

PAZAR YERLERİ İÇİN ÜRÜN ARASTIRMA VE PÜF NOKTALAR AMAZON&ETSY

Yeni Başlayanlar İçin Hızlı ve Anlaşılır Bilgiler



1. Amazon Ürün Araştırma Yazılımları

Helium 10: Ürün hacmi, rekabet analizi, anahtar kelime araştırması

Jungle Scout: FBA odaklı, satış tahmini, trend analizi

Keepa: Fiyat geçmişi ve satış trendleri

AMZScout: Kapsamlı analiz ve Chrome eklentisi

DataHawk: Performans takibi + SEO analizi

2. Etsy Ürün Araştırma Yazılımları

EtsyHunt: Trend ürünler, mağaza analizleri, anahtar kelimeler

Sale Samurai: Anahtar kelime arama + SEO analizi

Marmalead: Etsy SEO + rekabet analizi

Alura: Ürün fikirleri, kategori takibi, başlık önerileri

3. eBay Ürün Araştırma Yazılımları

Terapeak (eBay içinde ücretsiz): Satış geçmişi + en çok satanlar

Zik Analytics: Ürün ve mağaza analizi, rekabet takibi

ShelfTrend: eBay üzerinde trend takibi ve kategori analizi

Algopix: Fiyatlandırma ve kar analizi (çoklu platform)

4. Trendyol Ürün Araştırma Yazılımları

ShopiVerse: Yerli ürün ve kategori analiz aracı

Trendbox: Rakip analizi ve kategori trendleri

Pazaryerim.co: Fiyat takibi, en çok satanlar

Trendyol Satıcı Paneli: Sınırlı ama ücretsiz veri sunar

Amazon Platformu İçin Ürün Belirleme Stratejileri

- Anahtar kelime araştırması yapın: Amazon arama kutusu önerilerini kullanarak ve rakip ürün başlıklarını inceleyerek yüksek hacimli arama terimleri bulun. Etkili anahtar kelimeleri ürün başlığı, açıklaması ve reklam kampanyaları için listeleyin.
- Başlıkları optimize edin: Ürün başlıklarını müşterinin gözünden düşünün; 60 karakteri geçmeyen özlü başlıklar oluşturun. Başlıkta marka adı, ürün tipi ve renk/beden gibi önemli özellikleri anahtar kelimelerle birlikte vurgulayın.
- Açıklama ve madde işaretlerini güçlendirin: Ürünün özelliklerini ("malzeme, boyut, kullanım şekli" vb.) açıklayıcı cümlelerle yazın ve bunları anahtar kelime varyasyonlarıyla destekleyin. Gereksiz anahtar kelime doldurmaktan kaçının; doğal dil ile okuyucuya bilgi verin.
- Arka plan anahtar kelimelerini doldurun: Listing düzenlemesinde kalan alanlara (Generic Keywords) eşanlamlılar, kısaltmalar ve ilgili kelimeler ekleyin. Tüm alanı kullanarak sıralamada rakip kelimeler için de ürünün görünmesini sağlayın (küçük harf, boşlukla ayrılmış şekilde).
- Görselleri iyileştirin: Yüksek çözünürlüklü, beyaz fonlu fotoğraflar kullanın; ürünü farklı açılardan gösteren çekimler ekleyin. Ürünün resmin en az %85'ini kaplayacak şekilde yakın plan ve odaklı fotoğraf koyun. Görsellere açıklayıcı bir "alt-text" ekleyerek SEO'ya katkı sağlayın.
- Fiyatlandırmayı test edin: Rakiplerin benzer ürünlerdeki fiyatlarına bakın ve tüm maliyetleri (ürün maliyeti, FBA ücretleri, nakliye, depo, reklam vb.) hesaplayarak fiyat aralığını belirleyin. Amazon'un Otomatik Fiyatlandırma aracı ile fiyatlarınızı rekabete uyumlu tutun; bu, satışları artırırken kârınızı korumanızı sağlar.
- Kâr marjınızı hesaplayın: Ürün fiyatı ile maliyetleri arasındaki farkı net kâr marjı olarak kontrol edin. Amazon FBA hesaplayıcı veya SellerApp FBA Calculator gibi araçlar kullanarak tüm ücretler sonrası en az %25–35 oranında brüt kâr hedefleyin. Bu sayede hem reklam bütçesi ayıracak hem de uzun vadeli kârlı çalışacaksınız.
- Talep ve rekabet analiz edin: Hedef ürünün ana kategori satış sıralamasını (BSR) ve aylık satış tahminlerini inceleyin. Örneğin, günlük ≥ 10 satış yapan, ana kategoride BSR'ı 5.000'in altında ürünler yüksek talebe işaret eders Aynı zamanda ilk sayfadaki rakiplerin sayısını ve inceleme sayılarını kontrol edin; sayfada en az 2–3 ürünün 50'den az yorumu olması hâlinde rekabet daha azdır.
- Nakliye kolaylığını göz önünde bulundurun: Çok ağır veya büyük ebatlı ürünlerden kaçının. İdeal olarak 2–3 pound (yaklaşık 1–1.5 kg) altı, dayanıklı (kırılmayan) ürünlere odaklanın. Taşınması kolay ürünler, lojistik masraflarınızı düşürür ve hızlı Prime gönderim avantajı sağlarsa Kategori ve altkategori seçimi: Amazon'un Best Sellers, Movers & Shakers, New Releases gibi listelerini inceleyin. Bu listelerdeki popüler ürünleri ve yükselen kategorileri tespit edin. Özellikle alt kategorilere derinlemesine bakarak niş fırsatlar bulun; daha dar nişler genellikle daha az rekabet içerir.
- Rakip analizi yapın: Benzer ürünlerin yorumlarını okuyarak müşterilerin hangi noktalardan memnun veya şikâyetçi olduğunu belirleyin. Rakip ürünlerdeki eksiklikleri veya tekrar eden şikâyetleri (örneğin malzeme kalitesi, işlevsellik vb.) tespit ederek, kendi ürününüzü bu açığı kapatacak şekilde geliştirin. Veri araçlarından yararlanın: Amazon Brand Registry'te kayıtlıysanız Seller Central'da Search Query Performance gibi dashboard'ları kullanarak hangi terimlerin satışa dönüştüğünü görebilirsiniz. Ayrıca Jungle Scout, Helium 10 veya SellerApp gibi üçüncü parti araçlarla satış tahminleri, anahtar kelime hacmi, rekabet analizi yapın. Bu araçlar niş ürünleri belirlemede ve fiyat/reklam stratejisinde rehberlik eder.
- Liste kalitesi ve performansı: Ürününüzün tıklanma (CTR) ve dönüşüm oranlarını düzenli olarak izleyin. Amazon, yüksek performanslı listeleri ve sağlıklı bir satıcı hesabını ödüllendirir. İyi yorumlar, hızlı gönderim ve düşük iade oranı sağlayarak liste kalitesini yükseltin; yüksek satış hızı ürününüzü arama sonuçlarında yukarı taşır. Reklam stratejisi: Amazon PPC (Sponsored Products) ile hedef kelimelerde reklam verin. Reklam kampanyalarıyla ürününüzün görünürlüğünü artırırken, hangi kelimelerin daha fazla dönüşüm sağladığını da öğrenirsiniz. Sponsorlu reklamlar sayesinde ürün sayfanız daha fazla kullanıcıya gösterilir ve satış rakamı artarsa organik sıralamanız da iyileşir. Mevsimsel ve dış trend analizleri: Google Trends veya sosyal medya (TikTok, Instagram) üzerinden popüler ürün ve trendleri takip edin. Bu verilerle örneğin Cadılar Bayramı, Black Friday veya yılbaşı öncesi talepte artış beklenen ürün gruplarını önceden tespit ederek stok planlaması yapın.
- FBA avantajlarını değerlendirin: Ürününüz FBA için uygunsa Fulfillment by Amazon hizmetini kullanarak lojistik yükünüzü azaltın. FBA ürünleri Prime ile desteklenir ve satıcı, depolama ile lojistik sorumluluğunu Amazon'a devreder. Bu da listede Buy Box kazanma şansını artırır.

Etsy Platformu İçin Ürün Belirleme Stratejileri

- Anahtar kelime odaklı listeleme: Etsy'de ürün başlığı, açıklaması ve etiketlerini (tags) etkili anahtar kelimelerle doldurun. Ürün başlığının ilk 40 karakterinde en önemli anahtar kelimelere yer verin. Bu, arama sonuçlarında listenizin çıkma şansını yükseltir.
- Anahtar kelime tekrardan kaçının: Her benzeyen ürünü ayrı listeleyin (de-clumping). Aynı anahtar kelimeyi tüm listelerinizde kullanmak yerine, benzer varyasyonlar (renk/beden gibi) için ayrı ilanlar açın. Etsy, her listeden yalnızca bir varyasyonu aramada gösterdiği için bu yöntem görünürlüğünüzü artırır.
- Etsy Reklamlarını kullanın: Etsy Ads ile ürünlerinize daha fazla göz önüğü sağlayın. Reklamlar tıklama ve satışları artırır; bu da organik sıralamanızın yükselmesine katkı yapar (daha çok satış = daha yüksek "market skoru"). Reklam ile gelen trafik ve satış verilerini izleyerek en çok ilgi gören anahtar kelimeleri belirleyin.
- Backlink ve iş birliği: Mağazanıza yönlendirilen trafiği artırmak için bloglar, sosyal medya ve diğer Etsy satıcılarıyla ortaklıklar kurun. İlgili web sitelerinden mağazanıza bağlantılar (backlink) alın; bu hem Etsy hem de Google aramalarında SEO'ya yardımcı olur. Influencer'lar ile ürün göndermek veya ortak kampanyalar yapmak da site trafiğini ve marka bilinirliğini artırır. İlanları düzenli yenileyin: Ürün ilanlarınızı aktif tutmak için belirli aralıklarla yenileyin veya güncelleyin. Yenileme yaptığınızda Etsy algoritması bu ilanları "taze" kabul eder ve geçici olarak arama sonuçlarında öne çıkarır. Yenilemeyi ilanınızda fazla trafik veya satış gördüğünüz dönemlerde yapın (tatiller, özel günler gibi) ve bu fırsatta fotoğraf veya başlık düzenlemeleri ile fiyat güncellemeleri yapın. Spesifik kategori seçimi: Ürünlerinizi mümkün olduğunca spesifik alt kategorilere yerleştirin. Örneğin "El yapımı Tişört" gibi geniş bir kategoriden ziyade "El Boyaması Tişört" alt kategorisi tercih edin. Daha dar bir alt kategori, daha az genel rakiple yarışmanızı sağlar ve arama sonuçlarında listelenme olasılığını artırır. Görsel kalitesi: İlk fotoğraf olarak en iyi, çekici görselinizi kullanın. Net, aydınlık ve gerçek renkleri yansıtan fotoğraflar tercih edin. Ürünle ilgili bir veya iki kısa video eklemeyi düşünün; örneğin kullanım şeklini gösteren basit bir video, alıcıların ürünü daha iyi anlamasını sağlar. Ürün başlıkları ve açıklamalarda doğru temsil etmek için ilk görüntüde tam bir perspektif sunun.
- Müşteri deneyimi: Müşterilere hızlı cevap verin, şeffaf ve doğru açıklamalar yapın. Yüksek kalite ve zamanında teslimat ile olumlu yorum kazanın. Etsy, müşteri memnuniyetini arama sıralamasına yansıtır; iyi yorumlar ve yüksek mağaza skoru ürünlerinizin daha üst sıralara çıkmasını sağlar. Olumsuz geri bildirimlere duyarlı cevap vermek ve iade süreçlerini kolaylaştırmak da mağaza itibarınızı korur.
- Tüm etiketleri kullanın: Bir ürün için en fazla 13 etiket kullanılabilir. Etiketlerinizi hem spesifik hem de genel aramalar kapsayacak şekilde seçin (örneğin hem "gümüş kolye" hem "el yapımı takı" gibi). Etiketlerde eşanlamlı ve ilgili varyasyonları da ekleyerek arama sonuçlarında daha fazla görünür olun. Fiyatlandırma stratejisi: Ürün fiyatlarınızı belirlerken tüm maliyetleri göz önüne alın. Malzeme ve işçilik maliyeti, genel giderler (studio kirası, elektrik, reklam vb.) ve Etsy komisyonları dahil olmak üzere toplam masraflarınızı hesaplayınetsy.cometsy.com. Üstüne istenen kâr marjını ekleyerek listeleri fiyatlandırın. Fiyatı zaman içinde satışa göre ayarlayın; örneğin yüksek talep dönemlerinde veya rekabet analizi sonuçlarına göre indirim/kupon politikası uygulayın.
- Nakliye avantajı sağlayın: Mümkünse ücretsiz kargo sunun veya kargo ücretini ürün fiyatına dahil edin. Etsy verilerine göre yüksek nakliye ücretleri alıcıları caydırıetsy.com; düşük veya ücretsiz nakliye teklif eden listeler arama sıralamasında yükselir. Ücretsiz kargo sunmak için kargo masrafını ürün fiyatınıza yedirmek genelde satış dönüşümünü olumlu etkiler.
- Trendleri takip edin: Marmalead, eRank veya benzeri araçlarla arama trendlerini izleyin. Yükselen anahtar kelime ve ürün kategorilerini öğrenerek liste başlıklarınızı ve etiketlerinizi güncel tutun. Ayrıca LinkMyBooks gibi kaynaklardan Etsy satış istatistiklerine bakarak hangi kategorilerin büyüdüğünü takip edin. Örneğin 2024'te "Ev & Yaşam" ve "Takı" en çok satış yapan kategoriler arasındalinkmybooks.com; ürün gamınızı bu tür popüler temalara uyarlayın.
- Mevcut analiz araçları kullanın: Sale Samurai, Marmalead ve Etsy Search Analytics gibi araçlarla arama hacimlerini, tıklanma oranlarını (CTR) ve rekabet düzeyini öğrenin. Bu metrikler hangi anahtar kelimelerin trafik getirdiğini ve hangi ürünlerin iyileştirilmesi gerektiğini gösteririnfluencermarketinghub.cominfluencermarketinghub.com. Örneğin, bir kelime çok aranıyor ama sizin ilanınızdan tık gelmiyorsa açıklama veya fotoğraf değişikliği düşünün.
- Uluslararası hedefleme: Mağaza dilinizi hedef kitleye göre seçin ve mümkünse birden çok dilde açıklama ekleyin. Farklı ülkelerde arama sonuçlarında görünmek için yerel dil özelliklerini kullanın. Örneğin Almanya pazarı için Almanca başlık/etiket girerek o coğrafya müşterilerine erişin.
- Kişiselleştirme ve sürdürülebilirlik: Etsy alıcıları arasında kişiselleştirilmiş, el yapımı ve çevre dostu ürünlere ilgi yüksektir. Ürünlerinizi bu temalarla uyumlu hale getirin ve açıklamalarda vurgulayınlinkmybooks.com. Örneğin "geri dönüştürülmüş malzeme" veya "özel baskı" gibi özellikler belirgin olsun. Böylece hem trendleri yakalar hem de Etsy'nin özgünlük beklentisini karşılamış olursunuz.
- Bağlantılar yoluyla trafik: Mağazanıza dış kaynaklı trafik çekmek için blog gönderileri, sosyal medya paylaşımları ve benzer mağazalarla çapraz tanıtımlar yapın. Partnerlik veya affiliate programıyla etkileyici kişilerin ürünlerinizi tanıtmasını sağlayın. Bu dış linkler sayesinde organik trafiğiniz artar ve ürünleriniz Etsy (ve Google) aramalarında daha görünür hale gelir. Ürün videoları ekleyin: Fotoğrafların yanı sıra ürününüzü gösteren kısa videolar yükleyin. Videolar, müşterinin ürünü gerçek kullanımında veya boyut karşılaştırmasında görmesini sağlar. Görsel ve işitsel içerikler genellikle tıklanma oranını artırır ve ürünün anlaşılabilirliğini yükseltir, bu da dolaylı olarak satışları ve sıralamayı olumlu etkiler.

**GEC
KALMA !**

www.burakaygun.co