

در ایران قابلیت‌های متعددی در حوزه محصولات غذایی و کشاورزی وجود دارد که می‌تواند خود را به‌عنوان یک برند در بازارهای جهانی معرفی کند



سؤال مهم جلسه مدیران انکست
با فعالان تجاری

محدودیت تجارت الکترونیک

به سبک

چینی

شکستی است؟

در خصوص فروش ماشین‌آلات سنگین، صنایع دستی، همکاری با مال‌ها در ایران و همچنین فروش خدمات در بستر تیک تاک تنها پاسخ این شرکت به این محدود شد که باید بررسی‌های بیشتری انجام شده و بعد در خصوص آن تصمیم‌گیری شود، چرا که اطلاعات در این خصوص کامل نیست.

مدیرعامل شرکت انکست همچنین در گفت‌وگو با «ایران جمعه» در خصوص نحوه رقابت با دو پلتفرم تلگرام و اینستاگرام که مانند تیک تاک از ویدیو استفاده می‌کند و بیش از نیمی از فعالیت تجارت الکترونیک ایران را پوشش می‌دهد، اضافه کرد:

بستر فعالیت و تولید محتوای تیک تاک متفاوت است.

چنین هم‌چنین در پاسخ به این سؤال که با توجه به فیلتر بودن تیک تاک برای کاربران ایرانی آیا مذاکراتی با مدیران این پلتفرم در خصوص تسهیل شرایط برای کاربران ایرانی داشته است یا نه، اضافه کرد: ما در این خصوص قادر به مذاکره نیستیم.

شرکت انکست در حالی اولین کشور همکار خود برای توسعه تجارت دیجیتال را ایران قرار داده است که هنوز بسیاری از موضوعات مانند مسأله فیلترینگ تیک تاک و محدودیت دسترسی کاربران ایرانی به این پلتفرم، چهارچوب‌های تولید محتوا، آشنایی با محصولات ایرانی، حمل‌ونقل کالا، تبادل مالی و گمرکی بی‌پاسخ است و عزم مسئولان را برای رونق بخشی فعالیت بخش خصوصی تولید می‌طلبد.

کاربران ایرانی برای فروش محصولات خود با کمک انکست باید هزینه ثابت تبلیغ و هزینه شناور از محل فروش و تعدد تبلیغ را بپردازند.

هر چند می‌توانند خود محتوا تولید کرده و به این شرکت پیشنهاد کنند اما ادامه تبلیغ یک کالا یا تأیید محتوا برای انتشار در اختیار مدیران انکست است.

تصور بی‌کیفیت بودن کالای چینی صحیح نیست

مسئول دبیرخانه ارتباطات بخش خصوصی با چنین معتقد است شناخت متقابل ایران و چین از بازارهای همدیگر هنوز کامل نشده است.

فریدون وردی‌نژاد به تجربه خود اشاره کرد و گفت: در فاصله سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۴ بنده سفیر ایران در چین بودم و چینی‌ها تنها اطلاعاتی که از ایران داشتند این بود که ایران نفت دارد و یکی از بازیکنان فوتبال ایرانی در یکی از بازی‌ها به چین زده است.

وی افزود: در مقابل ایرانی‌ها نیز تصور می‌کردند اجناس چینی بی‌کیفیت است در حالی که هر دو شناخت ناقص بود و گردش محدود اطلاعات موجب شده تا ظرفیت‌های دو کشور به همدیگر به‌درستی معرفی نشود و در نتیجه سطح مناسبات اقتصادی و تجاری با مناسبات سیاسی تناسب ندارد.

وردی‌نژاد با اشاره به اینکه در بسیاری از حوزه‌ها چین حتی از اروپا پیشگام‌تر است، ادامه داد: چینی‌ها نیز به مرور در حال آشنا شدن با ایران هستند و ذهنیتشان در حال تغییر است.

وی معتقد است برای توسعه روابط تجاری دیجیتال لازم است زمینه‌های تسهیلاتی، اعتباری، مسائل گمرکی و مسائل خاصی که شرایط ایران می‌طلبد اندیشیده و تدبیر شود.

فروش البسه‌ای که کیفیت مطلوبی داشته اما برند معروفی نبوده است نیز فعالیت دارد و در زمان شیوع کرونا تنها در فروش یک برند ماسک هزاران دلار در یک روز را تجربه کرد. اما در حالی که یکی از مدیران فروش لباس شرکت انکست شیوه ترغیب مشتری برای خرید لباس را با ارائه تخفیفات قابل توجه و ضمانت از اصل بودن کالا اعلام کرد، تولیدکنندگان ایرانی در حوزه‌های مختلف به بسیاری از محدودیت‌ها جهت حضور در بازارهای جهانی اشاره کردند و خواستار ارائه برنامه یا راهکار پیشنهادی از سوی مدیران شرکت چینی انکست شدند.

چین به حضور ۶ ساله شرکت انکست در تجارت الکترونیک جدید اشاره کرد و متذکر شد: در مقابل در شیوه مبتنی بر علاقه محصولی به مشتری علاقه‌مند به آن معرفی شده و از این طریق به فروش می‌رسد.

مدیرعامل شرکت انکست ادامه داد: این شرکت سومین ارائه‌دهنده خدمات تیک تاک است و توانسته اعتماد بسیاری از تولیدکنندگان را به دست آورد. به‌عنوان مثال، برند PNG و تمامی برندهای زیرمجموعه آن در یک روز فروش ۴۰۰ هزار دلاری را در تیک تاک تجربه کرده است.

وی اضافه کرد: این شرکت حتی در حوزه

در حالی برخی شرکت‌های چینی برای توسعه تجارت الکترونیک روی ایران سرمایه‌گذاری می‌کنند که فعالان بخش خصوصی، نبود زیرساخت‌ها را مانع جدی برای تحقق این مهم همایش تجاری آشنایی با استراتژی‌های ورود به بازار چین از طریق پلتفرم‌های دیجیتال با حضور مدیران شرکت انکست در محل اتاق بازرگانی ایران در حالی برگزار شد که بسیاری از دغدغه‌ها در خصوص زیرساخت‌های ارتباطی، حمل و نقل، مالی و تحقیق و توسعه در ذهن مخاطبان این همایش یعنی فعالان تجاری در حوزه‌های تولید و خدمات بی‌پاسخ ماند.

هر چند عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی در این جلسه یکی از آموریت‌های اتاق را گسترش توافقاتی تجاری از جمله کسب و کارها عنوان کرد و گفت: بویژه توسعه روابط با چین و ایران به دلیل سابقه تاریخی دو کشور مورد تأکید است اما همچنان نحوه توسعه این روابط در پایان جلسه از سوی حضار سؤال می‌شد.

مازیار نوربخش تصریح کرد: در ایران قابلیت‌های متعددی در حوزه محصولات غذایی و کشاورزی وجود دارد که می‌تواند خود را به‌عنوان یک برند در بازارهای جهانی معرفی کند و چین یکی از کشورهای مستعد برای همکاری‌های مشترک است.

وی یادآور شد که در شرایط تحریم نیز ایران و چین از همکاری دوجانبه خوبی برخوردار بوده‌اند و با توجه به اینکه شرکت‌های چینی به سطح جدیدی از تجارت الکترونیک دست یافته‌اند، می‌توان از ظرفیت این کشور استفاده کرد.

همچنین مدیرعامل شرکت انکست نیز در حالی که از بخش کلیدی در خصوص همکاری با ایران ممانعت کرد، گفت: تصور ما از ایران طور دیگری بود و کلیه به همین منظور آماده کرده بودیم اما بعد از سفر به ایران دیدیم که پیشرفت‌های مختلفی در این کشور حاصل شده است. تصور ما از ایران صرفاً تولید محصولات کشاورزی بود اما بعد از بازدید از ستاد نانو متوجه پیشرفت‌های آن در زمینه صنایع شدیم.

کیله چین با اشاره به اینکه نیمی از جمعیت چین به‌صورت آنلاین خریدهای خود را انجام می‌دهند، تصریح کرد: ما در شرکت انکست روال کلی تجارت الکترونیک را از سنتی به شیوه مبتنی بر علائق تغییر داده‌ایم. وی با اشاره به اینکه شرکت‌هایی مانند آمازون در امریکا و تلی مال در چین در زمینه تجارت الکترونیک سنتی فعالیت دارند، اضافه کرد: مدل فروش این شرکت‌ها این است که مشتری محصول مورد نظر خود را جست‌وجو و خریداری می‌کند.

زمان فروش آنلاین به شیوه سنتی سپری شده است

چین به حضور ۶ ساله شرکت انکست در تجارت الکترونیک جدید اشاره کرد و متذکر شد: در مقابل در شیوه مبتنی بر علاقه محصولی به مشتری علاقه‌مند به آن معرفی شده و از این طریق به فروش می‌رسد. مدیرعامل شرکت انکست ادامه داد: این شرکت سومین ارائه‌دهنده خدمات تیک تاک است و توانسته اعتماد بسیاری از تولیدکنندگان را به دست آورد. به‌عنوان مثال، برند PNG و تمامی برندهای زیرمجموعه آن در یک روز فروش ۴۰۰ هزار دلاری را در تیک تاک تجربه کرده است. وی اضافه کرد: این شرکت حتی در حوزه فروش البسه‌ای که کیفیت مطلوبی داشته اما برند معروفی نبوده است نیز فعالیت دارد و در زمان شیوع کرونا تنها در فروش



انکست گفت که تنها محصولات و داروهای گیاهی طب سنتی چین در این پلتفرم عرضه می‌شود و چینی‌ها با طب سنتی ایران مگر در محصولات نادری مانند زعفران آشنا نیستند.

پاسخ مشابهی از سوی این فعال تجاری چین به قلی‌پور از شیرپگاه در خصوص فروش محصولات لبنی با وجود برخورداری ایران از رتبه نخست در خاورمیانه ارائه شد.

همچنین در پاسخ به مهدی‌پور فعال بازاریابی صادراتی در خصوص کشورهایی که این شرکت با آنها همکاری دارد، چن تصریح کرد که فعالیت عمده در چین بوده و در گام بعدی قرار است به بازارهای اندونزی و شرق آسیا راه یابند.

یک برند ماسک هزاران دلار در یک روز را تجربه کرد. اما در حالی که یکی از مدیران فروش لباس شرکت انکست شیوه ترغیب مشتری برای خرید لباس را با ارائه تخفیفات قابل توجه و ضمانت از اصل بودن کالا اعلام کرد، تولیدکنندگان ایرانی در حوزه‌های مختلف به بسیاری از محدودیت‌ها جهت حضور در بازارهای جهانی اشاره کردند و خواستار ارائه برنامه یا راهکار پیشنهادی از سوی مدیران شرکت چینی انکست شدند.

چینی‌ها بسیاری از محصولات ایرانی را نمی‌شناسند

در پاسخ به خلیلی کاشانی از باریج اسانس در خصوص فروش گیاهان دارویی در تیک تاک، مدیرعامل شرکت

شرکت انکست در حالی اولین کشور همکار خود برای توسعه تجارت دیجیتال را ایران قرار داده است که هنوز بسیاری از موضوعات مانند مسأله فیلترینگ تیک تاک و محدودیت دسترسی کاربران ایرانی به این پلتفرم، چهارچوب‌های تولید محتوا، آشنایی با محصولات ایرانی، حمل‌ونقل کالا، تبادل مالی و گمرکی بی‌پاسخ است و عزم مسئولان را برای رونق بخشی فعالیت بخش خصوصی تولید می‌طلبد