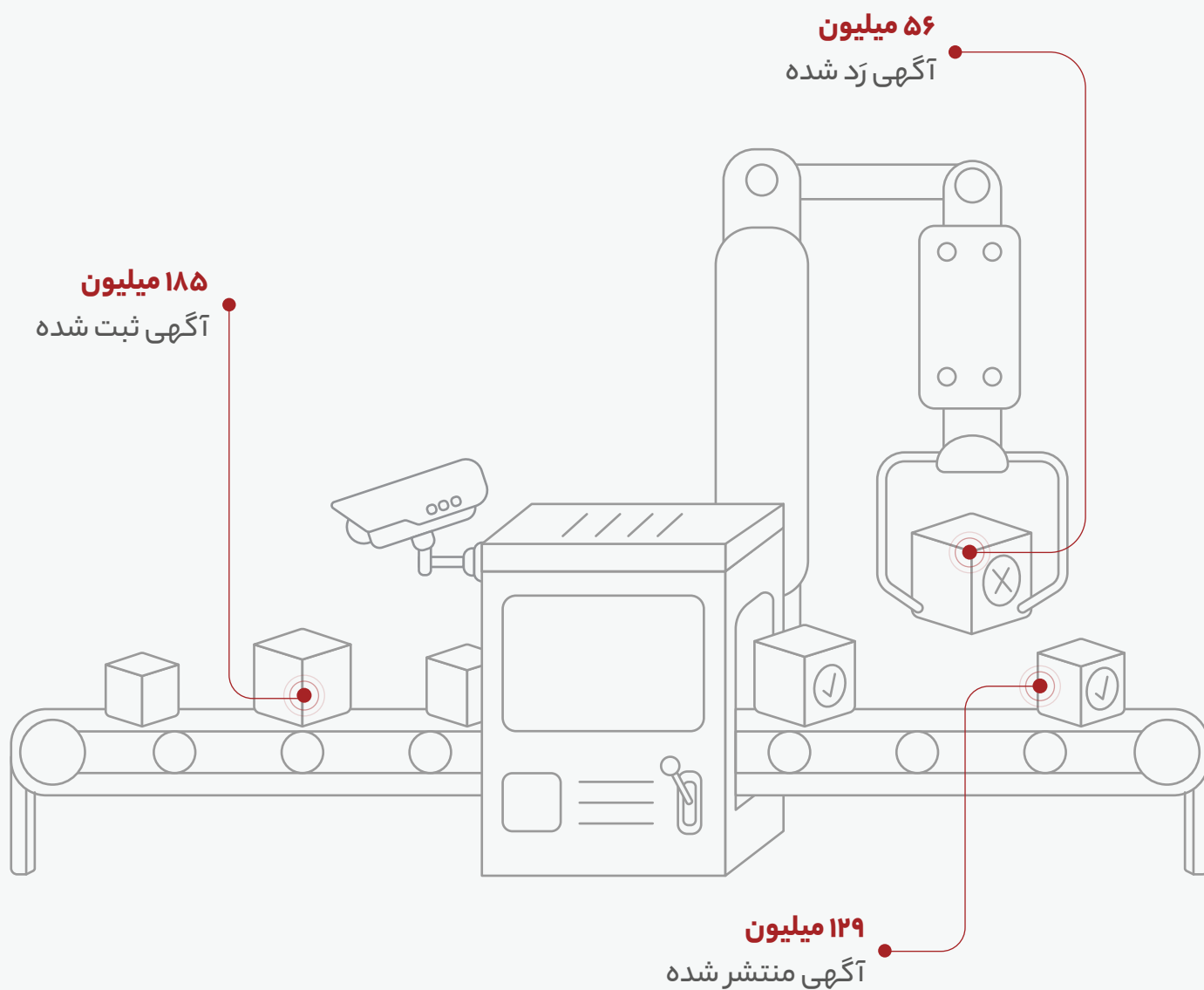


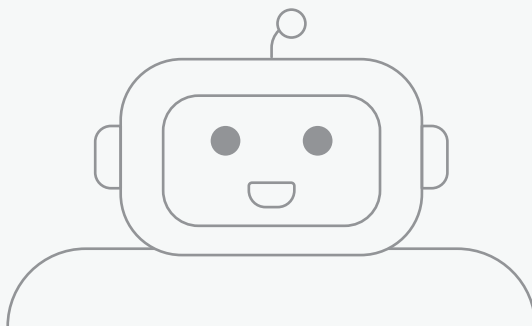
این نرخ شامل آگهی‌های ثبت شده یا ویرایش شده است.

نرخ رد آگهی در دسته‌های دیوار



فرایند بررسی آگهی در سال ۱۳۹۹





۳۸ درصد سهم ربات‌ها در تصمیم‌گیری نهایی برای آگهی‌های بررسی شده

در سال ۱۳۹۹ در ۳۸ درصد از بررسی‌ها، نتیجه نهایی را ربات‌ها مشخص کرده‌اند. در سال ۱۳۹۸ سهم ربات‌ها در این فرایند ۲۸ درصد بوده است.



۲۶۵ نفر

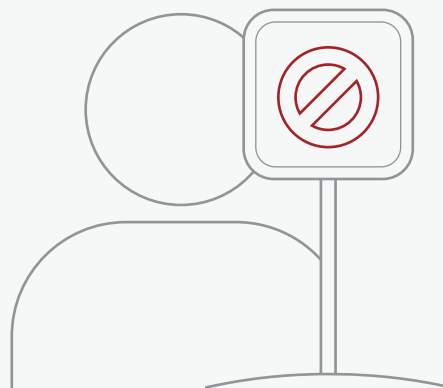
تعداد اعضای تیم بررسی آگهی‌دیوار

۲ درصد نرخ خطا در بررسی اولیه

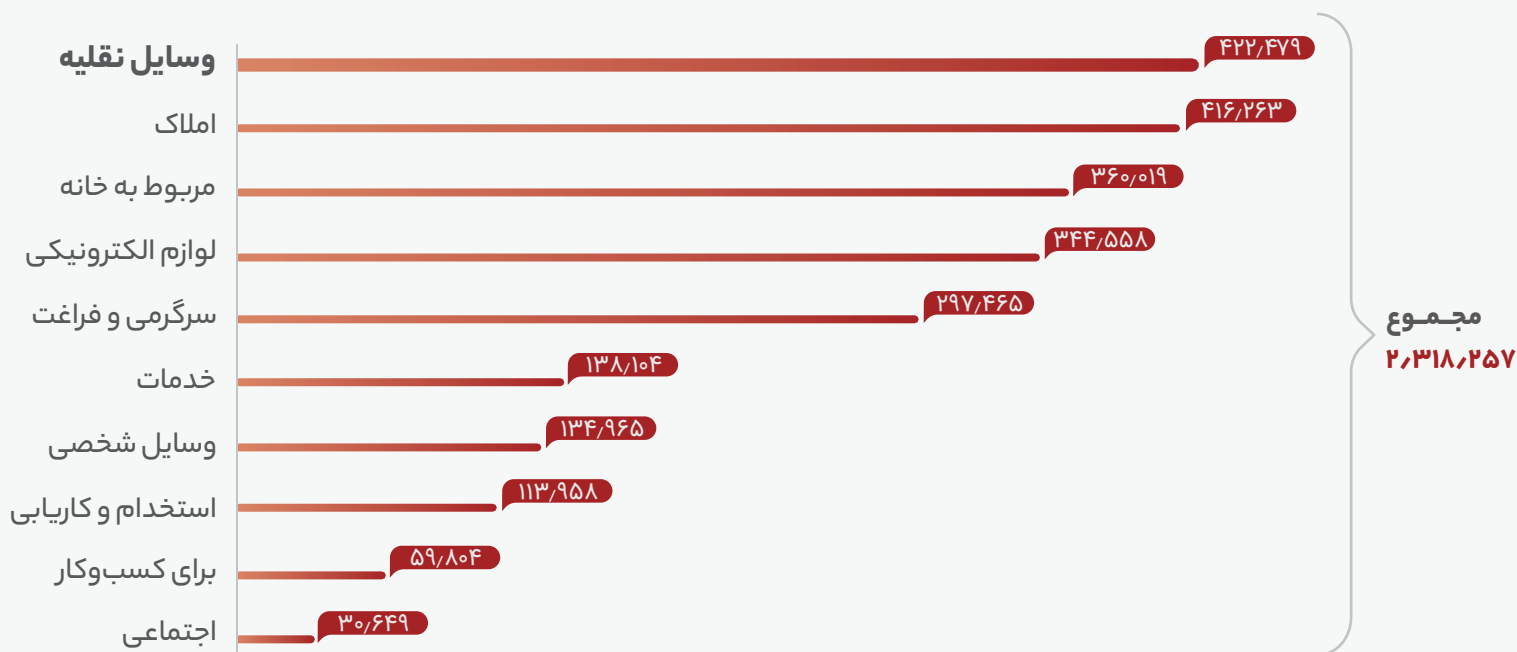
برای اطمینان از دقت بررسی‌ها، نمونه‌ای از بررسی‌های انجام‌شده توسط تعدادی ناظر ارشد بازبینی می‌شود. نتایج این بازبینی‌ها نشان می‌دهد بررسی اولیه به‌طور متوسط تنها در **۲ درصد** موارد با خطا همراه بوده است.

کاربر مسدود شده در سال ۱۳۹۹ **۵۵ هزار**

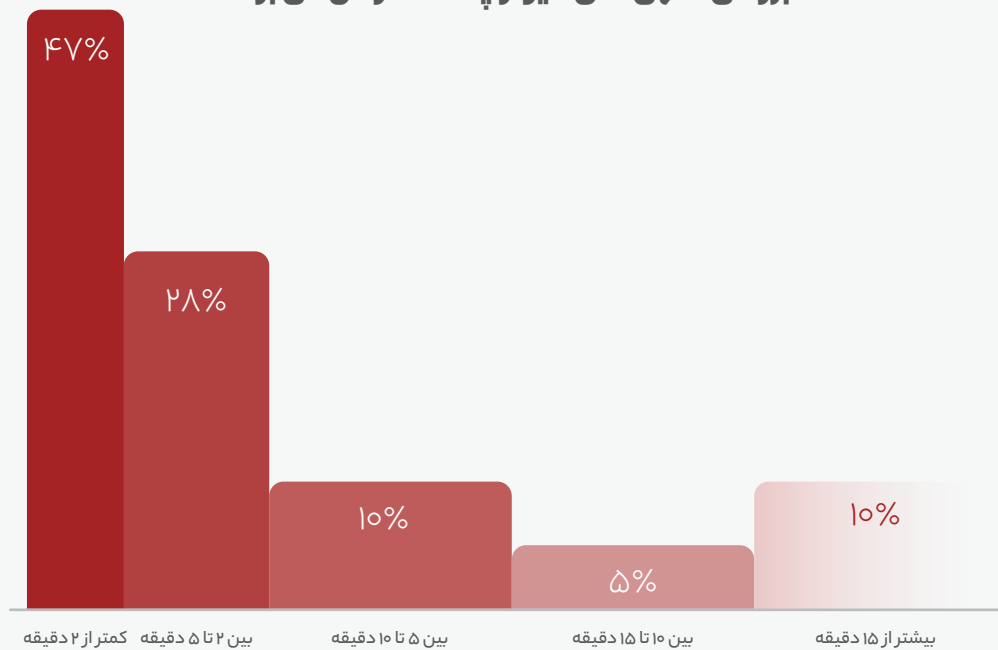
تعداد ۵۵ هزار کاربر در سال ۱۳۹۹ به دلیل انجام فعالیت‌های غیرقانونی یا گزارش سایر کاربران مسدود شده‌اند. این تعداد در مقایسه با سال قبل ۱۷ درصد بیشتر شده است.



تعداد آگهی‌های گزارش شده در دسته‌های مختلف



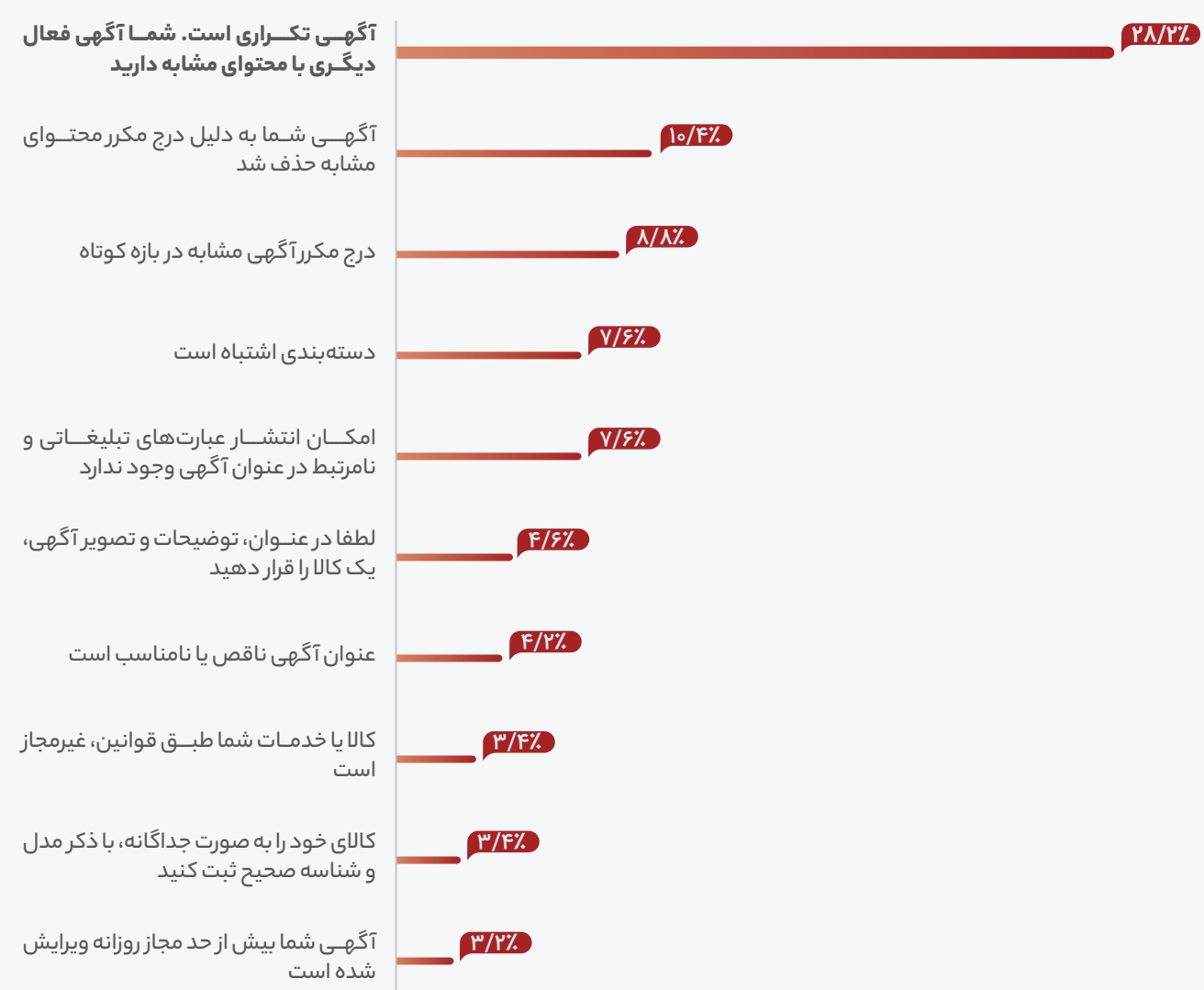
بررسی آگهی‌های دیوار چه مدت زمان می‌برد؟

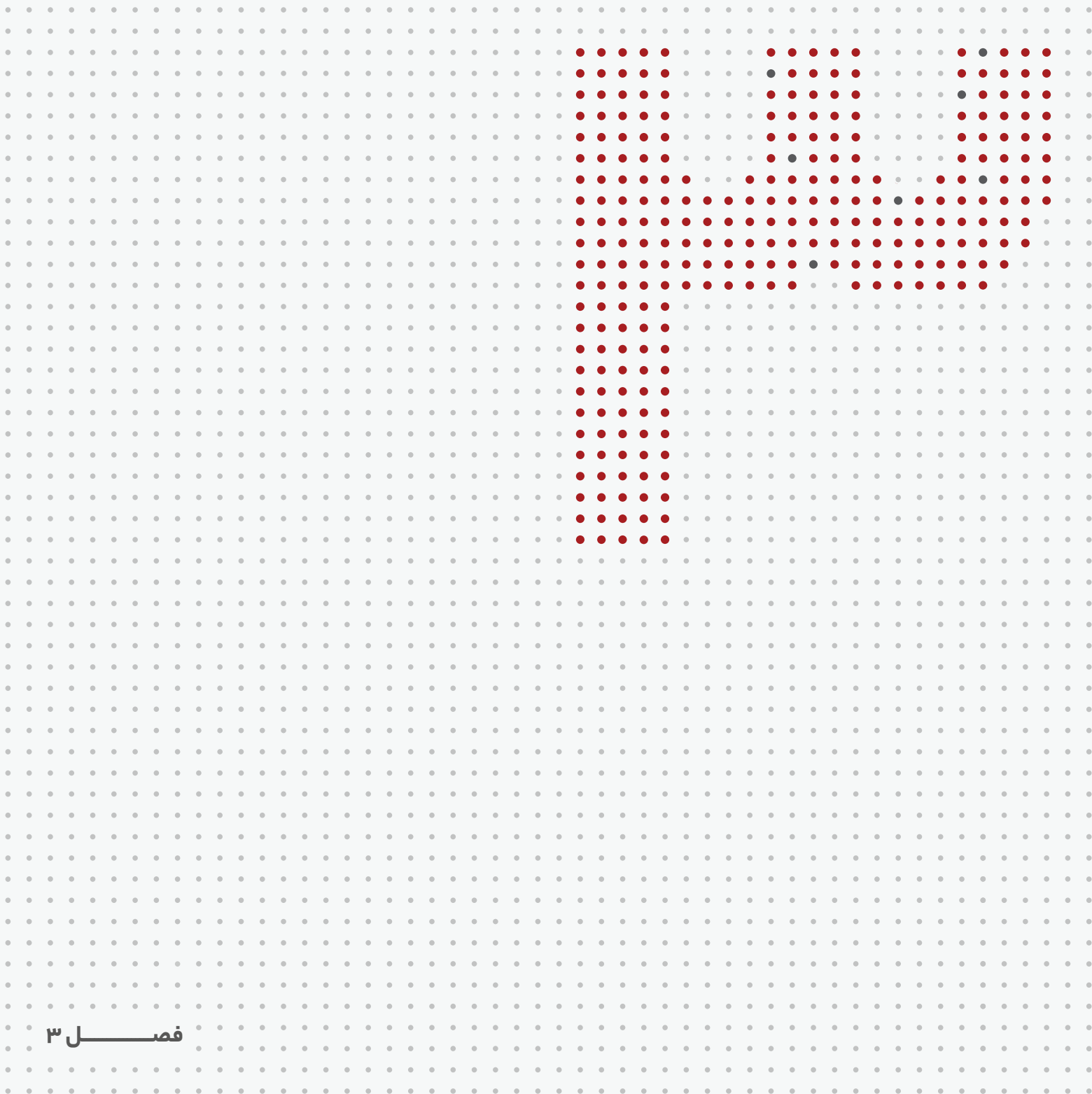


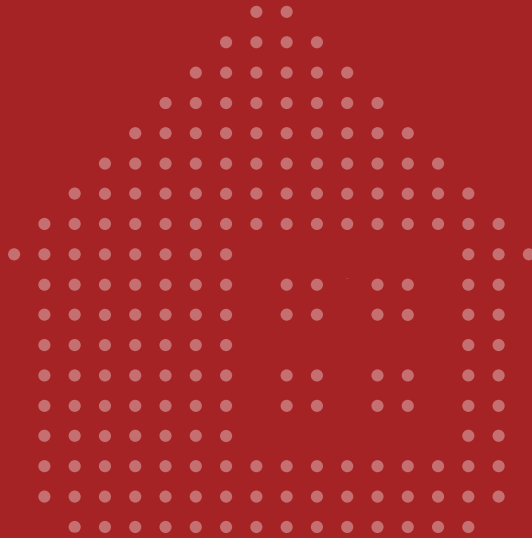
نزدیک به نیمی از آگهی‌ها در کمتر از
۲ دقیقه بررسی می‌شوند.

در سال ۱۳۹۹ **تکراری بودن آگهی** مهم‌ترین دلیل رد در مرحله بررسی بوده است. **۲۸ درصد** از کل بررسی‌های منجر به رد به دلیل تکراری بودن آگهی اتفاق افتاده است.

مهم‌ترین دلایل رد آگهی در بررسی‌ها







املاک

یکی از محبوب‌ترین و پراگهی‌ترین دسته‌ها از بین دسته‌های ده‌گانه دیوار برای ثبت آگهی، املاک است. از زمانی که دیوار به عنوان مرجعی برای ثبت آگهی املاک شناخته شده، بسیاری از روش‌های سنتی و ناکارآمد برای پیدا کردن مسکن و املاک کنار گذاشته شده است و کاربران نسبت به گذشته بسیار راحت‌تر می‌توانند نیازهای خود را برطرف کنند. بخش املاک با اضافه کردن عکس‌هایی از واحد مورد نظر و همچنین افزودن فیلترهای مهم و موثری مانند فیلتر محله، قیمت، عمر بنا، متراژ، پارکینگ، آسانسور، انباری و... به کاربران خود بهترین و مناسب‌ترین پیشنهادات را ارائه می‌کند. بخش املاک یکی از محبوب‌ترین بخش‌های دیوار است. در این بخش، واحدهای آپارتمانی، خانه‌های کلنگی، زمین و ویلا در اقصی نقاط ایران آگهی شده‌اند.

۷ میلیون

آگهی فروش آپارتمان



۳/۶ میلیون

آگهی اجاره آپارتمان

۳۷۱ مرتبه

میانگین بازدید هر آگهی
اجاره آپارتمان در سراسر ایران

۳۸۶ مرتبه

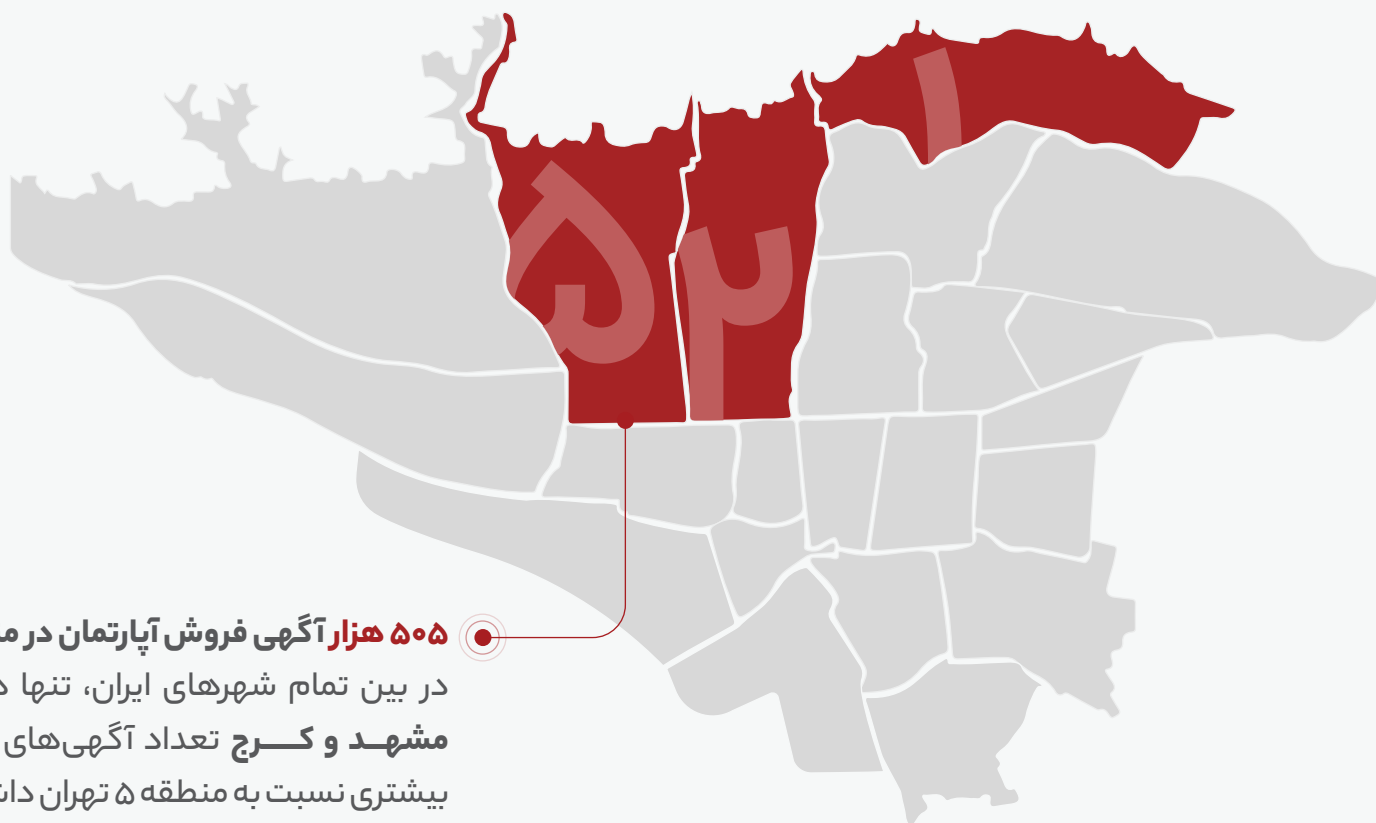
میانگین بازدید هر آگهی
فروش آپارتمان در سراسر ایران



اگر تعداد متوسط بازدید هر آگهی به
صورت حضوری انجام شود و هر بازدید ۱۰
دقیقه طول بکشد، **بازدید هر آپارتمان** برای
خرید **۶۴ ساعت** و برای اجاره **۶۲ ساعت** وقت
صاحب‌خانه را می‌گیرد!

مناطق ۱، ۲ و ۵ پراگهی‌ترین مناطق شهر تهران

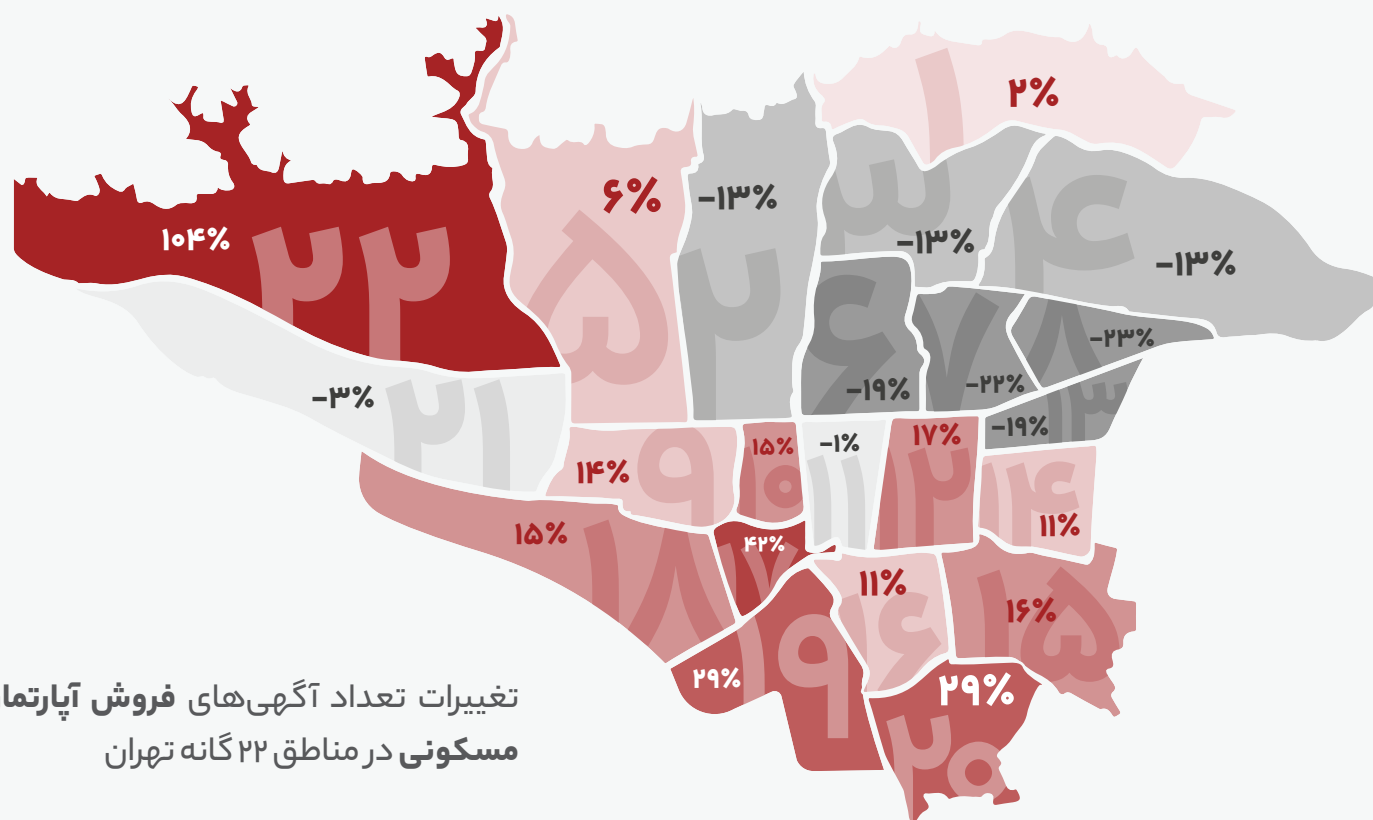
این سه منطقه در مجموع نیمی از آگهی‌های فروش آپارتمان شهر تهران را به خود اختصاص داده‌اند. **۲۴ درصد** از کل جمعیت شهر تهران در این سه منطقه ساکن هستند. آگهی‌های اجاره آپارتمان نیز کمابیش در همین مناطق متمرکز شده‌اند.



منطقه ۲۲ تهران

دارای بیشترین رشد تعداد آگهی
فروش آپارتمان مسکونی

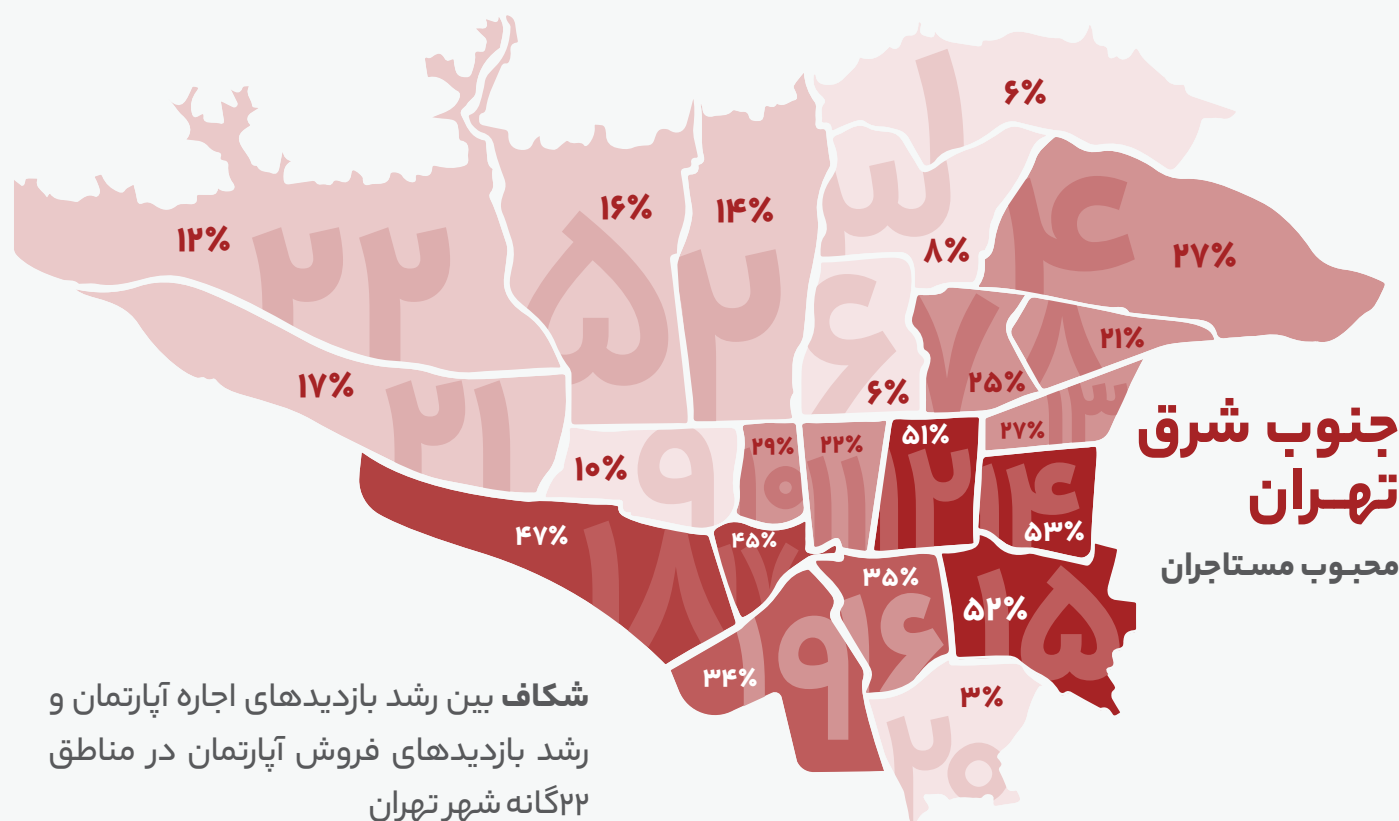
در این منطقه، تعداد آگهی‌ها نسبت به
سال ۱۳۹۸ کمی بیش از **۲ برابر** شده است.



مناطق ۱۲ و ۱۴

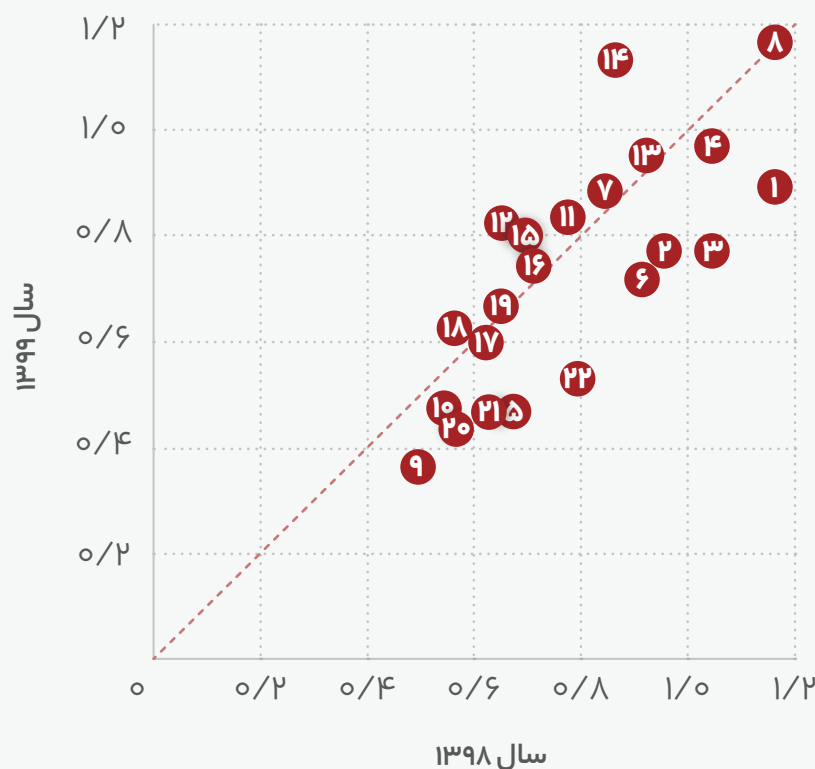
دارای بیشترین رشد تعداد آگهی
اجاره آپارتمان مسکونی

در این مناطق تعداد آگهی‌ها نسبت به سال ۱۳۹۸ حدوداً **۴۶ درصد** افزایش داشته است.



نسبت تعداد آگهی‌های اجاره به تعداد آگهی‌های فروش در مناطق ۱۲، ۱۴ و ۱۵
 بیشترین نرخ رشد را نسبت به سال قبل ثبت کرده است. بیشترین درصد افت
 این نسبت نیز مربوط به مناطق ۵، ۲۱ و ۲۲ در غرب تهران بوده است.

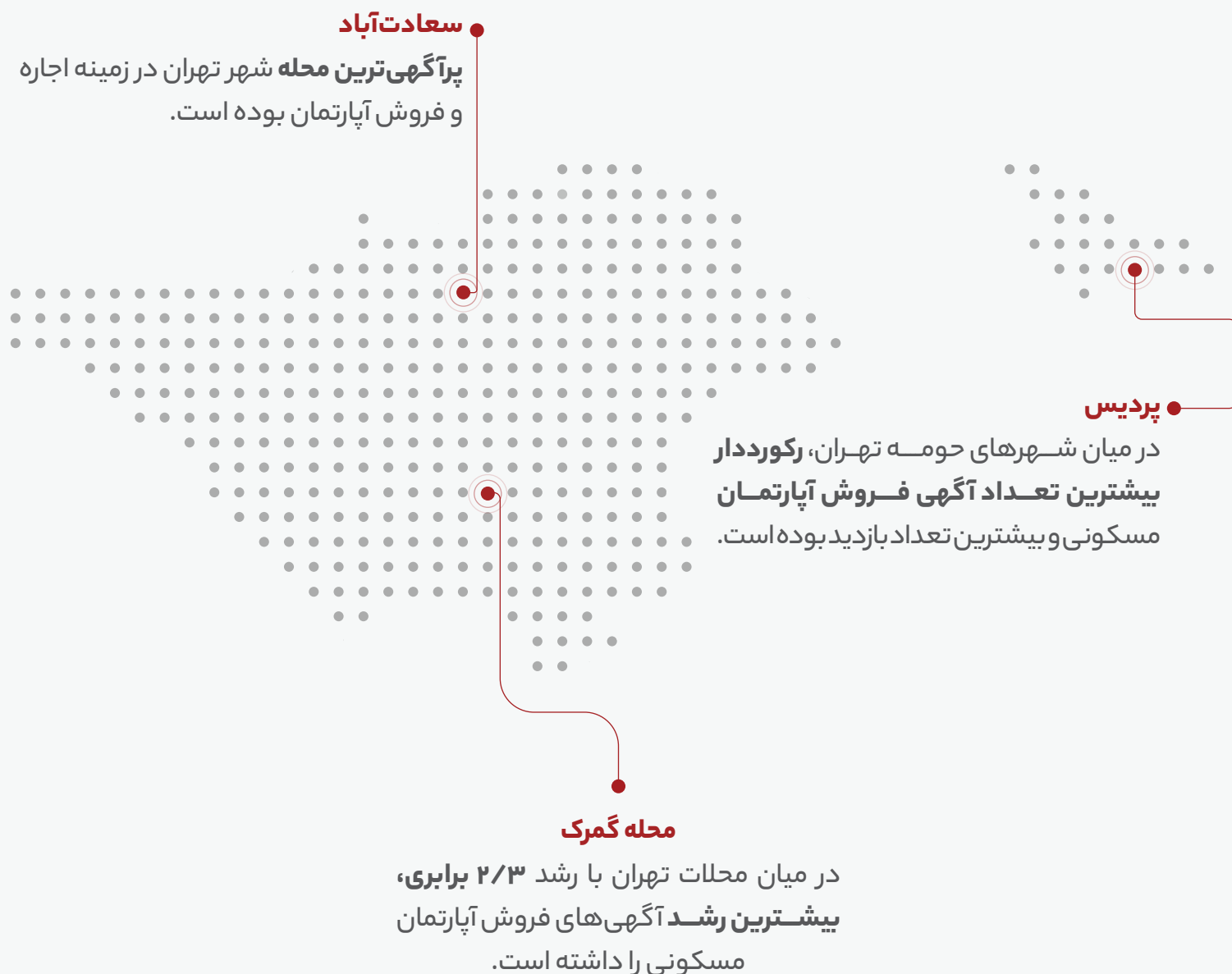
**نسبت تعداد آگهی‌های اجاره آپارتمان مسکونی به آگهی‌های فروش
 آپارتمان مسکونی در مناطق ۲۲ گانه شهر تهران**

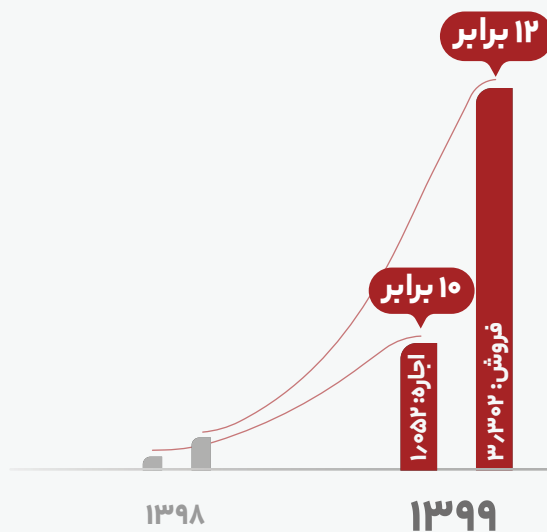


بیشترین رشد نسبت آگهی اجاره به فروش
 آپارتمان را در سال ۱۳۹۹ داشته است.

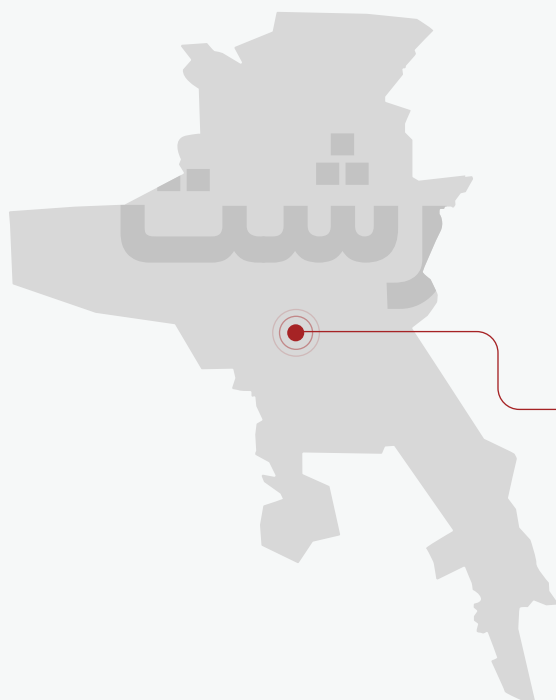


بیشترین نسبت تعداد آگهی اجاره به فروش
 آپارتمان را داشته است.





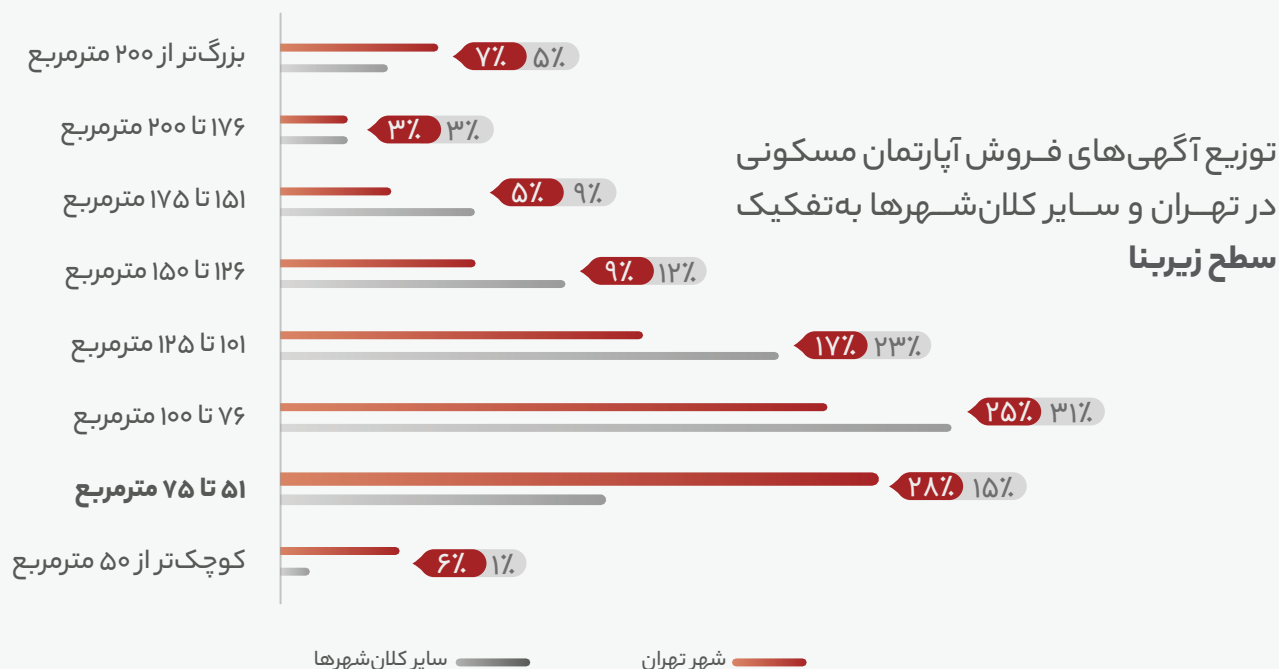
● **گرمسار** با رشد ۱۲ برابری آگهی فروش و رشد ۱۰ برابری آگهی اجاره، بیشترین رشد را در بین شهرهای ایران داشته است.



● **رشت** در میان مراکز استان‌ها با رشد ۲/۴ برابری تعداد آگهی‌های فروش آپارتمان مسکونی پیشتاز است.

آپارتمان‌های کوچک مورد پسند تهرانی‌ها

سهم خانه‌های کوچک‌تر از ۷۵ مترمربع از کل آگهی‌های فروش آپارتمان در شهر تهران **۳۴ درصد** بوده است.



اجاره‌نشین‌ها

در تهران دنبال خانه‌های بزرگ نیستند



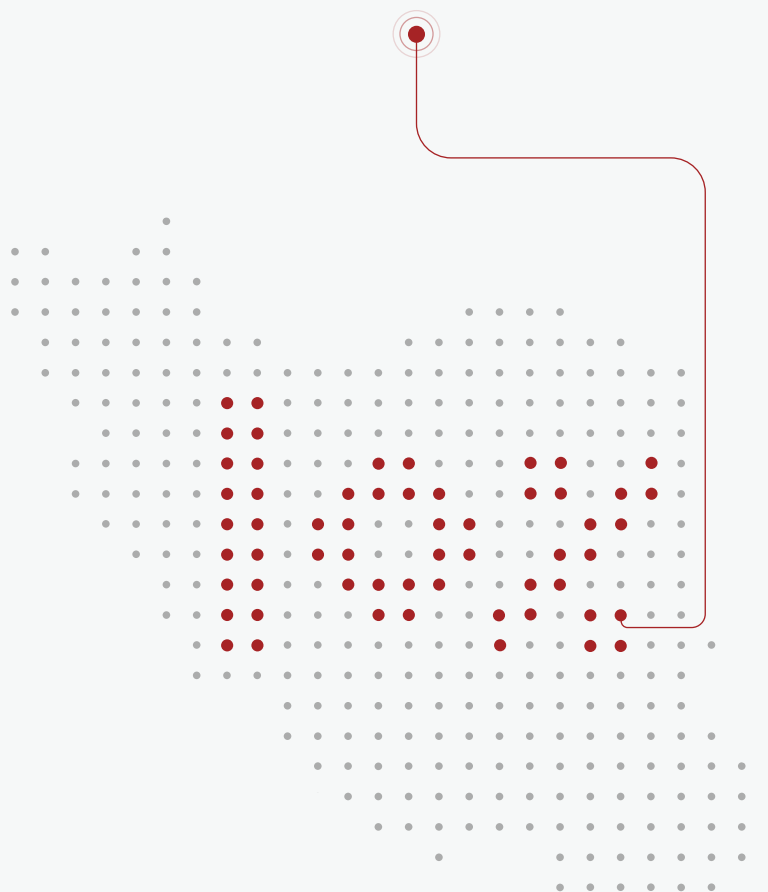
بیش از نیمی از آگهی‌های اجاره در تهران مربوط به خانه‌های ۵۰ تا ۱۰۰ مترمربع بوده است.

۳۴ درصد آگهی‌های فروش آپارتمان در مشهد
مربوط به ساختمان‌های **نوساز** است.



۶۲ درصد از آگهی‌های فروش در شهر مشهد مربوط به آپارتمان‌های
زیر ۵ سال ساخت است؛ از این حیث، در بین کلانشهرها، مشهد رکورددار است.
سه‌م آگهی‌های فروش آپارتمان‌های زیر ۵ سال ساخت برای تهران
۵۱ درصد است.

۱۵ از کل آگهی‌های اجاره در کشور
درصد مربوط به آپارتمان‌های **نوساز** است.



در میان شهرهای پرآگهی، **تهران** تنها شهری
است که تعداد آگهی‌های اجاره آپارتمان‌های
نوساز در آن نسبت به سال قبل **کاهش**
یافته است.



کاهش آپارتمان‌های نوساز و رکود ساخت‌وساز

در سال ۱۳۹۹ به دلیل ادامه شیوع ویروس کرونا و عدم ثبات اقتصادی، میل به ساخت‌وساز کاهش پیدا کرده است. سهم آپارتمان‌های نوساز از کل آپارتمان‌های آگهی‌شده برای فروش در دو شهر پراگهی (تهران و کرج) در سال ۱۳۹۹ حدود **۵ درصد** در مقایسه با سال قبل کاهش یافته است.



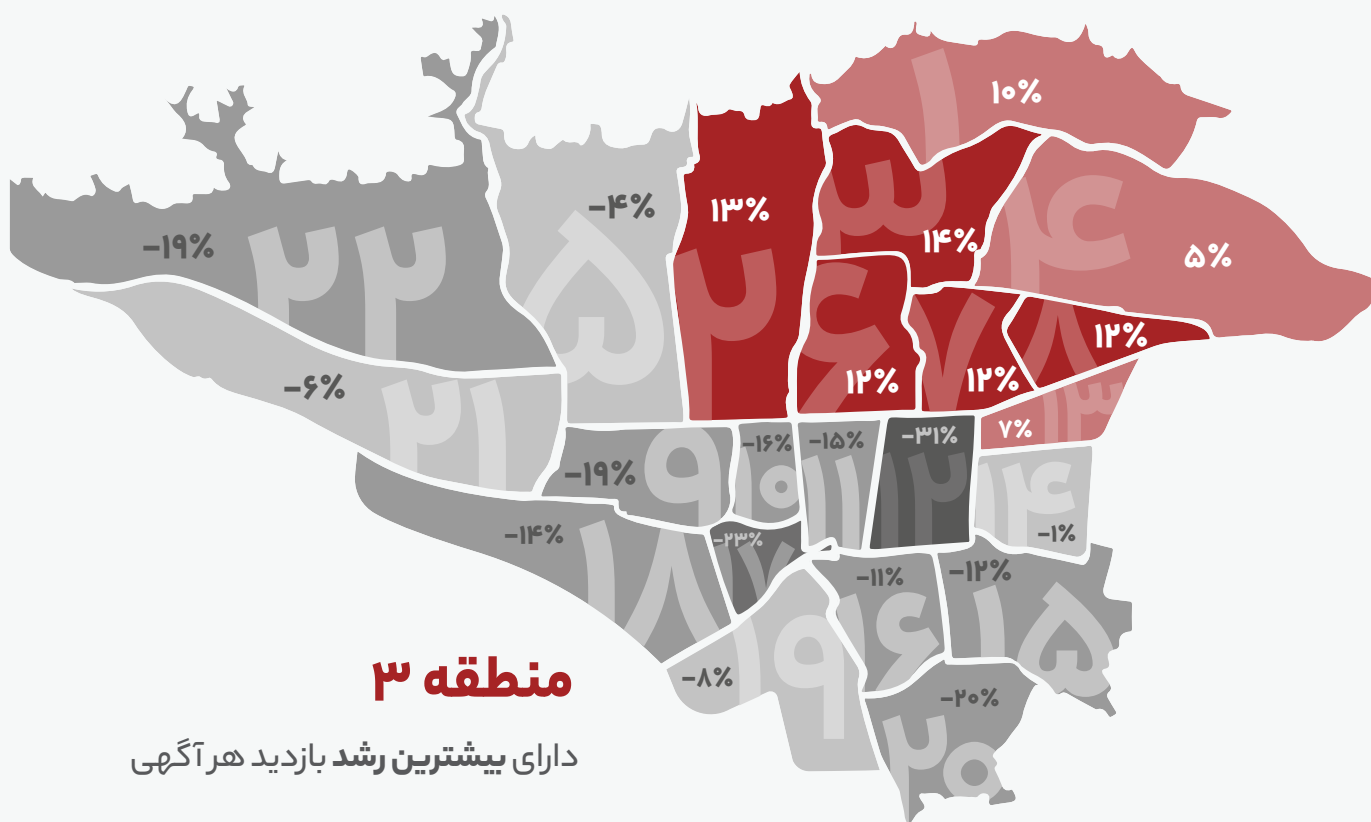
بر اساس گزارش مرکز آمار ایران از آغاز سال ۱۳۹۹ تا پایان آذرماه در شهرداری تهران تعداد ۵ هزار و ۱۱۰ مورد پروانه ساختمانی صادر شده است، تعداد پروانه صادرشده در مدت مشابه سال قبل ۶ هزار و ۶۳۰ مورد بوده است. بر همین اساس ما شاهد کاهش ۲۳ درصدی صدور پروانه ساختمانی در تهران توسط شهرداری هستیم.



کوچ مردم به مناطق جنوبی تهران

در بین ۶۰ محله‌ای که بیشترین بازدید برای هر آگهی فروش آپارتمان را داشته‌اند، ۵۸ محله در نیمه جنوبی شهر تهران بوده است.

میزان رشد بازدیدهای یکتای هر آگهی
در مناطق ۲۲ گانه شهر تهران



شهرکرد
دارای بیشترین تعداد متوسط بازدید هر
آگهی فروش آپارتمان



+۱۰۰۰

بازدید هر آگهی در ۵ شهر

شهرهای شهرکرد، تبریز، زابل، دورود و
دزفول تنها شهرهایی‌اند که متوسط تعداد
بازدید هر آگهی فروش آپارتمان برای آن‌ها
بیشتر از ۱,۰۰۰ بازدید است.

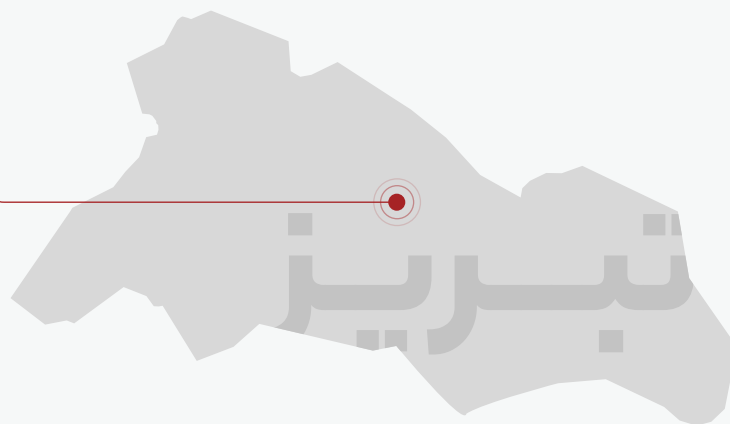


بالاترین متوسط تعداد بازدید هر آگهی در بین محله‌های تهران مربوط به
تقی‌آباد در شهری با **۱,۰۶۰ بازدید** به ازای هر آگهی است.

تبریز

دارنده بالاترین تعداد متوسط بازدید
هر آگهی اجاره آپارتمان

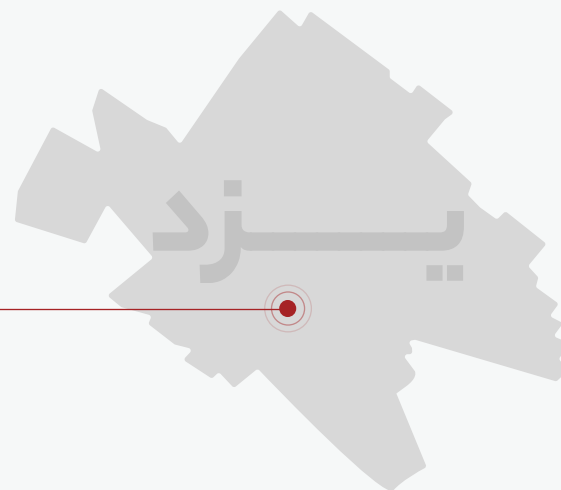
در این شهر هر آگهی اجاره آپارتمان به
طور میانگین **۷۳۵ بار** بازدید می‌شود.



یزد

رکورددار بیشترین اقدام به تماس با
آگهی‌دهنده در دسته فروش آپارتمان

۳۰ بار اقدام به تماس تلفنی در یزد
این رقم بالاترین عدد در بین شهرهای
فعال در دیوار است. در تهران، برای هر
آگهی فروش آپارتمان به‌طور متوسط **۱۸ نفر**
برای دریافت اطلاعات تماس اقدام می‌کنند.



افزایش تمایل صاحب‌خانه‌ها به اخذ ودیعه بیشتر

در شهر تهران سهم سود ودیعه از کل درآمد صاحب‌خانه یعنی مبلغ اجاره به اضافه سود ودیعه، از ۴۴ درصد در سال ۱۳۹۸ به **۴۷ درصد** در سال ۱۳۹۹ رسیده است. دلیل این رشد، وجود تورم‌های بالا در یک سال اخیر است.



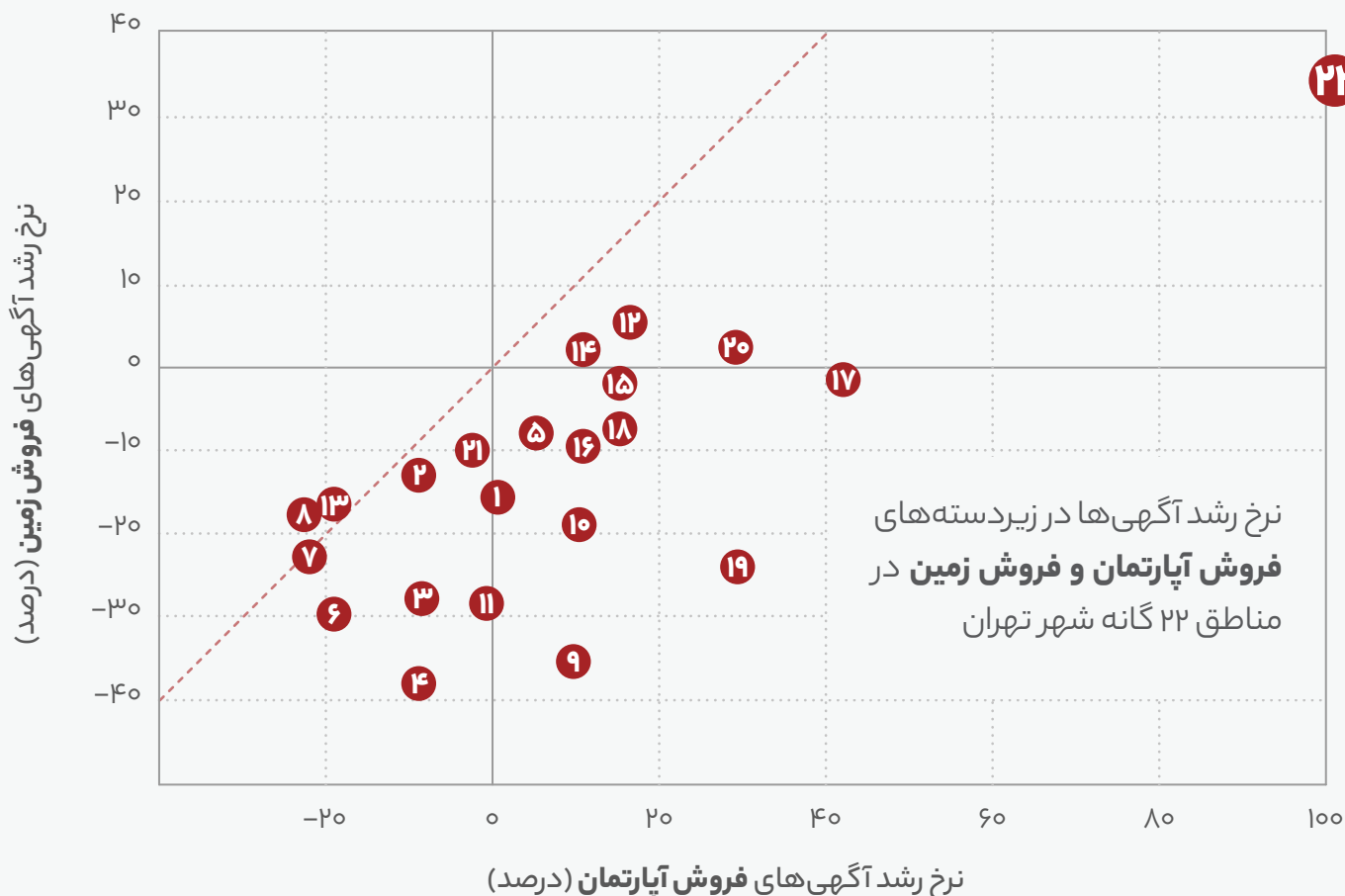
همان‌طور که پیش‌بینی می‌شد، سهم ودیعه در سال ۱۳۹۹ بیشتر شده است و صاحبان ملک تمایل بیشتری به اخذ ودیعه بیشتر و سرمایه‌گذاری آن در بازارهای پرسود داشته‌اند.



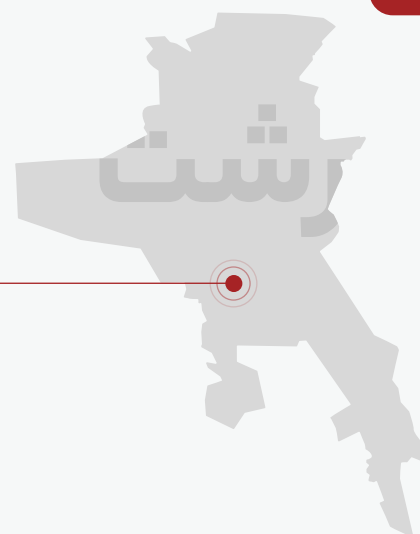
منطقه ۲۲

پیش‌تاز رشد آگهی فروش زمین در بین
مناطق تهران

بیشترین نرخ رشد آگهی‌های ثبت‌شده زمین،
همانند زیردسته فروش آپارتمان، متعلق به
منطقه ۲۲ با رشد ۳۴ درصدی بوده است.



رشت
دارای بیشترین آگهی فروش زمین در بین
شهرهای کشور



میان ۲۰ شهر پرآگهی فروش زمین، ۶ شهر
رشت، نوشهر، بندرانزلی، لاهیجان، نور و
گرگان در استان‌های **حاشیه دریای خزر** واقع
شده‌اند.



گرمسار بیشترین و تهران کمترین رشد آگهی فروش زمین

گرمسار بیشترین درصد رشد تعداد آگهی فروش زمین را در مقایسه با سال
قبل با افزایش بیش از ۹ برابری آگهی‌ها ثبت کرده است.

تهران با رشد ۶/۷ درصدی تعداد آگهی‌های فروش زمین، کمترین نرخ رشد
آگهی‌ها را در بین کل شهرهای کشور داشته است.

۵۰۵ هزار آگهی خانه و ویلا

در شهر رشت

رشت با اختلاف در رده اول بیشترین تعداد آگهی خانه و ویلا قرار دارد و تعداد آگهی‌های آن در مقایسه با سال قبل **۱/۵ برابر** شده است.



پس از **رشت**، دو شهر **نور و مشهد** بیشترین تعداد آگهی فروش خانه و ویلا را داشته‌اند که این سه شهر در مجموع **۲۹ درصد** از کل آگهی‌های این دسته را پوشش داده‌اند.

مهدی روانشادینیا

کارشناس بازار مسکن و استاد دانشگاه



دست‌وپای کسب‌وکارهای اینترنتی بازار املاک و ساختمان را نبندیم

۴. پلتفرم‌ها بایستی ارتقای خود به نسل‌های بالاتر و امکان مدیریت بهتر داده‌ها و اطلاعات را فراهم کنند تا از برخی شیطنت‌های کاربران در مغشوش کردن این فضا جلوگیری کرده، خدمت‌رسانی بهتری انجام دهند و به تعمیق و توسعه آن کمک کنند.

**سازوکارهای بهبود بازار مسکن را باید
در تصمیمات کلان اقتصادی و فضای
حاکم بر اقتصاد کشور جستجو کرد، نه
درج چند آگهی اینترنتی مورددار!**

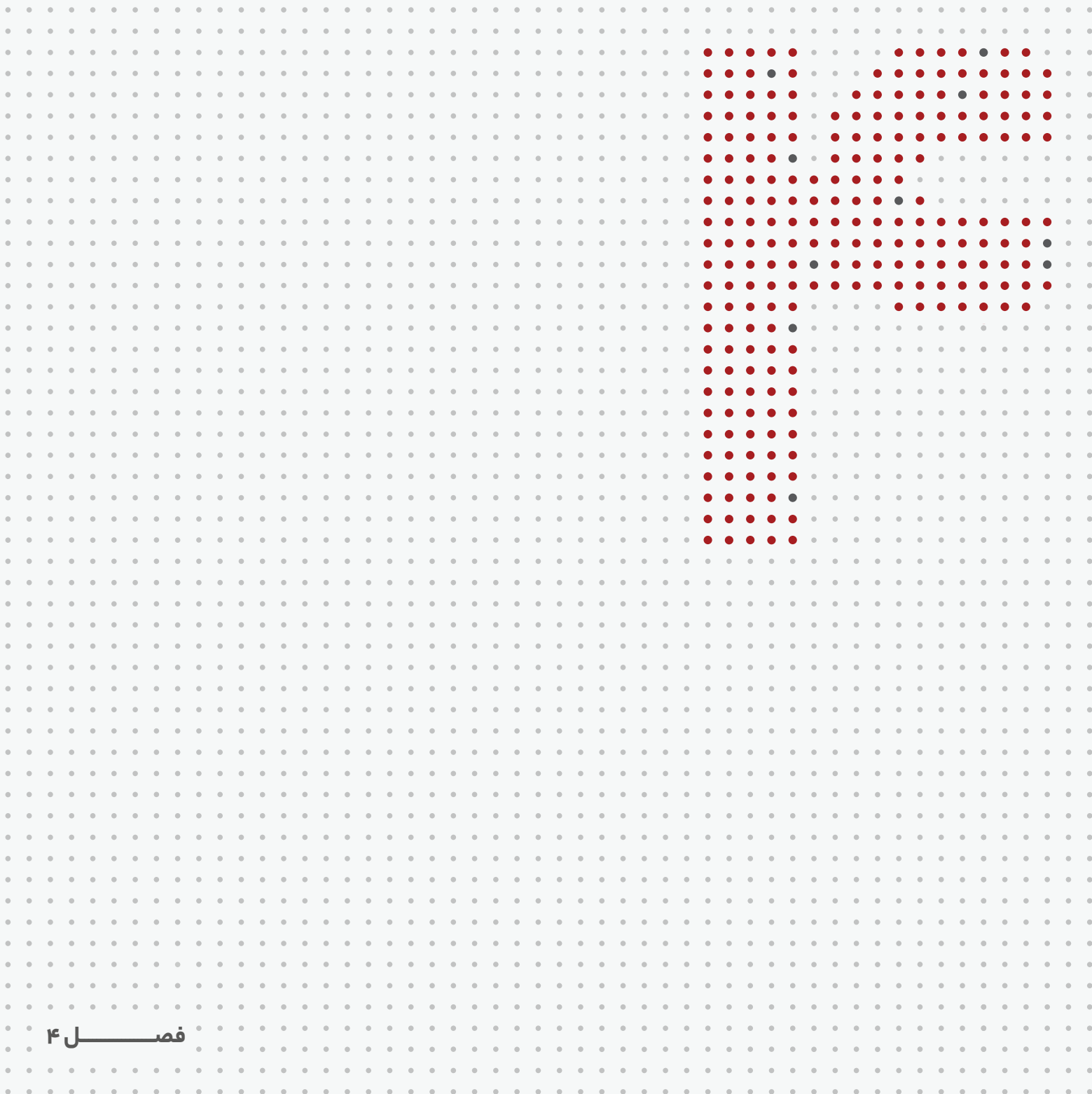
در چند سال اخیر بیش از هر دوره دیگری رونق کسب‌وکارهای اینترنتی را در حوزه مسکن در کل دنیا شاهد هستیم. علت این شکوفایی روشن است. این پلتفرم‌ها با خود شفافیت، تسهیل معاملات و کاهش هزینه مبادلات را به همراه داشته‌اند.

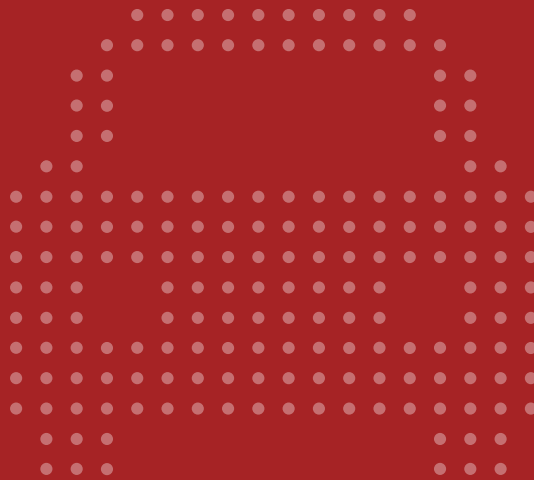
مقاومت در برابر هر چیز نو بخشی از خوی بشری ماست که گاهی در سازمان‌ها و حکمرانی هم بروز می‌کند. در ایران حداقل دوبار به صورت رسمی از درج قیمت در آگهی‌ها (با این استدلال که درج قیمت‌ها باعث التهاب بازار شده) جلوگیری به عمل آمده است. تجربه هر دوبار اما نتیجه‌ای عکس را نشان می‌دهد. گمان نمی‌کنم که بیش از این نیاز باشد تا درباره ضرورت توسعه فناوری‌های جدید اطلاعات و ارتباطات بنویسم و بهتر می‌دانم که چند توصیه برای آینده این‌گونه نرم‌افزارها مطرح کنم:

۱. مشاوره املاک در کشور ما محدود به معرفی ملک و ثبت و ضبط معامله است. این خدمات به کمک بسترهای جدیدی می‌تواند به ارائه خدمات جامع فنی، حقوقی و مشاوره مالی توسعه یابد.

۲. با استفاده از فناوری‌های جدیدی چون بلاکچین می‌توان امنیت معاملات را بیش از هر زمان دیگری تضمین کرد.

۳. سازوکارهای بهبود بازار مسکن را باید در تصمیمات کلان اقتصادی و فضای حاکم بر اقتصاد کشور جستجو کرد، نه درج چند آگهی اینترنتی مورددار!



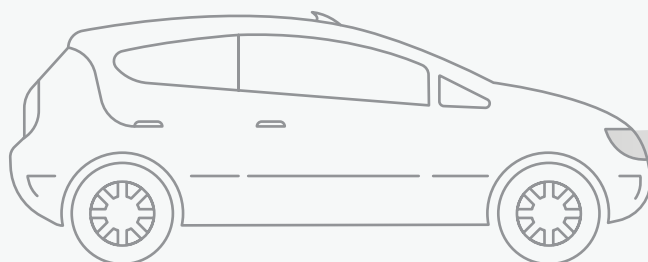


وسایل نقلیه

وسایل نقلیه بخش مهمی از زندگی انسان امروز را تشکیل می‌دهند. تصور جهانی بدون خودرو، حالا دیگر محال به نظر می‌رسد. در میان وسایل نقلیه‌ای که در دیوار آگهی می‌شوند، خودرو یکی از جذاب‌ترین و مهم‌ترین بازارها را دارد. در این بازار برای نیاز همه شهروندان با هر میزان هزینه، خودرویی وجود دارد. بخش خودروی دیوار به جویندگان خودرو کمک کرده است تا با صرف هزینه و انرژی بسیار کمی، خودروی مورد نظر خود را پیدا کنند. اگر بخش خودروی دیوار نبود، امکان یافتن خودروی مناسب، کار بسیار سخت‌تری بود. دیوار به آگهی‌های خودرو، که تا پیش از این به صورت کاغذی منتشر می‌شد، امکاناتی نظیر تصویر خودرو، جزئیات فنی و اطلاعات موثر بر قیمت آن را افزود. اطلاعاتی که ارائه آن بر تصمیم خریداران موثر است.

۸/۶
میلیون

آگهی منتشرشده در دسته
خودرو سواری در سال ۱۳۹۹



۶۲۴
مرتبه

میانگین تعداد بازدید هر آگهی در دسته
خودرو سواری

پنج شهر
۵۲%

تهران، مشهد، شیراز، اصفهان و کرج به ترتیب بیشترین آگهی‌های خودرو سواری را در بین شهرهای ایران داشته‌اند. از کل آگهی‌ها، سهم شهر تهران به تنهایی ۲۶ درصد و سهم چهار شهر دیگر هم در مجموع ۲۶ درصد بوده است.



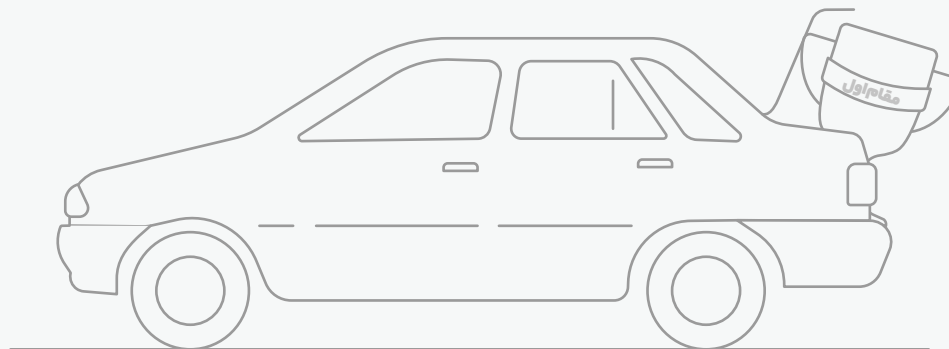
۲۷ هزار میلیارد تومان

ارزش معاملات خودرو در تهران به واسطه دیوار

تعداد معاملات خودروهایی که در سال ۱۳۹۹ در شهر تهران به واسطه دیوار انجام شده ۱۷۶ هزار و ۵۰۰ معامله تخمین زده می‌شود.

پراگهی ترین خودرو

پراگهی ترین خودروها در سال ۱۳۹۹ در دیوار به ترتیب **پراید صندوق دار**، **پژو ۲۰۶**، **پژو ۴۰۵**، **پژو پارس** و **سمند** بوده اند. سهم این پنج خودرو از کل آگهی ها در تهران ۳۹ درصد و در سایر شهرهای پراگهی به طور میانگین **۴۸ درصد** بوده است.



تعداد آگهی های پراید صندوق دار بیش از **۲ برابر** دومین خودرو پراگهی، یعنی پژو ۲۰۶ بوده است.

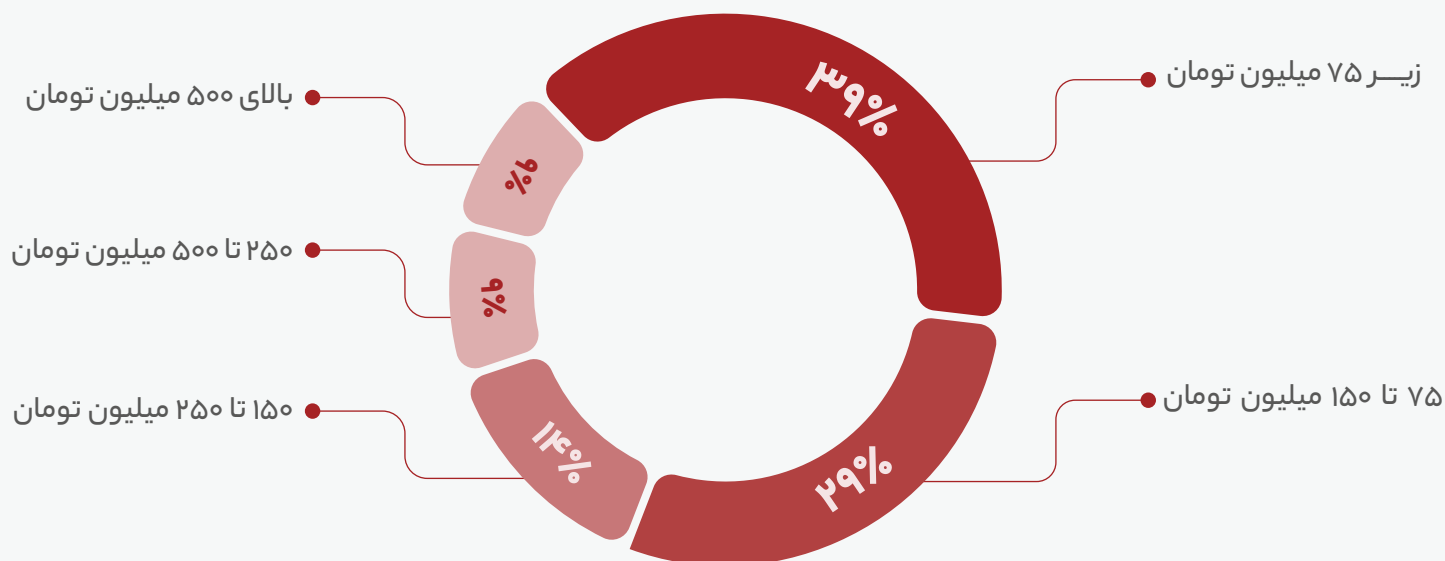
تعداد آگهی به تفکیک خودرو در مجموع شهرهای پراگهی



تعداد آگهی‌های انواع مدل‌های **کیا** بیش از **۲ برابر** خودروهای **تویوتا** بوده است.

در بین ۲۰ مدل خودرو پراگهی، بیشترین مدل‌ها مربوط به **پژو** بوده است.

خودروهای زیر ۷۵ میلیون تومان پربازدیدترین آگهی‌های خودرو در دیوار هستند. ۳۹ درصد کل بازدید آگهی‌های خودرو سواری در سال ۱۳۹۹ مربوط به این بازه قیمتی است.

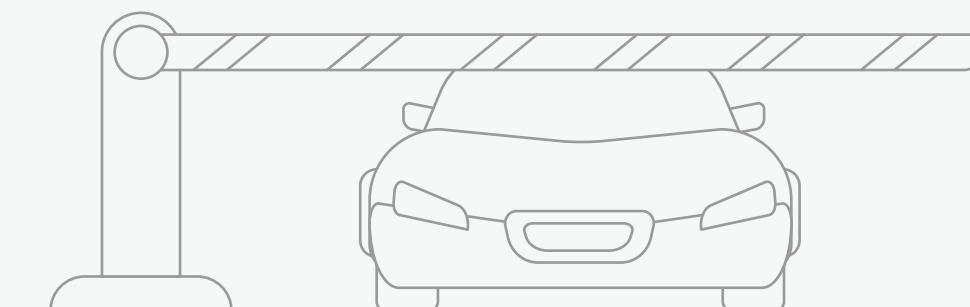
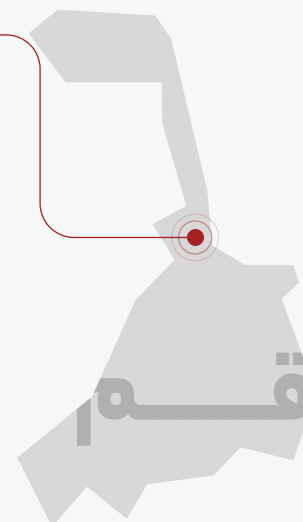


۹۰ درصد سهم خودروهای داخلی

سهم خودروهای داخلی از کل خودروهای آگهی‌شده از ۸۸ درصد در سال ۱۳۹۸ به ۹۰ درصد در سال ۱۳۹۹ رسیده است.

قم

با **۹۶ درصد** بالاترین سهم خودروهای داخلی را به خود اختصاص داده است.



تعداد آگهی خودروهای وارداتی نسبت به سال قبل **۲۶ درصد** کاهش داشته است.

تمایل تهرانی‌ها به خودروهای کم‌کارکرد

در شهر تهران، بیشترین تعداد آگهی مربوط به ماشین‌های **سه تا پنج سال ساخت** و در سایر شهرهای پراگهی مربوط به ماشین‌های **شش تا ده سال ساخت** است.



افزایش سهم آگهی‌های

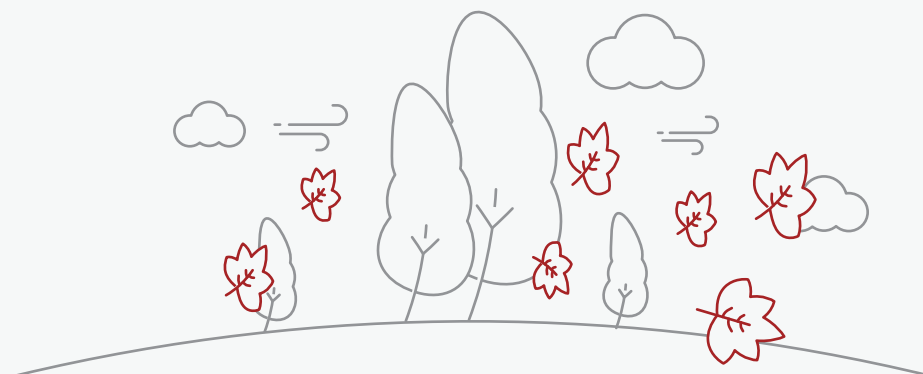
خودرو کارکرده در دیوار

در مقایسه با سال ۱۳۹۸، سهم آگهی خودروهای **بالای ۳ سال ساخت** به طور متوسط **۲۱ درصد** و در شهر تهران ۱۶ درصد افزایش یافته است.

بیش از ۲ برابر

افزایش قیمت خودروهای صفرکیلومتر

در سال ۱۳۹۹، قیمت خودروهای نو داخلی و وارداتی در مقایسه با سال ۱۳۹۸ به ترتیب ۲/۲ برابر و ۲ برابر شده است.



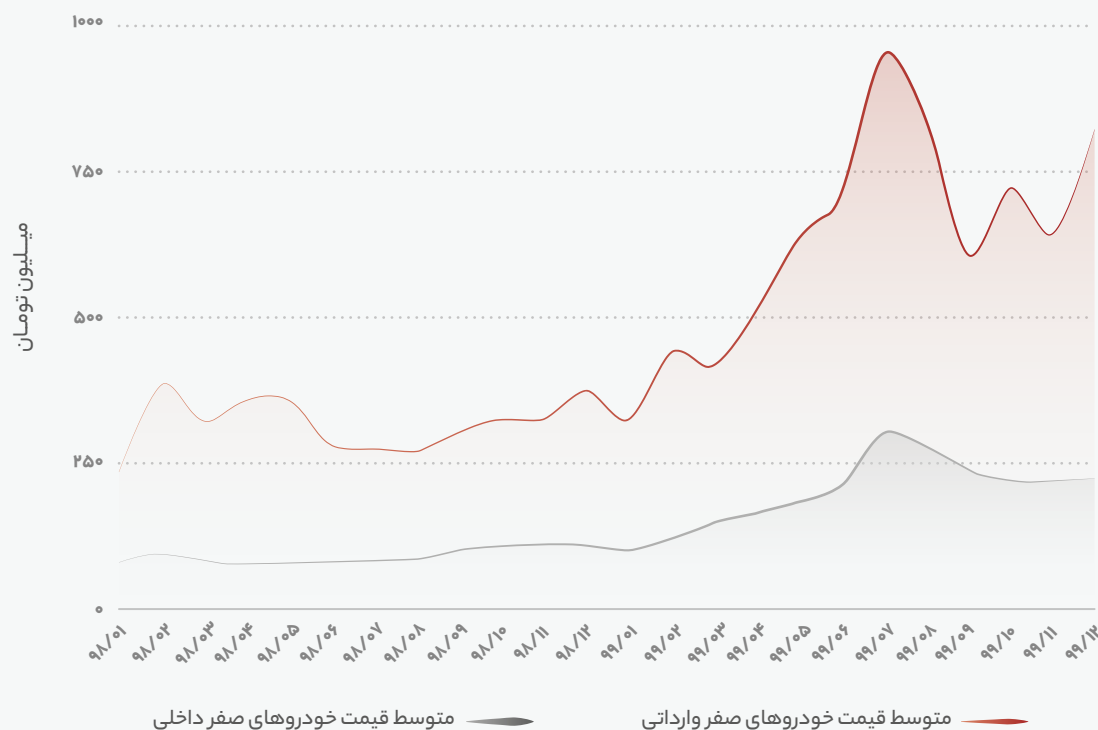
فرارز و فرود قیمت خودرو در پاییز

قیمت خودرو صفرکیلومتر در سال ۱۳۹۹ بیشترین رشد را در مهرماه تجربه کرده است. در این ماه، میانگین قیمت خودروهای نو داخلی و وارداتی به ترتیب ۴۲ درصد و ۳۴ درصد نسبت به شهریور ۱۳۹۹ افزایش یافته است. همچنین نسبت به مهر ۱۳۹۸ قیمت خودرو حدوداً ۳/۵ برابر شده است.

آذر تنها ماه سال ۱۳۹۹ بود که متوسط قیمت خودروهای **صفرکیلومتر داخلی** در مقایسه با یک ماه قبل **کاهش** یافت.



متوسط قیمت خودروهای **صفرکیلومتر داخلی** و وارداتی در ماه‌های مختلف سال‌های ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ بر مبنای قیمت آگهی دیوار

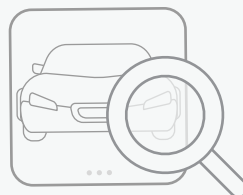


۵/۳ برابر

ماکو و سلماس رکورددار بالاترین نرخ رشد
آگهی خودرو سواری



ماکو منطقه آزاد و سلماس منطقه ویژه
اقتصادی است و به نظر می‌رسد دلیل رشد
بالای ثبت آگهی خودرو در این دو شهر همین
موضوع باشد.



کدام شهرها بیشترین تعداد متوسط
بازدید هر آگهی را داشته‌اند؟

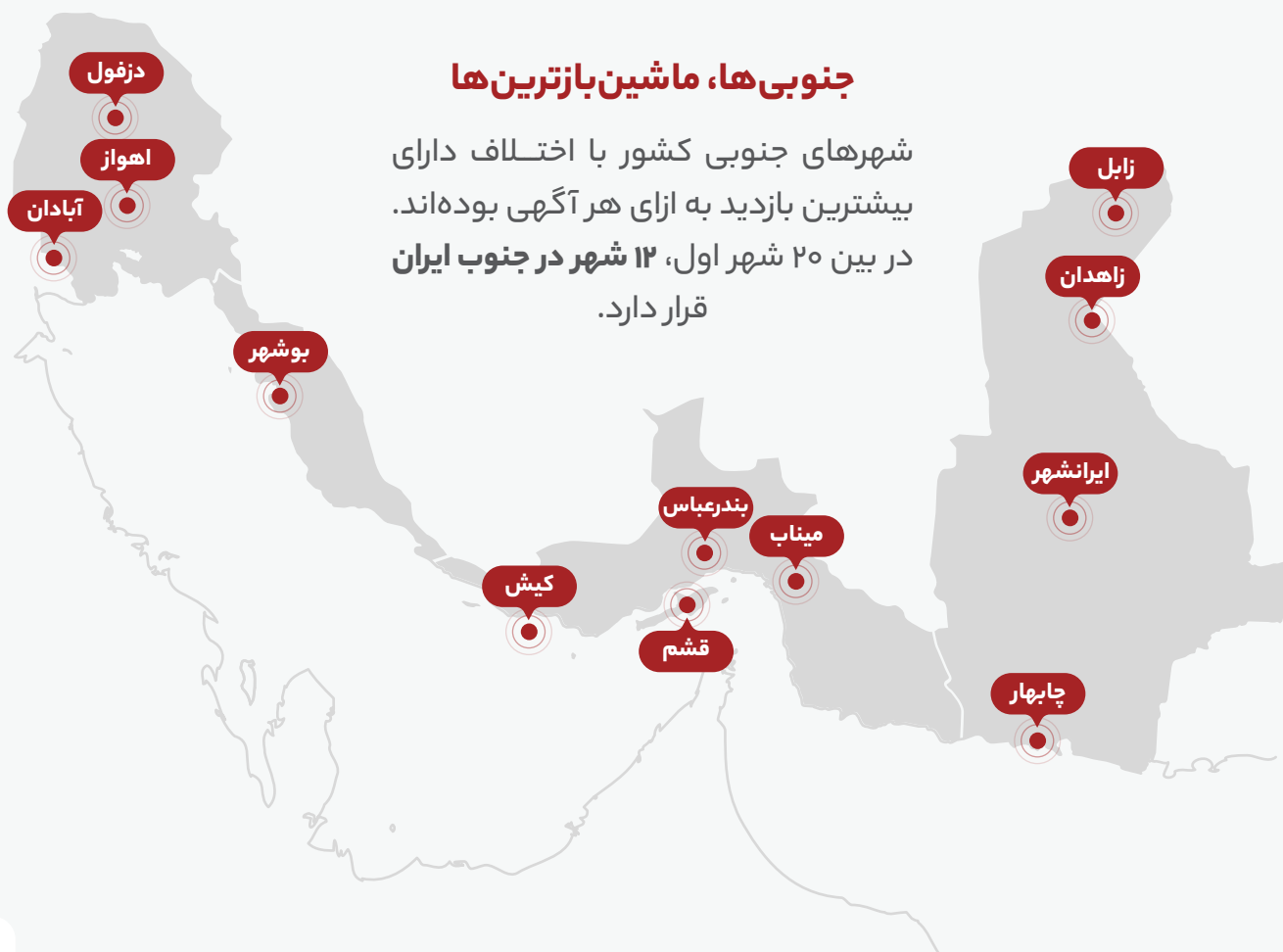
تهران
۷۸۲

اهواز
۸۵۲

قشم
۸۶۳

جنوبی‌ها، ماشین‌بازترین‌ها

شهرهای جنوبی کشور با اختلاف دارای
بیشترین بازدید به ازای هر آگهی بوده‌اند.
در بین ۲۰ شهر اول، ۱۲ شهر در جنوب ایران
قرار دارد.





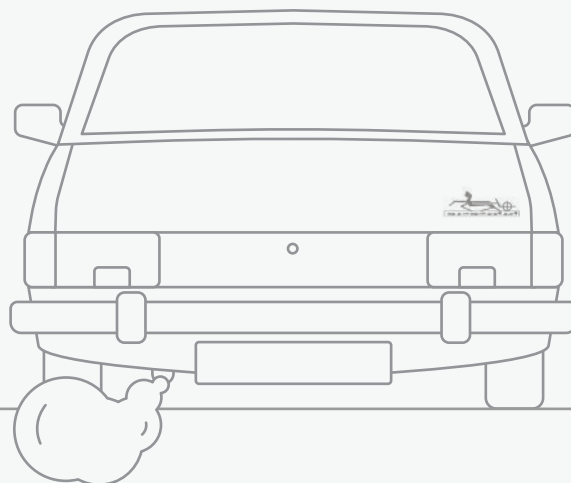
بازگشت به پیکان

در سال ۱۳۹۹ رشد تعداد آگهی‌های پیکان در شهرهای پراگهی از هر خودرو دیگری در دیوار بیشتر بود.



۱۷۶ هزار آگهی پیکان در سال ۱۳۹۹

پیکان از سال ۱۳۴۶ تا ۱۳۸۴ در ایران تولید می‌شد. در این ۳۸ سال به طور متوسط سالانه بیش از **۶۰ هزار** خودرو پیکان تولید شده است. **تعداد آگهی‌های پیکان** در سال ۱۳۹۹ حدوداً **سه برابر تولید متوسط سالانه پیکان** در ایران بوده است.



۲۳ رشد تعداد آگهی‌های پیکان درصد

در شهرهای پراگهی پیکان و پژو ۲۰۷ تنها خودروهایی بوده‌اند که تعداد آگهی آن‌ها نسبت به سال ۱۳۹۸ افزایش یافته است.

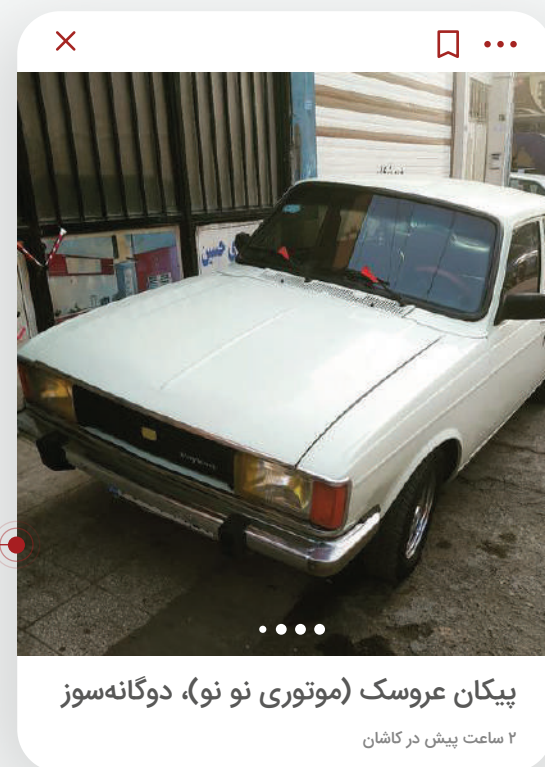
۴۲ رشد بازدید آگهی‌های پیکان درصد

در بین ۲۰ خودرو پربازدید، پیکان، دنا و مزدا تنها خودروهایی بوده‌اند که تعداد بازدیدهای یکتای آن‌ها در مقایسه با سال ۱۳۹۸ رشد کرده است.



شغل من کابینت‌سازی بود، اما بعد از رکود سال‌های اخیر به خرید و فروش خودرو هم روی آوردم. پیکان می‌خرم و با کمک پسر من در دیوار آگهی می‌کنیم و به محض اینکه پایین می‌رود، از قابلیت نردبان استفاده می‌کنیم. بیشترین آگهی‌ای که دیده شده مربوط به یک پیکان سفیدرنگ بود. آن را ابتدا خریداری کردم که به عنوان ماشین عروس اجاره بدهم، اما به علت شیوع کرونا موفق نشدم و تصمیم گرفتم در دیوار به فروش برسانم که استقبال زیادی از آن شد و در نهایت با قیمت ۳۰ میلیون تومان فروختم. هنوز از دیوار برای خرید و فروش استفاده می‌کنم، هرچند عکس‌های غیرواقعی بزرگ‌ترین معضل من برای خرید خودرو است.

پربازدیدترین آگهی فروش پیکان در سال ۱۳۹۹ مربوط به یک پیکان سفید بود که ۱۷/۱۳۵ بار بازدید شد.



۵/۳ میلیون آگهی

در دسته قطعات یدکی و لوازم جانبی خودرو
در سال ۱۳۹۹

تعداد بازدید هر آگهی قطعات
یدکی و لوازم جانبی خودرو **۲۶۶ مرتبه**

از کل تعداد آگهی‌ها متعلق
به شهر تهران است. **۲۴ درصد**

محلہ پیروزی در شرق تهران، مانند سال
قبل، بیشترین تعداد آگهی قطعات یدکی
و لوازم جانبی خودرو را داشته است.

مناطق آذری نشین

در صدر جدول رشد تعداد آگهی
قطعات یدکی و لوازم جانبی خودرو



در میان ۱۰ شهر با بیشترین رشد تعداد
آگهی قطعات یدکی و لوازم جانبی خودرو
نسبت به سال قبل، ۹ شهر در سه استان
شمال غربی کشور بوده‌اند.

پرتکرارترین **کلمات** در عنوان آگهی‌های
دسته قطعات یدکی و لوازم جانبی خودرو

۸۷ درصد

رشد تعداد آگهی‌های حاوی واژه **لاستیک**
نسبت به سال ۱۳۹۸

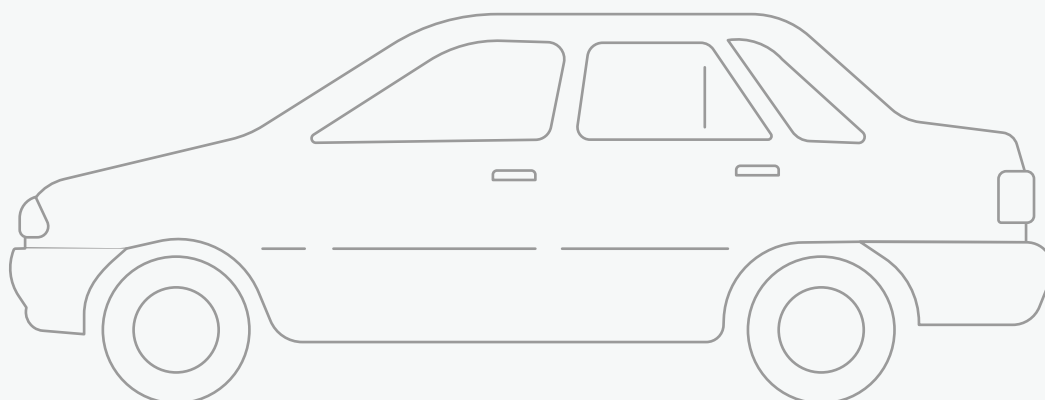
در بین کلیدواژه‌های مرتبط با قطعات
یدکی و لوازم جانبی خودرو بیشترین رشد
مربوط به واژه لاستیک بوده است. تعداد
آگهی‌های حاوی واژه لاستیک در سال ۱۳۹۹
به **۷۷۶ هزار** آگهی رسید.



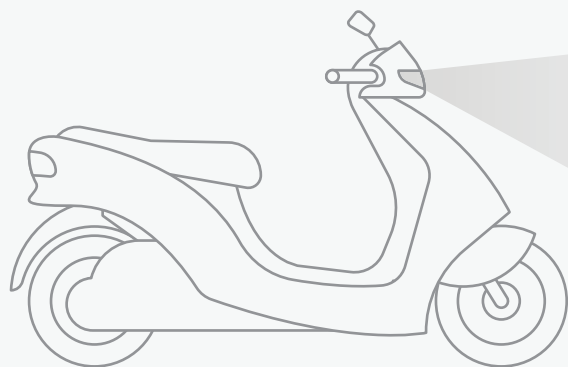
عرضه کم لاستیک به‌ویژه برای خودروهای پرتیراژ عامل اصلی گرانی تایر در
سال ۱۳۹۹ بود که منجر به افزایش تقاضا و نوسان قیمت آن در بازار شد.

لوازم جانبی پراید

همچنان روی بورس



با وجود توقف تولید پراید در سال ۱۳۹۹، قطعات یدکی و لوازم جانبی برای این خودرو بیشتر از سایر خودروها آگهی شده است.



۲/۶
میلیون

آگهی منتشرشده در
دسته موتورسیکلت

۷۴۸ بار

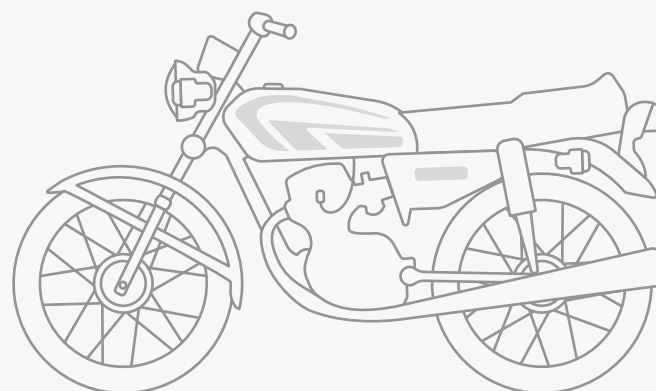
میانگین بازدید هر آگهی موتورسیکلت
در تهران

۵۴۰ مرتبه متوسط تعداد بازدید هر آگهی
در دسته موتورسیکلت و لوازم جانبی

هوندا ۱۲۵ و هوندا ۲۰۰

به ترتیب پرآگهی‌ترین موتورها

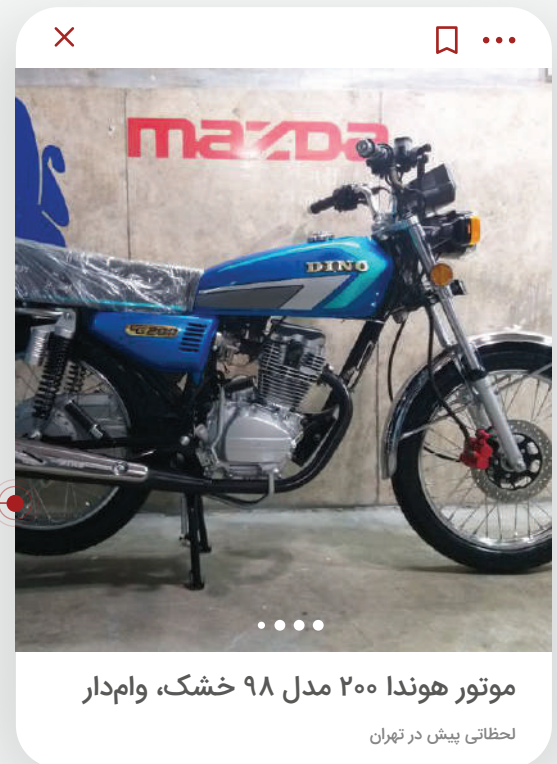
آگهی‌های هوندا با رشد ۵۸ درصدی نسبت
به سال قبل به ۲۵۸ هزار آگهی رسیده
است. بنلی و آپاچی در رده‌های بعد
قرار دارند.



بیشترین دفعات بازدید یک آگهی مربوط به آگهی فروش موتور هوندا ۲۰۰ مدل ۱۳۹۸ در شهر تهران بوده که در مدت ۷۵ روز، در مجموع ۹۰ هزار و ۹۸۲ بار بازدید شده است.

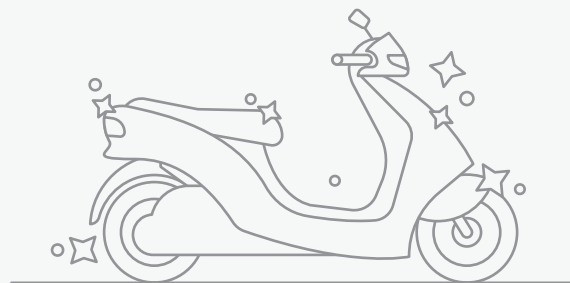


رمز موفقیت من در متن آگهی و تیترهایی است که انتخاب می‌کنم، چون در این زمینه سلیقه خاصی دارم. همکارانم وقتی یک موتورسیکلت آگهی می‌کنند، نهایتاً ۱۰۰ نفر بازدیدکننده دارد، اما من ۱۰۰۰ نفر. ضمن اینکه در انتخاب عکس‌ها هم وسواس خاصی دارم و همین الان دوربین کانن ۵۵ میلیون تومانی خریداری کرده‌ام فقط برای عکاسی آگهی‌ها. چون انتخاب عکس روی دیده شدن آگهی تاثیر زیادی دارد. در این سال‌ها دیوار به فروش من خیلی کمک کرده است. با اینکه مغازه ما اصلاً در معبر اصلی نیست، اما حداقل ۸۰ درصد فروش مغازه حاصل همین آگهی‌های دیوار است.

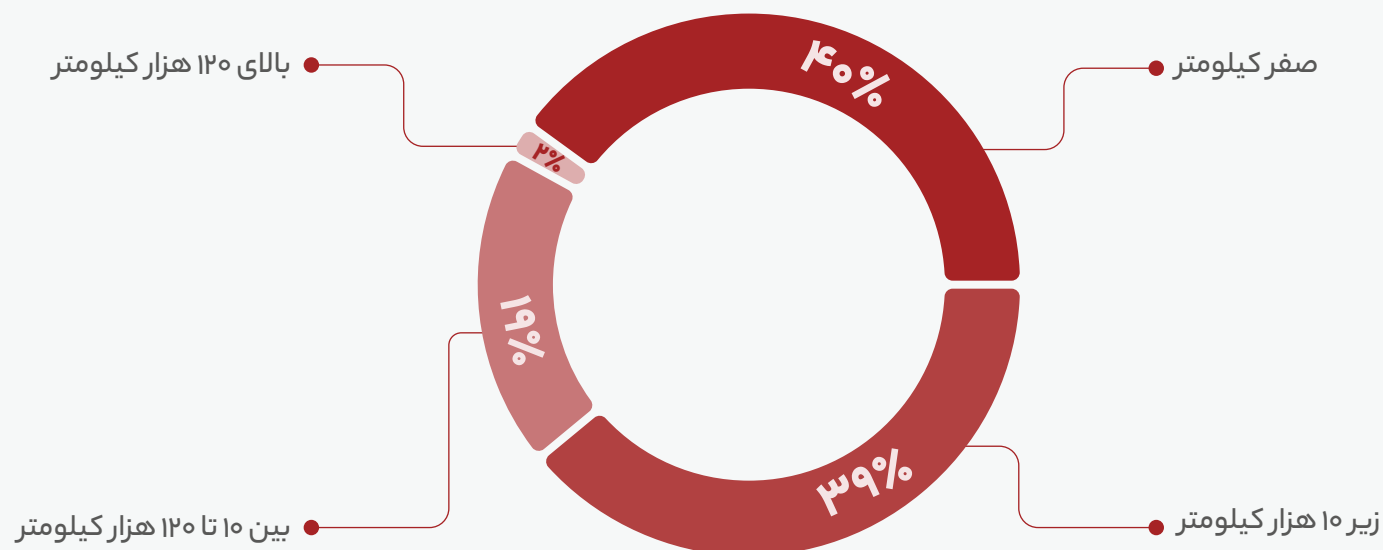


۴۰ درصد

سهم آگهی‌های متعلق به موتورسیکلت‌های **صفر کیلومتر** در شهرهای پرآگهی



سهم آگهی موتورسیکلت با **کارکردهای مختلف** در شهرهای پرآگهی

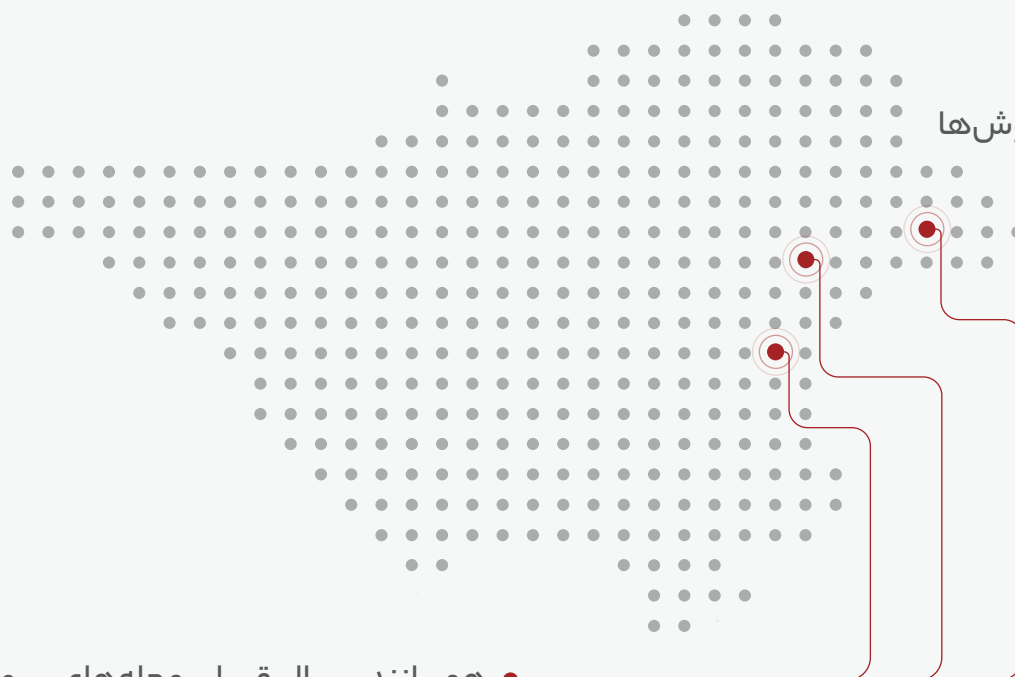


تهران، بندرعباس و اهواز

به ترتیب پربازدیدترین شهرها در آگهی‌های
موتورسیکلت بوده‌اند.

شرق تهران

بورس موتورفروش‌ها



همانند سال قبل، محله‌های **پیروزی**،
تهرانپارس شرقی و افسریه به ترتیب
بیشترین تعداد آگهی را در بین محلات شهر
تهران داشته‌اند و در مجموع، ۱۰ درصد
آگهی‌های این شهر را به خود اختصاص
داده‌اند.



کارنامه راهکار دیوار برای **کارشناسی، فروش و خرید سفارشی خودرو**

کارنامه سرویسی برای ارائه خدمات در حوزه معاملات خودرو است که علاوه بر کاهش **هزینه مالی و زمانی** کاربران در انجام معامله، خیال آن‌ها را از بابت انجام **معامله‌ای امن** راحت می‌کند و دست کلاهبرداران و سودجویان را کوتاه می‌کند.

کارشناسی خودرو

انجام معامله با خیالی آسوده

سرویس کارشناسی خودرو کارنامه، با استفاده از کارشناسان مجرب و آموزش دیده، **گزارش کامل و بی طرفانه‌ای** از وضعیت خودرو تهیه کرده و بر اساس داده‌هایی که دیوار از بازار خودرو در اختیار دارد، بازه قیمتی منصفانه‌ای را برای معامله خودرو تعیین می‌کند؛ **قیمتی که خریدار و فروشنده می‌توانند به آن اعتماد کنند.**



خرید سفارشی

خرید بهترین خودرو بر اساس نیاز کاربر

خرید خودرو کارکرده کار پرخطری است و اگر خریدار اطلاعات کافی نداشته باشد، ممکن است متضرر شود. سرویس خرید سفارشی کارنامه این امکان را به کاربر می‌دهد تا با اعلام میزان بودجه و مدل مورد نظرش، به کمک کارشناسان کارنامه، بهترین خودرو را خریداری کند.

فروش سفارشی

انجام معامله با خیالی آسوده

فروش سفارشی کارنامه به صورت **رایگان** خودرو کاربران را در دیوار آگهی کرده و آن را با هماهنگی فروشنده با قیمتی مناسب به فروش می‌رساند. بنابراین دیگر نیازی نیست کاربر درگیر پاسخ دادن به تماس‌های متعدد مشتریان و چانه‌زنی با آن‌ها شود.

فرید زاوه

کارشناس صنعت خودرو



دیوار باعث شفافیت در بازار خودرو شده است

دسترسی درست و ساده‌ای به بازار پیدا کنند و امکان سوءاستفاده و کلاهبرداری و گران‌فروشی تا حد زیادی کاهش پیدا کند، که فروشندگان خرد را هم از شبکه واسطه‌گری نجات داد و امکان برقراری ارتباط مستقیم بین فروشنده و خریدار را ایجاد کرد.

در بازار کالاهای پردوام مانند خودرو، بازارهای مستقیم هفتگی در برخی نقاط شکل گرفته بود، ولی اگر شخصی نیاز به فروش فوری کالایش داشت، چاره‌ای جز مراجعه به شبکه واسطه‌گری نداشت. ایجاد زیرساخت‌های اطلاع‌رسانی الکترونیک با افزایش سرعت و

پهنای باند اینترنت بخش بزرگی

از اقتصاد جهان شد و حال نه‌تنها

برای اطلاع از شرایط و

موجودیت کالا می‌شد از این

بستر جدید استفاده کرد، بلکه

امکان دیدن عکس‌های

محصول و مقایسه ساده آن با

سایر فروشندگان کالای مشابه

به راحتی ممکن شده بود. پلتفرم‌های خریدوفروش البته خدمات بیشتری به مشتریان و حتی ناظرین و کارشناسان اقتصادی ارائه کردند. مقایسه سطح قیمت‌های پیشنهادشده و مانیتور کردن تغییرات قیمت کالاها، به لطف پلتفرم‌ها بسیار ساده شد. البته این نوآوری مانند همه تغییرات فناورانه، بی دشمن و مخالف

سال‌های نه چندان دور مطلع شدن از سطح قیمت‌ها نیازمند صرف وقت و هزینه گزاف بود. چه بسا بسیاری از خریداران کالاها، بعد از خرید متوجه می‌شدند کالای مد نظرشان در قیمت‌های بسیار پایین‌تر، در فاصله نه‌چندان دور، در دسترس بوده و فقدان دسترسی اطلاعاتی سبب ضرر و زیان آن‌ها شده است. ورود وسایل ارتباط جمعی و گسترش رسانه‌های سنتی البته انقلابی در اطلاع‌رسانی و کاهش زیان مردم ایفا کرد. با ورود روزنامه‌ها، کم‌کم انتشار آگهی فروش کالا متداول شد و به لطف این آگهی‌ها،

خریداران از حضور فروشندگان

بیشتری مطلع شدند و همین

امر سبب تشدید رقابت و تعادل

هزینه‌های مصرف‌کننده شد.

هرچند فرایند شکل‌گرفته

اطلاع‌رسانی در فقر ابزار ارتباطی

مانند تلفن که هنوز همه‌گیر

نشده بود، فرایند پرزحمت و

وقت‌گیری بود، ولی وضعیت را تا حد قابل‌توجهی بهبود داده بود.

اختراع شبکه‌های اطلاعاتی و ورود آن به زندگی روزانه مردم، این

فرایند را آن‌قدر ساده کرد که برای کشف قیمت فروشندگانه‌های

مختلف، تنها چند دقیقه زمان نیاز باشد. اینترنت و بسترهای

شکل‌گرفته بر این ساختار اطلاعاتی، نه‌تنها سبب شد خریداران

اینترنت و بسترهای شکل گرفته بر آن نه تنها

سبب شد خریداران دسترسی درست و ساده‌ای

به بازار پیدا کنند و امکان سوءاستفاده و

کلاهبرداری و گران‌فروشی تا حد زیادی کاهش

پیدا کند، که فروشندگان خرد را هم از شبکه

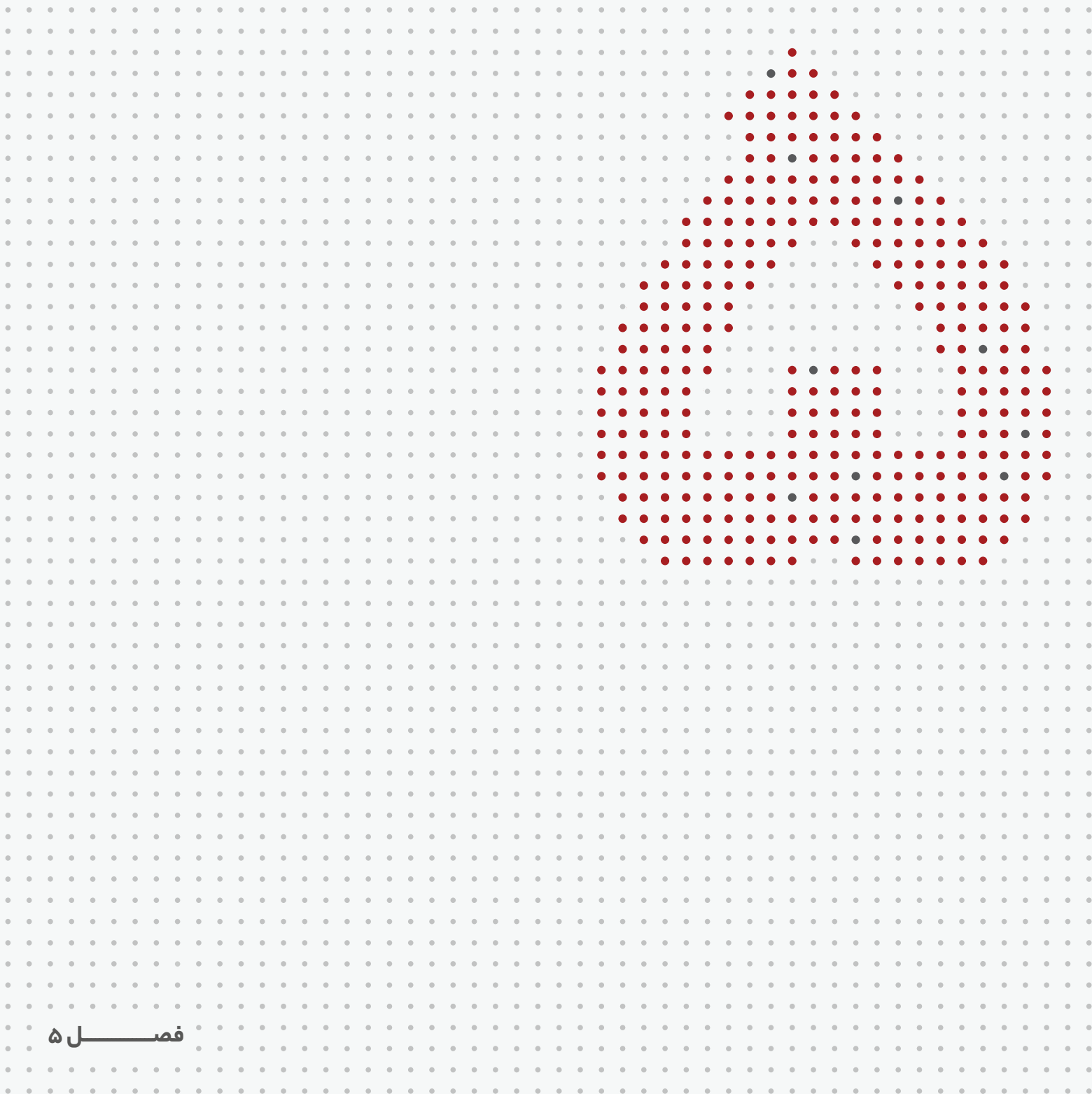
واسطه‌گری نجات داد

قیمت‌ها به سایت‌ها و پلتفرم‌های اطلاع‌رسانی سبب فروکش کردن حجم سوءاستفاده‌ها و کلاهبرداری‌ها شد. افزایش شفافیت در اطلاع‌رسانی، دستاورد بزرگی است که به لطف سایت‌ها و پلتفرم‌های مجازی به سلامت کسب‌وکار و فضای تجاری کشور منجر می‌شود و باید در حفظ و پاسداری آن بسیار کوشید و حتی آن را به شدت ارتقا داد. آزادی اطلاعات دیگر نه تنها یک ابزار تسهیل زندگی در دنیای امروز است، که ضرورتی برای حفظ حقوق فردی در جوامع محسوب می‌شود و تعرض به آن، تعرض به حقوق انسانی و آزادی افراد جامعه خواهد بود.

افزایش شفافیت در اطلاع رسانی، دستاورد بزرگی است که به لطف سایت‌ها و پلتفرم‌های مجازی، به سلامت کسب‌وکار و فضای تجاری کشور منجر می‌شود و باید در حفظ و پاسداری از آن بسیار کوشید و حتی آن را به شدت ارتقا داد

نبوده و نخواهد بود. دشمن اصلی این شفافیت، شبکه واسطه‌گری فاسدی است که قصد دارد از ناآگاهی مشتری سوءاستفاده کند؛ ناآگاهی‌ای که در اثر سهولت گردش اطلاعات کم‌رنگ می‌شود. با بروز بحران‌های اقتصادی و اشتباهات در مدیریت پولی و مالی کشور، قیمت‌ها هر چند سال با جهش وحشتناکی مواجه می‌شود. عدم تناسب بین ساختار و سرعت خلق نقدینگی و رشد تولید کالا، سبب افزوده شدن سطح عمومی قیمت‌ها در بازار می‌شود. در این بین، مشکلات بین‌المللی مانند تحریم هم مزید بر علت شده تا مجموع این دلایل سبب بروز طوفان‌های تورمی شوند که به مثابه یک سونامی، اقتصاد و معیشت مردم را نابود می‌کند. هرگز در تاریخ اقتصاد پولی کشور، حتی یک مورد هم دیده نشده که دولت و مجلس مستقر به ناکارآمدی خود معترف شوند و در همه بحران‌های تورمی، که از دهه ۵۰ تا کنون به صورت دوره‌ای تکرار شده است، مقصر تمامی مشکلات، شبکه فروشندگان کالا و مردم عادی معرفی شده‌اند.

اما پلتفرم‌های اطلاع‌رسانی کار را برای فرافکنی عوامل اصلی وضعیت نابسامان اقتصادی سخت کرده‌اند. لذا در آخرین موج تورمی شاهد آن بودیم که انتشار قیمت در این پلتفرم‌ها ممنوع شد و مقصران اصلی حتی تا جایی پیش رفتند که تورم را زاییده این سیستم اطلاع‌رسانی دانستند و تلاش کردند فعالیت این سایت‌ها را متوقف کنند و بازگشت به عقب و افزایش هزینه و اتلاف وقت مشتریان برای کشف قیمت و البته سوءاستفاده‌های شدیدی که در همین اثنا صورت گرفت، برای آن‌ها مهم نبود. به هر شکل نه با حذف قیمت‌ها و نه با درج آنها، اقتصاد کنترل نمی‌شود و اگر این کارها موثر بود، می‌شد با قطع اینترنت و حتی فراتر از آن با قطع برق به راحتی تورم را صفر کرد! هرچند بازگشت





لوازم الکترونیکی

دیوار با توسعه زیرساخت‌هایی که در خدمت بخش لوازم الکترونیکی داشته، توانسته این محصولات را بیش از پیش در معرض استفاده کاربران قرار دهد و نیازهای بخش بزرگ‌تری از کاربران خود را برآورده کند.

دیوار از آنجا که می‌داند اگر لوازم الکترونیکی از چرخه مصرف خارج شوند، به‌سادگی امکان بازگشت به چرخه طبیعت را نمی‌یابند، با افزایش عمر مصرف این محصولات به محیط‌زیست‌مان هم کمک می‌کند.

۵/۵ هزار میلیارد تومان

ارزش تخمینی معاملات لوازم الکترونیکی



۳۶ درصد از ارزش معاملات لوازم الکترونیکی به معاملات شکل گرفته در شهر تهران تعلق داشته است.

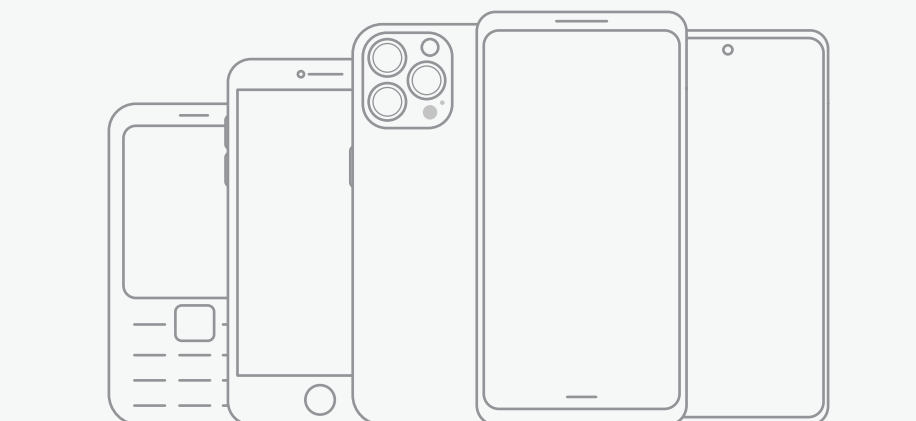
۶/۳

میلیون

آگهی گوشی موبایل

۲۶۰ مرتبه

تعداد بازدید هر آگهی گوشی موبایل

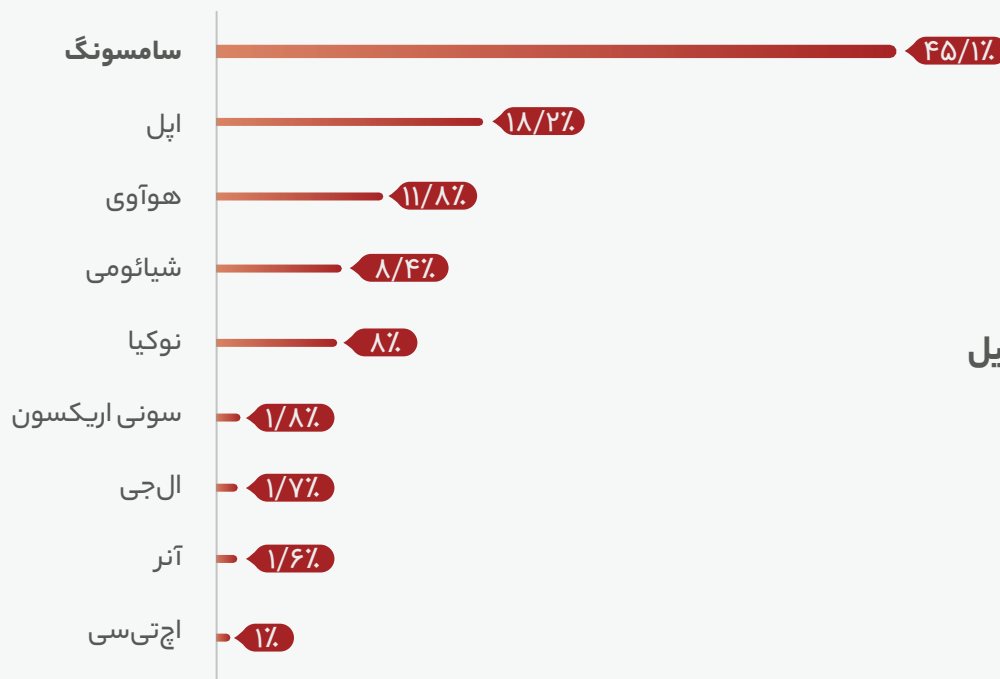


سامسونگ با **۴۵ درصد** از آگهی‌ها
محبوب‌ترین گوشی کاربران دیوار

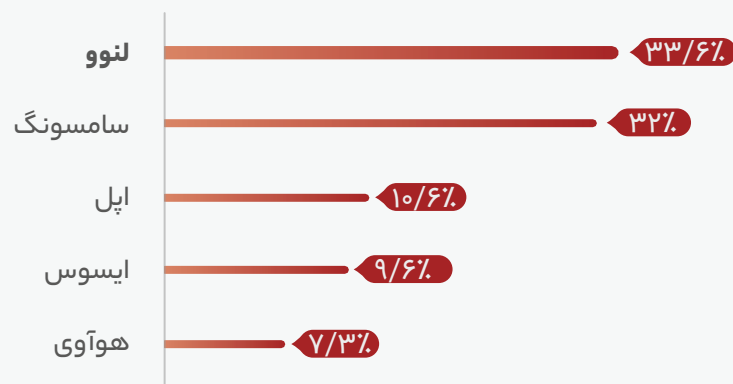
گوشی‌های اپل و هوآوی به ترتیب با
سهم‌های **۱۸ درصد** و **۱۲ درصد** در رتبه‌های
دوم و سوم قرار دارند.



برندهای پرآگهی گوشی موبایل



برندهای پرآگهی تبلت





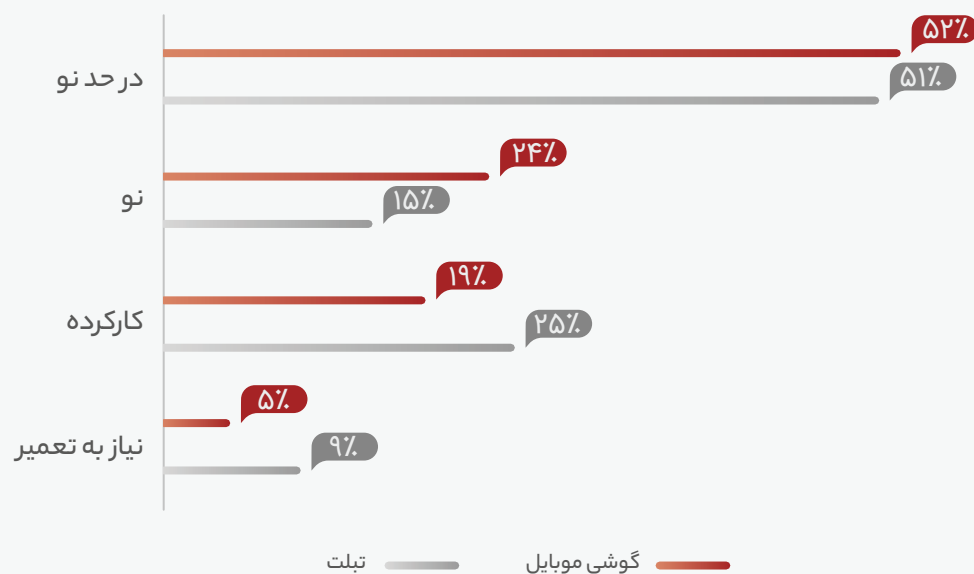
۲۴ درصد

سهم آگهی گوشی‌های نو

سهم آگهی‌های تبلت نواز کل آگهی‌های تبلت ۱۵ درصد بوده است. ۵۸ درصد از آگهی‌های لوازم جانبی موبایل و تبلت هم با وضعیت نو ثبت شده‌اند.



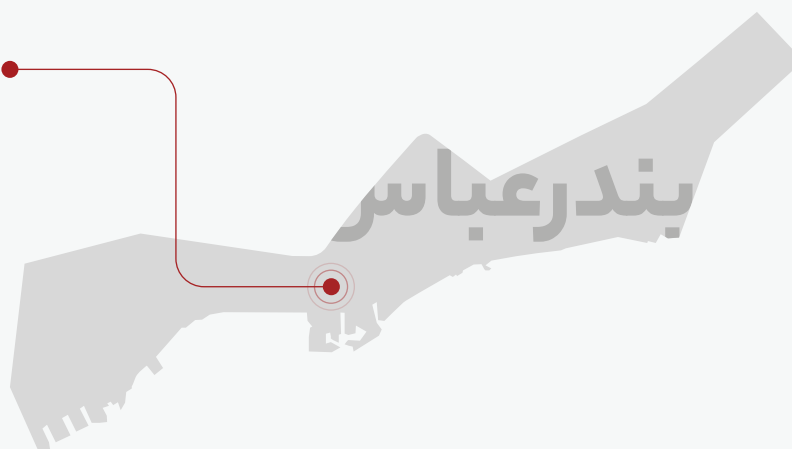
توزیع آگهی‌های گوشی موبایل و تبلت در وضعیت‌های مختلف



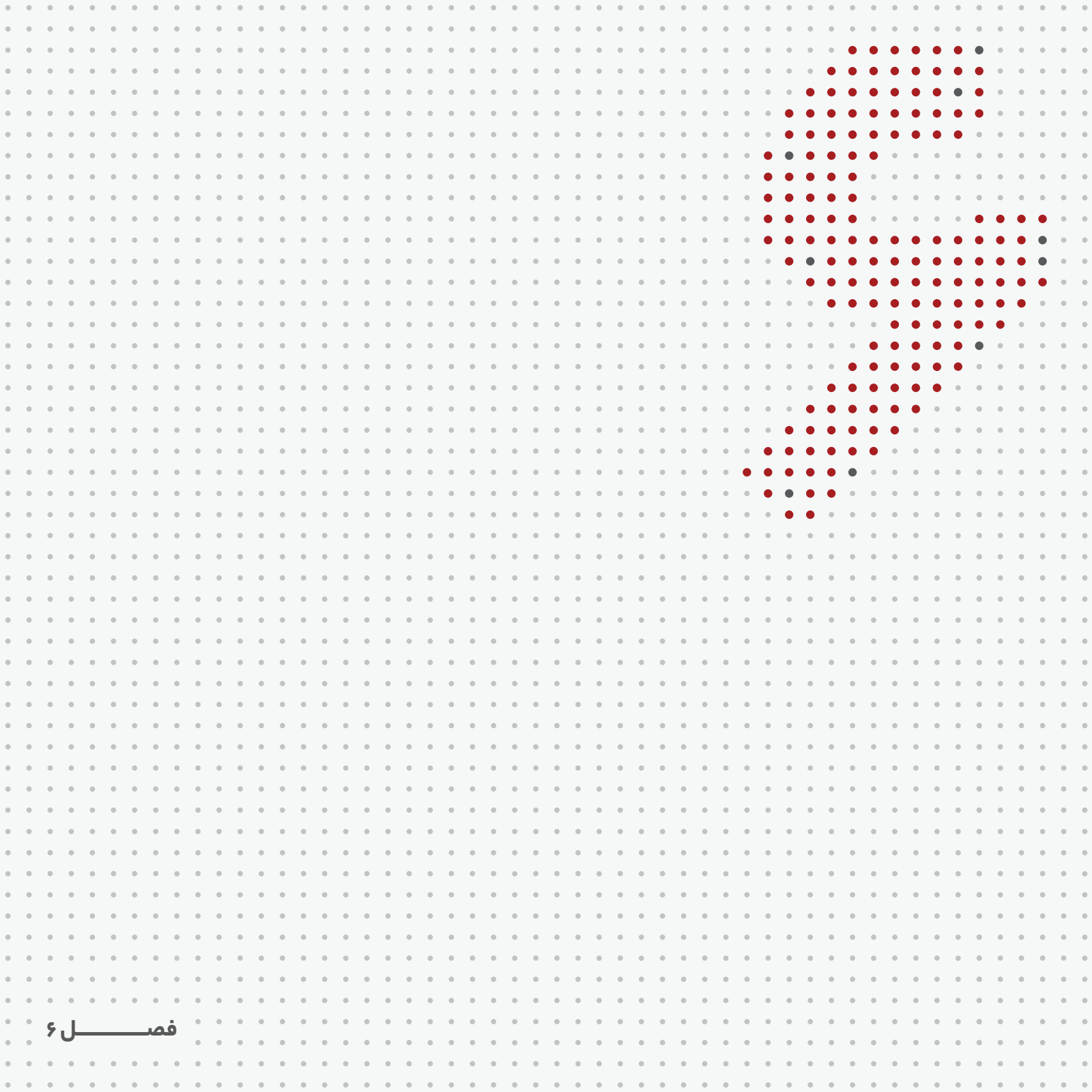


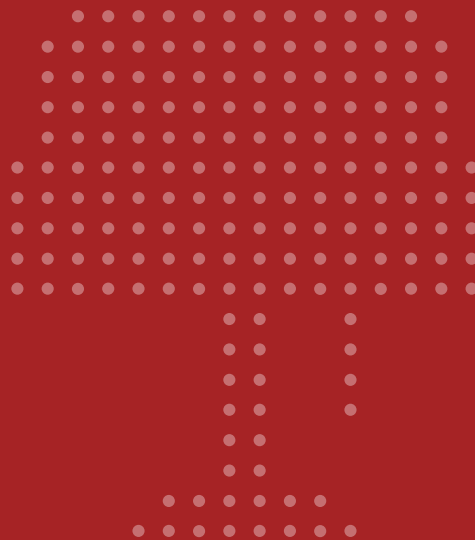
بندرعباس

جایگاه ششم پرآگهی‌ترین شهرها را به خود اختصاص داده است. تعداد آگهی‌های موبایل در این شهر $\frac{3}{2}$ برابر شده و به **۲۵۲ هزار آگهی** رسیده که از تعداد آگهی‌های ثبت‌شده در شهرهای اهواز، تبریز و قم، که هر یک جمعیتی بیش از ۲ برابر بندرعباس دارند، بیشتر بوده است.



بندرعباس





مربوط به خانه

دسته مربوط به خانه، بیشترین تعداد آگهی‌ها را در بین دسته‌های ده‌گانه دیوار داشته است. برای خیلی از ما پیش آمده که وقتی قصد خرید یک یخچال یا فروش یک دست مبلمان را داریم، به دیوار سر بزنیم. بسیاری از وسایل خانه و آشپزخانه ما همچنان قابل استفاده‌اند و به جای دور انداختن آن‌ها می‌توانیم آن‌ها را در دیوار بفروشیم. این کار هم کمک می‌کند تا درآمدی از فروش آن‌ها داشته باشیم، هم کاربر دیگری بتواند با هزینه مناسب نیاز خود را برطرف کند و از همه مهم‌تر این‌که با خارج نکردن این وسایل از چرخه مصرف کمتر به محیط‌زیست آسیب بزنیم.



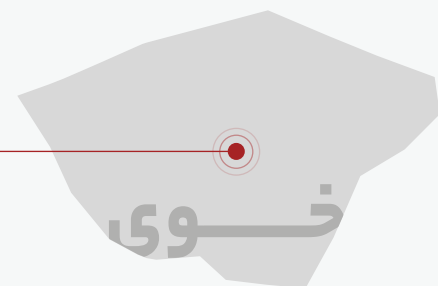
۷/۵ میلیون

آگهی در زیردسته وسایل آشپزخانه در سال ۱۳۹۹

● خوی

دارای بیشترین نرخ رشد تعداد آگهی
زیردسته وسایل آشپزخانه

در سال ۱۳۹۹، تعداد آگهی‌های وسایل
آشپزخانه در شهر خوی در مقایسه با سال
۱۳۹۸ بیش از ۸ برابر شده است.



● بندر گناوه

دارای بیشترین میانگین بازدید یکتای هر
آگهی در زیردسته وسایل آشپزخانه

در این شهر، هر آگهی به‌طور متوسط
۴۷۶ بار بازدید شده است.

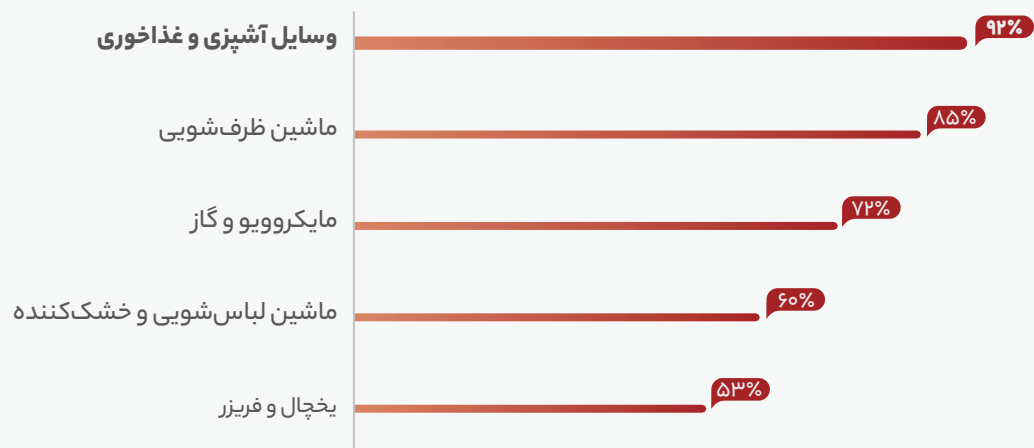


۴۱ درصد

سهم آگهی‌های نو در زیردسته
وسایل آشپزخانه

در میان زیردسته‌های مختلف وسایل آشپزخانه، سهم آگهی‌های مربوط به وسایل نو از کل آگهی‌ها در **وسایل آشپزی و غذاخوری** با ۶۱ درصد بیشترین و **دریخچال و فریزر** با ۱۰ درصد کمترین بوده است. همچنین ۴۲ درصد مربوط به **وسایل در حد نو** بوده است.

سهم وسایل آشپزخانه با وضعیت‌های نو و در حد نو در زیردسته‌های مختلف



وسایل آشپزی و غذاخوری بیشترین تعداد آگهی‌های زیردسته وسایل آشپزخانه را با سهم ۴۳درصدی در سال ۱۳۹۹ داشته است.

۱۸/۸
میلیون

آگهی در زیر دسته وسایل
و تزیینات خانه در سال ۱۳۹۹

سهام شهر تهران از این تعداد آگهی ۲۹ درصد بوده است. همچنین هر
آگهی در این زیردسته به طور متوسط ۲۱۰ بار بازدید شده است.



شهرک ولیعصر

بورس وسایل و تزئینات خانه در دیوار
در سال ۱۳۹۹، شهرک ولیعصر در منطقه ۱۸
شهر تهران، مانند سال قبل، عنوان
پراگهی‌ترین محله تهران را به خود
اختصاص داده است. تعداد آگهی‌های
ثبت‌شده در این محله بیش از ۲/۳ برابر
دومین محله پراگهی (یافت‌آباد) بوده است.



کوه‌دشت

دارای پربازدیدترین آگهی‌های زیردسته وسایل و تزئینات خانه
رکورد متوسط تعداد بازدید یکتای هر آگهی به شهر کوه‌دشت در استان
لرستان با ۳۷۱ بازدید دارد. این مقدار تقریباً دو برابر تعداد بازدیدهای
هر آگهی در شهر تهران است.

۴۱ درصد

سهم آگهی‌های نو در زیردسته
وسایل و تزئینات خانه

همچنین ۴۲ درصد آگهی‌های این زیردسته در وضعیت در حد نو بوده است.



مبل و صندلی راحتی

پراگهی‌ترین زیردسته وسایل و تزئینات خانه

پراگهی‌ترین زیردسته‌های وسایل و تزئینات خانه به‌ترتیب **مبل و صندلی راحتی** با ۲۳ درصد، **فرش و گلیم** با ۱۸ درصد و **تخت و اتاق خواب** با ۱۵ درصد بوده‌اند.

۶/۴ هزار میلیارد تومان

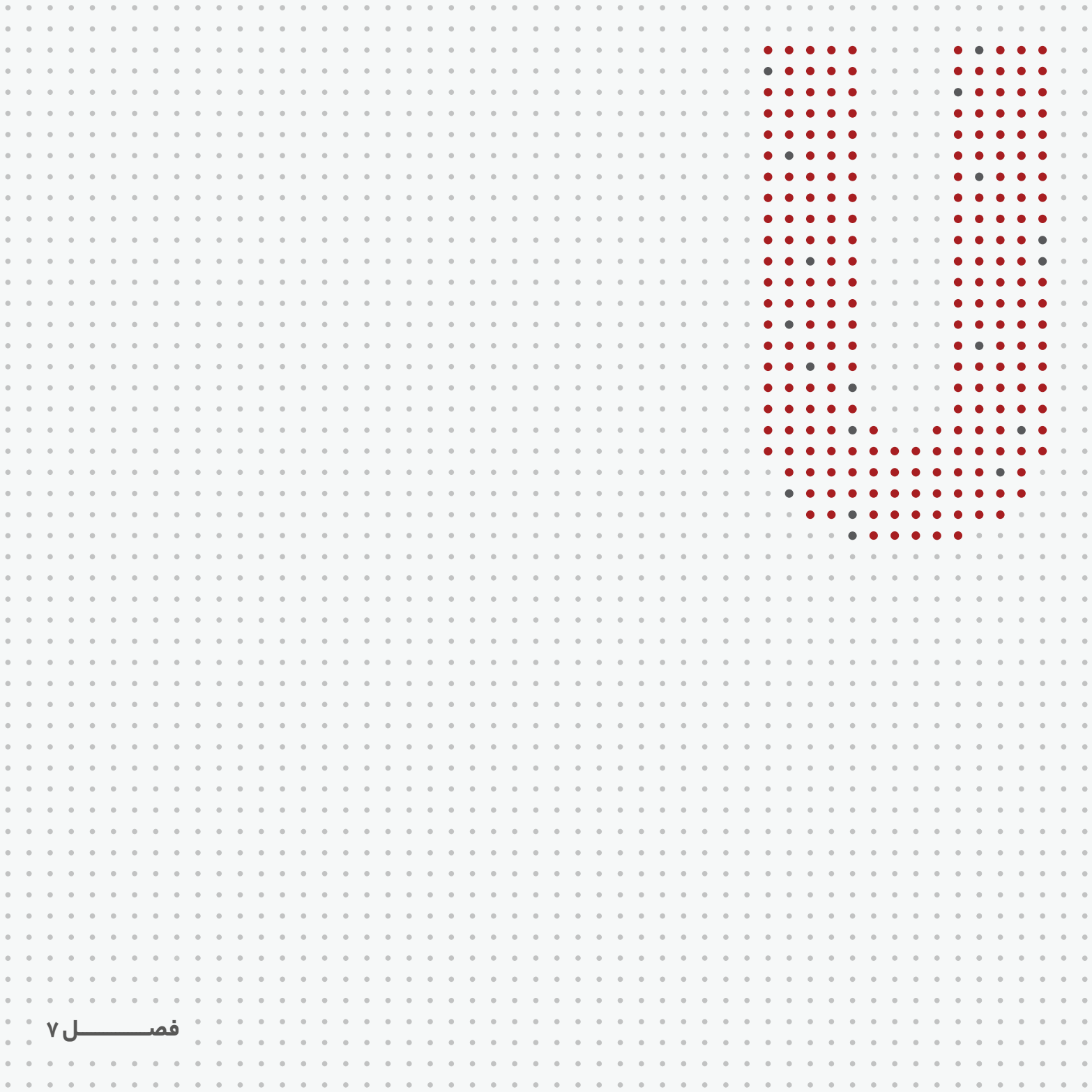
ارزش تخمینی معاملات لوازم خانگی

۳/۲
برابر

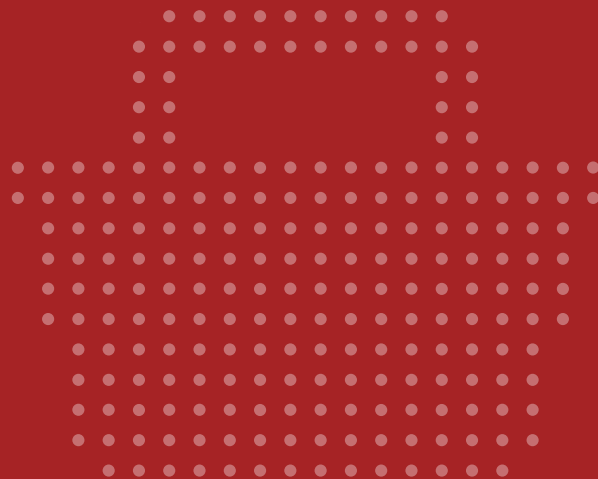
شدن ارزش معاملات در تهران



۳۰ درصد از ارزش معاملات لوازم خانگی که به واسطه دیوار انجام شده، به معاملات شکل گرفته در شهر تهران تعلق داشته است.



فصل ۷



دیوار فروشگاه‌ها

تعطیلی‌های پی‌درپی و قرنطینه‌های عمومی باعث محدود شدن فعالیت‌های تجاری بسیاری از صاحبان کسب‌وکار در سال گذشته شد. دیوار قرار بود تکیه‌گاه مردم باشد؛ از این‌رو در این بزنگاه پذیرای صاحبان مشاغل شد که تحت تاثیر شیوع ویروس کرونا آسیب دیده بودند.

هدایت کسب‌وکارهای سنتی و آفلاین به استفاده از امکانات دیوار فروشگاه‌ها برای افزایش مشتریان خود، هدف دیوار بود. دیوار می‌خواست از بزرگ‌تر شدن بحران برای شهروندانی که کرونا به وضعیت اقتصادی‌شان آسیب زده بود، جلوگیری کند. دیوار فروشگاه‌ها با این هدف راه‌اندازی شد و توانست به سرعت جای خود را در میان مردم باز کند.

۱۹+ هزار فروشگاه

در سال ۱۳۹۹ در دیوار آگهی منتشر کرده‌اند



دیوار فروشگاه‌ها در پنج دسته کلی
مربوط به خانه، وسایل شخصی، برای
کسب‌وکار، لوازم الکترونیکی و سرگرمی و
فراغت فعالیت می‌کند.

یک فروشگاه متعلق به علیرضا اقدسی با
ثبت ۳۳۹۴ آگهی، فعال‌ترین فروشگاه
دیوار بوده است.



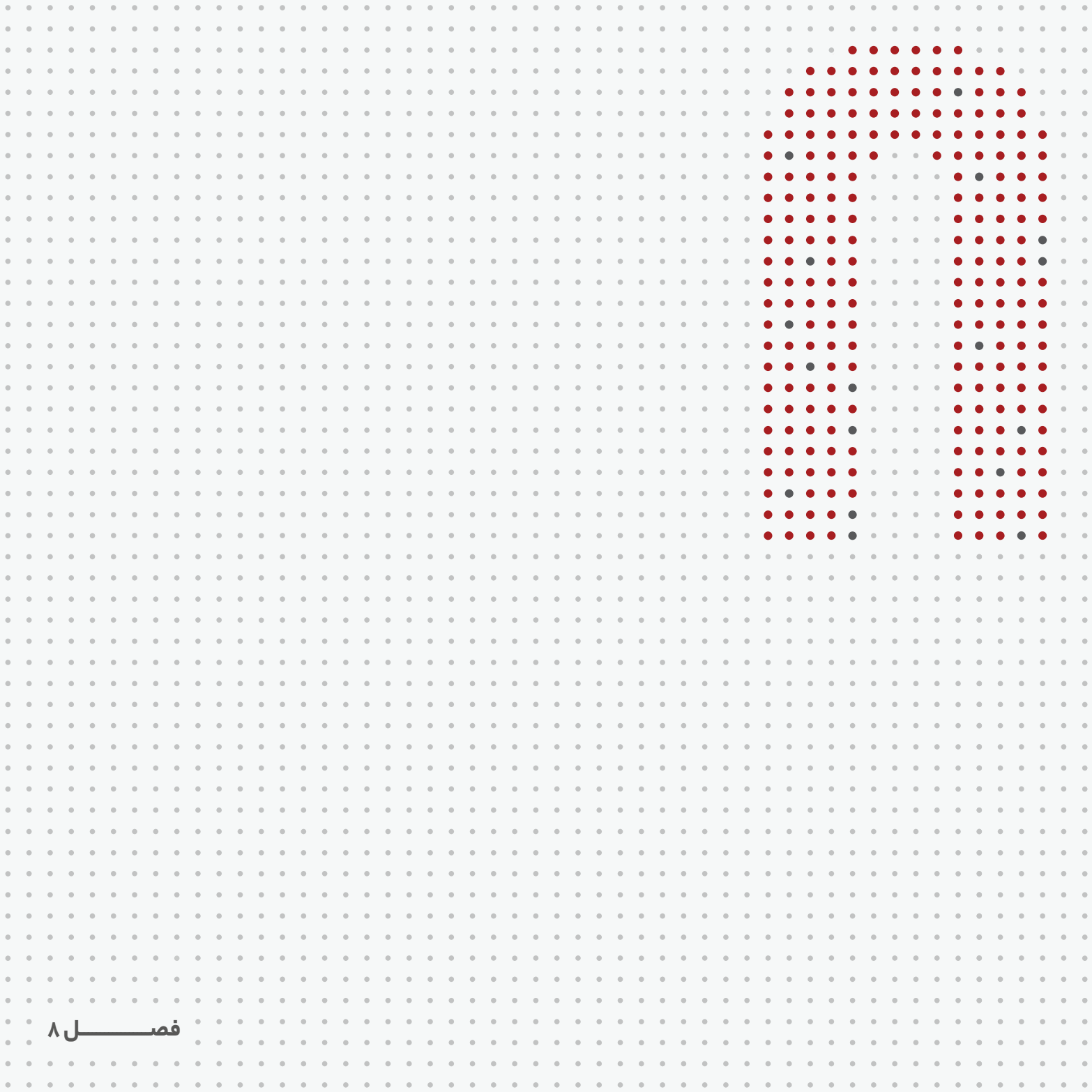
علیرضا اقدسی

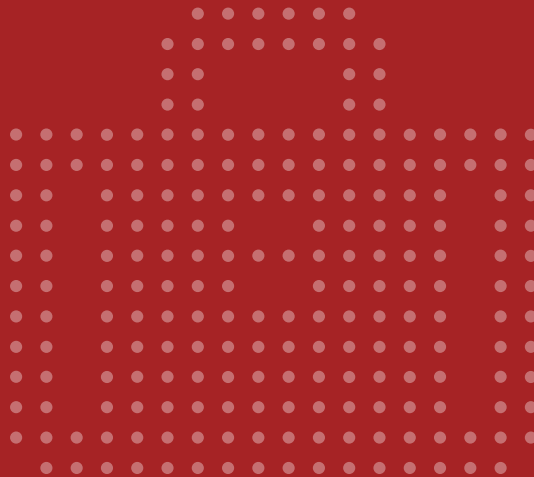
ما علاوه بر فروشگاه فیزیکی و سایت اختصاصی از امکان فروشگاه‌های دیوار استفاده می‌کنیم. در ابتدای آشنایی با دیوار از آگهی‌های تکی برای فروش و عرضه محصول بهره می‌بردیم، اما بهتر دیدیم تا محصولاتمان را در بخش فروشگاه‌های ارائه دهیم؛ چرا که دیوار بین مردم جا افتاده و اغلب کسانی که می‌خواهند کالای نو یا دست دوم بخرند قبل از هر چیز سراغ دیوار می‌آیند. به همین دلیل ترجیح می‌دهیم فقط به سایت اختصاصی‌مان اکتفا نکنیم و کاربران دیوار را هم در نظر بگیریم. اغلب مشتری‌های ما از دیوار هستند و روزانه تماس‌های زیادی از کاربران دیوار داریم.

یک فروشگاه تشک با خرید ۱۴ هزار و ۲۱۳
نردبان، بیشترین تعداد نردبان را در بین
فروشگاه‌های دیوار خریداری کرده است.



من علاوه بر فعالیت در فروشگاه، این نیاز را احساس کردم تا کم شدن مشتری‌های حضوری که به خاطر ویروس کرونا از خانه بیرون نمی‌آمدند را با فعالیت مداوم در دیوار جبران کنم. دیوار به من کمک کرد تا مشتری‌های غیرحضوری را جایگزین مشتری‌های عبوری کنم و با سبک تازه‌ای از کسب‌وکار آشنا شوم. در حال حاضر مشتریان نامحدودی از سراسر ایران دارم.





استخدام و کاریابی

پیدا کردن شغل برای کارجویان و یافتن نیروی کار مناسب برای بسیاری از کارفرمایان، دغدغه‌هایی بزرگ برای آنهاست. دیوار، با شاخ‌وبرگ‌دادن به دسته استخدام خود، کوشیده این بخش را بالنده‌تر کند و به نیازهای کارجویان و کارفرمایان پاسخ دهد.

۱/۶ + میلیون

آگهی در دسته استخدام و کاریابی



• **۳۴ درصد** از کل آگهی‌های دسته استخدام و کاریابی متعلق به شهر تهران است.

در شهر تهران، **۵۸۴ هزار** آگهی استخدام و کاریابی ثبت شده که بیش از **چهار برابر** تعداد آگهی‌های دومین شهر پرآگهی، یعنی **مشهد** است.

• **سیرجان**

دارنده بیشترین رشد تعداد آگهی استخدام

تعداد آگهی‌های این شهر نسبت به سال ۱۳۹۸ **یازده برابر** شده است.



۶۰۵ هزار

استخدام از طریق دیوار

تعداد کل افرادی که از طریق آگهی‌های دیوار در سال ۱۳۹۹ صاحب شغل شده‌اند ۶۰۵ هزار نفر تخمین زده می‌شود که ۴۸ درصد این افراد در شهر تهران ساکن بوده‌اند. در شهر تهران، تعداد افراد استخدام‌شده از طریق آگهی‌های دیوار در مقایسه با سال قبل ۱۷ درصد بیشتر شده است.



بر اساس گزارش‌های مرکز آمار، هر خانوار ایرانی ۳/۳ نفر جمعیت دارد. ۶۰۵ هزار شغل به معنای تامین نیازهای زندگی نزدیک به ۲ میلیون نفر از جمعیت کشور است.

زیردسته‌هایی با بیشترین تعداد بازدید به ازای هر آگهی

آموزشی

۱۴۳۶

حمل و نقل

۱۵۷۱

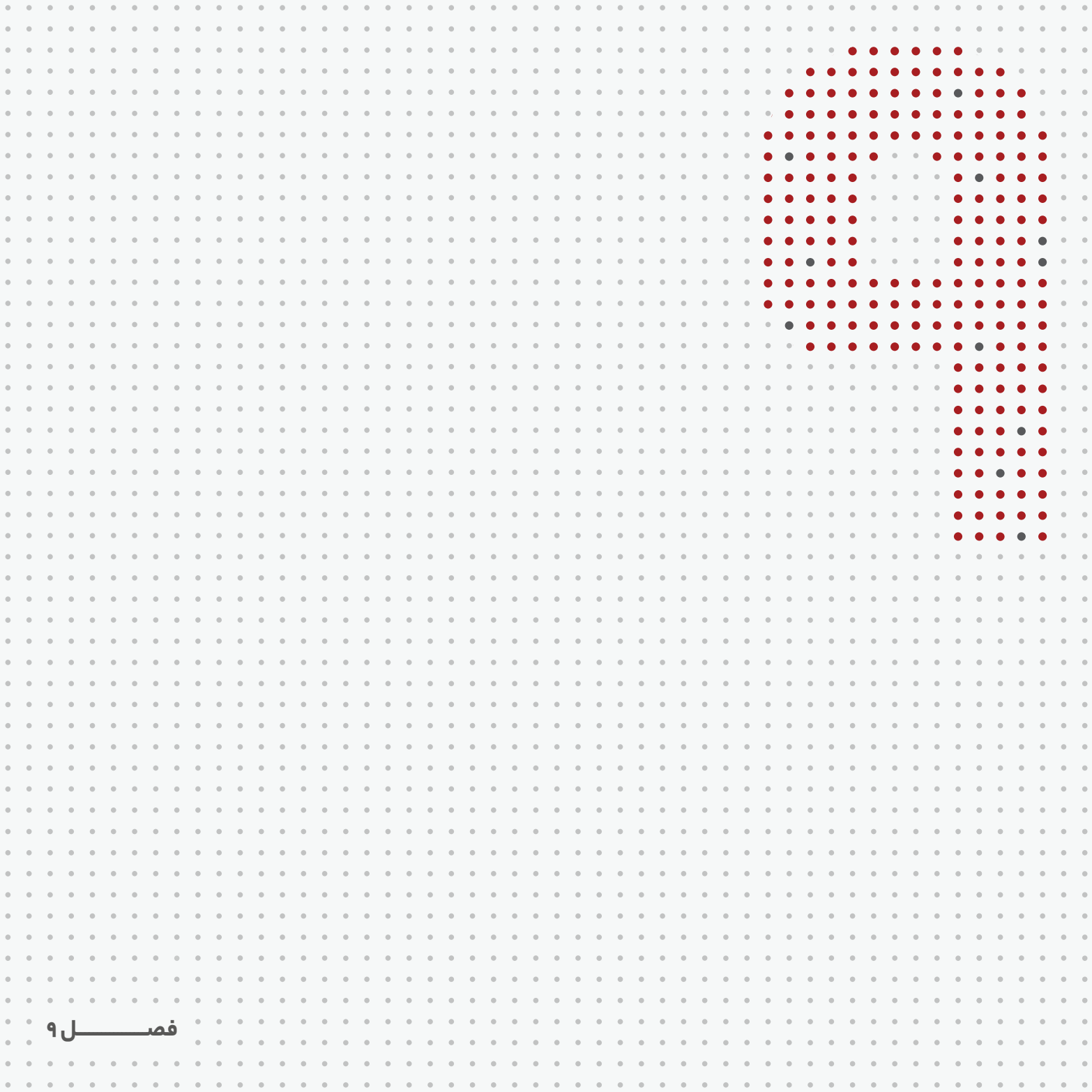
سرایداری و نظافت

۱۶۸۶



پرتکرارترین شغل‌ها در عنوان آگهی‌ها



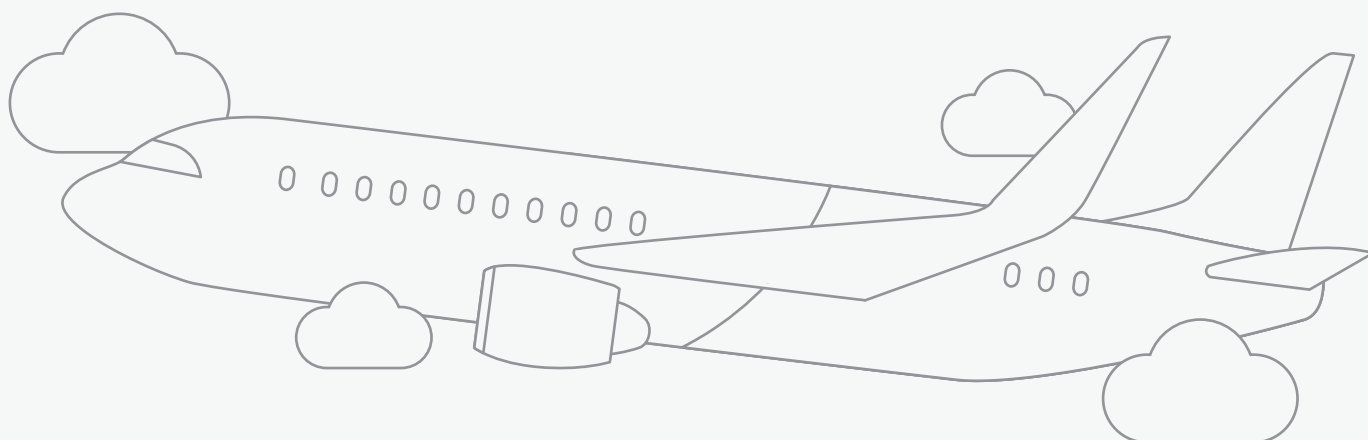




سرگرمی و فراغت

کاربران دیوار، به جز رفع نیازهای اساسی خود، مثل تامین مسکن و شغل در دیوار، نیازهای دیگری مانند نیاز به سرگرمی و فراغت را از طریق استفاده از این پلتفرم برآورده می‌کنند.

یکی از جذاب‌ترین زیردسته‌های بخش سرگرمی و فراغت، یافتن تورهای گردشگری است. مقاصد سیاحتی و زیارتی نیز جذاب‌ترین مقاصد کاربران دیوار در داخل و خارج ایران بوده است.

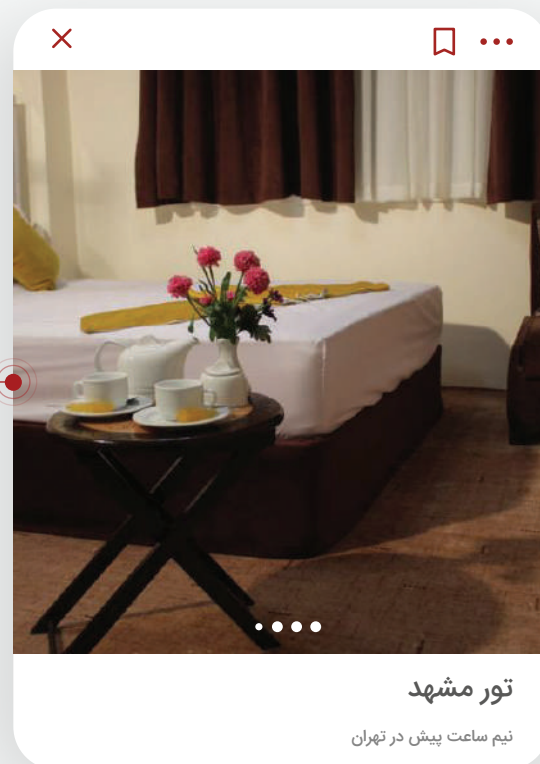




محمد هادی بیرمی

من قبل از آشنایی با دیوار، با فرستادن پیامک برای ارتباط و بازاریابی استفاده می‌کردم. اما امروز برنامه دیوار جایگزین پیامک‌هایی است که هم هزینه بیشتری داشتند و هم به ناچار مزاحمت‌هایی برای کاربران ایجاد می‌کردند که نمی‌خواستند با چنین پیغام‌های تبلیغاتی مواجه شوند. مشتریانی که از طریق دیوار با ما تماس می‌گیرند، اغلب کسانی هستند که خودشان در جستجوی خدمات ما هستند و به همین دلیل اغلب به مشتری تبدیل می‌شوند.

بیشترین تعداد بازدید یک آگهی در زیردسته تور و چارتر، مربوط به آگهی **تور مشهد** متعلق به محمد هادی بیرمی بوده که در مدت سه ماه و نیم، ۴۹ هزار و ۱۳۷ بازدید غیرتکراری داشته است.



کیش، مشهد و استانبول

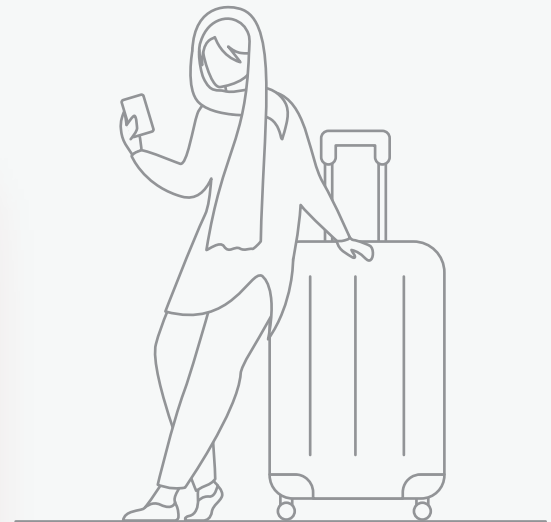
به ترتیب پرتکرارترین مقاصد سفر

در سال ۱۳۹۹ کیش به پرتکرارترین مقصد سفر در دیوار تبدیل شده است. این در حالی است که در سال ۱۳۹۸ شهر مشهد پرتکرارترین مقصد سفر در آگهی‌های زیردسته تور و چارتر بوده و تعداد آگهی‌های آن ۶۲ درصد بیشتر از کیش بود.

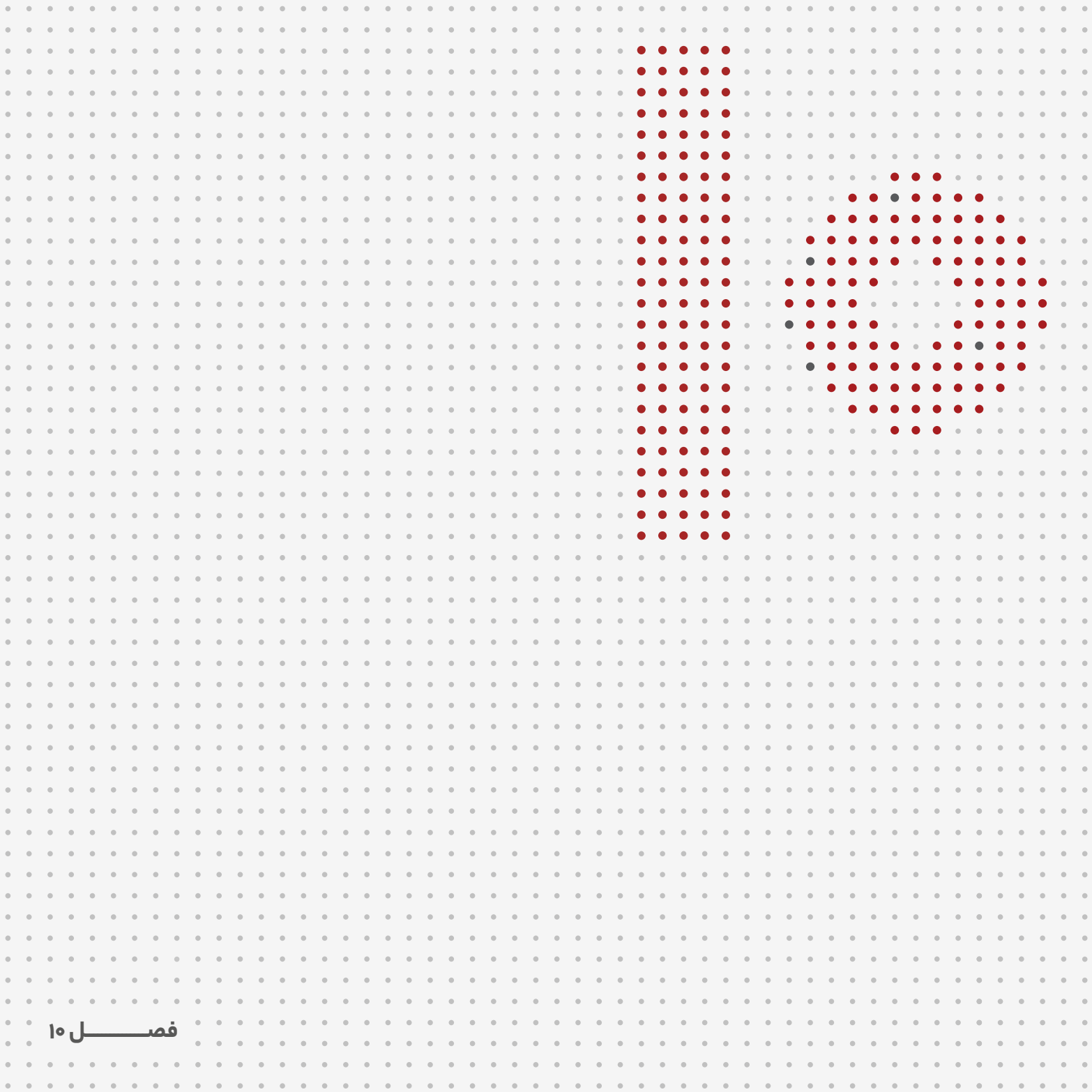


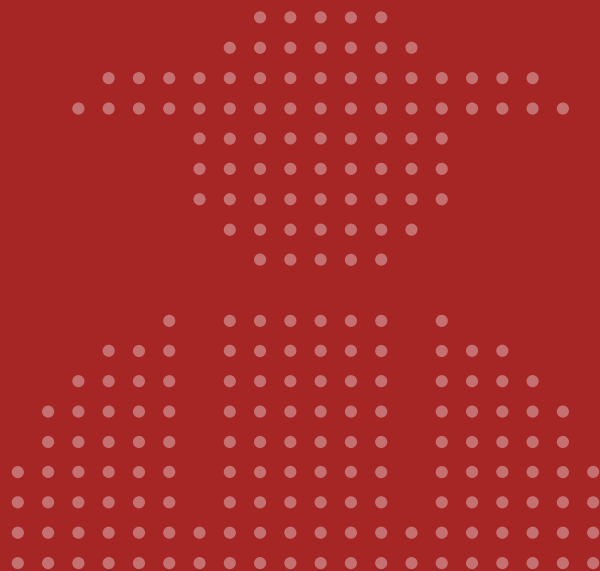
عاطفه پورمحمدی

من سال‌هاست که در حوزه گردشگری فعالیت دارم و دیوار از ابتدای کارم همراهم بوده است. اما این روزها نسبت به گذشته کاربران دیوار اعتماد بیشتری به ما و صاحبان کسب‌وکاری که در دیوار آگهی منتشر می‌کنند دارند و تماس‌های ورودی بیشتر شده است. با کم شدن نشریات کاغذی و آگهی‌های چاپی و همین‌طور رو آوردن مردم به فضای مجازی، دیوار گزینه اول ما برای ارتباط با مشتری و مخاطب هدفمان است.



یک آژانس مسافرتی متعلق به عاطفه پورمحمدی واقع در شهر مشهد با انتشار ۲۰۴ آگهی برای سفرهای تفریحی به مقاصد کیش، قشم و دبی، دارای رکورد بیشترین تعداد آگهی منتشرشده توسط یک کاربر در دسته تور و چارتر بوده است.





دیوار و کسب و کارهای کوچک

دیوار، به عنوان یک پتلفرم تعاملی، فرصت ارائه کالا یا خدمات را به مصرف‌کنندگان واقعی فراهم کرده است. کشاورزان، صنعتگران، هنرمندان و به‌طورکلی تمامی تولیدکنندگان از امکاناتی که دیوار در خدمت‌شان قرار داده، استفاده می‌کنند و محصول یا خدمات خود را، بدون حضور واسطه‌ها به دست مصرف‌کنندگان واقعی می‌رسانند. در سایه حذف واسطه‌ها، خاصه در مشاغل تولیدی، مانند کشاورزی و صنعتگری، تولید رونق بیشتری گرفته، انگیزه‌های تولیدکننده بیشتر و قیمت تمام‌شده برای مصرف‌کننده کمتر می‌شود. دیوار، خانه کسب و کارهای کوچک است.

بازارچه‌ای به وسعت ایران

دیوار همیشه برای کاربران عادی که می‌خواهند کالای نو یا کارکرده خود را بفروشند، **رایگان** بوده و خواهد بود. اما بسیاری از صاحبان کسب و کارهای کوچک و بزرگ نیز در دیوار فعال‌اند که به طور منظم محصولات و خدمات خود را از طریق دیوار به سایر کاربران می‌فروشند.

برخی از مهم‌ترین این کاربران که برای **کسب درآمد** به دیوار مراجعه می‌کنند، عبارت‌اند از:

کاربران پنل دیوار فروشگاه‌ها

کاربران پنل املاک

کاربران پنل نمایشگاه خودرو

کاربرانی که حداقل در ۴ آگهی خود را مشاور املاک معرفی کرده‌اند

برخی از آگهی‌گذاران دسته خدمات

برخی از آگهی‌گذاران دسته استخدام و کاریابی

آگهی‌گذاران زیردسته عمده‌فروشی



۱/۴ میلیون

تعداد کاربرانی که برای
کسب درآمد به دیوار
مراجعه کرده‌اند



مجموع تعداد کاربران ۷ دسته‌بندی
که کاربران در آن‌ها معمولاً به کسب درآمد
می‌پردازند، در سال ۱۳۹۹ برابر با ۱ میلیون و
۴۳۵ هزار و ۶۰۶ نفر بوده است.



سید مهدی موسوی

۴۰ ساله - مارلیک

هر کسب‌وکاری احتیاج به تبلیغ دارد. قبل از دیوار بیشتر تبلیغاتم از طریق آگهی‌های روزنامه بود، اما در حال حاضر بیشتر مشتری‌هایم از طریق دیوار با محصولاتمان آشنا می‌شوند. خوبی دیوار این است که از محله‌های مختلف مشتری جذب می‌کنیم و افراد متفاوت در سراسر تهران و شهرهای اطرافش خریدار مبلمان ما هستند. هم ما می‌توانیم بدون واسطه و با قیمت پایین مبلمان را به مشتری برسانیم و هم مشتری دست اول خرید می‌کند و مبلمانش ارزان‌تر تمام می‌شود.

کاربری به نام سید مهدی موسوی با ۷۳۴ آگهی در دسته **مبلمان و صندلی راحتی** بیشترین تعداد آگهی را در این دسته در سال ۱۳۹۹ منتشر کرده است.

کاربری به نام مهدی کاظمی با ۳۵۹ آگهی در دسته **گوشی موبایل** بیشترین تعداد آگهی را در این دسته در سال ۱۳۹۹ منتشر کرده است.



مهدی کاظمی

۲۷ ساله - اصفهان

اغلب مشتری‌های ما از طریق دیوار و در کنارش سایت و صفحه شخصی اینستاگرام با کسب و کارمان آشنا می‌شوند. دیوار نقش بسیار پررنگی در جذب افرادی که به محصول ما نیاز دارند بازی می‌کند. در سال جدید، مشکلات اقتصادی کار ما را کمی سخت کرده، اما با این وجود هنوز دیوار یکی از مهم‌ترین ابزارهای تبلیغ ما به حساب می‌آید و به کمک آن توانسته‌ایم بر مشکلات مان غلبه کنیم.



کلمه برنج با بیش از ۸۱ هزار بار تکرار، پراستفاده‌ترین واژه در زیردسته عمده‌فروشی بوده است.

پرتکرارترین کلمات در زیردسته عمده‌فروشی



کاربری با ثبت ۸۰ آگهی فروش برنج در
زیردسته عمده‌فروشی در سال ۱۳۹۹،
بیشترین تعداد آگهی شامل کلمه **برنج** را
منتشر کرده است.

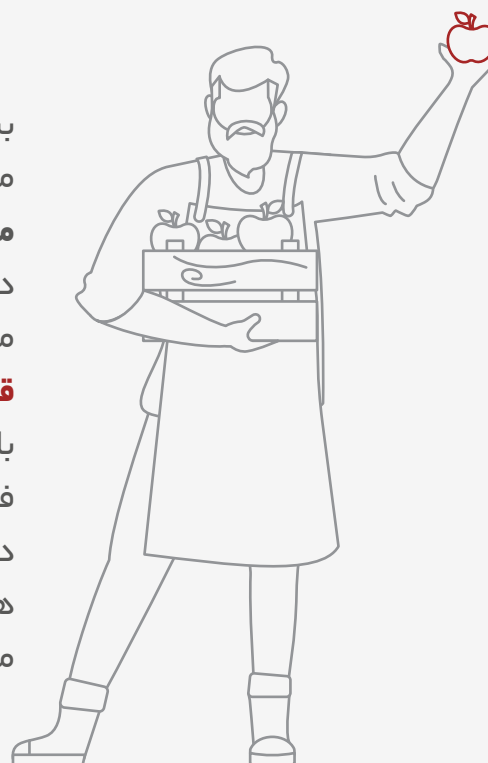


من کارم را از صفر و با آگهی گذاشتن در دیوار شروع کردم،
اما الان به لطف تماس‌هایی که از دیوار با من گرفتند،
مشتری‌های ثابت زیادی در تبریز دارم که برای خرید برنج به
فروشگاهی که با پیشرفت کارم تأسیس کرده‌ام، سر می‌زنند.
از عملکرد دیوار، بابت کمکی که به کسب و کارهای نوپا
می‌کند تا جان بگیرند و پیشرفت کنند، خیلی راضی هستم.

دیوار، همراه کشاورزان



بسیاری از کشاورزان، در شهرها و روستاهای مختلف، محصولات خود را از طریق دیوار **مستقیماً** به دست مصرف‌کننده می‌رسانند. دیوار به آن‌ها کمک کرده تا بتوانند محصولی که با زحمت به دست آورده‌اند را با **قیمت واقعی‌تر**، اما همچنان کمتر از قیمت بازار، به مشتری نهایی عرضه کنند و به جای فروش عمده محصول با قیمت پایین به دلال‌ها، هم خودشان بیشتر سود کنند و هم مشتری هزینه کمتری برای خرید محصولپردازد.



کاربری به نام مهدی قویدل با ثبت ۱۱۰
آگهی فروش روغن زیتون، بیشترین
تعداد آگهی حاوی کلمه **روغن** را در سال
۱۳۹۹ منتشر کرده است.



مهدی قویدل

۳۴ ساله - گیلان

من در گیلان کشاورزم و زیتون پرورش می‌دهم. دیوار حرف اول و آخر کسب‌وکار من است. به همه ایران بدون واسطه زیتون و روغن ارسال می‌کنم. از روزی که توانستم محصولم را به واسطه دیوار و بدون دخالت دلال به مشتری برسانم، کسب‌وکارم رونق زیادی پیدا کرد. از همه بچه‌های دیوار تشکر می‌کنم و خوشحالم که می‌توانم محصولات باکیفیت بالا به همه شهرهای ایران، حتی دورترینشان بفرستم. نه مغازه‌ای دارم، نه فروشگاه‌ای، فقط با دیوار کار می‌کنم. بدون دیوار کارم فلج بود.



زهرا نصراللهی و همسرش آقای صفایی

۳۳ ساله - قم

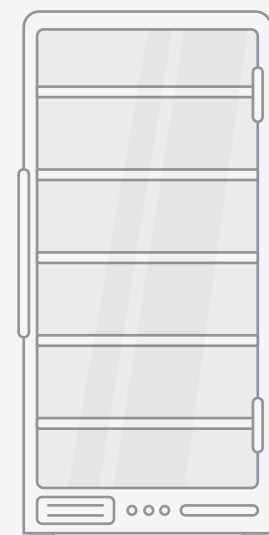
من و همسرم کارگاه تولید شیرۀ انگور و دیگر محصولات طبیعی داریم. بخش تبلیغات و پاسخگویی به مشتری بر عهده من است و همسرم مسئولیت‌های دیگر را بر عهده دارد. تنها کانالی که ما محصولاتمان را تبلیغ می‌کنیم دیوار است. مشتری‌های ما مختص به قم نیست و به سراسر ایران محصول ارسال می‌کنیم. اگر دیوار نبود، اصلاً کسب‌وکار ما رونقی نداشت. ما نه مغازه داریم، نه فروشگاه و تنها راه ارتباط ما با مشتری دیوار است.

کاربری به نام زهرا نصراللهی با ثبت ۵۴ آگهی فروش شیرۀ انگور، بیشترین تعداد آگهی شامل واژه **انگور** را در سال ۱۳۹۹ منتشر کرده است.

یخچال

پرتکرارترین کلمه در آگهی‌های زیردسته
تجهیزات و ماشین‌آلات

واژه یخچال پرتکرارترین کلمه در زیردسته
تجهیزات و ماشین‌آلات در سال ۱۳۹۹ بوده
است. بسیاری از کارگاه‌های تولیدی در این
زیردسته به فروش محصولات خود مثل
یخچال و میز و صندلی می‌پردازند.

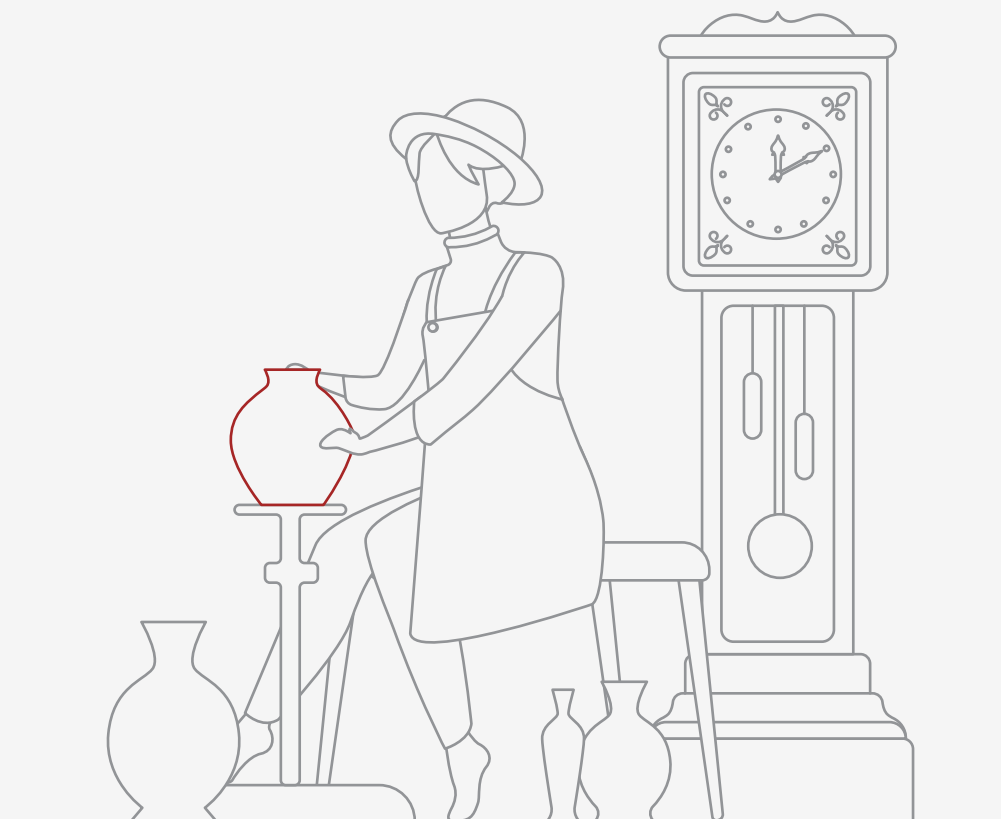


پرتکرارترین کلمات در زیردسته تجهیزات و ماشین‌آلات



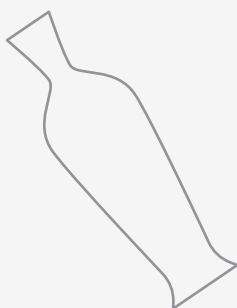
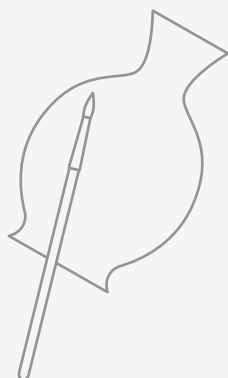
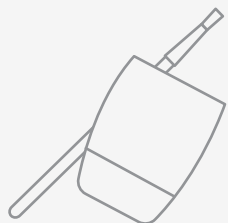
ساعت

پرتکرارترین کلمه در زیردسته
وسایل تزئینی و آثار هنری



بسیاری از هنرمندان در شهرهای بزرگ و کوچک، کالاهای هنر دست خود را در این زیردسته دیوار مستقیماً به دست مشتری می‌رسانند. در بین آن‌ها می‌توان طیف وسیعی از هنرها و صنایع دستی را مشاهده کرد؛ از زنان گیلانی خوش ذوقی که **حصیر** می‌بافند تا مردان هنرمندی که روی تابلو **نقاشی** می‌کشند؛ از **مجسمه‌سازهای** خوش ساخت تا **سوزن‌دوزی‌های** کار دست زنان بلوچ.

پرتکرارترین کلمات در زیردسته وسایل تزئینی و آثار هنری



کاربری به نام مهران حیدری با ۲۰۴ آگهی
رکورددار تعداد آگهی ساعت در سال ۱۳۹۹
بوده است.



مهران حیدری
۲۸ ساله - تهران

کسی که بتواند کسب‌وکار خود را با استفاده از امکانات دیوار مدیریت کند، همان منبع درآمد برایش کفایت می‌کند. ضمن اینکه چون دیوار یک نرم‌افزار شناخته شده است، به رونق گرفتن سریع کسب‌وکارها کمک می‌کند. مهم‌ترین مزیت بخش دیوار فروشگاه‌ها، ویتترین دائمی آن است که ما می‌توانیم بدون هزینه و یکجا محصولات خود را برای مشتری به نمایش بگذاریم. این ویژگی مهمی برای ما، که در زمینه فروش ساعت ایستاده و دیواری و رومیزی فعال هستیم، محسوب می‌شود. کل فعالیت ما در بستر اینترنت است و فروشگاه حضوری نداریم و همین هم البته کفایت می‌کند. به همین دلیل من از دیوار واقعا رضایت قلبی دارم.

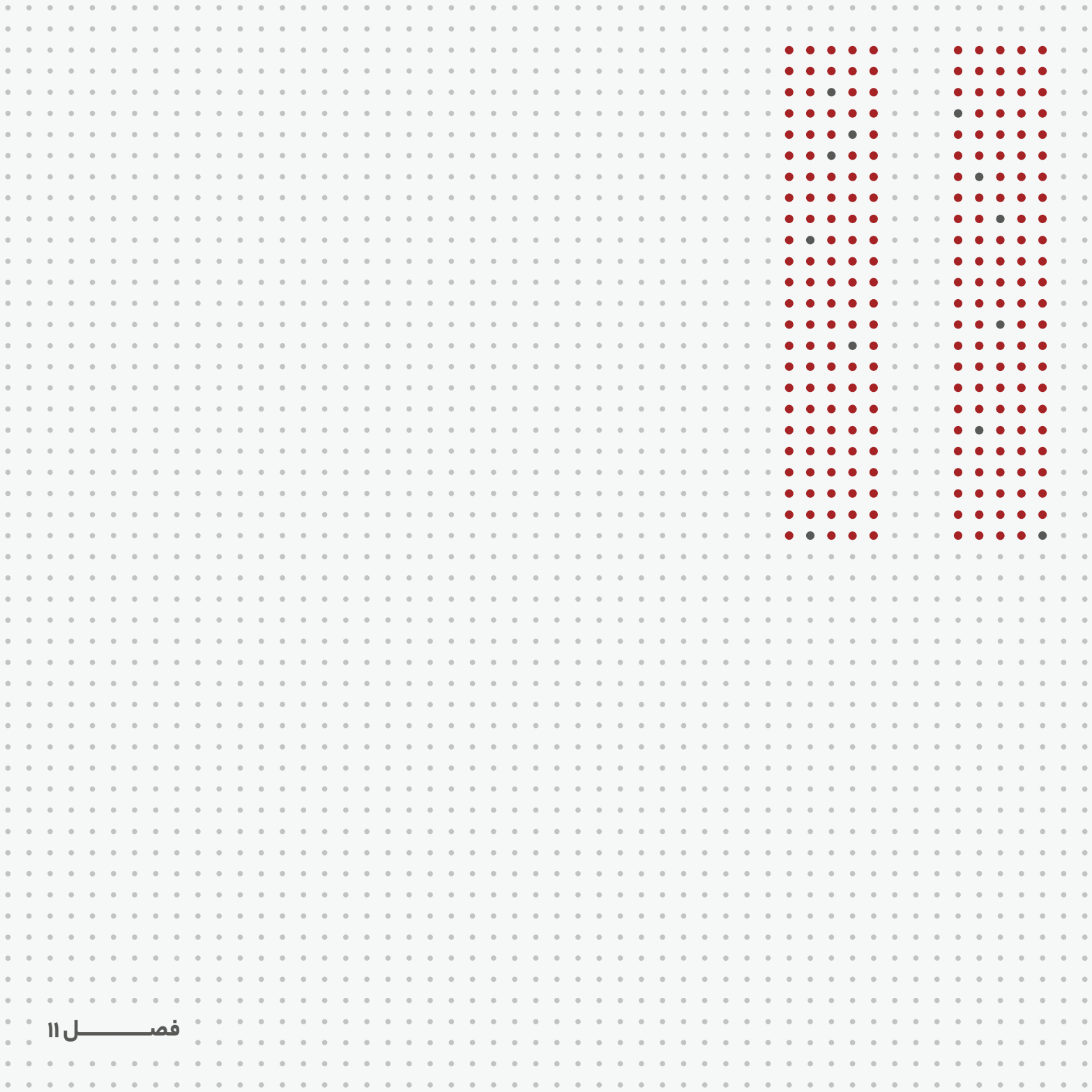


سمانه سادات ریحانی

۳۶ ساله - قم

دو سال پیش که تولید قاب دیوارکوب را آغاز کردم، با بخش آگهی‌های فروشگاهی دیوار آشنا شدم که نسبت به آگهی‌های عادی خیلی بیشتر دیده می‌شد. مشتری‌هایی که از طریق دیوار با آن‌ها آشنا شدم به کسب و کارم رونق دادند. در حال حاضر هم تنها با همین آگهی‌ها و صفحه اینستاگرام شخصی کسب و کار خانگی‌ام را پیش می‌برم و هر روز کارم رونق بیشتری می‌گیرد. خوشحالم که با بخش آگهی‌های فروشگاهی در دیوار آشنا شدم.

کاربری به نام سمانه سادات ریحانی با **۷۰ آگهی** قاب دیوارکوب، بیشترین تعداد آگهی شامل واژه قاب را در سال ۱۳۹۹ منتشر کرده است.





پشتیبانی

دیوار با میلیون‌ها کاربری که روزانه ۳۵۳ هزار آگهی در دیوار منتشر می‌کنند باید نسبت به سوالات و مشکلات احتمالی که برای کاربران پیش می‌آید، پاسخگو باشد. تیم پشتیبانی دیوار به صورت شبانه‌روزی تلاش می‌کند تا به بهترین شکل پاسخگوی سوالات و مشکلات کاربران باشد و از سوی دیگر می‌کوشد تا کیفیت پاسخگویی به تماس‌های مخاطبان و کاربران خود را پیوسته ارتقا بخشد.

۱۱ سال و
۹ ماه

مع.....ادل

۱۰۲ هزار و
۸۷۰ ساعت
مکالمه

مع.....ادل

۲+ میلیون

تماس با پشتیبانی دیوار

۶۴ تماس

تعداد متوسط روزانه تماس‌هایی که هر
کارشناس مرکز پشتیبانی پاسخ می‌دهد.

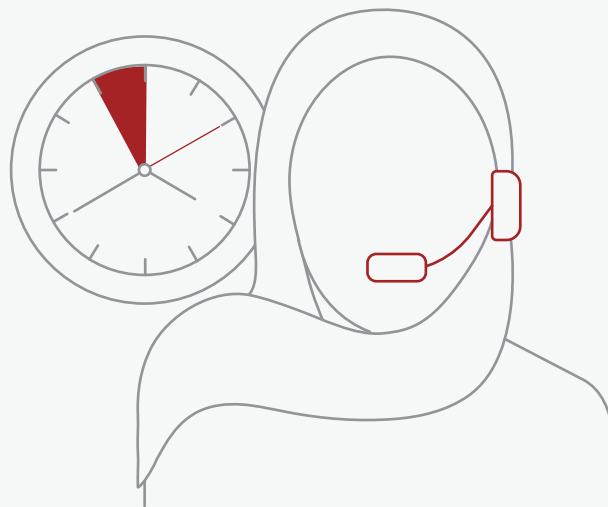


۱۴۲
کارشناس

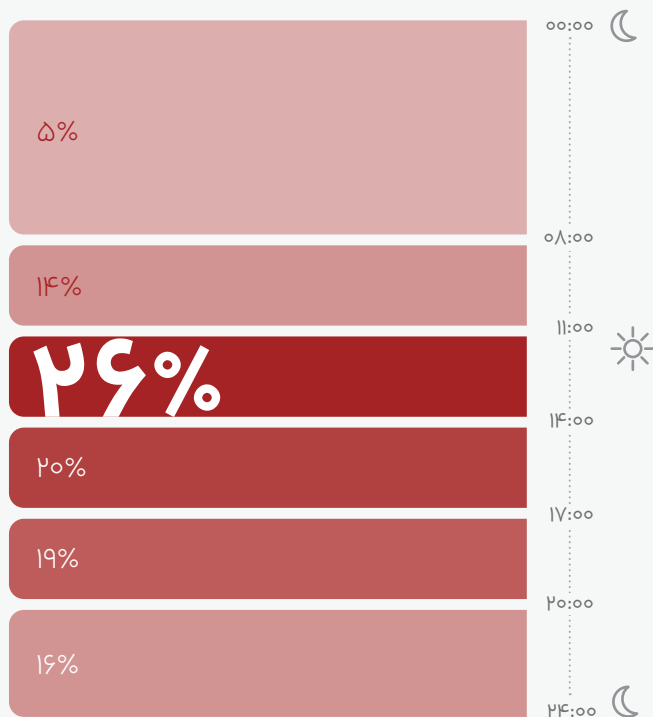
در مرکز پشتیبانی دیوار،
پاسخگوی کاربران هستند.

کاربران دیوار برای هر پرسش، مشکل، نقد
یا پیشنهادی می‌توانند با مرکز پشتیبانی
۲۴ ساعته دیوار به شماره تماس
۰۲۱-۴۳۰۰۳۰۰ تماس بگیرند.





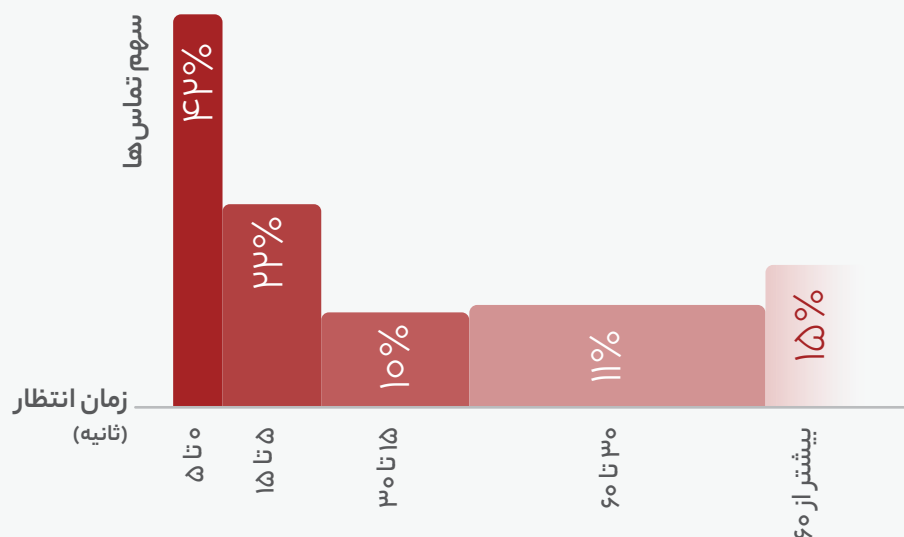
ساعت ۱۱ تا ۱۲ ظهر شلوغ ترین ساعت مرکز تماس بوده است.





یکی از مهم‌ترین فاکتورها در عملکرد پشتیبانی، شاخص **FCR** یا **حل مشکل در اولین تماس** است که این عدد در دیوار **۸۰/۷۳ درصد** اندازه‌گیری شده است.

فاکتور مهم دیگر در سنجش کیفیت پاسخگویی مرکز پشتیبانی مدت زمانی است که کاربر برای برقراری تماس منتظر می‌ماند.



۹۱ درصد

تماس‌گیرندگان از کیفیت پشتیبانی

راضی بوده‌اند

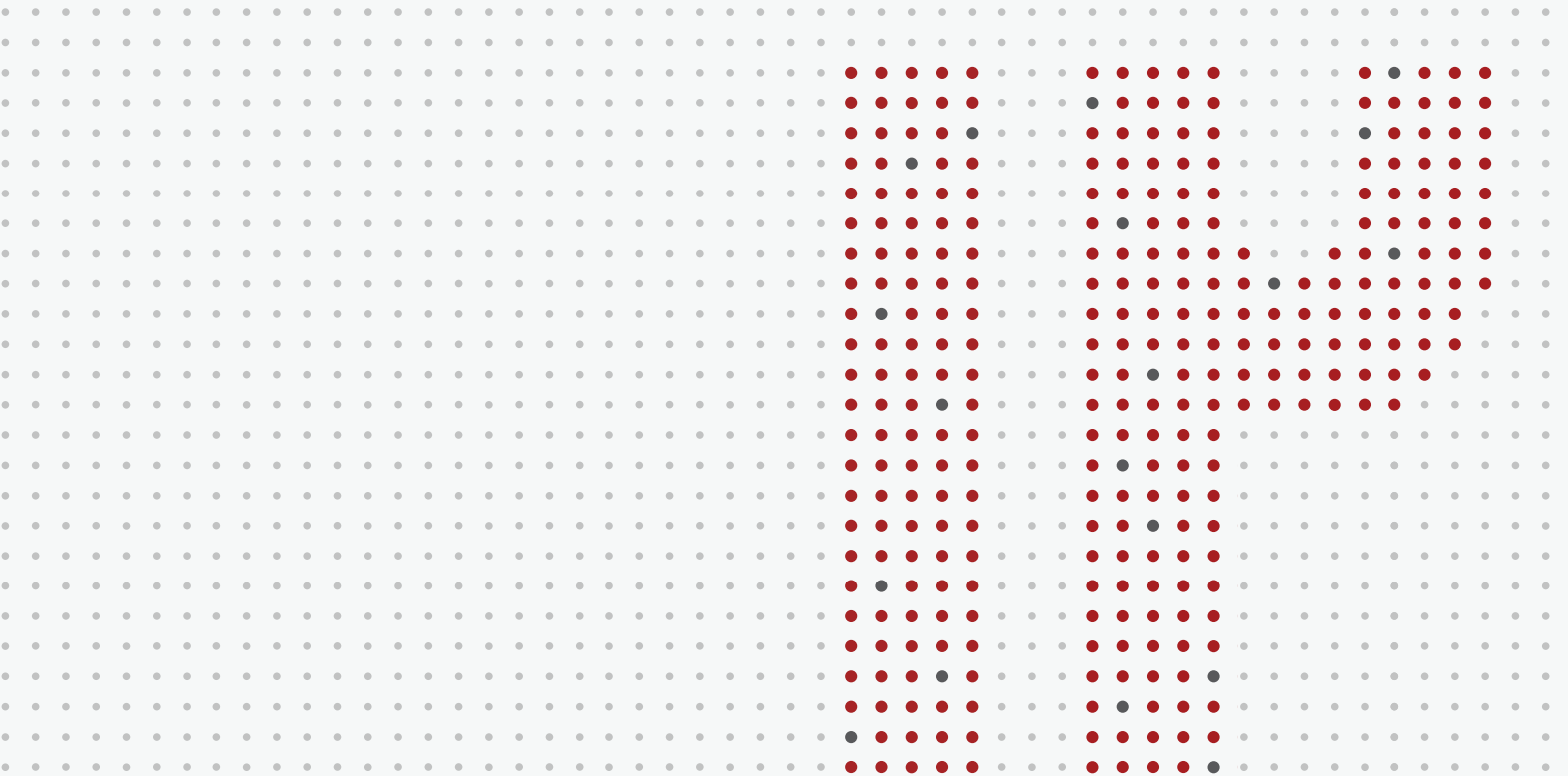


در پشتیبانی دیوار، پس از پایان تماس، از کاربران خواسته می‌شود در **نظرسنجی** پایان تماس شرکت کنند که در **۹۱ درصد** از این موارد، سطح رضایت خود را **خوب** یا **خیلی خوب** ثبت کرده‌اند.



سه‌شنبه و جمعه به‌ترتیب شلوغ‌ترین و خلوت‌ترین روزهای مرکز پشتیبانی بوده‌اند.







چت دیوار

مهم‌ترین ارکان دیوار، حفظ امنیت معامله بین خریدار و فروشنده، جلوگیری از مزاحمت‌های احتمالی و پیشگیری از کلاهبرداری است. دیوار برای حفظ این ارکان، امکان چت را به امکانات دیگر خود اضافه کرده است. این امکان، فضای تعاملی بین کاربران را مدیریت می‌کند، از افشای شماره تلفن آگهی‌گذار و آگهی‌پذیر جلوگیری می‌کند و راه را بر مزاحمت‌های احتمالی می‌بندد.

چت، امکانی برای سریع‌تر کردن فرآیند معامله از یک سو و امنیت کاربران دیوار از سوی دیگر است. این امکان با عرضه از سوی دیوار، با استقبال خوب کاربران دیوار روبرو شد.

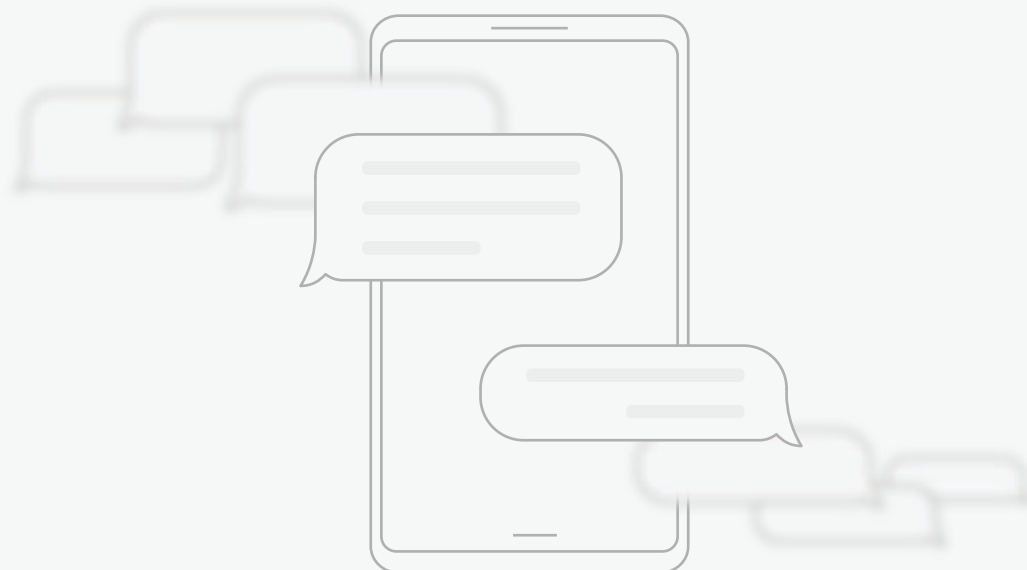
۶۴۱
میلیون مکالمه

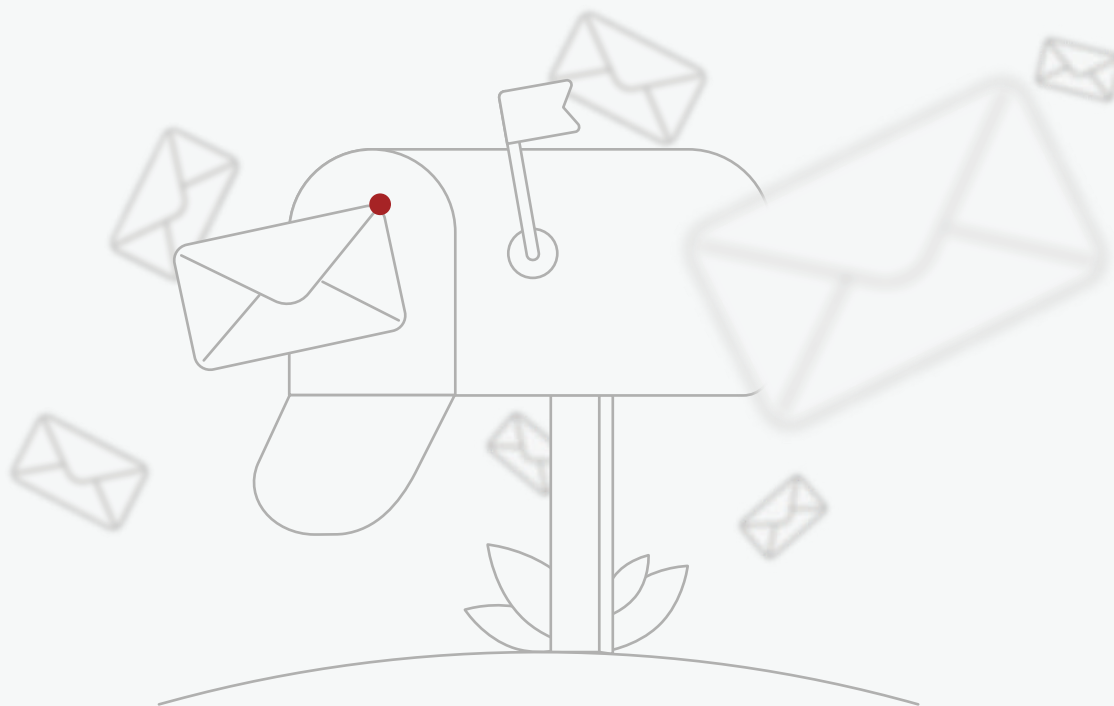
۳/۷ میلیارد
پیام

تعداد کل پیام‌ها در سال ۱۳۹۹ برابر با
۳ میلیارد و ۷۲۵ میلیون بوده که در مقایسه
با سال قبل، ۳/۹ برابر شده است.

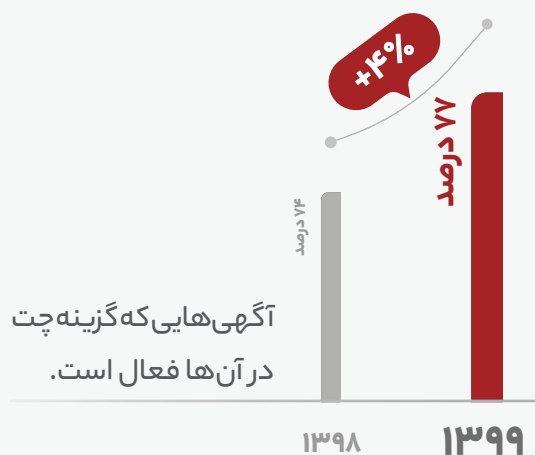
در سال ۱۳۹۹، تعداد کل مکالمات متنی
انجام‌شده در آگهی‌ها ۶۴۱ میلیون و ۵۴۰
هزار و ۶۷۱ مکالمه بوده است.

* هر مکالمه متنی بین دو نفر، از چند پیام تشکیل شده است.





بیشترین تعداد مکالمه روی یک آگهی با
۱۰ هزار و ۹۲ مکالمه مربوط به یک آگهی
استخدام در شهر مشهد برای بسته‌بندی
ماسک و پد الکلی در منزل افراد بوده است.



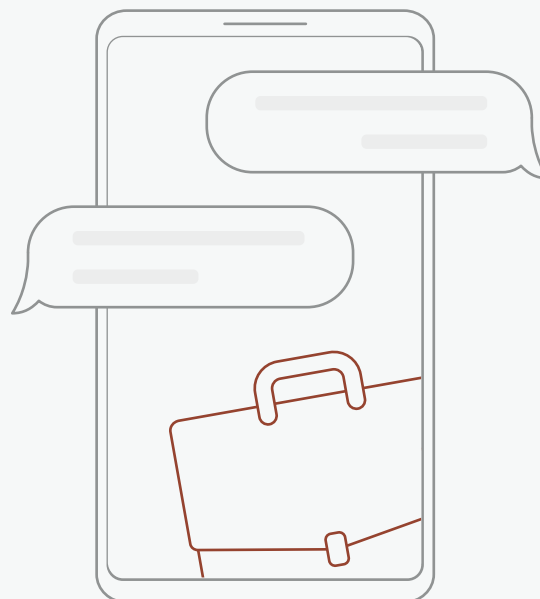
۷۷ درصد آگهی‌ها امکان چت درون برنامه‌ای دارند.

کاربران دیوار در بیش از سه‌چهارم آگهی‌ها امکان مکالمه از طریق ابزار چت دیوار را فعال کرده‌اند.

استخدام و کاریابی

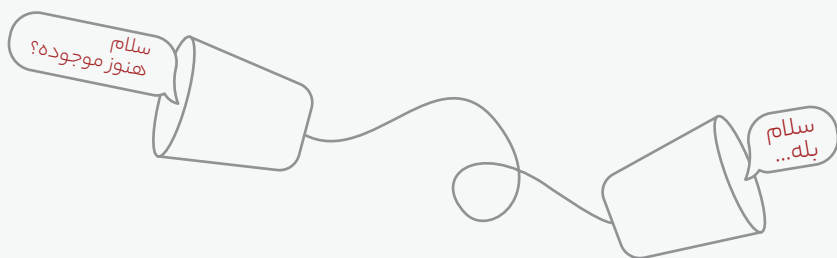
پیش‌تاز چت دیوار

با در نظر گرفتن تعداد آگهی‌های منتشرشده در هر دسته، **دسته استخدام و کاریابی** با **۱۵ مکالمه** به‌ازای هر آگهی، پیش‌تاز دسته‌های ده‌گانه بوده است.



۱۹ سهم آگهی‌هایی که تنها راه درصد ارتباطی‌شان چت دیوار است.

در یک‌پنجم از کل آگهی‌ها، آگهی‌گذار شماره تماس خود را در آگهی منتشر نکرده و مکالمه متنی تنها روش انتخاب‌شده از سوی آگهی‌گذار برای برقراری ارتباط با سایر کاربران بوده است. این در حالی است که در سال ۱۳۹۸، تنها ۴ درصد از آگهی‌ها چنین وضعیتی داشتند.



مهم‌ترین امکانات چت دیوار:

- قابلیت پنهان کردن شماره
- پیشنهاد هوشمند جملات
- قابلیت گزارش تخلف
- امکان ارسال تصویر و ویدیو
- **پستچی**، تنها راه ارتباطی دیوار با کاربران در چت





چرا چت کردن در دیوار امن تر است؟

اگر هنگام چت با کاربر دیگر دیوار، به هر دلیل مشکلی پیش بیاید و احساس کنید ممکن است به شما یا افراد دیگری آسیب برساند، می‌توانید رفتار کاربر را به مسئولان دیوار گزارش کنید. این رفتار می‌تواند **آزار و توهین** باشد یا **کلاهبرداری**. مسئولان دیوار با بررسی گزارش، حساب کاربر متخلف یا قابلیت چت کردن او را می‌بندند و نتیجه را به شما اطلاع می‌دهند.



۲۶۶ هزار کاربر تعلیق شدند.

طبق قوانین دیوار، یک کاربر بسته به پیشینه‌ای که در معلق شدن از مکالمه دارد، ممکن است **۱، ۳، ۷ یا ۳۰ روز** یا حتی برای همیشه از انجام مکالمه با تمام کاربرها محروم شود.

در سال ۱۳۹۹، برای **۲۶۶ هزار و ۸۰۰ کاربر** قابلیت مکالمه متنی بین ۱ تا ۳۰ روز به حالت **تعلیق** درآمده است.



مراقب باشید، این کاربر یک بیمار جنسی است!

اپلیکیشن دیوار، به عنوان یک نرم‌افزار خریدوفروش در فضای مجازی، طبیعتاً از این قاعده مستثنی نیست. بخش بزرگی از کاربران این اپلیکیشن روزگار خود را از طریق خریدوفروش در این فضا می‌گذرانند، اما هستند کسانی که دلیل آمدنشان به دیوار بیماری جنسی است. آن‌ها از طریق این اپلیکیشن سوژه‌های خود را به طرق مختلف شکار می‌کنند؛ مثلاً مدیرانی که تقاضای پیدا کردن کارمند را ثبت می‌کنند و بعد از پیدا شدن متقاضی از او سبزه و قدشان را سوال می‌کنند! زنان هم مانند مردان در دیوار یا به دنبال

مشتری برای محصول خود هستند یا دنبال کالایی برای خرید می‌گردند. آزارگرها کاربران زن را جدا کرده و با فرستادن پیام‌های جنسی آن‌ها را آزار می‌دهند.

دیوار در سال گذشته با برگزاری جلساتی با حضور برخی از فعالین حوزه زنان به دنبال راهکارهایی

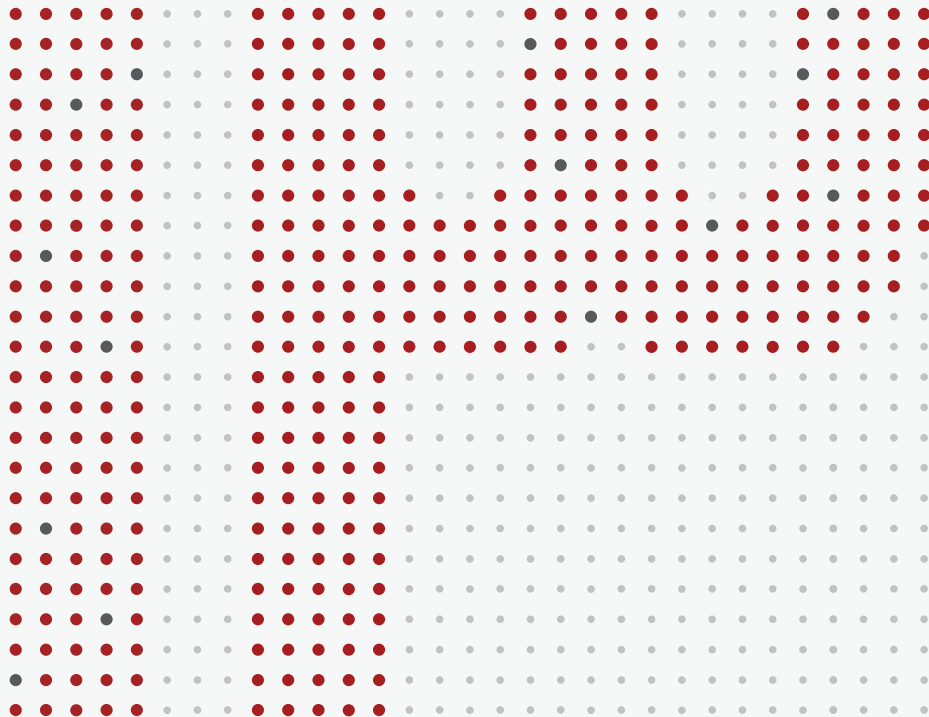
برای جلوگیری یا کاهش این آزارها بود و برخی از این راهکارها در بخش‌هایی مثل چت دیوار به‌کار گرفته شده است. استارت‌آپ‌ها باید بدانند که موظف‌اند برای کسانی که به آن‌ها اعتماد می‌کنند ارزش قائل شوند و به مشتریان‌شان صرفاً به عنوان ابزاری برای کسب درآمد نگاه نکنند.

با همه‌گیری استفاده از اینترنت، بخش عمده‌ای از خریدوفروش مردم نیز در فضای مجازی اتفاق می‌افتد. آدم‌ها علاوه بر ابراز نظر و تشکیل دادن کلونی‌های مختلف، به زندگی پشت رایانه و تلفن همراه عادت می‌کنند. دسترسی سریع به مراکز خرید و کمتر شدن کاغذبازی‌ها، کاربرها را به استفاده و پیش بردن کارهای روزمره در فضای مجازی ترغیب می‌کند. همین استفاده روزمره و تبدیل شدن فضای مجازی به بخشی از اجتماع، باعث می‌شود ناهنجاری‌های اجتماعی در فضای مجازی هم رخ بدهد. سرقت،

کلاهبرداری، ترویج فرهنگ اشتباه بخشی از این ناهنجاری‌ها است. اما یکی از مهم‌ترین موضوعات آزار و خشونت کلامی در فضای مجازی است. شاید اینجا حریم فیزیکی در امان باشد و کسی در خیابان و کوچه‌های خلوت یا در تاکسی به

حریم فیزیکی آدم‌ها نزدیک نشود، اما خطر خشونت کلامی و آزار جنسی کلامی در فضای مجازی همیشه افراد و در صدر ماجرا زنان را تهدید می‌کند. کاربرانی که دیگر وحشت شناخته شدن یا واکنش خشونت‌آمیز و اعتراضی زنانی که در معرض آزار قرار دارند را ندارند و با رکیک‌ترین کلمات آن‌ها را خطاب قرار می‌دهند.

دیوار در سال گذشته با برگزاری جلساتی با حضور برخی از فعالین حوزه زنان راهکارهایی را برای جلوگیری از آزارهای اینترنتی در دیوار به دنبال راهکارهایی برای جلوگیری یا کاهش این آزارها بود و برخی از این راهکارها در بخش‌هایی مثل چت دیوار به‌کار گرفته شده است.





دیوار، فراتر از یک کسب و کار

دیوار می‌خواهد درخت بالنده‌ای باشد تا تمام مردم ایران زمین از میوه‌های آن بهره‌مند شوند. از این رو، خود را در خدمت‌رسانی به مردم ایران موظف می‌داند. دیوار جهان را فقط از دریچه تعاملات اقتصادی نمی‌بیند و برای خود مسئولیتی اجتماعی قائل است، به افراد دارای معلولیت، گروه‌های کم‌برخوردار از امکانات اجتماعی، محیط‌زیست و حیات وحش توجه می‌کند و خود را عاملی در جهت توسعه اجتماعی، از رهگذار توسعه اقتصادی کشور می‌داند.

در سال ۱۳۹۹ چه اتفاقات مهمی در دیوار افتاد؟

جذب ۵۰ هزار مشاور املاک
جدید در پنل آژانس املاک تهران



املاک

فروردین

آغاز دورکاری در مرکز تماس دیوار
برای حفظ سلامت کارشناس‌ها
در مرکز تماس، کارشناسان این
مرکز، از اردیبهشت ۱۳۹۹،
تماس‌های کاربران دیوار را از
خانه پاسخ می‌دادند.



پشتیبانی

فروردین

اردیبهشت

دیوار فروشگاه‌ها



ثبت نام فروشندگان آفلاین
فروشندگانی که به دیوار
فروشگاه‌ها پیوسته بودند، در
این مدت فروشگاه‌های آنلاین
خود را در دیوار افتتاح کرده و از
امکانات آن استفاده می‌کردند.

فروردین

املاک



آغاز جذب ۱۳۰۰ آژانس املاک
برای پنل آژانس املاک کل کشور

فروردین

دیوار فروشگاه‌ها



آغاز به کار دیوار فروشگاه‌ها
با شیوع ویروس کرونا و اعمال
محدودیت‌ها برای فروشگاه‌های
آفلاین، پنل فروشگاه دیوار
برای کمک به کسب‌وکارها برای
دیده شدن در فضای آنلاین
آغاز به کار کرد.

جلوگیری از انتشار آگهی حیوانات ممنوعه

دیوار در تعامل با فعالان محیط‌زیست، امکان انتشار آگهی‌های گونه‌های ممنوعه حیات وحش را از بین برد.



مسئولیت اجتماعی
مرداد

اجرای پوشش رکاب سفید

دیوار در کنار کسب‌وکارهای دیگر، به این پوشش پیوست و با خرید دوچرخه و اهدای آن به کودکان محروم، از این پوشش حمایت کرد.



مسئولیت اجتماعی
مهر

کاهش زمان بررسی آگهی‌ها

۹۰ درصد آگهی‌ها پیش از انتشار در کمتر از ۱۵ دقیقه بررسی شدند.



اعتماد
آذر

شهریور

خودرو



ارائه ابزار تخمین قیمت خودرو کارکرده با پوشش ۸۵٪ با اعزام کارشناسان به بنگاه‌های خودرو و مراکز تعویض پلاک، قیمت روز معامله خودروهای کارکرده کشف شد. بر همین اساس ابزار تخمین قیمت خودرو کارکرده در دیوار ارائه شد.

آبان

مسئولیت اجتماعی



ارتباط با فعالان حقوق زنان

راه‌اندازی سرویس زونکن

سرویس زونکن کمک می‌کند مالکان آگهی‌های عادی به‌صورت آنلاین به مشاوران حرفه‌ای فعال در بخش املاک در دیوار وصل شوند تا به راحتی بتوانند خانه‌هایشان را اجاره دهند یا بفروشند.



املاک
دی

اضافه شدن امکان **پیشنهاد خودروهای مشابه** در آگهی‌های خودرو سواری برای سهولت دسترسی کاربران



خودرو
بهمن

آذر

مسئولیت اجتماعی



آغاز پویش اهدای گوشی و تبلت به مناطق محروم
به دلیل شیوع ویروس کرونا، مدارس کلاس‌های خود را به صورت آنلاین برگزار کردند. دیوار برای حمایت از حق تحصیل همه دانش‌آموزان، کمپین اهدای گوشی و تبلت به مناطق محروم را آغاز کرد.

دی

اعتماد



ایجاد تیم اعتماد
اهداف مهم تیم اعتماد، کاهش کلاهبرداری در دیوار، کاهش فیشینگ، رسیدگی به گزارش کاربران در دو بخش عمومی و کلاهبرداری و همچنین کاهش اسپم در دیوار است.

بهمن

املاک



توسعه پنل مشاوران مستقل
مشاوران مستقل، آن دسته از مشاوران املاک هستند که بدون آنکه در بنگاه‌های معاملات ملکی مشغول به فعالیت باشند، به صورت مستقل در فرآیند خرید، فروش یا اجاره معاملات ملکی نقش دارند.

مرحله اول توزیع گوشی‌ها و تبلت‌های اهدایی به مناطق محروم

گوشی‌ها و تبلت‌های اهدایی کاربران در این پویش، به همراه گوشی‌ها و تبلت‌های اهدایی از سوی دیوار در مناطق محروم کهگیلویه و بویراحمد توزیع شد.



مسئولیت اجتماعی
بهمن

مرحله دوم و پایانی توزیع گوشی‌ها و تبلت‌های اهدایی به مناطق محروم

با اتمام فرآیند جمع‌آوری گوشی‌ها و تبلت‌های اهدایی، مرحله دوم توزیع آن‌ها در مناطق محروم استان خراسان شمالی انجام شد.



مسئولیت اجتماعی
اسفند

استخدام اسفند



افزودن فیلدهای تخصصی به فرآیند ثبت و انتشار آگهی سرویس‌استخدام

به جهت افزایش بهره‌وری برای کارجویان و همچنین کارفرمایان، صفحه استخدام در دیوار با افزودن فیلدهای تخصصی، بهینه شد.



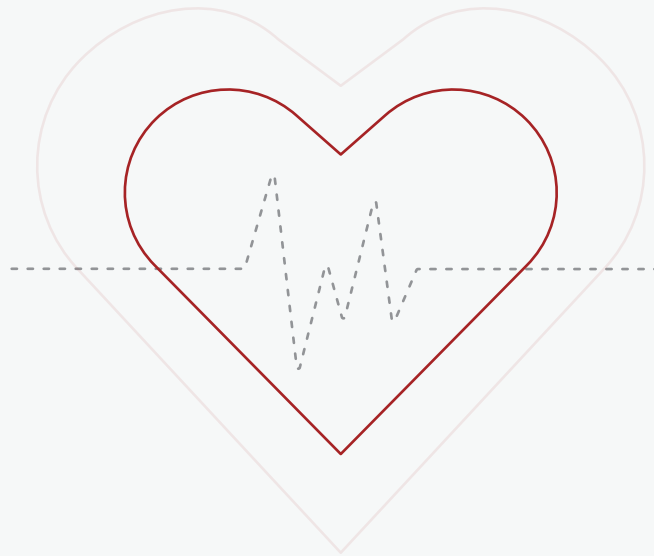
مسئولیت اجتماعی دیوار

دیوار صرفاً یک کسب‌وکار ساده نیست و تمام تلاش خود را می‌کند تا بتواند نقش خود را در قبال جامعه ایفا کند. دیوار در این راه مسئولیت‌هایی برای خود تعریف کرده است. در ادامه چند مورد از مهم‌ترین اقدامات دیوار در حوزه مسئولیت اجتماعی در سال ۱۳۹۹ فهرست شده‌اند.



اهدای ونتیلاتور

به بیمارستان‌های کشور برای مقابله با بیماری کووید-۱۹



در سال ۱۳۹۹ تعداد **۲ ونتیلاتور** به بیمارستان‌های امام حسین و بهارلو تهران، **۲ عدد** به بیمارستان‌های بعثت و توحید سنندج و **۱ دستگاه برونوسکوپ** نیز به بیمارستان امیراعلم تهران از سوی شرکت آگه‌پردازان هوشمند (دیوار) واگذار شد.

ونتیلاتور یکی از ضروری‌ترین دستگاه‌ها برای درمان بیماران بدحالی است که به خاطر کرونا در بخش مراقبت‌های ویژه نگهداری می‌شوند.

بهینه‌سازی‌های رابط کاربری برای

نابینایان و افراد دارای اختلال بینایی

در جشنواره وب و موبایل ۱۳۹۹ دیوار به عنوان **بهترین اپلیکیشن ایرانی برای افراد دارای معلولیت** انتخاب شد. دلیل این موضوع این بود که آمارها و پژوهش‌های انجام‌شده نشان می‌داد دست‌کم ۶۰۰ هزار کم‌بینا و ۱۵۰ هزار نابینا در ایران زندگی می‌کنند و دیوار وظیفه خود می‌دید استفاده از اپلیکیشن را برای این گروه آسان کند.



تیم تجربه کاربری دیوار با تکیه بر دستورالعمل‌های گوگل و کار بر روی جزئیاتی مانند رنگ عناصر، تایپوگرافی و حتی جانمایی عناصر بر روی صفحه، استفاده از دیوار را برای افراد کم‌بینا و اختلالات دیگری مانند کوررنگی آسان کرد. همچنین تمام عناصر دیوار به گونه‌ای تعریف شده‌اند که برای نرم‌افزارهای صفحه‌خوان یا Screen Reader قابل خوانش باشند تا افراد نابینا بتوانند به راحتی از آن استفاده کنند.



پوریا حاتمی

هنرمند نابینا، فعال اجتماعی نابینایان

من یک کاربر عادی دیوار هستم. تا کنون چند بار وسایل مورد نیازم را از طریق دیوار خریده‌ام یا سازهایی که نیاز نداشته‌ام را در این پلتفرم آگهی کرده‌ام. نابینایان هم جزو اجتماع‌اند؛ طبیعتاً از دیوار استفاده می‌کنند و از آگهی‌هایی که در آن منتشر می‌شود بهره می‌برند یا خود در دیوار کالایی را آگهی می‌کنند. نابینایی یا کم‌بینایی نباید مانعی برای استفاده از امکانات عمومی در اجتماع باشد.

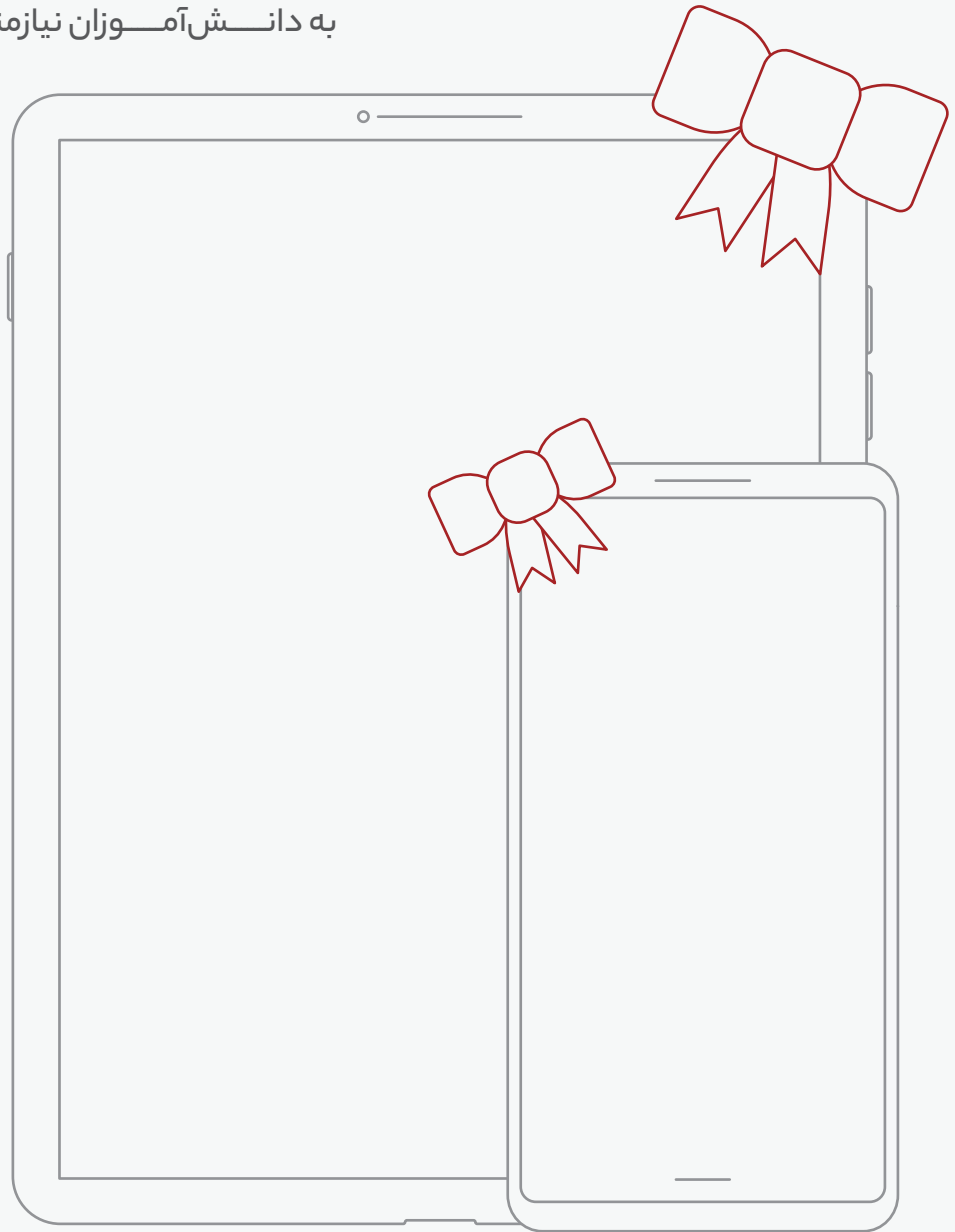
دیوار، با توجه به امکاناتی که برای نابینایان اضافه کرده، نیاز به حضور شخص بینا برای استفاده از امکانات دیوار را برای ما به حداقل رسانده است. حالا ما می‌توانیم همه اطلاعات مورد نیاز از یک کالا یا خدمات آگهی‌شده را خودمان به دست بیاوریم؛ به این ترتیب که آگهی‌های دسته‌های مختلف را بررسی کنیم، از فیلترهای مختلف اعمال‌شده بر آگهی‌ها استفاده کنیم و حتی با آگهی‌گذارها چت کنیم.



اهدای گوشی و تبلت

به دانش‌آموزان نیازمند

از زمان شیوع کرونا، درس و کلاس و مدرسه به شکل آنلاین برگزار شد و دانش‌آموزان برای دسترسی به معلم و تحصیل راهی به‌جز استفاده از گوشی‌های هوشمند و تبلت‌ها ندارند. بسیاری از خانواده‌های محروم توان تهیه گوشی هوشمند برای فرزندان خود را ندارند. دیوار تصمیم گرفت تا با برگزاری کمپینی، با کمک کاربران خود، به دانش‌آموزان مناطق محروم کمک کند. از این رو، در فراخوانی از کاربران خواست گوشی یا تبلت اضافه خود را برای دیوار ارسال کنند تا به دست دانش‌آموزان نیازمند برسد. در این کمپین ۱۳۸ دستگاه از سوی کاربران ارسال شد و مجموعه دیوار هم ۱۳۸ دستگاه تبلت دانش‌آموزی نو خریداری کرده و به همراه دستگاه‌های جمع‌آوری‌شده از کاربران، مجموعاً **۲۷۶ دستگاه** را بین دانش‌آموزان نیازمند در **دهدشت** واقع در استان کهگیلویه و بویراحمد و **روستای بزنج** از توابع شهرستان اسفراین در استان خراسان شمالی توزیع کرد.



دیوار

حامی رکاب سفید



کمپین رکاب سفید تلاشی است برای ترغیب استفاده مردم از دوچرخه به جای وسایل نقلیه موتوری تا هم کمتر هوا را آلوده کنیم و هم زندگی سالم‌تری داشته باشیم. دیوار یکی از حامیان این کمپین است. تاکید ما بر این است که اگر به هر دلیلی نمی‌توانید دوچرخه نوبخرید، می‌توانید دوچرخه‌های کارکرده با کیفیتی را در آگهی‌های دیوار با قیمت مناسب پیدا کنید. همچنین دیوار در راستای اهداف این کمپین چندین دستگاه دوچرخه به کودکان مناطق محروم اهدا کرد.

ایجاد بستری امن برای زنان در دیوار

دیوار مکانی است که افراد می‌توانند فارغ از جنسیت و بدون محدودیت معامله کنند. دیوار معتقد است هیچ‌یک از کاربرانش نباید به خاطر جنسیت مورد تبعیض قرار گیرند. لذا دیوار کوشیده است تا زیرساخت‌های خود را طوری طراحی کند تا این پلتفرم **محیطی امن برای زنان** باشد تا بتوانند بدون مزاحمت به خرید و فروش کالا و خدمات بپردازند.

در راستای همین هدف، دیوار در سال ۱۳۹۹ مجموعه جلساتی با فعالان حوزه زنان برگزار کرد تا با بهره‌گیری از مشورت آن‌ها محصول خود را برای زنان بهتر و مفیدتر کند. همچنین دیوار با اعمال محدودیت‌ها، نظارت و امکان گزارش کاربر در چت دیوار، شرایطی را فراهم کرده تا زنان در این پلتفرم با امنیت به کسب‌وکار بپردازند.





قصه یک رویا فروش

همه چیز از فروش **یک شیشه مربا** آغاز شد

شکرانه این موفقیت همه همکارانش را از بین زنان سرپرست خانواده انتخاب کرده است تا به کسانی که می‌خواهند مثل او رویاهایشان را دنبال کنند، کمک کرده باشد. او حتی پیکی که با آن محصولاتش را به دست مشتری می‌رساند را از بین زنان انتخاب کرده است و تصمیم دارد به‌زودی برند خودش را به ثبت برساند.



همه ما این روزها کسب‌وکارهای خانگی موفق می‌بینیم که مشتری‌های ثابت خودشان را پیدا کرده‌اند. کسب‌وکارهایی که ممکن است در نگاه اول پیچیده به نظر برسند. مهسا یکی از کاربران پلتفرم دیوار اما روایتی متفاوت دارد. او به ادعای خودش کسب‌وکارش را از چند شیشه ترشی و مربایی که خودش درست کرده شروع کرده است، اما حالا کارگاهی دارد با ۳ همکار و فروش نسبتاً بالا و همین‌طور کاری که از کودکی دلش می‌خواست انجام دهد و امروز به رویایش دست پیدا کرده است. مهسا بعد از سال‌ها کارمندی در دوران کرونا به خاطر تعدیل نیرو کارش را از دست می‌دهد. کاری که به گفته خودش برایش جز ملال چیزی به ارمغان نداشته است، اما در لحظات ناامیدی، درست وقتی که فکر می‌کرده بدترین اتفاق برایش افتاده، به ذهنش می‌رسد چرا از هنرش برای گذران زندگی استفاده نکند؟ همان روز با گوشی تلفنش از شیشه‌های ترشی و مربایش، که همیشه بین دوستان و آشنایان طرفدار داشت، عکس می‌گیرد و برای فروش در سایت دیوار می‌گذارد. خیلی زود اولین مشتری پیدا می‌شود؛ مشتری‌هایی که حالا به دوستان و خریداران ثابت کارگاه مهسا تبدیل شده‌اند و علاوه بر خرید محصولات مرغوب و سالم، حس خوبی از خرید دست اولشان دارند. گویا آن‌ها علاوه بر خرید مواد غذایی، قصه زیبایی که پشت این محصولات است را هم می‌خرند. امروز لیست محصولات کارگاه مهسا به ۳۷ مورد رسیده است. مهسا به

نوشین کشاورزیا
تسهیل گر و کنشگر حوزه زنان



تجربه دیوار برای مقابله با آزار

مهم‌تری بر اساس احساس مسئولیت، پایبندی به اصول اخلاقی و چشم‌اندازهای سازمانی با محوریت توسعه انسانی و احترام به حقوق کارکنان قابل دستیابی است. آموزش، تدوین آیین‌نامه‌های انضباطی، برخوردهای جدی و ضابطه‌مند نسبت به خاطیان و به طور کلی فراهم کردن فضای بحث و گفتگو در این باره از جمله این اقدامات است.

سابقه همکاری با مجموعه دیوار نشان داد که این استارت‌آپ در بخشی از این طیف قرار دارد که خواهان فعالیت و آگاهی‌دهی

اجتماعی هم هست. چون به محض اطلاع از اینکه گروهی از مخاطبان زن بعد از درج آگهی در این اپلیکیشن مورد آزارگری آنلاین قرار گرفته بودند، از جمعی از فعالان زن برای همفکری کمک خواست. دیوار در دو بخش اقدامات عملی را در

نحوه مواجهه سازمان‌ها با مساله آزار زنان متفاوت است؛ برخی سرپوش می‌گذارند، برخی اقدام پیش‌گیرانه و عملی. سابقه همکاری با مجموعه دیوار نشان داد که این استارت‌آپ در بخشی از این طیف قرار دارد که خواهان فعالیت و آگاهی‌دهی اجتماعی هم هست.

دستور کار قرار داد. ارتقای سیستم‌های حفظ اطلاعات خصوصی آگهی‌دهندگان و مهم‌تر از آن، انجام کارهای ترویجی برای آگاهی‌دهی در سطح عمومی از آن جمله‌اند. چرا که گردانندگان مجموعه به این باور رسیده بودند که آزارگری آنلاین مسئله مهمی است که نه تنها مخاطبان دیوار بلکه افراد دیگر جامعه را هم هدف گرفته است.

بیشتر ما ساعات و دوره‌های مهمی از زندگی‌مان را در محیط‌های کاری می‌گذاریم. حتی اگر به طور فیزیکی هم در محیط کار حضور نداشته باشیم، همچنان درگیر روابط شغلی هستیم. بی‌جهت نیست که محل کار را خانه دوم می‌نامند. خانه تداعی‌کننده جایی است که در آن احساس امنیت و آرامش داریم. طبیعی است این انتظار را درباره خانه دوم یعنی محل کار هم داریم. آرزو می‌کنیم تعاملات کاری و حرفه‌ای‌مان به دور از هرگونه نابرابری و تبعیض باشد؛ از جمله انواع رفتارهای قلدرمآبانه، تبعیض‌های جنسیتی و

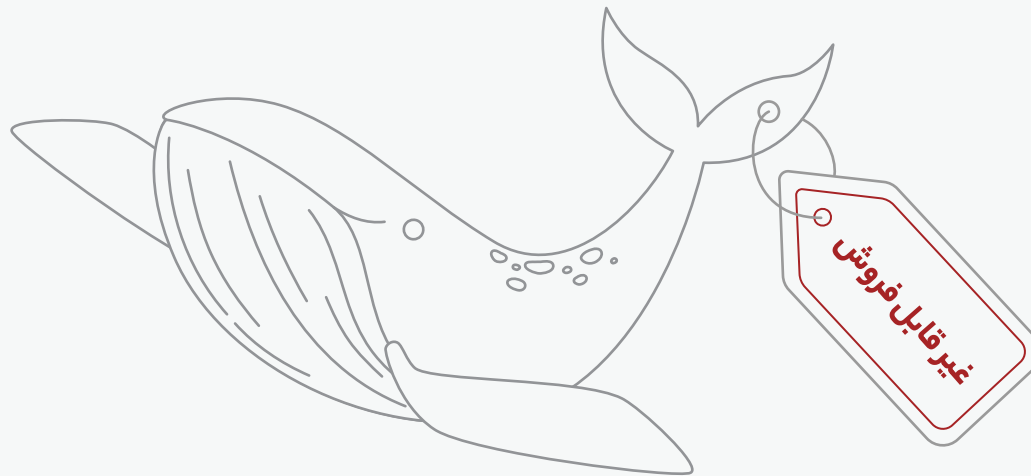
آزارهای جنسی. می‌دانیم که در فضای واقعی تعدادی از شاغلین از سوی همکاران هم‌رده، هم‌جنس و غیرهم‌جنس، مدیران یا مشتریان مورد آزار قرار می‌گیرند و برخی از گروه‌ها از جمله زنان بیشتر از این مسئله رنج می‌برند. برای مبارزه با این مشکل، باید

در سطوح مختلف اجتماعی، اقدامات مداخله‌ای مناسب انجام شود. من معتقدم در سطوح پایین‌تر، از جمله سطوح میانی و خرد، پتانسیل‌هایی برای مبارزه با این مسئله اجتماعی وجود دارد. مثلاً کارفرمایان می‌توانند اقداماتی در مجموعه خود انجام دهند. بخشی از این اقدامات به پشتوانه معدود قوانین کشور و بخش

مقابله با انتشار

آگهی‌های گونه‌های ممنوعه حیات وحش

خرید و فروش گونه‌های ممنوعه حیات وحش در دیوار ممنوع بود؛ اما همیشه سوداگران حیات وحش با روش‌های مختلف و استفاده از نام‌های متنوع، قوانین نظارتی دیوار را دور می‌زدند. دیوار با دعوت از فعالان و حامیان حوزه حیات وحش و همچنین مسئولان یگان حفاظت سازمان محیط زیست از آن‌ها خواست تا با تهیه جزوات و کمک به تکمیل فهرست سیاه گونه‌های ممنوعه، در این راه یاری‌گر دیوار باشند.



در این فرایند که سه ماه به طول انجامید، بیش از ۹ هزار کلیدواژه ممنوعه به فهرست ربات‌های نظارتی دیوار اضافه شد و به تعدادی از کارشناسان تیم نظارت دیوار به طور ویژه در حوزه حیوانات آموزش داده شد. نتیجه این همکاری‌ها آن شده که نه تنها امکان انتشار آگهی مرتبط با گونه‌های ممنوعه حیوانات تقریباً غیرممکن شده، بلکه سوداگران این بازار دیگر از دیوار قطع امید کرده‌اند و حضورشان در این پلتفرم به شدت کاهش پیدا کرده است.

احمد بحری
محیطبان

دیوار، محیطبان حیات وحش در فضای مجازی

اسامی محلی یا به شکلی رمزگونه در دیوار آگهی می‌کنند. موضوع جلسات هفتگی ما در دیوار، شناسایی همین اسامی و شیوه‌هاست. اسامی جدید به لیست سیاه اضافه می‌شوند و این هم‌افزایی با شیب بسیار زیادی، جلوی خرید و فروش گونه‌های ممنوعه حیات وحش را گرفته است.

من پیش از این، شخصا فرآیند انتشار آگهی گونه‌های در معرض انقراض را در سایت دیوار چک کرده بودم. دیوار، بعد از انتشار آگهی خرید و فروش حیوان ممنوعه، به کاربر پیامکی می‌دهد و او را از ممنوعیت این کار آگاه

می‌کند. انجام این کار یک گام مثبت در جهت فرهنگ‌سازی است. بسیاری از متعاملین در این حوزه، از ممنوعیت‌ها و موانع قضایی در بازار خرید و فروش حیوانات آگاه نیستند.

فرهنگ‌سازی دیوار در این خصوص پسندیده و قابل تامل است. تعامل ما محیطبانان، دوستداران محیط‌زیست و افراد مسئول در این زمینه با پلتفرمی مانند دیوار، می‌تواند الگویی باشد که بر اساس آن، شیوه‌هایی برای پیش‌گیری از انتشار آگهی خرید و فروش حیوانات غیرمجاز در شبکه‌های اجتماعی و سایر پلتفرم‌ها یافت.

پلتفرم‌های خرید و فروش آنلاین مثل دیوار، صفحات اینستاگرامی و کانال‌های تلگرامی مهم‌ترین بسترهای خرید و فروش حیوانات غیرمجاز بوده‌اند. اما دیوار ماجرای انتشار آگهی گونه‌های در معرض انقراض را جدی گرفته است. این ممنوعیت، خدمت بزرگی در این راستا بوده است. در صفحات اینستاگرامی و کانال‌های تلگرامی اما جلوگیری از انتشار آگهی خرید و فروش گونه‌های در معرض انقراض کار آسانی نیست. شناسایی فروشندگان حیوانات قاچاق کار راحتی نیست و جلوگیری از انتشار آگهی‌های آن هم

وقت و انرژی بسیار زیادی مطالبه می‌کند. پیش‌گیری همیشه کار مفیدتری است. پیگیری، خصوصا در این موضوع خاص، کار آسانی نیست و در ساختار سازمان حفاظت از محیط‌زیست هم تا پیش از این

ردیفی برای این موضوع در نظر گرفته نشده بود. در جلسات هفتگی، ما با مدیران و کارشناسان سایت دیوار، اطلاعات جدید حیوانات ممنوعه را با آن‌ها هم‌خوان می‌کنیم. لیست سیاهی از گونه‌های در معرض انقراض را درآورده‌ایم و هر آگهی با موضوع خرید یا فروش این گونه‌ها، به‌صورت خودکار از دیوار حذف می‌شود. بعضی از قاچاقچیان حیوانات ممنوعه را با

دیوار، بعد از انتشار آگهی خرید و فروش حیوان ممنوعه، به کاربر پیامکی می‌دهد و او را از ممنوعیت این کار آگاه می‌کند. انجام این کار یک گام مثبت در جهت فرهنگ‌سازی است.

۱۱۰۲۹

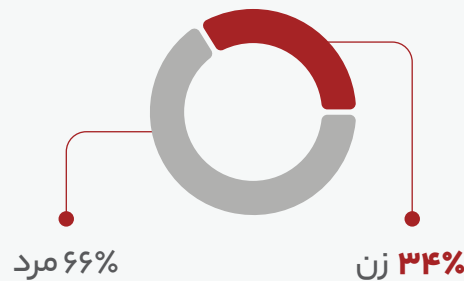
تعداد کارمندان دیوار

مجموعه کارمندان دیوار در بخش‌های مختلفی مشغول به کارند تا بهترین کیفیت خدمات به کاربران ارائه شود.

دیوار (آگه پردازان هوشمند)

۲۷۴
نفر

میانگین سنی
۲۹ سال

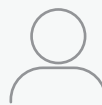


در سال ۱۳۹۹ تعداد **۱۵۸ نفر** به همکاران دیوار اضافه شد که **۵۷ نفر** از آنها رازبان تشکیل داده‌اند.

دیوار خودرو (خودرو پردازش هوشمند)

میانگین سنی
۳۰ سال

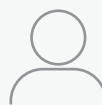
۲۳۲ نفر



عملیات دیوار (پردازش الکترونیک پیشگامان)

میانگین سنی
۲۷ سال

۳۸۵ نفر



پشتیبانی دیوار (سپنتر)

میانگین سنی
۲۵ سال

۱۴۲ نفر





استفاده از دیوار برای کاربران عادی تا ابد رایگان است

آن برنامه‌ریزی می‌کنیم و می‌کوشیم هر روز بیشتر از روز قبل به این مهم نزدیک شویم. ما هر روز زیرساخت‌هایمان را بهینه‌تر می‌کنیم و می‌کوشیم نیازهای کاربران را شناسایی و پیاده‌سازی کنیم تا در استفاده از دیوار به احساس و تجربه بهتری دست پیدا کنند.

دیوار هرگز قرار نیست از کاربران عادی کسب درآمد کند. ما برای کاربران عادی رایگان هستیم. ۸۸ درصد از کاربران ما، کاربران عادی هستند و ما هرگز، هیچ وقت و تحت هیچ شرایطی از کاربران عادی، هزینه‌ای بابت انتشار آگهی نخواهیم گرفت.

دیوار می‌خواهد اولین گزینه دادوستد انواع کالا و خدمات باشد؛ مرجعی برای همه شهروندان ایرانی تا کالا و خدمات مورد نیازشان را تامین کنند. اولین بودن دیوار، صرفاً اولین بودن در بازار آنلاین نیست، بخش عمده رقابت ما با بازارهای آفلاین است. دیوار هم‌اکنون در بسیاری از رتیکال‌ها و دسته‌بندی‌ها، سهم بازار زیادی از معاملات آنلاین را به خود اختصاص داده است؛ اما با این همه، چشمانداز ما این است که همین تاثیرگذاری در بازارهای آنلاین را در بازارهای آفلاین هم داشته باشیم.

فلسفه شکل‌گیری دیوار حذف واسطه‌هاست؛ دیوار به وجود آمد تا خریدار، بدون وجود واسطه بتواند به فروشنده وصل شود. درست است که درآمد دیوار از کسب‌وکارهاست اما هدف اصلی ما در دیوار این است که خریدار و فروشنده به یکدیگر وصل شوند و کالا یا خدمات مورد نظر خود را تامین کنند.

دیوار خود را شهروند ایران زمین می‌داند. از این رو قرار است به هموطنانش کمک کند تا کیفیت زندگی بهتری را تجربه کنند. کاربران دیوار می‌توانند به راحتی، بدون وجود واسطه، معامله خوشایندی را تجربه کنند. ماموریت ما در دیوار این است که انجام دادوستد را با استفاده از نوآوری، تکنولوژی و امکانات دیوار برای کاربرانمان ساده‌تر، راحت‌تر و خوشایندتر کنیم. ما پیوسته به شیوه‌های اجرای این ماموریت فکر می‌کنیم، برای

دیوار یکی از مهم‌ترین رسالت‌های خود را حذف واسطه‌ها می‌داند. اساساً فلسفه شکل‌گیری دیوار حذف واسطه‌هاست؛ دیوار به وجود آمد تا خریدار، بدون وجود واسطه بتواند به فروشنده وصل شود

شهرام شاهکار
مدیر ارشد اجرایی



برای مردم ایران تکیه‌گاه خواهیم بود

تلاش‌هایی است که ما در این راه کرده‌ایم. در سال ۱۴۰۰ به تلاش خود برای ایفای نقش موثر در بهبود زندگی مردم ایران و نیز مدیریت مناسب انتظارات همه ذی‌نفعان ادامه خواهیم داد. یکی از اولویت‌های امسال تمرکز ویژه بر افزایش امنیت معاملات و سلامت تعاملات کاربران و به طور کلی رشد اعتماد ذی‌نفعان در دادوستد کالا و خدمات بر بستر دیوار است.

تجربه موفق نزدیک‌تر شدن به معاملات در دسته‌بندی خودرو و سپس املاک را که در دو سال اخیر داشتیم، به دسته‌بندی‌های دیگر دیوار هم گسترش خواهیم داد. هدف این تصمیم، پاسخ‌دهی تخصصی‌تر به نیازهای کاربران و کمک به آن‌ها برای دادوستد بهینه

چه سمت عرضه و چه سمت تقاضا- است. برای ما مهم است که کاربرانمان بتوانند معامله‌ای برد-برد را تجربه کنند. ما در تحقق این رشد به نیروی انسانی متخصص، حرفه‌ای، چابک و خلاق دیوار متکی هستیم. اما در مغتنم شمردن فرصت‌ها،

چشم خود را به ظرفیت‌های بیرونی نمی‌بندیم و با رویکرد نوآورانه تلاش خواهیم کرد شیوه‌های متفاوت سرمایه‌گذاری و شراکت و همکاری با تیم‌های نوآور را تجربه کنیم. اطمینان داریم که رشد ما در سال ۱۴۰۰ حتی از رشد شگفت‌انگیز سال ۱۳۹۹ هم بیشتر خواهد بود و در اجرای ماموریت دیوار که «ساده‌تر، راحت‌تر و خوشایندتر کردن دادوستد همه کالاها و خدمات» برای همه مردم ایران است، سربلند خواهیم بود.

۹ سال از شروع فعالیت دیوار گذشته و ما خوشحال و مفتخریم. خوشحال از جمع عظیم آدم‌های این سرزمین که ما را به زندگی خود راه داده‌اند و مفتخر به تاثیر مثبتی که در زندگی آن‌ها داشته‌ایم. در سالی که گذشت ۳۱ میلیون نفر از مردم ایران از خدمات ما استفاده کردند (یا آگهی ثبت کرده‌اند یا اقدام به تماس با آگهی‌دهنده کرده‌اند) و ۱۲۹ میلیون بار نیازهایشان را روی دیوار آگهی کرده‌اند و ۲ میلیارد و ۲۰۰ میلیون بار با یک کاربر دیگر روی دیوار اقدام به تماس کرده‌اند. امسال آخرین سالی است که سن دیوار تک‌رقمی است و از سال آینده اولین دهه زندگی دیوار تکمیل می‌شود. ما سال پیش رو را نقطه عطفی برای شروع فصل جدیدی از زندگی

مجموعه دیوار تلقی می‌کنیم و به‌خوبی می‌دانیم که چه مسئولیت سنگینی بر دوش داریم.

بخش بزرگی از مردم ایران در بخش‌های مختلف زندگی روزمره خود به دیوار تکیه کرده‌اند؛ آدم‌هایی که دخل و خرج، شغل و دارایی، آموزش و سرگرمی،

معاملات و نیازمندی‌های روزمره‌شان را به دیوار گره زده‌اند. همه‌گیری کرونا این مسئولیت را بیشتر هم کرده است؛ ما می‌بینیم که چگونه شرایط سخت اقتصادی و چالش‌های دوران کرونا باعث تغییر نیازها و ترجیحات مردم شده و خود را موظف می‌دانیم که همواره پاسخگوی همه این نیازهای در حال تغییر باشیم. هم‌زمان، مسئولیت‌های اجتماعی خود در قبال جامعه و محیط‌زیست را هم فراموش نکرده‌ایم. گزارشی که خواندید نشان‌دهنده

بخش بزرگی از مردم ایران در بخش‌های مختلف زندگی روزمره خود به دیوار تکیه کرده‌اند. آدم‌هایی که دخل و خرج‌شان، شغل و دارایی‌شان، آموزش و سرگرمی‌شان، معاملات و نیازمندی‌های روزمره‌شان همه و همه را به دیوار گره زده‌اند

