

BLOK 1 – Məhsulun seçilməsi və sifarişi

MƏHSUL NECƏ SEÇİLİR?

Tövsiyə olunan yanaşma: artıq mövcud olan təchizatçılarından hazır kataloqlar üzrə seçim etmək. Bunun üçün sizə WeChat əlaqələri və QR kodlar təqdim olunacaq – həmin kodlar vasitəsilə siz yüzlərlə məhsul çeşidini görə biləcəksiniz.

Seçim zamanı diqqət yetirin:

- Hansı məhsul vizual olaraq cəlbedicidir?
- Özünüz geyinərdiniz / istifadə edərdinizmi?
- Bakıda bu məhsula real tələbat varmı?
- Qiyməti + çəkisi karqo üçün əlverişlidirmi?

Seçimi etdikdən sonra məhsulun modelini, rəngini, ölçülərini və miqdarını qeyd edirsiz və təchizatçı ilə əlaqəyə keçirsiniz.

TƏCHİZATÇI İLƏ ƏLAQƏ

Təchizatçılarla WeChat üzərindən yazışma aparılır. Mesaj nümunələri:

- “Salam, bu məhsuldan 10 ədəd sifariş etmək istəyirəm.”
- “Sizdə hansı ölçülər mövcuddur?”
- “Qiymət nə qədərdir, göndərmə daxildir?”

ÖDƏNİŞ NECƏ OLUNUR?

İki əsas variant mövcuddur:

1. Öz WeChat Pay və ya Alipay hesabınızı yaradıb ora balans yüklemək
2. Xidmet göstərən şəxs vasitəsilə – komissiya müqabilində ödənişin edilməsi Ödəniş edildikdən sonra təchizatçıya qəbz göndərilir.

ÜNVANIN TƏQDİMİ VƏ GÖNDƏRİLMƏ

Məhsul təchizatçının deposundan birbaşa qablaşdırıcı şəxsin ünvanına göndərilir. Bu şəxs malları qəbul edir, yoxlayır və karqo üçün hazır vəziyyətə getirir.

KARQO NÖVLƏRİ

İki əsas seçim var:

1. Yerüstü (land) karqo – böyük həcmdə məhsullar üçün ucuzdur (məsələn, 15 cüt ayaqqabı)
2. Hava (fly) karqo – daha sürətlidir, qiyməti 1 kq üçün hesablanır

Əlavə olaraq:

- Qablaşdırma çəkisi nəzərə alınır
- Bəzi mallar üçün simvolik rüsumlar tətbiq oluna bilər

MALIN QƏBULU

Karqo şirkəti məhsul Bakıya çatdırıldıqdan sonra sizə xəbər verir. Siz karqo ofisinə gedərək ödənişi edirsiniz və məhsulu təhvil alırsınız.

SATIŞA HAZIRLIQ

Bu mərhələdən sonra məhsulun təqdimatı və satış prosesi başlayır – bu artıq növbəti bloklarda izah olunacaq.

BLOK 2 – Ödəniş və Logistika

ÖDƏNİŞ ÜSULLARI

Çindəki təchizatçılara ödəniş üçün ən geniş yayılmış platformalar – WeChat Pay və Alipaydır. Hər ikisi sürətli və təhlükəsizdir.

İki əsas seçim mövcuddur:

- Şəxsi hesab yaratmaq: Bu yol çətindir, çünki Çin bank kartı tələb olunur.
 - Vasitəçi ilə ödəniş: Azərbaycanda etibarlı şəxslər var ki, sizin yerinizə ödənişi həyata keçirirlər. Komissiya 2%-6% arasında dəyişir.
- Kurs daxilində sınañmış və etibarlı vasitəçilərin kontaktları təqdim olunacaq.

TƏCHİZATÇIYA ÖDƏNİŞ ADDIMLARI

- Təchizatçı sizə Alipay və ya WeChat ödənişi üçün rekvizit göndərir.
- Ödəniş zamanı qeydlər hissəsinə adınız və ya sifariş nömrəsi yazılmalıdır.
- Ödənişdən sonra qəbzin screenshot-u göndərilir və təsdiq alınır.

QABLARŞIDICI ÜNVAN VƏ PAKETLƏMƏ

Təchizatçıya məhsulu qablaşdırıcıya göndərmək üçün bu məlumatlar verilir:

- Ad, Çin daxili ünvan, telefon nömrəsi
- Məhsulların siyahısı və ölçüləri
- Qablaşdırıcı şəxs məhsulları qəbul edir, birləşdirir və karqoya hazır vəziyyətə gətirir.

KARQO SEÇİMİ VƏ QİYMƏTLƏNDİRİMƏ

İki variant var və seçiminiz zaman və büdcəyə bağlıdır:

- Yerüstü karqo: 25-35 gün, daha ucuz
- Hava karqo: 7-12 gün, daha bahalı

Qiymətlər adətən 1 kq üçün hesablanır (məsələn: 5-8 USD/kq). Unutmayın: Qablaşdırma çəkisi və bəzi əlavə xərclər də daxil ola bilər.

BAKIDA MƏHSULUN QƏBULU

- Karqo ofisi sizinlə əlaqə saxlayır

- Siz çəkini və ödəniş məbləğini öyrənirsiniz
 - Yerindəcə ödənişi edib məhsulu alırsınız
- ~Hə Təvsiyə: Qəbzi saxlayın – bəzən məhsulun mənşeyini sübut etmək lazımlı ola bilər.

NÖVBƏTİ BLOKA KEÇİD

İndi məhsul əlinizdədir. Növbəti mərhələdə – onu necə təqdim etməli, necə vizual olaraq cəlbedici göstərməli və satışa necə hazır vəziyyətə gətirməli olduğunuzu öyrənəcəksiniz. Bütün bunlar BLOK 3-də.

BLOK 3 – Təqdimat və Satışa Hazırlıq

MƏHSULUN FOTOLARI

Müştəri məhsulu əvvəlcə görür – sonra alır. Foto keyfiyyəti satışda birinci faktordur.

- İşıq vacibdir – təbii işıq və ya studiya işığı istifadə edin.
- Arxa fon sadə və təmiz olsun (ağ divar, düz masa və s.)
- Hər məhsulu minimum 5 bucaqdan çəkin: ön, arxa, yandan, detal və istifadədə

VİDEO TƏQDİMAT

Qısa və dinamik videolar alıcının diqqətini cəlb edir və inam yaradır.

- Format: 9:16 (TikTok və Instagram üçün)
- Məhsulun əllə tutulması və istifadəsi göstərilsin
- Titrəməsiz və yaxın kadrlar seçin
- Subtitr və loqo əlavə etmək tövsiyə olunur

INSTAGRAM VƏ TIKTOK DÜZƏLİŞİ

Satış üçün səhifələr vizual baxımdan peşəkar görünməlidir. Instagram:

- Bio konkret və etibarlı olmalıdır
- Hər məhsul üçün ayrıca post
- Profil ümumi stilə uyğun gəlsin TikTok:
- Məhsulun istifadəsini göstərən videolar
- Kontent real və sadə olmalıdır
- Trendlərlə uyğunlaşdırmaq satışa kömək edir

ÜNSİYYƏT TONU VƏ PEŞƏKAR DAVRANIŞ

- Hər müştəriyə vaxtında və nəzakətli cavab verin
- 'Qiymət?' yazana da peşəkar şəkildə cavab verin
- Yazışma tərziniz brendinizin imicini formalaşdırır

SATIŞA BAŞLAMADAN ƏVVƏL YOXLAYIN

1. Şəkillər və videolar hazırlanırdı?
2. Instagram və TikTok səhifələri tamdır?

3. Qiymətlər və təkliflər dəqiqdır?
4. Məhsul əlinizdə və təqdimata hazırlıdır?

Əgər cavabınız 'bəli'dirsə – satışa başlamağa hazırlısanız. Növbəti BLOK 4-də reklam strategiyalarına keçəcəyik.

BLOK 4 – Reklam və Marketing Strategiyası

ƏN UCUZ VƏ EFFEKTİV PLATFORMALAR

1. TikTok – məhsul videoları ilə qısa və emosional tanıtım
2. Instagram – postlar, hekayələr və DM-lər vasitəsilə satış
3. Telegram – loyal alıcı bazası üçün kanal (sonrakı mərhələdə)

TIKTOK ÜÇÜN STRATEGIYA

- Həftədə 4 video paylaş: hər biri 20-40 saniyə arası
- 3 saniyədə diqqət çəkməlidir (məsələn, problem göstər, həll ver)
- Videolarda məhsulun keyfiyyəti, istifadə forması və qiymət açıqlanmalıdır
- Müsiqi, subtitr və vizual cəlbedicilik vacibdir

INSTAGRAM ÜÇÜN STRATEGIYA

- Post: məhsul foto + qısa izah + qiymət
- Story: günlük yeniliklər, suallar və real müştəri mesajları
- DM: cavablar operativ, peşəkar və nəzakətli olmalıdır

BÜDCƏ VƏ REKLAM AYARLARI

- Gündəlik minimum 5 AZN bütçə ilə reklam başlaya bilər
- Auditoriya: 20-40 yaş, kişi/qadın, maraqlı sahəsi 'alış-veriş', 'ayaqqabı', 'stil', 'TikTok Shop'
- Test reklamları ilə ən uğurlu videonu tap, sonra onu əsas reklamda istifadə et

SATIŞA TƏSİR EDƏN FAKTORLAR

- İlk 5 saniyə videonun gücü satışa birbaşa təsir edir
- Vizual keyfiyyət, cavab tezliyi və etibarlı profil müştəriyə inam yaradır
- Endirim və ya "məhdud sayda" mesajları insanı tez qərar verməyə tövq edir

BLOK 5-də – Satış və Müştəri ilə Əlaqə: Sual gələndə necə cavab verməli, necə etibar yaratmalı və alıcıni necə satışa yönəltmək lazımdır – hamisini öyrənəcəksiniz.

BLOK 5 – Müştəri ilə Ünsiyyət və Satış Texnikası

YAZIŞMA TONU

- Hər bir müştəriyə "siz" deyə müraciət edin
- Nəzakətli və səmimi ton istifadə edin
- Emosional və passiv alıcıni fərqləndirib uyğun cavab verin

"QIYMƏT?" SUALINA CAVAB

- Yalnız qiymət deyil, qısa təsvir də verin: "Salam. 100 AZN. İtalyan dəri, real şəkildir. Maraqlıdırsa, sizə daha ətraflı izah edim."
 - Hədəf – dialoqu başlatmaq və marağı artırmaq
-

MÜŞTƏRİLƏ CAVAB VERMƏ ZAMANI

- İlk 5-10 dəqiqə ərzində cavab vermək idealdır
 - Gecikirsinizsə, izah verin: "Gec cavab üçün üzr istəyirəm. Yazdığınız üçün təşəkkürlər."
-

İNAN YARATMA VASİTƏLƏRİ

- Real foto və video təqdim edin
 - Həqiqi müştəri mesajlarını paylaşın (izinlə)
 - Özünüüz təqdim edin: "Bunu şəxsən mən gətirmişəm. Hər məhsula cavabdehəm."
-

ƏLAVƏ SATIŞ VƏ YÖNLƏNDİRİMƏ

- "Bu ayaqqabıya uyğun kəmər də var. Maraqlırsa, atım şəkli."
- Tələsdirici mesajlar: "Bu ölçüdən yalnız 1 ədəd qalıb."

Növbəti blokda – Qiymət qoyuluşu və qazanc hesabatı: məhsulun maya dəyəri, reklam xərcləri və qazanc marjası necə hesablanır – hamısını öyrənəcəyik.

BLOK 6 – Qiymət Qoyuluşu və Qazanc Hesablaması

ƏSAS SUAL: Necə qiymət təyin edim ki, həm sata bilim, həm də qazanım?

MƏHSULUN MAYA DƏYƏRİ

- Alış qiyməti (Çindəki qiymət)
- Karqo dəyəri (kq üzrə və ya 1 ədəd üzrə hesabla)
- Ödəniş komissiyası və ara xərclər

Məsələn: Ayaqqabı 18\$, karqo 3\$, komissiya 1\$ = 22\$ (37 AZN)

REKLAM VƏ DİGƏR XƏRCLƏR

- Günlük reklam büdcəsini 1 məhsula böl: məsələn, 10 AZN / 2 satış = 5 AZN əlavə
- Eyni zamanda qutu, foto, zaman xərcləri də nəzərə alınmalıdır

QAZANC MARJASI

- Satış qiyməti - toplam xərclər = qazanc
 - Tətbiq edilə bilən marja: 40%-80% arası
 - Məsələn: maya dəyəri 40 AZN, satış qiyməti 85 AZN → qazanc 45 AZN
-

BAZAR ARAŞDIRMASI İLƏ UYGUNLAŞDIRMA

- Rəqibləri yoxla: kim nə satır və neçə AZN-ə
 - Özünü ya keyfiyyət, ya da təqdimatla fərqləndir
-

DİQQƏT!

- Əgər ucuz satırsansa - keyfiyyətsiz kimi görsənərsən
- Əgər çox baha satırsansa - inamsızlıq yaranar
- Qızıl ortanı tap: həm sərfəli, həm də güvən yaradan qiymət

Sonuncu blokda – Məzmunun və səhifənin qurulması: Instagram və TikTok səhifəsini necə peşəkar kimi qurməli və alıcıya tam inam verməli olduğunu öyrənəcəyik.

BLOK 7 – Səhifə Qurulması və İnam Yaratma

PROFİLİN QURULMASI

- Ad: sadə, yaddaqlan və məhsul kateqoriyası ilə bağlı olmalıdır (məs: ‘oldmoney.az’, ‘bagstore.baku’)
 - Bio: nə satırsan + çatdırılma məlumatı + əlaqə
 - Profil şəklində loqo və ya estetik görüntü
-

PAYLAŞIMLAR

- Məhsul şəkilləri: təmiz fon, yaxşı işıq, yaxın plan
 - Real video: istifadə zamanı, paketləmə, əlində tutaraq
 - Müştəri rəyləri: mesaj screenshot və ya video fikir
 - Story: sorğular, endirimlər, bəyənilən məhsullar
-

İLK TƏSİR – HƏR ŞEYDİR

- Profilə daxil olan şəxs 5 saniyədə qərar verir: ‘etibar edə bilərəmmi?’
 - Ona görə dizayn, ahəng və məhsul görüntüsü uyğun olmalıdır
-

İNAM YARATMA METODLARI

- Aydın qiymətlər və məhsul məlumatları
- Aktiv hekayələr və cavablar
- Çatdırılma və geri qaytarma şərtləri açıqlansın

JUL
17



GÜNLÜK RUTİN

- Gündə ən az 1 paylaşım (foto/video)
- Hər gün DM və şərhlərə bax, cavabla
- TikTok və Instagram paralel getməlidir



ƏLAVƏ BONUS

Bu kursu alan hər kəsə – 10% endirimlə Marketing xidmətləri təqdim olunur. Bu da sizə artıq üstünlük verir.



SON SÖZ

İndi səndə hər şey var: bilik, təchizatçılar, alətlər və düzgün yol. Sadəcə başla və durmadan davam et. Bütün bu sistem sənin üçündür. Uğurlar!

TƏCHİZATÇILAR

1. Aksesuarlar: gözlük / saat / kepi
2. Ayaqqabı (lüks olmayan)
3. Qadın geyimləri
4. Geyim: köynək/şort
5. Vintage / Tiryək
6. Çantalar
7. Əyaqqabı (krossovkalar)
8. Ayaqqabı (lüks)
9. Qadın Ayaqqabıları
10. Böyük lüks seqment
11. Lüks eşyalar
12. Lüks Kişi geyimləri, Old Mani
13. Çantalar
14. Ayyaqqabı
15. Üst geyimi (Monkler)
16. Timberland (ayyaqqabı)















