

آسودگی کیفیت قیمت کی بہتر؟

معرفی پروژہ اپلیکیشن کی بہتر | خرداد ۴۰۴

خلاصه

کی بهتر یک پلتفرم هوشمند در حوزه‌ی خرید اینترنتی است که با هدف کاهش هزینه‌ها، افزایش شفافیت، و بهینه‌سازی فرآیند تصمیم‌گیری برای خریداران طراحی شده است. ساختار آن متکی بر دو ماژول مکمل و درآمدزا است:

ماژول مناقصه (استعلام هوشمند قیمت): خریدار با پرداخت مبلغی، درخواست خود را ثبت می‌کند و فروشندگان به رقابت برای ارائه‌ی بهترین قیمت وارد می‌شوند. فروشنده برنده نیز کارمزدی متناسب با ارزش کالا پرداخت می‌نماید.

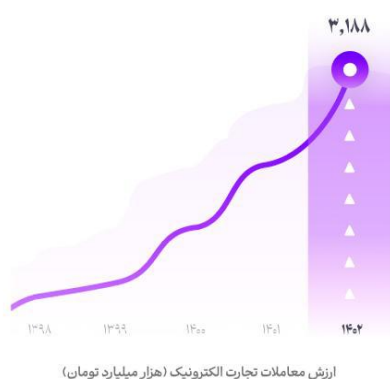
ماژول کمپین (باهم‌بخیریم، ارزون‌بیریم): فروشندگان عمده می‌توانند کمپین‌های فروش با قیمت رقابتی تعریف کنند که توسط خریداران خرد تکمیل می‌شود. الگوریتم‌های شخصی‌سازی و رابط کاربری تعاملی این بخش، تجربه‌ای مشابه اکسپلور اینستاگرام را برای کاربران ایجاد می‌نماید.

مدل مالی پلتفرم بر پایه‌ی پرداخت دوطرفه (از سوی خریدار و فروشنده) طراحی شده و با تکیه بر طبقه‌بندی قیمتی و الگوریتم‌های هوشمند، پتانسیل بالایی برای سودآوری دارد. تخمین‌های اولیه، با فرض جذب تنها درصدی از سفارشات مشابه دیجی‌کالا، از درآمد قابل توجه در سال نخست حکایت دارد.

از نکات مهم نگرانی نسبت به عدم تمایل کاربران به پرداخت پول برای خدمات دیجیتال است. در طراحی کی بهتر این موضوع به صورت جدی لحاظ شده است. بازار امروز ایران، به ویژه در میان کاربران آگاه و نسل جدید، به سمت پرداخت در برابر ارزش واقعی خدمات حرکت کرده است؛ به خصوص در مواردی که خدمات باعث کاهش هزینه، زمان، و ریسک خرید می‌گردد.

بازار

بازار معاملات الکترونیکی ایران، در حال حاضر یکی از بزرگ‌ترین و پویاترین بازارهای تجارت دیجیتال در منطقه غرب آسیا به شمار می‌رود. این بازار با گردش مالی تقریبی ۷۸ میلیارد دلار، پس از ترکیه، رتبه دوم منطقه‌ای را از حیث حجم مبادلات الکترونیکی به خود اختصاص داده است.



۶ سال گذشته با رشد اسمی ۷۴ درصدی حجم تجارت الکترونیکی کشور به ۳۲۰۰ همت رسید و چشم‌اندازی که برای این حوزه در نظر گرفته‌ایم رسیدن به عدد ۹ هزار همتی در افق ۵ سال آینده است که هدفی دست‌یافتنی است؛ چراکه روند رشد در سال‌های قبل نشان می‌دهد که امکان و ظرفیت رسیدن به این حجم در سال‌های آینده وجود دارد.

- امین کلاهدوزان، رئیس مرکز توسعه تجارت الکترونیکی

به‌عنوان نمونه‌ای عینی از مقیاس این بازار، می‌توان به عملکرد دیجی‌کالا به‌عنوان بزرگ‌ترین پلتفرم فروش آنلاین کشور اشاره نمود. این فروشگاه اینترنتی در سال ۱۴۰۲ موفق به ثبت و نهایی‌سازی بیش از ۴۶ میلیون سفارش شده است. همچنین، در جریان رویداد فروش ویژه بلک‌فرایدی، این پلتفرم تنها در یک دوره زمانی محدود، موفق به ثبت بیش از ۹۵۰ هزار قلم کالای فروش‌رفته گردیده است.

در این میان، پلتفرم کی بهتر با تمرکز بر کالاهای پرمصرف و گروه‌های کالایی با مقیاس بالا (به استثنای اقلام با قیمت پایین نظیر برخی محصولات خوراکی^۱)، این ظرفیت را داراست که از طریق تجمیع تقاضا، توسعه زنجیره تأمین، و ایجاد رقابت اصول‌مند، سهمی موثر از این بازار پرفرریت را به خود اختصاص دهد.

۱. البته گروه کالایی مذکور در طرح‌های توسعه کی بهتر وجود دارد و در آینده به نحوی خاص افزوده خواهد شد.

نحوه عملکرد

پلتفرم کی بهتر فعالیت خود را در قالب دو محور اصلی سامان داده است؛ هر یک از این دو بخش، چه در وضعیت کنونی و چه در چشم انداز توسعه و ارتقاءهای آتی، دارای پتانسیل های درآمدی متمایز و متنوعی می باشند:

۱. ماژول مناقصه (استعلام قیمت هوشمند)

این بخش از سامانه با هدف ایجاد بستر رقابت آنی و مؤثر میان فروشندگان طراحی گردیده است. به محض ثبت درخواست خرید از سوی مشتری، سامانه به صورت خودکار و مبتنی بر الگوریتم های از پیش تعیین شده، درخواست استعلام قیمت را به شبکه ای گسترده از فروشندگان ارسال می نماید. در ادامه، ده پیشنهاد قیمتی برتر (با کمترین مبلغ) استخراج شده و به صورت مرتب شده به مشتری نمایش داده می شود.

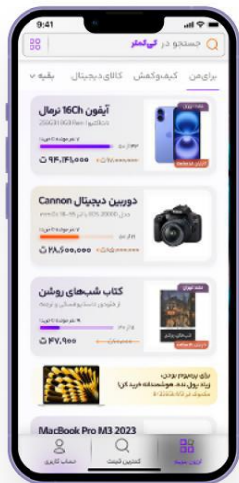


کاربر می تواند بر اساس قیمت پیشنهادی، امتیاز عملکرد فروشنده و نیز توضیحات تکمیلی، انتخاب خود را نهایی کند. افزون بر این، دستیار هوش مصنوعی تعبیه شده در سامانه، کاربر را در این مرحله همراهی نموده و با تحلیل داده های خرید و ترجیحات پیشین، تصمیم گیری که فرایند سختی می باشد را تا حدودی برای کاربر آسان می سازد.

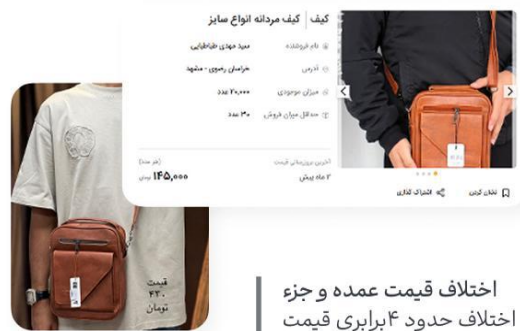
تصویری از صفحه
مشاهده قیمت های
ارسالی برای کاربر

۲. کمپین (باهم بخیریم، ارزون ببریم)

بخش دوم سامانه، با هدف اتصال مستقیم خریداران خرد به فروشندگان عمده طراحی شده و تحت عنوان "کمپین" یا با نام برندینگ "باهم بخیریم، ارزون ببریم" شناخته می‌شود. در این ساختار، خریدار جزء این امکان را می‌یابد که از قیمت‌های رقابتی سطح عمده‌فروشی بهره‌مند شود؛ امکانی که در شرایط عادی بازار برای او دست‌نیافتنی تلقی می‌شود.



صفحه کمپین‌ها
این صفحه بر اساس سلاقی
و رفتار کاربر، محصولات را
نشان می‌دهد.



اختلاف قیمت عمده و جزء
اختلاف حدود ۴ برابری قیمت
یک کالا، یکی فروش به
صورت عمده و دیگری جزء

یکی از ویژگی‌های متمایز این بخش، جذابیت بصری و تجربه کاربری روان و هوشمندانه آن است. طراحی رابط کاربری کمپین‌ها با الگوبرداری هدفمند از عملکرد بخش "اکسپلور" در شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام انجام شده است. بدین ترتیب، کمپین‌ها بر اساس معیارهایی چون:

- میزان تخفیف (اختلاف قیمت واقعی و قیمت کمپین)
- تعداد کالاهای باقی‌مانده یا زمان باقی‌مانده تا پایان کمپین
- سلاقی شخصی‌سازی شده کاربر با تکیه بر تحلیل رفتاری

به صورت پویا و اولویت‌بندی شده در معرض دید مخاطب قرار می‌گیرند. این روش نه تنها موجب جذب اولیه کاربران می‌شود، بلکه نقش مؤثری در افزایش نرخ حفظ و بازگشت مشتریان ایفا می‌نماید.

مدل کسب و کار

ساختار درآمدی پلتفرم کی بهتر به گونه ای طراحی شده که متناسب با ماهیت هر بخش، جریان های مالی مشخص، پایدار و قابل توسعه ای را پشتیبانی کند. این مدل در دو محور اصلی مناقصه و کمپین تعریف شده است:

۱. مناقصه (درخواست استعلام قیمت)

در این بخش، درآمدزایی از دو سوی تعامل شکل می گیرد:

۱-۱. درآمد از خریداران

هنگام ثبت درخواست استعلام قیمت، کاربر خریدار موظف است مبلغی بین ۲۰,۰۰۰ تا ۱۵۰,۰۰۰ تومان را پرداخت نماید. این مبلغ بر اساس نوع گروه کالایی و به صورت پلکانی و طبقه بندی شده تعیین می شود.

همچنین، خریدار می تواند با پرداخت ۲۵۰,۰۰۰ تومان، درخواست خود را در وضعیت ویژه (Featured) ثبت کند؛ در این حالت، استعلام او در اولویت پردازش قرار گرفته و پاسخ دهی فروشندگان نیز سریع تر انجام خواهد شد، همچنان ضمانت کمترین قیمت در آن لحظه را شامل می گردد.

۱-۲. درآمد از فروشندگان

فروشندگانی که پس از رقابت موفق به ثبت قطعی فروش شوند، موظف اند کارمزدی در بازه ۵,۰۰۰ تا ۱۰۰,۰۰۰ تومان پرداخت کنند. این کارمزد با توجه به ارزش تخمینی کالا و گروه کالایی مربوطه تعیین می گردد.

۲. کمپین (باهم بخریم، ارزون ببریم)

در ماژول کمپین، درآمد اصلی از محل فروش دسته جمعی با مدل مشارکت در عرضه و تبلیغ حاصل می شود.

پلتفرم از فروشندگان عمده بابت ایجاد کمپین و نیز بابت موفقیت در فروش (بر اساس نرخ مشارکت و حجم فروش)، کارمزد مشخصی دریافت می‌کند.^۱

از سوی دیگر، در صورت تمایل کسب و کارها به تبلیغ هدفمند یا اولویت بخشی کمپین‌ها، امکان پرداخت هزینه برای افزایش نمایش و دیده شدن کمپین‌ها نیز در سامانه پیش‌بینی شده است.

۳. ماژول فروش مستقیم (تأمین فعال بازار)

در کنار دو سازوکار اصلی، پلتفرم کی بهتر از یک مدل سوم درآمدزایی نیز بهره می‌برد که مبتنی بر تأمین و فروش مستقیم کالاهای سودآور است. در این مدل، تیم فروش کی بهتر با تحلیل داده‌های تقاضا و رفتار کاربران، کالاهای پرفروش یا کم‌ریسک را شناسایی کرده و از بازارهای سنتی یا عمده‌فروشی با قیمت مناسب خریداری می‌کند.

نکته: با توجه به دامنه تغییرات بالا در قیمت، تقاضا و شرایط خرید، امکان برآورد مالی دقیق این بخش در حال حاضر میسر نیست؛ با این حال، این مدل ظرفیت سودآوری بالایی در فاز توسعه دارد.

• تخمین درآمد سال اول

به منظور ارائه برآوردی مبتنی بر داده‌های واقعی، از اطلاعات منتشرشده در بازه اقتصادی ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۲ بهره‌برداری شده است. در همین راستا، آمار عملکرد دیجی کالا به عنوان شاخص تطبیقی مورد توجه قرار گرفته است.

بر اساس گزارش‌های رسمی، دیجی کالا در سال ۱۴۰۲ بیش از ۴۶ میلیون سفارش موفق را ثبت کرده است. تحلیل داده‌های تجارت الکترونیک کشور نشان می‌دهد که حدود ۵۵٪ از این سفارش‌ها دارای مبلغی بیش از یک میلیون تومان بوده‌اند؛ رقمی که حداقل مبلغ ثبت سفارش در کی بهتر است.

۱. لازم به ذکر است چه این هزینه چه هزینه ثبت درخواست در مناقصه، در صورت عدم موفقیت (عدم رسیدن به قیمت مطلوب) /

تخمین درآمدی سال اول از بخش «مناقصه» به صورت کمینه

۳۵،۰۰۰ درخواست روزانه معادل ۲۲،۲۵۰،۰۰۰ درخواست سالانه

میانگین کارمزد فروشنده ۴۰،۰۰۰ تومان

میانگین کارمزد خریدار ۶۰،۰۰۰ تومان

۱،۳۸۱،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ تومان

تخمین درآمدی سال اول از بخش «مناقصه» به صورت میانه

۶۸،۸۰۰ درخواست روزانه معادل ۲۵،۰۳۹،۰۰۰ درخواست سالانه

میانگین کارمزد فروشنده ۴۰،۰۰۰ تومان

میانگین کارمزد خریدار ۶۰،۰۰۰ تومان

۲،۶۲۸،۳۰۰،۰۰۰،۰۰۰ تومان

تخمین درآمدی سال اول از بخش «کمپین» به صورت کمینه

تکمیل موفق ۷۰ کمپین در روز

میانگین تعداد اعضای کمپین ۲۵ نفر

میانگین قیمت هر کالا ۲۵،۰۰۰،۰۰۰ تومان

۳۲۰،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ تومان

تخمین درآمدی سال اول از بخش «کمپین» به صورت میانه

تکمیل موفق ۱۵۰ کمپین در روز

میانگین تعداد اعضای کمپین ۲۵ نفر

میانگین قیمت هر کالا ۲۵،۰۰۰،۰۰۰ تومان

۶۸۴،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ تومان

تخمین درآمد سال اول کی بهتر به صورت کمینه

درآمد کمپین ۳۲۰،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ تومان

درآمد مناقصه ۱،۳۸۱،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ تومان

۱،۷۰۱،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ تومان

تخمین درآمد سال اول کی بهتر به صورت میانه

درآمد کمپین ۶۸۰،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ تومان

درآمد مناقصه ۲،۶۲۸،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ تومان

۳،۳۱۲،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ تومان

تخمین درآمد سال پنجم کی بهتر به صورت میانه

۶،۹۴۲،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ تومان

استفاده از سرمایه

در چارچوب برنامه‌ریزی مالی مرحله اول کی بهتر، مجموع هزینه ها ۱۳۰ میلیارد تومان برآورد شده است. این مبلغ به صورت هدفمند و با اولویت توسعه پایدار (جذب و حفظ کاربر) به شرح زیر تخصیص یافته است:

- ۷۰ میلیارد تومان: اجرای برنامه جذب کاربر با کد دعوت (Referral Program)
- ۱۵ میلیارد تومان: توسعه و اجرای گیمیفیکیشن و ابزار تعاملی-تبلیغاتی بازی محور
- ۱۰ میلیارد تومان: کمپین های تبلیغاتی پلتفرم های دیجیتال
- ۲۵ میلیارد تومان: پوشش هزینه های جاری، فنی، عملیاتی و پشتیبانی
- ۱۰ میلیارد تومان: هزینه تبلیغات درون اپی (این هزینه در راستای اعمال تخفیف، جشنواره یا کاهش هزینه تمام شده خرید به جهت حفظ مخاطب سرمایه گذاری می شود.
- سپرده گذاری بانکی: باقی مانده بودجه پس از کسر هزینه های فوق، به عنوان سپرده و جهت تامین امتیاز وام سرمایه گذاری خواهد شد. حداقل مبلغ پیشنهادی برای این امر، ۱۵۰ میلیارد تومان می باشد.

لازم به ذکر است شرح جزئی و دقیق هزینه ها، بر اساس توافقات صورت گرفته تنظیم می گردد.

چشم انداز

«کی بهتر» در افق میان مدت خود، دستیابی به جایگاه پیشروترین پلتفرم خرید هوشمند، مقایسه‌ای و مشارکتی در بازار ایران را هدف گذاری کرده است. ساختار ماژولار، تکنولوژی محور و مبتنی بر تحلیل داده‌های رفتاری کاربران، به این پلتفرم امکان می‌دهد که با تکیه بر سه ستون اصلی مدل درآمدی، نه تنها به سرعت رشد کند، بلکه در برابر نوسانات بازار نیز مقاومت بالایی داشته باشد.

در چشم انداز پنج ساله، «کی بهتر» با تکیه بر موارد زیر، به یک بازیگر کلیدی در اقتصاد دیجیتال کشور تبدیل خواهد شد:

- تبدیل شدن به مرجع قیمت گذاری بلادرنگ و شفاف سازی بازار فروشندگان
- ایجاد شبکه‌ای قدرتمند از خریداران خرد با قدرت چانه زنی جمعی (از طریق کمپین‌های مشارکتی "باهم بخریم، ارزون ببریم")
- ورود به فاز معاملات مستقیم تیم فروش پلتفرم با مدل مبتنی بر تحلیل لحظه‌ای بازار و خرید هوشمند
- گسترش تدریجی به بازارهای کالاهای تخصصی و B2B با زیرساخت یکپارچه و مقیاس پذیر

این مسیر رشد، با پشتیبانی یک ساختار مالی منظم، بودجه ریزی شفاف، و تکیه بر اعتماد کاربران و فروشندگان، زمینه ساز ایجاد یک برند قدرتمند با پتانسیل بازگشت سرمایه بالا برای سرمایه گذاران خواهد بود.

