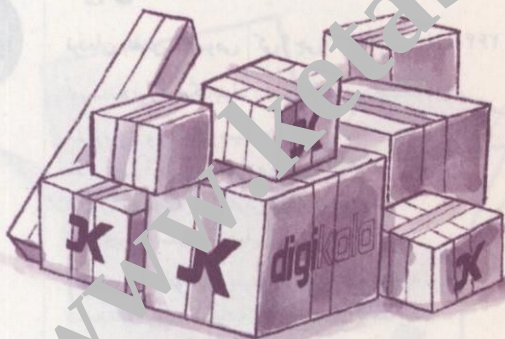


۵۷۶۶۶۳۱



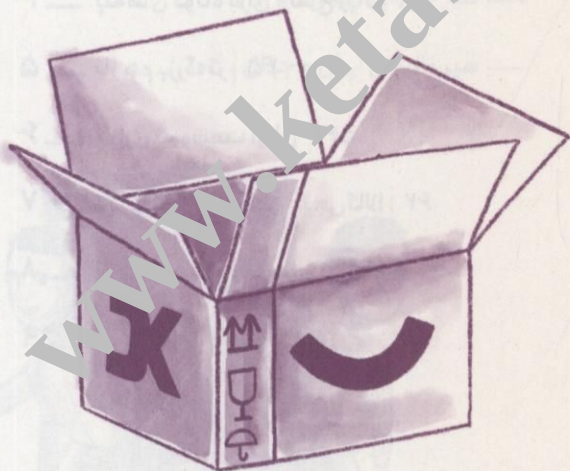
دیجی کالا



دیجی کالا

نیلوفر نیک بنیاد

تصویرگر: نازنین جمشیدی



سرشناسه
عنوان و نام پدیدآور
مشخصات نشر
مشخصات ظاهری
فروست
شابک
موضوع
موضوع
شناسه افزوده
رده‌بندی کنگره
رده‌بندی دیویی
شماره کتابشناسی ملی

نیک‌بنیاد، نیلوفر، ۱۳۷۰ -

دیجی کالا / نیلوفر نیک‌بنیاد؛ تصویرگر نازنین جمشیدی.

تهران؛ شرکت انتشارات فنی ایران، کتاب‌های نردبان، ۱۴۰۳.

۱۰۸ ص.؛ مصور: ۲۱/۵×۱۴/۵ س.م.

کی؟ چی؟ کجا؟.

978-622-344-246-9

شرکت خدمات تجارت الکترونیک دیجی کالا -- ادبیات کودکان و نوجوانان

کارآفرینی -- ایران -- ادبیات کودکان و نوجوانان

جمشیدی، نازنین، ۱۳۶۵ - تصویرگر

HB۶۱۵

[ج] ۳۳۸/۰۴۰۹۵۵

۹۵۵۰۹۲۸



شرکت
انتشارات
فنی ایران

کتاب‌های
نردبان

دیجی کالا



نردبان | نشر عمومی | کی؟ چی؟ کجا؟ | کد کتاب ۲۶۴۰

نویسنده نیلوفر نیک‌بنیاد / تصویرگر نازنین جمشیدی

مدیر پروژه و ویراستار: سید کروی

مدیر ادبی فریدون عسکری / طراح جلد خلیلی

دبیران مجموعه مریم عربی، ابی‌اله، قربان‌پور

نسخه‌پرداز مسعومه نصابی

مدیر هنری کیانوش غریب‌پور / مدیر تولید سیمه نوری

صفحه‌آرا الناز حکم‌آبادی / طراح جلد حامد راهد

طراح یونیفرم فاطمه هراتی

چاپ اول ۱۴۰۳، ۲۰۰۰ نسخه | چاپ اندیشه برتر

حقوق چاپ و نشر این اثر متعلق به شرکت انتشارات فنی ایران است.

میرعماد، شماره ۲۴، تهران ۱۵۸۷۷۳۶۵۱۱ ☎ ۰۲۱-۵۴۹۵۹۰۸۸۵۰۵۰۵۵

info@entesharat.com ✉ entesharat.com

@nardebanbooks 📧 nardebanbooks

کاغذ این کتاب از جنگل‌های
صنعتی مدیریت شده
تهیه شده است.



فهرست

- ۱ — دوقلوهای غیرافسانه‌ای | ۹
- ۲ — یک، دو، سه، چیلیک! | ۲۰
- ۳ — ایده طلایی | ۲۷
- ۴ — راه‌های کوتاه برای ارتفاع زیاد | ۳۸
- ۵ — باز هم بزرگ‌تر | ۴۵
- ۶ — بازاری به دست ایران | ۵۴
- ۷ — ماجرای گران‌فروشی دیجی‌کالا! | ۶۲
- ۸ — این بار نوبت دوقلوهاست | ۶۹
- ۹ — دیجی‌های کوچک | ۷۴

۱۰ — فقط به خاطر مشتری | ۸۰

۱۱ — رای من، برای تو، برای همه | ۸۸

۱۲ — روزی که دور نیست | ۹۶

— سیر تا جی دیجی کالا | ۱۰۲

— سیر تاریخی ایران و جهان | ۱۰۴



چرا بیشتر ایرانی‌ها برای خرید وسایل مورد نیازشان اول از همه نگاهی به دیجی‌دولار می‌اندازند؟

حتماً برای شما هم پیش آمده که بخواهید وسیله‌ای بخرید و قبل از هر چیز بگویید: «بهت‌ست نگاهی به دیجی‌کالا بپردازم.» بعد اسم کالای مورد نظر را در وب‌سایت یا اپلیکیشن دیجی‌کالا جست‌وجو کرده‌اید، مشخصات آن را می‌بینید، نظر سایر خریداران را خوانده‌اید و آن وقت با خیال راحت تصمیم گرفته‌اید که آن کالا به دردتان می‌خورد یا نه. فرقی نمی‌کند یک خودکار ساده باشد یا یک وسیله دیجیتال خیلی پیشرفته؛ چون در دیجی‌دولار می‌توانید نقد و بررسی و قیمت هر چیزی را پیدا کنید، از شیر مرغ تا جان آدمیزاد!

بی‌شک هرکس یک بار تجربه خرید آسان، لذت بخش و مطمئن از دیجی‌کالا را داشته باشد، آن را به دوستان و اطرافیان خود توصیه

می‌کند. این دقیقاً همان چیزی است که برادران محمدی یا همان مؤسسان دیجی‌کالا می‌خواهند؛ رضایت مشتریان. آن‌ها به خوبی می‌دانند هزینه دادن برای یک خرید ناموفق چقدر ناراحت‌کننده است؛ برای همین هم وقتی در سال ۱۳۸۵ بعد از خرید یک دوربین عکاسی دیجیتالی فهمیدند که سرشان کلاه رفته، ایده تأسیس دیجی‌کالا به ذهنشان رسید تا جلوی تکرار این تجربه تلخ را برای دیگران بگیرند و خرید کردن را به کاری لذت‌بخش و مطمئن تبدیل کنند. قرار است در این کتاب داستان به موفقیت رسیدن حمید و بعد محمدی، برادران دوقلوی دیجی‌کالایی را بخوانید که توانستند از یک ایده، صاحب بزرگ‌ترین فروشگاه آنلاین کشور بشوند و از تجربه شکستشان، پل محکمی برای موفقیت بسازند.



حمید محمدی

موفقیت یعنی مشتری نیازش را برطرف کند، حالش خوب باشد، کیف کند و بگوید آفرین!