

## E-TİCARET NEDİR? (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-TİCARET NEDİR? (Tanım-2)

- Internetin platform oluşturduğu bilgisayar ağları vasıtasıyla ürün, hizmet ve bilginin

1. Alınıp satılma

2. Transfer olma

3. Yer değiştirme

süreçlerini kapsayan gelişmiş bir ticaret modelidir.

## E-TİCARET NEDİR? (Tanım-3 (Wikipedia))

- Elektronik ticaret, 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-TİCARET AŞAMALARI NELERDİR?

- Ticaret öncesi firmaların elektronik ortamda bilgilendirilmesi ve araştırma yürütülmesi (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-TİCARET ARAÇLARI NELEDİR?

(Ticareti kolaylaştıran teknolojik ürünler)

- x Telefon
- x Faks
- x Televizyon
- x Uydu alıcıları
- x Bilgisayar
- x İnternet
- x İnternet (Lokal İnternet)
- x WAP
- x Elektronik ödeme ve para transfer sistemleri:
  - Ödeme teknolojileri:
    - x Kredi kartları
    - x Akıllı kartlar. (Smart Cards)
- x Elektronik veri değişim sistemleri (EDI)

## EDI NEDİR?

Ticaret yapan iki kuruluş arasında bilgisayar ağları aracılığıyla, insan faktörü olmaksızın bilgi ve belge değişimi sağlayan sistemdir.

## E-TİCARETTE TARAFLAR (OYUNCULAR)

- x Alıcı
- x Satıcı
- x Üretici
- x Bankalar
- x Komisyoncular
- x Sigorta şirketleri
- x Nakliye- Kargo şirketleri
- x Özel sektör- bilgi teknolojisi -Yazılım şirketleri
- x Sivil toplum örgütleri (Tüketiciyi koruma derneği, Ocaklar...)
- x Üniversiteler
- x Onay kurumları, elektronik noterler.
- x Dış ticaret müsteşarlığı
- x Gümrük müsteşarlığı
- x Diğer kamu kurumları

## E-TİCARETTE GELİR MODELLERİ NELEDİR?

Satış ; Şirketler, kendi kurumsal siteleri üzerinden ürün satarken; Walmart, Adidas, Nike, Teknosa --- gibi.

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

Üyelik ; Servisi sağlayan, belirli abneme bazında üyelik ücreti alır; Siberalem, ihale --- vs.

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

Entegrasyon ; Kendi üzerinden, diğer web sayfalarına geiş 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 ---

## E-TİCARET TÜRLERİ NELERDİR?

B2B (Business To Business):-

Şirketler arası elektronik ticaret

B2C (Business To Consumer/ Customer)

Şirket-Tüketici arası elektronik ticaret

B2G (Business To Government)

Şirket-Kamu idaresi arası elektronik ticaret

C2G (Consumer/ Customer To Government)

Tüketici-Kamu idaresi arası elektronik ticaret

### 1-) ŞİRKETLER ARASI ELEKTRONİK TİCARET (B2B)

- En yaygın kullanılan elektronik ticaret şeklidir. Şirketler 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.

### 2-) ŞİRKET-TÜKETİCİ ARASI ELEKTRONİK TİCARET (B2C)

- Elektronik ticaretin en çok bilinen türüdür.
- Sanal mağaza uygulamaları ile internette firmalar elektronik ortamda; bilgisayar, 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.

### B2B NE SUNAR ???

- ① Katalog Hizmeti
- ② Alım Satım hizmetleri
- ③ Müzayede hizmetleri
- ④ Bilgi Değiş Tokusu hizmeti

### B2B 'de Modeller :

- Satış - Pazarlama → Grup satışı
- Tedarik zinciri - Satın alma → Grup satın alma
- Al-Sat e-ticaret pazar yerleri → İki yönlü ihale siteleri
- Teknik Hizmetler → [www.fadwire.com](http://www.fadwire.com)
- Bilgi Hizmetleri → [technet.microsoft.com](http://technet.microsoft.com)

### B2C 'de Modeller :

- Elektronik perakende - mağaza → [hepsiburada.com](http://hepsiburada.com)
- Akıllı artıma → [ebay.com](http://ebay.com)
- Seyahat hizmetleri → [biletim.com](http://biletim.com)
- Finansal hizmetler →
- Bireysel hizmetler → İnsan kaynakları, hukuk, tıp, basın.

### 3-) ŞİRKET-KAMU İDARESİ ARASI ELEKTRONİK TİCARET (B2G)

- Kamu ile şirketler arasındaki lokal ağlar üzerinde yapılan ticaret, haberleşme ve diğer tüm etkinlikleri kapsamaktadır.
- Kamu ihalelerinin internette yayınlanması ve firmaların elektronik ortamda teklif vermeleri ile örneklerdir.
- E-ticaretin yaygınlaşmasını desteklemek amacıyla kamuun vergi ödemeleri, gümrük işlemleri de sanal dünyaya taşınmaktadır.

### 4-) TÜKETİCİ - KAMU İDARESİ ARASI ELEKTRONİK TİCARET (C2G)

- Tüketici ile kamu idaresi arasında her türlü vergi, sağlık ve hukuki etkinlik 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-TİCARETİN FAYDALARI NELERDİR?

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

## E-TİCARETİN MALİYET ETKİSİ

SEKTÖR	GEİNERSEL MALİYET	E-TİCARET MALİYETİ	TASARRUF %
x Uçak Bileti Rezervasyonu	8 USD	1 USD	% 87
x Bankacılık Hizmetleri	1.8 USD	0.13 USD	% 89
x Hayat Sigortası Politası	400-700 USD	200-300 USD	% 50
x Yazılım	15 USD	0.20-0.50 USD	% 97-99
x Fatura Ödemesi	2.22-2.32 USD	0.65-1.10 USD	% 67-71

## E-TİCARETİN FİRMALARA AVANTAJLARI NELERDİR ?

- İnternet sayesinde firmalar, müşterilerine dünyanın her yerinde 7/24 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-TİCARETİN MÜŞTERİLERE AVANTAJLARI NELERDİR ?

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

## E-TİCARET İÇİN GEREKENLER NELERDİR ?

### Teknolojik altyapı :

Bilgisayar, ağ alt yapısı, yazılım ve İnternet.

### Para :

Gerekli teknolojik alt yapıyı sağlamak, çalışanların eğitimi ve Gerekli 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-TİCARETE HAZIRLANMAK

- 1-) Firmanızın sattığı ürünleri rakip firmalardan farklı ve cazip hale getirebilmek gerekir.
- 2-) Rakip firmaların e-ticaret sektöründeki pozisyonlarını bilmek gerekir. (Rekabete hazır mıyız?)
- 3-) Hedef müşteri kitlesini belirlemek gerekir.
- 4-) E-ticaret işine giriş amaçlarının belirtilmesi gerekir.
- 5-) İnternet üzerinden satmayı düşündüğümüz ürünleri belirlememiz gerek.
- 6-) Satış personeli, bu sektöre girmeye hazır mı?
- 7-) Satın almayı ya da kiralamayı düşündüğümüz mağaza yazılımı hakkında yeterli araştırma yapmak gerekir.

## E-TİCARET PROJESİ UYGULAMA ADIMLARI NELERDİR?

- ① Tanımlama
- ② Tasarım
- ③ Geliştirme
- ④ Kurulum

## E-TİCARETTE EN ÇOK YAPILAN HATALAR NELERDİR?

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

E-TİCARETTE EN ÇOK YAPILANLAR	E-TİCARETTE EN AZ YAPILANLAR
<p>Eğlence</p> <p>Turizm - Seyahat</p> <p>Emlak, Ev ve yatırım</p> <p>Müşteri destek hizmetleri</p> <p>Tedarik zinciri gibi B2B işler</p> <p>Dokunmak gerektirmeyen perakende ürünler.</p>	<p>Lüks mallar.</p> <p>T-shirt dışındaki giyim ürünleri</p> <p>Yas sebze - meyve</p> <p>Dokunmak gerektiren ürünler.</p>

## E-TİCARETTE KOBİLERİN ÖNÜNDEKİ ENGELLER NELERDİR?

- ✓ Kuruluş maliyetleri
- ✓ İnsan kaynaklarındaki eksiklik
- ✓ Sağlanacak faydanın belirsizliği
- ✓ Sınırlı bilgi düzeyi
- ✓ E-ticaretin öneminin henüz yeterince fark edilmemiş olması.

### ÖNERİ

Kobiler biraraya gelerek e-pazaryeri oluşturabilirler.

## İNTERNETTE SANAL MAĞAZA İÇİN GEREKEN TEKNİK ALTYAPI NELERDİR?

- 1- Web tabanlı bir web sitesi.
- 2- Yer sağlayıcı hizmeti (hosting, reseller veya server)
- 3- SSL sertifikası
- 4- IP tahsis.
- 5- VPOS (Sanal POS) hizmeti
- 6- EFT / Havale yapılabilecek banka hesabı (PTT Bank)
- 7- Teknik eğitim (1 saat ile 1 hafta arası)

## İNTERNETTE SANAL MAĞAZA İÇİN GEREKEN ANLAŞMALAR NELERDİR?

- 1) Ürün veya hizmetin satın alınacağı firmalar,
- 2) Yazılım firması
- 3) SSL sertifikası sağlayan firma ile (sanal)
- 4) Yer sağlayıcı firma
- 5) Alınan odu aldığınız firma. (sanal)
- 6) VPOS hizmeti için banka ile
- 7) EFT / Havale için " "
- 8) Teknik eğitim alıncak firma ile (genelde yazılım firması)
- 9) Kargo firması



# SANAL POS NASIL ALINIR?

## 1-) SSL SERTİFİKASI

Sanal Pos başvurusundan önce SSL sertifikamızı almak. SSL, güvenli ortam sağlayan bir teknolojidir.

## 2-) SITEDEKİ SÖZLEŞMELER VE ÖDEME EKRANI

Üyelik sözleşmesi, Satış sözleşmesi, Mesafeli satış sözleşmeleri, İade ve iptal prosedürleri --- Olmalı.

Ödeme işleminde kesinlikle sertifikalı sayfaya geçilmiş olmalı (https) müşteri kredi kartı bilgileri girecek.

## 3-) ÜRÜN VE KATEGORİ YÖNETİMİ

Sitede ürün yoksa, banka satın alma işlemi yapamayacağından, bize onay vermeyecektir. (Anasayfada 15 den fazla ürün olmalı)

## 4-) BANKA ŞUBESİNE BAŞVURU

SSL sertifikası yüklü.

Sözleşmeler hazır.

Ürünler girildi.

Bankaya → Başvuru → Formu → İlgili Birime → Banka, Siteyi → Kabul edilirse  
git yap doldur Gönder inceles k. adı ve şifre  
verilir (bize)

↳ Kabul edilmezse ve sorun teknik bir sorun ise bize uyarıda bulundur (dizaynmenüsün için)

100