



Modül 2: Sosyal Ticaret Nasıl Uygulanır?

Bölüm 1.3 – Facebook’u Sosyal Ticaret Aracı Olarak Nasıl Kullanabilirsiniz?

Facebook, milyarlarca aktif kullanıcısıyla bir sosyal ağ platformundan güçlü bir sosyal ticaret aracına dönüşmüştür. İşletmeler, geniş kullanıcı kitlesinden, gelişmiş hedefleme yeteneklerinden ve entegre alışveriş özelliklerinden yararlanarak satışlarını artırabilir ve müşteri etkileşimini güçlendirebilir. Bu rehber, Facebook’u Sosyal Ticaret için etkili kullanmanın temel adımlarını sunmaktadır.

A. Facebook Mağazanızı Kurma

Adım 1: İşletme Sayfası Oluşturun

Facebook’ta satış yapabilmek için bir İşletme Sayfası oluşturmanız gerekir.

✓ Nasıl Yapılır:

- Profilinizden "Sayfa Oluştur" seçeneğini tıklayın.
- Temel bilgileri girin:
 - **Sayfa Adı:** Marka veya işletmenizi yansıtmalı
 - **Kategori:** En uygun olanı seçin
 - **İletişim Bilgileri:** E-posta, telefon ve adres (varsa)



Adım 2: Facebook Mağazasını Ayarlayın

Facebook Shops, ürünlerin doğrudan platform üzerinden satılmasına olanak tanır.

✓ Nasıl Yapılır:

- Commerce Manager'a gidin ve "Mağaza Kur" seçeneğini tıklayın
- Satın alma yöntemi seçin:
 - Facebook/Instagram üzerinden (uygulama içi alışveriş)
 - Web sitesine yönlendirme (harici ödeme)
 - Mesajlaşma ile manuel sipariş alma (küçük işletmeler için uygundur)
- Ürün ekleme:
 - Manuel yükleme
 - Shopify veya WooCommerce ile senkronizasyon

Adım 3: Facebook Politikalarına Uyun

Ürünlerinizi listelemeden önce Facebook Ticaret Politikaları'nı inceleyin.

✚ **Kısıtlı Ürünler:** Alkol, tütün, silahlar ve bazı tıbbi malzemeler yasaktır.

✓ Örnek: Giyim butiği, ürünleri uygulama içinden satın alınabilecek şekilde Facebook Mağazası'na ekler.



B. Ürün Listelemeyi Optimize Etme

Adım 1: Yüksek Kaliteli Görseller Kullanın

- ✓ Net ve profesyonel görseller etkileşimi ve dönüşümü artırır.
 - Farklı Açılar
 - Yaşam Tarzı Fotoğrafları
 - Videolar (ürünün kullanımını gösteren)
 - 📌 Örnek: Takı markası, kolyenin bir davette nasıl görüldüğünü gösteren kısa bir video paylaşır.
-

Adım 2: Etkileyici Ürün Açıklamaları Yazın

- ✓ Temel özellikleri ve faydaları vurgulayın
 - ✓ Anahtar kelimelerle arama görünürlüğünü artırın
 - 📌 Örnek: "RFID korumalı el yapımı deri cüzdan – günlük kullanım ve hediye için ideal."
-

Adım 3: Ürün Kataloğunu Düzenleyin

- ✓ Koleksiyonlara ayırın ("En Çok Satanlar", "Yaz İndirimi" gibi)
 - ✓ Etiketler ve anahtar kelimelerle arama kolaylığı sağlayın
 - 📌 Örnek: Cilt bakım markası ürünlerini "Nemlendiriciler", "Serumlar" ve "Temizleyiciler" olarak kategorilere ayırır.
-



C. Facebook'ta Ürün Pazarlama

Adım 1: Organik Paylaşımları Kullanın

- ✓ Yeni ürünler, kampanyalar, müşteri yorumları paylaşın
- ✓ Görselleri ve harekete geçirici mesajları kullanın

📌 Örnek: “ ✨ Yeni Koleksiyon Geldi! ✨ Şimdi keşfetmek için tıkla.”

Adım 2: Facebook Reklamlarını Kullanın

- ✓ Hedef kitleye verimli şekilde ulaşmanızı sağlar

Nasıl Yapılır:

- Hedef belirleyin: Satış, web trafiği, marka bilinirliği
- Kitle tanımı: Demografi, ilgi alanları, davranışlar
- Bütçe ve süre ayarlayın

Popüler Reklam Türleri:

- **Karusel Reklamlar:** Birden fazla ürün gösterin
- **Video Reklamlar:** Dinamik sunumlar
- **Yeniden Hedefleme Reklamları:** Sepet bırakıp almayanlara ulaşın

📌 Örnek: Moda butiği, sepette bırakılan ürünleri hatırlatan reklamlar gösterir.

Adım 3: Canlı Satışlar Düzenleyin

- ✓ Facebook Live üzerinden gerçek zamanlı satış
- ✓ Anlık indirimler sunarak satış teşvik edin

📌 Örnek: Giyim mağazası canlı yayın sırasında %10 indirim sunar.



Adım 4: Influencer İşbirlikleri Yapın

- ✓ Hedef kitleyle uyumlu influencer'ları seçin
- ✓ Sponsorlu içerikler oluşturun
- ✓ Başarıyı indirim kodları veya bağlantılarla izleyin

📌 Örnek: Makyaj markası, influencer iş birliğiyle ürün incelemesi yaptırır.

D. Müşteri Etkileşimi Sağlama

Adım 1: Soruları Yanıtlayın

- ✓ Messenger kullanarak anlık yanıt verin
- ✓ Sık sorular için otomatik mesajlar kurun

📌 Örnek: Fitness markası, beden bilgisi için chatbot kullanır.

Adım 2: Müşteri Yorumlarını Teşvik Edin

- ✓ Memnun müşterilerden yorum isteyin
- ✓ Güven inşa etmek için yorumları paylaşın

📌 Örnek: "Teşekkürler [Müşteri Adı]! Yeni ürününüzü sevmenize çok sevindik. ❤️"

Adım 3: Topluluk Oluşturun

- ✓ Facebook Grubu kurarak etkileşim artırın
- ✓ Anket, soru-cevap ve özel teklifler sunun

📌 Örnek: Ev dekor markası, DIY fikirleri için grup kurar.



E. Sipariş ve Kargo Yönetimi

Adım 1: Siparişleri Verimli Yönetin

- ✓ Facebook'un sipariş yönetim araçlarını kullanın
- ✓ Stokları güncel tutun

📌 Örnek: Perakendeci, Shopify ile stok senkronizasyonu yapar.

Adım 2: Güvenilir Kargo Partnerleri Seçin

- ✓ UPS, FedEx gibi firmalarla çalışın
- ✓ Kargo takip bilgilerini paylaşın

📌 Örnek: Ev dekor mağazası, UPS ile global gönderim yapar.

Adım 3: İade ve Geri Ödeme Sürecini Yönetin

- ✓ İade ve iade politikalarını sayfada net belirtin
- ✓ Kolay iade sunarak güven oluşturun

📌 Örnek: Ayakkabı markası, 30 gün içinde ücretsiz iade seçeneği sunar.

F. Performansı Takip Etme ve Optimize Etme

Adım 1: Facebook Insights Kullanın

- ✓ Erişim, etkileşim ve dönüşümleri takip edin

📌 Örnek: En çok satış getiren gönderileri analiz edin.



Adım 2: Veriye Dayalı Optimize Edin

- ✓ Yüksek dönüşüm sağlayan kampanyalara odaklanın
- ✓ Düşük performanslı reklamları durdurun

📌 Örnek: Karusel reklamları video reklamlardan daha fazla satış getiriyorsa, bütçeyi onlara kaydırın.

Adım 3: A/B Testleri Yapın

- ✓ Görsel, başlık ve CTA değişkenleriyle testler yapın

📌 Örnek: Moda markası, iki farklı reklam versiyonunu tıklama oranlarına göre karşılaştırır.

G. Satış Sonrası İletişim

Adım 1: Müşteriye Geri Dönüş Yapın

- ✓ Teşekkür mesajları ve özel indirim kodları gönderin

📌 Örnek: Cilt bakım markası, müşterilere %15 indirim kuponu yollar.

Adım 2: Müşteri Sadakati Oluşturun

- ✓ Sadakat programları sunun

📌 Örnek: “🎁 Harcadığınız her 10\$ için 1 puan kazanın! Puanlarınızı indirim ya da hediyelere dönüştürün.”

Adım 3: Kullanıcı İçeriklerini Teşvik Edin

- ✓ Müşterilerden fotoğraf paylaşımlarını ve sizi etiketlemelerini isteyin
- ✓ Deneyimlerini sayfanızda paylaşın

📌 Örnek: Fitness markası, ürün kullanan müşterilerin dönüşüm hikâyelerini yayınlar.



Sonuç

Facebook, sosyal ticaret, pazarlama, müşteri etkileşimi ve satış yönetimi için kapsamlı bir ekosistem sunar. Bu araçları stratejik şekilde kullanan işletmeler, görünürlüklerini artırabilir, satışları artırabilir ve uzun vadeli müşteri ilişkileri kurabilir. 🚀