

## E-TİCARET DERSİ PROJE ÖDEVİ



**İŞLETME:** ORJİN OUTLET BİLECİK (Kadın Giyim Mağazası)

### **GRUP ÜYELERİ;**

- Hamide YİĞİT (Temsilci)
- Zehra İrem ÇAKMAK
- Gökhan YILDIRIM
- Lütfullah DOĞU
- Münir Berk BABAL

### **İletişim İçin;**

Hamide YİĞİT

### **SLOGAN;**

Orjin ile sen de orijinal hissedeceksin!

### 1) Mağaza ile tanışma ve anlaşma süreci.

Öncelikle grubumuzdaki herkes kendi çevresinden bizimle anlaşmayı kabul etme ihtimali olan işletmelerle görüştü. Grup arkadaşlarımızdan 3 kişinin Bilecik'te bulunması sebebiyle orada bir işletmeyle anlaşırsak sürecin daha kolay geçeceğini düşünerek orada bulunan işletmelere ağırlık verdik. Görüştüğümüz işletmeler arasında en çok istekli olan yer "Orjin Outlet" mağazasıydı. Onlar da kendilerini daha çok tanıtmak ve web sitesi oluşturarak satışlarını artırmak istiyorlardı. Bizim teklifimizden çok memnun kaldılar ve birlikte bu sürece başlamış olduk.

### 2) Ödeve başlarken hedeflerimiz nelerdi?

- İşletmenin satışlarını artırmak
- İşletmenin karlılığına katkı sağlamak
- İşletmenin tanınırlığını artırmak
- İşletmenin sürdürülebilirliğine destek sağlamak
- Müşteri bağlılığını artırmak
- Kaliteli içerik üretmek
- İşletme sahiplerinin ihtiyaçlarına yanıt verebilmek
- İstek ve ihtiyaçları karşılayacak biçimde bir web sitesi oluşturmak
- Kendimizi geliştirmek için işletmelerin işleyişleri hakkında bilgi sahibi olmak

### 3) Ödev süresince neler yaptık?

- İşletmelerle görüştük.
- Orjin Bilecik ile tanıştık.
- Orjin Bilecik adına mail adresi açtık.
- Instagram hesabını devraldık.
- Facebook açtık.
- Wordpress aracılığıyla web sitesi oluşturduk.
- Mağaza hakkında daha fazla bilgi edinmek için mağaza sahipleriyle bir röportaj düzenledik.
- Mağaza sahibiyle yaptığımız röportajı web sitesinde "Hakkımızda" alanına ekledik.
- Ürünlerin çekimlerini yaptık.
- Ürünlerin beden bilgilerini öğrenip elimizdeki tüm ürünleri web sitesine ekledik.
- Web sitesini kullanıma açtık.
- Instagram üzerinden paylaşımlar yapmaya başladık.
- Aynı zamanda ürün kategorilerimizi facebook üzerinden de paylaştık.
- Editoryal takvim hazırladık.
- Ürünlerimizi kategorilere böldük.
- Logo tasarımları yaptık ve mağaza sahiplerine danışarak birini seçtik.
- Slogan bulduk.
- Rekabet analizi yapmak için rakip firmalarla görüştük.
- Ürün gamını oluşturduk.
- Yoğun bir şekilde içerik üretmeye devam ettik.
- Tiktok hesabı açtık ve içeriklerimizi orada da paylaşmaya başladık.

#### 4) Editoryal takvimimiz ve ürün kategorilerimiz.



DIŞ GIYİM

KABAN

MONT & ŞİŞME  
MONT

YELEK

PELUŞ




LOGOMUZ



SLOGANIMIZ

- Orjin al, orijinal ol.
- Orjin Outlet: Şıklığın özü burada!
- Orjin ile sen de orijinal hissedeceksin.


##### 5) Rekabet analizi ve ürün gamı.



REKABET ANALİZİ&ÜRÜN GAMI

ORJİN OUTLET İLE REKABET EDEBİLECEK MAĞAZA VE BUTİKLER

- Cottonland
- Modda Bilecik
- Rüküş Butik
- Gülşen Kaya Butik
- Vitrin Butik
- Alaçatı Butik





MAĞAZALAR	FİYATLANDIRMA	ÜRÜN ÇEŞİTLİLİĞİ	MÜŞTERİ KİTLESİ	MAĞAZA KONUMU	SOSYAL MEDYA AKTİFLİĞİ	E-TİCARET AKTİFLİĞİ
ORJİN	ORTA	AZ	GENÇ VE ORTA YAŞ	★★★★	AKTİF	AKTİF DEĞİL
COTTONLAND	ORTA	ORTA	GENÇ VE ORTA YAŞ	★★★★	AKTİF DEĞİL	AKTİF
MODDABİLECİK	UCUZ	ORTA	GENÇ VE ORTA YAŞ	★★★★	AKTİF DEĞİL	AKTİF
RÜKÜŞ BUTİK	PAHALI	FAZLA	ORTA YAŞ	★★★★★	AKTİF	AKTİF
GÜLŞEN KAYA BUTİK	PAHALI	FAZLA	ORTA YAŞ	★★★★★	AKTİF	AKTİF
VİTRİN BUTİK	PAHALI	FAZLA	ORTA YAŞ	★★★★★	AKTİF	AKTİF
ALAÇATI BUTİK	PAHALI	ORTA	GENÇ VE ORTA YAŞ	★★★★	AKTİF	AKTİF

ORJİN OUTLET İÇİN ÜRÜN GAMİ		
Üst Giyim	Alt Giyim	Dış Giyim
<b>Elbise (25 Adet)</b> Mini, Midi, Triko, Çiçekli, İnce Askılı, Kadife	<b>Pantolon (80 Adet)</b> Kumaş, Deri, Geniş paça, Jean	<b>Kaban (8 Adet)</b>
<b>Tiört (28 Adet)</b> Basic, Crop, Baskılı, Uzun kol, Kısa kol, Oversize	<b>Etek (5 Adet)</b> Mini, Midi	<b>Mont &amp; Şişme Mont (15 Adet)</b>
<b>Sweatshirt (52 Adet)</b> Crop, Basic, Oversize, Fermuarlı, Kolej, Baskılı	<b>Tayt (20 Adet)</b> Spor, İspanyol paça	<b>Yelek (8 Adet)</b>
<b>Gömlek (7 Adet)</b> Oduncu, Oversize	<b>Eşofman Altı (10 Adet)</b> Basic, Jogger	<b>Peluş (7 Adet)</b>
<b>Kazak &amp; Hırka (22 Adet)</b> V yaka kazak, Triko, Bisiklet yaka kazak		



## 6) Web sitesini kurma süreci.

- Bir e-ticaret sitesi yapacağımız için WordPress altyapısını tercih ettik ve yaptığımız fiyat/performans araştırmalarından sonra Natro.com'dan hosting ve domain'i birlikte paket olarak satın aldık.
- Şirket sahibiyle birlikte "bilecikorjin.com" domain adresinde karar kıldık.
- Hosting servisi olarak Natro'nun WP Kurumsal paketini seçtik.

Sıra No	Açıklama	Miktar
0	Yeni .com alan adı kaydı (bilecikorjin.com)	1 Adet
1	WP Kurumsal (bilecikorjin.com)	1 Adet

- Google Maps üzerinden dükkanın adres kaydını yaptık.



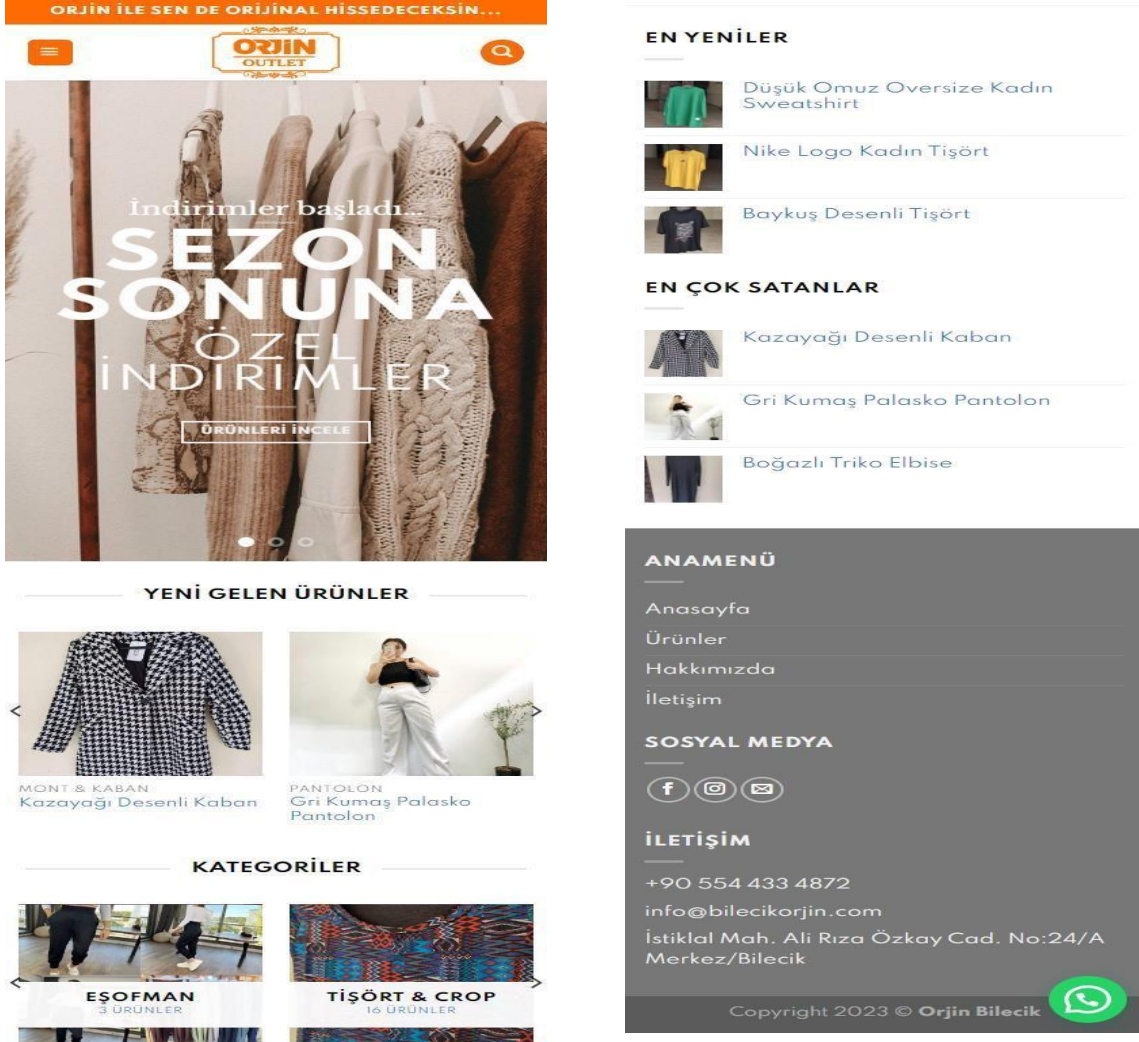


Web sitesine yaptığımız röportajı ekledik.

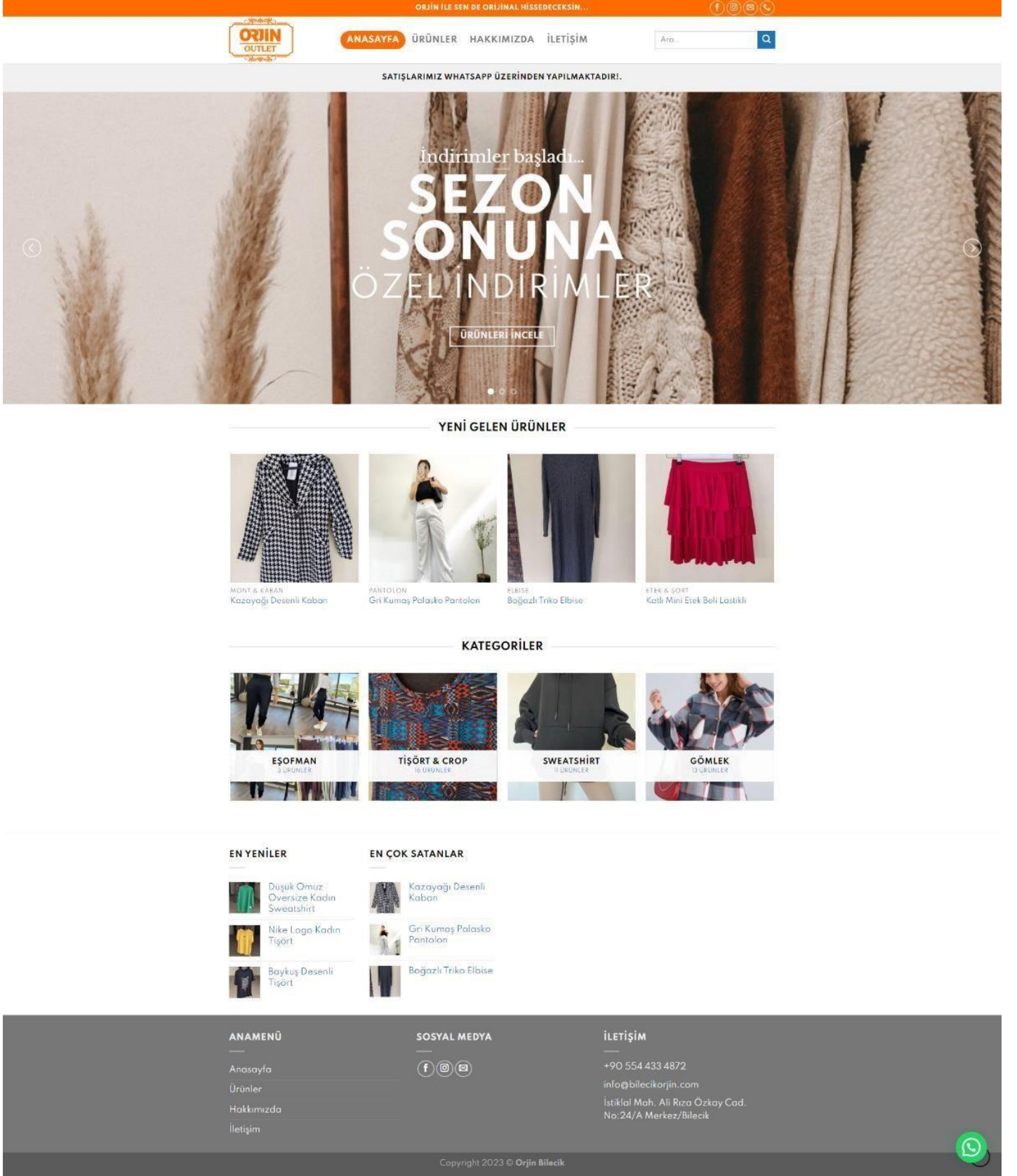


- Son olarak ürün çekimleri tamamlanıp siteye yüklendi. Yeni gelen ürünler de takip edilerek web sitesi güncel tutuldu.

#### 7) Web sitemizin mobil için "Ana sayfa" görüntüsü



## 8) Web sitemizin masaüstü için “Ana sayfa” görüntüsü



## 9) Web sitemizin masaüstü için “Ürünler” görüntüsü

ORJİN  
OUTLET

ANASAYFA ÜRÜNLER HAKKIMIZDA İLETİŞİM

Ara...

SATIŞLARIMIZ WHATSAPP ÜZERİNDEN YAPILMAKTADIR.

ANA SAYFA / ÜRÜNLER

En yeniye göre sırala

KATEGORİLER

Elbise

Eşofman

Etek & Şort

Gömlek

Kazak & Hırka

Mont & Kaban


Pantolon

Sweatshirt


Tayt

Tişört & Crop


Yelek




SWEATSHIRT  
Düşük Omuz Oversize Kadın  
Sweatshirt




TIŞÖRT & CROP  
Nike Logo Kadın Tişört




TIŞÖRT & CROP  
Baykuş Desenli Tişört




ETEK & ŞÖRT  
Uzun Pileli Etek




PANTOLON  
Bahama Macha Pantolon




ELBİSE  
Zebra Desen Kadın Elbise




PANTOLON  
Beyaz Boru Paça Pantolon




PANTOLON  
Siyah Ribana Bel Paraşüt  
Pantolon




PANTOLON  
Belden Lastikli Ayrobin Pantolon



PANTOLON  
Bol Kesim Paça Yırtmaçlı  
Pantolon




GÖMLEK  
Senclub 3395 Çizgili Ön  
Düğmeli Yelek




GÖMLEK  
Alaçatı Stili Bluz

1 2 3 4 ... 7 8 9 >


EN YENİLER



Düşük Omuz  
Oversize Kadın  
Sweatshirt




Nike Logo Kadın  
Tişört




Baykuş Desenli  
Tişört


EN ÇOK SATANLAR



Kazayağı Desenli  
Kaban



Gri Kumaş Palasko  
Pantolon



Boğazlı Triko Elbise

ANAMENÜ

Anasayfa

Ürünler

Hakkımızda

İletişim

SOSYAL MEDYA

f

@

✉

İLETİŞİM


+90 554 433 4872

info@bilecikorjin.com

İstiklal Mah. Ali Rıza Özkay Cad.

No:24/A Merkez/Bilecik

Copyright 2023 © Orjin Bilecik





10) Web sitemizin mobil için “Ürünler” görüntüsü



SWEATSHIRT  
Düşük Omuz Oversize  
Kadın Sweatshirt



TIŞORT & CROP  
Nike Logo Kadın Tişört



TIŞORT & CROP  
Baykuş Desenli Tişört



ETEK & ŞORT  
Uzun Pileli Etek



PANTOLON  
Bahama Mocha  
Pantolon



ELBISE  
Zebra Desen Kadın  
Elbise



ANA SAYFA / ÜRÜNLER / PANTOLON

## Belden Lastikli Ayrobin Pantolon



Kategoriler: Pantolon

Etiketler: bilecik, bol kesim pantolon, kadın giyim, orjin outlet



### AÇIKLAMA

Belden Lastikli Ayrobin Pantolon

S-M-L Beden

Sipariş için WhatsApp'dan yazabilirsiniz.

## 11) Ödev sürecinde etkileşimle ilgili öğrendiklerimiz;

- İrem'in ürünleri giydiği videolu çekimler insanlara daha gerçekçi geldiği için etkileşimi yükseltiyor.
- Eklenen müziklere göre izlenme değişiyor. Biz ilk başta yabancı ve popüler olduğunu düşündüğümüz müzikleri kullanmıştık fakat Türkçe müzik kullandığımızda instagram müziği algıladığı için etkileşimlerimizi olumlu yönde etkiledi.
- Paylaşım günü ve saati de etkileşimi büyük ölçüde etkiliyor. Biz iş çıkışını düşünerek akşam saatlerinde paylaşım yapmaya başladığımızda etkileşimimizin arttığını fark ettik.
- Sadece fotoğraf kullanarak oluşturduğumuz gönderilerin pek izlenmediğini fark ettik.
- Editoryal takvime bağlı kalarak gündeme uygun içerikler ürettiğimizde takipçimiz olmayan kullanıcılara da erişebildiğimizi gördük.
- İçeriklerin girişinin de ilgi çekici olması gerektiğini, dümdüz bir fotoğraf ve yazıdan oluştuğunda insanların bununla ilgilenmediklerini öğrendik.
- Trendleri takip ederken kendi rakiplerimizi incelememiz gerektiğini öğrendik.
- Açıklama kısmını boş bırakıp sadece hashtag eklenen içeriklerimiz daha az izlendi. Bu yüzden son gönderilere elimizden geldiğince açıklama ekledik.
- Koyduğumuz etiketlerin bizi daha ön plana çıkaracak ve içeriğimize uygun olmasına özen gösterdik.

## 12) Genel istatistikler.

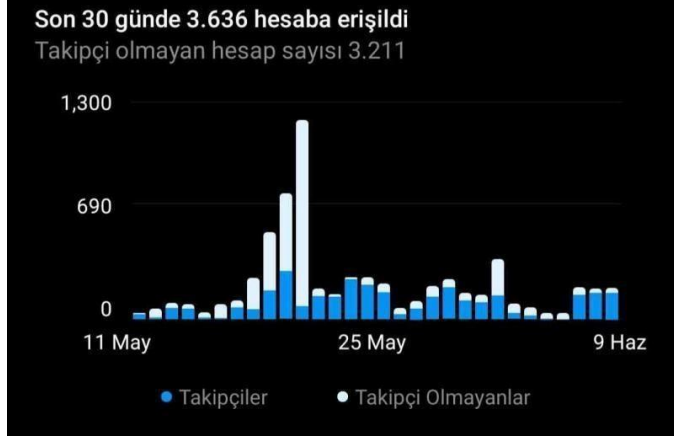
Aşağıdaki 2 görsel biz ödeva başlamadan öncesi ve sonrasını karşılaştırıyor. İstatistiklerde de görüldüğü üzere paylaştığımız içerikler sayesinde 5.706 takipçimiz olmayan kişiye ulaşabilmışiz.



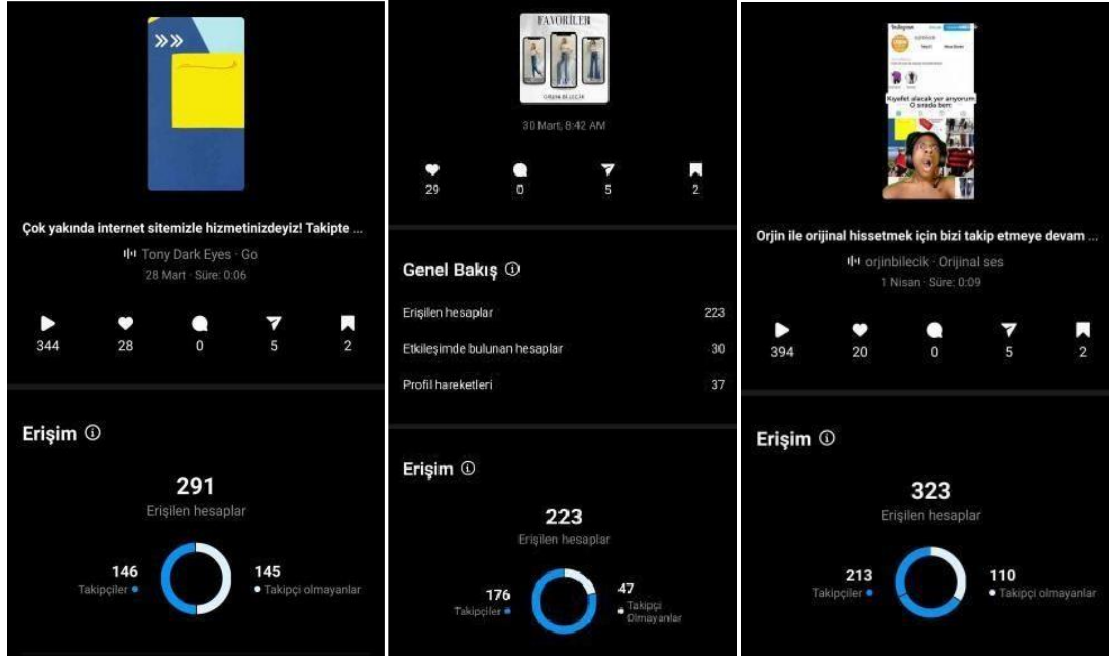
Aynı zamanda erişimler ve etkileşimler bizden sonra ciddi oranda artış göstermiş. Aşağıdaki görselde detaylı olarak yüzdeleri görüyoruz. Takipçi sayımızda artış yaşamasak da satışlarda artış yaşadık.

Erişilen hesaplar	6.186	>
	+495%	
Etkileşimde bulunan hesaplar	365	>
	+362%	
Toplam takipçi	1.166	>
	0%	

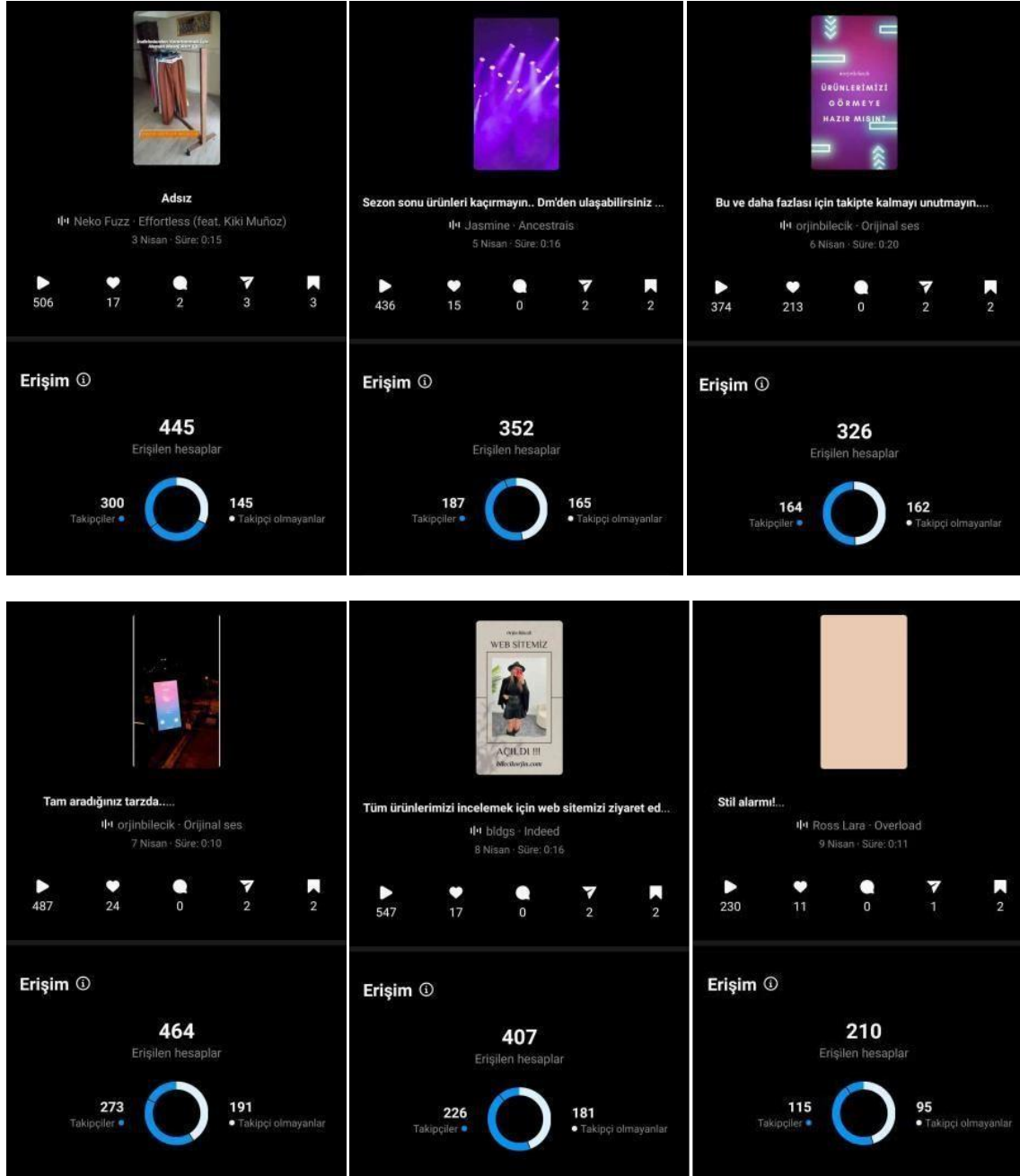
Son olarak 11. Maddede bahsettiğimiz hususları fark ettikten sonra yaklaşık bir aydır paylaştığımız gönderileri daha özenle hazırlamamızın sonucu olan aşağıdaki tabloyu görüyoruz. Son 30 günde bile takipçimiz olmayan 3.211 kişiye ulaşabilmişiz.



13) Yaptığımız paylaşımlar ve haftalık istatistik yorumlarımız.

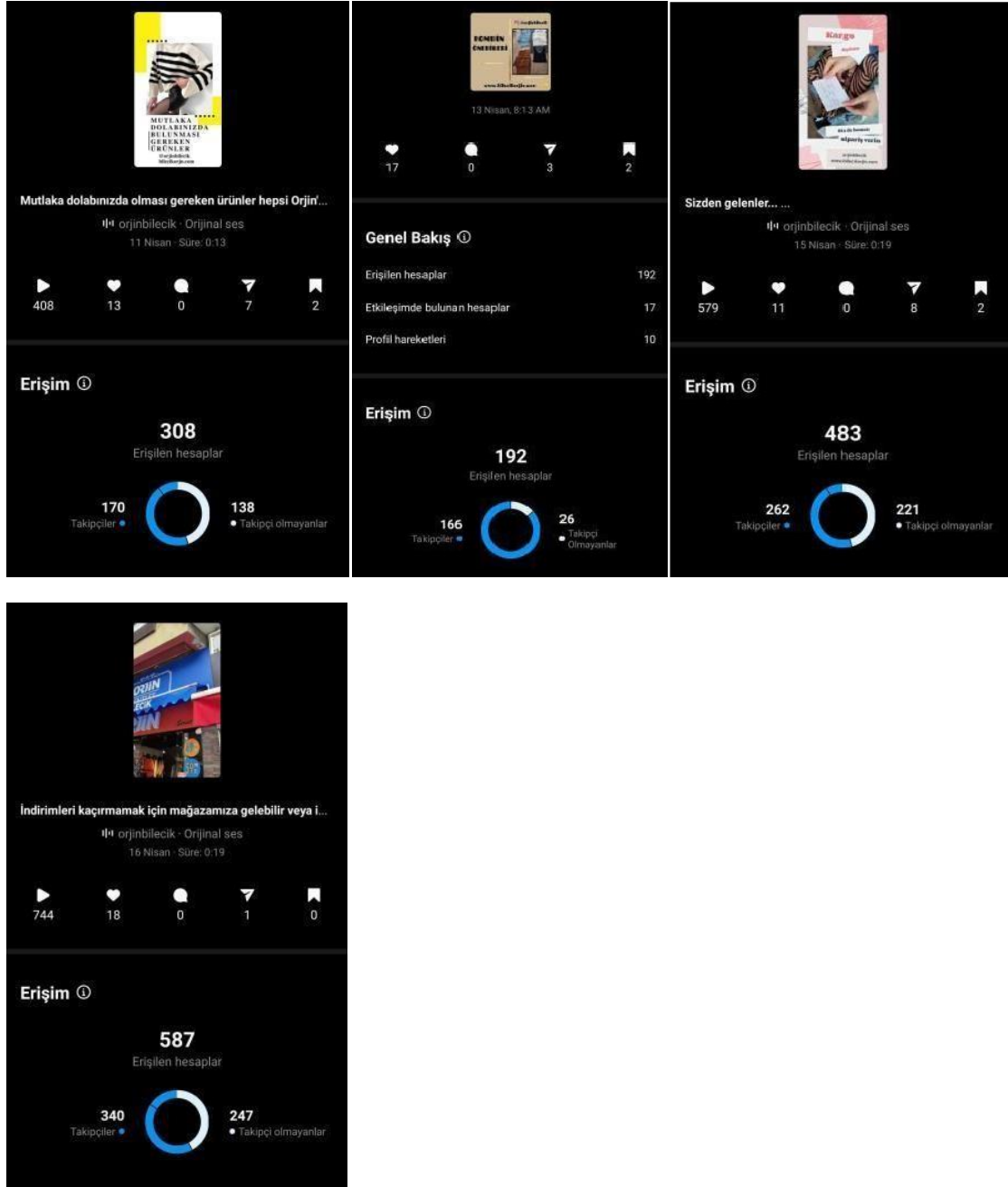


Yukarıdaki içerikler ilk hafta paylaştığımız içerikler. Bizi tercih eden müşterilerimizin ne tarz içeriklerden hoşlandığını ölçmek için hem reels hem de post olarak paylaşımlarımızı gerçekleştirdik. Paylaşımlarımız bizden önceki paylaşımlarla aynı izlenme ve beğenilere sahip oldular.

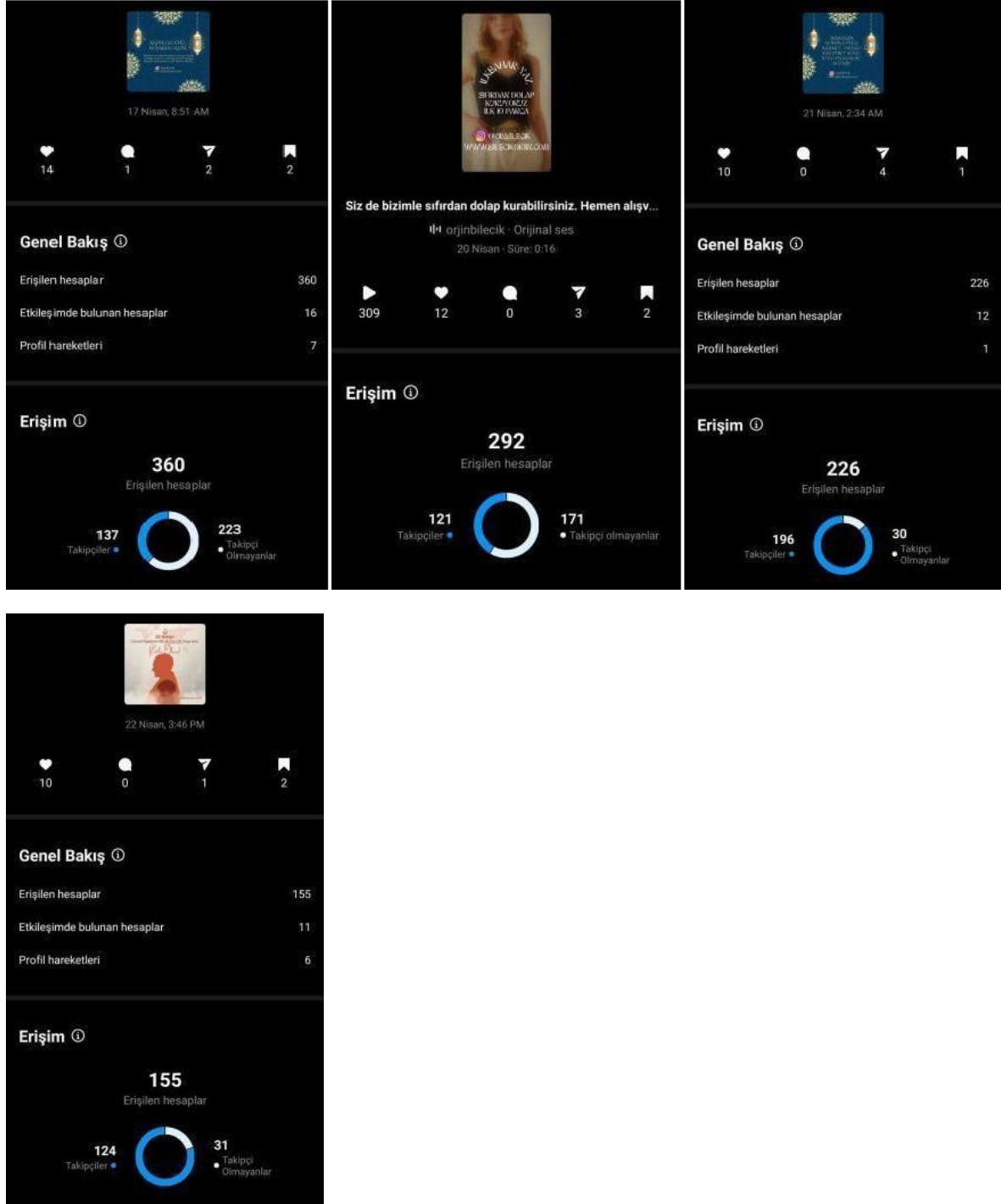


Yukarıdaki 6 paylaşım 2. Hafta boyunca yaptığımız paylaşımlardır. Şu an düşündüğümüzde aslında insanları çok fazla bunalttığımızı fark ettik, 7 günde 6 paylaşım yapmışız. Bu bizi olumsuz etkileyebilecek bir durumdu fakat biz bu durumdan olumlu etkilendik ve izlenmelerimizi arttırmaya başladık. Eskiye oranla gönderilerimiz daha güncel ve daha profesyonel olduğu için takipçimiz olmayan hesaplara da erişim sağlamaya başladık.

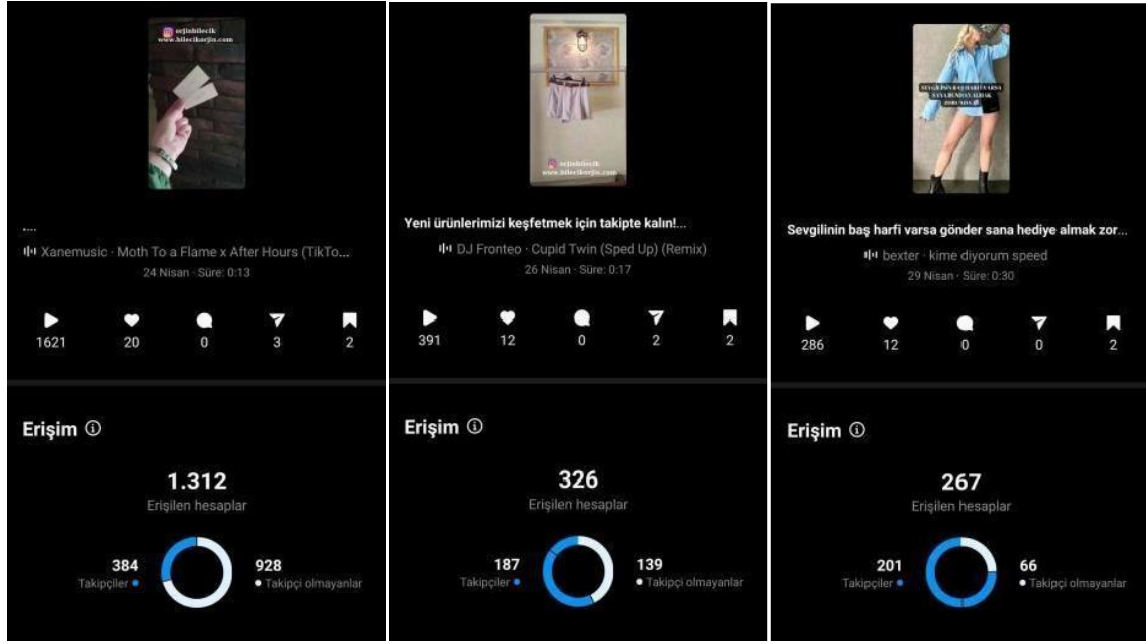




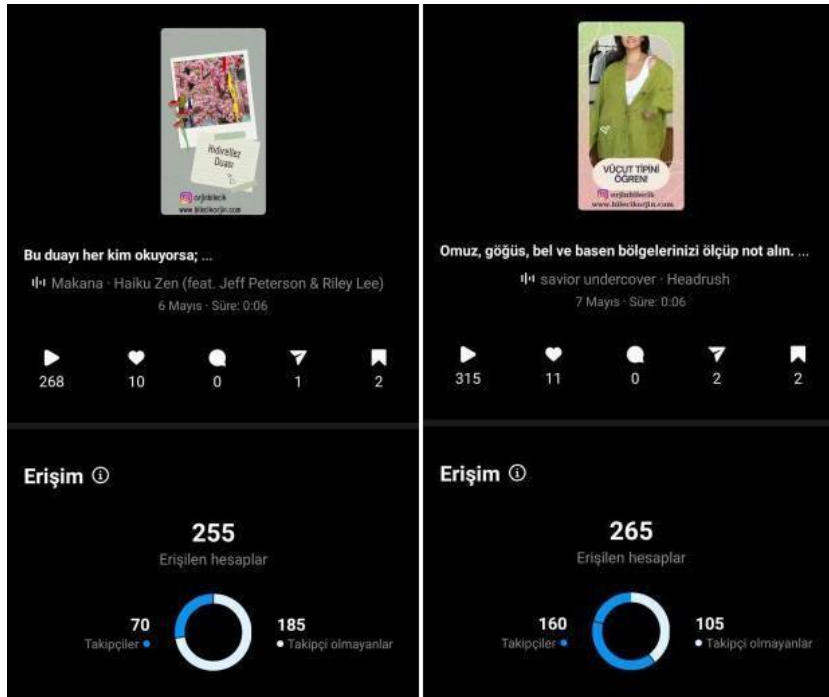
İlerleyen haftada yaptığımız paylaşımlar arasında bir post atmayı denedik fakat bu gönderinin bize dönüşü olumsuz oldu. Paylaştığımız post sadece 192 hesaba ulaşabildi. Bunun sonucunda da biz post atımını en az seviyede tutup reelslere ağırlık vermeye karar verdik. Attığımız reeslerde izlenmeler artmaya ve takipçimiz olmayan hesaplara daha fazla ulaşmaya başladık. Güzel bir yükselişe geçtik.



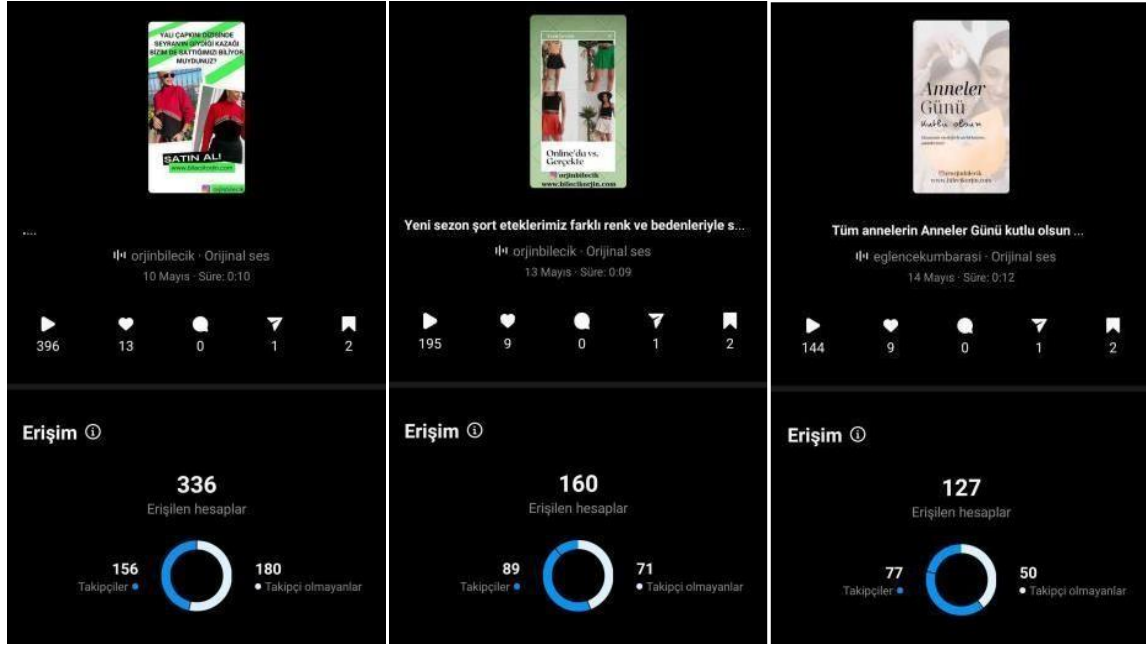
Bu hafta yukarıda görülen 4 gönderiyi paylaştık. Editoryal takvimimizde bulunan özel günlere yönelik gönderiler oluşturduk. Fakat bu özel günlerle ilgili yaptığımız paylaşımlar daha çok post olduğu için önceki hafta yakaladığımız etkileşimleri biraz kaybettik. Görüldüğü üzere son gönderiye gelirken erişilen hesap sayımızda ciddi bir düşüş yaşanmış.



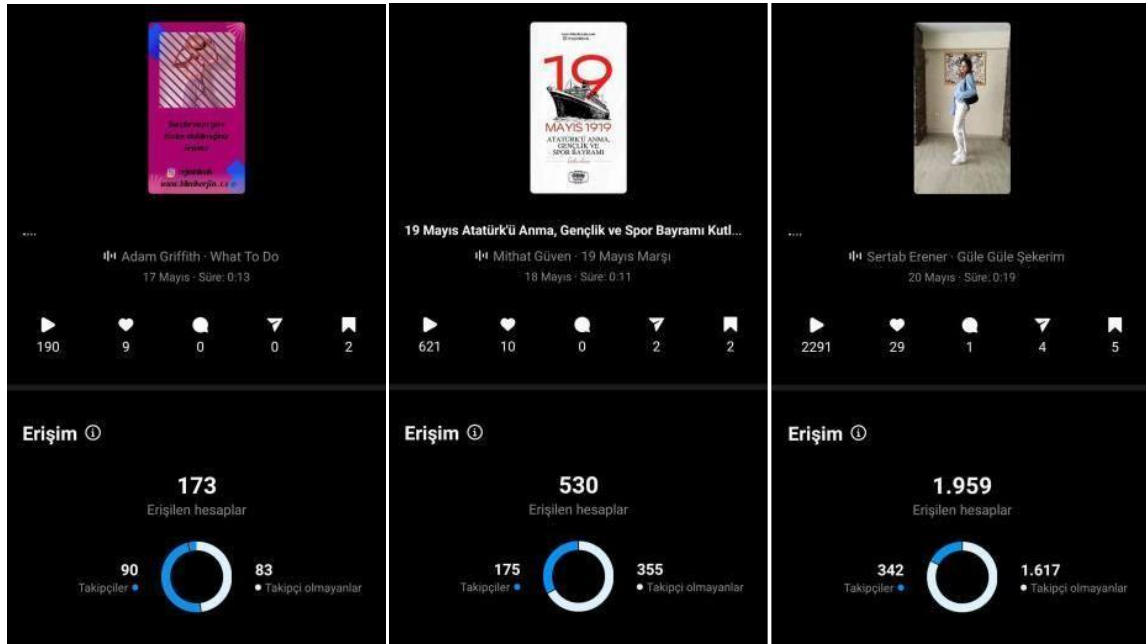
Bu haftaya ise güzel bir giriş yaptık. Yaşadığımız düşüşlerden sonra hem trend olan bir konseptle hem de kendi çektiğimiz bir videoyla haftayı açtık. İnsanların bizim çektiklerimizi daha çok beğenmesi üzerine biz de bu konuya odaklanmaya karar verdik fakat bu videoları çok sık çekip paylaşma gibi bir imkanımız olmadığı için biz de ara ara bu tarz paylaşımlar yapma kararı aldık.



Bu hafta insanları bunaltmamak adına sadece 2 paylaşım yaptık. Bu haftanın ilk gönderisi Editoryal takvimimiz çerçevesinde hazırlanırken diğer gönderimiz daha çok bilgilendirme niteliğindedir. Ufak düşüşler yaşasak da erişimlerimiz hep 200'den fazlaydı.

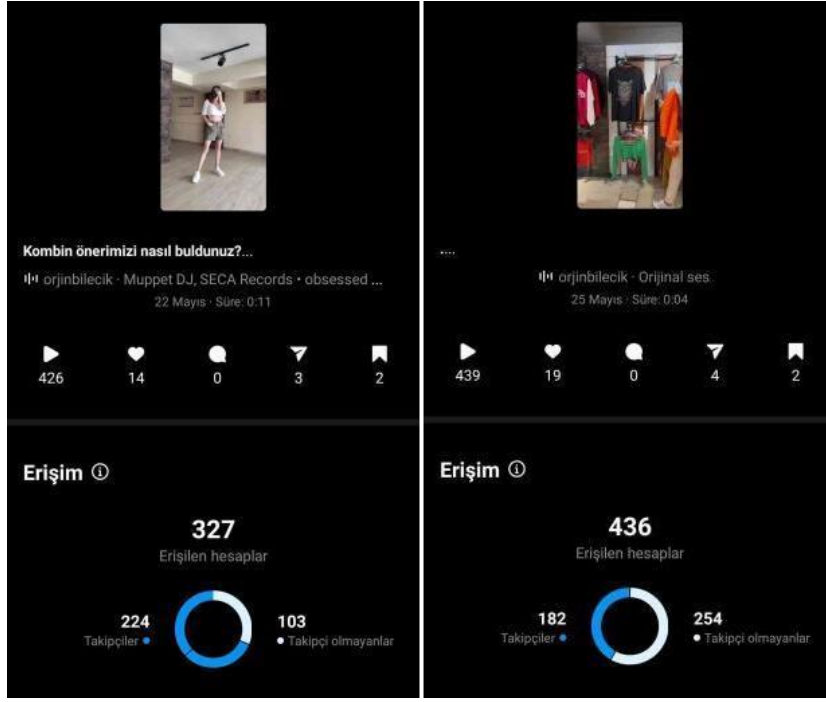


Burada yaptığımız 3 paylaşımda reels izlenmelerimizin ilk kez 200'den aşağıya indiğine şahit olduk. Araya giren gündem farklılıkları sebebiyle izlenmelerimizin düştüğünü düşündük. Haftayı da Editoryal takvime uyarak kapattık.

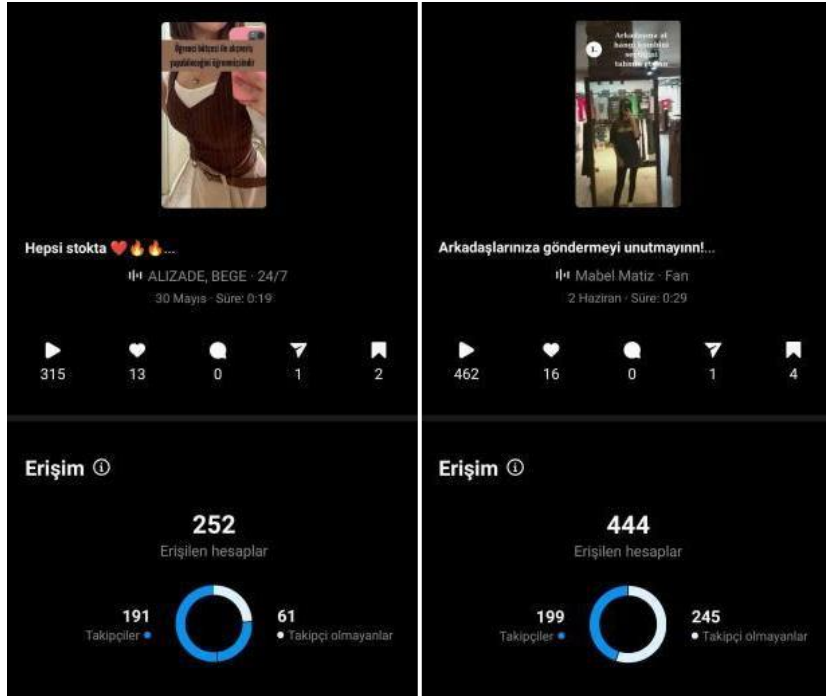


Değişen gündemle beraber izlenmelerimiz tekrar eski halini aldı hatta 20 Mayıs'ta paylaştığımız içerik bekladığımızdan fazla izlenme alarak en çok izlenen içeriğimiz oldu.





Bu hafta eski halimize geri döndük ve izlenmelerimiz tekrar yükseldi. Paylaştığımız bir sonraki içerikte takipçi olmayan hesaba ulaşımımız arttı.

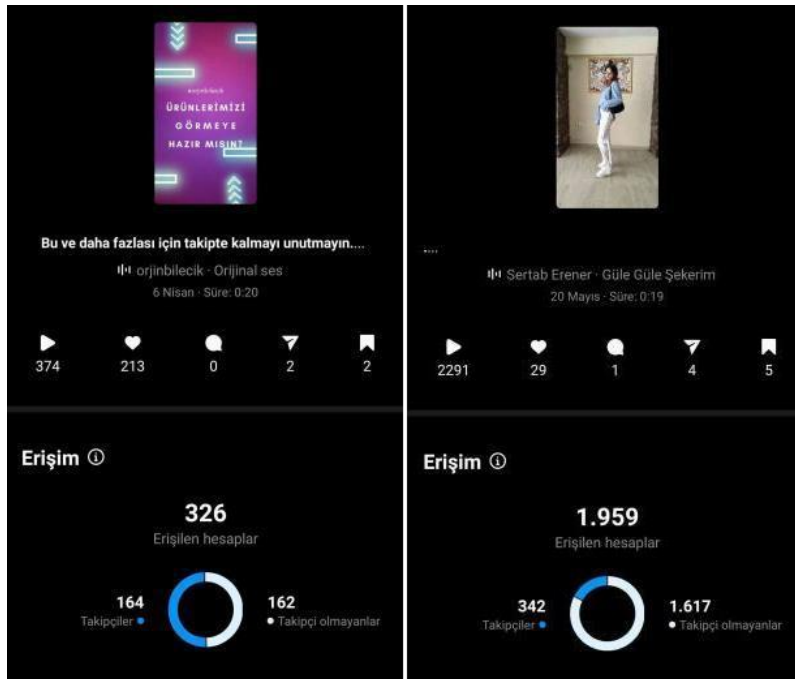


Bu hafta rakiplerimizin paylaşımlarını inceleyerek onların yaptıkları trend içerikleri biz de denedik. İlk gönderimizde yine bir düşüş yaşasak da sonrasında tekrar toparladık.



Bu hafta sadece bir tane içerik paylaşabildik ve bunda yaşadığımız düşüşü instagramın eklediğimiz şarkıyı tanıyamamasıyla alakalı olduğunu düşünüyoruz.

14) En çok etkileşim alan videolarımız ve nedenleri.



Yukarıda en çok etkileşime sahip olan 2 içeriğimiz mevcut. İlk içeriğimiz 213 beğeni alarak en çok beğeni alan içerik olurken diğer içeriğimiz 2291 izlenerek en çok izlenen ve en çok takipçi olmayan hesaba ulaşan içeriğimiz oldu.

İlk içeriğimizin bu kadar beğeni alma sebebi bizce geçişler ve müzik arasındaki uyumdan ibaretti. Önceki paylaşımlar düşük kaliteli fotoğraflar, geçiş olmayan ve uyumsuz müziklere sahip içeriklerdi. Bizim bu içeriğimizde ise fotoğrafların kalitesi yüksek, dikkat çeken geçişler ve geçişlere uyumlu bir müziğimiz mevcut. Bu sebeplerden dolayı insanların dikkatini çektiğini ve beğendiklerini düşündük.

Diğer içeriğimizin en çok izlenmesinin sebebi olarak da videoyu kendimizin çekmesi olduğunu düşünüyoruz. Tabi ki de bu tek etken değil. Eklenen müziğin ve içeriğin de tam olarak kitemize hitap ettiğini düşünüyoruz. Aynı zamanda video içerisinde “O mu bu mu?” oynanarak kombin belirlendiği için insanların eğlenmesinin de etkisi mevcut.

15) En az etkileşim alan videomuz ve nedeni.

En az izlenen videomuz aşağıda göreceğiniz “Anneler Günü” için paylaştığımız reels videomuzdur. Anneler gününün 14 Mayıs olması ve ülke gündeminde o gün seçimin olması bizi olumsuz etkiledi. Bu gündem farklılığı sonucu öncesinde de izlenmelerimiz ve etkileşimlerimiz düşüş yaşasa da biz Editoryal takvime bağlı kalarak paylaşımımızı sürdürdük. Bu paylaşımımız 200 civarı izlenme bile alamayarak en az etkileşime sahip içeriğimiz oldu.



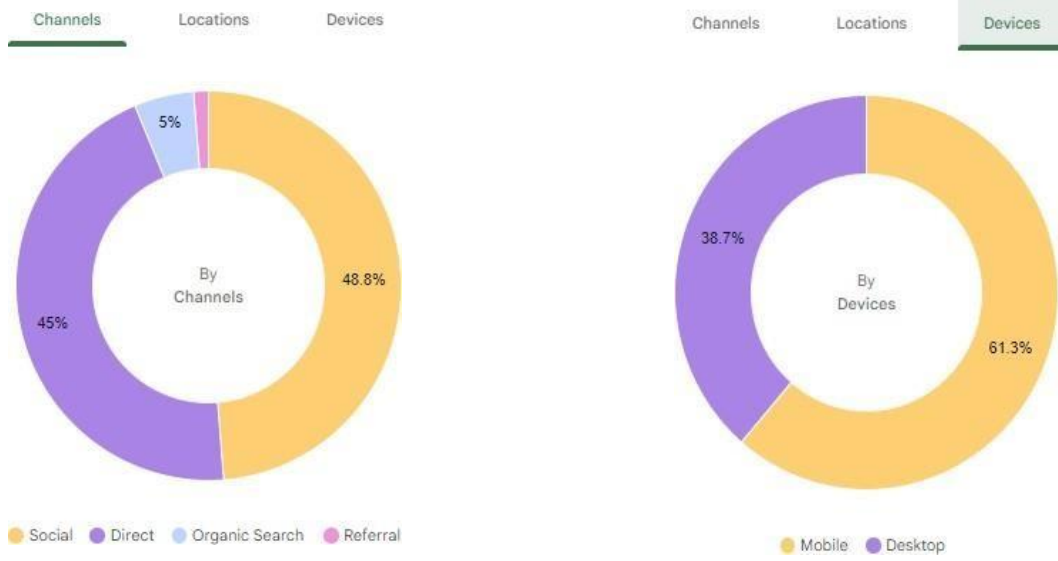
16) Instagram paylaşım sayıları.

Gönderiler	8 >
Hikayeler	142 >
Reels	33 >

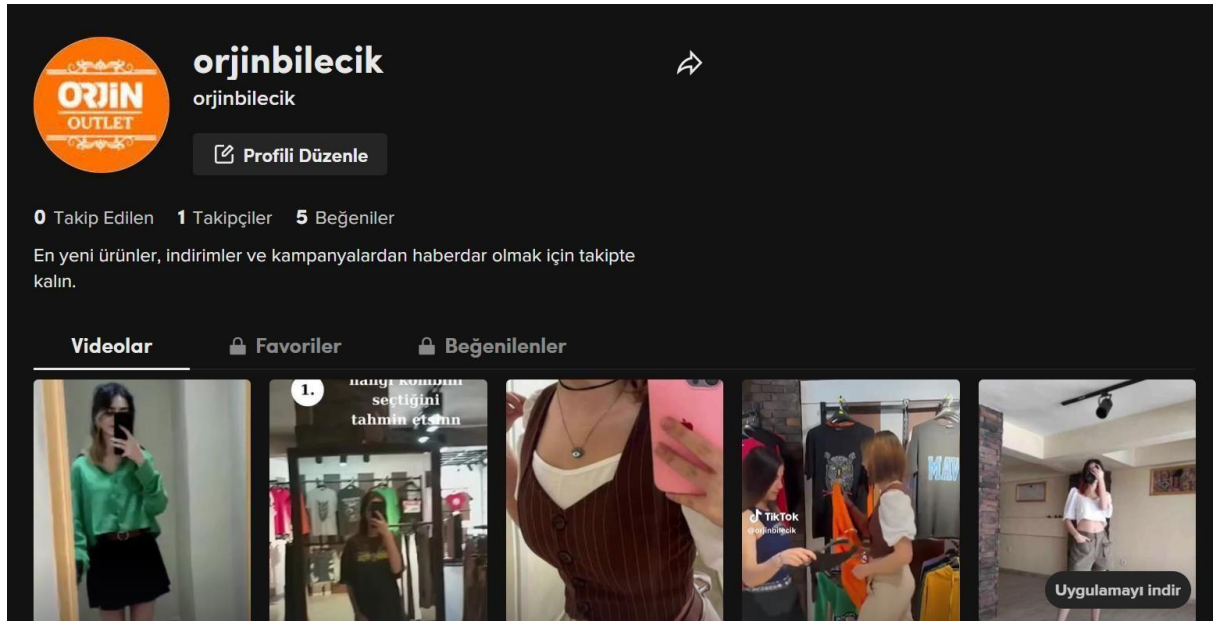
#### 17) Web sitesinin istatistikleri.

Aşağıda mevcut olan istatistiklerden de görüleceği üzere web sitemize en çok sosyal medya aracılığı ile erişilmiş. Buna çok yakın bir oranda direkt olarak site adresinin yazılarak girildiğini görüyoruz.

Sosyal medya ile erişimin daha yüksek olmasının sebebi Instagram üzerinde paylaştığımız gönderilerde web site adresimizi de yayınlıyor olmamız. Aynı zamanda Instagram hesabımızda biyografimizden de web site adresimize ulaşılabilir olması insanları web sitemize çekmemizde katkı sağladı.



#### 18) Tiktok hesabı istatistik yorumu.

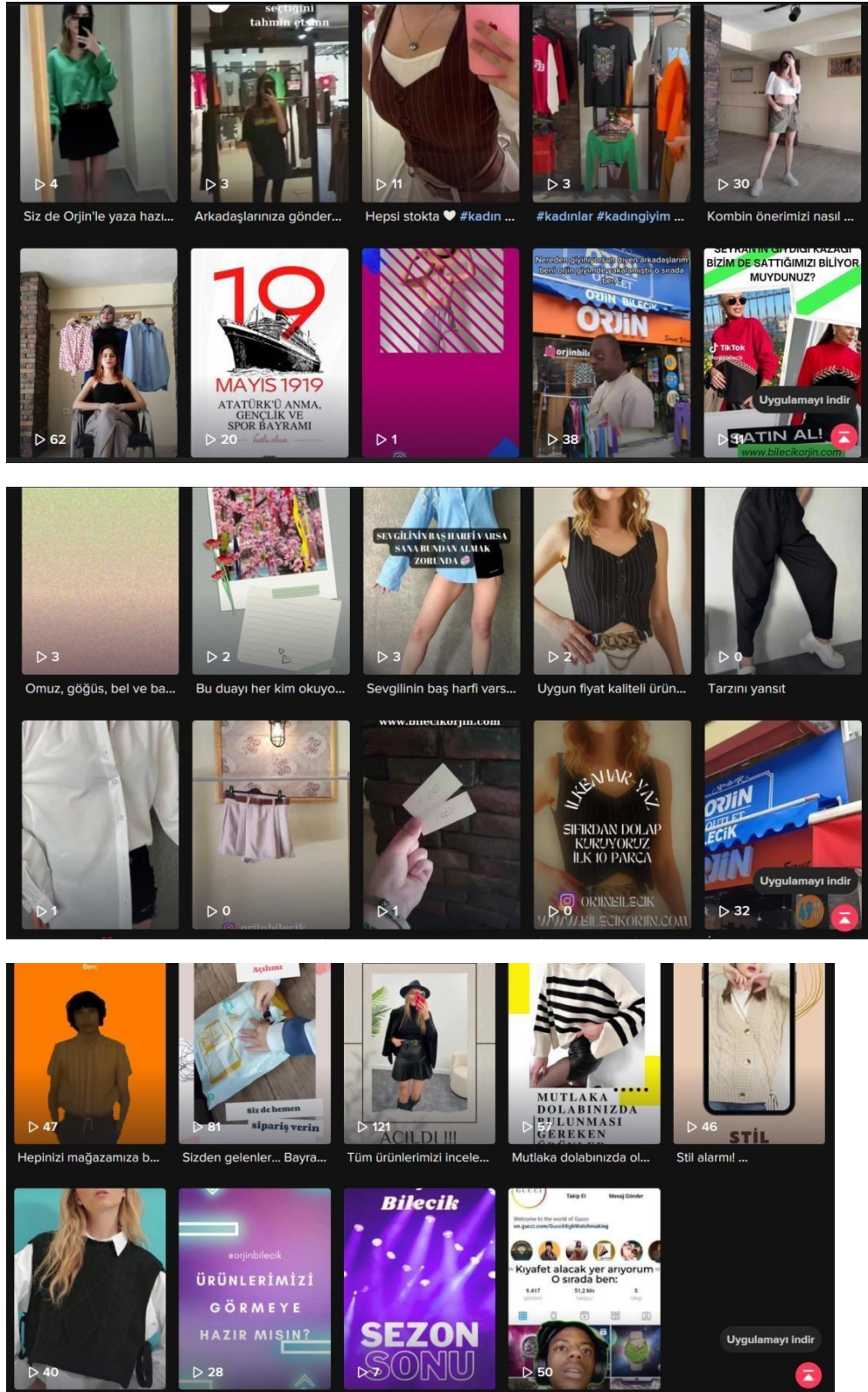


Tiktok hesabımızda istediğimiz izlenmelere erişemedik. Bunun sebebi olarak bu hesabı çok geç açtığımızı söyleyebiliriz. Biz tiktok hesabını açtığımızda zaten ödevin bitimine 2-3 haftalık bir süreç



kalmıştı. Bu süreçte instagram hesabımız üzerinden tiktok sayfamıza yönlendirme yapamadığımız için pek fazla etkileşim alamadık.

19) Tiktok hesabı içerik izlenme sayıları.



20) Ödev başlangıcında kendimize belirlediğimiz hedefleri yapabildik mi?

Evet, yapabildik. İşletmemiz bizden fazlasıyla memnun kaldıklarını ve satışlarını artırdığımızı söylediler. Bizim de asıl hedeflerimizden biri de buydu aslında. İşletmemizi mutlu edebilmek. İşletmenin satışlarını artırdık, kaliteli içerikler ürettik ve onların istekleri doğrultusunda bir web sitesi oluşturduk.

21) Bu ödev bize neler öğretti?

Bu ödev bize birçok katkı sağladı. En önemlisi kendimizi bir işletme sahibi gibi hissettik. Biz işletmemiz için neler yapabiliriz diye düşünürken aynı zamanda bir işletmenin işleyişi hakkında çok fazla bilgi edindik.

Trend videoların sadece bizim önümüze düşen videolar olmadığını, sosyal medyaların düşündüğümüzden daha karmaşık bir algoritmaya sahip olduğunu öğrendik. Kısacası doğru saha araştırması nasıl olur sorusunun cevabını öğrendik. Biz bir kadın giyim mağazasıydık ve bizim rakiplerimizi inceleyerek içerik oluşturmamız gerekiyordu. Biz de rakiplerimizi inceleyip daha iyisini yapabilmek için çabaladık.

Instagram üzerinden paylaştığımız içerikler de nelere dikkat etmemiz gerektiğini öğrendik. Videomuzu öne çıkaran ya da geri plana atan unsurlar neler bunları inceledik.

İnsan davranışlarını incelemeyi öğrendik. Belirli analizler yaptık. Takipçilerimizin yaş aralığını, tercih ettikleri ürünleri hatta tercih ettikleri fiyatları analiz ettik. Aynı şekilde rakiplerimizi de analiz ettik. İnsanlar rakip mağazaları neden takip ediyorlar, biz onlardan öne geçmek için ne yapabiliriz ya da onların gerisinde miyiz gibi sorulara cevaplar aradık. Sonucunda da elimize geçen verilere göre daha dikkatli bir şekilde içerik üretmeye devam ettik.

22) Hesapların linki:

Web Sitesi: <https://bilecikorjin.com/>

Instagram: <https://www.instagram.com/orjinbilecik/>

Tiktok: [https://www.tiktok.com/@orjinbilecik?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc](https://www.tiktok.com/@orjinbilecik?is_from_webapp=1&sender_device=pc)

Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100091422722239>

23) İçerik linki.

- En çok izlenen reels videosu: <https://www.instagram.com/reel/CseMKu1OVXk/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- En az izlenen reels videosu: <https://www.instagram.com/reel/CsN-o48Lboa/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

24) İşletme sahibiyle yaptığımız röportajın linki:

[https://drive.google.com/file/d/1KW31AmYzITybqu28Umm\\_KB04lGhTiW0v/view?usp=drivesdk](https://drive.google.com/file/d/1KW31AmYzITybqu28Umm_KB04lGhTiW0v/view?usp=drivesdk)