



# Elektronik Ticaret



# E-Ticaret Nedir? [Tanım 1]



Elektronik ticaret; **mal** ve **hizmetlerin**; **üretim**, **reklam ve satışının** internet üzerinde, güvenli bir ortamda yapılmasıdır.

Bu kapsamda, tüketiciler için fiziki sınırların ortadan kalktığı, tek bir tuşla hayal ettikleri ürün ve hizmetlere ulaştığı, firmalar içinse pazarlama ve satış olanakları sunan bir ortamdır.

Devlet ya da özel sektörde görev yapan kurumların, firmaların ve bireylerin internet ortamında ya da intranet ortamında, yazı, ses ve görüntü şeklindeki fonksiyonların, sayısal biçimde işlenmesi, iletilmesi, saklanması temeline dayanan ve bir değer oluşturmayı amaçlayan ticari işlemlerin tümünü ifade etmektedir.

# E-Ticaret Nedir? [Tanım 2]



**İnternetin platform oluşturduğu** bilgisayar ağıları vasıtasıyla ürün, hizmet ve bilginin,

- Alınıp satılma,
- Transfer olma,
- Yer değiştirme

süreçlerini kapsayan **gelişmiş bir ticaret modelidir**.

# E-Ticaret Nedir? [Wikipedia]



Elektronik ticaret; özellikle 1995 yılından sonra internet kullanımının artmasıyla ortaya çıkan, ticaretin elektronik ortamda yapılması kavramı elektronik ticaret ya da kısaca e-ticaret olarak adlandırılır. Mal ve hizmetlerin üretim, tanıtım, satış, sigorta, dağıtım ve ödeme işlemlerinin bilgisayar ağları üzerinden yapılmasıdır. Elektronik ticaret, ticari işlemlerden biri veya tamamının elektronik ortamda gerçekleştirilmesi yoluyla;

- *Reklam ve pazar araştırması,*
- *Sipariş ve ödeme,*
- *Teslim,*

olmak üzere üç aşamadan oluşmaktadır...



- 200 yıl önceki endüstri devrimi dünyayı nasıl değiştirdiyse, 20.yüzyılın sonundaki teknoloji devrimi de aynı şekilde tüm dünyayı değiştirecek bir yapı sergilemektedir. Endüstri devrimi nasıl kendini kitlesele-seri üretim ve makineleşme gibi somut süreçlerle ortaya koyduysa, teknoloji devrimi ya da bilgi çağı dediğimiz günümüzdeki bu oluşum da kendini yeni ekonomi, elektronik ticaret, elektronik iş, online yaşam gibi süreçlerle ortaya koyuyor. (Endüstri devrimi ile teknoloji devrimi arasındaki bu süreç özdeşliği gerçekten dikkat çekici.)
- 20. yüzyılın son çeyreğinde hepimizin Internet olarak bildiği, bilgisayarların açık ağlarda iletişim yapabilmesini sağlayan sistemin bulunup geliştirilmesiyle bilgi iletişimi yepyeni bir döneme girdi. Internet'i oluşturan yapıtaşlarının bir bir devreye girmesi (TCP/IP, world wide web ve HTML gibi), sıradan insanların da kişisel bilgisayarları sayesinde kolaylıkla bu bilgi ağına girebilmesini sağladı.

# E-Ticaret ve Tarihsel Süreç [2/2]



- Bu teknolojik devrim, tüm geleneksel yaşam süreçlerimizi etkiledi. Bir yandan GSM telefonu teknolojileriyle mekandan bağımsız iletişim olanaklarına kavuşurken, diğer yandan da İnternet teknolojisinin ekonomik ve sosyal alanlara doğrudan etkisiyle, yeni ekonomi ve online yaşam gibi kavramlarla tanıştık. Bundan sonrası tüm dünyada çığ gibi büyüyen teknolojik bir devrimdi.
- Günümüzde ise tüm dünyada, yeni ekonominin somut süreci olan elektronik ticaretin trilyon dolarlara varan hacminden, günlük yaşamın her alanına giren bilgisayar, İnternet olanaklarından bahsediyoruz.



- Osmanlı İmparatorluğu, duraklama döneminde Batı Avrupa'da boy veren endüstri devrimini ne yazık ki sadece uzaktan izledi ve bu yenilenmeye ayak uyduramadığı için kısa sürede dağılma sürecine girdi. Endüstri devriminden ancak 100 yıl sonra, cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte, ulusal ekonominin oluşturulması aşamasında kısmi de olsa endüstriyel faaliyetlere başlanabildi. Bu gecikme, gelişmiş endüstri toplumlarıyla aramızda ciddi bir fark yarattı.
- Toplumsal, ekonomik ve teknolojik gelişmelerin ülkemize bu denli geç ulaşması, 20.yüzyılın sonunda şekillenen teknoloji devrimi ve bilgi çağı kavramını tam olarak algılayamamasıdır.

# Türkiye deki Tarihsel Süreç [2/2]



- Teknolojik gelişimlerin algılanması ve geliştirilmesi için ilk adım şöyle atılmıştır:
- “Elektronik Ticaret Ağının” tesis edilmesi ve ülkemizde elektronik ticaretin yaygınlaştırılması amacıyla, Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu’nun (BTYK) 25 Ağustos 1997 tarihli toplantısında, bir çalışma grubunun oluşturulması kararlaştırılmış ve yapılacak çalışmalarda koordinatörlük görevi Dış Ticaret Müsteşarlığı’na, sekreteryaya görevi de TÜBİTAK’a verilmiştir.
- Türkiye’de e-ticaretin yaygınlaştırılması ile ilgili düzenlemeler tamamlanıncaya kadar ETKK’nun görevini sürdürmesine ve kendi önerileri doğrultusunda bir eylem planı hazırlayarak uygulamayı izlemesi, sonuçları değerlendirmesi, uygulamada ortaya çıkacak sorunları çözmeye yönelik yeni öneriler geliştirerek bunları ilgili kuruluşların ve BTYK’nun görüşüne sunmaya devam etmesine karar verilmiştir.

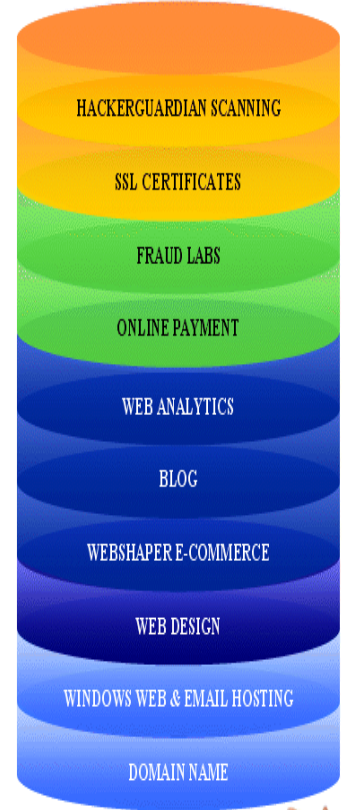


# E-Ticaret aşamaları



- Ticaret öncesi firmaların elektronik ortamda bilgilenmesi ve araştırma yürütmesi, (Pazarlama Mal veya Hizmet Hakkında Bilgi Alma )
- Firmaların elektronik ortamda buluşması, - Ödeme sürecinin yerine getirilmesi,
- Taahhüdün yerine getirilmesi, mal veya hizmet müşteriye teslimi, satış sonrası bakım, destek, vb. hizmetlerin tem edilmesi.

...



# E-Ticaret araçları



## Ticareti Kolaylaştıran Teknolojik ürünler :

- Telefon
- Faks
- Televizyon
- Uydu alıcıları (Örn: digitürk)
- Bilgisayar
- Elektronik Ödeme ve Para Transfer Sistemleri
  - Ödeme Teknolojileri
    - Kredi Kartları
    - Akıllı Kartlar (Smart Cards)
- Elektronik Veri Değişim Sistemleri (EDI): ticaret yapan iki kuruluş arasında bilgisayar ağları aracılığıyla insan faktörü olmaksızın bilgi belge değişimi sağlayan sistemdir.
- Internet
- Intranet (Lokal internet)
- WAP



# E-Ticaret Örnekleri



- Mal ve hizmetlerin elektronik alışverişi
- Üretim planlaması yapma ve üretim zinciri oluşturma
- Tanıtım, reklam ve bilgilendirme
- Sipariş verme
- Anlaşma yapma
- Elektronik banka işlemleri ve fon transferi
- Gümrükleme
- Elektronik konşimento gönderme
- Elektronik ortamda üretim izleme
- Elektronik ortamda sevkiyat izleme
- Ortak tasarım geliştirme ve mühendislik
- Elektronik ortamda kamu alımları
- Elektronik para ile ilgili işlemler
- Elektronik hisse alışverişi ve borsa
- Ticari kayıtların tutulması ve izlenmesi
- Doğrudan tüketiciye pazarlama
- Sayısal imza, elektronik noter ve güvenilir 3. taraf işlemleri
- Elektronik ortamda vergilendirme

# E-Ticarette taraflar [oyuncular]



- Alıcı
- Satıcı
- Üretici
- Bankalar
- Komisyoncular
- Sigorta Şirketleri
- Nakliye - Kargo Şirketleri
- Özel Sektör Bilgi Teknolojisi - Yazılım Şirketleri
- Sivil Toplum Örgütleri (Tüketiciyi Koruma Derneği, Odalar v.b.)
- Üniversiteler
- Onay Kurumları, Elektronik Noterler
- Dış Ticaret Müsteşarlığı
- Gümrük Müsteşarlığı
- Diğer Kamu Kurumları



# E-Ticarette gelir modelleri [1/2]



**Satış:** Şirketler kendi kurumsal siteleri üzerinden ürün satarlar; Walmart, Adidas, Nike, Teknosa...gibi

**İşlem, Komisyon:** Satılan/kiralanan ürün üzerinden komisyon alınır; sahibinden, hepsiburada, biletix, yemeksepeti... gibi

**Üyelik:** Servisi sağlayan, belirli dönem bazında üyelik ücreti alır; siberalem, ihale vs.

# E-Ticarette gelir modelleri [2/2]



**Reklam:** Popüler web sayfaları, sayfa üzerine ücretli (banner) reklam alırlar; mynet, superonline, milliyet..

**Entegrasyon:** Kendi üzerinden, diğer web sayfalarına geçiş sağlayarak gelir elde ederler, google'a yönlenen kişisel ve kurumsal siteler..

**Diğer:** Bazı şirketler belirli bir bedel karşılığı, oyun oynatabilir, canlı spor karşılaşması izletebilir; Msn.espn.go.com..



“SSL” olarak bilinen Secure Sockets Layer ya da Güvenli Giriş Katmanı olarak çevirebileceğimiz sistemdir.

Bu sistem güvenlik yapısının son halkasını ve en çok bilinenini oluşturur. Bu sistemde sunucu (server) bilgisayar ile bilgi alan bilgisayarlar arasında, dijital bir doğrulama amacıyla şifreli bilgiler içeren sertifikalar gönderilir. Bu sayede bilgilerin doğru bilgisayarlar dolayısı ile doğru kişiler/kurumlar arasında gidip gelmesi, kötü niyetli üçüncü şahıs ya da kurumlarca ele geçirilmemesi sağlanır.

# E-Ticaretin maliyete etkisi



<b>Sektör</b>	<b>Geleneksel Maliyet</b>	<b>E-Ticaret Maliyeti</b>	<b>Tasaruf %</b>
<b>Uçak Bileti Rezervasyonu</b>	8 USD	1 USD	<b>% 87</b>
<b>Bankacılık Hizmetleri</b>	1.8 USD	0.13 USD	<b>% 89</b>
<b>Hayat Sigortası Poliçesi</b>	400-700 USD	200-300 USD	<b>% 50</b>
<b>Yazılım</b>	15 USD	0.20-0.50 USD	<b>% 97-99</b>
<b>Fatura Ödemesi</b>	2.22-2.32 USD	0.65-1.10 USD	<b>% 67-71</b>

Kaynak: Gartner Grup



# E-Ticaretin faydaları



- Potansiyel tüketicinin dünyanın her yanından pazara sunulan ürünler hakkında bilgi sahibi olmasını
- Yeni üreticilerin dünya pazarına girmesini
- Daha düşük fiyatlı ve kaliteli ürünlerin pazara girmesini
- Üreticiler arasında rekabetin artmasını
- Ticari ürünlerin maliyetinin düşmesini
- Ürün seçeneklerinin artmasını
- Ürün kalitesinin yükselmesini
- Daha hızlı bir şekilde ödeme ve teslim işlemlerinin gerçekleştirilmesini sağlar

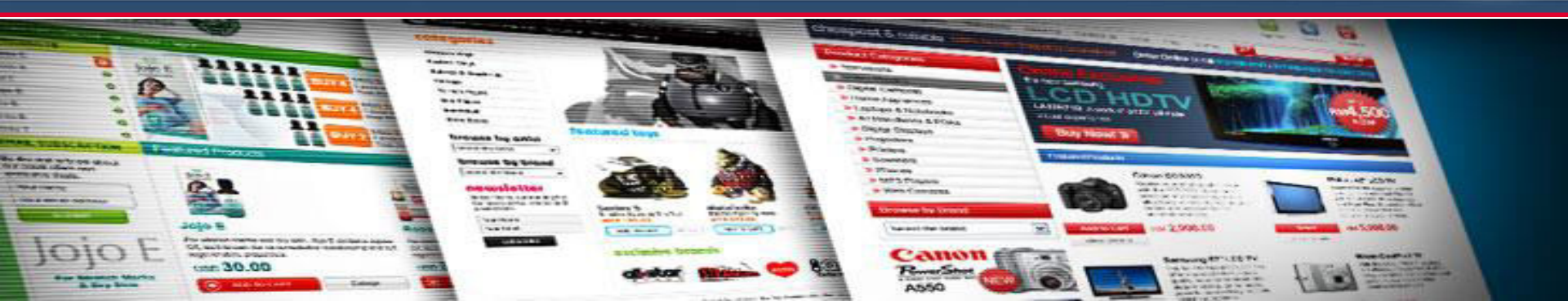


# E-Ticaretin firmalara avantajları



- İnternet sayesinde firmalar müşterilerine dünyanın her yerinde 7gün 24 saat hizmet verebilirler.
- İnternette sanal mağaza açmanın maliyeti fiziksel bir mağaza açmanın maliyetine kıyaslandığında oldukça düşüktür.
- Daha hızlı bir şekilde ürün geliştirilmesi, test edilmesi ve müşteri ihtiyaçlarının tespit edilmesi mümkün kılındığından, talebe karşı arz tarafı daha hızlı uyum göstermektedir.
- Etkin tanıtım, sınırsız ulaşım sayesinde global tüketici ağı ile firmalar yüksek satış hacmi elde ederler.

# E-Ticaretin müşterilere avantajı



- Tüketici, evinden, işyerinden veya herhangi bir yerden internete bağlanarak zaman ve mekân kavramı olmaksızın her zaman her yerden alışveriş yapabilir.
- İnternette alışveriş kolay ve eğlencelidir.
- Tüketici, internetteki pek çok ürün arasından kendisi için en uygun ürünü karşılaştırma yaparak seçer ve hızlı bir şekilde satın alma işlemini gerçekleştirir.

# E-Ticaret için gerekenler



- **Teknolojik alt yapı**

Bilgisayar, ağ alt yapısı, yazılım ve internet

- **Para**

Gerekli teknolojik alt yapıyı sağlamak, çalışanların eğitimi ve çoğu zaman teknik konuların outsource edilmesi (dış kaynaklar ile yapılması)

- **Zaman**

e-Ticaret ya da e-iş alt yapısının hazırlanması için gerekli

- **Personel**

e-ticaret ve e-iş planlarının hazırlanması, şirket içi ve online kullanıcılara destek verilmesi



# E-Ticaret / Maliyetler



## Bir B2B ve B2C sitesinde maliyet örnekleri

- 1- Alan adı (Domain): 12 \$
- 2- Web barındırma hizmeti (Hosting): 50 \$
- 3- Web sitesi (Online shop)
  - Ücretsiz yazılımlar (scriptler): 0 \$
  - Ücretli yazılımlar: 500-1200 \$
  - Profesyonel yazılımlar: 3000\$ >
- 4- SSL sertifikası: 65 \$
- 5- SSL için IP adresi: 15 \$
- 6- SSL kurulumu: 50 \$
- 7- Sanal POS için yıllık : 100 \$ (Bankaya göre değişmektedir.)

Toplam ortalama: 800 \$ + KDV

# E-Ticarette en çok satılanlar / yapılanlar



- Eğlence
- Turizm – Seyahat
- Dokunmak gerektirmeyen perakende ürünler
  - Müzik, kitap, hediye, bilgisayar, elektronik ürünler
  - Açık artırma mallar
- Emlak – Ev ve yatırım ile ilgili
- Müşteri destek hizmetleri
- Firmalar arasındaki etkili ve verimli çalışmayı sağlayan B2B işler (Tedarik zinciri gibi)

# E-Ticarette en az satılanlar / yapılanlar



- Dokunmak gerektiren ürünler
  - Lüks mallar
  - T-shirt dışındaki giyim ürünleri
- Yaş sebze ve meyve mallar; bazı uygulamalarda başarılı olsa da pazar oldukça kısıtlı

**Tablo 3:** İnternet Kullanma Amaçları, 2009

Amaçlar	Türkiye	Kent	Kır
e-Posta gönderme	72,4	73,7	64,9
Çevrimiçi haber, gazete ya da dergi okuma, haber indirme	70,0	70,1	69,4
Sohbet odalarına, haber gruplarına veya çevrimiçi tartışma forumlarına mesaj gönderme, anlık ileti gönderme (Chat, Msn, Skype, başkaları ile gerçek zamanlı yazışma)	57,8	58,3	55,3
Oyun, müzik, film, görüntü indirme veya oynatma	56,3	55,9	58,2
Mal ve hizmetler hakkında bilgi arama (satın almayı kapsamıyor)	52,9	55,0	41,6
İnternet üzerinden telefonla görüşme / İnternet üzerinden video görüşmesi (webcam ile)	49,8	50,7	45,2
Sağlıkla ilgili bilgi arama (yaralanma, hastalık, beslenme, vb.)	45,1	47,3	33,3
İnternet üzerinden yayın yapan radyo dinleme ya da televizyon izleme	43,3	44,0	39,8
Öğrenme amacıyla internete başvurma	31,7	33,4	22,0
Okul, üniversite, mesleki kurslar ile ilgili faaliyetler için bilgi arama	25,7	25,7	25,3
Kendi oluşturduğu metin, görüntü, fotoğraf, video, müzik vb. içerikleri herhangi bir internet sitesine paylaşmak üzere yükleme	24,1	25,0	19,3
Seyahat, konaklama ile ilgili hizmetlerin kullanımı (otel rezervasyon, bilet satış, vb.)	22,5	24,2	13,0
Yazılım indirme	15,2	16,1	10,0
İnternet bankacılığı	14,0	14,9	8,9
İş arama ya da iş başvurusu yapma	13,2	13,2	13,2
Herhangi bir konuda çevrimiçi eğitim alma (yabancı dil, bilgisayar, vb.)	5,8	6,3	3,0
Mal veya hizmet satışı	2,0	2,2	0,9







# Elektronik Ticaret [e-ticaret]

İnternet Haftası Etkinlikleri '08 // SAMSUN

KA Bilişim Teknolojileri Ltd. Şti. // Hüseyin KURT



# Sunu içeriği



- E-ticaret nedir?
- E-ticarete aşamalar
- E-ticaret nedir?
- E-ticaret aşamaları
- E-ticarete taraflar
- E-ticarete gelir modelleri
- E-ticaret türleri
- E-ticarete / B2B ne sunar?
- E-ticarete / B2B-B2C de modeller
- E-ticaretin faydaları ve gerekenler
- E-ticaretin maliyet etkisi
- E-ticaretin avantajları
- E-ticarete hazır mısınız?
- E-ticarete uygulama adımları ve yapılan hatalar
- Örnek sanal mağaza
- E-ticaret maliyeti
- E-ticarete yenilikçi bir model: Kontör.PORT
- KA Bilişim Teknolojileri LTD. ŞTİ.

# E-Ticaret Nedir? [Tanım 1]



Elektronik ticaret; **mal** ve **hizmetlerin**; **üretim**, **reklam ve satışının** internet üzerinde, güvenli bir ortamda yapılmasıdır.

Bu kapsamda, tüketiciler için fiziki sınırların ortadan kalktığı, tek bir tuşla hayal ettikleri ürün ve hizmetlere ulaştığı, firmalar içinse pazarlama ve satış olanakları sunan bir ortamdır.

Devlet ya da özel sektörde görev yapan kurumların, firmaların ve bireylerin internet ortamında ya da intranet ortamında, yazı, ses ve görüntü şeklindeki fonksiyonların, sayısal biçimde işlenmesi, iletilmesi, saklanması temeline dayanan ve bir değer oluşturmayı amaçlayan ticari işlemlerin tümünü ifade etmektedir.

# E-Ticaret Nedir? [Tanım 2]



**İnternetin platform oluşturduğu** bilgisayar ağıları vasıtasıyla ürün, hizmet ve bilginin,

- Alınıp satılma,
- Transfer olma,
- Yer değiştirme

süreçlerini kapsayan **gelişmiş bir ticaret modelidir**.

# E-Ticaret Nedir? [Wikipedia]



**Wikipedia**, özgür ansiklopedi ye göre; e-ticaret

Elektronik ticaret; özellikle 1995 yılından sonra internet kullanımının artmasıyla ortaya çıkan, ticaretin elektronik ortamda yapılması kavramı elektronik ticaret ya da kısaca e-ticaret olarak adlandırılır. Mal ve hizmetlerin üretim, tanıtım, satış, sigorta, dağıtım ve ödeme işlemlerinin bilgisayar ağları üzerinden yapılmasıdır. Elektronik ticaret, ticari işlemlerden biri veya tamamının elektronik ortamda gerçekleştirilmesi yoluyla;

- *Reklam ve pazar araştırması,*
- *Sipariş ve ödeme,*
- *Teslim,*

olmak üzere üç aşamadan oluşmaktadır...

# E-Ticaret aşamaları



- Ticaret öncesi firmaların elektronik ortamda bilgilenmesi ve araştırma yürütmesi, (Pazarlama - Mal veya Hizmet Hakkında Bilgi Alma )
- Firmaların elektronik ortamda buluşması, - Ödeme sürecinin yerine getirilmesi,
- Taahhüdün yerine getirilmesi, mal veya hizmetin müşteriye teslimi, satış sonrası bakım, destek, vb. hizmetlerin temin edilmesi.
- ...



# E-Ticaret araçları



## Ticareti Kolaylaştıran Teknolojik ürünler :

- Telefon
- Faks
- Televizyon
- Uydu alıcıları (Örn: digitürk)
- Bilgisayar
- Elektronik Ödeme ve Para Transfer Sistemleri
  - Ödeme Teknolojileri
    - Kredi Kartları
    - Akıllı Kartlar (Smart Cards)
- Elektronik Veri Değişim Sistemleri (EDI): ticaret yapan iki kuruluş arasında bilgisayar ağları aracılığıyla insan faktörü olmaksızın bilgi belge değişimi sağlayan sistemdir.
- Internet
- Intranet (Lokal internet)
- WAP



# E-Ticarette taraflar [oyuncular]



- Alıcı
- Satıcı
- Üretici
- Bankalar
- Komisyoncular
- Sigorta Şirketleri
- Nakliye - Kargo Şirketleri
- Özel Sektör Bilgi Teknolojisi - Yazılım Şirketleri
- Sivil Toplum Örgütleri (Tüketiciyi Koruma Derneği, Odalar v.b.)
- Üniversiteler
- Onay Kurumları, Elektronik Noterler
- Dış Ticaret Müsteşarlığı
- Gümrük Müsteşarlığı
- Diğer Kamu Kurumları





# E-Ticarette gelir modelleri [1/2]



**Satış:** Şirketler kendi kurumsal siteleri üzerinden ürün satarlar; Walmart, Adidas, Nike, Teknosa... gibi

**İşlem, Komisyon:** Satılan/kiralanan ürün üzerinden komisyon alınır; sahibinden, hepsiburada, biletix, yemeksepeti... gibi

**Üyelik:** Servisi sağlayan, belirli dönem bazında üyelik ücreti alır; siberalem, ihale vs.

# E-Ticarette gelir modelleri [2/2]



**Reklam:** Popüler web sayfaları, sayfa üzerine ücretli (banner) reklam alırlar; mynet, superonline, milliyet..

**Entegrasyon:** Kendi üzerinden, diğer web sayfalarına geçiş sağlayarak gelir elde ederler, google'a (adwords / adsense) yönlenen kişisel ve kurumsal siteler..

**Diğer:** Bazı şirketler belirli bir bedel karşılığı, oyun oynatabilir, canlı spor karşılaşması izletebilir; Msn.espn.go.com..

# E-Ticaret türleri



**B2B** (Business To Business)

**Şirketler Arası Elektronik Ticaret**

**B2C** (Business To Consumer / Customer)

**Şirket-Tüketici Arası Elektronik Ticaret**

**B2G** (Business To Government)

**Şirket-Kamu İdaresi Arası Elektronik Ticaret**

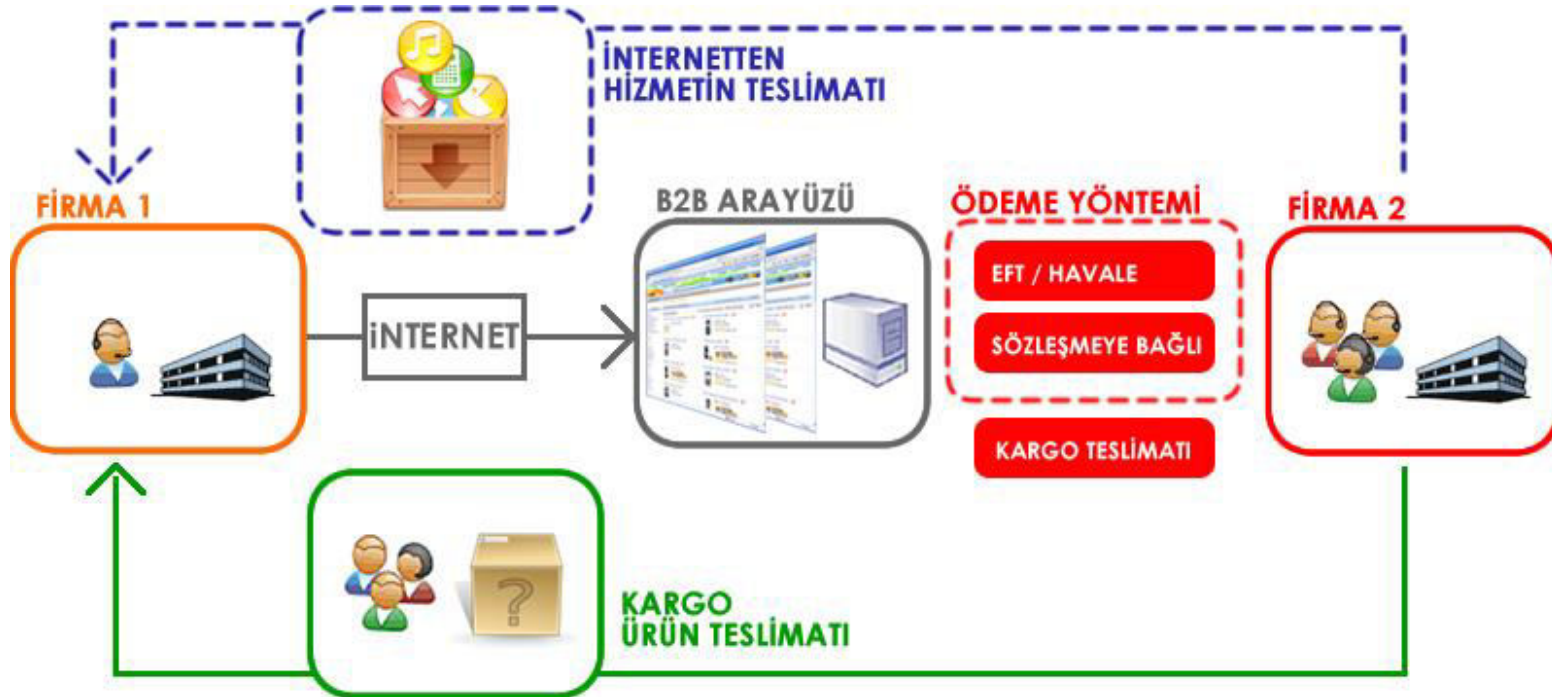
**C2G** (Business To Consumer / Customer)

**Tüketici-Kamu İdaresi Arası Elektronik Ticaret**

# E-Ticaret türleri / B2B – B2C



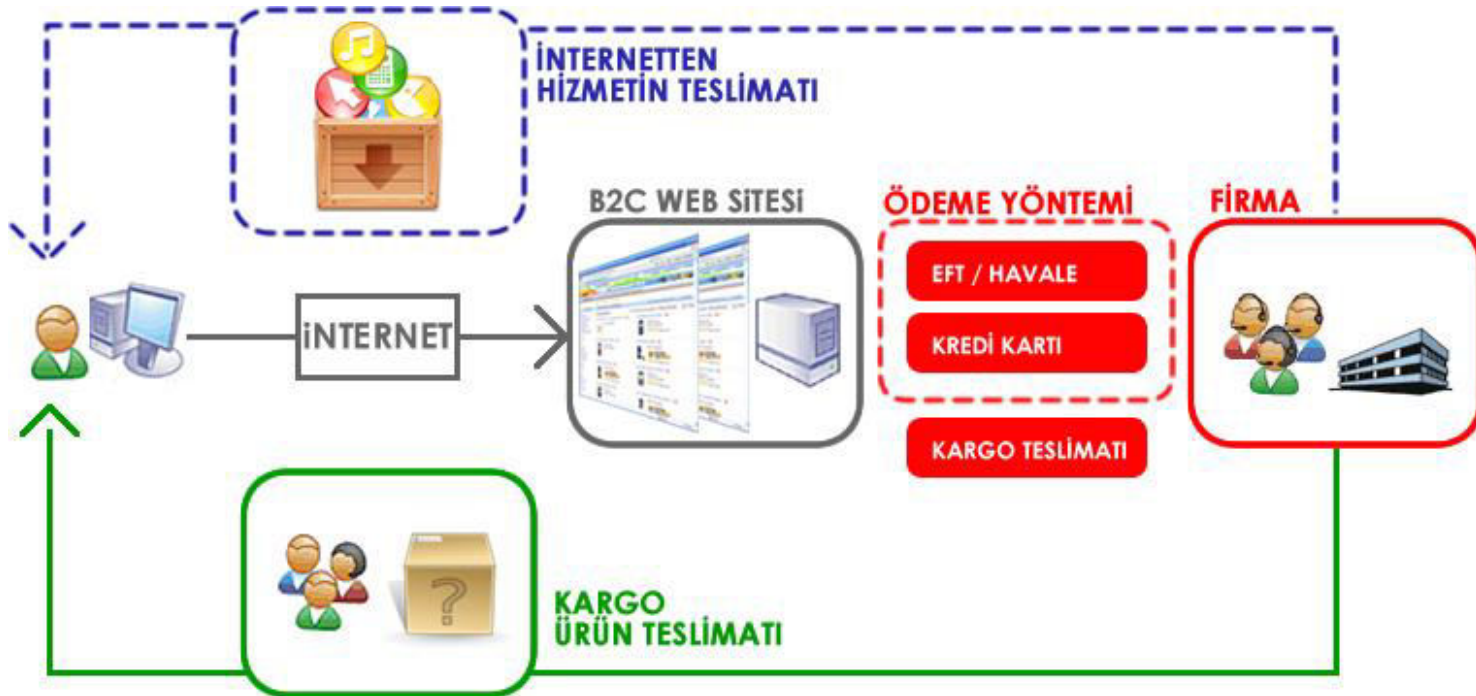
**1. Şirketler Arası (B2B- Business To Business) Elektronik Ticaret:** En yaygın kullanılan elektronik ticaret şeklidir. Şirket içi veya şirketler arası yapılan ticarettir. Elektronik Veri Değişimi (Electronic Data Interchange) olarak da adlandırılmaktadır. Firmaların elektronik ortamda tedarikçiye sipariş vermesi, faturalarını temin etmesi ve bedellerini ödemesi bu bölümde değerlendirilmektedir.



# E-Ticaret türleri / B2B – B2C



**2. Şirket-Tüketici Arası Elektronik Ticaret (B2C-Business to consumer / costumer) :** Elektronik ticaretin en çok bilinen türüdür. Sanal Mağaza uygulamaları ile İnternette firmalar elektronik ortamda; bilgisayardan otomobile, kitaptan pizzaya birçok ürünün doğrudan tüketiciye satışını yapmaya başlamıştır. Yaygın GSM kullanımı ile birlikte wap teknolojisi de gelişmekte olup, yer ve zaman gibi kısıtlar olmaksızın elektronik ticaret yapılan uygun bir ortam haline gelmiştir.



# E-Ticaret / B2B ne sunar?



## A. KATALOG HİZMETİ

B2B siteleri, şirketlere kendilerini ve ürünlerini tanıtıcı gerçek hayatta potansiyel müşterilere gönderdiğiniz kataloglardan ya da broşürlerden farklı olmayan online kataloglar sağlar.

## B. ALIM SATIM HİZMETLERİ

B2B sitelerinin önemli bir bölümü, üyelerine kendi aralarında online ticaret yapma olanağı sağlayarak alıcı ile satıcı şirket arasındaki alışverişe ilişkin bütün süreçler elektronik ortamda gerçekleşir.

## C. MÜZAYEDE HİZMETLERİ

B2B Sitelerinin bir çoğu tıpkı bireysel tüketicilere yönelik açık artırma sitelerinde olduğu gibi açık artırma (ya da eksiltme) yapılmasına imkan tanır. B2B şirketten şirkete gerçekleşen açık artırma ile şirketlerin stoklarında kalan ürünleri satma, ya da toptan ticarete yönelik özel kampanyalar yapma fırsatını sunar.

## D. BİLGİ DEĞİŞ TOKUŞU HİZMETİ

B2B sitelerinin en temel işlevi ise, bu siteler aracılığıyla bir araya gelen şirketlerin birbirlerini alım satım taleplerinden haberdar etmeleridir. Bu niteliğiyle sektörlere yönelik şeffaflığı artıran elektronik pazar yerleri, fiyat seviyelerinin de optimum biçimde oluşmasını sağlarlar.

# E-Ticaret / B2B de modeller



## **Satış – Pazarlama (Sales Channels and Agregators)**

Grup Satışı – [www.pencere.com.tr](http://www.pencere.com.tr) | [www.bayinet.com.tr](http://www.bayinet.com.tr)

## **Tedarik Zinciri - Satınalma (Supply Chain / Procurement Agregators)**

Grup Satınalma – [www.tedarikmerkezi.com](http://www.tedarikmerkezi.com) | [www.oteltedarik.com](http://www.oteltedarik.com)  
[www.tedarik.com](http://www.tedarik.com)

## **Al – Sat e-Ticaret Pazar Yerleri (Buy/Sell Marketplaces)**

2-Yönlü İhale Siteleri – [www.alibaba.com](http://www.alibaba.com)

## **Teknik Hizmetler (Technical Services)**

[www.toolwire.com](http://www.toolwire.com)

## **Bilgi Hizmetleri (Information Services)**

Teknik Destek Hizmetleri– [technet.microsoft.com](http://technet.microsoft.com)

# E-Ticaret / B2C de modeller



## Online “eTail” Stores (**Elektronik Perakende - Mağaza**)

[www.ceptikla.com](http://www.ceptikla.com) - [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) - [www.estore.com.tr](http://www.estore.com.tr) - [www.boyner.com.tr](http://www.boyner.com.tr)

## Online auctions (**Açık Artırma**)

[www.ebay.com](http://www.ebay.com) - [www.gittigidiyor.com.tr](http://www.gittigidiyor.com.tr)

## Travel services (**Seyahat Hizmetleri**)

[www.expedia.com](http://www.expedia.com) - [www.travelocity.com](http://www.travelocity.com) - [www.biletix.com.tr](http://www.biletix.com.tr) - [www.superbilet.com](http://www.superbilet.com) -  
[www.tatil.com](http://www.tatil.com)

## Financial Services (**Finansal Hizmetler**)

## Personal Services (**Bireysel Hizmetler**)

Employment (**İnsan Kaynakları**)

[www.kariyer.net](http://www.kariyer.net)

Legal (**Hukuk**)

Medical (**TIP**)

Publishing (**Basın**)



# E-Ticaret türleri / B2G - C2G



**3. Şirket-Kamu İdaresi Arası Elektronik Ticaret (B2G-Business to government) :** Kamu ile şirketler arasındaki lokal ağlar üzerinde yapılan ticaret, haberleşme ve diğer tüm etkinlikleri kapsamaktadır. Kamu ihalelerinin İnternette yayınlanması ve firmaların elektronik ortamda teklif vermeleri ilk örnekleridir. E-Ticaretin yaygınlaşmasını desteklemek amacı ile kamunun vergi ödemeleri, gümrük işlemleri de sanal dünyaya taşınmaktadır.

**4. Tüketici-Kamu İdaresi Arası Elektronik Ticaret (C2G-Customer to government) :** Tüketici ile kamu idaresi arasında her türlü vergi, sağlık ve hukuksal etkinliği kapsamaktadır. Henüz yaygın örnekleri olmayan bu kategoride ehliyet, pasaport başvuruları, sosyal güvenlik primleri ile vergi ödemeleri, vb. uygulamalar ile Elektronik Devlete geçişin sağlanması planlanmaktadır.

# E-Ticaretin faydaları



- Potansiyel tüketicinin dünyanın her yanından pazara sunulan ürünler hakkında bilgi sahibi olmasını
- Yeni üreticilerin dünya pazarına girmesini
- Daha düşük fiyatlı ve kaliteli ürünlerin pazara girmesini
- Üreticiler arasında rekabetin artmasını
- Ticari ürünlerin maliyetinin düşmesini
- Ürün seçeneklerinin artmasını
- Ürün kalitesinin yükselmesini
- Daha hızlı bir şekilde ödeme ve teslim işlemlerinin gerçekleştirilmesini sağlar



# E-Ticaretin maliyet etkisi



Sektör	Geleneksel Maliyet	E-Ticaret Maliyeti	Tasaruf %
Uçak Bileti Rezervasyonu	8 USD	1 USD	% 87
Bankacılık Hizmetleri	1.8 USD	0.13 USD	% 89
Hayat Sigortası Poliçesi	400-700 USD	200-300 USD	% 50
Yazılım	15 USD	0.20-0.50 USD	% 97-99
Fatura Ödemesi	2.22-2.32 USD	0.65-1.10 USD	% 67-71

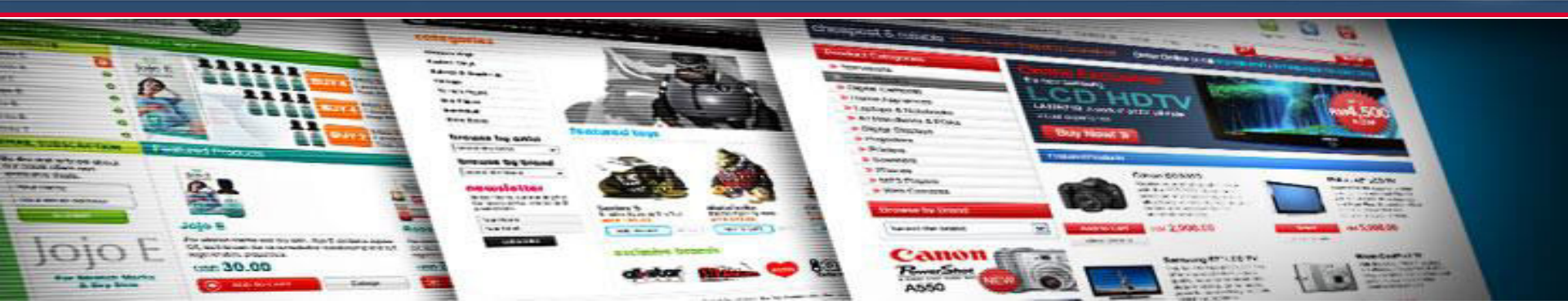
Kaynak: Gartner Grup

# E-Ticaretin firmalara avantajları



- İnternet sayesinde firmalar müşterilerine dünyanın her yerinde 7gün 24 saat hizmet verebilirler.
- İnternette sanal mağaza açmanın maliyeti fiziksel bir mağaza açmanın maliyetine kıyaslandığında oldukça düşüktür.
- Daha hızlı bir şekilde ürün geliştirilmesi, test edilmesi ve müşteri ihtiyaçlarının tespit edilmesi mümkün kılındığından, talebe karşı arz tarafı daha hızlı uyum göstermektedir.
- Etkin tanıtım, sınırsız ulaşım sayesinde global tüketici ağı ile firmalar yüksek satış hacmi elde ederler.

# E-Ticaretin müşterilere avantajı



- Tüketici, evinden, işyerinden veya herhangi bir yerden internete bağlanarak zaman ve mekân kavramı olmaksızın her zaman her yerden alışveriş yapabilir.
- İnternette alışveriş kolay ve eğlencelidir.
- Tüketici, internetteki pek çok ürün arasından kendisi için en uygun ürünü karşılaştırma yaparak seçer ve hızlı bir şekilde satın alma işlemini gerçekleştirir.

# E-Ticaret için gerekenler



- **Teknolojik alt yapı**

Bilgisayar, ağ alt yapısı, yazılım ve internet

- **Para**

Gerekli teknolojik alt yapıyı sağlamak, çalışanların eğitimi ve çoğu zaman teknik konuların outsource edilmesi (dış kaynaklar ile yapılması)

- **Zaman**

e-Ticaret ya da e-iş alt yapısının hazırlanması için gerekli

- **Personel**

e-ticaret ve e-iş planlarının hazırlanması, şirket içi ve online kullanıcılara destek verilmesi



# E-Ticarete hazır mısınız?



## 1. Firmanızın sattığı ürünleri rakip firmalardan farklı ve cazip hale getirebilir misiniz?

- Daha ayrıntılı ürün bilgileri
- Daha iyi ve kullanışlı bir içerik
- Cazip indirim ve fırsat kampanyaları
- Daha hızlı ürün nakliyesi
- Daha iyi müşteri desteği

# E-Ticarete hazır mısınız?



## 2. Rakip firmaların e-ticaret sektöründeki pozisyonu nedir? Rekabete hazır mısınız?

- Rakip firmaların web sitelerini ziyaret edin,
- Hizmet anlayışlarını kontrol edin
- Ürün yelpazeleri içindeki hangi ürünlerin satışını sanal mağazalardan yapıyorlar,
- Fiyatları karşılaştırın ,
- Sanal mağazalarında üstün oldukları noktaları belirleyin
- Yurtdışındaki benzer siteleri ziyaret edin



# E-Ticarete hazır mısınız?



## 3. Hedef müşteri kitlenizi belirleyin?

- Hedef kitlenin Internet erişimi var mı?
- Hedef kitle grupları kimler? Erkek, kadın, gençler, iş adamları, sporcular, bayiler, v.b.
- Ne gibi faktörler müşterileri sanal mağazanıza çekebilir?
- Hedef kitlenizi yurt içinde mi, dünya çapında mı düşünüyor musunuz?

# E-Ticarete hazır mısınız?



## 4. E-ticaret işine giriş amaçlarınızı belirleyin.

- Satışlar ile gelir yükseltmek,
- Markayı güçlendirmek,
- Maliyetleri düşürmek,
- Müşteri ilişkilerini güçlendirmek,
- Daha iyi rekabet etmek

# E-Ticarete hazır mısınız?



## 5. İnternet üzerinden satmayı düşündüğünüz ürünleri belirleyin.

- Tüm ürünlerinizi mi yoksa belir bir kısmını mı satmayı düşünüyorsunuz?
- E-ticaret avantajlarından yararlanarak ne oranda cazip kampanyalar yapabilirsiniz?
- Ürünler hakkında broşür veya katalog benzeri bilgi verici yazılı dokümantasyonunuz var mı?

# E-Ticarete hazır mısınız?



## 6. Satış personeliniz bu sektöre girmeye hazır mı?

- En az bir adet yabancı dil bilen (İngilizce) bir personeliniz var mı?
- Sanal mağaza işletim prosedürü hakkında yeterli bilginiz var mı?
- Sanal mağazanızın projesini yürütecek çözüm ortağınız sanal mağaza işletimi için personel eğitimi veriyor mu?

# E-Ticarete hazır mısınız?



## 7. Satın almayı veya kiralamayı düşündüğünüz mağaza yazılımı hakkında yeterli araştırma yaptınız mı?

- Mağaza arka ofisi web tabanlı mı?
- Kullanımı kolay mı?
- Diğer dilleri destekliyor mu?
- Müşterilerin siparişlerini nasıl takip ediyorsunuz?
- Müşteri ve satış kayıtları tutuluyor mu?
- Faturalandırma, envanter kontrolü gibi işlemleri otomatik olarak yapabiliyor mu?
- Ürün arama fonksiyonu güçlü mü?

# E-Ticaret projesi uygulama adımları



- **Tanımlama**

- Amaç ve hedefler belirlenmeli, iş süreçleri öğrenilmeli, şirket ihtiyaçlarına yönelik bir çözüm önerilmeli

- **Tasarım**

- Kapsam ve projenin detaylı gereksinimleri planlanmalı - teknik alt yapı (yazılım ve donanım) ve projenin hedeflerinin gerçekleşmesi için ihtiyaç duyulan alt yapının planlanması

- **Geliştirme**

- Tasarım planına göre uygulamanın ve alt yapının oluşturulması ve elektronik ticaret uygulaması ile mevcut sistemlerin entegre edilmesi ve başarılı bir şekilde kurulumun gerçekleşmesi için gereken konuların belirlenmesi

- **Kurulum**

- Mantıklı bir sürede gerçekleştirmenin sağlanması, E-ticaret sitesinin yönetimi, bakımı ve destek prosedürlerinin oluşturulması ve planlandığı gibi E-ticaret fonksiyonlarının yerine getirilmesi

# E-Ticarette en çok yapılan hatalar



- Üst yöneticilerin katılımının eksikliği
- Elektronik ticaret ve işi, klasik ticaretin yerine düşünmek
- Kendi başına yapmak
- Pazar talep ve fırsatlarına yavaş tepki vermek
- Tamamen dış kaynakla (outsourcing) yapmak
- Elektronik ticaret, finans ve kaynak planlama uygulamaları arasındaki ilişkiyi yanlış anlamak.

# E-Ticarette en çok satılanlar / yapılanlar



- Eğlence
- Turizm – Seyahat
- Dokunmak gerektirmeyen perakende ürünler
  - Müzik, kitap, hediye, bilgisayar, elektronik ürünler
  - Açık artırma mallar
- Emlak – Ev ve yatırım ile ilgili
- Müşteri destek hizmetleri
- Firmalar arasındaki etkili ve verimli çalışmayı sağlayan B2B işler (Tedarik zinciri gibi)



# E-Ticarette en az satılanlar / yapılanlar



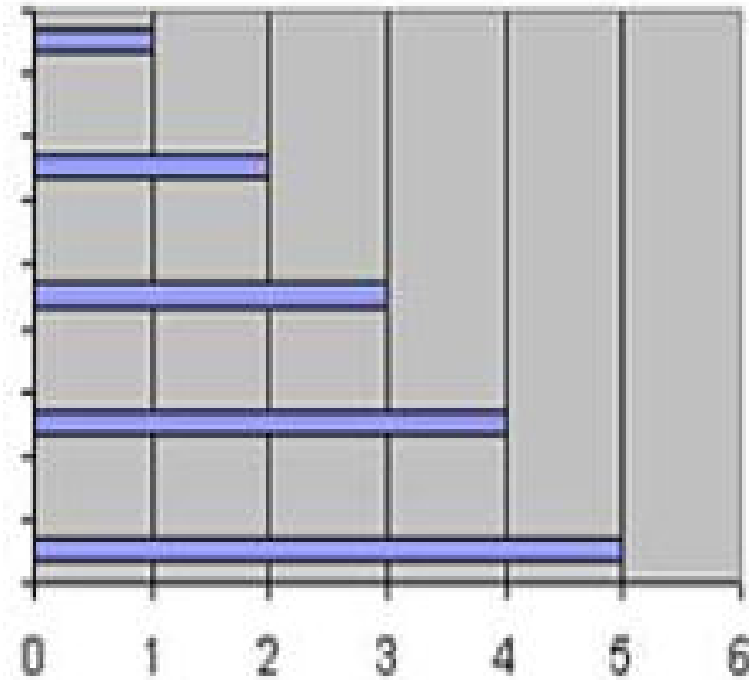
- Dokunmak gerektiren ürünler
  - Lüks mallar
  - T-shirt dışındaki giyim ürünleri
- Yaş sebze ve meyve mallar; bazı uygulamalarda başarılı olsa da pazar oldukça kısıtlı

# E-Ticarette KOBİ'lerin önündeki engeller



## Ülkemizde KOBİ'lerin E-Ticarete Yöneliminin Önündeki Engeller

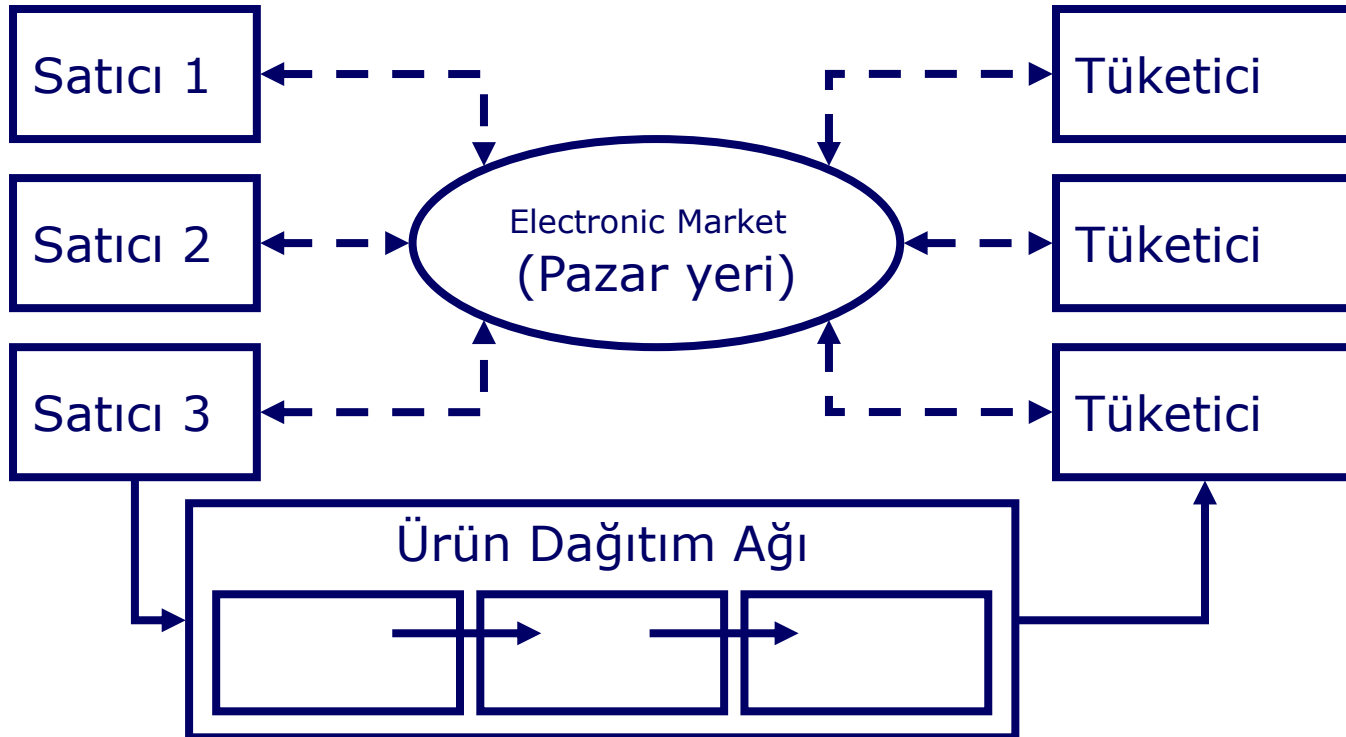
- Kuruluş Maliyetleri
- İnsan Kaynaklarındaki Eksiklik
- Sağlanacak Faydanın Belirsizliği
- Sınırlı Bilgi Düzeyi
- E-Ticaretin Öneminin Henüz Yeterince Fark edilememiş Olması



# E-Ticarette KOBİ'lere öneri



**Öneri: KOBİ'ler bir araya gelerek e-pazaryerleri oluşturabilirler...**



# E-Ticaret / Sanal mağaza açalım



## İnternette sanal mağaza için gereken teknik altyapı;

- İnternet üzerinden satış, ürün/hizmet, cari ve stokları takip edebileceğiniz web tabanlı bir web sitesi
- Güvenilir bir yer sağlayıcı hizmeti (Hosting, reseller veya server)
- SSL sertifikası
- IP tahsisi
- VPOS (Sanal Pos) hizmeti. (Çalıştığınız banka üzerinden)
- EFT / Havale yapılabilecek banka hesabı (PTT Bank)
- Teknik eğitim (1 saat ile 1 hafta arası)

# E-Ticaret / Sanal mağaza açılım



## İnternette sanal mağaza için gereken anlaşmalar;

- Ürün veya hizmetlerin satın alınacağı firmalar,
- Yazılım firması
- SSL sertifikası sağlayan firma ile (sanal)
- Yer sağlayıcı firma
- Alan adı aldığınız firma (sanal)
- VPOS (Sanal Pos) hizmeti için banka ile
- EFT / Havale yapılabilecek bankalar ile
- Teknik eğitim alınacak firma ile ( genelde yazılım firması)
- Kargo firması

# E-Ticaret / Sanal mağaza açalım



## VPOS (Sanal Pos ) almak için gerekenler

1/2

- 1- İşyeri site adres(ler)i ne(ler)dir?
- 2- İşyerinin sitesinde ürün kataloğu ve alışveriş sepeti bulunmakta mıdır?
- 3- İşyerinin sitesindeki linkler çalışıyor mu?
- 4- Sitede yer alan logo ve markalar ile ilgili firmanın yetkileri var mıdır?
- 5- İşyerinin web sitesinde tüketici hakları (iade, iptal ve garanti koşulları) konusundaki içerik var mıdır?
- 6- Teslimat'a ilişkin bilgiler yer almakta mıdır?
- 7- İşyeri sitesinde “gizlilik taahhüdü ve güvenlik politikası” var mıdır?

# E-Ticaret / Sanal mağaza açalım



## VPOS (Sanal Pos ) almak için gerekenler

2/2

8- İşyerinin sitesinde sattığı ürünler Türk kanunlarına uygun mudur? (Örnek vermek gerekirse; porno, kumar, uyuşturucu ve ateşli silah gibi fiziksel dünyada yasak olan tüm ürünlerin satışı Türk iye Cumhuriyeti Kanunları'na göre özel hükümlere tabidir.)

9- İşyeri sattığı ürünlere ilişkin tam açıklamaları sitesine koymuş mudur? (Örnek; 120 voltluk bir ürünü Avrupa'dan alan bir kişi ürünü teslim aldığı anda itiraz edecektir.)

10- İşyeri adı, adresi, telefon ve faks numarası ile e-mail adres(ler)i sitede yar almakta mıdır?

11- İşyeri birden fazla sitesinde aynı Sanal POS ile satış yapacak mıdır?

12- İşyeri döviz ile satış yapacak mıdır? Yapacaksa satış kuru nedir? Örnek; Türkiye'de USD ile satış yapan birinin TL'ye dönüşümler sonucunda kart sahibi ekstresine farklı tutarlar gideceğini bilmesi ve kart sahibine gerekli uyarıları yapması gerekmektedir.

13- Döviz üzerinden satış yapacak işyeri müşterilerine YTL olarak fiyat göstermekte midir?

# E-Ticaret / Maliyetler



## Bir B2B ve B2C sitesinde maliyet örnekleri

- 1- Alan adı (Domain): 12 \$
- 2- Web barındırma hizmeti (Hosting): 50 \$
- 3- Web sitesi (Online shop)
  - Ücretsiz yazılımlar (scriptler): 0 \$
  - Ücretli yazılımlar: 500-1200 \$
  - Profesyonel yazılımlar: 3000 < \$
- 4- SSL sertifikası: 65 \$
- 5- SSL için IP adresi: 15 \$
- 6- SSL kurulumu: 50 \$
- 7- Sanal POS için yıllık : 100 \$ (Bankaya göre değişmektedir.)

Toplam ortalama: 800 \$ + KDV



# E-Ticaret / Min. maliyet ile e-ticaret



Bugün e-ticarete başlamak istersek...

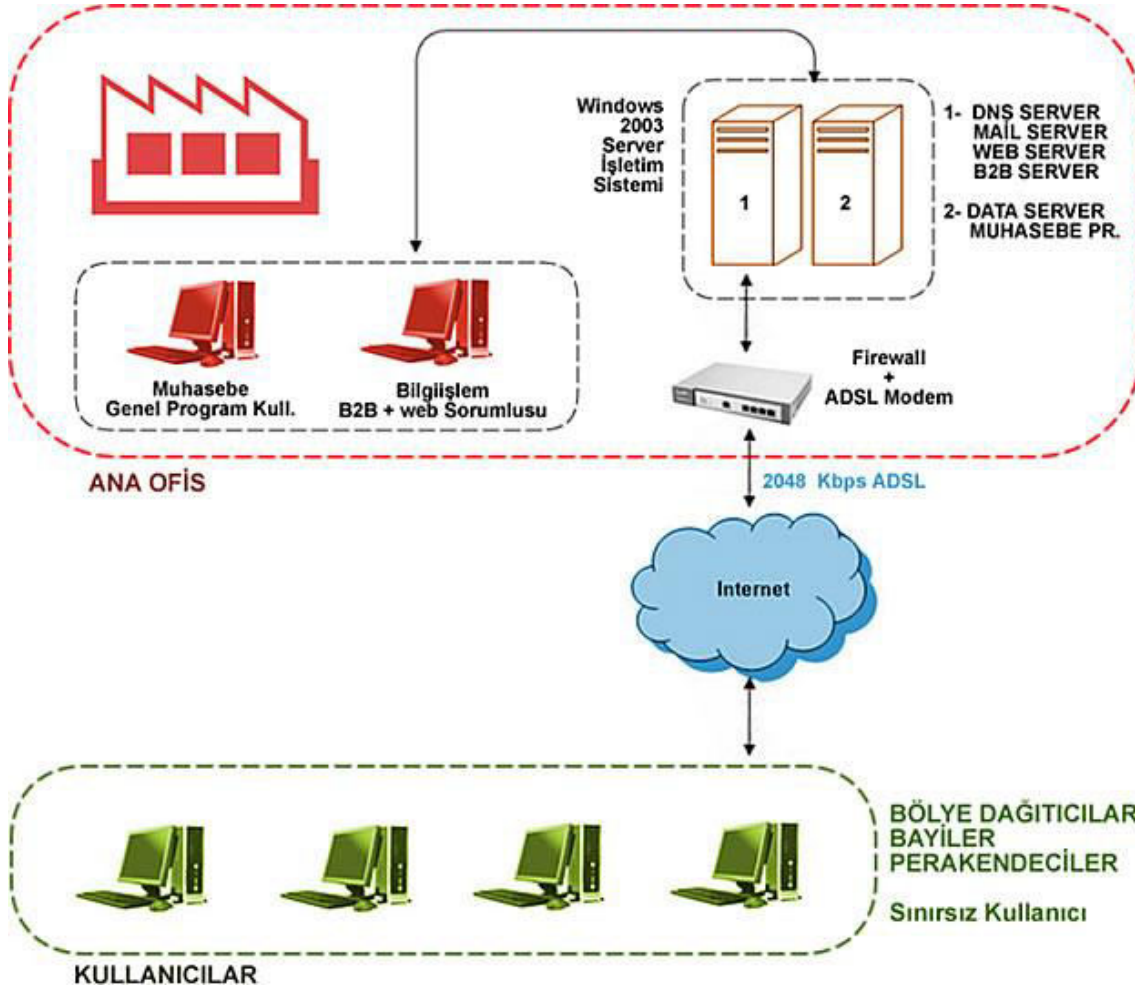


<http://dukkanmar.gittigidiyor.com/>



<http://store.hemalhemsat.com/>

# E-Ticaret / Ticari yazılım + B2B / B2C



[Mikro Yazılım Evi A.Ş.](#) tarafından geliştirilen Mikrotop, Miktop vb. (SQL server veritabanı ile çalışan) ticari yazılımlar üzerine geliştirmiş olduğumuz ara yüz ile B2B ve B2C çözümleri üretmekteyiz.

# E-Ticaret / kontör.PORT



## kontör.PORT Kontör Otomasyonu v4.0

Ön ödemeli hatlar için gerekli olan parça ve tam kontörlerin yanında kontör kartların satışını; Ana toptancı, bayi, son kullanıcı ve alt bayi olarak satışlarını koordine eden Türkiye'de alanında ilk ve lider web tabanlı **kontör otomasyon** yazılımıdır.

Detaylar için: [www.kontorport.com](http://www.kontorport.com)



# E-Ticaret / kontör.PORT



## kontör.PORT / Çalışma mantığı





2004 yılında kurulan KA Bilişim Teknolojileri Ltd. Şti. 2002 yılında faaliyetlerine başlayan Extreme Design ın devamıdır.

Faaliyet alanlarında;

## **1- Telekom Hizmetleri**

A Tipi UMTH, SesMS, Projeli ses hizmetleri, Data hatları

## **2- Data Hizmetleri**

Co-Location, Kiralık server, Kiralık sunucu, Reseller, Web Hosting

## **3- Web tasarım ve e-ticaret uygulamaları**

B2B, B2C, C2G, projeli uygulamalar, web tabanlı özel yazılımlar, SSL sertifikaları

## **4- Alan adı tescil (Domain)**

Ulusal alan adları, uluslar arası alan adları

## **5- Marka / Patent**

Ulusal ve uluslar arası marka ve patent işlemleri



Çözüm ortaklarımız ve çalıştığımız firmalar;





KA Bilişim Teknolojileri Ltd. Şti.



Markalarımız, ürünlerimiz, hizmetlerimiz...



# Teşekkürler

KA Bilişim Teknolojileri Ltd. Şti. // Hüseyin KURT

Daha detaylı bilgi için: [www.kabilisim.com](http://www.kabilisim.com)

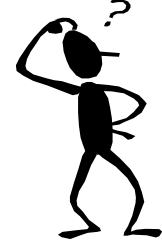




# E-Ticaret : Genel Bir Bakış



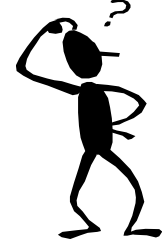
# E-Ticaret Nedir?



- ✓ ...bilgisayarlar ve ağ teknolojisini kullanarak taraflar arasında mal veya hizmet alım satımını yapmaktır.
- ✓ bilgisayarlar ve ağ teknolojisi genellikle “internet” olarak karşımıza çıkar.



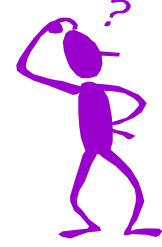
# E-Ticaret Nedir?



Elektronik olarak yapılan tüm işler **e-ticaret** kavramı içinde düşünülebilir.

E-ticaret, ekstra kazanç elde etmek için kullanılacak yeni bir araçtır.

# E-Ticaret Nedir?

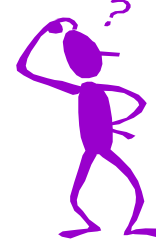


E-Ticaret, bilgisayarlar ve bilgi teknolojisinin **(Internet)** müşterilerle ve diğer kuruluşlarla iş yaparken kullanılmasını gerektirir.



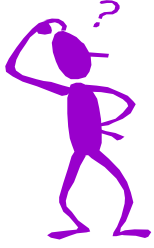
Faks, telefon gibi iletişim ortamlarıyla yapılan faaliyetler de e-ticaret kapsamında değerlendirilebilse de, e-ticaret'in asıl platformu **Internet**'tir.

# E-İş Kavramı



**E-İş (E-Business)**, her türlü iş bağlantıları ve bunlarla ilgili kısımların elektronik ortamda yürütülmesini tanımlayan bir kavramdır. Yani, bir iş ortamının parçaları olan müşteriler, işçiler, ortaklar arasındaki ilişkiler, yeni iş bağlantı yazışmaları ve benzeri her şey elektronik ortamda gerçekleşir (e-posta kullanarak, sanal proje grupları yoluyla, faks ve data haberleşme sistemleri kullanarak vb).





# E-İş Kavramı

E-iş büyük oranda;

- potansiyel müşterileri elde tutmak, yeni müşteriler kazanmak ve müşterilerle ilişkileri geliştirmek
- hizmet, satış ve bilgilendirme servisleri ile mümkün olan en kısa zamanda müşterilere ulaşmak
- üretimde ve her türlü iş prosesinde maliyeti düşürüp verimi arttırmak

gibi konularda internet/intranet ve özellikle web teknolojilerinin kullanılmasını içerir.



# Neden E-İş ve E-Ticaret?



- Yeni bir pazar
- Düşük maliyetler / giderler
- Daha etkin bir çözüm

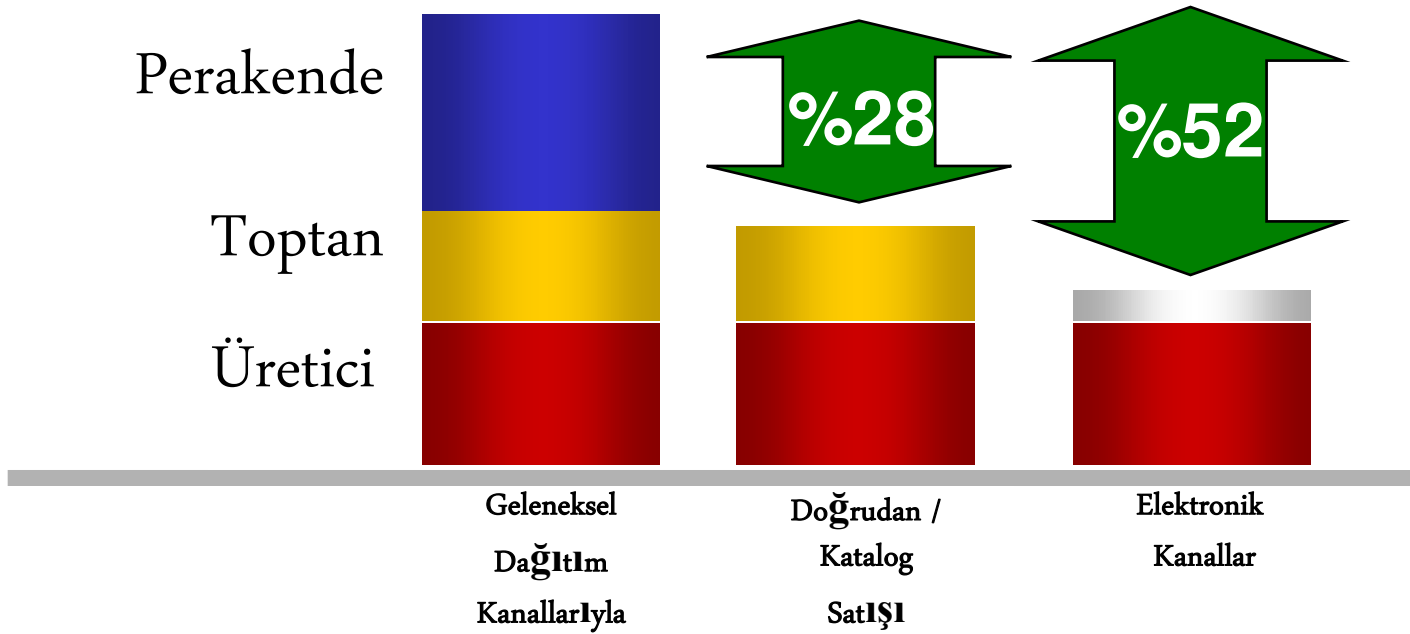


*Neden ?*

# Neden E-Ticaret?

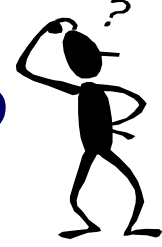


## Fiyata Etkiyen Faktörler





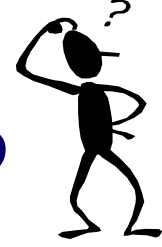
# Neden E-Ticaret?



- Yeni Pazarlar
- Daha düşük maliyet
- Başka müşteriler bulma şansı
- Daha iyi müşteri servisi
- Daha yüksek kârlar

...ama herşeyden önemlisi....

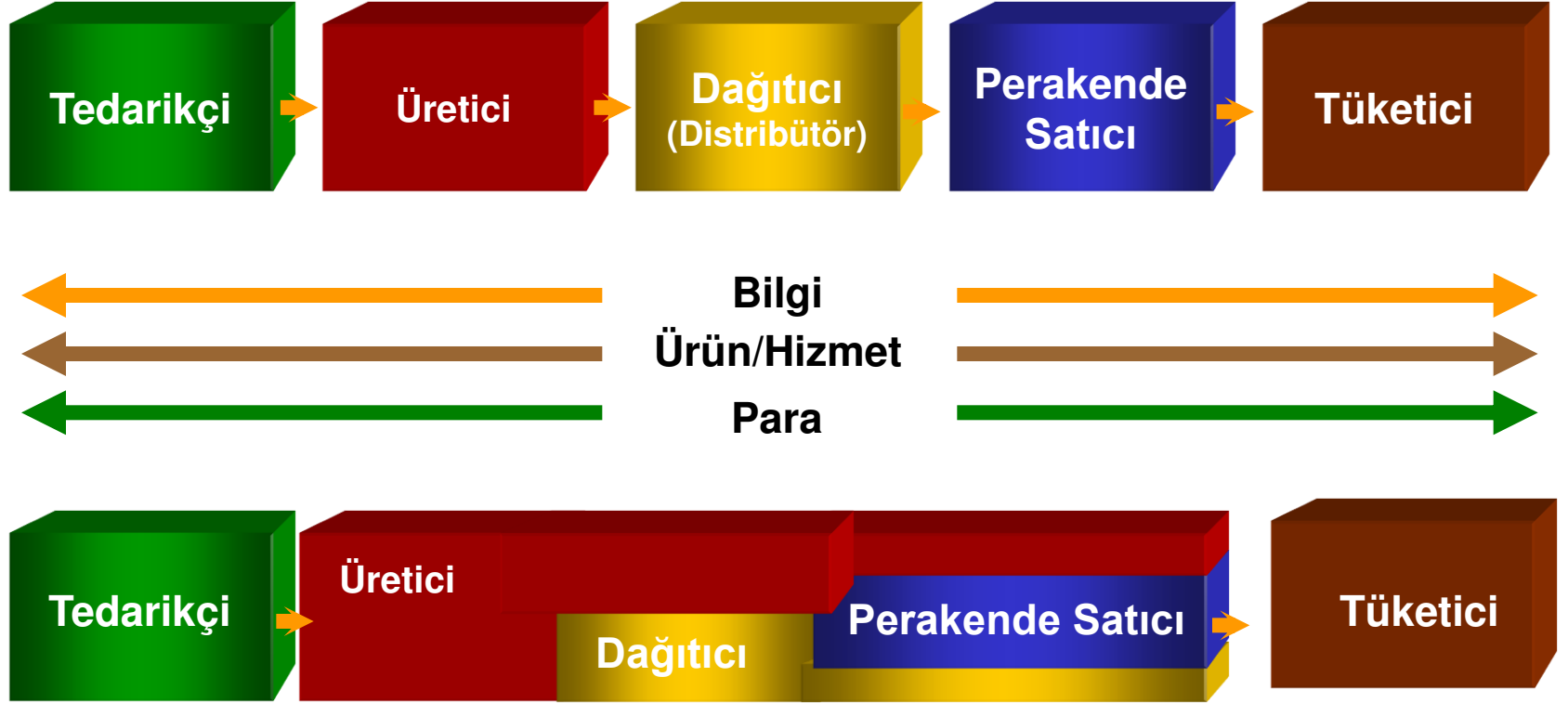
# Neden E-Ticaret?



- İşinizde rekabetçi ortama uyum göstermenizi sağlar !



# Neden E-Ticaret?



**Tedarik Zinciri Değişiyor**

# E-Ticaret Nasıl Yapılır?

E-Ticaret, özel olarak tasarlanmış web siteleri üzerinden yapılır. Böyle bir siteye elektronik dükkan (“e-dükkan”) adı verilir.



The screenshot shows the Amazon.com website interface. At the top, there is a navigation bar with categories like BOOKS, MUSIC, VIDEO, GIFTS, and AUCTIONS. Below this is a search bar with the text "Search by Author, Title, Subject" and a "Go!" button. To the right of the search bar is a "Browse:" dropdown menu set to "Business" with another "Go!" button. The main content area is titled "Bestsellers" and features a "Save up to 40%" badge. Below the title, there are two columns: "New on the Bestseller List" and "Amazon.com Hot List". The "New on the Bestseller List" column features a book cover for "Home Is Where the Heart Is" by Jan Karon, with a description: "In *A New Song*, the fifth novel in Jan Karon's heartwarming Mitford saga, Father Tim Kavanaugh is dispatched to the tiny island parish of Whitecap, North Carolina, to tend another flock of small-town eccentrics--and learn the sorts of home truths that have made the series a gigantic word-of-mouth phenomenon. More [bestselling hardcover fiction](#)". The "Amazon.com Hot List" column is titled "Updated Hourly!" and lists five books: 1. [A New Song](#) by Jan Karon, 2. [East of the Mountains](#) by David Guterson, 3. [Bella Tuscany: The Sweet Life in Italy](#) by Frances Mayes, 4. [The Pilot's Wife: A Novel](#) by Anita Shreve, and 5. [Labelle Cuisine: Recipes to Sing About](#) by Patti LaBelle, Laura B. Randolph. At the bottom of the hot list, there is a link for [All 100 Titles](#). On the left side of the page, there is a sidebar with links for "Text Only", "Bestsellers Home", "Amazon.com Bestsellers" (including "Amazon.com Hot List", "Hardcover Fiction", "Hardcover Nonfiction", "Paperback Fiction", "Paperback Nonfiction", "Not-Yet-Published"), "Bestselling Authors" (including "Authors A-Z"), and "Global Bestsellers" (including "UK", "Canada", "Brazil").

# E-Ticaret Türleri

İki Ana Tip E-Ticaret Vardır :

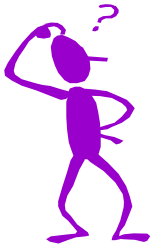
Business-to-Business (B2B)

**Şirketler Arasında**

Business-to-Consumer (B2C)

**Şirket ile Birey(ler)  
Arasında**





# E-Pazarlama Kavramı

- Internet üzerinde, yüksek kiralar ödemedi ve harcamalar yapmadan tüm dünyaya erişebilirsiniz.
- E-pazarlama, sitenize (e-dükkan) gelen müşterilere ürünlerinizin tanıtımını iyi yaparak cezbetmekle olur.
- Ancak, ürün tanıtımı olarak, -çok bilgilendirici bile olsalar-tonlarca yazı içeren sıkıcı dökümanlar ya da -çok güzel bile olsalar!- -görüntülenmesi dakikalar süren büyük hacimli resimler ve standart olmayan web uygulamaları (sadece tek tip browser'da görülebilen sayfalar, veya özel plug-in'ler gerektiren animasyon ya da filmler gibi) kötü uygulamalar olarak karşımıza çıkmaktadır.



# E-Pazarlama Kavramı

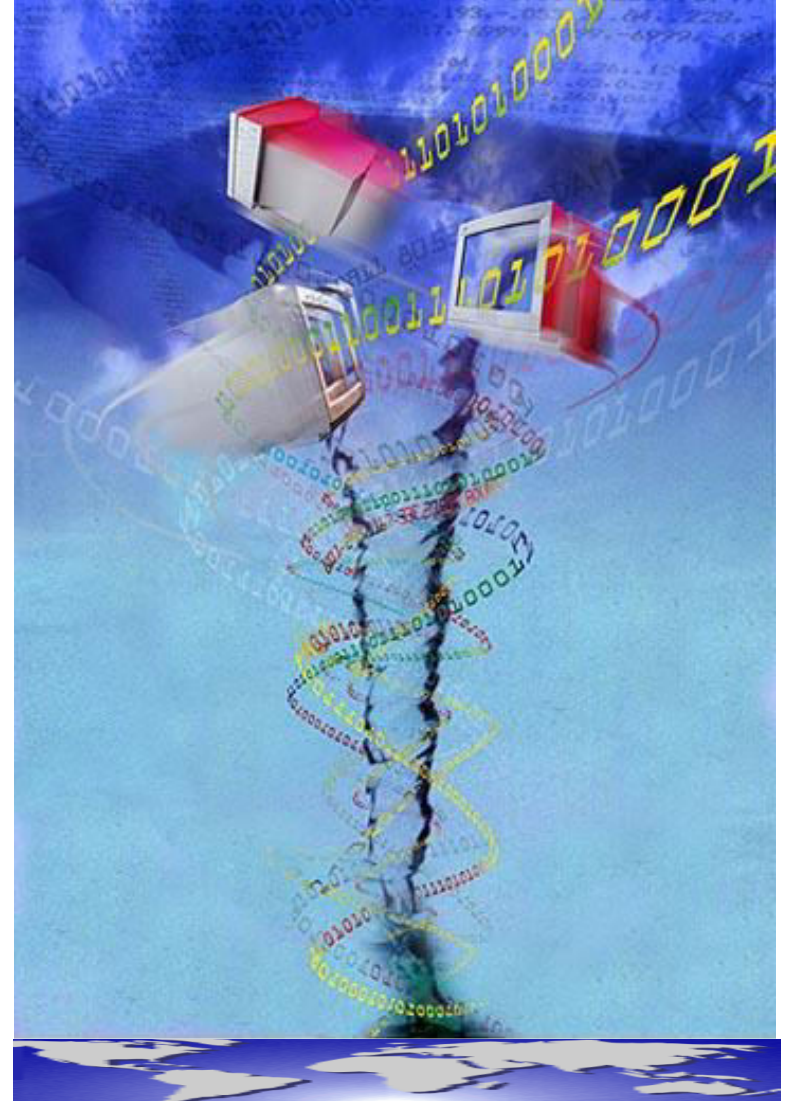
**E-pazarlama** ayrıca, popöler sitelerde tanıtım yapmak, elektronik ortamın etkileşim özelliğini ürün tanıtımı ve promosyona yönelik kullanmak gibi unsurları da içerir.



# İnternet ve E-Ticaret

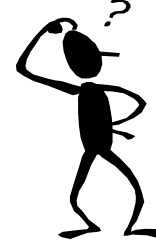
İnternet, günümüzdeki anlamıyla E-TİCARET yapmak için gereken ortamı sunar.

İNTERNET NEDİR ?





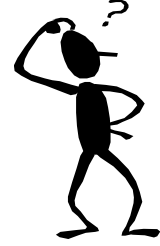
# İnternet Nedir?



İnternet, dünya üzerinde **milyonlarca** bilgisayarı birbirine bağlayan global bir **iletişim ağı**dır. Bilgisayar ağları, bilgisayarları ortak bir protokolle birbirine bağlarlar. E-Ticaret söz konusu olduğunda, işte bu bilgisayarları kullananlar bizim yeni pazarımız olacaktır!



# İnternet Nedir?



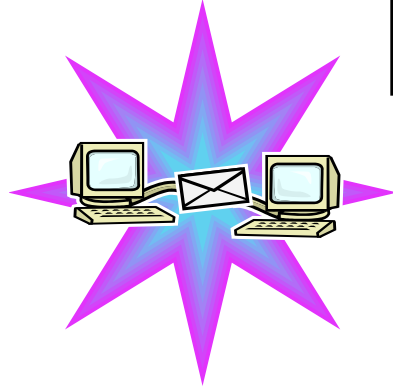
İnternet ağı, bilgisayarlar arasında hızlı ve verimli (aynı zamanda ucuz ve güvenilir) bilgi aktarımı olanaklar sunar. Bu özellik aslında ağ ortamında ticaret yapmak için gereken bir altyapıdır.



# İnternet ve E-İş Arasındaki İlişki

İnsanlar birçok yol kullanarak ticaret yapıyorlar !

- ✓ TV
- ✓ Gazete
- ✓ Posta
- ✓ Kapıdan Satış
- ✓ Telefon/Faks
- ✓ .....



İnternet, kişiler arasında hertürlü bilginin paylaşımına olanak tanır ve bu mekanizma “**birşeyler satmak için**” elektronik dükkanlar oluşturmada kullanılabilir.

# İnternet ve E-İş Arasındaki İlişki

İnternet, e-iş ve e-ticaret yapmak için iki önemli mekanizma sunar :

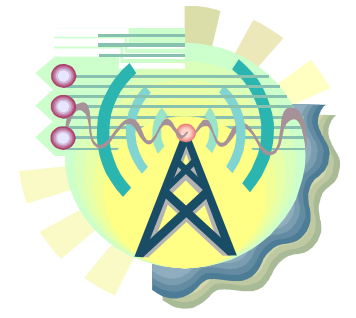
**E-Posta(E-Mail)** : Dünya üzerinde neredeyse herkese elektronik mektup gönderme mekanizması,

**Web** : Farklı türden görsel ve yazı bilgilerini aynı ortamda organize etme, sunma ve diğer insanların buna tek bir platformdan (browser) erişimlerini sağlama mekanizması

Bu iki ortam, daha önce açıklanan her türlü ticari faaliyeti yapmak için yeterlidir.



# E-Ticaret Teknolojisi

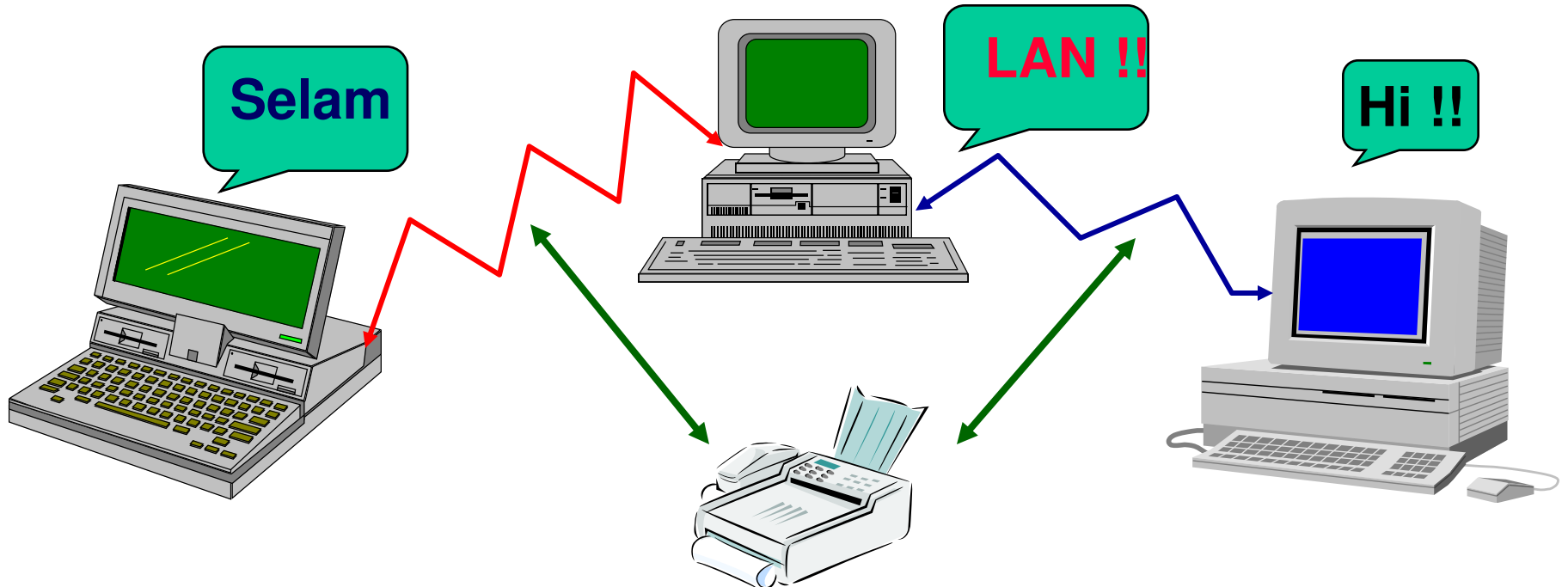


- ✓ Bilgisayar Ağları ve İnternet
- ✓ World Wide Web (WWW, Web)
- ✓ E-Posta Uygulamaları
- ✓ Dosya Aktarımı
- ✓ İnternet, ExtraNet ve Özel Ağlar
- ✓ Veri Tabanı Teknolojileri ve Web Uygulamaları
- ✓ Önemli İnternet Teknolojileri
- ✓ İnternet dışında kullanılan teknolojiler

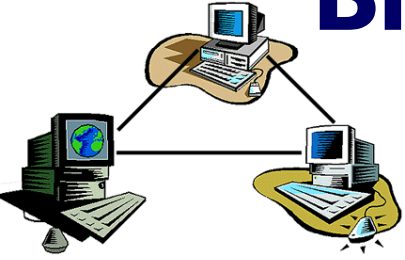


# Bilgisayar Ağları ve İnternet

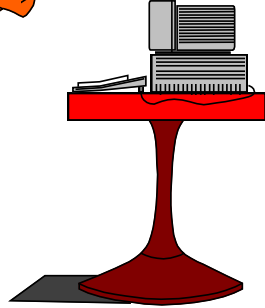
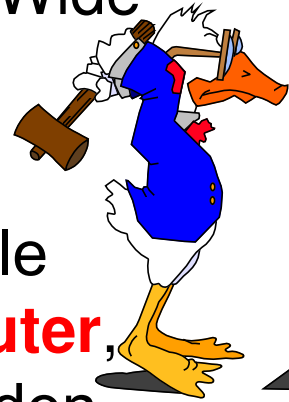
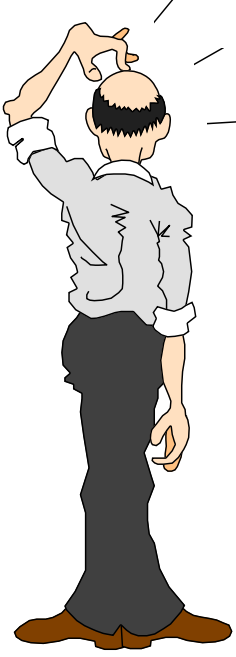
- Bilgisayarlar ve diğer donanımlar arası iletişim (bilgi aktarımı) bilgisayarların birbirleriyle konuşmasıyla gerçekleşir ! Bu da **AĞ** (Network) teknolojisi ile mümkün !! Birbirleri ile konuşabilen (birbirlerine bağlı) iki ya da daha çok bilgisayarların oluşturduğu yapıya AĞ adı verilir. Ağa sadece bilgisayarlar değil, diğer birçok cihaz da bağlanabilir.



# Bilgisayar Ağları ve İnternet

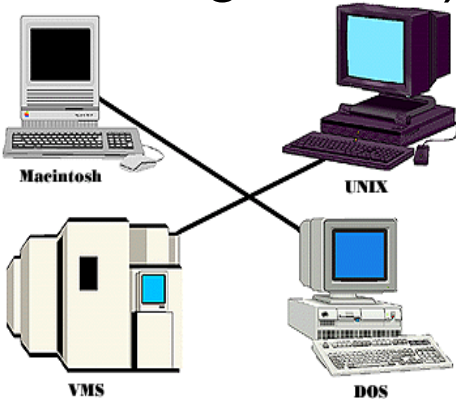


- Eğer AĞ oluşturan bilgisayarlar aynı oda/bina içinde ise bu yapıya **LAN** (Local Area Network) Adı verilir.
- Farklı LAN'ları birleştiren ve daha geniş bir alandaki bilgisayarları barındıran yapılara ise **WAN** (Wide Area Network) adı verilir.
- Başka Ağ topolojileri de vardır.
- Bilgisayarlar arası iletişim, bazen birbirleriyle doğrudan, çoğunlukla da **Hub**, **Switch**, **Router**, Bridge vb. gibi ağ yardımcı unsurları üzerinden sağlanır. Bu unsurlar, bilgi aktarımını denetleyen ve düzenleyen donanım elemanlarıdır.



# Bilgisayar Ağları ve İnternet

- ◆ Ağ üzerinde farklı türden bilgisayarlar ve başka cihazlar da (printer gibi) bulunabilir.
- ◆ Bilgisayarlar ve Ağlar arasındaki iletişimin 2 ana unsuru vardır :
  - ✓ Fiziksel Bağlantı (Kablo bağlantısı, uydu, telsiz)
  - ✓ Fiziksel Bağlantı Üzerinden İletişimi Sağlamada kullanılan özel bazı yazılımlar (Bilgisayar Programları)





# Bilgisayar Ağları ve İnternet

İnternet; dünya üzerindeki bir çok bilgisayar ağını kapsayan bir bilgisayar ağıdır. Bu yüzden bazen İnternet'e : **“Ağların Ağı”** denir. Bu ağ üzerindeki tüm bilgisayarlar TCP/IP olarak adlandırılan birtakım protokoller (kurallar) ile haberleşirler.



# Dünyada İnternet Gelişimi

- ✓ 1969 yılında, ABD Savunma Bakanlığı, İleri Araştırma Projeleri Ajansı, ARPANET adı verilen ve 4 üniversiteyi birbirine bağlayan bir Ağ oluşturdu. Bu yapı, 1970 ve 80'lerde daha çok kuruluşu içine alacak şekilde genişledi.
- ✓ 1985'ten sonra bu altyapı daha çok akademik tabanlı (üniv. gibi) kuruluşların benimsemesiyle akademik kullanıma açık bir ağ olan INTERNETe dönüştü. (ARPANET'in askeri kanadı MILNET olarak kaldı).
- ✓ 1992-93'lerden sonra ticari kuruluşlar da internet'e dahil olmaya başladılar ve bu iletişim ağı dünya çapında yaygınlaştı.
- ✓ 1995'ten sonra internet üzerinden e-ticaret faaliyetlerinin arttığını görüyoruz.





# Ülkemizde İnternet

- 1987 yılında, univ.lerin BITNET/EARN bağlantısı
- 1987-1993 TUVAKA
- 12 Nisan 1993 : İlk İnternet Bağlantısı **ODTÜ - USA**; 64 kbit/saniye
- 1994-1996 : diğer bağlantılar ve hat hızlarının artması
- 1995-1996 : Ticari ve Özel Kullanımın Yaygınlaşması
- Ekim 1996 : **Turnet** Servis vermeye Başladı
- Ekim 1996 : **ISS**'ler kişilere İnternet Servisi Vermeye Başladılar.
- 1997 : **UlakNet** Çalışmaya Başladı.
- 1997 : Turnet ve ISS'ler arasında İnternet Erişim Noktası Anlaşmaları
- 1998 : TTNNet
- 1998 : İlk Türkçe e-ticaret web siteleri
- 1999 : Özel kuruluşların doğrudan uydu bağlantıları
- 2000 : KabloNet çalışmaya başladı (Hız: 64-400 kbit/san.)

# İnternet Ne Sunar ?

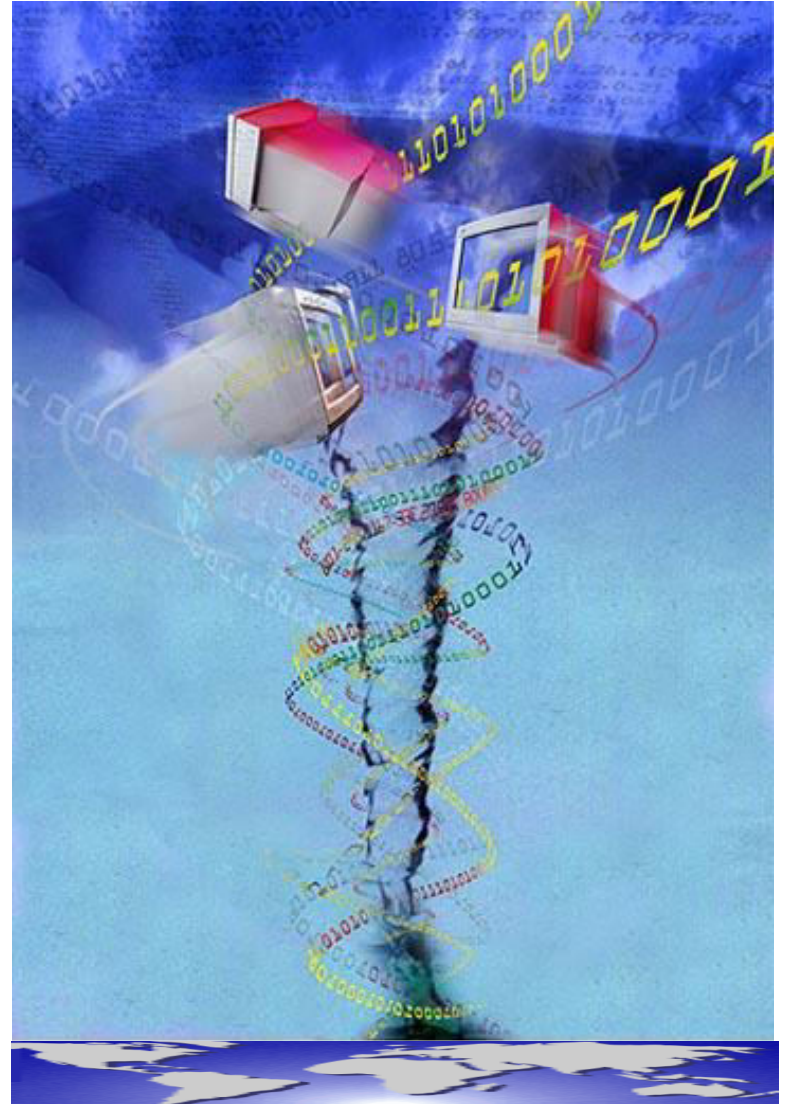
İnternet'i bir **"iletişim ağı"** olarak tanımladıktan ve bu ağ üzerinde bilgi dolaştığını belirttikten sonra, internet'in bu altyapı üzerinde neler sunduğunu tahmin etmek aslında o kadar da güç değil. Bu "iletişim ağı"nın içinde bulunan her hangi iki bilgisayar arasındaki en temel işlem çift yönlü bilgi aktarımıdır. Burada bilgiden kasıt, bilgisayarlardan birinde bulunan bir dosya, bir bilgisayar programı ya da bir mesaj olabilir.



# İnternet Ne Sunar ?

**Aynı Zamanda İnternet:**

**Bilgi Aktarımı; ürün satışı, ödeme, tanıtım, pazarlama amacıyla kullanılarak, günümüzdeki anlamıyla E-TİCARET yapmak için gereken teknolojik altyapıyı sunar.**



# İnternete Erişim Nasıl Olur ?

- İnternet Servis Sağlayıcıları Üzerinden Modem bağlantısıyla (56 kbit/san)
- KabloNet (64-400 kbit/san)
- Özel Devreler (ISDN, Frame Relay ...)
- Uydu
- Diğer (Doğrudan hızlı bağlantılar vb)



# Temel İnternet Servisleri

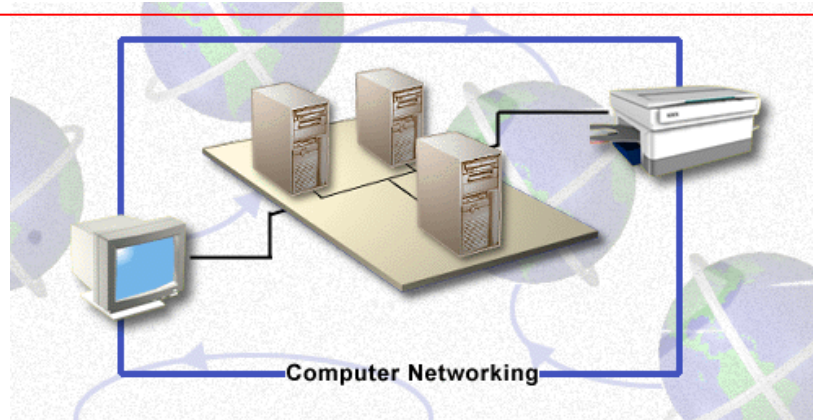
- ✓ İnternet üzerindeki bilgisayarlar arasında bazı olası bilgi alışveriş tiplerini gruplamak gerekirse:
  - Bilgisayar kullanıcıları arasındaki elektronik posta transferi (**email**)
  - Bilgisayarlar arası dosya transferi (**FTP**)
  - Başka biryerdeki bilgisayarı uzaktan kullanma (**Telnet**)
  - video-konferans, ses ve görüntü alış verışı dinamik ortamlar ve **WEB**.
  - Haber Grupları (**News**) ve Liste Servisleri (**listserv**/listproc)
  - Karşılıklı Sohbet/tele konferans ortamları : **irc** ve talk
- ✓ Bu servisler daha önce anlatılan internet protokolleri ile sağlanır. (Protokoller, bilgisayarlar arası iletişimin hangi kurallar ile yapılacağını belirleyen STANDARTLARDIR veTCP/IP olarak adlandırılırlar.)

# İntraNet, ExtraNet ve Özel Ağlar

**İntraNet** : Yerel İnternet. Sadece kuruluşunuzdaki bilgisayarların erişebileceği dışa kapalı bir ağ. Altyapısı İnternet altyapısıyla aynı.

Yerel ağın dışardan erişime açık olup olmaması bir takım donanım ve yazılım çözümleriyle (Firewall) kolayca sağlanabilir.

Kuruluş İçi yazışmalar, bilgi aktarımları Intranet üzerinden gerçekleştirilebilir. IntraNet üzerinde, sadece kurum içinden görülmesine izin verilen bilgiler konulur. Erişim hızı, yerel ağ olduğu için çok yüksek olacaktır.

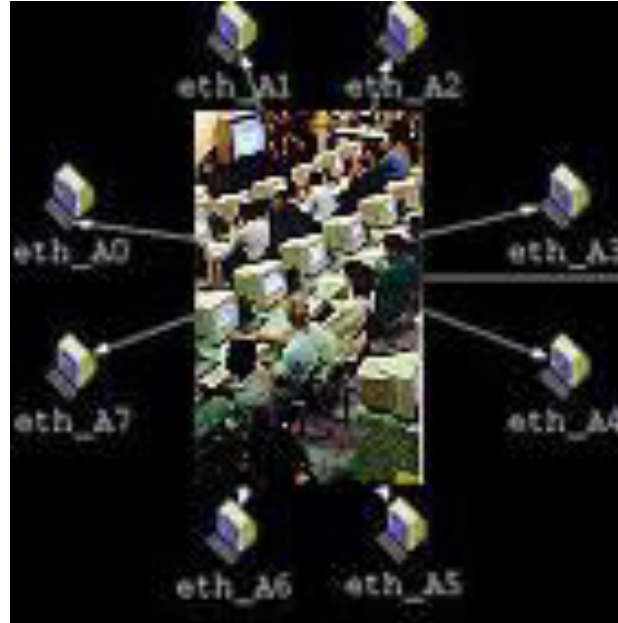




# İntraNet, ExtraNet ve Özel Ağlar

**ExtraNet** : Bazı ortaklık yapılan firmalara ve seçilmiş tedarikçi firmalara İnternet üzerinden "güvenli erişim" sağlayan şirket intraneti

Bunun dışında, başka protokollerle çalışan bilgisayar ağları da vardır. AppleTalk, IBM SNA bunlardan en popülerleri.



# Veri Tabanı Teknolojileri ve Web Uygulamaları

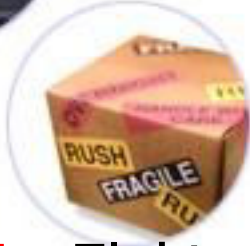
**Veri Tabanı :** Müşteri Bilgileri, Ürün Bilgileri gibi bilgilere kolay ve hızlı erişim sağlamak için bunlar bir Veri Tabanı sisteminde tutulur. Veri Tabanı Sistemleri, verilerin kolayca girilmesi, güvenli saklanması ve kolay erişimini sağlayan bilgisayar yazılımlarıdır.



# Veri Tabanı Teknolojileri ve Web Uygulamaları

Veri Tabanı Sistemlerindeki bilgiler; php, asp gibi web programlama dillerinden biriyle yazılan programlarla doğrudan kullanıcıya "web browser" üzerinden bağlanabilir. Böylece müşteriler, web sayfası üzerinden sözgelimi şirket ürün kataloğunu ve güncel fiyat bilgilerini görebilir ve sipariş verebilir.





# E-İş

**TANIM** : Elektronik Ortamlar Kullanılarak Yapılan Hertürlü İş.

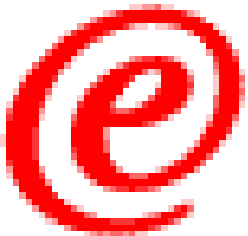
- **Mal Satışı**
- **Bilgi Satışı**
- **Ürün Tanıtımı**
- **Satış Sonrası Servisler**
- **Şirketler Arası İlişkiler**
- **Elektronik Ortamda Yapılan Diğer tüm yardımcı faaliyetler**

E-İş



# E-Ticaret

- ◆ “iş”in, Internet teknolojileri ile değişimidir.
- ◆ açık standartlara dayalı olarak heryere ulaşan Internet’le sınırlıdır.
- ◆ geleneksel bilgi teknolojisi çözümlerinin kapsamını müşteri/iş ortağı merkezli çözümler oluşturabilecek şekilde geliştirir.
- ◆ organizasyonların iş süreçlerini ve “iş”lerini yeniden düzenlemelerine olanak sağlar.
- ◆ müşteri ilişkilerini, elektronik ticareti, tedarik zinciri yönetimini, bilgi yönetimini ve iş istihbaratını birbirine bağlar.



**E-Business; dönüşüm zamanı, hız, küreselleşme, artan verimlilik, yeni müşterilere erişme ve rekabette avantaj kazanmak için kurumlar arası bilgi paylaşımını da kapsayan herşeydir.**



# E-Ticaret Neden İş Modellerini Değiştiriyor?

## E-Ticaret'in En Önemli Getirileri

- Daha düşük fiyatlar
- Daha kısa ürün çevrim zamanı
- Müşteriye daha hızlı yanıt verme
- Arttırılmış servis kalitesi



# Yeni Nesil Ticari Değerler ve Yaklaşımlar

- İş odaklı değil yaratıcılık odaklı olmak
- Başarısızlıktan yılmamak, hatta haz duymak!
- Herzaman yeni şeyler denemek
- 6 ayda bir stratejik yönünüzü gözden geçirmek
- Müşteri odaklı olmak
- Yatırımcılık



# E-Ticaret İş Akışlarını ve Modellerini Nasıl Değiştiriyor?

Geleneksel Organizasyonlar :

**Baştan Sona Herşeyi Kontrol Eden bir yapı.**

- # Geliştirme
- # İmalat
- # Satış
- # Tedarik
- # Ürün Destek





# E-İş ve E-Ticaret İş Akışlarını ve Modellerini Nasıl Değiştiriyor?

E-Ticaret'in Sağladıkları :

**İş operasyonları bilgisayar ağları üzerinde sanal organizasyonlarda yapılıyor. E-ticaret, iş operasyonlarının daha etkin yapılması için yeni yollar sunuyor:**

- İş akış sistemleri
- Video Konferans
- Bilgi dağıtımı
- Eğitim
- Ticari İlişkiler
- Şirketler arası İlişkiler

**E-İş/E-Ticaret Platformu**



# E-Ticaret İş Akışlarını ve Modellerini Nasıl Değiştiriyor?

E-Ticaret'in Sağladıkları (devam):

**İş operasyonları bilgisayar ağları üzerinde sanal organizasyonlarda yapılıyor. E-ticaret, iş operasyonlarının daha etkin yapılması için yeni yollar sunuyor:**

- Yeni satın alma ortamları
- Yeni Pazarlama Yöntemleri
- Bilgi Sorgulama ve Kullanma
- İşbirlikleri
- Yeni ve daha ucuz kanallar
- Yeni iş türleri

**E-İş / E-Ticaret Platformu**



# E-Ticaret ve Yeni Müşteri İlişkileri

E-ticaret'in iş modelleri üzerindeki en önemli etkisi yeniden tanımlanan müşteri ilişkileri olarak karşımıza çıkmaktadır. E-Ticaret, müşteriye erişmek ve onunla ilişki kurmak için "bilgi yönetimi temelli" yeni tür imkanlar sunmaktadır .

- ✓ on-line reklam ve pazarlama
- ✓ on-line sipariş alma
- ✓ on-line müşteri servisi
- ✓ müşteriye özel ürünler ve servisler

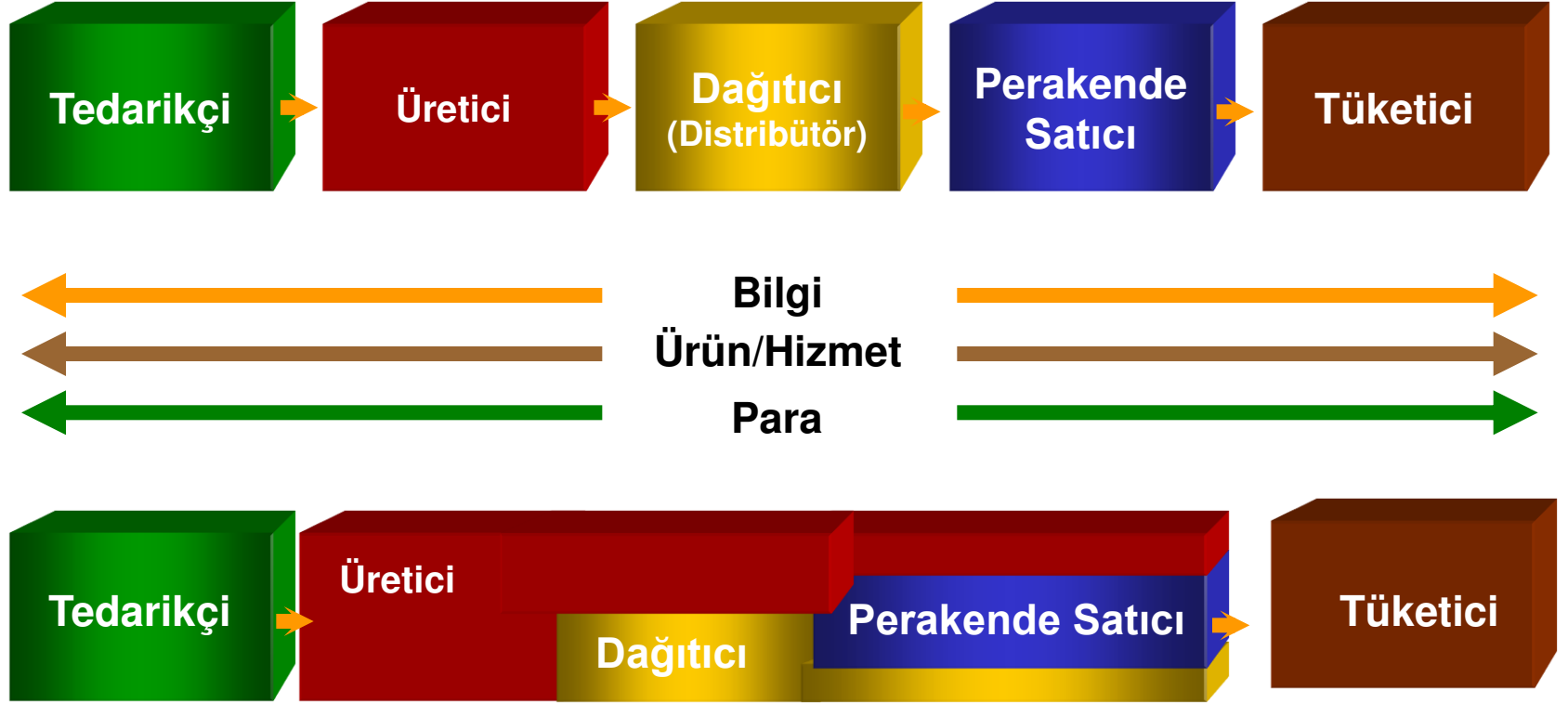


# Tedarik Zinciri Yönetimi

E-Ticaret, ürün tedarikçileri ile daha doğrudan ve etkin iletişim kurma imkanları sağlar ve bu yolla **satın alma** ve **stoklama** maliyetleri azalır.

İşletmeler, internet üzerinden "Business-to-Business" odaklı servislerle düşük maliyetli dağıtım kanallarını daha sık kullanmaya başlamışlardır.

# Neden E-Ticaret?



**Tedarik Zinciri Değişiyor**

# E-Ticaret Stratejisi Geliştirmede Ana Adımlar

## İşlem

E-Ticaret  
Teknolojilerinin  
sunduğu  
imkanların  
sağlanması

## Adımlar

1. Etkileşimlilik
2. Doğrudan haberleşme
3. Yakınlık ve Hız
4. Erişilebilirlik

# E-Ticaret Konusunda En Önemli Engeller

1. Gizlilik ve güvenlik/şifreleme
2. Güven ve Risk
3. Kalifiye personel yetersizliği
4. Tutarlı ve İyi düşünülmüş İş Modellerinin eksikliği
5. Şirket Kültürünün Direnci
6. Güvenli İletişim için kullanılacak "kullanıcı tanımlama" ve "açık anahtar (public key)" eksikliği
7. Organizasyon
8. Dolandırıcılıkla Karşılaşma ve Başarısız Olma/Kaybetme Korkusu
9. İnternet bağlantı hızının yavaşlığı, altyapı eksiklikleri
10. İnternetle ilgili Yasal Sorunlar

**Source:** CommerceNet 2000 Survey: Barriers to Electronic Commerce (Global Perspective), Jan. 2001

# Yeni Ödeme Sistemleri

**Siber Para :** Kullandığınız bilgisayarın sabit diskinde sizin adınıza bulunan, ve internet üzerinde yaptığınız alışverişlerde harcayabileceğiniz paradır. Bilgisayarınıza internet üzerinden çalıştığınız banka tarafından transfer edilir. Siz harcama yaptıkça, harcadığınız miktar toplamdan düşülür. Her işlem banka tarafından kontrol edilir. Popüler e-para mekanizmaları : [DigiCash](#), [CyberCash](#), [FirstVirtual](#). Şu anda birçok banka SiberPara kabul ediyor.

**Elektronik Çekler :** Normal çekin elektronik karşılığı

**Smart Kartlar :** E-Para depolamalarının yanında, kişiye özel bazı bilgileri de tutarlar. Önümüzdeki yıllarda yaygınlaşması beklenmektedir.





# Temel E-Ticaret Web Sitesi Stratejileri ve Dizayn

- ✓ Web Sayfası Tasarımı : Stratejiler
- ✓ Web sitesi dizaynı ve genel görünüm planlamaları
- ✓ İçerik
- ✓ HTML ve Web sayfası hazırlama araçları
- ✓ Arama motorlarına kayıt stratejileri ve temelleri
- ✓ Bakım, güncelleme ve ziyaretçi istatistik bilgilerinin toplanması, analizi

# Web Sitesi : Stratejiler

Her hangi bir işle ilgili E-Ticaret yapmanın en temel şartı, o konuda bir Web Sitesi yapmaktır. Aşağıda, e-ticaret web sitelerinin ortak olarak sağladıkları ana girdiler listelenmiştir :

**Amaç :** Neden online bir işiniz var? Web Sitesini faaliyete açmadan önce bu konuda iyice emin olmalısınız. Doğrudan ürün satışı? Müşterilere daha kolay destek servisi? Yeni iş fırsatları yaratma? Bir ürünün reklamını yapma? Firma tanıtımı ve marka tanıtımı?



# Web Sitesi : Stratejiler

**Adres :** Internet üzerinde adresiniz, alan adınızdır.

([www.microsoft.com](http://www.microsoft.com), [www.siemens.com](http://www.siemens.com) gibi). Alan adınız, müşterilerin size ulaşmanızı sağlayacak adrestir. Genellikle şirketinizin adı ya da yaptığınız işle ilgili bir anahtar kelime ([www.borsa.com](http://www.borsa.com) gibi??) olabilir. Sadece web sitenizin adı bile insanların burayı ziyaret etme sebebi olabilmektedir.

Özellikle “e-pazarlama” açısından bakıldığında firmanın kendi web adresine sahip olması çok prestijli olacaktır.

# Web Sitesi : Stratejiler

**İçerik:** Web Sitenizin içeriği, müşterilerinizin web üzerinden size yegane gelme nedenidir. İçerik bazı sık sorulan sorulara cevapları kapsayabilir, sitenizi ziyaret edenlere bazı yardımcı ipuçları verebilir, ve içerik her zaman “müşterinin gözüyle bakılıp” hazırlanmalıdır. Ayrıca, çok renkli ve büyük hacimli resimlerle dolu sayfalar güzel görünse de hala internet kullanıcılarının çok büyük bir kısmı yüksek hızlarla internete bağlanmazlar ve web sitesi buna uygun dizaynda olmalıdır.



# Web Sitesi : Stratejiler

**Mimari :** Site mimarisi, siteniz altında bulunan içeriği farklı sayfalara koymak ve içerik kapsamına kolay erişim için verilmesi gereken linkler, ana sayfa dizaynı gibi konuları kapsar. Siteniz herşeyden önce “kolay gezilebilir” olmalıdır.

**“Kolay Gezilebilir”** bir e-ticaret sitesi (ya da sanal dükkan), iyi dekore edilmiş ve ürünleri iyi yerleştirilmiş mağazalar gibi de düşünülebilir!!



# Stratejiler

**Sunucu :** E-Ticaret siteniz; yazı, resim, video, ses vb gibi birçok dosyadan oluşacaktır. Bu dosyalar bir sunucuda durur (web sunucusu). Internet Servis Sağlayıcıları Web Sunucu hizmeti vermektedir. Alternatif olarak sunucuyu kendi kurumunuzda da bulundurabilirsiniz. Bu durumda, internet bağlantı maliyeti, sunucu bakımı vb gibi unsurlar fiyatı biraz arttıracaktır. Bu konuda karar verilmesi gerekir.



# Web Sitesi : Stratejiler

**Yazılım :** Web Sitenizi oluşturmak için gereken yazılımlar da büyük önem taşır. Web sayfası hazırlama, web sitesi yönetimi, grafik editörleri, özel uygulama prıgramları (Flash gibi) ve multimedya uygulama yazılımlarına ihtiyacınız olacaktır..



# Web Sitesi Tasarım Temelleri

- Konvansiyonel ve web üzerindeki varlığınız uyumlu olmalıdır.
- Siteniz kolay okunabilir (sade) olmalıdır.
- Siteniz kolay gezilebilir olmalıdır. Site haritası ve site üzerinde arama aracı sunmalıdır.
- Sitenizdeki tüm web sayfaları birbirine uyumlu bir biçime sahip olmalıdır (consistent layout)
- Web sayfalarınız fazla büyük hacimli olmamalıdır (50 kbyte'tan büyük olmamalıdır)
- Web sayfanız popüler web tarayıcılarıyla düzgün görünmelidir.



# Web Sitesi Tasarım Temelleri

- Web sitenizde okumayı ve dikkati kaçıracı “kayan yazılar” ya da renkleri uyumsuz okunması zor yazılar olmamalıdır.
- Siteniz, farklı ekran çözünürlüklerinde de düzgün görünmelidir. Unutmayın ki, herkes sizin ekran büyüklüğüne ve ekran çözünürlüğüne sahip değil!!!
- Sitenizde “Yapım Aşamasında” ya da “Under Construction” gibi ibareler kullanmaktan kaçının.
- Web sitenizdeki “her sayfada” erişim bilgilerini bulundurun. Firmanızın adresi, telefonu ve özellikle e-posta adresi her sayfada (genellikle sayfaların en altında) görülsün.
- Çok büyük hacimli resim dosyaları kullanmaktan kaçının.

# Web Sitesi İstatistik Bilgi Toplama ve Analiz

- ✓ Siteyi ziyaret eden herkes birtakım izler bırakır :
- ✓ Tarayıcı tipi
- ✓ Ekran çözünürlülüğü
- ✓ İşletim sistemi
- ✓ Doldurulan formlar yoluyla alınan bilgiler
- ✓ Cookie'ler yoluyla alınan bilgiler

# Web Sitesi İstatistik Bilgi Toplama ve Analiz

## Ne Amaçlar İçin Kullanılabilir?

- ✓ Site görünümünü iyileştirme
- ✓ İçerik iyileştirme
- ✓ E-Pazarlama amaçlı analizler

# E-Ticaret Pazarlaması

- ✓ Dijital Bilgi Toplama ve Analizi
  - ⊕ Müşteri bulma, mevcut müşterileri portföyde bulundurma ve müşteri profilini tanımlama
  - ⊕ Hedefe Yönelik Pazarlama
  - ⊕ Güncel Pazar araştırmaları
- ✓ İnternet Üzerinden Reklam Uygulamaları
- ✓ Elektronik Pazar kavramı ve Temelleri

# E-Pazarlama Nedir?

E-Pazarlama;

- tanıtım
- müşteri ilişkileri ve haberleşme
- Pazar analizi
- marka oluşturma
- . . . . .

gibi tüm faaliyetlerin internet üzerinden yapılmasını içerir.

# E-Pazarlama Nedir?

E-Pazarlama, güzel görünümlü web sayfaları yapmaktan çok, müşterilerle on-line haberleşme ve internet araçlarını kullanarak onlarla B2C ya da B2B türü e-ticaret yapma yollarını arar ve bu konularla uğraşır.

Kısacası E-Pazarlama; on-line işinizde müşteri kapmak ve mevcutları korumak için yapılacak tüm faaliyetler olarak tanımlanabilir.

# Pazarlamada ve Tanıtımda İnternet Devrimi

İnternet erişimi olan insanların sayısı her geçen gün artıyor. Bu da, İnternet'i iyi bir pazarlama ortamı olarak tanımlamamıza yol açar. Özellikle e-ticaret kapsamlı ürün ve şirket tanıtımlarında internet kullanmak çok etkin olacaktır.

İnternet, büyüklüğü ne olursa olsun tüm firmaları "eşit" konuma getirir. İyi bir tanıtım ve pazarlama stratejisi ile yeni kurulmuş bir firma, çok köklü firmaları geride bırakabilir.

# Pazarlamada ve Tanıtımda İnternet Devrimi

İnternet üzerinden pazarlama ve tanıtım aşağıdaki ana avantajları sağlar :

- ✓ Küçük ve gelişen işletmeler fiziksel konumlarının dışına genişleyerek müşterilerle daha global ilişkiler kurarlar.
- ✓ Maliyetler düşer.
- ✓ Basın duyuruları, ürün katalogları dağıtımı gibi çok zaman, emek ve para gerektiren işler otomatik olarak, çok hızlı ve hatasız yapılır ve kişiye özel pazarlamalar da mümkün hale gelir.
- ✓ Pazarlama yatırımlarının verimliliği kolay ölçülür ve buna uygun stratejik değişiklik kararları daha hızlı alınabilir.
- ✓ Şirketlere 7x24 web tabanlı müşteri servisleri sunma ve ürün tanıtımı yapma imkanı sunar.



# Web Sitenizin Tanıtımı

Sitenizi oluşturduktan sonra, diğer insanların bundan haberdar olmalarını sağlamak için yapılması gereken bazı şeyler var:

- ✓ Alan adınızı, firmanızın adının geçtiği her yerde kullanın. Kartvizitlerde, ilanlarda, faturalarda ve sipariş formlarında alan adınız da (web adresi) görünsün.
- ✓ Web sitenizin adresini önemli arama motorlarına kaydettirin (Yahoo, Altavista, Lycos, InfoSeek gibi)
- ✓ Müşteri profilinizi de dikkate alarak onların en çok ziyaret ettikleri popöler sitelere bazı banner reklamları da verebilirsiniz.

# Müşteri İlişkileri

İnternet etkin müşteri ilişkileri geliştirmek için çok uygun bir ortam sunar.

Ancak, rakipler yapmış diye panik içinde bir web sayfası yapıp bunu yayınlamak çoğu durumda şirket kataloglarının webe konmasından ibaret olmaktadır. Statik bir web sayfası şirketin web varlığını gösterse de bu özellikle müşterilerle bire bir etkileşimi sağlamaz.