



# FUTURE e-COMMERCE

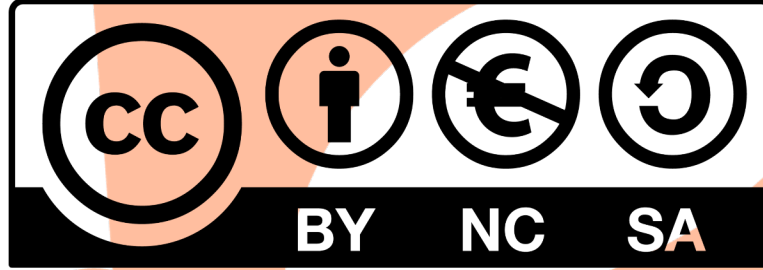
2022-1-R001-KA220-VET-000088579

*Tavsiyeler ve Faydalı Bilgiler  
Küçük İşletme Sahipleri ve Zanaatkarlar için*

This Project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which be made of the information contained therein.



Co-funded by  
the European Union



Bu belge yukarıdaki kurallara uygun olarak kopyalanabilir, çoğaltılabilir veya değiştirilebilir. Buna ek olarak, belgenin yazarlarına ve telif hakkı bildiriminin ilgili tüm bölümlerine açıkça atıfta bulunulmalıdır.

Tüm hakları saklıdır.

© Copyright 2023 Future E-Commerce

# İÇİNDEKİLER

## **BÖLÜM 1** *E-Pazaryerlerinde Faaliyet Gösteren Esnaf ve Sanatkârlar için Öneriler*

**BÖLÜM 1.1** *Doğru Ürünün Seçilmesi*

**BÖLÜM 1.2** *Ürünün Sanal Mağazada Görüntülenmesi*

**BÖLÜM 1.3** *Ürünün Doğru Fiyatlandırılması*

**BÖLÜM 1.4** *Müşteri Memnuniyeti ve Bağlılığının Artırılması*

**BÖLÜM 1.5** *Marka ve Logo Seçimi*

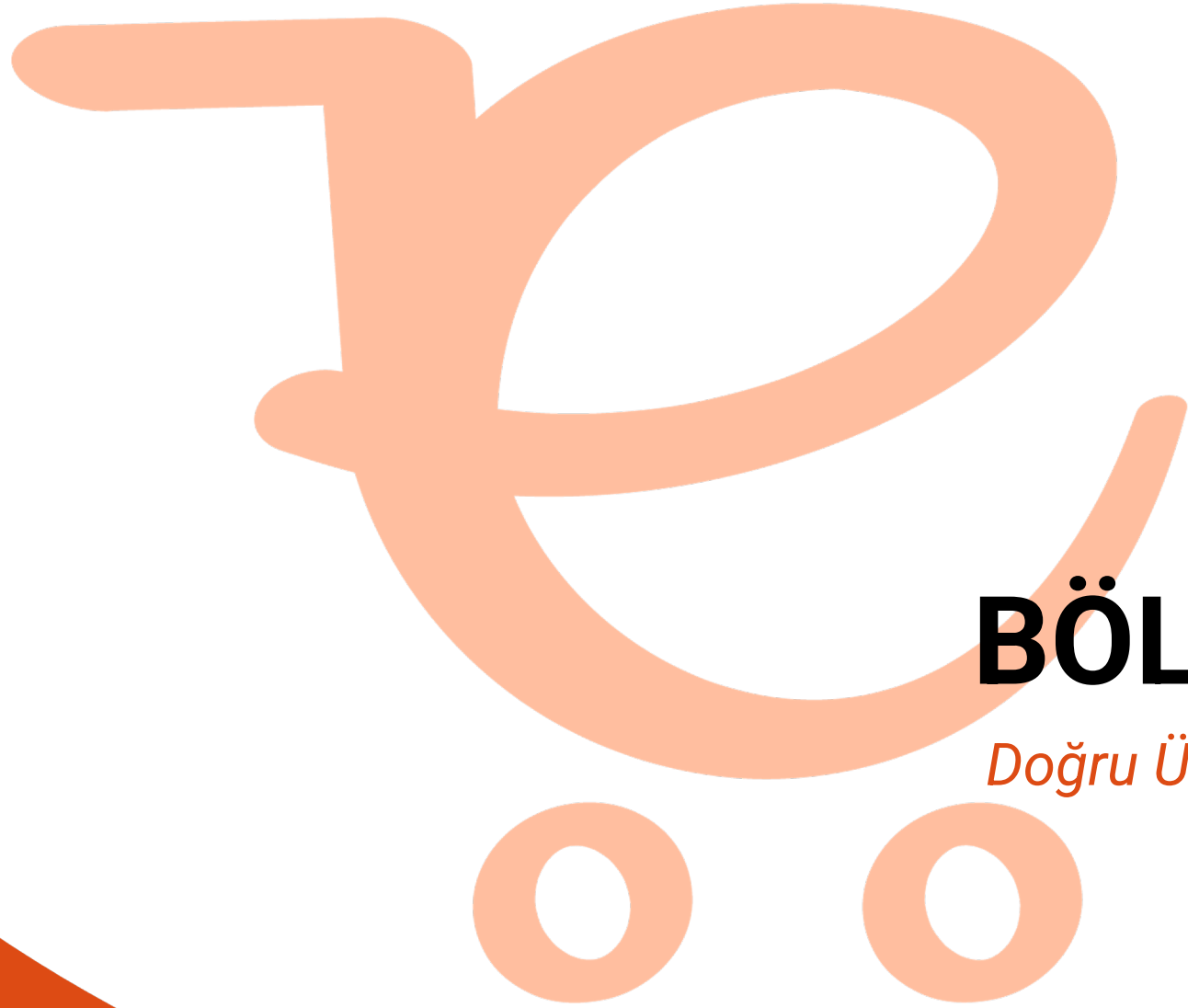
## **BÖLÜM 2** *E-Ticaret Alanında Faaliyet Gösteren Esnaf ve Sanatkârlar İçin Faydalı Bilgiler*

**BÖLÜM 2.1** *E-Ticaret Yapanlara Sağlanan Devlet Desteği*

# BÖLÜM 1

*Türkiye'de Faaliyet Gösteren Esnaf ve Sanatkârlar İçin Tavsiyeler  
E-Pazaryerleri*





# **BÖLÜM 1.1**

*Doğru Ürünün Seçilmesi*

## Bir e-pazaryerinde faaliyet gösteren ve doğru ürünü seçmek isteyen esnaf ve zanaatkârlar için bazı öneriler:

- ❑ **BENZERSİZ VE ÖZGÜN ÜRÜNLER:** Ürünlerinizin benzersizliğini ve özgünlüğünü vurgulayın. E-pazaryerleri çok çeşitli seçenekler sunar, bu nedenle farklı el yapımı veya zanaatkar ürünleri sunmaya odaklanmak rekabette öne çıkmanıza yardımcı olacaktır. El yapımı ürünlerin değerini takdir eden müşterileri çekmek için işçiliği, ayrıntılara gösterilen özeni ve her ürünün arkasındaki hikayeyi vurgulayın.
- ❑ **PAZAR TALEBİNİ ARAŞTIRIN:** Popüler trendleri, müşteri tercihlerini ve yeni ortaya çıkan nişleri belirlemek için kapsamlı bir pazar araştırması yapın. Ne tür el yapımı veya zanaat ürünlerinin yüksek talep gördüğünü analiz edin ve ürün seçiminizi buna göre düzenleyin. Bu araştırma, pazardaki benzersiz tekliflerinizle doldurabileceğiniz potansiyel boşlukları belirlemenize yardımcı olacaktır.
- ❑ **KALİTE VE DAYANIKLILIK:** Seçtiğiniz ürünlerin yüksek kalite standartlarını karşıladığından emin olun. İşçilik ve detaylara gösterilen özen, ürünlerinizin dayanıklılığına ve uzun ömürlülüğüne de yansımalıdır. Müşteriler, düzenli kullanıma dayanabilen iyi yapılmış ürünleri takdir eder ve bu, markanız için olumlu bir itibar oluşturmanıza katkıda bulunacaktır.
- ❑ **FİYATLANDIRMA STRATEJİSİ:** Malzeme maliyetini, üretim süresini, genel giderleri ve makul bir kâr marjını dikkate alan bir fiyatlandırma stratejisi geliştirin. Fiyatlandırmanızın rekabetçi olmasını ve işçiliğinizin değerini yansıtmamasını sağlamak için rakip fiyatlarını araştırın. Müşteriler için sürprizlerden kaçınmak için fiyatlandırma ve nakliye veya özelleştirme ücretleri gibi ek maliyetler konusunda şeffaf olun.

## Bir e-pazaryerinde faaliyet gösteren ve doğru ürünü seçmek isteyen esnaf ve zanaatkârlar için bazı öneriler:

- ❑ **ÜRÜN FARKLILAŞTIRMA:** Özelleştirme seçenekleri veya kişiselleştirilmiş dokunuşlar sunarak ürünlerinizi farklılaştırın. Bu, müşterilerin renk varyasyonlarını seçmelerine izin vermeyi, monogram veya gravür eklemeyi veya ısmarlama hizmetler sunmayı içerebilir. Özelleştirme seçenekleri ürünlerinizin algılanan değerini artırır ve müşterilere sahiplik ve benzersizlik duygusu verir.
- ❑ **MÜŞTERİ YORUMLARI VE REFERANSLARI:** Memnun müşterilerinizi ürünleriniz hakkında yorum ve referans vermeye teşvik edin. Önceki alıcılardan gelen olumlu geri bildirimler potansiyel müşteriler için güven ve güvenilirlik oluşturur. Geçmiş müşterilerin memnuniyetini göstermek için bu yorumları e-pazaryeri vitrininizde veya web sitenizde belirgin bir şekilde sergileyin.
- ❑ **YÜKSEK KALİTELİ ÜRÜN GÖRÜNTÜLERİ:** Ürünlerinizin ayrıntılarını, dokularını ve renklerini doğru bir şekilde yakalayan yüksek kaliteli ürün fotoğraflarına yatırım yapın. Net ve görsel olarak çekici görüntüler, müşteri çekmede ve ürünlerinizin kalitesini ve işçiliğini aktarmada çok önemli bir rol oynar. Ürünü çeşitli bağlamlarda sergilemek için birden fazla açı, yakın çekim ve yaşam tarzı çekimleri ekleyin.
- ❑ **NET ÜRÜN AÇIKLAMALARI:** Temel özellikleri, kullanılan malzemeleri, boyutları ve varsa özel bakım talimatlarını vurgulayan ayrıntılı ve doğru ürün açıklamaları hazırlayın. Sanatsal süreciniz, ilham kaynağınız ve her bir ürünün arkasındaki hikaye hakkında bilgi ekleyin. Şeffaf ve bilgilendirici açıklamalar, müşterilerin bilinçli satın alma kararları vermesine yardımcı olur.

**Müşteri geri bildirimlerini sürekli olarak izlemeyi, ürün seçiminizi pazar trendlerine göre uyarlamayı ve müşterilerinizin ihtiyaçlarını ve tercihlerini anlamak için onlarla açık iletişim kurmayı unutmayın.**

Sürekli olarak yüksek kaliteli, benzersiz ve iyi sunulmuş ürünler sunarak e-pazarda güçlü bir varlık oluşturabilir ve zanaatkar markanıza sadık müşteriler çekebilirsiniz.



<https://www.ecommercenext.org/18-best-marketplaces-for-handmade-goods/>





# **BÖLÜM 1.2**

*Ürünün Sanal Mağazada Görüntülenmesi*



Bunun için günümüzde kullanılan birçok yöntem var. Esnaflar için tavsiye edilebilecek basit ve hızlı yöntemler:

### ÜRÜN FOTOĞRAFÇILIĞI:

- ☑ **KALİTE:** Kaliteli bir fotoğraf makinesi kullanın veya profesyonel bir fotoğrafçı tutun.
- ☑ **TUTARLILIK:** Profesyonel bir görünüm için tüm fotoğraflarda tutarlı bir stili koruyun.
- ☑ **DETAYLAR:** Ürünün detaylarının veya özel özelliklerinin fotoğraflarını ekleyin.

### AÇIKLAMASI:

- ☑ **FAYDALAR:** Ürünün sadece özelliklerine değil, faydalarına da odaklanın.
- ☑ **AÇIKLIK:** Müşterinin kafasını karıştırabilecek karmaşık teknik jargondan kaçının.
- ☑ **SEO:** Arama motoru sıralamasını iyileştirmek için ilgili anahtar kelimeleri ekleyin.

### GÖRSELLEŞTİRME:

- ☑ **ARAÇLAR:** Yüksek kaliteli 3D modeller oluşturmak için özel yazılımlar kullanın.
- ☑ **ETKİLEŞİM:** Daha zengin bir deneyim için kullanıcıların 3D modelle etkileşime girmesine izin verin.

Bunun için günümüzde kullanılan birçok yöntem var. Esnaflar için tavsiye edilebilecek basit ve hızlı yöntemler:

### ÜRÜN VİDEOLARI:

- ❑ **PROFESYONEL:** Kaliteden emin olmak için bir kameraman tutmayı düşünün.
- ❑ **TESTİMONYALLER:** Müşteri referanslarını veya ürünün çalışırken gösterildiği videoları ekleyin.

### KULLANICI ETKİLEŞİMİ

- ❑ **KİŞİSELLEŞTİRME:** Mümkünse ürün özelleştirme seçenekleri sunun.
- ❑ **KULLANIM KOLAYLIĞI:** İnteraktif araçların kullanımının ve anlaşılmasının kolay olduğundan emin olun.

### VR):

- ❑ **SÜRÜKLEYİCİ:** Ürününüzü rakiplerinizden farklılaştırabilecek sürükleyici bir deneyim sunun.
- ❑ **ERİŞİLEBİLİRLİK:** VR deneyiminin kullanıcıların sahip olamayacağı bir donanım gerektirmediğinden emin olun.

Bunun için günümüzde kullanılan birçok yöntem var. Esnaflar için tavsiye edilebilecek basit ve hızlı yöntemler:

### ARTIRILMIŞ GERÇEKLIK (AR):

- ❑ **ENTEGRASYON:** AR'yi alışveriş deneyimine kolayca entegre edin.
- ❑ **TALİMATLAR:** AR özelliklerinin nasıl kullanılacağına dair açık talimatlar sağlayın.

### YORUMLAR & DERECELENDİ

- ❑ **ÖZGÜNLÜK:** Güven oluşturmak için incelemelerin özgün olduğundan emin olun.
- ❑ **YANITLAR:** Hem olumlu hem de olumsuz yorumlara yanıt verin.

### HAREKETE GEÇME ÇAĞRISI

- ❑ **GÖRÜNÜRLÜK:** CTA butonları görünür ve bulunması kolay olmalıdır.
- ❑ **ACİLİYET:** Aciliyet veya kıtlık hissi yaratan metinler kullanın.

Bunun için günümüzde kullanılan birçok yöntem var. Esnaflar için tavsiye edilebilecek basit ve hızlı yöntemler:

### MOBİL OPTİMİZASYON:

- 📌 **DUYARLI:** Mağazanızı farklı ekran boyutlarına uyum sağlayacak şekilde tasarlayın.
- 📌 **HIZ:** Mağazanın mobil cihazlarda hızlı yüklendiğinden emin olun.

### YÜKLEME SÜRELERİ:

- 📌 **OPTİMİZASYON:** Görüntüleri ve videoları kaliteden çok fazla ödün vermeden sıkıştırın.
- 📌 **ALTYAPI:** İyi bir barındırma ve içerik dağıtım ağı (CDN) kullanın.

### OPTİMİZASYONU:

- 📌 **META AÇIKLAMALARI:** Ürün sayfaları için çekici meta açıklamalar yazın.
- 📌 **SİTE YAPISI:** Mağazayı gezinmesi kolay olacak şekilde mantıksal olarak düzenleyin.

Bu stratejileri uygulamak için Shopify, Magento veya WooCommerce gibi bu özelliklerin birçoğuna zaten sahip olan e-ticaret platformlarını kullanmak faydalı olabilir. Bu platformlar ürün sergileme sürecini basitleştirir ve genellikle AR/VR ve gelişmiş özelleştirmeler gibi ek işlevler için eklentiler veya uzantılar sunar.

**Teknoloji trendlerini ve müşteri beklentilerini takip etmek de online mağazanızın çekici ve rekabetçi olmasını sağlamak için çok önemlidir.**



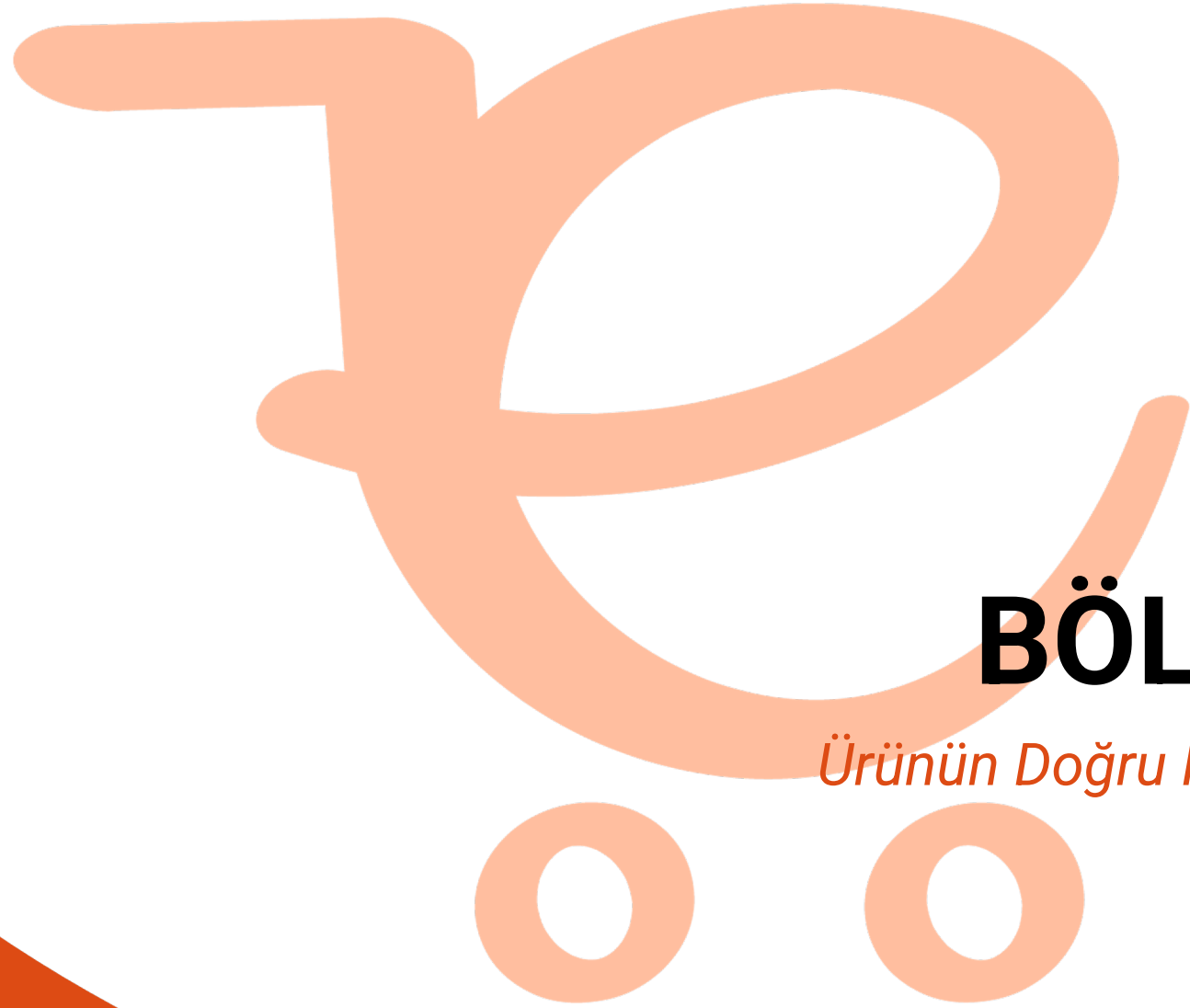
***shopify***



**Magento®**



**COMMERCE**



# **BÖLÜM 1.3**

*Ürünün Doğru Fiyatlandırılması*

**E-ticarette ürünlerin doğru fiyatlandırılması, online işinizin başarısı için çok önemlidir. Maliyetleriniz, rekabet, hedef pazar ve algılanan değer dahil olmak üzere çeşitli faktörleri dikkate alan stratejik bir yaklaşım gerektirir. İşte e-ticaret ürünleriniz için doğru fiyatlandırma stratejisini belirlemenize yardımcı olacak bazı adımlar:**

- ❑ **MALİYET ANALİZİ:** Ürünlerinizi üretmenin veya tedarik etmenin toplam maliyetini hesaplayın. Buna üretim veya toptan satış maliyetleri, nakliye ücretleri, depolama maliyetleri ve ürünün müşterilerinize ulaştırılmasıyla ilgili diğer tüm masraflar dahil edilmelidir.
- ❑ **RAKİP ANALİZİ:** Rakiplerinizin fiyatlandırma stratejilerini araştırın. Benzer ürünleri nasıl fiyatlandıklarını ve herhangi bir indirim veya promosyon sunup sunmadıklarını anlayın. Bu bilgi, fiyatlandırmanızı etkili bir şekilde konumlandırmanıza yardımcı olabilir.
- ❑ **MARKER ARAŞTIRMASI:** Ürünleriniz için hangi fiyat aralığını ödemeye istekli olduklarını belirlemek için hedef pazarınızı analiz edin. Demografik özellikler, gelir düzeyleri ve satın alma davranışları gibi faktörleri göz önünde bulundurun.
- ❑ **DEĞER ÖNERİSİ:** Ürünlerinizin benzersiz satış noktalarını belirleyin. Ürünleriniz özel bir şey sunuyor veya daha yüksek kaliteye sahipse, daha yüksek bir fiyatı haklı çıkarabilirsiniz.
- ❑ **FIYATLANDIRMA STRATEJİLERİ:** **Maliyet artı fiyatlandırma** (üretim maliyetlerinize bir artış ekleyin), **rekabetçi fiyatlandırma** (fiyatları rakiplerinizle uyumlu veya biraz altında belirleyin), **değere dayalı fiyatlandırma** (ürünlerinizi müşterilere sundukları algılanan değere göre fiyatlandırın) veya **dinamik fiyatlandırma** (fiyatları talebe ve arza göre gerçek zamanlı olarak ayarlayın) gibi çeşitli fiyat stratejilerini göz önünde bulundurun.
- ❑ **İNDİRİMLER VE PROMOSYONLAR:** Müşterileri çekmek için ara sıra indirimler veya promosyonlar planlayın. Bunlar, yavaş dönemlerde veya özel günlerde satışları artırmak için stratejik olarak kullanılabilir.
- ❑ **TEST VE OPTİMİZASYON:** Bir fiyatlandırma stratejisiyle başlayın ancak müşteri geri bildirimlerine ve satış verilerine göre bunu ayarlamaya istekli olun. Farklı fiyat noktalarını A/B test etmek, ürünleriniz için en uygun fiyatı bulmanıza yardımcı olabilir.



**E-ticarette ürünlerin doğru fiyatlandırılması, online işinizin başarısı için çok önemlidir. Maliyetleriniz, rekabet, hedef pazar ve algılanan değer dahil olmak üzere çeşitli faktörleri dikkate alan stratejik bir yaklaşım gerektirir. İşte e-ticaret ürünleriniz için doğru fiyatlandırma stratejisini belirlemenize yardımcı olacak bazı adımlar:**

- ❑ **KAR MARJLARINI DÜŞÜNÜN:** Fiyatlandırma stratejinizin rekabetçi kalırken sağlıklı kar marjlarını korumanıza izin verdiğinden emin olun. Maliyetlerinizi karşılayamayacağınız ve kâr edemeyeceğiniz kadar düşük fiyatlar belirlemeyin.
- ❑ **ŞEFFAFLIK:** Fiyatlandırmanız konusunda müşterilerinize karşı şeffaf olun. Gizli ücretler veya beklenmedik maliyetler müşteri memnuniyetsizliğine yol açabilir.
- ❑ **İZLEME VE AYARLAMA:** Satış verilerinizi ve müşteri geri bildirimlerini sürekli izleyin. Fiyatlandırmanızın beklendiği gibi çalışmadığını fark ederseniz, ayarlamalar yapmaya hazır olun.
- ❑ **NAKLIYE MALİYETLERİ:** Kargo maliyetlerinin fiyatlandırma stratejinizi nasıl etkileyeceğini düşünün. Ücretsiz kargo sunabilir ve maliyeti ürün fiyatına dahil edebilir veya kargoyu ayrıca ücretlendirebilirsiniz.
- ❑ **PARA BİRİMİ VE ÖDEME SEÇENEKLERİ:** Uluslararası satış yapıyorsanız, para birimi dönüştürme oranlarına dikkat edin ve küresel bir müşteri tabanına uyum sağlamak için çeşitli ödeme seçenekleri sunun.
- ❑ **YASAL HUSUSLAR:** Fiyatlandırmanızın, bölgenizdeki vergiler ve fiyatlandırma şeffaflığı yasaları da dahil olmak üzere ilgili tüm yasa ve yönetmeliklere uygun olduğundan emin olun.

**Fiyatlandırmanın tek seferlik bir karar değil, işiniz ve piyasa koşulları değiştikçe gelişmesi gereken devam eden bir süreç olduğunu unutmayın. E-ticaret ortamında rekabetçi ve kârlı kalmak için fiyatlandırma stratejinizi düzenli olarak gözden geçirin ve ayarlayın.**

# BÖLÜM 1.4

*Müşteri Memnuniyeti ve Bağlılığının Artırılması*



E-ticarette müşteri memnuniyetini ve sadakatini artırmak uzun vadeli başarı için çok önemlidir. Memnun ve sadık müşteriler yalnızca tekrar alışveriş yapmakla kalmaz, aynı zamanda marka savunucuları olarak hizmet verir ve ağızdan ağıza pazarlama yoluyla yeni müşterilerin çekilmesine yardımcı olur. İşte e-ticaret işinizde müşteri memnuniyetini ve sadakatini artırmanıza yardımcı olacak bazı stratejiler:

### MÜŞTERİ HİZMETİ SUNMAK:

- ☐ Sohbet, e-posta ve telefon dahil olmak üzere çeşitli kanallar aracılığıyla hızlı ve yardımcı müşteri desteği sunun.
- ☐ Destek ekibinizi müşteri endişelerini ve sorularını ele alırken bilgili ve empatik olmaları için eğitin.
- ☐ Temel sorular için 7/24 destek sağlamak üzere sohbet robotlarını ve yapay zeka odaklı araçları kullanın.

### ALIŞVERİŞ DENEYİMİNİ KİŞİSELLEŞTİRİN:

- ☐ Müşteri tercihleri ve davranışları hakkında bilgi toplamak için veri analitiğini kullanın.
- ☐ Tarama ve satın alma geçmişlerine göre ürünler önerin.
- ☐ Müşterilere değerli olduklarını hissettirmek için iletişimde onlara isimleriyle hitap edin.

E-ticarette müşteri memnuniyetini ve sadakatini artırmak uzun vadeli başarı için çok önemlidir. Memnun ve sadık müşteriler yalnızca tekrar alışveriş yapmakla kalmaz, aynı zamanda marka savunucuları olarak hizmet verir ve ağızdan ağıza pazarlama yoluyla yeni müşterilerin çekilmesine yardımcı olur. İşte e-ticaret işinizde müşteri memnuniyetini ve sadakatini artırmanıza yardımcı olacak bazı stratejiler:

## VE MOBİL DENEYİMİ OPTİMİZE

- Web sitenizin kullanıcı dostu olduğundan, hızlı yüklendiğinden ve mobil uyumlu olduğundan emin olun.
- Ödeme sürecini basitleştirerek sürtünmeyi ve terk edilen alışveriş sepetlerini azaltın.
- Güven oluşturmak için ürün incelemelerini ve derecelendirmelerini görüntüleyin.

## REKABETÇİ FİYATLANDIRMA VE İNDİRİMLER SUNUYORUZ:

- Rakiplerinizin fiyatlarını izleyin ve kendi fiyatlarınızı buna göre ayarlayın.
- Sürekli müşteriler için özel indirimler veya sadakat programları sağlayın.
- Talebe ve envantere dayalı dinamik fiyatlandırma stratejileri uygulayın.

E-ticarette müşteri memnuniyetini ve sadakatini artırmak uzun vadeli başarı için çok önemlidir. Memnun ve sadık müşteriler yalnızca tekrar alışveriş yapmakla kalmaz, aynı zamanda marka savunucuları olarak hizmet verir ve ağızdan ağıza pazarlama yoluyla yeni müşterilerin çekilmesine yardımcı olur. İşte e-ticaret işinizde müşteri memnuniyetini ve sadakatini artırmanıza yardımcı olacak bazı stratejiler:

### ŞEFFAFLIK VE GÜVENİLİRLİK:

- ☐ Nakliye masraflarını, iade politikalarını ve teslimat sürelerini açıkça belirtin.
- ☐ SSL sertifikaları ve güvenli ödeme seçenekleri gibi güven sinyallerini sergileyin.
- ☐ Duygusal bir bağ kurmak için markanızın hikayesini ve değerlerini paylaşın.

### KALITELİ ÜRÜN AÇIKLAMALARI

- ☐ Ayrıntılı ve doğru ürün açıklamaları sağlayın.
- ☐ Ürünleri çeşitli açılardan sergilemek için yüksek kaliteli görseller ve videolar kullanın.
- ☐ Kullanıcı yorumları ve resimler gibi müşteri tarafından oluşturulan içerikleri ekleyin.

E-ticarette müşteri memnuniyetini ve sadakatini artırmak uzun vadeli başarı için çok önemlidir. Memnun ve sadık müşteriler yalnızca tekrar alışveriş yapmakla kalmaz, aynı zamanda marka savunucuları olarak hizmet verir ve ağızdan ağıza pazarlama yoluyla yeni müşterilerin çekilmesine yardımcı olur. İşte e-ticaret işinizde müşteri memnuniyetini ve sadakatini artırmanıza yardımcı olacak bazı stratejiler:

### GERİ BİLDİRİM VE YORUMLAR:

- ❑ Müşterileri yorum ve puan bırakmaya teşvik edin.
- ❑ Hem olumlu hem de olumsuz geri bildirimlere derhal ve profesyonelce yanıt verin.
- ❑ Ürün ve hizmetlerinizde iyileştirmeler yapmak için geri bildirimleri kullanın.

### E-POSTA PAZARLAMA VE BÜLTEN:

- ❑ E-posta yoluyla kişiselleştirilmiş ürün önerileri ve teklifler gönderin.
- ❑ Farklı müşteri segmentlerine alakalı içerik göndermek için e-posta listenizi segmentlere ayırın.
- ❑ Potansiyel müşterileri beslemek ve müşterilerle etkileşim kurmak için e-posta pazarlama otomasyonunu kullanın.

E-ticarette müşteri memnuniyetini ve sadakatini artırmak uzun vadeli başarı için çok önemlidir. Memnun ve sadık müşteriler yalnızca tekrar alışveriş yapmakla kalmaz, aynı zamanda marka savunucuları olarak hizmet verir ve ağızdan ağıza pazarlama yoluyla yeni müşterilerin çekilmesine yardımcı olur. İşte e-ticaret işinizde müşteri memnuniyetini ve sadakatini artırmanıza yardımcı olacak bazı stratejiler:

- ❑ Sosyal medya platformlarında aktif bir varlık sürdürmek.
- ❑ Yorumlara, mesajlara ve bahsedenlere yanıt vererek müşterilerle etkileşim kurun.
- ❑ Kullanıcı tarafından oluşturulan içerikleri paylaşın ve sosyal medya yarışmaları veya eşantyonlar düzenleyin.

### İNİVENİLİR GÖNDERİR

- ❑ Mümkün olduğunda hızlandırılmış ve ücretsiz kargo dahil olmak üzere birden fazla kargo seçeneği sunun.
- ❑ Müşterilerin siparişlerini izleyebilmeleri için gerçek zamanlı takip bilgileri sağlayın.
- ❑ Gerçekçi teslimat beklentileri belirleyin ve bunları karşılayın veya aşın.

E-ticarette müşteri memnuniyetini ve sadakatini artırmak uzun vadeli başarı için çok önemlidir. Memnun ve sadık müşteriler yalnızca tekrar alışveriş yapmakla kalmaz, aynı zamanda marka savunucuları olarak hizmet verir ve ağızdan ağıza pazarlama yoluyla yeni müşterilerin çekilmesine yardımcı olur. İşte e-ticaret işinizde müşteri memnuniyetini ve sadakatini artırmanıza yardımcı olacak bazı stratejiler:

### SADAKAT PROGRAMLARI:

- ❑ Müşterileri tekrar satın almaları için ödüllendiren bir sadakat programı uygulayın.
- ❑ Puanlar, indirimler veya premium içerik veya ürünlere özel erişim sunun.
- ❑ Programı anlaşılması ve katılımı kolay hale getirin.

Bu stratejileri uygulayarak ve genel müşteri deneyimini geliştirmeye odaklanarak, e-ticaret işinizde müşteri memnuniyetini ve sadakatini artırabilir, uzun vadeli büyüme ve başarı sağlayabilirsiniz.

### SÜREKLİ İYİLEŞTİRME:

- ❑ Düzenli olarak müşteri geri bildirimini toplayın ve anketler düzenleyin.
- ❑ Müşteri deneyimindeki iyileştirme alanlarını belirlemek için analitiği kullanın.
- ❑ Değişiklik yapmaya ve gelişen müşteri ihtiyaç ve tercihlerine uyum sağlamaya açık olun.





# **BÖLÜM 1.5**

*Marka ve Logo Seçimi*



**Bir işletme için marka ve logo seçmek dikkat ve özen gerektiren önemli bir süreçtir. İki anahtar kelime vardır: araştırma ve karşılaştırma; genellikle bir üçüncüsü de eşlik eder: fantezi. İşte markanızı ve logonuzu seçmenize yardımcı olacak bazı ipuçları:**

- ❑ **KURUMSAL KİMLİK VE DEĞERLERİ TANIMLAYIN:** Bir marka ve logo seçmeden önce, kurumsal kimlik ve değerleri anlamak çok önemlidir. Kendinize şirketin hedeflerinin, misyonunun ve kişiliğinin ne olduğunu sorun. Bu bilgiler, şirketin imajını ve değerlerini en iyi şekilde temsil eden bir marka ve logo oluşturmanıza yardımcı olacaktır.
- ❑ **PAZARI VE RAKİPLERİ ARAŞTIRIN:** Markanızı benzersiz ve farklılaştırılmış bir şekilde nasıl konumlandıracağınızı anlamak için derinlemesine pazar ve rakip araştırması yapın. Ayırt edici unsurları belirlemek için rakip markaları analiz edin ve markanız ve logonuz için yaratıcı fikirler bulun.
- ❑ **AYIRT EDİCİ BİR MARKA VE LOGO YARATIN:** Benzersiz ve ayırt edici bir marka ve logo oluşturmaya çalışın. İletmek istediğiniz imajla uyumlu ve rekabette öne çıkan renkler, şekiller, tipografi ve stiller seçin. Sadelik, markanızın ve logonuzun kolayca tanınabilir ve akılda kalıcı olmasını sağlamada önemli bir unsur olabilir.
- ❑ **ŞİRKETİN KİŞİLİĞİNİ YANSITIN:** Marka ve logonun şirketin kişiliğini yansıttığından emin olun. İşletme resmi ve profesyonelse, marka ve logo bu imajla tutarlı olmalıdır. Tersine, şirket genç ve yenilikçi ise, marka ve logo dinamizm ve yaratıcılığı yansıtmalıdır. Hedef kitle ile duygusal bir bağ oluşturmak için marka ve logonun şirketin kimliği ile uyumlu olması önemlidir.

**Bir işletme için marka ve logo seçmek dikkat ve özen gerektiren önemli bir süreçtir. İki anahtar kelime vardır: araştırma ve karşılaştırma; genellikle bir üçüncüsü de eşlik eder: fantezi. İşte markanızı ve logonuzu seçmenize yardımcı olacak bazı ipuçları:**

❑ **UYARLANABİLİRLİK VE ÖLÇEKLENEBİLİRLİĞİ DİKKATE ALIN:**

**Markanızın** ve logonuzun uyarlanabilir ve ölçeklenebilir olduğundan emin olun. Hem çevrimiçi hem de çevrimdışı farklı platformlarda ve web sitesi, antetli kağıt, sosyal medya vb. gibi farklı iletişim ortamlarında iyi çalışmalıdırlar. Ayrıca, gelecekte işinizi büyütmeyi veya değiştirmeyi düşünün ve markanızın ve logonuzun işinizle birlikte gelişebilecek esnekliğe sahip olduğundan emin olun.

❑ **GERİ BİLDİRİM TOPLAYIN:** Güvendiğiniz kişilerden, iş arkadaşlarınızdan veya harici danışmanlardan geri bildirim ve görüş isteyin. Diğer kişilerin görüşleri daha fazla perspektif sağlayabilir ve önerilen marka ve logodaki sorunları veya güçlü yönleri belirlemeye yardımcı olabilir.

❑ **TASARIM PROFESYONELLERİYLE ÇALIŞIN:**

İmkanınız varsa, markanızı ve logonuzu oluşturmak için profesyonel tasarımcılarla veya marka ajanslarıyla çalışın. Profesyoneller, şirketinizin kimliğini ve değerlerini yansıtan başarılı bir marka ve göz alıcı bir logo oluşturmak için gerekli beceri ve deneyime sahiptir.



Marka ve logonun şirketin görsel kimliğini temsil ettiğini ve uzun vadede onunla ilişkilendirileceğini unutmayın. Bu nedenle, zaman içinde şirketinizin itibarını ve tanınırlığını artırmaya yardımcı olacak bilinçli ve doğru bir seçim yapmak için zaman ve kaynak ayırmak önemlidir.

Özellikle **isimlendirme**, bir logo ve görsel kimliğin yanı sıra, markanızın başarısını belirleyebilecek ve yankı uyandıracak uygun stratejilerle dışarıya iletmeye hazır temelini belirler.

*Coca-Cola*

**PUMA**

*Lay's*



**Hazır bir reçetenin olmadığı ve araştırma sırasında yönergelerin bağlamsal ve bazen de kişisel değerlendirmelerin içinde kaybolduğu doğruysa, bir marka adı seçmek için beraberinde pek çok sağduyu getiren ve yararlanmamanın aptallık olacağı gelenekler olduğu da doğrudur. Şimdi bunlardan bazılarını görelim:**

- ❑ **AKRONİMLERE DİKKAT EDİN:** Neredeyse her zaman soğuk ve gayri şahsi olurlar, gerçek ismi gizlerler ve muhtemelen farklı anlamlara sahip diğer mevcut kısaltmalarla örtüşürler; dikkatle ve yalnızca gerçekten geçerli bir alternatif yoksa kullanılmalıdırlar.
- ❑ **ÇOK UZUN İSİMLERDEN KAÇININ:** Belki de birçok kelimededen oluşan uzun bir ismi kimse bütünüyle hatırlamaz. Bir ya da üç kelimededen daha kısa bir isim seçin; böylece insanların unutmaması ya da konuşurken kolaylık olsun diye kesip atması daha zor olacaktır. Kuralı bir ipucu olarak alın ve kurala bir istisna yapıp yapamayacağınızı anlamak için her zaman eleştirel bir yargı uygulayın.
- ❑ **ÇOK KARMAŞIK KELİMELERDEN KAÇININ:** Öncelikle hitap edeceğiniz hedefin kim olduğunu kendinize sorun ve ardından seçtiğiniz ismin telaffuzu ve yazımı için yeterli mi yoksa aşırı karmaşık mı olduğunu anlamaya çalışın. Bu sadece yabancı kelimelerin kullanımı için geçerli değildir.
- ❑ **ÇAĞRIŞTIRICI BİR İSİM SEÇİN:** Kelimeler büyük bir güce sahiptir, bu nedenle şirketinizle ilişkilendirilmesini istediğiniz değerleri ve imgeleri ifade eden bir isim seçin: isminiz müşterilerinize ve sizi takip edenlere hitap edebilmelidir.
- ❑ **BAŞKASININ KİMLİĞİNİ ÇALMAYIN:** Başka bir marka zaten bu isme sahipse, özellikle de bilinen, tarihi bir isimse veya size yakın çalışan biri tarafından benimsenmişse, unutun gitsin. Büyük sosyal ağlarda (Facebook, Instagram, vb.) zaten meşgulken ve/veya bir İnternet sitesine sahip olmak için gerekli olan alan adı zaten birine aitken bir isim seçmek faydasızdır. Daha genel olarak: başkalarının kimliğini istismar etmeyin. Yasal risklere ek olarak, başkasının ikizi olmak, kendi kimliğinize sahip olmamak, onu geliştirmek için daha fazla çalışmak ve hatta kötü bir itibar oluşturmak anlamına gelir.

Bir **logoya** sahip olmak ve onu nasıl kullanacağınızı bilmek bile rakipler arasında tanınmak için en temel ve etkili çözümlerden biridir, kurumsal imajın veya bir faaliyetin en küçük ve en sentetik unsurudur ve marka kimliğinin dayandığı temellerden birini oluşturur.

Her logo farklıdır, farklı bir kitleye hitap eder ve genellikle tekrarlanamayan farklı bir coğrafi ve zamansal bağlamda hareket eder.

Bu nedenle, çoğu sektörde potansiyel müşterilerin zihninde bir şekilde yankı uyandıran görsel unsurlara dayanması arzu edilse bile, bir logonun neyi temsil etmesi ve dolayısıyla ne iletmesi gerektiğini belirleyen katı kurallar yoktur.

Bununla birlikte, mükemmel bir logo kılavuzu olmamasına rağmen, profesyonel tasarımcıların müşterilerine dikilmiş logolar oluşturmak için nasıl yararlanacaklarını bildikleri ve onları doğaçlama bir amatör tarafından yapılan çalışmalardan ayıran bazı önlemler ve bazı yönergeler vardır.

Tasarımın temelinde rasyonel bir yöntem ve sadece sahibinin estetik zevkine cevap veren küçük bir çizim yapmadığınızın, takip edilmesi gereken kesin hedefleri olan bir iletişim aracı yarattığınızın farkındalığı olmalıdır.

Bu hedefler dikkate alındığında, tüm uygunsuz seçenekleri otomatik olarak dışlayan ve yalnızca geriye kalan birkaç uygulanabilir yolu aydınlatan birçok tasarım kısıtlamasının kesişiminden bir logo ortaya çıkar.

Konumlandırma (kurumsal hedeflerle ve müşteri hedefiyle tutarlılık), tanınma (rekabette farklılaşma, referans sektörle tutarlılık), yasal (halihazırda tescilli ticari markalar üzerindeki haklara saygı) ve teknik (küçük boyutta uyum ve okunabilirlik) ihtiyaçları vardır. Bu ve diğer kısıtlamalara bazen müşterinin vazgeçmek istemediği belirli figüratif taleplerinden kaynaklanan bazı keyfi koşullar da eklenmektedir.

# BÖLÜM 2

*Türkiye'de Faaliyet Gösteren Esnaf ve Sanatkarlar İçin Faydalı  
Bilgiler*

*E-Ticaret*



- ❑ **İŞLETME KAYDI:** Bir ticari kuruluş olarak uygun şekilde kayıtlı olduğunuzdan emin olun. İşletmenizin ölçeğine ve yapısına bağlı olarak, şahıs şirketi, limited şirket (SRL) veya başka bir uygun yasal form olarak kaydolmayı seçebilirsiniz. Kayıt, Ticaret Sicil Dairesi aracılığıyla yapılabilir.
- ❑ **VERGİLENDİRME:** Ulusal vergi kanunları ve yükümlülükleri hakkında bilgi edinin. Yıllık cironuz belirli bir eşiği aşıyorsa KDV (Katma Değer Vergisi) için kayıt yaptırmanız gerekecektir. Doğru mali kayıtların tutulması vergi uyumu için çok önemlidir.



- ❑ **ONLINE PAZAR YERLERİ:** El sanatlarınızı Etsy veya eBay gibi çevrimiçi pazarlarda satmayı planlıyorsanız, bu platformların hüküm ve koşullarını inceleyin. Ücretler, nakliye, iadeler ve müşteri hizmetleri ile ilgili politikalarına uyun.
- ❑ **TÜKETİCİNİN KORUNMASI:** Bir e-ticaret satıcısı olarak, ulusal ve AB tüketici koruma yasalarına uymalısınız. Bu, net ürün bilgileri sağlamayı, iade ve garanti politikalarını yerine getirmeyi ve müşteri şikayetlerini derhal ele almayı içerir.
- ❑ **ÖDEME İŞLEMLERİ:** Müşterileriniz için güvenli ve güvenilir ödeme seçenekleri oluşturun. PayPal veya Stripe gibi popüler ödeme ağ geçitleri e-ticarette yaygın olarak kullanılır.
- ❑ **FİKRİ MÜLKİYET:** Varsa, ticari markalar veya telif hakkı gibi fikri mülkiyet haklarınızı koruyun. Yarattıklarınızda başkalarının fikri mülkiyet haklarını ihlal etmemeye dikkat edin.
- ❑ **NAKLIYE VE LOJİSTİK:** Ürünlerinizin zamanında teslim edilmesini sağlamak için güvenilir bir nakliye ve lojistik ortağı seçin. Hem yurt içi hem de uluslararası siparişler için nakliye düzenlemeleri ve maliyetleri hakkında bilgi edinin.
- ❑ **ONLINE PAZARLAMA:** El sanatlarınızı tanıtmak için bir online pazarlama stratejisi geliştirin. Bu, bir web sitesi oluşturmayı veya ürünlerinizi sergilemek için sosyal medya platformlarını kullanmayı içerebilir.



- ❑ **VERİ KORUMA:** Müşteri verilerini topluyor ve işliyorsanız, Genel Veri Koruma Yönetmeliği (GDPR) gibi veri koruma yasalarına uymanız gerekir. Müşteri bilgilerini koruyun ve gerekirse yasal tavsiye alın.
- ❑ **MÜŞTERİ HİZMETLERİ:** Mükemmel müşteri hizmeti sağlayın. Müşteri sorularına derhal yanıt verin ve her türlü sorunu veya endişeyi ele alın. Olumlu yorumlar ve ağızdan ağıza yayılan tavsiyeler çevrimiçi işinizi büyütmenize yardımcı olabilir.

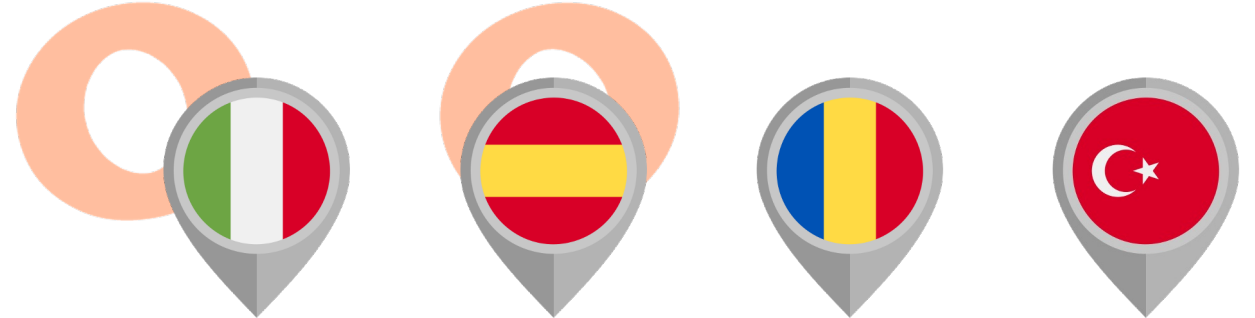


- ❑ **YASAL UYUMLULUK:** Ulusal ve AB e-ticaret düzenlemelerindeki değişiklikler hakkında bilgi sahibi olun. Uyumluluğu sağlamak için hüküm ve koşullarınızı, gizlilik politikanızı ve diğer yasal belgelerinizi düzenli olarak gözden geçirin ve güncelleyin.
- ❑ **FİNANSAL YÖNETİM:** Mali durumunuzu akıllıca yönetin. Gelir ve giderlerinizi takip edin ve finansal istikrarı sağlamak için finansal danışmanlık veya muhasebe hizmetleri almayı düşünün.
- ❑ **AĞ KURMA:** Esnaf ve zanaatkârlardan oluşan yerel ve çevrimiçi topluluklara katılın. Ağ oluşturma değerli destek, tavsiye ve işbirliği fırsatları sağlayabilir.
- ❑ **KALİTELİ VE EŞSİZ ÜRÜNLER:** Sizi rakiplerinizden ayıran yüksek kaliteli ve benzersiz ürünler yaratmaya odaklanın. İşçiliğiniz ve tekliflerinizin benzersizliği önemli bir satış noktası olabilir.
- ❑ **GERİ BİLDİRİM VE ADAPTASYON:** Müşteri geri bildirimlerine ve pazar trendlerine dikkat edin. Ürün tekliflerinizi ve iş stratejilerinizi buna göre uyarlayın.



# BÖLÜM 2.1

*E-Ticaret Yapanlara Sağlanan Devlet Desteği*



# İTALYA

İtalya'da hükümet, e-ticaret yapanlara farklı türde destekler sağlamaktadır. Devlet desteğinin bazı örnekleri şunlardır:

- ❑ **VERGİ İNDİRİMLERİ:** İtalyan hükümeti e-ticaret işletmeleri için özel vergi indirimleri sunmaktadır. Örneğin, şirketler dijital teknolojilere yapılan yatırımlar, yazılım ve donanım alımları ile eğitim ve danışmanlık giderleri için vergi indirimlerinden yararlanabilmektedir.
- ❑ **FON VE TEŞVİKLER:** E-ticaret faaliyetleri yürüten işletmeler için devlet finansmanı ve teşvik programları mevcuttur. Bu, e-ticaret sektöründe gelişim ve yeniliği teşvik etmek için hibeler, yumuşak krediler veya hibeleri içerebilir. Örneğin, İtalyan Ulusal Toparlanma ve Dayanıklılık Planı bağlamında, KOBİ'lerin yabancı ülkelerde e-ticaretinin geliştirilmesi, e-ticaret platformlarının ve web pazarlamasının geliştirilmesi için %40'a varan geri ödemesiz hibeler ile Plan tarafından öngörülen finansal araçların başlıklarından birini oluşturmaktadır.
- ❑ **İHRACAT DESTEĞİ:** İtalyan hükümeti, e-ticaret işlerini uluslararası alanda genişletmek isteyen işletmelere özel destek sağlamaktadır. Bu destekler arasında danışmanlık hizmetleri, ihracat vergisi indirimleri ve uluslararası ticaret fuarlarına katılım desteği sayılabilir.
- ❑ **EĞİTİM VE DANIŞMANLIK:** Girişimcilerin e-ticaretin dinamiklerini daha iyi anlamalarına ve sektöre özgü beceriler geliştirmelerine yardımcı olmak için eğitim ve danışmanlık programları mevcuttur. Bu, kurslar, atölye çalışmaları, web seminerleri veya uzman profesyonellerin yardımı yoluyla sağlanabilir.
- ❑ **DÜZENLEMELER VE TÜKETİCİNİN KORUNMASI:** İtalyan hükümeti, e-ticareti düzenlemek ve tüketicileri korumak için özel düzenlemeler oluşturmuştur. Buna gizlilik ve kişisel verilerin korunmasına ilişkin yasalar, cayma hakkına ilişkin kurallar ve çevrimiçi satın alınan ürünlerin garantileri dahildir. Kişisel Verilerin Korunması Kurumu, İtalya'da kişisel verilerin korunmasından sorumlu devlet kurumudur.

# İTALYA



Devlet destek politikalarının zaman içinde değişebileceğini ve değişikliğe tabi olabileceğini unutmamak önemlidir. Bu nedenle, İtalya'daki e-ticaret işletmeleri için mevcut destek fırsatları hakkında güncel bilgi edinmek için İtalyan hükümetinin ve ilgili kuruluşların resmi kaynaklarına başvurmanız tavsiye edilir.



<https://www.agenziaentrate.gov.it/portale/imprese/agevolazioni>

<https://www.mimit.gov.it/index.php/it/incentivi-mise>

<https://www.invitalia.it/>

<https://www.simest.it/per-le-imprese/finanziamenti-agevolati-pnrr/sviluppo-ecommerce-pmi-estero/>

<https://export.gov.it/> | <https://www.sostegnoexport.it/>

<https://www.anpal.gov.it/formazione> | <https://www.garanteprivacy.it/>

# İSPANYA

İspanyol hükümeti, e-ticaret yapan bireylere ve işletmelere çeşitli destek ve girişimler sağlamaktadır. İşte mevcut desteklerden bazı örnekler:

- ❑ **MALİ YARDIM PROGRAMLARI:** İspanyol hükümeti, e-ticaretin büyümesini teşvik etmek için mali destek programları, hibeler ve krediler sunmaktadır. Bu programlar, işletmelerin web sitesi geliştirme, çevrimiçi pazarlama, dijital dönüşüm ve e-ticaret altyapısı ile ilgili maliyetleri karşılamasına yardımcı olmayı amaçlamaktadır.
- ❑ **EĞİTİM VE ÖĞRETİM:** Hükümet, e-ticaretle uğraşan bireylerin ve işletmelerin dijital becerilerini ve bilgilerini geliştirmek için eğitim programları ve atölye çalışmaları sağlamaktadır. Bu girişimler e-ticaret uygulamalarını, dijital pazarlama stratejilerini, çevrimiçi güvenliği ve müşteri katılımını geliştirmeyi amaçlamaktadır.
- ❑ **DİJİTAL DÖNÜŞÜM VE İNOVASYON:** İspanyol hükümeti, teknolojik gelişmeleri ve dijital çözümlerin benimsenmesini teşvik eden girişimleri destekleyerek dijital dönüşümü ve inovasyonu teşvik etmektedir. Buna e-ticaret platformlarının uygulanması, dijital ödeme sistemlerinin entegre edilmesi ve e-ticaret amacıyla yapay zeka veya blok zinciri gibi yeni teknolojilerden yararlanılması da dahildir.
- ❑ **DÜZENLEYİCİ DESTEK:** Hükümet, e-ticaret için uygun bir düzenleyici ortam yaratmaya çalışmaktadır. Tüketicileri koruyan, adil rekabeti sağlayan ve güvenli çevrimiçi işlemleri teşvik eden yasa ve yönetmelikler oluşturur. Hükümet, net yönergeler ve yasal çerçeveler sağlayarak, işletmelerin uyumluluğu korurken e-ticaretin karmaşıklıklarını aşmalarına yardımcı olur.

# İSPANYA

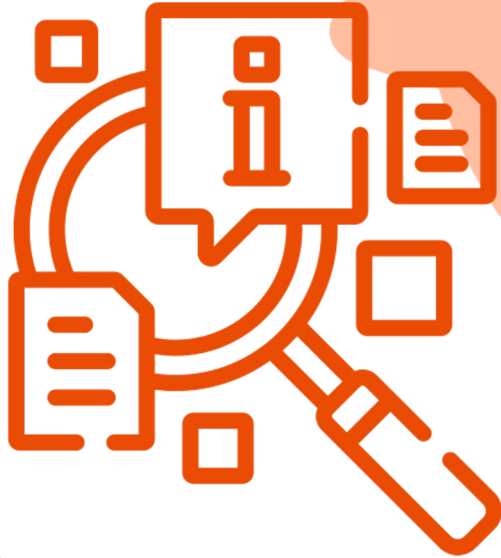
İspanyol hükümeti, e-ticaret yapan bireylere ve işletmelere çeşitli destek ve girişimler sağlamaktadır. İşte mevcut desteklerden bazı örnekler:

- ❑ **DÜZENLEYİCİ DESTEK:** Hükümet, e-ticaret için uygun bir düzenleyici ortam yaratmaya çalışmaktadır. Tüketicileri koruyan, adil rekabeti sağlayan ve güvenli çevrimiçi işlemleri teşvik eden yasa ve yönetmelikler oluşturur. Hükümet, net yönergeler ve yasal çerçeveler sağlayarak, işletmelerin uyumluluğu korurken e-ticaretin karmaşıklıklarını aşmalarına yardımcı olur.
- ❑ **ULUSLARARASILAŞMA VE İHRACAT DESTEĞİ:** İspanyol hükümeti, e-ticaret yapan işletmeleri ulusal sınırların ötesine ulaşmaları için teşvik etmektedir. Destek programları pazar araştırmalarını, uluslararası tanıtımı, ticaret fuarlarına ve sergilere katılımı ve ihracat ağlarına ve kaynaklarına erişimi kolaylaştırır.
- ❑ **İŞBİRLİĞİ AĞLARI VE PLATFORMLARI:** Hükümet, e-ticaret işletmelerinin bilgi paylaşabileceği, deneyim alışverişinde bulunabileceği ve projeler üzerinde işbirliği yapabileceği işbirliği ağlarının ve platformlarının kurulmasını kolaylaştırır. Bu ağlar, işletmelerin büyümesi ve birbirlerinden öğrenmesi için destekleyici bir ortam sağlar.
- ❑ **ARAŞTIRMA VE GELİŞTİRME FONU:** İspanyol hükümeti e-ticaretle ilgili araştırma ve geliştirme projeleri için fon sağlamaktadır. Bu, işletmelerin yenilik yapmalarına, yeni teknolojiler geliştirmelerine ve dijital pazardaki rekabet güçlerini artırmalarına yardımcı olur.

# İSPANYA



İspanya'da e-ticaret yapan bireyler ve işletmeler için mevcut çeşitli destek programları ve girişimler hakkında güncel bilgi sahibi olmak önemlidir. Devlet web siteleri, iş geliştirme ajansları ve sektör dernekleri, belirli destek programları ve uygunluk kriterleri hakkında bilgiye erişmek için değerli kaynaklardır. Bu kaynaklara başvurmak, girişimcilerin ve işletmelerin e-ticaret faaliyetlerini geliştirmek ve büyümelerini sağlamak için İspanyol hükümeti tarafından sağlanan desteklerden yararlanmalarına yardımcı olabilir.



<https://comercio.gob.es/es-es/prtr-comercio/Paginas/Plan-de-Recuperacion-Comercio.aspx>

<https://planderecuperacion.gob.es/noticias/el-gobierno-lanza-la-primera-convocatoria-de-ayudas-del-programa-kit-digital>

<https://comercio.gob.es/ComercioInterior/Observatorio/Paginas/default.aspx>

<https://www.youtube.com/watch?v=QtZVtM-HVU0>

# ROMANYA

Romanya'da e-ticaret yapan bireyler ve işletmeler için devlet desteği, mali teşvikler, eğitim programları ve düzenleyici çerçeveler dahil olmak üzere çeşitli şekillerde olabilir:

- ❑ **MALİ TEŞVİKLER:** Romanya hükümeti, çeşitli programlar aracılığıyla, e-ticaret işletmelerinin gelişimini desteklemek için mali teşvikler ve hibeler sağlayabilir. Bu teşvikler dijitalleşme, teknolojinin benimsenmesi ve ihracat teşviki için hibeleri içerebilir.
- ❑ **E-TİCARET PLATFORMLARI VE PAZAR YERLERİ:** Hükümet, e-ticaret platformlarının ve pazar yerlerinin geliştirilmesini destekleyerek işletmelerin çevrimiçi varlık göstermelerini kolaylaştırabilir. Bu tür platformlar küçük işletmeler ve zanaatkarlar için uygun maliyetli çözümler sunabilir.
- ❑ **EĞİTİM VE ÖĞRETİM:** Dijital okuryazarlık ve e-ticaret becerilerini geliştirmeyi amaçlayan eğitim programları ve atölye çalışmaları genellikle girişimciler ve işletmeler için mevcuttur. Bu programlar, bireylerin ve şirketlerin dijital ekonomiye uyum sağlamasına yardımcı olur.
- ❑ **İHRACAT TANITIMI:** Devlet kurumları, e-ticaret işletmelerinin pazar erişimlerini uluslararası alanda genişletmelerine yardımcı olabilir. Bu destek ticaret misyonlarını, pazar araştırmasını ve ihracat belgeleri konusunda yardımı içerebilir.
- ❑ **FINANSMANA ERİŞİM:** Hükümet, özellikle yeni kurulan şirketler ve KOBİ'ler olmak üzere e-ticaret işletmelerine uygun fiyatlı kredi ve kredi olanakları sağlamak için finans kuruluşlarıyla işbirliği yapabilir.



# ROMANYA

Romanya'da e-ticaret yapan bireyler ve işletmeler için devlet desteği, mali teşvikler, eğitim programları ve düzenleyici çerçeveler dahil olmak üzere çeşitli şekillerde olabilir:

- ❑ **DÜZENLEYİCİ DESTEK:** E-ticaret için açık ve elverişli düzenleyici çerçevelerin oluşturulması çok önemlidir. Hükümet bürokratik prosedürleri basitleştirmek, bürokrasiyi azaltmak ve e-ticaret işletmelerinin yasal çerçevede sorunsuz bir şekilde faaliyet gösterebilmesini sağlamak için çalışabilir.
- ❑ **TÜKETİCİNİN KORUNMASI VE ANLAŞMAZLIKLARIN ÇÖZÜMÜ:** Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor (ANPC) gibi devlet kurumları, tüketicinin korunması düzenlemelerine uyulmasını sağlamak için e-ticaret işletmelerine rehberlik ve destek sağlayabilir. Ayrıca arabuluculuk ve tahkim yoluyla tüketici anlaşmazlıklarının çözümüne de yardımcı olabilirler.
- ❑ **DİJİTAL ALTYAPI:** Hükümet, e-ticaret işletmelerinin güvenilir ve yüksek hızlı internet erişimine sahip olmasını sağlamak için geniş bant bağlantısı da dahil olmak üzere dijital altyapıya yatırım yapabilir.
- ❑ **YENİLİKÇİLİK VE TEKNOLOJİNİN BENİMSENMESİNE DESTEK:** İşletmeleri yenilikçi teknolojileri ve dijital araçları benimsemeye teşvik eden girişimler devlet desteği alabilir. Bu, e-ticaret yazılımı ve araçlarının benimsenmesi için sübvansiyonları içerebilir.
- ❑ **İHRACAT TEŞVİK AJANSLARI:** Romanya Ticareti Geliştirme Kurumu (Agenția Română de Promovare a Exportului) gibi kuruluşlar, e-ticaret faaliyetlerini uluslararası alanda genişletmek isteyen işletmelere yardım, bilgi ve destek sağlayabilir.

# ROMANYA



Devlet destek politikalarının zaman içinde değişebileceğini ve değişikliğe tabi olabileceğini unutmamak önemlidir. Bu nedenle, Romanya'daki e-ticaret işletmeleri için mevcut destek fırsatları hakkında güncel bilgi edinmek için Romanya hükümetinin ve ilgili kuruluşların resmi kaynaklarına başvurulması tavsiye edilir.



<https://www.economie.gov.ro/> | <https://www.anpc.gov.ro/>

<https://www.arpexport.ro/>

# TÜRKYE

**Türk hükümeti, e-ticaret yapan bireylere ve işletmelere çeşitli destek ve girişimler sağlamaktadır. İşte mevcut desteklerden bazı örnekler:**

- ❑ **KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLI İŞLETMELERİ GELİŞTİRME VE DESTEKLEME İDARESİ BAŞKANLIĞI (KOSGEB)** KOSGEB, e-ticaret işletmeleri de dahil olmak üzere küçük ve orta ölçekli işletmelere finansal destek ve danışmanlık hizmetleri sunmaktadır.
- ❑ **TİCARET BAKANLIĞI DESTEKLERİ:** Ticaret Bakanlığı, ihracatı artırmaya yönelik olarak işletmelere çeşitli teşvikler sunmaktadır. E-ticaret işletmeleri uluslararası pazarlarda rekabet edebilmek için bu desteklerden yararlanabilirler.
- ❑ **DİJİTALLEŞME DESTEĞİ:** Türkiye'de dijitalleşmeyi teşvik etmeyi amaçlayan çeşitli proje ve programlar bulunmaktadır. Bu programlar, e-ticaret işletmelerinin çevrimiçi varlıklarını geliştirmelerine ve dijital pazarlama becerilerini artırmalarına yardımcı olabilir.
- ❑ **VERGİ İNDİRLİMLERİ VE MUAFİYETLERİ:** E-ticaret işletmeleri, belirli koşulları karşıladıklarında vergi indirimlerinden veya muafiyetlerinden yararlanabilirler. Özellikle, e-ticaret işlerini evden yürüten ve belirli düzenlemeler kapsamına giren kişiler için devletten vergi muafiyeti uygulanabilir. Bu muafiyet, ayrı bir iş yeri açmadan ticari faaliyet yürüten veya seri üretim için otomatik makineler kullanan girişimcileri kapsamaktadır.
- ❑ **E-İHRACAT DESTEKLERİ:** Türkiye'deki e-ticaret işletmeleri, uluslararası pazarlara açılmak ve ürünlerini yurt dışına satmak için çeşitli e-ihracat desteklerinden ve programlarından yararlanabilirler.

# TÜRKYE



Türkiye'de devlet desteklerinin detayları, başvuru koşulları ve süreçleri sık sık güncelleniyor. Bu nedenle, girişimci ve esnafların ihtiyaçlarına ve niteliklerine uygun desteklerle ilgili güncel bilgilere erişmek için ilgili kurumların resmi web sitelerini ziyaret etmeleri önemlidir. Ayrıca, mali müşavirler veya uzmanlar, girişimcilere ve esnaflara en uygun devlet desteklerini belirleme konusunda yardımcı olabilir.



<https://www.kosgeb.gov.tr>

<https://ticaret.gov.tr/destekler/ihracat-destekleri/pazara-giriste-dijital-faaliyetlerin-desteklenmesi>

<https://geka.gov.tr/tr/sayfa/geka-imalat-sanayide-kurumsallasma-ve-dijital-donusum>

<https://ticaret.gov.tr/destekler/e-ihracat-destekleri>



# FUTURE e-COMMERCE

2022-1-R001-KA220-VET-000088579

"Bu proje Avrupa Birliđi Erasmus+ programı tarafından finanse edilmektedir. Bu yayının içeriği münhasıran projeyi yöneten konsorsiyumun sorumluluğundadır ve ne Avrupa Komisyonu ne de İspanya Ulusal Ajansı burada yayılan bilgilerin kullanımından sorumlu değildir."



Avrupa Birliđi tarafından  
finanse edilmektedir