

E-ticarette KOBİ'lerin işini kolaylaştıracak 7 ipucu

Toplam girişim sayısının %99.8'ini oluşturan ve Türk ekonomisinin lokomotifini sayılan KOBİ'ler tüm hızıyla dijital dünyaya adapte olmaya devam ediyor. 7/24 kesintisiz hizmet ile global pazarlara da açılma fırsatı sunan e-ticaret, KOBİ'lere artan beklentiler ve ihtiyaçlar karşısında büyük avantajlar sunuyor. 150 yılı aşkın köklü geçmişiyle müşterilerine hizmet veren **Generali Sigorta**, e-ticaret alanında KOBİ'lerin işini kolaylaştıracak ve başarıyı yakalamalarına yol gösterecek 7 ipucu paylaştı.

Generali Türkiye
Zeren Kurt Turan
+90 535 702 44 21
zeren.turan@generali.com.tr

Ajans Dijital Kalem
Özkan Özbey
+90 507 589 19 96
ozbey@ajansdijitalkalem.com

Temel düzeyde bilgi sahibi olun

E-ticaret alanında faaliyetlerde bulunmak veya doğru adımlar atabilmek için, KOBİ yöneticilerinin e-ticaret alanında bilgiye sahip olması önem taşıyor. E-ticaret uzmanları, KOBİ yöneticilerine e-ticaret sitesinin kurulması ve sonraki teknik süreçler, tedarik zincirinin yönetimi, müşteri ilişkileri yönetimi, dijital pazarlama ve satış, ürün tedarigi ve yönetimi gibi birçok konuda temel düzeyde de olsa bilgi sahibi olunmasını önemle öneriyor.

Pazar araştırması yapın

E-ticaret faaliyetlerinde bulunmak isteyen KOBİ'lerin satış yapacakları sektöre veya alanlara hakim olmaları önemli bir artıdır. Pazar araştırması yapmak; pazar payı, rakipler, ürün ve rekabetin niteliği, müşteri memnuniyeti, müşteri beklentileri, satış performansları ve dağıtım kanalları hakkında önemli bilgiler sağlar. Pazar ve müşteri beklentileri konusunda araştırma yapmak ve yol gösterici bilgileri öğrenmek, KOBİ'lere hem mali hem de zaman açısından tasarruf sağlamaktadır.

Pazarlamayı gider kalemi olarak görmeyin

KOBİ'lerin e-ticaret alanında yaptıkları belki de en kritik hataların başında pazarlamayı geri plana itmek gelmektedir. KOBİ'nin ürettiği ürün ya da sunduğu hizmet ne kadar iyi olursa olsun, sektördeki rakip markalar arasında öne çıkmak, doğru hedef kitlelere ulaşmak için



pazarlama kritik önem taşımaktadır. KOBİ'ler e-ticaret özelinde yapılacak pazarlama ve tanıtım çalışmalarını, bir gider kalemi olarak değil gelir kalemi olarak görmeli, mevcut bütçelerinden pazarlama çalışmalarına mutlaka pay ayırmalıdır.

Profesyonel yardım alın

E-ticaret, her ne kadar algısal olarak kolay bir iş gibi görünse de arka planda ciddi bir çaba gerektiriyor. Uzmanlar, e-ticaretin yazılım, pazarlama ve dijital pazarlama, reklam yönetimi ve itibar yönetimi gibi farklı disiplinlerden beslenen büyük bir operasyon olduğunu belirtiyor. Bu noktada KOBİ'lerin e-ticaret alanında karşısına çıkabilecek potansiyel problemlere karşı profesyonel ajanslardan yardım alması büyük önem taşıyor.

Stok yönetimine özen gösterin

KOBİ'lerin e-ticaret faaliyetlerinde bulunurken sık sık stok yönetiminde aksaklıklarla karşı karşıya kaldığı biliniyor. Yanlış stok yönetimi inşa edilen imajın zedelenmesine ve müşteri memnuniyetinin azalmasına neden oluyor. Uzmanlar bu noktada KOBİ'lerin e-ticaret özelinde entegrasyon ve stok yönetim yazılımları kullanması gerektiğini belirtiyor.

Müşteri ilişkilerini merkeze koyun

Günümüzde özellikle dijital alanın da getirdiği olanaklar dolayısıyla KOBİ'ler için e-ticaret alanında müşteri ilişkilerinin yönetimi her zamankinden daha zor durumda. Her memnun müşterinin işletmeye yeni müşteriler kazandırabileceği gibi, memnun olmayan her müşterinin de potansiyel müşterileri kaybettireceği unutulmamalıdır.

Yasal zorunlulukların farkında olun

E-ticaret de tıpkı geleneksel ticaret gibi birtakım vergilerin ve yasal zorunlulukların olduğu bir alan olarak ön plana çıkıyor. KOBİ'lerin e-ticarete başlamadan önce bağlı bulunduğu ticaret odalarından yasal zorunluluklarla ilgili bilgi alması gerekiyor. Bunun yanı sıra global pazarlarda e-ihracat yapan KOBİ'lerin satış yaptığı ülkelerin de mevzuatlarını iyice araştırması gerekiyor. Uzmanlar mevcut yasal



zorunlulukların yerine getirilmediği takdirde KOBİ'lerin ağır cezalara karşı karşıya kalacağını ifade ediyor.

Generali Hakkında:

En büyük global sigorta ve varlık yönetimi sağlayıcılarından biri olan Generali, 1831'de kuruldu. Grup, 2019'da 69,7 milyar Euro'nun üzerinde toplam prim geliri ile dünyanın 50 ülkesinde faaliyet gösteriyor. 61 milyon müşteriye hizmet veren ve yaklaşık 72.000 çalışanı bulunan Grup, Avrupa'da lider konumda yer alırken, Asya ve Latin Amerika'da yükselen bir varlığa sahip. Generali'nin amacı, benzersiz dağıtım ağı sayesinde yenilikçi ve kişiselleştirilmiş çözümler sunarak müşterilerinin ömür boyu ortağı olmak.