

دیجیکالا

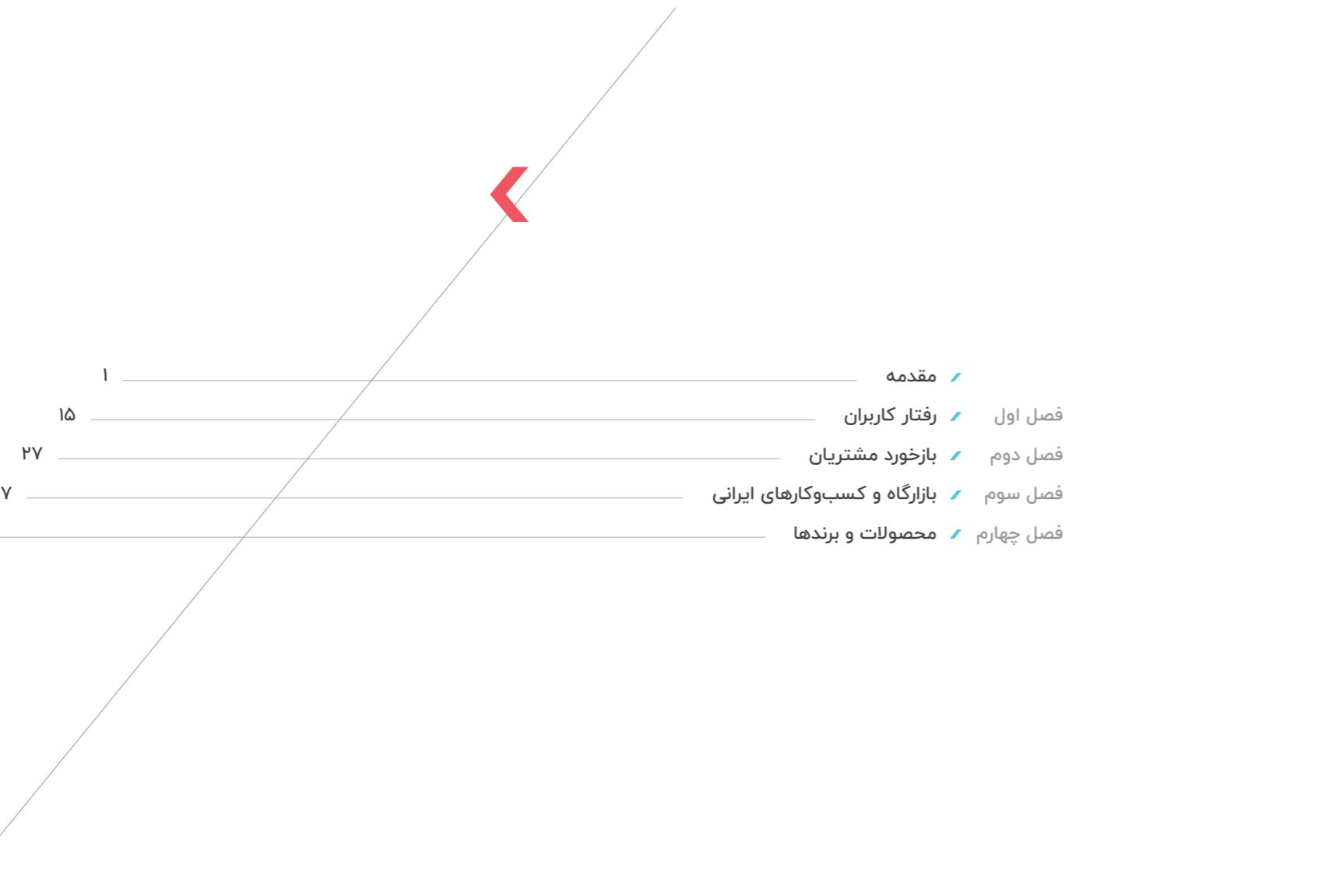
گزارش نیمسال اول ۱۳۹۸



بىپەكالا

گزارش نیمسال اول ۱۳۹۸

۱۳۹۸





مقدمة





به نام خدا

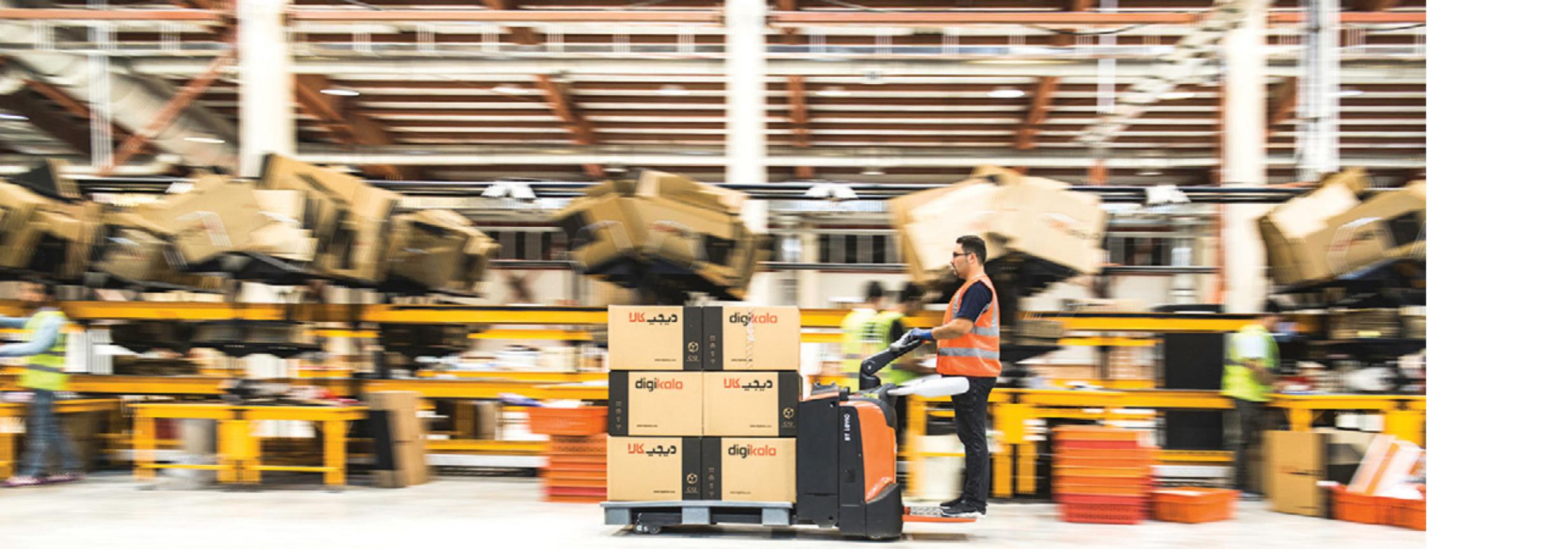
درباره گزارش دیجی‌کالا

گزارش پیش رو، گزیده‌ای از آمار و داده‌های گروه دیجی‌کالا است که از دپارتمان هوش تجاری (Business Intelligence) این سازمان استخراج شده است و برای اولین بار به صورت عمومی منتشر می‌شود. این گزارش در پی پاسخ به این سوال است که «رفتار خرید کاربر و مصرف‌کننده ایرانی در فضای آنلاین چگونه است؟» سهم قابل توجه گروه دیجی‌کالا از بازار خرده‌فروشی آنلاین کشور، گستردگی فروش، تنوع بیش از ۱/۵ میلیون کالا، مشارکت هزاران کسب‌وکار ایرانی و همچنین ۲۰ میلیون بازدیدکننده ماهانه از سایت و اپلیکیشن دیجی‌کالا باعث می‌شود که این گزارش گزیده گویایی از کل بازار خرده‌فروشی آنلاین کشور باشد.

در دپارتمان هوش تجاری دیجی‌کالا تمامی داده‌ها از بخش‌های مختلف شامل تکنولوژی، مارکتینگ، محصول، لجستیک، بازرگانی، مراکز پردازش و توزیع سفارش، خدمات پس از فروش و تجربه مشتری جمع‌آوری می‌شود و با رویکردی تحلیلی مورد پردازش قرار گرفته و این داده‌های پردازش شده مبنایی برای تمامی تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌ریزی‌ها در گروه دیجی‌کالا است. برای تهیه این گزارش نیز از این داده‌ها استفاده شده و در چهار بخش رفتار کاربران، بازخورد مشتریان، بازارگاه و کسب‌وکارهای ایرانی و محصولات و برندها منتشر شده است.

دیجی‌کالا 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 دیجی‌کالا استفاده می‌کنند. لذا گزارش‌هایی از این دست، به مخاطبین ما امکان رصد شفافتر و دقیق‌تر خدمات دیجی‌کالا را می‌دهد، وضعیت بازار آنلاین کشور را از دریچه بزرگترین فروشگاه اینترنتی کشور شرح می‌دهد و به تصمیم‌گیری‌های کوچک و بزرگ بسیاری کمک می‌کند.

این گزارش به ۳۵ هزار کسب‌وکار ایرانی که محصولات خود را از طریق بازارگاه یا مارکت‌پلیس (Marketplace) دیجی‌کالا می‌فروشند، کمک می‌کند تا فرآیندهای فروش و ارائه 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 تامین، 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.



برای ارتقای تجربه خرید ایرانیان منطبق با استانداردهای جهانی را یکی از دیجی‌کالا در سال ۱۳۸۵ با سرمایه اولیه بسیار محدود شروع به کار کرد و امروز پریادیدترین فروشگاه آنلاین ایران و منطقه است. از شرکت‌های زیرمجموعه و سرویس‌های اصلی این گروه می‌توان به فروشگاه اینترنتی دیجی‌کالا (Digikala)، فروشگاه اینترنتی پوشک دیجی‌استایل (Digistyle)، فروشگاه کتاب الکترونیک و صوتی فیدیبو (Fidibo)، سوپرمارکت آنلاین (Digikala Fresh)، زیرساخت پرداخت الکترونیکی دیجی‌پی (DigiPay)، مرکز نوآوری دیجی‌کالا نیکست (DigikalaNext)، سرویس‌های تبلیغات آنلاین و آفلاین، لجستیک، سرویس‌های ابری، کلاندادهای سرویس‌های محتوایی (Content Factory) و دیجی‌کالامگ (DigikalaMag) اشاره کرد. دیجی‌کالا از همان ابتدا تمرکز خود را بر «مشتری محوری» به عنوان مهم‌ترین فروش و مرکز جمع‌آوری کالای فروشنده‌گان در سراسر کشور امکان تحویل سریع کالا را برای مشتریان در دورترین نقاط کشور فراهم آورده است.

دیجی‌کالا در سال ۱۳۸۵ با سرمایه اولیه بسیار محدود شروع به کار کرد و امروز پریادیدترین فروشگاه آنلاین ایران و منطقه است. از شرکت‌های زیرمجموعه و سرویس‌های اصلی این گروه می‌توان به فروشگاه اینترنتی دیجی‌کالا (Digikala)، فروشگاه اینترنتی پوشک دیجی‌استایل (Digistyle)، فروشگاه کتاب الکترونیک و صوتی فیدیبو (Fidibo)، سوپرمارکت آنلاین (Digikala Fresh)، زیرساخت پرداخت الکترونیکی دیجی‌پی (DigiPay)، مرکز نوآوری دیجی‌کالا نیکست (DigikalaNext)، سرویس‌های تبلیغات آنلاین و آفلاین، لجستیک، سرویس‌های ابری، کلاندادهای سرویس‌های محتوایی (Content Factory) و دیجی‌کالامگ (DigikalaMag) اشاره کرد. دیجی‌کالا از همان ابتدا تمرکز خود را بر «مشتری محوری» به عنوان مهم‌ترین فروش و مرکز جمع‌آوری کالای فروشنده‌گان در سراسر کشور امکان تحویل سریع کالا را برای مشتریان در دورترین نقاط کشور فراهم آورده است.

گروه دیجی‌کالا

digikala

بازارگاه

خدمات تبلیغات
خدمات پرداخت

digikala
NEXT
Innovation
Center

Adro
digipay
Payment
Services

FINALTARGET
Ad Agency

digikala
Marketplace

DIGISTYLE
Fashion

DIGISTYLE
Fashion

Fulfillment
Services

Logistics
Services

CONTENT
FACTORY

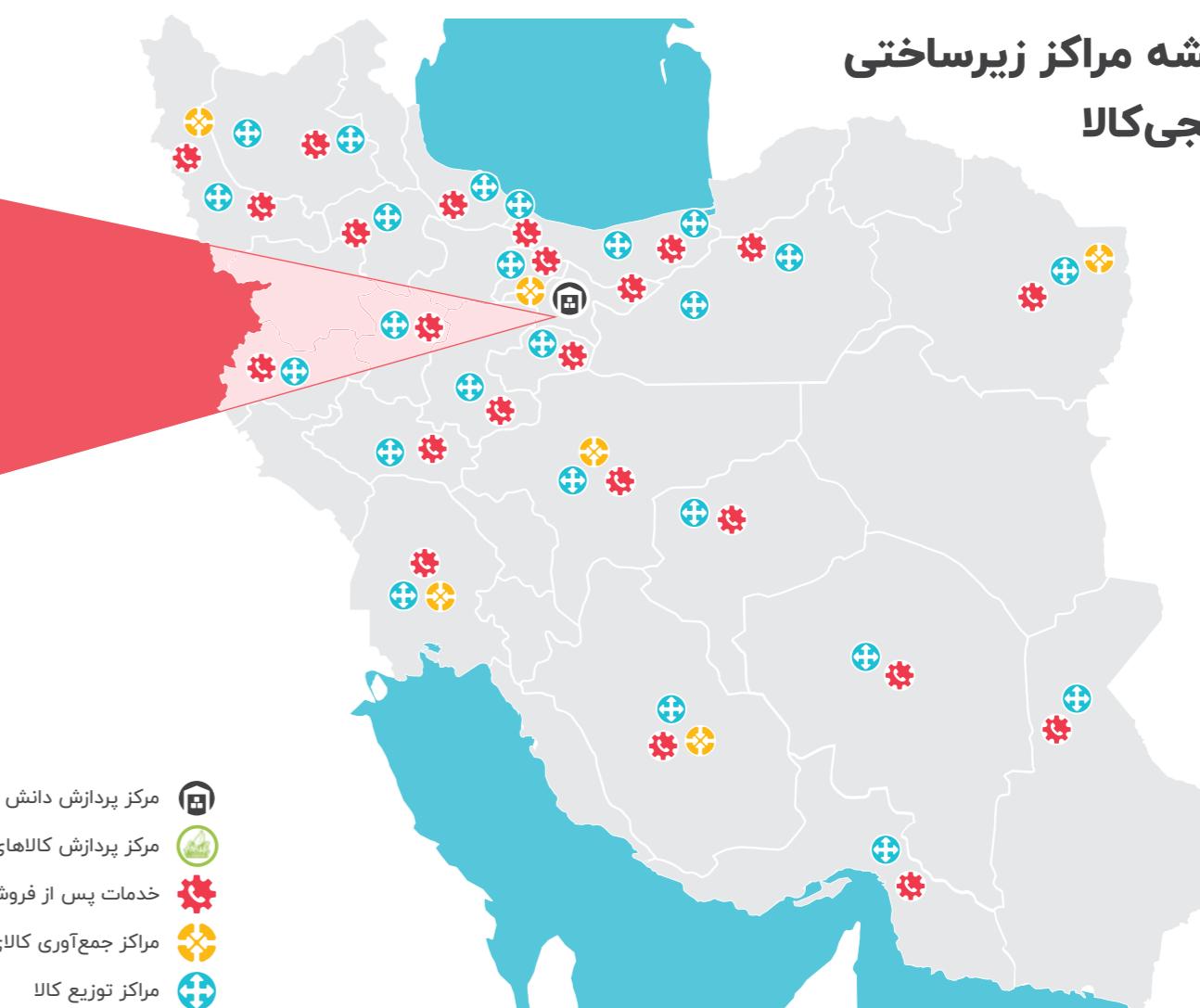
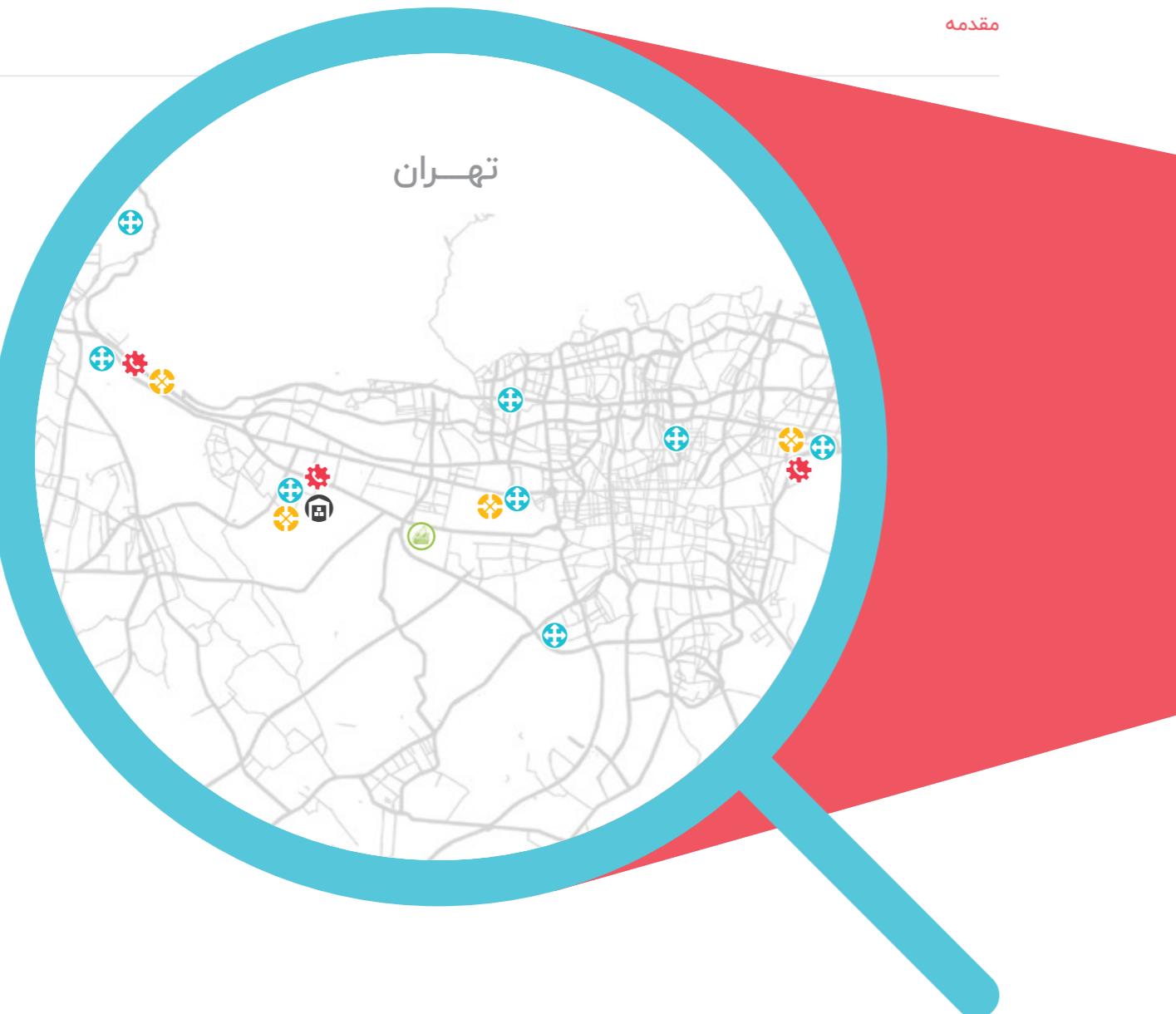
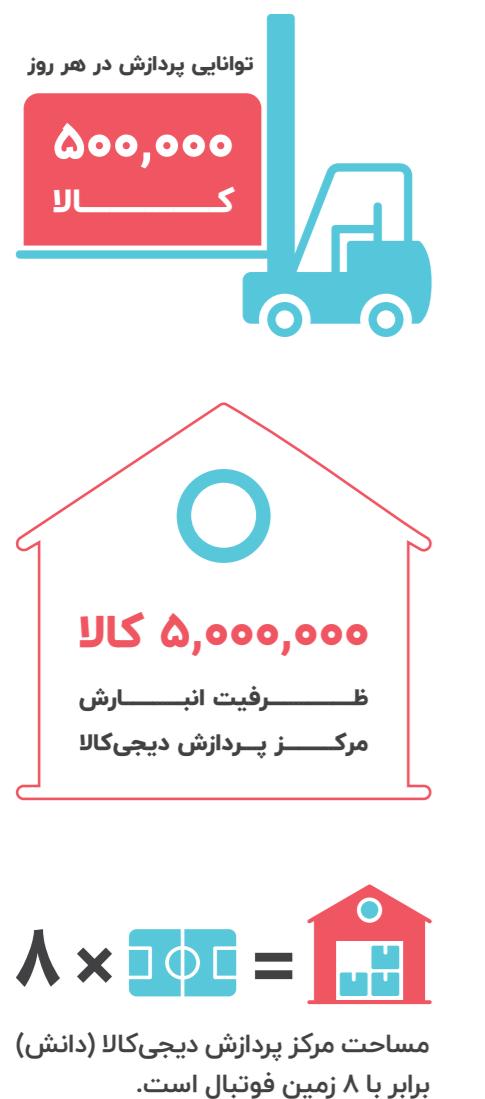
digikala
Fresh

International
Sourcing

بازرگانی

خدمات لجستیک

خدمات محتوا



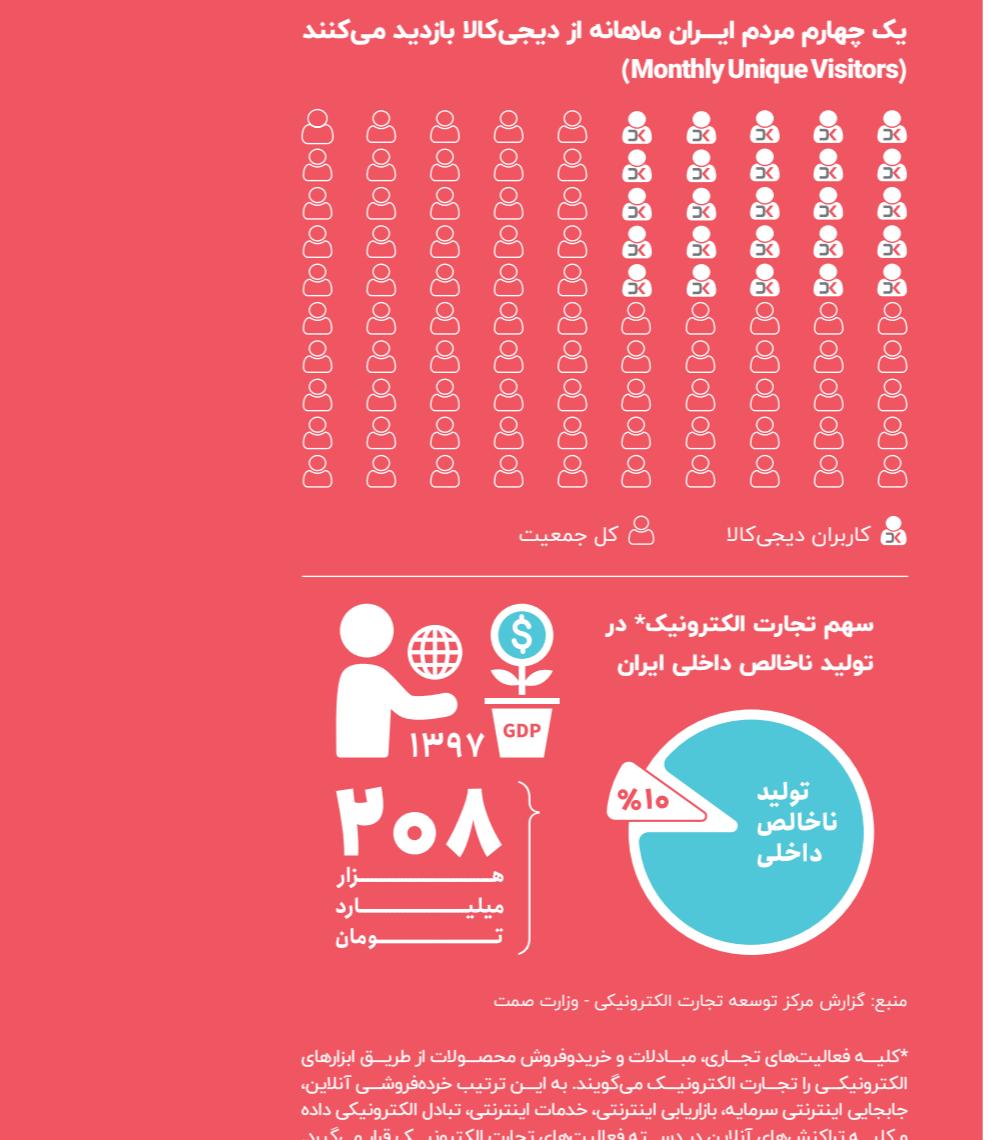
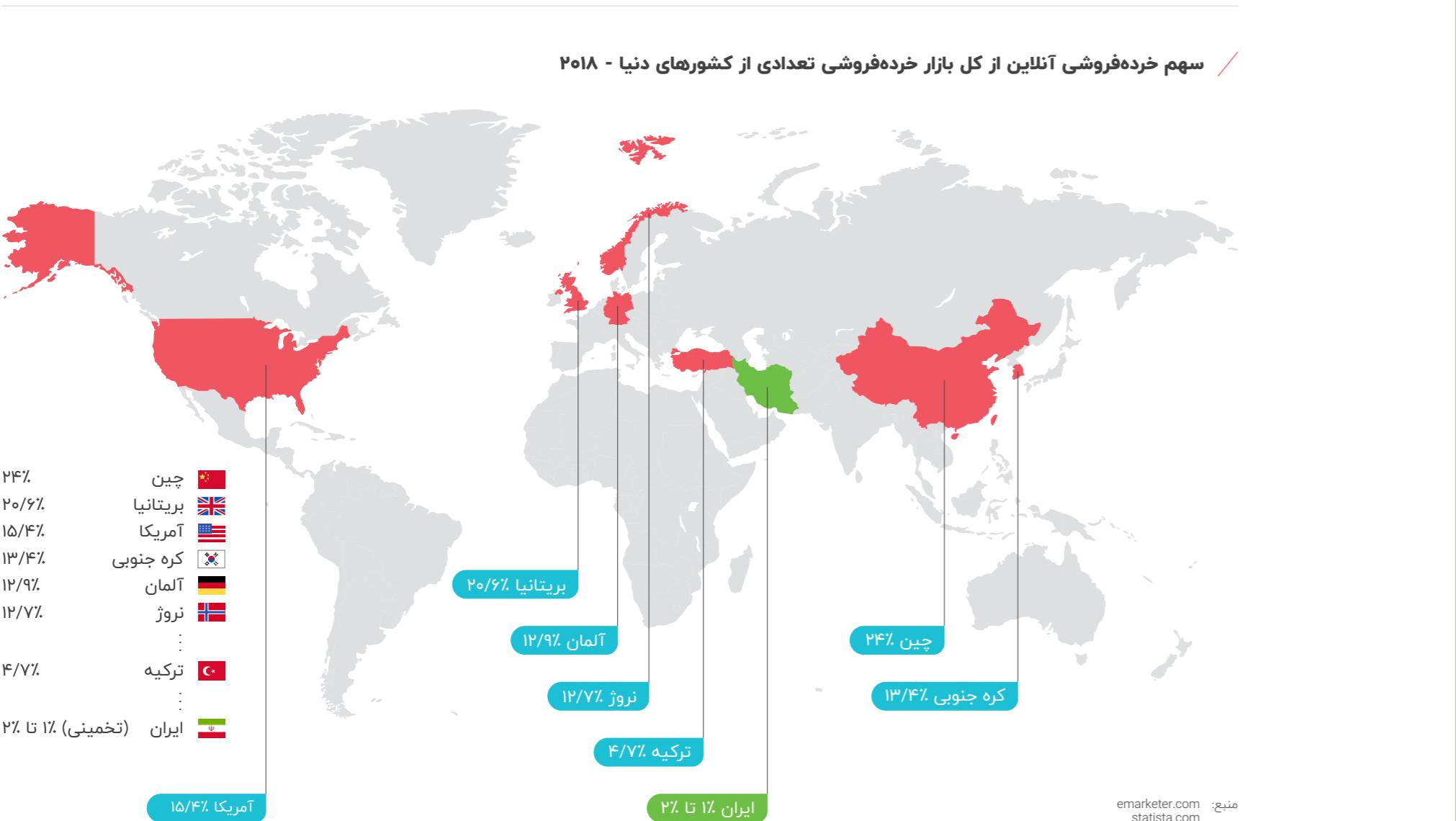
دیجی‌کالا: خانه کسب‌وکارهای ایرانی

مارکت‌پلیس یا بازارگاه (Marketplace) بستری است که امکان خرید مشتریان را از چند هزار تامین‌کننده متفاوت ایجاد می‌کند. در این بستر چندین هزار فروشنده برای فروش محصولات خود گرد هم آمده‌اند و با یکدیگر رقابت می‌کنند و خریداران می‌توانند با بررسی محصولات آن‌ها آنچه نیاز دارند را تهیه کنند. در این بستر فروشنده می‌تواند کالاهای خود را به بازاری به وسعت ایران 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.

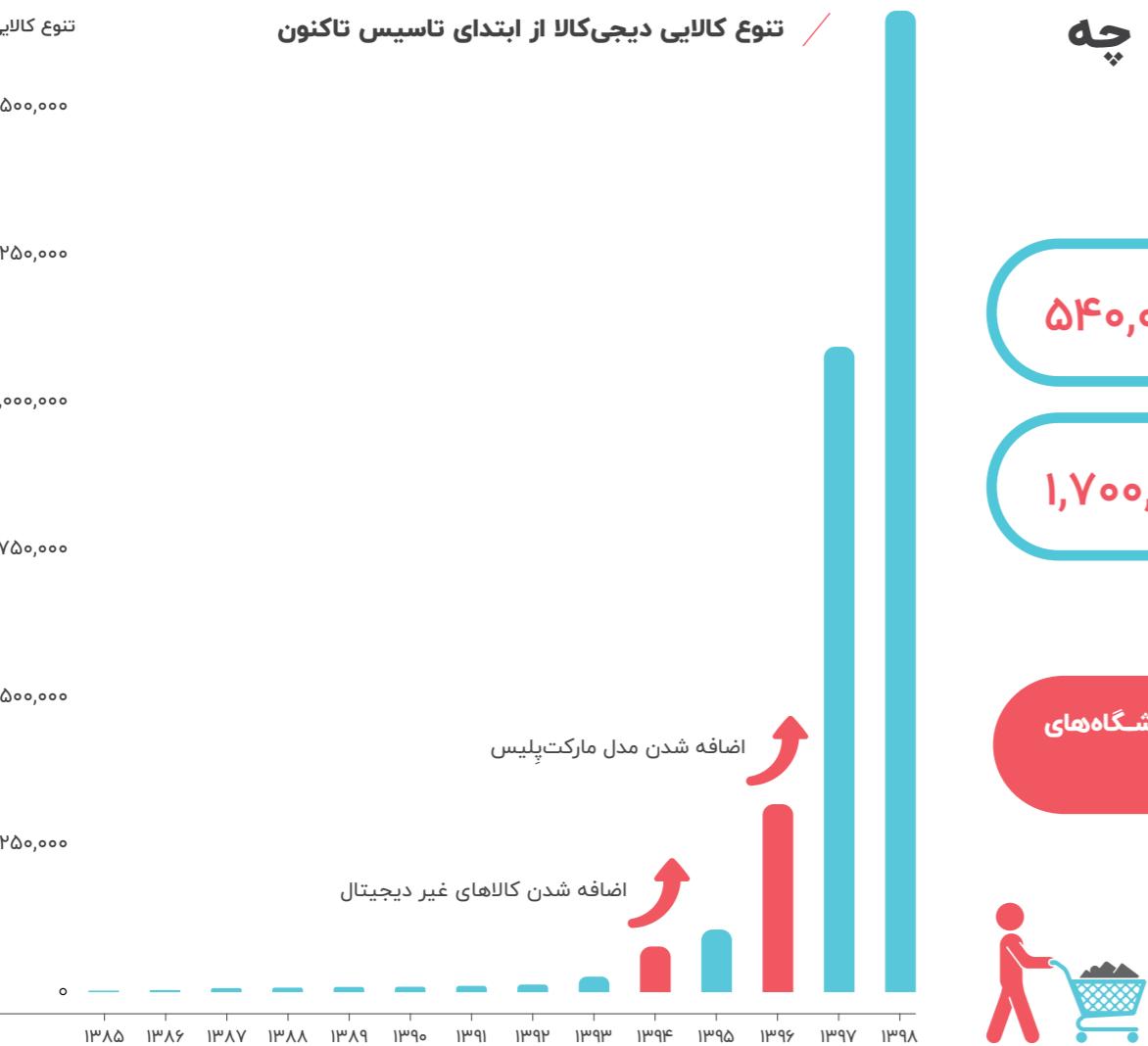
دیجی‌کالا با توسعه پلتفرم مارکت‌پلیس خود برای خدمت‌رسانی به فروشنده‌گان باعث شد که بسیاری از تامین‌کننده‌گان و تولیدکننده‌گان، بدون دغدغه‌های فنی مربوط به زیرساخت، کالاهای خود را عرضه کنند و به این ترتیب به پایگاه کاربران دیجی‌کالا و شبکه گسترده و ملی توزیع دیجی‌کالا دسترسی داشته باشند.

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 محتوا، بینش بازار و خدمات پس از فروش را به آن‌ها ارایه می‌دهد. تولیدکننده‌ی ایرانی در این پلتفرم دغدغه‌ای جز تولید نخواهد داشت. در حال حاضر ۳۰ هزار کسب‌وکار ایرانی در این پلتفرم مشغول به فعالیت هستند.





تنوع کالایی در تغییری کرده ا



در حالی که...



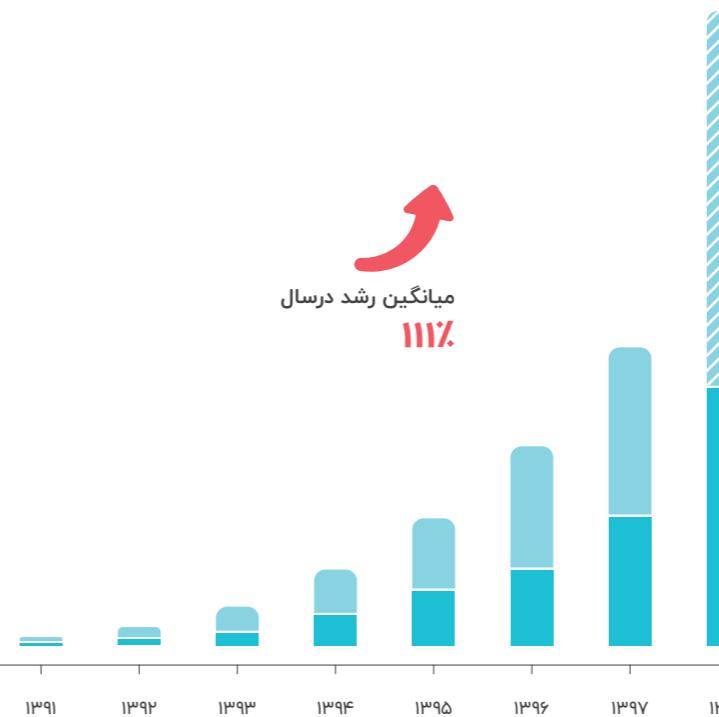
ش خالص کالای به فروش رفته (NMV) در دیجی‌کالا ندر رشد داشته است؟

ش خالص ریالی دیجیکالا در ۸ سال گذشته به طور
سط هر سال ۱۱۱٪ رشد داشته است.

میانگین نرخ رشد سالانه ۱۱۱٪ در سال از سال ۹۸ تا ۹۰

شد مرکب سالانه (CAGR) ارزش خالص فروش ریالی دیجیکالا ۹۰ تا ۹۸٪، ۱۰۵٪ بوده است.

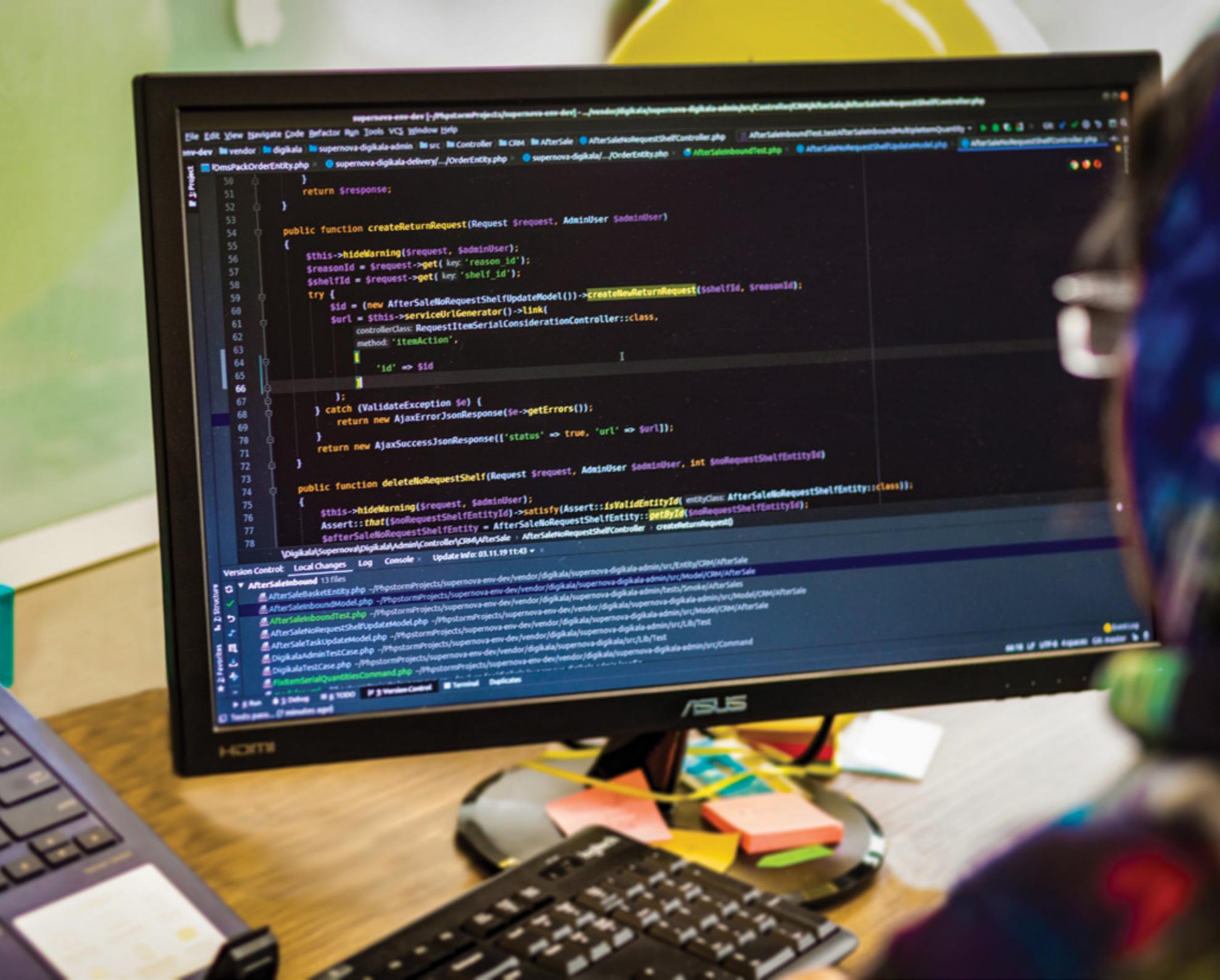
$$\text{CAGR} = \left(\frac{\text{ارزش تازه ثانویه}}{\text{ارزش تازه اولیه}} \right)^{\frac{1}{\text{تعداد سال‌ها}}} - 1$$





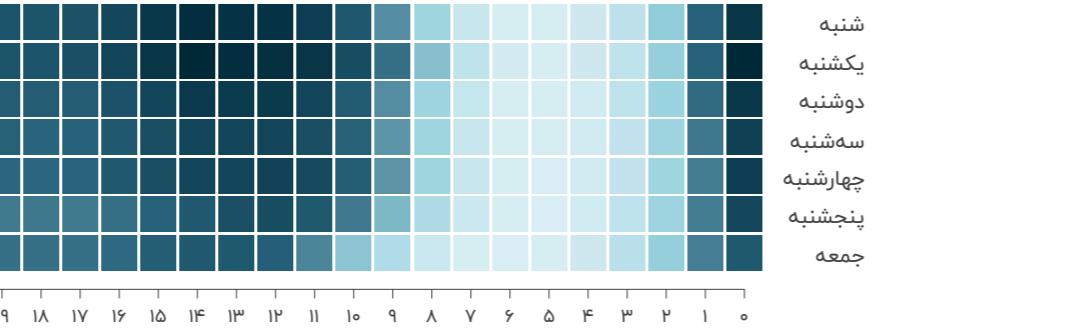
رفتار کاربران

فصل اول



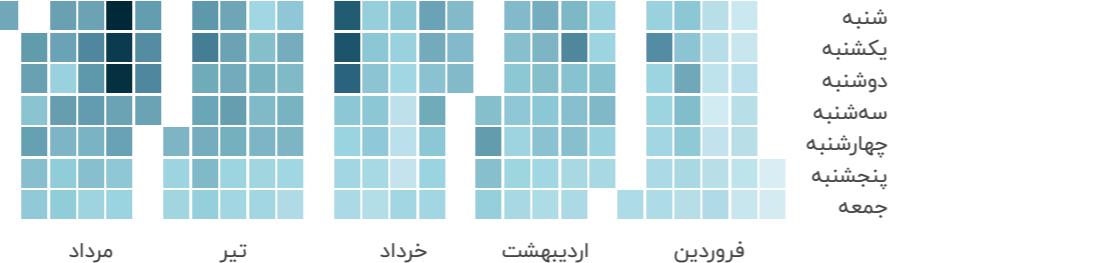
پرفروشترین زمان‌ها در دیجی‌کالا

متوسط مراجعه به سایت در ساعت مختلف نیمه اول سال ۱۳۹۸ روزهای آغازین هفته برای خرید روزهای پرطرفدارتری هستند و تمايل به خرید در انتهای هفته کاهش می‌یابد. از طرفی نیمه دوم روز بیشتر مورد استقبال خریداران قرار می‌گیرد.



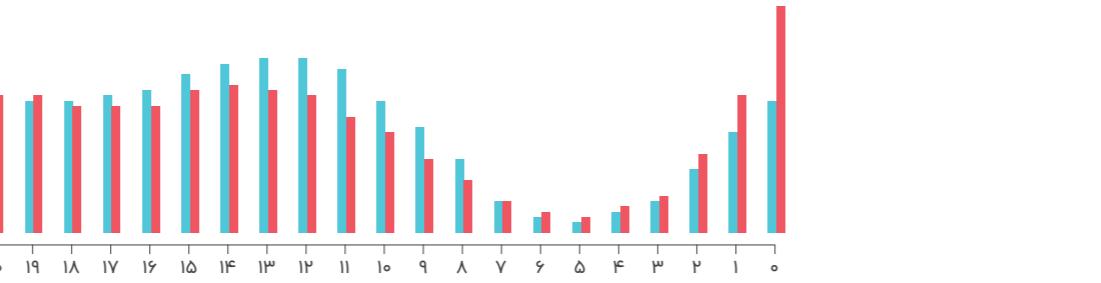
کمبازدیدترین پر بازدیدترین

متوسط تعداد سفارشات در روزهای مختلف نیمه اول سال ۱۳۹۸ در مقایسه ماههای نیمه اول سال ۱۳۹۸، فروردین کمترین حجم سفارش و مرداد ماه بیشترین حجم سفارش را داشته است. بالا رفتن حجم سفارش‌ها در تاریخ ۱۳۹۸/۵/۵ تا ۱۳۹۸/۵/۷ بوده که این تاریخ جشنواره «شگفت‌انگیز با دمای بالا» دیجی‌کالا و ۲۵ تا ۳۷ خرداد نیز جشنواره «بهار شگفت‌انگیز» دیجی‌کالا بود.



کم‌فروش‌ترین پرفروش‌ترین

متوسط مراجعه کاربران به سایت و اپلیکیشن در ساعت مختلف شب‌انهار روز در ساعات روز کاربران بیشتر از وبسایت استفاده می‌کنند. در حالی‌که در ساعت شب اپلیکیشن موبایل بیشتر استفاده می‌شود.



وبسایت اپلیکیشن



دیجی‌کالا در یک نگاه

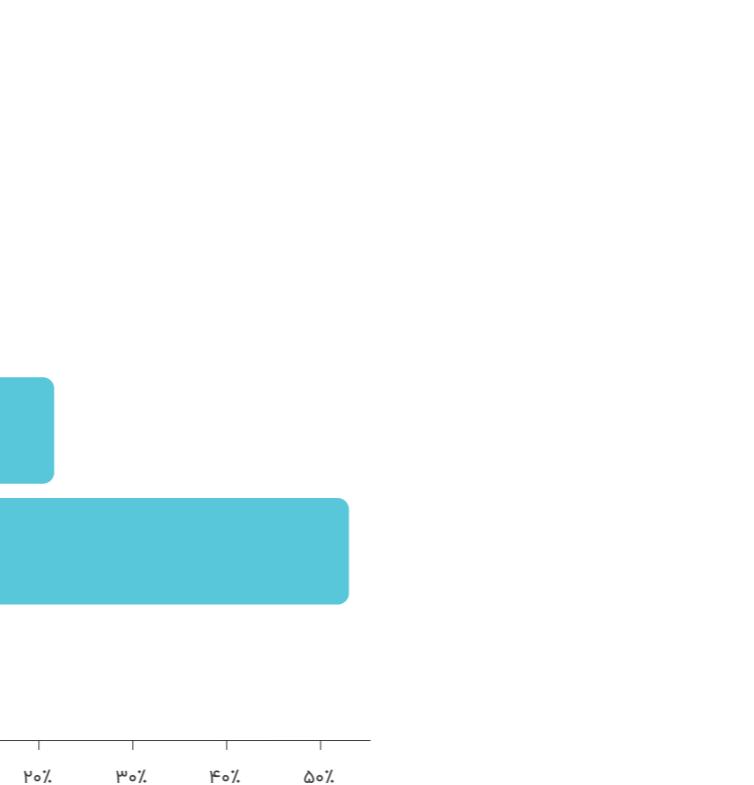




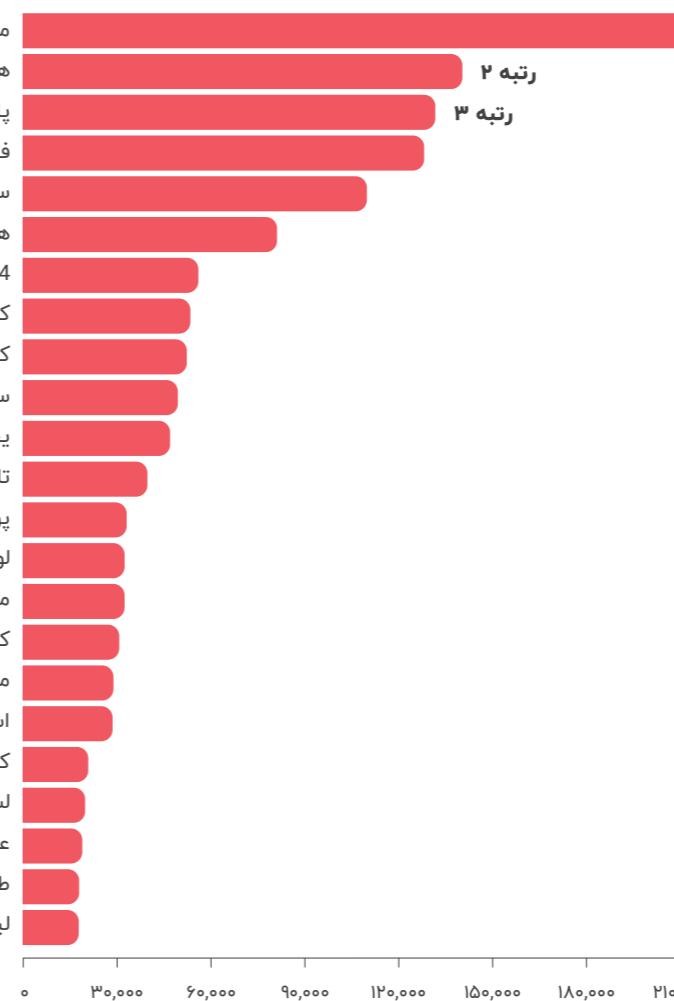
۳۴٪ درصد از کل کاربران دیجی‌کالا خانم‌ها و ۶۶٪ از آن‌ها آقایان هستند.

سن کاربران دیجی‌کالا چقدر است؟

بیشتر کاربران دیجی‌کالا دهه شصتی‌ها و دهه هفتادی‌ها هستند



عبارت‌های پرجستجو



کاربران دیجی‌کالا بیشتر چه کالاهایی را جستجو می‌کنند؟

جستجو در دیجی‌کالا یکی از اولین کارهایی است که کاربران اینترنت در ایران پیش از اقدام به هر نوع خرید آنلاین یا آف‌لاین انجام می‌دهند. مطالعه جستجوهای کاربران در دیجی‌کالا نشان‌دهنده نیازهای کاربرانی است که از دیجی‌کالا به عنوان مرجع خرید استفاده می‌کنند. در نیمه اول سال ۹۸، کاربران دیجی‌کالا بیشتر در جستجوی موبایل، هارد اکسترنال و پاوربانک بوده‌اند.

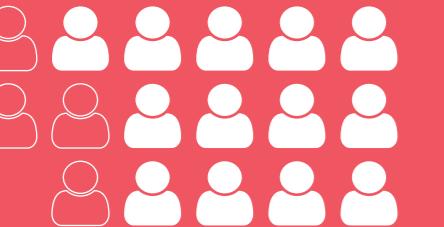


اپلیکیشن دیجی‌کالا به صورت متوسط در هر ماه ۴۰۰ هزار بار دانلود می‌شود. ۸۸٪ کاربران اپلیکیشن، از اندروید استفاده می‌کنند و ۱۲٪ از iOS.

۴۰۰,۰۰۰ ↓



۷۷٪ از مشتریان جدید دیجی‌کالا اپلیکیشن را هم نصب می‌کنند.



کاربران دیجی‌کالا از چه ابزارهایی برای خرید آنلاین استفاده می‌کنند؟



سهم ابزارهای مختلف از کل بازدیدهای دیجی‌کالا

سهم ابزارهای مختلف از تعداد سفارش‌های دیجی‌کالا

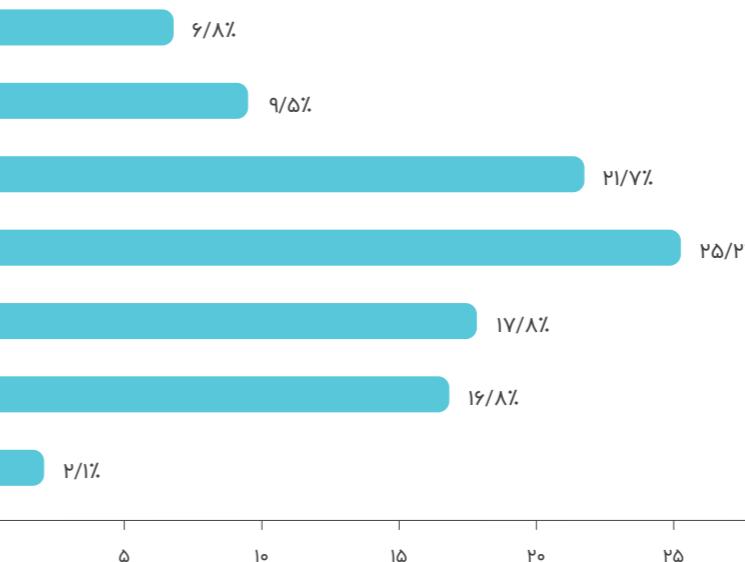
سهم ابزارهای مختلف از حجم فروش ریالی دیجی‌کالا

آپلیکیشن موبایل کامپیوتر موبایل وب

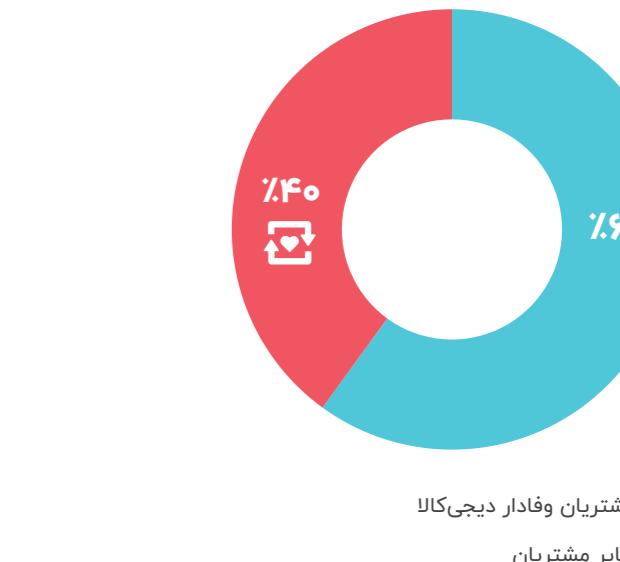
۶۰ درصد مشتریان وفادار دیجی‌کالا بین دو خرید خود بیش از یک ماه فاصله نمی‌اندازند. همچنین ۲۵ درصد از این مشتریان در هفته حداقل یکبار از دیجی‌کالا خرید می‌کنند.

مشتریان وفادار دیجی‌کالا هستند که در شش ماه اول سال ۹۸ حداقل دو بار خرید داشته‌اند. در نمودارهای زیر تواتر خرید مشتریان وفادار دیجی‌کالا مشاهده می‌شود.

توزیع تواتر خرید مشتریان وفادار



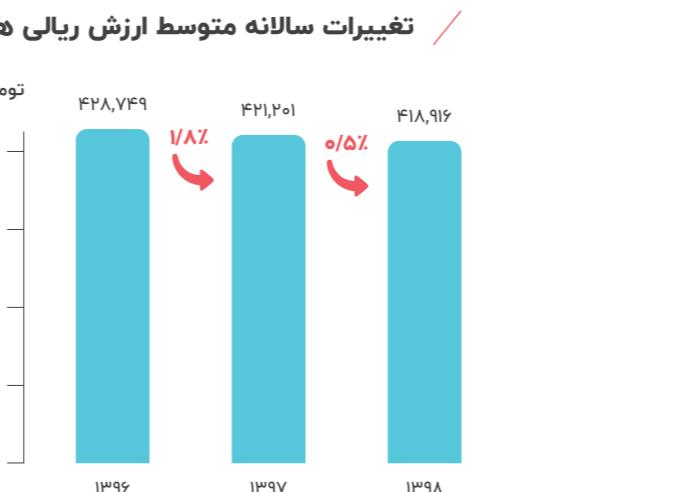
مشتریان وفادار دیجی‌کالا نسبت به سایر مشتریان



مشتریان وفادار دیجی‌کالا هر چند وقت یک بار خرید می‌کنند؟

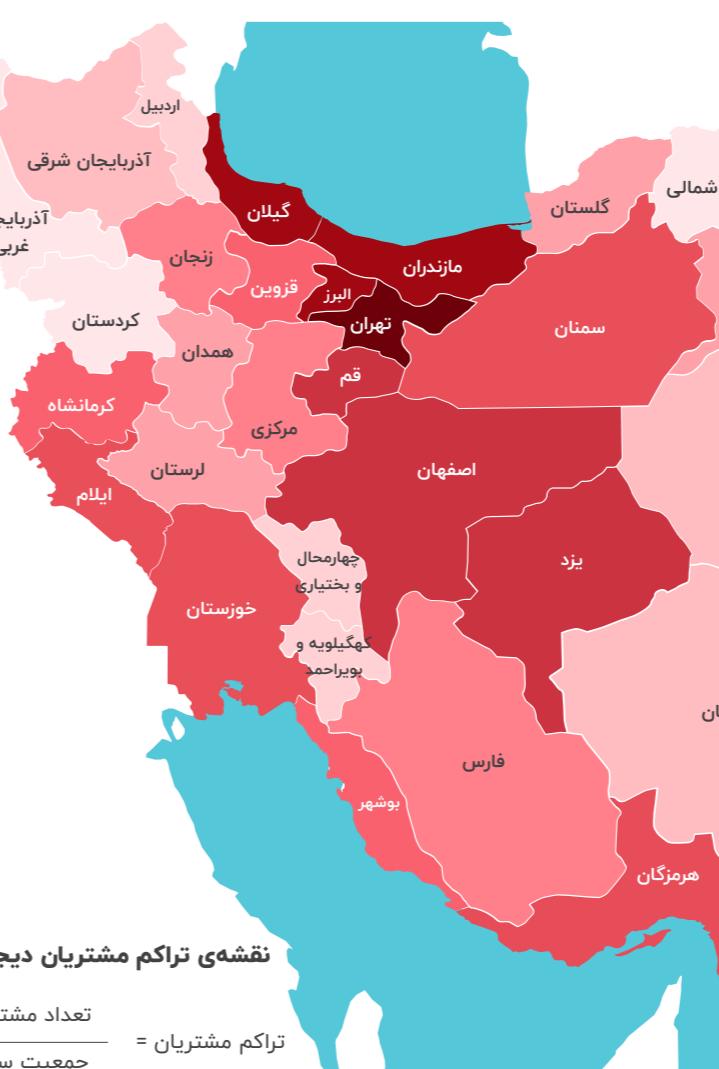
متوسط ارزش سفار هر استان چقدر اس

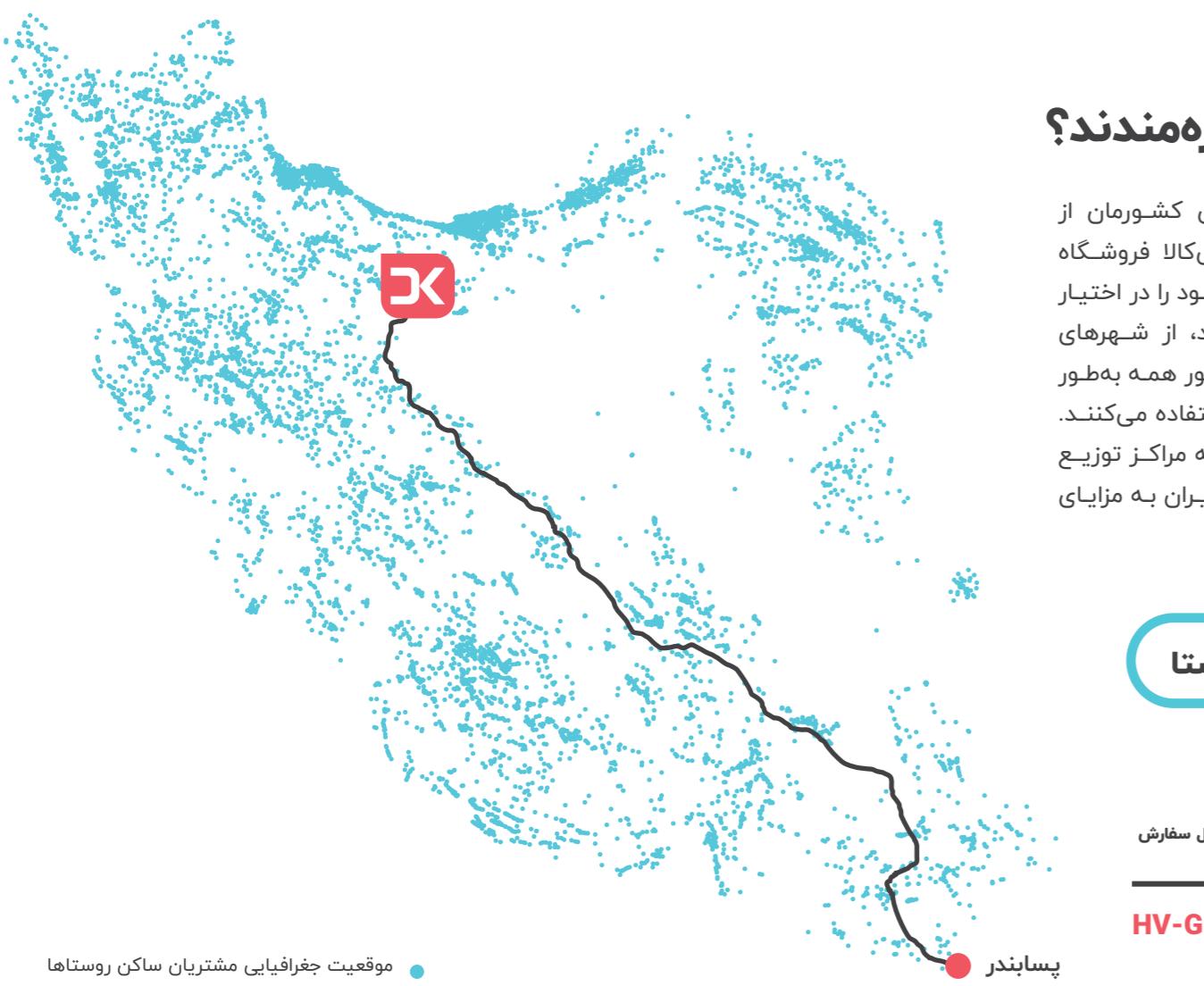
متوسط ارزش ریالی هر سفارش در تمامی اتهران و البرز است. باید توجه داشت که در تهران و البرز، مشتریان امکان سفارش کالاهستندصرف را دارند و همچنین دفعات خرید مشتدر یک بازه زمانی مشخص بیشتر از سایر اسما موضوع متوسط ارزش ریالی هر سفارش را کاهش می‌دهد. بهطور کلی افزایش دفعات منجر به کاهش متوسط ارزش ریالی هر سفارش



نراکم مشتریان دیجی کالا در کدام استان‌ها پیشتر است؟

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



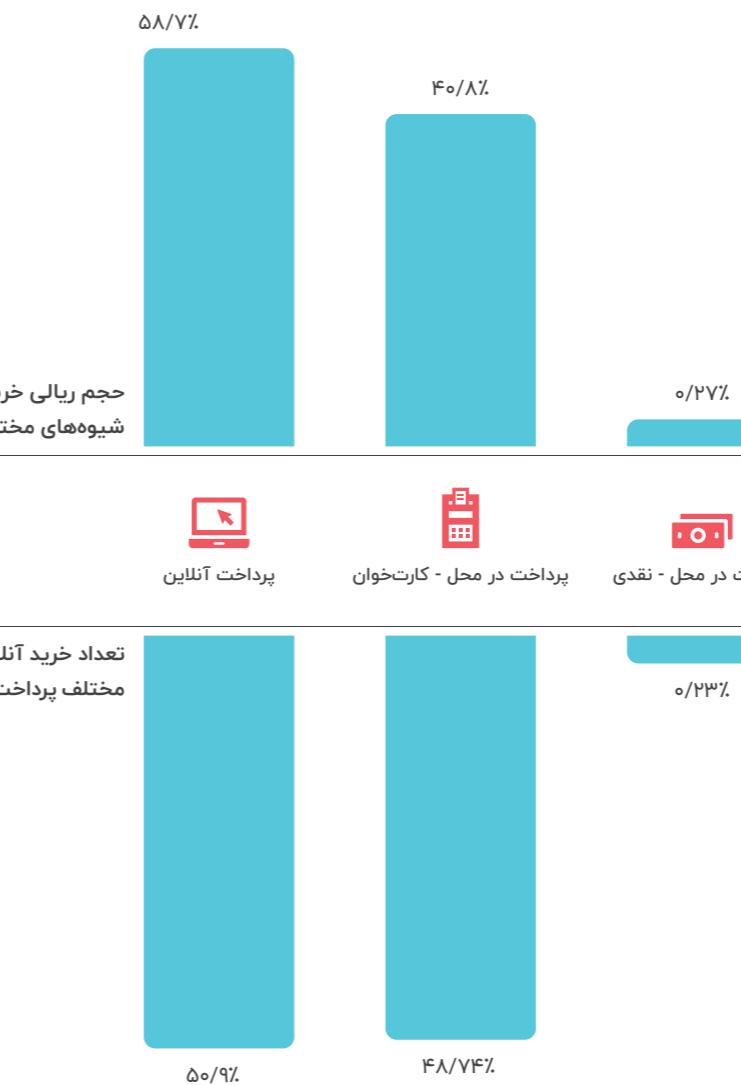


آیا دعمه ایرانیان از خرید آنلاین بهره‌مندند؟

تاکنون ساکنین ۱۱,۱۳۲ روستای کشورمان از دیجی‌کالا خرید کرده‌اند. دیجی‌کالا فروشگاه آنلاین ایرانی است که خدمات خود را در اختیار همه مردم ایران قرار می‌دهد، از شهرهای بزرگ تا دورترین روستاهای کشور همه به‌طور یکسان از خدمات دیجی‌کالا استفاده می‌کنند. یکی از مهمترین اهداف توسعه مراکز توزیع دیجی‌کالا، دسترسی همه مردم ایران به مزایای خرید آنلاین است.

کاربران دیجی‌کالا برای خرید آنلاین چگونه پرداخت می‌کنند؟

۵۱٪ درصد از سفارش‌های دیجی‌کالا با استفاده از درگاه پرداخت اینترنتی (IPG) و ۴۹٪ با کارت‌خوان سیار (POS) تسویه می‌شود. با این حال سهم ریالی پرداخت از درگاه اینترنتی نزدیک به ۶۰٪ از کل مبالغ خرید دیجی‌کالا است.

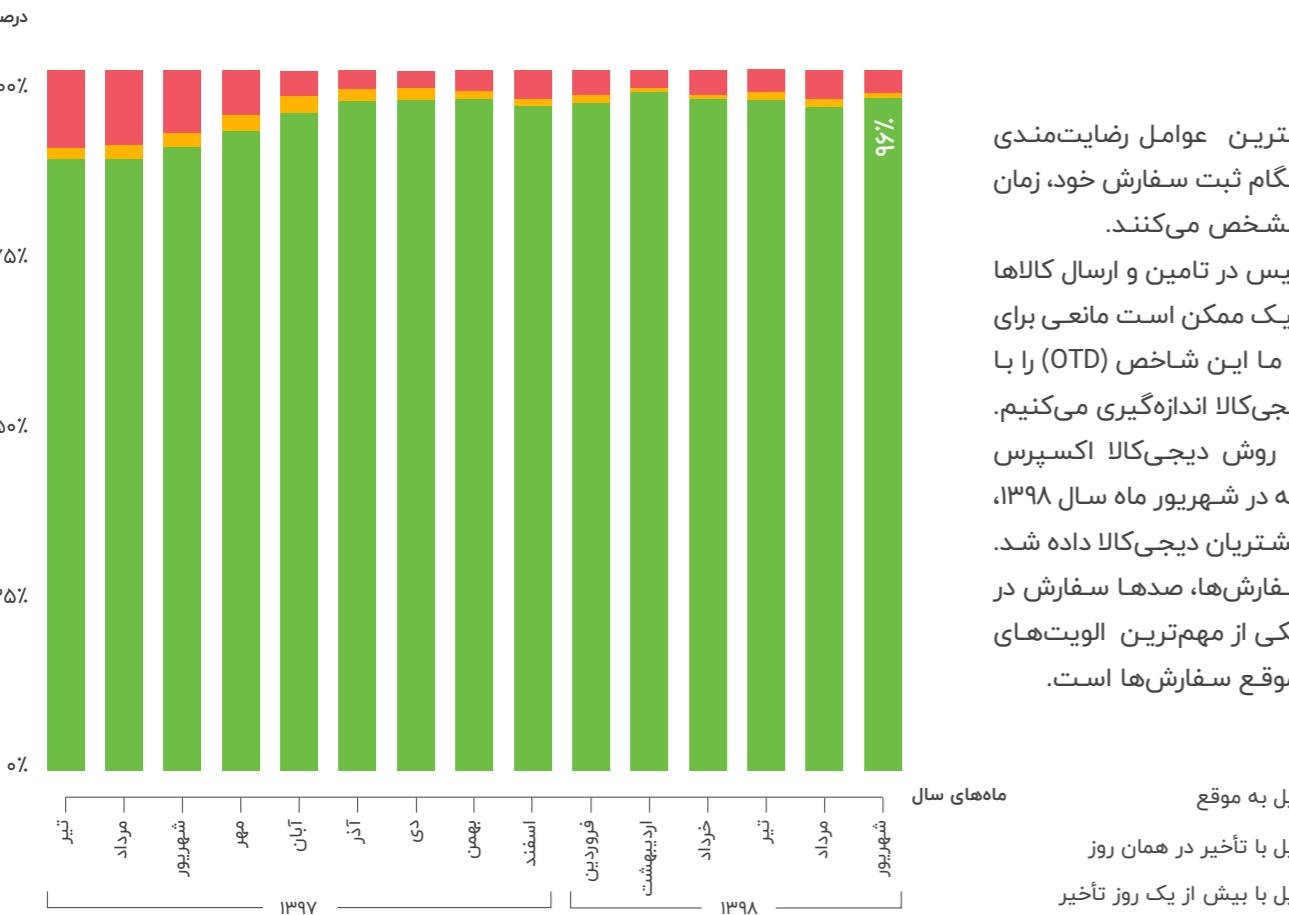




بازخورد مشتریان فصل دوم



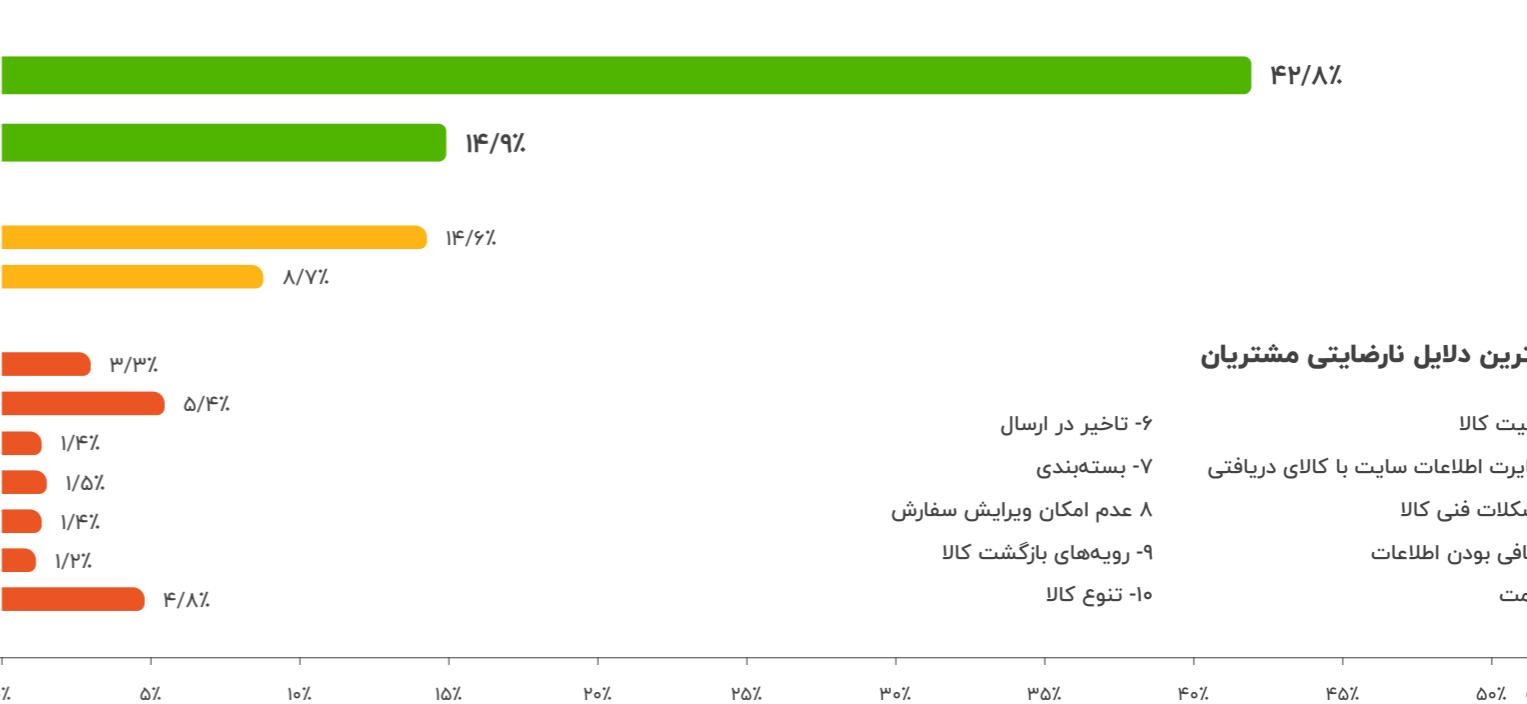
چند درصد از سفارش‌ها به روش ارسال دیجی‌کالا به‌موقع تحویل داده می‌شود؟



تحویل به موقع سفارش یکی از مهمترین عوامل رضایتمندی مشتریان است. مشتریان دیجی‌کالا هنگام ثبت سفارش خود، زمان تحویل کالاهای خریداری شده را نیز مشخص می‌کنند. دلایلی مانند تأخیر فروشنده‌گان مارکت‌پلیس در تامین و ارسال کالاهای و یا مشکلات مرتبط با ارسال مثل ترافیک ممکن است مانع برای تحویل به‌موقع سفارش مشتری شود. ما این شاخص (OTD) را با ابزارهای موقعیت‌یابی ماموران ارسال دیجی‌کالا اندازه‌گیری می‌کنیم. حدود ۸۰٪ سفارش‌های مشتریان به روش دیجی‌کالا اکسپرس (Digikala Express) فرستاده می‌شود که در شهریور ماه سال ۱۴۰۸، ۹۶٪ این سفارش‌ها به موقع تحویل مشتریان دیجی‌کالا داده شد. با وجود درصد بالای تحویل به‌موقع سفارش‌ها، صدها سفارش در روز به‌موقع تحویل داده نمی‌شود که یکی از مهمترین الیت‌های دیجی‌کالا، کاهش تأخیر در تحویل به‌موقع سفارش‌ها است.

مشتریان یکی از کلیدی‌ترین شاخص‌های اندازه‌گیری برای دیجی‌کالاست. NPS یا «شاخص خالص توصیه‌کنندگان» یکی از ابزارهای اندازه‌گیری رضایت 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 شهریور ماه ۱۴۰۸، از ۰ تا ۱۰ امتیاز داده‌اند. در شهریور ماه ۱۴۰۸ حدود ۱۰٪ مشتریان دیجی‌کالا پس از خرید خود در نظرسنجی شرکت کردند.

مشتریان چقدر دیجی‌کالا را به دیگران توصیه می‌کنند؟



چه تعداد از کاربران درباره کالاها بازخو

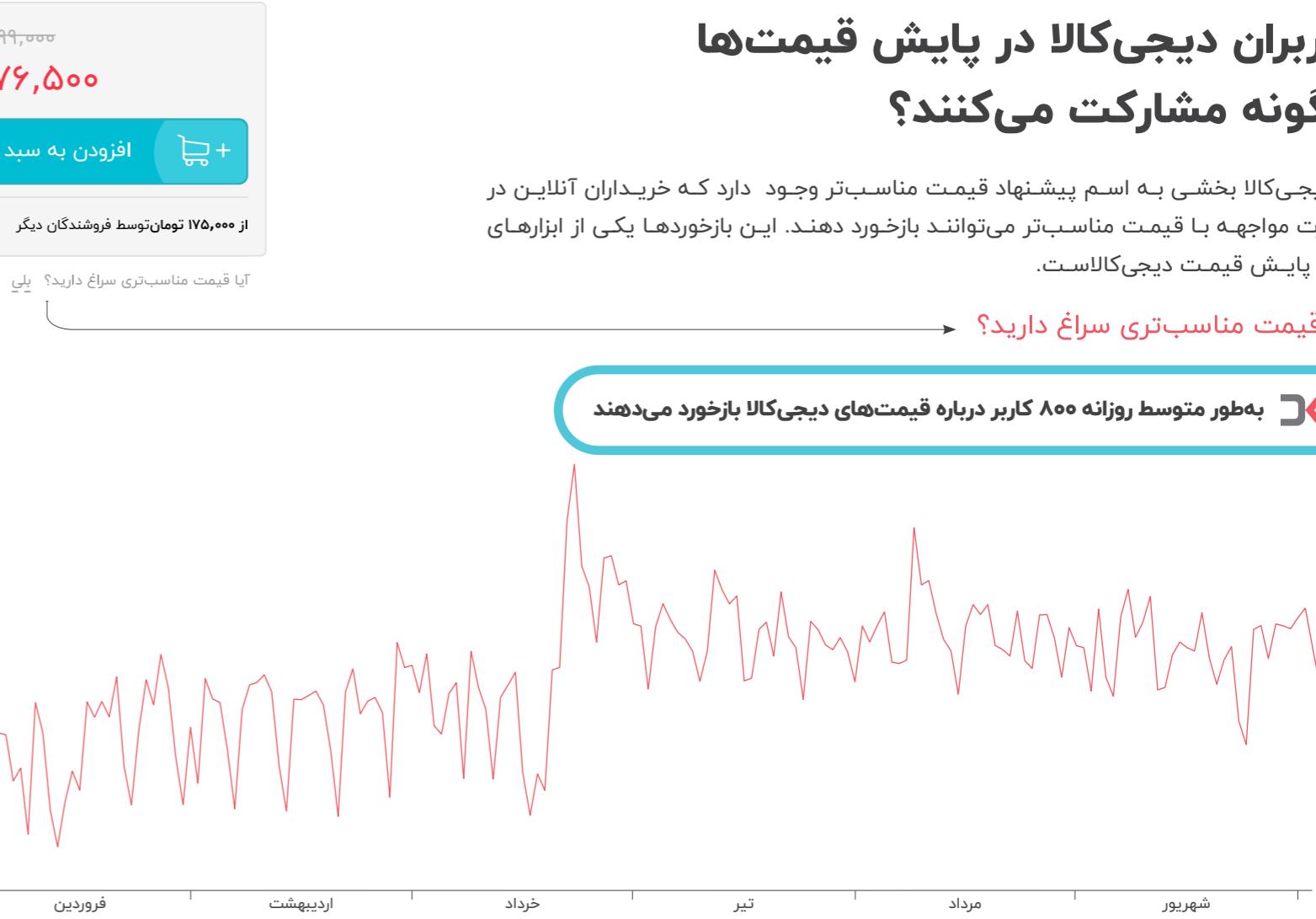
در نیمه اول ۱۳۹۸ به طور متوسط پیشنهاد تصحیح محتوایی کالاهای



ربان دیجیکالا در پایش قیمت‌ها کونه مشارکت می‌کنند؟

بجزی کالا بخشی به اسم پیشنهاد قیمت مناسب‌تر وجود دارد که خریداران آنلاین در این مواجهه با قیمت مناسب‌تر می‌توانند بازخورد دهند. این بازخوردها یکی از ابزارهای پایش قیمت دیجی‌کالاست.

→ قیمت مناسب‌تری سراغ دارید؟

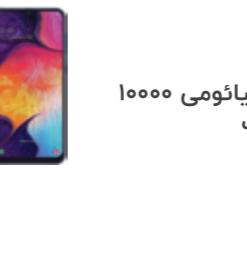
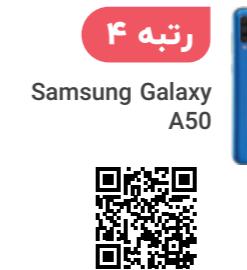


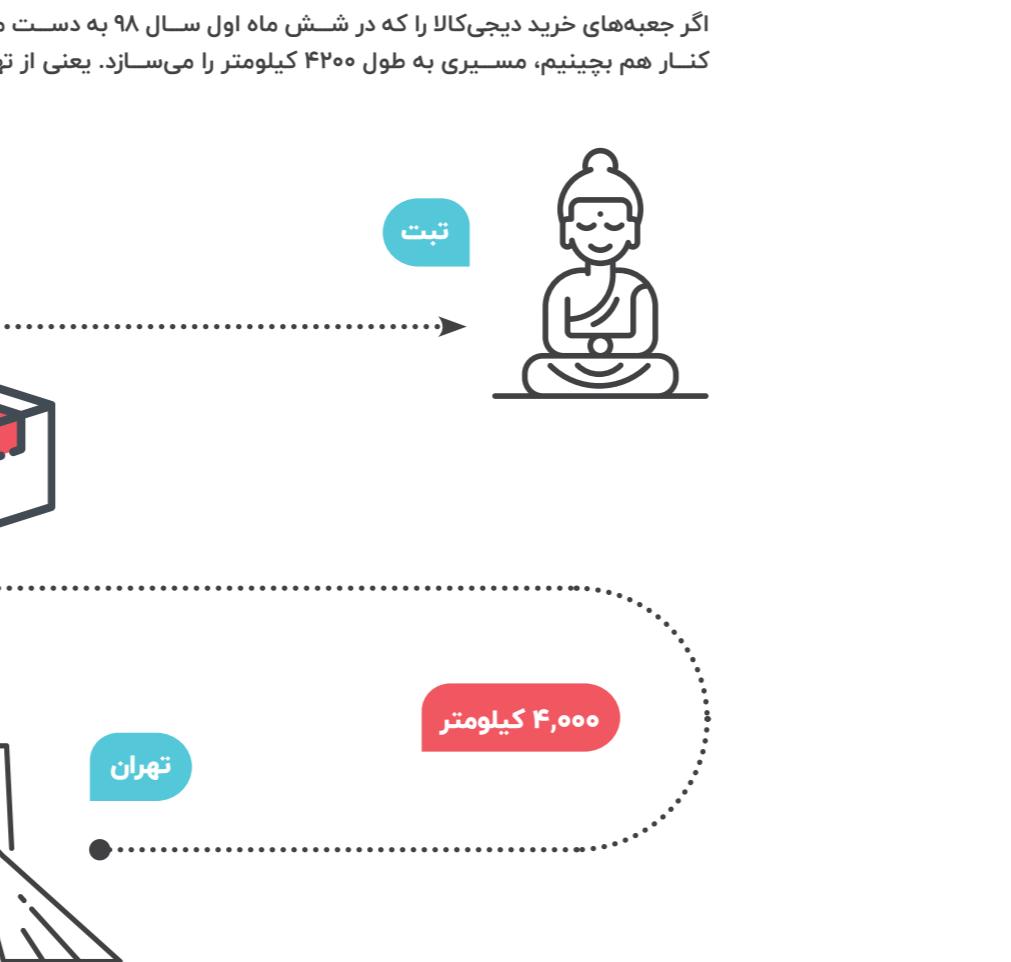


مشتریان، مشتاق موجودشدن
دوباره کدام کالاها هستند؟

دلیل

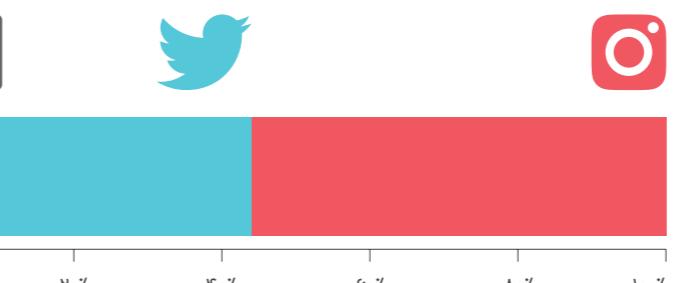
در نیمه اول ۱۳۹۸





دیجی‌کالا در شبکه‌های اجتماعی

تیم پشتیبانی شبکه‌های اجتماعی (SCET)، ماهانه به حدود ۲۵۰۰ تا ۳۳۰۰ نظر و توبیت پاسخ می‌دهد. ۵۶٪ از این تعداد را نظرات اینستاگرام و ۱۴٪ را توبیت کاربران در توییتر شکل می‌دهد. نظرات لینکداین نیز ۱٪ درصد از فعالیت تیم SCET را در بر می‌گیرد.



بیشترین حجم توییت‌ها در بازه ۱۶ تا ۲۴ ارسال می‌شود. حداقل زمان پاسخ‌گویی به توییت‌ها ۴ ساعت است.

@digikalacom @digikalsupport #digikala

موضوع بیشتر نظرات درباره مشاوره فروش، پیگیری وضعیت سفارش‌ها، چند مرسوله‌ای شدن سفارش، انتقادات به رویه‌ها در دیجی‌کالا است.

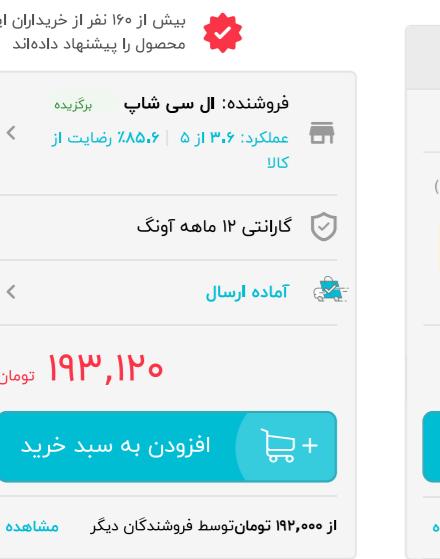
در مرکز خدمات مشتریان دیجی‌کالا چه می‌گذرد؟





بازارگاه و کسبوکارهای ایرانی فصل سوم



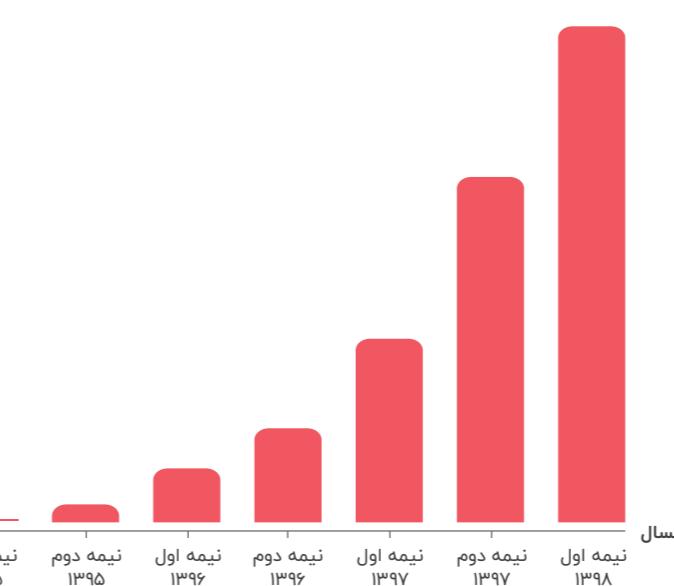


مارکتپلیس چگونه «بازار رقابت کامل» بین فروشنده‌گان ایجاد می‌کند؟

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 ارایه قیمت مناسب‌تر، آماده ارسال داشتن محصولات خود در انبار و کسب امتیاز عملکرد بالاتر نسبت به رقبا، کالای مورد نظر را در جعبه خرید (دکمه پیش‌فرض افزودن به سبد خرید) نمایان سازند.

در شش ماه گذشته ۱۸,۴۸۲ کسبوکار برای فروشنده‌گی در مارکتپلیس درخواست داده‌اند داده‌اند که ۶۷٪ این کسبوکارها شرایط فروشنده شدن در دیجی‌کالا را احراز کردند و به فروشنده‌گان اضافه شدند.

رشد تعداد کسبوکارهای ایرانی در پلتفرم مارکتپلیس



دیجی‌کالا؛ خانه ۳۰۰ هزار کسبوکار ایرانی

دیجی‌کالا توامندسازی کسبوکارهای ایرانی 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 محتوا، بازاریابی، بینش بازار و خدمات پس از فروش را به این کسبوکارها ارائه می‌دهد. تولیدکننده‌ی ایرانی در این پلتفرم دغدغه‌ای جز تولید نخواهد داشت.

در نیمه اول سال ۹۸، هر فروشنده فعال مارکتپلیس به‌طور متوسط ماهانه **۲۳ میلیون تومان** فروش داشته است.

در مرداد ماه سال ۱۴۰۸ یکی از فروشنده‌گان مارکتپلیس موفق شد **۲۰ میلیارد تومان** بفروشد. این عدد رکورد فروشنده‌گان مارکتپلیس در یک ماه است.

یک کارگاه صنایع دستی (ترمه‌بافی) در مرداد ماه سال ۹۸ مبلغ **۸۳ میلیون تومان** فروش داشته است.

ناظرت بر عملکرد فروشنده‌گان



کیفیت کالا
براساس میزان رضایت مشتریان از کیفیت کالاهای که از طریق نظرسنجی از مشتریان بعد از خرید محاسبه می‌شود، کالاهایی که باعث نارضایتی مشتریان شده‌اند بررسی می‌شوند. براساس دلیل ایجاد نارضایتی اقدامات برای بهبود تجربه مشتری از جمله ویرایش محتواهای محصول، ویرایش عکس محصول، غیرفعال کردن محصول، بهبود بسته بندی محصول و یا گرفتن دسترسی فروشنده از محصول انجام می‌شود.

اصالت کالا
به محض شناسایی فروش کالای تقلبی بدون برچسب «غیر اصل» فروشنده کالا تا ۵ برابر ارزش فروش محصول جریمه می‌شود. در صورت فروش کالای تقلبی برای بار دوم، علاوه بر جریمه نقدي، دسترسی فروشنده به گروه محصول گرفته می‌شود و در صورت تکرار موضوع برای بار سوم، با فروشنده قطع همکاری می‌شود. مسئولیت خدمات جبرانی برای مشتریانی که تحت تاثیر این تخلف قرار گرفته‌اند، با دیجی‌کالاست. کالای تقلبی مرجع و اصل از ابتدای سال ۹۷ تا کنون، ۵٪ از کالاهای عرضه شده تقلبی بود (۴ کالا از ۸۰ هزار کالا). از آنجا که

نرخ بازگشت کالا
با اضافه شدن مدل مارکتپلیس، یکی از مهم‌ترین نگرانی‌های دیجی‌کالا ارایه کالاهای تقلبی بود.

کالای تقلبی 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 شش ماه اول سال ۹۸ به صورت متوسط **۲۰۰ میلیون تومان کد هدیه** به این مشتریان پرداخت شده است.

این خطاهای شامل تاخیر در ارسال کالاهای تقلبی است. مجموع این خطاهای تقلبی از کل سفارش‌ها ۱٪ از کل سفارش‌ها را شامل می‌شود.

کالای تقلبی در دیجی‌کالا



کالای تقلبی 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.

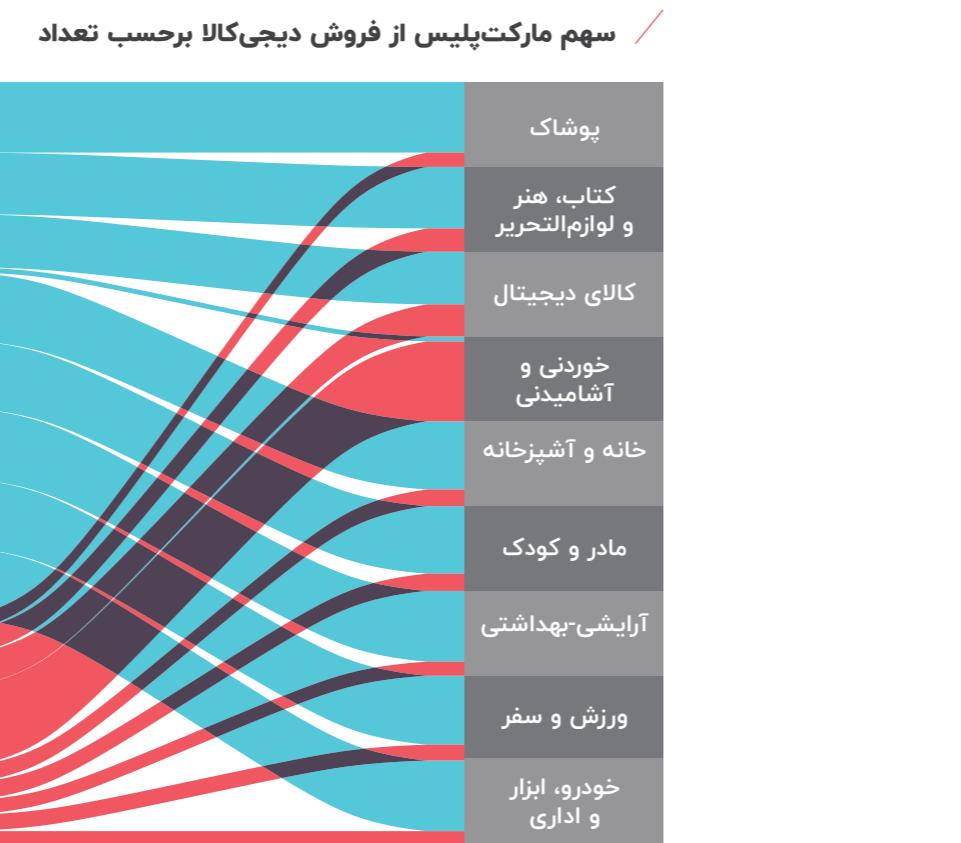
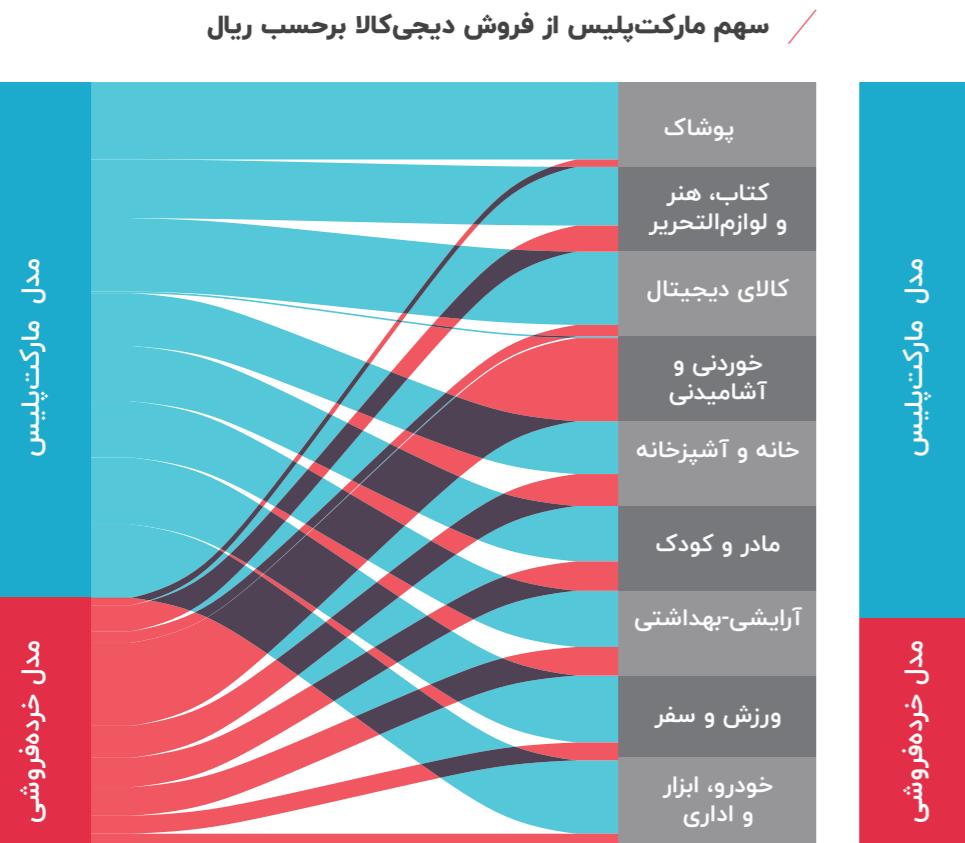
ضمن عذرخواهی از مشتریانی که تحت تاثیر خطاهای فروشنده‌گان مارکتپلیس قرار گرفته بودند، در شش ماه اول سال ۹۸ به صورت متوسط **۲۰۰ میلیون تومان کد هدیه** به این مشتریان پرداخت شده است.

این خطاهای تقلبی در ارسال کالاهای تقلبی است. مجموع این خطاهای تقلبی از کل سفارش‌ها ۱٪ از کل سفارش‌ها را شامل می‌شود.



۲۰۰ میلیون تومان

سهم مارکت‌پلیس از فروش در گروه‌های کالایی اصلی چقدر است؟



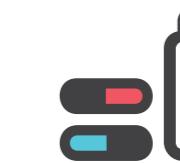
فروش چه کالاهایی در دیجی‌کالا ممنوع است؟



سموم گیاهی و جانوری



سلاح‌های گرم و سرد



دارو



سیگار و محصولات مرتبط با دخانیات



آثار هنری بدون اجازه صاحب اثر



تجهیزات قاچاق و محصولات غیرقانونی



لوازم شکار



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





محصولات و برندها
فصل چهارم



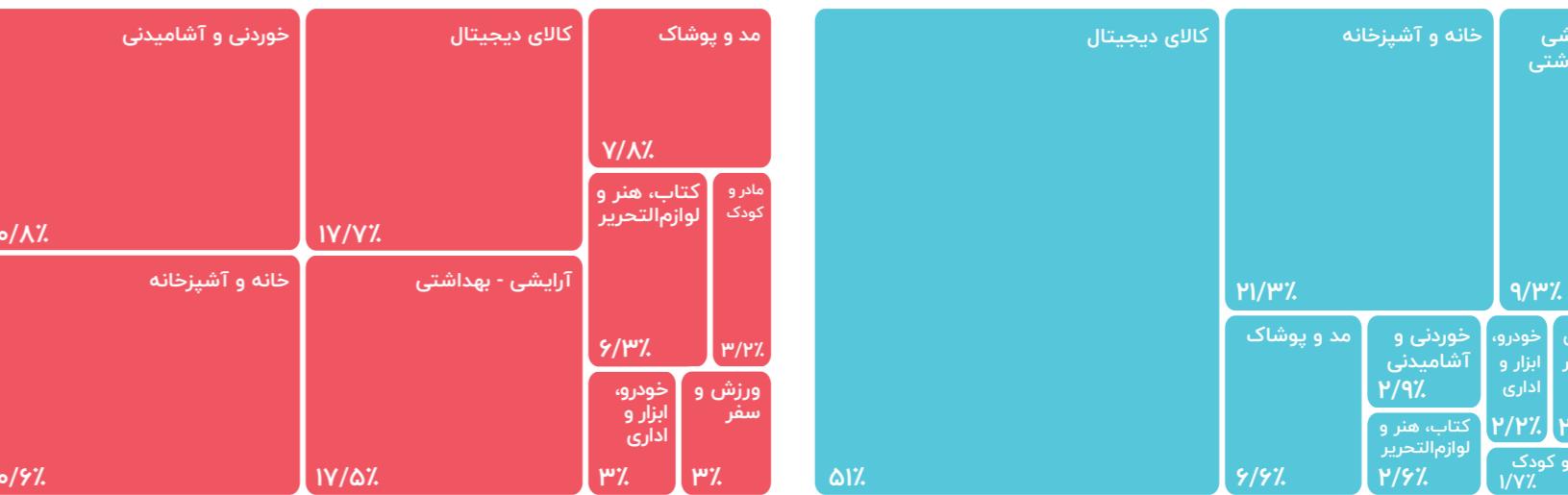


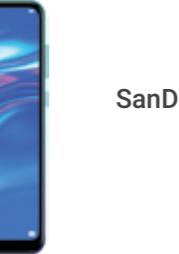
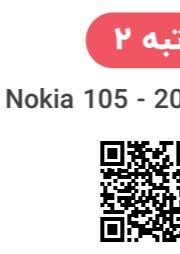
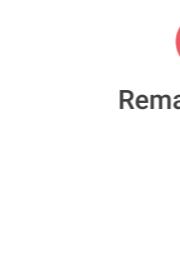
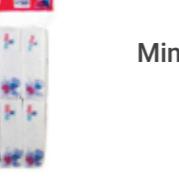
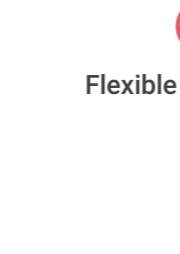
ام گروههای کالاپی فروش شتری دارند؟

نحوه انتظار می‌رود، کالاهای دیجیتال مثل لپتاپ، موبایل و پاوربانک را ریالی بالای در فروش دارد، در حالی که از نظر تعداد فروش در رتبه‌ی قرار می‌گیرد. در عوض کالاهای سوپرمارکتی و مواد غذایی که در ترتیب خردهفروشی به عنوان کالاهای تندرصرف (FMCG) شناخته می‌شوند، عدد بسیار زیادی خریداری می‌شوند.



گروه‌های کالایی اصلی بر حسب تعداد



رتبه ۱	Huawei Y7 Prime 2019		
رتبه ۲	Nokia 105 - 2017		
رتبه ۳	SanDisk Cruzer Blade CZ50		
رتبه ۴	Nokia 130 - 2017		
رتبه ۵	Remax RA-OTG		
رتبه ۶	Collapsing كابل شارژ مدل		
رتبه ۷	ایزی پیک بسته ۱۰ عددی		
رتبه ۸	Mins 45		

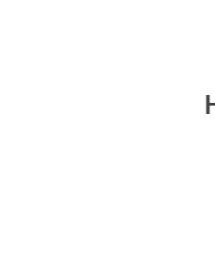


دیجی‌کا
۱۰ کالای پرفروش (تعدادی)
در نیمه اول ۱۳۹۸

رتبه ۱
Samsung Galaxy A10



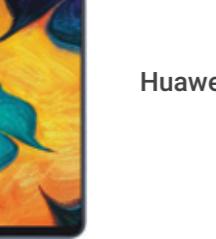
رتبه ۲
Samsung Galaxy A50



رتبه ۳
Huawei Y9 2019



رتبه ۷
Samsung Galaxy A30



رتبه ۶
Huawei P30 Lite MAR-LX1M



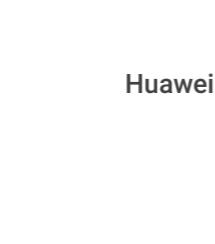
رتبه ۵
Samsung Galaxy A20



رتبه ۱۰
Huawei Y9 2019 JKM-LX1



رتبه ۹
Nokia 106 2019



رتبه ۸
Huawei Y5 Prime 2018

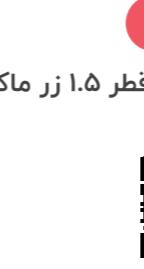
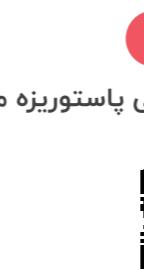


رتبه ۱
Huawei Y7 Prime 2019



دیجی‌کالا
۱۰ کالای پرفروش (ریالی)

در نیمه اول ۱۴۰۰



۱۵ کالای پرفروش سوپرمارکتی (تعدادی)

در نیمه اول ۱۳۹۸

تمامی ۱۵ محصول پرفروش دیجی‌کالا فرش (مواد غذایی
و محصولات سوپرمارکتی) از برندهای ایرانی است.



۱۵ کالای پرفروش سوپرمارکتی (ریالی)

در نیمه اول ۱۴۰۰

فیدبیو

پرفروش‌ترین کتاب‌های الکترونیک فیدبیو (تعدادی)



پاییز، تنهایی اثر احسان خواجه
امیری

رتبه ۵



خوشبختیت آرزومند اثر سیامک
عباسی

رتبه ۴



ژاکت اثر محسن چاوشی

رتبه ۳



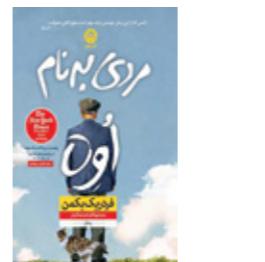
پارویی بی قاب اثر محسن
چاوشی

رتبه ۲



ایران من اثر همایون شجریان و
سهراب پورناظری

رتبه ۱



مردی به نام او نویسنده نور نور

رتبه ۵



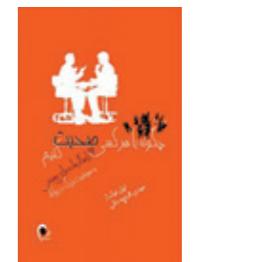
ملت عشق
گروه انتشاراتی قتوس

رتبه ۴



چگونه با هرکسی صحبت کنیم
نشر ذهن‌آویز
انتشارات نگاه نوین

رتبه ۲



بهترین سال زندگی تو ...
انتشارات نگاه نوین

رتبه ۱



دان هاریت

رتبه ۱

پرفروش‌ترین کتاب‌های چاپی (تعدادی)



تختخواب را مرتب کن اثر
حسین گازار

رتبه ۵



انسان خردمند اثر یووال نوح
هراری

رتبه ۴



چهار اثر از فلورانس اثر اسکاول
شین

رتبه ۳



خودت را به فنا نده اثر گری جان
بیشاپ

رتبه ۲



خودت را به فنا نده اثر گری جان
بیشاپ

رتبه ۱



کیمیاگر
نوین کتاب گویا

رتبه ۵



چهار اثر از فلورانس اسکاول شین
شادن پژواک

رتبه ۴



تمرين نيروي حال
نوين کتاب گویا

رتبه ۳



اثر مرکب
انتشارات نگاه نوین

رتبه ۲



ملت عشق (اجراي جديده)
آوانame

رتبه ۱

پرفروش‌ترین لپتاپ‌ها (تعدادی)

لپ تاپ 15 اینچی لنوو مدل
Ideapad 330 - 0

رتبه ۵

لپ تاپ 15 اینچی ایسوس مدل
VivoBook K542UF - A

رتبه ۴

لپ تاپ 15 اینچی ایسوس مدل
VivoBook X540NA - M

رتبه ۳

لپ تاپ 15 اینچی لنوو مدل
Ideapad 330 - F

رتبه ۲

لپ تاپ 15 اینچی لنوو مدل
Ideapad 330 - E

رتبه ۱

سامسونگ مدل Galaxy A10 دو
سیم کارت ظرفیت 32 گیگابایت

رتبه ۵

نوكيا مدل 130(2017) دو
سیم کارت ظرفیت 32 گیگابایت

رتبه ۴

هوآوی مدل A7 Prime 2019 دو
سیم کارت ظرفیت 32 گیگابایت

رتبه ۳

نوكيا مدل 205 (2017) دو
سیم کارت ظرفیت 32 گیگابایت

رتبه ۲

نوكيا مدل 106 2019 دو
سیم کارت ظرفیت 32 گیگابایت

رتبه ۱

پرفروش‌ترین لپتاپ‌ها (ریالی)

لپ تاپ 15 اینچی ایسوس مدل
VivoBook K570UD - A

رتبه ۵

لپ تاپ 15 اینچی ایسوس مدل
VivoBook K570UD - B

رتبه ۴

لپ تاپ 15 اینچی لنوو مدل
Ideapad 330 - F

رتبه ۳

لپ تاپ 15 اینچی ایسوس مدل
VivoBook K542UF - A

رتبه ۲

لپ تاپ 15 اینچی لنوو مدل
Ideapad 330 - E

رتبه ۱

سامسونگ مدل P30 Lite MAR-LX1M دو
سیم کارت ظرفیت 32 گیگابایت

رتبه ۵

سامسونگ مدل Galaxy A10 دو
سیم کارت ظرفیت 32 گیگابایت

رتبه ۴

هوآوی مدل A50 2019 دو سیم
کارت ظرفیت 128 گیگابایت

رتبه ۳

هوآوی مدل A7 Prime 2019 دو
سیم کارت ظرفیت 32 گیگابایت

رتبه ۲

هوآوی مدل A20 2019 دو سیم
کارت ظرفیت 64 گیگابایت

رتبه ۱

پرفروش‌ترین تلویزیون‌ها (تعدادی)



تلویزیون ایکس ویژن مدل 32XT520 سایز 32 اینچ

رتبه ۵



تلویزیون هوشمند ایکس ویژن مدل 55XT515 سایز 55 اینچ

رتبه ۴



تلویزیون توшибیا مدل 32S1750 سایز 32 اینچ

رتبه ۳



تلویزیون ویرا پاناسونیک مدل TH-32F336M سایز 32 اینچ

رتبه ۲



تلویزیون شهاب مدل 24SH81N1 سایز 24 اینچ

رتبه ۱



یخچال فریزر فیلور مدل TDF-342N

رتبه ۵



یخچال ایستکول مدل TM-96200 IR5T

رتبه ۴



یخچال ایستکول مدل TM-919

رتبه ۳



یخچال ایستکول مدل TM-835

رتبه ۲



یخچال ایستکول مدل TM-835

رتبه ۱

پرفروش‌ترین تلویزیون‌ها (ریالی)



تلویزیون ویرا پاناسونیک مدل TH-32F336M سایز 32 اینچ

رتبه ۵



تلویزیون سونی مدل KDL-50W660F سایز 50 اینچ

رتبه ۴



تلویزیون جی پلاس مدل GTV-50GU812S سایز 50 اینچ

رتبه ۳



تلویزیون هوشمند سامسونگ مدل 55NU7900 سایز 55 اینچ

رتبه ۲



تلویزیون هوشمند ایکس ویژن مدل 55XT515 سایز 55 اینچ

رتبه ۱



یخچال و فریزر ایستکول مدل TDFH14T

رتبه ۵



یخچال و فریزر ایستکول مدل BFN22D-M/TP

رتبه ۴



یخچال ایستکول مدل TM-919

رتبه ۳



یخچال ایستکول مدل TM-835

رتبه ۲



یخچال ایستکول مدل TM-835

رتبه ۱

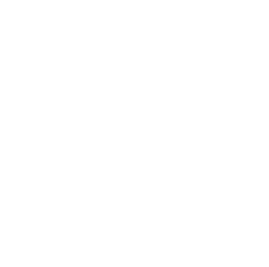
پرفروش‌ترین ساعت‌های هوشمند (تعدادی)

بند مج بند هوشمند مدل
Band3 Siliconeساعت هوشمند جی-تب مدل
W101بند مج بند هوشمند جی-تب مدل
W101 Heroساعت هوشمند وی سریز مدل
A1ساعت هوشمند جی-تب مدل
W101 Hero

رتبه ۱

دسته بازی تسکو مدل
TG 130Wدسته بازی دوال شاک ۴ مدل
Dragon 4 مناسب برای Xbox One Sدسته سونی مدل
DualShock 4دسته سونی مدل
DualShock 4دسته پاوان
L1R1-T2 مدل PUBG Fortnite

پرفروش‌ترین ساعت‌های هوشمند (ریالی)

اپل واچ سری ۴
Aluminum Case Sport Bandساعت هوشمند وی سریز مدل
A1ساعت هوشمند سامسونگ مدل
Galaxy Watch SM-R810ساعت هوشمند سامسونگ مدل
Gear S3 Frontier SM-R760ساعت هوشمند سامسونگ مدل
Galaxy Watch SM-R800

Xbox One S

Playstation 4 Pro 201 ترابایت
رجیجن ۲ ظرفیت ۱ ترابایتPlaystation 4 Slim Region 2
ظرفیت ۵۰۰ گیگابایتPlaystation 4 Slim Region 2
ظرفیت ۱ ترابایتPlaystation 4 Slim Region 2
ظرفیت ۱ ترابایت



پرفروش‌ترین دوربین‌ها (تعدادی)

پرفروش‌ترین دوربین‌ها (تعدادی)

	دوربین عکاسی چاپ سریع فوجی فیلم مدل Instax Mini 9	رتبه ۵
	سامسونگ مدل ST69	رتبه ۴
	سامسونگ مدل WB30F	رتبه ۳
	سامسونگ مدل ES95	رتبه ۲
	سامسونگ مدل ST150F	رتبه ۱

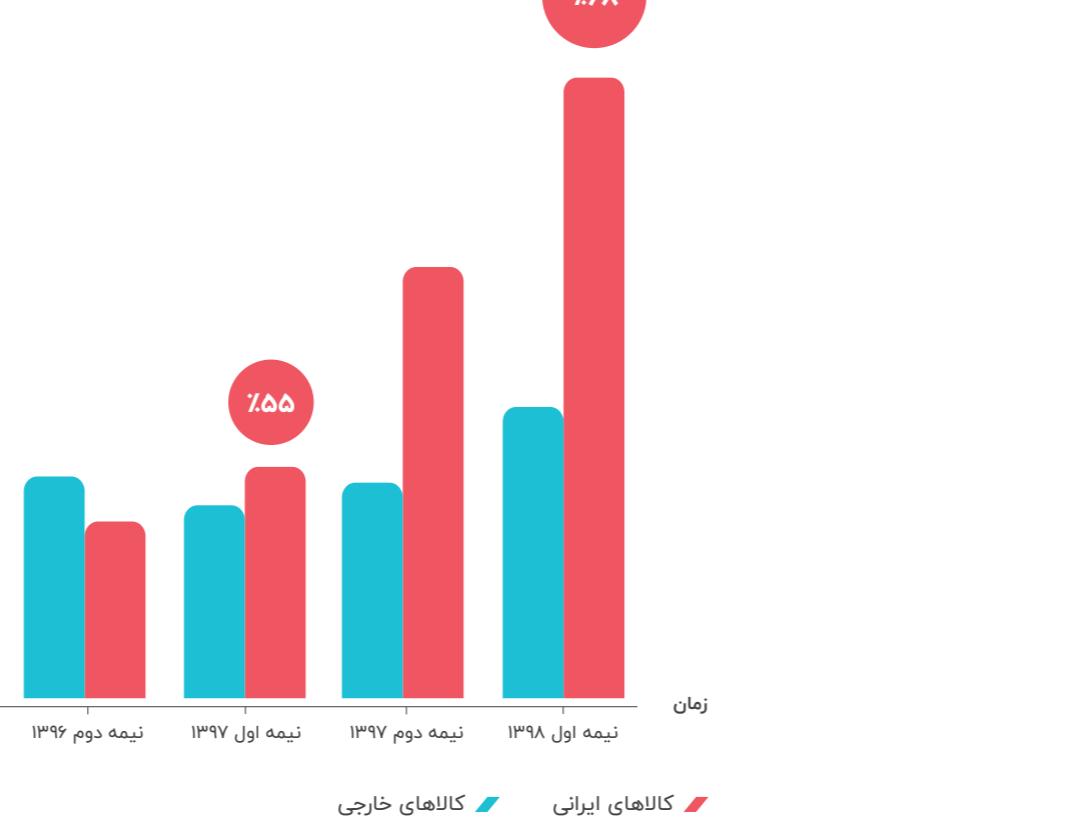
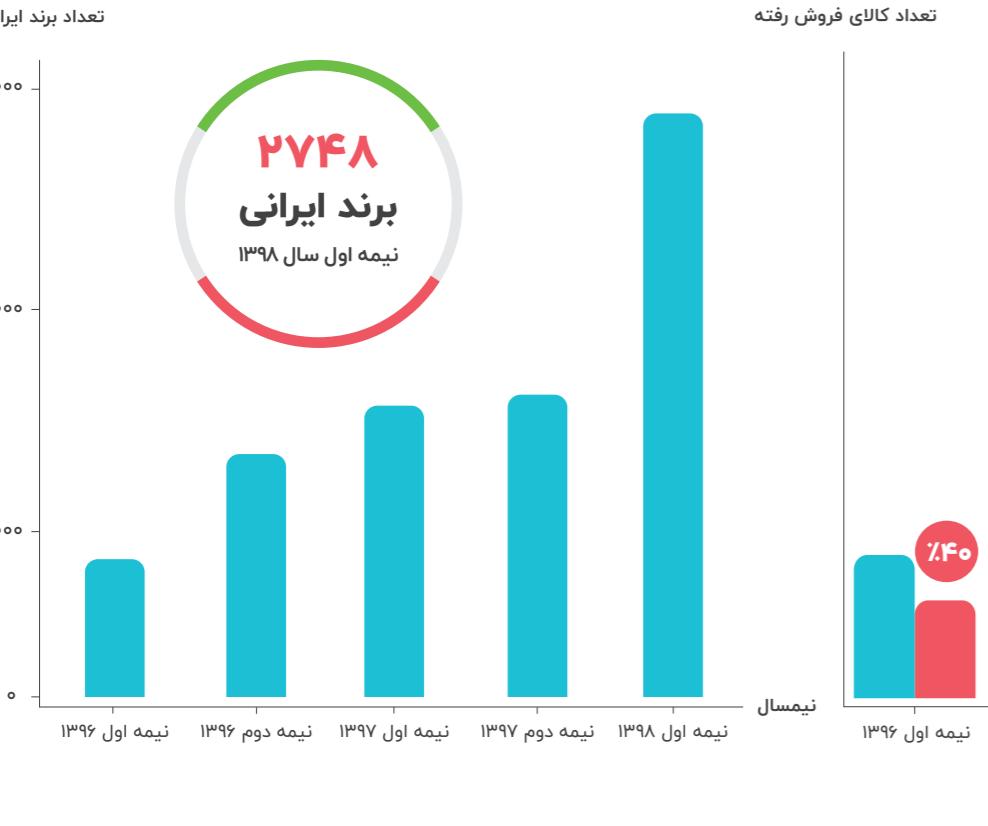
پرفروش‌ترین دوربین‌ها (ریالی)

	دوربین فیلم برداری ورزشی گوپرو مدل Hero7 Black	رتبه ۵
	نیکون مدل D5300 به همراه لنز ۱۸-۵۵ میلی متر VR	رتبه ۴
	کانن مدل EOS 80D به همراه لنز ۱۸-۱۳۵ میلی متر III	رتبه ۳
	نیکون مدل EOS 4000D به همراه لنز ۱۸-۱۴۰ میلی متر VR	رتبه ۲

در شش ماه گذشته ۶۸٪ از فروش تعدادی
دیجی‌کالا متعلق به کالاهای ایرانی بود.



سهم فروش کالاهای ایرانی در دیجی‌کالا چقدر است؟



پرجستجوترین برندهای ایرانی در دیجی‌کالا

نیمه اول

۲,۶۷۰,۳۲۷



۱,۵۰۴,۷۶۷



۶۳۷,۸۵۴



۶۰۳,۴۷۰



۳۴۳,۳۲۸



پرجستجوترین برندهای ایرانی در دیجی‌کالا

نیمه اول

۱۰۱,۵۱۴



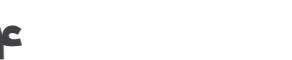
۴۷,۰۳۷



۳۶,۳۹۴



۳۱,۹۱۴

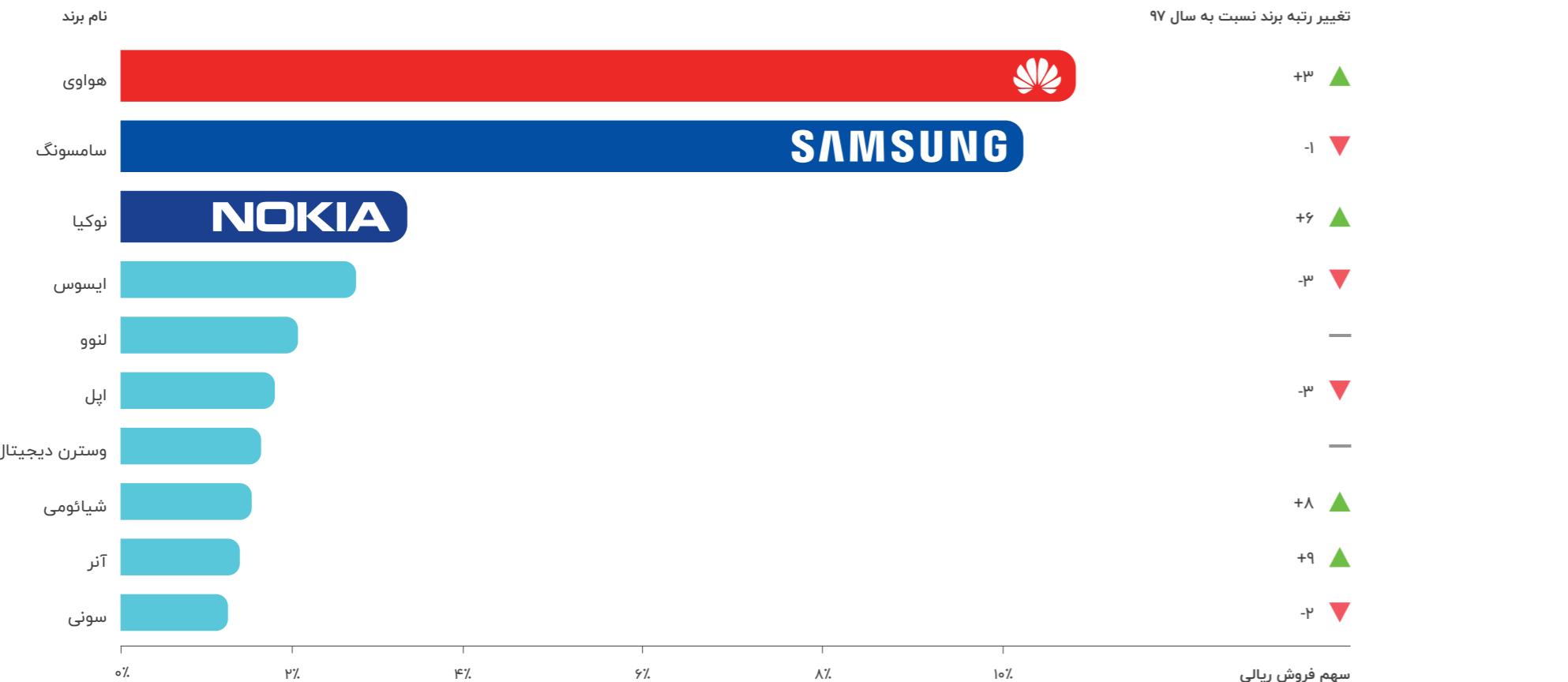


۲۳,۹۴۳



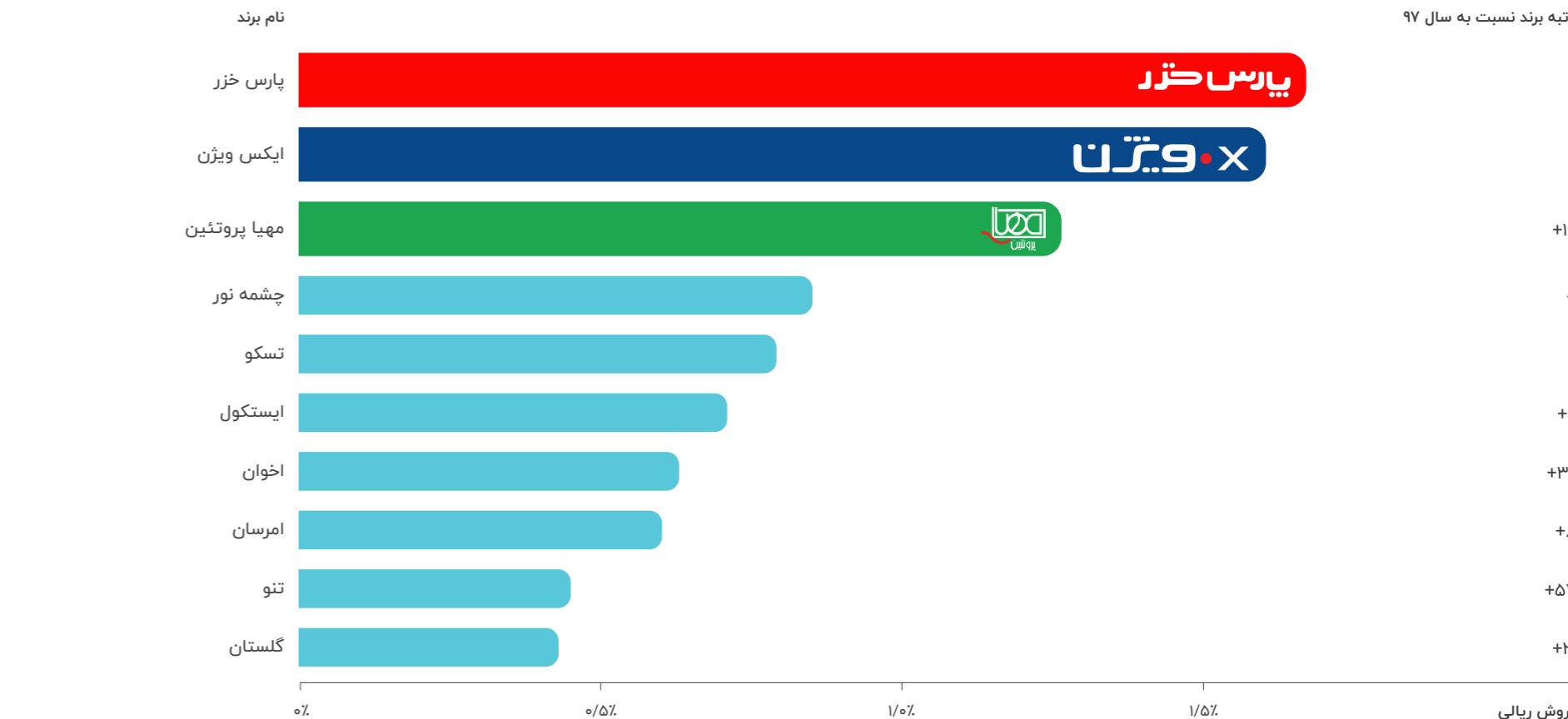
پر فروش ترین برندهای خارج

در نیمه اول ۱۳۹۸



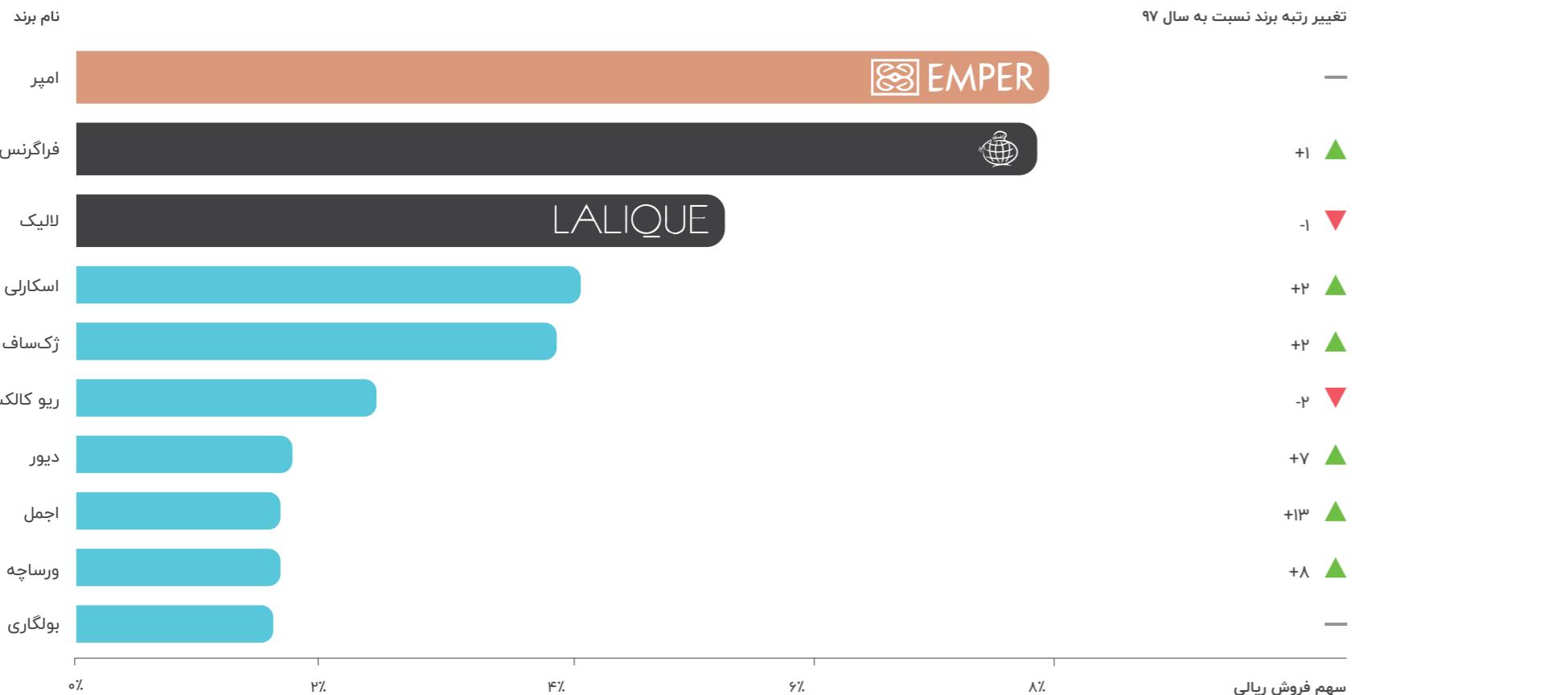
فروش‌ترین برندهای ایرانی (ریالی)

۱۳۹۸ مه اول



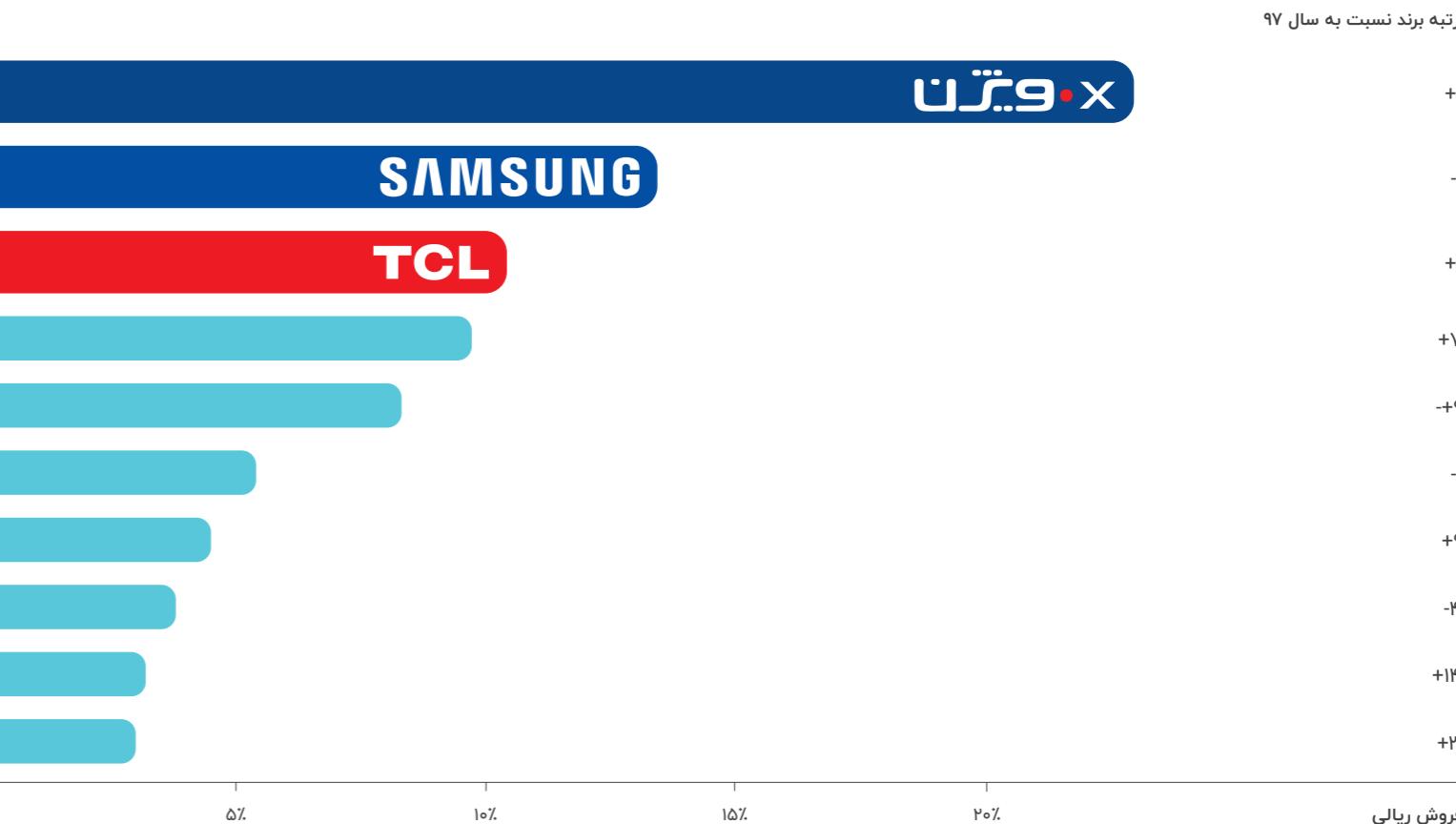
پرفروش‌ترین برندهای عطر و ادوکلن (ریالی)

در نیمه اول ۱۴۰۸



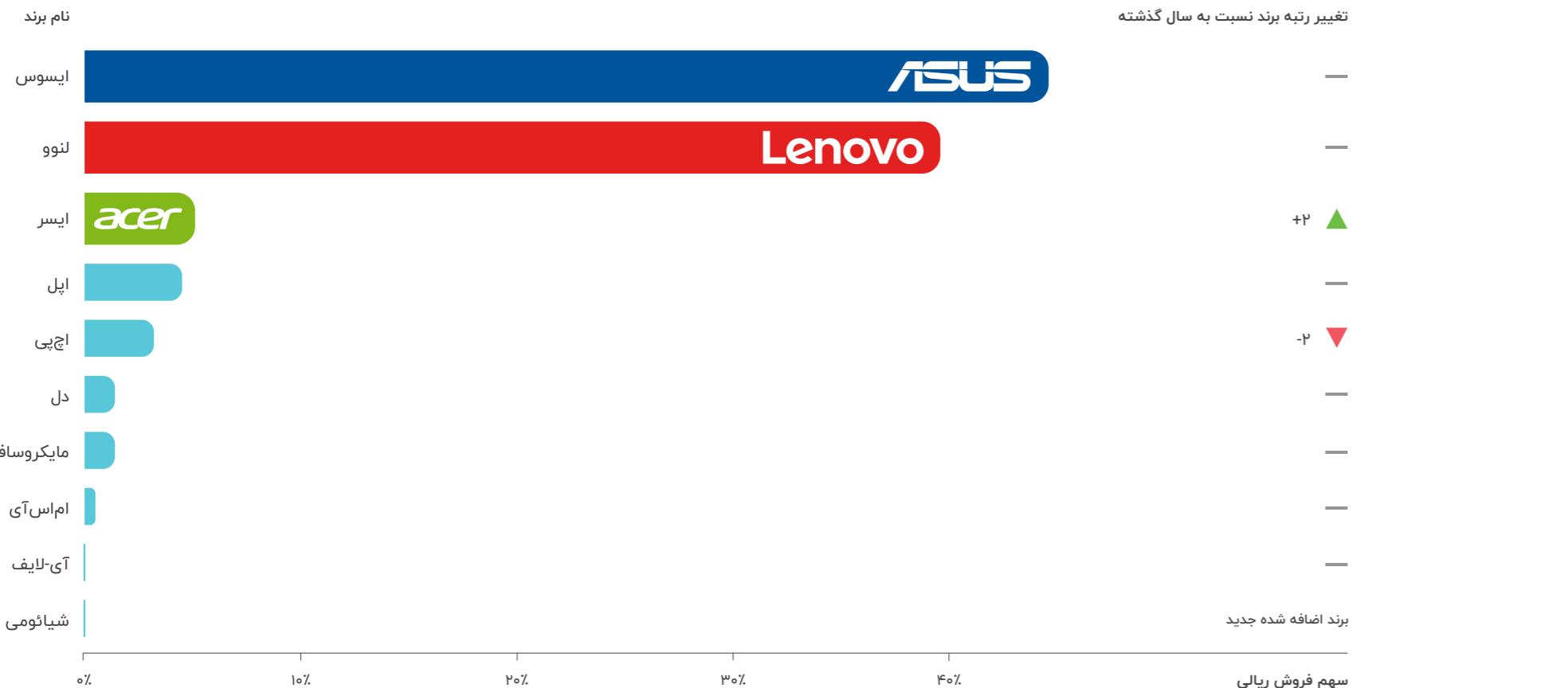
پرفروش‌ترین تلویزیون (ریالی)

در نیمه اول ۱۴۰۸



پرفروش‌ترین برندهای لپتاپ و الترابوک (ریالی)

در نیمه اول ۱۳۹۸



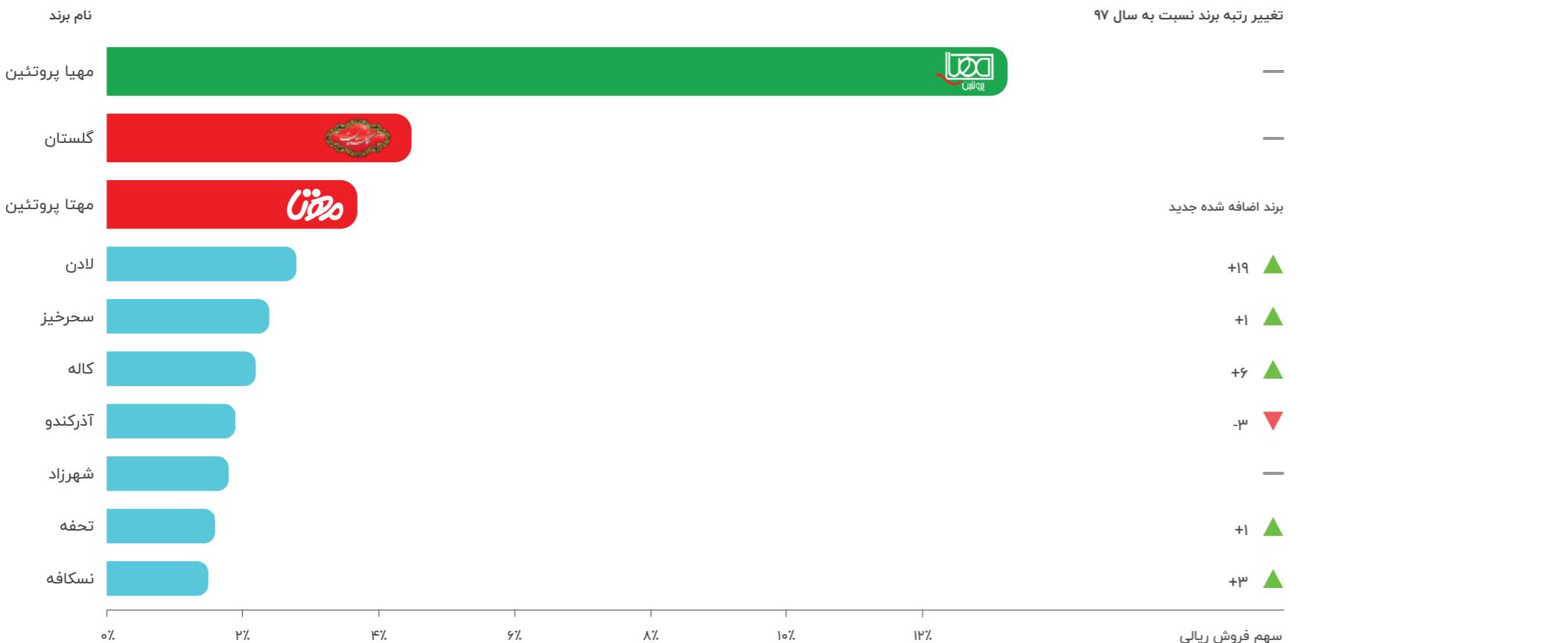
پرفروش‌ترین برندهای دوربین (ریالی)

در نیمه اول ۱۳۹۸



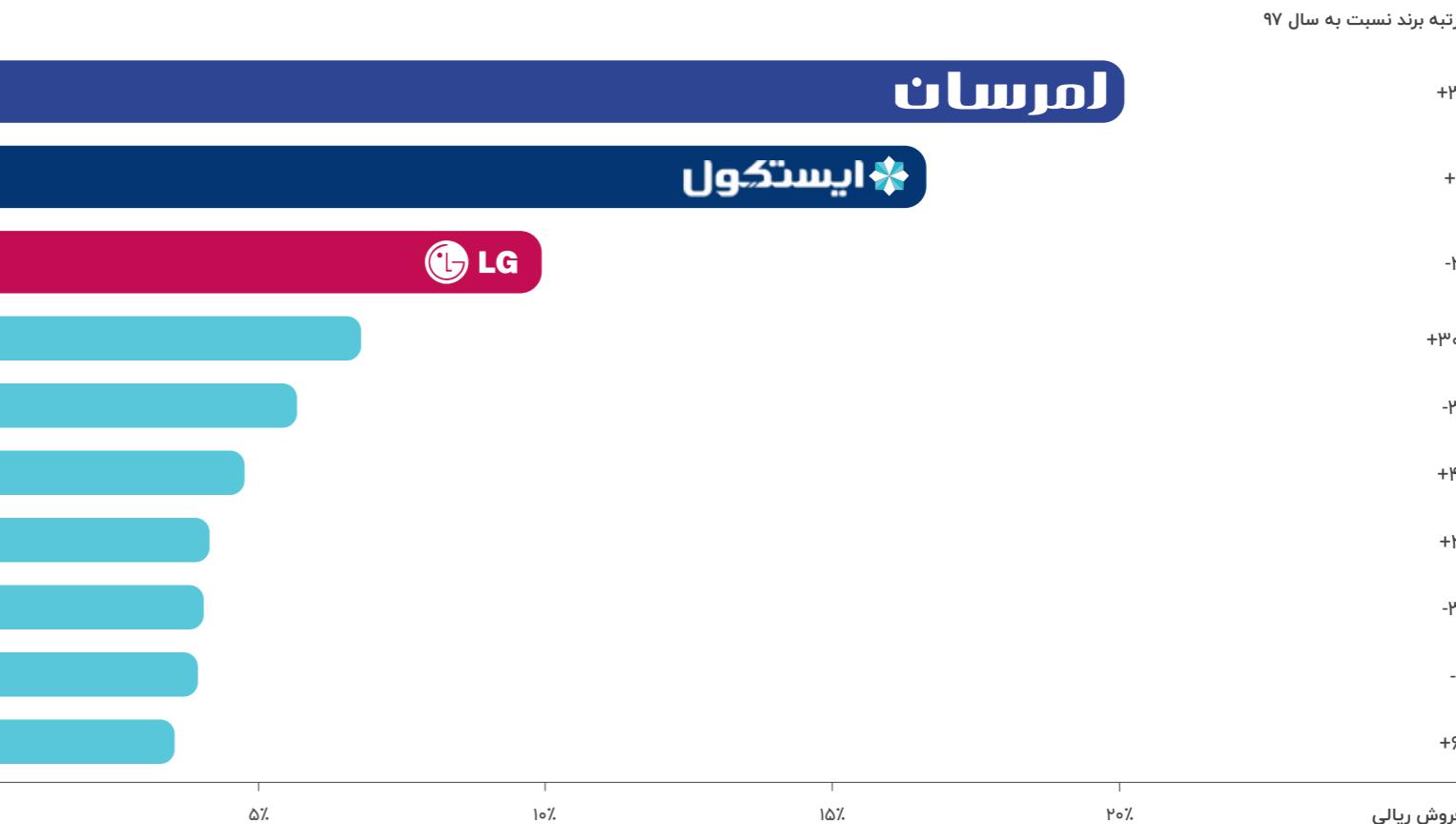
پرفروش‌ترین برندهای مواد غذایی (ریالی)

در نیمه اول ۱۳۹۸



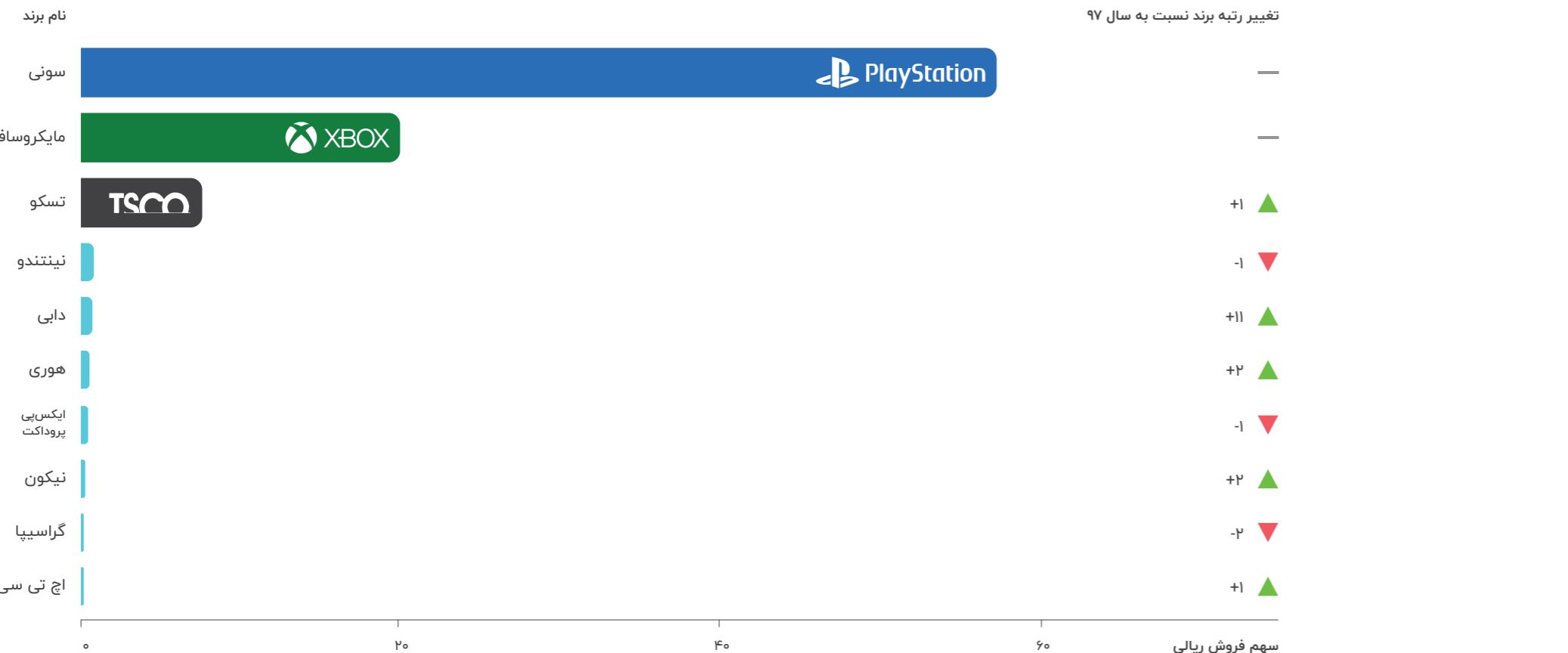
پرفروش‌ترین یخچال و فریزر (ریالی)

در نیمه اول ۱۳۹۸



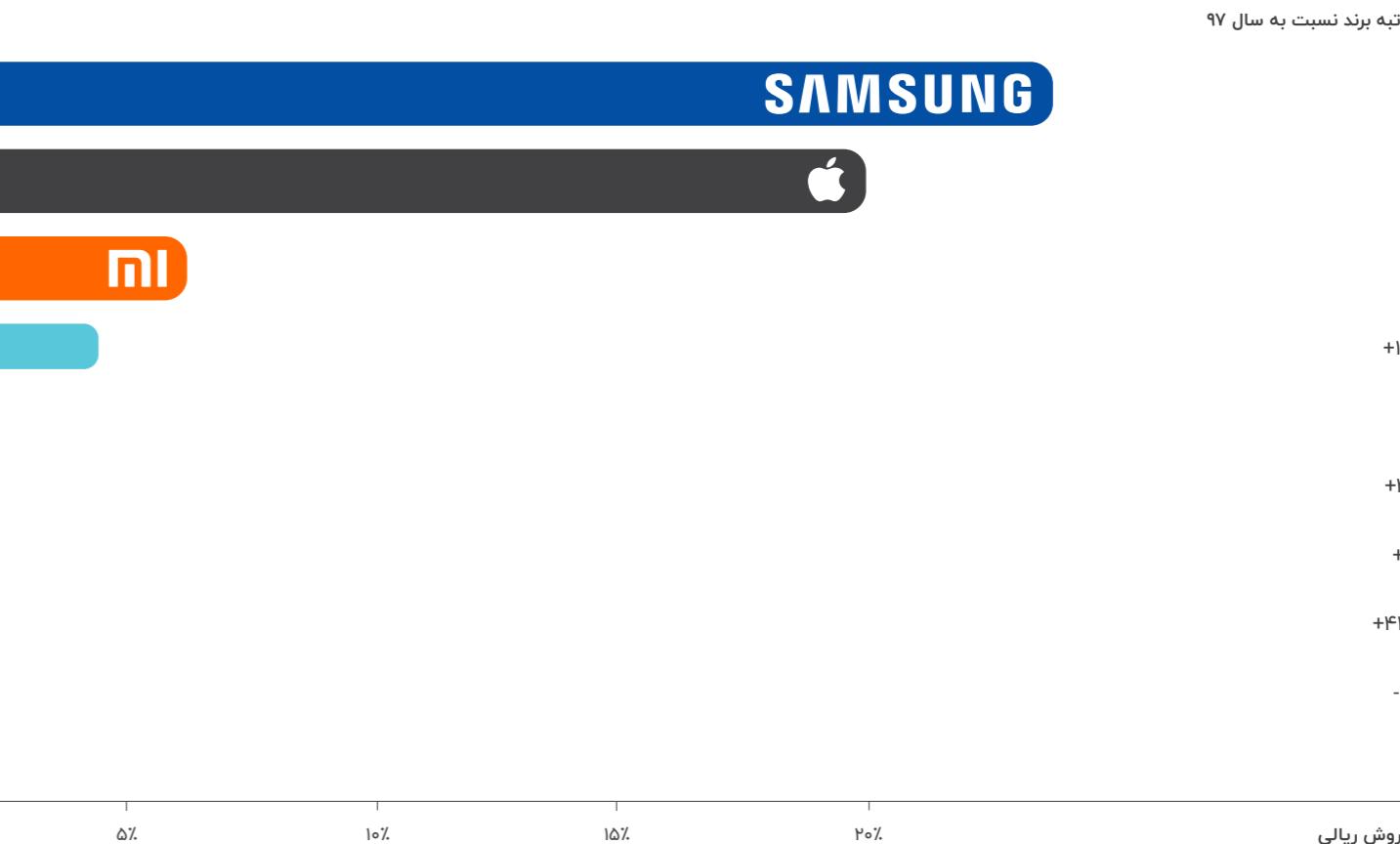
پرفروش‌ترین برندهای کنسول و لوازم جانبی بازی (ریالی)

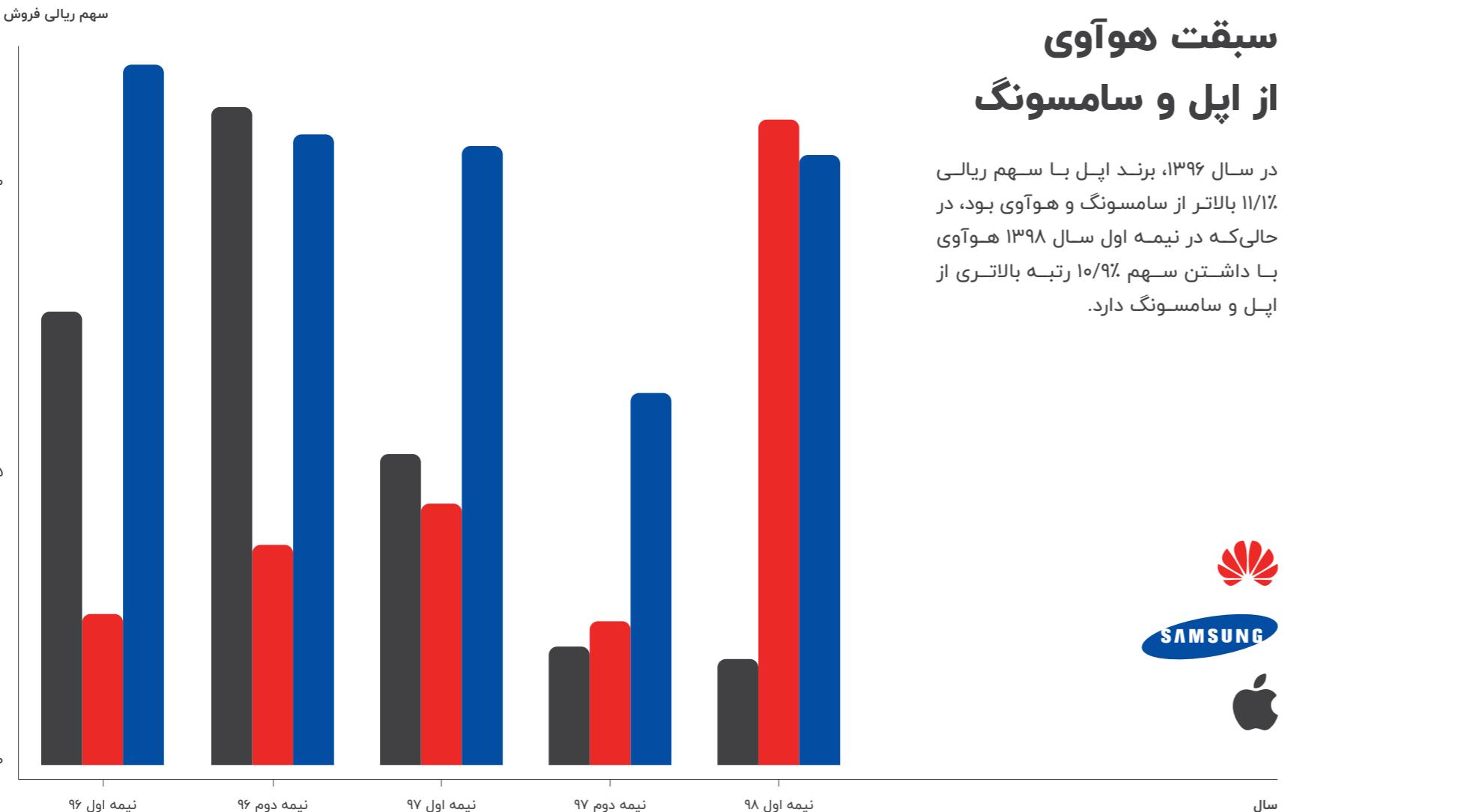
در نیمه اول ۱۴۹۸



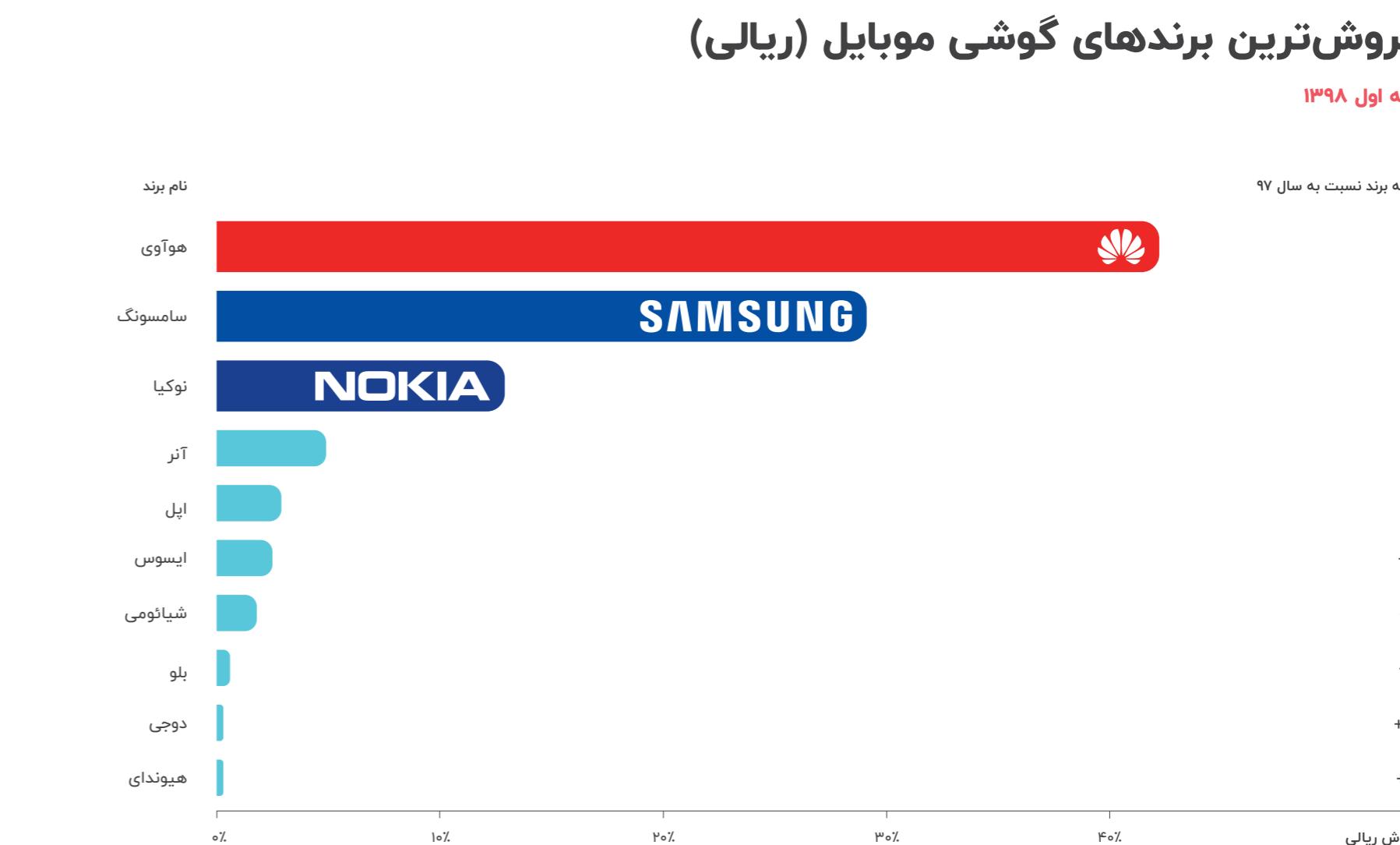
پرفروش‌ترین برند ساعت هوشمند (ریالی)

در نیمه اول ۱۴۹۸

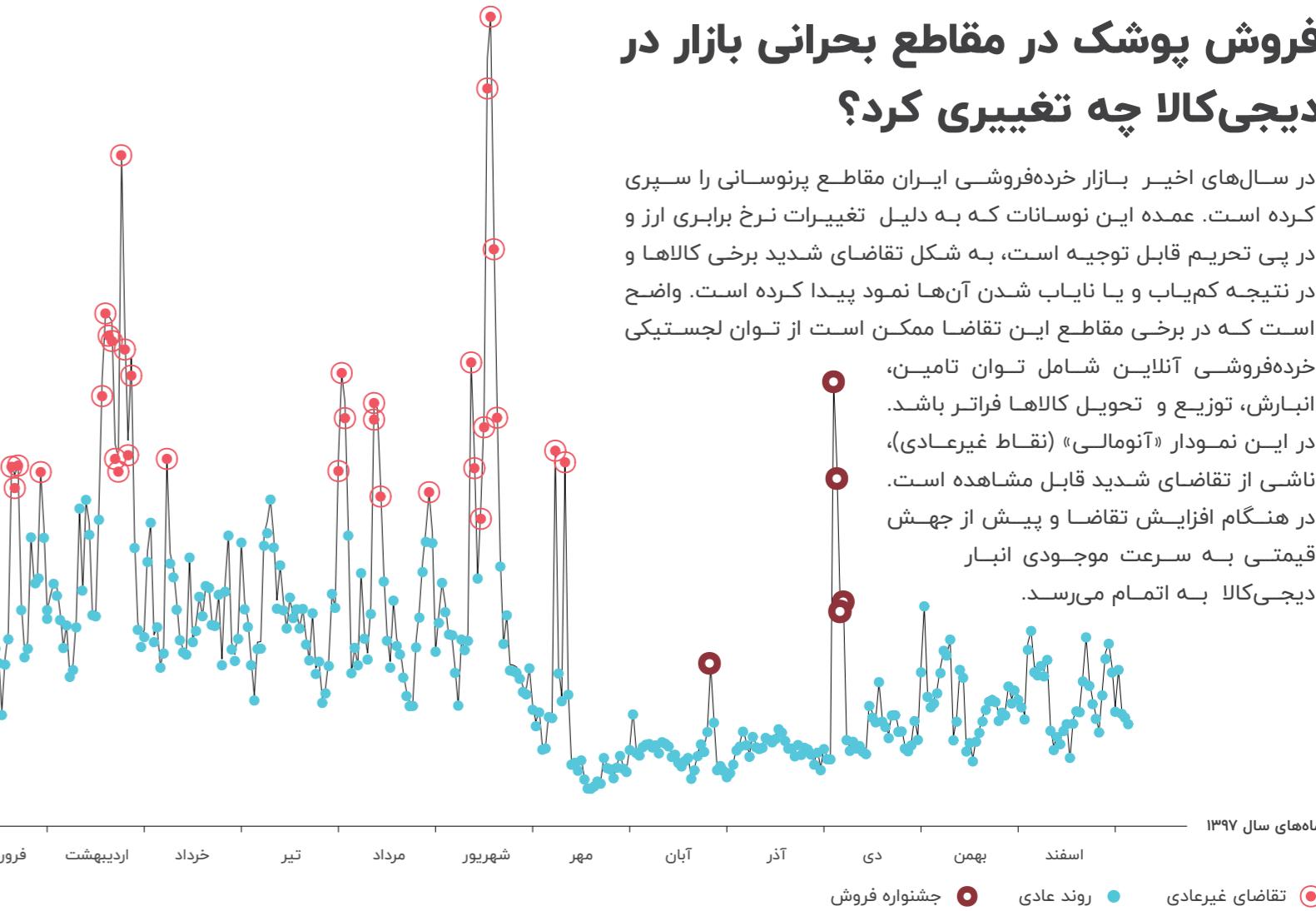
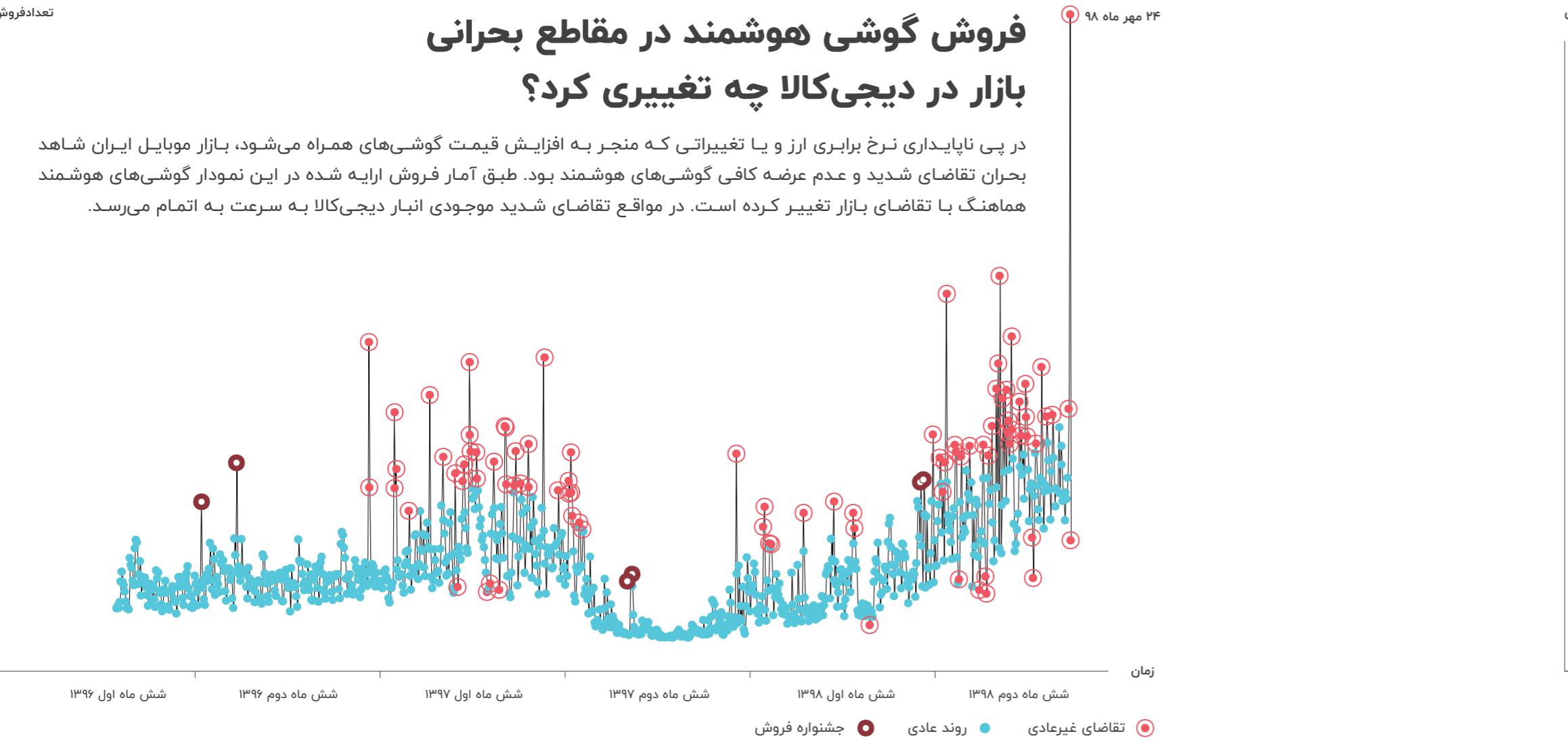




در سال ۱۳۹۶، برنده اپل با سهم ریالی ۱۱/۱٪ بالاتر از سامسونگ و هوآوی بود، در حالی که در نیمه اول سال ۱۳۹۸ هوآوی با داشتن سهم ۱۰/۹٪ رتبه بالاتری از اپل و سامسونگ دارد.













Semi-Annual Report - 1398

