



Nagihan Ünüvar

Markam Sen Marka Ve Pazarlama Yönetim Danışmanlığı Kurucusu & Genel Koordinatörü

E-ticaret'e başlamaya hazır mısınız?

Pandemi ile birlikte çevrimiçi alışveriş yapma araçlarına ulaşabilen tüm kuşakların alışveriş alışkanlıkları büyük bir değişime uğradı. Artık yeni nesil girişimciler, ürün veya hizmet pazarlaması için e-ticareti de tercih ediyorlar. E-ticaret yapmak isteyenlerin kendilerine bazı soruları sormaları ve buna göre strateji belirlemeleri önemli.

Alışkanlıkların değişmesi için 40 gün süresince aynı şeyin tekrarlanması gerektiği söylenir. Sürekli aynı şeyi tekrar eden beynin, bir süre sonra bunu günlük rutinine aldığı bilim insanlarının kabul gören bir yaklaşımdır. Bu durum, bazen kendi isteğimizle olur, bazen de dış etkenler buna mecbur bırakır. Son bir yıldır, tüm dünya insanların yaşadığı pandemi mecburiyetleri, birçok rutinin değişmesine ve yeni alışkanlıkların hayatımıza girmesine sebep oldu. Bunlardan biri, alışveriş alışkanlıklarının değişmesidir. Daha öncesinde, 2000 yılı ve sonrası doğan, teknolojinin içinde büyüyen Z kuşağı için bu olağan bir durumken, artık sadece Z kuşağının değil, çevrimiçi alışveriş yapma araçlarına ulaşabilen tüm kuşakların alışveriş alışkanlıkları büyük bir değişime uğradı. Aslında son 10 yıldır dünyanın kendini hazırladığı ve benim gibi dijital pazarlamayı kendine iş edinmiş insanlar için bu beklenen bir sonuçtu. Bir türlü istenen düzeye ulaşmayan çevrimiçi alışverişin mecburiyet hâline gelme şekli tuhaf olsa da, artık hiçbir şeyin eskisi gibi olmayacağı kesindir.

Yeni nesil girişimciler

Özellikle, dijital platformları aktif olarak kullanan yeni nesil girişimciler, fikirlerini hayata geçirmek ve ticarileşmek için dijital kanalları tercih ediyorlar. Bu girişimciler, kişisel marka olma hedefiyle, sosyal medya kanalları ile içerik üretmek markalaşma yoluna gidebildikleri gibi ürün veya hizmet pazarlaması için e-ticareti de tercih ediyorlar. Hikayenin tercih etme yönü kolay gibi görünse de yetersiz bütçe ile yola çıkarak bir internet sitesi açmak ve ticari fayda beklentisine kapılmak, zaman ve para kaybını beraberinde getirebiliyor. Bu sebeple, e-ticaret yapmak isteyenlerin kendilerine



aşağıdaki soruları sormalarını öneriyorum.

Ürün veya hizmetim benzersiz mi?

Benzersiz olmak için olmayan bir ürün veya hizmeti yaratmak gerekir. Eşsiz olmak, bütçeli ya da bütçesiz tüm işler için gereklidir; ancak yeterli bütçeniz yoksa benzersiz olmanız şarttır. Eğer cevabınız 'evet' ise diğer sorulara geçmenize gerek yoktur. Bir iş planı oluşturmanızı, yol ve yöntemi belirlemenizi ve hedefinize kilitlenerek, disiplinli bir şekilde çalışmanızı öneririm. Ürün veya hizmetiniz benzersiz değilse, aşağıdaki sorulara devam edebilirsiniz.

E-ticaret için tüm kaynaklarımı kullanmam gerekiyor mu?

Cevabınız 'evet' ise kararınız için yeterli kaynak oluşturana kadar beklemenizi tavsiye ederim. Cevabınız 'hayır' ise soruları cevaplamaya devam edebilirsiniz.

Hedef kitlemi tanıyor muyum?

Onlara nasıl bir değer önerisi sunacağım?

Bir ürün veya hizmeti arz edeceğiniz he-

def kitlenizi anlamaya çalışmalısınız. Sizi neden tercih edeceklerini bilmeli, ne istediğini, karşılanmamış ihtiyaçlarının ne olduğunu anlamalı ve değer önerinizi oluşturmalısınız.

Rakiplerimi tanıyor muyum? Onların önüne geçebilmek için yeterli çevrimiçi kabiliyete sahip miyim?

Benzer ürün veya hizmet sunucusu olacaksınız rakiplerinizi iyi tanımalısınız. Onları takip etmeli, markalaşmak için nasıl efor sarf ettiklerini bilmelisiniz. İyi bir analiz sonrası pazarlama planınızı hazırlayabilirsiniz.

Yukarıda sorduğum sorular, e-ticaret'e başlamak için hazır olup olmadığınız konusunda sizin için ilk adımlar olacaktır. İlk zamanlar daha çok bütçeye ihtiyacınız olacaktır; ancak iyi bir altyapı ile inşa ettiğiniz markanız, zamanla marka bilinirliğine ulaşacak, marka değeriniz artarken, pazarlama için ayırdığınız bütçe azalma eğilimine girecektir. Disiplinli, istikrarlı ve dürüst bir marka yaratırsanız, başarı doğal bir sonuç olacaktır.