

T.C BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
YÖNETİM VE BİLİŞİM SİSTEMLERİ BÖLÜMÜ

İKİNCİ ÖĞRETİM

E - TİCARET DERSİ

E TİCARET PROJESİ

HAZIRLAYANLAR

İbrahim Ethem KOT

Onur ÖZTÜRK

Muharrem YALMAN

Caner CEYLAN

Ahmet Tolga TOZLU

Sosyal Medya Hesaplarımız:

[İnstagram](#)

[Tiktok](#)

[Youtube](#) (Proje sunumumuzun bulunduğu kanal)

[Webitemiz](#)

Videomuz: <https://www.youtube.com/watch?v=TBG5HuM5BtY>

EDİTORYAL TAKVİMİMİZ



12 MAYIS HEMŞİRELER HAFTASI
13 MAYIS RAMAZAN BAYRAMI
15 MAYIS RAMAZAN BAYRAMI
18 MAYIS HEMŞİRELER HAFTASI
19 MAYIS ATATÜRK'Ü ANMA
GENÇLİK VE SPOR BAYRAMI

**MAYIS
2021**

PZR	PZT	SALI	ÇRŞ	PRŞ	CM	CMT
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					



**HAZİRAN
2021**

20 HAZİRAN BABALAR GÜNÜ

PZR	PZT	SALI	ÇRŞ	PRŞ	CM	CMT
					1	2
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

TEMMUZ 2021

20 TEMMUZ KURBAN BAYRAMI
23 TEMMUZ KURBAN BAYRAMI

PZR	PZT	SALI	ÇRŞ	PRŞ	CM	CMT
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			



AĞUSTOS 2021

30 AĞUSTOS ZAFER BAYRAMI

PZR	PZT	SALI	ÇRŞ	PRŞ	CM	CMT
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				





EYLÜL
2021

12 EYLÜL DÜNYA İLK YARDIM GÜNÜ
25 EYLÜL DÜNYA ECZACILIK GÜNÜ

PZR	PZT	SALI	ÇRŞ	PRŞ	CM	CMT
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

EKİM
2021

17 EKİM MEVLİD KANDİLİ
29 EKİM CUMHURİYET BAYRAMI
29 EKİM KIZILAY HAFTASI

PZR	PZT	SALI	ÇRŞ	PRŞ	CM	CMT
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						





4 KASIM KIZILAY HAFTASI
10 KASIM ATATÜRK'Ü ANMA
22 KASIM AĞIZ VE DİŞ SAĞLIĞI
HAFTASI
24 KASIM ÖĞRETMENLER GÜNÜ
28 KASIMAĞIZ VE DİŞ SAĞLIĞI
HAFTASI

**KASIM
2021**

PZR	PZT	SALI	ÇRŞ	PRŞ	CM	CMT
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

**ARALIK
2021**

1 ARALIK DÜNYA AIDS GÜNÜ
2 ARALIK SARIKAMIŞ ŞEHİTLERİNİ
ANMA GÜNÜ

PZR	PZT	SALI	ÇRŞ	PRŞ	CM	CMT
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	



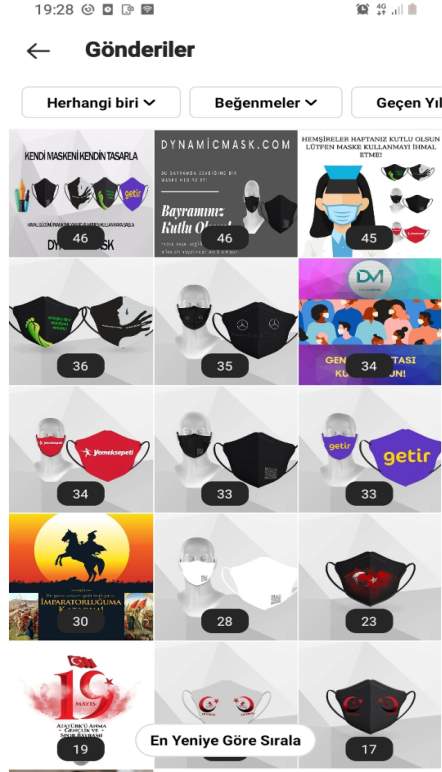
İSTATİSTİKLERİMİZ

Sosyal medyaya giriş yaptığımız zaman çeşitli içerik ve aktif paylaşımlar ile sürekli artan etkileşimle beraber hedeflediğimiz müşteri kitlesinin çoğuna ulaşmayı başardık.

16 Mayıs-22 Mayıs arası karşılaştırıldığında daha fazla kitleye sahip olmaktadır. Bunun sebebi sürekli kendimizi tekrar etmeyip farklı içerikler ve aktif paylaşımlar ile projemizi anlatmamızdan dolayıdır.

İNSTAGRAM





TİKTOK

2 Takipçiler 4 Beğeniler 6 Videolar 1.1K Görüntüleme

Exo Puanı 1.8 / 10 Profilin analizimize göre puanı

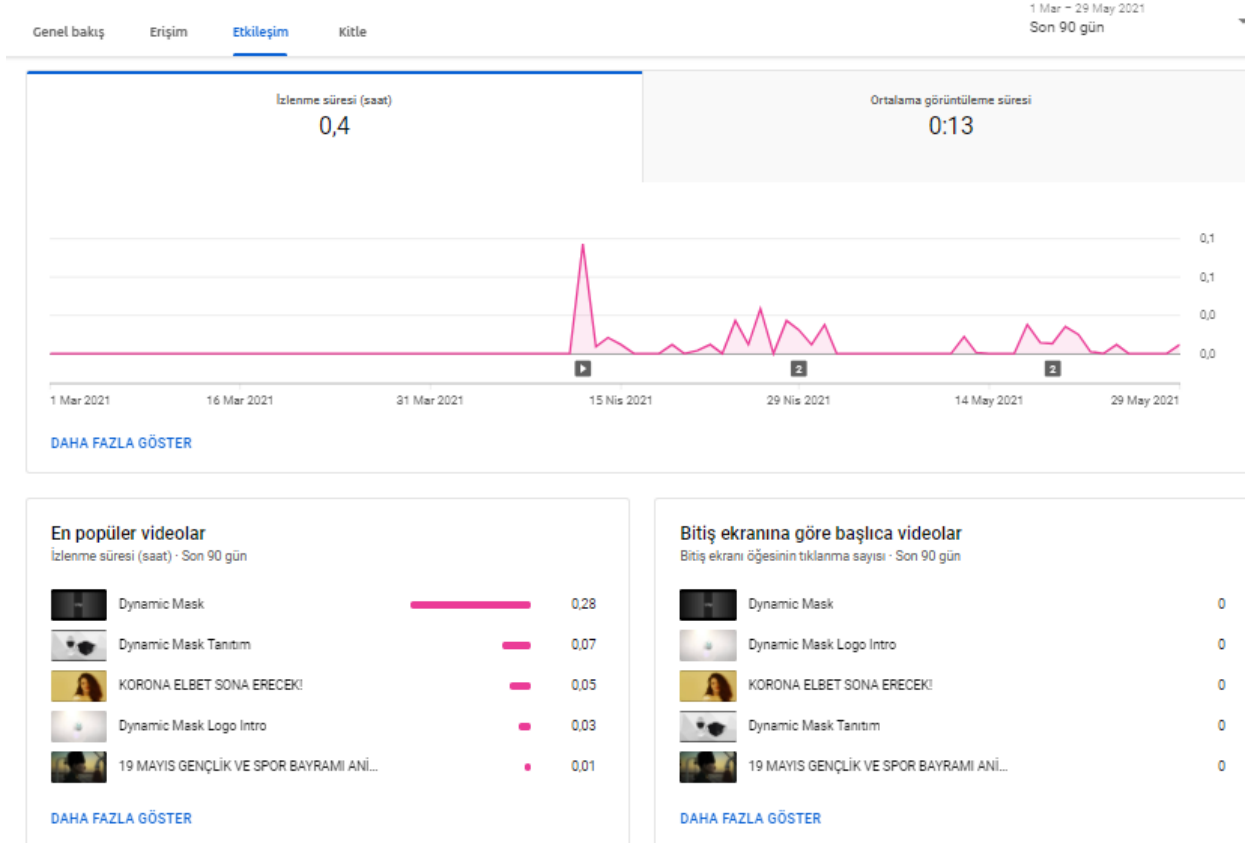
Etkileşim oranı 33.3% Bu büyüklükteki bir hesabın ortalamasından daha yüksek

Takipçi beğeni oranı 50.0% Daha büyük bir oran, beğenilerin takipçi de getirdiğini göstermektedir

Toplam görüntülenme 1.1K Toplam beğeni 4 Toplam yorum 0 Toplam video paylaşımı 0

Ort. beğeni 1 Ort. yorum Ort. video paylaşımı

YOUTUBE



SATIŞ WEB SİTE

Performans						
Toplam satış	Net satış	Siparişler	Satılan ürünler	Satılan ürünler		
₺ 50,00	₺ 50,00	1	3	0	0%	0%

LİNKEDİN

Analizler

Son 30 gündeki faaliyetler

18

▲ %260

Tekil ziyaretçiler

[Trenddeki makaleleri yayınla](#)

0

▼ %100

Yeni takipçiler

[Takip etmeleri için bağlantıları davet et](#)

253

● %0

Yayın görüntülemeleri

[Bir gönderi başlat](#)

0

● %0

Özel düğme tıklamaları

ANALİZ YORUM VE ÖNERİLER

Muharrem YALMAN

Dikkat çekmek sizin için neyi ifade ediyor?

Peki ya kolaylık?

Topluma faydalı bir birey olmak ?

Üstelik hiçbir şey'e ihtiyacınız olmadan, yürürken bile bunları sağlayacaksınız desem ne derdiniz?

E- Ticaret'e olan talebin pandemi döneminde yüzde 826 artış gösterdiğinin farkında mısınız?

İşte biz bunu başardık sizlerde başarmak için,

Güncel bir sorunun çözümüne yönelik ürün veya hizmet belirleyin.

Hedef kitlenizi doğru belirledikten sonra onların gözünden bakarak hareket edin.

Görünür olun. İnsanlar sizi ürününüzü arattığında bulabilmeli

Editöryal takvim hazırlayın.

(Düzenli olarak müşterilerinizin dikkatini çekecek tasarımlar ve içerikler paylaşmaya özen gösterin)

Özel günlerin markanızın tanınması açısından büyük avantaja sahip olduğunu es geçmeyin

İbrahim Ethem KOT

Projemizin Instagram medyasını ben yönetiyorum. Instagram sayfamızı açtığım daha ilk günden işletme hesabı yaparak profesyonel bir hesap yaptım. Profil sayfamızda işletmemizin logosu, sloganımız ve internet sitemiz yer alıyor. İlk paylaşım yapmaya başladığımda çok acemi olduğum için hem kendime hem arkadaşlarıma göre yaptığım paylaşımları kalitesiz bulduk ve bu paylaşımları yaparken daha fazla özen gösterip firmamıza uygun profesyonel bir bakışla bunu yapmam gerektiğinin kararını verdik. Paylaşımlarını yaparken daha çok araştırmaya başladım, görselliğe önem verip içeriğimizin kalitesini arttırmak adına daha çok emek ve vakit harcamaya başladım. Kafa yorup daha çok zaman geçirmeye başlayınca maalesef bazen paylaşım yapmayı unuttuk ama geçte kalmış olsak paylaşımlara devam ettik. Örneğin özel bir gün için içerik hazırlarken her zaman arkadaşlarıma danışmaya başladım, sonradan aldığımız çok mantıklı bir karar ile bir içerik değil aynı gün için iki veya daha fazla içerik üretip, ürettiğim içerikleri arkadaşlarıma sunup onların fikirlerini aldıktan sonra paylaşmakta karar kıldığımız içeriği yayınlamaya karar verdik. Bence projemizin Instagram sayfası için en kritik nokta burasıydı, içerik paylaşımımız için ürettiğimiz görseller bir tane olunca alternatif bir paylaşım olmadığı için normal olarak içeriğimizi yeterli bulabiliyoruz. Ama kullanıcı gözüyle bir bakış katmak için iki veya daha fazla içerik üretip bunların arasında değerlendirme yaptıktan sonra eleme yaparak en kaliteli olanı seçmek hem bizim için hem de projemiz için çok yararlı oldu diye düşünüyoruz. İkinci önemli kısım ise başlarda # kullanmayı unutuyorum, hatta bu yüzden içeriklerimize neden beğeni gelmiyor, hesabı neden kimse takip etmiyor diye düşünüyorduk. Diğer projeleri inceledikten sonra gördüm ki herkes paylaşımının içine 5-6 tane # koyarak projenin veya içeriğin ilgili olduğu alan ile alakalı yazılar yazmış. Bunu bende yapmaya karar verdim ve istatistiklerimizden de görüleceği üzere hem takipçimiz hem ulaştığımız hesaplar hem de beğenilerimiz artmaya başladı. Gün geçtikçe bizde paylaşımları arttırdık ve en sonunda istatistiklerimizi tutup paylaşımları sonlandırdık. Instagram için kendime özeleştiriy yapacak olursam daha da çok paylaşım yapabilirdim, günleri aksatmaya bilirdim, kaçırdığım günler olmuştu bu günleri kaçırmaya bilirdim. İçeriklerimize tek tek baktığımda ise videolarımızın çok fazla izlendiğini fakat sadece görsel içerikli paylaşımlarımızın videolara oranla çok az beğenildiğini fark ettik. Buradan anladık ki insanlar görsel paylaşımlardan ziyade daha çok videoya ilgi gösteriyor, belki videonun içeriğinde ne olabilir diye düşünerek videoları heyecanla izliyor olabilirler. Ama görselde 5-10 saniye ekrana baktıktan sonra direk geçebiliyorlar çünkü onlara içerik olarak verebileceğimiz şey sadece 1 veya 2 tane resim. Ama videoda böyle değil, video sürekli devam ettiği için insanlar bir kere baktıklarına sonuna kadar izleyebiliyorlar. Video içerikli paylaşımlara ağırlık verebilirdim veya daha fazla paylaşabilirdim..

Editoryal Takvim konusunda ise projede ki arkadaşlarımızla bir araya gelerek günleri belirledik ben de belirlediğimiz bu günleri tek tek not ederek kaydettim. Firmamızın alanı sağlık ile ilgili olduğu için tasarım yaparken sade olsun istedim. Takvime baktığımızda çok fazla renk cümbüşü olmasın diye sadece logomuzu koyarak normal bir takvim şeklinde özel günleri oluşturdum ve arkadaşlarımla paylaştım.

Onur Öztürk

Sunumunu yaptığım videoda maskelerimizin özelliklerinden, sonrasında youtubede nasıl bir yol izlediğimden ve etkileşim yakalayabilmek için dikkat edilmesi gereken noktalardan bahsettim.

Hazırladığımız içerikleri yayınlarken daha isabetli gönderi başlıklarına, videoya uygun 2-3 paragraflık açıklamalara yer vermeye ve videolarımızın bulunabilmesi için videoya uygun olacağını düşündüğüm etiketler kullanmaya özen gösterdim. Bunlara ek olarak kanalımızdaki her bir videonun izlenme fırsatı yakalayabilmesi için bitiş kartları eklemenin de yararlı olacağını düşündüm.

Youtube Studio üzerinden belli aralıklarla analiz almak da bu işin önemli parçalarından biriydi. Son olarak videoyu izleyeceklerle projelerinin Youtube kanalı için daha çok sayıda video atılmasının faydalı olacağını da hatırlattım. Bunların haricinde abone olmayıp kanalı ziyaret edenler için kanal fragmanı yayınlamak kanal için önemli bir kriterdi.

Caner Ceylan

Öncelikle projemizden biraz bahsetmek istiyorum.Projemiz bu pandemi döneminde artan maske satışlarında taleplerin ne yönde olduğunu inceleyerek yeni tür maskeler tasarlamak oldu.Bu maskeler bir mekana gidince telefondan hes kodu göstermek yerine maskeye bastığımız hes kodunu direk okutarak hızlı geçiş yapmak.Firmalara özel maskelerimiz ise reklamlarının olması için alternatif.Bir de sosyal mesaj veren maskelerimiz var tabi onlarda halkın duyar seviyesini arttırmak için.

Ben projemiz için neler yaptım kısaca bahsedeyim.Bu anlattıklarımı videoyla youtubede paylaştım.

Tiktok için herkesin dikkatini çekebilecek videolar yükledim.Bu videoları Tiktok için dikkat çekici reklam videoları yapmaya özen gösterdim.Kendi ses kaydımı alarak reklam videoları çekmeye çalıştım.İlk başta izlenim alamıyordum sonra hashtag kullanımlarıyla izleyicinin arttığını gördüm hashtag kullanımlarını dikkat etmeye başladım. İzlenimlerimde başarıyı yakaladığımı düşünüyorum.

Her hafta discord kanalımızda arkadaşlarla buluşup görev dağılımı yaptık herkes içerik olarak güzel şeyler ortaya koydu.Görev dağılımı yaparken herkes eşit şekilde fikrini sundu ve görevlerimizi o düzene göre yerine getirdik.

Ahmet Tolga TOZLU

Koronavirüs döneminde maske kullanımının artması ve buna yönelik birçok firmanın bu sektöre girmesi doğal bir girişimdir diye düşünüyorum. Bizim de Dynamic Mask projemiz maske üreten bir çok firmadan farkımızı ortaya koyabilmek için tasarımlarıyla yenilikçi , müşteri odaklı, kaliteye önem veren bir firma olmayı hedefledik.Bunun içinde bu projede yapabileceğim tasarım görevini üstlendim.Tasarım kelimesinin geniş bir kavramı bulunmakta ,ben bir şeyler üretmek veya sıfırdan başlamak için değil, var olan bir ürünü geliştirmek,pazarlamak veya farklılık yaratmak amacıyla, logo,maske ve ürün tanıtım videoları hazırladım.Bu aşamalarda zorluklar yaşadım, çünkü hata yapma payım oldukça yüksekti ,

Örneğin;

DynamicMask logosunun beğenilmemesi firmamızın marka değerinin düşüşmesine yol açabilirdi. Maskelerimizi tanıtmak amaçlı oluşturduğum videolarda ürünleri yanlış eksik veya konu dışı hazırlasaydım,müşteri potansiyeli biz daha pazara girmeden düşebilirdi.Bu konularda dikkatli olmaya çalıştım ve profesyonel bir süreç yönettiğimi düşünüyorum.Hazırladığım sunum videomda ‘da yaptığım görevlerden ve görevlerimin her bir aşamasında kullandığım araç gereç(program vs.) ‘den bahsettim.DynamicMask!ın hedefleri olan bir firma olduğunu ve müşteri odaklı çalıştığından sunum konuşmamın sonunda değindim.DynamicMask projesi benim için, takım çalışması nasıl yapılır,verilen görevleri sonuca uygun şekilde düzgün tamamlayabildim’mi veya bir sonuca ulaşabildik’mi gibi sorulara cevap bulmama yardımcı oldu.Umarım bir çok projede daha üst düzey görevler alırım. Projede görev alan arkadaşlara teşekkür ederim.