

مقدمه

در دنیای تجارت الکترونیک، مدل‌های مختلفی برای همکاری بین فروشگاه‌ها و تأمین‌کنندگان کالا تعریف شده است. یکی از این مدل‌ها که در دهه گذشته رشد چشمگیری داشته، مدل **ارجاع فروش** یا همان **Drop Shipping** است. پلتفرم فیدیتو به عنوان بازار تخصصی فروش خوراک دام، طیور، آبزیان و حیوانات خانگی، با درک عمیق از ساختار زنجیره تأمین در ایران، این مدل را به عنوان یکی از روش‌های کلیدی همکاری با تأمین‌کنندگان خود تعریف کرده است.

تعریف مدل ارجاع فروش

در مدل ارجاع فروش، مالکیت فیزیکی کالا تا لحظه فروش نزد تأمین‌کننده باقی می‌ماند. فروشگاه (در اینجا فیدیتو)، صرفاً بستر عرضه، بازاریابی، ثبت سفارش و تسهیل فرآیند پرداخت را بر عهده دارد. پس از ثبت سفارش توسط مشتری نهایی، تأمین‌کننده کالا را مستقیماً برای خریدار یا فروشگاه ارسال می‌کند.

سابقه و رشد مدل Drop Shipping در دنیا

مدل Drop Shipping نخستین بار در دهه ۶۰ میلادی توسط شرکت‌های کانالوگی در آمریکا مورد استفاده قرار گرفت، اما با ظهور پلتفرم‌هایی مانند **Amazon** و **AliExpress** و ابزارهای خودکارسازی مانند **Shopify**، این شیوه از سال ۲۰۱۰ به بعد به یکی از اصلی‌ترین روش‌های تجارت آنلاین بدل شد. در حال حاضر، بسیاری از کسب‌وکارهای اینترنتی کوچک و متوسط در جهان، بخش عمده‌ای از محصولات خود را بدون انبارداری و سرمایه‌گذاری مستقیم به فروش می‌رسانند.

مزایای مدل ارجاع فروش برای تأمین‌کننده

۱. حذف هزینه انبارداری و لجستیک معکوس برای فروشگاه: تأمین‌کننده مستقیماً از محل خود کالا را ارسال می‌کند.
۲. دسترسی به بازار گسترده‌تر: بدون نیاز به ایجاد شبکه فروش، کالا در معرض دید هزاران مشتری بالقوه قرار می‌گیرد.
۳. حفظ کنترل بر موجودی و قیمت‌گذاری: تأمین‌کننده قیمت عمده و خرده را تعیین کرده و کنترل انبار در اختیار اوست.
۴. عدم نیاز به پیش‌پرداخت هزینه تبلیغات: فیدیتو بستر تبلیغاتی و جذب مشتری را فراهم می‌کند.
۵. تسویه منظم مالی: پس از تکمیل سفارش، مبلغ فروش (پس از کسر کمیسیون) به حساب تأمین‌کننده واریز می‌گردد.

۶. عدم ریسک فروش‌های ناموفق: چون کالا پیشاپیش خریداری نشده، تأمین‌کننده تنها در ازای فروش واقعی مسئول تأمین است.

معایب و چالش‌ها برای تأمین‌کننده

۱. نیاز به پاسخ‌گویی سریع: برای حفظ اعتبار فروشگاه، پردازش سریع سفارش‌ها ضروری است.
 ۲. مشکلات ارسال: تأمین‌کننده باید سیستم ارسال خود را منظم و اقتصادی سازمان‌دهی کند.
 ۳. کمیسیون بالاتر: به دلیل فرآیند پیچیده تر و پریسک تر این مدل نسبت به مدل امانی، فروشگاه کمیسیون بیشتری از تأمین‌کننده می‌گیرد.
-

مدل اختصاصی فیدیتو در ارجاع فروش

در فیدیتو، مدل ارجاع فروش با ویژگی‌های زیر طراحی شده است تا حداکثر بهره‌وری برای تأمین‌کننده ایجاد شود:

- تعیین آزاد قیمت توسط تأمین‌کننده
 - عدم دریافت هیچ هزینه‌ای جز کمیسیون فروش
 - امکان ارسال مستقیم یا تحویل به انبار مشترک فیدیتو
 - سازوکار شفاف تسویه حساب پس از تحویل موفق سفارش
 - دسترسی به ابزارهای تبلیغاتی، نمایشگاهی و کمپین‌های بازاریابی فیدیتو
-

نتیجه‌گیری

مدل ارجاع فروش در فیدیتو، راهکاری مدرن، کم‌ریسک و انعطاف‌پذیر برای تأمین‌کنندگانی است که قصد دارند بدون سرمایه‌گذاری در زیرساخت آنلاین، فروش خود را در سراسر کشور گسترش دهند. این مدل با بهره‌گیری از تجربه جهانی و بومی‌سازی آن برای بازار ایران، پلی است میان تولیدکننده و مصرف‌کننده نهایی، با حذف واسطه‌ها و هزینه‌های زائد.

دعوت به همکاری:

اگر تولیدکننده یا واردکننده محصولات حوزه خوراک دام، طیور، آبزیان یا پت هستید، می‌توانید همین امروز همکاری خود را با فیدیتو آغاز کنید.