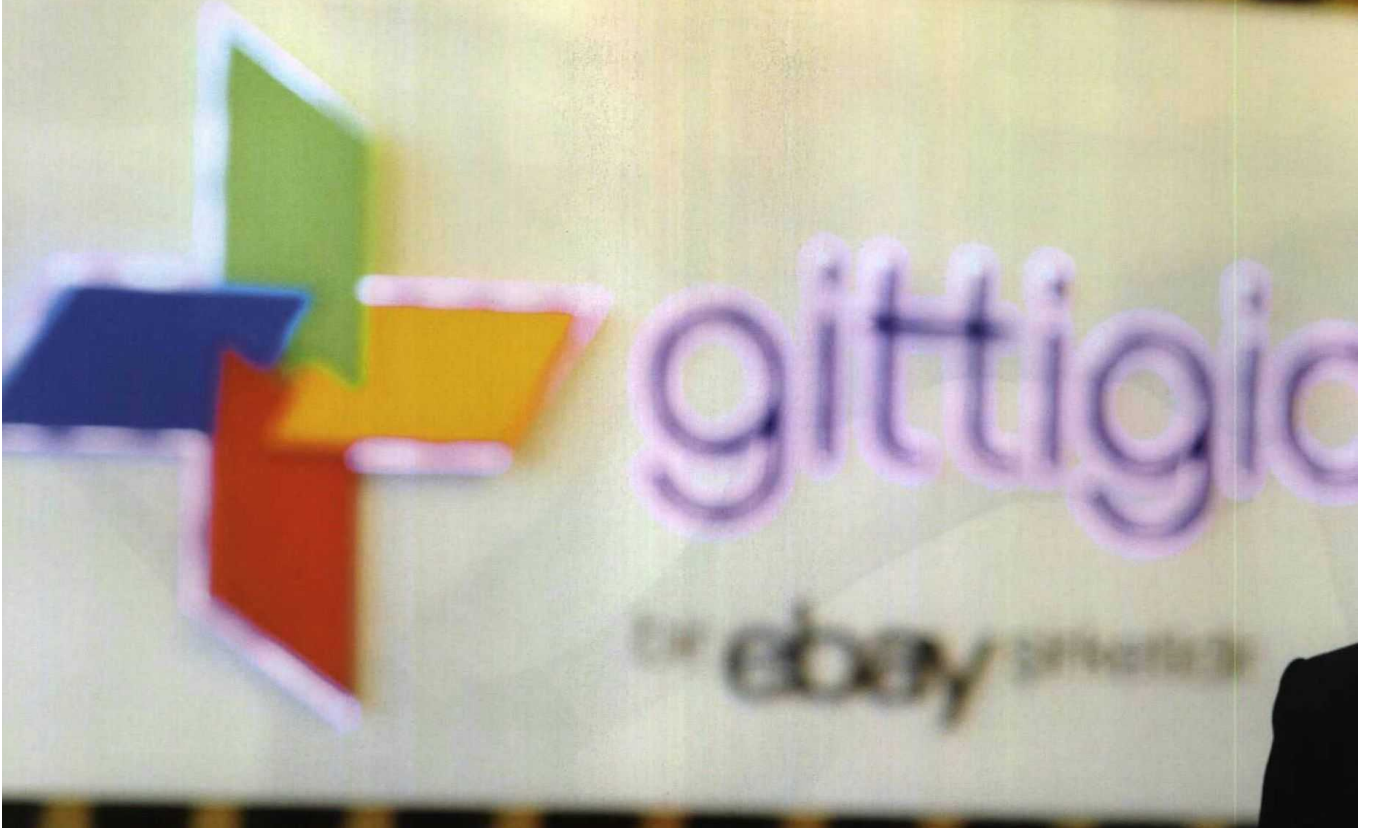


SÖYLEŞİ



'TÜRK ÜRÜNLERİNİ

DÜNYAYLA BULUŞTURAN

BİR KÖPRÜYÜZ'

ÖGET KANTARCI

ÖGET KANTARCI

GİTTİGİDİYOR GENEL MÜDÜRÜ VE EBAY MENA BÖLGE DİREKTÖRÜ



Dünya genelinde, 2016 yılında sınır ötesi ticaret hacmi 400 milyar dolara ulaştı. 2020'de bu rakamın tam 2.5 kat artması öngörülmüyor. Önümüzdeki dönemde, Türkiye'de ekonomi ve e-ticaret sektörü açısından ise en önemli gelişim alanı olarak, e-ihracat öne çıkıyor. 2001'de kurulan, 2011'de ise 192 ülkede 177 milyon aktif alıcıya sahip eBay çatısı altına giren GittiGidiyor da kaliteli ve özgün ürünlerimizle dev pazardan ciddi bir pay almayı bekliyor.

GittiGidiyor Genel Müdürü, eBay MENA Bölge Direktörü ve TOBB E-Ticaret Meclisi Başkanı Öget Kantarcı da e-ihracatı, çok önemli ve büyük bir fırsat olarak görüyor. Önemli bir adımını attıkları projelerini bu yıl büyütme odaklanacaklarını vurgulayan başarılı iş insanı, 2019'da en az 200 Türk markasını eBay üzerinden e-ihracata başlatmayı hedeflediklerini ve merak edilenleri, Business Life aracılığıyla açıklıyor.

'E-TİCARET, ÖNEMLİ BİR EKOSİSTEM'

18 yıl önce Türkiye'yi ilk online pazaryeri sistemiyle tanıştırdınız ve birçok projeyi hayata geçirdiniz. Bunlardan biri de "İlham Veren Satıcı Hikâyeleri". Bu girişiminizle neyi amaçlıyorsunuz?

E-ticaret, işletmeleri dijital dünyaya taşıyarak tüm Türkiye'deki tüketicilerle buluşabilmelerine olanak tanıyan önemli bir ekosistem. Büyük bir heyecan ve cesaretle e-ticarete adım atan KOBİ'lerimizin ve satıcılarımızın, elde ettikleri başarılarla, işini büyütme isteyen herkes için örnek oluşturduklarını düşünüyoruz. 'İlham Veren Satıcı Hikâyeleri' projemizdeki amacımız; dijitalleşmenin önemine dikkat çekerek yaş ve cinsiyetten bağımsız olarak dijitalleşme konusunda adım atanların ve online mağazalarıyla Türkiye'nin dört bir tarafına 7/24 ulaşabilmenin avantajlarını keşfedenlerin hikâyelerini bu konuda harekete geçmek isteyen herkes için örnek olarak sunmak.

'KADIN GİRİŞİMCİLERİMİZE DESTEK VERİYORUZ'

"İlham Veren Satıcı Hikâyeleri" arasında bir röportajınızda 1928 doğumlu Mehmet İrfan Dolun ve Ersin Şenyüz'den bahsetmişsiniz. Bu ilginç örnekleri artırmamız mümkün mü?



SÖYLEŞİ

ÖGET KANTARCI'NIN 2019 AJANDASI

- Öncelikli gündem maddemiz, Türkiye'de e-ticaret sektörünün gelişmesine katkı sunmayı sürdürmek ve potansiyeli kullanarak gelişmiş ülkeler seviyesine ulaşmak.
- KOBİ'leri e-ticaret ekosistemiyle buluşturarak hem onların işlerini büyütmelerini sağlamaya hem de klasik perakendecilerin platformumuzda mağaza açmalarını teşvik edecek çalışmalarımıza devam edeceğiz.
- Son 5 yılda milyonlarca liralık yatırım gerçekleştirdiğimiz teknoloji alanında geliştirmelere ağırlık vereceğiz.
- Büyük veri ve yapay zekâ, hem kullanıcılarımızı daha iyi anlamamızı hem de onlara sunduğumuz hizmeti üst seviyeye taşımamızı sağlayacak sistemler geliştirmemizde çok önemli. Önümüzdeki süreçte de bu alanda yatırım yapmaya devam edeceğiz.
- Ayrıca bir eBay şirketi olarak GittiGidiyor'un Türkiye'de global bir e-ticaret platformu olarak konumlanabilmesi için adımlar atmak da 2019'da öne çıkan planlarımız arasında yer alıyor.

Proje kapsamında daha pek çok güzel örnekle karşılaştık. Örneğin, anne olduktan sonra e-ticaretin sunduğu evden ve esnek çalışma gibi kolaylıklardan faydalanan Elif Çaralan da satıcılarımızdan... Kadın girişimcilerimize destek vererek, onların iş hayatında daha fazla varlık gösterebilmelerini sağlamayı çok önemsiyoruz. Bir başka hikâyemiz de İzmir'den... İzmir'de doğup büyüyen ve genç yaşlardan itibaren esnafılık yapan Alper Özmızrak, 2007'den beri GittiGidiyor'da. Alper Bey'in

hikayesi, bir nevi e-ticaretin KOBİ'lere sunduğu avantajlar açısından son derece önemli. İzmir gibi sıcak bir şehirde kayak malzemeleri satıyor ve bugün Türkiye'nin en fazla outdoor ürünü satan mağazasının sahibi. İzmirli bir firmayı tüm Türkiye'ye ulaştıran e-ticaret, onun büyümesine de ön ayak oluyor.

Gözde Çekiç de yurt dışı seyahati sonucu aklına gelen fikirle çıktığı yolculukta, kedi ve köpek kıyafetlerini milyonlarca hayvanseverle buluşturuyor. İşlerini kısa

da büyütüyor ki artık kendi ürünlerinin üreticisi. Türkiye'nin e-ticaretteki potansiyeli ve ekonomiye sunacağı katkısı ortaya koyması açısından ilham kaynağı benzer öyküler çok heyecan verici.

E-ticaretin KOBİ'lere katkısı nedir?

KOBİ'lerin buldukları sektörlerde verimli büyüebilmeleri ve dijitalleşen dünyaya uyum sağlayabilmeleri için e-ticaret adımı çok önemli. "İlham Veren Satıcı Hikâyeleri" projesinin yanı sıra "Türkiye'de KOBİ'lerin E-Ticarete Yaklaşımları" araştırmasını da gerçekleştirdik. Buna göre; e-ticarete entegre olan KOBİ'lerin %90'ı satışlarını artırıyor. Ortalama artış oranı %30. E-ticaretteki KOBİ'lerin %60'ının online satışa başladıklarında tek-

nolojik yatırım yaptıkları; e-ticarete girerken kendi web sitesini kuranların ortalama 8 bin TL, başka bir platform üzerinden e-ticaret yapanların ise yalnızca 3.500 TL yatırım yaptıkları ortaya çıktı. E-ticaretle uğraşmayan KOBİ'lerin e-ticaret kanalını kullanmayı düşünmesini sağlayacak ilk üç neden ise şöyle: %42 ile daha çok kişiye ulaşmak, %32 ile kârlılığın artması ve %31 ile az maliyetle hızlı kurulum. GittiGidiyor olarak tam da bu noktada hedefimizi, KOBİ'lerimizi e-ticareti nasıl kullanabilecekleri konusunda bilgilendirmek ve elde edebilecekleri faydayı onlara anlatmak olarak belirledik.

'3 BIN KOBİ'Yİ E-TİCARET'LE BULUŞTURDUK' Küçük ve orta ölçekli işletmelerin e-ticarete adım atmaları için ne gibi destekler sunuyorsunuz?

Ülkemizde yeni nesil ticareti yaygınlaştırmak ve e-ticaret sektörünü geliştirmek, en önemli hedeflerimiz arasında. Bu anlamda ekosistemimize, klasik perakendecilerimize ve KOBİ'lerimize büyük avantajlar sağlayan adımlar atıyoruz. Sektörde öncülük olmanın doğal sorumluluğuyla her zaman proaktif davranıyoruz. Hem sektörün hem de Türkiye'nin büyümesi için gerekli olan enerjinin KOBİ'lerde mevcut olduğuna inanıyoruz. KOBİ'ler, dijitalleşen dünyaya uyum sağlayabilmek için e-ticarete entegre olmalı.

Ağustos 2017'de başlattığımız destek programı "Geleceğim E-Ticaret" sayesinde 2017'de 584 KOBİ'yi e-ticaretle buluşturmuştuk. Bu sayı 2018 sonunda 3 bine ulaştı. 2017'de İzmir, Bursa ve Gaziantep'te açtığımız ofislere 2018'de Ankara, Antalya, Samsun ve Erzurum'u ekledik. Böylece 7 bölgemize ulaşmış olduk.

GittiGidiyor ailesi olarak ekosisteminize yeni katılan KOBİ'lere ve mevcut satıcılara hangi hizmetleri götürüyorsunuz?

Eğitim ve gelişim konusunda 360 derece çözüm desteği ve danışmanlık hizmeti veriyor, eğitim programları yapıyoruz. Bilgisayar karşısında uygulamalı atölye çalışmalarını sisteme entegrasyon süreçlerini kolaylaştırıyor, e-ticaret ekosisteminde anlaşılabilir çözümler ortaklarına ücretsiz ya da avantajlı paketler



sunuyoruz. Performans değerlendirme ve gelişim için mentorluğun yanı sıra öncelikli müşteri hizmeti sağlıyoruz.

TÜRKİYE'DE KURULAN İLK ONLINE PAZARYERİ

192 ülkede 177 milyon aktif alıcıya sahip eBay'den güç alıyorsunuz. Bu ekosisteme açıklık getirir misiniz?

GittiGidiyor, Türkiye'de kurulan ilk online pazaryeri olarak 2011'den bu yana küresel e-ticaret devi eBay'in çatısı altında faaliyet gösteriyor. eBay'in global gücüyle ülkemize büyük katkılar sunmayı hedefliyor, Türkiye'deki ürünleri tüm dünyaya buluşturma noktasında öncülük yaparak bir köprü görevi görüyor.

'HEDEFİMİZ, 2019'UN SONUNA DEK 200 TÜRK FİRMASINI DÜNYAYA AÇMAK'

Dünyada e-ticaret sınırları aştı. Peki! Türk marka ve KOBİ'leri bu noktada hangi adımları atmalı?

Geleneksel ihracatın yanına dijital olanın eklenmesi gerekiyor. Günümüzde e-ihracat sayesinde ürünleri internetten dünyanın her yerine ulaştırmak mümkün. Biz de bu potansiyelin farkındalığıyla önemli bir projeyi hayata geçirdik. Türk markaların ürünlerini, güven ve memnuniyet vadeden eBay üzerinden dünyaya açan e-ihracat hamlesini Derimod ile başlattık. Artık eBay aracılığıyla çok geniş bir kitleye ulaşabilme fırsatı yakalanıyor.

Hedefimiz, 2019 yılının sonuna kadar en az 200 Türk firmasının yepyeni pazarlara açılmasını sağlamak. Derimod'un ardından giyim ve ayakkabıdaki küçük hacimle 5 KOBİ'yi daha sisteme dâhil ettik. Listelenen ürün sayısı kısa sürede 10

GİTTİGİDİYOR DÜNYASINDA RAKAMLARIN DİLİ

■ 192 ülkede, 177 milyon aktif alıcısı olan, sisteminde 1.1 milyar listelenmiş ürün bulunan eBay, e-ticaretin küresel liderleri arasında.

■ GittiGidiyor olarak 18 yıldır kullanıcılarımıza başarıyla hizmet vererek ülkemizde e-ticaretin gelişmesine katkı sunmaktan dolayı mutluluk duyuyoruz.

■ 50'den fazla kategoride 15 milyondan fazla ürün çeşitliliğine sahibiz. Çocuğunuz için her yerde arayıp bulamadığınız oyuncakçı, eve alacağınız ortalama klima modelini, nostaljik ürünleri ve teknolojik cihazları da bulabileceğiniz bir platformuz.

■ Bebek arabasından komediye kadar 35 kategoride 60 bin ürünü, "tematik/kolay ürün filtreleme" yöntemiyle sunuyoruz. Böylece satın alma oranının %20 civarında arttığını gözlemliyoruz.

SÖYLEŞİ

bine ulaştı. Bu rakamın 2019'da çok daha artmasını bekliyoruz. Şimdiye de en çok ABD ve Almanya'ya satış yapıldı. Bu ülkeleri İngiltere, Rusya ve İrlanda izliyor.

Büyük veri adaptasyonu konusunda Türkiye'de öncüler arasındasınız. Platformunuz dahilinde yaklaşık 100 terabayttan fazla veri mevcut. Bundan hangi faydalı çıkarımları elde ediyorsunuz?

Büyük veriden en üst seviyede faydalanmak, tüm sektörlerde iş süreçlerini olumlu anlamda dönüştürüyor. Doğası gereği dijital olan e-ticaret gibi bir sektörde ise olmazsa olmaz. Bu potansiyeli yeterince iyi kullanamazsanız, uzun vadede ayakta kalmanız giderek zorlaşır. Yaptığımız araştırmalar, tüketicilerin artık kişiselleştirilmiş hizmet, kendini daha önemli ve özel hissettirecek bir deneyim sunulmasını beklediğini gösteriyor. Biz de GittiGidiyor olarak doğru ürünü, doğru fiyata, doğru kullanıcıyla buluşturmak için platformumuzun altyapısını sürekli olarak daha iyi hale getirmek için durmadan çalışıyoruz.

'KEYİFLİ VE KOLAY ALIŞVERİŞ İÇİN TEMATİK FİLTRELEME'

Her geçen gün büyük bir değişim yaşıyoruz. E-ticaret gibi teknolojiyle bütünleşmiş bir sektörde kullanıcıya yönelik söylemlerinizi de dönüştürüyor mu?

Alışveriş deneyimini çok daha keyifli ve kolay hale getirecek çözümlere odaklanıyoruz. Bu bağlamda, arzu edilen hizmeti sunabilmek ve bu deneyimi her daim daha ileriye taşıyabilmek için klasik veri ambarı ile büyük veri teknolojilerini birlikte kullanıyoruz. 100 terabayttan fazla veriden çok faydalı çıkarımlar elde ediyoruz. Böylece talepleri en doğru ve hızlı şekilde anlıyoruz. Bunun için çeşitli algoritmalarla hayatı kolaylaştıran tematik/kolay ürün filtreleme özelliğini de hayata geçirdik.

E-ticarete klasik perakendede olduğu gibi birebir, sizi dinleyen bir insandan hizmet almıyorsunuz. Peki! Kullanıcıların taleplerini nasıl daha hızlı ve verimli

bir şekilde karşıyorsunuz?

Hem arama çubuğuna yazılan her kelimeyi anlayarak hem de geliştirdiğimiz "tematik/kolay ürün filtreleme" yöntemi kullanarak onlara dijital satış danışmanı gibi yaklaşıyoruz. Örneğin, "kuaför tipi saç kurutma makinesi" gibi karmaşık bir anahtar kelime yazıldığında 25 ürün listelenirken, Mayıs 2018'de getirdiğimiz "tematik/kolay ürün filtreleme" özelliğiyle sorularımız üzerinden ilerleyerek filtreleme yapış bugün 361 farklı ürüne ulaşılabilir. Bu özelliğin tüketiciler tarafından sevilmesinin nedeni, bilgisayar ve mobil cihaz başında saatler harcamadan milyonlarca ürün arasında en doğru ürünlerin kolayca bulunabilmesi. En kısa sürede bu sistemi tüm ürün envanterinde hayata geçireceğiz.

'KLASİK PERAKENDEYİ E-TİCARETE TAŞIYORUZ'

Birçok e-ticaret sitesinin GittiGidiyor üzerinde mağaza açmasını sağlıyor ve büyümelerine katkı sunuyorsunuz. Dünyaca ünlü markaların da yer aldığı bu etkin adınızdandan bahsedebilir misiniz?

TÜBİSAD'ın raporu, 2012 yılında %1.7 olan e-ticaretin perakendedeki payının %4.1'e yükseldiğini ortaya koyuyor. 2018 rakamları açıklandığında ise bu payın yüzde 5'lere ulaşmasını bekliyoruz. Gelişmiş ülkelerde e-ticaretin oranı %9.8'lerde seyrediyor. Henüz gidecek çok yolumuz var. E-ticaretin gelişip büyümesi ve markaların dijitalleşen dünyada varlığını güçlü bir şekilde sürdürebilmesi için klasik perakendeyle sağlam bir birliktelik kurmalıyız.

E-ticarete dâhil olunmasının önemini biliyor ve işlerin e-ticarete taşınabilmesi için çalışmalar yapıyoruz. Sektörün ilerlemesi için her adımı destekliyoruz. 2018'de GittiGidiyor'da mağaza açanlar arasında Koton, English Home, Praktiker, Adidas, Mavi ve Süttaş Market gibi sektörün önde gelen markaları yer alıyor. Bu işbirliklerini 2019'da da sürdüreceğiz.

'DİJİTAL DÖNÜŞÜMDE YOKSANIZ KISA SÜREDE ETKİSİZ KALIRSINIZ'

Dijitalleşme, tüm dünyada son derece hızlı gerçekleşiyor. Bu iv-



meye nasıl ayak uyduruyorsunuz?

Gelişmek ve sektöründe öne çıkmak isteyen tüm şirketler, dijitalleşmeyi iş modellerine entegre etmeli. Sanayi 4.0'ın "olmazsa olmaz" hale geldiği ve dijital dönüşümde kendini var edemeyen kurumların kısa sürede etkilerini yitirdiği bir dönemdedir. Tüketiciciye ihtiyaç duyduğu hizmeti sunabilmek için teknolojiye olan gelişmeleri takip etmek, yapay zekâ ve büyük verinin getirdiği avantajları en verimli biçimde kullanabilmek gerekli.

Türkiye'nin öncü e-ticaret platformusunuz. Peki! "Dijital kavramı, GittiGidiyor'un DNA'sında var" diyebilir miyiz?

Türkiye'nin en köklü teknoloji odaklı şirketleri arasındayız. E-ticaret çevik bir iş. Tüketiciciye vadettiği en önemli avantajların hız ve kolaylık olduğu böylesine



ÖGET KANTARCI

ler neler ve hangi metrikleri takip ediyorsunuz?

Dijital pazarlama trendleri müthiş bir dönüşüm geçiriyor. E-ticarette sağlıklı bir büyüme ve sürdürülebilir başarı için deneyimleri mükemmelleştirmenin kritik olduğu yadsınamaz. Dolayısıyla performans metriklerinin pazarlama uzmanlarının hayatında öncelikli bir yer edinmesi bu değişimin fitilini ateşledi. Marka bilinirliğini artırmak ve marka imajını güçlendirmek gibi hedeflerine yenileri de eklendi. Aktif kullanıcı sayısı, kullanıcı memnuniyet skorları, tavsiye skorları, yeni kazanılan kullanıcı sayısı ve sadık kullanıcı sayısı gibi metrikleri ciddiyle takip ediyoruz. Bu metrikler özelinde yeni hedefler belirliyor; pazarlama stratejilerimizi de bu hedefler doğrultusunda geliştiriyoruz. Önümüzdeki dönemde de dijital pazarlamanın odak noktası, tüketiciyi daha iyi anlamaya yarayacak ölçümleme sistemleri olacak

'İNDİRİLEN MOBİL UYGULAMA SAYISI 8 MİLYONA ULAŞTI'

Günümüzde mobil uygulamaların önemi artıyor. GittiGidiyor'da 2018'de bu yolla yapılan alışverişin hacminin boyutu ne kadar?

2018'de mobil kullanıcı sayısı 5.06 milyar. Bu oran, dünya nüfusunun %66'sına denk geliyor. Dijital ve sosyal medya pazarlama stratejileri de mobile yöneliyor. Tüketiciler bu şekilde alışveriş yapmayı daha fazla tercih eder hale geliyor, rahatlık ve kolaylık bekliyor. 2017'de mobil satış hacmimiz 2016'ya kıyasla %100 artarken, Aralık 2017 itibarıyla mobilin toplam payı %45 oldu. 2018'in ilk 6 ayında mobil cihazlar üzerinden yapılan alışveriş, 2017'nin aynı dönemine göre %57 arttı. Aralık 2017 itibarıyla mobil uygulama indirilme sayısı yaklaşık 6.5 milyon iken, 2018'in ilk 6 ayında 8 milyona ulaştı. Platformumuzun trafiğinde mobilin oranı %75.

GÜVENLİ BİR ALIŞVERİŞ, "SIFIR RISK SİSTEMİ"NDEN GEÇER!

Alıcı ve satıcıları koruyan Sıfır Risk Sistemi'nin içeriği hususunda GittiGidiyor kullanıcılarını aydınlatır mısınız?

"Sıfır Risk Sistemi" Türkiye'de alanında ilk ve en güvenilir alışveriş sistemi. Bu sayede, alıcıya, ürün bedelinin o onayladıktan sonra satıcıya aktarılması avantajını sunuyoruz.

iddialı bir sektörde dijital dönüşümü odak noktasına koymayan ve gelişmelere ayak uyduramayan şirketlerin varlığını sürdürebilmesi mümkün değil.

'KULLANICILARIMIZLA BİRLİKTE GELİŞTİK VE BÜYÜDÜK'

E-ticaret gibi teknolojinin birebir etkilediği sektörde de insanların duygularına hitap etmek gerekiyor. Bunu başarmak için neler yapıyorsunuz?

GittiGidiyor, e-ticaret sektörünün köklü bir markası olarak güven veriyor. Kullanıcılarımızın internette alışveriş yaptıkları ilk dönemde yanlarında biz vardık. Geçen onca yılda "Birlikte geliştik ve büyüdük" dersek yanlış olmaz. Dolayısıyla onlarla kurduğumuz bağ zaten çok güçlü. Teknolojiyi mutlu etmek için kullanıyoruz. Hem duygulara hem ihtiyaçlara hitap ediyoruz.

Mutluluğun içeride başlayacağı bilinciyle bu duygusal baği önce çalışanlarımızla kurmaya gösteriyoruz. Kişiselleştirilmiş kampanya ve uygulamalarla insanların işlerini kolaylaştırıyor, özel olduklarını hissetmelerini sağlıyoruz.

"Duygu salınımı" projesizle ürünlerle ilgili yorumları yayımladığınız akıllı sıralamanın sacayakları ve kıstası nedir?

"Beğendim", "Beğenmedim" veya "Çok memnun kaldım" gibi ayrıntı içermeyen yorumlar yerine, ürün özelliklerine ve kullanımına yönelik net bilgileri kullanıcılar daha çok talep ediyor, bunlar satın alma kararında çok daha etkili oluyor. Biz de bunları algoritmalar sayesinde üst sıralara taşıyoruz. Böylece tüketiciye rehberlik etmiş oluyoruz.

Büyümenizi devam ettirebilmek için dijital pazarlama alanında baz aldığınız kriter-