

vepara

E-Ticaret Checklist

E-ticaret Sitenizde Bunları
Yapmıyorsanız **Satışlarınız**
Etkilenebilir!

SEO'dan web tasarıma, sosyal medyadan satış artıran optimizasyonlara kadar her şey tek bir kılavuzda. E-ticaret siteleri için ücretsiz yapılacaklar listesini hemen indirin.

Ürün başlıklarınızı içinde “**ürün adı + marka + model + anahtar kelime**” formülüne göre oluşturun. Örneğın; Nike Air Max 90 Erkek Spor Ayakkabı – Günlük Kořu Ayakkabısı.

Ürün ve kategori sayfalarındaki URL’leri kısa ve anahtar kelime içeren bir yapıya dönüştürün. Örneğın: site.com/spor-ayakkabi/nike-air-max-90.

Websitenizde kopya içerik olarak algılanabilecek içerikleri tespit etmek için **Siteliner** gibi araçlarla sitenizi tarayın.

Anahtar kelime araştırması yaparak her ürün ve kategori için rekabet düzeyi düşük ancak dönüşüm oranı yüksek olan **uzun kuyruklu (long-tail) anahtar kelimeler** belirleyin.

Ürün açıklamalarında H1, H2 ve H3 başlık etiketlerini doğru ve hiyerarşiye uygun kullanın. (Sayfada taranan **ilk başlık etiketi H1** olmalıdır.)

Sektörünüzde bilinen ve domain skoru yüksek sitelerden kaliteli backlink olarak domain otoritenizi artırın.

İşletmeniz için **Google My Business** hesabı oluşturun. Yerel müşteriler için My Business hesabınızı ilgi çekici bir hale getirin. My Business hesabınız, dijital vitrininiz gibidir.

Sektörünüzde bilinen ve domain skoru yüksek sitelerden kaliteli backlink olarak **domain otoritenizi artırın.**

Rakiplerin backlink profillerini analiz ederek hangi sitelerden bağlantı aldıklarını öğrenerek benzer stratejiler geliştirin.

Sosyal medya platformlarında hedef kitlenize uygun içerikler üretin. Bu içerikleri planlarken websitenizdeki ürünlere yönlendirecek kurgular yaparak organik erişimi artırın.

Websitenize **breadcrumb (içerik navigasyonu)** ekleyerek kullanıcı deneyimini artırarak, Google'ın site yapınızı daha iyi anlamasını sağlayın.

Websitenizin mobil uyumluluğunu test etmek için Pagespeed veya **Lighthouse** gibi araçlardan faydalanın. Varsa, responsive hatalarını düzeltin.

Ürün sayfalarınızda JSON şeması kullanarak fiyat, stok durumu ve müşteri yorumları gibi yapılandırılmış verileri ekleyin. (Schema markup ile sayfaları optimize edin.)

Stokta olmayan veya kaldırılan ürünler için otomatik **301 yönlendirmeleri** uygulayın.

Ürün sayfalarında **canonical etiketleri** kullanarak yinelenen içerik sorunlarını önleyin.

Sosyal medya platformlarından hedef kitlenizin en aktif olduğu kanallara odaklanın. (Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn, Pinterest, X).

Kısa, bilgilendirici ve eğlenceli Reels/TikTok videoları oluşturun. Trend sesleri ve güncel akımları sektörünüze, marka dilinize uyarlayarak keşfete düşme şansınızı artırın.

Rakip analizi yaparak rakiplerinizin hangi tür içeriklerle etkileşim aldığını ve ne tür stratejiler uyguladığını tespit edin.

Anketler ve soru-cevap gibi etkileşim araçlarından faydalanarak takipçilerinizin beklentilerini öğrenin.

Sosyal medya platformlarında hedef kitlenize uygun içerikler üretin. Bu içerikleri planlarken websitenizdeki ürünlere yönlendirecek kurgular yaparak organik erişimi artırın.

Aylık sosyal medya içerik takvimi oluşturun. Gönderi sıklığınızı belirleyerek düzenli ve hedef kitlenize uygun paylaşımlar yapın.

Takipçilerinize sorular sorarak (Örneğin; "Hangi modeli daha çok beğendiniz?" gibi) onların geri bildirimlerini alın. Geri bildirimler ile ürünlerinizi optimize edin.

Müşteri yorumlarını ve başarı hikayelerini öne çıkan hikayeler bölümüne sabitleyin.

Her platform için özel içerik stratejisi oluşturun. Örneğin; Instagram için görsel ağırlıklı, Twitter için kısa ve etkileyici, LinkedIn için profesyonel ve bilgilendirici içerikler gibi.

Ürünlerinizin nasıl kullanıldığını anlatan detaylı içerikler oluşturun. Örneğin; "Bu ayakkabıyı nasıl kombinleyebilirsiniz?" gibi.

Hedef kitlenizle örtüşen mikro ve makro influencerlar ile iş birliği yaparak sayfanızdaki organik erişimi artırın.

Takipçilerinizin yorumlarını ve DM'lerini yanıtızsız bırakmayın. Takipçilerinizden gelen olumlu mesajları hikayelerde **#müşterimemnuniyeti** serisi olarak paylaşın.

Marka bilinirliğinizi artırmak için sektörünüzdeki popüler hesaplarla ortak canlı yayınlar yapın.

İşletmenizin sosyal medya profiline "**Şimdi Satın Al**" butonu ekleyerek takipçilerinizi e-ticaret sitenize yönlendirin.

Reklam bütçenizi etkili kullanmak için hedefleme seçeneklerini optimize edin. Örneğin; yaş, cinsiyet, lokasyon, ilgi alanları vb.

Dönüşüm odaklı reklam metinleri yazın. "Hemen satın al", "Bugüne özel indirim", "Son saatler" gibi CTA ifadelerini reklam başlıklarınıza ekleyerek aciliyet hissi yaratın.

Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads, TikTok Ads gibi platformlarda farklı kampanyalar test edin. Hangi kanalın daha verimli olduğunu analiz edin.

Google'da DSA (**Dynamic Search Ads**) kampanyalarını kullanarak ürünlerinize uygun anahtar kelimelerde otomatik hedefleme yapın.

Google Alışveriş (**Google Shopping**) kampanyalarını kurarak ürünlerinizi doğrudan "Alışveriş" arama sonuçlarında gösterilmesini sağlayın.

Rakip reklamlarını analiz edin. Facebook Reklam Kütüphanesi ve **Google Ads Transparency Center** gibi araçlarla rakiplerinizin stratejilerini inceleyerek, kendi stratejilerinizi geliştirin.

“Benzer Hedef Kitle” (Lookalike) hedeflemelerini kullanarak en iyi müşterilerinize benzeyen yeni müşteriler bulun. Facebook ve Google’ın benzer kitle algoritmaları, normal reklamlara kıyasla daha yüksek dönüşüm sağlar.

Reklamların satışa dönüşüp dönüşmediğini ölçmek için **Google Tag Manager** ve **Meta Pixel** entegrasyonunu yapın.

Reklam içeriğinizi platforma göre özelleştirin. Instagram’da dikkat çeken kısa reels videoları kullanırken, Google reklamlarında ise daha net ve ikna edici ifadelere yer verin.

Hedef kitlenizi net bir şekilde belirleyin. Yaş, cinsiyet, ilgi alanları ve davranışsal verileri analiz ederek hedef kitlenizi düzenli olarak optimize edin.

Negatif anahtar kelimeler belirleyerek gereksiz maliyetlerden kaçının. Örneğin; lüks bir saat satıyorsanız “uygun fiyatlı saat” kelimesini negatif olarak ekleyebilirsiniz.

Websitenize dikkat çekici bir e-posta abonelik formu ekleyin. Bu form; pop-up, footer, blog içeriği içinde entegre veya ödeme adımı gibi noktalarda kullanıcıların karşısına çıkabilir.

Aboneliğe teşvik eden kampanyalar sunarak (ilk alışverişte %10 indirim, özel fırsatlar, ücretsiz e-kitap gibi) kullanıcıların e-posta listenize katılmasını kolaylaştırın.

E-posta listenizi belirli segmentlere ayırın (yeni müşteriler, tekrar eden müşteriler, sepet terk edenler, VIP müşteriler gibi) ve **kişiselleştirilmiş kampanyalar** oluşturun.

E-posta tasarımınızı mobil uyumlu hale getirin çünkü **e-postaların %60'tan fazlası** mobil cihazlardan açılıyor.

E-posta kampanyalarınıza güçlü bir CTA (harekete geçirici mesaj) ekleyerek kullanıcıları belirli bir eyleme yönlendirin. Örneğin; "Şimdi Al", "Sepetinizi Tamamlayın", "Sadece Bugün Geçerli" vb.

Google'ın "**People Also Ask**" (Kullanıcılar Bunu Sordu) bölümündeki soruları tespit ederek içeriklerinizi ve sayfalarınızı bu sorulara göre optimize edin. (Bunun için "keywordspeopleuse" aracını kullanabilirsiniz.)

PAZARYERİ OPTİMİZASYONU I

İndirimli ürünleri öne çıkaran banner tasarımlarını sayfanızın görünür yerlerine konumlandırarak ekstra satış fırsatları yaratın.

Mağaza profilinizi eksiksiz doldurun. Mağaza profilinizde güven oluşturmak için mağaza logosu, iletişim bilgileri ve müşteri politikaları gibi detaylar ekleyin.

Yüksek kaliteli ve çok sayıda görsel kullanarak ürünlerinizi daha çekici hale getirin. Örneğin; Arka planı sade olan ve ürünün ön planda olduğu, 4-5 farklı açıdan çekilmiş ve 1000x1000 px üzeri çözünürlükte görseller ekleyin.

Stok devir hızı yüksek ve kullanıcı değerlendirmesi çok olan ürünlerinizi düzenli olarak güncelleyin.

Hızlı teslimat ve sorunsuz kargo yönetimi ile müşteri memnuniyetini artırmaya odaklanın. Müşteri yorumlarını artırmak için siparişleri belirtilen sürede gönderdiğinizden emin olun.

Şikayetlere hızlı ve çözüm odaklı yanıtlar vererek kişisel tartışmalardan kaçının.

İndirimli ürünleri öne çıkaran banner tasarımlarını sayfanızın görünür yerlerine konumlandırarak ekstra satış fırsatları yaratın.

Haftalık/aylık satış ve performans raporlarını analiz ederek satış stratejilerinizi bu verilere göre güncelleyin. En çok satılan ürünleri belirleyerek stok yönetimini bunlara göre gerçekleştirin.

Ürün puanlarınızı artırmak için satın alma sonrası otomatik değerlendirme isteği gönderin. Müşterilerin yorum yapmasını teşvik etmek için ilk sipariş sonrası özel indirim kuponları sunabilirsiniz.

Sipariş iptallerini en aza indirmek için ürününüz ile uyuşan, gerçekçi görseller kullanın ve teslimat sürelerini hızlandırın.

Minimal ve net tasarımlar kullanın. Sitenizdeki gereksiz öğeleri ve karmaşık arka planları kaldırın. İçeriklere ve ürünlere odaklanılmasını istiyorsanız beyaz alanların kullanımını artırın.

Okunabilirliği yüksek olan fontlar seçin. Yazı boyutunuz **en az 16px** olsun. (Montserrat, Roboto, Lato gibi fontların okunabilirliği yüksek.)

Dönüşüm odaklı bir renk paleti belirleyin. CTA (Call to Action) butonları kontrast oluşturacak şekilde belirginleştirmek için yeşil ve turuncu gibi kontrastı yüksek renklerden faydalanın.

Yazı rengini direkt siyah yerine koyu gri (#333) yaparak göz yorgunluğunu azaltın.

Büyük ve dikkat çekici bir başlık (hero section) ekleyin. Başlıkları net, dönüşüm odaklı ve ilgi çekici olacak şekilde planlayın.

Hover efektleri ile kullanıcının etkileşime girmesini sağlayın. Butonlara veya ürün kartlarına gelindiğinde renk veya gölge değişimi ekleyerek kullanıcı deneyimini artırın.

Görsel ve içerik hiyerarşisini stratejik olarak belirleyin. Vurgulamak istediğiniz alanları sayfalarınızın üst kısımlarında konumlandırın.

Header alanını **en fazla 5-6 ana kategori** içerecek ve kullanıcıların en fazla 2 tıklamayla istedikleri sayfaya ulaşabilecekleri şekilde kurgulayın.

Yazı rengini direkt siyah yerine **koyu gri (#333)** yaparak göz yorgunluğunu azaltın.

Ürün fiyatını tek bakışta anlaşılacak şekilde konumlandırın. **Eski fiyatı üzeri çizili, yeni fiyatı ise büyük ve vurgulu yazın.**

Sosyal kanıtlara ve müşteri değerlendirmelerine yer verin. "10.000+ mutlu müşteri", "4.8/5 puan" gibi mesajlar ekleyerek kullanıcıların güvenini kazanın. Araştırmalara göre, **kullanıcıların %91'i yorumları okuduktan sonra satın alma kararı veriyor.**

Ürün listelemelerinde, indirimli ürünleri indirim oranlarını öne çıkaracak şekilde kurgulayın.

Ürün görsellerini yüksek çözünürlüklü ve yakınlaştırılabilir formatta yayınlayın. Kullanıcıların ürünü detaylı inceleyebilmesi için **360 derece döndürülebilir görseller** veya inceleme/ deneme videoları kullanın.

Kullanıcı yorumlarını ve puanlamaları fiyat bilgisinin hemen altında gösterin. Müşteri incelemeleri, dönüşüm oranlarını artırır.

Sepete Ekle butonunu ürün sayfalarının en görünür noktasına yerleştirin. Kullanıcılar satın alma, sepete ekleme gibi butonları kolayca bulabilmelidir.

Misafir (üye olmadan) alışveriş seçeneğini mutlaka ekleyin. Kullanıcıları zorunlu üye yapmaya çalışmak yerine, siparişin son adımında üye olmaya teşvik edin.

Ödeme sürecini tek sayfada tamamlanabilir hale getirin.

Araştırmalara göre, karmaşık ödeme adımları **sepeti terk oranlarını %69 artırıyor.**

Form alanlarını az aşamalı ve otomatik tamamlama özelliği tanımlayarak tasarlayın. Kullanıcılar minimum çaba ile sipariş oluşturmaya daha yatkın olurlar.

Sitede fazla pop-up ve açılır pencere kullanmayın. Kullanıcıyı rahatsız eden, tüm ekranı kaplayan açılır pencereler sitenizin hemen çıkma oranlarını artırır.

Sipariş özetini her aşamada görünür yapın. Kullanıcılar ödeme yapmadan önce satın aldığı ürünleri, fiyatı ve kargo detaylarını ödeme süreci boyunca net bir şekilde görebilmelidir.

vepara

E-ticaret siteniz dijital vitrininiz gibidir.

Potansiyel müşterilere kullanışlı bir e-ticaret sitesi sunmak, sitenizin ziyaretçisini artırmak, reklam stratejileri geliştirmek ve performansları düzenli takip ederek optimizasyonlar gerçekleştirmek satış artırmak isteyen girişimciler için altın kurallardır.