

زرین‌پال با هدف افزایش سهم خود در عرصه تجارت الکترونیکی در دو مجموعه «امین کارت» و «امتیاز» سرمایه‌گذاری کرد.

به گزارش فاینیوز، مصطفی امیری مدیرعامل مجموعه زرین‌پال با بیان این خبر به پیوست گفت: «با هدف بزرگتر کردن سهم این مجموعه در عرصه تجارت الکترونیکی، تصمیم گرفتیم به جای تمرکز صرف به ارائه درگاه‌های پرداخت، به عنوان بازوی پرداخت و فناوری‌های مالی در کنار کسب‌وکارهای جدید بایستیم و درصین حال سبب محصولات خود را نیز تکمیل کنیم.»

مصطفی امیری می‌خواهد با حضور در بازارهای جدید پرداخت به سهم خود، عرصه تجارت الکترونیکی را گسترش دهد

امیری با اشاره به این نکته که حضور زرین پال در کنار کسب‌وکارهای جدید باعث ایجاد بازارهای جدیدی در این عرصه خواهد شد توضیح داد: «کشف نیازهای مغفول مانده در بازار منجر به سرمایه‌گذاری در دو مجموعه «امین‌کارت» و « امتیاز» شده است، حرکتی که باعث می‌شود مدل محصولات موجود در زرین‌پال نیز دگرگون شود.» او اعلام کرد: «واقعیت این است که یکی از مهمترین مشکلات حضور توریست خارجی در ایران اعم از توریست خاورمیانه‌ای و همچنین گردشگران غربی مسئله حمل پول نقد است که دشواری‌های خاص خود را دارد. «امین‌کارت» سعی دارد با ایجاد امکان تبدیل ارز و واریز آن در یک کارت مشخص که اتفاقاً قابل شارژ شدن نیز هست، بخش عمده‌ای از این مشکلات را برای اتباع خارجی در ایران کاهش دهد.»

مهدی خیاطیان توجه امین کارت را معطوف به توریست‌هایی دانست که از کشورهای همجوار برای زیارت یا درمان وارد ایران می‌شوند.

مهدی خیاطیان، مدیرعامل مجموعه «امین‌کارت» نیز در این باره به پیوست گفت: « دایره توجهات امین کارت نه فقط محدود به توریست‌های غربی که اتفاقاً معطوف به توریست‌هایی است که از کشورهای هم مرز از جمله عراق و افغانستان به ایران وارد می‌شوند. توریست‌هایی که اتفاقاً به دلیل موقعیت جغرافیایی ایران در منطقه و همچنین امکانات زیارتی و درمانی کشور، تعداد قابل توجهی هستند و بازار بزرگی برای صنعت گردشگری در ایران به شمار می‌روند.»

پویا ورجاوند می‌خواهد بازار تبلیغات را به بازار پرداخت و کسب امتیاز متصل کند

اما «امتیاز» نیز از دیگر مجموعه‌هایی است که زرین‌پال بخشی از سهام آن را خریداری کرده‌است. «امتیاز» محصولی در حوزه فین‌تک است که به عرصه تبلیغات گره می‌خورد. پویا رجامند، مدیرعامل و مؤسس این شرکت درباره امتیاز به پیوست گفت: «جذابیت امتیاز تلفیق دو عرصه پرداخت و تبلیغات است. ایده‌ای که ما را به زرین‌پال متصل کرده‌است. شیوه کار امتیاز هم به این گونه است که به کاربران مجموعه‌ای از آگهی‌ها نشان داده می‌شود که آنها بتوانند با ورود به صفحه هر یک از آنها برای خود امتیاز کسب کنند. اینها همان امتیازاتی می‌شود که همین کاربران می‌توانند با داشتن آنها در بستر زرین‌پال خرید انجام دهند.»

امتیاز که تا پیش از پیوستن به زرین‌پال سه ماه از تولیدش می‌گذشت، حالا تقریباً یکساله است و به گفته پویا رجامند حدود دویست هزار کاربر دارد. رجامند در این مورد اعلام می‌کند: «هم‌اکنون نزدیک به دویست هزار کاربر داریم و نزدیک به بیست هزار کاربر روزانه. این میزان کاربر از تعداد کاربری که تصورش را می‌کردیم امیدوارکننده‌تر است. حالا هم تا رسیدن به مرحله آمادگی کامل از طریق تبلیغ دهان به دهان عمل می‌کنیم تا وجهه مورد نظر خود در بازار را کسب کنیم.»

او همچنین از دلایل شراکت امتیاز و زرین‌پال گفت و اینکه به دلیل تخصصش در ارائه بسترهای پرداخت می‌توانست آنها را به قول خودش بی دردسر به فروشگاه‌های مورد نظر وصل کند. بستری که تبدیل امتیاز به پول در آن امکان پذیر می‌شود.