



GLAMI Türkiye Ülke Müdürü
Sabina Kabusheva

“MODA ALIŞVERİŞİNİ KOLAYLAŞTIRARAK, KEYİFLİ VE HIZLI HALE GETİRİYORUZ”

Markalar ve mağazaları tek bir yerde toplayıp alışveriş deneyimini kolaylaştırma amacıyla faaliyet gösteren GLAMI, Türkiye pazarına giriş yaptı. GLAMI Türkiye Ülke Müdürü Sabina Kabusheva, sundukları hizmetleri ve Türkiye’deki e-ticaret sektörünün potansiyelini anlatıyor.

GLAMI'den biraz bahsedebilir misiniz? Nasıl kurdunuz?

GLAMI bir moda arama motoru; en son moda trendleri ve indirimleri listeleme gibi özellikleriyle online alışverişini kişisel bir deneyim haline getiriyor. İhtiyaçlarını en iyi fiyata en hızlı ve kolay şekilde karşılamak isteyen tüketicilerin de hayatını kolaylaştırıyor. GLAMI, 2013 yılında Çek Cumhuriyeti’nde şu andaki CEO’su Tomas Hodbod ve Michal Jirak tarafından, modayı keşfetmenin en kolay yolunu yaratma vizyonuyla kuruldu. Yaptığımız araştırmalar bize gösterdi ki, internette alışveriş yapmak isteyen çoğu kişinin aklında belli bir marka yok; ancak satın alınmasına karar verilmiş bir ürün var. Yüzde 35’i sadece belli bir ürün için alışveriş sitelerine uğruyor ve satın

almaya karar vermeden hemen önce markayı seçiyor. Bu yüzden biz de markalar ve mağazaları tek bir yerde toplayıp alışveriş deneyimini kolaylaştırmak istedik. Örneğin, en büyük pazarımız olan Çek Cumhuriyeti’nde 7 binden fazla mağazamız ve içlerinden en beğendiğiniz ürünü seçebileceğiniz 10 binlerce farklı markamız var. Ekim ayında beşinci yılımızı kutluyoruz.

Nasıl bir hizmet veriyorsunuz? Tüketici neden GLAMI’yi tercih etsin?

GLAMI, moda keşfini ve alışverişini basit bir hale getiriyor. Sitemizdeki arama kutusuna yazılan tek bir ürün, saniyeler sonra anlaşmalı tüm satış noktaları ve birçok alternatifle birlikte ekranınızda

sıralanıyor. Kadın, erkek, çocuk, giyim, ayakkabı ve aksesuar kategorilerinden ürünlerin yer aldığı GLAMI’de; marka, mağaza, beden, indirim oranı, renk, fiyat ve teslimat detayları gibi geniş filtreleme seçenekleriyle kullanıcının aradığı ürüne hızlıca ulaşması sağlanıyor. Kullanıcının ürün ile daha fazla vakit geçirmesi satışa giden yolda en önemli aşamalardan birisi. Bu nedenle, GLAMI’de yer almak markaların bir adım önde olması açısından çok önemli. Öncelikle giriş ve kullanım için üyelik talep etmiyoruz. Kullanıcılarımıza basit ve rahat alışveriş sunmak en büyük amacımız. Tek bir yerde toplanan binlerce marka ve geniş ürün yelpazesi, müşterilerimize en iyi seçimi yapma imkânı verir. Kişiselleştirilmiş önerilerle

beğendiğiniz ürünlere benzeyenleri keşfetmenizi sağlar, ayrıca işaretlediğiniz ürünler indirimde geldiğinde bilgilendirilebilirsiniz. Çoğu sitede olmayan geliştirilmiş filtreleme seçenekleri sayesinde, tam olarak neyi arıyorsanız onu bulabilir ve zaman kaybetmezsiniz. Ayrıca belirtmekte fayda var ki çok kısa sürede Türkiye'nin önde gelen moda markalarıyla işbirliklerimiz başladı. Bizimle çalışan mağazaların hem sitelerinin trafik akışı hızlanıyor hem de sipariş oranlarında artışlar yaşanıyor. Mağazalar için bir diğer önemli avantajı ise marka bilinirliğini arttırması.

Kurulduğunuz günden bu yana ne kadarlık bir büyüme gösterdiniz? Kaç kullanıcıya ulaştınız?

GLAMI olarak dünya çapında 2 bin 500'den fazla mağazayla işbirliği yapıyoruz. Elbiseden ayakkabıya, iç çamaşırdan aksesuarlara varıncaya kadar 7 milyona yakın ürün çeşidinin yer aldığı sitemizde aylık sipariş sayısı 280 bin civarında, günlük ise 9 binden fazla. Aylık toplam ziyaretçisi sayımız ise 45 milyondur.

Neden Türkiye'yi tercih ettiniz?

Türk ekonomisine bakıldığında uzun vadede hem nüfus hem de ekonomik anlamda oldukça büyük bir potansiyel var. Özellikle

genç nüfus bizi gerçekten heyecanlandırıyor. Gelişmekte olan ülkelere oranla Türkiye'deki genç nüfus oldukça fazla ve bu e-ticaret pazarı için oldukça avantajlı bir durum. Öte yandan alışveriş potansiyeli olarak bakıldığında e-Ticaret alanında Türkiye'de hızlı bir büyüme gözlemliyoruz, bu da Türk pazarını bir cazibe merkezi haline getiriyor.

Türkiye'deki e-ticaret sektörünün potansiyeli nedir? Dünyada trendler neler?

TÜBİSAD'ın son raporuna göre 2017 yılında Türkiye'de e-ticaret pazarı hacmi 42 milyar 200 milyona ulaştı. 23 milyar TL ile online perakende, gelirlerin yüzde 55'ini oluşturdu. 2011'den bu yana yıllık yüzde 29'luk bileşik büyüme hızı ile, Türkiye'de online perakendenin 2022 yılında elde edilen gelirleri ikiye katlayacağı öngörülmüyor. Aynı zamanda, gelişmiş ülkelerdeki yüzde 10 oranı ile karşılaştırıldığında, Türkiye'de sadece yüzde 4.1 olan

online perakende penetrasyonu oranı, Türkiye'de bu sektörün gelişmesi için hala bir alan olduğuna işaret ediyor. Türkiye'de 17 milyon 580 bin kişi internet üzerinden alışveriş yapıyor. Sanal alışveriş müşterilerinin 10 milyon 800 binini erkekler, 7 milyon 500 binini de kadınlar oluşturuyor. Veriler gösteriyor ki; tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarını online platformlara taşımaları Türkiye'deki e-ticaret pazarının daha çok büyümesine ve gelişmesine önemli katkılar sağlıyor. Moda kategorisi, online perakende içinde en hızlı büyüyen kategori. Dolayısıyla Türk tüketicilerinin alışveriş alışkanlıklarını online mağazalara kaydırmalarına her geçen gün daha fazla tanık olabiliyoruz. GLAMI'nin hedefi işte bu trendi büyütmek, geliştirmek. Global oyuncuların pazarlama uzmanlığı konusunda çok büyük bir avantajı var ve hızlı büyüyorlar.

Tüketicilerin e-ticaret sektöründen beklentileri neler?

Zaman tasarrufu, evden çıkmadan oturduğumuz yerden alışveriş yapmanın rahatlığı,



► SÖYLEŞİ

“

Moda kategorisi, online perakende içinde en hızlı büyüyen kategori. Dolayısıyla Türk tüketicilerinin alışveriş alışkanlıklarını online mağazalara kaydirmalarına her geçen gün daha fazla tanık olabiliriz. GLAMI'nin hedefi işte bu trendi büyütmek, geliştirmek. Global oyuncuların pazarlama uzmanlığı konusunda çok büyük bir avantajı var ve hızlı büyüyorlar. Uzun vadede müşterilerinin ne kadar değerli olduğunu ve satın almaları için ne olursa olsun yatırım yapmaları gerektiğini biliyorlar.

yorulmadan ayağımıza gelen hizmet, ürün çeşitliliği, ürün karşılaştırmaları, teslimat kolaylığı ve bunların hepsini farklı sanal mağazalardan yapabilmek gibi faktörler tüketicileri online alışverişe çeken en önemli unsurlar. Bu noktada tüketicilerin özellikle moda konusunda yüzbinlerce seçenek arasında aradıklarını rahatça bulabilecekleri yenilikçi uygulamalara da ihtiyaçları var. Biz de modanın e-ticarette en hızlı büyüyen ve büyümeye devam eden kategori olmasını bir artı olarak değerlendiriyoruz. İndirimli ürün sunan markalardan tutun da popüler ya da özel tasarım sunan markalara varıncaya kadar hemen hepsi, belirli pazarlama kanallarında çekici ürün önerileriyle doğru kitleyi hedeflemeye çalışıyor. GLAMI bu markaların yeni kitlelere ulaşmasına ve yeni müşteriler elde etmesine yardım ediyor. Alışverişçilerin platformumuzdaki listelemelerini optimize ederek, mağazaların en güçlü kategorilerini en ilgili kullanıcılara gösteriyoruz. Aynı zamanda markalarla ve mağazalarla strateji ve iş hedeflerini konuşuyor, trafiğin kalitesini sürekli geliştirmek için de tüm sonuçları ölçümlüyoruz.

Türkiye pazarına girişinizden bu yana geçen sürede nasıl bir yol kat ettiniz? Türk tüketicisinin ve

markalarının size yaklaşımı nasıl?

Ağustos ayından itibaren GLAMI.com.tr'deki oturum sayısı aylık olarak yüzde 30 oranında arttı. Türkiye pazarına girdiğimiz duyurulduktan sonra GLAMI kataloğunda yer almak isteyen moda e-ticaret şirketlerinin de sürekli artan ilgisini yakaladık. Türkiye'nin en iyi moda mağazaları ve önde gelen markalarının yanı sıra uluslararası online

”

perakendecilerle de ortaklık yapmak çok mutluluk verici. GLAMI'nin hedefi sadece pazardaki büyük oyuncular değil, aynı zamanda ufak çaplı ve uzmanlaşmış mağazalarla da ortaklık kurmak. Müşterilerimiz için sistemimizi daha kullanıcı dostu bir hale getirmek adına yürüttüğümüz çalışmalar sürekli olarak devam ediyor. Sosyal medya kanallarımızdan da çok olumlu yorumlar alıyoruz. Yıl sonuna kadar farklı mağazalardan 1 milyondan fazla ürün ile herkesin rahatça aradığını bularak keşif yapabileceği bir katalog haline gelmek en büyük hedefimiz.

