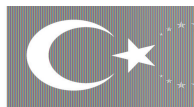


Dijital Ticaretin

Dünyası

E-Ticaret, hızla büyüyen ve herkes için fırsat sunan bir alandır. Coğrafi sınırları ortadan kaldıran bu dijital devrim, ticaretin geleceğini şekillendiriyor.



E-Ticaret Nedir?

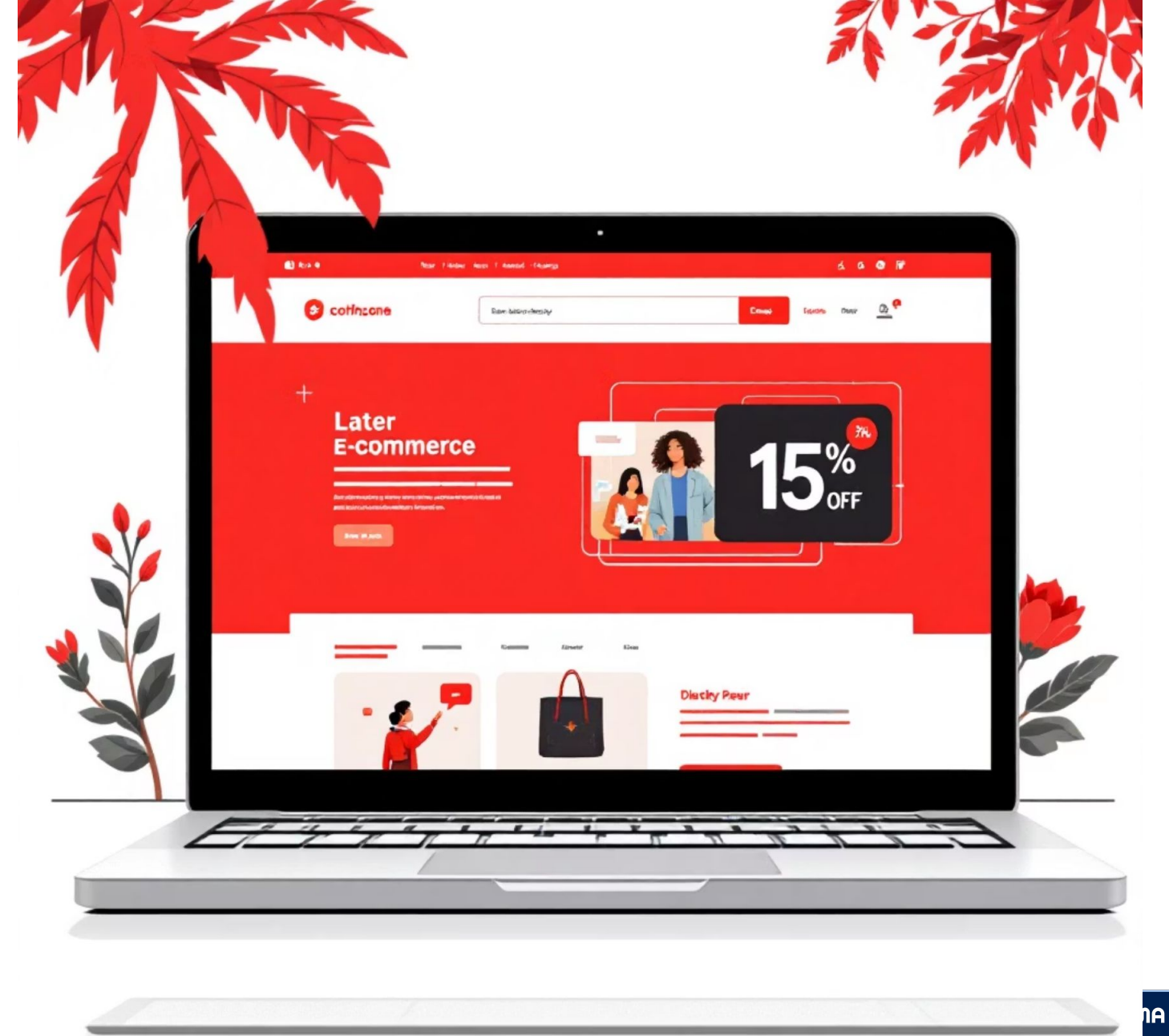
Geleneksel Ticaret

Fiziksel mağaza, yüz yüze satış, sınırlı çalışma saatleri ve coğrafi kısıtlamalar.



E-Ticaret

Sanal vitrin, internet üzerinden alım-satım, 7/24 erişim ve sınırsız müşteri potansiyeli.



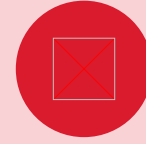
E-Ticaretin Temel

Faydaları



Coğrafi Sınır Yok

Dünyanın her yerinden müşteriye ulaşma imkanı.



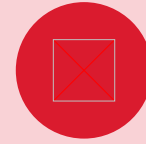
Düşük Maliyet

Fiziksel mağaza, personel ve kira giderlerinin olmaması.



7/24 Açık

Günün her saati ve yılın her günü satış yapma.



Ölçülebilirlik

Satışlar ve müşteri davranışları kolayca analiz edilebilir.



İşletmeden Tüketicie

Tanım

İşletmenin doğrudan son kullanıcıya satış yapması.
Türkiye'deki perakende e-ticaretin en yaygın modelidir.

Örnekler

Trendyol, Hepsiburada veya markaların kendi web siteleri üzerinden yapılan satışlar.

İşletmeden İşletmeye

(B2B) Nedir?

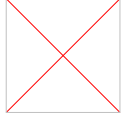
İki veya daha fazla şirket arasındaki ticaret. Genellikle yüksek hacimli ve toptan satışlar içerir.

Özellikler

- Satış döngüsü daha uzundur
- Özel fiyatlandırma ve ödeme koşulları
- Hammadde tedarikçilerinin fabrikaya satışı

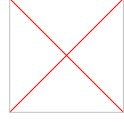


Diğer E-Ticaret Modelleri



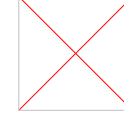
C2C: Tüketiciden Tüketicie

Tüketicilerin birbirine satış yapması. Sahibinden ve Letgo gibi platformlar.



C2B: Tüketiciden İşletmeye

Tüketicinin işletmeye hizmet sunması. Freelancer platformları örneğidir.



Q-Commerce: Hızlı Ticaret

Gıda ve market ürünlerinin 30 dakikadan az sürede teslimatı. Getir, Trendyol Go.

E-TİCARET İŞ MODELLERİ

B2B

Adobe®
ORACLE®

B2C



NETFLIX

C2B

upwork

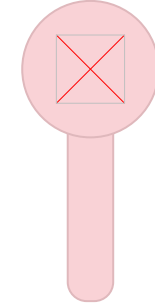
fiverr®

C2C

ebay

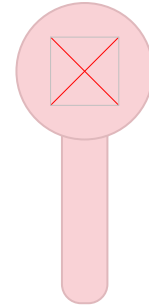
Etsy

Dijital Satış Kanalları



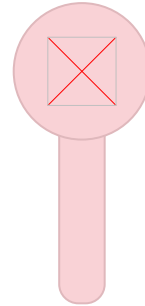
Pazaryeri (Marketplace)

Birden fazla satıcının ürünlerini listelediği büyük platformlar. Trendyol, Amazon, Hepsiburada gibi.



E-Ticaret Sitesi

Markanın kendi alan adı altında kurduğu, komisyon ödemediği web sitesi. Marka kimliği için kritik.



Sosyal Ticaret

Instagram, Facebook veya TikTok gibi sosyal medya platformları üzerinden yapılan satışlar.



Operasyonel Kavramlar

Sepet Ortalaması

Bir müşterinin tek seferde harcadığı ortalama tutar. Yükseltilmesi hedeflenir.

Dönüşüm Oranı

Siteyi ziyaret edenlerin kaçının satın alma yaptığını gösteren oran.

Dropshipping

Stoksuz satış. Ürün doğrudan tedarikçiden müşteriye gönderilir.

Fulfillment

Depolama, paketlenme ve kargolama süreçlerinin dış kaynaklara devri.



Yasal ve Teknik Kavramlar

1

SSL Sertifikası

Veri güvenliği ve şifreleme sağlayan zorunlu güvenlik katmanı. Adres çubuğundaki kilit simgesi.

2

KVKK

Kişisel Verilerin Korunması Kanunu. Müşteri verilerini işlerken yasal zorunluluklara uyum.

3

ETBİS

Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi. E-ticaret yapan tüm firmaların kayıt yaptırması gereken resmi sistem.

4

Mesafeli Satış Sözleşmesi

Tüketici ve satıcı arasındaki hukuki bağı kuran, yasal olarak zorunlu sözleşme.

Türkiye E-Ticaretime Başlarken 2025

Pazar, Platformlar, Operasyon, Uyum ve Büyüme Rehberi



Pazar Büyüklüğü ve Fırsatlar

3T+

TL Hacim

2024 yılında e-ticaret hacmi 3 trilyon TL'yi aştı

5.91M

İşlem Sayısı

Milyar işlem gerçekleştirildi

Hızlı Büyüme Devam Ediyor

Yıllık **%61,7 büyüme** ile Türkiye e-ticaret pazarı dünya ortalamasının üzerinde performans gösteriyor.

Düzenli kampanya dönemleri (Mayıs, Kasım) ve mobil kullanım artışı büyümeyi besliyor.

19.1%

Genel Ticaret

E-ticaretin genel ticarete oranı

6.5%

GSYH Payı

Ekonomideki toplam payı

Sektörel Dağılım ve Tüketici Davranışları

En Büyük Sektörler

- Giyim/Ayakkabı/Aksesuar
- Havayolları
- Seyahat-Lojistik
- Elektronik

Hızlı Ticaret (Q-commerce)

Hacim payı ~%8

Büyüme oranı +%98

En hızlı gelişen segment

Alışveriş Zamanları

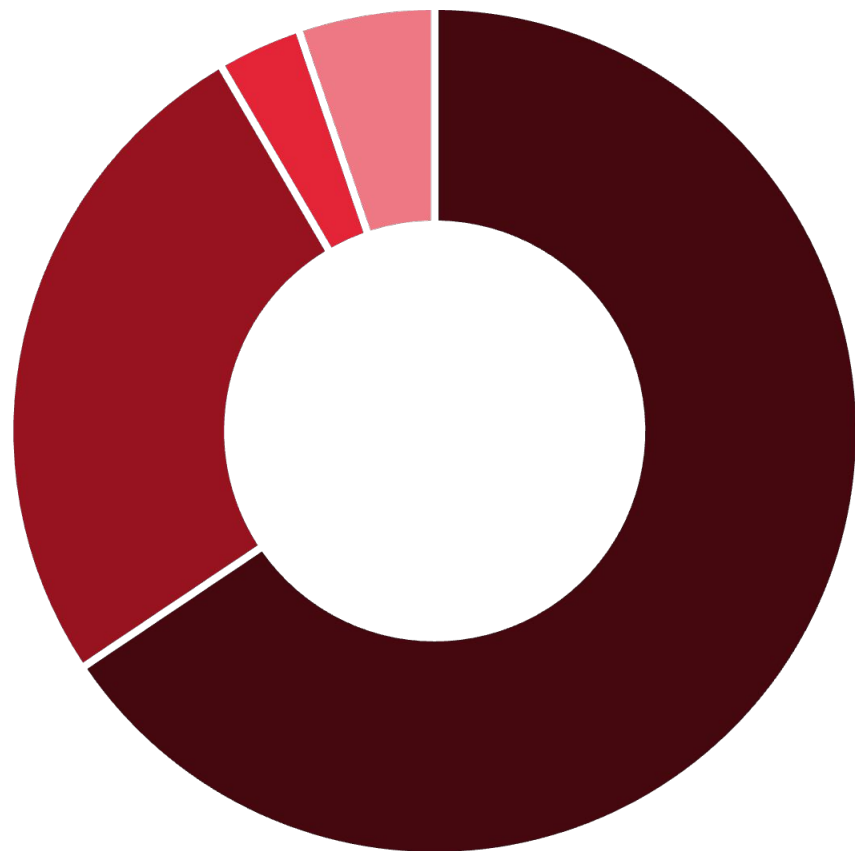
En yoğun: 20:00 sonrası

En aktif gün: Cumartesi (10:00-19:00)

Kampanyaları bu saatlere göre planlayın



Ödeme Tercihleri ve Demografi



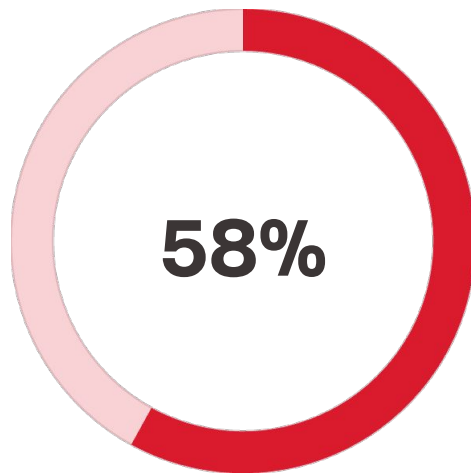
Kartlı Ödeme

Havale/EFT

Kapıda Ödeme

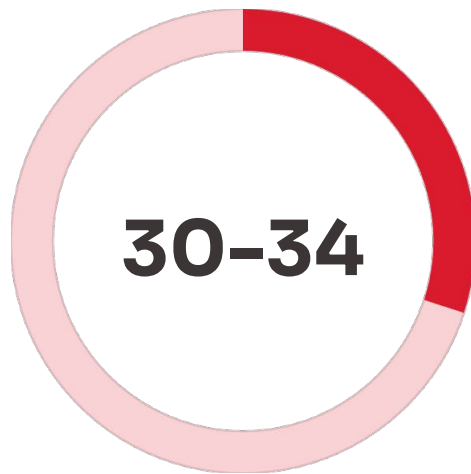
Diğer

3D Secure kullanım oranı %65 - güvenli ödeme altyapısı kritik



Kadın Kullanıcılar

Toplam harcamanın çoğunluğu



Yaş Bandı

En yüksek harcama yapan grup

Pazaryeri mi, Kendi Siteniz mi?

Pazaryeri Avantajları

- Hızlı trafik ve hazır müşteri kitlesi
- Hazır operasyon altyapısı
- Reklam paneli ve tek entegrasyon
- Güven faktörü yüksek

Pazaryeri Zorlukları

- Yüksek komisyon oranları
- Yoğun rekabet ortamı
- Sınırlı marka görünürlüğü
- Fiyat baskısı

Kendi Site Avantajları

- Tam marka kontrolü
- Müşteri verisi sahipliği
- Yüksek kar marjı
- Özelleştirilebilir deneyim

Kendi Site Zorlukları

- Trafik maliyeti sizde
- Pazarlama bütçesi gerekli
- Teknik altyapı yönetimi
- Güven inşası süreci

❏ Önerilen Strateji: Hibrit yaklaşım - pazaryerlerinde hızlı başlayın, kendi sitenizi paralel geliştirin.

Büyük Pazaryerleri: Hızlı Kılavuz

Trendyol

En yüksek trafik ve geniş SKU.

Trendyol Ads ve Express ile hızlı teslimat avantajı.

Hepsiburada

Teknoloji ve kurumsal müşteri

odaklı. Hepsijet lojistik avantajı güçlü.

Amazon TR

Prime ekosistemi. FBA/AFN ile e-ihracat köprüsü imkanı sunar.

Diğer Platformlar

N11, Çiçeksepeti, PttAVM - belirli dikeylerde güçlü niş pazarlar.

Pazaryerinde Başarı: 10 Maddelik Kontrol

Listesi

1 SEO Uyumlu Başlıklar

120-150 karakter, anahtar kelime optimizasyonu

0

3 Varyant ve Kategori Uyum

GTIN/EAN kodları eksiksiz, doğru kategori seçimi

0

5 BuyBox Stratejisi

Fiyat-puan-kargo üçlüsü optimizasyonu

0

7 Reklam Yönetimi

%5-10 ACoS hedefi ile başlayın

0

9 Stok Senkronizasyonu

İptal oranını %1'in altında tutun

0

2 Profesyonel Görseller

İlk 6 görsel: beyaz zemin + yaşam tarzı fotoğrafları

0

4 Hızlı Teslimat

Doğru SLA ve teslimat tarihleri

0

6 Şeffaf İletişim

SSS ve iade koşulları net belirtilmeli

0

8 Kampanya Planlaması

Kupon/indirim kombinasyonları takvimle

1

0 Hızlı Müşteri Desteği

4 saat içinde yanıt verin

Kendi Siteniz: Altyapı

Secimi

Yerel Paketler

IdeaSoft, Ticimax

- Yerel ödeme/kargo entegrasyonları
- E-fatura hazır
- Türkçe destek
- Hızlı kurulum

Global Platformlar

Shopify, WooCommerce

- Ölçeklenebilir eklenti ekosistemi
- Çok dilli/para birimli
- Geniş tema seçenekleri
- Uluslararası entegrasyonlar

Karar Kriterleri

- **Bütçe:** Aylık maliyet ve işlem komisyonları
- **Teknik Kaynak:** Ekip yetkinliği ve destek ihtiyacı
- **Entegrasyon:** Kargo, ödeme, muhasebe sistemleri
- **İçerik:** Ürün sayısı ve çoklu dil gereksinimi
- **Model:** B2B, B2C veya hibrit yapı

📌 **MVP Önerisi:** İlk lansmanda hız ve temel entegrasyonları önceliklendirin.



Lojistik ve Operasyon

Mükemmeliyet



Kargo Stratejisi

Yurtiçi, Aras, MNG, Sütrat, PTT - çoklu taşıyıcı ile bölgesel optimizasyon



Fulfillment

Günlük 20+ sipariş sonrası OPLOG, Sertrans gibi firmalarla çalışın



KPI Takibi

Sipariş-kargo süresi, iptal/hasar oranı, teslimat performansı

<24h

Sipariş-Kargo

Hedef süre

<1%

İptal Oranı

Maksimum hedef

<0.5%

Hasar/Eksik

Kalite standardı

2-3

Teslimat Günü

Ortalama süre

Hukuki Uyum ve Dijital Pazarlama

Zorunlu Uyum Adımları

- ETBİS Kaydı

E-ticaret faaliyeti için zorunlu kayıt

- Mesafeli Satış Sözleşmesi

Ön bilgilendirme formu ve sözleşme metinleri

- KVKK Uyumu

Aydınlatma metni, açık rıza, veri envanteri

- E-Fatura/E-Arşiv

Güncel eşiklere göre zorunlu entegrasyon

- İYS Kaydı

SMS/e-posta için İletim Yönetim Sistemi

Büyüme Kanalları



Google Ads

Arama + Shopping kampanyaları



Meta Ads

Reels, katalog satış, UGC içerikler



Pazaryeri Reklamları

Sponsorlu ürün kampanyaları



Fiyat Karşılaştırma

Akakçe, Cimri entegrasyonları

Reklam Bütçesi: Net kârın %8-12'si (başlangıç önerisi)

TEŞEKKÜRLE
R