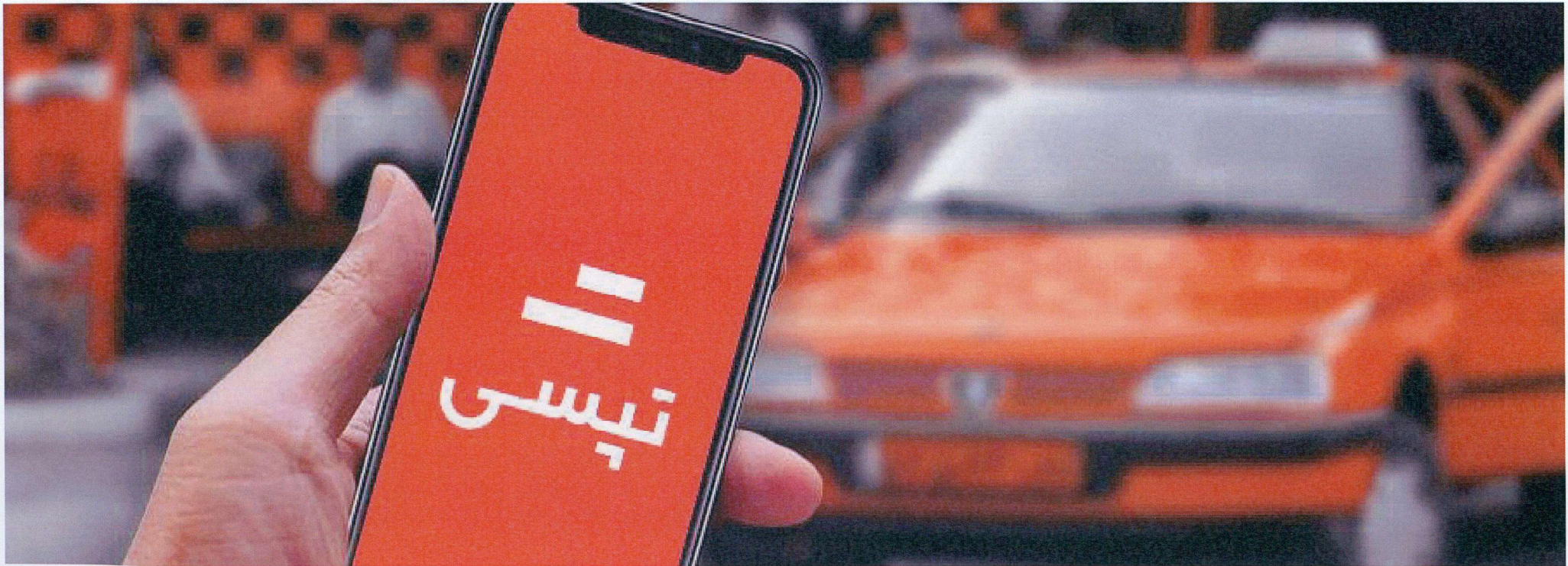



فصل اول: معرفی تپسی

تاریخچه فعالیت | معرفی مدل کسب و کار



تپسی در یک نگاه
(دی ۱۴۰۰)

تعداد مسافران	تعداد رانندگان	تعداد پرسنل شرکت
<p>۱۸ میلیون نفر</p>  <p>۱۸ میلیون مسافر ثبت نام شده</p>	<p>۱/۵ میلیون نفر</p>  <p>۱/۵ میلیون راننده تایید شده</p>	<p>۹۹۰ نفر</p>  <p>۹۹۰ نفر پرسنل (شامل ۵۰۰ نفر پرسنل بازاریاب میدانی)</p>
درآمد ماهانه	مناطق تحت پوشش	ارزش سفر ماهانه
<p>۲۹/۲ میلیارد تومان</p>  <p>بیش از ۲۰۴/۶ میلیارد تومان درآمد عملیاتی سال ۱۴۰۰ تا انتهای دی ماه</p>	 <p>۱۳ استان تحت پوشش به همراه شهرهای تابعه آنها</p>	<p>۱۹۵ میلیارد تومان</p>  <p>بیش از ۱۳۰۸ میلیارد تومان ارزش سفرهای سال ۱۴۰۰ تا انتهای دی ماه</p>

- شروع به کار تپسی به بهمن ماه ۱۳۹۴ بازمی‌گردد؛ زمانی که سه مؤسس تپسی، باهدف راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید به ایران بازگشته و به همراه یک تیم ده نفره از برنامه‌نویسان زبده، طراحی محصول تپسی را آغاز کردند. این کار حدود چهار ماه زمان برد و نسخه اولیه تپسی (MVP*) در خردادماه ۱۳۹۵ به بازار عرضه شد.
- تپسی با ارائه‌ی یک پلتفرم اینترنتی گسترده و بهینه، سفرهای درون‌شهری را چه از نظر زمان و چه از نظر هزینه، برای کاربران تسهیل و به‌صرفه کرده است. این شرکت از ظرفیت بالقوه صدها هزار خودرو شخصی و تاکسی موجود در سطح شهرها استفاده کرده و آن‌ها را به میلیون‌ها مسافر که نیاز به جابجایی در سطح شهر دارند، متصل می‌کند. نقش تپسی، ایجاد ارتباط بین این دو گروه کاربران است و تلاش می‌کند ارتباط آن‌ها را با استفاده از الگوریتم‌های قیمت‌گذاری، توزیع سفر، هوش مصنوعی و اعمال قوانین دقیق و رویه‌های پشتیبانی و امنیت سفر، بهینه کرده و شبکه‌ی قابل‌اعتمادی را ایجاد کند که تجربه خوشایندی از سفر با تپسی، چه به‌عنوان مسافر و چه به‌عنوان راننده داشته باشند.
- تپسی تنها در عرض ۵ ماه به ده هزار سفر روزانه با سرمایه اولیه موسسین خود رسید. شرکت در تاریخ ۱۳۹۵/۱۰/۱۸ موفق به اخذ مجوز دانش بنیان نوپا نوع ۲ شد.
- تپسی کار خود را از شهر تهران آغاز کرد و پس از تثبیت موقعیت خود در این استان، به سرعت فعالیتش را در **۱۳ استان ایران** به همراه شهرهای تابعه آن‌ها گسترش داده است.

استان‌های تحت پوشش تپسی



تپسی پلتفرم نرم‌افزاری بسیار پیشرفته‌ای را به صورت داخلی و توسط برنامه‌نویسان داخلی توسعه داده است که به عنوان مزیت رقابتی آن محسوب می‌شود و طی مدت فعالیت خود محصولات متمایز و اثرگذاری همچون تپسی تلفنی، تپسی لاین، تپسی پیک، تپسی همیار و سرویس هم‌خط را راه‌اندازی کرده است.

تپسی تاکنون پنج دور جذب سرمایه با احتساب سرمایه‌گذاری اولیه موسسین داشته است.

رکورد سفر در روز تپسی به **۵۷۹ هزار سفر** در مهر سال ۱۳۹۸ رسیده است که معادل ۱۲ میلیون سفر در این ماه می‌باشد. عملکرد تپسی، با افزایش نرخ بنزین و سپس شیوع اپیدمی کرونا، همچون بسیاری از کسب و کارهای کشور دچار نزول گردید.

درآمد کمیسیون تپسی در ۱۰ ماه سال ۱۴۰۰ نسبت به مدت مشابه سال قبل ۵۰٪ رشد داشته است. همچنین رکورد سفر در روز تپسی در سال ۱۴۰۰ به بیش از ۲۶۰ هزار سفر در روز رسیده است و پیش‌بینی می‌شود با پایان اپیدمی کرونا و اجرای برنامه‌های بازاریابی و عملیاتی بار دیگر به رکورد سفر در روز سال ۹۸ دست یابد و به پتانسیل عملیاتی خود نزدیک شود.

درآمد تپسی از طریق اخذ **۱۵٪ کمیسیون** از ارزش هر سفر انجام شده، تأمین می‌شود.

* Minimum Viable Product نسخه اول محصول که با حداقل امکانات و صرفاً جهت گرفتن بازخورد از بازار، تهیه می‌شود.

اعضای هیئت مدیره تپسی، مورخ ۱۴۰۰/۰۶/۳۱

هومن دمیرچیلو
(نائب رئیس هیئت مدیره)

شرکت خورشیدسان
(رئیس هیئت مدیره - با نمایندگی مهدی قنادان)

میلااد منشی پور
(عضو هیئت مدیره و مدیرعامل)

شرکت پرداخت الکترونیک سامان کیش
(عضو هیئت مدیره - با نمایندگی بردیا بابک)

شرکت آرین کارن کیش
(عضو هیئت مدیره با نمایندگی محمد مهدی صادق)

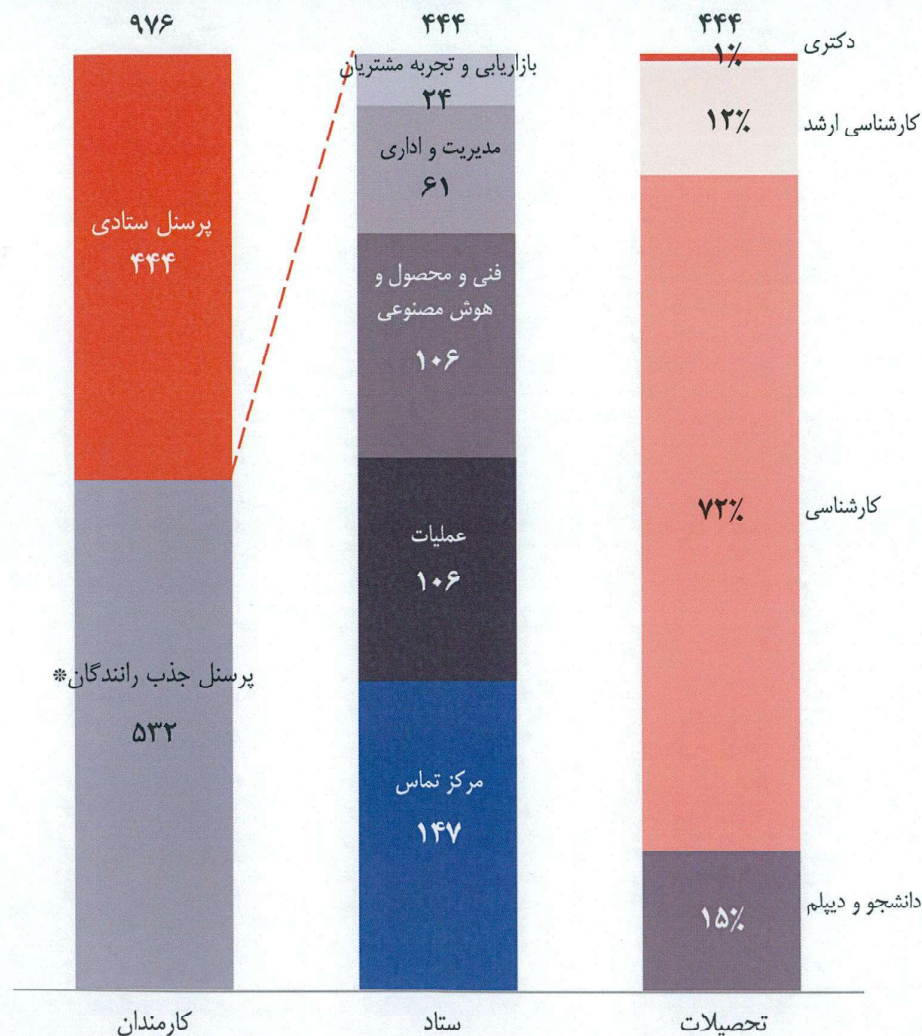
ترکیب سهام داران تپسی، مورخ ۱۴۰۰/۰۶/۳۱

تعداد سهام	درصد مالکیت	میلیون ریال	
۲۶۴,۶۷۵,۸۰۰	۲۳%	۲۶۴,۶۷۶	شرکت خورشیدسان
۲۱۸,۱۰۹,۷۳۳	۱۹%	۲۱۸,۱۱۰	میلااد منشی پور کرمانی
۸۱,۳۸۳,۱۰۰	۷%	۸۱,۳۸۳	حمید مهبینی
۱۰۱,۳۴۳,۰۹۷	۹%	۱۰۱,۳۴۳	هومن دمیرچیلو
۹۸,۸۲۷,۸۰۰	۸%	۹۸,۸۲۸	شرکت پرداخت الکترونیک سامان کیش
۹۸,۸۲۷,۸۰۰	۸%	۹۸,۸۲۸	شرکت توسعه سرمایه گذاری سامان
۵۱,۳۵۱,۵۰۰	۴%	۵۱,۳۵۲	محمدحسن سید شاکری
۲۹,۶۸۹,۸۰۰	۳%	۲۹,۶۹۰	امیر عسکری مارانی
۲۴,۶۹۵,۹۰۰	۲%	۲۴,۶۹۶	علیرضا عسکری مارانی
۸,۳۸۸,۰۰۰	۱%	۸,۳۸۸	موسی خواجهویی
۲۷,۷۵۰,۶۰۰	۲%	۲۷,۷۵۱	شرکت آرین کارن کیش
۲۷,۷۵۰,۷۰۰	۲%	۲۷,۷۵۱	شرکت توسعه ساختمان سلین
۷,۹۸۷,۷۹۷	۱%	۷,۹۸۸	سفیران پیشگام آینده ساز آرامیس
۱۲۹,۷۴۷,۱۷۳	۱۱%	۱۲۹,۷۴۷	سایر سهام داران شامل کارکنان تپسی
۱,۱۷۰,۵۲۸,۸۰۰	۱۰۰%	۱,۱۷۰,۵۲۹	جمع

تاریخچه افزایش سرمایه تپسی، ۱۳۹۵ الی ۱۴۰۰

تاریخ (سال)	سرمایه قبلی (میلیون ریال)	سرمایه جدید (میلیون ریال)	مقدار افزایش (میلیون ریال)	درصد افزایش سرمایه
فروردین ۱۳۹۵	۰	۱۰	۱۰	
اردیبهشت ۱۳۹۵	۱۰	۲۰	۱۰	۱۰۰%
بهمن ۱۳۹۷	۲۰	۱۹۶,۰۲۰	۱۹۶,۰۰۰	۹۸۰۰۰۰%
مرداد ۱۳۹۸	۱۹۶,۰۲۰	۹۸۶,۶۳۸	۷۹۰,۶۱۸	۴۰۳%
دی ۱۳۹۸	۱,۱۷۰,۵۲۹	۱,۱۷۰,۵۲۹	۱۸۳,۸۹۱	۱۹%

تعداد و ترکیب پرسنل تپسی (مهر ماه ۱۴۰۰)



* شامل پرسنل بازاریاب میدانی که در استخدام تپسی می‌باشند.

هم‌بنیان‌گذاران تپسی

میلاذ منشی پور

مدیرعامل

- بیش از ده سال سابقه در شرکت‌های مشاوره استراتژی BCG و Bain و همچنین همکاری با شرکت‌های Fortune 500 در سطح مدیران ارشد
- تحصیلات: MBA از دانشگاه HEC-Paris و مهندسی مکانیک از دانشگاه تهران



هومن دمیرچی

معاونت عملیات

- مدیرکل در گروه شرکت‌های راکت اینترنت و مدیر توسعه شرکت ام تی ان ایرانسل
- تحصیلات: MBA از دانشگاه INSEAD و مهندسی برق از دانشگاه شریف



مهدی صادق

معاونت فن‌آوری (Data Science و Tech)

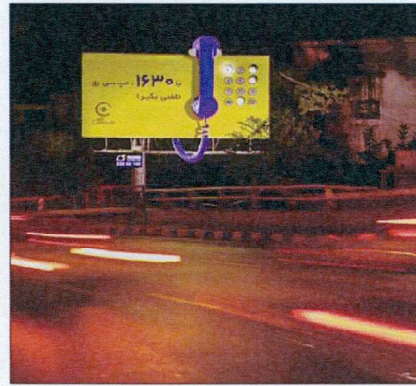
- مدیرعامل و عضو هیئت مدیره شرکت پرداخت الکترونیک سداد و عضو هیئت مدیره شرکت داده‌ورزی سداد، مشاور ارشد مرکز ملی فضای مجازی و سازمان هدف‌مندی پارانه‌ها
- تحصیلات: کارشناسی و کارشناسی ارشد مهندسی کامپیوتر از دانشگاه شریف



حمید مهینی

- Data Scientist در شرکت Rocket Fuel (یکی از شرکت‌های Machine Learning در منطقه سیلیکون‌ولی)
- تحصیلات: فوق دکتری علوم کامپیوتر از دانشگاه مریلند و دکتری علوم کامپیوتر از دانشگاه شریف





تپسی لاین
سفر اشتراکی و پرداخت اشتراکی

از سئول تا استانبول ۴ هزار تومان!

تپسی لاین
سفر اشتراکی و پرداخت اشتراکی

از قزوین تا کرمان ۶ هزار تومان!

تپسی لاین
سفر اشتراکی و پرداخت اشتراکی

از پاکستان تا ترکمنستان ۵ هزار تومان!

تپسی کلاسیک: این سرویس، مربوط به سفرهای استاندارد تپسی است. در این سفرها مسافران از طریق اپلیکیشن درخواست سفر می‌دهند و یک مسافر به یک راننده معرفی می‌شود.



تپسی تلفنی: تپسی تلفنی برای گروه کاربرانی طراحی شده است که به گوشی‌های هوشمند دسترسی ندارند و یا توانایی لازم برای استفاده از اپلیکیشن‌های هوشمند را ندارند. این کاربران با تماس با شماره چهاررقمی ۱۶۳۰ می‌توانند همانند یک سرویس کلاسیک تپسی درخواست خودرو کنند و از تمامی ویژگی‌های منحصربه‌فرد تپسی مثل قیمت پایین‌تر، کیفیت و امنیت بالاتر استفاده کنند. کارمزد استفاده از این سرویس به صورت مبلغی ثابت به قیمت سفر اضافه می‌شود.



تپسی لاین: تپسی لاین یا سفر اشتراکی تپسی، امکان سفر دو تا سه مسافر که مبدأ و مقصدشان در مسیر هم است را فراهم می‌کند. مخاطب هدف این سرویس کاربران حساس به قیمت است. با توجه به افزایش قابل توجه حجم درخواست‌ها در مناطق پرتردد شهرهای بزرگی مثل تهران (خصوصاً در ساعات اوج ترافیک)، سرویس لاین علاوه بر جذب کاربرانی که از تپسی کلاسیک استفاده نمی‌کردند، هزینه مسافران بین ۲۰ تا ۵۰ درصد نسبت به تپسی کلاسیک کاهش یافته و درآمد رانندگان هم تا ۴۰ درصد افزایش می‌یابد، و نهایتاً منجر به کاهش ترافیک شهری می‌شود. این سرویس در ایران تنها توسط تپسی ارائه می‌شود.



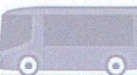
موتوپیک و اتوپیک: سرویس پیک تپسی برای نیازهای مختلف کاربران طراحی و پیاده‌سازی شده است. با استفاده از سرویس موتوپیک، بسته‌ها و مرسولات کاربران با موتور به مقصد ارسال می‌شوند. این سرویس مناسب زمانی است که ارسال سریع مرسوله مدنظر است. اتوپیک سرویسی برای ارسال بسته‌ها با خودرو است. این سرویس، برای زمانی مناسب است که بسته‌ها با موتور قابل ارسال نیستند و یا در حین جابجایی، نیاز به مراقبت بیشتری دارند.



همیار تپسی: سرویس همیار، خریدهای کاربران را برای آنها انجام داده و در محل مدنظر تحویل می‌دهد. این سرویس با هدف کاهش رفت‌وآمد غیرضروری در شرایط کرونا و سهولت خرید از فروشگاه‌ها و داروخانه‌ها طراحی شده و از بهار سال ۱۳۹۹ آغاز به کار کرد. در این سرویس کاربران فروشگاه یا داروخانه مورد نظر را به عنوان مبدأ مشخص و لیست خریدشان را داخل اپ وارد می‌کنند و سفیران تپسی خرید را انجام داده و تحویل می‌دهند.



هم‌خط (مینی‌بوس آنلاین): سرویس هم‌خط با هدف ارائه راه‌حل تردد ارزان‌قیمت در مسیرهای اصلی شهر در شرایطی که حمل‌ونقل عمومی برای بخشی از کاربران خطر انتقال بیماری را به همراه داشت، به بازار عرضه شد. در این سرویس کاربران بعد از انتخاب مسیر اقدام به خرید بلیت و رزرو صندلی کرده و در زمان مقرر در مبدأ حرکت حاضر می‌شوند.



خدمات تپسی از طریق مدل عملیاتی آن محقق می شود

عملیات مسافران	پلتفرم	الگوریتم	عملیات رانندگان
برندینگ	اپلیکیشن	نقشه و جستجو	جذب
جذب	بک اند	قیمت گذاری	آموزش
نگهداشت	توسعه پذیری	توزیع سفر	نگهداشت
ارتباط با مسافران	زیرساخت	هوشمندسازی	ارتباط با رانندگان
تجربه مشتری	پشتیبانی	امنیت	

ایجاد آگاهی از برند و تثبیت برند تپسی در ذهن مردم، جذب مسافران جدید از کانال‌های مختلف آنلاین و آفلاین، افزایش ارزش طول عمر مسافران با استفاده از داده‌های بزرگ و نگهداشت مسافران در سیستم و نهایتاً حفظ ارتباط با آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی و کانال‌های ارتباطی تپسی، در تیم عملیات مسافران انجام می‌شود.

جهت اجرای عملیات اپلیکیشن‌های مسافر و سفیر و ایجاد ارتباط بین دو طرف، فرآیندهای بک‌اند (Backend) انجام می‌شود. جهت اطمینان از عملکرد بدون وقفه و پایداری اپلیکیشن با رشد تعداد کاربران، تیم زیرساخت به تأمین بهترین معماری شبکه و بهینه‌سازی عملکرد آن می‌پردازد.

کلیه عملیات منطقی اپلیکیشن مثل جستجوی نقشه، قیمت سفر، توزیع سفر بین رانندگان، نمایش زمان رسیدن راننده و ... حاصل الگوریتم‌هایی است که باهدف بهینه‌سازی عملکرد پلتفرم طراحی و پیاده‌سازی شده‌اند و به‌طور دائمی در حال بهبود هستند. ویژگی‌های هوشمند اپلیکیشن تپسی توسط تیم هوش مصنوعی توسعه داده می‌شوند.

جذب رانندگان از دو کانال حضوری (بازاریاب‌های میدانی و دفاتر تپسی) و غیرحضوری (ثبت‌نام اینترنتی و تلفنی) انجام می‌شود. باهدف اطمینان از کیفیت خودرو و رفتار راننده در حین فعالیت، پایش و آموزش رانندگان هم در ابتدای ثبت‌نام و هم در ادامه‌ی مسیر به‌صورت دوره‌ای انجام می‌شود. برای نگهداشت رانندگان در تپسی و تقویت عملکرد آن‌ها، از یک‌سو تلاش می‌شود با حفظ ارتباط از طریق شبکه‌های اجتماعی و داخل اپلیکیشن و از سوی دیگر، به‌صورت دوره‌ای مشوق‌های مالی و غیر مالی برای رانندگان تعریف می‌شود.

هم‌راستا با فعالیت‌های اولیه تپسی که در بالا به آن‌ها اشاره شد، این تیم‌ها با پایش مستمر کیفیت و امنیت سیستم و تنظیم و اعمال رویه‌ها و مقررات و همچنین تغییرات داخلی سیستم، در تلاش ایجاد بهترین تجربه کاربری برای رانندگان و مسافران تپسی هستند.

عملیات مسافران

پلتفرم

الگوریتم

عملیات رانندگان

تجربه کاربران،
پشتیبانی و امنیت

تخمین زمان سفر

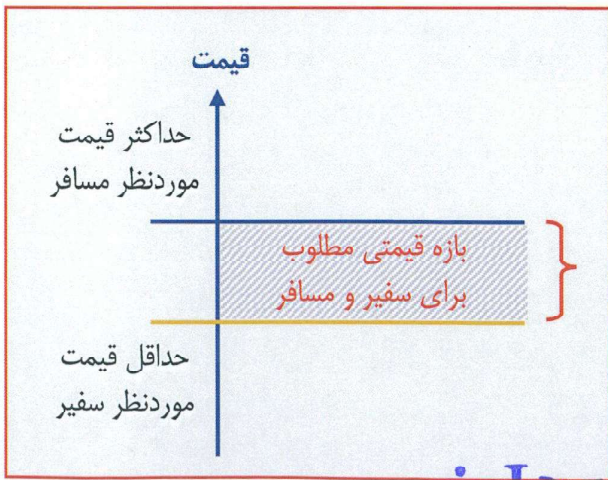
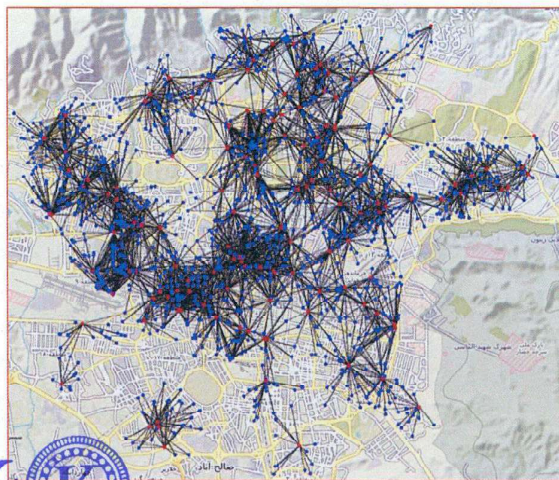
- میزان دقت زمان تخمینی هر مسیر تاثیر مستقیمی در الگوریتم‌های قیمت‌گذاری، توزیع سفر، سفرهای لاین و ... می‌گذارد. به دلیل اهمیت و حساسیت بالای همه فعالیت‌های سیستم به این تخمین، تپسی این محصول را از ابتدا به‌طور داخلی و با کیفیت بالا توسعه داده است. برای توسعه این محصول میلیون‌ها دیتای مکانی رانندگان که در هر لحظه از طول سفر برای تپسی ارسال می‌شود استفاده شده است و با به‌کارگیری روش‌های هوش مصنوعی و یادگیری ماشین، سرعت خودروها و زمان رسیدن خودروها به هر نقطه تخمین زده می‌شود.
- آزمایش‌های انجام شده نشان می‌دهد دقت این محصول با Waze که یکی از قوی‌ترین مسیر یاب‌های دنیاست، یکسان است؛ که این نشان از قدرت بالای پیش‌بینی الگوریتمی است و از جمله مزایای رقابتی تپسی به شمار می‌رود.

توزیع سفر

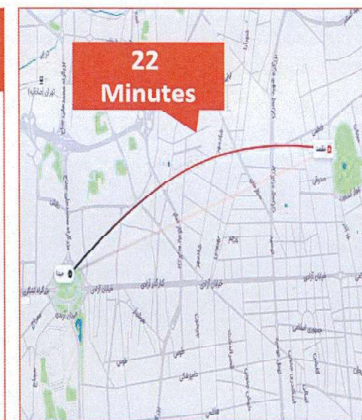
- در فاز توسعه محصولات جدید، پلتفرم‌هایی که بتوان تغییرات مدنظر را در آن شبیه‌سازی کرد و سپس در مقیاس کوچک‌تری در محیط واقعی تست نمود، کیفیت محصول نهایی را تضمین کرده و سرعت توسعه محصولات و روش‌های جدید را افزایش می‌دهند.
- هرگونه تغییری که در قابلیت‌های اصلی اعمال می‌شود، در بستر پلتفرم‌های شبیه‌سازی تست شده‌اند و مورد تست قرار گرفته‌اند. نمونه‌ای از خروجی این پلتفرم که در آن الگوریتم توزیع سفر دسته‌ای شبیه‌سازی شده، در شکل زیر مشاهده می‌شود.

قیمت‌گذاری پویا

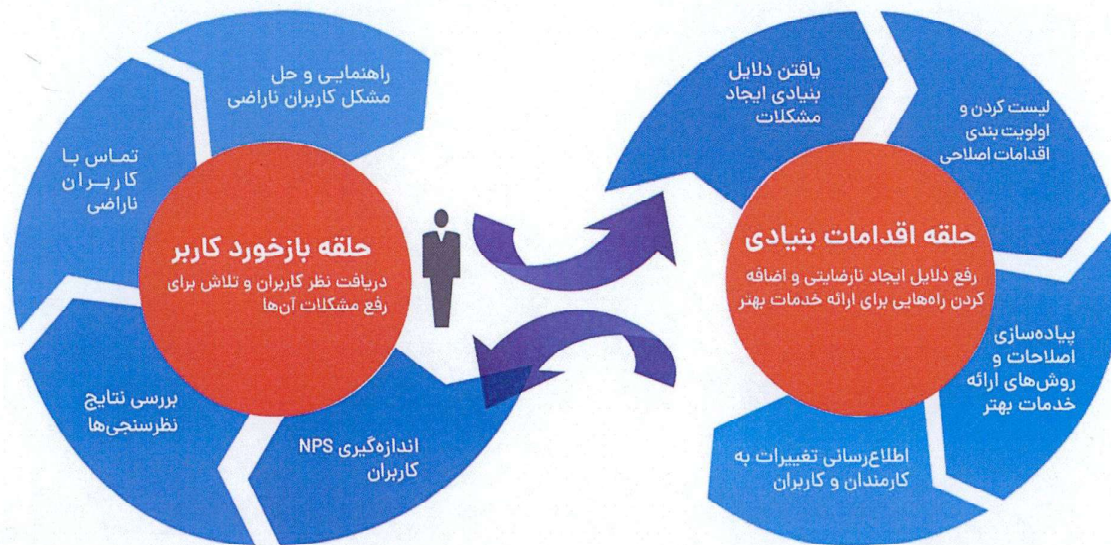
- قیمت‌گذاری بالا برای سفرها منجر به نارضایتی در مسافران و قیمت‌گذاری پایین برای سفرها منجر به نارضایتی در رانندگان خواهد شد. از این رو تعیین قیمت مناسب سفر یکی از نقاط کلیدی فعالیت تاکسی‌های اینترنتی است.
- تپسی با استفاده از الگوریتم‌های پیشرفته قیمت‌گذاری موفق به تعیین قیمت مطلوب برای سفیر و راننده شده است، بدین ترتیب در این بازه قیمتی هم راننده و هم مسافر از انجام سفر رضایت خواهند داشت.



خطا	سرویس
۱۲.۱%	تپسی
۱۳.۳%	Waze
۱۶%	نشان
۱۶.۵%	بلد



- تضمین تجربه کاربری مطلوب، یکی از ارکان اصلی کارکرد تپسی است چراکه جذب کاربران از طریق بازاریابی دهان‌به‌دهان باثبات‌ترین و ارزان‌ترین راه است و این مسئله تنها با ارائه یک تجربه فوق‌العاده به کاربران اتفاق می‌افتد. با توجه به ذات پویای کسب‌وکار تپسی و سرعت بالای تغییرات در آن، نکته مهم در ایجاد یک تجربه کاربری خوب، پاسخ سریع به علل نارضایتی کاربران (رانندگان و مسافران) و برطرف کردن آن‌ها در کوتاه‌ترین زمان ممکن است.
- برای رسیدن به این هدف که نیازمند نگاه مسئولانه به کاربران و طراحی فرآیندهای پویای سازمانی است، تپسی از اوایل راه، واحد جداگانه‌ای در سطح معاونت را در ساختار سازمانی برای بهینه‌سازی تجربه کاربران داشته است. این واحد جهت اطمینان از ارائه خدمت با کیفیت، موارد زیر را پیگیری می‌کند:
 ۱. پیاده‌سازی فرآیند تجربه کاربران دو حلقه‌ای (مطابق شکل)
 - حلقه اول (حلقه بازخورد کاربر): دریافت بازخورد از کاربران، تماس با کاربران ناراضی و رفع مشکلات آن‌ها
 - حلقه دوم (حلقه اقدامات بنیادی): تحلیل عمیق‌تر بازخوردهای دریافتی، شناسایی علل بنیادین ایجاد مشکلات، ارائه و پیاده‌سازی راه‌حل‌ها در سراسر سازمان و اطلاع‌رسانی به ذینفعان
 ۲. چابکی در سازمان و ساختار تصمیم‌گیری، طوری که به محض یافتن مشکل یا مزیت سیستمی، سریعاً اجرایی شوند: به دلیل قدرت اجرایی بالای این تیم، تصمیمات کمیته تجربه کاربران برای سایر واحدهای سازمان اولویت بالایی دارد.
- این ثبت امتیاز، دو اقدام را در تپسی به دنبال دارد. در گام اول، تیم تجربه کاربران با اشخاصی که امتیاز کم ثبت کرده و در واقع نارضایتی خود را از سفر اعلام کرده‌اند تماس می‌گیرند تا ضمن دلجویی از آن‌ها، دلیل نارضایتی را جویا و درصدد رفع آن برآیند. در گام دوم، به‌صورت دوره‌ای و مستمر تحلیل‌هایی روی این دلایل نارضایتی انجام گرفته و تلاش می‌شود برای رفع بنیادی آن‌ها اقدام شود.



ارزش آفرینی عملیات تپسی

<p>با استفاده از پلتفرم تپسی، مسافران در هر لحظه‌ای از شبانه‌روز، با فشردن چند دکمه در گوشی هوشمند خود می‌توانند به تاکسی دسترسی داشته باشند.</p>	<p>قیمت کمتر</p>	<p>مسافر</p>
<p>تپسی با توجه به اینکه از طریق افزایش بهره‌وری درآمد راننده‌ها و با سیستم قیمت‌گذاری هوشمند تپسی قیمت مناسب و منصفانه‌ای به مسافران پیشنهاد می‌دهد و مشابه روش‌های سنتی نیاز به چانه‌زنی با راننده ندارند.</p>	<p>در دسترس بودن</p>	
<p>با استفاده از تپسی، مسافران دیگر نیاز ندارند برای گرفتن تاکسی درستی در کنار خیابان ایستاده و منتظر پیدا کردن خودرو باشند و در مدت‌زمانی بسیار کوتاه پس از درخواست خودرو، در محلی که مسافر حضور دارد می‌تواند از خدمات حمل‌ونقل استفاده کند.</p>	<p>سهولت استفاده</p>	
<p>علاوه بر پایش اولیه رانندگان، تپسی با گرفتن بازخورد از راننده و مسافر بعد از هر سفر و ثبت سیستماتیک کلیه تماس‌های انجام شده به پشتیبانی، سیاست‌های کنترلی خود را دائماً بهینه‌سازی می‌نماید و کیفیت رفتار کاربران و خودروهای فعال سیستم را تضمین می‌کند.</p>	<p>کیفیت سفر</p>	<p>مسافر و راننده</p>
<p>تپسی امکان به اشتراک‌گذاری مسیر سفر با سایرین و خدمات اضطراری امنیت حین سفر برای مسافران و رانندگان را فراهم کرده است. کاربران در صورت بروز مشکل در سفر، با لمس گزینه تماس با واحد امنیت را در اپلیکیشن، پیامی به این واحد ارسال می‌کنند و کارشناسان پس از بررسی و تماس با مسافر و سفیر، در صورت لزوم پلیس امنیت را در جریان قرار می‌دهند و از سلامت سفر اطمینان حاصل می‌کنند.</p>	<p>امنیت</p>	
<p>وصل لحظه‌ای مسافر و راننده، مشکل بدون مسافر بازگشتن رانندگان را از بین برده که هزینه تمام‌شده هر سفر را کاهش و از زمان راننده بیشتر استفاده می‌شود. با توزیع سفر بر اساس کمترین فاصله بین راننده و مسافر، اتلاف وقت راننده کمینه و تعداد سفرهای انجام‌شده بیشینه می‌کند.</p>	<p>درآمد بالاتر</p>	<p>راننده</p>
<p>با استفاده از پلتفرم تپسی، رانندگان مجبور نیستند برای یافتن مسافران، کنار خیابان ایستاده و اقدام به جذب مشتری از طریق مشاهده فیزیکی نمایند. با روشن کردن نرم‌افزار تپسی، در هر زمان و مکانی از شهر، درخواست سفر برای راننده ارسال شده و با پذیرش آن‌ها کسب درآمد کند.</p>	<p>سهولت استفاده</p>	
<p>رانندگان می‌توانند هر ساعت از شبانه‌روز و به هر میزان که مایل‌اند، در سیستم کار کنند و هیچ الزامی برای آنلاین بودن دائمی در سیستم وجود ندارد. این انعطاف موجب شده، رانندگان پاره‌وقت و کسانی که به‌عنوان شغل دوم به تپسی نگاه می‌کنند نیز به این سیستم جذب شوند.</p>	<p>ساعت کاری منعطف</p>	
<p>تپسی با حذف سفرهای اضافی بدون مسافر، کاهش جذابیت استفاده از خودروهای شخصی و کم شدن تردد آزاد برای یافتن محل پارک خودرو، به کاهش مصرف سوخت و همچنین ترافیک شهری کمک کرده و نهایتاً به کم شدن آلودگی هوا کمک کند.</p>	<p>ترافیک کمتر-آلودگی کمتر</p>	<p>جامعه و رگولاتوری</p>
<p>تپسی با داشتن اطلاعات برخط کلیه سفرها و ناوگان، امکان اعمال رویه‌ها و مقررات مدنظر قانون‌گذاران را دارد. برای مثال، در طرح سهمیه‌بندی بنزین، با استفاده از الگوریتم‌های جلوگیری از تخلف، تپسی توانست سهمیه بنزین را به‌طور عادلانه به رانندگان تخصیص دهد.</p>	<p>کنترل بیشتر و قابلیت برنامه‌ریزی</p>	