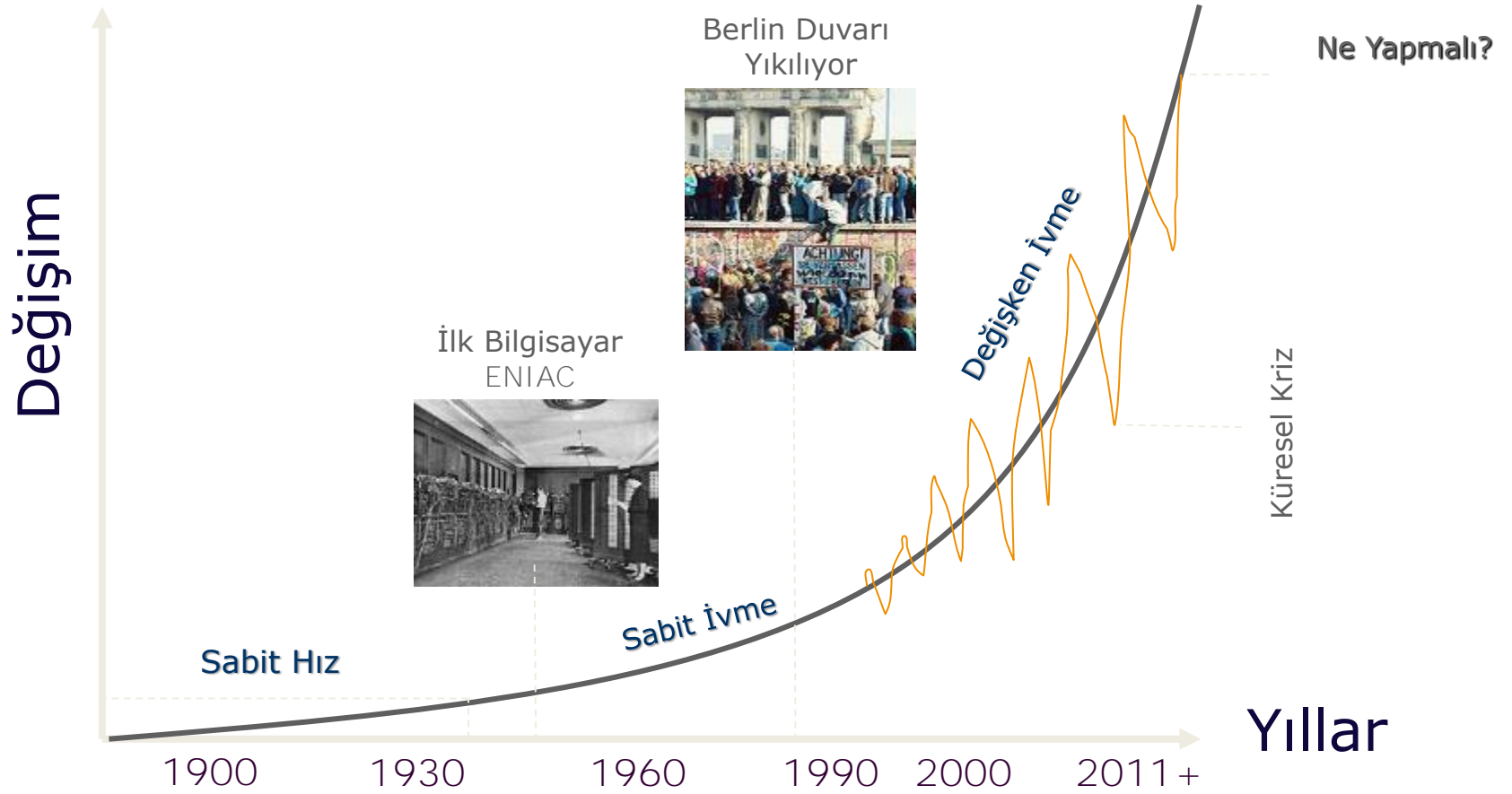


# E-TİCARET UYGULAMALARI

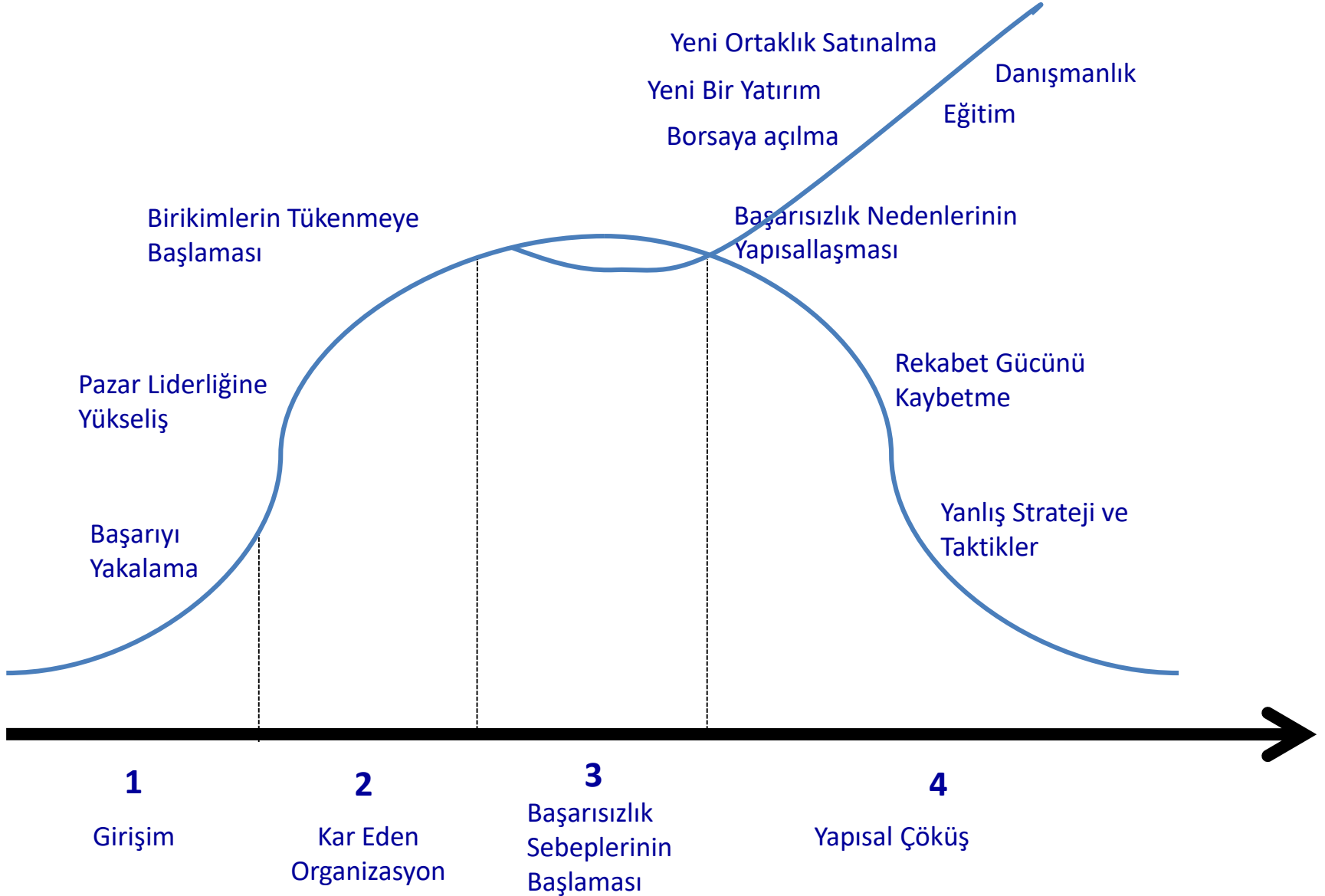
**HOŞ GELDİNİZ**

Abdullah Kumru

# Değişimin İvmesi



# Değişimin Etkisi



# EN BÜYÜK 10 EKONOMİ

## World's 10 Largest Economies

Projected Real GDP (trillions of 2010 dollars)

1970

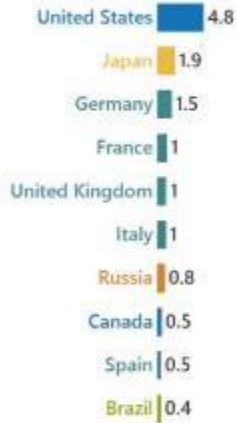


Chart by Aron Strandberg  
Twitter: @aronstrandberg  
Source: U.S. Department of Agriculture

## World's 10 Largest Economies

Projected Real GDP (trillions of 2010 dollars)

1981

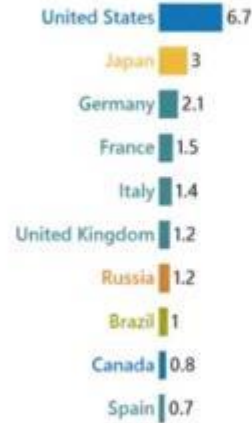


Chart by Aron Strandberg  
Twitter: @aronstrandberg  
Source: U.S. Department of Agriculture

## World's 10 Largest Economies

Projected Real GDP (trillions of 2010 dollars)

1992

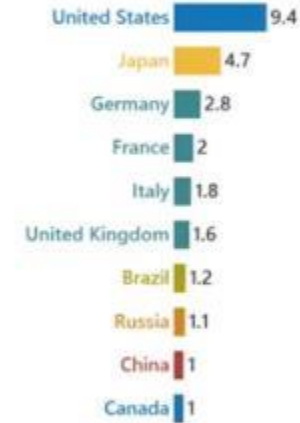


Chart by Aron Strandberg  
Twitter: @aronstrandberg  
Source: U.S. Department of Agriculture

# EN BÜYÜK 10 EKONOMİ

## World's 10 Largest Economies

Projected Real GDP (trillions of 2010 dollars)

2009

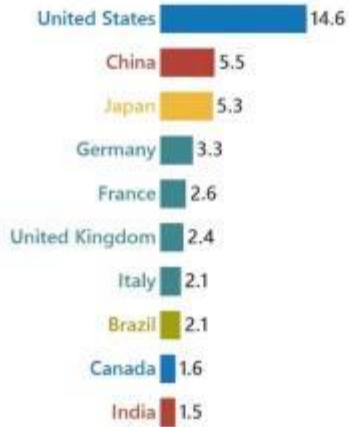


Chart by Aron Strandberg  
Twitter: @aronstrandberg  
Source: U.S. Department of Agriculture

## World's 10 Largest Economies

Projected Real GDP (trillions of 2010 dollars)

2018

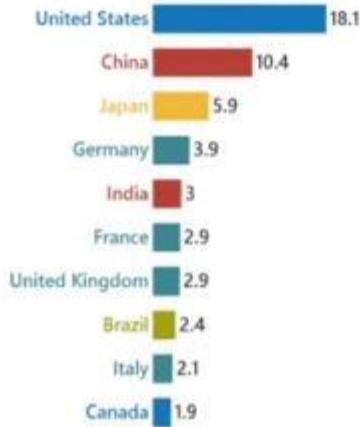


Chart by Aron Strandberg  
Twitter: @aronstrandberg  
Source: U.S. Department of Agriculture

## World's 10 Largest Economies

Projected Real GDP (trillions of 2010 dollars)

2030

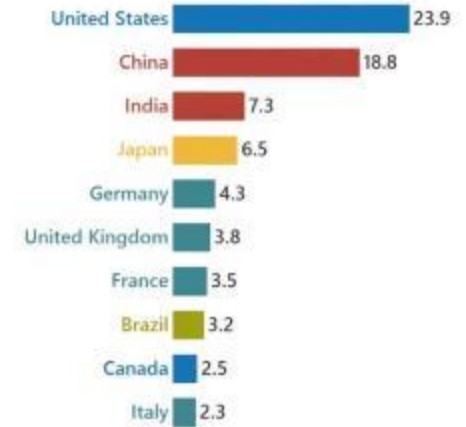


Chart by Aron Strandberg  
Twitter: @aronstrandberg  
Source: U.S. Department of Agriculture

## TOP 10 RANKING CHANGES SIGNIFICANTLY...

Only three brands that appeared in the BrandZ™ Global Top 10 in 2006—Google, Microsoft, and IBM—remain in the Top 10 in 2017.

|    | 2006   | Brand Value<br>2006 \$Mil. | 2017   | Brand Value<br>2017 \$Mil. |
|----|--|----------------------------|--|----------------------------|
| 1  |  Microsoft            | 62,039                     |  Google       | 245,581                    |
| 2  |                       | 55,834                     |               | 234,671                    |
| 3  |                       | 41,406                     |  Microsoft    | 143,222                    |
| 4  |  中国移动<br>China Mobile | 39,168                     |  amazon       | 139,286                    |
| 5  |                       | 38,510                     |  facebook     | 129,800                    |
| 6  |  Walmart              | 37,567                     |  AT&T         | 115,112                    |
| 7  |  Google              | 37,445                     |  VISA        | 110,999                    |
| 8  |  IBM                | 36,084                     |  Tencent 腾讯 | 108,292                    |
| 9  |  citi               | 31,028                     |  IBM        | 102,088                    |
| 10 |  TOYOTA             | 30,201                     |  McDonald's | 102,088                    |

Kantar Millward Brown

Source: Kantar Millward Brown / BrandZ™ (including data from Bloomberg)







# Trendler ve Değişim Süreçleri

- Sermaye Süreçlerinden Bilgi Süreçlerine Değişim
- Bilgi Süreçleri ve İletişim Teknolojilerinde Gelişmeler
- Küreselleşme, Tam Rekabet Şartları ve Müşterinin Önlenebilir Üstünlüğü
- Müşteride ve Kurumlarda Değişim

# Bu Değişim Sürecinde

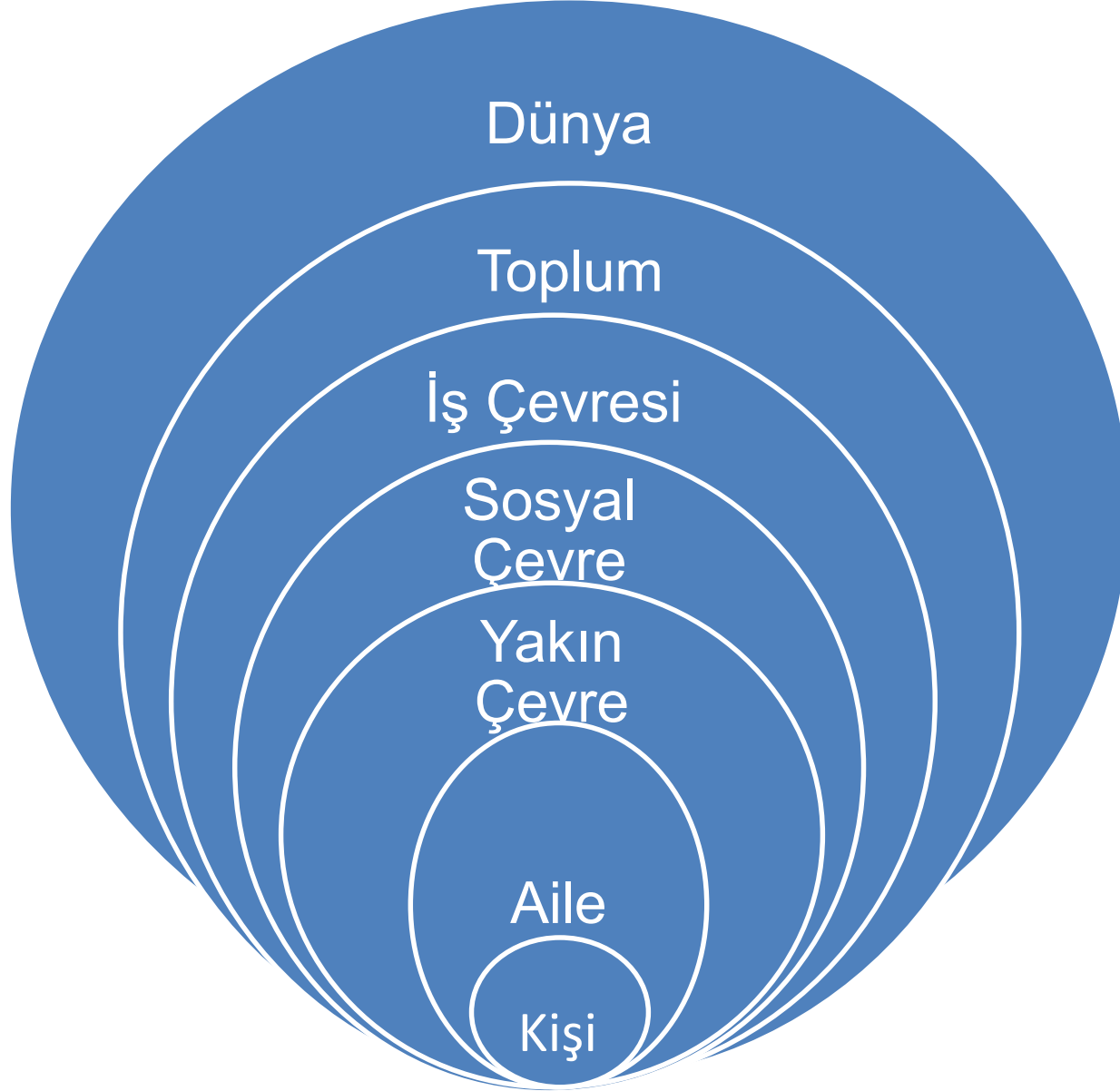
- Değişim giderek hızlanacak.
- Karar verme mekanizmaları çok taraflılık gerektirecek (Yönetişim).
- Eğitim, bilgi toplumuna geçişin belkemiğini oluşturacak.
- Ekonomi' de sürekli devrim süreci yaşanacak.

# Bu Değişim Sürecinde

- Kendini gelecekte başlatan,
- Beklentileri yöneten,
- Sürdürülebilir karlı büyüme için katma değer sağlayan ve maliyet yöneten,
- Değişim ortamında sürekli oluşan riskleri bilgi ile yöneten,
- Hızlı hareket edebilen, karar alabilen organizasyonlara geçiş olacak.

- Bildiğimiz yada bilemediğimiz, bizim sebep olduğumuz yada olmadığımız, öngöremediğimiz, planlı yada kendiliğinden kendimizde, çevremizde, toplumda ve hatta dünyada alışık olduğumuz durum veya davranışların farklılaşması “Değişim” olarak adlandırılmaktadır.

# Değişim Halkaları



# Hedefler - Hayaller

Hedeflerimiz değişimlerin yönünü kontrol etmemizi sağlar.

Hayallerimiz olmazsa hedeflerimiz olmaz.

Hayalini kurduğumuz hedeflere ulaşmamızda;

ya bir yol açmamız

ya açılan yoldan gitmemiz

yada yoldan çekilmemiz gerekir...

# Değişime Tepki ve Tutumlar

|                             |       |                |              |              |
|-----------------------------|-------|----------------|--------------|--------------|
| <b>Bireyin Genel Tutumu</b> | Kabul | Kayıtsız kalma | Pasif direnç | Aktif direnç |
|-----------------------------|-------|----------------|--------------|--------------|

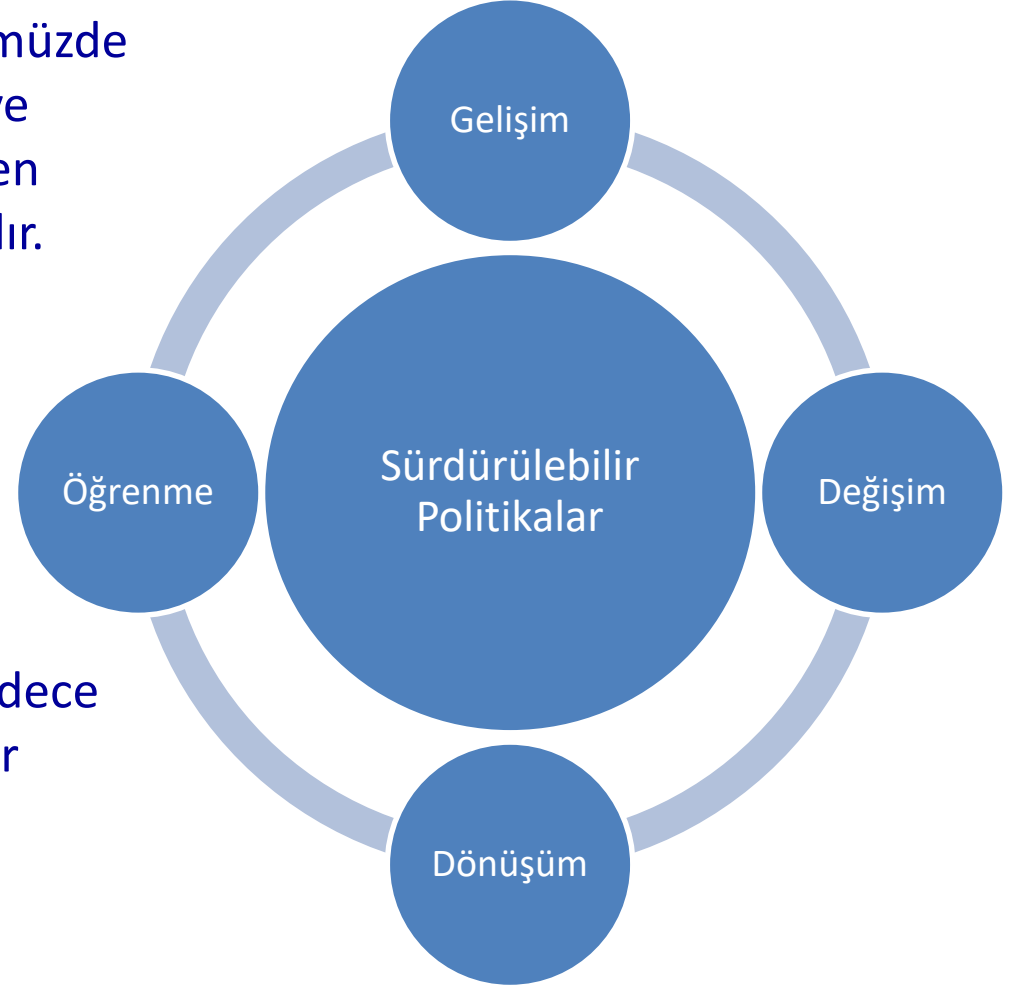
|                             |  |  |  |   |
|-----------------------------|--|--|--|---|
| <b>Değişikliğe Tepkiler</b> | İsteyerek yardımlaşma arzusu<br>Yardımcı olma<br>Yönetimin baskısı altında yardımlaşma | Pasif kalma<br>Kayıtsız kalma<br>Hiç ilgilenmeme<br>Yalnızca söyleneni yapma | Öğrenmeme<br>Mümkün olduğu kadar yapmama<br>Yavaşlatma | Bilerek yanlış yapma<br>Bozma<br>Sabotaj<br>İşten ayrılma |
|-----------------------------|--|--|--|---|





# Sürdürülebilir Değişim Politikası

Her şeyin çok hızlı tüketildiği günümüzde sürdürülebilir bir gelişim, değişim ve dönüşüm politikası izleyen “Öğrenen Organizasyonlar” ayakta kalmaktadır.



“Ne en güçlüsü nede en akıllısı, sadece değişime ayak uydurabilen canlılar hayatta kalabilmişlerdir”

# Değişim Farkındalıkla Başlar

İçinizde ve etrafınızda olanlara bilerek tam bir dikkat göstermektir.

- Eleştirisiz ve yargısız bir bilinçlilik içerisinde olmaktır.

## Farkındalıkla uyanmış bir hayat

- Mutluluk
- Huzur
- Denge

**Anların tadını çıkarmak**

# İş'te Başarı İçin Olmazsa Olmazlar:

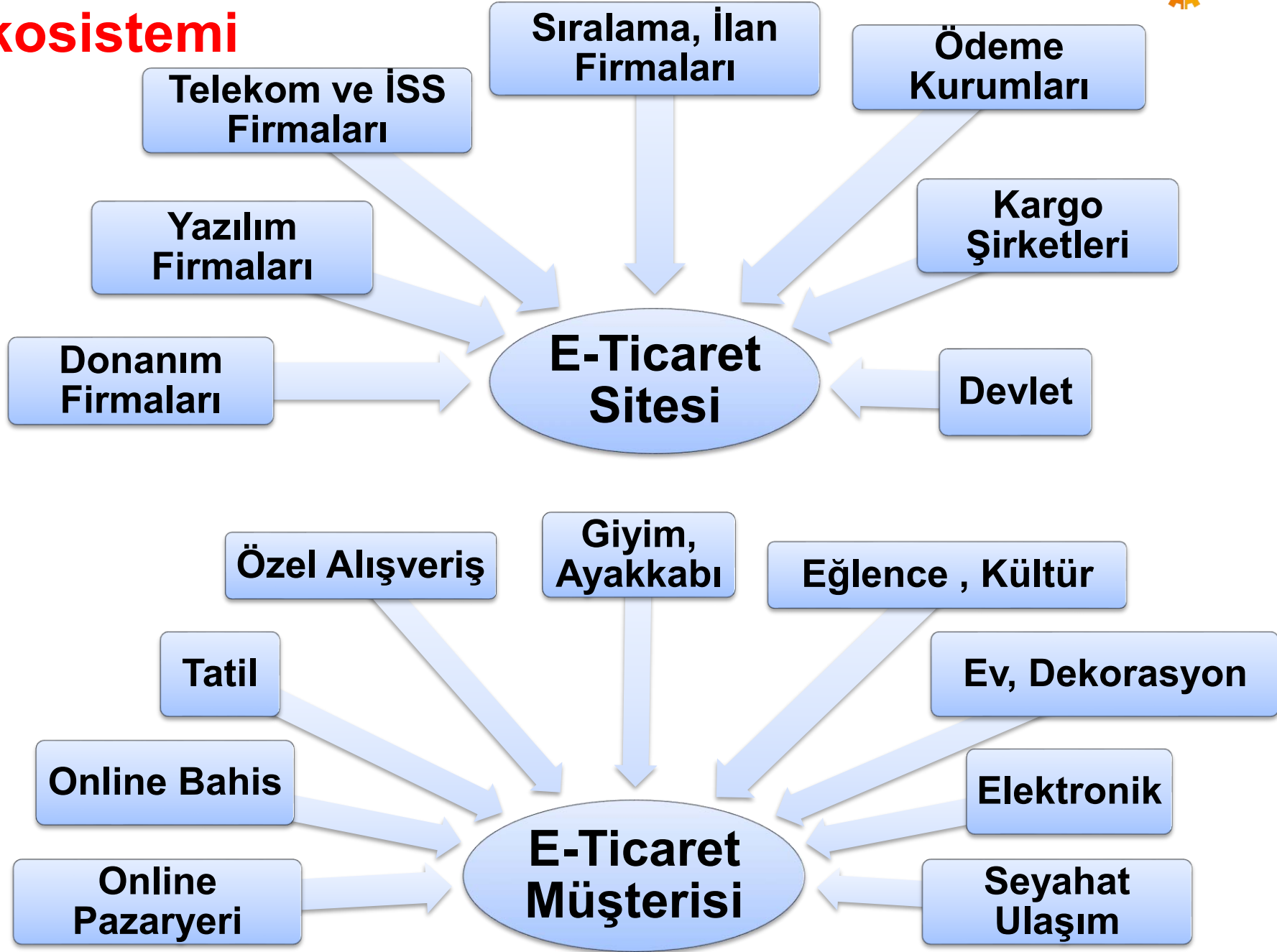
- Büyük resmi görmek
- Değişime ve gelişime açık olmak
- Ekip çalışmasına inanmak
- Vizyoner olmak
- Pazarı ve rakipleri takip etmek
- İyi bir iletişimci olmak
- Daha iyiyi hedeflemek
- Çözüm odaklı olmak



# e-Ticaret Nedir?

- e-Ticaret işletmeler, haneler, bireyler ya da özel kuruluşlar arasında olup, elektronik işlemler yoluyla internet veya diğer bilgisayar-aracılı (Online iletişim) ağlar üzerinden yapılan mal veya hizmet alım ya da satımı olarak tanımlanabilir. e-Ticaret terimi, ürünlerin veya hizmetlerin bilgisayar ağları üzerinden gönderilen siparişlerini kapsar; ancak ödeme ve mal veya hizmetin nihai teslimatı internet üstünden yapılmak zorunda değildir.

# e-Ticaret Ekosistemi



# Dünya İnternet Kullanımı

JAN  
2016

## GLOBAL DIGITAL SNAPSHOT

A SNAPSHOT OF THE WORLD'S KEY DIGITAL STATISTICAL INDICATORS



TOTAL  
POPULATION



we  
are  
social

**7.395**  
**BILLION**

URBANISATION: 54%

FIGURE REPRESENTS TOTAL GLOBAL  
POPULATION, INCLUDING CHILDREN

INTERNET  
USERS



we  
are  
social

**3.419**  
**BILLION**

PENETRATION: 46%

FIGURE INCLUDES ACCESS VIA  
FIXED AND MOBILE CONNECTIONS

ACTIVE SOCIAL  
MEDIA USERS



we  
are  
social

**2.307**  
**BILLION**

PENETRATION: 31%

FIGURE BASED ON ACTIVE USER  
ACCOUNTS, NOT UNIQUE INDIVIDUALS

UNIQUE  
MOBILE USERS



we  
are  
social

**3.790**  
**BILLION**

PENETRATION: 51%

FIGURE REPRESENTS  
UNIQUE MOBILE PHONE USERS

ACTIVE MOBILE  
SOCIAL USERS



we  
are  
social

**1.968**  
**BILLION**

PENETRATION: 27%

FIGURE BASED ON ACTIVE USER  
ACCOUNTS, NOT UNIQUE INDIVIDUALS

- Küresel pazarda toplam perakende sektörünün 2015 yılında %5,6 artışla 22 trilyon USD'yi geçtiği; e-Ticaret sektörünün büyüklüğünün ise yaklaşık %25'lik artışla 1,67 trilyon USD'ye ulaştığı tahmin edilmektedir. Böylece e-Ticaretin toplam perakende ticaret içindeki payı %7,4 düzeyine yükselmiştir.
- E-Ticaret sektörünün küresel ölçekte 2019'a kadar yıllık ortalama %21 civarında büyüyeceği ve toplam perakende pazarı içindeki payının %12,8'e yükseleceği öngörülmektedir.



# e- Ticaret Sektörü

- e-Ticarette yüksek büyüme potansiyeline sahip Türkiye’de pazarın büyüklüğü 2015’te bir önceki yıla göre %31 artarak 24,7 milyar TL düzeyinde gerçekleşmiştir. e-Ticaretin toplam perakende harcamaları içindeki payı %2,0 olmuştur. Pazara giriş ve çıkışların oldukça çok sayıda olduğu e-Ticaret sektöründe son yıllarda satın almaların da arttığı dikkat çekmektedir.
- Önümüzdeki dönemde yüksek mobil penetrasyonu ve kredi kartı kullanımına sahip Türkiye’de sektördeki büyümenin süreceği düşünülmektedir.

# Dünyadaki E-Ticaret Hacmi



## E-Ticaretteki İlk 5 Ülke ve Gelirleri

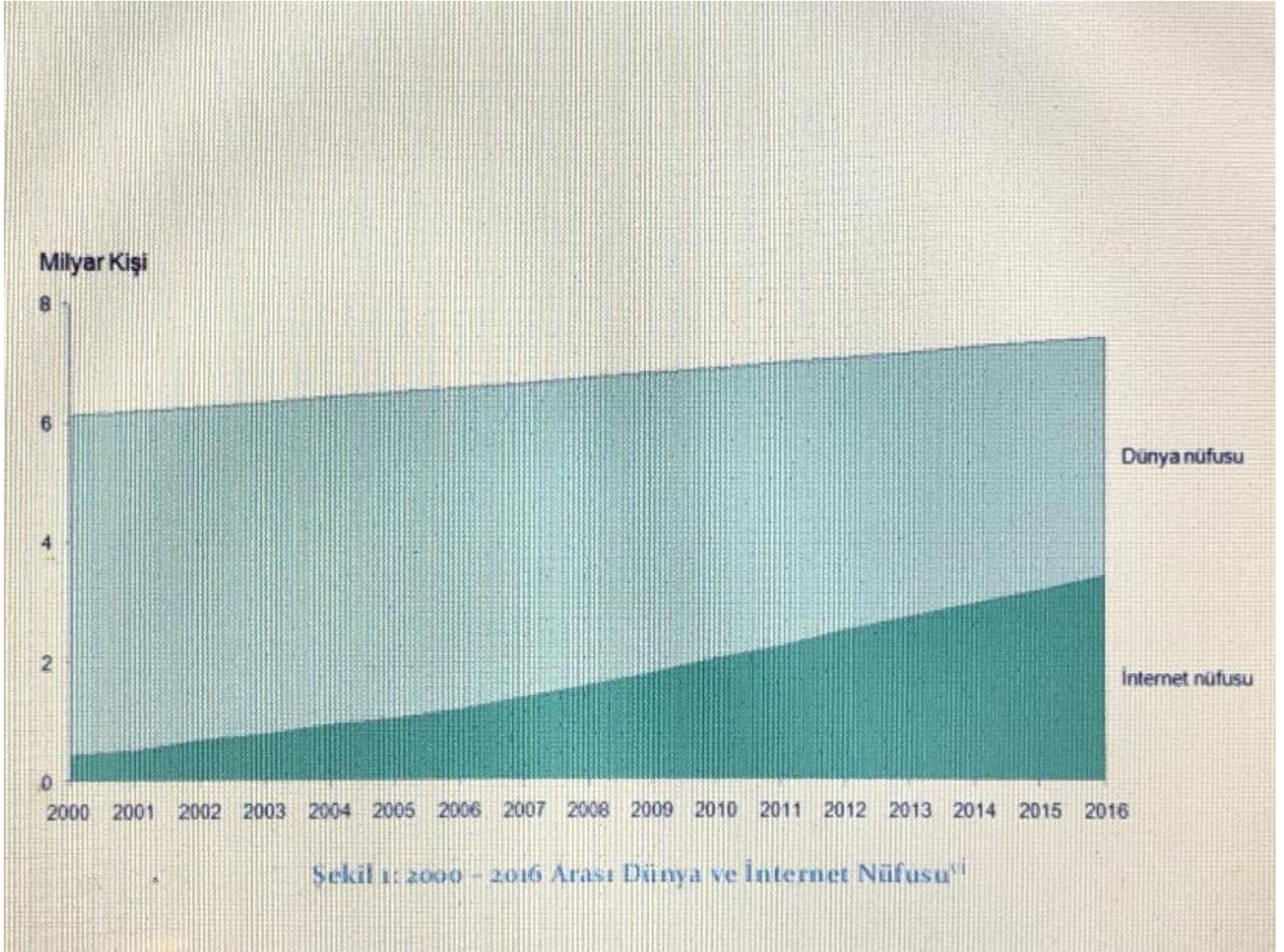


## E-Ticarette Kullanıcı Başına Ort Gelir



The average revenue per user (ARPU) in the eCommerce market

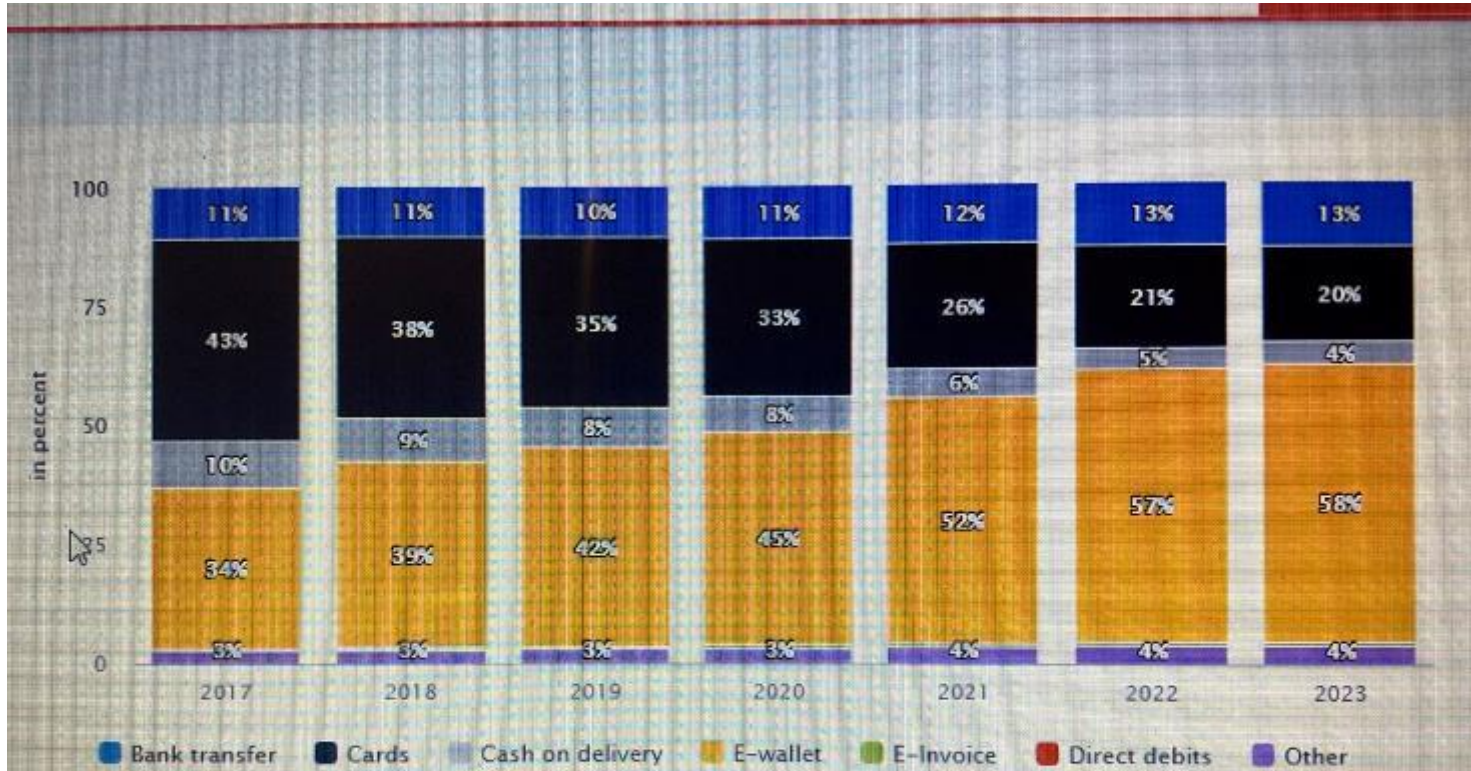
# Dünya Nüfusu ve İnternet Kullanımı



# E-Ticarette Yaş Dağılımı



# E-Ticarette Ödeme Şekli



Source: Statista, October 2018. Selected region only includes countries listed in the Digital Market Outlook.

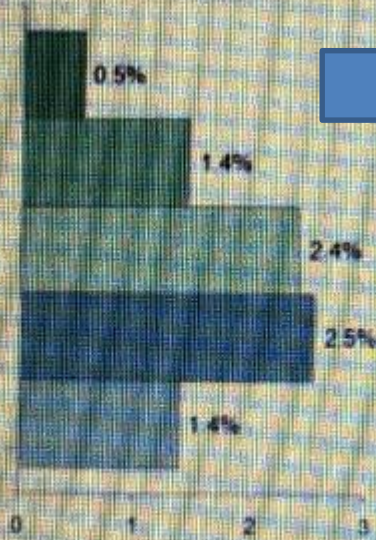
Info



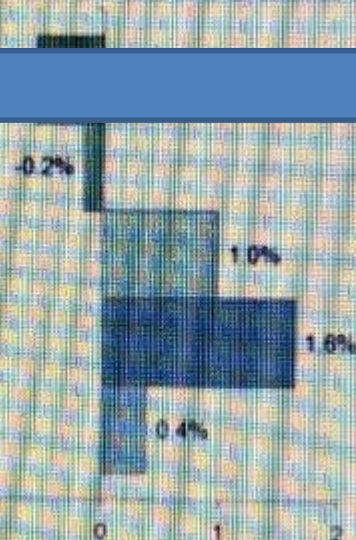
Şekil 2: Bölgelere Göre İnternet Nüfusu ve Penetrasyon <sup>vii</sup>



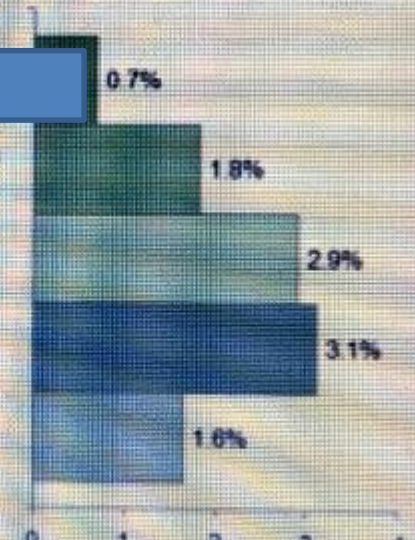
### Dünya



### Gelişmiş Ülkeler



### Gelişmekte Olan Ülkeler

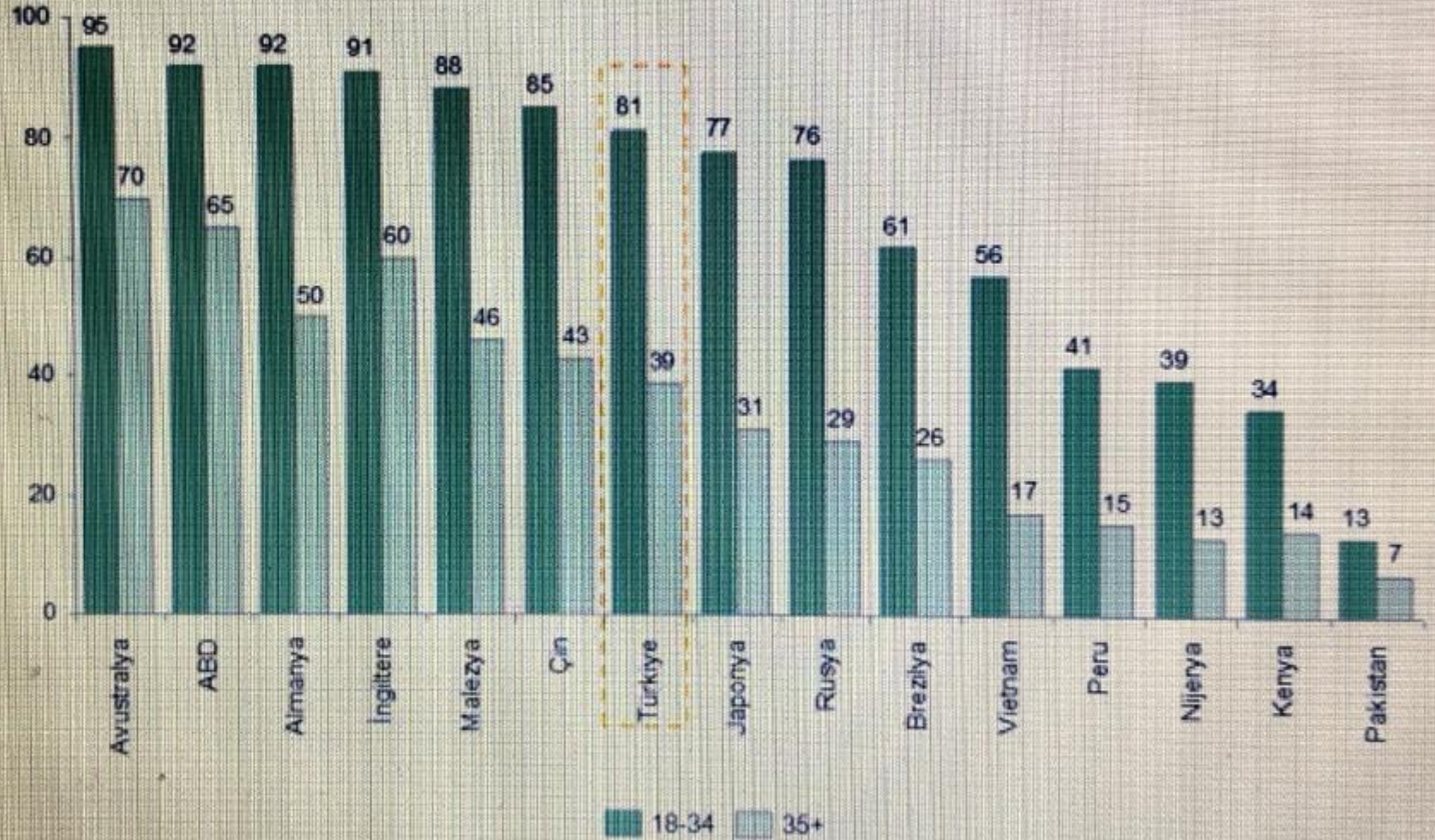


% Büyüme

0-19 20-39 40-59 60+ Toplam

Şekil 3: Bölgelere ve Yaş Gruplarına Göre 1985-2015 Arası Nüfus Artış Oranı<sup>viii</sup>

### Akıllı Telefon Penetrasyonu (%)



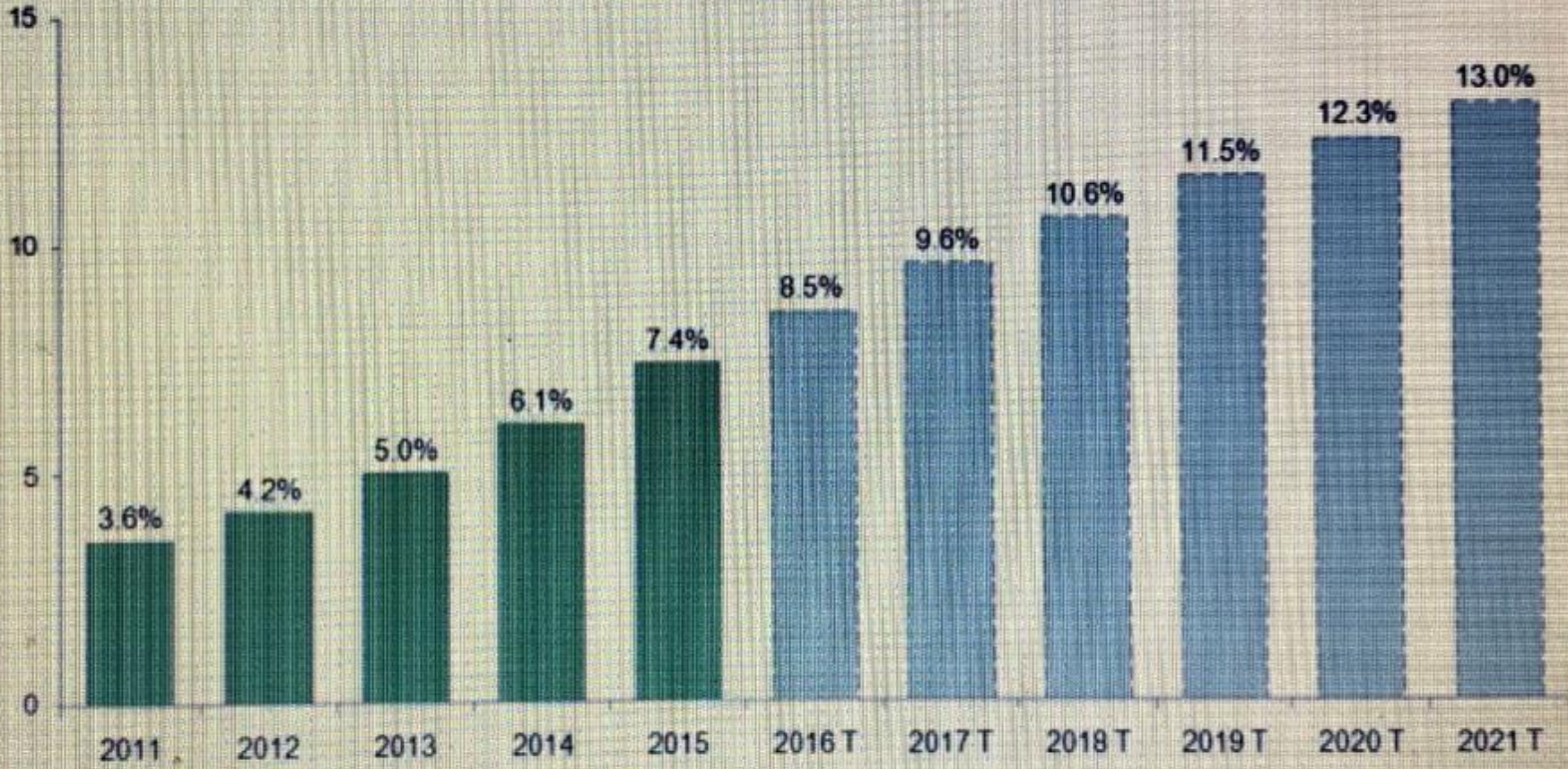
Şekil 4: Yaş Kırılımlarına Göre Smartphone Sahipliği<sup>28</sup>

Hacim, Milyar Dolar



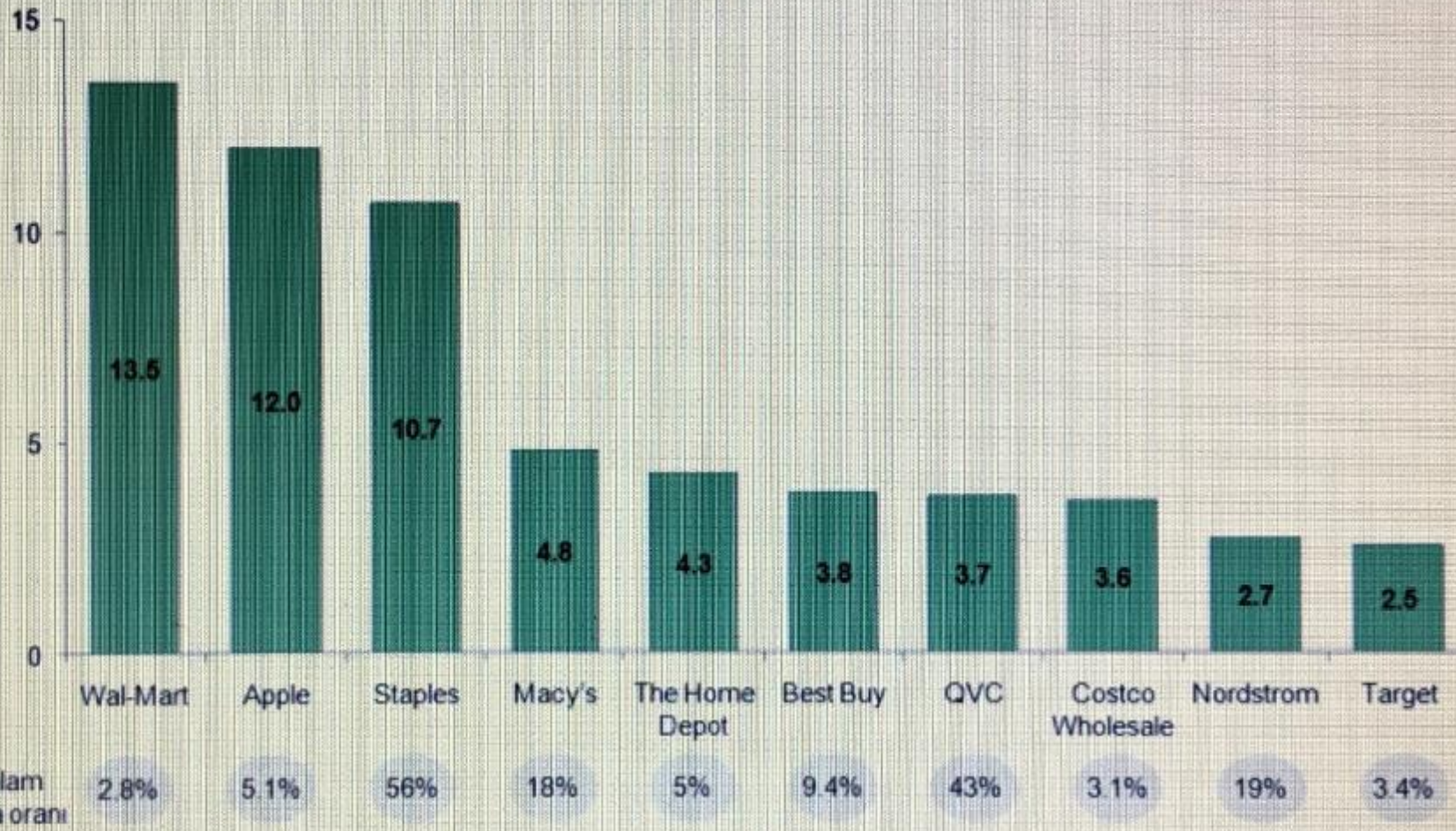
Şekil 5: Dünya E-Ticaret Hacmi Değişimi<sup>1)</sup>

## Dünyada e-ticaretin toplam ticaret içerisindeki payı (%)



Şekil 6: Dünyada E Ticaretin Toplam Ticaret İçerisindeki Payı<sup>11</sup>

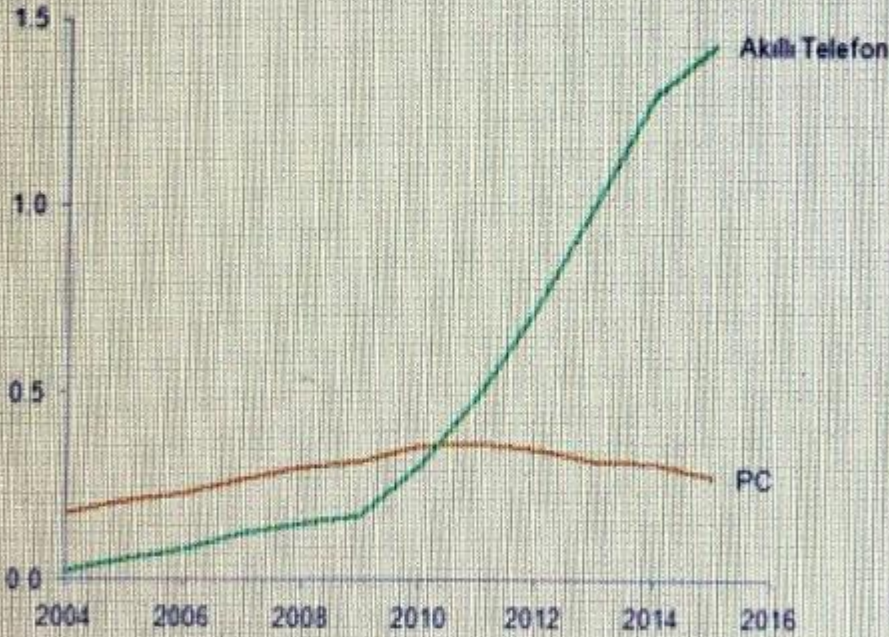
Milyar Dolar



Şekil 7: ABD'deki İlk 10 Perakendecinin E-Ticaret Ciroları<sup>2011</sup>

## Dünyada akıllı telefon ve bilgisayar satışları

Adet, Milyar



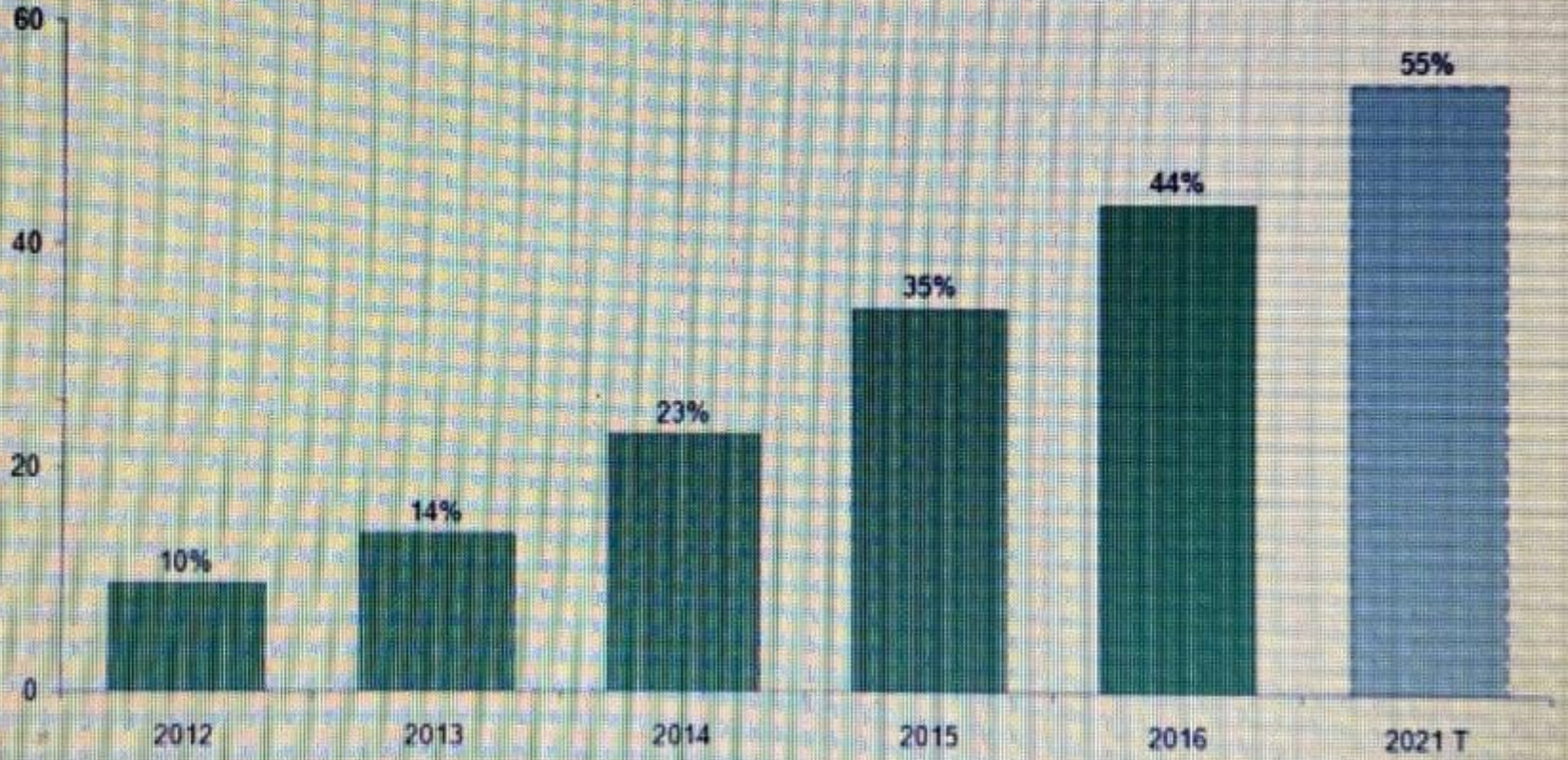
## Fiyatlarına göre akıllı telefon satışları

Toplamdaki oranı (%)



Şekil 8: Dünyada Akıllı Telefon ve PC Satışları <sup>XXII</sup>

**Mobilin e-ticaretteki payı (%)**

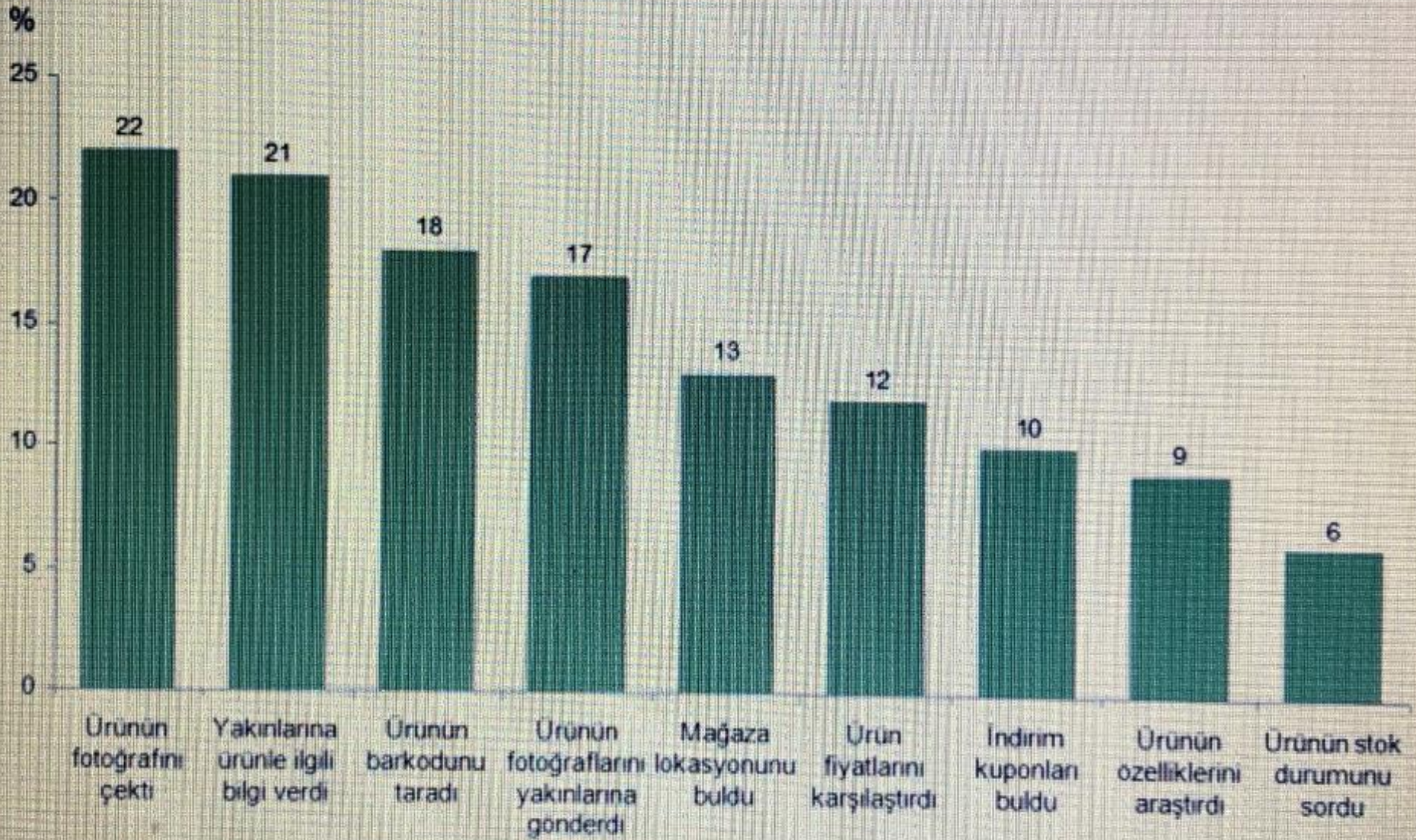


**Şekil 9: Dünya Genelinde Mobilin E-Ticaretteki Payı<sup>XXV</sup>**

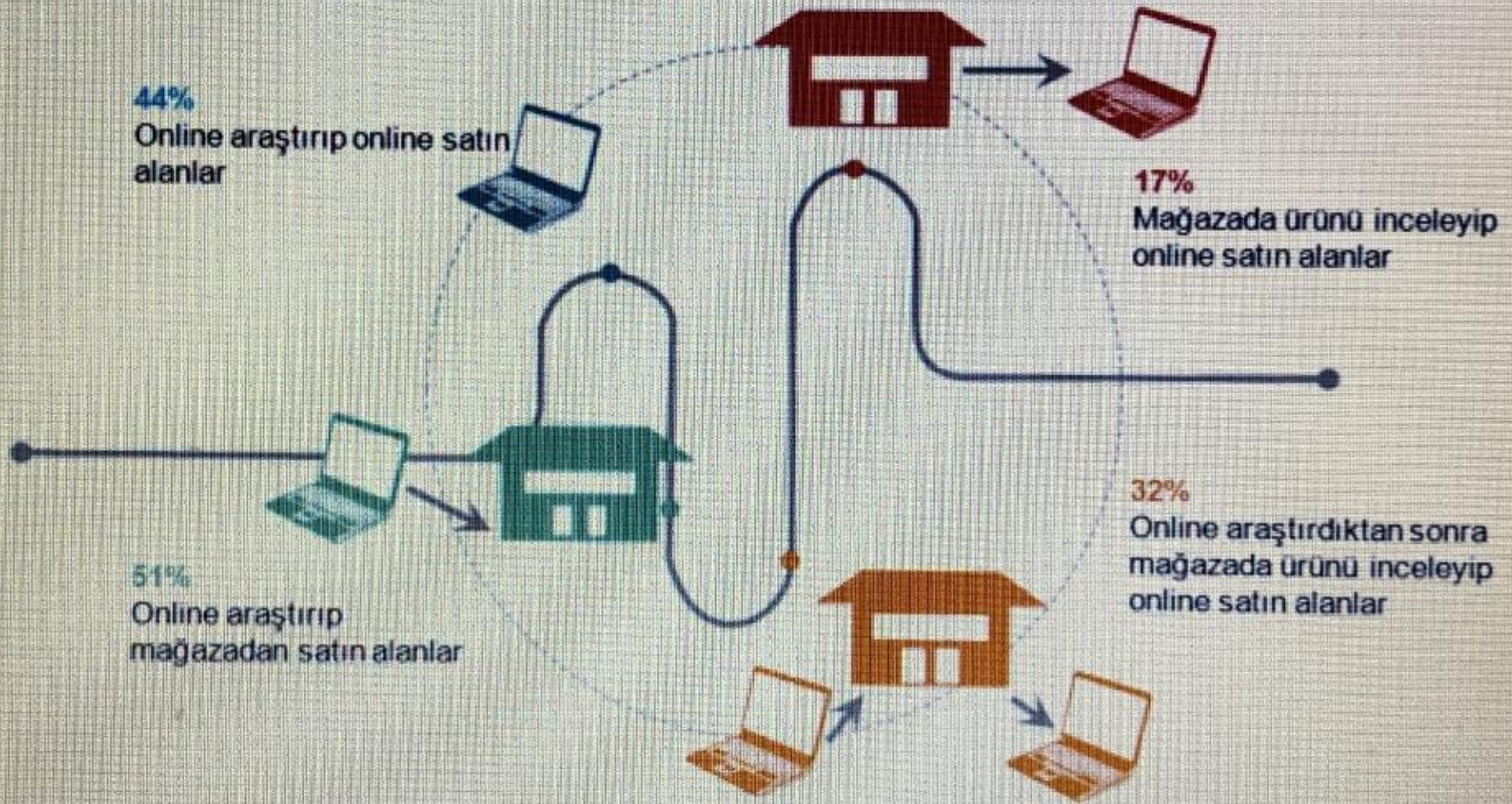


Şekil 10: Yeni Dönem Müşteri Alışveriş Yolculuğu





Sekil 12: Amerikalı Tüketicilerin Mağazalarda Mobil Kullanma Nedenleri <sup>xxviii</sup>



Şekil 13: Ticarete Online ve Offline Kanal Kullanımı<sup>100</sup>

amazon

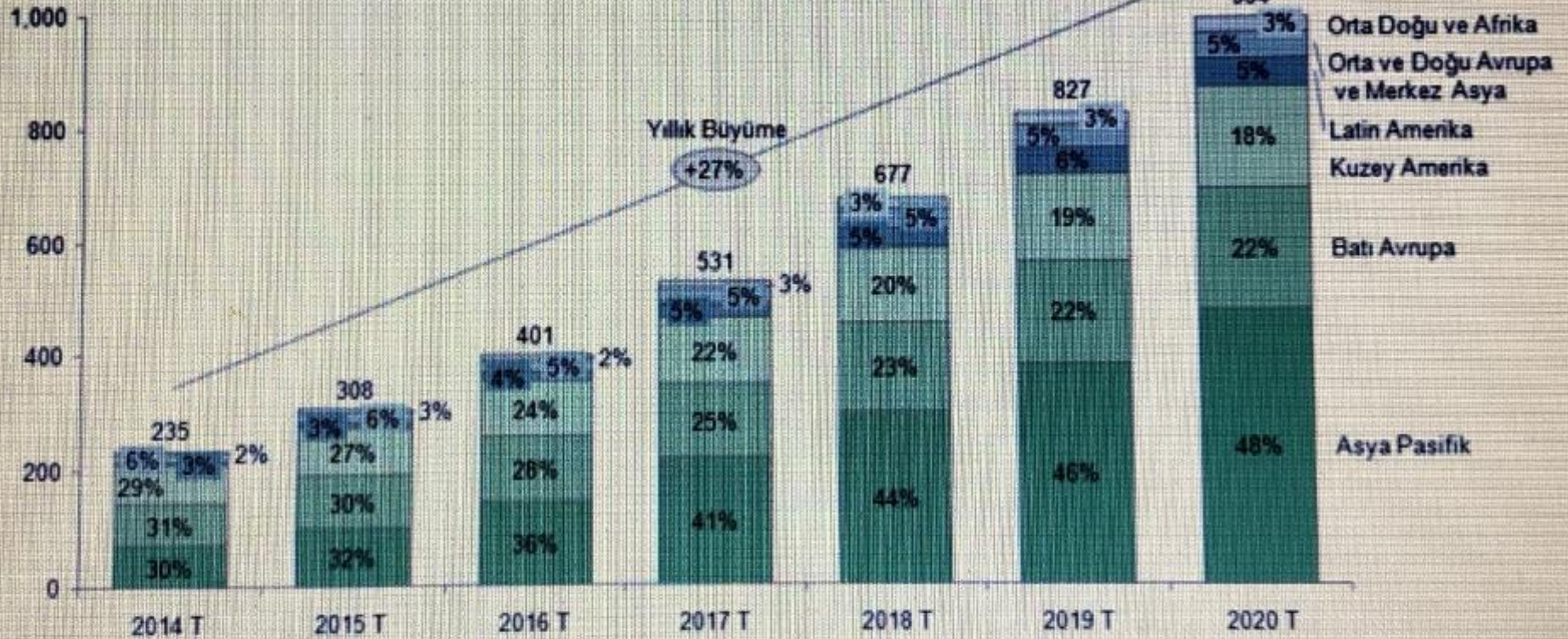
ebay

AllExpress



Şekil 14: Dünyadaki Önemli Pazar Yerleri

Milyar Dolar



Şekil 15: Bölgelere Göre Sınır Ötesi Ticaret Gelişimi<sup>xxxiii</sup>

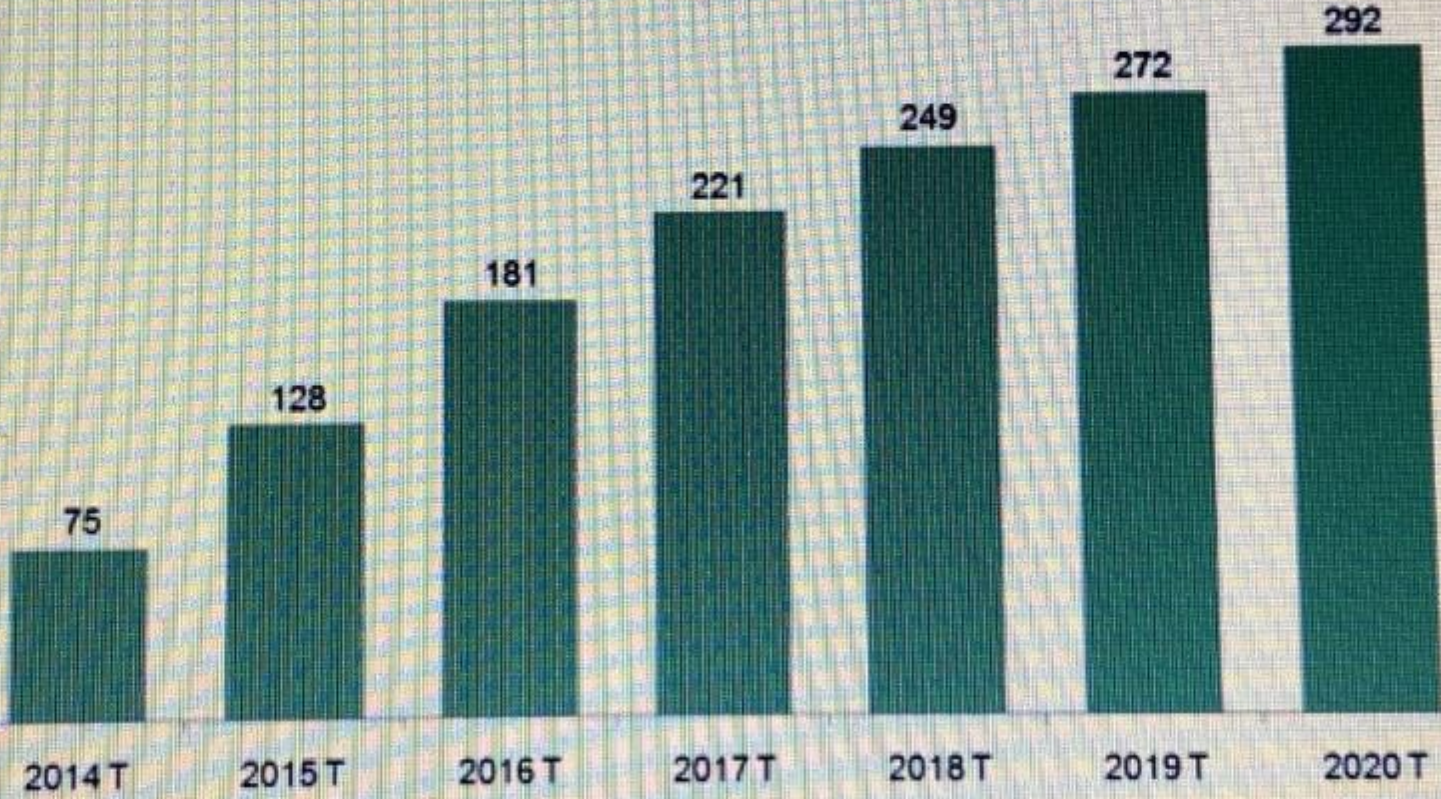
Milyon Kişi

300

200

100

0



řekil 16: Ćin de Sınır Ötesi Ticaret Yapan Tüketici Sayısı

7. Akıllı tedarik yönetimi

8. Aynı gün teslimat ve teslimat noktaları

d

c

5. Fiziksel mağazanın dijitalleşmesi

6. AI – Yapay Zekayla Satış

Satış Sonrası  
Süreç

Ürün ve  
Fiyatlama

d

e



Perakende

Dijital  
Satış

Dijital  
Pazarlama

c

b

1. DaaS (Verinin hizmete dönüşmesi)

2. Dinamik fiyatlandırma

e

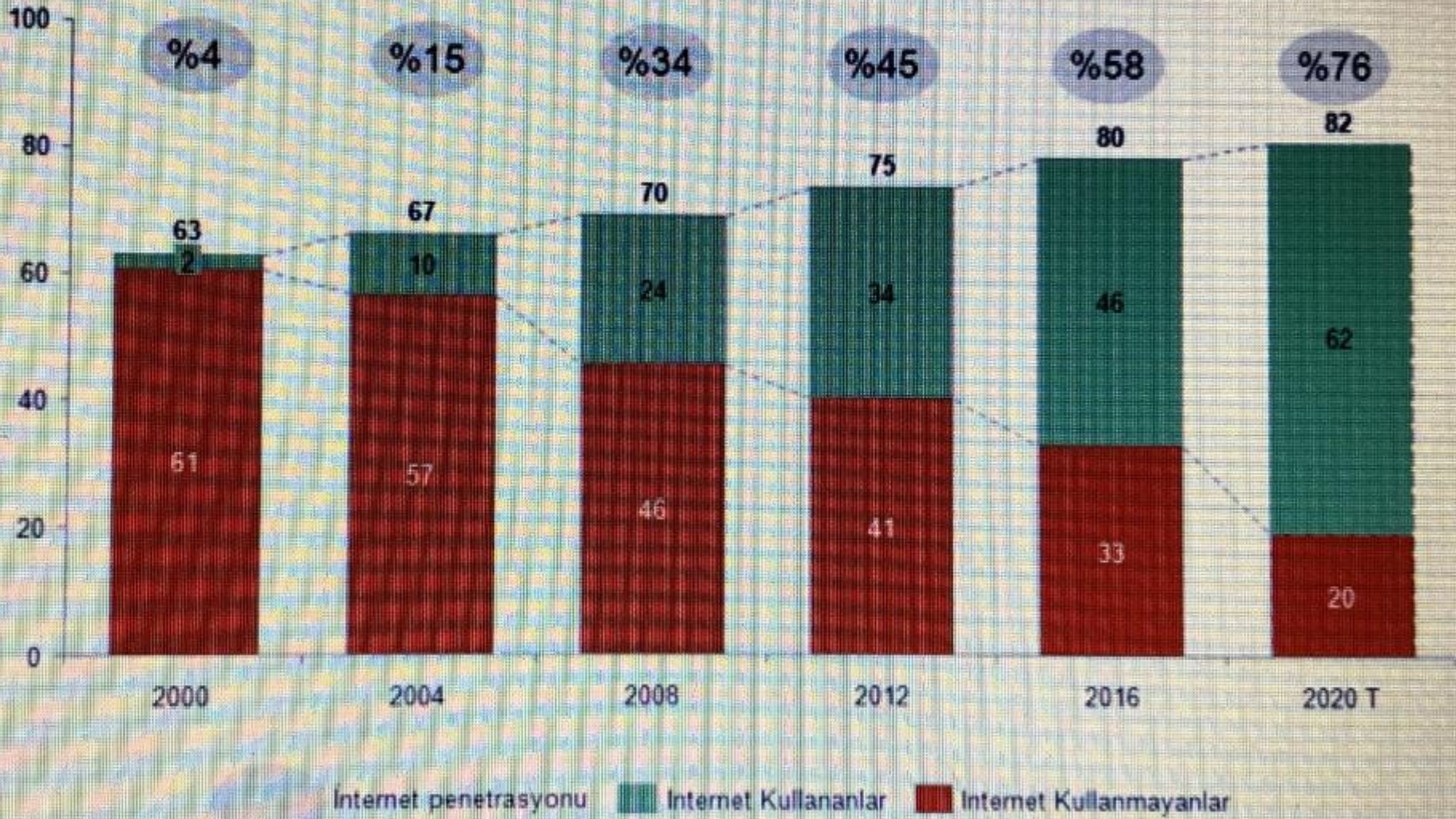
3. Gerçek zamanlı kişiselleştirme

4. Sosyal medya pazarlaması – UGC

b

1. DaaS (Hizmet olarak veri): Online alışveriş yapmadan

Kişi sayısı (Milyon)

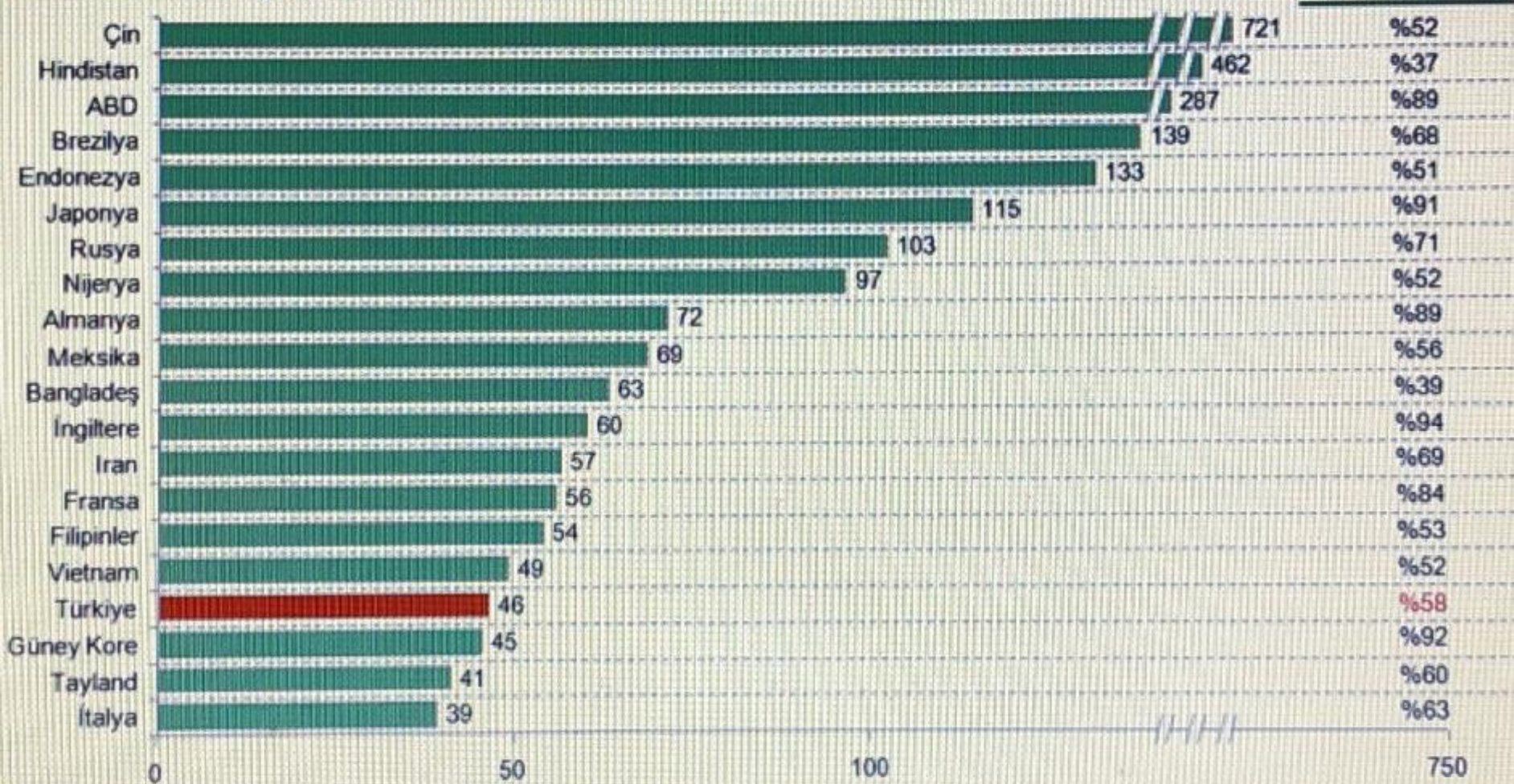


İnternet penetrasyonu İnternet Kullananlar İnternet Kullanmayanlar

Şekil 18: Türkiye İnternet Kullanıcısı Sayıları ve İnternet Penetrasyonu<sup>x li</sup>

## İnternet kullanıcı sayısı (milyon)

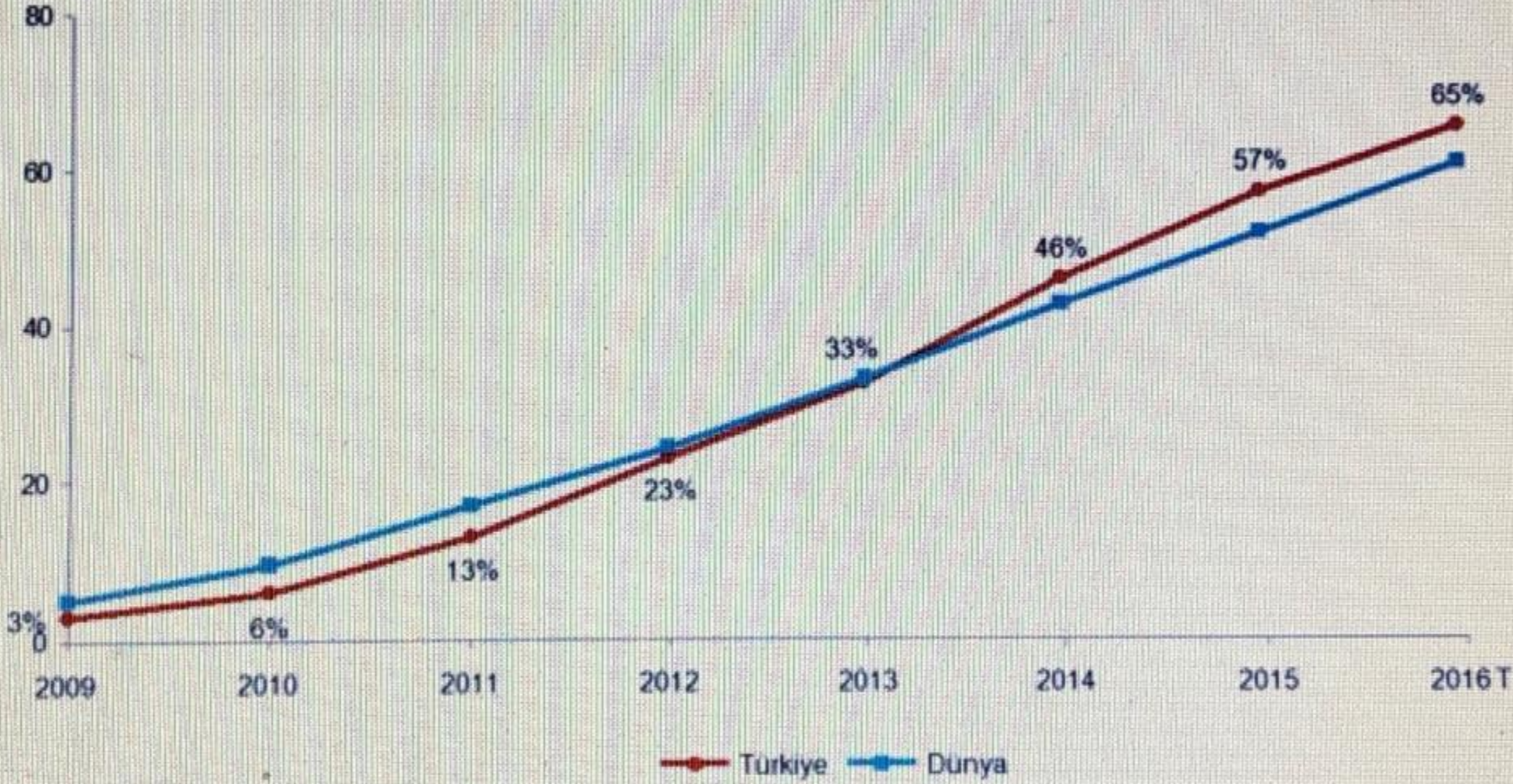
## Penetrasyon



Şekil 19: Ükelere Göre İnternet Kullanıcı Sayısı ve Penetrasyon Karşılaştırması<sup>xlv</sup>

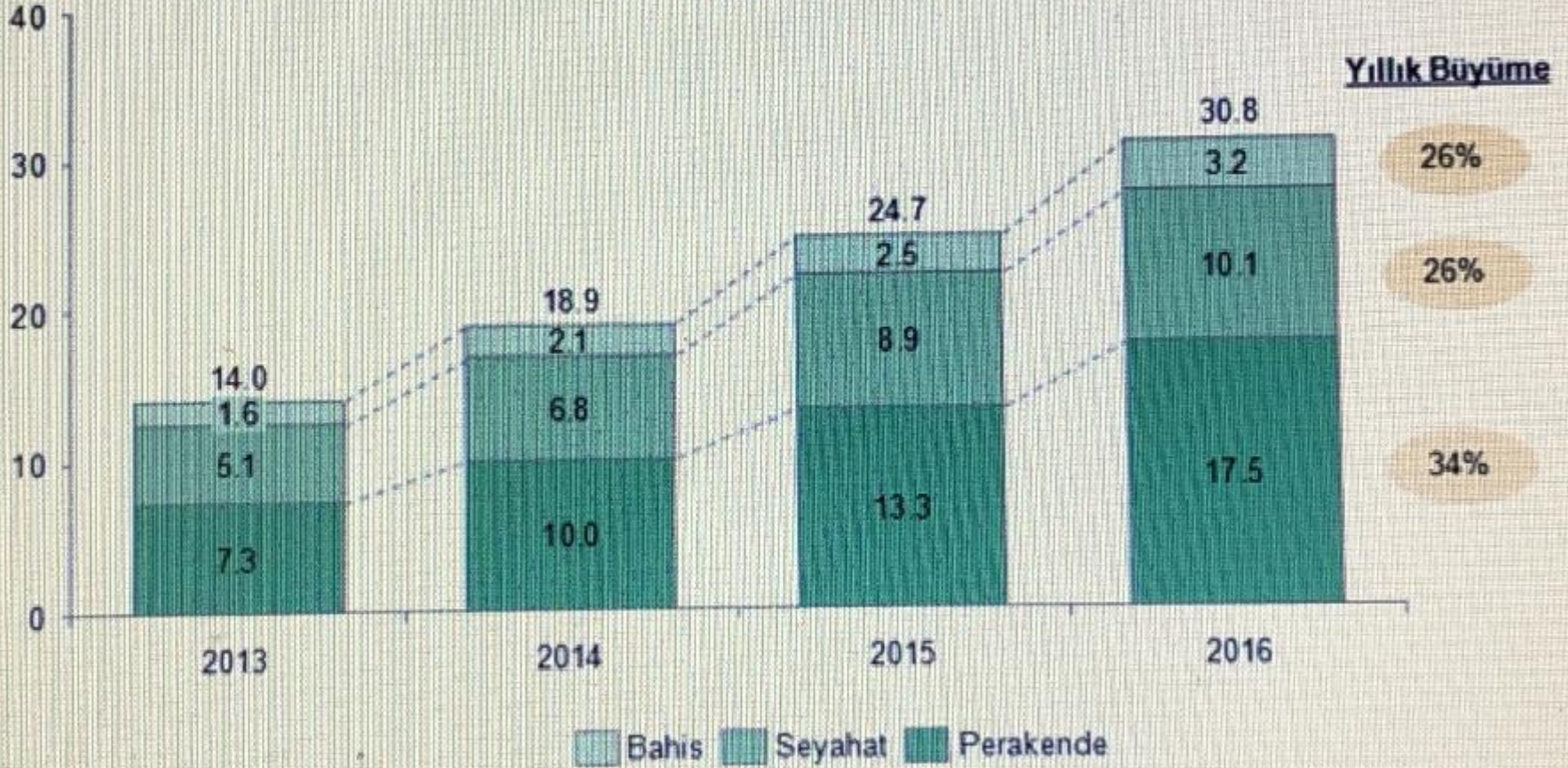


## Akıllı telefon penetrasyonu (%)



Sekil 20: Türkiye ve Dünya Akıllı Telefon Penetrasyonu Trendi<sup>1</sup>

Milyar TL

Şekil 23: Türkiye E-Ticaret Pazarı Hacmi<sup>14</sup>

## E-ticaretin toplam ticaret içerisindeki payı (%)



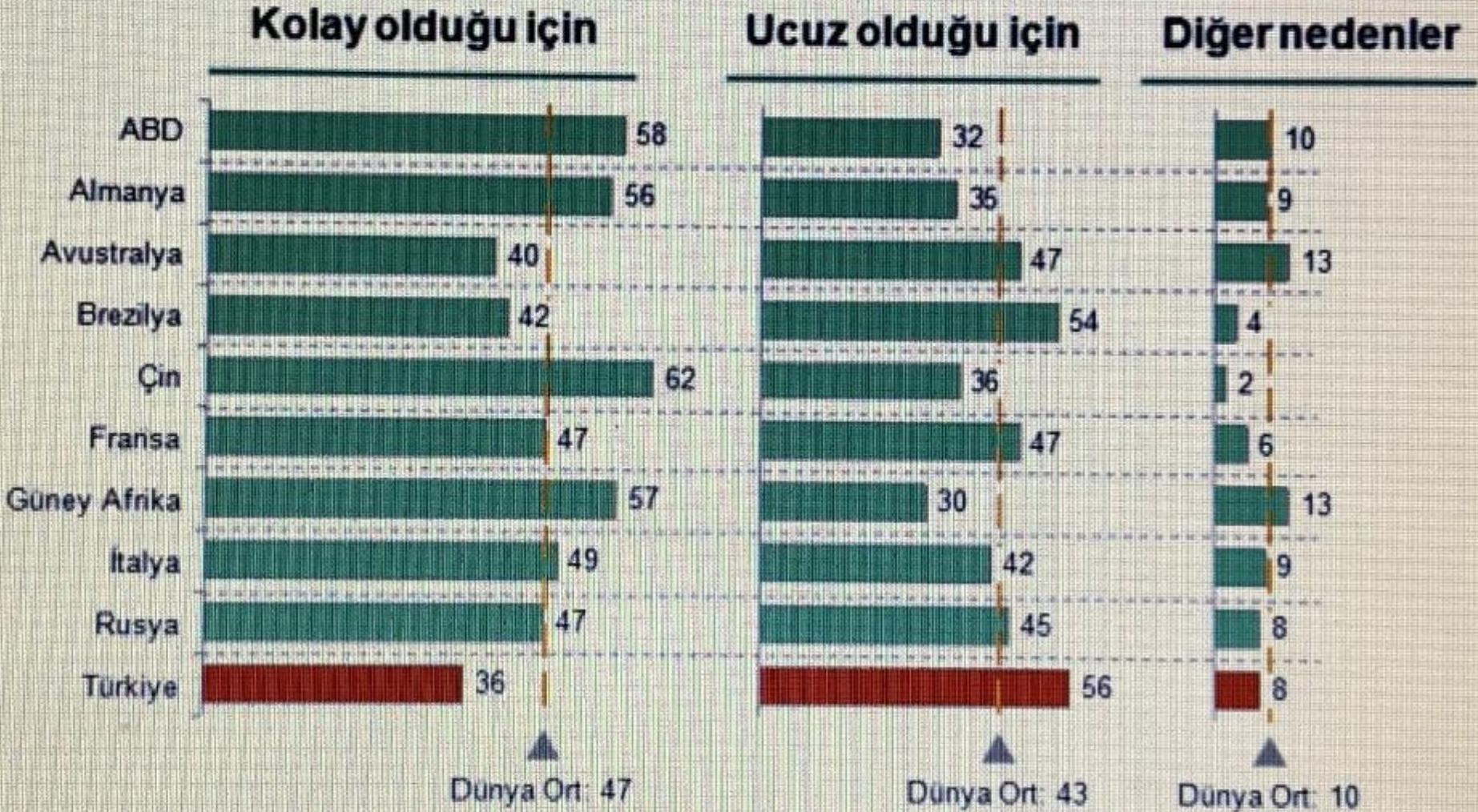
Şekil 22: Ülkelere Göre E-ticaretin Toplam Perakende İçerisindeki Payı<sup>lvii</sup>

## Mobilin e-ticaretteki payı (%)



Şekil 23: Türkiye de Mobilin E-Ticaretteki Payı<sup>15i</sup>

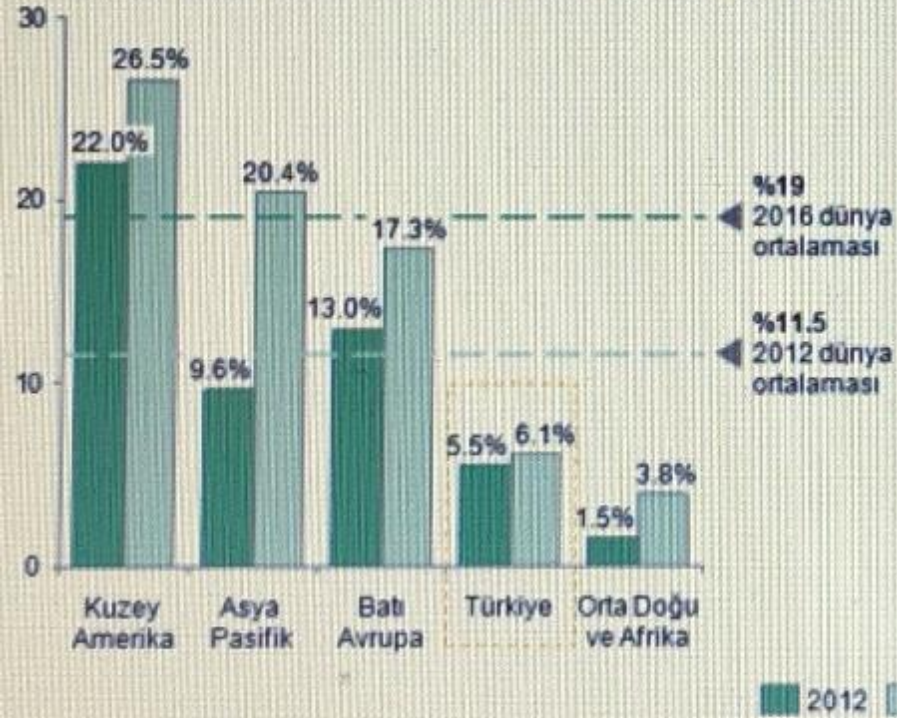
## Online alışverişi tercih etme nedenleri



Şekil 24: Farklı Ülkelerdeki Tüketicilerin Online Alışverişi Tercih Etme Nedenleri

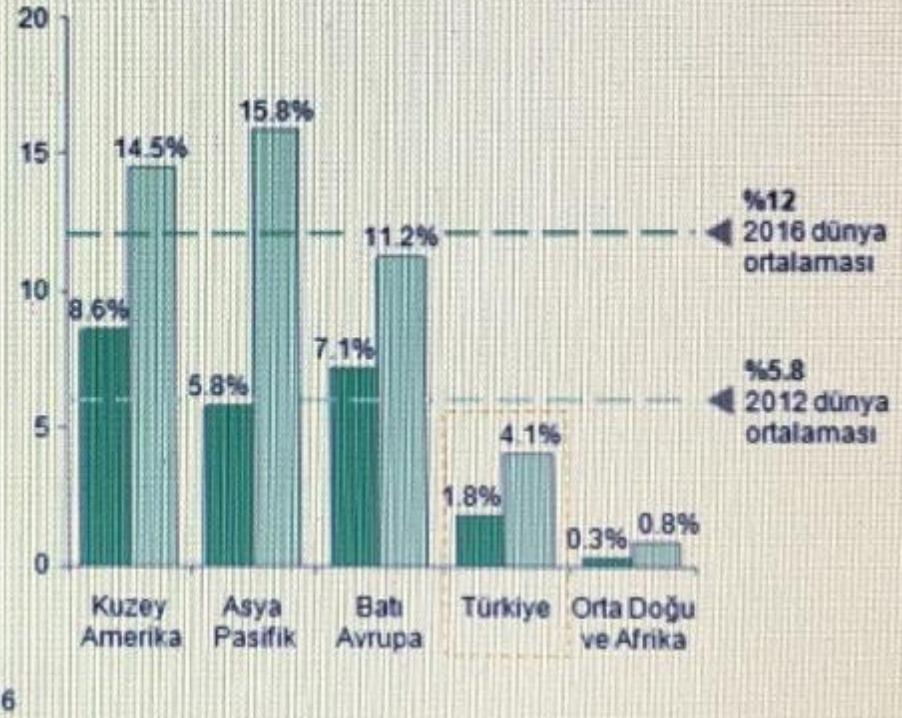
## Tüketici Elektronikleri

E-ticaretin toplam tüketici elektronikleri içerisindeki payı (%)



## Tekstil (Giyim ve Ayakkabı)

E-ticaretin toplam tekstil içerisindeki payı (%)

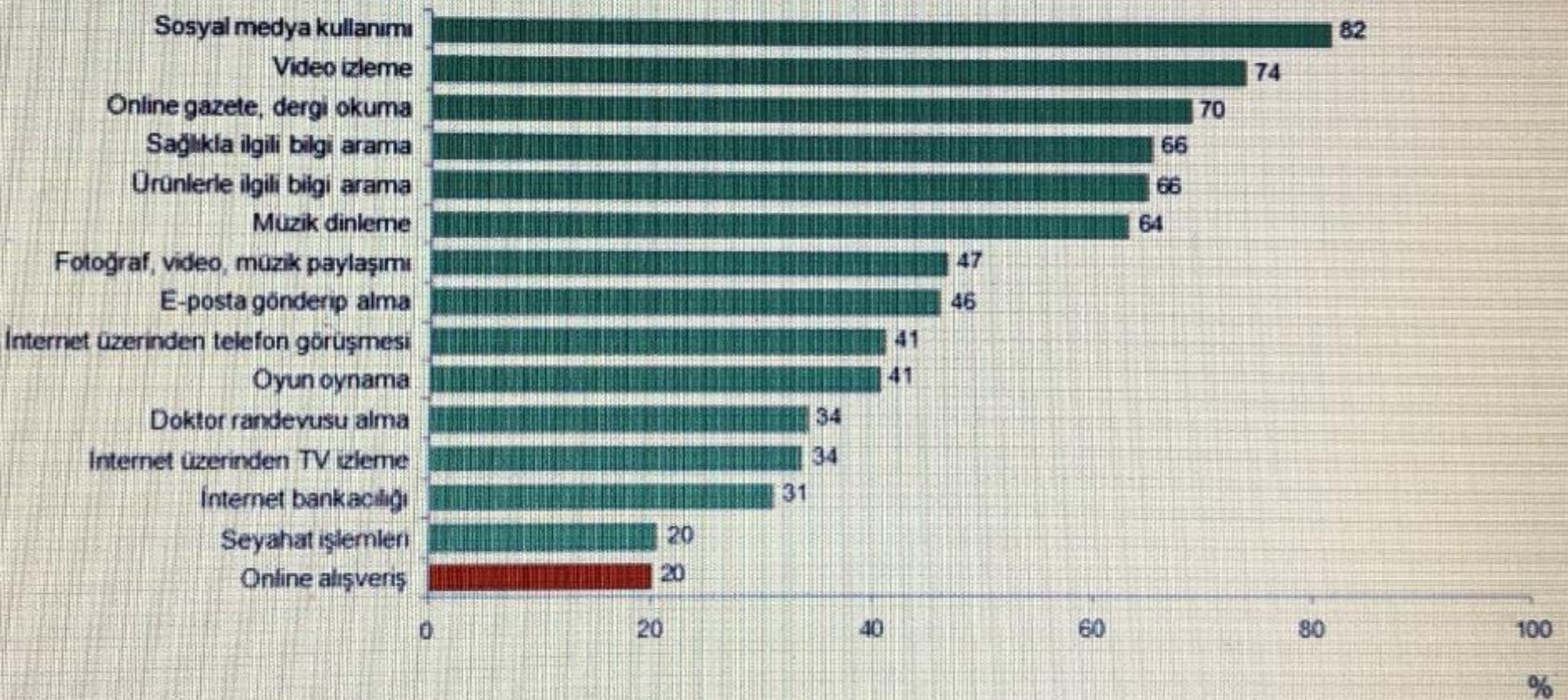


Şekil 25: Tüketici Elektronikleri ve Tekstil Kategorilerinin Bölge Bazlı Karşılaştırması<sup>lxv</sup>

|                                      | E-Ticaret'teki Payı | Toplam Perakende Hacmi Payı | Perakende İstihdamı Payı |
|--------------------------------------|---------------------|-----------------------------|--------------------------|
| Sadece Online Olan Perakendeciler    | ~%70                | ~%3                         | <%1                      |
| Klasik Perakende                     |                     | ~%97                        | >%99                     |
| Mega ve Büyük Perakendeciler         | ~%30                | %73                         | %19                      |
| Küçük ve Orta Ölçekli Perakendeciler |                     | %24                         | %81                      |

**Türkiye'deki perakende sektörü cirosunun yaklaşık %97'sini, sektörün istihdamının ise neredeyse tamamını sağlayan klasik perakendeciler, halihazırda küçük olan e-ticaret pastasından sadece ~%30 pay almaktadırlar. E-ticaretin büyümesi için bir sonraki sıçrama buradan gelmelidir.**

Tablo 1: Türkiye E-Ticaret Pazarında Oyuncuların Payları



Şekil 26: Türkiye’de İnternet Kullanıcılarının İnterneti Kullanma Nedenleri<sup>333</sup>





Şekil 27: Online Alışverişte En Çok Şikayete Neden Olan 8 Konu<sup>xxx</sup>

## Değerlendirilmesi Gereken Konular

## Alt Başlıklar

1 Sektör ve idari yapı arasında etkin iletişim

- Sektör ve idari yapı arası iletişim ve koordinasyon
- Raporlama ve performans takibi

2 Algı ve dijital okuryazarlığın artırılması

- İnternet kullanmayan kitle (tüketiciler ve işletmeler)
- İnternet kullanmasına rağmen e-ticaret faaliyeti olmayan veya sınırlı olan kitle

3 Perakendecilerin e-ticaret ekosistemine daha fazla dahil olması

- Mega ve büyük ölçekli perakendeciler
- KOBİ'ler

4 Teknik altyapının iyileştirilmesi

- İnternet erişimi
- Lojistik ve operasyonel hizmetler
- Ödeme sistemleri

5 Mevzuatın sektörü destekleyecek şekilde düzenlenmesi

- Yeni e-ticaret kanunu
- Farklı düzenleme alanları ve anlaşmazlıkların çözülmesi

**Sektör Temsilcileri ve İdari Yapı Arasında Etkin İletişim Sağlanması**



Şekil 28: İnternette Alışveriş Yapmama Nedenleri<sup>xxxxii</sup>

## ALINABİLECEK AKSİYON ÖNERİLERİ

İnternet kullanmasına rağmen online alışveriş yapmayan ya da çok sınırlı yapan kitle için;

- Tüm paydaşların (kamu, sektör oyuncuları, bankalar, lojistik şirketleri vb.) katılımı ile Türkiye genelinde e-ticareti tetikleyecek bir kampanya başlatılabilir.
- Güven algısının iyileşmesi için, örneğin e-ticaret sitelerinin iade sürecinin, bankaların kredi kartı harcama itirazı süreçlerinin kolaylığını tüketiciye daha net anlatması sağlanabilir.
- E-ticaretin güvenli olduğuna dair kamu spotları yayınlanabilir.

Henüz hiç internet kullanmamış kitle için;

- Kamu desteği ile "her eve internet" gibi ülke çapında geniş bir hareket başlatılabilir.
- Servis sağlayıcıları, belediyeler ve devlet desteği ile şehir merkezleri ve toplu taşıma araçlarında ücretsiz internet hizmeti sağlanabilir. Örneğin, Gaziantep Belediyesi şu an bu uygulamayı akıllı şehir projesi ile hayata geçirmiştir.
- Belli müşteri grupları için akıllı telefon ve mobil internet paketleri üzerindeki ÖTV oranları düşürülebilir.
- Özel sektör oyuncuları bilgi ve bilinç düzeyinin artırılması konusunda sosyal sorumluluk projeleri düzenleyebilir. Bu projeler devlet tarafından desteklenebilir.

Uzun vadede ise, tüketici, işletme ve kamu nezdinde farkındalık yükseltmeye yönelik çalışmalarla dijital okuryazarlığın artırılması, algının iyileştirilmesi ve e-ticaretin müşteri, ekonomi ve devlete olan katkısının anlatılması sağlanabilir.

4.1 Dijital ađ tasarımı ve tedarik zinciri

4.2 Depo, ikmal ve dağıtım merkezlerinin dijitalleşmesi

4.3 Teslimat sürecinin optimizasyonu

4.4 Dijitalleşmiş iade süreci

4.5 Dijital müşteri hizmetleri

Satış  
Sonrası  
Süreç

Ürün ve  
Fiyatlama

Dijital  
Satış

Dijital  
Pazarlama

perakende

3.1 Mağazada dijitalleşme ve optimizasyon

3.2 Gelişmiş müşteri deneyimi

3.3 Online kanalın içerik ve yetkinliği

3.4 Kanallar arası işlem geçişi

1.1 Kategori stratejisi

1.2 Dinamik kapasite yönetimi

1.3 Özel etiketli ürünler

1.4 Kişiselleştirilmiş promosyonlar

1.5 Dinamik fiyatlandırma

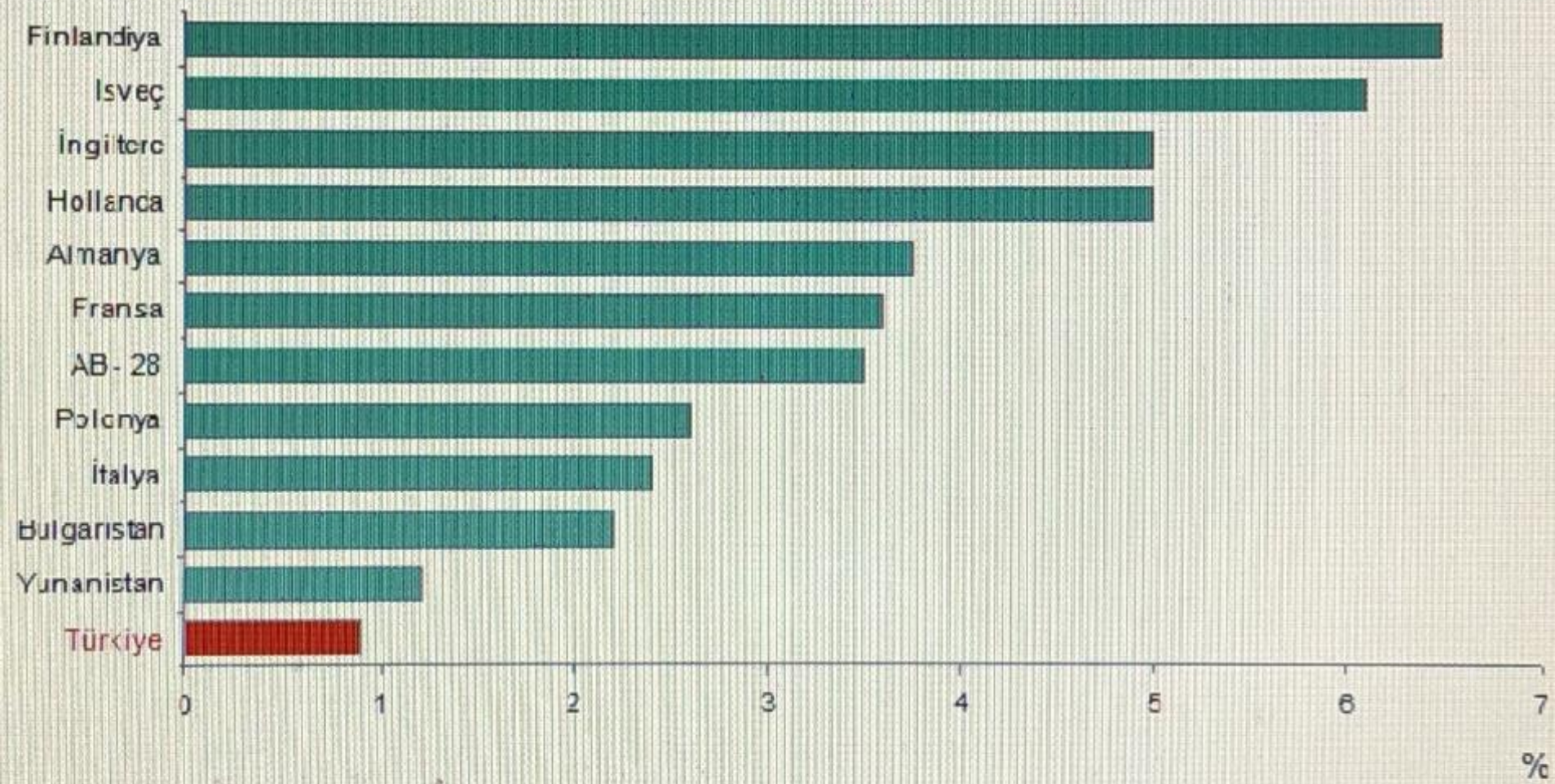
2.1 Dijital reklam

2.2 Sosyal pazarlama

2.3 CRM ve müşteri bağlılık yönetimi

2.4 Omnichannel yol haritası

Sekil 29: BCG Dijitalleşme Çerçevesi



**Şekil 30: Bilgi Teknolojileri Uzmanlarının Toplam İşgücüne Oranı**

## *E-Ticaret Farklı Lojistik Yetkinlikler Gerektiriyor*

İnternette ürün satışı yapmak e-ticaret için yeterli değildir, işletmelerin başarılı ve sürdürülebilir e-ticaret faaliyetleri için lojistik süreçlerini de geleneksel süreçlerden farklılaştırması gerekmektedir. Klasik perakendede talep daha stabil ve tahmin edilebilir olduğundan, tedarik ve dağıtım süreçleri de benzer şekilde önceden planlanmış bir takvim dahilinde yürütülebilmektedir. E-ticarette ise talep değişkendir, teslimat tek bir noktadaki perakendeciye değil farklı noktalardaki binlerce müşteriye yapılmaktadır, bu nedenle hız ve takip edilebilirlik çok önemlidir. Klasik perakende ve e-ticaret lojistik süreçlerindeki temel farkı gösteren tablo aşağıdaki gibidir:

| Aktivite         | Klasik Perakende              | E-Ticaret                 |
|------------------|-------------------------------|---------------------------|
| Sipariş          | Tahmin edilebilir             | Değişken                  |
| Sipariş Sıklığı  | Haftalık                      | Günlük/Saatlik            |
| Teslimat         | Distribütör, Bayi, Mağaza     | Müşteri                   |
| İkmal            | Planlı                        | Gerçek zamanlı            |
| Dağıtım Modeli   | Arza bağlı                    | Talebe bağlı              |
| Talep            | Stabil                        | Değişken                  |
| Gönderim Tipi    | Tek seferde büyük gönderimler | Küçük ölçekli gönderimler |
| Alıcılar         | Belli yerlerde                | Dağınık                   |
| Depo Düzenlemesi | Haftalık ya da aylık          | Sürekli değişen           |

**Şekil 31: Klasik Perakende ve E-Ticaret Lojistik Süreçler Temel Farkları**

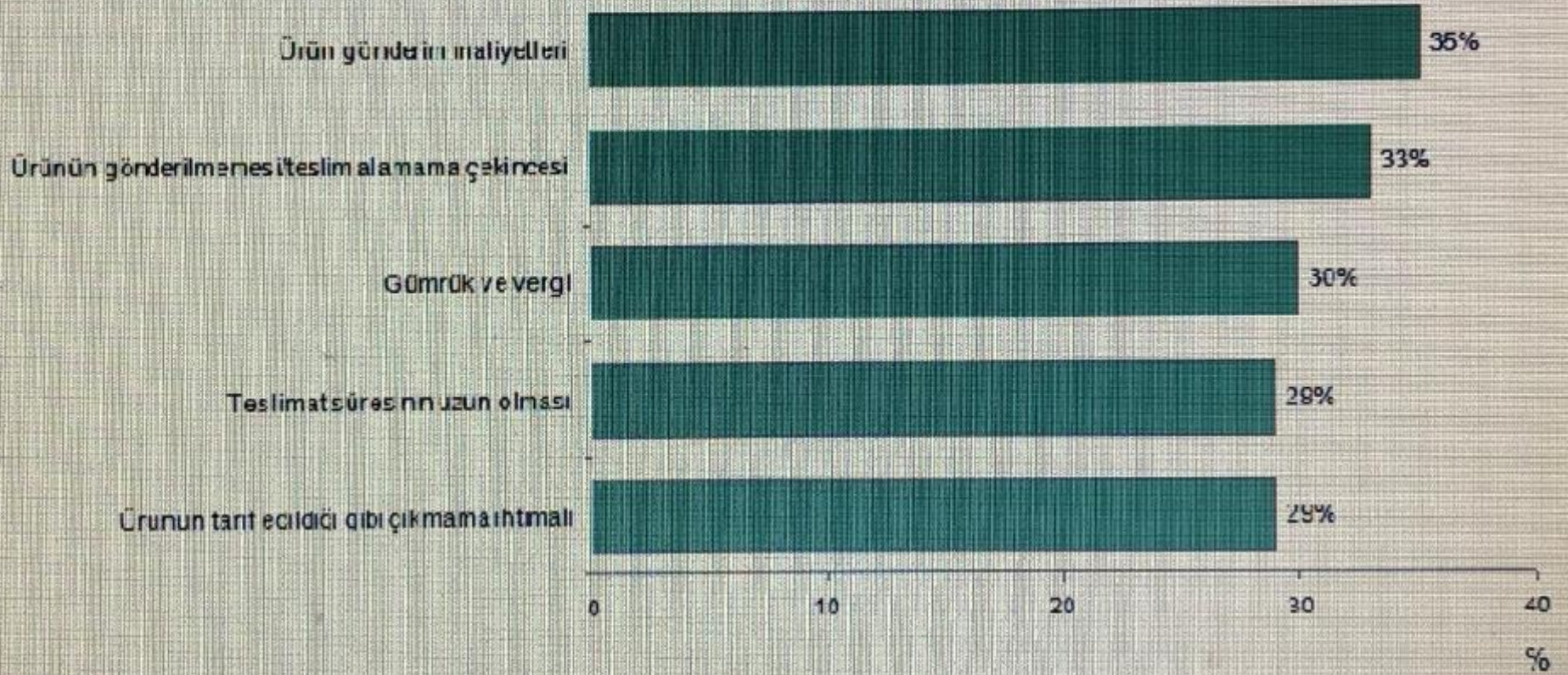
Teslimat süreçlerinin iyileştirilebilmesi için aşağıdaki birkaç örnek inisiyatifin uygulanabileceği düşünülmektedir:

- İade süreçleri basitleştirilmeli, tüketicilere zorluk çıkarmayacak şekilde koşulsuz ve ücretsiz iade süreçleri işletilmelidir. Hasarlı ürünler için anında iade gibi tüketicide güven oluşturacak iade süreçleri tasarlanmalı, lojistik ve operasyonel süreçlere de standartlar getirilmelidir.
- Yurtdışında büyük bir hızla yaygınlaşmaya başlayan, aynı gün teslimat, teslimat noktaları vb. uygulamalar hayata geçirilmelidir.
- Satışlar üzerindeki etkisi dikkate alındığında, ücretsiz teslimat e-ticaret şirketleri tarafından bir değer önerisi olarak müşteriye sunulmalıdır.
- Tüketicilerin satış sonrası kargolarının durumunu eş zamanlı olarak takip edebilmeleri sağlanmalıdır.



Sektörün ödeme fazının daha da kusursuz işlemesi ve güven algısının oluşması için:

- Güçlü şifreleme yöntemleri (TLS, web sertifika kullanımı vb.) ve 3-D secure onaylama süreçleri yaygınlaştırılmalı ve ödeme süreçlerine de standartlar getirilmelidir.
- Kredi kartı ile ödeme yapmak istemeyen müşteriler için alternatif ödeme sistemleri çeşitlendirilmeli ve ön plana çıkarılmalıdır. Ayrıca, kapıda ödeme yöntemi de bir alternatif olarak değerlendirilmelidir.
- Kredi kartlarının harcama itiraz süreçleri ve kuralları ile ilgili tüketiciler daha net bilgilendirilmelidir.
- E-ihracatı desteklemek amacıyla mevcut ödeme sistemlerinin global ödeme geçitlerine entegrasyonunu artırılmalıdır.



Şekil 32: E-İhracatın Önündeki Engeller

Sınır ötesi ticaretin artması için alıcı ve satıcıları buluşturan platformlar ve bu platformlara üyelikler yaygınlaşmalıdır. Sektörün yaşadığı mevcut sorunlar da dikkate alındığında, aşağıdaki ilave aksiyonlarla e-ihracatın desteklenebileceği düşünülmektedir.

- İade ve gümrük süreçlerinin kolaylaştırılması ve bu süreçlerin maliyetlerinin düşürülmesi sağlanabilir. Ürün iadeleri için lojistik merkezler oluşturulabilir.
- Gümrük düzenlemeleri, kısa/orta/uzun vadede hem Türk üreticileri koruyacak hem de sınır ötesi ticaret ve ihracatı destekleyecek şekilde revize edilebilir.
- E-ihracat faaliyetlerine başlamak isteyen gerek küçük gerekse büyük ölçekli perakendecilerin desteklenmesi için geri ödemeli ya da ödemesiz teşvik paketleri hazırlanarak, süreli ve süresiz vergi indirimlerinden faydalanmaları sağlanabilir.
- Özellikle KOBİ'lerin Alibaba, Ebay, Amazon gibi uluslararası pazar yerleri aracılığı ile ürünlerini yeni pazarlara ulaştırması desteklenebilir.
- Alibaba, Amazon, Ebay vb. dev firmalarla yarışılabilmesi adına kargo ve uluslararası taşımacılık ücretleri düşürülebilir ve/veya sübvansede edilebilir, gönderilere yansıtılan evrensel posta hizmet payı kaldırılabilir.
- E-ihracatı artırmak için karşılıklı ticaret potansiyeli yüksek olan ülkeler ile iş birlikleri yapılarak, Türkiye'deki perakendeciler ve KOBİ'ler için yeni fırsatlar yaratılabilir.
- E-ihracat rakamlarının düzenli ve detaylı bir şekilde raporlanması sağlanarak, ülke ve firma bazlı teşvikler sağlanabilir, KDV indirimleri temin edilebilir.
- ETGB'nin kapsamı karayolu taşımacılığı ile genişletilebilir.

## Top 25 U.S. E-commerce Retailers

(ranked by annual sales)

| Company:                | E-commerce Sales<br>(In U.S. millions): | E-commerce Share<br>of Total Sales: |
|-------------------------|---|-------------------------------------|
| 1. Amazon.com           | \$79,268                                | 74.1%                               |
| 2. Wal-Mart Stores Inc. | \$13,484                                | 2.8%                                |
| 3. Apple                | \$12,000                                | 5.1%                                |
| 4. Staples              | \$10,700                                | 55.5%                               |
| 5. Macy's               | \$4,829                                 | 17.5%                               |
| 6. The Home Depot       | \$4,267                                 | 5.0%                                |
| 7. Best Buy             | \$3,780                                 | 9.4%                                |
| 8. QVC                  | \$3,722                                 | 42.7%                               |
| 9. Costco Wholesale     | \$3,618                                 | 3.1%                                |
| 10. Nordstrom           | \$2,699                                 | 18.9%                               |
| 11. Target              | \$2,524                                 | 3.4%                                |
| 12. Gap Inc.            | \$2,519                                 | 15.6%                               |

|                     |         |        |
|---------------------|---------|--------|
| 13. Williams-Sonoma | \$2,501 | 50.7%  |
| 14. Kohl's          | \$2,367 | 12.4%  |
| 15. Sears Holdings  | \$2,057 | 7.9%   |
| 16. Wayfair         | \$1,919 | 100.0% |
| 17. Walgreens       | \$1,883 | 1.7%   |
| 18. L Brands        | \$1,816 | 15.4%  |
| 19. HSN             | \$1,810 | 49.2%  |
| 20. Groupon         | \$1,747 | 56.0%  |

# Türkiye'de yatırım alan e-Ticaret girişimleri

| e-Ticaret Sitesi | Yatırımcı                    | Yatırım Tutarı  |
|------------------|------------------------------|-----------------|
| GittiGidiyor.com | eBay                         | 217,5 milyon \$ |
| Markafoni.com    | Naspers                      | 200 milyon \$   |
| Yemeksepeti.com  | General Atlantic             | 44 milyon \$    |
| Maçkolik         | Perform Group                | 40,8 milyon \$  |
| Trendyol.com     | Tiger Global/Treiner Perkins | 26 milyon \$    |
| Unnado.com       | iLab Ventures                | 2 milyon \$     |

# e-Ticaret Yatırımı Nedenleri

## Firmaların İnternet Yolu ile Pazarlama Faaliyetlerinde Bulunma Nedenleri



**Maliyetlerimizi düşürmek için,  
Yeni müşteriler bulmak için,  
Markamızı bilinir kılmak için,  
Müşteri sadakati için,  
Çağı yakalamak için,  
VS VS VS  
Gelecekte de var olabilmek için!**

# e-Ticaret'in SWOT'u

## Güçlü Yanlar

- Geleneksel ticarete ihtisaslaşmış çok sayıda ürün/sektörün varlığı,
- Çok sayıda yerel ürünün varlığı,
- Girişimcilik potansiyeli yüksek insan kaynağı,
- Genç ve dinamik nüfus,
- Ülkemizin bölgesel konumu (4 saatlik uçuşla dünya nüfusu içinde önemli paya sahip ülkelere ulaşmaya imkan vermektedir.),
- İnternet ve bilgi teknolojilerine uyum sağlama hızı.



# e-Ticaret'in SWOT'u

## Zayıf Yanlar

- Kargo ücretlerinin yüksekliği,
- Sosyal medyanın e-Ticareti destekleyen araç olarak kullanımının farkındalık düzeyinin düşük olması,
- e-İhracat için satışların sadece yabancı menşeli e-Perakende siteleri üzerinden yapılıyor olması,
- Firmalarımızın, web siteleri üzerinden
- e-ihracat yapabileceklerine ilişkin farkındalık düzeyinin düşük olması,
- Ülkemizde online alışveriş güvenlik sistemlerinin
- yurtdışı alıcılar için yeterince güvenli bulunmaması.

# e-Ticaret'in SWOT'u

## Fırsatlar

- Firmalarımızın, web siteleri üzerinden e-İhracat yapabilecekleri çok sayıda yerel ürünün olması,
- Ülkemizde çok sayıda doğal ürün olması ve çevreci akımların etkisiyle dünyadaki çok sayıda tüketicinin doğal ve yerel ürünler arayışı,
- İnternet reklamcılığının geleneksel medya reklamcılığı kadar yüksek bütçelere ihtiyaç duymaması ve hatta web 2.0 ve yeni medya araçlarının “0”a yakın maliyetle tanıtım, reklam faaliyetlerine imkan sağlaması,
- İhracat bilgi ve becerisindeki eksikliklerin, e-Perakende sitelerinin sunduğu yapı içinde karşılanması olanağı (İngilizce dil bilgisi, mevzuat bilgisi, pazar araştırması ihtiyacı vb.),
- Tek Pazara bağımlılığı ortadan kaldırması, Pazar çeşitliliği imkanı,

# e-Ticaret'in SWOT'u

## Fırsatlar (2)

- Küresel ölçekte mağaza açılabilmesi ve ihracatta sürekliliğin sağlanması,
- Mevzuat çalışmalarının e-Perakende satışı kolaylaştıracak şekilde yürütülüyor olması,
- Bir çok pazarda online perakende alış-veriş kültürünün şekillenmeye devam etmesi,
- Online alışveriş güvenlik sistemlerinin gelişiyor olması,
- Ekonomi Bakanlığının uygulamakta olan Ofis-Mağaza desteği içinde elektronik ortamda tanıtım sitelerine reklam verme giderlerinin %50'sinin karşılanıyor olması,
- Doğrudan tüketiciye satış ile geleneksel yöntemle yapılan ticarete ilave satış hacmi imkanı sağlaması,
- Geleneksel pazarlama yöntemlerinin kullandığı satış kanallarına bağımlılığın ortadan kaldırılması,
- Geleneksel satış kanallarının maliyetinin minimize edilmesi.

# e-Ticaret'in SWOT'u

## Tehditler

- Ülkemizde B2C e-ihracata yönelik olarak hizmet veren (yabancı dilde) e-perakende sitesi olmayışı,
- Bazı pazarların online alışverişe eğilimli tüketici potansiyeli açısından doyma noktasına gelmiş olması,
- e-Ticaret alanına daha önce girmiş firmalar ile rekabet etme zorluğu,
- Güçlü e-Perakendeci mağazalara marka bağımlılığının oluşması.

# e-Ticaret'in Türleri

## B2C

- İşletmenin direkt son kullanıcıya hitap ettiği sistemlerdir.
  - Hepsiburada.com, biletix.com, yemeksepeti.com, Amazon.com, ticketmaster.com, itunes
- Gelir modelleri değişkenlik gösterebilir. Hepsiburada.com net satış karı, reklam gelirleri ve çeşitli ortaklıklardan gelir elde ederken, Yemek sepeti gerçekleşen her türlü sipariş üzerinden yüzde komisyon alabilir.



# e-Ticaret'in Türleri

## B2B

- İşletme, işletmeye hitap eder.
  - Kolaymagaza.com,  
Kolaytedarik.com,  
turkticaret.net, Alibaba.com,  
Chemorbis.com, Steelorbis.com  
vb.
- Gelir Modelleri işin tipine göre farklılık gösterebilir. Üyelik ücreti, satış üzerinden komisyon v.s



# e-Ticaret'in Türleri

## C2C

- Son kullanıcıların kendi aralarında ticari bir etkileşime geçtiği e-Ticaret modelleridir.
  - Gittigidiyor.com,  
sahibinden.com,  
hurriyetoto.com, e-bay.com
- Gelir modelleri çoğunlukla platform kullandırımı nedeniyle üyelik ücreti, satış üzerinden komisyon v.s.



## Diğerleri

- B2G ve G2B devlet ve firmalar arasında gerçekleşen ticari ilişkileri betimler.
- P2P (person to person) son kullanıcıların kendi aralarında paypal gibi sistemleri kullanarak yaptıkları işlemleri ifade eder.
- B2E (business to employee) tam olarak bir e-Ticaret uygulaması olmasa da firma ve çalışanı arasındaki her türlü veri transferi sağlar.
- B2P (Business to partners) Extranet - şirket dışından izin verilen kullanıcılara yönelik (ör. tedarikçiler) sipariş taleplerini, fiyat listelerini, son haberleri, stok durumunu v.s içerebilir



# e-Ticaret'in Türleri

e-Ticaret ifadesine yüklenen anlam daha çok B2C, yani internet üzerinden tüketiciye satıştır. Bunun en önemli nedeni, son kullanıcıya (tüketiciye) yönelik olması ve bu nedenle de daha geniş kitlelerce bilinmesidir.

Oysa daha dar kitlelere hitap etmekle birlikte, B2B'nin işlem hacminin daha fazla olduğu ifade edilmektedir.

# Neden e-Ticaret?



# Bugünün Müşterisi Kimdir?

X

- 1961-1981 yılları arasında doğan, teknoloji odaklı olmayan veya teknoloji göçmeni olarak adlandırılan kuşak.

Y

- 1982-2000 yılları arasında doğan, internette araştırma yapan, kitap okuyan, müzik dinleyen kuşak.

Z

- 2000 yılından sonra doğan internet teknolojisi ile doğduğu anda tanışmış olan ve bu nedenle "internet ile akraba" veya "doğuştan dijital" olarak tanımlanan, bilgisayar bağlantılı, tıklayan, sosyal ağ üyesi olan kuşak.

# Yeni Tüketici Davranışları

- **Ürün/Marka Beğenme (Like)**
- **Ürün hakkında yorum yazma (Review)**
- **Alveriş için tavsiye isteme (Recommendation)**
- **Ürün eleştirilerini ve puanlarını inceleme (Social Proof)**
- **Sosyal Çevresinin tüketim alışkanlıklarından etkilenme (Social Influence)**
- **Sosyal Medya üzerinden müşteri hizmeti almak istiyor (Social CRM)**

# İnternet Kullanımında Çarpıcı Rakamlar

- Türkiye'de 59 milyon kişi İnternet erişimine sahip, ayrıca nüfusun %94,6'sı mobil aboneliğe sahip.
- Avrupalıların %75'inden fazlası İnternet erişimine sahip ve her birinin ortalama 1,25 mobil aboneliği var yani, kişi başına birden fazla mobil hat düşüyor ve kullanıcılar her ay İnternet'te ortalama 1.900 dakika yani 30 saatten fazla vakit geçiriyor.

# İnternette Geçirilen Zamanda Neler Yapılıyor

- Dijital hayattaki bu kullanıcıların birçoğu alışveriş yapıyor. 2015'te Türkiye'de İnternet üzerinden 24,7 milyar TL değerinde ürün ve hizmet satışı gerçekleştirildi.
- Milyonlarca kullanıcı her gün sosyal sitelerde veya Netflix, YouTube gibi web sitelerinde video izliyor.
- Kullanıcılar sosyalleşmek ve çevreleriyle bir şeyler paylaşmak için İnternet'te geçirdikleri sürenin neredeyse üçte birini sosyal medya sitelerine ayırıyorlar.

- **Arama Motorlarının Etkin Kullanımı**
- **Web Sitesinin İşlevselliği**
- **Sosyal Medyanın Pazarlama ve Tanıtım Gücü**
- **Elektronik Posta yolu ile Ticari, Hukuki, Sosyal İletişim Organizasyonu**
- **Mobil Uygulamalar ile Çözüm Önerileri, Destek ve Satış**

## Geleneksel Mecralar Nüfus Geneli

|                         |      |
|-------------------------|------|
| Televizyon izleme oranı | % 94 |
| İnternet kullanımı      | % 30 |
| Radyo dinleme oranı     | % 25 |
| Gazete okuma oranı      | % 22 |
| Dergi okuma oranı       | % 4  |

Bilgisayar ve İnternet kullanım oranları;  
erkeklerde % 40,1  
kadınlarda % 38,1



## Kişi başına İnternet'te en çok vakit geçiren Avrupa ülkesi Türkiye

**Total Internet Users by Country\***  
April 2009  
Total Europe, Age 15+ - Home & Work Locations  
Source: comScore World Metrix

| Country        | Total Unique Visitors (000) | Average Hours per Visitor | Average Pages per Visitor |
|----------------|-----------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Germany        | 40,000                      | 22                        | 2,601                     |
| United Kingdom | 36,820                      | 29                        | 2,482                     |
| France         | 36,348                      | 28                        | 2,971                     |
| Russia         | 31,303                      | 15                        | 2,228                     |
| Italy          | 21,230                      | 19                        | 1,790                     |
| Spain          | 18,636                      | 25                        | 2,398                     |
| <b>Turkey</b>  | <b>17,762</b>               | <b>32</b>                 | <b>3,044</b>              |
| Netherlands    | 12,009                      | 25                        | 2,712                     |
| Sweden         | 5,671                       | 25                        | 2,712                     |
| Belgium        | 5,470                       | 19                        | 2,032                     |
| Switzerland    | 4,439                       | 20                        | 2,011                     |
| Austria        | 4,403                       | 14                        | 1,562                     |
| Portugal       | 3,774                       | 19                        | 1,725                     |
| Denmark        | 3,429                       | 18                        | 1,890                     |
| Finland        | 3,174                       | 26                        | 2,777                     |
| Norway         | 3,007                       | 21                        | 1,921                     |
| Ireland        | 1,749                       | 17                        | 1,                        |

**Top 10 Online Activities in Turkey**  
**Ranked by % Share of Total Time Spent Online**  
May 2009  
Total Turkey, Age 15+ - Home & Work Locations\*  
Source: comScore World Metrix

| Activity           | % Share of Total Time Spent Online |
|--------------------|------------------------------------|
| Total Internet     | 100.0%                             |
| Instant Messengers | 25.9%                              |
| Social Networking  | 9.9%                               |
| Games              | 6.9%                               |
| e-mail             | 4.6%                               |
| News/Information   | 4.1%                               |
| Multimedia         | 2.7%                               |
| Search/Navigation  | 2.5%                               |
| Newspapers         | 2.3%                               |
| Sports             | 1.9%                               |
| Auctions           | 1.5%                               |
| All Other          | 37.9%                              |

# Türkiye’de İnternet trafiğinin %79,6’sı sosyal networklere Sosyal networkler arasında ilk sırada Facebook (%72,4)

**A Selection of Leading Social Networking Sites Ranked by Total Turkish Unique Visitors (000)\***  
**Total Turkey, Age 15+ - Home & Work Locations**  
**May 2009**  
**Source: comScore World Metrix**

| Property                               | Total Unique Visitors (000) | % Reach |
|--|-----------------------------|---------|
| <i>Total Turkish Internet Audience</i> | 18,142                      | 100.0%  |
| <i>Social Networking Category</i>      | 14,443                      | 79.6%   |
| Facebook.com                           | 13,136                      | 72.4%   |
| Mynet Eksenim                          | 2,538                       | 14.0%   |
| Netlog.com                             | 1,989                       | 11.0%   |
| MySpace Sites                          | 1,094                       | 6.0%    |
| Hi5.com                                | 897                         | 4.9%    |
| Yonja.com                              | 882                         | 4.9%    |
| Badoo.com                              | 857                         | 4.7%    |
| Garantiarkadas.com                     | 601                         | 3.3%    |
| Birgece.com                            | 505                         | 2.8%    |
| Gecevip.com                            | 381                         | 2.1%    |

# e-Ticaret'in Avantajları



## Müşteri Açısından Avantajları;

- Evden hızlı bir şekilde alışveriş yapma imkanı sağlar.
- Ürün fiyat araştırması ve alım yapmak için harcanan ulaşım giderleri ortadan kalkar.
- Ürün çeşitliliği içinde tercih yapma imkanı geniştir.
- Ürün kıyaslama imkanları daha geniştir.
- İstenilen ürün hakkında araştırma ve kullanıcı deneyimlerine ulaşmak kolaydır. Bu sayede ürün hakkında ilk elden gerçekçi bilgilere ulaşma imkanı sağlar.

# **Satıcı Açısından Avantajları;**

- **Ürünlerini satabileceği 365 gün, 24 saat açık bir şubeye kavuşur.**
- **Ürünlerini tanıtan bilgileri detaylı olarak sunabileceği online bir platforma sahip olur.**
- **Stok yapmadan, ürün satışı yapabilir.**
- **Depo, dükkan kirası, eleman, elektrik, su, telefon, fax vs. gibi gider kalemlerini ciddi oranlarda azaltarak kazanç sağlar.**
- **Dünyanın her köşesinden sürekli ve yeni müşteriler kazanma imkanı sağlar.**
- **Yeni müşteriler kazanmak için reklam ve pazarlama çabaları çok düşük bir maliyetle yapılabilir.**
- **Müşteriniz web sayfanızdan siparişlerini takip edebilir veya ürün özelliklerinizi inceleyebilir.**
- **Tüm bu işleri istediğiniz yerden, hatta evinizden çıkmadan bile yönetebilirsiniz.**

# Satıcı Açısından Avantajları

- Düşük sermaye, küçük bir yatırımla E-ticaret yapılabilir.
  - Satış maliyetlerini azaltır. Birebir görüşme gerektirmez. Süreçleri otomatikleştirir.
  - Doğrudan tüketiciye satış ile geleneksel yöntemle yapılan ticarete ilave satış hacmi imkanı sağlaması,
  - Geleneksel pazarlama yöntemlerinin kullandığı satış kanallarına bağımlılığın ortadan kaldırılması,
  - Küresel olma imkanı ve pazar çeşitlenmesine gidilebilmesi,
  - Sosyal ağların marka bağımlılığını artırmaya yönelik bir araç olarak kullanılması,
  - Sistemler üzerine bırakılan tavsiye ve yorumlar ile Müşteri İlişkileri Yönetimi açısından fırsatlar sunması.
- Ve daha birçok avantaj.

# e-Ticaretin Dezavantajları



- Satıcı ile müşterinin yüz yüze görüşerek birebir iletişim kurma imkanı yoktur.
- Müşterinin satın almayı düşündüğü ürünü canlı görme, inceleme ve deneme imkanı yoktur.
- İnternet üzerinden gerçekleştirilen alışverişlerde alıcılar kargo süresini beklemek zorundadır.
- e-Ticaret sitenizin güvenlik açıklarının bulunması sitenizi kötü amaçlı yazılımların saldırısına maruz bırakır.
- İnternet alışverişlerinde geri iade reel bir mağazaya oranla daha yüksektir.
- Online tüketiciler kredi kartlarını internette kullanmaktan çekinmekte. Bu nedenle de sanal alışverişlerini genellikle tanınmış, güvendikleri firmalardan yapmaktadır. Yeni e-Ticaret firmalarının tanınmaları ve müşteri güvenini kazanmaları zaman alabilir.
- Müşteriler alışveriş yapmadan önce, Google ortamında fiyat araştırması yapmaktadır. Bu sebeple ürün fiyatlandırmasında rekabet gücünüz yoksa yaşam şansınız da yoktur.



# Ana Özellikler

- **Firmanın güvenilirliğini kanıtlamak için yapılacak çalışmalar:** Firmanın üretimi birden fazla sektörde kullanılıyor ise her sektöre özgü ayrı bir sayfa açılmalıdır. Burada, her bir sektör için faydalara, firmanın teknolojik uzmanlığına ve ilişki taahhütlerine değinilebilir.
- Müşterilerin ağızından anlatılacak sözler, örnek olaylar, üretim vb ne ilişkin görüntüler de etkilidir
- **Sitede Rahat Dolaşım:** Ana sayfaya daima dönüş sağlanmalıdır.
- **Bilginin İletilme Şekli:** İfade, yazım kuralları ve kategorileştirme.
- **Kolay Erişim/Yükleme:** Ziyaretçilerin siteye dikkat ve ilgi çekme açısından tanıdığı süre 7-8 sn'dir. Bu süre zor açılan, animasyonlarla yüklü, gösterişli ve ağır sitelerle boşa harcanmamalıdır.
- **Sürekli Güncelleme:** Yapılan güncellemeler, ziyaretçileri ve arama motorlarının robotlarını daha sık siteye çeker.



# Ana Özellikler

- **İletişim/Müşteri Hizmetleri:** Kolay erişim, müşteri problemleri ve ilgili konularda iletişim adresleri. Firmanın fiziki konumunu harita veya krokide gösterme; ilgili her kişinin adını ve iletişim bilgilerini yazma, MSN ve SKYPE numaralarını ve hangi saat dilimlerinde aktif olduğunu evrensel saat birimleriyle gösterme; bu bölümde ayrıca, siteye gömülü iletişim formları da kullanılabilir.
- **Link alıp link vermek gerekir:** Sitenizin linki çok sık ziyaret edilen, içeriği kaliteli olan bir sitede yer aldığında bu olumlu bir puan olarak değerlendirilir. Kamu kurumlarının, Sanayi ve Ticaret Odaları'nın, derneklerin, uluslararası kuruluşların, B2B web sitelerinin tanıtım bölümlerini yakından takip edin, firmanızı yerleştirin

# İyi bir web sitesi;

- \* Kullanımı kolaydır.
- \* Kısa sürede indirilebilir.
- \* İlginçtir.
- \* Sitede verilen sözler tutulur.
- \* Sık sık değişir.
- \* Görsel açıdan çekicidir.
- \* Eğlencelidir.
- \* Bilgilendiricidir.
- \* Etkileşimlidir.

# Kötü Bir Web Sitesi Nasıl Olur?

- **Kötü bir web sitesi rahatsız edicidir. (Renkleri, tasarımı vs.)**
- **Ortalama bir bilgisayar ekranına göre fazla geniştir.**
- **Ya çok fazla ya da çok az linke sahiptir.**
- **İlgili kuruluştaki kimlerle görüşülebileceğine dair malûmat bulunmaz.**
- **Teknik özellikler (flash, java, resim, göz alıcı renkler), içerikten fazla dikkat çeker.**
- **Linkler anlaşılacak şekilde adlandırılır. (Ürünler, basın odası vs.)**

# Web Analizi



Web analizi, web sitesinden toplanan verileri, işletme hakkında bilgi edinmek için kullanmayı sağlar.

Sayılabilecek her şey metrik olarak değerlendirilir

\* Ziyaretçi sayısı

\* Satış adedi

\* Blogların kaç kez görüntülendiği

\* Sitede geçirilen süre

\* Satış tutarı

\* Dönüşüm oranları

# Web Analizi

Web analizi, doğru kullanıldığında, işletmenin online bölümünün temelini oluşturabilir.

Çünkü analizler, gerçekleştirmek istenilen neredeyse her tür dijital pazarlama işleminin performansını ölçebilir. Arama Ağı reklamlarından görüntülü reklamcılığa, sosyal medyadan e-postaya kadar her şey buna dahildir.

Aynı zamanda analizler, bir kullanıcının siteyi ziyaret ettiği ilk andan devamlı müşteriye dönüştüğü ana kadar, tüm dijital müşteri yolculuğu boyunca web sitesinin ziyaretçilerini ölçer.

Analizin gücü, bir işletmeye müşteri yolculuğunun her aşamasında neler olduğunu ölçmeye yardımcı olabilmesinde gizlidir.

Analizler kullanıcıların işletmeyi hangi arama motorundan bulduğunu ve siteye ne tür sayfalardan yönlendirildiğini söyleyebilir.

Analizler kullanıcıların geri gelerek devamlı müşteri olup olmadığını da söyleyebilir.

Hatta kurulumu doğru yapıldığında, analizler, söz konusu sadık müşterilerin savunucu olup olmadığını bile gösterebilir. Örneğin, içeriğinizi sosyal ağlarda başkalarıyla paylaşıyorlar mı?

# SEO Nedir?

## Search Engine Optimization



- SEO, Arama Motoru Optimizasyonu sözünün İngilizce baş harflerinden oluşur. Arama motorlarında sitelerin veya sayfaların üst sıralara çıkarılmasına yönelik yapılan çalışmaları kapsar.
- SEO, sitelerin doğal yollarla ulaşamayacakları web popülerliğine, doğal görünen yöntemler kullanarak ulaşma sanatıdır. Bu sanat aramada sıra yükselmesini sağlar.
- SEO, sitenizi, sunduğunuz ürün ve hizmetleri arayan, doğru kullanıcıların karşısına çıkarmayı sağlayan yöntemdir. SEO ile organik veya ücretsiz arama motoru sonuçlarında, görünürlüğü iyileştirmek için, web sayfalarında veya içeriklerde değişiklikler yaparak söz konusu içeriği tanıtmaya olanağı sağlanır.
- SEO için sitede ve sayfalarda yapılabilecek değişiklikler hem yazılım hem de içerik alanını ilgilendirir. Düzgün ve özgün yazılmış kaliteli bir içerik, teknik iyileştirmelerle desteklenince sizi daha yukarıya taşıyacaktır.

# SEO Nedir?

Yazılım alanında, HTML (Hyper Text Markup Language – Web sayfalarını oluşturmak için kullanılan Metin İşaretleme Dili) kodları içerisinde meta başlıklar ve meta tanımların yanı sıra URL’ler (Uniform Resource Loader- Standart Kaynak Bulucu- İnternet üzerindeki site adresleri), Site Haritası düzenlenmesi de, arama motorlarında daha iyi sıralamalarda çıkmanıza yardımcı olacaktır.

Ancak bu teknik düzenlemeler yapılırken sadece arama motorunun kriterlerini göz önünde bulundurup, ziyaretçileri göz ardı etmek doğru olmaz.

Bir sitenin sıralamalara girmesinin ön koşulu, o sayfanın arama motoru robotları tarafından endekslenmiş olmasıdır. Arama motoru endekslemediği bir sayfayı, sonuçları arasında gösteremez.

SEO, gerekli adımları takip ederek sitenizin en kısa zamanda endekslenmesini sağlar.

Sitenin okurlara görünen kısmında ve arka planında arama motorlarının çizdiği çerçeveye uymak, sitenizin arama motorları tarafından kara listeye alınmasının önüne geçer.

# SEO Stratejisi

10 yıl öncesinde birkaç anahtar kelimeyle arama motorunda üst sıralarda yer alabiliyorken günümüzde sistem çok karışık bir hale geldi.

Amaç, hedef ve rakiplerin belirlenmesi çok önemlidir. *Bunları belirlemenizde*

- \* Kelime Araştırma,
- \* Backlink Denetimi

- \* SEO Denetimi,
- \* İçerik & Dönüşüm Denetimi

*size yardımcı olacaktır.*

‘Content is King’ sözüyle ne kadar değerli bir kavram olduğu bir kez daha hatırlatalım. İçeriklere örnek verecek olursak;

- \* E-Kitaplar, Klavuzlar, Eğitim Kaynakları,
- \* Görsel İçerik (İnfografik, fotoğraflar vb.)
- \* Webinarlar ve Slaytlar
- \* Video İçerik (Bloglar, Nasıl Yapılır vb)
- \* Blog İçerikleri
- \* Podcastler
- \* Basın Bültenleri



# Arama Motoru Pazarlamacılığı

## SEM



### Search Engine Marketing:

SEM, işletmelerin, İnternet'te belirli anahtar kelimeleri arayan kullanıcılara, reklam yayınladığı ücretli bir yöntemdir.

SEM ile reklamınızın, kullanıcıların yazdığı anahtar kelimelerle alakalı arama sonuçlarının yanında gösterilmesi için teklif vermenize olanak sağlar.

SEM, işletmelerin sunduğu ürün veya hizmetlerin, kullanıcıların tam da söz konusu ürün veya hizmetleri aradıkları anda gösterilmesini sağlar.

En büyük arama motorları, açık artırma sistemi kullanır.

Birçok farklı işletme, hedeflemek istediği anahtar kelimelere teklif vererek reklamlarını göstermek için açık artırmada rekabet eder.

# Arama Motoru Reklamları

- Kelime bazlı aramalar (search) tıklama başına maliyet temelli.
- Görüntülü reklam ağı, arama motoru olmayan web sitelerinde Google Adwords reklamları.
- Mobil reklamlar, akıllı telefon ve tablet gibi mobil cihazlara özel reklamlar.
- Video reklamları, Youtube gibi video kanallarında gösterilen reklamlar.
- Sosyal medya reklamları.

# Sosyal Medya & Sosyal Medya'nın e-Ticaret'e Etkisi



Hızlı ve kolay ulaşılabilme, bilgiyi doğrudan aktararak takip edilebilir olma, anlık geri bildirim gibi faydalar özellikle Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal ağları, güçlü ve gözde satın alma platformları haline geldi.

Günümüzde hedef kitlesi öncelikli olarak internet kullanıcıları olan e-ticaret siteleri için sosyal medyada var olmak, gereklilik olmaktan öte zorunluluk.

Firmalar, Sosyal Medya'yı marka bilinirliğini yaygınlaştırmak ve etkileşimi arttırmak için benimsedi ancak bu platformları kullanırken dikkat edilmesi gereken önemli unsurlar var.

Sosyal Medya ağlarında sadece mesaj yaymak ve takipçi toplamak etkin iletişim için yeterli değil.

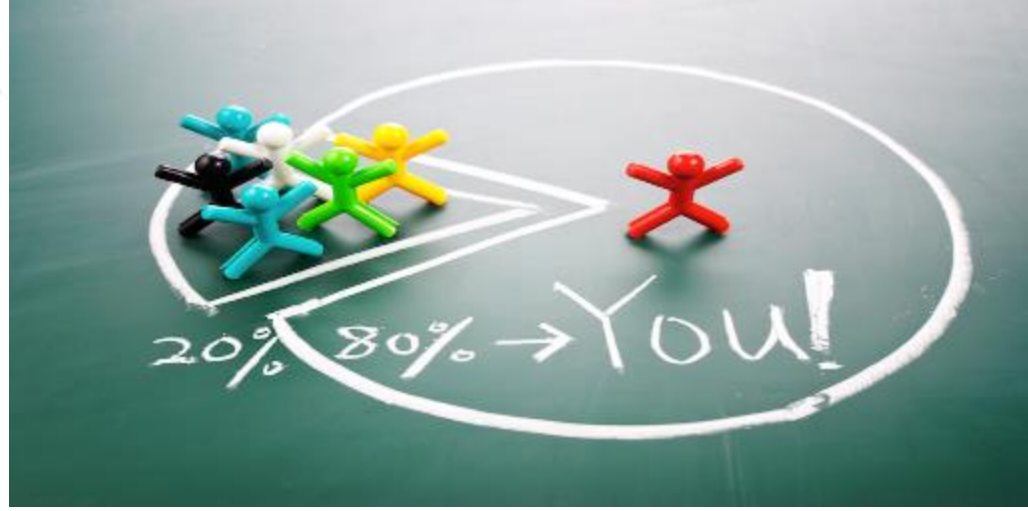
Firmaların markalarının tanıtımını yaparken, Sosyal Medya'nın pazarlama iletişimi stratejileriyle değerlendirmesi gerekmektedir.

- Aktif olarak sosyal medyayı kullanan bir çok firma hem kullanıcı üzerinde olumlu etki yaratmış hem de marka bilinirliğini artırmıştır.
- En önemli ve birincil fayda pazarlama maliyetini azaltmasıdır.
- Ürün ve hizmet bilgileri tüketiciler arasında kolaylıkla paylaşılır bu sayede 'viral' pazarlama olarak adlandırdığımız adını virüslerin yayılma biçiminden alan ağızdan ağıza pazarlamada artış sağlanır.
- Diğer son derece önemli fayda ise gerçek hedef kitleye en kolay ulaşımı sağlamış olmasıdır.

# Uzun Vadeli Sosyal Medya Planı

- Sosyal Medya dinamik ve organik olmayı gerektirir.
- Her şeyi güncel tutmak, tüm bağlantılara yanıt vermek ve bunlarla etkileşim kurmak veya birçok farklı ağda sürekli benzersiz ve ilgi çekici paylaşımlar yapabilmek için gereken fikirleri bulmak fark yaratmayı ve ilgiyi çekmeyi mutlak olarak sağlar.
- Ne yayınlanacağı, ne zaman yayınlanacağı, nerede yayınlamanın mantıklı olduğu ve hatta işletmenin kime yayın yapması gerektiği yer alan bir büyük plana ihtiyaç duyulur.
- Türkiye'de de kullanılan Hootsuite, Buffer ve Everpost gibi sosyal medya yönetim araçları sayesinde yayınlamak istenilen içerikleri oluşturarak önceden paylaşmak mümkün.

# Retargeting



**Retargeting, kullanıcıların herhangi bir internet sitesini ziyaret edip alışveriş yapmadan çıkmaları durumunda, bu kullanıcıları başka kanallar aracılığı ile yeniden siteye çekmeyi sağlayan bir pazarlama yöntemidir.**

**Birçok internet sitesinin sadece %2'lik trafiğinin, ilk ziyarette aksiyona dönüştüğü düşünüldüğünde, retargeting'in olası faydaları daha rahat anlaşılabilir.**

# Retargeting Nasıl Çalışır?

Retargeting de diğer pek çok yöntem gibi çerezlere dayalı bir teknoloji ile çalışır.

Ziyaretçinin tarayıcısına bırakılan 'javascript' kodu, kullanıcı tarafından fark edilmediği gibi İnternet sitenizin performansını da etkilemez.

Bu kod sayesinde kullanıcı İnternet'te tekrar arama yaptığıında 'retargeting' sağlayıcısına bilgi gider ve kullanıcılar farklı kanallar üzerinden sitenin reklamlarını tekrar tekrar görmeye başlar.

Retargeting'in etkili olmasının başlıca sebebi, hedef kitleye odaklanmasında yatar. Önceden fiyat karşılaştırması ya da ürün araştırması için site ziyareti yapmış kullanıcıları yeniden çekerek satış yapma ihtimalini büyük ölçüde artırır.

Zaten siteyi ziyaret etmiş kullanıcıları hedef aldığından, hedef kitlesi olmayan insanlara reklam göstermek için para ödenmiyor.

İnternet üzerinden alışveriş yapan kullanıcılar çok fazla site gezdiklerinde hangi ürünü hangi sitede gördüklerini unutabiliyorlar. Retargeting bu kullanıcılara markaları hatırlatmaya yardımcı oluyor.

# Bloglar



**Bireylerin veya firmaların, kendileri hakkındaki görüş ya da haberleri yayımladığı web siteleri vardır. Birçok firma bu siteleri artık, müşterileri ile daha samimi bir yolla bağlantı kurmak, onları değişikliklerden haberdar etmek ya da yeni ürün veya hizmetler hakkında onlara bilgi sunmak için kullanmaktadır.**



# Bloglar

**Bloglar ayrıca, müşterilerinizden geri bildirim almanın iyi bir yoludur. Firmalar, arama motorlarının listelerinde göze carpan ve anahtar kelime açısından zengin olan bağlantılar (link) yoluyla kendi sitelerine yönlendirme yapmak için bloglarını kullanabilirler. Bu yaklaşım da web sitenizin, arama sonuçlarında üst sıralara çıkmasını ve sitenizin daha çok ziyaret edilmesini sağlar.**

**Blog link yönlendirmek için idealdir. Kurumsal reklamlar müşterilere çekici gelmez. Ama konuyla ilgili iyi yazılmış bir Blog yazısında verilen ilginç bir link müşterilerin daha fazla ilgisini çeker ve bu linkin tıklanma olasılığı daha yüksektir.**

**Markalar kişileştirilebilir. Blog, şirketlerin düşünceli, hassas, yardımcı yönünü sergiler. Blog yoluyla müşteriler şirket çalışanları ve vizyonu hakkında daha fazla bilgi sahibi olur. Blog markayı kişileştirmek için kaçırılmayacak fırsattır.**

# RSS

## Beslemeleri



RSS (Rich Site Summary-Zengin Site Özeti), web sitesine her yeni eklenen içeriğin kolaylıkla takip edilmesini sağlayan bir web sayfası bildirimcisidir, yani güncel bilgilerinizi müşterilerinize otomatik olarak göndermenizi sağlar.

Müşteriler RSS'e üye olarak kendileri için önemli olan içeriği belirleyebilir; böylece güncellemelerden haberdar olabilirler.

Web sitenizin düzenli olarak değişen içeriğinin olması halinde, müşterileriniz için sitenize geri dönüp bakma ihtimalinin daha yüksek olduğunu unutmamalısınız.



**Wiki'ler farklı kullanıcıların aynı sayfa üzerinde değişiklik yapmasına olanak sağlar. Firmanızın etrafında bir kitle oluşturmak için faydalı olur ve onu daha çekici hale getirir. Müşterilerinizin ürünlerinizi beğenmesi de yeni müşteri çekmenizi sağlayacaktır.**

**Ancak, kullanıcıların sayfanız üstünde değişiklik yapmasına izin verdiğinizde istenmeyen durumların oluşabileceğini de unutmamalısınız.**

# Sesli ve görüntülü internet yayınları (podcast)



**Bu yayınlar, kullanıcıların hareket halindeyken bir mp3 çalar yoluyla bilgiye ulaşmasını sağlar. Firmalar yayınlarını kaydedebilir veya müşterilerinin işine yarayacak bağlantılar gönderebilirler.**

**Bu özellik, müşterilerinizin web sitenize geri dönüşlerini de sağlar.**

# Fotoğraf ve Video Paylaşımı



**Kişisel fotoğraf ve videolarınızı bu konuda hizmet veren web sitelerine koyabilirsiniz.**

**İnternet sitenize video içeriği eklemenin çeşitli yollarını düşünün. Eğer web siteniz, sizden veya firmanızdan memnun kalan müşterilerle ilgili örnekleri içeriyorsa, belki de bunların metin formatından ziyade video klip olarak sunulması daha etkili olabilir.**

# Mash-up'lar



**Bu özellik sayesinde farklı web sitelerindeki verileri kendi web siteniz üstünde birleştirebilirsiniz. Örneğin, bir emlak portalı, kullanıcılarına haritalar yardımıyla mekanlara kolay ulaşmaları için bilgi verebilir.**

# Mobil İnternet ve Mobil Uygulamalar



Günümüzün iş dünyasında sadece bir web sitesine sahip olmak artık yeterli değildir. Günümüzdeki kullanıcılar, İnternete bilgisayarlardan çok mobil cihazlarından erişiyorlar. İşletmelerin daha mobil cihaz dostu olması gerekir. Yani, daha küçük ekranlarda iyi çalışması gerekir. İnternette arama motorları ve reklamlar arasında kaybolmadan görünür olmak için mobil uygulamaların kullanılması tercih edilebilir.

# Mobil İnternet ve Mobil Uygulamalar

- Çoğu arama motoru, “duyarlı tasarım” adı verilen teknolojiyi tercih eder. Duyarlı bir web sitesi, görüntüleyenin ekranının boyutuna uyum sağlar. Duyarlı bir web sitesi bilgisayarlar ve mobil cihazlar için ayrı site oluşturmaya ihtiyacı ortadan kaldırır.
- Yazı tipleri ve düğmelerin kolay okunur ve tıklanır olması gerekir. Navigasyon net ve kullanımı kolay olmalıdır. Ziyaretçilerin sonraki olası adımları ve nasıl işlem yapabileceklerini anında anlamaları gerekir.
- Mobil cihaz dostu bir site oluşturduktan sonra arama motorlarının bunu bulmasına, anlamasına ve sonuçlarda göstermesine yardımcı olunmalıdır.
- Buna mobil cihaz odaklı arama motoru optimizasyonu kısaca Mobil SEO adı verilir.
- Mobil SEO , standart web sitelerinde olduğu gibi aynı faktörleri içerir. Ancak mobil site optimizasyonu için önemli olan, performans ve kullanılabilirliktir.



# Mobil İnternet ve Mobil Uygulamalar

- Performansın anlamı, sitenin ne kadar hızlı yüklendiğidir. Aşırı derecede büyük resimler ve dosya boyutları gibi pek çok şey bunu etkileyebilir.
- Kullanılabilirlik, bir ziyaretçinin siteyi kullanırken yaşadığı deneyimi ifade eder. Genel olarak konuşacak olursak sitenin iyi bir mobil kullanıcı deneyimi varsa mobil arama sonuçlarında görünme olasılığı daha fazladır.
- Mobil uygulamalar, bir mobil cihaza indirilip yüklenebilecek uygulamalardır.
- Uygulamalar genellikle kamera veya GPS gibi akıllı telefon özellikleriyle entegre olur.
- Uygulamaların temel avantajlarından biri, uygulamayı kullanmadığı zaman bile bir kullanıcının mobil cihazına mesaj gönderebilmesidir. Bunlara “Anlık bildirimler” adı verilir.
- Uygulamalar sadakat programını destekler, sürekliliği sağlar. Uygulamalar basitleştirilmiş ödeme işlemi için olanak sunar.

# E-İhale Sistemi

Satın Alma Projelerinizde E-İhale Sistemi ile tedarikçilerinizi şeffaf ve adil bir ortamda eş zamanlı buluşturarak rekabet ortamı yaratabilir ve stratejik satın alma projelerinizde katma değer sağlayabilirsiniz...

E-İhale sistemi; tüm elektronik satın alma çözümleri arasında en kısa sürede getiri sağlayan yöntemdir.

Klasik pazarlık yöntemleri ile 5-15 gün civarında tamamlanabilecek bir pazarlık süreci, e-ihale yöntemi ile 1-1,5 saatte tamamlanabilir.

E-İhale yöntemi ile **maddi olarak tasarrufun** yanı sıra, **iş gücü**, **zaman** ve **dokümantasyon süreci**nden de kazanç elde edersiniz. Sağlanan tasarruf ile elde edilen zaman ve **iş gücünü stratejik konulara ayırma** fırsatını yakalarsınız, **global pazarı yakından takip** ederek **yeniliklerden haberdar olabileceğiniz** gibi satın alma süreçlerinde rastlanabilecek her türlü durumda **süreç yönetiminde kolaylık** sağlarsınız

- SATINALMA E-İHALE ÇEŞİTLERİ VE UYGULAMALARI

- E-ihaleler satıcılar ve alıcılar arasındaki görüşmeleri hızlandırıcı bir yoldur ve sürecin tamamlanması açısından farklı alternatifler oluştururlar. Birbirinden farklı ihale türleri büyük ölçekli şirketlerin satınalma süreçlerinde de önemli yer tutar. Peki bu farklı e-ihale türleri nelerdir ve hangi durumlar için uygundur?
- **Açık Eksiltme Usulü E-ihale**
- Normal ihale türlerini araştırdığınızda bunların çoğunun satış ihaleleri üzerine olduğunu görürsünüz. Bundan ötürü satınalma ihaleleri genelde 'açık eksiltme' (reverse auction) olarak bilinir. **Fiyatları yükseltme değil eksiltme asıl amaçtır.**
- Açık eksiltme usulü ihalelerde alıcı, tedarikçiler için **bir başlangıç fiyatı** belirler. Bu fiyat genelde **alıcının bütçesidir**. Bu fiyatın üstünü karşılayamayacağı gibi, satınalmayı bu fiyatın da altında bir seviyede gerçekleştirmek ister. İhale turlarında sonradan, tedarikçiler revize teklif vererek fiyatı düşürürler. Tedarikçiler genelde diğer teklifleri görebilir durumda olur, ancak bu alıcının inisiyatifine bağlıdır, bu konuda herhangi bir zorunluluk yoktur. İhale genelde önceden belirlenmiş sürenin sonunda son bulur.
- Açık eksiltme ihaleler ürün veya hizmetlerin kalitesinde bir farklılık olduğu düşünülüyorsa, veya satınalmada fiyattan farklı önemli faktörler varsa kullanılır. Fiyat ve kalite bilgisini merkeze alarak ürün ve hizmetlerin puanlanmasının yapılması, geleneksel satınalma sürecinde de bir adım olarak tanımlanır. Bu tip ihalenin kullanıldığı alanlara örnek olarak araç kiralama, işe alım süreçleri ve atık yönetimi hizmetleri verilebilir.

- SATINALMA E-İHALE ÇEŞİTLERİ VE UYGULAMALARI

- **İngiliz Usulü E-ihale**

- İngiliz usulü ihale de **açık eksiltme ihalelerine benzer**. Tek farklılık şudur: İngiliz usulü ihalelerde **tedarikçinin verdiği her teklif o sıradaki en yüksek tekliften daha düşük olmak zorundadır**. Belirtilen süre zarfında en düşük tekliften daha düşük bir teklif gelmezse, ihale biter. Açık eksiltme usulü ve İngiliz usulü ihalelerin her ikisi de **çok fazla sayıda tedarikçinin rekabet içinde** olduğu ihalelerde iyi bir seçenektir. **Tedarikçiler birbirinin teklifini görür** ve bu durum daha rekabetli bir ortam yaratır. İngiliz usulü ihale genelde **fiyatın en önemli faktör olduğu durumlarda kullanılır**. İngiliz usulü ihalenin sık tercih edildiği alanlara ofis malzemeleri, endüstriyel ekipmanlar ve diğer ürün merkezli kategoriler.

- **Hollanda Usulü E-ihale**

- Dutch olarak da bilinen ihale türünde **alıcı düşük bir başlangıç fiyatı belirler ve önceden belirlenmiş aralıklarla fiyat artırılır**. Fiyat artışı tedarikçilerden birisi alıcı tarafından artırılan fiyatı kabul edene kadar devam eder. Bu tip ihalelerde **şeffaflık daha azdır çünkü tedarikçilerin birbirlerinin tekliflerinden ya da bilgilerinden haberi olmaz**, bu durum ilk teklif gelip ihale kapanana kadar devam eder. Bu tür ihaleler **daha az tedarikçinin olduğu durumlarda**, tedarikçilerin birbirinden haberi olmadığı için, mantıklıdır. Ayrıca hızlı kararlar alınması gereken durumlarda da, ilk teklifle ihale bittiği için, Hollanda usulü ihaleler kullanışlıdır. Bu tip ihalelerin kullanıldığı alanlara örnek olarak kredi ve varlık satışları örnek gösterilebilir.

- SATINALMA E-İHALE ÇEŞİTLERİ VE UYGULAMALARI

- **Japon Usulü E-ihale**

- Bu tip ihaleler **Hollanda usulü ihalelerin tersi** şeklindedir. **Alıcı başlangıç için yüksek bir fiyat belirler ve fiyat önceden belirlenmiş sabit bir aralıkla azalmaya başlar.** Eğer tedarikçi, düşülen fiyatta mal veya hizmeti temin edebileceğini düşünüyorsa o fiyat için geçerli olan kabul butonuna tıklar. Fiyat, tek bir tedarikçi kalana kadar alıcı tarafından düşürülür. Bu tip ihalelerde asıl önemli nokta şudur: alıcının son tedarikçiye, kendisinin kalan son tedarikçi olduğunu belirtme zorunluluğu yoktur. Bu yüzden tedarikçi bazen kendi teklifini eritecek tekliflerde de bulunabilir.
- Eğer dikkatli ve hesaplanabilir şekilde kullanılırsa Japon usulü ihale çok etkili sonuçlar oluşturabilir, ama orantısız bir şekilde kullanımı tedarikçi tarafında bir hoşnutsuzluğa sebep olabilir.

- **Formülasyon Usulü E-ihale**

- İstenilen ve arzu edilen KPI değerlerine göre bir formülasyon oluşturularak yapılan e-ihale

- **Sonuç**

- Görülebileceği üzere satınalma süreçlerinde kullanılabilecek birden fazla e-ihale seçeneği bulunmaktadır. Bu ihaleler birbirlerinden farklı durumlarda farklı derecelerde verimli olabileceği gibi, bu ihale kurgularından hangilerinin hangi durumlarda kullanılacağını kestirmek güçtür. Farklı e-ihale çözümleri sayesinde ihale sürecindeki zorlukların hepsinden kurtulursunuz.

- **E-ihale Sistemleri Nasıl Kullanılır?**
- Mal ve hizmetler için satınalma yaparken e-ihale yöntemleri kullanmanın gerektirdiği bazı adımlar şunlardır:
- Satınalmacılar çevrimiçi ortamda elektronik ihale için döküman oluşturur.
- E-ihale içindeki akış satınalmayla ilgili olan finans ve hukuk departmanı gibi tüm departmanları kapsar.
- Satınalmacı ihaleyi duyurur ve tedarikçileri bilgilerini girmeleri için e-ihale sistemine davet eder. RFI (Request for Information) denen bilgi istek dökümanını oluşturur. Bu davet, e-ihale sistemi tarafından iletilen e-posta ile tedarikçilere iletilir.
- Çevrimiçi olarak duyurulmuş olan bilgileri inceleyen tedarikçi, eğer varsa, anlaşmayı kabul eder ve bilgi formunu doldurur.
- Satınalmacı geri dönüşleri inceler ve e-ihaleye kendi seçtiği tedarikçileri ilk tekliflerini vermeleri için e-ihale sistemi üzerinden davet eder. E-ihale sistemi tedarikçilere e-posta bildirimini (İhaleye Davet) gönderir.

- **E-ihale Sistemleri Nasıl Kullanılır?**
- Tedarikçiler e-ihale sistemini kullanarak kendi tekliflerini iletirler. Sistem içerisindeki güvenlik özellikleri belli bir zamana kadar satınalmacıların tekliflere erişimini engeller.
- İhale bitişi için belirlenen zaman geldiğinde, satınalmacı manuel ya da otomatik olarak e-ihale sistemi üzerinden ihaleyi bitirebilir. İhale bitişinde satınalmacıların teklifleri değerlendirmesi gerekir ve teklif değerlendirme araçları olan e-ihale sistemleri yardımıyla bu işlemler de otomatikleştirilebilir.
- Değerlendirme sonucunda kazanan teklif belirlenir ve teklif sahibi tarafa yine e-ihale sistemi üzerinden bildirim yapılır.
- Özetlemek gerekirse e-ihale sistemleri, geleneksel yöntemlerle gerçekleşen ihalelerdeki tüm işlemleri sağlıyor; bunların üstüne, zaman ve maliyet gibi önemli faktörler açısından büyük tasarruf sağlayan e-ihale sistemleri, iş dünyasında dijital dönüşümün önemli bir kısmını oluşturuyor.

## • E-İHALE ÇÖZÜMLERİNİN SATINALMADA SAĞLADIĞI 5 AVANTAJ

- E-ihale çözümleri hemen her büyüklükte şirkete satınalma süreçlerini daha verimli ve etkili bir şekilde kurgulama imkanı sağlar. İhalelerinizi dijital ortamda gerçekleştirecek bir platform seçmek satınalma süreçlerinizi kolaylaştırmanızı, ondan da öte, maliyet tasarrufu yapmanızı sağlar. Bu yazımızda, ihalelerinizi dijital ortamda yapmanın 5 önemli yararından bahsedeceğiz.
- **1) TEDARİKÇİLERİN TEKLİFLERİNİ DİJİTAL ORTAMDA YÖNETİN**
- İhale süreçlerinizi dijital ortama taşıyarak, süreci organize etmeye yardımcı bir sistemden yararlanırsınız. Elektronik ihale sistemi otomatik olarak tedarikçileri davet eder ve teklifleri toplar. Bu şu anlama gelir: satınalmadan sorumlu olan kişiler sadece tekliflerin doğru zamanda doğru bilgiyle girildiğini kontrol etmekten farklı işlere odaklanabilir.
- E-ihale çözümü demek sadece tedarikçilerin internet üzerinden teklif vermesini, dosyalar yüklemesini sağlayan bir sistem demek değildir. İyi bir e-ihale sistemi size bundan daha fazlasını sağlamalıdır. Sistem üzerinden tüm teklifleri ve tedarikçileri yöneterek, bazı bilgilerin girilmesini zorunlu kılarak tekliflere dair karşılaştırma ve değerlendirme işlemlerini kolaylaştırabilirsiniz.
- **2) E-İHALE SÜRECİNİ OTOMATİKLEŞTİRME**
- E-ihale sistemleri ihaleyi ilk açtığınız andan ihalenin sonucu kesinleşene kadar olan süreci otomatikleştirmeye yardımcı olur, daha fazla potansiyel katılımcı eklenmesini kolaylaştırır. Ayrıca İngiliz tipi, kapalı zarf, açık eksiltme gibi farklı şekillerde kurgulanan metotlarla otomatikleştirilen e-ihaleler en iyi fiyatı yakalamanızı sağlar.



## • E-İHALE ÇÖZÜMLERİNİN SATINALMADA SAĞLADIĞI 5 AVANTAJ

### • 3) SÜREÇ ÜZERİNDE TAM KONTROL

- İyi bir elektronik ihale [platformu](#) veri merkezli olmalıdır. Veri merkezli olması ise size her adımda kontrol yetisi sağladığını, her adımla ilgili bilgilerin raporlandığını gösterir. Hangi aksiyonun ne zaman kim tarafından gerçekleştiği bilgisi her an elinizin altında olur. Böylelikle ihale sürecinin ne kadar verimli geçtiğini de kendiniz görürsünüz.

### • 4) DÜŞÜK MALİYETLER VE SÜRDÜRÜLEBİLİR İHALELER

- E-ihale sistemleriyle gelen tasarruflar sadece sizin ya da tedarikçilerinizin postalama gibi masrafları azaltmasından ibaret değildir. Geleneksel yöntemlerle yapılan ihalelerdeki her türlü kağıt işlerini elimine ederek çevreye verilen zararı çok yüksek oranda azaltır. E-ihale çözümleri, her türlü masrafınızı azaltırken çevresel anlamda sürdürülebilirliği yakalamanızı sağlar.

### • 5) ZAMAN TASARRUFU

- Kullanışlı ve çeşitli teklif verme yöntemlerinden de ziyade, birçok şirkete göre ihalelerini dijital ortamda gerçekleştirebilmelerinin büyük avantajı zaman tasarrufu sağlamasıdır. Geleneksel ihale yöntemleri ihale açma sürecinde, ihale belgeleri sirkülasyonunda ve ihale turlarında çok uzun gecikmelere yol açar.
- Tipik olarak, e-ihale çözümlerinin satınalmaya harcanan zamanı %30 oranında azalttığı analizi yapılıyor. Daha kısa hazırlık süreci daha az maliyet, daha az gecikme demektir. Veri merkezli e-ihale çözümleri daha kesin geri dönüşler ve daha verimli değerlendirmeler sağlar. Bu da satınalmada daha az masraf ve daha verimli bir süreç sağlar

## • E-İHALE TEKNOLOJİSİNİN SATINALMAYA KATKILARI

- İhaleler satınalma departmanları için, satınalmacılar için iş hayatında bir olmazsa olmazdır. Büyük çaplı satınalmalarda ihaleler, şirketiniz için **en iyi fiyatı hızlı, adil ve güvenilir bir şekilde bulmanızı sağlar**. Önemi yüksek ihaleler büyük çaplı işlerde yapılıncaya doğal olarak durum da gittikçe karmaşık bir hal alıyor. “İhale nerede saat kaçta yapılacak? Kurallar taraflara düzgün şekilde iletildi mi? Taraflar ne zamana kadar ilk teklifi, ne zamandan sonra revize teklif verebileceklerini biliyorlar mı?” gibi ihalenin kendisine dair bazen büyük sorunlara yol açan sorularla karşılaşabilirsiniz. Bunların yanı sıra en iyi hizmeti / ürünü en uygun fiyata tedarik etmeniz için nasıl bir ihale stratejisi belirleyeceğiniz de cevaplanması gereken bir soru. E-ihale çözümleri tüm bu sorulara en verimli çözüm olarak duruyor.
- Elektronik ihale (e-ihale) çözümleri tüm bu soruların cevaplarını kolaylaştıran bir araç olarak karşımıza çıkıyor. Bulut sistemiyle sunulan e-ihale çözümleri yer ve zaman sorusunu tamamen ortadan kaldırırken, diğer tüm sorular için de **raporlanabilirlik** özelliği sayesinde kontrolü kolaylaştırıyor ve süreci hızlandırıyor.

## • E-İHALE TEKNOLOJİSİNİN SATINALMAYA KATKILARI

- Çok çeşitleri olmakla birlikte yaygın olarak kullanılan e-ihale servisi çeşitleri: İngiliz Tipi İhale, Kapalı Zarf İhale ve Açık Eksiltme Usulü İhale.
- İngiliz tipi ihalede katılımcılar revize teklif verdikçe sadece kendi sıralarından haberdar olurlar, bu da katılımcıları rekabette tutmuş olur.
- Kapalı zarf ihalede ise tüm kontrol tamamen ihaleyi açan olarak sizin elinizde, her tur sonunda ihale katılımcılarını teklifleri fark etmeksizin istediğiniz şekilde sıralayabilirsiniz. Böylelikle rekabeti de siz yönetmiş olursunuz. Kısacası sizin işiniz, sizin kararınıza göre şekillenir.
- Açık eksiltme usulü ile yapılan e-ihalelerde katılımcılar daima en üstte en iyi teklifi görür ancak en iyi teklifi verenin kim olduğunu göremezler, ihale sonuna kadar daima en iyi teklife göre teklif verilmesini sağlayan açık eksiltme yöntemi de rekabeti canlı tutmanızı sağlar. Sonuçta şeffaf ve raporlanabilir bir e-ihale yönetimi sayesinde ihalelerinizde en iyi sonuca en hızlı şekilde ulaşırsınız.
- İhale açılırken ihale ile ilgili tüm ayrıntıları bir kez girersiniz. Sonrasında ihale katılımcılarına giden e-postada ihale bilgilerine de ulaşılabilir. Burada ayrıca taraflara ulaştırmak istediğiniz ihaleyle ilgili ek dosyalar da tek ekranda görüntülenir. Böylelikle ihale sırasında katılımcılarla iletişiminize dair hiç bir sorun yaşamazsınız.
- E-ihale çözümleri sayesinde günler süren ihale sürecini maksimum 1 saatte tamamlayabilirsiniz. Böylelikle ihale yoluyla gerçekleştirdiğiniz satınalmalarınızda büyük tasarruf sağlamış olursunuz.

## • JAPON TİPİ İHALE NASIL KURGULANIR?

- Japon Tipi İhale, satınalma ihalelerinde sık sık kullanılan, fiyatın belirli aralıklarla otomatik olarak düşürüldüğü bir satınalma ihalesi çeşididir. Bu özelliğiyle Hollanda Tipi (Dutch) ihalesinin tam tersidir diyebiliriz. Fiyat değişimi her turda satınalmacı tarafından gerçekleşir.
- Japon Tipi İhale’de eğer tedarikçiler ihaleye devam etmek istiyorlarsa, her fiyat değişiminde görünen fiyatları onayladıklarını bildirmeleri gerekir. Eğer belirli bir kalem için tedarikçi fiyatı kabul etmezse ihaleden çıkarılmış olur. Buna rağmen, başka bir kaleme tekrar ihaleye dahil olabilir. İhale fiyatı kabul eden tek tedarikçi kalana kadar devam eder. Böylelikle minimum fiyat yakalanmış olur.
- SÜREÇ
- Japon Tipi İhale sürecinde satınalmacının aşağıdaki değerleri belirlemesi gerekir:
- Başlangıç fiyatı, ihalenin başlatılacağı ve üzerinden fiyatın düşürüleceği fiyattır.
- Tur sayısı, fiyat düşüşünün gerçekleşeceği tur sayısıdır.
- Değer, fiyatın her turda düşeceği miktardır.
- İhale başlangıç fiyatıyla başlar ve belirli bir zaman aralığından sonra fiyat her adım için belirli olan miktarda düşer. Talebi karşılayabilecek olan ve ihalede kalmak isteyen tüm tedarikçiler fiyatı kabul ettiklerini bildirirler.
- Tedarikçiler fiyatı kabul ettiklerini fiyat değişimleri arasındaki aralıklarda yapmak zorundadır. Fiyat değişimleri ihalede tek tedarikçi kalana kadar devam eder. Tedarikçiler ihalede kaç tedarikçi kaldığını görmedikleri için satınalmacı Japon ihalesini tek tedarikçi kaldıktan sonra da uzatabilir.

## • JAPON TİPİ İHALE NASIL KURGULANIR?

### • JAPON TİPİ İHALE AKIŞI

- Aşağıdaki tablo ayarlanmış bir Japon Tipi İhale özelliklerini göstermektedir.
- Bu tablodan ne anlamamız gerekiyor? Kalem, alınacak ürünü, tur fiyat düşüşünün yapıldığı aralığı ve fiyat değişimi ise bir önceki turdaki fiyattan her bir turda düşülecek olan miktarı para birimi olarak gösterir. Son sütundaki fiyatlar ise bahsi geçen aralıklarda fiyatın kaçta düşmüş olduğunu gösterir. Dikkat çekici nokta fiyat değişiminin de değişebiliyor olmasıdır.
- Şimdi bu tablodaki özellikleri pratik bir örneğe dökelim:
- Belirlenmiş olan başlangıç tarihinde, ihaledeki ilk ürün olan 'İşlemci' 30 TL'den ihaleye açılır.
- İhalenin başlatılmasından 2 dakika sonra, işlemcinin fiyatı ilk adım için düşüş miktarı olarak belirlenen 5 TL kadar düşürülür. İşlemcinin fiyatı 25 TL olur.
- 25 TL olan fiyatı kabul ettiklerini beyan etmek isteyen tüm tedarikçiler onaylama seçeneğine tıklarlar. Onaylama seçeneğine tıklamayan tedarikçiler ihaleden otomatik olarak düşürülür.
- 2. adımda da fiyat 5 TL düşer. Çünkü 5 TL'lik fiyat değişimi tablodan da anlaşılacağı üzere ilk 2 adım için belirtilmiştir.
- 3. ve bundan sonraki tüm adımlarda, fiyat düşüşü 3 TL olarak gerçekleşir. 3. adımda 3 TL olarak gerçekleşecek olan fiyat değişimi, kalem ihaleye kapanana kadar devam eder çünkü 3. adımdan sonra fiyat değişiminin değişeceği başka bir adım belirtilmemiştir.
- Aynı işlem bir sonraki kalem olan 'Harddisk' için de devam eder.
- Japon Tipi İhale sürecinde her kalemin her adımında fiyatı kabul eden firmalar bir sonraki turda da ihalede olmak için onay seçeneğine tıklamak zorundadır.

## • HOLLANDA TİPİ İHALE NASIL KURGULANIR?

- Hollanda tipi satınalma ihaleleri, e-satınalmada kullanılan yaygın e-ihale türlerinden biridir. Bu ihale tipinde, önceden belirlenen düşük bir fiyatla ihale başlar. Ayrıca Hollanda tipi ihale tipinde fiyatın hangi zaman aralıklarıyla yükseltileceği ve ne kadar yükseltileceği önceden belirlenir. Yükseltme satınalmacı tarafından yapılır. Tedarikçilerden belirtilen fiyata ilk onay veren ihaleyi kazanmış olur. Bu noktada önemli olan önceden belirlenen başlangıç fiyatının hedef fiyattan daha düşük olarak belirlenmiş olmasıdır. Eğer hedef fiyata ulaşılmasına rağmen hiçbir tedarikçi fiyatı onaylamazsa bahsi geçen ihale kalemi, Hollanda tipi ihale için kapanmış olur.
- Hollanda tipi satınalma ihalesinde bir diğer nokta ihale kalemleri ile ilgilidir. Eğer ihalede birden fazla kalem varsa ihale herbir kalem için ayrı ayrı gerçekleşir. Ayrıca işveren parçalı teklif verme özelliğini açmış olursa, belirtilen fiyat için tedarikçinin tüm talepten ziyade talebin belli bir kısmını karşılama imkanı vardır. Örneğin A tedarikçisi Masaüstü Bilgisayar kaleminin 100 adetlik talebinin, onaylamış olduğu fiyat için 40 adetlik kısmını tedarik edebilir. Burada tedarik edilebilecek minimum miktar da işveren tarafından belirlenir.

## • HOLLANDA TİPİ İHALE NASIL KURGULANIR?

### • Pratik Bir Örnek

- Şimdi kalemlerini ve özelliklerini pratik olarak görebileceğimiz bir Hollanda tipi ihale kurgulayalım.
- Tabloda da görüldüğü üzere, Hollanda tipi ihale başladığında ‘Masaüstü Bilgisayar’ kalemi ile birlikte 400 TL başlangıç fiyatıyla başlar.
- Eğer 3 dakika içerisinde hiçbir tedarikçi fiyatı onaylamazsa, otomatik olarak 25 TL eklenir ve fiyat 425 TL olur.
- Eğer hiçbir tedarikçi 900 TL’de bile fiyatı onaylamazsa kalem ihaleye kapanır.
- Parçalı Teklif özelliği kapalı olduğundan, teklifi onaylayan tedarikçi 100 adetlik kalemin hepsini karşılamak zorundadır.
- Fiyatı ilk onaylayan tedarikçi, işi almış olur.
- ‘Masaüstü Bilgisayar’ kalemi ihaleye kapandıktan sonra diğer kalem olan ‘Bilgisayar Masası’ kalemine geçilir. Dutch satınalma ihalesi bu kalem için 150 TL ile başlar.
- Eğer 3 dakika içerisinde hiçbir tedarikçi fiyatı onaylamazsa, otomatik olarak 10 TL eklenir ve fiyat 160 TL olur.
- Eğer hiçbir tedarikçi 230 TL’de bile fiyatı onaylamazsa kalem ihaleye kapanır.
- Parçalı Teklif özelliği açık olduğundan tedarikçiler onayladıkları fiyat için karşılamak istedikleri miktarı belirtebilirler.
- Tedarikçi miktarı belirtip fiyatı onayladıktan sonra, kalemin belli bir miktarı o tedarikçiye tahsis edilmiş olur.

## • E-İHALEDE TASARRUF NASIL HESAPLANIR?

- Elektronik ihale teknolojisi 21. yüzyılın başında gelişti. Gelişen bu yeni teknolojinin getirdiği değişim çok büyük oldu. E-ihale teknolojisini kullanan şirketler, satınalmada geleneksel yöntemlere kıyasla %22'ye kadar tasarruf sağlamaktadır. 100 TL'ye aldığınız bir ürünü artık 78 TL'ye almak; döviz kuru değişimi, enflasyon gibi satınalmada masraflarınızı artıran faktörlerden gelen zararı fazlasıyla karşılar. Yazılıma harcadığınız masraf bile, e-ihale işlem hacminize göre değişmekle beraber, yaptığınız ilk ihaleden çıkarılabilir.

| Tedarikçi           | 1. Teklif<br>(İhale Başlamadan Önce) | 2. Teklif | 3. Teklif |
|---------------------|--------------------------------------|-----------|-----------|
| A                   | 120.000                              | 86.000    | 77.000    |
| B                   | 98.000                               | 84.000    | 82.500    |
| En Düşük Teklif     | 98.000                               | 84.000    | 77.000    |
| Reel Tasarruf Oranı | 0                                    | %14,2     | %21,4     |

- Yukarıdaki tabloda bir satınalma ihalesinin örneğini görüyoruz. Alınacak ürün için A ve B tedarikçileri ihaleye davet edilmiş ve önce ihale öncesinde fiyatları istenmiştir. Ardından ihale başlayınca 2 adet revize teklif vermişler ve 3 turlu bir ihale sonucunda teklif 77.000 TL'ye kadar düşmüştür.
- Bu ihaleden ne kadar tasarruf edilmiştir? Bazı e-ihale platformlarında bu oran en son turda en düşük teklifi veren tedarikçinin ilk teklifi üzerinden ne kadar iskonto sağladığına bakılarak ölçülür. Matematiksel olarak doğru bir orandır ancak bu durumlarda reel anlamda gerçek tasarrufunuzdan daha yüksek bir oran karşınıza çıkar. Aslında hiç etmediğiniz bir tasarrufu görürsünüz.



## • E-İHALEDE TASARRUF NASIL HESAPLANIR?

### • Tasarruf Hesabında Doğru Yöntem

- Reel tasarruf nedir? Bunu paylaştığımız ihale örneğinden açıklayalım. Eğer burada bahsi geçen ürünün alımını ihale yapmadan, sadece teklif toplayarak gerçekleştirseydiniz, A ve B firmalarının ihaleden önce sunulmuş olan 1. tekliflerini görecektiniz. (Tedarikçilerin ihale ve teklif toplama durumlarının her ikisinde de fiyatlandırma olarak kayıtsız olduklarını varsayalım.) Bu durumda A tedarikçisinden 120.000 TL, B tedarikçisinden ise 98.000 TL'lik bir teklif alacaktınız. Alımı başka hiçbir özelliği dikkate almadan sadece fiyata bakarak yapacağınızı varsayalım. Yani ihale yapmamış olsaydınız B tedarikçisinden 98.000 TL'lik bir alım söz konusu olacaktı. İhale sonunda ise en düşük teklifi 77.000 TL olarak görüyoruz. Teklifin düşmesinin yanı sıra, en düşük teklifi veren tedarikçi de değişti, artık A tedarikçisi ile çalışmayı düşünüyorsunuz.
- Peki bu 77.000 TL'lik sonuç sizin tasarruflarınızı nasıl etkiliyor? A tedarikçisi ihaleden önce 120.000 TL'lik bir teklif vermişti. Şu anda A tedarikçisinden alım yapacağınız için **120.000'den 77.000'e düşüşle %33,9 tasarruf sağladığınızı söylemek doğru olur mu? Hayır.** Çünkü ihale gerçekleşmemiş olsaydı 120.000 TL'ye değil, 98.000 TL'ye alım gerçekleşecekti. Bu durumda **gerçek tasarruf miktarınız %21,4** oranındadır. Bu noktada şunu görüyoruz: tasarruf hesaplama yöntemlerinde düz matematiksel bir yöntemin yerine, tüketici davranışına dair temel faktörlerin de göz önünde bulundurularak bir hesaplama yöntemi gereklidir.

- **ENDÜSTRİ 4.0 VE SATINALMA**

- 4. Sanayi Devrimi, ya da Endüstri 4.0, operasyonların ele alınışlarını kendinden önceki teknolojilerin yerini çok hızlı dolduran teknolojiler sayesinde yeniden tanımlıyor. Hiç şüphesiz ki bu yeniden tanımlama, Endüstri 4.0 ve satınalma kavramlarını sıkı bir şekilde yan yana getirdi. Tedarik zinciri yönetiminin teknoloji merkezli olduğu çağımızda, tüm dünyadaki satınalma ekipleri için Endüstri 4.0 ne anlama geliyor?

- **ENDÜSTRİ 4.0 NEDİR?**

- Endüstri 4.0 aslında Almanya'da başladı, ancak çok hızlı bir şekilde tüm dünyaya mül oldu. Birçok şirket artık rakipleriyle, müşterileriyle, tedarikçileriyle ilişkilerinde yenilikçi, eskisinin yerini hızla dolduran teknolojileri yaygın şekilde kullanıyor, ve bu şirketlerin sayısı git gide artıyor.
- Endüstri 4.0, akıllı üretim (smart manufacturing) kavramını doğurdu. Bu üretim modeli, verilerden tutun kurumsal ve bireysel ilişkilere kadar her şeyin internet ağı üzerinden kurgulanabileceğini sunuyor.
- Peki tüm bunların satınalma ve tedarik zinciri yönetimi ile ilgisi nedir?

- **ENDÜSTRİ 4.0 VE SATINALMA**

- Tedarik zincirinin tamamen dijitalleştirilmesini öngören Endüstri 4.0, satınalma sistemlerini dijital ortama aktarabilmiş şirketlere daha şeffaf süreçler ve sağlıklı işbirlikleri kurgulamaları için yardımcıdır. Tedarikçilerle iletişim ağının kuvvetli tutulurken risklerin azaltılmasıyla katma değer oluşur. Dahası, satınalma süreci içerisindeki tüm aktörler bu katma değerden yarar sağlar.
- E-satınalma ve e-ihale yazılımı Endüstri 4.0 ile uygun olmalı ve verimli olmalıdır. Tedarikçi yönetimini kolaylaştırarak zaman tasarrufu ve farklı e-ihale kurgularıyla da maliyet tasarrufu sunmalıdır.

- **SATINALMA OTOMASYONU VE YAPAY ZEKA TEKNOLOJİSİ**
- Yapay zeka (Artificial Intelligence), teknolojide son zamanların en önemli konusu haline geldi, insanın içinde olduğu her sektörde uygulama alanları olduğu için, farklı sektörlerden dünyanın önde gelen şirketleri yapay zeka yatırımlarına çoktan başladı. Pekala satınalma sektöründe yapay zekanın yeri nedir? Satınalma otomasyonu tamamen yapay zeka ile gerçekleştirilebilir mi?
- E-satınalmada hizmetleri veren yazılımlarda temel yapay zeka uygulamaları harcama ve sözleşme yönetimi alanlarında daha önceden ortaya çıktı. Bu uygulamalar genelde harcama ve tasarruf verilerinin otomasyonu olarak sınırlı kaldı. Günümüzde ise satınalma teknolojisi geliştiricileri otomasyon ve verimliliği artırmak için bilişsel satınalma danışmanları (CPA) ve doğal dil işleme özelliği olan sanal kişisel asistanlar (VPA) geliştiriyor.

## • SATINALMA OTOMASYONU VE YAPAY ZEKA TEKNOLOJİSİ

- Satınalma alanında kullanılan sanal kişisel asistanlar tüketici kullanım tecrübesini geleneksel satınalma yöntemlerine göre geliştiriyor, doğru satınalma araçlarını önererek satınalma departmanlarının harcamalar ve tasarruflar üzerindeki kontrolünü artırıyor. Kısacası bu yapay asistanlar satınalmanın her aşamasında tavsiye ve uyarılarda bulunarak satınalma sürecinin verimi artırıyor.
- Yapay zekadan satınalma konusunda verim almanın yolu ise tüm süreci bu teknolojiyle uyum içerisinde uyarlamaktan geçer. Yoksa firmalar yapay zeka uygulamalarıyla büyük bir değer yaratamazlar. Bu durum da yöntemlerden personele kadar e-satınalma teknolojisine uyum gerektiriyor.
- Tüm bunlara rağmen gereken bir diğer önemli konu ise her kategorinin yapay zeka teknolojisiyle tamamen otomatik hale getirilmesinin mümkün olmamasıdır. Eğer satınalmada bir kategori tamamen otomatikleştirilmeyecekse , bunun bir iç sezi ile değil de bir strateji gereği yapılması gerekir.

- **Satınalma Otomasyonunda İnsan Faktörü**
- Otomasyonun tüm faydalarına rağmen, insan faktörü hala çok önemlidir. Veri analizi yetenekleri gibi alanlarda eksiklik yaşayan satınalma departmanlarında yapay zeka uygulamalarının içselleştirilmesi bir hayli zordur.
- Satınalma departmanlarının yapay zekaya teknoloji geliştikçe ayak uydurabilmesi için, personellerinin satınalma analizi konusunda gerekli eğitimden geçmesi gerekir. Yetenekler ve uygun platform bir araya gelince, e-satınalmada yapay zeka ile otomasyon başarıyla gerçekleştirilebilir.

- Elektronik Satınalma
- Satınalma sürecinizi elektronik ortama taşıyın. Talep oluşumu, teklif toplama, tedarikçi değerlendirme, teklif mukayesesi, onay süreci, sipariş, ödeme takibi ve sevkiyat takibi aşamalarının hepsini tek platformdan yönetin.
- Bulut tabanlı altyapısı sayesinde tüm dokümanlarınıza, taleplerinize, tekliflerinize istediğiniz zaman istediğiniz yerden ulaşın.
- Dinamik altyapısı ile sürecin her aşamasında kusursuz raporlar çekmenizi sağlar. Mesainizin yarısını raporlama, arşivleme ve depolamaya ayırmayın.
- Elektronik İhale
- Tedarikçilerinizi elektronik ortamda buluşturun, rekabet ortamından faydalanarak verimli ihaleler gerçekleştirin. Farklı ihale seçenekleri, yüksek tasarruf oranları ile tasarruf oranlarınızı arttırın.
- Tedarikçiler aynı anda çevrimiçi olup, iskontolu revize teklifler verirler. Böylece hem maliyet tasarrufu, hem vakit tasarrufu sağlanır.
- Ek dosya paylaşabilir, farklı ihale koşulları kurgulayabilirsiniz. Geleneksel yöntemlerle yaptığınız ihaleleri elektronik ortama taşıyarak, şeffaflığı arttırın.

- E-Satınalma Nedir?
- Elektronik Satınalma, talep oluşumu, onay süreci, teklif toplama, teklif değerlendirme, sipariş oluşumu, sipariş takibi ve ödeme takibi aşamalarının tek platform üzerinden yönetilmesini sağlayan bir teknolojidir. Tedarikçiler ile etkileşimi en üst seviyeye çıkarır, raporlanabilir altyapısı ile vakit tasarrufu sağlar.

- 1 Talep Oluşumu



- Proje Grubu talebini açar, Onay Sürecini takiben Satınalmaya aktarılır.

- 2 Teklif Toplama



- Ürün grubuna göre filtrelenen onaylı tedarikçilerinizden teklif toplanır.

- 3 Değerlendirme



- Mukayese Tablosu otomatik oluşturulur, Siparişe çevrilmek için onaya sunulur.
- 4 Sipariş Takibi



- Onay süreci tamamlanan teklif Sipariş Formu'na dönüşür ve tedarikçiye iletilir.



- Kusursuz ve Anında Raporlama

🔍 Talep Önizleme

STF Oluştur

Teklifeye Çevir

|               |                     |                        |                     |
|---------------|---------------------|------------------------|---------------------|
| Talep İsmi:   | Elektronik Demirbaş | Proje / Departman Adı: | Satış               |
| Talep Eden:   | Hüseyin Nalbantoğlu | Satınalması:           | Hüseyin Nalbantoğlu |
| Talep Tarihi: | 22-03-2018          | Durumu:                | Beklemede           |

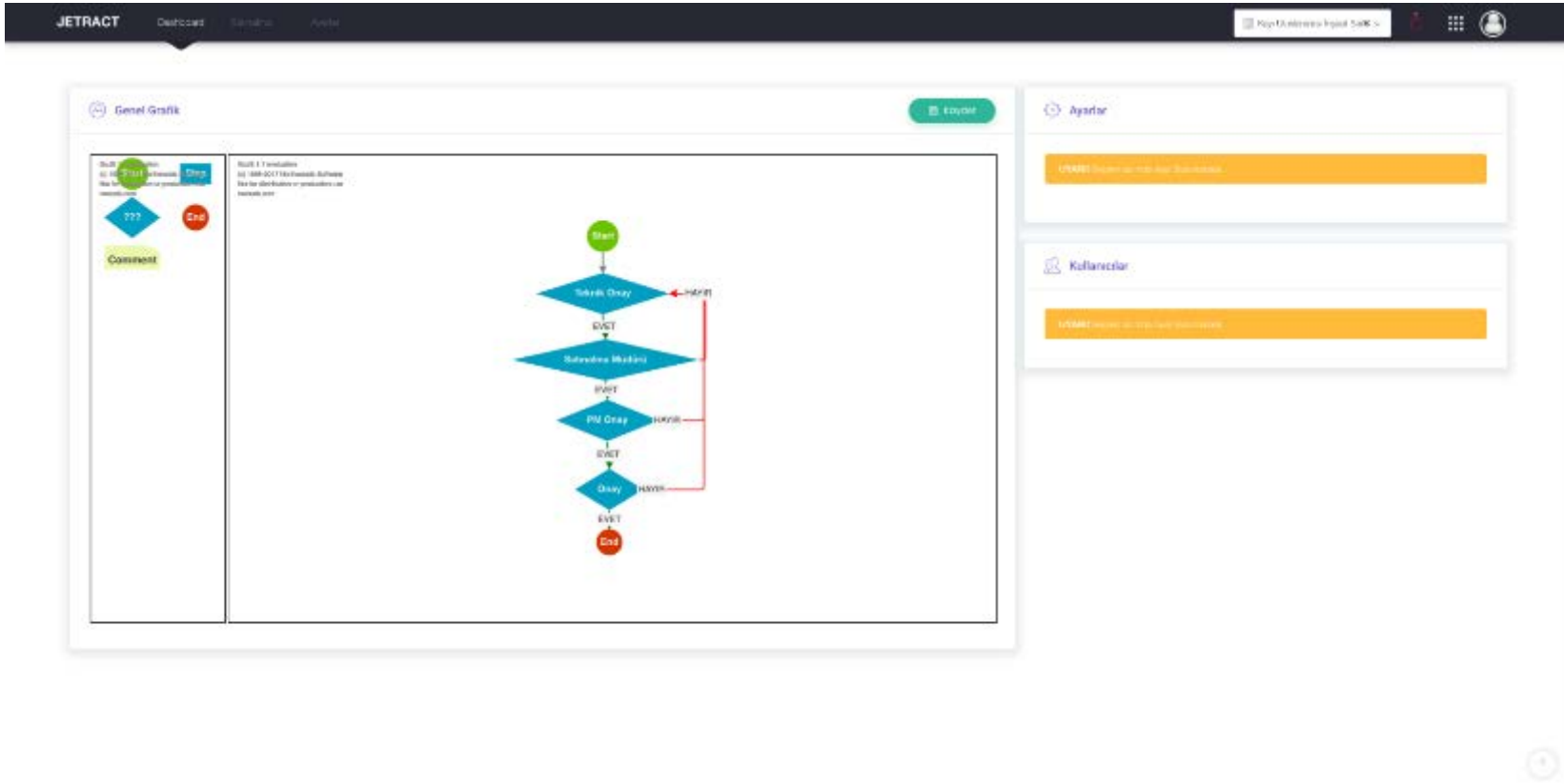
| # | Kategori Adı                | Kalem Adı           | Miktar | Birim | Açıklama               | Tipi      |
|---|-----------------------------|---------------------|--------|-------|------------------------|-----------|
| 1 | Bilgisayar                  | Masaüstü Bilgisayar | 2      | Adet  | Açıklama Belirtilmemiş | Beklemede |
| 2 | Ekran ve Görüntü Sistemleri | Monitör             | 5      | Adet  | Açıklama Belirtilmemiş | Beklemede |

### Dosya Listesi

| Dosya Adı  | Olaylar |
|--|---------|
| 2018/03/136e155b46-b760-45b4-aca3-a46a3c7ef718-sartname.docx | İndir   |

- Artık raporlama, bir işi yapmak kadar önemli. Günümüzün büyük bir çoğunluğunu rapor hazırlayarak veya inceleyerek geçiriyoruz.
- Talep Takibi yaparken **Departman, Personel, Satınalma Sorumlusu, Bütçe Kalemi, Tarih, Ürün ve Tedarikçi** bazlı rapor çekebilirsiniz.
- Satınalma yazılımı size kullanışlı bir arayüzde, ihtiyacınız olan her şeyin raporunu çekebileceğiniz bir ortam sunar. Bulut tabanlı altyapısı sayesinde her yerden, her zaman erişilebilir.

- Uğraşsız Onay Takibi



- Firma ölçeği büyüdükçe, onay sürecine ayrılan süre de artar. Departmanlararası iletişimde sorunlara sebep olabilen Onay Süreci'ni e-posta ile hızlandıran, raporlanabilen bir altyapıda sunulur.
- İstedığınız gibi onay süreci oluşturursunuz. Sorumlu - Müdür - GMY şeklinde onay süreci kurgulayıp, onay tamamlanmadan sipariş/talep oluşturulmasını engellersiniz.
- Sistem, onay süreci tamamlanmadan talep / sipariş oluşmasına izin vermez. E-posta ile tüm ilgilileri bilgilendirir. Böylece iletişimsizlik ortadan kalkar.





- **Otomatik Oluşan**
- Mukayese Tabloları
- Sipariş Formları
- İhale Raporları
- Harcama Analizleri
- Tasarruf Raporları

İş süreçlerini yönetmenizi kısaltır ve kolaylaştırır.

- E-ihale Nedir?
- Elektronik ihale, alıcının birden çok satıcıyı aynı anda elektronik ortamda teklif vermeye davet etmesi ile gerçekleşen bir teklif toplama şeklidir. Tedarikçiler, tekliflerini iletirler ve sürekli olarak revize teklif verdikleri bir rekabet ortamına girerler. Amaç, en uygun teklifi veren tedarikçileri adil ve şeffaf olarak belirlemektir.

- 1 İhale Paketi



- Hangi ürün/hizmet için ihale yapacağınızı belirtin, ihale tarihi, saati ve katılımcılarını belirleyin.
- 2 İhale Kurgusu



- Farklı ihale türlerinden birini seçip, ilgili kural ve koşulları belirleyin, ihaleyi özelleştirin.

- 3 İhale Takibi



- İhale sırasında tedarikçilerle mesajlaşıp, ihale özelleştirip, süreyi düzenleyerek rekabeti arttırın.
- 4 Değerlendirme



- İhale sonunda sistemin otomatik oluşturduğu Mukayese Tablosu ve Tasarruf Raporu sayesinde vakit kazanın.

- Onlarca Revize Teklif Toplayın

Yeni İhale Sürdürün

1 — İhale Tarihi 2 — İhale Tarihi Saati 3 — İhale Bütçesi 4 — Kilitlenme 5 — Tekliflerin Kabul Edilmesi 6 — Teklif İptali

İhale Tarihi: 20-03-2016

İhale Saati: 10:35

İhale Bütçesi (TL): 20

Tedarik Durumu: İhtiyaç

Tedarik Yeri: KAYSERİ

Tedarik Türü: Ticari Satış

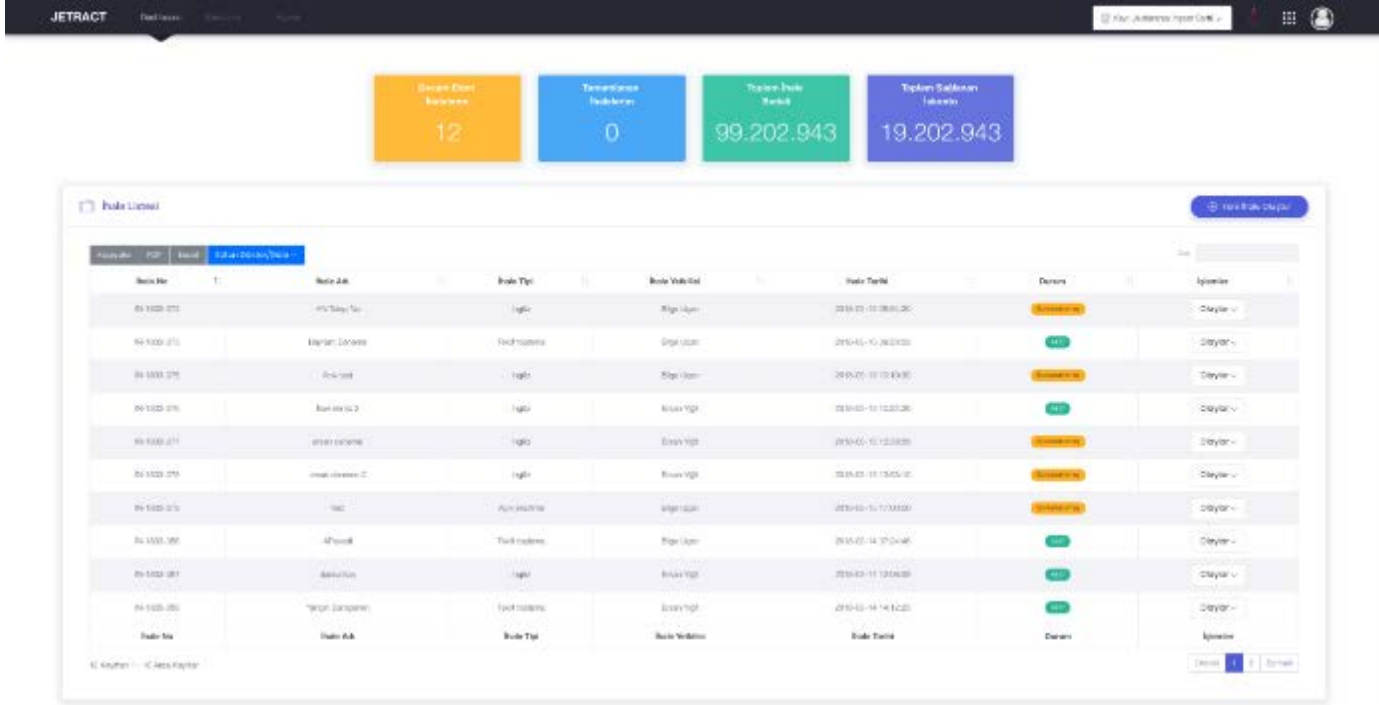
Oran: 1.00

Gözetim Teklif İptali

- **Elektronik ihale sayesinde operasyonel işleri minimuma düşürürsünüz.** İhaleye çıkacağınız ürün/hizmet grubunu sisteme belirtin, varsa şartnamenizi yükleyin. İhale Tarihi - Saati ve birkaç zorunlu veri girişi sonrası tüm tedarikçiler ihaleye davet edilsin.
- Belirttiğiniz tüm bilgiler, yüklediğiniz tüm dokümanlar tüm tedarikçilere aynı anda ve aynı şekilde iletilir. Sistem şeffaflığı en üst seviyeye çıkarır. Tedarikçiler ilk tekliflerini sisteme işlerler, sonra sizin belirttiğiniz ihale saatinde çevrimiçi olur ve revize tekliflerini vermeye başlarlar.
- Tedarikçiler, rekabet ortamında ihale süresi boyunca iskontolu revize teklif verirler.



## Arşivleme ve Raporlamaya Vakit Harcamayın



- **gerçekleştirdiğiniz tüm E-İhale ve E-Teklif Toplama verilerinizi arşivler, raporlar ve yedekler.** Geriye dönük tüm verilerinize, dokümanlarınıza, şartnamelerinize, tedarikçilerin verdikleri onay ve taahhütlere istediğiniz zaman ulaşabilirsiniz.
- Geriye dönük rapor çekmek, herhangi anlaşmazlık durumunda şartnameyi incelemek, denetim sırasında şeffaflığı kanıtlamak için Arşivleme çok önemlidir. Bulut yazılımların en büyük avantajlarından biri doküman ve verilerinize istediğiniz zaman istediğiniz yerden erişebilmenizdir.
- Sistemdeki tüm tabloları filtreleyebilir, tek tıkla excel raporu alabilirsiniz.

- %99.99 Uptime Güvenilir Altyapı



- **E-ihale yazılımınızın güvenli ve erişilebilir olması çok önemlidir.** Bulut yazılım kullanmak, çoğu kurum için hala soru işaretleri içermektedir.
- Master-slave ilişkisi olan birden fazla server kullanır. Birbirleri ile iletişim halinde olan bu serverlar yerel veya uluslararası diğer şehirlerde bulunabilir. Herhangi bir server bakıma girdiğinde veya bir sorun ile karşılaşıldığında load-balancer yazılımı devreye girer ve hemen sistemi yüklenir.
- Uluslararası Security Audit firmaları ile partnerlik doğrultusunda Penetrasyon Testi ile, kullanılan şifreleme yöntemleri ve uyulan protokoller ile güvenilir bir altyapı sunulması sağlanabilir.

- Alışkanlıklarınızı Değiştirmenizi İstemiyoruz  
Onları Elektronik Ortama Taşıyoruz
- **Geleneksel yöntemlere yaptığınız ihaleleri elektronik ortama taşımaktır.** İşleyişiniz ve süreçleriniz dinlenip incelenip analizleri yapılarak, elektronik ortama minimum iş yükü ile taşınır.
- E-ihale, bir teklif toplama biçimidir. Firmaları ofise davet edip / mail üzerinden birkaç kez teklif toplayıp ihale gerçekleştirmek yerine, herkesin bilgisayar başında teklif verip canlı ihale gerçekleştirmek çok daha verimlidir.
- E-ihale çözümünü tedarikçiler de mutlu bir biçimde kullanmaktadır. İhaleyi kazanamadığı zaman sebebini görmekte, rekabetin en güncel halini görüp kendi pozisyonlarına kendileri karar vermektedirler.

- EKAP

- **E-İHALE YAYGINLAŞIYOR**

- 19 Haziran 2018 tarihinde yapılan mevzuat değişiklikleri ile e-ihale kullanımı yaygınlaştırılıyor. Bu kapsamda;

- 

- **GEÇİCİ TEMİNAT MEKTUPLARININ TEKLİF ZARFI KAPSAMINDA SUNULMA ZORUNLULUĞU KALDIRILDI.**

- - e-teklif alınmayan ihalelerde de sunulacak geçici teminat mektuplarının elektronik ortamda alınması durumunda, mektupların teklif mektubu ile birlikte sunulma zorunluluğu kaldırılmış olup, “Sunulmayacak Belgeler Tablosu”nda sadece alınan mektuba ilişkin ayırt edici numaranın belirtilmesi yeterli olacaktır.

- 

- **E-İHALE (ELEKTRONİK ORTAMDA TEKLİF ALINAN BEYAN USULÜ) KULLANILACAK İHALELERİN PARASAL LİMİTİ ARTTIRILDI.**

- - Hizmet alımlarında yaklaşık maliyeti eşik değerin yarısına kadar (~600 bin / 1 milyon TL),
- - Mal alımlarında yaklaşık maliyeti eşik değerin dört katına eşit ve altında (~/= 5 milyon/8 milyon TL),
- olan ihalelerde teklifler elektronik ortamda alınabilecektir.

- 

- **1 KASIM 2018 TARİHİNDEN İTİBAREN;**

- - Açık ihale ve belli istekliler arasında ihale usulleri ile yapılan ve aşırı düşük açıklaması istenilmeksizin sonuçlandırılan ihalelerde fiyat ve fiyat ile birlikte fiyat dışı unsurlar üzerinden,
- - Bu usullerle yapılan diğer ihalelerde fiyat dışı unsurlar üzerinden,



# Ariba Network & SAP

E-İHALE, SAP, E-MARKETİNG  
ÇÖZÜMLERİ

**ALKIM**  
ELEKTRONİK

# İnovasyonun ve dijitalleşmenin yeni adresi bulut çözümler!

SAP firmalara bulut tabanlı, ölçeklendirilebilir çözümler sunmak vizyonu ile gelişmeye devam ediyor.

SAP'nin S4/HANA Dijital Çekirdek çevresinde "Harcama Yönetimi" kategorisi altında pozisyonladığı **Ariba**, **Fieldgass** ve **Concur** çözümleri, tedarikçi yönetimi, harici iş gücü yönetimi, seyahat ve masraf yönetimi gibi dijitalleşen dünyada esnek ve çevik hareket etmemiz gereken alanlarda bizlere çözüm sunuyor.

## Discovery Üyesi Tedarikçiler Hakkında Bazı Bilgiler:

### Ariba'daki Tedarikçiler



1,5M +

### Önde Gelen Ürün ve Hizmet Kategorileri

- BT ve Telekom
  - Profesyonel Hizmetler
  - Tıp, Sağlık Bakım ve Laboratuvar Ekipmanları
  - Tesis ve Bakım
  - Kağıt, Ambalaj ve Kap
- ... ~20.000 ayrıntılı ürün kodu dahil, daha da fazlası

### Coğrafi Kapsam



238 ülkeden tedarikçiler

### Farklı Statü Tanımları

- 40.000**  
Farklı Statüli Tedarikçiler
- 27.000**  
Küçük İşletme Durumundaki Tedarikçiler
- 13.000**  
Çevreci Tedarikçiler



- **SAP Ariba**, alıcı ve tedarikçi firmaların satınalma süreçlerini verimli yönetmesini sağlayan, bulut tabanlı bir B2B platformdur. 190 ülkede faaliyet gösteren **SAP Ariba**, 2.5 milyondan fazla firmanın global bir ağ aracılığıyla işbirliği yapmasına yardımcı olmak için endüstri lideri bulut tabanlı uygulamaları dünyanın en büyük internet tabanlı ticari topluluğuyla (**Ariba Network**) birleştirmiştir. Ariba Network'teki bir tedarikçi, milyonlarca şirketin hatta Amazon, Alibaba ve eBay'ın iki katından fazla iş yapan dünyanın en büyük B2B pazarında yer almaktadır.
- Çözüm, her ölçekteki işletmenin ticari ortaklarıyla, ihtiyaç duydukları her zaman, cihaz bağımsız bağlantı kurabileceği ve kurulan bu bağlantı aracılığıyla satınalma talebinden kataloglara, sözleşmelerden açık arttırma/eksiltme işlemlerine tüm satınalma sürecini yönetebilecekleri fonksiyonlar sunar. **SAP Ariba** ile kullanıcılar, ticari ortakların birbirleriyle iletişim ve etkileşim içerisinde olduğu güçlü bir küresel satınalma ağına bağlıdırlar. Bu ağın bir parçası olmak, satınalma ve ürün yaşam döngüsü süreçlerinin entegrasyonu, ürün maliyet hesaplamaları, etkin sözleşme yönetimi, tedarikçi kullanabilirliği ve değerlendirmesi gibi kapsamlı fonksiyonlar sayesinde firmaların satınalma maliyetlerini ve risklerini azaltmalarına, piyasada ihtiyaçlarını karşılayacak ürün bulmalarına dolayısıyla günümüz dijital dünyasında rakipleriyle rekabet etmelerine olanak tanır.

# NE KAZANDIK ?

- Satış döngüsünü hızlandırırken satış maliyetlerini düşürür.
- Satınalma döngüsünü besleyen yeni tedarikçilere erişim sağlar.
- RFX sürecini ve bu sürece bağlı tekliflendirme ve sözleşmeleri destekler.
- Kullanıcı dostu arayüzü sayesinde tedarikçilerin kataloglarının kolayca yönetilmesini sağlar.
- Satınalma siparişlerinin alınmasını, ilgili siparişlerin ERP sistemine gönderilmesini, fatura sürecini ve ödemeleri takip eder.
- Firmaların nakit pozisyonlarını inceler.
- Alıcı ve tedarikçi firmalar arasındaki ticari ilişkileri güçlendirir.
- Bununla birlikte, çözüm bulut tabanlı olması sebebiyle herhangi bir kurulum ve donanım maliyeti oluşturmaz.



# Nasıl Yapacağız ?

Ariba network alıcı olarak kayıt olma ve tedarikçiden profili

## Arıba Discovery Girişi

Kullanıcı Adını Girin

Parolayı Girin

Giriş Yap

Unutulan Kullanıcı Adı  
Unutulan Parola

Arıba Network üyeleri, Arıba Network kullanıcı kimliğini ve parolasını kullanır.

## Yeni kullanıcı mısınız? Buradan ÜCRETSİZ kaydolun!

Yeni iş ilişkileri kurmaya yardımcı olması için Arıba'dan yararlanan şirketler ağına katılın!

**Alıcı** olarak kaydolun ve şu ayrıcalıklardan yararlanın:

- Discovery ilanınızın kalifiye tedarikçileri **otomatik dağıtım**
- Çevrimiçi kumanda panosuyla tedarikçi yarıdanını **alma ve yönetme**
- 12.000'den fazla kategoride yeni tedarikçi **arama ve keşfetme**

1

Alıcı Olarak Kaydolun

**Tedarikçi** olarak kaydolun ve şu ayrıcalıklardan yararlanın:

- Yeni iş fırsatlarını **arama ve otomatik alma**
- Dünyanın her yerinden yeni potansiyel müşterilere ve pazarlara **görünür hale gelme**
- Lider alıcı kuruluşlardan oluşan toplulukta **tanınma**

Tedarikçi Olarak Kaydolun

[https://service.ariba.com/Discovery.aw/128478069/aw?awh=r&awssk=I\\_\\_RH\\_Zr&awrdt=1](https://service.ariba.com/Discovery.aw/128478069/aw?awh=r&awssk=I__RH_Zr&awrdt=1)

## Yeni Alıcı Kaydı

\* Sorumlu alanı göster

### 1 Kullanıcı hesap bilgilerinizi girin

Ad \* Emrah Aydomir

E-posta \* cerrah.aydomir@outlook.com

Bu benim kullanıcı adımdır

Kullanıcı Adı \* cerrah.aydomir@outlook.com

Parola \* \*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*

SAP Arıza Çözüm Bülteni

İsim/soyisim bilgilerinizi girdikten sonra kullanılan e-mail adresini yazıp alttaki sütuna ilerliyoruz

E-posta bilgilerinde olmalıdır (örneğin mahmet@isevic.com)

Harf ve sayı bulunan en az 6 karakter içermelidir

2

### 2 Temel şirket bilgilerinizi girin

Şirket Adı \* Akim Elektronik

Ülke \* Türkiye (TRC)

Adres \*\*\*\*\*

Satır 2

Posta Kodu \*\*\*\*\*

Şehir \*\*\*\*\*

Temel şirket bilgilerinde şirketinizin ismini Hangi ülkede olduğunuzu Posta kodu ve şehir ile beraber giriyoruz

Şirketinizden ilginç bir şeyler öğrenebiliriz, SAP Arıza Çözüm Bülteni'ne gönderdiğiniz e-postalarla birlikte kullanabileceğiniz, bu yazıyı gönderdiğiniz şirketinize ait diğer bilgiler hakkında daha fazla bilgi için bizimle iletişime geçebilirsiniz. Bu yazıyı gönderdiğiniz şirketinize ait diğer bilgiler hakkında daha fazla bilgi için bizimle iletişime geçebilirsiniz.

Kullanım Koşullarını ve SAP Arıza Çözüm Bülteni'ni okudum ve kabul ediyorum.

Şimdi Kaydolun

İptal

İlgili alanlar doldurulduktan sonra kullanım koşullarını işaretleyip şimdi kaydolun butonuna tıklamalıyız

# Kayıt işlemi bittikten sonra kayıt olurken yazdığımız e-posta adresine bir aktivasyon linki gelecektir. E-posta adresimizde gelen kutumuzu kontrol etmeliyiz.

## E-posta Adresinizi Doğrulayın

# 3

### GEREKEN İŞLEM

E-posta gelen kutunuzda Ariba'nın gönderdiği bir mesaj olup olmadığını kontrol edin. [emrah.aydemir@outlook.com](mailto:emrah.aydemir@outlook.com) adresine gönderilen etkinleştirme e-postasındaki bağlantıya tıklayın.

Etkinleştirme e-postası almazsanız:

- İstenmeyen posta klasörüne bakın veya Gelen Kutunuzda Ariba otomatik e-postalarının engellenmediğini doğrulamak için e-posta filtre ayarlarını kontrol edin.
- Size bir etkinleştirme e-postası daha gönderilmesi için Tekrar Gönder'e tıklayın.

Yeniden Gönder

- Birden fazla e-posta adresiniz varsa, başka bir e-posta adresi girip Gönder'e tıklayabilirsiniz. Bunun üzerine, profilinizdeki e-posta adresiniz güncellenir.

Gönder

Gelen kutusunda aşağıdaki örnekte görüldüğü üzere hesabı etkinleştirme linkine tıkladığımızda hazırız.

✓ Sık Kullanılanlar

**Gelen Kutusu** 1

Taslaklar

Arşiv

Sık kullanılanları ekle

✓ Klasörler

Gelen Kutusu 1

Gereksiz E-posta 2

Taslaklar

Gönderilmiş Öğeler

Silinmiş Öğeler

Arşiv

Conversation History

Yeni klasör

**Gereken İşlem: Hesabınızı etkinleştirin**

Gönderen, Güvenilir Gönderenler listenizde bulunmadığından bu detaylar ekler, resimler ve bağlantılar engellendi.  
ordersender-prod@ansmtp.ariba.com adlı gönderenden gelen içerğe güveniyorum. | Engellenmiş içeriği göster

**Arıba Commerce Cloud** <ordersender-prod@ansmtp.ariba.com>  
Sal 23.09.2018, 23:57  
Siz

**ARİBA**

**Sayın Emrah Aydemir,**

Arıba hesap kaydınız için teşekkür ederiz. Kayıt işlemi tamamlamak için tek yapmanız gereken, e-posta adresinizi doğrulamak. Adresinizi onaylamak için lütfen aşağıdaki bağlantıya tıklayın. Bu bağlantı sizi Arıba Discovery kullanmaya başlayabileceğiniz hesabınıza doğrudan götürecektir.

**Arıba hesabınızı etkinleştirmek için buraya tıklayın.**

Bu bağlantıyı kullanarak bir tarayıcı başlatamıyorsanız, bağlantıyı kopyalayıp tek satırlık bir URL oluşturarak, üsteklenen bir Web tarayıcının adres çubuğuna yapıştırın.

<https://service.ariba.com/Authentication/en/ed/confirmEmail?kay=ycTv9hltuQRcnMxvQDzCOpzF4xBl&app=Arıba&app=Discovery>

Kayıt işlemi tamamlandıktan sonra şu URL'yi kullanarak hesabınızda oturum açın:  
<http://discovery.ariba.com>

Saygılarımızla,  
**SAP Arıba Fikri**

# Son olarak açılan pencerede koşulları kabul edip gönder butonuna bastıktan sonra işlem tamam

## Hesap Güvenliği

### Kullanım Koşulları'nı ve Gizlilik Bildirimi'ni İnceleyin

Ariba, Ariba Commerce Cloud hesabına erişen tüm kullanıcıların, Satıcılar için Ariba Kullanım Koşulları'nı (KK) ve SAP Ariba Gizlilik Bildirimi'ni kabul etmelerini ister. Ariba mevcut Kullanım Koşulları'nı veya Gizlilik Bildirimi'ni belirli aralıklarla güncelleyebilir ve kullanıcılardan, değiştirilen bu şartları kabul etmelerini isteyebilir. Aşağıdaki onay kutusunu işaretleyip Gönder düğmesine tıklayarak, SAP Ariba Gizlilik Bildirimi, Kullanım Koşulları ve ilgili yasalara uyanca, bu sistemi güncellenen verilerinizin Ariba'ya ve Ariba'nın barındırdığı bilgisayar sistemlerine (şu anda başlıca yerleri ABD'dir) aktarılabilirliğini açıkça kabul eder ve onaylarsınız.

**Çerezler:** Bu site, bilgisayarınızdaki veya cihazınızdaki bilgileri depolamak için çerezler kullanmaktadır. Bazı çerezler sitemizin işleyiş için zorunlu olup, diğer çerezler de kullanıcı deneyimini geliştirmekte ve ek güvenlik sağlamaktadır. Cihazınızdan bu siteyi kullanarak, bu çerezlerin cihazınıza yerleştirilmesine onay vermiş olursunuz. Çerezler hakkında daha fazla bilgiyi SAP Ariba Gizlilik Bildirimi metninden okuyabilirsiniz.

Kullanım Koşulları'nı okudum ve kabul ediyorum

SAP Ariba Gizlilik Bildirimi metnini okudum ve kişisel verilerimin açıklandığı şekilde işlenmesine izin vermeyi kabul ediyorum.

5

Gönder

# Örnek tedarikçi profili

Ana Sayfa

Satıcılar

İlanlar

Mesajlar

Derecelendirmeler

Referanslar

Müşteriler

Hakkında

## Tedarikçi Profili

Genel Açık Profil: <http://discover.arba.com/profile/ANID100001538> | ANID: ANID100001538 | Son Güncelleme: 25.09.2018

Kayıt

Bilgi

Paylaş: [f](#) [t](#) [in](#) [v](#)

**FASTENAL COMPANY.**  
WINONA, MN, Amerika Birleşik Devletleri

Industrial Supplies Distribution

Şirket Web Sitesi

Tedarikçiyle Bağlanıp Kurun

Ortalama Derece: ★★★★★

Arba Commerce Cloud Hesap Etkinliği Verilen:

3

En Önemli Teklifler

daha fazla etkinlik verisi

\$1.013.412.404 USD

7

Etkinlik Teklif Sayısı

### Açıklama

Fastenal provides Fasteners, Tools, Cutting Tools, Hydraulics and Pneumatics, Material Handling, Janitorial, Electrical, Packaging, Welding, and Safety Supplies. With over 2,000 stocking branch locations in the US, Canada, Puerto Rico, and Mexico, Fastenal has the infrastructure and technology to be your online Industrial Supplier.

### İşletme Bilgileri

#### Yasal ve Mali Bilgiler

Resmi Ad: Fastenal Company  
Şirketin Eyaleti: Minnesota  
Kuruluş Tarihi: Şirket  
İş Türü: Distribütör/Toptancı, Üretici  
Kuruluş Yılı: 1967

Gelli: 1 Milyar USD üzeri  
Çalışan Sayısı: 15500  
Borsa Sembeli: FAST

#### Sertifikalar

- Yeşil Girişim: Ulaştırma, Plan, Ürünler ve Hizmetler, Enerji
- ISO: ISO 9001 Sertifikalı (Kalite Yönetimi)

#### Sevki veya Hizmet Yerleri

- Global
- Birleşik Devletler

#### Ürün ve Hizmet Kategorileri

- Hammadde işleme makineleri
- Tekstil ve kumaş makineleri ve aksesuarları
- Endüstriyel proses makineleri ve ekipmanları ve kimya malzemeleri
- Doküman makineleri ve ekipmanları ve kimya malzemeleri
- Endüstriyel gıda ve içecek ekipmanları
- daha fazlasını görüntüle >

#### Sevki Ürünleri

- Temel Metaller ve Çelik
- Yapı Malzemeleri, Kıl ve Cam
- Kimyasallar
- Tüketici Ürünleri
- Mühendislik ve İnşaat
- daha fazlasını görüntüle >

**Tedarikçi olarak kayıt olma**



Ariba networkte müşterilerinizle iş yapabilmek için önce kayıt olup, şirketinize ait bir tedarikçi hesabı oluşturmanız gerekir

Link : <https://service.ariba.com/Supplier.aw>

İş rolünüzü Hesabın sayfasında istediğiniz zaman değiştirebilirsiniz.

|                                  |                    |
|----------------------------------|--------------------|
| <input type="radio"/>            | Alacak Hesapları   |
| <input checked="" type="radio"/> | İşleme Sahibi      |
| <input type="radio"/>            | Müşteri Hizmetleri |
| <input type="radio"/>            | E-Ticaret          |
| <input type="radio"/>            | Saha Hizmetleri    |
| <input type="radio"/>            | Finans             |
| <input type="radio"/>            | Bilgi Teknolojisi  |
| <input type="radio"/>            | Pazarlama          |
| <input type="radio"/>            | Sipariş Yönetimi   |
| <input type="radio"/>            | Satış              |
| <input type="radio"/>            | Hizmet Yöneticisi  |
| <input type="radio"/>            | Sekiyat            |
| <input type="radio"/>            | Hazine             |

Ariba networkte binlerce hizmet alanı vardır.

- Ağır İş Ekipmanı >
- Aletler ve Genel Makineler >
- Baskı, Fotoğraf ve Ses-Video >
- Bilgisayar Donanımı, Yazılım ve Telekom >
- Canlı Bitkiler, Hayvanlar ve Sarf Malzemeleri >
- Çevre Hizmetleri >
- Dağıtım ve Koşullama Sistemleri >
- Eğitim Gereçleri, Müzik Aletleri ve Oyuncaklar >

- Kamu Sektörü Hizmetleri >
- Kimyasal Maddeler >
- Kişisel ve Ev İçi Hizmetler >
- Konaklama Hizmetleri >
- Kreatif Hizmetler >
- Laboratuvar Ekipmanı >
- Maden, Petrol ve Doğal Gaz Hizmetleri >
- Medenilik ve Sanayi Makineleri >

- Tarım ve Balıkçılık Hizmetleri >
- Tarım ve Balıkçılık Makineleri >
- Taşıma, Depolama ve Posta Hizmetleri >
- Taşıtlar >
- Teknoloji ve Mühendislik Hizmetleri >
- Temizlik Malzemeleri >
- Tıp >
- Tüketici Elektronik ve Elektronik Eşyalar >

- Eğitim ve Öğretim Hizmetleri >
- Elektrik Sistemleri ve Aydınlatma >
- Elektronik Bileşenler ve Sarf Malzemeleri >
- Endüstriyel Temizlik Hizmetleri >
- Endüstriyel Üretim Hizmetleri >
- Endüstriyel Üretim ve İşleme Makineleri >
- Finans ve Sigorta Hizmetleri >
- Giyim, Çanta-Bavul ve Kişisel Bakım >

- Madencilik ve Sondaj Makineleri >
- Malzeme Elleçleme, Koşullama ve Depolama Makineleri >
- Metaller, Mineraller, Tekstil ve Doğal Malzemeler >
- Mobilya ve Döşeme >
- Ofis Ekipmanı ve Sarf Malzemeleri >
- Organizasyonlar ve Kulüpler >
- Profesyonel ve İdari Hizmetler >

- Temizlik Malzemeleri >
- Tıp >
- Tüketici Elektronik ve Elektronik Eşyalar >
- Üretim Bileşenleri ve Sarf Malzemeleri >
- Yakıtlar, Katkı Maddeleri ve Kayganlaştırıcılar >
- Yayınlanmış Ürünler >
- Yiyecek - İçecek >

- Çağ Üretim ve Dağıtım >
- Güvenlik Hizmetleri >
- Güvenlik ve Savunma >
- Hizmet Sektörü Ekipmanı >
- İlaç ve Farmasötik Ürünler >
- İnşaat Malzemeleri >
- İnşaat ve Bakım Hizmetleri >
- Kağıt Ürünler ve Malzemeler >

- Reçine, Reçine Yağı, Kauçuk ve Elastomerler >
- Sağlık Bakım Hizmetleri >
- Siyasi Hizmetler ve Yurttaşlık Hizmetleri >
- Spor Malzemeleri >
- Takılar >
- Tarım ve Balıkçılık Hizmetleri >
- Tarım ve Balıkçılık Makineleri >
- Taşıma, Depolama ve Posta Hizmetleri >

## Tedarikçi Sayfası

The screenshot displays the Ariba Network Supplier Portal interface. The header includes the 'Ariba Network' logo, navigation links for 'ANA SAYFA' and 'KATILIMCILAR', and utility links for 'Sistem Kapasitesi Raporları Yükle', 'Daha fazla bilgi', 'Şirket Ayarları', 'Lisans Ayarları', 'Genel Bilgi', and 'Yardım'. A 'Çıkış' button is also present. The main content area is divided into several sections: 'Siparişler, Faturalar ve Ödemeler' with a 'Tüm Müşteriler' and 'Son 14 gün' filter, a 'Sabitlenmiş Belgeler' section showing 0 items, and a 'Görevler' section with a 'Tüm Bilgileri Gözetle' button. A mobile app promotion banner is also visible. The footer contains the 'SAP Ariba' logo, contact information for the Turkish office, and a copyright notice for SAP Ariba, Inc.

**Xml entegrasyonu** ile ürün satmanın en önemli ve en temel avantajı ise stok tutma işlevini ortadan kaldırmasıdır. Tedarikçi firmadan xml entegrasyonu alarak e-ticaret yaptığınızda stok durumunu, ürün fotoğraflarını, ürün açıklama ve detaylarını vs hepsini tedarikçi firma ekler ve günceller. Xml entegrasyonu sayesinde tedarikçi firmanın sitesinde yer alan yüzlerce hatta binlerce ürün dakikalar içerisinde web sitenizde sergilenmeye başlanır. Size ürün stoku yapmadan tedarikçi firmaya(siteye) ait ürünleri anlaşmalı fiyat üzerinden belirli bir kar marjı ile satmak kalır. Satılan ürünleri, tedarikçi firma size gönderir, siz de alıcıya gönderirsiniz.(Direkt olarak alıcıya gönderen tedarikçi firmalar da var.)

Böyle e-ticaret i ben de yaparım dediğinizi duyar gibiyim ancak buz dağının bir görünen bir de görünmeyen kısmı var. Buraya kadar bahsettiklerim buz dağının görünen kısımlarıydı. Görünmeyen kısımlarına gelecek olursak her işte olduğu gibi **xml entegrasyonu** ile e-ticaret yapmanın da belirli zorlukları elbette ki var.

E-Ticaret sektörünün en büyük zorluklarının biri ürün tedariki konusudur. Binlerce ürün çeşidini stoklamak her baba yiğidin harcı değil. Dolayısıyla işin stok kısmını tedarikçi firmaların üstlenmesi tabi ki küçümsenmeyecek bir konu ancak **xml entegrasyonu** alınacak firmanın iyi seçilmesi gerekiyor. Tedarikçi firmanız ürün stok durumlarını zamanında güncelleniyor ise, ürün fotoğrafları müşterileri tatmin edecek düzeyde kaliteli ise, ürün açıklama ve detaylı doğru ve eksiksiz bir şekilde giriliyorsa ve belki de en önemlisi satılan ürün en kısa zamanda iletiyorsa problem yok demektir.

**Xml entegrasyonu** ile sitenize çektiğiniz ürünlerin yanına çok satılan kar marjı yüksek ürünlerden bir miktar da kendiniz stok yaparak bu işi en iyi şekilde sürdürebilirsiniz. Ancak dediğim gibi özellikle ürün stok durumları vaktinde güncellenmiyor ve zamanında gönderi yapılmıyorsa e-ticaret girişiminizin başarıya ulaşması çok zor olacaktır. Özetle **tedarikçi firmanın** elinde olmayan ancak stok durumunu güncellemedikleri için siteniz üzerinde stokta görünen bir ürünü sattığınızda ve satıştan sonra tedarikçi firma size ürün elimizde kalmadı dediğinde siz bunu müşteriye anlatamazsanız. Müşteri tedarikçi firmayı değil sizi tanıyacaktır zira ürünü sizden almıştır.

Örneğin müşteriniz 3 adet üründen oluşan bir sepet siparişi veriyor ürünlerden iki tanesi tedarikçi firmanın elinde mevcut ancak bir tanesi eksik bu durumda müşteriye eksik ürün ile gönderi yapamayacağınıza göre önünüzde iki yol kalıyor. Birincisi o ürünü başka bir tedarikçi firmadan bir şekilde temin ederek müşteriye ulaştırmak ki doğrusu da budur. İkincisi ise müşteriye durumu anlatarak anlayış beklemek olacaktır.

İkinci durumda müşteriniz anlayışlı davranmayarak sepet siparişinin tamamını iptal edebilir ya da olur böyle şeyler diyerek diğer iki ürünü almayı kabul edebilir. Ancak bu müşteriniz bir daha sitenizden alışveriş yapma konusunda istekli olmayacaktır. Çünkü online bir müşteriyi memnun edecek tek şey sipariş ettiği ürünün eksiksiz bir şekilde ve mümkün olan en kısa sürede eline ulaşmasıdır.

Sevgililer günü için sipariş ettiği bir çiçeğin ya da çocuğunun doğum günü için aldığı oyuncakın eline ulaşmaması durumunda kişinin yaşayacağı hayal kırıklığının hiçbir şekilde telafisi olmadığı unutulmamalıdır.

Unutmayın müşterilerini memnun edemeyen bir ticari girişimin başarıya ulaşması mümkün değildir. Bu sebeple çalışılan **tedarikçi firmanın** çok iyi değerlendirilmesi ve seçilmesi gerekir.

## Bilişim ve Elektronik Ürün Tedarikçileri

E ticaret siteleri için olmazsa olmazlardan biri de ürün tedariki yapacak firma bulma sıkıntısıdır. Bu firmalar ancak araştırma bulunabilir. Sizlere yardımcı olması açısından araştırma dizisi hazırladık. Umarım işinize yarar.

Bu grubun içinde elektronik ürünlerin toptan ve perakende satışını internet üzerinden yapan, B2B ve/veya Xml ile verilerini bayileri ile paylaşan firmalar yer almaktadır. Bu kategoride satışı gerçekleştirilen ürün grupları aşağıdaki gibidir:

Cep Telefonu ve Aksesuar: Dell, Toshiba, Blackberry, General Mobile, Sony Ericsson, BB Mobile, HP, Turkcell, ZTE, Piranha, Gigabyte, Qtek, Victor, Vestel, Fly, Anycool, Logitel, Trident, Panasonic, Sony, Lenovo, Voyyo, Prestigio, Concord, Casper, Avea, Asus, Vertu, Acer, Apple, Vodafone, Day Mobile, Alcatel, Philips, Digiphone, HTC, Dark, CAT, Palm, Samsung, LG, Huawei, Nokia, Motorola, BenQ – Siemens vb. cep telefonu ve tablet markalarının distribütör garantili ürünleri ve orijinal yedek parçaları (kılıf, ekran, ekran koruyucu, şarj aleti vb.)

TV, Ses ve Görüntü Sistemleri: Ev Müzik Ses sistemleri, Mp3-Mp4 çalar, Ev sineması, Televizyon, Uydu sistemleri, Stüdyo ekipmanları gibi kategorilerdeki Samsung, Lg, Sony, Toshiba, Sharp, Regal, Vestel, Philips, Beko, Panasonic, Redline, Next, GoldMaster vb. markaların ürünleri ve yedek parçaları

Bilgisayar Ürünleri: Notebook, Hdd 3.5, Hdd 2.5, SSD, Ram, Kasa, Mouse, Klavye, Projeksiyon, Hoparlör, Ses Sistemleri, İşlemci (Cpu), Server, Ethernet, Modem , Firewall, Optik Sürücüler, Hafıza Kartları, Soğutucular, Monitörler, Depolama vb.

Fotoğraf, Kamera: Sony, Minton, FujiFilm, Polaroid, Casio, HP, Olympus, Sanyo, Canon, Nikon, Pentax, Diğer, Panasonic, Benq, Samsung, Praktica, Kodak, Agfa vb. markaların Kamera, Fotoğraf makinası ve yedek parçaları

Firmaların Web adresleri aşağıdaki gibidir:

[www.goldmaster.com.tr](http://www.goldmaster.com.tr) [www.ocak.com.tr](http://www.ocak.com.tr) [www.index.com.tr](http://www.index.com.tr) [www.penta.com.tr](http://www.penta.com.tr)  
[www.metroelektronik.com.tr](http://www.metroelektronik.com.tr) [www.exa.com.tr](http://www.exa.com.tr) [www.cozum.com.tr](http://www.cozum.com.tr) [www.teknocity.com.tr](http://www.teknocity.com.tr)  
[www.denge.com.tr](http://www.denge.com.tr) [www.cebimikoruyorum.com](http://www.cebimikoruyorum.com) [www.aksarayiletisim.com](http://www.aksarayiletisim.com) [www.tesan.com.tr](http://www.tesan.com.tr)  
[www.genpa.com.tr](http://www.genpa.com.tr) [www.tebisanterazi.com](http://www.tebisanterazi.com) [www.teknikmekan.com](http://www.teknikmekan.com) [www.akortek.com](http://www.akortek.com)  
[www.pcbayi.com](http://www.pcbayi.com) [www.sebilbilgisayar.com.tr](http://www.sebilbilgisayar.com.tr) [www.benimdepom.net](http://www.benimdepom.net) [www.albim.com](http://www.albim.com)  
[www.albplus.com.tr](http://www.albplus.com.tr) [www.segment.com.tr](http://www.segment.com.tr) [www.bayi.e-gama.com](http://www.bayi.e-gama.com) [www.aksel.com.tr](http://www.aksel.com.tr)  
[www.arena.com.tr](http://www.arena.com.tr)  
[www.bizdeuygun.com](http://www.bizdeuygun.com)  
[www.dataservis.com](http://www.dataservis.com)  
[www.eortak.com](http://www.eortak.com)  
[www.elfa.com.tr](http://www.elfa.com.tr)  
[www.melisa.com.tr](http://www.melisa.com.tr)  
[www.bayidepo.com](http://www.bayidepo.com)  
[www.myro.net](http://www.myro.net)  
[www.oksid.com.tr](http://www.oksid.com.tr)



# DUNS NUMARASINA BAŞVURMA



Günümüzde takibi kolaylaştırmak ve hizmet şeklini revize etmek adına hepimize verilen bir T.C. Kimlik Numarası bulunuyor. **DUNS numarası** da, dünya genelindeki işletmeleri tanımlayan, **Veri Evrensel Numaralandırma Sistemi (Data Universal Numbering System)** adlı dokuz haneli bir numarayı temsil ediyor. Anlayacağınız günümüzün olmazsa olmazlarından.

Aylık faturalandırma ödeme ayarına başvurduğunuzda, sizden **DUNS numarası** istenir. Bu numarayı mutlaka sağlamanız gerekmez, ancak sağladığınızda “**Google Faturalandırma ve Ödemeler**” ekibinin başvurunuzu değerlendirmesine yardımcı olur ve süreci hızlandırır. Yani bir nevi GBT işlemi gibidir, şirketinizin kimlik numarasıdır

İşletmelere benzersiz bir kimlik numarası atayan **DUNS numarası, Dun & Bradstreet (D&B)** tarafından geliştirilmiştir ve dünya genelinde kabul gören bir sistemdir.

[D&B](#) web sitesini ziyaret ederek **DUNS** numaranızı bulabilir veya ücretsiz olarak bir **DUNS numarası** almak için başvurabilirsiniz.

<https://www.dnbturkey.com/duns-numaras%C4%B1/duns-formu>

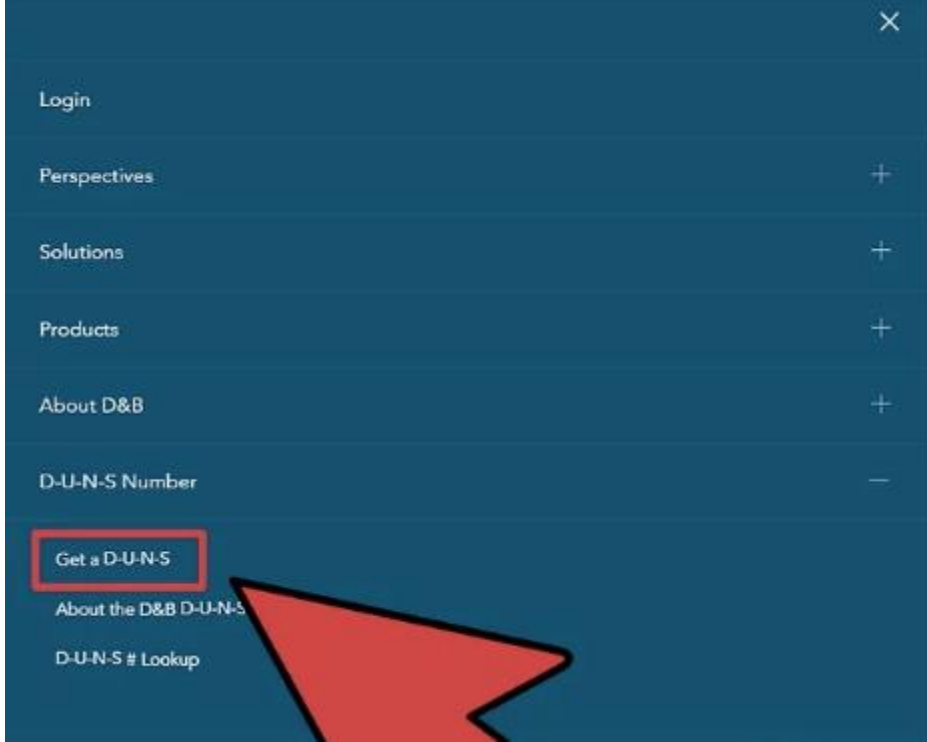


## **Duns Numarası Nasıl Alınır?**

Duns Numarasına Nasıl Başvurulur?

Bu sayı, Dun & Bradstreet şirketi tarafından 1962’de dünya çapında işletmeler, kamu kurumları ve kar amacı gütmeyen kuruluşları belirlemek üzere tasarlandı. D-U-N-S numaralarına sahip olanlar, kuruluşun sahibi kim, kuruluş nasıl yapılandırıldı (örneğin, bir ortaklık veya şahıs şirketi), kredi notu ve başka bir işletmeye bağlı olması gibi demografik bilgileri paylaşmayı kabul eder. D-U-N-S numarası iş sahibini değiştirirse veya işletme son bulsa bile organizasyon ile kalır. Ayrıca Apple app store’da kişi değil de şirket olarak uygulama yayınlamak istiyorsanız bu numaraya ihtiyacınız var demektir.

<https://www.dnbturkey.com/duns-numaras%C4%B1/duns-formu>



1- Zaten bir D-U-N-S numaranız olup olmadığını görmek için Dun & Bradstreet kayıtlarını arayın. Dun & Bradstreet web sitesine gidin ve “Get a D-U-N-S Number” (Bir D-U-N-S Numarası Al) bağlantısını tıklayın. Şirketinizin halihazırda bir numarası olup olmadığını gösterecektir. Tek bilmeniz gereken, şirketinizin adı, şehri ve çalışma durumudur. Şirket adınız yoksa, bir D-U-N-S numarası için başvurabilirsiniz.

(MENU) dun & bradstreet

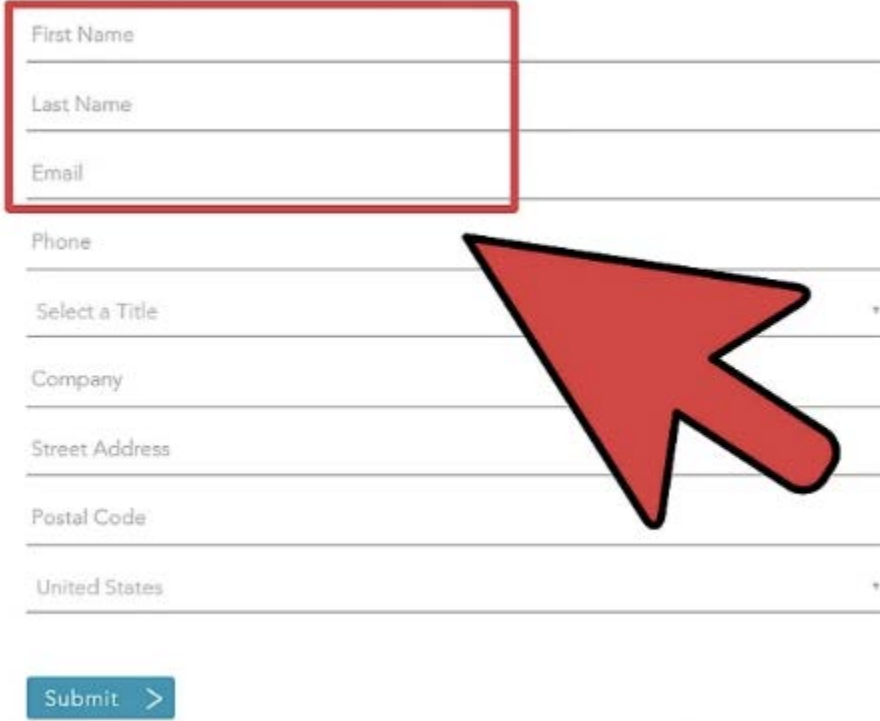
Limited Time Only - try D&B Credit FREE for 30 Days! [Get Started.](#)

# Relationships & Growth

Data insights that connect you to your most valuable customers, prospects, partners and suppliers

Explore How

2- Bir D-U-N-S numarası için başvurun. Şirketinizin D & B veritabanında listelenmediğini gösteren sonuç sayfasında sarı renkteki “Get Started” (Başlayın) düğmesini tıklayın.



First Name

Last Name

Email

Phone

Select a Title \*

Company

Street Address

Postal Code

United States \*

Submit >

3- Adınızı ve soyadınızı, iş ünvanınızı, telefon numaranızı ve e-posta adresinizi girin. Sonra resmi kuruluşunuzun adını listeleyin. Aşağıda, işletmenizin listelenebileceği diğer tüm isimleri belirtin. Örneğin, yaşadığınız yerde işinizin ismi “Ahmet Leziz Çikolata Dükkanı” ancak insanlar sizi Efsane Ahmet Çikolata olarak biliyor, bu durumda her iki işletme adını da listeleyin. Her iki ismin de listelenmesi, potansiyel kredi verenlerinin ve iş ortaklarının sizi bulmalarını kolaylaştırır.

First Name

Last Name

Email

Phone

Select a Title

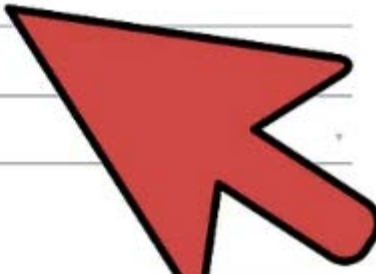
Company

Street Address

Postal Code

United States

Submit >



4- Kuruluşun fiziksel adresini, posta adresini (farklıysa) ve kullandığınız tüm telefon numaralarını ekleyin. Bir faks makineniz varsa, o numarayı da eklediğinizden emin olun. Başvuruya devam etmek için sarı renkteki “Next” (ileri) düğmesine tıklayın.

First Name

---

Last Name

---

Email

---


Phone

---

Unemployed

Select a Title

- Owner/Partner
- President/CEO/COO
- Controller/CFO
- CMO
- CTO/CIO
- Contracting Officer
- VP/SVP/Director
- Manager/Supervisor
- Admin/Support
- Sales Representative
- Assistant/Associate
- Analyst
- Consultant
- Professional



5- İşletmenin sahiplik bilgilerini sağlayın. İşletme sahibinin adını ve e-posta adresini ekleyin. Dun & Bradstreet'in gizlilik politikası, üçüncü taraflara e-posta adresleri satmayacaklarını belirtir.

Please provide the following information:

|   |  |
|---|--|
| Business Name*:<br><input type="text"/>                 | Year Business Started*:<br><input type="text"/>            |
| Business Phone*:<br><input type="text"/>                | Number of Employees*:<br><input type="text"/>              |
| Business Email*:<br><input type="text"/>                | Annual Sales:<br><input type="text"/>                      |
| Address 1*:<br><input type="text"/>                     | Legal Structure*:<br><input type="text" value="Select"/>   |
| Address 2:<br><input type="text"/>                      | Optional Information:                                      |
| City*:<br><input type="text"/>                          | Company Website URL:<br><input type="text"/>               |
| State/Province*:<br><input type="text" value="Select"/> | Company Blog URL:<br><input type="text"/>                  |
| Country*:<br><input type="text" value="United States"/> | Facebook Business URL:<br><input type="text"/>             |
| Zip*:<br><input type="text"/>                           | LinkedIn Business Page URL:<br><input type="text"/>        |
| Principal Name*:<br><input type="text"/>                | Twitter Business Profile Page URL:<br><input type="text"/> |
|   | Google+ Company Page URL:<br><input type="text"/>          |

6- Kuruluşun hukuki yapısını, hissedarları (varsa), işin ne zaman başladığını ve bir kadın, eski asker veya azınlık mülkü olup olmadığı bilgilerini paylaşarak mülkiyet bölümünü tamamlayın. Bu bilgileri dahil etmek ekonomik açıdan dezavantajlı işletmelere yardım etmek isteyen gruplarla iletişim kurmanıza yardımcı olabilir. Kuruluşunuz daha büyük bir şirkete ait ise, son bölümde bu bilgileri eklemeyi unutmayın.

Please provide the following information:

|  |   |
|--|---|
| Business Name*:<br><input type="text"/>  | Year Business Started*:<br><input type="text"/>                       |
| Business Phone*:<br><input type="text"/> | Number of Employees*:<br><input type="text"/>                         |
| Business Email*:<br><input type="text"/> | Annual Sales*:<br><input type="text"/>                                |
| Address 1*:<br><input type="text"/>      | Legal Structure*:<br>Select   |
| Address 2*:<br><input type="text"/>      | Optional Information:<br>Company Website URL:<br><input type="text"/> |
| City*:<br><input type="text"/>           | Company Blog URL:<br><input type="text"/>                             |
| State/Province*:<br>Select               | Facebook Business URL:<br><input type="text"/>                        |
| Country*:<br>United States Of America    | LinkedIn Business Page URL:<br><input type="text"/>                   |
| Zip*:<br><input type="text"/>            | Twitter Business Profile Page URL:<br><input type="text"/>            |
| Principal Name*:<br><input type="text"/> | Google+ Company Page URL:<br><input type="text"/>                     |

7- İşletmeniz hakkında herhangi bir yönetim bilgisini ekleyin. Eğer varsa tüm başkan yardımcılarını, müdürleri ve direktörleri, ve kuruluştaki çalışmaya başladıkları zamanı dahil edin. Bir D-U-N-S numarası başvurusuna devam etmek için sarı renkteki “Next” (İleri) düğmesine tıklayın.



State/Province\*:  
California

Country\*:  
United States Of America

Zip\*:  
01350

Principal Name\*:  
Juan Smith

Title\*:

Primary Line of Business\*:

Facebook Business URL:

LinkedIn Business Page URL:

Twitter Business Profile Page URL:

Google+ Company Page URL:

Other Businesses You Own or Work For:

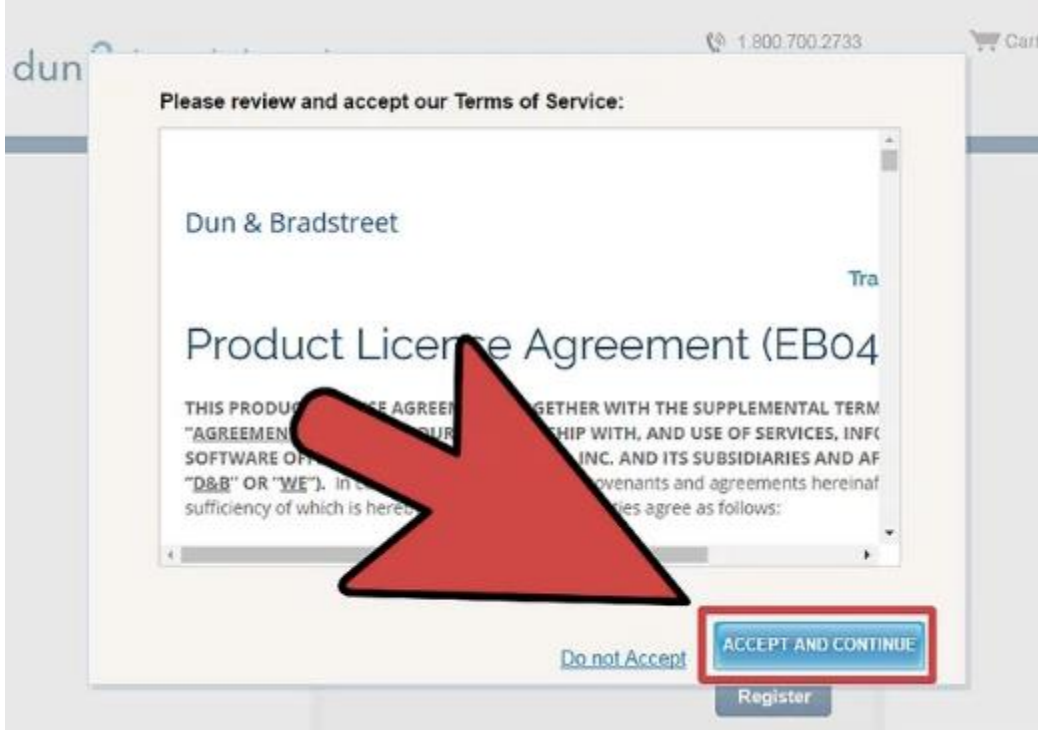
Cancel Next ▶

Norton  
SECURED  
powered by Symantec

ACCREDITED  
BBB  
BBB Rating: NR

VERIFIED  
Sweet 16R 201

8- “Primary Line of Business” (Birincil İş Hattı) bölümünde işletmenizin ne yaptığını açıklayın. Dun & Bradstreet ayrıca internet tabanlı bir iş olup olmadığını, nereye satış yaptığınızı ve müşterileri nasıl fatura ettiğinizi bilmek ister. Tesisinizin ne kadar büyük olduğu ve içinde ne çeşit binalar bulunduğuyla ilgili bilgileri listeleyin.



9- Sayfanızın alt kısmında sizinle paylaşılan, ana iş alanınızla ilgili ayrıntıları isteyen “Terms and Conditions” (Şartlar ve Koşullar) ı anladığınızdan emin olun. Dun & Bradstreet’in şartlarını kabul ediyorsanız kutuyu işaretleyin. Ardından, devam etmek için sarı renkteki “Next” (İleri) düğmesini tıklayın.

## Get a D-U-N-S® Number and Establish Your Business

D&B® D-U-N-S Number



CreditSignal®

**FREE**

D-U-N-S Number and  
CreditSignal

Submit this form to register your company for a free D-U-N-S number. This process can take up to thirty days. We will email you when your D-U-N-S number has been created.

If you are a business required to register with the U.S. Federal government for contracts or grants, you can receive a D-U-N-S number in 5 days. [Click Here](#) to learn more.

With CreditSignal, you'll receive free alerts when your D&B scores and ratings change.\*

DUNSFile™



CreditSignal®

**\$229**

D-U-N-S Number, Full Credit  
File, and CreditSignal

Submit this form to register your company for a free D-U-N-S number. This process can take up to thirty days. We will email you when your D-U-N-S number has been created.

If you are a business required to register with the U.S. Federal government for contracts or grants, you can receive a D-U-N-S number in 5 days. [Click Here](#) to learn more.

With CreditSignal, you'll receive free alerts when your D&B scores and ratings change.\*

With CreditSignal, you'll receive free alerts when your D&B scores and ratings change.\*

Small

D-U-N-S:  
File, O

Enjoy all the benefits of a DUNSFile company (business listing in the Review™).

With CreditSignal, you'll receive free alerts when your D&B scores and ratings change.\*



10- Bir D-U-N-S numarası almak için bir zaman dilimi seçeneği seçin. Numaraya 5 iş günü içinde ihtiyacınız varsa, numara atamanızı hızlandırmak için hızlı işlem ücretini belirten seçeneği seçin. Ancak, 30 gün beklemek sizin için sorun yaratmayacaksa, “Free” (Ücretsiz) seçeneğini seçin ve bilgilerinizi kaydetmek için sarı renkteki “Next” (İleri) düğmesini tıklayın.

Please provide the following information:

|  |  |
|--|--|
| Business Name*:<br><input type="text"/>                            | Year Business Started*:<br><input type="text" value="23"/> |
| Business Phone*:<br><input type="text"/>                           | Number of Employees*:<br><input type="text" value="500"/>  |
| Business Email*:<br><input type="text"/>                           | Annual Sales:<br><input type="text"/>                      |
| Address 1*:<br><input type="text"/>                                | Legal Structure*:<br><input type="text" value="Select"/>   |
| Address 2:<br><input type="text"/>                                 | Optional Information:                                      |
| City*:<br><input type="text"/>                                     | Company Website URL:<br><input type="text"/>               |
| State/Province*:<br><input type="text" value="California"/>        | Company Bing URL:<br><input type="text"/>                  |
| Country*:<br><input type="text" value="United States Of America"/> | Facebook Business Page URL:<br><input type="text"/>        |
| Zip*:<br><input type="text" value="01350"/>                        | LinkedIn Business Page URL:<br><input type="text"/>        |
| Principal Name*:<br><input type="text"/>                           | Twitter Business Profile URL:<br><input type="text"/>      |
|  | Google+ Company Page URL:<br><input type="text"/>          |

11- Son olarak bilgilerinizi gözden geçirin ve kayıtlarınızın inceleme sayfasını yazdırın. Atanan D-U-N-S numaranızı belirten bir e-postayı 30 gün içinde Dun & Bradstreet'den aratın.

## DUNS Formu

DUNS Numarası satın almak için aşağıdaki formu doldurabilirsiniz.

TAM ŞİRKET ADI\*

DiĞER TİCARİ İSİMLER \*

ÖNCEKİ ŞİRKET ADI\*

GENEL MERKEZ ADRESİ\*

TELEFON\*

FAKS\*

WEBSITE\*

EMAIL\*

ŞİRKET TESCİL NO\*

VERGİ DAİRESİ VE NUMARASI\*

FAALİYET VE ÜRÜNLERİN AÇIKLAMASI\*

Lütfen alınan sertifikalar, tamamlanmış veya süregelen projeler, dışarıdan tedarik edilen ve üslenilen tedarikçi aktiviteleri ile ilgili faaliyet detaylarından bahsediniz.

ÇALIŞAN SAYISI\*

### Yönetim Kurulu Üyeleri

YÖNETİM KURULU BAŞKANI

YÖNETİM KURULU BAŞKAN YARDIMCISI

YÖNETİCİ

+ Yönetici ekle

### Yönetici Ekip

AD SOYAD

GÖRÜV\*

YAŞ

EĞİTİM

KONUŞULAN DİLLER

DENEYİM YILI

### Bağlı Ortak / Üye

TAM ŞİRKET ADI, ŞEHİR

KATILIM %

FAALİYET

+ Bağlı ortak / üye ekle

### Ortak Hissedar veya Yöneticiler Vasıtasıyla Kurulan Dernekler

HİSSEDAR İSMİ

KURULUŞ İSMİ / ŞEHİR

FAALİYET

+ Üye kuruluş ekle

### Nihai Ana Şirket

ADRES

TELEFON

FAKS

DiĞER GRUP ŞİRKETLERİ

KURULUŞ TARİHİ\*

KURUCU\*

### Hissedarlar

HİSSEDAR İSMİ

PAYLAŞIM %

# DUNS NUMARASI İLE TEDARİKÇİ OLARAK KAYIT KABUL EDEN FİRMALAR

KOÇZER <https://tedarikci.koczer.com/>

MİELE <https://www.pool4tool.com/portal/miele/register.php>

DAİMLER <https://daimler.portal.covisint.com/web/portal>



Açılan sayfada çalışmak istediğiniz sektörleri belirterek başvurduğunuz sektörlerde Zer gereksinimlerine uygunluğunuzu sistem üzerinden değerlendirirsiniz

Denetim kuruluşunun onayı sonrasında, zer tedarikçi havuzu'nda yer alır ve ilgili sektördeki yürütülen ihalelere davet edilir veya web sitemizden takip ederek ihalelerimize katılabilirsiniz

Değerlendirme sonucunuzun uygun olması durumunda, zer adına yetkilendirilmiş bağımsız bir denetim kuruluşu tarafından yerinde değerlendirme için ziyaret edilirsiniz

# KOÇZER TEDARİK PLATFORMU

<https://tedarikci.koczer.com/>

Durum: Gönderilmedi

Destek: +90 216 556 0198

⚠ Şirket ve İlgili Kişi

Detaylı Bilgi

Şirket Yetkilileri

Zer Genel Major Kriterler

İlg Birimler

Şirket Adresleri

Sektörler

Sektörler Kriterler ve Sorular

Belgeler ve Sertifikalar

Şartlar ve Koşullar

### Adım 1/10

Lütfen aşağıdaki alanlarda şirket ve kişisel bilgilerinizi doldurunuz.

Zorunlu alanlar kırmızı yıldız işareti(\*) ile işaretlenmiştir. Devam etmek için "İleri"ye tıklayınız.

#### ■ Şirket bilgileri

|                                     |   |                      |
|-------------------------------------|---|----------------------|
| Şirket Ticari Unvanı                | * | <input type="text"/> |
| Adres                               |   | <input type="text"/> |
| Şehir                               |   | <input type="text"/> |
| Posta kodu                          |   | <input type="text"/> |
| İlçe/Semt                           |   | <input type="text"/> |
| Ülke                                | * | Türkiye ▼            |
| Telefon                             |   | <input type="text"/> |
| Faks                                |   | <input type="text"/> |
| E-posta                             |   | <input type="text"/> |
| Web sitesi                          |   | <input type="text"/> |
| D&B DUNS N°                         |   | <input type="text"/> |
| Vergi Numarası                      |   | <input type="text"/> |
| Bağlı olduğu ana firma/grup/holding |   | <input type="text"/> |
| Ana şirketin bulunduğu ülke         |   | Türkiye ▼            |

#### ■ Kişisel bilgiler

|               |   |                      |
|---------------|---|----------------------|
| Hitap Biçimi  |   | Bayan ▼              |
| İlk adı       | * | <input type="text"/> |
| Soyadı        | * | <input type="text"/> |
| Kullanıcı adı |   | <input type="text"/> |
| E-posta       | * | <input type="text"/> |
| Telefon       | * | <input type="text"/> |
| Gen. Telefonu |   | <input type="text"/> |



<https://www.pool4tool.com/portal/miele/register.php>

**Miele**

All fields marked with \* are mandatory fields and must be filled.

I'm already a supplier for JAGGAER Direct

**1. General company data**

|                  |  |                                     |
|------------------|--|-------------------------------------|
| Company name*:   | <input type="text" value="şirket ismi"/>     |                                     |
| Corporate form*: | <input type="text" value="kurumsal kimlik"/> |                                     |
| Street*:         | <input type="text" value="sokak"/>           |                                     |
| Postal code*:    | <input type="text" value="posta kodu"/>      |                                     |
| Town/City*:      | <input type="text" value="şehir"/>           |                                     |
| Country*:        | <input type="text" value="Turkey"/>          |                                     |
| Telephone*:      | <input type="text" value="tel"/>             | <input type="text" value="numara"/> |
| Fax:             | <input type="text" value="fax"/>             | <input type="text" value="numara"/> |
| Email*:          | <input type="text" value="e posta adresi"/>  |                                     |
| Homepage:        | <input type="text" value="web sitesi"/>      |                                     |
| D-U-N-S:         | <input type="text" value="duns numarası"/>   |                                     |

**More on Miele**

[www.miele.de](http://www.miele.de)

Deutsch

Link

## MİELE HİZMET SEKTÖRLERİ

Talep spektrumu Uygulanabilir malzeme /  
üretim malzemesi

Basılı malzeme

Elektronik montaj / saatler Elektronik parçalar

Elektro-mekanik / elektronik

Yardımcı malzemeler

Yalıtım malzemesi

Sentetik malzemeler / kauçuk / cam / seramik

Bordro işleme Metal döküm / alu-profil

Metal parçalar Metal kompozit parçalar

Demir dışı metaller Çelik paketleme

Üretilmeyen malzeme / dolaylı malzeme

Sürücü ve kinetik mühendisliği İş güvenliği

Ofis malzemeleri İşletme malzemeleri ve tehlikeli maddeler

İnşaat ve bakım İşletme teknolojisi yatırımları Hizmetler

Elektrik malzemeleri enerjileri Üretim / kontrol teknolojisi yatırımları

Diğer endüstriyel ve dolaylı malzeme ihtiyaçları

BT / telekomünikasyon Hareketlilik Mekanik / İşleme Çelik / demir olmayan metaller

Reklam / satış promosyonu

Daimler portalına kayıt olmak için bir duns numarasına sahip olmanız gerekiyor  
<https://daimler.portal.covisint.com/web/portal>

← → ↻ Güvenli | [https://us.register.covisint.com/CommonReg?cmd=REGISTER\\_ACCEPT\\_ADMIN&acceptAdmin=true](https://us.register.covisint.com/CommonReg?cmd=REGISTER_ACCEPT_ADMIN&acceptAdmin=true)

Uygulamalar ★ Bookmarks 🗨 Oturum Aç ➔ Akbank Yatırımcı 🇦 Döviz Kuru [Güncel D

Covisint Connection and Administration

**enter organization information**

Please enter your organization information below.

**organization information**

\* = required fields

\*Organization Name:

\*Address 1:

Address 2:

Address 3:

\*City/Region:

\*State/Province:

\*Postal Code:

\*Country: UNITED STATES ▼

Phone Number:

Fax number:

URL:





DUNS #:  [request DUNS number](#)

[continue registration](#) [undo changes](#)

**Daimler**

## BMW PARTNER GLOBALE KAYIT OLMAK İÇİN

Kayıt işleminizi tamamlamak için şirketinizden bir onay mektubuna ihtiyacımız var. Lütfen ekli kayıt mektubunu indirin, iş mektubunuzla yazdırın ve yetkili bir görevli veya şirket yönetiminiz tarafından imzalanmasına izin verin.

BMW GROUP    **BMW GROUP PARTNER PORTAL** EN 

Registration Purchasing Help

> Registration > User Registration

### REQUEST A NEW USER ACCOUNT.

You can send a request to register a new user account to your master administrator via the application below.

**Note for BMW Employees:**  
As a BMW employee you can request the access to the Partner Portal directly via the BMW Intranet. Please click [here](#).

#### Apply for registration

To apply for registration please give your supplier number and plant code.  
The fields marked with asterisks are mandatory.

|                        |                      |             |                      |
|------------------------|----------------------|-------------|----------------------|
| *BMW Supplier Number   | <input type="text"/> | e.g. 123456 | <a href="#">Info</a> |
| *Supplier's Plant Code | <input type="text"/> | e.g. 10     | <a href="#">Info</a> |

**Please print on company letterhead**

**for the Partner Portal of the BMW Group**

- New registration as a master administrator  
 Change master administrator

To register a master administrator BMW needs the confirmation of your enterprise on the **business paper of the society** for which the master administration is applied for. This confirmation must be signed by the **business manager or power of procuration**.

We need the following information:

Please **complete all fields**. Only completely filled applications are valid!

Supplier number:

Company name:

Given name/surname of the administrator:

Email-address:

Telephone number:

**Additional information when changing the master administrator:**

Name of the existing administrator:

Portal-login of the existing administrator:

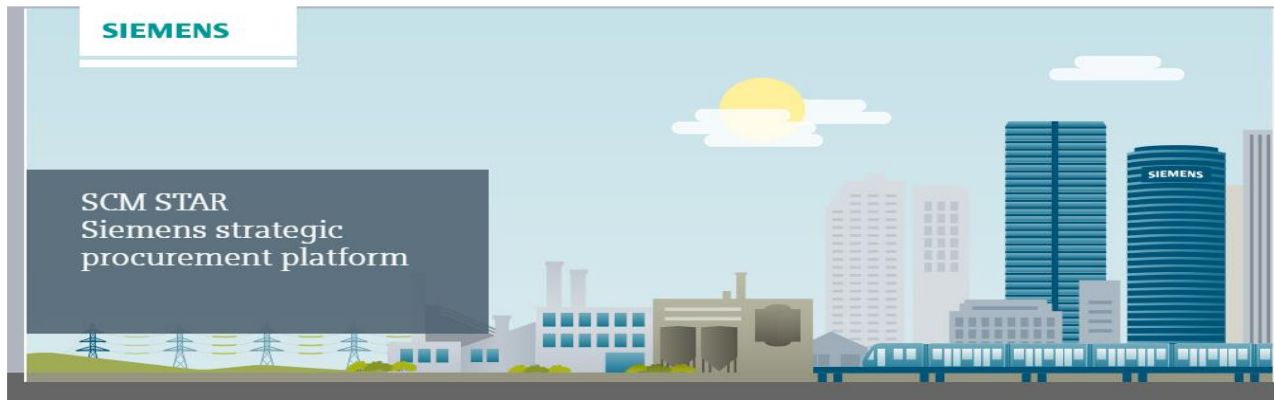
Portal-login of the new administrator:

\_\_\_\_\_  
Name in block letters  
Business manager / power of procuration

\_\_\_\_\_  
Signature  
Business manager / power of procuration

# Siemens

# SCM STAR Siemens stratejik tedarik platformu



Welcome to SCM STAR

## Login

Username

Password

log in

> [Forgotten your username and/or password?](#)

## User Help Desk

Phone +49 89 636 20407  
s2c\_support.scm@siemens.com  
Availability: Mon-Fri 06.00 a.m. – 10.00 p.m. CET

- > [SCM STAR website](#)
- > [System Requirements](#)

SCM STAR Siemens stratejik tedarik platformuna kayıt olmak için belirli tarihlerde verilen ücretsiz supplier eğitimlerine katılmanız ve sertifika sahibi olmanız gerekiyor aşağıda eğitim tarihleri ve linkleri mevcuttur.

**SCM STAR Tedarikçi Eğitimi (17 Ekim 2018, 08:30 - 09:30 CEST)**

**Aboneliğiniz için teşekkür ederiz. Davetinizi, oturuma girişten bir hafta önce arayacağınız davetiyeyi göndereceğiz.**

Analiz için cevaplarınız kişiselleştirilmeyecek ve kesinlikle gizli tutulacaktır.

# Siemens

## SCM STAR Siemens stratejik tedarik platformu eğitim tarihleri

|                          |       |                           |       |
|--------------------------|-------|---------------------------|-------|
| Supplier Qualification   | 00:10 | Lieferantqualifizierung   | 00:10 |
| Events (eRFx, eAuctions) | 00:10 | eEvents (eRFx, eAuctions) | 00:10 |
| Contracts                | 00:05 | Verträge                  | 00:05 |

Unrestricted © Siemens AG 2018  
September 2018

GG SCM

---

**SCM STAR**  
Online training for suppliers / *Online-Schulung für Lieferanten*

**SIEMENS**  
*Ingeniery for Life.*

| Date/Time                           | Language | Registration link   |
|-------------------------------------|----------|---|
| WE, Oct 17, 2018: 8:30-9:30 am CFST | English  | <a href="http://www.siemens.be/apps/fmgen/index.asp?c=4027-4zBHn-cn">http://www.siemens.be/apps/fmgen/index.asp?c=4027-4zBHn-cn</a> |
| WE, Oct 17, 2018: 3:30-4:30 pm CEST | English  | <a href="http://www.siemens.be/apps/fmgen/index.asp?c=4031-ucUq-en">http://www.siemens.be/apps/fmgen/index.asp?c=4031-ucUq-en</a>   |
| WE, Nov 14, 2018: 8:30-9:30 am CET  | English  | <a href="http://www.siemens.be/apps/fmgen/index.asp?c=4028-Dz5Yg-en">http://www.siemens.be/apps/fmgen/index.asp?c=4028-Dz5Yg-en</a> |
| WE, Nov 14, 2018: 3:30-4:30 pm CET  | English  | <a href="http://www.siemens.be/apps/fmgen/index.asp?c=4032-lH9hb-en">http://www.siemens.be/apps/fmgen/index.asp?c=4032-lH9hb-en</a> |
| WE, Dec 19, 2018: 8:30-9:30 am CET  | English  | <a href="http://www.siemens.be/apps/fmgen/index.asp?c=4029-DDoSk-en">http://www.siemens.be/apps/fmgen/index.asp?c=4029-DDoSk-en</a> |
| WE, Dec 19, 2018: 3:30-4:30 pm CET  | English  | <a href="http://www.siemens.be/apps/fmgen/index.asp?c=4033-lSbk-cn">http://www.siemens.be/apps/fmgen/index.asp?c=4033-lSbk-cn</a>   |

Please use one of the above links to register online; you will then receive your personal invitation in time.  
CE[ST] = Central European (Summer) Time, i.e. UTC/GMT +1 (+2), example: 3:30 pm CET/Berlin = 9:30 am Eastern Time/New York

| Datum/Zeit                         | Sprache | Registrierungslink  |
|------------------------------------|---------|---|
| MO, 15.10.18, 13:00-14:00 Uhr MESZ | Deutsch | <a href="http://www.siemens.be/apps/fmgen/index.asp?c=4034-xd5j-de">http://www.siemens.be/apps/fmgen/index.asp?c=4034-xd5j-de</a>   |
| MO, 12.11.18, 13:00-14:00 Uhr MEZ  | Deutsch | <a href="http://www.siemens.be/apps/fmgen/index.asp?c=4035-eDwfw-de">http://www.siemens.be/apps/fmgen/index.asp?c=4035-eDwfw-de</a> |
| MO, 17.12.18, 13:00-14:00 Uhr MEZ  | Deutsch | <a href="http://www.siemens.be/apps/fmgen/index.asp?c=4036-mvtoB-de">http://www.siemens.be/apps/fmgen/index.asp?c=4036-mvtoB-de</a> |

*Bitte nutzen Sie einen der o.g. Links zur Online-Registrierung; Sie erhalten dann rechtzeitig Ihre persönliche Einladung.*

Unrestricted © Siemens AG 2018  
September 2018

10K-0014



# Bosh supply on

## Choose your customized training

You want to book for your company an online or classroom training? Please choose first the training type, then select the modules and inform us about your preferred date.

CUSTOMIZED ONLINE TRAINING

CLASSROOM TRAINING IN YOUR  
COMPANY

### Customized Online Training

Would you like your team learn more about the SupplyOn services?

Combine up to three services

What content would you like to train yourself and your employees?

- Sourcing, Quality, Logistics & Finances
- Transportmanagement
- AirSupply
- Administration

Bosh supply on tedarikçi sayfasına kayıt olmak için eğitimleri tamamlamak gerekiyor. Eğitim bittikten sonra bir sertifika sahibi oluyorsunuz. Sonraki slaytta bununla ilgili eğitim bilgileri ve ücreti paylaşılmıştır

## Let us know your individual combination

### Services within AirSupply

|   |            |
|---|------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> My Workspace    | 0,5 hours  |
| <input checked="" type="checkbox"/> Master Data     | 0,5 hours  |
| <input checked="" type="checkbox"/> Forecast        | 1 hour     |
| <input checked="" type="checkbox"/> Ordering        | 1,5 hours  |
| <input checked="" type="checkbox"/> Shipment        | 1 hour     |
| <input checked="" type="checkbox"/> Receiving       | 0,5 hours  |
| <input checked="" type="checkbox"/> P2P             | 1,5 hours  |
| <input checked="" type="checkbox"/> VMI             | 1,5 hours  |
| <input checked="" type="checkbox"/> 3 S             | 0,5 hours  |
| <input checked="" type="checkbox"/> Concession      | 1 hour     |
| <input checked="" type="checkbox"/> OTD Collab      | 1 hour     |
| <input type="checkbox"/> Total duration of training | 10,5 hours |
| <input type="checkbox"/> Costs                      | 1890,00 €  |

## İHALE TAKİP

230 TL/YILLIK

İlanlı ve İlanlı İhaleler  
Doğrudan Teminler  
İhale dokümanları  
Günlük ihale raporu  
İhale sonuçları  
Günlük sonuç raporu  
Mobil Uygulama  
Sınırsız ihale alarmı (SMS)  
Sınırsız anahtar kelime raporu  
Kazanan firma bilgileri  
KİK uyumsuzluk ve kurul kararları  
Rakip Analizleri  
Kurum Analizleri  
Sektör Analizleri  
Yüklenici Takip Raporları

SEÇ

## TAKİP + RAPORLAMA

390 TL/YILLIK

İlanlı ve İlanlı İhaleler  
Doğrudan Teminler  
İhale dokümanları  
Günlük ihale raporu  
İhale sonuçları  
Günlük sonuç raporu  
Mobil Uygulama  
Sınırsız ihale alarmı (SMS)  
Sınırsız anahtar kelime raporu  
Kazanan firma bilgileri  
KİK uyumsuzluk ve kurul kararları  
Rakip Analizleri  
Kurum Analizleri  
Sektör Analizleri  
Yüklenici Takip Raporları

SEÇİLİ

## TAKİP + RAPORLAMA + ANALİZ

690 TL/YILLIK

İlanlı ve İlanlı İhaleler  
Doğrudan Teminler  
İhale dokümanları  
Günlük ihale raporu  
İhale sonuçları  
Günlük sonuç raporu  
Mobil Uygulama  
Sınırsız ihale alarmı (SMS)  
Sınırsız anahtar kelime raporu  
Kazanan firma bilgileri  
KİK uyumsuzluk ve kurul kararları  
Rakip Analizleri  
Kurum Analizleri  
Sektör Analizleri  
Yüklenici Takip Raporları

SEÇ

# Enka Global Vendor Network – Tedarikçi olarak kayıt olma

<https://cloud.enka.com/supplier/>

Adrese girip alttaki registration(kayıt) butonuna tıklayın



**ENKA**

**Welcome to ENKA Global Vendor Network (EGVN)**  
ENKA maintains a global vendor database which serves as a primary vendor source for its global procurement activities, called EGVN.  
EGVN is a web based environment where information pertinent to all kinds of third parties which are in business relation with ENKA, is centrally maintained.

**Why to register?**  
Registered companies in our vendor database is more likely to be contacted first while we request an offer for any material or service for our projects worldwide, hence there would be an increased opportunity for your company to introduce your goods or services.  
Furthermore, you will have an opportunity to improve your services in the direction of our expectations, which would eventually results in having a long-term business relation together, based on win-win approach.

**Whom to register?**  
Those vendors who seeks to collaborate with ENKA on supplying materials, equipment or providing services that you believe we are most likely to purchase, considering our business activities as detailed on our web page, see What We Do (<http://www.enka.com/what-we-do/>).

**Engineering for a Better Future**

**VN ENKA GLOBAL VENDOR NETWORK**

Email

Password

Remember Me

**Log In**

[Forgot Password?](#)

**Registration**  
Are you new to our vendor network?  
[Click here to register.](#)

**VN ENKA GLOBAL VENDOR NETWORK**

## Company Registration

To register your company with ENKA, we ask that you fill out a short company questionnaire. In return, the information you provide is recorded in ENKA's Global Vendor database. This database is used by ENKA projects worldwide as an initial source for developing a list of potential bidders. Registration does not guarantee participation in ENKA bid solicitations.

**To register your company with ENKA:**

- Using our simple search page, you will locate your company in our vendor database, if previously registered. If you could not locate your company via search function, you need to register your company in ENKA Global Vendor Network.
- Next, you will register your company in ENKA Global Vendor Network, by completing your company information. EGVN provides you with the opportunity to add more detailed information about your company and its capabilities.

Cancel

Next

**Figure 3. Information for New Company Registration**

Yeni Şirket Kayıt Bilgileri ve Kullanım ve gizlilik politikası şartları Kabul edilir (next butonuna tıklayınız)

**VN ENKA GLOBAL VENDOR NETWORK**

## Company Registration

Before proceeding you must read and understand the terms of use. Read the terms using the link below, click the accept option, and click the "Next" button to continue.

[View the terms of use](#)   [View the privacy policy](#)

I accept

I do not accept

Cancel

Back   Next

**Figure 4. Terms of Use and Privacy Policy**

- Company name  
(şirket ismi)
- Reconciliation Email  
(Mutakabat E-postası)
- Country  
(Ülke)
- Tax Number  
(Vergi No)
- Citizen ID  
(Vatandaşlık Numarası)
- MERSIS ID  
(mersis no)

VN ENKA GLOBAL  
VENDOR NETWORK

## Company Registration

Please enter any of the following information regarding your company, then click on the "Search" button.

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| <b>Company Name</b>         | <input type="text"/>                       |
| <b>Reconciliation Email</b> | <input type="text"/>                       |
| <b>Country</b>              | <input type="text" value="Please select"/> |
| <b>Tax Number</b>           | <input type="text"/>                       |
| <b>Citizen ID</b>           | <input type="text"/>                       |
| <b>MERSIS ID</b>            | <input type="text"/>                       |

**Figure 6. Company Search**

## Company Registration

Cancel

## Search Results

|        | Name                 | Location          |
|--------|----------------------|-------------------|
| Select | test Supplier Portal | Turkey / Adiyaman |

None of the above ?

- [Click here to search again.](#)
- [Click here to continue registering your company.](#)

Back

Şirketinizi aradığınızda bulamadıysanız, Şirketinizi EGVN'ye kaydetmek için lütfen “Burayı Tıklayın” bağlantısını takip edin

## Company Registration

Cancel

### Signup

Please provide the following information to start your registration process.

All fields are mandatory.

**Company Name**

**Reconciliation Email**



Ben robot değilim



reCAPTCHA

Gizlilik - Şartlar

Back

Signup

- Company name(şirket ismi)
- Reconciliation Email(iletişim e-postası)

**Figure 12. Company Registration**



**[EGVN-NOTIFICATION] ENKA Global Vendor Network Registration / ENKA Küresel Tedarikçi Ağına Katılım**

1 message

**ENKA Vendor Network** <noreply@enka.com>

To: onerkoyudemir@gmail.com

Dear Sir/Madam,

You have successfully signed-up for EGVN. Please follow the link below to complete your company registration :

<http://cloud.enka.com/supplier/Supplier/Edit?guid=e7053f47-fd29-458b-ac88-51599b2d1ac8>

Sayın Yetkili,

EGVN'e başarıyla kaydoldunuz. Firma kaydınızı tamamlamak için lütfen aşağıdaki linki tıklayınız :

<http://cloud.enka.com/supplier/Supplier/Edit?guid=e7053f47-fd29-458b-ac88-51599b2d1ac8>

Sincerely / Saygılarımızla,  
ENKA İnşaat ve Sanayi A.Ş.

Kayıt olduktan sonra “E-posta 1” de gösterildiği gibi kayıt bağlantısını içeren bir e-posta alacaksınız.

Kaydınızı tamamlamak için lütfen e-postaya yerleştirilmiş bağlantıyı takip edin.

## Company Registration

Main Attachments

Your registration is in progress. Please provide the necessary information and click "Submit Your Request" button to submit your registration.

### Vendor Description

Title

Vendor Name \*

Reconciliation Email

Company Web Page

Company Phone No

Mobile Phone No

Fax Number

### Address Information

Country \*

City

District

State / Province

Address Line 1

Address Line 2

Address Line 3

Address Line 4

Zip Code

Tax Number

Tax Office

MersisID

Citizen ID

### Scope of Activities

Search and select the code that best describes the Goods or Service (i.e. Commodity) your company provides, by using the "New Scope of Activity" button. Please select as many as are applicable.

[New Scope of Activity](#)

### Vendor Types

- Catering, Entertainment & Travel Agency
- Client - Job Owner
- Client's Consultant
- Construction Equipment Supplier
- Construction Subcontractor
- ENKA Subsidiary
- Human Resources Agency
- Insurance Provider
- Logistics Services Provider
- Material Supplier & Manufacturer
- Partner Company
- Professional Service Provider
- Rental Equipment & Property Provider
- shippingagent
- Tenant

### Contacts

[New Contact](#)

### How to Register

In order for completing your application, each prospective bidder shall fill-out Company Registration Form.

In addition; we strongly invite you to fill-out Vendor Pre-qualification (PQ) Form.

[Click here to download Pre-Qualification form](#)

Please provide the following documents along with your registration, for your company to be more eligible for our procurement experts:

- Audited Financial Statement for last three years
- Banks Reference Letter
- Chamber of Commerce Registration Document
- Company Certificates (ISO 9001, etc.)
- Catalogue showing the expertise of your company
- Tax Clearance Letter from local tax authority
- Organization Chart (detailing Management Structure)
- Quality Manual
- HSE Manual

The Pre-Qualification Form and the documents listed above shall be uploaded into EGVN under the "Attachments" section.

### What is Next ?

Information and documents provided by the prospective bidder will be reviewed and approved by an authorized ENKA personnel to complete your registration application. You will be receiving a notification email once your registration on EGVN is approved.

Registering on EGVN does not list your company on our potential bidders list in any of our projects; registration does not in way guarantee participation in ENKA bid solicitations and/or entitles you to have preferential treatment over any other unregistered vendor; ENKA at its sole discretion may choose to decide who and when to contact; however you have a better chance of being contacted by our procurement experts as long as your company credentials meet our project specific goods or service needs.

Your registration is in progress. Please provide the necessary information and click "Submit Your Request" button to submit your registration.

[Save Changes](#) [Submit Your Request](#)

Satıcı Adı: Kayıtlı olarak resmi tam Şirket Adınızı belirtin.

Mutabakat E-postası: Resmi e-posta adresinizi girin. Tek bir şirkete yalnızca bir e-posta adresi kaydedilebilir.

Şirket Web Sayfası: Şirketinizin Web Sayfası için bir bağlantı / adres sağlayın.

Şirket Telefonu No: Şirketinizin Telefon Numarasını Sağlayın. Lütfen ülkenizi ve alan kodunuzu uygun şekilde ekleyin.

Cep Telefonu No: Şirket Temsilcisinin Telefon Numarasını Sağlayın. Lütfen ülkenizi ve alan kodunuzu uygun şekilde ekleyin.

Kişiler: Lütfen Şirketinizin ENKA ile irtibat kuracak personel bilgilerini ekleyin. Birden fazla kişi ekleyebilirsiniz.

Ülke: Şirketinizin yasal olarak kayıtlı olduğu ülkeyi seçiniz.

Şehir: Şirketinizin yasal olarak kayıtlı olduğu şehri seçiniz.

Adres: Yasal kayıt kayıtlarında belirtildiği gibi Şirketinizin tam adres bilgisini sağlayın.

Vergi Numarası: Şirketinizin vergi numarasını belirtin. BDT ülkeleri için INN numaraları; AB ülkeleri için KDV numarası numaraları; ve ABD için TNN numarası.

Vergi Dairesi: Özellikle, bu bilgi, Türkiye'de kayıtlı olan şirketler için sağlanmalıdır.

Vatandaş Kimliği: Söz konusu şirketin tüzel kişilik yerine tüzel kişiliğe sahip olduğu durumlarda, lütfen yasal vatandaş kimliğine sahip olunuz.

Mersis No: Şirketinizin resmi / yasal kayıt numarasını verin. AB ülkeleri için ticaret sicil numarası; BDT ülkeleri için KPP numarası.

Faaliyetin Kapsamı: Şirketinizin sağladığı mal ve hizmetleri en iyi tanımlayan kodu arayın ve seçin. Geçerli olan kadar seçebilirsiniz.

Satıcı Türü: Lütfen Şirketinizin işletme türlerini tanımlayın. Geçerli olan kadar seçebilirsiniz.

## Company Registration

[Main](#) [Attachments](#)

Your registration is in progress. Please provide the necessary information and click "Submit Your Request" button to submit your registration.

### Vendor Description

|                      |                          |
|----------------------|--------------------------|
| Title                | Please select *          |
| Vendor Name *        | TEST SUPPLIER PORTAL 888 |
| Reconciliation Email | onerkeyudemi@hotmail.com |
| Company Web Page     |                          |
| Company Phone No     |                          |
| Mobile Phone No      |                          |
| Fax Number           |                          |

### Contacts

[New Contact](#)

### Address Information

|                  |                 |
|------------------|-----------------|
| Country *        | Please select * |
| City             | Please select * |
| District         |                 |
| State / Province |                 |
| Address Line 1   |                 |
| Address Line 2   |                 |
| Address Line 3   |                 |
| Address Line 4   |                 |
| Zip Code         |                 |
| Tax Number       |                 |
| Tax Office       | Please select * |
| MerstaID         |                 |
| Citizen ID       |                 |

### Scope of Activities

Search and select the code that best describes the Goods or Services (i.e. Commodity) your company provides, by using the "New Scope of Activity" button. Please select as many as are applicable.

[New Scope of Activity](#)

### Vendor Types

- Catering, Entertainment & Travel Agency
- Client - Job Owner
- Client's Consultant
- Construction Equipment Supplier
- Construction Subcontractor
- ENKA Subsidiary
- Human Resources Agency
- Insurance Provider
- Logistics Services Provider
- Material Supplier & Manufacturer
- Partner Company
- Professional Service Provider
- Rental Equipment & Property Provider
- shippingagent
- Tenant

### How to Register

In order for completing your application, each prospective bidder shall fill-out Company Registration Form.

In addition; we strongly invite you to fill-out Vendor Pre-qualification (PQ) Form.

[Click here to download Pre-Qualification form](#)

Please provide the following documents along with your registration, for your company to be more eligible for our procurement experts:

- Audited Financial Statement for last three years
- Banks Reference Letter
- Chamber of Commerce Registration Document
- Company Certificates (ISO 9001, etc.)
- Catalogue showing the expertise of your company
- Tax Clearance Letter from local tax authority
- Organization Chart (detailing Management Structure)
- Quality Manual
- HSE Manual

The Pre-Qualification Form and the documents listed above shall be uploaded into EGVN under the "Attachments" section.

### What is Next ?

Information and documents provided by the prospective bidder will be reviewed and approved by an authorized ENKA personnel to complete your registration application. You will be receiving a notification email once your registration on EGVN is approved.

Registering on EGVN does not list your company on our potential bidders list in any of our projects, registration does not in way guarantee participation in ENKA bid solicitations and/or entitles you to have preferential treatment over any other unregistered vendor; ENKA at its sole discretion may choose to decide who and when to contact; however you have a better chance of being contacted by our procurement experts as long as your company credentials meet our project specific goods/service labels.

Your registration is in progress. Please provide the necessary information and click "Submit Your Request" button to submit your registration.

[Save Changes](#)

[Submit Your Request](#)

Windows'u etkinleştirmek için Ayarlar'a gidin

## Company Registration

Main

Attachments

General

Prequalification Form

Quality Assurance

HSE Questionnaire

Financial Evaluation

Project Code

Please select

Validity Date

Remarks


Lütfen "Ekler" bölümündeki ilgili sekmelere, kayıt için gerekli olan destekleyici belgeleri / kayıtları sağlayın.

Örneğin. "Genel" sekmesi için aşağıdakileri sağlayın: Com Ticaret Odası Kayıt Belgesi

- Firmanızın uzmanlığını gösteren katalog
- Organizasyon Şeması (Yönetim Yapısının detaylandırılması) "Finansal Değerlendirme" sekmesi için aşağıdakileri sağlayın: last Son üç yıl için Denetlenmiş Mali Tablolar
- Bankalar Referans Mektubu local Vergi Tahsilatı Vergi Dairesi "Kalite Güvence" sekmesi için aşağıdakileri sağlayın:
  - Şirket Sertifikaları (ISO 9001, ASME, vb.)
  - Kalite El Kitabı "HSE" sekmesi için aşağıdakileri sağlayın:
    - HSE Sertifikaları (ISO 14001, OHSAS 18001, vb.)
    - HSE Manual

Yetkili ENKA  
kullanıcısı, e-posta  
bildiriminde verilen  
bağlantıyı takip  
ederek kayıt talebini  
inceleyecek ve  
onaylayacaktır.

Mon 08-Aug-16 15:13

 ENKA Vendor Network <noreply@enka.com>  
[EGVN-NOTIFICATION] EGVN Registration Request : TEST SUPPLIER PORTAL @

To Oner Koyudemir; Baris Eymen; Inci Bozokluoglu

Dear Sir/Madam,

The following vendor has requested to register on EGVN.  
Vendor Name: TEST SUPPLIER PORTAL @

Click the link below to view and reflect the changes on EGVN :  
<http://cloud.enka.com/egvn/RfuVendor/ReviewAndReflectChanges?RfuID=8>

Sincerely / Saygılarımızla,  
ENKA İnşaat ve Sanayi A.Ş.

Window  
Windows

# Tekfen İnşaat - Tedarikçi Zinciri

## 1. Şirket Detayları

### 1.1 Tedarikçi Kaydet: Şirket Detayları



Tedarikçi Kaydet: Şirket Detayları

Şirket Detayları | Şirket Bilgileri | Adresler | İş Sürekliliği | Banka Hesapları | Ürünler ve Hizmetler | Anket | Geçmiş Geçir

Geri | İleri | Silin | İşlem | Kapat | İptal

\* Şirket Adı

\* Tedarikçi Tipi-1

\* Tedarikçi Tipi-2

\* Vergi Dairesi

Ölçüler İçeriği

Vergi Dairesi

Vergi Numarası

Şirket Web Sitesi

Onaylamaya İzin

İrtibat Bilgileriniz  
Bu şekilde işlemlerin irtibat sağlanabilir.

\* Ad

\* Soyadı

\* E-Posta

\* E-postaya Tevfi Etilir

[Web sayfası](#)

**Şirket** alanına, tedarikçinin adı resmi evraklarda yazıldığı gibi yazılmalıdır.

**Tedarikçi Tipi-1** ve **Tedarikçi Tipi-2** alanlarından tedarikçinin hizmet verdiği alan bilgisi seçilir. Bu alanlar için değer kümeleri tanımlanmıştır. Bu değer kümesinden veri girişi yapılmalıdır.

\* Tedarikçi Tipi-1

Tedarikçi Tipi-2

\* Vergi Dairesi

Ekler

Yüklenici

Taşıeron

Sigorta

İmalatçı

Hizmet

Tedarikçi

Danışmanlık

Distribütör

Trader

Leasing

Gümrük

**Vergi Ülkesi, Vergi Numarası, Vergi Dairesi** tedarikçinin bağlı olduğu vergi ülkesi ve dairesine ait bilgilerdir. Vergi Numarası alanı 11 haneden oluşan vergi numarası girilmelidir.

**Şirket web sitesi** alanına tedarikçinin web sitesi bilgisi girilmelidir.

**Ekler** alanındaki “+” butonuna basılarak tedarikçi tescil isteği ile ilgili gerekli olduğunu düşündüğünüz dokümanları ekleyebilirsiniz.

Windows'u Etkinleştir  
Windows'u etkinleştirmek için Ayarlar'a gidin.



## 1.2 İrtibat Bilgileri

Tedarikçi detayları ile ilgili iletişime geçilecek kişinin irtibat bilgileri girilmelidir.

**Ad, Soyad, E-Posta** bilgilerinin **eksiksiz ve doğru bir şekilde girilmesi gerekmektedir.**

**E-Postayı Teyit Et** alanına, e-posta alanındaki mail adresi girilmelidir. Mail adreslerinin doğru formatta girilmiş olmasına dikkat edilmelidir.

“İleri” butonuna basılarak, tedarikçi kayıt isteği için detay bilgilerin girilmesine devam edilmelidir.

The screenshot shows a web form for supplier registration. The top navigation bar includes: Şirket Detayları (selected), İrtibat Bilgileri, Adresler, İş Ortaklıklarını, Banka Hesapları, Ürünler ve Servisler, Ayrıntı, and Güncelleme. The main form is titled 'Tedarikçi Kayıt: Şirket Detayları' and contains several input fields and buttons. The 'İrtibat Bilgileri' section is highlighted in the image.

**Tedarikçi Kayıt: Şirket Detayları**

Şirket Türü: ŞİRKET\_1

Tedarikçi Tipi-1: Tedarikçi

Tedarikçi Tipi-2: Sanayici

Vergi Durumu: BASILIK

OKUYU İZLE

Vergi Dairesi: T.C.K.T.B.

Vergi Numarası: 1234567890

Şirket Web Sitesi: www.google.com

Onaylayana Not: Tedarikçi belgelendirme sürecinde en hızlı şekilde belgelemenizi rica ederiz.

**İrtibat Bilgilerimiz**  
Bu bölüme iş yapış şeklinizi belirtiniz.

\* Ad: Ad

\* Soyadı: Soyad

\* E-Posta: ad.soyad@irket.com

\* E-Postayı Teyit Et: ad.soyad@irket.com

Buttons: GÖZLEME, İLERİ, GİRİŞİMLERİ İZLEME, KAYIT, İZLEME

Tedarikçi tesciline ait irtibat bilgileri alanına girilen bilgileri bu alana otomatik olarak gelmektedir.

Şirket Detayları
İlgili Kişiler
Adresler
İş Süreçleri
Banka Hesapları
Ürünler ve Servisler
Anket
Gözetim Geçir

Geri İleri Sonrasını İçin Kaydet Kaydet İptal

**Tedarikçi Kaydet: İlgili Kişiler**

En az bir ilgili kişi girin.

Eylemler ▼ Görünüm ▼ Filtre ▼ + Oluştur ✍ Düzenle ✕ Sil 📄 Dünürler 🔍 Aray 🗨 Sor

| Adı       | İş Unvanı | E-Posta             | Yönetimle İlgili Kişi | İstek Kullanıcı Hesabı | Düzenle | Sil |
|-----------|-----------|---------------------|-----------------------|------------------------|---------|-----|
| Soyadı Ad |           | ad.soyad@kirket.com | ✓                     | ✓                      | ✍       | ✕   |

Görüş Sayıları: 7

## 2.1 İlgili Kişi Bilgileri Düzenle

İlgili kişi satırının sonundaki **“Düzenle”** alanındaki resme tıklayarak ya da sayfa üzerindeki **“Düzenle”** alanına tıklayarak ilgili kişinin unvan, telefon bilgileri gibi bilgilerinin girişi yapılmalıdır.

The screenshot shows a web application interface for managing related persons. At the top, there is a breadcrumb navigation menu with items: İşletme Detayları, İlgili Kişiler, Adresler, İş Sınıflandırmaları, Banka Hesapları, Ürünler ve Servisler, Anket, and Gözden Geçir. Below the navigation, there is a header section with the title 'Tedarikçi Kaydet: İlgili Kişiler' and several buttons: 'Geri', 'İleri', 'Sonrasına Kaydet', 'Kapat', and 'İptal'. The main content area contains a table with columns: Ad, İş Unvanı, E-Posta, Yönetimle İlgili İş, İstek Kullanıcı Hesabı, Düzenle, and Sil. The first row of the table has the following data: Ad: 'Ticaret Ad', İş Unvanı: (empty), E-Posta: 'ad.kayit@ortal.com', Yönetimle İlgili İş: checked, İstek Kullanıcı Hesabı: checked, Düzenle: (pencil icon), and Sil: (X icon). The 'Düzenle' button (pencil icon) is highlighted with a red box. Below the table, there is a 'Güç Sıralama' section with a dropdown menu showing '7'.

| Ad         | İş Unvanı | E-Posta            | Yönetimle İlgili İş | İstek Kullanıcı Hesabı | Düzenle | Sil |
|------------|-----------|--------------------|---------------------|------------------------|---------|-----|
| Ticaret Ad |           | ad.kayit@ortal.com | ✓                   | ✓                      |         |     |

### 3. Tedarikçi Kaydet: Adresler

Tedarikçi kayıt adresi oluşturulabilmesi için adres bilgisi alanının doldurulması zorunludur. **“Oluştur”** butonu ile tedarikçi adres bilgilerinin girişi yapılır.

**Tedarikçi Kaydet: Adresler**

Yeni bir adres ve sipariş adresi olarak en az 10 adres girin.

Eylemler ▼ Görünüm ▼ Format ▼ **Oluştur** ✓ Sil ✕ Standart ✕ Ayar ✓ İzle

| Adres Adı             | Adres | Telefon | Adres Amacı | Durumu | Sil |
|-----------------------|-------|---------|-------------|--------|-----|
| Görülmemesi için yok. |       |         |             |        |     |
| Gözet Satırlar        | 3     |         |             |        |     |

## 4. Tedarikçi Kaydet: İş Sınıflandırmaları

Tedarikçinin “E-Fatura Mükellefi” olması/olmaması durumunu ve kalite belgelerinin girişini yapabildiği alandır.

“+” butonuna basılarak bilgi girişleri yapılabilir.

Tedarikçi Kaydet: İş Sınıflandırmaları

Şirket Detayları İş Kipleri Adresler İş Sınıflandırmaları Banka Hesapları Ürünler ve Servisler Anket Gözetim Geçir

Geri İleri Sonrasına Kaydet Kaydet İptal

Sınıflandırmaları hiçbir şeyi değil

Etkiler Görünüm Format + Sil Sil Ayr Sil

| Sınıflandırma         | Diğer Onaylayan Kuruluş | Sertifika | Başlangıç Tarihi | Geçerlilik Bitiş Tarihi | Ekler | Notlar |
|-----------------------|-------------------------|-----------|------------------|-------------------------|-------|--------|
| Görünülecek veri yok. |                         |           |                  |                         |       |        |

## 5. Tedarikçi Kaydet: Banka Hesapları

Tedarikçinin bankalarının girişinin yapıldığı, banka bilgilerinin güncellendiği ya da banka eşleşmesinin silindiği sekmedir.

### 5.1 Banka Hesabı Oluşturulması

“+” butonuna basılarak banka bilgilerinin girişi yapılır.

Tedarikçi Kaydet: Banka Hesapları

Geri İleri Sonrasına İzin Kaydet Kaydet İptal

Eylemler Görünüm Format **+ Oluştur** Düzenle Sil Göster Ayr Sırala

| Hesap Numarası           | IBAN | Para Birimi | Banka | Düzenle | Sil |
|--------------------------|------|-------------|-------|---------|-----|
| Görüntülenecek veri yok. |      |             |       |         |     |
| Gizli Sütunlar 6         |      |             |       |         |     |

## 6. Tedarikçi Kaydet: Ürün ve Servisler

Tedarikçinin sağlamış olduğu ürün ve servisler liste halinde tanımlanmıştır. En az bir ürün veya servis kategorisinin seçilmesi gerekmektedir.

**Tedarikçi Kaydet: Ürün ve Servisler**

En az bir ürün ve servis kategorisi girin.

Eylemler ▼ Görünüm ▼ Formlar ▼ Seç ve Ekle ✕ Kaldır || Dondur [X] Ayar ↕ Sırala

| Kategori Adı             | Tanım | Kaldır |
|--------------------------|-------|--------|
| Görüntülenecek veri yok. |       |        |

Geri İleri Sonra İçin Kaydet Kaydet İptal

## 7. Tedarikçi Kaydet: Anket

Tedarikçi tescil isteğinde bulunacak tedarikçiler için hazırlanmış olan anket soruları bu bölümde yer almaktadır.

## 8. Tedarikçi Kaydet: Gözden Geçir

Tedarikçi tescil isteği için, önceki sekmeler girilmiş olan bilgilerin ön-izlemesinin yapıldığı sekmedir.

**Tedarikçi Kaydını Gözden Geçir: SIRKET\_1**

**Şirket Detayları**

Şirket: SIRKET\_1  
Tedarikçi Tipi-1: Tedarikçi  
Tedarikçi Tipi-2: Dağıtım  
Vergi Dairesi: MASLAK

Vergi Ülkesi: Türkiye  
Vergi Numarası: 1234567890  
Şirket Web Sitesi: www.google.com  
Onaylama Notu: Tedarikçi teslif sözleşmesi onaylanmasından önce teslimatı yapın.

**Ekliler**

| Tür                      | Dosya Adı veya URL | Başlık | Açıklama | Ekleyen | Eklenme Tarihi |
|--------------------------|--------------------|--------|----------|---------|----------------|
| Görüntülenecek veri yok. |                    |        |          |         |                |

Gözetim: 1

Tedarikçi bilgileri kontrol edilerek; herhangi bir hata olmaması durumunda **“Kaydol”** butonuna basılarak tedarikçi isteği oluşturulur.





# ASELSAN - Tedarikçi Adayı Başvurusu



## 1. TEDARİKÇİ KAYIT SAYFASI

Aselsan ile çalışmak isteyen tedarikçi firmaların, Aselsan internet sayfası üzerinden Aday Firma Başvuru sayfasına erişerek başvuru yapmaları gerekmektedir. Tedarikçi firma adaylarının Resim1.1, Resim1.2, Resim1.3, Resim1.4 ve Resim1.5’de görülen Tedarikçi Kayıt anketini doldurarak başvurularını tamamlamaları gerekmektedir. (\*) ile belirtilen alanlar doldurulması zorunlu olan alanlardır.

Başvuru esnasında tedarikçilerin en az 1 satınalma “kategorisi/faaliyet alanı” seçmeleri gerekmektedir. Birden fazla alanda faaliyet gösteren aday tedarikçi firmalar, çoklu kategori seçimi yapabilir.

Katılım koşullarını okuyup onayladıktan sonra “Gönder” butonuna basarak başvuru tamamlanır.

## Genel şirket bilgileri

### Şirket bilgileri

|                                  |                   |
|----------------------------------|-------------------|
| * Şirket adı:                    | TEST              |
| * Şirket tipi:                   | Yan Sanayi        |
| Kuruluş yılı:                    | 10.10.1995        |
| D-U-N-S numarası:                | 509877456         |
| Nato Cage Kodu:                  | 25987             |
| * Firmanız KOBİ statüsünde midir | Evet              |
| * Dil:                           | Türkçe            |
| Ana sayfa:                       |                   |
| * Vergi dairesi:                 | ANKARA            |
| * Vergi numarası:                | 12345678912       |
| Para birimi:                     | Türk Lirası       |
| Yıllık ciro:                     | 1000000000        |
| Yıllık ciro para birimi:         | TRY               |
| Odenmiş sermaye:                 |                   |
| Odenmiş sermaye para birimi:     | TRY               |
| Firma yetkili kişi ayrıntıları   |                   |
| Unvanı:                          | DOKTOR            |
| Adı / Soyadı:                    | SIDDIK BULUNTEKIN |
| Ortaklık bilgileri               |                   |
| Hissedar Adı 1:                  | 1. HISSEDDAR      |
| Hisse Oranı 1:                   | %30               |
| Hissedar Adı 2:                  | 2. HISSEDDAR      |
| Hisse Oranı 2:                   | %25               |
| Hissedar Adı 3:                  | 3. HISSEDDAR      |
| Hisse Oranı 3:                   | %35               |
| Hissedar Adı 4:                  | 4. HISSEDDAR      |
| Hisse Oranı 4:                   | %10               |
| Hissedar Adı 5:                  |                   |
| Hisse Oranı 5:                   |                   |

### Sorular

Firmanızın bir kurum tarafından süreli veya süresiz olarak yasaklanma durumu var mıdır?

- Evet

Yasaklayan kurumu,gerekçesini ve yasaklık süresini belirtiniz.

\* Yasaklayan kurum: X KURUMU

\* Yasaklık gerekçesi: XGEREKÇE

\* Yasaklık bitiş tarihi: 09.09.2015

Firmanızın ilgili resmi mevzuat hükümleri uyanınca kesinleşmiş sosyal güvenlik prim borcu var mıdır?

- Evet

Firmanızın ilgili resmi mevzuat hükümleri uyanınca kesinleşmiş vergi borcu var mıdır?

- Evet

Firma hissedarları arasında ASELSAN'da çalışan birinci derecede (anne, baba, kardeş, eş, çocuk) yakını olan var mı?

- Evet

\* Stoklama alanı mevcut mu?:

Evet

Ekipman parkı:

GFFHFNXFGB

**Sahip olunan belgeler**

Kalite Belgeleri

- AS 9100
- AQAP 2110
- ISO 9001 Kalite Yönetimi
- ISO 27001
- IRIS
- Diğer - Kalite

[Aselsan kayıt linki](#)

Güvenlik Belgeleri

- Tesis güvenlik belgesi
- Üretime mücade belgesi
- Millî şahıs güvenlik belgesi
- NATO şahıs güvenlik belgesi

### Referanslar

Savunma sanayi firmaları

|                                |      |             |
|--------------------------------|------|-------------|
| Başlama yılı 1: / Firma adı 1: | 1997 | 1. REFERANS |
| Başlama yılı 2: / Firma adı 2: | 1999 | 2. REFERANS |
| Başlama yılı 3: / Firma adı 3: | 2011 | 3. REFERANS |
| Başlama yılı 4: / Firma adı 4: | 2015 | 4. REFERANS |
| Başlama yılı 5: / Firma adı 5: | 0000 |             |

Diğer sektör firmaları

|                                   |      |  |
|-----------------------------------|------|--|
| Başlama yılı 1: / Sektör firma 1: | 0000 |  |
| Başlama yılı 2: / Sektör firma 2: | 0000 |  |
| Başlama yılı 3: / Sektör firma 3: | 0000 |  |
| Başlama yılı 4: / Sektör firma 4: | 0000 |  |
| Başlama yılı 5: / Sektör firma 5: | 0000 |  |

İhracat Yapılan Ülkeler:

Çevre ve İş Sağlığı Belgeleri

- OHSAS 18001  
 ISO 14001  
 Diğer - Çevre

Diğer Belgeler

Diğer Belgeler:

Öye olunan dernek ve kuruluşlar

- KOSGEB  
 OSSA  
 SASAD  
 Diğer

Personel bilgileri

\* Toplam Personel Sayısı:

Mühendislik bölümü mezunları

Çalışan sayısı:

İş tecrübesi (yıl):

Diğer üniversite mezunları

Çalışan sayısı:

İş tecrübesi(yıl):

Üniversite meslek teknik bölüm mezunu (Teknik Öğretmen)

Çalışan sayısı:

İş tecrübesi (yıl):

Meslek Yüksek Okulu mezunu (Y.tekniker - Tekniker)

Çalışan sayısı:

İş tecrübesi (yıl):

Teknik meslek - Endüstri meslek Lisesi mezunu (Teknisyen )

Çalışan sayısı:

İş tecrübesi (yıl):

Diğer personel

Çalışan sayısı:

İş tecrübesi(yıl):

Önemli iş deneyimleri

Deneyim 1:

Yapılan İş 1:

Deneyim 2:

Yapılan İş 2:

Deneyim 3:

Yapılan İş 3:

Deneyim 4:

Yapılan İş 4:

Deneyim 5:

Yapılan İş 5:

Posta kutusu adresi

PK:

Numarasız posta kutusu

Diğer şehir: / Posta kodu:

Diğer ülke:

İletişim

\* Telefon numarası:

/ Dahili numara:

\* Faks numarası:

/ Dahili numara:

\* E-posta:

Formu dolduran kişi ayrıntıları

Ünvanı:

Adı / Soyadı:

#### Adres

\* Ülke:

Bölge:

\* Kent: / \* Posta kodu:

Şirket posta kodu:

Konut numarası: / \* Caddesi:

Bina: / Kat: / Oda:

#### İlgili kişi ayrıntıları

Hitap biçimi:

\* Adı:

\* Soyadı:

Akademik unvan:

Departman:

İşlev:

\* Telefon numarası: / Dahili numara:

Faks numarası: / Dahili numara:

\* E-posta:

\* Dil:

\* Ülke:

#### Ürün kategorileri \*

[Ekle](#)

| Kategori adı                           |                          |
|--|--------------------------|
| 10000 KART TAKIMLARI ÜRETİMİ           | <input type="checkbox"/> |
| 20000 ELEKTROMEKANİK MONTAJ            | <input type="checkbox"/> |
| 30000 KABLAJ                           | <input type="checkbox"/> |
| 40000 FIBEROPTİK KABLAJ                | <input type="checkbox"/> |
| 50000 BOBİN, TRAFÖ ÜRETİMİ             | <input type="checkbox"/> |
| 60000 SİSTEM ENTEGRASYON               | <input type="checkbox"/> |
| 70100 KABİN PANO-ELEKTROMEKANİK MONTAJ | <input type="checkbox"/> |
| 70200 KABİN PANO-KABLAJ                | <input type="checkbox"/> |
| 70300 KABİN PANO-MEKANİK               | <input type="checkbox"/> |

### Açıklama

ASELSAN'a iletmek istediğiniz notlar varsa lütfen buraya yazınız.

### Güvenlik Sorusu

5 + 5 + 3 = ?

13

### Gizlilik bildirimini

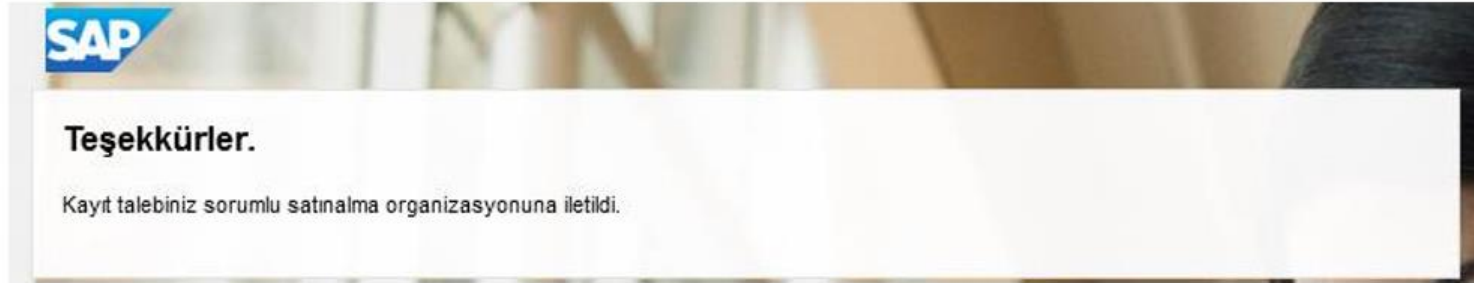
Okudum ve koşulları kabul ediyorum (Veri Gizliliği Bildirimi).

Gönder

Girişleri geri al

Resim 1.5

Başvuru tamamlandığında ise Resim 2'deki ekran görülerek başvurunun başarı ile tamamlandığı anlaşılabilir.



Resim 2



# MIELE - Tedarikçi Adayı Başvurusu



All fields marked with \* are mandatory fields and must be filled.

I'm already a supplier for JAGGAER Direct

## 1. General company data

|                  |  |
|------------------|--|
| Company name*:   | <input type="text" value="şirket ismi"/>                             |
| Corporate form*: | <input type="text" value="kurumsal kimlik"/>                         |
| Street*:         | <input type="text" value="sokak"/>                                   |
| Postal code*:    | <input type="text" value="posta kodu"/>                              |
| Town/City*:      | <input type="text" value="şehir"/>                                   |
| Country*:        | <input type="text" value="Turkey"/>                                  |
| Telephone*:      | <input type="text" value="tel"/> <input type="text" value="numara"/> |
| Fax:             | <input type="text" value="fax"/> <input type="text" value="numara"/> |
| Email*:          | <input type="text" value="e posta adresi"/>                          |
| Homepage:        | <input type="text" value="web sitesi"/>                              |
| D-U-N-S:         | <input type="text" value="duns numarası"/>                           |

[Link](#)

## More on Miele

[www.miele.de](http://www.miele.de)

Deutsch



<https://www.pool4tool.com/portal/miele/register.php>

## 2. Contact person data

|                   |                      |                      |
|-------------------|----------------------|----------------------|
| Form of address*: | ---                  | ▼                    |
| Forename*:        | isim                 |                      |
| Surname*:         | soyisim              |                      |
| Department*:      | Administration ▼     |                      |
| Telephone*:       | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| Fax:              | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| Email*:           | <input type="text"/> |                      |
| Login name*:      | giriş ismi           |                      |

[Miele on data security issues](#)

[Miele does not collect personally identifiable information without your knowledge.](#)

## MİELE HİZMET SEKTÖRLERİ

Talep spektrumu Uygulanabilir malzeme /  
üretim malzemesi

Basılı malzeme

Elektronik montaj / saatler Elektronik parçalar

Elektro-mekanik / elektronik

Yardımcı malzemeler

Yalıtım malzemesi

Sentetik malzemeler / kauçuk / cam / seramik

Bordro işleme Metal döküm / alu-profili

Metal parçalar Metal kompozit parçalar

Demir dışı metaller Çelik paketleme

Üretilmeyen malzeme / dolaylı malzeme

Sürücü ve kinetik mühendisliği İş güvenliği

Ofis malzemeleri İşletme malzemeleri ve tehlikeli maddeler

İnşaat ve bakım İşletme teknolojisi yatırımları Hizmetler

Elektrik malzemeleri enerjileri Üretim / kontrol teknolojisi yatırımları

Diğer endüstriyel ve dolaylı malzeme ihtiyaçları

BT / telekomünikasyon Hareketlilik Mekanik / İşleme Çelik / demir olmayan metaller

Reklam / satış promosyonu

# ABB - Tedarikçi Olmak



## Log in

KAYIT OLMAK İÇİN [SIGN UP](#)  
TIKLAYIN

E-mail address\*

Password\*

[Forgot your password?](#)

**LOGIN**

Need an account? [Sign up](#)

© Copyright 2017 ABB | [Provider information/Impressum](#) | [Cookies and privacy policy](#)

<https://myportal.abb.com/?autologin>

# Sign up

With one ABB account, you can access all our online services.

First name\*

ISIM

Last name\*

SOYISIM

E-mail address\*

EMAIL ADRESİ

Please enter a valid email address.

Password\*

•••••

Your password must be at least 8 characters long and contain 3 different character types: lower/upper case letters, numbers or symbols.

Repeat password\*

••••••••

Passwords are not the same.

## Business information

Company / school / institution\*

ŞİRKET

Phone number

TELEFON

Country where you work

Turkey

## Security

Security question

What is your father's middle name?

Answer to security question\*

|

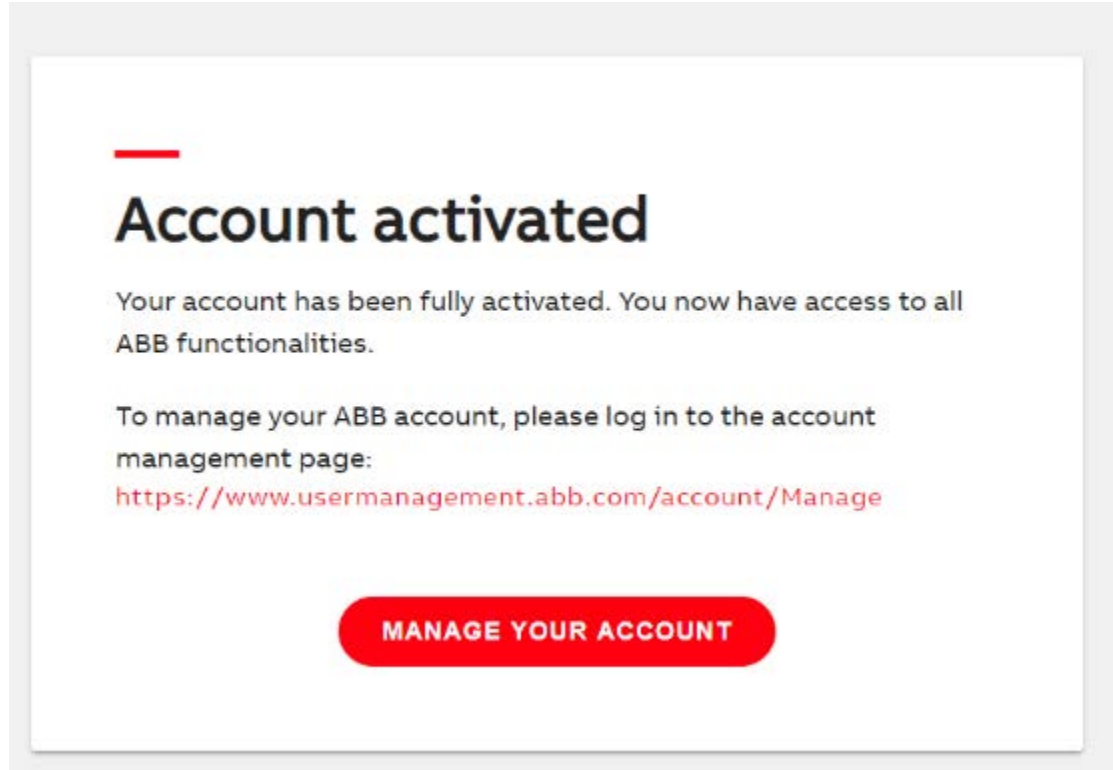
Please enter at least 4 characters.

Aktif hesap ABB hizmetlerini kullanmaya başlamak için hesabınızı etkinleştirmeniz gerekiyor. Hesabınızı etkinleştirmek için kayıtlı posta kutunuza gidin, ABB'den e-postayı açın ve e-postadaki aktivasyon linkine tıklayın.

## — Activate account

You need to activate your account to start using ABB services. To activate your account, go to your registered mailbox, open the e-mail from ABB and click on the activation link in the email.

Hesabınız tamamen etkinleştirildi.  
Artık tüm ABB işlevlerine erişebilirsiniz.  
ABB hesabınızı yönetmek için lütfen hesap yönetimi sayfasına giriş yapın:





myABB dashboard

### Search ABB Library

Type a query...

[Go to ABB Library](#) [Search](#)


### Products, Parts and Consumables Information

Parts and Consumables | Products

|   |  |
|---|--|
| Control Systems (8082)                      | Drives (10940)                         |
| High Voltage Products (419)                 | Low Voltage Products and Systems (545) |
| Marine Solutions (14)                       | Measurement and Analytics (8453)       |
| Medium Voltage Products and Systems (14682) | Mining Solutions (333)                 |
| Motors and Generators (11974)               | Power Converters and Inverters (224)   |
| Pulp & Paper Solutions (249)                | Robotics (20263)                       |
| Semiconductors (1371)                       |  |

[Go to Parts and Consumables](#)

### Contact Us



[General ABB contacts](#)

### Other Services

Available | On Request

- MyRobot >
- Business Online (BOL) >
- Business Online (cBOL) >
- Switchgear Configurators >
- MOSS NAM >

[Profile management](#)

# ALIBABA - Tedarikçi Olmak



## Ihracatçılar İçin Alibaba.com Ne Gibi Özellikler Sunuyor?

Alibaba.com, ithalatçı firmalardan sunmuş oldukları hizmetlere karşılık her hangi bir ücret talep etmezken, ihracatçı firmalardan ücretsiz üyelik haricindeki tüm üyelik çeşitlerinde ücret talep etmektedir. Alibaba.com üzerinde firmanıza ait bir sayfanız olması ve bu sayfa üzerinden ürünlerinizi alıcılara tanıtabilmeniz için en azından siteye ücretsiz üye olmanız gerekmektedir.

Sign In | Join Free | My Alibaba

For Buyers | For Suppliers | Customer Service | Trade Assurance | **DS Scops** | About Alibaba Group

Alibaba.com Seller Channel

Home | **Seller Memberships** | Value-Added Services | Training | Learning Center | Success Stories | Buyer Demand Report | e-Credit Line

**Let's Expand Your Business!**  
Start with a **Gold Supplier** Membership.  
Authentication & Verification helps you gain immediate trust from buyers.

Choose an Alibaba.com Membership Package

| Main Features     | Gold Supplier Membership |                  |               | FREE Member  |
|-------------------|--------------------------|------------------|---------------|--|
|                   | Premium Package          | Standard Package | Basic Package | Buyers or those suppliers still thinking about using Alibaba.com |
| Priority Ranking  | 1st                      | 2nd              | 3rd           | 4th  |
| Product Posting   | Unlimited                | Unlimited        | Unlimited     | 50   |
| Product Showcases | 25                       | 10               | 5             | 0  |

Ücretsiz üyelik ile beraber, Alibaba.com üzerinde 50 adet ürün yayınlama şansına sahip olacaksınız. Her bir ürüne 6 adet fotoğraf ekleme şansına sahipsiniz.

Ücretsiz üyeliğin en büyük dezavantajı ise, ürün arama sorgularında firmanıza ait ürünlerin, ücretli üyelere göre daha önce görünmesidir.

Diyelim ki, tekstil makinası ihracatı yapmaktasınız ve Alibaba.com'a ücretsiz üye olup, firma profilinizi oluşturduunuz. İhraç ettiğiniz makinalar ile ilgili bilgileri girdiniz ve Alibaba.com üzerinden size ulaşacak alıcıları beklemeye başladınız.

Ücretsiz üyelik altında, Alibaba.com üzerinden tekstil makinası ithalatçılara ulaşma şansınız oldukça düşüktür. Çünkü, Alibaba.com öncelikle en çok parayı veren üyelerinin ürünlerini sorgularda göstermektedir.

Ayrıca, Çin'li firmaların diğer ülke firmalarına karşın bir üstünlüğü olduğu da düşünülebilir.

Bu yüzden, eğer ilk aşamada Alibaba.com'a para verilmek istenilmiyor ise, olabildiğince profesyonel bir sayfa hazırlanmaya çalışılmalı ve Alibaba.com'dan gelen mesajlara olabildiğince hızlı dönüş yapılmalıdır.

Alibaba.com'un ücretli üyelikleri, "Gold Supplier Membership" ismi altında Basic, Standart ve Premium Package olarak pazarlanmaktadır.

Alibaba.com'a ücretli üye olan ihracatçı firmalar aşağıdaki ayrıcalıklardan faydalanabilmektedir.

1. İşletme Kayıtları Onaylanmış İhracatçılar (Basic, Standart ve Premium)
2. Alım taleplerine cevap verebilme (Basic, Standart ve Premium)
3. Limitsiz ürün ekleyebilme (Basic, Standart ve Premium)
4. Özel tasarımı firma sayfaları (Basic, Standart ve Premium)
5. Vitrindeki Ürünler (Basic:5, Standart:10, Premium:25)
6. Kişisel Müşteri İlişkileri Yardımı (Premium)
7. Aynı Firma Altında Farklı Kullanıcı Tanımlayabilme (5 Adet: Basic, Standart ve Premium)

## Alibaba.com Gerçekten İşe Yarıyor mu?

Alibaba.com temel anlamda bir web sitesidir ve gücünü ziyaretçilerinden almaktadır. Alibaba.com acaba gerçekten işe yarıyor mu diye, kendi kendimize sorduğumuzda, bakmamız gereken en önemli veri sitenin ziyaretçi sayısıdır.

Aşağıdaki grafikte, Alibaba.com'un ziyaretçi sayılarına ilişkin bilgiler yer almaktadır. Veriler [alexa.com](https://www.alexa.com) sitesinden alınmıştır.



gerçekten işe yarıyor mu?

## ZİYARETÇİ MİKTARI ANALİZİ

Alibaba.com, Alexa verilerine göre, Dünya genelinde en fazla ziyaret edilen 57. web sitesidir.

### Alexa Traffic Ranks

How is this site ranked relative to other sites?



Global Rank ?

57 ▲1

Rank in China ?

48

Alibaba.com'un günlük ziyaretçi sayısı, Google.com.tr ve Google.ca'dan daha fazladır.

Alibaba.com

The first business of Alibaba Group, Alibaba.com (www.alibaba.com) is the leading platform for...More

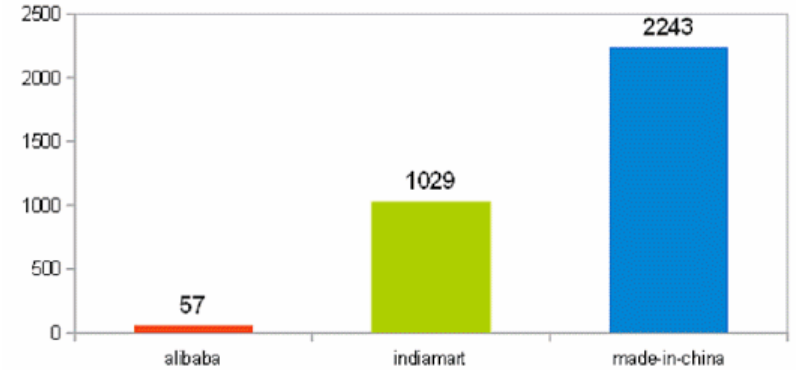
Google.com.tr

Gelişmiş arama seçenekleri ve sade yapıyla etkili sonuçlar veren arama motoru.

Google.ca

Alibaba.com, en yakın rakibine, ziyaretçi sayısı konusunda fersah fersah fark atmıştır

**En çok ziyaret edilen B2B web siteleri**



Sign In | Join Free | My Alibaba | For Buyers | For Suppliers | Customer Service | Trade Assurance | 03 Seçer | About Alibaba Group

Alibaba.com™ Seller Channel

Home | Seller Memberships | Value Added Services | Training | Learning Center | Success Stories | Buyer Demand Report | e-Credit Line

**Let's Expand Your Business!**  
Start with a **Gold Supplier** Membership.  
Authentication & Verification helps you gain immediate trust from buyers.

Choose an Alibaba.com Membership Package

| Main Features     | Gold Supplier Membership |                  |               | FREE Member  |
|-------------------|--------------------------|------------------|---------------|--|
|                   | Premium Package          | Standard Package | Basic Package | Buyers of those suppliers will think about using Alibaba.com |
| Priority Ranking  | 1st                      | 2nd              | 3rd           | 4th  |
| Product Posting   | Unlimited                | Unlimited        | Unlimited     | 50   |
| Product Showcases | 25                       | 10               | 5             | 0  |

Yukarıdaki şekilden de görüleceği üzere, Alibaba.com Dünya çapında en fazla ziyaret edilen B2B web sitesidir.

Alibaba.com'a günde giren ziyaretçi sayısı, [google.com.tr](http://google.com.tr)'ye giren ziyaretçi sayısından fazladır.

Ayrıca belirtmekte fayda vardır ki, Alibaba.com'un en yakın rakibi ile arasındaki fark 20 katın üzerindedir.



TradeFive > Alibaba.com Türkiye Üyelerine Sağlanan Hizmetler > Alibaba Global Gold Supplier (GGS) Üyelikler

## ALIBABA.COM GLOBAL GOLD SUPPLIER (GGS) ÜYELİKLERİ

190 ülke ve bölgedeki 260 milyon üyesi ile dünyanın e-ticaret platformu **Alibaba.com**' un Türkiye'deki iş ortağı TradeFive, şirketinizin yeni pazarlara ulaşması ve var olan ihracat hedeflerine yeni hedefler eklemesine destek sunuyor.

**TradeFive**, uzman kadrolarıyla Alibaba.com'un GGS (Global Gold Supplier) üyelerine, platformu verimli kullanabilmeleri için üyelik hakları, ürün özellikleri, platform özellikleri, uluslararası fırsatlar, ticari iş birliği ağları kullanımı ve özel kampanyalar hakkında düzenli olarak bilgilendiriyor ve üyelik destek hizmetleri sunuyor.

Alibaba.com platform üyelikleri hakkında bilgi almak ve üyelikleriniz ile ilgili her türlü konuda TradeFive'in destek birimleri ile iletişime geçebilirsiniz.

Alibaba.com üyelik hattı için lütfen [tıklayınız](#)

Alibaba.com destek hattı için lütfen [tıklayınız](#)

ALIBABA.COM  
GLOBAL GOLD SUPPLIER  
ÜYELİKLER



ALIBABA.COM  
GLOBAL GOLD SUPPLIER  
**BASIC**

🔍 İncele 📞 Başvur



ALIBABA.COM  
GLOBAL GOLD SUPPLIER  
**REGULAR**


🔍 İncele 📞 Başvur



ALIBABA.COM  
GLOBAL GOLD SUPPLIER  
**PREMIUM**

🔍 İncele 📞 Başvur



| ÖZELLİK  | FAYDA   | Gold Supplier Basic  | Gold Supplier Regular  | Gold Supplier Premium  |
|--|---|--|--|--|
| Sıralama   | Üyelikler arasında sıralama farkı bulunmaktadır   | Öncelikli Sıralama   | Öncelikli Sıralama   | Öncelikli Sıralama   |
| Onaylanmış Firma Profiline Sahip Olma                | Firmanızın Gerçekliğini Kanıtlayın  | Bağımsız Denetleme Firması Tarafından  | Bağımsız Denetleme Firması Tarafından  | Bağımsız Denetleme Firması Tarafından  |
| Mesajlarınızdan Alıcının İletişim Bilgilerine Erişim | Size Mesaj Gönderen Alıcının İletişim bilgilerini Anında Görebilirsiniz                             |               |               |               |
| Ürün Vitrini (Product Showcase)                      | Vitrin Ürünlerinizi Diğer Ürünlerinize Oranla 8 Kat Daha Fazla Görüntüleyin                         | 5 Adet   | 12 Adet  | 28 Adet  |
| Profili Çoklu Kullanım İmkani                        | Üyeliğinizi 1 Ana Kullanıcı +5 Alt Kullanıcı Olarak toplam 6 Kişi Aynı Anda Kullanabilirsiniz.      | 5 Alt Kullanıcı  | 5 Alt Kullanıcı  | 5 Alt Kullanıcı  |
| Ürün Yükleme   | Ne Kadar Çok Ürün Yüklerseniz O Kadar Çok Görünürsünüz  | Limitsiz   | Limitsiz   | Limitsiz   |
| Anahtar Kelime Sayısı                                | Alibaba.com'a Yüklediğiniz Ürünlerin Alıcılar Tarafından Bulunması İçin Anahtar Kelimeleri Kullanın | 3 Adet   | 3 Adet   | 3 Adet   |
| Alıcılarla İletişim Kurun                            | Alım Taleplerine Cevap Verin Ve Talebi Gönderen Alıcılarla Anında İletişime Geçin                   | %100 Erişim (Taleplere anında erişim)  | %100 Erişim (Taleplere anında erişim)  | %100 Erişim (Taleplere anında erişim)  |
| RFQ (Hazır Alım Talepleri)                           | Alibaba.com Sektör Uzmanları Tarafından Seçilen Alım Taleplerine Anında Erişim Sağlayın             | <br>20 Adet | <br>20 Adet | <br>20 Adet |

1 Verification

2 Information

✓ Complete

Email

Verification

- Upon creating my account, I agree to:
- The [Alibaba.com User Agreement](#)
  - Receive emails related to Alibaba.com membership and services

Next

# - Tedarikçi Olarak Kayıt Olma



1

Seller agreement

2

Seller Information

3

Billing / Deposit

4

Tax information

## Set up your Amazon selling account

Have the following available:



Business name & address



Mobile or telephone number



Chargeable credit card &  
valid bank account



Tax information  
[What does this mean? >](#)

### Legal name

[What is a legal name? >](#)

Emrah Aydemir

### Seller agreement

- I have read and accepted the terms and conditions of the [Amazon Services Business Solutions Agreement](#)

If you are an international seller, read [this important information](#)

Next



## Tell us about your business.

### Business address

|   |  |
|---|--|
| <input type="text" value="adres"/>          | <input type="text" value="Address Line 2"/>            |
| <input type="text" value="ANKARA/CANKAYA"/> | <input type="text" value="State / Region / Province"/> |
| <input type="text" value="Turkey"/>         | <input type="text" value="06600"/>                     |

### Choose your unique business display name

[What is a business display name? \\*](#)

### If you sell your products online, enter your website URL (optional)

[Why do we ask for this? \\*](#)

### Mobile number

E.g. +1 206 266 1000

✔ Verification Successfully Complete

Next

## Set up your billing method

Your selling plan:

Professional selling plan

[view plan details](#)

Your credit card information

Your first monthly subscription fee (\$39.99) will be charged upon account creation. You'll be able to list products after we perform payment validation, which typically takes an hour (but could take up to 24 hours).

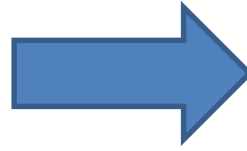
Card Number  Valid through  /

Cardholder's Name

adres, ANKARA/CANKAYA, 06500, TR

[View all saved addresses](#)

Add a new address



Bu bölümde kredi kartı bilgilerinizi girmeniz isteniyor verdiğiniz adresin doğru olduğuna emin olunuz

Toplam aylık abonelik ücreti: 39.99 USD + ek satış ücretleri. Sadece hesabınızı oluşturduğunuzda ücretlendirilirsiniz.

## Set up your deposit method

Enter your bank information to receive payments from Amazon

[Why do we ask for your bank information?](#)

Bank Location

United States

Account Holder's Name

Name as on bank documents

9-Digit Routing Number

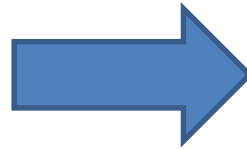
9 digits

Bank Account Number

Re-type Bank Account Number

Back

Next



Bu bölümde payoneer hesabınızda oluşan hesap numaralarınız girmelisiniz Payoneer hesabınızı oluşturduğunuzda verdiğiniz isim soyisim adres ile bu bölümdekiler birebir aynı olmalı diğer türlü hesap oluşmaz

En basit tanımıyla web kazançlarınızı, kendinize ait bir payoneer mastercard'a aktararak herhangi bir atm'den para çekmenizi sağlayan sistem.

GET PAID BY COMPANIES FROM ALL INDUSTRIES



amazon.com

Cdiscount



fiverr®

gettyimages®

HomeAway®

LAZADA  
GROUP

Tradedoubler

® Rakuten.com

upwork

wish

## Payoneer Sign Up

Getting Started Contact Details Security Details Almost Done

Please fill in the fields in English characters only

Individual  Company

First name  
Emrah

Last name  
Aydemir

Email address  
emrah.aydemir@outlook.com

Secondary email address  
emrah.aydemir@outlook.com

Date of birth  
10/25/1991

By clicking "NEXT", you confirm that you have read and understood the Payoneer [Privacy & Cookie Policy](#) and agree to terms.

NEXT

# PAYONEER HESABI ACMAK

## Payoneer Sign Up

Getting Started **Contact Details** Security Details Almost Done

Please fill in the fields in English characters only

Country  
Turkey

Address line 1  
adana

Address line 2 (optional)

City  
ANKARA

Postal ZIP code  
06000

Phone Type  Mobile  Landline

+90 532 429 20 88

NEXT

## Payoneer Sign Up

Getting Started Contact Details **Security Details** Almost Done

Please fill in the fields in English characters only

Username  
emrah.aydemir@outlook.com

Enter password  
.....

Re-enter password  
.....

Security question  
What is the name of your first teacher?  
Security answer  
hasan

Issuing country of ID  
Turkey

ID Type  
National ID

ID Number  
111222333

NEXT

## Payoneer Sign Up

Getting Started Contact Details Security Details **Almost Done**

Please provide your bank details. This will let you receive funds to your bank account. You'll later have the option to order a Payoneer prepaid card, if applicable. [Learn more](#)

Personal account  Company account

Bank Country  
Turkey

Branch  
TAV

Click [here](#) for bank account registration guide

ID Number  
111222333

Bank Name  
Garanti Sankas

Account Name  
ESRA AYDEMİR

SWIFT Code  
GARANISANKAS

IBAN  
TR38000610001978940271320

The IBAN field is required

- I agree to the Terms and Conditions and Privacy Policy of Payoneer
- I agree to the Billing and Fees

## AMAZON ÖRNEK TEDARİKÇİ EK RANI

Your Orders

Performance

Find it on Amazon

Seller Forums

### Amazon Selling Coach





**Inventory**  
Low inventory alerts

**Pricing**  
Lower price alerts

**Growth**  
Product opportunities

**Fulfillment**  
FBA opportunities

Last updated: 11/20/2015 2:41:38 PM

| Product A  | Product B  | Product C  | Product D  |
|--|--|--|--|
| <br>Product A<br>SKU: SKUPRODUCTA<br>Amazon fulfilled | <br>Product B<br>SKU: SKUPRODUCTB<br>Amazon fulfilled | <br>Product C<br>SKU: SKUPRODUCTC<br>Amazon fulfilled | <br>Product D<br>SKU: SKUPRODUCTD<br>Amazon fulfilled |
| Current inventory <b>10</b>  | Current inventory <b>10</b>  | Current inventory <b>10</b>  | Current inventory <b>10</b>  |
| Sales in the last 30 days <b>25</b>  | Sales in the last 30 days <b>25</b>  | Sales in the last 30 days <b>25</b>  | Sales in the last 30 days <b>25</b>  |
| Est. days of coverage <b>4</b>   | Est. days of coverage <b>1</b>   | Est. days of coverage <b>0</b>   | Est. days of coverage <b>0</b>   |
| <input type="button" value="Skip"/> <input type="button" value="Restock"/>   | <input type="button" value="Skip"/> <input type="button" value="Restock"/>   | <input type="button" value="Skip"/> <input type="button" value="Restock"/>   | <input type="button" value="Skip"/> <input type="button" value="Restock"/>   |




Tell us what you think of this feature Selling Coach Reports | Set Recommendation Preferences

Payments Summary

Manage Your Case Log

Sell across North America

Listing Coverage

|  |                                   |      |
|--|-----------------------------------|------|
| <br>Amazon.com    | <input type="text" value="100%"/> | 100% |
| <br>Amazon.ca     | <input type="text" value="0%"/>   | 0%   |
| <br>Amazon.com.mx | <input type="text" value="0%"/>   | 0%   |

Enable More Listings

Sales Summary

Last updated 11/20/15 2:33:38 PM PST

Promotions

### Headlines

**Get Your Inventory Reports More Quickly** Nov 19, 2015

Inventory Reports are now available in less than half the time. The improvement is especially noticeable if you have a large inventory. To request an Inventory Report, select Inventory, then select Inventory Reports. On the Inventory Reports page, sel... [Learn more](#)

---

**Previous Headlines**

[Seller Rating Tab Removed](#) Nov 18, 2015  
[Buy Shipping API](#) Nov 17, 2015



## AMAZON ÖRNEK STOK MALZEME EKİRAN

### Manage Inventory

[Learn more](#) | [Take the tour](#)

[Add a product](#)

[Preferences: 12 columns hidden](#) NEW

Action on 0 selected :   3 product(s)

Filters: Status:  All  Active  Inactive Fulfilled By:  All  Amazon  Merchant

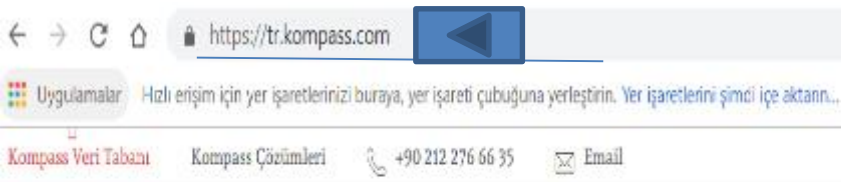
| <input type="checkbox"/> | Status                  | Image   | SKU<br>Condition    | Product Name<br>ASIN    | Date Created<br>Status Changed Date        | Available | Fee Preview                       | Price<br>+ Shipping | Lowest Price<br>+ Shipping | <input type="button" value="Save all"/>                              |
|--------------------------|-------------------------|---|---------------------|-------------------------|--|-----------|-----------------------------------|---------------------|----------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | Inactive (Out of Stock) |  | FBA-SAMPLE-5<br>New | Product A<br>B000000000 | 03/30/2016 13:09:50<br>03/30/2016 13:09:56 | 0 +       | \$12.29 Includes \$4.79 FBA Fee + | \$ 50.00<br>+ --    | -<br>+ --                  | <input type="button" value="Edit"/> <input type="button" value="⌵"/> |
| <input type="checkbox"/> | Inactive (Out of Stock) |  | FBA-SAMPLE-4<br>New | Product B<br>B000000001 | 03/30/2016 13:09:01<br>03/30/2016 13:09:07 | 0         | -                                 | \$ 50.00<br>+ --    | -<br>+ --                  | <input type="button" value="Edit"/> <input type="button" value="⌵"/> |
| <input type="checkbox"/> | Inactive (Out of Stock) |  | FBA-SAMPLE-1<br>New | Product C<br>B000000002 | 03/30/2016 13:04:35<br>03/30/2016 13:04:42 | 0         | -                                 | \$ 50.00<br>+ --    | -<br>+ --                  | <input type="button" value="Edit"/> <input type="button" value="⌵"/> |

Page 1 of 1

[Rate this page](#) [Get support](#) [Policies and Agreements](#)

July of FDA | © 1999-2016, Amazon.com, Inc. or its affiliates

# KOMPASS - Tedarikçi Olmak



**KOMPASS**  
Your route to business worldwide

FİRMAMI KAYDET

FİRMA LİSTEMİ OLUŞTUR

Sepetim

Hesabım

## Firma Bilgilerine

### Göre Arama

Kim? Firma Bilgisi

veya Faaliyet, ürün, hizmet..

Şehir, bölge, ülke



×

## Giriş

Lütfen hesap giriş bilgilerinizi giriniz

E-posta

Şifre

**GİRİŞ**

[Kayıt](#) [Şifrenizi unuttunuz mu?](#)

## Profiliniz

\* Bay ▼

İsim \*  
EMRAH

İsim \*  
AYDEMİR

Türkiye (+90) ▼ Telefon  
555443322

E-posta Adresi \*  
emrah.aydemir@outlook.com

E-postayı onaylayın \*  
emrah.aydemir@outlook.com

Şifre \*  
Orta

Şifrenizi onaylayın \*  
Orta

## Firmanız

Firma İsmi \*  
ALKIM ELEKTRONİK

Firmamı Kompass dizinine gönderme

Arama

Şirket bulunamadı

- Kabul ediyorum [Kullanım koşulları](#) [vekişisel veri gizliliği kullanımı](#) \*
- Kompass'tan bilgi almak istiyorum


Ben robot değilim



## EasyList ile doğru kontakları hedefleyin

Araştırmanızı **10 milyon** firma içersinden,60'dan fazla ülkede yapın

Arama kriteri seç


**1**  **Faaliyetler**


Kompass
NAICS
SIC (GB)
NACE
NAF


Bir faaliyet ara


- Bilgi Teknolojileri, İnternet, Ar-Ge
- Elektrik, Elektronik ve Optik
- Enerji, Çevre
- Eğitim, Öğretim ve Kurumlar
- Eğlence ve Turizm
- Kağıt, Basım / Baskı ve Yayıncılık


**0 hedef firmalar**

 **0 Genel bilgiler** 0€ EUR

 **0 Firma telefon numarası**   
Firmaları telefon numaraları ile dışa aktar

 **0 Firma e-mail adresi**   
Firmaları e-mail adresleri ile dışa aktar

 **0 Yönetici bilgileri** 0€ EUR   
Her firma için maksimum bir yöneticiyi dışa aktar (eğer varsa)

 **0 Finansal bilgiler** 0€ EUR

**TOPLAM 0€ EUR KDV HARİÇ**  
Windows'u Etkinleştir

[DOSYAYI İNDİR](#)

# EUROPAGES - Tedarikçi Olmak



[SITE](#)

**EUROPAGES sitesine ücretsiz kayıt**  
**İşletmenizin sayfasını hemen şimdi oluşturun, kolay ve ücretsizdir!**

★ (\*) işareti bulunan alanların doldurulması zorunludur.

**Şirketinizin adıyla ve adresinizle başlayın**



alkim elektronik



ankara



Türkiye



06600

ankara

**Şirketinizin bir web sitesi var mı?**

Var ise, sitenizin linkini ekleyin

http://  
EDIT

**Kaydınızı yaptırmadan önce**  
**bilmenizde yarar var**



EUROPAGES sitesine yalnızca B2B firmaları kayıt yapabilirler. İşletmeniz başka işletmelere mi satış yapıyor?

Öyleyse faaliyetiniz "B2B" niteliklidir ve EUROPAGES rehberine kaydolabilirsiniz.

Sizin durumunuz farklı mı?

İşletmeler yerine sadece münferit müşterilere satış yapıyorsanız kaydolmanızın anlamı yoktur, sayfanız idari ekibimiz tarafından kaldırılacaktır.



**NEDENİNİ GÖRÜN >**



Windows!  
2

\* (\*) işareti bulunan alanların doldurulması zorunludur.

## Faaliyet alanınız

Bir kelime girin ve faaliyetinize en yakın olan başlığı seçin.

BİR SORUNUZ MU VAR?

Bizi arayın

(Arama ücretsizdir)

İthalat-İhracat - İthalat-İhracat malzemeleri

Faaliyet alanınızı

İş konunuzu, de  
4 anahtar sözcük

(en fazla 60 karakter. Virgül, nokta)

türkçe olarak dilde

türkçe olarak dilinde bir sözcük girin

### Faaliyetinizi seçmek için sektörleri görün

|   |   |                                  |   |
|---|---|----------------------------------|---|
| Tarım ve Hayvancılık                    | ► | Gıda ve ilgili Ürünler           | ► |
| Enerji ve Hammaddeler                   | ► | Metalurji ve Metal İşleri        | ► |
| Makine Mühendisliği                     | ► | Taşıtlar ve Nakliye Ekipmanları  | ► |
| Kimyasal Maddeler ve Eczacılık Ürünleri | ► | Kauçuk ve Plastik                | ► |
| Ahşap ve Mobilya                        | ► | İnşaat ve Bayındırlık İşleri     | ► |
| Cam, Seramik ve Yapı Malzemeleri        | ► | Hassas Aletler                   | ► |
| Bilgi Teknolojisi ve Telekomünikasyon   | ► | Elektrikli ve Elektronik Aletler | ► |
| Kağıt ve Karton                         | ► | Deri ve ayakkabı                 | ► |
| Tekstil ve Giyim                        | ► | Basım ve Yayın                   | ► |
| Çeşitli Ürünler                         | ► | Taşıma Hizmetleri                | ► |
| Şirketler için hizmetler                | ► |                                  |   |

PAGES rehberindeki faaliyet  
larından seçim yapma  
unda yardıma mı ihtiyacınız

tar sözcükler nasıl seçilir?



**FREE**  
ÜCRETSİZ ABONELİK

## Üçüncü aşama: işletmenizi potansiyel müşterilerinize tanıtın.

\* (\*) işareti bulunan alanların doldurulması zorunludur.

### Faaliyetlerinizi ve bilgi birikiminizi anlatmak için web sayfanızdaki metni kullanın

1500 karakterlik Türkçe bir yazı yazın ?

Bu metin aramalar sırasında dikkate alınır. Sektörünüze has terimler ve ifadeler kullanın. Sektörünüzden profesyonellerce bulunabilme şansınızı artırabilirsiniz.

Bu aşamada telefon, faks numarası veya e-posta adresi giremezsiniz: bu bilgiler kayıt işleminin son aşamasında istenecektir.

BİR SORUNUZ MU VAR?

[Bize başvurun](#)

(Arama ücretsizdir)



İyi bir tanıtım metni nasıl yazılır?



Tamamlayıcı bilgilerin faydası

Window  
Minimize



## Şirketinizle ilgili ayrıntıları ekleyin

Faaliyet Tipi

\* Ana faaliyetinizi seçiniz

Şirketin sermayesi

\* Lütfen seçin:

+ Logonuzu ekleyin



Üyeliğiniz bir myEUROPAGES hesabını kapsamaktadır. Bu sayede istediğiniz zaman bilgilerinizi değiştirebilir, logo, anahtar sözcükler ve ticari bilgilerinizi ekleyebilirsiniz.

GERİ

E\*Page sayfanızı eksiksiz hale getirin ?

## Web sayfanızın referansları

her türlü talebiniz için



Kayıt numaranız **OLS623521**

|               |  |
|---------------|--|
| Paket:        | FREE   |
| Kayıt tarihi: | 2018/27/09   |
| Şirket:       | <b>alkim elektronik</b><br>ankara<br>06600 ankara<br>Türkiye             |
| İletişim:     | <b>Bay EMRAH AYDEMİR</b><br>emrah.aydemir@facebook.com<br>+90 5556664477 |

## EUROPAGES İLE İRTİBAT KURMAK İÇİN



**Adresi**  
159 rue Anatole France  
Hall B  
92300 Levallois-Perret  
FRANCE

## Sıradaki adım?



Web sayfanız yayınlanmak için gönderildi.



Sayfanız en geç 24 saat içinde 26 EUROPAGES sitesinde yayınlanacaktır.

(Kayıt işlemi haftasonu yapmanız durumunda 48 saat içinde yayınlanacaktır)



Sayfanız aktif olduğunda myEUROPAGES hesabınızın kullanıcı adı ve şifre bilgilerini içeren bir e-posta alacaksınız.



MyEUROPAGES ile sayfanızı kontrol edebilir ve kişiselleştirebilirsiniz: logonuzu, anahtar sözcüklerinizi, ticari uygulamalarınızı ekleyebilirsiniz.

Kendini gösteren bir sayfa yaratın!

Windows®  
Windows'u et

# Trade Atlas - Tedarikçi Olmak



İsim

Firma Adı

Şifre

Ülke

Türkiye

Telefon

Faks

İnternet adresi

Şirket Türü

Şirket Türü seçin (Birden fazla olabilir)

Soyisim

E-Posta

Şifre (Tekrar)

Şehir

Adres

Ticari Markalar

Şirket Profili

Sistemimizde kullanmak istediğiniz GTIP kodlarını seçiniz.

- 01 - Canlı Hayvanlar
- 02 - Etler ve Yenilen Sakatat
- 03 - Balıklar, Kabuklu Hayvanlar, Yumuşakçalar ve Suda Yaşayan Diğer Omurgasız Hayvanlar
- 04 - Süt Ürünleri; Kuş ve Kümes Hayvanlarının Yumurtaları; Tabii Bal; Tarifinin Başka Yerinde Belirtilmeyen veya Yer Almayan Yenilebilir Hayvansal Menşeli Ürünler
- 05 - Tarifinin Başka Yerinde Belirtilmeyen veya Yer Almayan Hayvansal Menşeli Ürünler
- 06 - Canlı Ağaçlar ve Diğer Bitkiler; Yumrular, Kökler ve Benzerleri; Kesme Çiçekler ve Süs Yaprakları
- 07 - Yenilen Sebzeler ve Bazı Kök ve Yumrular
- 08 - Yenilen Meyvalar ve Yenilen Sert Kabuklu Meyvalar; Turunçgillerin ve Kavunların ve Karpuzların Kabukları
- 09 - Kahve, Çay, Paraguay Çayı ve Baharat
- 10 - Hububat
- 11 - Değirmencilik Ürünleri; Malt; Nişasta; İnülin; Buğday Gluteni
- 12 - Yağlı Tohum ve Meyvalar; Muhtelif Tane, Tohum ve Meyvalar; Sanayide ve Tıpta Kullanılan Bitkiler; Saman ve Kaba Yem
- 13 - Lak; Sakız, Reçine ve Diğer Bitkisel Özsu ve Hülâsalar
- 14 - Özülmeye Elverişli Bitkisel Maddeler; Tarifinin Başka Yerinde Belirtilmeyen veya Yer Almayan Bitkisel Ürünler

- İşıkli Tabelalar, İşıkli İsim Plakaları ve Benzerleri, Prefabrik Yapılar
- 95 - Oyuncaklar, Oyun ve Spor Malzemeleri; Bunların Aksam, Parça ve Aksesuarı
- 96 - Çeşitli Mamul Eşya
- 97 - Sanat Eserleri, Koleksiyon Eşyası ve Anlıkalılar

Seçili olan GTIP kodunu sil

İnternet sitesi [Kullanım Koşullarını](#) ve [Gizlilik Politikasını](#) okuyup anladığımı ve hizmet güncelleştirmeleri ile özel teklifleri e-posta ile almayı kabul ettiğimi onaylıyorum.

Güvenlik Doğrulaması :

Ben robot değilim

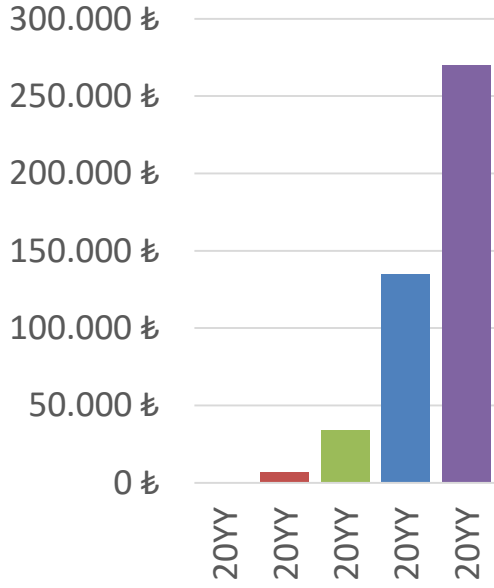


Kaydet Ve Devam Et

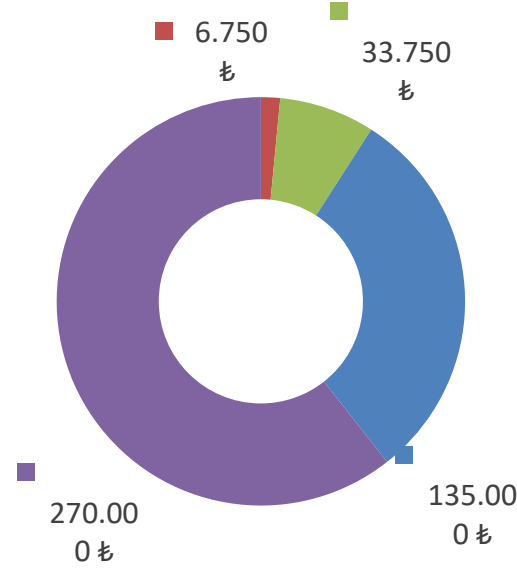
Windows'u Etkinleştir

# Grafik Seçenekleri

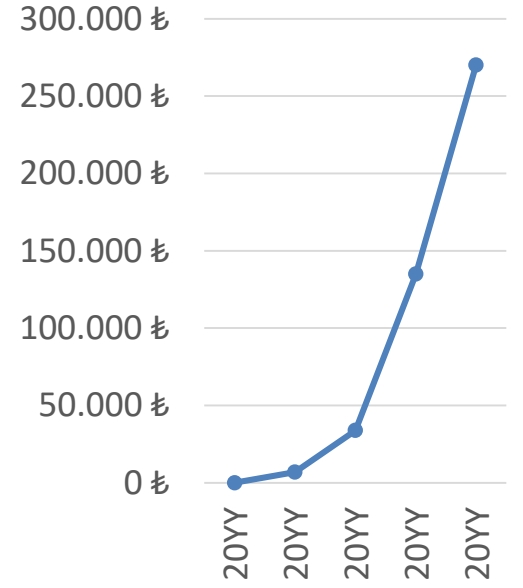
## Brüt Gelir



## Şirket Satışları



## Zaman İçinde



# Tablolama

|             | Satıcılar | Kullanıcılar | Danışmanlar | Reklam Alıcıları | Brüt Gelir | Şirket Geliri |
|-------------|-----------|--------------|-------------|------------------|------------|---------------|
|             | 0         | 0            | 2           | 0                | 0 ₺        | 0 ₺           |
| <b>20YY</b> | 10        | 100          | 50          | 10               | 6.750 ₺    | 1.013 ₺       |
| <b>20YY</b> | 50        | 500          | 60          | 500              | 33.750 ₺   | 5.063 ₺       |
| <b>20YY</b> | 200       | 2000         | 100         | 5000             | 135.000 ₺  | 20.250 ₺      |
| <b>20YY</b> | 400       | 4000         | 120         | 50000            | 270.000 ₺  | 40.500 ₺      |



# Teşekkürler

*Abdullah KUMRU*  
*Rönesans Değişim ve Yönetişim Bilimleri Enstitüsü*  
[www.hareketegec.com](http://www.hareketegec.com)  
[www.rdbe.com.tr](http://www.rdbe.com.tr)