# رویداد بر خط ایران

# مسیر دیجی‌کالا در سال گذشته و معرفی سرویس‌های جدید آن

دیجی‌کالا در سال ۱۳۸۵ رویایی داشت؛ رویایی بزرگ، برای خلق مشتری‌محورترین کسب‌وکار ایرانی. این رویا با یک استارتاپ کوچک ایرانی پا گرفت، از فراز و نشیب‌ها گذر کرد و به نقطه‌ای رسید که امروز، راه خودش را به خانه‌ میلیون‌ها نفر باز کرده. است هنوز هم همان رویای اولیه، چراغ راه دیجی‌کالاست تا بتواند در اکوسیستم تجارت الکترونیک ایران ارزش‌های جدید خلق کند و حرف‌های تازه‌ای برای گفتن داشته باشد.

## دیجی‌کالا برند ملی با راهکارهایی بر بستر تجارت الکترونیک

به نقل از حمید محمدی ، هم‌بنیان‌گذار و مدیرعامل دیجی‌کالا؛ بریس، جایی در جنوب شرق سیستان و بلوچستان، دورترین نقطه‌ای که در سال ۹۹ افتخار داشتیم تا خدماتمان را به آنجا ارائه کنیم. دیجی‌کالا تمام توان خودش را به کار گرفته تا خواسته‌ها و نیازهای ملموس مخاطبانش را در سراسر کشور شناسایی و برای آنها راه‌حلی بر بستر تجارت الکترونیک فراهم کند. امروز می‌خواهیم با هم از مسیری صحبت کنیم که در یک سال گذشته طی شد و ما را به هم نزدیک‌تر کرد.

روی نقشه ایران نقاط بسیار زیادی هستند که مشتریان و فروشندگان دیجی‌کالا در سال ۹۹ یا یک خرید از آنجا انجام داده‌اند یا یک کالا فروختند. بریس هم یکی از این نقاط است.

بیش از ۹۰۰۰ نیروی انسانی بی‌وقفه در تلاش هستند تا دیجی‌کالا بتواند با این کیفیت و سرعت خدمت‌رسانی کند. البته، برای اولین بار در تاریخ کشور مردم ۱۲ هزار روستای ایران این فرصت را دارند تا از همان خدمات و کالایی بهره ببرند که مردم پایتخت از آن استفاده می‌کنند.

دیجی‌کالا به لطف جایگاهی که مخاطبانش به آن بخشیدند، خودش را یک برند ملی می‌داند که می‌خواهد برای چالش‌های پیچیده امروز ایران، راه‌حل‌هایی بر بستر تکنولوژی ارائه بدهد. ما یاد گرفتیم که هر چقدر ارزش‌آفرینی بیش‌تر و وسیع‌تری داشته باشیم، رشد مداوم‌تری هم خواهیم داشت.

## فرصتی بزرگ برای شکوفایی اقتصاد دیجیتال ایران

به نقل از سعید محمدی، عضو هیئت مدیره دیجی‌کالا؛ دیجی‌کالایی که امروز در خدمت شماست، یک زیرساخت مقیاس‌پذیر و مبتنی بر تکنولوژی است که ۱۵۰ هزار کسب وکار ایرانی بر بستر آن فعالیت می‌کنند و از این طریق، پا به عصر اقتصاد دیجیتال می‌‌گذارند. بر این بستر صدها هزار فرصت شغلی ایجاد شده که علاوه برآن 40 میلیون کاربر به طور ماهانه از خدمات آنلاین دیجی‌کالا برای زندگی باکیفیت‌تر و صرفه‌جویی در زمان و هزینه استفاده می‌کنند.

این اعداد نشان‌دهنده‌ی قدرت انکارنشدنی اینترنت و نقش بی‌سابقه تکنولوژی در جامعه‌ست. همه این‌ها به همت بااستعدادترین جوان‌ها و متخصصان ایرانی شکل گرفته که در یکی از سخت‌ترین و پیچیده‌ترین شرایط اجتماعی و اقتصادی کشور، دست از امید نکشیدند و همیشه تلاش می‌کنند که نقش فعالی در باز کردن گره‌ها داشته باشند.

سفری که ما در این سال‌ها برای رسیدن به مشتریانمان در گوشه‌وکنار کشور داشتیم، درس‌های زیادی به ما داده است. این دانش و تجربه بستری فراهم کرده که همه مردم ایران می‌توانند از منافع آن بهره‌مند شوند. این ارزش‌آفرینی وامدار مشتری‌ها، برندها و کسب‌وکارهای بزرگ و کوچکی است که در تمام این مدت پابه‌پای ما آمدند تا با هم اقتصاد کشورمان را شکوفاتر کنیم.

## معرفی سرویس‌های جدید گروه دیجی‌کالا

### [پیندو](https://www.pindo.ir/)، پلتفرم ثبت آگهی خرید و فروش آنلاین

به نقل از ندا گلشن، مدیر کل محصول دیجی‌کالا؛ روزی روزگاری تا همین چند وقت پیش­، با وسایلی که نیاز نداشتیم نمی‌دانستیم دقیقا چه کاری کنیم، در بعضی مواقع هم صرفا برای نگهداری به انباری منتقل می‌کردیم.

حتی در خیلی از مواقع، فروشنده از اطلاعات و توضیحات کامل مربوط به کالای خودش اطلاعات کافی ندارد، به خریداران بالقوه دسترسی ندارد و ممکن است که قیمت‌گذاری را با حدس و گمان انجام دهد. با وجود پیندو تمام این موانع از سر راه برداشته می‌شود و کاربرها به پشتوانه‌ی دیجی‌کالا، بهترین تجربه را از فروش کالاهای خودشان خواهند داشت.

سرویس پیندو بر اساس همین نیاز کاربران شکل گرفته است؛ بستری برای فروش کالاهایی که کاربران استفاده نمی‌کنند و قصد دارند که برای فروش عرضه کنند. برای کالاهایی که دیگر جایی برای نگهداری‌شان نداریم یا می‌خواهیم با کالای نو جایگزین‌ کنیم. با فروش در پیندو دیگر لازم نیست شما به سوالات پیچیده و فنی مشتری­ها پاسخ دهید. چون این اطلاعات از اقیانوس محتوای موجود در دیجی‌کالا بی­هیچ دردسری در اختیار کاربرها قرار می­گیرد. در پیندو حتی قیمت نوی کالا و نظرات 40 میلیون کاربر دیجی­کالا هم در دسترس شماست.

### [کسب‌وکارهای بومی‌ و محلی](https://www.digikala.com/landings/village-businesses/)؛ داستانی به اندازه تاریخ و فرهنگ ایران

به نقل از علیرضا کامرانیان فر، مدیر کل توسعه کسب‌وکار دیجی‌کالا؛ پشت هر کسب‌وکار یک داستان است که بیش از هر چیزی زندگی خالق کسب‌وکارها را روایت می‌کند. اما داستان کسب‌وکارهای بومی و محلی به تاریخ و فرهنگ کهن کشورمان گره خورده است. این داستان‌ها روایت‌هایی هستند از شور و شوق کارآفرینانی که برای دمیدن روح در کالبد آثار ، میراثی ماندگار برای کشورمان می‌سازند.

از همین رو کسب‌وکارهای کوچک برای دیجی‌کالا اهمیت زیادی دارند و دیجی‌کالا مهم‌ترین مسئولیت اجتماعی خودش را توانمند کردن آنها می‌داند. خیلی از این کسب‌وکارها در روستاها و شهرهای کوچک، تولیدات بومی و محلی خودشان را دارند اما به بازار مناسبی برای فروش دسترسی ندارند. مخصوصا در شرایط کرونا که مردم کمتر به سفر می‌رفتند، داشتن کانال‌هایی آنلاین برای فروش محصولات‌شان، اهمیت زیادی پیدا کرد.

از طرف دیگر، برای مشتریان هم دشوار بود که بدون سفرهای طولانی، محصولات دست اول و باکیفیتی را از نقاط مختلف کشور خریداری کنند. به عنوان مثال اگر یک نفر بخواهد ترمه‌ یزد، جاجیم لرستان یا زیتون رودبار تهیه کند باید به سه نقطه ایران سفر کند. اما امروز که با شما صحبت می‌کنیم، سرویس بومی محلی دیجی‌کالا، شرایطی فراهم کرده که به تمام این دغدغه‌ها یکجا پاسخ می‌دهد.

این سرویس یکی از مهم‌ترین اقدامات دیجی‌کالا برای خدمت‌رسانی به همه مردم ایران است، در حقیقت حمایت دیجی‌کالا از کسب‌و‌کارهای بومی محلی، به رسمیت شناختن این واقعیت است که ایران فقط محدود به تهران نیست. هرکسی در هر جایی از ایران می‌تواند کسب‌و‌کار خودش را داشته باشد و در شرایطی برابر محصولاتش را به فروش برساند.

به این ترتیب، تمام کسب‌وکارهای ایرانی با ارائه محصولات‌شان در دیجی‌کالا می‌توانند به بازاری به وسعت ایران دسترسی داشته باشند. در حال حاضر سه هزار کسب‌وکار بومی محلی محصولات خودشان را در دیجی‌کالا می‌فروشند که این کالاها با برچسب مشخصی متمایز می‌شوند.

هر کدام از این کسب‌وکارها یک صفحه اختصاصی هم دارند تا قصه‌ی خودشان را برای مشتری‌ها تعریف کنند. تا امروز ده‌ها ویدئو برای معرفی داستان موفقیت این کسب‌و‌کارها روی پلتفرم‌های دیجی‌کالا قرار گرفته و باعث شده که این کسب‌و‌کارهای بومی و محلی، توسط کاربران بیشتری شناخته و مشتری‌های بیشتری پیدا کنند.

### [دیجی‌اکسپرس](https://www.digiexpress.ir/)، زیرساخت و شبکه هوشمند لجستیکی دیجی‌کالا

به نقل از کاوه احسانی، معاون ارشد عملیات دیجی‌کالا، دیجی‌اکسپرس سرویسی از قلب لجستیک و عملیات دیجی‌کالاست. این سرویس تقویت‌کننده و پشتیبان نسل جدید کسب‌وکارهای تجارت الکترونیک است، کسب‌وکارهایی که از شیوه‌های غیرمتمرکز و توزیع‌شده استفاده می‌کنند.

دیجی‌اکسپرس توانسته با ایجاد پلتفرم‌های تکنولوژی‌محور و با سرمایه‌گذاری روی استارتاپ‌های مرتبط با صنعت لجستیک، سرویس‌های متنوعی برای دیجی‌کالا و فعالان دیگر بازار کسب‌وکار فراهم کند که در ادامه با این سرویس‌ها بیش‌تر آشنا خواهیم شد.

فلکس اولین سرویس دیجی‌اکسپرس است که تحویل سفارش‌های دیجی‌کالا را با کمک رانندگان خویش‌فرما انجام می‌دهد. در این سرویس، ناوگان حمل‌ونقل دیگر متعلق به دیجی‌کالا نیست و تحویل سفارش‌ها به شکل برون‌سپاری انجام می‌شود. در این حالت می‌توان از ظرفیت‌های آزاد که بیرون از ناوگان دیجی‌کالا هستند بهره گرفت. برای مثال یک دانشجو می‌تواند در مسیر بین خانه و دانشگاه، با توزیع تعدادی بسته کسب درآمد کند. این سرویس یک فرصت مناسب برای افرادی است که می‌خواهند با وسیله‌ی نقلیه‌ی خودشان درآمدزایی کنند. با این روش سرعت ارسال سفارش‌ها برای مشتریان دیجی‌کالا کاملا کاهش پیدا می‌کند. با توجه به اینکه منابع مورد استفاده در این سرویس نامحدود هستند، می‌توان با سرعت و کیفیت خیلی بالاتری به مشتریان دیجی‌کالا و کسب‌وکارهای دیگری که از دیجی‌اکسپرس استفاده می‌کنند، خدمات لجستیک را ارائه داد.

دومین سرویس دیجی‌اکسپرس، سرویس ارسال فوری است که کالاها را در زمانی بین نیم‌ساعت تا دو ساعت به دست مشتری‌ها می‌رساند که در حال حاضر دیجی‌کالا جت از این سرویس استفاده می‌کند.

سومین و تازه‌ترین سرویس دیجی‌اکسپرس، سرویسی به اسم پارتنر است. در این سرویس هر کسی می‌تواند با راه‌اندازی یک مرکز توزیع کوچک با دیجی‌کالا همکاری کند، از یک طرف برای دیگران اشتغال‌زایی داشته باشد و از طرف دیگر، خیالش راحت باشد که هر روز تعداد ثابتی سفارش دریافت می‌کند. اکسپرس برای انعطاف پذیری بیشتر همواره در حال گسترش خدماتش است. به عنوان مثال، سرویس پروکسی برای همکاری با سرویس‌های لجستیک بزرگ فعال تعریف شده که منجر به انتخاب های متنوع‌تری از لحاظ قیمت، بازه زمانی و ارزش های افزوده دیگر مانند قابلیت ردیابی سفارش برای کاربران می‌شود.

چشم‌اندازی که دیجی‌اکسپرس برای خودش در نظر دارد این است که با توسعه مداوم پلتفرم هوشمند به بزرگ‌ترین شرکت تکنولوژی محور در صنعت لجستیک ایران تبدیل شود و بتواند مجموعه‌ متنوعی از خدمات لجستیکی شامل جمع‌آوری، پردازش، توزیع و تحویل سفارش را با قیمت‌های کاملا رقابتی به خریداران و فروشندگان کالا و سایر شرکت‌ها ارائه بدهد.

شبکه جمع‌سپاری دیجی‌اکسپرس در سال ۹۹، 10میلیون کالا تحویل داده و در حال حاضر در ۱۵ شهر بزرگ خدمت‌رسانی می‌کند که این شهرها شامل تهران، کرج، اصفهان، رشت، مشهد، شیراز، کاشان، اهواز، قم، تبریز، یزد، بابل، کرمان، ارومیه و بندرعباس هستند.

### [دیجی‌کالا جت](https://www.digikalajet.com)، ارسال سریع و رایگان محصولات سوپرمارکتی

به نقل از حمیدرضا پاکروان، مدیر کل دیجی‌کالا جت؛ دیجی‌کالا جت برای پاسخگویی به کاربرانی شکل گرفته است که نیاز دارند محصولات سوپرمارکتی را در کمتر از 30 دقیقه تحویل بگیرند. سرویس دیجی‌کالا جت یکی از مدرن‌ترین تحولات حوزه‌ی تجارت الکترونیک، تحت عنوان کوییک کامرس است که مجموعه راه‌حل‌های غیرمتمرکز و توزیع را شامل می‌شود. سه ویژگی اصلی دیجی‌کالا جت: سرعت، هزینه ارسال و سوپرمارکت‌های اختصاصی جت مارت است.

سرعت ارسال در سرویس دیجی‌کالا جت همان‌طور که در اسم آن به چشم می‌خورد یکی از ویژگی‌های متمایزکننده این سرویس از سایر سرویس‌ها از جمله دیجی‌کالا است. کاربران می‌توانند تا 30 دقیقه پس از ثبت، سفارش خود را در منزل تحویل بگیرند.

در حال حاضر تحویل سفارش‌های دیجی‌کالا جت بدون هزینه انجام می‌شود و در واقع به نوعی دیجی‌کالا جت کم‌هزینه‌ترین سرویس ارسال سفارش‌ها در کشور است.

سرویس دیجی‌کالا جت برای ارائه بهتر و سریع‌تر خدمات، از سوپرمارکت‌های اختصاصی خود، یعنی جت‌مارت‌ها استفاده می‌کند. جت مارت‌ها نوعی دارک‌استور به شمار می‌آیند. دارک‌استورها شامل انبارهای بزرگ و مراکز توزیعی برای خریدهای آنلاین هستند. جت‌مارت‌ها در نقاط مختلف و با دسترسی خوبی از شهرها قرار دارند تا فاصله بین ثبت سفارش و تحویل آن بسیار کوتاه شود. این زنجیره تامین سریع ، دریافت خدمات در سطح بالایی از کیفیت را برای مشتریان تضمین می‌کند.

### [دیجی کالا مهر](https://www.digikala.com/mehr/)، مسیر تازه مهربانی با شفافیت و اعتماد بیشتر

به نقل از امیرحسن موسوی، مدیر ارشد ارتباطات دیجی‌کالا؛ دیجی‌کالا مهر یک سرویس جدید در دیجی‌کالاست که به‌عنوان یک بستر نوآورانه برای ارتباط بین نیکوکارها و موسسه‌های نیکوکاری عمل می‌کند. در دیجی‌کالا مهر کاربر می‌تواند فهرستی از موسسه‌های معتبر و قانونی را ببیند و از کالاهایی که در حال حاضر موسسات به آن نیاز دارند مطلع شود.

ادامه مسیر به سادگی یک خرید آنلاین اتفاق می‌افتد، با این تفاوت که کالای خریداری شده به مقصد موسسه‌ی خیریه ارسال می‌شود و کاربر در جریان ارسال و تحویل هدیه به این مقصد قرار می‌گیرد.

یکی از مهم‌ترین مزایای دیجی‌کالا مهر این است که موسسه‌های نیکوکاری می توانند بر اساس نیازهایی که در حال حاضر دارند، کالاهای ضروری خودشان را از بین محصولات متنوع موجود در دیجی‌کالا تامین کنند. کاربرها هم می‌توانند بدون واسطه و با شناخت درست و مستقیم از موسساتی که قصد حمایت از آن‌ها را دارند، کالاهای دلخواه‌شان را با مبلغ مورد نظرشان اهدا کنند. این شفافیت بالا باعث می‌شود که روند کمک‌رسانی بیش‌ترین بازده ممکن را داشته باشد و هر سه ضلع کار خیر یعنی کاربر، موسسه‌ی نیکوکاری و نیازمندی که کمک را دریافت می‌کند بیش‌ترین رضایت را به دست بیاورند.

دیجی‌کالا مهر با همکاری استارتاپ اجتماعی آگاپه، موسسه‌های نیکوکاری را اعتبارسنجی و ارزیابی می‌کند و به‌علاوه، گزارش‌های دقیقی از کالاهای اهدا شده در اختیار نیکوکاران قرار می‌دهد. به این ترتیب، کاربرها می‌توانند با اعتماد بیش‌تری کار خیر انجام دهند و از اثربخشی کمکی که می‌کنند مطمئن شوند.

مؤسسه‌ها و سازمان‌های مردم‌نهادی در دیجی‌کالا مهر در 7 حوزه فعالیت می‌کنند: تحصیل و سوادآموزی، سلامت و درمان، کارآفرینی و اشتغال، خدمات اجتماعی، محیط زیست و حیوانات، فرهنگ و هنر و امور مذهبی و نیکوکاری. هر کسی می‌تواند با توجه به دغدغه و تمایل خود، نیازی را از هر کدام از موسسه‌های فعال در هر یک از این دسته‌ها تامین کند. تا کنون 45 موسسه خیریه مانند محک، کهریزک، مهرگیتی، انجمن حمایت از کودکان کار، انجمن گابریک و سازمان مردمی حفاظت از حیوانات و محیط زیست در دیجی‌کالا مهر حضور دارند و روزبه‌روز به تعداد آن‌ها اضافه می‌شود.