

فروش بر مبنای اعتبار مشتری، ابتکار جدیدی در بورسیکا

طرح خلاقانه و مبتنی بر روابط سنتی بازار ایران توسط بورسیکا طراحی و راه اندازی شد.

بورسیکا در ادامه شعار سازمانی خود که ایجاد و ارتقای «تجربه خوب خرید» است طرح فروش اقساطی کالا را بر پایه اعتبار کاربر با نام «اعتباری بخر، اعتباری بپر» آغاز کرده است.

این طرح براساس میزان اعتبار کاربران بورسیکا که تلفیقی از مدت زمان عضویت و میزان خرید آنها از بورسیکا است شکل گرفته و به نوعی زنده کردن سنت حسنه اعتماد و اعتبار در معاملات است که پیشینه دیرینی در فرهنگ ایرانی دارد و هر شخص بدون آنکه شخص دیگری ضامن خرید با بازپرداخت طولانی آن شود، صرفا با نام و شهرت خویش به دستکاری و خوشنامی اقدام به خرید از حجره های آشنای بازار می کرد. دقیقا همین اتفاق در بورسیکا افتاده است، تنها اعتبار کاربران کافی است تا کالای مورد نظر خود را خریداری کنند و در یک بازه زمانی چهارماهه بی آنکه سودی شامل حال خریدشان شود فرصت پرداخت اقساطی مبلغ خرید خود را خواهند داشت.

در این طرح که بورسیکا آن را «اعتباری بخر، اعتباری بپر» نامیده است، بیست درصد جمع سه خرید کاربران، به عنوان اعتبار خرید در نظر گرفته می شود که می توانند معادل آن برای خرید کالا استفاده کنند.

در این طرح ابتکاری به جز اعتبار کاربران نزد بورسیکا نیاز به ضامن دیگری نخواهد بود و قیمت کالاهایی که بصورت اعتباری فروخته می شوند هیچ تفاوتی با پرداخت نقدی نخواهد داشت.

در پایان می توان این طرح را یک ارزش ایجاد شده از اعتبار کاربران دانست که باعث تقویت اعتماد و همکاری دوسویه آنها با بورسیکا خواهد شد. ارزشی که در نهایت به یک تجربه خوب خرید منتهی خواهد شد.