

گزارش سال ۱۳۹۸

بېجىكا

گزارش سال ۱۳۹۸

۱		مقدمه
۱۵	رفتار کاربران	فصل اول
۳۱	بازخورد مشتریان	فصل دوم
۳۹	بازارگاه و کسبوکارهای ایرانی	فصل سوم
۶۳	زیرساخت تکنولوژی	فصل چهارم
۶۹	محصولات و برندها	فصل پنجم
۹۳	دیجیکالا در سال ۱۳۹۸	فصل ششم

درباره گزارش دیجی کالا

گزارش پیش رو، گزیده‌ای از آمار و داده‌های دیجی کالا در سال ۱۳۹۸ است که از دپارتمان هوش تجاری (Business Intelligence) استخراج شده است. این اولین گزارش سالانه دیجی کالا است که به صورت عمومی منتشر می‌شود و نسخه به روزرسانی شده گزارش شش ماه اول سال ۹۸ است. این گزارش در پی پاسخ به این سوال است که «رفتار خرید کاربر و مصرف‌کننده ایرانی در فضای آنلاین در سال ۹۸ چگونه بوده است؟». سهم قابل توجه گروه دیجی کالا از بازار خرده‌فروشی آنلاین کشور، گستردگی فروش، تنوع بیش از ۲ میلیون کالا، مشارکت دهها هزار کسب‌وکار ایرانی و همچنین ۲۶ میلیون بازدیدکننده ماهانه از سایت و اپلیکیشن دیجی کالا باعث می‌شود که این گزارش گزیده گویایی از کل بازار خرده‌فروشی آنلاین کشور باشد.

دیجی کالا فروشگاه ایرانی است که خدمات خود را در اختیار همه مردم ایران از سراسر کشور قرار می‌دهد، از شهرهای بزرگ تا دورافتاده‌ترین روستاهای کشور همه از خدمات دیجی کالا استفاده می‌کنند. لذا گزارش‌هایی از این دست، به مخاطبان ما امکان رصد شفاف‌تر و دقیق‌تر خدمات دیجی کالا را می‌دهد، و ضعیت بازار آنلاین کشور را از دریچه بزرگترین فروشگاه اینترنتی کشور شرح می‌دهد و به تصمیم‌گیری‌های کوچک و بزرگ بسیاری کمک می‌کند.

این گزارش به بیش از ۶۰ هزار کسب‌وکار ایرانی که محصولات خود را از طریق بازارگاه یا مارکت‌پلیس (Marketplace) دیجی کالا می‌فروشند، کمک می‌کند تا فرآیندهای فروش و عرضه کالاهای خود را بهینه کنند. شرکت‌های تولیدکننده و توزیعکننده کالا در سراسر کشور می‌توانند از اطلاعات این گزارش استفاده کنند و با اطلاعات دقیق‌تر برای بهینه‌کردن زنجیره تأمین، فروش و بازاریابی خود اقدام کنند. همچنین به سیاست‌گذاران کشور در مسائل اقتصاد خرد، کلان، حمل و نقل و زیرساخت‌ها کمک می‌کند تا تصویر بهتری از رفتار خرید ایرانیان در بازار خرده‌فروشی داشته باشند.

گروه دیجی‌کالا

digikala

نوآوری

digikalanext

تبلیغات

Advertising
Solutions

پرداخت



پلتفرم‌های فروش

digikala

بازرگانی

Local Sourcing

لجستیک

Fulfillment
Services

محتوا

CONTENT
FACTORY



International
Sourcing

Logistic
Services

digikala MAG

DIGISTYLE



Komodaa



مقدمه

دیجی‌کالا در سال ۱۳۸۵ با سرمایه اولیه بسیار محدود شروع به کار کرد و امروز پر بازدیدترین فروشگاه آنلاین ایران و منطقه است. از شرکت‌های زیرمجموعه و سرویس‌های اصلی این گروه می‌توان به فروشگاه اینترنتی دیجی‌کالا (Digikala)، فروشگاه کتاب الکترونیک و صوتی فیدیبو (Fidibo)، فروشگاه اینترنتی پوشک دیجی‌استایل (Digistyle)، سوپرمارکت آنلاین (Digikala Fresh)، زیرساخت پرداخت الکترونیکی دیجی‌پی (DigiPay)، مرکز نوآوری دیجی‌کالا نیکست (DigikalaNext)، سرویس‌های تبلیغات آنلاین و آفلاین، لجستیک، سرویس‌های ابری، کلان‌داده‌ها، سرویس‌های محتوایی (Content Factory) و دیجی‌کالامگ (DigikalaMag) اشاره کرد. همچنین دیجی‌کالا در اوآخر سال ۹۸ در استارت‌اپ گُمدَا (komadaa) که پلتفرم خردۀ فروشی در بستر شبکه اجتماعی است (Social Commerce) سرمایه‌گذاری کرد.

دیجی‌کالا از همان ابتدا تمرکز خود را بر «مشتری محوری» به عنوان مهم‌ترین ارزش کسب‌وکار قرار داد و ایجاد تجربه خوشایند خرید در مشتریان و تلاش برای ارتقای تجربه خرید ایرانیان منطبق با استانداردهای جهانی را یکی از مهم‌ترین وظایف خود می‌داند.

با افتتاح مرکز پردازش کالای دانش در تهران هم اکنون دیجی‌کالا یکی از بزرگترین مراکز پردازش کالا را در خاورمیانه و شمال آفریقا در اختیار دارد. این مرکز با مساحت ۵۰ هزار متر مربع، ظرفیت انبارش ۵ میلیون قلم کالا و ظرفیت پردازش ۵۰۰ هزار کالا در روز، یکی از مراکز پردازش قابل مقایسه با پیشروترین نمونه‌های جهانی است. علاوه بر آن ۳۱ مرکز توزیع کالا، مرکز خدمات پس از فروش و مرکز جمع‌آوری کالای فروشنده‌گان در سراسر کشور امکان تحویل سریع کالا را به مشتریان در دورترین نقاط کشور فراهم آورده است.



یک روز عادی در دیجی‌کالا

۱۴ میلیون

تعداد بازدید از وبسایت و اپلیکیشن (Session)

۱۴ دقیقه و ۵۶ ثانیه

متوسط زمان هر بازدید از وبسایت

۸ دقیقه و ۳۵ ثانیه

متوسط زمان هر بازدید از اپلیکیشن

۱۲,۰۰۰

مشتریان جدید

۱۳,۱۵۴

تنوع کالایی اضافه شده

۳۰۰ هزار

تعداد کالایی سفارش داده شده

دیجی‌کالا در یک نگاه

۲۶,۰۰۰,۰۰۰

(بازدیدکنندۀ ماهانه)



پرمخاطب‌ترین

فروشگاه آنلاین ایران و خاورمیانه



+۲,۰۰۰,۰۰۰

تنوع محصول



+۱۴,۰۰۰

فرصت شغلی مستقیم



+۶۱,۰۰۰

کسب‌وکار ایرانی



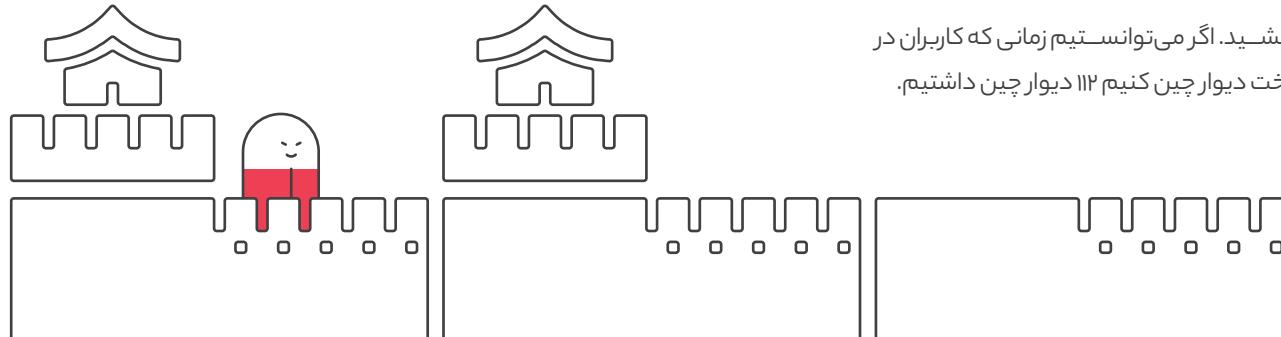
۱۴۹۶ هزار تومان

متوسط مبلغ هر سفارش



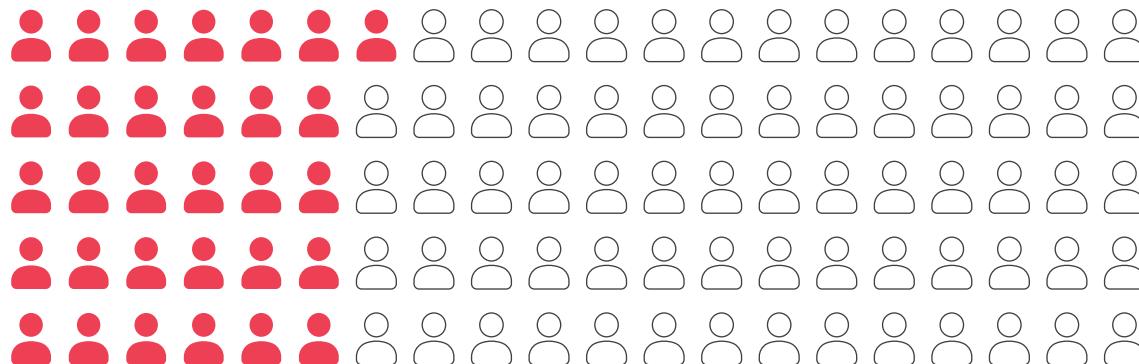
دیجی‌کالا

کل زمان سپری شده کاربران در دیجی‌کالا



ساختن دیوار بزرگ چین حدود ۲۰۰ سال طول کشید. اگر می‌توانستیم زمانی که کاربران در سال ۹۸ در دیجی‌کالا سپری کردند را صرف ساخت دیوار چین کنیم ۱۱۲ دیوار چین داشتیم.

بیش از ۲۶ میلیون نفر از مردم ایران ماهانه از دیجی‌کالا بازدید می‌کنند (۳۱,۵%)



در سال ۹۸ تعداد کاربران یکتای ماهانه (Monthly Unique Visitors) دیجی‌کالا به ۲۶ میلیون نفر رسید.

کاربران دیجی‌کالا
کل جمعیت



دیجی‌کالا؛ خانه کسب‌وکارهای ایرانی

مارکت‌پلیس یا بازارگاه (Marketplace) بستره است که امکان خرید مشتریان را از چند هزار تامین‌کننده متفاوت ایجاد می‌کند. در مارکت‌پلیس دیجی‌کالا بیش از ۶۰ هزار فروشنده برای عرضه محصولات خود گرد هم آمدند و با یکدیگر رقابت می‌کنند و خریداران می‌توانند با بررسی محصولات آن‌ها آنچه نیاز دارند را تهیه کنند. در دیجی‌کالا فروشنده می‌تواند کالاهای خود را به بازار ۸۰ میلیون نفری کشور عرضه کند و محصولات خود را در معرض دید میلیون‌ها مشتری قرار دهد و مشتری نیز به طیف وسیعی از محصولات و قیمت‌های رقابتی دسترسی دارد و سبد خرید خود را با سهولت بیشتر و به اصطلاح با دست بازتری تکمیل می‌کند.

دیجی‌کالا با توسعه پلتفرم مارکت‌پلیس خود برای خدمت‌رسانی به فروشنندگان باعث شد که بسیاری از تامین‌کنندگان و تولیدکنندگان، بدون دغدغه‌های فنی و زیرساختی، کالاهای خود را عرضه کنند و به این ترتیب به پایگاه کاربران دیجی‌کالا و شبکه گستردگی دسترسی داشته باشند.

دیجی‌کالا برندی ملی است و حمایت از کسب‌وکارهای ایرانی را مهم‌ترین مسئولیت اجتماعی خود می‌داند. پلتفرم مارکت‌پلیس دیجی‌کالا تولیدکننده، صنعتگر، هنرمند و کسب‌وکار ایرانی را مستقیماً به بازاری به وسعت سراسر ایران متصل می‌کند و تمامی سرویس‌های لجستیکی، انبارداری، پرداخت، بسته‌بندی، بازاریابی، تولید محظوظ، بینش بازار و خدمات پس از فروش را به آن‌ها ارایه می‌دهد. تولیدکننده ایرانی در دیجی‌کالا دغدغه‌ای جز تولید نخواهد داشت. در حال حاضر ۶ هزار کسب‌وکار ایرانی در دیجی‌کالا مشغول به فعالیت هستند.

جایگاه دیجی‌کالا در بین فروشگاه‌های آنلاین ایران

۳۱,۳۴۳ +  

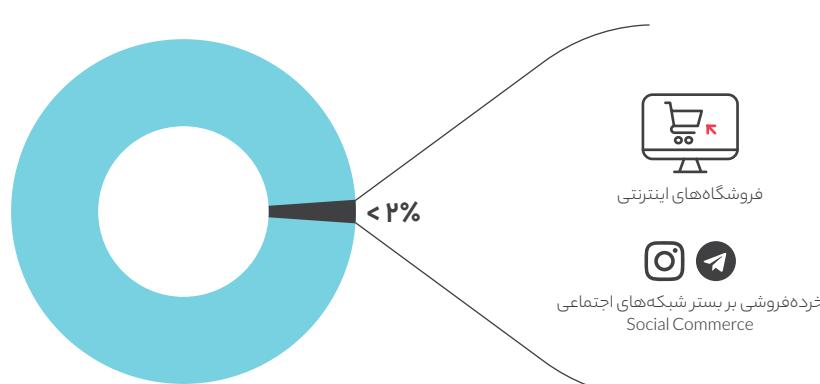
فروشگاه آنلاین در ایران

خرده فروشی در شبکه‌های اجتماعی

منبع: مرکز توسعه تجارت الکترونیکی

“

دیجی‌کالا یکی از دهها هزار فروشگاه آنلاین دارای نماد اعتماد الکترونیکی (اینماد) است.



سهم خرده‌فروشی آنلاین از بازار خرده‌فروشی ایران

کل بازار خرده‌فروشی ایران 
سهم خرده‌فروشی آنلاین 

منبع: تخمین دیجی‌کالا براساس داده‌های بانک مرکزی، حجم معاملات شاپرکی کسب‌وکارهای اینترنتی و سهم دیجی‌کالا

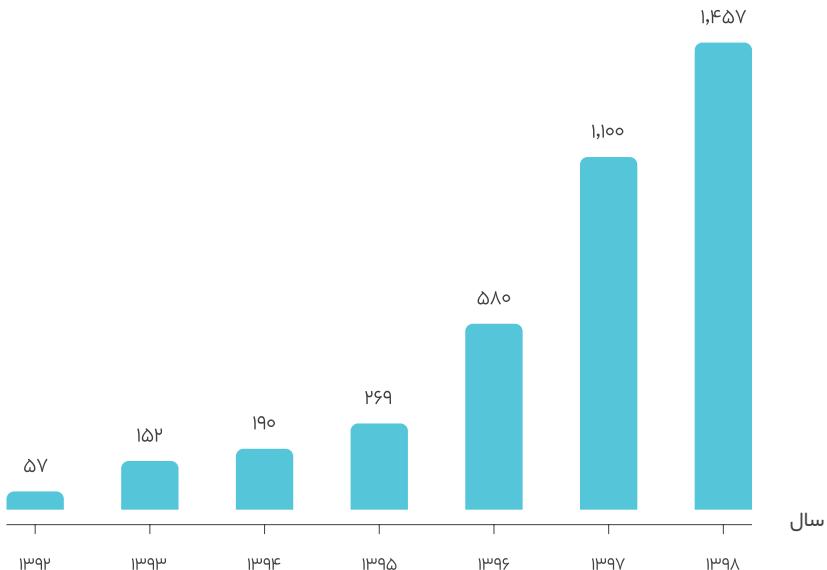
“

تا پایان سال ۱۳۹۸ سهم خرده‌فروشی آنلاین حدود ۱۳٪ از کل بازار خرده‌فروشی ایران بوده است. همچنین به دنبال شیوع کرونا رشد فزاینده‌ای برای صنعت خرده‌فروشی آنلاین در ایران انتظار می‌رود.



بستر مهیا برای خردهفروشی آنلاین در ایران

رشد تعداد تراکنش‌های آنلاین در ایران (میلیون)



رشد تعداد کاربران اینترنت موبایل در ایران (میلیون)



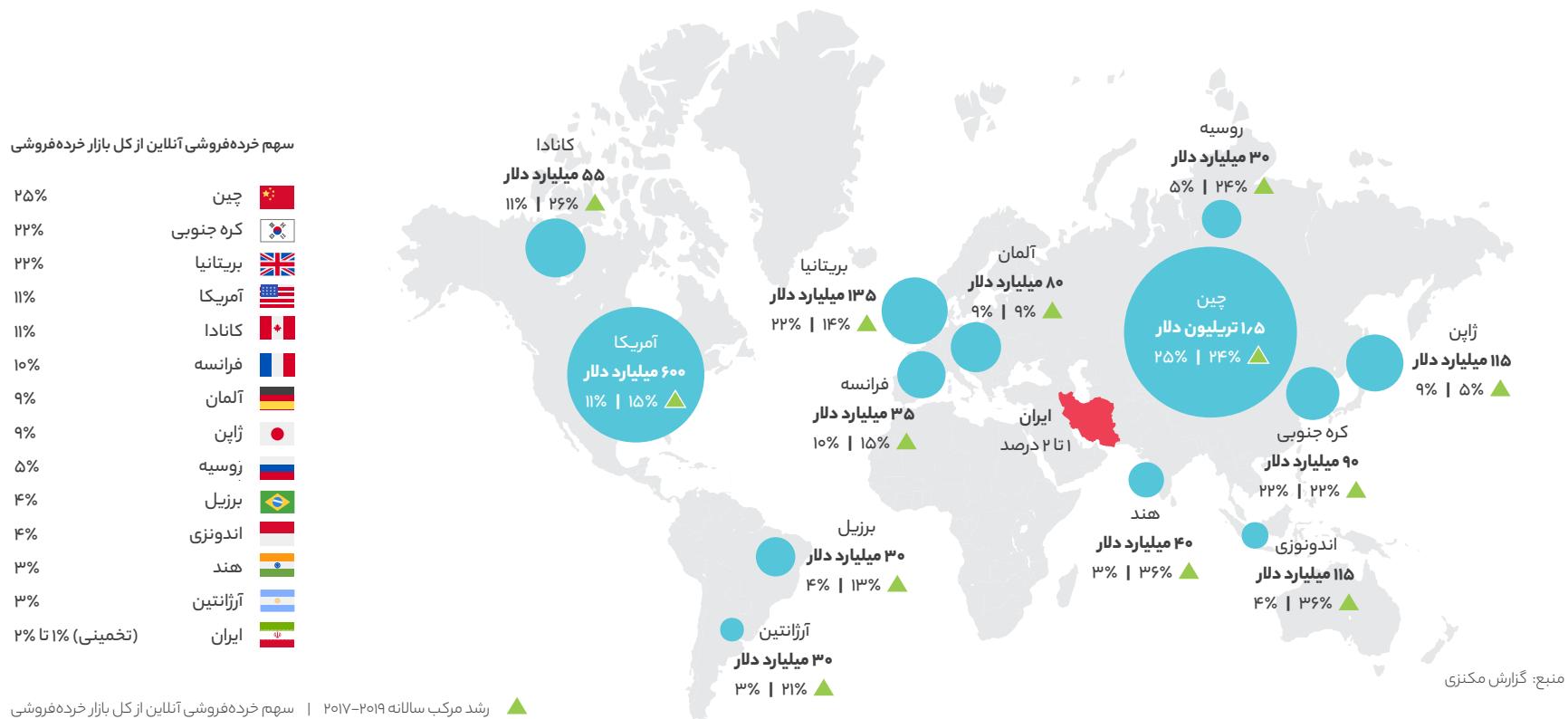
منبع: گزارش اقتصادی سالیانه شاپرک

منبع: گزارش سازمان تنظیم مقررات و اربابات رادیوی

”تعداد کاربران اینترنت و حجم تراکنش‌های آنلاین نشان‌دهنده بستر مهیا برای رشد کسب‌وکارهای آنلاین است.

“

خردهفروشی آنلاین در تعدادی از کشورهای دنیا

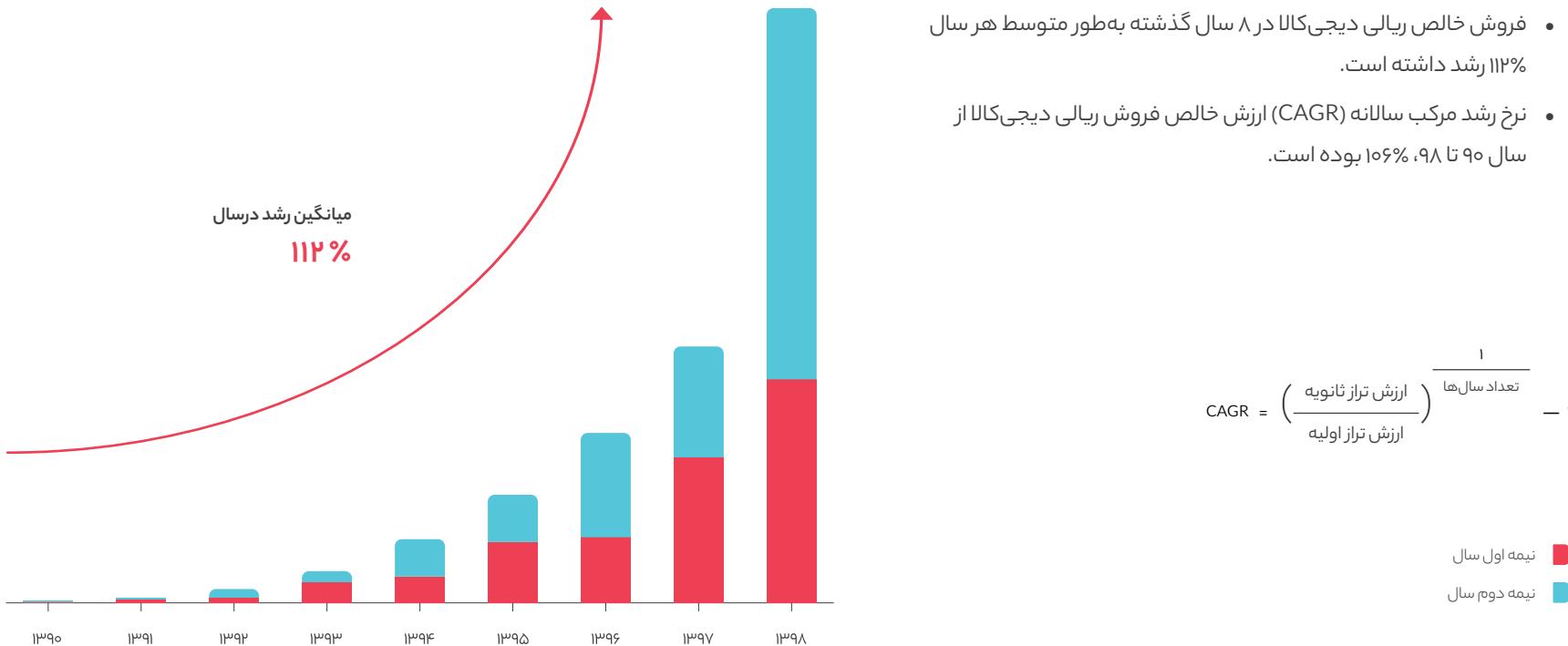


“

خردهفروشی آنلاین از کل بازار خردهفروشی جهان سهم قابل توجهی دارد. همچنین به دنبال شیوع Covid-19 رشد خیره‌کننده‌ای برای آن انتظار می‌رود.



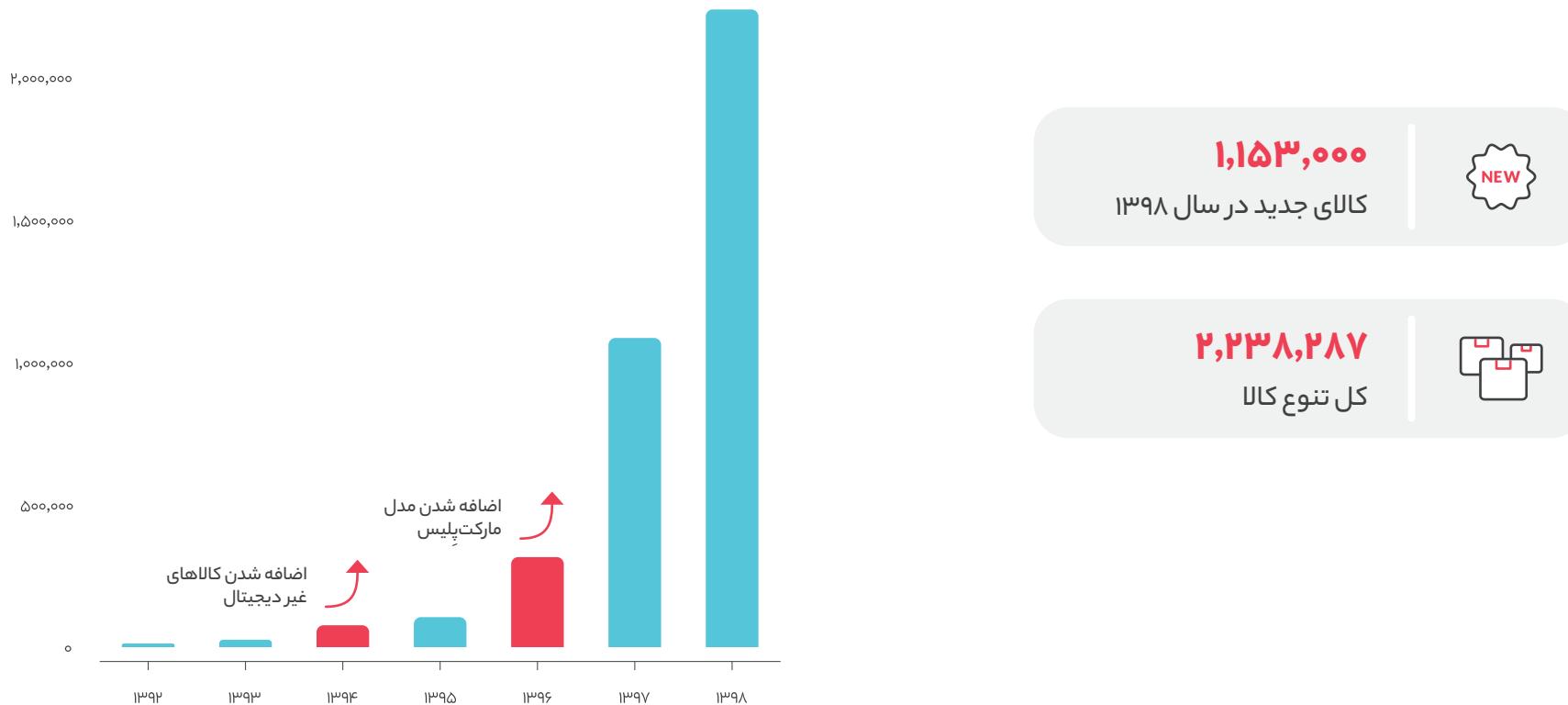
ارزش خالص کالای به فروش رفته (NMV) در دیجیکالا چقدر رشد داشته است؟



“

با توجه به نرخ رشد مركب سالانه (CAGR) و میانگین نرخ رشد سالانه (Year on Year)، فروش خالص ریالی دیجیکالا با روندی نمایی افزایش داشته است.

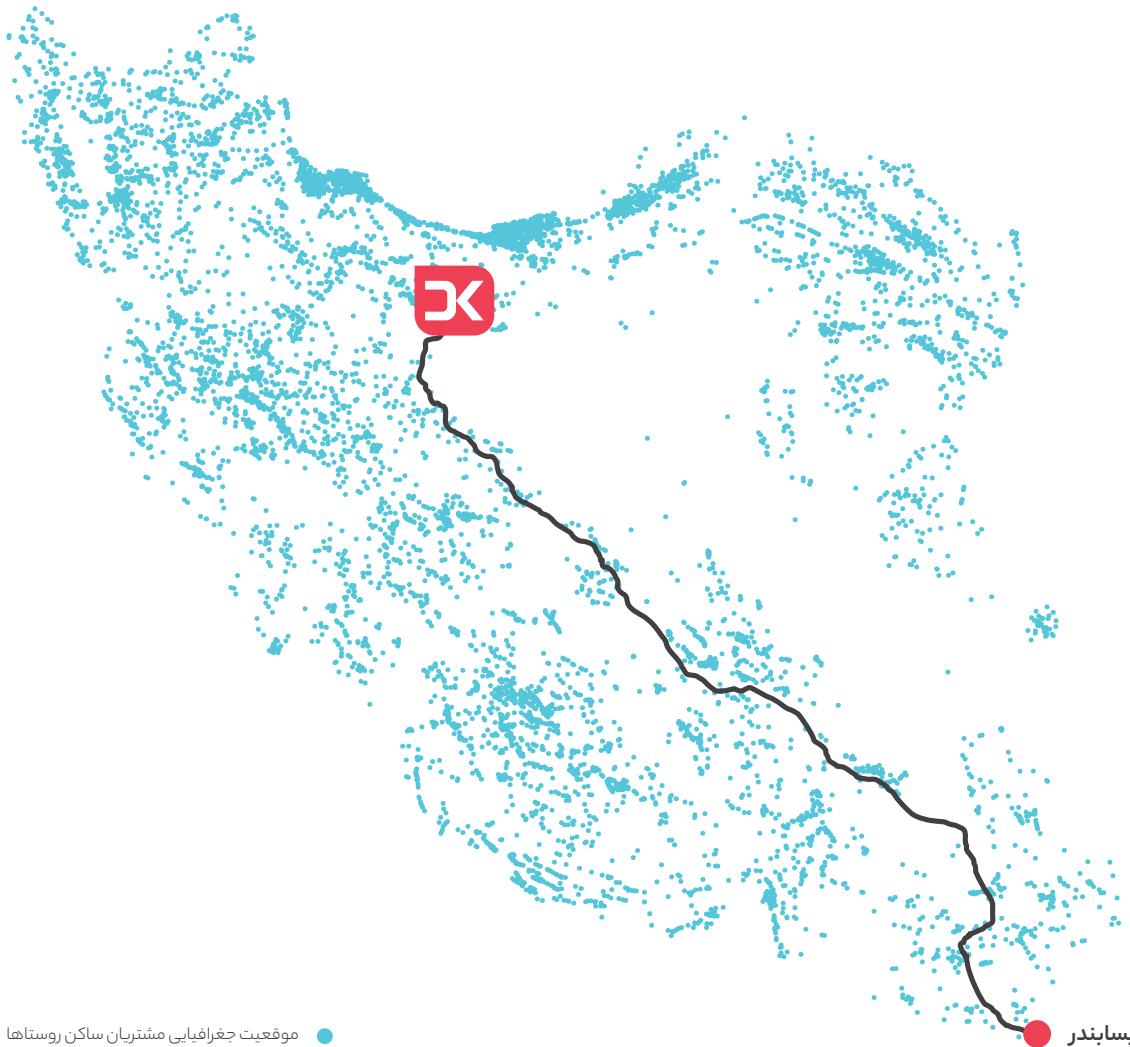
تنوع کالایی در دیجیکالا چه تغییری کرده است؟



“

تنوع کالا در بزرگترین هایپرمارکتها و فروشگاههای فیزیکی بیش از ۲۰ هزار قلم نیست.





آیا همه ایرانیان از خرید آنلاین بهره مندند؟

تمام هموطنان در هر نقطه‌ای از کشور امکان خرید هر کالایی را به قیمتی یکسان و فارغ از مکان زندگی خود دارند. این یکی از مزیت‌های توسعه فروشگاه‌های آنلاین در کشور است. یکی از مهمترین اهداف توسعه مراکز توزیع دیجی‌کالا، دسترسی همه مردم ایران به مزایای خرید آنلاین است.

“

هموطنان ۱۲,۳۳۰ روستا

از دیجی‌کالا خرید می‌کنند

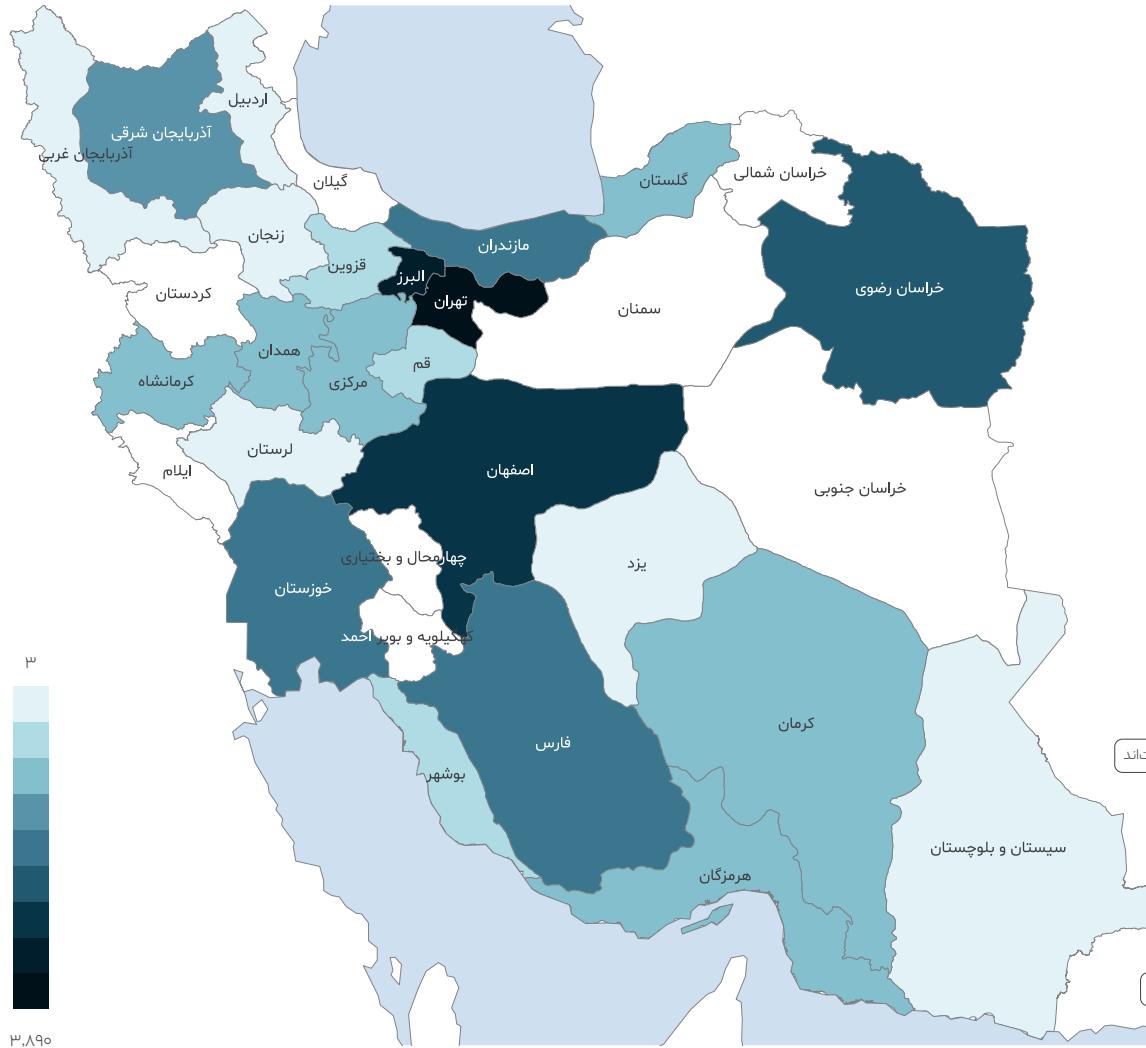
پسابندر

طولانی‌ترین مسیر تحویل سفارش

HV-G69

کالای خریداری شده از پسابندر

دیجی‌کالا



گستردگی جغرافیایی فرصت‌های شغلی مستقیم دیجی‌کالا

در ۳۵ مرکز دیجی‌کالا ۴۵۷۳ نیروی تمام وقت تا پایان ۱۳۹۸ در ۲۶ استان ایران مشغول به کاربوده‌اند. توسعه کسب و کار دیجی‌کالا و نیز رشد سهم خرده‌فروشی آنلاین در ایران نوید دهنده فرصت‌های شغلی بیشتر در سایر استان‌های کشور است.

۴۵۷۳

فرصت شغلی مستقیم ایجاد شده



۷۷%

پرسنل عملیاتی



+۱۴۵۰

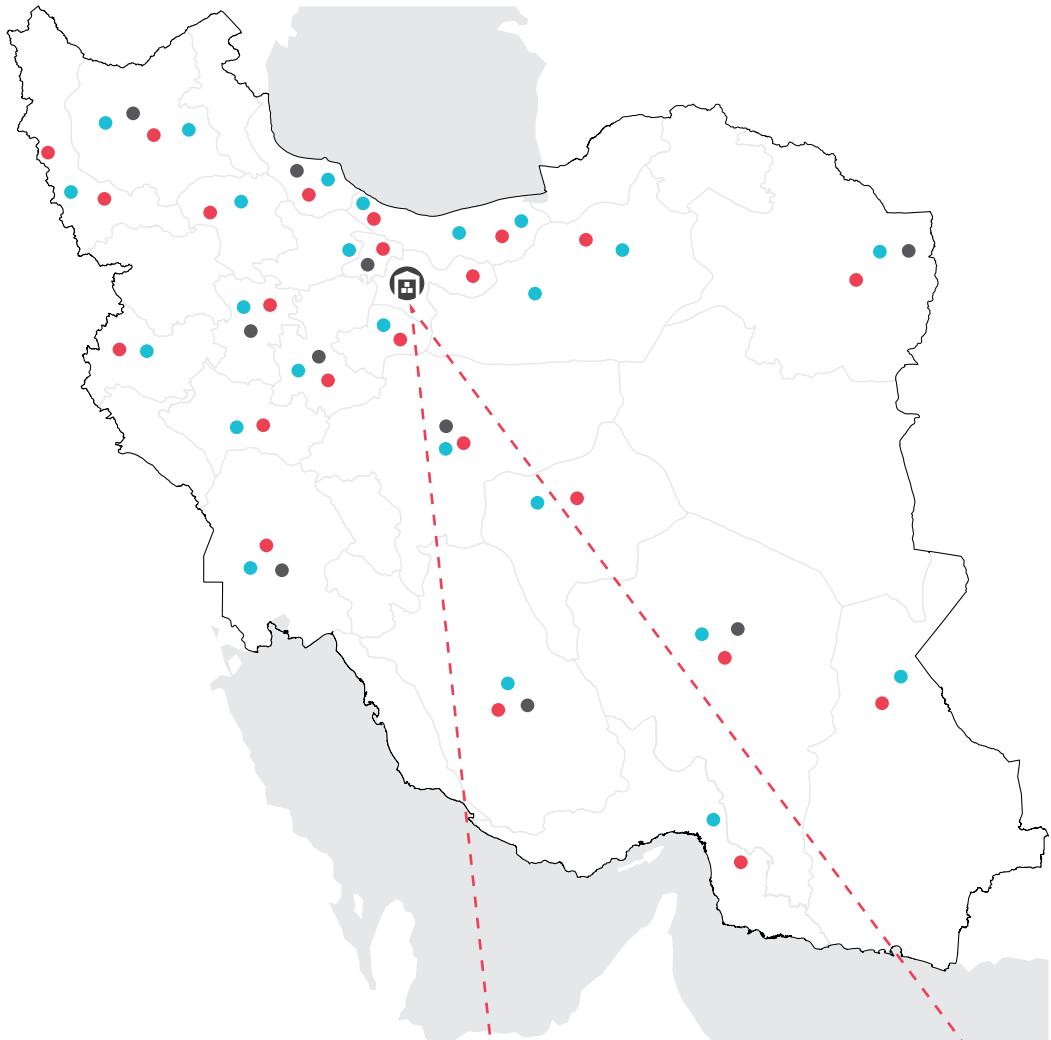
نوع شغل



- توسعه دهنده فرآینداند
- خبرنگار
- راننده لیفتراک
- مدیر استراتژی بزرگ
- مدیر محصول
- متخصص بهداشت محیط
- مدیر جذب استعدادها
- کارشناس ارتباط با مشتریان
- راننده خودروی سینگن
- پیشک
- کارشناس تجربه مشتریان
- تحلیل گرداده
- کارشناس ارتباطات خلاقی
- پژوهشگر فلسفه علم و تکنولوژی
- ماهور ارسال
- توسعه دهنده هوش تجاری
- کارشناس توکید محتوا
- متخصص کلان داده
- کارشناس فروش
- تحلیلگر بازار
- مدیر پروژه
- آنالیز
- کارشناس شبکه‌های اجتماعی
- جامعه‌شناس
- منخصص تبلیغات
- کارشناس حقوقی قراردادها
- ناظر عملکرد فروشنده‌گان
- بازاریاب دیجیتال
- و...

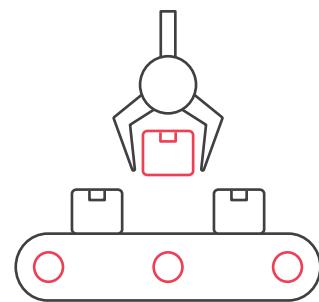
نقشه مراکز زیرساختی دیجی‌کالا

توسعه کسب‌وکار، رشد فروش و حمایت از کسب‌وکارهای بومی در دیجی‌کالا بدون توسعه مراکز زیرساختی و توان پردازشی محدود نبود. دیجی‌کالا تا پایان سال ۱۳۹۸ دارای ۳۱ مرکز برای پردازش کالا، توزیع کالا، خدمات پس از فروش و جمع‌آوری کالای فروشنده‌گان سراسر کشور بود. علاوه بر این دیجی‌کالا برای افزایش سرعت پردازش سفارش‌ها و کاهش هزینه تامین و ارسال کالاهای انبارها و مراکز جدیدی را در ۹ استان کشور راه‌اندازی کرد.



- مرکز پردازش دانش
- مرکز پردازش کالاهای سوپرمارکتی
- مرکز پردازش کالاهای بزرگ مقیاس
- مراکز جمع‌آوری کالای فروشنده‌گان
- مراکز توزیع کالا
- خدمات پس از فروش

دیجی‌کالا



۶۰۰,۰۰۰ کالا

توانایی پردازش مراکز دیجی‌کالا در هر روز



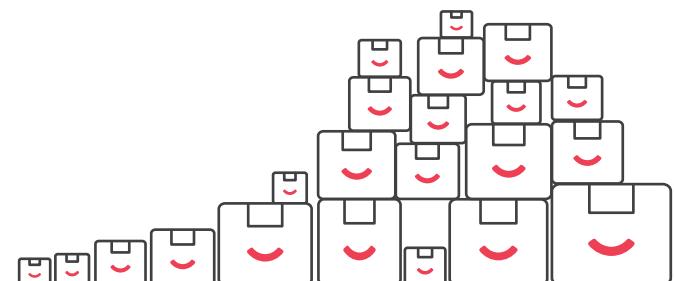
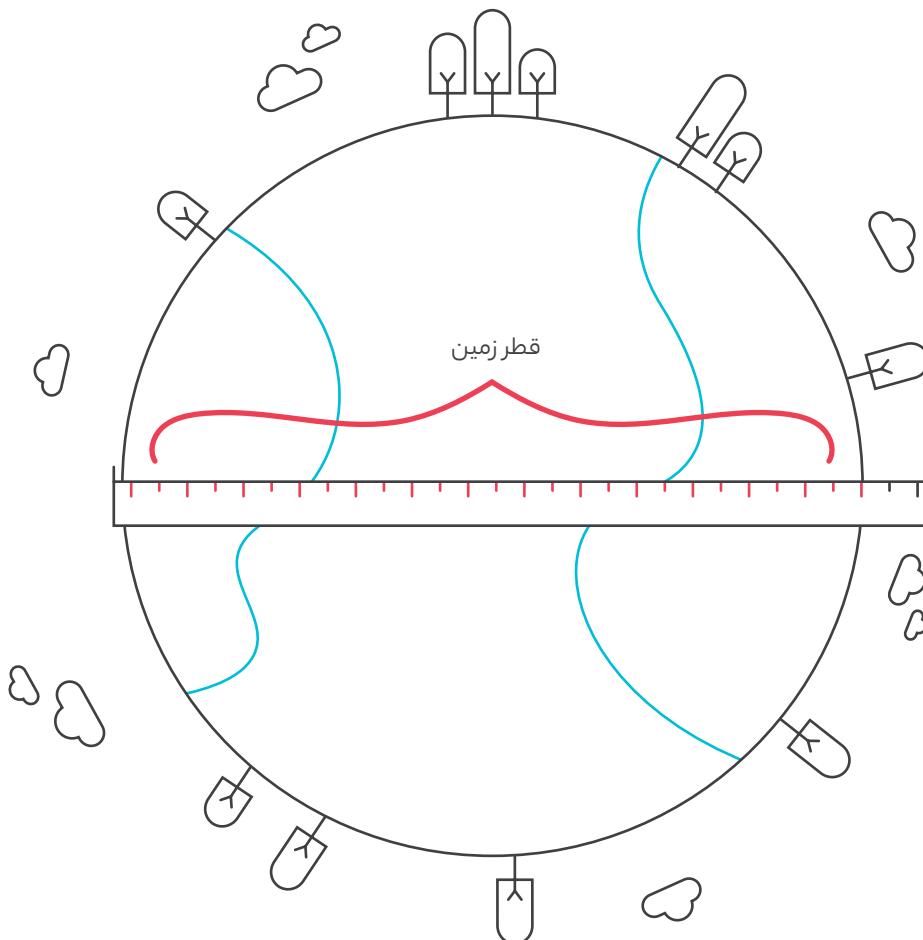
مساحت کل مراکز زیرساختی دیجی‌کالا برابر با ۱۹ کشتی
تایتانیک است، یعنی برابر با ۱۴۶,۸۰۵ متر مربع



طول سفارش‌های ۹۸ چقدر بود؟

اگر می‌توانستیم کل جعبه‌های سفارش‌ها در سال ۱۳۹۸ را درون زمین بکاریم طول آن به حدود ۱۲ هزار کیلومتر می‌رسید. تقریباً به اندازه قطر زمین.

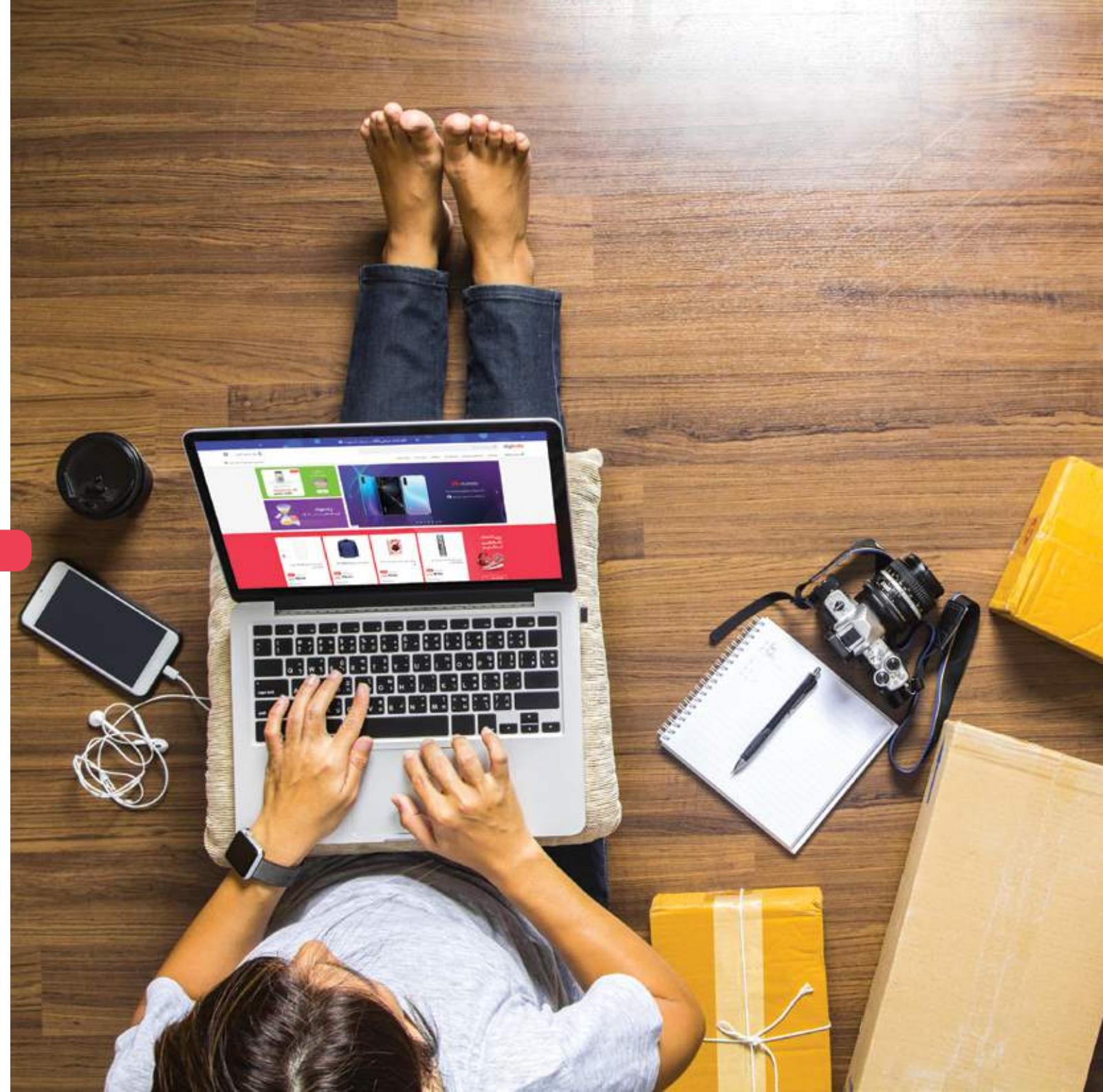
۱۲ هزار کیلومتر
به اندازه قطر زمین



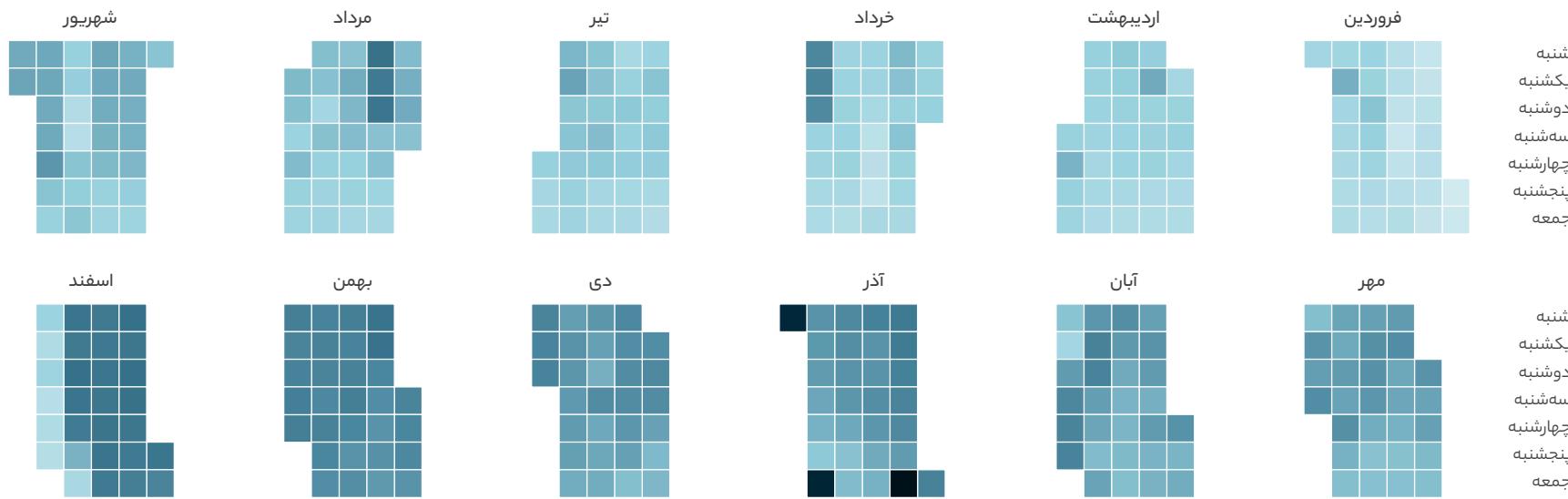
دigi کالا

فصل اول

رفتار کاربران



پر فروش‌ترین روزهای در دیجی‌کالا



متوسط تعداد سفارشات در روزهای مختلف سال ۱۳۹۸

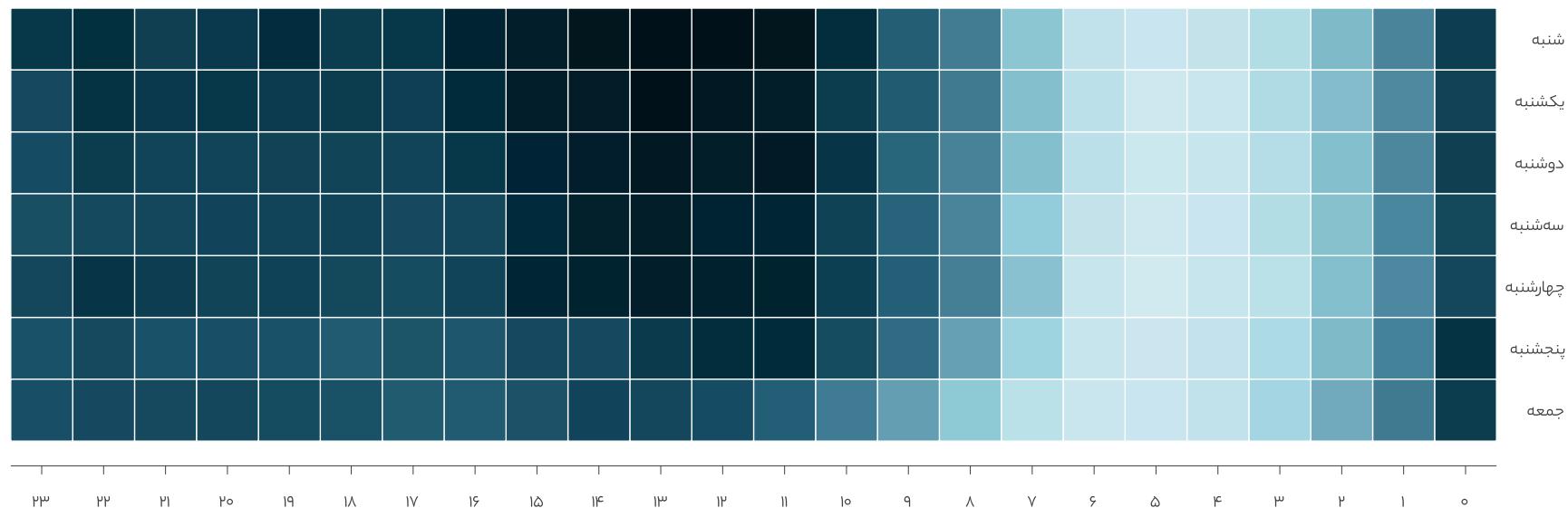
کم‌پازدیدترین پربازدیدترین

”

رکورد بیشترین تعداد سفارش‌های سال ۹۸ در هشتم آذرماه همزمان با جشنواره «این جمعه لازمت میشه» بوده است. همچنین در روزهای ۲۹ و ۳۰ آذر ۱۳۹۸، همزمان با «جشنواره یلدا» افزایش چشمگیری در تعداد سفارش‌های مشتریان دیجی‌کالا دیده می‌شود.

دیجی‌کالا

پربازدیدترین زمان‌ها در دیجی‌کالا



متوجه مراجعه به سایت در ساعت مختلف سال ۱۳۹۸

کم‌بازدیدترین پربازدیدترین

روزهای آغازین هفته برای خرید روزهای پطرودارتری هستند و تمایل به خرید در انتهای هفته کاهش می‌یابد. از طرفی نیمه دوم روز بیشتر مورد استقبال خریداران قرار می‌گیرد.

“

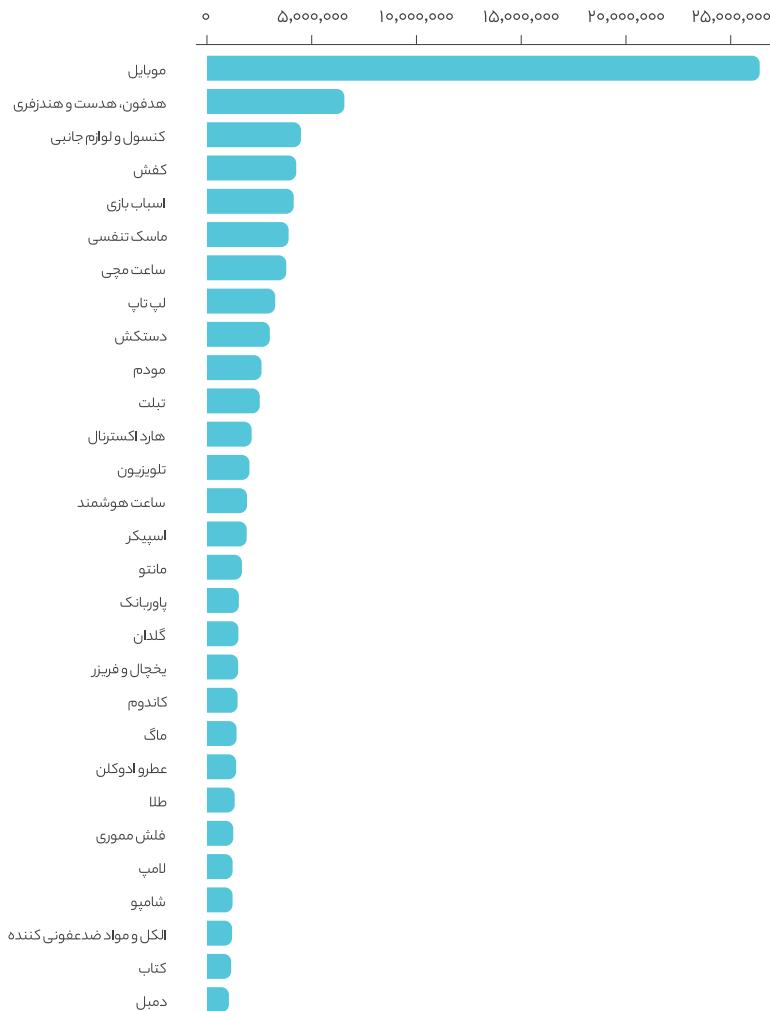


متنوع ترین سفارش در سال ۹۸؛ یک جویزیه دیجی کالایی به مبلغ ۱۴۰ میلیون تومان



دیجی کالا





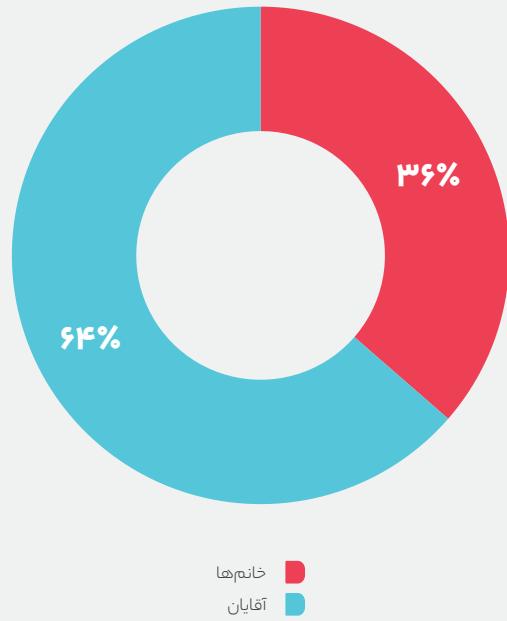
کاربران دیجی کالا در جستجوی چه کالاهایی هستند؟

جستجو در دیجی کالا یکی از اولین کارهایی است که کاربران اینترنت در ایران پیش از خرید آنلاین یا آفلاین انجام می‌دهند. مطالعه جستجوهای کاربران در دیجی کالا می‌تواند نشان دهنده بخش قابل توجهی از نیازهای چنین کاربرانی باشد. در سال ۹۸ کاربران دیجی کالا بیشتر در جستجوی موبایل، هدفون و کنسول بازی بوده‌اند.



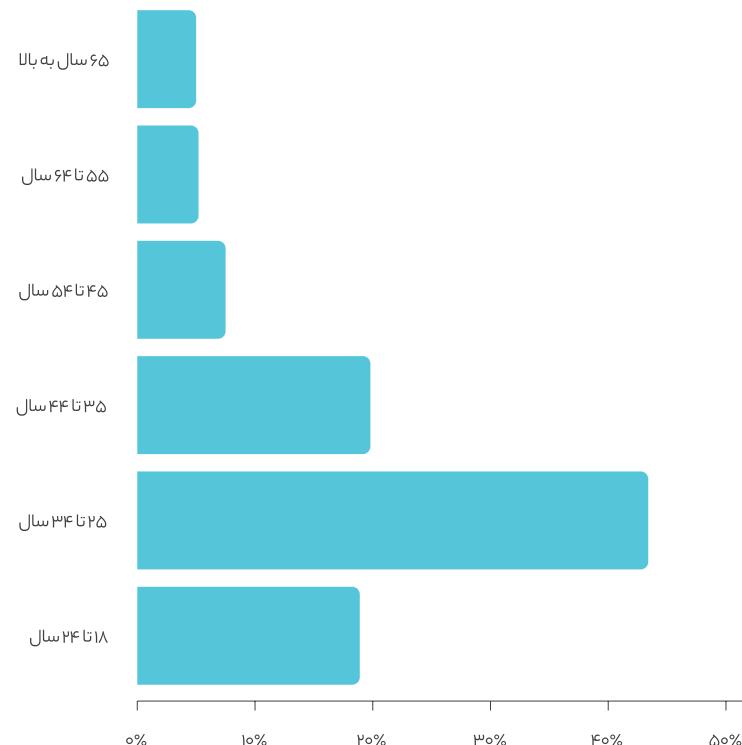
دیجی کالا

آقایان بیشتر آنلاین خرید می‌کنند یا خانم‌ها؟



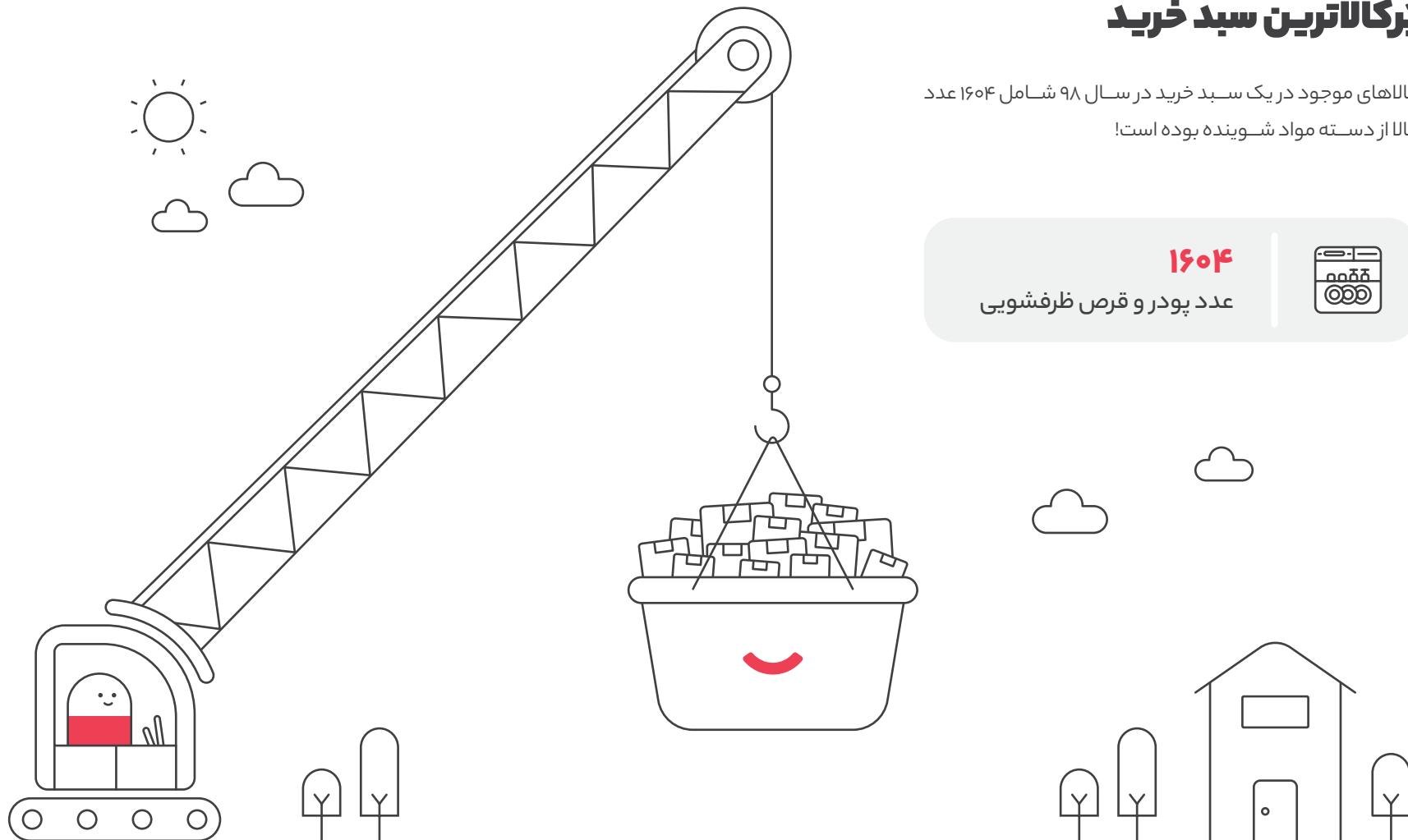
“ ۳۶٪ درصد از کل کاربران دیجی‌کالا خانم‌ها و ۶۴٪ درصد از آن آقایان هستند.

سن کاربران دیجی‌کالا چقدر است؟



“ بیشتر کاربران دیجی‌کالا دهه هفتادی‌ها و دهه هشتادی‌ها هستند.





پُرکالاترین سبد خرید

کالاهای موجود در یک سبد خرید در سال ۹۸ شامل ۱۶۰۴ عدد

کالا از دسته مواد شوینده بوده است!

۱۶۰۴

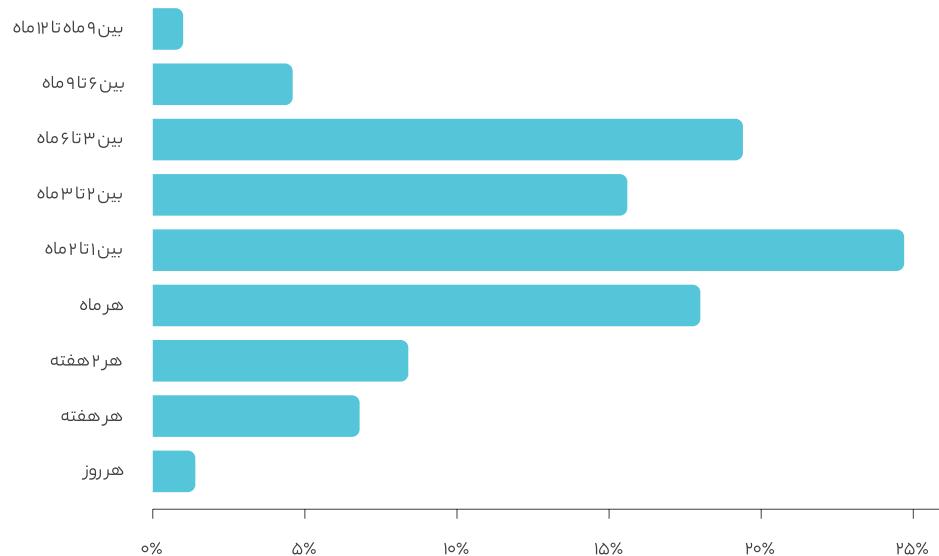
عدد پودر و قرص ظرفشویی



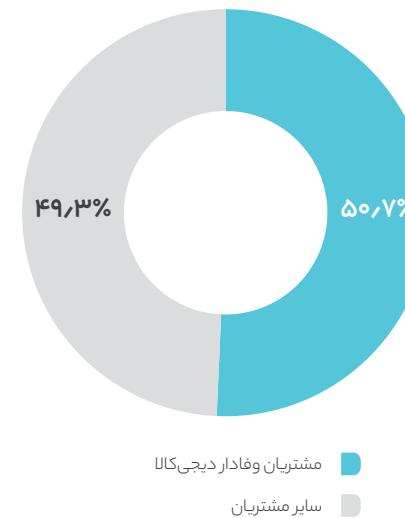
مشتریان وفادار دیجی‌کالا هر چند وقت یک بار خرید می‌کنند؟

مشتریان وفادار دیجی‌کالا کسانی هستند که در سال ۱۳۹۸ حداقل دو بار خرید داشته‌اند. در نمودارهای زیر تواتر خرید مشتریان وفادار دیجی‌کالا مشاهده می‌شود.

فاصله زمانی خریدهای مشتریان وفادار

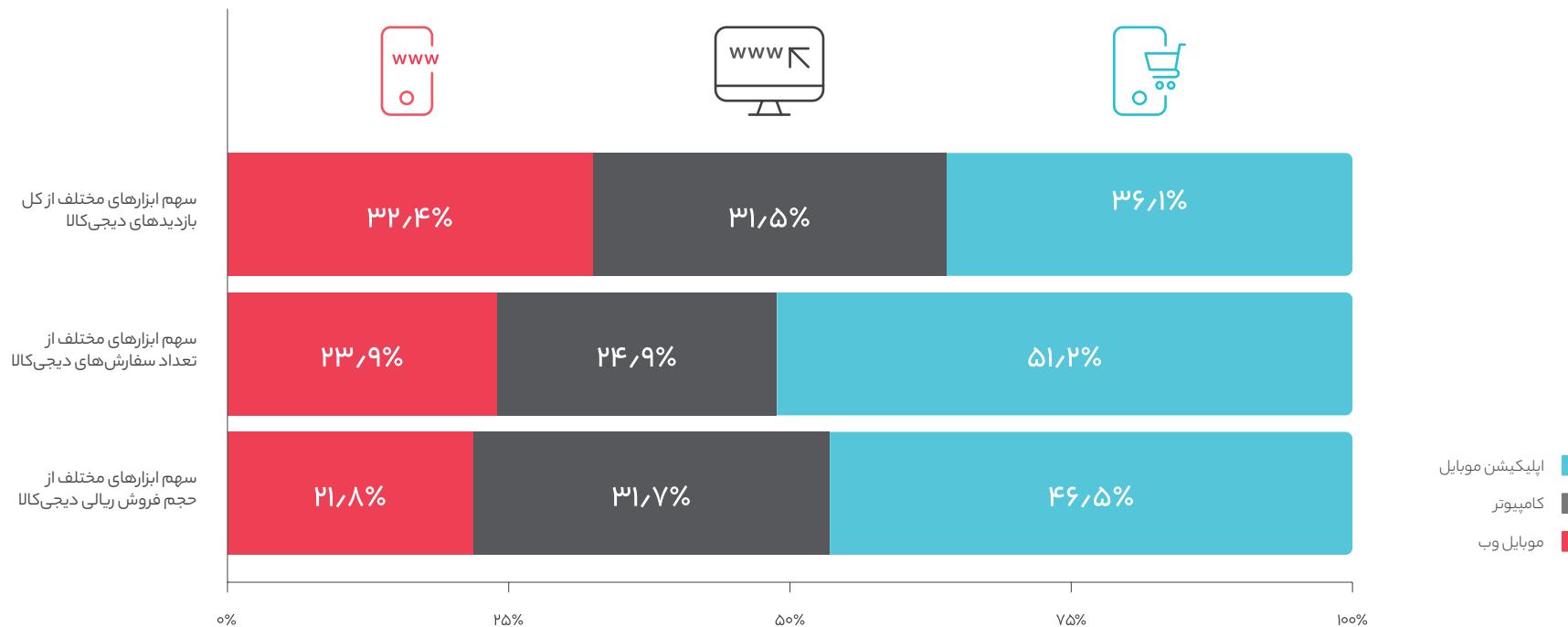


فراوانی مشتریان وفادار دیجی‌کالا



“ ۶۰ درصد مشتریان وفادار دیجی‌کالا، بین دو خرید خود بیش از ۲ ماه فاصله نمی‌اندازند. همچنین ۳۵ درصد از این مشتریان در ماه حداقل یکبار از دیجی‌کالا خرید می‌کنند.

کاربران دیجی‌کالا از چه ابزارهایی برای خرید آنلاین استفاده می‌کنند؟

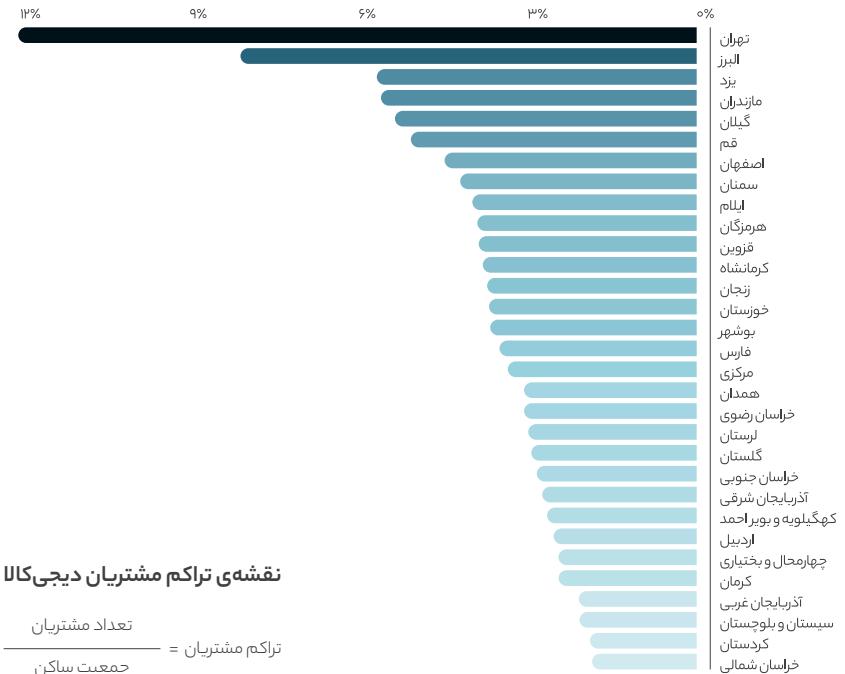
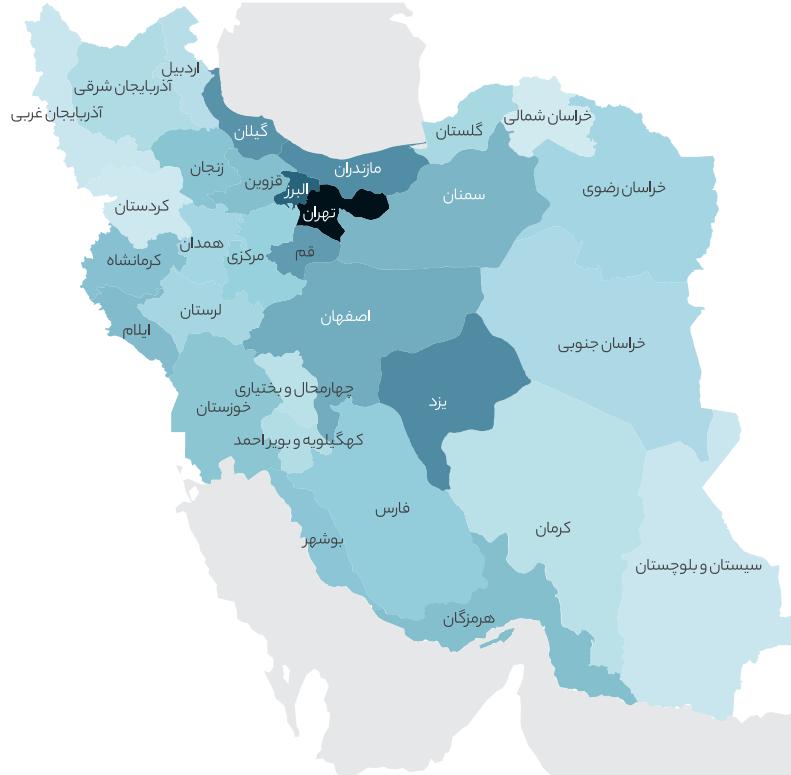


“

بیشتر کاربران دیجی‌کالا برای خرید آنلاین از موبایل استفاده می‌کنند.



تراکم مشتریان دیجی‌کالا در کدام استان‌ها بیشتر است؟



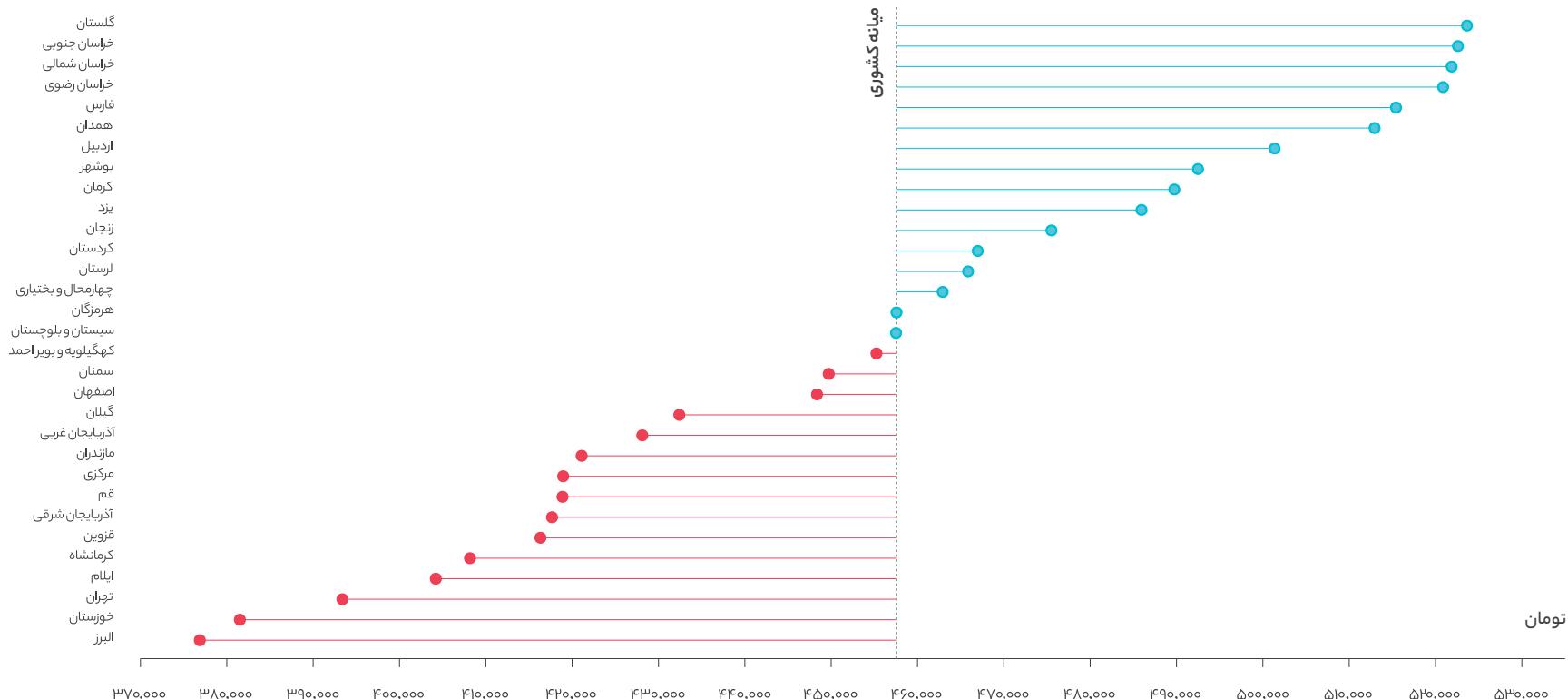
تراکم مشتریان دیجی‌کالا به نسبت جمعیت هر استان، در استان‌های تهران، البرز و یزد از سایر استان‌ها بیشتر است. همچنین تراکم مشتریان در استان‌های سیستان و بلوچستان، کردستان و خراسان شمالی کمتر از سایر استان‌ها است.

“

دیجی‌کالا

متوسط ارزش سفارش‌ها در هر استان چقدر است؟

متوسط مبلغ هر سفارش در استان‌های تهران، خوزستان و البرز کمتر از سایر استان‌ها است. باید توجه داشت که در استان‌هایی مانند تهران و البرز، مشتریان امکان سفارش کالاهای سوپرمارکتی و تندصرف را دارند و همچنین بیشتر بودن دفعات خرید مشتریان در یک بازه زمانی مشخص، متوسط مبلغ هر سفارش را در این استان‌ها کاهش می‌دهد. به طور کلی افزایش دفعات خرید هر مشتری منجر به کاهش متوسط مبلغ هر سفارش می‌شود.



تغییرات سالانه متوسط ارزش هر سفارش



“

در طی سال‌های گذشته با افزایش دفعات خرید مشتریان و اضافه شدن کالاهای غیرالکترونیک و تندصرف (FMCG) متوسط مبلغ هر سفارش، کاهش داشته است. نیمه‌های دوم هر سال عموماً تعداد دفعات خرید افزایش می‌یابد.

کی پیشتر از همه خریده؟

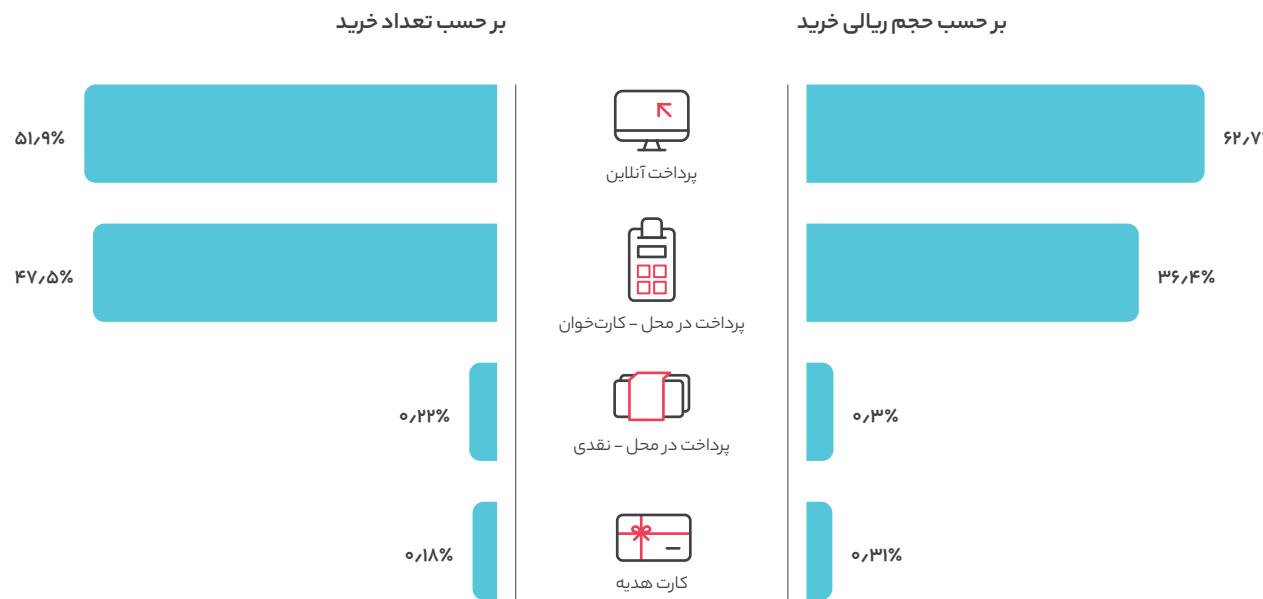
پرخریدترین مشتری دیجی‌کالا در سال ۱۳۹۸ از نظر مبلغ کالا، جمیعاً ۱۰,۶۵۷ قلم کالا و ۳۵۰ میلیون تومان خرید کرده است.

پرخریدترین مشتری دیجی‌کالا در سال ۱۳۹۸ از نظر تعداد کالا، جمیعاً ۱۵,۹۷۱ قلم کالا و ۱۳۹ میلیون تومان خرید کرده است.



کاربران دیجی‌کالا برای خرید آنلاین چگونه پرداخت می‌کنند؟

۵۱٪ درصد از سفارش‌های دیجی‌کالا با استفاده از درگاه پرداخت اینترنتی (IPG) و ۴۷٪ با کارت‌خوان سیار (POS) پرداخت می‌شود. با این حال سهم ریالی پرداخت از درگاه اینترنتی نزدیک به ۶۳٪ از کل مبالغ خرید دیجی‌کالا است.



“

یکی از دلایل افزایش پرداخت اینترنتی، حذف روش پرداخت در محل در پی شیوع کرونا است.

فصل دوم

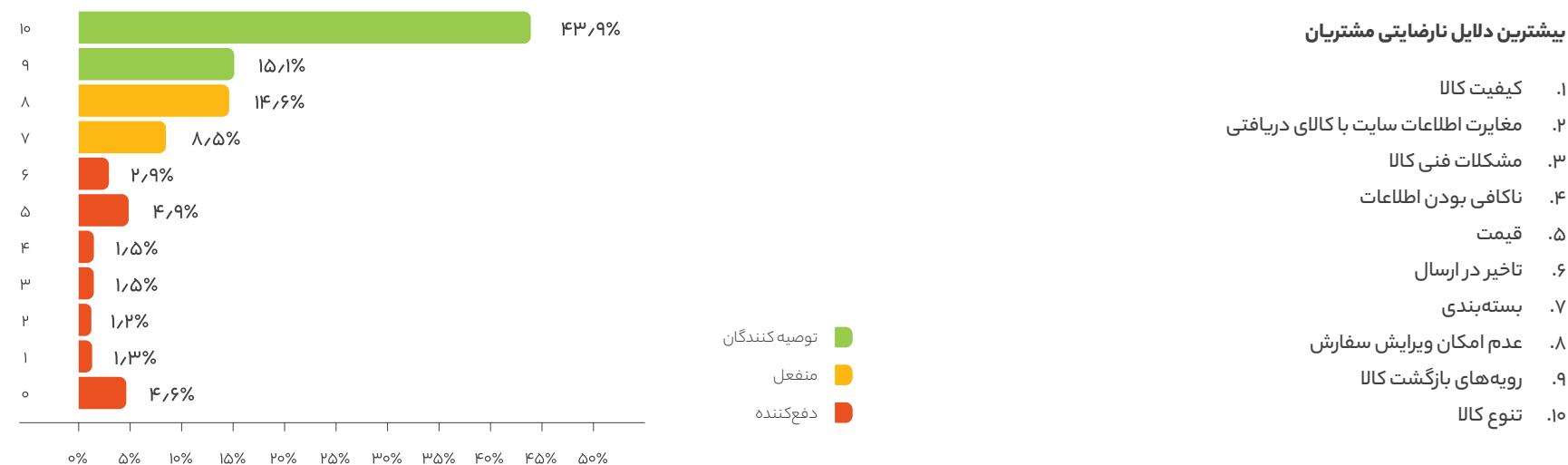
بازخورد مشتریان



مشتریان چقدر دیجی‌کالا را به دیگران توصیه می‌کنند؟

مهم‌ترین ارزش سازمانی دیجی‌کالا، مشتری محوری است. از این رو اندازه‌گیری رضایتمندی مشتریان یکی از کلیدی‌ترین شاخص‌های موفقیت برای دیجی‌کالاست. NPS یا «شاخص خالص توصیه‌کنندگان» یکی از ابزارهای اندازه‌گیری رضایتمندی مشتریان است. پس از هر خرید، دیجی‌کالا به مشتریان خود پیامک ارسال می‌کند و از آنها می‌پرسد: «با توجه به این خرید خود، از ۰ تا ۱۰ چقدر احتمال دارد خرید از دیجی‌کالا را به دیگران پیشنهاد کنید؟» نمودار زیر درصد افرادی است که در سال ۱۳۹۸، به این سوال جواب داده‌اند. در سال ۱۳۹۸ حدود ۱۵٪ مشتریان دیجی‌کالا پس از خرید خود در نظرسنجی شرکت کرده‌اند.

نمره

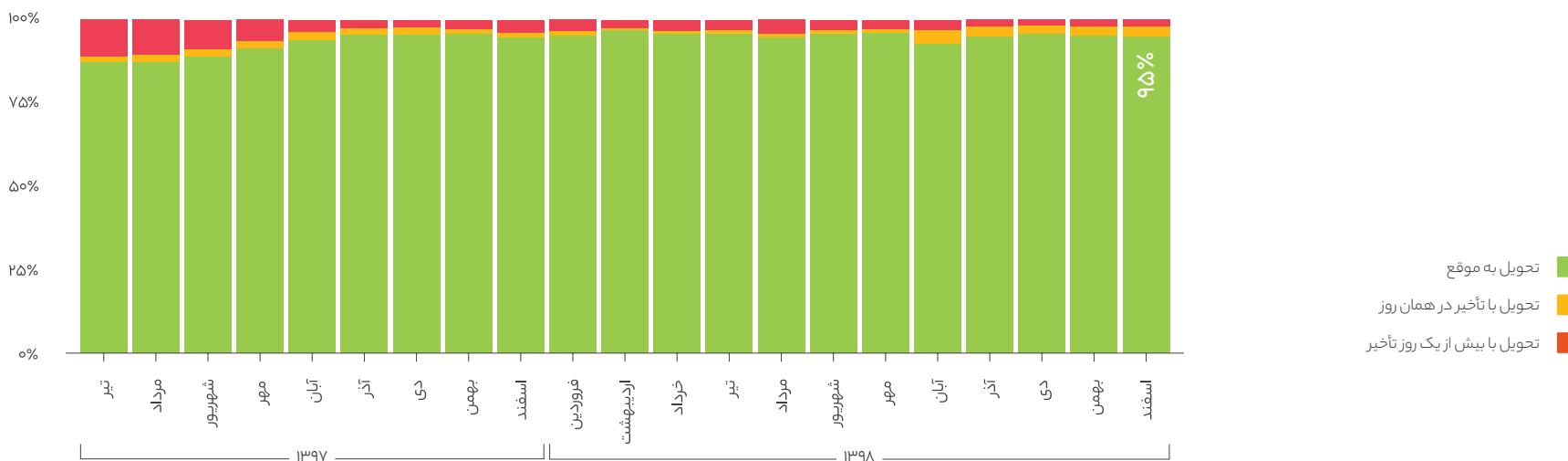


“

یکی از اولویت‌های دیجی‌کالا به حداقل رساندن نارضایتی‌ها و بهبود تجربه خوشایند خرید مشتریان با تمرکز بر این دلایل است.

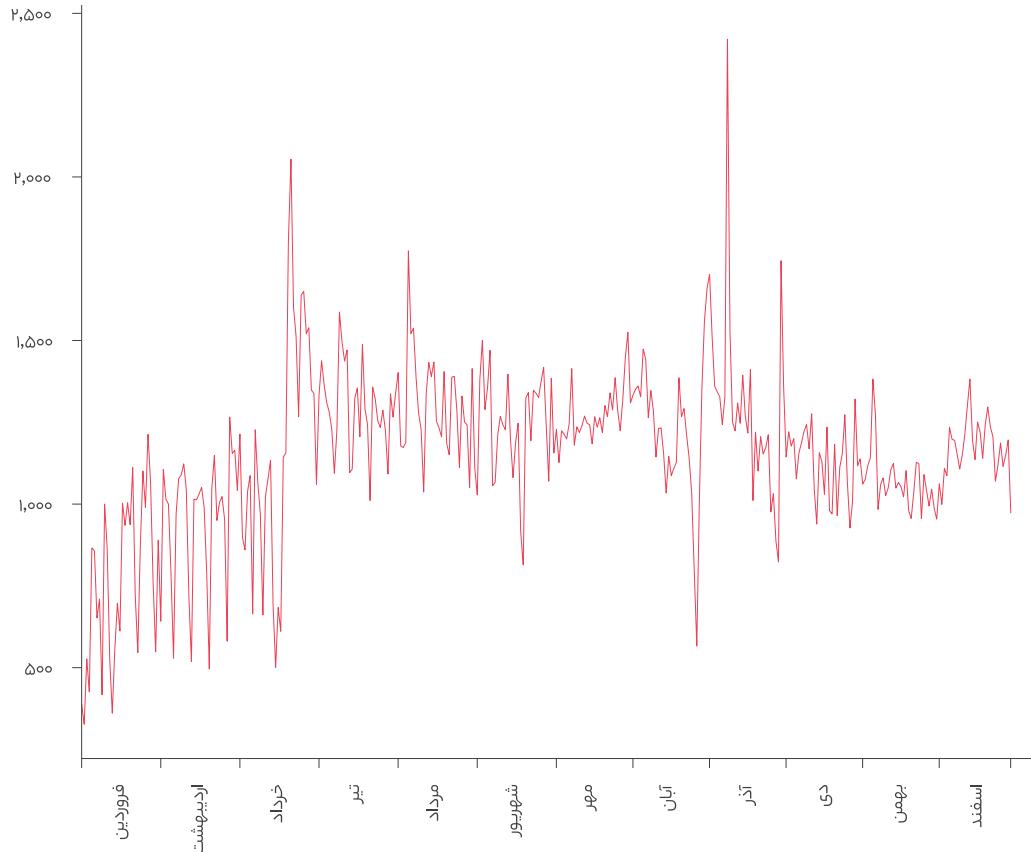
چند درصد از سفارش‌ها به روش ارسال دیجی‌کالا به موقع تحویل داده می‌شود؟

حدود ۸۵٪ سفارش‌های مشتریان پارسیان با روش دیجی‌کالا اکسپرس (Digikala Express) ارسال می‌شود که در اسفند ماه سال ۹۷، ۹۵٪ این سفارش‌ها به موقع تحویل مشتریان دیجی‌کالا داده شد.



با وجود درصد بالای تحویل به موقع سفارش‌ها (۹۵%) در سال ۱۳۹۸، صدها سفارش در روز به موقع تحویل داده نمی‌شود که یکی از مهم‌ترین اولویت‌های دیجی‌کالا، کاهش تاخیر در تحویل سفارش‌ها است.





برای همه محصولات در دیجی‌کالا بخشی با عنوان «پیشنهاد قیمت مناسب‌تر» وجود دارد. کاربران دیجی‌کالا در صورت مواجهه با قیمت مناسب‌تر می‌توانند با بازخوردهای خود به تیم پایش قیمت برای نظارت بر فروشنندگان مارکت‌پلیس یاری کنند.



آیا قیمت مناسب‌تری سراغ دارید؟ بله | خیر

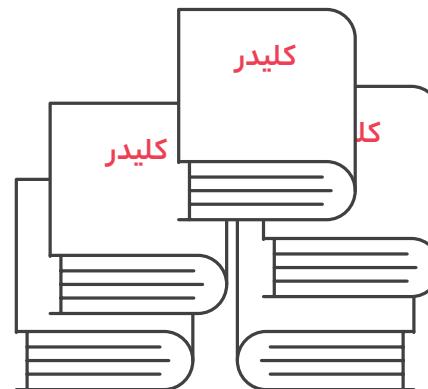
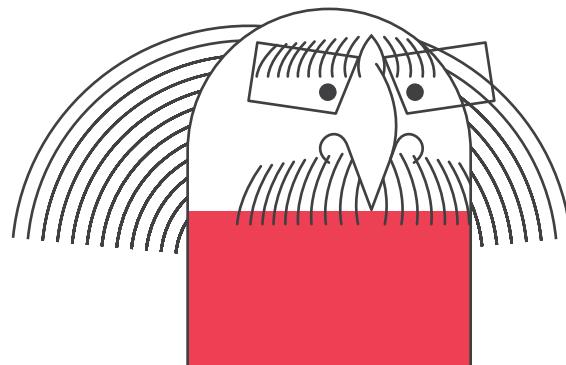
”

به طور متوسط روزانه ۷۸۷ کاربر درباره قیمت‌های محصولات در دیجی‌کالا بازخورد می‌دهند.

دایرۀ المعارف نقد و بررسی کالا

محتوای تولید شده توسط کاربران یکی از ابزارهای مهم دیجی‌کالا است که به کاربران کمک می‌کند با بررسی تجربه مشتریان قبلی انتخاب بهتری داشته باشند. علاوه بر امکان ثبت نقد و نظر، کاربران می‌توانند سوال‌های خود را در قسمت «پرسش و پاسخ» مطرح کنند و جواب ابهام‌ها و سوال‌های خود را دریافت کنند. در سال ۹۸، کاربران دیجی‌کالا بیش از **۵ میلیون نظر** درمورد کالاهای ثبت کرده‌اند که حدود ۸۰ درصد آن‌ها (حدود ۴ میلیون نظر) تایید شده و مابقی به دلیل نقض قوانین مربوط به ثبت نظرات رد شده‌اند. همچنین در سال ۹۸ کاربران دیجی‌کالا حدود **۲۸۵ هزار سوال** پرسیده‌اند و ۱۱۵ هزار پاسخ دریافت کرده‌اند.

اگر می‌خواستیم کل کلمات نوشته شده کاربران در مورد کالاهای دیجی‌کالا را تبدیل به کتاب کنیم باید ۴۴ برابر «کلیدر» (طولانی‌ترین رمان فارسی و دومین رمان طولانی جهان) می‌نوشتیم.





۱ رتبه

گوشی سامسونگ
Galaxy A50 SM-A505F/DS
دو سیم‌کارت ۱۲۸ گیگابایت



کدام کالاها محبوب مشتریان
دیجی‌کالا هستند؟

سال ۱۳۹۸



۱۰ رتبه

ساعت هوشمند
وی سریز مدل A1



۱۴ رتبه

گوشی شیائومی
Redmi Note 8
دو سیم‌کارت ۶۴ گیگابایت



۱۳ رتبه

مجبند هوشمند شیائومی
Mi Band 4 Global



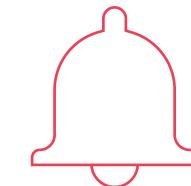
۱۲ رتبه

هدفون بی‌سیم شیائومی
Redmi AirDots

دیجی‌کالا

۱ رتبه

محلول ضد عفونی کننده دست رضاراد
مدل Dermosept+
حجم ۵۰۰ میلی لیتر



**مشتریان، مشتاقِ موجود شدن
دوباره کدام کالاها هستند؟**

سال ۱۳۹۸



۵ رتبه

ژل ضد عفونی کننده دست رضاراد
Dermoseptgel 1000 ml



۴ رتبه

ماسک تنفسی 3M
کد ۰۰۸



۳ رتبه

ژل ضد عفونی کننده دست فلوگارد
حجم ۷۰ میلی لیتر



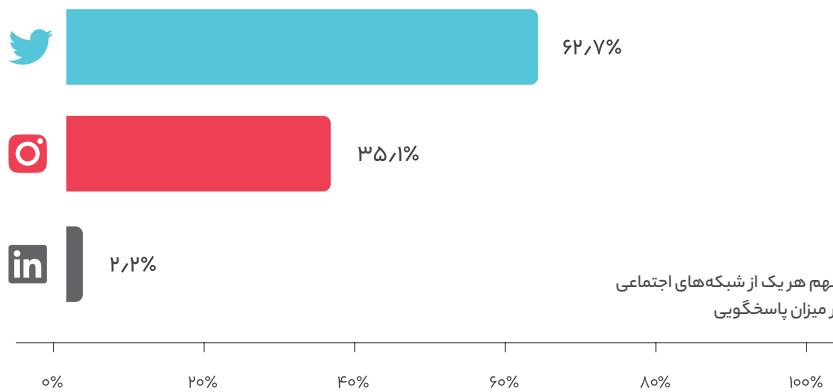
۲ رتبه

ماسک تنفسی لیراتون 0011
بسته ۵۰ عددی



دیجی‌کالا در شبکه‌های اجتماعی

تیم ارتباطات شبکه‌های اجتماعی (SCET)، ماهانه به حدود ۳۳۵۰ نظر و درخواست در شبکه‌های اجتماعی پاسخ می‌دهد. ۶۳ درصد فعالیت این تیم در توئیتر، ۳۵ درصد در اینستاگرام و ۲ درصد در لینکدین است.



- ” بیشترین حجم توئیت‌های مرتبط با دیجی‌کالا در بازه ۲۴ تا ۲۶ ارسال می‌شود.
- حداکثر زمان پاسخ‌گویی به توئیت‌ها ۴ ساعت است.
- بیشتر نظرات درباره پیگیری ارسال‌ها و چند مرسوله‌ای شدن سفارش و انتقاد به بعضی از روابط دیجی‌کالا است.

در مرکز خدمات مشتریان دیجی‌کالا چه می‌گذرد؟

۳۳۶

تعداد پشتیبانان دیجی‌کالا



۱۸,۲۰۰

متوسط تماس روزانه با دیجی‌کالا



۸۱۷

متوسط پاسخ هفتگی به نظرات کاربران در کل شبکه‌های اجتماعی

۵۱۲	توئیتر
۲۸۷	ایnstagram
۱۸	لینکدین

۹,۳۸۶

متوسط پاسخ هفتگی به ایمیل



دیجی‌کالا

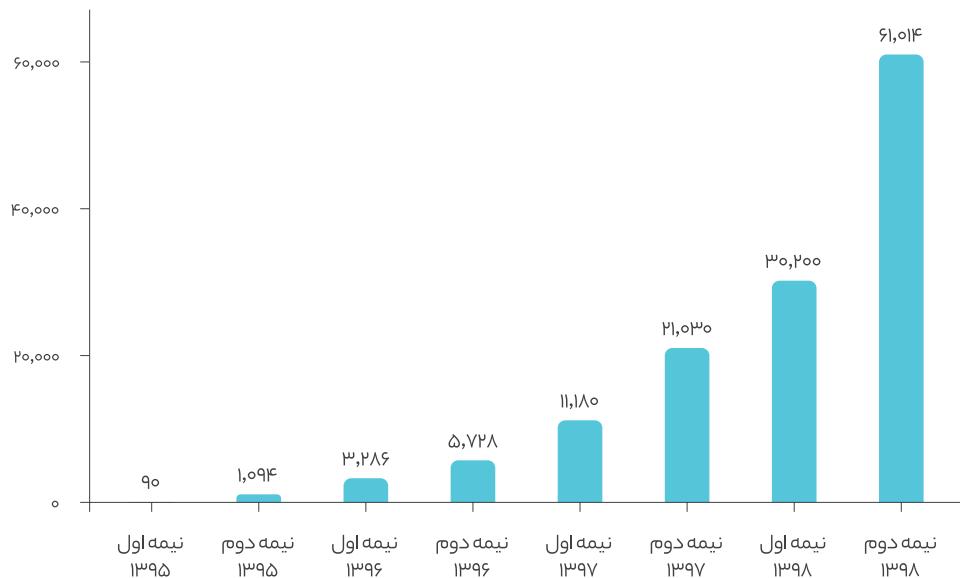
فصل سوم

**بازارگاه و
کسبوکارهای ایرانی**



دیجی‌کالا؛ خانه ۶۱ هزار کسب‌وکار ایرانی

رشد تعداد کسب‌وکارهای ایرانی در پلتفرم مارکت‌پلیس



دیجی‌کالا توامندسازی کسب‌وکارهای ایران را مهم‌ترین مسئولیت اجتماعی خود می‌داند. پلتفرم مارکت‌پلیس دیجی‌کالا، تولیدکننده، فروشنده، صنعتگر و هنرمند ایرانی را مستقیماً به بازاری به وسعت ایران متصل می‌کند و تمامی سرویس‌های لجستیکی، انبارداری، بسته‌بندی، تولید محظوظ، بازاریابی، بینش بازار و خدمات پس از فروش را به این کسب‌وکارها ارائه می‌دهد. تولیدکننده ایرانی در این پلتفرم دغدغه‌ای جز تولید نخواهد داشت.

- در سال ۹۸، هر فروشنده فعال مارکت‌پلیس به طور متوسط ماهانه **۳۹ میلیون تومان** فروش داشته است.
- در بهمن ماه سال ۱۳۹۸ یکی از فروشنندگان مارکت‌پلیس موفق شد **۳۲ میلیارد تومان** بفروشد. این عدد رکورد فروشنندگان مارکت‌پلیس در یک ماه است.
- یک کارگاه صنایع دستی میناکاری و خاتم کاری در ماه آذر ۱۳۹۸ مبلغ **۸۵ میلیون تومان** فروش داشته است.

در سال گذشته ۱۵۵,۷۱۲ کسب‌وکار برای فروشنندگی در مارکت‌پلیس درخواست داده‌اند که ۵۷٪ این کسب‌وکارها شرایط فروشنده‌شدن در دیجی‌کالا را احراز کردند و به فروشنندگان اضافه شدند.

بیش از ۱۶۰ نفر از خریداران این
محصول را پیشنهاد داده‌اند

فروشنده: ال سی شاپ
برگردانه
عملکرد: ۵ از ۵ | ۸۵,۶٪ رضایت از
کالا

گارانتی ۱۲ ماهه آونگ

آماده ارسال

۱۹۲,۱۲۰ تومان

افزودن به سبد خرید +

از ۱۹۲,۰۰۰ تومان توسط فروشنده‌گان دیگر مشاهده

بازگشت >

ال سی شاپ
برگردانه

عملکرد ۳۰,۶ از ۵ (اعضویت از ۲ سال، ۱ روز پیش)

۹۹.۵٪ ۹۹.۹٪ ۹۹.۲٪

بدون مرجعی
تمامین به موقع
تعهد ارسال

۸۵,۶٪ رضایت از کالا (۱۸ نفر)

افزودن به سبد خرید +

از ۱۹۲,۰۰۰ تومان توسط فروشنده‌گان دیگر مشاهده

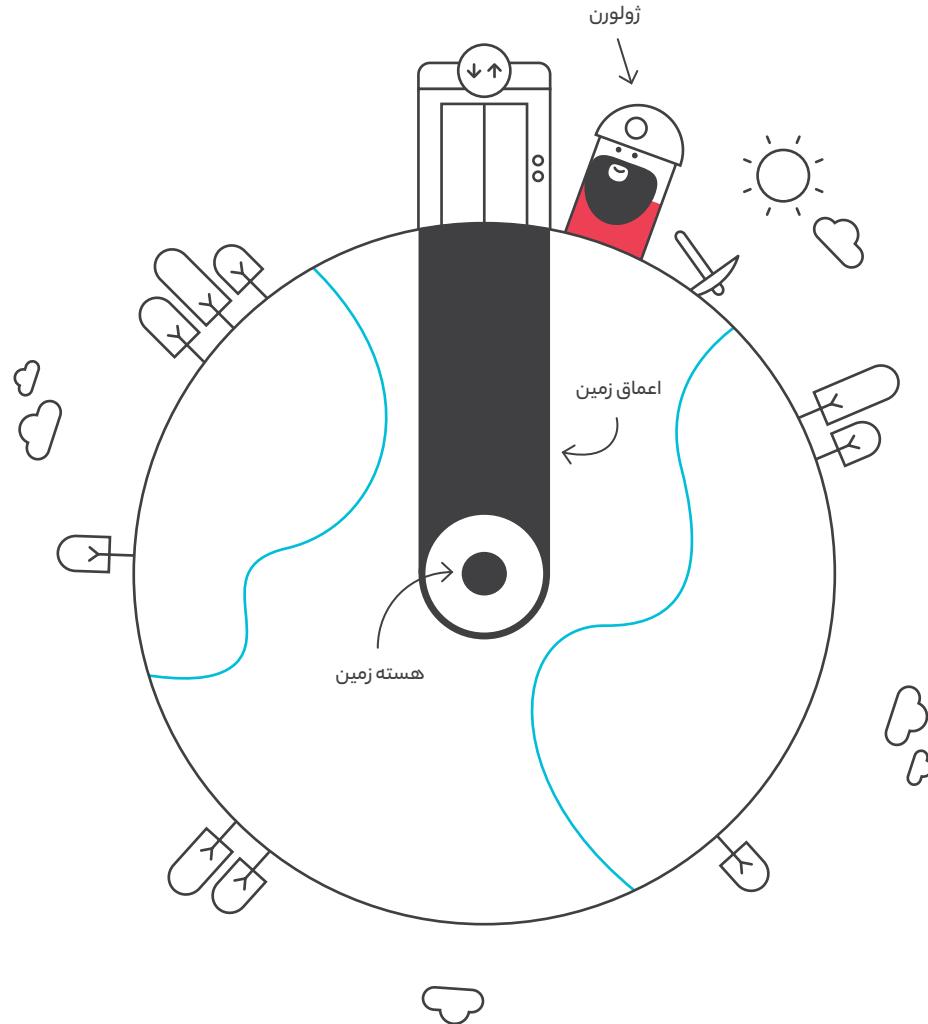
مارکت‌پلیس چگونه (بازار رقابت کامل) بین فروشنده‌گان ایجاد می‌کند؟

جعبه خرید (Buy Box)، محلی که در آن قیمت کالا نمایش داده می‌شود، یکی از مهم‌ترین بخش‌هایی است که کاربران در ابتدای جستجوی خود با آن مواجه می‌شوند. فروشنده‌گان مارکت‌پلیس می‌توانند با ارائه قیمت مناسب‌تر، آماده ارسال داشتن محصولات خود در انبار و کسب امتیاز عملکرد بالاتر نسبت به رقبا، کالای خود را در جعبه خرید (دکمه پیش‌فرض افزودن به سبد خرید) نمایان سازند.

پخش اسپینو فروشنده برگردانه عملکرد: ۵ از ۵ ۷۳,۴٪ رضایت از کالا	افزودن به سبد	۱۹۴,۰۰۰ تومان	گارانتی ۱۲ ماهه تعویض آونگ		اماده ارسال
مموری سنتر فروشنده برگردانه عملکرد: ۵ از ۵ ۴۶,۶٪ رضایت از کالا	افزودن به سبد	۱۹۴,۰۰۰ تومان	گارانتی ۱۲ ماهه تعویض آونگ		اماده ارسال
بارگانی زرین تجارت عملکرد: ۳ از ۵	افزودن به سبد	۱۹۵,۰۰۰ تومان	گارانتی ۱۲ ماهه تعویض آونگ		اماده ارسال
جانبی افزار عملکرد: ۵ از ۵ ۸۰٪ رضایت از کالا	افزودن به سبد	۱۹۲,۰۰۰ تومان	گارانتی ۱۲ ماهه آونگ		ارسال از ۳ روز کاری آینده

مشاهده (۶) فروشنده / گارانتی بیشتر





آنچه گذشت...

در سال ۱۳۹۸ ناوگان دیجی‌کالا برای ارسال کالاهای مشتریان ۳۳ میلیون کیلومتر مسافت طی کرده است.

۳۳ میلیون کیلومتر

مسافت طی شده



ژولورن اگر می‌خواست مسافت طی شده توسط ناوگان دیجی‌کالا را طی کنه، می‌توانست ۲۶۱۵ بار به مرکز زمین بره و برگرداد!

۷۱٪ صرفه‌جویی در مصرف سوخت

نسبت به خرید حضوری



مشتریان دیجی‌کالا با خرید آنلاین از انتشار ۱۹ میلیون تن دی‌اکسید کربن جلوگیری کرده و به کاهش آلودگی هوا کمک کرده‌اند.

دیجی‌کالا



digikala

digikala

دیجی‌کالا
www.digikala.com



تقاضا برای کدام کالاها در دیجی‌کالا بیشتر است؟

تحلیل کلان داده رفتار مشتریان و کاربران می‌تواند تصویری از وضعیت عرضه و تقاضا در فضای خرده‌فروشی آنلاین ارائه کند. داده‌های پیش‌رو به ده‌ها هزار تولیدکننده، صنعتگر، هنرمند، توزیع‌کننده و فروشنده کمک می‌کنند تا با بهینه‌سازی زنجیره تأمین، بازاریابی و فروش جایگاه بهتری نسبت به سایر رقبا پیدا کنند.

این تحلیل‌ها براساس طیف وسیعی از متغیرهای «رفتار کاربران و مشتریان» و «داده‌های فروشگاه آنلاین دیجی‌کالا» بدست آمده است.

از متغیرهای رفتاری می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- تعداد بازدید (Sessions) از صفحه جزئیات محصول (Product Listing Page)
- متوسط مدت زمان بازدید (Average Sessions Duration)
- تعداد خرید (Conversion Rate)
- تعداد کاربر جدید
- تعداد بازدید (Impression) از صفحات جزئیات و لیست محصولات

درنتایج جستجوی گوگل و نرخ کلیک (Clickthrough Rate) آن‌ها.

همچنین تعداد کل تنوع کالایی، میزان بازدید از محصولات فروشنده‌گان و رضایت از کالاها در این تحلیل‌ها استفاده شده است.

تقاضا و عرضه در دسته‌های کالایی دیجی‌کالا



تقاضا و رضایت در دسته‌های کالایی دیجی‌کالا



دیجی‌کالا



ناظارت بر عملکرد فروشنده‌گان



اصلالت کالا

در صورت شناسایی کالای تقلیبی بدون درج برچسب «غیراصل» محصول بلاfaciale از سایت خارج شده و فروشنده کالا تا ۱۰ برابر ارزش فروش محصول جریمه می‌شود. در صورتی که فروشنده باز دیگر اقدام به فروش کالای تقلیبی کند، علاوه بر جریمه نقدی، دسترسی فروشنده به گروه محصول گرفته می‌شود و در صورت تکرار این موضوع با فروشنده قطع همکاری می‌شود. در همه این شرایط مسئولیت کامل خدمات جباری برای مشتریانی که تحت تاثیر این تخلف قرار گرفته‌اند، با دیجی‌کالا خواهد بود. در این شرایط کالای تقلیبی مرجوع واصل مبلغ به حساب مشتری بازگردانده خواهد شد.



میزان کالای تقلیبی

۵۰,۱۶%



کیفیت کالا

کیفیت کالاهای براساس میزان رضایت مشتریان از طریق نظرسنجی از مشتریان بعد از خرید محاسبه می‌شود. در مرحله بعد کالاهایی که باعث نارضایتی مشتریان شده‌اند، بررسی می‌شوند و براساس دلیل ایجاد نارضایتی اقدامات مختلفی در راستای بهبود تجربه مشتریان انجام می‌شود. ویرایش محتوای محصول، ویرایش عکس محصول، غیرفعال کردن محصولی که نارضایتی از آن زیاد شده است و بهبود بسته‌بندی محصول از جمله این اقدامات است.



متوسط رضایت از کیفیت کالا

۸۰,۸%

کالاهای تقلیبی در دیجی‌کالا

با اضافه شدن مدل مارکت‌پلیس، یکی از مهم‌ترین نگرانی‌های دیجی‌کالا ارائه کالاهای تقلیبی بود. از ابتدای سال ۹۷ تا کنون، ۵۰,۱۶٪ از کالاهای عرضه شده تقلیبی بود (۱۶ کالا از ۱۰۰ هزار کالا). از آنجاکه کالای تقلیبی خط قرمز دیجی‌کالا است، با فروشنده‌گان این کالاهای قطع همکاری شد. ناظرت بر قیمت و کیفیت محصولات فروشنده‌گان یکی از تعهداتی دیجی‌کالا به مشتریان خود است. ضمن عذرخواهی از مشتریانی که تحت تاثیر خطاهای فروشنده‌گان مارکت‌پلیس قرار گرفته بودند، در سال ۹۸ به صورت متوسط **۲۹۳ میلیون تومان** کد **هدیه** به این مشتریان پرداخت شده است. این خطاهای شامل تاخیر در ارسال کالاهای لغو کردن سفارش‌ها و کالاهای تقلیبی است. مجموع این خطاهای ۱۱,۱۶٪ از کل سفارش‌ها را شامل می‌شود.



دیجی‌کالا

فروش چه کالاهایی در دیجی‌کالا ممنوع است؟



کالاهای قاچاق
و محصولات غیرقانونی



سیگار و محصولات
مرتبط با دخانیات



دارو



سلاحهای گرم و سرد



سموم گیاهی و جانوری



آثار هنری بدون
اجراه صاحب اثر



لوازم شکار

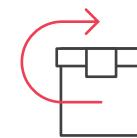


تجهیزات نظامی



تامین موفق و به موقع

در صورتی که فروشنده موفق به تامین کالا پس از سفارش‌گذاری مشتری نشود، دو برابر کمیسیون فروش آن محصول جریمه خواهد شد. اگر این مورد تکرار شود و نخ لغو سفارش بالاتر رود، امتیاز فروشنده کاهش چشمگیر خواهد داشت. علاوه بر این دسترسی به فروش کالای مذکور از فروشنده گرفته خواهد شد. از طرفی به مشتریانی که با مشکل عدم تامین به موقع کالا در سفارش روبرو شده باشند، خدمات جبرانی و کد تخفیف چرخواهی اعطا خواهد شد. تامین به موقع کالا از وظایف فروشنده‌گان است و در محاسبه امتیاز هر فروشنده تاثیر مستقیم خواهد داشت.



نخ بازگشت کالا

در دیجی‌کالا دلایل بازگشت کالاهایی که نخ بازگشت بالایی از طرف مشتریان دارند، به صورت منظم بررسی می‌شود. بعد از بررسی و براساس نتیجه به دست آمده، دسترسی فروشنده‌گانی که تخلف آن‌ها باعث بالا رفتن نخ بازگشت شده باشد، از کالا گرفته می‌شود. همچنین مشتریان هنگام انتخاب کالای مورد نظر امکان بررسی میزان مرجوعی فروشنده‌گان کالا را در قسمت امتیاز فروشنده، دارند. این امتیاز در کنار امتیاز تامین به موقع و تعهد ارسال کالا، امتیاز نهایی فروشنده را نشان می‌دهد.

فهرست کامل کالاهایی که فروش آن‌ها ممنوع است در آکادمی مرکز فروشنده‌گان دیجی‌کالا در دسترس است.



متوسط نخ عدم تامین کالا

۰,۴۱%

متوسط بازگشت کالا توسط مشتریان به دلیل خطای فروشنده

۰,۷۳%



سهم مارکتپلیس از فروش دیجیکالا چقدر است؟

سهم مارکتپلیس از فروش دیجیکالا برحسب ریال



سهم مارکتپلیس از فروش دیجیکالا برحسب تعداد

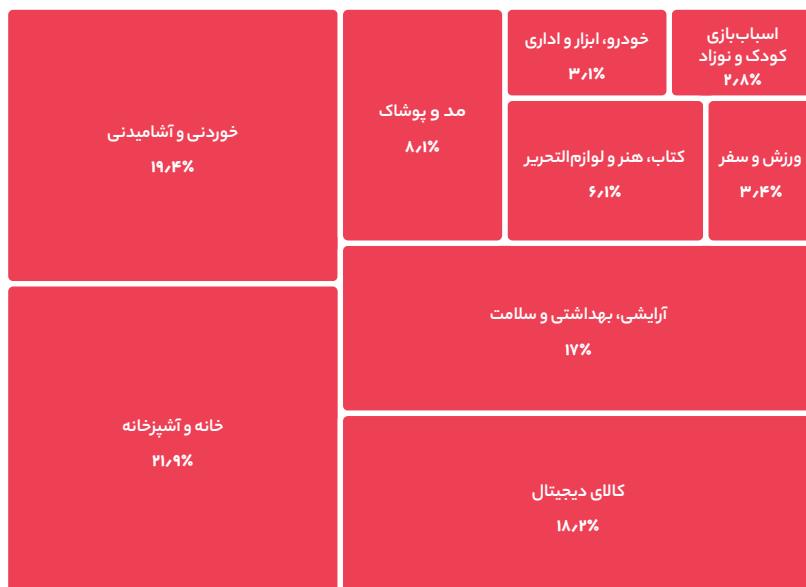


مارکتپلیس: در این مدل بیش از ۶۰ هزار فروشنده فعال در مارکتپلیس دیجیکالا با یکدیگر رقابت و کالاهای خود را به مشتریان عرضه می‌کنند.

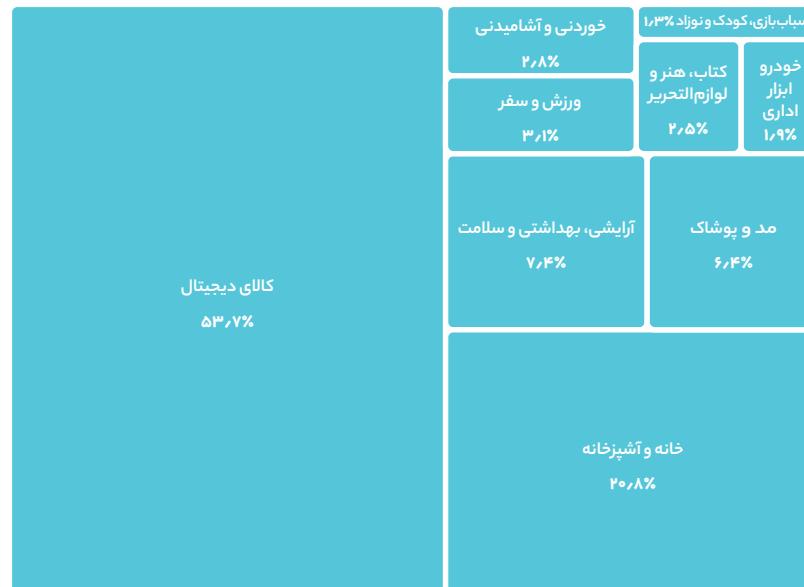
خردهفروشی: در این مدل بخش بازرگانی دیجیکالا با تامین کالاهای (داخلی و بین‌المللی) به‌طور مستقیم کالاهای را به مشتریان عرضه می‌کند.

کدام گروههای کالایی فروش بیشتری دارند؟

سهم فروش گروههای کالایی اصلی بر حسب تعداد



سهم فروش گروههای کالایی اصلی بر حسب ارزش ریالی



”

همان‌طور که انتظار می‌رود، کالاهای دیجیتال مثل لپتاپ، موبایل و پاوربانک سهم ریالی بالایی در فروش دارد، در حالی که از نظر تعداد فروش در رتبه سوم قرار می‌گیرد. در عوض کالاهای سوپرمارکتی و مواد غذایی که در ادبیات خردفروشی به عنوان کالاهای تندهصرف (FMCG) شناخته می‌شوند به تعداد بسیار زیادی خریداری می‌شوند.



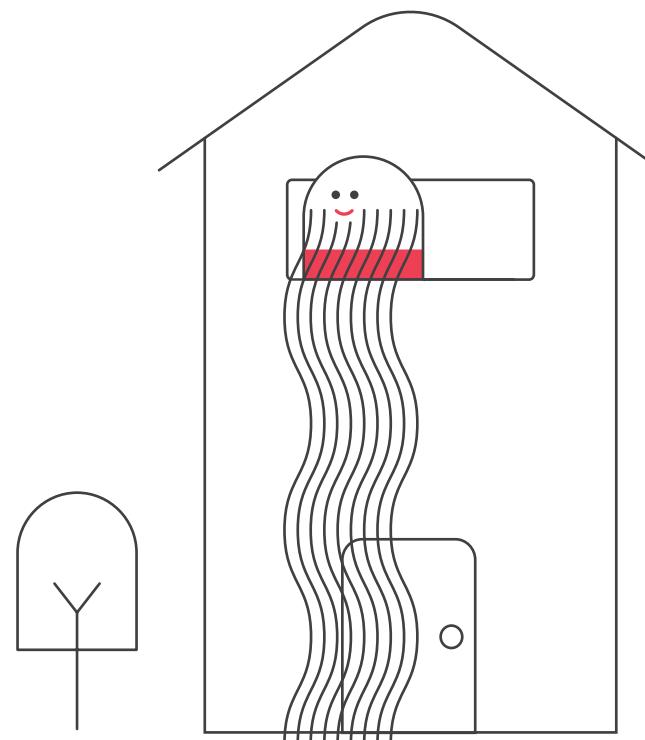


گرانترین سفارش دیجی‌کالا

یکی از مشتریان دیجی‌کالا در سال ۹۸ با خرید ۱۷۷ عدد ماشین اصلاح صورت رکورد گران‌ترین سفارش را با مبلغ ۲۴۴ میلیون تومان ثبت کرده است.



ماشین اصلاح صورت پاناسونیک
مدل ES-LF51





۱

رتبه

لامپ ال ای دی ۷ وات لیتومکس مدل ۰۰۱ پایه E14



دیجی‌کالا

۱۰ کالای پر فروش
(تعدادی)

سال ۱۳۹۸

دیجی‌کالا

۴ رتبه

چراغ LED یو اس بی
Flexible USB Light



۳ رتبه

ماشین اصلاح کیمی
مدل KM-5017



۲ رتبه

گوشی نوکیا مدل ۱۰۶-۲۰۱۹
دو سیم کارت



۷ رتبه

تبدیل OTG ریمکس
RA-OTG مدل



۶ رتبه

لامپ ال ای دی ۱۲ وات لیتمکس
مدل ۰۰۱ پایه E27



۵ رتبه

گوشی سامسونگ Galaxy A10 مدل SM-A105F/DS
دو سیم کارت ۳۲ گیگابایت



۱۰ رتبه

فلش مموری سن دیسک
Cruzer Blade CZ50 ۶۴ گیگابایت



۹ رتبه

گوشی نوکیا مدل ۱۰۵-۲۰۱۷
دو سیم کارت



۸ رتبه

کمرband مردانه مدیر چرم
MKM6 مدل



دیجی‌کالا

۱۰ کالای پر فروش
(ریالی)

سال ۱۳۹۸



۱

رتبه

گوشی سامسونگ Galaxy A50 SM-A505F/DS دو سیم‌کارت ۱۲۸ گیگابایت



دیجی‌کالا

۴
رتبه

گوشی سامسونگ Galaxy A20 دو سیم‌کارت ۳۲ گیگابایت
SM-A205F/DS



۵
رتبه

گوشی سامسونگ Galaxy A10s دو سیم‌کارت ۳۲ گیگابایت
SM-A107F/DS



۶
رتبه

گوشی سامسونگ Galaxy A10 دو سیم‌کارت ۳۲ گیگابایت
SM-A105F/DS



۷
رتبه

گوشی سامسونگ Galaxy A70 دو سیم‌کارت ۱۲۸ گیگابایت
SM-A705FN/DS



۸
رتبه

گوشی سامسونگ Galaxy A30 دو سیم‌کارت ۶۴ گیگابایت
SM-A305F/DS



۹
رتبه

گوشی هواوی Y7 Prime 2019 دو سیم‌کارت ۳۲ گیگابایت



۱۰
رتبه

گوشی هواوی Y9 2019 JKM-LX1 دو سیم‌کارت ۶۴ گیگابایت



۱۱
رتبه

گوشی هواوی Y7 Prime 2019 دو سیم‌کارت ۳۲ گیگابایت



۱۲
رتبه

گوشی هواوی P30 Lite MAR-LX1M دو سیم‌کارت ۱۲۸ گیگابایت





رتبه
1

دستمال توالت تنو Classic بسته ۲۴ عددی



۱۰ کالای پرفروش سوپرمارکتی (ریالی)

سال ۱۳۹۸

دیجی‌کالا

۴ رتبه

دستمال کاغذی ۲۵۰ برگ تنو
مدل Soft بسته ۸ عددی



۳ رتبه

زعفران سرگل کاور سحرخیز
۴,۶۰۸ گرم



۲ رتبه

گوشت چرخکده مخلوط گوساله و گوسفند
مهما پروتئین - ۱ کیلوگرم



۱ رتبه



۷ رتبه

عسل طبیعی آذرکندو
۱/۵ کیلوگرم



۶ رتبه

برنج طارم ممتاز گلستان
۴/۵ کیلوگرم



۵ رتبه

پوشینه بزرگسال ایزی لایف
سایز متوسط بسته ۱۶ عددی



۴ رتبه



۱۰ رتبه

محلول تقویت کننده مژه سریتا
مدل Eyelash حجم ۷ میلی لیتر



۹ رتبه

برنج صدری هاشمی آقاجانیان
۵ کیلوگرم



۸ رتبه

دستمال کاغذی ۱۰۰ برگ ایزی پیک
بسته ۱۰ عددی





۱ رتبه

کنسرو ماهی تون در روغن گیاهی طبیعت ۱۸۰ گرم



۱۰ کالای پرفروش سوپرمارکتی (تعدادی)

سال ۱۳۹۸

دیجی‌کالا

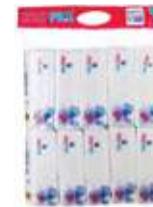
۴ رتبه

کنسرو روب گوجه فرنگی طبیعت
گرم ۸۰۰



۳ رتبه

دستمال کاغذی ۱۰۰ برگ ایزی پیک
بسته ۱۵ عددی



۲ رتبه

روغن سرخ کردی بهار الماس
۱/۸ لیتر



۷ رتبه

بادام زمینی مزمز
گرم ۱۳۵۰



۶ رتبه

اسپاگتی قطر ۱/۲ زر ماکارون
گرم ۷۰۰



۵ رتبه

دستمال توالت تنو Classic
بسته ۲۴ عددی



۱۰ رتبه

روغن مایع آفتابگردان لادن
حاوی ویتامین دی و ای ۱/۶۲ کیلوگرم



۹ رتبه

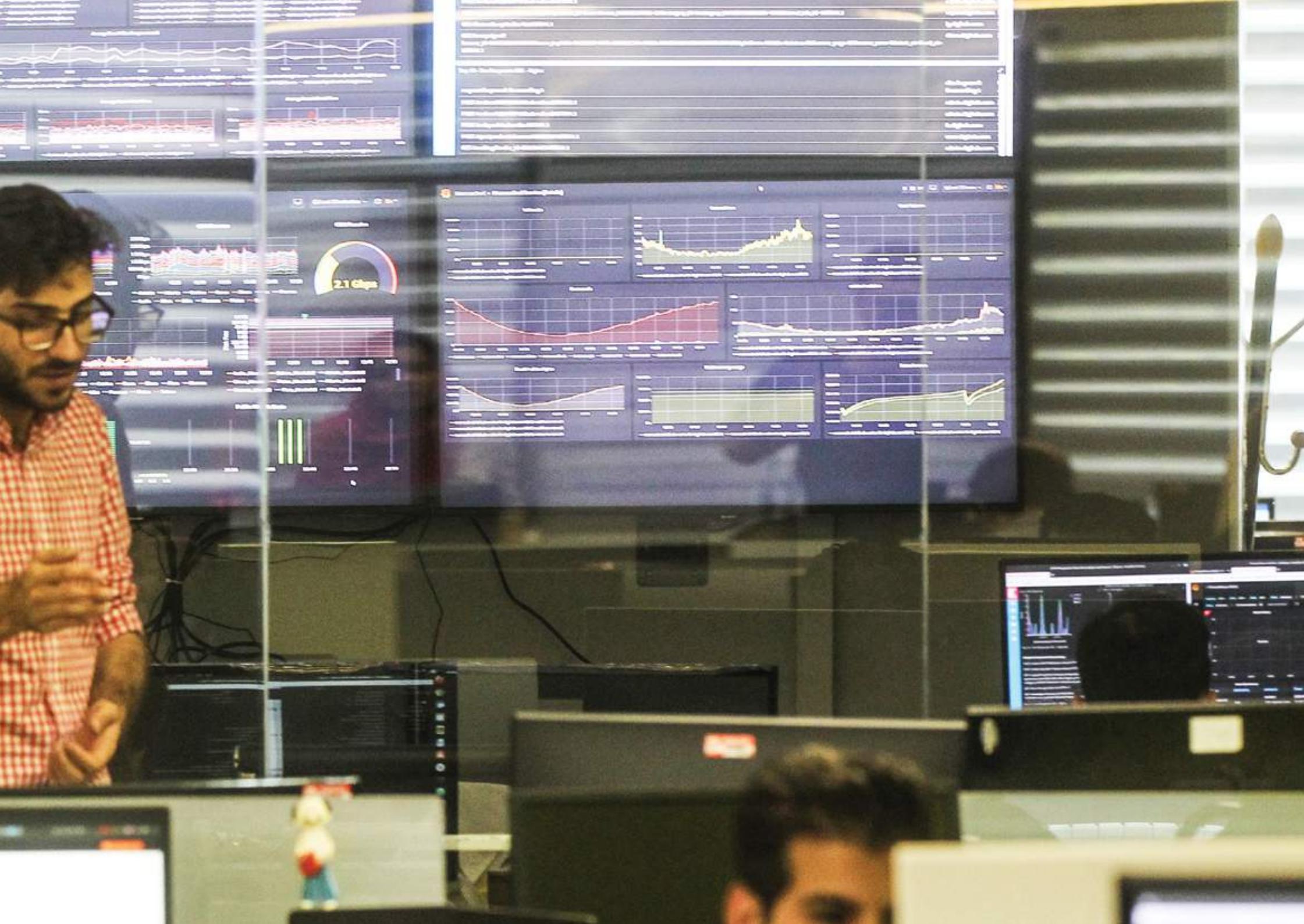
زعفران سرگل کاور سحرخیز
گرم ۴۶۰۸



۸ رتبه

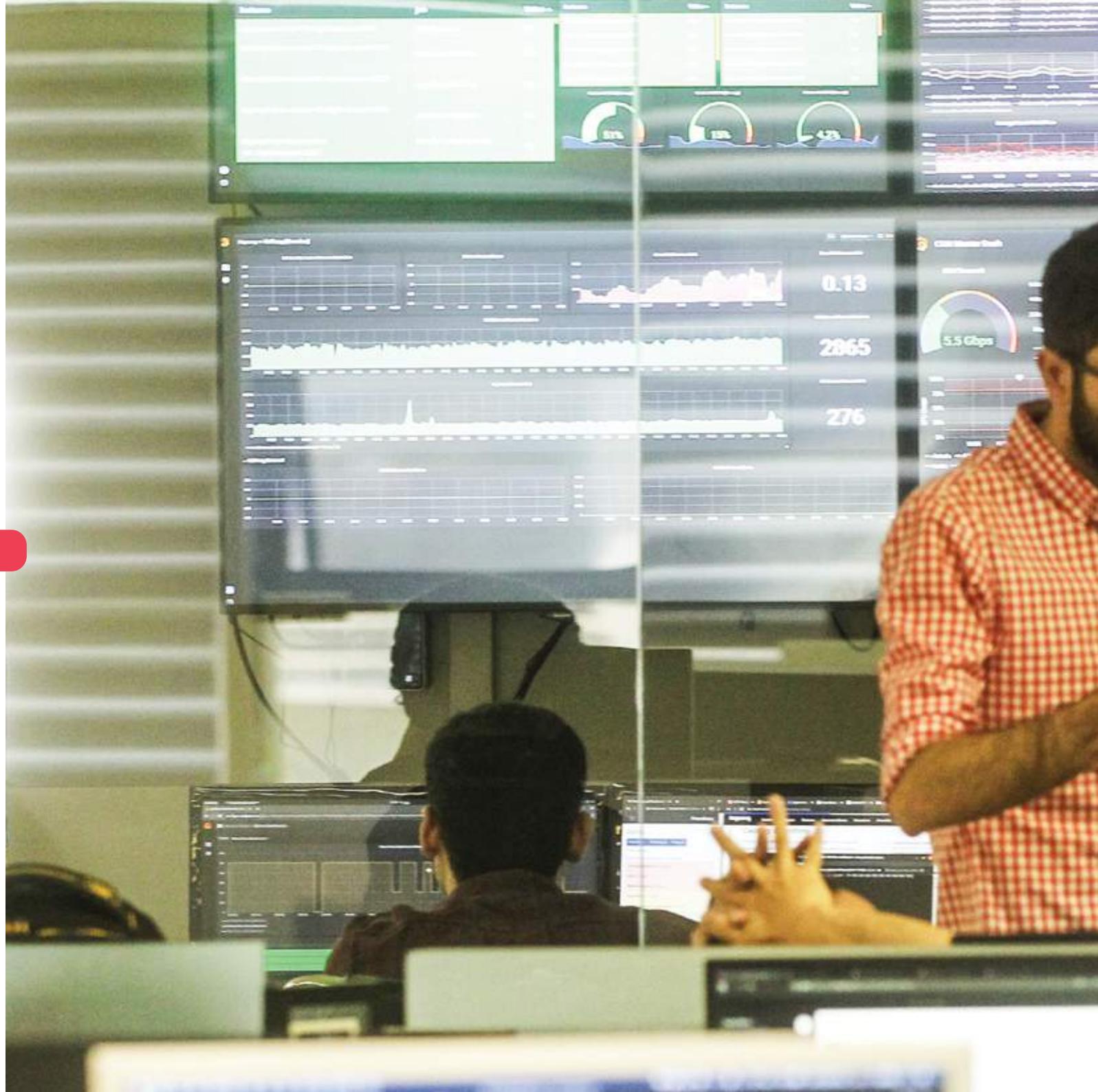
عسل طبیعی آذرکندو
۱/۵ کیلوگرم





فصل چهارم

زیرساخت تکنولوژی



پلتفرم دیجی‌کالا

دانش فنی توسعه پلتفرم خرده فروشی آنلاین تنها در اختیار تعداد محدودی شرکت در دنیا است. از این میان، تعداد کمتری توان رقابت و کسب سهم بزرگی از بازار دارد. توسعه زیرساخت و لجستیک کسب و کار، توان عملیاتی برای خرید همزمان صدھا هزار نفر کاربر، سامانه های پردازشی آنلاین مانند جستجو و پیشنهاد برای این تعداد کاربر بخشی از پیچیدگی های این صنعت است.



از بهترین ابزارها و روش های فناوری اطلاعات در توسعه پلتفرم دیجی‌کالا استفاده شده است

تیمی از بهترین برنامه نویسان و توسعه دهنگان داخل و خارج کشور در این پروژه همکاری کردند

دسترسی آنی فروشنده‌گان و خریداران سراسر کشور

مقیاس پذیری در تعداد کاربر و تراکنش همزمان و همخوانی با ظرفیت عملیاتی

پلتفرم منحصربه فرد با مالکیت تجاری دیجی‌کالا

“

پلتفرم دیجی‌کالا یکی از دارایی های بسیار با اهمیت دیجی‌کالا است.

الگوریتم‌های هوشمند تجربه خرید (Shopping Experience)

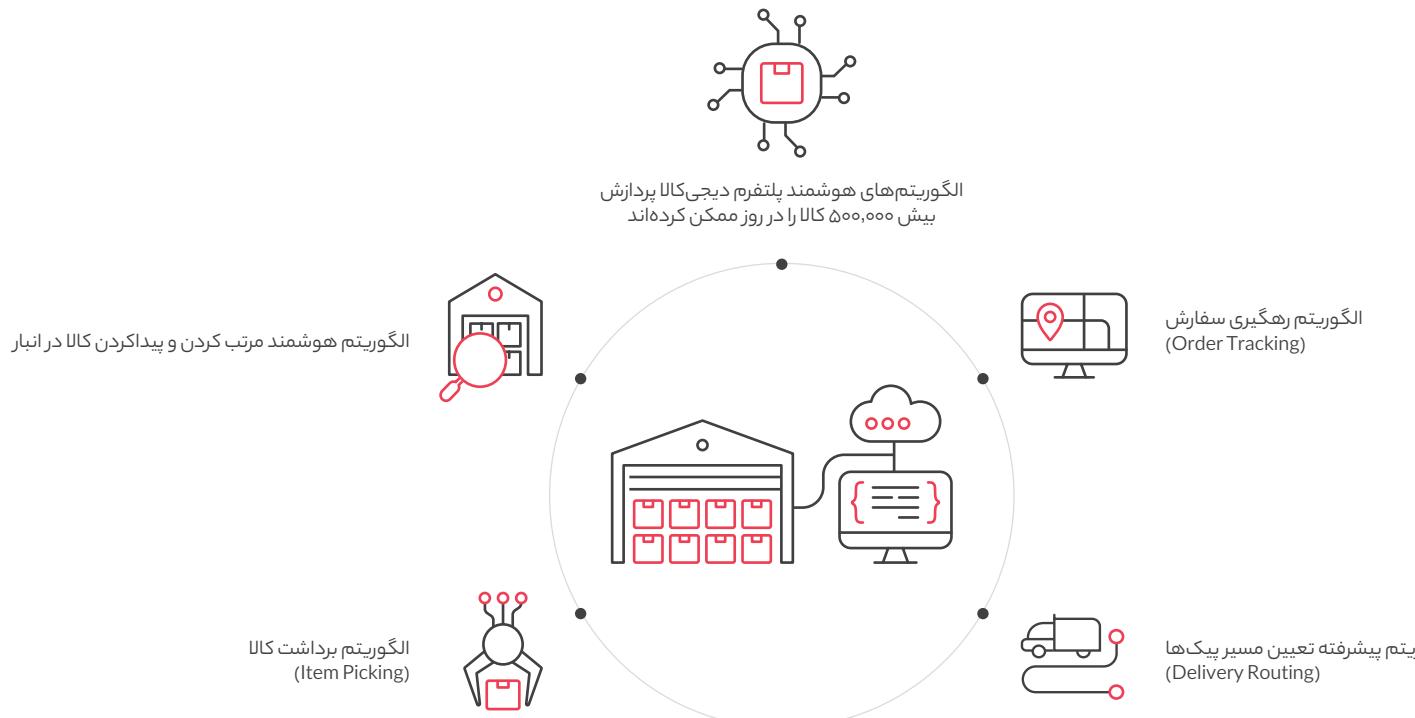


“

الگوریتم‌های هوشمند که تجربه خوشایند خرید را ممکن می‌کنند از دارایی‌های فکری (Intellectual Properties) بسیار مهم دیجی‌کالا است.



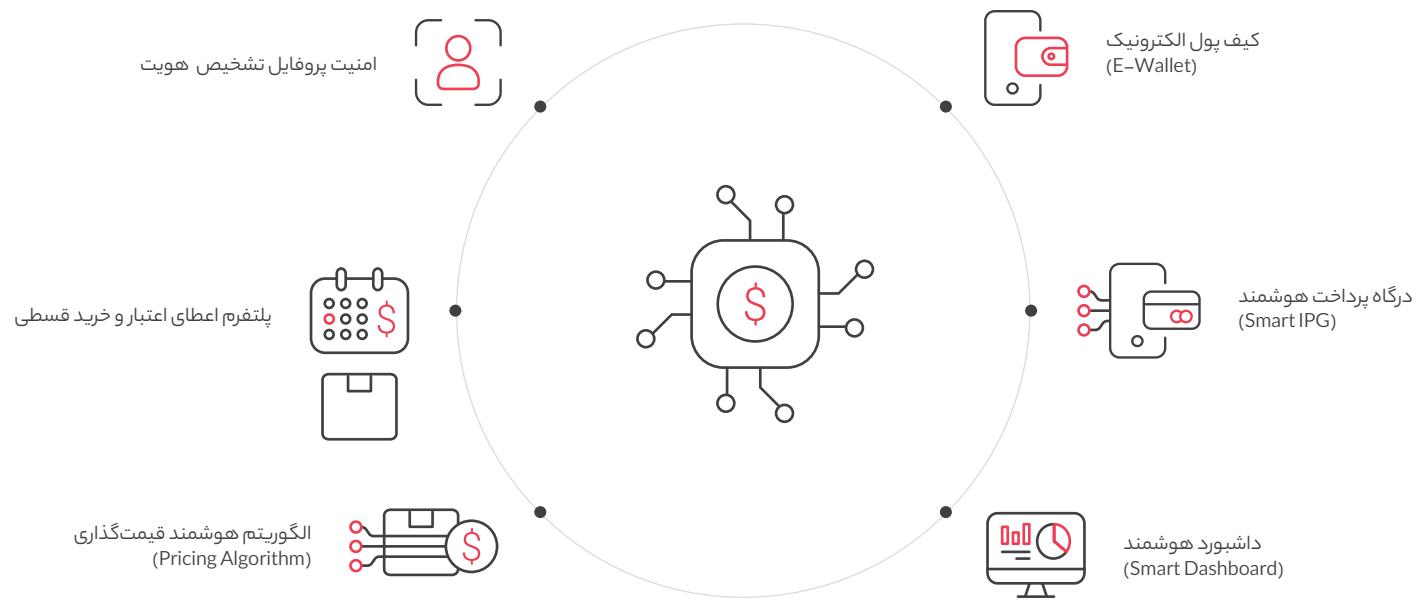
الگوریتم‌های هوشمند در لجستیک و پردازش کالا (Logistics and Fulfillment) کالا



انبارش، پردازش و توزیع کالاهای فرایندی زمان برو و پیچیده است که با استفاده از الگوریتم‌های هوشمند و خودکار امکان‌پذیر شده است.

“

الگوریتم‌های هوشمند فناوری مالی و پرداخت آنلاین (Fintech and Payment)



“

الگوریتم‌های هوشمند فناوری مالی و پرداخت آنلاین به تسهیل خرید آنلاین کمک کرده و امکان پردازش ۳۵ هزار تراکنش در لحظه را فراهم می‌کند.





فصل پنجم

محصولات و برندها



پرفروش‌ترین یخچال و فریزرها (تعدادی)



یخچال امرسان
IR5T

۵
رتبه



یخچال و فریزرفیلور
TDF 342N

۴
رتبه



یخچال و فریزرامرسان
TFH14T

۳
رتبه



یخچال ایستکول
TM 919

۲
رتبه



یخچال ایستکول
TM 835

۱
رتبه

پرفروش‌ترین یخچال و فریزرها (ریالی)



یخچال و فریزرامرسان
مدل MTP

۵
رتبه



یخچال و فریزرفیلور
TDF 342N

۴
رتبه



یخچال ایستکول
TM 919

۳
رتبه



یخچال و فریزرامرسان
TFH14T

۲
رتبه



یخچال ایستکول
TM 835

۱
رتبه

پرفروش‌ترین لپتاپ‌ها (تعدادی)



لپتاپ 15 اینچی لنوو
Ideapad 330 - E

۵ رتبه



لپتاپ 15 اینچی لنوو
Ideapad 330 - FA

۴ رتبه



لپتاپ 15 اینچی لنوو
Ideapad 330 - F

۳ رتبه



لپتاپ 15 اینچی ایسوس
VivoBook X543MA A

۲ رتبه



لپتاپ 15 اینچی لنوو
Ideapad 330 NXB

۱ رتبه

پرفروش‌ترین لپتاپ‌ها (ریالی)



لپتاپ 15 اینچی ایسوس
VivoBook K543UB - D

۵ رتبه



لپتاپ 15 اینچی لنوو
Ideapad 330 - F

۴ رتبه



لپتاپ 15 اینچی لنوو
Ideapad 330 - FA

۳ رتبه



لپتاپ 15 اینچی ایسوس
VivoBook X543MA A

۲ رتبه



لپتاپ 15 اینچی لنوو
Ideapad 330 NXB

۱ رتبه

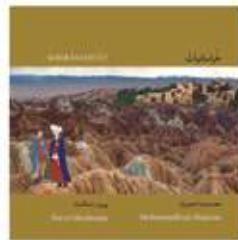


پرفروش‌ترین آلبوم‌های موسیقی (تعدادی)



آلبوم بی کلام آرامش خیال بهیاد

۵
رتبه



آلیوم خراسانیات
محمد رضا شجریان و پریز مشکاتیان

۴
رتبه



آلیوم بی نام
محسن چاوشی

۳
رتبه



آلیوم ایران من
همایون شجریان و سهیده پورناظری

۲
رتبه



آلیوم افسانه چشمانت
علیرضا قربانی و همایون شجریان

۱
رتبه

پرفروش‌ترین کتاب‌ها (ریالی)



تختخوابت را مرتب کن
ویلیام اچ. مکریون

۵
رتبه



شدن
میشل اوباما

۴
رتبه



خودت را به فنا نده
گری جان بیشاپ

۳
رتبه



خودت باش دختر
ریچل هالیس

۲
رتبه



چهار اثر از فلورانس
اسکاول شین

۱
رتبه

پرفروش‌ترین کنسول‌های بازی (تعدادی)



کنسول Playstation 4 Slim
Region 2 CUH-2216A
۵۰۰ گیگابایت

۵
رتبه



کنسول Playstation 4 Slim
ظرفیت ۲ ترابایت
Region 2 CUH-2216B

۴
رتبه



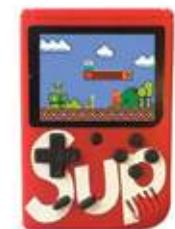
کنسول بازی قابل حمل
کد 0110

۳
رتبه



کنسول Playstation 4 Slim
یک ترابایت
Region 2 CUH-2216B

۲
رتبه



کنسول بازی قابل حمل
سایپ گیم باکس 400 Plus

۱
رتبه

پرفروش‌ترین کنسول‌های بازی (ریالی)



کنسول Playstation 4 Slim
Region 2 CUH-2216A
۵۰۰ گیگابایت

۵
رتبه



کنسول Playstation 4 Pro 2018
CUH-7216B Region 2
یک ترابایت

۴
رتبه



کنسول Playstation 4 Pro
CUH-7216B 2 ریجن
یک ترابایت

۳
رتبه



کنسول Playstation 4 Slim
یک ترابایت
Region 2 CUH-2216B

۲
رتبه



کنسول Playstation 4 Slim
Region 2 CUH-2216B
یک ترابایت

۱
رتبه

پرفروش‌ترین تلویزیون‌ها (تعدادی)

تلویزیون الای دی شهاب
24SH81N1 سایز 24 اینچ

۵ رتبه

تلویزیون الای دی هوشمند ایکس
ویژن 55XT515 سایز 55 اینچ

۴ رتبه

تلویزیون الای دی ایکس ویژن
43XK570 سایز 43 اینچ

۳ رتبه

تلویزیون الای دی هوشمند ایکس
ویژن 43XT725 سایز 43 اینچ

۲ رتبه

تلویزیون الای دی ایکس ویژن
24XS460 سایز 24 اینچ

۱ رتبه

پرفروش‌ترین تلویزیون‌ها (ریالی)

تلویزیون الای دی ایکس ویژن
24XS460 سایز 24 اینچ

۵ رتبه

تلویزیون الای دی هوشمند ایکس
ویژن 43XT725 سایز 43 اینچ

۴ رتبه

تلویزیون الای دی هوشمند ایکس
ویژن 55XTU725 سایز 55 اینچ

۳ رتبه

تلویزیون الای دی هوشمند ایکس
ویژن 49XTU725 سایز 49 اینچ

۲ رتبه

تلویزیون الای دی هوشمند ایکس
ویژن 55XT515 سایز 55 اینچ

۱ رتبه

پرفروش‌ترین ساعت‌های هوشمند (تعدادی)



ساعت هوشمند A1
به همراه هندزفری بی‌سیم
I7S TWS

۵
رتبه



ساعت هوشمند جی‌تب
W101

۴
رتبه



بند جی بند هوشمند
Mi Band 2 Silicone

۳
رتبه



ساعت هوشمند جی‌تب
W101 Hero

۲
رتبه



ساعت هوشمند وی سریز
مدل A1

۱
رتبه

پرفروش‌ترین ساعت‌های هوشمند (ریالی)



ساعت هوشمند وی سریز
مدل A1

۵
رتبه



ساعت هوشمند سامسونگ
Galaxy Watch Active2 44mm

۴
رتبه



ساعت هوشمند اپل واچ سری ۵
44m Space Gray aluminum Case Black Sport Band

۳
رتبه



ساعت هوشمند سامسونگ
Galaxy Watch SM R810

۲
رتبه



ساعت هوشمند سامسونگ
Galaxy Watch SM R800

۱
رتبه

پرفروش‌ترین گوشی‌های موبایل (تعدادی)

گوشی نوکیا 130 - 2017
دو سیم کارت

۵ رتبه

گوشی هوآوی Y5 Lite 2018
دو سیم کارت ۶۴ گیگابایت

۴ رتبه

گوشی سامسونگ Galaxy A10s SM A105FDS
دو سیم کارت ۳۲ گیگابایت

۳ رتبه

گوشی سامسونگ Galaxy A10 SM A105FDS
دو سیم کارت ۳۲ گیگابایت

۲ رتبه

نوكيا مدل 106 - 2019
دو سیم کارت

۱ رتبه

پرفروش‌ترین گوشی‌های موبایل (ریالی)

گوشی هوآوی Y7 Prime 2019
دو سیم کارت ۳۲ گیگابایت

۵ رتبه

گوشی سامسونگ Galaxy A20 SM A205FDS
دو سیم کارت ۳۲ گیگابایت

۴ رتبه

گوشی سامسونگ Galaxy A10s SM A105FDS
دو سیم کارت ۳۲ گیگابایت

۳ رتبه

گوشی سامسونگ Galaxy A10 SM A105FDS
دو سیم کارت ۳۲ گیگابایت

۲ رتبه

گوشی سامسونگ Galaxy A50 SM A505FDS
دو سیم کارت ۱۲۸ گیگابایت

۱ رتبه

پرفروش‌ترین دوربین‌ها (تعدادی)



دوربین عکاسی چاپ سریع
فوجی فیلم مدل Instax Mini 9

۵
رتبه



دوربین دیجیتال سامسونگ
WB30F مدل

۴
رتبه



دوربین دیجیتال سامسونگ
Mدل ST69

۳
رتبه



دوربین دیجیتال سامسونگ
Mدل ES95

۲
رتبه



دوربین دیجیتال سامسونگ
Mدل ST150F

۱
رتبه

پرفروش‌ترین دوربین‌ها (ریالی)



دوربین دیجیتال نیکون مدل
VR AF-P ۱۸-۵۵ میلی متر

۵
رتبه



دوربین فیلمبرداری ورزشی گوپرو
Hero7 Black دوربین

۴
رتبه



دوربین دیجیتال نیکون D5300 به همراه
 لنز ۱۸-۱۴۰ میلی متر VR

۳
رتبه



دوربین دیجیتال کانن مدل
f3.5 5.6 IS USM به همراه لنز ۱۸-۱۳۵ میلی متر

۲
رتبه



دوربین دیجیتال کانن مدل
DC III به همراه لنز ۱۸-۵۵ میلی متر

۱
رتبه





دیگالا

www.digikala.com



A8

low dimension (cm)

یک سفارش عجیب برای روز عشق



+



=



کتاب موفقیت در ۷ روز

تله موش

!?





پرجستجوترین برندهای خارجی در دیجی کالا

سال ۱۳۹۸



پرجستجوترین برندهای ایرانی در دیجی کالا

سال ۱۳۹۸

۲,۲۷۹,۴۴۱ **SAMSUNG**

۸۸۸,۸۹۷

۸۷۰,۱۵۷

۶۵۶,۰۰۸

۱۷۷,۷۸۵ **NOKIA**

۵۱,۶۵۲ **TSCC**

۴۱,۳۶۷ **COMEON**

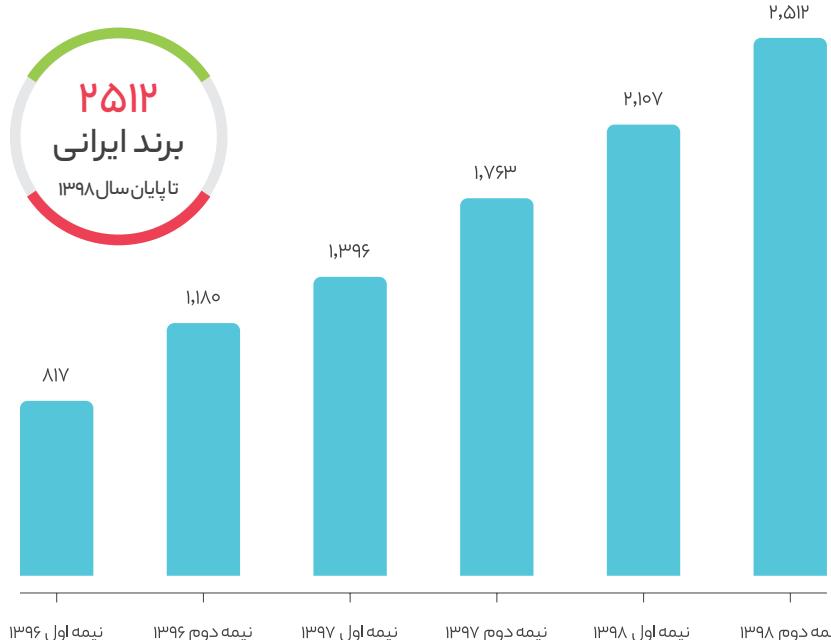
۲۳,۷۳۷ **لمرسان**

۱۱,۱۴۶ **X-ویتن**

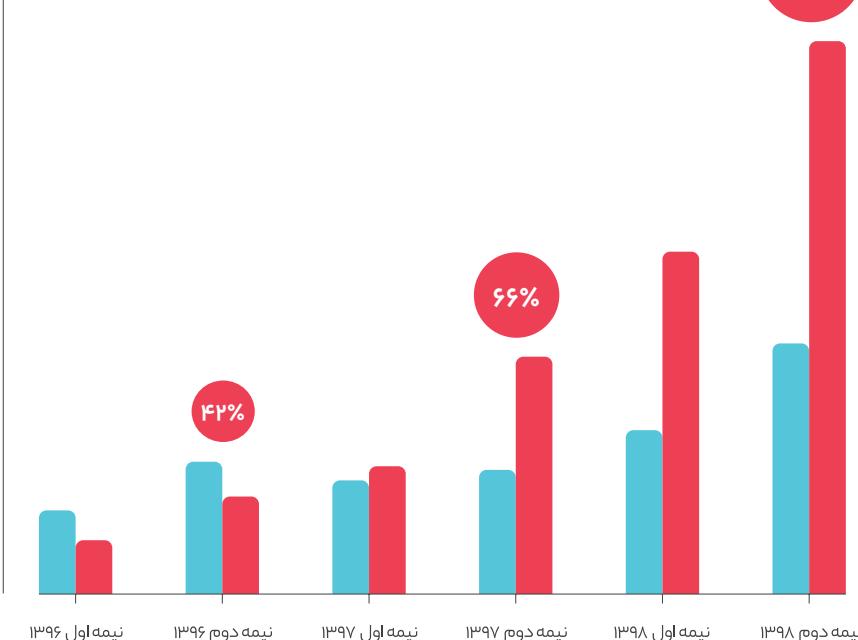
۸,۳۸۹

سهم فروش کالاهای ایرانی در دیجی‌کالا چقدر است؟

در سال ۱۳۹۸ حدود ۶۹٪ از فروش تعدادی
دیجی‌کالا متعلق به کالاهای ایرانی بود.



تعداد کالای فروش رفته

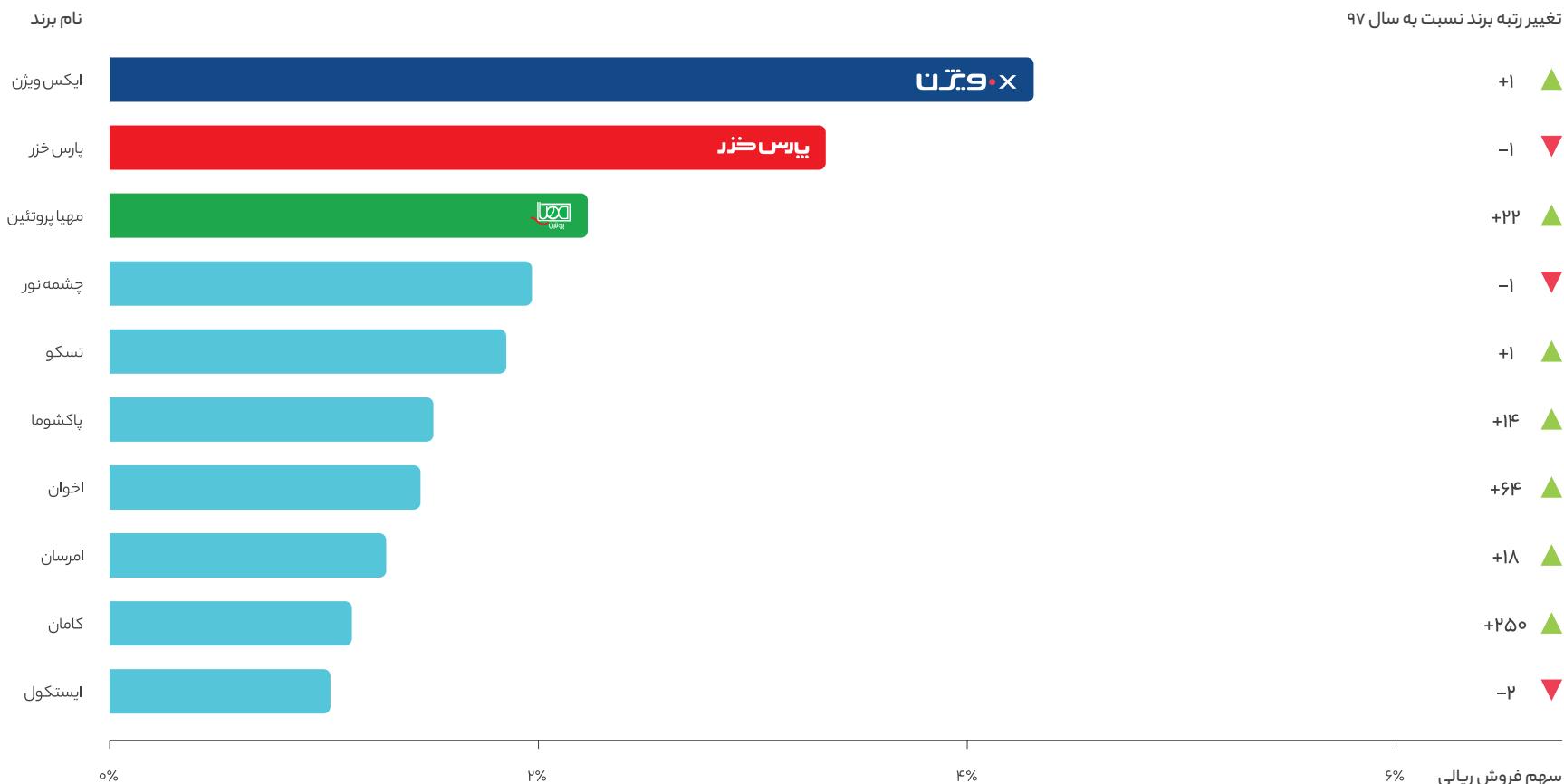


کالاهای ایرانی کالاهای خارجی



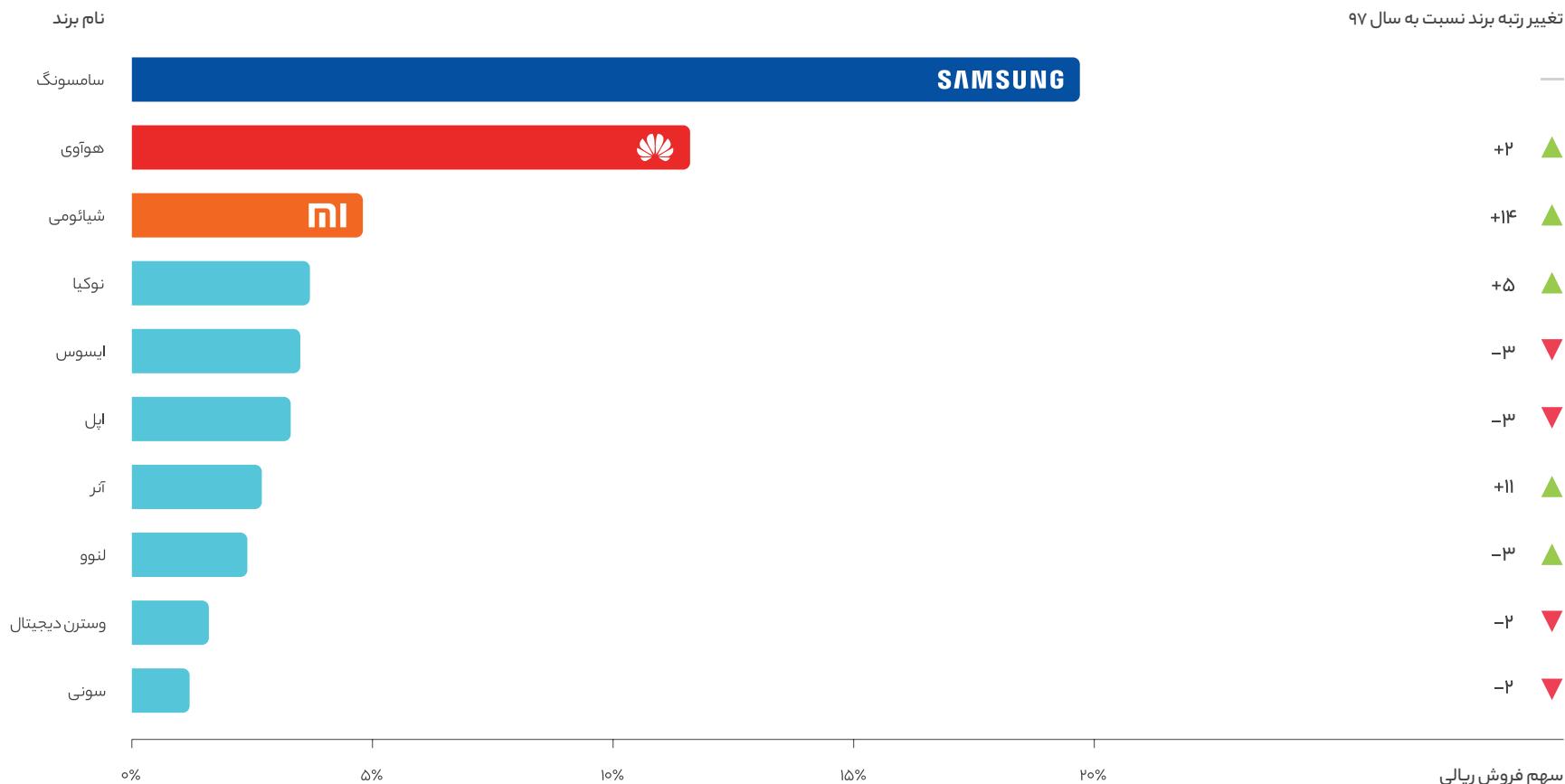
پرفروش‌ترین برندهای ایرانی (ریالی)

سال ۱۳۹۸



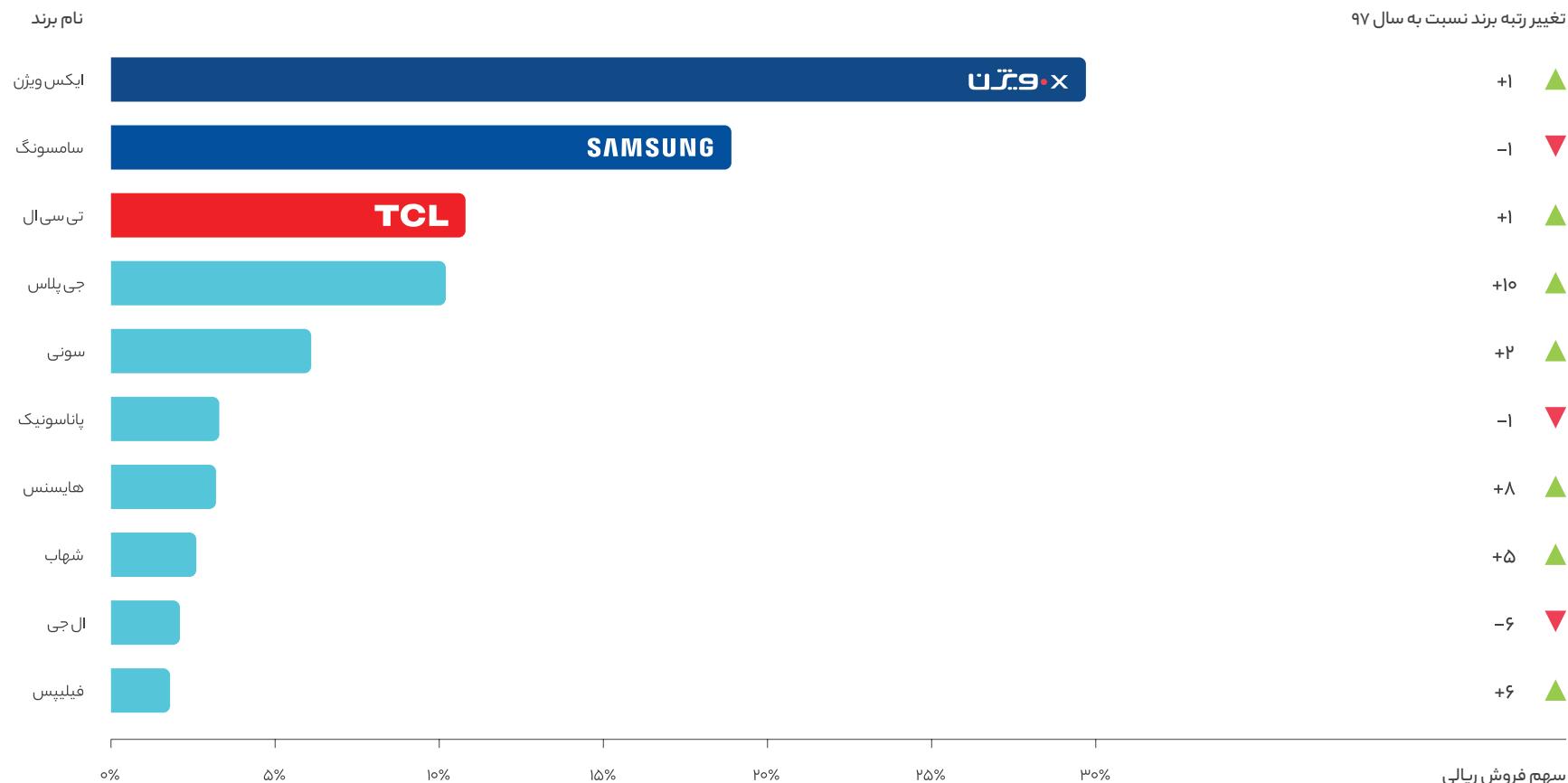
پرفروش‌ترین برندهای خارجی (ریالی)

سال ۱۳۹۸



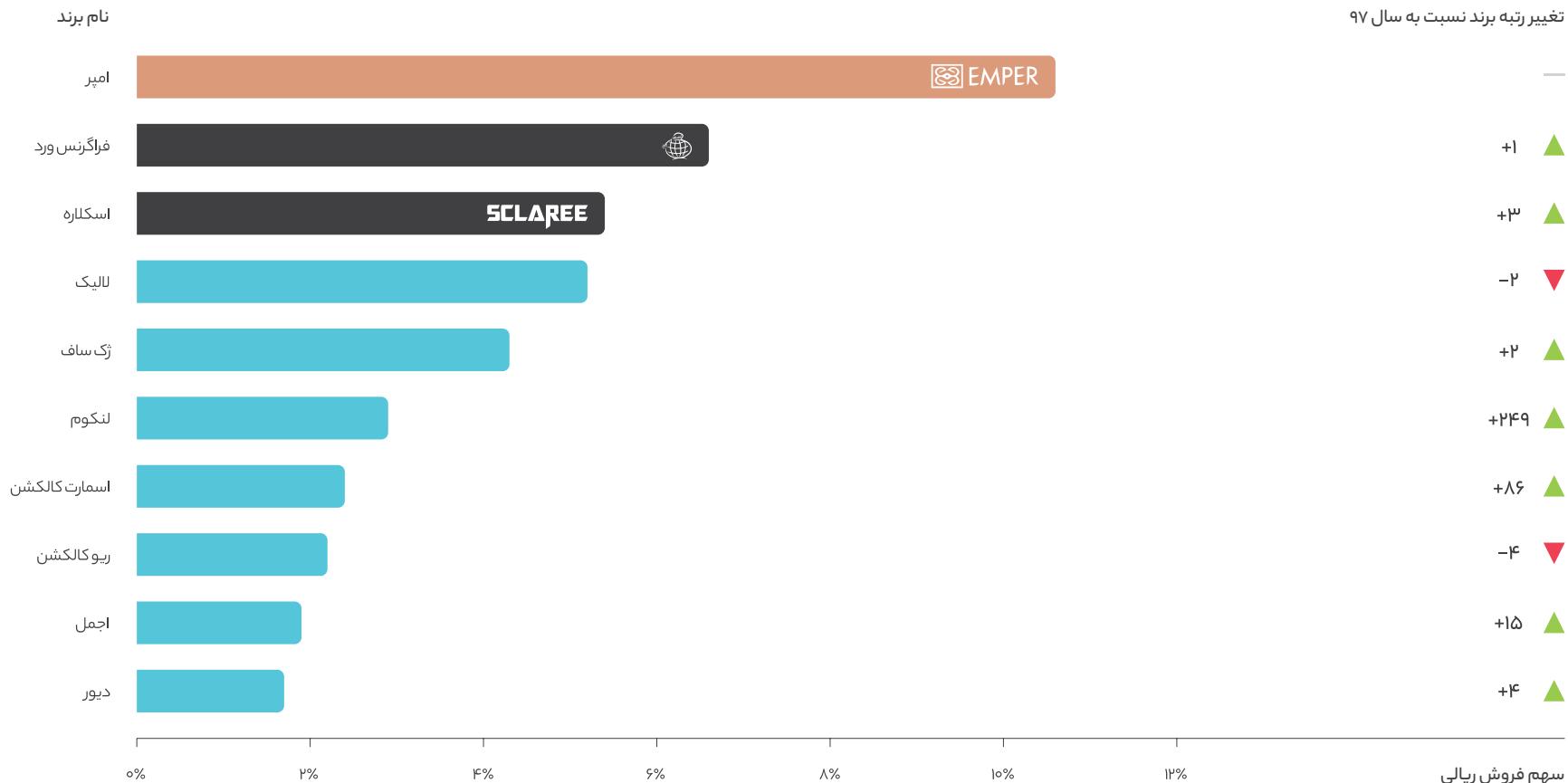
پرفروش‌ترین برندهای تلویزیون (ریالی)

سال ۱۳۹۸



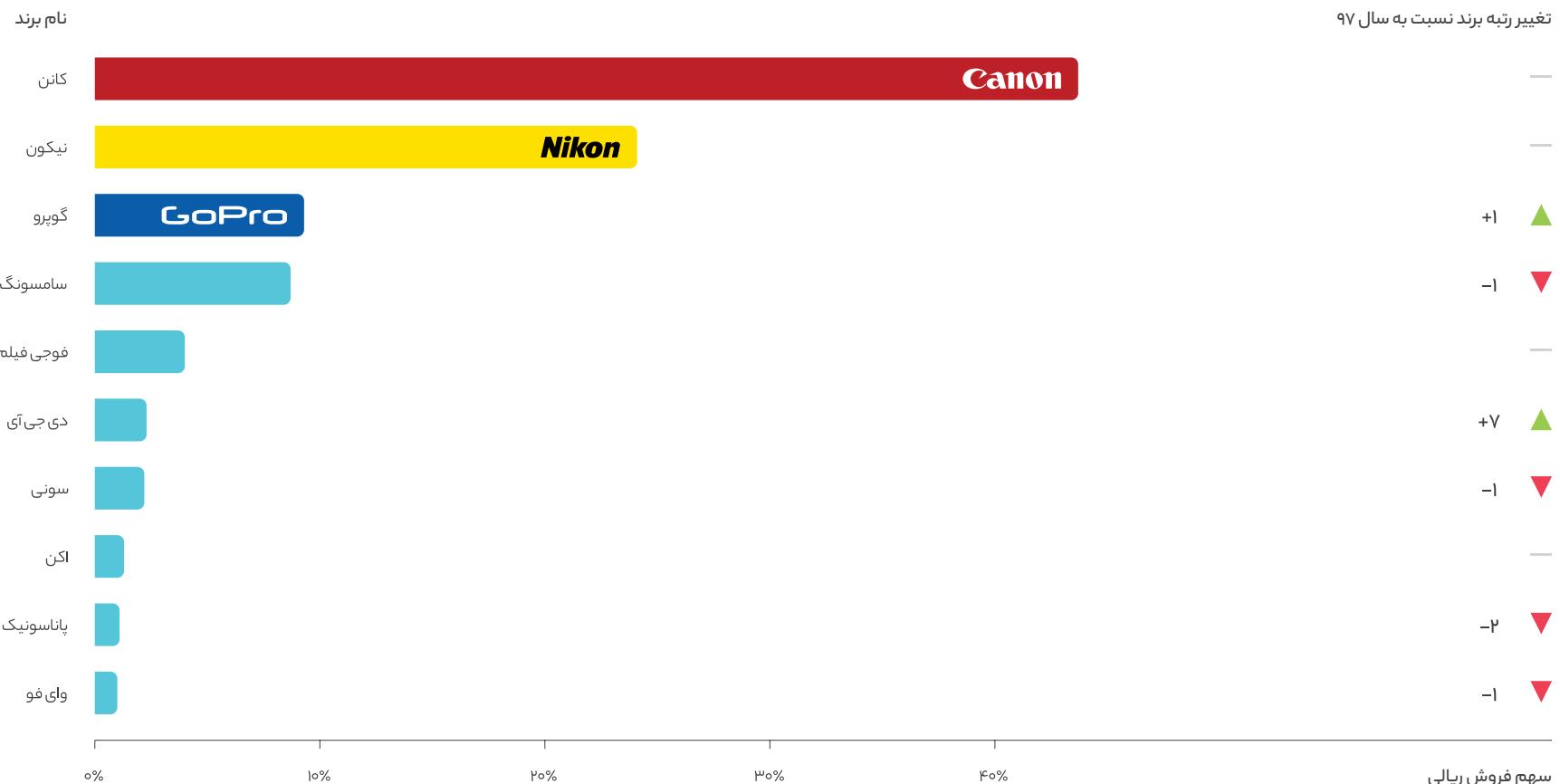
پرفروش‌ترین برندهای عطر و ادوکلن (ریالی)

سال ۱۳۹۸



پرفروش‌ترین برندهای دوربین (ریالی)

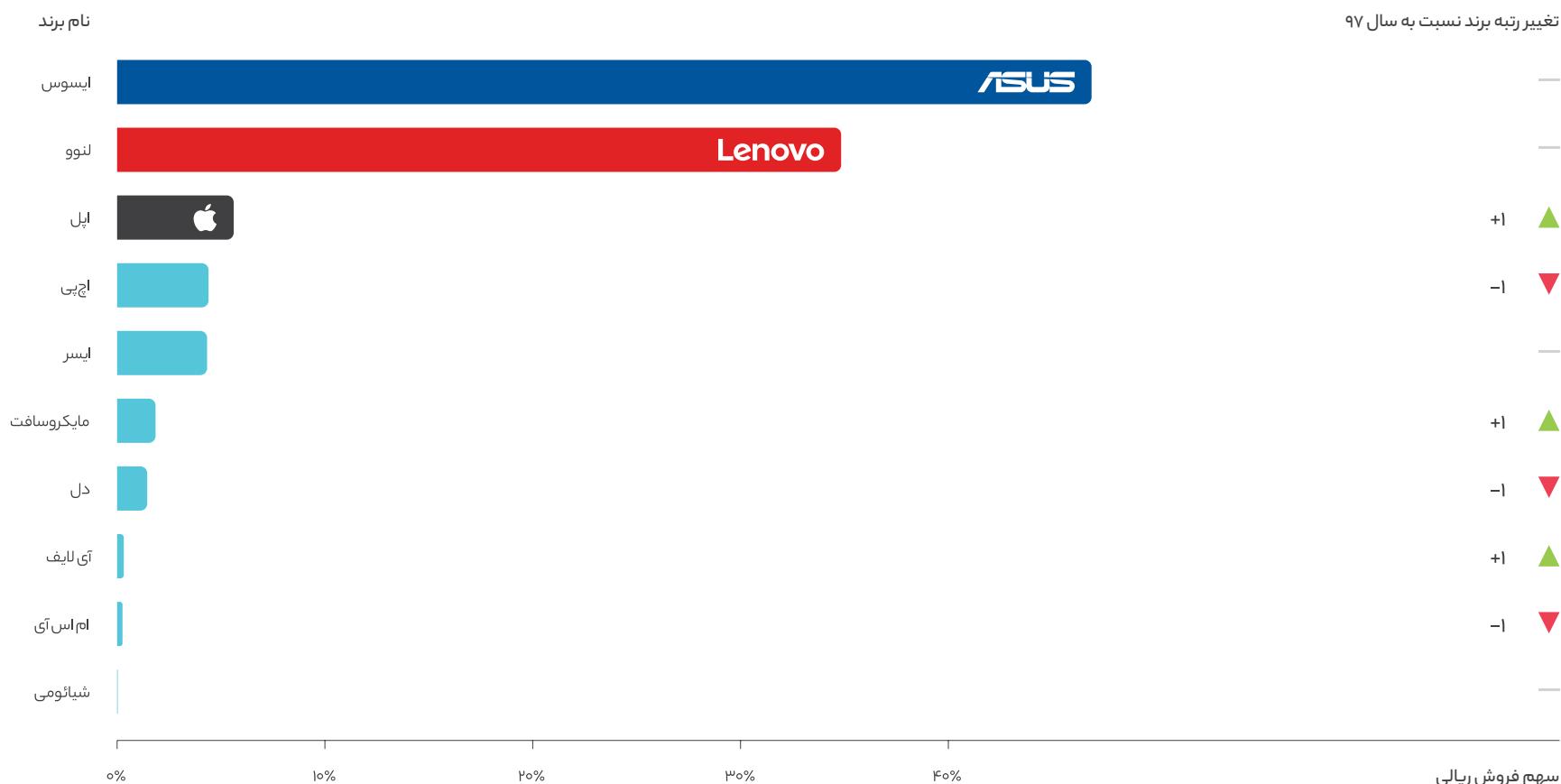
سال ۱۳۹۸



دیجی‌کالا

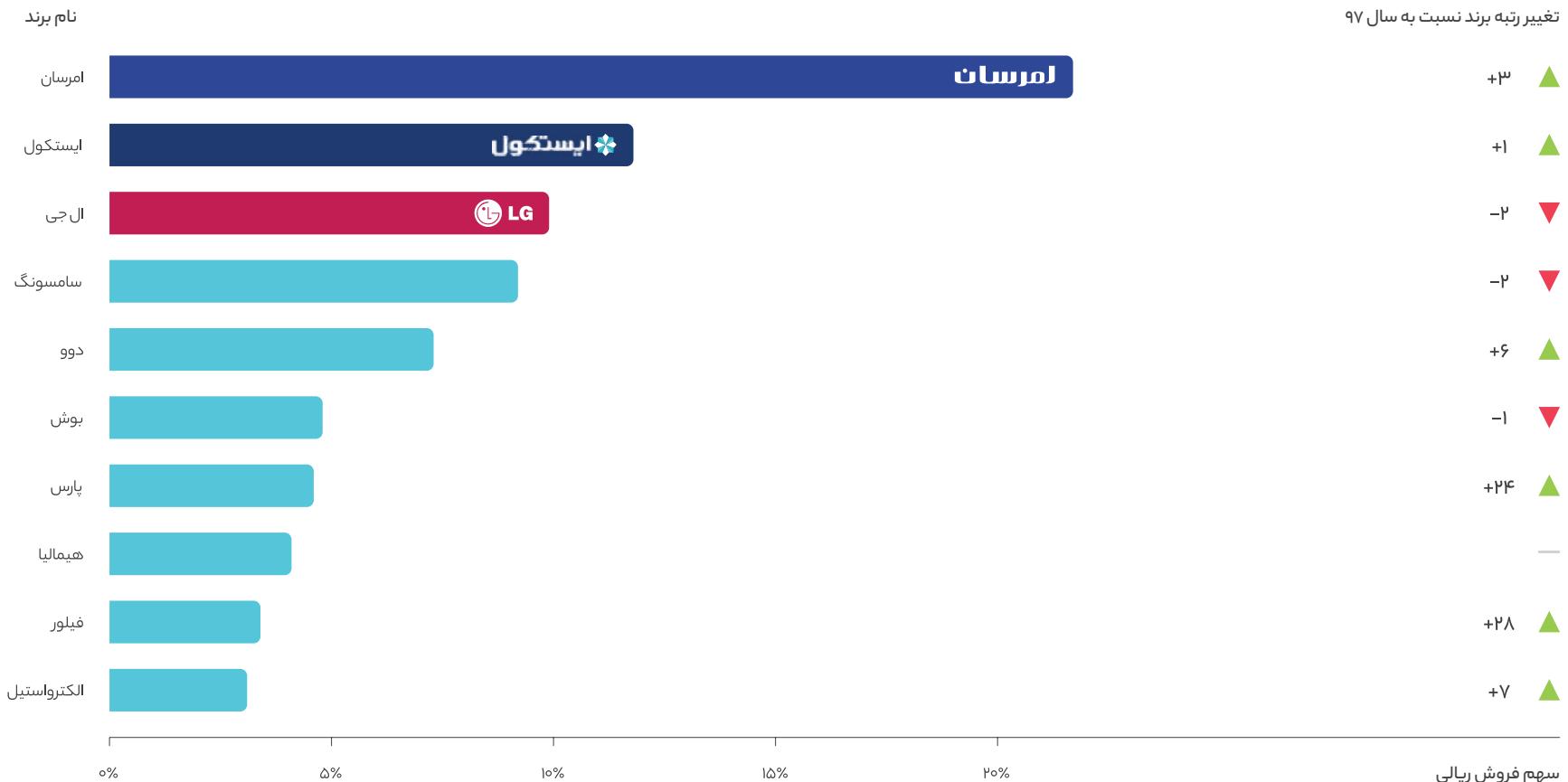
پرفروش‌ترین برندهای لپتاپ و التراپوک (ریالی)

سال ۱۳۹۸



پرفروش‌ترین برندهای یخچال و فریزر (ریالی)

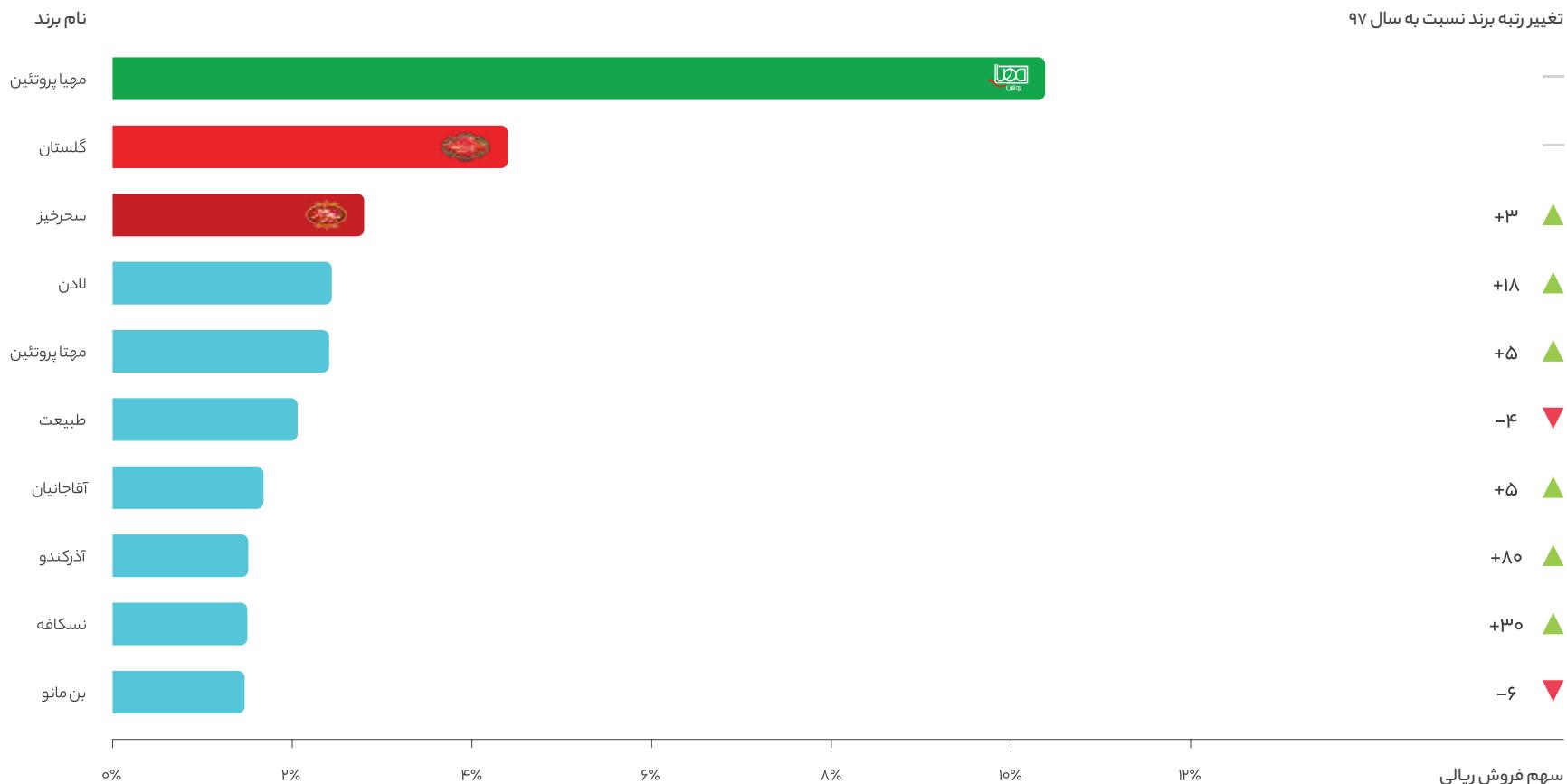
سال ۱۳۹۸



دیجی‌کالا

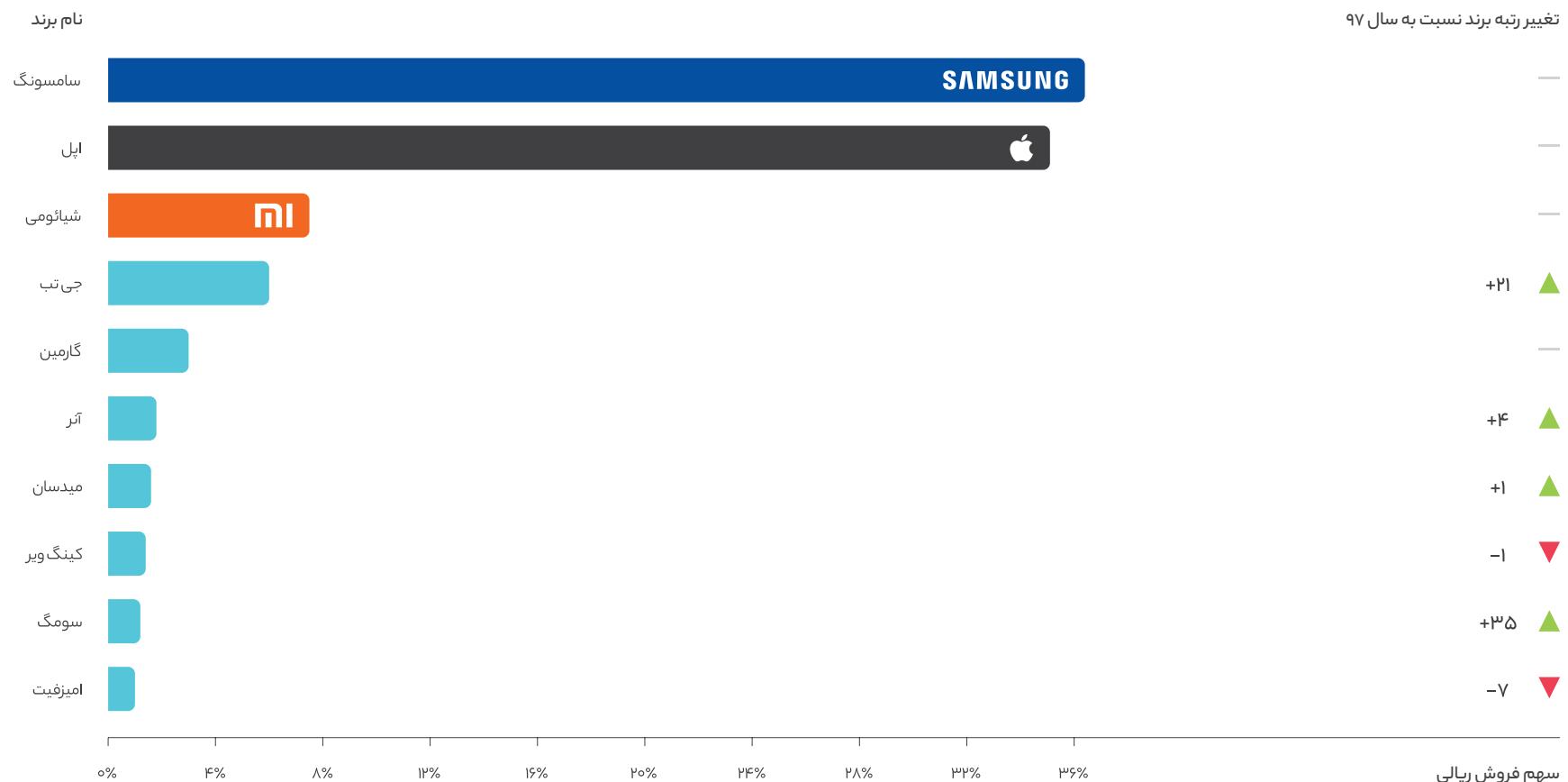
پرفروش‌ترین برندهای مواد غذایی (ریالی)

سال ۱۳۹۸



پرفروش‌ترین برندهای ساعت هوشمند (ریالی)

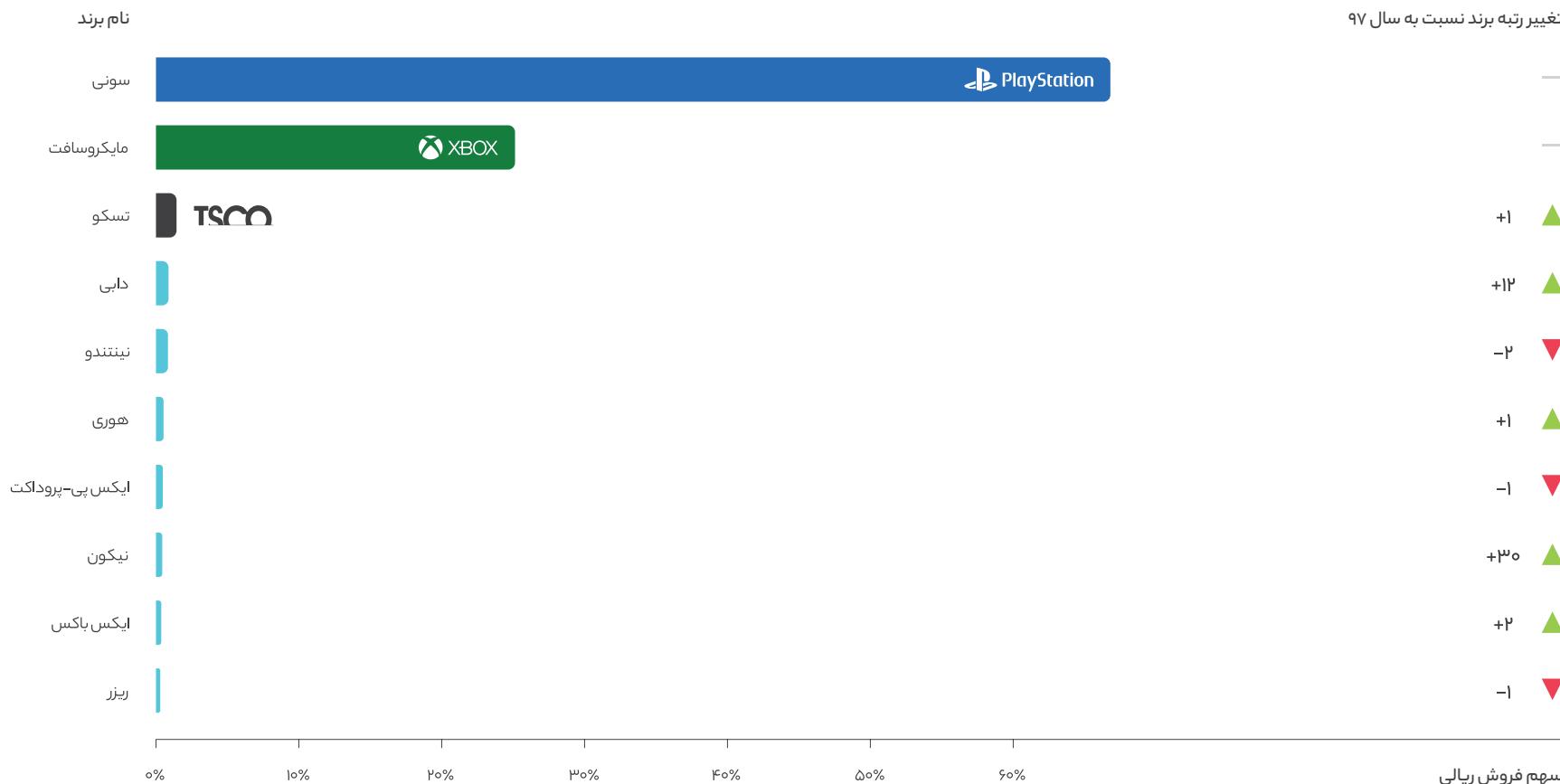
سال ۱۳۹۸



دigi کالا

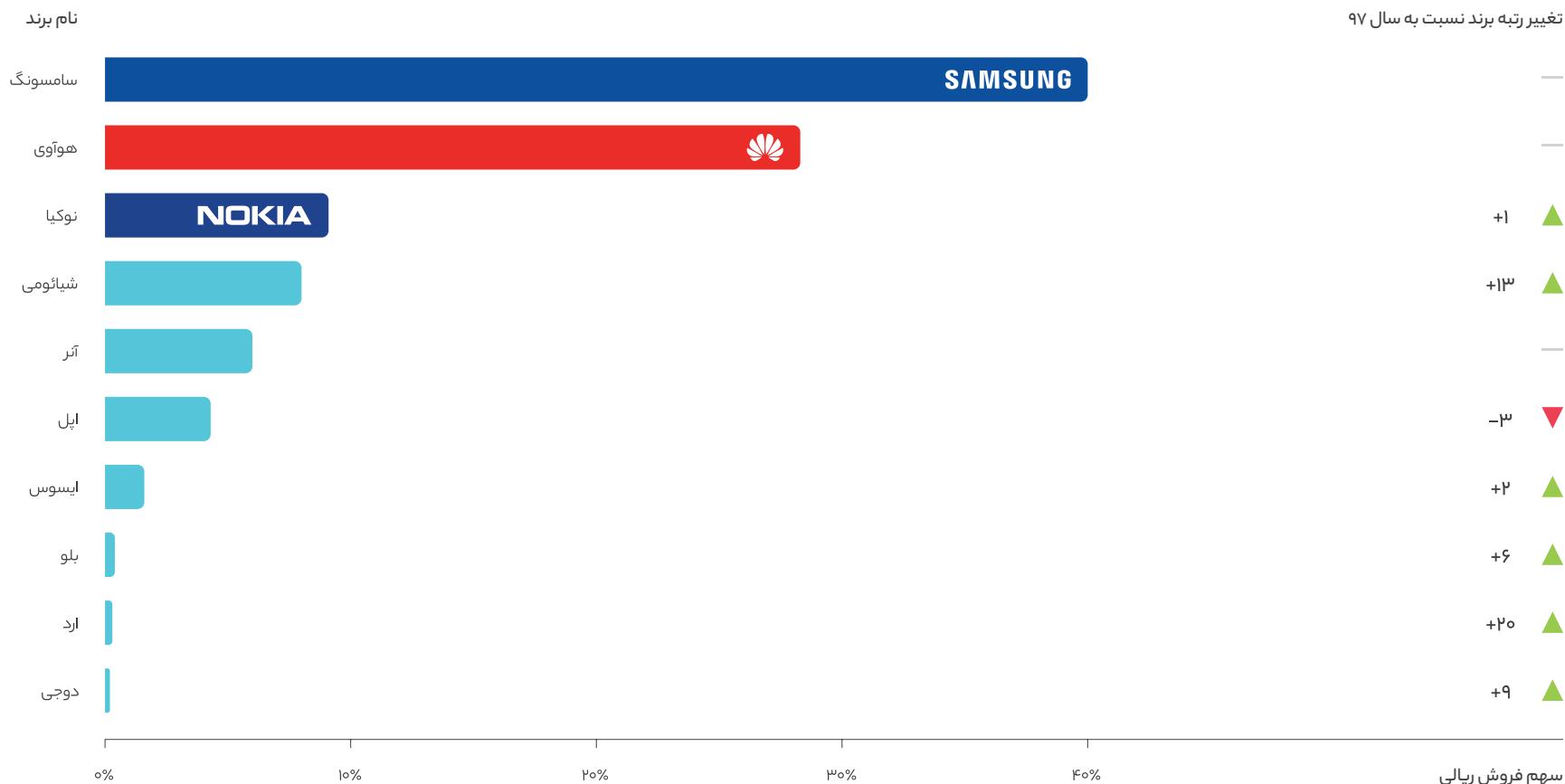
پرفروش‌ترین برندهای کنسول و لوازم جانبی بازی (ریالی)

سال ۱۳۹۸



پرفروش‌ترین برندهای گوشی موبایل (ریالی)

سال ۱۳۹۸



فصل ششم

دیجی‌کالا در سال ۹۸





رویدادهای دیجی‌کالا در سال ۱۳۹۸

رویداد تجارت الکترونیک نیم‌دایره

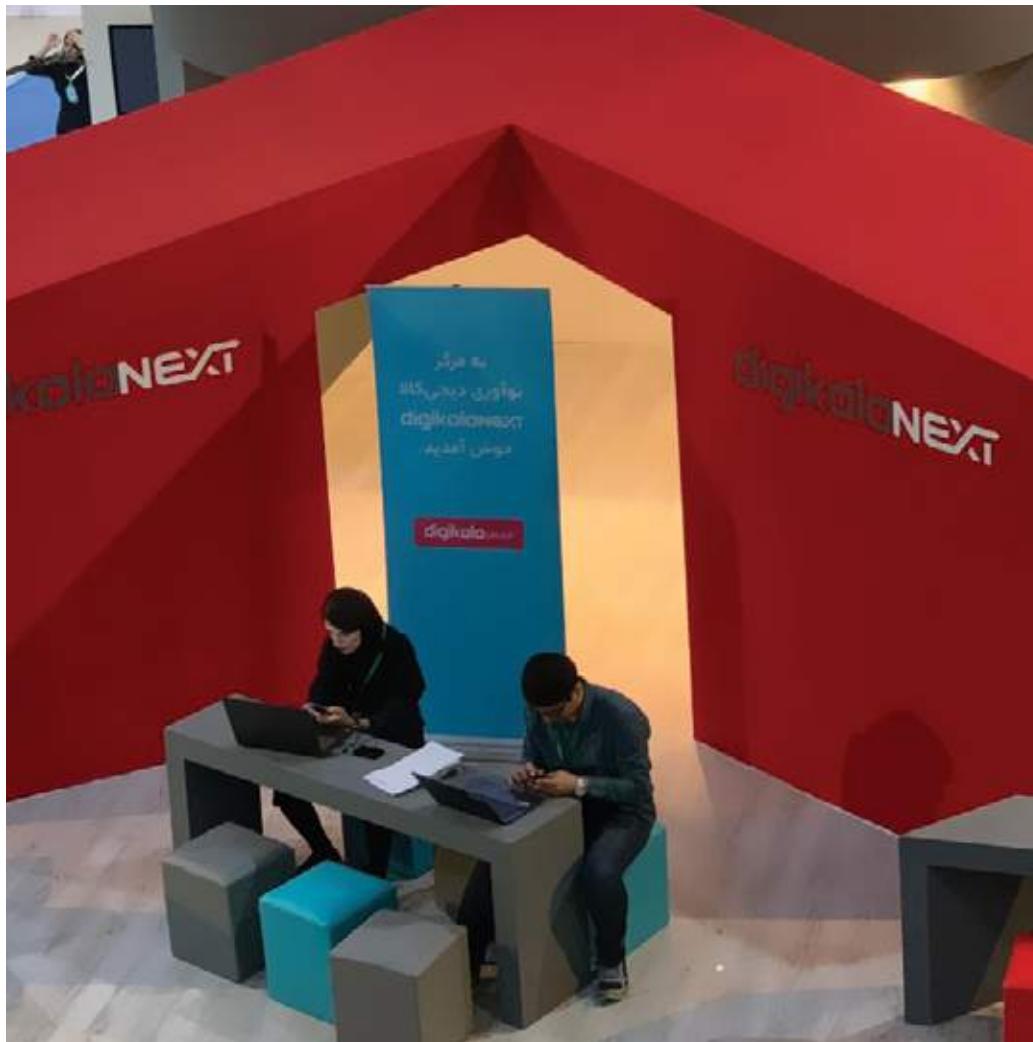
در سالی که گذشت گروه دیجی‌کالا رویدادهای گوناگونی برگزاری کرد و در برنامه‌های مختلف برای ارتباط بیشتر با مخاطبان شرکت داشت، رویداد نیم‌دایره رویدادی تخصصی در حوزه اقتصاد دیجیتال بود که روزنامه دنیای اقتصاد آذر ماه ۹۸ برگزار کرد و نخستین گزارش دیجی‌کالا همزمان با این رویداد رونمایی شد. در این رویداد که با حضور نقش‌آفرینان اصلی تجارت الکترونیک ایران برگزار شد، موضوع تجارت الکترونیک با محوریت خرده‌فروشی آنلاین به بررسی و بحث گذاشته شد و سازمان فناوری اطلاعات و دیگر بازیگران تاثیرگذار این حوزه هر کدام با زاویه دیدی متفاوت این بازار را تحلیل کردند. گزارش تحلیلی و آماری شش ماهه نخست سال ۱۳۹۸ دیجی‌کالا شامل جزئیاتی از رفتار مصرف‌کنندگان، پلتفرم مارکت‌پلیس و تحلیل بازار است.

دیجی‌کالا

شرکت در نمایشگاه‌های تخصصی

در نمایشگاه اینوتکس سال ۱۳۹۸ برای نخستین بار دیجی‌کالا نکست، بازوی نوآوری دیجی‌کالا، معرفی شد تاکسیب‌وکارهای مرتبط با حوزه هوش مصنوعی بیشتر با این مجموعه آشنا شوند. همچنین مدیران دیجی‌کالا نکست در بخش سخنرانی‌های این نمایشگاه، در مورد موضوعاتی همچون دلایل موفقیت و شکست استارتاپ‌ها و چگونگی توسعه یک کسب‌وکار از ایده پردازی تا محصول صحبت کردند.

نمایشگاه الکامپ ۹۸ جایی بود که برای اولین بار گروه دیجی‌کالا به طور کامل در کنار یکدیگر جمع شدند. دیجی‌کالا، دیجی‌کالا نکست، دیجی‌پی، دیجی‌کالا فرش، دیجی‌استایل، فیدیو و ادرو در الکامپ ۹۸ به صورت متمرکز در یک غرفه حضور داشتند و به معرفی فعالیت‌های گروه دیجی‌کالا پرداختند. دیجی‌کالا در این رویداد با برگزاری کارگاه «اتاق تجربه» دانش و تجربه‌های مدیران دپارتمان‌های مختلف را در قالب موضوعاتی همچون اهمیت نظارت بر عملیات بازرگانی در تجارت الکترونیک، مسیر شغلی، چگونگی رشد در صنعت تجارت الکترونیک، فرهنگ کاری در استارتاپ‌ها و چالش‌های مارکت‌بیلیس را با علاقه‌مندان این حوزه به اشتراک گذاشت.





نمایشگاه صنایع دستی

دیجی‌کالا برای چهار سال متوالی با هدف حمایت از کسبوکارهای ایرانی و تسهیل فرایند رساندن صنایع دستی به دست مشتری نهایی در این نمایشگاه، کنار هنرمندان ایرانی در نمایشگاه صنایع دستی حضور داشته است. دیجی‌کالا خانه بیش از ۶۰ هزار کسبوکار ایرانی است که از سراسر ایران در این فروشگاه اینترنتی فعال هستند. در این نمایشگاه در کنار حمایت از صنایع دستی، کارگاههایی با موضوعات برنده‌سازی صنایع دستی، قیمت‌گذاری و بسته‌بندی، تولید محتوا، مدیریت پروژه و اهمیت برندهای ملی برگزار شد.

دیجی‌کالا





بازدید از مرکز پردازش دیجی‌کالا

با افتتاح مرکز پردازش دانش در تهران، هم اکنون دیجی‌کالا بزرگترین مرکز پردازش کالا در خاورمیانه را در اختیار دارد. این مرکز با مساحت ۵۰ هزار متر مربع، ظرفیت انبارش پنج میلیون آیتم کالا و ظرفیت پردازش ۵۰۰ هزار کالا در روز، یکی از مراکز پردازش قابل مقایسه نمونه‌های پیشرو در سطح جهانی است. علاوه بر این، ۱۳۱ مرکز توزیع، پردازش و جمع‌آوری کالا در همه استان‌های کشور، امکان تحویل سریع کالا و خدمات پس از فروش به مشتریان و جمع‌آوری و پردازش کالای فروشندگان و کسبوکارها را در دوستیرین نقاط ایران فراهم آورده است. فناوری‌های نوین مرکز پردازش دیجی‌کالا یکی از بخش‌های جالب این مرکز پردازش است. بازدیدکنندگان در هر برنامه بازدید با فناوری‌های جدیدی آشنا می‌شوند که در بخش‌های مختلف ورود کالا، پردازش، آماده‌سازی سفارش‌ها و لجستیک به کار رفته است. فناوری طبقه‌بندی کالاهای بر اساس سبد

سفارش مشتری در کوتاه‌ترین زمان ممکن و جداسازی بسته‌ها بر اساس منطقه ارسال سفارش از جمله این فناوری‌ها است که به هوشمندسازی فرایند ارسال سفارش‌ها کمک می‌کند. از سال ۱۳۹۶ امکان بازدید از این مرکز فراهم شده است تا علاقه‌مندان از نزدیک با فرایندهای پردازش و ارسال کالاها آشنا شوند.

در سال ۱۳۹۸ بیش از ۵۰ تور بازدید از مرکز پردازش کالای دیجی‌کالا برگزار شد و بیش از هزار نفر از گروه‌های سنی مختلف و فعال در مشاغل مختلف در این تورها حضور داشتند.

استادی و دانشجویان دانشگاه‌های کشور از استان‌های مختلف، مدیران و همکاران شرکت‌های دارویی، مواد غذایی، حمل و نقل و بسیاری از استارت‌آپ‌های بزرگ کشور، روزنامه‌نگاران آزاد و هیئت تحریریه مجلات، روزنامه‌ها و وبسایت‌های خبری کشور و مدیران و معاونان وزارت ارتباطات، صنعت، معدن و تجارت و تعدادی از نمایندگان مجلس از جمله بازدیدکنندگان این مرکز در سال ۱۳۹۸ بوده‌اند.

در این بازدیدها استادی و دانشجویان دانشگاه‌های شریف، تهران، امام خمینی قزوین و دانش‌آموزان مدارس تهران، روزنامه‌نگاران حوزه‌های اقتصادی، علمی و فناوری و فعالان اقتصادی کشور عمان از نزدیک با دیجی‌کالا، مراحل پردازش و ارسال کالا و نحوه تولید محتوا آشنا شدند. علاوه بر این رویدادهایی با حضور فعالان صنعت FMCG و صنایع الکترونیک ایران با هدف نزدیک کردن کسب‌وکارهای آفلاین به فضای یک کسب‌وکار آنلاین، در این مرکز برگزار شده است.





افتتاحیه دیجی‌کالا نکست، بازوی نوآوری دیجی‌کالا

سال ۱۳۹۸ سال آغاز به کار رسمی دیجی‌کالا نکست، بازوی نوآوری دیجی‌کالا بود. دیجی‌کالا نکست فضایی در اختیار کسب و کارهای نوپا یا ایده‌های خلاقانه می‌گذارد تا کسب و کار خود را در حوزه هوش مصنوعی راه اندازی کنند. دیجی‌کالا نکست با هدف اتصال بزرگترین بازار الکترونیکی ایران به استارتاپ‌های برتر کشور شکل گرفته است. این مجموعه در استارتاپ‌هایی سرمایه‌گذاری می‌کند که توانمندی اثربخشی عمیق در جامعه را با استفاده از مدل‌های کسب و کار نوآورانه و فناوری‌های جدید داشته باشند.

برگزاری کمپ‌های استارتاپی هوش مصنوعی دیجی‌کالا نکست یکی از فعالیت‌های این مجموعه است. افتتاحیه دیجی‌کالا نکست در خرداد ۱۳۹۸ همراه با مراسم افطار برگزار شد و فعالان اکوسیستم استارتاپی کشور، صاحب‌نظران حوزه هوش مصنوعی و اصحاب رسانه در این برنامه حضور داشتند. در این برنامه مدیران دیجی‌کالا از اهداف آغاز به کار این مجموعه و کمپ‌های استارتاپی برای توسعه ایده‌های خلاقانه در زمینه هوش مصنوعی گفتند. ایده‌هایی که در کمتر از یک سال از شروع به کار دیجی‌کالا نکست اکنون به محصول رسیده‌اند و بسیاری از آن‌ها برای ادامه فعالیت‌های خود سرمایه‌گذارانی دارند یا به دنبال جذب سرمایه هستند.

مسئولیت‌های اجتماعی دیجی‌کالا در سال ۱۳۹۸

همه با هم برای ایران

سال ۹۸ با اتفاقات غیرمنتظره و ناخوشایندی برای مردم ایران آغاز شد و سیل، آسیب‌های جبران‌ناپذیری به شهرها و روستاهای ایران وارد کرد. دیجی‌کالا با هدف یاری‌رسانی به هموطنان آسیب‌دیده و در راستای مسئولیت اجتماعی خود کمپین "همه با هم برای ایران" را آغاز کرد تا در شرایط سخت و بحرانی سهم کوچکی در یاری‌رساندن به هموطنان آسیب‌دیده داشته باشد. در این کمپین دیجی‌کالا، بخشی از وسائل ضروری در شرایط بحرانی را به مناطق مختلف استان گلستان ارسال کرد. همچنین کالاهایی در صفحه مخصوص سیل گلستان به قیمت خرید و بدون حاشیه سود عرضه شد تا

همه با هم برای ایران
برای یاری به سیستان و بلوچستان

همه با هم برای ایران
با همکاری هلال احمر





کسانی که تمایل به مشارکت در این طرح دارند، سفارش مورد نظر خود را ثبت و به این کمپین پیووندند. در مجموع بسته هایی شامل تجهیزات گرمایشی، لوازم بهداشتی و غذایی کنسروی در سه مرحله به استان گلستان فرستاده شد. این بسته ها با همکاری هلال احمر استان گلستان در شهرهای آق قلا و گمیشان و روستاهای کل آباد حکیم، سن سبلی، صحنه، یامپی، قرنجیک، سقرتپه، پنج پیکر، چارقلی، چپاقلی و سیمین شهر توزیع شد. متاسفانه سیل در بهمن ماه سال ۹۸ بخش های دیگری از کشورمان را هم با شرایط بحرانی روبه رو کرد. این بار استان سیستان و بلوچستان و مناطق جنوبی ایران درگیر سیل شد و بسیاری از ساکنان روستاهای دور از شهرها و مسیرهای اصلی با مشکل رفت و آمد روبه رو شدند. سیل در سیستان و بلوچستان آسیب بسیاری به خانه ها، مزارع، دام ها و زیرساخت های جاده ای وارد کرد. دیجی کالا در ادامه فعالیت های کمپین «همه با هم برای ایران» تامین بخشی از وسائل ضروری مردم را در این منطقه آغاز کرد و همچون گذشته به نتیجه رساندن این کمپین جز با همراهی هموطنان ممکن نبود. این بسته ها با همراهی هلال احمر استان سیستان و بلوچستان، خیریه محسنین زاهدان و خیریه امام رضایی ها در مناطق صعب العبور این منطقه توزیع شد. مناطق زرآباد، نیکشهر، چابهار و دشتیاری و روستاهای کورچی، اپکان، لکی و پشتی از جمله مناطقی بودند که معابر آنها در اثر وقوع سیل و آبرگرفتگی بسته شده بود. همچنین بخشی از این هزینه به باسازی مناطق آسیب دیده اختصاص پیدا کرد.

بازگشت به مدرسه

تحصیل حق همه کودکان سرزمین ماست. اما کودکانی از گوشه وکنار ایران با همه ذوق و انگیزه‌ای که برای درس خواندن دارند، به امکانات حداقلی دسترسی ندارند. هر سال با شروع مهر تعدادی از کودکانمان به همین دلیل از مدرسه باز می‌مانند. دیجی‌کالا در سال ۹۸ همزمان با کمپین بازگشت به مدرسه، در طرح برای همه ایران، با یاری علاقه‌مندان به مشارکت در این طرح، تلاش کرد سهم کوچکی در تامین این نیازها داشت. دیجی‌کالا قسمتی از نیازهای مالی این پروژه را تامین کرد و با کمک بنیاد کودک این لوازم را به دست کودکان در سراسر ایران رساند. مردم ایران هم لوازم تحریر اهدایی خود را که دیجی‌کالا با حاشیه سود صفر در صفحه مربوط به این کمپین قرار داده بود، خریداری و از این طریق در کمپین مشارکت کردند.





دیجی‌کالا حامی مسابقه نقاشی کودکان در برنامه جهانی غذا

دیجی‌کالا در راستای مسئولیت اجتماعی خود، آبان ماه ۱۳۹۸
حامی برگزاری مسابقه سراسری نقاشی در مهمان‌شهرهای ایران
شد. این مهمان‌شهرها محل سکونت پناهجویان کشورهای
همسایه در استان‌های مختلف ایران است.
در این مسابقات که برنامه جهانی غذای سازمان ملل
متحد (WFP) سالانه در ایران برگزار می‌کند، از کودکان در

دیجی‌کالا

مهمان‌شهرهای شهرهای مختلف خواسته می‌شود تا با توجه به موضوع مسابقه، نقاشی‌هایی با ایده‌های خلاقانه خود بکشند. سال ۱۳۹۸ این مسابقه با موضوع صبحانه سالم میان شش هزار کودک اهل افغانستان، پاکستان و عراق آغاز شد. بعد از داوری این آثار، نمایشگاهی از ۳۲ نقاشی برگزیده در ۱۷ آبان ۹۸ برگزار شد و این نقاشی‌ها به نفع همین کودکان به فروش گذاشته شد. در واقع درآمد حاصل از فروش هر نقاشی به همان کودک تعلق می‌گیرد تا او را اندکی به قدم گذاشتن در مسیر رسیدن به رویاهاش همراهی کند. گرچه نمی‌توان زندگی این کودکان را به یکباره تغییر داد، اما هر قدمی می‌تواند تاثیری هرچند کوچک در مسیر زندگی کودکانی باشد که آینده‌ساز هستند. دیجی‌کالا در مسابقه نقاشی که به مناسبت سی و دومین سال حضور برنامه جهانی غذا در ایران برگزار شد، از حامیان اصلی این مسابقه بود. برنامه جهانی غذای سازمان ملل ۳۲ نقاشی که هیئت داوران از میان شش هزار اثر برگزیده بودند را در مراسمی به مناسبت سی و دومین سال حضور برنامه جهانی غذا در ایران به مزایده گذاشت. پس از برگزاری این مراسم دیجی‌کالا ۵۰۰ نقاشی دیگر را خریداری کرد و هزینه هر نقاشی مستقیم به دست صاحب اثر در مهمان‌شهرهای کشور رسید.

در حال حاضر ۳۵ هزار پناهجو در ایران تحت پوشش این سازمان نقاط مختلف کشور در اقامتگاه‌های تحت پوشش این سازمان مشغول تحصیل هستند.





اقدامات دیجی‌کالا در بحران کرونا

حملهای دیجی‌کالا از کسب‌وکارهای آسیب‌دیده از بحران کرونا

روزهای پایانی سال ۹۸ روزهای خوشایندی برای ما نبود. روزهایی که به دلیل شیوع ویروس کرونا در جهان افراد تا جای ممکن خانه‌نشین شدند و ارتباطات بیش از هر زمان دیگری در عصر ارتباطات، مجازی شد. در این میان بسیاری از کسب‌وکارهای آفلاین کشور با لزوم کاهش تردد در شهرها به ناچار تعطیل شدند. دیجی‌کالا از روزهای ابتدایی اسفند تلاش کرد شرایطی فراهم کند تا این کسب‌وکارها

در کوتاه‌ترین زمان ممکن به پلتفرم مارکت‌پلیس دیجی‌کالا پیوندند و بدون محدودیت کالاهای خود را در بازار آنلайн به وسعت ایران عرضه کنند. به این ترتیب فروشنده‌گان این امکان را داشتند از سیستم فروش، پرداخت آنلайн، انبارداری و ارسال دیجی‌کالا بهره گیرند. درکمتر از سه ماه، بیش از ۳۵ هزار فروشنده به بازارگاه دیجی‌کالا پیوستند و تعداد کسبوکارهای دیجی‌کالا به ۶۱ هزار رسید. همچنین انبارها و مراکز پردازش دیجی‌کالا علاوه بر تهران در ۹ استان کشور در شهرهای تبریز، اصفهان، همدان، کرج، مشهد، شیراز، کرمان، اهواز و اراک با هدف افزایش سرعت پردازش سفارش‌ها و کاهش هزینه‌های تامین و ارسال کالاهای راه‌اندازی شد.

علاوه بر این تسهیلات نرم‌افزاری و امکان استفاده از شرایط ویژه در طرح حمایت از کسبوکارهای ایرانی برقرار شد. برگزاری ویژه‌ای روزانه آموزش فروش به صورت آنلайн و رایگان، فعال شدن پنل فروش آنلайн در یک روز و تولید محتوای متنی و تصویری برای کالاهای از جمله شرایطی بود که در این دوران برای فروشنده‌گان درکمترین زمان ممکن فراهم شد.

همچنین برای بهبود شرایط کسبوکارهای آسیب‌دیده و کاهش رفتارآمدهای شهری غیرضروری تفاهم‌نامه‌ای سه جانبه میان دیجی‌کالا، ستاد مقابله با بیماری کرونا در تهران و تاکا اصناف امضا شد. به این ترتیب هزار کسبوکار آسیب‌دیده با حاشیه سود صفر برای دیجی‌کالا وارد پلتفرم مارکت‌پلیس شدند تا اندکی از مشکلات این کسبوکارها در این شرایط سخت حل شود.



قدرتانی کوچک دیجی‌کالا از کادر درمان قهرمان

یکی دیگر از اقدامات دیجی‌کالا قدردانی کوچکی از کادر درمان قهرمان کشور بود. کادر درمان و سلامت کشور بیش از هر زمان دیگری در ارتباط مستقیم با بیماران و در خطر مقدم نبرد با کرونا بودند. کاری که ایثار و بزرگی را برای همه ما معنای کرد. اعضای کادر درمان و سلامت کشور در بیمارستان‌های سانتر کرونا همچنان شبانه‌روز و قهرمانانه در تلاشند تا زودتر به شرایط عادی برگردیم. دیجی‌کالا برای قدردانی از بخشی از کادر درمان در تهران با هماهنگی سازمان نظام پزشکی کشور، وزارت بهداشت و ۹۹ کمپین نفس، تعدادی اقلام ضروری را در روزهای ابتدایی سال ۹۹ به دست این افراد رساند تا بخشی از دغدغه خانواده‌هایشان برای تأمین ضروریات این روزها مرتفع شود.

همکاران دیجی‌کالا در دو هفته بیش از دو هزار بسته از اقلام ضروری و مواد غذایی را به بیمارستان‌های فیروزگر، سینا، امام خمینی، رسول اکرم، فیروزآبادی، طالقانی و هاشمی نژاد فرستادند. همچنین هزار بسته برای رزیدنت‌های بخش کرونای بیمارستان‌های تهران ارسال شد. یکی از نیازهای بیمارستان امام خمینی تهران در روزهای اوج شیوع ویروس کرونا، تبلت‌هایی برای ارتباط تصویری کارکنان و بیماران قرنطینه با خانواده خود بود. به همین منظور دیجی‌کالا تعدادی تبلت برای بخش بیماران درگیر با ویروس کرونا در بیمارستان امام خمینی ارسال کرد تا امکان برقراری ارتباط مجازی با خانواده‌ها برای آن‌ها فراهم شود.



حمایت دیجی‌کالا از مشتریان

همه‌گیری جهانی کرونا باعث ایجاد سه تغییر عمده در ارائه خدمات دیجی‌کالا به مشتریان شد:

- افزایش تعداد سفارش‌های درخواستی.
- محدودیت‌های ایجاد شده در تردددها که باعث ایجاد اختلال در ارسال کالای فروشنده‌گان به مراکز پرداش دیجی‌کالا شد.
- کند شدن فرایندها به دلیل اجرای پروتکل‌های بهداشتی برای بسته‌بندی و ارسال کالاهای حضور همکاران.

با وجود همه این دشواری‌ها، همکاران دیجی‌کالا شباهه روزی تلاش کردند تا از همه ظرفیت‌های لجستیکی، تکنولوژیکی و زیرساختی برای خدمات رسانی به میلیون‌ها نفر استفاده کنند. استخدام نزدیک به دو هزار نفر نیروی جدید، بالا بردن ظرفیت پردازش سفارش‌ها و اجرای پروتکل‌های بهداشتی سختگیرانه در مراکز پرداش، انبارها، ماشین‌های توزیع و مراکز ارسال بخشی از راهکارهای دیجی‌کالا برای حمایت از مشتریان در روزهای همه‌گیری جهانی بحران کرونا بود.

در دوران اوج شیوع ویروس کرونا، دیجی‌کالا برای رساندن سفارش‌های ضروری به دست همه مشتریان، ناچار به محدود کردن بازه‌های ارسال سفارش به صورت موقت شد. این موضوع برای مدیریت بهینه ارسال همه سفارش‌ها با رعایت کامل استانداردهای بهداشتی همراه بود. اما در کمتر از یک ماه بازه‌های ارسال به حالت عادی بازگشت.

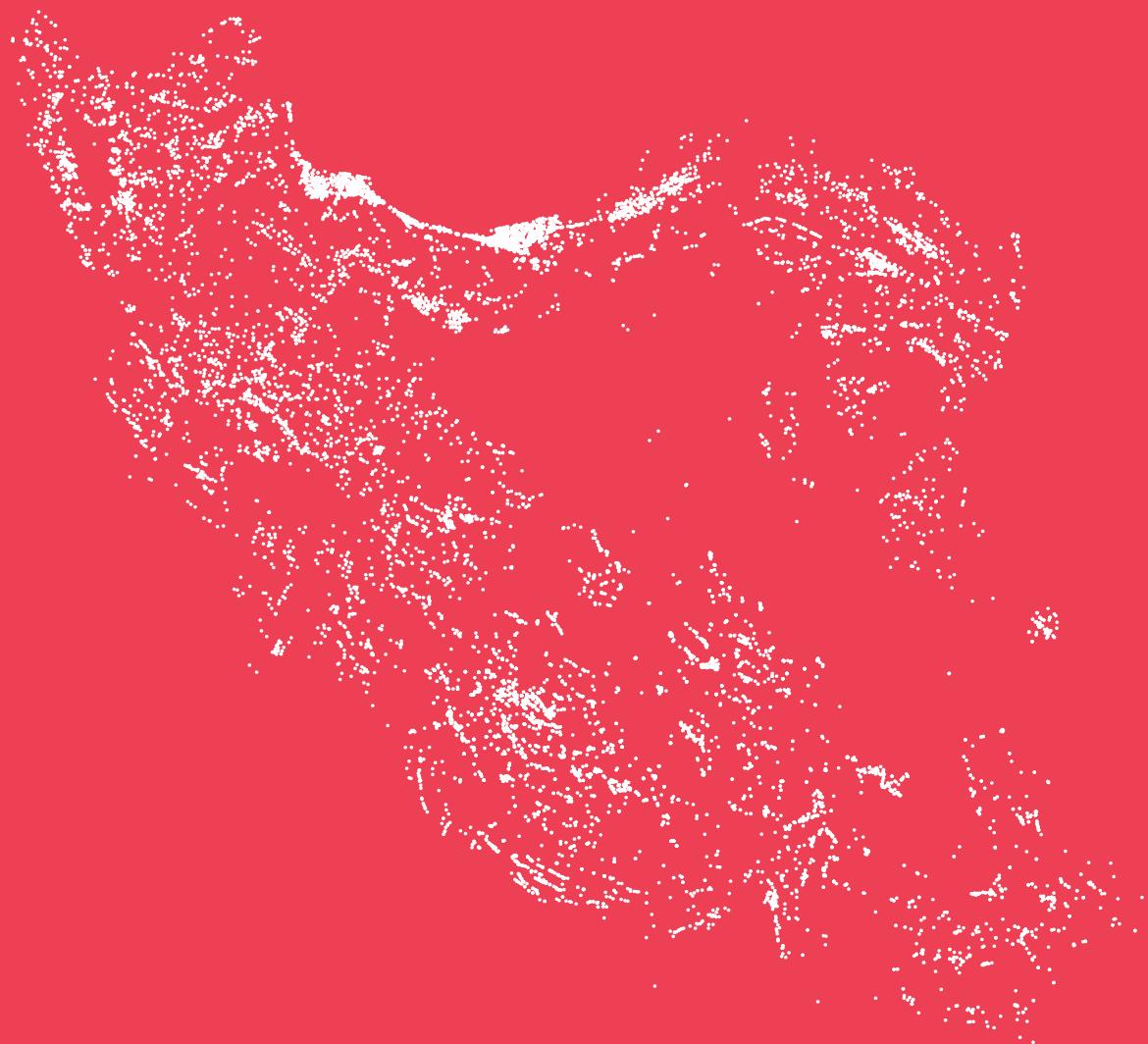




همکاران دیجی کالا در بحران کرونا

همه‌گیری جهانی کرونا برای دیجی کالا جدال واقعی بین مسئولیت‌پذیری در قبال مشتریان و تعهد به حفظ سلامت همکارانمان و خانواده آنها بود. برای حفظ سلامت همکاران دیجی کالا در روزهای بحرانی شیوع ویروس کرونا، از آنجا که امکان دورکاری برای همه بخش‌ها فراهم نبود، علاوه بر کنترل روزانه سلامت همکاران، شیفت‌های کاری کمتر شد و در صورت بروز کوچک‌ترین علائم بیماری امکان رفتن به مرخصی برای همکاران فراهم بود. بیش از ۵۰۰ نفر از خانواده‌پنج هزار نفری دیجی کالا در بخش عملیات و توزیع فعالیت می‌کنند و برای پردازش و رساندن سفارش‌های مشتریان در روزهای ابتدایی بحران کرونا بیش از گذشته کار می‌کردند. همکاران دیجی کالا برای حفظ سلامت و عدم آلودگی محیط کار به طور مداوم آموزش می‌دهند و ساعت‌های شیفت‌های کاری با تکیه بر جذب دو هزار همکار جدید، کاهش یافت تا زمان استراحت همکاران بیشتر و ریسک ابتلاء به بیماری در آن‌ها کاهش یابد. علاوه بر این در طول این مدت همکاران دیجی کالا، برای حفظ سلامت خود در برابر ویروس کرونا و عدم آلودگی محیط کار، به طور مداوم آموزش‌های به روز دیده‌اند و ساعت‌های شیفت کاری در دوران اوج شیوع ویروس کرونا برای اختصاص زمان استراحت بیشتر به هر فرد تغییر کرد.

در این روزها دیجی کالا با استخدام نزدیک به دو هزار نیروی جدید، تلاش کرد تا بخشی از سرمایه انسانی که به دلیل شرایط بحرانی شغل خود را از دست داده بودند به بازار کار باز گرداند و همچنین کیفیت ارائه خدمات به مشتریان خود را بهبود بخشد.



نقاطی که نقشه ایران را تشکیل داده‌اند، ۱۲,۳۵۰ روستاست که دیجی‌کالا در سال ۱۳۹۸ حداقل یک سفارش به آنها ارسال کرده است.