

گروه صنعتی گلرنگ

ژاله شادمانی



Golrang Industrial Group
گروه صنعتی گلرنگ
— واحد بازاریابی —

تجارت الکترونیک

کل فروش retail در جهان در سال ۲۰۱۵ معادل 20.795 تریلیون دلار بوده است. از این میزان، 1.548 تریلیون دلار به تجارت الکترونیک مربوط بوده که در سال ۲۰۱۶ این رقم به 1.915 تریلیون دلار رسیده است. در این گزارش می‌خواهیم ترویج تجارت الکترونیک در 3 حوزه FMCG، آرایشی و قطعات خودرو را بررسی کنیم.

چکیده مدیریتی

در اوایل ظهور تجارت الکترونیک کشور امریکا محور اصلی رشد تجارت الکترونیک محسوب می‌شد اما امروزه به یک پدیده جهانی تبدیل شده است. کل فروش retail در جهان در سال ۲۰۱۵ معادل 20.795 تریلیون دلار بوده است. از این میزان، 1.548 تریلیون دلار به تجارت الکترونیک مربوط بوده که در سال ۲۰۱۶ این رقم به 915.1 تریلیون دلار رسیده است. ۳۹۴,۴ میلیارد دلار از این مبلغ به امریکا اختصاص دارد که معادل 11.7٪ کل فروش خرده‌فروشی در آن کشور است. طبق مطالعات انجام شده فروش تجارت الکترونیک تا سال 2020 به 4.058 تریلیون دلار خواهد رسید که معادل 14.6٪ از کل هزینه خرده‌فروشی است.

ارزش تجارت الکترونیک در صنعت FMCG در سال 2016 معادل 15٪ افزایش داشته است و در واقع 4.4٪ فروش کالاهای FMCG از طریق تجارت الکترونیک صورت گرفته است. آمازون و Alibaba از برترین شرکت‌های تجارت الکترونیک در سطح جهان هستند و چه بسا 43٪ از کل فروش آنلاین خرده‌فروشی در سال 2016 در امریکا از طریق آمازون صورت گرفته است. در سال 2014 نیز 80٪ از فروش آنلاین کشور چین از طریق وبسایت‌های گروه Alibaba بوده است. Jet از دیگر شرکت‌های برتر خرده‌فروشی در امریکا است که در سال 2016 توسط Walmart خریداری شد و به عنوان زیرمجموعه‌ای از Walmart درآمد. این وبسایت تاکید خود را به جای ارسال سریع کالا بر روی قیمت پایین محصولات می‌گذارد.

بازار محصولات زیبایی و مراقبت شخصی نیز در طی چند سال گذشته رشد بسیار بزرگی را شاهد بوده است. صنعتی که پیش از این تنها به فروشگاه‌های فیزیکی محدود می‌شد، امروزه تجارت الکترونیک را نیز در اختیار خود گرفته است. در سال ۲۰۱۵ طبق اظهارات Euromonitor مصرف‌کنندگان ۲۴,۳ میلیارد دلار به صورت آنلاین خرید محصولات زیبایی و مراقبت شخصی داشتند که معادل ۶,۵٪ کل بازار و ۲ برابر سهم بازار آنلاین در سال 2010 (3.3٪) بود. از برترین شرکت‌های تولید کننده محصولات آرایشی و زیبایی که در زمینه تجارت الکترونیک رشد گسترده‌ای داشته است می‌توان Estée Lauder را نام برد که در سال 2016 معادل 1 میلیارد دلار فروش آنلاین داشته است.

در ایران نیز تجارت الکترونیک به عنوان یک پدیده نوظهور شناخته می‌شود که از نمونه‌های موفق آن می‌توان دیجی‌کالا، بامیلو و شیپور را نام برد که به دلیل عدم دسترسی به جزئیات بیشتر در این گزارش تنها به خلاصه‌ای از معرفی آنها و همچنین به بررسی موردی فروشگاه‌های زنجیره‌ای شهروند و چگونگی تجربه خرید آنلاین در آن فروشگاه می‌پردازیم.

به عنوان نمونه دیگری از رشد تجارت الکترونیک می‌توان به صنعت قطعات خودرو اشاره کرد. در سال 2016 فروش آنلاین قطعات خودرو در امریکا معادل 7.4 میلیارد دلار بوده است که نسبت به سال گذشته خود 16٪ افزایش داشته است. در این راستا شرکت Amazon در حال گسترش کسب‌وکار خود بوده و زیرمجموعه جدیدی تحت عنوان Amazon Auto Parts راه‌اندازی کرده است.

فهرست

3 تجارت الکترونیک و FMCG
4 آمازون
6 Amazon Fresh
7 Alibaba Group
8 jet
12 تجارت الکترونیک و صنعت زیبایی
18 تجارت الکترونیک در ایران
18 الف - دیجی کالا
18 ب - شیپور
19 ج - بامیلو
19 بررسی موردی فروشگاه‌های زنجیره‌ای شهروند
23 تجارت الکترونیک و قطعات خودرو

تجارت الکترونیک و FMCG

در حالیکه این صنعت به صورت کلی یک صنعت با رشد بسیار پایین محسوب می‌شود، در 12 ماهه منتهی به ژوئن 2016 رشدی معادل 1.6٪ داشته و پیش‌بینی می‌شود که این مقدار در سال 2017 به 1.2٪ تقلیل پیدا کند، ارزش تجارت الکترونیک در این صنعت در سال 2016 15٪ افزایش داشته است. در سال 2016 4.4٪ فروش کالاهای FMCG از طریق تجارت الکترونیک صورت گرفته که این مقدار معادل 48 میلیارد دلار می‌باشد. در سال 2025 پیش‌بینی می‌شود که فروش کالاهای FMCG از طریق تجارت الکترونیک به 9٪ کل ارزش FMCG، معادل 150 میلیارد دلار برسد.

کمبود وقت و آگاهی فزاینده مصرف‌کنندگان نسبت به ارزش‌ها، نیاز آنها همواره در حال تغییر است. در چین 79٪ از خریداران، فروشگاه خود را با توجه به نزدیکی به منزلشان و سهولت در رفت‌وآمد انتخاب می‌کنند. در اسپانیا 44٪ افراد به دنبال محصولاتی هستند که به آنها در صرفه‌جویی در زمان کمک کند، حتی با قیمت بالاتر تحویل یک ساعته نسبت به انتظار در الویت است.

تغییرات جمعیت شناختی نیز این رشد را تسریع می‌بخشد. تا 10 سال آینده نسل Z (Generation Z) تصمیمات خرید را خواهند گرفت. این نسل تاکنون هرگز در فضای غیر دیجیتال نفس نکشیده‌اند. آنها همواره به ابزارهای اینترنتی خود متصل هستند. فضایی که در آن صدای آنها به گوش می‌رسد و با برندهایی که زمانی بی‌هویت به شمار می‌آمدند، ارتباط برقرار می‌کنند. امروزه بیش از نیمی از جمعیت بزرگسال، گوشی‌های هوشمند دارند که این رقم تا سال 2020 به 80٪ خواهد رسید. اگر برندها مایل هستند که به خریداران دست پیدا کنند می‌بایست آنها را در پلتفرم خودشان ملاقات کنند.

عرضه، همان برآورده کردن سریع تقاضاست. در 12 ماه گذشته شاهد ارائه پیشنهادات جدید، ارائه محصولات متنوع‌تر و گسترده‌تری از سوی Amazon, Alibaba, Uber و Instacart بوده‌ایم، که بر پایه مدلی متفاوت از خرده‌فروشی سنتی کالاهای FMCG ساخته شده‌اند. آنها خواسته اصلی مصرف‌کنندگان جهانی را تامین می‌کنند: **راحتی.** افزایش تعداد این فروشگاه‌های مدرن، بیانگر یک مشکل برای سایر فعالان این حوزه نیز محسوب می‌شود؛ آمار و ارقام ما نشان می‌دهند که خرده‌فروشان آنلاینی که اول از همه وارد بازار می‌شوند از سهم بازار بیشتری نسبت به رقیب بعدی خود بهره می‌برند. یک تفاوت معادل حداقل 40 درصد در فرانسه، و یا تفاوت 3 برابری سهم بازار در انگلستان می‌شود.

این آمار و ارقام پیشنهاد می‌دهند که سرمایه‌گذاری در فضای فروش آنلاین محصولات FMCG یک انتخاب درست و هوشمندانه است: فرصت‌های بزرگ کسب‌وکار، خریداران ارزشمند و آینده‌ای هیجان‌انگیز. اما متأسفانه به همین سادگی

نیست. حصول اطمینان از اینکه فروش آفلاین قربانی فروش آنلاین نشود، اهمیت کلیدی دارد. طی تحقیقات تطبیقی که در سراسر انگلستان، فرانسه و چین انجام دادیم، متوجه شدیم که خریداران انگلیسی و فرانسوی پس از 1 سال استفاده از تجارت الکترونیک، مبلغ کمتری خرج می‌کردند. در صورتیکه تمایز واضحی به هنگام ارائه پیشنهادات آفلاین و آنلاین وجود نداشته باشد، این نشان دهنده یک ریسک عمده برای این صنعت است.

آمازون و Alibaba از برترین شرکت‌های تجارت الکترونیک در سطح جهان هستند. 43٪ از کل فروش آنلاین خرده‌فروشی در سال 2016 در آمریکا از طریق آمازون صورت گرفته‌است. این شرکت 53٪ از رشد فروش تجارت الکترونیک در آمریکا را به خود اختصاص داده است.

آمازون یک شرکت تجارت الکترونیک و رایانش ابری (Cloud Computing) آمریکایی است که در سال 1994 توسط Jeff Bezos تاسیس و راه‌اندازی شد. این شرکت از نظر فروش کلی و ارزش بازار در جهان در رتبه اول قرار دارد و بزرگترین تامین‌کننده خدمات Cloud Infrastructure به‌شمار می‌آید.

در سال 2015 آمازون از لحاظ ارزش بازار از Walmart پیشی گرفت و ارزشمندترین خرده‌فروش آمریکا شناخته شد .

جدول 1- آمازون در سال 2015

درآمد	107 میلیارد دلار
درآمد عملیاتی	2.223 میلیارد دلار
سود خالص	596 میلیون دلار
کل دارایی‌ها	65.444 میلیارد دلار
حقوق صاحبان سهام	13.384 میلیارد دلار

در اکتبر 2016 نیز آمازون عملکرد فروش را اینگونه اعلام کرده است:

جدول 2- عملکرد آمازون در فروش تا اکتبر 2016

فروش 3 ماهه سوم 29٪ افزایش داشته و به 32.7 میلیارد دلار رسیده است.
فروش 3 ماهه دوم 31٪ افزایش داشته و به 30.4 میلیارد دلار رسیده است.
فروش 3 ماهه اول 28٪ افزایش داشته و به 29.1 میلیارد دلار رسیده است.

همچنین عملکرد مالی آمازون در سال مالی 2016 به شرح جدول زیر گزارش شده است:

جدول 3- عملکرد آمازون در سال مالی 2016

Gross margin	+33.04
Operating margin	+2.25
Pretax margin	+1.47
Net margin	+0.56

در آوریل 2016، آمازون به عنوان بزرگترین خرده فروش جهان، عملکرد فروش سه ماهه اول سال خود را عالی گزارش کرد، که باعث رشد 12٪ قیمت سهام این شرکت شد. خدمات Amazon Web Services Cloud باعث کسب دستاوردهای بسیاری برای این شرکت شده است و باعث شده چهارمین سه ماهه پیاپی سودآور خود و سود آورترین سه ماهه خود تا کنون را اعلام کند.

آمازون اصولاً بر خلاف فروش سرسام آور خود، سود بسیار کمی را اعلام می کند. چرا که Jeff Bezos مدیر عامل این شرکت، دائماً سرمایه گذاری های بزرگی در موارد مختلف انجام می دهد. از آن جمله: مراکز پخش جدید، تحویل خواربار و کالاهای الکترونیک درب منزل. با وجود اینکه در این سه ماهه هزینه های عملیاتی 25٪ افزایش داشتند ولی درآمد هم افزایش داشت. فروش به 29.1 میلیارد دلار رسید (28٪ افزایش نسبت به 22.72 میلیون دلار فروش برای بازه زمانی مشابه در سال گذشته) و سود آمازون به 513 میلیون دلار رسید. در حالیکه در سال گذشته 57 میلیون دلار زیان کرده بود. در واقع مجموعاً سود این شرکت برای سال 2015 معادل 596 میلیون دلار بوده است.

Amazon Web Services که فضای server کامپیوتری به شرکت های دیگر اجاره می دهد سهم بزرگی در این سود داشته است. چه بسا درآمد عملیاتی این بخش 604 میلیون دلار بوده است که در سال پیشین تنها 195 میلیون دلار بوده است.

Amazon Web Services در سه ماهه نخست سال 2016 در آمدی معادل 2.57 میلیارد دلار داشته است که نسبت به همین سه ماهه در سال گذشته 64٪ افزایش داشته است. کسب و کار تجارت الکترونیک آمازون در طی یک سال 25.6٪ رشد داشته است.

خرده فروشی یک کسب و کار با حاشیه پایین است که این موضوع تحت تاثیر هزینه های سربار، رقابت و سایر عوامل است و آمازون هم استثنا نیست. حاشیه عملیاتی تجارت الکترونیک آمازون در این سه ماهه کمتر از 2٪ بوده است، در حالیکه AWS حاشیه عملیاتی معادل 23.5٪ اعلام کرده است.

آمازون درآمد خالص خود را در سه ماهه اول سال 2016 معادل 857 میلیون دلار اعلام کرد که 9 برابر همین بازه زمانی در سال 2015 بوده است، که همچنان این سود را عمدتاً مدیون Amazon Web Services است. بر خلاف آنچه تصور می‌شود آمازون قصد ندارد که سرمایه‌گذاری‌های خود را کاهش دهد و چه بسا Brian Olsavsky مدیر مالی آمازون در طی یک conference call در سال 2016 اعلام کرد که آمازون قصد دارد 18 انبار عمده جدید در سومین سه ماهه سال افتتاح کند (سه برابر تعداد انبارهای افتتاح شده در بازه زمانی مشابه در سال 2015). این انبارها انبارهایی هستند که در آنها سفارشات مشتریان را پردازش می‌کنند.

در سه ماهه سوم سال 2016

- فروش 29٪ افزایش داشته و به 32.7 میلیارد دلار رسیده است.
- جریان نقدی عملیاتی 49٪ افزایش داشته و به 14.6 میلیارد دلار رسیده است. (در مقایسه با 12 ماه پیشین منتهی به 30 سپتامبر 2015 که این عدد تنها 9.8 میلیارد دلار بوده است).
- درآمد عملیاتی در مقایسه با 406 میلیون دلار سه ماهه سوم سال 2015 افزایش داشته و 575 میلیون دلار بوده است.
- سود ویژه در مقایسه با 79 میلیون دلار سه ماهه سوم سال 2015 افزایش داشته و 252 میلیون دلار بوده است.

جدول 4- عملکرد آمازون، مقایسه سه سال (اعداد در هزار ضرب شوند)

2013/12/31	2014/12/31	2015/12/31	
74,452,000	88,988,000	107,006,000	درآمد
20,271,000	26,236,000	35,355,000	سود ناخالص
745,000	178,000	2,233,000	درآمد عملیاتی
274,000	-241,000	596,000	سود خالص

Amazon Fresh یکی از زیر مجموعه‌های Amazon.com است و خدمات خود را به تدریج با هدف قرار دادن قسمت‌های خاصی از مناطق مختلف شهری ارائه می‌دهد و با فروشگاه‌های محلی برای تحویل اقلام محلی مشارکت می‌کند. وبسایت این شرکت اجازه می‌دهد تا کاربران از طریق وارد کردن کد پستی خود، در دسترس بودن این خدمات را بررسی کنند. این خدمات در بخش‌هایی از ایالات متحده آمریکا از جمله کالیفرنیا، نیوجرسی، نیویورک، فیلادلفیا و واشنگتن ارائه می‌شود و طیف وسیعی از خواربار را درب منزل شما تحویل می‌دهد. شما همچنین می‌توانید زمان مناسب تحویل را نیز مشخص کنید. برای تحویل در همان روز، می‌بایست سفارش خود را صبح ثبت کنید و چنانچه شب سفارستان را ثبت کنید، صبح اول وقت روز بعد سفارش شما درب منزلتان تحویل داده می‌شود. ثبت سفارش با Amazon Fresh شامل 3 مرحله است.

1. از مجموعه فوق‌العاده ما خریداری کنید (توت‌فرنگی، گوشت، ماهی، کرم ضدآفتاب و تمام نیازهای روزمره شما).

2. زمان تحویل را مشخص کنید (روز و ساعت تحویل را مشخص کنید و ما به سرعت در همان روز و یا صبح اول وقت روز بعد درب منزل تحویل شما می دهیم).

3. سریع و تازه دریافت کنید (سرویس سرد ما به گونه‌ای است که غذاهای یخزده، یخزده باقی می‌مانند و محصولات تازه، ترد و تازه می‌مانند).

از جمله مزایای این خدمات:

- میوه‌ها و سبزیجات تازه و با کیفیت با بهترین قیمت
- طعم‌های محلی: ما با کشاورزان محلی شما مشارکت می‌کنیم تا میوه‌ها و سبزیجات دلخواه شما را به گونه‌ای به دست شما برسانیم که انگار خودتان انتخابشان کرده‌اید.
- سفارش شما با دقت انتخاب می‌شود و توسط کارشناس کیفیت بازرسی می‌شود.
- غذاهای تازه می‌مانند. تمام اقلام توسط افراد بسته‌بندی می‌شوند به گونه‌ای که خواربار شما تازه، یخزده و همانگونه که مطلوب شماست باقی می‌مانند.

حق عضویت این خدمات برای مشترکین Amazon Prime ماهیانه 14.99 دلار است که البته خود سرویس Amazon Prime سالانه 99 دلار هزینه دارد. در حالیکه سال گذشته خدمات Amazon Fresh فقط به صورت سالیانه بود و هزینه آن 299 دلار بود. امروزه در حدود نیمی از خانوارهای آمریکایی عضو Amazon Prime هستند.

طی تحقیقات Bloomberg بر روی 4 شرکتی که خدمات تحویل خواربار در منزل را انجام می‌دادند، به این نتیجه رسید Amazon Fresh ارزان‌ترین خدمات را در محدوده نیویورک ارائه می‌دهد.

Alibaba Group یک شرکت تجارت الکترونیک چینی است که فروش و خدمات پس از فروش خود را در حوزه‌های C2C، B2C و B2B از طریق پرتال و وب فراهم کرده و در زمینه‌هایی چون فروشگاه اینترنتی، خرده‌فروشی و رایانش ابری فعالیت می‌کند.

این گروه در سال 1999 توسط Jack Ma تاسیس شد و Alibaba.com شروع به کار کرد. در سال 2012، دو تا از پرتال‌های Alibaba، 1.1 تریلیون یوان معادل 170 میلیارد دلار فروش داشته‌اند. پرتال C2C شرکت Alibaba به نام Taobao که مشابه ebay است، نزدیک به 1 میلیارد محصول عرضه کرده و یکی از 20 وبسایت پربیننده جهان به شمار می‌آید.

در مارس 2013، 60٪ از بسته‌های تحویلی در چین مربوط به وبسایت‌های این گروه بوده‌است و در سپتامبر 2014 نیز 80٪ از فروش آنلاین کشور چین از طریق وبسایت‌های گروه Alibaba بوده‌است. محبوب‌ترین پلتفرم پرداخت آنلاین در چین به نام Alipay متعلق به این گروه است. این گروه تا پایان سال 2015، 36.465 کارمند داشته است. برخی کسب‌وکارهای این گروه عبارتند از:

AliExpress
Alibaba Cloud

TMALL.com
1688.com

Taobao.com
Alibaba.com

jet از دیگر شرکت‌های برتر خرده‌فروشی در امریکا است. یک شرکت تجارت الکترونیک امریکایی که دفتر اصلی آن در نیوجرسی می‌باشد. این شرکت که توسط Marc lore (که شرکت قبلی خود به نام diapers.com را به آمازون فروخته بود) تأسیس شده است، در 15 ژوئیه سال 2015 رسماً دو وبسایت Mike Hanrahan و Nate faust را راه‌اندازی و معرفی کرد. برخی سرمایه‌گذاران این شرکت عبارتند از: Alibaba, Goldman Sachs, Google ventures و ...

شرکت Walmart در آگوست 2016 رسماً اعلام کرد که قصد دارد jet.com را به قیمت 3.3 میلیارد دلار خریداری کند (3 میلیارد دلار پول نقد و 300 میلیون دلار به طور سهام که در طی زمان به موسسین و سایر اشخاص معین پرداخت می‌شد). Jet.com در ۱۹ سپتامبر به یک شرکت زیرمجموعه از [walmart](http://walmart.com) تبدیل شد.

پس از اینکه Marc Lore در نوامبر 2016 diapers.com را به Amazon فروخت، بر این باور بود که کاربران حاضرند در صورت امکان صرفه‌جویی بیشتری بر روی خریدهای خود، زمان بیشتری را به هنگام خرید آنلاین صرف کنند. در ابتدا Lore اقدام به خلق یک وبسایت بر اساس هزینه اشتراک مانند Costco و Sam's Club کرد و تصمیم گرفت آن را با یک انتخاب گسترده همانند Amazon Prime ترکیب کند، اما با این تفاوت که به جای ارسال سریع تاکید خود را بر روی قیمت پایین محصولات بگذارد.

در ابتدا تصمیم بر این بود که این وبسایت هزینه اشتراک سالانه‌ای معادل ۵۰ دلار دریافت کند، اما خیلی زود پس از راه‌اندازی این مسئله منتفی شد و امکان استفاده از آن رایگان شد.


Jet برای سفارشات بالای 35 دلار ارسال رایگان بین 2 تا 5 روز و همچنین ضمانت بازگشت رایگان کالا را ارائه می‌دهد. ارسال 2 روزه برای هزاران کالای ضروری روزانه می‌باشد و ارسال کالاهایی که freight می‌شوند ممکن است بیش از 5 روز طول بکشد.

- برای ارسال رایگان سفارش شما، می‌بایست مبلغ سفارش قبل از اعمال مالیات حداقل ۳۵ دلار باشد (شما نمی‌توانید چند سفارش را با هم ترکیب کنید تا به این رقم برسند). شما باید برای سفارش‌های کمتر از ۳۵ دلار هزینه ثابت ارسال 5.99 دلار بپردازید. بنابراین به نفع شماست که در هر سفارش خود بیشتر هزینه کنید. چنانچه مایلید که سفارش شما طی ۲

روز کاری به دستتان برسد، بهتر است که سفارش خود را تا پیش از ۲ بعد از ظهر ثبت کنید. بنابراین سفارشات که در روزهای تعطیل ثبت شوند، بیش از ۲ روز زمان می‌برند. البته که این شرکت بر روی تاخیر در اثر نقص اطلاعات و یا شرایط آب و هوایی بد کنترلی ندارد.

- به 48 ایالت در امریکا و ناحیه کلمبیای آمریکا امکان ارسال دارند.
- سفارشات از انبارهای شرکای خرده‌فروشی و یا از انبارهای بسته‌بندی شرکت ارسال می‌شوند. سفارش ممکن است توسط یک خرده‌فروش دیگر و با بسته بندی متفاوت ارسال شود، که البته قیمت آن ثابت بوده و تغییری نخواهد کرد. در چنین مواقعی ممکن است که یک فاکتور با شماره کارت اعتباری به نام شخصی غیر از شما در بسته دیده شود، چرا که ما آن کالاها را با نام خودمان از خرده‌فروشی دیگری خریداری می‌کنیم و برای شما ارسال می‌کنیم.
- هیچ هزینه اشتراک و یا هزینه سالیانه‌ای در jet.com وجود ندارد.

استفاده از گزینه ی صرفه‌جویی در jet.com

1. با اضافه کردن کالاهایی با نشانه  زمانیکه کالای دیگری در سبد خرید خود دارید، این کالاها باعث کاهش قیمت کالاهای موجود در سبد خریدتان می‌شوند. به عنوان مثال خرید کالایی مانند خمیر دندان باعث کاهش قیمت بیسکویت و دستمال حوله‌ای شما می‌شود.
2. با امتناع از گزینه ضمانت بازگشت رایگان کالا، [Jet](http://jet.com) به شما این امکان را می‌دهد تا برای کالاهایی مشخصی مانند دستمال حوله‌ای و ... ، هزینه کمتری پرداخت کنید (هزینه بازگشت بالقوه کالا بر روی قیمت خرید آنلاین گنجانده شده‌است).
3. پرداخت از طریق کارت نقدی (debit card) باعث کاهش هزینه می‌شود. چرا که خرده‌فروشان برای هر تراکنش کارت اعتباری هزینه‌ای پرداخت می‌کنند.

[Jet](http://jet.com) اینگونه ادعا می‌کند که حتی کالاهایی که تولیدکنندگان آنها اجازه تخفیف نمی‌دهند و امکان کاهش قیمت ندارند، در فروشگاه های [Jet](http://jet.com) به قیمت پایین تری به فروش خواهند رسید چرا که « از ابتدا پایین هستند».

- کالاهای ضروری روزانه از انبارهای jet.com و در بسته‌بندی‌های بنفش مخصوص تا حداکثر 2 روز به دست شما خواهند رسید.
- برای سایر کالاها [Jet](http://jet.com) با خرده‌فروشان دیگر شراکت کرده و سفارش شما را طی 2 تا 5 روز برایتان ارسال می‌کند

روند خرید و تخفیفات در jet.com

1. تجسم کنید به عنوان مثال در ابتدا یک مایع لباسشویی برند [tide](http://tide.com) به سبد خرید خود اضافه می‌کنید. قیمت آن در ابتدا 20.19 دلار است که در اثر تخفیفات می‌تواند تا 20.01 دلار کاهش پیدا کند.

Free Shipping Over \$35 & Free Returns Details | Jet Wholesale Shop | Easy Reorder | Why Shop Jet?

Laundry Detergent

Home > Household Supplies > Laundry > Laundry Detergent

Filter by: Categories | Brands | Prices | Detergent Form | Scent | Number of Loads | See All Filters | Sort by: Relevance

Product	Original Price	Current Price	Savings	Delivery
Tide Pods Laundry Detergent, Ocean Mist, 72 Loads	\$17.99	\$17.83	with extra savings	2 Day Delivery
Tide Laundry Detergent, Original, 96 HE Loads	\$20.19	\$20.01	with extra savings	2 Day Delivery
Tide PurClean Laundry Detergent, Honey Lavender, 32 Loads	\$11.99	\$10.89	with extra savings	2 Day Delivery
Gain Laundry Detergent, Original, 96 Loads	\$15.99	\$15.84	with extra savings	2 Day Delivery

Watch prices DROP as you shop!

2. پس از افزودن یک کالا به سبد خرید، در کنار برخی کالاها علامت ظاهر می شود. حالا یک بسته پوشک پمپرز به قیمت 33.88 دلار به سبد خرید اضافه می کنیم. همانطور که در سبد خرید در سمت راست صفحه دیده می شود، قیمت مایع لباسشویی tide که از قبل در سبد خرید ما بود از 20.19 به 20.12 دلار رسید.

Free Shipping Over \$35 & Free Returns Details | Jet Wholesale Shop | Easy Reorder | Why Shop Jet?

Diapers

Home > Baby > Diapering > Diapers

Filter by: Categories | Brands | Prices | Sub-Brand | Diaper Size | Diaper Type | See All Filters | Sort by: Relevance

Add items with the tag to your cart to make prices drop!

Product	Original Price	Current Price	Savings	Delivery
Pampers Baby Dry Diapers, Size 4, Economy Pack Plus, 180 Ct	\$33.88	\$33.56	with extra savings	2 Day Delivery
Luvs Ultra Leakguards Diapers, OMG Jr Pack	\$25.95	\$25.70	with extra savings	2 Day Delivery
Pampers Swaddlers Diapers, Economy Pack Plus	\$32.14	\$31.83	with extra savings	2 Day Delivery
Luvs Ultra Leakguards Diapers, Value Pack	\$22.19	\$21.97	with extra savings	2 Day Delivery

You've earned FREE shipping!

1 \$33.99 **\$33.88** 0.32% savings

1 \$20.19 **\$20.12** 0.35% savings

Why are prices dropping?

Subtotal \$54.00 View Cart

ن یک بسته دستمال توال charmin به قیمت 19.90 دلار اضافه می کنیم. قیمت مایع لباسشویی tide همچنان پایین تر آمده و به 20.10 دلار می رسد (0.45% صرفه جویی) و قیمت پوشک pampers به ۳۳٫۱۸ دلار می رسد. (2.38% صرفه جویی)

طبق اخبار منتشر شده در وبسایت mashable در Jet.com در این فصل تعطیلات، تبلیغات تلویزیونی خود را به قصد تراکم بالای تبلیغات دیجیتال رها کرد». پس از تبلیغات فراوان تلویزیونی در طول سال گذشته jet.com در این فصل تعطیلات کاملاً از تبلیغات تلویزیونی کنار کشید و توجهش را به دنیای دیجیتال معطوف کرد. در واقع از ماه آگوست که توسط walmart خریداری شد، بودجه آنلاین خود را 250 برابر هزینه دیجیتال خود در سال گذشته تعیین کرد که از بودجه تبلیغات آنلاین تمامی وبسایت های تجارت الکترونیک بزرگتر از خودش نیز، بیشتر بوده است.

در همین حال، Amazon به عنوان رقیب قدرتمند jet.com رویه متضاد آن را در پیش گرفت. شرکت Amazon که اصولاً در زمینه آگهی های بازرگانی تلویزیونی کمی خسیس است، در این فصل نسبت به تبلیغات تلویزیونی بسیار ولخرجی کرد و از تمام رقبای بزرگ خود از جمله Walmart، Target و Macy's بیشتر خرج کرد. در واقع هزینه تبلیغات تلویزیونی Amazon 76٪ از همین بازه زمانی در سال گذشته بیشتر بوده است، در حالی که target را تنها ۵۴٪ افزایش داد و Walmart ۱۰٪ کاهش داشته است. لازم به ذکر است هر ۳ شرکت حضور آنلاین خود را نیز تقویت کردند: آمازون 224٪ افزایش، Target و Walmart 161٪ افزایش داشته اند.

تبلیغات تلویزیونی عظیم شرکت Amazon مفید واقع شده و طبق اظهارات این شرکت، موفق ترین فصل تعطیلات را از نظر فروش تا کنون داشته است. طبق اظهارات خبرنگار وبسایت Walmart تا ماه آگوست سال 2016 jet.com موفق شده است به:

- ارائه 12 میلیون SKU در اولین سال فعالیت
- یک پایگاه مشتری از مشتریان شهری و نسل وای با اضافه شدن بیش از چهارصد هزار خریدار جدید به صورت ماهیانه
- میانگین ۲۵۰۰۰ سفارش روزانه

- مجموعه‌ای از 2400 خرده‌فروش و برندهای شریک در جهت ایجاد یک مجموعه جذاب و متمایز برای مصرف‌کنندگان
- ارائه برترین فناوری که به مشتریان در زمان واقعی با صرفه‌جویی در مواردی که با هم تحویل و ارسال می‌شوند، پاداش می‌دهد که این کار از طریق کاهش هزینه‌های لجستیک و زنجیره عرضه که اغلب در دل قیمت‌ها نهفته است، صورت می‌گیرد.

تجارت الکترونیک و صنعت زیبایی

کل فروش retail در جهان در سال ۲۰۱۵ معادل 20.795 تریلیون دلار بوده است که 1.548 تریلیون دلار آن به تجارت الکترونیک در سطح جهان مربوط بوده است. این در حالی است که در سال ۲۰۱۶ این رقم به 915.1 تریلیون دلار خواهد رسید که ۳۹۴،۴ میلیارد دلار از این مبلغ به آمریکا اختصاص دارد که این رقم معادل 11.7٪ کل فروش خرده‌فروشی در آن کشور است.

در مورد صنعت FMCG لازم به ذکر است در حال حاضر 4.4٪ از فروش آن از طریق تجارت الکترونیک صورت می‌گیرد. تجارت الکترونیک FMCG در سال 2016 معادل ۴۸ میلیارد دلار بوده است که پیش‌بینی می‌شود تا سال 2025 به ۱۵۰ میلیارد دلار برسد.



نمودار 1- حجم تجارت الکترونیک خرده‌فروشی از 2015 تا 2020

در طی چند سال گذشته بازار محصولات زیبایی و مراقبت شخصی رشد بسیار بزرگی را شاهد بوده‌است. صنعتی که پیش از این تنها به فروشگاه‌های فیزیکی محدود می‌شد، امروزه تجارت الکترونیک را نیز در اختیار خود گرفته‌است.

در سال ۲۰۱۵ طبق اظهارات Euromonitor مصرف‌کنندگان ۲۴,۳ میلیارد دلار به صورت آنلاین خرید محصولات زیبایی و مراقبت شخصی داشتند که معادل ۶,۵٪ کل بازار و ۲ برابر سهم بازار آنلاین در سال ۲۰۱۰ (۳,۳٪) بود.

تجارت الکترونیک تا سال ۲۰۱۲ تنها ۴٪ الی ۵٪ از کل فروش آن را تشکیل می‌داد اما تا سال ۲۰۱۵ به ۶٪ الی ۸٪ رسید. پیش از این دلیل خرید آنلاین مشتریان صرفاً راحتی بیشتر و امکان مقایسه قیمت‌ها بود، اما امروزه مصرف‌کنندگان از خرید آنلاین بیشتر لذت می‌برند.

پیش از این، افراد با خرید آفلاین محصولات زیبایی خود کاملاً راضی بودند، چرا که فرصت لمس، بوییدن و امتحان کردن آن محصول را به آنها می‌داد. از این رو این باور وجود داشت که محصولات زیبایی همانند کالاهای مد و لوکس در زمینه فروش آنلاین موفق نخواهد بود. اما برخلاف این تصور، پیش‌بینی می‌شود صنعت زیبایی و مراقبت‌های شخصی در اروپا تا سال ۲۰۱۹ سالانه بالغ بر ۸٪ رشد داشته باشد. **کانال‌های آنلاین رشدی معادل ۴ برابر سریعتر از فروشگاه‌های ثابت و فیزیکی دارند.** چند نمونه از عوامل متعددی که در این زمینه نقش داشته‌اند:

۱. در سال ۲۰۱۴ برند L'Oréal یک اپلیکیشن به نام Makeup Genius راه اندازی کرد که با استفاده از آن دوربین جلوی موبایل به عنوان یک آینه مجازی عمل می‌کند تا شخص بتواند پیش از خرید کالای مورد نظر خود آن را به صورت مجازی امتحان کند. این اپلیکیشن از تکنولوژی پیشرفته تشخیص چهره برای به کار بردن محصولاتی مانند رژلب و یا خط چشم استفاده می‌کند.

۲. آرایشگرهای حرفه‌ای، مانند Lisa Eldridge که به صورت حرفه‌ای در فضای مجازی فعالند. Eldridge که ۳ میلیون فالور در شبکه‌های مجازی دارد، اپلیکیشن موبایلی اختصاصی خود را دارد و همچنین وبسایتی با ترافیک بالا. او ویدیوهای آموزشی آرایشی رایگان در شبکه‌های مجازی به اشتراک می‌گذارد.

۳. قدرت در حال افزایش بلاگرها و vlogger (بلاگرهای ویدیویی) ها. این افراد در دنیای زیبایی بسیار تاثیر گذارند و حتی از آرایشگران حرفه‌ای قدرت بیشتری دارند. به عنوان مثال Zoella یک فرد تاثیر گذار در یوتیوب بود که بیش از ۱۱ میلیون فالور داشت. Zoella در یکی از پست‌های خود یک رژگونه برند Topshop را توصیه می‌کند و این برند شاهد ۴۰٪ افزایش clickthrough در وبسایتش می‌شود. این میزان توسط هیچ ابزار تبلیغاتی دیگری میسر نخواهد بود.

Beauty رشد بیشتری به نسبت personal care داشته است. در سال ۲۰۱۵ بیشترین میزان نفوذ تجارت

الکترونیک در این دسته بندی به ترتیب زیر بوده است:

۱. Skin care

۲. کیت‌های زیبایی و مراقبت از پوست

3. لوازم آرایشی رنگی

4. عطر

وبسایت‌هایی که در زمینه تجارت الکترونیک زیبایی غالب هستند:

1. آمازون (۷۳٪) از مصرف‌کنندگان گفتند که آمازون انتخاب اول آنهاست)

2. Walmart و Sephora (۴۲٪) Walmart و Sephora (۳۵٪)

اما همچنان ۹۳٪ از فروش محصولات زیبایی در فروشگاه‌های فیزیکی صورت می‌گیرد. کشور چین از لحاظ سهم بازار فروش آنلاین محصولات زیبایی با ۱۸,۱٪ اولین رتبه را دارد و پس از آن به ترتیب انگلستان با ۱۰,۶٪، امریکا با ۷,۷٪ و جهان با ۶,۴٪ درصد در رتبه های بعدی قرار دارند.

ارزش بازار لوازم آرایش در سراسر جهان در سال ۲۰۱۵ معادل ۳,۹٪ افزایش داشته و به ۲۷۵ میلیارد دلار رسید. در این صنعت فرصت‌های خوبی برای رشد وجود داشته که از آن جمله:

1. مدل‌های اشتراکی و آبونمانی: مانند Birchbox، Dollar Shave Club و Amazon Subscribe

&Save (در سال ۲۰۱۵ Birchbox یک میلیون و Dollar Shave Club ۳,۲ میلیون کاربر داشتند).

2. تجارت الکترونیک محصولات زیبایی لاکچری (کل بازار لاکچری ۱۳٪ در سال ۲۰۱۵ رشد داشته است).

۲۰٪ از خریداران خرید آنلاین از خرده‌فروشان را به وبسایت برندها ترجیح می‌دهند. ۸ درصد از فروش محصولات زیبایی در امریکا به صورت آنلاین صورت می‌گیرد که ارزشی معادل ۳۲ میلیارد دلار داشت. آمازون ۲۵٪ از کل فروش آنلاین را تشکیل می‌دهد و Walmart ۱۰ درصد.

در زمینه زیبایی برند **Estée Lauder** ۱۲ درصد از فروشش در امریکا و ۸٪ از فروشش در جهان را از طریق تجارت الکترونیک به دست می‌آورد. برند **L'Oréal** ۲۵ درصد از فروش آنلاین مستقیماً از وبسایت برند صورت می‌گیرد و ۷۵ درصد باقی از طریق وبسایت‌های خرده‌فروشی مانند آمازون. L'Oréal در سال ۲۰۱۵ یک میلیارد دلار فروش آنلاین داشته است.

تجارت الکترونیک در زمینه زیبایی نقش بزرگی دارد اما در زمینه مراقبت‌های شخصی نقش کمتری دارد. تجارت الکترونیک در حالیکه ۹٪ بازار زیبایی را تشکیل می‌دهد، اما در مورد محصولات مراقبت‌های شخصی (مراقبت از مو، دئودورانت، شستشوی دهان، مراقبت‌های بانوان) تنها ۳,۱٪ است.

آمازون، Walmart و Target مجموعاً ۸۲٪ از فروش آنلاین محصولات مراقبت شخصی را تشکیل می‌دهند که این آمار بسیار متمرکز تر از فروش آفلاین است. در زمینه فروش آفلاین، walmart همچنان پیشرو است و ۱۹,۴٪،

target ۱۲,۱٪، مجموعه سوپر مارکت‌ها ۱۶.۶٪ و داروخانه‌ها و Dollar store ها ۲۴.۷٪ فروش محصولات مراقبت شخصی را شامل می‌شوند.

Estée Lauder

Estée Lauder Companies تولید کننده و فروشنده محصولات مراقبت از پوست، آرایش، عطر و محصولات مراقبت از مو است. این شرکت برند های متنوعی دارد که در بازار های بین المللی در بالغ بر ۱۵۰ کشور توزیع و فروخته می‌شوند. این شرکت در سال ۱۹۴۶ در نیویورک در ایالات متحده امریکا تاسیس شد. بیش از ۴۶۰۰۰ کارمند دارد و ۱۱.۲۶ میلیارد دلار فروش خالص در سال ۲۰۱۵ داشته است. برند های Estée Lauder Companies عبارتند از:

Estée Lauder	Aramis	Clinique	Prescriptives
Lab Series	Origins	Tommy Hilfiger	M·A·C
Kiton	La Mer	Bobbi Brown	Donna Karan New York
DKNY	Aveda	Jo Malone London	Bumble and bumble
Michael Kors	Darphin	Tom Ford	Smashbox
RODIN olio lusso	Tory Burch	AERIN	Ermenegildo Zegna
By Kilian	GLAMGLOW	Editions de Parfums Frédéric Malle	Le Labo

پلتفرم های اصلی فروش آنلاین محصولات Estée Lauder

The bay	Nordstrom	Macys	Sephora
Feel Unique (انگلستان)	(Boots انگلستان)	Fragrances and cosmetics	Amazon
			(Tmall چین)

زمانی که برند Clinique فروش خود را بر روی وبسایت (Tmall وبسایت خرده فروشی B2C آنلاین چینی زبان) شروع کرد، در سال اول 100000 مصرف کننده جدید جذب کرد. بسیاری از این مصرف کننده ها از شهر های کوچک چین بودند، شهرهایی که این محصولات در آنها پخش ضعیفی داشتند یا اصلاً توزیع نمی شدند.

اولین وبسایت تجارت الکترونیک این شرکت در سال 1996 برای برندهای Clinique و Bobbi Brown راه اندازی شد. امروزه بیش از 1100 سایت تجارت الکترونیک و تجارت موبایلی در بیش از 30 کشور دارد.

این شرکت در سومین سه ماهه سال 2015 شاهد ۸٪ افزایش فروش بوده که بیش از میانگین ۱.۵٪ این صنعت بوده است. این موضوع نشان دهنده پذیرش مصرف کنندگان، حضور محصولات خلاقانه و نوآورانه است. این شرکت همچنین در برندهای برتر سرمایه گذاری مجدد کرده و برندهایی که برای نسل هزاره جذاب تر هستند را خریداری می کند. Estée Lauder نسبت به سال های گذشته تغییرات فراوانی داشته است.

70٪ محصولاتی که امروزه به فروش می رسند، جدید هستند و یا به روزرسانی شده اند. توزیع نیز به همین میزان تغییر داشته است. در سال 2015 Fabrizio Freda مدیر عامل این شرکت احیای مجدد ۲ تا از برندهای مشهور این شرکت به نام های Estée Lauder و Clinique را اعلام کرد. این استراتژی مبنی بر معرفی فرمولاسیون های آرایشی جدید برای Clinique و کرم های صورت جدید برای Estée Lauder بوده است.

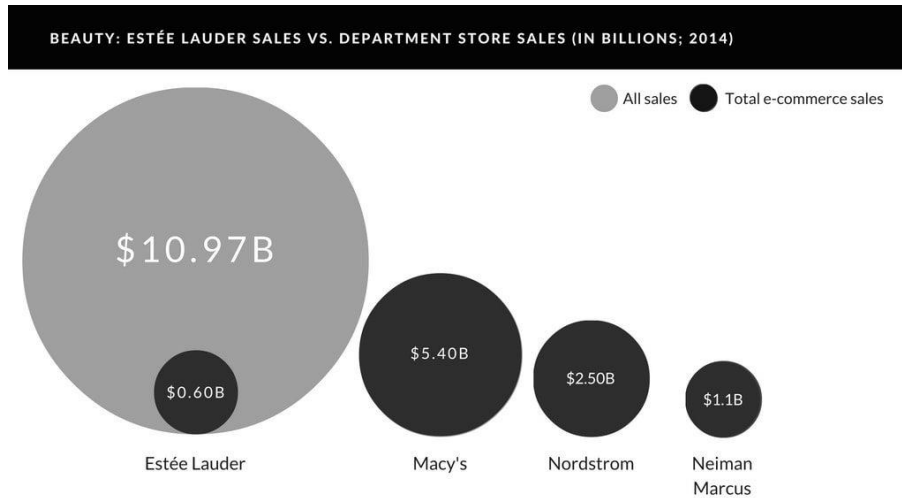
استراتژی acquisition این شرکت نیز بر نسل هزاره متمرکز است. acquisition اخیر برند smashbox که برندی با مخاطبان نسل هزاره است بیانگر تلاش مستمر این شرکت برای یافتن شرکت های جدیدی است که همزمان با تغییرات مشتریان، تغییر می کنند.

در سه ماهه سوم سال 2015 رویدادهای ترویجی (promotional event) این شرکت لغو شدند و در نتیجه هزینه ها ۳۰ میلیون دلار کاهش یافتند که بخشی از این مبلغ صرف تقویت برند Estée Lauder شد که منجر به فروش بهتری در سه ماهه بعدی شد.

شرکت Estée Lauder همچنین اپلیکیشن Clinique Skin Care که یک اپلیکیشن مشاوره آرایشی بود را نیز تحت برند Clinique راه اندازی کرد که اطلاعات هواشناسی را ارائه می کرد و بر اساس شرایط آب و هوا نکاتی در مورد مراقبت از پوست مطرح می کرد.

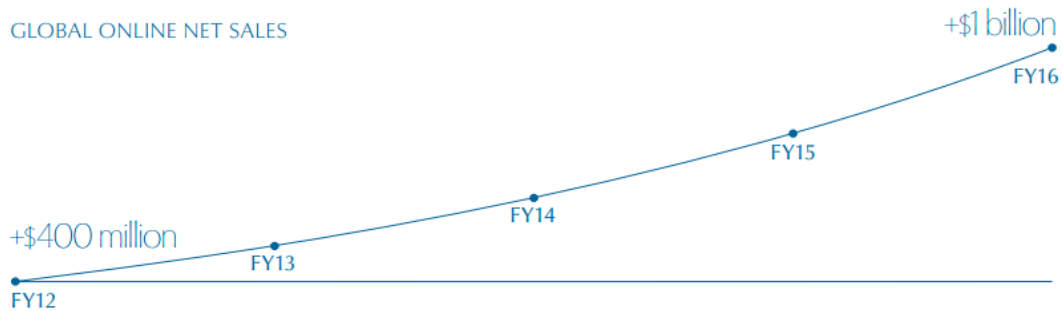
Estée Lauder در سال 2014 معادل ۶۰۰ میلیون دلار فروش اینترنتی داشت که در نگاه اول مقدار زیادی به نظر می آید اما در مقایسه با مراکز خرید شریکش مانند Macy's و Nordstrom رقم چشمگیری نیست. چراکه Macy's 5.4 میلیارد دلار و Nordstrom 2.5 میلیارد دلار فروش محصولات زیبایی داشته اند.

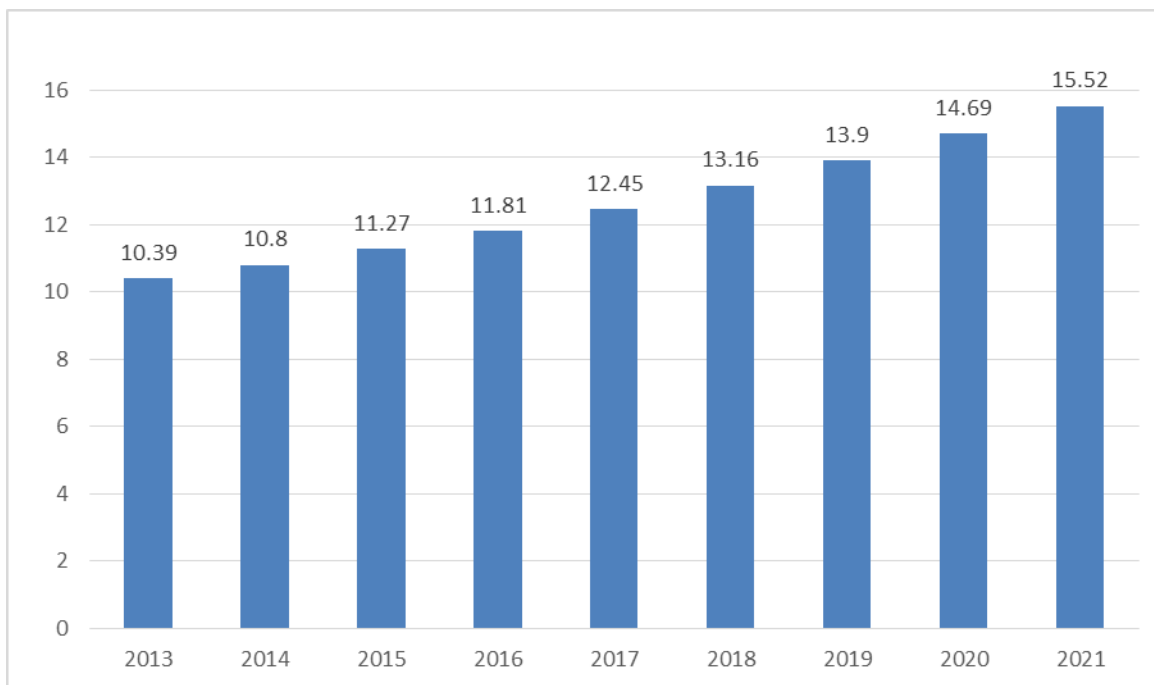
این بدان معنی است که وبسایت برند بیشتر نقش مسیر خرید را دارد و نه مقصد نهایی.



Source: L2 Digital IQ Index: Beauty, December 2015

فروش آنلاین Estée Lauder برای اولین بار در سال 2016 به ۱ میلیارد دلار رسید که از طریق پلتفرم‌های e-commerce و m-commerce خود برند و همچنین retailer ها صورت گرفته است. ۳۵٪ از فروش آنلاین این شرکت از طریق m-commerce بوده است.





نمودار 2- درآمد جهانی Estée Lauder از سال 2013 تا 2021 (به میلیارد دلار)

تجارت الکترونیک در ایران

از نمونه‌های موفق تجارت الکترونیک در ایران می‌توان دیجی کالا، بامیلو و شیپور را نام برد که به دلیل عدم دسترسی به جزئیات بیشتر تنها به خلاصه‌ای از معرفی آنها می‌پردازیم.

الف- دیجی کالا

در سال 85 توسط 2 برادر به نام‌های حمید محمدی و سعید محمدی راه‌اندازی شد و با تمرکز بر روی کالاهای دیجیتال شروع به کار کرد. امروزه 1100 نفر در این شرکت مشغول به کار هستند و روزانه صد هزار sku روی این سایت عرضه می‌شود. طبق ادعای مدیران این شرکت، دیجی کالا در سال 92 بیش از 85٪ سهم بازار را به خود اختصاص داده است و همچنین در فروردین 95 اعلام کرده‌اند که این وبسایت ماهانه حدود 5.7 میلیون کاربر فعال دارد.

ب- شیپور

در سال 1391 توسط رضا اربابیان تاسیس شد و شرکت Craigslist را به عنوان benchmark خود قرار داد. وبسایت این شرکت سیصد هزار بازدید کننده و سی هزار ad registration در روز دارد. یک شرکت سوئدی به نام Pomegranate از سرمایه‌گذاران این شرکت است و 26.7٪ از سهم آن را دارد.

ج - بامیلو

بامیلو توسط رامتین منزهیان در زمستان 1392 فعالیت خود را آغاز کرد و رسماً در تابستان 93 رونمایی شد که MTN آفریقای جنوبی سرمایه گذار اصلی آن است. اکنون پس از 2 سال و نیم حدود 300 نفر کارمند دارد. حدود 1000 فروشنده با بامیلو ارتباط دارند و بیش از صد هزار کالا در بامیلو عرضه می‌شود. بامیلو اپلیکیشن موبایل فعالی هم دارد که حدود 30 درصد از سفارش‌ها از طریق این اپلیکیشن ثبت می‌شوند. در حال حاضر بامیلو 20 درصد از بازار فروش آنلاین را در اختیار دارد.

بامیلو در کمپین حراجی سال 94 خود در طی 2 روز 60.000 کالا فروخت و فروشنده‌ها به طور میانگین 15 برابر روزهای عادی فروش داشته‌اند. رکورد خرید "20 کالا در ثانیه" در مورد برخی از کالاهای خاص یکی از تجربه‌های بامیلو در این حراج استثنایی بود. بامیلو در طی 2 روز حدود 7 میلیون بازدید داشت.

در حراجی سال 95، در اولین ساعت کمپین بیش از 1 میلیون نفر به سایت مراجعه کردند و سفارش‌های بامیلو تنها در روز اول 30 برابر روزهای عادی بود.

بررسی موردی فروشگاه‌های زنجیره‌ای شهروند

در مهرماه سال 1395 اکبر علوی، مدیرعامل فروشگاه‌های زنجیره‌ای شهروند در مراسم رونمایی از فروشگاه‌های مجازی شهروند گفت: در این حوزه کیفیت و قیمت عامل رقابت است. به گزارش ایتنا از مهر، اکبر علوی در مراسم رونمایی از دستاورد جدید فروشگاه شهروند اظهار داشت: شهروندان تهرانی می‌توانند در کمتر از ۲ ساعت کالای سفارشی خود را تحویل بگیرند و در سایر نقاط کشور بعد از سفارش می‌توانند تا ۷۲ ساعت اجناس مدنظر را تحویل بگیرند. وی افزود: در حال حاضر بیش از ۱۰ هزار قلم کالا برای خرید مجازی آماده شده و به مرور تعداد کالاهایی که بر روی فروشگاه مجازی قرار می‌گیرد، افزایش خواهد یافت. مدیرعامل فروشگاه‌های شهروند ادامه داد: ما در فروشگاه‌های خود ۶۰ هزار بارکد کالا داریم که به مرور همه آنها به فروش اینترنتی اضافه خواهند شد.

علوی گفت: شهروندان اگر تنها ۵۰ هزار تومان از فروشگاه مجازی خرید داشته باشند ارسال آن به صورت رایگان در هر نقطه‌ای از کشور انجام خواهد شد. همچنین در صورت عدم رضایت از جنس خریداری شده، بازپس گرفته می‌شود و رضایت خریدار حاصل خواهد شد.

وی در پاسخ به سؤال خبرنگار مهر مبنی بر اینکه پیش از فروشگاه‌های شهروند فروشگاه‌های مجازی دیگری دایر شده و شما برای جبران عقب ماندگی در رقابت چه راهکاری را اتخاذ کرده‌اید، افزود: ما رقابت سالمی با فروشگاه‌های مجازی دیگر خواهیم داشت. قیمت بهتر، کیفیت برتر و رفتار مناسب‌تر، ما را در مقایسه با فروشگاه‌های مجازی پیشرو خواهد کرد.

علوی گفت: دسترسی سریع و آسان به محصولات، صرفه جویی در زمان و هزینه‌ها، کاستن از ترافیک شهر، تلطیف و کاهش آلودگی هوا از جمله اهداف مورد نظر ما بوده است.

در جهت بررسی میزان راحتی و کارایی فروشگاه مجازی شهروند، تصمیم گرفتیم به صورت آزمایشی سفارشی ثبت کنیم و نحوه و زمان ارسال و سایر جزئیات آن را ارزیابی کنیم. در زمان انتخاب کالا جهت سفارش، تعداد زیادی از کالاها در گروه‌های مختلف ناموجود بودند.

خرید اینترنتی در این سایت شامل ۵ مرحله است:

1. سبد خرید

در این بخش سعی کردیم تا مبلغ کل سفارش خود را به بیش از پنجاه هزار تومان برسانیم تا از ارسال رایگان بهره

ببریم.

مبلغ نهایی (تومان)	تخفیف	تعداد	قیمت واحد	کد محصول	مجموعه	مجموعات
۵۸,۵۰۰	بدون تخفیف	۳	۱۹,۵۰۰ تومان	6280695600129	خرما پزاکم 500 گرمی پارسا	
۸,۶۷۵	15 درصد تخفیف محصول	۱	۱۰,۵۰۰ تومان	0070942302401	لغ دندان منسجم شونده مومدار 30 متری جریوگام	
۸,۰۰۰	بدون تخفیف	۱	۸,۰۰۰ تومان	6280161511973	عاست بازی 5 درصد چربی کبیر 1400 گرمی کته	
۷,۵۰۰	بدون تخفیف	۱	۷,۵۰۰ تومان	6280200610506	نوافک کلاسیک اندر 300 گرمی کبیر	
۳,۳۰۰	۱۰ درصد تخفیف محصول	۱	۳,۶۰۰ تومان	6280272803097	شیر نیم چرب 1 لیتری دامادان	
۸۷,۰۰۰ تومان	جمع خرید شما		فروشگاه مجازی شهروند			
۱,۷۷۵ تومان	تخفیف					
۰ تومان	هزینه ارسال					
۰ تومان	هزینه بسته بندی					
%	سپه و عوارض					
%	مالیات					
۸۵,۲۲۵ تومان	مجموع پرداختی شما					

2. ورود به حساب کاربری

به حساب کاربری که از پیش ساخته بودیم وارد شدیم.

3. اطلاعات ارسال سفارش






4. بازبینی سفارش

5. روش پرداخت و ثبت نهایی

در نهایت سفارش در ساعت 10:14 ثبت شد و زمان تحویل بین ساعت ۱۲ تا ۱۵ تعیین شد.

سفارش در ساعت ۱۰:۲۰ تحویل ما داده شد. علیرغم زمانبندی مناسب و تحویل به موقع کالا، مشکلی در محاسبه مبلغ سفارش ما وجود داشت. همانطور که در تصویر بخش ۵ مشاهده می کنید مجموع مبلغ سفارش ۸۵,۲۲۵ تومان برآورد شده بود و از آنجایی که پراخت حضوری را انتخاب کرده بودیم، فاکتوری که دریافت کردیم 92.730 تومان بود.

این تفاوت به دلیل قیمت یکی از کالاها بود که در زمان سفارش آنلاین ۱۹,۵۰۰ برآورد شده بود ولی در فاکتور 22.000 تومان ثبت شده بود. لازم به ذکر است که قیمت درج شده بر روی بسته‌بندی کالا همان 22.000 تومان بود. ولی به هرحال این اختلاف قیمت باعث حس عدم اطمینان و نارضایتی در مصرف‌کننده می‌شود.

محتصولات	محتصولات	کد محصول	قیمت واحد	تعداد	تخفیف	مبلغ نهایی (تومان)
	خرما پیام 500 گرمی پارسان	6260695600129	۱۹,۵۰۰ تومان	۳	بدون تخفیف	۵۸,۵۰۰
	بج دندان منسجه شونده موهزار 30 متری جی‌ای‌ام	0070942302401	۱۹,۵۰۰ تومان	۱	15 درصد تخفیف محصول	۱۶,۲۷۵
	ماست تازی 5 درصد چربی کثیر 1400 گرمی کاله	6260161511973	۸,۰۰۰ تومان	۱	بدون تخفیف	۸,۰۰۰
	لواشک کلاسیک انار 300 گرمی گلبی	6260200610506	۷,۵۰۰ تومان	۱	بدون تخفیف	۷,۵۰۰
	شیر نیم چرب 1 لیتری دامداریان	6260272803097	۲,۵۰۰ تومان	۱	8 درصد تخفیف محصول	۲,۳۰۰
جمع خرید شما						۸۷,۰۰۰ تومان
تخفیف						۱,۷۲۵ تومان
هزینه ارسال						۰ تومان
هزینه بسته بندی						۰ تومان
بیمه و تعارض						۰ %
مالیات						۰ %
مجموع پرداختی شما						۸۵,۲۷۵ تومان

فروشگاه مجازی شهروند

تجارت الکترونیک و قطعات خودرو

در سال 2016 فروش آنلاین قطعات خودرو در آمریکا معادل 7.4 میلیارد دلار بوده است که نسبت به سال گذشته خود 16٪ افزایش داشته است. در سال 2015 درآمد کلی قطعات خودرو در آمریکا 68 میلیارد دلار بوده است. در آمریکا در دهه گذشته فروش خودرو سالانه 1٪ رشد داشته که در مورد قطعات خودرو این رقم به 7٪ می‌رسد.

در این راستا شرکت Amazon در حال گسترش کسب‌وکار خود بوده و زیرمجموعه جدیدی تحت عنوان Amazon Auto Parts راه‌اندازی کرده است. این مجموعه فروش آنلاین، قطعات خودرو را با قیمت‌هایی پایین‌تر از سایر رقبا ارائه می‌کند و حتی قیمت‌های آن تا 22٪ کمتر از سایر فروشگاه‌های زنجیره‌ای است. به عنوان مثال یک باتری ماشین اپتیما که در فروشگاه‌های Auto Zone 216 دلار قیمت دارد، در Amazon 166 دلار به فروش می‌رسد. این مجموعه همچنین در 40 شهر از آمریکا خدمات تحویل 1 روزه قطعات خودرو را نیز ارائه می‌دهد.