



FUTURE e-COMMERCE

2022-1-R001-KA220-VET-000088579

İyi Uygulama Kılavuzu

This Project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which be made of the information contained therein.



Co-funded by
the European Union

İÇİNDEKİLER

İTALYA	3
1. Matera'dan tüm dünyaya ekmek	3
2. Sassi'den Tufa in Küçük taş heykeller online satılıyor	4
3. Zeytin ağaçlarının yetiştirilmesinden zeytinyağı ticaretine	6
4. Kırsal bölgeyi tanıtmanın bir yolu olarak e-ticaret	7
5. Pandemi döneminde İtalyan zanaatkârlara yardımcı olacak bir e-ticaret platformu	8
ROMANYA	12
1. Çevrimiçi market	12
2. Esteto	13
3. Haine Select	13
4. Zapatos	14
5. Karturi Berg	15
6. Fitness Ulusu	16
7. Niş Markalar	17
8. SMART TabbyBoo	17
9. AQUA Yaşam	18
10. Energie Sustenabila	19
İSPANYA	21
1. Yerel ürünlerin çevrimiçi satış platformları aracılığıyla ticarileştirilmesi I	21
2. Yerel ürünlerin çevrimiçi satış platformları aracılığıyla ticarileştirilmesi II	22
3. Yerel ürünlerin çevrimiçi satış platformları aracılığıyla ticarileştirilmesi III	24
4. Yerel ürünlerin çevrimiçi satış platformları aracılığıyla ticarileştirilmesi IV	27
5. Pandemi sırasında gerçekleştirilen iyi e-ticaret uygulamaları: Compraensoria.com	29
6. Konaklama ve açık hava etkinlikleri	31
7. Yüksek kaliteli zeytinyağı	32
8. Şaraphane	33
9. Kürlenmiş etler	34
10. COVID-19 pandemisi nedeniyle e-ticarete adaptasyon	35
TÜRKİYE	37
1. Trowas dijital kartvizit	37
2. Homefoni ev tekstilleri	38
3. Syorell	39

4. Söyle Gelsin	40
5. Fozy	42
6. Hobiburada.....	43
7. Seramik kupalar.....	44
8. E-Hediyeci	45
9. Pastaland.....	46
10. Hipotenus E-Ticaret Siteleri	46



İTALYA

1. Matera'dan tüm dünyaya ekmek

ŞİRKET ADI:	Pane e Pace
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Pane e Pace geleneksel fırını, bir esnaf şirketinin kendi gelenek ve değerlerini koruyarak sürdürülebilir bir e-ticaret modelini nasıl benimseyebileceğinin bir örneğidir. Perrone ailesi, Matera'da yüzyılı aşkın bir süredir geleneksel odun fırını ile ekmek üretiminde faaliyet göstermektedir. Üç kuşak fırıncı 20. yüzyılın tamamına yayılmış, İtalyan toplumunu dönüştüren değişim ve devrimlere katılmıştır. Matera gibi zamanın ara sıra durduğu, soluklandığı ve devam ettiği izlenimi veren antik bir kentte Pane e Pace, bölgeyle olan ilişkisini canlı tutmuş ve fırıncılıkla ilgili bilgileri koruyup geliştirmeyi ve yaymayı başarmıştır. Sonuç, ekmeğin toplum için bir kimlik oluşturacak şekilde güçlü bir şekilde karakterize edilmesidir. Profesyonel deneyim, sorumluluk duygusu ve dikkatli hammadde seçimi, sağlıklı ürünlerin hazırlanmasını garanti eder. Ekmek ve Barış projesi, kişinin kendisinde, ailesinde ve toplumda sağlığı teşvik etmek ve barışı beslemek için otantik gıdaların bilinçli üretimine olan bağlılığın bir tezahürüdür. Bu bir Tutumlu Yönetim örneğidir çünkü modern olduğu kadar eski bir modelde birbiriyle bütünleşen 4 boyut üzerinde çalışır. Pane e Pace artık e-ticaret platformu sayesinde ürünlerini tüm dünyaya satabiliyor

	https://www.paneepace.it/forno-online/ adresinde sadece tipik yiyecekler (ekmek, bisküvi, "taralli" vb.) değil, aynı zamanda bira gibi ekmekten yapılan yeni ve yenilikçi ürünler de satılmaktadır.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	Pane e Pace e-ticaret ile bağlantılı temel sorunlar, satın alınan tüm ürünlerin müşterilere zamanında ve gıda kalitesinden ödün vermeden teslim edilebilmesi ile ilgilidir.
WEB'DE DAHA FAZLA BILGI:	https://www.paneepace.it/ https://www.sassilive.it/economia/enogastronomia/antico-forno-a-legna-di-matera-pane-e-pace-scelto-come-migliore-pratica-per-le-commerce-sostenibile-di-unimpresa-artigiana/ https://www.basilicatamagazine.it/pane-e-pace-matera-indicato-come-migliore-pratica-nel-commercio-online-sostenibile/ https://www.paneepace.it/2023/01/13/pa-ne-e-pace-matera-indicato-come-migliore-pratica-nel-commercio-online-sostenibile/?fbclid=IwAR3JF_h646kgafy8Vo3fkIp4x8jpdWc3zxLE3JXGdX3hZaCkEMFQfc3N0Js
FOTOĞRAFLAR	https://www.paneepace.it/gallery/

2. Sassi'den Tufa in Küçük taş heykeller online satılıyor

ŞİRKET ADI:	Progetto Arte
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Progetto Arte 20 yıl önce, Sassi'nin restorasyonu ve yenilenmesi için tufa mimari elemanlara olan talebi karşılamak amacıyla doğdu. Bugün Progetto Arte , restorasyon ve renovasyon için eleman üretimine devam etmenin yanı sıra,

	uluslararası tasarımcılar tarafından desteklenen geleneksel yöntemlerle aydınlatma armatürleri, yapı ürünleri, ev mobilyaları ve dekor üretmektedir. Tufa, tortul oluşumlu, sünek ve sıkışmaya karşı oldukça dirençli bir kireç taşıdır. Birkaç yıl öncesine kadar tuf, bölgemizde (Basilicata) kullanılan ana inşaat malzemelerinden biriydi. Bugün, "Sassi" ile olan ilişkisi sayesinde Matera'nın tufu ulusal ve uluslararası bir tanınırlığa sahiptir. Matera ve tufa ("Sassi" nin inşa edildiği taş) hakkındaki bu artan bilince yanıt olarak, İtalya'da ve yurtdışında bu taştan yapılan el sanatları ürünlerine olan talep artmaktadır. Böylece Progetto Arte ekibi, tüften yapılmış küçük taş heykellerin üretimini gerçekleştirmeye karar verdi ve bu ürünleri yalnızca Matera'da bulunan mağazasında değil, aynı zamanda https://tufaitaly.com/collections/all adresinde bulunan e-ticaret platformu sayesinde çevrimiçi olarak da satmalarına olanak tanıyan Tufa Markasını yarattılar. Böylece, bu küçük yerel zanaatkârlar Matera'nın tipik malzemesi olan tuf ile ürettikleri ürünleri tüm dünyaya satabilmektedir.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	Progetto Arte e-ticaret ile ilgili temel sorunlar, web platformunu yönetmesi gereken personelin sahip olması gereken beceriler, iyi ve ilginç fotoğraflar, çekici ürün açıklamaları, satış öncesi ve sonrası etkili çevrimiçi müşteri hizmetleri vb. ile güncellemek için yapılması gereken çalışmaları içermektedir.
WEB'DE DAHA FAZLA BILGI:	https://www.progettoarte.info/it/ https://tufaitaly.com/

FOTOĞRAFLAR	https://www.progettoarte.info/it/prodotti/le-nostre-realizzazioni https://tufaitaly.com/collections/all
-------------	--

3. Zeytin ağaçlarının yetiştirilmesinden zeytinyağı ticaretine

ŞİRKET ADI:	L'Olio dei Sassi
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	2000 yılında kurulan L'Olio dei Sassi, sızma zeytinyağı üretimi, dönüşümü ve pazarlaması ile ilgilenen ve Matera'da bulunan bir aile işletmesidir. Şirket, alçakgönüllülük, bağlılık ve büyük bir fedakarlık ruhuyla, çevreye tam saygı içinde gerçek ve sağlıklı bir ürün yetiştirmenin önemini asla unutmadan yıllar içinde küçük adımlarla büyümeyi başarmıştır. Personelin sürekli eğitimi, tüm ailenin sürekli bağlılığı ve artan tutkusu sayesinde şirket, L'Olio dei Sassi markası altında sızma zeytinyağını Basilicata'daki Ulusal Zeytin Akademisi oturumunda Olivarum Bölgesel Yarışması'nda 1. sıraya yerleştirdi. Bu olağanüstü sonuçtan sonra ve bu projenin potansiyeline inanarak, zeytin ağacı yetiştirme ve üretilen zeytinleri sadece üçüncü şahıslara satma fikrinden yola çıkan Vitale ailesi, zamanla sadece sızma zeytinyağı üretimine ve pazarlamasına geçmekle kalmadı, aynı zamanda bir yağ değirmeni satın alarak nihayet tüm yağ üretim döngüsünü şirket bünyesinde kapatmayı başardı. Daha sonra bu küçük yerel zanaatkârlar, Matera'da yetiştirdikleri yağı tüm dünyaya satabilmek için ürünlerini sadece

	dükkânda değil, internet üzerinden de satmaya başladılar. Oluşturdukları e-ticaret platformu https://www.oliodeisassi.it/prodotti/ adresinde mevcut ve ürünleri İtalya'da ve yurtdışında çok tanınıyor.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	L'Olio dei Sassi e-ticaretiyle bağlantılı temel sorunlar, satın alınan tüm ürünlerin müşteriye iyi bir durumda teslim edilebilmesiyle ilgilidir. E-ticaret platformunu kullanan kişi sayısının yüksek olması nedeniyle karşılaşılan bir diğer sorun da e-ticaret sistemini yöneten personelin yetkinliği ve katılım düzeyidir.
WEB'DE DAHA FAZLA BİLGİ:	https://www.oliodeisassi.it/
FOTOĞRAFLAR	https://www.oliodeisassi.it/filiera/

4. Kırsal bölgeyi tanıtmanın bir yolu olarak e-ticaret

ŞİRKET ADI:	Masseria Agricola Buongiorno
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Masseria Agricola Buongiorno şirketi, Basilicata'da Pollino Ulusal Parkı'na yakın küçük bir kasaba olan Senise'de, Lucan mutfağının mükemmelliğini, "Kırmızı Altın" olarak da bilinen "Peperone di Senise IGP" yi, alışılmadık bir tada sahip türünün benzersiz kalitesini, Lucan gastronomi geleneğinin sembolü olan bir ürünü tanıtmak ve geliştirmek amacıyla doğdu. Şirket ağırlıklı olarak, topraktan kavanoza kadar garantili bir tedarik zinciri ile sertifikalandırılmış Senise IGP biberleri üretmektedir. Ürünün kalitesini garanti altına almak için ekimden hasada,

	kurutmadan işleme ve paketlemeye kadar üretimin her aşaması dikkatle takip edilmektedir. Toprakları Basilicata'nın sunduğu tarımsal ürünleri üretiliyor ve dönüştürüyorlar. Zeytinlerden Senise ve Rotonda'nın beyaz patlıcanlarına ve Cadonga çileğine kadar, %100 Lucanian ürünlerinin dönüşümü yoluyla bölgeyi korumak ve tanıtmak için. Lucanian bölgesini ve ürünlerini tanıtmak amacıyla şirket, diğer geleneksel dağıtım kanallarını tamamlamak üzere çevrimiçi satışları uygulamaya karar verdi: şarküteriler veya İtalya genelinde seçilmiş satış noktaları ve restoranlar. E-mağazaya buradan ulaşabilirsiniz https://www.masseriagricolabuongiorno.it/i-nostri-prodotti/
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlardan veya risklerden biri, web sitesinin arama motorlarında en alt sıralarda yer almasına neden olabilecek zayıf bir SEO'ya sahip olmaktır. Bu, potansiyel müşterilerin işletmeyi arama motorları aracılığıyla bulamayacağı ve dolayısıyla e-ticaret platformunu uygulamak için harcanan para ve zamanın kaybedileceği anlamına gelir.
WEB'DE DAHA FAZLA BİLGİ:	https://www.masseriagricolabuongiorno.it/
FOTOĞRAFLAR	https://www.masseriagricolabuongiorno.it/galeri/

5. Pandemi döneminde İtalyan zanaatkârlara yardımcı olacak bir e-ticaret platformu

ŞİRKET ADI:	MIRTA
-------------	-------

İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Pandemi döneminde ortaya çıkan bir girişim olan MIRTA, İtalyan zanaatkârları destekleyen ve onların çalışmalarını tanıtarak dünyanın dört bir yanındaki müşterilere doğrudan ulaşmalarını sağlayan bir e-ticaret platformudur. Dijital teknoloji sayesinde platform, üretici ile nihai müşteri arasında doğrudan bir bağlantı oluşturarak atölyelerin kapılarını açıyor ve her bir zanaatkârın yaratımlarını, değerini ve imzasını merkeze yerleştiriyor. 2019 yılında MIRTA, en iyi Made in Italy küçük yerel markalara odaklanan kendi butiğini kurdu. Pandemi döneminde beklenmedik bir başarı elde ettiler ve sadece 2 yıl içinde 10 milyon dolardan fazla gelir elde ederek dünya çapında bu ürünlere ne kadar değer verildiğini fark ettiler. Bununla birlikte, bağımsız butikler için yerel ve keşfedilmemiş markaları bulmanın ve onlara ulaşmanın ne kadar zahmetli ve pahalı olduğunu da ilk elden deneyimlediler. İşte MIRTA böyle doğdu ve mağaza sahiplerine keşfedilmemiş bağımsız markaları araştırmaları ve sipariş vermeleri için kullanımı kolay bir platform sunarak onları güçlendirmeyi amaçladı. MIRTA, en iyi yerel markaları arayarak ve el yapımı koleksiyonlarını butik küratörlerine getirerek, markalar ve perakendeciler arasındaki bağlantıyı kolaylaştırarak ve dijitalleştirerek moda satın almada devrim yarattı. <i>Mirta'nın kurucusu Martina Capriotti, Ciro Di Lanno ile birlikte Alley Oop'a verdiği demeçte, "İtalyan mallarını yurtdışına taşımayı ve pandemi sırasında dijitalle geçişte ağır darbe alan küçük esnaf gerçeklerine yardımcı olmayı amaçlıyoruz. Çevrimiçi olmayan ve genellikle fiziksel yaşama alışkın olan bu insanlar, turistler</i>
---------------------------------------	---

	artık İtalya'ya gelmediğinde kendilerini zor durumda hissettiler. Onları teknoloji ve e-ticaret yoluyla desteklemeye çalıştık ve yaz boyunca daha büyük bir etki gördük". Her ikisi de 32 yaşında olan iki genç adam, özellikle dükkanların kapalı olduğu ve işleri devam ettiremediği zamanlarda, uluslararası müşterilere ürünleri ön sipariş etme fırsatı veren ön sipariş formülünü icat etti. Müşteriler açısından zor durumdaki küçük şirketleri desteklemek heyecan vericiydi, zanaatkarlar açısından ise işlerin durduğu zamanlarda bile çalışmaya devam etmek önemliydi. "Zanaatkarlar pandemi sırasında mağazalardan çok sayıda siparişin iptal edildiğini gördüler -diyor Martina- ve ürünlerini dijitalleştirme yoluyla bir platforma taşımak, başka bir kanalda satılmalarını sağlamak, geleneksel işleri başarısız olduğunda faaliyete süreklilik kazandırmak için çok önemliydi". Veriler, 60.000 zanaatkarın %60'ının çevrimiçi olmadığını söylüyordu: Martina ve Ciro, İtalyan üreticilerden bu dilimi alarak, artık normal temsil eden dijitalleşme konusunda onlara yardımcı oldu.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	Bu durumda, e-ticaretle bağlantılı risk çok düşüktür çünkü tüm teknik ve yönetim sistemi Mirta tarafından yönetilmektedir, bu nedenle esnaf dükkanlarında her zamanki gibi çalışabilir. Ana Müşteri memnuniyeti, herhangi bir e-ticaret işinin bel kemiğidir. Müşteriler memnunsal, tekrar satın alma şansı daha yüksektir ve ürünleriniz daha fazla potansiyel müşteriye tavsiye edilebilir.
WEB'DE DAHA FAZLA BİLGİ:	https://www.mirta.com/ https://alleyoop.ilsole24ore.com/2021/11/08/start-up-mirta-e-l-e-commerce-a-sostegno-degli-artigiani-del-made-in-

	italy/
FOTOĞRAFLAR	https://www.mirta.com/m/our-brands



ROMANYA

1. Çevrimiçi market

ŞİRKET ADI:	Euro Discount V&C SRL
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Euro Discount V&C , 31 Mart 2008 tarihinde gıda pazarına taze ve kaliteli ürünler getirme arzusuyla faaliyete başlayan Neamt ilçesinin ticaret sektöründe prestijli bir şirkettir.
SORUNLAR/RİSKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	- İşletme henüz başlangıç aşamasındadır ve mevcut finansal kaynakların eksikliği hissedilmektedir; - Şirket çevrimiçi piyasada tanınmıyordu; - Tedarikçilerle, kurye şirketleriyle sözleşme yapmak için ek maliyetler; - Olumsuz etkisi olan kısıtlayıcı yasal veya normatif düzenlemelerin kabul edilmesi.
WEB'DE DAHA FAZLA BİLGİ:	https://www.eurodiscount.ro/
FOTOĞRAFLAR	

2. Esteto

ŞİRKET ADI:	S.C. EASY PRO SOFT S.R.L.
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Esteto , profesyonel kozmetik ürünleri satan bir çevrimiçi mağazadır. Online mağaza, çeşitli ürün yelpazesi ve online ticaretteki deneyimi ile öne çıkmaktadır.
SORUNLAR/RİSKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	- İşletme henüz başlangıç aşamasındadır ve mevcut finansal kaynakların eksikliği hissedilmektedir; - Şirket çevrimiçi piyasada tanınmıyordu; - Tedarikçilerle, kurye şirketleriyle sözleşme yapmak için ek maliyetler; - Olumsuz etkisi olan kısıtlayıcı yasal veya normatif düzenlemelerin kabul edilmesi.
WEB'DE DAHA FAZLA BİLGİ:	https://www.esteto.ro/
FOTOĞRAFLAR	

3. Haine Select

ŞİRKET ADI:	S.C. MONSTERA S.R.L.
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Web sitemizde erkekler için 25000'den fazla ürün bulunmaktadır. Klasikten karmaşığa, spordan gündeliğe ve şıklığa kadar, müşteriye çeşitli ucuz ve kaliteli kıyafetler sunmayı başarıyoruz. Kulağa

	idealist mi geliyor? Müşterilerine saygı duyan adil bir pazarın nasıl mümkün olduğunu size gösteriyoruz.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	- İşletme henüz başlangıç aşamasındadır ve mevcut finansal kaynakların eksikliği hissedilmektedir; - Şirket çevrimiçi piyasada tanınmıyordu; - Tedarikçilerle, kurye şirketleriyle sözleşme yapmak için ek maliyetler; - Olumsuz etkisi olan kısıtlayıcı yasal veya normatif düzenlemelerin kabul edilmesi.
WEB'DE DAHA FAZLA BİLGİ:	https://www.haineselect.ro/
FOTOĞRAFLAR	

4. Zapatos

ŞİRKET ADI:	S.C. Boutique Mall S.R.L.
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Zapatos, bayanlar ve baylar için bir ayakkabı ve aksesuar butiğidir!
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	- İşletme henüz başlangıç aşamasındadır ve mevcut finansal kaynakların eksikliği hissedilmektedir; - Şirket çevrimiçi piyasada tanınmıyordu; - Tedarikçilerle, kurye şirketleriyle

	sözleşme yapmak için ek maliyetler; - Olumsuz etkisi olan kısıtlayıcı yasal veya normatif düzenlemelerin kabul edilmesi.
WEB'DE DAHA FAZLA BILGI:	https://zappatos.ro/
FOTOĞRAFLAR	

5. Karturi Berg

ŞİRKET ADI:	Corban Petru PFA
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Mağaza, pedallı ve aksesuarlı geniş bir go-kart yelpazesi sunmaktadır.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	- İşletme henüz başlangıç aşamasındadır ve mevcut finansal kaynakların eksikliği hissedilmektedir; - Şirket çevrimiçi piyasada tanınmıyordu; - Tedarikçilerle, kurye şirketleriyle sözleşme yapmak için ek maliyetler; - Olumsuz etkisi olan kısıtlayıcı yasal veya normatif düzenlemelerin kabul edilmesi.
WEB'DE DAHA FAZLA BILGI:	http://www.karturi-berg.ro/

FOTOĞRAFLAR	
-------------	--

6. Fitness Nation

ŞİRKET ADI:	RANATION SRL
IYI UYGULAMANIN TANIMI:	Fitness, beslenme ve sağlık! Kas kütlesi, kilo kaybı ve vücudun yeniden yapılandırılması için eğitim programları.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	- İşletme henüz başlangıç aşamasındadır ve mevcut finansal kaynakların eksikliği hissedilmektedir; - Şirket çevrimiçi piyasada tanınmıyordu; - Tedarikçilerle, kurye şirketleriyle sözleşme yapmak için ek maliyetler; - Olumsuz etkisi olan kısıtlayıcı yasal veya normatif düzenlemelerin kabul edilmesi.
WEB'DE DAHA FAZLA BİLGİ:	https://fitness-nation.ro/
FOTOĞRAFLAR	

7. Niş Markalar

ŞİRKET ADI:	NICHE BRANDS SRL
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Avrupa fonları danışmanlığı - Önerilen yatırım projelerinin başarılı bir şekilde uygulanması için uygulanabilir ve verimli çözümler.
SORUNLAR/RİSKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	- İşletme henüz başlangıç aşamasındadır ve mevcut finansal kaynakların eksikliği hissedilmektedir; - Şirket çevrimiçi piyasada tanınmıyordu; - Tedarikçilerle, kurye şirketleriyle sözleşme yapmak için ek maliyetler; - Olumsuz etkisi olan kısıtlayıcı yasal veya normatif düzenlemelerin kabul edilmesi.
WEB'DE DAHA FAZLA BİLGİ:	http://nichebrands.ro/
FOTOĞRAFLAR	

8. SMART TabbyBoo

ŞİRKET ADI:	BEST ALTERNATİF TEKNOLOJİLER SRL
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	SMART TabbyBoo® , iki hevesli ebeveyn olan Daniela ve Raul'un bizimle aynı ruhu ve aynı değerleri paylaşan ebeveynler için yarattığı yeni bir markadır. Modern bir ebeveyn olmak karmaşıktır, her gün yeni zorluklar, stres, belirsizlikler ve... çok fazla

	neşe getirir. Ebeveynlerin küçük çocuklarıyla mutlu anlar yaratmalarına yardımcı olmak için SMART TabbyBoo® markasını yarattılar.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	- İşletme henüz başlangıç aşamasındadır ve mevcut finansal kaynakların eksikliği hissedilmektedir; - Şirket çevrimiçi piyasada tanınmıyordu; - Tedarikçilerle, kurye şirketleriyle sözleşme yapmak için ek maliyetler; - Olumsuz etkisi olan kısıtlayıcı yasal veya normatif düzenlemelerin kabul edilmesi.
WEB'DE DAHA FAZLA BİLGİ:	https://tabletecopii.ro/
FOTOĞRAFLAR	

9. AQUA Yaşam

ŞİRKET ADI:	NATIVART SRL
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Havuz inşaatı, havuz bakımı ve havuz onarımı konularında deneyim sahibi kişilerden oluşan bir ekip. Ana hedef, etkileyecek ve her şeyden önce müşterilerin zevkine uygun yüzme havuzları inşa etmektir. İhtiyaçlara ve mevcut alana bağlı olarak özgün tasarım, çekici olduğu kadar ustaca çözümler

	sunar.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	- İşletme henüz başlangıç aşamasındadır ve mevcut finansal kaynakların eksikliği hissedilmektedir; - Şirket çevrimiçi piyasada tanınmıyordu; - Tedarikçilerle, kurye şirketleriyle sözleşme yapmak için ek maliyetler; - Olumsuz etkisi olan kısıtlayıcı yasal veya normatif düzenlemelerin kabul edilmesi.
WEB'DE DAHA FAZLA BILGI:	https://piscineaqualife.ro/
FOTOĞRAFLAR	

10. Energie Sustenabila

ŞİRKET ADI:	GLOBAL ONLINE SRL
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Energie Sustenabila , şirketler ve bireyler için ısıtma, iklimlendirme ve güneş panelleri kurulumuna adanmış bir işletmedir.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	- İşletme henüz başlangıç aşamasındadır ve mevcut finansal kaynakların eksikliği hissedilmektedir; - Şirket çevrimiçi piyasada tanınmıyordu; - Tedarikçilerle, kurye şirketleriyle sözleşme yapmak için ek maliyetler;

	- Olumsuz etkisi olan kısıtlayıcı yasal veya normatif düzenlemelerin kabul edilmesi.
WEB'DE DAHA FAZLA BILGI:	https://www.energiesustenabila.ro/
FOTOĞRAFLAR	 energiesustenabila.ro

İSPANYA

1. Yerel ürünlerin çevrimiçi satış platformları aracılığıyla ticarileştirilmesi /

ŞİRKET ADI:	Cooperativa de Quesos de La Jarradilla
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Cooperativa de Quesos de La Jarradilla, Cantabria bölgesinin kırsal bir alanında yer alan ve artizan peynirlerin üretildiği bir şirkettir. Uyguladıkları en iyi uygulama, ürünlerini Amazon ve Etsy gibi çevrimiçi satış platformlarının yanı sıra kendi web siteleri üzerinden satmaktır. Bu strateji, daha geniş bir kitleye ulaşmalarını ve satışlarını artırmalarını sağladı. Cooperativa de Quesos de La Jarradilla, bu çevrimiçi platformlar aracılığıyla, altyapıya yatırım yapmaya veya yeni fiziksel mağazalar açmaya gerek kalmadan ürünlerini dünyanın her yerinden müşterilere sunabiliyor. Ayrıca şirket, ürünlerini tanıtmak ve yeni müşterilere ulaşmak için sosyal medya gibi çevrimiçi pazarlama araçlarından da faydalanmaktadır. Cooperativa de Quesos de La Jarradilla, ürünlerinin fotoğraflarını ve açıklamalarını yayınlamanın yanı sıra şirketle ilgili etkinlikler ve faaliyetler hakkında bilgi vermek için Facebook ve Instagram'ı kullanıyor.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	<u>Rekabet:</u> Şirket, ürünlerini farklılaştırmayı ve satış elde etmeyi zorlaştırabilecek artan çevrimiçi rekabetle karşı karşıya kalmış olabilir. <u>Nakliye ve lojistik maliyetleri:</u> Nakliye ve lojistiğin idaresi şirket için daha karmaşık ve maliyetli olabilir, bu da karlılığını etkileyebilir.

	<u>Çevrimiçi itibarın korunması:</u> Müşteri yorumları ve görüşleri diğer potansiyel alıcılar tarafından görülebilir, bu nedenle şirket yeni müşterileri çekmek ve mevcut müşterileri elde tutmak için iyi bir çevrimiçi itibara sahip olmalıdır. <u>Teknoloji adaptasyonu:</u> Bir e-ticaret platformunun uygulanması, geliştirilmesi ve bakımı için kaynaklara ve zamana önemli bir yatırım yapılmasını gerektirir ve bu da şirket için teknik ve mali zorluklara neden olabilir.
WEB'DE DAHA FAZLA BILGI:	https://www.quesoslajarradilla.com/
FOTOĞRAFLAR	

2. Yerel ürünlerin çevrimiçi satış platformları aracılığıyla ticarileştirilmesi II

ŞİRKET ADI:	Aceites Hacienda El Palo
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Aceites Hacienda el Palo , Endülüs'ün Jaén eyaletinde bulunan ve yüksek kaliteli sızma zeytinyağı üretimi ve satışına

	adanmış bir aile işletmesidir. Dünyanın dört bir yanındaki müşterilere ulaşmalarını ve dijital pazardaki varlıklarını artırmalarını sağlayan bir çevrimiçi mağaza oluşturarak en iyi e-ticaret uygulamasını hayata geçirdiler. Çevrimiçi mağaza, farklı çeşitler ve kaliteler de dahil olmak üzere çok çeşitli sızma zeytinyağı sunmaktadır. Ayrıca zeytin ve balzamik sirke gibi başka ürünler de sunuyorlar. Web sitesi, lezzet açıklamaları, menşei ve kullanım önerileri ile her bir ürün hakkında ayrıntılı bilgi içerir. Aceites Hacienda el Palo, çevrimiçi mağazalarını tanıtmak için sosyal medyada reklam vermek ve influencer'larla işbirliği yapmak da dahil olmak üzere çeşitli dijital pazarlama stratejileri kullandı. Ayrıca markalarının görünürlüğünü artırmak için gastronomi fuarlarına ve etkinliklerine katıldılar. Genel olarak, Aceites Hacienda el Palo'nun e-ticaret stratejisi daha geniş bir kitleye ulaşmalarını, satışlarını artırmalarını ve İspanya'nın önde gelen zeytinyağı üreticilerinden biri olarak konumlarını sağlamlaştırmalarını sağladı. Ayrıca, ürünlerinin kalitesi ve sürdürülebilirlik ve çevreye olan bağlılıkları sayesinde çok rekabetçi bir pazarda öne çıkmayı başardılar.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	Aceites Hacienda el Palo, sızma zeytinyağı ürünlerinin e-ticarete lojistik ve dağıtımıyla ilgili zorluklarla karşılaşmış olabilir. Zeytinyağı, kalitesini korumak için nakliye ve depolamada özel dikkat gerektiren hassas bir üründür. Şirket, ürünlerinin müşterilere iyi durumda ulaşmasını sağlamalıdır; bu da kırsal alanlarda ve diğer ülkelere ihracat yaparken zor olabilir. Ayrıca şirket, iyi bir müşteri deneyimi

	sağlamak için çevrimiçi mağazalarının kullanımının kolay ve iyi tasarlanmış olmasını sağlamalıdır. Ayrıca müşterilerin kişisel ve finansal bilgilerini korumak için güvenlik ve gizliliğe yatırım yapmalıdırlar. Aceites Hacienda el Palo için bir başka zorluk da çevrimiçi tüketiciler arasında marka bilinirliğinin olmaması olabilir. Müşterilerle kişisel etkileşim eksikliği, çevrimiçi alıcılarla güven ilişkisi kurmayı zorlaştırabilir. Şirket, marka görünürlüğünü artırmak ve çevrimiçi mağazalarına yeni müşteriler çekmek için çevrimiçi pazarlama ve reklama yatırım yapmalıdır.
WEB'DE DAHA FAZLA BILGI:	https://www.bravoleum.com/
FOTOĞRAFLAR	

3. Yerel ürünlerin çevrimiçi satış platformları aracılığıyla ticarileştirilmesi III

ŞİRKET ADI:	Naranjas María Teresa
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Naranjas María Teresa , Valensiya'daki bahçesinde yetiştirdiği portakal ve diğer narenciyeleri satan bir e-ticaret şirkettir.

	Şirket, müşterinin alışveriş deneyimini iyileştirmek ve markasına olan güveni artırmak için web sitesinde çeşitli en iyi uygulamaları hayata geçirmiştir: - Fotoğraflar, açıklamalar ve tüketim ipuçları da dahil olmak üzere ürünleri hakkında ayrıntılı bilgiler sunarlar. Bu, müşterilerin ürünleri satın almadan önce ürünler hakkında daha fazla bilgi edinmelerini sağlıyor ve müşteri memnuniyetini artırıyor. - Belirli bir değerin üzerindeki alışverişler için ücretsiz kargo politikası uyguluyorlar. Bu, müşterileri daha büyük alışverişler yapmaya teşvik ediyor ve her işlemin değerini artırıyor. - Kredi kartı, banka havalesi ve teslimatta nakit dahil olmak üzere çeşitli ödeme yöntemleri sunarlar. Bu, müşterilerin alışveriş yapmasını kolaylaştırır ve web sitesinin erişilebilirliğini artırır. - Ürünlerini doğrudan kendi bahçelerinden gönderiyorlar, bu da ürünlerin tazeliğini ve kalitesini garanti ediyor. Ayrıca, müşterinin ihtiyaçlarına en uygun sevkiyat tarihini seçme imkanı da sunuyorlar. - Web sitelerinde, şirkete olan şeffaflığı ve güveni artıran bir müşteri geri bildirim sistemi bulunmaktadır. Müşteriler, şirketin ürün ve hizmetleri hakkındaki görüşlerini paylaşabiliyor ve bu da diğer müşterilerin bilinçli satın alma kararları vermesine yardımcı oluyor.
SORUNLAR/RISKLER:	Naranjas María Teresa'nın bir e-ticaret şirketi olarak başlarken karşılaştığı olabileceği bazı potansiyel sorunlar ve

E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	riskler şunlardır: 1. <u>Lojistik ve sevkiyat:</u> Siparişlerin doğru şekilde yerine getirilmesini ve zamanında teslim edilmesini sağlamak, özellikle taze meyve gibi çabuk bozulabilen ürünler için zor olabilir. Nakliye maliyetleri de, özellikle uzun mesafelere gönderim yapılırken endişe kaynağı olabilir. 2. <u>Ödeme güvenliği:</u> Çevrimiçi işlemlerde, hem şirket hem de müşterileri için mali kayıpla sonuçlanabilecek dolandırıcılık veya bilgisayar korsanlığı riski her zaman vardır. 3. <u>Web sitesi kullanılabilirliği ve işlevselliği:</u> Kötü tasarlanmış veya gezinmesi zor bir web sitesi müşterileri alışveriş yapmaktan caydırabilir ve satış kaybına neden olabilir. 4. <u>Müşteri hizmetleri:</u> Müşterilerin hızlı ve verimli bir şekilde çözülmesi gereken soruları veya sorunları olabileceğinden, mükemmel müşteri hizmetleri sağlamak çevrimiçi ortamda daha zor olabilir. 5. <u>Rekabet:</u> E-ticaretin birlikte, çevrimiçi pazar çok rekabetçi olabilir, bu da yeni şirketlerin ilgi çekmesini ve müşteri çekmesini zorlaştırır.
WEB'DE DAHA FAZLA BİLGİ:	https://www.naranjasMariateresa.com/

FOTOĞRAFLAR	
-------------	--

4. Yerel ürünlerin çevrimiçi satış platformları aracılığıyla ticarileştirilmesi IV

ŞİRKET ADI:	La Antigua de Fuentesauco
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	La Antigua de Fuentesauco şirketi, İspanya'daki kırsal ortamlarda başarılı e-ticaret uygulamalarına iyi bir örnektir. Bu şirket, zanaatkar sosis üretimine adanmıştır ve kırsal köklerini terk etmeden dijital ortama ve e-ticarete uyum sağlamayı başarmıştır. Şirket, tüm ürünlerinin ayrıntılı bir açıklama ve çekici fotoğraflarla bulunabileceği çok sezgisel ve kullanıcı dostu bir e-ticaret web sitesi geliştirmiştir. Ayrıca, daha geniş ve daha çeşitli bir kitleye ulaşmalarını sağlayan iyi bir sosyal medya pazarlama stratejisine sahiptir. Şirket, ürünlerinin kalitesine ve müşterilerine olağanüstü hizmet sunmaya odaklanmış, bu da memnun müşterilerin yüksek sadakat ve tavsiyelerine yol açmıştır. Ayrıca, müşteri talebine uyum sağlayabilmiş ve glütensiz ve laktosuz

	sosisler gibi farklı ihtiyaçlara uyarlanmış ürünler sunabilmiştir.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	La Antigua de Fuentesauco, e-ticaret işine başlarken aşağıdaki gibi çeşitli zorluklar ve risklerle karşılaşmış olabilir: 1. Online satış ve pazarlama stratejileri konusunda deneyim eksikliği; 2. E-ticaretin teknolojik gerekliliklerine uyum sağlama zorluğu; 3. Diğer çevrimiçi perakendecilerin artan rekabeti; 4. Müşteri verilerinin güvenliği ve gizliliğine ilişkin endişeler; 5. Nakliye, ödeme işlemleri ve diğer önemli hizmetler için üçüncü taraf sağlayıcılara bağımlılık; 6. Kırsal alanlarda güvenilir ve uygun fiyatlı internet altyapısına sınırlı erişim; 7. Peynir gibi çabuk bozulabilen ürünlerle ilgili sevkiyat ve teslimat sorunları. Ancak, etkili strateji ve uygulamaları hayata geçirerek bu zorlukların üstesinden gelmeyi ve başarılı bir e-ticaret varlığı oluşturmayı başardılar.
WEB'DE DAHA FAZLA BİLGİ:	https://queserialaantigua.com/

FOTOĞRAFLAR	
-------------	--

5. Pandemi sırasında gerçekleştirilen iyi e-ticaret uygulamaları: *Compraensoria.com*

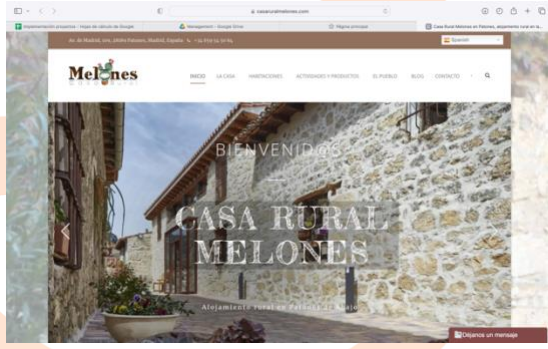
ŞİRKET ADI:	Diputación Provincial de Soria
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Compraensoria.com, İspanya'nın Soria Eyalet Hükümeti tarafından oluşturulan ve Soria eyaletinde yerel ticareti ve sürdürülebilir tüketimi teşvik etmeyi amaçlayan bir e-ticaret platformudur. Bu girişim, yerel tüccarların pandemi bağlamında ortaya çıkan ekonomik ve lojistik zorluklarla yüzleşmelerine yardımcı olmak amacıyla COVID-19 salgını sırasında gerçekleştirilmiştir. Platform, yerel tüccarların ürün ve hizmetlerini sergileyebilecekleri ve satabilecekleri çevrimiçi bir sanal mağaza oluşturmalarına olanak tanır. Bu şekilde tüccarlar daha geniş bir kitleye ulaşabilir ve ürünlerini daha rahat ve güvenli bir şekilde sunabilirler, çünkü müşteriler alışverişlerini sokağa çıkmak zorunda kalmadan evlerinin rahatlığında yapabilirler.

	Müşteriler platforma erişebilir ve birçoğu sürdürülebilir ve zanaatkar bir şekilde üretilen yerel kaynaklı ürünleri satın alabilir. Buna ek olarak, Compratoria.com çevrimiçi sipariş verme ve ürünleri müşterinin evinde teslim alma veya satıcının fiziksel mağazasından teslim alma imkanı sunmaktadır. Bu şekilde, alışveriş yapmak için seyahat etme ihtiyacı azaltılmakta ve yerel ve sürdürülebilir tüketim teşvik edilmektedir. Özetle, Compratoria.com, Soria eyaletindeki yerel tüccarların COVID-19 salgınının zorluklarıyla yüzleşmelerine ve ürün ve hizmetlerini satmaya devam etmelerine olanak tanıyan ve aynı zamanda bölgede yerel ve sürdürülebilir tüketimi teşvik eden yenilikçi bir e-ticaret girişimidir. Bu platform, yerel tüccarları desteklemek ve sürdürülebilir ekonomileri teşvik etmek için diğer bölgelerde ve ülkelerde çoğaltılabilecek mükemmel bir e-ticaret uygulamasıdır.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	<u>Değişime karşı direnç:</u> Bir e-ticaret platformunun yerel tüccarlar tarafından benimsenmesi, bu satış moduna ilişkin deneyim veya aşinalık eksikliği nedeniyle dirençle karşılaşmış olabilir. <u>Lojistik:</u> Teslimat lojistiği, birçoğu eve teslimata alışık olmadığı için yerel tüccarlar için bir zorluk olabilirdi. <u>Teknolojik kaynak eksikliği:</u> Bazı yerel tacirler, teknolojik cihazlara veya internete erişimlerinin olmaması nedeniyle platformu kullanırken teknik sorunlarla karşılaşmış olabilir. <u>Tüccarların çevrimiçi iş modeline adaptasyonu:</u> Bir e-ticaret platformunun benimsenmesi, bu yeni paradigmaya uyum sağlamakta zorlanabilecek yerel tüccarların iş modelinde bir dönüşüm

	anlamına gelmektedir. <u>Stok sıkıntısı veya stok yenilemede yetersizlik:</u> COVID-19 salgını bazı ürünlerin üretimini veya tedarikini etkileyebilir ve bu da yerel tüccarların ürünlerini platformda stoklamasını zorlaştırabilirdi.
WEB'DE DAHA FAZLA BILGI:	https://compraensoria.com/
FOTOĞRAFLAR	

6. Konaklama ve açık hava etkinlikleri

ŞİRKET ADI:	Casa Rural Melones
IYI UYGULAMANIN TANIMI:	Bu şirket, Cuenca eyaletinde bulunan kırsal bir konukevidir. Konaklama, yürüyüş ve binicilik gibi aktiviteler de dahil olmak üzere hizmetlerini online olarak satmak için e-ticareti kullanıyorlar.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar	<u>Yüksek hızlı internete sınırlı erişim:</u> Kırsal bölgelerde genellikle yüksek hızlı internete erişim sınırlıdır, bu da şirketlerin

ve riskler hakkında bilgi.	e-ticaret platformları kurmasını ve çalıştırmasını zorlaştırabilir. Düşük internet hızları da web sitesine erişmeye veya alışveriş yapmaya çalışan müşteriler için sinir bozucu deneyimlere yol açabilir. <u>Nakliye ve teslimat zorlukları:</u> Kırsal kesimdeki şirketler nakliye ve teslimat konusunda zorluklarla karşılaşabilir. Bunlar arasında daha yüksek nakliye maliyetleri, daha uzun teslimat süreleri ve güvenilir ve uygun fiyatlı nakliye hizmetlerine erişim zorluğu sayılabilir.
WEB'DE DAHA FAZLA BİLGİ:	https://casaruralmelones.com/
FOTOĞRAFLAR	

7. Yüksek kaliteli zeytinyağı

ŞİRKET ADI:	Aceite de Oliva Valderrama
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Bu şirket Jaén eyaletinde yüksek kaliteli zeytinyağı üretmektedir. Ürünlerini online olarak satmak ve daha geniş bir kitleye ulaşmak için e-ticareti kullanıyorlar.
SORUNLAR/RİSKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	<u>Sınırlı ödeme seçenekleri:</u> Kırsal bölgelerde ödeme seçenekleri sınırlı olabilir ve bu da şirketlerin müşterilerden gelen ödemeleri işleme koymasını

	zorlaştırabilir. Bu durum, potansiyel müşterilerin sınırlı ödeme seçenekleri nedeniyle alışveriş yapamamasına da yol açabilir. <u>Çevrimiçi varlık ve pazarlama eksikliği:</u> Birçok kırsal şirket güçlü bir çevrimiçi varlığa veya pazarlama stratejisine sahip olmayabilir, bu da müşterileri çekmeyi ve daha büyük şirketlerle rekabet etmeyi zorlaştırabilir. Bu da şirket için daha düşük satış ve gelirle sonuçlanabilir.
WEB'DE DAHA FAZLA BILGI:	https://www.valderrama.es/
FOTOĞRAFLAR	

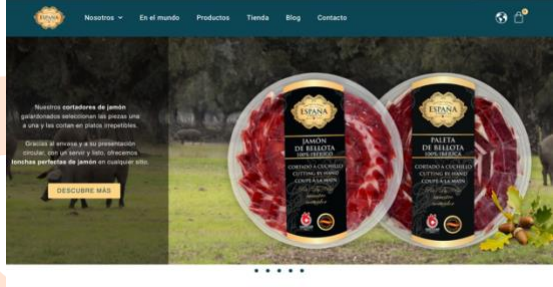
8. Şaraphane

ŞİRKET ADI:	Bodegas La Aurora
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Valladolid eyaletinde yer alan bir aile işletmesi. Şaraplarını online olarak satmak ve markalarını bölge dışındaki müşterilere tanıtmak için e-ticareti kullanıyorlar.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	<u>Müşteri güveni eksikliği:</u> Müşteriler, özellikle geçmişte e-ticaretle ilgili olumsuz deneyimler yaşamışlarsa, aşına olmadıkları taşra şirketlerinden ürün satın almakta tereddüt edebilirler.

	<u>Müşteri desteğine sınırlı erişim:</u> Kırsal kesimdeki şirketlerin müşteri destek hizmetlerine erişimi sınırlı olabilir, bu da müşteri şikayetlerinin ele alınmasını veya zamanında destek sağlanmasını zorlaştırabilir. <u>Mevzuata uyum riskleri:</u> Kırsal kesimdeki şirketler, veri gizliliği yasaları, vergi yasaları ve tüketici koruma yasalarına uyum da dahil olmak üzere mevzuata uyum riskleriyle karşı karşıya kalabilir. Bu düzenlemelere uyum küçük işletmeler için karmaşık ve maliyetli olabilir.
WEB'DE DAHA FAZLA BILGI:	https://www.bodegaslaaurora.com/
FOTOĞRAFLAR	

9. Kürlenmiş etler

ŞİRKET ADI:	Embutidos y Jamones España e Hijos
IYI UYGULAMANIN TANIMI:	Bu şirket geleneksel İspanyol kurutulmuş etleri üretiliyor ve Salamanca eyaletinde bulunuyor. Ürünlerini çevrimiçi satmak ve İspanya ve ötesindeki müşterilere ulaşmak için e-ticaret kullanıyorlar.
SORUNLAR/RISKLER:	<u>Teknoloji ve kaynaklara sınırlı erişim:</u> Kırsal kesimdeki şirketler, e-ticaret platformları kurmak ve işletmek için E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar

ve riskler hakkında bilgi.	gereken teknoloji ve kaynaklara sınırlı erişime sahip olabilir. Bu, bilgisayarlara, yazılıma ve eğitilmiş personele erişimi içerebilir; bu da bir e-ticaret web sitesinin kurulmasını ve sürdürülmesini zorlaştırabilir. <u>Siber güvenlik riskleri:</u> E-ticaret platformları siber saldırılara karşı savunmasız olabilir ve kırsal kesimdeki şirketler, müşterilerinin verilerini korumak ve dolandırıcılığı önlemek için sağlam siber güvenlik önlemlerine yatırım yapacak kaynaklara sahip olmayabilir.
WEB'DE DAHA FAZLA BILGI:	https://espanahijos.com/
FOTOĞRAFLAR	

10. COVID-19 pandemisi nedeniyle e-ticarete adaptasyon

ŞİRKET ADI:	Aceitunas Torrent
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Pandemiden önce Aceitunas Torrent ürünlerini çoğunlukla yerel dükkanlara, barlara ve restoranlara satıyor, fuarlara ve etkinliklere katılıyordu. Ancak, pandemi vurduğunda ve karantina önlemleri uygulandığında, müşterileri kapanmaya zorlandığı için satışları önemli ölçüde düştü. Bu duruma uyum sağlamak için ürünlerini online olarak satmaya karar verdiler ve bir e-ticaret sitesi açtılar. Ayrıca ürünlerini sosyal medya

	platformları aracılığıyla tanıtmaya başladılar ve İspanya'daki müşterilere eve teslimat hizmeti sundular.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	E-ticarete geçiş, daha önce çevrimiçi satış konusunda hiçbir deneyimleri olmadığı için şirket için kolay olmadı. Ancak, gerekli becerileri hızla öğrendiler ve operasyonlarını yeni modele uyarladılar. E-ticarete geçiş, yerel bölgelerinin ötesinde yeni müşterilere ulaşmalarını ve pandemi sırasında bile işlerini büyütmelemlerini sağladı.
WEB'DE DAHA FAZLA BILGI:	https://www.aceitunastorrent.com/es/
FOTOĞRAFLAR	

TÜRKİYE

1. Trowas Dijital kartvizit

ŞİRKET ADI:	Smartover Yazılım
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Trowas dijital kartvizit, iletişim bilgilerinizi, sosyal medya bilgilerinizi ve çok daha fazlasını bir uygulamaya ihtiyaç duymadan NFC teknolojisine sahip herhangi bir akıllı telefona hızlı bir şekilde aktarmanızı sağlar. Geleneksel kağıt kartvizitler yerine pandemi döneminde geliştirilerek alternatif bir dijital çevre çözümü sunuyor.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	- NFC teknolojisinin henüz çok bilinmeyen bir teknoloji olması; - İnsanların genel alışkanlıkları nedeniyle geleneksel kartvizitlerden kolay kolay vazgeçememeleri; - 2018'den önce telefonlarda NFC teknolojisinin olmaması; - Android telefonlarda rehber kaydetme özelliğinin anlaşılamaması; - Nakliye masrafları; - Sunucu maliyetleri ve veri güvenliğini sürekli sağlamak için gereken yüksek teknoloji koruma çözümleri.
WEB'DE DAHA FAZLA BİLGİ:	https://www.trowas.com/

FOTOĞRAFLAR	
-------------	--

2. Homefoni ev tekstilleri

ŞİRKET ADI:	Beyceli Tekstil
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Ev tekstili ve dekorasyon markası Homefoni, 17 farklı ülkeye ihracat yapan, kendi markaları ve diğer büyük ev tekstili markaları için fason üretim yapan Beyceli Tekstil'in e-ticaret girişimidir. Pandemi süreci ile birlikte dijital alışverişin artması, ev tekstili ürünlerine olan ilgi ile birlikte ürünlerini e-ticaret ile son kullanıcılara sunmaktadır.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	- Şirketin daha önce e-ticaret satış deneyimi bulunmamaktadır. - Aynı alanda marka bilinirliği yüksek rakip firmaların varlığı. - Seri üretimden bireysel perakende satışa geçişte stok ve üretim düzenlemeleri gerektirir.
WEB'DE DAHA FAZLA BİLGİ:	https://homefoni.com/

FOTOĞRAFLAR



3. Syorell

ŞİRKET ADI:	Sanitrum Biyoteknoloji A.Ş.
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Syorell, İngilizce "See Your Real" - "Gerçek Benliğinize Bakın" ifadesinden türetilmiştir. Çatalhöyük'teki dünyanın ilk aynası bizi o kadar etkiledi ki, o aynaya bakıp kendilerini ilk kez gören atalarımızın onuruna bu ismi markamız olarak seçtik. Sanitrum, Latince "Sanitas" - "Sağlık" ve İngilizce "Oda" anlamına gelen "Room" kelimelerinden türetilmiştir. Kısacası "Sağlık Odası" diyebiliriz. Butik işletmemiz için daha iyi bir isim olamazdı. Tüm Syorell ürünleri Bursa-Orhangazi fabrikamızda üretilmekte ve dolumu yapılmaktadır. Fabrikamızda ayrıca bitki özleri ve yağlarının Ar-Ge'si için gelişmiş bir laboratuvar bulunmaktadır. Ürünlerimiz organik standartlara uygun doğal koruyucular içermektedir. Doğal bir üründe, bir damla su varsa; aloe vera jeli bile tazeliğini korumak ve formülasyonun raf ömrünü garanti etmek için bir çeşit koruyucuya ihtiyaç duyar. Toksik koruyucular kullanmıyoruz. Organik kremlerde ICEA standardının izin

	verdiği koruyucular dışında susuz formüllerde E vitamini kullanıyoruz. Sabunlarımız hiçbir koruyucu madde içermiyor.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	- Kullanıcılar klasik tanınmış marka güneş ürünlerini tercih ediyor; - Büyük kimyasal güneş ürünleri üreticilerinin reklam ve pazarlama gücü; - Yaygın kozmetik marketlerde yer alan ürünlerin satış olarak kullanıcıların ilk tercihi olması; - Organik güneş koruma ürünleri Türkiye'de pek bilinmemektedir.
WEB'DE DAHA FAZLA BİLGİ:	https://syorell.com/
FOTOĞRAFLAR	

4. Söyle Gelsin

ŞİRKET ADI:	Söyle Gelsin Teknoloji Danışmanlık İletişim Tekstil
--------------------	--

IYI UYGULAMANIN TANIMI:	Söyle Gelsin, İstanbul'da özellikle şirketler için online hizmet veren bir tedarik online sarf malzemeleri süpermarkettir. Pandemi sürecinde sarf malzeme tedarik zincirindeki zorlukları ortadan kaldıracak mobil online çözümler sunmak için kuruldu ve bu süreçte ortaya çıkan yeni ihtiyaçlara uygun teknolojiler geliştirerek modern hayata yeni nesil çözümler sunmaktadır. Ofis malzemeleri ve iş yeri için aradığınız tüm ihtiyaçlar uygun ve rekabetçi fiyatlarla web sitemizde bulunmaktadır.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	- Bizden önce sektöre girmiş ve yatırım almış markaların olması; - İstanbul'da ulaşım zorlukları; - Hızlı maliyet değişiklikleri ve rekabet koşulları; - Bazı markaların klasik alışveriş ve satın alma süreçlerinden vazgeçememesi.
WEB'DE DAHA FAZLA BILGI:	https://www.soylegelsin.com.tr/
FOTOĞRAFLAR	

5. Fozy

ŞİRKET ADI:	Fozy Toptan Ltd Şti.
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Fozy Toptan 2021 yılında kurulmuş olup Fozy markası altında üretim ve satış yapmakta ayrıca birçok seçkin firmaya toptan satış yapmaktadır. Ürünler hedef yaş aralığı 0-5 yaşdır. İnternet üzerinden bebek giyim ürünleri satışı yapmak amacıyla Pandemi sürecinde e-ticaret sitesi üzerinden pandemi ile başlayan süreci takiben 2022 yılında satışa başladılar . www.fozy.com.tr, Çocuk ve bebeklerin doğumdan başlayarak 5 yaşına kadar uzanan tüm giyim ihtiyaçlarını satmaktadır. Kaliteli ürünler, uygun fiyatlar, tasarım ürünler ve satış sonrası destek ile 24 saat hizmet veren bir web sitesidir.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	- Bu alanda halihazırda başlamış olan bebek ve çocuk pazar yerlerinin varlığı. - Bebek ve çocuk ürünleri için teslimat ve iade süreçlerinin zorlukları. - Büyük markaların reklam gücü avantajları.
WEB'DE DAHA FAZLA BİLGİ:	https://www.fozy.com.tr/

FOTOĞRAFLAR	
--------------------	--

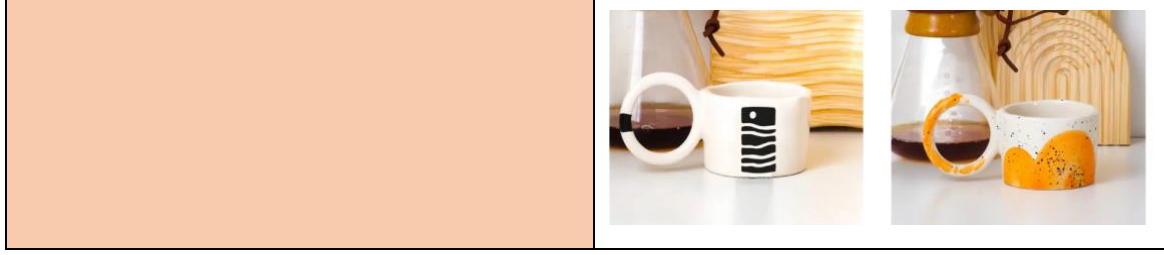
6. Hobiburada

ŞİRKET ADI:	Ayaz Yün İplik Tekstil
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Pandemi döneminde evden çıkamayan insanların el sanatlarına yöneleceği düşüncesiyle ürünler sanal ortamdan insanlara gösterilmeye ve kargo ile evlerine ulaştırmaya başlandı . Böylece pandemi döneminde kurulan e-ticaret sitesi ile artış gösterdi.
SORUNLAR/RİSKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	Pandemi döneminin getirdiği finansal zorluklar nedeniyle e-ticarete başlandı . Ancak hem firma yetkilileri hem de çalışanlar dijital yetkinliklere adapte olmakta zorluklar yaşadılar. Üstelik daha önce e-ticaret deneyimleri olmadığı için ürün fotoğraflama ve sevkiyat konusunda da zorluklar yaşandı.
WEB'DE DAHA FAZLA BİLGİ:	https://www.hobiburada.com/

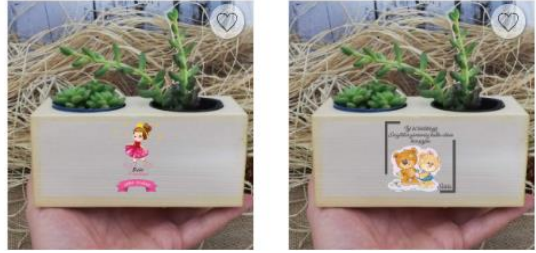
FOTOĞRAFLAR	Nako İplikleri  Ayaz İplikleri  Seri Sonu Ürünler  Paket Satış 
--------------------	---

7. Seramik kupalar

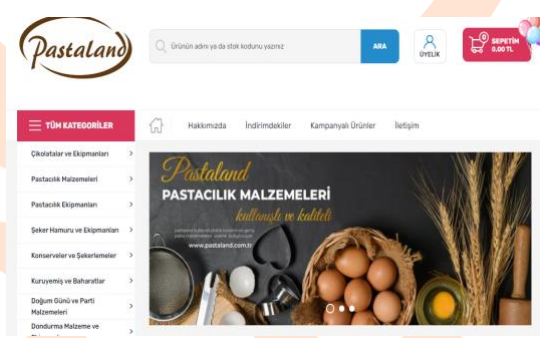
ŞİRKET ADI:	Vina Seramik
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Hobi olarak gerçekleştirdiği seramik işini, pandemi döneminde e-ticaretin yaygınlaşmasıyla ticari bir kazanca dönüştürdü. El yapımı seramiklerini web sitesi ve Instagram üzerinden satışa sunuyor.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	Daha önce e-ticaret ve satış deneyimimizin olmaması yaşadığımız en belirgin sorunlardan biriydi.
WEB'DE DAHA FAZLA BİLGİ:	https://vinaseramik.com/
FOTOĞRAFLAR	



8. E-Hediyeci

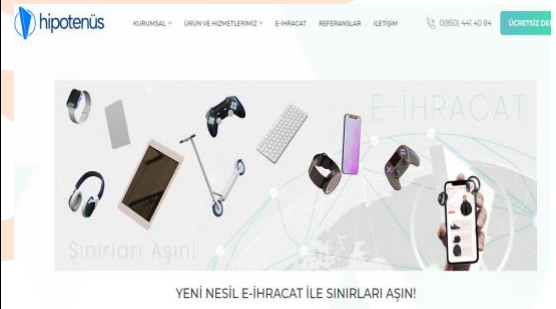
ŞİRKET ADI:	Selda Alkor
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	E-Hediyeci, hediyelik eşya sektörüne farkındalık kazandıran ve yoğun talep üzerine XML bayilikleri vererek dropshipping olarak faaliyet gösteren Bursa merkezli bir kadın girişimci şirketi ve hediyelik eşya mağazasıdır.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	Daha önce online satış deneyimimiz yok. Ürün fotoğraflama ve kargo bölümünde sorun yaşadık.
WEB'DE DAHA FAZLA BİLGİ:	https://www.e-hediyeci.com/
FOTOĞRAFLAR	 

9. Pastaland

ŞİRKET ADI:	Ataygeldi Gıda
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Pastaland yoğun talep üzerine oluşturulmuş Bursa-inegöl merkezli bir e-ticaret sitesidir. Şekerleme-pastacılık malzemeleri ve ekipmanları - toptan çikolata şekerleme satın alma imkanı sunmaktadır.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	- Bizden önce sektöre girmiş ve yatırım almış markaların varlığı. - Müşterilerle yüz yüze görüşme eksikliği nedeniyle olumlu iletişim kurulamaması ile iletişim zorlukları.
WEB'DE DAHA FAZLA BİLGİ:	https://www.pastaland.com.tr/
FOTOĞRAFLAR	

10. Hipotenus E-Ticaret Siteleri

ŞİRKET ADI:	Hipotenus Elektronik Ticaret Ve Yazılım
İYİ UYGULAMANIN TANIMI:	Bursa'da e-ticaret sektöründeki yenilikleri takip eden yapımızla yüzlerce önemli markaya e-ticaret altyapı hizmeti

	veriyoruz. Pandemi ile birlikte herkes e-ticarete yönelince biz de şirket olarak e-ticaret sitelerini e-ticaret olarak satmaya başladılar. Mobil uyumlu (responsive), son teknoloji SEO altyapısını %100 yenilikçi bir yaklaşımla destekleyen, birçok ödeme yöntemini barındıran, kolaylaştırılmış ve gelişmiş arayüz altyapımız ile sürekli gelişen e-ticaret sektöründe müşterilerine e-ticaret çözümleri sunmaktadır.
SORUNLAR/RISKLER: E-ticarete başlarken karşılaşılan sorunlar ve riskler hakkında bilgi.	Giriş sermayesinin yüksek olması temel sorunlarımız arasındaydı. Küçük esnafın müşterilerle online iletişim kuramaması ve dijital platformlara hakim olamaması nedeniyle şirket olarak onlara sürekli online hizmet verdiler ve adaptasyonları konusunda danışmanlık hizmeti sağladılar. Bu konuda tüm çalışanlar iletişim ve mentorluk konusunda eğitmek aldılar.
WEB'DE DAHA FAZLA BİLGİ:	https://www.hipotenüs.com.tr/
FOTOĞRAFLAR	

CC-BY-NC-SA



Bu belge yukarıdaki kurallara uygun olarak kopyalanabilir, çoğaltılabilir veya değiştirilebilir. Buna ek olarak, belgenin yazarlarına ve telif hakkı bildiriminin ilgili tüm bölümlerine açıkça atıfta bulunulmalıdır.

Tüm hakları saklıdır.

© Telif Hakkı 2023 e-Ticaret