

Serkan Hacıömerođlu

Sosyal Medya Müdürü

neticaret:)

E-Çözüm Elektronik Ticaret Hizmetleri Yaz.San.Tic.Ltd.Şti.

Merkez:

Ortaklar Cd. Bahçeler Sk. 20/5 Mecidiyeköy İstanbul

Ar-Ge:

İTÜ Teknoloji Geliştirme Bölgesi Arı2 B2-2D Maslak
İstanbul

Bugünkü Konularımız

- E-Ticaret Nedir?
- Dünyada E-Ticaret 'in Durumu
- Türkiye 'de E-Ticaret 'in Durumu
- E-Ticaret Rakamları
- E-Ticaret 'in Avantajları, Neden E-Ticaret?
- E-Ticaret 'in Zorlukları, Riskler
- E-Ticaret Modelleri
- E-Ticaret Nasıl Yapılır?
- Sektör Paydaşları Hakkında
- Başarı Örnekleri
- Yakın Gelecek

E-Ticaret Nedir?

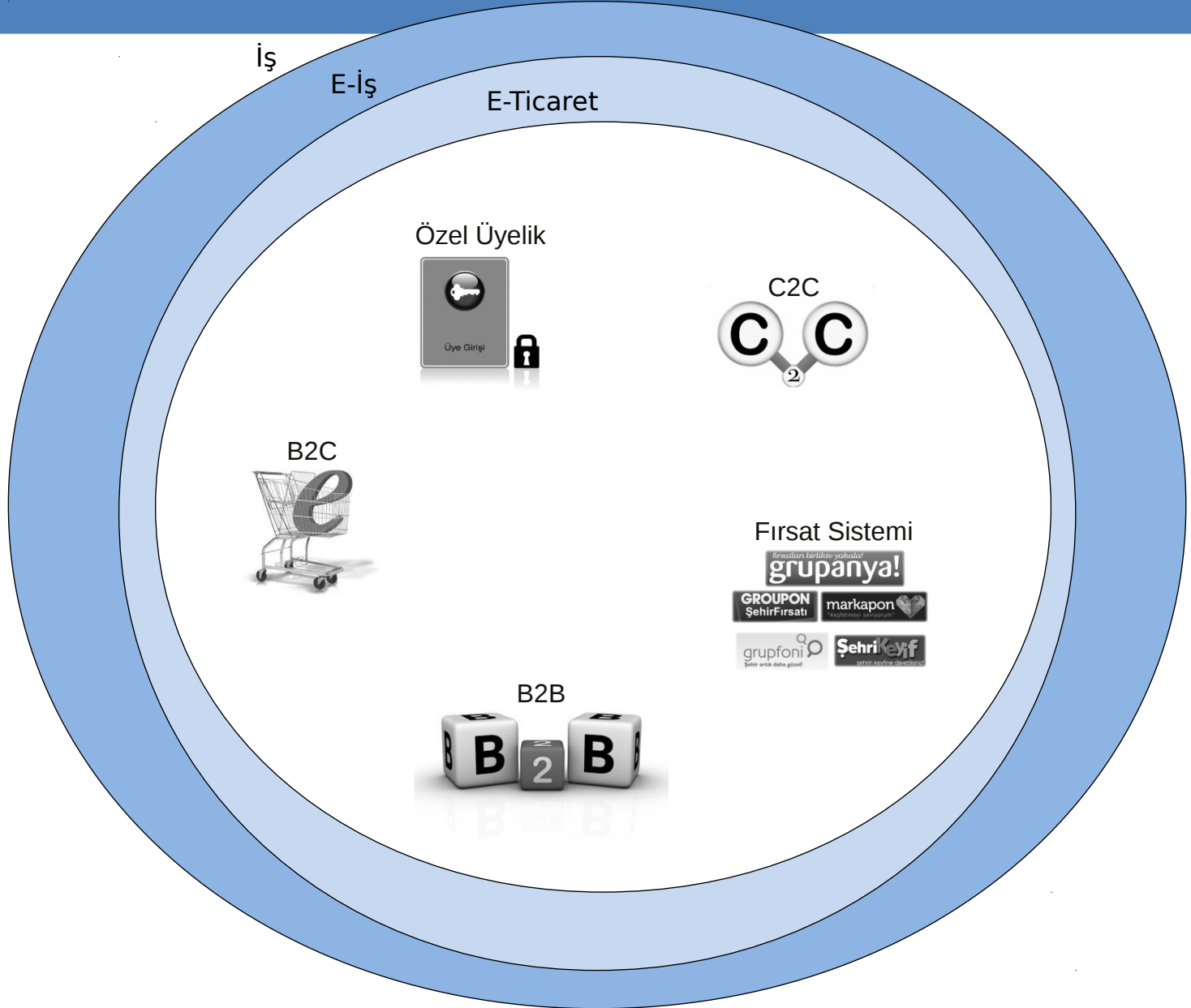
Bilgi işlem ağlarıyla gerçekleştirilen ekonomiye elektronik ticaret, kısaca **e-ticaret** denir.



E-Ticaret 'in 3 belirgin özelliđi var;

1. Satıcı ile alıcının aynı fiziki ortamda olma zorunluluğunu ortadan kaldırır.
2. Geleneksel ticaretteki sermaye, ürün ve işgücü kavramlarına alternatif olarak e-ticarette yetenek ve bilgi önemlidir.
3. Fiziki ödeme araçlarının yerine e-ödemeye araçları kullanılır.

E-Ticaret Nedir?



Amerika 'da E-Ticaret

ABD 'de ilk ciddi e-ticaret sitesi 1995 yılında açıldı.

amazon.com

2000 Yılında ABD 'deki e-ticaret işlem hacmi 39 Milyar USD oldu.

2008 Yılında bu rakam 204 Milyar USD 'ye yükseldi.

2010 Yılındaki e-ticaret işlem hacminin 310 Milyar USD.

Türkiye 'de E-Ticaret

Türkiye “e-ticaret” kavramıyla 1994-1995 yıllarında tanıştı.

Türkiye 'de ilk ciddi e-ticaret sitesi 1998 yılında infoshop.com adıyla kuruldu. (bugün bu site başka bir isimle hala aktif)

hepsiburada.com

Bugün itibariyle 4.000 'e yakını kurumsal olmak üzere tahminen

7.000 civarında e-ticaret sitesi faaliyetini sürdürmekte.

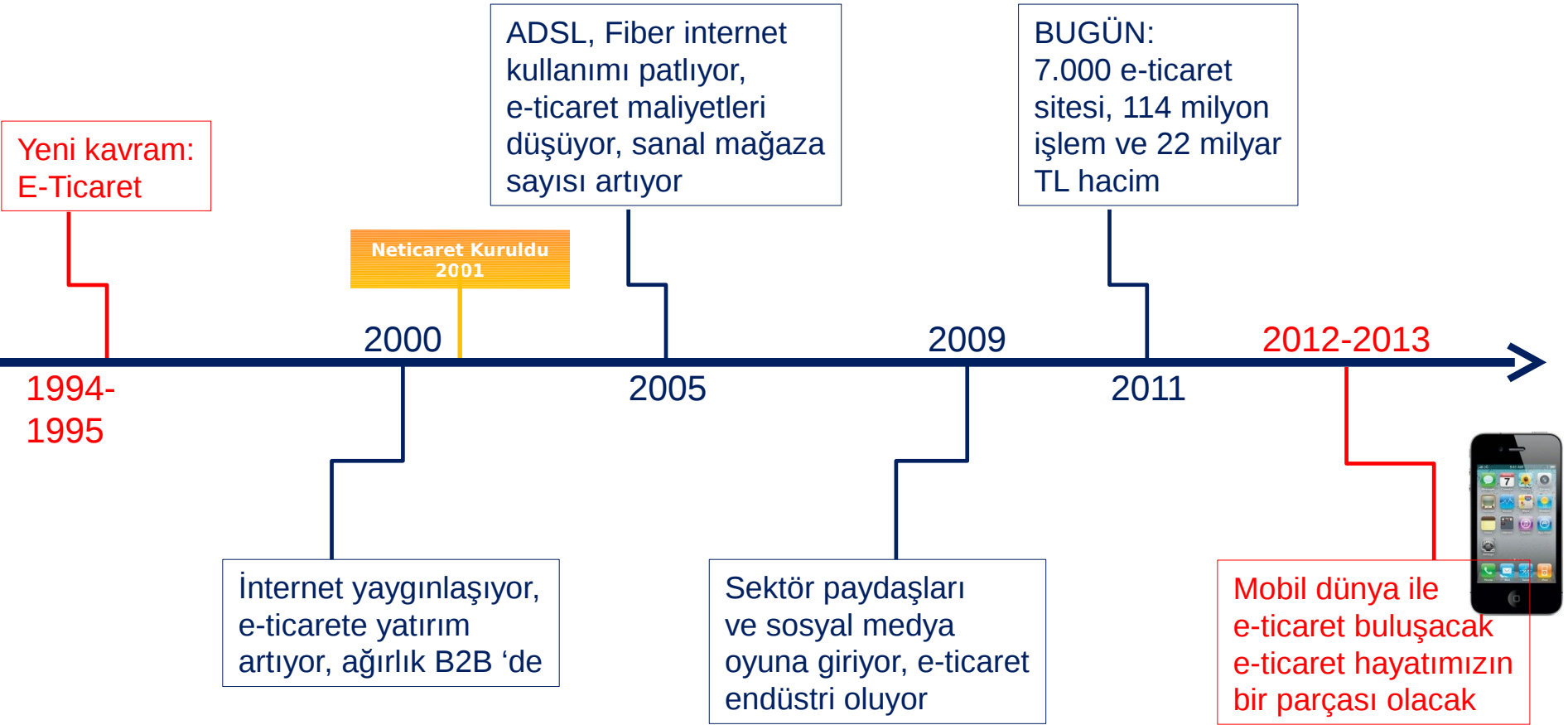
Bunların;

%67 'si İstanbul

%12 'si Ankara ve İzmir

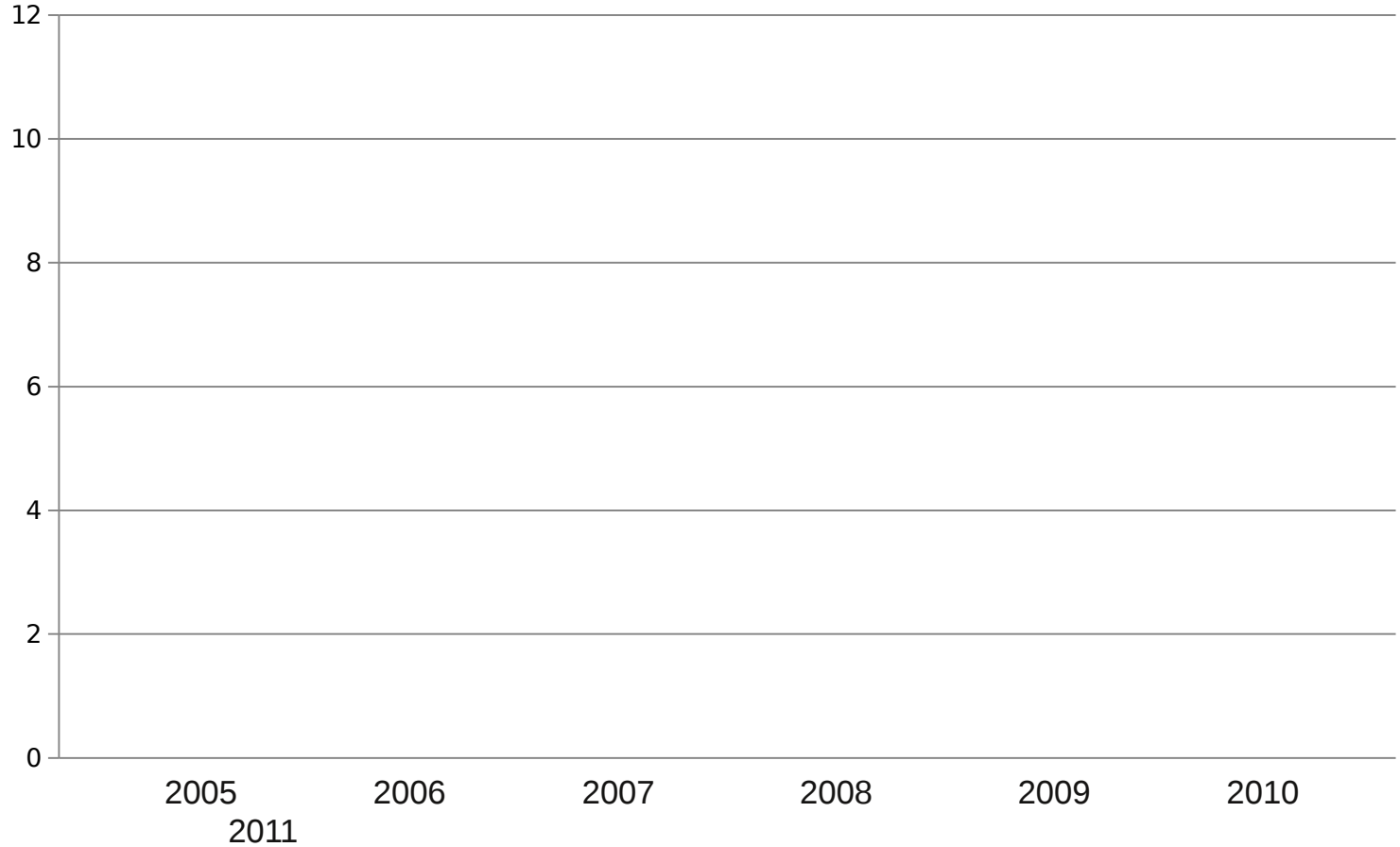
%21 'i diğer şehirlerde.

E-Ticaret 'in 15 yıllık Türkiye serüveninde 3 önemli kırılım dönemi olmuştur.

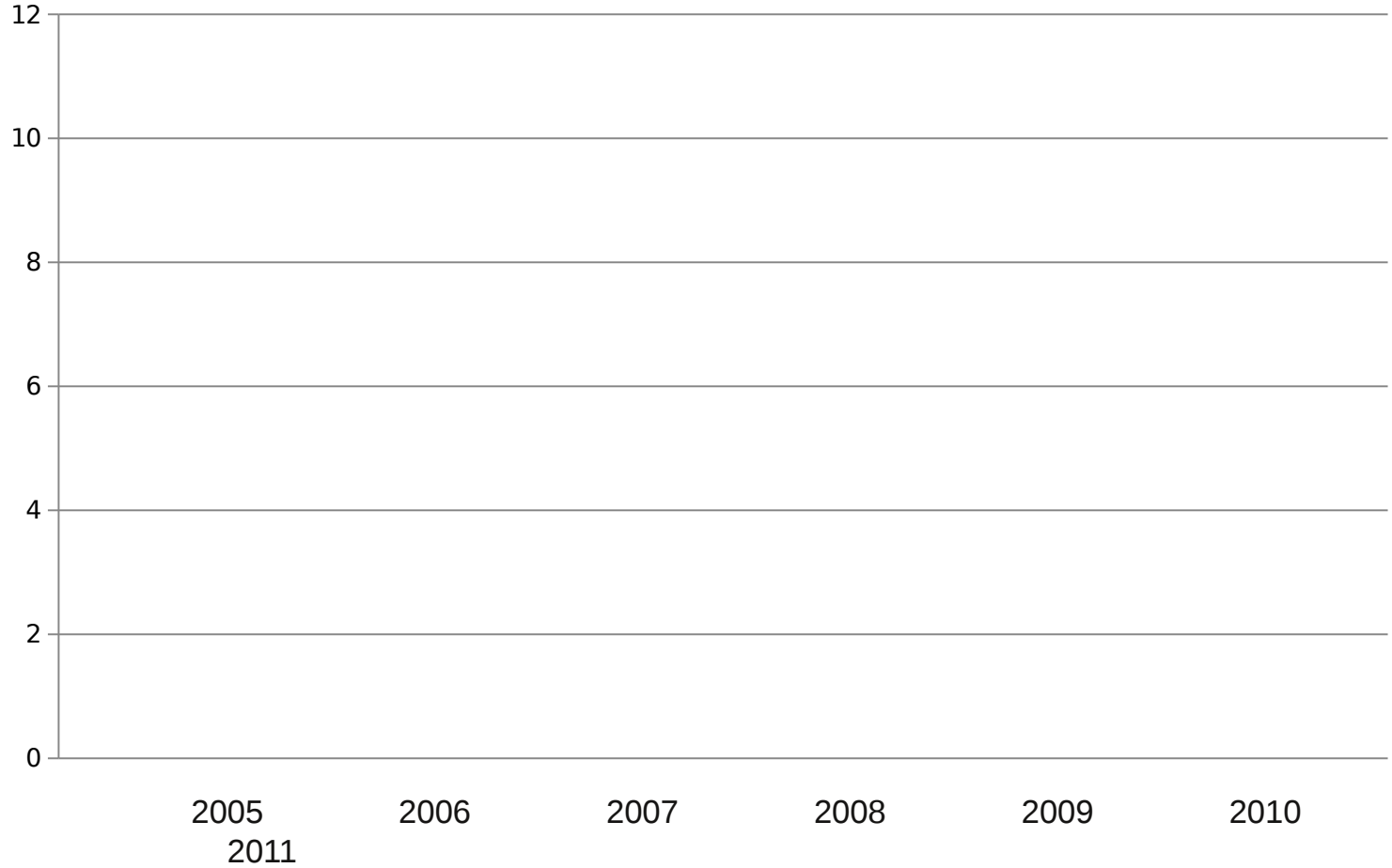


Rakamlara daha yakından bakalım

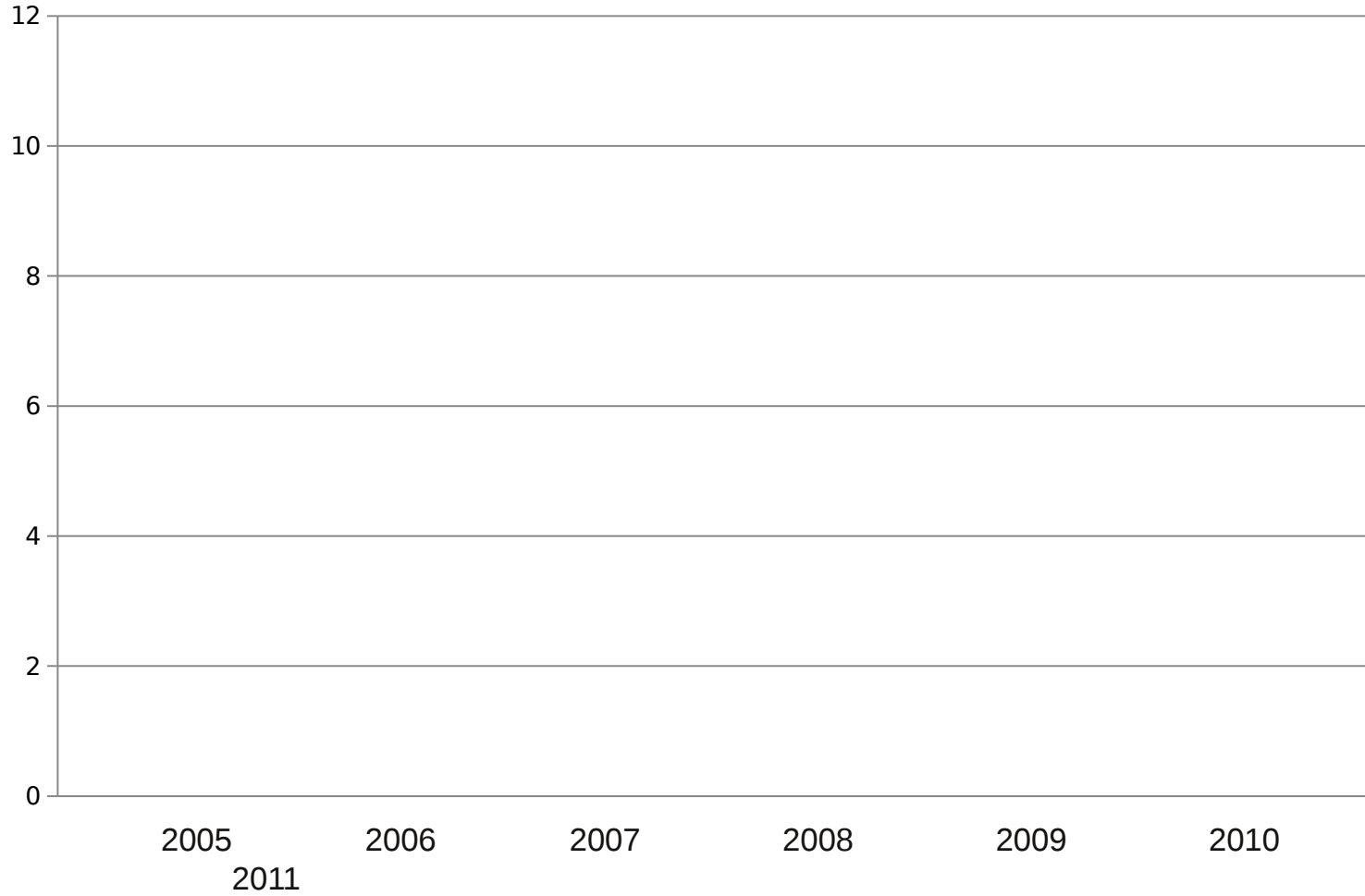
Yıllara göre Türkiye e-ticaret işlem adetleri (bin adet)



Yıllara göre Türkiye e-ticaret işlem hacimleri (milyon TL)



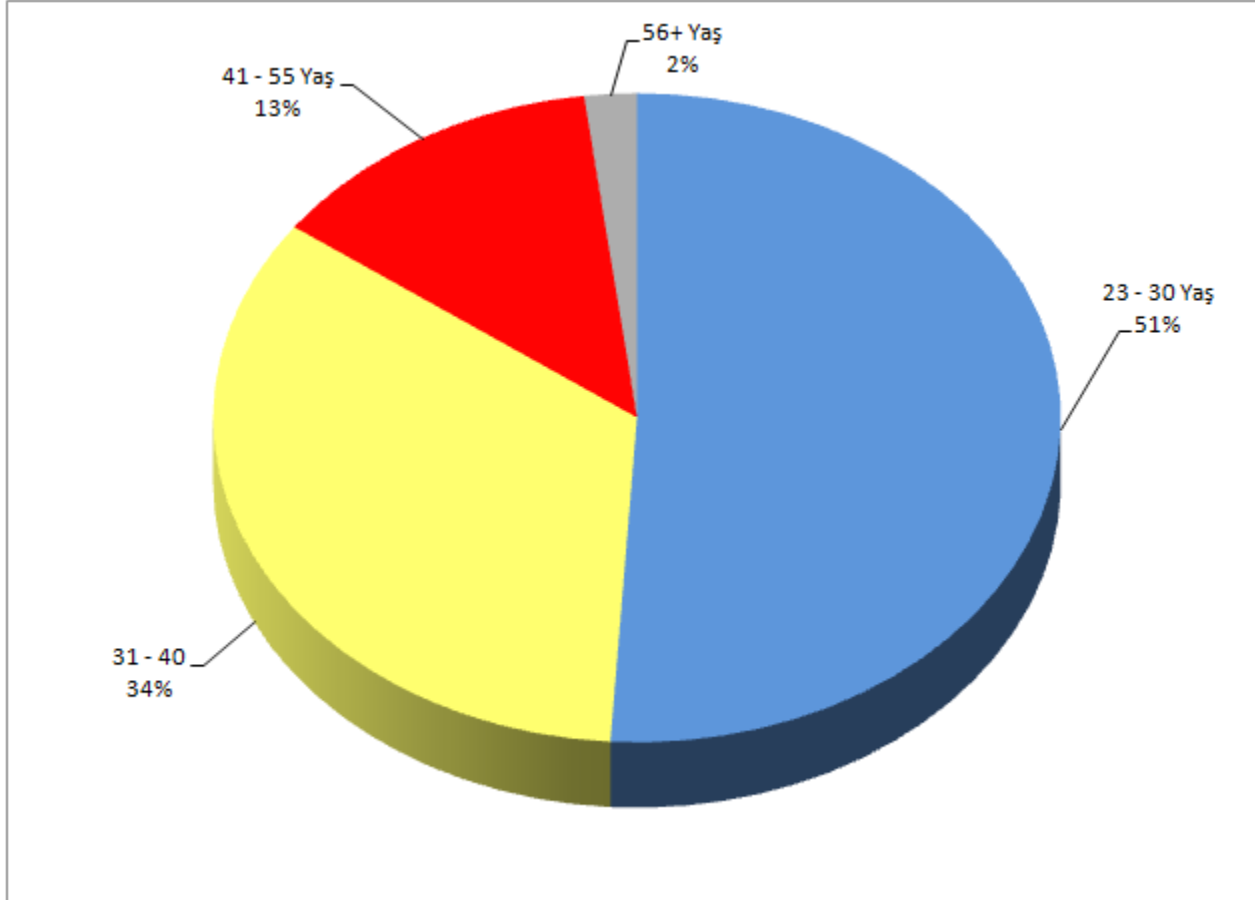
İşlem başına ortalama tutar (TL)



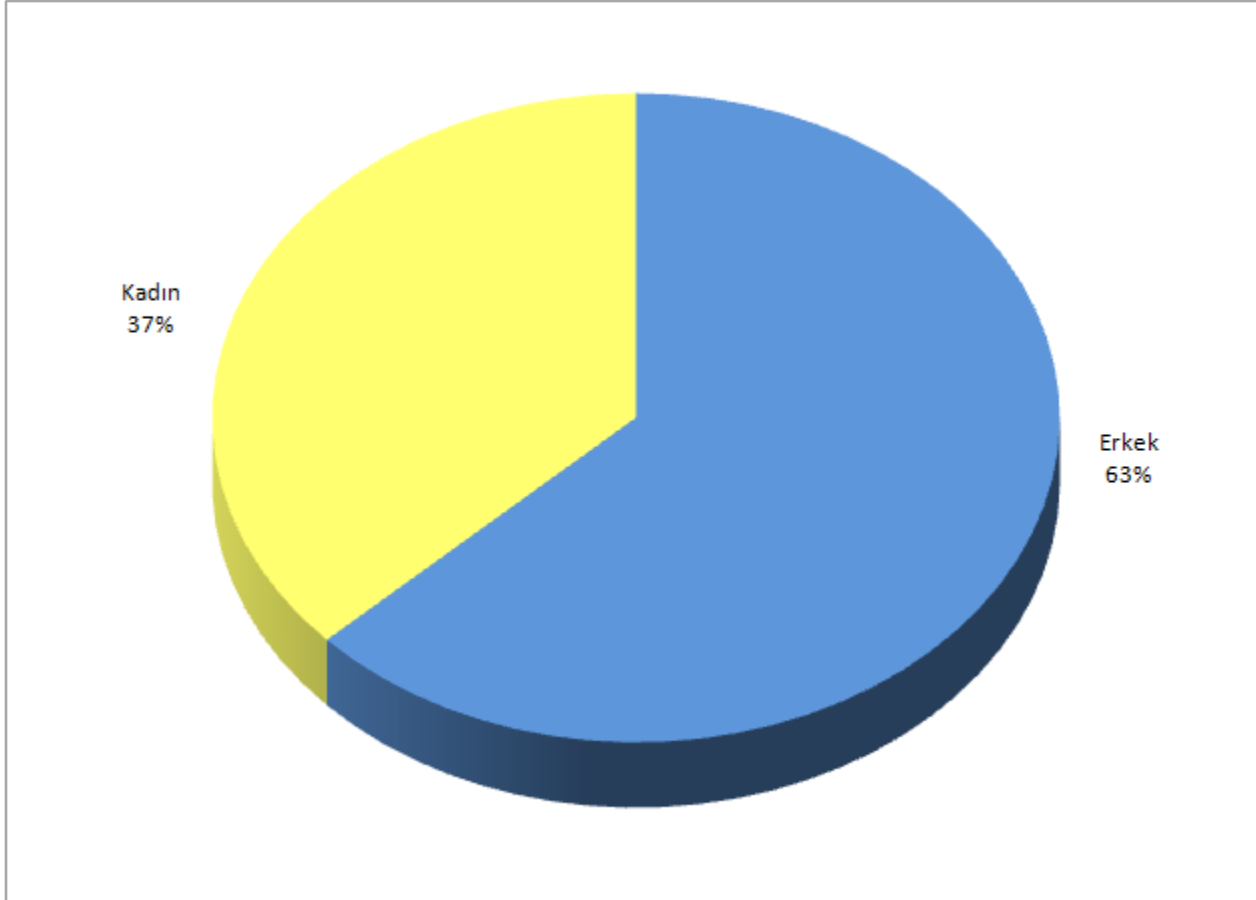
İnternetteki Tüketici Davranışları

Rakamlar ve İstatistikler

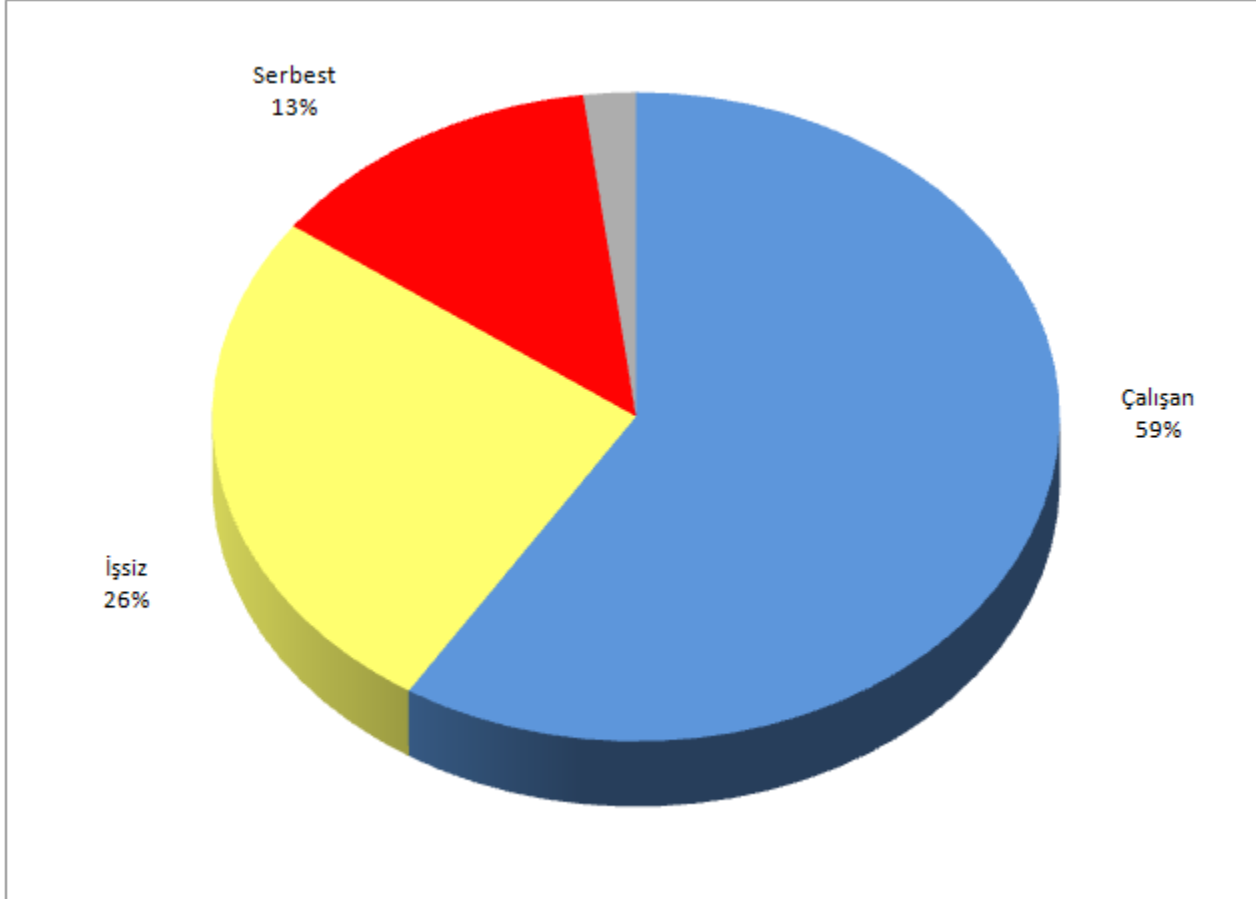
İnternet 'ten Alışveriş Yapanların YAŞ Dağılımı



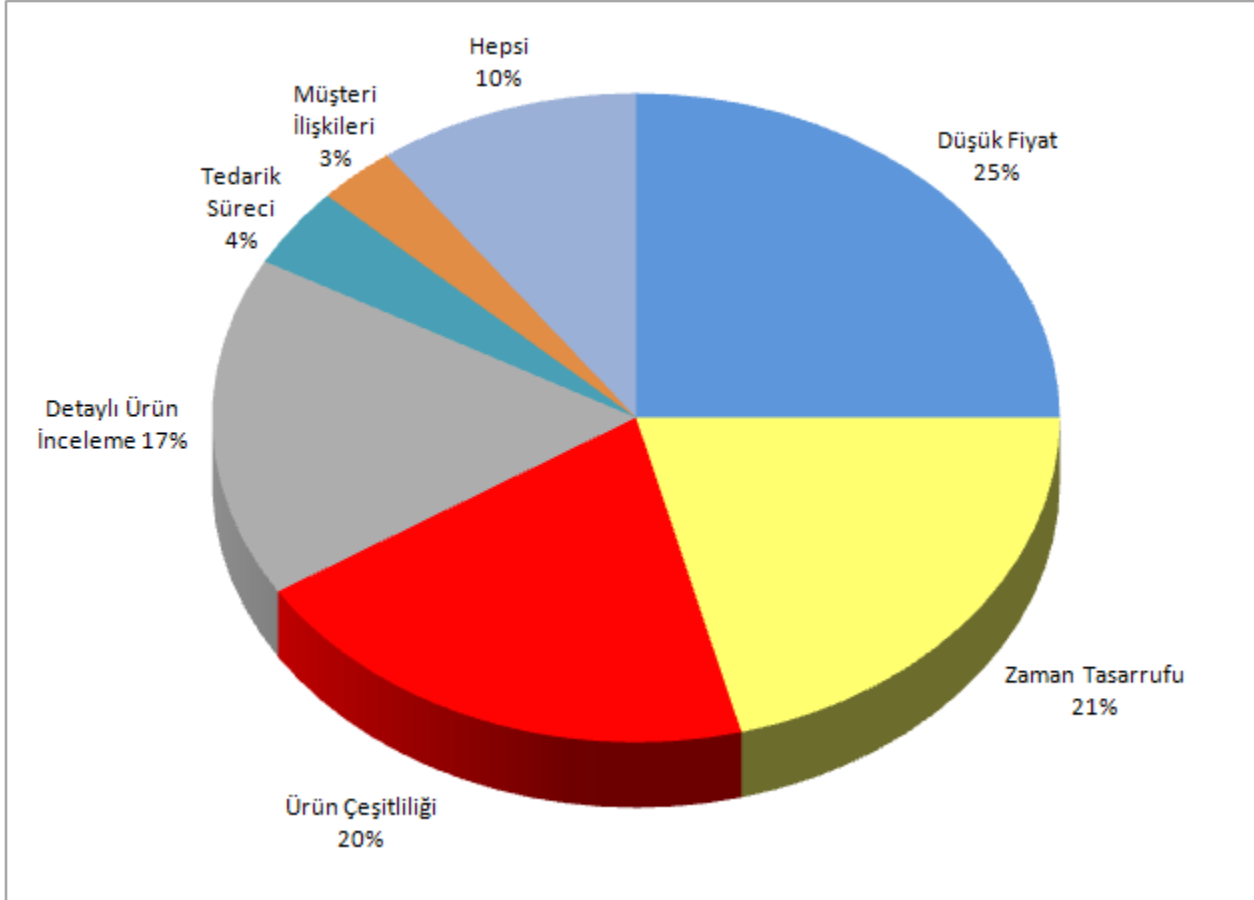
İnternet 'ten Alışveriş Yapanların CİNSİYET Dağılımı



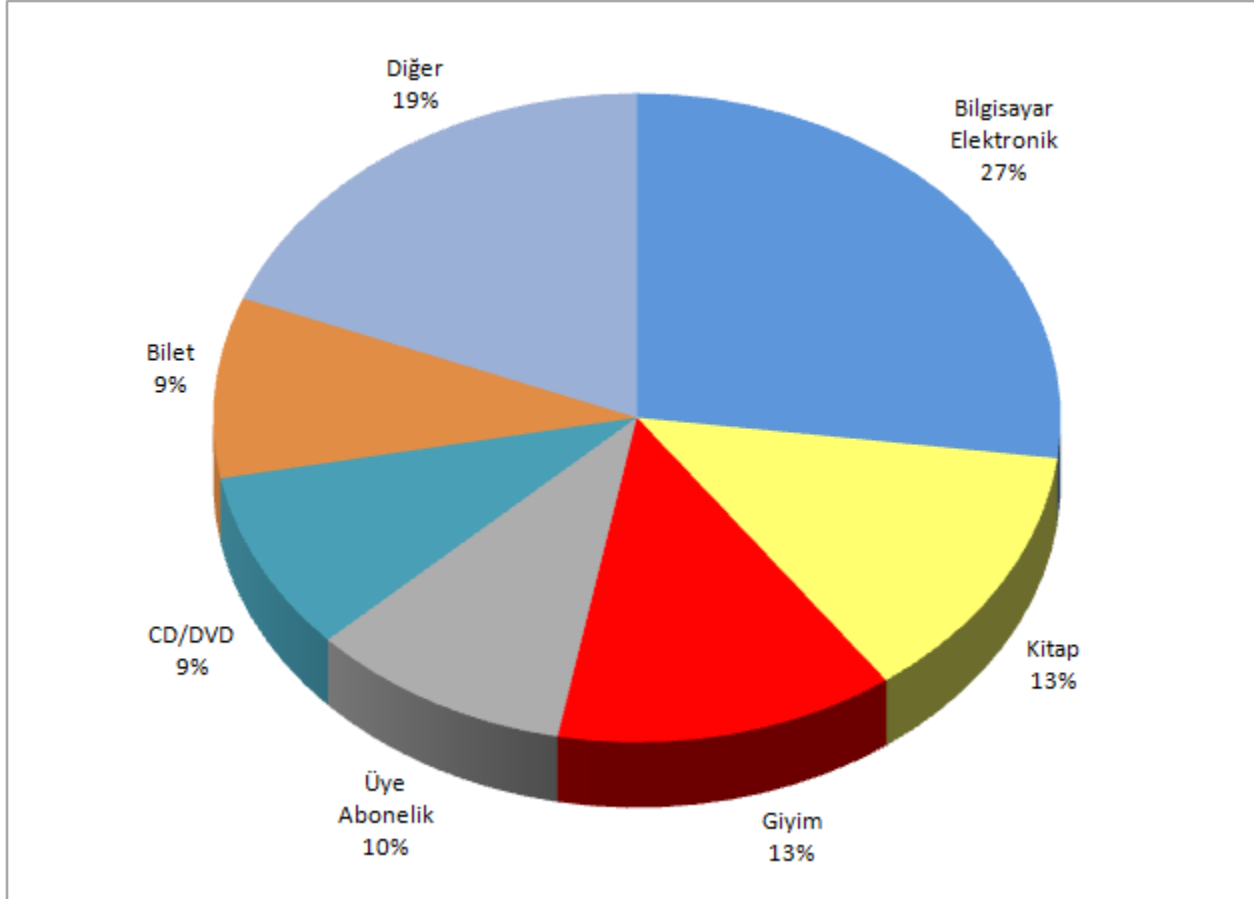
İnternet 'ten Alışveriş Yapanların ÇALIŞMA Durumu



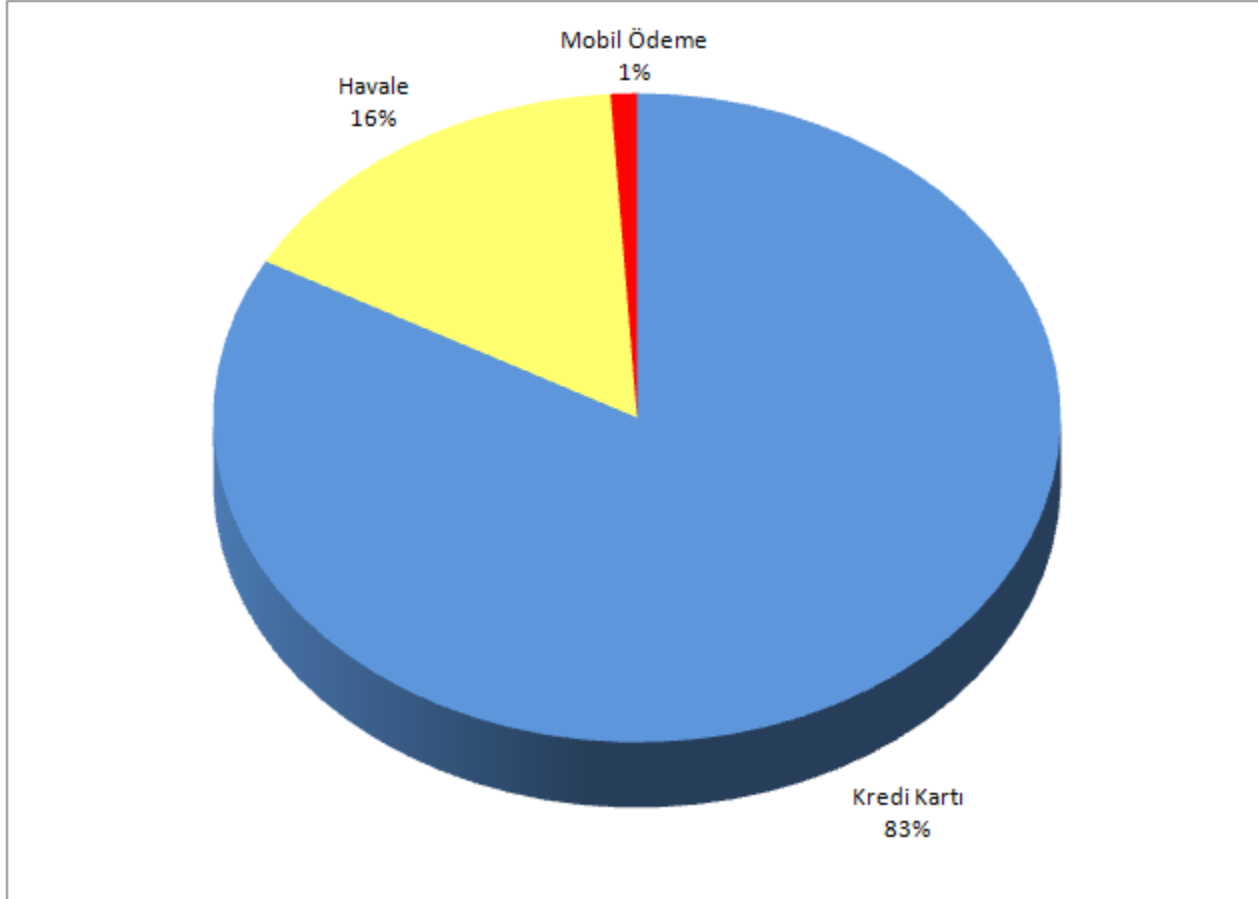
İnternet 'ten Alışveriş Yapanların NEDENLERİ



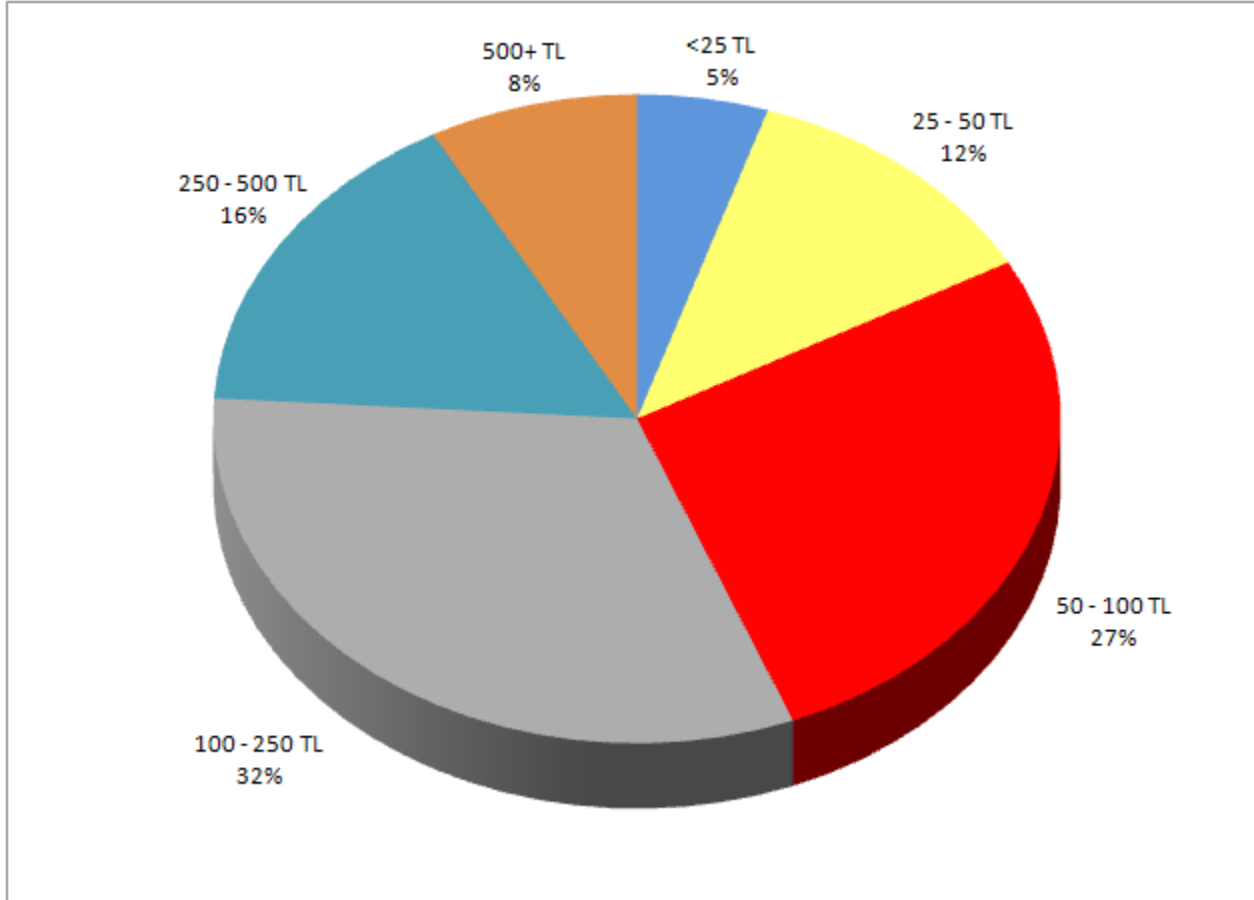
İnternet 'ten Alışveriş Yapılan ÜRÜNLER (Turizm hariç)



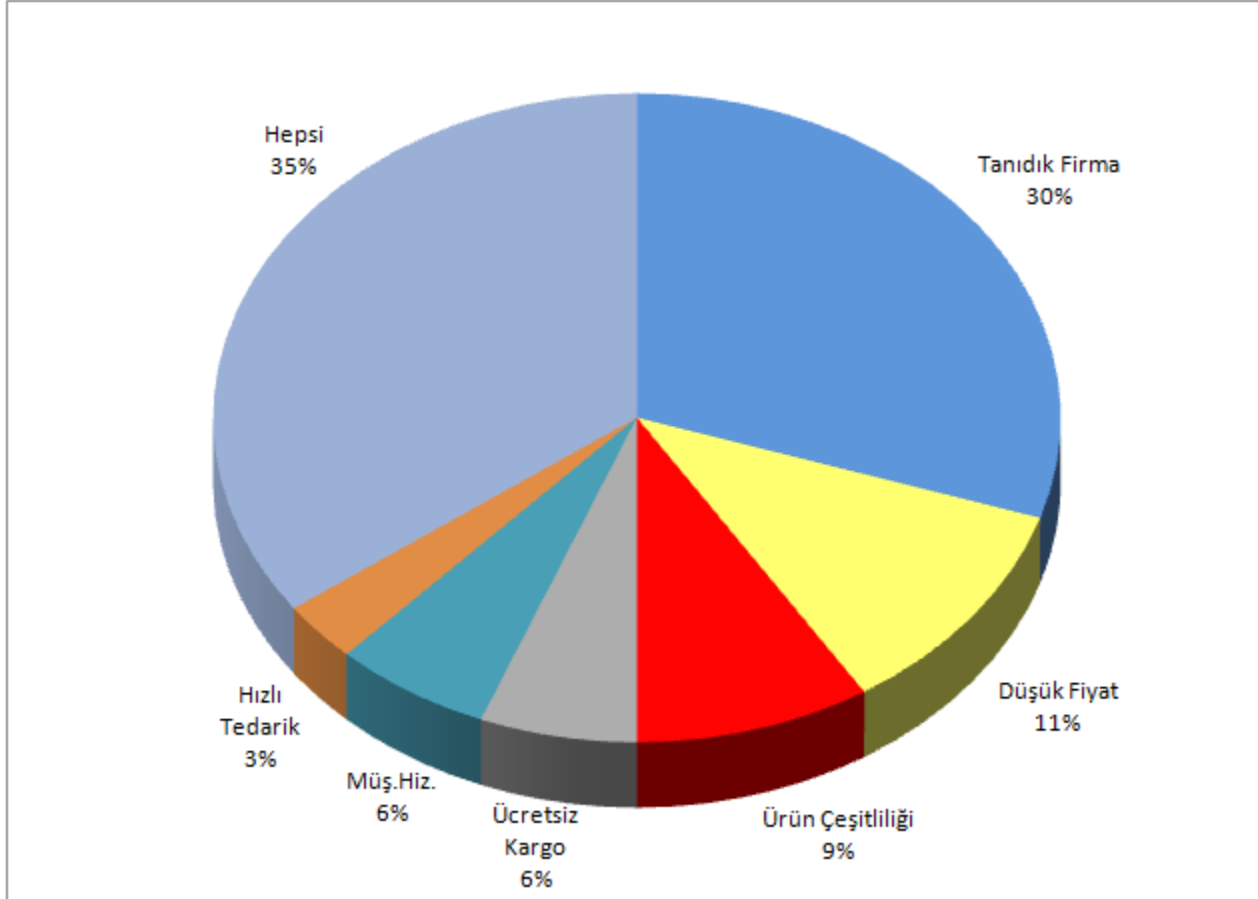
İnternet 'ten Alışveriş Yapanların ÖDEME TERCİHLERİ



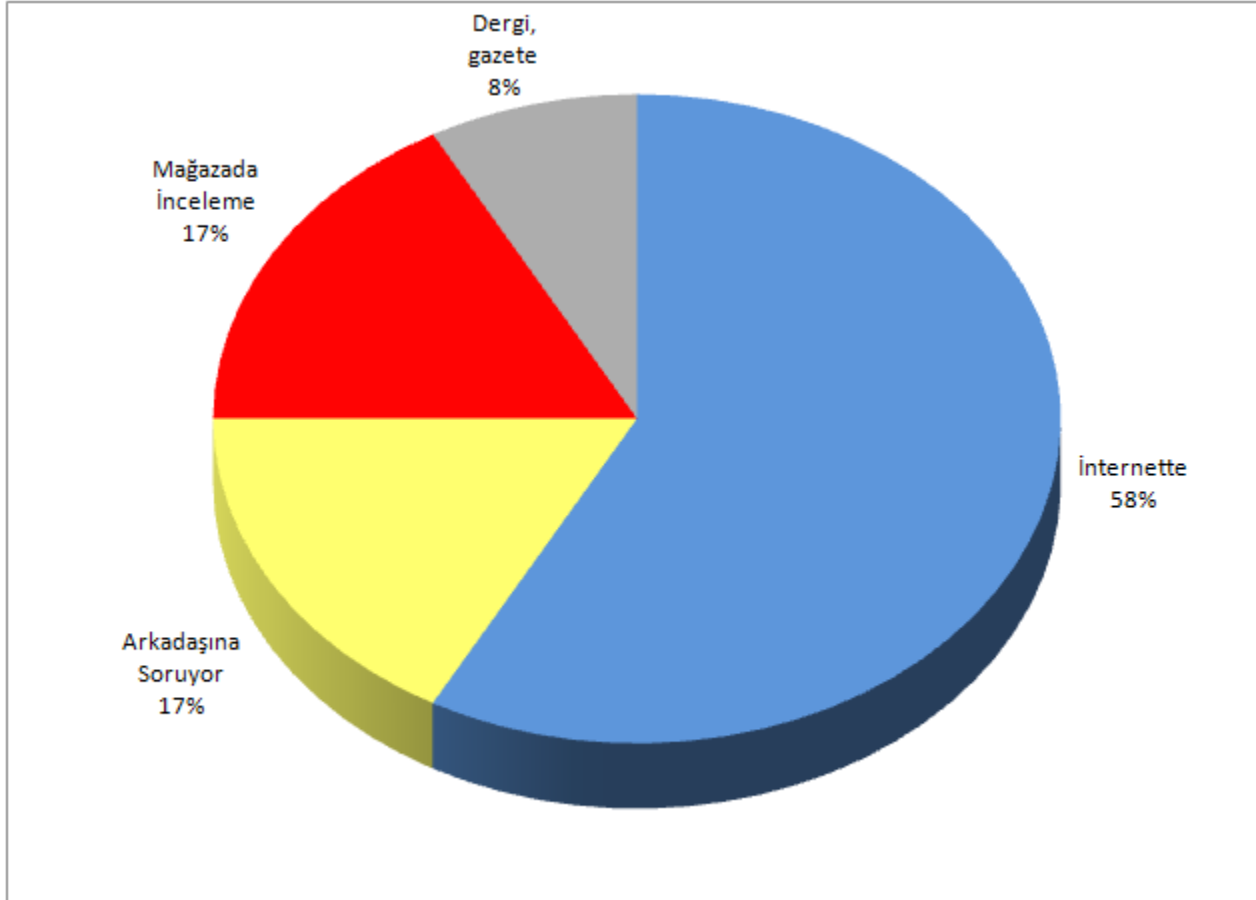
İnternet 'ten Yapılan Alışverişlerin TUTARI



İnternet 'ten Alışveriş Yapanların SİTE TERCİH NEDENLERİ



İnternet 'ten Alışveriş Yapanların ALIŞVERİŞ ÖNCESİ ARAŞTIRMALARI



Neden E-Ticaret? E-Ticaret 'in Avantajları



* Tüketicilere kolay ve pratik ürün bilgisi sunabilme - 2005

* Stok maliyetine girmeden ticaret yapabilme - 2005

* E-Ticaret ekonomik bir ticaret modelidir - 2006

* Düşük maliyetle reklam ve tanıtım - 2006

* Rakiplere göre pazarda daha etkin olabilme - 2006

* Daha etkin müşteri hizmetleri faaliyetleri - 2006

* Pazar çok büyük, artık pazar lokal değil global

E-Ticaret 'in Zorlukları ve Riskler

E-ticaret geleneksel ticarete göre çok daha az riskleri olan ve çok daha kolay bir modeldir. Başlıca riskler;



* Teknoloji güvenliği (Firewall, IDS/IPS vb.;;)



* Kredi kartı güvenliği (SSL)



* Fraud (sahte, çalıntı kart ile alışveriş)

E-Ticaret Modelleri

B2B

(Business to Business)

Üretici - Toptancı - Distribütör - Bayi Kanalı - Yetkili Servisler vb. kurumdan kuruma yapılan e-ticaret modelidir.

Kapalı devre e-ticaret modelidir. Halka ve tüketiciye açıktır.



pencere.com
bayinet.com.tr



E-Ticaret Modelleri

B2C

(Business to Consumer)

Üretici - Toptancı - Distribütör - Bayi Kanalı - Yetkili Servisler 'in tüketiciye satış yaptığı e-ticaret modelidir.

Halka ve tüketiciye açıktır. Çok dil seçeneği varsa dünyaya açıktır.



avmarketi.com
evgor.com.tr



E-Ticaret Modelleri

C2C

(Consumer to Consumer)

Tüketiciden tüketiciye satış yapılan e-ticaret modelidir.

Halka ve tüketiciye açıktır. Çok dil seçeneği varsa dünyaya açıktır.



gittigidiyor.com
sahibinden.com



E-Ticaret Modelleri

Fırsat Siteleri

Aslında bir B2C modelidir. Ürün ve hizmet sağlayıcıların yaptıkları yüksek oranlı kampanya ve kelepir fiyatlı ürünlerin satıldığı sitelerdir.

B2C 'ye göre en temel farklar ürün ve hizmetler genellikle süreli ve adettir.

Son 2 yılda parlak bir sektör olmuştur ancak sektör doyuma ulaşmıştır.



grupanya.com
sehirsirsati.com



E-Ticaret Modelleri

Özel Üyelik Siteleri (Fırsat Siteleri)

Yine bir B2C modelidir.

Yine çok büyük indirimler(!) yapılan sitelerdir.

Tüketicide kendini "seçkin" bir ortama üye olduğu hissi vererek satış yapılan e-ticaret siteleridir.



markafoni.com
limango.com.tr



E-Ticaret Nasıl Yapılır?

Hedef ve strateji belirleme

E-Ticaret sitesini hazırlama

Satışa başlama

Pazarlama

E-Ticaret Nasıl Yapılır? / Hedef ve Strateji Belirleme

Açılış Öncesinde Hedef ve Strateji Belirleme

1. Hedef Kitle Belirleme

İnternette satışa başlamadan önce hedef müşteri kitlenizi belirlemelisiniz. Rakip analizleri yaparak rakiplerinizin siteleri ile ilgili bilgiler edinip yeni fikirler yakalayarak hedef kitlenizin ilgisini çekmelisiniz.

2. İş Stratejisi Belirleme

Müşteri kimdir? Hangi ürünlerle ilgilenir? Ödeme seçenekleri ne olmalı? Satın alma kararına etkenler nelerdir? Bu ve benzeri soruların cevapları doğrultusunda ürün, ürün tedariki, sevkiyat, memnuniyet, pazarlama gibi stratejileri belirlemelisiniz.

3. Sanal Mağaza Altyapısı

E-ticaret sitenizin yazılım altyapısını belirlemeniz, sağlıklı teknolojik çözümler ve hizmetler almak için gerekli anlaşmaları yapmalısınız.

4. Ödeme Altyapısı

Müşterilerinize sunacağınız alternatif ödeme araçlarını seçmeli ve sisteminize entegre etmelisiniz.

E-Ticaret Nasıl Yapılır? / E-Ticaret Sitesini Hazırlama

E-Ticaret Sitesini Yayına Açma Süreci

1. E-Ticaret Sayfasını Kurma

Alan adı(domain), hosting hizmetleri, e-ticaret yazılımı, SSL vb.

2. Tasarım

Konsepte, hedef kitleye uygun şık bir tasarım. Site için aranılan bilgi ve ürüne kolay ulaşım. Hızlı alışveriş imkanı. Arama motorlarına uyumluluk.

3. Yayınlama

Sitenin tüketicilerin kullanımına açılması.

Online Satış Yapma

Güvenlik

Güvenliği 3 ana başlıkta toplayabiliriz. Kredi kartı güvenliği, bilgi güvenliği ve erişim güvenliği

SSL kurarak kredi kartı güvenliğini sağlayabilirsiniz.

Firewall ve benzeri araçlarla bilgilerinizin güvenliğini sağlayabilirsiniz.

IDS/IPS vb. araçlarla atak ve saldırılara karşı güvenliğinizi sağlayabilirsiniz.

2. Ödeme Altyapısı ve Ödeme Sistemleri

Bankaların sağladığı sanal poslar veya özel ödeme sistemleri. PayPal, PayU, iPara vb.

3. Sipariş ve Sipariş Takibi

Müşterilerden gelen siparişlerin alınıp tedarik edilip müşteriye iletilmesi.

Fatura ve/veya irsaliye kesmek zorunludur. Sipariş ekranlarında tüm süreçle ilgili müşteri detaylı olarak bilgilendirilmelidir.

Pazarlama ve Sürekliliđi Sađlama

1. Arama Motoru Faaliyetleri

Başta Google olmak üzere arama motorlarında güçlü bir şekilde yer almak.

2. Reklam(Banner) Çalışmaları

E-Ticaret sitesindeki ürünleri reklamlarla çekici hale getirmek.

3. Toplu Mail Faaliyetleri

Geniş kitlelere ulaşmak için profesyonel firmalardan toplu mail hizmetleri almak.

4. Fiziki Materyallerle Reklam

Kutu, poşet, fatura vb. reklam çalışmaları. Billboard, pano vb. reklam çalışmaları.

5. Sosyal Medya Çalışmaları

Sosyal medyada güçlü bir şekilde yer edinmek.

6. Ürün Arama Siteleri Entegrasyonu

Cimri, Ucuzu, Nekadar, Akakçe vb. fiyat arama siteleri ile entegrasyon.

7. Kampanyalar

Çeşitli ürün, ödeme, puan, hediye çeki kampanyaları.

Sektör Paydaşları

Tedarikçiler

(Arena, Index, Penta, E-Bebek, řenses vb.)

Bankalar

(Garanti, YKB, Akbank, İşbank, Finansbank, HSBC vb.)

Kargo řirketleri

(UPS, Yurt İçi, Aras, MNG, Sürat vb.)

Arama Motorları

(Google, Cimri, Ucuzu, Fiyatara, Nekadar, Akakçe vb.)

Teknoloji Hizmet Sağlayıcılar

(Neticaret, Superonline, GlobalSign vb.)

Ödeme Sistemleri

(PayU, iPara, PayPal vb.)

Başarı Örnekleri

evgör®

evgor.com.tr

İstanbul 'un 3 değişik yerinde satış mağazası olan küçük çaplı bir mobilya firması. İnternet dünyasındaki potansiyeli fark edip, bu alanda faaliyet yapmaya karar verdiler.

2007 Mart ayında e-ticaret sitelerini açtılar. Evgor.com.tr Türkiye 'de içeriği en iyi olan "mobilya sanal mağazası" olarak bilinmekte. Sanal mağazanın başarısı için elektronik ticaret kurallarına mümkün olduğunca uygun davrandılar. Sayfa tasarımı çok şık. Ürün resimleri özenle oluşturulmuş, detay bilgileri en ince ayrıntısına kadar tüketicinin bilgisine sunulmuş. Ürüne erişimi çok kolaylaştıran kategori yapısı var.

Sanal mağazacılıkta çok önemli olan alternatifli ve cazip ödeme seçeneklerini de bolca sunmuşlar. Sitede 16 bankanın kartına taksit yapılmakta.

Evgor.com.tr 'nin ziya



yle günlük 35.000+



avmarketi.com

2006 Yılına kadar bu sektörle ilgisi olmayan 2 kardeş e-ticaret yapmaya karar verdiler ve "avcılık" sektörünün e-ticaret için en uygun sektör olduğunu görüp sanal mağazalarını açtılar. Aradan geçen 4 yılda Türkiye 'nin en önemli tedarikçilerinin iş ortaklığı tekliflerini reddedecek kadar işlerini büyüttüler.

Site 2006 Nisan ayından bu yana aktif. Türkiye 'nin içeriği en iyi olan "av malzemeleri" sanal mağazalarından biri. Estetik dizayna ve ürün çeşitliliğine çok önem veriyorlar. Ürün resimleri özenle oluşturulmuş, teknik özellikleri detaylıca tüketicinin bilgisine sunulmuş. Tüketicilerden gelen siparişleri kısa sürede tedarik edip "ücretsiz" kargo ile tüm Türkiye 'ye sevk etmekte.

Sitede 14 bankanın kartına taksit yapılmakta.

Avmarketi.com 'un ziyaretçi sayısı ile günlük 16.000+





morfare.com

2001 krizinde işini kaybeden bir genç 2004 yılında bir iş hanının 2. katında bir ofis kiralayıp özgün bir isimle bir sanal mağazasını açtı. Bu e-mağazada sadece bir konuya odaklandı. SONY ürünleri satışı. İşleri o kadar iyi gitti ki 2007 yılında Bağdat Caddesinde bir SONY CENTER açtı. 2011 'de ikinci mağazasını da açtı.

Morfare.com 2004 yılında yayına girdi. Sitenin başarısının sırrı “Sony ile ilgili aradığınız her şeyi bulabilirsiniz” felsefesiyle hareket etmesi oldu. Satış sonrasındaki başarılı müşteri ilişkileri kendisine sadık bir müşteri kitlesi oluşturdu. Zamanla bu kitle katlanarak büyüdü. Elektronik ürün sattıkları için ürünlerin tüm teknik detaylarını belki de dünyada en iyi şekilde müşterilerine sunan firmalardan biri.

Sitede 14 bankanın kartına taksit yapılmakta.

Morfare.com 'un ziyaretçi sayısı ile günlük 4.000+





e-hamile.com

Ekonomik olarak fazla imkanlara sahip olmayan 2 kadın girişimcinin 2005 yılında kurduğu e-hamile.com adından da anlaşılacağı üzere hamile hanımların ihtiyaç duydukları ürünleri satın alabilecekleri bir sanal mağaza. Yazılım ve altyapı hizmetleri veren firma olarak bizleri de şaşırtan bir gelişme ile kısa sürede bu alanda Türkiye 'nin lider sanal mağazası olmayı başardılar.

Sınırlı kadroyla (ortalama 3-4 kişilik ekip) altı yılda gelinen noktaya baktığımızda 30 'a yakın farklı kategoride 70 marka ürünün yer aldığı e-hamile.com bu alanda üreticilik yapan önemli firmaların gözde satış kanalı durumuna geldi.

E-hamile.com 'un ziyaretçi sayısı bugün itibarıyla günlük 2.000+





sucugumafyondan.com

Sucugumafyondan.com İstanbul Kadir Has Üniversitesi 'nde okuyan bir öğrenci tarafından 2008 yılında kuruldu. Emrecan arkadaşımız siteyi İstanbul 'dan yönetmekte, gelen siparişlerin hazırlanması ve sevk edilmesini Ayfon 'daki babası yapmakta. Anlaşmalı oldukları UPS Kargo ile siparişleri aynı gün sevk etmekte, yakın bölgelere ertesi gün, doğu ve güneydoğu Anadolu bölgelerine ise maksimum 2 günde teslimat yapmaktalar.

Site 2008 yılında kurulduktan yaklaşık 1 yıl sonra özgün fikirleri hayat geçirmesinden dolayı "e-fikrim" yarışmasında 3. lük ödülü aldı. Sitede Afyon yöresine özgün sucuk, pastırma, salam, sosis vb. yiyecek ürünleri satılmakta.

Neredeyse sadece baba ve oğuldan oluşan 2 kişilik ekiple tüm operasyonu yöneten firmadır. Siteyi işleten ekip tarafından kurulmuş ve yönetilmektedir.

Sucugumafyondan.com 'ta her hafta düzenlenen kampanyalarla müşterilerin dikkatini çekmektedir. Her hafta farklı ürünlerle müşterilerin dikkatini çekmektedir. Her hafta farklı ürünlerle müşterilerin dikkatini çekmektedir. Her hafta farklı ürünlerle müşterilerin dikkatini çekmektedir.





aralgame.com

Aralgame.com köklü bir firma olan Aral İthalat 'ın sanal mağazasıdır. Çok özel dizayn ve tasarım çalışmalarının katkısıyla bugün itibariyle oyun ürünleri sektöründe Türkiye 'deki en önemli e-ticaret sitesidir.

Aral İthalat uzun yıllar sadece bayi kanalı ile sektörde hizmet vermekte iken 2007 başında ürünlerini bir sanal mağaza ile direkt tüketiciye de açtı. 2000 'e yakın pc, playstation, Xbox, Nintende oyun ürünü içeren aralgame.com çok kısa sürede çok şaşırtıcı bir büyüme gösterdi. 2009 Yılından bu yana e-bayilik sistemi de kuran aralgame.com kurduğu entegrasyon sistemi ile 280 'e yakın farklı sanal mağazada da kendi ürünlerini satmakta.

Sitede 11 bankanın kartına taksit yapılmakta.

Aralgame.com 'un ziyaretçi sayısı bugün itibariyle günlük 3.800+





elmacipazari.com

Gaziantep 'li bir girişimcinin Gaziantep ili ve civar illerde oldukça popüler olan ve "Elmacı Pazarı" adıyla bilinen meşhur alışveriş bölgesini sanal ortama taşımasıyla Elmacı Pazarı tüm Türkiye 'nin tanıdığı ve alışveriş yaptığı bir alışveriş sitesi oldu.

Bilgisayardan spor ürünlerine, bitkisel ürünlerden oto aksesuarlarına, yöresel ürünlerden cep telefonlarına kadar onbinlerce ürünün satıldığı elmacipazari.com 'un popülaritesi bu vesilesiyle kısa sürede arttı.

Elmacipazari.com 'un ziyaretçi sayısı bugün itibariyle günlük 3.000+





teknomarketim.com

Şanlıurfa 'da ve yakın bölgelerinde faaliyet yürüten Teknomarketim e-ticaret sitesi açtıktan sonra tüm Türkiye 'ye satış yapan bir firma oldu.

Bilişim sektöründe faaliyet yürüten teknomarketim.com 'da ortalama 30.000 civarında bilişim ürününü satılmakta. Bu ürünlerin tamamı distribütör ve toptancı firmaların B2B sistemlerinden otomatik olarak entegre bir şekilde sitede yer almakta. Bu sayede teknomarketim.com 'a gelen siparişler online olarak ilgili tedarikçinin sistemine düşmekte ve tedarikçi tarafından direkt tüketiciye sevk edilmekte. Böylelikle teknomarketim.com hem onbinlerce ürünü tüketicisine sunabilmekte hem de mükemmel bir lojistik sistemi ile çok kısa sürede ürünleri teslim edebilmekte ve stok maliyetine girmeden çok pratik bir şekilde ticaret yapabilmekte.

Sitede 18 bankanın kartına taksit yapılmakta.

Teknomarketim.com 'un  itibariyle günlük 5.500+

Yakın Gelecek Öngörülerimiz

Dikey pazar önem kazanacak

Konsept e-ticaret siteleri, özgün ürün siteleri, sektörel sanal mağazalar.
Örn: avmarketi.com - peynirci.com - telefonaksesuar.com

Sektörel C2C sistemler önemli olacak

Tüketiciden tüketiciye satışın yapıldığı sektörel alım-satım siteleri önemli olacak.
Örn: mobilyaavm.com - elektronikborsasi.com

CRM çok önem kazanacak

Müşteri ilişkileri yönetimi bugüne göre çok daha fazla önem kazanacak. E-Ticaret - CRM - Sosyal Medya entegrasyonları olacak.

Alternatif ödeme sistemleri çoğalacak

Özel ödeme sistemlerinde rekabet artacak, bu durum e-ticaretin büyümesine katkı sağlayacak.
Örn: iPara, PayU, PayPal vb.

