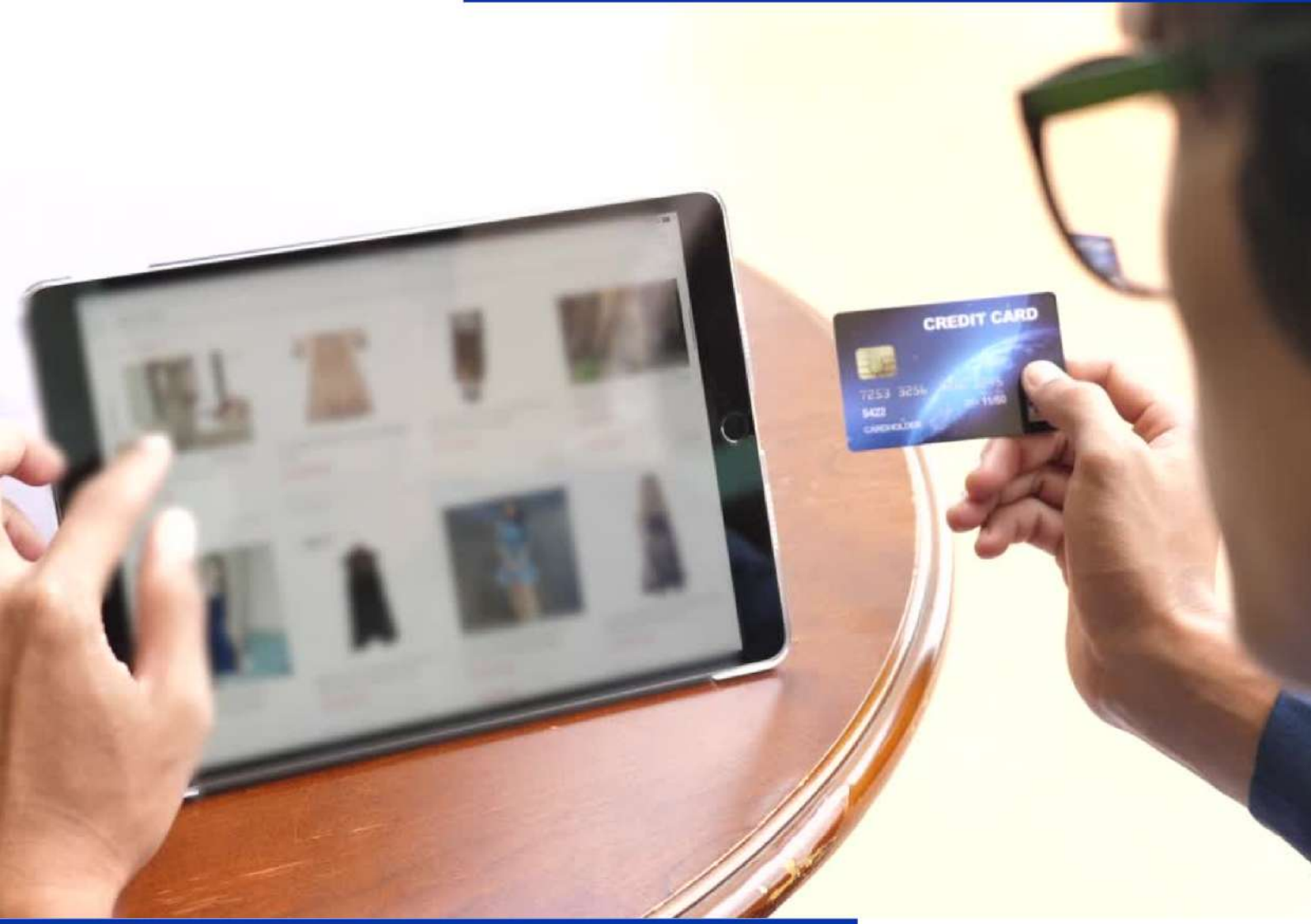




E-ihracat Rehberi





İÇİNDEKİLER

- 1.Önsöz
- 2.Pandemi: Bildiğimiz Dünyanın Sonu
- 3.E-İhracat Yapmadan Ülke İçinde E-Ticaret Yapın.
- 4.E-Ticaret Platformları KOBİ'leri Sever.
- 5.E-İhracat Yaparken Doğru Ürünü Bulmak Meseledir.
- 6.E-İhracat Yaparken Maliyet Yönetimi Meseledir.
- 7.E-İhracat Reklam Meselesidir.
- 8.E-İhracat Yaparken Markanızı Yaratmanız Meseledir.
- 9.Dropshipping'den Uzak Durun!
- 10.Yükte Hafif, Pahada Ağır Ürünlere Odaklanın!
- 11.E-İhracatta Ürünlerinizi Listeleme Meseledir.
- 12.Platformlarınızı Tanıyın!
- 13.Başka Markalarla Çalışırken Dikkatli Olun.
- 14.E-İhracatta Yorumlar Önemlidir.
- 15.E-İhracat Yaparken Stoklarınızı ve Depolarınızı Yönetmek Meseledir.
- 16.E-İhracatta Ürün Fotoğrafları Meseledir.
- 17.E-İhracat Yaparken Sitenizi Kurmak Meseledir.
- 18.E-İhracat Yaparken Ödeme Mekanizmalarını Kurmak Meseledir.
- 19.E-İhracat Yaparken Lojistik Operasyonlarınızı Yönetmek Meseledir.
- 20.E-İhracat Yaparken Müşteri Memnuniyetini Ön Planda Tutmanız Meseledir.
- 21.Ticaret Bakanlığı E-İhracat Desteği Nedir?
- 22.Son Söz

ÖNSÖZ



Dünya ticareti giderek işletmeden işletmeye satıştan, işletmeden nihai tüketiciye satışa dönüyor. Bunda da önce ülke içinde, sonra da ülke dışında yaşanan dijital devrim neden oluyor. Günümüzde internetin sınırları aşan doğası, e-ihracatı herkes için mümkün kılıyor. Bununla birlikte e-ihracat, oldukça rekabetçi bir ortamda gerçekleşiyor.

İhracat Mentorunuz BAZ Girişim olarak bu rehberimizde dünya ticaretinde giderek önem kazanan e-ihracatı ele aldık. Google'da en çok aranan soruları yanıtladığımız rehberimizde, kendi tecrübelerimizi de aktardık.

Ümidimiz, hazırladığımız rehberin e-ihracata girişmek isteyenlere yol gösterir mahiyette olması ve e-ihracat yapanların süreçte karşılaşacağı hataları en aza indirmesi.

Herkese keyifli bir e-ihracat yolculuğu diliyoruz.

Abdullah OSKAY
BAZ Girişim Kurucusu



Pandemi: Bildiğimiz Dünyanın Sonu

Tüm sektörlerin aynı anda yükselmeyeceği veya düşmeyeceği öngörüsü, ünlü ekonomist Schumpeter'in yaratıcı yıkım teorisinde belirttiği en önemli hususlardan birisiydi.

- Ticaret Bakanlığında çalışırken 2018 yılında İran'a Ticaret Müşaviri olarak atandım. 2020 yılında tüm dünya pandemi ile çalkalandı. Tüm sektörlerin aynı anda yükselmeyeceği veya düşmeyeceği öngörüsü, ünlü ekonomist Schumpeter'in yaratıcı yıkım teorisinde belirttiği en önemli hususlardan birisiydi. Pandemi, birçok sektörü vurdu geçti. Birçok yeni sektörü de beraberinde getirerek.
- Ablamın ailesi pandemi öncesinde geçimlerini tüm Türkiye'ye süpermarket broşürü dağıtan bir işten sağlıyorlardı. Dijital pazarlama uzun yıllardır gelişmekte olmasına rağmen, kimsenin broşürlere dokunmaması, pandeminin bir ürünü idi. Bu süreçte dijital pazarlama daha da ivme kazandı. Broşür işi ise bitti.
- Böyle bir ortamda ablamın ailesine yaptığımız yönlendirmelerle yeni arayışlara giriştik. E-ticaret ve e-ihracat en akıllı yoldu. Bir taraftan kamudaki görevimize devam ediyor, bir taraftan ablamın şirketine e-ihracata ilişkin yönlendirmeler yapıyordum.
- Bu süreçte e-ihracata başladığımızda birçok hata yaptık. Neyi nasıl yapacağımızı, hangi ülkeden başlayacağımızı, markamızın olup olmasını, neredeyse hiçbirini bilmiyorduk. Tahran'da pandemi günlerinde Ankara Kalkınma Ajansının e-ihracat derslerine katılıyor, bir taraftan danışmanlıklar alarak e-ihracatı öğrenmeye çalışıyor, bir taraftan da dünyanın yaşadığı dönüşümü anlamaya çalışıyorduk. Ticaret Bakanlığında dış ticaret uzmanlığı eğitimlerinde adını dahi duymadığımız bir gerçeklik olan e-ihracat, artık hayatın gerçeği olmuştu.
- İşte böyle bir ortamda başladığımız e-ihracat serüvenimiz bizler için oldukça öğretici oldu. Birçok hatalar yaptık. Büyük paralar da kaybettik, büyük paralar da kazandık. Kaybettiklerimize akıl parası dedik, kazandıklarımızı ise yeniden işimize yatırdık. E-ihracatı, kısa dönemli bir iş gibi değil, her gün dükkanımızı açmak, süpürmek, masalarımızı toplamak gibi günlük yaşamımızın bir parçası olarak gördük.
- Artık geçmişten çıkardığımız derslerle daha güçlüyüz. Öğrendiklerimizi başkaları daha hızlı öğrenebilsin, daha az akıl parası harcasın diye, uzun yıllar kamuda çalışmanın da verdiği bilinçle, tüm ihracatçılarımız kazansın diye bu rehberi hazırladık.



E-İhracat Deneyimlerimizden Dersler

E-İhracat Yapmadan Ülke İçinde E-Ticaret Yapın.

E-ihracat yapmadan ülke içinde e-ticaret yapmanız önemli. Tüketici davranışları ve e-ticaret operasyonları, yurtiçi ve yurtdışında benzer. Dolayısıyla, önce içeride deneyim kazanın. Türkiye’de TL kaybedersiniz ama yurtdışında dolar kaybedersiniz. Akıl parasını TL ödeyin. Dolar kazanacağınız derken akıl parasını dolar öderseniz zorlanırsınız.

E-Ticaret Platformları KOBİ’leri Sever.

E-ticaret platformları KOBİ’leri sever. Büyük markalar, e-ticaret platformlarında yer almayı istemez. Platformların komisyonları yüksektir. Büyük markalar, bu platformlarda yer alsa bile komisyonu oldukça düşük tutmak ister, hatta bazen hiç vermez. Büyük marka, platforma prestij kattığını söyler. Büyük markalar genelde buraya vereceği komisyon yerine dijital pazarlama yapar, kendi sitesine trafik çeker. Böylece daha karşı iş çıkarır.

E-Ticaret Platformları işte bu nedenle KOBİ’leri sever. KOBİ’lerden aldıkları komisyonlar sektörden sektöre değişse de oldukça yüksektir. KOBİ’lere platformların müşteri memnuniyeti politikasını dayatmak önemlidir. Dolayısıyla, KOBİ’ler, e-ticaret platformlarının olmazsa olmaz paydaşıdır.

E-İhracat Yaparken Doğru Ürünü Bulmak Meseledir.

E-ihracat yaparken doğru ürünü bulmak en önemli meseledir. Doğru ürün için Helium-10 gibi Chrome’da bazı eklentilerden veya yazılım programlarından yararlanmanız mümkündür. Bu programlar oldukça pahalı programlardır ama alınmaya değerdir. Doğru ürünü bulurken kendinize sorular sormanız gereklidir.

- Bu ürünü Türkiye üretilip satsam yabancı rakiplerimden daha uygun fiyata satmam mümkün olur mu?
- Bu ürünün paketlenmiş halde desisi ne kadar? Desi, kargoculukta kullanılan bir ibare ve en, boy, yükseklik çarpımının üçe bölünmesi bir desiye eşit. Kargolar genelde ağırlığı esas alır ama yükte hafif, hacimde daha fazlaysa hacmi esas alır. Ürünün kargo maliyetini hesaplamak önemlidir.
- Ürünün lojistiği esnasında kırılıp dökülmeye yatkın olmaması tercih sebebidir.

E-ihracat yaparken yapılan en büyük hatalardan biri, hedef pazarı yeterince araştırmadan ve kültürel farklılıkları dikkate almadan uluslararası pazarlara adım atmadır.



E-ihracat Deneyimlerimizden Dersler

E-ihracat Yaparken Maliyet Yönetimi Meseledir.

Özellikle maliyeti düşük ürünlerde en az 3-4 katına satmadan kar etmek mümkün değildir. Buna dikkat edilmesi gerekir. 10 dolarlık bir ürünü 35 dolardan aşağı satarsanız zarar edersiniz, bilersiniz.

E-ihracat Reklam Meselesidir.

Platformlarda ürünü tutundurmak için ilk aşamada günde 100-150 Dolar/Avro reklam yapmanız gereklidir. Üç aydan sonra bu rakamı giderek azaltmanız ve 50 Dolar/Avro civarına çekmeniz uygun olacaktır. Azalttığınız reklam bütçelerini organik trafikle ve satışla doldurduğunuz oranda başarılı olacağınızı unutmayın.

E-ihracat Yaparken Markanızı Yaratmanız Meseledir.

E-ihracat yaparken, kendi markanızla hareket etmek önemlidir. Üretici olmasanız bile, başkasına kendi adınıza üretme - private label yöntemiyle ilerleyin.

Sadece markalarla ilerlemenin yanı sıra, sattığınız ürünlerin diğer fikri ve sınai mülkiyet haklarına uygunluğuna dikkat edin. Platformda 2-3 bin Dolar satıldı diye 20-30 bin dolar ürün gönderdiğinizde, bir de bakmışsınız biris endüstriyel tasarım telifi atmış ve sizin ürününüz platformdan kaldırılmış. Ürünü yüz yüze satacak ağlarınız da olmadığında, gümrüğü ödenmiş ürünlerle başbaşa kalmanız ve zarar etmeniz olası.

Dropshipping'den Uzak Durun!

Dropshipping gibi maceralar kısa dönemli kazançlar sağlayabilse de, sürdürülebilir değildir. Ürünü tedarik edemediğinizde mağazanız kapanır. Kaliteyi kontrol etmeniz zordur. Müşteri memnuniyeti ve itibarınız her zaman risk altındadır. Stokları yönetmeniz mümkün olmayabilir. Stok takibiniz zordur. Rekabetçi bir ortamda çalışırsınız ve kar marjlarınız düşüktür. Farklılaşmanız zordur.

Dropshipping'i başarıyla uygulayan işletmeler olsa da, bu nadirdir. Dropshipping, hele de e-ihracata yeni başlayanlar için oldukça risklidir.



Yükte Hafif, Pahada Ağır Ürünlere Odaklanın!

E-ihracatta yükte hafif, pahada ağır eşyalara odaklanın. Takı ve kuyum, kozmetik, tekstil, düzenleyiciler, dekorasyon malzemeleri gibi alanlar en önde gelen alanlar. E-ihracat yapacağınız ülkeyi iyi gözlemleyerek tüketici zevklerini anlamak kilit unsur. Bunu yapmadığınız zaman, sıkıntılarla karşılaşmanız da olası.

E-ihracatta Ürünlerinizi Listeleme Meseledir.

Ürünlerinizi platformlarda listelerken alıcıların aklında görsel veya yazılı hiçbir soru işareti kalmayacak şekilde listeleme yapın. Ürün açıklaması, ürün görselleri, fiyatlandırma, anahtar kelimeler, stok ve gönderim, müşteri incelemeleri ürün listelemesinde kritik unsurlardır. Bunları tam ve doğru şekilde yapın.

GTIN (Küresel Ticari Ürün Numarası), KTÜN, eski ismiyle EAN, bir barkodun altında gördüğünüz numaradır. Dünyanın her yerindeki farklı ürünlerin benzersiz bir şekilde tanımlanabileceği anlamına gelir ve ürünleriniz hakkındaki bilgilere erişmeniz ve bu bilgileri paylaşmanız için size doğru ve verimli bir yol sunar. Platformlar, bu ürünleri ortalama yüzde 20 daha fazla öne çıkarır. Bu da size avantaj sağlar. Bu numara ayrıca devlet desteği alabilmeniz için ürünlerinizin listelenmesinde ön şartlardan biridir.

Platformlarınızı Tanıyın!

E-ihracat deyince ilk akla gelen pazar ABD. Amazon'da mesela e-ihracatın yüzde 80'i Amazon ABD'de dönüyor ama rekabet çok fazla. Özellikle Çinlilerin olduğu alanlarda mağazaya kötü yorum aldırma gibi yıkıcı rekabet var. İngiltere, Almanya gibi pazarlara da odaklanın. Amazon'da daha çok endüstriyel ürünlerin olduğunu bilin.

Etsy, hediyeleşme platformu ve el yapımı ürünler sergileniyor. Zaman zaman bir kısım endüstriyel ürünler sergilense de, geneli el yapımı ve sanatsal ürünler. Etsy'de gelir durumu çok yüksek bir kesimin bulunduğunu unutmayın. Etsy'nin anahtar kelimelerini iyi anlayın ve buna göre reklamlar çıkın. Örneğin "Avukatıma hediye" Etsy'de en çok aranan kelimelerden. Bu platformun mantığını anlayarak satış yaparsanız ve sabırlı olursanız yüksek karlar elde etmeniz olası. Örneğin sabun satarken spa paketi diye satmanız daha etkili olacaktır.

Dünyada 100 milyon doların üzerinde ciro yapan 300 civarı e-ticaret pazaryeri var. Bu pazaryerlerinin bir kısmı sektörel. Hedef pazarlarını belirleyerek buralardaki yaygın pazaryerlerini ayrıca araştırın.



E-ihracat Deneyimlerimizden Dersler

Başka Markalarla Çalışırken Dikkatli Olun.

E-ihracatta kendinize ait olmayan markayla satış yapıyorken şikayet üzerine veya Amazon gibi platformların talebiyle markadan size kesilmiş satış faturasının platforma sunulması istenebilir. Bu süreçler uzun süreçler olabilmekte. Kaçak, sahte ürünleri bu platformlarda satmayın. Mağazanızın kendisinin sizin en değerli dijital varlığınız olduğu bilinciyle hareket edin. Platformlarda mağazalar, yüksek prestije sahipse çok yüksek fiyatlara alıcı bulabilmekte, bildiğimiz hava paraları kazanılabilmekte. Bunun bilinciyle hareket edin.

E-ihracatta Yorumlar Önemlidir.

E-ihracatta puan ve yorum, ürünü satan ana unsurlardır. Hemen herkes, e-ticaret sitesinden ürün alırken yoruma bakar. Zaman zaman hediyeler vererek veya ürünleri bedava dağıtarak ürününüze yorumlar aldirmaya çalışın.

E-ihracat Yaparken Stoklarınızı ve Depolarınızı Yönetmek Meseledir.

E-ihracat, stok ve depo yönetimidir. Batı'da Aralık sonu, Ocak başına rastlayan Christmas dönemi ticaretin zirve yaptığı dönemdir. Bu dönemde platformlar depolarına ürün almayı keser. Stoksuz kalmamak için Ağustos gibi ürünlerinizi platformların depolarına koyun.

Depolarda stok fazlası kalmak da sizin için önemli maliyetler yaratır. Stok ve depo yönetimi, e-ihracattaki en kritik unsurlardan. Buna dikkat edin ve adım ilerleyin.

E-ihracatta Ürün Fotoğrafları Meseledir.

E-ihracat platformlarının her birinin kendine göre ürün fotoğraflama kriterleri vardır. Örneğin Amazon, ilk resmin beyaz zemin üzerine olmasını ister. Bu kriterlere uyun. Sattığınız ürüne göre, ürün fotoğraflarının kalitesi değişebilir. Ayakkabı satıyorsanız ürün fotosunun çok ileri, 3D çizilmiş veya renderlanmış olmasına gerek yok ama kuyum satıyorsanız ve cep telefonu satıyorsanız, bunlara uyun. Ürünlerinizin gerçekte uyumlu olmasına dikkat edin. Ürünün ebatlarını, gerçek dünyada nasıl görüldüğünü yansıtın. Yanıltıcı öğelerden uzak durun. Fotoda büyük görünürken gerçekte küçük kalması gibi hususlarla tüketicilerde hayalkırıklığı yaratmayın.

E-ihracatta, olumlu müşteri yorumları ve değerlendirmeleri, potansiyel alıcılar üzerinde güven oluşturarak satışları artırıcı bir etkiye sahiptir.



E-ihracat Deneyimlerimizden Dersler

E-ihracat Yaparken Ödeme Mekanizmalarını Kurmak Meseledir.

E-ihracatta ödeme altyapılarının kültürel farklılıklarını anlamak ve dikkate almak büyük önem taşır. Her ülkenin farklı ödeme tercihleri ve alışkanlıkları vardır. Örneğin Arap Coğrafyasında kapıda ödeme yaygındır. İşletmelerin bu farklılıkları anlaması ve müşterilere uygun ödeme seçenekleri sunması gerekmektedir. Kredi kartı, nakit ödeme, taksitli ödeme gibi tercihler ülkelere göre değişiklik gösterebilir. Güvenlik ve gizlilik önlemleri de müşterilerin ödeme altyapısına güven duymasını sağlamada önemli bir rol oynar. Farklı para birimleriyle çalışmak da dikkate alınmalı ve uygun ödeme sistemleri kullanılmalıdır. Ayrıca, dini ve yasal kısıtlamaların da göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Müşterilerin kültürel beklentilerini anlamak ve uygun ödeme seçenekleri sunmak, işletmelerin uluslararası pazarda başarılı olmasını sağlar ve müşteri memnuniyetini artırır.

E-ihracatta kullanılan ödeme altyapıları arasında kredi kartı ödemeleri, PayPal, banka havalesi ve diğer elektronik ödeme sistemleri bulunmaktadır. Kredi kartı ödemeleri, güvenli bir şekilde müşterilerin ödemelerini gerçekleştirebilmelerini sağlar. PayPal, uluslararası ticarete popüler bir seçenek olup güvenli ve hızlı ödeme işlemleri sunar. PayPal maalesef ülkemizde yasaktır. Banka havalesi, müşterilerin doğrudan banka hesaplarından ödeme yapabildiği bir yöntemdir, ancak bazı gecikmelere yol açabilir. Elektronik ödeme sistemleri, Stripe, Skrill, Payoneer gibi platformlar aracılığıyla güvenli ödeme altyapısı sağlar. İşletmeler, müşterilere farklı ödeme seçenekleri sunarak uluslararası müşterilerle daha kolay iş yapabilir ve güveni artırabilirler. Her bir ödeme yöntemi, işletmenin hedeflediği pazar ve müşteri profiline bağlı olarak değerlendirilmeli ve en uygun seçenekler tercih edilmelidir.

Türkiye’de e-ihracat operasyonları için en iyi ve çeşitli ödeme altyapısını sağlayan banka İş Bankasıdır. E-ihracat yapanların İş Bankasıyla çalışması tavsiye edilir.

Arap ülkelerinde kapıda ödeme yaygındır. Ödeme mekanizmaları, buna benzer şekilde kültürel duyarlı şekilde yapılandırılmalıdır.





E-İhracat Deneyimlerimizden Dersler

E-İhracat Yaparken Lojistik Operasyonlarınızı Yönetmek Meseledir.

Türkiye'den yurtdışına kargo göndermek Ankara'dan İstanbul'a kargo göndermek kadar kolaylaşmıştır. Ülkemizden farklı ülkelere e-ihracat lojistik operasyonu yapan birçok firma vardır. Bunların önemli bir kısmından firmaların alacağı hizmetler, Ticaret Bakanlığı tarafından desteklenmektedir. Bu firmalar tarafından kargonun Türkiye'den tekil gönderilmesi durumunda 18 Dolarlık kargoların 11-12 Dolara kadar inebildiği görülmektedir.

Öte yandan, kargoların parsiyel yükleme şeklinde de bu firmalar tarafından hedef ülkenize taşınması ve depolanması olasıdır. Bu firmaların sağladığı depolama, sipariş karşılama ve iade işlemi hizmetleri de bulunmaktadır. Bu tarz hizmet veren firmaları Ticaret Bakanlığı sitesinden inceleyebilirsiniz.

Son olarak, e-ihracat yaparken yurtdışında depo veya mağaza kiralayarak bu operasyonları kendinizin yapması da mümkündür. Bu noktada, Ticaret Bakanlığının mal ihracatına ilişkin desteklerinden yararlanmanız da olasıdır. Mal ihracatına ilişkin destekler oldukça çeşitlidir. Tüm bu destekler için dilediğiniz zaman bize ulaşabilir ve hizmet alabilirsiniz. Mal ihracatına ilişkin desteklerin özeti aşağıdadır.

https://www.bazgirisim.com/upload/content/Şirketler%20İçin%20İhracat%20Destekleri%20Bilgi%20Notu_29052023.pdf



E-İhracat Deneyimlerimizden Dersler

E-İhracat Yaparken Sitenizi Kurmak Meseledir.

E-ihracat yaparken karşınızda iki yol var.

1. Hiç e-ticaret sitesi kurmadan bir platforma gireceksiniz ve doğrudan o platform üzerinden satacaksınız. Bunun dezavantajı komisyonların yüksek olması. Avantajı ise site maliyetleri, vb. hususlardan kurtulmanız.
2. E-ticaret sitesi kurarak sitenizi yurtiçi ve yurtdışı platformlara entegre edeceksiniz. Burada sitenize dil ve ödeme entegrasyonları da yaparak hangi ülkeden girildiyse o ülkenin dili ve para birimini çıkartmanız mümkün. Bu yolu tercih ederek, sitenize trafik çekerek satış yapmayı da deneyebilirsiniz. Sitenizin şık bir tasarıma sahip olması, imla hataları içermemesi, güven veren bir yapıda kurgulanması önemli. Türkiye’de önde gelen e-ticaret sitesi altyapıları IKAS, Ticimax, İdeasoftware gibi platformlar. Bu tarz platformları kullanmayı deneyebilirsiniz. Wordpress üzerinden WooCommerce ödeme altyapısıyla böyle bir yapıyı kurmak da mümkün.

E-İhracat Yaparken Müşteri Memnuniyetini Ön Planda Tutmanız Meseledir.

Her gün Amazon’da 4-5 bin mağaza açılıyor ve müşteri memnuniyeti oldukça önemli. Müşteriyi memnun edemediğinizde, platformlar mağazanızı kapatır. İade ve iptalde yüzde 1’in üstünde şikayetler, mağazanızın kapanmasına neden olur. Amazon için sizden çok var.



E-İhracat Deneyimlerimizden Dersler

Ticaret Bakanlığının E-İhracat Destekleri Nelerdir?

Ticaret Bakanlığı, firmaların ve işbirliği kuruluşlarının e-ihracata hazırlanması, yurtdışı pazarlarda ve pazaryerlerinde Türk ürünlerinin ve markalarının çevrimiçi sergilenmesi ve tanıtılması, yurt dışı siparişlere ilişkin hızlı teslimatın sağlanmasına yönelik giderlerinin desteklenmesi, şirketlerin e-ihracat gerçekleştirmelerine imkân sağlayacak E-ihracat Konsorsiyumları ile Türkiye E-ihracat Platformuna yönelik faaliyetlere ilişkin giderlerin desteklenmesi için destekler vermektedir.

E-ihracat destekleri oldukça çeşitlidir. Destekler ülkeden ülkeye göre değişmektedir. Teknik bir mevzuata sahip olan destekleri, BAZ Girişim olarak özellikle KOBİ mahiyetindeki firmaların yararlanacağı kısmıyla herkesin anlayacağı şekilde özetlemiştik. Aşağıdaki bağlantıdan desteklerin özetine erişebilirsiniz.

https://www.bazgirisim.com/upload/content/Şirketler%20İçin%20E-ihracat%20Destekleri_29052023.pdf

E-ihracat desteklerinden yararlanmak kulağa çok hoş geliyor ama bu kılavuzda belirtilen eksiklikleri yerine getirmeden de e-ihracata girişmek kolay değil. Öncelikle diğer desteklerde olduğu gibi gerçek kişi olarak bu desteklerden faydalanmanız mümkün değil. Şirketleşmeniz gerekmekte ve markanızı öncelikli olarak Türkiye’de oluşturmanız yada önceden yurt dışında alınan markayı kurduğunuz şirkete devrini yapmanız gerekmektedir.

Mevzuatın teknik olması e-ticarete yeni başlıyorsanız sizlere zorluklar yaratabilir. Bu durum, özellikle dijital pazarlama ve e-ticaret konusunda danışmanlıklar almanızı gerektirebilir. Nitekim e-ihracat desteklerinden sipariş karşılama (fulfillment) ve dijital pazaryeri tanıtım harcamalarınızda performans kriterlerini yerine getirmememiniz durumunda destek tutarınız eksilebilmekte. Bir nevi ne kadar ekmek o kadar köfte yaklaşımı benimsenmiş. E-ihracat ile mallarınızın uzak ülkelerde yurt dışına satışı konusunda ısrarcı iseniz Bakanlık sizlere e-ihracat konsorsiyum modeli aracılığıyla bu imkanı sağlamış görünüyor. Bu imkândan faydalanmak için Bakanlığın statü verdiği e-ihracat konsorsiyumları ile iletişime geçmeniz gerekecektir.



E-ihracat Deneyimlerimizden Dersler

Firmalarla konuştuğumuzda birçok firmanın ihracatçı birliklerine üye olduklarında nisbi aidata tabi olacaklarına ve e-ihracat dövizlerini ülkeye 180 gün içinde geri getirmek ve yüzde 40'ını bozdurmak zorunda oldukları yönünde yanılgılar var. Basitleştirilmiş Gümrük Beyannamesi ile e-ihracat yaptığınız sürece iki durumda da sorun yaşamıyorsunuz.

Ancak; yurt dışı gönderilerinizi e-ticaret olarak beyan etmek istediğinizde gümrük süreçleri ihracatçı firmaların tahammüllerini aşmakta ve ürünlerini bedelsiz, numune ve hediye olarak göndermeyi tercih edebilmekte veya hızlı kargo firmalarının tembellikleri ile bu gönderiler e-ihracat istatistiklere yansıtılamamaktadır.

Bu konuda da Bakanlığın iyileştirmelere gideceğini biliyoruz. Bakanlığın hazırladığı, e-ihracat beyan kılavuzuna göz atmanızda yarar görüyoruz.

<https://ticaret.gov.tr/data/6407286513b876ad78bc874f/E-ihracat%20Beyan%20K%C4%B1lavuzu.pdf>

**Desteklere
güvenme,
desteksiz
kalma!**



BAZ Girişim

İhracat Mentorunuz BAZ
Girişim, küresel pazarları
kazanmada devlet
destekleri, dijital pazarlama
ve ihracat danışmanlığıyla
yanınızda.

bazgirisim.com



info@bazgirisim.com



+90 545 149 95 27