

YURTDIŐINA E-TICARET: STOKLU & STOKSUZ SATIŞ REHBERI

Yeni BaŐlayanlar İçin Hızlı ve Anlaşılır Bilgiler



Amazon'da Temel E-Ticaret Modelleri

- 1. Fulfillment by Amazon (FBA)**
- 2. Fulfillment by Merchant (FBM)**
- 3. Amazon Private Label**
- 4. Amazon Wholesale**
- 5. Amazon Retail Arbitrage**
- 6. Amazon Online Arbitrage**
- 7. Amazon Handmade**

Etsy'de Temel E-Ticaret Modelleri

- 1. Stoklu Satış (Inventory-Based Selling)**
- 2. Stoksuz Satış (Drop Shipping)**
- 3. Print on Demand (Talebe Göre Baskı)**
- 4. Özel Etiket (Private Label)**
- 5. Dijital Ürün Satışı**

FBA

1. Amazon FBA

Fulfillment by Amazon, satıcıların ürünlerini Amazon'un depolarına göndererek lojistik, depolama, paketleme ve kargo süreçlerini Amazon'a devretmesini sağlayan bir hizmettir. İş akışı şu şekildedir: Satıcı, ürün stoklarını Amazon'un belirttiği gönderim kurallarına göre paketler ve depolama merkezlerine sevk eder. Ürünler Amazon'un depolarında saklanır ve gelen siparişler Amazon'un sistemi tarafından otomatik olarak algılanır. Sipariş alındığında Amazon, ürünü depodan çıkarır, paketler ve müşteriye gönderir. Müşteri hizmetleri ve iade süreçleri de Amazon'un operasyon ekibi tarafından yürütülür.

2. Avantajlar

Prime Uygunluğu & Hızlı Teslimat
Yüksek Görünürlük ve Güven
Operasyonel Kolaylık
Müşteri Hizmetleri ve İade Yönetimi

3. Maliyet ve Ücretlendirme

Depolama Ücreti: Ürünlerinizin depoda kapladığı hacim (metreküp/gün) üzerinden aylık veya mevsimsel bazda hesaplanır. Yoğun dönemlerde (Ekim-Aralık) depolama ücretleri artabilir.
Sipariş İşleme (Fulfillment) Ücreti: Her bir siparişin paketlenmesi, kargoya hazırlanması ve gönderilmesi işlemleri için kilogram başına veya parça başına tarifelenir.
Ek Hizmet Ücretleri: Hızlandırılmış sevkiyat, etiketleme, paketleme hizmetleri, aşırı boyut veya hafif paket muafiyetleri gibi ek opsiyonlar için ayrı ücretlendirme uygulanır.

4. Uygulanması Gereken Adımlar

Amazon Seller Central Hesabı Oluşturma: Profesyonel satıcı planına kayıt olun (aylık ücret ödenir).
Ürün Listeleme ve Etiketleme: Her bir ürüne FNSKU (Amazon barkodu) atanması, ambalaj üzerindeki Barkod etiketlerinin yapılandırılması.
Gönderim Planı Oluşturma: Hangi ürünün hangi depoya gönderileceğini belirten gönderi planı oluşturulur.
Depolama Takibi ve Stok Yenileme: Depo stok seviyelerini düzenli olarak izleyip kritik seviyede yeniden sipariş vermek.

5. Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar

Sezonluk Depolama Maliyetleri: Yoğun dönemlerde artan depolama ücretleri, kar marjınızı etkileyebilir.
İade Oranları: FBA'daki kolay iade politikası müşteri memnuniyetini artırırken iade oranlarını da yükseltebilir; iade maliyetlerini hesaba katın.
Stok Fazlası ve Minimum Sevkiyat: Depolarda uzun süre bekleyen stok için ek depolama ücretleri ve minimum sevkiyat miktarlarına dikkat edin.

6. Ölçeklendirme & Büyüme Stratejileri

Farklı Ürün Kategorileri: Marjı yüksek, küçük hacimli ve düşük rekabetli niş ürünler seçerek depolama maliyetlerini optimize edin.
Repricing ve Otomasyon: Fiyatlandırma araçlarıyla rekabete anlık cevaben kar marjınızı koruyun.

FBM

1. Amazon FBM

Fulfillment by Merchant, Amazon'da satıcıların lojistik operasyonlarını tamamen kendi başlarına veya üçüncü parti lojistik sağlayıcılar (3PL) aracılığıyla yürüttükleri iş modelidir. Akış şu şekildedir:

Müşteri Amazon üzerinden sipariş verir.

Amazon sipariş bilgisini satıcının hesabına iletir.

Satıcı, ürün stokunu kendi deposunda/zarflarında hazır tutar.

Siparişe göre ürünü paketler ve seçilen kargo firmasıyla müşteriye gönderir.

Müşteri hizmetleri ve iade süreçleri satıcı veya seçtiği 3PL tarafından yönetilir.

2. Avantajlar

Kontro

Düşük Ek Ücret

Esneklik

Özel Paketleme ve Markalama

3. Dezavantajlar

Teslimat Hızı

Operasyonel Yük: Depolama, paketleme, barkodlama, kargo takibi ve müşteri hizmetleri sorumlulukları tamamen sizde.

Müşteri Güveni

İade Yönetimi: İade gelen ürünlerin kontrolü, kalite değerlendirmesi ve yeniden stoklama sizin sorumluluğunuzdadır.

4. Maliyet Kalemleri

Depolama Maliyeti: Depo veya 3PL kiralama ücretleri. Metrekare/metreküp üzerinden hesaplanır.

Kargo Ücreti: Ürün ağırlığı, boyutu ve müşteri lokasyonuna göre değişen nakliye maliyeti.

Yazılım/Entegrasyon: Sipariş yönetimi, envanter takibi ve kargo entegrasyonları için abonelik veya lisans ücretleri (ör. Easyship).

5. Uygulanması Gereken Adımlar

Amazon Seller Central'da FBM Etkinleştirme

Envanter ve Ürün Listeleme: Ürün stok seviyelerini gerçek zamanlı gösteren envanter yönetim sistemi kurun.

Gönderim Şablonları Oluşturma

Sipariş Yönetimi ve Takip: Sipariş geldiğinde ERP/CRM veya sipariş yönetim yazılımı üzerinden kargo etiketlerini oluşturup paketi kargoya verin. Takip numarasını Amazon'a girerek müşteriye bilgilendirin.

6. Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar

Gönderim Süresi Sözleşmeleri

Stok Senkronizasyonu

Kargo Performansı

Müşteri İletişimi

7. Ölçeklendirme & Büyüme Stratejileri

Gelişmiş Envanter Planlama

Veri Analitiği: Kargo maliyetleri, teslimat süresi ve müşteri memnuniyeti verilerini analiz edip, lojistik süreçlerinizi optimize edin.

PRIVATE LABEL

1. Private Label

Private Label, mevcut bir ürünü üreticiden temin ederek kendi marka isminizle yeniden markalayıp satma modelidir. Ürün tasarımı, ambalajlama ve etiketleme size aittir.

Üreticiyle anlaşılır, ürün tasarlanır ve logonuzla ambalajlanır.

Ürünler toplu olarak üretilip size veya Amazon FBA deposuna gönderilir.

Amazon üzerinden kendi markanızla satış yapılır.

Müşteri, markalı ürününüzü satın alır; siz marka sahibi olursunuz.

2. Avantajlar

Marka değeri oluşturabilir, fiyatları kendiniz belirleyebilirsiniz.

Uzun vadede sadık müşteri kitlesi ve yüksek kar marjı elde edebilirsiniz.

Piyasada farklılaşma ve özel ambalajlama imkânı sunar.

3. Dezavantajlar

Başlangıç maliyeti yüksektir (ürün geliştirme, ambalaj, toplu sipariş).

Rekabet analizine ve ürün araştırmasına ciddi zaman ve kaynak gerekir.

Marka tescili ve kalite kontrol gibi ek süreçler vardır.

4. Uygulanması Gereken Adımlar

Niş ürün belirlenir ve üretici bulunur (Alibaba, özel üreticiler vs.).

Marka adı ve tasarımı oluşturulur.

Amazon'a marka kaydı yapılır (Brand Registry).

Ürünler üretilip depoya gönderilir, satış başlatılır.

WHOLESALE

1. Wholesale

Wholesale modelinde, Amazon'da hali hazırda satılan tanınmış markalı ürünleri tedarikçi veya distribütörlerden toplu olarak satın alır ve kendi satıcı hesabınızdan listelere dahil olarak satarsınız.

Yetkili tedarikçiden marka onaylı ürünler alınır.

Amazon'da zaten mevcut olan ürün listelerinde sizin mağazanız da yer alır.

Stoklar FBA'ya gönderilir veya FBM yapılır.

Sipariş geldikçe Amazon kargolar, siz stok ve tedarik takibi yaparsınız.

2. Avantajlar

Marka bilinirliği sayesinde hızlı satış yapılabilir.

Ürün açıklaması ve görseller hazırdır, içerik oluşturma gerekmez.

Daha düşük risk, çünkü ürünün piyasası kanıtlanmıştır.

3. Dezavantajlar

Kâr marjı düşüktür, yüksek hacim gerekir.

Rekabet yoğundur; Buy Box kazanmak zordur.

Marka yetki belgesi olmadan satış yapılamaz.

4. Uygulanması Gereken Adımlar

Güvenilir distribütörler veya toptancılarla anlaşılır.

Marka onayları alınır, fatura ve belge yüklenir.

Ürünler listeye eklenir, stok FBA'ya gönderilir.

Siparişler yönetilir ve satış analizleri yapılır.

ARBITRAGE

1. Online Arbitrage & Retail Arbitrage

Arbitraj iş modeli, bir ürünü bir platformdan düşük fiyata satın alıp başka bir platformda daha yüksek fiyata satarak kâr etmeye dayanır.

Online Arbitraj (OA) dijital mağazalardan, Retail Arbitraj (RA) ise fiziksel mağazalardan yapılan alımlar üzerinden yürütülür.

Fiyat farkı olan ürünler tespit edilir (örneğin Walmart → Amazon).

Ürün, satıcı tarafından satın alınır ve genellikle FBA deposuna yönlendirilir.

Amazon'da daha yüksek fiyata satışa sunulur.

Sipariş geldikçe Amazon ürünü müşteriye gönderir.

2. Avantajlar

Başlangıç maliyeti düşüktür; ürün başına küçük yatırımlarla başlanabilir.

Marka kurmadan ya da üretim yaptırmadan hızlı şekilde satış yapılabilir.

Hızlı nakit akışı ve kısa vadeli kazanç sağlar.

3. Dezavantajlar

Sürekli ürün araştırması ve takip gerektirir.

Satın alınan ürün için fatura ve tedarik kanıtı sunmak zor olabilir (Amazon'un satıcı politikalarına dikkat edilmelidir).

Kâr marjları düşebilir ve tedarik sürekliliği sorun yaratabilir.

4. Uygulanması Gereken Adımlar

Ürün araştırma yazılımları (Tactical Arbitrage, SellerAmp gibi) ile fırsat ürünler bulunur.

Güvenilir sitelerden ürün satın alınır ve prep center ya da doğrudan FBA'ya yönlendirilir.

Amazon'da doğru kategori ve fiyatlandırma ile liste yapılır.

Siparişler otomatik olarak kargolanır, stok ve fiyatlar düzenli takip edilir.

HANDMADE

1. Handmade

Amazon Handmade, el yapımı ürünler üreten zanaatkârların, ürünlerini doğrudan Amazon platformu üzerinden satışa sunmalarını sağlayan özel bir alt pazar yeridir. Etsy'nin Amazon'daki karşılığı olarak görülebilir.

Amazon Handmade başvurusu yapılır ve onay süreci geçilir.

El yapımı ürünlerin fotoğrafları, açıklamaları ve fiyatlandırması yapılır.

Ürünler Amazon'da listelenir ve sipariş geldikçe üretici tarafından gönderilir (genellikle FBM)

2. Avantajlar

El emeği ürünlerinize daha geniş bir kitleye ulaşma şansı verir.

Amazon Handmade satıcıları için profesyonel hesap ücreti alınmaz.

Marka oluşturmak isteyen el işi üreticileri için prestijli bir satış kanalıdır.

3. Dezavantajlar

Başvuru süreci zaman alabilir ve her başvuru kabul edilmez.

FBA kullanımı sınırlıdır; çoğu sipariş üretici tarafından gönderilmelidir.

El yapımı ürünler zaman ve emek gerektirdiği için ölçeklenmesi zordur.

4. Uygulanması Gereken Adımlar

handmade.amazon.com üzerinden başvuru yapılır.

Ürünler profesyonel şekilde fotoğraflanır ve açıklamaları girilir.

Kargo ve üretim süreçleri planlanır, ürünler FBM ile müşterilere gönderilir.

Marka imajı oluşturularak yorum ve müşteri memnuniyeti sağlanır.

ETSY STOKLU

1. Etsy Stoklu

Etsy'de stoklu satış modeli, elinizde fiziksel olarak bulunan veya kendinizin ürettiği ürünleri doğrudan mağazanız üzerinden listeleyip, gelen siparişleri sizin hazırlayıp gönderdiğiniz sistemdir.

El yapımı, vintage veya kendinize ait tasarım ürünler hazırlanır.

Etsy mağazanızda ürün açıklamaları, fiyat, görseller yüklenerek listelenir. Sipariş geldikçe ürünler sizin tarafınızdan paketlenip müşteriye kargolanır. Stok yönetimi ve kargo süreleri sizin sorumluluğunuzdadır.

2. Avantajlar

Ürünün kalitesi, ambalajı ve sunumu tamamen sizin kontrolünüzdedir.

Daha yüksek kar marjı sağlanabilir; müşteri deneyimi kişiselleştirilebilir.

Markalaşma ve müşteri sadakati daha kolay inşa edilir.

3. Dezavantajlar

Üretim ve stok maliyetleri yüksektir, yatırım gerektirir.

Yoğun sipariş dönemlerinde üretim yetiştirmek zor olabilir.

Depolama ve kargo süreçleri zaman alıcıdır.

4. Uygulanması Gereken Adımlar

Etsy mağazası açılır ve profesyonel ürün listelemeleri yapılır.

Ürünler fiziksel olarak hazırlanır ve stokta tutulur.

Sipariş sonrası ürün paketlenip, kargo süreci başlatılır.

Müşteri yorumları ve iletişimi düzenli şekilde takip edilir.

ETSY STOKSUZ

1. Etsy Stoksuz

Stoksuz Etsy satış modeli, ürünleri önceden üretmeden, müşteri sipariş verdikten sonra üçüncü parti üretici ve kargo iş ortağı (örn. Printful, Gelato) üzerinden üretilip müşteriye doğrudan gönderilmesi modelidir.

Print-on-Demand (baskı üzerine sipariş) sağlayıcılarla entegrasyon yapılır.

Tasarım dosyaları hazırlanır ve Etsy mağazasına ürün olarak eklenir.

Müşteri sipariş verdiğinde üretici ürünü basar, paketler ve gönderir.

Siz süreci kontrol eder, müşteriyle iletişim kurarsınız.

2. Avantajlar

Üretim ve stok maliyeti yoktur; risksiz bir başlangıç sağlar.

Tek tasarımla birçok ürün türünde (t-shirt, kupa, poster vb.) satış yapılabilir.

Zamandan tasarruf edilir; üretim ve kargo otomatik yürütülür.

3. Dezavantajlar

Kar marjı düşüktür çünkü üretici komisyon alır.

Ürün kalitesi ve kargo süresi sizin dışınızda geliştiği için kontrol zordur.

Marka hissiyatı ve müşteri bağlılığı yaratmak daha zordur.

4. Uygulanması Gereken Adımlar

Printful, Gelato gibi bir üretici ile Etsy mağazanızı entegre edersiniz.

Tasarımlarınızı oluşturur ve sistem üzerinden ürün olarak yüklersiniz.

Sipariş geldikçe otomatik olarak üretici tarafından gönderim yapılır.

Siz süreci ve müşteri iletişimini yönetirsiniz.

DIJİTAL ÜRÜN

1. Dijital Ürün

Etsy'de dijital ürün satışı, indirilebilir dosyalar şeklinde (PDF, PNG, SVG, DOCX, Canva şablonu vb.) ürünlerin satışa sunulmasıdır. Ürün teslimi dijital olduğundan üretim ve kargo gerekmez.

Tasarım, şablon, eğitim materyali veya dijital planlayıcı gibi içerikler hazırlanır. Etsy'ye ürün görselleri, açıklamaları ve dosya ekleriyle birlikte yüklenir. Müşteri satın aldıktan sonra, Etsy otomatik olarak dosyayı ulaştırır. Satıcı sadece içerik üretimi ve müşteri desteğiyle ilgilenir.

2. Avantajlar

Üretim ve kargo süreci yoktur, tamamen pasif gelir modeli haline gelir. Aynı ürün sınırsız kez satılabilir, ölçeklenebilir. Başlangıç maliyeti çok düşüktür.

3. Dezavantajlar

Telif hakkı ve kopyalanma riskleri vardır. Pazarda yüksek rekabet bulunur. Kaliteli görsel ve açıklamalar olmadan ürünün satılması zordur.

4. Uygulanması Gereken Adımlar

Satılacak dijital ürünler belirlenir (planlayıcı, CV şablonu, logo paketi vb.). Canva, Illustrator, Figma gibi araçlarla ürünler tasarlanır. Etsy'ye dijital ürün olarak yüklenir, dosyalar doğru şekilde eklenir. Ürün sayfaları SEO uyumlu hazırlanır ve yorumlarla desteklenir.

PRINT ON DEMAND

1. Print On Demand

Bu modelde, Print-on-Demand (POD) servis sağlayıcılarıyla çalışılır ancak ürünlerde kendi markanızı öne çıkararak, özel etiket (private label) şeklinde satış yapılır. Ürünler sizin logonuzla veya ambalajınızla basılır ve müşteriye gönderilir. Printful, Gelato, Printify gibi üreticilerden özel etiket destekleyen platform seçilir. Kendi tasarımlarınız ve logonuz sisteme yüklenir. Ürünler Etsy mağazasına özel markanızla entegre şekilde eklenir. Sipariş geldiğinde üretici sizin markanıza göre üretilmiş müşteriye gönderir.

2. Avantajlar

Marka kimliği oluşturur ve sizi rakiplerden ayırır. Kendi logonuz, ambalajınız, etiketinizle müşteri güveni artar. Üretim ve kargo yine otomatik ilerler, zaman tasarrufu sağlar.

3. Dezavantajlar

Özel etiketli ürünler için genelde ek maliyet çıkar (etiket, ambalaj vs.). İlk aşamada tasarım ve marka oluşturma süreci zaman alabilir. Bazı POD firmaları her ürün için özel etiket hizmeti sunmaz.

4. Uygulanması Gereken Adımlar

Özel etiket destekleyen bir POD firmasıyla anlaşılır (örn. Printful'da "branding" bölümü).

Logo ve ambalaj tasarımları hazırlanarak sisteme tanımlanır.

Etsy mağazanızda bu marka görünümüne uygun vitrin oluşturulur.

Siparişler otomatik şekilde üretilip müşteriye gönderilirken, marka sadakati de gelişir.

POD NEDİR?

SİPARİŞ GELDİKÇE ÜRETİM



T-SHIRT



METAL TABLOSU



KANVAS TABLO



KİŞİYE ÖZEL KOLYE

2025'İN EN
KARLI
E-TİCARET
MODELİ

Print-on-Demand (POD) Sistemi Nedir?

Print-on-Demand, yani "Talep Üzerine Baskı", dijital tasarımlarınızı fiziksel ürünlere otomatik olarak bastırıp, sipariş geldikçe üretim ve gönderim yapılmasını sağlayan bir e-ticaret modelidir. Bu sistemde önceden stok tutmazsınız, üretim sipariş alındıktan sonra başlar.

Nasıl Çalışır?

- **Tasarım Oluşturma**
İlk olarak, tişört, kupa, poster, çanta gibi ürünler için dijital tasarımlar hazırlanır.
- **Ürün Oluşturma ve Listeleme**
Printful, Printify, Gelato gibi bir POD firması ile çalışarak bu tasarımları onların sistemine yüklersiniz. Ardından, bu ürünler Etsy veya Shopify mağazanıza entegre edilir.
- **Sipariş Geldikçe Üretim Başlar**
Müşteri sipariş verdiğinde ürün otomatik olarak POD firması tarafından basılır ve müşteriye gönderilir. Siz süreci takip eder, müşteri desteğini sağlarsınız.
- **Kargo ve Takip Otomatik Yürütülür**
Kargo bilgileri yine sistem üzerinden müşteriye ulaşır, sizin fiziksel bir müdahaleniz gerekmez.

Avantajları

Stok Tutmazsınız: Yatırım yapmadan ürün satar, sadece sipariş geldikçe ödeme yaparsınız.

Pasif Gelir: Süreç otomatik olduğu için, siz yeni tasarımlar üretmeye odaklanabilirsiniz.

Kolay Ölçeklenebilir: Aynı tasarımı birçok ürün üzerinde kullanabilirsiniz (tişört, hoodie, kupa, tablo vs.).

Küresel Kargo: Üreticiler dünya çapında gönderim yapar, Amerika veya Avrupa'ya satış yapmak kolaylaşır.

Dezavantajları

Düşük Kar Marjı: Üretici ve kargo maliyeti sizin adınıza kesildiği için kazanç sınırlı olabilir.

Kontrol Sınırlı: Ürünün kalitesi, gönderim süresi sizin dışınızdadır.

Yüksek Rekabet: Tasarımlar özgün değilse dikkat çekmek zorlaşabilir.

Kimler İçin Uygun?

Tasarım yeteneği olan ancak üretim ve kargo ile uğraşmak istemeyenler

Dijital alanda çalışıp fiziksel ürün satışıyla pasif gelir elde etmek isteyenler

Shopify veya Etsy gibi platformlarda düşük riskle e-ticarete başlamak isteyenler

**GEC
KALMA !**

www.burakaygun.co