

SELENAY YAĞCI
selenay.yagci@dunya.com

Tüm dünyada hem markaların hem de tüketicilerin heyecanla beklediği bir Black Friday dönemi daha geride kaldı. Black Friday, bu yıl da markaların peş peşe duyurduğu kampanyaların alışveriş şölenine dönüştü. Kasım ayının genelinde yayılan indirim günleri kapsamında, e-ticarette hareketli bir dönem yaşandı. Kasım ayı genelinde harcamalar iki kat artarken, en yüksek ortalama sepet tutarı ise 290 TL ile 26 Kasım yani Black Friday günü oldu. Türkiye'de "Muhteşem Cuma", "Efsane Cuma", "Beklenen Cuma" gibi farklı isimlerle adlandırılan Black Friday indirimlerinde tüketiciler tercihini online alışverişten yana kullandı. Pandemi kuralları kapsamında alınan önlemler de e-ticaretteki hareketliliği artırdı, insanlar mağazalara gitmek yerine online platformlardan alışveriş yapmaya tercih etti. KOBİ'lerin kampanyalara en çok katıldığı yıl 2021 olurken, tüketiciler gece alışverişini yaptı.

Merkez Bankası verilerine göre 26 Kasım haftasında internetten kartlı ödemeler önceki haftaya göre yüzde 30 artarak yaklaşık 14,5 milyar TL oldu. Kampanyaların yanı sıra kurdaki yükselişe zam olmadan ihtiyacı almak isteyen tüketiciler alışverişlerini artırdı.

Türk mühendislerinin geliştirdiği ödeme kuruluşu PayTR'in Kasım ayı verilerine göre Kasım ayında gerçekleşen e-ticaret harcamaları geçen yıla göre yaklaşık yüzde 102, işlem adedi yüzde 97 artarken, ortalama sepet tutarı ise 225 TL oldu. En çok alışveriş yapılan gün 26 Kasım (Black Friday) günü olurken, en çok online alışveriş yapılan şehir ise Antalya oldu.

Black Friday olarak geçen 26 Kasım'da yapılan harcamalar 2020 yılına oranla TL bazında yaklaşık yüzde 102 artarken, işlem adedinde yüzde 66 artış görüldü. Ortalama sepet tutarı ise 290 TL olarak gerçekleşti. Bekarlar Günü olan 11 Kasım'da ise harcamalar geçen yıla oranla yaklaşık yüzde 73, işlem adedi yüzde 58 artarak ortalama sepet tutarı 257 TL olarak verilerle yansdı.

Cyber Monday yani 29 Kasım'da da 2020 yılında geçen yıla oranla harcamalarda yüzde 240, işlem adedinde yüzde 106 olmak üzere ciddi artış oranları gözlemlendi. Ortalama sepet tutarı 276 TL olarak gerçekleşti. 2021 yılının Kasım ayında en çok alışveriş yapılan gün 26 Kasım olurken, en çok harcama yapılan zaman dilimleri ise 9:00-11:00, 17:00-19:00 ve 22:00-23:00 oldu.

ELEKTRONİK YERİNİ GİYİM VE AKSESUAR KATEGORİSİNE BIRAKTI

Buyılın en çok ilgi gören kategorileri ise sırasıyla ev eşyaları, kozmetik, giyim ve aksesuar olarak gerçekleşti. Geçtiğimiz yıl bu sıralama ev eşyaları, giyim ve aksesuar, elektronik idi. Bu yıl ilk sıra değişirken, kozmetik kategorisi giyim ve aksesuarı geride bıraktı. Geçtiğimiz yılın elektronik kategorisi ise yerini giyim ve aksesuara bıraktı. En çok alışveriş yapılan şehirler ise 2020 yılında Antalya, Gaziantep, Samsun, Bursa ve Aydın olurken, bu yıl sıralama Antalya, Bursa, Konya, Gaziantep, Samsun ve Sakarya olarak gerçekleşti.

PayTR Genel Müdürü Tarık Tombul, "Bu yıl indirim günlerinin olduğu Kasım ayında geçen yıla kıyasla yine önemli artışlar yaşandı. 2020 yılında pandemiden de etkisiyle internetten alışverişe yönelen tüketicilerin özellikle ev eşyalarını tercih ettiğini gözlemlemiştik. 2021 yılında da bu trendin devam ettiğini görüyoruz" dedi.

125 BİN ADET ÜRÜN SATILDI

Pazarlama teknolojisi ve servis sağlayıcısı Related Digital'in verilerine göre ise bu dönemde 125 bin adet ürün satıldı. Geçmiş yıllardan farklı olarak buyılın en çok satılan ürünler listesinde hızlı şarj adaptörleri ve android telefonlar üst sıradan giriş yaptı. Tüketiciler ise alışveriş için geç saatleri bekledi ve en aktif alışveriş saatleri 23:00-00:59

E-ticarette Kasım rüzgarı esti

E-ticarette en çok cironun elde edildiği, alışverişin maratona dönüştüğü gün olan Black Friday (Kara Cuma) rüzgarı bu yıl da sert esti. Kasım ayı genelinde harcamalar iki kat artarken, en yüksek ortalama sepet tutarı ise 290 TL ile 26 Kasım yani Black Friday günü oldu.



oldu. En yüksek indirim oranları giyim, ev yaşam ve spor ürünlerinde yapıldı. Teknolojik aletlerde en çok hızlı şarj adaptörleri ve Android telefon satıldı. Gıda alışverişinde ise muz, kuru soğan ve badem ön plana çıktı. Perakende tekstil firmalarından ise ağırlıklı olarak hediye kartı, erkek parfümü ve erkek koşu ayakkabısı satın alındı. Mutfak ve sofa ürünlerinden ise servis tabakları en çok satılan ürünler listesine ilk sıralarda yer aldı.

MARKALARDAN KASIM AYI MESAİSİ!

Markalar da bu dönemde önceden hazırlanmaya başladı. Şirketlerin 20-26 Kasım tarihlerine özel olarak düzenlediği kampanyalarına ilginç 250 milyondan fazla

kampanya e-posta gönderimi yapıldı. Bu dönemde kampanya e-posta açılma oranı yüzde 15 ve e-postadan dönüşüm oranı yüzde 3 olarak hesaplanırken yalnızca Black Friday gününe özel 21 milyon kampanya e-posta gönderimi yapıldı. Ayrıca Related Digital'ın son 5 yıllık Black Friday dönemi verilerine göre farklı sektörlerin toplam kampanya e-posta gönderim adedilerinde yüzde 432'lik büyüme gerçekleşti.

Dijital ödüllendirme çözümleri sunan Momento'nun verilerine göre ise Black Friday günü yani 26 Kasım'da harcamalar bir önceki cuma gününe kıyasla yaklaşık 2 kat artarken, geçen yıla kıyasla yaklaşık 13 kat yükseliş gösterdi. Harcama trendlerinde ise ilk 3 sırayı teknoloji,

giyim ve gıda kategorileri aldı.

Geçen yıl Black Friday'de bir önceki cuma gününe kıyasla harcamalarda yaklaşık 3 kat artış yaşanmıştı.

Momento Kurucusu Zeynep Dağlı Kastro, "Küresel sağlık krizi neticesinde dijital dönüşüm hızlanırken, ticaretin ağırlığı da e-ticarete kaydı. Black Friday günü portal kullanımımızın bir önceki cuma gününe kıyasla yaklaşık 1,5 kat, geçen yılki Black Friday'e kıyasla ise 2,5 kat arttığını görüyoruz. Bunun yanında Momento Kart tarafında ise Black Friday günü Momento Kart kullanımımızın bir önceki cuma gününe kıyasla yaklaşık 1,5 kat, geçen yılki Black Friday'e kıyasla ise yaklaşık 20 kat arttığını görüyoruz" diye konuştu.

Trendyol'daki işletmelerin satışları 2 kat arttı

Trendyol, Kasım ayında gerçekleştirdiği yılın en büyük kampanyaları olan "Süper İndirim Günleri" ve "Efsane Günler" sonuçlarına açıkladı. Kasım kampanyalarında 112 bin işletme toplam 63 milyon ürünü müşterileriyle buluşturdu. Trendyol platformundaki işletmelerin satışları bir önceki Kasım ayına göre 2 kat arttı. Kampanyalı ürünlerin satışları normal günlere göre 6 kat arttı. Trendyol'a Kasım boyunca 1,5 milyar ziyaret gerçekleştirilen platformdaki günlük aktif müşteri sayısı 30 milyona ulaştı. Kasım kampanyalarında anlık olarak 2,1 milyar Trendyol müşterisinin platformda buluşmasıyla, rekor kırıldı.

En çok satış Kocaeli, Bursa, Aydın'dan

Trendyol Kasım kampanyalarında en çok satış yapan iller İstanbul, Ankara, İzmir, Kocaeli, Bursa, Aydın olurken en fazla sipariş verildiği iller ise İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Antalya, Kocaeli, Adana, Mersin, Konya, Muğla olarak ön plana çıktı. Kasım kampanyaları döneminde Trendyol'dan en fazla satın alınan ürünler arasında sweatshirt, bot, bebek bezi, bluetooth kulaklık ve ayakkabı maskesi yer aldı. Trendyol Hızlı Market Kasım datalarına göre en fazla sipariş edilen ürünler ise sırasıyla yerli muz, patates, havuç, yarım yağlı süt ve maydanoz oldu.

19 farklı Avrupa ülkesinde 50 binden fazla ürün satıldı

Türkiye'deki yerli üreticilerin Avrupa'daki müşterileriyle buluştu. Trendyol'un Kasım ayında yurt dışı operasyonlarında aldığı sonuçlar da başlıca oldu. Başta Almanya, Hollanda, İtalya olmak üzere 19 farklı Avrupa ülkesinde 50 binden fazla ürün satış gerçekleştirildi.

Hepsiburada'da en çok ilgi moda, beyaz eşya ve pet shop'a

Hepsiburada, "Efsane Kasım" döneminde trafiğini önceki aylara göre yüzde 70 artıran "Efsane Cuma" da ise Hepsiburada'nın ziyaretçi trafiği normal bir günün 3 katına çıktı. Geçen yılın Kasım ayına kıyasla bu yıl Kasım ayında Hepsiburada müşterilerinin en çok ilgi gösterdiği kategoriler moda, beyaz eşya ve pet shop kategorileri oldu. Bunları televizyon, süpermarket, kozmetik kategorileri takip etti. Moda kategorisinde Hepsiburada kullanıcıları sweatshirt, mont, bot çizme gibi ürünlerle ilgi göstererek kişilik ihtiyaçlarını tamamlarken beyaz eşyada çamaşır makineleri, buğulama makineleri ve fırınlar en çok satılanlar arasında yerini aldı. Petshop kategorisinde ise en çok ilgi gösterilen ürünler kedi mamaları ve kedi kumları oldu. Hepsiburada kullanıcıları, süpermarket kategorisinde en çok detarjan, temizlik ürünleri ve sampuan satın aldı.

4 dakikada 20 araç satışı

Hepsiburada "Efsane Kasım" döneminde ek olarak e-ticarete fark yaratan bir adım daha attı ve son derece zengin ürün yelpazesine arsa ve araç satışlarını da ekledi. Birlikte olarak "Efsane Kasım" da yüzde 20 indirimli fiyatlarla sunulan 5 adet arsa, yoğun bir ilgiyle karşılandı. Yine çok avantajlı fiyatlarla sunulan 20 araç ise, sadece 4 dakikada satıldı.

Satışların yarısı KOBİ'lerden

Amazon Türkiye'de bu yıl Gülmüşten Cuma Fırsatları boyunca bilgisayar, telefon, telefon aksesuarları ve mutfak ürünleri en çok satış yapıldığı kategoriler oldu. Amazon, bu kampanya döneminde dünya genelindeki müşterilerine milyonlarca paket teslim etti. Kasım indirim sezonunu boyunca dünya genelinde en çok satılan kategoriler ev ürünleri, oyuncak ve giyim oldu. Kasım'dan 29 Kasım'a kadar online indirim döneminde dünya genelindeki satışları yüzde 50'den fazla, çoğu KOBİ olan satış ortaklarından yapıldı.

GittiGidiyor, günlük satış hacmini 10'a katladı

GittiGidiyor, 24-26 Kasım arası "Süper Cuma" kampanyası yaptı. GittiGidiyor CCO'su Bülent Elçin, bu yıl, özellikle teknoloji kategorisine ilgi yoğun olurken, küçük ev aletleri, beyaz eşya ve bilgisayar gibi kategorilerin de ön plana çıktığını ifade etti. Elçin, bunu otomobil, motosiklet ve aksesuar, yapı market, spor outdoor, ev-dekorasyon, ofis ve kırtasiye, kozmetik, kişisel bakım ve evcil hayvan ürünleri kategorileri takip ettiğini belirtti. Oldukça yoğun bir kampanya dönemi yaşadıklarını söyleyen Elçin, "Süper

Cuma kampanyasındaki satış hacmimiz geçen seneki kampanya dönemine kıyasla 2 katına yükseldi. 26 Kasım yani tüm dünyada Black Friday olan tarihte günlük ortalama satış hacmimiz 10 katına ulaştı. Platformumuzun günlük trafikimizin ortalama 1,5 katı üzerine çıktı. Platformumuz üzerinden en çok alışverişini yapıldığı şehirler İstanbul, Ankara ve İzmir olurken; bu şehirleri sırasıyla Bursa, Antalya ve Kocaeli takip etti. En çok satışını yaptığı şehirler ise İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Adana ve Kayseri olarak gerçekleşti" dedi.