



گزارش سالانه کرفس
۱۴۰۳

کفر

فهرست

- ۴ تاریخچه پِرنْد کرفس
- ۷ دموگرافی کاربران کرفس
- ۱۲ رفتار کاربران کرفس
- ۱۶ عملکرد رسانه‌ای و شبکه‌های اجتماعی
- ۲۱ اثر سلامت محور کرفس
- ۳۰ آمار فروش و خرید
- ۳۷ اهداف آینده
- ۴۳ سرمایه انسانی و فرهنگ تیمی

تاریخچه پرند کرفس

شروع کرفس، یه پاسخ بود به یه نیاز ساده ولی واقعی. سال ۱۳۹۳، وقتی حمید رفیعیان - هم‌بنیان‌گذار کرفس - تصمیم گرفت کاهش وزن داشته باشه و برای رسیدن به هدفش کالری‌شماری رو انتخاب کرد، با یه مشکل بزرگ مواجه شد:

نبود یه دیتابیس دقیق و کامل از غذاهای ایرانی!

همین خلأ باعث شد خودش دست‌به‌کار بشه و اولین دیتابیس کالری غذاهای ایرانی رو بسازه. نتیجه‌ی اولیه، کاهش حدود ۱۰ کیلوگرم وزن بود، اما مهم‌تر از اون، جرقه‌ی ایده‌ای بود که بعدها کرفس رو شکل داد!

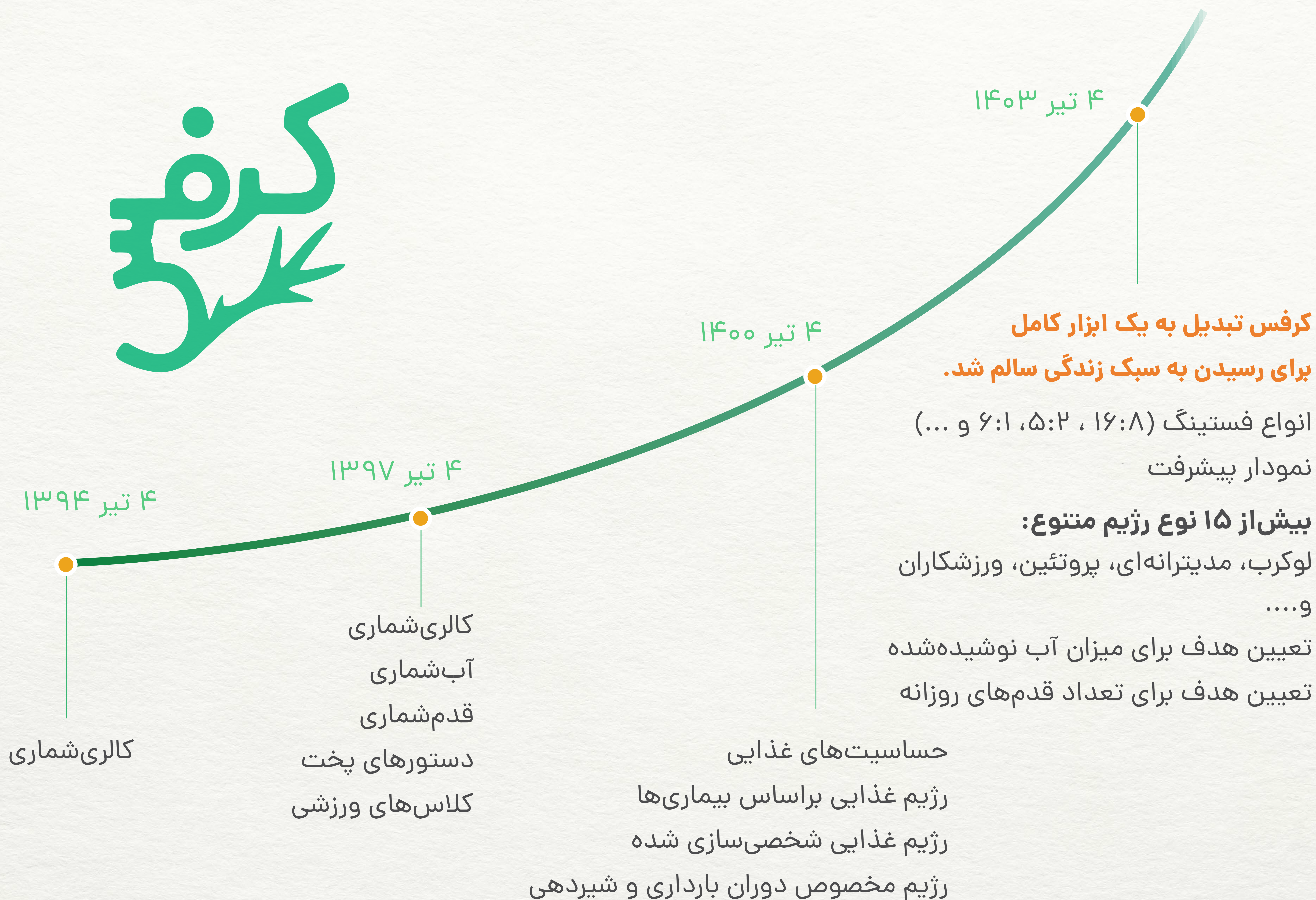
ایده‌ای که با یه تیم چهار نفره شروع شد و اولش فقط یه کالری‌شماری ساده، اما کاربردی بود. ولی کم‌کم، با بازخورد کاربرها تحقیق‌های تیم و رشد کرفس **قابلیت‌های جدیدی مثل: قدم‌شمار، آب‌شمار، انواع دستور پخت غذا، کلاس‌های ورزشی حساسیت‌های غذایی و در نهایت ۱۵ نوع رژیم غذایی متنوع بهش اضافه شد.**

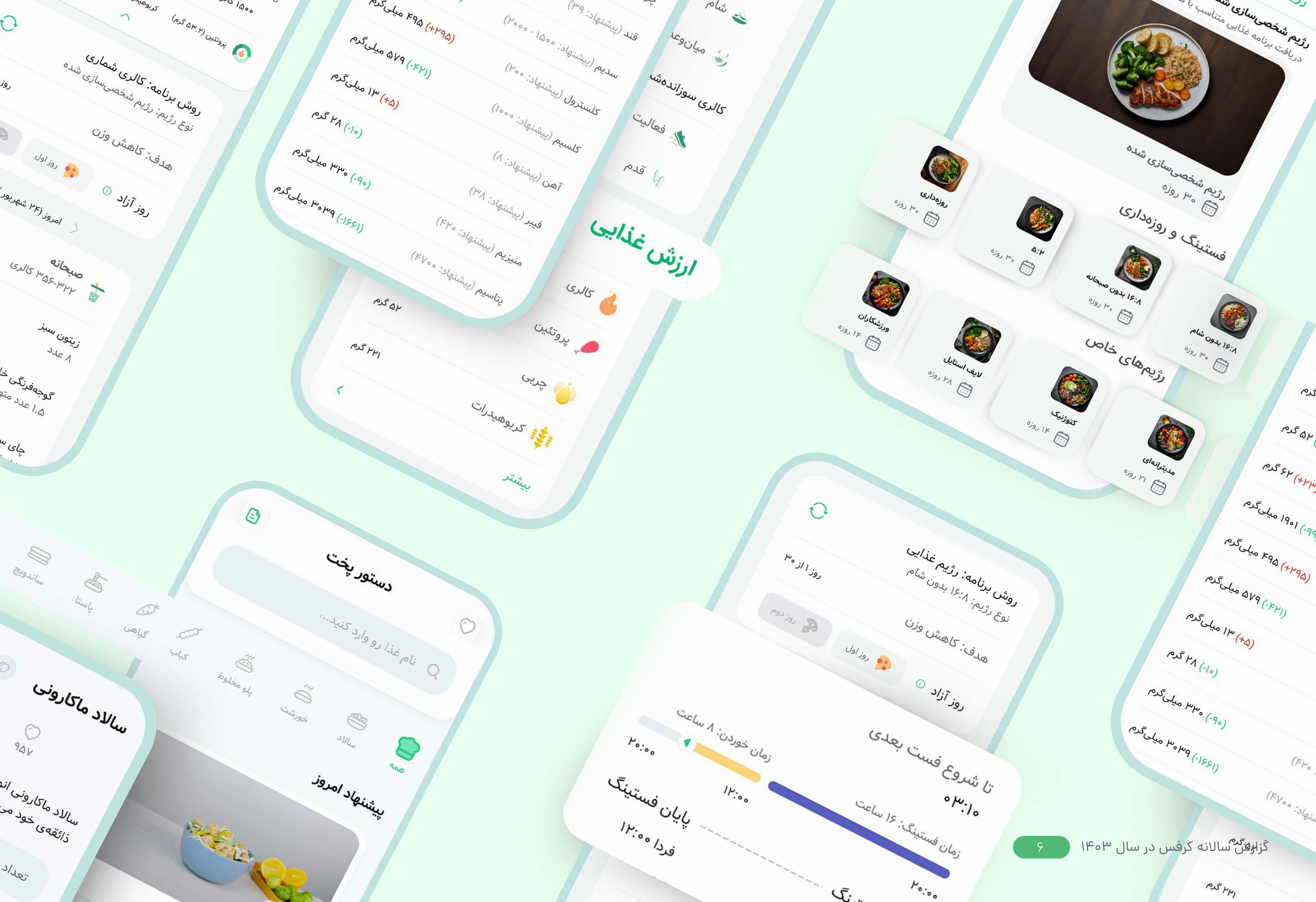
امروز کرفس فقط یک اپلیکیشن نیست؛ بلکه همراه روزمره‌ی هزاران نفره که دنبال سبک زندگی سالم‌ترن. این همراهی از رژیم و قدم‌شماری شروع می‌شه و تا گزارش‌های پیشرفت، پشتیبانی و حتی امکانات ویژه

برای بانوان مثل رژیم دوران بارداری و شیردهی ادامه پیدا می‌کنه؛ **مجموعه‌ای کامل برای رسیدن به تناسب اندام و حفظ سلامتی.**

ما همیشه تلاش کردیم کنار کاربرها باشیم صدای اون‌ها رو بشنویم و به نیازهاشون پاسخ بدیم. این گزارش سالانه هم مرور کوتاهی از **۱۰ سال** مسیر مشترکه؛ مسیری که امیدواریم خوندنش هم براتون لذت‌بخش و الهام‌بخش باشه.

کرفس

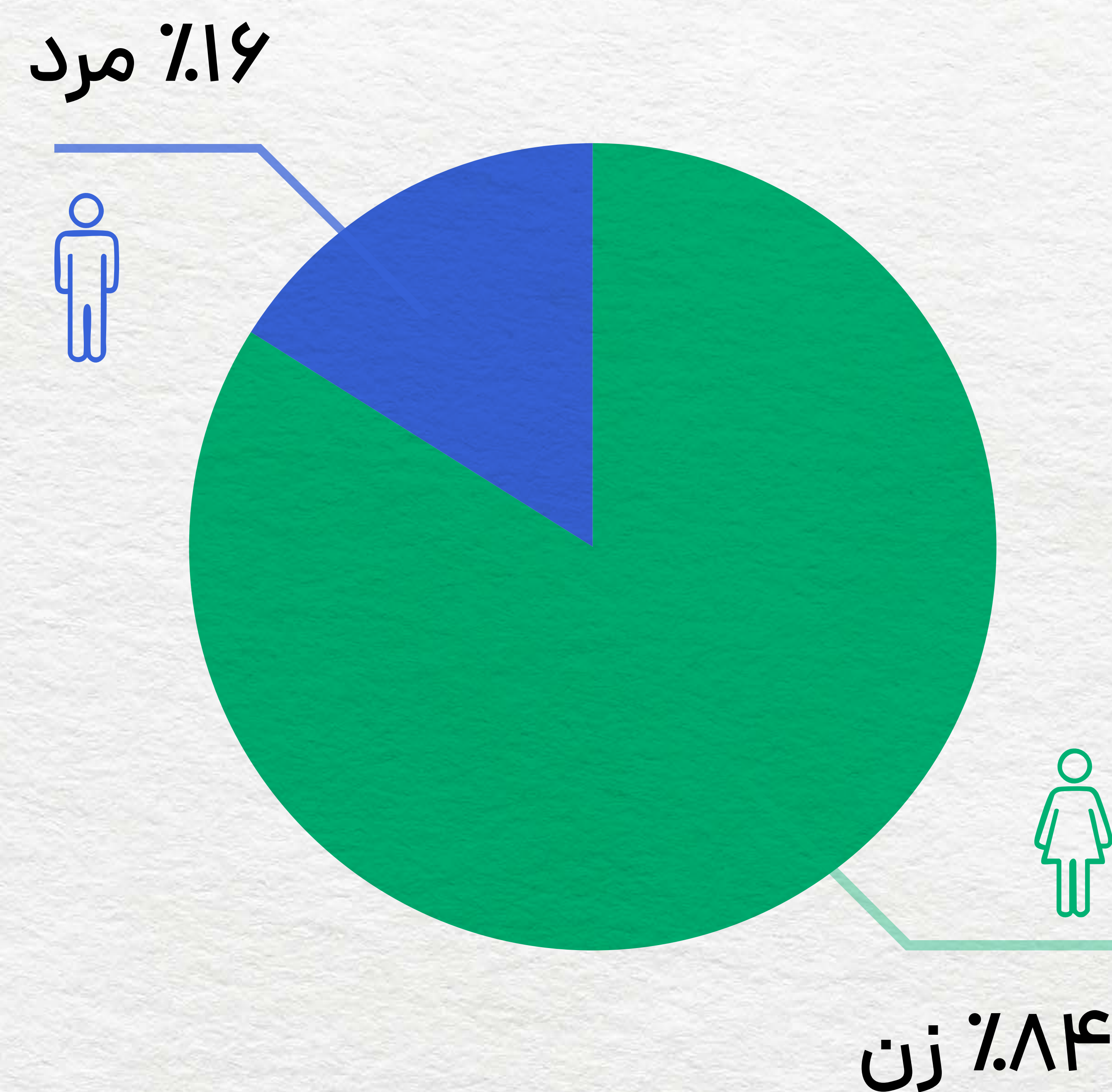




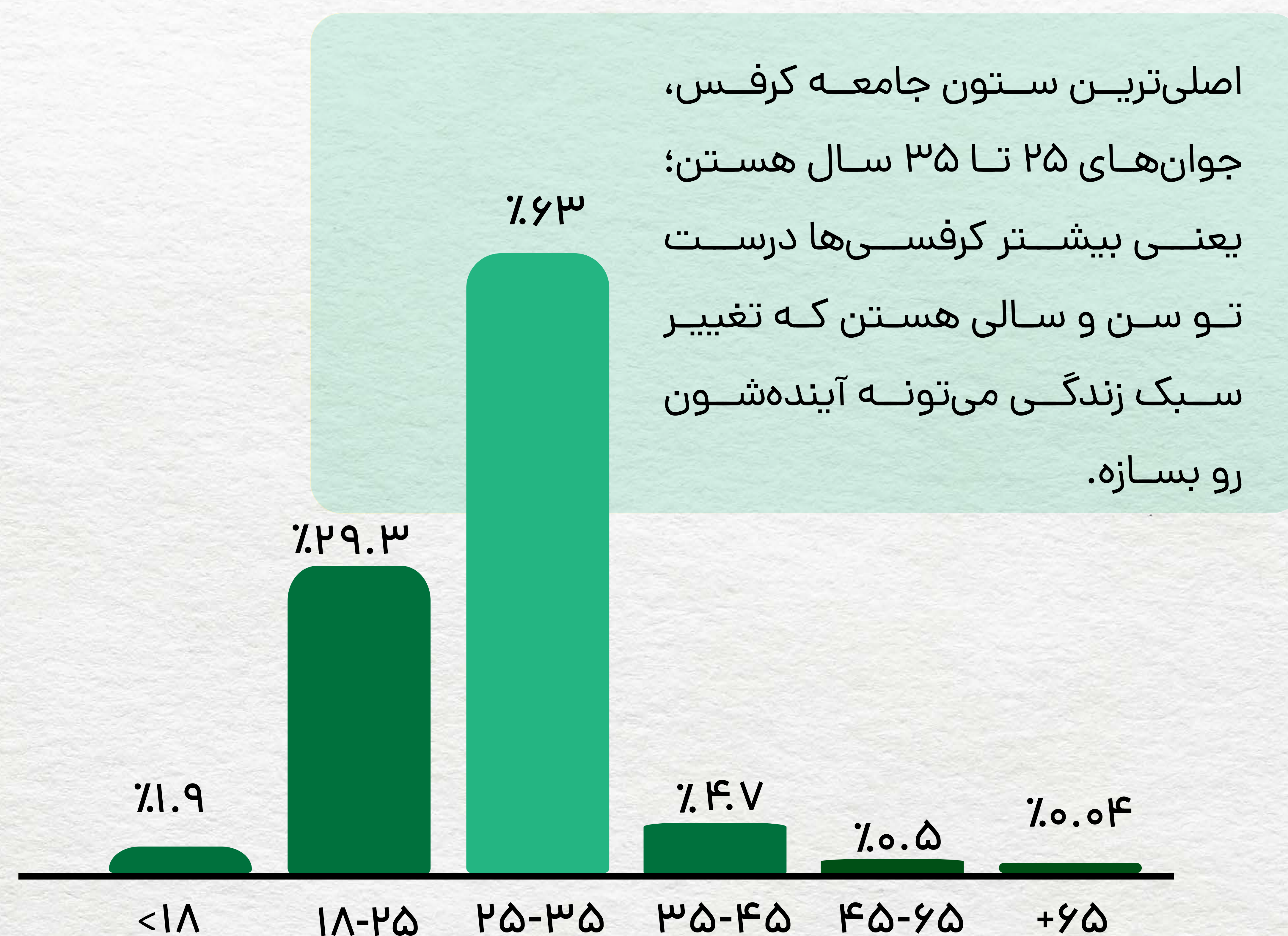
دموگرافی کاربران کرفس



ترکیب سنی و جنسیتی کاربران

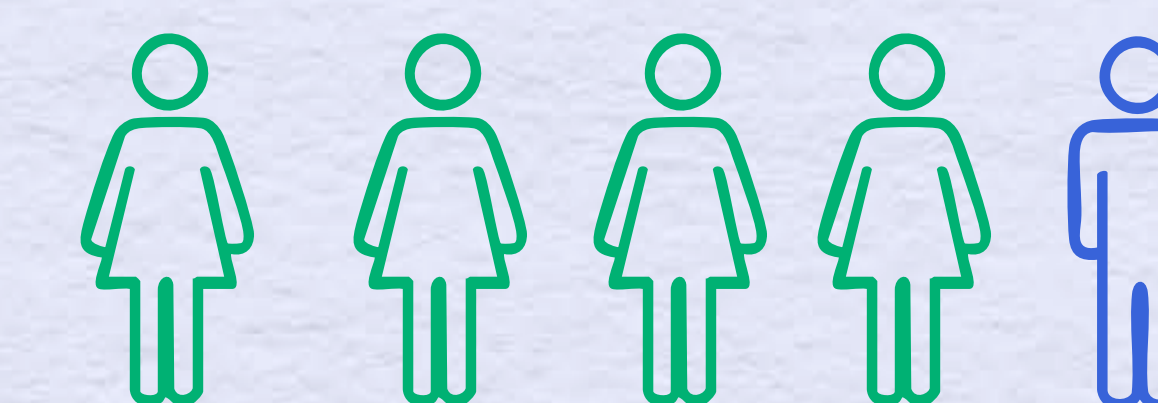


توزیع سنی کاربران



توزیع جنسیتی کاربران

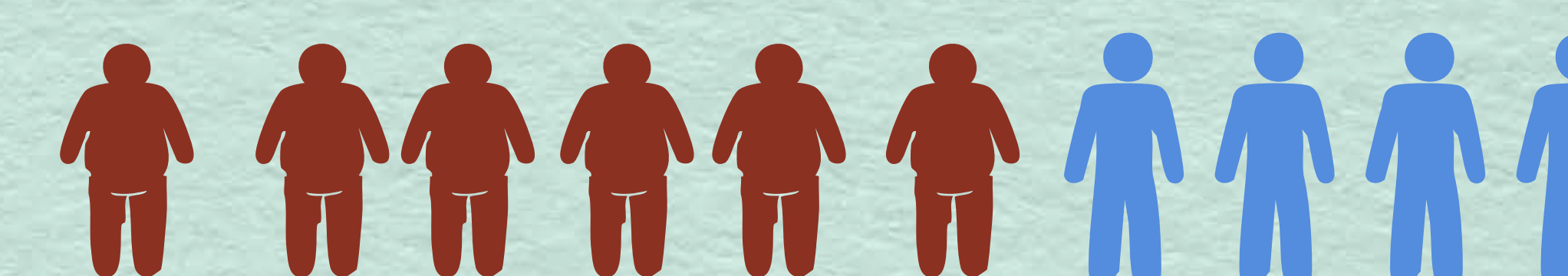
بازه وزنی کاربران



نسبت زن به مرد تقریباً ۵ برابر؛
یعنی از بین هر ۵ نفر کرفسی،
۴ نفر خانم هستند و ۱ نفر مرد.

در سال ۱۴۰۳ نزدیک به ۶۴٪
کل جامعه کرفس در دسته‌ی
افراد چاق و دارای اضافه وزن
قرار می‌گیرند!

به زبان ساده، از هر ۱۰ نفر
کرفسی، تقریباً ۶ نفر با چالش
وزن بالا روبه‌رو هستند.



کم‌وزن (کمتر از ۱۸.۵)



نرمال (۱۸.۵ تا ۲۴.۹)



اضافه‌وزن (۲۵ تا ۲۹.۹)



چاقی درجه ۱ (۳۰ تا ۳۴.۹)



چاقی درجه ۲ (۳۵ تا ۳۹.۹)



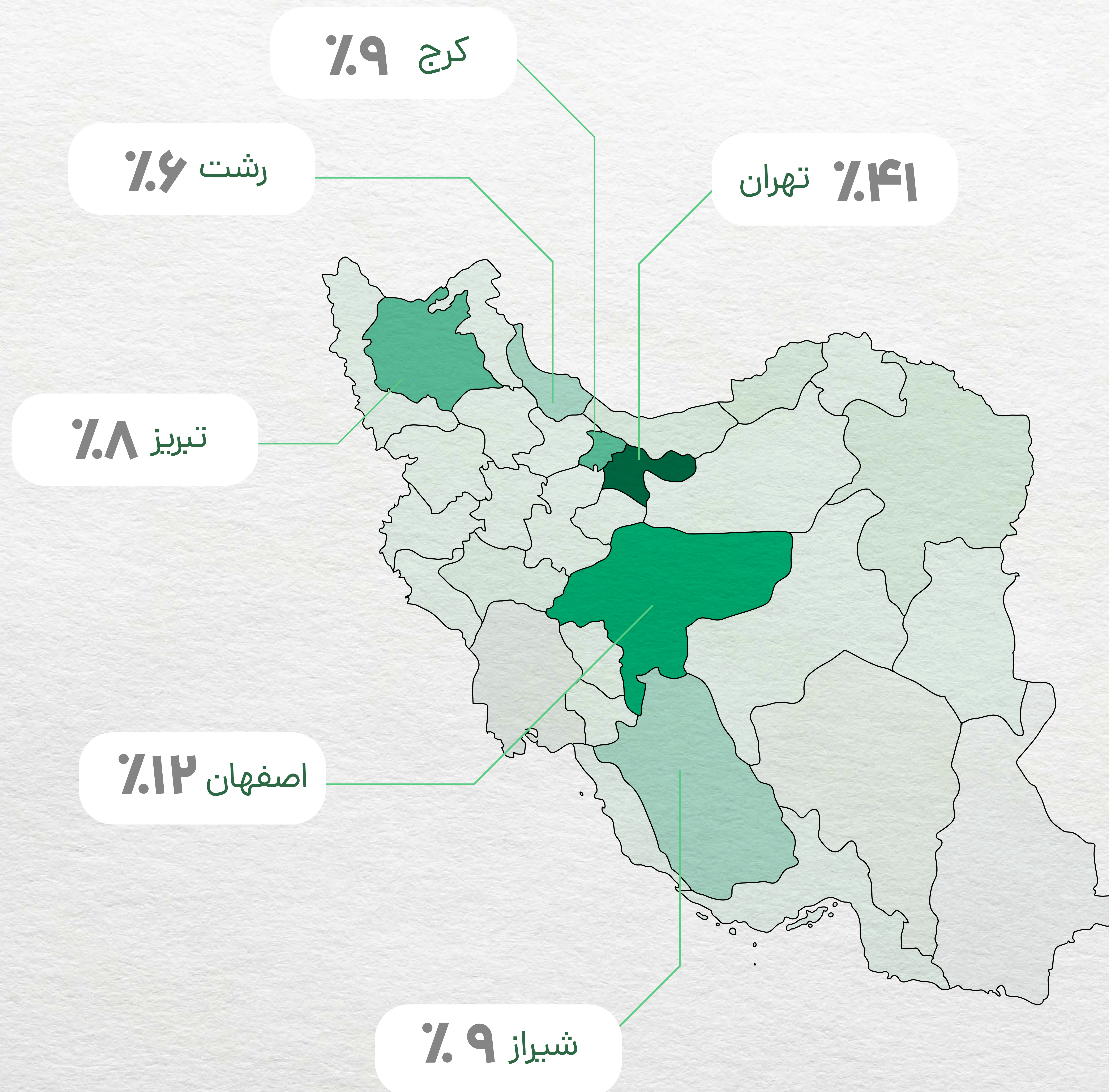
چاقی درجه ۳ (بیشتر از ۴۰)



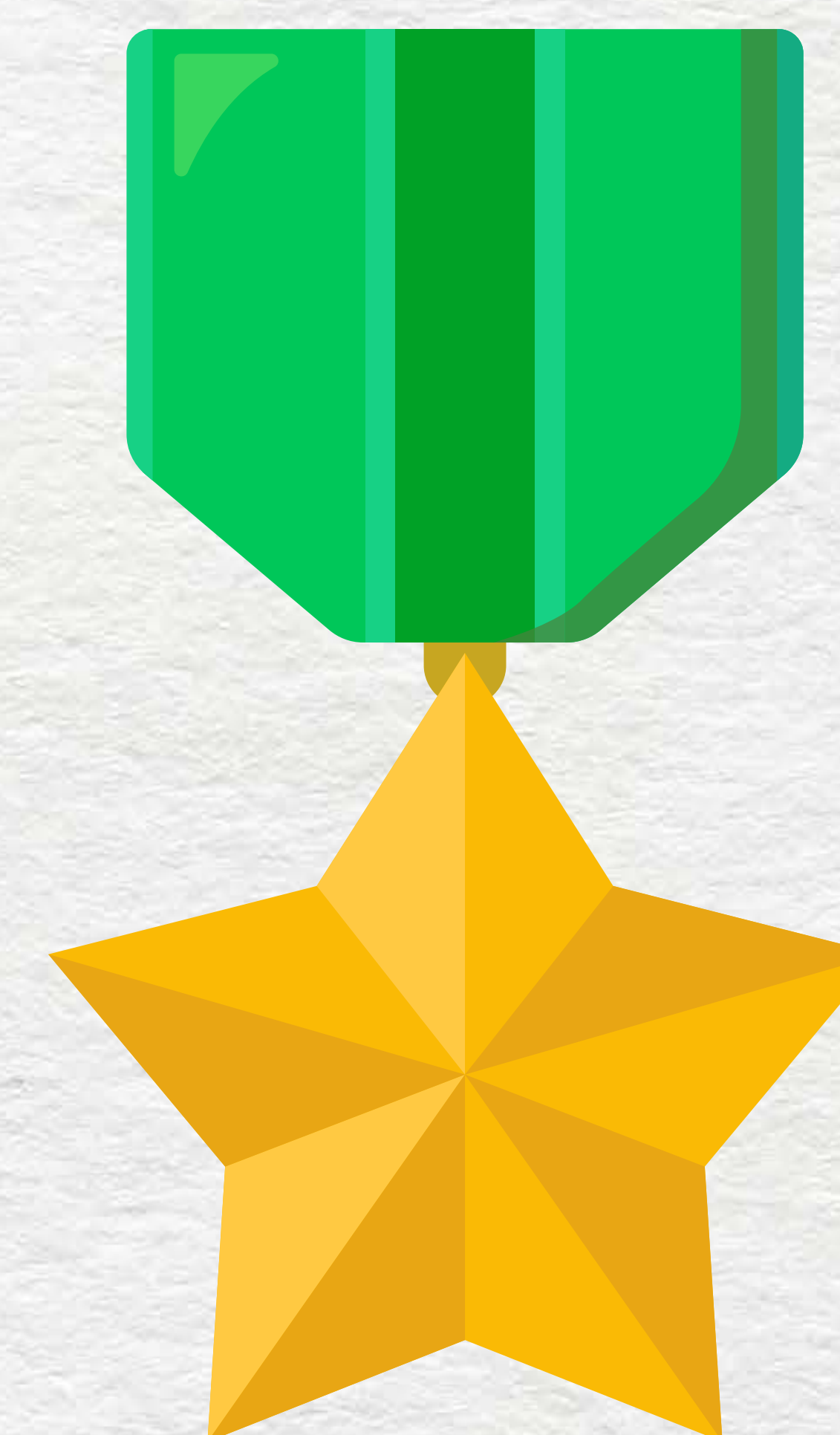
شاخص توده‌ی بدنی (BMI) معیار دقیقی برای ورزشکارانی با توده‌ی عضلانی بالا نیست.

شهرها و پراکندگی جغرافیایی

با اینکه کرفس در تمام نقاط
ایران کاربر فعال دارد، ولی در سال
۱۴۰۳ ساکنان این شهرها بیشترین
سهم رو داشتن.



شاخص رضایت کاربران



گوگل پلی

۴.۳۹



بازار

۴.۴



مایکت

۴.۵۸

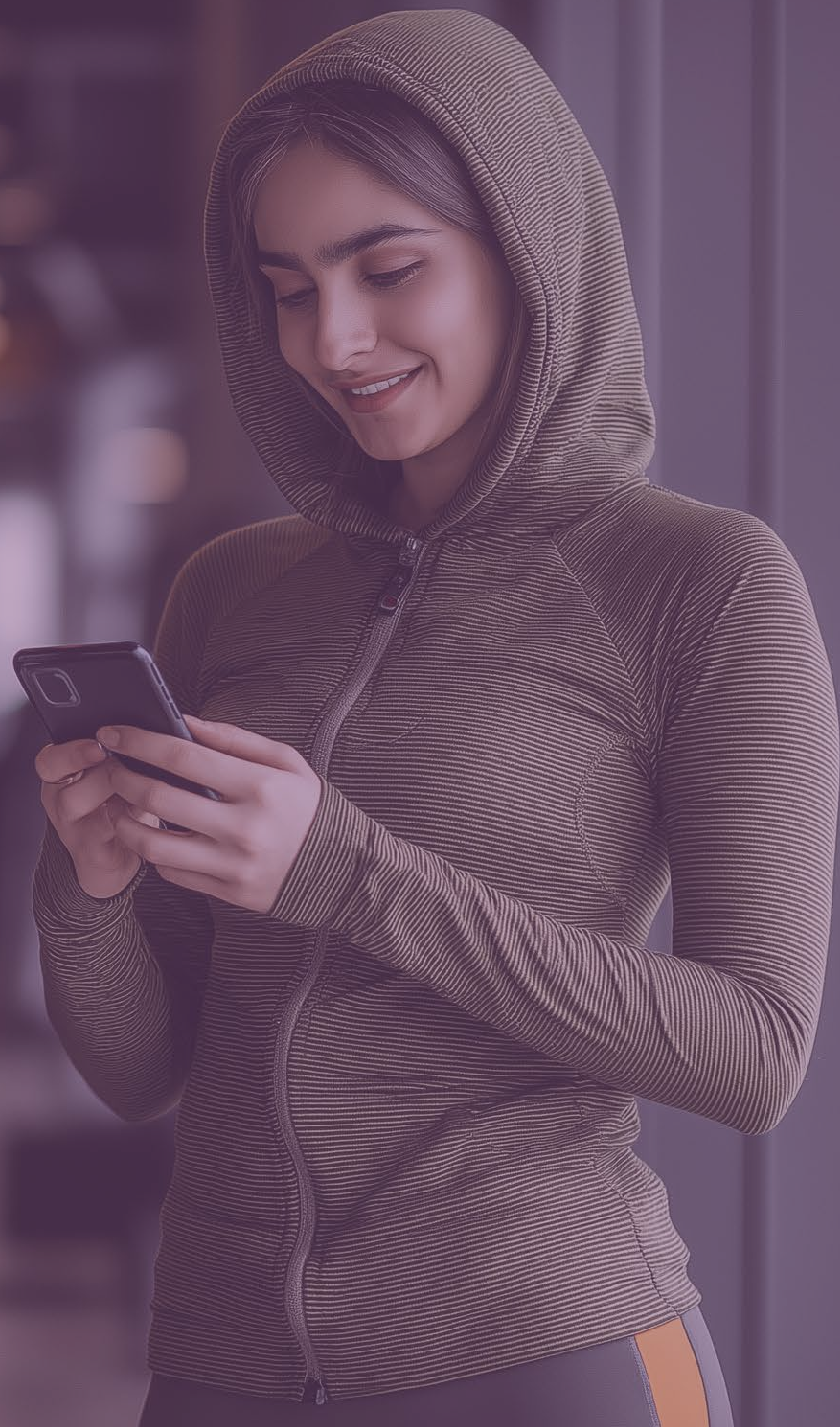


اپ استور

۴



رفتار کاربران کرفس



محبوب‌ترین رژیم‌ها



فستینگ
۱۶:۸
بدون شام

تعداد دفعاتی که
رژیم گرفته شده:
۴۰,۰۲۱ بار

تعداد کاربرهایی که این
رژیم رو گرفتن:
حدود ۱۴ هزار نفر



فستینگ
۱۶:۸
بدون صبحانه

تعداد دفعاتی که
رژیم گرفته شده:
۴۳,۳۱۹ بار

تعداد کاربرهایی که این
رژیم رو گرفتن:
بیش از ۱۴ هزار نفر



رژیم
شخصی سازی شده

تعداد دفعاتی که
رژیم گرفته شده:
۱,۸۹۵,۳۸۰ بار

تعداد کاربرهایی که
این رژیم رو گرفتن:
بیش از ۱ میلیون نفر

محبوب‌ترین فعالیت‌ها



حلقه

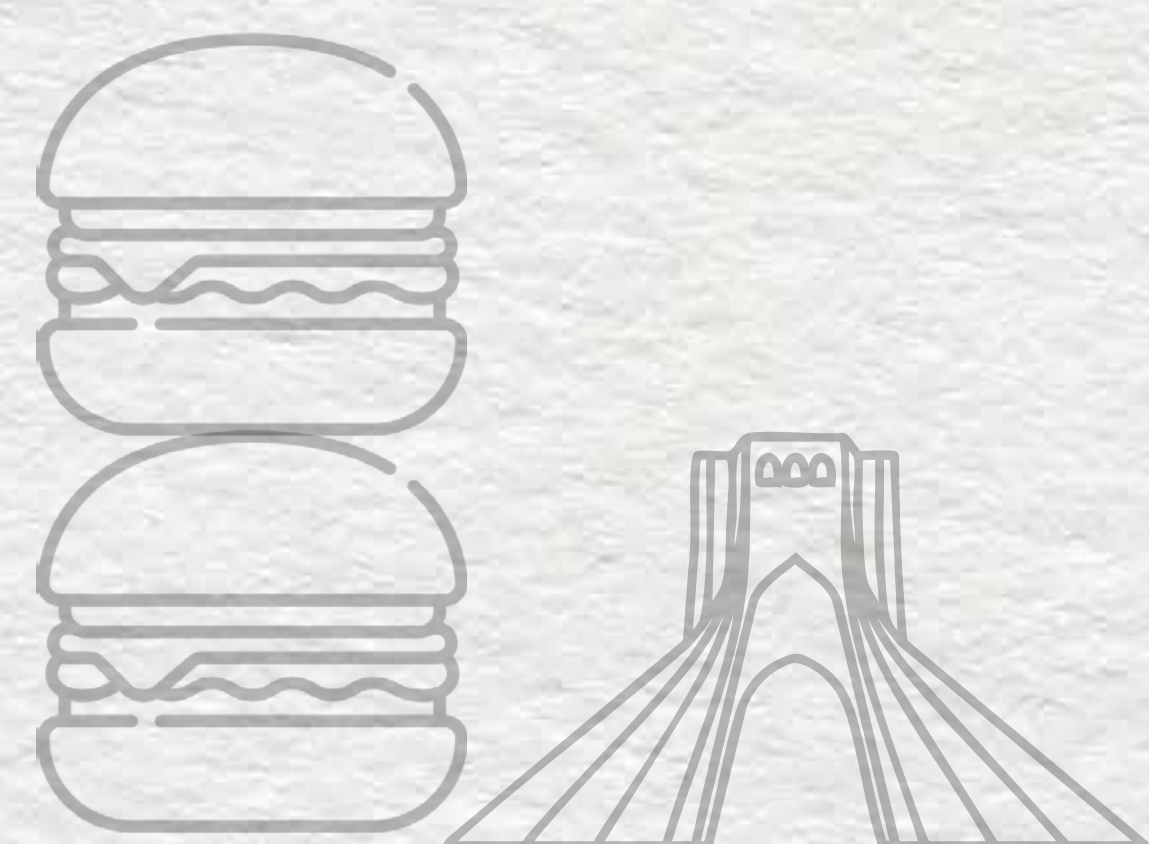
مجموع کالری سوزانده شده



۵۰ هزار کالری

تعداد ثبت در اپ

بیش از ۲ هزار بار



کاربرهای کرفس فقط با حلقه‌زدن، به‌اندازه‌ی ۱۸۵۰ همبرگر کالری سوزوندن. اگه این همبرگرها رو روی هم بچینیم، ارتفاعشون بیشتر از دو برابر برج آزادی می‌شه



راه رفتن معمولی (۴km/h)

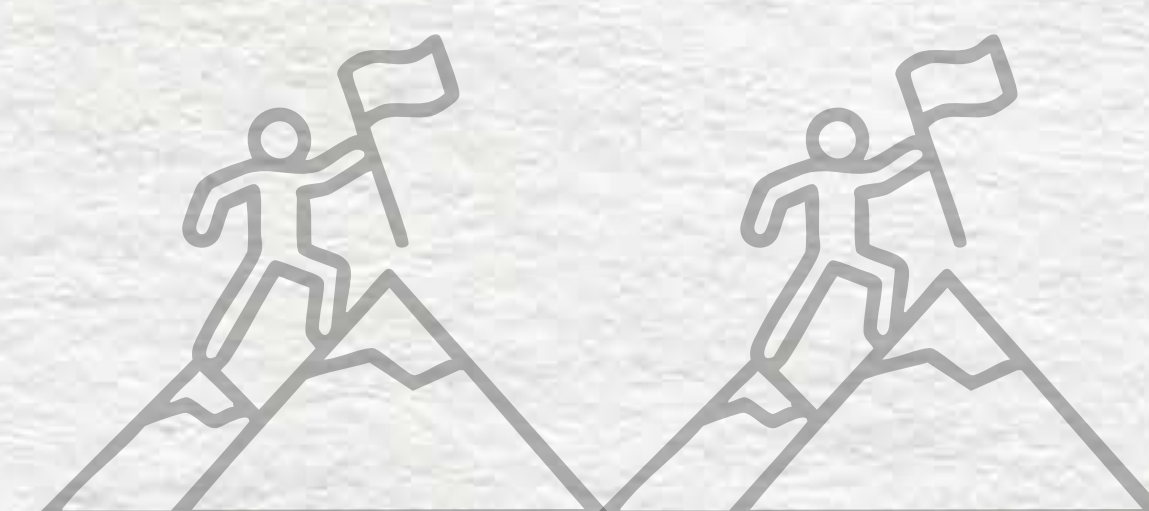
مجموع کالری سوزانده شده



۱۵۳ هزار کالری

تعداد ثبت در اپ

بیش از ۳۵۰۰ بار



یعنی کاربران کرفس با راه رفتن معمولی، معادل ۲ بار صعود و بازگشت کامل به بلندترین قله جهان کالری سوزوندن.



بدنسازی

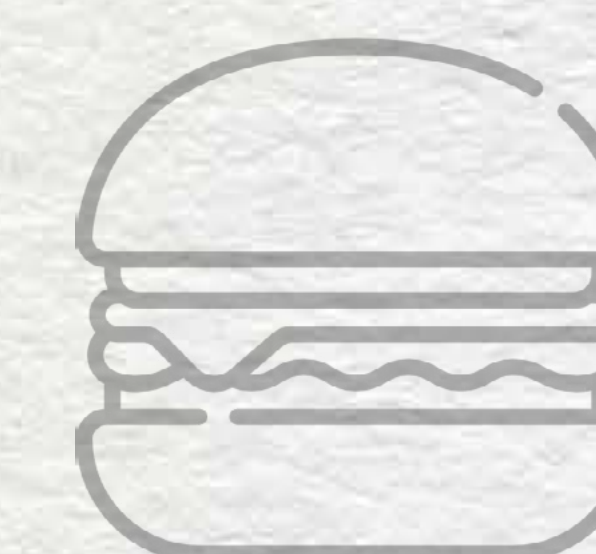
مجموع کالری سوزانده شده



۴۳۴ هزار کالری

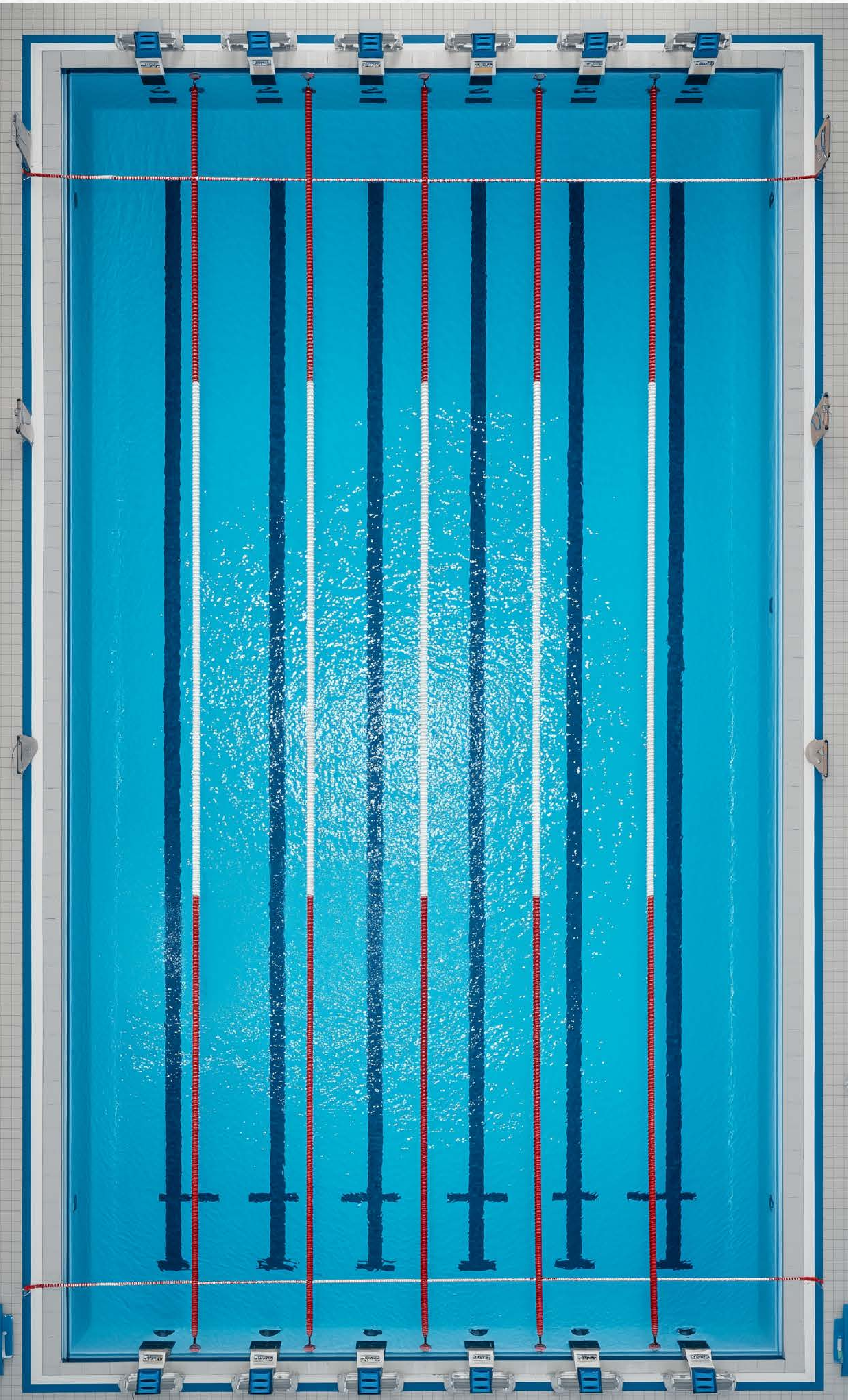
تعداد ثبت در اپ

بیش از ۷ هزار بار



×۲,۳۰۰

مجموع کالری سوزانده شده (۴۳۴ هزار کالری) معادل سوزاندن انرژی ۲,۳۰۰ همبرگر مک دونالد.



مقدار آب ثبت شده

۱۰,۰۴۰,۸۰۰



لیوان ثبت شده

با حجم این مقدار آب تقریباً
می‌شه یک استخر المپیک رو
پر آب کرد. یعنی اگه شنا بلد
باشی، جای تمرین کم نمیاری 😊

عملکرد رسانه‌های و شبکه‌های اجتماعی



تعداد فالوئر

سال ۱۴۰۳ رو با **۶۶۲ هزار** همراه شروع کردیم و وقتی به آخر سال رسیدیم، خانواده‌ی کرفس به بیش از **۷۰۷ هزار** نفر رسید.

یعنی نزدیک به ۴۵ هزار نفر تازه‌نفس توی این مسیر با ما هم‌قدم شدن.

اگر بخوایم دقیق‌تر بگیم، جامعه‌ی کرفس تو این سال حدود **۷٪ رشد** کرد؛ یعنی ماهی حدود ۳,۷۵۰ نفر یا به عبارتی **هر روز بیش از ۱۲۰ نفر جدید** به جمع‌مون اضافه شدن.



محبوب‌ترین محتواها در اینستاگرام کرفس



بیشترین ذخیره‌سازی
(Save)

بیش از **۱۰۸ هزار** بار ذخیره شده



بیشترین بازدید
(View)

بیش از **۶.۵ میلیون** بازدید



بیشترین اشتراک‌گذاری
(share)

۱۰,۸۰۰ نفر این پست رو برای هم ارسال کردن.



بیشترین زمان تماشا در ریلز
(Average Watch Time)

۱۷ ثانیه

چالش‌های موفق



از بین این چالش‌ها، به ترتیب چالش وزن شکن، خودتکونی، پروتئین پلاس و بعد شوک **پرطرفدارترین** چالش‌های ما در اینستاگرام کرفس بودن.

تو سالی که گذشت ما ۷ چالش متفاوت داشتیم

چالش قندشکن - فروردین



چالش فستینگ - تیر



چالش شوک - مرداد



چالش فیبر - شهریور



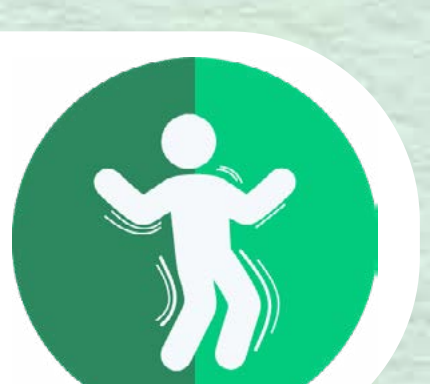
چالش وزن شکن - مهر



چالش پروتئین پلاس - آبان



چالش خودتکونی - دی



گسترش رسانه‌های کرفس

سال ۱۴۰۳ برای ما سال شروع راه‌های تازه بود؛ راه‌هایی که قراره تو ۱۴۰۴ پررنگ‌تر دنبال بشن.

بلاگ کرفس

دوباره جان گرفت؛ مقالات بازبینی شدن و ساختار تازه‌ای پیدا کردن. بلاگ قراره یکی از پروژه‌های مهم ما تو ۱۴۰۴ باشه.

یوتیوب

در روزهای پایانی سال کار خودش رو شروع کرد. قصد داریم تمرکز بیشتری برای گسترشش بذاریم تا به یکی از مسیرهای اصلی ارتباط با مخاطب‌هامون تبدیل بشه.

تلگرام

کانال تلگرام کرفس از سال ۱۴۰۳ راه افتاده و تعداد اعضااش تا پایان سال به بیش از ۱۲ هزار نفر رسید. علاوه بر این گروه چت کانال تلگرام کرفس در حال حاضر ۳۵۰۰ عضو داره و روزانه حدود ۱۰۰۰ پیام برای انگیزه‌دادن، پاسخ به پرسش‌ها و همراهی در مسیر سالم‌تر زندگی



اثر سلامت محور کرفس





گاهی بعضی عددها روی ترازو یا توی گزارش پزشکی، فقط عدد نیستن؛ **زنگ هشدارن.**

یکی از این عددها، BMI یا همون شاخص توده بدنه که می‌تونه خیلی چیزها رو درباره سلامتی بگه.

برای مثال:

وقتی BMI از ۲۵ عبور کنه، فرد وارد محدوده‌ای می‌شه که احتمال بروز مشکلاتی مثل بیماری قلبی، دیابت یا حتی مرگومیر بالاتر می‌ره.

پژوهش‌ها نشون می‌ده به ازای هر ۵ واحد افزایش در BMI بالاتر از ۲۵، خطر مرگومیر افراد می‌تونه حدود **۳۰٪** بیشتر بشه؛ بخش زیادی از این خطر هم به بیماری‌های قلبی-عروقی برمی‌گرده.

اما خب خبر خوب اینه که با شروع کاهش وزن می‌شه این روند رو به نفع سلامتی فرد برگردوند!

برای مثال

وزن ۶۰ کیلوگرم

قد ۱۶۵ سانتی متر

سن ۳۵ سال

کمبود وزن

نرمال

اضافه وزن

۲۲/۵

محدوده نرمال

با حفظ همین وضعیت،
ریسک ابتلا به بیماری‌ها
می‌تونه پایین بمونه



وزن ۸۵ کیلوگرم

قد ۱۶۵ سانتی متر

سن ۳۵ سال

کمبود وزن

نرمال

اضافه وزن

۳۱/۲

چاقی شماره ۱

در این فرد احتمال ابتلا به این بیماری‌ها بیشتره:

۲۱٪ سکتة قلبی

۲۹٪ کبد چرب غیرالکلی

۴۰٪ اختلالات تنفسی

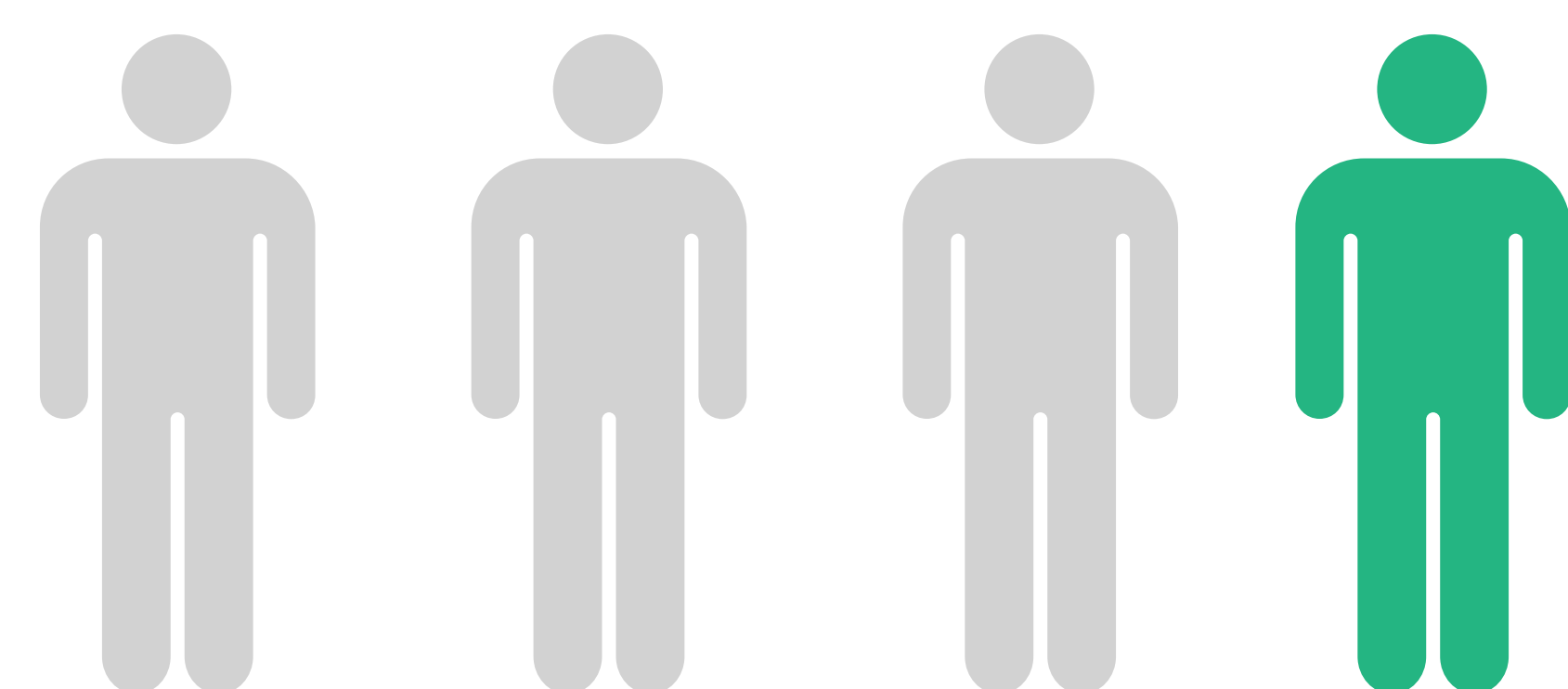
۵۱٪ فشار خون بالا

۵۲٪ آرتروز زانو

۲۱٪ دیابت نوع ۲

۱۹٪ افسردگی شدید

دقیقا همین‌جاست که هر قدم کاهش
وزن می‌تونه ارزش درمانی داشته باشه و
کرفس اینجا کنار کاربره‌اش بوده!



تقریباً ۱ نفر از هر ۴ نفر
وزن کم کردن (≈۲۴.۶٪)

تو سالی که گذشت، جمع بزرگی از کاربرها وزنشان
رو تو کرفس ثبت کردن. از بین این افراد حدود
یک‌چهارم موفق شدن و وزن کم کردن؛



بازه تغییر وزن	درصد از کل کاربران	چند نفر از چند نفر
کمتر از ۵ کیلوگرم	بیش از ۱۵٪	تقریباً از هر ۶ کاربر، یک نفر موفق
۵ تا کمتر از ۱۰ کیلوگرم	حدود ۶٪	تقریباً از هر ۱۷ کاربر، یک نفر موفق
۱۰ تا کمتر از ۱۵ کیلوگرم	بیش از ۳٪	تقریباً از هر ۶۱ کاربر، یک نفر موفق

کاهش وزن تا ۵ کیلوگرم

بیش از **۱۶٪** از کاربران فعال تو این دسته قرار می‌گیرن.

سال گذشته، بیشترین سهم موفقیت در کرفس به کاربرانی تعلق داشت که تا ۵ کیلوگرم وزن کم کردن؛ گروهی که بیش از **۱۶٪** از کاربران فعال رو تشکیل می‌دن.



فرض کنیم این خانوم با $BMI = 31.2$ تو این جمع بوده و حدود ۴ کیلوگرم وزن کم کرده (نزدیک به ۴.۷٪ از وزنش) این یعنی:

کاهش فشار خون بالا



کاهش قند خون بالا



کاهش وزن بین ۵ تا ۱۰ کیلوگرم

بیش از ۶٪ از کاربران فعال تو این دسته قرار می‌گیرن.

اگه همین خانم حدود ۷.۵ کیلوگرم (بین ۵ تا ۱۰ کیلو) وزن کم کرده باشه، تو جمع کاربرهایی قرار می‌گیره که نزدیک به ۹٪ از وزن بدنشون رو کم کردن و بخش قابل‌توجهی از موفقیت‌های کرفس رو رقم زدن. و این یعنی:



✓ پیشگیری از دیابت نوع ۲

✓ بهبود سندروم تخمدان پلی‌کیستیک

✓ کاهش چربی خون بالا

✓ بهبود بیماری آسم

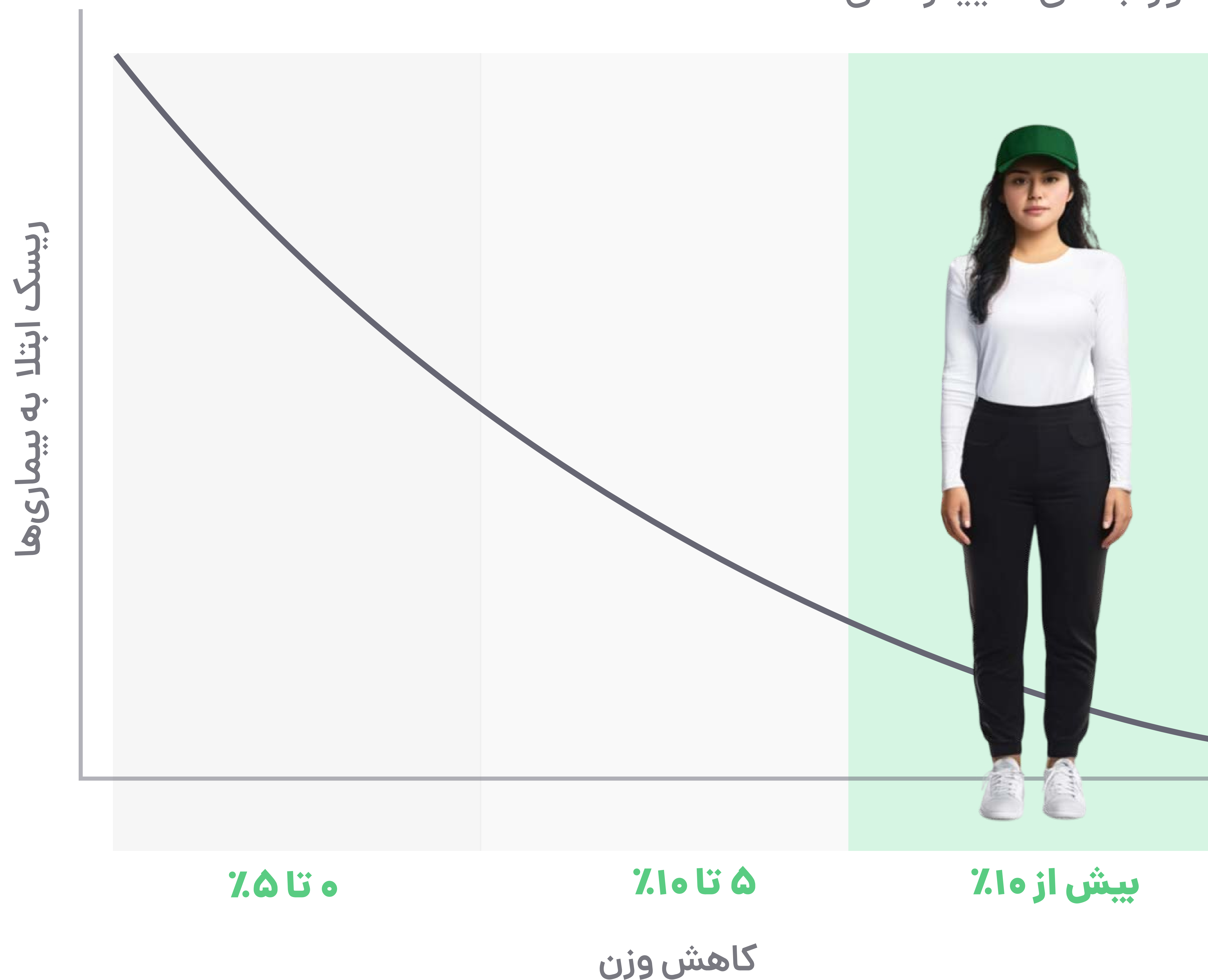
✓ بهبود بیماری‌های تنفسی

✓ بهبود بیماری کبدچرب غیرالکلی

کاهش وزن بیشتر از ۱۰ کیلوگرم

بیش از ۳٪ از کاربران فعال تو این دسته قرار می‌گیرن.

حالا اگه همین خانم به‌جای توقف تو مراحل قبل، به مسیرش ادامه بده و کاهش وزنی بیش از ۱۰ کیلوگرم رو تجربه کنه، وارد جمع کوچکی از کاربران کرفس می‌شه که تغییر چشمگیری داشتن. در واقع وقتی این عدد به حدود ۱۵ کیلوگرم برسه (یعنی نزدیک به یک‌ششم وزن اولیه‌اش)، اثراتش روی سلامت فرد به‌قدری پررنگ می‌شه که کیفیت زندگی رو به‌طور جدی تغییر می‌ده.



✓ کاهش ریسک بیماری قلبی-عروقی

✓ بهبود بی‌اختیاری ادراری

✓ بهبود التهاب کبدی غیرالکلی

✓ کاهش اختلالات تنفسی در خواب

✓ بهبود بیماری رفلاکس گاستروازوفازیل

✓ بهبود آرتروز

همه‌ی این عددها پیام مهمی دارن و اون اینه که:

کرفس فقط به ابزار دیجیتال نیست؛ حرکتی برای ساختن آینده‌ای سالم‌تره.

هر کیلوگرم کاهش وزن فقط یک عدد کمتر روی
ترازو نیست؛ نشونه‌ای از به قلب سالم، خواب
با کیفیت، بدن سرزنده و زندگی پر از انرژی!
وقتی هزاران نفر در کنار هم این مسیر رو طی می‌کنن،
دیگه فقط تغییر فردی نیست؛ یک جریان اجتماعی برای
امید و سلامتی.

جریانی که می‌تونه خانواده‌ها رو شاداب‌تر، نسل‌ها
رو سالم‌تر و فردای این جامعه رو روشن‌تر کنه.



آمار فروش و خرید



درصد رشد فروش

در سالی که گذشت، همراهی کاربران و تلاش تیم باعث شد تا کرفس رشد چشمگیر ۸۲٪ رو در فروش ناخالص تجربه کنه.

۸۲٪

تعداد مشترکین فعال

سال ۱۴۰۳ تعداد مشترکین فعال کرفس نسبت به سال قبل حدود ۵۰٪ بیشتر شده؛ نشونه‌ای روشن از اینکه جامعه‌ی کاربرهای ما روزبه‌روز همراه‌تر و جدی‌تر در مسیر سلامتی پیش می‌رن.

۵۰٪

خرید اولی‌ها

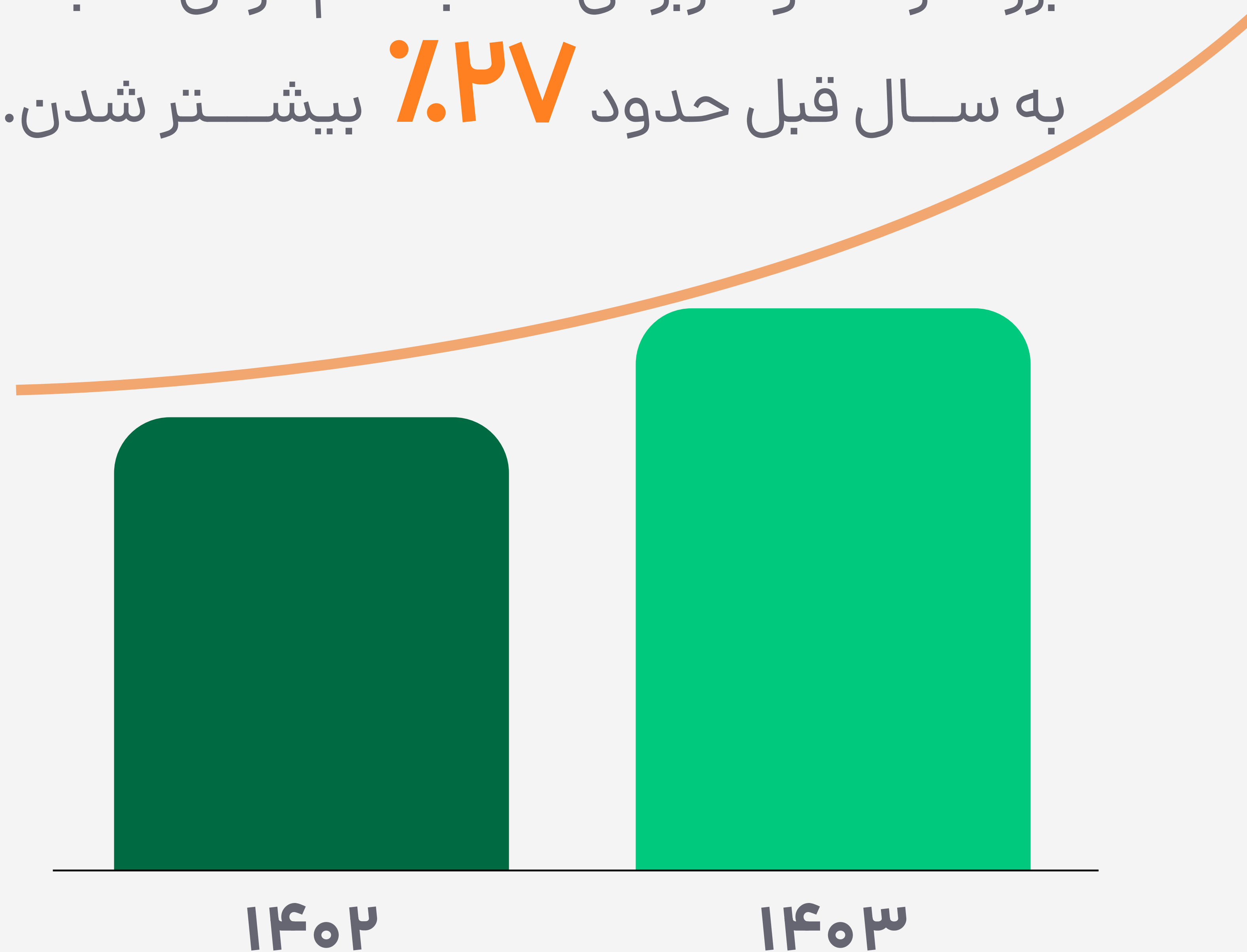
تعداد کسانی که تو سال ۱۴۰۳ برای اولین بار
اشتراک خریدن، نسبت به سال قبل حدود **۲۱٪**
رشد داشته و این یعنی جمع تازه‌واردهای
کرفس هر روز بزرگ‌تر و پرنرژی‌تر شده.



شاخص‌های عملکرد و رشد کاربران در کرفس

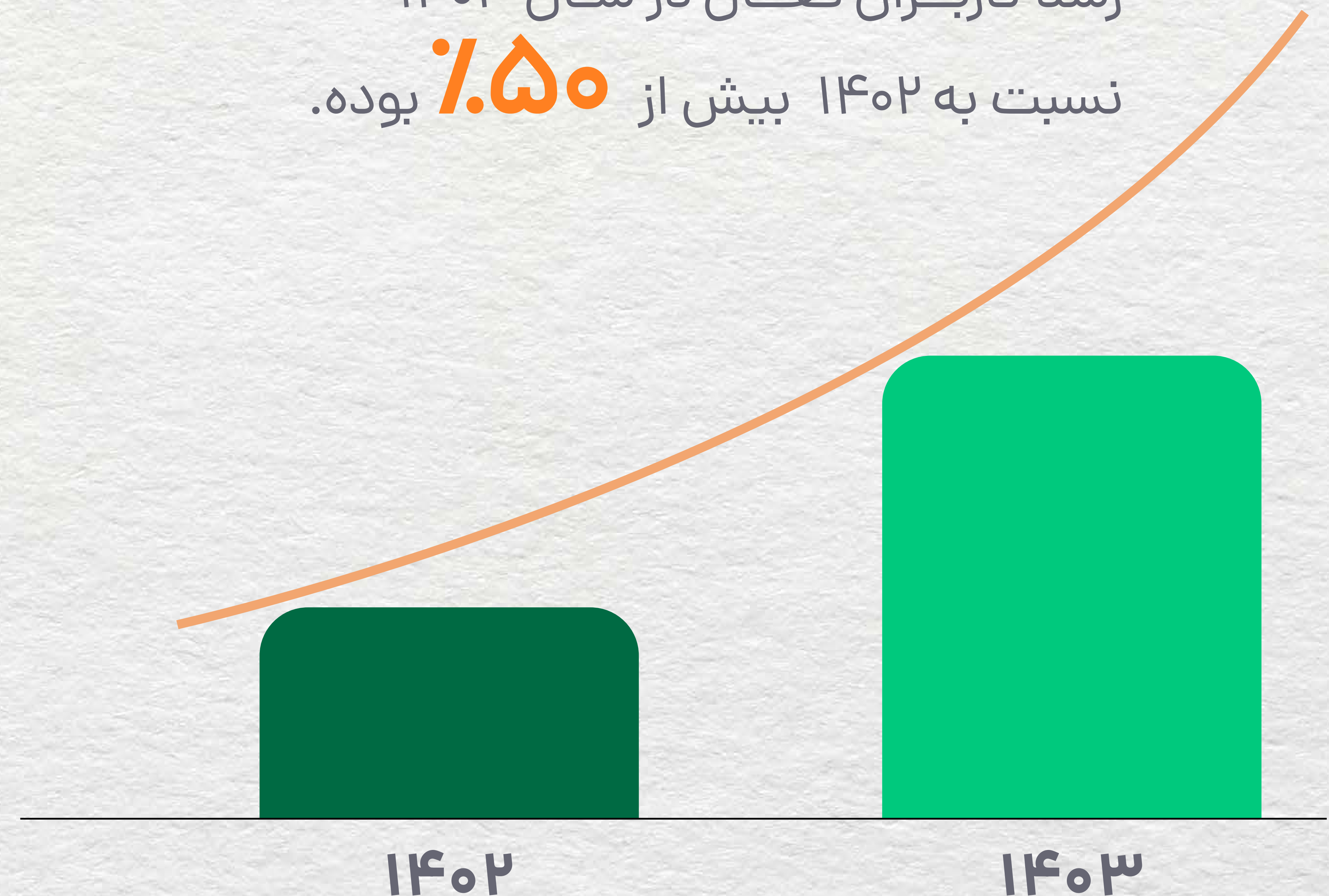
تعداد ثبت‌نام‌های جدید در هر سال

در سال ۱۴۰۳ خانواده‌ی کرفس حسابی بزرگ‌تر شد و کاربرانی که ثبت‌نام کردن نسبت به سال قبل حدود **۲۷٪** بیشتر شدن.



تعداد کاربران فعال در سال

رشد کاربران فعال در سال ۱۴۰۳ نسبت به ۱۴۰۲ بیش از **۵۰٪** بوده.



فعالیت کاربران در اپلیکیشن

به طور متوسط، در هر **۳۰ دقیقه** بیش از **۶ هزار کاربر فعال** داخل اپلیکیشن کرفس حضور دارن. این عدد نشون میده کرفس بخشی جدی از زندگی روزمره هزاران نفر شده.





کاربران فعال کرفس در سال ۱۴۰۳

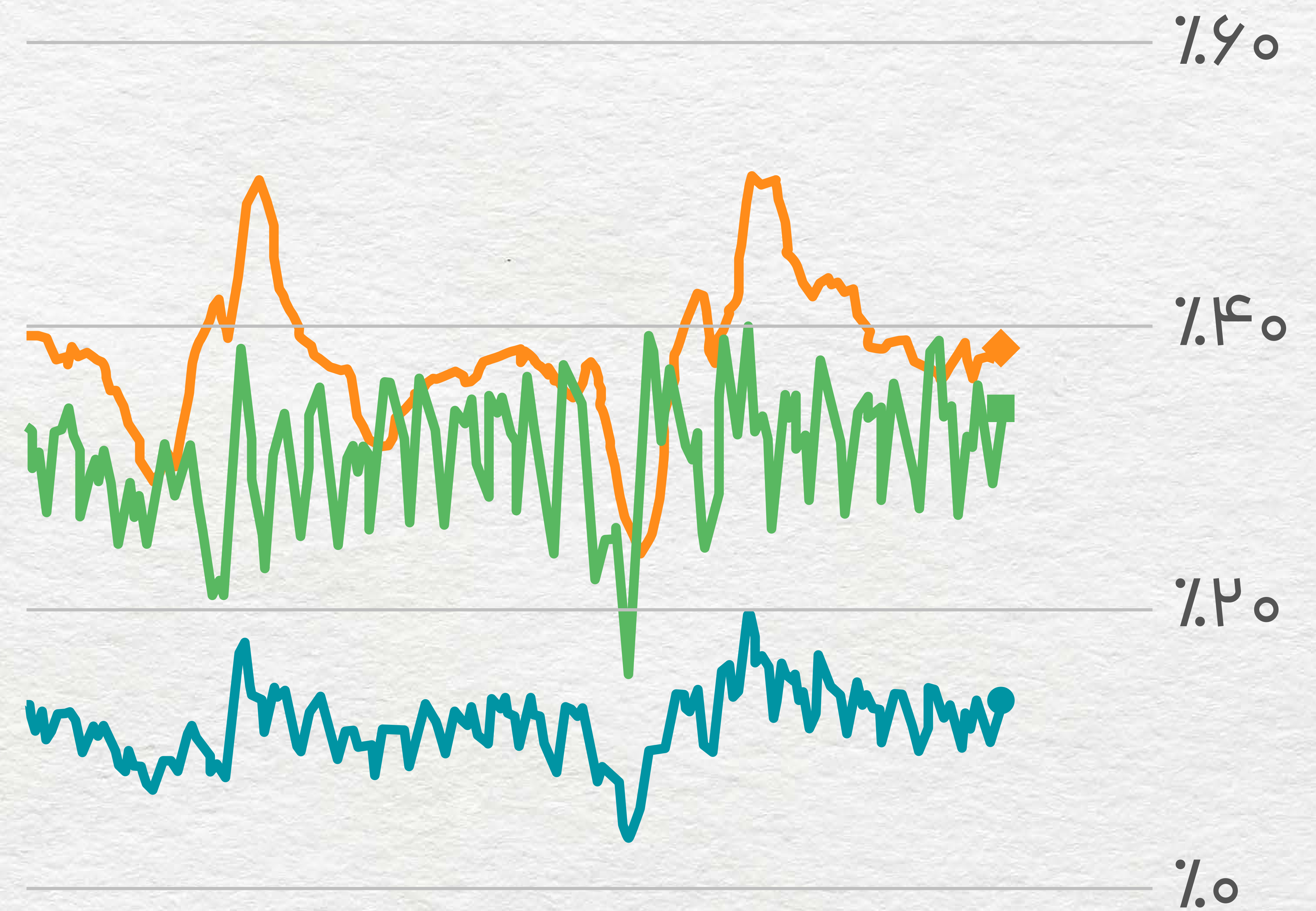
در سال گذشته، خانواده‌ی کرفس بزرگ‌تر شد و تعداد کاربران فعال ما از مرز **۱ میلیون و ۸۰۰ هزار نفر** عبور کرد.

این عدد فقط یک آمار نیست؛ بلکه نشونه‌ی اعتمادیه که کاربرها به کرفس داشتن و ما رو به‌عنوان همراه خودشون در مسیر سلامتی انتخاب کردن.

چسبندگی کاربران (User Stickiness)

این شاخص نشون میده که کرفس فقط به اپلیکیشن نیست! بلکه به همراه برای زندگی روزمره‌ی کاربرهاست. با توجه به این نمودار **۱۳٪** از کاربران فعال ماهانه در کرفس، عادت دارن به صورت روزانه از اپ استفاده کنن. این بین نزدیک به **۳۴٪** از کاربران فعال هفتگی‌مون هم استفاده‌شون روزانه‌ست؛ یعنی کرفس رو مثل یه روتین ثابت توی برنامه‌شون دارن.

نکته‌ی نهایی هم اینه که تقریباً **۴۰٪** از کاربران فعال ماهانه هم هر هفته از کرفس استفاده می‌کنن و عادت استفاده‌ی هفتگی دارن.



- ◆ WAU / MAU **۳۸,۴٪**
- DAU / WAU **۳۳,۹٪**
- DAU / MAU **۱۳٪**



اهداف آینده

چشم انداز

کرفس در مسیر ساخت جامع‌ترین اکوسیستم سلامت دیجیتال برای فارسی‌زبانان حرکت می‌کند؛ اکوسیستمی یکپارچه که از پیشگیری تا درمان و از آگاهی تا اقدام کنار کاربران هست تا به زندگی سالم‌تر و متعادل‌تر برسند.

ماموریت

به کمک فناوری‌های جدید، هوش مصنوعی و داده‌های سلامت کاربران تلاش می‌کنیم افراد برای مراقبت روزمره از خودشان توانمندتر بشن و این موضوع رو با جدیت بیشتری دنبال کنن. هدف ما اینه که فارغ از سن، جنسیت یا موقعیت مکانی، کاربر بتوانه تصمیم‌های هوشمندانه و سنجیده‌تری در مورد سبک زندگی‌ش بگیره. ما باور داریم تغییرهای کوچک روزمره می‌تونن **آینده‌ای بزرگ بسازن.**



اهداف راهبردی

ما برای **سه سال آینده** اهداف روشنی در **چهار بُعد** محصول، مالی، پایگاه کاربری و برندینگ داریم. بعضی از این هدف‌ها زودتر به نتیجه می‌رسن و بعضی دیگر در طول مسیر محقق می‌شن.

بر اساس چشم‌انداز کرفس، هدف ما ساختن یه پلتفرمه که کاربر بتونه همه‌ی نیازهای مرتبط با سلامتی خودش رو در اون برطرف کنه؛ از مکمل‌های غذایی و دارویی گرفته تا محصولات آرایشی-بهداشتی.

در این مسیر، تجربه‌ی محصول هم به صورت مداوم تقویت می‌شه تا کرفس فقط یک اپلیکیشن رژیم غذایی نباشه، بلکه همراهی کامل برای داشتن سبک زندگی سالم باشه.



فیچرها و برنامه‌های در حال توسعه

کرفس

در سال آینده قراره چند قابلیت تازه به اپلیکیشن اضافه بشه؛ قابلیت و امکاناتی که همین حالا در حال طراحی و توسعه هستن و به‌زودی مسیر سلامتی رو برای کاربرها ساده‌تر، شفاف‌تر و جذاب‌تر می‌کنن.



نمودار گزارش عملکرد

مسیر پیشرفت به کاربر کمک می‌کنه جایگاه فعلی رو واضح‌تر ببینه، مسیر طی‌شده رو مرور و برای ادامه‌ی راه انگیزه بیشتری پیدا کنه. این یکی از قابلیت‌هایی هست که تجربه‌ی کار با کرفس رو ساده‌تر و انگیزه‌بخش‌تر می‌کنه.

دیتابیس مواد غذایی

با اضافه‌شدن غذاهای بین‌المللی، سنتی و محلی ایرانی، تنوع انتخاب‌ها در اپلیکیشن خیلی بیشتر می‌شه. این تغییر باعث می‌شه کاربرها ساده‌تر و سریع‌تر بتونن برنامه‌ی غذایی خودشون رو مدیریت کنن و تجربه‌ی کاربردی‌تر و منعطف‌تری تو مسیر سلامتی داشته باشن.

دستیار هوشمند

یکی از قابلیت‌های سال آینده، چت درون برنامه‌ای برای پاسخ سریع به پرسش‌های رایج کاربران خواهد بود. این دستیار به کاربران کمک می‌کنه جواب سوال‌هاشون رو سریع پیدا کنن و احساس کنن همیشه یک همراه مطمئن کنار خودشون دارن.

توسعه‌ی سایر محصولات شرکت

لونا

لونا از دل دغدغه‌های سلامت زنان تو سال ۱۴۰۰ متولد شد؛ همراهی هوشمند که با ردیابی دقیق چرخه قاعدگی، تجربه‌ای ساده و امن می‌سازد و به زنان کمک می‌کند آگاهی، آرامش و کنترل بیشتری روی سلامت خودشان داشته باشند. از همون روزهای اول، لونا با تمرکز روی نیازهای واقعی بانوان تونست جای خودش رو بین اپلیکیشن‌های سلامت پیدا کنه.





LUNA

لونا فقط یک اپلیکیشن نیست؛ یک همراه مطمئن که امروز بیش از دو میلیون کاربر بهش اعتماد کردن. همین اعتماد نشون میده که لونا تونسته بخشی از زندگی روزمره زنان باشه؛ حالا قراره تجربه کاربری در لونا بهتر و کاملتر بشه؛ یعنی فیچرهای تازه‌ای بهش اضافه بشه و محتوای علمی و کاربردی بیشتری ارائه بده.

هدف اینه که لونا بیش از قبل به نیازهای زنان پاسخ بده؛ چه برای پیگیری سلامت روزانه، چه برای ارتباط راحت‌تر با پزشک و چه برای دسترسی به اطلاعات معتبر در حوزه بهداشت و درمان.

لونا قدم‌به‌قدم رشد می‌کنه و در کنار کرفس، یکی از مهم‌ترین ابزارهای سلامت دیجیتال برای بانوان خواهد بود.

همکاری B2B

در کنار خدمات فردی، ما آماده‌ایم تجربه‌ی کرفس رو به سطح سازمانی هم ببریم.

با ارائه‌ی «**پکیج سلامت**» به شرکت‌ها و طراحی یک داشبورد مدیریتی، مدیران می‌توانن سلامت کارمنداهاشون رو بهتر پایش کنن و ابزارهای مراقبت روزانه رو در اختیار سازمانشون قرار بدن.

توجه به سلامت کارکنان فقط یک انتخاب انسانی نیست؛ بلکه مستقیماً روی بهره‌وری، انگیزه و حتی ماندگاری نیروها هم اثر می‌ذاره.



این همکاری‌ها فقط محدود به رژیم یا پایش وزن نیست؛ چشم‌انداز ما اینه که یک بسته‌ی جامع سلامت ارائه بدیم و به شرکت‌ها کمک کنیم تیم‌هایی سالم‌تر، شاداب‌تر و کارآمدتر بسازن.

ما آمادگی هماهنگی و کار مشترک رو داریم و باور داریم این مسیر می‌تونه هم به نفع سازمان‌ها باشه و هم به نفع تک‌تک افرادی که در این سازمان‌ها نقش آفرینی می‌کنن و موثر هستن.



سرمایه انسانی و فرهنگ تیمی کرفس



کرفس فقط یک محصول نیست؛ پشت اون تیمی
ایستاده که با باور به تغییر، هر روز برای ساختن
جامعه‌ای سالم‌تر تلاش می‌کنه.

سال ۱۴۰۳ برای کرفس و تیمش سال یادگیری و رشد بود؛
چرا که باور داریم نیروی انسانی، اصلی‌ترین سرمایه‌ست
و برای پیشرفت کرفس، اول باید به سرمایه‌های انسانی
اهمیت بدیم.

به همین خاطر سعی کردیم تا با برگزاری کارگاه‌های
توسعه فردی، جلسات آموزشی و تمرین مهارت‌های کار
تیمی به رشد تیم کمک کنیم تا کنار هم قوی‌تر بشیم
و مسیرمون رو با انگیزه‌ی بیشتری ادامه بدیم.

از نگاه بنیان گذاران



حمید ملک، هم بنیان گذار:

تاثیری که کرفس توی سلامت و سبک زندگی کاربراش داشته، محرک اصلی تیم کرفس برای جلو رفتن توی مسیرش بوده و هست.



نیوشا فخار، هم بنیان گذار:

کرفس همیشه یه ابزار آگاهی بوده؛ هم برای خودم هم برای کاربرهامون. تو این ۱۰ سال هم سطح شناخت جمعی نسبت به تغذیه و تناسب اندام هر روز بیشتر از قبل شده. خوشحالم که هر کسی که با کرفس نتیجه گرفته، بقیه رو هم به استفاده ازش تشویق کرده و این چرخه رشد همچنان ادامه داره.



حمید رفیعیان، هم بنیان گذار:

یکی از بهترین حس‌های دنیا اینه که ببینی محصولی که درست کردی به یه تعداد زیادی آدم کمک کرده زندگی سالم‌تری داشته باشن و کرفس این حس رو برای من ساخت.

ما به این موضوع آگاهی‌م که همه دانش، تخصص و تجربه پیش ما نیست و به همین دلیل روی همکاری حساب باز کردیم. آماده‌ایم آنچه داریم رو با دیگران به اشتراک بذاریم و از توانایی‌های جدید برای بهتر کردن تجربه‌ی کاربر استفاده کنیم.

مرتضی کاظمی
مدیرعامل



کرفس برای من خیلی با ارزشه بخاطر ارزشی که برای کاربران و کارمندانش قائله.

کسری بازرگانی
مدیرمارکتینگ



من باور دارم تغییرات کوچیک تو سبک زندگی می‌تونه آینده‌ی سالم‌تری برای آدم‌ها بسازه و این دقیقاً کاریه که کرفس داره انجام می‌ده. کرفس باعث شده در کنار کمک به بقیه، نگاهم به تغذیه و سبک زندگی خودم هم عمیق‌تر بشه، افتخار می‌کنم عضوی از تیم کرفس هستم و توی تأثیری که روی زندگی آدم‌ها می‌ذاره شریک هستم.

سحر آزاد
کارشناس تغذیه



**از نگاه مدیران
و کارکنان**

از نگاه مدیران و کارکنان



سهیل آزاد
مدیر محصول

وقتی می‌بینم هرچی شناخت بیشتری از کاربر و نیازهایش پیدا می‌کنیم و می‌تونیم براشون قابلیت‌های منحصر به فرد طراحی کنیم، و بعد تاثیر مثبتش رو مستقیم روی حال خوب، سلامتی و حتی طول عمرشون ببینیم، برای من یعنی یک قدم واقعی به جلو.



مریم شهبازی
مدیر محتوا

اینکه می‌تونم نتیجه‌ی کار و تلاش روزانه‌ام رو مستقیم در حال خوب و مسیر بهتر شدن کاربران ببینم، برام ارزشمندترین حسه. کرفس برای من یعنی ترکیب یادگیری، رشد شخصی و اثرگذاری واقعی؛ و همین حس تعلق و معناست که باعث می‌شود هر روز با انرژی بیشتری ادامه بدهم.



مجید الهی
مدیر هنری

برای من جذاب‌ترین بخش کار، تجربه همکاری در طراحی کمپین‌ها و چالش‌هایی بود که باهاشون حس همراهی کرفس رو به کاربر منتقل می‌کردیم و باعث می‌شد کاربرها قدم‌های کوچیک برای سلامتی و کاهش وزن بردارن. همین ساختن حس مشارکت و همراهی، برای من با ارزش‌ترین بخش این تجربه بود.

از نگاه مدیران و کارکنان



مهسا میراحمدی
کارشناس مالی

کرفس برای من یک شروع پرماجرا بود؛ جایی که هم کار می‌کنم، هم می‌خندم و هم رشد می‌کنم. هر روز به چیز تازه یاد می‌گیرم، چه توی پروژه‌ها چه توی گفت‌وگوی ساده با همکارانم.

کرفس حتی حال‌وهوای زندگی شخصی من را تغییر داده و کمک کرده قدم‌به‌قدم نسخه‌ای بهتر از خودم بسازم.



پیوند رمضانی‌نژاد
همیار مدیر محصول

کرفس خونه‌ی دوم منه؛ همون حس امنیت و خوشحالی رو بهم منتقل می‌کنه و اگه بخوام پررنگ‌ترین اثرش رو تو زندگی‌م بگم اینه که صبورترم کرده.



مهدیه روحی
کارشناس منابع انسانی

برای من کرفس فقط به محیط کار نیست؛ به محیط امنه! جایی که توش حس آرامش، سلامتی و حتی رفاقت دارم. کرفس مرزی قشنگ بین کار و زندگی برام ساخته و باعث شده اعتماد به‌نفسم بیشتر بشه، بتونم بهتر برنامه‌ریزی کنم و حتی کارهام رو سریع‌تر پیش ببرم.

پایان بندی

سال ۱۴۰۳ برای کرفس سالی پر از تجربه و تغییر بود. در این مسیر، چند صد هزار نفر به ما پیوستن و بخش بزرگی از اون‌ها موفق شدن وزن کم کنن؛ از قدم‌های کوچک چند کیلویی گرفته تا کاهش‌های چشمگیرتر. هر کدوم از این تغییرها، تأثیری واقعی روی سلامت قلب، کنترل قند خون و کیفیت زندگی کاربرها گذاشت.

یعنی هر روز کاربرها کنار کرفس، یک قدم واقعی برای تغییر سبک زندگی و سلامتی برداشتن.

اما این فقط شروع. ما یاد گرفتیم که سلامتی مفهومی فراتر از مراقبت فردیه این مسیر وقتی معنا پیدا می‌کنه که خانواده‌ها، سازمان‌ها، سیاست‌های درست و فناوری‌های نوین کنار هم قرار بگیرن. ما هم در کرفس تلاش می‌کنیم مبحث سلامت رو از یک دغدغه‌ی شخصی به یک دستاورد جمعی تبدیل کنیم. تا اینجای مسیر هم تونستیم ابزار و همراهی لازم رو برای بخشی از جامعه فراهم کنیم، ولی این رو هم می‌دونیم که مسیر پیش‌رو نیازمند همکاری‌های بزرگ‌تره.

ما از برندها و سازمان‌هایی که به سلامت جامعه اهمیت می‌دن، دعوت می‌کنیم تا در این مسیر کنار ما باشن. مشتاق همکاری‌هایی هستیم که هم سلامت جامعه رو افزایش بده و هم آینده‌ای سالم‌تر و پایدارتر بسازه.

«ما همه چیز رو به تنهایی نداریم؛ اما
می‌تونیم با همدیگه چیزی بسازیم که به
نفع همه باشه.»

