

باسلام بازار گاهی برای فروش محصولات ایرانی

بازار اجتماعی باسلام بستری برای فروش محصولات ایرانی ایجاد کرده است. این مجموعه در کمتر از سه سال فعالیت خود توانسته عملکرد مطلوبی داشته باشد چنانکه در یازدهمین جشنواره وب و موبایل به عنوان برترین کسب و کار سال برگزیده شد. کنجکاوی درباره وضعیت و شکل گیری این کسب و کار را ما بر آن داشت تا در مصاحبه‌ای با محمدرضا آقایی، مدیرعامل باسلام، در مورد این مجموعه بیشتر بدانیم.

با سلام

باسلام، بازار خرید و فروش محصولات ایرانی است. باسلام پلتفرمی برای برقراری ارتباط میان مصرف‌کننده نهایی و کسب و کارهای خانگی، محلی، روستایی، شهری و هر کسب و کار کوچک و بزرگی است که محصول ایرانی تولید می‌کنند. باسلام به مصرف‌کننده نهایی خدماتی از قبیل اپلیکیشن و وبسایت برای خرید راحت‌تر از اقصی نقاط ایران را عرضه می‌کند. از طرفی به تولیدکننده محصول ایرانی نیز اپلیکیشن عرضه می‌کند که با کمک آن می‌تواند برای خود یک غرفه اینترنتی بسازد، محصولاتش را عرضه کند و مشتریانی از طریق دنیای اینترنت پیدا کند.

قبل از باسلام

باسلام به عنوان یک بازار اجتماعی آنلاین، از پاییز ۹۵ به صورت رسمی آغاز به کار کرد. ولی پیش از آن، ما یک فروشگاه اینترنتی به همین نام داشتیم که بازار نبود. یعنی محصولات را خودمان تهیه می‌کردیم، انبار داشتیم و محصولات را خودمان برای مشتری‌ها ارسال می‌کردیم. ولی آن مدل کسب و کار، اتفاق جدیدی نبود و نمونه‌های موفق دیگری پیش از ما وجود داشتند و نهایتاً در آن کار شکست خوردیم.

شکست آن فروشگاه، مقدمه‌ای شد برای تغییر مدل کسب و کار باسلام و تبدیل شدنش به یک بازار اجتماعی که هر کسی کسب و کار خودش را مستقلاً مدیریت کند و میان خریدار و فروشنده، واسطه‌ای نباشد. البته راه اندازی این بازار، چالش‌های خودش را داشت، ولی به کمک خدا، نتیجه داد و به وضعیت فعلی خود رسید.

تیم سازی

تیم تأسیس‌کننده اولیه باسلام، یک جمع چهار نفره از دوستان قدیمی بودند که زمینه فعالیت اکثر آن‌ها رسانه، مدیریت شبکه، علوم انسانی و مدیریت صنعتی بوده است. ابتدای کار تیم باسلام تیم فنی و توسعه‌دهنده نرم‌افزار نداشت و کارش را به صورت برون‌سپاری با یک شرکت برنامه‌نویسی آغاز کرد. ولی خیلی زود این آگاهی به وجود آمد که توسعه‌های مورد نیاز به حدی زیاد است که باید یک تیم اختصاصی برای این کار وجود داشته باشد.

بنابراین، در طی چند ماه و به تدریج، یک تیم ۱۲ نفره توسعه‌دهنده به باسلام اضافه شد که در میان آن‌ها برخی توسعه‌دهنده بک‌اند، فرانت‌اند، طراح تجربه کاربری، معمار داده و مدیریت سرور و همچنین برنامه‌نویس اپلیکیشن حضور داشتند و پلت‌فرم جدید باسلام را از صفر و بر اساس نیاز کاربران باسلام نوشتند.

در کنار این تیم، تیم‌های دیگری نیز مسئول انجام امور زیر هستند که تقریباً همگی با تجربه‌های قبلی و رزومه قوی در زمینه کاری خود هستند:

- مدیریت عملیات و لجستیک
- خدمات مشتریان
- تیم مارکتینگ و فروش
- تیم خدمات غرفه‌داران

محصول اولیه

حدود ۹ ماه طول کشید تا اولین نسخه محصول توسط یک شرکت آماده شد و در آبان ۹۵ لانچ شد و اولین غرفه با مدیریت مستقل غرفه‌دار به باسلام اضافه شد. این نسخه از محصول تا تابستان ۹۶ به فعالیت خود ادامه داد و توسعه داده شد. ولی تیم فنی خود باسلام، کارش را به صورت هم‌زمان از اواخر زمستان ۹۵ آغاز کرد و محصول جدید را طراحی کرد که اولین نسخه آن در تابستان ۹۶ لانچ شد.

از تابستان ۹۶ تا پایان بهار ۹۷، باسلام به صورت موازی بر روی هر دو پلت فرم و با دیتابیس داپلیکت کار کرد و به تدریج، بخش‌های محصول قدیمی حذف شد و محصل جدید با آن جایگزین شد. تا اینکه نهایتاً در ابتدای تابستان ۹۷، محصول سابق که با پلت فرم AWS توسعه داده شده بود، به صورت کامل خاموش شد و باسلام به صورت یک پارچه بر روی پلت فرم جدید که با لاراول توسعه داده شده بود، قرار گرفت و توسعه پلت فرم جدید همچنان ادامه دارد.

بازار

تجربه پیشنهادی باسلام به بازار، تجربه ناشناخته و در ابتدا غیر قابل اعتمادی بود. ما به مشتریان پیشنهاد داده بودیم که بیایند به صورت مستقیم از کسی که او را ندیده‌اند و در شهر دیگری از ایران برای خودش یک غرفه اینترنتی راه اندازی کرده، خرید کنند. ریسک چنین تصمیمی بالا بود. لذا ما تصمیم گرفتیم در ابتدا با کاهش ریسک خرید، افراد را ترغیب به خرید از غرفه‌دارهای باسلام کنیم. برای این کار، هزینه تبلیغاتمان را تبدیل به تخفیف هزینه ارسال کردیم و به مشتریان این امکان را دادیم که با ۷۰ درصد تخفیف در هزینه ارسال، این محصولات را خریداری کنند.

این استراتژی جواب داد و بسیاری از آدم‌ها حاضر به تجربه کردن این نوع خرید شدند. از آن پس، کیفیت محصولات و تجربه‌های متفاوت خرید از روستا و خرید محصولات خانگی، باعث توصیه مشتریان به یکدیگر شد و به این ترتیب، مشتری‌های بیشتری با توصیه دیگران به باسلام آمدند.

از تابستان ۹۶، کمپین‌های تبلیغاتی کوتاهی آغاز کردیم که بیشتر متمرکز بر تبلیغ در پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی بود. به تدریج، تبلیغات کلیکی، تبلیغ بر روی سایت‌های پربازدید و ادوردز نیز به فعالیت‌های تبلیغی باسلام اضافه شد.

تولید محتوا نیز یکی دیگر از روش‌های تبلیغات جدی باسلام بود. به طور خاص، از تکنیک قصه‌گویی و قصه‌نویسی، برای ایجاد اعتماد در مشتریان استفاده کردیم و به غرفه‌داران باسلام یاد دادیم که چطور خیلی ساده قصه کسب و کارشان را تعریف کنند. حتی در خود غرفه‌ها نیز بخشی در نظر گرفته شد که هر کس بتواند قصه کسب و کارش را تعریف کند. قصه‌ها نیز تأثیر زیادی در گسترش این بازار داشتند و باعث معرفی و به اشتراک‌گذاری باسلام و محصولات آن در شبکه‌های اجتماعی شد.

سیاست تبلیغات ملایم و گام به گام باسلام تا پاییز ۹۷ ادامه پیدا کرد تا طراحی محصول به نقطه قابل اتکایی برسد که ظرفیت ورود مشتریان بیشتر را داشته باشد. از پاییز ۹۷ باسلام با جذب راند جدید سرمایه و با آمادگی بیشتر تیمی، گام‌های اولیه تبلیغات پرفشارتر را آغاز کرد و یک گروه PR با تجربه‌تر به باسلام اضافه شدند.

در بخش توسعه بازار در سمت کاربر غرفه‌دار نیز، به مدت دو سال، اصلی‌ترین روش جذب غرفه‌دار جدید استفاده از یک کاراکتر ایرانگرد به نام «یاسرخسرو» بود. یاسرخسرو که این نقش را به عهده داشت، مدام به شهرها و روستاهای مختلف سفر می‌کرد و گردشگری بر محور کسب و کارهای خانگی را بنا گذاشت و در هر سفر، افراد جدیدی را در رویدادهای محلی، به باسلام دعوت می‌کرد. سفرهای او در شبکه‌های اجتماعی گزارش می‌شد و از آن طریق نیز غرفه‌داران جدیدی به باسلام آمدند.

یکی دیگر از روش‌های گسترش بازار در سمت غرفه‌داران، طراحی بازی گروهی غرفه‌داران با عنوان «لیگ تازه‌نفس‌ها» بود که در آن، غرفه‌داران با تجربه باسلام از میان غرفه‌دار تازه‌تأسیس، افرادی را انتخاب می‌کردند و با هم تیم می‌شدند. سپس تیم‌ها در یک دوره یک‌ماهه برای فروش بیشتر محصولاتشان و جذب غرفه‌دارهای جدید، با هم رقابت می‌کردند. این بازی توانست تعداد غرفه‌دارهای باسلام را در یک دوره نسبتاً کوتاه، سه برابر کند.

رقابت

در حال حاضر، رقیبی که دقیقاً مدل کسب و کار مشابهی با باسلام داشته باشد نداریم. ولی رقیب‌های بالقوه‌ای وجود دارند که هر کدام، در بخشی از بازار با ما اشتراک دارند. به عنوان مثال:

- **گلورین**: پلتفرم مولتی‌وندور که فقط در صنایع دستی کار می‌کند.
- **اپلیکیشن پاساژ**: پلتفرم مولتی‌وندور که در بعضی از بخش‌ها نظیر پوشاک با ما اشتراک دارد.
- **دیجی کالا**: پلتفرم مولتی‌وندور که هنوز سگمنت محصول مشترک چندانی ندارد، ولی به زودی قرار است وارد بازار محصولات روستایی و کشاورزی شود که با باسلام مشترک‌اند.
- **بامیلو**: در بخش صنایع دستی

بازخورد

کاربران باسلام، مخصوصاً کاربران فروشنده، ارتباط بسیار مفصل و روزانه‌ای با باسلام دارند و نقطه نظراتشان را به صورت لحظه به لحظه برای تیم باسلام ارسال می‌کنند. تقریباً توسعه اپ غرفه من از ابتدا بر اساس بازخوردهای آن‌ها انجام شده است و قدم به قدم، نیاز آن‌ها بوده که اپلیکیشن غرفه من را تا به اینجا رسانده است.

اما مهم‌ترین بازخوردی که از غرفه‌داران گرفته‌ایم این است که غرفه‌داران نیاز جدی به ارتباط و حضور در کامیونیتی دیگر کاربران دارند و در خلال ارتباط با همدیگر و گفت‌وگو و همکاری است که به بیشترین موفقیت دست پیدا می‌کنند. بر این اساس، باسلام از ابتدای ۹۷ تاکنون، به سمت هر چه بیشتر سوشال شدن در حال حرکت است و سعی بر این است که ارتباط کاربران با همدیگر، هر روز راحت‌تر و موثرتر از دیروز شود. به عنوان مثال، طراحی پروفایل کاربران، اهمیت بیشتری پیدا کرده که هویت مستقل آن‌ها را بیشتر نشان دهد و کم‌کم افراد بتوانند همدیگر را دنبال کنند و بر اساس تجربه همدیگر تصمیم بگیرند؛ چه برای خرید محصولات از غرفه‌های دیگر، چه برای فروش محصولات خودشان.

جذب سرمایه

باسلام کارش را با چند وام کوچک از پارک علم و فناوری و چند صندوق کارآفرینی آغاز کرد. در سال ۹۵ و با نهایه شدن اولین نسخه محصول، اولین راند سرمایه را به صورت محدود جذب کرد. سرمایه گذار اول نتوانست در پایان سال ۹۵ به تعهدات خود عمل کند، لذا در ابتدای سال ۹۶ موفق به دریافت سرمایه از یکی از VC های تهران شدیم.

باسلام توانست KPI های تعهد داده شده خود را خیلی زودتر محقق کند؛ بنابراین، توانست به صورت بریج، سرمایه گذاری اول را ادامه دهد و حالا باسلام با به ثبات رسیدن محصولش و آمادگی برای اسکیل در حال آماده شدن برای شروع مذاکره برای راند بعدی سرمایه گذاری است.

توسعه

در حال حاضر دو بخش اول محصول باسلام به نقطه ثبات رسیده است. یعنی خرید محصول و فروش محصول به سادگی در باسلام در حال انجام است.

بخش بعدی که قرار است به باسلام اضافه شود، فروش خدمات است که مختصات متفاوتی با فروش محصول دارد. گرچه در همین وضعیت فعلی نیز دهها غرفه به ارائه خدمات به غرفه داران دیگر مشغول اند و خود را با پلتفرم فعلی سازگار کرده اند.

در ادامه، امکان سرمایه گذاری خرد نیز به باسلام اضافه خواهد شد. طوری که کاربران بتوانند با آوردن سرمایه های کوچک، نقشی در توسعه کسب و کارهای دیگر باسلام داشته باشند و خود نیز به سود مشخصی برسند.

نهایتا باسلام قرار است پلتفرم جامعی برای توسعه کسب و کارهای خرد باشد.

چالش

چالش های متعددی در مسیر باسلام بوده است که اصلی ترین آن ها به شرح زیر است:

- چالش اولیه اعتماد مشتریان برای خرید از فروشندگان ناشناس.

راه حل ما: پایین آوردن ریسک خرید با تخفیف در هزینه ارسال، تضمین رضایت مشتری و بازگشت کامل پول، استفاده از تکنیک قصه نویسی برای آشنا شدن مشتریان و غرفه داران

- چالش غرفه داران در یادگیری تکنیک های فروش

راه حل ما: بازی تازه نفس ها و طرح کاپیتان ها

- چالش نظارت و رصد همه سفارش ها

راه حل ما: توسعه داشبوردهای متعدد برای رهگیری همه سفارش ها به صورت هوشمند

- چالش خطای غرفه‌دار و متعهد نبودن به ارسال محصول یا کیفیت محصول

راه حل ما: توسعه امکانی به نام «نمره غرفه» که گذشته عملکرد غرفه‌دار را به مشتری و باسلام نشان می‌دهد و ریسک خرید مشتریان جدید را کم می‌کند. و البته به غرفه‌داران انگیزه بیشتری برای رعایت قوانین و مقررات باسلام می‌دهد.

- چالش هزینه بالای ارسال محصولات

راه حل ما: ایجاد طرح «یه کاسه» و تجمیع اقلام یک سفارش در انبار متمرکز پست و ارسال با یک بسته واحد که هم سرعت ارسال را بالا برد، هم هزینه را کاهش داد.

ECONOMOTIVE