



## Pazar

GittiGidiyor ve The Boston Consulting Group'un (BCG) destekleriyle TÜSİAD'ın hazırladığı Dijitalleşen Dünyada Ekonominin İtici Gücü: E-ticaret raporu, Türkiye'de e-ticaret sektörüne ışık tutuyor. Rapora göre Türkiye, 46.2 milyon internet kullanıcısı ve %58 internet penetrasyonu ile e-ticarete yüksek potansiyel vadeden ülkeler arasında yer alıyor. %65 akıllı telefon penetrasyonu ile %60'lık dünya ortalamasının üzerinde seyreden Türkiye'de mobilin e-ticaretteki payı ise %44'lük dünya ortalamasının oldukça altında bir seviye olan %19'da. Bu oran da e-ticaretin Türkiye'de yüksek büyüme potansiyeli olduğunu bir başka kanıt olarak görülmüştür.

TÜBİSAD ve ETİD'in birlikte yaptığı çalışma, 2016 itibarıyla Türkiye'de e-ticaretin toplam hacminin 30.8 milyar TL'ye ulaştığını, bunun içinde yer alan online perakendenin de 2013'ten itibaren yıllık ortalama %34 büyümeye 17.5 milyar TL seviyesine yükseldiğini gösteriyor.

Sektörün bu potansiyeli, yeni dinamikler ve yükselen trendler hem girişimci hem de küçük işletmeler için yeni fırsatlar sunuyor. GittiGidiyor bu doğrultuda, büyük perakendecilerin yanı sıra küçük girişimler ve KOBİ'lerle de projeler geliştirerek Türkiye'de e-ticaretin gelişmesine katkıda bulunuyor.

GittiGidiyor, hızla büyüyen sektörde alıcılar ve satıcıları buluşturan lider platform olarak; ürün çeşitliliği ve avantajlı fiyatları, Türkiye'nin dört bir yanından küçük ve orta ölçekli firmaları ve büyük markalarla olan iş birlikleri sayesinde Türkiye'de e-ticaretin öncü markası olmayı sürdürüyor.

## Başarılar

Her alanda başarılı bir yıla imza atan ve müşterilerine ilham veren deneyimler yaratma ilkesiyle hareket eden GittiGidiyor, bu vaadini sunmak için birçok yeni projeyi hayata geçiriyor.

GittiGidiyor'un yenilikçi yaklaşımıyla elde ettiği başarılar, gerek verilerle gerek ulusal ve uluslararası arenada alınan ödüllerle tescilleniyor.

Türkiye e-ticaret sektörü 2017 yılının ilk altı ayında %25-30 arasında büyürken GittiGidiyor, 2001 yılında Burak Divanlıoğlu, Serkan Borançlı ve Tolga Kabataş tarafından İstanbul'da kuruldu. 16 yıllık geçmişiyle Türkiye'nin ilk e-ticaret girişimleri arasında yer alan GittiGidiyor, internetten alışverişin Türkiye'deki gelişimine öncülük eden en önemli yatırımlardan biri oldu.

GittiGidiyor, 2011 yılında küresel e-ticaret devi eBay'in çatısı altına girdi ve sektördeki lider konumunu daha da güçlendirdi. Ekim 2017 itibarıyla aylık ortalama 60 milyon ziyaretle Türkiye'nin en çok tercih edilen alışveriş sitesi olan GittiGidiyor, bireysel satıcılar, KOBİ ve büyük işletmelerin mağaza açışlarını büyüttüğü güvenli bir alışveriş platformu oldu.

eBay şirketi olduktan sonra, küresel bir e-ticaret devinin yarattığı rüzgana da arkasına alan GittiGidiyor, bu süreçte yalnız teknolojik ve idari olarak değil, insan kaynakları yönetiminde de eBay standartlarına girdi. Muazzam bir büyüme performansı yakalayan GittiGidiyor son altı yılda toplam satış hacmini tam altı kat artırdı.

GittiGidiyor, 2016 Global İş Mükemmelliği Ödülleri'nde "Outstanding Fast Growth Business" kategorisinde birincilik ödülünün ardından, The International Business Excellence Awards'ta (IBX) "E-Ticaret ve Dijital Deneyim" kategorisinde birincilik ödülünü aldı. Londra'da düzenlenen ve çağın merkezi sektöründe dünyanın en iyi uygulamalarının ödüllendirildiği "Contact Center World Awards" yarışmasından da iki altın ödül ile döndü. 2017 yılında ise GittiGidiyor, Great Place to Work® Enstitüsü tarafından hazırlanan "2017 Türkiye'nin En İyi İşverenleri" listesindeki sıralamasını üç basamak yükseltip 50-250 çalışan kategorisinde ikinciliğe çıktı. Aynı platformda üst üste ikinci kez "Diversity Özel Ödülü"nü de sahibi oldu.

GittiGidiyor ayrıca, Türkiye İnternet Ölçümleme

ilk başkanı seçildi. Kantarcı, kamu ve özel sektörün birlikte çalışmasında önemli bir köprü görevi göreceği bu meclisin hayata geçireceği önemli projelere liderlik ediyor.

GittiGidiyor, 2016 Global İş Mükemmelliği Ödülleri'nde "Outstanding Fast Growth Business" kategorisinde birincilik ödülünün ardından, The International Business Excellence Awards'ta (IBX) "E-Ticaret ve Dijital Deneyim" kategorisinde birincilik ödülünü aldı. Londra'da düzenlenen ve çağın merkezi sektöründe dünyanın en iyi uygulamalarının ödüllendirildiği "Contact Center World Awards" yarışmasından da iki altın ödül ile döndü. 2017 yılında ise GittiGidiyor, Great Place to Work® Enstitüsü tarafından hazırlanan "2017 Türkiye'nin En İyi İşverenleri" listesindeki sıralamasını üç basamak yükseltip 50-250 çalışan kategorisinde ikinciliğe çıktı. Aynı platformda üst üste ikinci kez "Diversity Özel Ödülü"nü de sahibi oldu.

GittiGidiyor ayrıca, Türkiye İnternet Ölçümleme

Araştırması'na (IAB) göre ülke geneli e-ticaret kategorisinde "En Çok Tercih Edilen E-ticaret Sitesi" unvanını aldı.

## Tarihçe

Türkiye'nin ilk online pazar yeri platformu GittiGidiyor, 2001 yılında Burak Divanlıoğlu, Serkan Borançlı ve Tolga Kabataş tarafından İstanbul'da kuruldu. 16 yıllık geçmişiyle Türkiye'nin ilk e-ticaret girişimleri arasında yer alan GittiGidiyor, internetten alışverişin Türkiye'deki gelişimine öncülük eden en önemli yatırımlardan biri oldu.

GittiGidiyor, 2011 yılında küresel e-ticaret devi eBay'in çatısı altına girdi ve sektördeki lider konumunu daha da güçlendirdi. Ekim 2017 itibarıyla aylık ortalama 60 milyon ziyaretle Türkiye'nin en çok tercih edilen alışveriş sitesi olan GittiGidiyor, bireysel satıcılar, KOBİ ve büyük işletmelerin mağaza açışlarını büyüttüğü güvenli bir alışveriş platformu oldu.

eBay şirketi olduktan sonra, küresel bir e-ticaret devinin yarattığı rüzgana da arkasına alan GittiGidiyor, bu süreçte yalnız teknolojik ve idari olarak değil, insan kaynakları yönetiminde de eBay standartlarına girdi. Muazzam bir büyüme performansı yakalayan GittiGidiyor son altı yılda toplam satış hacmini tam altı kat artırdı.

## Ürün

GittiGidiyor, 50 farklı kategoride sağladığı ürün seçenekleri ve uygun fiyatlarıyla tüketicilerin online alışverişteki tüm ihtiyaçlarını karşılamayı hedefliyor. Elektronikten moda, anne-bebekten ev dekorasyon ve bahçeye kadar uzanan geniş bir yelpazede 15 milyondan fazla ürün çeşidini tüketiciyle buluşturan GittiGidiyor, kurumsal blogu aracılığıyla da alışveriş ve yaşamla ilgili zengin bir içerik sunuyor.

GittiGidiyor, sekiz ana kategoride özgün içerikleriyle fark yaratan GittiGidiyor BLOG ve BLOG TV'yi 2015 yılında hayata geçirdi. Moda, teknoloji, kişisel bakım ve kozmetik, anne-bebek ve daha birçok konuda yazılar ve videolar paylaşılan platform, hem tüketicilere ilham veriyor, hem de satın alma işlemini kolaylaştırıyor. Altın Örümcek Web Ödülleri'nde "En İyi Kurumsal Blog" kategorisinde ödül alan, son olarak Stevie Awards 2017'de "En İyi Blog" kategorisinde "Gold Stevie" ödülüne layık görülen GittiGidiyor BLOG, 2017 Sosyal Kafa Ödülleri'nde internet kullanıcılarının

GittiGidiyor, sekiz ana kategoride özgün içerikleriyle fark yaratan GittiGidiyor BLOG ve BLOG TV'yi 2015 yılında hayata geçirdi. Moda, teknoloji, kişisel bakım ve kozmetik, anne-bebek ve daha birçok konuda yazılar ve videolar paylaşılan platform, hem tüketicilere ilham veriyor, hem de satın alma işlemini kolaylaştırıyor. Altın Örümcek Web Ödülleri'nde "En İyi Kurumsal Blog" kategorisinde ödül alan, son olarak Stevie Awards 2017'de "En İyi Blog" kategorisinde "Gold Stevie" ödülüne layık görülen GittiGidiyor BLOG, 2017 Sosyal Kafa Ödülleri'nde internet kullanıcılarının



oylarıyla "En İyi Kurumsal Blog" seçildi.

Kullanıcılarının karşısına hep bir yenilikle çıkmayı hedefleyen ve harika bir alışveriş deneyimi yaşatmayı isteyen GittiGidiyor, online alışverişte abonelik uygulamasını başlattı. Tüketicilerin hayatını kolaylaştıracak bu sistem ile GittiGidiyor kullanıcılarının abone oldukları ürünler, belirledikleri periyotlarda düzenli olarak alışveriş sepetlerine ekleniyor ve ardından kendilerine onay için bir e-posta gönderiliyor. Kullanıcının, e-postada yer alan "Satın Al" butonuna tıklayarak onay vermesinin ardından ödeme gerçekleştirilerek ilgili ürünler kargolanıyor.

Dileyen kullanıcılar, kartlarını Ödeme Kartları Endüstrisi Veri Güvenliği Standardı "PCI-DSS" sertifikasına sahip altyapıya kaydederek GittiGidiyor'da saklayabiliyor. Böylece, düzenli olarak satın alınan ürünlere tek tıkla ulaşmak mümkün oluyor.

## En Son Gelişmeler

Spora katkı sağlamak ve dijital dünyaya doğan nesille iletişim kurmak hedefiyle yola çıkan GittiGidiyor, Espor'un Türkiye'deki ilk ve tek profesyonel ligi League of Legends (LoL) Türkiye Şampiyonluk Ligi'nde mücadele eden 1907 Fenerbahçe takımının sponsorları arasında yerini aldı. 2016 yılında kurulan 1907 Fenerbahçe eSpor takımı, 2017 LoL Türkiye Şampiyonluk Ligi'nin büyük finalinde şampiyon oldu.

Türkiye'de e-ticaretin lider platformu GittiGidiyor, Ağustos 2017'de sektörü büyütüp geliştirecek önemli bir projeye imza attı. GittiGidiyor tarafından KOBİ'lerin e-ticarete adım atmalarını teşvik etmek, fiziksel dünyadan online dünyaya geçiş için gereken uygulamalı eğitimleri sunmak ve halihazırda e-ticarete faaliyet gösteren satıcıların verimliliğini artırmak üzere "Geleceğim E-Ticaret" projesi geliştirildi. Proje kapsamında Türkiye'nin ilk kalıcı e-ticaret eğitim ofisi İzmir'de açıldı. GittiGidiyor bu projeye birlikte, KOBİ'lerin e-ticarete adım atmakla ilgili yaşadıkları tereddütlerini ortadan kaldırmayı ve uygulamalı eğitimlerle hem e-ticarete girmelerini hem de mevcut satıcılarının işini kolaylaştırmayı amaçladı.

GittiGidiyor, kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında kadın girişimcileri dijitalleşme konusunda bilinçlendirmek ve e-ticarete kazandırmak amacıyla bir proje daha hayata geçirmeye hazırlanıyor.

Bireysel satıcılar ve KOBİ'lere de büyük önem veren GittiGidiyor, onların başarı hikâyelerini gün yüzüne çıkaran çalışmalar yapıyor. Bu amaçla, hayata geçirilen "İlham Veren Satıcı Hikâyeleri"



projesiyle GittiGidiyor'da işlerini büyütmüş satıcıların hikâyelerinden oluşan dijital film hikâyeleri yayına alındı. İlk film için en yaşlı satıcısı olan 90 yaşındaki Mehmet İrfan Dolgun'un hikâyesini anlatan GittiGidiyor, dünya genelinde her yıl binlerce başyuru alan Communicator Awards "En İyi Markalı İçerik" kategorisinde ödül kazandı.

## Promosyon

GittiGidiyor, "Aklınızdan ne geçiyorsa GittiGidiyor'da" sloganıyla tüketicilere aradıkları tüm ihtiyaçlarını tek bir çatı altında bulabildikleri kolay ve hesaplı bir alışveriş deneyimi sunuyor.

Televizyon, gazete, dergi, radyo, Modyo (metro-metrobüs-gehir hatları ekranları), dijital reklamlar, CRM iletişim kanalları ve sosyal medyayı kullanarak tüketicilere ulaşan GittiGidiyor; dinamik, eğlenceli ve akıllı marka özelliklerini yansıtmayı hedefliyor. Bu konudaki başarıları araştırmalara da yansıyan GittiGidiyor'un 2016 yılında Sevgililer Günü için hazırladığı reklam filmi, Marketing Türkiye dergisinin yaptığı online araştırma sonucunda 2016 yılının en beğenilen 10 reklam kampanyası arasına girdi.

GittiGidiyor, 2017 yılı Anneler Günü ve Babalar Günü'nde ise dijital mecralarda yayınlanan video serisi ile dikkat çeken ve ses getiren bir çalışma gerçekleştirdi. Tüketicilerin anne ve babalarına hediye seçerken onların kullanımına uygun bir ürün almak yerine kendi zevklerine göre hareket ettiği gözlemlenirken yola çıkan reklamlarda GittiGidiyor'un sunduğu zengin ürün seçeneği ve kolay alışveriş avantajı vurgulandı. Toplam altı video Facebook ve Youtube'da 60 milyondan fazla izlendi. GittiGidiyor, yaratıcı kampanyalarıyla öne çıkarken "Aklınızdan ne geçiyorsa GittiGidiyor'da" sloganıyla üç yeni reklam filmi daha Ekim 2017'de dijital mecralarda yenini aldı.

GittiGidiyor, büyük markalarla gerçekleştirdiği önemli iş birliği projeleriyle de ses getiren çalışmalara imza atıyor. 2016 yılında GittiGidiyor'da mağazası bulunan Teknosa, Samsung, Media Markt, Molfix, Rowenta, Tefal, Koray Spor, bebek, Happy Center, Tekzen gibi markalarla gerçekleştirilen reklam filmleri ile GittiGidiyor'daki marka çeşitliliği vurgulandı. GittiGidiyor, 2017 yılında da Grundig, Gillette, Tefal, Molfix iş birlikleriyle sosyal medyadan outdoor'a kadar pek çok farklı kanalda tüketiciyle iletişime geçti.

## Marka Değerleri

Aylık ortalama 60 milyon ziyaret, yaklaşık 19 milyon kayıtlı üyesiyle Türkiye'nin en çok tercih edilen alışveriş sitesi olan GittiGidiyor, avantajlı fiyatlarla milyonlarca ürüne ev sahipliği yapan; bireysel satıcılar, KOBİ ve büyük işletmelerin mağaza açış işlerini büyüttüğü güvenli bir alışveriş platformu. Müşterilerine kolay ve keyifli bir alışveriş deneyimi yaratmaya odaklanan GittiGidiyor'u güçlü kılan en önemli değerlerden biri de kurumsal kimliği.

eBay kültürel değerleri ışığında odaklı, cesur, yaratıcı, çeşitliliğin yarattığı zenginliğe inanan ve markasıyla özdeşleşen GittiGidiyor çalışanları "Biz" öznesi altında birleşiyor. "We are richly diverse", yani "Çeşitliliğimiz zenginliğimiz" mottosunu benimseyen GittiGidiyor'da bu doğrultuda kurulan çalışan grupları bulunuyor.

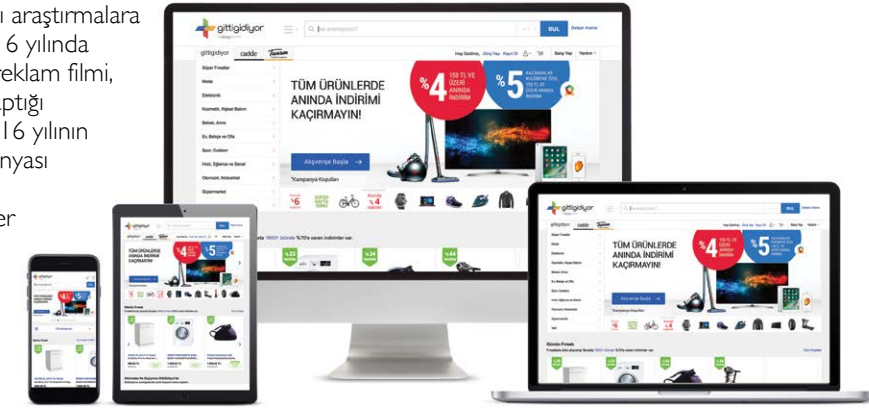
Cinsiyet eşitliğini destekleyen bir kurum kültürü

yaratma vizyonunu benimseyen GittiGidiyor çalışanları, 2015 yılında gönüllülük esasıyla GittiGidiyor WIN (Women Initiative Network) ekibini kurdu. Kadınlar için eşitlikçi ve kapsayıcı bir çalışma ortamını desteklemek üzere aksiyon alan WIN, kurum dışındaki kadınların hayatlarına da dokunacak projeler geliştiriyor. United in Pride (UP) ekibi LGBTI konusunda farkındalık yaratmak için çalışmalar yaparken GittiGidiyor GOAL'un temel amacı ise hayvan haklarına dikkat çekerek yardıma muhtaç hayvanlara destek sağlamak.

GittiGidiyor, ayrıca kadın konusunda farkındalık yaratmak için tiyatrodan destek alıyor. 2016'da şirket çalışanlarından bir oyuncu kadrosu oluşturularak kadın ve erkek iş hayatında değişen rollerini mizahi bir dille anlatan "Yayında mıyız?" tiyatrosu oyunu sahnelendi. Oyunundan elde edilen gelir Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı'na (KEDV) bağlandı.

Kurumsal sosyal sorumluluk projeleriyle de farkındalık yaratmayı hedefleyen GittiGidiyor'un destek verdiği dernek ve vakıflar arasında UNICEF, KAÇUV, TSCV, TEGV, TEMA, AÇEV, TOÇEV, TEMA, OGAD, TURMEPA, Darüşşafaka, Koruncuk, TEV, Nesin Vakfı bulunuyor.

[www.gittigidiyor.com](http://www.gittigidiyor.com)



BUNLARI BİLİYOR MUYDUNUZ?

## GittiGidiyor

19 milyona yakın kayıtlı üyesi bulunan GittiGidiyor ayda ortalama 60 milyon kez ziyaret ediliyor. \*

GittiGidiyor'da saniyede 1 ürün satışı gerçekleşiyor. \*

50 farklı kategoride 15 milyonu aşkın ürün çeşidinin bulunduğu GittiGidiyor'un toplam aktif satıcı sayısı yaklaşık 100 bin. \*

GittiGidiyor'da en çok alışveriş yapılan günler pazartesi ve salı. \*

En çok alışveriş gerçekleştiren iller sırasıyla İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Antalya, Kocaeli, Konya. \*

Kadınların en çok aldığı ürün bebek bezi, erkeklerin en çok aldığı ürün ise cep telefonu ve aksesuarları. \*

GittiGidiyor 5 milyon kez indirilen mobil uygulamalarıyla ve mobil cihazlara uyumlu alışveriş ekranlarıyla trafiğinin %64'ünü mobilden alıyor. \*

GittiGidiyor'da mağazası bulunan bazı popüler markalar: Atasun Optik, Batık, Chicco, Coca-Cola Dükkanı, Desa, bebek, Enplus, Henkel, Intersport, İnci, Joker, Kığılı, Kahve Dünyası, Kütahya Porselen, L'oreal Paris, Max Factor, Mediamarkt, Molfix, Tchibo, Tefal, Teknosa, Sarar.

\* Ekim 2017 itibarıyla