

ELEKTRONİK TİCARET

Dr.Öğr.Üyesi M.Evren ÇELİK SÜTİÇER

E-Ticaret Sitenizin Arka Planında Neler Yapabilirsiniz?

Birçok web sitesinde olduğu gibi e-ticaret sitelerinin de arka planda çalışan bir Yönetim Paneli bulunur.

- Ürünlerinizi buradan ekleyebilir,
- Siparişleri takip edebilir,
- Pazarlama kampanyaları düzenleyebilir,
- Satış raporları düzenleyebilir ve
- E-ticaret sitenizin yönetimiyle ilgili aklınıza gelebilecek hemen herşeyi yapabilirsiniz.

Nereden başlayacağız?

- Öncelikle bir alan adı (domain adı) tescil etmelisiniz. Alan adınız web sitenizin internetteki adresidir. Alan adını seçerken mümkün olduğunca kısa, sitede satılacak ürünleri tanımlayan ve akılda kalıcı bir isim bulunmalıdır.
- Alan adı tesciliyle birlikte bu ismin marka tescilini de yaptırarak ilerde yaşanabilecek “fikri mülkiyet” sorunlarını da önlemiş olursunuz. Ayrıca marka başvurusu yaptığınız kelimenin .com.tr uzantılı alan adını da tescil edebilirsiniz.

Marka; belli bir ürün veya hizmetin değerini gösteren bir isim, sembol, dizayn veya işarettir. Hem üretim, hem de hizmet sektöründeki firmalar ürün veya hizmetlerini ayırt edici bir araç olarak kullandıkları markaları bir başkası tarafından taklit edilmemesi için onları marka tescili ile koruma altına almalıdırlar.

- E-ticaret siteniz firmanızın bünyesindeki bir yazılım ekibi veya hazır e-ticaret paketleri sağlayan bir e-ticaret yazılımları firması tarafından oluşturulabilir. Her iki seçeneğin de kendilerine göre artıları ve eksileri vardır.
- Kendi ekibinizin sıfırdan hazırlayacağı bir e-ticaret sitesi altyapısının geliştirme ve test süreci uzun ve zor bir süreçtir. Standart e-ticaret altyapıları ile yapılamayacak bir iş akışınız varsa veya gelişen piyasa koşullarına göre sitenin de sürekli geliştirilmesi gerekiyorsa bu yöntemi seçebilirsiniz.
- Fazla harcama yapmadan, hızlı bir şekilde e-ticaret sitesi kurmak istiyorsanız, hazır bir e-ticaret altyapısı kullanmalısınız. Böylece işin geliştirme ve test süreçlerini atlayarak direkt olarak ürün ekleme aşamasına geçebilirsiniz.

E-ticaret sitesi nasıl bir sunucuda barındırılmalı?

- Tüm web siteleri gibi e-ticaret siteleri de bir web sunucusunda barındırılır. Bu hizmete hosting denir. E-ticaret yazılımınızı ister kendi bünyenizdeki bir ekip hazırlasın, ister hazır e-ticaret paketi sağlayan bir firmadan alın, web siteniz hızlı, güvenilir ve yüksek erişilebilirlik oranına sahip bir sunucuda barındırıldığından emin olmalısınız.
- E-ticaret sitenizin herhangi bir nedenle erişemiyor olması hem ciro hem de prestij kaybına neden olacaktır.
- Sunucunun sürekli olarak optimum performansta çalışmasını sağlanmalı, güvenlik yamaları ve gerekli tüm güncellemeler zamanında yapılmalı ve tüm bilgiler periyodik olarak yedeklenmelidir.

- Hazır e-ticaret paketi satın aldığınızda, genellikle e-ticaret paketi sağlayan firma web sitenizi barındırır. Bunun nedeni, e-ticaret yazılımının kaynak kodlarını, e-ticaret paketi alan firmaya vermemeleridir.
- E-ticaret paketi satın alacağınız firmayı seçerken sadece e-ticaret yazılımının özelliklerine göre değil, web sitenizin barındırılacağı sunuculara göre de değerlendirme yapmalısınız.
- Sitenizin yavaş olması, ürünlerinizi inceleyen ziyaretçilerin satın alma yapmadan siteden ayrılmalarına yol açar. Yavaş siteler SEO açısından da negatif bir etkiye sahiptir. Google gibi arama motorları, arama sonuçlarında hızlı siteleri, yavaş sitelere göre daha üst sıralarda göstermeyi tercih eder.

Hazır e-ticaret paketi satın alırken dikkat etmeniz gerekenler

- Yukarıda belirttiğim gibi, hazır e-ticaret paketleri hızlı ve düşük maliyetle e-ticaret'e başlamanızı sağlar.
- Yanlış karar vermemek için e-ticaret paketinin ihtiyacınız olan özelliklerin tamamına sahip olmasına, kullanmayacağınız özelliklerinden dolayı fiyatının gereksiz yere yüksek olmamasına ve hepsinden önemlisi destek için aradığınızda karşınızda sizi anlayan ve sorunlarınıza çözüm üreten bir firma olmasına dikkat etmelisiniz.
- E-ticaret paketleri sağlayan firmanın demo mağazasını incelemenizi, varsa ücretsiz deneme hesabını kullanmanızı tavsiye ederim. Böylece ihtiyaçlarınızı ne oranda karşıladığını, sitenin hızını, site arayüzünün ve yönetim panelinin kullanım kolaylığını test edebilirsiniz.

- Potansiyel müşterileriniz sitenize girdiği andan itibaren 3-4 saniyelik süre içerisinde sitenin aradıkları ürünlerin bulunduğu, güvenilir bir site olup olmadığına karar vermektedir.
- Siteden çıkmayıp, aradıkları ürüne hızlıca ulaşmalarını sağlamak etkileyici bir tasarımın yanı sıra iyi bir kullanıcı deneyimi gerektirir.
- Günümüzde mobil internet kullanımı masaüstü internet kullanımını çoktan geçmiştir ve her geçen gün mobil kullanım daha da artmaktadır. Bu nedenle e-ticaret siteniz mutlaka mobil cihaz uyumlu olmalıdır.
- E-ticaret sitenize birçok farklı kanaldan ziyaretçi gelebilir. Arama motorlarında çeşitli anahtar kelimelerle yapılan aramalar sonucu sitenize gelen ziyaretçilere organik trafik denir.
- Söz konusu anahtar kelimelerde bulunabilir olmanız için e-ticaret sitenizin SEO uyumlu bir tasarıma sahip olması ve içeriğinin doğru bir şekilde girilmiş olması çok önemlidir. Düşük reklam bütçesi olan firmalar için organik trafik çekebilmek çok daha kritik bir öneme sahiptir.

- Bu nedenle ürün ekleme aşamasında ürün bilgileri mümkün olduğunca detaylı ve özenli bir şekilde yazılmalıdır. Ürün adları arama sonuçlarında kullanıcıların tıkladığı “sayfa başlığı” olarak gösterileceğinden tıklama oranlarını maksimize etmek için ürünle ilgili kritik bilgiler (örneğin: markası, ölçüleri, ayırt edici teknik özellikleri) ürün adında mutlaka bulunmalıdır.
- Ürün açıklamaları yazılmadan önce aynı ürünleri satan rakip siteler incelenmeli, onlardan daha detaylı ve müşteriye bilgilendirici şekilde yazılmalıdır. Hatta mümkünse ürünlerin kullanımına ilişkin videolar hazırlanmalı, müşterinin “evet aradığım ürün bu” diyebilmesi için gerekli tüm teknik detaylar verilmelidir.
- Ürün bilgilerini yazarken harcadığınız emek ve zaman müşterilerin karar verme aşamasında sizin sitenizi tercih etmesinde büyük rol oynar. SEO açısından baktığımızda, kapsamlı yazılan ürün bilgileri, farklı açılardan çekilmiş birden fazla ürün resimleri ve tanıtıcı ürün videosu eklemeniz arama sonuçlarında üst sıralarda yer almanızı sağlar.

E-ticaret Ürün Açıklamaları

E-ticaret sitelerinin başarısını belirleyen en önemli metriklerden biri de terkedilen alışveriş sepeti oranıdır. Potansiyel müşterilerinizin sepeti terk etmesine neden olan başlıca faktörler stok durumu ve teslimat süresidir. Ancak en az bunlar kadar önemli bir faktör olan ürün açıklamaları birçok e-ticaret sitesi tarafından yeterince detaylı ve özgün bir şekilde yazılmamaktadır.

Site tasarımı ve yerleşimi ilk izlenim açısından son derece önemlidir. Uygun fiyatlar, zengin kargo seçenekleri ve hızlı teslimat süreleri cezbedici olabilir ancak ürün açıklamaları çok kısa, özensiz ve sıkıcı bir dille yazılmışsa ziyaretçileriniz muhtemelen alışveriş yapmadan siteyi terk edeceklerdir.

Ürün açıklamaları, stok durumu ve teslimat süresinden sonra satışlarınızı etkileyen en önemli faktördür!

1. Ürün açıklamalarınızda bulunması gereken olmazsa olmaz içerik

- Ürünle ilgili “olmazsa olmaz” olarak nitelendirebileceğimiz bilgiler ürün detay sayfasında üstte ve kolayca görünebilen bir konumda bulunmalıdır.
- Bu konum e-ticaret temalarında genellikle “kısa açıklama” alanı olup ürün resminin sağında, stok miktarı ve sepete ekleme tuşunun hemen altındadır.
- Peki nedir bu olmazsa olmaz içerik? İçeriği görseller ve açıklamalar olarak ikiye ayırabiliriz.

Görseller

- Yüksek çözünürlüklü ve kaliteli ürün resimleri
- Zoom özelliği (İyi bir yakınlaştırma için önerilen çözünürlük 1200×1200 pikseldir)
- Farklı açılardan çekilmiş, ürünün önemli detaylarını gösteren resimler

Açıklamalar

- Ürünü net bir şekilde tanımlayan, markası modeli belirtilmiş ürün adı (başlığı)
- Ayırt edici özelliklerinin madde madde sıralanması
- Özgün bir dille yazılmış, abartıdan uzak, okuyucularda ilgi uyandıracak açıklama metni
- Ürün boyutları
- Teknik detayları (gücü, ağırlığı, hızı, çözünürlüğü, yapıldığı malzemeler vs.)
- Kullanım şekilleri, öneriler, faydalarının anlatımı
- Paket içeriği
- Dikkat edilmesi gereken durumlar, uyarılar, menşei vs. bilgiler

2. Ürün detay sayfasını zenginleştirecek,
bulunmasında fayda olan içerikler

- 360 derece ürün resimleri
- Ürün videosu (Kullanımını ve sunduğu faydaları tanıtan bir video aynı ürünü satan rakiplerinizin önüne geçmenizi sağlayacaktır)
- Hızlı bakış özelliği (Site Yapıcı E-ticaret paketlerinde standart olarak bulunan bu özellik, incelemekte olduğunuz sayfadan ayrılmadan ürünün büyük resminin ve kısa açıklamasının görüntülenmesini sağlar)
- Ürün hakkında ek bilgiler veren PDF dosyaları (özellikle teknik ürünler için önemlidir)
- Müşterinin ürünü hayal etmesini sağlayan, duyularına hitap eden, ürünü kullandığında yaşayacağı deneyimi mümkün olduğunca gerçekçi bir şekilde anlatan ekstra açıklamalar
- Varsa ürünün varyantları (renk, beden, numarası gibi)
- Ambalaj malzemesi ve ambalaj boyutları
- Uzmanların veya ürünü satın almaya teşvik edici (kanaat önderi) kişilerin ürün hakkındaki görüşleri
- Garanti koşulları
- Benzer veya muadil ürünlerle karşılaştırılması

3. Anahtar Kelime Seçimi

- Ürünlerinizle alakalı anahtar kelimelerin doğru bir şekilde seçilerek, doğal bir dille açıklama metinleri içinde kullanımı, ürün detay sayfalarınızın arama sonuçlarında üst sıralarda yer almasında büyük katkı sağlayacaktır.
- Peki doğru anahtar kelimeleri nasıl belirleyeceksiniz? Ürünlerinizle ilgili arama hacmi yüksek ancak rekabetin daha az olduğu anahtar kelimeleri bulmak sizi rekabette bir adım öne taşıyacaktır. Bu kelimelerin seçimi için aşağıda listesini verdiğimiz popüler kelime araçlarından faydalanabilirsiniz:
- LSIGraph (Bir anahtar kelimeyle alakalı semantik anahtar kelimeleri bulmanızı sağlar)
- KWFinder (Rekabet durumu düşük, yüksek arama hacimli kelimeleri bulmanızda yardımcı olur)
- BuzzSumo (Herhangi bir konudaki en iyi performansı veren içeriği bulmanızı sağlar)
- Keyword Tool (Google gibi arama motorlarının otomatik tamamlama sonuçlarını derleyerek kelime önerileri verir)

- Anahtar kelimeleri belirlerken sadece bu çevrimiçi araçlardan yararlanmak yeterli değildir. Satış ekibinizin müşterilerle birebir görüşmeleri sırasında gelen soruları, sitenizdeki canlı destek bölümündeki görüşme kayıtlarını veya rakiplerinizin web sitelerindeki ürün açıklamalarını analiz ederek sizin için önemli olabilecek kelimeleri belirleyebilirsiniz.
- Kelime türetirken sadece genel ürün kategorisine bağlı kalmayın. Ürünün sağladığı faydaları, yapıldığı malzemeleri, kullanım alanlarını, el yapımı olup olmadığını, sağlığa veya çevreye etkilerini değerlendirerek potansiyel müşterilerinizin ürünlerinizi nasıl arayacağı konusunda fikir yürütebilir, bu yolla birçok anahtar kelime bulabilirsiniz.

Ürünlerinizi nasıl tanıttığınız ve detaylara verdiğiniz önem marka bilinirliğinizi arttırarak rekabette her zaman bir adım önde olmanızı sağlayacaktır.

E-Ticaret Siteniz İçin Öneriler

- Öneri 1: Web sitenizi basitleştirerek dönüşümleri arttırın
- Öneri 2: Kategori yapınızı sade ve ihtiyaçlara odaklı olacak şekilde düzenleyin
- Öneri 3: Sitenize güven duyulmasını sağlayın
- Öneri 4: Alternatif ödeme seçenekleri kullanın
- Öneri 5: Müşteri sadakatini arttırıcı kampanyalar düzenleyin
- Öneri 6: E-ticaret sitenizi mobil cihazlar için optimize edin
- Öneri 7: Ürün detay sayfalarını zengin içerik ve özgün metinler kullanarak hazırlayın
- Öneri 8: Hedef kitlenizin ilgisini çekecek blog yazıları yazın
- Öneri 9: Müşterilerinizi üye olmaya zorlamayın ama üyeliğe teşvik edin
- Öneri 10: Email (haberleşme) listesi oluşturun
- Öneri 11: Fenomen pazarlaması (influencer marketing) yapın
- Öneri 12: E-pazaryerleri'nde mağaza açın
- Öneri 13: Cross Sell, Up Sell, Re Sell (yeniden satış) stratejilerini etkin şekilde kullanın
- Öneri 14: Doğru zamanda doğru ürünleri pazarlayın