

10 فروشگاه اینترنتی برتر ایران در سال 99 + مقایسه آنها با یکدیگر

فروشگاه اینترنتی چیست؟ فروشگاه اینترنتی یا فروشگاه آنلاین به وبسایت‌های گفته می‌شود که به کاربران خود امکان خرید کالا و محصولات را در ازای پرداخت اینترنتی می‌دهد. کاربران و مشتریان معمولاً محصولات و کالاهای مختلف را در فروشگاه‌های اینترنتی با یکدیگر مقایسه می‌کنند و ویژگی هر محصول را مورد مطالعه و بررسی قرار می‌دهند. بعد از آن تصمیم نهایی خود را برای خرید کالا و محصول مورد نظر خود می‌گیرند. فروشگاه‌های اینترنتی به طور معمول دارای سبد خرید و درگاه پرداخت اینترنتی می‌باشند.

بعد از این که کاربران و مشتریان محصول مورد نظر خود را از این فروشگاه‌ها خریداری کردند؛ فروشگاه‌های اینترنتی وظیفه دارند که محصول را برای مشتری خود ارسال نمایند. از دیگر وظایف فروشگاه اینترنتی می‌توان به پشتیبانی از محصولات خریداری شده توسط مشتریان، اشاره کرد. البته بعضی از فروشگاه‌های اینترنتی در زمینه پشتیبانی از محصولات و کالاهایی که عرضه می‌کنند، عمل می‌نمایند. در نتیجه شما باید در انتخاب فروشگاه اینترنتی و همچنین خرید از آن دقت بسیار زیادی داشته باشید.

تاریخچه فروشگاه‌های اینترنتی در ایران

اوایل دهه هشتاد فروشگاه‌های اینترنتی اولین فعالیت خود را در ایران آغاز کردند. مالکان این فروشگاه‌ها تمام تلاش خود را کرده‌اند تا نیازهای روزمره مشتریان و کاربران را شناسایی کنند و با توجه به نیاز آنها کالاها و محصولات متنوع و گوناگونی را در سایت فروشگاه‌های عرضه کنند. از جمله این کالاها میتوان به لوازم آرایشی بهداشتی، پوشاک، کالاهای دیجیتال، خواروبار و... اشاره کرد. خرید اینترنتی امروزه با توجه به تغییر شرایط زندگی افراد بسیار رایج شده است. به این صورت که شما به عنوان یک مشتری تنها با چند کلیک ساده می‌توانید به راحتی کالای مورد نظر خود را درب منزل دریافت نمایید.

ما در سایت استاد وب سعی داریم تا با توضیح این موضوع که فروشگاه اینترنتی چیست به معرفی 10 فروشگاه آنلاین برتر ایران در سال 99 بپردازیم و نقاط ضعف و قوت این فروشگاه‌ها را در اختیارتان قرار دهیم تا شما بتوانید برترین فروشگاه آنلاین را از بین آنها انتخاب کرده و با اطلاعات بیشتر اقدام به خرید از این فروشگاه‌ها نمایید.

امکانات فروشگاه اینترنتی

فروشگاه‌های اینترنتی برای جلب رضایت مشتریان حتماً باید اقداماتی را مد نظر داشته باشند. از جمله این معیارها که می‌توانند باعث جلب رضایت مشتریان و کاربران شوند عبارتند از: سرعت بالای سایت، برخورداری از نشان‌های اعتماد الکترونیکی، گرافیک و طراحی زیبا، دسترسی آسان و ...

در ادامه مقاله قصد داریم بعضی از امکاناتی که باید یک فروشگاه اینترنتی خوب از آنها برخوردار باشد را مورد بررسی و ارزیابی قرار دهیم. لطفا در ادامه این مقاله همراه ما باشید.

تنوع در محصولات و کالاها

زمانی می‌توان یک فروشگاه اینترنتی را فروشگاه‌ای خوب نامید که از تنوع خوبی در محصولات و کالاها برخوردار باشد. به عنوان مثال ارائه یک محصول خاص را به یک برند یا یک رنگ محدود نکند.



دسترسی راحت مشتریان با دسته‌بندی مناسب محصولات

برای دسترسی راحت‌تر مشتریان، از دسته‌بندی‌های مناسبی برای محصولات استفاده کرده باشد. به عنوان مثال محصولات غذایی یا لوازم دیجیتال دسته‌بندی جداگانه‌ای در فروشگاه آنلاین داشته باشند.

اطلاعات کامل و درست برای هر محصول

موضوعی که تمام فروشگاه‌های اینترنتی باید به آن توجه داشته باشند ارائه اطلاعات کامل و درست در مورد محصولات و کالاهایی است که در این فروشگاه‌ها عرضه می‌شود. زیرا مشتریان به دلیل وجود اطلاعاتی که در این فروشگاه‌ها برای هر محصول ارائه می‌شود؛ به این فروشگاه‌ها مراجعه می‌کنند تا در وقت و هزینه خود صرفه جویی کنند.

برخورداری از گالری تصاویر

یکی از جذاب‌ترین و مهم‌ترین بخش‌ها برای مشتریان فروشگاه اینترنتی، گالری تصاویر محصولات و کالاها می‌باشد. زیرا مشتریان از روی تصاویر محصولات مختلفی که در این وبسایت‌ها قرار گرفته است، به انتخاب و خرید آن‌ها اقدام می‌کنند.

پشتیبانی از محصولات و کالاها

تیم پشتیبانی فروشگاه‌های اینترنتی قبل از خرید و بعد از آن، تأثیر زیادی بر روی تصمیم‌گیری مشتریان می‌گذارد. مشتریان در زمان خرید لوازم دیجیتال به یک مشاور تخصصی در این رابطه نیاز دارند؛ یا بعد از خرید محصول مورد نظر خود اگر مشکلی در بسته‌بندی مشاهده کنند و یا کالایی که به دست آن‌ها رسیده است با محصولی که سفارش داده‌اند مغایرت داشته باشد. در این صورت باید با واحد پشتیبانی فروشگاه اینترنتی تماس بگیرند و با آن‌ها در ارتباط باشند.

بعضی از فروشگاه‌های اینترنتی برای راحتی بیشتر مشتریان خود پشتیبانی ۲۴ ساعته دارند. همچنین پشتیبانی از روش‌های مختلف مانند پشتیبانی آنلاین در سایت، پشتیبانی از طریق شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، تلگرام، واتساپ و همچنین پشتیبانی تلفنی را انجام می‌گیرد.

تخفیف برای محصولات

فروشگاه‌های اینترنتی برای اینکه مشتریان بیشتری به خود جذب کنند، تخفیف‌های دوره‌ای به صورت روزانه، مناسبتی، هفتگی یا ماهانه برای محصولات و کالاهای خود در نظر می‌گیرند.

عضویت آسان در فروشگاه‌های اینترنتی

اگر کاربران برای عضویت در این فروشگاه‌ها مراحل سخت و پیچیده‌ای را طی کنند، از خرید منصرف می‌شوند. به عنوان مثال بعضی از این فروشگاه‌ها بعد از اینکه شماره تلفن یا آدرس ایمیل کاربران را دریافت کرده‌اند، لینک مورد نظر را بعد از چند ساعت برای او ارسال می‌کنند. که این موضوع باعث نارضایتی کاربران شده است.

برخورداری از نمادهای معتبر پرداخت الکترونیک

در زمان انتخاب فروشگاه آنلاین مد نظر خود باید به این موضوع توجه داشته باشید که این فروشگاه آنلاین دارای نماد و نشان ملی ثبت (رسانه‌های دیجیتال)، نماد اعتماد الکترونیکی از وزارت صنعت معدن و تجارت و عضو اتحادیه کشوری کسب و کار مجازی باشد؛ زیرا وجود این نمادها باعث می‌شود تا شما با اطمینان و اعتماد بیشتری از این فروشگاه‌ها خرید کنید.

روش‌های پرداخت آنلاین متنوع

روش‌های پرداخت آنلاین شامل پرداخت کارت به کارت، پرداخت در محل و درگاه‌های پرداخت اینترنتی می‌باشد. کاربران با انتخاب روش مد نظر خود می‌توانند خرید راحتتری را تجربه کنند. بعضی از مشتریان نیز با انتخاب روش پرداخت در محل، اعتماد بیشتری به فروشگاه اینترنتی و محصولات آن می‌کنند.

روش‌های مختلف و گوناگون در ارسال محصولات و کالاها

این روش‌های گوناگون شامل ارسال به وسیله پست به دو صورت پست پیشتاز و پست سفارشی و ارسال به وسیله پیک موتوری می‌باشد. بعضی از فروشگاه‌های آنلاین برای مشتریانی که از مبلغ مشخصی بیشتر خرید کرده باشند ارسال محصولات و کالاها را به صورت رایگان انجام می‌دهند.



امکان مشاهده آنلاین مراحل ارسال محصولات و کالاها

این بخش در فروشگاه اینترنتی به شما این امکان را می‌دهد تا بتوانید به راحتی مراحل ارسال کالا از انبار تا فاکتور کردن و تحویل به اداره پست را مشاهده و پیگیری کنید.

بخش نظرات و دیدگاه‌های کاربران

مشتریان و کاربران می‌توانند با مطالعه نظرات و تجربه خرید کاربران و همچنین انتقادات و پیشنهاداتی که در این بخش نوشته شده است، تا حد زیادی از کیفیت محصولات و کالاها مطلع شوند.

فیلتر مناسب برای محصولات

فیلتر مناسب برای محصولات می‌تواند به مشتریان و کاربران برای پیدا کردن محصول و کالای مورد نظر خود کمک بسیار زیادی کند. این فیلترها شامل رنگ، سایز، قیمت و سایر موارد می‌شود.

امکان مقایسه محصولات با یکدیگر

مقایسه و ارزیابی محصولات و کالاهای مختلفی که در یک دسته در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند، می‌تواند در انتخاب مشتریان بسیار تاثیرگذار باشد و به انتخاب بهتر آنها کمک بسیار زیادی کند. به عنوان مثال شما می‌توانید دو محصول آرایشی و بهداشتی را در کنار یکدیگر قرار داده و آنها را از لحاظ مواد تشکیل دهنده، تاثیرات آنها بر روی پوست و مو و سایر موارد با یکدیگر مقایسه نمایید.

فروشگاه‌های اینترنتی باید به طور شبانه روزی برای ارائه خدمات به مشتریان و کاربران خود آماده باشند.

تا اینجای مقاله به بررسی معیارها و فاکتورهایی که یک فروشگاه اینترنتی خوب و معتبر باید از آنها برخوردار باشد پرداختیم و در مورد هر کدام از آنها توضیحات مختصری را در اختیار شما قرار داده‌ایم. اگر فروشگاه‌هایی که امروزه افراد از آنها برای خرید آنلاین و اینترنتی محصولات و کالاهای مورد نظر خود استفاده می‌کنند را مورد بررسی و ارزیابی قرار دهید، می‌توانید نقاط قوت و ضعف آنها را به خوبی بررسی و ارزیابی نمایید.

فروشگاه‌های آنلاین به دو صورت کالاها و محصولات خود را به مشتریان و کاربران خود عرضه می‌کنند:

E-commerce:

این نوع فروشگاه آنلاین به روشگاهی گفته می‌شود که کالاها و محصولات خود را به صورت‌های مختلفی و از راه‌هایی مانند واردات، توزیع کنندگان، تولید کنندگان و تأمین کنندگان تهیه و خریداری می‌کنند و در انبارهای اختصاصی، این محصولات و کالاها را با برندهای گوناگون و مختلفی نگهداری می‌کند. به محض اینکه کاربران و مشتریان این محصولات و کالاها را سفارش دهند، کالا برای ارسال به مشتری به قسمت ارسال یا delivery و تحویل سفارش منتقل می‌شود. بعد از فاکتور کردن، محصول را به اداره پست تحویل می‌دهند تا به دست مشتری برسد. بهترین مثال برای این گونه فروشگاه آنلاین، فروشگاه اینترنتی دیجی کالا است.

مارکت پلیس: Marketplace

مارکت پلیس به فروشگاه‌های دیجیتالی گفته می‌شود که برای شرکت‌های وارد کننده محصولات و کالا، فروشندگان کالا، تولید کنندگان برندهای مختلف، بستری را برای فعالیت



و ارتباط با مشتریان و فراهم می‌کند.

در این فروشگاه‌ها هر تأمین کننده یا تولید کننده پنل اختصاصی خود را دارد و بلافاصله بعد از سفارش و انتخاب محصول توسط مشتری محصول مورد نظر در لیست سفارش فرد قرار داده می‌شود. اگر یک کالای فیزیکی باشد، باید طبق ضوابط و قوانین آن کسب و کار، محصول با بسته بندی مناسبی برای مشتری ارسال شود.

فروشگاه‌هایی مانند آمازون، بامیلو، udemy، ebay، Etsy، اپ یاد و فرانش، جزوه فروشگاه‌های مارکت پلیس محسوب می‌شوند. مدل درآمدی این فروشگاه‌ها به این صورت است که درصدی از فروش را به عنوان کارمزد از تأمین کنندگان محصولات و کالاها دریافت می‌کنند.

فروشگاه‌های اینترنتی بر اساس مدل تجارت الکترونیک

- مدل تجاری B2B بنگاه با بنگاه (Business to Business)
- مدل تجاری B2C ، بنگاه با مصرف‌کننده (Business to Consumer)
- مدل تجاری C2B ، مصرف‌کننده با بنگاه (Consumer to Business)
- مدل تجاری C2C ، تجارت مصرف‌کننده با مصرف‌کننده (Consumer to Consumer)

مدل تجاری B2B بنگاه با بنگاه (Business to Business)

در این مدل تجارت کسب و کارهای آنلاین، تجارت بین شرکت‌ها با کالاها و محصولات مختلف صورت می‌گیرد. در واقع این مدل، یک فروشگاه آنلاین گسترده محسوب می‌شود که کالاها و محصولات را به صورت عمده از طرف یک شرکت، به شرکت دیگر ارائه می‌دهد.

در این مدل می‌توان به فروش محصولات از تولیدکننده به توزیع کننده و یا از عمده فروشان به خرده فروشان اشاره کرد. فروشگاه اینترنتی علی بابا که جزو بزرگترین کسب و کارهای اینترنتی و آنلاین به شمار می‌رود، از این مدل تجاری استفاده می‌کند. این سایت توسط جک ما در کشور چین برای تبادلی تجاری بین شرکت‌ها در چین و سایر کشورها راه اندازی شده است.

مدل تجاری B2C ، بنگاه با مصرف کننده (Business to Consumer)

این مدل تجاری برای همه ما آشناست. در حقیقت مدل تجاری B2C به فروش کالاها و خدمات گوناگون و مختلف یک شرکت واحد به کاربران و مشتریان بالقوه در بازارهای اینترنتی و آنلاین به وسیله سیستم‌های خودکار و بدون دخالت منابع انسانی می‌پردازد. مثالی که می‌توان برای استفاده از این مدل تجاری عنوان کرد، سایت‌های فروشگاهی آمازون، دیجی کالا و بسیاری دیگر از فروشگاه‌های آنلاین هستند.

مدل تجاری C2B ، مصرف کننده با بنگاه (Consumer to Business)

در این مدل تجاری، مصرف کنندگان پروژه‌هایی را در رابطه با یک موضوع خاص به وجود می‌آورند. شرکت‌های مختلف برای خرید این پروژه‌ها به مصرف کننده پیشنهادها و مختلفی را ارائه می‌کنند. مصرف کنندگان در آخر یکی از این پیشنهادها را انتخاب کرده و قبول می‌کنند. این نوع کسب و کار اینترنتی و آنلاین که در آن مصرف کننده، محصولات یا خدماتی خاص را به شرکت‌های مختلف ارائه می‌کند؛ کاملاً با مدل تجاری B2C متفاوت است.

به عنوان مثال خرید اپلیکیشن اینستاگرام از طرف شرکت فیس بوک را در نظر بگیرید. کوین سیستروم و مایک کریگر آن را با الهام از سیستم عکاسی کدک به وجود آوردند که در آخر با قیمت یک میلیارد دلار توسط فیسبوک خریداری شد. این مدل تجاری در کسب و کارهای اینترنتی توسط بیشتر شرکت‌های بنام آنلاین، برای دسترسی به بازارهای جدید و مشتریان بیشتر استفاده می‌شود.

مدل تجاری C2C ، تجارت مصرف کننده با مصرف کننده (Consumer to Consumer)

این مدل تجاری در کسب و کارهای اینترنتی به تجارت بین مشتری‌ها به صورت مستقیم گفته می‌شود. به این صورت که مشتریان بدون واسطه با یکدیگر در تعامل هستند. این کسب و کارها در حقیقت فروشگاه‌های هستند که به صورت مارکت پلیس فعالیت می‌کنند و به مشتریان خود این امکان را می‌دهند تا محصولات و خدمات خود را از طریق سایت آنها، در دسترس سایر مشتریان قرار دهند. بهترین نمونه‌ی فروشگاه مارکت پلیس که در ایران در حال فعالیت هستند؛ نمونه‌های موفق تپسی و اسنپ است که تاکسی آنلاین محسوب می‌شوند.

این نوع فروشگاه‌های اینترنتی به خوبی توانستند مخاطبان بسیار زیادی را به عنوان مشتری به خود جذب کنند. رانندگان تاکسی به وسیله اپلیکیشن اسنپ و تپسی از حضور مسافران شهری در مکان‌های مختلف مطلع می‌شوند.

قبل از اینکه فروشگاه‌های اینترنتی برتر سال ۹۹ را به شما معرفی کنیم، با بیان کردن ساختار کسب و کارهای اینترنتی تلاش خود را کردیم که با انواع آنها بیشتر آشنا شوید. شاید شما نیز روزی تمایل پیدا کنید تا چنین فروشگاه‌هایی را برای تجارت و کسب و کار خود راه اندازی نمایید.

اگر شما به فکر راه اندازی کسب و کار اینترنتی خود هستید و تمایل دارید که کسب و کارتان با موفقیت و پیشرفت روبه رو شود؛ توصیه می‌کنیم که حتماً بر روی فروشگاه‌های آنلاین مارکت پلیس تمرکز کنید. زیرا در این نوع مدل تجاری در کسب و کارهای اینترنتی، بعضی از مشتریان خدماتی را به سایر کاربران ارائه می‌دهند و بعضی دیگر از این خدمات استفاده می‌کنند.

نکته

قبل از شروع هر کاری باید اطلاعات و آگاهی خود را در رابطه با آن افزایش دهید. در نتیجه پیشنهادی که ما بر روی آن تاکید می‌کنیم این است که بهتر است قبل از راه اندازی کسب و کار آنلاین خود اطلاعات خود را با شرکت در کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی افزایش دهید. زیرا به وسیله تجربیاتی که افراد در این دوره‌ها با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند، شما می‌توانید اطلاعات خود را به خوبی ارتقا دهید و می‌توانید به وسیله این اطلاعات عملکرد بهتری را در زمینه کسب و کارهای آنلاین از خود نشان دهید.

در دنیای امروزی یکی از روش‌های خرید کردن که کاربران و مشتریان از آن استفاده می‌کنند، خرید از اینترنت و فروشگاه‌های اینترنتی است. در نتیجه شما می‌توانید قبل از انجام خرید حضوری و یا رفتن به بازارهای سنتی و پرسیدن قیمت کالای مورد نظرتان از مغازه داران مختلف، به این فروشگاه‌ها سر بزنید و قیمت‌ها را با یکدیگر مقایسه کنید. همچنین شما می‌توانید با مطالعه اطلاعات هر محصول و یا مطالعه تجربیات خرید کاربران دیگر انتخابی منطقی‌تر و بهتر داشته باشید.

با رایج شدن فروشگاه‌های اینترنتی و استقبال مشتریان از این فروشگاه‌ها، شاهد ارائه کالاها و محصولات با روش‌های جدیدی هستیم. با وجود این سایت‌ها دیگر شما به عنوان

یک مشتری به خروج از منزل و صرف زمان زیاد، تحمل ترافیک و شلوغی و همچنین گرفتار شدن در ازدحام مترو نیازی ندارید.

بلکه شما می‌توانید به راحتی در منزل بمانید یک لیوان چای بنوشید و با نشستن در پشت سیستم کامپیوتری خود و یا حتی به وسیله گوشی موبایل با یک سرچ ساده به فروشگاه آنلاین مدنظر خود بروید و کالا یا محصول مورد نظرتان را انتخاب کرده و آن را با سایر محصولات از لحاظ قیمت و کیفیت، مشخصات فنی و سایر موارد مقایسه کنید و آن را از نظر جنس، رنگ، برند، سایز، نوع و... بررسی کنید.

همچنین شما برای اینکه یک خرید مطمئن‌تر را تجربه کنید، می‌توانید با مراجعه به بخش دیدگاه‌ها، نظرات سایر کاربرانی که این محصول را خریداری کرده‌اند مطالعه کنید تا اطلاعات بهتری از کالای مورد نظر خود به دست بیاورید.

توجه

خرید آنلاین محصولات و کالاهای مختلف از جمله مواردی محسوب می‌شود که از سال‌های گذشته در کشورهای دیگر با استقبال بی نظیری توسط مشتریان روبرو شده است. این در حالی است که تا چندین سال قبل هم مردم ایران تصور می‌کردند که خرید آنلاین از یک فروشگاه آنلاین با استقبال زیادی توسط مشتریان روبرو نمی‌شود. همچنین کسب و کارهای اینترنتی نمی‌توانند با بازارهای سنتی در ایران رقابت کنند و جایگزین آنها باشند.



فعالیت فروشگاه‌های اینترنتی در ایران

از سال ۱۳۸۵ فروشگاه‌های اینترنتی فعالیت خود را در ایران آغاز کردند. از گذشته تا به امروز حدود ۱۴ سال از شروع فعالیت کسب و کارهای اینترنتی در ایران می‌گذرد. فروشگاه‌های زیادی در طی این سال‌ها فعالیت خود را در دنیای اینترنت آغاز کردند؛ اما بیشتر آنها با شکست روبه‌رو شده‌اند. مخصوصاً فروشگاه‌هایی که در سال‌های قبل کسب و کار اینترنتی خود را راه اندازی کردند و با عدم اعتماد مردم برای خرید اینترنتی محصولات و کالاها روبه‌رو شدند. این کار برای آنها بسیار سخت‌تر بود.

در گذشته از فروشگاه‌های آنلاین بیشتر برای دستیابی به اطلاعات محصولات مشخصات فنی و قیمت آنها استفاده می‌شد. به همین دلیل است که سایت‌های فروشگاهی که به موفقیت رسیدند؛ در واقع اطلاعات جامع‌تر و کامل‌تری را در رابطه با محصولات و کالاهایی که عرضه می‌کردند، در اختیار مشتریان و کاربران قرار می‌دادند و خود را به عنوان یک مرجع به آنها معرفی می‌کردند.

مثال

به عنوان مثال یکی از این سایت‌های فروشگاهی که سال‌های زیادی در حال فعالیت است و از سال‌های اولیه شروع فعالیت کسب و کارهای اینترنتی در ایران در زمینه فروش و عرضه محصولات دیجیتالی فعالیت می‌کرد، فروشگاه آنلاین رایانه دات کام مشهد است. زمانی که این سایت کسب و کار خود را آغاز کرد؛ فروشگاه اینترنتی دیجی کالا نیز همزمان با او کسب و کار خود را راه اندازی نموده و با معرفی خود به عنوان یک سایت مرجع در زمینه اطلاع رسانی موجب شد تا سایت‌هایی مانند رایانه دات کام کمتر مورد توجه مشتریان و کاربران قرار بگیرند.

سایت دیجی کالا کاملاً با برنامه و هدفمند و با در اختیار داشتن سرمایه اولیه کافی فعالیت خود را شروع کرد. بعد از گذشت چندین سال وب سایت‌های زیادی با ساختار فروشگاه‌های آنلاین، کسب و کار خود را آغاز کردند. اما تنها بعضی از آنها (که تعداد کمی را شامل می‌شود) توانستند به موفقیت برسند و در بین مشتریان ماندگار باشند. فروشگاه‌های اینترنتی مانند دیجی کالا، زنبیل، کالاوما، اکالا، فروشگاه اینترنتی کالا، بروز کالا، چاره، تک سید، برنس مود، مدیسه و... از جمله فروشگاه‌های ماندگار محسوب می‌شوند.

دلایل شکست فروشگاه اینترنتی چیست؟

در سال‌های گذشته فروشگاه‌های آنلاین بزرگی فعالیت خود را در دنیای اینترنت آغاز کردند. اما بعضی از آنها به قدری فعالیت گسترده‌ای داشتند که خود را به عنوان رقبای فروشگاه آنلاین دیجی کالا معرفی می‌کردند. این فروشگاه‌ها با سرمایه اولیه بسیار زیادی که در اختیار داشتند فعالیت خود را شروع کردند. ولی با مدیریت نادرست و طی کردن مسیر اشتباه در نهایت یا کاربری سایت خود را تغییر دادند و یا فعالیت خود را محدود کردند.

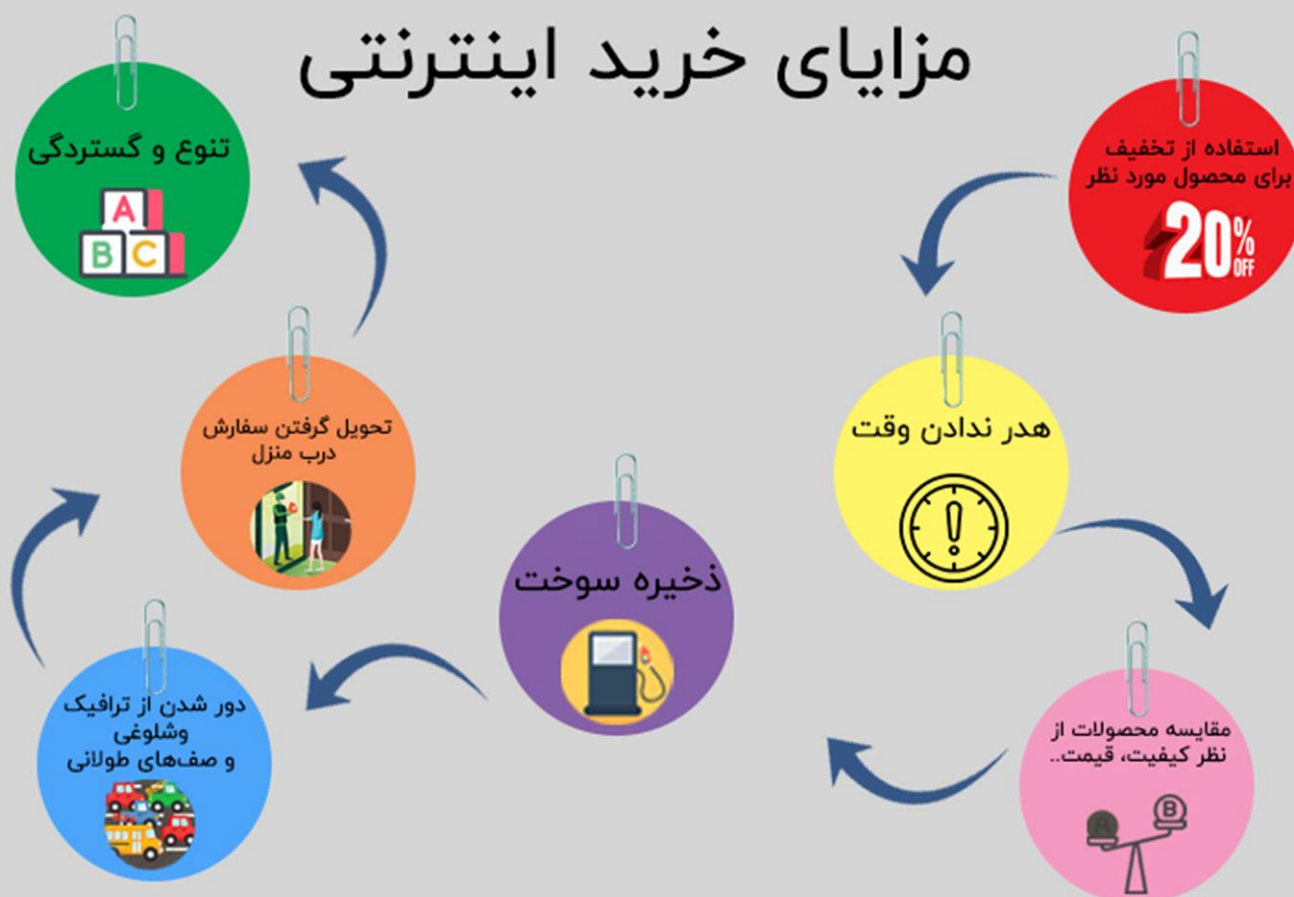
از جمله معروف‌ترین فروشگاه‌های آنلاینی که علاوه بر فعالیت زیاد و گسترده بودن کالاهای عرضه شده به مشتری، با شکست مواجه شدند می‌توان به فروشگاه‌های ۵۰۴۰ و بامیلو اشاره کرد. با اینکه این فروشگاه‌ها هزینه بسیار زیادی را متقبل شدند و در

زمینه‌های مختلف تبلیغاتی مانند اینترنت، تلویزیون، بیلборدهای شهری و... سایت خود را به مردم معرفی کردند؛ اما در نهایت با شکست روبرو شدند .

بعد از گذشت مدتی با حمایت ارگان‌های دولتی برای صدور مجوزهای کسب و کارهای اینترنتی و اعتماد سازی، به مرور با گذشت زمان، بازار اینگونه فروشگاه‌های اینترنتی در ایران نیز با استقبال بسیار زیادی از سمت مردم روبرو شد.

امروزه به دلیل امکانات زیادی که اینگونه فروشگاه‌ها از آن برخوردار هستند و همچنین اعتماد سازی، کاربران و مشتریان زیادی به خرید آنلاین و اینترنتی تمایل پیدا کرده‌اند. این موضوع باعث شده است تا کسب و کارهای اینترنتی رواج پیدا کنند.

مزایای خرید اینترنتی



مزایا و فواید فروشگاه‌های آنلاین برای مشتریان و کاربران

- صرفه جویی کردن در زمان و وقت

- دستیابی به اطلاعات جامع، کامل و دقیق از محصول یا کالای مورد نظر در فروشگاه آنلاین
- امکان مقایسه، بررسی و ارزیابی محصولات و کالاها با یکدیگر در فروشگاه اینترنتی
- عدم نیاز به حضور در سطح شهر و ماندن در ترافیک و مراجعه به مراکز خرید
- امکان پرداخت آنلاین و یا پرداخت در محل
- دریافت کالا و محصول در محل و درب منزل
- پشتیبانی از محصول پیش از خرید و بعد از آن و...

مواردی که در بالا از آنها نام برده شده است؛ مهمترین معیارهایی هستند که افراد را به خرید اینترنتی ترغیب می‌کنند. خرید آنلاین موجب شده است تا افراد نیازی به صرف زمان و ماندن در ترافیک و همچنین تحمل شلوغی شهر را نداشته باشند و به راحتی بتوانند تنها با چند کلیک ساده کالای مد نظر خود را سفارش داده و مبلغ آن را پرداخت کنند و آن را درب منزل خود تحویل بگیرند. این فاکتورها مهم‌ترین نکاتی هستند که می‌توانند باعث افزایش خرید اینترنتی از یک فروشگاه آنلاین شوند.

البته لازم به ذکر است که خرید از فروشگاه‌های اینترنتی علاوه بر مزایای بسیار زیادی که دارد از معایبی هم برخوردار است. از جمله آنها می‌توان به تفاوت در محصول سفارش داده شده و محصول دریافت شده، کلاهبرداری‌های اینترنتی و... اشاره کرد. با این وجود باز هم مزایا و فواید خرید اینترنتی بسیار بیشتر از معایب آن است. دقیقاً به همین خاطر است که امروزه استفاده از فروشگاه‌های آنلاین رواج بسیاری پیدا کرده است.

مهم‌ترین عوامل تاثیرگذار در انتخاب فروشگاه‌های آنلاین

مسئله ای که باید فروشگاه‌های آنلاین بیشتر از تخفیف، ارسال رایگان محصولات و کالاها و حتی سایر امکاناتی که در اختیار مشتریان و کاربران خود قرار می‌دهند به آن توجه داشته باشند؛ کیفیت محصولات و کالاها، خدمات پس از فروش و پشتیبانی و بهره‌مندی از نمادها و نشان‌های مورد نیاز برای یک فروشگاه آنلاین می‌باشد. شما به عنوان مشتریان و کاربران فروشگاه‌های اینترنتی باید به این موضوع دقت داشته باشید که زمانی که برای پرداخت آنلاین در این سایت‌ها اقدام می‌کنید؛ در واقع وارد درگاه‌های بانکی می‌شوید که باید اطلاعات کارت بانکی خود را در این درگاه وارد کنید.

در حقیقت با این کار اجازه می‌دهید تا اطلاعات خصوصی‌تان در فضای اینترنت به افراد دیگر منتقل شود. در نتیجه باید در زمان انتخاب فروشگاه اینترنتی که قصد خرید اینترنتی از آن را دارید، به اعتبار و نماد الکترونیکی فروشگاه آنلاین دقت بسیار زیادی داشته باشید. این نماد می‌تواند باعث اطمینان شما از خرید آنلاین شود. نمادهای اعتماد الکترونیکی می‌توانند زمینه اعتماد خرید آنلاین شما را فراهم کنند. البته بعضی از گواهینامه‌ها یا تندیس‌هایی که از ارگان‌های مختلف به سایت‌های فروشگاهی داده می‌شود هم می‌تواند گواهی خوبی برای معتبر بودن و قابل اعتماد بودن این فروشگاه‌ها محسوب شود.

ارزیابی و بررسی بهترین فروشگاه‌های اینترنتی در ایران

در ادامه مقاله قصد داریم تا به ارزیابی بهترین فروشگاه‌های اینترنتی در ایران بپردازیم. اما برای ارزیابی این سایت‌های فروشگاه‌ها در ابتدا به معیارها و فاکتورهایی نیاز داریم تا بتوانیم به وسیله آن‌ها بهترین‌ها را جدا کنیم. در نتیجه برای این که بهترین انتخاب و نتیجه‌گیری را داشته باشیم ابتدا معیارهای خود را به عنوان یک کاربر یا مشتری معرفی می‌کنیم.

معیارها و فاکتورهای انتخاب بهترین فروشگاه آنلاین در ایران

- جذابیت رابط کاربری وب سایت
- ارائه اطلاعات جامع و کامل و دقیق در رابطه با هر محصول و کالا در فروشگاه آنلاین
- نمایش دقیق محصولات و کالاهای مختلف
- تخفیفات ویژه و یا پیشنهادهای هیجان انگیز برای فروش محصولات
- زمان ارسال کالا و نحوه آن
- خرید و پرداخت آسان در فروشگاه اینترنتی
- هزینه ارسال محصولات و سفارشات
- مهلت تست و ضمانت بازگرداندن کالا
- پشتیبانی ۲۴ ساعته در طول شبانه روز (قبل از خرید و بعد از آن)
- مجوزها و نمادهای اعتماد الکترونیکی فروشگاه آنلاین
- رتبه وب سایت
- سال آغاز فعالیت فروشگاه اینترنتی
- ارائه مناسبترین قیمت برای محصولات و کالاهای مختلف
- کیفیت محصولات و کالاها در فروشگاه آنلاین

جذابیت رابط کاربری وب سایت

یکی از مهم‌ترین نکاتی که توجه کاربران و مشتریان را در زمان خرید از فروشگاه اینترنتی به خود جلب می‌کند؛ ظاهر وب سایت می‌باشد. به این معنا که چقدر دسته بندی‌ها و محصولات در یک فروشگاه آنلاین در دسترس مشتریان و کاربران قرار دارد. به همین علت رابط کاربری مناسب وب سایت یکی از مواردی است که می‌تواند در انتخاب بهترین فروشگاه آنلاین به ما کمک کند.

ارائه اطلاعات جامع و کامل و دقیق در رابطه با هر محصول و کالا

یکی دیگر از بخش‌هایی که در یک فروشگاه آنلاین کاربران و مشتریان را به خود جذب می‌کند، ارائه اطلاعات جامع و دقیق در رابطه با هر محصول و کالا می‌باشد. این موضوع که یک سایت فروشگاه‌ها تا چه اندازه‌ای از اطلاعات دقیق و درست برای محصولات که به مشتریان خود عرضه می‌کند استفاده کرده است، این یکی دیگر از معیارهای ما برای انتخاب بهترین فروشگاه آنلاین می‌باشد.

نمایش دقیق محصولات و کالاهای مختلف

وجود گالری تصاویر و نمایش تصویر محصولات و یا فیلم‌های که از زوایای مختلف یک کالا در اختیار مشتریان و کاربران قرار گرفته است تا درک کامل‌تر و بهتری از محصول مورد نظر خود به دست بیاورند، نیز می‌تواند بسیار تاثیرگذار و مهم باشد. در نتیجه این نکته نیز به عنوان یکی از فاکتورهای ما برای امتیاز به بهترین سایت فروشگاهی به شمار می‌رود.

تخفیفات ویژه و یا پیشنهادهای هیجان انگیز برای فروش محصولات

معمولاً کاربران و مشتریان در زمان خرید به دریافت تخفیف‌های ویژه علاقه مند هستند. به این صورت که فروشگاه‌های اینترنتی که با شرایط منحصر به فرد این محصولات و کالاها را به مشتریان عرضه می‌کنند از جمله پر طرفدارترین سایت‌های فروشگاهی به شمار می‌روند. در نتیجه اکثر فروشگاه‌های آنلاینی که مشتریان زیادی دارند برای کاربران خود تخفیفات ویژه و یا پیشنهادهای هیجان انگیزی برای فروش محصولات در نظر می‌گیرند. این تخفیفات ویژه و یا پیشنهادهای هیجان انگیز در مناسبت‌های مختلفی مانند عید نوروز، شب یلدا، عید فطر و... به مشتریان ارائه می‌شوند.



زمان ارسال کالا و نحوه آن

مدت زمانی که از تکمیل سفارش مشتری در فروشگاه آنلاین تا تحویل محصولات و کالا به مشتری طی می‌شود، از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. اینکه چقدر زمان می‌برد تا مشتری کالای مورد نظر خود را دریافت کند نیز بسیار مهم است. بعضی از کسب و کارهای آنلاین محصولاتی که توسط مشتریان سفارش داده شده‌اند را در همان روز برای

آنها ارسال می‌کنند. این موضوع می‌تواند باعث جلب رضایت مشتری شود. زیرا در مدت زمان کمتری منتظر دریافت محصول مد نظر خود می‌مانند.

نحوه ارسال محصولات و کالا برای مشتریان نیز از نکات مهمی است که باید به آن توجه شود. این که یک محصول چگونه و از چه روشی به دست مشتری برسد تا بسته بندی آن و همچنین خود محصول در سلامت کامل باشد نیز می‌تواند بسیار حائز اهمیت باشد. در نتیجه یکی دیگر از معیارهایی که ما برای تعیین بهترین فروشگاه اینترنتی مد نظر قرار می‌دهیم زمان ارسال کالا و نحوه آن است



خرید و پرداخت آسان

از جمله تأثیر گذار ترین بخش‌های یک خرید اینترنتی خوب امکان خرید آسان است. اینکه چگونه مشتریان و کاربران بتوانند و آسانی در یک سایت فروشگاه محصولات مد نظر خود را مقایسه، بررسی و ارزیابی کنند و بعد از آن به خرید آنها اقدام نمایند و همچنین شرایط راحت و مختلف برای پرداخت محصول خریداری شده داشته باشند نیز از جمله مواردی است که می‌تواند هم باعث جلب رضایت مشتریان شود و هم مشتریان بیشتری را به سایت فروشگاه جذب نماید.

هزینه ارسال

مشتریان و کاربرانی که به صورت آنلاین خرید می‌کنند علاقه زیادی به کم بودن هزینه‌های ارسال و یا حتی رایگان بودن ارسال محصولات و کالاهایی که سفارش داده‌اند، دارند. تجربه نشان داده است یکی از فاکتورهایی که مشتریان در هنگام خرید اینترنتی در سایت‌های فروشگاه‌ها به آن دقت می‌کنند، هزینه ارسال کالا می‌باشد.

زیرا هزینه‌های این چنینی مثل مالیات، هزینه ارسال و... در بسیاری مواقع بر تصمیم خریدار تأثیر گذار است. در نتیجه فروشگاه‌هایی که هزینه کمتری برای ارسال کالا دریافت می‌کنند یا ارسال محصولات را کاملاً رایگان انجام می‌دهند از نظر مشتریان و کاربران امتیاز بالاتری را در بین فروشگاه‌های اینترنتی دریافت می‌کنند.

مهلت تست و ضمانت بازگرداندن کالا

اگر در یک بازه زمانی امکان تست محصول خریداری شده توسط مشتریان در اختیار آنها قرار بگیرد، حس اعتماد بیشتری را برای مشتریان به وجود می‌آورد و مشتری می‌تواند با خیال آسوده محصول مورد نظر خود را خریداری نماید. زیرا اگر محصولی که سفارش داده است ایرادی داشته باشد می‌تواند آن را مرجوع کند.

پشتیبانی ۲۴ ساعته در طول شبانه روز (قبل از خرید و بعد از آن)

همان‌طور که مهلت تست و ضمانت مرجوعی کالا می‌تواند حس اعتماد را در مشتریان یک فروشگاه اینترنتی به وجود بیاورد، پشتیبانی از محصولات خریداری شده و یا کالاهایی که در سایت وجود دارد نیز می‌تواند باعث به وجود آمدن اعتماد در مشتریان و کاربران شود و این حس را در آن‌ها افزایش دهد. وب سایت‌های فروشگاه‌ها که دارای پشتیبانی تلفنی و آنلاین می‌باشند در بین کاربران و مشتریان از محبوبیت بیشتری برخوردار هستند.

امروزه در کشور ما بیشتر فروشگاه‌های آنلاین به صورت ۲۴ ساعته پاسخگوی تلفن مشتریان هستند و این مورد نیز به دلیل اهمیت زیادی که دارد، یکی از فاکتورهایی می‌باشد که برای تعیین بهترین فروشگاه آنلاین مد نظر قرار داده‌ایم.

محوزها و نمادهای اعتماد الکترونیکی

در سال‌های گذشته زمانی که برای اولین بار کسب و کارهای اینترنتی در ایران فعالیت خود را شروع کردند، مهمترین دلیلی که باعث عدم اعتماد مشتریان و کاربران به این فروشگاه‌ها می‌شد؛ نداشتن مجوزهای معتبر از سازمان‌ها و ارگان‌های مربوطه بود. اما چند سالی است که با حمایت سازمان‌های دولتی و صدور مجوزهایی مانند نماد اعتماد الکترونیک، ساماندهی و... کاربران و مشتریان می‌توانند با خیالی آسوده به خرید محصولات مد نظر خود اقدام نمایند.

البته بیشتر فروشگاه‌های آنلاین امروزه از این مجوزها برخوردار هستند. ولی باز هم برخورداری از این مجوزها به عنوان یکی از فاکتورهایی که می‌تواند به بهترین فروشگاه‌های آنلاین امتیاز دهد، محسوب می‌شود.

رتبه وب سایت

موتور جستجوی گوگل و سایت‌های مانند الکسا که به عنوان سایت‌های مرجع شناخته می‌شوند؛ به وب سایت‌هایی که دارای ارزش بالایی هستند رتبه بیشتر و بهتری می‌دهند. این موضوع نیز یکی از فاکتورهایی است که برای انتخاب بهترین فروشگاه آنلاین به آن توجه می‌کنیم. زیرا گوگل به در دسترس بودن یک سایت و معیارهای مهمی که یک وبسایت از آنها برخوردار است امتیاز می‌دهد.

سال آغاز فعالیت

ماندگاری و تجربه کاربری بیشتر هر کدام از سایت‌های فروشگاه‌ها در فضای کسب و کار اینترنتی، موجب اعتماد سازی بیشتر در بین کاربران و مشتریان می‌شود. این موضوع باعث شده است تا زمان شروع فعالیت به عنوان یک سایت فروشگاه‌ها نیز یکی از



فاکتورهای ما برای انتخاب بهترین فروشگاه آنلاین محسوب شود. البته این موضوع تأثیر چندانی بر روی امتیازدهی به وب سایت‌ها ندارد. زیرا امکان دارد که وب سایتی به تازگی فعالیت خود را آغاز کرده باشد. اما در عین حال بسیار موفق هم عمل کرده باشد.

ارائه مناسبترین قیمت برای محصولات و کالاهای مختلف

موضوعی که امروزه باعث رقابت بین فروشگاه‌های اینترنتی شده است، قیمت محصولات و کالاهایی می‌باشد که فروشگاه‌ها به مشتریان و کاربران خود عرضه می‌کنند. این بخش

نیز می‌تواند یکی دیگر از فاکتورهایی باشد که ما در بررسی و ارزیابی سایت‌های فروشگاه‌های مد نظر قرار می‌دهیم. با توجه به این موضوع که فروشگاه‌های آنلاین در این زمینه به صورت یکسان عمل نمی‌کنند؛ در نتیجه مقایسه کردن قیمت‌های محصولات در سایت‌های فروشگاه‌های مختلف را برای تعیین بهترین فروشگاه اینترنتی در سال 99 مد نظر قرار نداده‌ایم.

کیفیت محصولات و کالاها

عرضه محصولات و کالاهای با کیفیت به مشتریان و کاربران و ارائه محصولات و کالاها مطابق با اطلاعاتی که در سایت فروشگاه‌های قرار داده شده است، می‌تواند یکی از حیاتی‌ترین عوامل جذب رضایت مشتریان باشد. زیرا اگر محصول با کیفیت در اختیار مشتری قرار نگیرد نه تنها سایت مشتری خود را از دست می‌دهد؛ بلکه می‌تواند باعث تبلیغات منفی علیه فروشگاه آنلاین باشد. به این صورت که مشتری به دیگران توصیه می‌کند تا از این فروشگاه اینترنتی خرید نکنند.

یکی از عواملی که هنوز هم بعضی از افراد را از خرید اینترنتی منصرف می‌کند، اطمینان نداشتن به کیفیت محصولات و کالاها است. زیرا بسیار پیش آمده است که مشتریان بعد از خرید آنلاین محصول مورد نظر خود و دریافت آن تفاوت زیادی بین محصول سفارش داده شده در سایت با محصول تحویل گرفته شده مشاهده کردند. این موضوع باعث شده است تا بسیاری از افراد از خرید اینترنتی منصرف شوند و همچنان به صورت سنتی وسایل و لوازم مورد نیاز خود را خریداری کنند.

از آنجایی که برای امتیازدهی به این مورد باید از تمامی فروشگاه‌های اینترنتی محصولی خریداری می‌کردیم و امکان این کار وجود نداشت؛ در نتیجه با توجه به اهمیت کیفیت محصولات و کالاها بر روی رضایت مشتریان این موضوع را در امتیاز دهی به فروشگاه‌های اینترنتی مد نظر قرار نداده‌ایم.

مواردی که در بالا ذکر شده است را به عنوان فاکتورهایی برای ارزیابی وب سایت‌های فروشگاه‌های مد نظر قرار می‌دهیم و فروشگاه‌های آنلاین را بر اساس آنها بررسی می‌کنیم. در نهایت ۱۰ فروشگاه اینترنتی ایران را در سال ۹۹ معرفی کنیم.

ویژگی‌های یک فروشگاه آنلاین مطمئن و خوب

از آنجایی که فروشگاه‌های آنلاین دارای نقاط ضعف و قوت بسیار زیادی می‌باشند؛ کاربران و مشتریان خریدهای خود را صرفاً از یک فروشگاه آنلاین انجام نمی‌دهد. در ادامه مقاله تمام تلاش خود را کرده‌ایم تا مهمترین و تاثیرگذارترین معیارها و ویژگی‌های یک فروشگاه اینترنتی مطمئن و خوب را در اختیارتان قرار دهیم تا شما با مطالعه آن بهترین فروشگاه آنلاین را انتخاب کنید و بدانید که این فروشگاه دارای چه ویژگی‌هایی می‌باشد.

بیشتر مواردی که قصد داریم از آنها نام ببریم، به تجربه کاربری در فروشگاه‌های آنلاین مرتبط می‌شود که موضوعی بسیار مهم و پر اهمیتی است. از آنجایی که سایت‌های فروشگاه‌های مشتریان زیادی در روز دارند؛ در نتیجه بهتر است تجربه کاربری دلنشینی را برای رضایت هرچه بیشتر مشتریان و کاربران خود فراهم کنند.

ویژگی‌های مؤثر و تأثیر گذار در فروشگاه اینترنتی

- رابط کاربری یا UI
- UX یا تجربه کاربری
- ساده بودن فرآیند خرید
- دسته بندی کالاها و جستجوی آسان آنها
- ضمانت کیفیت و قیمت محصولات عرضه شده
- ضمانت بازگشت وجه و مرجوع کردن محصولات
- اتوماتیک سازی فرآیندهای مختلف
- ارائه دادن تخفیف‌ها و فرصت‌های ویژه به مشتریان
- اعتماد سازی و جلب نظر مشتریان در فروشگاه‌های آنلاین
- ارسال سریع و به موقع محصولات سفارش داده شده به مشتریان

در ادامه این مقاله در رابطه با هر کدام از این ویژگی‌ها توضیحاتی را در اختیار شما قرار می‌دهیم.

رابط کاربری یا UI

رابط کاربری یا UI یک وب سایت یکی از اصلی‌ترین ویژگی‌های یک فروشگاه آنلاین خوب محسوب می‌شود. زیرا رابط کاربری چیزی است که مشتریان و کاربران از فروشگاه شما مشاهده می‌کنند. مثل تصاویر محصولات، فونت نوشته‌ها، دسته بندی کالاها و محصولات در سایت فروشگاه‌های شما و مواردی که مربوط به ظاهر وب سایت فروشگاه‌های شما می‌شود.

اینکه قبل از هر چیزی کاربری که وارد وب سایت فروشگاه‌های شما می‌شود ظاهر زیبای آن را ببیند، بسیار حائز اهمیت است. زیرا این موضوع می‌تواند کاربر را ترغیب کند تا زمان بیشتری را در وب سایت فروشگاه‌های شما سپری کند و به جستجوی محصول مورد نظر خود بپردازد. همچنین می‌تواند مشتریان را به خرید محصولات ترغیب نماید. در واقع ظاهر زیبا و به اصطلاح کاربرپسند یک فروشگاه آنلاین، باعث به وجود آمدن حس اعتماد اولیه در مخاطب می‌شود.

UX یا تجربه کاربری

یکی دیگر از فاکتورهایی که می‌تواند در فروشگاه‌های خوب و مطمئن به راحتی توجه مشتریان را به خود جلب کند، تجربه کاربری است. منظور از تجربه کاربری این است که کاربران با ورود به سایت فروشگاه‌های شما به راحتی بتوانند کالای مد نظر خود را پیدا کنند و انتخاب کنند و به راحتی و به صورت آنلاین بدون هیچ معطلی و صرف وقت اضافی آن را سفارش دهند. تجربه کاربری در حقیقت به این معنا است که مشتریان و کاربران زمانی که در سایت یا فروشگاه آنلاین شما حضور پیدا می‌کنند، در راحت‌ترین حالت ممکن کالای مورد نظر خود را پیدا کرده و آن را سفارش دهند.



ساده بودن فرآیند خرید

از جمله معیارهایی که در بیشتر فروشگاه‌های پربازدید مشاهده می‌شود، آسان و ساده بودن فرآیند خرید برای مشتریان است. متأسفانه در بعضی از فروشگاه‌های آنلاین مشاهده می‌شود که فرآیند خرید برای مشتریان پیچیده و یا سخت است. به همین دلیل به طور روزانه کاربران زیادی را در زمان ثبت سفارش از دست می‌دهند. بهینه سازی کردن فرآیند خرید در سایت‌های فروشگاه‌های یکی از مراحل است که باید در طراحی تجربه کاربری مدنظر قرار بگیرد و به آن توجه ویژه شود.

اگر شما به فکر راه اندازی یک سایت فروشگاه‌های می‌باشید، توصیه ما به شما این است که مراحل ثبت نام و ثبت سفارش محصول را چند مرحله‌ای در نظر بگیرید تا کاربران مشتریان خود را خسته نکنید. با این کار شما باعث می‌شوید مشتریان خود را ترغیب کنید تا مراحل ثبت سفارش محصول مورد نظر خود را تا انتها انجام دهند.

دسته بندی کالاها و جستجوی آسان آنها

از دیگر فاکتورهای مهمی که در فروشگاه‌های اینترنتی خوب و مطمئن قابل مشاهده است، دسته بندی کالاها و محصولات و همچنین جستجوی آسان آنها است. به این صورت که مشتریان و کاربران با مراجعه به سایت فروشگاه مد نظر خود، به راحتی و در کوتاهترین زمان ممکن محصول مورد نظر خود را پیدا می‌کنند. دسته بندی محصولات در فروشگاه‌های آنلاین باید به صورتی طراحی شود که هر محصول را با هر مدل، رنگ، اندازه و.. در دسته‌های خاص قرار دهند تا پیدا کردن آن از بین سایر محصولات برای کاربران و مشتریان بسیار آسان باشد.

جستجوی حرفه‌ای در سایت‌های فروشگاه‌های برای مشتریان و کاربران از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. در نتیجه شما برای جستجو، اگر از فیلترگذاری قیمت، رنگ، برند، سایز، مدل و... استفاده کنید می‌توانید مشتریان و کاربران خود را در مدت زمان کمتری به محصول مورد نظرشان هدایت کنید. این موضوع باعث شده است تا سایت‌های فروشگاه‌های که از جستجوی حرفه‌ای برای دسته بندی محصولات و کالاهای خود استفاده می‌کنند، فروش بالاتری نسبت به سایر فروشگاه‌های آنلاین داشته باشند و در دسته بهترین‌ها قرار بگیرند.

ضمانت کیفیت و قیمت محصولات عرضه شده

از جمله مواردی که می‌تواند یک سایت فروشگاه‌های را به عنوان یک سایت مطمئن و خوب به مشتریان و کاربران معرفی کند، ضمانت کیفیت و قیمت محصولات عرضه شده است. متأسفانه بیشتر سایت‌های فروشگاه‌های محصولات تقلبی را با قیمت محصولات اصلی به مشتریان و کاربران خود عرضه می‌کنند. در صورتی که باید قیمت کمتری نسبت به قیمت محصول اورجینال و اصلی داشته باشند. این موضوع باعث نارضایتی مشتریان و سلب اعتماد آنها شده است.

در نتیجه شما در هنگام خرید آنلاین محصولات مورد نظر خود باید دقت کنید که فروشگاه مد نظر شما ضمانت کیفیت و قیمت محصولات که عرضه می‌کند را برعهده می‌گیرد یا خیر. معمولاً فروشگاه‌های اینترنتی مارکت پلیس که دارای چندین فروشنده یا تأمین کننده می‌باشند؛ مانند دیجی کالا، محصولات با چند گارانتی و قیمت را در اختیار مشتریان و کاربران خود قرار می‌دهند.

ضمانت بازگشت وجه و مرجوع کردن محصولات

از جمله موارد و ویژگی‌هایی که باعث می‌شود مشتریان و کاربران به یک سایت فروشگاه‌های اعتماد کنند پیروی از قانون ضمانت بازگشت وجه و مرجوع کردن محصولات می‌باشد. فروشگاه‌های آنلاینی که در ایران در حال فعالیت هستند ضمانت بازگشت وجه تا ۷ روز دارند. ولی متأسفانه به آن پایبند نیستند. با استفاده از روش‌های مختلفی نمی‌خواهند که زیر بار مرجوع کردن محصولات و کالاها بروند. توصیه می‌کنیم که هیچگاه از چنین فروشگاه‌هایی خرید نکنید. زیرا این فروشگاه‌های آنلاین اصلاً قابل اعتماد نیستند.

اتوماتیک سازی فرآیندهای مختلف

فروشگاه‌های اینترنتی با توجه به ترافیک و ورودی بالایی که در طول روز دارند باید از سیستم‌های اتوماتیک سازی فرایند هم برخوردار باشند. در واقع به فروشگاه‌های اینترنتی خوب گفته می‌شود که تمام فرآیند خرید و پرداخت آن به صورت اتوماتیک باشد. مثلاً تصور کنید که در حال خرید از یک فروشگاه اینترنتی هستید؛ اما به دلیل کافی نبودن موجودی حسابتان به اجبار سبد خرید را ترک می‌کنید. آیا در این صورت نباید به شما ایمیل یا اس ام اسی مبنی بر یادآوری برای ادامه خریدتان ارسال شود؟ یا مثلاً اگر محصولی را از یک فروشگاه آنلاین سفارش داده‌اید، بهتر نیست که بعد از ثبت سفارش خود ایمیل تأیید را دریافت کنید تا از خرید خود مطمئن شوید؟

تمام این کارها بر عهده سیستم‌های اتوماتیکی است که از قبل تنظیم و برنامه ریزی شده‌اند. در واقع فروشگاه‌های اینترنتی که قصد پیشرفت دارند و می‌خواهند هرچه سریعتر به موفقیت دست پیدا کنند باید از این ویژگی برخوردار باشند. زیرا این مورد نیز مستقیماً با تجربه کاربری در ارتباط است.

ارائه دادن تخفیف‌ها و فرصت‌های ویژه به مشتریان

تمام مشتریان و کاربران عاشق تخفیف هستند زیرا همه افراد تمایل دارند تا کالا و محصول مورد نظر خود را با قیمتی کمتر از قیمت اصلی محصول خریداری کنند اگر این تخفیف بسیار کم و ناچیز باشد. ارائه کردن تخفیف‌های ویژه یکی از بهترین و فواید فروشگاه‌های آنلاین خوب است در واقع کاربران و مشتریان به فروشگاه‌هایی که بیشترین تخفیفات را برای محصولات و کالاهای خود در نظر می‌گیرند بیشتر مراجعه می‌کنند و بیشتر خریدهای خود را از این و فروشگاه‌های آنلاین انجام می‌دهند فروشگاه‌های اینترنتی که همواره محصولات تخفیف دار را به مشتریان و کاربران خود عرضه می‌کنند قطعاً فروش بالاتری نسبت به سایر سایت‌های فروشگاه‌های خواهند داشت.

فراهم کردن فرصت‌های ویژه و پیشنهادات شگفت‌انگیز در فواصل زمانی مختلف یا برای مناسبت‌های مختلفی مانند روز مادر، عید نوروز، شب یلدا و... هم یکی دیگر از مواردی

است که فروشگاه‌های آنلاین باید به آن توجه داشته باشند. زیرا این موضوع می‌تواند به خوبی توجه کاربران و مشتریان را به خود جلب نماید.

تشخیص فروشگاه‌های اینترنتی

۴

توجه به بخش نظرسنجی سایت

۱

توجه به آدرس سایت {از https یا علامت قفل استفاده شده باشد}.

۵

توجه کنید که برای پرداخت آنلاین از درگاه مستقیم بانکی استفاده کنند

۲

توجه به اعتبار فروشگاه اینترنتی و برخوردار از ای نماد (نماد اعتماد الکترونی)

۶

بررسی لینک‌های شبکه اجتماعی

۳

کلیک به روی ای نماد برای دسترسی به اطلاعات صاحب امتیاز فروشگاه

اعتماد سازی و جلب نظر مشتریان در فروشگاه‌های آنلاین

یکی دیگر از عوامل مهم و تاثیرگذاری که می‌تواند فروشگاه‌های آنلاین را به عنوان یک فروشگاه آنلاین خوب و مطمئن به مشتریان و کاربران معرفی کند؛ برخوردار از مجوزهای کسب و کار آنلاین و ای نماد می‌باشد. در حقیقت این مجوزها باعث اعتماد سازی در مشتریان و کاربران می‌شود. با وجود اینکه سایت فروشگاهی دیجی کالا فرهنگ خرید اینترنتی را در کشور ایران به وجود آورده است. اما باز هم بسیاری از افراد یا به خریدهای اینترنتی مطمئن نیستند و یا در خریدهای خود شک و تردید دارند.

در نتیجه بهتر است فروشگاه‌های را برای انجام خرید اینترنتی انتخاب کنید که از مجوزهای کسب و کارهای آنلاین و همچنین ای نماد برخوردار باشد. البته فقط برخوردار از این مجوزها باعث به وجود آمدن حس اعتماد در مشتری و کاربران یک فروشگاه آنلاین نمی‌شود. بلکه موارد دیگری نیز مانند مشخص بودن قوانین و ضوابط مرجوعی، پشتیبانی ۲۴ ساعته، ضمانت بازگشت وجه، داشتن صفحه شکایت و پیگیری سفارش، بخشی برای

پاسخگویی به سؤالات متداول، استفاده از لوگوی اسپانسرها و تأمین کنندگان و... می‌تواند در به وجود آمدن حس اعتماد در مشتریان و کاربران بسیار تأثیر گذار باشد.

ارسال سریع و به موقع محصولات سفارش داده شده به مشتریان

یکی دیگر از فاکتورهایی که برای فروشگاه‌های آنلاین بسیار مهم و تأثیر گذار است، ارسال سریع و به موقع محصولات سفارش داده شده به مشتریان می‌باشد. این ویژگی می‌تواند یکی از مواردی باشد که فروشگاه‌های آنلاین بر روی آن با یکدیگر رقابت کنند. رقابتی بودن این ویژگی باعث شده است تا بعضی از فروشگاه‌های اینترنتی محصولات و کالاهای سفارش داده شده را در کمتر از ۲ ساعت به دست مشتریان برسانند که این واقعا فوق العاده است و می‌تواند باعث جلب رضایت مشتریان و کاربران شود.

در نتیجه با توجه به تمام مطالب و موضوعاتی که تا اینجای مقاله عنوان شده است؛ در رابطه با ویژگی‌های فروشگاه‌های اینترنتی خوب و قابل اعتماد می‌توان اینطور بیان کرد که، به فروشگاه‌های خوب و مطمئن گفته می‌شود که به موقع و در زمان مشخص شده محصولات را به مشتریان تحویل دهد و یا زمان دقیق ارسال و تحویل سفارش را مشخص کرده و به آن عمل کند.

اکنون وقت آن رسیده است تا ۱۰ فروشگاه اینترنتی برتر سال ۹۹ را به شما معرفی کنیم. بعد از نام بردن هر یک از این فروشگاه‌ها با توجه به معیارها، ویژگی‌ها و فاکتورهایی که در ابتدای مقاله از آنها نام بردیم و در مورد هر کدام توضیحاتی را در اختیارتان قرار داده‌ایم؛ این فروشگاه‌ها را مورد بررسی و ارزیابی قرار می‌دهیم.



دیجی کالا

دیجی کالا در بین سایت‌های فروشگاهی که در کشور ایران در حال فعالیت هستند بیشترین مشتریان و کاربران را به خود اختصاص می‌دهد. دیجی کالا با کسب رتبه ۳ الکسا در ایران بعد از سایت آپارات به عنوان پر بازدیدترین سایت ایرانی شناخته می‌شود. بیشتر از ده سال است که دیجی کالا در ایران راه اندازی شده و فعالیت خود را آغاز کرده است و به عنوان یکی از قدیمی‌ترین فروشگاه‌های اینترنتی ایران محسوب می‌شود که برخلاف بسیاری دیگر از فروشگاه‌های آنلاین از همان ابتدای فعالیت خود هدف مشخصی را برای خود تعیین کرده است. دیجی کالا توسط برادران محمدی راه اندازی و اداره می‌شود.

مدل تجاری سایت فروشگاهی دیجی کالا از سایت‌های آمازون و CNET الهام گرفته شده است. این به آن معنا است که نقد و بررسی محصولات و کالاها و همچنین فروش اینترنتی محصولات که در این سایت به مشتریان و کاربران عرضه می‌شوند تقریباً مشابه دو سایت نامبرده شده است.

اصلی‌ترین هدفی که سایت دیجی کالا در ابتدای فعالیت خود به دنبال آن بود، فروش محصولات دیجیتالی بود. اما امروزه دیجی کالا به عنوان سایتی شناخته می‌شود که می‌توان در آن هر نوع کالا و محصولی را پیدا کرد. مانند محصولات غذایی، محصولات آرایشی و بهداشتی، خودرو، لوازم تحریر، لباس و ...

هدفی که امروز به دنبال آن هستند فروش محصولات و کالاهای مختلف به کشورهای خاورمیانه است. سایت دیجی کالا به صورت مارکت پلیس می‌باشد. به این معنا که به عنوان یک واسطه بین مردم و فروشندگان محسوب می‌شود. در گذشته شرکت دیجی کالا محصولات دیجیتالی که در سایت خود به مشتریان و کاربران عرضه می‌کرد. به این صورت که محصولات خود را در یک انبار بزرگ نگهداری می‌کرد. اما به مرور زمان تصمیم مدیران این سایت فروشگاهی تغییر کرد و مدل تجاری سایت را به مارکت پلیس تغییر دادند.

نقاط قوت دیجی کالا

از جمله نقاط قوت و قابل توجه سایت دیجی کالا می‌توان به بازاریابی محتوایی، نقد و بررسی تخصصی کالاهایی که در این سایت عرضه می‌شوند، اشاره کرد. در ابتدای فعالیت سایت دیجی کالا در واقع این سایت به نقد و بررسی کالاهای دیجیتال می‌پرداخت و فروش اینترنتی در کار نبود. دیجی کالا به مشتریان و کاربران خود کمک می‌کند تا به خوبی در مورد محصول مورد نظرشان اطلاعات به دست بیاورند و بعد از آن به خرید محصول مدنظرشان اقدام نمایند.

در حقیقت این سایت کمک می‌کند تا ابتدا محصولی که مد نظر دارید را به خوبی بشناسید و آن را از لحاظ فنی، رنگ، سایز، مدل با سایر محصولات هم رده مقایسه کنید و بعد از آن درست‌ترین تصمیم را برای خرید محصولی که در ذهن دارید بگیرید.

یکی دیگر از مزیت‌هایی که سایت دیجی کالا برای کاربران و مشتریان خود فراهم کرده است؛ سرعت بالا در بارگذاری صفحات مختلف وب سایت می‌باشد. دسته بندی‌ها و

جستجوی حرفه‌ای نیز که در سایت فروشگاهی قرار داده شده است حضور در این سایت را برای مشتریان راحت‌تر کرده است. در واقع مشتریان و کاربران می‌توانند به راحتی و در کمترین زمان دسته بندی و محصول مورد نظر خود را پیدا کنند.

جلب رضایت مشتریان

موضوعی که سایت دیجی کالا تمرکز زیادی بر روی آن دارد جلب رضایت مشتریان و کاربران است. در حقیقت این موضوع یکی از مواردی است که فروشگاه دیجی کالا در تمام دوره‌های فعالیت خود به آن اهمیت زیادی داده است. اما مدتی است به دلیل مشکلاتی که با آن روبرو شده است کیفیت محصولات و کالاهایی که در سایت خود عرضه میکند، افت پیدا کند. این موضوع کمی باعث نارضایتی کاربران و مشتریان این سایت شده است.

شرکت دیجی کالا یکی از قدیمی‌ترین و قدرتمندترین سایت‌های فروشگاهی ایرانی از لحاظ سرمایه و بودجه به شمار می‌رود. زیرا هیچ جایی وجود ندارد که با این سایت غریبه باشد و آن را نشناسد. از وب سایت‌های مختلف گرفته تا اپلیکیشن‌های گوشی‌های تلفن همراه همه جا می‌توانید نام دیجی کالا را مشاهده کنید.

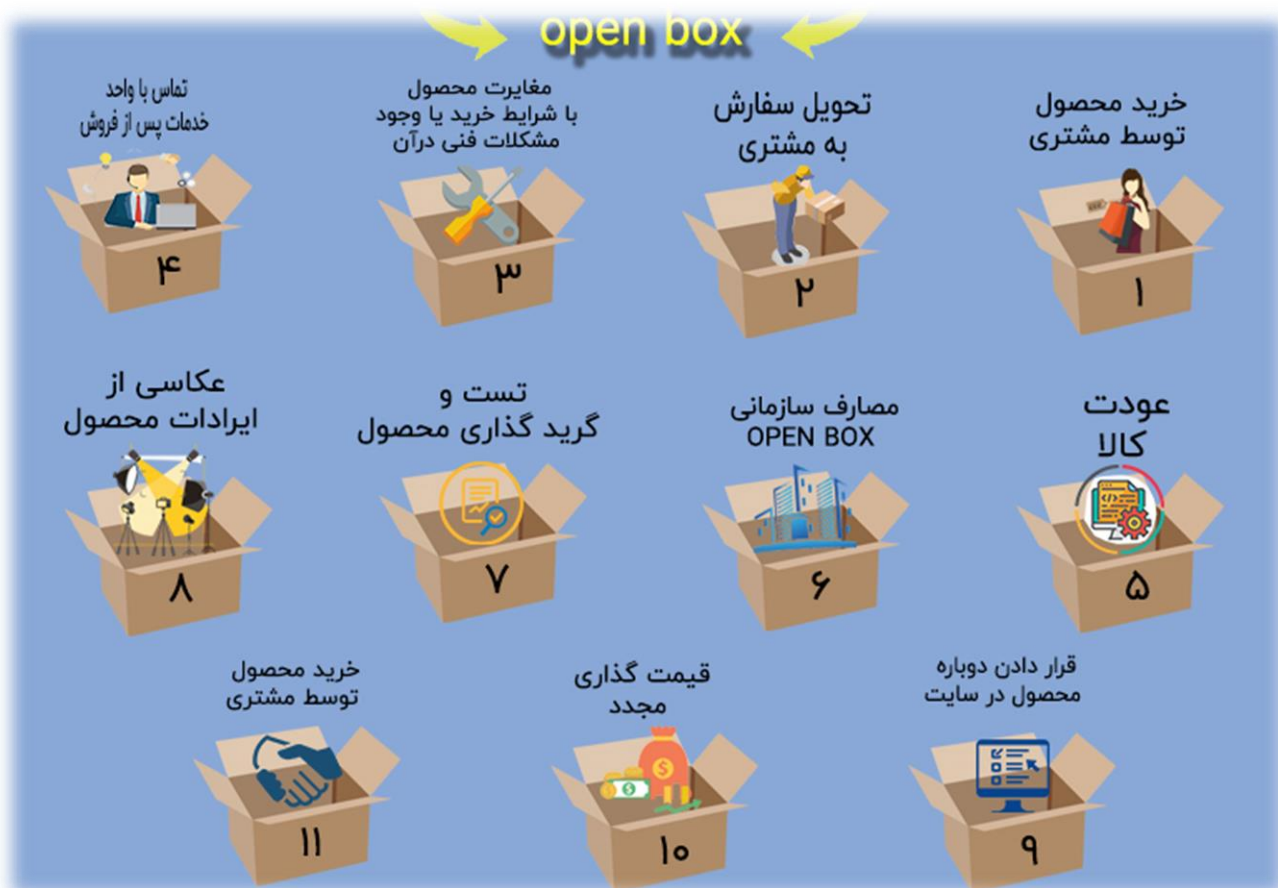
زیرا تمامی اینها با دیجی کالا همکاری می‌کنند. به تازگی سایت دیجی کالا سیستم همکاری در فروش را در سایت خود راه‌اندازی کرده است که این موضوع باعث شده است تا کسب و کارهای زیادی برای همکاری با دیجی کالا ترغیب شوند. بیشتر سایت‌های بزرگی که در بستر اینترنت در حال فعالیت هستند، برای اینکه درآمد بیشتری به دست بیاورند با سیستم فروش واسطه سایت دیجی کالا همکاری می‌کنند.

از آنجایی که دیجیکالا یک تیم حرفه‌ای و خلاق دارد؛ می‌توان هر روز روش‌ها و ترفندهای جدیدی در دیجیتال مارکتینگ از آنها مشاهده کرد. مخصوصاً این خلاقیت و حرفه‌ای بودن در همکاری با استارت آپ‌های دیگر، پیشنهادها، ویژه، طراحی مسابقات نویسندگی، تخفیف‌های روزانه یا مناسبتی، طراحی کمپین‌های تبلیغاتی در شبکه‌های اجتماعی و مجازی، طراحی CTA داخل فروشگاه، طراحی ایمیل‌های تبلیغاتی جذاب و... به خوبی قابل مشاهده است.

OPEN BOX

چند ماهی است که سایت دیجی کالا قسمتی به عنوان OPEN BOX به سایت خود اضافه کرده است. قبل از سایت دیجی کالا، سایت فروشگاهی دیگری در ایران از این قابلیت استفاده نکرده بود. این امکان از ابتدای زمستان ۹۴ برای مشتریان و کاربران دیجی کالا در نظر گرفته شده است. به این صورت که مشتریان و کاربران می‌توانند بهترین کالاهای جعبه بازی که کمترین آسیب را دیده‌اند، را با قیمت پایین‌تری نسبت به محصولات مشابه استفاده کنند.

این کالاها که دچار آسیب کم یا مشکلاتی ناچیز هستند در بخش توضیحات و معرفی محصول، ایرادها و مشکلاتشان به صورت کامل و دقیق به مشتریان و کاربران توضیح داده می‌شود و با قیمت کمتری، قیمت گذاری می‌شوند. مشتریان و کاربران می‌توانند با مراجعه به این بخش در صورت تمایل این محصولات و کالاها را سفارش داده و خریداری کنند.



تست و گرید گذاری کالاها و محصولات

در این مرحله محصولات و کالاهایی که مرجوع شده‌اند توسط کارشناسان و متخصصان تست می‌شوند و با توجه به ایرادات و مشکلاتی که در آنها مشاهده می‌شود؛ گرید به کالا و محصول تست شده داده می‌شود.

عکاسی از ایراد محصول و درج آن در توضیحات

بعد از گرید گذاری کالا و محصولات، از ایرادات و مشکلات آنها عکاسی می‌شود و تمام مشکلات و ایرادات محصول با جزئیات کامل در سایت جعبه باز درج می‌شود.

قیمت گذاری محصولات

محصولات و کالاها با توجه به گرید و ایرادات و همچنین مدت زمانی که از تولید آنها گذشته است؛ توسط کارشناسان و متخصصان دوباره قیمت گذاری می شوند. قیمتی که مجدداً بر روی این کالاها گذاشته می شود، پایین تر از قیمت محصولات مشابه بدون ایراد است.

گروه های محصولات جعبه باز

جعبه باز گروه های مختلف محصولات را با توجه به نیازهای فصلی مشتریان و کاربران در اختیار آنها قرار می دهد.

ارائه محصولات جعبه باز برای تعمیرکاران

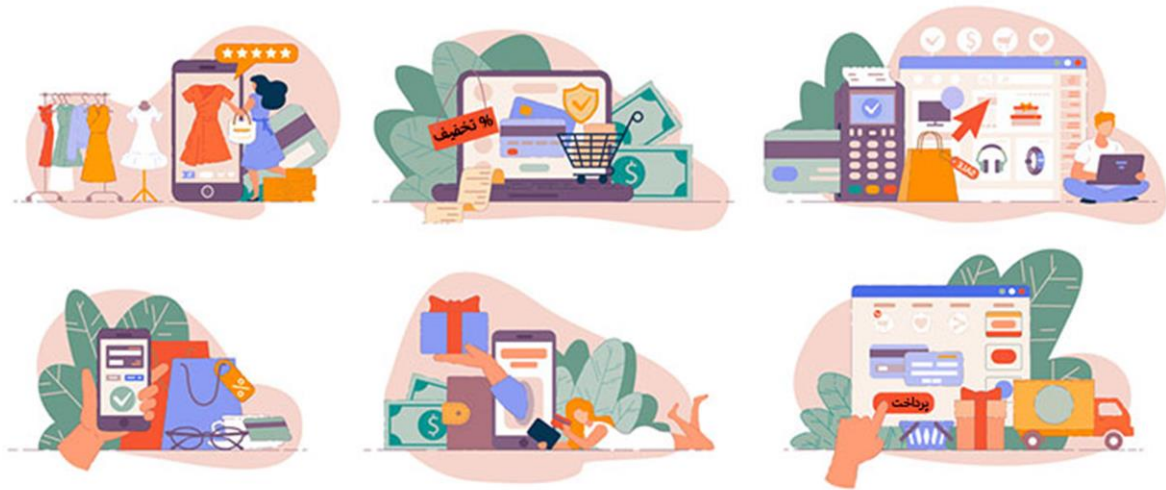
کالاها و محصولاتی که دارای ایرادات یا مشکلات بیشتری باشند، برای استفاده از قطعات آنها در جعبه باز قرار می گیرند. این کالاها می توانند نیاز تعمیرکاران را به قطعات محصولات رفع کنند.

شرایط و قوانین کالاها و محصولات جعبه باز

محصولات و کالاهای جعبه باز به مدت ۲۴ ساعت مهلت تست و مرجوعی دارند. شما با خرید چنین کالاهایی در صورت مشاهده ایراد کالا با همان شرایط ذکر شده در سایت دیجی کالا می توانید محصول مورد نظر خود را با محصولی دیگر تعویض کنید و در صورت عدم موجود بودن محصول مورد نظرتان وجه پرداختی خود را پس بگیرید.

فروشگاه دیجی کالا دارای نماد اعتماد الکترونیکی از وزارت صنعت معدن و تجارت، دارای نماد نشان ملی ثبت (رسانه های دیجیتال) و عضو اتحادیه کشوری کسب و کارهای مجازی

و آنلاین می‌باشد. دیجی کالا دارای ۴ مجموعه سایت دیگر نیز است؛ به نام های دیجی پی، دیجی مگ، فیدیبو، دیجی استایل.



بازاریابی و تبلیغات

مدیران و کارآفرین‌های شرکت‌های مختلف به خوبی از این موضوع واقف هستند که بازاریابی مستقیم و تبلیغات می‌تواند تأثیر زیادی در جذب مشتریان و پیشی گرفتن از رقبیان داشته باشد. اما علاوه بر بازاریابی و تبلیغات، داشتن استراتژی تولید محتوا نیز توانسته است به فروشگاه دیجی کالا کمک کند تا برترین سایت فروشگاهی در ایران باشد.

شرکت دیجی کالا با همکاری با شبکه تبلیغاتی انتورک با رشد زیادی در تبلیغات روبرو شده است. سرمایه گذار اصلی این شرکت سعید رحمانی است که به عنوان سرمایه گذار اصلی مارکت پلیس کافه بازار نیز شناخته می‌شود. این همکاری باعث شده است تا تبلیغات این شرکت کمی بیشتر از حد تصور صاحبان دیجی کالا رشد کند. البته یکی از عوامل اصلی که امروزه باعث به وجود آمدن مشکلات و دردسرهایی برای فروشگاه دیجی کالا شده است نیز همکاری با این شرکت می‌باشد.

خلاقیت در دیجی کالا

فروشگاه دیجی کالا از لحاظ خلاقیت در زمینه کاری خود به عنوان یکی از بهترین فروشگاه‌های اینترنتی شناخته می‌شود. در واقع این فروشگاه یک پیشرو در بین سایر فروشگاه‌ها است که از نظر نوآوری و خلاقیت همیشه حرفی برای گفتن دارند. مثلاً یکی از نوآوری‌هایی که با بازخورد مثبت زیادی از سمت مشتریان و کاربران مواجه شده است، راه اندازی کمپین نگاهی به فردا یا کمپین سقف خیالتان کجاست است.

این کمپین با هدف ترویج (نوآوری باز) راه اندازی شده است. به معنای دیگر این کمپین از افراد خلاق و ایده پرداز دعوت می‌کند تا با ایده پردازی خلاقانه، آینده این شرکت را در سال ۱۴۰۰ پیش بینی کنند. دیجی کالا گروهی را به عنوان نوآوری باز دارد که هر روز ایده‌ها و نوآوری‌های جدیدی را به نمایش می‌گذارند. در نتیجه همانطور که مشاهده می‌کنید وب سایت فروشگاه دیجی کالا در زمینه خلاقیت و نوآوری یکی از پیشگامان این عرصه است.

سایت دیجی کالا از جمله وبگاه‌های فعال در حوزه تجارت الکترونیک در ایران به شمار می‌رود. این وبسایت به یکی از بزرگترین وب سایت‌هایی که در ایران در حال فعالیت است تبدیل شده است و به طور میانگین در طول روز بیش از ۸۵۰ هزار بازدید کننده دارد.

سایت دیجی کالا

ابتدا دیجیکالا سایت فروشگاه خود را به وسیله فروشگاه ساز مجنتو راه‌اندازی کرد. اما بعد از مدتی پلتفرم اختصاصی خود را به وجود آورد و قابلیت‌ها و ویژگی‌های زیادی را در سایت فروشگاه خود قرار داد تا کاربران و مشتریان راحت‌تر و در مدت زمان کمتری به محصول مورد نظر خود دسترسی داشته باشند. فروشگاه دیجی کالا دارای رتبه ۳ در الکسای ایران و رتبه ۵۵۱ در جهان است.

سایت دیجی کالا در تابستان ۹۴ برای به وجود آوردن تجربه کاربری بالا برای مشتریان و کاربران خود اقدام به راه‌اندازی دیجی مگ کرده است. این بخش از سایت دیجی کالا شامل بخش‌های ویدیویی، خبری، پادکست و سرگرمی می‌باشد تا مشتریان و کاربران بتوانند درمورد محصولات و کالاهای مدنظرشان با برندهای مختلف اطلاعات کافی و دقیقی به دست بیاورند.

امروزه به دلیل اینکه دیجی کالا توسط رسانه‌های مختلف معرفی می‌شود، مشتریان زیادی را به خود جلب کرده است. این موضوع باعث شده است تا فروشگاه دیجی کالا با سود روزانه میلیاردی مواجه شود. این موضوعی است که سایت دیجی کالا در سال ۹۲ به صورت رسمی اعلام کرده است. این موضوع باعث شده است تا سایر کسب و کارها نیز به فکر راه اندازی فروشگاه اینترنتی برای تجارت خود بیافتند و به صورت مجازی کالاها و محصولات خود را به مشتریان و کاربران خود عرضه کنند.

این موضوع بیانگر قرارگیری مثلث فروش در سایت دیجی کالا می‌باشد. زیرا چنین نوآوری‌ها و خلاقیت‌های به روزی را از خود نشان می‌دهد تا رقبا با پرداخت هزینه‌های تبلیغاتی زیاد تلاش کنند که خود را هم سطح سایت دیجی‌کالا کنند. اما موضوعی که در این رابطه بسیار قابل توجه است این است که نمی‌توانند فروشی مانند دیجی کالا را تجربه کنند.

مزایایی که شرکت دیجی کالا برای مشتریان و کاربران خود در نظر گرفته است:

- تجربه کاربری منحصر به فرد و جذاب
- معرفی کامل و دقیق محصولات و کالاهایی که در این سایت عرضه می‌شوند
- راه اندازی بخش tv و بخش mag
- استفاده از ایمیل مارکتینگ
- برخورداری از نرم افزارهای مناسب گوشی‌های تلفن همراه هوشمند
- راه اندازی بخش بازارچه آنلاین یا مارکت پلیس
- ثبت نام سریع مشتریان و کاربران در زمان ثبت سفارش
- سرعت بسیار بالای سایت و امکان جستجوی حرفه‌ای و سریع برای کاربران و مشتریان
- نمایش نسخه سه بعدی محصولات پرمخاطب به مشتریان
- ۷ روز ضمانت برای کالاهای خریداری شده
- پیشنهادهای روزانه جذاب
- در اختیار قرار دادن مشخصات فنی کامل و دقیق کالاها و محصولات عرضه شده در سایت
- استفاده از موتور برقی برای کم کردن آلودگی هوا
- سیستم ترغیب مشتریان و کاربران به خرید مجدد از سایت یا دیجی بن
- امکان اطلاع از موجود شدن محصولات و کالاها برای مشتریان و کاربران
- و ...

معایب سایت دیجی کالا

- نداشتن سیستم تخفیف در زمان خرید و ثبت سفارش
- عدم پیگیری مجدد بعد از لغو سفارش
- عدم ارسال و ارائه کلیه محصولات و کالاها در یک سبد خرید (این اتفاق به تازگی افتاده است)
- کم شدن سرعت ارسال محصولات و سفارشات و به موقع تحویل ندادن آنها (این اتفاق به تازگی افتاده است)
- مشخص نبودن وضعیت سفارشات بعد از تحویل به پیک موتوری در تهران و عدم امکان ارتباط با فرد پیک موتوری
- نداشتن نرم افزارهای مخصوص تبلت
- عدم امکان تغییر و پیگیری دقیق وضعیت محصولات سفارش داده شده توسط مشتریان و کاربران
- نداشتن قسمت شکایات و انتقادات مشتریان و همچنین پیگیری نکردن آنها
- عدم امکان سفارش و خرید کالاهایی که با هم مرتبط هستند مانند خرید گوشی به همراه قلم مخصوص و ضد خش
- عدم تمایل برای تحویل سفارشات به مشتریان در داخل ساختمان حتی در تهران
- عدم ارائه خدمات خاص یا تخفیفات ویژه به مشتریانی که خرید های زیادی از این فروشگاه دارند.

پیشنهاد به دیجی کالا

بعضی از امکانات خوب و مناسبی که بهتر است به فروشگاه دیجی کالا اضافه شود تا کاربران خرید آنلاین بهتری را تجربه کنند:

- امکان پاسخگویی آنلاین به مشتریان و کاربران
- تماس با مشتریان و کاربران که خرید زیادی از این سایت می‌کنند
- ارائه پیشنهادهای شگفت انگیز در زمان خرید یا افزایش اعتبار
- به وجود آوردن سیستم همکاری در فروش برای جلب رضایت مشتریان و افزایش حس وفاداری در آنها
- حرکت به سمت مارکت پلیس برای بیشتر کردن قدرت مانور در بازارهای آنلاین
- بخش رسیدگی به شکایات و انتقادات کاربران و مشتریان و پاسخ به اعتراض آنها
- تفاوت قائل شدن بین مشتریان و کاربرانی که بیشتر خرید می‌کنند با مشتریان و کاربرانی که خرید کمتری دارند
- عدم پیگیری انصراف از خرید مشتریان همیشگی در قیف فروش سایت
- تدوین پرسش و پاسخ متداول حرفه ای که به جزئی‌ترین مسائل کاربران اشاره می‌کنند
- امکان انتخاب محصولات جانبی برای بیش فروشی
- افزایش سرعت تحویل محصولات سفارش داده شده به مشتریان
- راهنمای ویدیویی نحوه ورود به سایت، ثبت نام، خرید و تسویه
- ایجاد بخشی برای فروش محصولات دیجیتالی مثل کتاب (فروش کتاب‌های دیجیتالی به تازگی در سایت دیجی‌کالا شروع شده است).
- نمایش گرافیکی سفارشات (سفارشات در کدام مرحله از تحویل به مشتریان قرار دارند)

توجه به مسئولیت اجتماعی

برگزاری کمپین‌های تبلیغاتی و مسابقات مختلف برای تمام مشتریان و کاربران که از محصولات و خدمات سایت استفاده می‌کنند.

امکان فروش با تبلیغات همسان برای صاحبان وبلاگ

با توجه به مواردی که از آنها نام برده شده است باز هم می‌توانیم به سایت دیجی کالا به عنوان برترین فروشگاه اینترنتی فعال در کشور ایران اشاره کنیم و این فروشگاه اینترنتی را در صدر جدول فروشگاه‌های آنلاین قرار دهیم. درست است که این فروشگاه معایبی نیز دارد؛ اما نمی‌توان مزایای فوق العاده و بی نظیر آن را نادیده گرفت. سایت فروشگاه دیجی کالا هنوز هم با تمام کم و کاستی‌ها و معایبی که به آنها اشاره شد، باز هم اولین گزینه برای خرید اینترنتی محصولات مختلف در ایران است.



همکاری ویژه سایت فروشگاه دیجی کالا با برندهای زیر:

دیجی کالا برای تأمین محصولاتی که به مشتریان خود عرضه می‌کند با برندهای مانند: پرسیل، omo، مولفیکس، تن تاک، ایکس ویژن، هواوی، پانورامیک، پاناسونیک، آروند، honor، پارس خزر، پاکشوما، اسنوا، کاسیو، شهرباب، جی پلاس، چشمه نور، سامسونگ، tcl... همکاری می‌کند. البته توجه به این نکته نیز حائز اهمیت است که به دلیل مارکت پلیس شدن فروشگاه اینترنتی دیجی کالا این سایت تأمین کنندگان و تولید کنندگان زیادی را نیز در کنار خود دارد که با همکاری آنها محصولات بسیار زیاد و همچنین خدمات گسترده‌ای را به مشتریان و کاربران ارائه می‌دهد.

تکنولوژی پیاده سازی فروشگاه دیجی کالا

در ابتدا فروشگاه دیجی کالا از زبان asp.net برای پیاده سازی فروشگاه اینترنتی خود استفاده کرده بود. اما بعد از گذشت چند سال از فعالیتش با کمک برنامه نویسان غیر ایران، تکنولوژی پیاده سازی فروشگاه آنلاین خود را به زبان php منتقل کرد. همچنین نکته دیگری که درباره تکنولوژی این سایت فروشگاهی قابل توجه است، این می‌باشد که

این فروشگاه آنلاین به صورت ریسپانسیو و پیاده سازی نشده است. در واقع از نسخه موبایل برای سایت دیجی کالا استفاده کرده‌اند.

فروشگاه اینترنتی دیجی کالا دارای نقاط قوت و ویژگی‌های بی نظیر و منحصر به فردی است که اگر بخواهیم در مورد همه آنها صحبت کنیم و هر کدام از این ویژگی‌ها را به صورت جداگانه بررسی و ارزیابی کنیم و آنها را با یکدیگر مقایسه کنیم، زمانی برای معرفی سایر فروشگاه‌های برتر نخواهیم داشت.



فروشگاه اینترنتی مدیسه

فروشگاه آنلاین مدیسه به شرکت تجاری گلستان تعلق دارد. این سایت فروشگاه فعالیت خود را در حوزه پوشاک آغاز کرد. اما بعد از گذشت مدتی به فروش مواد غذایی، نوشیدنی، لوازم خانه، لوازم آرایشی و بهداشتی، عطر و ادکلن و... روی آورد. فروشگاه آنلاین مدیسه به سیستم هوشمندی تجهیز شده است که در مراجعات بعدی مشتریان و کاربران به این سایت پیشنهادهایی را به آنها ارائه می‌دهد که متناسب با سلیقه و نیازهای آنها باشد. این پیشنهادهای بر اساس خرید های قبلی مشتریان دسته‌بندی شده و به آنها ارائه می‌شود.

کالاها و محصولات که در سایت مدیسه به مشتریان و کاربران عرضه می‌شوند همگی دارای ضمانت اصالت می‌باشند. تمام این محصولات دارای تنوع و گوناگونی بسیار زیادی نیز هستند. اگر برای خرید اینترنتی محصول مورد نظر خود به این سایت فروشگاه مراجعه کنید، می‌توانید محصولی که قصد خرید آن را دارید در برندهای مختلف حتی برندهای آمریکایی در رنگ‌ها و سایزهای گوناگون در این سایت مشاهده کنید.

نقاط قوت مدیسه

فروشگاه مدیسه برای کاربران و مشتریانی که مبلغ سفارشات و خرید آن‌ها بالای ۱۰۰ هزار تومان باشد ارسال رایگان محصولات را در نظر گرفته است. همچنین برای اینکه رضایت مشتریان و کاربران خود را بیشتر جلب کند از تصاویر با کیفیت و حرفه‌ای برای محصولات و کالاهایی که در سایت خود به فروش می‌رساند استفاده می‌کند. در واقع با این کار به مشتریان و کاربران خود کمک می‌کند تا درک مناسب‌تری از محصول مورد نظرشان به دست بیاورند. نقطه قوت دیگری که در سایت مدیسه مشاهده می‌شود قابلیت پرو آنلین در این فروشگاه می‌باشد.

از جمله دیگر مزیت‌هایی که سایت مدیسه برای اولین خرید مشتریان و کاربران خود در نظر گرفته است، هدیه تا سقف ۳۵ هزار تومان می‌باشد که از طریق عضویت در خبرنامه سایت به مشتری ارائه می‌شود.

مجوز های فروشگاه اینترنتی مدیسه

مدیسه دارای نماد اعتماد الکترونیکی از وزارت صنعت معدن و تجارت می‌باشد و همچنین عضو اتحادیه کشوری کسب و کارهای مجازی و آنلین نیز است.

مزایا و ویژگی‌هایی که فروشگاه اینترنتی مدیسه برای کاربران و مشتریان خود در نظر گرفته است:

- روش‌های متنوع در زمان ارسال سفارشات
- تنوع و گستردگی زیاد در کالاها و محصولات از لحاظ برند، رنگ، سایز و...
- وجود سیستم هوشمند برای ارائه پیشنهادات مناسب به کاربران با توجه به خرید های قبلی آنها
- تصاویر با کیفیت از کالاها و محصولات که در این سایت عرضه می‌شود
- پاسخگویی و پشتیبانی ۲۴ ساعته و آنلین
- ضمانت مرجوعی محصولات و سفارشات به مدت یک هفته
- نمایش مراحل مختلف ارسال مرسولات تا تحویل آنها به مشتریان
- ارسال رایگان محصولات سفارش داده شده برای مشتریانی که خرید بالای ۱۰۰ هزار تومان دارند
- ضمانت اصالت محصولات و کالاهایی که در این سایت عرضه می‌شوند
- ارائه توضیح کامل و دقیق در رابطه با سایز بندی محصولات برای مشتریان و کاربران
- وجود بلاگی مبتنی بر محتوای قوی در سایت مدیسه
- تخفیفات روزانه برای تمامی مشتریان و کاربران سایت
- در نظر گرفتن تخفیفی تا سقف ۳۵ هزار تومان برای اولین خرید مشتریان و کاربران از سایت فروشگاه مدیسه
- ارسال اکسپرس سوپرمارکت در شهر تهران

- دریافت امتیاز با هر سفارش برای خریدهای بعدی مشتریان و کاربران

معایب فروشگاه آنلاین مدیسه

- در این سایت قیمت محصولات و کالاهایی که عرضه می‌شود کمی بالا است که البته با در نظر گرفتن ضمانت اصالت کالا منطقی به نظر می‌رسد.
- سرعت پایین سایت در زمان ورود کاربران و مشتریان به آن

سایت فروشگاه مدیسه

رتبه این سایت در الکسا ایران ۱۹۵۳ است و رتبه آن در الکسای جهانی ۳۸۸۱۷ می‌باشد. رابط کاربری سایت فروشگاه مدیسه رابط کاربری مرتب و جذابی دارد که می‌تواند کاربران و مشتریان را به خوبی به خود جذب نماید. بسته بندی‌ها در این سایت فروشگاه کاملاً مشخص و مناسب است که می‌تواند دسترسی به محصولات را برای کاربران بسیار راحت‌تر نماید. طبقه بندی محصولات در هر دسته بسیار مناسب است که در رابط کاربری این سایت نظر کاربران را به خود جذب می‌کند

همکاری ویژه سایت فروشگاه مدیسه با برندهای مختلف

سایت فروشگاه مدیسه با همکاری ویژه با برندهای مختلفی مانند آیلار، moodo، lancaster، miotto، piano، bellefille، taticassics zibo، ebra... دارد. در حقیقت کالاها و محصولات که در این سایت عرضه می‌شوند اکثراً از این برندها تولید شده اند.

تکنولوژی پیاده سازی فروشگاه آنلاین مدیسه

مدیسه یک فروشگاه آنلاین پوشاک و مد است که با استفاده از فریم ورک جاوا اسکریپت Knockout.js پیاده سازی شده است. اما بهینه سازی نشدن دیتابیس این فروشگاه باعث کندی و سرعت پایین این سایت می‌شود.

[فروشگاه آنلاین زنبیل](#)

ایدهٔ ابتدایی فروشگاه آنلاین زنبیل به سال ۸۴ و ۸۵ باز می‌گردد. اما اجرای نهایی آن در سال ۹۲ بود. این فروشگاه با فعالیت بر بیشتر کالاها و محصولات راه اندازی شده است. تبلیغات فروشگاه اینترنتی زنبیل نسبت به فروشگاه‌های آنلاین دیگری مانند بامیلو و دیجی کالا بسیار کمتر بود با این حال فروشگاه زنبیل همچنان به عنوان یکی از رقبای اصلی فروشگاه آنلاین دیجی کالا در حال فعالیت است.

رتبه وبسایت

فروشگاه آنلاین زنبیل دارای رتبه الکسای ۵۱۵ در ایران و رتبه الکسای جهانی ۱۵۱۱۹ می باشد. این سایت فروشگاهی نیز یکی از قدیمی ترین فروشگاه های آنلاین در بین سایت های فروشگاهی که امروزه در حال فعالیت هستند محسوب می شود. فروشگاه زنبیل دارای دسته بندی های مختلف و همچنین تنوع بالایی در محصولات و کالاهایی است که به مشتریان و کاربران خود عرضه می کند.

این موضوع باعث شده است تا این سایت فروشگاهی همچنان با قدرت کار خود را ادامه دهد. فروشگاه اینترنتی زنبیل همیشه بازه های زمانی مشخصی را برای به روز رسانی منظم وبسایت خود در نظر می گیرد. این فروشگاه اینترنتی تقریباً در تمام زمینه ها به خوبی عمل می کند و نمی توان انتقاد زیادی به این سایت فروشگاهی داشت.

ضمانت بهترین قیمت برای محصولات

فروشگاه آنلاین زنبیل محصولات و کالاهای مختلف و متنوعی را با قیمت های پایین و مقرون به صرفه به مشتریان و کاربران خود ارائه می دهد. به همین دلیل است که ضمانت بهترین قیمت برای محصولات را در کسب و کار آنلاین خود مد نظر قرار داده است. اگر از این فروشگاه اینترنتی خرید کنید و بعد از خرید خود متوجه شوید که یک فروشگاه آنلاین دیگر برای محصولی که شما سفارش داده اید قیمت پایین تری در نظر گرفته است، می توانید سفارش خود را مرجوع کنید.

نمایش تفاوت قیمت محصولات

موضوع دیگری که در سایت زنبیل قابل مشاهده است و می توان از آن به عنوان یکی از نقاط قوت این سایت فروشگاهی نام برد، نمایش قیمت واقعی محصول در کنار قیمتی است که این سایت برای محصول مورد نظر تعیین کرده است. این سایت برای جلب اعتماد مشتریان و کاربران خود میزان سود یا همان تفاوت قیمت هر محصولی که در این سایت به فروش می رسد را به مشتریان و کاربران خود نشان می دهد. به عبارت دیگر شما با مشاهده این تفاوت قیمت متوجه می شوید که اگر از این فروشگاه آنلاین خرید کنید چه مقدار در خرید خود سود کرده اید.

تعویض و عودت و مرجوعی محصولات و کالاها

فروشگاه آنلاین زنبیل به مدت ۱۰ روز امکان تعویض محصولات و کالاها را برای مشتریان و کاربران خود فراهم کرده است. همچنین مشتریان می توانند به مدت ۷ روز امکان عودت و مرجوعی کالا و محصولی که خریداری کرده اند را داشته باشند. این موضوع باعث شده است تا مشتریان و کاربران از خرید اینترنتی از این فروشگاه آنلاین احساس رضایت بیشتری داشته باشند.

سایت فروشگاهی زنبیل در اقدامی کاملاً هوشمندانه و زیرکانه لینک مقالاتی که در حوزه های مختلف در وبلاگ خود منتشر می کند را در صفحه نخست فروشگاه خود قرار می دهد تا مشتریان خود را ترغیب کند تا زمان بیشتری به بررسی سایت مشغول باشند.

همچنین قسمتی برای به نمایش گذاشتن نشانه‌ها و تندیس‌های مختلفی که از جشنواره‌های مختلف دریافت کرده است ایجاد کرده است.

راحتی در فرایند خرید

فروشگاه زنبیل روش‌های پرداخت، وارد شدن به حساب کاربری و ثبت سفارشات را به شیوه راحتی تری برای مشتریان و کاربران خود فراهم کرده است. این موضوع توانسته است تأثیر زیادی بر اعتبار این سایت بگذارد. اما اگر قابلیت‌ها و ویژگی‌های بیشتر به این سایت اضافه شود تا باعث شود کاربران و مشتریان راحت‌تر و در زمان کمتری به محصولات مورد نظر خود هدایت شوند، می‌تواند این وب سایت فروشگاه را خاص‌تر کند.

هدف اصلی فروشگاه اینترنتی زنبیل

فروشگاه اینترنتی زنبیل نیز یکی از برترین و موفق‌ترین فروشگاه‌های اینترنتی فعال در ایران به شمار می‌رود و یکی از پر بازدیدترین وب سایت‌های ایرانی است. هدف اصلی این فروشگاه آنلاین عرضه کالاها و محصولات گوناگون و مختلف با بهترین قیمت و بهترین کیفیت می‌باشد. همانطور که در ابتدای این بخش عنوان کردیم تنوع و گستردگی محصولات و کالاهایی که در فروشگاه آنلاین زنبیل به کاربران و مشتریان عرضه می‌شود، یکی از مزیت‌های فوق‌العاده این فروشگاه اینترنتی به شمار می‌رود. علاوه بر این ویژگی‌های می‌توان به تحویل سریع و به موقع سفارشات، خدمات قبل از فروش و بعد از فروش به مشتریان نیز اشاره کرد.

فروشگاه آنلاین زنبیل با عرضه محصولات از برندهای مطرح دنیا در دسته بندی‌های تهویه مطبوع، لوازم خانگی، ساعت و اکسسوری، لوازم آرایشی و بهداشتی، مبلمان اداری، محصولات دیجیتال، محصولات پزشکی و سلامت، لوازم ورزشی، سیستم‌های نوزاد و... به عنوان یکی از محبوب‌ترین و پرطرفدارترین فروشگاه‌های آنلاین ایرانی به شمار می‌رود.

تضمین قیمت محصولات

از جمله فواید و مزیت‌های منحصر به فرد دیگری که می‌توان در فروشگاه زنبیل مشاهده کرد تضمین قیمت محصولات می‌باشد. به صورتی که اگر شما یک محصول را از سایت زنبیل خریداری کنید و احساس کنید قیمتی که برای محصول مورد نظرتان پرداخت کردید بیشتر از فروشگاه‌های دیگر است، می‌توانید با ارائه سند و مدرک، محصولی که خریداری کرده‌اید را مرجوع کنید و وجه پرداختی خود را تمام و کمال پس بگیرید. این قابلیت یکی از مواردی است که فروشگاه‌های اینترنتی بر روی آن رقابت می‌کنند. اما فروشگاه زنبیل برای اولین بار آن را اجرا کرده است.

چتر حمایتی

در سایت فروشگاه زنبیل بخشی تحت عنوان چتر حمایتی وجود دارد که مربوط به گارانتی محصولات و کالاهایی است که در این سایت به مشتریان و کاربران عرضه

می‌شود. شما می‌توانید برای اینکه از گارانتی محصولی که قصد خرید آن را دارید مطمئن شوید، با مراجعه به این بخش، این موضوع را پیگیری نمایید.

در واقع در این طرح توسط فروشگاه زنبیل ارائه شده است. در صورتی که شما کالا یا محصولی را خریداری نمایید و در دوره زمانی گارانتی آن محصولی که خریداری کرده‌اید با هر نوع مشکل یا ایراد فنی مواجه شود، دیگر لازم نیست که شخصاً به شرکت‌های ارائه دهنده خدمات گارانتی مراجعه کنید. بلکه تنها باید با پشتیبانی زنبیل تماس بگیرید تا آنها خودشان پیگیری‌های لازم را انجام دهند.

در حقیقت چتر حمایتی زنبیل موظف است تا کالاهای عودت داده شده از سمت مشتریان را تحویل بگیرد و به شرکت‌های خدمات پس از فروش برسد مورد نظر تحویل دهد و بعد از برطرف شدن ایرادات محصول دوباره آن را به دست مشتری برساند. تمام این روند توسط فروشگاه زنبیل انجام می‌شود و کاملاً رایگان است.



معایب زنبیل

درست است که تا اینجا در مورد مزیت‌های بی نظیر و فوق العاده فروشگاه اینترنتی زنبیل صحبت کردیم. اما این فروشگاه دو عیب بسیار بزرگ دارد که نمی‌توان از آنها چشم‌پوشی کرد. یکی از آنها نداشتن اپلیکیشن برای گوشی‌های تلفن همراه است و عیب دیگر ریسپانسیو نبودن سایت. این دو عیب دقیقا به تجربه کاربری مرتبط می‌شوند. البته وجود این دو عیب در سایت زنبیل نشان می‌دهد که متاسفانه این فروشگاه به راحتی بودن کاربران و مشتریانش علاقه چندانی ندارد.

بررسی وب سایت زنبیل

در طراحی رابط کاربری وب سایت فروشگاه زنبیل می‌توانیم ظاهری متفاوت‌تر نسبت به سایر سایت‌های فروشگاه‌های مشاهده کنیم. فروشگاه زنبیل دارای مجوزهای لازم برای کسب و کارهای اینترنتی و آنلاین است و همچنین ادعا می‌کند که تا ده روز ضمانت خرید کالا و محصولات را به مشتریان و کاربران خود ارائه می‌دهد. یکی دیگر از نکاتی که در بررسی سایت فروشگاه زنبیل توجه ما را به خود جلب کرده است، این نکته بود که این سایت از کمپین‌های تخفیفی یا جشنواره‌های فروش ویژه استقبال زیادی نمی‌کند.

فروشگاه زنبیل از جمله فروشگاه‌هایی به شمار می‌رود که در ابتدا، فعالیت خود را با ارائه کالاها و محصولات متنوع و گسترده به مشتریان و کاربران شروع کرده است. قیمت محصولاتی که در این فروشگاه عرضه می‌شوند بسیار مناسب است و با خرید محصولات، سود تعلق گرفته از خرید هر محصول به مشتریان و کاربران اطلاع داده می‌شود.

ضمانت خرید

علاوه بر این موارد، مشتریان به مدت ۱۰ روز می‌توانند از خدمات ضمانت خرید بهره‌مند شوند. ضمانت خرید به این معنی است که مشتریان به مدت ۱۰ روز بعد از خرید محصول مورد نظر خود، اگر محصولی مشابه را در سایت‌ها و فروشگاه‌های دیگر مشاهده کنند که با قیمتی ارزان‌تر از چیزی که برای خرید محصولشان از سایت زنبیل پرداخت کرده‌اند، به فروش می‌رسد؛ می‌توانند کالای خریداری شده را به فروشگاه زنبیل مرجوع کنند.

فروشگاه زنبیل نیز مانند سایر سایت‌های فروشگاه‌هایی به تولید محتوای مناسب در حوزه‌های مختلف روی آورده است تا بتواند از این طریق مشتریان و کاربران سایت خود را راهنمایی کند و به آنها در انتخاب محصولات مورد نظرشان کمک بیشتری کند.

زنبیل دارای نشان عالی سرآمد خدمات الکترونیکی از جشنواره بین‌المللی رسانه‌های دیجیتال وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌باشد. همچنین تندیس نقره‌ای جشنواره ملی برند برتر انجمن ملی حمایت از مصرف‌کنندگان را نیز دریافت کرده است.

مزایایی که فروشگاه آنلاین زنبیل برای کاربران و مشتریان خود در نظر گرفته است:

- تحویل فوری سفارشات در مدت ۳ ساعت برای شهر تهران
- ضمانت خرید در بازه زمانی ده روزه
- تولید محتوای مفید در بخش وبلاگ برای معرفی محصولات
- درج قیمت پایین تر نسبت به سایر فروشگاه‌ها برای کالاها و محصولات
- پشتیبانی خوب و پیگیری سریع (قبل از خرید و بعد از آن)
- امکان پرداخت در محل
- ارائه تخفیف‌های ویژه و لحظه‌ای برای مشتریان و کاربران
- خدمات پس از فروش مناسب به مشتریان
- پیگیری آخرین وضعیت ارسال سفارشات به مشتریان
- عضو سازمان نظام صنفی رایانه‌ای کشور
- چتر حمایتی زنبیل
- رابط کاربری ساده با دسته بندی‌های مشخص برای دسترسی راحت تر مشتریان و کاربران
- تضمین بهترین قیمت و کیفیت برای کالاها و محصولات که در این سایت عرضه می‌شود

معایب فروشگاه آنلاین زنبیل

- ریسپانسیو نبودن سایت
- نداشتن پشتیبانی آنلاین در سایت
- عدم برخورداری از اپلیکیشن مناسب برای تلفن همراه
- رابط کاربری و تجربه کاربری ضعیف
- کم بودن تخفیفات ویژه و دوره‌ای برای مشتریان و کاربران
- عدم خلاقیت و نوآوری در طراحی CTA ها
- عدم برخورداری از سیستم وفادارسازی مشتریان و کاربران

تکنولوژی استفاده شده برای پیاده سازی فروشگاه آنلاین زنبیل

تکنولوژی استفاده شده برای پیاده سازی فروشگاه آنلاین زنبیل شامل زبان php و فریم ورک AngularJS می‌شود.

همکاری فروشگاه آنلاین زنبیل با برندهای مختلف

فروشگاه آنلاین زنبیل با همکاری ویژه با برندهای مختلفی مانند: تشک رویال، خوشخواب، سامسونگ، اسنوا، TCL، LG و... محصولات مورد نیاز کاربران و مشتریان خود را تأمین می‌کند و در اختیار آنها قرار می‌دهد.

اکالا

فروشگاه اینترنتی اکالا به شرکت گلرنگ وابسته است. شرکت گلرنگ در سال‌های اخیر فروشگاه‌های زنجیره‌ای افق کوروش را در شهرهای مختلف ایران راه‌اندازی کرده است. این شرکت در سال ۹۶ تصمیم گرفت تا فعالیت خود را گسترش دهد و به صورت آنلاین نیز محصولات و خدمات خود را به مشتریان و کاربران اینترنتی ارائه دهد. درست است که زمان کمی از راه‌اندازی این شرکت می‌گذرد؛ اما به دلیل این که از استانداردهای لازم برخوردار است کاربران زیادی را به خود جذب کرده است و توانسته است به راحتی جزو ۱۰ فروشگاه اینترنتی برتر سال ۹۹ قرار بگیرد.

اکالا یا فروشگاه آنلاین افق کوروش، جزو پربازدیدترین و برترین فروشگاه‌های آنلاین کشور به شمار می‌رود که دارای رتبه الکسای 130 می‌باشد و از جمله موفق‌ترین فروشگاه‌های آنلاین ایران محسوب می‌شود.

محصولات و خدماتی که فروشگاه اینترنتی اکالا به کاربران و مشتریان خود عرضه می‌کند، دارای گستردگی و تنوع بسیاری از جمله محصولات غذایی، پوشاک، ابزار و ملزومات، وسایل آرایشی و بهداشتی، لوازم الکتریکی و سایر موارد است که می‌تواند نیازهای روزمره افراد را به راحتی رفع کند.

شرکت افق کوروش در سال ۹۳ برای اولین بار وارد صنعت خرده‌فروشی شد و بعد از گذشت دو سال به عنوان بزرگترین خرده‌فروشی زنجیره‌ای در کشور شناخته شد. در حقیقت این شرکت توانست با ورود به صنعت خرده‌فروشی به طور کلی آن را دچار تغییر و تحول کند. در سال ۹۶ نیز به فکر راه‌اندازی وب‌سایتی برای ارائه خدمات و فروش اینترنتی به کاربران و مشتریان آنلاین خود در شهر تهران شد. در ادامه راه نیز با طراحی یک اپلیکیشن برای وبسایت خود، فعالیت خود را در این حوزه گسترش داد.

اپلیکیشن افق کوروش یا اکالا

یکی از بهترین ویژگی‌های اپلیکیشن افق کوروش یا اکالا این مورد است که این امکان را به کاربران خود می‌دهد تا بتوانند محصولات یا خدمات مورد نظر خود را با صوت و یا اسکن بارکد محصول، به راحتی پیدا کند. همچنین این اپلیکیشن به کاربران این امکان را می‌دهد تا لیست خرید خود را به وجود بیاورند و به آنها اجازه می‌دهد تا محصولات و خدمات مورد نظر خود را به این لیست اضافه کنند و یا از آن حذف کنند و در زمانی که مشتریان و کاربران تصمیم به خرید این محصولات گرفتند، لیست تشکیل شده را خریداری کنند.

از جمله ویژگی‌های دیگر این اپلیکیشن می‌توان به خدمات پرداخت آنلاین مانند مدیریت کیف پول، بسته‌های اینترنتی، شارژ موبایل، پرداخت قبوض اشاره کرد.

رابط کاربری فروشگاه اینترنتی اکالا

از ویژگی‌های وب سایت فروشگاه اینترنتی اکالا نیز می‌توان به این موارد اشاره کرد که این وب سایت یک رابط کاربری ساده اما کارآمد دارد که به کاربران و بازدیدکنندگان خود این اجازه را می‌دهد تا به راحتی با آن ارتباط برقرار کنند و نیاز خود را رفع کنند. در واقع این وب سایت به کاربران و مشتریان خود این امکان را می‌دهد که به راحتی محصول مورد نظر خود را از بین تنوع محصولات پیدا کنند و به خرید آن اقدام نمایند.

ویژگی جالبی که فروشگاه آنلاین اکالا از آن برخوردار است و این وبسایت را منحصر به فرد کرده است؛ این است که کاربران و مشتریان می‌توانند با مشخص کردن لوکیشن خود، نزدیکترین فروشگاه زنجیره‌ای افق کوروش را پیدا کنند و محصولات و کالاهایی که این فروشگاه عرضه می‌کند را به راحتی مشاهده کنند و به خرید کالا و یا محصول مورد نظر خود اقدام نمایند.

از دیگر ویژگی‌های وب سایت فروشگاه افق کوروش یا اکالا می‌توان به در نظر گرفتن تخفیف‌هایی تا سقف ۵۰ درصد، ارسال سریع و تحویل رایگان محصولات و کالاها به مشتریان و ضمانت بازگشت محصولات در صورت نارضایتی مشتریان اشاره کرد.

بلاگ فروشگاه آنلاین اکالا

فروشگاه آنلاین اکالا دارای یک بلاگ است که کاربران و مشتریان می‌توانند با مراجعه به آن توضیحات جامع و کاملی را در رابطه با روش‌های انجام خرید آنلاین مشاهده کنند و با استفاده از این توضیحات خرید راحت‌تر و آسان‌تری را تجربه نمایند. در این بخش توضیحاتی در رابطه با خدمات پرداخت آنلاین مانند کیف پول آنلاین نیز برای مشتریان و کاربران ارائه شده است که می‌توانند با مطالعه این بخش از این ویژگی نیز در سایت فروشگاه افق کوروش بهره‌مند شوند.

ویژگی های فروشگاه آنلاین اکالا

- ریسپانسیو وب سایت فروشگاه افق کوروش
- سادگی در فرایند ثبت نام و خرید برای کاربران و مشتریان
- استفاده از یک رابط کاربری ساده و کارآمد
- استفاده از لوکیشن کاربران برای ارتباط برقرار کردن با نزدیکترین فروشگاه افق کوروش
- سرعت بسیار بالای وب سایت
- برخورداری از اپلیکیشن موبایلی برای بیشتر کردن تعامل مشتریان با این وب سایت

- دسته بندی مناسب محصولات در سایت
- برخورداری از قابلیت تماس تلفنی برای ثبت سفارشات مشتریان
- دارای ضمانت بازگشت کالا در صورت نارضایتی مشتریان
- ارسال سریع و به موقع و تحویل رایگان محصولات به مشتریان
- برخورداری از نماد تجارت الکترونیک
- ارائه تخفیفات مناسب تا سقف ۵۰ درصد در بازه‌های زمانی مشخص به مشتریان و کاربران
- عضو اتحادیه کشوری کسب و کارهای مجازی و آنلاین

معایب فروشگاه آنلاین افق کوروش یا کالا

- این وب سایت برای تمام ایران در دسترس نیست و خدمات‌دهی آن محدود به مناطق خاصی می‌باشد
- اکالا از سیستم وفادارسازی مشتریان برخوردار نمی‌باشد
- بعضی مواقع در زمان پیدا کردن لوکیشن کاربران دچار اشتباه می‌شود
- در شبکه‌های اجتماعی فعالیت کمی دارد
- در وبسایت فروشگاهی افق کوروش با این که بعضی از دستگاهها تعریف شده‌اند اما کالاهایی که باید در این دسته‌ها قرار بگیرند هنوز در حالت ناموجود قرار گرفته‌اند.

همکاری ویژه وب سایت اوکالا برندهای

وب سایت فروشگاهی افق کوروش یا اکالا با برندهایی مانند پپسی، مزمز، نانسی، اکتیو، اوپلا، اوه، بلوط و غیره برای تامین محصولات و کالاهای موجود در وبسایت خود همکاری ویژه دارد.

فروشگاه اینترنتی کالا

این فروشگاه آنلاین نیز یکی از بهترین و برترین فروشگاه‌های آنلاین ایران در سال ۹۹ محسوب می‌شود که با همکاری دو شرکت تجارت الکترونیک پارسیان و شرکت گسترش تجارت الکترونیکی کالای کیش راه اندازی شده است. اصلی‌ترین هدفی که این فروشگاه آنلاین آن را دنبال می‌کند، کمک کردن به تولیدکنندگان داخلی و حمایت از آنها است.

همچنین با تأمین کنندگان و عرضه کنندگان کالا در ایران نیز همکاری نزدیکی دارد. در حقیقت فروشگاه آنلاین کالا به عنوان یک مارکت پلیس شناخته می‌شود که محصولات گوناگون و متنوعی را به کمک تأمین کنندگان و عرضه کنندگان محصولات ایرانی به کاربران و مشتریان خود عرضه می‌کند.

از جمله ویژگی‌های جالب این فروشگاه آنلاین، محصولات متنوع و گسترده‌ای است که با قیمت مناسب و کیفیت عالی و بی نظیر در دسته بندی‌های مختلف در اختیار مشتریان قرار گرفته است. فروشگاه آنلاین کالا نیز با ارائه تخفیف‌های ویژه برای کاربران و مشتریان خاص خود، ارسال سریع و به موقع سفارشات به مشتریان و ضمانت مرجوعی کالا در صورت نارضایتی مشتریان بدون در نظر گرفتن شرایط سخت، توانسته است نظر مثبت کاربران و مشتریان خود را جلب نماید.

تولید محتوای مفید و جذاب برای کاربران

نکته قابل توجهی که در مورد فروشگاه آنلاین کالا وجود دارد این است که این فروشگاه به تولید محتوای مفید و جذاب برای کاربران و مشتریان خود در بخش مگ پرداخته است. این فروشگاه تمام تلاش خود را کرده است تا با استفاده از تولید محتوای غنی و با کیفیت و ارائه راهنمای خرید به کاربران خود، مشتریان بیشتری را به وب سایت خود جذب کند. در واقع بخش بلاگ در فروشگاه‌های آنلاین یکی از بخش‌های ضروری محسوب می‌شود که متأسفانه بیشتر فروشگاه‌های آنلاین ایرانی به آن دقت زیادی نمی‌کنند.

فروشگاه اینترنتی کالا تمام تلاش خود را کرده است که بخشی در وبسایت خود به وجود بیاورد که شباهت زیادی به بخش مگ دیجی کالا دارد. این فروشگاه در این بخش محتواهای کاربرپسند و قوی تولید می‌کند. این موضوع باعث شده است تا کاربران زیادی به این وبسایت جذب شوند. اما هنوز نمی‌توان به راحتی مشخص کرد که این بخش در فروشگاه آنلاین کالا می‌تواند به اندازه دیجیکالا موفق باشد یا خیر.

هدف اصلی

همانطور که در قسمت‌های بالاتر عنوان شده است فروشگاه اینترنتی کالا با همکاری دو شرکت تجارت الکترونیکی کالای کیش و شرکت تجارت الکترونیکی پارسیان یا تاپ، برای توسعه اقتصاد کشور به راه اندازی این وب سایت فروشگاهی اقدام کرده‌اند. در واقع هدف اصلی این دو شرکت از راه اندازی این فروشگاه آنلاین، توسعه اقتصادی می‌باشد. راهبرد اصلی فروشگاه آنلاین کالا به عنوان یک بازار مجازی اینترنتی کمک به تولیدکنندگان ایرانی، عرضه کنندگان و تأمین کنندگان کالای ایرانی است.

این فروشگاه با فراهم کردن یک بستر مناسب و فضایی سالم و رقابتی برای تولیدکنندگان و تأمین کنندگان این امکان را به آنها داده است تا بتوانند به صورت مستقیم و بدون هیچ واسطه‌ای محصولات خود را به کاربران و مشتریان عرضه کنند.

مشکلات مختلفی مانند آلودگی هوا، ترافیک شهری، وجود محصولات و کالاهای قاچاق و بی کیفیت در بازار و همچنین قیمت‌های نجومی و غیر واقعی محصولات که همگی امروزه شاهد آنها هستیم؛ مواردی محسوب می‌شوند که توانسته اند اهمیت وجود این فروشگاه را به خوبی نشان دهند. زیرا فروشگاه آنلاین کالا به دلیل عرضه محصولات و کالاهای با کیفیت و اصل و با قیمتی مناسب به صورت آنلاین و مجازی توانسته است به

مقدار زیادی از کاربران و مشتریان خود را از مواجهه با چنین مشکلات و معضلاتی دور نگه دارد.

مهمترین قوانین و اصولی که فروشگاه اینترنتی کالا

امروزه عموم مردم هر چه بیشتر که با فروشگاه‌های آنلاین و فرهنگ خرید اینترنتی آشنا می‌شوند، تمایل بیشتری به تأمین نیازهای روزمره خود از این روش نشان می‌دهند. این موضوع باعث شده است تا فروشگاه‌های آنلاینی مانند کالا با احترام به این حق مشتریان، محصولاتی با اصالت و با قیمتی مناسب که دارای گارانتی و خدمات پس از فروش نیز می‌باشند را به کاربران و مشتریان خود عرضه کنند.

از جمله مهمترین قوانین و اصولی که فروشگاه اینترنتی کالا از آن پیروی می‌کند جلب رضایت مشتریان و کاربران است. در حقیقت فروشگاه آنلاین کالا باور دارد که با ارائه بهترین و با کیفیت‌ترین محصولات و خدمات اینترنتی به کاربران و مشتریان خود می‌تواند تجربه یک خرید اینترنتی اطمینان بخش و مناسب را برای آنها به وجود بیاورد. این موضوع باعث شده است تا فروشگاه اینترنتی کالا جایگاه مناسبی را در بین خریداران اینترنتی پیدا کند.

مزایا و ویژگی‌های فروشگاه آنلاین کالا

- برخورداری از اپلیکیشن مخصوص گوشی‌های تلفن همراه
- سادگی در فرآیند خرید برای مشتریان و کاربران
- برخورداری از رابطه کاربری منحصر به فرد و زیبا
- ایجاد تجربه کاربری مناسب برای مشتریان
- ارائه تخفیف‌های ویژه برای کاربران اپلیکیشن مخصوص تلفن همراه
- مشاهده دسته بندی محبوب ترین‌ها، پرفروش‌ترین‌ها و جدیدترین‌ها در وب سایت فروشگاه
- جستجوی هوشمندانه و سریع در وب سایت
- تحویل و ارسال فوری و اکسپرس محصولات به مشتریان
- ارسال رایگان سفارشات که ارزشی بیشتر از ۸۰ هزار تومان دارند
- ارائه تخفیف‌های طلایی و ویژه به تمامی کاربران و مشتریان
- تضمین بهترین کیفیت و کمترین قیمت برای محصولات و کالاهایی که در فروشگاه عرضه می‌شود
- برخورداری از CTA های جذاب در صفحه اول وب سایت
- نمایش صحیح سایت در تبلت و موبایل
- راحتی در بازپس گیری محصولات و کالاها در صورت نارضایتی مشتریان

معایب فروشگاه آنلاین کالا

- بعضی از محصولات ضروری و پرترفدار با این که دسته بندی آنها مشخص شده است؛ اما در حالت ناموجود قرار گرفته‌اند.
- دسته بندی محصولات بیش از حد شلوغ است
- قرار گرفتن بی مورد دسته بندی محصولات در انتهای تمام صفحات وب سایت
- عدم امکان پیگیری دقیق وضعیت سفارشات توسط مشتریان و کاربران
- پاسخگویی تنها در روزهای غیر تعطیل از ساعت ۸ صبح تا ۴ بعد از ظهر

فروشگاه اینترنتی چاره

این فروشگاه اینترنتی به دلیل این که محصولات متنوع و گسترده‌ای را به مشتریان و کاربران خود عرضه می‌کند، در بین کاربران اینترنتی معروف است. در حقیقت این فروشگاه اهمیت بسیار زیادی به تنوع و گوناگونی کالاها و محصولات که عرضه می‌کند، می‌دهد. همیشه در ابتدای صفحه این سایت می‌توان عددی را دید که بر تنوع بالای محصولات در این فروشگاه اشاره دارد.

این عدد که تنوع محصولات فروشگاه اینترنتی چاره را نشان می‌دهد تا زمانی که فروشگاه اینترنتی دیجی کالا رشد قابل توجهی نکرده بود به عنوان یک مزیت منحصر به فرد و عالی محسوب می‌شد. اما امروزه یک ضعف برای این وب سایت فروشگاهی محسوب می‌شود.

فروشگاه آنلاین چاره یکی از قدیمی‌ترین فروشگاه‌های آنلاین ایران به شمار می‌رود که محصولات و کالاهای خود را به وسیله ماشین‌هایی که بر روی آنها برند چاره درج شده است به مشتریان تحویل می‌دهد. از یک منبع نامعتبر در رابطه با فروشگاه آنلاین چاره چنین نقل شده است که این فروشگاه به دلیل این که تلاش می‌کند تا رشد بزرگی را برای خود رقم بزند، قیمت محصولات و کالاهای خود را شکسته است و به صورت هماهنگ محصولات و کالاهای خود را از تأمین کنندگان و فروشندگان دیجی تأمین می‌کند. در نهایت فروشگاه آنلاین چاره در مرحله‌ای از رشد متوقف شده است و همچنان در همان مرحله کار خود را ادامه می‌دهد.

مدت ها پیش فروشگاه آنلاین چاره مثل وب سایت shop.ir به عنوان یکی از برترین و بهترین فروشگاه‌های آنلاین محسوب می‌شد و فرآیند خرید از این وب سایت برای کاربران و مشتریان بسیار جذاب بود. اما با پیشرفت فروشگاه اینترنتی دیجی کالا این وب سایت فروشگاهی نیز مانند بسیاری دیگر از رقیبان، توانایی تأمین نیازهای کاربران و مشتریانی که انتظارشان از خرید آنلاین و اینترنتی بالا رفته بود را نداشت.

مزایا و ویژگی های فروشگاه آنلاین چاره

- احترام به مشتری و خواسته‌های او
- کاربردی بودن بیشتر محصولات و کالاهایی که در این وب سایت عرضه می‌شود
- بالا بودن تنوع و گوناگونی محصولات و کالاها نسبت به وب سایت‌های فروشگاهی رقیب و همسطح

- برخورداری از اپلیکیشن مخصوص گوشی‌های تلفن همراه هوشمند
- ارسال و پیگیری محصولات ثبت شده
- برخورداری از سوپرمارکت آنلاین
- دوری کاربران از آلودگی هوای شهر
- کوتاه‌ترین راه بین مشتریان و تولید کنندگان معتبر کالاهای داخلی (بدون واسطه)
- پایان هدر دادن وقت و زمان و دوری از فشارهای عصبی در ترافیک‌های شهری
- انتخاب و خرید راحت محصولات و کالاهای مورد نیاز کاربران و مشتریان
- آسودگی خاطر از قیمت‌ها
- صرفه جویی کردن در هزینه‌ها
- پایان بی اعتمادی به فروشندگان محصولات و عرضه کنندگان کالاهای داخلی
- ارتباط مشتریان با خدمات پس از فروش کلیه محصولات و کالاهایی که در این وبسایت به فروش می‌رسند
- خرید محصولات و کالاهای متنوع و گوناگون که در نقاط مختلف یک شهر به فروش می‌رسند به صورت یکجا در یک زمان از خانه و یا محل کار کاربران و مشتریان
- امکان مقایسه محصولات و کالاهای مشابه که توسط برندهای مختلف تولید شده‌اند
- امکان پرداخت آنلاین و الکترونیکی
- حمایت و پشتیبانی از مشتریان و کاربران قبل از خرید و بعد از آن
- امکان خرید و ارسال هدایا توسط کاربران به فرد مدنظرشان بدون اتلاف وقت

معایب فروشگاه آنلاین چاره

- بالا بودن قیمت محصولات و کالاهایی که در این فروشگاه اینترنتی عرضه می‌شود
- نسبت به وب سایت‌های فروشگاه‌های رقیب و همسطح
- برخورداری از تکنولوژی ریسپانسیو در سایت فروشگاه‌های چاره
- مشخص نکردن بخش محصولات پرفروش و جدید
- عدم امکان پیگیری سفارشات برای مشتریان و کاربران
- خسته کننده و قدیمی بودن رابط کاربری وب سایت
- پیچیدگی در زمان عضویت و خرید برای کاربران و مشتریان
- بخش معرفی محصولات و کالاها در وب سایت فروشگاه‌های، اطلاعات کمی را در اختیار کاربران و مشتریان قرار می‌دهد
- بخشی برای به اشتراک گذاشتن تجربه کاربری بعد از استفاده از محصولات توسط کاربران و مشتریان وجود ندارد
- دسته خاصی برای کالاهای تخفیفی در سایت مشاهده نمی‌شود

فروشگاه آنلاین چاره به دلیل برخورداری از تنوع بسیار بالا در کالاها و محصولات و مشتریانی که به مشتریان و کاربران خود عرضه می‌کند و ارسال دقیق و به موقع محصولات به مشتریان، کاربران بسیار زیادی را به خود جذب نموده است. این وب سایت فروشگاه‌های مانند یک مجتمع تجاری عمل می‌کند که در هر قسمت آن محصولی به فروش می‌رسد. هدف اصلی فروشگاه آنلاین چاره ارتباط مستقیم و بدون واسطه تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان محصولات داخلی با مصرف‌کنندگان و خریداران می‌باشد.

برخی از تأمین‌کنندگان و عرضه‌کنندگان محصولات در وب سایت فروشگاه‌های چاره

برخی از تأمین‌کنندگان و عرضه‌کنندگان محصولات و کالاهای داخلی که در وب سایت فروشگاه‌های چاره بی واسطه و به صورت مستقیم با خریداران و مصرف‌کنندگان در ارتباط هستند، عبارتند از: آرتیزان، آرمین درمان، آسان تجارت، آلمان، آنی، آنیل، آنیک، آکام ایلنور پارس، آی سرو، آی سودا، ابزار سرا و...

فروشگاه آنلاین بروز کالا

در سال ۱۳۸۰ مجموعه سیگنال با در نظر گرفتن ارائه کالاهای دیجیتالی اقدام به راه اندازی این وب سایت فروشگاه‌های نمود. اما با گذشت سالها توانست با استفاده از پشتیبانی قوی و کارشناسان مجرب و حرفه‌ای، خدماتی با کیفیت به کاربران و مشتریان خود ارائه کند و بعد از آن برای عرضه محصولات و کالاها با شرایط بهتر و مناسب‌تر به کاربران و مشتریان خود، به راه اندازی وب سایت فروشگاه‌های با نام تجاری بروز کالا اقدام کرده‌اند. در حقیقت هدف اصلی راه اندازی این وب سایت فروشگاه‌های خدمت‌رسانی مناسب و کامل به کاربران و مشتریان می‌باشد.

مدیریت مجموعه سیگنال تمام تلاش خود را برای به وجود آوردن فضایی امن برای خرید اینترنتی مشتریان و کاربران خود و همچنین راحتی در فرایند خرید و دریافت کالا کرده است. اقدامات این مجموعه باعث شده است تا مشتریان و کاربران این وبسایت با خیالی آسوده و در کمال آرامش، کالا و محصول مورد نیاز خود را با خرید اینترنتی و پرداخت آنلاین و یا پرداخت در محل تهیه نمایند و کمترین وقت و زمان را برای تأمین نیاز خود صرف کنند.

سایت فروشگاه‌های بروز کالا به صورت اختصاصی در زمینه فروش کالاهای دیجیتالی از جمله موبایل، تبلت، لپ‌تاپ، لوازم جانبی محصولات دیجیتالی و... در حال فعالیت است.

مزایا و ویژگی‌های فروشگاه آنلاین بروز کالا

- مشاوره رایگان قبل از خرید محصولات دیجیتالی به کاربران و مشتریان
- سادگی در فرایند خرید محصولات و کالاهایی که در این وب سایت فروشگاه‌های عرضه می‌شود

- ارائه تخفیف‌های روزانه و یا دوره‌های به کاربران و مشتریان وب سایت
- کسب و برخورداری از نمادهای اعتماد الکترونیکی و مجوزهای لازم برای فعالیت به عنوان یک فروشگاه اینترنتی معتبر
- سرعت بالای صفحه وب سایت
- کیفیت بالای محصولات و کالاهایی که در این وب سایت به فروش می‌رسند
- گارانتی بازگشت وجه و عودت کالا و محصولات در صورت نارضایتی مشتریان
- ارسال سریع و به موقع و بدون تأخیر سفارشات به مشتریان
- تنوع بسیار بالا در محصولات و کالاهایی که در این وب سایت در اختیار مشتریان و کاربران قرار می‌گیرد
- امکان تست ۷ روزه محصولات و کالاها برای مشتریان
- امکان ارسال محصولات و سفارشات به تمام نقاط ایران
- پشتیبانی عالی از طریق تلفن ثابت
- امکان پرداخت در محل برای مشتریان
- بسته بندی زیبا و مناسب محصولات و کالاها در زمان تحویل به مشتریان
- ضمانت اصل بودن کالا
- تحویل اکسپرس سفارشات به خریداران
- تضمین بهترین قیمت برای محصولات و کالاهایی که در این وب سایت فروشنده می‌شود.

معایب فروشگاه آنلاین بروز کالا

- عدم برخورداری از اپلیکیشن مخصوص گوشی‌های تلفن همراه
- خسته کننده و شلوغ بودن رابط کاربری برای مشتریان و کاربران
- عدم برخورداری از جذابیت صفحات وب سایت

همکاری ویژه وب سایت فروشگاه‌های بروز کالا با برندهای مختلف

فروشگاه اینترنتی بروز کالا با برندهای مختلفی مانند سامسونگ، ال جی، ایکس ویژن، تسکو، بنکیو، تراست، کینگستون، xfx و همکاری ویژه‌ای دارد و بیشتر محصولات و کالاهایی که در این وب سایت فروشنده می‌شود در اختیار کاربران و خریداران قرار می‌گیرند، از این برندها هستند.

کالاوما

در سال ۹۷ فروشگاه آنلاین کالاوما با همکاری سرمایه گذارانی با تجربه راه اندازی شد تا با هدف توسعه رفاه حال خریداران و کاربران اینترنتی، به آنها خدمت رسانی کند. این مجموعه با کمک جوانان باهوش، با تجربه و مستعد، در تلاش است تا فرایند خرید

محصولات و کالاها را به صورت اینترنتی برای کاربران و مشتریان در تمام نقاط کشور آسان‌تر کند.

همانگونه که می‌توان از شعار فروشگاه اینترنتی کالاوما متوجه شد، اصلی‌ترین هدفی که این وب سایت فروشگاه‌گاهی به دنبال آن است به وجود آوردن تجربه یک خرید لذت بخش برای کاربران و مشتریان خود می‌باشد. از اولین سالی که این مجموعه راه اندازی شده است تا به امروز تمام اقدامات و فعالیت‌های این مجموعه تنها برای جلب رضایت کاربران و مشتریان صورت گرفته است.

فروشگاه آنلاین کالاوما برای بیشتر محصولات و کالاهایی که در اختیار کاربران و مشتریان خود قرار می‌دهد مانند لوازم دیجیتال، لوازم آشپزخانه، لوازم خانه، مد و پوشاک و سایر محصولات که در این وبسایت عرضه می‌شوند؛ ضمانت اصالت محصول و همچنین شرایط بازگشت کالا در بازه زمانی ۷ روزه در صورت نارضایتی کاربران و مشتریان در نظر گرفته است.

در واقع این فروشگاه آنلاین با این کار توانسته است به میزان زیادی مورد اعتماد بودن خود را به کاربران و مشتریان خود نشان دهد. این مجموعه تمام تلاش خود را می‌کند تا روز به روز عملکردی بهتر از خود نشان دهد تا مشتریان و کاربران بتوانند با خیالی آسوده و با اطمینان یک انتخاب آگاهانه و درست داشته باشند که در آخر به خرید محصول از این فروشگاه منجر شود.

ارائه اطلاعات محصولات در کالاوما

فروشگاه اینترنتی کالاوما اطلاعات مربوط به محصولات و کالاهای موجود در این وب سایت را بی‌طرفانه و صادقانه در اختیار کاربران و مشتریان خود قرار می‌دهد. در واقع ارائه بهترین و با کیفیت‌ترین محصولات و رقابتی‌ترین قیمت‌ها را برای کالاهایی که در وبسایت خود عرضه می‌کند از وظایف مهم و اصلی خود می‌داند. این فروشگاه اینترنتی در حقیقت به عنوان یک بستر برای تمام کاربران و مشتریان در سراسر ایران به شمار می‌رود که این امکان را به افراد می‌دهد تا برای خریداری هر کالا یا محصولی با یک سرچ ساده، بهترین انتخاب و بهترین قیمت را در اختیار داشته باشد.

هدف کلی

فروشگاه اینترنتی کالاوما به مشتری مداری و احترام به حقوق مصرف‌کنندگان توجه ویژه نشان می‌دهد و از هیچ تلاش و اقدامی در این رابطه کوتاهی نمی‌کند. هدف کلی این سایت فروشگاه‌گاهی بر مبنای سیاست برد-برد سایت و مشتری قرار گرفته است.

در واقع این وب سایت فروشگاه آنلاین می‌کند تا سیاست‌ها و قوانین خود را در حوزه فروش و عرضه کالاها به صورتی برنامه‌ریزی کند که خریداران و مشتریان در وهله اول اطلاعات کافی در رابطه با محصولات و کالاهایی که در این وب سایت عرضه می‌شود به دست بیاورد و با دید بازتری اقدام به انتخاب محصول مورد نظرشان کنند و اگر قصد خرید آن محصول را پیدا کردند؛ در مرحله دوم بهترین قیمت را در اختیار مشتریان و

کاربران خود قرار می‌دهد. آخرین مرحله زمانی است که کاربر و مشتری محصولی را که انتخاب کرده است با بهترین قیمت خریداری کند و آن را تحویل بگیرد.

به خاطر همین موضوعات است که سایت فروشگاهی کالاوما در تلاش است تا عملکرد مناسبتر و بهتری نسبت به روزهای گذشته خود داشته باشد. معرفی کالاها و محصولات که از مرغوبترین و با کیفیتترین برندها تولید شده‌اند، تولید محتوای تخصصی و بی طرفانه برای معرفی محصولات خود، ارائه رقابتی‌ترین و بهترین قیمت‌ها نسبت به سایر وب سایت‌های فروشگاهی رقیب و هم سطح، از مهمترین وظایفی است که این فروشگاه اینترنتی برعهده گرفته است.

کارشناسان کالاوما تلاش می‌کنند تا هر روز ابزارهای آنلاین بیشتری را برای عرضه محصولات و کالاها در اختیار مشتریان و کاربران خود قرار دهند؛ تا در زمان مقایسه و ارزیابی محصولات مورد نظرشان انتخابی آگاهانه و مناسب داشته باشند.

ویژگی‌ها و مزایای فروشگاه اینترنتی کالاوما

- ارسال رایگان محصولات و سفارشات به سراسر ایران
- عرضه محصولات و کالاهایی که دارای گارانتی معتبر می‌باشد
- تمامی محصولات که در این وبسایت به فروش می‌رسند دارای ۷ روز ضمانت تعویض و بازگشت کالا می‌باشند
- برخورداری از رابط کاربری مناسب برای وب سایت
- ایجاد دسته بندی‌های جداگانه برای کالاها و محصولات که دارای تخفیف هستند
- ارائه تخفیفات ویژه روزانه و یا مناسبتی و ماهانه برای کاربران و مشتریان
- برخورداری از خدمات پرداخت الکترونیکی

- برخورداری از پرداخت درب منزل تا سقف ۳ میلیون تومان



فروشگاه اینترنتی تک سبد

فروشگاه اینترنتی تک سبد

از آنجایی که فروشگاه‌های آنلاین برای جلب کاربران و مشتریان بیشتر، اقدام به ارائه و عرضه کالاها و محصولات به صورت طرح‌های مختلف و یا تخفیف‌های متنوع و گوناگون می‌کنند؛ این موضوع موجب شده است تا یک رقابت در بین آنها به وجود بیاید. فروشگاه اینترنتی تک سبد نیز با ایجاد (طرح ماندگار) در وبسایت فروشگاهی خود، موجب شده است تا فروشندگان و تولید کنندگان کالاهای داخلی بستری مناسب را برای معرفی و عرضه محصولات خود در این فروشگاه به دست بیاورند.

در این طرح اطلاعات فروشنده یا تولید کننده و آدرس آن به صورت مادام العمر در بخشی از وب سایت فروشگاه درج می‌شود و هیچ محدودیت زمانی برای حذف اطلاعات آن وجود ندارد.

هزینه معرفی هر کالا یا محصول بدون در نظر گرفتن هزینه عکاسی از آنها ۵۰۰ هزار تومان در نظر گرفته شده است. در نتیجه تولیدکنندگان و عرضه کنندگان کالاها و محصولات می‌توانند در این قسمت محصول و کالاهایی که عرضه می‌کنند را به وسیله فروشگاه آنلاین تک سبد به مشتریان و خریداران خود معرفی کنند و از این روش برای فروش بی واسطه محصولات خود استفاده کنند.

اطلاعات قابل درج تولیدکنندگان و فروشندگان محصولات و کالاهای داخلی در صفحه محصول

این اطلاعات شامل موارد زیر می‌شود:

- نام و برند تولید کننده
- شماره‌های تماس
- لینک سایت اینترنتی
- آدرس شرکت مرکز تولیدی یا کارخانه
- توضیحات تأمین کنندگان و تولیدکنندگان در رابطه با محصولات و کالاهای خود طبق شرایط و مقررات فروشگاه

فروشگاه اینترنتی تک سبد نیز مانند سایر فروشگاه‌های اینترنتی اقدام به عرضه و فروش محصولات و کالاهای متنوع می‌کند. اما با در نظر گرفتن این بخش در وب سایت خود باعث شده است علاقه مندان و فروشندگان دیگری که می‌توانند محصولاتی با کیفیت و با قیمتی مناسب را در اختیار خریداران قرار دهند، بی واسطه به فروش محصولات خود اقدام کنند.

به این صورت که تأمین کنندگان و عرضه کنندگان محصولات برای اینکه بتوانند محصولات خود را در این سایت در به خریداران و کاربران عرضه کنند، باید ابتدا با معرفی محصول خود به کارشناسان این فروشگاه تأییدیه گروه فنی و کیفیت فروشگاه تک سبد را به دست بیاورند. سپس با در نظر گرفتن شرایط و مقررات این سایت محصولات آنها درون سایت قرار می‌گیرد تا کاربران و مشتریان بتوانند در صورت تمایل به راحتی از آنها استفاده کنند.

قوانین فروشگاه اینترنتی تک سبد برای عرضه محصولات در این فروشگاه

- دارا بودن تعداد معقولی از کالاها و محصولات مورد نظر برای تأمین در کمترین زمان ممکن
- قیمت گذاری صحیح تأمین کننده و مصرف کننده با توافق فروشگاه
- کالای مورد نظر باید بدون هیچ مشکل و نقصی در اختیار مصرف کننده قرار بگیرد
- کالاهایی که در این فروشگاه توسط تأمین کنندگان عرضه می‌شوند باید با قوانین کشور مطابقت داشته باشند

نحوه خرید از فروشگاه اینترنتی تک سبد

طی کردن مراحل خرید از فروشگاه آنلاین تک سبد نیز مانند سایر فروشگاه‌های آنلاین است و تفاوت زیادی با آنها ندارد. کاربران و مشتریان ابتدا باید کالای مورد نظر خود را به وسیله جستجو کردن پیدا کنند و بعد از اطمینان حاصل کردن نسبت به کیفیت و قیمت مناسب آن، نیاز است که به پروفایل شخصی خود در وب سایت مراجعه کنند. اگر

کاربری برای اولین بار قصد خرید از این وب سایت فروشگاه را داشته باشد باید ابتدا در این وب سایت ثبت نام کند و حساب کاربری خود را فعال کند. بعد از آن تمامی محصولات و کالاهای مورد نظر خود را درون سبد خرید قرار دهند.

زمانی که کاربران و مشتریان به سبد خرید خود وارد می‌شوند، می‌توانند تمام محصولات و کالاهایی که انتخاب کردند را به همراه قیمت آنها مشاهده کنند. در انتهای صفحه فاکتوری به مشتریان ارائه می‌شود که درون آن قیمت هر کالا، مجموع قیمت با اعمال تخفیف در زمان خرید و هزینه ارسال به خوبی مشخص شده است. در این زمان کاربران و مشتریان می‌توانند با نهایی کردن خرید خود به صفحه پرداخت آنلاین بروند و هزینه خرید محصولات را بپردازند.

بعد از ثبت سفارش، کاربران می‌توانند با وارد کردن شناسه سفارش خود وضعیت ارسال کالای خود را پیگیری کنند و متوجه شوند که سفارشات آنها دقیقاً چه زمانی به دستشان خواهد رسید.

مزایا و ویژگی های فروشگاه اینترنتی تک سبد

- امکان پیگیری دقیق سفارشات و محصولات برای کاربران و مشتریان
- وجود تنوع بسیار زیاد کالا و محصولات در وبسایت
- ضمانت بهترین کیفیت و مرغوب‌ترین جنس برای کالاها و محصولات که در این وب سایت عرضه می‌شوند
- ضمانت بهترین قیمت برای محصولات

معایب فروشگاه اینترنتی تک سبد

- رابط کاربری بسیار ساده و شلوغ که باعث سردرگمی کاربران و مشتریان می‌شود.
- از بین کالاهای زیادی که در این وب سایت وجود دارند، بیشتر آنها در حالت ناموجود قرار گرفتند.

فروشگاه اینترنتی برنس مد

برند برنس حاصل یک تلاش خانوادگی است. از آنجایی که حوزه فعالیت خانواده شیرازی‌ها از گذشته تا کنون پوشاک و لباس بوده است، تصمیم گرفتند تا این وب سایت فروشگاه را برای گسترش فعالیت‌های خود راه اندازی کنند. در سال‌های گذشته اعضای این خانواده تغییرات و تجارب بسیار زیادی را در زمینه کسب و کار در حوزه‌های مختلف واردات، صادرات، فناوری و غیره به دست آوردند. اما در نهایت باز هم به سمت فعالیت خانوادگی خود بازگشتند و برند برنس را به عنوان اولین شتاب دهنده صنعت مد و پوشاک در کشور راه اندازی نمودند.

برند برنس در سال ۹۷ به صورت کاملاً تخصصی در حوزه تولید، عرضه و طراحی پوشاک زنانه و محصولات و اکسسوری های مرتبط با آن، امکان خرید آنلاین و حضوری را برای مشتریان و خریداران خود فراهم کرد. این برند در تلاش است تا بازارهای بین‌المللی را برای صادرات محصولات خود به سایر کشورها به دست بیاورد.

مهم‌ترین هدف برند برنس طراحی، تولید و عرضه پوشاک و اکسسوری هایی است که زنان در استایل های مختلف خود از آن استفاده می‌کنند. این برند فعالیت خود را در حوزه پوشاک به صورت عمده فروشی و خرده فروشی انجام می‌دهد و در حال حاضر تنها بر بازار پوشاک و لباس زنانه متمرکز شده است. اما در آینده قصد دارد تا فعالیت خود را در سایر بازارها نیز گسترش دهد.

فروشگاه اینترنتی برنس با به وجود آوردن فضایی که عملیات خرید و فروش محصولات مرتبط با استایل زنان در آن انجام می‌شود؛ یک پلتفرم اختصاصی برای تأمین، عرضه و صادرات پوشاک ایرانی و تأمین نیازهای مد و فشن گروه مصرف کننده خود یعنی بانوان وجود آورده است. در واقع این فروشگاه آنلاین با این کار توانسته است تجربه خرید بدون ریسک را برای مشتریان و کاربران خود فراهم کند.

ویژگی فروشگاه آنلاین برنس مد

از جمله ویژگی‌هایی که در این فروشگاه اینترنتی به چشم می‌خورد کیفیت پوشاک تولید شده متناسب با قیمت آن، به روز بودن خدمات، رفتار مناسب برند و خدمات پس از فروش مناسب، در دسترس بودن، برخورداری از یک خرید امن و بدون ریسک و.... می‌باشد.

لباس‌های تولید شده توسط این برند که در فروشگاه آنلاین آن نیز در اختیار کاربران و مشتریان قرار می‌گیرند؛ دارای قیمت و کیفیتی مناسب هستند. البته در این زمینه باید به این نکته اشاره کرد که ارزش محصولاتی که در این فروشگاه آنلاین عرضه می‌شوند از قیمت پرداختی آن‌ها بسیار بیشتر است.

برند برنس از همان ابتدا، فعالیت خود را در عرصه بین‌المللی آغاز کرده است و در حال حاضر دارای سه شعبه در تهران، دبی و استانبول می‌باشد. برند برنس نام تجاری خود را در سال ۱۳۹۷ ثبت کرده است و در معتبرترین نمایشگاه‌های پوشاک حضور پیدا کرده است تا بتواند شرایط لازم برای صادرات بین‌المللی پوشاک را به کشورهای دیگر فراهم کند. در حال حاضر این برند به کشورهای حاشیه خلیج فارس و کشور عراق صادرات پویا دارد و قرار است که به زودی اولین فروشگاه خود را در خلیج فارس افتتاح کند.

این مجموعه با عرضه لباس‌هایی با سبک‌های کلاسیک، اسمارت کژوال و همچنین ارائه انواع اکسسوری ها، مانند: کیف، کفش، شال و روسری یک مجموعه کامل برای خرید اینترنتی بانوان به شمار می‌رود. تمامی محصولاتی که در این فروشگاه اینترنتی به مشتریان و کاربران عرضه می‌شود، دارای تخفیفات بالا و جشنواره‌های فروش ویژه می‌باشد.

فروش ویژه در ایام کرونا

برند برنس به عنوان یکی از برترین تولید کنندگان پوشاک زنانه در داخل کشور فروش حضوری خود را به دلیل شیوع ویروس کرونا محدود کرده است و تنها با تماس تلفنی و به صورت فردی پذیرای مشتریان خود می‌باشد. فروشگاه‌های برنس علاوه بر وب سایت فروشگاه‌هایی که به عرضه محصولات می‌پردازد؛ در دو شعبه شمال شهر تهران (ظفر و ارتش) به صورت حضوری نیز از حضور مشتریان استقبال می‌کند.

سایت فروشگاه‌های برنس مد

این برند با برخورداری از یکی از فعال‌ترین و به روزترین سایت‌های فروشگاه‌های و همچنین داشتن تیم پشتیبانی قوی ۲۴ ساعته، اقدام به فروش محصولات خود به صورت آنلاین کرده است. این برند در وب سایت فروشگاه‌های خود جشنواره‌های مختلفی را برای کاربران و مشتریان خود در نظر گرفته است. همچنین ارسال سفارشات ثبت شده توسط مشتریان و تحویل آنها در کمترین زمان ممکن و با استفاده از سریع‌ترین روش‌های ارسال، به سراسر کشور انجام می‌شود.

مشتریان و کاربران می‌توانند این اطمینان را داشته باشند که محصولات و کالاهای مد نظر آنها با توجه به پروتکل‌های بهداشتی بسته بندی و ارسال می‌شود. این موضوع باعث شده است تا مشتریان با خیالی آسوده سفارشات خود را در این سایت فروشگاه‌های ثبت کرده و آنها را تحویل بگیرند.

برنس در شبکه‌های اجتماعی

برند برنس علاوه بر اینکه در فضای اینترنت دارای یک وب سایت فروشگاه‌های بسیار قوی و فعال می‌باشد؛ در فضای مجازی نیز فعالیت خود را به صورت قابل توجهی ادامه می‌دهد. صفحه اینستاگرام این برند دنبال کنندگان زیادی از رده‌های سنی مختلف جامعه را به خود جذب کرده است. در واقع این برند بسیار خوشحال است که توانسته است با فعالیت‌ها و اقدامات خود در بین بانوان ایرانی جایگاه خوب و مناسبی را به دست بیاورد و طرفداران زیادی را به خود جذب کند.

از آنجایی که اندازه نبودن لباس‌ها و درست نبودن سایز آنها به عنوان یک نگرانی برای خانم‌ها در زمان خرید اینترنتی محسوب می‌شود؛ این برند با ارائه یک جدول سایز بندی تخصصی و دقیق برای لباس‌هایی که تولید می‌کند، این نگرانی را از کاربران و مشتریان خود دور کرده است. در واقع مشتریان و کاربران این فروشگاه اینترنتی با مطالعه این جدول می‌توانند سایز و اندازه دقیق خود را در زمان انتخاب و خرید لباس مدنظرشان متوجه شوند و بهترین انتخاب را داشته باشند.

ویژگی‌ها و مزایای فروشگاه اینترنتی برنس مد

- ارسال رایگان سفارشات در شهر تهران
- پشتیبانی ۲۴ ساعته

- ضمانت مرجوعی کالا به مدت ۷ روز در صورت نارضایتی مشتریان
- امکان پرداخت درب منزل
- تضمین اصالت کالا
- برخورداری از رابط کاربری ساده و جذاب برای وب سایت
- دسته بندی‌های مشخص و منظم که به کاربران این اجازه را می‌دهد که به راحتی محصول مورد نظر خود را پیدا کنند.
- عرضه تمامی محصولات به صورت عمده و یا تک فروشی

معایب فروشگاه اینترنتی برنوس

- ارسال رایگان برای سراسر ایران وجود ندارد

مقایسه فروشگاه های اینترنتی با یکدیگر

جدولی که در زیر مشاهده می‌کنید دنبال کنندگان شبکه اجتماعی اینستاگرام فروشگاه‌های اینترنتی، میزان مشارکت دنبال کنندگان آن‌ها، برخوردار یا عدم برخوردار از اپلیکیشن موبایلی، رتبه بندی سایت‌های فروشگاه‌های در ایران و الکسا و رتبه جهانی آنها، مجموع بازدید ۹۰ روزه از هر سایت، قدرت دامنه هر فروشگاه اینترنتی، تعداد لینک‌های دامنه و میزان نرخ بانس ریت هر سایت مشخص شده است.

بان ریت	لینک های دامنه	قدرت دامنه	مجموع بازدید	رتبه جهانی	رتبه ترافیک در الکسا	رتبه ترافی ک در ایران	اپلیکیشن	مشارک ت دنبال کنندگان	دنبال کننده اینستاگرا م	دیجی کالا
20.8	14.8 k *	54	55.22m *	551	139	3	دارد	بسیار زیاد	1.4m	دیجی کالا
40.5	593	26	368.97 k	11741 3	38817	1953	دارد	بسیار کم	143k	مدیس ه
45	13	9	726.28 k	61473	15119	515	ندارد	بسیار کم	105k	زنیل
26.4	487	31	4.86m	11326	2545	130	دارد	بسیار کم	267k	اکالا
73.9	154	20	7.33k	37566 2	27231 0	12286	دارد	بسیار کم	1980	کالا

	(آخرین پست 9 ماه قبل)									
چاره	1361	کم	دارد	5216	14127 0	17594 0	32.4k	25	1.3k	33.1
بروز کالا	21.4k	کم	ندارد	901	36624	24830 6	146.38 k	16	100	52
کالاوما	28.7k	کم	ندارد	1133	24364	18263 6	228.36 k	17	74	69.2
تک سبد	4012	بسیار کم	دارد	3532	13931 5	12950 4	38.4k	6	1.7k	48.8
برنس مد	264k	زیاد	ندارد	6382	22059 5	21833 6	5250	8	55	37.9

k * در جدول جایگزین هزار شده است.) به عنوان مثال عدد 1,000، 1k نوشته می شود.

m * در جدول جایگزین میلیون شده است.) به عنوان مثال عدد 1,000,000، 1m نوشته می شود.

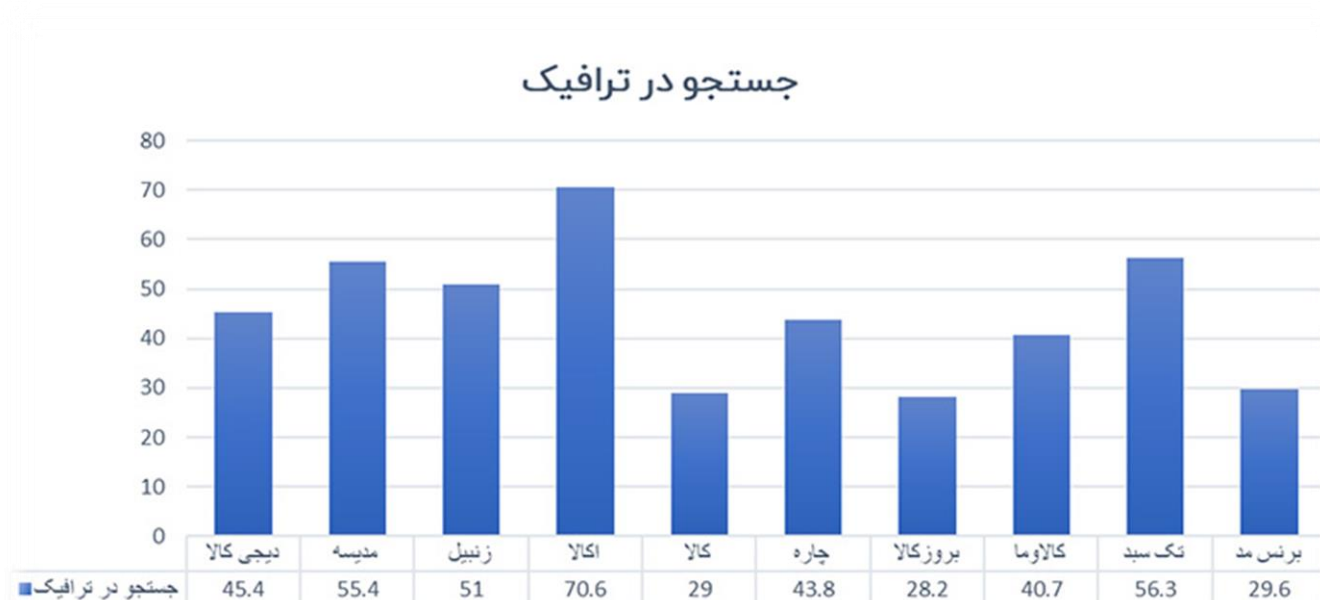
نمودار های مقایسه ای

در این بخش از مقاله با ارائه ی نمودار هایی به ارزیابی و مقایسه ی 10 فروشگاه اینترنتی برتر ایران می پردازیم. لطفا در ادامه با ما همراه باشید.

نرخ ترافیک جستجو در 10فروشگاه اینترنتی برتر

امروزه در دنیای اینترنت واژه های زیادی جستجو می شوند. این موضوع باعث شده است سئو کاران برای سئو و بهینه سازی کردن سایت ها از این روش برای افزایش نرخ ترافیک استفاده کنند. بعضی از راه های مؤثر در این رابطه شامل بهینه سازی صفحات ورود و فرود کاربران، بهبود بخشیدن به اینفوگرافیک ها، استفاده از کلید واژه های پرکاربرد، لینک دادن به صفحات داخلی، به روز نگه داشتن آرشیو وب سایت و.... می باشد.

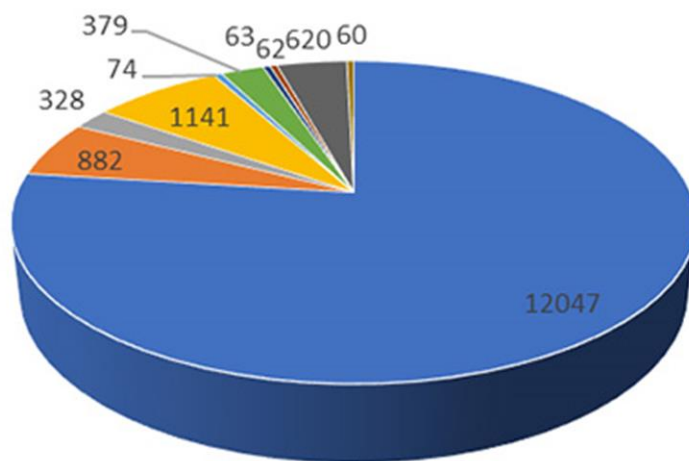
در نموداری که در زیر مشاهده می‌کنید به روشنی میزان تأثیر جستجو در ترافیک را برای 10 فروشگاه اینترنتی برتر می‌بینید. همان طور که قابل مشاهده است در این زمینه فروشگاه اکالا بهترین عملکرد را از خود نشان داده است.



مجموع سایتهایی که به فروشگاه‌های اینترنتی لینک داده‌اند

با توجه به این نمودار متوجه می‌شویم که فروشگاه اینترنتی دیجی کالا فروشگاه است که در این مورد صدر نشین است. به عبارت دیگر تعداد سایتهایی که به این فروشگاه اینترنتی لینک داده‌اند در حدود ۱۲ هزار سایت است. این موضوع نشان می‌دهد که این سایت فروشگاه از اعتبار زیادی در بین سایر سایتهای برخوردار است. بنابراین تعجبی ندارد که همواره عنوان برترین فروشگاه اینترنتی ایران را دریافت می‌کند.

مجموع سایت هایی که فروشگاه های زیر لینک دادند

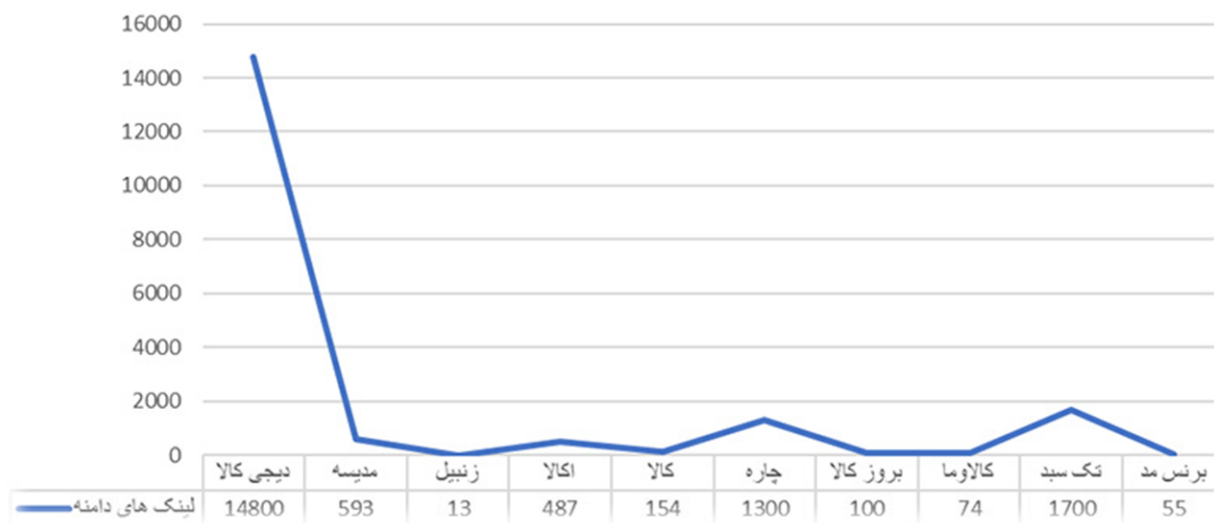


برنس مد ■ تکسپد ■ کالوما ■ بروز کالا ■ چاره ■ کالا ■ اکالا ■ زنبیل ■ مدیسه ■ دیجی کالا

لینک‌های دامنه

در نمودار زیر مجموعه لینک‌هایی که دامنه 10 فروشگاه اینترنتی برتر دریافت کرده‌اند نشان داده شده است. همانطور که قابل مشاهده است فروشگاه دیجی کالا بیشترین لینک‌ها را به خود اختصاص داده است. دلیل اصلی این موضوع را می‌توان گستردگی فعالیت دیجی کالا و همچنین بیشتر بودن مدت زمان فعالیت این فروشگاه اینترنتی نسبت به سایر فروشگاه‌های آنلاین دانست.

لینک های دامنه

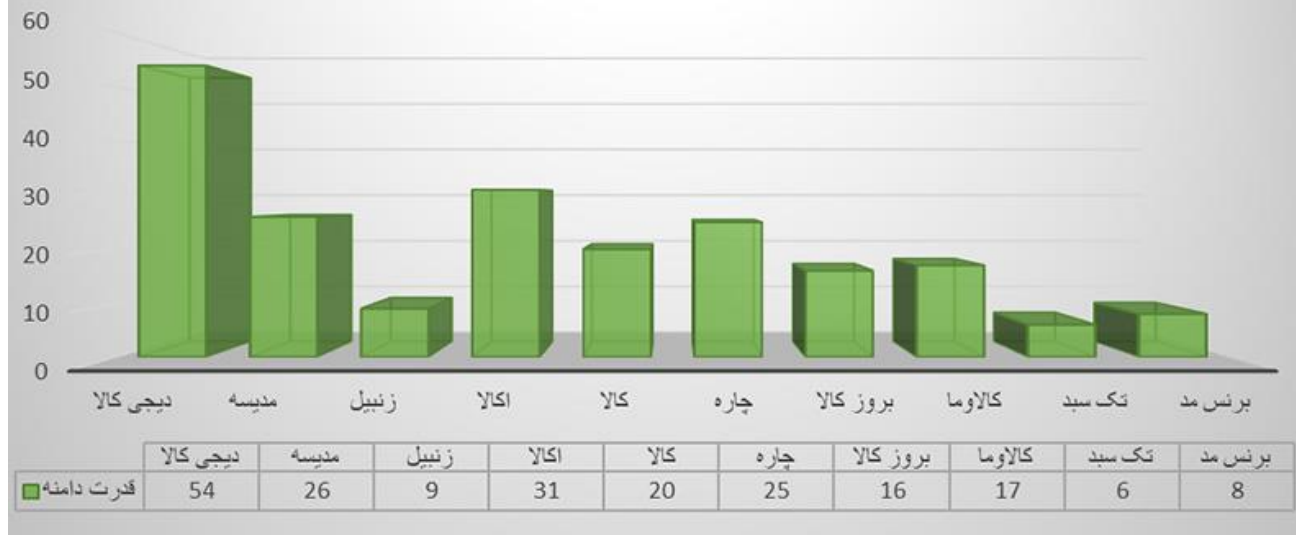


قدرت دامنه 10 فروشگاه اینترنتی برتر

قدرت دامنه در طیف صفر تا صد قرار می گیرد که به وسیله شرکت ماز توسعه پیدا کرده است. در واقع امتیازی که سایت ها در این طیف به دست می آورند نشان دهنده این است که یک وبسایت در نتایج موتورهای جستجو چگونه ظاهر می شود. به عبارت دیگر ارزش سایت را نشان می دهد. موردی که می تواند به افزایش قدرت دامنه یک سایت کمک کند تعداد و کیفیت لینک های ورودی و خروجی یک سایت است.

نمودار زیر بیانگر قدرت دامنه 10 فروشگاه اینترنتی برتر ایران است. با توجه به این نمودار می توان این طور بیان کرد که باز هم فروشگاه اینترنتی دیجی کالا از لحاظ قدرت دامنه نیز در صدر قرار دارد. زیرا لینک های بیشتر و با کیفیت تری را دریافت کرده است.

قدرت دامنه

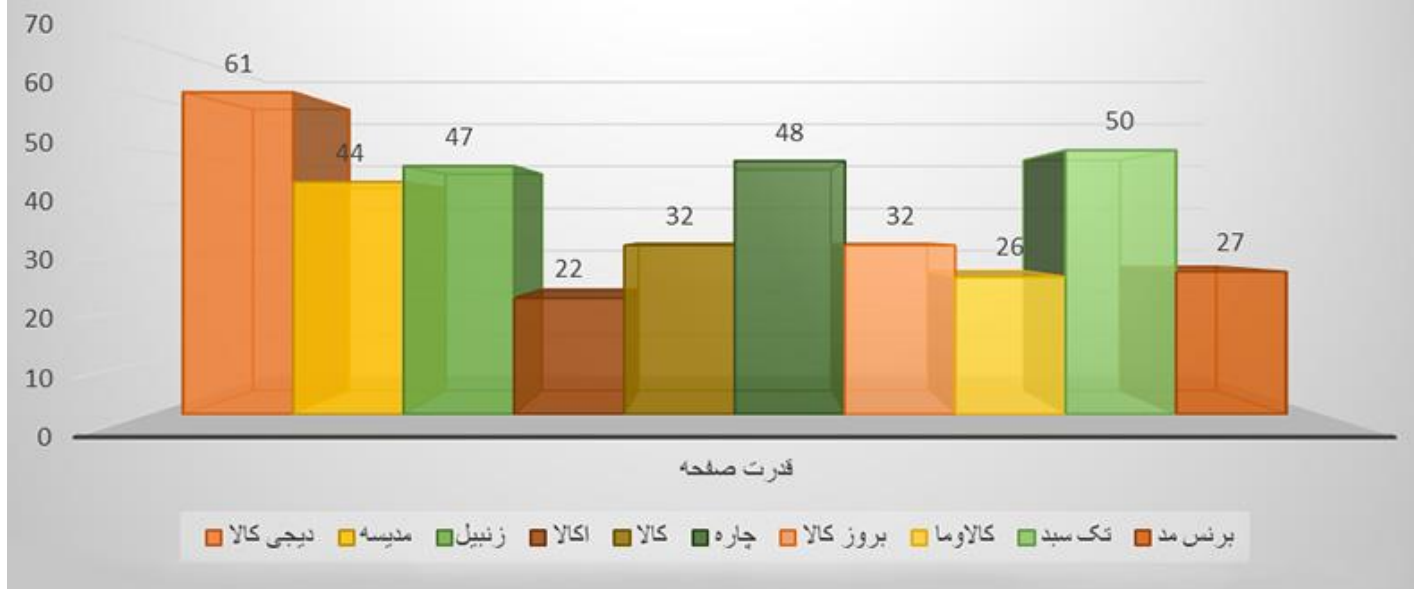


قدرت صفحه 10 فروشگاه اینترنتی برتر

قدرت صفحه نیز یکی از مواردی است که برای نشان دادن رتبه یک صفحه خاص از یک وب سایت در نتایج موتورهای جستجوگر مورد استفاده قرار می گیرد. قدرت صفحه نیز در طیف صفر تا صدی قرار دارد و برای نشان دادن وضعیت یک صفحه خاص در موتور جستجوگر توسط شرکت ماز گسترش پیدا کرده است. یک صفحه هر چقدر امتیاز بیشتری در این طیف بدست بیاورد، قابلیت بیشتری در به دست آوردن رتبه بهتر در گوگل خواهد داشت. به عبارت دیگر قدرت صفحه ارزش یک صفحه خاص را در وب سایت شما نشان می دهد.

نمودار زیر قدرت صفحات 10 فروشگاه اینترنتی برتر را نشان می دهد. فروشگاه دیجی کالا به علت قدمت و گستردگی فعالیت خود و همچنین به دلیل این که سایتهای زیادی به صفحات مختلف این فروشگاه اینترنتی لینک می دهند و آن را به عنوان یک مرجع معتبر در سایت خود معرفی می کنند از قدرت و اعتبار بیشتری نسبت به سایر سایتهای فروشگاههای برخوردار است

قدرت صفحه

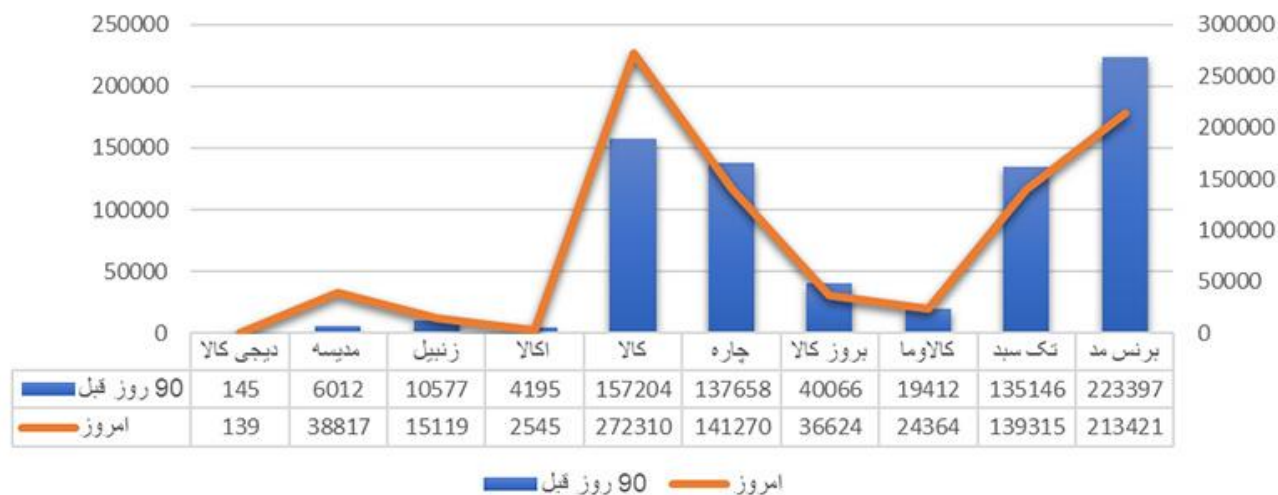


رتبه ترافیک در الکسا

ابزار الکسا، آمار ترافیک 90 روزه وب سایت‌های مختلف را نشان می‌دهد. هرچه این عدد کمتر باشد نشان دهنده محبوبیت وب سایت نزد کاربران و بازدیدکنندگان آن است. اگر رتبه الکسای یک سایت 1 باشد، بیشترین میزان ترافیک و درگیری با سایر سایت‌ها را نشان می‌دهد. از آنجایی که رتبه الکسا یک اقدام مقایسه‌ای است، یک فاکتور رقابتی برای ارزیابی سایت‌ها محسوب می‌شود.

در این نمودار که در زیر مشاهده می‌کنید رتبه ترافیک هر سایت فروشگاه را نسبت به 90 روز گذشته آن می‌بینید. همانطور که در این نمودار قابل مشاهده است؛ بعضی از فروشگاه‌های اینترنتی مانند دیجی کالا، اکالا، به روز کالا و برنس مد، رتبه بهتری را نسبت به سه ماه گذشته خود در رتبه بندی الکسا به دست آوردند. به عبارت دیگر روندی صعودی داشتند. اما فروشگاه‌های آنلاینی مثل مدیسه، زنبیل، کالا، چاره، کالاوما و تکسبد در رتبه بندی الکسا روند نزولی را تجربه کردند.

رتبه ترافیک در الکسا

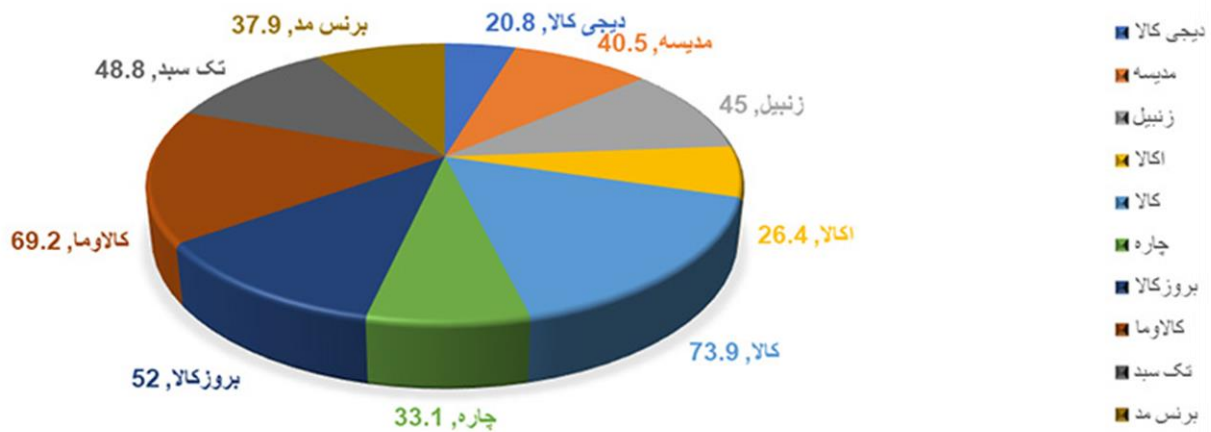


بانس ریت

بانس ریت یا نرخ دفع کاربر، در حقیقت یک اصطلاح در بازاریابی آنلاین محسوب می‌شود. نرخ بانس ریت به طور معمول درصد کاربران را نشان می‌دهد که بعد از دیدن یک صفحه در وبسایت از آن خارج می‌شوند. به عبارت دیگر می‌توان اینطور بیان کرد که نرخ بانس ریت می‌تواند میزان جذابیت یک سایت را به خوبی نشان دهد. هرچه بانس ریت یک سایت کمتر باشد (حدود ۳۰ تا ۴۰ درصد) بهتر است. اگر میزان نرخ بانس ریت یک سایت بالا باشد، بیانگر این موضوع است که صفحات سایت برای کاربران جذابیت چندانی نداشته و آنها را به بازدید سایر صفحات سایت تشویق نکرده است.

نموداری که در زیر مشاهده می‌کنید به روشی نشان می‌دهد که سایتهای دیجی کالا، اکالا و چاره به ترتیب بیشترین جذابیت و کمترین بانس ریت را از نظر کاربران و بازدیدکنندگان خود دارند.

بانس ریت



بازدید روزانه از صفحات وب سایت به ازای هر بازدیدکننده

تعداد بازدید از صفحات یک وب سایت می‌تواند به راحتی باعث افزایش نرخ ترافیک سایت شود. این موضوع همچنین می‌تواند به راحتی میزان کسب درآمد سایت‌های مختلف را افزایش دهد. نموداری که در زیر قرار داده شده نشان دهنده میزان بازدید روزانه از برترین سایت‌های فروشگاهی ایران است. همانطور که ملاحظه می‌کنید فروشگاه دیجی کالا بیشترین نرخ بازدید روزانه را به خود اختصاص داده است. این موضوع می‌تواند به راحتی سود زیاد این فروشگاه را در طول ماه توجیه کند.

بازدید روزانه از صفحه با ازای هر بازدید کننده



لینک‌های خارجی

external links یا لینک‌های خارجی، هایپرلینک‌هایی هستند که به سایت‌های دیگری ارجاع داده می‌شوند. اگر سایت‌های دیگر لینکی از سایت شما را در صفحات وب سایت خود قرار دهند؛ در این صورت می‌توان گفت که سایت شما یک لینک خارجی به دست آورده است. همچنین اگر شما نیز لینک دامنه یک سایت را در صفحات وب سایت خود قرار دهید؛ در حقیقت یک لینک خارجی برای آن سایت به وجود آورده‌اید. لینک‌های خارجی قدرتمندترین معیار و فاکتور در رتبه و بسایت محسوب می‌شوند. زیرا این لینک‌ها قدرت و اعتبار صفحات وب سایت شما را افزایش می‌دهند.

در نمودار زیر تعداد لینک‌های خارجی هر کدام از سایت‌های فروشگاهی را مشاهده می‌کنید. این لینک‌ها به صورت لینک‌های فالو و نوفالو ایجاد شده‌اند. تعداد لینک‌ها به صورت درصدی در نمودار نشان داده شده است.

لینک های خارجی

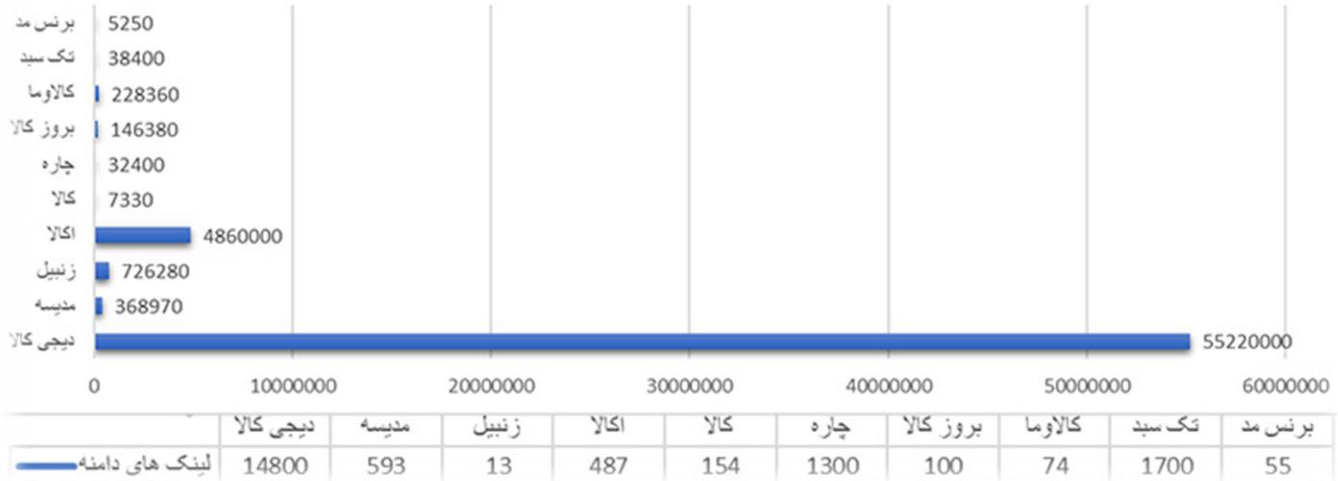


مجموع بازدید از سایت در 10 فروشگاه اینترنتی

هر زمان شخصی از طریق موتورهای جستجو، وب سایت شما را بارگیری کند؛ یک بازدید برای سایت شما ثبت می شود حتی اگر این کاربر به خاطر عدم نمایش صحیح مطالب صفحات وب سایت شما مجبور شود دوباره آن را بارگیری نماید یک بازدید دیگر برای سایت شما ثبت خواهد شد. در نتیجه بازدید از سایت در هر بار مراجعه به سایت شما ثبت می شود. حتی اگر بازدیدکننده یک نفر باشد و این کار را در مدت زمان کوتاهی انجام دهد.

نمودار زیر به روشنی مجموع بازدید سایت های فروشگاه های برتر ایران را در ۹۰ روز گذشته نشان می دهد. با توجه به نمودار زیر می توان گفت که سایت دیجی کالا در ۹۰ روز گذشته حدود ۵۵ میلیون و ۲۰۰ هزار بازدیدکننده داشته است و بعد از آن فروشگاه اینترنتی اکالا در رتبه دوم قرار گرفته و با مجموعه بازدید ۴ میلیون و ۸۰۰ هزار نفر در سه ماه گذشته، دومین فروشگاه اینترنتی پربازدید کشور محسوب می شود.

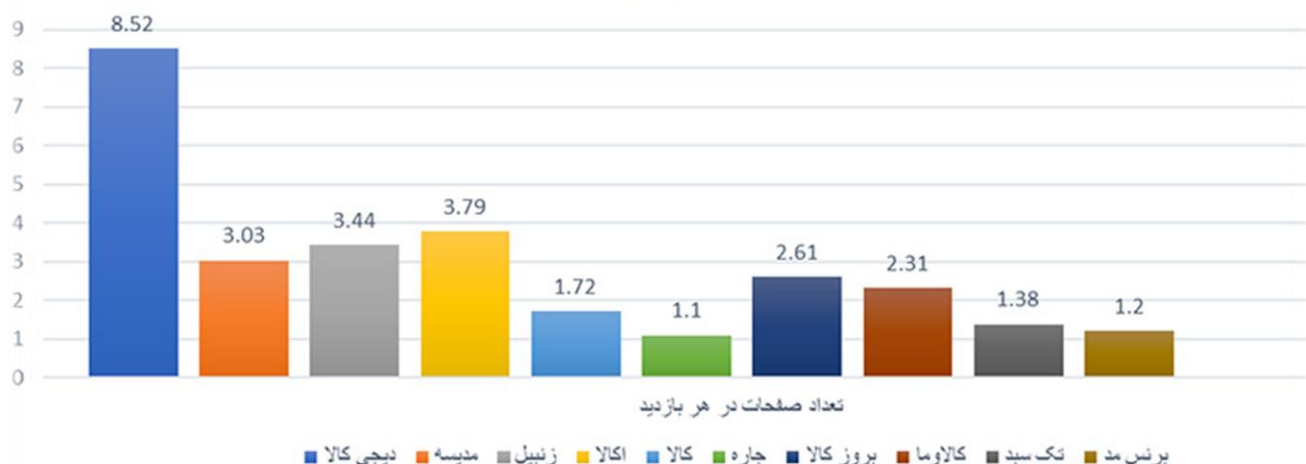
مجموع بازدید از سایت



تعداد صفحات در هر بازدید از فروشگاه اینترنتی

اگر یک کاربر به سایت شما مراجعه کند می تواند یک صفحه یا ۱۰۰ صفحه از سایت شما را باز کند. اما در حقیقت این کار توسط یک کاربر انجام شده است. نمودار زیر تعداد صفحاتی که کاربران با هر بار مراجعه به 10 فروشگاه اینترنتی مشاهده می کنند را نشان می دهد. به طور تقریبی در هر بار بازدید از فروشگاه اینترنتی دیجی کالا کاربران حدود ۹ صفحه را باز کرده و مطالب آن را مشاهده می کنند. تعداد صفحات مشاهده شده توسط کاربران در این نمودار برای هر سایت به طور میانگین برای ۹۰ روز گذشته بیان شده است.

تعداد صفحات در هر بازدید

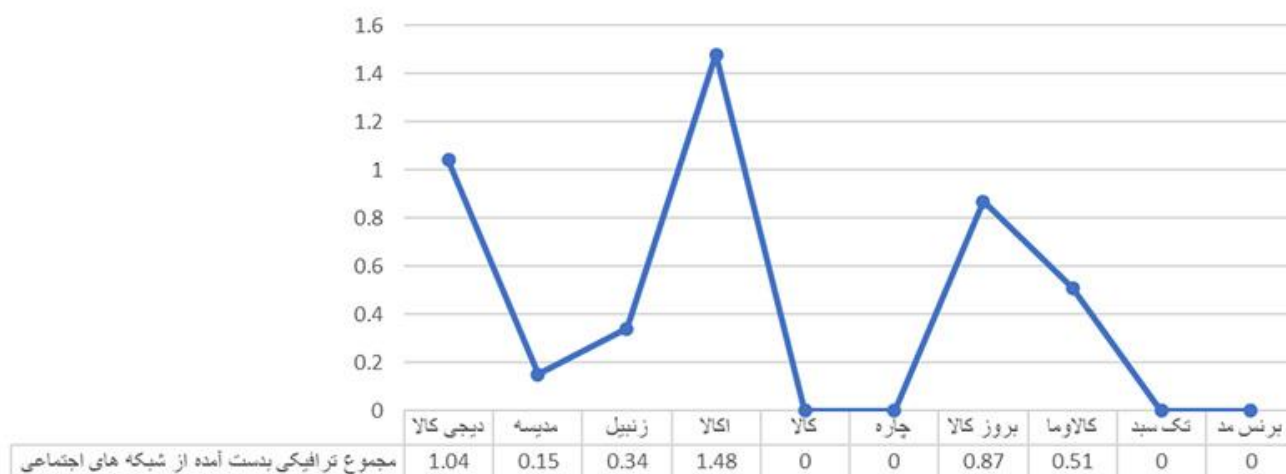


مجموع ترافیک به دست آمده از شبکه‌های اجتماعی

از آنجایی که افزایش ترافیک سایت برای گسترش کسب و کارها بسیار مهم است؛ هر کسب و کاری نیاز دارد تا از شبکه‌های اجتماعی مثل توئیتر، فیسبوک، لینکدین و اینستاگرام برای گسترش تجارت خود استفاده کند. از آنجایی که ابزار اینستاگرام یک ابزار رایگان برای بازاریابی محسوب می‌شود و در ایران نیز طرفداران بسیار زیادی دارد می‌تواند به راحتی به صاحبان کسب و کارهای آنلاین کمک کند تا بازدید و ترافیک وب سایت خود را افزایش دهند. این کار در نهایت باعث افزایش رتبه و بسایت آنها می‌شود.

در جدول بالا میزان دنبال کنندگان فروشگاه‌های اینترنتی و همچنین میزان مشارکت آنها در شبکه اجتماعی اینستاگرام را مشاهده می‌کنید. در نمودار زیر با توجه به تعداد دنبال کنندگان و میزان مشارکت آنها مجموع ترافیکی که این فروشگاه‌های آنلاین از این طریق به دست می‌آورند را نشان داده‌ایم.

مجموع ترافیکی بدست آمده از شبکه های اجتماعی



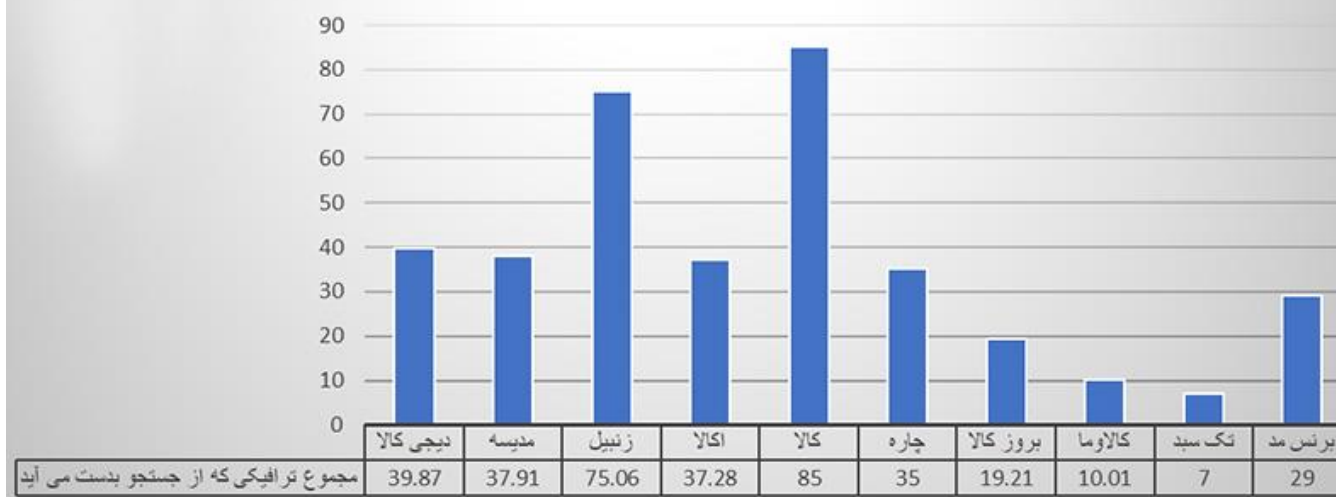
مجموع ترافیک به دست آمده از جستجو برای فروشگاه اینترنتی

افزایش ترافیک ورودی یک وب سایت با استفاده از تکنیک‌های سئو موضوع چالش برانگیزی است. اما اگر از روش‌های درستی برای آن استفاده شود می‌تواند نتایج خوبی را برایتان به ارمغان بیاورد. این کار باعث می‌شود تا ترافیکی که از راه نتایج جستجو برای یک سایت به دست می‌آید مرتبط و هدفمند باشد. در بیشتر وب‌سایت‌ها نرخ تبدیل به دست آمده از نتایج جستجو بیشتر از ترافیک ناشی از شبکه‌های اجتماعی و منابع دیگر است. از جمله مزیت‌های دستیابی به این ترافیک این است که دارای پایداری بیشتری می‌باشد. یعنی باعث می‌شود تا کاربر بعد از یک بار ورود به وب سایت شما در آینده نیز باز هم به وب سایتتان مراجعه کند.

راه‌های بسیار زیادی وجود دارد که می‌تواند باعث افزایش ترافیک طبیعی سایت شما شود. از جمله این موارد می‌توان به شناسایی لینک‌های خوب و بد، پاک کردن یا disavow لینک‌های بد، تهیه مطالبی در مورد سؤالات و مشکلات کاربران، منتشر کردن مقالاتی در وب سایت‌های معتبر در مورد کسب و کار خود، تحقیق در مورد انتخاب کلمات کلیدی، بهینه سازی داده‌های متا و محتوای صفحات، تولید محتوای با کیفیت و غنی در مورد کسب و کارتان، ایجاد یک ساختار لینک داخلی خوب و مناسب، تشویق خوانندگان به اشتراک گذاری لینک‌های سایت، بررسی پیشرفت سئو و بک لینک‌های جدید سایت، اشاره کرد.

در نمودار زیر مجموعه ترافیکی که هر کدام از سایت‌های فروشگاه‌های در ۹۰ روز گذشته از طریق جستجو به دست آورده‌اند نشان داده شده است. این آمار به صورت درصدی می‌باشد.

مجموع ترافیکی که از جستجو بدست می آید

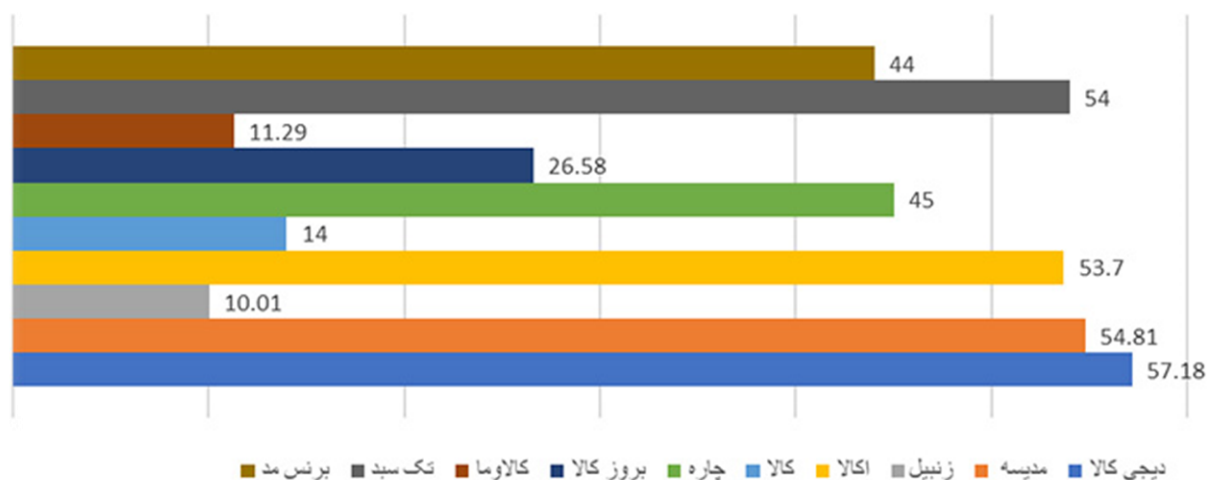


مجموع ترافیکی که به صورت مستقیم برای وبسایت به دست می آید

ترافیک مستقیم شامل آن دسته از بازدیدکنندگان و کاربران می شود که با آدرس سایت و URL در موتورهای جستجو بدون استفاده از مرورگر به سایت شما مراجعه می کنند. این نوع ترافیک در اصطلاح به عنوان شاخص چسبندگی یا وابستگی کاربران شناخته می شود. این نشان دهنده مفید بودن یک سایت است. همچنین می تواند این را نشان دهد که سایت و برند شما تا چه حدی در ذهن مخاطبان نقش بسته است و آنها شما را به یاد دارند.

در نمودار زیر مجموع ترافیکی که در سه ماه گذشته سایت های فروشگاهی به صورت مستقیم به دست آورده اند، نشان داده شده است. آمار و اعداد به کار برده شده در این نمودار به صورت درصدی می باشد.

مجموع ترافیکی که به صورت مستقیم بدست می آید

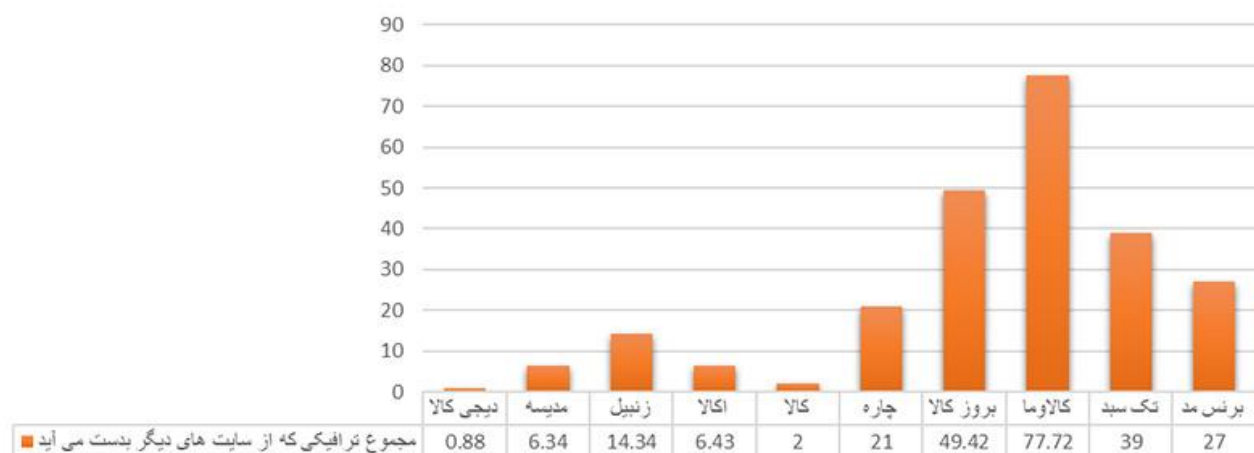


مجموع ترافیکی که از سایت‌های دیگر به دست می آید

ترافیکی که از سایت‌های دیگر به دست می آید بیشتر به وسیله تبلیغات گوگلی، ریپورتاژ آگهی در سایت‌های مختلف، تبلیغات بنری در سایت‌های دیگر، ریتارگتینگ و... می باشد. در حقیقت این ترندها می توانند تا میزان زیادی بر ترافیک ورودی سایت شما تاثیرگذار باشند. زیرا کاربران و بازدیدکنندگان در سایت‌های مختلف با تبلیغات وب سایت شما روبه‌رو می شوند؛ این کار باعث می شود تا تشویق شوند که دوباره به سایت شما بازگردند و محصولات و وبسایت شما را خریداری نمایند.

در نمودار زیر می توانید تأثیر جذب ترافیک از سایت‌های دیگر را به وسیله ترندهایی که در قسمت بالا از آنها نام برده شده است مشاهده کنید. در این بین سایت‌های فروشگاه‌های کالوما، بروز کالا و تک سید در صدر قرار دارند.

مجموع ترافیکی که از سایت های دیگر بدست می آید

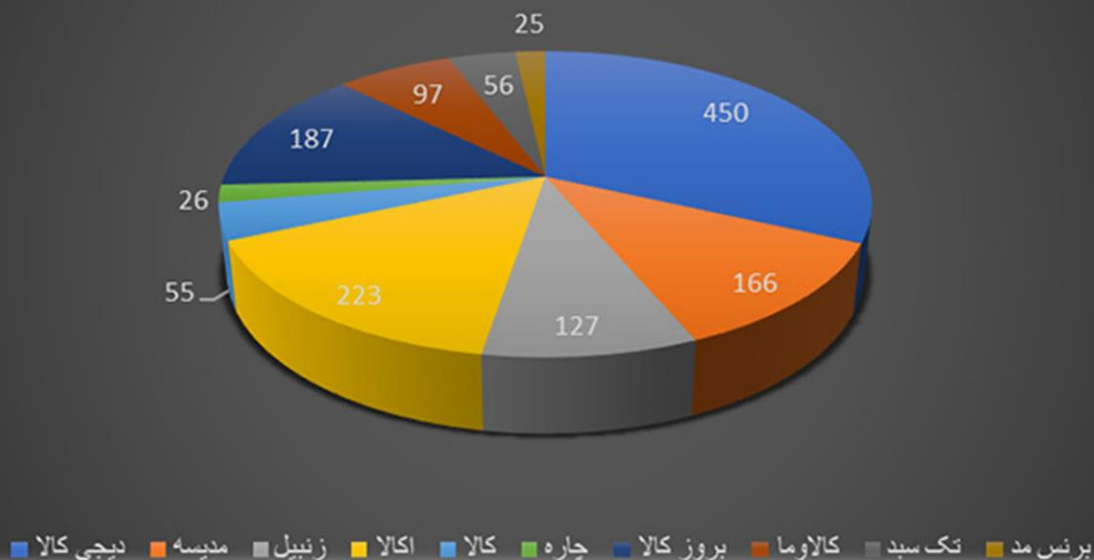


مجموع زمان بازدید 10 فروشگاه اینترنتی برتر

زمان بازدید از سایت یکی از معیارهای تعامل محسوب می شود و نشان می دهد که کاربران و بازدیدکنندگان وب سایتان به چه اندازه با شما در تعامل هستند. از زمانی که الگوریتم پاندا شروع به کار کرده است فاکتورهای تعامل کاربران و سایت نقش مهمی را در رابطه با تعیین رتبه بندی سایت بر عهده گرفتند. به عبارت دیگر هر چقدر کاربران زمان بیشتری را در یک سایت بگذرانند نشان می دهد که محتوای آن وب سایت برای کاربران از جذابیت بیشتری برخوردار است.

در نمودار زیر میانگین زمان بازدید از فروشگاه های آنلاین توسط هر کاربر در ۹۰ روز گذشته نشان داده شده است. این زمان به صورت ثانیه بیان شده است. همان طور که می توان دید فروشگاه دیجی کالا باز هم در صدر قرار دارد و بیشترین زمان بازدید توسط کاربران را به خود اختصاص داده است.

میانگین زمان بازدید از سایت



جمع بندی

ما در این مقاله تمام تلاش خود را کرده‌ایم تا بهترین و برترین فروشگاه‌های اینترنتی ایران را بررسی و ارزیابی کنیم و نقاط ضعف و قوت هر کدام از آنها را به روشنی بیان کنیم. زیرا این نقاط ضعف و قوت مواردی هستند که می‌توانند بر روی تصمیم شما برای خرید اینترنتی از این فروشگاه‌های آنلاین تأثیر بگذارند.

هدف اصلی ما از منتشر کردن این مقاله آشنا کردن شما با مزایای فروشگاه‌های اینترنتی ایرانی و مقایسه کردن آنها با یکدیگر از نظر رقابت، محصولات و ارائه خدمات به مشتریان و کاربران بود. به این ترتیب شما بعد از مطالعه این مقاله بهتر می‌توانید تشخیص دهید که چه فروشگاه اینترنتی مناسب و معتبر است و چه فروشگاه‌های نه.

درست است که در ایران فروشگاه‌های اینترنتی بسیار زیادی در بستر اینترنت در حال فعالیت هستند؛ ولی در این مقاله تمام سعی خود را کرده‌ایم تا بهترین و برترین فروشگاه‌های اینترنتی که از نظر تعداد کاربر و بازدید کننده در روز، رتبه الکسا، رتبه در جستجوی گوگل، تعداد مشتریان، تجربه کاربری، ارائه محصولات، خدمات پس از فروش و پشتیبانی و... بهتر از سایرین بودند را به شما معرفی کنیم.

البته بیان این نکته نیز حائز اهمیت است که بعد از گذشت مدتی از انتشار این مقاله ممکن است که فروشگاه‌های اینترنتی خوب دیگری مورد توجه کاربران و خریداران اینترنتی قرار بگیرند. در این صورت این مقاله آپدیت می‌شود و به ارزیابی و مقایسه فروشگاه‌های آنلاین جدید نیز می‌پردازد و تمام اطلاعات و مواردی که در رابطه با این فروشگاه‌ها وجود دارد را در اختیاران قرار می‌دهد.

سخن پایانی

در این مقاله نواقص زیادی وجود دارد که ممکن است شما بعد از مطالعه متوجه آن شوید. بنابراین از شما تقاضا داریم تا اگر نظری در رابطه با مطالب بیان شده در این مقاله دارید و یا تجربه خرید از هر کدام از 10 فروشگاه اینترنتی که در این مقاله از آنها یاد شده است را دارید؛ در قسمت دیدگاه‌ها حتماً با ما به اشتراک بگذارید. همچنین اگر معتقد هستید که فروشگاه‌های آنلاین دیگری وجود دارند که می‌توانند در بین برترین فروشگاه‌های آنلاین کشور قرار بگیرند، آنها را به ما معرفی کنید تا ما به بررسی و ارزیابی مزایا و معایب آن و همچنین موارد تخصصی این فروشگاه‌های اینترنتی پردازیم.

ممنون که تا انتهای مقاله همراه *وبسایت استاد وب* بودید. امیدواریم که از مطالعه این مقاله لذت برده باشید. همچنین موارد و نکاتی که در این مقاله در رابطه با توضیح این مسئله که فروشگاه اینترنتی چیست؟ و چه ویژگی‌هایی دارد و برترین فروشگاه‌های اینترنتی ایران شامل چه فروشگاه‌هایی می‌شوند، بیان شده است؛ برایتان کاربردی، مفید و آموزنده واقع شده باشد. شما می‌توانید در صورت تمایل برای مطالعه مقالات مرتبط بیشتر در رابطه با کسب و کارهای آنلاین، فروشگاه اینترنتی، دیجیتال مارکتینگ و... به مقالاتی که لینک آنها در زیر قرار داده شده است مراجعه فرمایید:

- [بازارهای مصرفی، b2c چیست؟ چگونه از آن به درستی استفاده کنیم؟](#)
- [انتشار محتوا در چند کانال مختلف](#)
- [17 مورد از دلایل شکست فروشگاه اینترنتی](#)
- [دامنه تطبیق دقیق چیست؟](#)