

# بامیلو یا دیجی کالا؟ از کدام فروشگاه خرید کنیم؟



نویسنده: مهران منصوری فر

بامیلو یا دیجی کالا؟ از کدام فروشگاه خرید کنیم؟ اگر ۲ سال پیش همین موقع این سوال را می پرسیدید قطعا و بدون شک می گفتم دیجی کالا و تمام! اما الان اوضاع خیلی فرق کرده است و پاسخ دادن به این سوال نیاز به بررسی بیشتری دارد.

سال ۹۴ بود که تعداد قابل توجهی فروشگاه اینترنتی در ایران راه اندازی شده بود و اکثر آنها نیز بسیار فعال بودند، در همان زمان من مقاله ای با عنوان ۱۰ فروشگاه اینترنتی برتر ایران در سال ۹۴ نوشتم و منتشر کردم که مورد توجه خبرگزاری ها و رسانه های زیادی قرار گرفت و البته تا به امروز که در حال نوشتن این مقاله هستم هنوز هم پربازدید ترین محتوای منتشر شده در مدیر وب همان مقاله معرفی فروشگاه های اینترنتی برتر ایران است که سالانه آن را بروز رسانی می کنم و الان با همان عنوان اما برای سال ۹۶ روز رسانی شده است.

نزدیک به ۱۰ سال پیش از تاریخ امروز که در حال نوشتن این مقاله هستم دیجی کالا راه اندازی شد، توسط دو برادر که داستان آنها اینطور نقل می شود که برای خرید دوربین به بازار می روند و پس از خرید متوجه می شوند که جنس اصل به آنها داده نشده است و تصمیم میگیرند وب سایتی را راه اندازی کنند که این مشکل را حل کند و هر فردی بتواند کالایی که نیاز دارد را ابتدا کاملا بشناسد و سپس خیالش راحت باشد که جنس اصلی به او تحویل داده می شود.



همین داستان کوتاه بالا شروع دیجی کالا را رقم زد و امروز بزرگترین بازار آنلاین ایران همان دیجی کالا است، اما داستان به اینجا ختم نمی شود و ادامه جذاب تری دارد!

پس از گذشت چند سال دیجی کالا دیگر یک فروشگاه دوربین نبود و تصمیم گرفت فعالیت خود را به فروش همه کالاهای دیجیتال توسعه دهد و از آنجایی که برنامه دیجی کالا از روز اول اطلاع رسانی دقیق به مخاطب بود در همه مسیر به آن پایبند ماند و همین موضوع باعث شد تا سایتی مرجع نه برای خرید اینترنتی بلکه برای کسب اطلاعات از کالاهای دیجیتال شود! جالب است نه؟ دیجی کالا یک فروشگاه اینترنتی بود و با هدف فروش کالا کار خود را آغاز کرده بود اما در آن دوران (حدود سالهای ۸۵ تا ۹۰) تبدیل شده بود به یک مرجع اطلاع رسانی برای کالاهای دیجیتال!

من خودم به شخصه برای خرید از دیجی کالا استفاده نمی کردم و همیشه برای کسب اطلاعات در خصوص گوشی های موبایل جدید ابتدا در دیجی کالا و چند سایت فعال دیگر بررسی می کردم و سپس به بازار می رفتم و خرید خودم را از آنجا می کردم!

شاید برای شما سوال باشد چرا اتفاق بالا رخ می داد؟ پاسخ برای دوستانی که در آن سالها با اینترنت سر و کار داشتند واضح است عدم اعتماد مردم به یک سایت برای خرید از آن!

بله در این بازه زمانی تازه صحبت خرید آنلاین شده بود و هنوز ساماندهی دقیقی روی سایت های فروشگاههای نبود و می توان گفت هرکس هرچی که دلش می خواست را می فروخت و اصلا هم دلیلی برای پشتیبانی و پاسخگویی به مشتریان و یا ارائه کالای با کیفیت نداشت و فقط دنبال درآمد مقطعی و فروش اجناس بی کیفیت بود.

همین موضوع باعث شد تا مردم از فروشگاه های اینترنتی که قبلا هم با ترس خرید می کردند به طور کامل فراری شوند، اما بودند کسانی هم که کالای خوبی ارائه می کردند و یکی از آنها دیجی کالا بود.



من در آن سالها یکی از فروشگاه های اینترنتی ایران را مدیریت می کردم و با الگو گرفتن از دیجی کالا سعی می کردم کالاهای خوب و کمیاب را پیدا کنم و آنها را به فروش برسانم، از آنجایی که گارانتی واقعی و پشتیبانی هم داشتیم فروش سایت ما در کمتر از چند ماه به بالای روزانه ۱۰۰ سفارش قطعی رسید! هرچند که آن زمان دانش بازاریابی اینترنتی الان را نداشتم و فقط با کمک تبلیغات گوگل فروش خود را ایجاد می کردم و بعد از مدت ۲ سال فعالیت با حجم سفارشات بالا آن کار را متوقف کردم (که البته اگر اطلاعات الان را داشتم هرگز این کار را نمی کردم) اما خب هر زمانی نیازمند دانش خاصی است تا بتوانی قدر آن زمان را بدانی و بهترین کار را انجام دهی.

فروشگاه های اینترنتی بسیاری راه اندازی شدند و بعد از مدتی بسته می شدند اما دیجی کالا باقی ماند و علت آن مشخص بودن مسیر این کسب و کار از ابتدای فعالیت اش و همچنین رشد روز افزون درآمد آن بود، بله درآمد دیجی کالا رشد می کرد زیرا مردم کم کم متوجه شده بودند که برخی اقلام در دیجی کالا ارزان تر است و حتی ارسال ها هم رایگان است.

برای خود من اولین سفارش اینطوری شروع شد که یک کالای قیمت پایین را جهت تست سفارش دادم و بعد از ثبت سفارش آن هم به صورت تحویل در محل (تا مطمئن شوم کالا میرسد و اصل است) بعد از کمتر از ۳۰ ثانیه اپراتور با من تماس گرفت و گفت از دیجی کالا تماس میگیرد و تایید سفارش من را گرفت!! آن روزها این حرکت دیجی کالا بسیار ویروسی شده بود و دهان به دهان بین همه مطرح میشد و من خودم بارها دیده بودم که برای تست همین تماس و ارسال سریع افراد زیادی در شرکت سفارش های غیر ضروری در دیجی کالا ثبت می کردند و همین موضوع تبدیل شده بود به نوعی احساس خوب داشتن در کنار دیگران، که من سفارش دیجی کالا دارم و قراره برام بیاد و همین الان هم تماس گرفتند و گفتند دارند ارسال می کنند.

خلاصه در اون دوره زمانی سال ۹۲ تا ۹۴ سفارش دادن در دیجی کالا کلاس خودش رو داشت و همه ساک دستی های مخملی و بسیار زیبایی که دیجی کالا ارسال می کرد رو هم بعد از تحویل جایی می گذاشتند که همه ببینند و زمانی که در جلسه ای شرکت می کردیم معمولا مهمان به میزبان می گفت چه جالب شما هم از دیجی کالا خرید می کنید و میزبان با غرور بسیار بالا می گفت من خیلی وقته کالاهایی که می خوام رو از دیجی کالا میگیرم!!



اما واقعا دیجی کالا چه کرده بود که تبدیل شده بود به یک ماهیت بالا برنده سطح افراد در جامعه ما و مانند یک ماشین خوب یا کالای ارزشمند مردم فکر می کردند خرید از دیجی کالا یک مزیت فردی نسبت به دیگران محسوب می شود.

این بازه زمانی دقیقا همان موقعی است که اگر از من سوال میکردید دیجی کالا بهتر است یا بامیلو؟ پاسخ به سوال شما بدون حتی ۱ ثانیه فکر قطعا دیجی کالا بود و خیلی سخت هم از نظر خودم دفاع می کردم.

همیشه کالاها موجود بود و همان روز یا فردا به دستمان میرسید و پشتیبانی عالی بود و اگر ایرادی وجود داشت در سریعترین زمان ممکن به آن رسیدگی میشد و تازه دیجی بن های زیادی هم داشتیم که در خرید بعدی تخفیف میگرفتیم و چون سفارشات سریع میرسید واقعا دیجی بن ها مصرف میشد (البته دیجی بن ها هنوز هم فکر می کنم در دیجی کالا هست)

بعد از افزایش سفارشات روزانه و انتشار خبرهای فروش روزانه میلیاردی دیجی کالا و همچنین انتشار خبری در سایت Forbes و بعد از آن اخبارهای بلومبرگ در خصوص قیمت گذاری دیجی کالا بالای ۴۰۰ میلیون دلار اوضاع شروع به تغییر کرد!

اولین تغییرات محسوس تماس هایی بود که اپراتور میگرفت که دیگر خبری از آن نبود و در سایت ساعت تحویل را مشخص میکردیم و بعد از آن در هنگام آمدن سفارشات ساک های دستی مخملی دیجی کالا با جعبه های کاهی جایگزین شدند و همین روال ادامه پیدا کرد تا زمانی که سفارشات نیز دیگر به موقع به دست خریداران نمی رسید، در این زمان بود که من ویدیوی [چرا دیجی کالا افت کرد](#) را منتشر کردم و آن را به یک مسابقه تبدیل کردم تا نظرات دیگران در این خصوص را نیز بدانم و با توجه به اینکه واقعا آنروزها این اتفاق یعنی افت دیجی کالا به چشم همه آمده بود این ویدیوی یکی از پر بازدیدترین ویدیوهای من شد.

[مشاهده بیشتر: چرا دیجی کالا افت کرد؟](#)

اما واقعا علت این اتفاق ها چی بود و دیجی کالا واقعا افت کرده بود؟  
خبرهایی منتشر شد که شرکت های غیر ایرانی تمایل به سرمایه گذاری روی شرکت دیجی کالا دارند و مسئول این کار شرکتی به نام سراوا شده است و بعد از مدت کوتاهی سراوا واقعا به عنوان یکی از مالکین دیجی کالا معرفی شد و مشخص نشد که سرمایه گذاری روی دیجی کالا از خارج ایران بود یا داخل؟

دیجی کالا بزرگ شده بود، خیلی بزرگ و باید شفاف کار میکرد و مالیات خود و همه حساب خود را شفاف سازی میکرد و در دنیای وب جهانی مطرح شده بود، برادران دیجی کالا دیگر بخشی از یک شرکت بزرگ بودند و افراد جدیدی وارد بازی شده بودند و تا جایی که من متوجه شدم فقط هدف آنها سیستم سازی و اتوماتیک کردن فرآیندها و کاهش نیروهای سطح اولیه مانند اپراتورها و در نهایت کاهش هزینه ها بود تا بتوانند دیجی کالا را از قبل هم بزرگتر کنند.

همین اتفاق هم افتاد و دیجی کالا بسیار بزرگتر از قبل شد و درآمد آن نیز بسیار افزایش پیدا کرده بود، بعد از مدتی در خبری رسمی اعلام شد تعداد کارمندان ما به ۱۰۰۰ نفر رسید و اگر همین الان در گوگل نام دیجی کالا را جستجو کنید تعداد کارمندان آن را بالای ۲۰۰۰ نفر نشان می دهد!

در همین روزها بود که صحبت هایی از یک شرکت غیر ایرانی با نام راکت اینترنت مطرح شد و چند سایت بزرگ خیلی سریع راه اندازی شدند! سایت هایی از قبیل بامیلو، موزاندو، زودفود، اسنپ و... که همگی با پشتیبانی شرکت راکت اینترنت بنا شده بودند و قرار بود بازار کسب و کار اینترنتی در ایران را متحول کنند.



# ROCKETINTERNET



اسنپ آمده بود تا بازار تاکسی های اینترنتی را فعال کند و رقیب آن تپ ۳۰ فوری شروع به کار کرد که قبلا در مقاله ای این دو استارت آپ را با هم مقایسه و بررسی کرده ام.

مطالب مرتبط : معرفی تاکسی یاب آنلاین : اسنپ یا Tap۳۰؟

زودفود تبدیل به بزرگترین سایت سفارش آنلاین غذا شد و بعد از آن کپی های بسیاری مانند قارچ از این نوع کسب و کار راه اندازی شدند که بدو فود بسیار خوب پیشرفت کرد و توسط زودفود خریداری شد! الان نیز ریحون، چنگال و چیلیوری رقبای جدید زودفود هستند.





و اما بامیلو که یک فروشگاه اینترنتی بود در کنار بازار اینترنتی (Marketplace) موزاندو شروع به فروش کالا به صورت دیجیتال کردند.

تا آنروز رقبای زیادی برای دیجی کالا ادعای رقابت کرده بودند اما حتی نتوانسته بودند ۱۰٪ بازار را که در انحصار دیجی کالا بود صاحب بشوند! همگی می آمدند و هزینه میکردند و میرفتند..

اما گویا بامیلو قصد رفتن نداشت و موزاندو نیز همینطور داشت به بازار اینترنتی بزرگی تبدیل میشد و هر روز رتبه های الکسای بهتر و حجم سفارشات بهتری را تجربه می کردند، جای تعجب نبود راکت اینترنت با بودجه بسیار سنگینی وارد تجارت در اینترنت ایران شده بود و همه تبلیغات وب را نیز برای خودش کرده بود.

در همین زمان با توجه به حجم بالای رقابت بین این کسب و کارها، سایت های ایرانی مبلغ تبلیغات خود را حتی تا ۱۰ برابر افزایش دادند و درآمد آنها نیز بسیار بیشتر شد.

بامیلو و موزاندو دو مسیر جداگانه را طی می کردند و یکی تصمیم داشت بزرگترین بازار آنلاین فروش کالا بشود و دیگری قصد داشت یک فروشگاه اینترنتی باشد، اما گویا بعد از مدتی راکت اینترنت تصمیم خود را عوض کرد و هر دو برند را با یکدیگر ادغام کرد.

موزاندو و بامیلو به هم پیوستند

تخفیف های جذاب تر  
ارسال سریع تر  
انتخاب های بیشتر

این رخداد اینقدر سر و صدا کرد که همه فهمیدند برنامه بعدی تبدیل شدن بامیلو به بزرگترین بازار اینترنتی (Marketplace) ایران است و بعد از مدت کوتاهی همین اتفاق نیز افتاد.

خوب در همه جای دنیا معمولا Marketplace ها از فروشگاه های اینترنتی موفق تر و کم هزینه تر بوده اند و به همین جهت در سال ۹۶ دیجی کالا نیز به سمت Marketplace شدن پیش میرود و در تعداد زیادی از کالاها تنها فروشنده آن کالا دیگر فقط دیجی کالا نیست و شما می توانید از فروشنده دلخواه خودتان کالاهای دیجی کالا را خریداری کنید.

شما هم اگر بخواهید می توانید با مراجعه به [صفحه مخصوص فروشندگان دیجی کالا](#) به عنوان یک فروشنده در دیجی کالا ثبت نام کنید و کالای خودتان را به فروش برسانید و همچنین می توانید در [دانشگاه آنلاین ویژه فروشندگان دیجی کالا](#) نیز مطالب مفیدی را خصوص فروش آنلاین یاد بگیرید.

### **برگردیم به بامیلو و اتفاق های بعد از یکی شدن آن با موزاندو..**

بامیلو یک هدف مشخص داشت: می خواهم دیده شوم و هرکس یکبار هم که شده از من خرید کند و اطلاعات آن را بدست آورم. وقتی هدف یک کسب و کار مشخص است دیگر همه می دانند چه کنند و بودجه هم که تا مرز نامحدودی وجود داشت.

بنابراین بامیلو برای مدتی تقریبا بنرها و پاپ آپ های همه سایت های زیر ۳۰۰ ایران و همه آژانس های تبلیغاتی و همه کلمات کلیدی در گوگل ادوردز را از آن خود کرد تا دیده شود!




## بامیلو یا دیجی کالا؟ از کدام فروشگاه خرید کنیم؟

بعد از دیده شدن برای اولین خرید به کاربران کد تخفیف ۳۰ هزار تومانی بدون محدودیت در انتخاب ارائه کرد و کاری کرد که حتی افراد با خرید یک کالای ۳۰ هزار تومانی و عدم پرداخت ۱ ریال ترغیب به خرید از آن شوند و یکبار بامیلو را تجربه کنند.

برای هر کسب و کار اینترنتی مهم است که همیشه هدفی ثابت را در تمام مراحل پیشرفت اش دنبال کند و آن هدف چیزی نیست جز ایجاد اولین تجربه استفاده از سرویس خود برای بازدیدکنندگان سایت با ارائه پیشنهادی جذاب که فقط در اولین خرید قابل دسترس خواهد بود.

با اینکه اکنون مدت ها از راه اندازی بامیلو می گذرد ولی هنوز هم اگر به صورت مهمان و برای اولین بار به بامیلو مراجعه کنید تخفیف اولین خرید را خواهید دید فقط با این تفاوت که دیگر ۳۰ هزار تومان نیست و مقدار آن به ۱۰ هزار تومان کاهش یافته است.



The image shows a promotional banner for Bamiloo. At the top, it displays '۱۰,۰۰۰ تومان' (10,000 Toman) in large, bold text. Below this, it says 'هدیه اولین خرید بامیلویی' (Gift for the first Bamiloo purchase). There is a text input field with the placeholder 'ثبت نام کنید' (Sign up) and a button labeled 'با اشتراک در خبرنامه' (With newsletter subscription). Below the input field are two buttons: 'زن' (Woman) and 'مرد' (Man). At the bottom, there are three icons with text: 'ارسال رایگان به سراسر کشور' (Free shipping nationwide), 'پرداخت آنلاین آسان یا هنگام تحویل' (Easy online payment or upon delivery), and 'امکان بازگرداندن کالا تا ۱۰۰ روز' (Ability to return goods up to 100 days).

خب بامیلو موفق شده بود به هدف خود برسد، الکسای بسیار خوب که در ایران برای مردم یک اعتبار محسوب می شود و تعداد سفارشات روزانه بالا و در کنار آن قیمت های بسیار نازل باعث شده بود به موفقیت اولیه دست پیدا کند.

اما خوب بامیلو باز هم بیشتر می خواست و تمایل به بزرگ شدن بیشتر داشت، از آنجایی که بامیلو یک Marketplace است و همه محصولات خود را از طریق فروشندگان تامین می کند، هرچقدر که بازاریابی بیشتری میکرد هزینه های کمتری داشت زیرا بستر آن آماده بود و ترافیک بیشتر برای آن فقط سود بیشتر را ایجاد میکرد.

در این بازه زمانی فروشندگان بسیاری برای فروش کالای خود به بامیلو پیوسته بودند و از فروش خود نیز بسیار راضی بودند و دهان به دهان این موضوع فروشندگان جدیدی را برای بامیلو فراهم میکرد.

قیمت ها معمولا از دیجی کالا پایین تر بود زیرا فروشندگان می دانستند که این مزیت برای آنها سفارشات بسیاری ایجاد خواهد کرد و دقیقا سعی در رقابت مستقیم با دیجی کالا داشتند.

قطعا ارسال کالا در Marketplace ها با تاخیر صورت میگیرد و در همه جای دنیا نیز این یک موضوع عادی محسوب می شود، اما با توجه به توقع ایجاد شده در ایران توسط دیجی کالا مردم دوست داشتند کالای خود را حداکثر ۲۴ ساعته تحویل بگیرند و بامیلو اینگونه عمل نمی کرد یا بهتر است بگوییم نمی تواند اینگونه عمل کند!



بامیلو اعلام می‌کند که کالا ممکن است حتی تا ۱۰ روز دیگر به دست شما برسد اما مزیت قیمت های پایین، این نقطه ضعف را در بسیاری از تصمیمات برای خرید بین دیجی کالا یا بامیلو به نفع بامیلو تمام می‌کند. پایان سال میلادی رسید و بامیلو رسم غربی بلک فرایدی را برای اولین بار در ایران با سرو صدای زیاد در خیابان ها و بیلبوردهای بزرگ اجرا کرد. کالاها را با قیمت های باورنکردنی بخرید! این شعار بلک فرایدی در دنیا است و برخی مواقع یک گوشی ۲ هزار دلاری را با قیمت ۸۰ دلار اما تعداد محدود می توان در این روز خرید!



خب همه مردم ایران منتظر یک تخفیف جانانه بودند و با توجه به کمپین از پیش تعریف شده بامیلو حسابی صحبت ها به سمت آن رفته بود، من خودم یکی از خریداران بلک فرایدی بودم و با خرید تقریباً ۱۰ تا ۱۵ کالا توانستم نزدیک به ۶۰۰ هزار تومان تخفیف بگیرم که این یک تجربه عالی بود. البته بامیلو از قبل اعلام کرده بود که با توجه به حجم بالای سفارشات که پیش بینی می کند سفارشات را با اختلاف ۱۴ روزه ارسال خواهد کرد و همینطور هم شد، عده ای هم بعد از مدت ۳۰ روز هنوز میگفتند سفارش آنها نرسیده است اما سفارشات من تا همان ۱۴ روز رسید و همگی سالم بودند.

بامیلو در کنار دیجی کالا ایستاد و تبدیل به گزینه دوم خرید آنلاین در ایران شد و هنوز هم به این مسیر ادامه می‌دهد و کسی نتوانسته به عنوان نفر سوم قد علم کند. بهترین دومی‌ها در دنیا زیاد هستند و می‌توان به عنوان مثال به یکی از معروفترین آنها که پیسی هست اشاره کرد، پیسی یکی از بهترین دومی‌هاست که در کنار کوکاکولا تا به امروز ایستاده و دوام آورده است اما اینقدر فاصله‌ها نزدیک است که هیچ کدام لحظه‌ای دست از تبلیغات و توسعه بر نمی‌دارند.

حال می‌توان گفت بامیلو هم به عنوان بهترین دومی تا الان خوب ایستادگی کرده است و فاصله خود تا اول بودن را واقعا کم کرده است، در این شرایط کوچکترین حرکت اشتباهی از گزینه‌های اول می‌تواند جای نفر اول و دوم را عوض کند و در نهایت مردم هستند که این جایگاه را تعیین می‌کنند.

و اما در پایان این مقاله باید پاسخ سوالی که عنوان این مقاله است را بدهیم و قطعاً جواب این سوال پیش شماست! موارد زیر را بررسی کنید و در مورد اینکه از کدام فروشگاه خرید کنید تصمیم بگیرید:

- دیجی کالا قدیمی و معتبر است و کالا را بین ۲ تا ۵ روز کاری به دست شما می‌رساند
- بامیلو جدید و پویا است ولی قیمت‌های مناسب‌تری دارد و کالا را ارزان‌تر می‌خرد
- بامیلو با اینکه ارزان‌تر است باکس تخفیف هم دارد ولی دیجی کالا هم تخفیف‌های خوبی دارد
- دیجی کالا ۷ روز و بامیلو ۱۰۰ روز گارانتی برگشت کالا دارد
- ارسال رایگان بامیلو برای سبد خرید بالای ۳۰ هزار تومان و دیجی کالا بالای ۱۰۰ هزار تومان فعال می‌شود
- هر دو اپلیکیشن‌های موبایل خوبی دارند و به راحتی قابلیت خرید از طریق اپ را دارند
- بامیلو یک Marketplace است و دیجی کالا نیز در حال تبدیل شدن به Marketplace است

- قیمت فروشنده های بامیلو معمولا ارزان تر از فروشنده های دیجی کالا است
- اما پشتیبانی دیجی کالا ۲۴ ساعته است و بهتر پاسخگو هستند

لیست بالا را می توان تا چند برابر این تعداد ادامه داد و در مورد این دو فروشگاه نوشت اما خیلی بهتر است که این نکات را از زبان شما بشنویم و هرچه شما نیز تجربه کرده اید در بخش نظرات منتشر کنید تا این لیست را هر روز تکمیل تر کنیم و نگاه وسیع تر به این دو فروشگاه بزرگ ایرانی ایجاد کنیم.