



دیجی نکست؛ از بازوی سرمایه گذاری دیجی کالا تا پلتفرم خلق آینده اقتصاد دیجیتال

دیجی نکست را می توان موتور نوآوری دیجی کالا دانست. وقتی یک ایده جدید در حوزه فناوری مطرح می شود، دیجی نکست است که روی آن سرمایه گذاری می کند، آن را رشد می دهد و به یک محصول واقعی تبدیل می کند.

در سال ۱۴۰۴، دیجی نکست علاوه بر سرمایه گذاری، نقش مهم تری هم بر عهده گرفت؛ ایجاد ارتباط بین شرکت ها، دانشگاه ها و متخصصان فناوری تا از دل این همکاری ها، راه حل های تازه ای برای مشکلات واقعی کسب و کارها پیدا شود. تمرکز اصلی این سال هم روی هوش مصنوعی بود.



سرمایه‌گذاری در آینده

دیجی‌نکست از ابتدای فعالیتهای تانکون روی استارت‌آپ‌هایی سرمایه‌گذاری کرده که مجموع ارزش‌شان به نزدیک یک هزار میلیارد تومان رسیده است. از این میان، ۸ استارت‌آپ به بلوغ رسیدند و با موفقیت از پورتفولیو دیجی‌نکست خارج شدند.



۳۰ میلیارد تومان

(۱۵.۵ میلیارد نقدی + ۱۴.۵ میلیارد غیرنقدی)

میزان سرمایه‌گذاری دیجی‌نکست در
استارت‌آپ‌ها از سال ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۴



۲۵۰ میلیارد تومان

ارزش کل استارت‌آپ‌های
فعال در پورتفو دیجی
نکست



۹۹۵ میلیارد تومان

ارزش کل استارت‌آپ‌هایی که دیجی‌نکست از ابتدا تاکنون
روی آن‌ها سرمایه‌گذاری کرده؛ چه آن‌هایی که هنوز
فعال هستند، چه آن‌هایی که از پورتفولیو خارج شده‌اند



۸ تیم

توانستند با موفقیت از دیجی‌نکست خارج شوند و روی پای خودشان بایستند
(گنجه، آپتایم، نوروبی‌آی، باتیکل، سگمنتینو، ماکوویژن، پریزم، خودنوین)

توراهت، آکوا اینسایت

استارت‌آپ‌هایی که دیجی‌نکست در سال ۱۴۰۴ در آن‌ها سرمایه‌گذاری کرده است

نقشه تکنولوژی دیجی نکست

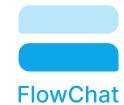
دیجی نکست روی استارت‌آپ‌هایی سرمایه‌گذاری کرده که هر کدام یک مشکل واقعی را با فناوری حل می‌کنند؛ از هوش مصنوعی و سلامت دیجیتال تا لجستیک، بازی و گردشگری.

تیم‌های حوزه هوش مصنوعی (AI):

یوسیستنت (Ussistant): یوسیستنت یک دستیار هوشمند فارسی‌زبان است؛ مثل یک همکار باهوش که همیشه در دسترس است، زبانش را می‌فهمید و کارهای دیجیتال را راحت‌تر و سریع‌تر پیش می‌برد.

Ussistant

فلوچت (Flowchat): با فلوچت می‌شود یک ربات پشتیبانی خودکار ساخت، بدون هیچ دانش فنی یا برنامه‌نویسی. این ربات سوالات ساده مشتریان را جواب می‌دهد و سوالات پیچیده‌تر را به نیروی انسانی واگذار می‌کند.



آکوا اینسایت (Aquainsight): آکوا اینسایت یک دوربین زیرآبی و هوش مصنوعی که به پرورش دهندگان ماهی می‌گوید ماهی‌هایشان چقدر وزن دارند و چطور در استخر پراکنده شده‌اند؛ بدون اینکه دستی به آب بزنند یا ماهی‌ای را بیرون بکشند.





تیم‌های حوزه لجستیک (Logistics):



کارپو (Carpo): کارپو برای شرکت‌هایی که ناوگان خودروپی دارند؛ موقعیت هر خودرو، وضعیت راننده و هزینه‌ها، همه در یک صفحه. مدیر بدون تلفن زدن می‌داند دقیقاً چه اتفاقی دارد می‌افتد.



توراهت (Toorahet): توراهت مثل این است که از یک آشنا بخواهید بسته‌ای را که مسیرش با مسیر روزانه او یکی است، برایتان تحویل بدهد. فرستنده هزینه کمتری می‌پردازد، بسته سریع‌تر می‌رسد و آن شخص هم در مسیر همیشگی‌اش درآمد جانبی به دست می‌آورد.



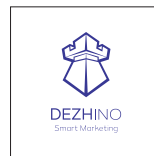
آپتایم (Uptime): آپتایم هزاران سفارش را در چند ثانیه برنامه‌ریزی می‌کند؛ هر سفارش از کوتاه‌ترین مسیر و توسط مناسب‌ترین راننده تحویل داده می‌شود. کاری که با نیروی انسانی ساعت‌ها وقت می‌برد.



گنجه (Ganjeh): وقتی خانه نیستید، بسته‌تان در یک مکان امن نگه داشته می‌شود تا هر وقت خواستید بردارید. دیگر لازم نیست پشت در خانه منتظر بپیک بمانید.



تیم‌های حوزه مارکت (MarTech):

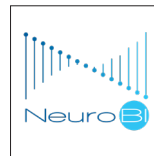


دژینو (Dezhino): بخشی از پول تبلیغات آنلاین معمولاً هدر می‌رود؛ ربات‌ها و کلیک‌های تقلبی وانمود می‌کنند آدم واقعی هستند. دژینو این کلیک‌های جعلی را شناسایی و مسدود می‌کند تا بودجه تبلیغات فقط به مشتریان واقعی برسد.

تیم‌های حوزه سلامت دیجیتال (HealthTech):



اکتین (Actin): اکتین ثبت‌نام، برنامه‌ریزی و مدیریت اعضای باشگاه‌های ورزشی را خودکار می‌کند تا به جای درگیر شدن با کارهای اداری، روی ارائه خدمات بهتر تمرکز شود.



نوروبی‌آی (Neuro BI): نوروبی‌آی به داروخانه‌ها می‌گوید چه داروهایی بیشتر فروش می‌رود، چه موقع باید سفارش بدهند و چطور نقدینگی‌شان را مدیریت کنند. به جای حدس و تجربه، تصمیم‌ها بر اساس داده گرفته می‌شود.



تیم حوزه فعال واقعیت افزوده/ مجازی (AR/VR):

آرمو (Armo): با آرمو پیش از خرید، محصول را در فضای واقعی خودتان می بینید. می خواهید بدانید آن مبل در اتاق پذیرایی تان چطور به نظر می رسد؟ آرمو با استفاده از دوربین گوشی، محصول را دقیقاً در محیط شما نمایش می دهد.



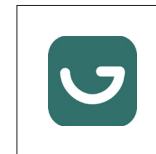
تیم های حوزه تجارت الکترونیک:

زیترون (Zitron): فروشنده ای که هم مغازه دارد، هم سایت، هم در دیجی کالا می فروشد و هم در اینستاگرام، باید همه جاها را جداگانه چک کند. زیترون همه این کانال ها را به هم وصل می کند تا فروش ها، موجودی و حساب و کتاب همه در یک جا دیده شود.



کاستومیک (Customic): ایده طراحی دارید اما سرمایه یا انبار ندارید؟ طرحتان را روی تیشرت، ماگ یا هر محصول دیگری ثبت کنید؛ کاستومیک آن را چاپ و برای مشتری ارسال می کند.





گیزمو (Gizmo): می‌خواهید فروشگاه آنلاین داشته باشید اما سرمایه یا انبار ندارید؟ محصولات را انتخاب کنید، بفروشید و گیزمو مستقیم برای مشتری ارسال می‌کند؛ بدون یک ریال سرمایه‌گذاری.

تیم فعال در حوزه گردشگری:



لاوان (Lavan): صاحب ویلا یا اقامتگاه گردشگری اگر از چند پلتفرم رزرو بگیرد، ممکن است یک اتاق را دو بار اجاره بدهد یا پیام‌های مختلف را گم کند. لاوان همه رزروها، ظرفیت‌ها و پیام‌ها را یک‌جا جمع می‌کند تا این اتفاق‌ها نیفتد.

تیم فعال در حوزه بازی (Gaming):



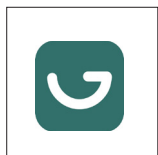
زیمو (Zimo): زیمو بازی‌های موبایلی می‌سازد؛ نه فقط برای بازار ایران، بلکه برای بازیکنان سراسر دنیا.



اعتماد صنایع به استارت‌آپ‌های دیجی‌نکست

پشت هر استارت‌آپ دیجی‌نکست، یک مشتری بزرگ و واقعی وجود دارد. شرکت‌های نام‌آشنا و بازیگران بزرگ بازار به این استارت‌آپ‌ها اعتماد کرده‌اند و از محصولاتشان استفاده می‌کنند. این استارت‌آپ‌ها دیگر فقط برای دیجی‌کالا کار نمی‌کنند؛ شرکت‌های بزرگی مثل اسنپ، بانک کشاورزی و گروه گلرنگ هم به آن‌ها اعتماد کرده‌اند و از خدماتشان استفاده می‌کنند.

مشتریان کلیدی استارت‌آپ‌های دیجی‌نکست:



گیزمو



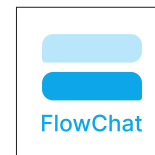
یوسیستنت



اکتین



کارپو



فلوچت



تأمین‌کنندگان
B۲B دیجی‌کالا



دیجی‌کالا
جت



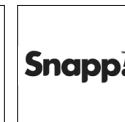
فدراسیون
کشتی



دیجی‌کالا
اکسپرس



بانک کشاورزی



اسنپ

کارخانه نوآوری: کمپ ها و رویدادها

سال ۱۴۰۴، دیجی نکست رویدادهایی برگزار کرد تا استعدادهای تازه را کشف کند و راه حل های واقعی برای مشکلات صنعت پیدا کند.

کمپ استارتاپی دهم (Startup Camp)

«کمپ استارتاپی» یک رویداد ۲ ماهه است که تیم های جوان با ایده های تازه دور هم جمع می شوند، ایده هایشان را ارائه می دهند و با کمک متخصصان روی آن ها کار می کنند. سال ۱۴۰۴ دیجی نکست دهمین دوره این رویداد را برگزار کرد و در هر دوره، ایده های جدید و تیم های تازه ای را به دنیای استارتاپ معرفی کرده است.



۸۶ درصد

میزان رضایت ثبت نام کنندگان
از رویداد کمپ استارتاپی



۱۸

تیم های پیچ دی
(Pitch Day)



۹۳ نفر

تعداد شرکت کنندگان نهایی
در رویداد کمپ استارتاپی



۹۸۰ نفر

تعداد ثبت نامی ها در رویداد
کمپ استارتاپی



Nextshift

رویداد نکست شیفِت (Nextshift)

نکست شیفِت یک رویداد تخصصی بود که دیجی نکست برگزار کرد تا مدیران و متخصصان کسب و کارهای بزرگ با هم درباره هوش مصنوعی و تأثیرش بر آینده صنعت حرف بزنند. هدف این بود که شرکت‌های پیشرو بفهمند چطور می‌توانند از هوش مصنوعی به‌عنوان یک ابزار استراتژیک در کسب و کارشان استفاده کنند.



۲۶۰

تعداد شرکت‌کنندگان در رویداد نکست شیفِت



حامیان این رویداد

■ بانک ملی ■ دیجی کالا ■ دیجی پی ■ فیلیمو ■ کلاودزی ■ آپارات ■ دیدار ■ ایرانیان استارت‌آپ ■ پیوست ■ همروش ■ امیدینو ■ یکتانت ■ دانشگاه تربیت مدرس

گروث بتل (Growth Battle)

گروث بتل یک رقابت تخصصی بود که دیجی‌نکست در حوزه فین‌تک برگزار کرد. تیم‌های استارت‌آپی ایده‌هایشان را در زمینه فناوری‌های مالی ارائه می‌دادند و با هم رقابت می‌کردند تا بهترین راه‌حل‌ها برای چالش‌های دنیای پول و پرداخت پیدا شود.



۱۰

تعداد تیم‌های شرکت‌کننده
در رقابت گروث بتل



۲۵

تعداد ثبت‌نام کنندگان
در رقابت گروث بتل



حامیان این رقابت

■ بانک ملی ■ زیبال ■ دیجی‌پی ■ ارتباط فردا ■ آدانیك ■ کنار دیوار ■ فیروزه

آکادمی دیجی‌نکست: آموزش برای استخدام

خیلی از فارغ‌التحصیلان دانشگاه وقتی وارد بازار کار می‌شوند، می‌بینند آنچه یاد گرفته‌اند با آنچه شرکت‌ها نیاز دارند فاصله دارد. آکادمی دیجی‌نکست برای پر کردن همین فاصله ساخته شده؛ دوره‌هایی عملی که دانشجویان را مستقیم آماده ورود به دنیای استارت‌آپ می‌کند. در سال ۱۴۰۴، ۶۰ درصد از شرکت‌کنندگان این دوره‌ها بلافاصله وارد اکوسیستم استارت‌آپی شدند.



۸۵ درصد

میزان رضایت
از جلسات منتورشیپ



۳۱۱

مجموع جلسات
منتورشیپ برگزار شده
در سال ۱۴۰۴



۶۰ درصد

از کسانی که در دوره‌ها
شرکت کردند وارد اکوسیستم
استارت‌آپی شدند



۴۵۰

مجموع ساعات آموزشی
برگزار شده در آکادمی
دیجی‌نکست



۱۳

تعداد دوره‌های آموزشی
برگزار شده در آکادمی
دیجی‌نکست



دانشگاه‌های همکار

■ تهران ■ تربیت مدرس ■ علم و صنعت

زیرساخت‌ها و هوش مصنوعی داخلی

دیجی‌نکست در سال ۱۴۰۴ از هوش مصنوعی نه فقط برای محصولاتش، بلکه برای بهتر کردن کارهای داخلی خودش هم استفاده کرد؛ از ارزیابی تیم‌های استارت‌آپی تا طراحی دوره‌های آموزشی. در کنار این، یک نشریه تخصصی درباره دنیای استارت‌آپ در ایران منتشر کرد و فضای کاری‌اش را در اختیار صدها متخصص و کارآفرین گذاشت.