**E-ticaret’te kaybetmenin altın anahtarları:**

Bu ay yazımı, e-ticarette kaybetmeyi istiyorsanız sizi hızla oraya götürecek yaklaşımlardan hazırladım.

Öncelikle, ekibi yönetecek kişiyi satış hırsından uzak, detaylardan kaçan ancak herşeyin onayından geçmesini bekleyen ve az çalışmayı felsefe edinmiş kişiler arasından seçmek mükemmel bir tercih olacaktır.

Ekibi siz yönetecekseniz, her şey sizin onayınıza gelsin ve en geç 1 ay içinde onay ya da red verin. Ekibinizi analitik dusunceden uzak, kişisel gelişimlerine önem vermeyen kişilerden seçerek işe başlamanız doğru bir başlangıç olacaktır. Siz zaten işi biliyorsunuz, siz söylersiniz onlar yapar.

Hiç bir iş planı yapmadan direkt işe başlayın. Mümkün olduğu kadar yaparsanız. Rakipleri boşverin, zaten onların hiç birisi işi bilmiyor. Globalde ise uygulamalar kötü ama onların pazarları büyük olduğu için büyük cirolar yapıyorlar. Sakın onları detaylı inceleyip kafanızı dağıtmayın. Unutmayın ki işin tek önemli noktası fiyat. Malı aldığınız ya da ürettiğiniz fiyatın üzerine küçük bir marj koyup ve satış yapmaya başlarsınız.

Bu sırada bir pazarlama planı yapmak ve pazarlama ekibi oluşturmak gerekecek. Pazarlamayı yönetecek kişiyi seçerken Internet’i hayatından uzak tutmasına ve sosyal medyada hiç bir kanalda bulunmamasına özen gösterin. Bu, seçeceğiniz kişinin iş vaktinde sosyal medyadan uzak durmasını da sağlayacağından çok önemlidir. Sadece 2 metrik pazarlamanızı ölçmeye yeter. “Kaç trafik alıyoruz” ve “kaç like’ımız oldu” diye saat başı ona sorun.

Tedarikçilerin seçilmesi hiç önemli bir konu değildir. Onlar iş ortağınız değildir. Bugün onunla çalışırsınız, yarın başkasıyla. Ürün gamı mümkün olduğunca dağınık ve alakasız ürünlerden oluşmalı. Site deneyimi önemli bir konu değildir. Sitenin her tarafına koyacağınız yanıp sönen banner’larla siteyi küçük bir Las Vegas haline getirin. “Gelirse eğer” müşterinin bu şaşkınlığı ve dumura uğraması sitede geçirilen sürenin artmasını sağlayacaktır. Bunun için pazarlama yöneticinizi kutlamayı unutmayın!

Operasyon ve müşteri memnuniyeti ise ilgilenmemeniz gereken bir konudur. Müşteri zaten ucuza aldığı için hiç bir beklentisi olmaz. Sitede her ürüne “aynı gün sevkiyat” diyebilirsiniz. Baktınız müşteri 2 hafta sonra hergün sizi aramaya başladı. Parasını iade edin, “Kardeşim yok işte ürün, ne yapayım” açıklaması onu gayet mutlu eden ve bağlılığını arttıran bir açıklama olacaktır.

İşi nasıl mı takip edeceksiniz? Ekibinizden onlarca rapor isteyin. Onları rapor hazırlıklarına boğmanız, onların boş oturmamasını sağlayacaktır. Bu raporlara bakmanız, yorumlamanız önemli değildir, gerekirse bir gün bakarsınız. Herhangi bir yerde duyduğunuz her uygulamayı siteye hızla ekletiniz. Bunu da isterken 2 haftalık bir deadline vermeyi unutmayınız, “3 ayda mobil uygulama mı bitermiş, Hindistan Mars’a araç gönderirken”. Bütün bunları yaparken de panik modunda olmayı unutmayın. Siz de panik olun, ekibinizde de panik yaratın!

Yaklaşık 8-9 ay sonra finansman müdürünüz size gelip de ödemeleri yapamıyoruz ya da çok fazla para kaybediyoruz dediğinde öncelikle giderleri azaltmaya bakın. Pazarlama ekibinden başlayarak bir çok kişiyi işten çıkarın ve fiyatlarınızı arttırın. Kapınızı 5-6 aydır aşındıran “bende 5 milyon kişilik e-mail listesi var” diyen kişiyi arayın, Google’da sizinle ilgisi olsun olmasın tüm arama kelimelerine büyük reklam bütçesi ayırın ve bunu başka hiç bir kanalla desteklemeyin, “Like” ve “Follower” satın almayı atlamayın. Bu sırada küçülmeye devam edin. Operasyon müdürünüz aynı anda satın almayı da yapar ve pazarlamadaki “çocuk” iadeleri de yönetir. E-mailing’leri siz gönderirsiniz. Ne de olsa 5 milyon kişilik bir data elinizin altında.

Sonra da bir sabah “kardeşim Türkiye’de e-ticaretin daha zamanı var, olmaz bu iş” diyerek sitenizi kapatın. Siz kaybetmek için doğruları yaptınız.

BÜTÜN BUNLAR ŞAKAYDI SAKIN EVDE DENEMEYİN!

Şaka bir tarafa, siz siz olun, e-ticareti doğru kişilere teslim edin. Başarılı e-ticaret uygulamalarının tamamı doğru ekibin ve planlamanın zaferidir. Türkiye’de e-ticaret hala başarılı şirketlere çok aç ve siz de bunun bir parçası olabilirsiniz.