

Royal Code

دیجی کالا یا بامیلو ، شما کدام را انتخاب می کنید ؟

رضا ذوالعلی



دیجی کالا یا بامیلو

digikala

بررسی، انتخاب و خرید آنلاین

amilo

روپال کد

Royal
code

بهینه سازی سایت



طراحی سایت



طراحی گرافیک



پشتیبانی سایت



RoyalCode.net

دیجی کالا یا بامیلو

امروزه با گسترش فضای مجازی و فراگیر شدن اینترنت مردم تمایل بیشتری به راهکار های مقرون به صرفه در زمینه خرید و فروش و اقتصادی ، فرهنگی ، آموزشی و ... را دارند. مردم تمایل دارند بتوانند با اینترنت اغلب کارهای خود را به سادگی و با بیشترین کیفیت انجام بدهند .

در این مقاله به بحث خرید و فروش (تجارت اینترنتی) می پردازیم . شاید اغلب شما مدیران وب سایت یا بازاریابان اینترنتی یا یک کاربر باشید و همیشه از خود بپرسید بحث خرید و فروش آنلاین در بازار اقتصادی ایران به چه صورت است ؟ آیا واقعاً کالا ها از کیفیت مناسب و کافی برخوردار هستند ؟

در این خصوص اظهار می داریم که پاسخ سوالات فوق مثبت است. امروزه زمینه فعالیت تجارت الکترونیک در ایران بیش از چند دهه پیش فراهم گردیده است. به طوری که کاربران می توانند با برخورداری از یک سطح پیش نیاز هم به صورت مشارکتی و هم به صورت مستقلانه به فعالیت در حوزه تجارت الکترونیک بپردازند. بسیاری از استارت آپ ها در زمینه تجارت الکترونیک فعالیت خود را راه اندازی کرده اند.

تجارت الکترونیک به معنی فروش و بازاریابی یک محصول از طریق بستر اینترنت می باشد. تجارت الکترونیک جهت آسان سازی و سرعت بخشیدن به معاملات اقتصادی به وجود آمد. یکی از بسترهای بسیار مهم در تجارت الکترونیک بستر وب است. در ایران از بستر وب به اهداف متنوع و متفاوتی استفاده می شود . یکی از این اهداف خدمات فروش و خرید کالا ها می باشد. در ایران وب سایت های معروف و بسیار محبوبی در زمینه خرید و فروش کالا اقدام به فعالیت کرده اند که به معرفی کامل آنها می پردازیم (دو فروشگاه برتر ایران)

دیجی کالا ابر وب سایت فروشگاه ایران

دیجی کالا یک وب سایت بسیار محبوب و قابل اطمینان می باشد که انواع کالاها با تنوع بسیار را به صورت اینترنتی به فروش می رساند . این وب سایت دارای قابلیت های بسیاری می باشد :

۱. مقایسه چندین محصول با یکدیگر
۲. امکان ارسال پستی محصول
۳. وجود حساب کاربری
۴. وبلاگ و نظر دهی

۵. بازگردانی محصول طی فرصت ۷ روز

۶. پشتیبانی مناسب

۷. جستجوی محصول و ... می باشد.

دیجی کالا فعالیت خود را از سال ۱۳۸۵ به صورت رسمی آغاز کرده است. این ابر وب سایت فروشگاه‌های روزانه ۴۰۰ هزار بازدید دارد و حدود ۲۷۰۰ کارمند دارد.

دیجی کالا یکی از موفق ترین وب سایت های فروشگاه‌های در ایران می باشد . این وب سایت موفق همواره الگوی بسیاری از افراد جامعه می باشد. با گسترش محبوبیت دیجی کالا در بین افراد جامعه صاحبان محصول و افراد بسیاری اقدام به الگوبرداری از آن وب سایت کردند. به طوری که راه برای فعالیت وب سایت های فروشگاه‌های بسیاری باز شد . مردم به خریدهای اینترنتی و پرداخت آنلاین اطمینان بیشتری کردند. رابط کاربری وب سایت دیجی کالا برای بسیاری از مردم موردپسند واقع شد و این نکته کار طراحی را برای بسیاری از برنامه نویسان راحت نمود به صورتی که برنامه نویسان (طراحی سایت) با طراحی قالب های زیبا و شیک شبیه به دیجی کالا توانستند تجربه کاربری را به خوبی پیاده سازی کنند . منبع درآمد به سزایی برای بسیاری از صاحبان محصول و برند ها شد .

دیجی کالا همواره بر پیش نیاز های خرید توجه به سزایی دارد به طوری که فرایند حین خرید ، بعد از خرید و قبل از خرید بسیار با کیفیت و با اطمینان صورت گیرد . و از کلید های موفقیت این وب سایت همین مورد می باشد. دیجی کالا با ارائه مقایسه ، نظرسنجی ، معرفی محصول ، گارانتی و ضمانت نامه کالا در خصوص یک محصول سعی دارد که کاربر آسان ، سریع ، مطمئن و آگاهانه اقدام به خرید محصول موردنظر خود کند.

یکی از خدمات بسیار مهمی که دیجی کالا ارائه می دهد وجود دفتر مستقر در تهران جهت ارائه خدمات پس از فروش نظیر تعمیر ، تعویض کالا و .. می باشد.

اما دیجی کالا چگونه توانست در مدت ۱۲ سال به نتایج بسیار مفیدی برسد؟

ایده‌ی دیجی کالا توسط دو برادر حمید و سعید محمدی پیاده سازی شد . این دو برادر در سال ۱۳۸۴ عکاسی دیجیتال را پیگیری می‌کردند این دو برادر برای تهیه دوربین اقدام به جستجو در وب می‌کنند و پس از بررسی و جستجو در این خصوص دوربین موردنظر را انتخاب می‌کنند و به بازار جمهوری مراجعه می‌کنند . پس از گذشت چند روز پی می‌برند که لنز روی دوربین تعمیر است و تصمیم می‌گیرند وب سایتی جهت حل این مشکل ایجاد کنند و هر شخصی بتواند با آگاهی محصول موردنظر خود را انتخاب و سپس با اطمینان از

درستی و مرغوبیت کالا آن را خریداری نماید.

فعالیت اولیه دیجی کالا به صورت فروش دوربین ها پیش می رفت که پس از چند سال دیجی کالا تصمیم گرفت همه ی کالاهای دیجیتالی را در وب سایت خود به فروش برساند. همانطور که در بالا ذکر شد یکی از مهم ترین اهداف دیجی کالا توجه به فرایند پیش از خرید ، حین خرید ، بعد از خرید و اطلاع رسانی دقیق محصول است و چون دیجی کالا توانست بسیار عالی به وظیفه و شعار خود عمل نماید و همیشه فعال و به روز بود در نتیجه در طی این سال ها توانست محبوب ترین وب سایت فروشگاههای در سطح کشور شود . در نهایت اوج دیجی کالا در وب سایت های خارجی نظیر بلومبرگ به میزان ۴۰۰ میلیون دلار ارزش گذاری شد و در سال ۹۱ دیجی کالا پیشنهاد شراکت شرکت سراوا را پذیرفت . به دلیل اینکه جذب سرمایه گذاری از چندین شرکت خارجی در سراوا صورت می گیرد دیگر مشکلات انتقال ارز به داخل کشور این شرکت تاسیس شد تا بتواند همزمان از چندین شرکت سرمایه گذاری جذب کند و فرایند های مالی و حقوقی را به صورت تجمیع انجام دهد.

جذب سرمایه از طریق شرکت IIIC با تعهد انتقال تجربه و دانش بین المللی سرمایه گذاران در دیجی کالا شده است .

فروشگاه اینترنتی بامیلو یک فروشگاه کم سابقه

در بالا به این نکته اشاره کردیم که دیجی کالا یک الگو برای بسیاری از افراد شد و راه برای فعالیت بسیاری از فروشگاه های اینترنتی باز کند. یکی از فروشگاه های اینترنتی که توانست طی مدت زمان اندکی به محبوبیت نسبی برسد فروشگاه اینترنتی بامیلو است. فروشگاه اینترنتی بامیلو با هدف ایجاد یک روند روتین و تجربه عالی برای همه افراد در جهت تجارت الکترونیک فعالیت می کند.

در بامیلو انواع کالاها به فروش می رسد . وب سایت بامیلو دارای قسمت هایی نظیر :

- ۱ . مقایسه
- ۲ . نظرسنجی
- ۳ . شرایط بازگشت و تعویض
- ۴ . مشخصات فنی و معرفی محصول
- ۵ . لیست علاقه مندی ها

در این قسمت به بررسی سؤال می‌پردازیم که تاریخچه بامیلو چیست؟

بامیلو توسط رامتین منزهیان شخصی آلمانی - ایرانی ایجاد شده است در تیرماه ۱۳۹۳ از پروژه های شرکت راکت اینترنت در ایران می باشد. راکت اینترنت توسط برادران ساویر در اروپا مدیریت می‌شود.

با توجه به اینکه دیجی کالا توانست فرصت اشتغال برای تجارت الکترونیک ایران فراهم کند از سویی دیگر نیز توانست رقیبان بسیاری برای خود ایجاد کند. همانطور که گفته شد بامیلو در طی مدت بسیار کوتاهی توانست به محبوبیت نسبی کاربران برسد لذا بامیلو به عنوان یکی از رقیبان دیجی کالا می‌تواند به شمار برود . به همین دلیل بامیلو توانست با شرکت ایرانسل نیز یک همکاری در عرصه تجارت الکترونیک داشته باشد. از دیگر پروژه های IIG می‌توان به استپ ، زود فود و اسکانو اشاره کرد . آنچه سبب موفقیت بامیلو شده است می‌توان به سه مورد اشاره کرد :

۱. پشتوانه مالی راکت اینترنت
۲. محصولات متنوع
۳. طرح های مناسبی و تشویقی

با وجود ۳ نقطه قوت برای بامیلو ، این فروشگاه اینترنتی به رقابت با دیجی کالا پرداخت و با تبلیغات کلیکی و تبلیغات بنری در دیگر وب سایت های پربازدید میدان برای شناخته شدن و محبوبیت خود را باز کرد. بامیلو حداقل مبلغی حدود ۵۰ میلیون برای تبلیغات خود هزینه می‌کند. با توجه به تبلیغات انبوهی که بامیلو انجام داد توانست در نهایت یک سال به یک رقیب برای دیجی کالا محسوب شود. دیجی کالا قبل از تولد بامیلو هیچ رقیبی نداشت و در عرضه تجارت آنلاین یکه تاز در سطح کشور بود اما با تولد بامیلو دیجی کالا ، یک رقیب یافت و همچنان دو سایت دیجی کالا و بامیلو به عنوان یک رقیب فعالیت می‌کنند و هر دو دارای محبوبیت میان کاربران خود هستند. باید به این نکته اشاره کرد هنگامی که دیجی کالا بامیلو را به عنوان یک رقیب شناخت با درایت به پیش بینی آینده پرداخت و با عملیات پیشگیرانه توانست جایگاه خود را در میان کاربران حفظ نماید و همچنان در اولویت باشد.

دیجی کالا نیز ۲ عملکرد زیر را انجام داد :

۱. تبلیغات در ایستگاه های مترو

۲. تبلیغات در وب سایت های پربازدید

نقاط ضعف دیجی کالا

با اینکه فروشگاه دیجی کالا ۱۲ سال است در حال فعالیت می باشد اما نسبت به بامیلو که چندین سال است پا به عرصه وب گذاشت است تبلیغات کمتر و تنوع محصولات کمتری دارد .

نقاط ضعف بامیلو

با اینکه بامیلو یک فروشگاه اینترنتی محبوب است اما دارای ضعف ها و نواقصی در عملکرد خود است که در این قسمت به شرح آن می پردازیم با ما همراه باشید :

بامیلو دارای نقص محتوا است به طوری که جزییات مربوط به یک محصول را به صورت ناقص مطرح نموده است و ناقص بودن بخش نظرسنجی و نظر دهی و مقایسه محصول که کمک چندانی به انتخاب محصول توسط مشتریان نمی کند.

پاسخگویی و پشتیبانی ناقص ؛ چنانچه کاربران با مشکل و یا سؤالی مواجه شوند بخواهند تماس تلفنی داشته باشند به دلیل خطوط کم یا با بوق اشغال مواجه می شوند و یا با صف انتظار که این مورد وجهه خوبی برای کاربران نخواهد داشت.

بسته بندی نامناسب محصولات که گاهی یا بسته بزرگ است و یا کوچک که این مورد باعث ایجاد یک تجربه نامناسب برای کاربران می شود.

تهدید ها برای بامیلو

با توجه به اینکه بامیلو یک فروشگاه مد و لباس نیز می باشد و تنوع محصولات خوبی دارد اما گاهی به دلیل نواقص عملکردی خود و با وجود تهدیدهایی برای بامیلو ممکن است جایگاه و بازار خود را از دست بدهد.

با توجه به تولد رقبای جدید در زمینه مد و لباس نظیر فروشگاه اینترنتی شیکسون [] بایکس کم کم تهدید هایی برای رقابت با بامیلو افزایش می یابد.

با توجه به اینکه بامیلو خود یک رقیب برای دیجی کالا محسوب می شود وب سایت هایی دیگر هم رقیبان بامیلو هستند

وب سایت های بالا که به گونه ای تهدید برای دیجی کالا محسوب می شدند ، اما خود نیز

دارای نواقصی هستند که از این میان می‌توان به تبلیغات کم و تنوع کم محصولات اشاره کرد.

بامیلو خود دارای تنوع محصولات بسیاری است و همین مزیت سبب می‌شود کاربران بیشتری به بازدید از این وب سایت پردازند.

در حال حاضر دیجی کالا صرفاً به توزیع و فروش کالای های دیجی کالا بسنده نکرده است بلکه در فروش لوازم آرایشی و بهداشتی نیز گام برداشته است.

آمار و ارقام برای بامیلو و دیجی کالا

در زیر به بررسی آمار و ارقام در خصوص دو وب سایت دیجی کالا و بامیلو می‌پردازیم :

از نظر رتبه الکسا : سایت دیجی کالا دارای رتبه الکسا ۲ است در حالی که بامیلو دارای رتبه الکسای ۱۹ است

از نظر بک لینک : دیجی کالا دارای ۵۴۷۰۰۰۰ بک لینک است در حالی که بامیلو دارای ۱۸۳۰۰۰۰ بک لینک است .

از نظر متوسط زمان وب گردی کاربران : کاربران در سایت دیجی کالا ۱۰ دقیقه وقت صرف می‌کنند. در حالی که در وب سایت بامیلو این میانگین عدد ۴:۳۰ دقیقه است .

از نظر تنوع کالا : به تدریج به تنوع کالا های دیجی کالا اضافه می‌شود در حالی که بامیلو از ابتدا دارای کالاهای بسیار متنوعی است .

توجه به خدمات پس از فروش : دیجی کالا به عنوان وب سائتی که با هدف کیفیت قبل از فروش ، بعد از فروش و حین فروش فعالیت می‌کند بسیار به خدمات پشتیبانی پس از فروش پایبند است به گونه ای همانطور که در بالا ذکر شد یک دفتر جهت تعویض تعمیر و ... کالا ها ایجاد کرده است تا کاربران به صورت حضوری بتوانند مراجعه داشته باشند.

این در حالی است که بامیلو به هیچ عنوان خدمات پس از فروش ندارد

استراتژی استفاده از تبلیغات : در این زمینه باید عرض کنیم که دیجی کالا تبلیغات نسبتاً کمی در برابر وب سایت بامیلو دارد و نشان دهنده این است که بامیلو صرفاً با هزینه های بسیاری که در خصوص تبلیغات خود کرده است توانسته است جایگاه خود را بیابد.

ارائه تخفیف برای جذب مشتری : دیجی کالا از این قابلیت بسیار کم استفاده می‌کند. در حالی که بامیلو از طرح های تشویقی و مناسبی برای جذب مشتری استفاده می‌کند. مدت زمان رسیدن به جایگاه فعلی : این نکته بسیار مهم تلقی می‌شود که وب سایت دیجی کالا در مدت زمان ۸ سال توانست به این جایگاه محبوبیت و رتبه الکسا برسد در

حالی که بامیلو با تبلیغات و استراتژی های مدیریتی از جمله تبلیغات در مدت زمان ۸ ماه توانست به محبوبیت برسد.

تعداد دانلود اپلیکیشن : دانلود هایی که از وب سایت دیجی کالا شده است به بیش از ۱ میلیون می رسد در حالی که تعداد دانلود های اپلیکیشن بامیلو به ۵۰ هزار می رسد. شایان ذکر است با توجه به امار و ارقام بالا متوجه می شویم دیجی کالا همچنان میان کاربران محبوب است و کاربران به دیجی کالا اطمینان دارند .

یکی از کارهای بسیار مناسبی که دیجی کالا توانست به نحو عالی انجام دهد این است در ابتدای شروع به کار دیجی کالا در سال ۱۳۸۵ اینترنت این همه گسترده نشده بود و حتی در بسیاری از شهرستان های استان تهران دسترسی به تجهیزات واقعاً دشوار بود و لذا اگر شرایط برای افراد فراهم می بود اطمینان به خریدهای اینترنتی اصلاً وجود نداشت و یا بسیار کم بود .

به همین سبب دیجی کالا توانست فرصت را برای مشتریان و کاربران و برای تأمین کنندگان و صاحبان مشاغل باز کند . دیجی کالا وب سایت موفقی در آن شرایط در ایران بود که توانست برای بسیاری از استارت آپ ها الگو بشود چه به لحاظ نحوه و روش کار وب سایت های فروشگاهی و چه به لحاظ تجربه کاربری در استفاده از طراحی مناسب برای مهندسان و برنامه نویسان.

اما در پاسخ به اینکه آیا دیجی کالا را انتخاب کنید یا بامیلو را باید بگوییم شما می توانید با توجه به موارد زیر این تصمیم را اتخاذ کنید :

۱. دیجی کالا سابقه فعالیت بیشتری نسبت به بامیلو دارد
۲. دیجی کالا نسبت به بامیلو کالا ها را نهایت ۲ تا ۵ روز کاری به دست مشتریان می رساند.
۳. پشتیبانی دیجی کالا ۲۴ ساعته و همیشه پاسخگو هستند
۴. بامیلو دارای تنوع کالاهای بسیاری است که دیجی کالا از این تنوع برخوردار نیست. در آینده متنوع تر می شود.
۵. اپلیکیشن های دو وب سایت دیجی کالا و بامیلو هر دو به یک نحو ارائه سرویس می دهند و از لحاظ راحتی کار هر دو یکسان هستند.
۶. بامیلو وب سایتی جدید است که اجناس را با قیمت کمتری ارائه می دهد.
۷. دیجی کالا بدون تبلیغات هنگفت و در شرایط بسیار نامناسب جامعه رشد کرد اما بامیلو در زمانی رشد کرد که مسیر و فرصت برایش باز شده بود و با استراتژی توانست محبوب شود.

در حال حاضر فقط فروشگاه بامیلو توانسته است رقیب اصلی دیجی کالا با فعالیت ده ساله آن شود.

تیم طراحی سایت (طراحی وب سایت) و سئو (بهینه سازی سایت) از شما بسیار متشکر می باشد که تا پایان این مقاله همراه ما بودید چنانچه شما هم نسبت به دو وب سایت دیجی کالا و بامیلو دچار پرسش و پاسخ بوده اید و یا علاقه مند به تحلیل این وب سایت ها بوده اید امیدوارم این مقاله به میزان کافی به شما کمک کرده باشد و بهره لازم را برده باشید و پیشنهاد می نمایم مقاله اسنپ یا تپسی (تپسی یا اسنپ) را مطالعه نمایید .

شما هم می توانید در جایگاه دیجی کالا یا بامیلو قرار بگیرید !

دیجی کالا با فروش دوربین شروع کرد

ایده شما چی می باشد؟