

# AMAZON'DA SATIŞ YOL HARİTASI

- 1. Türkiye'de ve Dünya'da E-Ticaret Nereye Gidiyor?**
- 2. Elektronik Ticaret (E-Ticaret) ve Geleneksel Ticaret**
- 3. E-Ticaret Pazar Yerlerinde mi Yoksa Kendi Web Sitenizde mi Satış Yapmak Daha Mantıklı?**
- 4. Neden Amazon'da Satış Yapmalısınız?**
- 5. Amazon'da Yapılabilecek İş Modelleri (Amazon FBA-Private Label, Online-Retail Arbitraj, Dropshipping, Wholesale, Merch by Amazon, Amazon Affiliate, Kitap Satışı)**
- 6. Amazon FBA Nedir? Nasıl Yapılır? Private Label Yol Haritası**
- 7. Amazon Türkiye'de Nasıl Satıcı Hesabı Açılır?**
- 8. Amazon Amerika Satıcı Hesabı Açılışı Nasıl Yapılır?**
- 9. Amazon FBA Bütçe Planlama—Ne Kadar Bütçe ile Başlamalısınız?**
- 10. Amazon'da Satış Yaparken Bilmeniz Gereken Önemli Terimler**
- 11. Amazon FBA Private Label Nasıl Ürün Seçmeliyiz?**
- 12. Amazon FBA Ürün Araştırma-Analiz Programları**
- 13. Amazon FBA Private Label Ürün Analizi Nasıl Yapılır?**
- 14. Türkiye mi Çin mi? Amazon'da Satmak için Hangi Ülkeden Ürün Tedarik Etmeliyim?**
- 15. Amazon FBA Marka Tescili Önemi (Trademark—Brand Registry)**
- 16. Amazon FBA-Online & Retail Arbitraj-Wholesale Nedir? Nasıl Yapılır?**
- 17. Amazon Retail Arbitraj ve Wholesale Yol Haritası**

# Türkiye’de ve Dünya’da E-Ticaret Nereye Gidiyor?



Arkadaşlar merhaba, şimdi sizlere Dünya’daki ve Türkiye’deki E-ticaret’in nereye gittiğini anlatacağım. Öncelikle Türkiye ile başlayalım.

- **Türkiye’de E-Ticaret**

Türkiye’de E-Ticaret sektörü Bilişim Sanayicileri Derneği’nin (TÜBİSAD) yıllık “**Türkiye’de e-Ticaret 2019 Pazar Büyüklüğü**” raporuna göre, 2018 yılında %42 oranında büyüyerek 59,9 milyar liralık hacme, 2019 yılında yüzde 39 büyüme ile 83,1 milyar liralık hacme ulaştı. 2015–2019 yılları arasında sektörün ortalama yıllık büyüme hızı ise **yüzde 35** oldu.

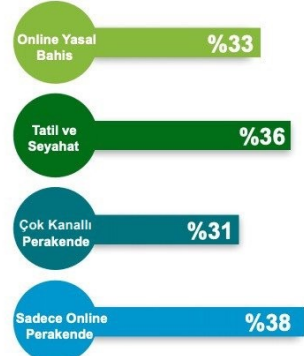
## Türkiye'de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü (milyar TL)



2015 - 2019 Yıllık Büyüme  
**%35**



2015 - 2019  
Yıllık Büyüme



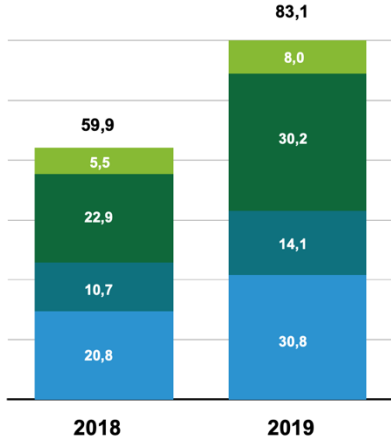
Sektör büyüklükleri KDV hariç hesaplanmaktadır.

**Deloitte.**

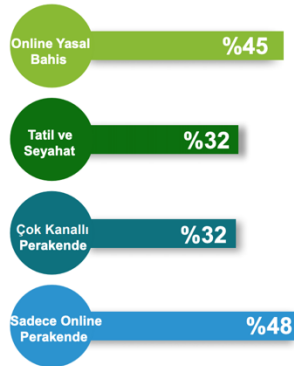
## Türkiye'de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü (milyar TL)



Yıllık Büyüme  
**%39**

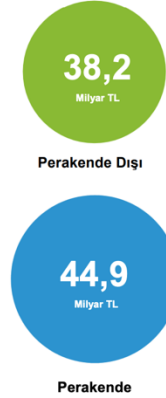


2018 - 2019  
Yıllık Büyüme



Sektör büyüklükleri KDV hariç hesaplanmaktadır.

2019  
Sektör Büyüklüğü



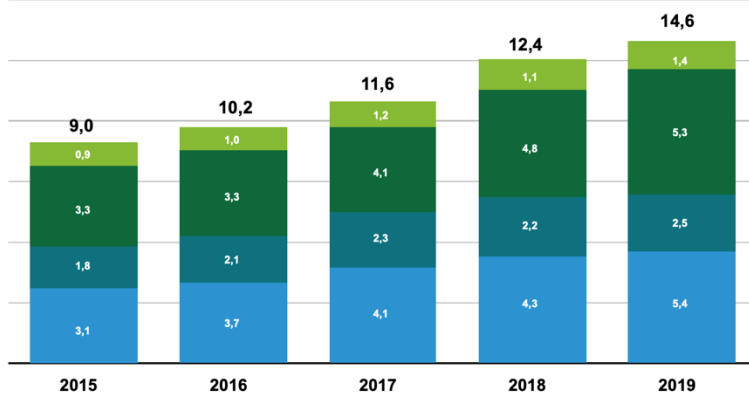
Perakende

**Deloitte.**

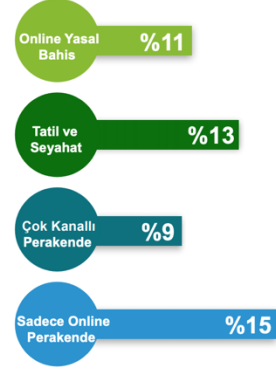
## Türkiye’de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü (milyar USD)



2015 - 2019 Yıllık Büyüme  
**%13**



2015 - 2019  
Yıllık Büyüme



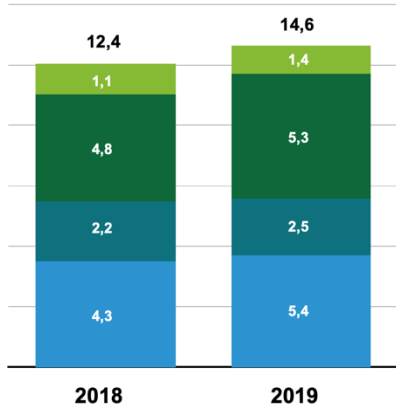
Sektör büyüklükleri KDV hariç hesaplanmaktadır

**Deloitte.**

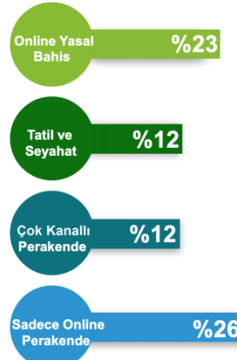
## Türkiye’de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü (milyar USD)



Yıllık Büyüme  
**%18**



2018 - 2019  
Yıllık Büyüme



Sektör büyüklükleri KDV hariç hesaplanmaktadır

2019  
Sektör Büyüklüğü



Perakende

**Deloitte.**

Türkiye’de 2 bin 85 tüketicinin katılımıyla gerçekleştirilen bir çalışmaya göre, e-ticaret kullanıcıları en çok giyim, elektronik, yemek siparişi, seyahat/konaklama ve kitap kategorilerinde işlem gerçekleştirmektedir.

## Türkiye’de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü - Kategoriler (milyar TL)



**TÜBİSAD**  
BİLİŞİM SANAYİCİLERİ DERNEĞİ



Türkiye’de E-Ticaret ile ilgili Bilişim Sanayicileri Derneği’nin (TÜBİSAD) yıllık “**Türkiye’de e-Ticaret 2019 Pazar Büyüklüğü**” raporundaki verileri sizlerle paylaştım. Sizin de gördüğünüz gibi e-ticaret pazar payı ciddi şekilde büyümektedir.

Ayrıca 2020 yılında Covid-19 pandemisinden dolayı insanlar eve kapanmak zorunda kaldı. Daha önce hiç internetten sipariş vermemiş binlerce insan ilk defa internetten ürün aldı.

Covid-19 pandemisi yayılmaya başladığında (2020 Mart ayında) Türkiye’nin en çok ziyaret edilen e-ticaret pazar yeri olan Trendyol’un aylık ziyaretçi sayısı 77 milyon iken, 2020 Temmuz ayında 140 milyon aylık ziyaretçi sayısına ulaştı.

The image shows a screenshot of the Trendyol website and a SimilarWeb analytics dashboard. The website header includes the Trendyol logo, a search bar, and navigation categories: KADIN, ERKEK, ÇOCUK, EV & YAŞAM, SÜPERMARKET, KOZMETİK, AYAKKABI. Below the header are several brand logos: Sana Özel, Sen De Al!, TrendyolMilla, U.S. POLO ASSN., Pull & Bear, TrendyolMan, and Xiaomi. The main content area features a promotional banner for TrendyolMilla and TrendyolMan, highlighting a 15% discount and 24-hour shipping. Below this is another banner for TrendyolMilla and TrendyolMan, advertising a 20% discount on TrendyolElite 2. The SimilarWeb dashboard on the right provides analytics for trendyol.com, including Global Rank (#183), Country Rank (#9), and Category Rank (#1). It also shows a line graph for Visits Over Time from February 2020 to July 2020, with a peak of 140.19M visits in July. Other metrics include Bounce Rate (37.58%), Pages per Visit (7.75), and Monthly Visits (140.20M).

- Dünya’da E-Ticaret

Dünya çapında perakende e-ticaret satışları 2019 yılında 3.53 trilyon ABD dolarına ulaşmıştır. E-perakende gelirlerinin 2022 yılında 6.54 trilyon ABD dolarına yükselmesi öngörülmektedir.

## Retail ecommerce sales worldwide

2014 to 2021 by trillions of USD



Data via eMarketer (Statista)

Dünya'nın en büyük e-ticaret pazar yeri olan Amazon 2020 yılında Covid-19 pandemisinden dolayı bir anda artan satışlara yetişemediğinden dolayı yaklaşık 175.000 yeni eleman almak zorunda kaldı.

Covid-19 pandemisi yayılmaya başladığında (2020 Şubat — Mart ayında) Amazon.com'un aylık ziyaretçi sayısı 2.1 milyar iken, 2020 Temmuz ayında 2.6 milyar aylık ziyaretçi sayısına ulaştı.

# Elektronik Ticaret (E-Ticaret) ve Geleneksel Ticaret



Şimdi de sizlere e-ticaret ile geleneksel ticaret arasındaki farklardan ve hangisinin daha avantajlı olduğundan bahsedeceğim.

**Öncelikle e-ticaretin geleneksel ticarete oranla başlangıç maliyeti daha az.** Geleneksel ticarete bir mağaza açıp fiziki olarak dükkan kiralamanız gerekmektedir. Dolayısıyla hiç bir satış yapmasanız bile kirayı vermeniz gerekmektedir. Covid-19 pandemisi Türkiye’de yayılmaya başladığında hepimizin takip ettiği üzere bir çok mağaza kapandı. Ancak satış yapmasalarda aylık dükkan kiralalarını vermek zorunda kaldılar.



E-ticaret'te bu durum daha farklı. **Türkiye'deki Pazar yerlerinde mağaza açtığınızda aylık olarak kira vermiyorsunuz.** Sadece Amazon aylık olarak 40 dolar alıyor. Herhangi bir dükkan kiralasanız aylık olarak 3000–5000 TL vermeniz gerekiyor. E-ticaret'te bu şekilde bir dükkan kirası olmadığı için masraflar daha azalmış oluyor.

**Ayrıca fiziki bir mağaza açtığınızda iş gücü de gerekli olacak.** En az kasada duracak birisi, satış için birisi, depo için birisi olması gerekecek. Yani en az 3 kişiye maaş vermeniz gerekecek. Ancak e-ticaret'te fiziki olarak bulunmanız gereken bir iş yeri olmadığı için sadece bir kişi ile başlayabilir ve çoğunlukla bilgisayar ile işlerinizi halledebilirsiniz.

**Fiziki bir mağaza açtığınızda dükkanınızın içini tamamen ürünlerle doldurmanız gerekmekte.** Örneğin bir giyim mağazası açtığınızı varsayalım. Her üründen bir çok renk ve boyutta alıp mağazanıza koymanız gerekmekte. Aksi takdirde insanlar geldiğinde bir çok çeşit görmezse hiç bir şey almadan geri çıkacaklardır. Ancak e-ticaret'te pazar yerlerinde zaten binlerce ürün var. Sadece bir çeşit ürünü bile koyarak ticarete başlayabilirsiniz. Bu da ciddi bir maliyetten sizi kurtarıyor. Fiziki bir mağazayı doldurmaya çalışsanız 50–100 bin TL ile ancak yapabilirsiniz. E-Ticaret'te çok daha az bütçe ile başlayabilirsiniz

**E-Ticaret'in bir diğer avantajı da zaman kısıtının olmaması.** E-ticaret sitenizi veya n11, Gittigidiyor, Hepsiburada, Trendyol, Amazon gibi pazar yerlerinde mağaza açtınız. Fiziki mağazada olduğu gibi sabah gidip mağazanızı açmanıza gerek yok, e-ticarette mağazanız 7–24 açık. İnsanlar gece bile sizden ürün alabilirler. E-ticaret sayesinde uyurken bile para kazanma şansını elde etmiş oluyorsunuz.



**Warren**  
**BUFFET**

**EĞER UYURKEN PARA KAZANMANIN BİR YOLUNU  
BULAMAZSAN, ÖLENE KADAR ÇALIŞIRSN.**

**GK**

**E-Ticaret'in en önemli avantajlarından birisi de mekan sınırı olmaması.** Normalde bir fiziki mağaza açtığınızda sadece o bölgedeki insanlar sizin müşteriniz olacaktır. Bulduğunuz ilçeden başka insanlar sizin ne sattığınızı bilemeyecekler. E-ticaret'te hangi ilde olursanız olun, bütün Türkiye, hatta bütün Dünya sizin ürünlerinizi görebilecek. Trendyol'da ürün satıyorsanız Iğdır'dan müşteriniz olabilir, aynı zamanda Tekirdağ'dan da olabilir. Amazon'da mağazanız varsa Amerika veya Avrupa'dan da müşteriniz olabilir.

**E-Ticaret'te milyonlarca kişiye ulaşabilirsiniz.** Bir ilçede mağaza açsanız aylık olarak ortalama 1000–3000 kişi gelir, eğer AVM de mağaza açsanız aylık 10.000 kişi potansiyele ulaşabilirsiniz. Ama Amazon'da bir mağaza açsanız amazon.com aylık ziyaretçi sayısı 2.6 milyar, Türkiye'nin en büyük pazar yeri olan trendyol aylık ziyaretçi sayısı 140 milyon. Pazar yerlerinde mağaza açtığınızda milyonlarca kişiye ulaşabilirsiniz.

The image shows a screenshot of the Amazon.com homepage on the left and a SimilarWeb analytics overlay on the right. The Amazon homepage features the Amazon logo, a search bar, and navigation links like 'Best Sellers', 'Customer Service', 'Today's Deals', 'New Releases', 'Find a Gift', and 'Whole Foods'. The main banner reads 'Stay informed, inspired, entertained' with the Audible logo. Below the banner are three promotional sections: 'Current customer favor...' with images of women's clothing and sunglasses, 'The Luke Bryan Store' with a man in fishing gear, and 'Everyday colle essentials' with a woman and a smart speaker. The SimilarWeb overlay provides analytics for amazon.com, including Global Rank (#13), Country Rank (#4 in the United States), and Category Rank (#1 in E-commerce and...). It also shows a line graph for 'Visits Over Time' from February 2020 to July 2020, with a peak of 2.58B monthly visits in July 2020. Other metrics include a Bounce Rate of 35.95%, Pages per Visit of 9.04, and Monthly Visits of 2.60B.

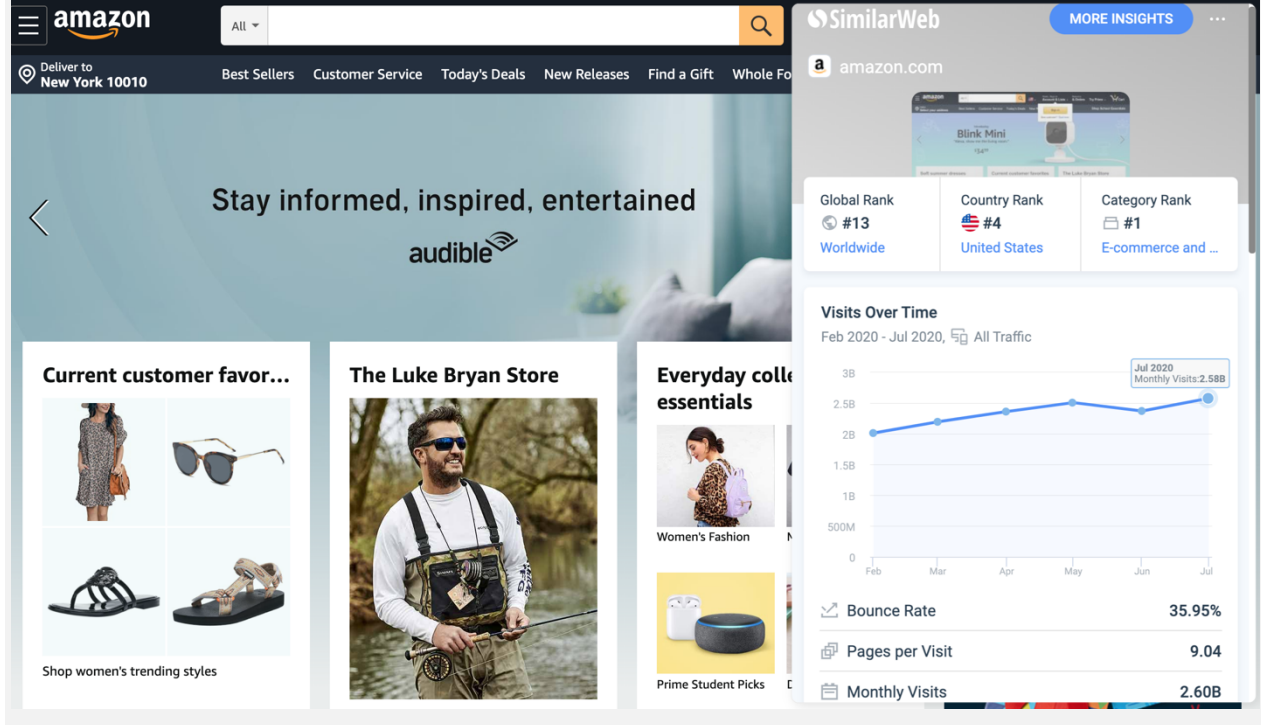
Metric	Value
Global Rank	#13
Country Rank	#4 (United States)
Category Rank	#1 (E-commerce and ...)
Visits Over Time (Jul 2020)	2.58B Monthly Visits
Bounce Rate	35.95%
Pages per Visit	9.04
Monthly Visits	2.60B

The image shows a screenshot of the Trendyol website and a SimilarWeb analytics overlay. The website header includes the Trendyol logo, a search bar, and navigation categories: KADIN, ERKEK, ÇOCUK, EV & YAŞAM, SÜPERMARKET, KOZMETİK, AYAKKABI. Below the header are several brand logos: SENİN İÇİN SECTİK, ÇOK SATANLAR, TRENDYOLMİLLA WOMAN, U.S. POLO ASSN., PULL&BEAR, TRENDYOL MAN, and Xiaomi. The main content area features a promotional banner for TRENDYOLMİLLA WOMAN and TRENDYOL MAN, highlighting a 15% discount and 24-hour shipping. Below this is another banner for TRENDYOLMİLLA WOMAN and TRENDYOL MAN, advertising a 20% discount on 2.ÜRÜNE. The SimilarWeb overlay provides analytics for trendyol.com, including Global Rank (#183), Country Rank (#9), and Category Rank (#1). It also shows a line graph for Visits Over Time from Feb 2020 to Jul 2020, with a peak of 140.19M visits in July 2020. Other metrics include Bounce Rate (37.58%), Pages per Visit (7.75), and Monthly Visits (140.20M).

Evet e-ticaretin geleneksel ticarete oranla ne kadar avantajlı olduğundan bahsettik. İnsanlar artık internette alışverişe ciddi şekilde alıştı. E-ticaret hacmi sürekli artmakta. Covid-19 pandemisi de bu artışı tetikledi ve artık insanlar market alışverişini bile internette yapmaya başladı.

Ben kesinlikle E-Ticaret'e başlamanızı tavsiye ederim. Kendi işinizi kurmak ve mekandan bağımsız şekilde istediğiniz yerden bilgisayarınız ile çalışmak istiyorsanız, e-ticaret en güzel iş modellerinden birisi.

Hali hazırda bir fiziki mağazanız varsa e-ticarete kesinlikle girmelisiniz. Türkiye'de satışlarınız en az 3 kat artacak, eğer Amazon'da mağaza açarsanız satışlarınız en az 10 kat artacaktır.



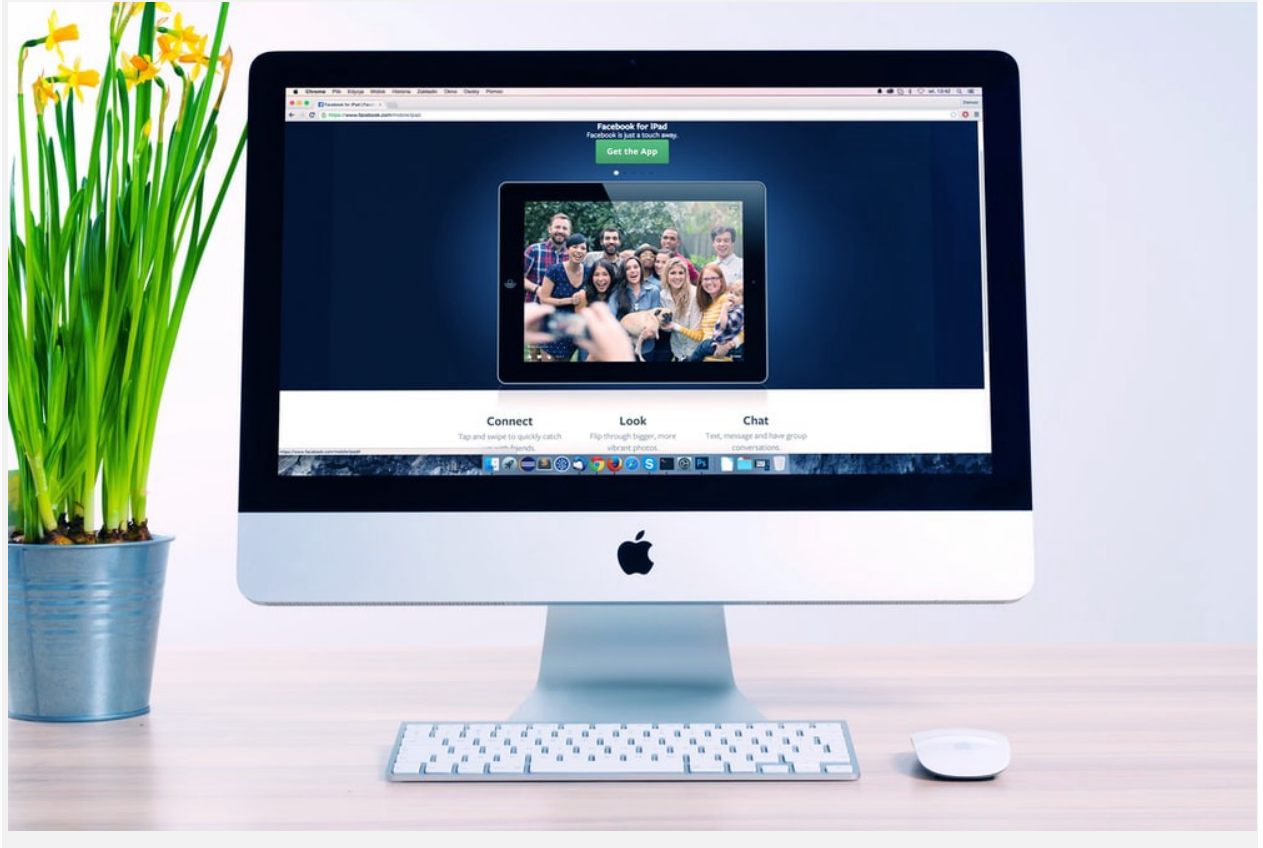
2018 yılında 13.41 trilyon dolarlık GSMH'ya sahip olan Çin, 634 milyar dolarlık B2C e-ticaret pazar büyüklüğü ile dünyada lider konumda olurken, Amerika Birleşik Devletleri'nin GSMH'sı 20,49 trilyon dolar ve B2C e-ticaret pazar büyüklüğü 504 milyar dolara ulaşmıştır.

B2C e-ticaret pazarında en büyük üç ülkenin pazar büyüklüklerinin toplamı, küresel e-ticaret pazarının çoğunluğunu oluşturmaktadır. Global olarak 2019 yılı itibarıyla yaklaşık olarak 3,5 trilyon ABD Dolarına erişeceği öngörülen pazarın ilk beş oyuncusu 2018 yılı öngörülen sonuçlarına göre sırayla: Çin (634 milyar ABD doları), Amerika (504 milyar ABD doları), Japonya (123 milyar ABD doları), Birleşik Krallık (103 milyar ABD doları) ve Almanya'dır (70 milyar ABD doları).

	GSMH (2018) (trilyon ABD Doları)	B2C E-ticaret Pazar büyüklüğü (milyar ABD Doları)
Çin	13,41	634
ABD	20,49	504
Birleşik Krallık	2,83	123
Japonya	4,97	103
Almanya	4,0	70
...	....	....
Türkiye	0.766	6,1

Evet Dünya’da ve Türkiye’de E-Ticaret ciddi seviyede artıyor ve daha da artacak gibi görünüyor. Yavaş yavaş geleneksel ticaretin hacmi azalıyor.

# E-Ticaret Pazar Yerlerinde mi Yoksa Kendi Web Sitenizde mi Satış Yapmak Daha Mantıklı?



Arkadaşlar daha önceki yazılarda Dünya'daki ve Türkiye'deki E-ticaretin nasıl bir hacme ulaştığını anlatmışım. Şimdi E-ticaret yapmaya karar verdiğiniz durumda nasıl ilerleyeceğinizi anlatacağım.

İnternette satış yapabilmemiz için tabi ki bir internet siteniz olmalı. Kendi E-ticaret sitenizi kurarak veya ciddi trafiği olan Amazon, Trendyol gibi pazar yerlerinde satış yapabilirsiniz. Şimdi

kendi sitenizde satış yapmak ile Amazon, Trendyol, N11, Gittigidiyor, Hepsiburada gibi pazar yerlerinde satış yapmanın avantaj ve dezavantajlarından bahsedeceğim.

- **Pazar Yerlerinin Aylık Ziyaretçi Sayısı Çok Daha Fazla**

Öncelikle kendi e-ticaret sitenizde satış yapmak ile pazar yerlerinde satış yapmayı kendi ilçenizde bir fiziki mağaza açmak ile AVM de bir mağaza açmaya benzetebilirsiniz. Bir ilçede mağazanız olduğunu düşünelim, günlük gelecek ziyaretçi sayınız en fazla 100–200 olacaktır. Ama bir AVM’de mağaza açsanız günlük olarak 5.000–10.000 kişi gelecektir.

Aynı şekilde kendi e-ticaret sitenizin trafiği çok az olacaktır, ancak Trendyol ve Amazon gibi pazar yerlerinde AVM’ler gibi ciddi bir müşteri trafiği olacaktır. Dünya’nın en büyük pazar yeri olan Amazon.com’un aylık ziyaretçi sayısı 2.6 milyar, Türkiye’nin en büyük pazar yeri olan Trendyol’un aylık ziyaretçi sayısı 140 milyon. Kendi e-ticaret sitenizde bu rakamlara ulaşmanız çok zor olacaktır.

- **Müşteri Gözünde Pazar Yerleri Daha Güvenilir**

İnternette alışveriş yapan insanların en çok önem verdiği konuların başında güvenlik geliyor. İnsanlar internette alışverişte kredi kartı ve kimlik bilgilerini kullanacakları için en güvendikleri sitelerden alışveriş yapmaya daha yatkın oluyorlar. Pazar yerleri güvenlik bölümlerine daha fazla yatırım yaptıkları için insanlar internette alışverişte pazar yerlerini daha fazla tercih ediyorlar.

- **Ürün İade, İptal ve Para İadesi Koşulları**

Kredi kartı bilgilerinin dışında ürün ile ilgili yaşanan sıkıntılarda da insanlar internet sitesine güvenmek istiyorlar. Pazar yerleri bu konuda tamamen müşteriyi koruyan bir yol izledikleri ve müşteriler 1–2 ay içinde ürünü iade edip parasını alabileceklerini bildikleri için pazar yerlerini daha fazla tercih ediyorlar. İnsanlar daha önce ismini duymadıkları bir internet sitesinden ürün aldıklarında gelip gelmeyeceği hakkında şüphe duyuyorlar ve herhangi bir sorunda probleminin



özölemeyeceğini düşünöyorlar. Pazar yerleri burada garantör olduğu için daha fazla güven sağlıyor.

- **Pazar Yerlerinde Ürünü Geç Gönderme Yok**

İnternette satışta en önemli konulardan bir tanesinde kargo konusu. İnsanlar ürünleri aldıklarında hemen gelmesini ister. Pazar Yerleri bu konuya ciddi yatırımlar yapıyor. Örneğin Amazon'da FBA sistemi olduğu için ürünler zaten Amazon'un deposundadır. Satış olduğuunda Amazon ürünleri kendisi 2 gün içinde kesinlikle ulaştırıyor. Türkiye'de de Trendyol ve Hepsiburada kendi kargo sistemlerini bu şekilde kuruyor, müşterilere en hızlı ve güvenilir şekilde ürünleri göndermek için yatırım yapıyor. Ayrıca ürünü geç kargoya veren satıcıya çeşitli yaptırım uyguluyor.

Ama kendi internet sitenizde satıyorsanız yerel kargo şirketleri ile çalışmanız gerekiyor. Birçok kargo şirketinin de kötü çalıştığını söylesek yalan olmaz herhalde.

Ürün almak isteyen müşteriler de ürünlerinin hızlı ve hasarsız geleceğine inandıkları internet sitelerinde alışveriş yapmaya daha yatkın oluyorlar.



- **Pazar Yerlerinde Komisyon Uygulaması Var**

Pazar yerleri yüksek müşteri trafiğine sahip ancak bu trafiğe ulaşmak için ciddi reklam yapıyor. Bu şekilde yatırım yapabilmek için bir kazanç sağlamaları gerekiyor. Pazar yerlerinin en önemli gelir kaynağı her satıştan aldıkları komisyonlardır. Tabii ki her pazar yerinde ve her kategoride bu oran değişiklik göstermektedir.

Kendi sitenizde satış yaparsanız pazar yerlerinin aksine satıştan komisyon vermezsiniz. Ancak müşteri çekmek için çeşitli reklam kampanyaları yapmanız gerekmektedir. Müşteri çekme maliyeti oldukça yüksek seviye de olduğu için pazar yerlerinde komisyon ödemek daha makul hale geliyor.

Ayrıca pazar yerleri size teknik altyapıyı da ücretsiz sağlıyor. Kendi web sitenizde bu ücretleri sizin karşılamanız gerekiyor.

- **Pazar Yerlerinde Kendi Sitenize Oranla Dönüşüm Oranları Daha Yüksek**

Dönüşüm oranı ürün sayfanıza girenlerin ürünü alma oranı anlamına gelmektedir. Yani ürün sayfanıza 100 kişi girmişse ve 10 kişi ürünü almışsa dönüşüm oranı %10 dur.

Pazar yerleri müşteri gözünde daha güvenilir olduğu için dönüşüm oranları kendi sitenize oranla daha yüksek. Kendi web sitenizde dönüşüm oranlarınız % 2–3 civarında olacaktır. Ama pazar yerlerinde bu rakam ortalama % 5–10 arası olacaktır. Hatta ürün sayfanız iyiyse % 20 - 30 lara kadar çıkacaktır.

- **Pazar Yerleri Promosyon ve Reklam Kampanyalarını Kendi Yapıyor**

Kendi web sitenize trafik çekmek gerçekten maliyetli. Pazar yerleri bu maliyete katlanarak ciddi reklam kampanyaları yapıyorlar. Pazar yerlerinde satış yaparken ekstra reklam ve promosyon kampanyası yapmanıza gerek kalmıyor. Tabi ki bu kampanyaları yaptıkları için komisyonlar alıyorlar.

- **Pazar Yerlerinde Kontrol Sizde Değil**

Kendi web sitenizden satış yaparken istediğiniz düzenlemeyi istediğiniz zaman yapabilirsiniz. Ancak pazar yerlerinde kontrol tamamen sizde değil. Ürünlerinizi yüklediğinizde önce pazar yeri ürünlerinizi kontrol ediyor, platforma uygun olmayan durumlarda değişiklik yapmanızı istiyor. Herhangi bir problem durumunda pazar yerleri sizin mağazanızı kapatabiliyor veya size ceza kesebiliyor.

- **Pazar Yerlerinde Ödemeler Çok Geç**

Kendi web sitenizde satış yaparken paranızı hızlı şekilde alabiliyorsunuz. Bu da sizin nakit akışınızı düzgün kontrol etmenizi sağlıyor. Ama pazar yerlerinde ödemeler geç olabiliyor.

Örneğin Amazon, n11, Gittigidiyor gibi pazar yerleri 12–15 gün sonra paranızı yatırıyor. Hepsiburada, Trendyol gibi pazar yerleri 30–45 gün sonra ödemenizi yapıyor.

- **Pazar Yerlerinde Müşterileri Tekrar Hedeflemek ve Müşteri ile İletişim Kurmak Zor**

Pazar yerleri müşterilerle iletişim kurmanızı istemiyor. Bu yüzden sizden bir kez ürün alan müşteriyi tekrar hedeflemek zor oluyor.

Kendi web sitenizde satış yaparken müşterileriniz ile kolaylıkla iletişim kurabilir ve onları tekrar hedefleyerek daha fazla satış yapabilirsiniz.

- **Pazar Yerlerinde Mağaza Açma Ücreti Yok**

Pazar yerleri sizin için teknik altyapıyı ücretsiz şekilde sağlamaktadır. Çoğu pazar yerinde mağaza açmak ücretsiz. Kendi internet sitenizi kurduğunuzda web sitenizin maliyetlerine, ödeme altyapılarına para harcamak zorunda kalacaksınız.

### **Peki Nasıl İlerlemeniz Daha Mantıklı? Önce Pazar Yerlerinde mi Yoksa Kendi Web Sitenizde mi Satış Yapmalısınız?**

Benim size tavsiyem her ikisini de yapmanız. İlk başlarda pazar yerlerine odaklanın, çünkü sizin internet siteniz ve markanız tanınmıyor olacaktır. Pazar yerlerinin trafiğini kullanarak hızlıca satışa başlayabilirsiniz. Ama sonrasında artık web sitenize ağırlık verip müşterilerinizi kendi sitenize yönlendirin. Başlangıçta pazar yerleri satışlarınız fazla olacaktır ama bilinirlik arttıktan sonra uzun soluklu olarak kendi siteniz daha iyi sonuçlar verecektir. Tabi ki kendi sitenizi ve markanızı tanıtmak için sosyal medyayı çok iyi bir şekilde kullanmalısınız.

# Neden Amazon'da Satış Yapmalısınız?



Amazon Dünya'nın en büyük ve en değerli şirketi, aynı zamanda Dünya'nın en büyük e-ticaret pazar yeridir. Amazon sadece bir e-ticaret pazar yeri değil, aynı zamanda teknoloji alanında bir çok şirketten oluşmaktadır. Bundan dolayı Dünya'nın en değerli şirketi olmayı başarmıştır.

## **Peki Amazon bu işi nasıl başardı? Nasıl kuruldu? Nasıl Büyüdü?**

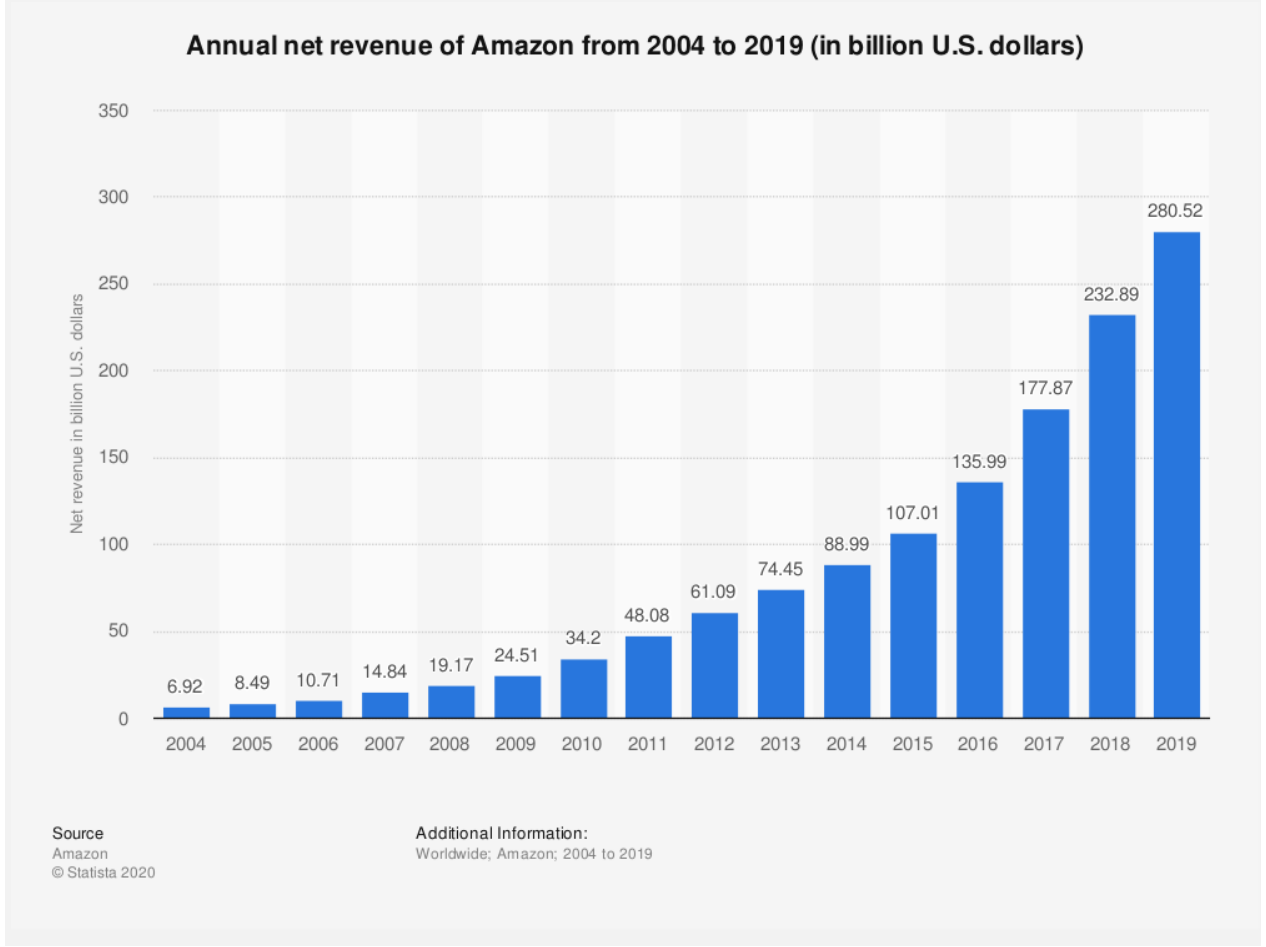
Amazon 1994 yılında Jeff Bezos tarafından Amerika Birleşik Devletlerinde kuruldu. 1997 yılında halka açılan bir şirket haline geldi. Başlangıçta sadece kitap satan bir e-ticaret şirketi idi ama 1998 de bir adım öne giderek müzik ve film de satmaya başladı. 1999 yılında ise oyuncak da satmaya başladı. 2002 yılında ise tekstil ürünleri de eklendi. 2007 yılına gelindiğinde e-kitap okumak için üretilen kindle satılmaya başlandı.

Evet Amazon sadece bir e-ticaret şirketi değil, 2008 yılından itibaren yaptığı yatırımlar sayesinde işte bugünkü değerini elde etti. 2008 yılında 300 milyon dolara Audible isimdeki şirketi satın aldı. Bu satın alma sayesinde dijital kitap pazarında ciddi bir yere geldi. 2009 yılında ise 1.2 milyar dolar harcayarak Zappos isimli ayakkabı şirketini satın aldı. 2012 yılında Amazon Kiva isiminde bir robot şirketi satın aldı. 2013 yılında ise 250 milyon dolara The Washington Post şirketini satın aldı. İşte bu şekilde daha ismini saymadığım bir çok şirketi daha bünyesine kattı ve şimdi Dünya'nın en değerli şirketi haline geldi.



### **Şimdi gelin Amazon ile ilgili bazı istatistiklerden bahsedelim**

- Amazon'da şu anda 840.000 çalışan bulunmakta ve yıl sonuna kadar 1 milyonu aşması bekleniyor. Amazon Covid-19 dolayısıyla satışların ciddi artışı karşısında yaklaşık 100.000 kişiyi işe aldı.
- 2019 yılında Amazon'un cirosu 280 milyar dolar oldu.



- 2020 yılında Amazon'un cirosunun 348 milyar dolar olması bekleniyor.
- 2022 yılında Amazon'un cirosunun 500 milyar dolar olması bekleniyor.
- 2023 yılında ciro tahmini ise Türkiye'nin milli gelirinden daha fazla olması bekleniyor. Düşünün biz 85 milyonluk bir ülkeyiz ve 2023 yılında Amazon Türkiye'nin milli gelirinden daha fazla ciroya sahip olacak.
- Amazon şirketinin şu anda hisse fiyatı 3000 dolar civarında
- Amazon'un şu an ki değeri 1.7 trilyon dolar
- Türkiye'deki bütün şirketlerin toplam değeri 178 milyar dolar
- Yani Amazon'un değeri Türkiye'deki bütün şirketlerin değerinden 8 kat fazla.

**Evet Amazon şirketinden genel olarak bahsettik, şimdi de biraz e-ticaret pazar yeri olarak Amazon'a odaklanalım**

Amazon Dünya'nın yaklaşık 20 ülkesinde pazar yeri platformu olarak yer almakta. En fazla trafik tabi ki Amerika ve Avrupa'da bulunmakta. Aşağıdaki resimde birçok ülkedeki aylık ziyaretçi sayılarını görebilirsiniz.



Türkiye'deki pazar yerleri ile karşılaştırma yaptığımızda ne kadar fazla olduğunu anlayabilirsiniz. Amazon Amerika'nın aylık ziyaretçi sayısı yaklaşık **2.6 milyar** iken, Türkiye'nin en büyük pazar yeri olan Trendyol aylık ziyaretçi sayısı **140 milyon** civarındadır.





# E TİCARET PAZAR YERLERİ MÜŞTERİ TRAFİKLERİ

<b>TRENDYOL</b>	<b>140 MİLYON</b>
<b>HEPSİBURADA</b>	<b>83 MİLYON</b>
<b>N11</b>	<b>63 MİLYON</b>
<b>GİTTİ GİDİYOR</b>	<b>36 MİLYON</b>
<b>AMAZON.COM.TR</b>	<b>7 MİLYON</b>
<b>EPTTAVM</b>	<b>3.6 MİLYON</b>
<b>MORHIPO</b>	<b>5 MİLYON</b>

 [www.girisimektebi.com](http://www.girisimektebi.com)

Evet Amazon gerçekten ciddi bir potansiyele sahip. Eğer Türkiye’de e-ticaret yapıyorsanız bence hemen Amazon’a adım atmalısınız. Türkiye’deki günlük satışlarımızın **en az 10 katına** ulaşabilirsiniz. Ayrıca Dolar veya Euro ile satış yapacağınız için ciddi ciro ve kar seviyelerine ulaşabilirsiniz.

Eğer Türkiye’de üreticiyseniz, Amazon’da satış yapmak oldukça avantajlı hale geliyor. Türkiye iç piyasasında ürettiğiniz ürünlerin satışından elde ettiğiniz kar, Amazon’da yapacağınız satış neticesinde elde edeceğiniz karın çok altında kalacaktır.

Tabi ki Amazon’da yoğun bir rekabet var. Ancak Türkiye kozmetik, ahşap, plastik, tekstil gibi bazı kategorilerde üretim kapasitesi olarak Dünya ile rekabet edecek seviyede. **Ayrıca Türkiye lojistik olarak çok stratejik bir yerde. Biz Amazon Amerika’ya ürünlerimizi 5–7 gün içinde ,Amazon Avrupa’ya 3–4 gün içinde gönderiyoruz.** Aynı gönderileri Çin’den yaptığımızda 30–40 gün sürmekte. Amazon’un algoritmasını iyi kavradığınızda bu rekabette kendinize fırsat yaratabilirsiniz.

E- ihracat yapabilir, Türk lirasıyla ürettiğiniz ürünlerinizi satarak dolar ve euro kazanabilirsiniz. Ayrıca e-ihracat sayesinde dünyaca tanınan bir marka yaratabilirsiniz.

Amazon’un en önemli avantajlarında bir tanesinde **FBA ( Fulfillment by Amazon)** sistemi. Amazon Dünya’nın bir çok ülkesinde 100’den fazla depoya sahip. FBA sistemi sayesinde ürünlerinizi Amazon’un depolarına gönderiyorsunuz, müşteriler ürünü sipariş ettiği zaman ürünleri Amazon kendisi hazırlayıp 2 gün içerisinde ulaştırıyor. Yani Amazon size depo ve hazırlama hizmeti sunuyor. Aynı zamanda müşteri hizmetleri ve iadeler ile Amazon ilgileniyor. Amazon olmadan Amerika’da veya Avrupa’da satış yapmak isterseniz, orada bir depoya ve ürünlerin satışa hazırlanması için iş gücüne ihtiyacınız olacaktır. Amazon bu hizmetleri sizin için çok daha az bir ücrete yapıyor.

Türkiye’de e-ticaret yapanlar Amazon’da satış yapmaya başladığında, özellikle FBA modeli ile tanıştığında çok mutlu oluyorlar. Çünkü Türkiye’de e-ticaret yapan şirketlerin en büyük sorunu ürünleri her gün kargoya vermek ve yapılan iadeleri yönetmek. Amazon’un depolarına ürünleri gönderdiğinizde size sadece satış ile uğraşmak kalıyor.

# Amazon'da Yapılabilecek İş Modelleri (Amazon FBA-Private Label, Online- Retail Arbitraj, Dropshipping, Wholesale, Merch by Amazon, Amazon Affiliate, Kitap Satışı)



Biliyorsunuz Amazon Dünya'nın en değerli şirketi. Amazon'da her saniyede **4.722 dolar**, her dakikada **283.000 dolar** ve her saatte **17 milyon dolarlık** satış gerçekleşmekte. Bu satışlardan siz de pay almak istiyor olabilirsiniz ama Amazon'da yapılabilecek bir çok iş modeli var. Kendiniz için en uygun iş modelini seçmeniz çok önemli. Şimdi sırayla iş modellerini tek tek ele alalım.

## 1. Amazon FBA — Private Label İş Modeli

Amazon'da yapabileceğiniz iş modelleri arasında en uzun soluklu ve en gelecek vadeden iş modeli Amazon FBA — Private Label iş modelidir. FBA (Fulfilment by Amazon) modeli kısaca sizin ürünlerinizi Amazon'un deposuna gönderdiğiniz, sipariş geldikçe ürünleri Amazon'un hazırladığı, müşterilere kendisinin götürdüğü, müşteriler ile ilişkiyi Amazon'un kurduğu ve iptal, iade gibi işlemlerle Amazon'un uğraştığı bir sistem.

Amazon aslında e-ticarette bütün problemleri kendisi uğraştığı için size FBA sisteminde sadece satışlarla uğraşmak kalıyor. Amazon'da kendi markanızı yaratıp başarılı satışlara ulaşabileceğiniz gerçekten uzun soluklu bir iş modeli.

Amazon'da biliyorsunuz prime üyelik sistemi var ve şu an Amazon'da 100 milyondan fazla prime üye var, yıllık 100 dolar vererek 2 günde bütün ürünleri ücretsiz kargo olacak şekilde alabiliyorlar. Amazon'da prime üyeler yılda 1500 dolardan fazla alışveriş yapıyor. Siz FBA modeli ile satış yaptığınızda Amazon sizin ürünlerinizi prime etiketi ile gösteriyor ve diğer satıcılara nazaran daha önde gösteriyor. Amazon'da FBA modeli ile kendi markanızı satışın diğer modellere kıyasla ciddi avantajları var, detaylarını bir sonraki yazıda anlatacağım.

## 2. Dropshipping (Stoksuz E-Ticaret) İş Modeli

Dropshipping iş modeli kısaca stoksuz e-ticaret olarak tanımlayabileceğimiz ve Türkiye'de en çok bilinen Amazon iş modeli. Dropshipping iş modelinde siz ürünleri listeliyorsunuz, satış geldiğinde esas ürünü satandan alıp sizden alanın adresine gönderiyorsunuz. Çoğunlukla bu işi yapanlar Aliexpress'teki ürünleri Amazon'da listeliyor ve satıldıkça Aliexpress'den sipariş verip gönderiyorlar. Dropshipping iş modelini Amazon pazar yerleri arasında da yapanlar var. Örneğin Amazon Amerika'daki ürünleri Amazon Kanada'da listeliyorlar, satıldıkça Amazon Amerika'dan alıp esas alıcıya gönderiyorlar. Genel itibarıyla stok tutmadan yapıldığı ve az sermaye ile başlanılabildiği için çok tercih edilen bir iş modeli ancak Dropshipping'in bir çok sıkıntılı tarafı var.

**Dropshipping iş modelinin en önemli problemi suspend konusu.** Suspend Amazon'un hesabı askıya alması anlamına geliyor. Amazon satıcıların Dropshipping yapmasına hem izin veriyor hem de vermiyor. Aşağıdaki resimden Amazon'un Dropshipping ile ilgili politikasını öğrenebilirsiniz.

## Drop Shipping Policy

Drop shipping, or allowing a third-party to fulfill orders to customers on your behalf, is generally acceptable. If you intend to fulfill orders using a drop shipper, you must always:

- Be the seller of record of your products;
- Identify yourself as the seller of your products on all packing slips, invoices, external packaging, and other information included or provided in connection with them;
- Remove any packing slips, invoices, external packaging, or other information identifying a third-party drop shipper prior to shipping the order;
- Be responsible for accepting and processing customer returns of your products; and
- Comply with all other terms of your [seller agreement](#) and applicable Amazon policies.

Examples of drop shipping that is not permitted:

- Purchasing products from another online retailer and having that retailer ship directly to customers, if the shipment does not identify you as the seller of record or if anyone other than you (including the other online retailer) appears on packing slips, invoices, or external packaging; or
- Shipping orders with packing slips, invoices, external packaging, or other information indicating a seller name or contact information other than your own.

Buradan anlaşılacağı üzere Amazon başka bir satıcıdan ürün alıp göndermenizi yasaklamış, ürün içinde sizin bilgilerinizin olmasını istiyor. Amazon'un izin verdiği dropshipping, tedarikçinizin sizin adınıza ürünleri müşterilere göndermesi şeklinde yapılandır. Dropshipping bu konudan dolayı kısa soluklu bir iş modeli ve her an hesabınız Amazon tarafından askıya alınabiliyor. Ayrıca ürünleri görmeden müşterilere göndermiş oluyorsunuz, bundan dolayı da bir çok problem ile karşılaşabilirsiniz.

Peki Dropshipping yapılamaz mı? Tabi ki yapılabilir, ama dikkatli olmanız ve Amazon'un kurallarına uygun hareket ederek yapmanız gerekli.

### 3. Retail-Online Arbitraj İş Modeli

Arbitraj iş modeli aslında fiyat farklarından faydalanarak gelir elde etmek şeklinde tanımlayabiliriz. Arbitraj iş modelinde genelde mağazalardaki indirimlerden faydalanarak ürünleri

alıp Amazon'da satarak gelir elde edebilirsiniz. **Retail Arbitraj** fiziki mağazalarda gezerek indirimli ürünler bulup satmak, **Online Arbitraj** ise online mağazalarda gezerek indirimli ürünler bulup satmak şeklinde yapılıyor.

Aslında bu iş modeli sadece indirimli ürünler bulup satmak şeklinde yapılmıyor, örneğin bazı ülkelerde bazı markaların fiyatları daha uygun oluyor. Bu marka ürünleri orada alıp Amazon'da satarak da yapılabilir. Buna bir örnek olarak IKEA markasını verebiliriz. Türkiye'de IKEA da alacağımız bir ürün 30 TL iken Amerika Amazon'da aynı ürün 30 dolara satılıyor. 1 Dolar 7.5 TL olduğu için aradaki kur farkından ciddi kar elde edebiliyorsunuz.

Arbitraj iş modelinin en büyük sıkıntısı da aynı ürünleri 20–30 satıcının aynı listeden satması ve fiyat kırarak birbirleri ile rekabet etmeleri. Bir diğer sıkıntısı da bu iş modelinde marka ürünlerin satışının yapılması ve Amazon'un bazen ürünler için fatura — yetki belgesi istemesi.

#### 4. Wholesale İş Modeli

Wholesale iş modeli kısaca marka ürünleri üreticiden veya tedarikçiden toptan alıp Amazon'da satmak olarak tanımlayabiliriz. Diğer iş modelleriyle karşılaştırsak daha kolay anlayabilirsiniz. Wholesale iş modeli ile en çok karıştırılan iş modeli retail arbitraj iş modeli. Çünkü ikiside hali hazırda marka ürünleri alıp satmak anlamına geliyor, fakat **retail arbitraj** modelinde ürünleri toptancıdan değilde bir perakende satış mağazasından alıyorsunuz, **wholesale** modelinde ise direk toptancıdan alıyorsunuz. Birisinde indirimli bulduğunuz 3–5 ürünü alıyorsunuz, diğerinde ürünleri az miktarda değilde toplu olarak alıyorsunuz.

Aynı şekilde Private Label iş modelinde de toptan alıp satıyoruz, peki **Wholesale ile Private Label arasındaki temel fark nedir?** Wholesale iş modelinde marka ürünleri toplu olarak alıyorsunuz, Private Label iş modelinde ise kendi markanızı yarattığımız ürünleri toplu olarak satıyorsunuz.

## **5. Amazon Affiliate (Satış Ortaklığı) İş modeli**

Amazon gibi bir çok şirket bu şekilde affiliate mantığı ile çalışıyor. Affiliate iş modelini satış ortaklığı olarak tanımlayabiliriz. Siz Amazon'a müşteri kazandırdıkça oluşan satış başına komisyon alıyorsunuz. Bunu ürün incelemesi yaptığınız bir Instagram hesabı veya bir Youtube kanalı açıp Amazon'daki ürünleri tanıtarak yapabilirsiniz.

## **6. Merch by Amazon (T-shirt Satışı) İş Modeli**

Bu iş modeli de Amazon'un ortaya koyduğu güzel bir yöntem. Bu model ile siz t-shirt tasarımları yapıyorsunuz, sizin tasarımlarınızın olduğu t-shirt ler satıldıkça Amazon o tasarımları basıyor ve gönderiyor. Siz sadece tasarım yaparak para kazanabiliyorsunuz, üretim ve baskıyla Amazon uğraşiyor.

## **7. Kitap Satışı İş Modeli**

Biliyorsunuz Amazon şirketi kitap satışı ile e-ticarete başladı ve hala ciddi seviyede normal ve dijital kitap satışı yapılmakta. Sizde Amazon'da ikinci el veya sıfır kitaplar satarak gelir elde edebilirsiniz.

# Amazon FBA Nedir? Nasıl Yapılır?

## Private Label Yol Haritası



Adım adım Amazon'da yapılabilecek en uzun soluklu ve gelecek vadeden iş modeli olan Amazon FBA Private Label iş modelini nasıl yapabileceğinizi ve diğer iş modellerine göre avantajlarını öğrenmiş olacaksınız. İlk adım ile başlayalım.

### 1. Adım — Amazon Hesabı Açma

Amazon'da mağaza açma konusu önemli konulardan bir tanesi. Aslında bazen en önemli konu olabiliyor. Çünkü Amazon Dünya'nın en büyük pazar yeri ve binlerce satıcı Amazon'da hesap açmaya çalışıyor. Amazon'da doğal olarak her satıcıyı platformuna kabul etmiyor. Amazon hesap açarken sizi veya şirketinizi doğrulamak için bazı belgeler istiyor. Eğer Amazon'a girdiğiniz bilgiler ile gönderdiğiniz belgeler tutarsız ise hesabınız açılmayabiliyor.



Amazon'da hesabınızı açtığınız da 1–2 gün içerisinde %95 ihtimalle suspend oluyor, yani Amazon hesabınızı askıya alıyor ve kredi kartı ekstresi ,fatura gibi doğrulayıcı belgeler istiyor. Amazon'daki isminiz ve adresiniz gönderdiğiniz belgelerdeki isminiz ve adresiniz ile noktasına kadar aynı ise 1–2 hafta içinde hesabınız açılıyor. Eğer bazı tutarsızlıklar var ise hesabınız açılmaz, bir daha aynı kişi veya şirket üzerine hesap açamazsınız. O yüzden hesap açmadan önce bütün süreci iyice öğrenin, belgeleri düzgünce hazırlayın. En ufak bir hata bile Amazon'da mağaza açamamanıza neden olacağı için diğer adımlar olan ürün bulma ve satış yapma aşamasına geçememiş olacaksınız. Bu da Amazon'da satış gibi harika bir fırsatı kaçırmamanıza neden olacaktır.

Size tavsiyem bu konudaki bütün video ve yazıları okuyun, doğru şekilde ilerlerseniz hesabınız kolaylıkla açılacaktır. Hesabınızı açtıktan sonra yol haritamızdaki 2.adıma geçebilirsiniz.

## **2.Adım — Ürün Bulma ve Analizi**

Arkadaşlar ürün bulma aşaması en önemli aşamadır, eğer yanlış ürün bulursanız diğer aşamaları ne kadar iyi yaparsanız yapın başarılı bir satış gerçekleştiremezsiniz.

Tabi ki bir çok ürün araştırma yöntemi var. Helium 10 ve Jungle Scout gibi ürün araştırma yazılımlarını kullanarak veya manuel olarak Amazon sayfalarında gezerek ürün araştırabilirsiniz. Sizlere bir çok ürün araştırma yöntemi anlatacağım. Ama en önemli nokta sizin diğer satıcılardan farklı bir bakış açısı ile ürün araştırıyor olmanız. Herkesin ürün araştırdığı gibi aynı kriterler ile ürün araştırırsanız binlerce satıcı ile rekabet etmek zorunda kalırsınız. Biraz çemberin dışına çıkıp çok kimsenin bakmadığı ürünleri araştırmanız daha gelecek vadeden, kar marjı iyi olan ürünler bulmanızı sağlayacak.

Benim size tavsiyem öncelikle 20–30 adet ürün fikri araştırın, sonrasında bulduğunuz ürün fikirlerini rekabet durumu, rakip sayısı, yorum sayısı, ürün satış sayısı, ürün-fiyat trendi gibi bazı kriterlere göre analiz edin. Detaylı analiz sonucunda 3–4 ürün fikrine kadar düşürün. Son olarak üreticilerden fiyat alarak kar marjınızı analiz edin. En iyi kar ettiğiniz 1 ürün ile başlayın. Tabi ki kaç ürünle başlayacağınız sizin bütçenize ve zamanınıza bağlı. Eğer bütçeniz varsa daha fazla ürünle de başlayabilirsiniz.

### 3.Adım — Üretici ve Tedarikçi Bulma

Evet bir önceki adımda ürün fikirlerinizi bulmuştunuz. Zaten net olarak bir ürüne karar vermeniz için tedarikçilerden fiyat alıp kar marjınızı hesaplamış olmanız gerekiyor.

Tedarikçinizi Dünya'dan veya Türkiye'den bulabilirsiniz. **Ben genel itibariyle Türkiye'den tedarikçi bulmanızı öneririm.** Türkiye ahşap, plastik, kozmetik ve tekstil gibi bazı kategorilerde Dünya'daki tedarikçilerle rekabet edebilecek durumda. Doların artması dolayısıyla maliyetler ciddi seviyede düştüğü için fiyat konusunda Türk üreticiler Dünya ile kolay rekabet edebilir hale geldi. Ayrıca Türkiye lojistik açıdan çok harika bir yerde. Türkiye'den çok hızlı bir şekilde Amerika ve Avrupa'ya ürünlerinizi gönderebiliyorsunuz.

Tabi ki Türkiye'nin yetersiz kaldığı elektronik gibi bazı kategoriler var. Bu kategorilerde satış yapmak istiyorsanız Dünya'dan tedarikçiler bulmanız gerekiyor. İlk akla gelen ve en büyük tedarikçi platformu olan Alibaba.com'u kullanarak özellikle Çinli tedarikçileri kolaylıkla bulabilirsiniz. Çinli tedarikçilerden Dünya'daki neredeyse bütün ürünleri temin edebilirsiniz. Ayrıca Amazon'da satış yapan binlerce müşterileri olduğu için anlaşmanız da kolay oluyor. Amazon'da satış ile ilgili bir çok konuyu Çinli üreticiler çok daha iyi bildikleri için çok hızlı bir şekilde ürün ürettirip direk Amazon'a gönderebilirsiniz.

### 4.Adım — Ürün Listeleme

Artık ürününüzü ve tedarikçinizi buldunuz, Amazon'da ürün sayfanızı oluşturmanız gerekiyor. Ürünler üretime başladığında listenizi oluşturmanız gerekli. Çünkü listenizi oluşturup kargo planı yapmalı ve Amazon'un vereceği barkodları tedarikçinize göndermelisiniz.

Online satışta insanlar ürünleri fiziki olarak görüp dokunamadığı için sizin oluşturduğunuz sayfaya bakarak almaya karar veriyor. O yüzden harika bir ürün sayfasına sahip olmalısınız. Amazon'da ürün sayfanızda resimler çok güzel bir şekilde hazırlanmalı ve insanları almaya teşvik edecek kullanım alanları güzelce gösterilmeli.

Resimlerden sonra en önemli konulardan bir tanesi de başlık kısmıdır. Başlığınızda Amazon'da ürününüzle ilgili en çok aranan kelimeleri geçirerek oluşturmalısınız. Tabi ki ürün listelemesi yapmadan önce ürün ile ilgili detaylı bir kelime araştırması yapmanız lazım.

Bu belirlediğiniz kelimeleri kullanarak ürünün ana özelliklerini başlığın hemen altında (Bullet Points) yazmalısınız. Ayrıca detaylı açıklamaları da ürün sayfasının en altında bulunan açıklama (Description) bölümünde yazmalısınız.

İyi bir ürün sayfasına sahip olmadan satış aşamasına geçerseniz dönüşüm oranlarınız düşük olacaktır. Sayfanıza girenlerin ürünü alma oranı düşük olduğunda ise Amazon sizi önde göstermeyecek ve istediğiniz satışlara ulaşamayacaksınız.

## **5.Adım — Satış Taktik ve Stratejileri**

Artık ürünler Amazon'a ulaştı ve listesi de hazır. Şimdi satış stratejilerini uygulama aşamasına geldiniz. Ürünü yeni ortaya çıkardığınız için bu sürece ürün lansmanı deniyor. Ürün lansmanı için bir çok yöntem var ama temel olarak iki tane yöntem var. Birinci yöntem giveaway yöntemi, ikincisi ise PPC reklamları yöntemi.

### **Bizim genel olarak uyguladığımız ürün lansmanı yöntemi;**

- Öncelikle kelime analizi yapıp ilk sıralara geldiğimizde satış yapabileceğimiz kelimeleri belirlemek
- Sonra bu kelimelerden en iyi fırsat olanda ürün fiyatını müşterilere geri ödeyerek bedava ürün dağıtmak (tam fiyat giveaway)
- Giveaway sonrasında ürüne 5-6 yorum almak
- Öncelikle Otomatik PPC (pay per click) reklamlarına başlamak
- Reklam raporlarını incelemek ve kar edilen kelimeleri belirlemek
- Manuel PPC kampanyaları yapmak
- Sonrasında PPC kampanyalarını kar edilen kelimeleri devam ettirmek, zarar eden kelimeleri çıkarmak suretiyle optimize etmek

Bu süreci uyguladığımızda lansman süreci bitmiş oluyor. Artık ürününüz düzenli olarak satıyor hale geliyor. Sonrasında satışların azalmaması için reklam kampanyalarını optimize ederek devam etmek gerekiyor.

Tabi ki bu yöntemler bir çok faktöre göre değişiklik gösteriyor. Bu faktörlerden bir tanesi ürün fiyatı. Fiyatı yüksek bir üründe giveaway biraz zor olabiliyor, o yüzden bu tür ürünlerde direk PPC reklamları ile başlıyoruz. Satış taktik ve stratejilerinin detaylarını sonraki yazılarda anlatacağım.

## **6. Adım — Markalaşma ve Dijital Pazarlama**

Ürün lansmanı bittiğinde artık ürününüz düzenli satışlara başlayacaktır. Bir süre daha reklam kampanyalarını yürüttüğünüzde artık ürün oturmuş olacaktır. İyi satışlara ulaştığımızda bir çok satıcı sizin listenize girip fiyat azaltıp satmaya çalışacaktır. Eğer markanız yoksa onlarla uğraşmak çok zor olacak ve satışlarınız çok azalacaktır.

**Private Label iş modelinde kendi markanızı yarattığınız için en önemli konulardan biri de şüphesiz marka tescilidir.** Marka tescili sizi satışınıza ve listenize zarar vermek isteyen korsanlara karşı koruyacak tek şeydir. O yüzden marka tescilinizi ne kadar erken yaptırırsanız o kadar iyi.

Satışlarınız oturduktan sonra artık marka bilinirliği artırmak amaçlı sosyal medya ve dijital pazarlamayı ciddi şekilde kullanmalısınız. Bu iş modelinde sadık müşteri kitlesi yaratmak çok önemlidir. Marka bilinirliğiniz arttıktan sonra artık satışlarınız ciddi şekilde artacak. Lansman gibi tanıtım maliyetleriniz azalacaktır. Örneğin markanıza bir Instagram hesabı açtınız ve binlerce takipçiniz oldu. Artık yeni ürün çıkardığınızda sadece takipçileriniz ile ürün lansmanınızı yapabiliyor olacaksınız.

Evet son adımımız da bitti ve Amazon FBA Private Label yol haritanız kafanızda oturmuş oldu.

# Amazon Türkiye’de Nasıl Satıcı Hesabı Açılır?

amazon services



Hizmetler Kaynaklar Bize Ulaşın Satıcı Hesabına Giriş Yap

Hemen şimdi bir Satıcı hesabı aç

**Amazon ile Türkiye’de ve artık Avrupa’da satışa başla!**

Detayları Öğren

**Amazon’da Satış Yapmaya Başla**



İş hayatında başarılı olmak, dünya pazarlarında yer almak ve çok para kazanmak her girişimcinin hayalidir. Özellikle son yıllarda artan değeri ve büyüklüğü ile E-ticaret yapmak bir çok girişimcinin hayali olmuştur.

E-Ticaret dendiğinde ise dünyada akla gelen ilk şirket tabii ki girişimcilerin gıpta ile takip ettiği ve dünyanın en zengin insanı Jeff Bezos’un sahibi olduğu Amazon şirkettir. Amazon ile beraber Alibaba, Aliexpress, Etsy benzeri E-ticaret platformları ve B2B pazarları da aklımıza gelmektedir.

İşte şimdi sizlere Amazon Amerika’da hesap açmanın ilk adımı olan Amazon Türkiye’de nasıl hesap açabileceğiniz ve hesap açarken nelere dikkat etmeniz gerektiğini anlatacağım.

Amazon'da hesap açmak için size ilk tavsiyemiz hesap açılışı ile ilgili olan bütün gerekli bilgileri edinmeniz ve ufak bir eğitim almanızdır. Neden mi? Çünkü bilgisizce yapılacak küçük hatalar geri dönüşü olmayan büyük hatalara yol açacaktır. Bu kritik süreçte bilmeniz gerekli olan en önemli bilgiyi sizlere sunuyoruz.

Amazon tarafından yapılan son güncellemeler ile Türk vatandaşları artık doğrudan Amazon.com üzerinden yani Amazon Amerika'da, şahıs olarak veya şirket olarak hesap açamamaktadır. Sebebi tam olarak bilinmemekle beraber sürecin devamlı mı olacağı yoksa tekrar düzeltme yapıp yapılmayacağı konusunda yeterli bilgi için belirli bir süreç gerekmektedir. Ancak görünen o ki bu süreç artık bu şekilde devam edecektir.

**Bizim bu konu ile ilgili sizler için bir çözüm yolumuz var. İster şirket olun ister bireysel olarak yani şirket olmadan Amazon Amerika'da hesap açabiliyorsunuz.**

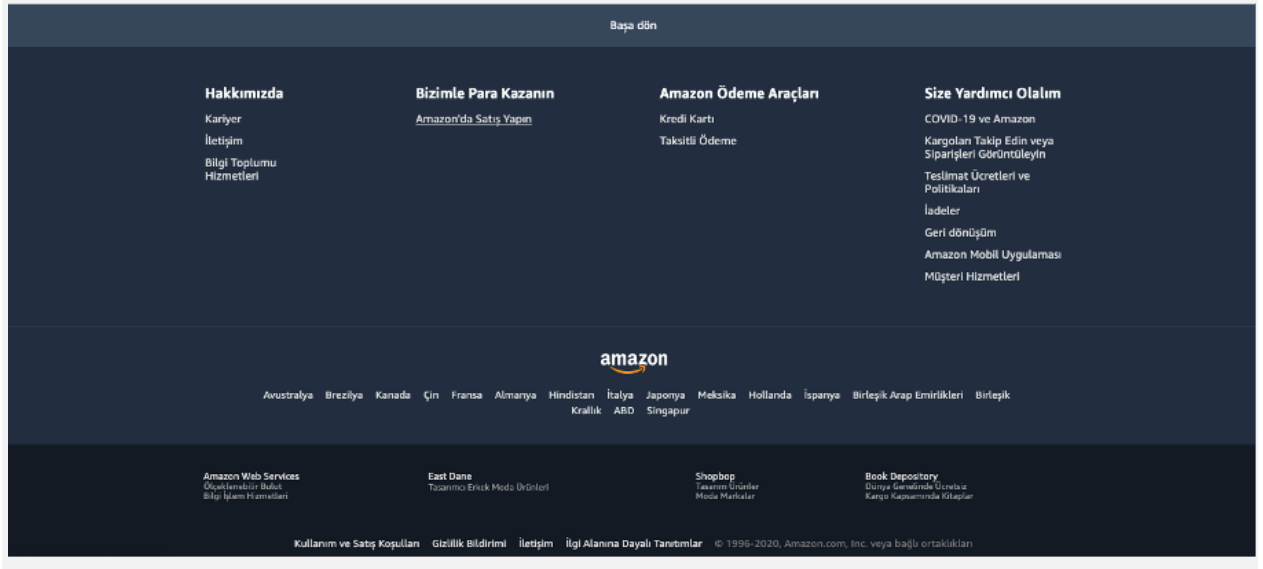
Amazon Amerika'da hesap açabilmek için öncelikle Amazon Türkiye üzerinden hesap açılmalı ve ardından Amazon Türkiye'deki hesabınız üzerinden Amazon Amerika'da hesap açabilirsiniz. Yani artık Amerika'da hesap açmanın tek yolu önce Amazon Türkiye üzerinden hesap açmak ve daha sonra bu hesabınızı kullanarak ilerlemektir.

İşte bu nedenle bu yazımda sizlere öncelikle Amazon Türkiye'de nasıl hesap açılır onu anlatacağım. Biliyorsunuz ki Amazon Türkiye'de hesap açabilmeniz için **vergi numaranızın ve vergi dairesinin**, yani öncelikle şahıs, limited veya anonim şirketinizin olması gerekmektedir. Bu da tabii ki özellikle şirket sahibi olmayan girişimcilerin canını sıkan bir durum olmuştur çünkü bu aynı zamanda ekstra para ve zaman harcamak demektir. Ama size şirket olmadan da nasıl hesap açabileceğinizi anlatacağım.

Hazırsanız artık Amazon Türkiye'de hesap açmaya geçebiliriz. Amazon Türkiye'de hesap açmak oldukça kolay ve kısa sürede gerçekleştirilebiliyor ancak burada dikkat etmeniz gereken esas konu girdiğiniz bilgilerinizin Amazon Amerika için de uygun biçim ve formatta olmasıdır.

**Eğer asıl hedefiniz Amazon Amerika ise girdiğiniz adres ve bilgilerinizin İngilizce karakter ile yazılmasına ve mümkün oldukça türkçe karakter kullanmaya dikkat etmelisiniz.**

Hesap açarken yapmanız gereken ilk aşama amazon.com.tr adresine girmektir. Eğer Amazon Türkiye’de daha önce alıcı hesabınız varsa hesabınızın üzerinden satış yap diyerek satıcı hesabına yönelebilirsiniz. Eğer alıcı hesabınız yoksa sayfanın en altındaki satış yapın seçeneğine tıklayarak devam edebilirsiniz.



Bizimle para kazanın bölümünün altındaki Amazon’da Satış Yapın linkine tıkladığınızda karşınıza aşağıdaki iki seçenek gelecektir. Her ne kadar Türkiye Amazon içinde Amazon Europe’da yer alacak şekilde görünse de ayrı bir seçenek olarak görülmektedir.



### Amazon Türkiye'de Satış

Hemen bir Amazon Türkiye Satıcı hesabı aç, sınırlı süre geçerli fırsatlardan faydalan, Türkiye'de satışlarınızı artır.

[Amazon Türkiye'de Satışa Başla](#)



### Amazon Avrupa'da Satış

Amazon Avrupa Satıcı hesabı aç, Avrupa'daki beş mağazamız üzerinden Avrupa'daki tüm müşterilere ulaş.

[Amazon Avrupa'da Satışa Başla](#)

Buradaki seçeneklerden Amazon Türkiye'de satışa başla ile devam ediyoruz. Ardından karşınıza aşağıdaki görüntü gelecektir. Artık hesap aç diyebilirsiniz.

amazon services

Hizmetler Kaynaklar Bize Ulaşın Satıcı Hesabına Giriş Yap

Amazon Türkiye'de Satış

Nasıl Çalışır Ücretlendirme Kategoriler Sıkça Sorulan Sorular [Hesap Aç](#)

## Hemen şimdi bir satıcı hesabı aç

Amazon Türkiye satıcıları arasına sen de katıl

[Hesap Aç](#)

Erken kayıt ol, sınırlı bir süre geçerli fırsattan faydalan ve

**0 TL Öde!**

**Satıcı hesabı açmadan önce**

Karşınıza çıkan aşağıdaki görüntü ile artık hesap oluşturabilirsiniz. Adınızı- soyadınızı Türkçe karakter kullanmadan yazın. Bu bilgileri girdikten sonra Amazon sizden şirket türünüzü, telefon numaranızı, adresinizi ve gerekli tüm bilgileri istemeye devam edecektir.





## Hesap oluşturun

Ad - Soyad

E-posta

şifre

En az 6 karakter

şifreler en az 6 karakterden oluşmalıdır.

şifreyi tekrar girin

Amazon hesabınızı oluşturun

Bir hesap oluşturduğunuzda, Amazon'un [Kullanım ve Satış Koşulları'nı](#) kabul etmiş olursunuz. Kişisel verilerinizin Amazon tarafından nasil işlendiğine ilişkin detaylı bilgi için [Gizlilik Bildirimi](#), [Çerez Bildirimi](#) ve [İlgili Alanına Dayalı Tanıtımları](#) inceleyebilirsiniz.

Zaten bir hesabınız var mı? [Giriş yap](#)

1 İşletme Bilgisi 2 Kişisel Bilgiler 3 Ödeme Bilgileri 4 Mağaza Adı

### İşletme Bilgileri: Esengul Akpolat

#### Kayıtlı İşletme Adresi

Turkey	Posta kodu
1. Adres Satırı	2. Adres Satırı
İlçe	şehir / Kasaba

#### İşletmenin Telefon Numarası

+90 501 234 56 78

#### Türkiye Vergi Numarası

#### Türkiye Vergi Dairesi

#### Merkezi Sicil Kayıt Sistemi (MERSİS)

Numarası

Öncelikli irtibat kişisi. Pasaporta veya kimlikte görünen tam ad

Unvan	Ad	İkinci Ad	Soyad
-------	----	-----------	-------

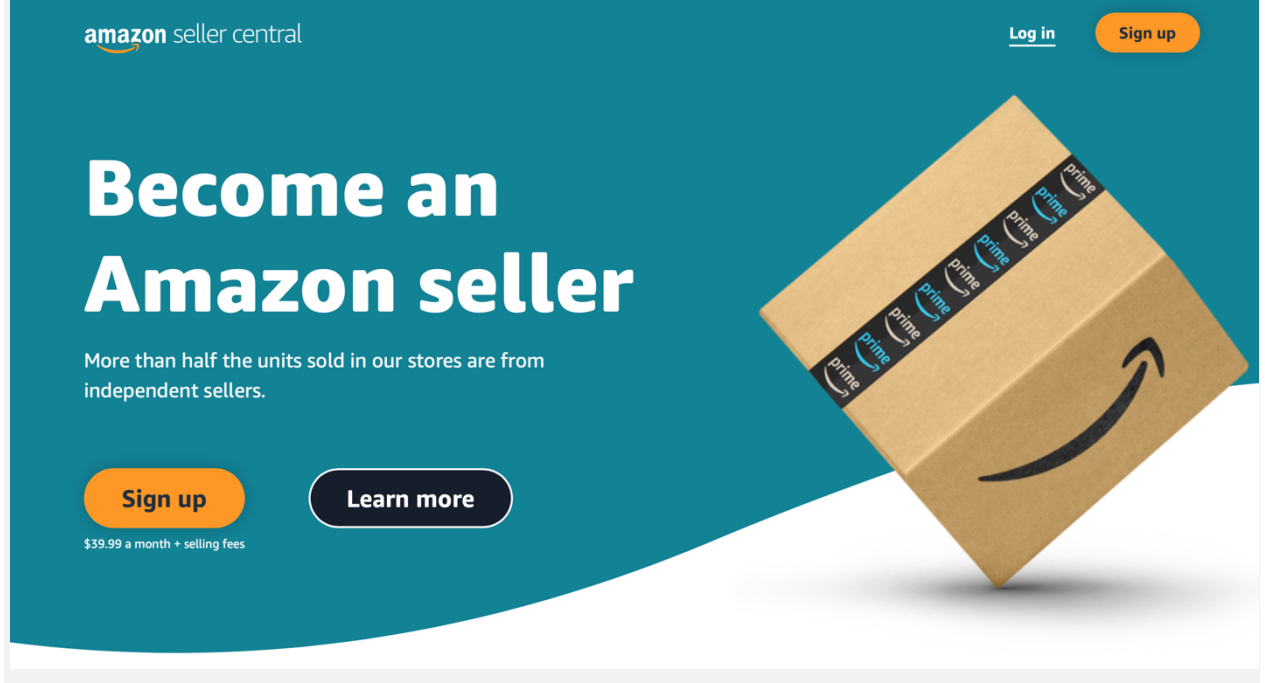
Kaydet ve Devam Et

Adres bilgileriniz ve işletme bilgilerinizi girdikten sonra yine sırasıyla kişisel bilgilerinizi, kredi kartı bilgilerinizi ve mağaza adınızı sırası ile girmeniz gerekmektedir. Bu işlemlerinizin ardından hesap açma işleminizi bitirdiniz demektir. Buradaki Mersis numarası zorunlu değildir. Eğer şirketiniz yoksa vergi numaranızı vergi dairesinden öğrenebilirsiniz. şirket ile ilgili herhangi bir belge istenmediği için hesabınız açılacaktır. Bu sayede şirketiniz olmasa bile hesap açabilirsiniz.

İşte Amazon Türkiye’de hesap açmak bu kısa aşamaları geçerek tamamlanmaktadır. Hesap açılışından sonra hesabınız ile ilgili son olarak bir kimlik doğrulama işleminiz gerçekleştirilecektir. Toplam en fazla 2–3 gün süre içerisinde kimliğiniz doğrulanmış ve hesabınız aktif olmuş olacaktır. (Amazon son zamanlarda kimliği bazen istemiyor)

Amazon Türkiye’de hesap açmak, hem kendinizi hem de şirketinizi Amazon’a tanıtmak ve Amazon içinde işe başlamak için sizin için çok önemli bir adım olacaktır.

# Amazon Amerika Satıcı Hesabı Açılışı Nasıl Yapılır?



amazon seller central

Log in Sign up

## Become an Amazon seller

More than half the units sold in our stores are from independent sellers.

Sign up

Learn more

\$39.99 a month + selling fees

Amazon Amerika’da satıcı hesabı açmak ve dünyanın en büyük e-ticaret pazar yeri olan Amazon’da ticaret yaparak ürün satmak gibi bir hayaliniz varsa bu yazımı dikkatli okumanızı tavsiye ediyorum.

Biliyorsunuz ki e-ticaret yapabilmeniz için öncelikle seçmiş olduğunuz e-ticaret platformlarında mağazanızı açmalısınız. Bu nedenle Amazon’da ticarete başlamadan önce de Amazon’un sizden istediği şartları ve yeterliliği sağlamalı ve ardından hesap açılışı için başvuru yapıp kabul ettirmelisiniz.

Eskiden direk Amerika Amazon’da ülke olarak Türkiye’yi seçerek hesap açabiliyorduk. Ancak Amazon buradan Türkiye’yi kaldırdı. Şu an için en doğru çözüm önce şirket olarak veya şirket

olmadan Amazon Türkiye’de hesap açmak. Sonra bu hesabınız üzerinden Amazon Amerika’da hesap açmak. Bu şekilde yaptığımızda hesabınız açılıyor.

Amazon Türkiye hesap açılışını yaptıktan sonra yapmanız gereken tek şey hesabınıza girip aşağıda yer alan adımları takip etmektir.

## 1.Seller Agreement

Amazon Türkiye hesabınıza girin ve ana sayfanıza gelerek aşağıdaki fotoğrafta görüldüğü gibi Envanter bölümündeki “Global Satış” seçeneğine tıklayarak ilerleyin.

The screenshot displays the Amazon Seller Central dashboard. The top navigation bar includes 'Katalog', 'Envanter', 'Fiyatlandırma', 'Emirler', 'Reklâm', 'Mağazalar', 'Programlar', 'Raporlar', 'Verim', and 'Uygulamalar ve Hizmetler'. The 'Envanter' menu is open, showing options like 'Envanteri Yönet', 'FBA Envanterini Yönetin', 'Envanter Planlama', 'FBA ile Uzaktan Yerine Getirme', 'Ürün Ekle', 'Yükleyerek Ürün Ekle', 'Envanter Raporları', 'Global Satış', 'FBA Gönderilerini Yönetin', and 'Videoları Yükleyin ve Yönetin'. The 'Global Satış' option is highlighted. The dashboard also shows 'BUGÜNÜN SATIŞLARI' (19,99), 'ALICI MESAJLARI' (0), and 'KUTU KAZANÇLARI SATIN ALIN' (-). A banner for 'En son COVID-19 ile ilgili duyuruları okuyun>' is visible. Below the banner, there are sections for 'Kuponlarla Tanıtın', 'Satıcı Anketi', 'Nakit Akışınızı İyileştirin', 'Global Olarak Listeleme', and 'Satıcı Forumları'. The 'Global Olarak Listeleme' section is highlighted, showing 'Uluslararası listeleyerek milyonlarca müşteriye ulaşma konusunda yardım alın'. The URL at the bottom is 'https://sellercentral.amazon.com/global-selling/dashboard/ref=xx\_agdsdh\_dnav\_xx'.

“Global satış” seçeneğine tıkladığınızda karşınıza kıta seçeneklerinin çıktığını göreceksiniz. Burada Amerika, Avrupa, Asya Pasifik, Ortadoğu ve Afrika seçeneklerini göreceksiniz.

Amazon Amerika’da satış yapmak için Amerika satış hesabı oluştururken seçeneğini tercih ediyoruz. Daha sonra ise gelen sayfada Amazon Türkiye’de kullandığımız e-mail ve şirket adı ve şifre bilgilerinizi girmeniz gerekiyor.

## Create account

Your name

Email

Password

*i* Passwords must be at least 6 characters.

Re-enter password

Next

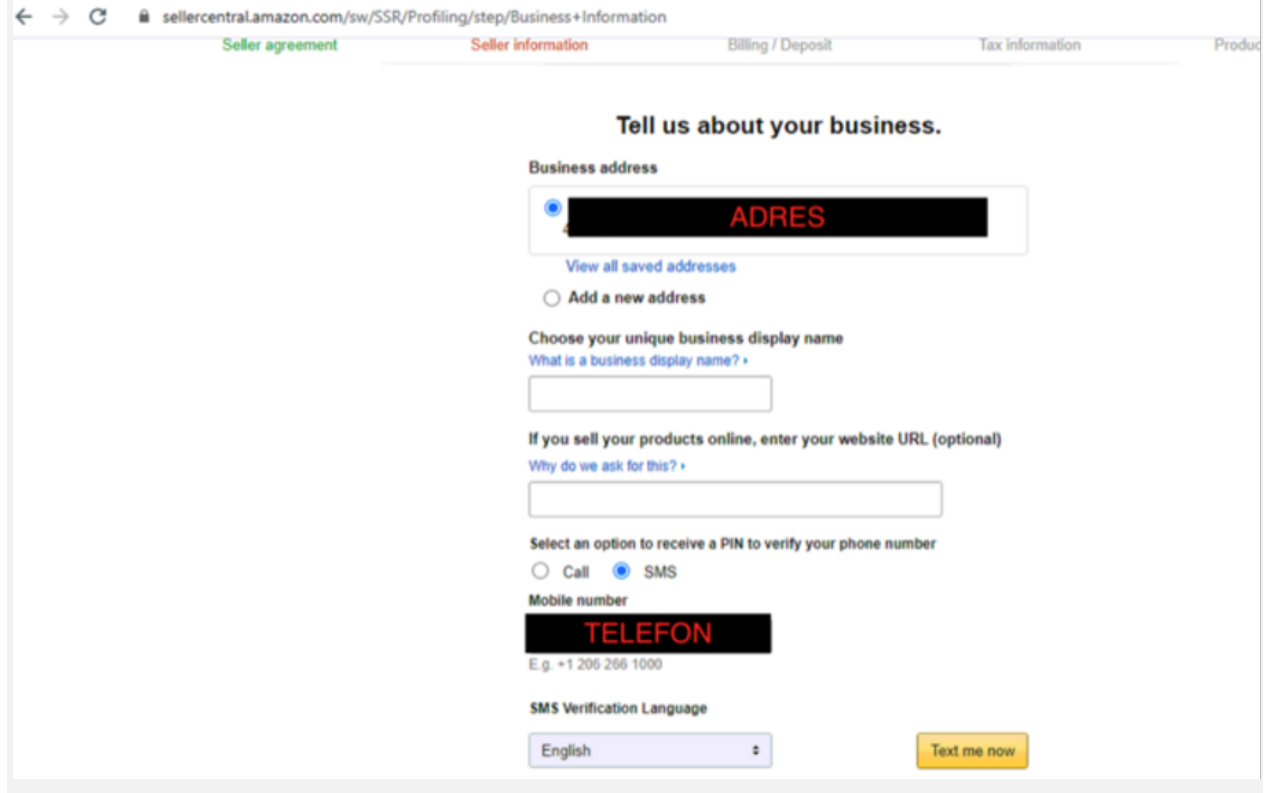
Already have an account? [Next](#) ▶

Bu aşamada Amazon Türkiye’de kullandığımız e-mailinizi kesinlikle kullanmanız gerekiyor. Eğer maili aynı şekilde girmezseniz diğer bilgilerinizi de Amazon önünüze getirmeyecektir.

## 2.Seller Information

Bu aşamada Amazon Türkiye üzerinden hesap açtığınız için özellikle adres bilgilerinizin doğrudan karşınıza Amazon Türkiye hesabınızdan aktarıldığını göreceksiniz.

Burada özellikle bilgilerinizin ve adreslerinizin birbiri ile aynı olmasının, Amazon Amerika hesabınızın sorunsuz açılmasına imkan sağladığını göreceksiniz.



The screenshot shows the Amazon Seller Central interface for the 'Tell us about your business' step. The form is titled 'Tell us about your business.' and is part of the 'Seller information' step. It includes the following fields and options:

- Business address:** A dropdown menu with 'ADRES' selected. Below it are links for 'View all saved addresses' and 'Add a new address'.
- Choose your unique business display name:** A text input field with the prompt 'What is a business display name?'
- If you sell your products online, enter your website URL (optional):** A text input field with the prompt 'Why do we ask for this?'
- Select an option to receive a PIN to verify your phone number:** Radio buttons for 'Call' and 'SMS' (selected).
- Mobile number:** A dropdown menu with 'TELEFON' selected. Below it is the example 'E.g. +1 206 266 1000'.
- SMS Verification Language:** A dropdown menu with 'English' selected.
- Text me now:** A yellow button.

Yukarıdaki fotoğrafta görüldüğü gibi işiniz için gerekli olan satıcı bilgileri girilir ve artık bir sonraki aşama olan ödeme ve para alma metodlarına geçilir.

## 3. Billing/Deposit Method

Amazon'un hesap açılışı için sizden istediği 47 dolarlık kesinti işte tam da bu aşamada gerçekleşiyor. Bu aşamada kredi kartı bilgilerimizi Amazon'a girerek hem hesap açılış ücretimizi ve hem de ödeme yöntemimizi girmiş oluyoruz.

← → ↻ sellercentral.amazon.ca/sw/SSR/Profiling/step/Bank+Account+Information

1 Seller agreement 2 Seller information 3 Billing / Deposit 4 Tax information 5 Product information

### 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 4132 2600 00| Valid through 1 / 2020

Cardholder's Name

KARAKAVAK MAH ERVA SK NO 12, YESILYURT, MALATYA, 44110, TR

[View all saved addresses](#)

Add a new address

### Set up your deposit method

Enter your bank information to receive payments from Amazon  
[Why do we ask for your bank information? »](#)

Ardından ise Amazon'un kazanacağımız parayı bize yatırabilmesi için ihtiyacı olan bir tane ABD banka hesabı tanımlayarak bu aşamayı tamamlıyoruz.



← → ↻ sellercentral.amazon.ca/sw/SSR/Profiling/step/Bank+Account+Information

0338 LUBU

View all saved addresses

Add a new address

### 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** ⓘ **9-Digit Routing Number** ⓘ

Name as on bank documents 9 digits

**Bank Account Number** ⓘ **Re-type Bank Account Number**

Back Next

Eğer ABD’de tanımlı bir banka hesabınız yoksa Amazon Amerika hesabını açmaya geçmeden bir-iki gün önce bir PAYOONER hesabı açabilirsiniz.(Payoneer hesap onayı en az bir-iki gün sürmektedir.)

Diğer bir seçenek ise Amazon’un yönlendirmesi ile Hyperwallet kullanarak banka hesabını doğrudan bu aşamada açabilirsiniz. Herhangi bir ekstra zamana ihtiyaç duymayacaksınız bu işlem için çünkü Amazon’un yönlendirmesi ile hemen açılmaktadır.



# HYPERWALLET

Receive your Amazon earnings  
via your Hyperwallet Seller account.



Avustralya, Kanada, Meksika veya ABD Pazarlarından ödeme yapmak üzere Hyperwallet hesabınızı oluşturmak veya erişmek için lütfen başlamak için Amazon ile giriş yap'ı tıklayın.

 [Login with Amazon](#)

Ödemelerinizi diğer Pazaryerlerinden almanız mı gerekiyor? Oturum açmak için aşağıdaki Hyperwallet portallarına gidin:

[Avrupa Pazaryeri - Buraya Tıklayın](#)

[Japonya Pazaryeri - Buraya Tıklayın](#) [Birleşik](#)

[Krallık Pazaryeri - Buraya Tıklayın](#) [Sage](#)

Amazon kimlik bilgilerinizle giriş. Ödemelerinizle ilgili Satıcı

Merkezi pazar yeri kimlik bilgilerine uygun olmalıdır.

***Banka hesabı açılışı bu aşamada çok kritik bir husus durumundadır. Özellikle açmış olduğunuz banka hesap bilgilerinizin Amazon hesabınızdaki bilgilerle mutlaka aynı olması ve çelişmemesi gerekir. Aksi halde hesabınız açıldıktan kısa bir süre sonra Suspend olacak yani askıya alınacaktır.***

## Set up your deposit method

Enter your bank information to receive payments from Amazon

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

Bank Location

Turkey



Are you registered with Hyperwallet? [About Hyperwallet](#)

If yes, select United States as the bank location country in the drop-down above and then enter the deposit account details that Hyperwallet provides.

If not, you can register with Hyperwallet [How it works](#)

Hyperwallet is making local currency disbursements in your country. Receive the proceeds from your Amazon sales to a Hyperwallet deposit account, then transfer them directly to your bank in your local currency. [View Hyperwallet fees](#)

Sign up for Hyperwallet

We are directing you to the Hyperwallet website to apply for an account. If you have any questions about the Hyperwallet platform, please contact [Hyperwallet Customer Service](#).

Bu aşama banka hesabı oluşturulup gerekli olan hesap numarası ve diğer bilgiler girildikten sonra bitecek ve bir sonraki aşamaya geçilecektir.

#### 4. Tax Information

Bu aşama Amazon'a vereceğiniz vergi bilgilendirmesidir. Bu aşamada vergiyi nerede vereceğinizi seçmeniz gerekecek ve tercih ettiğiniz vergi beyanını e-imza ile onaylamanız sizden istenecektir. Türkiye'de vergi vereceğinizi beyan ederek gerekli olan formu doldurmanız aşağıda yer alan fotoğraflardaki gibi karşınıza gelecektir.

← → ↻ sellercentral.amazon.ca/tax-interview/landing

**amazon services**  
seller central

**Tax Information Interview** Select  
Eng

About You

What is your tax classification? ⓘ

Individual  Business

"Individual" includes Sole Proprietors or Single-Member LLCs where the owner is an individual

For U.S. tax purposes, are you a U.S. person? ⓘ

Yes  No

Tax Identity Information

Sign and Submit

Bu fotoğrafta da görüldüğü üzere önce sizin şirket yada şahıs olduğunuz daha sonra ise ABD vatandaşı olup olmadığınız sorulacaktır.

Burada önemli olan kriter şirketinizin şahıs şirketi olup olmadığıdır. Eğer şahıs şirketi iseniz "individual" seçeneğini seçmelisiniz. Limited veya Anonim ise şirketiniz "business" seçeneğini tercih etmelisiniz.

← → ↻ [sellercentral.amazon.ca/tax-interview/landing](https://sellercentral.amazon.ca/tax-interview/landing)

### Part III Certification

Under penalties of perjury, I declare that I have examined the information on this form and to the best of my knowledge and belief it is true, correct, and complete. I further certify under penalties of perjury that:

1. I am the individual that is the beneficial owner (or am authorized to sign for the individual that is the beneficial owner) of all the income to which this form relates or am using this form to document myself for chapter 4 purposes,
2. The person named on line 1 of this form is not a U.S. person,
3. The income to which this form relates is (a) not effectively connected with the conduct of a trade or business in the United States, (b) effectively connected but is not subject to tax under an income tax treaty, or (c) the partner's share of a partnership's effectively connected income,
4. The person named on line 1 of this form is a resident of the treaty country listed on line 9 of the form (if any) within the meaning of the income tax treaty between the United States and that country, and
5. For broker transactions or barter exchanges, the beneficial owner is an exempt foreign person as defined in the instructions.

Furthermore, I authorize this form to be provided to any withholding agent that has control, receipt, or custody of the income of which I am the beneficial owner or any withholding agent that can disburse or make payments of the income of which I am the beneficial owner. I agree that I will submit a new form within 30 days if any certification made on this form becomes incorrect.

The Internal Revenue Service does not require your consent to any provisions of this document other than the certifications required to establish your status as a non-U.S. individual and, if applicable, obtain a reduced rate of withholding.

**Sign Here**  08-20-2020

Signature of beneficial owner (or individual authorized to sign for beneficial owner) Date (MM-DD-YYYY) Capacity in which acting

Above is preview of your tax form based on the information you have provided. Please review and submit the form, or make changes if needed.

[Make Changes](#) [Submit Form](#)

[Contact Seller Support](#)  
© 2013-2019, Amazon.com, Inc. or its affiliates

Ardından yine adres ve diğer bilgileri seçip yukarıdaki gibi adınızı yazarak imza atmanız gerekmektedir. Böylece bu aşamanın sonuna gelmiş olursunuz.

## 5. Product Information

Son aşamamızda ise satmayı düşündüğünüz ürünler ile ilgili anketi doldurup kısaca bilgi vererek hesap açılışımızı tamamlamış oluyoruz.

The screenshot shows the 'Product information' step of the Amazon Seller Central account setup process. The progress bar at the top indicates that 'Seller agreement', 'Seller Information', 'Set up your credit card', and 'Tax information' are completed, while 'Product information' is the current step. The main content area is titled 'Tell us about your products' and includes a 'Skip for now' link. The first question is 'Do you have Universal Product Codes (UPCs) for all your products?' with a 'What is UPC?' link and radio buttons for 'Yes' (selected) and 'No'. The second question is 'Do you manufacture and brand the products you want to sell on Amazon?' with a 'What does this mean?' link and radio buttons for 'Yes', 'No', and 'Some of them'. The third question is 'How many different products do you plan to list?' with radio buttons for '1-10', '11-100', '101-500', and 'More than 500'. A 'Please Leave' button is located in the bottom right corner.

Bu aşamayı da geçtikten sonra artık Amazon Amerika hesap açılışınız neredeyse tamamlanmak üzeredir. Artık yapmanız gereken işletme sahibi veya yetkilisine ait pasaport veya yeni tip ehliyetinizin arkalı-önlü taranmış halini yüklemek, Amerikan banka hesap ekstresi(payoneer-hyperwallet) veya kredi kartı ekstrenizi amazona yükleyerek onay vermektir. Bu belgeleri de yükledikten sonra herhangi bir işleminiz kalmayacaktır.

Yazımızın başında dediğimiz gibi Amerika Amazon hesabı için Türkiye'den başvuru yapabilmeniz için öncelikle Amazon Türkiye hesabınızın olması gerekmektedir. Bu nedenle Amazon Türkiye'de nasıl hesap açmanız gerektiğini öncelikle öğrenmeli ve hesabınızı açmalısınız.

# Amazon FBA Bütçe Planlama — Ne Kadar Bütçe ile Başlamalısınız?



Amazon FBA Bütçe Planlaması Nasıl Yapılmalı?

Amazon'da satış yaparken en önemli konuların başında bütçe planlama gelmektedir. Eğer bütçenizi doğru planlamazsanız ne kadar bütçeniz olsada başarısız olma ihtimaliniz yüksek olacaktır.

Amazon'da FBA modeli ile satış yaparken bütçenizi 3'e bölmeniz faydalı olacaktır. Ürün araştırmaya başlamadan önce planı kesinlikle yapın. Örnek bir bütçe üzerinden beraber planlama yapalım.

Amazon FBA Private Label iş modeline başlamaya karar verdiniz ve 3000 dolarınız var diyelim. Öncelikle bu paranın üçte birini ürün alımı için ayırın. Üçte birini ürün lansmanı ve reklam için ayırın. Geri kalan üçte birini de ikinci parti ürün siparişi için ayırın. İkinci parti sipariş için para ayırmanızın nedeni Amazon'un ilk ürünlerin satışından gelen parayı hemen size vermemesi. Amazon normalde paranızı 2 hafta da bir verir ama başlangıçta size tam olarak güvenemeyeceği için ilk parayı size en hızlı 1 ay sonra verecektir.

Paranın üçte birini ürüne ayırdığınız durumda 1000 dolara ürünü almanız gerekiyor. İlk siparişi 200 adet yaparsanız uygun bir adet ile başlamış olursunuz. Tabi ki ilk siparişte kaç adet alacağınız satış hızına bağlı ama ortalama 200 adet ürünü deneme amaçlı iyi bir rakam. Bu durumda ürün başı maliyetiniz 5 dolar olacak. Tabi ki bu ürünün üretim ve Amazon'a kargo maliyeti. 5 dolara aldığınız bir ürünü 15–25 dolara satabilirsiniz. Demek ki sizin ürün araştırmadaki bakmanız gereken ürün grubu 3–4 dolara alabileceğiniz, 1–2 dolar kargosu olan ve 15–25 dolara satabileceğiniz ürünler olmalı. Bütçenizi bu şekilde planlamadan ürün araştırırsanız doğru ürünleri bulamazsınız.

Üçte birini de lansman ve reklama ayırmıştınız. 200 ürün sipariş etmişsiniz, belirlediğiniz bir kelimedede öne gelmek için 30 adet ücretsiz ürün dağıtmayı planladınız diyelim. Ürün dağıtımını için anlaştığımız kişilere ürünlerinizi alsın diye +5 dolar vereceksiniz ( $30 \times 5 = 150$  dolar). Ürünlerinizi müşterilere göndereceğiniz için Amazon depo ve kargo ücretiniz sizden kesecek. 15 dolarlık bir üründe (tabi ki ürün boyut ve ağırlığına göre değişir) ortalama 5–6 dolar keser ( $6 \times 30 = 180$  dolar). Dağıttığımız kişilerin 5'inden yorum aldığınızda her birine 10 dolar vereceksiniz ( $5 \times 10 = 50$  dolar). Ücretsiz ürün dağıtımını sonrasında PPC reklamlarına başlamanız gerekiyor. Ürününüz yeni olduğu için yorum sayınızın azlığından dolayı tıklayanların alma oranı az olacaktır. Ürününüzü görünür kılmak için reklamlardan zarar etseniz bile devam etmeniz gerekiyor. Reklam için ayırdığımız 1000 doların bir bölümü ücretsiz ürün dağıtımına, bir bölümüde PPC reklamlarına gidecektir.



Artık ürün lansmanı ve reklamlar sayesinde ürününüz satmaya başladı diyelim. Amazon'daki stoğunuz bitmeden yeni stok göndermeniz gerekiyor. Eğer stok zamanında girmezse ürününüz stoksuz kalacağı için reklamlar sayesinde kelimelerde geldiğiniz yerleri kaybedeceksiniz. Amazon'da paranızı hemen geri vermeyeceği için ikinci siparişi verirken bütçe planlamasında ayırdığınız üçte birinden harcamalısınız.

Peki Amazon FBA işindeki genel itibariyle zorunlu ve ihtiyari giderleriniz nelerdir?

- Aylık olarak Amazon'a verdiğiniz ücret 47 dolar.
- Amazon ürün araştırma yazılımları aylık 80–90 dolar. Bu yazılımlardan bir tanesini seçip ortak kullanım grupları vasıtasıyla 7–8 dolara düşürebilirsiniz.
- Ürün numuneleri Çinden alırsanız 30–40 dolar
- Tedarikçi'de ürün denetimi ücreti 100–200 dolar
- Ürün fotoğrafları 100 dolar. Kendiniz çekip düzenleme yaparsanız bu masraftan kurtulabilirsiniz
- Markanızın logo tasarımı 5 dolar, paket tasarımı 40–50 dolar. Bu tasarımları kendiniz yapabilirsiniz bu masraftan kurtulabilirsiniz.
- Amerika'da marka tescili avukatı ücreti 275 dolar
- Amerika'da marka tescili başvuru ücreti 275 dolar

Amazon FBA iş modeline ne kadar bütçe ile başlayabilirsiniz?

Bu soru gerçekten ucu açık bir soru. Aslında yukarıda anlattığım gibi bütçenizi planladığınız sürece pek bir sıkıntı yok. 1000 dolar ile de başlayabilirsiniz ama üçe böldüğünüzde 333 doları ürüne ayırabilirsiniz. 200 ürün alsanız 1.6 dolara hem ürünü hem de kargoyu alabiliyor olmanız lazım. Bu kadar ucuza aldığınız bir ürünü de 6–7 dolara satabilirsiniz. Herkes bu tarz düşük fiyatlı ürünlere girdiği için ciddi bir rekabet ile karşılaşacaksınız. Ayrıca Amazon örneğin 20 dolarlık bir üründen 6–7 dolar ücret alırken (%33), 7 dolarlık bir üründen 3.5 dolar (%50) alacaktır. Yani düşük fiyatlı ürünlerde görece daha fazla ücret almaktadır. Dolayısıyla kar marjınız düşük olacaktır. Bu tür düşük fiyatlı ürünlerin bir diğer sıkıntısı da PPC yaptığımızda kar edememeniz. Çünkü zaten kar marjınız 1–2 dolar, PPC yaptığımızda 5–6 kişi tıklayıp bir kişi alacak ürünü.

Tıklama başına 0.5 dolar verseniz 3 dolar PPC ücreti vereceksiniz. Kar marjınız direk PPC reklamına gidecek.

İşte aslında 1000 dolar ile de bu işe başlarsınız ama kar edeceğiniz ürün bulmak çok zor olacaktır. Herkesin girdiği ucuz ürünlere girmek zorunda kalırsınız. Yani 1000 dolar veya 5000 dolar ile başlamak arasındaki temel fark gireceğiniz ürün grubu. 5000–10000 dolar ile başladığınızda daha yüksek fiyatlı ürünlere girip karlı bir iş kurabilirsiniz.

## **Amazon'da Satış Yaparken Bilmeniz Gerekten Önemli Terimler**

**#1 Best Seller**

**amazon**

Arkadaşlar merhaba, bu yazımda sizlere Amazon'da satış yaparken bilmeniz gereken bazı terimleri açıklayacağım. Tanımını yapacağım kelimeler sadece Amazon'da değil global anlamda e-ticarette sıklıkla karşılaştığımız temel terimlerdir. Amazon gibi devasa bir platformda özellikle satıcı hesabı bulunan kişilerin mutlaka bu terimleri bilmesinde fayda vardır. Şimdi kısa ve basit bir şekilde bu kavramları açıklamaya başlayalım.

### **FBA (Fulfillment by Amazon)**

“**Fulfillment by Amazon**” kelimelerinin kısaltılarak ifade edilmiş halidir. Dünyanın en büyük e-ticaret pazar yeri olan Amazon'un geliştirdiği bu sistem hem satıcılar hem de alıcılar için büyük kolaylıklar sağlamaktadır. FBA sisteminde ürettiğiniz ya da herhangi bir tedarikçiden almış olduğunuz ürünleri, Amazon'un depolarına gönderdikten sonra ürünlerinizin depolama, paketleme, kargolama, satış sonrası destek ve geri iade gibi tüm yorucu ve zaman alıcı işlemleri Amazon'un belli bir ücret karşılığında sizin adınıza yapıyor.

### **FBM (Fulfillment by Merchant)**

“**Fulfillment By Merchant**” kelimelerinin kısaltılmış halidir. Yani satıcıların Amazon'da ürünleri müşteriye gönderirken depolama, paketleme, kargolama ve satış sonrası hizmetlerle bizzat kendi başına yapmasıdır. İlave olarak depolama, hızlı nakliye ve Amazon FBA ile gelen diğer avantajlardan faydalanamadığı için çoğu satıcı için göz ardı edilmektedir. Ayrıca FBM ürünleri ön plana çıkarmak Amazon'un algoritması gereği zordur.

### **ASIN (Amazon Standard Identification Number)**

“Amazon Standard Identification Number“ kelimelerinin kısaltılmış halidir ve Amazon Standart Kimlik Numarası olarak çevrilebilir. Yalnızca 10 karakterden oluşan bu harf ve rakam kombinasyonu, Amazon platformu aracılığıyla satılan her bir ürün için benzersiz bir kimlik teşkil eder. Amazon'daki her ürün sayfasının kendi ASIN'i vardır. Hiçbir zaman iki ürünün ASIN'i aynı olmaz.

## **BSR (Best Sellers Rank)**

“Best Sellers Rank” kelimesinin kısaltılmış halidir .BSR Amazon’un kategorilerdeki ürünlerinin en iyi satandan en az satana göre sıralamasıdır. Sıralamanın kendisi bir dizi faktöre dayanmaktadır. Bir ürünün satış sıralaması ne kadar düşükse, aynı kategorideki diğer ürünlerle karşılaştırıldığında daha iyi satıyor demektir. Ayrıca, her bir kategoride olduğu gibi Amazon’daki her alt kategoride de kendi bireysel en iyi satanlar sıralama sistemi vardır.

## **BUY BOX**

Amazon’da aynı ürün farklı satıcılar tarafından satışa açılabilir. Alıcılar ise, bir ürünü aradıklarında karşlarına çıkan uzun mağaza listesine pek fazla göz gezdirmek yerine Sepete Ekle seçeneğine tıklayıp ürünlerini çok daha kısa sürede satın almayı tercih ediyorlar. İşte **Buy-Box** tam da bu noktada devreye giriyor. Eğer Buy- Box sahibi siz iseniz, alıcı sepete ekle butonuna tıkladığında otomatik olarak sizin ürününüzü satın almış oluyor. Hal böyle olunca, Buy-Box sahibi olmak size çok büyük bir avantaj sağlıyor.

## **BEST SELLER**

Best Seller rozeti, ürün detay sayfasında görünen ve ürünün kategoride en çok satan ürün olduğunu belirten bir etikettir. Bir alt kategoride en çok satan ürün sizinki ise Amazon size bu rozeti verecektir.

## **AMAZON’S CHOICE**

Bu rozet kategori yerine aranan anahtar kelime de en çok satan ürüne verilir. Aşağıdaki örnekteki gibi en soldaki ürün Gift Wrap Bags kategorisinde en çok satan üründür. En sağdaki Amazon’s Choice rozeti olan ürün ise “bags with handles” kelimesinde en çok satan üründür.

#136 in Industrial & Scientific  
#1 in Gift Wrap Bags

ASIN: B01IE22H9M [Show](#)

🏠 Sold by FBA [1](#) Seller

[Calculate fees](#)

Best Seller



100 | 50 | 25 Count - Size  
(8"x4.75"x10") Bulk White Paper  
Bags with Handles - Perfect  
Solution for Baby Shower,...

100 Count (Pack of 1)

★★★★☆ ~ 2,851

\$21<sup>99</sup> (\$0.22/Count)

Save 5% more with Subscribe & Save

Get it as soon as **Sun, Oct 4**

FREE Shipping on your first order  
shipped by Amazon

#2,672 in Industrial & Scientific  
#140 in Gift Wrap Bags

ASIN: B07TNFNX1W [Show](#)

🏠 Sold by FBA [1](#) Seller

[Calculate fees](#)



[50 Bags] 8 X 4.5 X 10.5 Black  
Kraft Paper Gift Bags Bulk with  
Handles. Ideal for Shopping,  
Packaging, Retail, Party, Craft,...

★★★★☆ ~ 123

\$16<sup>99</sup> (\$0.34/Count)

Get it as soon as **Tomorrow, Oct 3**  
FREE Shipping on your first order  
shipped by Amazon

#251 in Industrial & Scientific  
#5 in Gift Wrap Bags

ASIN: B01N1V8T9R [Show](#)

🏠 Sold by FBA [1](#) Seller

[Calculate fees](#)

Amazon's Choice



Paper Bags 8x4.25x10.5 100Pcs  
BagDream Gift Bags, Party Bags,  
Shopping Bags, Kraft Bags,  
Retail Bags, Merchandise Bags,...

★★★★☆ ~ 1,443

\$23<sup>99</sup>

Save more with Subscribe & Save

Get it as soon as **Sun, Oct 4**

FREE Shipping on your first order  
shipped by Amazon

## RANK KAZANMAK

Amazon'da Rank kazanmak terimi aslında ürünlerinizin belirlediğiniz kelimelerde ilk sayfalara gelmesi anlamına gelmektedir.

## LISTING (Ürün Listesi)

Listeler müşteriler tarafından görünen Amazon ürün sayfalarıdır. Ürününüzün başlığı, resimleri, açıklaması ve fiyatı da dahil olmak üzere birçok bilgilerden oluşur ve müşterinin satın almaya ikna edecek en önemli unsurdur.

## **LAUNCH (Lansman)**

Amazon'a ürünlerinizi ilk defa gönderdiğinizde kimse ürününüzü göremeyecek ve dolayısıyla hiç satış olmayacaktır. Ürünlerinizi çeşitli taktik ve stratejilerle ilk sayfalarda görünür hale getirmeye ürün lansmanı denir.

## **KEYWORD (Anahtar Kelime)**

Amazon'da satışta bilmeniz gereken en önemli kelimelerden bir tanesi keyword. İnsanlar Amazon'a girdiklerinde istedikleri ürünleri tanımlayacak kelimeleri yazarak araştırma yapıyor. Bu kelimelerin aylık aranma hacimlerini kullanarak hem ürün listenizi oluşturabilir hem de ürün lansman ve reklamlarını yapabilirsiniz. Anahtar kelimeleri iyi şekilde kullanırsanız satışlarınız ciddi şekilde artacaktır.

## **GIVEAWAY (Ürün Dağıtma)**

Ürün lansman stratejilerden en çok kullandığımız Giveaway yöntemi. Bu yöntemde bir kelimedede ilk sayfaya gelmek için rakiplerimiz o kelimedede ne kadar satıyorsa o kelimde bizde o kadar ücretsiz veya tam fiyat olarak ürünler dağıtıyoruz. Çoğunlukla anlaştığımız kişiler tam fiyattan ürünleri alıyorlar, biz onlara paralarını gönderiyoruz.

## **PPC (Pay Per Click)**

“Pay Per Click” Amazon'un tıklama başına sizden ücret aldığı bir reklam çeşididir. PPC reklamlarında reklam vermek istediğiniz Keyword (arama kelimesi) seçtikten sonra bu keyword için bid (teklif) yaparsınız. Amazon sizin teklifinizi rakiplerinizin tekliflerine kıyaslayarak ürünleri sıralar. Bir çok faktör var ama genel itibariyle en iyi teklif vereni Amazon en önde sponsorlu olarak gösterir. PPC kampanyalarında maliyet bir müşteri sizin reklamınıza tıkladığında oluşur, yani reklamınız ilk sayfada dahi olsa kimsenin reklama tıklamaması durumunda herhangi bir gider oluşmayacaktır.

## **ACOS (Advertising Cost of Sale)**

“Advertising Cost of Sale” (Satış Reklam Gideri) olarak Türkçe’ye çevirebiliriz. PPC yaparken tıklama başına maliyetinizin satışlara oranını gösterir. Formül olarak belirtmek gerekirse;

**ACOS = Reklam Giderleri / Satışlar** olarak hesaplanır, örnek verecek olursak eğer satış kampanyasından 400 \$’lık satış elde edildiyse ve bunun için 200 \$ reklam maliyeti oluştuysa ACOS  $200/400=50\%$  şeklinde hesaplanacaktır. Bu diğer bir deyişle satışlarınızdan oluşan giderin yarısı reklam maliyetine gitmiş olacaktır.

## **CONVERSION RATE (Dönüşüm Oranı)**

Ürün sayfasınızı ziyaret eden müşterilerin ürünü satın alma oranına dönüşüm oranı denir. Örneğin ürün sayfanıza 100 kişi girmiş ve 20 kişi ürünü almışsa sizin dönüşüm oranınız %20 dir. Eğer yüksek bir geri dönüş oranınız varsa, Amazon sizin ürününüzü talep edilen ürün olarak görür, aramalarda ve sıralamalarda ürününüzü üst sırada gösterir. Eğer düşük bir dönüşüm oranınız varsa, daha çok satış yapabilmek adına ürün listenizi düzenlemeniz gerekecektir.

## **BRAND REGISTRY**

Brand registry Amazon’a markanızı kayıt ettirmeniz anlamına gelmektedir. Marka kaydı sayesinde Amazon size bir çok avantaj sağlayacaktır.

## **DDP SHIPPING**

“Delivered Duty Paid” kelimelerinin kısaltılmış hali olup “Gümrük Vergisi Ödenmiş Olarak Teslim” anlamına gelmektedir. Tedarikçi, ürünlerin belirtilen yere taşıma tesliminden sorumlu olup bu süreçteki gümrük bedeli, vergiler ve ihracat eyleminden doğan diğer ücretler dahil tüm tarife ve harçlardan sorumlu olduğu anlaşma şeklidir. Yani Amazonda yeni bir satıcıysanız özellikle Çin üzerinden alacağınız ürünler için bu yöntemi kullanmak sizin için uygun olacaktır.

## **EX WORKS (EXW) — (İŞLETMEDE TESLİM)**

Satıcının ürünleri kendi mağazasından teslim etme şeklini bildiren anlaşmadır. Diğer bütün ücretlerin, nakliye, gümrük vergisi ve risklerin tamamen alıcıya ait olduğu bir anlaşma şeklidir.

## **EAN — (EUROPEAN ARTICLE NUMBER — AVRUPA MADDE NUMARASI)**

Temelde UPC kodunun Avrupa'daki karşılığıdır. EAN 13 rakamdan oluşur ve bu barkodlar dünya çapında genellikle perakende olarak satılan ürünlerin işaretlenmesi için kullanılmaktadır. Özgün adı **European Article Number** ama kısaltma değişmediği halde artık **International Article Number** olarak adlandırılıyor. UPC sistemi daha çok Amerika ve Kanada'da kullanıldığı için uluslararası pazarlarda daha çok EAN tercih edilebilir.

## **UPC — (UNIVERSAL PRODUCT CODE — EVRENSEL ÜRÜN KODU)**

Amerika Birleşik Devletleri'nde perakende ambalaj için yaygın olarak kullanılan 12 basamaklı bir barkoddur. Birkaç farklı barkod türü olmasına rağmen, **UPC sembolü**, ABD'deki neredeyse her perakende ürün üzerinde görünür. Amazon'da bir ürünü listeleyebilmek için bir UPC barkod numarasına ihtiyacınız var. Amazon barkod muafiyetiniz yoksa geçerli bir UPC kodu olmayan bir öğeyi listelemenize izin vermez.

## **FNSKU — (FULFILLMENT NETWORK STOCK KEEPING UNIT)**

FNSKU barkodları Amazon'un kendi "UPC barkod"ları diyebiliriz. Amazon'un ürünlerinizi tanımak için kullandıkları bir barkoddur. Ürününüzde taranabilir bir UPC barkodu varsa, tamamen kapsanması için FNSKU barkod etiketini UPC barkodunun üstüne yapıştırmanız gerekecektir. FNSKU, bir satıcı olarak size özeldir ve belirli bir ASIN için her zaman aynı kalacaktır. Amazon'a ürünleri gönderirken her bir ürünün paketine bu barkodları yapıştırıp göndermeniz gerekmektedir.



## **GTIN EXEMPTION (GTIN Muafiyeti)**

**GTIN — (Global Trade Identification Number — Global Ticari Öge Numarası):** Bu numaralar veri tabanlarında ürün bilgisi bulmak için uluslararası kullanılan evrensel belirleyicidirler. Barkod muafiyeti talebinin asıl amacı ürünlerinizin uluslararası barkoda sahip olmayacağını belirterek Amazon'un sizin için yardımcı olmasını sağlamaktır.

## **CASE AÇMAK**

Amazon satıcıları müşteriler, siparişler, yorumlar, listeleme ve daha birçok problem için sıklıkla Amazon ile iletişime geçme ihtiyacı duyarlar. Kısaca bu işleme case açmak diyoruz. Doğru yöntemi izlemezseniz, Amazon ile iletişime geçmek bir kabusu dönüşebilir. Kısaca Amazonla iletişime geçmek için; Sellercentral üzerinden sağ üst köşedeki "Help" butonuna tıklayın ve açılan sayfada biraz aşağı indiğinizde "Need More Help" bölümüne tıklayarak satış veya reklamlarla ilgili sayfaya yönlendirileceksiniz. Buradan sonra ihtiyacınıza göre uygun başlık altında problemi seçerek telefon ya da mail yoluyla Amazon ile iletişime geçebilirsiniz.

# Amazon FBA Private Label Nasıl Ürün Seçmeliyiz?



Arkadaşlar bu bölümde sizlere Amazon FBA iş modelinde nasıl ürün araştırmanız ve seçmeniz gerektiğini anlatacağım. Bir önceki bölümde biraz giriş yapmıştık. Bütçe planlaması yaparak ürüne kaç para ayırmamız gerektiğini tespit etmiştik. **Yani aslında ürün araştırırken ilk kriterimiz bütçemiz.** Bütçenizi planlayın ve ona göre ürün araştırmaya başlayın. Bütçenizi aşan harika bir ürün bulsanız da mantıksız olacaktır.

Amazon'da ürün araştırırken dikkat etmeniz gereken en önemli konu **rekabet konusu.** Biliyorsunuz Amazon'da milyonlarca satıcı var ve milyonlarca ürün satılıyor. Rekabetin az olduğu alanlar bulmanız ciddi satışlar yapmanızı sağlayacaktır. Tabi ki bu kolay bir şey değil.

Diğer satıcılar ile aynı kriterleri kullanarak ürün araştırırsanız ve onların yaptıklarını yaparsanız rekabeti az ürün bulmanız veya rekabette öne geçebilmeniz gerçekten zor olacaktır.

Rakiplerinizin bir adım önünde olmak içinde biraz çemberin dışından bakmanız gerekir. Örneğin **kapalı kategoriler** çemberin dışı içi güzel bir örnek. Genelde satıcılar kapalı kategorilerle uğraşmamak için onay istemeyen kategorilerde satış yapmaya başlarlar. Ama kapalı kategorilerde satış yapmak biraz uğraş istediği için daha az satıcı ve dolayısıyla daha az rekabet vardır.

Çoğu Amazon eğitmeni ürünleri küçük seçmenizi tavsiye eder. Çünkü küçük ürünlerin kargo masrafları daha azdır. Bu yüzden bu ürünlerde ciddi bir satıcı yoğunluğu vardır. **Ama biraz çemberin dışına çıkarak oversize ürünler seçerseniz çok az kişinin girdiği, rekabetin görece az olduğu alanlar bulabilirsiniz.** Büyük ürünlerde tabi ki kargo fazla çıkacaktır ama ürünün satış fiyatı da ona göre yüksek olacaktır. Biraz araştırma yaparsanız bu tür ürünlerde daha fazla kar marjı ve daha az rekabet olduğunu göreceksiniz.

Yine aynı şekilde bir çok kişi sezonsal ürünlerden kaçıyor. Neden? Çünkü sezonsal ürünleri gönderme ve satış zamanınızı iyi şekilde ayarlamazsanız ürünler elinizde kalabilir. Bu durum aslında olumsuz bir durum tabi ki ama bu işi iyi yönetirseniz aynı zamanda harika bir fırsat. Örneğin yazın satacak bir ürün seçtiyseniz yaz başlamadan 1–2 ay önce ürünleri gönderip ilk sayfalara gelmeniz gerekiyor ve yaz bitmeden de ürünlerin biteceği şekilde reklam kampanyalarınızı iyi şekilde yönetmeniz lazım.

**Bizim hedefimiz genel itibariyle satışın iyi olduğu ama rekabetinde makul seviyede olduğu ürün grupları bulmak. Peki satışın iyi olduğunu veya rekabetin makul seviyede olduğunu nasıl anlayacağız?**

Bu durumlar genel anlamda aslında sizin bütçeniz ve hedefiniz ile doğru orantılı. Eğer ayda 150–200 ürün satmak hedefiniz varsa ve ayda ortalama 200 satan bir ürün bulduysanız, bu ürün grubu sizin için satış rakamları iyi bir kategoridir. Ama ayda 1000–1500 satma hedefiniz varsa ve

ortalama 400–500 satan bir ürün grubu bulduysanız sizin için az satan bir ürün buldunuz anlamına gelir.

Benim size tavsiyem 20–30 adet ürün fikri bulup verilerini bir tabloya kaydetmeniz, sonrasında bu ürün fikirlerini aşağıdaki kriterlere göre analiz ederek 3–4 ürüne kadar düşürmeniz. En son olarak da tedarikçilerden fiyatlar alarak kar marjına göre en iyi olan ürünleri seçerek başlamanız.

Ben ortalama bir bütçe için hangi kriterleri esas almanız gerektiğini belirteceğim. Siz kendi bütçenize göre bazı değişiklikler yapabilirsiniz. Aşağıda yazacağım kriterlere göre bulduğunuz ürünleri analiz edebilirsiniz.

- Aylık ortalama satış rakamları kaç?
- Ürün fikrinin ana kelimesinde ilk sayfanın ortalama yorum sayısı kaç?
- Ana kelimedede ilk sayfada 500 yorum üzerinde kaç satıcı var?
- Ana kelime ilk sayfasında en çok satan 20 satıcıdan kaç tanesi 50 yorum altı?
- Ürün fikrinin ana kelimesinde rakip sayısı kaç?
- Ürün fikrinin aylık kelime aranma hacmi 1000 üzerinde kaç kelime var?
- Ürün fikrinin ortalama fiyat trendi nedir? Artıyor mu ? Stabil mi ? Azalıyor mu?
- Ürünün trendi artıyor mu? azalıyor mu? stabil mi?
- Ürünün kar marjı kaç?
- Son olarak üründe bir fark yarattınız mı? veya rakiplerin olumsuz yorumlarını okuyup müşterilerin bir sorununu çözdünüz mü?

Aslında burada en önemli soru en son soru. Üründe fark yaratmak rakiplerinizin bir adım önünde olmak için çok önemli. Rakip ürünlerin olumsuz yorumlarını okuyarak müşterilerin şikayet ve problemleri tespit edebilirsiniz. Eğer müşterilerin sorununu çözen ve daha iyi bir ürün ortaya koyarsanız kesinlikle rakiplerinizi geçebilirsiniz.

Buradaki sorulara verdiğiniz cevaplara göre ürün fikrinizin iyi veya kötü olduğuna karar verebilirsiniz.

## Amazon FBA Ürün Araştırma-Analiz Programları



Arkadaşlar Amazon'da satış yapmaya karar verdiyseniz ürün bulma aşaması sizin için en önemli aşamadır. Eğer yanlış ürün bulursanız diğer aşamaları ne kadar iyi yaparsanız yapın başarılı bir

satış gerçekleştiremezsiniz. Ürün arama aşamasında manuel olarak ulaşabileceğinizden çok daha fazla bilgiyi size sağlayan ürün analiz araçlarından faydalanmanızı tavsiye ederim.

Örneğin ürettirebileceğiniz veya kolay tedarik edebileceğiniz bir ürün buldunuz diyelim. Öncelikle bu ürün hakkında aylık satış miktarı, rakip sayısı, rakiplerin yorum sayısı ve yorum artış hızları, ürünün indekslendiği kelimeler, bu kelimelerin aranma hacimleri ve trendleri, kâr marjı, ürünün fiyat trendi ve son olarak lansman stratejinizi analiz etmelisiniz.

Bu bahsettiğim analizi yapmazsanız başarılı olma ihtimaliniz çok az. Bu analizleri ise manuel olarak yapmanız neredeyse imkânsız. Yani Amazon'da başarılı satışlar yapmak istiyorsanız ürün analiz araçları sizin için olmazsa olmazınız.

Burada Karşımıza Şu Soru Çıkıyor. Hangi Ürün Analiz Araçlarını Kullanmalıyım?

Ücretli ve ücretsiz ürün analiz araçları mevcut. **Ücretsiz** ürün analiz araçlarını **Camelcamelcamel**, **Keepa**, **AMZ base**, **Keyword tool**, **Sonar tool**, **Amazon FBA calculator**(AMZ scout), **Answer the public**, **Unicornsmasher**, **Ds Amazon quick view** ve **Ürün skor botu** olarak sıralayabiliriz.



Bu programlardan kısaca bahsedelim. **Camelcamelcamel** programı size popüler ürünler, ürünlerin fiyat geçmişi ve best seller rank hakkında bilgi verir. **Keepa** programı ise fiyat trendi ve

buy box değişimi hakkında bilgi verir. **Amzbase** programı ASIN, ürün listeleri ve fba ücretleri ile ilgili bilgiler verir.

Amazon dünya üzerinde en çok trafiği olan ürün arama motoru olduğu için ürün değil onun yerine kelime daha çok ön plana çıkıyor. Bundan dolayı da **keyword tool** ve **sonar tool** gibi kelime aranma hacimleri ve alternatif kelime opsiyonları hakkında bilgi veren programlar ürün listelemede işinize yarayacaktır. Bu araçlara ek olarak Amzscout uygulamasının ücretsiz sunduğu **Amazon fba calculator** programıyla karlılığınızı ölçebilirsiniz. Ürünle ilgili fark yaratmak ve sorunları gidermek maksadıyla **Answerthepublic** sitesini ziyaret etmenizi tavsiye ederim.

Ücretsiz uygulamalarda son olarak bizim yaptığımız **Ürün skor botundan** bahsetmek istiyorum. Ürün skor botu ürüne karar verme aşamasında size bazı sorular sorarak ürüne 100 üzerinden bir puan vererek o ürünü satıp satmamanız konusunda size tavsiyeler veriyor. Ürün skor botununun sorularına bir analiz programı kullanarak cevap verebilirsiniz.

Ücretli uygulamaları ise **Helium 10, Viral launch, Jungle scout, AMZ scout, Sellics, Egrow, Cashcowpro, Amazeowl, Fbatoolkit ve Emparazon(Şu an ücretsiz)** olarak sıralayabiliriz. Ücretli programlar arasında ürün analiz araçlarından en eski ve en çok bilineni olan **Junglescout**, veritabanında yaklaşık 450 milyon ürün bulunan **Helium 10**, ürünün potansiyeli hakkında daha tutarlı bilgiler veren **Viral launch ve AMZ scout** programları ön plana çıkmaktadır. Bizim geliştirdiğimiz Türkçe arayüzü olan **Emparazon** uygulaması ise size en çok aranan kelimeler üzerinden ürün arama konusunda çok faydalı olacaktır.

Peki Genel İtibariyle Bu Uygulamalar Bize Ne gibi Veriler Sağlıyor?

Amazon'da satış yapanların en çok kullandığı Helium 10 uygulaması üzerinde bir kaç örnek ile anlatayım. Genelde bu uygulamalar web uygulaması ve Chrome eklentisi şeklinde ikiye ayrılıyor. Web uygulamasında filtrelemeler kullanarak ürün araştırması yapabilirsiniz. Ayrıca ürünleriniz ile ilgili anahtar kelime araştırmalarını da web uygulaması içerisinde yapabilirsiniz.

Products Keywords Competitors Niche Product Targeting

Categories  Monthly Revenue  -  Price  -  Review Count  -  Review Rating  -  Shipping Size Tier



ADVANCED FILTERS

Sales Year Over Year (%)  -  Price Change (%)  -  Sales Change (%)  -  Best Sales Period

Sales to Reviews  -  Monthly Sales (Units)  -  Best Sellers Rank (BSR)  -  Number of Sellers  -

Fulfillment  Number of Images  -  Variation Count  -  Weight (lb)  -

Title Keyword Search  Exclude Title Keywords

PRODUCT	SELLERS	PRICE	MONTHLY SALES	MONTHLY REVENUE	BSR	REVIEWS	ACTIONS
 <p><b>SEALIGHT 9005/HB3 LED High Beam Headlight Bulbs 12000lm Conversion Kit Plug and Play,</b> B079KB8J98</p> <p>Category: Automotive Brand: SEALIGHT Seller: Sealight_LED Fulfillment: FBA Size Tier: Large Standard-Size Number of Images: 8 Variation Count: 0 Weight: 0.70 lbs Package Dimensions: 6.25" x 5.31" x 2.12" Storage fee (1,000 units/month): \$28.09 (Jan - Sep) / \$97.72 (Oct - Dec) Age (Month): 31</p>	1	\$39.99	2,665	\$106,573.35	512	2,181 ★★★★★ 4.6	⋮
Last Year Sales: <b>13,215</b> Sales Year Over Year: <b>-37%</b> Sales Trend (90 days): <b>+211%</b> Price Trend (90 days): -    Best Sales Period: <b>Nov, 2018</b> Sales to Reviews: <b>1.22</b>							
 <p><b>LOAOL Baby Crib Bumper Knotted Braided Plush Nursery Cradle Decor Newborn Gift Pillow Cushion</b></p> <p>Category: Baby Brand: LOAOL Seller: LOAOL Fulfillment: FBA</p>						2,034	



Filtered keywords: 10,098 Rows Selected: 0 + Add Keywords to My List Sort by: Search Volume High To Low

#	Phrase	Magnet IQ Score	Search Volume	Sponsored ASINs	Headline ASINs	Competing Products	CPR 8-Day Giveaways	Match Type
1	blood pressure monitor <small>Amazon's Choice</small>	352,007	330,887	381	13	940	1,840	D
2	baby registry search <small>Amazon's Choice</small>	264,239	175,455	528	34	664	1,256	A
3	pulse oximeter <small>Amazon's Choice</small>	166,009	143,930	247	18	867	1,136	D A
4	car seat <small>Amazon's Choice</small>	114,882	114,882	510	6	>1,000	1,032	A
5	baby boy <small>Amazon's Choice</small>	954	95,395	770	39	>100,000	1,376	A
6	baby girl <small>Amazon's Choice</small>	953	95,253	850	42	>100,000	1,376	A
7	breast pump	27,439	82,318	339	9	>3,000	840	A
8	baby blanket <small>Amazon's Choice</small>	10,288	82,302	607	11	>8,000	1,120	A

« 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 » 50

Chrome eklentisini ise Amazon sayfasında çalıştırıp oradaki ürünler hakkında veriler elde edebilirsiniz.

amazon Hello, Sign in Account & Lists Returns & Orders Try Prime Cart

Xray - Amazon Product Research - nursing clipboard (search volume: 24,666)

Total Revenue	Avg. Revenue	Avg. BSR	Avg. Price	Avg. Reviews	Success Score (beta)
<b>\$2,152,697</b>	<b>\$48,925</b>	<b>17,609</b>	<b>\$23.02</b>	<b>1,524</b>	★★★★★ (25)

#	ASIN	Brand	Title	Category	BuyBox	#	Price	FBA fee	Sales	Sales	Revenue
42	B00PCQXB4	3M Littm...	3M Littmann Classic III Monitori...	Industrial & Scientific	Amazon	1	AMZ \$83.98	\$14.00	20,158		1,692,868.84
7	B07JQ96GD5	BOVKE	BOVKE Travel Carrying Case for ...	Industrial & Scientific	Baoweikai Ltd	1	FBA \$14.99	\$5.56	9,726		145,792.74
31	B0755WQWTN	BOVKE	BOVKE Travel Case for 3M Littm...	Industrial & Scientific	Baoweikai Ltd	1	FBA \$16.99	\$5.52	3,844		65,309.56
6	B01N2Q5VGR	Dexas	Dexas 3517-806 Slimcase 2 Stor...	Office Products	Amazon	1	AMZ \$6.88	\$5.00	4,418		30,395.84
13	B0052L7DHA	Officemate	Officemate Slim Clipboard Stora...	Office Products	Amazon	3	AMZ \$14.41	\$7.00	1,588		22,883.08
1	B01M7XSUKS	Tribe RN	SP Nursing Clipboard with Storage ...	Office Products	Tribe RN	2	FBA \$14.97	\$7.15	1,113		16,661.61
11	B01M7XSUKS	Tribe RN	Nursing Clipboard with Storage ...	Office Products	Tribe RN	2	FBA \$14.97	\$7.15	1,113		16,661.61
4	B07YN2NRWW	Tribe RN	SP BadgeGuru Set by Tribe RN - 26 ...	Office Products	Tribe RN	1	FBA \$17.97	\$6.00	900		16,173.00
52	B07K6CQFQK	Canboc	Canboc Hard Stethoscope Case ...	Industrial & Scientific	Canboc	1	FBA \$12.88	\$5.41	1,199		15,443.12
26	B072TNC819	Funmic	Nursing Clipboard, Foldable Lig...	Office Products	N/A	1	FBA \$49.99	\$10.00	270		13,497.30
3	B08CBKKTGX	Tribe RN	SP PocketGuru Set by Tribe RN - 85...	Office Products	Tribe RN	1	FBA \$39.97	\$11.00	290		11,591.30
41	B08CBKKTGX	Tribe RN	PocketGuru Set by Tribe RN - 85...	Office Products	Tribe RN	1	FBA \$39.97	\$11.00	290		11,591.30
19	B087T3BH9B	STEEL MI...	SP Cute Clipboard Folio with Refilla...	Office Products	Steel Mill & Co.	1	FBA \$19.95	\$5.62	546		10,892.70
18	B01JADMZYG	NRSNG	SP NRSNG Scrubcheats 56 Heavy D...	Office Products	NRSNG	2	FBA \$24.98	\$7.00	359		8,967.82
14	B08F7N9369	Randofu	Teal Nursing Clipboard, Foldab...	Office Products	COCOLAN	n/a	FBA \$22.99	\$0.00	373		8,575.27
20	B08DHQVNM	AIRBASS	Folding Nursing Clipboard Folda...	Office Products	Nursing Clipb...	1	FBA \$25.99	\$6.00	319		8,290.81
46	B075TXGMMN	Vera Brad...	Vera Bradley Women's Clipboar...	Office Products	gift shoppe	1	FBA \$19.95	\$7.75	400		7,980.00

LOAD MORE RESULTS

Helium 10

Yukarıda bahsettiğim uygulama ve programlar ürün analizi konusunda ön plana çıkmış uygulamalardır. Bunlara alternatif daha birçok program bulunabilir. Benim size tavsiyem en az bir tane ücretli analiz programı kullanmanız yönünde. Bu analiz programları %100 doğru bilgi vermediği için aldığımız veriyi farklı bir programdaki veriyle kıyaslamamız gerekiyor. Başlangıç aşamasında ücretli analiz programındaki veriyi ücretsiz programlarla destekleyebilirsiniz fakat ilerleyen aşamalarda ikinci bir ücretli analiz programı işinize çok yarayacaktır.

## Amazon FBA Private Label Ürün Analizi Nasıl Yapılır?

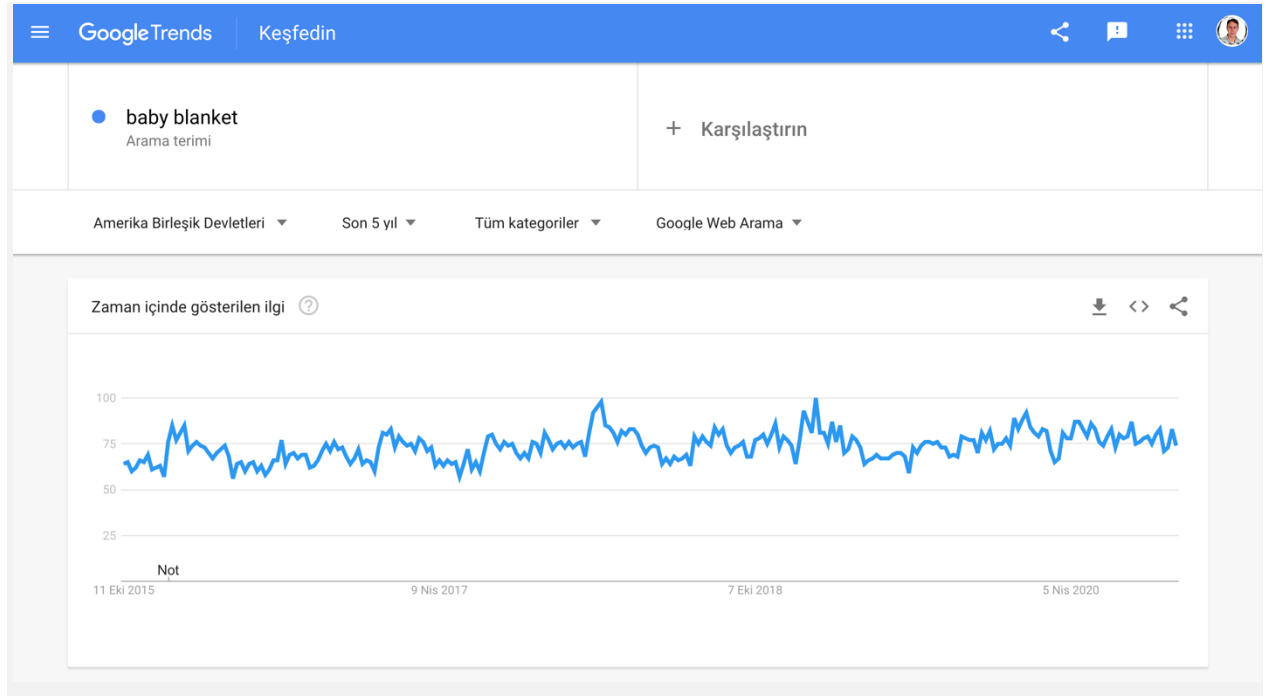


Ürün araştırma ile ilgili yazdığım yazıda da belirttiğim gibi Amazon'da bir çok ürün satılıyor ama sizin için en önemli nokta fırsatları bulmak. Fırsattan kastettiğim satışın iyi olduğu ama rekabetin görece az olduğu alanlar bulmak. Amazon'da kendi markanızı yaratarak satmak için bir çok ürün

fikri bulduğunuzda, öncelikle onları bazı kriterlere göre analiz etmelisiniz. Sonrasında bu analiz sonucunda kıyaslama yaparak en iyi ürüne karar vermelisiniz. Peki bu analizi nasıl yapacaksınız? Bizim kendi ürünlerimiz için kullandığımız kriterleri adım adım sizlere detaylı olarak anlatacağım. Sizde bu kriterlere göre ürünlerinizi analiz edebilirsiniz.

## 1. Ürün fikrinin trendi artıyor mu? azalıyor mu? stabil mi?

Bir ürün fikri buldunuz diyelim. İlk bakacağınız kriter bu ürünün trendinin artıp azaldığıdır. Eğer ürün fikrinin trendi azalıyorsa bu ürünün satışları da azalacak demektir. Biz genel itibariyle trendi stabil olan veya artan ürünlere bakmanızı tavsiye ediyoruz. Ayrıca trendine baktığınızda ürünün sezonsal olup olmadığını da rahatlıkla anlayabilirsiniz. Ürün fikrinizin trendini anahtar kelimenizi Google Trends'e yazarak rahatlıkla öğrenebilirsiniz.



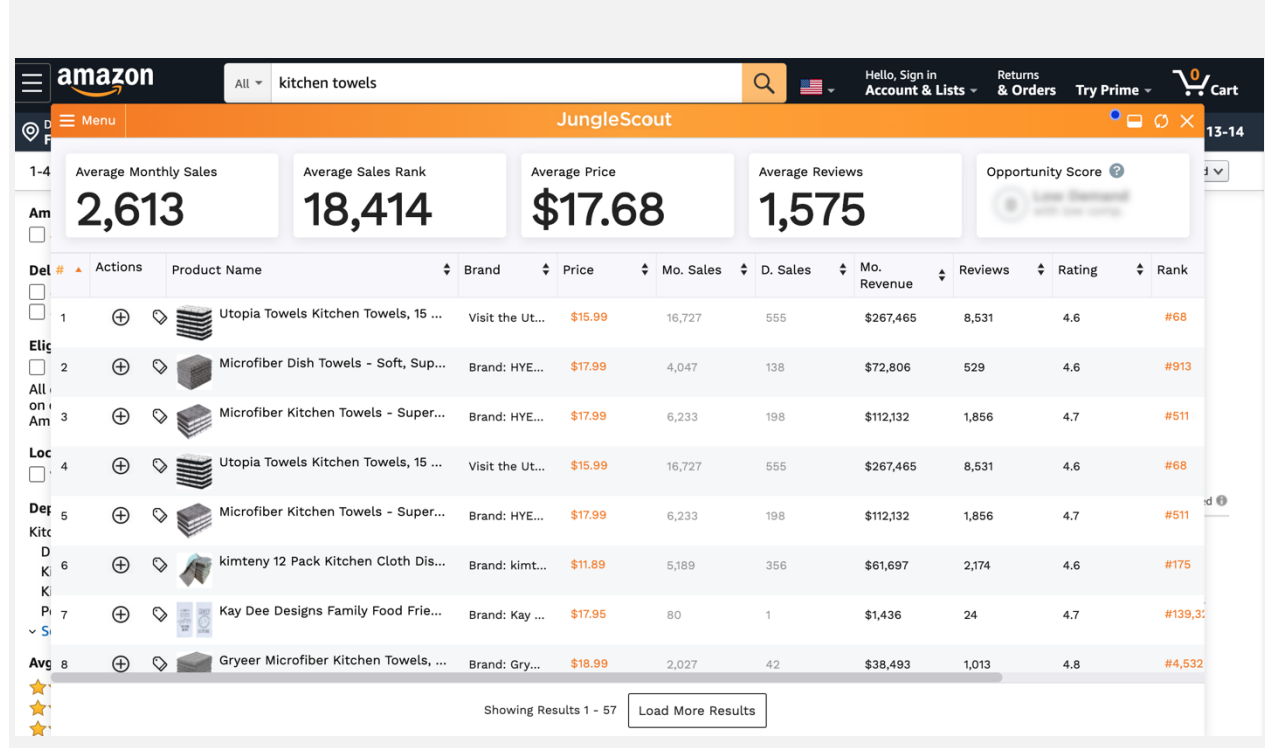
## 2. Ürün Fikrinin Aylık Ortalama Satış Rakamları Kaç?

Evet bir ürünün iyi mi kötü mü olduğunu anlamanın en önemli yollarından birisi satış sayısı. Tabii satışın çokluğu ve azlığı sizin hedefinize göre değişiklik gösterecektir. Aylık 300 ürün satmak istiyorsanız aylık 1000 satan bir ürün fikri sizin için çok iyi olabilir ama aylık 5000 ürün satmak

isteyen birisi için az satan bir ürün fikridir. Ben size ortalama bir bütçe (3000–5000 dolar) için hangi rakamların neyi ifade edeceğini söyleyim. Aylık satış sayısı;

- 0–200 arası ise biraz az satış var
- 200–400 arası ise ortalama bir satış var
- 400–700 arası ise iyi bir satış var
- 700–1000 arası ise çok iyi bir satış var
- 1000 üzeri bir satış varsa harika bir satış var anlamına gelir.

Ürün fikrinizin en çok aranan ana kelimesini bulduktan sonra yazılımlar kullanarak bu verilere kolaylıkla ulaşabilirsiniz



The screenshot displays the JungleScout interface for analyzing Amazon products. The search term 'kitchen towels' is entered in the search bar. The tool provides a summary of key metrics for the top results:

Metric	Value
Average Monthly Sales	2,613
Average Sales Rank	18,414
Average Price	\$17.68
Average Reviews	1,575
Opportunity Score	Low Demand

Below the summary, a table lists the top 8 products with their respective metrics:

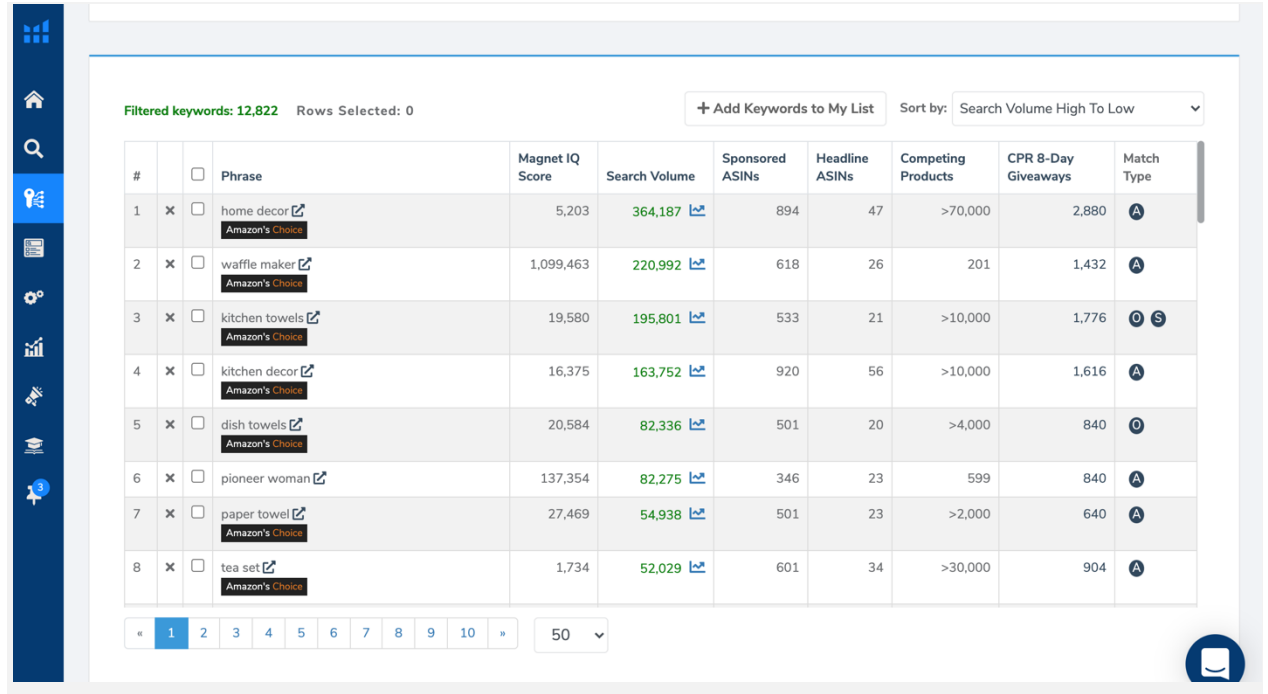
Del #	Actions	Product Name	Brand	Price	Mo. Sales	D. Sales	Mo. Revenue	Reviews	Rating	Rank
1	+	Utopia Towels Kitchen Towels, 15 ...	Visit the Ut...	\$15.99	16,727	555	\$267,465	8,531	4.6	#68
2	+	Microfiber Dish Towels - Soft, Sup...	Brand: HYE...	\$17.99	4,047	138	\$72,806	529	4.6	#913
3	+	Microfiber Kitchen Towels - Super...	Brand: HYE...	\$17.99	6,233	198	\$112,132	1,856	4.7	#511
4	+	Utopia Towels Kitchen Towels, 15 ...	Visit the Ut...	\$15.99	16,727	555	\$267,465	8,531	4.6	#68
5	+	Microfiber Kitchen Towels - Super...	Brand: HYE...	\$17.99	6,233	198	\$112,132	1,856	4.7	#511
6	+	kimteny 12 Pack Kitchen Cloth Dis...	Brand: kimt...	\$11.89	5,189	356	\$61,697	2,174	4.6	#175
7	+	Kay Dee Designs Family Food Frie...	Brand: Kay ...	\$17.95	80	1	\$1,436	24	4.7	#139,30
Avg 8	+	Gryeer Microfiber Kitchen Towels, ...	Brand: Gry...	\$18.99	2,027	42	\$38,493	1,013	4.8	#4,532

The interface also includes a 'Showing Results 1 - 57' indicator and a 'Load More Results' button.

### 3.Ürün Fikrinin Ana Kelimesinde Rakip Sayısı Kaç?

Eğer bir üründe satış varsa rekabette var demektir. Ama satışa oranla rekabetin az olduğu boşluklar bulmalısınız. Bir ürün fikrindeki rekabeti anlamak için ilk bakacağınız nokta rakip sayınızdır. Sizinle aynı veya benzer ürünü satanlar sizin için rakiptirler ve bazı ürünlerde bu rakamlar 10.000–20.000 oluyor, bazı ürünlerde ise 300–500 oluyor. Tabi ki 300–500 rakip ürün olduğu yerler bizim için daha avantajlı. Çünkü ilk sayfaya gelmek ve satış yapmak bu ürün fikirlerinde daha kolay oluyor. Rakip sayınızın 300 olduğu bir kelimedeki ilk sayfaya gelmek 3 gün sürerken, 10.000 rakibin olduğu kelimedeki ilk sayfaya gelmek 10–15 gün sürebiliyor. Ayrıca fazla rakibin olduğu ürünlerde daha fazla reklam harcaması yapmanız gerekiyor. PPC reklamları teklif üzerinden olduğu için en iyi teklifi veren en önde görünüyor. Ne kadar çok rakip varsa o kadar teklif veren olacağı için rakip sayınızın 300 olduğu yerde 1 dolar teklif ile ön sayfada görünürken, 10.000 rakibin olduğu kelimedeki 2–3 dolar teklif ile ön tarafta görünebiliyorsunuz.

Rakip sayınızı Amazon'daki kelimedeki çıkan sonuç sayısından veya Helium 10 gibi yazılımlar kullanarak öğrenebilirsiniz. Helium'da kelime araştırması yaptığınızda **Competing Products** bölümünden rakip sayısını öğrenebilirsiniz.



Filtered keywords: 12,822 Rows Selected: 0

+ Add Keywords to My List Sort by: Search Volume High To Low

#	Phrase	Magnet IQ Score	Search Volume	Sponsored ASINs	Headline ASINs	Competing Products	CPR 8-Day Giveaways	Match Type
1	home decor Amazon's Choice	5,203	364,187	894	47	>70,000	2,880	A
2	waffle maker Amazon's Choice	1,099,463	220,992	618	26	201	1,432	A
3	kitchen towels Amazon's Choice	19,580	195,801	533	21	>10,000	1,776	O S
4	kitchen decor Amazon's Choice	16,375	163,752	920	56	>10,000	1,616	A
5	dish towels Amazon's Choice	20,584	82,336	501	20	>4,000	840	O
6	pioneer woman	137,354	82,275	346	23	599	840	A
7	paper towel Amazon's Choice	27,469	54,938	501	23	>2,000	640	A
8	tea set Amazon's Choice	1,734	52,029	601	34	>30,000	904	A

« 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 » 50

#### **4.Ürün Fikrinin Ana Kelimesinde İlk Sayfanın Ortalama Yorum Sayısı Kaç?**

Ürünü ilk defa satmaya başladığınızda sizin yorum sayınız 0 olacaktır. Sürekli yorumlar alarak artıracaksınız ama rakiplerinizin yorum sayısı 1000–2000 seviyesinde ise işiniz biraz zor ne yazık ki. İnsanlar çoğunlukla daha fazla yorumu olan ürünleri daha az yorumu olanlara tercih ediyorlar. Sizde bir ürün alacağınız zaman ürünün yorum sayısına bakarak ne kadar iyi bir ürün olup olmadığını anlamaya çalışıyorsunuzdur. O yüzden rakiplerin yorum sayısı çok fazla ise bizim için rekabet biraz zor olacak anlamına gelir. O yüzden rakiplerin ortalama yorumlarının 500 üzerinde olmasını istemiyoruz. 100–200 altında bir ortalama varsa da çok iyi bir fırsat var demektir. Fazla rekabetin olmadığını yorum sayısından anlayabilirsiniz.

#### **5.Ana Kelime İlk Sayfasında En Çok Satan 20 Satıcıdan Kaç Tanesi 50 Yorum Altı?**

Bu sorunun amacı aslında bizim gibi yeni piyasaya çıkmış ve iyi satan ürünler var mı onu bulmak. İlk sayfaya gelmiş, iyi satan ve 50 yorumdan az yorumu olan ürün yakın zamanda lansmanı yapılmış bizim ürünümüz gibi bir üründür. Eğer bir ürün grubunda bu şekilde rakipleriniz varsa bunlar rekabetin görece az olduğunu gösterir. Bu şekilde 50 den az yorumu olupta ilk sayfaya gelip satabiliyorsa biz de satabiliriz diye düşünebilirsiniz. Çünkü sizde hızlıca 40–50 yoruma ulaşabilirsiniz. İlk 20 satıcıdan 4–5 tanesi bu şekilde 50 yorum altında ise rekabet biraz az demektir.

#### **6.Ana kelimedeki ilk sayfada 500 yorum üzerinde kaç satıcı var?**

Bu sorunun amacı da satmayı düşündüğünüz kategoride satışları domine etmiş 500 üzeri yoruma ulaşmış satıcılar var mı onu anlamak. Bir kategoride 1000–2000 yorumu olan 2–3 satıcı bütün satışları alıyorsa işiniz zor demektir. Ürün fikrine karar vermeden önce bu şekilde satışları domine etmiş marka veya ürün olup olmadığını kesinlikle kontrol etmelisiniz. Kelimelerde hangi ürünlerin satışların yüzde kaçına sahip olduğunu **Emparazon** uygulaması ile rahatlıkla öğrenebilirsiniz.

emparazon		Merhaba Mehmet Çıkış				
ASIN	Yorum sayısı	Ürün	Tıklama	Dönüşüm		
24	iphone 11 pro max case	B07VSNS6Q1	Yorum:	TORRAS Diamonds Clear iPh...	6,45%	6,90%
	Yorum sayısı için tıklayınız	B07SZJ2BMV	Yorum:	Spigen Ultra Hybrid Desig...	5,72%	8,55%
		B07WQWN2LD	Yorum:	Miracase Liquid Silicone ...	3,82%	4,22%
ASIN	Yorum sayısı	Ürün	Tıklama	Dönüşüm		
25	bluetooth headphones	B019U00D7K	Yorum:	COWIN E7 Active Noise Can...	7,56%	7,36%
	Yorum sayısı için tıklayınız	B07C48ZYXR	Yorum:	Mpow H7 Bluetooth Headpho...	5,84%	6,95%
		B08J3WXJTF	Yorum:	KppeX Bone Conduction Hea...	5,73%	0,00%

## 7.Ürün Fikrinin Aylık Kelime Aranma Hacmi 1000 Üzerinde Kaç Kelime Var?

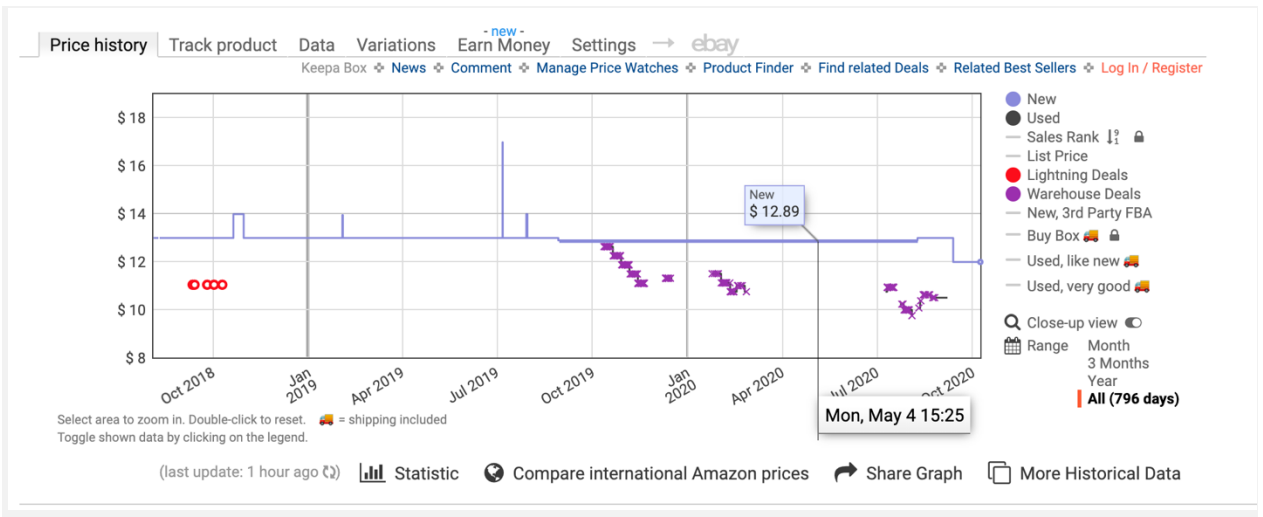
Ürün fikrinizin iyi olup olmadığını kelimelerin aranma hacimlerinden rahatlıkla anlayabilirsiniz. Biliyorsunuz insanlar çoğunlukla ürün araştırırken anahtar kelimeler kullanıyorlar. Rakiplerinizin hangi kelimelerde indekslendiğini ve hangi kelimelerde satış yaptığını **Helium** **10** ve **Emparazon** gibi uygulamalarla öğrenebilirsiniz.

Ürün fikrinizin kelimelerinden aylık olarak 1000 aramadan yüksek 15–20 kelime olması ürünün iyi olduğu anlamına gelir. Bu kelimelerde sizde ilk sayfalara geldiğinizde iyi satışlar yapabilirsiniz. Ayrıca tabi ki bu kelimelerin trendleri de çok önemli. Trendlerinin artıyor olması ürünün de satışlarının artacağı anlamına gelir

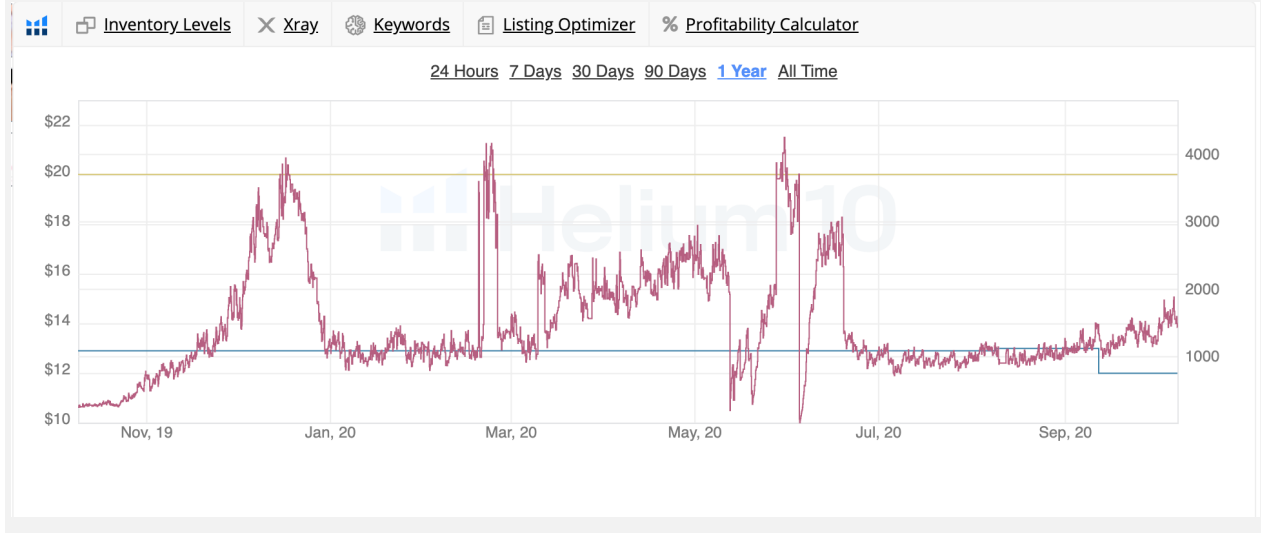


## 8. Ürün Fikrinin Ortalama Fiyat Trendi Nedir? Artıyor mu ? Stabil mi ? Azalıyor mu?

Bir ürüne karar verirken ürünün fiyat trendini de inceleyin. Genel itibariyle fiyat trendinin artıyor olması iyiye işarettir. Fiyat trendi azalıyorsa rakip sayısı artmış ve fiyat kırmışlar anlamına gelir. Ayrıca ürün karlılık analizi yaparken ürün fiyatı üzerinden hesap yapacaksınız. Ürün fiyatını o anki fiyattan değerlendirirseniz hata yaparsınız. Belki de özel günler dolayısıyla fiyatlar artmış veya azalmış olabilir. O yüzden ürün fiyatlarının geçmişinide incelemeniz gerekiyor. Keepa ve Helium 10 araçlarını kullanarak fiyat geçmişlerini inceleyebilirsiniz.







## 9.Ürünün Kar Marjı Kaç?

Ürün fikrinizin iyi olduğuna karar vermeden önce tabi ki tedarikçilerden fiyatlar almalı veya en azından Alibaba'dan tedarikçilerin fiyatlarını incelemelisiniz. Üretim maliyetini kabaca hesapladıktan sonra ürünün karlılığını hesaplamalısınız. Kar marjınız eğer %50 üzeri ise süper, eğer %25 altı ise çok kötü demektir. Çünkü kar marjınız az olduğunda PPC reklamları yaptığınızda kar marjınız reklam giderlerine gidecektir. Private label iş modelinin en iyi yanı ürettirdiğiniz ürünleri kendi markanızla kar marjı yüksek şekilde satmaktır. Ürünleriniz ile ilgili kar hesaplamasını [Amazon Revenue Calculator](#) ve [Helium 10 Profitability Calculator](#) ile hesaplayabilirsiniz.

# Profitability Calculator



Egnaro Silicone Wedding Ring for Women, Thin and Stackble Braided Rubber Wedding Bands, No-Toxic, Skin Safe (13-Black, Rose Gold, White, Pink Sand, Ultra Violet, Black Gray, Mint Green, Ivory, 7(17.3mm))

Dimensions ⓘ  x  x  in.

Weight ⓘ  lbs

Outbound Shipping Weight ⓘ 5 oz

Size Tier ⓘ Small Standard-Size

Price ⓘ \$

Est. Time in Storage ⓘ  mths

Unit Manufacturing Cost (estimated) ⓘ \$

Est. Freight Cost ⓘ  ▼ \$

Unit Freight Cost ⓘ \$ 0.01

Storage Fee (Jan.-Sep. / Oct.-Dec.) ⓘ \$ 0 / 0.01

FBA Fee ⓘ  ▼ \$ 2.5

Referral Fee ⓘ  ▼ \$ 1.8

Other Costs ⓘ  ▼

Net (Jan.-Sep. / Oct.-Dec.) ⓘ \$ 5.28 / 5.27

Margin (Jan.-Sep. / Oct.-Dec.) ⓘ 44.04 / 43.95 %

ROI (Jan.-Sep. / Oct.-Dec.) ⓘ 219.09 / 217.77 %

## 10.Son Olarak Üründe Bir Fark Yarattınız Mı? Veya Rakiplerin Olumsuz Yorumlarını Okuyup Müşterilerin Bir Sorununu Çözdünüz Mü?

Ürün analizinde en çok önem verdiğimiz nokta fark yaratmak. Fark yaratabildiğinizde rakebet çok olsa bile şansınız artabiliyor. Fark yaratırken de en önemlisi insanların sorununu çözün bir fark yaratmanız. İnsanların işine yaramayan bir fark yaratırsanız anlamsız olacaktır.

Bizim fark yaratmada en çok kullandığımız yöntem rakiplerimizin olumsuz yorumlarını okuyup analiz ederek müşterilerin sorunlarını çözmek. Bir sorunu çözer ve o şekilde bir ürün ortaya koyarsanız müşteriler yorumunuz az da olsa veya fiyatınız pahalı da olsa sizi tercih edecektir.

Ayrıca beraber satılan ürünleri bulup bundle yaparak veya farklı bir kutu tasarlatarak da fark yaratabilirsiniz.

Ürünler ile ilgili fark yaratmak veya ürün fikirlerini kıyaslamak için **answer the public** ve **pickfu** gibi siteleri kullanabilirsiniz.

Bulduğunuz ürün fikirlerini yukarıda anlattığım kriterlere göre analiz ederek bir kaçına karar verebilirsiniz.

# Türkiye mi Çin mi? Amazon'da Satmak için Hangi Ülkeden Ürün Tedarik Etmeliyim?



Arkadaşlar e-ticarette en önemli konulardan bir tanesi de ürün tedariki. Bu bölümde sizlere ürün tedarikini hangi ülkeden yaparsanız ne gibi avantaj ve dezavantajları olacağını anlatacağım. Biliyorsunuz tedarikçi, üretici deyince ilk akla gelen ülke Çin olmakta. Amazon satıcılarının da büyük çoğunluğu ürünlerini Çin'den tedarik etmekte. Biz de Amazon'da sattığımız ürünlerimizi hem Çin'den hem de Türkiye'den tedarik ediyoruz. Her ikisinde olumlu ve olumsuz yanları var. İlk olarak kargo ve lojistik konularından başlamak üzere sırasıyla ilerleyelim.

## **Türkiye lojistik açıdan Çin'e göre daha avantajlı**

Türkiye hem maliyet olarak hem de gönderi hızı olarak Çin'e göre ciddi avantajlara sahip. Türkiye'den ürünlerimiz hava kargo ile 4-5 günde Amazon Amerika deposunda, 2-3 güne

Amazon Almanya deposunda olabiliyor. Çin'den aynı şekilde ürün gönderdiğimizde ürünlerin ulaşma süresi hava kargo ile 12–14 gün, deniz kargo ile ise 25–30 günleri buluyor. Amazon'da satışta en önemli konulardan birisi stoksuz kalmamak olduğu için Türkiye'nin hızlı gönderi avantajı baya işimize yarıyor.

Türkiye'den gönderim maliyet açısından da Çin'e göre avantajlı. Aynı boyuttaki gönderilerimizi Türkiye'den gönderdiğimizde 500 dolara gönderiyorsak, Çin'den gönderdiğimizde 800-1000 dolara gönderebiliyoruz. Yani Çin'den kargolama maliyetimiz Türkiye'ye göre yaklaşık 2 kat fazla.

### **Türkiye bazı kategorilerde Çin'e göre Avantajlı ürün maliyetlerine sahip**

Ürün maliyetlerine geldiğimizde tabi ki Çin'in bir üstünlüğü var. Ama Türkiye iyi olduğu ahşap, kozmetik, plastik ve özellikle tekstil gibi bazı kategorilerde Çin ve Dünya ile maliyet olarak yarışabiliyor. Son zamanlarda Türkiye'de dolar ve euro ciddi şekilde arttığı için üretim maliyetleri yavaş yavaş azalmakta. Türkiye'de asgari ücret Çin'e göre daha az duruma geldiği için iş gücü anlamında daha avantajlı hale gelmeye başlıyor.

### **Türkiye'de ürün numunesi almak ve ürün denetlemesi yaptırmak daha kolay**

Amazon'da satacağınız ürünü belirledikten sonra hem kalite kontrol hem de resim çekmek için ürün numuneleri almanız gerekli. Çin'den bir numune istediğinizde 5–7 günde gelmesi için yaklaşık 30–50 dolar kargo ücreti vermeniz gerekiyor. Türkiye'de kargo ücretleri 10–15 TL olduğu için numune için fazla ücret ödemiyorsunuz.

Ayrıca ürün numunelerine güvenerek toplu alım yapmanız biraz zor. Çünkü her üretici numuneyi güzel gönderip toplu üretimde kalitesiz üretim yapabilir. O yüzden ürünleri yerinde denetlettirmeniz gerekiyor. Çin'de ürün denetimi yaptırma ücreti yaklaşık 150–200 dolar. Türkiye'de isterseniz kendiniz gidebilirsiniz veya 100–150 TL ye bir kişiye denetletebilirsiniz.

## **Türkiye’de her ürün yok ama Çin’de her ürün var**

Evet ürün çeşitliliği açısından Çin kesinlikle daha avantajlı. Amazon’da satan neredeyse her ürünün tedarikçisini Alibaba.com da rahatlıkla bulabilirsiniz. Bulamasanız bile herhangi bir örnek ürün veya resmini bile gösterseniz Çinli’ler size o ürünü yapabiliyorlar. Türkiye sadece bazı kategorilerde Çin ile yarışabiliyor, örneğin elektronik bir ürün satmak istiyorsanız Türkiye’de tedarikçi bulma olasılığımız baya zayıf.

## **Çinli üreticiler Amazon’a hakim ama Türk üreticiler Amazon’u bilmiyor**

Biliyorsunuz Amazon’un kendi kutulama, paketleme, barkodlama ve kolileme standartları var. Çinli üreticiler sürekli Amazon satıcılarına ürün sattığı için süreci çok iyi biliyorlar. Örneğin barkodları gönderdiğinizde ürünün neresine nasıl yapıştıracağını, nasıl paketleyeceğini anlatmanıza gerek yok. Ama Türk üreticiler bu konuda çok bilgisiz. Ne yazık ki bütün süreci siz onlara anlatıp yönlendirmeniz gerekiyor.

## **Çin’den üretici bulmak kolay, Türkiye’de biraz daha zor**

Alibaba.com sayesinde istediğiniz ürünlerin tedarikçisini Çin’den dakikalar içerisinde bulup tedarikçilerle irtibata geçebiliyorsunuz. Ödemeyi de Alibaba üzerinden güvenle yapabiliyorsunuz. Ama Türkiye’de üretici bulmak bu kadar kolay değil. En büyük sorun Alibaba gibi bir platformun Türkiye’de olmaması. Türkiye’de üretici bulmak istiyorsanız üreticilerin bulunduğu sanayi sitelerini fiziki olarak gezmeniz gerekiyor.

Online olarak tedarikçileri bulsanız bile yerlerine gitmeden kimse sizinle irtibata geçmiyor. Çoğu Türk üretici emaillerine bakmıyor. Ayrıca ödemeler konusunda da Türkiye’de aynı şekilde bir aracı kurum olmadığı için güven sorunları yaşanabiliyor.

## **İngilizce bilmiyorsanız Çinli’lerle irtibat zor**

Evet Alibaba’dan tedarikçi bulduğunuzda irtibat kurmak için kullanacağınız dil İngilizce oluyor. Eğer İngilizce bilmiyorsanız Çinli’lerle anlaşmak baya zor olabiliyor. Çünkü ürün ile ilgili

detayları konuşmanız ve anlatmanız gerekiyor. Herhangi bir yanlış anlaşılmada geri dönüşü olmayan sıkıntılar olabiliyor.

Türkiye’de tedarikçilerle Türkçe konuşacağınız için ürün ve süreç ile ilgili daha rahat iletişim kurabiliyorsunuz. Üründe fark yaratmak istediğinizde daha rahat şekilde nasıl bir ürün istediğinizi anlatabiliyorsunuz.

Evet genel itibariyle Türkiye-Çin karşılaştırması yaptık. Gördüğümüz gibi bazı konularda Türkiye, bazı konularda da Çin daha avantajlı. Biz çoğunlukla Türkiye’yi öneriyoruz ama tabi ki Çin’in avantajlı olduğu kategorilerde ürün satmak istiyorsanız da Alibaba’dan tedarikçi bulmak daha mantıklı.

## **Amazon FBA Marka Tescili Önemi (Trademark — Brand Registry)**



Uzun süredir Amazon'da Private Label olarak satış yapmayı anlatıyorum. Sizde çok iyi bildiğiniz üzere Private Label kendi markanızı oluşturarak satış yapmak anlamına gelmektedir.

Büyük ihtimalle sizde bir ürün alırken ürünün markasına önem veriyorsunuz. Belkide fiyatı daha fazla olsa bile bazen bildiğiniz bir markayı tercih ediyorsunuz. Markanızı oluşturup tanıttikten sonra artık insanlar sizin markanızı tanıdığı için ürünlerinizin satışı ciddi seviyede artacaktır. Bir sonraki yazımda sizlere Amazon'da marka tescilinin avantaj ve faydalarından bahsedeceğim. Şimdi biraz marka tesciline giriş yapalım

*En çok karıştırılan konuların başında patent ve marka tescili geliyor. Öncelikle şunu bilmek gerekir ki **Ürüne patent alınır, marka tescil ettirilir.***

Üründe bir yenilik ve farklı bir tasarım yaptınızda ürünün patentini alabilirsiniz. Ya da hiç bulunmayan bir ürünü ürettiyseniz bu ürüne patent alırsınız ve başkaları bu ürünü üretip satamaz. Sizde bir ürünü satmadan önce patenti olup olmadığını kontrol etmelisiniz. Biz bir ürünü satmadan önce bu araştırmayı yapmadığımız için 1500 dolarlık ürünü Amazon'a gönderdik ve bir kaç satış sonrası patent sahibi şikayet etti. O ürünleri imha ettirmek zorunda kaldık ne yazık ki.

Marka'da aslında ürünün üzerindeki isim, logo, slogan veya dizayn için alınabilir. Amazon'da satış yapanlar çoğunlukla isim üzerine markasını tescil ettirirler. Diğerleri de ayrıca maliyet olacağı için ben de size sadece isim üzerinde markanızı tescil ettirmenizi öneririm.

***Marka tescili bölgesel olarak alınır.** Hangi ülkede satış yapacaksanız orada markanızı tescil ettirmelisiniz.*

Son zamanlarda Amazon aslında diğer ülkelerdeki markalarınızı kabul etmekte, ancak bu konuda bir sorun var. Örneğin Türkiye'de bir markanız var. Bu markanızı Amazon Amerika'da kullanmanıza izin veriyor. Ancak aynı markayı bir başkası Amerika'da tescil ettirip Amazon'a başvurursa Amazon hangisini kabul edeceği konusunda sıkıntı yaratabilir. O yüzden ben kesinlikle hangi ülkede satış yapacaksanız orada markanızı tescil ettirmenizi öneririm.



***Bir şirketin veya bir kişinin birden çok markası olabilir. Markanızı tescil ettirmek için şirket olmanıza gerek yok. Bir kişi olarak da marka sahibi olabilirsiniz.***

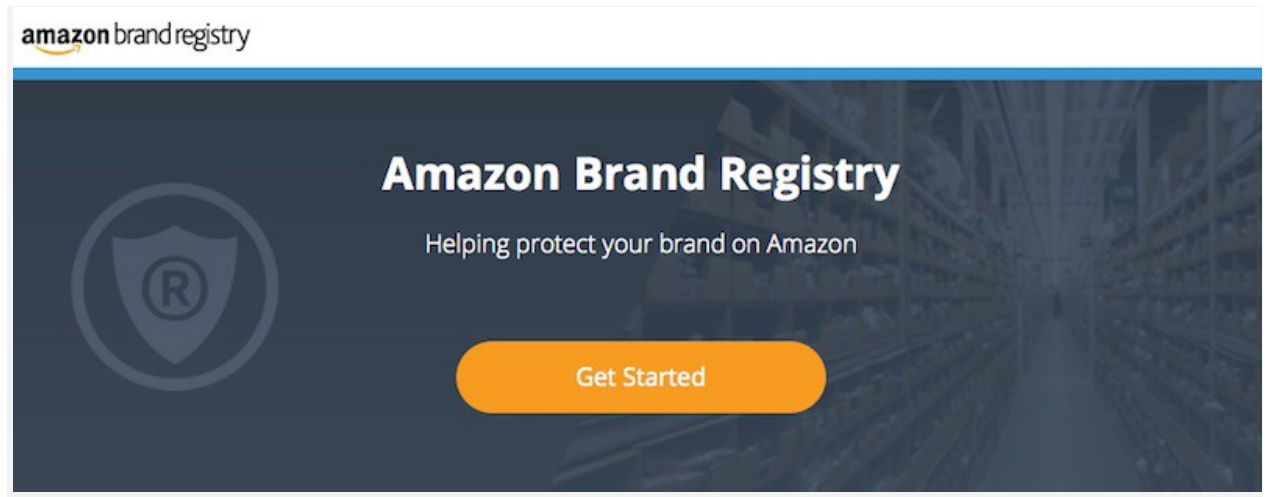
Amerika’da satış yaptığınızda öncelikle sizin markanızı başkasının tescil ettirip ettirmediğini öğrenmeniz gerekir. Bunu Amerika marka ve patent ofisinden öğrenebilirsiniz.

Tabi ki burada bir diğer önemli konuda markanın sınıflar üzerinden alınıyor olması. Yani siz tekstil ürünleri satıyorsanız veya satmayı düşünüyorsanız tekstil sınıfında markanızı tescil ettirmelisiniz.

***Peki marka tescili süreci nasıl işliyor? Ne kadar sürüyor ve ücreti ne kadar?***

Amerika’da marka tescili süreci eğer hali hazırda bu marka ile satış yapıyorsanız (In use başvuru) ve herhangi bir benzeşme problemi olmazsa 6 –7 ay süre içerisinde onaylanacaktır . Eğer bu marka ile satış yapmıyorsanız ve bu marka ile satış yapacağım diye başvurursanız (Attempt to use başvuru) bu süre 8–9 ay sürecektir.

Amerika’da marka tescili başvurusu yapacaksanız Amerikalı avukatlar ile çalışmak zorundasınız. O yüzden maliyet olarak avukat ücreti ve Amerika devletine vereceğiniz ücret olacaktır. Bir sınıf için toplam maliyetiniz yaklaşık 550–600 dolar civarında olacaktır.



The image shows a banner for Amazon Brand Registry. At the top left, the text "amazon brand registry" is displayed in a small font. The main part of the banner has a dark blue background with a subtle pattern of lines. On the left side, there is a circular icon containing a shield with a registered trademark symbol (®). In the center, the text "Amazon Brand Registry" is written in a large, bold, white font. Below this, the text "Helping protect your brand on Amazon" is written in a smaller, white font. At the bottom center, there is a prominent orange button with the text "Get Started" in white.

***Marka tescili tamamlandıktan sonra ne yapacaksınız? Amazon'a nasıl tanıtacaksınız?***

Markanız onaylandıktan sonra Amazon'da marka avantajlarından faydalanmak için Amazon'a markanızı kayıt ettirmeniz gerekli (Amazon Brand Registry). Büyük oranda 1 hafta içinde Amazon markanızı inceleyip onaylayacaktır. Amazon'un sizin markanızı onaylaması başkalarının sizin listenizden satış yapmasını engellemeyecektir. Onaylandıktan sonra artık başkalarının sizin listenizden satmasını engellemek için Brand Gated, Project Zero ve Transperancy gibi koruma programlarına kayıt olmanız gerekmektedir.

# Amazon FBA-Online & Retail Arbitraj-Wholesale Nedir? Nasıl Yapılır?



Arkadaşlar biliyorsunuz Dünya'nın en büyük şirketi olan Amazon'da bir çok satış modeli var. Bu yazımda sizlere Amazon Wholesale iş modelini tanıtacağım.

Wholesale iş modeli hali hazırda satan marka ürünleri toptancısından veya direk üreticiden alıp Amazon'da satmak anlamına gelmektedir. Ama Türkiye'de bu iş modeli ile Online-Retail Arbitraj iş modeli sıklıkla karıştırılmaktadır. Türkiye'de çoğu kişi, hatta Amazon Eğitimi verenler dahi

Wholesale iş modeline Retail Arbitraj ismini vermektedirler. Önce bu anlam karmaşasını ortadan kaldıralım, sonra Wholesale iş modelini nasıl yapabileceğinizi adım adım anlatacağım.

Arbitraj iş modelini aslında fiyat farklarından faydalanarak gelir elde etmek şeklinde tanımlayabiliriz. Arbitraj iş modelinde genelde mağazalardaki indirimlerden faydalanarak ürünleri alıp Amazon'da satarak gelir elde edebilirsiniz. **Retail Arbitraj** fiziki mağazalarda gezerek indirimli ürünler bulup satmak, **Online Arbitraj** ise online mağazalarda gezerek indirimli ürünler bulup satmak şeklinde yapılıyor.

Aslında bu iş modeli sadece indirimli ürünler bulup satmak şeklinde yapılmıyor, örneğin bazı ülkelerde bazı markaların fiyatları daha uygun oluyor. Bu marka ürünleri orada alıp Amazon'da satarak da yapılabilir. Buna bir örnek olarak IKEA markasını verebiliriz. Türkiye'de IKEA da alacağımız bir ürün 30 TL iken Amerika Amazon'da aynı ürün 30 dolara satılıyor. 1 Dolar 7.5 TL olduğu için aradaki kur farkından ciddi kar elde edebiliyorsunuz.

Wholesale iş modeli ile en çok karıştırılan iş modeli retail arbitraj iş modeli. Çünkü ikiside hali hazırda marka ürünleri alıp satmak anlamına geliyor, fakat **Retail Arbitraj** modelinde ürünleri toptancıdan değilde bir perakende satış mağazasından alıyorsunuz, **Wholesale** modelinde ise direk toptancıdan alıyorsunuz. Birisinde indirimli bulduğunuz 3-5 ürünü alıyorsunuz, diğerinde ürünleri az miktarda değilde toplu olarak alıyorsunuz.

Bir örnek üzerinden ilerlersek daha iyi anlaşılabilir. Farmasi markasını neredeyse herkes biliyordur. Farmasi marka bir ürün bir AVM de %40 indirimde girmiş olsun. Siz bu ürünü AVM'ye gidip mağazadan 5-10 adet indirimli alıp Amazon depolarına gönderip satarsanız bu iş modeline **Retail Arbitraj** deniyor. Eğer indirim AVM de değilde farmasi.com veya trendyol.com gibi online bir sitedeyse ve siz web sitesinden ürünü indirimli şekilde alıp Amazon'da satıyorsanız bu iş modeline de **Online Arbitraj** deniyor. Eğer Farmasi marka ürünü direk toptancısından 3-5 adet değilde toptan şekilde alıp Amazon'da satıyorsanız bu iş modeline de **Wholesale** deniyor.

Wholesale iş modelini tam olarak anladığınızı düşünüyorum. Şimdi biraz daha detaylara inelim. Wholesale iş modeli en az Private Label kadar uzun soluklu, gelecek vadeden ve sürdürülebilir bir model. Bu işi online bir kırtasiye veya market kuruyor olarak düşünebilirsiniz. Online marketinizde satmak için marka ürünleri toptan alıp perakende şekilde satıyorsunuz. Amazon'da bu işi yaptığınızda normal bir fiziki market kurmak gibi ciddi bir yatırıma gerek kalmıyor. Çünkü fiziki olarak bir market kursanız içini yüzlerce marka ürünle doldurmanız gerekli. Fiziki marketin içini doldurmadan satışa başlayamazsınız, ama Amazon'da online olarak kurduğunuz için sadece bir markayla bile başlayabilirsiniz. İnsanlar Amazon'da sizin mağazanızı görmüyorlar, sadece marka ürünleri arayıp ürün sayfasından sizin mağazanızdan ürün alıyorlar. O yüzden bu iş modeli küçük başlayıp hızlıca ölçekleyerek büyüyebileceğiniz bir iş.

Bu iş modelinin en iyi yanı hali hazırda satan markaları hazır listelerden satmak. Yani marka tanıtmak ile uğraşmıyorsunuz, zaten tanınmış markaları satıyorsunuz. Ayrıca liste oluşturmanıza da gerek kalmıyor. Bu marka ürünler zaten satan ürünler olduğu için listeleri hazır, sadece o listelere girip satıyorsunuz.

Peki bu iş modelini nasıl yapabilirsiniz? Yol Haritanız nasıl olmalı?

1. Adım — Amazon'da mağaza açmak
2. Adım — Amazon'da satmak için ürün ve markalar bulmak
3. Adım — Bu ürünlerin satış ve rekabet durumlarını analiz etmek
4. Adım — Markanın Toptancılarını veya Distribütörlerini bulmak
5. Adım — Toptancı-Distribütörler ile veya direk Marka ile iletişim kurmak
6. Adım — Toptancı ürün kataloğundan karlı ve iyi satan ürünler bulmak
7. Adım — Belirlenen ürünleri Toptancıdan sipariş vermek
8. Adım — Aracı depo kullanarak ürünleri barkodlamak ve Amazon FBA depolarına göndermek

9. Adım — Buy box takibi yaparak ürünleri satmak

10. Adım — Stok kontrolü ve yeniden sipariş vermek

Evet Amazon Wholesale işini yukarıda gördüğünüz adımlar ile yapabilirsiniz.

# Amazon Retail Arbitraj ve Wholesale Yol Haritası



Şimdi Türkiye’de bilinen adıyla Retail Arbitraj, ama doğru ismi ile Wholesale iş modelini nasıl yapabileceğinizi adım adım anlatacağım.

## **1. Adım — Amazon’da mağaza açmak**

Amazon’da mağaza açma konusu önemli konulardan bir tanesi. Aslında bazen en önemli konu olabiliyor. Çünkü Amazon Dünya’nın en büyük pazar yeri ve binlerce satıcı Amazon’da hesap açmaya çalışıyor. Amazon’da doğal olarak her satıcıyı platformununa kabul etmiyor. Amazon hesap açarken sizi veya şirketinizi doğrulamak için bazı belgeler istiyor. Eğer Amazon’a girdiğiniz bilgiler ile gönderdiğiniz belgeler tutarsız ise hesabınız açılmayabiliyor.

Amazon’da hesabınızı açtığınız da 1–2 gün içerisinde %95 ihtimalle suspend oluyor, yani Amazon hesabınızı askıya alıyor ve kredi kartı ekstresi ,fatura gibi doğrulayıcı belgeler istiyor. Amazon’daki isminiz ve adresiniz gönderdiğiniz belgelerdeki isminiz ve adresiniz ile noktasına kadar aynı ise 1–2 hafta içinde hesabınız açılıyor. Eğer bazı tutarsızlıklar var ise hesabınız açılmaz, bir daha aynı kişi veya şirket üzerine hesap açamazsınız. O yüzden hesap açmadan önce bütün süreci iyice öğrenin, belgeleri düzgünce hazırlayın. En ufak bir hata bile Amazon’da mağaza açamamanıza neden olacağı için diğer adımlar olan ürün bulma ve satış yapma aşamasına geçememiş olacaksınız. Bu da Amazon’da satış gibi harika bir fırsatı kaçırmamanıza neden olacaktır.

Size tavsiyem bu konudaki bütün video ve yazıları okuyun, doğru şekilde ilerlerseniz hesabınız kolaylıkla açılacaktır. Hesabınızı açtıktan sonra yol haritamızdaki 2.adıma geçebilirsiniz.

## **2. Adım — Amazon’da satmak için ürün ve markalar bulmak**

Retail Arbitraj ve Wholesale iş modelinde marka ürünleri Amazon’da satacaksınız. O yüzden ilk önce satacağınız markaları bulmanız gerekmekte. Tabi ki burada en önemli konu bütçeniz ve hesap durumunuz. Bütçeniz az ve yeni bir hesabınız varsa nike, adidas gibi büyük markaları satmanız zor. O yüzden orta ve küçük markalarla başlamanız daha mantıklı. Yazılımlar kullanarak veya manuel olarak Amazon’da araştırma yaparak ürün ve markalar bulabilirsiniz. Markalarda ilk bakacağınız nokta satışları ve rakip satış durumu.

### **3. Adım — Bu ürünlerin satış ve rekabet durumlarını analiz etmek**

Bulduğunuz markalarda ilk bakacağınız nokta listelerdeki satış durumudur. Eğer satış var ve tek başına marka sahibi ürünü satıyorsa sıkıntı var demektir. Marka ürünü satan en az 2–3 satıcı olması gerekiyor, eğer sadece bir satıcı var ve o da marka sahibi ise büyük ihtimalle sizin satmanıza izin vermeyecektir. Tabi ki 15–20 den fazla satıcı olması da sıkıntılı bir durum. Çünkü rakip satıcılar ile buy box rekabeti içerisinde olacaksınız. Ayda 300 ürün satıyorsa aynı fiyatı veren ve benzer metriklere sahip 10 satıcı varsa ortalama her satıcıya aylık 30 ürün düşecektir. Fazla satıcı olması size az satış düşeceği anlamına gelecektir.

Ayrıca markanın listelerinde Amazon kendisi de satıyorsa bu da bir problem olabilir. Çünkü Amazon aynı ürünü binlerce adet alabileceği için fiyatı ciddi seviyede düşebiliyor. Listede Amazon var ama siz hala kar edebiliyorsanız sıkıntı yok, güzel bir ürün olabilir.

### **4. Adım — Markanın Toptancılarını veya Distribütörlerini bulmak**

Satmayı planladığınız markayı bulduğunuzda hemen toptancısını veya distribütörünü bulmanız gerekli. Toptancıların bulunduğu Alibaba gibi pazar yerlerinden ya da google’a örneğin “Avon Wholesalers veya Avon Wholesalers in US” yazarsanız bir çok toptancıyı bulabilirsiniz. Ayrıca direk markayı da bulup onlara mesaj atarak toptancılarını isteyebilirsiniz.

Tabi ki Toptancıları ister Türkiye’de arayın ister Amerika’da arayın çoğunlukla şirket olmanızı isteyeceklerdir. O yüzden bu iş modelini yapmak istiyorsanız şirketinizi kurmanız gerekli

### **5. Adım — Toptancı-Distribütörler ile veya direk Marka ile iletişim kurmak**

Toptancı-Distribütörler ile veya direk Marka ile iletişim kurmadan önce şirketiniz adına bir web sitesi yaptırıp veya yapıp, kurumsal bir mail adresi almanız faydalı olacaktır. İletişim kurarken profesyonel bir mail adresinden gelen bir mail tabi ki daha etkili olacaktır. Türkiye’de toptancı arıyorsanız telefonla, Amerika’da arıyorsanız email yoluyla iletişime geçebilirsiniz.



Totancılarla iletişim kurarken güzel bir dil kullanmanız Wholesale hesabı açarak anlaşmanızı sağlayacaktır. Ayrıca direk marka ile iletişim kurarak toptancıları aradan çıkarabilirsiniz. Ama tabi ki marka daha detaylı bir bilgi isteyecektir. Marka ile anlaşmak toptancı ile anlaşmaktan daha zordur. Markaya da Amazon’da listelerini optimize edeceğinizi ve reklam stratejileriyle marka bilinirliğini artıracığınızı söylerseniz anlaşma olasılığınız artacaktır.



## 6. Adım — Toptancı ürün kataloğundan karlı ve iyi satan ürünler bulmak

Topancılarla anlaştıktan ve Wholesale hesap açtıktan sonra onlardan kataloglarını isteyin. Bu katalogtaki ürünleri Amazon’da ki ürünler ile karşılaştırarak karlı ve iyi satan ürünler bulmanız gerekli. İsterseniz bu işi manuel olarak tek tek siz yapabilirsiniz ama bir toptancıda 1000 ürün olsa muhtemelen bu ürünlerin hepsine bakmak 3–4 gününüzü alacaktır. O yüzden bu iş için geliştirilmiş **Scanunlimited.com**, **Amz Analyzer** veya **Scanpower** gibi yazılımları kullanabilirsiniz. Bu yazılımlara siz ürün kataloğunu yüklüyorsunuz, yazılım bu ürünleri Amazon’da karşılaştırıp her ürünün ne kadar sattığını, ne kadar kar marjınızın olduğunu ve ne

kadar rakip olduğunu hızlıca buluyor. Siz de en iyi kar ettiğiniz, satışında iyi ve rekabetin az olduğu ürünleri seçiyorsunuz.

### **7. Adım — Belirlenen ürünleri Toptancıdan sipariş vermek**

En kolay aşamalardan bir tanesi de karar verdiğiniz ürünleri toptancıdan sipariş vermek. Tabii ki aslında istediğiniz kadar sipariş verebilirsiniz ama bazı toptancıların en az sipariş miktarı gibi şartları olabiliyor. Ama çoğu yerde duyduğunuz şekilde hemen 5000–10000 dolarlık sipariş vermeniz için sizi zorlamayacaklardır. Başlangıçta her üründen az miktarda alıp gerçekten satış var mı veya rekabetin nasıl olduğunu görmeniz lazım. Bazı marka veya kategoriler kapalı olabilir, o yüzden en az 10 adet almanız önemli. Amazon’a bu markayı açtırmak için toptancıdan aldığınız faturayı göndermeniz gerekebilir. Amazon’da sadece en az 10 adet alınmış faturaları kabul ediyor.

### **8. Adım — Aracı depo kullanarak ürünleri barkodlamak ve Amazon FBA depolarına göndermek**

Evet artık ürünlerin siparişini verdiniz diyelim. Artık ürünlerin Amazon standartlarına göre barkodlayıp FBA depolarına göndermeniz gerekli. Eğer Türkiye’den toptancı bulup ürünleri aldıysanız kendiniz ürünleri barkodlayıp hazırlayabilirsiniz. Ama başka bir ülkeden aldıysanız önce bir depoya çektirip ürünleri barkodlatmanız gerekecektir. Çünkü çoğu toptancı sizin yerinize ürünlere barkod basmayı kabul etmiyor.

Ayrıca bu barkod işini Amazon’a da yaptırabilirsiniz. Amazon bu iş için yaklaşık ürün başı 0.30 cent gibi bir ücret alıyor.

### **9. Adım — Buy box takibi yaparak ürünleri satmak**

Ürünler Amazon depolarına ulaştıktan sonra da satış aşaması başlıyor. Satış aşaması Private label iş modeli gibi zor değil. Çünkü zaten sattığınızı bildiğiniz ürünleri gönderiyorsunuz. Ürünlere lansman yapmak veya reklam kampanyaları yapmak gibi bir süreç olmuyor. Ürünler zaten sattığı için sizin yapmanız gereken sadece buy box takibi yapmaktır. Biliyorsunuz bu retail

arbitraj ve wholesale iş modelinde aynı listeden satan birden çok satıcı oluyor. Amazon belirli kriterlere göre satıcılar arasında buy box'ı dönüşümlü olarak veriyor.

Buy box sahibi olmadaki en önemli kriter FBA satıcı olmak, yani ürünleri Amazon depolarına göndermek. Amazon FBM satıcılara genelde çok az buy box veriyor. Bir diğer önemli kriterde fiyat. Amazon satıcılar arasında diğer metrikler aynı ise en uygun fiyatı verene buy box'ı veriyor. Burada en önemli konu diğer satıcılar ile fiyat rekabetine girmemek. Eğer siz bir dolar düşürürseniz onlarda düşürecekler ve bu sayede kar marjınız düşecektir. Kesinlikle rakiplerinizden düşük fiyat vermeyin, aynı fiyatı verin. Amazon aynı fiyatı veren satıcılar arasında gün içinde buy box dönüşümü yapacaktır.

Tabi ki buy box almayı etkileyen bir çok kriter var. Bunlar aslında genel itibariyle sizin mağazanızın kalitesiyle ilgili. O yüzden sürekli mağazanızın yorum sayısını artırmanız gerekli. Daha fazla yorumunuz olduğunda daha fazla buy box aldığınızı göreceksiniz.

The image shows a screenshot of an Amazon product page for a red umbrella with a fireman theme. The product is titled "Fireman Sam Saving The Day Umbrella" by Fireman Sam. The price is listed as \$12.99 + \$1.00 shipping. The page includes a search bar, navigation links, and a "Buy Box" section. Handwritten orange annotations highlight key elements: "Buy Box Price" points to the price, "Buy Box" points to the "Add to Cart" button, "New & Used" points to the "In Stock" status, and "Other Sellers" points to the "Other Sellers on Amazon" section.

Buy Box Price

Buy Box

New & Used

Other Sellers

Ayrıca rakiplerinizin fiyatlarını da sürekli kontrol etmelisiniz. Eğer onlar fiyat düşmüş ve buy box'ı almışsa siz de o fiyata çekmeniz gerekli. Tabi ki 100 lerce ürününüz olduğunda bu iş zor olacaktır. O yüzden yine yazılımlar kullanabilirsiniz. Bu konuda en iyi yazılım Amazon'un kendi yazılımıdır. Amazon'un otomatik fiyatlandırma özelliğini kullanarak binlerce ürünü aynı anda kontrol edebilirsiniz.

Burada en önemli bir diğer konuda rakiplerinizin stoğunu kontrol etmek. Çünkü buy box sahibi satıcının az ürünü varsa hızlıca satılıp bitecek ve buy box size geçecektir. O yüzden az stoğu olan rakiplerinizden 1-2 dolar daha yüksek fiyat vererek onların stoğu bittiğinde buy box size geçeceği için daha karlı satışlar yapabilirsiniz.

## **10. Adım — Stok kontrolü ve yeniden sipariş vermek**

Ürünler satışa başladığında en önemli konu stok kontrolü ve tekrar sipariş vermek olacaktır. Amazon zaten iyi satan ürünler ile ilgili size ne kadar stok göndermeniz gerektiği konusunda tavsiyeler verecektir. Amazon envanter puanınızın üst seviyede olması için ürünlerin hızlı satılması ve hızlı satılan ürünlerin de stoksuz kalmaması önemlidir.

Amazon ürünlerin sürekli onun deposunda satılmadan beklemesini istemez. O yüzden ürünleriniz hızlı satılırsa sizin puanınızı artırır ve bu sayede envanter limitleri uygulamayacağı için daha fazla ürün gönderebilirsiniz.