



# Stoksuz e-ticaret rehberi

Stoksuz e-ticaret, adından da anlaşılacağı gibi stok tutmadan e-ticaret modelidir. Dropshipping ise "**stoksuz e-ticaret**" modelinin uluslararası mecrada ve Türkiye’de yaygın olarak kullanılan diğer bir adıdır.

*"**Stoksuz e-ticaret rehberi**, stoksuz e-ticaret yapmak isteyen e-ticaret girişimcilerine fayda sağlamak için **KMK Commerce** tarafından hazırlanmış ücretsiz bir kaynaktır."*



**Hazırlayan Birim:**

KMK Kurumsal Hesap Yönetimi

Dilek AYYILDIZ

23.01.2023

# İÇİNDEKİLER

|                                                                  |   |
|------------------------------------------------------------------|---|
| <b>Bölüm 1: Stoksuz e-ticaret tanımı ve tarihçesi</b>            | 4 |
| Stoksuz e-ticaret nedir?                                         | 4 |
| Stoksuz e-ticaretin tarihçesi: her şey nereden başladı?          | 5 |
| Stoksuz ticaretin internetten önce var olduğunu biliyor musunuz? | 6 |
| Amazon.com & eBay.com Yükselişi                                  | 8 |
| Aliexpress, Shopify ve Oberlo ile Çin Devrimi                    | 8 |
| Türkiye’de stoksuz e-ticaret                                     | 9 |

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| <b>Bölüm 2: Stoksuz e-ticaret modeli</b>    | 10 |
| Stoksuz e-ticaret modelinde kilit oyuncular | 10 |
| Tedarikçi bulurken nelere dikkat edilmeli   | 12 |
| Stoksuz e-ticaret çeşitleri                 | 12 |
| Satıcıdan satışa dropshipping               | 13 |
| Toptancıdan dropshipping                    | 13 |
| Komisyonlu satış                            | 14 |
| İyi bir tedarikçinin özellikleri nelerdir?  | 14 |
| Tedarikçi konusunda yaşanabilecek sorunlar  | 15 |

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Bölüm 3: Dropshippinge başlamadan önce bilinmesi gerekenler</b> | 16 |
| Stoksuz e-ticaret size uygun mu?                                   | 19 |
| Markanızı nasıl oluşturmak istiyorsunuz?                           | 19 |
| Ürün kalitesi üzerinde ne kadar kontrol istiyorsunuz?              | 19 |
| Ürünleri ne kadar hızlı göndermek istiyorsunuz?                    | 20 |
| Ne kadar sermayeye erişiminiz var?                                 | 20 |
| Hedef kâr marjınız nedir?                                          | 20 |
| Geri ödemeleri, iadeleri ve değiştirmeleri nasıl halledeceksiniz?  | 21 |
| Stoksuz e-ticaretin artıları ve eksileri                           | 23 |
| Stoksuz satışın olası faydaları                                    | 23 |
| Stoksuz e-ticaret için potansiyel sınırlamalar nelerdir?           | 24 |
| Dropshipping ürün seçimi                                           | 25 |

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| Dropshippinge uygun ürünler                 | 25 |
| Dropshipping uygun olmayan ürünler          | 26 |
| Stoksuz ürün seçerken XML'e ihtiyaç var mı? | 27 |

|                                                                                                |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Bölüm 4: Dropshipping mağazası</b>                                                          | 28 |
| Dropshipping mağazanızı nasıl pazarlarsınız?                                                   | 28 |
| Uzun vadeli pazarlama stratejileri                                                             | 29 |
| Türkiye'de dropshipping yapabileceğiniz pazaryerleri                                           | 30 |
| Yurtdışı kaynaklı stoksuz e-ticaret yapabileceğiniz pazaryerleri                               | 33 |
| E-ticaret sitesiyle stoksuz e-ticaret nasıl yapılır?                                           | 35 |
| Sosyal mağaza üzerinden stoksuz e-ticaret nasıl yapılır?                                       | 36 |
| Stoksuz e-ticarete ödeme yöntemleri                                                            | 36 |
| Stoksuz e-ticaret için e-ticaret yazılımlarında ödeme alma yöntemleri                          | 37 |
| Stoksuz e-ticaret için sosyal medya ödeme alma yöntemleri                                      | 37 |
| Dropshipping vergilendirme süreci                                                              | 38 |
| Tedarikçi yurtiçi-satış yurtiçi                                                                | 38 |
| Tedarikçi yurtdışı-satış yurtdışı                                                              | 39 |
| Tedarikçi yurtdışı-satış yurtiçi                                                               | 39 |
| 2023'te dropshipping işi nasıl kurulur?                                                        | 40 |
| 2023 Türkiye dropshipping öngörülleri: Stoksuz satış pazarı 2031'e kadar her yıl %27 büyüyecek | 41 |
| Son söz                                                                                        | 43 |
| KMK Commerce                                                                                   | 43 |

**BÖLÜM 1**

# Stoksuz e-ticaret tanımı ve tarihçesi

## Stoksuz e-ticaret nedir?

Stoksuz e-ticaret, adından da anlaşılacağı gibi stok tutmadan e-ticaret modelidir. Dropshipping ise "stoksuz e-ticaret" modelinin uluslararası mecrada ve Türkiye'de yaygın olarak kullanılan diğer bir adıdır.

Ayrıca, "üreticiden müşteriye satış" ya da "stoksuz satış" olarak da adlandırılır. Stoksuz ticarete bir tedarikçi ile anlaşır ve size gelen siparişleri bu tedarikçi firmaya yönlendirirsiniz. Dolayısıyla alıcının vermiş olduğu sipariş sizin stoklarınızdan değil, tedarikçinin deposundan alıcıya ulaştırılır. Aynı zamanda alıcının online olarak almış olduğu bir ürün, yine online başka bir satıcıdan da tedarik edilip alıcıya ulaştırılabilir.

Bu yöntemde alıcının ürünleri satın aldığı tedarikçi ile, ürünleri alıcıya gönderen tedarikçi farklı kişiler ya da şirketlerdir. Söz konusu e-ticaret işlemini yapacak olan kişi, kendi e-ticaret sitesi üzerinden ya da Hepsiburada, N11 ve Trendyol, Amazon, E-bay, Ali Express, Alibaba gibi siteler üzerinden, yurt dışında bulunan ve/veya yurtiçinden anlaşmış olduğu tedarikçilerin ürünlerini sergiler ve satışını gerçekleştirir. Bu e-ticaret yönteminde ürün satışı gerçekleştikten sonra, ürün bedeli aracıya (yani online satıcıya) yatar.

Aracı da kendi komisyon bedelini aldıktan sonra, anlaşmış olduğu rakamı tedarikçiye öder. Aslında burada ürünü satın alan kişi, bu ürünü sizden değil, sizin aracılığınızla anlaşmış olduğunuz tedarikçiden satın alır, sipariş tedarikçinin deposundan gönderilir.

Stoksuz e-ticaret genelde e-ticaret mecrasına yeni girenler tarafından tercih edilir. Düşük sermaye ile başlayan yeni girişimci hem e-ticareti öğrenir hem de kısıtlı bütçesine uygun az masraflı bu yöntem ile para kazanmaya başlayabilir.

## Stoksuz e-ticaret modelleri

### 1. Ürünün teminine göre

- Satıcıdan satış
- Toptancıdan satış
- Komisyonlu satış

### 2. Vergilendirme usulüne göre

- Tedarikçi yurtdışı- satış yurtiçi
- Tedarikçi yurtdışı- satış yurtdışı
- Tedarikçi yurtiçi- satış yurtdışı
- Tedarikçi yurtiçi- satış yurtdışı

Her modelin kendine has vergi, nakliye, tedarik süreçleri, kar marjları gibi ayrı avantajları ve riskleri vardır. Bunları ilerleyen bölümlerde bulabilirsiniz.

# Stoksuz e-ticaretin tarihçesi: Her şey nereden başladı?

Bugün stoksuz e-ticaret (dropshipping), dünyanın en karlı e ticaret modellerinden biridir. Ama her şey nasıl nereden başladı? Dropshipping tarihi bize çok şey öğretiyor ve bize bugün hala geçerli olan çok önemli dersler veriyor.

Çoğu insan, stoksuz e-ticaret modelinin nasıl ortaya çıktığının farkında değil. Kavramı cazip gelse de bugünlere gelene kadar birçok aşamadan geçti.

Bu bölümde sizi dropshipping tarihi üzerine bir yolculuğa çıkaracağım. İşte modelin nasıl yaratıldığının ve günümüz dünyasının en karlı endüstrilerinden biri haline nasıl geldiğinin hikayesi!

# Stoksuz ticaretin internetten önce var olduğunu biliyor musunuz?

Aslında stoksuz ticaret kavramı, ilk olarak posta siparişi şirketlerinin posta siparişi kataloglarından yararlandığı 60'lı ve 70'li yıllarda başladı.

Posta siparişi katalogları, bir dizi ürünün reklamını yapan ve de postayla alınan küçük kitapçıklardı. Ürünleri doğrudan katalogunuzdan telefonla sipariş edebiliyor ve şirketin kapınıza teslim etmesini sağlayabiliyordunuz.

Amerika'da bu yıllarda, JCPenney & Sears gibi posta siparişi şirketleri bu yöntemi büyük ölçekte kullandı. Onlar için çok karlı olduğu ortaya çıktı. Ancak büyüdükçe, işlerinin içinde bir sorun ortaya çıkmaya başladı.

Hızla büyüyen bu iş modeli ile JCPenney & Sears, müşteri taleplerine ayak uydurmak için mücadele etmeye başladı. Müşteri siparişlerini göndermenin daha hızlı ve verimli bir yolunu bulmaları gerektiğinin farkına vardı.

Çözüm olarak JCPenney & Sears, bu süreci hızlandırmak için özel olarak tasarlanmış ikmal depoları geliştirdi. Bunlar, Amazon'un şu anda FBA (Amazon tarafından ikmal) depoları dediği şeye benziyordu.

Temel amaçları, büyük envanteri toplu olarak depolamaktı. Ve en büyük avantajı, müşterilerin sipariş ettiği ürünleri tek tek kolayca bulup gönderebilmektir. O zamanlar, CompuCard gibi diğer özel posta siparişi şirketleri, bu depoları kullanma konusunda büyük bir fırsat yakaladı. Satışa sunulan depodaki ürünleri kendi posta siparişi kataloğunda da bir fiyat karşılığında listelemenin akıllıca olacağını düşündüler.

Böylelikle, bir müşteri bir ürün sipariş ettiğinde, CompuCard ürünü ikmal merkezinden satın alır, ardından depodan ürünü müşterilerin adresine teslim etmesini isterdi. Dropshipping' modeli bu şekilde ortaya çıktı. Ve dahiceydi!

Bu model artık 'büyük ölçekli' dropshipping'in ilk şekli olarak taçlandırıldı. Yirmi yıl ileri sardığımızda işin rengi değişti ve büyük bir gelişme gösterdi...

90'lı yıllarda internetin doğuşuyla, posta siparişi şirketleri, posta siparişi kataloglarından 'e-ticaret' mağazalarına evrildi. Ve çevrimiçi alışveriş yavaş yavaş halka tanıtılmaya başlandı.

Tüketicilerin çevrimiçi alışverişe ısınması biraz zaman aldı. O zamanlar, kredi kartı bilgilerinizi çevrimiçi vermek riskli olarak kabul edildi. İnsanlar bilgilerinin çalınacağından korkuyorlardı ve önemli bilgileri telefonda vermenin tanınmış bir mağaza için olsa bile, güvensiz olduğunu düşünüyorlardı. Ancak zamanla internete karşı tutumlar değiştikçe, daha fazla insan ürün satın almak için bu yeni 'sanal' yöntemi kabul etmeye başladı.

Çevrimiçi alışveriş dünyasına daha fazla insanın girmesiyle dropshippingte 'Dot-com' furyası başladı ve büyümeye başladı. Dot-com furyası, süslü isimlere sahip çevrimiçi mağazaların her yerden fırladığı ve yatırımcılara büyük vaatlerin verildiği bir dönemdi. Bu çevrimiçi mağazalar, yatırımcıları Dot-com adı verilen bu yeni 'şeyden' büyük getiri elde edeceklerine ikna etti. Yatırımcılara bu fikir satılarak, bu umut verici döneme milyonlarca dolar verilmesi sağlandı.

Ancak Dot-com döneminin sonunda, hiçbir zaman karlı olamadılar. Ve yatırımcıların hiçbir yatırımlarından iyi bir getiri elde etmedi. Artan nakliye talepleri nedeniyle zamanla çok daha pahalı hale gelen ABD'li tedarikçilerden, dropshipping yapılırken işler kötüye gitmeye başladı. Ve böylece 2001 yılına gelindiğinde, bu mağazaların çoğu sürdürülemez oldukları için iflas etti. Ve Dot-com balonu patladı.

# Amazon ve eBay yükselişı

Amazon ve eBay, bireylerin çevrimiçi satış yapabilmelerinde devrim yarattı. Artık bir çevrimiçi mağaza oluşturmanın ve reklamını yapmanın teknik, pahalı sürecinden geçmenize gerek yoktu. Artık ürünlerinizi sitelerinde listeleyebilir ve sizin için trafiği yönlendirmelerine izin verebilirdiniz! Bu, Dropshipping için bu büyük bir avantaj sağladı, çünkü daha önce tedarikçilerden kullanmak çok pahalıydı.

ABD'li stoksuz e-ticaret girişimcileri sadece ürünlerini çok yüksek ücret almakla kalmamış, aynı zamanda mağaza geliştirme ve reklam aşamalarında muazzam miktarda para harcamak zorunda kalmışlardı. Çünkü 2007 Yılına kadar Facebook reklamı olmadan, reklam vermenin tek gerçek seçeneği, çok pahalı olan Google reklamlarıydı.

Amazon ve eBay web sitelerini bireysel satıcılara açmasının ardından, dropshipping artık sadece büyük şirketlere için değil herkes için yapılabilir olduğunu ispatladı.

# Aliexpress, Shopify ve Oberlo ile Çin devrimi

2010, dropshipping'in sonsuza dek değiştiği zamandı. Önceleri, Çinli tedarikçiler ile çalışmak karmaşıktı, bu yüzden çoğu bireysel dropshipper girişimcisi ABD tedarikçileri ile çalışmayı seçti. Ancak 2010 yılında Alibaba, Aliexpress'i piyasaya sürdü. Bu web sitesinde, bireyler Çinli üreticilerden ve toptancılardan ürün satın alabiliyorlardı. Bu yöntem bir çevrimiçi mağazadan ödeme yoluyla bir ürün satın almak kadar basitti. Dil ve kültürel engelleri ortadan kaldırdı ve tüm süreci ABD tedarikçileriyle çalışmaktan daha da kolaylaştırdı, hem de çok daha ucuza!

Bu süre zarfında Shopify ortaya çıktı. Bu uygulama da bir e-ticaret mağazası oluşturmayı çok daha kolaylaştırdı. Shopify mağazalarını yarı otomatik Aliexpress dropshipping mağazalarına dönüştüren bir Shopify uygulaması olan Oberlo'nun

2015'te yaratılması büyük bir devrim yarattı. O kadar başarılı oldu ki, 2017'de Shopify, Oberlo'yu satın aldı ve uygulamayı daha da entegre etti.

Bu entegrasyon sayesinde bugün artık kendi mağazalarımızda dropship yapabilir ve kendi kaderimizi kontrol edebilir hale geldik, çünkü Aliexpress ile ucuz tedarikçilere ve ürünlere erişimimiz oldu. Shopify & Oberlo ile profesyonel yarı otomatik dropshipping mağazaları oluşturmak ve de Facebook reklamları sayesinde basit ve uygun fiyatlı trafik çekmek çok kolaylaştı.

Gördüğünüz gibi, dropshipping oldukça büyük bir yolculuktan geçerek bugünlere ulaştı. Dropshipping modeli, giriş engelini önemli ölçüde azaltarak herkesin kendi karlı dropshipping mağazasını kurmasını, büyütmesini ve kurmasını kolaylaştırıyor.

Günümüzde finansal özgürlüğe sahip olmak her zaman hedefiniz olmuşsa, dropshipping buna ulaşmanıza yardımcı olacak en hızlı, en basit ve en kolay araçlardan biridir.

# Türkiye'de stoksuz e-ticaret

Dünyada uzun süredir oldukça yaygın bir iş modeliyken 2016 yılında küçük ve orta ölçekli şirketler tarafından uygulanmaya başlanan bu model, Türkiye'de 2018 yılında geniş bir tabana yayılmıştır.

Türkiye'de stoksuz e-ticaret en başta bir iş kolu olmaktan daha çok bir iş modeli ve tedarik yöntemi olarak kullanılmaya başlandı. E-ticarete yeni başlayanlar için doğru stratejiler izlendiğinde düşük sermayeyle kar etme olanağı sağlayan bu modelde rekabet oldukça yüksek olduğu için ürünün en uygun fiyata satılması gerekiyordu. Dolayısıyla reklam, entegrasyon gibi giderlerle birlikte ürünün satış fiyatı üzerine koyulan kar marjı, kar etmek için yeterli görülmediği için Türkiye'de bu sistem güvenilir ve markalaşmış pazaryerlerinin oluşmasıyla gelişim göstermiştir.

Türkiye’de satıcıların, başlangıçta kendi e-ticaret sitelerini kurmadan, dropshipping yöntemiyle satış yapabileceği bu pazaryerleri; tüketicide güven algısı oluşturmuş olması, marka bilinirliğinin yüksekliği ile daha fazla tüketiciye ulaşmak için önemli bir avantaj sağlarken, satıcılara hem pazarı öğrenmekte hem de kendi tüketici kitlesini oluşturmakta fayda sağlamıştır.

Aynı zamanda müşteri hizmetleri, ödeme sistemleri gibi online satış için gerekli tüm diğer süreçler, bu platformlar tarafından yönetildiği için tek yapılması gereken ürünlerin girişini yapmak olmuştur.

Ancak bugün, bu satıcılar, stoksuz e-ticaret yapan firmalar için tedarikçi firmaların sunduğu hazır xml dosyaları, Instashop, Facebook meta gibi uygun satış mecraları ve ucuz sosyal medya reklamları sayesinde hem kendi e-ticaret siteleri üzerinden hem de popüler platformlardan dropshipping yapmaktadır.

## BÖLÜM 2

# Stoksuz e-ticaret modeli

## Stoksuz e-ticaret modelinde kilit oyuncular

Satıcı yani stoksuz satış yapacak işletmeden başlayarak, bazı önemli oyuncuları ve rollerini ayrıntılı olarak açalım. Stoksuz e-ticarete üç taraf vardır: alıcı, satıcı ve tedarikçi.

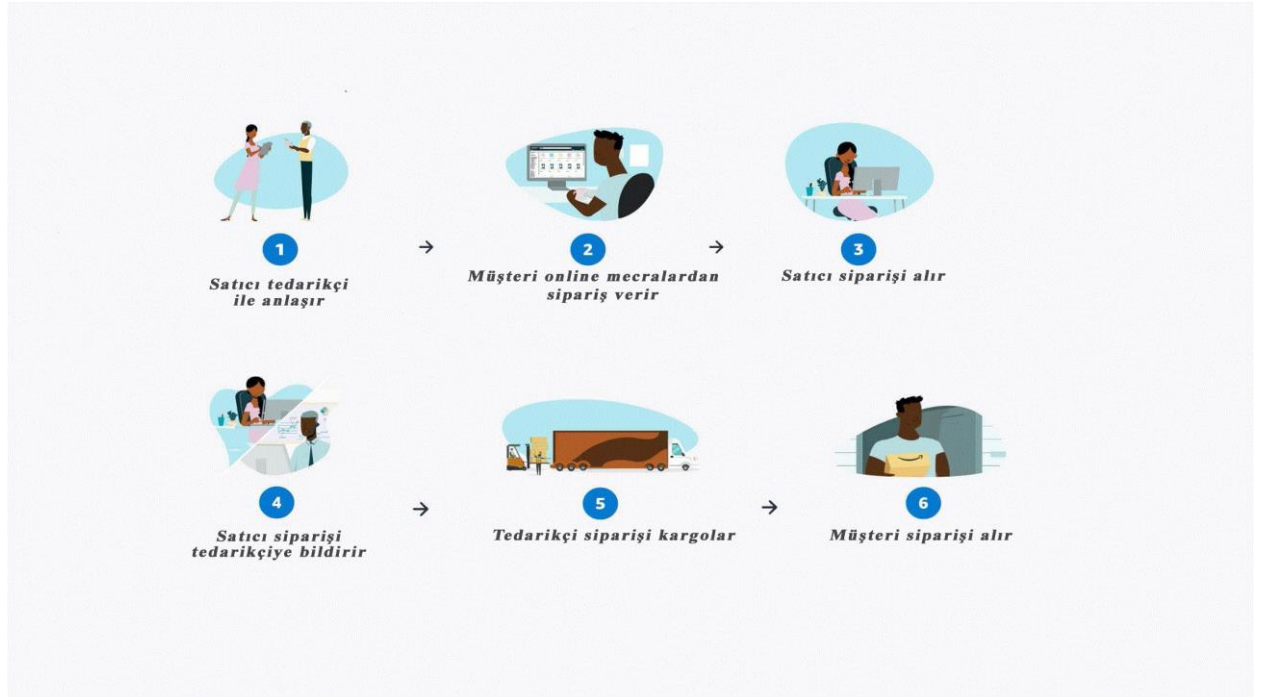
Stoksuz bir e-ticaret satıcısı, stoğunu tutmadığı ve depolamadığı ürünleri satar. E-ticaret sitesinde veya sanal pazaryerlerinde satmak istediği ürünleri listeler. Müşteriler ise ürünü sipariş eder. Gelen sipariş, ürünün asıl satıcısına yani üretici veya tedarikçiye iletilir. Tedarikçiler, ürünü üreten veya üreticiden satın alan ve tekrar satışını yapan toptancılardır.

**Satıcı;** Stoksuz satış süreci satıcı ile başlar. Kayıtlı satıcı olarak, ürünü son tüketiciye satan kişidir. Fiyatı o belirler, satın almayı gelir olarak kaydeder ve belirli bir satışın satış vergisinin sorumluluğunu üstlenir.

**Üreticiler;** Üreticiler, toptancılara ve perakendecilere satmak için ürünler üretirler. Üreticilerden mal satın alabilirsiniz, ancak isteyecekleri toplu satın alma miktarları, işletmenizi başlatmak veya büyütmek için potansiyel olarak bir engel olabilir. Bazı üreticiler stoksuz satış hizmetleri sunabilir.

**Toptancılar;** Tipik bir ürün tedarik zincirinde, toptancılar üreticilerden satın alır ve perakendecilere hafif bir fiyat artışıyla satarlar. Aracı olarak işlev görürler; genellikle son tüketicilere satış yapmazlar, ancak perakendecilere stoksuz satış hizmetleri sağlayabilirler. Diğer faktörlerin yanı sıra iş modelinize ve karşılama gereksinimlerinize göre hangi stoksuz satış sağlayıcılarının stoksuz satış yapacak kişi/işletme için doğru olabileceğini belirlemek gerekir.

## Stoksuz e-ticaret modeli nasıl işler?



Resim:1 Dropshipping Şema

# Tedarikçi bulurken nelere dikkat edilmelidir?

Stoksuz e-ticaret için tedarikçi seçimi son derece önemli olan bir noktadır. Çünkü satıcı tedarikçinin temsili niteliği taşır. Bu duruma bir örnek vermemiz gerekirse; müşteri kötü bir paketleme ile gönderilen ya da çeşitli kargo problemleriyle üründen memnun kalmadığı durumlarda satıcıyı sorumlu tutar.

Stoksuz e-ticaret için doğru tedarikçiyi seçmek iletişim ve operasyonel süreçlerin de sağlıklı bir şekilde sürdürülmesi için de ayrıca önemlidir. Sürekli iletişim ve etkileşim halinde kalınabilecek bir tedarikçi seçilmesi gerekir.

Aynı zamanda ürünlerle ilgili stok bilgisi gibi diğer konularda da güncel bilgi alabilmeniz süreç için son derece gerekli olan bir durumdur. Bu sayede satıcı, satışı yapılacak ürünler ile ilgili bilgi sahibi olarak stok güncellemeleri de yapılabilir hale gelecektir.

Tedarikçi seçerken dikkat edilmesi gereken bir diğer nokta da ürünlerin incelenmesi konusudur. Stoksuz e-ticaret dijital ortamda sürdürülen bir süreci kapsadığı için tedarikçi ile anlaşmadan önce ürünlerin bir numunesi istenerek kalitesinin test edilmesi son derece önemlidir.

## Stoksuz e-ticaret çeşitleri

Piyasayı incelediğimizde, stoksuz ticaretin mantığı doğru anlatılamadığı için tamamen riskli sistemlerin uygulandığı görülmektedir. Bu sebeple tüm sistemleri öğrenerek harekete geçmek en doğru hareket olacaktır. İşte adım adım dropshipping çeşitleri:

## Satıcıdan satışa Dropshipping

En yaygın bilinen sistemdir ama maalesef ki uygulanması en zor ve riski en yüksek metottur. Sistem şu şekilde işler, e-ticarete zaten satılmakta olan bir ürünün bilgileri alınarak kendi mağazamızda paylaşılır. Sipariş geldiğinde kaynak satıcıya sipariş geçilir ve ürün müşteriye gönderilir. Piyasada en çok bilinen olmasının sebebi; genelde yurtdışı sitelerde yapılması sebebiyle “dolar kazanacaksın” mottosu kullanılarak, yüksek maliyetleri eğitimleri almanızı teşviktir.

### **Bu sistemin birçok olumsuzlukları vardır;**

- Direkt satıcıdan alındığı için fiyatlar yüksektir, rekabet zordur.
- Satıcının ürünü sattığınızdan haberi olmadığı için, aksaklık olduğunda muhatap bulmanız zordur.
- Müşterinize kaynak satıcının bilgileri gider ve faturada daha düşük fiyat görünür. Bu da iade riskidir.
- İade işlemi olduğunda ürün size gelir siz de kaynak satıcıya iletirsiniz. Bu da maliyetli bir süreçtir.
- Genelde yurtdışı sitelerde yapıldığı için vergi konusundan dolayı mağaza kapanma ve buna bağlı olarak maddi kayıp riskiniz vardır.
- Ürünler manuel yükleneceği için ekstra emek gerekir.
- Stok ve fiyat güncellemeleri için günlük uzun saatler ayırmak gerekir.

Bu sistemde en bilinen Amazon Dropshipping sistemidir. Örneğin USA Amazonda zaten satılmakta olan bir ürünü Kanada Amazonda satın gibi bir sistemin anlatımıdır.

## Toptancıdan dropshipping

En az bilinen ancak en risksiz ve doğru sistemdir. Bu sistemde ürün sizin resmi bayilik aldığınız toptancının kaynağından alınarak entegrasyon ile mağazalarınızda otomatik paylaşılır. Sipariş geldiğinde ise toptancı ürünü “sizin adınıza” direkt müşteriye gönderir.

Bu sistem ile tamamen resmi, risksiz ve tüm mecralarda satış yapmanız mümkündür.

XML sistemi ile kaynaktan çekilen ürünler tamamen otomatik olarak tüm mağazalarınızda paylaşılır ve güncellenir. Siz sadece satış ile ilgilenirsiniz.

Ürün kaynağı toptancı olduğu için rekabet gücünüz de artar. Tüm işlemler resmi olarak yapıldığı için mağaza kapanma riski yoktur. İstisnasız tüm mecralarda da satış yapabilirsiniz.

Entegrasyon işlemi de tüm mecraların izni yapıldığından son derece hızlı bir yapı ile güncellemeler tamamen otomatik yapılır.

## Komisyonlu satış

Düşük bütçeli ticaret için kullanılan ve yine yaygın olan bir sistemidir. Bu sistemi uygulamak sıfır maliyetlidir. Şirket kurmanız vs. gibi masraflar gerekmez. Ürünleri; Instagram, sahibinden, Facebook gibi mecralarda paylaşırsınız. Sipariş geldiğinde toptancı siparişin "faturasını da keserek" müşteriye gönderir, siz de komisyonunuzu alırsınız.

# İyi bir tedarikçinin özellikleri nelerdir?

- **Kolay sipariş imkânı sağlar:** Uzun süren ürün seçimlerini kolay bir aplikasyon veya web üzerinden halletmek size kolaylık sağlar.
- **Sipariş tutarında limit koymaması esneklik sağlar:** Minimum sipariş tutarı dayatması işlerinizi zora sokabilir.
- **Profesyonel destek sağlar:** Size atanacak bir temsilci ile çalışmak birçok sorunu kolayca ve hızlı bir şekilde aşmanıza yardımcı olur.
- **Teknolojiye yatırım yapar:** Online kataloglar, dijital sipariş geçmişi kayıtları ve gerçek zamanlı envanter kayıtlarını görmek size çalışma kolaylığı sağlar.
- **Ürün çeşidi ve süreklilik:** Ürün çeşitleri önemlidir ancak süreklilik de bir diğer önemli etkidir.
- **Perakende satış yapmaz:** Tedarikçinizin sizinle rekabet etmesi can sıkıcı olacaktır.
- **Aylık ücret talep etmemelidir:** Bunun yerine üründen komisyon alması duruma göre daha uygun olabilir.

- **Uygun konuma sahiptir:** Tedarikçinin size yakın ve merkezi olması kargo teslim sürelerinde avantaj sağlar.

## Tedarikçi konusunda yaşanabilecek sorunlar

- **Teslimat sorunları:** Müşteri ürünü doğrudan tedarikçiden teslim alacağı için, teslimatta yaşanacak sorunlar doğrudan size yansiyacaktır. Müşteri istediği doğru ürünü teslim almadığını veya ayıplı mal aldığını iddia ederse sorunu çözmek size düşecektir. **6502 sayılı Tüketicinin Koruma Kanunu** tüm maddeleriyle resmi olarak sizi bağlar.
- **Tedarik Sorunları:** Tedarikçinizin yeterli sayıda ürüne sahip olması hızlı teslimat avantajı sağlar. Tedarikçinizin ticari kapasitesine dikkat edin. Stok kayıtları her zaman gerçeği yansıtmayabilir.
- **İletişim Sorunları:** Sürekli iletişimde olabileceğiniz bir tedarikçi seçin. Bir sorun olduğunda tek telefonla ulaşabileceğiniz bir tedarikçi, problemlerin hızlı çözülmesi adına size avantaj sağlar. Aksi durumda müşteriler tarafından yapılacak olumsuz mağaza değerlendirmeleri nedeniyle bağlı bulunduğunuz sistemin arama sonuçlarında arka sayfalara düşmenize neden olacaktır. Bu da daha az müşteri ile buluşmanız anlamına gelir.
- **Tedarikçinin perakende satış yapması:** Böyle bir tedarikçi seçimi yapmanız durumunda, tedarikçiniz sizinle rekabet içinde olacak demektir. Kampanya dönemlerinde ürün fiyatları konusunda sıkıntı yaşama ihtimaliniz yüksek olacaktır.

# Dropshipping'e başlamadan bilinmesi gerekenler

- Dropshipping'de hiç kazanamama ya da binlerce lira kazanma ihtimali vardır.
- Doğru ürün ve doğru tedarikçi ile sürdürülebilir satış yakalanabilir.
- Yurt dışı dropshipping satışlarının ödemeleri, global online ödeme sistemleri üzerinden alınabilir.
- Geleneksel bankacılık yöntemlerinin komisyon oranları, stoksuz e-ticaret kar marjını düşürebilir.
- Stoksuz satışta marka bilinirliği oluşturmak ve markalaşma zordur. Çoğu dropshipping stoksuz satış işletmesi, denizaşırı ülkelerden ucuz mallar satar. Sipariş üzerine tasarım giydirme işi yapıyorsanız, mağazanız ile aynı üreticiyi kullanan herkes arasındaki tek fark tasarımlarınızdır. Benzer şekilde, işletme anlaşmalı satış modeli bir işletmenin büyümesine yardımcı olurken, bu işletme size ait değildir. Başarılı bir girişimci olmak veya kendi kişisel markanızı oluşturmak istiyorsanız, tüm stoksuz satış modeli size uygun olmayabilir. Birçoğu için, dropshipping trend olan ürünleri bulmaya ve sadece kar elde etmeye odaklanır. Amaç, uzun vadeli bir iş veya kendi marka ürünlerinizi geliştirmek değil, çünkü sattığınız ürünler genellikle yurtdışından daha düşük kaliteli mallardır.

Amacınız tutku duyduğunuz bir işi büyütmekse, bir hobiye işe dönüştürmek daha iyi bir yaklaşımdır. Yalnızca gelir elde etmekle ilgileniyorsanız ve sattığınız ürünlerle ilgilenmiyorsanız, işte o zaman dropshipping denemeye değerdir.

- Türkiye’de dropshipping yapmak için sosyal medya ve pazaryerleri popüler platformlardır.
- Türkiye’deki popüler pazaryerleri aracılığı ile stoksuz e-ticaret yapılabilir. Ancak pazaryerlerinde dropshipping için çok sayıda belge talep edilebiliyor; ayrıca komisyon oranları maliyetleri artırıyor.
- Stoksuz e-ticaret firmaları ya da tedarikçi seçimi yapılırken bir iş ortağı seçimi yapar gibi hassasiyet göstermek gerekir.
- Dropshipping rekabetçi bir model olduğu için reklam vermek çok önemlidir, Sadece içerik yayınlamak veya müşterileri çekmek için Pinterest, Instagram, Facebook gibi sosyal medya platformlarını kullanarak mağazanızı tanıtabilirsiniz. Bir Instagram ve Facebook sayfası oluşturmak, en azından mağazanızı tanıtmanın ve potansiyel olarak satış yaratmanın ücretsiz bir yoludur. Ancak, Facebook ve Instagram gibi platformların çok kalabalık olması nedeniyle organik sosyal medya erişimi azalmaktadır. Stoksuz e-ticaret girişimcileri için bu, ücretli reklamların başarılı bir mağazanın can damarı haline geldiğini kavramaları gerektiği anlamına gelir. Ürünleri test etmek ve mağazaya ziyaretçi çekmek için ücretli reklamlara yatırım yapmak gerekir. Çoğu stoksuz satış mağazası, ürünlerinin reklamını yapmak için Facebook’a güvenir ve test aşamasındayken tek bir platforma bağlı kalmak iyi bir fikir olabilir.

# Stoksuz satış mağazası için bir reklam kampanyası şunları içerir

- İyi satacağına inanılan bir ürünü mağazaya eklemek.
- Bu ürün için Facebook reklamı oluşturma. Birçok mağaza, reklamlarını oluşturmak için tedarikçinin fotoğraflarını kullanır, ancak satılan ürünü satın alıp kendi ürün fotoğraflarınızı çekmek daha başarılı bir yaklaşımdır.
- Ürünü beğenen bir Facebook hedef kitlesini hedeflemek. Örneğin, kahve kupaları satılıyorsa, kahve sayfalarını beğenen bir Facebook hedef kitlesi hedeflenebilir.
- Reklam kampanyası için bir bütçe belirleme. Facebook, yürütülen kampanyanın türüne bağlı olarak hedeflenen hedef kitle başına değişen düşük minimum harcama gereksinimlerine sahiptir. Ancak, ürünün iyi satıp satmadığına karar vermek için yeterli sayıda kişiye ulaşılması gerekir. Bu kararı vermek için ne kadar veriye ihtiyaç duyulacağı kişiye bağlıdır, ancak test edilen ürün başına fazla harcamayı gözden çıkarmak gerekebilir.

# Stoksuz satış yapmayı düşünüyorsanız kendinize sormanız gereken birkaç soru var.

## **Stoksuz e-ticaret size uygun mu?**

Bu sorunun cevabı için aşağıdaki soruların yanıtlarını vermelisiniz.

## **Markanızı nasıl oluşturmak istiyorsunuz?**

Markanız, işletmenizin müşteriye dönük yönlerinin görünümü ve verdiği histir. Unutulmaz bir marka izlenimi oluşturmak, müşteri bağlılığının artmasına yardımcı olabilir. Markalı bir çevrimiçi deneyim oluşturabilseniz de stoksuz satış size ürün kalitesi, teslimat deneyimi ve nihai paketin estetiği üzerinde daha az kontrol sağlar. Ürünler ve ambalajlar beklentilerin altında kalırsa, bir müşteri markanızdan bir daha alışveriş yapmamayı tercih edebilir. Stoksuz satış tedarikçileri genellikle ürün özelleştirme için çok az yer sunar. Bu sınırlama, markanızı rakiplerinden ayırmanızı zorlaştırabilir.

## **Ürün kalitesi üzerinde ne kadar kontrol istiyorsunuz?**

Ürün kalitesi, işletmenizin müşteri edinme, marka sadakati ve getiriler gibi diğer yönleri üzerinde büyük bir etkiye sahip olabilir. Stoksuz satış ilişkinizin başlangıcında ürünlerin kalitesini kontrol edebiliyor olsanız da sürekli olarak sattığınız ürünlerin kalitesi üzerinde muhtemelen sınırlı kontrole sahip olacaksınız. Ürünler müşteri beklentilerini karşılayamazsa, işletmeniz olumsuz müşteri yorumları alabilir.

## Ürünleri ne kadar hızlı göndermek istiyorsunuz?

E-ticaret müşterileri, hızlı sevkiyat bekleme eğilimindedir. Yakın zamanda yapılan bir anket, ankete katılan kişilerin yaklaşık %84'ü teslimatı çevrimiçi alışveriş deneyimlerinin önemli bir parçası olarak gördüğünü ortaya koymuştur. Uzun nakliye süreleri işletmenizi olumsuz etkileyebilir. Bir stoksuz satış tedarikçisiyle çalışırken standart nakliye maliyetlerini ve teslimat süreleri kontrolünüzden çıkabilir.

## Ne kadar sermayeye erişiminiz var? Tedarik ve envanter sorunlarını halletmeye hazır mısınız?

Stoksuz satış iş modeli, müşteriler gerçekten sipariş verene kadar ürün tedarikini ertelemenize izin verir. Bu, stoksuz satış işlemini, sınırlı envanter yatırımıyla bir işletme kurmak ve işletmek isteyen girişimciler için cazip hale getirebilir. Ürünleri kendi başınıza tedarik etmeye, depolamaya ve sevk etmeye kıyasla işinizi daha az sermaye ile başlatmanıza ve yürütmenize de olanak tanır.

Ancak, Stoksuz satış kullanmayı seçerseniz, tedarik zinciri üzerinde çok az kontrolünüz olabilir veya hiç kontrolünüz olmayabilir. Üretimdeki gecikmeler, tedarikçinizin kaç siparişi yerine getirebileceğini belirleyebilir. Bir ürünün stokta kalmadığını söyleyerek müşterilerinizi hayal kırıklığına uğratmak, umarız kural değil, istisnadır. Ürünleri birden fazla stoksuz satış hizmeti aracılığıyla tedarik etmek, ürün envanterinin azalmasını önlemenin bir yoludur.

Bir tedarikçinin ihtiyaç duyduğu ürün bittiğinde, diğerine güvenebilirsiniz. Bununla birlikte, birden çok tedarikçiyle çalışmak, lojistik ve sipariş karşılamaya karmaşıklık katar ve bu da stoksuz satış stratejisinin amacını geçersiz kılabilir.

## Hedef kâr marjınız nedir?

Bir perakende mağazasına sahip olmak veya kendi sipariş karşılama merkezini oluşturmak gibi diğer iş modelleriyle karşılaştırıldığında, stoksuz satışın giriş engeli daha düşüktür. Maalesef bu, işletmeniz için daha fazla rekabet anlamına gelebilir.

Sanal dünya, stoksuz satış kullanan işletmeler için oldukça rekabetçi olabilir. Stoksuz satış yapan satıcılar, çok az yatırım yaptıkları için genellikle ürünleri düşük fiyatlarla sunabilirler. İşletmeniz için stoksuz satış kullanıyorsanız, düşük kar marjları elde edebilirsiniz.

İşletmenizi herhangi bir hiper-rekabetçi alanın dışında bir niş içinde konumlandırırsanız, bu sorunlardan bazılarının üstesinden gelebilirsiniz. Pazar araştırması, ağ oluşturma ve satış yoluyla potansiyel olarak karlı veya daha az rekabetçi nişler bulun. Veya markanızı farklılaştırmaya yatırım yapın.

## **Geri ödemeleri, iadeleri ve değiştirmeleri nasıl halledeceksiniz?**

İadeler, e-ticaret işinin kaçınılmaz bir parçasıdır. Bazen iade süreci, bir müşterinin iade etmek istediği bir ürünle ilgili olarak sizinle iletişime geçmesi kadar basit olabilir.

Müşteri ürünü geri gönderir, ardından müşteriye geri ödeme yaparsınız ve size kredi veya geri ödeme yapması için stoksuz satış tedarikçisiyle iletişime geçersiniz. Ancak bu her zaman böyle değildir.

Daha karmaşık iade ve değişim süreçlerine hazırlıklı olun. Geri ödeme ve iade politikanızı oluşturmadan önce stoksuz satış hizmetinin iadeleri nasıl ele aldığını anlamak için zaman ayırın.

# E-ticaret işleminin adımlarını düşünün. Bir stoksuz satış tedarikçisiyle oturum açmadan önce sorulacak bazı soru örnekleri

- Kusurlardan kim sorumludur?
- Kusurlu ürünler için iade nakliye ücretlerini kim karşılar?
- Tedarikçinin yeniden stoklama ücretleri nelerdir?
- Müşteriler için iade aralığı nedir?

Bunun gibi sorular, bir stoksuz satış sözleşmesini anlamanıza ve iş modelinizde değişiklik yapmadan önce olası maliyetlerin daha net bir resmini çizmenize yardımcı olabilir.

# Stoksuz satışın potansiyel artıları ve eksileri

E-ticarete, hayatta olduğu gibi, herhangi bir yerine getirme yaklaşımının avantajları ve dezavantajları vardır. Kazançların çektiğiniz acıya değip değmeyeceği büyük ölçüde hedeflerinize ve iş durumunuza bağlıdır. Stoksuz satışın işletmeniz için doğru olup olmadığını değerlendirirken göz önünde bulundurmanız gereken artıları ve eksileri burada bulabilirsiniz.

## Stoksuz satışın olası faydaları şunları içerir

**Genel giderler:** Ürünleri depolamadığınız veya göndermediğiniz için, stoksuz satış, bir depolama tesisini korumak veya müşterilere ürün göndermek gibi genel giderleri düşürme potansiyeline sahiptir.

**Başlangıç maliyetleri:** Minimum yatırımla bir iş kurmak isteyen girişimciler, siparişleri işlemek için tesislere veya kaynaklara yatırım yapmaları gerekmediğinden stoksuz satış yöntemine yönelebilirler.

**Azaltılmış risk:** Envanter için ödeme yapmanız gerekmediğinden, mal kaybı veya fazla sipariş edilen ürünler nedeniyle daha az para kaybetme riski vardır.

**Çok kanallı satış:** Kendi alan adınızda, Amazon, Trendyol, Hepsiburada gibi pazaryerlerinde bir mağaza veya sosyal medya kanalları veya bunların tümü aracılığıyla satış yaparken işletmeniz için stoksuz satış yöntemini kullanabilirsiniz.

**Operasyon yeri:** Stoksuz satış, operasyon konumunuz ne olursa olsun siparişleri göndermenize olanak tanıyarak her yerden çalışma olanağı sunar.

**Ölçeklenebilirlik:** Tedarikçilerden yararlanmak, sakladığınız, paketlediğiniz ve sevk ettiğiniz envanteri artırmadan daha fazla sipariş almayı mümkün kılabilir.

**Geniş ürün yelpazesi:** Sözleşmenize bağlı olarak önceden envanter almanıza gerek olmayabilir, bu nedenle geniş bir ürün yelpazesi satabilir ve kazanç potansiyelinizi artırabilirsiniz.

**Esneklik:** Hangi ürünleri satacağınızdan emin değ il misiniz? Stoksuz satış, yatırımınızı kaybetme endişesi duymadan en çok neyin sattığını görmek için farklı ürünleri test etmenize olanak tanır.

## Stoksuz satış için potansiyel sınırlamalar ş unları içerir

**Rekabet:** Başlamak için düşük maliyet ve yatırım göz önüne alındığında, stoksuz satış oldukça rekabetçi bir alandır.

**Ürün kalitesi:** Stoksuz satış, sipariş gerçekleştirme sürecine katılımınızı azaltarak ürün kalitesini izleme ve garanti etme yeteneğinizi azaltır.

**Markalama:** Sattığınız ürünler benzersiz veya diğer satıcıların benzer tekliflerinden ayırt edilemeyebileceğ inden, teklifinizi ayırt etmekte zorlanabilirsiniz.

**Kâr marjları:** Ürün farklılaştırıcılarının çok az olması veya hiç olmaması, işletmenizin fiyat konusunda daha agresif bir şekilde rekabet edebileceğ i anlamına gelir. Düşük fiyatlara satış yapmak kar marjınızı tüketebilir.

**Yerine getirme zaman çizelgesi:** Bir stoksuz satış hizmeti, yerine getirme sürecini ele aldığında, sipariş seçimi, paketleme ve sevkiyat üzerinde kontrolünüz olmaz.

**Envanter yönetimi:** Stokta mevcut olanlarla ilgili güncel güncellemeler mümkün olmayabilir. Bir müşteri yalnızca ürünün stokta olmadığını bulmak için sipariş verirse, bu kötü deneyim gelecekteki siparişleri caydırabilir ve markanıza zarar verebilir.

**Teklif yelpazesi:** Sipariş karşılama ile ilgilenmediğ iniz için paket veya ücretsiz gönderim gibi yürütebileceğ iniz özel teklifler ve promosyonlar sınırlı olabilir.

**Tedarikçi hataları:** Düşük kaliteli stoksuz satış yapanlar, müşteri siparişlerini yerine getirirken hata yapabilir. Bu, başarısız siparişlere, düşük kaliteli paketlemeye ve eksik öğelere yol açabilir.

**Karmaşık müşteri hizmetleri:** Dropshipping ile itibarınızdan ve müşterilerinizi mutlu etmekten hala siz sorumlusunuz. Sipariş karşılama sürecinde işler ters giderse, müşteri desteğini yönetmek size kalmış olabilir.

# Dropshipping ürün seçimi

Ürün seçimi bu işin temeli olduğu için ürün araştırmasını oldukça ayrıntılı yapmalısınız.

Öncelikle, ürününüzün müşterilerin kolayca uğrayabilecekleri market ve mağaza zincirlerinde yer almaması önemli.

Bu ürünün kayda değer bir ticaret hacminin, hedef kitlesinin olmasına da dikkat etmelisiniz. Hedef kitlenin çok dar olması kadar çok geniş olması da sizin için dezavantaj. O yüzden dengeyi iyi tutturmalısınız.

Dropshipping yapmak için önceden bir bütçe ayırmanıza gerek yok. Sıfır bütçeyle bile dropshipping yapmaya başlayabilirsiniz. Ancak, öncesinde tedarikçiyle iletişime geçmeyi ve sonrasında iletişimde kalmayı ihmal etmeyin. Böylece satıcı ürünle ilgili değişikliğe gittiğinde siz de ürün bilgilerinizi buna göre güncelleyebilirsiniz.

## Hangi ürünler dropshipping için uygun?

Genel olarak yüksek fiyatlı olmayan, tekrar tekrar alınma ihtimali olan, küçük boyutlu, hafif ürünler.

**Hobi ürünleri:** Sayısız hobinin malzemeleri ve yardımcı aletleri ya da yepyeni bir hobinin ürünleri hiç tükenmeyecek ve yeniden satışlara uygun bir seçenek yelpazesi oluşturur.

**Kişisel bakım ürünleri:** Minik masaj aletleri, oturma destekleri, kulak tıkaçları, gece lambaları, vb.

**Evcil hayvan ürünleri:** Minik dostlarımız için oyuncaklar veya hayat kolaylaştıracak ürünler de her zaman ilgi görebilecek bir segment. Kedi, köpek, kuş, tavşan, hamster dışındaki evcil hayvanları da düşünebilirsiniz.

**Elektronik eşya aksesuarları:** Cep telefonu kılıfları sık sık değiştirilebilecek ve yenisi aranabilecek ürünler. Kulaklıklar ve drone aksesuarları dahil sayısız seçenek var.

**İşletmelere yönelik ürünler:** Bireysel ihtiyaçlar yerine işletmelerin ihtiyaçlarına yönelmeniz tekrar eden satışlar ve daha yüksek satış hacmi açısından avantajlı olabilir. Masaüstü düzenleyiciler vb.

## Hangi ürünler dropshipping için uygun değil?

**Yiyecekler:** Nakliye süresi uzun olabileceğinden yiyecekler bozulabilir.

**İçecekler:** Yiyecek gibi nakliye sürecinde bozulabilir ve kırılıp dökülebilir.

**Çok büyük ürünler:** Nakliye şirketlerinin maliyetlerini artırabilir.

**Çok ağır ürünler:** Nakliye şirketlerinin maliyetlerini artırabilir, hatta bazıları hiç taşınmayabilir.

**Kırılabilir ürünler:** Nakliye sırasında zarar görebilir.

**Değerli şeyler (antikalar, mücevherat, vb.):** Hırsızlık önleyici ekstra güvenlik önlemleri gerektirir; bu da her nakliye şirketinde mevcut olmayabilir.

**Donmuş ürünler:** Donmuş halde taşınması veya ışığa maruz kalmaması gereken ürünler gibi özel bakım gerektiren parçalar.

# Stoksuz satış yaparken e-ticaret XML'e ihtiyaç var mı?

Stoksuz e-ticaret yönteminde genellikle ürün ve hizmetler XML bağlantıları üzerinden e-ticaret sitelerine ve e-ticaret pazaryerlerine yüklenmektedir. Çünkü XML'ler tedarikçinizin sitesindeki ürünleri sitenize aktarmaktadır. Stok güncellemeleri sayesinde e-ticaret firmanızın stok yönetimini XML bağlantıları üzerinden kolay yapmanız mümkündür.

Günümüzde XML bağlantıları üzerinden çalışmayan e-ticaret siteleri de bulunmaktadır. Bu firmalar tedarikçiler ile anlaştıktan sonra tüm ürünleri ya da belirli ürünleri e-ticaret sitelerine excel ya da manuel olarak eklemektedir. Fakat böyle bir durumda işletmelerin stok takibi yapması oldukça zorlaşmaktadır. Bu nedenle Stoksuz satış yaparken e-ticaret XML'lerini kullanmanız hem stok yönetimi hem de sipariş yönetimi yapabilmeniz için oldukça önemlidir.

# Dropshipping mağazası

## Dropshipping mağazanızı nasıl pazarlarsınız?

Dropshipping başlangıçta kolay ve maliyetsiz görünebilir ancak çabalarınızın boşa gitmemesi için sağlam bir pazarlama stratejisi geliştirmelisiniz.

1. Dropshipping'in eksilerinden biri, arz talep zincirinde hiç kontrolünüz olmamasıdır. Bu, sizi zarara götürebilecek bir eksi ama onu artıya çevirmek elinizde. Web sitenizde ve sosyal medya hesaplarınızda müşterilerin yorumlarına, ürünü satın alanların resim yüklemesine ve geri bildirimine olanak tanıyın. Başta ürünü alanlar az olabileceği için hareketlilik açısından aile fertlerine ve arkadaşlarınıza ücretsiz ürün göndererek yorum isteyebilirsiniz.
2. Web sitenizde detaylı ürün tanımlarına yer verin. Potansiyel müşteriler ürünle ilgili her şeyi açık seçik gördüklerinde onu satın almak için daha istekli olacaklardır.
3. Facebook reklamları bütçe dostu seçenekler sunması, geniş ölçekli olması ve hedef kitleye odaklanmanızı kolaylaştırması açısından dropshipping'de yaygın olarak tercih edilmekte.
4. Hedef kitlenizi iyi tanımanız şart. Google Analytics veya kullandığınız satış platformunun sunduğu veriler, kullanıcılarınızı tanımanıza ve onların davranışlarını yorumlamanıza yardımcı olur.
5. Analiz araçları hedef kitleniz hakkında analitik bilgi sunar. Daha isabetli ve gerçekçi bilgi edinmek istiyorsanız, hedef kitlenizle vakit geçirip onları tanımaya çalışın. Bunun için forumlar ve sosyal medya hesapları ideal.

6. Influencer ve Instagram pazarlaması da ürününüz için tercih edebileceğiniz yöntemlerden ama ürününüzde istediğiniz izlenimi yaratacak doğru influencer'ı bulmak için mutlaka araştırma yapın.
7. Sosyal medya videolarını da pazarlamanızın bir parçası haline getirin. Videolar insanlara erişmeniz ve onların aklında kalmanız için iyi bir fırsat.
8. E-posta ve bülten üyeliği ile müşterileri ürününüzden ve ilgili gelişmelerden haberdar edebilirsiniz. Kullanıcı e-postalarını, istekleri dışında bültene kaydetmemelisiniz. İstenmeyen e-posta olarak işaretlenebilir, hatta verilerin gizliliğini ihlalinden dolayı şikayet edilebilirsiniz.
9. Sonuçlanmayan satışlar için müşterileri yeniden hedefleme (retargeting) nispeten teknik bir yöntem olsa da oldukça etkilidir. Web sitenize gelip çıkan, ürünleri inceleyip sepete eklemeyen, sepete ekleyip satın almayan müşteri adaylarınızı müşterilere dönüştürmenizi sağlayabilir. İstatistikleri iyi okumalı ve müşterinizi irrite etmeyecek yöntemler benimsemelisiniz. Facebook Pixel, doğru kullanıldığında etkin bir çözüm olabilmekte.

## Uzun vadeli pazarlama stratejileri

Ürününüzün satışında başarılı olmak için sadece kısa vadeli değil uzun vadeli pazarlama stratejilerini de göz önünde bulundurmalı ve düzenli kullanmalısınız.

**Blog:** İyi hazırlanmış bir blog, insanların sitenizi arama motorlarından bulmasını sağlar ve markanızın güvenilirliğini pekiştirir. Düzenli olarak yeni yazılar girmeniz, eski yazıları güncellemeniz, okuyucuya faydalı bilgiler sunmanız önemli. Ayrıca kaliteli ve eğlenceli görseller de insanların ilgisini çekecektir.

**SEO ve SEM:** Search Engine Optimization (Arama Motoru Optimizasyonu), anahtar kelimeler ve kelime öbekleriyle aramalarda organik olarak çıkmayı hedefler. Search Engine Marketing (Arama Motoru Pazarlaması) ise belirli kelimelerde ücretli reklamlarla öne çıkmanızı sağlar.

**Instagram hesabı:** Instagram hesabınız ürününüzü ön plana çıkarmalı ve insanları takibe teşvik etmelidir. Düzenli ve tutarlı paylaşımlarla birlikte belli bir temadan ve renk paletinden yararlanabilirsiniz.

**Facebook sayfası:** Facebook, ulaşılabilirlik açısından uzun vadeli dropshipping pazarlamasında büyük bir yere sahip. Bu sebeple, Instagram ve diğer sosyal medya hesaplarınız gibi Facebook sayfanız da özenli olmalı.

# Türkiye’de stoksuz e-ticaret yapabileceğiniz pazaryerleri

Türkiye’de yerel ve uluslararası pazarda stoksuz e-ticaret yöntemi ile satış işlemi gerçekleştirebilirsiniz. Türkiye’de stoksuz e-ticaret yapabileceğiniz pazar yerleri şu şekilde sıralanabilir;

**n11:** Ülkemizin en etkileşimli ve hareketli pazar yerlerinden biri olan n11, sahip olduğu özelliklerle birlikte kendine ait bir e-ticaret sitesine sahip olan kişiler tarafından da tercih edilen bir şirkettir. n11 sahip olduğu özelliklerinin yanı sıra kişilere kurulum süreçlerinde de destek verir. Bu anlamda özellikle yeni başlayanlar için son derece etkili olacaktır. Atılacak birkaç adımın ardından ürünlerinizi n11 üzerinde listeleyerek stoksuz e-ticaret yapabilirsiniz.

2013 yılında hizmet vermeye başlayan N11, Türkiye’nin en iyi pazaryerleri arasındaki yerini koruyor. Satıcı ve alıcı arasındaki bağlantıyı en gerçek şekilde kurması sayesinde müşteriler tarafından güvenilir pazaryerleri arasında kabul ediliyor. Ayrıca giyim, uçak bileti, araba, oto parçaları, parfüm, anne& bebek ürünleri, bahçe mobilyaları, kozmetik vb. farklı kategorileriyle her kişiye hitap etmeyi başarıyor. Her ay 80 milyonu aşkın ziyaretçi sayısı ile en iyi pazaryerleri listesindeki yerini sağlamlaştırdığını da söylemek mümkün.



N11’de ücretsiz mağaza açılabilir. Bununla birlikte satıcı ödemeleri 7 gün içinde gerçekleştiriliyor. Listeleme ücretleri 10 TL – 9000 TL aralığında değişiyor ve aylık ödeniyor. Ancak mağaza açmak için adınıza kayıtlı şirketin olması gerekmektedir. N11 komisyon oranları ise %2 ve %20 arasında kategoriye göre belirleniyor.

**Trendyol:** Ülkemizin en çok bilinen alışveriş sitelerinden biri olan Trendyol rakiplerine göre pazarlama stratejilerinde farklılıklar gösterir. Trendyol üzerinden şirket kurmaya gerek kalmadan stoksuz e-ticaret yapmak mümkündür.

Türkiye’nin en büyük pazaryeri olan Trendyol, her ay 70 milyonu aşkın ürün satıyor. Bununla birlikte dünyada en çok ziyaret edilen pazaryerleri arasında Türkiye’den tek site Trendyol’dur. Her ay 200 milyondan fazla kişi Trendyol’u ziyaret ediyor. KOBİ’ler ve bireysel satıcılar tarafından satılan yaklaşık 350 milyon ürün ise, müşterinin ihtiyacını görüyor. Geniş ürün portföyü ve Alibaba tarafından yatırım sayesinde Trendyol her geçen gün büyümeye devam etmektedir.

Trendyol, satıcı ödemelerini yaklaşık 7 – 10 gün arasında yapıyor. Bununla birlikte Trendyol komisyon oranları ise %5 ve %30 arasında farklılık göstermektedir. Sık sık düzenlenen kampanyalar ve influencerler ile yapılan çalışmalarla birlikte her yaştan kişi Trendyol’u tercih ediyor.

**Sahibinden:** Üyelik ve mağazacılık şartları bakımından sağladığı avantajlar sebebiyle ülkemizde stoksuz e-ticaret için en çok tercih edilen sitelerin başında gelir.

**Hepsiburada:** Türkiye’nin ilk pazaryeri siteleri arasında yer alan Hepsiburada, her geçen gün kullanıcı sayısını arttırmayı başarıyor. Aylık 180 milyonu aşkın ziyaretçi sayısına erişen Hepsiburada, güvenli politikaları sayesinde en iyi pazaryeri listesinde olmayı hak ediyor. Satıcılar için de ücretsiz eğitim sağlayan Hepsiburada, Türkiye’de e-ticaretin gelişmesini sağlayan sitelerden biri. 1998 yılında kurulan site, günümüzde yirmi milyonu aşkın kullanıcı ve binlerce satıcı sayısına sahip.

Hepsiburada’nın satıcılar için en önemli dezavantajı ise ödemeleri 1 ay sonra ertelemesi. Buna rağmen düşük komisyon oranları sayesinde en iyi pazaryerleri arasında bulunuyor.

Hepsiburada komisyon oranı %4 ve %20 arasında kategorilere değişiyor. Müşteriler ise 'süper fiyat, süper teklif' kampanyasıyla her kategoriden ürünü %70'e varan indirimlerle satın alabiliyor.

**PttAVM:** PTT iştiraki olan PttAVM, 2012 yılından beri müşteri ve satıcı sayısını arttırmayı başarıyor. Aylık 10 milyonu aşkın kişi PttAVM'yi ziyaret etmektedir. Bununla birlikte PTT güvencesiyle de hem alıcı hem de satıcılar için en güvenilir ve en iyi pazaryerleri arasında yer alıyor. PttAVM'nin öne çıkan diğer bir özelliği ise düşük komisyon oranları. Bu sayede hem alıcı hem de satıcılar için kazançlı bir alışveriş sağlıyor.

PttAVM komisyon oranları %5 veya %10 olarak belirlenmiştir, ayrıca sadece anne& bebek kategorisindeki komisyon oranı %15'tir. Bununla birlikte şirket sahibi veya vergi mükellefi olan kişiler ücretsiz bir şekilde hesap oluşturabilir. Komisyonlar, ürün bedeline göre her üründen alınıyor.

**Çiçeksepeti:** Türkiye'nin çiçek ve hediyelik konusunda en iyi pazaryeri sitesi Çiçeksepeti'dir. 2006 yılında kurulan pazaryeri, günümüzde farklı kategorileriyle de hizmet veriyor. Aksesuardan giyime, elektronikten süpermarkete, anne& bebek ürünlerinden oyun konsollarına kadar pek çok kategori artık Çiçeksepeti'nde de bulunuyor. Kısa süre önce başlayan bu hizmet, en çok satıcılara fayda sağlıyor.

Satıcı sayısının çok fazla olmaması ve Çiçeksepeti'nin aylık 15 milyon ziyaret edilmesi sayesinde satış oranları epey yüksek. Çiçeksepeti'nde mağaza açmak için vergi mükellefi olmanız gerekiyor, eğer şirketiniz varsa ücretsiz olarak mağaza açabilirsiniz. Satıcı ücretleri satılan ürünün fiyatına göre belirleniyor. Çiçeksepeti komisyon oranı kategorilere göre %5 ve %30 arasında değişiyor. İmza sirküleri, vergi levhası vb. belgeleri sisteme yükleyerek başvuru yapabilirsiniz.

**Amazon Türkiye:** Global anlamda e-ticaretin en önemli ayağını oluşturan Amazon, satış kurallarına uyan tüm herkese stoksuz e-ticaret yapma imkanı sunar.

Amazon Dropshipping, Amazon'da ürün satabileceğiniz ancak ürünlerin envanteri veya lojistiği ile uğraşmak zorunda olmadığınız bir iş modelidir. Aynı zamanda, satıcıların ürünleri stok tutmadan, perakende veya toptan bir tedarikçi üzerinden alıcıya sunduğu ve aradaki farktan kazanç sağladığı sisteme verilen isimdir.

Bu iş modelini sürdürebilmek için bazı şart ve koşullar bulunmaktadır. Dropshipping (stoksuz e-ticaret) iş modelinde, ürünlerinizi toptan fiyatına satan bir tedarikçi bulmak uygulamanız gereken ilk adımdır. Ardından, kendi çevrimiçi mağazanızı oluşturabilir ve ürünleri uygun bir fiyatla listeleyebilirsiniz. Böylelikle satmış olduğunuz ürünlerden kâr elde edebilirsiniz.

Bu süreçte asıl göreviniz, Amazon'da aracı olarak kullanıcılara hizmet sağlamak, ürünlerinize trafik çekmek ve siparişleri tedarikçinize iletmektir. Ek olarak, tedarikçi ile sık sık iletişim kurmanız ve siparişlerin zamanında teslim edildiğinden ve diğer süreçlerin sorunsuz çalıştığından emin olmanız gerekir.

**KMK Pazaryeri Siteleri:** KMK Türkiye'de ilk pazaryeri yazılımı oluşturun teknoloji şirkettir. Ülkemizde bugüne kadar binlerce dikey pazaryeri sitesi oluşturmuştur. İşinize uygun dikey pazaryerlerinde ürünlerinizi sergileyebilir ve satabilirsiniz.

# Yurtdışı kaynaklı stoksuz e-ticaret yapabileceğiniz pazaryerleri

Ülkemizde yer alan pazar yerlerinin haricinde yurtdışı kaynaklı pazar yerleri ile de stoksuz e-ticaret yapmanız mümkün. Uluslararası anlamda e-ticaret yapabileceğiniz bazı pazar yerleri şu şekildedir;

**eBay:** Dünyanın en çok bilinen e-ticaret alanlarından biri olan eBay stoksuz e-ticaret için bazı sınırlamalar getirmiştir. Bu platform üzerinden e-ticaret yapmak istiyorsanız tedarikçinizin toptancı olması gerekir.

ABD merkezli eBay, 30 ülkede hizmet verir ve 100'ü aşkın ülkeye gönderim yapabilir. eBay açık arttırma ve standart yöntemleriyle alış/satış yapılmasına olanak veren en iyi pazaryeri sitesidir. Sitede satmak istediğiniz ürün/ürünler için açık arttırma açabilir ve en yüksek fiyatı veren kişiye ürünü satabilirsiniz.

Almak istediğiniz ürün/ürünler için ise satıcılar size teklif gönderir. eBay’da satış yapmak için orta seviyede İngilizce bilmeniz önemlidir. Veya çeviri programlarını da kullanabilirsiniz.

eBay’da mağaza açmak için kullanıcı veya şirket hesabı oluşturmanız gerekir. Ayrıca mağaza açmak için gerçek bir şirket açmanıza gerek yoktur. Bununla birlikte mağaza açmak ücretsizdir. Ancak listeleme, reklam, kargo vb. ücretler satıcı tarafından karşılanır. Aylık 300 milyonu aşkın ziyaretçi sayısı ile dünyanın en iyi pazaryeri siteleri arasında yer almaktadır. eBay’da 50 ürünü ücretsiz olarak envanterinize ekleyebilir ve listeleyebilirsiniz. Daha fazla ürün eklemek veya markalar arasında öne çıkmak için ücret ödememiz gerekiyor.

**AliExpress:** Dünya geneline hitap eden ve geniş bir müşteri kitlesine sahip olan Aliexpress e-ticaret için kullanıcılarına özel hizmetler sunmasıyla da öne çıkar.

2009 yılında açılan Aliexpress, 2019 yılından beri Türkiye’de de satıcıların hesap açmasını sağlıyor. Aliexpress’de satış yapmak için vergi mükellefi olmanız gerekiyor. Kısacası şahıs, limited veya anonim şirket açarak Aliexpress’de satış yapmaya başlayabilirsiniz. Aliexpress’in en iyi pazaryerleri arasında olmasını sağlayan en önemli özelliği ise düşük komisyon oranları. Bu sayede satıcılar, ürünlerden daha fazla kazanç elde edebiliyor.

Aliexpress komisyon oranı %5 ve %8 aralığında farklılık gösteriyor. Satıcılar, her sattığı ürün için komisyon ödemek zorunda. Aynı zamanda diğer en iyi pazaryeri sitelerinde olduğu gibi ürünler faturalandırılıyor. Aliexpress ile Türkiye, ABD, Çin, Rusya, Fransa, İspanya, Almanya vb. pek çok ülkeye satış yapabilirsiniz.

**Amazon:** Amazon kriterlerini karşıladığı sürece Amazon mağazasında satış yaptığınızda işletmeniz için stoksuz satış kullanabilirsiniz.

İşletmeniz için Amazon mağazasında stoksuz satış hizmetlerini kullanmak için şunları yapmalısınız:

- Ürünlerinizin kayıtlı satıcısı olun
- Tüm sevk irsaliyelerinde, faturalarda ve dış ambalajlarda kendinizi ürünlerinizin satıcısı olarak tanımlayın

- Ürünlerinizin müşteri iadelerini kabul etmekten ve işleme koymaktan sorumlu olun

Amazon Lojistik (FBA), stoksuz satış tedarikçisi kullanmanın bir alternatifidir. Amazon, nakliye, müşteri hizmetleri ve iade işlemlerini sizin adınıza gerçekleştirirken, siz ürünleri tercih ettiğiniz tedarikçiden temin edersiniz.

Çok kanallı sipariş karşılama , ürünlerinizi kendi alanınız veya diğer e-ticaret kanalları üzerinden sattığınızda bile FBA'yı kullanmanıza olanak tanır.

**Etsy:** En iyi pazaryeri seçenekleri arasında yer alan Etsy, farklı bir konseptte hizmet veriyor. Etsy'de el emeği ürünlerinizi çok iyi fiyatla satabilirsiniz. Örneğin, Türkiye'de 50 TL'ye satılan bir patik, Etsy'de 250 TL'ye alıcı bulabiliyor. Dolayısıyla niş alanda hizmet veren en kazançlı ve en iyi pazaryeri olarak Etsy'yi örnek göstermek mümkün. Ayrıca Etsy'de satış yapmak için şirket açma zorunluluğu bulunmuyor.

Etsy'de ücretsiz olarak mağaza açabilirsiniz. Siteyi kullanarak 40 farklı ürününüzü envanterinize yükleyebilir ve listeleyebilirsiniz. 40'tan fazla ürün için düşük oranda bir ücret ödememiz gerekiyor. Ayrıca Etsy, satılan ürünlerden genellikle %5 oranında komisyon almaktadır. Etsy ile dünyanın farklı bölgelerine satış yapabilir ve kazançlı bir pazaryerinden faydalanabilirsiniz.

## E-ticaret sitesiyle stoksuz e-ticaret nasıl yapılır?

Yukarıda da bahsettiğimiz gibi stoksuz e-ticaret faaliyetini hem web siteniz üzerinden hem de pazaryerlerinden yapabilirsiniz. e-Ticaret sitesinde stoksuz satış yapabilmek için öncelikle bir web sitesine sahip olmanız gerekmektedir. Web sitesi kurulumunun ardından satmak istediğiniz ürün ve ürün gruplarına karar vermelisiniz.

Bu kararın ardından stoksuz e-ticaretin en önemli adımlarından olan tedarikçi seçimi yapmalısınız. Tedarikçi bulduktan sonra ürünleri web sitenize yükleyerek satışa başlayabilirsiniz.

# Sosyal medya üzerinden stoksuz e-ticaret nasıl yapılır?

Sosyal medyanın en popüler platformu Instagram üzerinden stoksuz e-ticaret faaliyeti destekleyebilirsiniz. Stoksuz e-ticaret yaptığınız web siteniz için Instagram'da bir profil açarak Instagram Shopping özelliğini kullanabilirsiniz. Aynı şekilde facebook meta ile facebook üzerinden de satış yapabilirsiniz.

## Instagram'da stoksuz e-ticaret nasıl yapılır?

Dünyanın en çok kullanılan sosyal medya mecrası olan Instagram Shopping uygulaması birçok marka tarafından kullanılmaktadır. Instagram Shopping özelliği ile stoksuz e-ticaret yaptığınız markanızın ürünlerinizi Keşfet sayfası, hikayeler ve profilinizde kullanıcılara ulaşmasını sağlayabilirsiniz.

# Stoksuz e-ticarete ödeme yöntemleri

Havale, EFT, Kredi ve Banka Kartı ile ödeme, cüzdan ödemeleri stoksuz e-ticarete kullanılan ödeme yöntemleridir.

**Havale;** Aynı bankada yer alan hesaplar arasında yapılan para transferi işlemidir.

**EFT;** Farklı bankalarda yer alan hesaplar arasında yapılan para transferi işlemidir.

**Kredi ve Banka Kartı ile Ödeme;** Sanal pos entegrasyonları ile tahsilat gerçekleştirilen ödeme yöntemidir.

**Cüzdan Ödemeleri;** Tüketicilerin hesaplarına para yükleyebildiği ve ardından sipariş aşamasında bu bakiyeyi kullandığı ödeme yöntemidir.

**Kapıda Ödeme;** Ürün teslimatı esnasında kargo firması aracılığı ile tahsilatların gerçekleştirildiği ödeme yöntemidir.

Genel olarak satıcı ve tedarikçi arasındaki ilişki düşünüldüğünde satıcıların ürünleri satın alırken yalnızca havale, eft, kredi kartı/banka kartı ve cüzdan ödemeleri ile sipariş geçebileceğini söylemek mümkündür. Fakat satıcı ve alıcı arasındaki ilişkide stoksuz e-ticarette ödeme yöntemlerinin hepsi kullanılabilir.

## **Stoksuz e-ticaret için e-ticaret yazılımlarında ödeme alma yöntemleri nelerdir?**

Hazır web sitesi altyapılarıyla kurulan e-ticaret sitelerinde ödeme altyapıları en merak edilen konulardan birisidir. Bu altyapılarla açtığınız e-ticaret web sitesine size sunulan eklentilerle ödeme altyapıları ekleyebilirsiniz. Bunlardan en popüleriyizco'dur. Iyzico online platformlara ödeme çözümleri sunan bir şirkettir. Web sitelerinize Iyzico'nun hem sanal POS hem de yapay zekâ tabanlı ödeme teknolojilerini ekleyerek yararlanabilirsiniz.

Iyzico dışında iPara, PayTR, PARAM, KMKPay gibi ödeme yöntemlerini de web sitenize ekleyebilirsiniz. Bu seçenekler altyapıdan altyapıya değişmektedir. Ayrıca müşterilerinize havale / EFT, kapıda ödeme gibi ödeme yöntemleri de sunabilirsiniz.

## **Stoksuz e-ticaret için sosyal medya ödeme alma yöntemleri nelerdir?**

Stoksuz e-ticaret faaliyetinize dair sosyal medya üzerinden sattığınız ürünler için link ile ödeme alma yöntemi ile ödeme alabilirsiniz.

Link ile ödeme alma yöntemi, web sitesi kurmadan, pazaryeri veya sosyal medya üzerindeki ürünlerinizi link paylaşarak hızlı ve güvenli bir şekilde ödeme almanızı sağlar. Link ile ödeme alma yöntemi genellikle sosyal medya üzerinden satış yapmak isteyenler tarafından tercih edilir. Link ile ödeme almanın nasıl yapılacağını “e-Ticarette Ödeme Almanın En Kolay Yolu: Link ile Ödeme Alma” içeriğimizde görebilirsiniz. Sosyal medya üzerinden ödeme almak için havale / EFT ve kapıda ödeme seçeneklerini de kullanabilirsiniz.

## **Linkget ile mağaza açma ve ödeme alma**

KMK tarafından desteklenen ücretsiz, özelleştirilebilir bir dijital dükkân aracı olan **Linkget** ile takipçilerinizden ve tüm dijital kanallardan kolayca ödeme alın.

# Dropshipping vergilendirme süreci

Stoksuz satış, serbest ticaret kapsamına girdiği için faaliyette bulunan kişinin yaptığı satışlar için fatura kesebiliyor olması ve vergi mükellefi olan bir şirket sahibi olması gerekmektedir. Bu durumda vergi mükellefi olduğundan dolayı gelir vergisi ödenmelidir. Eğer stoksuz satış yurt içine yapılıyorsa satıcı müşteriye düzenleyici faturada KDV de eklemeli ve bunu müşteriden tahsil etmelidir. Ancak satış yurt dışına yapılıyorsa KDV kapsamına girmez.

Stoksuz e-ticaret için en uygun şirket türü hangisidir? Stoksuz e-ticaret yapmak için en uygun şirket türü şahıs şirkettir. Çünkü şahıs şirketi diğer şirket türlerine göre kurması ve kapatması en kolay, en maliyetsiz türdür.

## **Tedarikçi yurtiçi-satış yurtiçi**

Ticari malın mülkiyetinin devredildiği veya devredilmediği durumlara göre belge ve kayıtlar değişebiliyor, malın mülkiyeti devredilmeseydi satıcı tedarikçiye komisyon faturası kesiyor, tedarikçi satılan malı irsaliye ve faturası ile alıcıya teslim ediyor.

Malın mülkiyeti devredildi ise tedarikçi satılan ürünü irsaliye ile gönderiyor, Satıcı alıcıya faturasını gönderiyor, tedarikçi de satıcıya ürün faturasını düzenleyip gönderiyor. (Konsinye ürünlerde olduğu gibi)

## **Tedarikçi yurtdışı-satış yurtdışı**

Herhangi bir ticari faaliyet içerisinde, bir malın satış bedeline KDV'nin dahil olabilmesi için, söz konusu işlemin Türkiye'de gerçekleşmesi gerekir. Yani siz dropshipping işlemleri sırasında herhangi bir ürünü Çin'den satın alıyor ve daha sonra Amerika'ya satıyorsanız, bu durumda yapmış olduğunuz işlemde KDV hesaplanmaz.

Eğer bir şahıs ya da şirket, Türkiye'de bulunuyor ve yurt dışında bulunan bir tedarikçiden, yurt dışında bulunan bir alıcıya ürün satışı gerçekleştirmek suretiyle aracılık yapıyorsa, söz konusu şahısların ya da şirketlerin KDV ödemek gibi bir sorumluluğu bulunmamaktadır. Bu şahıs ve şirketler, yurt dışındaki tedarikçilere vermiş oldukları aracılık hizmeti için de KDV'li fatura düzenlemezler.

Burada dikkat edilmesi gereken önemli bir konu bulunuyor. Eğer yurt dışındaki tedarikçi ve Türkiye'de bulunan satıcı arasında bir hizmet sözleşmesi bulunuyorsa, bu durumda yurt dışındaki tedarikçinin Türkiye'de bulunan satıcı üzerinden elde ettiği kazancı vergilendirmesi gerekiyor. Çünkü bu hizmet sözleşmesi ile Türkiye'de bulunan satıcı, yurt dışında bulunan tedarikçinin daimî temsilcisi sayılmaktadır.

Dolayısıyla söz konusu tedarikçiler Türkiye'de bulunmuyor olmalarına rağmen Türkiye'de kazanç sağlamış sayılmaktadır. Gelir Vergisi Kanunu'na göre ticari kazanç elde eden herkes, mutlaka gelir vergisi beyannamesi vermelidir. Söz konusu tedarikçi Türkiye'de bulunmuyor ve aynı zamanda satıcı dışında bir temsilcisi bulunmuyor ise, bu durumda Türkiye'de bulunan satıcının tedarikçi adına yıllık gelir vergisi beyannamesi vermesi gerekir.

## **Tedarikçi yurtdışı-satış yurtiçi**

Çin'den herhangi bir ürün alıp, bunu Türkiye'ye getirip, satış işlemini de burada gerçekleştirirseniz, o halde söz konusu işlem KDV'ye tabi olacaktır.

Bunun dışında, yurtdışında tedarikçisi bulunan ürünleri belirli platformlardan (sahibinden, modacruz, dolap gibi) satarak, ürün teslimatının Çinli tedarikçiden direk müşteriye yapılması durumunda mikro ihracat kapsamında alınacak vergi, alıcı tarafından ödenir. Spesifik bir dropshipping vergisi mevcut değildir. Diğer tüm parasal aktivitelerde olduğu gibi, en sağlıklı yol muhasebeciniz ile iletişime geçip gelir beyanınızı yapmaktır.

## Tedarikçi yurtiçi- satış yurtdışı

Yurtiçindeki tedarikçinizin ürünlerini yurtdışına satmanız durumunda, mikro ihracat kapsamında elektronik ticaret beyannamesi ile ürün gönderimini yapabilirsiniz. Tedarikçinizden alıp kendiniz kargoladığınız zaman avantajınız KDV iadesi almak olacaktır. Satış yaptığınız ülkelerdeki vergi kanunlarını mutlaka incelemelisiniz. Düşük maliyetli satışlarda genellikle sorun yaşanmasa da satış hacimleri büyüdükçe ilgili ülkelerdeki vergi mükellefiyetiniz devreye girecektir.

Dropshipping işlemlerinin vergilendirme süreci ile ilgili olarak herhangi bir mali müşavirden destek almak, elbette söz konusu sürecin daha sorunsuz şekilde ilerlemesine yardımcı olacaktır.

# Dropshipping işi 2023'te nasıl kurulur

**Bir niş alan seçin:** Bir dizi ürün satabilmenize rağmen, markanızı oluşturabileceğiniz özel bir alan seçmeyi düşünün. Bu aynı zamanda sizi rakiplerinizden ayırmanıza ve pazarlamak istediğiniz kitleyi tanımlamanıza yardımcı olabilir.

**Rakip araştırması yapın:** Bir nişe karar vermeden önce rekabete göz atın. Aynı niş içinde satış yapan çok sayıda işletme var mı? Bu, piyasanın doymuş olduğunu ve kırılması zor olabileceğini gösterebilir.

Büyük markalar aynı müşteriler için rekabet ediyor mu? Eğer öyleyse, yeni bir marka olarak farklı bir niş peşinde koşmanız daha iyi olabilir.

**Kaliteli bir tedarikçi bulun:** Doğru ve zamanında teslimatların yanı sıra kaliteli ürünler konusunda büyük bir üne sahip bir tedarikçi seçin.

**Bir çevrimiçi mağaza oluşturun:** Markanızı bir e-ticaret mağazası ile çevrimiçi olarak temsil edin. Bir çevrimiçi mağaza, müşterilerin işletmeniz ve sunduğunuz ürünler hakkında bilgi edinmeleri için markalı bir hedef olabilir.

**Pazarlama ile satışları teşvik edin:** Dikkat çekmek ve ürünlere trafik çekmek için arama motorlarında ve sosyal medyada ücretli reklamların bir karışımını kullanın. Amazon gibi bir çevrimiçi mağazada satış yapıyorsanız, arama sonuçlarında sıralamak için reklamlardan yararlanabilirsiniz.

**Listeleri analiz edin ve optimize edin:** Amazon, mağaza ölçümlerini takip etmek için bir marka analizi panosu sunar. Satış trendlerini takip etmek, müşterilerin sunduğunuz ürünleri nasıl bulduğunu öğrenmek ve belirli ürünleri neden satın aldıklarına dair fikir edinmek için bu verileri izleyin. Yüksek talep gören ürünler ekleyerek kataloğunuzu geliştirmek için bu bilgiyi kullanın. Arama sonuçlarındaki sıralamanızı artırmak için listeleri de optimize edebilirsiniz.

# Dropshipping 2023 Türkiye öngörüler: Stoksuz satış pazarı 2031'e kadar her yıl %27 büyüyecek

Ürün siparişlerinin alıcıya doğrudan tedarikçi üzerinden ulaştığı e-ticaret modelini tanımlayan ve dropshipping olarak bilinen stoksuz satış, popülaritesini koruyor.

Pazar büyüklüğünün 2031'e kadar 1,6 trilyon doları aşacağı düşünülürken, "dropshipping" kavramının Türkiye'deki arama hacimleri son 5 yılın en yüksek seviyesinde seyrediyor.

Girişimcilerin çok küçük sermayelerle e-ticarete girmesine olanak tanıyan, depolama, lojistik ve sipariş yönetimi gibi ayrıntıları tedarikçiye devreden stoksuz satış modeli, son yılların en popüler e-ticaret modellerinden biri oldu.

Allied Market Research tarafından yürütülen araştırmada, dropshipping olarak da bilinen ve 2021'de 155,6 milyar dolar büyüklüğe sahip olan pazarın her yıl ortalama %27 bileşik büyümeyle 2031'de 1,6 trilyon dolara ulaşacağı tahmin edildi.

Öte yandan Google'ın arama hacimlerindeki değişimleri ölçen Trends servisinin verileri, Türkiye'de dropshipping kavramının arama hacminin son 5 yılın en yüksek seviyelerinde olduğunu gösterdi.

# Son söz

Dropshipping hakkında, maliyetsiz bir iş fırsatı olarak birçok yanlış anlama yer almaktadır. Bunun yanı sıra birçok stoksuz e-ticaret kursu, bu modeli hızlı bir şekilde zengin olmanın bir yolu olarak pazarlamaktadır ve temelde gerçekçi olmayan sonuçlar vaat eden evden çalışma aldatmacası olarak pazarlamaktadır

Gerçek şu ki, dropshipping güçlü bir iş modelidir. Peşin stok harcamalarına olan ihtiyacı ortadan kaldırır, lojistiği basitleştirir ve yeni başlayanların çok fazla risk almadan e-ticaretle uğraşmasını sağlar.

Ancak güçlü bir iş modeli, stoksuz satışın kolay olduğu anlamına gelmez. Aslında, çoğu girişimci başarısız olur. Ürün testi için ücretli reklamlara yatırım yapma taahhüt edilmeli ve karlılığa ulaşmanın yüzlerce veya binlerce liralık bir yatırım gerektirebileceğinin kabul edilmesi gerekir.

Bu zorluk göz önünde bulundurularak hızlı bir şekilde paraya ihtiyaç varsa serbest çalışma iş fırsatları para kazanmak için daha iyi bir seçenektir. E-ticaret becerilerini öğrenmek ve online bir mağaza büyütmek için zaman ve kaynak ayırmaya istekli olduğunda, dropshipping denenmelidir

*"Bu rehber 23.01.2023 tarihinde KMK Commerce adına Dilek AYYILDIZ tarafından hazırlanmıştır. Talep ve önerilerinizi [dilek@kmk.net.tr](mailto:dilek@kmk.net.tr) e-posta adresine gönderebilirsiniz."*