

**T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**



**E-TİCARET ŞİRKETLERİNİN SOSYAL MEDYA
KULLANIMLARINI ANALİZ**

ETMEYE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Hatice Ela AYAZ

Yüksek Lisans Tezi

TEKNOLOJİ VE BİLGİ YÖNETİMİ ANABİLİM DALI

Teknoloji Ve Bilgi Yönetimi Programı

MAYIS 2022

**T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

TEKNOLOJİ VE BİLGİ YÖNETİMİ ANA BİLİM DALI

Yüksek Lisans Tezi

**E-TİCARET ŞİRKETLERİNİN SOSYAL MEDYA
KULLANIMLARINI ANALİZ ETMEYE YÖNELİK BİR
ARAŞTIRMA**

**Tez Yazarı
Hatice Ela AYAZ**

**Danışman
Doç. Dr. Cem AYDEN**

**MAYIS 2022
ELAZIĞ**

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEKNOLOJİ VE BİLGİ YÖNETİMİ ANA BİLİM DALI

Yüksek Lisans Tezi

Başlığı:	E-TİCARET ŞİRKETLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIMLARINI ANALİZ ETMEYE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA
Yazarı:	Hatice Ela AYAZ
Tez Öneri Tarihi:	12.04.2021
Savunma Tarihi:	

TEZ ONAYI

Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü tez yazım kurallarına göre hazırlanan bu tez aşağıda imzaları bulunan jüri üyeleri tarafından değerlendirilmiş ve akademik dinleyicilere açık yapılan savunma sonucunda OYBİRLİĞİ/OYÇOKLUĞU ile kabul edilmiştir.

İmza

Danışman:	Doç. Dr. Cem AYDEN Fırat Üniversitesi İnsani ve Teknoloji Fakültesi
Başkan:	Prof. Dr. Fırat Üniversitesi İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi
Üye:	Prof. Dr. Fırat Üniversitesi İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi
Üye:	Prof. Dr. Fırat Üniversitesi İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi
Üye:	Prof. Dr. Fırat Üniversitesi İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi

Bu tez, Enstitü Yönetim Kurulunun/...../20..... tarihli toplantısında tescillenmiştir.

Pro. Dr. Murat SUNKAR
Enstitü Müdürü

BEYAN

Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım “E-Ticaret Şirketlerinin Sosyal Medya Kullanımlarını Analiz Etmeye Yönelik Bir Araştırma” Başlıklı Yüksek Lisans Tez’imin içindeki bütün bilgilerin doğru olduğunu, bilgilerin üretilmesi ve sunulmasında bilimsel etik kurallarına uygun davrandığımı, kullandığım bütün kaynakları atıf yaparak belirttiğimi, maddi ve manevi desteği olan tüm kurum/kuruluş ve kişileri belirttiğimi, burada sunduğum veri ve bilgileri unvan almak amacıyla daha önce hiçbir şekilde kullanmadığımı beyan ederim.

29.05.2022

Hatice Ela AYAZ



ÖN SÖZ

Tez ilgili çalışmalarım süresince tecrübe ve bilgi birikimini en üst seviyede benimle paylaşan Değerli Danışman Hocam Doç.Dr. Cem AYDEN çok teşekkür eder, saygılarımı sunarım.

Tez çalışmam boyunca her zaman yanımda olan desteğini esirgemeyen arkadaşım Zülküf NARLIKAYA'ya, ve Gözde ÖZMEN'e; Sayın Kurum Müdürüm Mutlu KORKMAZ'a, Sayın Müdürüm Sinan AYDIN'a ve Sayın Müdürüm Nihat KIZILTAŞ'a teşekkür ederim.

Saygılarımla;

Hatice Ela AYAZ

ELAZIĞ 2022



İÇİNDEKİLER

BEYAN.....	I
ÖN SÖZ.....	II
İÇİNDEKİLER	III
ÖZET.....	VI
ABSTRACT	VII
TABLOLAR LİSTESİ.....	VII
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	X
EKLER LİSTESİ	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.I
1. GİRİŞ	1
1.1.Literatür Özeti	1
2. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ	3
2.1.Araştırmanın Amacı	3
2.2.Araştırma Soruları	3
2.3.Araştırma Sınırlılıkları ve Varsayımları.....	3
2.4.Araştırma Evren ve Örneklemi	3
2.5.Veri Toplama Tekniği.....	4
2.6.Veri Analiz Tekniği.....	4
3. SOSYAL MEDYANIN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	5
3.1.İnternet ve Gelişimi.....	5
3.2.İletişimin Yeni Çağı	6
3.3.Sosyal Medya Nedir?	7
3.4.Sosyal Medya Tarihi	8
3.5.Sosyal Medyanın Medya Boyutu	9
3.6.Sosyal Medya Kanalları	9
3.6.1. Sosyal Topluluklar.....	10
3.6.2. Sosyal Yayıncılık.....	10
3.6.3. Sosyal Alışveriş	10
3.6.4. Sosyal Eğlence.....	11
3.7.Dünyada İnternet, Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri 2021	11
3.7.1. Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri 2021.....	11
3.7.2. Dünya İnternet Kullanım İstatistikleri	12
3.7.3. Dünyada En Çok Ziyaret Edilen Siteler	13
3.7.4. İnternet Kullanım Nedenleri	13
3.7.5. Dünya Sosyal Medya İstatistikleri.....	14
3.7.6. Mobil Kullanıcı İstatistikleri.....	16
3.7.7. E-Ticaret İstatistikleri	16

3.8.Dünyada En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları	19
3.8.1. Facebook İstatistikleri.....	19
3.8.2. Instagram Kullanıcı İstatistikleri	19
3.8.3. LinkedIn Kullanıcı İstatistikleri.....	19
3.8.4. Twitter Kullanıcı İstatistikleri.....	19
3.8.5. YouTube Kullanıcı İstatistikleri	20
3.9.Türkiye İnternet, Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri 2021	20
3.9.1. Türkiye İnternet Kullanım İstatistikleri	20
3.9.2. Türkiye Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri.....	21
3.9.3. Türkiye E-Ticaret Kullanım İstatistikleri	22
3.9.4. Türkiye Dijital Pazarlama İstatistikleri.....	23
3.10. Türkiye’de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları	23
3.10.1. YouTube Kullanıcı İstatistikleri	23
3.10.2. Instagram Kullanıcı İstatistikleri	23
3.10.3. Facebook Kullanıcı İstatistikleri.....	23
3.10.4. Twitter Kullanıcı İstatistikleri.....	24
4. SOSYAL MEDYA TÜRLERİ	25
4.1.İlk Sosyal Ağlar.....	25
4.1.1. LinkedIn (2003).	25
4.1.2. Facebook (2004).	25
4.1.3. Reddit (2005).	25
4.1.4. YouTube (2005).....	26
4.1.5. Twitter (2006).	26
4.1.6. Foursquare (2009).	26
4.1.7. Instagram (2010).	26
4.1.8. Pinterest (2010).	26
4.1.9. TikTok(2016).....	27
5. E- TİCARET	28
5.1.E- Ticaretin Tanımı ve Tarihsel Gelişimi	28
5.2.E- Ticaretin Kapsamı	30
5.3.E- Ticaret Araçları	31
5.4.E-Ticaretin Avantajları ve Dezavantajları	33
5.5.Elektronik Ticaretin Tarafları	36
5.5.1. İşletmeden İşletmeye E-Ticaret	36
5.5.2. İşletmeden Tüketicie E-Ticaret (Business to Customer, B2C).	36
5.5.3. Tüketiciden Tüketicie E-Ticaret (Customer to Customer, C2C).	37
5.5.4. İşletmeden Kamuya (Business to Government, B2G).	37

5.6. Geleneksel Ticaret İle E- Ticaret Arasındaki Farklar	37
5.7. Elektronik Ticarete Ödeme Yöntemleri.....	38
5.7.1. Kredi Kartı.....	38
5.7.2. Elektronik Para	39
5.7.3. Bankamatikler.....	39
5.7.4. Elektronik çek.....	39
5.7.5. Havale ve EFT (Elektronik Fon Transferi).....	40
5.7.6. Kapıda Ödeme	40
5.7.7. PayPal	40
5.7.8. Mobil Ödeme	40
5.8. E- Ticaretin Ekonomik Faaliyetlerdeki Yeri.....	41
6. BULGULAR.....	43
7. SONUÇ.....	67
KAYNAKLAR.....	70
EKLER.....	76
ÖZ GEÇMİŞ	

ÖZET

E-TİCARET ŞİRKETLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIMLARINI ANALİZ ETMEYE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Hatice Ela AYAZ

Yüksek Lisans Tezi

FIRAT ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimleri Enstitüsü

TEKNOLOJİ VE BİLGİ YÖNETİMİ ANA BİLİM DALI

Teknoloji ve Bilgi Yönetimi Programı

Mayıs 2022, Sayfa: XI + 129

Günümüzde iletişim teknolojilerinin hızlı gelişimi ve internetin yaygın kullanımı ile sosyal medya en etkili iletişim araçlarından biri haline gelmiştir. Eğlenceden alışverişe, haberleşmeden büyük topluluklara hızlı şekilde erişim gibi imkânlar sunması ve birçok eylemi ücretsiz gerçekleştirmesi sosyal medya gelişimine önemli bir katkı sağlamıştır.

Gerçekleştirdiğimiz yüksek lisans çalışmasının temel amacı yüksek ciro rakamlarına sahip e-ticaret sitelerinin sosyal medya kullanımlarının nasıl şekillendiğini araştırmaktır. Bu doğrultuda Türkiye’de faaliyet gösteren ve yüksek ciroya sahip 20 şirketin sosyal medya paylaşımları incelenmiştir. İnceleme konusu veriler şirketlerin belirlenen iki ay boyunca Twitter sosyal medya hesabında yaptıkları tüm paylaşımlar kayıt altına alınmış ve belirlenmiş olan kriterler doğrultusunda analize tabi tutulmuştur. Araştırma bulguları incelendiğinde şirketlerin sosyal medyayı genel olarak tutundurma faaliyetleri kapsamında kullandığı, şirketlerin genel olarak bir paylaşım periyodu olmadığı ve paylaşım sıklığının şirket cirosu ile orantılı olduğu gibi sonuçlara ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: E- Ticaret, Sosyal Medya, İçerik Analizi, Sosyal Medya Paylaşımı, İletişim

ABSTRACT

A Study to Analyze Social Media Usage of E-Commerce Companies

Hatice Ela AYAZ

Master's Thesis

FIRAT UNIVERSITY

Institute of Social Sciences

DEPARTMENT OF TECHNOLOGY AND KNOWLEDGE MANAGEMENT

TECHNOLOGY AND KNOWLEDGE MANAGEMENT Program

Marc 2022, Page: XI+129

Today, with the rapid development of communication technologies and the widespread use of the internet, social media has become one of the most effective communication tools. It has made a significant contribution to the development of social media, from entertainment to shopping, from communication to fast access to large communities, and to carry out many actions free of charge.

The main purpose of our graduate study is to investigate how social media usage of e-commerce sites with high turnover figures is shaped. In this direction, the social media shares of 20 companies operating in Turkey with high turnover were examined. The data subject to review was recorded and analyzed in line with the determined criteria, with all the shares made by the companies on their Twitter social media accounts during the two specified months. When the research findings are examined, it is concluded that companies generally use social media within the scope of their promotion activities, that companies do not generally have a sharing period and that the frequency of sharing is proportional to the company's turnover.

Keywords: E-Commerce, Social Media, Content Analysis, Social Media Sharing, Communication

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. E- Ticaret Araçları ve Amaçları	32
Tablo 2. Geleneksel Ticaret ile E-Ticaret Arasındaki Farklar	38
Tablo 3. Cirolarına Göre Türkiye İnternet Ekosisteminin En Büyük 100 Şirketi	43
Tablo 4. Belirtilen 20 şirketin 3 aylık (ekim,kasım,aralık). paylaşımlarının günlere göre dağılımı	47
Tablo 5. Belirtilen 20 şirketin 3 aylık (ekim,kasım,aralık). paylaşımlarının günlere göre dağılımı	48
Tablo 6. Belirtilen 20 şirketin 3 aylık paylaşımlarının günlere göre dağılımı).	49
Tablo 7. E- Ticaret Şirketlerinin Sunmuş Oldukları Özellikler	50
Tablo 8. Paylaşımların Aylara Göre Dağılımı	51
Tablo 9. Paylaşımların 3 Aylık Toplam Sayısı.....	52
Tablo 10. Yemek Sepeti Aylık Paylaşım Periyodu	52
Tablo 11. TatilSepeti Aylık Paylaşım Periyodu	53
Tablo 12. Getir Aylık Paylaşım Periyodu	53
Tablo 13. BiletAll Aylık Paylaşım Periyodu.....	53
Tablo 14. Hepsiburada Aylık Paylaşım Periyodu.....	54
Tablo 15. İkinciYeni Aylık Paylaşım Periyodu.....	54
Tablo 16. Getir Aylık Paylaşım Periyodu	54
Tablo 17. EBebek Aylık Paylaşım Periyodu	54
Tablo 18. GittiGidiyor Aylık Paylaşım Periyodu	55
Tablo 19. Trendyol Aylık Paylaşım Periyodu	55
Tablo 20. UcuzaBilet Aylık Paylaşım Periyodu.....	55
Tablo 21. OdaMax Aylık Paylaşım Periyodu.....	55
Tablo 22. N11.com Aylık Paylaşım Periyodu	56
Tablo 23. Eptt Aylık Paylaşım Periyodu	56
Tablo 24. Sahibinden.com Aylık Paylaşım Periyodu	56
Tablo 25. Sigortam.net Aylık Paylaşım Periyodu	56
Tablo 26. Modanisa Aylık Paylaşım Periyodu	57
Tablo 27. ÇiçekSepeti Aylık Paylaşım Periyodu	57
Tablo 28. OtelZ Aylık Paylaşım Periyodu	57
Tablo 29. Gardrops Aylık Paylaşım Periyodu.....	57
Tablo 30. Belirlenin Şirketlerin Milli Gün ve Bayramlardaki Paylaşım Durumları.....	58
Tablo 31. Belirlenen şirketlerin Yılbaşı içerikli Paylaşım Yapma Durumları	59
Tablo 32. Trendyol Frekans ve Yüzde Analizi.....	60
Tablo 33. Hepsiburada Frekans ve Yüzde Analizi	60
Tablo 34. N11.com Frekans ve Yüzde Analizi.....	60
Tablo 35. GittiGidiyor Frekans ve Yüzde Analizi.....	61
Tablo 36. YemekSepeti Frekans ve Yüzde Analizi	61
Tablo 37. EBebek Frekans ve Yüzde Analizi.....	61
Tablo 38. Eptt Frekans ve Yüzde Analizi.....	62
Tablo 39. Sahibinden.com Frekans ve Yüzde Analizi	62
Tablo 40. Modanisa Frekans ve Yüzde Analizi.....	62
Tablo 41. Getir Frekans ve Yüzde Analizi	63
Tablo 42. Sigortam.Net Frekans ve Yüzde Analizi	63
Tablo 43. İkinciYeni Frekans ve Yüzde Analizi	63
Tablo 44. ÇiçekSepeti Frekans ve Yüzde Analizi	64
Tablo 45. BiletAll Frekans ve Yüzde Analizi	64
Tablo 46. İsteGelsin Frekans ve Yüzde Analizi	64

Tablo 47. TatilSepeti Frekans ve Yüzde Analizi.....	64
Tablo 48. UcuzaBilet Frekans ve Yüzde Analizi	65
Tablo 49. OtelZ Frekans ve Yüzde Analizi	65
Tablo 50. OdaMax Frekans ve Yüzde Analizi	65
Tablo 51. Gardrops Frekans ve Yüzde Analizi	66



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.	We Are Social 2021 Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri – Genel Tablo	12
Şekil 2.	We Are Social 2021 Dünya İnternet Kullanım İstatistikleri.....	12
Şekil 3.	We Are Social 2021 – Dünya İnternet Kullanım İstatistikleri – Web Site İçerik Dilleri Dağılımı	13
Şekil 4.	We Are Social 2021 – Dünya İnternet Kullanım İstatistikleri – İnternet Kullanım Nedenleri	13
Şekil 5.	We Are Social 2021 Dünya Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri – Genel Tablo.....	14
Şekil 6.	We Are Social 2021 Dünya Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri – Yıllara Göre Sosyal Medya Kullanıcı Sayısı	14
Şekil 7.	We Are Social 2021 Dünya Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri – En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları	15
Şekil 8.	We Are Social 2021 Dünya Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri – Sosyal Medya Kullanım Amaçları	15
Şekil 9.	We Are Social 2021 Dünya Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri – Sosyal Medya Marka Aramalarının Yaş Dağılımı	16
Şekil 10.	We Are Social 2021 Dünya Mobil Kullanım İstatistikleri – Genel Tablo.....	16
Şekil 11.	We Are Social 2021 Dünya E Ticaret İstatistikleri – Online Alışveriş Eğilimleri	17
Şekil 12.	We Are Social 2021 Dünya E Ticaret İstatistikleri – İçerik Bazlı E-Ticaret Harcamaları	17
Şekil 13.	We Are Social 2021 Dünya Dijital Pazarlama İstatistikleri – Tüketici Davranışları İstatistikleri	18
Şekil 14.	We Are Social 2021 Dünya Dijital Pazarlama İstatistikleri – Online Ürün Arama İstatistikleri -Dünyada kategorilere göre en çok Dijital Reklam Harcamalarına bakıldığında toplam dijital reklam harcaması 355,6 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu harcamaların kategori bazlı dağılımı ise;.....	18
Şekil 15.	We Are Social 2021 Dünya Dijital Pazarlama İstatistikleri – Dijital Reklam Harcama İstatistikleri	19
Şekil 16.	We Are Social 2021 Türkiye İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri – Genel Tablo	21
Şekil 17.	We Are Social 2021 Türkiye Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri – Genel Tablo....	21
Şekil 18.	We Are Social 2021 Türkiye E Ticaret İstatistikleri – Online Alışveriş Eğilimleri	22
Şekil 19.	We Are Social 2021 Türkiye E Ticaret İstatistikleri – Dayanıklı Ürün Harcamaları..	22
Şekil 20.	We Are Social 2021 Türkiye Dijital Pazarlama İstatistikleri – Dijital Reklam Harcamalar.....	23

EKLER LİSTESİ

Ek-1: Ciolarına göre belirlenen 20 şirketin 3 aylık sosyal medya paylaşımları	76
--	----



1. GİRİŞ

Küreselleşme ve iletişim araçlarının gelişimi ile birlikte ekonomideki sınırlar değişikliğe uğramıştır. Dijitalleşme sürecinde en büyük rolü oynayan internet teknolojilerinin aktif olarak kullanılmaya başlanması ticaret usullerinde önemli değişimleri beraberinde getirmiştir. Web öncesi internet daha çok mesaja dayalı iletişim, dosya transferi ve uzaktan işletim için kullanılırken günümüzde internetin kullanım alanları öngörülemez bir hızla artmakta ve gelişmektedir (Ayden ve Demir, 2011) İnternet teknolojisi bir bilgi iletim aracının olması durumunu aşarak, güç sahibi bir dağıtım aracı ve ticaret unsuru haline gelmiştir.

E- ticaret; söz konusu muhatap iki tarafın fiziksel bağlantı kurmaya ihtiyaç duymadan ve doğrudan olmayan, tarafların dijital olarak iletişim kurmak suretiyle her türlü iş etkinliği gerçekleştirilmesi olarak açıklanabilir. Elektronik ticaretin kullanılıyor olması ürün ve hizmetlerin satış yöntemlerini değiştirmiştir. Tüm bunlara ek olarak satıcılar ve müşteriler arasındaki iletişimde çift yönlü olarak etkilenmiştir. Elektronik ticaretin varlığı ile birlikte pazar sınırlarının ortadan kalkması her türlü büyüklükte sermayeye sahip firmanın bu mecrada yer almasına olanak sağlamıştır. Elektronik ticaret işlemleri maliyetlerin azalması konusunda önemli bir rol oynamıştır. Hizmet, üretim, dağıtım ve birçok sektörde faaliyet gösteren işletme, dijital ortamlarda tanıtım ve reklam yapma amaçlı sayfalar oluşturmakta ve genellikle internet odaklı markalar yaratmaktadır.

İnternetin insan yaşamında her alana dâhil olması ve sosyal medya uygulamalarının varlığıyla birlikte yeni ekonomik düzende şirketlerin hem web ortamlarında hem de sosyal medya mecralarında olma durumlarını etkilemiştir. İnsanlar arası iletişimin artırılması amaçlı kurulmuş olan sosyal medya platformları amacını aşarak çift yönlü bir pazarlama aracına dönüşmüştür. Sosyal medya kanallarının bu özelliği sayesinde kullanıcılar potansiyel bir tüketiciye dönüşerek arama motorlarını ürün veya marka aramak, ulaşmak için kullanmaya başlamıştır.

Sosyal medya platformları pazarlama aracı olarak ciddi bir etkinliğe sahip olarak birden fazla fonksiyonu üstlenmiştir. Söz konusu iletişim kanalları kişiler arasındaki ilişkiyi pekiştirerek sınırsız ve online bir iletişim ortamı oluşturmuştur (Pempek, 2009). Tüketici kitlesi ürün ve hizmetler ile ilgili olarak, kullanıcı deneyimlerini, şikâyet ve memnuniyet durumlarını sosyal medya sayesinde hem işletmeye hem de diğer kullanıcılara rahatlıkla aktarmaktadır. Giderek gelişen ekonomik gelişmeler sonucunda internet teknolojileri şirketlerin vazgeçilmez bir reklam ve pazarlama unsuru haline gelmiştir.

Yapılan bu çalışmada İnternetin gelişim sürecinden başlanarak sosyal medya tarihine, çeşitli sosyal medya kanallarına değinilmiştir. Ülkemizde ve dünyamızdaki kullanım oranlarına yer verilerek E- Ticaret kavramı özetlenmiştir. Daha Sonra cirolarına göre belirlenmiş olan 20 şirketin Sosyal paylaşım sitesi olan Twitter üzerinden yapmış oldukları paylaşımlar üzerinden analizler yapılmıştır.

1.1. Literatür Özeti

Mehmet Marangoz, Burak Yeşildağ ve Işıl Arıkan Saltık'ın yapmış oldukları; E-Ticaret İşletmelerinin Web ve Sosyal Ağ Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi adlı çalışmada kısaca "Ticaret" kavramını açıklamış, web site ve sosyal medya kavramlarından bahsetmişlerdir. 2010 yılına ait cirosu en yüksek 10 şirket üzerine bir araştırma gerçekleştirmiş olup araştırma sonucunda; Ülkemizde sosyal medya kullanım oranının yüksek olduğunu, bu ağlar üzerinden iletişim

imkânlarını değerlendirebilmek için firmalara büyük fırsatlar sunulduğu, araştırmaya dâhil edilen firmaların birçoğunun en yaygın her iki sosyal medya sitesinde de yer aldığı ve bu siteler üzerinden müşterileri ile ilgili tek veya iki yönlü iletişim kanalı oluşturduğu sonucuna varmışlardır ((Marangoz, Yeşildağ ve Saltık, 2012).

Tuğba Karakaya'nın 2013 yılında yapmış olduğu Küreselleşme Sürecinde E- Ticaretin Önemi ve Pazar Payı adlı yüksek lisans tez çalışmasında, küreselleşme kavramı çerçevesinde ticareti değerlendirmiştir. E- Ticaret türlerinden ve usullerinden bahsedilmiştir. Mevcut Pazar içerisinde E- Ticaret payını incelemiştir. E-ticaretin gerek pazarlama gerekse de güven konusunda ilerleyebilmesi için öncelikle çok iyi bir pazarlama yöntemi kullanılıp, güven konusunda yeni gelişmelere gidilmesi önerilmiştir. Ödeme şekillerinin tüketiciler için en güvenli şekilde yapılır halde olmasına dikkat çekilmiştir (Karakaya, 2013).

2017 Yılında Gafar Karımlı tarafından kaleme alınan "E-Ticaretin Tüketici Davranışlarına Etkileri: Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma" isimli yüksek lisans tezinde genel hatlarıyla; E-Ticaret, Sosyal Medya kavramları açıklanarak Türkiye'deki kullanıcılar üzerine bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonunda satış yapan işletmenin sosyal medyada bulunması ve bununla birlikte etkin şekilde sosyal medya kullanımı işletmenin pazarlama faaliyeti adına elzem olduğu, güven sağlanması için internetten satış yapan işletmelerin site ara yüzlerinin basit ve anlaşılır olmasına, ürünlerin sevkiyat sürecinin hızlı gerçekleşmesine, müşteri destek hattının detaylı bilgi vermesine dikkat etmeleri gerektiği sonuçlarına varılmıştır (Karımlı ,2017).

Uludağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisinde yayımlanmış olan Azmi Yalçın ve Mert Demircioğlu tarafından düzenlenmiş olan; Bir İletişim Aracı Olarak İnternet Siteleri: En Büyük 100 Sanayi Firmasının İnternet Sitelerinin İçerik Analizi isimli çalışmalarında; büyümek isteyen firmalar için internet sitelerini etkin bir şekilde kullanarak ve pazarlama iletişimini geliştirerek rakiplerine üstünlük sağlanmasında önemli bir fırsat olduğu sonucuna ulaşmışlardır (Yalçın ve Demircioğlu, 2002).

Muhammet Altındal'ın Dijital Pazarlamada Marka Yönetimi ve Sosyal Medyanın Etkileri adlı çalışmasında, Sosyal Medya, Twitter üzerinden pazarlama konuları üzerinde yoğunlaşmıştır. Sosyal medyayı, bir yandan geliştirmekte bir yandan da kendi argümanlarını geliştirmekte olan bir sistem olarak tanımlamıştır. Kişilere ulaşma açısından sosyal medya başarılı olarak değerlendirilmiştir ancak, pazarlamanın amacı olan satışa dönüştürme konusunda yeterli olarak değerlendirilememiştir (Altındal, 2013).

E- Ticarette Sosyal Medya Etkilerinin İncelenmesi ve Bir Uygulama adlı yüksek lisans tezinde Ayşe Demirel çalışmasında sosyal medya ve E-Ticaret kavramlarını inceleyerek değerlendirmeler yapmıştır. Araştırmanın ortaya koyduğu sonuçta sosyal medyadaki beğeni ve takipçi sayılarının insanlarda işletmeye dair güven yarattığı açığa çıkmıştır. Elektronik ticaretin daha çok yüksek eğitim görmüş, gelir seviyesi orta ve yüksek kentli bireyler arasında yoğun olduğu ve sosyal medya etkileşimi yüksek sitelerde alışveriş oranlarının daha fazla olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır (Demirel, 2013).

2. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

2.1. Araştırmanın Amacı

Yapılan bu araştırmanın amacı elektronik ticaret şirketlerinin sosyal medya platformlarını kullanma durumları ve kullanma şekillerini içerik bakımından özetlemektir. Elektronik ticaret şirketlerinin yaptıkları paylaşımların belirlenen zaman aralığı içerisindeki düzen durumlarını tespit etmek, paylaşımların yoğunlaştığı günleri tespit etmek ve bu paylaşım yoğunluğuna sebebiyet veren durumun açıklanması ve değerlendirilmesi amaç edinilmiştir. Teknolojik gelişmelerin hayatın her alanına yansması ve geçen zamanla birlikte geleneksel ticaretin yerini elektronik ticarete bırakması ile birlikte ticaret usulleri de değişime uğramıştır. Sosyal medyanın günlük hayata dâhil olması ile birlikte şirketlerin bu alanlara yapmış oldukları yatırımlar yadsınamaz bir noktaya geldiğinden bu tip araştırma konuları elzem bir hal almıştır.

2.2. Araştırma Soruları

Araştırmada temel olarak Elektronik Ticaret Sitelerinin Sosyal Medya Paylaşımları Nasıl Seyretmektedir? Sorusuna ve bu araştırma sorusunu destekleyici alt sorulara cevap aranacaktır.

- 1- Elektronik ticaret sitelerinin paylaşımlarının aylara göre dağılımı nedir?
- 2- Elektronik ticaret sitelerinin 3 aylık paylaşım periyodu nedir?
- 3- Milli gün ve bayramlarda şirketlerin sosyal medya üzerinden paylaşım yapma durumları nelerdir?
- 4- Elektronik ticaret şirketlerinin yılbaşı temalı paylaşımları ve kampanya duyuruları mevcut mudur?
- 5- Şirketlerin yapmış oldukları paylaşımların içerikleri nelerdir?
- 6- Şirketlerin paylaşımlarının yoğunluk gösterdiği günler hangi zaman dilimine aittir?
- 7- Elektronik ticaret şirketlerinin sosyal medya paylaşım sitesini aktif olarak kullanıp kullanmama durumları nelerdir?
- 8- Ciro sıralaması ile paylaşım sıklığı arasında doğrudan bir ilişki var mıdır?
- 9- Şirketlerin faaliyet alanlarına göre farklılaşması ve sosyal medya paylaşımları farklılaşmakta mıdır?

2.3. Araştırma Sınırlılıkları ve Varsayımları

Araştırma; amaç, evren ve örneklem bakımından sınırlılıklar içermektedir. Fast Company'nin hazırlamış olduğu "Cirolarına Göre Türkiye İnternet Ekosistemlerinin En Büyük 100 Şirketi" arasından cirosu en yüksek olan ve Twitter sosyal paylaşım sitesini kullanan ilk 20 şirket belirlenmiştir. Söz konusu araştırmaya dâhil olan şirketler 3 aylık zaman periyodu içerisinde incelenmiştir.

2.4. Araştırma Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evreni Fast Company'nin hazırlamış olduğu "Cirolarına Göre Türkiye İnternet Ekosistemlerinin En Büyük 100 Şirketi" isimli listedir. Araştırmanın örnekleme ise cirosu en yüksek olan ve Twitter kullanan 20 şirket olarak belirlenmiştir.

2.5. Veri Toplama Tekniği

Veri toplama tekniğine araştırmaya konu olan şletmelerin Twitter sosyal medya platformunda 01 Ekim- 31 Aralık 2021 Tarihleri arasında yapmış oldukları tüm paylaşımlar metin olarak alınmıştır.

2.6. Veri Analiz Tekniği

Bu araştırmada veri tekniği olarak içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Kitle iletişim araçlarının günümüzde yaygın biçimde kullanılmasıyla birlikte içerik analizi yöntemi en fazla tercih edilen yöntem olarak anılmaya başlanmıştır.

İlk içerik analizi uygulaması 16. Yy başlarında gazete haberleri üzerine yapılmıştır. Bu dönemde yapılan araştırmanın amacı ise gazetede yer alan haberlerin içeriğinde dinsel öğelerin ne denli olduğu ve ilahi mesajların ne boyutta olduğunu tespit etmeye yöneliktir. Modern olarak yapılan ilk içerik analizi ise 20 yy’da ABD’de gerçekleştirilmiştir. Bu dönemde yapılan analizlerde ise suç işleme, politika, spor, edebiyat gibi içeriklere yer verilmiştir (Aziz, 1990).

İçerik analizi yönteminin yaygın olarak kullanılmasının sebebi bu yöntemin esnek bir yapıya sahip olmasıdır. Bu özelliği sayesinde bilimsel bir yöntem olarak içerik analizi sosyal bilimler alanında önemli bir yere sahiptir (Yıldırım, 2015). İçerik analizinde yapılan işlemler, benzer verilerin belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları düzenleyerek yorumlamaktır (Yıldırım ve şimşek, 2011).

Elde edilen verilerin içerik analizi 4P pazarlama kavramı çerçevesinde değerlendirilmiştir. 4P; Product (rn), Price (Fiyat), Place (Dağıtım) ve Promotion (Tutundurma) olarak adlandırılmış olan kavramlardır.

3. SOSYAL MEDYANIN TARİHSEL GELİŞİMİ

3.1. İnternet ve Gelişimi

İnternet, çok sayıda bilgisayarın, iletişim sistemleri vasıtası ile bir birleriyle etkileşim kurmasını sağlayan bilişim sistemidir. Bazı kaynaklarda “Ağların Ağı” olarak tanımlanan internet sistemi, birden çok haberleşme ağının bir araya gelmesi ile oluşmuş olan ve zamanla birlikte sürekli olarak gelişim gösteren bir sistem olarak tanımlanabilir (Aslan, 1998:5).

İnternet, dünya üzerindeki tüm bilgisayar sistemlerinin genel ağlarla bir birbirine bağlanmasını ifade eden kavramdır. TPC/IP olarak bilinen transfer protokolünün kullanımı ile bilgisayarların veri alışverişi yapmasını sağlayan elektronik iletişim ağıdır. Türkçe karşılığı genel ağıdır. İngilizce “interconnected networks” kelimesinden türetilmiştir. (<https://www.mediatick.com.tr>).

Federal Networking Council 24 Ekim 1995 tarihinde oybirliğiyle aldığı bir kararla İnterneti şöyle tanımlamıştır:

"İnternet" küresel tek bir IP adresiyle mantıksal olarak birbirine bağlı olan, TCP/IP protokolu ile farklı platformdaki bilgisayarların birbiriyle anlaşmasını sağlayan kamuya açık veya özel olarak bireylerin birbiriyle iletişimini sağlayan bilgi teknolojileri altyapısı üzerine kurulu bir hizmet katmanıdır (<http://nitr.gov>).

İnternet bilişim sistemleri ilk olarak 1962 yılında Licklider tarafından düşünülmüştür. Sistemin ilk alt yapısı ise Kleinrock tarafından oluşturulmuştur. İnternet sisteminin günümüzdeki karşılığına denk olarak oluşması 1969 yılında Amerika Savunma Bakanlığının bir takım gerekli merkezler ve üniversiteler ile bağlantı sağlama fikri ile meydana gelmiştir (Winston, 1996:140).

1950’li yıllarda bilgisayar sistemlerinin yaygınlaşması ve gelişme göstermesiyle, sistemler arası veri aktarımı düşüncesi ortaya çıkmıştır. Amerika Bileşik Devletleri, İngiltere, Fransa gibi devletler bu düşünce üzerine çalışmalar yapmaya başlamıştır (<https://www.biltektasarim.com>).

İlk olarak Amerika Bileşik Devletleri Savunma Bakanlığı ARPANET’ i geliştirmiştir. Arpanet’ in temelleri Lincoln laboratuvarında, bilim adamı Larry Roberts tarafından oluşturulmuştur. İlk hat California Üniversitesi ile SAE işlemcileri arasında 1969 yılında kurulmuştur. Askeri bir proje olarak geliştirilen Arpanet üzerinden ilk ileti California Üniversitesinde bir profesörün bilgisayarına gönderilmiştir. Arpanet açılımı; Advanced Research Projects Agency Network yani “Gelişmiş Araştırma Projeleri Dairesi Ağı” demektir (<https://www.tech-worm.com>).

1973 Yılında Stanford Üniversitesinde gerçekleştirilen bir proje ile ağ için protokol seti geliştirmeyi amaçlamışlardır. Arpanete bağlı bulunan bilgisayarlar arasındaki iletişimi kolaylaştırmak amacı ile 1978 yılında iletim kontrol protokolünün dört farklı uyarlaması geliştirilerek sabitlenmiştir. 1990 yılına kadar kullanımı devam etse de, Arpanet bu yılda kullanımdan kaldırılarak yerini başka işletim sistemleri almıştır. Arpanet işletim sisteminin kullanımdan kaldırılmasına rağmen TCP/IP Protokolü geliştirilerek kullanılmaya devam edilmiştir (Tuna, 2007:2).

1970-1980 yılları arasında internet çalışmaları hızlı şekilde gelişme göstermiştir. 1991 sonrasında ise insan hayatı için vazgeçilmez bir unsur haline gelmiştir. Avrupa Nükleer Araştırma Merkezinde (CERN) mühendis olarak çalışan Tim Berners-Lee Web’ in temel yapısını oluşturmuştur. Proje ilk olarak 1989-90 yılları içerisinde fizikçilerin araştırma sonuçlarının paylaşımını gerçekleştirmek amaçlı geliştirildi. 93 Yılında İllionis Üniversitesi süper bilgisayar uygulamaları genel merkezinde ilk çapraz/ geçişli tarayıcı olan ‘Mosaic’ geliştirildi. Dünyanın önde

gelen birçok şirketi, üniversitesi ve araştırma organizasyonları Web 'de yer almaktadır, bunlara da her gün yenileri eklenmektedir. 25 Mayıs 1996 tarihinde Internet Solutions 59.628.024 kişinin İnternet'te dolaşmakta olduğunu ve İnternet'te 304.177 web sitesi bulunduğunu tahmin etmiştir (<http://ejje.blogcu.com>).

Microsoft'un ' İnternet Explorer ' adlı tarayıcısını tanıtmayı ile kişisel olarak internet kullanımında artış yaşanmıştır. İnternet Explorer' ın ilk sürümü 1995 yılında Mosaic tarayıcısının tabanı temel alınarak kurulmuştur. Bir sonraki sürümlerinde ise teknoloji ile birlikte gelişme göstererek yenilenmiştir.

1995 yılında Yahoo, 1998 yılında Google gibi siteler kurulmuştur. Böylece internetin en parlak gelişim dönemi web 2.0 ile gerçekleşmiştir. Online alışveriş siteleri kurulmuş, Bankalar faaliyetlerini online ortamlara taşımış ve Facebook, Twitter gibi sosyal ağların oluşumu başlamıştır. İnternet çalışmalarının başından 1994 yılına kadar geçen süreçte 110 ülke, 10.000 bilgisayar ağı, +3.000.000 bilgisayar ve 25 milyon kullanıcı internete bağlanmıştır. 1995 Yılında web kavramının hayatımıza dâhil olmasıyla bu sayı 65 milyonun üzerine çıkmıştır. 2000' li yıllarda dünyada 300 milyondan fazla kullanıcı olduğu tahmin edilmektedir. Bulunduğumuz Yüzyılda en büyük iletişim ve reklam aracı haline gelmiştir (<https://www.armadigital.net>).

Ülkemizde internet adına ilk çalışmalar 80'li yıllarda başlamıştır. İlk internet ağı projesi 1991 yılında TÜBİTAK, OTDÜ işbirliği ile başlamıştır. İlk internet bağlantısı 12 Nisan 1993'de 64 Kbps kapasiteli kiralık hat ile ODTÜ Bilgi İşlem Daire Başkanlığı ile ABD'de NSFNet (National Science Foundation Network). 'e TCP/IP protokolü üzerinden gerçekleştirilmiştir. 1993-96 yılları arasında ülkemizdeki kamu kurumları ve üniversiteler ODTÜ üzerinden internete bağlanmıştır. İlk Türkçe web sitesi ise ODTÜ ve Bilkent üniversitelerinin web siteleri olmuştur (<https://www.rehbergec.com>).

1995 yılından sonra Türkiye'deki bazı dergi ve gazeteler internet üzerinden yayın yapmaya başlamıştır, 97 yılından itibaren ise banka hizmetleri internet üzerinden vermeye başlamıştır.

2012 yılından sonra Türkiye genelinde internet kullanımı nüfusun %45 ine ulaşmıştır. 2017 yılında nüfusun %60 ı internet erişimine ulaşmıştır. 83,6 milyon nüfusa sahip ülkemizde; nüfusun %70'i sosyal medyayı, %77'si interneti aktif olarak kullanmakta olup, mobil bağlantı kullanımı ise %90 seviyelerindedir. (<https://dijilopedi.com>).

3.2. İletişimin Yeni Çağı

Yeni medya, diğerlerinden farklı olarak tamamen özgün ve yenilenmiş bir iletişim çağını ortaya çıkartarak geleneksel iletişimi kökünden değiştirmiştir. İletişimin yeni çağı; etkileşimle, açık, sınırlara tabii olmayan, ağ tabanlı ve merkezi olmayan bir sistem yapısıdır. Yeni medya hakkında birden fazla tanım yapmak mümkündür. Yeni çağıdaki iletişim birbirinden çok farklı ve etkileşimi olan ortamları bir araya getirme özelliğine sahip olduğundan çoğu zaman 'Multimedya' olarak da nitelendirilmiştir (Dilmen, 2007: 115).

Teknolojini hızla ilerlemesi ve hayatın her alanına dâhil olmasıyla birlikte iletişim şekilleri de yeni çağa göre adapte olarak değişimler geçirmiştir. Geleneksel medya olarak adlandırılan televizyon, radyo, dergi ve gazete gibi iletişim araçları gelişen süreçle birlikte yerini dijital ortamlara bırakmıştır. Veri aktarımı adına internet gelişim gösterirken aynı yıllar içerisinde iletişim aracı olarak cep

telefonlarının da gelişimi ve hayata dâhil olma süreci başlamıştır. 1973 yılında cep telefonu Martin Cooper tarafından icat edilmiştir (<https://www.gzt.com>).

Teknolojinin bu ilerleyişiyle ortaya çıkan yeni araçlar insanların günlük rutinine dâhil olmuştur. Yeni iletişim çağı bir diğer ismiyle ‘yeni medya’ kavramı tüm iletişim teknolojilerini içerisinde bulunduran “ genel olarak var olan medyayı, etkileşimli olarak, sayısal veriye dönüştürmeye yönlendiren ve bilgisayar aracılığıyla üretim, dağıtım ve paylaşımını sağlayan olgusal yapı” (Manovich, 2011;19) şeklinde tanımlanabilir. John Thompson, yeni medya kavramını kitle iletişim araçları içerisinde değerlendirmiştir. Thompson’ un tanımlamasına göre yeni medya kavramı ; “Bilgi işlem teknolojisi aracılığıyla yetenekleri artmış, kullanımı kolaylaşmış veya olası genişletilebirelik potansiyelini bünyesinde barındıran iletişim araçlarıdır.” (Thompson, 1995: 132-139).”

Yeni medyanın zemini internet ile oluşmuş, sosyal ağlar ile pekiştirilmiştir. Elektronik cihazların kullanımının yaygınlaşmasıyla yaşadığımız yüzyılın vazgeçilemez unsuru haline gelmiştir. İnsan yaşamında kendine sağlam bir yer edinen iletişimin yeni hali beraberinde birçok yeni kavram ve unsuru günlük yaşantımıza dâhil etmiştir.

Günümüzdeki iletişim biçimlerini ve dünya düzenin temelinden değiştirin yeni medyanın 3 özelliğini Richard Rogers şu şekilde tanımlamıştır (Geray, 2003: 18);

- **Etkileşim (Interaction).;** İletişim sürecinde etkileşim kavramının varlığı kaçınılmazdır. Etkileşim sayesinde hem alıcı taraf hem de verici (gönderici). birbirinden etkilenmektedir.

-**Kitlesizleştirme (Demmasification).;** Geniş bir kullanıcı grubu içerisinde gruba dâhil her bireye özgü mesaj içeriği düzenlenebilecek kadar kitleselleştirici olmaktır. Bu özellik ile kişiye özel farklı mesaj içerikleri gönderilebilmektedir.

-**Eşzamansızlık (Asekron).;** Yeni medya teknolojileri sayesinde bireyler istedikleri her zaman diliminde mesaj alma ve mesaj gönderme imkânı sağlanarak, eylemin aynı anda gerçekleşme gerekliliğine son verilmiştir.

Bilgisayar teknolojilerinin gelişiminin yanı sıra, internet teknolojilerinin de gelişimi ve kullanımının yaygınlaşması yeni medya özelliklerinin oluşumunda önemli bir faktördür (Geray, 2003: 19). 2000’li yılların yeni iletişim çağı olarak adlandırılmasındaki en önemli faktör teknolojiye yaşanan gelişmelerin büyük kitleleri rahatlıkla yönlendirmesidir. Yeni medyanın gelişim sürecinin hızlanmasında önemli rolü olan unsurlardan biride küreselleşme ve büyük ölçekli uluslararası şirketlerin faaliyetleridir (Baudrillard, 2004: 19).

3.3. Sosyal Medya Nedir?

Sosyal medya, düşünce-bilgi paylaşımı sağlayan; eğlence, eğitim, satış, pazarlama vb. gibi kitlesel etkileşim sağlayan, kullanıcılar arası karşılıklı olarak etkileşim yaratan, online araçların toplamının ifade edildiği genel bir kavramdır (Sayımer, 2008:123). Sosyal medya kullanıcılar tarafından oluşturulan içeriklerin paylaşımının gerçekleştirildiği, internet ve teknoloji temelli uygulamalardır (Kaplan ve Haenlein, 2010: 61).

Sosyal medya Akademik literatürlerde genel olarak ‘sosyal ağ’ olarak geçer. Sosyal ağlarda, kullanıcılar fikirlerini paylaşır, kurum tanıtımı yapar, yeni ilişkiler ve bağlantılar edinir, ürün ve içerik üretirler. Sosyal ağlar üst düzeyde paylaşımın yapıldığı çevrimiçi ortamlardır (Mayfield, 2010: 6).

Sosyal medyanın bir takım özellikleri mevcuttur. Bunlar; Katılım, Açıklık, Konuşma, Topluluklar, Bağlantısallık (Gürsaka, 2009);

-Katılım: Sosyal ağ üzerinden iletişime geçen kişilerin iletişim ve paylaşım konusuna katkı göstermesi.

-Açıklık: Paylaşılan içeriklere erişim konusundaki sınırların mümkün olan en üst düzeyde kaldırılmasıdır. Bu özellik kullanımı yalınlaştırmış ve kolaylaştırmıştır.

-Konuşma: Geleneksel medya tek yönlü bir iletişim sağlarken, sosyal medya bu klasik çizginin ötesinde çift yönlü bir iletişim modelini mümkün kılar.

-Topluluklar: Belirli bir konu veya kişi üzerine bir durum ile ilgilenen toplulukların oluşmasına imkân sağlar. Etkin ve hızlıdır.

-Bağlantısallık: Sosyal ağlar bağlantısaldır. Yani diğer sitelere ve kaynaklara erişim amaçlı linkler sağlar.

Sosyal medyanın insan yaşamına birçok getirisi vardır. Dünya gündeminden haberdar olma, dünyadaki birçok kullanıcı ile etkileşim halinde olma ve bilgi edinme bu açıdan önemlidir. Bunun yanında, ürün ve hizmet pazarlama, maddi kazanç elde etme, hızlı ve etkili iletişim kurma, gündem oluşturma, kültürel kazanımlar edinme gibi sayılabilecek birçok katkısı vardır. Farklı noktalarda yaşayan insanların ortak noktaları üzerinden çalışmalar yapmasına imkân sağlar. Avantajlarından bir diğeri de yazar, sanatçı, ünlü vb. insanlarla iletişimin çok kolay bir hal almasıdır. Sağladığı kazanımların yanı sıra elbette ki her durum gibi sosyal ağlarında olumsuz yönleri mevcuttur. Kişisel verilerin sızdırılması, siber saldırı gibi durumlar bunların temelini oluşturur. İnsanları kültürel ve sosyal olarak olumsuz düşüncelere sürüklenme ve aşırı kullanım, günlük yaşam kalitesini düşürerek psikolojik etkilere sebep olabilir. Sosyal ağlardaki gündem, haber ve bilginin güvenilirliği ve kalitesi sorgulanabilir. Kısa ifadesi ile sosyal medya alışverişi, eğlence, bilgi ve haber ihtiyacı sağlayan bir platformdur.

Sosyal medya platformlarının giderek gelişmesi ve kullanıcı sayısının giderek artması dolayısı ile ticari amaçlarla faaliyet gösteren hemen hemen her türlü işletmenin dikkatini çekmiştir. Pazarlama stratejilerinde sosyal medyanın kullanılması gündeme gelmiştir. Devamlı olarak etkileşim halinde bulunulması ve hedef kitlede yer alan potansiyel müşterilere ulaşmayı daha kolay hale getiren sosyal medya platformu işletmelerin pazarlama stratejilerinde yer edinecek niteliktedir (Castronovo ve Huang, 2012: 117).

3.4. Sosyal Medya Tarihi

İlk sosyal ağ örneği olarak nitelendirilen ‘ Bulletin Board Services ‘ (BBS) yazılımı sosyal medyanın başlangıcı olarak kabul edilir. 1978 Yılında Randy Suess ve Ward Christensen tarafından arkadaşları ile sürekli olarak haberleşme sağlamak ve bilgi paylaşımı yapmak amacı ile geliştirilmiştir (Elbaşı, 2015: 26). BBS, kullanıcıların oturum açıp birbirlerine bağlanmalarına izin veren ilk web sitesi türüdür. 1990'lı yılların sonuna kadar kullanılmıştır (<https://www.future-marketing.co>). Sosyal medyanın temelini oluşturan unsur internettir. İnternetin kurmuş olduğu küresel ağ sayesinde iletişim imkânları artmış ve sosyal medya platformlarının oluşum süreci başlamıştır. Sosyal paylaşım ağlarına en büyük etkiyi Web 2.0 yapmıştır. Web 2.0 sayesinde ağ kullanımı bireyselleşmiş ve kişisel etkileşimin oluşumu başlamıştır (Uzunoğlu, Onat vd., 2013). Sosyal medya adına en somut adım 1979 yılında Usenet ile atılmıştır. Usenet, User's Network'un kısaltmasıdır (<https://tr.wikipedia.org>).

Usenet, Duke Üniversitesinde Jim Ellis ve Tom Truscott tarafından kurulmuş, kullanıcılar arası veri ve mesaj gönderimi sağlayan tartışma platformudur. Usenet kullanıcılarının kişisel profiller

oluşturabilmesi, gelişmiş sosyal medya platformlarını anımsatmaktadır. Bilindiği gibi sosyal paylaşım ağları da bireylerin kendine özgü profiller oluşturmalarına imkân sağlayan yapılardır (Bostancı, 2010).

Tam anlamıyla bugün ki sosyal medya anlamını karşılayan ağ, 32 yıl önce Susan Abelson – Bruce Abelson tarafından kurulan ‘ Open Dairy’ ile başlamıştır. Online olarak günlük yazarlarını bir araya getiren sosyal paylaşım sitesidir (Aktaş ve Ulutaş, 2010: 136).

Kullanıcılarına profil kurma ve arkadaş listesi yapma olanağı sunan sixdegrees.com 1997 yılında kurulmuştur. 1998 yılında ise arkadaşlarının oluşturduğu listeleri görme imkanı sunan site, ilk sosyal paylaşım sitelerine örnek gösterilebilir (Gönenli ve Hürmeriç, 2012: 218-219). Site 2000 yılında 125 milyon dolara satılmış daha sonra rekabet ortamının artması ve kendisine benzer birçok sitenin kurulmasıyla 2001 yılında kapatılmıştır.

Kurulduğu günden günümüze kadar adından an fazla söz ettiren sosyal medya platformları Facebook ve Twitter olmuştur. Günümüzdeki en popüler platform ise Instagramdır. Teknolojik imkânların ilerlemesiyle birlikte yıllar içerisinde birçok medya ortamı oluşturulmuştur. Linkedin, Myspace, Flicker, Reddit, You Tube, Tumblr, Pinterest, Vine ve daha birçok sosyal paylaşım sitesi örnek verilebilir.

3.5. Sosyal Medyanın Medya Boyutu

Medya kavramı genel olarak bir anlatım aracı olarak adlandırılmasının yanı sıra, iletinin (mesajın) belirli bir kitleye ulaştırılmasını sağlayan bilgi araçlarının tümü olarak değerlendirilebilir (Karabacak, 1993). Küreselleşen dünya ve teknolojik gelişmelerin akabinde oluşan yeni medya kavramı etkileşimli sistemler olan ortamları kapsamaktadır. Teknolojinin gelişmesi ile kurulan web sistemleri kullanıcılara içerik üretme ve üretilen içeriklerin yayınlanabilmesine imkân sağlar. Kullanıcıların sanal ortamlarda yayın yapmak amaçlı kullanmış oldukları araçlardan biride sosyal medyadır. Bu ağ ortamlarının kapsamı sosyal paylaşım ağları ve bloglardır (Bayraktutan vd., 2012). Sosyal medya platformlarının aktive bir biçimde E- ticarete kullanılıyor olması medyaya birçok yeni özellik kazandırmıştır. Bu sistemler sayesinde insanlar arası etkileşim interaktif ve kesintisiz bir şekilde kurulmaktadır. Tüm bu kuramlar çerçevesinde geleneksel medyanın aktif olmayan bir yapısı varken, yeni medyanın oluşum ve devam eden süreci aktiftir.(Lister, 2009: 21).

3.6.Sosyal Medya Kanalları

Sosyal medya işlev yönünden zengin bir yapılanmadır. Sosyal medya üzerinden yapılan faaliyetler bu mecranın hitap ettiği olguya göre gruplandırılmasına neden olmuştur. Sosyal paylaşım siteleri beraberinde birçok yenilikte getirmiştir. Sadece insanlar arasında düşünce alışverişi yapmanın yanı sıra, aynı konular üzerinde çalışma yapan veya aynı duygu düşüncelere sahip insanların sanal olarak bir araya gelmesine imkân sağlar. Bloglar üzerinden yayıncılık ve paylaşım yapılır. Sosyal medyanın alışveriş ve eğlence yönü de bulunmaktadır. Günümüzde sosyal medya destekli alışveriş yeri yadsınamayacak kadar büyüktür. Tüm bunlara ek olarak sosyal medyanın eğlence boyutu da mevcuttur.

Sosyal medya kanallarını 4 ana grupta incelenebilir bunlar (Tuten ve Solomon, 2015: 6);

- Sosyal Topluluklar
- Sosyal Yayıncılık
- Sosyal Alışveriş
- Sosyal Eğlence

3.6.1. Sosyal Topluluklar

Online topluluklar kullanıcıların internet üzerinden iletişime geçmesiyle ortaya çıkmış bir kavramdır. Sosyal topluluk kavramı; ortak bir düşünce, duygu veya ilgi alanı ile ilişkili, sanal teknolojilerin sağladığı imkânlar dâhilinde fiziksel olarak uzak kullanıcıların bir araya gelmesini ifade eder (Phippen, 2004: 179). Sanal ortamdaki sosyal topluluklar ile gerçek hayattaki toplulukların belirli farkları ve benzerlikleri vardır. Sosyal topluluklardaki mevcut iletişimin, sağlanan kanal ile sınırlı olması bu farklar arasında gösterilebilir.

İnternet kullanıcıları, sosyal ağlara katılımları, bulundukları sosyal medya platformlarının çoğu sosyal topluluk adı altında yer almaktadır. Sosyal medya siteleri, forumlar, wikiler topluluk grubunun temelidir (Tuten ve Solomon, 2015: 7).

Online topluluklar ile sosyal ağlar birbirine benzeyen özellikleri temellerinde barındırsalar bile sosyal ağlar gruplanmış online topluluklar olarak ele alınırken, topluluklar daha küçük özelleşmiş ve belirli bir konuya sahip topluluklar olarak tanımlanırlar (Chaney, 2009:97).

Online topluluklarda sosyal ağlara nazaran daha kısıtlı profiller mevcuttur. Sosyal ağlar kullanıcının kim olduğu konusunda ilgiliyken toplulukta esas ne sunulduğudur.

3.6.2. Sosyal Yayıncılık

Sosyal yayıncılık içerik oluşturmak ve kullanıcıların erişimine sunmaktır. Bloglar, medya siteleri, haber siteleri, mikrobloglar ve sosyal medya platformlarından oluşur. Bloglar, insanları sosyal olarak bilgilendirme ve yönlendirme olarak ifade edilebilir. Blog kavramı ilk olarak 1997 yılında Weblog olarak karşımıza çıkmıştır. ‘Web’ ve ‘blog’ sözcüklerinin birleşimi ile ortaya çıkan yeni kavramın karşılığı ‘ağ’ içerisinde ‘günlük’ tutma olarak ifade edilebilir. Online paylaşım ağları üzerinden günlüklere ‘blog’, bu işi yapma sürecinin ifadesine ‘blogging’ ve bu içerikleri oluşturan kullanıcılara ise ‘blogger’ denilmiştir (Zarella, 2010:11). Bloglar içerik üreticilerinin fikirlerini belirtmek, görüşlerini sunmak, belirli bir konuyla ilgili potansiyel oluşturmak veya maddi gelir elde etmek gibi kazanımlar sağlamak için etkili bir kanaldır.

Mikrobloglar ise blogların sağlamış olduğu tüm özelliklere ek olarak anında mesajlaşma ve çift yönlü iletişim daha hızlı etkin şekilde kullanılmasını sağlayan mecralar olarak nitelendirilebilir. Mikroblog denildiği zaman diğer kullanımlara nazaran çok daha yaygın olan Twitter akla gelmektedir. Twitter, bütün kullanıcıların paylaşımlarını görme imkanı sunan, düşüncelerin önceleri 140 günümüzde 280 karakter ile ifadesini sağlayan ücretsiz bir mikroblogging sitesi olarak tanımlanır (Chaney, 2009: 116). Twitter’in kurulduğu zamandan sonra geçen her günde popülerliğinin artmasındaki sebep kullanımın tamamen ücretsiz olması, kolay erişim sağlanması ve eğlenceli olmasıdır (Gunelius, 2011:81).

3.6.3. Sosyal Alışveriş

Sosyal medya kanalları; ulaşabildiği tüketici sayısı ve işletme sayısı bakımından sınırsız bir oluşumdur. Bu özelliği bakımından sosyal medya işletmeler için vazgeçilmez bir araçtır (Bashar ve diğerleri, 2012: 97). Sosyal medyanın bir diğer ve günümüzdeki belki de en önemli boyutu alışveriştir. Geleneksel alışveriş yöntemlerinin çok ötesinde bir hizmet sektörü olarak yapılanmıştır. Sosyal medya platformları işletmelerin hedef kitlesindeki müşterileri ile daha hızlı ve daha etkin ilişkiler kurmasını sağlayan teknolojiler olarak görülebilir (Safko, 2010: 5). Geleneksel dönemde

büyük yapılanmalar tarafından üretilen ürünler, sosyal medyanın hızlı ve kolay iletişim özelliği sayesinde üretilmeye başlanmıştır. İletişim kanallarının yüksek düzeyde açık olması bu sektörde tüketici kitlesinin söz hakkına sahip olduğu bir platform haline gelmesini sağlamıştır. Sosyal alışveriş siteleri geleneksel bir boyut kazanmış e-ticaret faaliyetlerinden tamamen farklıdır. Alışveriş siteleri genel olarak birçok markaya ait ürünleri bir araya getirerek kullanıcılara karşılaştırılmalı bir sosyal deneyim sunar. Müşterilerin deneyimledikleri alışverişten memnun olma ve olmama durumları üzerinden işletmelerin ilettiği oldukları iletilerin (mesajların). etkisi vardır. İşletmelerin hedef kitilde yer alan müşteriler ile kurmuş oldukları iletişim ile müşteri tatmin düzeyi doğrudan bağlantılıdır. Sosyal medya hesapları üzerinden iletişim kurmak basit olduğundan avantaj sağlama noktasında sosyal medyanın önemi büyüktür. Müşteriler arası iletişimde bulunulması ve birbirlerinin satın alma kararlarını etkilediklerinden strateji geliştirilirken günümüz sosyal medyası ve pazarlar ayrı olarak düşünülemez (Hayta, 2013: 69).

3.6.4. Sosyal Eğlence

Sosyal medya kullanıcılarının sanal dünyada diğer kullanıcılar ile oyun oynayarak ya da aynı ortam içinde etkileşimde bulunduğu bilgisayar destekli bir ortamdır (İşlek, 2012: 59).

3.7. Dünyada İnternet, Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri 2021

We Are Social ve Hootsuite'in yayımladığı 2021 Dünya İnternet Kullanımı ve Sosyal Medya İstatistikleri – 4. Çeyrek Raporunda en güncel dünya İnternet kullanım istatistikleri ve sosyal medya istatistiklerini 6 ana başlık altında toplamıştır;

1-Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri 2021

2-Dünya İnternet Kullanım İstatistikleri

2.1-Dünyada En Çok Ziyaret Edilen Siteler

2.2- İnternet Kullanım Nedenleri

3-Dünya Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri

4-Mobil Kullanım İstatistikleri

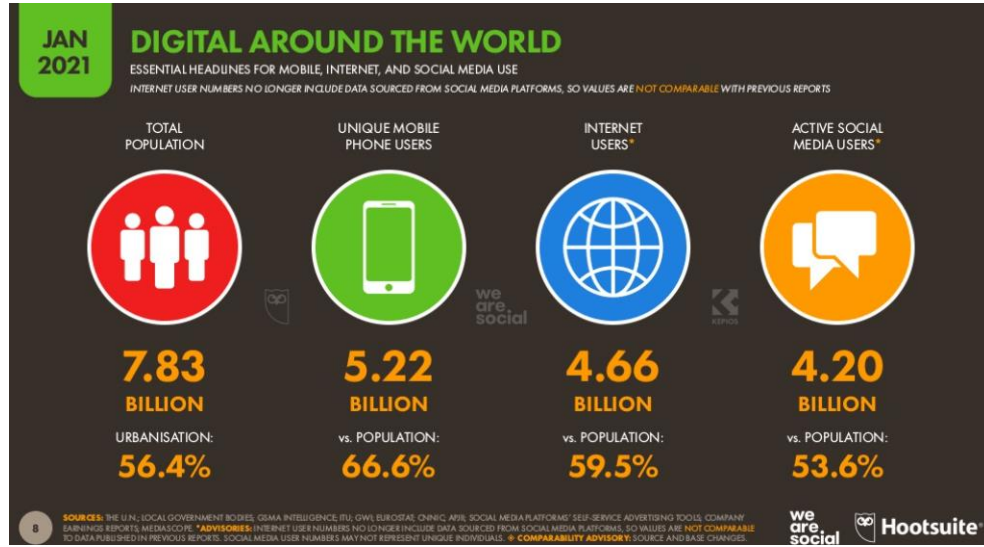
5-E-Ticaret İstatistikleri

6-Dijital Pazarlama İstatistikleri (<https://wearesocial.com/>). (<https://dijilopedi.com>).

3.7.1. Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri 2021

We Are Social Digital in 2021 raporuna göre İnternet, sosyal medya ve mobil kullanıcı istatistikleri incelendiğinde;

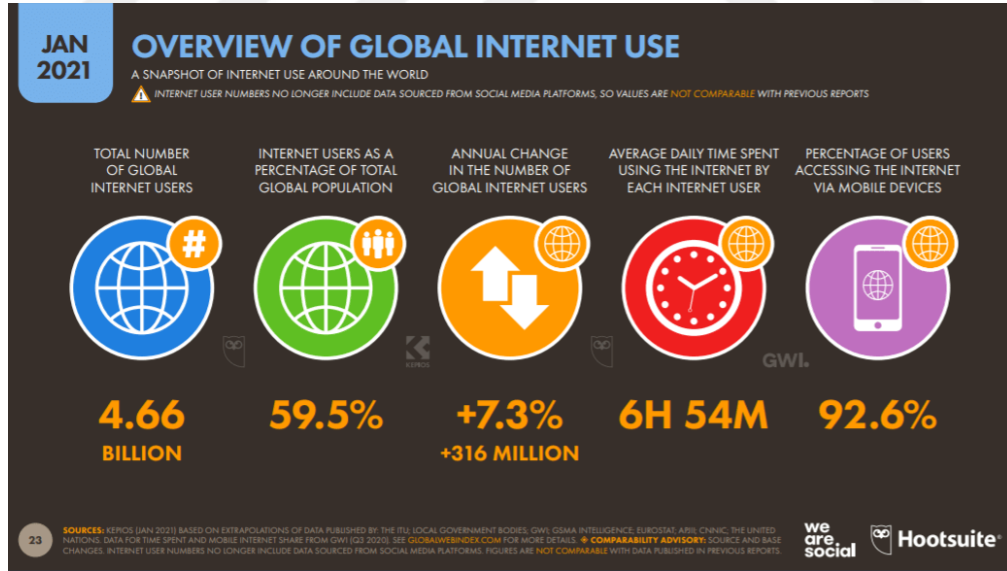
- 4.66 milyar internet kullanıcısı, dünya nüfusunun %59'u
- 4.20 milyar sosyal medya kullanıcısı, dünya nüfusunun %53'ü
- 5.22 milyar mobil kullanıcısı, dünya nüfusunun %66'sını oluşturmaktadır.



Şekil 1. We Are Social 2021 Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri – Genel Tablo (<https://wearesocial.com/>)

3.7.2. Dünya İnternet Kullanım İstatistikleri

Dünya İnternet kullanım istatistiklerine bakıldığında genel kullanıcı sayısı toplamda 4.66 milyar kişi (dünya nüfusunun %59,5'i) olarak hesaplanmıştır. İnternet kullanıcıları günde ortalama olarak 7 saate yakın İnternet kullanmaktadır.



Şekil 2. We Are Social 2021 Dünya İnternet Kullanım İstatistikleri (<https://wearesocial.com/>).

3.7.3. Dünyada En Çok Ziyaret Edilen Siteler

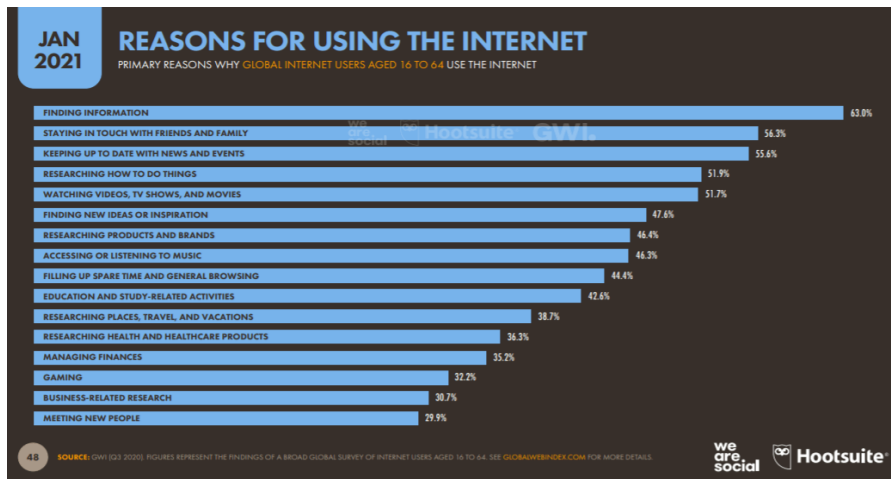
Yapılan araştırmanın sonucuna göre dünya genelinde Google en çok ziyaret edilen site konumundadır. Google'ı video paylaşım sitesi YouTube takip etmektedir.



Şekil 3. We Are Social 2021 – Dünya İnternet Kullanım İstatistikleri – Web Site İçerik Dilleri Dağılımı (<https://wearesocial.com/>)

3.7.4. İnternet Kullanım Nedenleri

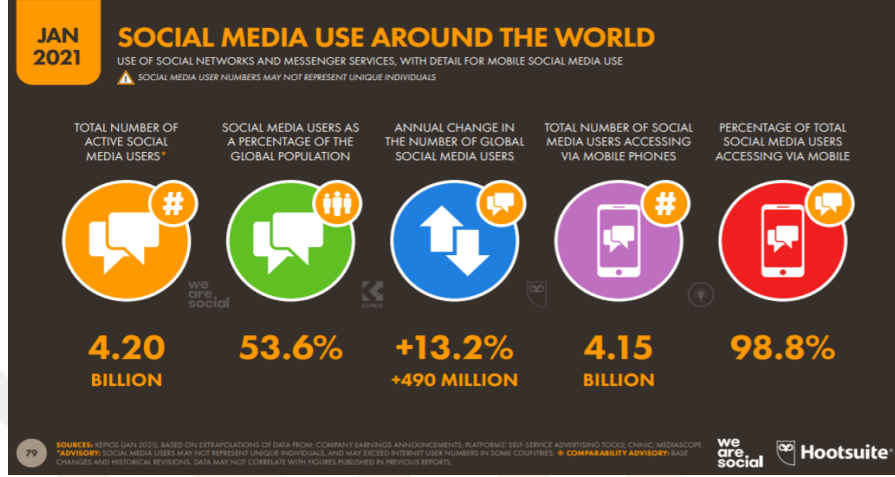
Kullanıcıların İnternet kullanım nedenlerine göre İnternet en çok içerik aramak, arkadaşlarla iletişimde kalmak, haber takip etmek, bir şeyler aramak ya da izlemek, ilham verici fikirlere göz atmak, ürün veya marka aramak, müzik dinlemek, zaman geçirmek, finans yönetimi, oyun oynama, iş amaçlı kullanımlar olarak nedene bağlı gruplar oluşturmuşlardır.



Şekil 4. We Are Social 2021 – Dünya İnternet Kullanım İstatistikleri – İnternet Kullanım Nedenleri (<https://wearesocial.com/>)

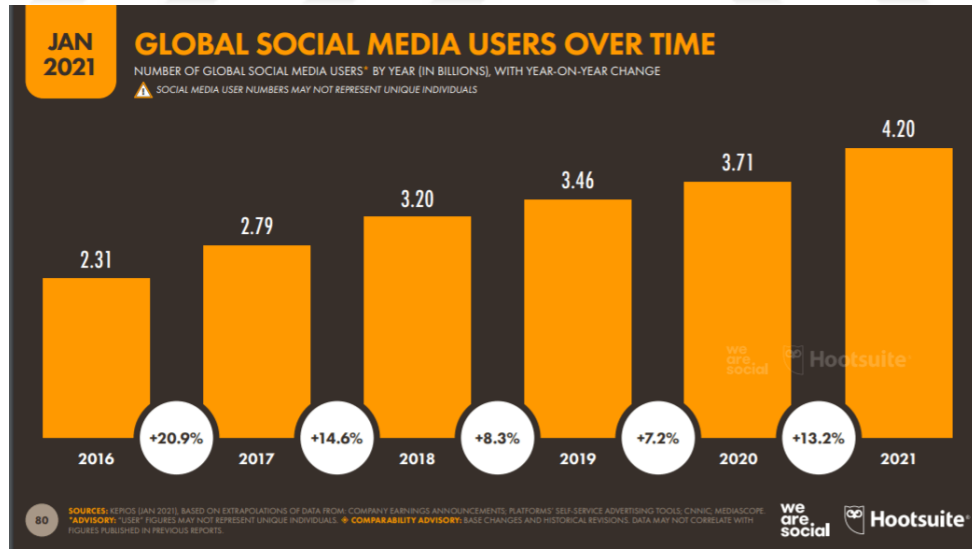
3.7.5. Dünya Sosyal Medya İstatistikleri

We Are Social Digital in 2021 raporuna göre sosyal medya kullanıcı sayısı 4,20 milyara ulaşmıştır. Dünya nüfusunun yarıdan fazlası sosyal medya kullanıcı konumundadır. Sosyal medya kullanıcısının neredeyse tamamı mobil cihazlar üzerinden sosyal medya hesaplarına giriş yapmaktadır.



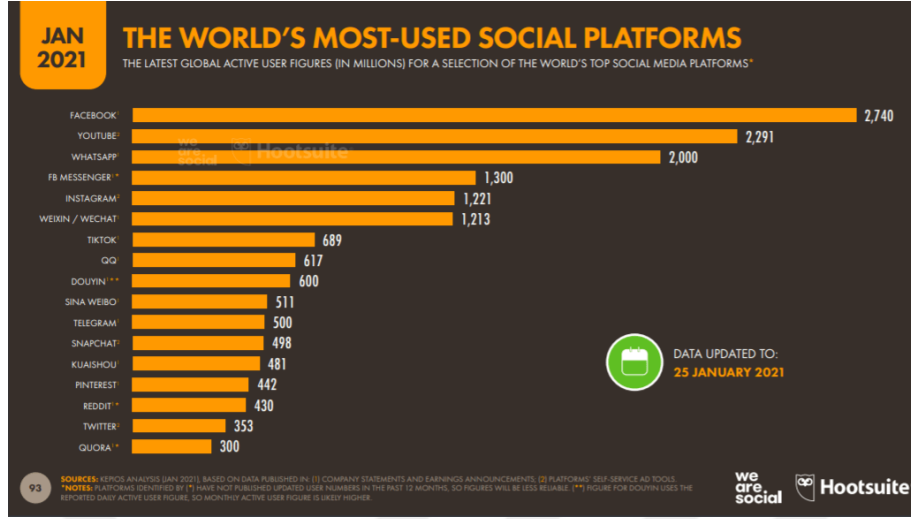
Şekil 5. We Are Social 2021 Dünya Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri – Genel Tablo(<https://wearesocial.com/>)

-2016 yılında 2,31 milyar sosyal medya kullanıcı sayısı 2021 yılına gelene kadar %82'lik bir artışla 4,2 milyara ulaşmıştır.



Şekil 6. We Are Social 2021 Dünya Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri – Yıllara Göre Sosyal Medya Kullanıcı Sayısı (<https://wearesocial.com/>)

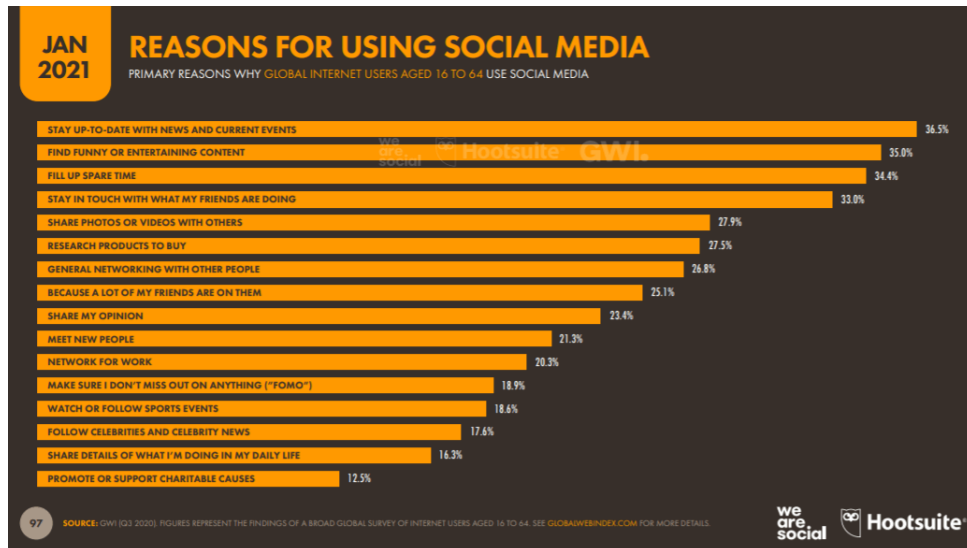
-En çok kullanılan sosyal medya platformlarına göre ayırıldığında; Facebook ilk sırada yer alırken, listenin devamını Youtube ve Instagram takip etmektedir.



Şekil 7. We Are Social 2021 Dünya Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri – En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları (<https://wearesocial.com/>)

-Sosyal medya kullanıcılarının neden ya da hangi amaçlarına sosyal medyayı kullandıklarına verdikleri cevaplara göre kullanıcıların;

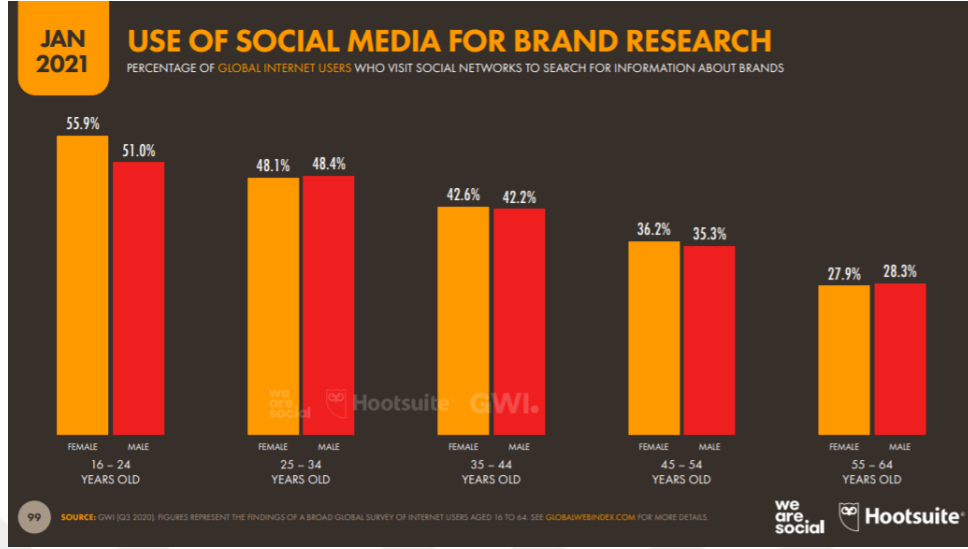
- %36,5'i Güncel haber ve gelişmeleri takip etmek,
- %35'i Eğlenceli içeriklere ulaşmak,
- %34,4'ü boş vakitlerini değerlendirmek,
- %33'ü arkadaşları ile iletişimde kalmak ve neler yaptıklarını takip etmek,
- %27,9'u fotoğraf ya da video paylaşmak,
- %27,5'i ise bir ürün aramak için sosyal medyayı kullandıklarını belirtmektedir.



Şekil 8. We Are Social 2021 Dünya Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri – Sosyal Medya Kullanım Amaçları (<https://wearesocial.com/>).

-Sosyal medyayı markalara ulaşmak için kullanan kullanıcılar değerlendirildiğinde dünya ortalaması %44 iken, Türkiye’de her iki sosyal medya kullanıcılarından biri markalara erişmek için

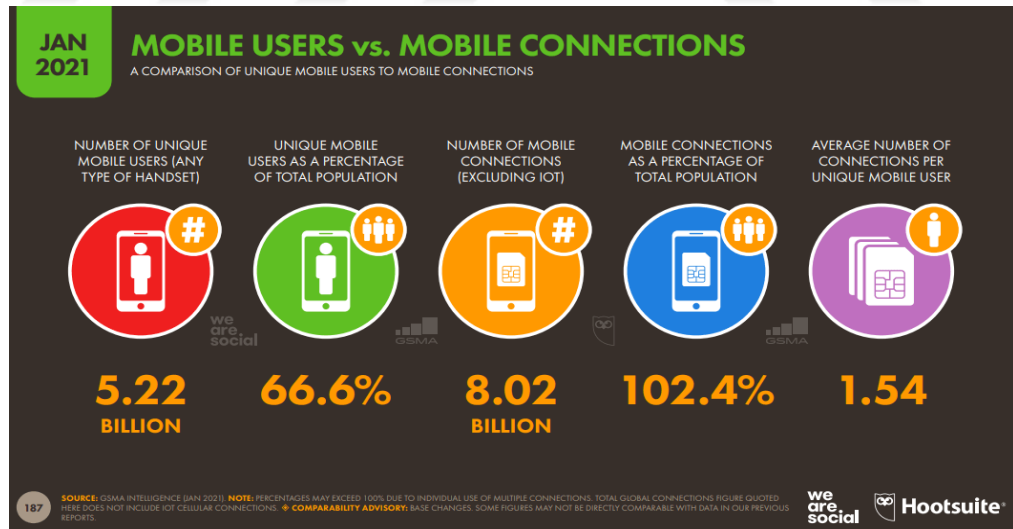
sosyal medyayı kullanmaktadır. Markalara ulaşmak için sosyal medyayı yoğun olarak kullanan yaş grubuna bakıldığında zaman 16-44 yaş aralığına ulaşılmıştır.



Şekil 9. We Are Social 2021 Dünya Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri – Sosyal Medya Marka Aramalarının Yaş Dağılımı (<https://wearesocial.com/>)

3.7.6. Mobil Kullanıcı İstatistikleri

Mobil kullanıcı sayısı her yıl düzenli olarak artmaktadır. Rapordaki son verilerden hareketle mobil kullanıcı sayısı 5.22 milyardır. 2015’in son çeyreğinde toplam mobil kullanıcı sayısı 4,53 milyar iken, 2021 yılı itibarıyla mobil kullanıcı sayısı 5,22 milyara ulaşmış durumdadır.



Şekil 10. We Are Social 2021 Dünya Mobil Kullanım İstatistikleri – Genel Tablo (<https://wearesocial.com/>)

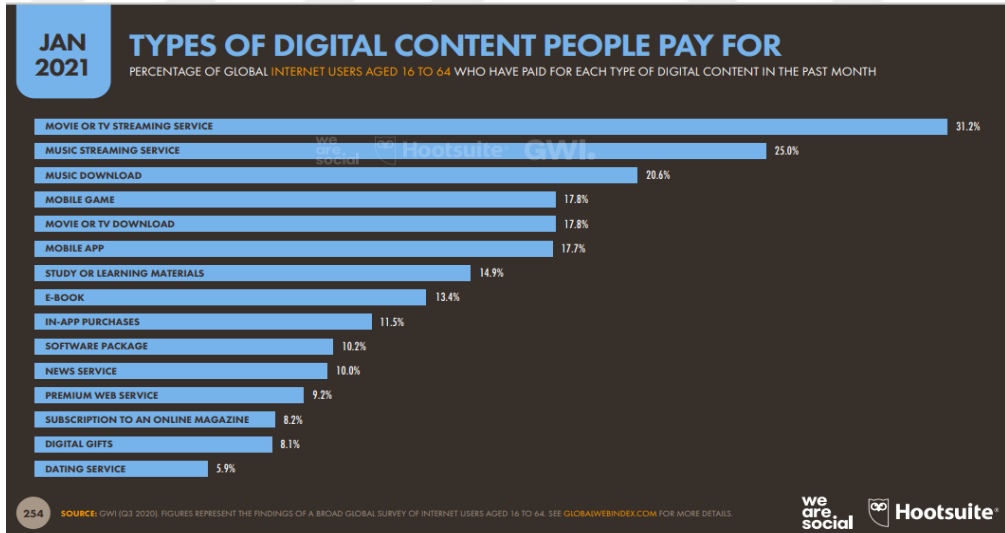
3.7.7. E-Ticaret İstatistikleri

We Are Social 2021 Digital in 2021 raporundaki E-Ticaret verilere göre, kullanıcıların son 30 günlük E-Ticaret aktivitelerine göre İnternet kullanıcılarının; %81,5’inin online ürün araması yapmakta ve %90,4’ü online mağaza ziyaretleri gerçekleştirmektedir. Bu adımları gerçekleştiren her 10 kişiden yaklaşık 7’si online alışveriş işlemini tamamlamıştır. E-Ticaret’in yaş ve cinsiyet dağılımına göre, tüm yaş grubunun 3/4’ü E-Ticaret ile ilgilenmektedir.



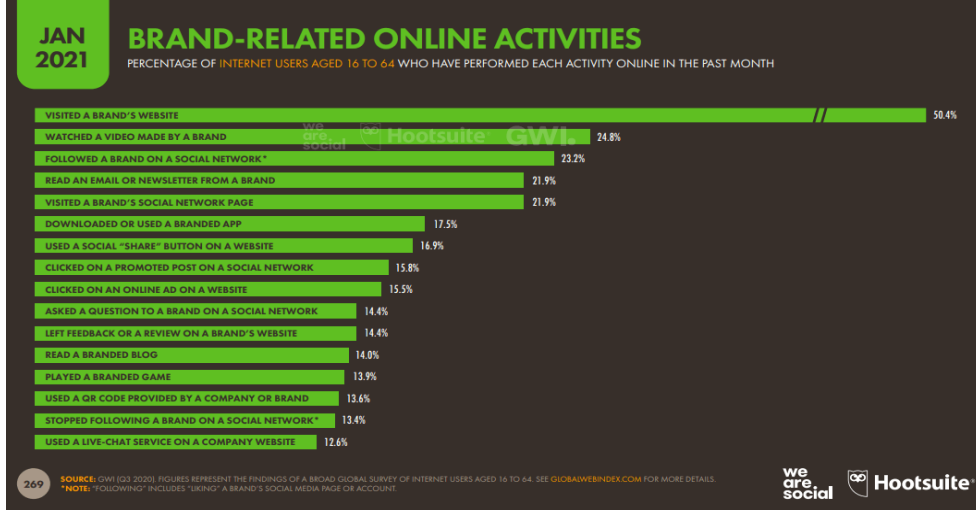
Şekil 11. We Are Social 2021 Dünya E Ticaret İstatistikleri – Online Alışveriş Eğilimleri (<https://wearesocial.com/>)

-Dünyadaki kullanıcıların toplam E-Ticaret harcamalarına baktığımızda en fazla harcama güzellik moda sektöründe olmaktadır. Dijital müzik harcamaları diğer sektörlerle göre daha düşük gerçekleşmiştir. We Are Social Digital in 2021 raporuna göre kullanıcıların dijital harcamalarının içeriklere/hizmetlere göre dağılımına baktığımızda en çok TV servisleri, müzik servisler, mobil oyunlar, mobil uygulamalar, eğitim materyalleri vb. alanlarda olmaktadır. Online dayanıklı ürün harcamalarına baktığımızda toplam 3,47 milyar kişi satın alım gerçekleştirmiştir. Kişi bazlı harcama ortalama 703 dolardır.



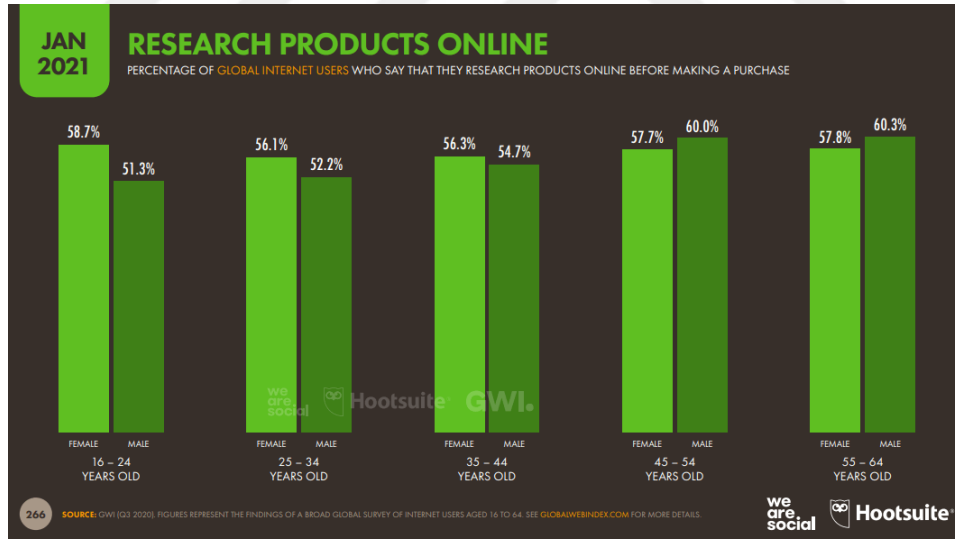
Şekil 12. We Are Social 2021 Dünya E Ticaret İstatistikleri – İçerik Bazlı E-Ticaret Harcamaları (<https://wearesocial.com/>)

-Rapordaki verilerden hareketle marka aramalarında kullanılan ilk kanalların yaş ve cinsiyete göre dağılımına bakıldığında sosyal medya üzerinden marka aramaları yaşa bağlı olarak azalmakta, arama motoru kullanımı ise yaş ile doğru orantılı olarak artış gösterdiği görülmektedir.



Şelik 13. We Are Social 2021 Dünya Dijital Pazarlama İstatistikleri – Tüketici Davranışları İstatistikleri (<https://wearesocial.com/>)

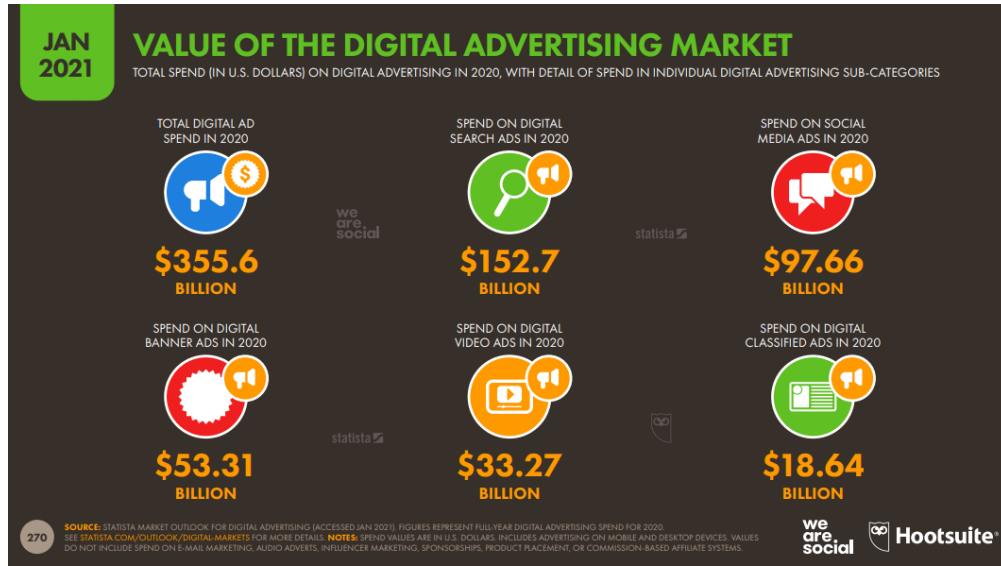
-Marka & Müşteri online ilişki yöntemlerine baktığımızda kullanıcılar en çok marka web sitelerini ziyaret etmekte, markalara ait videolar izlemekte, markaları sosyal medya üzerinde takip etmekte, markalardan gelen mailler ile ilgilenmekte, markaların sosyal medya hesaplarını ziyaret etmekte, markaya ait mobil uygulamaları indirmektedir. Ürün arama istatistiklerine baktığımızda hemen her yaş grubu online olarak ürün aramaları gerçekleştirmektedir. Potansiyel müşteriler, yeni bir markayı en çok arama motoru kullanarak keşfetmektedir. Bunu TV reklamları takip etmektedir.



Şekil 14. We Are Social 2021 Dünya Dijital Pazarlama İstatistikleri – Online Ürün Arama İstatistikleri (<https://wearesocial.com/>)

-Dünyada kategorilere göre en çok Dijital Reklam Harcamalarına bakıldığında toplam dijital reklam harcaması 355,6 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu harcamaların kategori bazlı dağılımı ise;

- Arama reklamlarında toplam harcama 152 milyar dolar,
- Banner reklamlarında toplam harcama 53 milyar dolar,
- Sosyal medya reklamlarında toplam harcama 97 milyar dolar,
- Video reklamlarında toplam harcama 33 milyar dolar,
- Konumlandırma reklamlarında toplam harcama 18 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.



Şekil 15. We Are Social 2021 Dünya Dijital Pazarlama İstatistikleri – Dijital Reklam Harcama İstatistikleri (<https://wearesocial.com/>)

3.8. Dünyada En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

3.8.1. Facebook İstatistikleri

We Are Social Digital in 2021 raporuna göre Facebook'un 2.18 milyar kullanıcısı bulunmaktadır ve bu kullanıcıların %56'lık kısmını erkek kullanıcılar oluşturmaktadır. 2015 yılında aktif Facebook kullanıcı sayısı 1,54 milyar iken, 2021 yılında 2.18 milyara ulaşmıştır. Aylık ortalama Facebook reklam tıklamalarının cinsiyet ve yaş dağılımına göre artan yaş reklam tıklaması ile doğru orantılı olduğu tespit edilmiştir (<https://dijilopedi.com/>).

3.8.2. Instagram Kullanıcı İstatistikleri

Digital in 2021 raporuna göre Instagram reklam kitlesi verilerine göre toplam kullanıcı sayısının 1,22 milyara ulaşmıştır. Kullanım oranının cinsiyete göre dağılımına bakıldığında %50.8 ile kadınların oranını fazla olduğu tespit edilmiştir. Instagram reklam kitlesinin %62'si 18-34 yaş grubu arasındadır. 35-44 yaş üstü kullanıcı oranı ise %30'dur. Instagram reklamları hedef kitlesinin cinsiyet ve yaşa göre erişime bakıldığında ise en fazla erişim 13-17 yaş grubu ile 55-64 yaş grubunda olmaktadır (<https://dijilopedi.com/>).

3.8.3. LinkedIn Kullanıcı İstatistikleri

Digital in 2021 raporuna göre LinkedIn reklam kitlesi verilerine göre toplam kullanıcı sayısının 727,6 milyon olduğunu ve erkek kullanıcı oranının %56.9 ile daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (<https://dijilopedi.com/>).

3.8.4. Twitter Kullanıcı İstatistikleri

Twitter reklam kitlesi verilerine göre toplam kullanıcı sayısının 353,1 milyon olduğunu ve erkek kullanıcı oranının daha yüksek olduğunu görmekteyiz. We Are Social Digital in 2020 raporuna göre Twitter reklamları hedef kitlesinin cinsiyet ve yaşa göre kullanıcı istatistiklerine baktığımızda,

35-49 yaş grubu Twitter'ı daha fazla kullanmaktadır. Diğer sosyal medya platformlarına göre Twitter orta yaş grubuna hitap etmektedir (<https://dijilopedi.com>).

3.8.5. YouTube Kullanıcı İstatistikleri

We Are Social Digital in 2021 raporuna göre YouTube reklam kitlesi verilerine göre toplam kullanıcı sayısının 2 milyar olduğunu ve erkek kullanıcı oranının %54.2 olduğu tespit edilmiştir. YouTube'da 1 saatte günlük olarak 1 milyar video izlenmektedir. İzlenen videoların %70'i ise mobil cihazlar üzerinden izlenmektedir. YouTube reklamları hedef kitlesinin cinsiyet ve yaşa göre kullanıcı istatistiklerine bakıldığında, 25-34 yaş grubu YouTube'u daha fazla kullanmaktadır (<https://dijilopedi.com>).

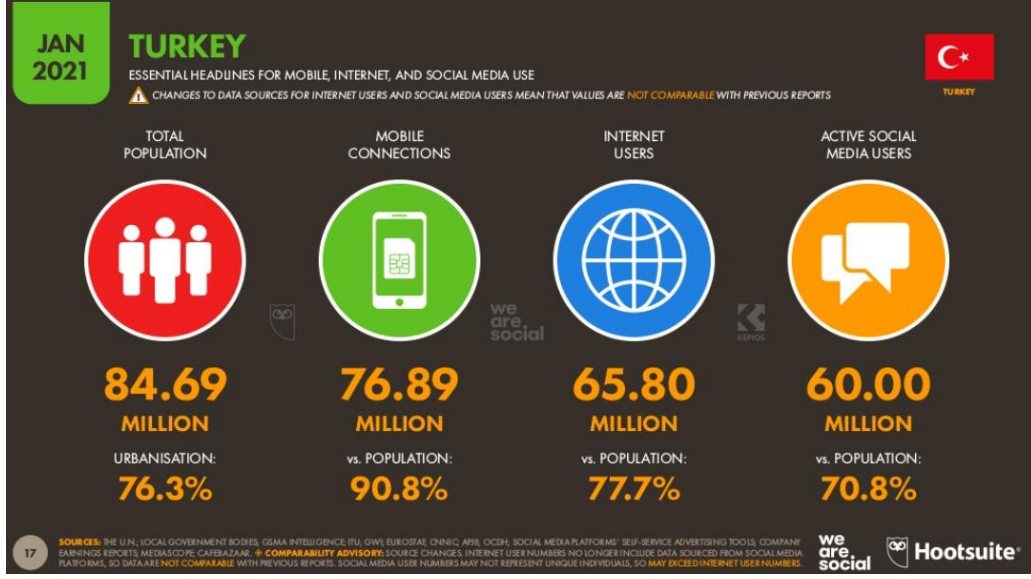
3.9. Türkiye İnternet, Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri 2021

Hootsuite & We Are Social işbirliği ile hazırlanan "Türkiye İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri 2021" raporu ile en güncel Türkiye İnternet kullanım istatistikleri ve sosyal medya istatistiklerini 4 ana başlık altında değerlendirilmiştir;

- 1-Türkiye İnternet Kullanım İstatistikleri
- 2-Türkiye Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri
- 3-Türkiye E-Ticaret İstatistikleri
- 4-Türkiye Dijital Pazarlama İstatistikleri (<https://wearesocial.com>)

3.9.1. Türkiye İnternet Kullanım İstatistikleri

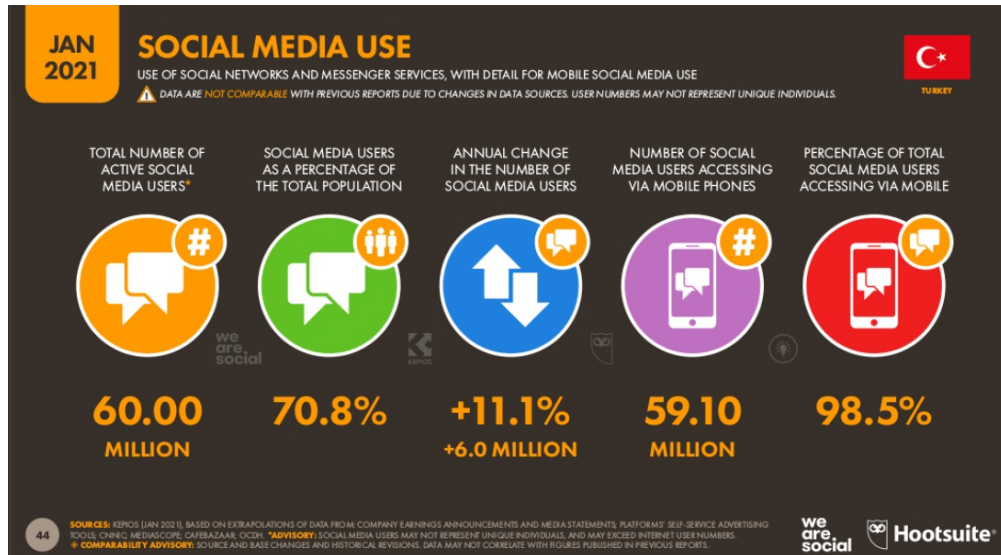
Türkiye nüfusunun %70'i sosyal medyayı, %77'si interneti aktif olarak kullanmakta olup, mobil bağlantı kullanımı ise %90 seviyelerindedir. İnternet ve sosyal medya en çok video içerikleri izlemek ve müzik dinlemek için kullanılırken, bu içerikleri vlogları takip etmek ve radyo dinlemek gibi tercihler takip etmektedir. Rapor verilerine göre, en çok Google ve YouTube ziyaretleri gerçekleştirilirken, haber takibi için hürriyet ve sözcü ön plana çıkmaktadır. Online eğitim ile birlikte EBA'nın ziyaret sayısı artış göstermiş, alışveriş sitelerinde sahibinden, trendyol ve hepsiburada bulundukları sektörün en çok ziyaret edilen siteleri olarak raporda yer almıştır. İnternette arama yaparken arama motorları kullanımında sesli arama kullanımı %50'ye yaklaşmış olup, sosyal medya üzerinden bir marka & konu aramalarında %29'luk bir artış söz konusudur.



Şekil 16. We Are Social 2021 Türkiye İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri – Genel Tablo(<https://wearesocial.com/>)

3.9.2. Türkiye Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri

60 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunan ülkemizde, yıllık sosyal medya kullanıcı artışı oranı %11'dir. Ülkemizde en çok kullanılan sosyal medya platformu olan YouTube'u sırasıyla Instagram ve Facebook takip etmektedir. Sosyal medya kullanımının yaş ve cinsiyete göre dağılımına bakıldığında 25-34 yaş aralığı en fazla sosyal medya kullanıcısının olduğu yaş grubudur. Sosyal medya kullanıcıların neredeyse tamamı sosyal platformlarını düzenli olarak kullanmakta ve kullanıcı başına düşen sosyal medya hesap sayısı ise 9'dur.



Şekil 17. We Are Social 2021 Türkiye Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri – Genel Tablo (<https://wearesocial.com/>)

3.9.3. Türkiye E-Ticaret Kullanım İstatistikleri

We Are Social 2021 Digital 2021 Turkey raporundaki E-Ticaret verilere göre, Türkiye’deki internet kullanıcılarının son 30 günlük E-Ticaret aktivitelerine göre İnternet kullanıcılarının; %89’u online ürün araması yapmakta ve yine kullanıcıların %89’u online mağaza ziyaretleri gerçekleştirmektedir.



Şekil 18. We Are Social 2021 Türkiye E Ticaret İstatistikleri – Online Alışveriş Eğilimleri (<https://wearesocial.com/>)

Online dayanıklı ürün harcamalarına baktığımızda toplam 37.2 milyon kişi 11.3 milyon dolar kişi satın alım gerçekleştirmiştir. Kişi başlı harcama ortalama 304 dolardır. We Are Social Digital 2021 Turkey raporundaki verilerden hareketle potansiyel müşteriler, yeni bir markayı ilk olarak arama motoru kullanarak keşfetmektedir. Bunu sosyal medya platformları, ürün ya da hizmet ile ilgili marka web sitesi takip etmektedir. Google alışveriş özelliğini kullanan kullanıcılar en çok teknolojik cihazlar ile ilgili aramalar yapmış olup, ilk 10’da marka olarak trendyol yer almaktadır.

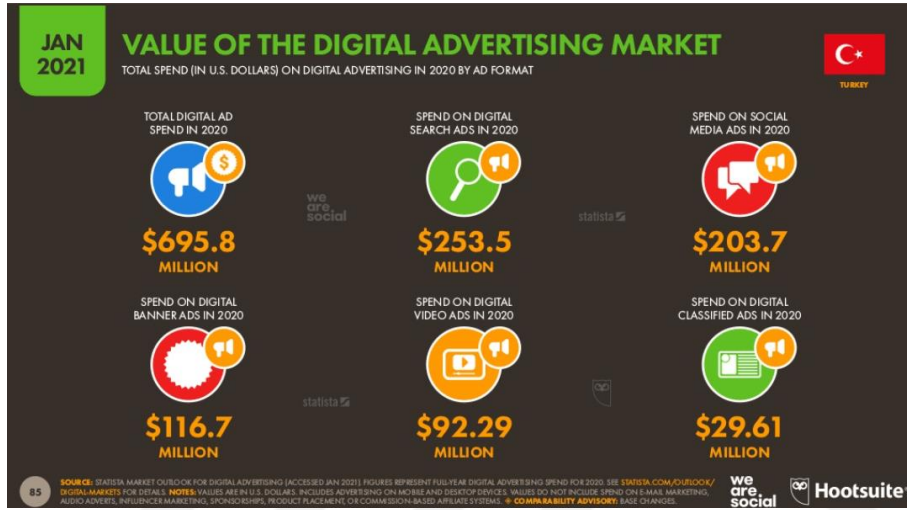


Şekil 19. We Are Social 2021 Türkiye E Ticaret İstatistikleri – Dayanıklı Ürün Harcamaları (<https://wearesocial.com/>)

3.9.4. Türkiye Dijital Pazarlama İstatistikleri

Türkiye’de kategorilere göre en çok Dijital Reklam Harcamalarına bakıldığında toplam dijital reklam harcaması 695 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu harcamaların kategori bazlı dağılımı ise;

- Arama reklamlarında toplam harcama 253 milyon dolar,
- Sosyal medya reklamlarında toplam harcama 203 milyon dolar,
- Banner reklamlarında toplam harcama 116 milyon dolar,
- Video reklamlarında toplam harcama 92 milyon dolar,
- Seri ilan reklamlarında toplam harcama 29 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.



Şekil 20. We Are Social 2021 Türkiye Dijital Pazarlama İstatistikleri – Dijital Reklam Harcamalar (<https://wearesocial.com/>)

3.10. Türkiye’de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

3.10.1. YouTube Kullanıcı İstatistikleri

YouTube reklam kitlesi verilerine göre toplam kullanıcı sayısının 50 milyon kişidir (<https://dijilopedi.com>).

3.10.2. Instagram Kullanıcı İstatistikleri

Instagram reklam kitlesi verilerine göre toplam kullanıcı sayısının 46 milyon olduğunu ve kadın kullanıcı oranının %57.8 ile erkek kullanıcı oranından fazla olduğu tespit edilmiştir (<https://dijilopedi.com>).

3.10.3. Facebook Kullanıcı İstatistikleri

We Are Social Digital 2021 Turkey raporuna göre Facebook’un 38 milyon kullanıcısı bulunmakta ve erkek kullanıcıların %65.8 ile kadın kullanıcılardan fazla olduğu tespit edilmiştir (<https://dijilopedi.com>).

3.10.4. Twitter Kullanıcı İstatistikleri

Twitter reklam kitlesi verilerine göre toplam kullanıcı sayısının 13 milyon olduğunu ve erkek kullanıcı oranının %86.6 ile daha yüksek olduğunu görülmektedir (<https://dijilopedi.com/>).



4. SOSYAL MEDYA TÜRLERİ

4.1. İlk Sosyal Ağlar

Sosyal ağ sistemleri, kitleler arası bağlantı kurmak amacı ile sistemde bulunan profillerin paylaşılmasına imkân sağlayan, bağlantı paylaşımında bulunan diğer kullanıcıların bir birlerini listelerine eklemesine ve ağ üzerinde bulunan tüm kullanıcıların bir birlerini görmelerini mümkün kılan web tabanlı sistemler olarak adlandırılmaktadır (Özgen,2012: 11). 2000’li yıllardan sonra Sixdegrees.com (1997)., Ryze.com (2001)., Friendster (2002).,Photobucket (2003)., LinkedIn (2003)., Facebook (2004)., Flickr (2004)., Netlog (2004).,Youtube (2005)., MySpace (2006)., Twitter (2006)., Foursquare (2009)., Pinterest (2010).,Instagram (2010). gibi arama yapma, video ve fotoğraf paylaşmaya, arkadaş eklemeye veya çeşitli iş stratejileri geliştirme amaçlı farklı sosyal medya platformları ortaya çıkmıştır. Günümüzde sosyal medya mecraları bir iletişim ana akımı olarak değerlendirilebilecek seviyeye ulaşmıştır. Sosyal medya platformları üzerinden kullanıcılar fiziksel özelliklere ve kan bağı gibi özelliklere bağlı olmayarak, insanların ilgi alanları, hayalleri, stratejileri ve zevkleri gibi temalar üzerinden sosyal gruplar oluşturmaktadır. Bu sosyal grupların bir arada bulunması ile başka kültürler ve davranışlar ortaya çıkartarak, tüketim alışkanlıklarını etkileyen bir ortam oluşmuştur (Varnalı, 2013: 21).

4.1.1. LinkedIn (2003).

LinkedIn, 2002’ de kurulan 2003 yılında hizmete açılan iş odaklı sosyal paylaşım ağıdır. Bir iş arama platformu olarak hizmet vermektedir 2012 yılında 6.5 milyon kullanıcıya ulaşmıştır. 2016 yılında ise Microsoft tarafından 26.2 milyon dolara satın alınmıştır (<https://tekno10.com>).

4.1.2. Facebook (2004).

Facebook 4 Şubat 2004’te Harvard Üniversitesi’nde öğrenci olan Mark Zuckerberg tarafından kuruldu. Diğer sosyal paylaşım ağlarına göre çok kısa bir süre içinde popüler hale gelerek 1. yılını tamamlamadan 1 milyon kullanıcı sayısına ulaştı. Zaman içerisinde büyük gelişme sağlayan sosyal paylaşım sitesi 2011 yılının ilk ayında değerinin 50 milyar dolar olduğunu açıkladı. 2015 yılında aktif kullanıcı sayısı 1 milyarın üzerine çıktı. Türkçe, Almanca, İngilizce, Çince, Felemenkçe dâhil 19 dil seçeneğiyle erişim sağlanabilmektedir. (<https://www.tech-worm.com>).

4.1.3. Reddit (2005).

Reddit, Conde Nast Digital şirketine ait bir sosyal haber sitesidir.23 Haziran 2005’ te kurulmuştur. Kullanıcılar link paylaşabildikleri gibi kendi yazdıkları yazıları da siteye yükleyebilirler. Paylaşılan içerikleri kullanıcılar "Aşağı" ve "Yukarı" butonlarıyla oylayabilirler. Böylece en çok yukarı oyu alan içerik ana sayfada ki listede gözükür. En çok internet erişim ve kullanım oranına sahip sosyal medya platformlarından biridir. Resim, video, blog paylaşımları yapılan bir sitedir (<https://teknodestek.com.tr>).

4.1.4. YouTube (2005).

Video paylaşım sitesi olan YouTube Steve Chen ve Chad Hurley isimli iki genç tarafından 2005 yılı Şubat ayında kuruldu. İlk video 23 Nisan 2005'te Jawed Karim tarafından yüklendi. 9 Ekim 2006 tarihinde Google tarafından 1.65 milyar dolara satın alındı (<https://www.medyaakademi.org>).

Günümüzde dünyadaki her kullanıcıya ulaşma ve ücretsiz hizmetler sunma özelliği sayesinde popüler ağlar arasına girmeyi başarmıştır. Sağladığı imkânlar sayesinde yeni pazarlar ve yeni mesleklerin var olmasına katkı sağlamıştır. YouTube CEO'su Susan Wojcicki'nin paylaştığı rakamlara göre, YouTube aylık 2 milyar kullanıcıya ulaşmıştır. Bu rakam sadece YouTube'da oturum açan kullanıcıların sayısı olarak verilmiştir (<https://digitalage.com.tr>).

4.1.5. Twitter (2006).

Twitter, kullanıcıların 280 karakter ile sınırlandırılmış "tweet" adı verilen gönderiler yazabildiği bir sosyal ağıdır. 2006 yılında kurulmuş ve 2011 senesinde Türkiye pazarına giriş yapmıştır (<https://www.beyaztarih.com>). 2018 yılı itibari ile kullanıcı sayısı 321 milyondur. Günlük aktif kullanıcı sayısı ise 218 milyon olarak saptanmıştır.

4.1.6. Foursquare (2009).

Foursquare, 2009 yılında Naveen Selvadurai ve Dennis Crowley tarafından kurulmuş ve piyasaya sürülmüştür. Çıktığı tarihten çok kısa bir süre sonra popüleriteye kavuşan ve günümüzde yaklaşık 10 milyonluk bir kullanıcı kitlesine sahip olan program, kısa bir süre önce dünya genelinde aylık olarak 1.000.000 “check-in” (yer bildirimi). yapılmasıyla gündeme gelmiştir. İsteyen kullanıcılar bilgisayarlarından açtıkları hesaplarıyla, isteyen kullanıcılar akıllı telefonlarında bulunan uygulamalarıyla, isteyen kullanıcılar da kısa mesajla birlikte bulundukları mekânlarda Foursquare üzerinden yer bildirimi yapabilmektedirler. (<https://www.tech-worm.com>).

4.1.7. Instagram (2010).

Instagram 5 Ekim 2010'da iOS işletim sistemi için ücretsiz bir fotoğraf paylaşım uygulaması olarak Kevin Systrom ve Mige Krieger tarafından kurulmuştur. Kısa zamanda geniş kitlelere ulaşmasıyla birlikte kullanıcı sayısı 1 milyon barajını aşmıştır. Instagram, Ocak 2011'de Tech Crunch tarafından verilen “En İyi Mobil Uygulama” kategorisinde ödül almıştır. 2011 yılında yapılan açıklama ile 15 milyon aktif kullanıcıya ve 400 milyon fotoğraf paylaşımına ulaştığı verilerle bildirilmiştir. 2013 yılında sponsorlu içeriklerin kullanılmasıyla birlikte instagram işletmeler tarafından en çok tercih edilen uygulama ve sosyal pazarlama alanında en fazla kullanılan uygulama olma adına ilk adımı atmıştır. 2014 yılında 400 milyon kullanıcı sayısına ulaşmıştır. Sponsorlu reklamlar, ürün etiketleme özelliği, şirket sayfası oluşturma, istatistikler gibi özellikler burada satış – pazarlama yapan markaların işini kolaylaştırmıştır. Günümüzde en fazla kullanılan sosyal ağ olduğu kullanıcı verileri ile kanıtlanmıştır (<https://www.brandingturkiye.com>).

4.1.8. Pinterest (2010).

Pinterest, 2009 yılında tasarlanıp 2010 yılında Paul Sciarro, Evan Sharp ve Ben Silbermann tarafından piyasaya sürülmüştür. Kısa süre içerisinde 70 milyon kullanıcı sayısına ulaşmıştır. Kullanıcı sayısının çok fazla olmasına rağmen instagram veya diğer sosyal paylaşım siteleri kadar

tercih edilmemiş olmasının temel sebebi bu ağların aksine çok daha geniş bir kullanım şekli sunmasıdır. Sosyal ağın temel kullanım anlamı fikir kataloğudur. Pineterest, tamamen görsel veya video paylaşmaya yönelik bir sosyal medya aracıdır. Dekorasyon, moda, mimari, mobilya, yaratıcı fikirler ve tasarımlar, vs. aklınıza gelebilecek her konuda resimler veya videolar paylaşabilir; başkalarının paylaştıklarını da “pin”leyerek kendi panonuza yerleştirebilir ve diğer kullanıcıların göz atmasını sağlayabilirsiniz (<https://kimkurdu.com>).

4.1.9. TikTok(2016)

TikTok veya Çin'de bilinen adıyla Douyin, Musical.ly bazında yaratılan, video oluşturma ve paylaşmanın yanı sıra canlı yayın imkânı sağlayan bir sosyal medya uygulamasıdır. Eylül 2016'da ByteDance tarafından piyasaya sürüldü. (<https://tr.wikipedia.org>)



5. E- TİCARET

5.1.E- Ticaretin Tanımı ve Tarihsel Gelişimi

21. Yüzyılda ekonomide meydana gelen küreselleşme ve bunun etkisi ile bilgi teknolojilerinde yaşanan yaygınlaşmanın ticaret usullerine yansması ile elektronik ticaret sistemi ortaya çıkmıştır. Ekonomik ilerlemeler açısından e- ticaret işletmeler için önemli bir hal almıştır. İşletmeler her türlü alanda maliyetlerini düşürmek amacıyla bilişim teknolojilerinden yararlanarak düşük maliyet ile yeni bir ticaret alt yapısı oluşturma hususunda çalışmakta ve kendi standartlarını oluşturmaktadır (Koçak ve Tolon, 2007).

Elektronik ticaret kavramı birçok farklı kaynakta tanımlanmıştır. Ulusal ve Uluslararası kurum ve kuruluşların farklı ifade ediş biçimleri bulunmaktadır;

Dünya Ticaret Örgütünün yapmış olduğı tanımlamaya göre elektronik ticaret; İşletmelerin mal ve hizmetlerini, üretimlerini, reklam, satış ve dağıtımlarını telekomünikasyon ağları üzerinden dijital olarak gerçekleştirilmesi durumudur (Özbay ve Devrim, 2000: 30).

Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu (ETKK) Hukuk Çalışma Grubunun tanımlamasına göre elektronik ticaret; Kişiler ve kurumların, internet ortamında veya sınırlanmış kullanıcılar tarafından ulaşılabilen intranet ortamlarında yazı, ses ve görüntü vb. şeklindeki sayısal bilgilerin işlenerek iletilmesinin sağlanması veya saklanması unsurunu ifade eden ve bir değer katmayı amaç edinen ticari işlemlerin genelini ifade etmektedir (Elmas, 2009).

Birleşmiş Milletler Yönetim, Ticaret ve Ulaştırma İşlemlerini Kolaylaştırma Merkezinin yaptığı tanımlamaya göre elektronik ticaret; Yönetim ve tüketim süreçlerinin devamlılığı için oluşmuş ve oluşmamış iş bilgilerinin belirli organizasyonlar (üretici, tüketici, kamu kurumları vs.)arası elektronik araçlar ile iletimin sağlanmasıdır (Ene, 2002: 2).

Türkiye Elektronik Ticaret Kurulu (ETİK).’na göre elektronik ticaret, mal ve hizmetlerin üretim, tanıtım, satış, sigorta, dağıtım ve ödeme işlemlerinin bilgisayar ağları üzerinden yapılmasıdır. Elektronik ticaret, ticari işlemlerden biri veya tamamının elektronik ortamda gerçekleştirilmesi yoluyla reklam ve pazar araştırması, sipariş ve ödeme ile teslim olmak üzere üç aşamadan oluşmaktadır (ETİK, 2010).

Elektronik ticaret alışveriş amaçlı bir dizi işlemlerin dijital ortamlarda gerçekleştirilmesidir. Alım ve Satım işlemlerini ifade eden kavramdır (Özmen, 2000:7).

Bir diğer tanıma göre elektronik ticaret; Üretici ve tüketici arasındaki ilişkinin gelişmesine yardımcı olan, iletişim teknolojilerinin aktif bir şekilde kullanıldığı iş süreçleri olarak ifade edilir (Payne, 2008).

Başka bir tanıma göre de elektronik ticaret; E-ticaret, ticari işlemlerin telekomünikasyon ağları aracılığı ile özellikle internet üzerinden gerçekleştirilmesidir (Liu, 2008).

Kavramsal ve bütünsel olarak bakıldığı zaman elektronik ticaret, bilgi ile ilgili işlemlerin maliyetlerini minimuma indirmek veya stratejik, bilgi ile ilgili avantajlar elde etmek amaçlı bilişim teknolojilerinin ekonomik faaliyet süreçleri için ağ sistemine bağlanması olarak tanımlanabilir (Holsapple ve Singh, 2000: 152-158).

Elektronik ticaret, her türlü mal ve hizmetin alım satım sürecinin internet ortamında dijital ağlar aracılığı ile yapılması şeklinde tanımlanmasını yanı sıra, farklı bakış açıları üzerinden farklı tanımlamalarda yapılabilir (Turban vd.1999:4);

İletişim Açısından; Elektronik ticaret bilgi birikiminin, mal ve hizmet dağıtımlarının, bir dizi ödemelerin vb. işlemlerin dijital ağlar üzerinden elektronik araçlar aracılığı ile yapılmasıdır.

İş Süreci Açısından; Elektronik ticaret, her türlü ticari faaliyetin, iş akışının sağlanmasını üstlenen teknolojidir.

Hizmet Açısından; Elektronik ticaret, tüketici kitlesinin ve idarenin, satın almış oldukları ürünlerin ve hizmetlerin kalitesinin artırılıp, maliyetlerinin azaltılması amacıyla yönelik fayda sağlayan araçtır.

Online Açısından; Elektronik ticaret bilgi c-ve ürünlerin dijital ağlar üzerinden alım satımını sağlayan araçtır.

Tüm bu tanımlamalar çerçevesinde elektronik ticaret, fiziki koşullar bağımsız olarak yapılabilen her türlü dijital ticari aktiviteyi ifade etmektedir şeklinde yorum yapılması mümkündür.

E- Ticaretin tarihsel sürecinden bahsetmeden önce e- ticaret ile ilgili bazı değerlendirmelerin yeniden gözden geçirilerek başlanması önemlidir. E- ticaret kavramı her açıdan yeni bir kavram olmasının yanı sıra esas ve ilke bakımından geleneksel ticaret yöntemlerine tabiidir. Bu bağlamda e-ticaret her bakımdan yeni ve geleneksel ticarete alternatif olarak oluşmuş bir usul serisi değil, bilgi teknolojileri ile paralel olarak gelişim gösteren ve ticari süreçleri kolaylaştıran bir yeniliktir (İnce, 1999: 4). İnternetin gelişmesi ile birlikte pazarlama ve ticaret kavramları yeniden şekillenmiştir. (Yeşil, 2010: 135).

E- ticaret geçmişi incelendiğinde 80’li yıllarında öncesine dayandığı tespit edilmiştir. Televizyon, telefon gibi iletişim araçları ile yapılan satışlarda bir anlamda e-ticarete örnektir. Geçmişte yapılan bu ticaret usulü, e-ticaret bağlamında günümüzdeki kadar etkin olmamıştır. Bilişim teknolojilerinin gelişiminin bir sonucu olan internetin sağlamış olduğu, sınırları ve kısıtları olmayan pazarlar e-ticaretin gelişimindeki en büyük etkidir. (Küçükörkey, 2002: 3).

İnternetin özelleşmesi ve ticarileşmesi 1991 yılının başlarında başlamıştır. Genel olarak araştırmacılar bu tarihi e- ticaretin doğuşu olarak kabul ederken bir diğer araştırma çevresi ise e-ticaretin EDI (Elektronik Veri Değişimi). kadar eski olduğunu savunmaktadır. (Sullivan ve Walstrom, 2001: 8). Son 50 yıl içerisinde bilgisayar teknolojileri üç ana seviyeden geçmiştir. Her yeni seviye, yeni firmaların oluşumuna ve hızlı gelişim dönemlerine girilmesine neden olmuştur. 1950 yılında IBM oluşumu ile birlikte “veri işleme” kavramı ortaya çıkmıştır. 1960’lı yıllarda küçük bilgisayarlar ile yeni firmaların oluşumu başlamıştır.

1981 yılında IBM’in kişisel bilgisayar oluşturmaları ile günümüzün en bilinen şirketleri olan; Intel, Dell, Compaq, Hp, Microsoft gibi oluşumların doğuşu gerçekleşmiştir (Aksoy, 2003).

Elektronik ticaretin ilk örneği 1960 yılında iş belgelerinin bilgisayarlar arası elektronik bilgi alışverişinin gerçekleştirilmesiyle görülmüştür. Birinci nesil elektronik ticaret olarak adlandırılan bu süreçte, şirketler arası bilgi alışverişi ve para transferi yapılmasını sağlamıştır. 1990’lı yıllarda mal ve hizmetlerin reel olarak internet ortamına taşınması ile birlikte 2. Nesil elektronik ticaret çağı başlamıştır (Mwenda, 2019: 71).

E- Ticaret işletmeler tarafından 1996 yılı itibari ile kullanılmaya başlanmışsa da öncesinde, kapalı ağı ifade eden ‘İntranet’ sistemi şeklinde iç ağ olarak firma içi ve firmalar arası kullanımlar olmuştur (İnce,1999).

1995 yılında eBay ve Amazon şirketlerinin kuruluşu ile birlikte elektronik ticaret hızla yükselmeye başlamıştır. Bahsi geçen şirketler Amazon ve eBay e- ticaret sektörünün en önemli kük unsurudur (Tian ve Stewart, 2006). Türkiye’deki ilk elektronik ticaret sitesi 2000 yılında kurulmuş olan ve doğan grubuna ait olan infoshop.com olarak bilinir. İnfoshop.com günümüzdeki elektronik

ticaret devlerinden biri olan Hepsiburada.com sitesinin temelini oluşturmaktadır (Karımlı, 2017).

Bazı küresel şirketlerin elektronik ticaretin alışılmış düzeninden önce farklı biçimlerde, müşteri kitlelerine hizmet vermişlerdir. Bu şirketlere Avon ve Oriflame gibi firmalar örnek verilebilir (Erkan, 2012: 21).

Davos Dünya Ekonomik Forumu'ndan iş insanı Klaus Schwab şöyle bir deyimde bulunmuştur; “Büyük balığın küçük balığı yuttuğu bir dünyadan, hızlı balığın yavaş balığı yuttuğu bir dünyaya geçtik.” Türkiye olarak bizler E- ticaret trendlerini kaçırmamalı ve bilgi teknolojileri ile sürekli olarak gelişim gösterin dünyaya yetişmeli, ayak uydurmaliyiz (Küçükgörkey, 2002: 878).

5.2. E- Ticaretin Kapsamı

Elektronik ticaret ile ilgili olarak; bilgi teknolojileri, iletişim teknolojileri ve bilgi otoyolu olarak adlandırılan kavramlar bütünleşmiştir. Bu itibarla dijital bir iletişimin hangi noktada başlayıp hangi noktada bittiğini belirlemek güçtür. Yapılan tanımlamalar gereği sonucunda bir ticari ilişkiyi doğuran dijital iletişimler elektronik ticaret olarak kabul görselde, şirketler arasında gerçekleşen bilgi alışverişi ticari faaliyete temel olabileceğinden e- ticaret olarak kabul edilebilir. Kamu yönetimindeki kolaylıklar, sağlık, eğitim vb. gibi ekonomik sonuç doğurabilecek işlemlerin elektronik ticaret sayılıp sayılmayacağı tartışma konusudur. Dolayısı ile sınırsız olarak gözüken bilgi bulutu kapsamında elektronik ticaretin sınırlarında bahsetmek zordur (İnce,1999).

Dünyada elektronik ticaret inceliğinde genel olarak firmalar arasında gelişim gösterdiği tespit edilmiştir. Türkiye’de ise bundan farklı olarak elektronik ticaret, tüketici ve perakendeciler arasında gelişim göstermiştir. Türkiye’de bulunan firmaların tedarik zinciri yönetimini dijital ortamlar üzerinden yapması, elektronik ticaretin önemini artırmaktadır (Marangoz, 2014:62).

Elektronik ticaret, mal ve hizmetlerin tümünün internet üzerinden sipariş edilmesinden teslim edilmesine kadar olan süreci kapsar. Geleneksel yöntemler aracılığı ile teslimi gerçekleştirilen alışverişler, dolaylı elektronik ticaret olarak adlandırılır. Doğrudan elektronik ticaret ise tesliminin dijital olarak yapıldığı; gazete, dergi, müzik, oyun vb. hizmetler olarak nitelendirilir. Doğrudan elektronik ticaretin hiçbir coğrafi sınırı yoktur. İnternet erişiminin bulunduğu tüm dünyaya kapsayan dijital bir pazarı ifade eder. Dolaylı elektronik ticaret ise dışsal faktörler olan gümrük, posta gibi ulaşım sistemlerine bağlıdır (Arıkan, 2001).

Küreselleşen Dünyada rekabetin artması ile birlikte firmalar büyük oranda daha verimli ve esnek hale gelmiştir. Bilişim teknolojilerindeki gelişmeler özellikle, büyük önem arz etmektedir. İşletmelerin üretmiş oldukları malların tasarımlarından yararlanarak gelişen tüketici kitlesinin istek ve ihtiyaçlarının karşılanmasında bilişim teknolojilerinin ön planda olması etkilidir. Elektronik üretim kavramı olarak açıklanan yeni bir süreç içine girilmektedir (Zerenler,2007).

Elektronik ticaret hem hizmet hem de ticari açıdan değerlendirilebilir. Ticari bakımdan incelendiğinde elektronik ticaret firmalarının kullanmış oldukları otomasyonları teknolojik olarak uygulandığı görülmektedir. Hizmet açısından değerlendirildiğinde ise ödeme vs. gibi işlerin dijital olarak yapıldığını gözlemlemek mümkündür. Başka bir ifade ediş biçimine göre ise elektronik ticaret ürünlerinin tüm satış, sigorta vb. işlemlerinin online yapılmasıdır. Daha geniş bir çerçeveden incelendiği zaman elektronik ticaret kapsamını şöyle sıralanabilir (Marangoz, 2014: 64);

- Üretim planlama yapma ve üretim zinciri oluşturma
- Malların ve hizmetlerin elektronik alışverişi

- Sanal ortamda banka işlemleri
- Elektronik banka işlemleri ve fon transferleri
- Sipariş verme
- İnternet üzerinden konşimento gönderme
- Gümrükleme
- İnternet ortamında kamu alımları
- E-posta ile alakalı işlemler
- E-hisse ticareti ve borsa
- Zihni mülkiyet haklarının transferi
- Anlaşma yapma
- Üretim planlaması yapma
- İnternet ortamında vergilendirme
- Yerinde bilgi oluşturma ve aktarılması
- Tüketicilere pazarlama
- Ticarete kayıtların tutulması ve izlenmesi
- Elektronik imza ve elektronik noter.

Elektronik ticaret kapsamında yer alan amaçlarını incelediğimizde ise şu şekilde bir liste yapmamız mümkündür (Doğan ve Hamşioğlu, 2002: 888):

- İşletmenin faaliyetlerini yerel ve ulusal alanda daha kolay hale getirme,
- Firmanın etkinliğini ve duyarlılığını artırmak çalışması,
- Uyumlu ve yüksek kaliteli elektronik etkileşim sağlama,
- Donanım nakliyatı hariç, uygun olan bütün alanlarda işletme faaliyetlerini elektronik hale getirmek gibi amaçları vardır.

5.3.E- Ticaret Araçları

Elektronik ticaret her açıdan son derece önemli ve kullanışlıdır. Ticari işlemleri yapma noktasında ki işlemleri kolaylaştırır. Elektronik ticaretin bu denli tercih edilmesinin, kullanılmasını sağlayan 7 önemli özelliği vardır. Bu özellikleri sıralayacak olursak; küresel biçimde erişim imkânı, bilgi-ürün zenginliği, evrensel statüde standartlar, etkileşim, kişiselleştirme ve bilgi yoğunluğu olarak sıralanabilir (Shafiyah vd, 2013: 1357).

E- Ticaret araçlarını açıklamadan önce internet araçlarının neler olduğunu incelemek önemlidir. İnternet mecrasının kişilere sunmuş olduğu başlıca araçlar şunlardır (Marangoz, 2014: 43).;

-WWW (World Wide Web). En yaygın araç olarak bilinir. Söz konusu ağın en önemli özelliği farklı ortamlardan kullanıcıların bir birinden bağımsız olarak ulaşım sağlaması ve ses, video, fotoğraf gibi materyallerin birlikte kullanılıyor olmasıdır.

-E- Posta, Elektronik posta sistemi aracılığı ile bir ileti, sınırlama olmadan dünyanın her yerinden başka bir kullanıcıya 1-5 dk sürede ulaşmaktadır. Diğer iletişim araçları gibi maliyetinin yüksek olmaması da yaygınlaşmasına dayanak olmuştur.

-Haber Grupları, Usenet haber gruplarına örnek olarak verilebilir. Farklı kullanıcıların göndermiş oldukları haber ve yazıları kendi bünyesinde barındırmaktadır. Pazarlama ve tanıtım anlamında avantaj sağlamaktadır.

- Dosya Aktarım Protokolü, Dijital olarak dosya alışverişi olarak adlandırılır. Örnek olarak da FTP sistemi gösterilebilir.

E-ticaretin altı temel aracı bulunmaktadır (Yeşil, 2010: 21).

1. Cep Telefon
2. Televizyon
3. Faks
4. ATM ve Elektronik ödeme sistemleri
5. Elektronik Para
6. İnternet

Elektronik ticaret araçlarının bazıları ve amaçları şöyle sıralanabilir (Salo, 2007: 492).;

Tablo 1. E- Ticaret Araçları ve Amaçları

E-Ticaret Aracı	Amaç
EDI	Standart protokoller, satın alma, satış, nakliye, alma, döküm kontrolü ve finansal ve diğer faaliyetlerle ilgili elektronik belgelerin bilgisayardan bilgisayara değişimi yoluyla katılımcı şirketler arasında bilgi paylaşmak için kullanılır.
Güvenli internet Üzerinden elektronik Veri alışverişi	EDI'ye benzer, ancak güvenli bir internet bağlantısı üzerinden gerçekleştirilir. Genellikle daha ucuzdur ve EDI'den daha yüksek ölçeklenebilirliğe sahiptir.
Extranet	Extranet genellikle müşteriler, tedarikçiler ve diğer önemli üçüncü taraflarla iletişim kurmak ve bilgi alışverişinde bulunmak için yapılır. Teknik anlamda, bir kurum yabancıların intranetleri gibi dâhili TCP / IP ağlarına erişmesine izin verdiğinde bir extranet oluşturulur. Genellikle önceki araçlardan daha az maliyetlidir. EDI'den daha fazla bilgi açısından zengin malzeme sunmak için kullanılabilir.
ERP1 sistemi	Bir çalışanın sipariş verdiği noktadan dâhili onay sürecine kadar tedarik sürecinin tam otomasyonu ve farklı yazılım modülleri yardımıyla tasarlanmasıdır. İnsan kaynakları yönetimi, maaş bordrosu faaliyetleri ve diğer finansal dokümantasyon modüllerini içerebilir.
ERP2 sistemi	ERP1'e benzer, ancak iş ilişkisi taraflarını içerecek şekilde kuruluşun ötesine genişletilmiştir. Yöneticilere kuruluşlar arası süreçleri görmeleri için bir pencere sağlar. Uygulamada birinci ve ikinci nesil sistemleri birbirinden ayırt etmek zordur.
EAI	Aksi takdirde uyumsuz olan uygulamalar arasında uyumlaştırıcı olarak kullanılır. Dört katman aracılığıyla uygulama entegrasyonu sağlar: bağlantı, ulaşım, çeviri ve süreç otomasyonu.
Ağ hizmetleri	Dünya çapında web üzerinden sistemleri, iş ortaklarını ve müşterileri düşük maliyetle kazanmak, uygulamalar arasındaki iletişimi standartlaştırmak için evrensel olarak kullanılır. Ticaret ortaklarıyla daha kolay ve hızlı uyum sağlar. Genellikle EAI'den daha ucuzdur, ancak sadece küçük kuruluşlar için uygundur.
ERP adaptörleri	Bazı ERP yazılım evleri, ERP sistemleri ile rakiplerinin ERP sistemleri arasında entegrasyon sağlayan adaptörler içerir. Gerçek zamanlı bilgi alımı ve güncelleme faydası bulunur.
Mobil teknolojiler (WLAN,PDA, RFID).	Satış gücü otomasyonu, sipariş toplamaları ve iş tarafları arasındaki diğer bilgi ve işlem akışları gibi çeşitli aktiviteleri harekete geçirmek için kullanılabilir. Depo ve lojistik süreçleri daha az maliyetli ve daha doğru hale getirilir.
Akıllı araçlar	Akıllı araçlar bilgileri yorumlayabilir ve bazı mantıksal kurallara göre olayları tanımlayabilir. Buna dayanarak, sisteme erişimi olan bireyler, örneğin üretim, teklif çağrılar ve lojistik hizmetler ile ilgili daha doğru kararlar verebilirler. İş ağlarındaki işletme bilgilerini koordine etmek için kullanılabilir.

Kaynak: Salo, 2007: 492-493

Günümüz dünyasında internet kullanımı geniş bir çapta kullanım alanı bulmuştur. Dünya genelinde ürünlerin dağıtımlarının yapıldığı kanallarını, yönetim anlayış ve biçimlerinin daha profesyonel hale getirmiş ve elektronik ticaret; tüketici davranışını etkilemiştir (Liu, 2008). Yukarıda genel olarak anlatıldığı gibi birden fazla elektronik ticaret aracı olmakla birlikte, Elektronik ticaret çoğu zaman dijital olarak ağlar üzerinden yapılan bir ticaret usulü olarak algılanmakta ve değerlendirmelerin geneli bunun üzerine yapılmaktadır (Canpolat, 2001).

Telefon

E-Ticaret sistemlerinin yaygın olarak kullanılmaya başlanmasından önce ticari faaliyetlerde önemli ölçüde telefon kullanımı göze çarpmaktadır. Telefon sistemi esnet ve aynı zamanda interaktiftir (Doğan ve Hamşioğlu, 2002). E- Ticaret iletişim alt yapısında bulunan bilgisayarlar, ağlar vb. sistemlerin varlığı ile entegre biçimde oluşan yeni bir oluşum ile telefon kullanımı mümkün olmuştur (Erdağ ve Batuman, 2006). İletişim teknolojilerinde gerçekleşen gelişmeler telefon operatörlerini az maliyet ile kişisel kullanımlara imkân sağlamıştır. GSM alanında gerçekleştirilen bu ilerlemeler telefonların e- ticaret alanında önemli ölçüde rol oynamasına imkân sağlamıştır (Mankan, 2012). Telefonun yaygın bir biçimde kullanılması internet erişimi olmadan da hedef kitlede yer alan müşteriye ulaşılmasını sağlamaktadır (Kelen, 2015).

Faks

Faks cihazı yazılı iletişim alanında zaman problemini ortadan kaldırmak için geliştirilen araçtır. Yazılı bir bilginin transferini kolay kılmış olması faks cihazının e- ticaret alanında kullanılmasını sağlamıştır (Doğan ve Hamşioğlu, 2002).

Televizyon

Televizyon kullanımının yaygın olmasına karşın tek yönlü bir iletişim aracı olduğu unutulmamalıdır. Elektronik ticarete esas olan iletişimin çok yönlü olması ve etkin olabilmektedir. Televizyon reklamları sayesinde elektronik ticaret gelişiminin artacağı düşünülmektedir (Taşlıyan,2006).

5.4.E-Ticaretin Avantajları ve Dezavantajları

E- Ticaretin açıklanması noktasında farklı görüşlerin olması bu kavram hakkında bir genel tanım yapma durumunu güçleştirmiştir. Bu durumun temel sebebi ise teknolojiye yaşanan hızlı gelişimlere bağlı olarak e ticaretin sınırlarının belli olmamasıdır (Yumuşak, 2001). E- Ticaret; televizyon, radyo gibi kitle iletişim araçlarının bir benzeri olarak görülüyor olsa bile, bir iletişim aracı olmasından öte farklı pazarlama amaçları için kullanılmaktadır (Thelwall, 2001). Elektronik ticaret, sürece dâhil olan faaliyetlerin, internet ağları üzerinden bilgisayarlar ile gerçekleştirilmesini ifade eder (Carter, 2002). Fakat bu tanımlamaya rağmen bir işletmenin elektronik posta adresi kullanması ya da internet sayfalarına sahip olması tam anlamı ile elektronik ticarete dâhil olduğunu ifade edemez. E- ticaretin fiilen gerçekleşiyor olması için temel unsur ticari tam işlemlerin dijital olarak gerçekleştiriliyor olması gerekmektedir. E- ticaretin coğrafi sınırları bulunmadığından işletmeler tüm dünyaya hitap ederek pazarlara farklı bir boyut kazandırmıştır (Camp ve Sirbu, 1997).

Elektronik ticaretin öncelikli etkisi zaman tasarrufu ve maliyetlerin düşürülmesiyle birlikte üretim-tüketim ilişkisindeki verimin artırılmasıdır (Heng,2003). E- Ticaret sağlamış olduğu imkânlar sayesinde; işletme faaliyetlerinin geneli otomatik olarak yapıldığından firma faaliyetleri için gereken personel sayısının azalması ile personel giderleri de azalmaktadır. İşletmeler geleneksel pazarlama usulleri yerine yüksek meblağdaki sermayelerin kullanılmasındansa sanal mağaza açarak maliyeti düşük yeni pazarlar oluşturur ve rekabet açısından üstünlük kazanır. Bu uygulamalar

sayesinde hem üreticiler hem de tüketiciler karşılıklı olarak kazançlı durumuna gelir (Akın, 2001). E- ticaretin birden fazla faydası vardır. İşletmeler elektronik ticaret alanındaki stratejilerini tüketici kitlesine göre belirleyerek, sağlanan avantajlardan en önemlisi olarak gösterilen kolaylık ve verimlilik sağlar. Elektronik ticaretin bir diğer faydası olarak da Kobilere yararıdan bahsedilebilir. Elektronik ticaret ağı sayesinde birçok farklı alana rahat ulaşım sağlanmaktadır (Blessing, 2013).

Elektronik ticaret, tüketici kitlesine satın almış olduğu ürünler hakkında daha ucuz ve daha iyi bulma adına yardımcı olur. Söz konusu müşteriler diğer insanların neler satın aldığını gözlemleyebilir ve bir ürün- hizmet hakkında yapılmış olan yorumları okuyarak fikir edinebilir, başka yorumlar ekleyebilir. Elektronik ticaretin rekabeti artırmasıyla firmalar arasında büyük indirimlere sebep olur. Tüketiciler açısından elektronik ticaretin diğer faydaları ise şöyle ifade edilebilir (Khan, 2016: 3-4; Vadwala ve Vadwala , 2017: 118-119).:

- Kolaylık, tüm alım satım sürecini müşterinin istediği yerden yönetebilmesi.
- Zamandan tasarruf, müşterilerin istediği zaman dilimi içerisinde internet erişimi ile alım-satım yapabilme imkânı.
- Bilgi birikimine hızlı ve kesintisi erişim, Söz konusu kişilerin dijital erişim aracılığı ile bilgiye kolayca erişmesi.
- Artırılmış konfor düzeyi, fiziksel etkileşime gerek duyulmadan 7/24 tam zamanlı işlem yapabilme
- Ürün ve hizmetlerin alım satımında düşük işlem maliyetleri.

Bulunduğumuz 21. Yy' da en önemli satış ve pazarlama tekniği olarak nitelendirilen E- Ticaret satıcılara, alıcılara ve bu hizmetlerden yaralanan herkese genel olarak şu faydaları sağlamaktadır (Civan ve Bal,2007).;

-Sınırları olmayan alışveriş, Geniş Pazar yapısı; Satıcı geniş Pazar sayesinde satıcılar ellerindeki ürünleri tüm dünya müşterilerine satma imkânı elde etmiştir. Alıcılar ise ürün fazlalığı ve alternatif çeşitliliği sayesinde sunulan ürün ve hizmetler arasında özgürce seçim yapma şansına sahip olmuşlardır.

Hizmet kalitesinin artışı, Rekabette üstünlük; 21 yy pazarlarındaki rekabet usullerindeki değişimlere en hızlı şekilde adapte olan işletmeler kazanç sağlamıştır.

E- Ticaret sistemlerinin geleneksel yöntemlere nazaran birçok avantajı vardır. E ticaretin sağlamış olduğu avantajları diğer yönlerden değerlendirilebileceği gibi geleneksel ticaret açısından da değerlendirilebilir (Özgener,2004: 167-181).;

-Küresel sunum- Küresel seçim; İnternet teknolojilerinin sağlamış olduğu avantajlar sayesinde küçük çaptaki işletmelerde ticari faaliyetlerini küresel anlamda icra eder.

- İyileştirilmiş Rekabet Avantajı ve Hizmet Kalitesi; E- Ticaretin avantajları sayesinde tedarikçiler müşteriler ile daha yakın olabildiğinden rekabet açısından fayda elde etmiş olur. İşletmeler ürün satışlarının öncesinde ve sonrasında müşteri destek hizmeti sunarak e ticaret faaliyetlerinden faydalanır. Bu uygulama karşısında ise müşteriler yüksük hizmet kazanımı elde eder.

-Yeni İş Fırsatları- Yeni Mal ve Hizmetler; İnternet kullanımının artması ile birlikte müşteri kitlesinin kaliteli bilgi talebi ile birlikte bilgi işlem sektörü olumlu yönde etkilenmiştir. Elektronik ticaret tüm bunlara ek olarak Pazar yapısını değişime uğratarak farklı ürünlerin gelişmesini, ihtiyaçların hızla karşılanmasını sağlamıştır.

-Kitlesel müşteri, Kişiselleştirilmiş Ürünler; E- Ticaret kullanımı ile birlikte firmalar müşterileri için kişisel hizmetler sunabilmektedir.

-Tedarik Zincirlerini Kısıtlamak veya Tam Olarak Ortadan Kaldırmak; E Ticaret sistemlerindeki mevcut tedarik zincirini sadeleştirmektedir. Ayrıca tedariksel ilişkileri de düzenlemektedir. Bu sayede he zaman tasarrufu hem de yapılan işlemlerde esneklik elde edilmiştir.

-Maliyet Tasarrufları ve İndirimler; E- Ticaretin sağlamış olduğu en büyük faydalardan biri ise maliyetleri düşürmesidir. İnsan faktörünün kullanılarak yapıldığı işlemlerin dijital olarak sürdürülmesi maliyet avantajı sağlamaktadır.

-Yeni İş Fırsatları- Yeni Mal ve Hizmetler; İnternet kullanımının artması ile birlikte müşteri kitlelerinin kaliteli bilgi talebi ile birlikte bilgi işlem sektörü olumlu yönde etkilenmiştir. E Ticaret tüm bunlara ek olarak pazar yapısını değişime uğratarak farklı ürünlerin gelişmesini, ihtiyaçların hızlı şekilde karşılanmasını sağlamıştır.

Elektronik ticaret işletmeler açısından birden fazla ve geniş bir çapta çeşitle avantajlar sağladığı farklı çevreler tarafından kabul görmüştür. Bu avantajlar elektronik ticaretin işletmeler tarafından kullanılması noktasında favori etkenlerdir. E- Ticaret kullanıcılarının yıllara göre önemli ölçütlerde gelişim sağladığı tespit edilebilmektedir. E-ticaretin işletmeler açısından temel faydaları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Khan, 2016: 4; Rahayu ve Day, 2017: 26; Kaur, 2011: 336-338).:

-Tüketicileri doğru ürünleri, doğru zamanlamalar ile ideal fiyatlar çerçevesinde sunmak amacıyla tedarik zincir yönetimi,

-İşletmenin gelirlerini arttırmak,

-Yeni Pazar oluşumlarını sağlamak,

-Elektronik ödeme sistemleri,

- Stok tüketimini hızlandırmak,

-Elektronik ticaret sürecinde işletmelerin iş süreçleri içerisinde işlemlerin yerinde yapılmasını içeren satış personellerinin verimliliğini arttırmaya yönelik amaçlar içeren, bilgi birikimi olan eğitilmiş personeller ve tüm bunlara bağlı olarak müşteri memnuniyetini arttıran projeler,

-Aracı olmadan satış sağlama

-Satın alma, tedarik vb. süreçler başta olmak üzere her türlü maliyeti azaltmak,

-Satış sürecinin minimum zamana inmesi

-İşletme imajının gelişmesi.

Başarı sağlayan elektronik ticaret stratejileri inovasyon uygulamaları ve değişim isteklerinin önemine vurgu yapar. Elektronik ticaret sisteminde çözümleri uygulamak için bilgi birikimine ve uygun organizasyonlara sahip olmak gerekir. Bu anlamda, kurumsal alt yapıların değişime açık şekilde tasarlanması gerekmektedir. Etkin elektronik ticaret uygulamalarına ilişkin bir diğer sorun ise teknoloji yetkinliklerine sahip kalifiye personellerin etkinliğidir. Müşterilerin güvenlik ile ilgili endişeleri tüketici bilgilerinin çalınması da bir diğer sorundur (Yasin vd., 2006: 260; Niranjanamurthy vd.,2013: 2363).

E- Ticaretin hızlı gelişim göstermesine rağmen dezavantajlarından da söz etmek gerekir. Bu dezavantajları sistemin gelişmesi noktasındaki en önemli sorunlardır. Bu sorunlar kısaca şöyle değerlendirilebilir;

-Satışa çıkarılan ürünlerin müşteri kitlesinin internet kullanım oranı düşük ise satışlarda da düşüş yaşanır.

-Elektronik ticarete yapılan yatırımların tutarı minimum harcama tutularının altında kalıyorsa istenilen hedefe ulaşılamayacağı için amaç anlamında fayda sağlayamaz.

-İnternet ortamlarında etkin şekilde reklam stratejisi uygulanmıyor ise kendini hedef kitleye tanıtmada anlamında yaşanan eksikliklerden ötürü müşterilere ulaşamayabilir.

- Müşteriye sunulan hizmet ve ürünlerin daha yakın kanallar üzerinden temin edilebilir oluşu stok tüketim hızını zora sokabilir.

- Söz konusu web sitesinin tasarımının yetersiz ise müşterinin ilgisini çekmeyebilir.

-Web site içeriğinde iyi yapılanmamış güvenlik sistemlerinin olmayışı sorun teşkil eder.

5.5. Elektronik Ticaretin Tarafları

İşletmeden Tüketicie E-Ticaret (Business to Customer, B2C).

Tüketiciden Tüketicie E-Ticaret (Customer to Customer, C2C).

İşletmeden Kamuya (Business to Government, B2G).

5.5.1. İşletmeden İşletmeye E-Ticaret

Firmalar arasında gerçekleştirilen her türlü mal, hizmet, bilgi birikimi değiş tokuşunun dijital olarak internet ortamında gerçekleştirilmesi işletmeden işletmeye E- Ticarettir (Yazıcı, 2002:91). B2B E- Ticaret modeli firmaların toptan şekilde gerçekleştirdikleri; ticaret, hizmet ve ya sanayi mamullerinin alım satımını kapsar (Çöllüoğlu, 2002:5).

1980'li yıllarda bilgisayar ağları üzerinden alım-satım işlemleri; EDI yöntemi ile yapılmaya çalışılmıştır. İşletmelerin iletişim halinde oldukları ticari muhataplar ile aralarındaki işlemleri programlar ile EDI formatına dönüştürmüşlerdir. EDI ile birlikte uygulamaların dijital ortamlara taşınmasıyla işletme faaliyetlerinde önemli ölçüde düşüş sağlanmıştır (Hsieh ve Lin, 2004).

Firmalar arası e- ticaret firmaların bir birleri arasında kullandıkları ticari yöntemlerin köklü değişime uğramasına sebep olabilir. Gelişmiş ülke firmalarının küresel olarak yürütülen pazar yerlerinde maliyetlerin minimum seviyeye indirmesinde büyük rol oynar. İnternet pazarları firmalara küresel iletişim ve açık Pazar imkânları sunar. İşletmeden işletmeye B2B ticaret modeli üretim yapan işletmelere küresel pazarlardan daha iyi bilgi edinebilme ve yeni ortaklara ulaşabilme noktasında yardımcı olur (Humphrey, vd. , 2003).

5.5.2. İşletmeden Tüketicie E-Ticaret (Business to Customer, B2C).

B2C pazarlama modeli işletme ile müşterinin direkt olarak temasta bulunarak ürünün doğrudan satışının gerçekleştirilmesidir. Bu sistem içerisinde işletmeler internet ağlarını kullanarak tüketicinin istemiş olduğu ürünlerin siparişini alması ile süreç başlar. Ürün ödemesi yapıldıktan sonra tedarik ile devam eder ve hizmetin müşteriye ulaşması ile birlikte süreç sona erer (Mankan, 2011). Geleneksel ticaret yöntemlerine nazaran online platformlar üzerinden daha düşük maliyet fırsatları sunan e- ticaret modeli B2C, işletmeler arasında fiyat konusu üzerinden rekabet ortamı oluşturmaktadır. Türkiye'de yer alan pazarlar incelendiğinde mevcut durumun B2c modeline daha uygun olarak yapılandığı görülmektedir (Ağaç & Solak, 2016).

İşletmeden müşteriye e ticaret; firmaların mal ve hizmetlerinin özelliklerinin ve fiyatlarının internetteki web mağazasında tanıtılarak çeşitli ödeme yöntemleri sunarak, satışı yapılan ürünlerin kişinin kapısına kadar teslim edilme sürecini kapsar. B2C olarak adlandırılan ve bireysel olarak tüketicileri hedef alan sanal mağaza uygulamaları ile dijital ortamlarda satış yapılmaya başlanmıştır. 7/24 esaslı olarak ve dünyadaki her yere ulaşma fırsatı ve bunların maliyetlerinin düşük olması satış

fıyatlarını da düşürmüştür. Tüm bu avantajlar sayesinde işletme-tüketici hızlı bir büyüme göstermektedir. Büyüme oranları incelendiği zaman daha çok eğlence, finans vb. gibi somut olmayan hizmetlerin gelişinde görülmektedir (Elibol ve Kesici, 2004).

5.5.3. Tüketiciden Tüketicie E-Ticaret (Customer to Customer, C2C).

İki tüketici arasında oluşan pazarlama şeklidir. Genellikle 2. El olarak adlandırılan kullanılmış malların satışa çıkarıldığı pazarlardır. Daha önce kullanılmış olan her türlü eşya, antika, otomobil vb. materyaller bu pazarlarda satılabilir (Özbay ve Akyazı, 2004). Bu satış biçimlerine örnek verecek olursak; Dolap, Sahibinden, Babacars gibi uygulamalar ile örneklendirebiliriz.

5.5.4. İşletmeden Kamuya (Business to Government, B2G).

İşletmelerin ve kamu kuruluşlarının dijital ortamlarda bir araya gelmesini ifade eder, işletmeler kamu alımlarında ve ihalelerde elektronik ortamlara ulaşabilir ve aynı platformda teklifler sunabilirler (Sarısakal, 2003).

5.6. Geleneksel Ticaret İle E- Ticaret Arasındaki Farklar

İki ticari yöntem arasındaki belirgin olarak bilinen fark onaylama işlemlerinde olan uygulama biçimleri ve müşteri ile sağlanan iletişim olarak bilinir. Başka bir ifade ediş biçimine göre ise geleneksel ticaret biçimi; elektronik ticaretin sağlamış olduğu imkânlardan faydalanmayan bir usul olarak açıklanabilir. Geleneksel ticaret yönteminde bir mal veya hizmet satın almak istiyorsa reel pazarlara, çarşılar vb. oluşumlara fiili olarak ziyaret ile gerçekleşir. Elektronik ticaret ile fiili ziyarete gerek duyulmaksızın dijital olarak bağlanmak için bilgisayar vb. cihazların kullanılması ve ödeme için kredi kartı veya pey pal gibi ödeme araçlarına sahip olmak yeterlidir.

Geleneksel ticaret yönteminde bir firmanın pazarlamak istediği ürünler bir katalog, dergi veya tanıtım broşürü gibi bir materyal ile hedef kitleye sunulur. Elektronik ticaret usulünde ise bilgi paylaşımı ürün tanıtımı gibi faaliyetler için dijital ortamlar kullanılır. İşletmeler web sayfalarını bunlara örnek olarak sunabiliriz (Marangoz, 2014).

Bu iki ticaret arasında ki farklar aşağıdaki tablodaki gibi sıralanabilir (Eliboy, Kesici, 2004: 310);

Tablo 2. Geleneksel Ticaret ile E-Ticaret Arasındaki Farklar

Satın Alan Firma Açısından	Geleneksel Ticaret	E-ticaret
Bilgi alma Yöntemi	Görüşmeler, kataloglar ve Dergiler	Web siteleri
Talep Belirleme Yöntemleri	Yazılı Form	E-Posta
Talep onayı	Yazılı Form	E-Posta
Fiyatların araştırılması	Görüşmeler ve Kataloglar	Web siteleri
Sipariş etme	Fax	EDI
Tedarikçi Firma Açısından		
Stok denetimi	Telefon, Fax	EDI ve sanal veri tabanı
Sevkiyatın Hazırlanması	Telefon, Fax	Elektronik veri tabanı ve EDI
İrsaliye hazırlanışı	Yazılı Form	Elektronik veri tabanı ve EDI
Fatura hazırlama	Yazılı Form	E-posta
Teslimatın onayı	Yazılı Form	E-posta ve EDI
Ödeme programı	Yazılı Form	Online veri tabanı ve EDI
Ödeme	Havaleler ve postalar	Elektron bankacılık ve EFT

Tedariki sağlayan firmalar açısından geleneksel usulde faaliyet gösteren firmalar form ile müşteriden aldıkları siparişi başka belgeler düzenleyerek depoya yollar ve depodan söz konusu mal ile ilgili bilgi fax ile geri gönderilir. Elektronik ticaret sisteminde ise işlem sipariş veri tabanı üzerinden görsel olarak stok takibi yapıldığından zaman kaybı minimuma iner (Taşlıyan, 2006).

5.7. Elektronik Ticarete Ödeme Yöntemleri

Elektronik ticarete ödeme yöntemlerinin geliştirilmesi e- ticaret uygulamalarının daha etkin bir şekilde kullanılması noktasında önem arz etmektedir. Farklı usullerdeki ödeme yöntemleri dijital ortamlarda tüketicilere alternatif yöntemler sunar. Ödeme yöntemleri elektronik ticaretin olmazsa olmaz bileşenlerinden biridir. Elektronik olarak ödeme yöntemi online olarak satıcı ile alıcı arasında gerçekleştirilen mali bir işlemdir. Genel olarak yasal araçlar vasıtası ile bankalar veya finansal hizmetler sunan şirketler aracılığı ile gerçekleştirilir (Kalatola,1997).

Müşteriler açısından e-ticaret işlemi; satış ihtiyaçlarına karşın süreç ile siparişin verilmesi ile devam eder. Müşteri tercih ettiği mal veya hizmet karşılığındaki bedeli dijital olarak internet üzerinden öder. İnternet üzerinden birçok farklı şekilde ödeme yöntemi kullanılabilir (Yenipınar ve Gölcü, 2003). Bu yöntemler aşağıda alt başlıklar halinde aktarılmıştır.

5.7.1. Kredi Kartı

Elektronik ticaret yöntemlerinde ödeme süreçlerinde sağlamış olduğu kolaylıklar sayesinde kredi kartları en fazla ve yaygın olarak kullanılan ödeme yöntemidir. Geniş kitleler tarafından kullanılıyor olması, taksitlendirme imkânı tanınması ve küresel olarak bir alt yapıya sahip olması sayesinde tercih edilme sebebi olmuştur ve en yaygın kullanılan ödeme sistemi olarak değerlendirilmiştir (Erden, 2014).

Kredi kartı sisteminin tüm dünyada standart olarak bir ödeme alt yapısı vardır. Müşteri kredi kartı üzerinde bulunan bilgiler ile satın almak istediği ürün ve hizmetlerin ücretini internet üzerinden

bildirerek ödeme yapar. Bu mevcut durum bilgilerin doğru olması açısından satıcıyı, güvenlik açısından ise müşteriye rahatsız etmektedir (Hasiloğlu,1999).

Sigorta, taksitlendirme işlemleri, ödülleri güvenlik gibi birçok avantaj kredi kartlarını diğer e-ticaret yöntemlerine göre tercih edilme sebebi olmuştur. Tüm bunlara ek olarak kredi kartı ödemeleri diğer yöntemlere istinaden daha pratik ve güvenli olarak görülmektedir (Karagül, 2013). Kredi kartlarında ortaya çıkan güvenlik sorununu çözmek amacıyla geliştirilen ve kullanıma sunulan Özel şifreli kredi kartları, internette pazarlamada gelecekte en fazla kullanılacak ödeme aracı olarak görünmektedir (Kırçova ve Pınar, 2000).

5.7.2. Elektronik Para

E- Cash olarak da isimlendirilen elektronik para günlük yaşamda kullanılan mağaza çeklerinin dijital ortamlardaki karşılığı olarak ifade edilebilir. Bu ödeme sistemlerinden faydalanmak isteyen müşterilerin e-para hizmeti sunan firmalar tarafından geliştirilen özel yatırımları kullanmadan ve o firmanın çalıştığı banka ile çalışarak hesap açtırması gerekir. Elektronik para yönteminin temelinde söz konusu banka şubesinden ihtiyaç duyduğu kadar nakit parayı dijital puanlara dönüştürerek bu puanların bilgisayar hard diskinde saklanması ve ödeme ihtiyacı duyulduğunda ödemeyi elektronik para ile yapması mantığıdır (Keskin, 2003).

Elektronik para sistemleri, sistem üzerinden yatırılmış değer, satış noktaları gibi ifadeler ile kullanılmaktadır. İki dijital cihaz arasında internet ağları kullanılarak doğrudan transfer yapılarak ödemelerin gerçekleştirilmesidir. Donanım ve kart tabanlı sistem mekanizmalarının kullanımı ile e-para kavramı temellendirilmeye çalışılmıştır (Yazıcı,2008). İnternet ağları üzerinden alışveriş yöntemi olarak elektronik para kullanılması ile belirli seri numaraya sahip e-paralar alışveriş yapılan dijital cihaz üzerinden silinerek satıcının dijital cihazına aktarılır. Bu şekli le parasal akış günlük hayatta olduğu gibi gerçekleşmiş olur (Atik, 2001).

5.7.3. Bankamatikler

Bankamatikler aracılığı ile para çekme, yatırma ve bunlara ek olarak birçok bankacılık işlemi yapılmaktadır. Bankamatiklerde kullanılan banka kartları modern ödeme sistemleri ile birlikte tüketicilere çok sayıda hizmetten yararlanma imkânı sunmasının yanı sıra taklitlere yatkın olduklarından sistemin güvenlik konusu devamlı olarak gündemdedir (Yetim, 1997). Otomatik para makineleri olarak da adlandırılan Bankamatikler (ATM'ler). 1960'lı yıllarda ilk defa kullanılmaya başlanmıştır. İlk kullanım zamanlarında sadece para çekmek için imkân sağlarken günümüzde hesaplar arası para aktarımı, hesap durum bilgisi, fon transferleri çek defterleri, kredi çekmek ve daha birçok bankacılık- ödeme işlemleri gerçekleştirilmektedir (Uzunoğlu, 2002).

5.7.4. Elektronik çek

Elektronik çekler, kâğıt olmadan yapılan ödemelerin sayısal imza ile yapıldığı dijital ortamlar için yeterli güvenlik düzeylerine sahip, banka aracılığı ile yapılan ödeme biçimidir (Genç, 2013).

Elektronik para sistemlerine benzer işlemlere sahip olan sistem seyahat çeklerini anımsatan ödeme biçimidir. Elektronik çekler üzerinden ödemeler kredi kartı olmadan, kullanıcının banka hesabı bilgilerinden gerekli olanların kullanılan elektronik ticaret sitesine aktarılmasıyla yapılır. Müşteri söz konusu ticari siteye çek keserek ödemesini gerçekleştirmiş olur (Özbay ve Devrim, 2000).

Kullanım koşullarının kolay olmasına karşın yine de kullanımı yaygın değildir. Finans kuruluşları tarafından gerekli desteği alabildiği zaman yaygın bir kullanıma ulaşabilecektir (Erbaşlar ve Dokur, 2012).

5.7.5. Havale ve EFT (Elektronik Fon Transferi).

Havale yöntemi, aynı banka ile çalışan iki farklı kişinin veya kurumun hesaplar arası para-fon alışverişi yapmasıdır (Sugözü ve Demir, 2011).

EFT sisteminde havaleye benzer bir para aktarım yöntemidir. Tam olarak açılımı Elektronik Fon Transferidir. Havaleden farklı olarak EFT işlemi farklı iki banka arasında gerçekleşir. Aynı bankanın iki farklı müşterisi arasında EFT yapılamaz. EFT şartlarının oluşabilmesi için iki farklı banka müşterisi arasında işlem yapılması gerekir (Sözer,2002).

EFT işlemlerinin bir özelliği ise yapılan ödeme işlemlerinin geri dönülmez olmasıdır. Bir diğer özellik, ödeme işleminin EFT merkezi tarafından işleme alındığı zaman gerçekleşir. Üçüncü bahse konu olan özelliği ise sistem üzerinden ödeme mesajı gönderilerek yalnızca alacaklandırma yapılabilir. Mutabık sistemine dayanan bir özelliktir. EFT sisteminin tercih edilme sebeplerinden biri hızlı olmasıdır fakat bu işlem diğer ödeme yöntemlerine nazaran daha maliyetlidir (Yenipınar ve Gölcü, 2003).

5.7.6. Kapıda Ödeme

Dijital ortamlarda gerçekleştirilen alışverişlerde anlık olarak ödeme alınamadığı sistemlerde kullanılan ürünün teslimatı sırasında yapılan ödeme biçimidir (Erden, 2014).

5.7.7. PayPal

Kredi kartı kullanımı olmadan internet üzerinden yapılan alışverişlerde kullanılan ödeme yöntemidir. Ödemeler mail sistemi üzerinden sağlanır. E- mail kullanan her kullanıcı tarafından güvenli ödeme yapmak için kullanılır (Erden, 2014; Gökçül, 2014). Kullanıcılar dakikalar içerisinde, kredi kartı ya da banka bilgilerini paylaşmak suretiyle bir PayPal hesabı açabilir. Gerekli hesap oluşturulduktan sonra kullanıcılar e posta adresi doğrulanmış başka bir kişiye para aktarımı yapabilir. PayPal sisteminin en başarılı şekilde kullanıldığı alan C2C modelidir (González, 2004).

5.7.8. Mobil Ödeme

GSM şirketlerini, yapılan alışveriş esnasında tahsilat aracı olarak online ödeme yöntemi olarak kullanıldığı sistem mobil ödeme sistemidir. Sadece sisteme dâhil olan işletmeler bu ödeme biçiminden faydalanabilir. Yapılan alışveriş bedelinin telefon faturasına yansıtılması mantığıyla yapılır (Erden, 2014).

Hedef kitlelerin genel olarak kredi kartı gibi ödeme yöntemlerine sahip olmaması, Türkiye’de küçük miktardaki hizmet bedellerini öderken zorluk yaşanmasına dolayısıyla internet üzerinden, özellikle oyun ve sosyal ağlar gibi platformlarda hizmet verenlerin hizmet bedellerini alamamasına neden olmaktadır. 2012 yılı sonrasında mobil ödeme sistemleri yasalara uygun bir şekilde kullanıma başlamıştır (T.C. Kalkınma Bakanlığı Bilgi Toplumu Dairesi, 2017).

5.8.E- Ticaretin Ekonomik Faaliyetlerdeki Yeri

Elektronik ticaret, her türlü müşterinin dünyadaki tüm pazarlarda satışa sunulmuş olan mal ve hizmetler hakkında bilgi sahibi olmasını ve şirketlerin farklı pazarlara yönelimini sağlamaktadır (Strauss ve Frost, 2000).

Geleneksel ticaret yöntemlerini kullanarak hammadde tedarikinde bulunan şirketler birçok aracı ile çalışmak durumundayken elektronik ticaret yöntemlerini kullanan şirketler tedarik aşamalarındaki kullandıkları araçlar olmadan direkt olarak tedarikçi ile iletişime geçebilmektedirler. Elektronik ticaretin bu farkı sayesinde araçların değer zincirden çıkmasıyla tedarik maliyetleri azalım göstermiştir. OECD üyesi birden fazla ülkede yapılan araştırmalara göre bir ürünün tedarik zinciri içerisinde araçların dâhil olup olmaması arasında ürünün fabrika çıkış fiyatı üzerinden %33 oranında fiyat farkı olduğu saptanmıştır (Civelek ve Sözer, 2003).

Elektronik ticaretin ekonomik olarak etkilerinin mevcut ülke üzerinde hissedilebilmesi, o ülkenin elektronik ticaret aşamalarına ve alt yapısına ek olarak da piyasada yer alan işletmelerin sisteme katılma durumlarına göre ve aktif olarak katılma durumlarına göre ve aktif olarak kullanılıyor olması ile alakalıdır. Elektronik ticareti aktif şekilde kullanan ülkelerin ekonomilerinde-ticaret etkisi aktif şekilde gözlemlenmektedir (Altun, 2005).

İşletmeler arasında gerçekleşen ticarete verimin artırılması ve maliyetlerin minimum noktaya çekilmesi noktasında elektronik ticaret öne arz etmektedir. Örnek verecek olursak kasa kontrolü, stok kontrolü vb. işlemlerde barkot okuma sistemi kullanmakta olan firmalar e-ticaret yöntemlerini kullanarak aynı zamanda müşterilerin siparişlerini görebilir ve gönderi yapabilirler. Elektronik ticaret sistemine dâhil işletmeler satış mağazalarında, yeni alınan siparişleri dijital ağlar aracılığı ile üretim yapan firmaya otomatik olarak iletebilir. Bu bilgisayar ağları üzerinden dijital olarak gerçekleştirilebilecek birçok işlem ile personel gereksinimlerini azalttığından maliyet açısından personel giderleri kaleminde fayda sağlamaktadır. Dijital işlem hassasiyetinden ötürü sipariş konusunda ortaya çıkabilecek sorunlar minimuma inecektir. Satışı gerçekleştirilen malların çeşitlerine göre izlenim ve analiz yapılması ile müşteri kitlesinin odak noktasındaki ürünlerin belirlenmesi ve yeni ürün seçimleri konusunda kolaylık sağlanması noktasında önemlidir (Yılmaz,2007).

Elektronik ticaretin temel ekonomideki genel gözlemlenir etkisi ekonomik faaliyet alanlarında daha az engellerin olmasıdır. Bu genel etkilerin sebebi ise bilişim teknolojilerinin hızla gelişiyor olmasının getirmiş olduğu bir sonuç olarak değerlendirilir. Gelişmiş alt yapı hizmetlerinin elektronik ticaret ortamlarında kullanımının ekonomik faaliyet alanında etkisi büyük oranda olur (Bozkurt; 2000).

E- Ticaret usullerinin ekonomik olarak hayata reel etkilerinin yanı sıra iş hayatında da sağlamış olduğu bazı avantajlar mevcuttur. Bu etkiler genel olarak şu şekilde sıralanabilir (Taşlıyan, 2006);

- Pazarlama
- Tedarik, ön satış
- Sipariş, ödeme
- Teslimat
- Özel hizmetleri kullanma
- Kamu alımları
- Elektronik ortamda ürünlerin pazarlanması.

Elektronik ticaret piyasasına giriş ve çıkışların herhangi bir kısıtının olmaması her türlü reklam, satış vb. aşamalar anlamında dev bir mağaza ile küçük bir işletme arasında fark yoktur. Dijital platformların getirmiş olduğu bu farklılık iktisat bilimi ders kitaplarında bulunan tam rekabet koşulları tartışma konusu olmuştur (Swann ve M.Peter; 2007).

Swann'ın The Economist dergisinde yayımlanan "İnternet Ekonomisi" isimli bir araştırmasında şu sonuçlar ortaya çıkmıştır:

"İnternet maliyetleri düşürmekte, rekabeti artırmakta ve fiyat mekanizmasının çalışmasına katkıda bulunmakta, böylece ekonomileri tam rekabet şartlarına yaklaştırmaktadır."



6. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde Fast Company tarafından yapılan araştırmalar sonucunda 2020 yılına ait “Ciolarına Göre Türkiye İnternet Ekosisteminin En Büyük 100 Şirketi” Listesinde yer alan şirketler arasından en yüksek ciroya sahip olan ve Twitter hesabı kullanan 20 şirket belirlenerek söz konusu şirketler üzerine incelemeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya dâhil edilen şirketlerin 2021 yılına ait Ekim, Kasım, Aralık ayları olmak üzere 3 aylık sosyal medya paylaşımları veri olarak alınmıştır. Verilerin aylık ve günlük olarak paylaşımları analiz edilmiştir.

Tablo 3. Ciolarına Göre Türkiye İnternet Ekosisteminin En Büyük 100 Şirketi

1-Nesine	26-Netflix	52-OtelMax	77-BireBin
2-Trendyol	27-İsteGelsin	53-Papara	78-Gamegos Games
3-HepsiBurada	28-Tatilbudur	54-Gardrops	79-Moov
4-Google	29-TatilSepeti.com	55- Lidyana	80-Maçkolik
5- N11.com	30-Nerede	56-Dolap	81-Commencis
6-Peak Games	31-UcuzaBilet	57-Garaj Sepeti	82-KitapYurdu
7- Facebook	32- Amazon.com	58-Supplementler	83-Hopi
8-Bilyoner	34-Avansas	59-Gezinomi	84-Nadir Kitap
9-Gittigidiyor	35-SanalPazar	60-Aero	85-Tatil Vitriini
10-YemekSepeti	36-Linkedin	61-Tuma	86-PayTr
11-EBebek	37-OtelZ	62-UçakBileti	87-Düğün
12-EPTt	38-Mynet	63-İnce Hesap	88-Son Teklif
13-Gram Games	39-BiTaksi	64-Banabi	89-Babil
14-Sahibinden.com	40-GeziManyas	65-Modacruz	90-Narcade Games
15-Obilet	41-Borusan	66-Foriba	91-Enocta
16-Morhipo	42-Vivense	67-Şifa Market	92-Webdenal
17-Misli	43-Oppsgenie	68- Kitap Seç	93-Onedio
18-Modanisa	44-Armut	69-Connected2	94-Birleşik Ödeme
19-SefaMerve	45-Scotty	70-NerdenNereye	95-İninal
20-Tuttur.com	46-Insider	71-Türk Para	96-HotelRunner
21-Getir	47-GrajYeri	72-Oley	97-Dekorozon
22-Sigortam.net	48-OdaMax	73-VCount	98-Apsiyon
23-İkinciYeni	49-Glovo	74-Yolcu360	99- Pratik İşlem
24-ÇiçekSepeti	50-İyzico	75-Martı	100- Alotech
25-BiletAll	51-Tatil	76-Ofix.com	

6.1. Analize Konu Olan Şirketler

1-Trendyol 5.5-6.5 Milyar TL arası;

Trendyol, Demet Mutlu tarafından 2010 yılında kurulmuştur. Trendyol Group çatısı altında Trendyol Tech, Trendyol Express, hızlı market ve yemek teslimatı yapan Trendyol Go ve ikinci el ürün platformu Dolap yer almaktadır (<https://tr.wikipedia.org>). Şirket Çok yönlü olarak birden fazla ürün kategorisini barındıran bir alışveriş sitesidir.

2-HepsiBurada 5.5-6.5 Milyar TL arası;

Hepsiburada.com, 1998 yılından beri faaliyette olan, yalnızca İnternet üzerinden hizmet veren alışveriş sitesi olarak Doğan Holding bünyesinde yer almaktadır (<https://tr.wikipedia.org>). Şirket Çok yönlü olarak birden fazla ürün kategorisini barındıran bir alışveriş sitesidir. Şirket Çok yönlü olarak birden fazla ürün kategorisini barındıran bir alışveriş sitesidir.

3- N11.com 5-5.5 Milyar TL arası;

N11.com, İnternet aracılığıyla işletmeden tüketiciye satış hizmeti sağlayan bir açık pazar e-ticaret platformudur Mart 2013'te Doğu Planet tarafından kurulmuştur (<https://tr.wikipedia.org>). Şirket Çok yönlü olarak birden fazla ürün kategorisini barındıran bir alışveriş sitesidir.

4- Gittigidiyor 4-4.5 Milyar TL;

GittiGidiyor.com, alıcılarla satıcıları buluşturan bir e-ticaret sitesi olarak Serkan Borançılı, Burak Divanlıoğlu ve Tolga Kabataş tarafından 2001 yılında kurulmuştur (<https://tr.wikipedia.org>). Şirket Çok yönlü olarak birden fazla ürün kategorisini barındıran bir alışveriş sitesidir.

5- YemekSepeti 2.5-3.0 Milyar TL;

Yemeksepeti, çevrimiçi yemek siparişi sitesidir. 2001 yılında kurulan site, 20 milyondan fazla üye sayısına sahiptir ve günde ortalama 600 bin sipariş almaktadır (<https://tr.wikipedia.org>).

6- EBebek 1.2-1.5 Milyar TL;

EBebek 2001 yılında Halil Erdoğan tarafından kurulmuştur (<https://www.e-bebek.com>). Şirket bebek bakımı ve giyimi odaklı alışveriş hizmeti vermektedir.

7-Eptt 1.2-1.5 Milyar TL;

17 Mayıs 2012 tarihinde kurulmuştur (<https://www.pttavm.com>). Şirket Çok yönlü olarak birden fazla ürün kategorisini barındıran bir alışveriş sitesidir.

8-Sahibinden.com 1.0-1.2 Milyar TL;

Sahibinden.com 2000 yılında kurulmuştur. Emlak, Vasıta, Alışveriş, İş Makineleri & Sanayi, Yedek Parça-Aksesuar-Donanım & Tuning, Hizmetler, İş İlanları, Hayvanlar Âlemi, Özel Ders Verenler ve Yardımcı Arayanlar olmak üzere toplam 10 kategoride ilan yayımlama hizmeti vermektedir. (<https://www.sahibinden.com>).

9-Modanisa 1.0-1.2 Milyar TL;

Modanisa 2011 yılında Kerim Türe, Sami Güzel ve Lale Tüzün Yalçın adlarındaki üç girişimci tarafından kurulmuştur (<https://www.yenisafak.com>). Tesettür kadın giyimi üzerine hizmet vermektedir.

10-Getir 750 milyon- 1 Milyar TL;

Getir, 2015 yılında kurulan bir şirkettir. Mobil uygulama aracılığıyla, restoran yemek teslimatları ve market ürünleri için teslimat hizmeti sunmaktadır (www.ft.com). Şirket, Türkiye başta olmak üzere çeşitli Avrupa ülkelerinde hizmet vermektedir. Getir Bi Mutluluk / Getir De Getirelim sloganı ile reklam faaliyetlerini yürüten şirketin 32 binden fazla çalışanı olduğu bilinmektedir. Türkiye'nin 81 ili dâhil olmak üzere; Birleşik Krallık: Londra, Birmingham, Manchester, Cardiff, Liverpool, Brighton, Bristol, Southampton, Portsmouth, Sheffield Hollanda: Amsterdam, The Hague, Leiden, Amstelveen, Rotterdam Fransa: Paris, Lille, Marseille İspanya: Madrid, Barcelona, Valencia Almanya: Berlin, Hamburg İtalya: Milano Amerika Birleşik Devletleri: Chicago, New York, Boston ve Portekiz: Lizbon'da hizmet veren firmanın kurucusu Nazım Salur'dur (<https://tr.wikipedia.org>).

11-Sigortam.net 600-750 Milyon TL;

Sigortam.net, online ve telefon üzerinden sigorta karşılaştırması ve satışı alanında Türkiye'de hizmet veren ilk platformdur. Sigortam.net'in amacı; kullanıcılarının ihtiyaç duyduğu en uygun ya da kapsamlı sigortaya ulaşmalarını sağlamaktır. 2001 yılından itibaren 2 milyonun üzerinde müşterisine hizmet vermiştir (<https://www.sigortam.net>).

12-İkinciYeni.com 600-750 Milyon TL;

İkinciYeni.com; 1950 yılında kurulan, 10 farklı sektörde faaliyet gösteren Anadolu Grubu'na ait Türk otomotiv sektörünün öncü şirketlerinden biri olan Çelik Motor'un 2013 yılında hayata geçirdiği online ikinci el otomobil açık artırma platformudur (<https://www.ikinciyesi.com>).

13-ÇiçekSepeti 500-600 Milyon TL;

Şirket 2006 yılında Emre Aydın tarafından kurulmuştur. Türkiye'nin tüm şehirlerine çiçek siparişi verilebilen bir sitedir. Sitede aynı zamanda gurme ürünleri, takı, meyve sepeti ve hediyelik eşya satışı yapılmaktadır. İstanbul merkez ofisinde 370 kişi çalışmaktadır (hummingbird-ventures.com).

14- BiletAll 500-600 Milyon TL;

Türkiye'nin online seyahat anlayışını şekillendiren ve yeni keşiflerin öncülüğünü üstlenerek seyahat standartlarını iyileştirmek için çalışan Biletall.com, 2006 yılında kurulmuştur. Biletall.com, "Seyahat Eden Kişilerin Hayatını Kolaylaştırmak "misyonu ile 200 'den fazla karayolu, 500'den fazla havayolu, denizyolu ve demiryolu firmalarını ağına katarak 40'dan fazla çalışanıyla hizmet sunmaktadır (<https://www.biletall.com>).

15-İsteGelsin 400-500 Milyon TL;

İstegelsin, 2017 yılında kurulan Future Teknoloji Ticaret A.Ş. bünyesindeki market uygulamasıdır. Türkiye'nin ilk tamamen çevrimiçi süpermarketidir; mobil çözümler sunmak için teknolojiler geliştirerek pazar alışverişi sorunlarını çözer; soğuk hava depolarında tutulan taze meyve ve sebzeler, markaların ürünleri süpermarket fiyatlarında adrese teslim edilir (<https://kiminmali.com>).

16-TatilSepeti 400-500 Milyon TL;

Temelleri 2002 yılında atılan şirket, 2004 yılında kurulmuştur (<https://www.tatilsepeti.com>). Tatil fırsatları ve tur paketlerinin satışını yapmaktadır.

17-UcuzaBilet 400-500 Milyon TL;

Bir Etstur markası olan UcuzaBilet, “Ucuz uçak bileti satın almanın en kolay, hızlı ve zahmetsiz yolu!” sloganıyla 2006 yılında hizmet vermeye başlamıştır (<https://www.ucuzabilet.com>).

18-OtelZ 250-300 Milyon TL;

OtelZ, Zonline Ticaret ve Turizm AŞ. bünyesinde, çevrimiçi otel rezervasyonları yapılmasını sağlamak amacıyla, 120 kişilik kadro ile 2013 yılında kurulmuştur (<https://www.otelz.com>).

19-Odamax 150-200 Milyon TL;

Odamax.com, 1991 yılında Mehmet ve Murat Ersoy tarafından kurulan Ets Ersoy Turistik Servisleri A.Ş. bünyesinde faaliyet gösteren konaklama alternatifleri sunan platformdur (<https://kiminmali.com>).

20-Gardrops 150-200 Milyon TL;

İkinci El kıyafet satışı yapılan platform Ertuğrul Özpolat tarafından 2015 yılında kurulmuştur (<https://webrazzi.com>).

Tablo 4. Belirtilen 20 şirketin 3 aylık (ekim,kasım,aralık). paylaşımlarının günlere göre dağılımı (Ekim).

EKİM 2021																																	
GÜNLER	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	Toplam Paylaşım Sayısı	
1- Trendyol				2				1			1								2		1	1	1	1			1					11	
2-HepsiBudada		1			1	1	2	1	1	2		3								1							2	1			1		17
3-N11.com				1																									1				2
4- Gittigidiyor	1							1			1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1			1	1	1	1	1		1			21
5- YemekSepeti	2	1	2	3	3	1	2	2	1	1	2	1	1	1		1	1	1		2	1	1	1	2			2	2	2		1		40
6- EBebek	1						1	1						1					1		1												6
7-Eptt																												1					1
8-Sahibinden.com																													1	1			2
9-Modanisa																																	0
10-Getir	3	2	1	2				3	1	1				1	1	1	2	1	3						1			1					24
11-Sigortam.net																													1				1
12-İkinciYeni.com	1			2		1				1	1	1			1			1	1		1				1	1			1				14
13-ÇiçekSepeti	1																																1
14- BiletAll	1	1			1	1		1	1		2		1		1	1		2		2		1		1		1	1	1	1	1			21
15-İsteGelsin		1		3									1	1		3		2		1			1						1				14
16-TatilSepeti	1			1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1			1	1	1		1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	27
17-UcuzaBilet	1	1					1														1	1	1	1			1						8
18-OtelZ																																	0
19-Odamax					1		1		1			1				1					1	1				1							8
20-Gardrops				1																									1				2

Tablo 5. Belirtilen 20 şirketin 3 aylık (ekim,kasım,aralık). paylaşımlarının günlere göre dağılımı (Kasım).

KASIM 2021																															
GÜNLER	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Toplam Paylaşım Sayısı
1- Trendyol		1				1	1		1	1						3	1						1					1			11
2-HepsiBudada	2	1				2		1	8		3	3						1	2	2	4		4		3	2	1				39
3-N11.com							1	1			1													1							4
4-Gittigidiyor					1			1	1				1					1	1					1		1					8
5- YemekSepeti	1	2		2	2	1	2	1	1	1	1	2		3					1	1	1	1		1	1	1	1				27
6- EBebek		1	1	1							1					1		1	2			1		2	1	2	2	1		1	18
7-Eptt										1						1								1							3
8-Sahibinden.com										1														1							2
9-Modanisa																				1					1						2
10-Getir										1	2				2	2	1	1	1	2		1	1		2	2	3	3	4		28
11-Sigortam.net										1														1							2
12-İkinciYeni.com		1			1			1	1	1		1			1	1		1	2			2	1	1	1	1		1			18
13-ÇiçekSepeti							1																								1
14- BiletAll	1				2	2		1		2		2	1		2	2			1				1	1	2						20
15-İsteGelsin	1	1						1		1	1		1	1	1		1	1	1			1	1	2			2			2	19
16-TatilSepeti	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	33
17-UcuzaBilet											1					1	1	1		1	1					1	1	1	2		11
18-OtelZ																								1		1					2
19-Odamax											1		1				1	1							1		1				6
20-Gardrops																									1						1

Tablo 6. Belirtilen 20 şirketin 3 aylık (ekim,kasım,aralık). paylaşımlarının günlere göre dağılımı (Aralık).

ARALIK 2021																																	
GÜNLER	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	Toplam Paylaşım Sayısı	
1-Trendyol						1	1			2					2	1														1		8	
2-HepsiBurada	1						2											1	1			2										7	
3- N11.com																															1	1	
4- Gittigidiyor			1														1				1	1	1	1		1			1	1		9	
5- YemekSepeti		1	1	2	1	3	1	1	2		1	3	1		1		1	1	1	2	2	1	1		2	1	2	1	2		3	38	
6- EBebek			1			1			1	1	1	2	2	2		1		1	1				1				1				1	17	
7-Eptt																										1					1	2	
8-Sahibinden.com	2																															2	
9-Modanisa	1								1																							2	
10-Getir	5	5	5					1							3	1	1	1		1					1		1	1			1	27	
11-Sigortam.net		1	1																											1		3	
12-İkinciYeni.com	2		1	1		1	2	1		1	1		2	1	1		1			1	1	1	1	1			2	1	1	1	1	26	
13-ÇiçekSepeti										1																						1	
14- BiletAll		1	2	1	1		1						1	1	1		1			2	1							3	3	2	1	22	
15-İsteGelsin		3				2		1		1			1		1		1			1	2			3			1	1	1	1	1	21	
16-TatilSepeti	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	32	
17-UcuzaBilet	1	1										1									1	1	1		1	1	1				1	10	
18-OtelZ																															1	1	
19-Odamax			1		1		1	1						1	1	1	1				1	1		1	1				1	1		14	
20-Gardrops																																0	

Tablo 7. E- Ticaret Şirketlerinin Sunmuş Oldukları Özellikler

Şirketler	Kupon&İndirim Kampanya	Müşteri Yorumları	Çağrı Merkezi	Farklı Dil Seçenekleri	Farklı Kur Ödemeleri	Kapıda Ödeme	Farklı Kredi Kartı Kullanımı	Teslimat Bilgi Takibi	Mobil Cihaza Özel Uygulama
1-Trenyol	+	+	+	-	-	-	+	+	+
2-HepsiBurada	+	+	+	-	-	-	+	+	+
3- N11.com	+	+	+	-	-	-	+	+	+
4-Gittigidiyor	+	+	+	-	-	-	+	+	+
5- YemekSepeti	+	+	+	-	-	+	+	+	+
6-E-Bebek	+	-	+	-	-	-	+	+	+
7- E-Ptt	+	-	+	-	-	-	+	+	+
8- Sahibinden.com	+	-	+	+	+	-	+	-	+
9-Modanisa	+	+	+	+	+	+	+	+	+
10- Getir	+	-	+	+	-	+	+	+	+
11- Sigortam.net	+	-	+	-	-	-	+	-	-
12- İkinciYeni.com	-	-	+	-	-	-	+	-	-
13- ÇiçekSepeti	+	+	+	-	-	-	+	+	+
14-BiletAll	+	-	+	+	-	-	+	-	+
15-IsteGelsin	+	-	+	-	-	-	+	+	+
16-TatilSepeti	+	-	+	-	-	-	+	-	+
17-UcuzaBilet.com	+	-	+	+	+	-	+	-	+
18-OtelZ	+	+	+	+	+	-	+	-	+
19- Odamax	+	+	+	+	+	-	+	-	+
20- Gardrops	+	+	-	-	-	+	+	+	+

1- Elektronik ticaret sitelerinin paylaşımlarının aylara göre dağılımı nedir?

Tablo 4, Tablo 5 ve Tablo 6’te Söz konusu Elektronik Ticaret İşletmelerinin yapmış oldukları paylaşımların aylara göre dağılımına yer verilmiştir. Tablolar incelendiği zaman Şirketlerin aylık paylaşımlarının değerlendirilmesi şu şekildedir;

Tablo 8. Paylaşımların Aylara Göre Dağılımı

	Ekim	Kasım	Aralık
1-Trendyol	11	11	8
2-HepsiBurada	17	39	7
3-N11.com	2	4	1
4-GittiGidiyor	21	8	9
5-YemekSepeti	40	27	38
6-EBebek	6	18	17
7-EPtt	1	3	2
8-Sahibinden.com	2	2	2
9-Modanisa	0	2	2
10-Getir	24	28	27
11-Sigortam.net	1	2	3
12-İkinciYeni.com	14	18	26
13-ÇiçekSepeti	1	1	1
14-BiletAll	21	20	22
15-İsteGelsin	14	19	21
16-TatilSepeti	27	33	32
17-UcuzaBilet	8	11	10
18-OtelZ	0	2	1
19-Odamax	8	6	14
20-Gardrops	2	1	0

2- Elektronik ticaret sitelerinin 3 aylık paylaşım periyodu nedir?

Belirlene şirketlerin 3 ay içerisinde yapmış oldukları toplam paylaşım sayıları şu şekildedir;

Tablo 9. Paylaşımların 3 Aylık Toplam Sayısı

Şirketler	Paylaşım Sayısı
1-YemekSepeti	105
2-TatilSepeti	92
3-Getir	79
4-BileAll	63
5-HepsiBurada	63
6-İkinciYeni.com	55
7-İsteGelsin	51
8-EBebek	41
9-GittiGidiyor	38
10-Trendyol	30
11-UcuzaBilet	29
12-OdaMax	28
13-N11.com	7
14-EPtt	6
15-Sahibinden.com	6
16-Sigortam.net	6
17-Modanisa	4
18-ÇiçekSepeti	3
19-OtelZ	3
20-Gardrops	3

1- Yemek Sepeti

Tablo 10. Yemek Sepeti Aylık Paylaşım Periyodu

Günler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	T.S
Ekim	2	1	2	3	3	1	2	2	1	1	2	1	1	1		1	1	1		2	1	1	1	2			2	2	2		1	40
Kasım	1	2		2	2	1	2	1	1	1	1	2		3					1	1	1	1		1	1	1	1					27
Aralık		1	1	2	1	3		1	2		1	3	1		1		1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2		3	38
																																105

Yemek Sepeti incelendiğinde 105 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür. Aylık olarak bakıldığında ise; Ekim ayı 40, Kasım ayı 27 ve Aralık ayında 38 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür.

2- TatilSepeti

Tablo 11. TatilSepeti Aylık Paylaşım Periyodu

Günler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	T.S
Ekim	1			1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1			1	1	1		1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	27
Kasım	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	33
Aralık	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	32
																															92	

TatilSepeti incelendiğinde 92 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür. Aylık olarak bakıldığında ise; Ekim ayı 27, Kasım ayı 33 ve Aralık ayında 32 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür.

3-Getir

Tablo 12. Getir Aylık Paylaşım Periyodu

Günler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	T.S
Ekim	3	2	1	2				3	1	1				1	1	1	2	1	3						1			1				24
Kasım										1	2				2	2	1	1	1	2		1	1		2	2	3	3	4			28
Aralık	5	5	5					1							3	1	1	1		1					1		1	1		1		27
																															79	

Getir incelendiğinde 79 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür. Aylık olarak bakıldığında ise; Ekim ayı 24, Kasım ayı 28 ve Aralık ayında 27 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür.

4- BiletAll

Tablo 13. BiletAll Aylık Paylaşım Periyodu

Günler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	T.S
Ekim	1	1			1	1		1	1		2		1		1	1		1		2		1		1		1	1	1	1			21
Kasım	1				2	2		1		2		2	1		2	2			1				1	1	2							20
Aralık		1	2	1	1		1						1	1	1		1			2	1							3	3	2	1	22
																															63	

BiletAll incelendiğinde 63 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür. Aylık olarak bakıldığında ise; Ekim ayı 21, Kasım ayı 20 ve Aralık ayında 22 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür.

5- HepsiBurada

Tablo 14. HepsiBurada Aylık Paylaşım Periyodu

Günler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	T.S
Ekim		1			1	1	2	1	1	2		3								1							2	1			1	17
Kasım	2	1				2		1	8		3	3						1	2	2	4		4		3	2	1					39
Aralık	1						2											1	1			1										7
																																63

HepsiBurada incelendiğinde 63 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür. Aylık olarak bakıldığında ise; Ekim ayı 17, Kasım ayı 39 ve Aralık ayında 7 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür.

6-İkinciYeni.com

Tablo 15. İkinciYeni Aylık Paylaşım Periyodu

Günler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	T.S	
Ekim	1		2		1					1	1	1		1				1	1		1				1	1			1			14	
Kasım		1			1			1	1	1		1			1	1			1	2			2	1	1	1	1			1			18
Aralık	2		1	1		1	2	1		1	1		2	1	1		1				1	1	1	1			2	1	1	1	1	1	26
																																	55

İkinciYeni incelendiğinde 55 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür. Aylık olarak bakıldığında ise; Ekim ayı 14, Kasım ayı 18 ve Aralık ayında 26 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür.

7-İsteGelsin

Tablo 16. Getir Aylık Paylaşım Periyodu

Günler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	T.S
Ekim		1	3										1	1		3		2		1			1					1			14	
Kasım	1	1					1		1	1			1	1	1		1	1	1			1	1	2			2			2		19
Aralık		3			2		1		1				1		1		1			1	2			3			1	1	1	1	1	21
																															54	

İsteGelsin incelendiğinde 54 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür. Aylık olarak bakıldığında ise; Ekim ayı 14, Kasım ayı 19 ve Aralık ayında 21 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür.

8- EBebek

Tablo 17. EBebek Aylık Paylaşım Periyodu

Günler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	T.S	
Ekim	1						1	1						1					1		1											6	
Kasım		1	1	1							1				1			1	2			1		2	1	2	2	1		1		18	
Aralık			1				1				1	1	1	2	2	2		1		1	1			1				1			1	17	
																																	41

EBebek incelendiğinde 41 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür. Aylık olarak bakıldığında ise; Ekim ayı 6, Kasım ayı 18 ve Aralık ayında 17 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür.

10- GittiGidiyor

Tablo 18. GittiGidiyor Aylık Paylaşım Periyodu

G	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1
Ekim				1				1	1				1				1	1					1		1						8
Kasım	1							1			1	1	2	1	2	1	1	1	1	1			1	1	1	1	1		1		2
																														1	
Aralık		1														1				1	1	1	1		1			1	1		9
																															38

GittiGidiyor incelendiğinde 38 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür. Aylık olarak bakıldığında ise; Ekim ayı 8, Kasım ayı 21 ve Aralık ayında 9 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür.

10-Trendyol

Tablo 19. Trendyol Aylık Paylaşım Periyodu

Günler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	T.S.
E				1																												11
K		1				1	1		1	1						3	1		2				1						1			11
A					1	1				2					2	1														1		8
																																30

Trendyol incelendiğinde 30 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür. Aylık olarak bakıldığında ise; Ekim ayı 11, Kasım ayı 11 ve Aralık ayında 8 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür.

11-UcuzaBilet

Tablo 20. UcuzaBilet Aylık Paylaşım Periyodu

Günler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	T.S	
Ekim	1	1					1														1	1	1	1			1					8	
Kasım											1						1	1	1		2	1					1	1	1	2			11
Aralık	1	1										1										1	1	1		1	1	1			1		10
																															29		

UcuzaBilet incelendiğinde 29 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür. Aylık olarak bakıldığında ise; Ekim ayı 8, Kasım ayı 11 ve Aralık ayında 10 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür.

12-Odamax

Tablo 21. OdaMax Aylık Paylaşım Periyodu

Günler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	T.S
Ekim					1		1		1			1				1					1	1			1							8
Kasım											1		1				1	1							1		1					6
Aralık			1		1		1	1						1	1	1	1				1	1		1	1				1			14
																																28

Odamax incelendiğinde 28 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür. Aylık olarak bakıldığında ise; Ekim ayı 8, Kasım ayı 6 ve Aralık ayında 14 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür.

13-N11.com

Tablo 22. N11.com Aylık Paylaşım Periyodu

Günler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	T.S
Ekim	1																												1	2		
Kasım	1 1 1 1																												4			
Aralık	1 1																												1			
																													7			

N11 incelendiğinde 7 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür. Aylık olarak bakıldığında ise; Ekim ayı 2, Kasım ayı 4 ve Aralık ayında 1 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür.

14-Eptt

Tablo 23. Eptt Aylık Paylaşım Periyodu

Günler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	T.S
Ekim																												1				1
Kasım										1				1									1									3
Aralık																									1					1	2	
																																6

EPTT incelendiğinde 6 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür. Aylık olarak bakıldığında ise; Ekim ayı 1, Kasım ayı 3 ve Aralık ayında 2 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür.

15-Sahibinden.com

Tablo 24. Sahibinden.com Aylık Paylaşım Periyodu

Günler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	T.S
Ekim																													1	1		2
Kasım										1													1									2
Aralık	2																															2
																																6

Sahibinden.com incelendiğinde 6 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür. Aylık olarak bakıldığında ise; Ekim ayı 2, Kasım ayı 2 ve Aralık ayında 2 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür.

16-Sigortam.net

Tablo 25. Sigortam.net Aylık Paylaşım Periyodu

Günler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	T.S
Ekim	1																											1				
Kasım	1										1																	2				
Aralık	1	1																													1	3
																															6	

Sigortam.net incelendiğinde 6 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür. Aylık olarak bakıldığında ise; Ekim ayı 1, Kasım ayı 2 ve Aralık ayında 3 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür.

17-Modanisa

Tablo 26. Modanisa Aylık Paylaşım Periyodu

Günler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	T.S
Ekim																																0
Kasım																					1				1							2
Aralık	1							1																								2
																																4

Modanisa incelendiğinde 4 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür. Aylık olarak bakıldığında ise; Ekim ayı 0, Kasım ayı 2 ve Aralık ayında 2 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür.

18-Çiçek Sepeti

Tablo 27. ÇiçekSepeti Aylık Paylaşım Periyodu

Günler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	T.S
Ekim	1																															1
Kasım							1																									1
Aralık										1																						1
																																3

ÇiçekSepeti incelendiğinde 3 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür. Aylık olarak bakıldığında ise; Ekim ayı 1, Kasım ayı 1 ve Aralık ayında 1 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür.

19-OtelZ

Tablo 28. OtelZ Aylık Paylaşım Periyodu

Günler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	T.S
Ekim																																0
Kasım																							1		1							2
Aralık																														1		1
																																3

OtelZ incelendiğinde 3 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür. Aylık olarak bakıldığında ise; Ekim ayı 0, Kasım ayı 2 ve Aralık ayında 1 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür.

20-Gardrops

Tablo 29. Gardrops Aylık Paylaşım Periyodu

Günler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	T.S
Ekim				1																												2
Kasım																								1								1
Aralık																																0
																																3

Gardrops incelendiğinde 3 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür. Aylık olarak bakıldığında ise; Ekim ayı 2, Kasım ayı 1 ve Aralık ayında 0 adet paylaşım yapıldığı görülmüştür.

3- Milli gün ve bayramlarda şirketlerin sosyal medya üzerinden paylaşım yapma durumları nelerdir?

Tablo 30. Belirlenen Şirketlerin Milli Gün ve Bayramlardaki Paylaşım Durumları.

Şirketler	29 Ekim	10 Kasım	24 Kasım
1-Trendyol		X	
2-HepsiBurada			
3-N11.com	X		X
4-Gittigidiyor			X
5-YemekSepeti	X	X	X
6-EBebek			X
7-Eptt Avm	X	X	X
8-Sahibinden.com	X	X	X
9-Modanisa			
10-Getir		X	
11-Sigortam.net	X	X	X
12-İkinciYeni.com	X	X	X
13-ÇiçekSepeti			
14- BiletAll	X		
15-İsteGelsin	X		X
16-TatilSepeti		X	X
17-UcuzaBilet			
18-OtelZ			X
19-Odamax			
20-Gardrops	X		

Araştırmaya dâhil edilen 20 şirketten 9 tanesi 29 Ekim Cumhuriyet bayramına özel paylaşımında bulunmuştur. Aynı şirketlerden 8 tanesi 10 Kasım Atatürk'ü anma ve milli yas gününe özel ileti yayımlarken, 11 şirket 24 Kasım öğretmenler gününe dair paylaşım yapmıştır.

4- Elektronik ticaret şirketlerinin yılbaşı temalı paylaşımları ve kampanya duyuruları mevcut mudur?

Tablo 31. Belirlenen şirketlerin Yılbaşı içerikli Paylaşım Yapma Durumları

Şirketler	Yılbaşı Temalı Paylaşım
1-Trendyol	
2-HepsiBurada	
3-N11.com	1
4-Gittigidiyor	5
5-YemekSepeti	4
6-EBebek	
7-Eptt Avm	1
8-Sahibinden.com	
9-Modanisa	
10-Getir	1
11-Sigortam.net	1
12-İkinciYeni.com	
13-ÇiçekSepeti	
14- BiletAll	1
15-İsteGelsin	1
16-TatilSepeti	1
17-UcuzaBilet	
18-OtelZ	1
19-Odamax	
20-Gardrops	

Belirlenmiş olan 20 şirketten 10 tanesinin Yılbaşına özel paylaşım yaptığı görülmüştür.

5- Şirketlerin yapmış oldukları paylaşımların içerikleri nelerdir?

Elde edilen verilerin içerik analizi 4P pazarlama kavramı çerçevesinde değerlendirilmiştir. 4P; Product (Ürün), Price (Fiyat), Place (Dağıtım) ve Promotion (Tutundurma) olarak adlandırılmış olan kavramlardır. Araştırmaya dâhil edilen 20 şirketin yapmış oldukları paylaşımlar içerik yönünden incelendiği zaman, şirketlerin faaliyet gösterdiği sektörlerin farklılaşması paylaşılan iletilerinde farklılaşmasına neden olmuştur. İçerik yönünden şirket bazında inceleme yapacak olursak aşağıdaki verilere yer verebiliriz;

-Trendyol

Tablo 32. Trendyol Frekans ve Yüzde Analizi

	Product (Ürün)	Price (Fiyat)	Place (Dağıtım)	Promotion (Tutundurma)
Frekans	6	-	5	18
Yüzde (%)	%20	%0	%16,6	%60

Şirket 3 aylık süreç içerisinde 30 paylaşım yapmıştır. Bu paylaşımlardan 12 tanesi Trendyol yemek paylaşımıdır. Yapılan paylaşımlar 4P açısından incelendiğinde; %60 tutundurmaya yönelik içeriğe sahip olduğu tespit edilmiştir. %16,6 dağıtım ve %20 ürüne yönelik içerik yayımlanmıştır. İndirim” kelimesi 2 kere, “Yemek” kelimesi ise 6 kere kullanılmıştır. 10 Kasım Atatürk’ü Anma ve Milli Yas gününe özel ileti yayımlanmıştır.

-HepsiBurada

Tablo 33. HepsiBurada Frekans ve Yüzde Analizi

	Product (Ürün)	Price (Fiyat)	Place (Dağıtım)	Promotion (Tutundurma)
Frekans	3	1	-	57
Yüzde (%)	%4,7	%1,5	%0	%90,4

Şirket 3 aylık süreç içerisinde 62 paylaşım yapmıştır. Yapılan paylaşımlar 4P açısından incelendiğinde; %90,4 tutundurma, %4,7 ürüne yönelik paylaşım ve %1,5 fiyat ile ilgili paylaşım yapılmıştır. Yapılan paylaşımlarda “İndirim” kelimesi 38 kere, “Fırsat” kelimesi ise 21 kere kullanılmıştır. Şirketin kişisel politikalarına uygun olarak hazırlanan indirimlerin kasım ayında yoğunlaştığı görülmüş ve “Kasım” sözcüğü 18 kere kullanılmıştır. Her hangi bir özel gün ve bayramlara yönelik içeriğe sahip ileti saptanamamıştır.

-N11.com

Tablo 34. N11.com Frekans ve Yüzde Analizi

	Product (Ürün)	Price (Fiyat)	Place (Dağıtım)	Promotion (Tutundurma)
Frekans	-	-	-	4
Yüzde (%)	%0	%0	%0	%57,1

Şirket 3 aylık süreç içerisinde 7 paylaşım yaparak Twitter sosyal medya platformunu aktif olarak kullanmadığı tespit edilmiştir. Yapılan paylaşımlar 4P açısından incelendiğinde; %57,1 oranında tutundurmaya yönelik paylaşım yapılmıştır. “İndirim” kelimesi 3 kere kullanılmıştır. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı, 24 Kasım öğretmenler günü ve Yılbaşı temalı iletiler yayımlanmıştır.

-GittiGidiyor

Tablo 35. GittiGidiyor Frekans ve Yüzde Analizi

	Product (Ürün)	Price (Fiyat)	Place (Dağıtım)	Promotion (Tutundurma)
Frekans	21	-	-	14
Yüzde (%)	%55,2	%0	%0	%36,8

Şirket 3 aylık süreç içerisinde 38 paylaşım yapmıştır. Yapılan paylaşımlar 4P açısından incelendiğinde; %55, 2 oranında ürüne yönelik paylaşım yapılırken %36,8 oranında ise tutundurmaya yönelik içerikte paylaşım yapılmıştır. “İndirim” kelimesi 6 kere ve “Fırsat kelimesi ise 9 kere kullanılmıştır. Söz konusu şirket 24 Kasım öğretmenler gününde ve Yılbaşında özel ileti yayımlamıştır.

-YemekSepeti

Tablo 36. YemekSepeti Frekans ve Yüzde Analizi

	Product (Ürün)	Price (Fiyat)	Place (Dağıtım)	Promotion (Tutundurma)
Frekans	41	7	5	40
Yüzde (%)	%38,6	%6,6	%4,7	%38,8

Şirket 3 aylık zaman periyodu içerisinde 106 paylaşım yapmıştır. Yapılan paylaşımlar 4P açısından incelendiğinde; %38,8 oranında tutundurma, %38.6 oranında ürün, %6,6 oranında fiyat ve %4,7 oranında dağıtım içerikli paylaşım yapılmıştır. Yapılan paylaşımların içeriğinde “İndirim” kelimesi 19 kere, “Fırsat” kelimesi 2 kere ve “Kampanya” kelimesi 1 kere kullanılmıştır. Şirket paylaşımlarında 29 Ekim Cumhuriyet Bayramına, 10 Kasım Atatürk!ü Anma ve Milli Yas Gününe, 24 Kasım Öğretmenler gününe ve Yılbaşı temalı içeriklere yer vererek 3 aylık zaman dilimindeki tüm özel gün ve milli bayramlara değinmiştir.

-EBebek;

Tablo 37. EBebek Frekans ve Yüzde Analizi

	Product (Ürün)	Price (Fiyat)	Place (Dağıtım)	Promotion (Tutundurma)
Frekans	16	4	5	16
Yüzde (%)	%38	%9,5	%11,9	%38

Şirket 3 aylık süreç içerisinde 42 paylaşım yapmıştır. Yapılan paylaşımlar 4P açısından incelendiğinde; %38 oranında ürün, %38 oranında tutundurma, %11,9 dağıtım ve %9,5 fiyat içerikle paylaşım yapılmıştır. İçerik olarak incelendiğinde “İndirim” kelimesi 19 kere, “Fırsat” kelimesi 8 kere kullanılırken sadece 24 Kasım öğretmenler gününe özel paylaşım yayımlanmıştır.

-EPtt;

Tablo 38. Eptt Frekans ve Yüzde Analizi

	Product (Ürün)	Price (Fiyat)	Place (Dağıtım)	Promotion (Tutundurma)
Eptt	-	-	-	2
Yüzde (%)	%0	%0	%0	%33,3

Şirket 3 aylık zaman periyodu içerisinde 6 paylaşım yapmıştır. Yapılan paylaşımlar 4P açısından incelendiğinde; %33,3 oranında tutundurmaya yönelik paylaşım yapılmıştır. Yapılan 6 paylaşımın 4 tanesi özel gün ve bayramlara yöneliktir. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı, 10 Kasım Atatürk'ü Anma ve Milli Yas Günü, 24 Kasım Öğretmenler Günü ve yılbaşına özel paylaşım yapılmıştır.

-Sahibinden.com

Tablo 39.Sahibinden.com Frekans ve Yüzde Analizi

	Product (Ürün)	Price (Fiyat)	Place (Dağıtım)	Promotion (Tutundurma)
Frekans	-	-	-	3
Yüzde (%)	%0	%0	%0	%50

Şirket söz konusu 3 aylık zaman diliminde 6 paylaşım yapmıştır. Yapılan paylaşımlar 4P açısından incelendiğinde; %50 oranında tutundurmaya yönelik paylaşım yapılmıştır. Paylaşımlarında 29 Ekim Cumhuriyet Bayramına, 10 Kasım Atatürk'ü Anma ve Milli Yas Gününe ve 24 Kasım Öğretmenler gününe yer verilmiştir.

-Modanisa

Tablo 40.Modanisa Frekans ve Yüzde Analizi

	Product (Ürün)	Price (Fiyat)	Place (Dağıtım)	Promotion (Tutundurma)
Modanisa	-	-	-	4
Yüzde (%)	-	-	-	%100

Şirket 3 aylık süreç içerisinde 4 paylaşım yapmıştır. Yapılan paylaşımlar 4P açısından incelendiğinde; %100 oranında tutundurmaya yönelik paylaşım yapılmıştır. Yapılan paylaşımlarda “İndirim” kelimesine 6 kere, “Fırsat” kelimesi 1 kere kullanılmıştır. Milli gün ve bayramlara, özel günlere ait ileti yayımlanmamıştır.

-Getir

Tablo 41. Getir Frekans ve Yüzde Analizi

	Product (Ürün)	Price (Fiyat)	Place (Dağıtım)	Promotion (Tutundurma)
Frekans	3	-	48	24
Yüzde (%)	%3,7	%0	%60,7	%30,3

Şirket 3 aylık süreç içerisinde 79 paylaşım yapmıştır. Yapılan paylaşımlar 4P açısından incelendiğinde; %60,7 oranında dağıtım, %30,3 oranında tutundurma ve %3,7 oranında ürün içerikle paylaşım yapılmıştır. İçerik olarak incelendiğinde “İndirim” kelimesi 4 kere, “Fırsat” kelimesi ise 6 kere kullanılmış olup 10 Kasım Atatürk’ü Anma ve Milli Yas günü ve yılbaşına özel paylaşım yapılmıştır.

-Sigortam.Net

Tablo 42. Sigortam.Net Frekans ve Yüzde Analizi

	Product (Ürün)	Price (Fiyat)	Place (Dağıtım)	Promotion (Tutundurma)
Frekans	-	-	-	2
Yüzde (%)	%0	%0	%0	%33,3

Şirket 3 aylık süreç içerisinde 6 paylaşım yapmıştır. Yapılan paylaşımlar 4P açısından incelendiğinde; %33,3 oranında tutundurmaya yönelik paylaşım yapılmıştır. Milli bayram ve özel gün kategorisinde sadece 29 Ekim Cumhuriyet bayramına özel paylaşım yapılmıştır.

-İkinciYeni.com;

Tablo 43. İkinciYeni Frekans ve Yüzde Analizi

	Product (Ürün)	Price (Fiyat)	Place (Dağıtım)	Promotion (Tutundurma)
Frekans	7	5	2	42
Yüzde (%)	%10,4	%7,4	%2,9	%62,6

Şirket 3 aylık süreç içerisinde 67 paylaşım yapmıştır. Yapılan paylaşımlar 4P açısından incelendiğinde; %62,6 oranında tutundurma, % 10,4 ürün. %7,4 fiyat ve %2,9 dağıtım içerikle paylaşım yapılmıştır. Yapılan paylaşımlarda “İndirim” kelimesi 1 kere kullanılmış olup genellikle verilen ilanlara yönelik paylaşımlar yapılmıştır. Paylaşımlarında 29 Ekim Cumhuriyet Bayramına, 10 Kasım Atatürk’ü Anma ve Milli Yas Gününe ve 24 Kasım Öğretmenler gününe yer verilmiştir.

-ÇiçekSepeti;

Tablo 44. ÇiçekSepeti Frekans ve Yüzde Analizi

	Product (Ürün)	Price (Fiyat)	Place (Dağıtım)	Promotion (Tutundurma)
Frekans	-	-	-	2
Yüzde (%)	%0	%0	%0	%66,6

Şirket 3 aylık süreç içerisinde 3 paylaşım yapmıştır. Yapılan paylaşımlar 4P açısından incelendiğinde; %66,6 oranında tutundurmaya yönelik paylaşım yapılmıştır. Yapılan 3 paylaşım içerisinde “İndirim” kelimesi 2 kere ve “Fırsat” kelimesi ise 1 kere kullanılmıştır. Milli bayram ve özel gün kategorisinde sadece 29 Ekim Cumhuriyet bayramına özel paylaşım yapılmıştır.

-BiletAll;

Tablo 45. BiletAll Frekans ve Yüzde Analizi

	Product (Ürün)	Price (Fiyat)	Place (Dağıtım)	Promotion (Tutundurma)
Frekans	-	3	-	55
Yüzde (%)	%0	%4,7	%0	%87,3

Şirket 3 aylık süreç içerisinde 63 paylaşım yapmıştır. Yapılan paylaşımlar 4P açısından incelendiğinde; %87,3 oranında tutundurma, %4,7 oranında fiyat içerikle paylaşım yapılmıştır. Yapılan paylaşımlar içerik olarak incelendiğinde “İndirim” kelimesi 2 kere ve “Fırsat” kelimesi 1 kere kullanılmıştır. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramına ve Yılbaşına özel ileti yayımlanmıştır.

-İsteGelsin;

Tablo 46.İsteGelsin Frekans ve Yüzde Analizi

	Product (Ürün)	Price (Fiyat)	Place (Dağıtım)	Promotion (Tutundurma)
Frekans	12	4	3	32
Yüzde (%)	%22,2	%7,4	%5,5	%59,2

Şirket 3 aylık zaman içerisinde 54 paylaşım yapmıştır. Yapılan paylaşımlar 4P açısından incelendiğinde; %59,2 oranında, %22,2 oranında ürün, %7,4 oranında fiyat ve %5,5 oranında dağıtım içerikli paylaşım yapılmıştır. İçerik olarak incelendiği zaman ise “İndirim” kelimesi 7 kere ve “Fırsat” kelimesi 6 kere kullanılmıştır. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı, 24 Kasım Öğretmenler Günü ve Yılbaşına özel ileti yayımlanmıştır.

-TatilSepeti;

Tablo 47.TatilSepeti Frekans ve Yüzde Analizi

	Product (Ürün)	Price (Fiyat)	Place (Dağıtım)	Promotion (Tutundurma)
Frekans	-	31	-	57
Yüzde (%)	%0	%32,6	%0	%60

Şirket 3 aylım süre içerisinde 92 adet ileti yayımlamıştır. Yapılan paylaşımlar 4P açısından incelendiğinde; %60 oranında tutundurma ve %32,6 oranında ise fiyatlandırma içerikle paylaşım yapılmıştır. İçerik yönünden incelendiğinde ise “İndirim” kelimesi 33 kere, “Fırsat” kelimesi 56 kere, “Tur” kelimesi 34 kere ve “Otel kelimesi ise 34 kere kullanılmıştır. 10 Kasım Atatürk’ü Anma ve Milli Yas Günü, 24 Kasım Öğretmenler Günü ve yılbaşına özel paylaşım yapılmıştır.

-UcuzaBilet:

Tablo 48. UcuzaBilet Frekans ve Yüzde Analizi

	Product (Ürün)	Price (Fiyat)	Place (Dağıtım)	Promotion (Tutundurma)
Frekans	-	21	-	8
Yüzde (%)	%0	%72,4	%0	%27,6

Şirket incelenen 3 aylık süre içerisinde 29 paylaşım yapmıştır. Yapılan paylaşımlar 4P açısından incelendiğinde; %72,4 oranında fiyat ve %27,6 oranında tutundurma içerikli paylaşım yapılmıştır. “İndirim” kelimesi 44 kere, “Fırsat” kelimesi 30 kere ve “Ucuz” kelimesi ise 22 kere kullanılmıştır. Özel günlere ait bir paylaşımında bulunulmamıştır.

-OtelZ;

Tablo 49.OtelZ Frekans ve Yüzde Analizi

	Product (Ürün)	Price (Fiyat)	Place (Dağıtım)	Promotion (Tutundurma)
Frekans	-	-	-	1
Yüzde (%)	%0	%0	%0	%25

Şirket 3 aylık süreç içerisinde 4 paylaşım yapmıştır. Yapılan paylaşımlar 4P açısından incelendiğinde; %25 oranında tutundurma içerikli paylaşım yapılmıştır. Bunlardan 3 tanesi; 10 Kasım Atatürk’ü Anma ve Milli Yas Günü, 24 Kasım Öğretmenler Günü ve yılbaşına özel paylaşımıdır.

-OdaMax;

Tablo 50. OdaMax Frekans ve Yüzde Analizi

	Product (Ürün)	Price (Fiyat)	Place (Dağıtım)	Promotion (Tutundurma)
Frekans	2	-	-	26
Yüzde (%)	%7,1	%0	%0	%92,9

Şirket 3 aylık süreç içerisinde 28 paylaşım yapmıştır. Yapılan paylaşımlar 4P açısından incelendiğinde; %92,9 oranında tutundurma ve %7,1 oranında ürün içerikli paylaşım yapılmıştır. Bu paylaşımlarda “İndirim” kelimesi 4 kere geçmiştir. Milli gün ve bayramlara, özel günlere ait ileti yayımlanmamıştır.

-Gardrops;

Tablo 51. Gardrops Frekans ve Yüzde Analizi

	Product (Ürün)	Price (Fiyat)	Place (Dağıtım)	Promotion (Tutundurma)
Frekans	-	-	-	2
Yüzde (%)	%0	%0	%0	%66,6

Şirket 3 aylık süreç içerisinde 3 paylaşım yapmıştır. Aktif bir kullanım söz konusu değildir. Yapılan paylaşımlar 4P açısından incelendiğinde; %66,6 oranında tutundurma içerikli paylaşım yapılmıştır.

6- Şirketlerin paylaşımlarının yoğunluk gösterdiği günler hangi zaman dilimine aittir?

Şirketlerin yapmış oldukları paylaşımların yoğunluk göstermesi bakımından incelendiğinde, her şirketin kendi kişisel politikasına göre uyarlanmış olan indirim günleri ve yapılan kampanyalara göre değişim gösterdiği saptanmıştır.

7-Elektronik ticaret şirketlerinin sosyal medya paylaşım sitesini aktif olarak kullanıp kullanmama durumları nelerdir?

Elektronik ticaret şirketlerinin Twitter sosyal paylaşım sitesindeki aktiflik durumları incelenmiştir. Tablo 3, Tablo 4 ve Tablo 5 incelendiğinde; 3 Aylık periyotta toplam 92 gün içerisinde 86 gün düzenli paylaşım yapan şirket TatilSepeti olarak görülmüştür. Aynı süre içerisinde incelenen diğer şirketlerden ÇiçekSepeti, Gardrops ve OtelZ ise 92 gün içerisinde 3 gün paylaşım yaparak aktif olarak mecraayı kullanma konusunda son sırada yer almaktadır.

8- Ciro sıralaması ile paylaşım sıklığı arasında doğrudan bir ilişki var mıdır? Ciro bakımından 1. Sırada yer alan şirket Trenyol (5.5-6.5 Milyar TL) incelenen zaman diliminde 30 paylaşım yaparken; 5. Sırada yer alan YemekSepeti (YemekSepeti 2.5-3.0 Milyar) 106 paylaşım ve 16. Sırada yer alan TatilSepeti (400-500 Milyon TL) 92 paylaşım yapmıştır. Bu sonuçlara bakıldığında ise Ciro sıralaması ile paylaşım sıklığı arasında doğrudan bir ilişki olduğu saptaması yapılamamıştır.

9- Şirketlerin faaliyet alanlarına göre farklılaşması ve sosyal medya paylaşımları farklılaşmakta mıdır?

Paylaşımlar şirketlerin faaliyet göstermiş oldukları sektörlerle göre şekillenmiştir. Trendyol, N11.com, Hepsiburada gibi şirketler genellikle “İndirim” kelimesi üzerine yoğunlaşırken, YemekSepeti, Getir, İsteGelsin gibi firmalar ise “Kampanya”, “Sipariş”, “İndirim” sözcükleri üzerine yoğunlaşmıştır. BiletAll, UcuzaBilet.com, Odamax gibi organizasyon odaklı şirketlerin paylaşımlarında ise “Fırsat”, “Tatil” ve “Tur” kelimelerinin sık sık kullanıldığı saptanmıştır.

7. SONUÇ

İnternetin kullanılması dijital platformlarda hem üreticiler hem de müşteriler açısından global olarak çeşitli ve önemli avantajlar sunmuştur. Müşteriler internetin sağlamış olduğu kolaylıklar sayesinde satın almak istedikleri ürünler ile ilgili bir dizi araştırmalar yaparak söz konusu ürüne daha kolay ve daha uygun fiyat ile ulaşım sağlama imkanına sahip olurken şirketler ise oluşturmuş oldukları web tabanlı sistemler sayesinde; tanıtım reklam, satış, yönetim, insan kaynakları, halkla ilişkiler vb. konularda avantajlar sağlamaktadır (Çiçek vd., 2010: 187).

Şirketler geleneksel yaklaşımlara karşın teknoloji sayesinde tüketici kitlesinin isteklerini daha kısa sürede karşılayarak e- ticaretin kalitesinin artmasında pozitif bir rol oynamaktadır (Ada vd., 2008: 59). Elektronik ticaret sistemleri tüm dünyada gelişim gösterdiği gibi ülkemizde de her gün hızla büyüyen ve gelişen bir sektör olarak değerlendirilmektedir.

Ülkemizde internet aracılığı ile yapılan ilk elektronik ticaret 1995 yılında amazon.com üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bu gelişme sonrasında ise 1995 yılından sonra hızla gelişim göstermiştir (Taşdemir, 2018). Elektronik ticaret sistemlerinin gelişiminde alt yapı son derece önemlidir. Elektronik ticaret günümüz pazarlarında bir şirketin belirli bir sektör içerisinde etkin bir şekilde bulunabilmesi dijital ortamlarda ne kadar var olduğuna bağlıdır. İnternet teknolojilerini doğru ve etkili bir biçimde kullanan şirketler yalnızca yerel pazarda değil global olarakta büyüme şansına sahiptir.

Bu çalışmada en yüksek ciroya sahip 20 Elektronik ticaret işletmesinin Twitter sosyal paylaşım sitesi üzerinden yapılan paylaşımlarına yönelik içerik analizi yapılmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde internetin gelişimi ve sosyal medya tarihi hakkında bilgiler verilmiştir. 2021 yılına ait dünyada ve ülkemizdeki sosyal medya kullanım oranları hakkında bilgilere yer verilmiştir. We Are Social Digital in 2021 raporuna göre sosyal medya kullanıcı sayısı 4,20 milyara ulaşmıştır. Dünya nüfusunun yarısından fazlası sosyal medya kullanıcı konumundadır. Sosyal medya kullanıcısının neredeyse tamamı mobil cihazlar üzerinden sosyal medya hesaplarına giriş yapmaktadır. Sosyal medya kullanıcılarının neden ya da hangi amaçla sosyal medyayı kullandıklarına verdikleri cevaplara göre kullanıcıların;

- %36,5'i Güncel haber ve gelişmeleri takip etmek,
- %35'i Eğlenceli içeriklere ulaşmak,
- %34,4'ü boş vakitlerini değerlendirmek,
- %33'ü arkadaşları ile iletişimde kalmak ve neler yaptıklarını takip etmek,
- %27,9'u fotoğraf ya da video paylaşmak,
- %27,5'i ise bir ürün aramak için sosyal medyayı kullandıklarını belirtmektedir.

Sosyal medyayı markalara ulaşmak için kullanan kullanıcılar değerlendirildiğin de dünya ortalaması %44 iken, Türkiye'de her iki sosyal medya kullanıcısından biri markalara erişmek için sosyal medyayı kullanmaktadır. Markalara ulaşmak için sosyal medyayı yoğun olarak kullanan yaş grubuna bakıldığında zaman 16-44 yaş aralığına ulaşmıştır. We Are Social 2021 Digital in 2021 raporundaki E-Ticaret verilerine göre, kullanıcıların son 30 günlük E-Ticaret aktivitelerine göre İnternet kullanıcılarının; %81,5'inin online ürün araması yapmakta ve %90,4'ü online mağaza ziyaretleri gerçekleştirmektedir. Bu adımları gerçekleştiren her 10 kişiden yaklaşık 7'si online alışveriş işlemini tamamlamıştır. E-Ticaret'in yaş ve cinsiyet dağılımına göre, tüm yaş grubunun 3/4'ü E-Ticaret ile ilgilenmektedir.

Twitter reklam kitlesi verilerine göre toplam kullanıcı sayısının 353,1 milyon olduğunu ve erkek kullanıcı oranının daha yüksek olduğunu görmekteyiz. We Are Social Digital in 2021 raporuna göre Twitter reklamları hedef kitlesinin cinsiyet ve yaşa göre kullanıcı istatistiklerine baktığımızda, 35-49 yaş grubu Twitter'ı daha fazla kullanmaktadır. Diğer sosyal medya platformlarına göre Twitter orta yaş grubuna hitap etmektedir (<https://dijilopedi.com>).

Çalışmanın ikinci bölümünde sosyal medya türlerine ve söz konusu uygulamaların tarihsel gelişimlerine yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise Elektronik ticaret kavramı incelenmiştir. Yapılan araştırmalar ve edinilen bilgiler ile birlikte kredi kartı kullanımının elektronik ticaretin ilerlemesinde önemli ölçüde rol oynadığı saptanmıştır. Kredi kartının kullanımı ile elektronik ticaretin elektronik ticaret arasındaki en büyük ilişkinin e-ticaret sitelerinin ödeme aracı olarak en etkin yöntem açısından kredi kartına yer vermesidir. Elektronik ticaret sistemleri genel olarak incelendiği zaman daha ucuz maliyetli olması ve hızlı erişim sağlamasından ötürü tercih sebebi olmuştur. Sistemin hızlı ve erişilebilir olması sebebiyle tüketici kitleleri istemiş oldukları ürünlere daha hızlı erişim sağlarken işletmeler ise iletişim kanallarının sağlamış olduğu avantajlar ile daha fazla kişiye ulaşarak Pazar payını artırmaktır. Elektronik ticaretin uygulanma esaslarında bir takım sorunlar yaşanmaktadır. Bu sorunlardan en önemlisi güvenlik sorunudur. Güven endeksinin yükselmesi elektronik ticaretin etkinliğinin artmasında pozitif yönde etki etmektedir. Elektronik ticaret sistemlerinin etkinliğini arttırmak için yapılması gereken bazı hususlar maddeler halinde önerilmiştir;

- Elektronik ticaret sistemine dâhil olan tüketicilerin güven duygusunu arttırmak için, dijital ticaret sürecinin tam olarak nasıl işlediği doğru bir biçimde hedef kitleye anlatılmalıdır.
- Ülke ekonomisinin politikaları elektronik ticaret usullerine paralel şekilde düzenlenmelidir.
- Elektronik ticaret siteleri üzerinden satın alınan ürünlerin iade süreci basite indirgenmeli ve bu süreçte devamlı olarak bilgi akışı sağlanmalıdır.
- Elektronik ticaret usulleri ile alakalı olarak kanun ve mevzuatların kendi içerisinde çelişen bir takım kısımları yeniden değerlendirilerek düzenlenmelidir.
- Dijital ticareti geliştirmek amacıyla yapılacak olan kampanya ve tanıtımlar kamu ve özel sektör iş birlikleri ile desteklenmelidir.
- Küreselleşen ekonomiye uyum sağlamak amacıyla sadece yerel Pazar faaliyetlerini değil global faaliyetlere de yatırımlar yapılmalıdır.
- Web sitelerde güçlü şifreleme teknikleri kullanılarak güven endeksi yükseltilmelidir.

Bu çalışmaya konu olan Elektronik ticaret şirketlerinin başarılı konumlarda bulunması doğruluk ve güvenilirlik açısından tatmin edici düzeye ulaşmıştır. Söz konusu işletmelerin 2021 yılına ait; Ekim, Kasım ve Aralık ayına ait Twitter paylaşımları veri olarak kullanılmıştır. Sosyal medya platformu olarak Twitter'ın seçilmesinin nedeni; Devlet başkanlarının, resmi hesapların ve birçok şirketin bu platformda yer alması ile içerik paylaşımlarının metin olarak yapılması ile analize daha elverişli olmasıdır. 3 Aylık zaman dilimi içerisinde belirlenen şirketlerin yapmış oldukları paylaşımlar aylık ve günlük olarak analiz edilmiştir. Yapılan paylaşımlar 4p pazarlama kavramı açısından ele alınmıştır. Şirketlerin sosyal medyayı genel olarak tutundurma faaliyetleri kapsamında kullandığı sonucuna varılmıştır. Toplanan veriler incelendiği zaman şirketlerin genel olarak bir paylaşım periyodu olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya zamansız ve sınırsız bir platform olduğundan şirketlerin yayımlamış oldukları iletilerinde bu sınırsızlık içerisinde belirli bir plan içerisinde olmadığı, zaman içerisinde gündemde olan konu ve üsluba göre şekillendiği saptanmıştır. Şirketlerin paylaşımları içerik açısından incelendiğinde genellikle indirim ve kampanyaların hedef kitleye iletilmesinde bir aracı olduğu gözlemlenmiştir. Paylaşım sıklıkları incelendiğinde cirosu en

yüksük olan şirket Trendyol'un üç aylık süreç içerisinde 30 paylaşım yaptığı, 6. Sırada yer alan YemekSepetinin 105 paylaşım yaptığı ve 16. Sırada yer alan TatilSepeti.com' un 92 paylaşım görülmüş olup paylaşım sayıları ile ciro arasında bir ilişki saptanamamıştır. Şirketlerin yapmış oldukları paylaşımlar milli gün ve bayramlar açısından ele alındığında; 29 Ekim Cumhuriyet bayramında 9 şirket milli bayrama özel ileti yayınlamıştır. 10 Kasım Atatürk'ü anma gününde 8 şirket paylaşımlarında milli yas gününe yer vermiş olup 24 Kasım Öğretmenler gününde ise 11 şirket paylaşımında bulunmuştur. İncelenen 20 şirketten 10 tanesi Yılbaşına özel paylaşımında bulunmuştur. Şirketlerin paylaşım sıklıkları incelendiğinde en düzenli paylaşım periyodu ile TatilSepeti.com dikkat çekmektedir. 3 Aylık periyotta gün olarak inceleme yapıldığında şirketin söz konusu zaman dilimi içerisinde sadece 6 gün paylaşımında bulunmadığı bu günler dışında düzenli olarak paylaşım yaptığı tespit edilmiştir. Paylaşımların içerikleri şirketlerin faaliyet göstermiş oldukları sektörlerle göre şekillenmiştir. Trendyol, N11.com, Hepsi burada gibi şirketler genellikle "İndirim" kelimesi üzerine yoğunlaşırken, YemekSepeti, Getir, İsteGelsin gibi firmalar ise "Kampanya", "Sipariş", "İndirim" sözcükleri üzerine yoğunlaşmıştır. BiletAll, UcuzaBilet.com, Odamax gibi organizasyon odaklı şirketlerin paylaşımlarında ise "Fırsat", "Tatil" ve "Tur" kelimelerinin sık sık kullanıldığı saptanmıştır.

E ticaret şirketleri kendi kullanmış oldukları web siteleri üzerinden değerlendirildiğinde ise; 19 adet şirketin kampanya, indirim ve kuponlara yer verdiği görülmüştür. Kalan tek şirket olan Sahibinden.com ' un çalışma prensibi ilan sistemine dayandığından indirim sistemi oluşmamıştır. 20 şirketten 11 tanesi web sitesinde müşteri yorumlarına yer vermektedir. Çalışmaya dâhil 20 şirketin 19 tanesi çağrı merkezi hizmeti sağlamaktadır. 7 Şirket kullanıcılarına farklı dil seçeneklerinde kullanım sunarken 5 şirket ise farklı kurlarda ödeme imkânları tanımıştır. Mobil cihaza özel bir uygulamanın bulunması bakımından inceleme yapıldığında ise 19 şirketin özel bir uygulamasının bulunduğu, Sigortam.net' in böyle bir hizmetinin bulunmadığı gözlemlenmiştir.

Tüm dünyada ve ülkemizde sosyal medya kullanım oranlarının gün geçtikçe artması, E ticaret faaliyetlerinde bulunan şirketlerin tutundurma ve iletişim açısından sosyal medya sitelerinde yer almasının önemli olduğunu ifade etmektedir. Sosyal medya platformları üzerinden müşteriler ile tek veya çift yönlü iletişim kanalı oluşturmak reklam faaliyetleri açısından ve dijital dönüşümlere uyum sağlama noktasında büyük önem arz etmektedir. Çalışma sonucunda elde edilen veriler üzerinden şirketlerin etkinliğini arttırmak için yapılması gereken bazı hususlar maddeler halinde önerilmiştir;

- Bilinirliği arttırmak amacıyla sosyal medya hesaplarının daha aktif olarak kullanılması.
- Milli gün ve Bayramlar ile özel günler temalı paylaşımların yapılması.
- Sosyal medyanın çift yönlü iletişim aracı olma yönünü kullanarak hedef kitlede yer alan kullanıcılar ile iletişimi arttırmak ve bu sayede daha fazla kullanıcıya ulaşmak.
- Tüketicilerin şirketlerin resmi hesaplarına yönelik yazmış oldukları iletilere dönüş yapılarak güvenilirlik seviyesinin yükseltilmesi.
- Yalnızca Twitter sosyal medya platformunda değil, tüm popüler paylaşım sitelerinde aktif olarak yer edinilmesi.

İleride yapılacak olan çalışmalara yönelik önerilerde bulunulacak olunursa; mevcut çalışmanın 3 ay olarak belirlenen zaman periyodunun 6 ay veya 1 yıl olarak daha geniş zamanlı incelenmesi ve diğer sosyal medya paylaşım sitelerinin de çalışmaya dâhil edilmesi önerilmektedir.

KAYNAKLAR

- Ada, E., Ventura, K., Aracıoğlu, B., Savaşçı, İ., Kazaçoğlu, Y., (2008). Kobilerin Rekabet Gücü ve E-Ticarete Geçiş Süreci: Bir Model Önerisi, *Ege Akademik Bakış*, 8 (1),53 – 68
- Agaç, S. & Solak, C. Ö (2016). Üniversite Öğrencilerinin Online Giysi Alışveriş Davranışlarının İncelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 36, p. 142.
- Ahmad B., Wasıq I.M. (2012) Effectiveness Of Social Media As A Marketing Tool: An Empirical Study. *International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research*, 1,88-99.
- Aksoy, A (2003), *Ticaret'te Yeni Bir Boyut: İnternet*".
- Aktaş, H. ve Ulutaş, S. (2010). Tekno Nevrotik Kaçış: Web 2.0, *Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 12, 126-147.
- Altındal, M. (2013) *Dijital pazarlamada marka yönetimi ve sosyal medyanın etkileri*. Akademik Bilişim Konferansı, Akdeniz Üniversitesi Antalya.
- Altun, A (2005). *Elektronik Ticaretin Ekonomik Etkilerinin Gelişmiş Ülkeler Ve Türkiye Açısından Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Kütahya.
- Arıkan, A. S., (2001). Elektronik Ticaret, Hukuk ve Noterler. *Elektronikteki Gelişmeler ve Hukuk Sempozyumu*, Ankara
- Aslan, M. (2011) *Dış Ticaret Hadlerinin Belirleyicileri: Türkiye 1998 Yazar Mehmet Aslan*; Yayınevi Nobel Bilimsel Eserler
- Atik, A (2001). Elektronik Para (E-Money).’in Finans Dünyasına Etkileri ve Merkez Bankalarının Geleceği, *The Economist Dergisi*, .80-85.
- Ayden, Cem, and Özcan DEMİR. Elektronik Ticaret; Tüketici Davranış Ve Tercihleri Üzerine Bir Çalışma." *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 21.2.
- Ayla Y., (2008) Yeni Karapara Aklama Yöntemleri Olarak Akıllı Kartlar ve İnternet", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2),162.
- Aziz, A. (1990). *Araştırma Yöntemleri-Teknikleri ve İletişim*. Ankara: A.Ü Siyasal Bilgiler Fakültesi ve Basın-Yayın Yüksekokulu Basımevi.
- Baudrillard, J (2004). *Tam Ekran*, (çev. Gülmez B). İstanbul: Yapı Kredi.
- Bayraktutan, G. (2012)., Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel –Nitel Arayüzey İncelemesi, *Selçuk İletişim Dergisi*, 7, 3. bebek.com/kurumsal/tarihce Erişim Tarihi; 8 Mart 2022
- Blessing M, (2013) Exploring the Potential of Electronic Commerce Tools in South America. *SME Tourism Service Providers, Information Development*, 29(1), 12.
- Bozkurt, V (2000). *Enformasyon Toplumu ve Türkiye*, Sistem Yayıncılık: İstanbul.
- Canpolat, Ö., (2001). *E-Ticaret ve Türkiye’deki Gelişmeler*, T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü Yay., Ankara.
- Carter, J (2002). *Developing e-Commerce Systems*. New Jersey: Prentice Hall.
- Castronovo, C. ve Huang, L (2012). Social Media in an Alternative Marketing Communication Model. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 6 (1)., 117-134.
- Chaney,P (2009). *The Digital Handshake*, Hoboken, New Jersey: John WileyveSons.
- Ciceksepeti Announces Minority Investment by Amazon" (PDF). hummingbird-ventures.com. 6
- Civan, M., Bal, V. (.2007). *E-Ticaret ve KOBİ’lerin Geleceği* http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=187
- Civelek, M. Emre S., Güçlü E. (2003). *İnternet Ticareti: Yeni Ekososyal Sistem ve Ticaret Noktaları*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Çiçek, H., Demirel, M., Onat, O (2010). İşletmelerin Web Sitelerinin Değerlendirilmesine İlişkin Bir Araştırma: Burdur Örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 15(2),187 – 206

- Çöllüoğlu Ö (2002). *Comparison of Running a B2B E – Commerce Application on only Servlet Container to-web server and servlet container combination*, Yüksek Lisans Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü: Ankara.
- Demirel, A. (2013) *E-ticarette sosyal medya etkilerinin incelenmesi ve bir uygulama* Yaşar Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı 2013.
- Dilmen, N.E. (2007). Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri - Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları. *Marmara İletişim Dergisi* 12.
- Elbaşı, G. Y (2015). *Sosyal Medyada Pazarlama: Sosyal Medyada Kullanıcı Motivasyonunun Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Pazarlama Algısına İlişkin Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- Elibol, H. Kesici, B (2004). Çağdaş İşletmecilik Açısından Elektronik Ticaret, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11, 303-329.
- Elibol, H., Burcu K, Çağdaş işletmecilik açısından elektronik ticaret. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 2, 300-329
- Elmas, P (2009). İzmir Ticaret Odası Ar&Ge Bülten: Ticaretin Yeni Şekli E-Ticaret! Peki Hakkında Ne Biliyoruz?
- Ene, S (2002). *Elektronik Ticarette Tüketicinin Korunması ve Bir Uygulama* Pusula Yayınları: Ankara
- Erbaşlar G, Şükrü D. *Elektronik Ticaret Genel Bilgiler Hukuksal Düzenlemeler Belge Düzeni ve Muhasebe İşlemleri*, 2. Basım, Nobel Yayıncılık, Ankara (2012).
- Erdağ, N., Emel B. (2006) *Elektronik Ticaret*. Denizli: Arıkan Basım Yayım Dağıtım Ltd. Şti. 2006.
- Erden, R. S (2014). *Elektronik Ticaret ve Dış Ticarete Etkisi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Erden, R. S (2014). *Elektronik Ticaret ve Dış Ticarete Etkisi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi
- ETİK, *Elektronik Ticaretin Tanımı ve Temel Araçları*,
- Future Marketing: <https://www.future-marketing.co.uk/the-history-of-social-media/> adresinden alındı. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Usenet> 23.11.19 adresinden alındı.
- Genç, Z (2013). Views of Information Technologies Teachers Regarding Effects of Education Received in the University on the Professional Life. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*
- Geray, Haluk (2003). *İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya.
- González, A. G (2004). PayPal: the legal status of C2C payment systems. *Computer Law & Security Review* 20(4), 293-299.
- Gökgül, M (2014). *Türkiye’de Elektronik Ticaret Ve İşletmelere, Tüketicilere Sağladığı Avantajlar, Dezavantajlar* Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gönenli, G. ve Hürmeriç, P (2012). *Sosyal Medya: Bir Alan Çalışması Olarak Facebook Kullanımı*, Sosyal Medya/Akademik. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Gunelius, S (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. New York: McGraw Hill.
- Gürsakal, N (2009). *Sosyal Ağ Analizi*, Bursa: Dora Yayıncılık.
- Hasiloğlu, S.B. (1999). *Enformasyon Toplumunda Elektronik Ticaret ve Stratejileri*, Türkmen Kitabevi: İstanbul.
- Hayta, A (2013). Genç Tüketicilerin Satın Alma Davranışı Üzerinde Sosyal Medyanın Etkisi. *In IV. European Conference*.
- Heng, M (2003). Understanding Electronic Commerce from a Historical Perspective. *Communications of the Association for Information Systems*, 12,104-118.
- Holsapple, C. ve Sing, M (2000). Electronic Commerce: From a Definitional Taxonomy Toward a KnowledgeManagement View, *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 10 (3), 152-158

- Humphrey, J., Mansell, R., Pare, D., Schimtz, H. (2003). *The Reality of E-Commerce with Developing Countries* <http://www.lse.ac.uk/collections/media@lse/pdf/Report.pdf>.
- İnce M. (1999). *Elektronik Ticaret: Gelişme Yolundaki Ülkeler İçin İmkanlar ve Politikalar*, DPT Yayınları, Ankara,1999, s.28.
- Kalakota, R, Andrew B. W. *Electronic Commerce*, America:Addison-Wesley.1997.
- Kaplan, A.M., Haenlein, M., (2010) Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media, *Business Horizons*, 53, 59-68.
- Karabacak, E. 1993. *Medyanın Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi ve Pazarlama Yönetimi Açısından Önemi*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim dalı Yüksek Lisans Tezi. Konya
- Karagül, A. A (2013). *Elektronik Ticaret*. Anadolu Üniversitesi Yayınları. Eskişehir:
- Karakaya, T. (2013) *Küreselleşme sürecinde e-ticaretin önemi ve pazar payı*. İstanbul Ticaret Üniversitesi .
- Karımli G. (2017) *E-Ticaretin Tüketici Davranışlarına Etkileri: Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerinde Bir Araştırma*, İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, İşletme Yönetimi Bilim Dalı
- Karımli, G. (2017) *E-Ticaretin Tüketici Davranışlarına Etkileri: Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerinde Bir Araştırma*. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2017.
- Kaur, G (2011). Traditional Commerce Vs. E-Commerce, *International Research Journal of Management Science and Technology*, 2(3), 334-340.
- Kelen, Ö (2015). *TMS 12 Gelir Vergileri Standardı Açısından Elektronik Ticaretin Muhasebesi*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi. İstanbul
- Keskin A (2000). Küreselleşen Dünyada Elektronik Ticaret, *Banka ve Ekonomik Yorumlar*, 37(3), 12-18..
- Khan, A (2016). Electronic Commerce: A Study on Benefits and Challenges in an Emerging Economy, *Global Journal of Management and Business Research*, 16(1), 1-5.
- Kırçova, İ., Pınar Ö. (2000), *İstanbul Ticaret Odası, İnternette Ticaret ve Hukuksal Sorunlar*, Mega Ajans, Yayın No. 29
- Koçak, A., Tolon, M (03.04.2007). *Birebir Pazarlamanın Bir Aracı Olan Elektronik Ticaret ve Elektronik Ticareti Etkileyen Unsurlar Üzerine Bir Araştırma* www.todaie.gov.tr/pdfMDB05.pdf
- Küçükgörkey, A., (2002) *Yeni Ekonomi ve Elektronik Ticaret*, Kocaeli Üniversitesi İİBF İktisat ve İşletme Bölümü, I. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi / Bildiriler Kitabı, 10-11 Mayıs 2002 Hereke-Kocaeli, 2000.
- Küçükgörkey, A., (2002) *Yeni Ekonomi ve Elektronik Ticaret*, Kocaeli Üniversitesi İİBF İktisat ve İşletme Bölümü, I. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi / Bildiriler Kitabı, 10-11 Mayıs 2002
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S, Grant, I., Keiran, K (2009). *New Media: A Critical Introduction*. Newyork Routledge Publishing, 13.
- Liu, S-Q.,(2008). *A Theoretic Discussion of Tourism E-Commerce* <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=108955>
- Mankan, E (2012). *Yönetim ve Liderlik Seti E-Ticaret*. 2. Baskı. İzmir: İlya Yayınevi.
- Manovich, L., (2001). *The Language Of New Media*,Cambridge: Massachusetts Institute of Technology.
- Marangoz, M (2014). *İnternette Pazarlama*, Beta yayınları, İstanbul
- Marangoz, M., Burak, Y., Işıl A.S.(2012) E-ticaret işletmelerinin web ve sosyal ağ sitelerinin içerik analizi yöntemiyle incelenmesi. *Journal of Internet Applications and Management* 3,2-6.
- Mayfield, A. (20010), *What is Social Media, iCrossing, e-book*, http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf, Erişim Tarihi: 02.02.2022
- Michael M.B. *Turkish grocery start-up*. www.ft.com. Erişim tarihi: 25 Şubat 2022

- Mwencha, P (2019). Taxation Of Electronic Commerce-A Commentary, *Financing for Development*, 1 (1). 70-79.
- Niranjanamurthy, M., Kavyashree, N., Jagannath, S. Ve Chahar, D (2013). Analysis of E-Commerce and MCommerce: Advantages, Limitations and Security issues, *International Journal of Advanced Research in Computer and Communication Engineering*, 2(6), 2360-2370.
- Oğan, Zeki ve Hamşioğlu, A.B. 2002 Yılına Doğru Yeni Ekonomi Kavramı Üzerine Genel bir Değerlendirme ve Elektronik Ticaret Kavramı, Kocaeli Üniversitesi İİBF İktisat ve İşletme Bölümü, I. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi / Bildiriler Kitabı, Hereke- Kocaeli, Mayıs 2002.
- Özbay A., Devrim, J (2000). *E-Ticaret Rehberi, 7'den 77'ye Yeni Başlayan Herkes İçin*. Hayat Yayınları, Bilgi Teknolojileri Serisi: İstanbul
- Özbay, S. ve Akyazı, S (2004). *Elektronik Ticaret*. Detay: Ankara
- Özgen, E. (2012). *Sosyal Medya ve Halkla İlişkilerde Değişen Medya Anlayışı*, Sosyal Medya/Akademi (Ed.). Tolga Kara, Ebru Özgen. İstanbul: Beta Basım.
- Özmen, Ş. (2000). *Elektronik Ticaret*. İstanbul Ticaret Odası Elektronik Ticaret ve Türkiye'deki Uygulamaları Semineri İstanbul. (s.7).
- Payne, J. (2008). *E-Commerce Readiness for SMEs in Developing Countries: A Guide for Development Professionals*http://nmccvikas.gov.in/ICTRediness/ICTTools/PDF/ecommerce_readiness.pdf
- Pempek, T.A., Yevdokiya A.Y., Sandra L.C. (2009) College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of applied developmental psychology* 30.3:227-238.
- Phippen, A. D. (2004). An evaluative Methodology for Virtual Communities Using Web Analytics. *Campus-Wide Information Systems*, 179s.
- Rahayu, R. ve Day, J (2017). E-Commerce Adoption by SMEs in Developing Countries: Evidence from Indonesia, *Eurasian Business Review*, 7, 25-41.
- Safko, L (2010). *The Social Media Bible*. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Salo, J (2007). Business Relationships Redesign with Electronic Commerce Tools: An Empirical Investigation, *Business Process Management Journal*, 13(4), 488-502
- Sarısakal M. Nusret ve M. Ali Aydın, E-Ticaretin Yeni Yüzü Mobil Ticaret', *Havacılık Ve Uzak Teknolojileri Dergisi*, 1(1), s.85
- Sayımer İ (2008). *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Shafiyah, N., Alsaqour, R., Shaker, H., Alsaqour, O. veUddin, M (2013). Review on Electronic Commerce, *Middle-East Journal of Scientific Research*, 18(9), 1357-1365
- Sözer B, (2002) Elektronik Sözleşmeler, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., s.7.
- Sugözü, İ. & Demir, S (2011). *İnternet Teknolojisi ve Elektronik Ticaret*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Swann, M.P. (2007). *Will the Internet Lead to Perfect Competition*, (www.sbe.co.uk/pdfs/articles/32_2_Swann.pdf).
- Taşdemir, N. (2018). *İhracatta İnternet ve E-Ticaretten Faydalanma Yolları Ve Bir Uygulama*, İstanbul Ticaret Üniversitesi. İstanbul.
- Taşlıyan, M. (2006). *Elektronik Ticaret Kavramlar ve Uygulamalar*. Sakarya Kitapevi. Kahramanmaraş:
- Thelwall, M. (2001). Commercial Web Site Links. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 11(2), 114-124.
- Thompson, J.B (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*, California: Stanford University Press.
- Tian, Y. ve Stewart, C. (2006). History of E-Commerce, *Encyclopedia of E-Commerce, E-Government, and Mobile Commerce*, IGI Global. 559-564.
- Tuna, M (2007). *Türkiye'de Üniversitelerde İnternet Kullanımı*, inet-tr'07 XII. Türkiye'de İnternet Konferansı 1-3 Kasım 2007 Bilkent Üniversitesi: Ankara.
- Turban, E. (1999). *E-Commerce and a Managerial Perspective*, Prentice-Hall, USA.

- Tuten, T.L., Solomon, M.R., *Social Media Marketing*, 2. Baskı, Londra: SAGE, 2015.
- Uzunoglu, E. Onat, F., (2009) *İnternet Çağında Kurumsal İletişim*, 1.Baskı, Ankara: Say Yayınları, 2009.
- Uzunoglu, H. (2020), <http://www.basarm.com.tr/yayin/idarihukuk/eticaret>
- Vadwala, A. ve Vadwala, M (2017). E-Commerce: Merits and Demerits: A Review Paper, *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, 1(4),117-120.
- Varnalı, K., (2013). *Dijital Kabilelerin İzinde Sosyal Medyada Netnografik Araştırmalar*. İstanbul: MediaCat Yayınları
- We Are Social Digital in 2021 report / <https://dijilopedi.com/2021-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanım-istatistikleri/> 16.09.21 adresinden alındı.
- Winston, S. (1996). *Herkes İçin Bilgisayar Rehberi*, (Çev. Serdar Yıldız), Sistem Yayınları, Ankara.
- Yalçın, A., Mert D. (2002) Bir iletişim aracı olarak internet siteleri: en büyük 100 sanayi firmasının internet sitelerinin içerik analizi. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 21(1), 111-127.
- Yasin , M., Czuchry, A., Gonzales, M., Bayes, P. (2006). E-Commerce Implementation Challenges: Small to Medium-Sized Versus Large Organisations, *International Journal of Business Information Systems*,1(3),256-275.
- Yazıcı, A (1999). *Sanal Para Uygulama Ortamları ve Etkileri*, Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Eskişehir
- Yenipinar, S., Hatice G. (2003), *Elektronik Ticaret ve İnternette Pazarlama*, Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, K.Maraş,
- Yeşil, A (2010). *E-ticaret, İnternet Ortamında Ticaret*, Kum saati yayınları.
- Yetim, S. (1997). *Kredi Kartları ve Tüketici Kredileri*, SPK Yayını: Ankara.
- Yıldırım, B. (2015). *İçerik Çözümlemesi Yönteminin Tarihsel Gelişimi Uygulama Alanları ve Aşamaları*. B. Yıldırım (Der.). İletişim Araştırmalarında Yöntemler: Uygulama ve Örneklerle (s. 105-155), Konya: Literatürk Akademia.
- Yıldırım, İ. (2000). *Çağdaş Eğitimde Psikolojik Danışma Ve Rehberlik*. Ankara: PDREM Yayınlar
- Yılmaz, M.L. (2007), *KOBİ'ler ve E-Ticaret*, İnternet Adresi; <http://www.kto.org.tr/tr/dergi/dergiyazioku.asp?yno=939&ano=70>, Erişim Tarihi: 10.04.2022.
- Yumuşak, İ. (2001). *Elektronik Ticaretin Gelişmekte Olan Ülkelere Etkileri ve Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme (Tebliğ)*. V. Uluslararası ODTÜ Ekonomi Kongresi, Ankara.
- Zarella, D. (2010). *The social Media Marketing Book*. Sebastopol, Kanada: O'Reilly
- Zerenler M. (2007), *Dijital İş Yaşamı: Tüm Boyutlarıyla Elektronik Ticaret*, Gazi Kitabevi, s.55, Ankara:

İnternet Kaynakları

- <http://ejje.blogcu.com/dunya-capinda-ag-www-tarihcesi-yapisi/4342461> 15.09.21 adresinden alındı.
- http://nitrd.gov/fnc/Internet_res.html 08.11.2021 adresinden alındı.
- <http://www.e-ticaret.gov.tr/tanim/tanim.htm> Erişim Tarihi:23.11.2021
- <https://digitalage.com.tr/youtube-kullanici-sayisi-verilerini-acikladi/> 23.09.21 adresinden alındı.
- <https://dijilopedi.com/2021-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanım-istatistikleri>16.09.21 adresinden alındı.
- <https://dijilopedi.com/turkiye-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanım-istatistikleri-2021>16.09.21 adresinden alındı.
- <https://dijilopedi.com/turkiye-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanım-istatistikleri-2021>17.09.21 adresinden alındı.
- <https://kiminmali.com/19-06-2020-istegelsin-nerenin-markasidir> Erişim Tarihi: 28 Şubat 2022

<https://kimkurdu.com/pinterest-kimin/> 23.09.21 adresinden alındı.

<https://sosyalmedya.co/linkedin/> 23.09.21 adresinden alındı.

<https://tekno10.com/sosyal-medya/linkedin-ne-zaman-kuruldu-kisa-tarihcesi/> 23.09.21 adresinden alındı.

<https://teknodestek.com.tr/reddit-nedir-nasil-kullanilir/> 23.09.21 adresinden alındı.

https://tr.wikipedia.org/wiki/Getir#cite_note-0-2 Erişim Tarihi: 25 Şubat 2022

<https://tr.wikipedia.org/wiki/GittiGidiyor> Erişim Tarihi: 01 Mart 2022

<https://tr.wikipedia.org/wiki/Hepsiburada> Erişim Tarihi: 01 Mart 2022

<https://tr.wikipedia.org/wiki/N11.com> Erişim Tarihi: 01 Mart 2022

<https://tr.wikipedia.org/wiki/Trendyol> Erişim Tarihi: 01 Mart 2022

<https://tr.wikipedia.org/wiki/Yemeksepeti> Erişim Tarihi: 01 Mart 2022 <https://www.e>

<https://wearesocial.com/digital-2021> 16.09.21 15.27 adresinden alındı.

<https://wearesocial.com/digital-2021> 17.09.21 10.33 adresinden alındı.

<https://webrazzi.com/2016/06/15/> Erişim Tarihi: 01 Mart 2022

<https://www.armadigital.net/bilgi-bankasi/internetin-tarihcesi> 16.09.21 adresinden alındı.

<https://www.beyaztarih.com/makale/twitterin-tarihcesi> 23.09.21 adresinden alındı.

<https://www.biletall.com/hakkimizda> Erişim Tarihi: 28 Şubat 2022

<https://www.biltektasarim.com/blog/internet-nedir-internetin-tarihcesi> 15.09.21 adresinden alındı.

<https://www.brandingturkiye.com/instagram-tarihi-instagram-nedir-nasil-kullanilir-ne-ise-yarar/> 23.09.23 adresinden alındı.

<https://www.gzt.com/bilim-teknoloji/duyunden-bugune-iletisim-araclari-247087016> 19.21 adresinden alındı.

<https://www.ikinciyeini.com/blog> Erişim Tarihi: 25 Şubat 2022

<https://www.mediacklick.com.tr/blog/internet-nedir> 15.09.21 adresinden alındı.

<https://www.medyaakademi.org/2014/11/16/youtubeun-kurulus-oykusu-ve-kisa-tarihi/23.09.21> adresinden alındı.

<https://www.otelz.com/corporate/company/about> Erişim Tarihi: 01 Mart 2022

<https://www.pttavm.com/sayfa/hakkimizda> Erişim Tarihi: 8 Mart 2022

<https://www.rehbergec.com/turkiyenin-internet-tarihi/> 15.11.19 adresinden alındı.

<https://www.sahibinden.com/kurumsal/hakkimizda> Erişim Tarihi: 01 Mart 2022

<https://www.sigortam.net/> Erişim Tarihi: 25 Şubat 2021

<https://www.tatilsepeti.com/biz-kimiz> Erişim Tarihi: 8 Mart 2022

<https://www.tech-worm.com/arpamet-nedir-arpamet-nasil-gelistirildi/> 15.09.21 adresinden alındı.

<https://www.tech-worm.com/facebook-tarihcesi/> 23.09.21 adresinden alındı.

<https://www.tech-worm.com/foursquare-nedir-nasil-kullanilir-ozellikleri-nelerdir/> 23.09.21 adresinden alındı.

<https://www.ucuzabilet.com/hakkimizda> Erişim Tarihi: 01 Mart 2022

EKLER

Ek-1: Cirolarına göre belirlenen 20 şirketin 3 aylık sosyal medya paylaşımları (Twitter Ekim,Kasım,Aralık)

1-Trendyol

1- 04.10.2021

Like'lamalara Trendyol'da devam.

2- 04.10.2021

Pazartesi sendromuna iyi gelen tatlıları sayıyoruz. Biz profiterolle başladık, cevapları alalım.. Hemen tatlı siparişi vermek isteyenler için; ty.gl/0410_tatlilar

3- 08.10.2021

MediaCat önderliğinde, Ipsos Türkiye tarafından gerçekleştirilen “Türkiye’nin Lovemark’ları 2021 Araştırmasında bu sene de Türkiye’nin en çok sevilen e-ticaret sitesi seçildik. Tüm müşterilerimize, iş ortaklarımıza ve tutkuyla çalışan ekibimize kalpten teşekkürler!

4- 11.10.2021

Sen kırmızı çizgilerinden vazgeçme diye lahmacunlar Trendyol Yemek'te %25'e varan indirimde. Çıtır çıtır lahmacun keyfi için linkimizi şöyle bırakalım; ty.gl/1110_lahmacunl...

5- 19.10.2021

Bir süredir yazılıp çiziliyor..

Konuyla ilgili konuşuluyor..

Bize de her gün soruyorlar..

Doğru mu değil mi..

Evet doğru. Tarkan&Trendyol

6- 19.11.2021

“Tatlı dediğin şerbetli olur” cuların karşısında dimdik duran sütlü tatlılar. Senin favori sütlü tatlın hangisi? Sütlaç, Tavukgöğsü, Kazandibi, Kadayıflı Muhallebi.

7- 21.10.2021

Bir köy gülerse Türkiye güler... Taha Mertcan Ok geleceğe gülümsüyor. Trendyol'da her gün iş ortaklarımızın hayallerine destek oluyoruz. Ne mutlu bize Türkiye'nin Trendyol'uyuz.

8-22.10.2021

Yiğit Eroğlu ümitsiz kalanların cesareti oldu. Trendyol'da her gün iş ortaklarımızın hayallerine destek oluyoruz. Ne mutlu bize Türkiye'nin Trendyol'uyuz.

9-23.10.2021

Gizem Güner hayallerinden vazgeçmedi, geleceğinin yolunu açtı. Trendyol'da her gün iş ortaklarımızın hayallerine destek oluyoruz. Ne mutlu bize Türkiye'nin Trendyol'uyuz.

10- 24.10.2021

Mehmet Çeçe biraz cesaretle markasını yarattı. Onun hikâyesi bir hayali büyütmenin ta kendisi. Trendyol'da her gün iş ortaklarımızın hayallerine destek oluyoruz. Ne mutlu bize Türkiye'nin Trendyol'uyuz.

11- 27.10.2021

Türkiye'nin Trendyol'u Türkiye'nin kalbinde. Bizi en sevilen e-ticaret sitesi seçen herkese kalpten teşekkürler. "MediaCat ve Ipsos tarafından gerçekleştirilen araştırmaya göre Trendyol, E-Ticaret kategorisinin en sevilen markası!

12- 02.11.2021

Bazen karar vermek zordur, özellikle konu birbirinden lezzetli yöresel yemeklerimizse.. Şimdi bu zor kararı birlikte verme zamanı? İçliköfte, Kayseri Mantısı, Karnıyarık&Pilav, Çökertme Kebabı

13- 06.11.2021

Hepiniz birbirinize gizlice koleksiyonlarınızı gönderiyorsunuz, biliyoruz. Hadi herkes bu tweet'in altına favorilerini topladığı koleksiyonunu #Trendyolla etiketiyle paylaşsın çünkü Süper İndirim Günlerine 1 gün kaldı.

14- 07.11.2022

Süper indirim günleri başladı! Yılın en süper fırsatlarını keşfetmek istiyorsan link burada. ty.gl?0711_superindi...

15- 09.11.2021w

Süper İndirim günleri'nde #Trenyolla aldığın ilk şey ne oldu? Alıntılıyarak yanıtla, alacağın ikinci ürünü tahmin edelim.

16-10.11.2021

Her 10 Kasım'da 9'u 5 geççe zaman duruyor, biz seni her gün anıyoruz..

17- 16.11.2021

Hiçbir yardım almadan, 10 saniye içinde kaç köfte çeşidi sayabilirsiniz? Sayabildiklerini bu tweet'in altına yazmayı unutma.

18- 16.11.2021

Bir sabah uyandın trenyol Cüzdanında 1 milyon Trendyol para var, ne yapardın? #trenyolla hastag'ıyla yanıtla.

19- 16.11.2021

En sevdiğin tüm köfte çeşitleri Trendyol yemek'le kapıda.

20- 17.11.2021

Dünya kupası yolunda başarılar #bizimçocuklar

21- 23.11.2021

İlkokul arkadaşını bulmak için Trenyol ürün yorumlarında gezenler?

22- 29.11.2021

En gurme benim diyenleri şöyle alalım! Aşağıdakilerden hangisi meşhur Kayseri Yağlamasının malzemelerinden biri değildir? Maya, Yumurta, Şeker, Süt

23- 06.12.2021

Mis gibi dürüm kokusu senin de burnuna geldi mi? Sıcak dürümler, Trenyol Yemek'le hemen kapıda!

24- 07.12.2021

“Çayın yanına şöyle güzel bir tatlı olsa” diyenler, sizi duyduk. Trendyol Yemek’le çayın yanına eşlik edecek tüm lezzetler kapıda.

25- 10.12.2021

İzlerken beraber mesut olduğumuz o sahnelerin bir de kamera arkasına bakalım.

26- 10.12.2021

Lezzetinden vazgeçemeyenler ve ilk kez tadacaklar için cennet çamuru ve tüm lezzetli tatlılar Trendyol Yemek’le hemen kapıda.

27-15.12.2021

Bugün dünya çay günü! Sen de gerçek bir tiryakiysen bu soru sana; çay şekerli mi içilir şekersiz mi?

28- 15.12.2021

Şekerli şekersiz farketmez, yeterki çay olsun diyenler, trendyol hızlı marketle favori çayın kapıda!

29- 16.12.2021

Bu yılbaşında iyilik hediye ediyoruz. Sepette iyilik butiğinden alınan yılbaşı hediyeleri, sivil toplum kuruluşlarına destek, geleceğe umut oluyor. İyilik kalpten kalbe yayılıyor.

30- 30.12.2021

3-2-1 kayıt. Aylin Kontente ve Alper Kul ile yepyeni bir macerayabaşlıyoruz. Takipte kal, 31 Aralığı bekle.

2- Hepsiburada

1- 02.10.2021

Hayalini kurduğun süper ürünler bir bilet uzağında! Hemen bilet al, kazanma şansını yakala!

2- 05.10.2021

Sanat burada Contemporary İstanbul’da! Tershane İstanbulda 7-11 Ekim 2021 tarihlerinde kadın sanatçılardan oluşan Contemporary İstanbulda sanat eserlerini Hepsiburadadan alabilir, Hepsi Jet kalitesi ile kolayca kapından teslim alabilirsin.

3- 06.10.2021

7-11 Ekim’de Sanat Burada ile Tohum Otizm Vakfı’nın yanındayız! Siz de sınırlı sayıdaki sanat eserlerini Hepsiburadadan satın alabilir, Hepsijet kalitesi ile kolayca kapından teslim alabilirsiniz!

4- 07.10.2021

Gökhan Çınarın konuk olduğu yekta kopan ile 1 Konuk 5 Kitap canlı yayını başladı! Bu keyifli sohbeti kaçırmayın! #hepsitv

5- 07.10.2021

10 Ekim saat 21:00de Hepsiburada’nın Fenomen İndirimleri Başlıyor! Teknolojiden moda, anne bebek ürünlerinden ev ihtiyaçlarına kadar süper fiyatlar burda! Listeni oluştur fırsatları kaçıрма.

6- 08.10.2021

7-10 Ekim’de Contemporary İstanbulda sanatseverlerle buluşan Akasia sergisinde Sanat Burada platformu üzerinden 14 kadın sanatçının eserlerinden elde edilecek gelirle Tohum Otizm Vakfına bağış yapılacak.

7- 09.10.2021

Fenomen İndirim günleri geliyor! 10 Ekim saat 21.00 de Hepsiburadanın fenomen indirimlerini kaçırmayın!

8- 10.10.2021

Alarmini kur! Hepsiburadanın fenomen indirimleri geliyor! 10 Ekim saat 21.00 de modadan ev ihtiyaçlarına, teknolojiden ev dekorasyonuna kadar tüm ürünlerde süper fiyatları kaçıрма!

9- 10.10.2021

Fenomen indirimler başladı! Modanın en trend parçaları süper fırsatlarla sizleri bekliyor!

10- 12.10.2021

Fenomen indirimler canlı yayını başladı! İbrahim Selimin sunumu ile fenomen indirim fırsatları için takipte kal!

11- 12.10.2021

Fenomen indirimler burada! Ses ve görüntü sistemlerinde %60'a varan indirimleri kaçıрма!

12- 12.10.2021

Fenomen İndirimler'i kaçıрма! Ev tekstil ürünlerindeki fırsatlar burada!

13- 21.10.2021

Feriha Dildar'ın konuk olduğu yekta kopan ile 1 Konuk 5 Kitap canlı yayını Hepsiburada Instagram hesabında başladı! Bu keyifli sohbeti kaçırmayın!

14- 27.10.2021

Efsane yayına hazır mıyız? Cem Yılmaz ve İbrahim Selim ile 20:45'te hepimiz buradayız!

15- 27.10.2021

Hepsiburada'nın efsanesi, Efsane Kasım başlıyor! Biz hazırlığımızı yaptık. Reklam değil gerçek, Cem Yılmaz bile burada çünkü yoğunluk var!

16- 28.10.2021

Deniz Yüce Başarır'ın konuk olduğu yekta kopan ile 1 Konuk 5 Kitap canlı yayını Hepsiburada instagram hesabına başladı! Bu keyifli sohbeti kaçırmayın!

17- 31.10.2021

Hepsiburada'nın efsanesi Efsane Kasım başlıyor! Kasım ayı boyunca yılın en efsane indirimlerini yakalamak için alışveriş listeni hazırla ve bildirimlerini açmayı unutma!

18- 01.11.2021

Efsane Kasım efsane indirimlerle başladı! Yılda bir kere gelen efsane indirimlerle aklındaki ürünleri şimdi al ocakta öde fırsatını kaçıрма!

19-01.11.2021

Kapıdan iade aldığımızı biliyor muydunuz? Şimdi al ocakta öde fırsatıyla efsane ürünlerdeki indirimleri kaçıрма!

20-02.11.2021

Dünya çapında fark yaratan 50 güçlü iş kadınının listelendiği “ Most Powerful Women International 2021” listesinde Türkiye’den yer alan tek isim kurucumuz ve yönetim kurulu başkanımız hanzade doğan’ın başarı yolculuğu ve Hepsiburuduyı NASDAQ’a taşıyan hikayesi Fortune Türkiye’de.

21- 06.11.2021

Efsane 11 indirimleri başlıyor. 7-11 Kasım tarihlerinde hayalindeki ürünlere sahip olmak için saatini ayarla, 7 Kasım saat 19:00 ı bekle!

22-06.11.2021

7-11 Kasım Efsane İndirimleri için saatini kur, ihtiyacın olan ürünlere efsane fırsatlarla sahip ol!

23- 08.11.2021

Hepsiburada Efsane indirimleri başladı! Acele et, hayalindeki ürünlere efsane fiyatlarla sahip olmak için Hepsiburadaya gel, şimdi al ocakta öde!

24-09.11.2021

Listeni paylaş, Efsane Kazan! Favori ürünlerinle alışveriş listelerini oluştur, herkesle paylaş. Listelerinden alışveriş yaptıkça 1000 TL’ye varan Hepsipapel cüzdanına yüklensin.

25- 09.11.2021

7-11 Kasım Efsane 11 İndirimlerini kaçırma! Telefonda robot süpürgeye ihtiyacın olan ürünler Hepsiburada’da!

26- 09.11.2021

7-11 Kasım Efsane İndirimleri burada! Süpermarketten ev tekstiline aradığın ürünlerde efsane fiyatlar burada!

27-09.11.2021

Edu.tr mail adresinle üye ol, sana özel efsane fiyatlarla gençliği tadını çıkar. Acele et kampanyayı kaçırma!

28- 09.11.2021

7-11 Kasım Efsane İndirimleri tüm hızıyla devam ediyor! Modadan elektrikli küçük ev aletlerine aradığın ürünlerde efsane indirimleri kaçırma!

29-09.11.2021

Şimdi al ocakta öde fırsatıyla efsane ürünlerdeki indirimleri kaçırma!

30-09.11.2021

Bugün, App Store’da günün uygulaması seçildik!

31- 09.11.2021

Hep kalbimizde, hep burada... Ulu önderimiz Mustafa Kemal Atatürk’ü sevgiyle, saygıyla özlemle anıyoruz.

32- 11.11.2021

Beklenen gün geldi! Hepsiburada’nın efsane 11.11’e özel tüm indirimlere ek %15 net indirimini kaçırma!

33-11.11.2021

Efsane 11.11’e özel tüm indirimlere ek %15 net inderem fırsatı burada! Çarpışma sembolü tam şu anda sadece 3 saatliğine moda, kozmetik, spor ve outdoor ürünlerinde tüm indirimlere ek %15 net indirim Hepsiburada’da!

33- 11.11.2021

Efsane 11.11'e özel tüm indirimlere ek %15 net indirimini kaçıрма! Tam şu anda sadece 3 saatliğine süpermarket, anne bebek, oyuncak, kitap ve petshop ürünlerindeki tüm indirimlere ek %15 net indirim Hepsiburada'da!

34-12.11.2021

Hepsiburada'nın "şimdi al Ocakta öde" kampanyasını duymayan kalmasın! Biz sizin için ödemeyi erteleriz ama siz ihtiyaçlarınızı ertelemeyin.

35- 12.11.2021

Pelin Hanım'ın listeleri bugünlerde Cem Yılmaz'dan bile meşhur. Efsane Kasım boyunca sen de listelerini hazırla ve arkadaşlarınla paylaş, 1000 TL'ye kadar Hepsipapel kazanma şansını yakala!

36-12.11.2021

Edu.tr mailinle Hepsiburada'ya kaydol, bedava kargo fırsatından yararlan. Üstelik efsane fırsatlarda yolda, gelişmeler için bizi takip etmeyi unutma!

37-18.11.2021

Hepsiburada'nın efsanesi Efsane Kasım'a nasıl hazırlandım? İşte efsane kamera arkası!

38-19.11.2021

Hepsiburada'nın Efsane Cuma İndirimleri başlıyor! Efsane ürünlere süper fiyatlarla sahip olmak için 21 Kasım saat 17.00'ı bekle, bu fırsatı kaçıрма!

39-19.11.2021

Türkiye'nin Hepsiburada'sı olarak, 2017 yılından beri 23 binden fazla kadın girişimcinin hayallerine destek olmanın mutluluğunu yaşıyoruz. 19 Kasım Dünya Girişimci Kadınlar Günü kutlu olsun!

40- 20.11.2021

Efsane Cuma geliyor! 21 Kasım saat 17.00'ı bekle, efsane ürünlere efsane fiyatlarla sahip ol!

41- 20.11.2021

Efsane Cuma geliyor! Favori ürünlerini sepete ekle, 21 Kasım saat 17.00'ı bekle, efsane ürünlere efsane fiyatlarla sahip ol!

42- 21.11.2021

Efsane Cuma 17.00'da Hepsiburada'da başlıyor! İndirimleri kaçıрма!

43- 21.11.2021

Türkiye'nin beklediği Efsane Cuma indirimleri başladı. Telefondan modaya, mobilyadan süpermarket ihtiyaçlarına aklındaki ürünlere efsane fiyatlarla sahip olmak için Hepsiburada'da. Alışverişin efsanesi ol.

44- 21.11.2021

Efsane Cuma İndirimlerini kaçıрма! Kozmetik ve kişisel bakım kategorisindeki efsane indirimleri keşfet!

45-21.11.2021

Efsane Cuma indirimlerine göz attın mı? Elbiseden monta, takıdan ayakkabıya moda ürünlerinde efsane indirimler burada!

46-23.11.2021

Son model Kia Picanto ve Stonic'ler yılın en efsane fiyatlarıyla geliyor! 24 Kasım saat 21.00'a alarımını kur, Efsane fırsatı kaçırma!

47-23.11.2021

Bu indirimler yılda bir kez gelir! Bu akşam saat 20.00'a alarımını kur, tüm indilerine ek sepette %15 net indirimini kaçırma!

48- 23.11.2021

Bu fırsatı kaçırma! Bu akşam saat 8'den gece 12'ye oto aksesuarları, yapı market ve banyo ürünlerinde tüm indirimleri ek %15 net indirimler burada!

49- 23.11.2021

Başta Başöğretmen Mustafa Kemal Atatürk olmak üzere, hayatımıza değer katan ve geleceğe ışık tutan bütün öğretmenlerimize sonsuz teşekkürlerimizle... 24 Kasım Öğretmenler Günü kutlu olsun!

50-25.11.2021

Yılda bir kez gelen Efsane Cuma indirimlerinde NEF sürprizini kaçırma! Nef Ilgaz ve Eskişehir arsaları, Hepsiburada'ya özel peşin fiyatına %20 indirimle burada! Bu fırsatı kaçırma!

51- 25.11.2021

Herkesin beklediği gün geldi! Efsane Cuma indirimlerini kaçırma!

52- 25.11.2021

Herkesin beklediği büyük gün geldi! Hepsiburada'nın Efsane Cuması başladı! Tüm alışverişin için Hepsiburadaya gel, stoklarla sınırlı fırsatları kaçırma!

53- 26.11.2021

Efsane Cuma, Efsane final. Bu fiyatlar yarına kalmaz. Stoklar tükenmeden fırsatları yakala!

54- 26.11.2021

Hepsiburada'da Efsane Cuma efsane Final! Bu gece 12'ye kadar stoklarla sınırlı son indirimleri kaçırma!

55- 27.11.2021

Sürdürülebilir İş Ödülleri'nde, Girişimci Kadınlara teknoloji gücü programımızla “ Kadın Güçlenmesi” kategorisinde ödülün sahibi olduk! Kadın girişimcilere desteğimizi artırmak için daha çok çalışmaya devam edeceğiz.

56- 01.12.2021

hepsipay ve paycell iş birliğiyle milyonlarca paycell kullanıcısı, Hepsipay Cüzdanım üzerinden karta ihtiyaç duymadan Hepsiburada'dan kolayca alışveriş yapabilecek.

57-07.12.2021

Türkiye'nin Hepsiburadası kadınların hayatın her alanında sahada olması için attığı adımların bir devamı olarak Galatasaray spor kulübü ile yeni bir işbirliğine imza atıyor ve Galatasaray hepsiburada kadın futbol takımının isim sponsoru oluyoruz.

58- 07.12.2021

İsim sponsoru olduğumuz Galatasaray SK hepsiburada Kadın futbol takımı sahada şampiyonluk yarışında! Azimle, kararlılıkla, zaferler çok yakında.

59- 18.12.2021

En uzun gece fırsatları 19 aralık saat 17.00de başlıyor! Bütçe dostu indirimler için takipte kal!

60- 19.11.2021

En uzun gece fırsatları başlıyor! Bu akşam saat 17.00'a alarmini kur, ihtiyacın olan ürünlerdeki fırsatları kaçırma!

61- 22.12.2021

Nur Bilen Yavuzer Yılbaşı makyaj önerileri ile Hepsiburada Instagram hesabımızda canlı yayında, iyi seyirler.

62- 22.12.2021

En uzun gece fırsatlarında son saatler! Bütçe dostu ürünlerindeki indirimleri kaçırma!

3- N11.com

1- 04.10.2021

3 Ekim'de düzenlenen ve tüm geliri hayvan barınaklarına bağışlanacak pet11 Fest x KüçükÇiftlik Bark'ta söyleşiler, atölyeler ve konserlerle oldukça keyifli anlar yaşandı! Pet11 olarak dostlarımızın her gün yanında olmaya devam edeceğiz. 47 Ekim Hayvanları Koruma Günü kutlu olsun!

2- 29.10.2021

29 Ekim tük Türkiye'nin doğum günü. Cumhuriyet bayramımız kutlu olsun!

3-07.11.2021

Yeni aracına benzersiz indirimlerle kavuşmanın keyfi başkadır! 9-11 Kasım tarihleri arasında garaj11'e gel, vdf'den 111 otomobilde fırsatları keşfet!

4-08.11.2021

9-11 Kasım'a özel benzersiz indirimler seni bekliyor! Üstelik alışverişlerine toplamında 6 gb'a kadar internet hediye!

5-11.11.2021

Beklenen gün geldi! Şimdi 11.11'e özel p&g ürünlerinde benzersiz indirimler n11'de. Üstelik alışverişinde 2 gb internet hediye. Uygulamayı indir, fırsatları kaçırma!

6- 24.11.2021

Başöğretmen Mustafa Kemal Atatürk başta olmak üzere tüm öğretmenlerimizin Öğretmenler günü kutlu olsun.

7- 31.12.2021

2022 senin yılın olsun. Mutlu yıllar!

4-Gittigidiyor

1- 01.10.2021

Doğa için “Gitmesine İzin Verme!” demeye günlük yaşantıdan yapacağın ufacık değişimlerle başlayabilirsin. Doğaya saygılı ürünlerin tercih edilmesini hedeflediğimiz projemize, haydi sende ortak ol. Geleceğimizi hep birlikte koruyalım.

2- 08.10.2021

CPCO’muz Murat Yüksel “ Dünya’nın İK’sı” programında, uzaktan çalışma modelimizi, pandemi döneminde aldığımız aksiyonları ve insan odaklı çalışma sistemimizi anlattı.

3-11.10.2021

Samsung’un yeni telefonunu öne çıkan yönleriyle inceledik.

4-12.10.2021

Hangi oda için hangi renk daha uygun? Cevaplar GittiGidiyor blog’da.

5-13.10.2021

“Keşfedecek çok şey var” podcast serimizin 10. Bölümü yayında! Şant Manukyan ile kripto para dünyasının gelişim süreci, geleceği, kripto piyasası ve yeni ödeme sistemlerini konuştuğumuz bu yayını kaçırmayın.

6-13.10.2021

Pankek tavaşı nedir, nasıl kullanılır? Cevaplar GittiGidiyor blog’da.

7-14.10.2021

Kıvrıkcık saçlarla ilgili bakım tüyoları GittiGidiyor blog’da.

8-15.10.2021

Sonbahar alışverişi başlasın! Hemen GittiGidiyor’a gir, seçili kategorilerdeki indirimleri kaçıрма!

9- 15.10.2021

Hangisi daha iyi? Projeksiyon cihazları ve yeni nesil televizyonların özelliklerini karşılaştırdık.

10- 16.10.2021

Biraz spor, biraz da süper model... KERT by Hadise koleksiyonu ilk kez ve sadece GittiGidiyor’da.

11-17.10.2021

Kaçırılmayacak fırsatlar ve büyük indirimler için hemen GittiGidiyor’da.

12- 18.10.2021

O zaman dans! Özgürlüğü yansıtan tasarımlarıyla KERT by Hadise koleksiyonu GittiGidiyor’da.

13- 19.10.2021

Büyük ekim indirimi fırsatları seni bekliyor. Kısa süreli özel indirimleri kaçırmamak için hemen GittiGidiyor’a gir, fırsatları keşfetmeye bak.

14- 20.10.2021

Motor ceketlerini satın almadan önce önerimize mutlaka göz at.

15- 21.10.2021

Pdatic ve stil sahibi tasarımlarıyla KERT by Hadise koleksiyonu GittiGidiyor’da.

16- 24.10.2021

3d Kalem nasıl kullanılır ve hangi alanlarda kullanılmaktadır? Merak edenler bu yazımız sizin için.

17- 25.10.2021

Okumaya doyamadığımız kitapları ekrandan izlemekten de keyif alıyorsanız dizisi çekilen kitaplar serimiz sizin için.

18- 26.10.2021

“Keşfedecek Çok Şey Var” podcast serimizin 11. Bölümünde Liderlik, Gelişim ve ilişki sistemleri koçu Gülsün Zeytinoglu ile buluştuk. Liderlik, kişisel gelişim ve insan ilişkileriyle ilgili konuştuğumuz bu yayını kaçırmayın.

19- 27.10.2021

Zamansız ve güçlü stiliyle öne çıkan KERT by Hadise koleksiyonu GittiGidiyor’da.

20- 28.10.2021

Daima yaşasın cumhuriyet! 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun!

21- 30.10.2021

Arabadaki kötü koku nasıl giderilir? Cevaplar, oto kokusu çeşitleri ve daha fazlası GittiGidiyor blog’da

22- 05.11.2021

GittiGidiyor Akademi açıldı! Ücretsiz online eğitimlere katılarak e- ticaretin dinamiklerini öğrenme ve fırsatları doğru değerlendirmen için seni bekliyoruz.

23- 08.11.2021

GittiGidiyor olarak bir kez daha Great Place to Work listesinde yer almaktan gurur duyuyoruz. Dünya çapında birçok şirketin katılımıyla oluşan “ Kadınlar için en iyi işyerleri” listesinde 2. Sıradayız! Bu başarıya imza atmamızı sağlayan tüm ekip arkadaşlarımıza teşekkür ediyoruz.

24- 09.11.2021

Kasım ayı indirimleri için hazır mısın? Hemen uygulamayı indir, sürpriz fırsatları kaçırma!

25- 13.11.2021

Her an zarif ve seksi hissettirecek tasarımlarıyla KERT by Hadise koleksiyonu ilk kez ve sadece GittiGidiyor’da.

26- 18.11.2021

“Keşfedecek Çok Şey Var” podcast serimizin 12. Bölümü yayında! Bu haftaki bölümde GittiGidiyor CMO’su Feyza Dereli Fedar ile Black Friday üzerine akıllı alışverişin püf noktalarını değerlendirdiğimiz yayın.

27- 19.11.2021

Sürpriz indirimler ve yenilikler GittiGidiyor’da seni bekliyor. Hemen linke tıkla, fırsatları keşfetmeye bak.

28- 24.11.2021

En büyük ödevimiz, sizi ömür boyu gururlandırmak. Başöğretmenimiz Atatürk’ün ve tüm öğretmenlerimizin öğretmenler günü kutlu olsun!

29- 26.11.2021

İhtiyacın olan tüm ürünlerdeki büyük fırsatlar GittiGidiyor’la Süper Cuma’da! Büyük kasım fırsatlarında stoklar tükenmeden hemen GittiGidiyor’a gir fırsatları keşfetmeye bak!

30- 03.12.2021

Kert by Hadise koleksiyonunun yeni parçası taş detaylı crop, günün her anına eşlik edecek. Sipariş vermek için hemen GittiGidiyor’a gir.

31- 17.12.2021

‘Keşfedecek Çok Şey Var’ podcast serimizin 13. Bölümünde Sosyal girişimci ve Akademisyen İtir Erhart ile buluştuk. Sosyal girişimin gücü, toplum için önemi ve günümüz dünyasında iyilik kavramının kapsayıcılığını konuştuğumuz yayın.

32- 21.12.2021

Her bedendeki kadının kendini özgür ve iyi hissetmesine ışık tutan Kert by Hadise koleksiyonu, geniş beden aralıklarındaki tasarımları ve günün her anına uygun yeni modelleri ile GittiGidiyor’da.

33- 22.12.2021

Yılbaşına özel en popüler teknoloji hediyeleri GittiGidiyor blog’da

34-23.12.2021

Kozmetik ve kişisel bakım kategorisinden hediye ve önerileri GittiGidiyor blog’da

35- 24.12.2021

Sporseverler için en popüler yılbaşı hediye önerileri GittiGidiyor blog’da.

36- 26.12.2021

Çocuklara yılbaşı hediyesi alırken farklı seçenekleri değerlendirmek istiyorsan bazı önerilerimiz var.

37-29.12.2021

Yılbaşı ev hediyesi önerileri GittiGidiyor blog’da.

38- 30.12.2021

Güzel olan her şeyin “daha daha” yaşandığı bir yıl dileğiyle! Yeni yıl herkese daha daha kutlu olsun!

5-Yemek Sepeti

1-01.11.2021

Dünya kahve günü +1 kahve ile kutlamaya ne dersin? Bugüne özel Starbuck’tan sipariş edebileceğin filtre kahvenin ikincisi hediye.

2-01.10.2021

Kokoreç aklına bir anda düşünce, eve sipariş etmemek olur mu hiç?

3-02.10.2021

Patates kızartması, soslar. Senin favori sosların hangileri?

4- 03.10.2021

Çıtır simitten, bal kaymağa dolu dolu bir kahvaltı sofrası = 10/10 bir gün.

5-03.10.2021

Peynirli pizza gibi uzayıp giden enfes bir hafta sonumuz olsun.

6- 04.10.2021

Şehrin tadını, Yemeksepeti'nin indirimli Şehre Dönüş Menüleri ile çıkar!

7- 04.10.2021

Bazı yemekler sossuz olmaz. Senin vazgeçemediğin soslar hangileri?

8- 04.10.2021

Bol acılı bir çiğ köfteden daha acı bir şey varsa o da flörtün çöken İntagram'da kalmasıdır...

9- 05.10.2021

sayısız çeşidiyle her biri birbirinden farklı, bir lokması ile seni uzaklara götüren lezzet: Sushi!

10- 05.10.2021

Şehrini tatlısıyla anlatmaya ne dersin?

11- 05.10.2021

Lahmacun yerken olmazsa olmaz dediğin lezzet hangisi?

12-06.10.2021

Bir konuyu netleştirelim: Sence pizza hamuru ince mi olmalı, kalın mı?

13-07.10.2021

Yemeksepeti indirim yağmuru ile daha çok ye, daha az öde. Sevdiğin yemekler, %25 ile %50 arası indirimlerle seninle!

14- 07.10.2021

Pizza siparişinde uzmanlaşanlar burada mı? Sizce lezzetli bir pizzanın olmazsa olmazları nelerdir?

15- 08.10.2021

Sen yumurtayı nasıl seversin?

16- 08.10.2021

Bazen oluruna bırakır, en sevdiğin yemeği sipariş edersin.

17- 09.10.2021

Sipariş vermek için nefis bir zaman.

18- 10.10.2021

İsmi bile yeter canının çekmesine. Su böreği hakkında daha fazla bilgi yemeksepeti YouTube kanalında.

19- 11.10.2021

Peynirin en çok yakıştığı ilk 3 lezzet sence hangileri?

20- 11.10.2021

Bol malzemeli ya da sade! Sen lahmacunu nasıl yersin?

21- 12.10.2021

Tüm mideleri etkisi altına alan indirim yağmuru devam ediyor! 10.000'den fazla restorandaki %25 ile %50 arası indirimler Yemeksepeti'nde seni bekliyor.

22- 13.10.2021

Döner her haliyle güzel ama senin favorin hangisi?

23-14.10.2021

Tatlılar tanıdık, simalar yabancı. “yabancıla Türk tatlılarını denerse ne olur?” sorusunun cevabı Yemeksepeti YouTube kanalında.

24-16.10.2021

Izgaradan gelen indirim kokusunu takip et. Binlerce restorandaki %25 ile %50 arası indirimler Yemeksepeti'nde seni bekliyor.

26-17.10.2021

O güzel kokunun seni götürdüğü yere git.

27- 18.10.2021

Burcuna göre Merkür Retro'sunun bitişi hangi lezzetler ile kutluyorsun?

28- 20.10.2021

Yıllar geçer ama lahmacun sevgisi hiç bitmez.

29- 20.10.2021

Yabancılar Türk mezelerini denedi. Kimilerini tanıdık buldular kimilerine mesafeli yaklaştılar. YouTube Yemeksepeti kanalında.

30- 21.10.2021

Yemeksepeti İndirim yağmuru ile daha çok ye, daha az öde. Binlerce restorandaki %25 ile %50 arası indirimler Yemeksepeti'nde seni bekliyor.

31-22.10.2021

Cızırtısı kulaklarda, tadı damaklarda. Birileri köfte olsa da yesek mi dedi?

32- 23.10.2021

Bugünkü konumuz: Kadayıf! Tatlı yiyip tatlı konuşmak için Yemeksepeti YouTube kanalında buluşalım mı?

34- 24.10.2021

“Oralardan iyi yerim!” diyorsan Dominos'un lezzete doyuran menüsü tam sana göre. Bu kampanyayı kaçıрма, maç keyfine keyif kat.

35- 24.10.2021

Ekmeği taze, köftesi sıcacık. Böyle bir hamburgere kim hayır diyebilir ki? Binlerce restorandaki %25 ile %50 arası indirimler Yemeksepeti'nde seni bekliyor.

36-27.10.2021

Yemeksepeti'nde hem en sevdiğin lezzetlere hem de indirimde doyabilirsin.

37- 27.10.2021

Yemeksepeti'nde hem en sevdiğin lezzetlere hem de indirimlere doyabilirsin.

38- 28.10.2021

Gözlerinden kalpler çıkartan o lezzeti itiraf et.

39- 28.10.2021

Çikolatalı olan her şey güzeldir.

40- 29.10.2021

Her 29 Ekim'de aynı coşku ve heyecanı hissediyor, aynı gururla

41- 29.10.2021 Her 29 Ekim'de aynı coşku ve heyecanı hissediyor, aynı gururla bayrağımızı sallıyoruz. Ulu önderimiz Mustafa Kemal Atatürk'ü büyük bir özlem, saygı ve minnetle anıyoruz. Cumhuriyetimizin 98. yılı kutlu olsun!

42- 31.10.2021

Ekim Yemek yerken bir şeyler izlemek = 10/10 aktivite.01 Şöyle bi' Adana kebab olsa da yesek! E haydi o zaman birer kebab sipariş edip Yemeksepeti YouTube kanalında buluşalım.

43- 01.11.2021

Nisan Hakan'la "Beni Yemek Yerken Çiz!" başladı. İster yemek yerken çekilmiş bir fotoğrafınızı, ister herhangi bir fotoğrafınızı en sevdiğiniz yemeği de yazarak @nisanhakan'a gönderin, sizi yemek yerken çizsin.

44- 02.11.2021

Mis gibi kebab kokusu senin de burnuna geldi mi?Binlerce restorandaki %25 ile %50 arası indirimler Yemeksepeti'nde seni bekliyor.

45-02.11.2021

Yeni aya keyifli başlamaya var mısın? Favori kahven Yemeksepeti ile dakikalar içinde yanında.

46- 04.11.2021

Enfes bir döner ile maç keyfine keyif katmaya ne dersin?Binlerce restorandaki %25 ile %50 arasında indirimler Yemeksepeti'nde seni bekliyor.

47- 04.11.2021

Maç modu: Açık! Maçın yanında iyi gider dediğin lezzet hangisi?

48- 05.11.2021

Her ihtiyacında Yemeksepeti yanında, aklındaysa kapında!

49- 05.11.2021

Yabancılar birbirinden lezzetli Türk kebaplarını denedi.Tepkileri ne mi oldu? Videonun tamamı için Yemeksepeti YouTube kanalına bekliyoruz.

50- 06.11.2021

Açken maça odaklanman zor olabilir. Maç başlamadan siparişini ver, gollerin tadını doya doya çıkar.

51- 07.11.2021

Tarafını seç! Sosu tabağın kenarına mı sıkarsın, patatesin üzerine mi?

52- 07.11.2021

Harika lezzetler ile keyifli bir yolculuğa var mısın? Binlerce restorandaki %25 ile %50 arası indirimler Yemeksepeti'nde seni bekliyor.

53-08.11.2021 Haftaya keyifle başlatacak bir kahveye ne dersin? Yemeksepeti ile favori Starbucks kahven dakikalar içinde kapıda.

54- 09.11.2021

Tatlı saati bol çikolatalı vegan brownie.

55- 10.11.2021

Devrimleriyle günümüzü ve geleceğimizi aydınlatan Ulu Önder Mustafa Kemal Atatürk'ü saygı, minnet ve hasretle anıyoruz.

56- 11.11.2021 Bi' burger olsa da yesek diyorsan Burger King Kral Avantaj menü Yemeksepeti'nde seni bekliyor.

57- 12.11.2021

İndirim Yağmuru Bol malzemeli nefis bi' pizza. Binlerce restorandaki %25 ile %50 arasında indirimler Yemeksepeti'nde seni bekliyor. İndirim Yağmuru Bol malzemeli nefis bi' pizza. Binlerce restorandaki %25 ile %50 arasında indirimler Yemeksepeti'nde seni bekliyor.

58- 12.11.2021 Kasaptan manava, marketten kuruyemişiye, mahallenizde aradığınız ne varsa Yemeksepeti Mahalle'de. Yemeksepeti Mahalle, Yemeksepeti uygulamasının içinde.

59- 14.11.2021 Baklava kadar tatlı bi' gün geçirmeye ne dersin?Binlerce restorandaki %25 ile %50 arasında indirimler Yemeksepeti'nde seni bekliyor.

60- 14.11.2021

Hayattan keyif aldığın anlar:

1. Yemek yemek
2. Yemek yemek
3. Yemek yemek

61- 14.11.2021

Geldik o malum soruya... Patates kızartmasını elma dilim mi tercih edersin, yoksa parmak dilim mi?

62- 19.11.2021

Burger King Kral Avantaj menü, burgere doyman için Yemeksepeti'nde seni bekliyor.

63- 20.11.2021

Aklına kebab düşüyse, yemeden olmaz. Binlerce restorandaki %25 ile %50 arası indirimler Yemeksepeti'nde seni bekliyor.

64- 21.11.2021

Kendi patatesini önce bitirip arkadaşının patatesine dadanmak = Faul.

65- 22.11.2021

Özlenen Starbucks lezzetleri geri geldi. Gingerbread Latte ve Toffee Nut Latte Yemeksepeti'nde seni bekliyor.

66- 24.11.2021

Başöğretmen Mustafa Kemal Atatürk başta olmak üzere ışığı ile yolumuzu aydınlatan tüm öğretmenlerimizin Öğretmenler Günü kutlu olsun.

67-25.11.2021

Gününe keyif katacak Everyday Roastery lezzetleri Yemeksepeti'nde.

68- 26.11.2021

Hafta sonuna keyifli başlaman için Everyday Roastery lezzetleri Yemeksepeti'nde seni bekliyor.

69- 27.11.2021

Hafta sonuna keyifli başlaman için Everyday Roastery lezzetleri Yemeksepeti'nde seni bekliyor.

70- 02.12.2021

Yabancılar birbirinden lezzetli Türk içeceklerini denerse ne olur? Videonun tamamı Yemeksepeti YouTube kanalında.

71- 03.12.2021

Siparişler farklı, duygular ortak.

72- 04.12.2021

Bugün kimler kendine sevgiyle sarıldı?

73- 04.12.2021

Tane tane lezzetli bi' pilavı herkes sever! Peki sence nohutlu pilav mı, yoksa kuru fasulyeli pilav mı?

74- 05.12.2021

Sadece yemek isimlerini kullanarak anlatsana biraz, sen nerelisin?

75- 06.12.2021

Bugün işler üstüne üstüne geliyorsa Starbucks'tan kahveni ve tatlımı sipariş verip biraz rahatlamaya ne dersin?

76- 06.12.2021

Yemeksepeti ile Lezzetin İzinde serimizde bugünkü konuğumuz çeşit çeşit ve birbirinden enfes kaburga lezzetleri, tadına doyum olmaz tabakları ve samimi ambiyansı ile Markus.

77- 06.12.2021

Her ihtiyacında Yemeksepeti yanında, aklındaysa kapında!

78- 07.12.2021

Ekmeği yumuşacık, köftesi enfes bi' hamburger ne dersin? Binlerce restorandaki %25 ile %50 arası indirimler Yemeksepeti İndirim Yağmuru'nda seni bekliyor.

79- 08.12.2021

Bugün Brownie Günü! Brownie sipariş etmek için 10/10 bi' gün!

80- 09.12.2021

Maç heyecanı + Lezzetli çıtır tavuklar = Keyifli bir akşam. Yemeksepeti'ne özel Popeyes Müthiş Fırsat Kovası menüsü ile maç keyfini ikiye katla.

81- 09.12.2021

Sen de maçıdan önce siparişini ver, maçın tadını en sevdiğin yemeklerle çıkar!

82- 11.12.2021

Gece aklına gelen lezzet hangisi olursa olsun, Yemeksepeti'nde aradığını bulursun.

83- 12.12.2021

Usta Dönerci'nin Yemeksepeti'ne özel Süper 2'li menüsü 15 Aralık'a kadar seni bekliyor!

84- 12.12.2021

Boşluğu sevdiğini etiketleyerek doldur:

Patates kızartması-Hamburger

Çiğ köfte – Limon

Tantuni - Cin biber

İskender –Tereyağı

Ben - ?

85- 12.12.2021

Mis kokusu senin de burnuna geldi mi? Bol yoğurtlu lezzetli bi' zeytinyağlı dolma yemeğine hayır diyemeyeceğini iyi biliyoruz.

86- 13.12.2021

Şimdi bi' kahve iyi gider. Favori Starbucks lezzetleri Yemeksepeti'nde seni bekliyor.

87- 15.12.2021

Kahvaltıda olmazsa olmaz, günün her anına keyif katar! Çay Günü kutlu olsun.

88- 17.12.2021

Yedikçe Yediren Hafta başladı!

2. siparişinizde 20 TL,

3. siparişinizde 30 TL,

4. siparişinizde 40 TL,
5. siparişinizde toplamda 75 TL Yemeksepeti Cüzdan hesabınızda biriksin.

89- 18.12.2021

Yedikçe Yediren Hafta'da sipariş verdikçe toplamda 75 TL'ye kadar kazanın.

2. siparişinizde 20 TL,
3. siparişinizde 30 TL,
4. siparişinizde 40 TL,
5. siparişinizde toplamda 75 TL Yemeksepeti Cüzdan hesabınızda biriksin.

90- 19.12.2021

Yedikçe yiye, yedikçe kazanın!

2. siparişinizde 20 TL,
3. siparişinizde 30 TL,
4. siparişinizde 40 TL,
5. siparişinizde toplamda 75 TL Yemeksepeti Cüzdan hesabınızda biriksin.

91- 20.12.2021

Yedikçe Yediren Hafta'da 75 TL'ye kadar kazanmak için tek yapmanız gereken canınız ne çekiyorsa söylemek!

2. siparişinizde 20 TL,
3. siparişinizde 30 TL,
4. siparişinizde 40 TL,
5. siparişinizde toplamda 75 TL Yemeksepeti Cüzdan hesabınızda biriksin.

92- 20.12.2021

Ara verip sıcak bi' Starbucks kahvesiyle modunu yükseltmenin tam sırası!

93- 21.12.2021

Sipariş verdikçe 75 TL'ye kadar kazanma fırsatı devam ediyor!

2. siparişinizde 20 TL,
3. siparişinizde 30 TL,
4. siparişinizde 40 TL,
5. siparişinizde toplamda 75 TL Yemeksepeti Cüzdan hesabınızda biriksin.

94- 21.12.2021

Yılın en uzun gecesinde sana hangi lezzet eşlik edecek?

95- 22.12.2021

Yedikçe yemeye, kazandıkça kazanmaya devam edin!

2. siparişinizde 20 TL,
3. siparişinizde 30 TL,
4. siparişinizde 40 TL,
5. siparişinizde toplamda 75 TL Yemeksepeti Cüzdan hesabınızda biriksin.

96- 23.12.2021

En sevdiğin lezzetleri ye, yedikçe kazan!

2. siparişinizde 20 TL,

3. siparişinizde 30 TL,
4. siparişinizde 40 TL,
5. siparişinizde toplamda 75 TL Yemeksepeti Cüzdan hesabında biriksin.

97- 25.12.2021

İstanbul'da elektrikli motosikletlerle teslimata başladık. Çok yakında tüm Türkiye'de.

98- 25.12.2021

Bütün bir sene yanındaydık #1 Oyun aralarında en sevdiğin lezzeti seninle buluşturabiliysek ne mutlu bize.

99- 26.12.2021

Bütün bir sene yanındaydık #2 Üzülmene hiç dayanamadık, en sevdiğin lezzetlerle modun yükselsin istedik

100- 27.12.2021

Yılbaşı modu: Açık Yılın son haftasına Yemeksepeti'ndeki Starbucks kahveleriyle lezzet kat.

101- 27.12.2021

Bütün bir sene yanındaydık #3 Taşınması gereken koliler, yerleştirilmesi gereken eşyalar varken enerji toplamak için Yemeksepeti'nden mis gibi lahmacun söyleyenleri hiç yalnız bırakmadık.

102- 28.12.2021

Bütün bir sene yanındaydık #4 Uzun süren toplantıların ardından hiç vaktin kalmadığında güzel bir yemeği hiç dert etme istedik!

103- 29.12.2021

Bütün bir sene yanındaydık #5 Kendini en sevdiğin yemeklerle ödüllendirmek istediğin her an yanındaydık.

104 29.12.2021

Yılbaşı ağaçlarımız hazır! Bitirelim mi bu yılı artık?

105- 31.12.2021

Tadı damağınızda kalacak şahane bir yıl dileriz!

106- 31.12.2021

Yeni yılda güzel olan ne varsa senin olsun.

107- 31.12.2021

Lezzet dolu anlara hep birlikte doyduğumuz nice mutlu yıllara!

7- Epttvm

1- 28.10.2021

Geçmişingurur duyduğu, bugünün geleceğe ilham olduğu Cumhuriyetimizin 98'inci yılı kutlu olsun.

2- 10.11.2021

Cumhuriyetimizin kurucusu Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ü vefatının 83'üncü yıl dönümünde saygı, rahmet ve minnetle anıyoruz.

3- 15.11.2021

Aklındaki tüm ürünleri benzersiz kasım indirimleriyle PttAVM'den şimdi al, vade farksız 6 taksitle ödeme fırsatını kaçıрма!

4- 24.11.2021

Ömrünü öğrenmeye ve öğretmeye adanmış kıymetli öğretmenlerimizin 24 Kasım Öğretmenler günü kutlu olsun!

5-26.12.2021

Yılın Son pazarı İndirimleri başladı. Stokların boşalacağı, sepetlerin dolacağı alışveriş festivallerine sen de katıl!

6- 31.12.2021

Sağlıklı huzurlu ve neşe dolu bir yıl olması dileğiyle... Yeni yılınız kutlu olsun!

8-Sahibinden.com

1- 29.10.2021

29 Ekim Cumhuriyet bayramımız kutlu olsun!

2- 30.10.2021

Bugün Ege Bölgesinde meydana gelen depremde yaşamını yitiren vatandaşlarımıza Allah'tan rahmet, yakınlarına başsağlığı, yaralılarına acil şifalar dileriz.

3- 10.11.2021

Cumhuriyetimizin kurucusu gazi Mustafa Kemal Atatürk'ü aramızdan ayrılışının 82. Yılında saygı, şükran ve özlemle anıyoruz.

4- 24.11.2021

Başöğretmen Mustafa Kemal Atatürk'ü saygıyla anıyor, tüm öğretmenlerimizin 24 Kasım Öğretmenler Günü'nü kutluyoruz.

5- 01.12.2021

Türkiye'de emlağın her türlü sahibiinden'de bulunur!

6- 01.12.2021

Türkiye'de aracın her türlü sahibiinden'de bulunur!

9- Modanisa

1- 21.11.2021

Yılın en büyük kampanyası şimdi Modanisa'da başladı! Milyonlarca üründe NET %50 indirmisi şimdi keşfetme zamanı.

2-25.11.2021

Bereketli Cuma haftasında BEKLENEN GÜN geldi! Ee sevdiğiniz, favorilere eklediğiniz ve sepetinizde bekleyen tüm kombinler şimdi NET %60 indirimle Modanisa'da.

3- 01.12.2021

Aralım ayı indirimlerle başladı! Siber indirim haftasına özel eeen sevdiğiniz kombinlerde şimdi NET %50, %60, %70 indirim sizi bekliyor.

4- 08.12.2021

Fırsatlar 12.12 indirimleri ile DEVAM EDİYOR! Üstelik milyonlarca üründe NET %50 indirimle birlikte şimdi Modanisa'da.

10- Getir

1- 01.10.2021

DünyaKahveGünü'nü kahvenize keyif katacak indirimlerle kutluyoruz Hemen sipariş edin, dakikalar içinde getirelim!

2- 01.10.2021

Getir servislerinden verilen siparişlerde, patili dostlarımıza @HaytapOfficial iş birliği ile 1 milyon kap mama hediye! Siparişinizi verin, sokak ve barınaklardaki dostlarımıza siz de destek verin.

3-01.10.2021

BOJİ gibi binlerce patili dostumuz için @haytapofficial ile beraber tam 1 milyon kap mama bağışlıyoruz Getir'den yardım maması siparişi verip bize katılmaya ne dersiniz?

4-02.10.2021

1 milyon kap mamayla rekor kıralım, patili dostlarımızı doyuralım! Getir'den yardım maması siparişi verin, sokak ve barınaklardaki dostlarımıza siz de destek verin

5-02.10.2021

Getir'den vereceğiniz indirimli mama siparişinizde, sokak ve barınaklardaki dostlarımıza 2 kap mama hediye! 1 milyon kap mama kampanyamız için siparişinizi verin, patili dostlarımızı beraber doyuralım.

6- 03.10.2021

Fenerbahçeli futbolcular Altay Bayındır ve Miha Zajc 1 Milyon Kap Mama kampanyamıza desteklerini gösterdiler. Siz de Getir'den Yardım Maması siparişinizi verin, patili dostlarımızı sevindirin!

7- 04.10.2021

Siz de hemen yardım maması siparişi verin, sokak ve barınaklardaki patili dostlarımıza destek verin

8- 04.10.2021

Yoksa siz hala yardım maması siparişi vermediniz mi? Sokak ve barınaklardaki patili dostlarımızı beraber doyurmak işte bu kadar kolay.

9- 08.10.2021

DünyaYumurtaGünü'ne özel fırsatlar bizden, lezzetli bir kahvaltı sizden. Hemen taptaze yumurtaları sipariş edin, dakikalar içinde kapınıza getirelim

10- 08.10.2021

Artık @bitaksi çağırmanın yeni bir yolu var: İşte karşınızda GetirBiTaksi. Taksinizi çağırın ve yolculuğunuzu güvenle yapın.

11- 08.10.2021

Ara öğün saati geçmeden sağlıklı bir şeyler içmek istediniz, kefir bitmiş! Neyse ki Getir var, Getir’de mutluluk var. Altıncılıç kefirinizi şimdi sipariş edin, dakikalar içinde getirelim!

12- 09.10.2021

1.000.000 kap mama rekorunu birlikte kırdık. Sokak ve barınaklardaki patili dostlarımıza destek olan herkese milyonlarca kez teşekkürler.

13- 10.10.2021

Herkes yerini aldıysa favori atıştırma malikanelerinizi sipariş etmenin tam sırası,

14- 14.10.2021

Haklı yorumlarınızı duyduk. Bağışlanan 1 milyon kap mamanın bir sembolü olarak Moda'nın sevgilisi Tarçın'ın önüne koyduğumuz mama kabı heykelinden markamızın adını sildik. Tarçın'ın sokaklardaki milyonlarca dostunu beslemeye devam edeceğiz.

15- 15.10.2021

Artık Getir’de sizi yeni açılış sayfamızla karşılıyoruz.İhtiyaçlarınızı hemen sipariş edin, yepyeni sayfamıza merhaba deyin.

16- 16.10.2021

Aradığınız tüm ürünler arama çubuğumuzda Siz ihtiyacınızı yazın, biz hizmetlerimiz arasında arayıp size getirelim Siparişinizi şimdi verin, arama çubuğunu siz de deneyin!

17- 17.10.2021

Hizmetlerimiz arasındaki geçişi kolayca yapın diye, mor düğmemiz sizinle! Yüz binlerce ürün arasında dolaşmaya şimdi başlayın.

18- 17.10.2021

Sizin favoriniz hangisi? Hemen sipariş verin, dakikalar içinde kapınıza getirelim.

19- 18.10.2021

Getir şimdi Portekiz’de, Lizbon sokaklarında!

20-19.10.2021

Günün hangi anı olursa olsun, ihtiyacınız olan her şey dakikalar içinde kapınızda.

21- 19.10.2021

Yemek dönüşü olan toplantınız için tam dişlerinizi fırçalayacaksınız, diş macunu bitmiş! Neyse ki Getir var, Getir’de mutluluk var. Hassas dişleriniz için Sensodyne diş macununuzu şimdi sipariş edin, toplantınız başlamadan getirelim!

22-19.10.2021

Kırıkkale, sonunda kavuştuk! Şimdi Kırıkkale'ye de dakikalar içinde getiriyoruz.

23- 25.10.2021

Bugün menülerin kahramanı belli #DünyaMakarnaGünü'ne özel fırsatları kaçırmayın

24-28.10.2021

Cumhuriyetimizin 98. yılını coşkuyla kutluyoruz TR #29EkimCumhuriyetBayramı

25- 10.11.2021

Atamızı aramızdan ayrılışının 83. yılında, saygı ve özlemle anıyoruz.

26- 11.11.2021

Göz kamaştıran indirimler başladı 11-14 Kasım arasında sahne alacak fırsatları kaçırmayın!

27- 11.11.2021

Getir şimdi Amerika'da, Chicago sokaklarında!

28- 15.11.2021

Bayburt, sonunda kavuştuk! Şimdi Bayburt'a da dakikalar içinde getiriyoruz.

29- 15.11.2021

Şırnak, sonunda kavuştuk! Şimdi Şırnak'a da dakikalar içinde getiriyoruz

30- 16.11.2021

Gümüşhane, sonunda kavuştuk! Şimdi Gümüşhane'ye de dakikalar içinde getiriyoruz.

31- 16.11.2021

Ardahan, sonunda kavuştuk! Şimdi Ardahan'a da dakikalar içinde getiriyoruz.

32- 17.11.2021

Sinop, sonunda kavuştuk! Şimdi Sinop'a da dakikalar içinde getiriyoruz.

33- 18.11.2021

Tunceli, sonunda kavuştuk! Şimdi Tunceli'ye de dakikalar içinde getiriyoruz.

34- 19.11.2021

Artvin, sonunda kavuştuk! Şimdi Artvin'e de dakikalar içinde getiriyoruz.

35- 20.11.2021

Zonguldak, sonunda kavuştuk! Şimdi Zonguldak'a da dakikalar içinde getiriyoruz.

36- 20.11.2021

İster tek başınıza, ister arkadaşlarınızla, Evdeyken de eğlenenizi ikiye katlamak mümkün. Dilediğiniz ürünü sipariş edin, mutluluğu kapınıza getirelim.

37-22.11.2021

İkinci perde için geri sayım başladı 24 Kasım'ı bekleyin.

38- 23.11.2021

Van, sonunda kavuştuk! Şimdi Van'a da dakikalar içinde getiriyoruz

39- 25.11.2021

Ağrı, sonunda kavuştuk! Şimdi Ağrı'ya da dakikalar içinde getiriyoruz.

40- 25.11.2021

Muş, sonunda kavuştuk! Şimdi Muş'a da dakikalar içinde getiriyoruz.

41- 26.11.2021

Kilis, sonunda kavuştuk! Şimdi Kilis'e de dakikalar içinde getiriyoruz.

42- 06.11.2021

Siirt, sonunda kavuştuk! Şimdi Siirt'e de dakikalar içinde getiriyoruz.

43- 27.12.2021

Kars, sonunda kavuştuk! Şimdi Kars'a da dakikalar içinde getiriyoruz.

44- 27.11.2021

Iğdır, sonunda kavuştuk! Şimdi Iğdır'a da dakikalar içinde getiriyoruz.

45- 27.11.2021

Tokat, sonunda kavuştuk! Şimdi Tokat'a da dakikalar içinde getiriyoruz.

46- 28.11.2021

Diyarbakır, sonunda kavuştuk! Şimdi Diyarbakır'a da dakikalar içinde getiriyoruz.

47- 28.11.2021

Malatya, sonunda kavuştuk! Şimdi Malatya'ya da dakikalar içinde getiriyoruz.

48- 28.11.2021

Erzincan, sonunda kavuştuk! Şimdi Erzincan'a da dakikalar içinde getiriyoruz.

49- 29.11.2021

Göz kamaştırın indirimlerin son günü Acele edin, perdeler kapanmadan fırsatları yakalayın.

50- 29.11.2021

Adıyaman, sonunda kavuştuk! Şimdi Adıyaman'a da dakikalar içinde getiriyoruz.

51- 29.11.2021

Sivas, sonunda kavuştuk! Şimdi Sivas'a da dakikalar içinde getiriyoruz.

52- 29.11.2021

Kahramanmaraş, sonunda kavuştuk! Şimdi Kahramanmaraş'a da dakikalar içinde getiriyoruz.

53- 01.12.2021

Hakkari, sonunda kavuştuk! Şimdi Hakkari'ye de dakikalar içinde getiriyoruz.

54- 01.12.2021

Mardin, sonunda kavuştuk! Şimdi Mardin'e de dakikalar içinde getiriyoruz.

55- 01.12.2021

Elazığ, sonunda kavuştuk! Şimdi Elazığ'a da dakikalar içinde getiriyoruz.

56- 01.12.2021

Trabzon, sonunda kavuştuk! Şimdi Trabzon'a da dakikalar içinde getiriyoruz.

57- 01.12.2021

Erzurum, sonunda kavuştuk! Şimdi Erzurum'a da dakikalar içinde getiriyoruz.

58- 02.12.2021

Hatay, sonunda kavuştuk! Şimdi Hatay'a da dakikalar içinde getiriyoruz.

59- 02.12.2021

Rize, sonunda kavuştuk! Şimdi Rize'ye de dakikalar içinde getiriyoruz.

60- 02.12.2021

Bingöl, sonunda kavuştuk! Şimdi Bingöl'e de dakikalar içinde getiriyoruz.

61- 02.12.2021

Yozgat, sonunda kavuştuk! Şimdi Yozgat'a da dakikalar içinde getiriyoruz.

62- 02.12.2021

Çankırı, sonunda kavuştuk! Şimdi Çankırı'ya da dakikalar içinde getiriyoruz.

63- 03.12.2021

Capital Dergisi öncülüğünde bu yıl 21. kez ZENNA Araştırma ve Danışmanlık tarafından gerçekleştirilen “En Beğenilen Şirketler Araştırması”nda geçtiğimiz sene 7. sıradan girdiğimiz listede 3. sıraya yükseldik!

64- 03.12.2021

Nevşehir, sonunda kavuştuk! Şimdi Nevşehir'e de dakikalar içinde getiriyoruz.

65- 03.12.2021

Niğde, sonunda kavuştuk! Şimdi Niğde'ye de dakikalar içinde getiriyoruz.

66-03.12.2021

Kastamonu, sonunda kavuştuk! Şimdi Kastamonu'ya da dakikalar içinde getiriyoruz.

67-03.12.2021

Karabük, sonunda kavuştuk! Şimdi Karabük'e de dakikalar içinde getiriyoruz.

68- 08.12.2021

Getir, Chicago'dan sonra şimdi de New York sokaklarında!

69- 15.12.2021

Getir, Chicago ve New York'tan sonra şimdi de Boston sokaklarında!

70- 15.12.2021

Arkadaşlarınızı mangala çağırdınız, her şey hazır ama ketçap kalmamış! Neyse ki Getir var, Getir'de mutluluk var. Heinz acılı ketçabınızı şimdi sipariş edin, dakikalar içinde getirelim!

71- 15.12.2021

Getir'de yeni yıl coşkusu başladı. İhtiyaçlarınızı sipariş edin, fırsatları kaçırmayın.

72- 16.12.2021

Selam güzel İzmir. Biz geldik! Taksi çağırmanın yeni yolu GetirBiTaksi şimdi İzmir'de!

73- 17.12.2021

Tek nefeste sayılıyorsak, tek nefeste gittiğimizden. Getir artık 81 ilde, mutlu siparişler Türkiye.

74- 18.12.2021

Tüm yiyeceklere ayrı bir tat katan birbirinden leziz peynir çeşitleri Getir'de. Siparişinizi verin, dakikalar içinde getirelim.

75- 20.12.2021

21 Aralık en uzun gecede sabaha kadar yayındayız! @unlostv @berkriptepe @alperenduruk ve @firefluxesports ile birlikte Twitch'te buluşuyoruz! Sadece sabaha kadar sürecek özel kampanyaları kaçırmayın!

76- 25.12.2021

Yeni yıl coşkusu hız kesmeden devam ediyor. İhtiyaçlarınızı sipariş edin, fırsatları kaçırmayın.

77- 27.12.2021

Yıldızlar geçidi Getir ile @zeynepbastık Yılbaşı Özel'de! @sertaberener, @edisgorgulu ve @oguzhankoc yeni yıla bi mutlulukla girin diye 31 Aralık, saat 19.00'dan itibaren Zeynep Bastık YouTube kanalında!

78- 28.12.2021

Misafirler gelmeden tam temizliğe giriştiniz, Domestos bitmiş! Neyse ki Getir var, Getir'de mutluluk var. Domestos yüzey temizleyicinizi şimdi sipariş edin, misafirler kapınızı çalmadan getirelim!

79- 31.12.2021

Bi mutluluk yeni yılda da her zaman sizinle Mutlu seneler.

11- Sigortam.Net

1- 29.10.2021

Neşeyle karşıladığımız her Ekim, içimizdeki Cumhuriyetin heyecanıdır. Işığında yürüdüğümüz Cumhuriyetimizin 98.yılı kutlu olsun!

2-10.11.2021

Cumhuriyetimizin kurucusu Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ü aramızdan ayrılışının 83. yılında sevgi, saygı ve minnetle anıyoruz.

3- 24.11.2021

Aydınlık yarınlarda imzası olan tüm öğretmenlerimizin Öğretmenler Günü Kutlu Olsun!

4- 02.12.2021

Sadece en iyi fiyat garantisi değil, şimdi muhteşem yılbaşı hediyeleri de <https://t.co/JVCB9nkye0>te! 2022 çekilişine katılın, hediyelerle 2022'ye girecek 22 kişiden biri olma şansını yakalayın.

5- 03.12.2021

Sevgi tüm engelleri aşar. #3AralıkDünyaEngellilerGünü.

6- 30.12.2021

Değer verdiğiniz her şeyi güvence altına almak için <https://t.co/JVCB9nkye0> ailesi olarak var gücümüzle çalışmaya devam edeceğiz. Yeni yılınız kutlu olsun!

12- İkinciYeni.com

1-01.10.2021

Türkiye'nin güncel ve güvenilir online araç alım-satım platformu <https://t.co/TAnQNgzcmL>'da, 289.000 TL açılış fiyatıyla 2016 model VW Tiguan şimdi yeni sürücüsünü bekliyor!

2- 04.10.2021

Havalar soğumaya başladığında evlerimizin önüne bir kap mama ve su koymayı ihmal etmeyelim. Dünyayı birlikte paylaştığımız patili dostlarımızı korumak için sen de #SokağaBak #4EkimHayvanlarıKorumaGünü

3- 04.10.2021

27 Eylül – 3 Ekim haftasına ait EN'lerimiz ile karşınızdayız! Gerçek, güvenilir ve güncel satış verileri için <https://t.co/TAnQNgzcmL>'u takip etmeyi unutmayın.

4- 06.10.2021

Yaklaşın yaklaşın, hayalini kurduğunuz aracı nereden bulacağınızı söylüyoruz! <https://t.co/TAnQNgQNej>'da günün otomobilleri ya da hemen al otomobillerini inceleyin, en yüksek teklifi verin ya da hemen satın alın!

5- 10.10.2021

Hayallerinizdeki aracın sahibi olmak için <https://t.co/TAnQNgzcmL>'a üye olun, bağımsız ekspertiz raporlarını inceleyerek güvenle satın alın.

6- 11.10.2021

<https://t.co/TAnQNgzcmL>'da kolay iade! Satın aldığınız aracın ekspertiz raporu dışında bir kazası veya kusuru varsa aracı 7 gün içinde 500 km'den fazla kullanmama şartıyla kolayca iade edebilirsiniz.

7- 12.10.2021

4 – 10 Ekim haftasına ait EN'lerimiz ile karşınızdayız! Gerçek, güvenilir ve güncel satış verileri için <https://t.co/TAnQNgzcmL>'u takip etmeyi unutmayın.

8- 15.10.2021

Türkiye'nin güncel ve güvenilir online araç alım-satım platformu <https://t.co/TAnQNgzcmL>'da, 750.000 TL açılış fiyatıyla 2017 model Mercedes E-CLASS şimdi yeni sürücüsünü bekliyor!

9- 18.10.2021

<https://t.co/TAnQNgzcmL>'da hayallerinizdeki aracı bulmak çok kolay! Marka, model, vites tipi, km vb. filtreleme seçenekleri ile hayalini kurduğunuz aracı bulun ve hemen satın alın!

10- 19.10.2021

11-17 Ekim haftasına ait EN'lerimiz ile karşınızdayız!Gerçek, güvenilir ve güncel satış verileri için <https://t.co/TAnQNgzcmL>'u takip etmeyi unutmayın.

11- 21.10.2021

<https://t.co/TAnQNgzcmL>'da herkesin ikinci bir şansı var! İstedığınız aracı satın almak için verdiğiniz teklif kazanmasa bile ikinci şans ile bir teklif hakkınız daha var. #

12- 25.10.2021

18-24 Ekim haftasına ait EN'lerimiz ile karşınızdayız!Gerçek, güvenilir ve güncel satış verileri için <https://t.co/TAnQNgzcmL>'u takip etmeyi unutmayın.

13- 26.10.2021

Aracıma sattım acaba param hesabıma yatar mı? Kafandaki sorulara <https://t.co/TAnQNgzcmL> ile nokta koy!<https://t.co/TAnQNgzcmL>'a #GüvenleTıkla aracını kolayca sat, paran hızla ve güvenle hesabına geçsin.

14- 29.10.2021

98 yıldır Cumhuriyet aşkıyla... 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı kutlu ve daim olsun! #29Ekim

15- 02.11.2021

25-31 Ekim haftasına ait EN'lerimiz ile karşınızdayız! Gerçek, güvenilir ve güncel satış verileri için <https://t.co/TAnQNgzcmL>'u takip etmeyi unutmayın.

16- 05.11.2021

Tüm gözlerin üzerinizde olacağı 2013 model Ferrari FF şimdi <https://t.co/TAnQNgzcmL>'da yeni sürücüsünü bekliyor!

17-08.11.2021

Görkemiyle görenleri etkileyecek 2017 model Audi A8 <https://t.co/TAnQNgzcmL>'da yeni sürücüsünü bekliyor!

18- 09.11.2021

1-7 Kasım haftasına ait EN'lerimiz ile karşınızdayız! Gerçek, güvenilir ve güncel satış verileri için <https://t.co/TAnQNgzcmL>'u takip etmeyi unutmayın.

19- 10.11.2021

Cumhuriyetimiz'in kurucusu Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ü ölümünün 83. yıl dönümünde saygı ve sevgiyle anıyoruz.

20- 12.11.2021

Liderlerimizin gelecek odaklı öngörülerinden ve Grubumuzun tüm şirketleriyle ilgili güncel gelişmelerinden haberdar olmak isterseniz, @AnadoluGrubu sosyal medya hesaplarını takip edebilirsiniz.

21- 15.11.2021

8-15 Kasım haftasına ait EN'lerimiz ile karşınızdayız! Gerçek, güvenilir ve güncel satış verileri için <https://t.co/TAnQNgzcmL>'u takip etmeyi unutmayın.

22-16.11.2021

İkinci el araç alım satım işlemlerinde aklınızdaki tüm sorulara nokta koyacak hizmetler <https://t.co/TAnQNgzcmL>'da!

Güvenle Alım-Satım

Bağımsız Ekspertiz Merkezleri ve Raporları

7 Gün 500 KM'ye Kadar İade Garantisi

Değerinde Fiyatlandırma

23- 18.11.2021

''Aracım değeri altında mı satılır?'' sorularına <https://t.co/TAnQNgzcmL> ile #NoktaKoy!Carwizz'in sana sorduğu sorulara doğru cevap ver, aracın gerçek değerinde satılsın! #ikinciyenicom

24-19.11.2021

Duyduk duymadık demeyin, teklifleri yükselttik!Web sitemizi ziyaret edin, aracınızın fiyatını öğrenin ve bayiye nakit satın. Paranız hemen hesabınıza yatsın.

25- 19.11.2021

İstanbul'daki üçüncü bayimizi Avcılar'da açtık. Bayiye Nakit Sat ve Sitede Sat alternatiflerimizin detaylarını konuşmak için sizleri bayimize bekliyoruz.

26- 22.11.2021

Dijitaldeki gücümüzü bayilerimizle büyütüyoruz! Malatya'da da aracınızı güvenle ve hızla bayiye nakit satabilirsiniz. Satış alternatiflerimizi konuşmak için Malatyalı'ları bayimize bekliyoruz.

27-22.11.2021

15-22 Kasım haftasına ait EN'lerimiz ile karşınızdayız! Gerçek, güvenilir ve güncel satış verileri için <https://t.co/TAnQNgzcmL>'u takip etmeyi unutmayın.

28- 23.11.2021

Aracınıza talibiz! Nakit ihtiyacınız varsa aracınızı piyasa fiyatına alıyoruz, paranızı güvenle ve hızlıca hesabınıza yatırıyoruz.

29- 24.11.2021

Geçmiş satışlara ait verileri takip etmek ve karşılaştırmak için Türkiye'nin güvenilir online otomobil alım-satım platformu <https://t.co/TAnQNgzcmL>'a bakabilirsiniz.

30- 25.11.2021

1.000 TL'ye görkemli bir otomobil sahibi olmak ister misiniz?O halde ne duruyorsunuz! <https://t.co/TAnQNgzcmL>'u ziyaret edin, 1.000 TL açılış fiyatlı Kia Sorento'nun sahibi olun!

31-26.11.2021

"Aracımın değeri nedir?" diye merak ediyorsanız Carwizz'in sorularına doğru cevap verin. Anında bayilerimize aracınızı nakit satın.

32- 29.11.2021

22-28 Kasım haftasına ait EN'lerimiz ile karşınızdayız! Gerçek, güvenilir ve güncel satış verileri için [tps://t.co/TAnQNgzcmL](https://t.co/TAnQNgzcmL)'u takip etmeyi unutmayın.

33- 01.12.2021

Aracınızı bayilerimize nakit satmak için için yapmanız gerekiyor:

Carwizz ile aracınızı değerleyin.

Satış yöntemini seçin

Ekspertiz randevunuzu alın.

Satışı gerçekleştirip ödemenizi güvenle ve hızlıca alın

34- 01.12.2021

Dijitaldeki gücümüzü bayilerimizle büyütüyoruz! Trabzon'da aracınızı güvenle ve hızla bayiye nakitatabilirsiniz. Satış alternatiflerimizi konuşmak için Trabzonlular'ı bayimize bekliyoruz.

35- 03.12.2021

Engelleri aşacak, her türlü yol koşuluna kafa tutacak bir ATV sahibi olmak ister misiniz? <https://t.co/TAnQNgzcmL>'u ziyaret edin! 139.900 TL hemen al fiyatı ile CFMOTO CF CF800 ATR'nin sahibi olun!

36- 04.12.2021

Dijitaldeki gücümüzü şehirlerimize taşıyoruz! 11 şehirde 13 bayimiz ile aracınızı güvenli ve hızlı satmak çok kolay.

37-06.12.2021

29 Kasım – 5 Aralık haftasına ait EN'lerimiz ile karşıdayız! Gerçek, güvenilir ve güncel satış verileri için <https://t.co/TAnQNgzcmL>'u takip etmeyi unutma.

38- 07.12.2021

Araç satmanın güvenli ve kolay yolu <https://t.co/TAnQNgQNej> ile aracın için en iyi teklifi al ve bayimize güvenle sat.

39- 07.12.2021

Şehrin en iddialısı Kia Sorento'ya sahip olmak ister misin? <https://t.co/TAnQNgzcmL>'u ziyaret et, 1.000 TL açılış fiyatıyla Kia Sorento seni bekliyor.

40- 08.12.2021

<https://t.co/TAnQNgzcmL> üzerinden satın aldığın aracı 7 gün içinde 500 km kullanım koşulu ile kolayca iade edebilirsin.

41- 10.12.2021

Bu hafta sonu hayal ettiğin araç seni "Hemen Al Otomobilleri"nde bekliyor! Farklı segmentlerde birçok aracın satışa çıkacağı anı kaçırma, birkaç tıkla yeni aracının sahibi ol.

42- 11.12.2021

2021 yılında binlerce kişi hayalindeki araca kavuştu. Bu yıl bitmeden hemen sitemize üye ol! Sen de hayallerindeki araca kavuş.

43-13.12.2021

Araç satmanın güvenli ve kolay yolu <https://t.co/TAnQNgzcmL> ile aracın için en iyi teklifi değerlendir, bayimize güvenle satıp hızlıca paranı al.

44- 13.12.2021

Şehrin sokaklarında tüm ilgiyi üzerinize çekecek 2017 model Mercedes E-Class <https://t.co/TAnQNgzcmL>’da yeni sürücüsünü bekliyor!

45- 14.12.2021

6-12 Aralık haftasına ait EN’lerimiz ile karşınızdayız! Gerçek, güvenilir ve güncel satış verileri için <https://t.co/TAnQNgzcmL>’u takip etmeyi unutmayın.

46- 15.12.2021

Farklı segmentlerden herkese uygun çeşit çeşit araçlar <https://t.co/TAnQNgzcmL>’da!

47- 17.12.2021

<https://t.co/TAnQNgzcmL>’u ziyaret et, 1.000 TL açılış fiyatlı Kia Sorento’nun sahibi ol!

48- 20.12.2021

13-19 Aralık haftasına ait EN’lerimiz ile karşınızdayız! Gerçek, güvenilir ve güncel satış verileri için <https://t.co/TAnQNgzcmL>’u takip etmeyi unutmayın.

49- 21.12.2021

"Hemen Carwizz’i açıyorum, aracımın özelliklerini giriyorum bana anında piyasa değerini söylüyor." <https://t.co/TAnQNgzcmL> ile araç satmak işte bu kadar kolay. Nakit ihtiyacın varsa birkaç tıkla aracını piyasa değerinde sat, paran anında hesabına yatsın.

50-22.12.2021

Satın aldığın aracı tek tıkla kapına getirelim, sen de hayalini kurduğun aracın keyfini sür!

51- 23.12.2021

Aracını hem kullanıp hem satabilirsin desek ne dersin? <https://t.co/TAnQNgzcmL> ile aracını sitemizde sat, bu sırada 500 kilometre daha kullan.

52-24.12.2021

Isınmak amacıyla kaputa ya da tekerlek üstüne sığınan dostlarımızı asla unutma! Aracını çalıştırmadan önce her gün mutlaka #KaputaVur!

53- 27.12.2021

Sen hala aracını herkesin bildiği eski yöntemlerle mi satmaya çalışıyorsun? <https://t.co/TAnQNgzcmL> ile aracını kolay ve güvenle sat.

54- 27.12.2021

20-26 Aralık haftasına ait EN’lerimiz ile karşınızdayız! Gerçek, güvenilir ve güncel satış verileri için <https://t.co/TAnQNgzcmL>’u takip etmeyi unutmayın.

55- 28.12.2021

Bugün günlerden KIA PICANTO! 5 Kia Picanto’dan birinin sahibi olmak için hemen sitemizi ziyaret et, hayalindeki araca kavuşup keyfini sür!

56- 29.12.2021

<https://t.co/TAnQNgzcmL>’dan yılın son fırsatına hazır mısın?29-31 Aralık tarihleri arasında alıcı komisyonu sadece 1.000 TL

57-30.12.2021

Kolay iade güvencesi ile <https://t.co/TAnQNgzcmL> üzerinden sadece birkaç tıkla yeni aracına kavuşan mutlu müşterimiz gibi siz de hayallerini kurduğunuz araca sahip olabilirsiniz.

58- 31.12.2021

Yeni yıla yepyeni bir otomobil ile girmenin tam zamanı diyorsan; <https://t.co/TAnQNgzcmL> ile birkaç tıkla satın alacağın aracı kapına getirelim, sen de yeni yılın keyfini sür!

13- ÇiçekSepeti

1-01.10.2021

Cumhuriyetimizin kuruluşunun 98. Yıl dönümü kutlu olsun!

2- 07.11.2021

8-11 #VarVar indirimleri için SON GÜN! İhtiyacın olan birçok üründe süper indirimler seni bekliyor. Sen de linke tıkla, beğendiğin ürünleri favorilere ekle ve fırsatları kaçırma.

3- 10.12.2021

Çiçeksepeti olarak yalnız hissetmene dayanamadık ve senin için bir sürpriz hazırladık. Yeni yıl yaklaşırken yanında olduğumuzu hep hatırla diye yılbaşı hediyeni en güzel dileklerimizle adresine yollamak istiyoruz.

14- BiletAll

1-01.10.2021

Capilano Asma Köprüsü - Kanada Capilano Süspansiyon Köprüsü, dünyanın en uzun asma köprüsüdür. Capilano Nehri'ne ulaşmak için kullanılan köprüyü her yıl 80 binden fazla turisti ağırlıyor.

2-02.10.2021

Bulgaristan tarihi, doğası ve kültürel dokusu ile hayranlık uyandırıyor.Balkanların nadide ülkesi her yıl binlerce turisti farklı dokusu ile şaşırtıyor.

3-05.10.2021

App Store ve Google Play'den mobil uygulamamızı ücretsiz olarak indirebilir ve her an kolayca bilet alabilirsiniz.

4-06.10.2021

Birbirinden farklı güzellikleri ve özellikleriyle hayranlık uyandıran aşağıdaki ülkelerden hangisine gitmek istersiniz?

5-08.10.2021

Lotofen - NorveçLotofen Adaları, Norveç Denizi'nie inen dik dağları, plajları, dünyaca bilinen sörf dalgaları ve fiyortları ile büyüleyici bir yer. Tromsø gibi Lotofen de Kuzey Işıkları'nı seyretmek için ideal bir kış tatil yeridir.

6-09.10.2021

Gittiğimiz yöreyi tanımak ve oranın lezzetlerini tatmak için yemek yemek vazgeçilmez bir fırsattır. Biletall Balıkesir'e gidecekler için Balıkesir'in en güzel yemeklerini ve restoranlarını araştırdı, Balıkesir'de nerede, ne yenir Biletall'da!

7-11.10.2021

Osmanlı'nın doğdu şehir Bilecik, şimdilerde coğrafi konumundan dolayı esprilere konu olmakta. Popülaritesini korumayı başaran Bilecik'in özellikle mutfağını tatmalısınız. Onlarca farklı lezzeti olan Bilecik mutfağına dair bütün detaylar Biletall'da!

8-11.10.2021

Biletall müşteri hizmetlerine 7 gün 24 saat boyunca ulaşabilirsiniz.

9-13.10.2021

Amasya'da bulunan ve oyularak oluşturulan bu yapının adı nedir? Cevabı yorumlara yaz.

10- 15.10.2021

Namib Çölü – Namibya Namib Çölü ismini Nama dilinde “çok büyük” anlamına gelen nabibten almaktadır. Dünya'nın en büyük çöllerinden biri olan Namib Çölü'nün bir kısmı Atlas Okyanusu'na kavuşmaktadır.

11-16.10.2021

Hafta sonu biraz dinlenmek, yoğunluktan uzaklaşmak isteyenlere rota önerileri Biletall'da!

12- 18.10.2021

Zengin bir mutfağı olan Bingöl, yazları sebzeli kışları ise etli ve kurutulmuş sebzeli yemekleri ile dikkat çekiyor. Özellikle mastuva, keledoş ve kaburga dolması mutlaka denenmesi gerekenler arasında. Bingöl'de ne, nerede yenir Biletall'da!

13-18.10.2021

Seyahatin en güvenli yolu Biletall'da! Seyahat sigortamız ile yolculuğunuzu güvenli hale getirin.

14-20.10.2021

Mavi yolculukların ilk adresi olan Göcek; Fethiye'de, sonsuz masmavi deniz ile yemyeşil ormanın bütünleştiği, sakinliğin en güzel hali. Göcek'in mavi adresleri Biletall'da!

15-20.10.2021

Mardin'de nereleri gezdiniz? Yorumlara Yazın.

16- 22.10.2021

Tam Coc - Vietnam İçinde bulunduğu Trảng An Scenic Landscape Complex UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde bulunmaktadır. Turkuaz nehri, yeşil dağları ile Tam Coc'a hayran kalacaksınız.

17-24.10.2021

Asya'nın en büyük metropollerinden biri olan Seul, Güney Kore'nin en çok ziyaretçi alan şehri Uzak Doğu kültürünün ve modern kültürün iç içe olduğu Seul'u çok seveceksiniz. Seul'a dair bütün detaylar Biletall'da!

18- 26.10.2021

Sitemizde ve uygulamamızda gitmek istediğiniz lokasyona göre sıralanan biletleri karşılaştırabilir ve sizin için en uygun olan bileti seçebilirsiniz

19-27.10.2021

98 yıl önce atalarımızın yazdığı kahramanlık hikâyesi sayesinde cumhuriyetimize kavuşarak bugünlere geldik. Bu özel günü, Cumhuriyet Bayramı'nı sevdiklerinizle özel bir şekilde geçirmeniz için gidebileceğiniz yerler Biletall'da!

20-28.10.2021

Doğu Anadolu'da bulunan Bitlis, mutfağıyla da bulunduğu bölgenin kültürünü çok iyi yansıtıyor. Et yemeklerinden hamur işine kadar birbirinden farklı yöresel lezzetleri ile Bitlis mutfağını çok seveceksiniz. Bitlis'te ne, nerede yenir Biletall'da!

21- 29.10.2021

Geleceğe büyük bir ümitle bakmamızı sağlayan Başkomutanımız Mustafa Kemal Atatürk'ün başarıları, sağduyusu ve ileri görüşlülüğü ile kurduğu Cumhuriyet, bugün 98 yaşında! #CumhuriyetBayramımız kutlu olsun!

22- 01.11.2021

Biletinizi güvenle alabilmeniz için 3D Secure güvencesi kullanıyoruz.

23- 05.11.2021

4 mevsimi ayrı bir güzel yaşayan ülkemizin sonbahar rotaları da ayrı ilgi çekicidir. Küçük bir kaçamak yapabileceğiniz, mevsimin tadını doyasıya çıkarabileceğiniz yerler Biletall'da!

24- 05.11.2021

Özelikle sakin tatil isteyenlerin tercih ettiği Bozburun, fiyat konusunda da oldukça geniş bir kesime hitap ediyor. Masmavi denizi ve temiz doğası ile Bozburun kamp için harika bir yer. Bozburun'da nerede kamp yapılır Biletall'da!

25- 06.11.2021

Bolu seyahatinizde merak edebileceğiniz şeylerden biri de hiç şüphesiz Bolu mutfağıdır. Biletall "Bolu'da ne, nerede yenir? Gibi soruların cevaplarını sizler için araştırdı. Bolu mutfağına dair bütün detaylar Biletall'da!

26- 06.11.2021

Kapadokya – Nevşehir Kapadokya doğası, tarihi ve efsaneleriyle sanat, kültür ve eğlenceyi birlikte yaşayabileceğiniz olağanüstü bir yer. Yaklaşık 60 milyon yıl önce oluşan arazi kışın ayrı yazın ayrı hayranlık uyandırıyor.

27-08.11.2021

Akıllı arama teknolojimiz sayesinde sesli komut vererek biletlerinizi sorgulayabilir ve satın alabilirsiniz.

28- 10.11.2021

Cumhuriyet'imizin kurucusu, bize bağımsız ve laik bir ülke bırakan büyük kahramanımız Mustafa Kemal Atatürk'ü, vefatının 83. yıldönümünde özlemle ve minnetle anıyoruz.

29-10.11.2021

Torosların arkasında, Göller Bölgesi'nde bulunan Burdur harika bir coğrafyada yer alıyor. Bu küçük şehir birçok doğal güzelliğe de ev sahipliği yapıyor. Bunların yanında iştahımızı açan bir mutfağı da olan Burdur'da ne, nerede yenir Biletall'da!

30-12.11.2021

Bursa'yı tanımlayacak olsaydık, ona kesinlikle "Gurme şehri" derdik. Ege'ye ve İç Anadolu'ya yakınlığı ve zamanında gelen Balkan göçü etkileri Bursa mutfağını şekillendiren ana sebepler. Gurme şehir Bursa'da ne, nerede yenir Biletall'da!

31-12.11.2021

Lençóis Maranhenses Milli Parkı – Brezilya Beyaz kumlu plajları ve mavi göletleri ile böyle bir yerin var olduğuna inanmak güç. Tercüme edildiğinde Lençóis Maranhenses, “Maranhão'nun çarşafı” anlamına gelmektedir.

32- 13.11.2021

Dünyanın diğer ucuna gitsek bile Taylor Swift'ten vazgeçemiyoruz. Red albümünü hangi rotanda dinlemek isterdin?

33- 15.11.2021

Biletall'ın fiyat alarmı ile bilet fiyatlarındaki indirimlerden haberdar olabilir ve seyahatinizi uygun fiyatlı olarak gerçekleştirebilirsiniz.

34- 15.11.2021

Şanlıurfa gezi rehberi Biletall'da! Blogumuza ulaşmak için tıklayın.<https://t.co/k6qjPB1ryx>

35- 16.11.2021

Özellikle Orta Doğu mutfağı ile içli dışlı olan ve tadına hayran kalacağınız Çankırı mutfağını mutlaka denemelisiniz! Çorba türlerinden et yemeklerine kadar birbirinden farklı Çankırı lezzetlerine dair bütün detaylar Biletall'da!

36-16.11.2021

Denize doğru inen çam ormanları, destansı tarihi, renkli şehir yaşantısı ve kiraz bahçeleri ile Çanakkale doğaüstü bir şehir. Şehrin bir de öyle lezzetli bir mutfağı var ki, sormayın. Midenize şölen yaratacak Çanakkale mutfağı Biletall'da!

37- 19.11.2021

Yokote – Japonya Japonya'da sadece sonbahar ve ilkbahar ayları değil kış ayları da büyüleyici oluyor Bu festivallerden biri de Yokote Kar Festivali'dir.500 yıldır düzenli olarak yapılan festivalde kardan evler yapılır,mum ışığında misafirler ağırlanır

38- 23.11.2021

<https://t.co/7pYW8aWsGg>'un “Kampanyalar” sayfasına giderek kampanyalarımızdan haberdar olabilirsiniz.

39- 24.11.2021

Dürüst, çağdaş, azimli çocuklar yetiştirmek için kararlılıkla ve azimle çalışan öğretmenlerimizin Öğretmenler Günü Kutlu olsun!

40- 25.11.2021

Altınbeşik Mağarası-Antalya Mağara, Türkiye'nin en büyük, Avrupa'nın 3'üncü büyük yer altı gölüdür. Özellikle güz aylarında mağara içinde birçok gölet bulunmaktadır. Mağara 1966 yılında Dr. Temuçin Aygen tarafından keşfedilmiştir.

41- 25.11.2021

İstanbul'da gezip görülecek çok fazla lokasyon var. Pek çok kültüre ve tarihe tanıklık etmiş hanlar ise görülmesi gereken lokasyonların başında gelmektedir. Biletall, İstanbul'da yer alan önemli hanları yazdı.

42- 02.12.2021

Sitemizden ve uygulamamızdan taksitli uçak bileti alabilirsiniz!

43- 03.12.2021

Seyahat etmek için engellerin tümüyle ortadan kalktığı bir dünya hayal ediyoruz. Farkındalık, saygı ve sevgi ile engelleri aşacağız.

44- 03.12.2021

1310 yılında inşa ettirilmiş olan ve Erzurum'da bulunan bu medresenin adı nedir? Cevabı yorumlara yaz.

45- 04.12.2021

1248'de Fransa kralı IX. Louis tarafından inşa ettirilmiştir. Gotik tarzda bir kraliyet şapelidir. Haçlı seferinden sonra kutsal emanetleri saklamak ve sergilemek amacıyla yapılmıştır.

46- 05.12.2021

Türk kadınına seçme seçilme hakkının verilişinin 87. yıldönümünde, tüm dünyaya örnek olan Ulu Önderimiz Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ü rahmetle anıyor, Türk ve Dünya kadınlarının 5 Aralık Dünya Kadın Hakları Günü'nü Kutluyoruz.

47- 07.12.2021

Afrika Kıtası'nda esen Fransız rüzgârının etkilerini Cezayir'de bulabilirsiniz. Afrika'nın en büyük ülkelerinden biri olan Cezayir'in birçok noktası sizi büyüleyecek. Cezayir gezi rehberi Biletall'da!

48- 13.12.2021

Normandiya - Kuzey Fransa Normandiya ismini İskandinav halkı olan Normanlardan alır. Kuzey Fransa'da bulunan bölge Normandiya Çıkarması ile tanınmaktadır. Turuncu sahillere tarihi yerlere kadar birçok farklı yapıyı burada görebilirsiniz.

49- 14.12.2021

Biletall'da satın aldığınız otobüs biletlerinizi tek butona tıklayarak herhangi bir ücret kesintisi olmadan saniyeler içinde iade edebilirsiniz.

50- 15.12.2021

Bu ay Doğu Ekspresi ile Kars'a mı gitmek istersin yoksa Ayder Yaylası'na mı? Cevabı yorumlara yaz.

51- 17.12.2021

Bozcaarmut Göleti – Bilecik, Bilecik'in pek de bilinmeyen doğa harikası Bozcaarmut Göleti'ne daha önce gittiniz mi? Gölette balık tutabilir, kamp veya piknik yapabilir, doğa yürüyüşü yaparak stres atabilir ya da fotoğraf çekebilirsiniz.

52- 20.12.2021

Karadeniz'in en popüler ili Rize, yaylaları ve ormanlarıyla çok farklı bir havaya sahip. Zengin doğal güzellikleri olan Rize'nin yaylarında farklı etkinliklerin yanı sıra kamp da yapabilirsiniz Rize'de kamp yapabileceğiniz yerler Biletall'da!

53- 20.12.2021

Bilet fiyatlarındaki indirimlerden haberdar olmak ve seyahatinizi uygun fiyatlı olarak gerçekleştirmek için Biletall'ın fiyat alarmından yararlanabilirsiniz.

54- 21.12.2021

Doğu'nun Paris'i lakabıyla anılan ve bunun hakkını veren Diyarbakır'ın her köşesi ayrı bir kültür, ayrı bir tarih. Derin bir kültürle iç içe olan Diyarbakır'ın yemekleri de o kadar zengin. Diyarbakır'da ne, nerede yeni Biletall'da!

55- 28.12.2021

İskandinav ülkelerinin incisi olan Danimarka, turistler tarafından en çok tercih edilen ülkelerden biri. Dünyanın en yeşil ülkeleri arasında olan Danimarka'da gezilecek yerler Biletall blogda!

56- 28.12.2021

Doğu Anadolu Bölgesi'nin önemli şehirlerinden biri olan Erzincan, özellikle yöresel yemekler konusunda farklı ve zengin seçeneklere sahip. Erzincan'ın bu dillere destan mutfağına dair merak ettiğiniz her şey Biletall'da!

57- 28.12.2021

Ana öğünler haricinde kuşluk, yatsılık gibi ara öğünleri de yaygın olan Elazığ'ın 150'ye yakın yemek çeşidi var. Mutfağında et, tahıl ve süt ürünlerinin ağırlıklı olduğu Elazığ'da ne, nerede yenir Biletall blogda!

58- 29.12.2021

Ünlü Pamukkale Travertenleri ve farklı antik kentlerin olduğu Denizli'nin kültürel mirası reddedilemeyecek kadar zengin. Bu zenginlik sadece tarihi mirasa ait değil. Aynı zamanda mutfağı da geniş olan Denizli'de ne, nerede yenir Biletall'da!

59- 29.12.2021

Karayıpler denilince ilk akla gelen ülke olan Dominik, adeta cennetin dünya üzerindeki bir yansıması. Dominik doğal güzellikleri ve halkı ile hem ilginç hem de çekici bir yer. Biletall büyülü ülke Dominik'te görülmesi gerekenleri yazdı!

60- 29.12.2021

Edirne Balkanlar'a yakınlığının yanı sıra Osmanlı Devleti'nin de başkentliğini yaptığı için zengin bir kültüre ve mutfağına sahip. Et yemekleri ve hamur işinin yoğun olduğu Edirne'ye yolunuz düşerse nerede, ne yemelisiniz Biletall blogda!

61- 30.12.2021

2021 yılında en sevdikleriniz!

Sizinle bir seneyi daha tamamladığımız için çok mutluyuz. Yolculuğumuzda ve keşiflerimizde bize eşlik ettiğiniz için teşekkür ederiz.

62- 30.12.2021

Hava durumu dahil yolculuğunuzla ilgili tüm detaylara anında ulaşmak için Biletall seyahat asistanı hizmetimizi kullanın!

63- 31.12.2021

Mutluluğun, sağlığın ve huzurun sizinle olduğu; en önemlisi de sürekli yeni keşiflere, rotalara çıkaracağınız bir yıl olmasını dileriz. Mutlu Yıllar!

15- İsteGelsin

1-02.10.2021

Herkes kadar, sokaktaki patili dostlarımızın da iyi beslenmeye ihtiyacı var. Biz de bunu düşünerek Dünya Hayvanları Koruma Günü'ne özel 2-3-4 Ekim tarihlerinde yapacağınız tüm alışverişlerde Friskies kedi maması hediye ediyoruz!

2-04.10.2021

Dünya Hayvanları Koruma Günü'nde sokaktaki patili dostlarımızı unutmadık. @hacikodernek'e mama bağışında bulunduk! Sevimli dostlarımızla çok keyifli vakit geçirdik.

3- 04.10.2021

Bamya yemeğini sevdirecek bol malzemeli doyurucu bir tarif bizden sana gelsin: Nohutlu Bamya Yemeği!

4- 04.10.2021

Instagram'da takılmaya, Whatsapp gruplarına zorunlu mola vermişken süpermarket alışverişini aradan çıkarmanın tam zamanı!

5- 13.10.2021

"Şimdi kim bu yağmurda market gezecek?" diye kara kara düşünme. iste, gelsin!

6- 14.10.2021

Modumuz ekte, ihtiyaçlar sepette. Tam şu an alışveriş yapman gerekiyorsa #istegelsin

7- 16.10.2021

#GıdayaSaygı prensibiyle meyve sebzeleri soğuk depolarda saklıyor, soğutuculu arabalarla teslim ediyoruz. Gıda israfını azaltmada gıdanın saklanma koşullarının kritik olduğunu biliyoruz. Meyve ve sebzelerini taptaze tutabilmen için ipuçlarımızı derledik.

8- 16.10.2021

Hafta sonu alışverişin keyfine doya doya varman için özel indirimler seni bekliyor! 200 TL ve üzeri alışverişine %20 indirim istegelsin'de!

9- 16.10.2021

istegelsin olarak 16 Ekim Dünya Gıdaya Saygı Günü'nde #gıdayasaygı diyoruz! Dark Store'larımızda her ürün grubunun ihtiyaç duyduğu sıcaklıktaki odalarımız ile, sebze ve meyvelerin tazeliğini 45 güne kadar uzatıyoruz.

10- 18.10.2021

%100 vegan içerik %100 lezzet! Hayvansal katkı maddesi bulunmayan Ülker Vegan Çikolata, şimdi istegelsin'de!

11- 18.10.2021 "Sağlıklı cips olur mu?" diyenleri bir kere daha düşünmeye davet ediyoruz! Bu tarifimize mutlaka göz atmalısın! #istegelsin <https://t.co/Y0KffTgAD0> <https://t.co/UwinJWnLEH>

12- 20.10.2021

Dünyada israf edilen yiyeceklerin yalnızca 1/4'ünün kurtarılması bile, dünyadaki açlık sorununu çözüyor. istegelsin olarak #gıdayasaygı hareketini başlatıyoruz, tüm operasyonlarımızla gıdanın ömrünü uzun tutmaya ve israf olmamasına yönelik çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

13- 23.10.2021

Bu ara bütün evlerde dip köşe temizlik var. Çünkü istegelsin'de temizlik festivali var. Aradığın temizlik malzemeleri istegelsin'de!

14- 29.10.2021

Cumhuriyetimizin ilanının 98. yılı kutlu olsun! #29Ekim #CumhuriyetBayramı

15- 01.11.2021

Kuzu kol tarifi ile lezzet yolculuğuna hazır mısın? Etin taptazesini istegelsin'den getir, sana da bu etlerle lezzetli mi lezzetli bir yemek hazırlamak kalır.

16- 02.11.2021

Güne taptaze başlamak ve gün içinde tazelenmek için enfes bir tarifimiz var!

17- 08.11.2021

Rufflesli Çıtır Baget İsmi söyleyince bile iştahı açılanları görebilir miyiz?

18- 10.11.2021

Ulu Önder Mustafa Kemal Atatürk'ü saygı ve özlemle anıyoruz.

19- 11.11.2021

Taptaze süpermarket istegelsin'de 1 TL kampanyaları başladı! 11-13 Kasım arası yaptığın 180 TL ve üzeri alışverişlerde Pınar Şölen Sucuk 35 TL yerine sadece 1 TL. Kupon kodu: SUCUK1TL Daha fazla 1 TL fırsatı için takipte kal!

20-13.11.2021

Aradığın her şeyin taptazesini #istegelsin.

21- 14.11.2021

Taptaze süpermarket istegelsin'de 1 TL kampanyaları devam ediyor ! 14-16 Kasım arası yaptığın 180 TL ve üzeri alışverişlerde Yayla Tane Tane Pirinç 19,90 TL yerine sadece 1 TL. Kupon kodu: PIRINC1TL Daha fazla 1 TL fırsatı için takipte kal.

22- 15.11.2021

Sıradaki tarifimiz mutfağında yenilik arayanlara gelsin: Brokolili Lazanya!

23- 17.11.2021

istegelsin'den alışveriş yapanların başına talih kuşu konuyor! 15-30 Kasım tarihleri arasında 200 TL ve üzeri yaptığın her alışverişte Dyson V12 elektrikli süpürge ve Dyson Airwrap saç şekillendirici çekilişine katılma hakkı seni bekliyor. <https://t.co/gjQrdCUwb5>

24- 18.11.2021

Taptaze süpermarketinden ne istersin? Uygulamaya gir, sepetine ekle; #istegelsin.

25- 19.11.2021

Mutfakta gurme aşçılara özel, taptaze malzemeler #istegelsin'de!

26- 22.11.2021

Sofraların vazgeçilmez tatlısı kek tarifi Trabzon hurması ile buluştu! E hadi, malzemeleri istegelsin!

27- 23.11.2021

Şook hesaplı ve kaliteli markalar artık istegelsin'de! Milyonların tercihi, birbirinden kaliteli ve uygun fiyatlı ürünler istegelsin'le kapına gelir, siparişin eksiksiz teslim edilir!

28- 24.11.2021

Baba - kızın tatlı çekişmesi devam ediyor ve Güven Kırac yine yaptığı akıllı tercihten dolayı iddianın galibi olmanın tadını çıkarıyor.

29- 24.11.2021

Taze
Güvenilir
Yerli besi
Helal sertifikalı etler
Soğutuculu araçlarla hijyenik teslimat mı?

30- 27.11.2021

Taptaze süpermarket istegelsin'de 1 TL kampanyaları devam ediyor! 26-28 Kasım arası yaptığın 250 TL ve üzeri alışverişlerde Pınar Kahvaltılık Tost Peynir 33,90 TL yerine sadece 1 TL. Kupon kodu: PEYNIR1TL

31- 27.11.2021

Bu kış cildine iyi bakmak için sepetine kişisel bakım ve kozmetik ürünlerini ekle.

32- 30.11.2021

istegelsin'de hem çalışanlarımız hem alışverişiniz güvende. Özenle çalışan dağıtım görevlilerimiz, kış hazırlıkları tamamlanmış dağıtım arabalarımız ile zorlu kış koşullarında tüm kullanıcılarımızın siparişlerini, eksiksiz ve tam zamanında kapılarına kadar ulaştırıyor.

33- 30.11.2021

Çeşit çeşit üründe %50'ye varan süper indirimler, her salı #istegelsin'de

34- 02.12.2021

Taptaze süpermarket istegelsin'de 1 TL kampanyaları devam ediyor! 2-4 Aralık arası yaptığın 250 TL ve üzeri alışverişlerde Duru Limon Kolonyası 32,90 TL yerine sadece 1 TL. Kupon kodu: KOLONYA1TL Daha fazla 1 TL fırsatı için takipte kal!

35- 02.12.2021

Taptaze süpermarket istegelsin, Boğaziçi Bilişim Ödülleri'nde 'Yılın En İyi Market Servisi' ödülüne aday!Oy kullanmayı unutma!

36- 02.12.2021

istegelsin Taze Fırın'da tüm ürünler her zaman taptaze ve hesaplı!Baba-kızın çekişmesi bu sefer fırın ürünleri için devam ediyor. Güven Kıraç istegelsin sayesinde yine iddianın kazananı oluyor, Akıllı tazeye taptaze simitleri yemek kalıyor!

37-06.12.2021

Taptaze süpermarket istegelsin'de 1 TL kampanyaları devam ediyor! 5-7 Aralık arası yaptığın 250 TL ve üzeri alışverişlerde Komili Yuvam Dev Ekonomik Kağıt Havlu 21,50 TL yerine sadece 1 TL. Kupon kodu: HAVLU1TL Daha fazla 1 TL fırsatı için takipte kal!

38- 06.12.2021

Yeni bir şeyler denemek istiyorum ama gelenekselden de vazgeçemiyorum diyorsan bu tarif tam sana göre Tüm malzemeleri istegelsin.

39- 08.12.2021

Taptaze süpermarket #istegelsin'de 1 TL kampanyaları devam ediyor! 8-9 Aralık arası yaptığın 250 TL ve üzeri alışverişlerde Marmarabirlik Kuru Sele Zeytin 20,50 TL yerine sadece 1 TL. Kupon kodu: ZEYTIN1TL

40- 10.12.2021

Taptaze süpermarket istegelsin'de 1 TL kampanyaları devam ediyor! 10-12 Aralık arası yaptığın 250 TL ve üzeri alışverişlerde 4'lü İçim Doğal Süt 46,95 TL yerine sadece 1 TL. Kupon kodu: SUT1TL

41- 13.12.2021

Taptaze süpermarket istegelsin'de 1 TL kampanyaları devam ediyor! 13-14 Aralık arası yaptığın 250 TL ve üzeri alışverişlerde ACE Çamaşır Suyu 25,90 TL yerine sadece 1 TL.Kupon kodu: ACE1TL

42- 15.12.2021

Taptaze süpermarket istegelsin'de 1 TL kampanyaları devam ediyor! 15-16 Aralık arası yaptığın 250 TL ve üzeri alışverişlerde Pınar Şölen Sucuk 32,90 TL yerine sadece 1 TL. Kupon kodu: SUCUK1TL

43- 17.12.2021

Taptaze süpermarket istegelsin'de 1 TL kampanyaları devam ediyor! 17-19 Aralık arası yaptığın 250 TL ve üzeri alışverişlerde Yudum Egemden Zeytinyağı 42,90 TL yerine sadece 1 TL. Kupon kodu: ZEYTINYAGI1TL

44- 20.12.2021

Tatlı bir şeyler istiyorum ama aynı zamanda besleyici olsun istiyorum diyorsanız tam sizlik bir tarifimiz var İşte karşınıздаaa Tarçınlı Balkabaklı Kış Pastası Tüm malzemeleri istegelsin

45- 21.12.2021

Taptaze süpermarket istegelsin'de 1 TL kampanyaları devam ediyor! 21-24 Aralık arası yaptığın 250 TL ve üzeri alışverişlerde Süttaş Kaşar Peyniri 64,90 TL yerine sadece 1 TL.Kupon kodu: PEYNIR1TL

46- 21.12.2021

Yılın en uzun gecesinin tadı oynusuz ve kitapsız çıkmaz diyenlerden misin? Hemen oyununu veya kitabını seç, sepetine ekle, #istegelsin.

47- 24.12.2021

CMO'muz Beren Akdeniz, Türkiye'de ilk kez farklı sektörlerin en beğenilen liderlerinin oylandığı ve "Türkiye'nin En Prestijli Liderlik Ödülleri" olarak kabul edildiği "2021 Yılı Altın Lider Ödülleri" yarışmasında en beğenilen 50 CMO arasında yerini aldı

48- 24.12.2021

istegelsin'de seçili ürünlerde dev indirimler başladı!Yılın son fırsatlarından yararlanmak için hemen ürünleri sepetine ekle!

49- 24.12.2021

Süpermarket ihtiyaçlarını şimdi alman için bugüne özel yeni yıl hediyesi indirimlerimiz başladı! Tüm ürünlerde geçerli; 150 TL alışverişine 25 TL, 250 TL alışverişine 50 TL indirimden yararlanmak için hemen sepetini oluştur, alışverişe başla!

50- 27.12.2021

Yılbaşında sofranızın yıldızı olacak lokum gibi kuzu incik tarifimiz sizlerle, Tüm malzemeleri istegelsin.

51- 28.12.2021

Yılbaşının keyfini istegelsin'le çıkar! Yılbaşına yakışır bir sofranın en hesaplısı tabii ki istegelsin'de! Listeler hazır! yılbaşı alışverişini başlasın!

52- 29.12.2021

Taptaze süpermarket istegelsin'de 1 TL kampanyaları devam ediyor! 29-31 Aralık arası yaptığın 250 TL ve üzeri alışverişlerde Malatya Pazarı Karışık Kuruyemiş 42,70 TL yerine sadece 1 TL. Kupon kodu: KURUYEMIS1TL

53- 30.12.2021

Taptaze süpermarket istegelsin'de fırsatların sonu yok! İlk siparişini hemen iste, 30 TL indirimle gelsin!

54- 31.12.2021

Yeni yıl sağlık, mutluluk ve huzurla gelsin! Bu yıl istediğiniz her şey tam zamanında gelsin.

16- TatilSepeti

1- 01.10.2021

Bugün Dünya Kahve Günü! 1 kahveni yanına, sonraki tatilini şimdiden planla.

2- 04.10.2021

4 Ekim Dünya Hayvanları Koruma Günü kutlu olsun! Onlara olan karşılıksız sevgimizi göstermeyi ve sokaktaki sevimli dostlarımızı unutmayalım.

3- 05.10.2021

Akşam pazarı fırsatlarımız başladı! Seçili resort, termal ve yakın bölge otellerinde ekstra %10'a varan indirimler.

4- 06.10.2021

Karadeniz Turu! Karadeniz tutkunları burada mı? 449 TL'den başlayan fiyatlarla.

5- 07.10.2021

Ekim ayına özel fırsatları kaçırmayın! %50'ye varan indirimler.

06-08.10.2021

29 Ekim'de tatilin keyfini çıkarın! Seçili otellerde %50'ye varan indirim fırsatlarını kaçırmayın.

07- 09.10.2021

Ailece tatil keyfi için iki çocuk bizden! Çocuklu aileler için otel fırsatlarını kaçıрма, hemen linke tıkla.

08- 11.10.2021

Kış erken rezervasyon fırsatları başladı! Sana uygun olanı seç; %45'e varan indirimler, +1 gece bizden, Şimdi al girişte öde.

09- 12.10.2021

Salıyı sallıyoruz! Seçili resort, termal ve yakın bölge otellerinde ekstra %15'e varan indirimler.

10- 13.10.2021

Hafta sonunu en iyi şekilde değerlendirmek, şehirden biraz uzaklaşıp dinlenmek isterseniz hafta sonu otelleri sizleri bekliyor.

11- 14.10.2021

Bu hafta sonu planı belli! Her mevsim farklı tatil konsepti ile dikkatleri üzerine çeken Bolu.

12- 15.10.2021

Şimdi termal zamanı! Seçili otellerde %45'e varan indirimler!

13- 18.10.2021

Ege ve Akdeniz Turu! Sıcak iklim tutkunlarını sevindirecek haber! 450 TL'den başlayan fiyatlarla tatilin keyfini çıkarın!

14- 19.10.2021

Akşam pazarı! Seçili kayak, termal ve yakın bölge otellerinde ekstra %10'a varan indirim!

15- 20.10.2021

29 Ekim'de tatil fırsatı! Her şey dahil 250 TL'den başlayan fırsatları kaçırmamak için hemen linke tıkla!

16- 22.10.2021

Kıbrıs'ta Tatil 21 Ekim - 31 Aralık tarihlerinde geçerli, fırsatlarla dolu Kıbrıs Tatili 140 TL'den başlayan fiyatlarla üstelik çift yön ücretsiz transfer.

17- 23.10.2021

Hafta sonu turları! Hafta sonuna özel fırsatları kaçırmayın!

18-24.10.2021

Muhteşem bir hafta sonu için Mövenpick Hotel Thermal Spa Bursa!

19- 25.10.2021

Lapland Turu! Kuzey ışıklarını keşfetmek için büyük fırsat!

20- 26.10.2021

Salıyı sallıyoruz! Seçili resort, kayak, termal ve yakın bölge otellerinde ekstra %15'e varan indirimler.

21- 27.10.2021

Ege Turu! Efes'ten Şirince'ye, Çeşme'den Pamukkale'ye uzanan bir gezi, 829,00 TL'den başlayan fiyatlar

22- 27.10.2021

Keyifli Bir Tur; Meksika, Tulum ve Cancun Kasım ayında güneşin tadını çıkarın!

23- 28.10.2021

Sizi doğa ile buluşturan saklı cennet, Wineport Lodge Ağva! Kampanyalardan yararlanmak ve detaylı bilgi almak için linke tıkla.

24- 29.10.2021

Cumhuriyetimizin ilanının 98.yıl dönümünde Ulu önderimiz Mustafa Kemal Atatürk'ü ve tüm kahramanlarımızı sevgi, saygı ve minnetle anıyoruz. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun!

25- 29.10.2021

Vizesiz Turlar. Vizesiz yurt dışı turlarını keşfet! Üstelik Axess Mobil ile 150 TL Chip Para Kampanyası da seni bekliyor!

26- 30.10.2021

Son Dakika Fırsatları! Rezervasyonumu yaptırmadım diye üzülme! Son dakika otelleri için linke tıkla fırsatları kaçıрма!

27- 31.10.2021

Kıbrıs Otelleri! Bu fırsatı sakın kaçıрма! Gidiş - Dönüş ücretsiz transfer kampanyası ile tatilin keyfini çıkar!

28- 01.11.2021

Termal Oteller ile rahatlamamanın tam zamanı! Seçili otellerde %45'e varan indirimler!

29- 02.11.2021

Akşam Pazarı fırsatlarını kaçıрма! Hemen linke tıkla extra %10'a varan indirim fırsatını yakala.

33-03.11.2021

9 gün sürecek ara tatili için sürpriz kampanya başladı! Ekstra %40'a varan indirimlere ek +1 gece bizden kampanyasını kaçıрма!

34- 03.11.2021

Karadeniz Turları! 850 TL'den başlayan fiyatlarla.

35- 04.11.2021

14 gün ve üzeri konaklamalarda inanılmaz fırsatlar! Ücretsiz geceleme, ücretsiz transfer Spa'da %25'e varan özel indirimler Çok daha daha fazlası uzun tatil paketinde.

36- 04.11.2021

Hafta sonunu planla, tatil keyfini kaçırma! Seçili otellerde %35'e varan indirim fırsatları için hemen linke tıkla.

37- 05.11.2021

Muhteşem Bir Dubai tatili! Üstelik 299 Euro'dan başlayan fiyatlarla.

38- 06.11.2021

Bolu'da rüya gibi bir hafta sonu geçirmenin tam vakti! Abant Lotus Otel'de hem huzurlu bir hafta sonu geçirebilir hem de doğanın muhteşem güzelliğine şahit olabilirsiniz.

39-07.11.2021

Sapanca'da büyüğü bir tatilin adresi; Elite World Sapanca Convention Wellness Resort

40- 08.11.2021

Erken rezervasyon fırsatları başladı! %50'ye varan indirim ve 18 aya kadar taksit fırsatlarıyla rezervasyonunu bugün oluştur, bavulunu hazırlarken öde!

41- 09.11.2021

Lviv Turları! Vizesiz giriş imkanı ile unutamayacağınız bir tatile hazır olun! Üstelik 269 Euro'dan başlayan fiyatlarla, linke tıkla rezervasyonunu tamamla

42- 10.11.2021

Ara tatilde 9 gün sürecek tatil keyfi için muhteşem fırsatlar! %40'a varan indirimler ve +1 gece bizden kampanyasını sakın kaçırmayın!

43- 11.11.2021

11.11'e özel göz kamaştıran sürpriz kampanyaları keşfet! Turlarda 300 Euro'ya varan indirimlere ek ekstra %15 indirim fırsatı, üstelik 1 gece bizden! Sadece bugüne özel kaçırılmayacak fırsatlar için hemen linke tıkla, rezervasyonunu tamamla.

44- 11.11.2021

Bu hafta sonu adresiniz belli; Büyük Abant Oteli 161 TL'den başlayan taksit fırsatlarına ek kış erken rezervasyon fırsatlarını kaçırma! Doğa ile baş başa bir tatil için linkte tıkla rezervasyonunu tamamla.

45- 12.11.2021

Hafta Sonu Otelleri! Linke tıkla %35'e varan indirimlerle hafta sonu otellerini keşfet.

46- 13.11.2021

Tatilin tadını ailecek çıkarmanız için iki çocuk bizden! Çocuklu aileler için otel fırsatlarını kaçırma, hemen linke tıkla

47- 14.11.2021

Kış tatili için erken rezervasyon fırsatları başladı! Fırsatlardan yararlanmak ve detaylı bilgi edinmek için hemen linkte tıkla.

48-15.11.2021

Erken rezervasyon başladı! %50'ye varan indirim ve 18 aya kadar taksit fırsatlarını kaçırma! Üstelik %25'e kadar ön ödeme ve kesintisiz iptal hakkı bu linkte.

49- 16.11.2021

Kasım ayı fırsatlarını yakala! %45' e varan indirimlere ek 1 gece bizden kampanyası seni bekliyor!

50- 17.11.2021

Erken rezervasyon ile tatilin tadını çıkar! 149,40 TL'den başlayan fiyatları kaçırma

51- 18.11.2021

Haftanın fırsatını kaçırma! Vize dahil Dubai Turu üstelik sadece 399 Euro!

52- 19.11.2021

Hafta sonu fırsatları kapına geldi!

53- 20.11.2021

Termal otellerde muhteşem fırsatlar! 125 TL'den başlayan fiyatları sakın kaçırma.

54- 21.11.2021

Harika bir tatilin adresi; Sueno Hotels Deluxe Belek Kişi başı 720,00 TL'den başlayan fiyatlara ek kış erken rezervasyon fırsatlarını kaçırma, üstelik Yılbaşı Gala Programı dahil.

55- 22.11.2021

Kış Erken Rezervasyon fırsatlarını kaçırma! Hemen linke tıkla, rezervasyonunu tamamla!

56- 23.11.2021

Erken rezervasyonda kaçırılmayacak fırsatlar! Linke tıkla, rezervasyonunu tamamla, bavulunu hazırlarken öde.

57- 24.11.2021

Başta Mustafa Kemal Atatürk olmakla birlikte geleceğe umutla bakmamızı sağlayan, ışığıyla yolumuzu aydınlatan tüm öğretmenlerimizin 24 Kasım Öğretmenler Günü'nü kutlarız. 24 Kasım ayı fırsatlarını yakala! %45'e varan indirimlere ek 1 gece bizden kampanyası ile tatilin tadını çıkar!

58- 25.11.2021

Sihirli Cuma indirimleri başladı! Seçili otellerde %30'a varan indirimler, 1 gece ücretsiz konaklama ve seçili turlarda odabaşı 200 Euro'ya varan indirim fırsatını kaçırma! Hemen linke tıkla, rezervasyonunu tamamla!

59- 26.11.2021

Muhteşem bir yılbaşı programı seni bekliyor! Hemen linkte tıkla 140 TL'den başlayan fırsatları kaçırma.

60- 27.11.2021

Yeni yıl coşkusunu Concorde Luxury Resort Casino'da yaşa! %30 indirim ek 3 taksit fırsatını kaçırma!

61- 28.11.2021

GAP Turları! 1.375,00 TL'den başlayan fiyatlar ile keşfet!

62- 29.11.2021

Kapadokya Turları! 340,00 TL'den başlayan fiyatlarla.

63- 30.11.2021

Lujo Bodrum'da erken rezervasyon fırsatları ile muhteşem tatilin tadını çıkar! %20 İndirime ek 9 Taksit fırsatını sakın kaçıрма!

64- 01.12.2021

Kış Erken Rezervasyon fırsatları seni bekliyor! Tatilini planla, linke tıkla, rezervasyonunu yaptırmayı unutma!

65- 02.12.2021

Kıbrıs Otelleri! Gidiş - dönüş ücretsiz transfer kampanyasını kaçıрма!

66- 03.12.2021

Sevgi ile tüm engelleri aştığımız umut dolu günlere #3AralıkDünyaEngellilerGünü

67- 04.12.2021

Bu Hafta sonu rota Bolu! Saunadan hamama, masajdan kapalı havuza tüm imkanlar Bolu Kuru Hotels Spa Convention'da Linke tıkla, erken rezervasyon fırsatlarını kaçıрма!

68- 05.12.2021

Baştan Başa Muhteşem Balkan Turları! Vizesiz, ekstra tur ve akşam yemekleri dahil, üstelik kişi başı 599 Euro'dan başlayan fiyatlarla!

69- 06.12.2021

Erken rezervasyon fırsatlarında bugün son gün! %50'ye varan indirim ve 18 aya kadar taksit fırsatlarıyla rezervasyonunu oluştur! %25'e kadar ön ödeme fırsatını kaçıрма!

70- 07.12.2021

Yılbaşı Otellerini keşfet! Yeni yıl özel programlar ile tatilin tadını çıkar! Hemen linke tıkla, 140,00 TL'den başlayan fiyatları kaçıрма!

71- 08.12.2021

Lapland Turları! Kuzey ışıklarını keşfedin! Üstelik kişi başı 699 Euro'dan başlayan fiyatlarla.

72- 09.12.2021

Fas Turları! Marakeş'ten Casablanca'ya Fas'ı keşfet! Kişi başı 499 Euro'dan başlayan fiyatlarla, hemen linke tıkla rezervasyonunu tamamla!

73- 10.12.2021

Saraybosna Turları! 249 Euro'dan başlayan fiyatlarla Hemen linke tıkla, rezervasyonunu tamamla!

74- 11.12.2021

Doğu Ekspresi Turları! Muhteşem bir maceraya hazır olun!

75- 12.12.2021

Şahane Maldivler! Deniz, kum, güneş bir arada! Maldivler'i mutlaka görmelisin!

76- 13.12.2021

Termal Otelleri keşfetmenin tam zamanı! %45'e varan indirimleri kaçırmamak için hemen linke tıkla, rahatlamının keyfini çıkar.

77- 14.12.2021

Salıyı sallıyoruz! Kıbrıs otellerine özel fırsatları kaçıрма! Tatilini hemen planla; seçili Kıbrıs otellerinde EKSTRA %10'a varan fırsatları kaçıрма!

78- 15.12.2021

Düşlerinizdeki Yılbaşı Planı Tatilsepeti'nde! Yılbaşı gecesine özel otelleri keşfet, 2022'ye unutamayacağın anlarla "Merhaba" de!

79- 16.12.2021

Doğu turları ile Göbeklitepe'yi keşfediyoruz! Herkesin merak ettiği bu tura sen de katıl.

80- 17.12.2021

Bu hafta sonu Sapanca'da buluşuyoruz! %45'e varan indirim fırsatlarını kaçıрма!

81- 18.12.2021

Hafta Sonu Turları ile tatile çık! Üstelik 120 TL'den başlayan fiyatlarla.

82- 19.12.2021

Şimdi Tam Zamanı; Lviv Turları! 249 Euro'dan başlayan fiyatlarla.

83-20.12.2021

Mardin Turları ile tarihe tanıklık edin! 1.439 TL'den başlayan fiyatlarla kültür turu sizi bekliyor!

84- 21. 12.2021

En uzun geceye özel müthiş fırsat Tatilsepeti'nde! Yakın bölge, kayak, termal ve resort otellerde geçerli ekstra %15'e varan indirim fırsatı için acele et, sadece 24 saate özel bu fırsatı kaçıрма!

85- 21.12.2021

Grand Yazıcı Hotel Uludağ! Yeni yıl, kesinlikle kışın en sevilen zamanlarından olmalı! Sen de Metin Arolat eşliğinde eğlenceli bir yılbaşı akşamı geçirmek istersen linke tıkla rezervasyonunu tamamla!

86- 22.12.2021

Yeni yılı eşi benzeri olmayan Kapadokya'da karşılamaya ne dersin? 719 TL'den başlayan fiyatlara ek son dakika %10 indirim fırsatını kaçıрма!

87- 23.12.2021

Kıbrıs Otellerinde Erken Rezervasyon Devam Ediyor! 2022 tatilini şimdi planla %45'e varan indirim fırsatlarını kaçıрма!

88- 24.12.2021

Yeni yıl coşkusunu Belgrad'da yaşamaya ne dersin? Belgrad Turları şimdi 349 Euro'dan başlayan fiyatlarla üstelik de vizesiz!

89- 25.12.2021

Uludağ Otellerini Keşfet! 580 TL'den başlayan fiyatlar, %15'e varan indirim fırsatı

90- 26.12.2021

Maşukiye - Kartepe Kayak Turu! 139 TL'den başlayan fiyatlarla!

91- 27.12.2021

Bolu Otelleri! Kişi başı 110 TL'den başlayan fiyatlarla

92- 28.12.2021

Vizesiz Bir Rüya; Belgrad Turları'nı Keşfet! 149 Euro'dan başlayan fiyatlarla. Linkte tıkla gezmeye başla.

93- 29.12.2021

Yeni yıl heyecanı Elite World Sapanca Convention Wellness Resort'ta! %10 indirim + 9 taksit fırsatını kaçırma!

94- 30.12.2021

Unutulmaz anlar yaşayacağınız, rüya gibi Kapadokya Turları şimdi 450 TL'den başlayan fiyatlarla!

95- 31.12.2021

Sağlıklı ve mutlu yıllar dileriz!

17-UcuzaBilet.com

1- 01.10.2021

Ucuzabilet'in mobil uygulamasını hemen indir, telefonunu salla, yurt içinde 50 TL'ye ve yurt dışında ise 150 TL'ye varan indirimleri kaçırma!

2- 02.10.2021

31 Ekim'e kadar Bonus Piu kart ile yapacağın 200 TL ve üzeri harcamalarda, 30 TL bonus kazanma fırsatı <https://t.co/Dt8n3IhyTH>'da seni bekliyor!

3- 07.10.2021

Salla Uç'ta indirimler devam ediyor. Hemen telefonunu salla ve 150 TL'ye varan indirimlerden anında yararlan.

4- 21.10.2021

Ucuzabilet'in Uçuran İndirimler'i ile 29 Ekim'e özel fiyatları kaçırma! Yurt içinde 75 TL'den başlayan fiyatlara ek, sürpriz fırsatlarla uç!

5- 22.10.2021

Uçuran İndirimler'in sürpriz fırsatları ile uçmaya ne dersin? Hemen Ucuzabilet'e gel, 29 Ekim'e özel fırsatları incele ve yurt dışı uçak biletini ekstra 50 TL indirimle al!

6- 23.10.2021

Ucuzabilet'in 29 Ekim'e özel Uçuran İndirimler'i ile yurt dışına ve yurt içine ise sürpriz fırsatlarla uç!

7- 24.10.2021

Acele et, 29 Ekim'e özel Salla Uç fırsatlarını yakala! Hemen telefonunu salla ve Salla Uç ile 150 TL'ye varan indirimlerden yararlan.

8- 27.10.2021

THY ile yurt içinde 110 TL'den başlayan fiyatlarla uçmak için acele et! Üstelik Bonus'a özel vade farksız 9 aya varan taksit fırsatı ile...

9- 11.11.2021

Ucuzabilet'in 11.11 indirimlerini kaçıрма! Hemen gir Ucuzabilet'e ve 150 TL'ye varan indirimleri yakala!

10- 16.11.2021

Salla Uç'ta çok özel fırsatları yakalamak için hemen telefonunu salla ve 150 TL'ye varan indirimlerden anında yararlan!

11- 17.11.2021

Sadece 2 gün sürecek indirimleri kaçıрма! THY ile yurt içinde her şey dahil 110 TL'den başlayan fiyatlarla uçmak için acele et. İndirim kodu: THY

12- 18.11.2021

Sadece 1 gün sürecek sürpriz fırsatlar ile uçmaya ne dersin? Hemen Ucuzabilet'e gel, bugüne özel fırsatları incele ve yurt dışı uçak biletini ekstra 75 TL indirimli al!

13- 20.11.2021

SunExpress ile biletini <https://t.co/Dt8n3IhyTH>'dan satın al, yurt içi ve yurt dışı uçuşlarda her şey dâhil indirimli fiyatlara ek, 15 TL indirimini yakala! #indirim #kampanya #sunexpress #yurtici #yurtdisi

14- 21.11.2021

Ucuzabilet'te fırsatları kaçıрма! Ekstra mil ya da bonus kazanmak ve vade farksız taksit avantajından yararlanmak için acele et. #kampanya #mil #bonus

15- 26.11.2021

Uçuran Fırsatlar ile büyük indirimler için 27 Kasım'ı bekle! Çünkü Ucuzabilet'te sürpriz indirimler için geri sayım başladı. #indirim #fırsat #kasımayı #kasım

16- 27.11.2021

Uçuran Fırsatlar ile sürpriz indirimler seni bekliyor! Hemen <https://t.co/Dt8n3IhyTH>'a üye ol, uçak biletini cazip fiyatlar ve ekstra indirimlerle almanın tadını çıkar. #indirim #anadolujet #kampanya #sallauç #yurtici #yurtdisi #kasımayı #kasım

17- 28.11.2021

Hemen Uçuran Fırsatları incele, rüya şehirlere özel 100 TL'ye varan indirimlerle ve yurt içinde sürpriz fırsatlarla uç! #bonus #garanti #kasımayı #kampanya #rüyasehirler #indirim

18- 29.11.2021

Uçuran Fırsatlar'ın sürpriz indirimleri ile uçmaya ne dersin? Hadi, hemen <https://t.co/Dt8n3IhyTH>'a üye ol, bugüne özel fırsattan yararlan ve yurt dışı uçak biletini ekstra 75 TL'ye varan indirimlerle al! Üstelik Bonus'a özel 3 ay taksit imkânı ile...

19- 29.11.2021

SunExpress ile biletini <https://t.co/Dt8n3IhyTH>'dan satın al, yurt içi uçuşlarda 15 TL, yurt dışı uçuşlarda ise 75 TL indirim yakala! Üstelik Bonus'a özel 9 aya varan taksit imkânı ile #sunexpress #indirim #kasımayı #kasım #bonus #yurtici #yurtdisi

20- 01.12.2021

Türk Hava Yolları ile yurt içi ve yurt dışı biletini <https://t.co/Dt8n3IhyTH>'dan avantajlı fiyatlarla al, ekstra sürpriz indirimleri kaçıрма! Üstelik Bonus'a özel 9 taksit imkânı ile... #thy #indirim #bonus #yurtici #yurtdisi

21- 02.12.2021

Yurt içi uçuşlarda 15 TL, yurt dışı uçuşlarda ise 75 TL indirimler, akşam 20.00 ile sabah 08.00 arasında seni bekliyor. Üstelik Bonus'a özel vade farksız 9 aya varan taksit imkânı ile... #indirim #kampanya #yurtici #yurtdisi

22- 12.12.2021

AnadoluJet'in ilkbahar ve yaz aylarına özel %30 indirim fırsatıyla uçak biletini <https://t.co/Dt8n3IhyTH>'dan al ve yurt içinde indirimli uç! #anadolujet #indirim #yurtici #ilkbahar #yaz

23- 21.12.2021

En uzun geceye özel fırsat, seni Ucuzabilet'te bekliyor. Hemen üye girişi yap, yurt içi uçuşlarda 15 TL ve yurt dışı uçuşlarda 50 TL indirim kaçıрма! #ucuzabilet #kampanya #yurtici #yurtdisi #aralık #enuzungece

24- 22.12.2021

Yeni Yıl Şölenu için yarını bekle ve sürpriz fırsatlardan yararlan! Süper indirimleri yakalamak için Ucuzabilet'e hemen üye ol ve 23 - 27 Aralık 2020 tarihlerindeki fırsatları kaçıрма. #Ucuzabilet #YeniYıl #Yılbaşı #Kampanya #Aralık #İndirim #Fırsat

25- 23.12.2021

Salla Uç ile yurt içinde 150 TL'ye, yurt dışında 250 TL'ye varan indirimler ve hayalini kurduğun şehirler için sürpriz fırsatlar Ucuzabilet'te seni bekliyor! #Ucuzabilet #YeniYıl #Yılbaşı #Kampanya #Sallauç #İndirim #Fırsat

26- 25.12.2021

SunExpress ile biletini <https://t.co/Dt8n3IhyTH>'dan satın al, bugüne özel indirimleri anında yakala! #ucuzabilet #indirim #sunexpress #bilet #seyahat

27- 26.12.2021

Ucuzabilet'te Yeni Yıl Şölenu ile avantajlı uçuş fırsatları seni bekliyor. Yurt içinde 15 TL, yurt dışında 75 TL ekstra indirimlerle biletini hemen al, fırsatları anında yakala! #ucuzabilet #yurtici #yurtdisi #kampanya #indirim

28- 27.12.2021

Ucuzabilet'te, Yeni Yıl Şölenu'ne özel sadece 1 gün sürecek sürpriz fırsatlar seni bekliyor. Hemen indirimleri incele ve yurt dışına ekstra 80 TL indirimle uç! Üstelik Bonus'a özel 3 ay taksit imkânı ile... #ucuzabilet #yurtdisi #kampanya #indirim

29- 31.12.2021

Salla Uç ile yeni yıla fırsatlarla gir! Hemen telefonunu salla ve 150 TL'ye varan indirimlerden anında yararlan. Üstelik Bonus'a özel 9 aya varan vade farksız taksit imkânı ile... #fırsat #kampanya #bonus #indirim #ucuzabilet

18- OtelZ

1- 10.11.2021

Özlemle, sevgiyle, bize bıraktığın ülkenin her bir köşesinin, çakılının, kum tanesinin, yeşili ve mavisinin değerini bilerek...

2- 24.11.2021

24 Kasım Öğretmenler Gününüz Kutlu Olsun!

3- 26.11.2021

Yılın En Büyük İndirimi Efsane Cuma İndirimi Başladı! 26-29 Kasım tarihleri arasında yapacağınız rezervasyonlarda ZCüzdanınızı oluşturarak tüm indirimlere ilave %10 ZPara kazanın. Bir sonraki seyahatleriniz bedavaya gelsin.Tüm tesislerde geçerlidir.

4- 31.12.2021

Bütün yılınız tatildeymiş gibi geçsin! Hoş geldin 2022!

19- OdaMax

1- 05.10.2021

Akdeniz'in saklı kalmış cenneti Mersin'i görmek istersin di mi? Havaalar hâlâ sıcakken planını yap ve bir an önce odanı seç!

2- 07.10.2021

İster iş seyahati istersen de turistik bir gezi için İstanbul Marriott Hotel Asia seni bekliyor. Gir <https://t.co/mJIPgo3tgF>'a ve odanı kolayca seç!

3- 09.10.2021

Dünya kadar otel <https://t.co/mJIPgo3tgF>'da seni bekliyor di mi? Güneşli günler devam ederken kararını ver ve yola çıkmak için hazırlan!

4- 12.10.2021

<https://t.co/mJIPgo3tgF> ile çok kolay di mi? Hemen kararını ver, ister İzmir'de istersen de İstanbul'da odanı kolayca seç!

5- 16.10.2021

<https://t.co/mJIPgo3tgF> ile tatilde hangi otelde kalacağını seçmek çok eğlenceli di mi? Üstelik ücretsiz iptal imkânı ve otelde ödeme kolaylığı ile...

6- 21.10.2021

Yeşil ve mavinin ahengiyle huzur bulan Karadeniz'in, altı da üstü de paha biçilemez hazineler barındırıyor!

7- 22.10.2021

Eskişehir’de görmek gereken çok yer var di mi? Eskişehir’e gitmenin mevsimi gelmişken, hemen tatil planlarını yapmalısın!

8- 26.10.2021

Bursa’da görmek gereken çok yer var di mi? O zaman bu hafta sonu Bursa’nın güzelliklerini görmeye git!

9- 11.11.2021

Ağva’da sürpriz indirimlerle konaklama vakti geldi di mi? Ağva Otelleri’nde hafta içi 2 gece rezervasyon yap, %10’a varan indirimlerle konakla!

10- 13.11.2021

Tatil yaklaşıyor... Ailece yeni yerler görmek istersin di mi? Çocuklarla birlikte bir plan yapmak için hemen <https://t.co/mJIPgo3tgF>’a gel.

11- 17.11.2021

Abant Gölü’nün etrafında bir yürüyüş yapıp, tertemiz havasını solumak için yola çıkılır di mi?

12- 18.11.2021

Şehrin gürültüsünden uzaklaşmak ve yeşillikler içinde dinlenmek için tek yapman gereken tatil planlarına Sapanca gezisini dâhil etmek di mi?

13- 25.11.2021

Bursa’da tarihin izlerini sürmek için Yeşil Külliye’ye mutlaka uğramalısın di mi? Hemen <https://t.co/mJIPgo3tgF>’dan odanı seç ve Bursa’nın tarihine doğru kısa bir tura çık!

14- 27.11.2021

Muhteşem Kasım İndirimleri ile sen şehrin seç, indirim kolay! 27 - 30 Kasım tarihlerinde <https://t.co/mJIPgo3tgF>’da muhteşem indirimlerle odanı kolayca seç.

15- 03.12.2021

Bursa, doğal ve tarihi güzelliklerinin yanında bir de tertemiz havasıyla bambaşka bir deneyim sunuyor di mi?

16- 05.12.2021

Maşukiye’ye, doğanın kucağında huzurlu birkaç gün geçirmek için gidilir di mi?

17- 07.12.2021

İstanbul’un hemen yanı başında doğa ile iç içe bir tatil yapmak için Sapanca ideal bir alternatif di mi?

18- 08.12.2021

Abant, çam ve köknar ağaçlarıyla çevrelenmiş doğası ile seni bekliyor di mi?

19- 14.12.2021

Çanakkale’nin tarih kokan sokaklarını ve doğal güzelliklerini görmek gerek di mi?

20- 15.12.2021

Dinginliğin adresi Ağva’ya gitmenin tam zamanı di mi? Çünkü Ağva, dört mevsim birbirinden güzel manzaralara açılan havasıyla misafirlerine unutulmaz bir tatil deneyimi yaşıyor.

21- 16.12.2021

İstanbul'a ister iş seyahati için gel istersen de turistik bir gezi için... Bu şehirde gezmen, görmen ve keşfetmen gereken pek çok yer var di mi?

22- 17.12.2021

Ankara, yılın her mevsimi bambaşka güzelliklere ev sahipliği yapıyor di mi?

23- 21.12.2021

Hala gitmediysen İzmir'de görülecek çok yer, keşfedilecek çok şey, gidip görsen bile keşfetmediğin onlarca güzellik var di mi?

24- 22.12.2021

Antalya, tarihi ve kültürel gezileri sevenler de dolu dolu bir tatil yapabilir di mi?

25- 24.12.2021

Porsuk Çayı sayesinde adeta bir sahil kasabası görünümüne sahip olan Eskişehir'de, keşfetmen gereken çok yer var di mi?

26- 25.12.2021

Şimdi, Ağva'nın doğal güzellikleri arasında kısa bir tura çıkıp, nehir kenarında güzel fotoğraflar çekilir di mi?

27- 29.12.2021

Şehirde tarihin izini sürmek isteyenler de Afyonkarahisar'da termal tatiline gelmiş olanlar kadar şehri seviyor di mi?

28- 30.12.2021

Doğa ile iç içe bir tatil yapmak için İstanbul, Bursa, Eskişehir ya da Ankara'dan Bolu'ya gelebilir, şehrin gürültüsünden uzakta huzur dolu manzaralarla buluşabilirsin.

20-Gardrops

1- 04.10.2021

Şeyma Subaşı birbirinden tarz kıyafet ve ayakkabılarını Gardrops'a yükledi! Unutma hepsinden sadece 1 tane var!

2- 29.10.2021

Nice mutlu yıllara! Cumhuriyet Bayramımız Kutlu Olsun!

3- 25.11.2021

Özlem Yıldız'da Gardrops'u öneriyor. Hadi Gardrops'a gel, kullanmadığın eşyaları paraya çevir.