

+5
کوپن متنوع
برای اجناس موجود در دیجی کالا
تا 67% تخفیف ویژه خوانندگان مجله

ahadigikala

همه چیز را یک جا بخرید



معرفی کامل **+100** محصول از رسته های مختلف فروشگاه آنلاین دیجی کالا



بلندپروازک‌هاک‌مان به‌هم‌نزدیک‌است

محمدرضامنوری مدیر فروش سازمانی شرکت نامداران ارتباطات همراه از فعالیت‌های تازه‌شان می‌گوید

محمدرضامنوری دو سال بعد از تاسیس شرکت نامداران به عنوان مدیر فروش با این شرکت هم‌کاری می‌کند. شرکت نامداران ارتباطات همراه یکی از شرکت‌های واردکننده‌ی کالاهای دیجیتالی است که از سال ۱۳۸۸ محصولاتش در فروشگاه آن‌لاین دیجی‌کالا در دسترس مشتری‌ها قرار گرفته است. شرکت نامداران از سال ۱۳۸۶ واردات لوازم جانبی موبایل را شروع کرد؛ واردات کالایی که در آن زمان کاربر زیادی نداشت. منوری می‌گوید: «ما از نظر تکنولوژی و لوازم جانبی کالاهای دیجیتال چند سالی از دنیا عقب هستیم. در آن سالی که ما واردات لوازم جانبی اورجینال را شروع کردیم، استفاده از لوازم جانبی تقریباً در دنیا جا افتاده بود. آن زمان طبق تحقیقاتی که داشتیم متوجه شدیم فضای اجتماعی ایران هم به سمت استفاده از این کالاهای پیش‌می‌رود.» آن‌ها لوازم جانبی موبایل را وارد ایران کردند، برای استفاده از این ابزارهای جدید فرهنگ‌سازی کردند و حالا بعد از سال‌ها به یکی از مهم‌ترین شرکت‌های واردکننده‌ی محصولات لوازم جانبی موبایل و گجت‌های مختلف تبدیل شده‌اند.

■ هم کاری با فروشگاه آن لاین دیجی کالا چه طور شروع شد؟

دو سال از تاسیس شرکت نامداران می گذشت و شرکت دیجی کالا هم تازه کارش را شروع کرده بود. یادم است یک ایمیل برای آقای رضایی که الان فکر می کنم در بخش لجستیک شرکت دیجی کالا فعالیت می کند، فرستادم. در آن ایمیل یک وقت از آقای محمدی و رضایی گرفتم. بعد به همراه کاتالوگ محصولات شرکت سنهایزر (Sennheiser) که نمایندگی رسمی و انحصاری آن را در ایران داریم، به دفتر شرکت دیجی کالا در خیابان سلیمان خاطر رفتم. در آن جلسه آقایان محمدی و رضایی حضور داشتند و من محصولات شرکت سنهایزر را معرفی کردم. آن جلسه تقریباً چهل دقیقه طول کشید و در همان مدت متوجه شدیم که افکار و بلندپروازی های مان به هم نزدیک است و می توانیم باهم کار کنیم.

■ در آن زمان شرکت نامداران در زمینه ی واردات محصولات جانبی دیجیتال در ابتدای کار بود؛ از طرف دیگر خرید از فروشگاه های آن لاین هم به نسبت امروز متداول نبود. چه شد با توجه به این شرایط فروشگاه دیجی کالا را انتخاب کردید؟

در آن زمان سایت های فروشگاه آن لاین در حال شکل گیری بودند. اما روش کار دیجی کالا از ابتدا متفاوت بود. اولین چیزی که من را به سمت دیجی کالا سوق داد این بود که طراحی سایت مخصوص به خود دیجی کالا بود. یعنی من هیچ کپی کاری از جایی ندیدم و اتفاقاً بعدها دیگران کپی کاری هایی از دیجی کالا کردند. این دست اول بودن نشان دهنده ی این بود که کسانی که در اتاق فکر مدیریت این سایت هستند، دوست دارند امضای خودشان پای کارشان باشد و با ایده، خلاقیت، تلاش و کوشش خود رشد کنند.

■ شرکت نامداران یکی از قدیمی ترین شرکت های تامین کننده ی کالا در دیجی کالا است. شما چه رویه ای را پیش گرفتید که این هم کاری تا به امروز ادامه داشته است؟

یکی از کارهایی که شرکت نامداران در این سال ها انجام داد این بود که یک متولی برای ارتباط با دیجی کالا در نظر گرفت. ما و هم کاران مان در دیجی کالا همیشه با یک شیوه ی توافقی کار کردیم و وقتی بر سر یک روش به توافق می رسیدیم هر دو طرف به آن پایبند بودیم. این یک صدایی و وحدت رویه باعث شد تا هر دو شرکت بتوانند هم کاری مستمر و خوبی داشته باشند.

■ این هم کاری برای شرکت شما چه مزیت هایی داشته است؟

شرکت نامداران حالا نمایندگی هفده-هجده برنده از شرکت های مختلف را به صورت انحصاری در ایران دارد. قطعاً هم کاری با دیجی کالا در تنوع محصولات شرکت ما تاثیر گذار بوده است. باز خوردهای مشتری ها از طریق سایت دیجی کالا به ما منتقل می شد. این باز خوردها به ما کمک می کند تا متوجه شویم جامعه ی ایرانی می تواند پذیرای چه کالاهایی، با چه ویژگی هایی و چه

برندهایی باشد. دیجی کالا برای تصمیم گیری و حرکت به سوی آینده به ما کمک های زیادی کرده و می کند. در کنار این ها دیجی کالا بخش ضمانت اصل بودن کالا را هم اضافه کرده که با توجه به ورود کالاهای قاچاق بسیار ارزشمند است. چون مشتری های ما می توانند با اطمینان و آسودگی خیال از دیجی کالا کالای اصل با گارانتی اصلی بخرند؛ اما خرید از فروشگاه های موجود در سطح شهر لزوماً این تضمین را ندارد.

■ این اطلاعات آماری چه طور به دست شما می رسد؟

من هر روز گروه کالایی شرکت نامداران را در دیجی کالا چک می کنم. علاوه بر این هر روز به صورت تلفنی با هم در تماس هستیم و اگر مشخصات کالا اشتباه در سایت ثبت شده باشد یا عکس مناسبی از محصول در سایت نباشد، از هم کاران مان در دیجی کالا می خواهیم که عکس و اطلاعات اصلاح شود. خوش بختانه سایت دیجی کالا قابلیت این را دارد که کاربران، خریدارها و مصرف کننده ها نظرات خودشان را درباره ی یک کالا بگذارند. آن نظرها به ما خیلی کمک می کند تا نقاط ضعف و قدرت مان را بیشتر بشناسیم. خیلی وقت ها شده که از طریق آن نظرها متوجه شدیم باید پاسخ های فنی و دقیق تری درباره ی کالا به کاربران بدهیم.

■ کدام نظرها بیش تر مورد توجهی شماست؟

کامنت هایی را که درباره ی خدمات پس از فروش باشد با دقت زیادی پیگیری می کنیم. چون ما کالاها را با مجوز سازمان حمایت کننده از مصرف کننده ی وزارت بازرگانی با گارانتی رسمی و ثبت شده وارد می کنیم، پشتیبانی و خدمات پس از فروش کالاهای شرکت برای مان بسیار اهمیت دارد.

■ دیجی کالا همیشه ایده هایی مانند فروش شگفت انگیز برای فروش محصولات سایت دارد. نامداران از این ایده ها چه قدر استقبال کرده و این در فروش محصولات تان چه قدر تاثیر گذار بوده است؟

ما همیشه از ایده های فروشی که دیجی کالا پیشنهاد می دهد استقبال کرده ایم. یادم است از عمر شگفت انگیز کمتر از یک هفته می گذشت که هندزفری بلوتوث جبرا EasyGo از محصولات شرکت نامداران، جزو کالاهای فروش شگفت انگیز بود. ما در یک روز توانستیم ۲۴۰ تا ۲۶۰ مورد از این کالا را بفروشیم که تا مدت ها رکورد دار فروش شگفت انگیز در دیجی کالا بود. علاوه بر این ما هم ایده هایی برای دیجی کالا داریم. یکی از مواردی که شرکت های دیگر بعد از ما شروع کردند، جشنواره ی فروش با یک شرکت خاص در دیجی کالا بود. ما محصولات متنوع از برندهای مختلف را به عنوان جشنواره ی فروش نامداران در دیجی کالا تجربه کردیم. بعد از ما شرکت های دیگر هم از این ایده استفاده کردند. این ایده ها همیشه به هر دو شرکت کمک کرده است. همان طور که گفتیم ایده ها و بلندپروازی های ما به هم نزدیک بود.

اولین چیزی که من را به سمت دیجی کالا سوق داد این بود که طراحی سایت مخصوص به خود دیجی کالا بود. یعنی من هیچ کپی کاری از جایی ندیدم و اتفاقاً بعدها دیگران کپی کاری هایی از دیجی کالا کردند

Jabra
YAMAHA
SENNHEISER
happy plug
STOCKHOLM
Exclusively by: ATLAS®