

PAZARIN KALBİNE YOLCULUK:

AMERİKA'DA SATIŞIN İNCELİKLERİ

Editör: Furkan AKTAŞ

Yazar: Aslı SARITAŞ





ABD'YE YAPACAĞINIZ
İLK GÖNDERİMİNİZDE

%5

İNDİRİM!

ABD'ye Navlungo ile yapacağınız ilk gönderiminizde %5 indirim kazandınız! İndiriminizin hesabınıza tanımlanabilmesi için Navlungo'ya kayıt olduğunuz e-mailiniz ile aşağıdaki linkten formu doldurun, 24 saat içerisinde indiriminiz hesabınıza tanımlanacaktır!

Formu doldurmak için [tıklayın](#)

 **Navlungo**

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ

BÖLÜM 1: PAZARDAKİ FIRSATLARI KEŞFEDİN

12	ABD PAZARININ VE TÜKETİCİLERİNİN GENEL ÖZELLİKLERİ	20	ABD'DE İŞ YAPMANIN ZORLUKLARI VE FIRSATLARI
14	AMERİKAN E-TİCARET PAZARININ RAKAMLARLA MEVCUT DURUMU	22	ABD'Lİ TÜKETİCİLERİN ÇEVİRİMİÇİ ALIŞVERİŞ ALIŞKANLIKLARI
16	ABD'DE ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA İŞLEMLERİ İÇİN EN POPÜLER ÜRÜN KATEGORİLERİ	24	TÜRKİYE TİCARET BAKANLIĞI E-İHRACAT DESTEKLERİ
17	AMERİKA'NIN EN AKTİF ALIŞVERİŞ BÖLGELERİ	25	ABD'DE POPÜLER OLAN E-TİCARET PLATFORMLARI
18	ABD E-TİCARET PAZARI ÖNGÖRÜLERİ VE TRENDLERİ	27	AMERİKAN MOBİL TİCARET SATIŞLARI
		28	AMERİKA'DA SOSYAL MEDYA KANALLARI ÜZERİNDEN SATIŞ YAPMA

BÖLÜM 2: ABD PAZARINA AÇILMA ZAMANI: ÜRÜNLERİNİZİ NASIL GÖNDERİRSİNİZ?

- 33 FULFILLMENT İLE SINIRLARI KALDIRIN
- 38 ARA DEPO MODELİ İLE AMAZON'DA SATIN
- FBA (FULFILLMENT BY AMAZON)
FBM (FULFILLMENT BY MERCHANT)
ARBİTRAJ VE WHOLESALÉ MODELLERİ
- 44 ÇİN'DEN ALIN ABD'DE SATIN
- 48 ABD'YE MİKRO İHRACAT YAPIN

FİNAL: UÇTAN UCA TÜM SÜRECİ NAVLUNGO VE PARKPALET İLE YÜRÜTÜN

- 69 DİNAMİK İKİLİ: NAVLUNGO VE PARKPALET
- NAVLUNGO: OPERASYONLARINIZDA ZAMAN KAZANIN
- PARKPALET: DEPOLAMAYI VERİMLİLİKLE BULUŞTURUN
- 72 MÜKEMMELLİĞE DOĞRU

BÖLÜM 3: REKABETTE ÖNE ÇIKMAK İÇİN İPUÇLARI

- 53 RAKİPLERİNİZİ ETRAFLICA ARAŞTIRIN
- 54 HIZLI KARGO AVANTAJI SUNUN
- 56 SATIŞ SONRASI DENEYİMİ İYİLEŞTİRİN
- 58 KOLAY İADE İMKÂNI SAĞLAYIN
- 60 MÜŞTERİLERİNİZİ DEĞERLİ HİSSETTİRİN
- 61 MÜŞTERİLERİNİZİ TEKRAR ALIŞVERİŞE TEŞVİK EDİN

GİRİŞ

Amerika, ucsuz bucaksız ticaretiyle bir fırsat feneri. Yani hayallerin büyüyen işlere dönüştürülebileceği bir ülke. Fakat bu dinamik pazarın yüzeyinin altında, kültürel nüanslardan ve ekonomik inceliklerden oluşan bir doku yatıyor.

“Pazarın Kalbine Yolculuk: Amerika’da Satışın İncelikleri”, ABD iş dünyasında gezinmeye yönelik rehber niteliğindedir. İster istekli bir girişimci ister yerleşik bir işletme sahibi ister ABD pazarını fethetmek isteyen uluslararası bir şirket olun, bu e-kitap başarı arayışınızda yol arkadaşınız olacaktır.

ABD pazarı; farklı nüfus yapısı, benzersiz tarihi ve sürekli değişen trendleri ile şekillenir. Bu ortamda başarılı olabilmek için yalnızca satışın temellerini anlamak yetmiyor. Aynı zamanda Amerikalı tüketicileri farklı kılan incelikleri de bilmek gerekiyor. Bu e-kitap, rekabette öne çıkmanızı sağlayabilecek stratejileri derinlemesine inceleyecek.

Yani bu e-kitap, sadece teori ile ilgili değildir. Hemen uygulayabileceğiniz eyleme geçirilebilir bilgiler ve stratejiler ile tasarlanmış pratik bir kılavuzdur. İster ürün ister hizmet satıyor olun, işletmenize uygulayabileceğiniz pratik ipuçlarını sunacağız.

Ayrıca bu yolculuğun 2.bölümünde Amerikan pazarının çeşitli yönlerine dair paha biçilemez bilgiler sağlayan sektör uzmanları ve girişimcilerle sohbetler gerçekleştiriyoruz. Her bölüm, ticaretin farklı bir alanını araştırıyor.

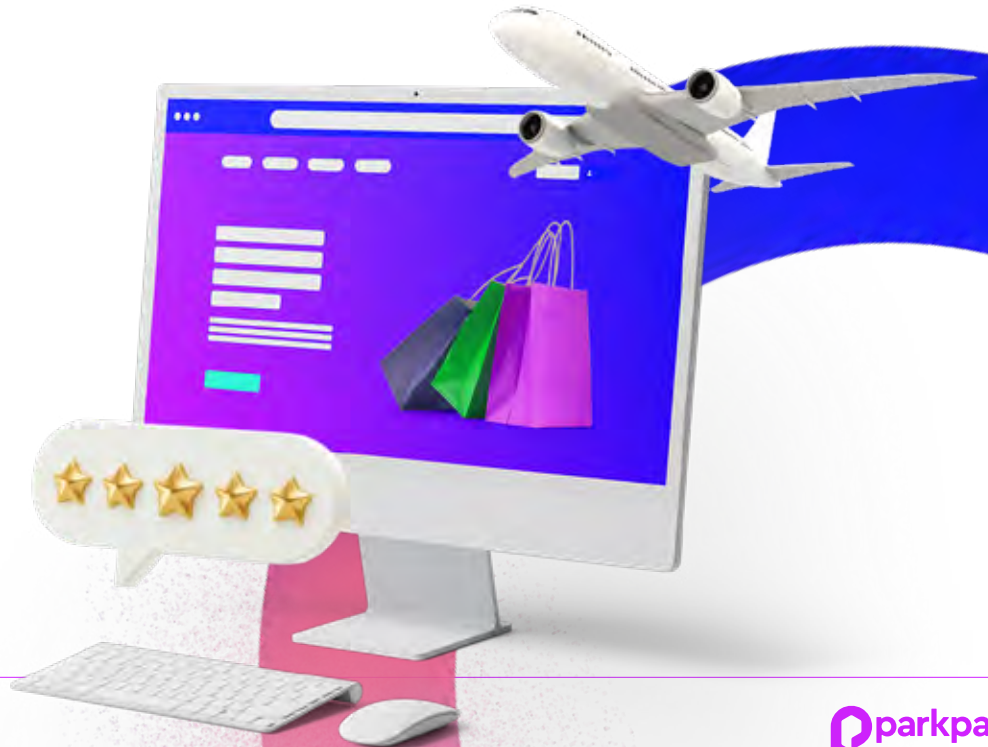
- ParkPalet Kurucu Ortağı ve CEO’su Alp Çiçekdağı ile modern iş dünyasında çok önemli bir unsur olan “fulfillment ve ara depo modeli” konusunun inceliklerine değiniyoruz. Ürünleri verimli bir şekilde sunmanın ve müşteri beklentilerini karşılamanın ardındaki sırları keşfedeceksiniz.
- Webone Kurucu Ortağı Eda Üzüm uzmanlığını “arbitraj ve wholesale” dünyasını aydınlatmak için kullanıyor. Çeşitli pazarlardaki fiyat

farklılarından nasıl yararlanabileceğinizi ve wholesale girişimlerinizi nasıl geliştirebileceğinizi öğreneceksiniz.

- Navlungo Satış Destek Uzmanı Büşra Çiçek, “Çin’den al ABD’de sat” dinamik dünyasını keşfetmek için aramıza katılıyor. Ürünleri dünyanın bir köşesinden temin edip en büyük tüketici pazarlarından birinde satmayı başarmak için gereken stratejileri ve öngörülerini elde edeceksiniz.
- Navlungo Assistant of General Manager Eray Özşahin, “deniz yolu ve mikro ihracat” meselesinin tehlikeli sularında yol almanızı sağlayacak. Küresel ticaret yollarında gezinirken ortaya çıkan zorlukları ve fırsatları keşfederek uluslararası lojistiği araştırıyoruz.

Dolayısıyla Amerika’da satışın inceliklerini incelerken pazarın kalbi ve ruhu hakkında derin bir anlayış elde edeceksiniz. Satış yaklaşımınızı kapsayıcılığı teşvik edecek ve Amerikan girişimciliğini tanımlayan yenilik ruhunu kucaklayacak şekilde nasıl uyarlayacağınızı inceleyeceğiz.

Bu aydınlatıcı yolculuk için hazır mısınız? “Pazarın Kalbine Yolculuk: Amerika’da Satışın İncelikleri”, ABD pazarında büyüleyici ve sürekli gelişen satış dünyasında başarıya giden pasaportunuz olmaya hazır. İş mükemmelliği arayışınızda fark yaratabilecek incelikleri ortaya çıkarırken bu dönüştürücü maceraya birlikte başlayalım.





BÖLÜM

PAZARDAKİ FIRSATLARI KEŞFEDİN

- 12 ABD PAZARININ VE TÜKETİCİLERİNİN GENEL ÖZELLİKLERİ
- 14 AMERİKAN E-TİCARET PAZARININ RAKAMLARLA MEVCUT DURUMU
- 16 ABD'DE ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA İŞLEMLERİ İÇİN EN POPÜLER ÜRÜN KATEGORİLERİ
- 17 AMERİKA'NIN EN AKTİF ALIŞVERİŞ BÖLGELERİ
- 18 ABD E-TİCARET PAZARI ÖNGÖRÜLERİ VE TRENDLERİ
- 20 ABD'DE İŞ YAPMANIN ZORLUKLARI VE FIRSATLARI
- 22 ABD'Lİ TÜKETİCİLERİN ÇEVİRİMİÇİ ALIŞVERİŞ ALIŞKANLIKLARI
- 24 TÜRKİYE TİCARET BAKANLIĞI E-İHRACAT DESTEKLERİ
- 25 ABD'DE POPÜLER OLAN E-TİCARET PLATFORMLARI
- 27 AMERİKAN MOBİL TİCARET SATIŞLARI
- 28 AMERİKA'DA SOSYAL MEDYA KANALLARI ÜZERİNDEN SATIŞ YAPMA

PAZARDAKİ FIRSATLARI KEŞFEDİN

ABD’de satış yapmanın muazzam bir kârlılığı var. Çünkü [ABD dünyanın en büyük ekonomisine](#) sahip ülkelerden biri. Eğer iddialı bir e-ticaret girişimciyseniz, ABD’yi satış lokasyonu listenize eklemeniz için sayısız neden var. Sınır ötesi e-ticaret ihracatı ve ithalatı söz konusu olduğunda küresel liderlerden biri ABD’dir.

The United States has the highest GDP worldwide

As of 2022, the [global GDP](#) amounted to over 100 trillion U.S. dollars. Looking at individual countries, the United States has the largest in the world with [25 trillion U.S. dollars](#) as of 2022, amounting to about a quarter of the global GDP. China is the world’s second largest economy, followed by Japan and Germany.

Looking at specific [economic regions and areas](#), advanced economies had a combined GDP of nearly 58 trillion U.S. dollars as of 2022, while emerging and developing countries accounted for approximately 43 trillion dollars. Meanwhile, developing economies were [forecast](#) to have had the highest GDP growth rate in 2022, while it was forecast to be negative in economies in transition both 2022 and 2023.

ABD yalnızca dünyanın en büyük çevrimiçi perakendecilerinden bazılarında ev sahipliği yapmakla kalmıyor. Aynı zamanda küçük ve orta ölçekli e-ticaret işletmelerinden oluşan bir ekosisteme de sahip. Öte yandan, ABD pazarı büyüklüğünün 2030 yılına kadar multimillion ABD dolarına ulaşması bekleniyor.

The MarketWatch News Department was not involved in the creation of this content.

Jun 06, 2023 (The Expresswire) -- "[United States Market](#)" Insights 2023 By Types ([Cloud Deployment](#), [Local Deployment](#)), Applications ([Large Enterprises](#), [Medium-Sized and Small Enterprises](#), [Financial Services](#), [Media](#)), Regions and Forecast to 2030. The global United States market size is projected to reach multimillion USD by 2030, in comparison to 2023, with unexpected CAGR during the forecast period, the United States Market Report Full TOC, Tables and Figures, and Chart with In-depth Analysis Pre and Post COVID-19 Market Outbreak Impact Analysis and Situation by Region.



Amerika Birleşik Devletleri'ndeki muazzam satın alma gücü, gelişmiş teknoloji ve çevrimiçi alışverişe olan saf sevgi oldukça önemli bir unsur. Bu yüzden Amerika Birleşik Devletleri'nin [e-ticaret satışlarının 2027 yılına kadar 1,7 trilyon dolara ulaşacağı](#) düşünülüyor.

Perakendeciler, detaylı ulaşım sistemlerinden ve trafik yollarından yararlanabiliyorlar. ABD lojistiği ve nakliyesi de diğer ülkelerle kıyaslandığında sorunsuz olmasıyla dikkat çekiyor.

While there are many countries with booming eCommerce sector growth, like China and South Korea, nothing beats the United States. The U.S. has one of the highest numbers of internet users in the world, with over 200 million people preferring online shopping. eCommerce sales in the U.S. are expected to reach \$1.7 trillion by 2027.



ABD PAZARININ VE TÜKETİCİLERİNİN GENEL ÖZELLİKLERİ

Bir ülkedeki pazara girmeden önce tüketici davranışlarını kapsamlı bir şekilde araştırmanız gerekir. Tüketici davranışını anlamak başarılı bir e-ticaret stratejisi ile ilerlemenize yardımcı olur. Ayrıca ABD'nin doğrudan yabancı yatırımcılar için cazip bir lokasyon olmasının ana nedenlerinden biri büyük tüketici pazarının olmasından kaynaklanır. [ABD dünyanın en büyük ve çeşitli tüketici pazarlarından birine](#) ev sahipliği yapmaktadır.

It is worth emphasizing that the US consumer market is incredibly diverse, offering a significant advantage for companies investing in the country as they can be confident of finding a receptive audience for their products. In the following section, we will highlight the most notable features of this market.

Aynı zamanda ABD, en son teknolojik sürümlerde ve yeniliklerde de lider konumundadır. Yani yüksek internet penetrasyonuna sahiptir. ABD tüketicilerinin tamamlayıcı özellikleri arasında teknolojiye meraklı olmaları ve çevrimiçi ödemeleri önemsemeleri bulunur. Bu özellikler, mobil ticareti ve dijital ödeme yöntemlerini benimsemiş olanlar için mühim bir konudur.

Öte yandan, [2023 yılında ABD nüfusu 340 milyon oldu](#) ve bu durum ABD'nin ekonomisine büyük katkı sağlamayı başardı diyebiliriz. Dolayısıyla ekonominin çeşitli göstergeleri göz önüne alındığında ABD genel olarak iyi bir performans göstermektedir.



W / Population / World / Northern America / United States

*Updated on July 16, 2023 with the latest
July 2023-July 2024 estimates from the 2022 U.N. Revision*

United States Population (LIVE)

340,306,987



AMERİKAN E-TİCARET PAZARININ RAKAMLARLA MEVCUT DURUMU

Alışveriş yapmak isteyen kişilerin fiziksel alışveriş merkezini tercih ettikleri günler geride kaldı. Çünkü günümüzde bir müşterinin işletmelerle ilk temas noktası genellikle sosyal medya kanalları oluyor. Dolayısıyla girişimci olarak fiziksel bir perakende alanı kiralamak önceliğiniz olmamalı. Odak noktanız çevrimiçi satışlarınızı arttırabilecek bir web sayfası veya çevrimiçi platform açmak olmalı. ABD perakende e-ticaret satışları [2023 yılının ilk çeyreğinde önceki çeyreğe göre %3 oranında](#) arttı.



Ecommerce Share of Total U.S. Retail Sales

\$ billions



PRACTICAL ECOMMERCE | Source: U.S. Department of Commerce

E-ticaret gelirinin yıllık %11,22'lik bir büyüme oranı göstereceği tahmin ediliyor. Bu da [2027 yılına kadar 1.416,00 milyar ABD doları tutarında tahmin edilen pazar hacmini](#) destekliyor. E-ticaret pazarı kullanıcı sayısının 2027 yılında 289,9 milyon kullanıcıya ulaşması bekleniyor.

statista

Prices & Access

Statistics

Reports

Insights

NEW

Daily Data

Services

Market Insights > Digital

eCommerce - United States

United States

HIGHLIGHTS

MARKET DEFINITION

IN-SCOPE / OUT-OF-SCOPE

MARKET STRUCTURE

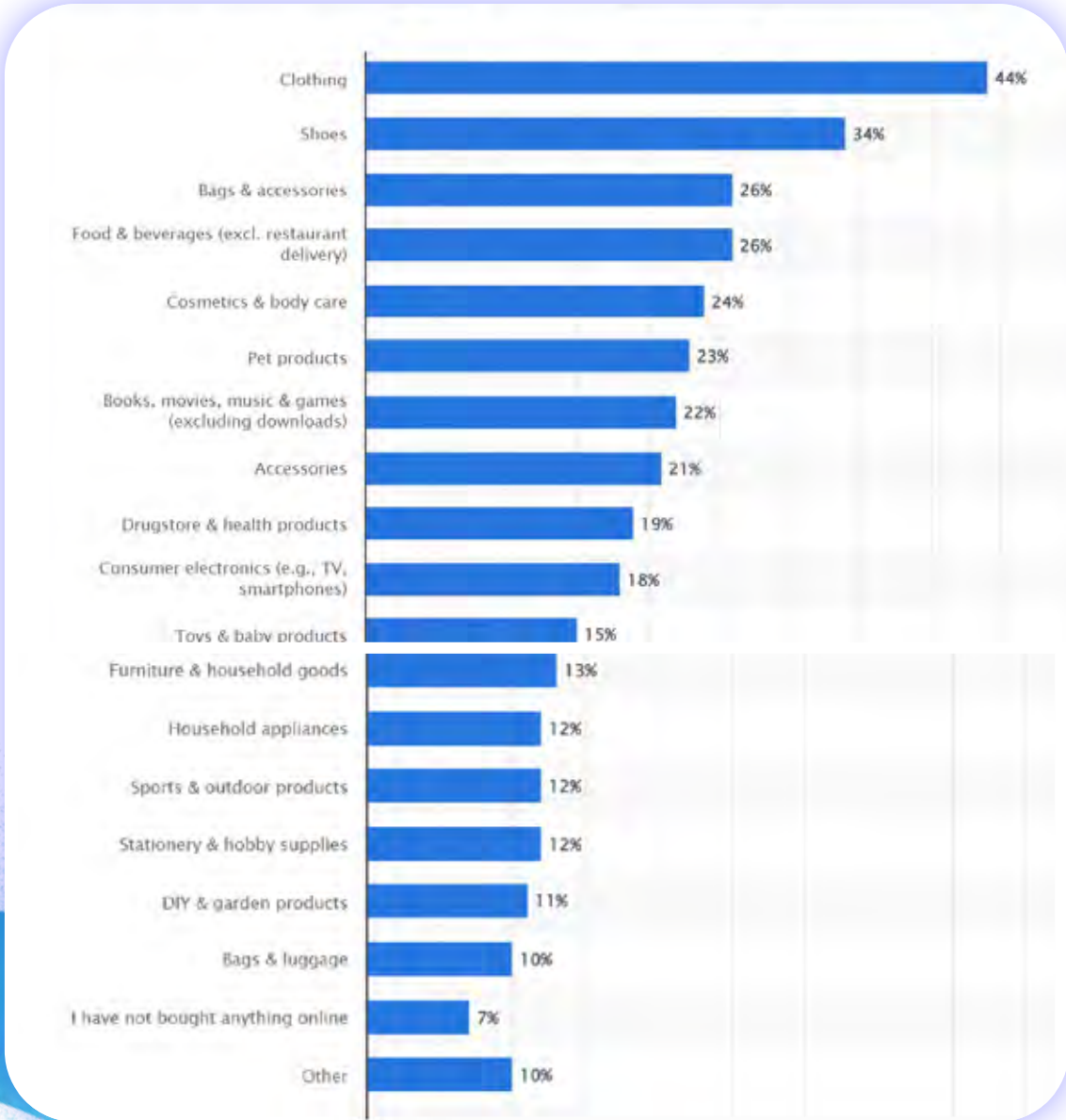
REPORTS

METHODOLOGY

- Revenue in the eCommerce market is projected to reach US\$925.40bn in 2023.
- Revenue is expected to show an annual growth rate (CAGR 2023-2027) of 11.22%, resulting in a projected market volume of US\$1,416.00bn by 2027.
- With a projected market volume of US\$1,319.00bn in 2023, most revenue is generated in China.
- In the eCommerce market, the number of users is expected to amount to 289.9m users by 2027.
- User penetration will be 80.8% in 2023 and is expected to hit 83.5% by 2027.
- The average revenue per user (ARPU) is expected to amount to US\$3.37k.

ABD'DE ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA İŞLEMLERİ İÇİN EN POPÜLER ÜRÜN KATEGORİLERİ

İnternette satın alınabilecek ürün seçenekleri her geçen gün artmaya devam ediyor. ABD'li [tüketiciler arasında en popüler ürün kategorileri giyim ve ayakkabı](#). Çanta, yiyecek, kozmetik, kişisel bakım ve evcil hayvan ürün kategorileri de oldukça popüler.



Ayrıca kitap, aksesuar, sağlık ürünleri, elektronik eşya, oyuncak, ev eşyaları, hobi eşyaları, bahçe ürünleri gibi kategoriler de Amerikan çevrimiçi pazarında sıkça tercih ediliyor.

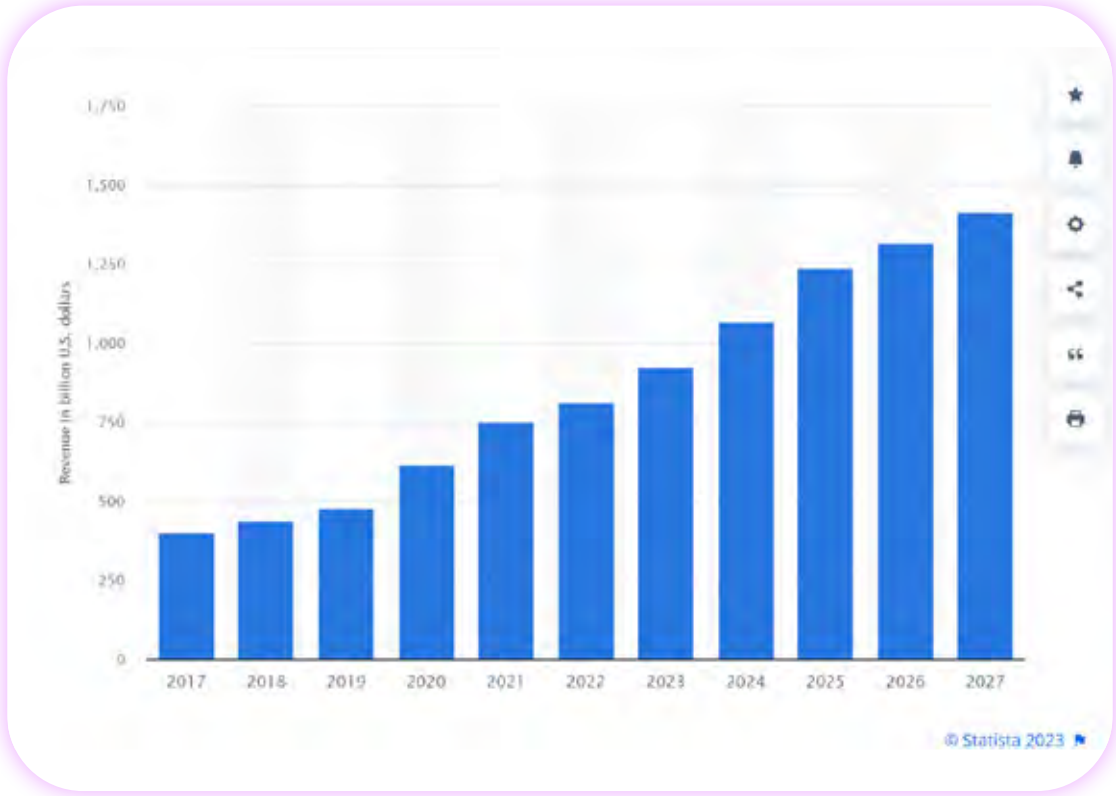
AMERİKA'NIN EN AKTİF ALIŞVERİŞ BÖLGELERİ

ABD'de hemen hemen her bölgede alışveriş yapmak için cazip yerler var. Dolayısıyla müşteriler Amerikan pazarında dışarı çıkıp diledikleri ürünü aramaya başlayabilirler. Fiziksel mağazanızı da açmak istiyorsanız, özellikle [New York](#), [Las Vegas](#), [Chicago](#), [Los Angeles](#), [San Francisco](#), [Boston](#), [Hawaii](#), [Güney Karolina](#), [Philadelphia](#) gibi yerlerde açmayı düşünmelisiniz.

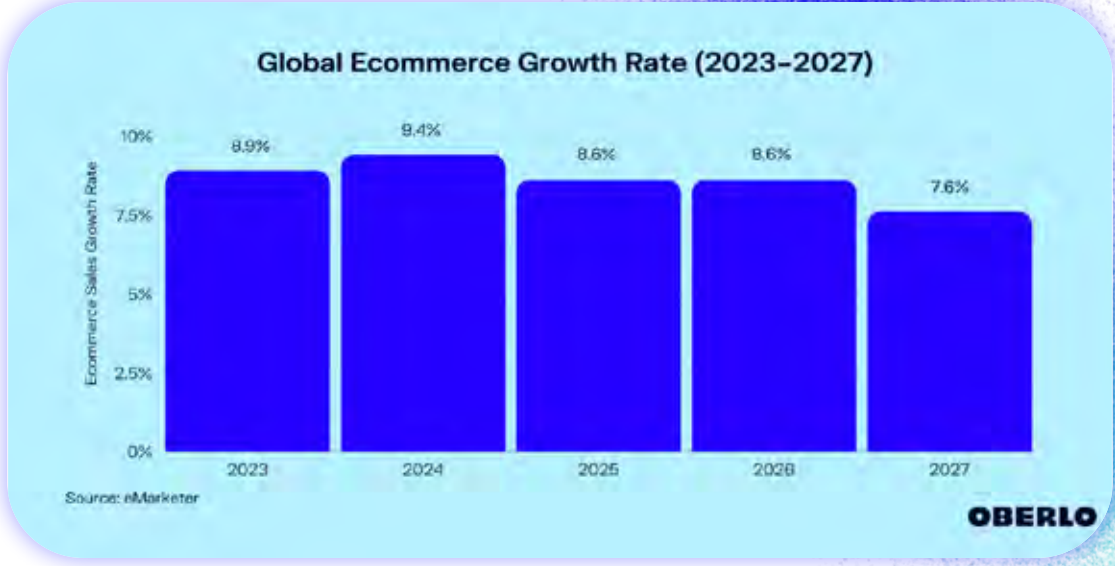
Ancak rekabette öne çıkmak için sağlam taktiklerle ilerlemeye özen göstermelisiniz. Buradaki pazar bölgeleri oldukça iddialıdır. Farklı pazarlama fikirleri ile hedef kitlenizin ilgisini çekmelisiniz. Ayrıca hedef kitlenizi iyice tanıdığınızdan emin olmalısınız.

ABD E-TİCARET PAZARI ÖNGÖRÜLERİ VE TRENDLERİ

2021 yılı e-ticaret için oldukça verimli bir yıldır. E-ticaretin küresel çaptaki geliri 3,53 trilyon dolardan fazlaydı. 2023 ile 2027 yılları arasında [ABD'deki e-ticaret pazarı gelirinin %53 oranında](#) artacağı öngörülüyor. Yani ABD pazarının 2027 yılında yeni bir zirveye ulaşacağı düşünülüyor. Amerika Birleşik Devletleri'ndeki perakende e-ticaret satışlarının 2025 yılında 560 milyar doların üzerine çıkması bekleniyor.



Uzmanların tahminlerine göre [küresel e-ticaret satışlarındaki büyüme nispeten istikrarlı bir hızla](#) yükselmeye devam edecek. 2023 yılından 2027 yılına kadar yıllık e-ticaret satışlarındaki artışın en büyüğü 2024 yılında olacağı öngörülüyor.



Öte yandan, işletmeler ABD pazarındaki moda ve trendleri dikkatli bir şekilde analiz etmeli. ABD e-ticaret pazarında mobil alışverişin artan varlığı büyüyen trendler arasında yer alıyor. Çünkü akıllı telefonlar Amerika'da en popüler çevrimiçi satın alma aracı. Aynı zamanda [çevrimiçi perakendeyi ileriye taşıyan küresel e-ticaret trendlerini](#) de iyi bilmeniz şart.

Örneğin, yapay zeka kullanımı artmaya devam edecek. Sürdürülebilirlik giderek önem kazanacak. Birçok insan sesli asistanlara güvenecek. Chatbot, alışveriş deneyimlerini iyileştirmeye devam edecek. Ödeme yapmanın birçok yolu kullanıma sunulacak.



ABD'DE İŞ YAPMANIN ZORLUKLARI VE FIRSATLARI

ABD e-ticaret pazarı, büyümeye devam ediyor. Kişiselleştirilmiş deneyimler, dijital pazarlama ve mobil alışveriş gibi faktörler, sektörün gelecekteki yönünü belirliyor. Ancak rekabetin artması ve sürdürülebilirlik gibi konular sektörün dikkate alması gereken zorluklar arasında.

Ayrıca [ABD dünya ihracatında 2. sırada](#) yer alıyor. Bu, Amerika'da iş yapmanın fırsatları içerisindedir. ABD'nin başlıca ihracat noktaları arasında Kanada, Çin, Japonya, Meksika ve Almanya var. Aynı zamanda ABD'nin ana ithalatçıları Çin, Kanada, Meksika, Almanya ve Japonya'dır.

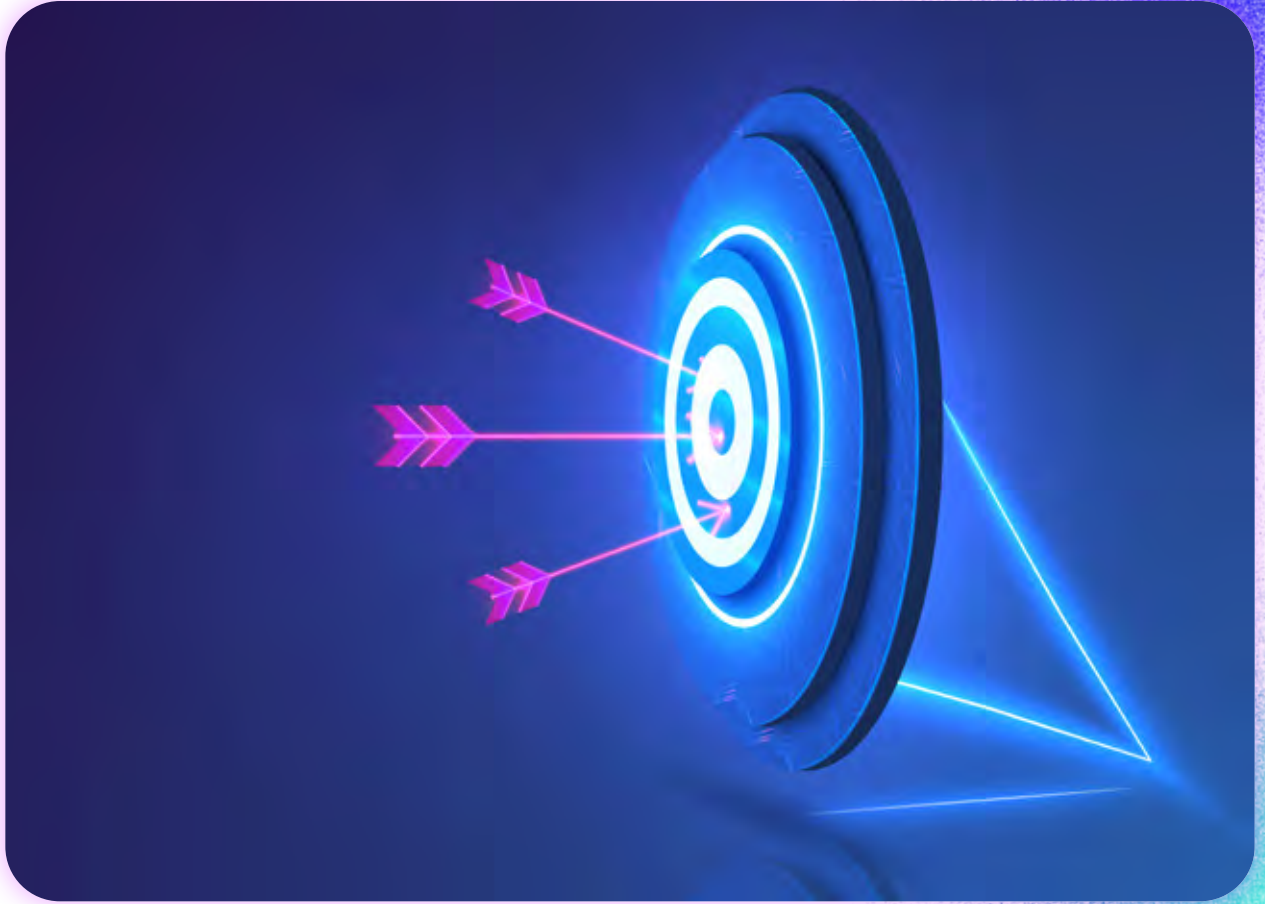
KOMPASS
Your route to business worldwide

The US economy - some facts and figures

1. The US economy is the largest economy in the world
2. In 2021, the GDP of USA was \$23 trillion
3. 2021 saw a growth of 10 % in the GDP
4. The country's per capita GDP is \$69, 231
5. USA rank 2nd in terms of world exports

ABD pazarına açılmaya yönelik iyi düşünülmüş bir strateji, işinizin daha da gelişmesini sağlar. Örneğin, e-ticaret pazarındaki büyümeyi destekleyen faktörler arasında mobil alışverişin artışı, hızlı teslimat ve kişiselleştirilmiş alışveriş deneyimlerinin sunulması yer alır.

ABD'deki ticari başarı; kazanan bir ürün bulmaya, kapsamlı bir pazara açılma stratejisi geliştirmeye ve güçlü bir tanıtım, dağıtım, satış ağına bağlıdır. ABD pazarında başarısız olma nedenleri arasında oyunu kurallarına göre yönetmemek, piyasanın rekabet gücünü küçümsemek, pazarın pragmatizmine uyum sağlayamamak, tüketici tercihlerini yanlış değerlendirmek, lojistiği kötü yönetmek ve pazarlama stratejilerine yetersiz yatırım yapmak gibi faktörler bulunuyor.



ABD'Lİ TÜKETİCİLERİN ÇEVİRİMİÇİ ALIŞVERİŞ ALIŞKANLIKLARI

Yaklaşık olarak [10 ABD'li yetişkinden 3'ü neredeyse sürekli çevrimiçi olduklarını](#) söylüyor. Yetişkinlerin %48'i günde birkaç defa çevrimiçi oluyor. Bunun yanında alışveriş insan yaşamının vazgeçilmez bir parçası. Dolayısıyla insanların internetten alışveriş yapmayı sevmelerine şaşmamak gerekiyor. Ayrıca ABD'li tüketicilerin %51'i hızlı teslimata önem veriyor. Yani tüketiciler hızlı teslimat için daha fazla fiyat ödemeye hazırlar.

About three-in-ten U.S. adults say they are 'almost constantly' online, and 48% of adults go online "several times a day." Since shopping is an essential part of human life, no wonder that they prefer to shop online.

More than eight-in-ten U.S. adults go online at least daily

% of U.S. adults who say they go online ...



Note: Respondents who did not give an answer are not shown.
Source: Survey of U.S. adults conducted Jan. 25-Feb. 8, 2021.

PEW RESEARCH CENTER

About three-in-ten U.S. adults say they are 'almost constantly' online

Globally, online sales are expected to reach about \$5.5 trillion in 2022. This is up from 4.9 trillion in 2021, and \$4.28 trillion in 2020. Future estimates put the total at an impressive \$6 trillion in 2024.





[Ekonomik Analiz Brosu tahminlerine gre](#) ABD’de kiisel gelir 2023 Temmuz ayında 45,0 milyar dolar arttı. Kiisel tketim harcamaları da 144,6 milyar dolar artış gsterdi. Güçlü tüketici harcamaları, ekonominin getiğimiz eyrekteki %2,0’lik bymesi ile yüksek faiz arttırmılarından kaynaklanan resesyon korkusuna meydan okumayı baardı.

Personal income increased \$45.0 billion (0.2 percent at a monthly rate) in July, according to estimates released today by the Bureau of Economic Analysis (table 3 and table 5). Disposable personal income (DPI), personal income less personal current taxes, increased \$7.3 billion (less than 0.1 percent) and personal consumption expenditures (PCE) increased \$144.6 billion (0.8 percent).

TÜRKİYE TİCARET BAKANLIĞI E-İHRACAT DESTEKLERİ

E-ihracat ile küreselleşen dünyada markanızı veya işletmenizi tanıtmanız oldukça kolay. [Ticaret Bakanlığı'nın sunduğu](#) e-ihracat desteği ile fırsatlardan yararlanma şansınız var. Özellikle küresel anlamda büyümek istiyorsanız, [e-ihracat destekleri](#) hakkında kapsamlı bir araştırma yapmanız gerekiyor.

Desteklerden şirketler, e-ihracat konsorsiyumları, perakende e-ticaret siteleri, pazar yerleri ve B2B platformları yararlanabiliyor. Ayrıca işinizi uluslararası satış kanallarına taşımak için bazı şartları yerine getirmeniz gerekiyor. Bu şartlar hakkında da enine boyuna araştırma yapmalısınız.

Ticaret Bakanlığı, ihracatçılara ve e-ihracat yapmak isteyen girişimcilere öncülük etmektedir. Böylece sınır ötesi e-ticaret sektörüne yön vermektedir. 5986 sayılı E-İhracat Destekleri ile ihracatçıların rekabet gücü destekleniyor, B2B ihracat modelinden B2C ihracat modeline geçişin sağlanması hedefleniyor. Ayrıca Ticaret Bakanlığı, e-ihracat tanıtımı, depo kirası, pazara giriş raporu desteklerinden de yararlanmanızı sağlıyor.

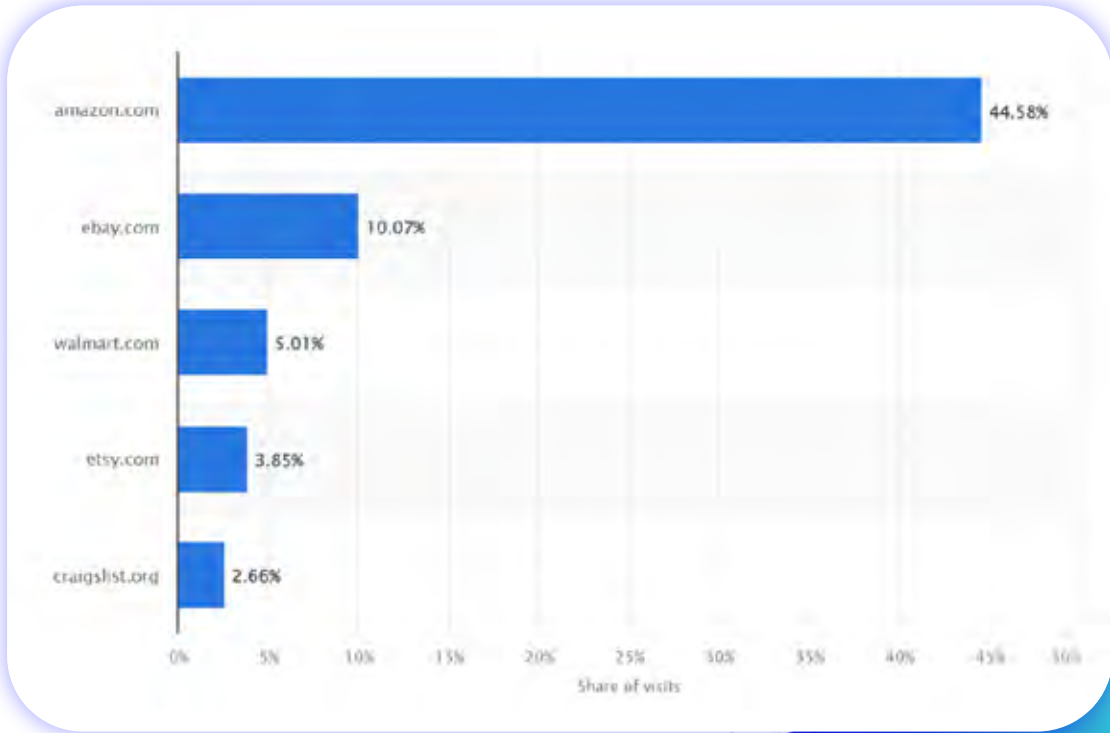
Desteklerden faydalanmak isteyen kişiler, ihracatçı birliğine üye olması gerekiyor. Destek Yönetim Sistemi (DYS), e-ihracat desteklerinden yararlanmak isteyen kişilerin kayıt olmasını zorunlu kılıyor. Ayrıca başvuru için gereken tüm belgelerin doldurulması ve elektronik imza ile imzalanması gerekiyor.

E-ihracat yapılacak ürünlerin üretim sürecinin tamamı veya bir bölümü Türkiye'de gerçekleşmesi lazım. Çünkü ürünlerde KTÜN bilgisi aranır. KTÜN/GTİN bilgisi, ticari ürünlerin üzerinde barkodlara basılmış şekilde yer alır. Ürünü tanımlamaya yardımcı olur. Öte yandan, yurt içi ve yurt dışı marka tescil zorunluluk şartı aranır. Aynı zamanda Türk ürünlerinin imajına zarar verilmemesi gerekir.



ABD'DE POPÜLER OLAN E-TİCARET PLATFORMLARI

[Amerika Birleşik Devletleri'nde en çok ziyaret edilen e-ticaret siteleri arasında](#) sırasıyla Amazon, eBay, Walmart, Etsy, Craigslist var. ABD Sayım Bürosu, Amerikan perakende e-ticaret satışlarının 2023 yılının ilk çeyreğinde 2022 yılına göre %3 oranında artış gösterdiğini açıkladı. [272,6 milyar dolara](#) ulaştı. Fakat ABD'de e-ticaret işine başlamadan önce başarı sıralarını iyice araştırmak gerekiyor.



The [U.S. Census Bureau](#) announced U.S. retail ecommerce sales in the first quarter of 2023 reached \$272.6 billion, up 3 percent from the last quarter of 2022. Sales from ecommerce platforms accounted for 15.1 percent of total retail sales, up from 13.6 percent. eMarketer projects that U.S. ecommerce retail sales will reach 6.57 trillion dollars in 2023.

E-ticaret büyüyor ve büyümeye devam edeceği öngörülüyor. Bu nedenle ABD’de en çok ziyaret edilen e-ticaret sitelerinin pek çok avantajı mevcut. Fakat sağlam bir temel atmanız lazım. ABD’de Amazon müşterileri; kitap, müzik, elektronik, giyim, aksesuar, spor malzemeleri gibi ürün kategorilerinin keyfini çıkarıyor.

Popüler platformlardan biri olan eBay; otomobil, giyim, elektronik Walmart müşterileri; elektronik, bebek ürünleri, moda, eczane ve otomobil parçaları gibi kategorileri tercih ediyor.

Etsy pazarının entegre topluluğu var. Bu, Etsy pazarını farklı kılıyor. En son listede Craigslist yer alıyor. Medya, teknoloji, haber ve elektronik gibi kategorilerin ilginç karışımını barındırıyor.

ABD pazarında öne çıkmak ve müşterilerinizi arttırmak için en çok ziyaret edilen e-ticaret siteleri hakkında bilgi sahibi olmalısınız. Böylece rekabet avantajı elde edersiniz ve kâr marjınız artar. Ancak bir gecede başarı efsanesine inanmamalısınız. Sağlam bir temel ve istikrar ile zamanla başarıyı yakalama şansınız var.



AMERİKAN MOBİL TİCARET SATIŞLARI

Mobil ticaret; akıllı telefon, tablet veya laptop gibi taşınabilen cihazları kullanan satın alma işlemlerini ifade eder. Kullanıcılar mobil cihazları çevrimiçi alışveriş yapmadan önce ürün veya hizmet araştırmak için de kullanıyor. Bu nedenle Amerikan pazarına girmek ve sektörünüzde öne çıkmak istiyorsanız, mobil ticarete de önem vermeniz gerekiyor.

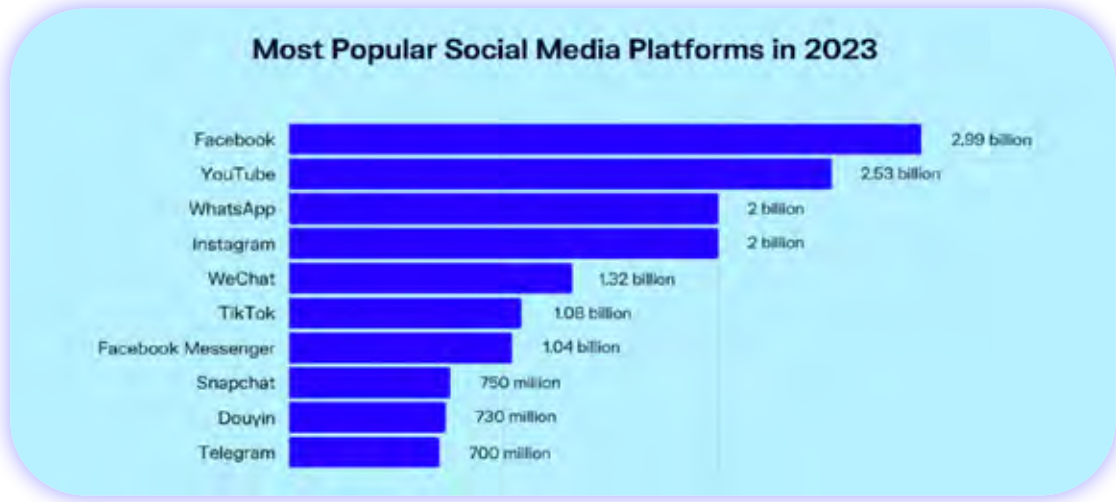
Mobil alışverişin yükselişte olduğu bu dönemde ABD’de akıllı telefondan yapılan satışların artması sürpriz değil. Ayrıca mobil ticaret, [küresel e-ticaret pazar payının %73’ünü kontrol ediyor](#). Amerika’daki yetişkinlerin %40’ı günde en az bir kez telefonun sesli arama özelliğini kullanıyor. Bu nedenle mobil ticaretin önemini göz ardı etmemeniz gerekiyor.

Mobile commerce controls **73% of the global ecommerce market share**, up from just 59% back in 2017. Over the last six months, **79% of mobile users** made an online purchase using their mobile devices.



AMERİKA'DA SOSYAL MEDYA KANALLARI ÜZERİNDEN SATIŞ YAPMA

Rekabetin her geçen gün arttığı sosyal medyada görünür olmak için çaba harcamalısınız. Dünya çapında önde gelen sosyal medya kanalları arasında sırasıyla [Facebook](#), [YouTube](#), [WhatsApp](#), [Instagram](#), [WeChat](#), [TikTok](#), [Facebook Messenger](#), [Snapchat](#) var. Ayrıca ortalama bir internet kullanıcısı [günde 147 dakikasını sosyal medyaya](#) harcıyor.



And with the average internet user spending [147 minutes per day on social media](#), the question for busy entrepreneurs isn't whether selling via social media is worthwhile, but rather where and how you should invest your precious time.

Öte yandan, ürün satışı için en iyi sosyal medya platformları arasında Facebook, Instagram, TikTok ve Pinterest var. Sosyal medyada satış yaparken doğru platformu seçtiğinizden emin olmanız gerekiyor. Aynı zamanda sosyal medya hesaplarınızı optimize etmelisiniz ve müşterilerle iletişimi canlı tutmalısınız. Müşterilerinize kampanyalar hakkında bilgi vermelisiniz. Düzenli olarak içerik paylaşmalısınız.

Sosyal medya satış stratejileri ile ilerlemelisiniz. İlk olarak hedeflerinizi tanımlamalısınız ve hedef kitlenizi tanımalısınız. Ardından sosyal medya denetimi yapmalısınız ve doğru platformları seçtiğinizden emin olmalısınız.



İçerik stratejisi geliştirmelisiniz ve içerik takvimi oluşturmanız lazım. Yani hedef kitlenizle etkileşime geçmelisiniz. Influencer marketing stratejilerinden de mutlaka yararlanmalısınız. Performansınızı izleyip analiz etmeye zen göstermelisiniz. Daha sonra gerekli iyileştirmeleri yapmanız gerekir.

[Pazarlamacıların %33' sosyal medyanın olumlu bir yatırım getirisi sağladığını söylüyor.](#) nk sosyal medya kanalları; satışlarınızın artmasına, yeni gelir fırsatları elde etmenize, evrimii itibarınızı ynetmenize, müşteri ilişkilerini geliştirmenize ve müşteri tabanınızı korumanıza olanak tanıyor.

Brands continue to ride the wave of social media marketing, with [33% of marketers](#) saying they're confident their efforts deliver a positive return on investment for their business.





BÖLÜM

ABD PAZARINA AÇILMA ZAMANI: ÜRÜNLERİNİZİ NASIL GÖNDERİRSİNİZ?

33 FULFILLMENT İLE SINIRLARI KALDIRIN

38 ARA DEPO MODELİ İLE AMAZON'DA SATIN

- FBA (Fulfillment by Amazon)
- FBM (Fulfillment by Merchant)
- Arbitraj ve Wholesale Modelleri

44 ÇİN'DEN ALIN ABD'DE SATIN

48 ABD'YE MİKRO İHRACAT YAPIN

ABD PAZARINA AÇILMA ZAMANI: ÜRÜNLERİNİZİ NASIL GÖNDERİRSİNİZ?

ABD’de lojistik hizmetlere olan talep artmaya devam ediyor. Şirketler de bu fırsatı değerlendirmek için daha rekabetçi hale geliyor. Dolayısıyla uluslararası oyuncular, bölgesel bir lojistik ağı kurmak için akıllı depolar, dağıtım merkezleri gibi stratejik yatırımlarla ilerlemeyi tercih ediyorlar.

Ürünlerinizi veya hizmetlerinizi uluslararası pazarlara satmaya çalışmadan önce lojistik hizmetleriniz için zemin hazırlamanız gerekir. Yani küresel genişlemenize balıklama dalmamanız lazım. Her ülke farklıdır. Dolayısıyla her ülke için ayrı bir strateji geliştirmeniz gerektiğini unutmamalısınız.

ABD pazarına açıldıktan sonra ürünlerinizi göndermek için farklı yöntemler mevcut: Mikro ihracat, Fulfillment, Ara depo kullanarak Amazon’da satış yapmak, Çin’den alıp ABD’de satmak. O halde ürünlerinizi ABD’ye nasıl gönderebileceğinizi detaylıca inceleyelim!



FULFILLMENT İLE SINIRLARI KALDIRIN

Amerika Birleşik Devletleri, farklı zevk ve tercihlere sahip tüketicileri ile bilinir. Hedef kitlenizi, rekabetinizi ve ürünlerinize yönelik talebi belirlemek için kapsamlı bir pazar araştırması yapmalısınız. Böylece fulfillment stratejinizi ABD pazarının özel ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde uyarlayabilirsiniz.

Fulfillment bir müşterinin siparişini hazırlamak ve teslim etmek demektir. Yani bir ürünün satış noktasının sorgulamasından müşteriye teslimine kadar olan süreci kapsar. Ürünün depolanmasını, paketlenmesini, nakliyesini ve siparişin yolda olduğunu bildirmek için müşteriye otomatik e-posta gönderilmesini içeriyor.

ParkPalet Kurucu Ortağı ve CEO'su Alp Çiçekdağı: "Uzun vadede hacmi artan işletmelerin daha esnek yönetimler ve özellikler için fulfillment sürecini tercih etmeye başladığını" söylüyor.

Ayrıca fulfillment hizmet sağlayıcısı seçerken bazı noktalara dikkat etmeniz gerekiyor. Çiçekdağı dikkat etmeniz gereken noktaları da şu şekilde özetliyor:

"Deponun veya hizmet sağlayıcısının bütün satış yaptığınız kanallardaki entegrasyonu sağlanmalı. ParkPalet sipariş yönetimi yazılımında önemli pazar yerleri ve e-ticaret altyapı entegrasyonları mevcut. Aynı zamanda depoya yakın hizmet sağlayıcılarla çalışmak gerekiyor. Deponun uygun kargo anlaşmaları olduğunun teyit edilmesi lazım. Çünkü kargo maliyetli olabilir. Deponun bazı tecrübesizlikleri, ürünleri uygun şekilde paketleyememesi gibi sorunlar yüklü miktarda kargo maliyetlerine yol açabiliyor. Bu durumlara dikkat etmeyen firmalar, ilk etapta zarar edebilir."

Fulfillment e-ticaretin gerekli bir parçasıdır. Aynı zamanda tedarik zinciriniz için oldukça önemli bir unsurdur. Alp Çiçekdağı'nın bu noktada önerilerini dikkate almak gerekir:

"Yurt dışında fulfillment hizmet sağlayıcı ile çalışmak oldukça maliyetli. Çünkü yurt dışında depo, kira, işçilik maliyetleri çok yüksek. Türkiye'den profesyonel hizmet almak maliyet açısından daha mantıklı duruyor."

Fulfillment müşteri memnuniyetini arttırmanızı sağlar. Çünkü müşteri deneyimini etkiler. İşletmenizi ölçeklendirmenize yardımcı olur. Marka sadakatini arttırır. Rekabet avantajı elde edilmesine olanak tanır. Öte yandan, [fulfillment süreci](#) her marka için farklı adımlar içerebiliyor. Ancak genellikle şu adımlardan oluşur: Envanter alma, depolama, sipariş yönetimi, lojistik yönetimi ve müşteri ilişkileridir.

ENVANTER ALMA

Temel olarak bir şirket envanteri bünyesinde almayı ve stoklamayı seçebiliyor. Aynı zamanda stok ile ilgili tüm görevlerle ilgilenen dış kaynak hizmet sağlayıcısı kullanır. Şirket, ilk seçeneği tercih ettiği takdirde stok sayımı, envanter incelemesi, ürünlerin etiketlenmesi gibi süreçlerden sorumlu olur. Şirket dış kaynak kullanırsa bu süreçlerin hepsini hizmet sağlayıcısı üstlenir.

DEPOLAMA

Stoklu bir şekilde satış yapmak için ürünleri depolamak gerekir. Depoların alan yönetimi ve ürün stokları ile ilgili işler yürütülüyor.



SİPARİŞ YÖNETİMİ

Müşteri ürünü sipariş eder. Satıcı ürünlerin var olup olmadığını kontrol edip kaydını tutar. Sipariş, hazırlanma aşamasına geçer.



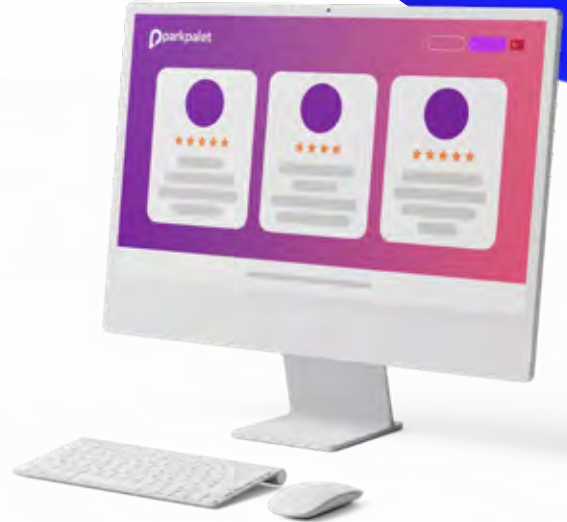
LOJİSTİK YÖNETİMİ

Sipariş hazırlanma aşamasına geçtikten sonra paketlenir. Ardından sipariş müşteriye teslim ediliyor.



MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ

Siparişin durumu müşteriye bildirilir. Ürün değişimi ve iadesi gibi isteklerle ilgilenilir. Bu adımın otomatikleştirilmesi, gereksiz kaoslardan ve hatalardan kaçınmanıza yardımcı olur.



ABD'DEKİ FULFILLMENT
OPERASYONUNUZ İÇİN İLK

1 AY
ÜCRETSİZ
DEPOLAMA!

ABD'ye yapacağınız gönderilerinizde ParkPalet depolarını fulfillment için kullanmanız durumunda ilk 1 ay ücretsiz depolama hizmetimiz ücretsiz! Fırsattan yararlanmak için aşağıdaki linkten formu doldurun, tüm detaylar için sizi arayalım!

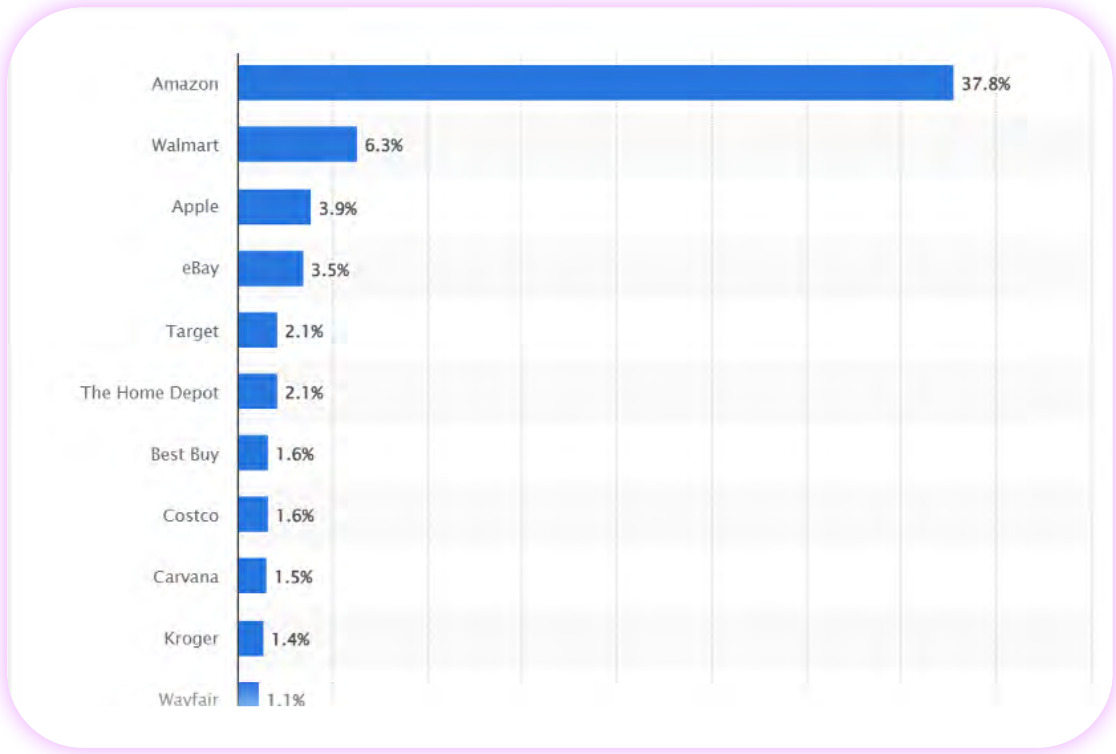
Formu doldurmak için **tıklayın**

 parkpalet



ARA DEPO MODELİ İLE AMAZON'DA SATIN

Amazon [2022 yılında %38 pazar payıyla ABD'nin en büyük e-ticaret perakendecilerinden biri](#) olmayı başardı. Yani küresel salgına, enflasyona ve diğer ekonomik tehditlere rağmen e-ticaret gelişmeye devam ediyor. Bu nedenle her pazar yerinin satış modellerini ve stratejilerini bilerek ilerlemek işinizi büyütmenize yardımcı olabiliyor.



Alp Çiçekdağı ara depo konusunda şunları söyledi:

“ Ara depo hizmeti öne çıkan bir başka konu. ParkPalet ara depomuzda satıcılar ürünlerini gönderiyor. Çünkü Amazon'un stok maliyeti yüksek. Biz satıcıların ürünlerini en uygun şekilde Amazon'a teslim ediyoruz. Ara depodaki temel fonksiyonumuz bu. Öte yandan, ara depo hizmetleri wholesale için de işe yarıyor. Çünkü ürünler etiketlenip tekrardan çıkış yapması lazım. Biz hizmetlerimizi Amerika'nın New Jersey, Nevada, Miami lokasyonlarında sağlıyoruz. ”

Amazon lojistik merkezlerine gelen tüm ürünlerin uygun şekilde etiketlenmesini şart koşuyor. Ürünler için görünür bir GTIN kodlu etiket gerekir. Paket standartlarının karşılamaması durumunda ürünler satıcıya iade edilir. Aynı zamanda satıcılar ürünlerin boyutları ile ilgili kısıtlamaları da iyice araştırması gerekiyor. Satıcı işlerini büyütmeye başladığında Amazon bu kısıtlamalarını gevşetebilir.

Ayrıca Amazon FBA ve FBM satış modelleri farklı fırsatlar sunar. Lojistik modelinizi seçmeden önce her ikisinin artılarını ve eksilerini iyice değerlendirmeniz gerekir. Peki, FBA ve FBM nedir?



FBA (FULFILLMENT BY AMAZON)

Amazon satıcıların depolamasını, paketlemesini, nakliyesini ve iade yükünü üstleniyor. [Bu satış modeline FBA denir.](#) Yani ürünler Amazon'un lojistik merkezlerine gönderilir. Ardından depolanır ve işlenir. Temel olarak ürünlerinizi Amazon platformunda satmanıza olanak tanıyor. Böylece işletmenizin günlük operasyonlarını yönetmenin stresini azaltma şansı elde edersiniz. Güvenilir müşteri hizmetleri sağlamanıza yardımcı olur. [Amazon'daki en çok satış yapan satıcıların %90'ından fazlası](#) Amazon FBA kullanıyor.

FBA, özellikle erişim alanlarını genişletmek ve operasyonlarını geliştirmek isteyen e-ticaret satıcıları için çeşitli avantajlar sunuyor. Çünkü Amazon'un verimli bir depo ve lojistik yönetim sistemi var. Aynı zamanda Amazon pazarının geniş ve sadık bir müşteri tabanı bulunuyor. İşletmenizi kolayca yönetmenizi ve rekabet avantajı elde etmenizi sağlar. Satıcılar bu avantajlardan faydalanabiliyorlar. Ayrıca bütün iade süreçleri Amazon üzerinden kolayca halledilebilir. Ancak satıcıların Amazon'un belirli kural ve kısıtlamalarını iyice araştırması gerekiyor.

Ayrıca Amazon FBA için belirli bir ücret ödemek gerekiyor. Satıcılar yönlendirme, depolama ve iade ücreti ödemek zorundalar. Yani depoladığınız ürün kadar ücret ödersiniz. Çok fazla ürün depoladığınızda maliyet artar.



FBM (FULFILLMENT BY MERCHANT)

[FBM \(Fulfillment by Merchant\)](#), satıcının depolama, paketlenme, nakliye ve iadelerle ilgili tüm sorumluluğu üstlendiği bir sistemdir. Her pazardaki teslimat ücretlerine satıcı karar veriyor. Ayrıca ürün stokunun kontrolü gerçek zamanlı olarak gerçekleştirilir. Her pakete kişiselleştirilmiş teşekkür notu ekleme şansınız olur.

Satıcılar hacmi artıyorsa, kendi sitelerinden satmaya başlamışsa, özellikli ürünleri varsa FBM (Fulfillment by Merchant) tercih edebilir. Çünkü FBM, satıcıların sipariş karşılama maliyetleri üzerinde daha fazla kontrole sahip olmasını sağlar. Ayrıca satıcılar, kendi depolama alanlarını yönetebiliyorlar. Böylece daha yüksek kâr marjları elde ediliyor.

FBM modeli için gelen siparişleri yönetecek kişileri işe almak lazım. Yani satıcı büyük bir taahhütte bulunmalı. Ayrıca paketlenme ve nakliye işlemleri zamanında yapılmalı. Dolayısıyla satıcı tarafında daha fazla sorumluluk olur.

Satıcılar FBA ve FBM satış modelini birlikte kullanabilir. Envanterinizi FBA ve FBM olarak bölme şansınız var. Örneğin, marjı yüksek olan ürünlerinizi FBA ile marjı düşük olan ürünlerinizi FBM ile yönetebilirsiniz.



ARBİTRAJ VE WHOLESAL E MODELLERİ

Birçok çevrimiçi satıcı, popüler e-ticaret iş modellerinden ve gerekli stratejilerden destek alarak Amazon gibi pazarlarda başarılı oluyor. Arbitraj ve wholesale iş modelleri oldukça popülerdir. Arbitraj ikiye ayrılır: Çevrimiçi arbitraj ve retail arbitraj (wholesale). Çevrimiçi arbitraj, ürünleri online olarak düşük bir fiyata satın almak ve bunları Amazon gibi pazar yerlerinde satmak demektir. Wholesale (retail arbitraj), ürünlerin tedarikçiden veya üreticiden toplu olarak satın alınması ve sonra kâr amacıyla Amazon gibi pazar yerlerinde satılmasıdır.

Webone Kurucu Ortağı **Eda Üzüm** bu konuda şu detayları aktardı:

“ Arbitraj, e-ticaret pazar yerlerinde yapılır. Bir malı farklı toptancılardan alıp ilgili pazar yerlerinde satma işlemine arbitraj denir. Yani hızlı aksiyon alınması gereken bir iş modelidir. Ayrıca hızlı dönüşümü vardır. Örneğin, bir malı 10 liraya alıp 20 liraya satmak demektir. Online arbitraj ile retail arbitraj karıştırılıyor. Online arbitraj, satıcının fiziksel olarak bir yere gitmeden farklı e-ticaret sitelerinden ürünleri alıp bir başkasına satmasına denir. Retail arbitraj ise bir nevi wholesale olarak adlandırılıyor. Bu da ürünleri çok daha yüksek adetlerle toptancılardan alma işlemidir. Ürünlerin tek satıcısı haline gelmek mümkün olabiliyor. Yani 20 adet ürün almak yerine binlerce ürün almaktır aslında. ”

Başarılı bir satıcı olmak için yüksek potansiyeli olan ürünlere odaklanmalısınız. Örneğin, Amazon pazar yerinde popüler olan ürünleri araştırarak işe başlamalısınız. Aynı zamanda envanteri doğru bir şekilde yönetmeniz gerekiyor.

Arbitraj ve wholesale konusunda satıcılar bazı detaylara dikkat etmeli. Wholesale için uygun bir tedarikçi bulmak lazım. Ayrıca maliyetler ve tahmini gelir doğru hesaplanmalı. Çevrimiçi arbitrajda pazar yerlerinin fiyat değişikliklerine ayak uydurmanız şart.

Eda Üzüm arbitraj ve wholesale konularında satıcıların dikkat etmesi gereken detayları şöyle özetledi:



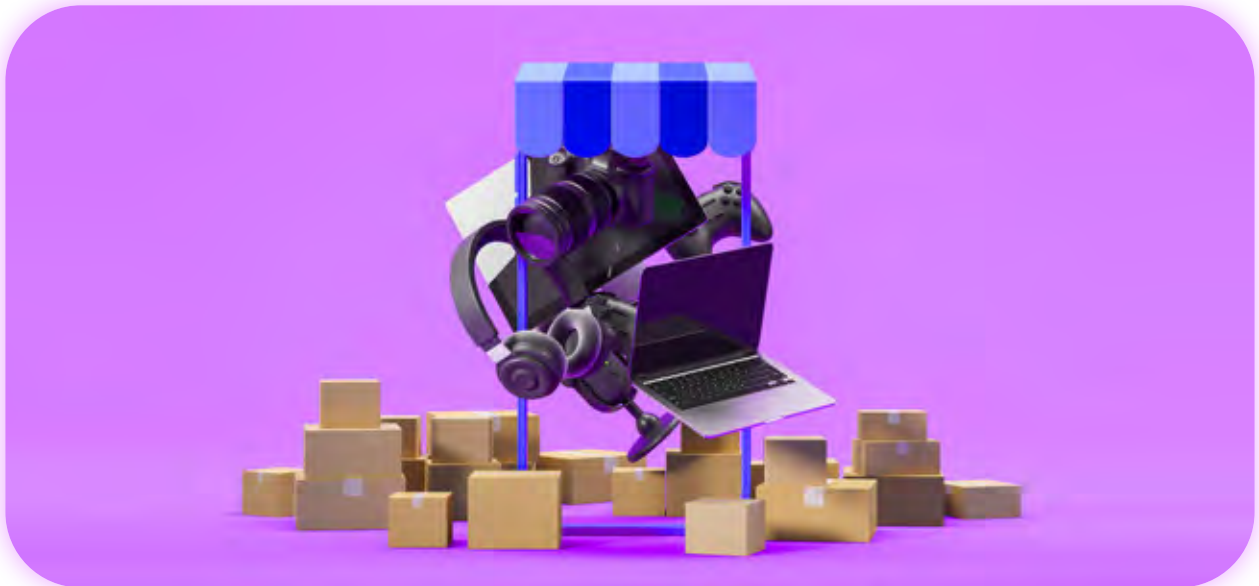
“ Arbitrajda fatura alınması gerekiyor. Çünkü müşteri ürünün orijinalliğini test etmek isteyebiliyor. Öte yandan, iyi bir depo ile çalışmak gerekiyor. Özellikle online arbitrajda ara depo önemli bir detay. Navlungo ve ParkPalet ara depo konusunda eliniz ayağınız olabilir. Çünkü ürünlerin doğru bir şekilde etiketlenmesi gerekiyor. Ürünler doğru bir şekilde etiketlenmezse pazar yerlerinde satılamaz. Rekabetçi fiyatlandırma stratejileri ile ilerlemek avantajlı olur. Yani ürünün piyasadaki değeri düşürülmemesi lazım. ”

Ayrıca herhangi bir pazara açılmadan önce ürün analizleri yapılması şart. Örneğin, her ülkenin gümrük mevzuatları zaman zaman değişebilir. Bu nedenle hangi ülkede ve pazar yerinde satış yapılacaksa o ülkenin ve pazar yerlerinin güncel haberleri takip edilmeli. Her ülkenin ve pazar yerlerinin kuralları hakkında araştırma yapılmalı.

Eda Üzüm:

“ Kısacası, emek ve zaman harcanması gerekiyor. Genelde satıcılar online arbitraj ile başlıyor. Ardından retail arbitraja geçiyor. Dolayısıyla satıcılar profesyonelleşmeden retail arbitraja geçmemeli. ”

Hem online arbitraj hem wholesale kârlı iş modelleridir. Bütçenize bağlı olarak seçim yapmanızda fayda vardır. Profesyonellerden destek alarak ilerlemeyi de unutmamalısınız.



ÇİN'DEN ALIN ABD'DE SATIN

Çin'den mal ithal edip ABD pazarında satmak da oldukça kârlı olabiliyor. Fakat hangi ürünleri ithal edeceğinize karar vermek için analiz yapmalısınız. Düşük fiyatlarla yüksek kaliteli ürünler satmak için Çin akıllıca bir seçim oluyor. Çin pazarının zengin kaynakları var. Ayrıca Çin'den ürün ithal etmek kaliteli ve profesyonel kargo şirketleri çalışıldığında oldukça kolay ve güvenlidir. Böylece satıcılar, paradan ve zamandan tasarruf edebiliyor.

Navlungo Satış Destek Uzmanı **Büşra Çiçek** bu konuda şunları söyledi:

“Çin'den Navlungo'nun ithalat servisi ile şirketler ürünlerini uygun fiyata Türkiye'ye getirebilir. Aynı zamanda uygun fiyat ile Türkiye'den ABD ParkPalet depolarına gönderebiliriz. Böylece ürünler uygun fiyatla hızlı bir şekilde ABD ParkPalet depolarına ulaştırılır. Navlungo uçtan uca 360 derece bir lojistik sağlıyor. Deposu, hava kargosu ve ithalatı müşteri tarafından tek seferde kullanılabilir. Yani satıcılar tek bir şirketle muhatap olarak ürünlerini kolayca Çin'den getirip ABD ParkPalet depolarına ulaştırabilirler. Ürünlerin Amerika depolarından da kolayca ve hızlıca çıkışlarını sağlayabilirler.”

Çin'den ürün ithal etmek için öncelikle güvenilir bir tedarikçi bulmalısınız. Sonrasında seçtiğiniz tedarikçi ile ticarete başlayabilirsiniz. Öte yandan, fiyat, ambalaj ve etiket konusunda pazarlık yapmanız tavsiye ediliyor. Ayrıca Türkiye'ye ürün ithal etmek için gümrük müşaviri ile çalışmalısınız.

Büşra Çiçek:

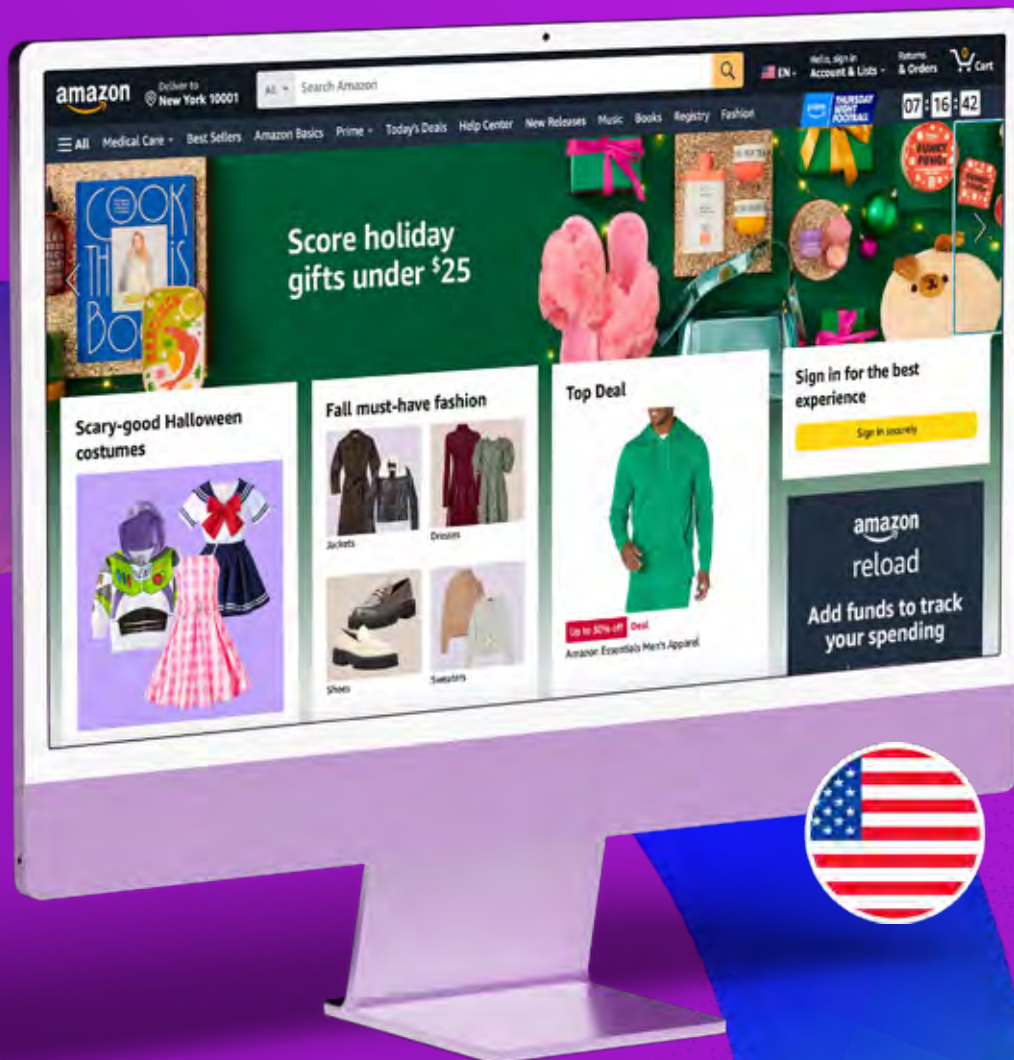
“Müşterilerimizden mutlaka gümrük müşaviri istiyoruz. Gönderi takibi hem ithalatta hem ihracatta yapabiliyor. Biz sevkiyat numaralarını ve takip numaralarını müşterilerimize veriyoruz. Hem ithalatta hem ihracatta sigorta seçeneklerimiz de mevcut. Böylece satıcı ürünlerine zarar geldiği takdirde mal bedelini ve kargo ücretini Navlungo'dan alabiliyor. Ayrıca tüm bunlar için Türkiye'de bir şirketinizin olması gerekiyor.”



Aynı zamanda Çin'deki ve ABD'deki kurallara aşına olmak gerek. İthalat ve ihracat yapılacak ülkelerin kuralları ve düzenlemeleri bilinmediğinde para ve zaman kaybı yaşanabiliyor. Öte yandan, Çin'de sayısız ticari fuar düzenleniyor. Bu fuarlara katılarak tedarikçilerle yüz yüze görüşme ayarlanabilir. Böylece tedarikçilerle etkili iletişim kurulabiliyor.



amazon



Her hafta **cuma günü** data mühendislerimiz tarafından hazırlanıp mail olarak size iletilen

AMAZON ABD VE KANADA'DA SATABİLECEĞİNİZ ARBİTRAJ ÜRÜNLERİNE ÜCRETSİZ

olarak ulaşmak için aşağıdaki linkten formu doldurun!

Formu doldurmak için **tıklayın**



ABD'YE MİKRO İHRACAT YAPIN

Mikro ihracat, belirli ürünlerin dış ülkelere satılmasını ifade ediyor. Ağırlığı 300 kg ve değeri 15.000 euroyu aşmayan gönderilerin [ETGB belgesi](#) hazırlanarak gönderilmesine mikro ihracat denir. Özellikle e-ticaret firmaları için oldukça kullanışlı olan mikro ihracatta, kargo firmaları elektronik ortamda yurt dışı gönderilerini hızlı bir şekilde gerçekleştirir. Bu sebeple mikro ihracat son yıllarda öne çıkmayı başarmıştır.

Mikro ihracat sayesinde devletin sunduğu çeşitli olanaklardan faydalanma şansı elde edilir. İhraç edilen ürünler alıcıya hızlı bir şekilde ulaştırılır. Müşteri tabanı sınırların ötesinde genişletilir. Özellikle küçük işletme sahipleri için uluslararası nakliye işi göz korkutucu olabiliyor. Mikro ihracat ile uluslararası nakliye işi kolaylaşır. Aynı zamanda rekabet gücü ve gelir artışı yaşanır. Ayrıca mikro ihracat için gümrük müşavirine ihtiyaç duyulmaz.

Mikro ihracat yapmak için bazı hususlara dikkat etmeniz gerekiyor. İhracat yapacak olan kişinin yetkilendirildiğini gösteren belge olması lazım. Bunun yanında ihracatın maliyetini içeren fatura düzenlenmeli. Bu fatura, Türkçe ve İngilizce olarak sunulmalıdır.

Navlungo Assistant of General Manager **Eray Özşahin** mikro ihracat için şu detayları aktardı:

“ Lisanslı ve sıvı ürün kesinlikle göndermiyoruz. Yani gönderilmek istenen ürünler satıcının kendi markasına ait olmalı. [Private label \(Özel etiketli ürünler\)](#) olması lazım. Bu kurallara uyan kişilerin ürünlerini alırız ve Amerika'daki depolarımızda sevkiyatını gerçekleştiririz. ”

Mikro ihracat ile el yapımı ürünler, tekstil ve giyim, yedek parça, ev eşyası ve dekorasyon satılır. Kurallar ve kısıtlamalar; ürünlerin niteliğine, kullanım amacına ve türüne göre değişkenlik gösterir. Odun, tarihi eser, tütün tohumu ve fidesi, meyan kökü, kopya cinsi kırmızı biber, zeytinyağı, ham lüle taşı ve salep gibi ürünlerin mikro ihracatı yapılamaz.

Eray Özşahin:

- “ 300 kilogram ağırlığın ve 800 dolar bedelin altındaki ürünlerde hava yolu mantıklı olur. Ancak 300 kilogram ağırlığın ve 800 dolar değerinin üzerindeki ürünlerde deniz yolu mantıklı olur. Ayrıca bir malın menşei ve kullanım amacı çok önemli. Çünkü gümrük vergisi, malın menşeiine göre belirleniyor. ”

Genel olarak mikro ihracat kanalları arasında online pazar yerleri (Amazon, Etsy, eBay gibi pazar yerleri), kendi e-ticaret siteniz ve sosyal medya (Instagram, Facebook, TikTok gibi) yer alıyor. Aynı zamanda toptan satış da yapmanız mümkün. Örneğin, Amazon FBA hizmeti müşteri memnuniyeti açısından kullanılabilir. Özellikle Amazon deniz yolu ile ürünlerinizi sorunsuzca Amerika'ya ulaştırmanız mümkün. Bunu [case study](#) içeriğimize bakarak görme şansınız var. Elbette güvenilir uluslararası nakliyat firmaları ile çalışmanız da oldukça önemli.





BÖLÜM

REKABETTE ÖNE ÇIKMAK İÇİN İPUÇLARI

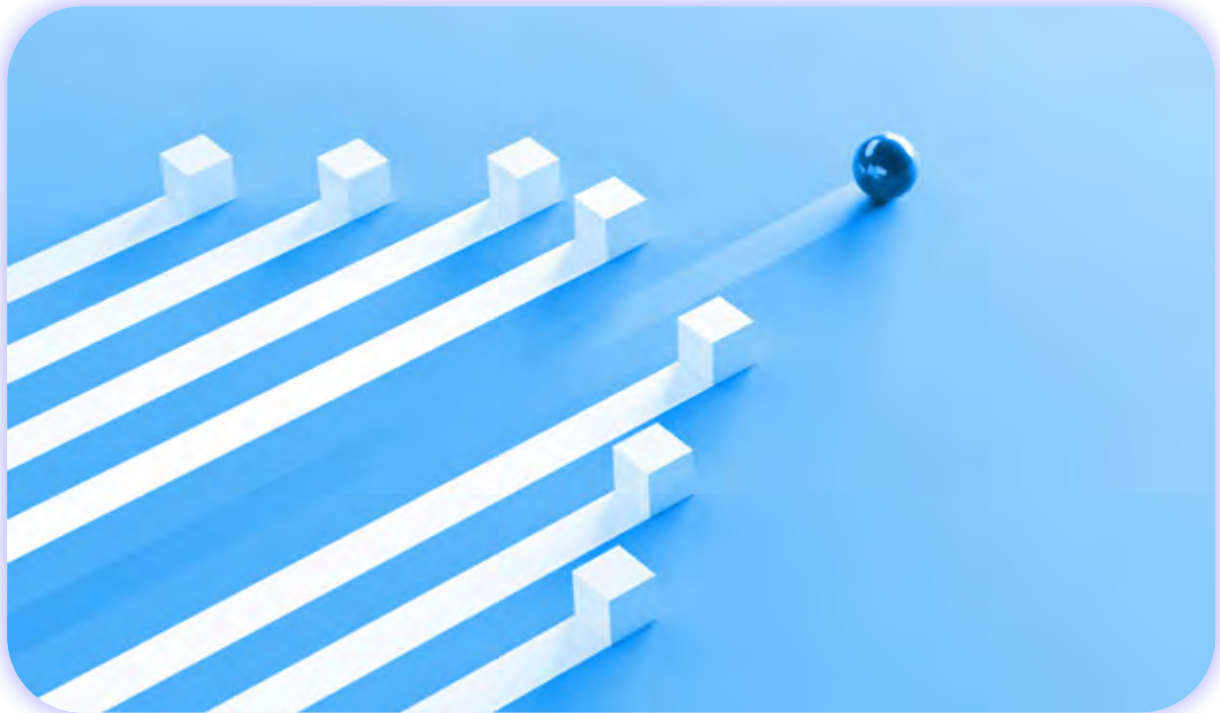
- 53 RAKİPLERİNİZİ ETRAFLICA ARAŞTIRIN
- 54 HIZLI KARGO AVANTAJI SUNUN
- 56 SATIŞ SONRASI DENEYİMİ İYİLEŞTİRİN
- 58 KOLAY İADE İMKÂNI SAĞLAYIN
- 60 MÜŞTERİLERİNİZİ DEĞERLİ HİSSETTİRİN
- 61 MÜŞTERİLERİNİZİ TEKRAR ALIŞVERİŞE TEŞVİK EDİN

REKABETTE ÖNE ÇIKMAK İÇİN İPUÇLARI

Hedefi belirlemek yeterli değildir. Fikirlerinizi geliştirmeye çalışmalısınız. Başarıya ulaşmak, değer yaratmak, performans anlamında farklılaşmak, rakipleri geçmek ve belirlenen vizyona doğru yol almak için bir dizi strateji geliştirmeniz gerekiyor. Şirketler bazen doğru zamanda doğru yerde olmanın nimetlerinden yararlınsalar da kalıcı durumsal başarı için sistemsel ilerlemiyor.

İlk başta nerede ve nasıl rekabet edeceğinizi belirlemek lazım. Odaklanacağınız noktalara da (hedef kitle, sektör, pazar, vs.) karar vermeniz gerek. Özellikle küresel arenaya girmeden önce rakiplerinizi arasında hangi özelliklerinizle öne çıkacağınızı belirlemelisiniz.

Günümüzde pazardaki şirketler arasında rekabet gücü oldukça yüksek. Denizdeki herhangi bir balık olmak kolaydır. Ancak herkesin istediği bir balık olmak zordur. Bunun için rekabette öne çıkmanın güçlü ipuçlarını bilmeniz gerekiyor. O halde şirketinizi rekabette öne çıkarmanın ipuçlarına yakından bakalım.



RAKİPLERİNİZİ ETRAFLICA ARAŞTIRIN

Doğrudan rakiplerinizi araştırmaya zaman ayırmakla işe başlamalısınız. Rakiplerinizin kim olduğunu ve ne yaptığını bilmek iş stratejilerinizde başarıya ulaşmanıza olanak tanır. Yani rakiplerinizin markalamalarına ve pazar konumlandırmalarına bakmalısınız. Hangi sosyal medya kanallarını kullanıyorlar? Ayrıca web sitelerine göz atmalısınız. Şirketinizden farklı müşterilerine ne sunuyorlar?

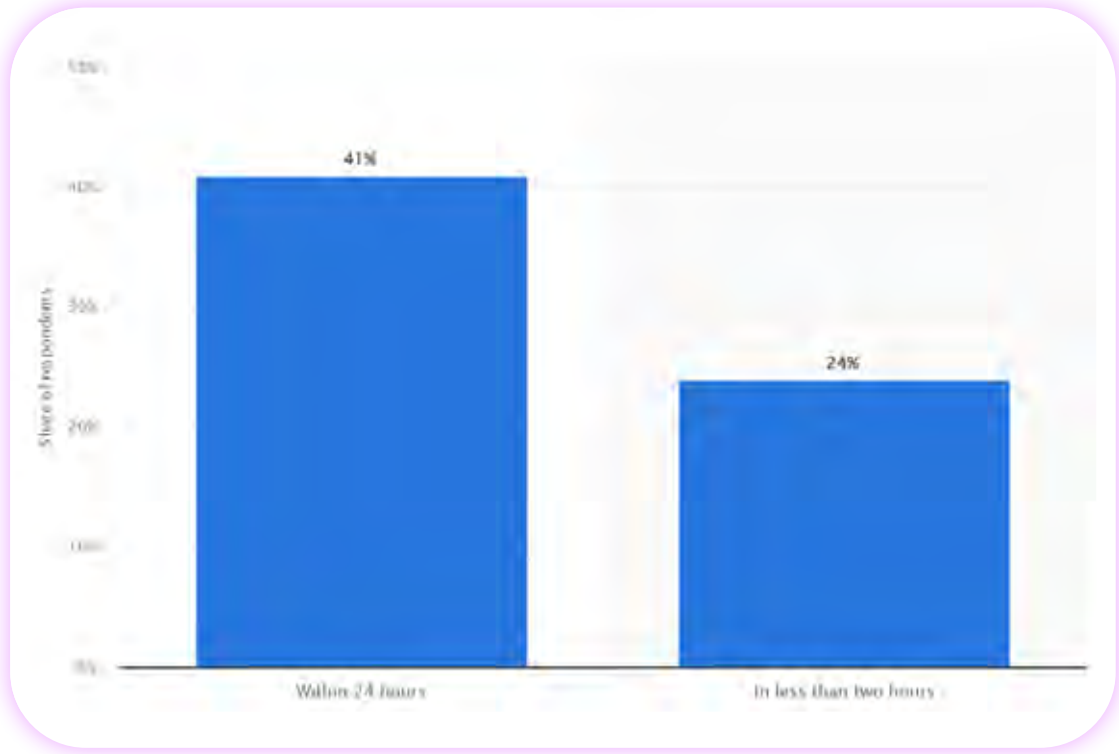
Rakipleriniz hakkında bilgi elde etmek için rakiplerinizin müşteri yorumlarını okumalısınız. Tüm sektördeki işletmeler, sosyal kanıt oluşturmak için müşterilerini yorum bırakmaya teşvik ediyor. Böylece potansiyel müşteri beklentilerinizi karşılamak için ince ayarlamalar yapabilirsiniz.

Rakiplerinizi araştırmak pazarınızı anlamanızı sağlar. Aynı zamanda pazar boşluklarının belirlenmesine yardımcı olur. Böylece gelecek için planlama yapabilirsiniz. Ayrıca rakiplerinizi etraflıca araştırmak için [SWOT analizine](#) ihtiyacınız var.



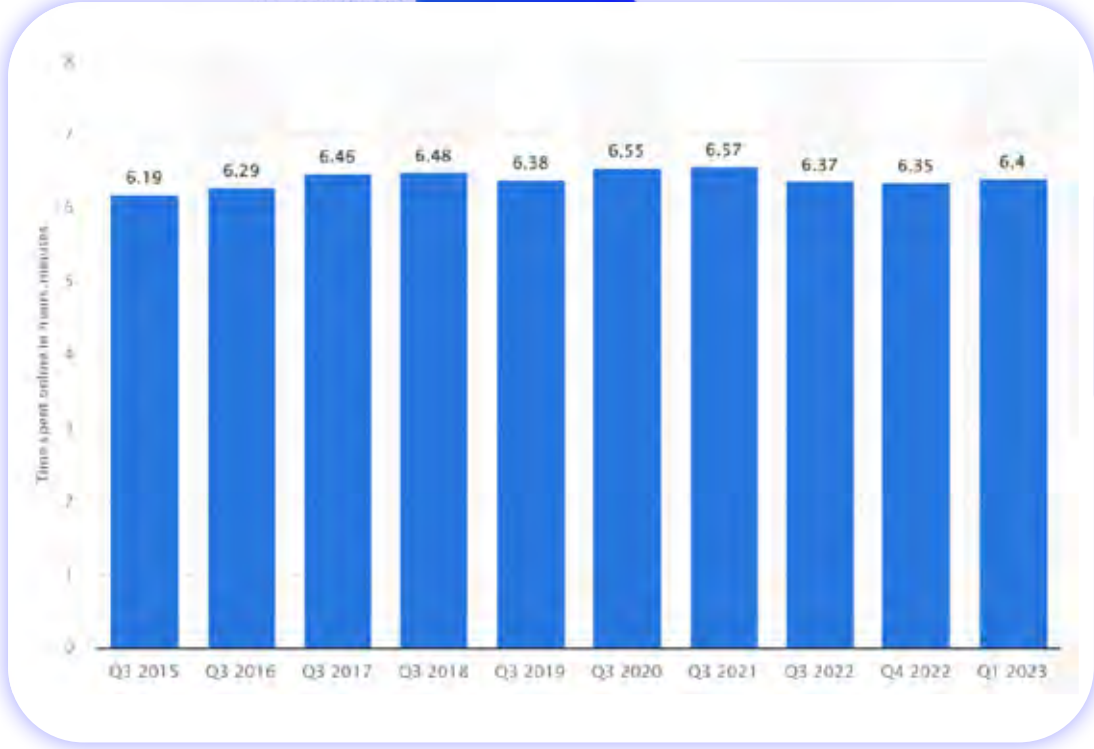
HIZLI KARGO AVANTAJI SUNUN

Başarıya ulaşmanın en önemli bileşenlerinden biri, ürünlerinizi müşterilerinize hızlı ve verimli bir şekilde ulaştırmaktır. Son birkaç yılda teslimat hızı, çevrimiçi alışveriş yapanlar için en önemli öncelik haline geldi. [Çevrimiçi alışveriş yapanların %41'i](#) sipariş ettikleri ürünleri 24 saat içerisinde almayı umduklarını söyledi.



Hızlı teslimat, müşterilerinizi mutlu etmenizi sağlıyor. Aynı zamanda marka sadakatini arttırır. Bu sayede rekabet üstünlüğü elde edebilirsiniz. Ayrıca 2023 yılının ilk çeyreği itibarıyla [internet kullanıcılarının günde altı saat kırk dakikayı](#) internet ortamında geçirdiği ortaya çıktı. Önceki çeyrekle kıyaslandığında bu yüzde 0,8 oranında artışa işaret ediyor. İnternet erişimi ve benimsenmesi yükseldikçe çevrimiçi alışveriş yapanların sayısı da sürekli artıyor. E-ticaretteki büyüme kalabalık bir perakende alanı yaratıyor. Dolayısıyla teslimat hızları rekabet avantajı elde edilmesine yardımcı olur.





Hızlı teslimat, müşterilerinizi mutlu etmenizi sağlıyor. Aynı zamanda marka sadakatini arttırır. Bu sayede rekabet üstünlüğü elde edebilirsiniz. Ayrıca 2023 yılının ilk çeyreği itibarıyla internet kullanıcılarının günde altı saat kırk dakikayı internet ortamında geçirdiği ortaya çıktı. Önceki çeyrekle kıyaslandığında bu yüzde 0,8 oranında artışa işaret ediyor. İnternet erişimi ve benimsenmesi yükseldikçe çevrimiçi alışveriş yapanların sayısı da sürekli artıyor. E-ticaretteki büyüme kalabalık bir perakende alanı yaratıyor. Dolayısıyla teslimat hızları rekabet avantajı elde edilmesine yardımcı olur.



SATIŞ SONRASI DENEYİMİ İYİLEŞTİRİN

Müşteri bir ürünü satın aldıktan sonra sağlanan herhangi bir desteğe satış sonrası deneyim denir. Yani satış sonrası deneyim, bir şirketin genel pazarlama stratejisinin parçasıdır. Tipik olarak satış sonrası deneyim örnekleri arasında eğitim, onarım, garanti hizmeti ve yükseltmeler ile ilgili destek yer alır.

Satış sonrası destek ile müşterinin değer elde etmesi sağlanır. Aynı zamanda müşteri bağlılığı ve tekrarlanan satışlara katkıda bulunur. Satış sonrası deneyimler, olumlu ağızdan ağıza iletişime de katkı sağlar. Çünkü mutlu müşteriler sürekli müşteri yaratma eğiliminde olur. Tüketiciler, bir satış elemanıya sohbet etmekten nihayet dönüşüm sağlamaya ve temsilciden destek almaya kadar kesintisiz sohbet bekler.

İşletmeler olağan üstü satış sonrası deneyim sunarak rekabet avantajı yaratabiliyor. Böylece pazarda öne çıkma şansı elde ediyorlar. [Müşterilerin %76'sı müşteri hizmetlerini daha iyi sunan şirketlere yönelmeyi tercih eder.](#)

YOUR COMPETITIVE ADVANTAGE

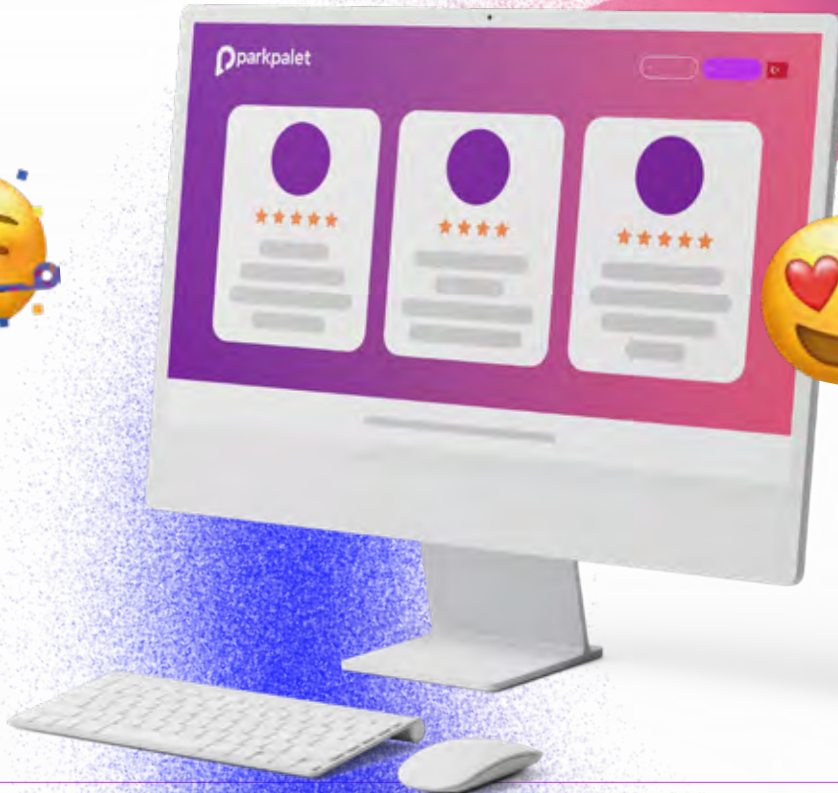
76%

of customers would go out of their way to go to a company that has better customer service.

Dolayısıyla satış sonrası deneyimi bir kenara bırakmak mantıklı değil. Suyu sızdıran bir kova olduğunu düşünün. Kovaya ne kadar su koyarsanız koyun, yine de deliklerinden su sızmaya devam eder. İşte satış sonrası deneyim, müşterilerinizin markanızı terk etmemesi için sızdıran kovayı tamir etmeye benzer. Satış sonrası deneyim için şu hizmetlerle ilerlemelisiniz:



- **Çevrimiçi destek:** E-ticarette uğraşan bir şirketseniz, müşterilere bir ürünle ilgili sorunlarla karşılaştıklarında yardımcı olmak için çevrimiçi destek sağlamalısınız. Müşteri yardım almak için desteği arayabilmeli, bir sohbet robotu veya sosyal medya ağını kullanabilmeli.
- **Garanti hizmetleri:** Neredeyse her firma müşterilerine garanti hizmeti veriyor. Bu, belirtilen süre içerisinde bir ürünün belirli parçalarının değiştirilmesini içerebiliyor. Örneğin; Apple, müşterilerine bir yıl garanti süresi veriyor ve 90 günlük teknik destek sağlıyor.
- **Eğitim:** Bu hizmet türü müşteriler için çok önemlidir. Çünkü ürününüzü nasıl kullanacaklarını anlamanızı sağlar. Kullanıcılar, her şeyin nasıl çalıştığını detaylıca anlayabilir.
- **Ücretsiz onarma ve değiştirme:** Markalar ürünün düzgün çalışmaması durumunda değiştirmeyi veya onarmayı teklif ediyor. Tüketiciler sınırlı bir süre için ücretsiz değiştirme hakkına sahiptir. Aynı zamanda iade süreçlerini müşterilerinize net bir şekilde aktarmalısınız. Müşteri geri bildirimlerini dikkate almalısınız.
- **Yükseltmeler:** Şirketler cihazlarının uyumlu olabilmesi ve sahiplerine daha uzun süre hizmet verebilmesi için çalışır. Yani ürünlerin yazılımlarını yükseltirler. Özellikle telefon gibi cihazları satan şirketler, yazılım güncellemeleri sunar.



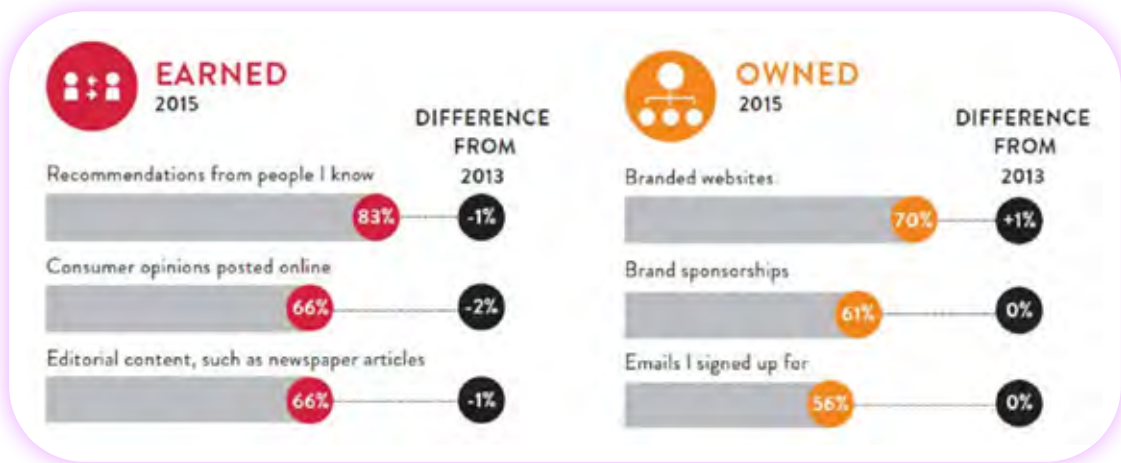
KOLAY İADE İMKÂNI SAĞLAYIN

İade, satış döngüsünün küçük bir unsuru gibi görünebilir. Fakat bir şirketin temelleri üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Bazı çevrimiçi mağazalar, iade süreçlerini zorlaştırabiliyor. Öte yandan, müşteriler kolay iade süreçleri olsaydı tekrar satın alacaklarını söylüyor. Dolayısıyla müşterilerinizi kaybetmemek için iadeleri kolaylaştırmak kritik bir öneme sahiptir.

İade yönetim sürecini iyileştirmek için her şirketin yapabileceği birkaç şey vardır. Bu, iadelerin sayısını ve perakendeci masraflarını azaltır. Örneğin, açık ve şeffaf bir iade politikasına sahip olmalısınız. İade maliyetlerini iyi düşünmelisiniz. Aynı zamanda iade yönetim sürecini incelemelisiniz. Hızlı ve kolay iade süreci sağlamalısınız. Depolama, paketleme, nakliye ve iade yöntemiyle ilgilenme konusunda uzmanlaşmış bir dağıtım merkezi ile çalışmalısınız.

Günümüzün son derece rekabetçi pazarında yeni müşteriler kazanmak, mevcut müşterileri sadık tutmak ve kâr elde etmek için cazip iade politikaları çok önemlidir. İyi bir iade politikası ile müşterilerin nezdinde güven oluşturabilirsiniz. [Pitney Bowes'a göre](#) satıcının belirsiz veya zor bir iade politikası olması durumunda alışveriş yapanların %54'ü ürünü almaktan kaçınabiliyor.

Ayrıca [insanların %66'sı çevrimiçi olarak paylaşılan tüketici görüşlerine](#) güveniyor. İade deneyiminizle alakalı her türlü referans ve kulaktan kulağa tavsiye işletmenize fayda sağlar.



İade politikanızı yazdıktan sonra müşterilerin açıkça görebileceği bir yere koymalısınız. Müşteriler alışveriş yapmadan önce iade politikalarını incelemeli.



MÜŞTERİLERİNİZİ DEĞERLİ HİSSETTİRİN

Her müşteri kendini özel, anlaşılmış ve değerli hissetmeli. Çünkü kendilerini değerli hissedenden müşteriler, ürünlerinizi satın almak için geri gelmeye devam ederler. Müşterilerinize teşekkür edip minnettarlığınızı göstermelisiniz. Onları takdir ettiğinizi göstermek için abartıya kaçmanıza gerek yok. Kişiselleştirilmiş el yazısıyla yazılan bir teşekkür notu göndermek müşterinizi değerli ve önemli hissettirir.

Müşterinize kişisel not gönderirken indirim de sunabilirsiniz. Örneğin, “NEXT30 kupon kodu ile bir sonraki alışverişinizde %30 indirim kazanın. Kupon 1 ay geçerlidir.” Bu indirim avantajı, müşterinin tekrar satın alma isteğini artırır.

Aynı zamanda müşterilerinize seveceğini bildiğiniz bir hediye vermelisiniz. “Umarım bu kazağı beğenirsiniz” minvalinde bir not yazmalısınız. Burada önemli olan müşterilerinizi yeterince önemsemektir. Müşterilerinizi değerli hissettirmek için sevdiğiniz ürünlere değer vermelisiniz.

Bir müşteriniz geri bildirimde bulunduğunda aktif olarak onu dinlediğinizi göstermelisiniz. Geri bildirim olumsuzsa çözüm aramaya çalışmalısınız. Yaşadıkları sorun için özür dilemesini bilmelisiniz. Bununla birlikte iyileştirmeler yaptığınızı müşterinize belirtmelisiniz. Konuyu dikkatinize sundukları için müşterilerinize teşekkür etmelisiniz.

Müşteri geri bildirimlerine her zaman cevap vermeye özen göstermelisiniz. Bazen müşterileriniz soru sorabilir. Müşterileriniz telefon, e-posta ve web sitenizdeki iletişim formu ile iletişime geçebilir. Böyle bir durumda hemen yanıt vermelisiniz.

Ayrıca sade kutu ve zarflardan uzak durmalısınız. Yani ambalajınızı göz alıcı hale getirmelisiniz. Paketlerinizin harika görüldüğünden ve kesinlikle markanıza uygun olduğundan emin olmalısınız. Bu, olumlu ve unutulmaz müşteri deneyimleri sağlamanıza yardımcı olur.

Günümüzün rekabetçi pazarında profesyonel bir müşteri hizmeti sunmak rakipleriniz arasında öne çıkmanıza olanak tanır. Müşterilerinizin sevildiğini ve takdir edildiğini hissetmelerine imkân tanıyarak müşteri odaklı bir kültür yaratabilirsiniz.



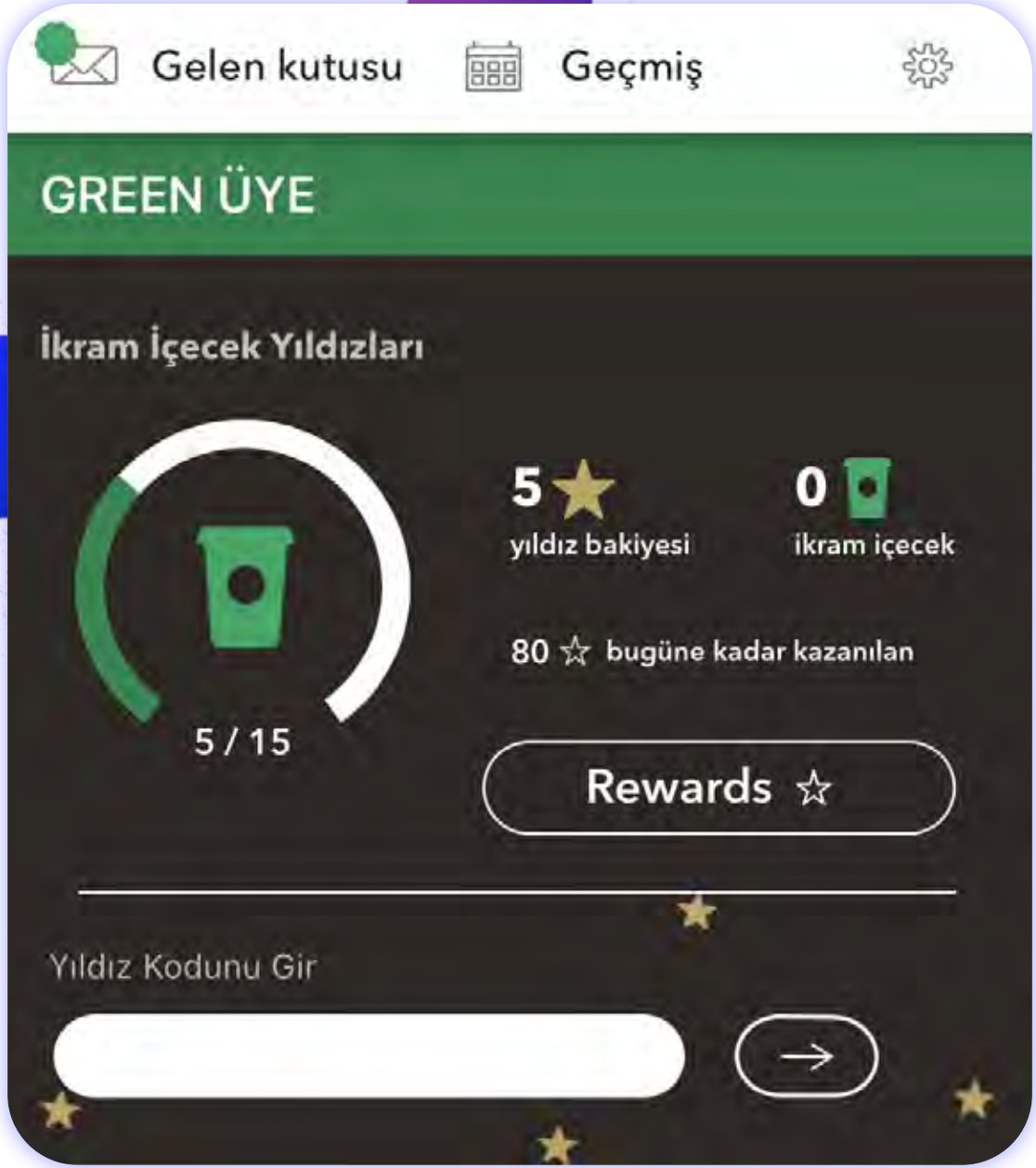
MÜŞTERİLERİNİZİ TEKRAR ALIŞVERİŞE TEŞVİK EDİN

Sadık müşteriler, herhangi bir şirketin tutunabileceği en değerli varlıklardan biridir. İşletmeler genellikle yeni müşterilere odaklanıyor. Fakat mevcut müşterilerle olan bağları güçlendirmek aynı derece hatta belki de daha değerlidir. Sosyal medya sayesinde kuruluşunuzun çevrimiçi elçisi olma gücüne sahiptirler. Sadık bir müşteri ürünleriniz ve hizmetleriniz için ödeme yapmakla kalmıyor. Aynı zamanda başkalarına da markanızdan veya şirketinizden bahsediyor.

Mevcut müşterileri elde tutmak müşteri yaşam boyu değerini artırır. Bununla beraber müşteri tabanını büyütmenize yardımcı olur. Örneğin, müşteri sadakat programları stratejilerine yatırım yapmak mevcut müşterilerinizden en fazla değeri elde etmenize olanak tanıyabilir. Yalnızca sadık müşterinizin puan ve indirim kazanabileceği bir fırsat yaratmalısınız. Ayrıca Genellikle [yeni bir müşteri edinmek mevcut müşteriye elde tutmaktan daha maliyetlidir.](#)

Starbucks markasının mobil uygulaması var. Müşteriler Starbucks mobil uygulamalarına kredi kartı ile para yüklüyor. Ardından Starbucks mağazalarındaki alışverişlerinde bu mobil uygulama ile ödeme yapıyorlar. Her ödemede yıldız kazanıyorlar. Belirli bir yıldız toplayan kişiler bedava içecek veya yiyecek kazanabiliyor.



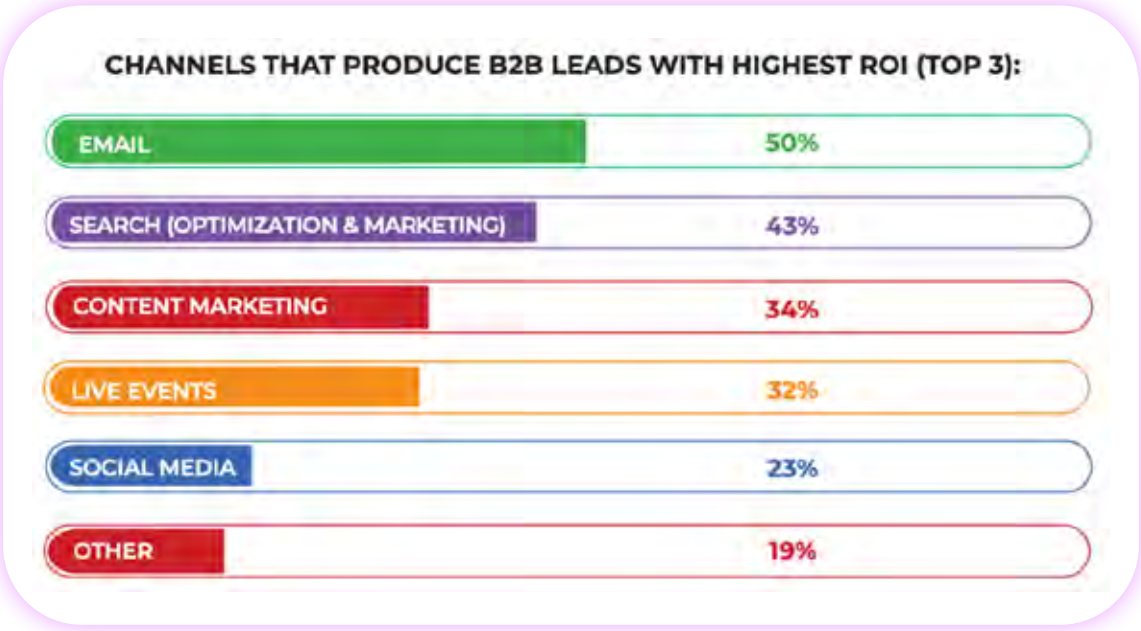


Ayrıca satın alma sonrası müşterilerinizle mesajlaşmaya devam etmelisiniz. Örneğin, güzellik ve kişisel bakım ürünleri sattığınız bir mağazanız olduğunu düşünelim. Müşteriniz alışveriş yaptı. Hemen ardından müşteriye aldığı ürünleri nasıl kullanacağını gösteren bir video veya blog yazısı atabilirsiniz.



Kişiselleştirilmiş satın alma sonrası etkileşim, müşterilerinizde kalıcı ve olumlu bir izlenim bırakmanıza yardımcı olur. Böylece müşterinizin aklında yer edinebilirsiniz. Müşterilerinizin eylemlerini gerçek zamanlı olarak tetiklemelisiniz. Örneğin, evcil hayvan mamasını müşteri her ay almaya devam ediyor. Böyle bir durumda müşteriye her ay hatırlatıcı mesajlar veya e-mailler atabilirsiniz.

Müşterilerinize bir sipariş gönderim güncellemesi veya satın alma onayı hakkında bilgi içeren e-postalar atmalısınız. Çünkü bu e-postaların ortalama açılma oranı **%80 ila %85'tir**. Bununla beraber **[e-mail, potansiyel müşterilerinizin artmasına](#)** yardımcı olur.



Ayrıca müşteriler alışveriş sepetlerine ürün ekliyor. Ancak ürünleri almadan alışveriş sepetini terk ediyor. Böyle bir durumda da müşterinize alışveriş sepetini hatırlatan e-mail gönderebilirsiniz.

Perakendeciler, müşterilere düzenli olarak satın aldıkları ürünlerin yanı sıra önceki satın almalarını tamamlayan ürünlerde indirimler sunabiliyor. Özel bir indirim sunmak müşteri tabanınızın önemli bölümlerini tanımanızı sağlar. Bu, müşterilerin tekrar markanızdan alışveriş yapmasına olanak tanıyor. Aynı zamanda tavsiyeleri teşvik etmelisiniz. Yani markanızı veya şirketinizi arkadaşlarına öneren kişilere indirim sunmalısınız. Böylece herkes için kazan-kazan stratejisine yatırım yapmış oluyorsunuz.

Öte yandan, çeşitli sosyal medya platformlarında aktif olmak önemlidir. Markanız, ürünleriniz ve hizmetlerinizle ilgili perde arkası bilgileri paylaşmak güçlü bir çevrimiçi varlık oluşturmanızı sağlar.

Markanızda müşteri sadakati oluşturmak zaman alır. Ancak bir kez sadık müşterilere sahip olduğunuzda ömür boyu değer elde etme şansınız var. Müşterilerinizin değerli ve önemli hissetmesi özveri ve özen gerektirir. Yani müşterilerinizin işletmenize geri dönmesini sağlamak için müşteri deneyimini nasıl geliştirebileceğinizi düzenli olarak değerlendirmelisiniz. Güçlü ilişkiler kurmak zaman alır, ancak getirisi harcanan zamana değer.







FİNAL

UÇTAN UCA TÜM SÜRECİ NAVLUNGO VE PARKPALET İLE YÜRÜTÜN

69

DİNAMİK İKİLİ: NAVLUNGO VE PARKPALET

- Navlungo: Operasyonlarınızda Zaman Kazanın
- ParkPalet: Depolamayı Verimlilikle Buluşturun

72

MÜKEMMELLİĞE DOĞRU

73

BİLGİYİ EYLEME GEÇİRME ZAMANI

UÇTAN UCA TÖM SÜRECİ NAVLUNGO VE PARKPALET İLE YÜRÖTÖN

Tebrikler! ABD fulfillment konusunda ustalaşmak için bir yolculuğa çıktınız ve bu e-kitabın son bölümüne ulaşmayı başardınız. Buraya kadar lojistik, depolama, dağıtım, pazardaki fırsatlar ve rekabette öne çıkma ipuçlarının karmaşık dünyasına ilişkin bilgiler elde ettiniz. Tedarik zincirinizi ne şekilde yöneteceğinizi ve müşterilerinizi nasıl memnun edeceğinizi öğrendiniz. Fakat bitirmeden önce uluslararası lojistik operasyonlarınızı yönetirken uçtan uca hizmet sunan Navlungo ve ParkPalet ikilisinden bahsetmek istiyoruz.



DİNAMİK İKİLİ: NAVLUNGO VE PARKPALET

E-kitap boyunca incelediğimiz gibi ABD’de etkili bir şekilde lojistik operasyonları gerçekleştirmek için akıllı stratejiler ve ileri teknolojiler ile ilerlememiz gerekir. Navlungo ve ParkPalet, uçtan uca tüm sipariş karşılama sürecinize kapsamlı çözümler sunuyor.



NAVLUNGO: OPERASYONLARINIZDA ZAMAN KAZANIN

Navlungo, uluslararası lojistik hizmetlerinizde yol gösterici yıldızınızdır. Özellikle akıllı teklif paneli sayesinde yurt dışı kargo operasyonlarınızda zaman kazanmanıza olanak tanır. Operasyonlarınızı optimize etmek, işinizi büyütmek, verimliliğinizi arttırmak ve maliyetinizi azaltmak için imkânlar sunar. Navlungo ile şu fırsatları elde edebilirsiniz:

- Sipariş işlemeyi kolaylaştırırsınız. Yani hataları en aza indirirsiniz ve teslimat sürelerini kısaltırsınız.
- Siparişleri gerçek zamanlı senkronize edersiniz. Dolayısıyla e-ticaret platformlarınızla entegre bir şekilde ilerlersiniz.
- Envanter yönetimine ilişkin gerçek zamanlı görünürlük elde ederek süreç optimizasyonunu sağlarsınız.
- İhtiyaçlarınıza en uygun nakliye ve taşıyıcı seçeneklerini seçersiniz. Böylece müşteri deneyimini geliştirme şansı elde edersiniz. Ayrıca müşterilerinize doğru takip bilgileri sunarsınız.
- Bilgiye dayalı verilerden yararlanmak için veriye dayalı içgörülerden faydalanırsınız.
- İyileştirme yapılacak alanlarınızı ve maliyet tasarrufu fırsatlarınızı belirleyerek ilerlersiniz.
- 130'dan fazla ülkeye anında kargo teklifi alırsınız ve teklifleri karşılaştırma fırsatı elde edersiniz. Daha sonra ürünlerinizi gönderirsiniz, depolarsınız ve fulfillment operasyonlarınızı yönetirsiniz.



PARKPALET: DEPOLAMAYI VERİMLİLİKLE BULUŞTURUN

ParkPalet depolama süreçlerinizin omurgası niteliğindedir. Lojistik süreçlerinizi basitleştirir, müşteri deneyimini iyileştirir ve depo masraflarınızı azaltır. Depolarınızda ürünlerinizi güvenle saklamanıza yardımcı olur ve siparişleri sorunsuzca yönetir. ParkPalet ile şu imkânları elde edebilirsiniz:

- Depo düzeninizi optimize edersiniz. Yani depolama alanı kullanımını en üst düzeye çıkarırsınız.
- Optimize edilmiş raf sistemleri ile ürün taşıma süresini azaltırsınız.
- İhtiyaç duyduğunuzda ek depolama alanı sağlarsınız ve şirket giderlerinizi azaltma şansı elde edersiniz.
- Ürünlerinizi müşterilerinize hızlı, güvenli ve etkin bir şekilde ulaştırırsınız.
- Siparişlerin toplama rotalarını ve paketleme süreçlerini kolaylaştırırsınız. Böylece hataları azaltıp sipariş tutarsızlıklarını önlersiniz.
- İade işlemlerini profesyonel ve etkin bir şekilde yönetirsiniz. Bu sayede müşteri memnuniyetini arttırırsınız ve iş yükünüzü azaltırsınız.
- Stok, iade ve sipariş işlemlerini tek bir platformdan yönetirsiniz. Ayrıca yeni pazarlara erişme imkânı elde edersiniz.



MÜKEMMELLİĞE DOĞRU

Navlungo ve ParkPalet ile bu yolculuğa çıkarken teknolojinin tek başına yeterli olmadığını bilmelisiniz. Dolayısıyla işletmenizi farklı kılacak olan şey mükemmelliğe olan bağlılığınız, müşterilerinizi dinlemeniz ve değişen pazar dinamiklerine uyum sağlamadaki çevikliğiniz olacaktır. Çünkü bir gecede elde edilen başarı efsaneden ibarettir. Bir gecede başarı ile erken başarı karıştırılmaması gerekmektedir. Yani çabalamak ve durmadan emek harcamak lazımdır.

ABD pazarı fazlasıyla rekabetçi olmanızı gerektirir. Fakat bu e-kitapta edindiğiniz bilgiler ve araçlarla donanmış olarak gelişmeye ve büyümeye hazırsınız. Sektör trendlerini takip etmeye, müşterilerinizi dinlemeye ve yenilikçi çözümler üretmeye devam etmelisiniz. Özellikle müşterilerinizin geri bildirimleri, sipariş karşılama stratejinizi değiştirmede ve geliştirmede çok önemlidir.

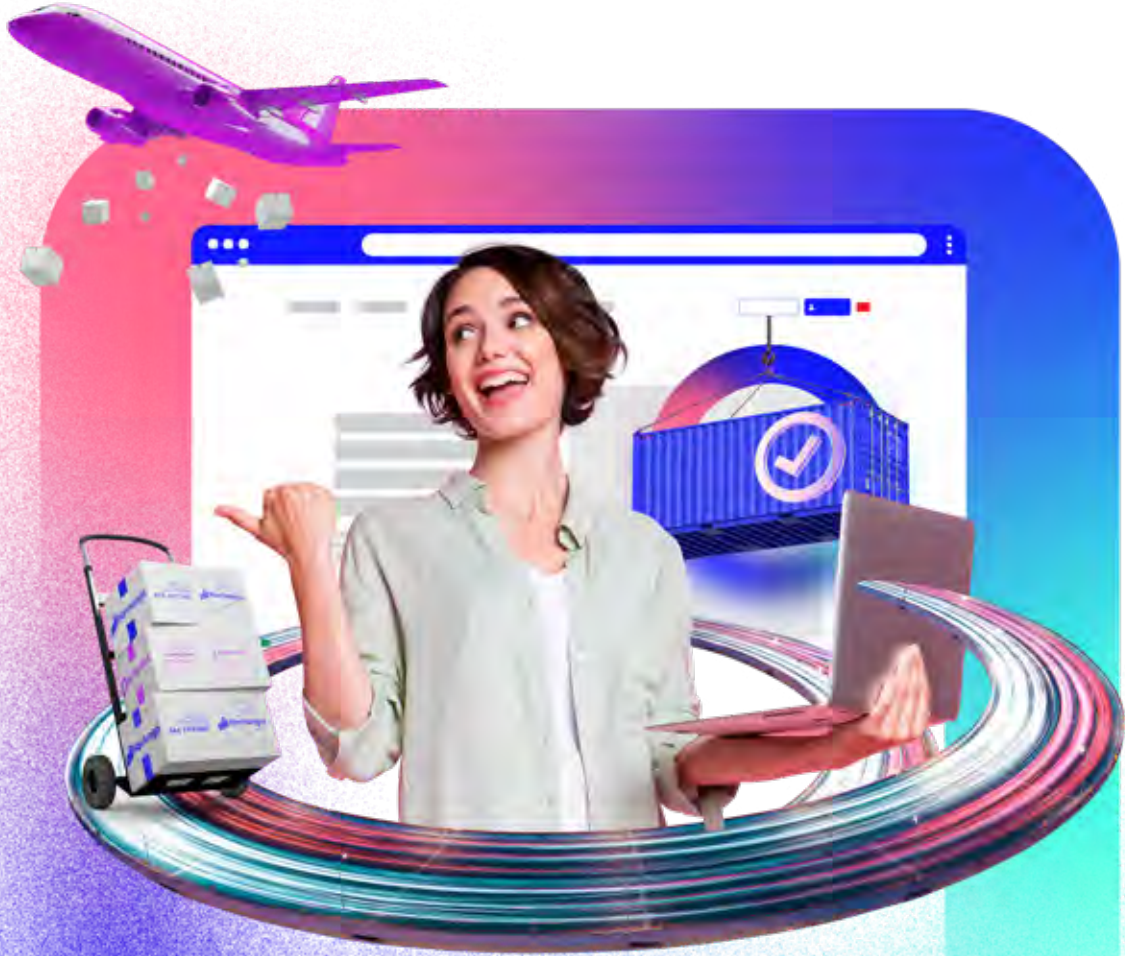
E-kitabı bitirirken ABD pazarında uzmanlaşmak için zaman ayırdığınız için teşekkür etmek istiyorum. Bu, inanılmaz derecede ödüllendirici bir çaba. E-ticaret ve lojistik gelişmeye ve değişmeye devam edecek. Siz de bu yolda liderlik etmeye hazırsınız.

Bu yolculukta bize katıldığınız için teşekkür ederiz. Navlungo ve ParkPalet yanınızdayken, ABD'nin tatmin edici ve heyecan verici dünyasında dolaşırken başarı hep sizinle olsun. Sürekli büyümeniz ve müreffeh geleceğiniz için buradayız!



BİLGİYİ EYLEME GEÇİRME ZAMANI

Bu e-kitabın sonuna ulaştığınıza göre bilgilerinizi eyleme geçirmeye başlamalısınız. Navlungo ve ParkPalet ikilisinin son teknoloji çözümleri ile operasyonlarınızı nasıl dönüştürebileceğinizi keşfetmek için bize ulaşın. Mükemmelliğe yolculuğunuz şu an başlıyor.





ABD'YE YAPACAĞINIZ İLK GÖNDERİMİNİZDE **%5** İNDİRİM!

ABD'ye Navlungo ile yapacağınız ilk gönderiminizde %5 indirim kazandınız! İndiriminizin hesabınıza tanımlanabilmesi için Navlungo'ya kayıt olduğunuz e-mailiniz ile aşağıdaki linkten formu doldurun, 24 saat içerisinde indiriminiz hesabınıza tanımlanacaktır!

Formu doldurmak için [tıklayın](#)

