***RAKİP ANALİZİ***

**Pazar Payı ve Müşteri Tabanı:**

**Trendyol**

Türkiye’nin önde gelen e-ticaret platformları arasında birincidir ve geniş müşteri tabanına sahiptir. **%27 ’lik payıyla** lider konumda bulunan şirket olarak kaydedildi. Türkiye’nin giyim alanında e-ticaretteki boşluğu büyük ölçüde kapattığı için pandemi sonrası da epeyce değer kazanmış bir şirkettir.

**Hepsiburada**

İkinci sırada %17 ‘lik pazar payına sahip Hepsiburada yer alıyor. Hepsiburada’nın toplam sipariş adedi 2022’ye göre yüzde 95 artmış ve 2023’te 27,5 milyona yükselmiş. Hepsiburada’nın müşteri başına ortalama sipariş sıklığı yıllık yüzde 57 artışla 8,1 ‘e yükseldi. Toplam satış hacmi ise yüzde 101 artış göstererek **18,5 milyar TL’ye** ulaştı.

Amazon henüz sadece yüzde 1’lik bir pazar payına sahip ve bu gerçekten ilginç görünüyor. Global dev henüz Türkiye pazarında beklendiği kadar öne çıkamıyor. Ben bunu *Familiarity Bias* ilkesine bağlıyorum. Müşteriler arayüz olarak uzun yıllardır Hepsiburada ve Trendyol’a alıştığı için son birkaç yılda pazarın büyük bir kısmına açılmak pek de mümkün değil.

Hepsiburada Trendyol’dan 10 yıl daha eski bir şirket olmasına rağmen Trendyol yaptığı yeniliklerle giyim alanında e-ticaretteki boşluğu kapatarak aynı zamanda ürün yelpazesini teknolojiye, ev eşyaları gibi alanlarda da genişleterek Hepsiburada’nın da önüne geçmiştir.

Hepsiburada 10 yıllık farkı kapatacak daha çok çalışma yapmalıydı. Belki de ilk 10 yıl Türkiye’nin 1 numaralı e-ticaret platformu olmanın getirdiği hantallıkla sonradan adımlar atsa da şu an gayet iyi bir pozisyonda.

Dünyanın en büyük e-ticaret siteleri arasında 13 Numara.

**Sahibinden**

Sahibinden.com, emlak ilan ve reklamlarının yanı sıra birçok farklı alanda da ilan verilebilen bir çevrimiçi platformdur. Coğrafi pazar Türkiye’dir. Hepsiburada ile aynı yıl kurulmuştur. Farklı alanlara yönelik hizmetler vermektedirler. E-ticaret sitesinin çevrimiçi ilancılık kategorisinde dünyada 4. sırada yer alıyor. Türkiye’de kendi alanındaki rakipleri arasında ilk sırada yer alıyor. Rakipleri arabam.com, armut.com, araba.com…

**Avrupa Pazarı ve Küreselleşme:**

**Trendyol**

Trendyol Avrupa’da 27 farklı ülkeden sipariş aldığı aynı zamanda bünyesine satıcı kattığı en.trendyol.com sitesine sahip. Bu adımla çok geniş bir ülke skalasına sahip olarak bu çalışmadaki rakipleri arasında ciddi şekilde öne geçiyor.

Türkiye platformunda ise ürün başlıklarında belirtilen ‘(Yurtdışından)’ ibaresiyle Türk müşterilerine yurt dışı ürünleri sunsa da maalesef ürün yelpazesi açısından da zayıf kalıyor.

Hisse senedi çıkarma yoluna girebilir. Uluslararası borsalarda işlem görmek pazarda daha fazla bilinirlik kazanmasına yardımcı olur. Halka açıldığı zaman çalışanlarına da sağladığı hisse opsiyonlarıyla çalışan bağlılığını arttırabilir. Halka açık olmak yatırımcılar ve paydaşlar arasında güven oluşturur.

**Hepsiburada**

HepsiGlobal adlı siteyle HepsiBurada yalnızca Azerbaycan ve Ukrayna’da hizmet verebilmekte. Bu çok ciddi bir eksik ve maddi kayıp. Farklı ülkelerde lojistik ve taşıma alanında geliştirmeler yaparak Avrupa’daki ülkelere de açılabilir. Özellikle teknoloji alanında halen ülkemizde ciddi müşterilere ve güvenilirliğe sahip. Trendyol gibi giyim alanında çok iyi olmasa da Ev&Beyaz Eşya, Teknolojik Aletler kategorisinde oldukça başarılı hizmetler veriyor. Bu avantajını yurt dışı pazarında değerlendirebilir.

‘Yurt Dışından’ kategorisiyle gümrük ücreti ve kargo ücreti olmadan ürünleri müşteriye sunabiliyor. Müşterinin Aliexpress, amazon gibi sitelerde yüklü miktarda gümrük ücretleriyle karşı karşıya gelme sorununa harikulade bir çözüm.

metin, ekran görüntüsü, çevrimiçi reklamcılık, bilgisayar simgesi içeren bir resim

Açıklama otomatik olarak oluşturuldu

Nasdaq Borsa’sında işlem gören ilk ve tek Türk e-ticaret platformu olarak ise rakiplerinin önüne geçiyor. Uluslararası borsalarda işlem görmek, şirketin küresel düzeyde daha geniş bir yatırımcı kitlesi ve finansal topluluk tarafından fark edilmesine olanak tanır. Hepsiburada'nın Nasdaq'a girişi, yeni yatırımlar çekme ve büyüme stratejilerini finanse etme amacına hizmet edebilir.

**Sahibinden**

Sahibinden coğrafi pazarını Türkiye olarak belirlemiş ve yalnızca Türkiye içi hizmetler veriyor. Satıcı ve alıcı arasında güvenilir bir aracı olma prestijini kesinlikle Avrupa’da değerlendirmeli. Bünyesinde satıcıya bağlı olarak Yurt dışından gelen ürünler bulunmakta fakat yabancı satıcıları ve müşterileri de bünyesine toplayarak Türkiye emlak-ilan-reklam sektörünü küresele taşıyabilir.

Hisse konusunda rakibi Trendyol ile aynı konumda olan Sahibinden, bu yolda adımlar atabilir. Global’de bilinirlik kazanabilir, yatırımcılar ve paydaşlar arasında da güvenilirlik kazanır.

**Ürün Yelpazesi ve Hizmetler:**

**Trendyol**

Başlarda giyim alanında büyük bir açığı kapatmıştır. Bunun yanında ev&beyaz eşyaları, teknolojik aletler, kırtasiye, market, yemek, su gibi alanlarda da hizmetini genişletmiş. Trendyol Express ile kendi kargo hizmeti, TrendyolGo adı altında Trendyol Yemek ve Hızlı Market hizmetini sunarak hem restaurantlarla hem de marketlerle işbirliği sağlıyor. Hepsiburada yalnızca HepsiJet ve market hizmeti sunarken Trendyol çıtayı biraz daha ileri sürerek Yemek kategorisiyle de öne geçiyor.

Kargo süreleri çok uzun ve müşteriyi tatmin etmiyor. Mağazadan daha hızlı sahip olmak varken müşteri 10 günü bulan kargo süreleriyle karşı karşıya kalabiliyor. Bu konuda lojistik çözümler aramalı.

TrendyolMilla adlı kişisel markasını yaratan Trendyol, artık milla ürünlerinin ayrı bir uygulamadan satılacağını duyurmuştu. Bu da Inditex(Zara,Bershka,Stradivarius) markaları gibi markalaşma yolundaki adımını gösteriyor. Milla’yı ayırmak statü ve isimleşme adı altında mantıklı bir karar olsa da müşteri için zorluk yaratabilir: Ayrı kargo ücretleri, farklı uygulamalarda üyelik, platform çokluğu gibi.

Dolap uygulamasıyla ‘İkinci El’ ürün satışını desteklemekte ve Trendyol uygulamasının içerisinden erişim sağlanmakta. Dolap’ta gerek hizmet bedeli gerek kargo bedeli olsun çok yüksek fiyatlardan dolayı satıcının eline çok cüzzi miktarlar geçiyor. İnsanlar ikinci el almak yerine aynı parayla sıfır almayı tercih ediyor. Ne müşteriyi ne de satıcıyı düşünen bir sistem var. Maalesef popülerliği de düşüşte. Kontrolsüz satıcılar da çoğalmış durumda.

Montaj ve taşınma hizmetiyle de sadece İstanbul içi de olsa profesyonel taşıma hizmeti sağlıyor. Hepsiburada’dan öne geçtiği nokta burası. Nerdeyse her türlü montaj hizmetini sağlıyor.

Ürün karşılaştırma sistemi henüz yok. Giyim alanında değerlendirmelere, bedene, fiyata göre karşılaştırma olsa sepetteki ürünlerin alınma oranı artabilir.

**Hepsiburada**

HapsiJet ile kargo hizmeti sunarak ürünlerin ertesi gün kapıda olmasını sağlıyor. TrendyolExpress’ten daha hızlı çalışan altyapısı var.

HepsiPay ile kredi kartı limitlerine takılmadan veresiye mantığıyla Hemen Al Sonra Öde imkanı sağlayarak müşteriyi bankalarla muhatap etmeden ekonomik ödeme kolaylığı sağlıyot. Trendyol hala bu konuda müşteriyi alışveriş kredileri, tek çekim problemleriyle uğraştırıyor.

Hepsiburada telekomünikasyon şirketlerinin bile şu an uyguladığı yemek hizmetine girmemekle hata yapıyor olabilir. Restaurant zincirlerini sisteme dahil ederek HepsiYemek adlı hizmet sunabilir. Diğer yemek hizmetlerinden farklı olarak Premium üyelerine farklı kampanyalar sunabilir. Müşteri artık hangi uygulamayı kullanacağı konusunda kararsız kalabiliyor çünkü çok fazla hizmet sağlayıcısı var ve her uygulamanın sunduğu kampanyalara hakim olmak ve en karlısını seçmek zor. Bu yüzden hiçbirinde olmayan imkanlar sağlayarak Hepsiburada’nın bu fırsatı kullanma şansı hala var.

Trendyol’a kıyasla Hepsiburada da market ve su hizmeti vermekte. Ek olarak verdiği Çiçek hizmetiyle öne çıkan Hepsiburada Çiçeksepeti gibi aynı gün teslimat hizmeti sağlayarak rakiplerinde olmayan bir hizmeti ortaya koyuyor.

metin, ekran görüntüsü, web sayfası, yazılım içeren bir resim

Açıklama otomatik olarak oluşturuldu

Montaj hizmetleri premium üyelere yarı fiyatına oluyor. Ek olarak taşınma desteği gibi hizmetler yok.

Ürünler arasında karşılaştırma imkanı sağlıyor. Müşteri ihtiyacına uygun ürüne ulaşmakta ciddi bir karar kolaylığı yaşıyor.

metin, ekran görüntüsü, web sitesi, web sayfası içeren bir resim

Açıklama otomatik olarak oluşturuldu

**Sahibinden**

Sahibinden ise ödeme kısmı müşteriyle satıcı arasında ve ödeme konusunda güvenli e-ticaret (GeT) ile müşterisini güvenceye alıyor. Kargo, ulaşım gibi lojistik işlerine karışmıyor fakat bir sorun olursa da devreye giriyor. Yemek, su, market işine tamamen uzak. İlan & Reklam çizgisini bozmuyor. Rakiplerine kıyasla ‘ikinci el’ konusunda oldukça güvenilirliğe sahip. Özel ders, iş ilanları, İkinci El & Sıfır Araba ve ev eşyaları, Emlak, Hayvanlar Alemi, Ustalar ve Hizmetler, Yedek Parça, Aksesuar, Tercüme’den tut Cenaze işleri ve El sanatlarına kadar çok geniş bir hizmet yelpazesine sahip. Giyim kolu zayıf olsa da diğer kollarda çok güçlü. İnsanların kilit ihtiyaçlarına karşılık bulmakta hala güçlü bir pozisyonu koruyor.

Trendyol’un ikinci el için çıkardığı Dolap uygulaması yine giyim alanında hizmet verirken Sahibinden’de teknolojik alanda ikinci el ürünler önplanda. Trendyol yenisini götür kampanyaları yapsa da Sahibinden daha çok tercih edilmekte.

Yakınlardaki sahibinden ilanlarını göstererek kullanıcıya kolaylık sağlıyor. Satıcı eğer öne çıkarma özelliği satın almışsa bu ürünleri öne çıkararak hızlı satış sağlıyor.

Montaj ya da taşıma özelliği yok. Büyük bir ikinci el eşya aldığımızda Sahibinden’in kendisi birebir bu konuda destek sağlamıyor.

Ürünleri uygulama içersinde karşılaştırma imkanı sunmuyor. Özellikle emlak ve araba ilanlarında bu karşılaştırma imkanını sunmak için çalışmalı.

**Satışlarda para birimi:** Sahibinden dolar üzerinden de satış yapılmasına izin verirken Hepsiburada ve Trendyol bu imkanı sağlamıyor. Türkiye dışarıdan çok fazla göç alan bir ülke ve yabancı müşteriler de e-ticaret platformlarından alışveriş yapmak istediklerinde Türk Lirası engeline takılabilir. Kredi/Banka kartları farklı para birimlerinde açılmış olabilir. Bu noktada müşteri kaybı yaşanabileceğinden Trendyol ve Hepsiburada farklı para birimlerinde en azından Dolar ve Euro üzerinden satışları mümkün kılınabilir.

metin, tekerlek, ekran görüntüsü, taşıt, araç içeren bir resim

Açıklama otomatik olarak oluşturuldu

**Güvenlik ve Ödeme:**

**Trendyol**

Trendyol güvencesiyle sunduğu ürünleri Trendyol Cüzdanım ve kredi kartı ödeme yöntemi yanında banka kartı ile ödeme seçenekleri de bulunuyor. Trendyol cüzdanla ödediğimizde çok düşük paralar kazanıyoruz 10TL 15 TL gibi. Ama bu açığı farklı bankalardan yeni müşterilere özel verdiği faizsiz 6 aylık 10.000Tl lik kredi imkanıyla kapatıyor diyebiliriz. Aynı zamanda müşteri Trendyol Sigorta ile siparişlerin garanti süresini uzatabiliyor, ürünleri sigortalayabiliyor. Cep telefonunda üretici kusurlarına, ekran kırılması ve hırsızlık gibi durumlara karşı da müşteriyi koruma altına alıyor. Finansbankla yaptığı işbirliği doğrultusunda ömür boyu kart ücreti olmadan Trendyol alışverişlerinde indirimler sunup peşin fiyatına taksitlendirmeler sunuyor. Akbank ve Enpara ile yaptığı işbirliği ile Ticari Kredi Kartı sağlıyor. Ekonomik anlamda müşteriye sunduğu çözümler göz ardı edilemez.

**Hepsiburada**

HepsiPay ile kredi kartı limitlerinle müşteriyi boğmadan Hemen Al Sonra Öde imkanı sunarak ödeme kolaylığı sunuyor. Aynı zamanda anlaşmalı bankalardan 3 aya kadar faizsiz taksitlendirme imkanı sağlıyor. Kendi markasına özel bir ödeme kartı çıkarması yönünden öne geçiyor. Premium hesabıyla da tüm alışverişlerde %3 kar marjı sağlıyor. Trendyol gibi alışveriş kredileri sağlamakta da geri kalmayan Hepsiburada Trendyol gibi alışveriş kredisi faizlerini yüksek tutmuş.

Sigorta konusunda Trendyol gibi Kazaen Hasar sigortası altında kırılma, sıvı teması, hırsızlık gibi konularda hiç de ucuz olmayan bir sigorta imkanı sunuyor. Sigorta ücretleri aldığımız ürünün en az %30 u kadar bir ücretle sunuluyor. Bu fayda sağlamaktan çok müşterinin cebini zorlayan bir durum. Bu kadar yüksek sigorta ücretleri düşürülmeli. Trendyol bunu 10 – 20 TL şeklinde ücretlerle sağlarken Hepsiburada bu konuda geride kalmış.

**Sahibinden**

Güvenli e-ticaret (GeT) hizmetiyle paramızın güvende durmasını, satıcıdan kaynaklı bir durum olduğunda müşterinin mağdur olmamasını amaçlıyor.

Bünyesinde Yetki Belgeli satıcılara yer veriyor ve bunun kontrolünü sağlıyor. Satıcının platformdaki yıl bazlı tecrübesini göstererek müşterinin satıcıya olan güvenini destekliyor. Bkz: Sarı yıldız 8. Yıl Tecrübesi

metin, ekran görüntüsü, yazılım, web sayfası içeren bir resim

Açıklama otomatik olarak oluşturuldu

**Kampanya ve İndirim Politikaları:**

**Trendyol**

Sıkça kampanyalar düzenleyerek müşterilerine özel indirim ve avantajlar sunar. Cadılar Bayramıı, Kara Cuma, Yeni Yıl, Ay’a özel inidirimler olmak üzere fazlasıyla avantaj sunmasıyla önplanda.

Şanslı Çekiliş adı altında düşük ücretlerle Araba, Telefon, Beyaz Eşya gibi büyük ürünleri kazanmak için çekiliş bileti sunuyor. Aslında bu insanların umuduna yönelik bir strateji olmakla birlikte küçük fiyatlar üzerinden katılım oranına göre büyük meblalar kazanma yöntemi. Trendyol’un bir şans oyunu yerine dönüşmesi itibarını ileride kötü etkileyebilir

**Hepsiburada**

Belirli dönemlerde büyük indirim kampanyaları düzenleyerek dikkat çeker. Trendyol’da olduğu gibi her ay bir indirim kampanyası sunmaz. Yüksek fiyatlı ürünlerde özellikle ayrıcalıklı indirim avantajları sunsa müşteriyi kendine çekebilir. Sadece teknoloji mağazası olan markalardan kendini öne çıkaran bir nokta olacaktır.

Kampanyalar dışında müşteriye oyunlaştırma üzerinden indirimler, hediye çekleri, çekiliş hakkı veriyor. Trendyol gibi sadece çekiliş alanında kalmayıp birsürü oyunu bünyesinde toplamış. Oynadıkça kazan ödülleri topla sloganıyla hem HepsiPara(HepsiPay hizmetinde kullanılıyor) hem de farklı kazançlar sağllıyor. Mayın tarlası, tombala, çekiliş, zeplin, plinko gibi Y kuşağına da hitap eden eğlenceli oyunlarla kazandırma stratejisi rakipleri arasında öne çıkarıyor.



**Sahibinden**

Genellikle bireysel satıcılar tarafından belirlenen fiyatlarla çalışır. İkinci el alım-satım platformu olması nedeniyle daha geleneksel bir yapıda olabilir. Bu sebeple aslında satıcılarla daha yakında ilişkiler kurarak işbirliği içerisinde sunulan indirimler sunabilir. Özellikle özel günlere mahsus kampanyalar düzenlerse müşteriyi kendine çekebilir.

**Lojistik ve Teslimat Süreçleri:**

**Trendyol**

TrendyolExpress ile kendi ulaşım süreçlerini hızlı ve güvenilir hale getirirken müşteri memnuniyetini arttırmaya odaklanır. Her üründe hızlı teslimat sağlamalı çünkü alınma sıklığı yüksek ürünlerin müşterinin eline ulaşması 10 gün sürüyor. Müşteri mağazadan almak yerine uygulamayı kullandığı halde 10 gün gibi uzun bir süre beklemek zorunda kalıyor. En azından max 5 güne indirilmeli.

**Hepsiburada**

HepsiJet ile ürünlerini ertesi güne kadar kapına getirebiliyor. Kendi ulaşım sürecini tasarlayarak müşteri memnuniyetini arttırmaya odaklanmış. Fakat bazı ürünlerde farklı kargo şirketleriyle çalışarak teslimat sürecini kendi dışında sağlıyor. Bu da bir problem yaşandığında müşteriyi 3. Kargo şirketleriyle muhatap olmak zorunda bırakır.

**Sahibinden**

Satıcılar genellikle kendi teslimat süreçlerini belirler. Yine rakiplerine göre daha geleneksel kalsa da hitap ettiği skalaya yönelik şimdilik mantıklı görünüyor. Teslimat süreçlerinde Sahibinden’in tamamen sorumluluğu satıcıya atmaması ise gözden kaçmıyor.