

E-TİCARET & E-İHRACAT



DR.ÖĞR.ÜYESİ ÖMER FARUK DERİNDAG

13/04/2021

Neden E-ticaret



- ✓ Daha geniş kitlelere erişim;
- ✓ yeni pazarlar, yeni müşteriler
- ✓ Düşük yatırım ve işletme maliyeti
- ✓ Doğrudan müşteriye erişimi
- ✓ Güvenli alışveriş
- ✓ Prestij

- ✓ Daha fazla seçenek
- ✓ Aradığını hızlı, kolay ve zahmetsiz bulabilme
- ✓ Sıfır araştırma maliyeti
- ✓ Rahat alışveriş
- ✓ Kolay kıyaslama
- ✓ Zaman tasarrufu
- ✓ Güvenli alışveriş
- ✓ Pratiklik

∞ E-ticaret konusuna tüm iş çevrelerinin dikkat etmesi ve bunu ciddiye almaları gerekir. Çünkü e-iş ve e-ticaret modelleri şirketlerin yeni pazarlara açılmasına yardım etmektedir. Bu yeni pazar, hayatlarının önemli bir kısmında internet kullanan yüz milyonlarca insandan oluşmaktadır ve burada herhangi bir coğrafi sınır da yoktur. Ayrıca, iletişim teknolojilerinin sağladığı hız, ucuzluk ve güven pazarlama stratejileriyle birleştiğinde, global olarak, işletmelerin karlılığını arttırmaktadır. Ticaret ve iş ilişkilerinde elektronik ortamların ve özellikle internet teknolojilerinin kullanılmasıyla;

- ❧ Mevcut iş imkanlar büyüyecektir,
- ❧ Halen pazarlanan ürünlerin satışı daha kolaylaşacak ve reklam, ürün tanıtım, satış öncesi ve sonrası destek ve benzeri kanallar tamamen elektronik ortamda daha efektif kullanılacaktır. Otomatik bilgi dağıtım sistemi yardımıyla, müşterilere ve daha geniş kitlelere kolayca ulaşılacaktır,
- ❧ Global olarak, iş dünyasıyla olan etkileşim artacaktır,
- ❧ İş verimlilik analizleri ve planlamalar daha kolay yapılacaktır,
- ❧ Uluslararası pazarlara kolayca ulaşabilme imkanı olacaktır.

- œ Global ekonominin geleceği, artık e-ekonomidedir. Yakın gelecekte, e-dükkanı olmayan, e-posta kullanmayan ticari kuruluşlar muhakkak ki, işlerini geliştirmede ve kar etmede, yeni iş bağlantıları kurmada çok zorlanacaklardır.
- œ Ülkemizdeki e-ticaret hacmi 15 milyar \$ civarlarındadır. Kısa sürede e-ticaretin bu denli hızlı büyüme kaydetmesi pek te şaşırtıcı değil.

- ❧ E-ticaret hızla yaygınlaşıyor, sanal mağazası bulunan firmaların ciroları fiziksel mağazaları geçiyor. ————— ❧ —————
- ❧ Kullanıcıların ne düşündüklerini , internetten alışveriş yaparken nelere dikkat ettiğini bilmek e-ticaret sitenizin başarısını artırmak için son derece önemli bir konu.

- ❧ Ürün çeşitliliği: Fiziksel mağazaların en önemli kısıtlamalarından biri raf alanlarıdır. Ne kadar büyük bir mağazanız olursa olsun, sunabileceğiniz ürünler sergileyebileceğiniz raflar ile sınırlı olur. Fakat e-ticaret siteleri sınırsız raf alanına sahip olduğu için, tüketicilerine son derece geniş seçenekler sunabilir.
- ❧ Evden çıkmadan alışveriş: Her ne kadar alışveriş aynı zamanda sosyal bir eylem olsa da, tüketiciler için çoğu zaman bir mağazaya gitmeden alışveriş yapabilmek büyük bir kolaylık sağlar. Özellikle de hafta sonları ve özel günlerde ihtiyaçlarını temin etmek için kalabalık mağazalarda sıra beklemek yerine birkaç tıklama ile internet üzerinden sipariş vermek büyük bir avantajdır.

- ❧ Kullanıcı yorumları: Diyelim ki bir televizyon almak istiyorsunuz ama hangisini tercih etmeniz gerektiği hakkında en ufak bir fikriniz yok. Fiziksel mağazalarda en iyi seçeneğiniz size yardımcı olan görevlinin önerileridir. İnternet üzerinden alışverişte ise sizin için doğru ürünü seçebilmek için diğer kullanıcıların yorumları işinizi kolaylaştırabilir.
- ❧ Gizlilik: Bir mağazada alışveriş yapmak diğer müşterilerin yanı sıra satıcılarla da yüz yüze iletişim kurmak anlamına gelir. Fakat bazı ürünleri satın alırken tüketiciler yalnız olmayı tercih edebilirler. İnternet üzerinden alışveriş gizlilik anlamında hiçbir fiziksel mağazanın sunamayacağı avantajlar sunar.



☞ Türkiye’de git gide büyüyen internet kullanıcısı, yapılan araştırmalara göre Türkiye’de ki nüfusun %48’i olduğunu söylüyor. Bu da ortalama 35 Milyon insan demektir. Bu insanlar, günümüzde devamlı interneti kullanan, gün boyu internet başında işlerini yapan insanlardır. İnternetin büyümesiyle beraber e-Ticaret sektörü de bir yandan büyümektedir. Kullanıcılar ister istemez deneme amaçlı veya devamlılık amaçlı e-Ticareti kullanarak kontrol etmek istiyorlar. %48’lik bir orandan sadece %17’si E Ticaret sistemlerini kullanmaktadır.



Her geçen yıl biraz daha fazla büyüyen internet kullanıcısı sayısı, yakın bir zaman içerisinde ortalama 1-3 yıl arasında 50 Milyon'a çıkacağını da araştırmalar içerisinde söylenmektedir. Bu da aynı zamanda sadece internet kullanıcısının büyümesine değil e-Ticaret sisteminin de kullanılmasında büyüme payı gösteriyor. Bu sadece insanlar daha güvenli ve daha hızlı bir Şekilde alışverişlerini internetten yapacak olacak olup firmalarında artık internet üzerinden satışlarına başlamasına yönlendirecektir.



œ Bir e-ticaret şirketi sahibi olarak, ürünlerinizi pazarlamak ve işinizi geliştirmek konusunda kuşkusuz çok çaba gösteriyorsunuz.

œ Peki, markalaşma konusunda da benzer bir çabanız var mı?



Rekabetin yoğun olması, e-ticarette başarılı olmayı güçleştiriyor. Bu nedenle, e-ticarette rakiplerinizin arasından sıyrılmanız ve kazancınızı artırmanız için; iyi düşünülmüş detaylı bir iş planınızın olması son derece önemli.

œ Fiziksel mağazası olan bir şirketin bulunduğu konumu, yerel müşterilerinin o mağazayı tercih etme sebebi açısından belirleyici oluyor. Fakat aynı şirketin bir web sitesinin olması, bu coğrafi kısıtlamayı ulusal çapta ortadan kaldırırken aynı zamanda yurtdışına satış yapabilmesinin de önünü açıyor.

E-ticaret potansiyel olarak son derece karlı bir iş. Fakat piyasadaki tüm e-ticaret sitelerinin aynı karlılık seviyesinde olduğunu söylemek ne yazık ki mümkün değil.

Hem Türkiye'de, hem de dünya çapında sayısız e-ticaret sitesi var ve açıkça görünen şu ki bazıları diğerlerinden daha başarılılar.

E-ticaret sitelerinin olumlu müşteri deneyimi sağlaması ileriye yönelik gelirlerini de garantilemesini kolaylaştırıyor.

Olumlu bir müşteri deneyimi için; kullanım kolaylığı, **ilgi çekici tasarım ve güvenlik** konularının e-ticaret sitelerinin dikkat etmesi gereken öncelikleri arasında yer aldığını söyleyebiliriz.

Markaların dijital ortama geçişleri ve e-ticarete başlamaları ile birlikte bazı soru işaretleri de ortaya çıkmaya başlayabilir.

Özellikle de bu alanda yeni olan girişimcilere çevrelerinden çok sayıda yorum geliyorsa. Ne yazık ki pek çoğunun sağlam dayanağı olmayan bu yorum ve öneriler e-ticarete ilk adımlarını atmaya başlayan kişilerin tereddüt etmelerine neden olabilir.

Sitenizi kurduktan birkaç ay sonra, bir 'terslik' olduğunu düşünebilirsiniz. Örneğin, site trafiğiniz belirli bir seviyenin ötesine geçemiyordur ya da beklediğiniz kadar satış yapamamışsınızdır. Çoğu e-ticaret girişimcisi, bu noktada **vazgeçmeye** yakındır. Hatta içlerinden, **e-ticareti tamamen bırakmaya** karar verenler bile çıkabilir.

Online satış rakamları düşündüğünüz kadar yüksek olmayabilir ve online satış sitesi kurmak gözünüze düşündüğünüz kadar kârlı bir iş gibi görünmeyebilir. Online satış sitesi kuran birçok girişimci bu noktada sabredemeyerek, umutsuzluğa düşebilir hatta e-ticaret sitesini kapatabilir.

E-ticaret konusundaki geniş bilgilerini ve donanımlarını, deneyimleri ile bir araya getirebilen profesyoneller tarafından sunulan **e-ticaret danışmanlığı hizmeti**; e-ticaret girişimcileri için son derece önemli. Çünkü e-ticaret danışmanlığı hizmeti; e-ticaret sitelerini **daha kârlı, üretken ve rekabetçi** hale dönüştürmek için, e-ticaretle ilgili her konuda önemli bir destek sağlıyor.

İyi seçilmiş ve **doğru koordine edilen** bir takım, sitenizin işleyişine hız kazandırabilir. Çalışma arkadaşlarınızı seçerken sektörel birikimin ötesinde, farklı kriterleri de dikkate almak, yerinde olabilir.

E-ticarette başarılı olmanız için 5 önemli ipucu

1. Sitenize kolay ulaşılmasını sağlamak
2. Etkileyici görseller kullanmak
3. Müşterilerinize daima destek sunmak
4. Mevcut müşterilerinizle düzenli olarak ilgilenmek
5. Mobile duyarlı bir siteye sahip olmak

Ne satacağınızı belirleyin



Online ürün satmak için en kolay ürünün hangisi olduğuna karar vermelisiniz. Bazı ürünlerin, nakliyesi diğeri kadar kolay değil. Ayrıca, bazı ürünler internet alışverişi için ideal sayılmayan uzun bir karar verme sürecini gerektiriyor. E-ticarete 'sınırlı sayıda bir ürün zinciriyle' başlamanız, başarılı olabilmemiz açısından çok faydalı olabilir.

Yeni müşterilerinizi tanımlayın



Ürününüzü ne tür müşterilerin internette aradığını bulmaya çalışarak işe başlayabilirsiniz. İnternette bir ürün ile ilgili arama yapanlar genelde satın almaya daha hazır oluyorlar. Potansiyel müşterilerinizin kimler olduklarını bilmeniz, ürünlerinizi ve e-ticaret pazarlama stratejinizi buna göre geliştirmeniz de önemli bir nokta.

Hizmetlerinizi yeniden belirleyin



œ Fiziksel mağazanızda müşteri memnuniyeti sağlamış olabilirsiniz ama aynı başarıyı e-ticarette göstermek ve müşterilerinizle aranızda benzer bir ilişki kurmak için farklı bir şey sunmanız gerekiyor. Müşterilerin geri dönüş ve şikayetlerinde sürecin nasıl işleyeceğine, satışları nasıl takip edeceğinize ve ulaşabilecekleri bir yardım hattınızın olup olmayacağına karar vermeniz gerekiyor. Ayrıca, lojistik ve depolama konusunda da yeni yaklaşımlara ihtiyacınız olabilir.

Gerekli altyapıya sahip olun



Online satışların gerçekleşmesi ve takibi, indirim ve promoyon belirleme ve müşteri ilişkileri gibi konularda kullanabileceğiniz bir e-ticaret altyapısına ihtiyacınız var.

Güvenli ödeme tabanı



İnternet müşterileri güvenlik konusunda bilinçli ve kredi kartıyla yaptıkları alışverişlerin güvenli olduğundan emin olmak istiyorlar. Yani onlara, daha güvenli online ödeme yapabilecekleri bir sistem sunmanız gerekiyor. Bunun için SSL sertifikası, otomatik aktif sanal POS ve **BKM Express** gibi ödeme seçenekleri sunabilmeniz lehinize olacaktır.

E-ticaret ekibinizi oluştururken bilmeniz gereken

- Hangi alanlarda elemana ihtiyacınız olduğunu belirledikten sonra sıra, onları seşmeye geldi. İşveren olarak bu konuda destek alabileceğiniz, insan kaynakları uzmanı pek çok farklı site bulunuyor. Ancak aradığınız kişi, bu sitelerde olmayabilir. Başvuruda bulunan adayların geçmiş tecrübeleri, işiniz için kritik öneme sahip olabilir. Mümkün olduğu kadar deneyimli ve sektrnzle ilişkili kişiler ile iletişime geçebilmek için uzmanlaşmış forumlar ve sosyal medya kullanıcı grupları, iyi bir başlangıç noktası oluşturabilir.

∞ Metin yazarları, SEO uzmanları ya da pazarlama koordinatörleri gibi farklı meslek gruplarından elemanların, e-ticaret ofisinizde sürekli bulunmaları gerekmeyebilir. Bu yüzden, eğer masraflar kurtarıyorsa, bu işler için uzaktan çalışabilecek, güvenilir birilerini bulmak daha verimli olacaktır. Kimi zaman bu çalışanlara sadece tek bir proje ya da kampanyada da ihtiyaç duyabilirsiniz. Böyle durumlarda proje bazlı çalışabileceğiniz, serbest çalışan (freelance) uzmanların yardımını almak, daha yerinde bir çözüm olacaktır.

∞ E-ticarette işe başlarken veya işinizi büyütürken, güçlü bir ekip ile sitenizin hem kalitesini, hem de çalışma hızını artırabilirsiniz. İhtiyacınıza uygun elemanları bulmak ve uyumlu bir çalışma ortamı oluşturmak zaman alabilir.

İş yönetim özeti



- İş konsepti. (Kısaca ne yaptığınızı yazın)
- İş hedefleriniz ve vizyonunuz. (Ne yapmak istiyorsunuz)
- Ürününüzün tanımı ve diğer ürünlerden farkı
- Hedef kitleniz
- Pazarlama planınız
- Şu anki finansal durumunuz. (Şu an elde ettiğiniz karınız)
- Gelecekte hedeflediğiniz karlılık durumunuz
- Yatırım için ne kadarlık bir meblağ istiyorsunuz
- Ekibiniz

Güvenlik



E-ticaret sitesi yöneticilerinin en sık karşılaştığı sorunlardan biri de sitelerinin **güvenli** olup olmadığının kontrolüdür. Bir e-ticaret sitesinin **güvenilir** olması, hem altyapısal hem de **ahlaki** anlamda ikiye ayrılabilir. Altyapısı gayet güvenli olmasına rağmen, ticari ahlakı gelişmemiş, **müşteriyi kandırmaya** yönelik online mağazaları olabilir. Bu durumda **suç**, ne internette ne de online mağazanın altyapısını oluşturan yazılım firması ya da bankalardadır.



Online satış sitenizde sattığınız ürün **fotoğraflarının** kalitesiz ve anlaşılmaz olması, tüketicilerin görsellerin daha iyi olduğu siteleri tercih etmelerine sebep olabilir. Bu nedenle pazarladığınız ürünleri alıcılara en iyi şekilde sunmak için e- ticaret sitenizde **kaliteli görseller** kullanmaya özen göstermeniz gerekiyor.

SatıŖa sunulan ürünlerin potansiyel alıcılara doğru ve yeterince açık bir Ŗekilde anlatılamaması da satıŖ yüzdelerinin düşük olmasına sebep olur. Artık günümüzde, internetten alışveriş yapan kullanıcıların birçoğu, aradıkları ürünle ilgili oldukça geniş araştırma yapıyor ve ayrıntılı ürün açıklamaları e-ticaret sitelerinin tercih edilme yüzdelerini artırabiliyor.

Bu nedenle online satış sitesi kurmak isteyen girişimcilerin ürün açıklamaları konusunda ayrıntılı bir çalışma yapması gerekiyor. Satış mağazanızı ziyaret eden bir müşteriye ürünü nasıl anlatıyor, özelliklerini nasıl vurguluyorsanız. Online satış sitesi içinde aynısını yapmalısınız.

Satış gerçekleşmeden önce, ürün fiyatlarına yansıyan **kargo maliyetlerinin yeterince açık bir şekilde belirtilmemesi** sitenize olan güveni sarsabilir. Kullanıcılar ödemeleri gereken fiyatı ürünü satın almadan önce açık bir şekilde görmek isterler. Yeterince açık bir şekilde belirtilmeyen kargo masrafları yüzünden ödenen rakamın artması, satışların düşmesine sebep olabilir.

Pazarlama stratejilerinin doğru yapılması sayesinde şirketin satışları artar.

- œ Ürünleriniz ve hizmetiniz tüketicilerin ihtiyaçlarını nasıl karşılıyor?
- œ Sizin yaptığınız stratejiyi aynen uygulayan başka şirketler var mı?
- œ Eğer bunu yapan şirketler varsa tüketiciler neden sizin ürününüzü tercih edecekler?
- œ Ürün ve/ya hizmetinizin fiyatı
- œ Ürün ve/ya hizmetinizin kalitesi
- œ Satış sonrası hizmet ve destekleriniz nasıl olacak?

Bunlara yer verdikten sonra pazarlama stratejinizden de bahsetmelisiniz.

- ❧ Google Adwords planınız ve bütçeniz
- ❧ SEO çalışmalarını nasıl yapacaksınız ve ne kadar bütçe ayıracaksınız?
- ❧ Sosyal medya pazarlama stratejiniz nasıl olacak?
- ❧ Banner reklamlardan faydalanacak mısınız?
- ❧ Offline kanallarda reklam çalışması yapacak mısınız? Yapacaksanız ne kadar bütçe ayıracaksınız?
- ❧ PR desteği alacak mısınız?
- ❧ E-posta pazarlama stratejiniz nasıl olacak?

Ekib ve ekib yönetimi



- Ekibiniz kaç kişi?
- Kurucu ekib kaç kişi?
- Ekibinizin güçlü ve zayıf yönleri nelerdir?
- Ekibinizin geçmiş deneyimleri, arkaplan bilgileri nasıl? Bu deneyimler şu anki işiniz ile ne kadar ilgili?
- Aynı sektörde ve aynı işi yapan başka kişileri tanıyor musunuz? Bu kişilerden tavsiye ya da mentorluk talep edebilir misiniz?

Operasyon



- ❧ İnternet siteniz üzerinden satış yapabilecek altyapıya sahip misiniz?
- ❧ E-ticaret altyapınız ne kadar güvenli? Tüm alternatif ödeme sistemleri sitenizde yer alıyor mu?
- ❧ Şirketinizin ne tür cihazlara, araçlara veya yazılımlara ihtiyacı var?
- ❧ Ekibiniz operasyonlarınızı yönetmek için yeterli mi? Yeterli değilse ekibinizi ne kadar büyötmeyi planlıyorsunuz?
- ❧ Kaç kişilik bir ekibe ihtiyaç duyacaksınız?

Satış raporu



- ❧ Şirketiniz satış yapmaya başladıysa ya da yakın zamanda yapacaksa bunun da bir raporunu hazırlamanız lazım.
- ❧ Ürünleriniz satışa hazır mı yoksa sıfırdan üretilmesi ya da tedarik edilmesi mi gerekiyor? Ne kadar sürede bu ürünler satışa hazır hale gelebilir?
- ❧ Potansiyel müşterilerinize nasıl ulaşıyorsunuz ya da ulaşmayı hedefliyorsunuz?

Satış raporu



- ❧ Farklı kategorilerdeki ürünlerinizin ortalama fiyatları neler?
- ❧ Hangi ürünlerinizin hangi sıklıkta satılacağını düşünüyorsunuz.(Bazı ürünler kısa sürede tekrar satın alınabilirken, bazı ürünler birkaç yıl kullanılabilir. Bu nedenle hangi ürünleri daha sık satacağınızı belirtmelisiniz.)
- ❧ Ürünleriniz internet üzerinden kısa sürede pazarlanıp satılabilir mi? Yoksa tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarının değişmesi mi gerekiyor?

Riskler



- œ Şirketinize yatırım yapacak olan kişiler, işteki riskleri de bilmek isteyeceklerdir. Bu nedenle onlara işin risklerinden de bahsetmelisiniz.
- œ En kötü senaryolarınız neler olabilir?
- œ En kötü senaryolarınız gerçekleşirse, bu durumdan kurtulmak için belli bir finansal planınız var mı?

E-ticaret artık tek cihaz üzerinde başlayıp bitmiyor

☞ Günümüzde masaüstü bilgisayarlar, tabletler, dizüstü bilgisayarlar ve akıllı telefonlar gibi tüketicilerin online alışveriş yapmasına imkan veren birçok araç var. E-ticaret işinizin başarılı olması için tüm bu cihazlarda etkin bir şekilde yer almanız ve hedef kitlenize, her an her yerde kusursuz bir alışveriş deneyimi sunabiliyor olmanız çok önemli.

Her yerde ulaşılabilir olun



œ Günümüzde online alışveriş oldukça yaygınlaşmış durumda ve teknolojik gelişmeler de her açıdan bunu destekliyor. Artık tüketiciler online alışveriş sırasında, birçok farklı cihazdan yararlanabiliyor. Örneğın bir araştırmaya göre tüketicilerin yüzde 65'i satın alma sürecine akıllı telefonlarından başlıyor, yüzde 4' tabletten, yüzde 61'i de dizüstü veya masaüstü bilgisayarlarından alışverişlerine devam ediyor.



☞ Eğer e-ticaret işinizin başarılı bir şekilde ilerlemesini istiyorsanız, hedef kitlenizin kullandığı tüm bu cihazlardan size ulaşabilmesini ve alışverişlerini sorunsuz bir şekilde tamamlayabilmelerini sağlamanız çok önemli.



☞ Araştırmalar sonucu, akıllı telefon kullanıcılarının, mobil e-ticaret sitesine sahip olan işletmelerin ürünlerini satın alma olasılıklarının daha fazla olduğu görülüyor. Bir araştırmada, akıllı telefon kullanıcılarının yüzde 74'ü, mobil uyumlu e-ticaret sitesine sahip işletmelerin sitelerine alışveriş için tekrar dönebileceklerini belirtiyor.



☞ Bu açıdan bakıldığında e-ticaret sitenizin, mobil uyumlu olması sizin için hedef kitlenizin beklentilerini karşılamak açısından büyük bir fırsat.

Hızlı bir hizmet sunun



☞ Araştırmalara göre online alışveriş sırasında tüketiciler uzun süreler sayfaların yüklenmesini, sitenin açılmasını veya fotoğrafların görüntülenebilmesini bekleyemiyor. Günümüzde tüketicilerin bu konuda ayırabilecekleri sürenin ortalama 8 saniye olduğunu göz önünde bulundurmanızda fayda var.



⌘ Eğer siteniz müşterilerinizin beklentilerine uygun bir hızda yüklenmiyorsa, sayfalar arasında geçişlerde yavaşlık varsa ve ürün görsellerinizin yüklenmesi de uzun sürüyorsa potansiyel müşterilerinizi kaybedebilirsiniz.

Müşterilerinizi doğru zamanda ve doğru yerde yakalayın

☞ Müşterileri doğru zamanda ve doğru yerde yakalamak, çok ucu açık bir kavram olabilir. Çünkü doğru yer ve zaman her bir müşteriniz için değişiklik gösteriyor. Bu noktada örneğin, potansiyel müşterilerinizin konumları, beklentileri, erişilebilirlik durumları, alışkanlıkları, alışveriş kararlarının anlık mı planlı mı olduğu gibi birçok değişkenden söz etmek mümkün.



☞ Araştırmalara göre mobil cihazlar üzerinden yapılan 10 alışverişin 8'i; dizüstü yada PC'den yapılan 10 alışverişin 6'sı spontane gerçekleşiyor. Ayrıca akıllı telefonlardan yapılan alışverişlerin yüzde 60'ı; PC ve dizstnden yapılan alışverişlerin ise yüzde 85'i evden gerçekleşiyor.

Analiz



œ E-ticarette satışları artırmanın yolu müşteri davranışını izlemek ve analiz etmekten geçiyor. Bu noktada Google Analytics ücretsiz ve ücretli özellikleri ile en büyük yardımcınız. E-ticarete atılırken Google ile başlayın ama Google ile sınırlı kalmayın. Satışlarınız arttıkça daha derin analiz programlarına geçip sayfalarınızı optimize edin.



œ Tüketici alışkanlıklarındaki tüm bu farklılıkları göz önünde bulundurarak, siz de müşterilerinizin markanızla hangi cihazlar üzerinden, hangi zamanlarda etkileşimde bulduklarını belirleyebilir ve başarılı stratejiler geliştirebilirsiniz.

❧ Girmekte olduğunuz ya da girdiğiniz pazar ne kadar büyük? Bu pazar büyümeye devam ediyor mu?

❧ Bu pazarda ilerleyen dönemlerde nasıl bir boşluk olacak? Böyle bir boşluk olacağından emin misiniz? Bunları kanıtlayabilir misiniz?

œ Pazarın demografik yapısı nedir? Tüketicilerin cinsiyeti, yaşı, meslekleri ve ilgi alanları neler? (Bunların belirlenmesi pazarlama stratejilerini hazırlarken size yardımcı olur.)

œ Şimdiye kadar ürün sattınız mı? Sattıysanız bu ürünleri kimler neden aldı?

œ Bunların yanı sıra rakip analizini de yazmanız gerekliyor. Rakip analizinizi yazarken şunlara dikkat edin:

œ Rakibinizin ürünlerinin artıları ve eksileri. Bu bilgiler doğrultusunda siz kendi ürününüzü nasıl geliştirebilirsiniz?

œ Pazarın demografik yapısı nedir? Tüketicilerin cinsiyeti, yaşı, meslekleri ve ilgi alanları neler? (Bunların belirlenmesi pazarlama stratejilerini hazırlarken size yardımcı olur.)

œ Şimdiye kadar ürün sattınız mı? Sattıysanız bu ürünleri kimler neden aldı?

Elektronik Ticaret İçin 8 Kritik Başarı Faktörü

1- Doğru müşteriye odaklanmak

2- Müşterinizin tercihlerini bilmek, ona zaman kazandıracak yaratıcı fikirler sunmak ve tek bir elden çıktığı düşünülecek kadar uyumlu iş ortaklarıyla işinizi yürütmek

3- Müşterileri etkileyen iş prosedürlerini daha etkin hale getirmek

4- Müşteri ilişkilerine 360 derecelik bir vizyonla ve tüm yönleriyle hakim olmak

5- Müşterilerin, kendilerine yardım edebilmelerini sağlamak

6- Müşterilerin, işlerini yapmalarına yardım etmek

7- Kişiselleştirilmiş servis sağlamak

8- Web ortamında sitenizi devamlı ziyaret eden bir topluluk oluşturmak

Bunlardan, başarının birinci faktörü olan “doğru müşteriye odaklanma” ile başlamanızı öneriyorum.