



نگاهی به اپلیکیشن ایوا و برنامه‌های پرداخت الکترونیک سداد برای توسعه آن ایجاد تغییرات بزرگ بایک تفاوت ساده

شرکت پرداخت الکترونیک سداد، به تازگی تمرکزش را روی اپلیکیشن ایوا افزایش داده است، به این بهانه با امیرحسین داودیان، معاون توسعه کسب و کار شرکت پرداخت الکترونیک سداد گفت و گویی درباره این اپلیکیشن انجام دادیم

مزیت اپلیکیشن ایوا

به گفته داودیان ایوا یک تفاوت ساده به مشتریان ارائه می‌دهد و این تفاوت ساده می‌تواند تغییرات بزرگی را ایجاد و دسترسی راحتی را برای آنها فراهم کند. بدین ترتیب تمرکز ایوا بر اعمال تغییرات است، حتی اگر به صورت جزئی باشد.

شرکت پرداخت الکترونیک سداد یکی از شرکت‌های PSP کشور است که بر سه حوزه اصلی پرداخت الکترونیکی، تولید نرم‌افزارهای پرداخت و پشتیبانی ابزارهای پرداخت تمرکز دارد. این شرکت با هدف ارائه خدمات در حوزه پرداخت الکترونیک در تیرماه سال ۱۳۹۳ فعالیت خود را به شکل مستقل از شرکت داده‌ورزی سداد متعلق به بانک ملی ایران، آغاز کرد.

این شرکت، نیمه دوم سال ۱۳۹۵ از اپلیکیشن پرداختی خود با نام «ایوا» رونمایی کرد. در این اپلیکیشن علاوه بر امکانات مشابه سایر اپلیکیشن‌های پرداخت؛ سرویس‌هایی نظیر استعلام و پرداخت خلافی خودرو، پرداخت عوارض خروج از کشور و قبض‌های دولتی تعبیه شده تا آن‌را از سایرین متمایز کند. با امیرحسین داودیان، معاون توسعه کسب و کار شرکت پرداخت الکترونیک سداد درباره اپلیکیشن ایوا گفت و گو کردیم.

شرکت پرداخت الکترونیک سداد، به تازگی تمرکز خود را روی اپلیکیشن ایوا افزایش داده است؛ این افزایش تمرکز با چه هدفی صورت گرفته است؟

ما امسال با تکمیل کانال‌های خود، تقریباً جزء معدود PSPهایی هستیم که بیشتر کانال‌های حوزه پرداخت از جمله دستگاه کارت‌خوان، درگاه پرداخت اینترنتی، موبایل و یواس‌اس‌دی را پشتیبانی می‌کند. ما روی همه این کانال‌ها، به‌طور جدی تمرکز کردیم، اما به دلیل اینکه جامعه انبوهی، مخاطب اپلیکیشن ایوا هستند، تمرکز ما روی ایوانمود بیشتری پیدا کرده است؛ این در حالی است که در شش ماه اخیر روی درگاه پرداخت اینترنتی در حوزه بازاریابی، فروش و برگزاری رویدادها نیز برنامه‌هایی داشتیم و در این حوزه حامی وی‌سی‌کاپ شریف، جشنواره وب و موبایل و غیره بوده‌ایم.

همچنین به دلیل اینکه حوزه یواس‌اس‌دی محل مناقشه است و سردرگمی‌هایی دارد، بودجه زیادی برای تبلیغات آن صرف نکردیم. به همین دلیل نیز در حال حاضر تمرکز مان بیشتر روی اپلیکیشن ایوا است؛ چراکه به دلیل نوع کسب و کار و فروش آن که به صورت غیر حضوری است، محصول جدی شرکت پرداخت الکترونیک محسوب می‌شود؛ بنابراین به‌طور جدی تلاش شده تا محصولی حرفه‌ای ارائه و تبلیغات روی آن انجام شود. در این راستا نیز اسپانسر یک برنامه مشارکتی شدیم و این برنامه باعث شد تا ایوا بیشتر دیده شود.

تاکنون اپلیکیشن ایوا چند نصب داشته است؟

ایوا در حال حاضر بیشتر از یک میلیون نصب دارد و پیش‌بینی می‌شود در یک سال آینده جزء سه اپلیکیشن اصلی بازار باشد.

با توجه به وجود رقبای مطرح در حوزه اپلیکیشن‌های پرداختی، ایوا چه نقاط قوتی دارد تا جایگاه خود را در بازار تثبیت کند؟

ایوا ادعایی را دنبال نمی‌کند و نیز یک تفاوت ساده به مشتریان ارائه می‌دهد و این تفاوت ساده می‌تواند تغییرات بزرگی را برای کاربران ایجاد کند و دسترسی راحتی را برای آنها فراهم کند. بدین ترتیب تمرکز ایوا بر اعمال تغییرات حتی به صورت جزئی در تمامی سرویس‌هایش است. البته سرویس‌های منحصر به فرد و جدیدی نیز در این اپلیکیشن وجود دارد که خودبه‌خود باعث جذب مشتریان می‌شود.

علاوه بر این، همیشه سعی کرده‌ایم که این اپلیکیشن روزآمد باشد. در حال حاضر نیز چندین تیم در حوزه‌های مختلف به‌صورت فشرده روی این اپلیکیشن در حال فعالیت هستند. یک تیم به‌طور خاص روی سرویس‌های جدید اپلیکیشن کار

می‌کنند، تیم توسعه این سرویس نیز در فواصل زمانی کم، به‌روزرسانی‌هایی را انجام می‌دهند، تیم‌های تبلیغاتی نیز کمپین‌های متعددی را در فضاهای مختلف اجرا می‌کنند. همچنین تیم‌های عملیاتی با لا بودن و قابل اتکا بودن این سرویس را تضمین می‌کنند.

همچنین تا پایان سال، ایوا دو سرویس جدید معرفی خواهد کرد که به صورت جدی game changer هستند، ولی بدیهی است تا این سرویس‌ها راه‌اندازی نشوند، نمی‌توان درباره آن صحبت کرد. اما با راه‌اندازی آنها می‌توان نشان داد که ایوا چه تفاوتی ایجاد می‌کند.

در حال حاضر نیز کاربران با سرویس عوارض خروج از کشور یا انواع تجربه‌ای که در استفاده از سایر سرویس‌ها مانند پرداخت خلافی خودرو و پرداخت قبض به دست می‌آورند، می‌توانند این تفاوت‌ها را مشاهده کنند. حتی در سرویس خیریه ایوا به نام «مهربانی» که با ابزار کراودفاندینگ ارائه شده است، سبک جدیدی از سرویس‌ها ارائه کردیم که تاکنون نمونه دیگری از آن در اپلیکیشن‌های دیگر وجود ندارد. در واقع می‌توان گفت محصولاتی که در ایوا عرضه می‌شوند، باید ابزارهای جدید فنی و کسب و کاری طراحی شده‌اند و تجربه‌ای که در آنها برای کاربر رقم می‌خورد، فراتر از استفاده کاربران از سرویس است.

در یکی از آخرین کمپین‌های تبلیغاتی ایوا مطلبی تحت عنوان «به خنده به جای ت اضافه کن!» مطرح شده است؛ هدف از این رویکرد چه بوده است؟

ما در برنامه‌های تبلیغاتی خود یک کمپین محیطی و فضای مجازی داشتیم و به دلیل اینکه قصد شرکت در یک برنامه مشارکتی را نیز داشتیم، تیم خلاقیت ما به فکر راه‌اندازی کمپینی افتاد که در فضای محیطی اثربخشی و اتصال بیشتری را با فضای رسانه و تلویزیون برقرار کند و ایده درگیر شدن کاربر با اپلیکیشن و جایزه بردن را نیز بالا ببرد. تمامی این موارد منجر به شکل‌گیری ایده «به خنده به جای ت اضافه کن!» شد؛ این کمپین به این صورت بود که کاربران با گذاشتن عکس خنده در پروفایل خود، زمانی که در فرعه‌کنشی‌ها برنده می‌شدند، می‌توانستند جایزه دو برابری برنده شوند. نکته اصلی در این برنامه منبعث شده از همان ایده یک تفاوت ساده بود؛ به این معنی که از الگوی متعارف لحن در جملات استفاده شده بود که «خنده، لازم نیست اخم کنید» یا «خنده لازم نیست، اخم کنید». در واقع با این تفاوت ساده می‌توان تغییرات بزرگی را به وجود آورد.

برای توسعه ایوا در سال ۱۳۹۸ چه برنامه‌ای دارید؟

ما به‌طور مرتب برنامه‌های اندیشیده‌شده‌ای داریم تا بتوانیم ایوا را به اپلیکیشنی زنده و جدی که تنها کار پرداخت انجام نمی‌دهد؛ بلکه سوپرمارکت خدمات پرداخت نیز هست، تبدیل کنیم. این سوپرمارکت خدمات پرداخت، به معنای اپلیکیشنی است که سرویس‌های مبتنی بر محتوا و سرویس‌های مبتنی بر پرداخت را در محیطی جذاب به مشتریان ارائه می‌دهد.

شرکت پرداخت الکترونیک سداد اپلیکیشن دیگری تحت عنوان

پالس را به بازار ارائه کرده است؛ سداد با ارائه این اپلیکیشن به دنبال چه چیزی است؟

پالس اپلیکیشنی برای پذیرنده‌هاست. پذیرنده‌های ما می‌توانند بسیاری از سرویس‌هایی را که احتیاج دارند تا از شرکت دریافت کنند، در این اپلیکیشن به دست آورند. این ایده اولیه پالس بود که حدود دو سالی است از معرفی آن

سرویس‌های پالس

معاون توسعه کسب و کار شرکت پرداخت الکترونیک سداد در رابطه با برتری سرویس پالس بر دیگر سرویس‌ها می‌گوید: «پالس برای ما ابزار ارتباط با مشتری است. می‌دانیم که بی‌اس‌بی‌ها به دلیل هزینه بالا، پیچیدگی و گستردگی که برای پذیرنده‌ها دارند، نمی‌توانند مستقیماً با مشتریان ارتباط برقرار کنند. این اپلیکیشن، ابزار مناسبی برای تعامل دوطرفه با مشتریان است و آنها می‌توانند به راحتی مسائل و مشکلات خود را مطرح کنند.»



اپلیکیشن پالس

اپلیکیشن پالس برای ارائه خدمات پشتیبانی به پذیرندگان شرکت «پرداخت الکترونیک سداد» طراحی شده است. پذیرندگان می توانند با نصب این اپلیکیشن در هر ساعت از شبانه روز درخواست پشتیبانی داده یا به ریز تمام تراکنش هایشان دسترسی داشته باشند. پالس یک اتوماسیون پشتیبانی روی تلفن همراه پذیرندگان است.

هفته به هفته عملکرد کسب و کارش را روی دستگاه کارت خوان مقایسه کند که چقدر تراکنش انجام داده است.

آیا نمی شد همین سرویس ها را روی اپلیکیشن ایوا پیاده سازی کرد و یک اپلیکیشن واحد ارائه داد؟ فلسفه ارائه دو اپلیکیشن مجزا چیست؟

می توان هر دو اپلیکیشن پالس و ایوا را در یک اپلیکیشن ارائه داد، ولی چون گروه هدف این دو مستقل از یکدیگر هستند و جامعه هدف آنها یکی نیست، نمی توان آنها را با هم ادغام کرد. برای مثال سرویس خاصی که در پالس ارائه می کنیم این است که فرد می تواند حساب های دریافتی و چک های پرداختی خود را در آنجا ثبت کند؛ در واقع ما دفتر روزانه ای را برای کاربران در این اپلیکیشن تامین کرده ایم.

دلیل دیگری که این دو اپلیکیشن را یکپارچه ارائه نکردیم، این است که نمی خواستیم این اپلیکیشن ها از لحاظ برندینگ با هم ادغام شوند و به دنبال استفاده از یک اسم و برند نبودیم. از سوی دیگر این موضوع باعث شده تا هر دو سرویس شناخته شوند و تمرکز بیشتری به خدماتی که در بسترهای مختلف ارائه می شود، داشته باشند.

آیا سداد بر نامه ای برای ارائه سرویس های خاص در سال ۱۳۹۸ از طریق اپلیکیشن پالس دارد؟ اگر بله، در چه حوزه هایی؟

بله، تمرکز ما بر دو محصول خاص است که در پالس برای پذیرنده ها اضافه کنیم. در فاز اول می خواهیم این اپلیکیشن کاملاً بین پذیرندگان فراگیر شود و حداقل نیمی از آنها که به تلفن هوشمند و اینترنت دسترسی دارند، بتوانند از آن استفاده کنند تا قادر باشیم خدمات جدیدی که در نظر داریم را در به روز رسانی های بعدی به آنها ارائه کنیم.

می گذرد. در واقع پذیرنده ها می توانند بخش های اساسی تعاملی که با شرکت دارند، مانند پرسیدن سوال ها، درخواست خدمات، مغایرت گرفتن و غیره را که پذیرنده ها به خاطر آنها با شرکت های PSP در ارتباط هستند از طریق پالس رفع کنند.

هدف ما از اجرای این طرح نیز این بود که خط جدیدی را برای پشتیبانی از پذیرنده هایمان ایجاد کنیم؛ به عبارت دیگر پالس برای ما، یک ابزار ارتباط با مشتری است و شیوه ای است که ما از تباطو مان را به صورت مرتب با مشتریان مان حفظ می کنیم. می دانیم که به دلیل هزینه ها، پیچیدگی ها و گستردگی که پذیرنده ها دارند، خیلی نمی توان به صورت مستقیم به پی اس بی ها سر زد؛ اگر چه ما در تمامی کشور شبکه پشتیبانی داریم، ولی اپلیکیشن، ابزار بسیار مناسبی برای تعامل دوطرفه است و آنها می توانند به راحتی مسائل و مشکلات خود را مطرح کنند.

آیا اپلیکیشن پالس در دیگر شرکت های PSP نمونه مشابهی دارد؟

بعضی از پی اس بی ها ابزارهایی دارند که از طریق آن با پذیرنده های خود در ارتباط هستند، ولی لزوماً همه خدماتی را که در پالس ارائه می شود، ندارند.

چه سرویس های خاصی از طریق اپلیکیشن پالس ارائه می شوند؟

ما هر سرویسی که پذیرنده به آن احتیاج داشته باشد و بتواند از طریق آن با شرکت در ارتباط باشد را در پالس فراهم کردیم تا پذیرنده بتواند مشکلات و مسائل خود را در همان اپلیکیشن رفع کند. مزیت خاصی که در این سرویس ارائه شده، این است که ما در لحظه، گزارش تراکنش ها را به کاربر می دهیم و از نظر رابط کاربری نیز اپلیکیشن به شکلی طراحی شده که اطلاعات بیشتری علاوه بر آگاهی از انجام تراکنش ها، در اختیار کاربر می گذارد؛ در واقع چیزی شبیه به BI عمل می کند و می تواند یک هوش کسب و کاری برای کاربر باشد؛ چرا که می تواند

درباره اپلیکیشن ایوا

ایوا اپلیکیشن شرکت پرداخت الکترونیک سداد است. این اپلیکیشن قابل نصب روی سیستم عامل های اندروید و آی او اس است. امکان انجام خدمات متنوعی نظیر خرید شارژ و اینترنت، پرداخت قبض های شهری، کارت به کارت، استعلام و پرداخت خلافی خودرو و نیز خدمات ویژه ای مانند پرداخت عوارض خروج از کشور و پرداخت های دولتی و سازمانی در این اپلیکیشن مهیا شده است.