

جنگ از نگاه دیجی کالا

جنگ و روزهای سخت آن خرداد و تیر متفاوتی برایمان ساختند. اضطراب، دل نگرانی، غم و همدلی را در ۱۲ روز تجربه کردیم و خاطرات جنگ به خاطره‌ها یمان اضافه شد. آن روزها آنقدر مهم بود که تصمیم گرفتیم امسال و در کنار گزارش سالانه دیجی کالا، گزارشی درباره روزهای جنگی که گذراندیم منتشر کرده و بررسی کنیم جنگ چطور رفتار خرید مشتریان دیجی کالا را تغییر داد.



دیجی‌کالا در کنار شما بود



۵ روز

میانگین زمان ارسال
در دوران جنگ

۱۴۰۴ تیر

پرسفارش‌ترین روز

۲,۵ میلیون

متوسط جستجوی
یکتای روزانه در
دوران جنگ

۳,۴ میلیون

متوسط بازدید روزانه
در دوران جنگ

استان‌هایی که بیشترین سفارش را ثبت کردند:



تهران



البرز



اصفهان



مازندران



گیلان

در روزهای جنگ دیجی‌کالا متوقف نشد. با وجود خطرات و مشکلات همچنان سفارش‌های مشتریان را به دستشان می‌رساندیم و با ارسال رایگان کالاهای سوپرمارکتی تلاش کردیم مشتریان اضطراب کمتری برای تامین کالاهای موردنیازشان داشته باشند.



بینش بازار دیجی کالا

دیجی کالا ادز با سرویس جدیدی به نام «بینش بازار» براساس دیتاهای ارزشمند دیجی کالا، تحلیل‌های عمیق و کاربردی از رفتار واقعی خرید به کسب‌وکارها و برندها ارائه می‌دهد. تحلیل‌هایی که در شرایط خاصی مانند جنگ بیشتر می‌تواند مورد توجه قرار بگیرد. این سرویس به برندها و کسب‌وکارها کمک می‌کند بدون اجرای پروژه‌های سفارشی طولانی و پرهزینه به داده‌های موثر بازار دسترسی پیدا کرده و در وقت و هزینه صرفه‌جویی کند.

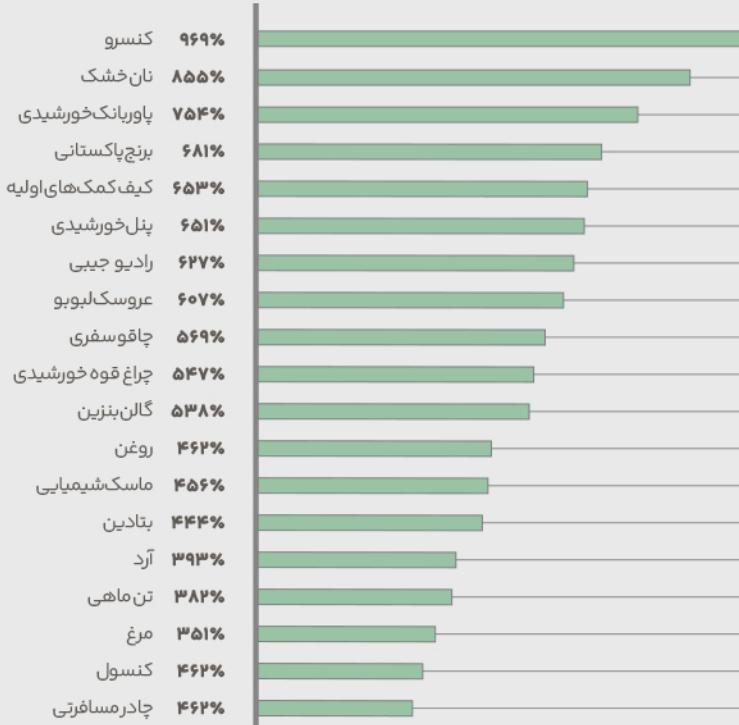
گزارشی که می‌خوانید تغییرات رفتار مشتریان دیجی کالا در دوران جنگ نسبت به پیش و پس از آن است و می‌تواند تصویری از آنچه که باید در چنین برده‌هایی مورد توجه قرار بگیرد، ارائه دهد.





شارژر خورشیدی:

%۱۲۴۵



درجت وجوی کالاهای اضطراری

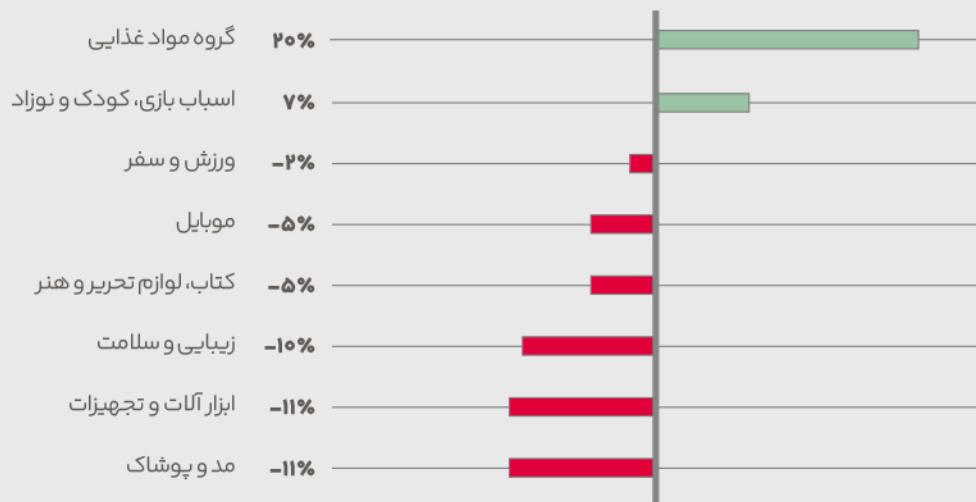
در روزهای جنگ کالاهایی که در کوله شرایط اضطراری قرار می‌گیرد بیشترین جستجو را داشت. جستجوی شارژر خورشیدی رشد نجومی داشت و پس از این کالا جستجوی کنسرو، نان خشک، پاوربانک خورشیدی و برنج پاکستانی رشد بالایی را تجربه کردند.

پر بازدیدترین گروه‌های کالایی



گروه مواد غذایی:

%۲۰



تأثیر جنگ بر بازدید دیجی کالا

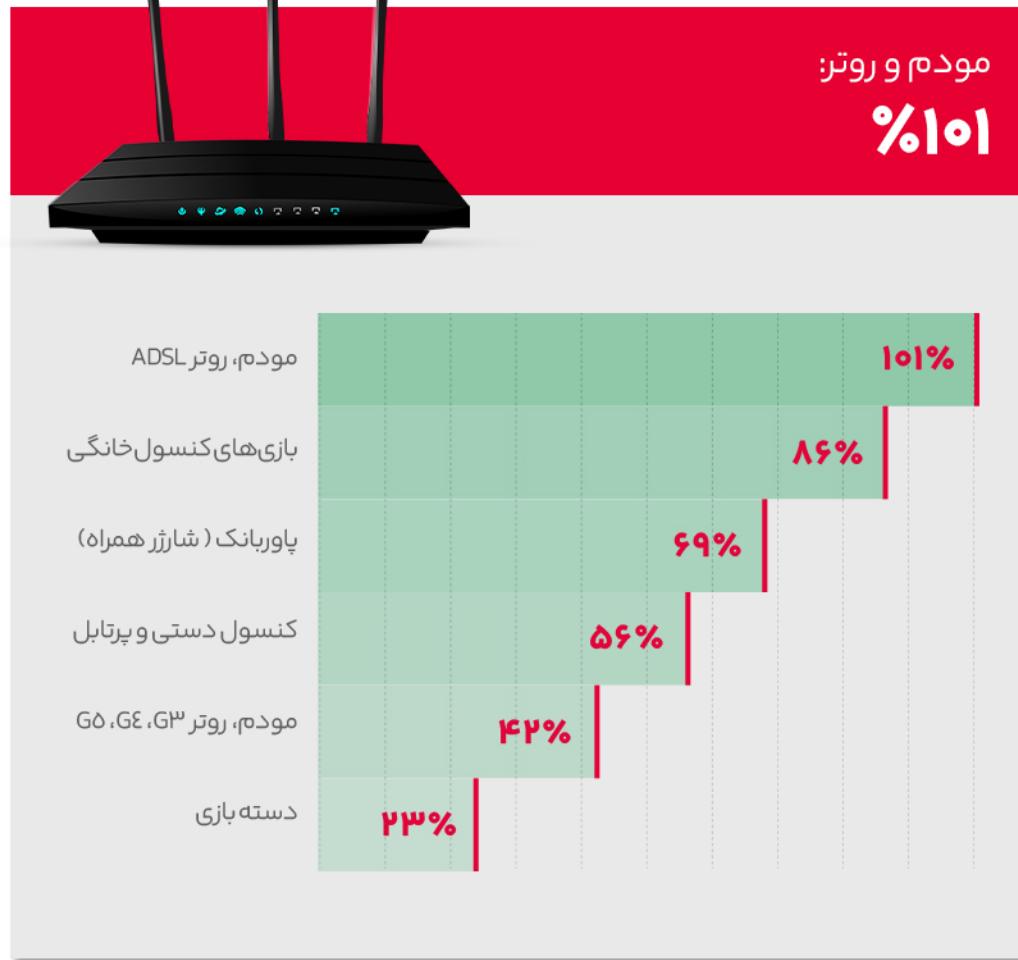
بازدید از گروه مواد غذایی (خشکبار، برنج و روغن محلی) و اسیاب بازی نسبت به دوران پیش از جنگ رشد ۲۵ و ۷ درصدی داشت.





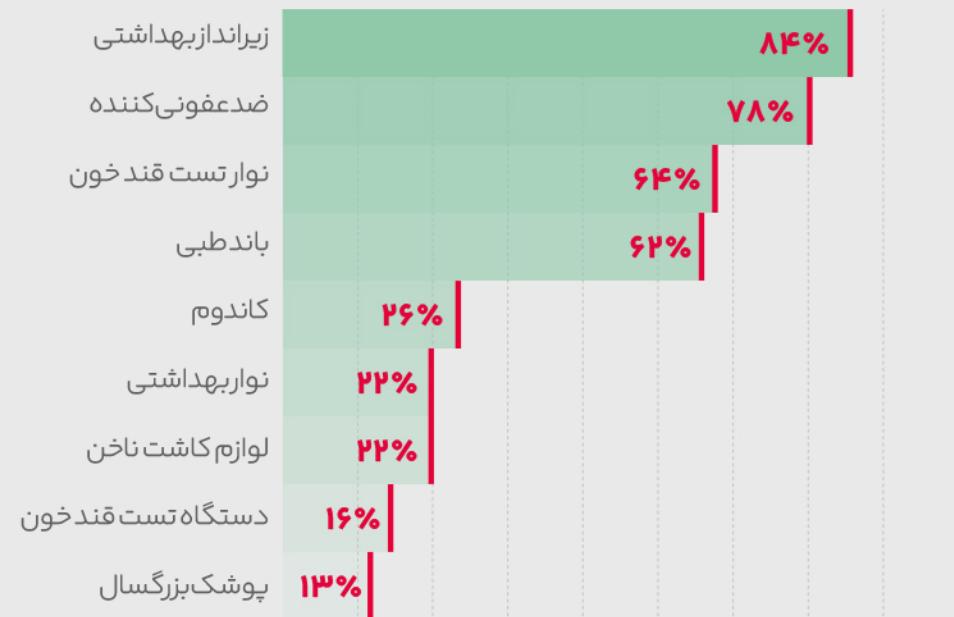
مودم و روتر:

%101

**وقتی اینترنت وصل نمی‌شد**

آنطور که پیداست پس از ایجاد محدودیت شدید برای اینترنت موبایل، بیشترین بازدید در گروه کالای دیجیتال را مودم و روتر ADSL داشت که نسبت به پیش از جنگ ۱۵ درصد رشد کرد. بازدید از بازی‌های کنسول خانگی هم رشد ۸۶ درصدی داشت.





ترس و کالاهای سلامت

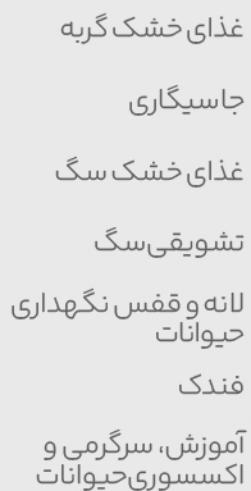
در گروه کالایی سلامت و زیبایی زیرانداز بهداشتی رکورددار بازدید شد و بازدید از آن ۸۴ درصد نسبت به پیش از جنگ رشد کرد.

بازدید از ضدعفونی کننده نیز با توجه به این که مردم در حال سفر بودند رشد ۷۸ درصدی داشت. پس از آن نوار تست قند خون با ۶۴ درصد رکورددار تغییر بازدید نسبت به پیش از جنگ شد. به نظر می‌رسد دیابتی‌ها به دلیل بسته شدن بسیاری از داروخانه‌ها و ترس از نایاب شدن این کالا، به دنبال تهیه آن از دیجی‌کالا بودند.



غذای خشک گربه:

%۶۵



خانه و آشپزخانه



استرس سرپرستان حیوانات خانگی

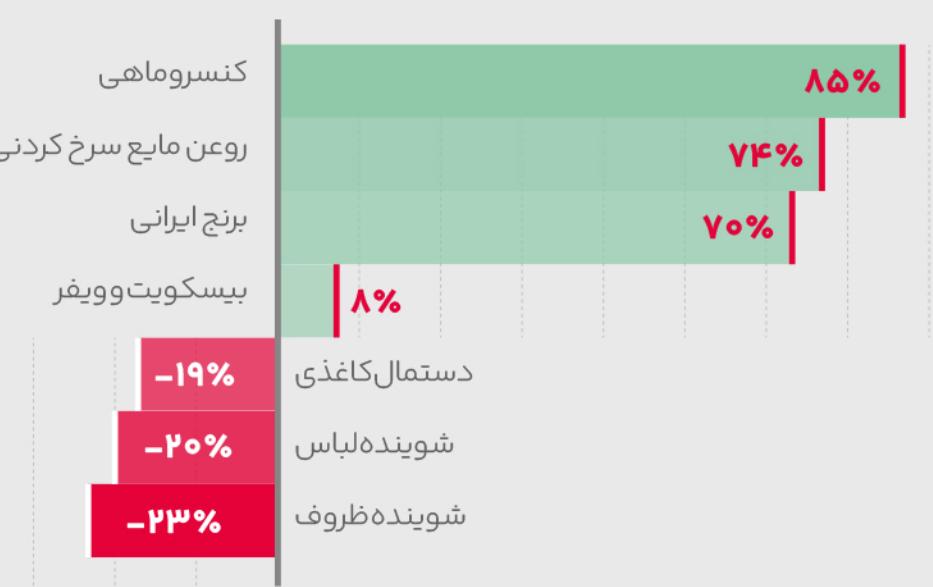
به نظر می‌رسد سرپرستان حیوانات خانگی در روزهای جنگ ترس زیادی برای امنیت این حیوانات و تامین غذای آنها داشته‌اند چون در گروه کالایی خانه و آشپزخانه بازدید از غذای خشک گربه نسبت به پیش از جنگ ۶۵ درصد رشد داشت.





کنسرو ماهی:
%

۸۵



به دنبال کنسرو ماهی در جنگ

برای روزهای جنگ مردم به اصطلاح به دنبال آذوقه بودند؛ خوراکی‌هایی که در شرایط بحرانی بتوانند راحت از آنها استفاده کنند. در میان کالاهای سوپرمارکتی بازدید از کنسرو ماهی رشد ۸۵ درصدی داشت.

روغن مایع سرخ کردنی و برنج ایرانی هم به عنوان کالاهای اساسی با رشد بازدید مواجه شدند.



پرفروش‌ترین گروه‌های کالایی ا



کالای دیجیتال



کیف پول سخت افزاری:

%۲۱۸

کیف پول سخت افزاری

سروریس اینترنت

-۱۷%

-۲۷%

-۴۱%

-۴۵%

-۴۸%

۲۰%

۲۱۸%

پاوربانک (شاژر همراه)

مودم، رووتر ADSL

مودم، رووتر G5، G4، G3

بازی‌های کنسول خانگی

دسته بازی

سرمایه‌ات را حفظ کن

کیف پول سخت افزاری که راهکاری برای نگهداری از ارزهای دیجیتال است. در گروه کالای دیجیتال بیشترین فروش را در دوران جنگ داشت و فروش آن نسبت به پیش از جنگ ۲۱۸ درصد رشد کرد. تصور می‌کنیم هک شدن صرافی‌های دیجیتال در دوران جنگ باعث ترس مردم شد و به دنبال راهی برای حفظ سرمایه خود بودند.





نوار تست قندخون:

%۲۹۶

نوار تست قندخون

نوار بجهاشتی

پوشک بزرگسال

گاز طبی

چسب و نخ بخیه

-۱۶%

-۵۲%

۲۹۶%**۳۵%****۳۴%****۲۹%****۱۷%**

سوزن تست قندخون

کاندوم

قند خونم چند شد؟

آنطورکه پیداست بسته بودن داروخانهها و ترس از طولانی شدن جنگ باعث شد دیابتی‌ها به دنبال نوار تست قندخون باشند. همین باعث شد فروش این کالا ۲۹۶ درصد نسبت به پیش از جنگ رشد کند. با رشد ۲۹۶ و ۱۱ درصدی فروش گاز طبی و چسب و نخ بخیه هم به نظر می‌رسد مردم به دنبال جمع کردن کوله بحران بوده‌اند.



سوپرمارکت



کنسرو عدس:
%



کنسرو بادمجان

۸۷%

برنج خارجی

۸۴%

کنسرو عدس

۶۴%

کنسرو سایر چوبات

۸%

کنسرو لوبیا

۸%

کنسرو در شرایط جنگی

در دوران جنگ، فروش کنسرو بادمجان، برنج خارجی و کنسرو عدس رشد زیادی داشت و رشد ۸۷، ۸۴ و ۶۴ درصدی نسبت به پیش از جنگ داشتند.

این کالاهای پرفروش ترین کالاهای سوپرمارکتی بودند.





مقایسه دوره بعد از
جنگ (۶ تیر - ۲۴ تیر) با
جنگ (۲۴ خرداد - ۵ تیر)

کالاهای جستجو شده



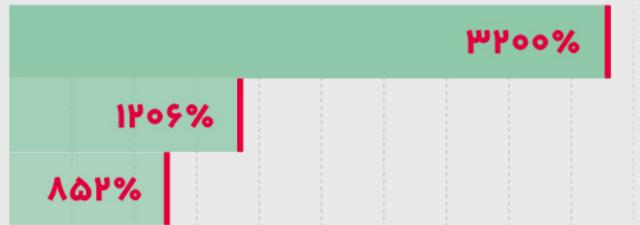
عروسک لبوبو:

%۳۲۰۰

عروسک لبوبو

برنج پاکستانی

کنسول



جنگ تمام شد، دنبال لبوبو بگردید

حالا که جنگ تمام شده و هم زمان با تزند جهانی، عروسک لبوبو پرجستجو ترین کالا در دیجی کالا است و جستجوی آن نسبت به دوران جنگ ۳۲۰۰ درصد رشد داشته است. جستجوی کنسول بازی هم رشد ۸۵۲ درصدی داشته است.

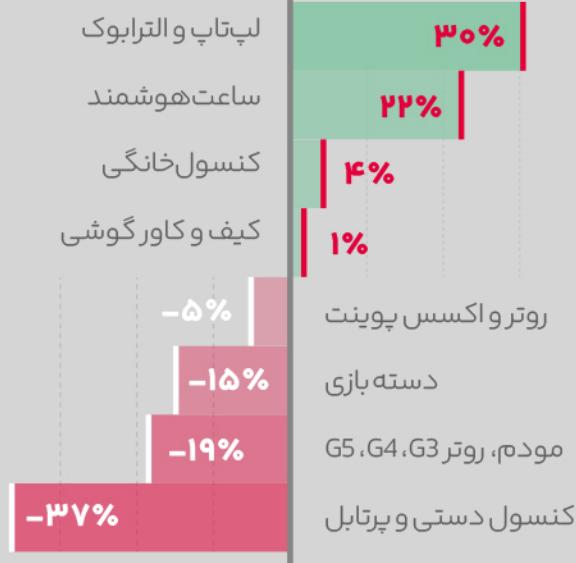


پر بازدیدترین گروه کالایی ا



کالای دیجیتال

لپتاپ:
%۳۰



افت مودم، صعود لپتاپ

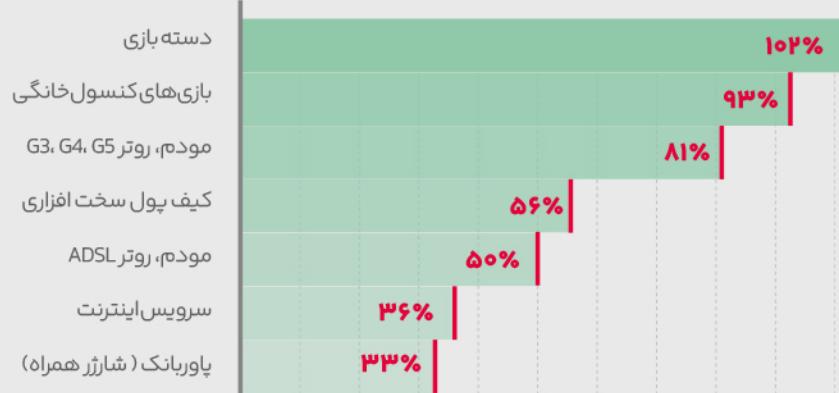
پس از جنگ در گروه کالای دیجیتال لپتاپ و ساعت هوشمند با رشد ۳۰ و ۲۲ درصدی صدرنشین بازدید شدند. مودم و روتار دیگر صدرنشین نیستند.





دسته بازی:

%۱۰۲



پرفروش‌ترین گروه کالایی ا



کالای دیجیتال

بازی‌پس از جنگ

پس از جنگ وسایل بازی در گروه کالای دیجیتال پرفروش‌ترین شدند و فروش دسته بازی رشد ۱۰۲ درصدی داشت. بازی‌های کنسول خانگی هم با رشد ۹۳ درصدی دومین کالای پرفروش گروه کالای دیجیتال بود.



**برای دریافت گزارش کامل،
با ما در تماس باشید.**



digikala

تیم بینش بازار دیجی کالا