



فعال در هر ۳۱ استان کشور

سوپرمارکتی که همیشه باهاته!

در هر موقعیت، هر زمان و هر جا

بررسی رفتار کاربران اسنپ مارکت در جنگ ۱۲ روزه

Snapp!
Market



در کنار مردم، در روزهای سخت

جنگ ۱۲ روزه و بحران، تنها یک خبر سیاسی یا تیتزر رسانه‌ای نبود؛ سایه‌ش روی زندگی روزمره افتاد و در همون روزهایی که امنیت و پایداری دغدغه هر خانواده شده بود، ما در **اسنپ مارکت**، خودمون رو جزئی از زنجیره تاب‌آوری دیدیم.

بازتابی روشن از اولویت‌های جامعه در روزهای سخت

در هفته‌های بحرانی، الگوی سفارش‌ها گویاتر از هر تحلیل اقتصادی بود:

محصولات با بیشترین افزایش تقاضا

کنسرو ماهی تون

مایه غذا

کنسرو سبزیجات و حبوبات

دستمال مرطوب

ماکارونی لازانیا و رشته

حبوبات و سویا



۳۶۸٪[^]



۲۰۳٪[^]



۱۹۰٪[^]



۱۴۸٪[^]



۴۱۷٪[^]



۳۰۷٪[^]

وقتی سبد خرید روایت گر زمانه می شود

رفتار خرید کاربران در بازه بحران در مقایسه با دوره مشابه قبل، دستخوش تغییر شد و کالاهای غیر اساسی مثل **قهوه و بستنی**، جای خود را به اقلامی دادند که سنگ بنای امنیت غذایی اند؛ از طرف دیگر محصولات که نیاز به تازگی و تاریخ انقضای مصرف داشتند، سهمشون در سبد خرید کاربران کمتر شد.

✓ محصولات که بیشترین کاهش سهم رو در سبد خرید کاربران داشتند

قهوه و هات چاکلت

سبزیجات و صیفی جات تازه

بستنی و فالوده

نوشابه

ماست

✓ %۳۵



✓ %۳۶



✓ %۳۹



✓ %۴۰



✓ %۳۶



واکنش سریع، در مقیاسی بزرگ

برای ما، رشد یعنی پاسخ به نیاز:

- جهش تقاضا در استان‌های شمالی
- حضور در ۹۰٪ شهرهای مهاجرپذیر
- ناوگان فعال در شرایط پرریسک
- برنامه‌ریزی برای توسعه پوشش جغرافیایی



Snapp!
Market