



## تركية تحول بيع «الزبياء المستعملة» عبر الإنترنت لتجارة ناجحة

12-08-2017 الساعة 21:00 | نور الشاهسي

وتُعد «روبينز» أصبحت تجارة بيع البضائع والمنتجات المستخدمة مسبقاً أكثر انتشاراً في جنوب شرق آسيا، حيث سجل حجمها خلال 8 سنوات الأخيرة مبالغ تزيد عن 300 مليون دولار. بالمنطقة المجال هذا في العاهلة الشركات أبرز إحدى «Robeenz».

ولم تلبث هذه التجارة كثيراً حتى وصلت إلى الشرق الأوسط. ففي تركيا، بعد أن كانت ثقافة بيع المنتجات المستخدمة غير موجودة بل ومستهجنة من قبل الكثيرين، بات لها اليوم سوق تجاري ناجح.

حيث قاومت سيدة الأعمال التركية «ميليس غوشتاش» عام 2014 بافتتاح «موضة كروز - Modacruz» وهو سوق إلكتروني لبيع الزبياء الفاخرة المستعملة، والتي تحول أسماء أحدث الماركات العالمية باهظة السعر، بهدف توفيرها للنساء والفتيات بأسعار أقل.

وبعد أن كانت تعيش في بوسطن في الولايات المتحدة الأمريكية لمدة ثماني سنوات لأجل الدراسة والعمل، قررت العودة سنة 2012 إلى وطنها تركيا حينما رأت أن التجارة الإلكترونية بدأت بالازدهار، وكانت لديها رغبة في تطوير هذا القطاع في تركيا.

ونقلاً عن «ترك برس»، تقول «غوشتاش» إن المرأة التركية تبحث دائماً عند اختيار ملابسها عن الزبياء التي تحول علامة تجارية مشهورة أو ماركة فاخرة، إلا أن القليل من النساء استطعن الحصول على ذلك بسبب الأسعار الباهظة.

وتضيف: «كنت أفتح خزائني لأجد فيها أزياء من أشهر الماركات وأعلها سعراً، لقد كنت أقتني بعض تلك الملابس وأنا أعرف جيداً أنني لن أستخدمها. قررت بيعها وبحثت عن طريقة لفعل ذلك، لكنني لم أجد! فقررت إنشاء منصة بنفسني يمكنني من خلالها أنا وغيري من النساء بيع المنتجات المستخدمة لدينا والتي تحول علامات تجارية مشهورة بأسعار أقل من تلك التي اقتنيهاها بها، منصة يمكن من خلالها للبائع والمشتري التواصل معاً بالمحادثة وإجراء الاتفاقات بينهما».

كما قاومت «ميليس» بافتتاح «موضة كروز» بعد أن اشترت الاسم بقيمة دولارين اثنين فقط، وكانت أول بائعة في هذا السوق حيث عرضت 309 منتجاً كانت تملكها. واليوم يُعرض في

السوق أكثر من ثلاثة ملايين منتج، وهو أعلى رقم وصلته تجارة النزياء المستعملة في تركيا.

خلال السنوات الثلاث الماضية ارتفع عدد العملاء لديها إلى مليون امرأة، بمتوسط شرابي للمنتجات بقيمة 30 دولار.

أما عن رغبتها بتوسيع سوق «هوضة كروز»، قالت «غوشناش»: «هناك عشرون مليون امرأة على الإنترنت في تركيا. وبحلول عام 2020 سيكون هناك اثنان وثلاثون مليوناً. لذلك فإننا نصب تركيزنا الحالي على التوسع في السوق التركية والنجاح فيها. وفي الوقت نفسه، نبحث دائماً عن سبل للتوسع في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا من خلال الشراكات الذكية».

المصدر | الخليج الجديد + ترك برس