

پیوست شماره ۴) قوانین چیگل برای فروشندگان - فصل مدیریت ثبت اطلاعات کالا (کاتالوگ کالا)

ثبت اطلاعات دقیق کالا یکی از مهم‌ترین تعهدات فروشندگان در سامانه چیگل است. در این پیوست، بخش‌های اصلی و مهم کاتالوگ شرح داده شده است و در خصوص الزام و اهمیت هر یک از این موارد توضیحات کامل ارائه شده است. توجه به این موارد از تعهدات مهم فروشندگان در سامانه چیگل است. لطفاً با دقت مطالعه فرموده و در زمان ثبت کاتالوگ کالاهایتان در سامانه چیگل به این موارد عنایت بسیار فرمایید:

ردیف	نوع اطلاعاتی که باید ثبت گردد	لزوم ثبت این اطلاعات و تأثیر آن‌ها در فروش کالای شما
۱	دسته محصول	انتخاب دسته مناسب برای قرار دادن اطلاعات کالایتان در گام اول بسیار مهم است. اگر دسته‌بندی خاصی مدنظر دارید که در دسته‌بندی‌های چیگل وجود ندارد، در زمان ثبت کاتالوگ با تیم پشتیبانی تماس حاصل فرمایید تا شما راهنمایی فرمایند. (۰۷۱-۳۶۳۵۹۳۶۴) ضمناً ساختار دسته‌بندی کالاها در چیگل به گونه‌ای است که وقتی شما کالایی را در یک دسته ثبت می‌فرمایید، به صورت هوشمند در سامانه در دسته‌بندی‌های مرتبط نیز نمایش داده می‌شود.
۲	خصوصیات اختصاصی	<p>در این بخش از ثبت اطلاعات کالا (کاتالوگ کالا)، فروشنده باید ویژگی‌ها، صفات و اطلاعاتی را در مورد کالایش وارد نماید که به ماهیت و نوع کالا بازمی‌گردد. این صفات برای کالاهای مختلف متفاوت است. در خصوص نحوه ثبت خصوصیات اختصاصی توجه به نکات مهم زیر ضروری است:</p> <ul style="list-style-type: none"> عنوان یا نام کالا به زبان فارسی و ترجمه آن به کلیه زبان‌های دیگر. برای ترجمه کالا به زبان‌های مختلف از ابزار مترجم چیگل استفاده نمایید. ترجمه عنوان کالای شما به زبان‌های مختلف بسیار مهم است و منجر به جستجو پذیر ساختن کالای شما در جستجوهای کاربران از کشورهای مختلف در موتورهای جستجو می‌گردد کلمات کلیدی: درج کلمات کلیدی و نیز ترجمه کلمات کلیدی با ترجمه گر چیگل، برای بازاریابی دیجیتال و هوشمند کالاهای شما بسیار مهم است. سامانه چیگل بر اساس این کلمات کلیدی کالای شما را در موتورهای جستجوی اینترنتی مانند گوگل، ایندکس و نمایه‌سازی می‌نماید. این امر به مرور در بازاریابی هوشمند کالای شما و نمایش آن به طیف وسیعی از کاربران و استفاده‌کنندگان کالای مشابه کالای شما در جهان، کمک قابل توجهی می‌نماید. از این بخش به خوبی استفاده نمایید. ویژگی‌ها و صفات خاصی که محصول شما را از نمونه‌های مشابه در کشور و دنیا و حتی در بین محصولات خودتان متمایز می‌نماید، مانند جنس خاصی که در ساخت کالای شما استفاده شده است، فناوری خاص، کاربرد خاص، مدل و سری ساخت، ویژگی فنی خاص (مثلاً سرعت بالا، دور موتور، توان مصرفی کم، تعلق داشتن به یک دوره هنری خاص و از این قبیل صفات)، ویژگی ظاهری خاص (برای مثال میزان انعکاس نور، ظرافت و مینیاتوری بودن سایز و...) و هر ویژگی دیگری که خاص کالای شما است. این ویژگی‌ها نیز در بازاریابی هوشمند کالای شما در فضای دیجیتال بسیار مهم است.
۳	خصوصیات انتخابی	در این بخش از ثبت اطلاعات کالا (کاتالوگ کالا)، فروشنده باید ویژگی‌ها، صفات و اطلاعاتی را در مورد کالایش وارد نماید که منجر به تنوع و تعدد در یک کالا با ویژگی‌های خاصی که در بالا شرح داده شد می‌گردد. این صفات برای کالاهای مختلف متفاوت است اما برای مثال می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: رنگ‌های مختلف یک کالا، وزن‌ها و سایزهای مختلف یک کالا

ردیف	نوع اطلاعاتی که باید ثبت گردد	لزوم ثبت این اطلاعات و تأثیر آن‌ها در فروش کالای شما
		<p>نکات مهم و ضروری در ثبت خصوصیات انتخابی:</p> <ul style="list-style-type: none"> • دقت فرمایید، خصوصیات انتخابی به گونه‌ای نباشند که منجر به تفاوت قیمت یا تفاوت ظاهری و کاربری قابل توجه در اقلام یک نوع کالا گردند و همان‌طور که در بخش قبل توضیح داده شده است، این نوع خصوصیات، باید به‌عنوان خصوصیات اختصاصی در نظر گرفته شوند. (بخش خصوصیات اختصاصی مطالعه گردد). خصوصیات انتخابی صرفاً منجر به تنوع‌های مختلف از یک کالا می‌گردد. • برخی از فروشندگان در زمان ثبت کاتالوگ کالا بیان می‌دارند که کار ایشان تولید سفارشی است و لذا درج ویژگی‌های انتخابی و یا اختصاصی و مقادیر آن‌ها و به‌تبع آن قیمت کالا، برایشان میسر نمی‌باشد. این یک برداشت ناصحیح از کاتالوگ کالا است. تولید یک کالا هرچقدر هم سفارشی باشد اما ویژگی‌های یک کالای سفارشی قابل احصاء و ثبت است! فقط در صورتی که یک تولیدکننده کارش تولید بر اساس طراحی سفارشی باشد این برداشت صحیح است. این نوع کالاها در واقع تا قبل از ساخت یک نمونه (زیرا یک طراحی جدید است) نمی‌توانند کاتالوگ داشته باشند اما پس از یک‌بار ساخت و ورود به بازار مصرف، قطعاً قابل کاتالوگ کردن و ثبت شدن می‌باشند. کالاهایی که ساختشان، نیازمند دریافت سند طراحی باشند در چیکل قابل ثبت نمی‌باشند زیرا اصولاً کالایی وجود ندارد و در حد یک ایده یا طرح است (کالاهای بدون نمونه صنعتی ساخته شده که در حد طرح یا تولید نیمه‌صنعتی باشند در چیکل قابل ثبت و فروش نیستند). اما در خصوص کالاهایی که ساخته شده و نمونه صنعتی دارد و وارد بازار شده است و مشخصاتشان بر اساس درخواست مشتری قابل تغییر است، مانند دیزل ژنراتور، توربین و کلا کالاهای دسته صنعتی فوق سبک، تا فوق سنگین، به دلیل اینکه گاه تولیدشان صرفاً بر اساس دریافت یک سفارش قطعی از مشتری صرفه اقتصادی دارد در دسته سفارشی قرار می‌گیرند. این کالاها نیز قابل ثبت بر بستر چیکل می‌باشند و لذا تمامی متغیرهای صفات این کالاها نیز باید استخراج و ثبت گردد. تامین کنندگان این دسته از کالاها باید تا حد ممکن خصوصیت ثابت و مشخص این نوع کالاها را وارد نمایند و سپس در بخش اطلاعات خرده‌فروشی، گزینه روش عرضه کالا بر اساس سفارش است را انتخاب نمایند. در خصوص قیمت‌گذاری این نوع کالاها در زمان ثبت کاتالوگ، در بخش قیمت توضیحات ارائه شده است.
۴	اطلاعات تجاری و بازار	<p>پاسخ به سؤالات این مرحله که عمدتاً چندگزینه‌ای و یا تک‌گزینه‌ای و آسان است، بسیار مهم است. این سؤالات بیشتر متوجه مسئولیت شما در حوزه عدم معارض داشتن کالای شما است و رعایت حقوق مالکیت که به شرح زیر است و این موارد در پیوست یک تعریف شده است.</p> <ul style="list-style-type: none"> • طراح یا مؤلف، تولیدکننده • مالک کالا / خریدار قانونی • حقوق مالکیت صنعتی • حقوق مالکیت تجاری <p>ضمناً ارائه اطلاعاتی مانند قیمت رقبا، کالاهای مشابه و ... جهت آگاهی تیم چیکل از میزان تسلط و داشتن اطلاعات بازار از محصول شما است. قطعاً فروشندگانی که اطلاعات دقیق‌تری دارند، در فروش و بازاریابی موفق‌تر از کسانی هستند که هیچ‌گونه اطلاعاتی نسبت به وضعیت بازار محصولشان ندارند.</p>
۵	اطلاعات خرده‌فروشی	<p>در این بخش، فروشنده باید مطابق با تعاریف و استراتژی فروش خودش که البته باید ابر اساس قواعد و عرف بازار هم باشد، اطلاعات فروش خود را وارد نماید. برای مثال ممکن است که از نظر یک فروشنده، در سبد فروش خودش بتواند بیش از یک عدد از قلم کالا بفروشد. تعریف تعداد در فروش خود و نیز قیمت‌گذاری بر عهده</p>

ردیف	نوع اطلاعاتی که باید ثبت گردد	لزوم ثبت این اطلاعات و تأثیر آن‌ها در فروش کالای شما
		<p>فروشنده است و به استراتژی فروش ایشان بازمی‌گردد. البته نباید فراموش کرد که فروش تکی (تک عددی، تک‌واحدی) در خرده‌فروشی عرف بالایی است.</p> <p>تعریف کاتالوگ برای کالایی که خود به صورت یک سبد ترکیبی از چند کالا است نیز در این بخش میسر است و در زمان ثبت کاتالوگ چنانچه نیاز به تعریف سبد کالاهای مرتبط و فروش سبد داشتید، همکاران بخش صدای مشتری شما راهنمایی خواهند کرد.</p>
۶	اطلاعات عمده فروشی	<p>در این بخش، فروشنده باید مطابق با تعاریف و استراتژی فروش خودش که البته باید ابر اساس قواعد و عرف بازار هم باشد، اطلاعات فروش عمده خود را وارد نماید. تعریف بازه‌های فروش عمده و نیز قیمت‌گذاری بر عهده فروشنده است و به استراتژی فروش ایشان بازمی‌گردد. البته در حوزه تجارت خارجی مثلاً برای محصولات باغی و کشاورزی فروش حداقل یک کانتینر (۲۵۰ تن) واحد فروش عمده است. خیلی مواقع به دلیل نوسانات بازار و عوامل دیگر، قیمت در فروش عمده قابل درج نیست و باید حتماً درخواست خریدی برای فروشنده ارسال گردد تا قیمت ارائه شود.</p>
	روش تولید	<p>پاسخ به سؤالات این بخش از دید کاربران و خریداران مهم است. به‌خصوص در بخش خرید خارجی، خریداران به این نوع اطلاعات بسیار اهمیت می‌دهند و در تصمیم به خرید ایشان بسیار مهم است.</p>
۷	استانداردهای تولید/ مجوزهای فروش داخلی و خارجی / گواهینامه‌ها	<p>پاسخ به سؤالات این بخش از دید کاربران و خریداران و البته از دیدگاه چیگل، مهم است. به‌خصوص در بخش خرید خارجی، خریداران به این نوع اطلاعات بسیار اهمیت می‌دهند و در تصمیم به خرید ایشان بسیار مهم است. چنانچه کالای شما استانداردهای بین‌المللی لازم را نداشته باشد، فروش خارجی آن از مجاری قانونی غیر ممکن است. از آنجایی که چیگل در فضای سالم اقتصاد و تجارت فعالیت می‌نماید، رعایت ضوابط تجارت خارجی مطابق با قوانین کشورهای مختلف یک اصل است.</p> <p>نکات بسیار مهم:</p> <ul style="list-style-type: none"> • در خصوص فروش خارجی کالاهای ایرانی، یافتن استانداردهای مورد نیاز برای کالا و اخذ استانداردها بر عهده فروشنده است. در این خصوص، چیگل شما فروشنندگان را به تامین کنندگان خدمات ارزش افزوده خود در حوزه استانداردسازی در سطح کلاس جهانی معرفی خواهد کرد و شما می‌توانید از خدمات ایشان جهت اخذ استاندارد استفاده فرمایید. آنچه مهم است، تا زمانی که کالای شما، مجوزها و استانداردهای در سطح کلاس جهانی را نداشته باشد و مدارک این استانداردها در سامانه بارگذاری نگردد، چیگل کالای شما را برای فروش خارجی تأیید نخواهد کرد و در معرض دید بازدیدکنندگان خارجی قرار نخواهد داد و صرفاً اجازه فروش داخلی (داخل کشور) را به شما می‌دهد. تأکید به این دلیل است که چنانچه کالا استانداردهای لازم را نداشته باشد، حتی در صورت خرید توسط خریداران خرد یا عمده خارجی، توسط گمرک کشور مقصد مردود و اجازه ورود را نخواهد یافت. • بررسی شرایط مجاز بودن، ممنوع بودن و مشروط بودن انواع کالاها برای فروش خارجی (صادرات) و طبعاً ورود به کشورهای مختلف در زمان فروش آنلاین به‌صورت هوشمند در مکان بازار چیگل مدیریت می‌گردد. در صورتی که کالای ایرانی طبق قوانین صادرات کشور جمهوری اسلامی ایران مجاز به صادرات باشد، فروش خرد و عمده خارجی آن میسر است (شرط لازم). اما شرط کافی آن است که کالا حد استانداردهای جهانی را داشته باشد. استانداردهای مورد تأیید چیگل، در تمام زمینه‌ها استانداردهای سطح اتحادیه اروپا است. • در بستر چیگل، صادرات کالای ایرانی به‌صورت قاچاق به‌نحوی که در کشور رایج است، به‌هیچ‌عنوان انجام نخواهد گرفت. این روند که در کشور متأسفانه رایج شده است، کالاهای ایرانی را بدون هیچ

ردیف	نوع اطلاعاتی که باید ثبت گردد	لزوم ثبت این اطلاعات و تأثیر آن‌ها در فروش کالای شما
		<p>اثری از نشان تجاری و هویت ایرانی از کشور به بهانه صادرات (صادرات فله‌ای) خارج و در بنداری در شرق آسیا و... با پایین‌ترین قیمت تحویل خریداران خارجی می‌گردد. ایشان فرآوری و بسته‌بندی و برند سازی نموده و مجدداً به نام خودشان به کشورهای دیگر صادر می‌نمایند. در چیکل به هیچ‌عنوان به درخواست‌های چنین مشتریان خارجی و نیز هیچ‌گونه حمایتی از فروشندگان ایرانی این چنینی به عمل نخواهد آمد. کالای ایرانی صرفاً در صورت داشتن نشان تجاری ایرانی و اخذ مجوزها و استانداردهای فوق‌الذکر، قابلیت فروش خارجی را خواهد داشت.</p>
۸	بارگذاری تصاویر	<p>در این بخش باید تصاویر متناسب با محصولاتتان را بارگذاری نمایید. این بخش بارگذاری انبوه و یک‌باره کل تصاویر کلیه کالاهای شما است. (بارگذاری سریع کلیه تصاویر). تصاویر محصولات باید دارای مشخصات زیر باشد، در غیر این صورت کاتالوگ کالای شما تأیید نمی‌گردد:</p> <p>نکات مهم:</p> <ul style="list-style-type: none"> تصویر پس‌زمینه عکس، کاملاً سفید باشد. (محصول را روی یک سطح سفید یا پوشیده با پارچه سفید قرارداد و عکس تهیه فرمایید) عکس واضح باشد و اگر کالا مسطح نیست (حجم و بعد دارد) عکس از ابعاد و زوایای مختلف داشته باشد. حجم عکس حداکثر ۳ مگابایت باشد. اگر کالای شما بزرگ، صنعتی و دارای اجزای پیچیده است باید از چند بعد و زاویه عکس تهیه و روی عکس بخش‌های مهم علامت‌گذاری و توضیحات مختصر داشته باشد (عکس صنعتی). در مورد محصولات غذایی و خرد و کوچک یا صنایع دستی و کالا محصولات سبک، کوچک یا حساس به حمل، تصویر بسته‌بندی بسیار مهم و نقش اساسی در تأیید کاتالوگ دارد. کالاهایی که بسته‌بندی مناسب ندارند، اجازه ثبت بر بستر چیکل نخواهند داشت. ضمناً برای کالاهایی که فروشنده قصد فروش خارجی دارد، بسته‌بندی کافی نیست و باید نوع بسته‌بندی در سطح استانداردهای جهانی باشد. در غیر این صورت کالا جهت فروش خارجی تأیید نخواهد گردید. بر اساس تمامی خصوصیات اختصاصی و انتخابی باید عکس‌های جداگانه تهیه گردد. با یک عکس به هیچ‌عنوان نمی‌توان کاتالوگ برای تمامی تنوع‌های یک کالا را ثبت نمود و لذا باید متناسب با خصوصیات عکس‌های متنوع از محصولات بارگذاری گردد. حجم تصاویر باید متناسب برای بارگذاری در وب باشد. معمولاً دقت ۳۰۰ dpi مناسب است. چنانچه فروشنده‌ای نیاز به خدمات عکاسی داشته باشد می‌تواند با تیم پشتیبانی چیکل تماس گرفته و درخواست خدمات عکاسی نماید. چیکل تأمین کنندگان خدمات ارزش‌افزوده خود در این حوزه را معرفی و با اخذ وجه منطقی، مناسب و بسیار اقتصادی تصویربرداری از محصولات شما فروشندگان عزیز انجام خواهد شد.
۹	انتساب تصاویر	<p>پس از بارگذاری تصاویر در مرحله قبل، در این بخش باید برای هر نمونه از یک‌قلم کالا که به‌صورت اتوماتیک و بر اساس خصوصیات انتخابی و اختصاصی به‌صورت ردیف‌های مختلف چیده می‌شود، یک یا چند تصویر را انتصاب داد. در این بخش رعایت نکات زیر بسیار مهم است:</p> <ul style="list-style-type: none"> از بارگذاری و انتساب عکس‌های غیرواقعی از محصول به‌صورت جدی پرهیز شود. در صورتی که کالای ارسال شده توسط فروشنده از نظر عکس ویژگی‌های ظاهری با کالای ابراز شده در کاتالوگ تفاوت داشته باشد مطابق با قوانین ذکر شده در پیوست‌های ۶ و ۷ عمل خواهد گردید. در انتساب عکس‌های بارگذاری شده به کاتالوگ دقت فرمایید زیرا مثلاً عکس حاوی رنگ قرمز کالا

لزوم ثبت این اطلاعات و تأثیر آن‌ها در فروش کالای شما	نوع اطلاعاتی که باید ثبت گردد	ردیف
<p>باید به‌ردیف متناسب با این ویژگی انتخابی انتساب داده شود.</p> <ul style="list-style-type: none"> سعی کنید به‌منظور جذب مشتری، برای هر قلم و بر اساس خصوصیات آن حداقل ۳ عکس از کالا و حداقل یک عکس از بسته‌بندی کالا، بارگذاری نمایید. وجود عکس‌های دقیق، واضح و متنوع تأثیر قابل توجهی در تصمیم مثبت مشتری برای خرید خواهد داشت. 		
<p>مدیریت موجودی کالا در بخش کاتالوگ بسیار ضروری و الزام‌آور است. اثر انجام منظم و دقیق این بخش در فروش بسیار نمود دارد و چنانچه دقت نفرمایید، می‌تواند فروش شما فروشنده عزیز را مختل نماید. در این خصوص نکات زیر بسیار مهم و ضروری است:</p> <ul style="list-style-type: none"> فروشنده باید اطلاعات کلیه انبارها و محل‌هایی که برای نگهداری کالا در اختیار دارد را به‌دقت در سامانه چيگل ثبت نماید. این محل‌ها باید دارای آدرس دقیق و دارای کد پستی باشند. برخی از فروشندگان به‌اشتباه محل دفتر شرکت و یا دفتر اداری را در این بخش ثبت می‌نمایند. در این بخش دقیقاً آدرس محلی که کالا به‌صورت فیزیکی واقعی وجود دارد و قابلیت بسته‌بندی و ارسال به خریدار در سریع‌ترین زمان ممکن را دارد باید ثبت شود. هیچ حساسیتی در این خصوص وجود ندارد و اگر واقعاً یک فروشنده در دفتر اداری‌اش یا مغازه‌اش در یک بخش مشخصی کالا نگه می‌دارد مانعی ندارد. تأکید بر این موضوع به این دلیل است که پس از آن یک خرید، درخواست بتواند از نزدیک‌ترین محل به خریدار تامین گردد و برای تشخیص این فاصله به صورت هوشمند و تسریع فرآیند تحویل، باید در سامانه چيگل اطلاعات کافی وجود داشته باشد. ثبت تعداد موجود (قابل موجود) کالا حداقل در یکی از انبارهای ثبت‌شده اجباری است. کاهش موجودی از هر قلم کالا در هر انبار به‌صورت اتوماتیک انجام می‌شود. ثبت این تعداد ممکن است واقعی نباشد بلکه فروشنده خود را متعهد به تامین این تعداد می‌داند. برنامه‌ریزی تامین موجودی‌ها و مدیریت انبارها بر عهده فروشنده است و چيگل فقط بر اساس اطلاعات ابرازی فروشنده سفارشات فروش آنلاین را دریافت و برای فروشنده در کارتابلش ارسال می‌نماید. هزینه حملی که از مشتری دریافت می‌گردد بر اساس فاصله فیزیکی بین خریدار و انبار کالای فروشنده است. لذا اگر به دلیل عدم توجه فروشنده به مورد قبل، کالای فروش رفته در انباری که مبنای محاسبه هزینه حمل بوده، موجود نباشد، مسئولیت تامین کالا در آن انبار و یا ارسال از انبار دورتر بر عهده فروشنده است و هزینه حمل اضافی از مشتری دریافت نخواهد گردید. کف موجودی عدد صفر است و زمانی که موجودی یک قلم کالا در یک انبار به صفر می‌رسد، سامانه چيگل اجازه ثبت سفارش و فروش را نمی‌دهد. لذا ضروری است که تامین کنندگان مرتباً موجودی واقعی (فیزیکی) کالاهایشان در انبارهای شان را بر اساس میزان فروشی که در سامانه چيگل دارند تامین نمایند و نیز میزان این موجودی در سامانه (موجودی منطقی) را به‌روز نمایند. چيگل هیچ مسئولیتی در این خصوص ندارد و از ارسال سفارش به انبارهایی که موجودی در آن‌ها بر اساس اطلاعات در سامانه به صفر رسیده است به‌صورت هوشمند جلوگیری می‌نماید. گزارشات هوشمند از نرخ و روند سفارش انواع قلم کالاهای شما فروشنده گرامی از انبارهای مختلف شما در بخش گزارشات تحلیلی و مدیریتی شما در کارتابل شما وجود دارد. از این گزارش‌ها برای برنامه‌ریزی تامین کالاهای مختلف در انبارهای مختلف می‌توانید استفاده نمایید. مدت‌زمانی که فروشنده کالا متعهد می‌شود که یک سفارش از نوع خرده‌فروشی را تامین و آماده ارسال نماید باید به‌دقت در این بخش ثبت نماید. (ATP). این زمان از تعهدات مهم یک فروشنده 	مدیریت موجودی	۱۰

ردیف	نوع اطلاعاتی که باید ثبت گردد	لزوم ثبت این اطلاعات و تأثیر آن‌ها در فروش کالای شما
		<p>است و وابسته به نوع روش تولید کالاهای شما (دستی، ماشینی و...)، ممکن است متفاوت باشد. مثلاً اگر کسی تولیدکننده یک نوع کالای هنری خاص است (تابلو منبت) ممکن است همیشه از این کالا موجود نداشته باشد و برای تولید حداقل یک عدد از این کالای هنری خاص، یک ماه زمان نیاز داشته باشد. در این شرایط در زمان خرید مدت زمان تهیه و تامین کالا همین یک ماه نمایش داده می‌شود و مشتری با آگاهی از مدت زمان تامین و تهیه کالا آن را خریداری می‌نماید. مدت زمان‌های طولانی در مکان بازارها موضوع غیرعادی نیست اما بهتر است زمان انتظار مشتری خیلی طولانی نباشد. اثرات و نتایج ناشی از عدم تامین به موقع یک کالا مطابق با زمان تعهد شده فوق در پیوست ۶ شرح داده شده است.</p>
۱۱	مدیریت حمل و نقل	<p>در این بخش اطلاعات در مورد استراتژی‌های تحویل و فروش کالا در نقاط مختلف ایران و جهان و نیز سرویس‌های حمل مطلوب نظر توسط فروشنده انتخاب و ثبت می‌گردد. نکات مهم در این بخش:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ثبت مناطق جغرافیایی اعم از محله، شهر، استان و حتی کشوری که فروشنده قصد دارد یک کالا در آن‌ها به فروش رسانده شود. (استراتژی فروش در مناطق جغرافیایی مختلف). برای مثال ممکن است یک فروشنده که نمایندگی یک محصول را دارا است، اجازه فروش فقط در یک شهر را داشته باشد. - انتخاب سرویس حمل برای هر کالا در هر منطقه جغرافیایی. پس از آنکه محل‌های مجاز برای فروش یک کالا توسط فروشنده ثبت شد، برای ارسال کالا از انبارهای تعریف شده، فروشنده یکی از سه انتخاب زیر را دارد <p>۱- ارائه سرویس حمل رایگان (Free Shipping) برای مشتری در یک نقطه جغرافیایی مشخص. در این مدل فروشنده با اتخاذ استراتژی هزینه‌ای مناسب مثلاً اضافه نمودن درصدی روی قیمت کالا به عنوان هزینه حمل و یا متحمل شدن هزینه حمل به منظور توسعه فروش و رقابت با رقبای و... هزینه و مسئولیت حمل و ارسال کالا در یک نقطه جغرافیایی مشخص برای خریدار را بر عهده می‌گیرد. در این صورت در زمان خرید کالا، خریدار متوجه می‌شود که هزینه حمل این کالا صفر و بر عهده فروشنده است و تأثیر روانی مناسبی در تصمیم مشتری به خرید دارد</p> <p>۲- انتخاب یک سرویس حمل و بسته بندی (انتخاب سایز جعبه برای قراردادن کالا) از بین سرویس‌های موجود. چیگل با تامین کنندگان مختلف سرویس‌های حمل از جمله شرکت ملی پست توافق همکاری دارد. در این صورت شما بر اساس اینکه تمایل دارید به چه سرویس دهنده‌ای همکاری فرمایید ایشان را انتخاب می‌فرمایید. تعداد سرویس‌های انتخابی شما برای هر کالا محدودیتی ندارد و شما می‌توانید تعداد متنوعی انتخاب بفرمایید. در زمان فروش مشتری یکی از سرویس‌های مشخص شده شما را انتخاب و هزینه حمل را پرداخت می‌نماید. مراحل و فرآیند عملیات حمل در پیوست شماره ۵، مدیریت انجام یک سفارش، شرح داده شده است. در خصوص بسته بندی، برای اینکه ضرری متوجه فروشنده نگردد و هزینه جعبه یا کارتن استاندارد بسته بندی، از مشتری دریافت گردد، در این بخش انتخاب دقیق سایز بسته مسئولیت فروشنده است و در مقابل هزینه‌های اضافی ناشی از خرید کارتن در زمان تحویل به پست، مسئولیتی متوجه مالک چیگل و مشتری نیست.</p> <p>۳- بر عهده گرفتن مسئولیت حمل توسط فروشنده با یک نرخ ثابت (Flat Rate Shipping) و مدت زمان معین حمل در فروش خرد داخلی و یک نرخ ثابت و مدت زمان معین حمل در فروش</p>

ردیف	نوع اطلاعاتی که باید ثبت گردد	لزوم ثبت این اطلاعات و تأثیر آن‌ها در فروش کالای شما
		خارجی
۱۲	انتساب قیمت	ثبت و به‌روزرسانی قیمت یک کالا (چه در بخش خرد که قیمت اجباری است) و چه در بخش عمده که قیمت اختیاری است، یکی از مهم‌ترین بخش‌ها و مسئولیت‌های فروشندگان است. قیمت کالا در سامانه چیگل، قابل درج به‌صورت چند ارزی است. چنانچه شما قیمت ارزی یک کالا به ارزش‌های مختلف را در سامانه وارد نمایید، سامانه بر اساس واحد پولی در کشور فروشنده (در حال حاضر ایران است)، قیمت کالا را بر اساس نرخ ارزش‌های مختلف محاسبه و در کاتالوگ ثبت می‌نماید. لذا چنانچه استراتژی فروش کالایتان به ارزش‌های مختلف متفاوت و برایتان مهم است، این بخش را با دقت تکمیل فرمایید.
۱۳	اطلاعات دموگرافی، جغرافیایی، فرهنگی و..	در نسخه پیشرفته کاتالوگ چیگل، امکان اینکه شما کالایتان را به یک بخش خاص جامعه، یک گروه خاص در جهان، یک ویژگی خاص اجتماعی و ... منتسب نمایید وجود دارد. این نوع اطلاعات در کاتالوگ منجر به افزایش مخاطب خاص ویژه کالای شما می‌گردد. ضمناً منجر به نمایه شدن (ایندکس شدن و شاخص شدن) کالای شما در موتورهای جستجو می‌گردد. نمایه‌سازی کالا در موتورهای جستجو قوی‌ترین ابزار بازاریابی دیجیتال است و امروزه بدون بازاریابی دیجیتال قابلیت فروش بین‌المللی کالا تقریباً میسر نیست.
۱۴	مدیریت تخفیفات	این ابزار به فروشنده اجازه طراحی پویای تبلیغاتی مختلف در روزها و رخدادهای مناسب‌های مختلف می‌دهد. انواع تخفیفات اعم از تخفیف بر اساس حجم خرید، تخفیف در یک روز خاص، تخفیف در یک بازه زمانی خاص و ... قدرت اجرای انواع مانورهای تبلیغاتی در سایت چیگل را به فروشنده می‌دهد.
۱۵	بررسی کاتالوگ خصوصاً از منظر قوانین در حوزه تجارت خارجی	در سامانه چیگل، پس از ثبت کاتالوگ توسط فروشنده، تیم کسب و کار چیگل آن را به دقت بررسی می‌نماید و چنانچه فروشنده مقاصد فروش خود را خارج از کشور مبدأ خودش (مثلاً فروشنده ایرانی مقاصد فروش کالایش را در کشورهای دیگر نیز تعیین نموده باشد) تطابق آن با قوانین تجارت خارجی اعم از ممنوع نبودن فروش خارجی کالا، ممنوع نبودن ورود کالا به مقاصد فروش، صحیح بودن دسته‌بندی کالا و کد HS، استاندارد بودن کالا برای تجارت خارجی و ... بررسی می‌گردد و در صورت نیاز کاتالوگ برای ویرایش به کارتابل فروشنده ارسال می‌گردد.