

فناوری و رسانه

پاسخ‌های دیجی کالا به گلایه‌های شهروندان

خطا را قبول داریم

قطع همکاری با ۶۰۰ فروشنده در کمتر از یک سال



صورت می‌گیرد و یک مورد نیز ارسال از انبار مرکزی است. ما برای انبارداری و سایر هزینه‌های نگهداری سوبسید هم در نظر گرفتیم تا هزینه پرداختی مشتری کاهش یابد. به عنوان مثال در دیجی کالا جت هزینه ارسال ۹ هزار تومان است.

در نظر داریم ارسال سوپرمارکتی را از یک رقم خاص به بالا رایگان کنیم.

● یعنی سال آینده ما به جای افزایش قیمت ارسال با برخی تخفیف‌ها مواجه می‌شویم؟

خیر. ما برای حفظ مشتری تا حد امکان هزینه‌های ارسال را کاهش دادیم اما هر سال هزینه‌ها افزایش دارد. در وضعیت فعلی ۱۰ میلیون تنوع کالایی داریم که به دلیل افزایش هزینه‌ها، سال آینده هزینه‌های ارسال افزایش خواهد داشت.

● در پوشش جغرافیای شهرها برخی پلتفرم‌ها مانند اسنپ مدعی اند خوب عمل کرده‌اند. ارجحیت چنین پلتفرم‌هایی را قبول دارید؟

با توجه به اینکه دیجی کالا هر جایی که پست فعالیت دارد، فعال است می‌توانم بگویم حدود ۷۰ میلیون جمعیت کشور را پوشش دادیم.

به ندرت ممکن است جغرافیایی وجود داشته باشد که ما دسترسی نداشته باشیم. از سویی خدمات پس از فروش را هم به عهده داریم

● دیجی کالا مدعی است که ارسال زود هنگام دارد و حتی هزینه اندکی برای تحویل کالا در درب منزل دریافت می‌کند. با وجود این شهروندان می‌گویند گاهی قیمت کالا کمتر از هزینه پرداختی برای تحویل آن است و زمان درخواستی برای دریافت کالا نیز رعایت نمی‌شود. چه پاسخی به مشتریان خود دارید؟

تمایز دیجی کالا با سایر پلتفرم‌های مشابه این است که عمده سفارش‌گیری و ارسال توسط نیروهای خود مجموعه انجام می‌شود و درصد کمی از ارسالی‌ها از طریق پست صورت می‌گیرد. ما تقریباً دو سال است ارسال فوری داریم و برای سفارش‌هایی که کالا در انبار موجود باشد و مقصد نیز در شهر تهران تعریف شود، حتی بازه زمانی ۴ ساعته را تعریف کرده‌ایم. در نظر داریم تحویل فوری را به شهر کرج هم توسعه دهیم.

در مورد هزینه‌های ارسال کالا نیز باید گفت، هزینه برای کاربران عادی ۸۰ هزار تومان و برای کاربران پلاس رایگان است. در ارسال عادی نیز هزینه‌ها بین ۴۴ تا ۴۹ هزار تومان تعریف شده است.

در عین حال برای کالای سوپرمارکتی هزینه ارسال به مراتب کمتر و در حدود ۱۹ هزار تومان است. در محصولات سوپرمارکتی دو مدل فروش داریم که یک مدل لوکیشن محور است و ارسال از فروشگاه‌های اطراف

و نوس بهنود
روزنامه‌نگار



ما کالایم

پلتفرم دیجی کالا که بیش از دو دهه است به عنوان یکی از سکویهای فروش اجناس در ایران فعالیت می‌کند اخیراً با گلایه‌های متعددی مواجه شده و شهروندان می‌گویند کارکرد قبلی را ندارد. خرید و فروش آنلاین یکی از عادات‌های اکتسابی در شرایط دیجیتالیزه شدن است. پلتفرم‌های متعددی تلاش کرده‌اند از این شرایط به نفع خود استفاده کرده و کسب و کاری مجازی را همه‌گیر کنند. نمونه آن دیجی کالا است که مدعی است هر قلم کالایی از شیر مرغ تا جان آدمیزاد را در مدت کوتاهی به درب خانه شما می‌رساند. روندی که البته با گلایه‌های شهروندان مواجه شده است. مردم می‌گویند سفارش ثبت شده از سوی دیجی کالا لغو می‌شود و یا کالای نامرغوب و شکسته تحویل می‌گیرند. نه زمان ارسال رعایت می‌شود و نه کیفیت کالاها و در مقابل هزینه تمام شده هم بالا است. در پاسخ به این مشکلات گفت‌وگویی داشتیم با مدیر تجربه مشتریان دیجی کالا، مهرداد محمدی.



ما برای حفظ مشتری تا حد امکان هزینه‌های ارسال را کاهش دادیم اما هر سال هزینه‌ها افزایش دارد

