

E-TİCARETTE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

2023'te Daha Yeşil
Bir Gelecek İçin
Stratejiler



ehol360

ehol360

iÇİNDEKİLER

Sürdürülebilir E-ticaret: Çevrimiçi Perakendenin Geleceği	1
Sürdürülebilir Tedarik	2
E-ticarette Karbon Ayak İzini Azaltma	3
Sürdürülebilirlik ve Tasarruf: E-ticarette Sipariş Konsolidasyonunun Gücü	4
E-ticarette Sürdürülebilirliği Artırma: Teslimat Platformlarının ve İşbirliğine Dayalı Ağların Öncü Rolü	5
Topluluk Satın Alması: Müşteriler ve Sürdürülebilir E-Ticaret Uygulamaları için Kazan-Kazan Senaryosu	6
Sürdürülebilir Çözümler Kapınızda: E-Ticaret Aboneliklerinin Yükselişi	7
İkinci El E-Ticaret ve Sürdürülebilirlik: Döngüsel Çözüm	8
Sürdürülebilir Başarıya Giden Yol: E-Ticarette Müşteri Yönetimi	9

01

Sürdürülebilir E-ticaret: Çevrimiçi Perakendenin Geleceği

E-ticaret, alışveriş için devrim niteliğinde bir gelişme oldu ve perakende sektörünü dönüştürdü. Çevrimiçi alışverişin en büyük rahatlığı, tüketicilerin evden çıkmak zorunda kalmadan ürünleri kolaylıkla incelemesi, satın alması ve ürünlerin kapılarına teslim edilmesi olarak öne çıktı. Ancak çevrimiçi alışverişin büyümesi aynı zamanda karbon emisyonlarının artmasına, aşırı israfa ve sürdürülemez kaynak kullanımına da yol açtı. Yine de işletmelerin, e-ticaret operasyonlarında sürdürülebilir uygulamaları benimseyerek çevrenin korunmasına katkıda bulunabilmeleri mümkün. Sürdürülebilir e-ticaret, çevre dostu uygulamaların çevrimiçi perakende ticaret operasyonlarına entegre edilmesini kapsar. Buna sorumlu kaynak kullanımı, tedarik zincirindeki karbon ayak izinin azaltılması, çevre dostu ambalaj malzemelerinin kullanılması, atık azaltma programlarının uygulanması ve ürün yaşam döngülerinin dögüsel yönetimi dahildir. İşletmeler, sürdürülebilir uygulamaları benimseyerek çevresel etkilerini azaltabilir, verimliliği artırabilir ve maliyetleri azaltabilir. Sürdürülebilir e-ticaret uygulamaları, günümüzün iş ortamında olmazsa olmaz niteliktedir. Tüketiciler çevre bilinci kazandıkça sürdürülebilirlik açısından taahhütte bulunan işletmeleri daha çok tercih ediyorlar. Bu nedenle sürdürülebilir uygulamalar, sadık bir müşteri tabanı oluşturmak isteyen işletmeler için güçlü bir araç olabilir. Bununla birlikte dünyanın dört bir yanındaki hükümetlerin, işletmelerin çevresel etkilerini yasal yollarla düzenlemeye başlamasıyla sürdürülebilir uygulamaları benimsemeyen şirketlerin cezalarla karşılaşma riski de giderek artıyor. Sürdürülebilir e-ticaret, idealist bir kavramdan çok daha fazlasıdır. Her büyüklükteki işletme için ulaşılabilir bir hedeftir. E-ticaretin yükselişıyla birlikte işletmeler artık gezegenimizin sürdürülebilirliğine katkıda bulunan yenilikler yapma ve yeni çözümler yaratma fırsatına sahip. Sürdürülebilir e-ticaret uygulamaları hem çevreye hem de işletmelere fayda sağlayabilir ve olumlu sosyal etkiler de yaratabilir. İşletmeler, sürdürülebilir uygulamaları benimseyerek çevre bilincine sahip tüketicileri ve çevresel sorumluluğa öncelik veren yatırımcıları çekebilir ve böylelikle rekabet avantajı elde edebilir. Sürdürülebilir uygulamalar aynı zamanda çalışan katılımını ve memnuniyetini artırarak daha yüksek üretkenlik ve elde tutma oranları sağlayabilir. Bu kitapçıkta sürdürülebilir e-ticarete dair genel bir bakış sunacak, bunun neden önemli olduğunu açıklayacak ve sürdürülebilir bir e-ticaret işletmesi yaratmaya yönelik stratejileri ve en iyi uygulamaları ana hatlarıyla belirteceğiz. Bu kitapçığın, sürdürülebilir uygulamaları e-ticaret operasyonlarına entegre etmek isteyen girişimciler ve işletmeler için yararlı bir rehber olacağını umuyoruz.

ABD Pazarındaki En Büyük 100 Markanın Sürdürülebilirlik Programı Yaklaşımı



Değişen Dijital Tüketici Tercihlerinin Arkasındaki İtici Güç

Sürdürülebilir ürünler için yapılan aramalar %129 arttı
Ç1 2022 - Ç1 2023
(Similarweb 2023)

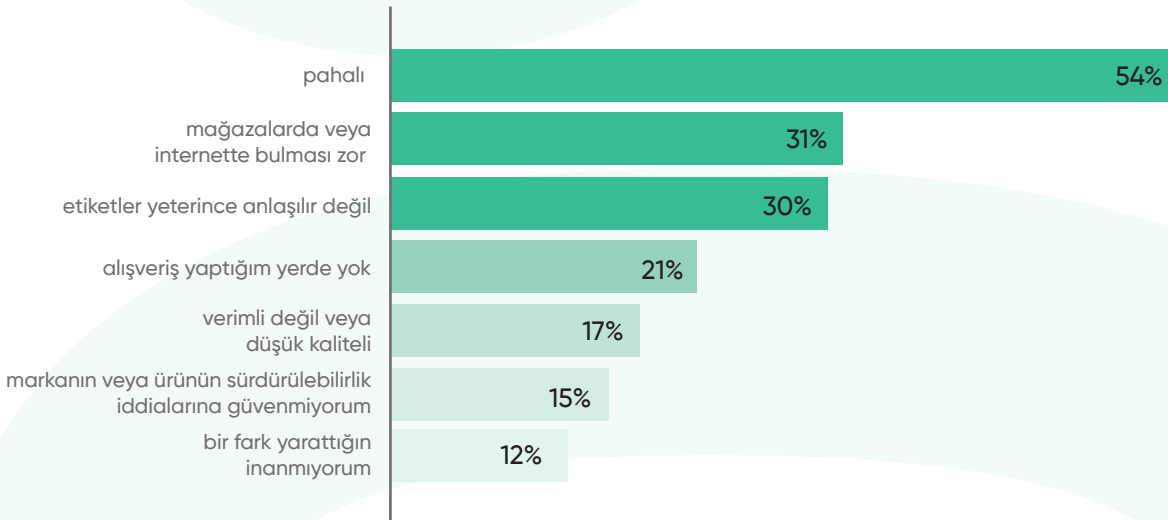
2022'de ABD pazarında çevrimiçi alışveriş yapanların %72'si en az bir sürdürülebilir ürün satın aldı
(MW)

Markanın sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik programları, ABD'de çevrimiçi alışveriş yapanların %64'ü için önem taşıyor
(360 Market Research)

ABD'de çevrimiçi alışveriş yapanların %75'i, bir ürünü almayı düşünürken izlenebilirliğin önemli olduğuna inanıyor
(Kearny Report)

ABD'de çevrimiçi alışveriş yapanların %52'si sürdürülebilir ürünler için daha fazla para vermeye hazır.
(CGS)

ABD'deki tüketicileri daha çevre dostu ürünler satın almaktan alıkoyan faktörler



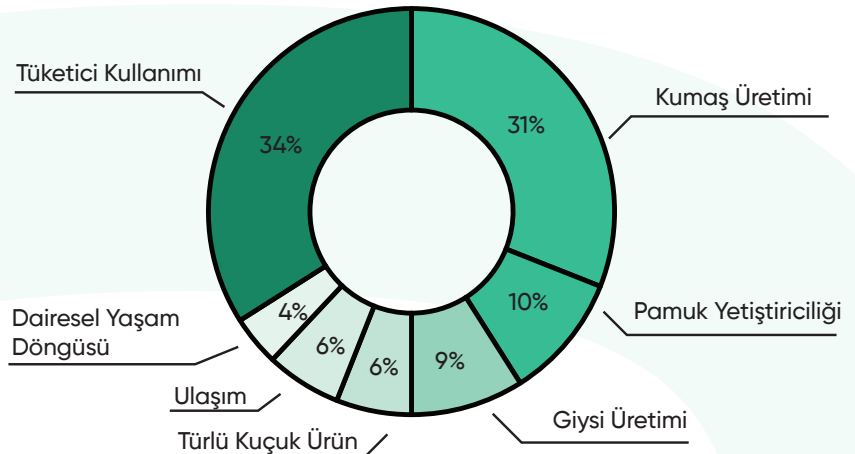
(Insider Intelligence, Ağustos 2022)

02

Sürdürülebilir Tedarik

Sürdürülebilir tedarik, sürdürülebilir bir e-ticaret işletmesi olmanın en önemli unsurlarından biridir. Sürdürülebilirliğe öncelik veren ve tedarik zincirinin genel çevresel ayak izini azaltan tedarikçilerin ve ürünlerin seçilmesi demektir. E-ticaret işletmeleri, ürünleri sürdürülebilir bir şekilde tedarik ederek çevresel etkilerini azaltabilir, marka imajlarını geliştirebilir ve çevreye duyarlı tüketicileri çekebilir. E-ticaret işletmelerinin sürdürülebilir tedarik uygulamalarını benimsemeleri için birçok farklı yöntem bulunmaktadır. Bunlardan biri geri dönüştürülmüş malzemeler kullanmaktır. Örneğin geri dönüştürülmüş plastik, ambalaj malzemeleri veya giysiler gibi yeni ürünlerin üretimi için kullanılabilir. Geri dönüştürülmüş kağıt, ürün katalogları ve pazarlama malzemeleri gibi basılı materyallerin yanı sıra paketleme için de kullanılabilir. İşletmeler geri dönüştürülmüş malzemelerin tedarikiyle atıkları azaltabilir ve döngüsellik teşvik edebilir. Sürdürülebilir tedarik yöntemlerinden bir başkası da organik ve sürdürülebilir şekilde yetiştirilen ham maddeleri seçmektir. Organik malzemeler, zararlı böcek ilaçları ve kimyasallar kullanılmadan yetiştirilirken, sürdürülebilir şekilde yetiştirilen malzemeler de toprak sağlığını ve biyoçeşitliliği destekleyecek şekilde yetiştirilir. Organik ve sürdürülebilir şekilde yetiştirilen malzemelere örnek olarak pamuk, yün, bambu ve kenevir verilebilir. İşletmeler bu malzemeleri tercih ederek çevresel etkilerini azaltabilir ve sürdürülebilir tarım uygulamalarını destekleyebilir. Sürdürülebilirlik taahhüdünde bulunan tedarikçilerle çalışmak da sürdürülebilir tedarik açısından en önemli hususlardan biridir. Bu, kendi operasyonlarında sürdürülebilir uygulamaları benimseyen ve etik ve sorumlu iş uygulamaları geçmişine sahip tedarikçilerin tercih edilmesi anlamına gelir. Ayrıca tedarik uygulamaları konusunda şeffaf olan ve ürünlerinin çevresel ve sosyal etkileri hakkında bilgi vermeye istekli tedarikçilerle çalışmayı ifade eder. Malzemelerin sürdürülebilir kaynaklardan tedarik edilmesi, organik malzemelerin kullanılması ve adil çalışma koşullarının sağlanması gibi faktörlerin tümü, ürün sürdürülebilirliğine katkıda bulunur. Uzun süreli kullanım için tasarlanan ürünler, tek kullanımlık ürünlerden kaynaklı atıkları en aza indirdiğinden bir ürünün uzun ömürlü olması da oldukça önemlidir. Zara'nın 2027 yılına kadar ürünlerinde yalnızca organik ve geri dönüştürülmüş malzemeler kullanmaya yönelik iddialı hedefi, firmanın sektöründe sürdürülebilirliği ilerletme taahhüdünü kanıtlar niteliktedir. Genel olarak bakıldığında sürdürülebilir tedarik, sürdürülebilir bir e-ticaret işletmesi oluşturmak için en önemli hususlardan biridir. E-ticaret işletmeleri, tedarik sürecinde sürdürülebilirliğe öncelik vererek çevresel etkilerini azaltabilir, marka imajlarını geliştirebilir ve çevreye duyarlı tüketicileri çekebilir.

Perakende-Giyim Değer Zinciri toplam GHG (sera gazları) Kaynağına göre emisyonlar

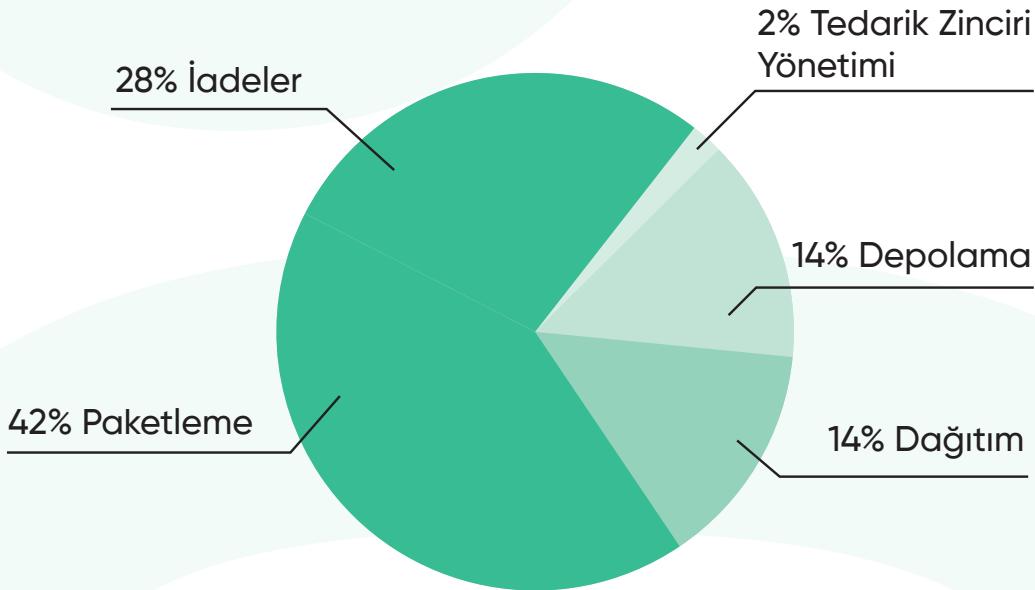


03

E-ticarette Karbon Ayak İzini Azaltma

Günümüzün hızlı tempolu dünyasında tüketiciler, çevrimiçi satın aldıkları ürünlerin ertesi gün, hatta aynı gün kargoya verilmesini beklemeye başladılar. Bu durumun tüketici açısından kolaylık sağladığı söylenebilse de, e-ticaret sektöründe kaynakların giderek daha savurgan bir şekilde kullanılmasına yol açtığı da bir gerçek. Ürünleri hızlı bir şekilde teslim etme telaşı nakliye maliyetlerinin, enerji kullanımının ve emisyonların artmasına neden oldu. Nakliyenin daha yavaş yapılması, taşıma işleminin çevresel etkisini azaltır. Hava yolu taşımacılığı veya ertesi gün nakliye gibi daha hızlı nakliye yöntemleri ise, yerel ve 4-7 günde nakliye gibi daha yavaş yöntemlere kıyasla çok daha fazla enerji gerektirir, daha fazla emisyonu üretir. Ertesi gün veya 2 gün içinde nakliye gibi hızlı nakliye yöntemleri, kara taşımacılığı gibi daha yavaş yöntemlere kıyasla çok daha fazla karbon emisyonu üretir. Dünya Ekonomik Forumu'nun bir raporuna göre, ABD'de bir e-ticaret paketinin kargo lojistiğinin (paketin müşterinin kapısına teslim edildiği son aşama) neden olduğu karbon ayak izi, ortalama 0,9 kg seviyesindedir. ABD pazarında 2 günlük bir sevkiyat paket başına yaklaşık 1,8 kg karbon emisyonu üretirken, haftalık bir sevkiyat ise paket başına yaklaşık 0,45 kg karbon emisyonu üretir. Sipariş konsolidasyonu, e-ticaret şirketlerinin az sayıda büyük paket göndererek nakliye maliyetlerini önemli ölçüde azaltmalarını sağlar. Bu yöntem, çok sayıda küçük paket göndermekten çok daha hesaplıdır. Yeşil lojistik doğrultusunda sadece 100 paketin konsolide edilmesiyle elde edilen tasarruf, 418 ağacın karbon emilimine eşdeğerdir. Ecocart'ın araştırmasına göre e-ticaret kaynaklı karbon emisyonları, tedarik zincirinin çeşitli aşamalarında ortaya çıkabilmektedir. Bu emisyonların detaylarını anlayarak gelişmemiz gereken alanları belirleyebilir ve daha sürdürülebilir bir e-ticaret ekosistemi için birlikte çalışabiliriz.

E-Ticaret İşletmesi GHG (Sera Gazları) Emisyon Dağılımı



Sürdürülebilir E-Ticaret Kargo Lojistiği Yönetimi

E-ticarette kargo lojistiği, sürdürülebilirliği sağlamak ve karbon emisyonlarını azaltmak açısından önemli bir nokta olarak öne çıktı. Çevrimiçi alışveriş gelişmeye devam ettikçe, kargo lojistiğinin çevresel etkisi de giderek daha çok düşünülüyor. İşte sürdürülebilir e-ticarette kargo lojistiğindeki zorlukları ele alan ve en nihayetinde daha yeşil ve daha sürdürülebilir bir geleceğe katkıda bulunacak olan umut verici çözümlerden bazıları.

Kargo Teslim Alma Seçenekleri:

Müşterilere, siparişlerini yerel bir mağaza veya belirli bir teslim alma noktası gibi yakın bir konumdan teslim alma seçeneği sunun. Bu bir yandan teslimat sayısını azaltıp müşterilerin paketlerini kolayca teslim almalarına olanak tanıırken, bir yandan da kargo lojistiği kaynaklı emisyonları azaltır.

Yaya Kuryeler ve Aktif Taşımacılık:

Yaya kuryeleri ve aktif ulaşım yöntemlerini benimsemek, sürdürülebilir kargo lojistiği için fazlasıyla umut vadeden bir çözümdür. E-ticaret işletmeleri; yayaları, bisikletlileri veya diğer aktif ulaşım biçimlerini kullanarak karbon emisyonlarını önemli ölçüde azaltabilir ve çevre dostu dağıtım uygulamalarını teşvik edebilir. Yaya kuryeler, paketleri doğrudan müşterilerin kapılarına teslim ederek sıkışık kentsel alanlarda rahatlıkla gezinebilirken, motorlu araçlara olan bağımlılığı da en aza indirir. Bu yaklaşım sadece karbon ayak izini azaltmakla kalmaz, aynı zamanda daha sağlıklı ve sürdürülebilir ulaşım biçimlerini de teşvik eder.

Mikro Depolar ve Yerel Sipariş Karşılama Merkezleri:

Mikro depolar ve yerel sipariş karşılama merkezleri, kargo lojistiği operasyonlarının optimizasyonu için pratik ve verimli bir çözüm sunar. Kentsel alanlarda stratejik olarak konumlandırılan bu alışveriş merkezleri, verimli sipariş işleme ve paket konsolidasyonu için dağıtım merkezi görevi görür. E-ticaret işletmeleri, yerelleştirilmiş merkezler ile kargo lojistiğindeki nakliye mesafelerini en aza indirerek daha az yakıt tüketimi ve daha düşük karbon emisyonu elde edebilir.

İşbirliğine Dayalı Dağıtım Ağları ve Kitle Kaynak Lojistiği:

İşbirliğine dayalı dağıtım ağları, mevcut kaynakların kullanımını en üst düzeye çıkararak ve verimli kargo lojistiği sağlayarak sürdürülebilirliği teşvik eder. Bu ağlar, e-ticaret işletmelerini, yerel lojistikçi ve dağıtıcıları, bağımsız kuryeleri ve diğer paydaşları birbirine bağlayarak işbirliğine dayalı ve paylaşımlı teslimat çalışmalarını daha kolay hale getirir. Mevcut dağıtım ağlarından yararlanılmasıyla birden fazla teslimat tek bir yolculukta birleştirilebilir. Böylelikle yoldaki araç sayısı ve karbon emisyonları azaltılabilir. Teslimat yapmak için kişisel araçlardaki kullanılmayan kapasiteden yararlanmayı amaçlayan kitle kaynak lojistiğini benimseyin. Varış noktasına doğru seyahat eden kişilerle işbirliği yapın.

Alternatif Enerjiyle Çalışan Araçlar:

Elektrikli araçlar (EA'lar) gibi alternatif enerjiyle çalışan araçların benimsenmesi, sürdürülebilir kargo lojistiği için oldukça önemli bir adım. Elektrikli araçlar egzoz emisyonu üretmediğinden karbon emisyonları, geleneksel benzinli veya dizel motorlu araçlara kıyasla daha düşüktür.

Çevre Dostu Ambalaj: Sürdürülebilir Ambalaj Yönetimi

Yeniden Kullanılabilir Ambalaj

Sürdürülebilir ambalaj lojistiği açısından öne çıkan yeniliklerden biri de yeniden kullanılabilir ambalajların tercih edilmesidir. İşletmeler, tek kullanımlık malzemeler yerine iade süreçlerinde yeniden kullanılabilen dayanıklı ambalaj çözümlerini tercih edebilir. Bu yaklaşım, aşırı ambalaj üretimine olan ihtiyacı ve atık üretimini önemli ölçüde azaltır. İşletmeler, müşterileri ambalajın yeniden kullanımı için iade etmeye yönlendirerek bir yandan döngüsel ekonomi uygulamalarını teşvik ederken bir yandan da çevresel etkilerini en aza indirebilir. Örneğin e-ticaret perakendecileri, sıcaklık kontrollü olanlar da dahil olmak üzere yeni nesil katlanabilir kutular kullanıyor. Bu yenilikçi kutular, döngüsel yeniden kullanım için boş kutuların toplanmasını kolaylaştırırken, siparişlerin de eksiksiz teslim edilmesini sağlıyor.

Biyobozunur Malzemeler

Sürdürülebilir paketleme yeniliklerinden biri de biyobozunur malzemelerin kullanımınıdır. Yenilenebilir kaynaklardan elde edilen bu malzemeler, çevreye zarar vermeden ve zamanla doğal yollardan imha olacak şekilde tasarlanmıştır. İşletmeler, biyobozunur ambalajlar kullanarak ambalaj malzemelerinin uzun vadeli kirliliğe ve atık birikimine neden olmasının önüne geçebilir. Bu yenilikçi yaklaşım, ambalaj malzemelerinin sorumlu kullanımını ve imhasını teşvik eden döngüsel ekonomi ilkeleriyle de uyumludur.



Yeni Nesil Paketleme

Sürdürülebilir ambalaj tasarımları, geri dönüştürülebilir malzemelerin kullanımına öncelik verir ve gereksiz unsurları en aza indirir. Derin veri analizi, sipariş boyutları ile kutu boyutları arasında mükemmel bir eşleşme sağlayarak siparişe özel paketleme programlarına olanak tanır. Katlanabilir ambalajlar, kolay katlama sayesinde özellikle iadeler veya yeniden kullanım için faydalıdır. Yeniden kullanılabilir dolgu malzemesi,, mısır nişastası bazlı ambalaj dolgu köpükleri veya mantar bazlı ambalaj gibi çevre dostu dolgu maddeleri, sürdürülebilir alternatifler sunar. Yeni nesil sürdürülebilir malzemeden üretilmiş koli bantları da paketleme için ideal ve çevre dostu bir seçenek olarak öne çıkmaktadır.

E-ticarette Sürdürülebilir İade Yönetimi: Çevresel Etkiyi En Aza İndirme ve Sorumlu Tüketimi Teşvik Etme

E-ticarette sürdürülebilir iade yönetimi, iadelerin çevresel etkisini en aza indirmek ve sorumlu tüketimi teşvik etmek açısından oldukça önemlidir. E-ticarette sürdürülebilir iade yönetimi uygulamalarının hayata geçirilmesi yalnızca çevreye fayda sağlamakla kalmaz, aynı zamanda müşteri memnuniyetini artırır, marka sadakati oluşturur ve e-ticaret operasyonlarının uzun vadeli sürdürülebilirliğine katkıda bulunur. İşletmeler, iade politikalarını optimize ederek, tersine lojistiği kolaylaştırarak, ambalajların yeniden kullanımını sağlayarak, yenileme ve yeniden satışı teşvik ederek, başış ve geri dönüşüm ortaklıkları kurarak ve müşterileri eğiterek çevresel ayak izlerini azaltabilir ve e-ticaret sektöründe sorumlu tüketimi aktif bir şekilde teşvik edebilir.

İade Politikası Optimizasyonu

İade Paketlemesi

Müşterileri, ürünlerin iadesinde orijinal ambalajı yeniden kullanmaları için teşvik edin. İsrafi ve gereksiz ambalaj malzemelerini en aza indirmek için iade edilen ürünlerin nasıl düzgün bir şekilde paketleneyeğine ilişkin net talimatlar verin. Katlanabilir ambalajlar, alanı ve çoklu kullanımı azaltmak açısından iyi bir çözümdür. Bunun yanı sıra kilitli dolaplar veya bırakma noktaları da makul tercihler olacaktır.

Müşteri memnuniyeti ile çevresel etki arasında bir denge kurmak için bir iade politikası geliştirilmesi ve bunun müşterilere açıkça iletilmesi önemlidir. Bu politika, gerçekçi beklentiler belirlemeye ve gerekçesiz iadeleri caydırmaya yönelik tarihler, koşullar ve ilgili tüm maliyetler hakkında bilgi içermelidir. Bazı markalar caydırıcı olmak adına gerekçesiz iadeler için ücret almaya başladı.

Tersine Lojistik Optimizasyonu

Tersine lojistik sürecini kolaylaştırmak, nakliye kaynaklı emisyonları ve maliyetleri önemli ölçüde azaltabilir. Bu, iade süreci boyunca kat edilen mesafenin en aza indirilmesi için iadelerin birleştirilmesi, rotanın optimize edilmesi ve bu süreçte yerel iade merkezleriyle veya ortaklarla çalışmanın düşünülmesiyle mümkün olabilir. İade alımlarını düzenli teslimatlarla birleştirmek, verimliliği daha da optimize edebilir.

03

Sürdürülebilirlik ve Tasarruf: E-ticarette Sipariş Konsolidasyonunun Gücü

Müşterilerinizi siparişlerini tek bir gönderide birleştirme konusunda teşvik ederek bir yandan dünya üzerinde olumlu bir etki yaratırken, bir yandan da ciddi ekonomik avantajlar elde edebilirsiniz. Bireysel gönderiler, önemli miktarda karbon emisyonuna ve ambalaj atığına neden olur. Sipariş konsolidasyonu, bu olumsuz çevresel etkileri azaltmak için bir fırsat sunar. İşletmeler, birden çok siparişi tek bir gönderide birleştirerek yoldaki araç sayısını en aza indirebilir ve ambalaj malzemelerinin kullanımını optimize edebilir.

Örneğin, Amazon US'in sunduğu Amazon Day teslimat seçeneği, Prime üyelerinin siparişlerinin ulaşması için haftanın belirli bir gününü seçmelerine olanak tanıyor. Müşteriler, "Amazon Day" seçeneğini seçtikten sonra siparişlerinin teslim edilmesi için haftanın belirli bir gününü tercih edebiliyorlar. Ayrıca seçilen günü gelecekteki siparişler için kaydedebiliyor ve Amazon Day'i varsayılan teslimat seçenekleri yapabiliyorlar. Müşterilerin birden çok siparişi tek bir teslimatta birleştirerek aldıkları ambalaj miktarını azaltmaları mümkün. Bu hem ambalaj atıklarını en aza indiriyor hem de nakliye işlemlerinin daha verimli olmasını sağlıyor. Pazaryeri, Amazon Day ile kargo lojistiği operasyonlarını optimize etmeyi ve çevresel ayak izini azaltmayı amaçlıyor. Amazon Day teslimatlarında ortalama %30 daha az kutu kullanılıyor. Bunun sonucu olarak daha az karbon emisyonu ortaya çıkıyor ve daha az ambalaj malzemesi çöpe gitmiş oluyor. Bu girişim sayesinde sadece 2022 yılında 136 milyon kutu tasarrufu sağlanarak sipariş konsolidasyonunun ne kadar ciddi bir çevresel etkisi olduğu görülmüş oldu. Şirket aynı zamanda doğrudan tasarruf veya Prime üyeleri için ek avantajlar sunarak bu seçeneğin getirdiği faydaları müşterilerle de paylaşıyor.



Sipariş konsolidasyonu; nakliye maliyetlerini optimize eder, ambalaj malzemelerine ilişkin masrafları azaltır ve işletmelerin, indirimler veya her zaman ücretsiz nakliye seçenekleri aracılığıyla maliyet tasarruflarını müşterilerine aktarmalarına olanak tanır. İşletmeler, sipariş konsolidasyonunu teşvik ederek müşteri memnuniyetini artırabilir, sürdürülebilir uygulamaları teşvik edebilir ve bir sonraki satın alma işlemleri için pazarlama faaliyetlerinde bulunabilir.

Sipariş konsolidasyonunun azalttığı çevresel etkiyi ve maliyeti, e-ticaret müşterilerine anlatın. Konsolidasyon sayesinde sağlayacakları katkıları vurgulayarak, optimize edilmiş nakliyenin ekonomik faydalarını şeffaf bir şekilde açıklayın. Kişiselleştirilmiş önerilerde bulunmak ve sipariş konsolidasyonunu sadakat programlarına entegre etmek için müşteri verilerini kullanın. Ortak pazarlama programları oluşturmak için diğer e-ticaret işletmeleriyle iş birliği yaparak, müşterileri sipariş konsolidasyonuna teşvik edip sürdürülebilirlik ve maliyet tasarrufu mesajını vurgulayın.

05

E-ticarette Sürdürülebilirliği Artırma: Teslimat Platformlarının ve İşbirliğine Dayalı Ağların Öncü Rolü

Sürdürülebilir e-ticaret arayışında, teslimat platformlarının ve işbirliğine dayalı dağıtım ağlarının birleşimi güçlü bir çözüm olarak ortaya çıktı. Belirli bir bölgedeki işletmeler, teslimat şirketleri ve tüketiciler, bu modellerin güçlü yönlerinden yararlanarak sürdürülebilir bir kargo lojistik ekosistemi oluşturmak için bir araya gelebilir. İşbirliğine dayalı dağıtım ağlarıyla entegre dağıtım platformları, sürdürülebilir e-ticaret için dönüştürücü bir çözüm sunar. Bu modeller, kaynak kullanımını optimize ederek, yerel tüketici desteğini güçlendirerek, özelleştirilebilir hizmet düzeyleri sunarak ve veriye dayalı içgörülerden yararlanarak kargo lojistiğinde çevresel sorumluluğu ve verimliliği artırır. En son yazılım teknolojisi, işbirlikleri ve yerelleştirilmiş sinerji, e-ticaret için daha sürdürülebilir bir gelecek yaratarak işletmelere, toplumlara ve çevreye fayda sağlama fırsatı sunuyor.



Yeni nesil dağıtım platformları, birleşik ticaret konusunda uzmanlaşmış bölgedeki kurye şirketleriyle ortaklık kurarak, en makul nakliye seçeneklerini sunmaya başladı. Bu yeni nesil platformlar, teslimat sürecinde iade gönderilerini toplayabilir hale geldi. Aynı zamanda aktif ulaşım ağlarıyla entegre olarak yaya kuryelerle çalışan platformlar, çok kanallı bir stratejiyi desteklerken, operasyonel verimlilik ve müşteri memnuniyeti sağlar.

Verimli Kaynak Kullanımı:

İşbirliğine dayalı dağıtım ağlarıyla entegre edilmiş dağıtım platformları, operasyonları kolaylaştırarak kaynak kullanımını optimize eder. Bu ağlar, teslimatları konsolide ederek ve rotaları koordine ederek nakliye kaynaklarının verimliliğini en üst düzeye çıkarır. Böylelikle yakıt tüketimi azaltılır, karbon emisyonları en aza indirilir ve genel çevresel etki daha az olur.

Yerelleştirme ve Yerel Tüketici Desteği:

İşbirliğine dayalı dağıtım ağları, yerel işletmeler ve toplum arasındaki sinerjinin önemini vurgular. Bu ağlar, tüketicileri yakındaki işletmelerle buluşturarak bir birlik duygusu geliştirir ve yerel işletmelere desteği teşvik eder. Bu yerelleştirme; teslimat mesafelerini, taşıma sürelerini ve emisyonları azaltır.

Özelleştirilebilir Hizmet Düzeyleri:

İşbirliğine dayalı ağlarla entegre dağıtım platformları, tüketicilere özelleştirilebilir hizmet düzeyleri sunar. Buna esnek teslimat süreleri, konsolide edilmiş teslimatlar veya sürdürülebilir nakliye alternatifleri gibi seçenekler dahildir. Talebe dayalı bu yaklaşım, elektrikli araçlar veya bisikletli kuryeler gibi daha yeşil ulaşım yöntemlerinin kullanılmasını teşvik eder.

06

Topluluk Satın Alması: Müşteriler ve Sürdürülebilir E-Ticaret Uygulamaları için Kazan-Kazan Senaryosu

Toplu satın alma yalnızca müşterilere fayda sağlamakla kalmaz, aynı zamanda sürdürülebilir e-ticaret uygulamalarını da destekler. İşletmeler, topluluğun gücünden yararlanarak müşterilerin bir yandan daha yeşil bir geleceğe katkıda bulunacağı, diğer yandan da ekonomik avantajlardan yararlanacağı bir kazan-kazan durumu yaratabilir.



Topluluk satın alması nedir?

Toplu satın alma, toplu siparişler vermek için benzer satın alma gereksinimleri olan bir grup bireyin bir araya getirilmesini kapsar. Bu yaklaşım, müşterilerin indirimli fiyatlara erişmek için toplumun birleşik satın alma gücünden yararlanmasına olanak tanırken, işletmelerin de artan satış hacimlerinden ve kolaylaştırılmış lojistikten yararlanmalarını sağlar. İşletmeler, kolaylaştırılmış lojistik ve azaltılmış paketleme maliyetlerinden elde edilen tasarrufları topluma aktarabilir ve ekonomik faydaları daha da artırabilir. Toplu satın alma, katılımcılar arasında beraberlik ve işbirliği duygusunu geliştirir. Benzer satın alma ihtiyaçları olan bireyler güçlerini birleştirerek deneyimlerini paylaşabilir, birbirlerine tavsiyelerde bulunabilir ve işletmelerle toplu olarak daha iyi pazarlık edebilir. Bu, toplumdaki bağları güçlendirir ve sürekli etkileşimi teşvik ederek benzer düşünen tüketicilerden oluşan sürdürülebilir ve destekleyici bir ağ oluşturur.

Daha İyi Fiyatlar için Talep Konsolidasyonları:

Toplu satın alma, müşterilerin daha büyük bir satın alma hacmi oluşturmak için siparişlerini birleştirdiği bir talep konsolidasyon yöntemidir. Bu konsolide talep, işletmelerin tedarikçiler ve imalatçılar ile daha iyi pazarlık yapmalarını sağlar. Müşteriler, bireysel alıcılar için normalde erişilebilir olmayan toptan satış fiyatlarından ve indirimlerden faydalanabilir. Toplu satın almanın gücüyle, insanlar için uygun fiyatlar ve tasarruf sağlanır.

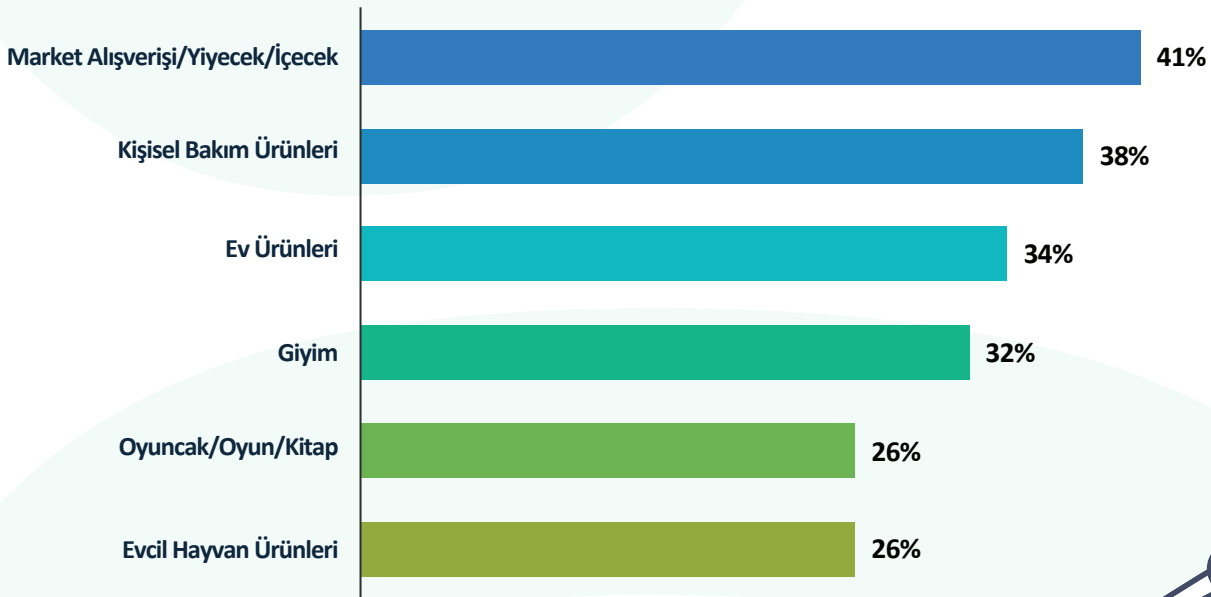
07

Sürdürülebilir Çözümler Kapınızda: E-Ticaret Aboneliklerinin Yükselişi

Son yıllarda e-ticaret abonelik modelleri, tüketiciler nezdinde çok daha yaygın hale gelmiştir. Küresel e-ticaret aboneliği pazarı, 2022'de 96,61 milyar dolar seviyesine ulaştı. Dahası 2028'de 2,42 trilyon dolar seviyesine çıkması bekleniyor. Pazarın 2023 ile 2028 arasındaki bu dönemde yaklaşık yüzde 71'lik bir yıllık bileşik büyüme oranı (CAGR) yakalayacağı tahmin ediliyor. E-ticaret aboneliği, müşterilerin tekrar tekrar ürün veya hizmet almak için abone olabildikleri çevrimiçi mal ve hizmet satın alma yöntemini ifade eder. Bu müşteriler ürünlerini genellikle abonelik kutuları olarak anılan aylık veya haftalık kutular yoluyla alırlar. Müşteriler, satıcıların belirli ürünlerine abone olarak düzenli olarak ihtiyaç duydukları ürünlerin düzenli teslimatını sağlarlar. Aboneliğe dayalı bu hizmetlerden biri de kadınlara özel yaşam tarzı üyeliği sunan FabFitFun.com. Bu hizmette aboneler, altı ila sekiz tam boyutlu ürünün yer aldığı özel tasarlanmış kutular için üç ayda bir veya yılda bir ödeme yapma seçeneğine sahip. Moda, fitness, güzellik, sağlıklı yaşam ve diğer kategorilerde birçok farklı seçenek sunan şirketin, 200 milyon abonesi bulunuyor. Aboneliğe dayalı bu hizmetler, yalnızca kolaylık ve kişiselleştirilmiş deneyim sağlamakla kalmıyor, aynı zamanda sürdürülebilir e-ticaret uygulamaları üzerinde de olumlu bir etki yaratıyor. Abonelik modellerinin benimsenmesi, işletmelerin ambalaj israfını azaltmasına, tedarik zinciri verimliliğini optimize etmesine, sürdürülebilir kaynak kullanımını teşvik etmesine, uzun vadeli müşteri ilişkilerini geliştirmesine, kaynakları etkili bir şekilde planlamasına, ideleri en aza indirmesine ve veriye dayalı iyileştirmeler yapmasına olanak tanır.

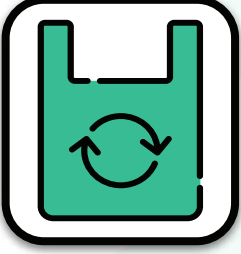
Kategorilere göre 2022'de dünya çapında en yaygın kullanılan abonelik hizmetleri

Katılımcı oranı

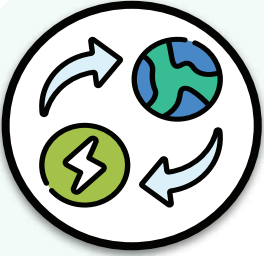


Not: Tüm dünya; 4-10 Şubat 2022; 16 yaş ve üzeri; 11.002*
Kaynak: Dynata

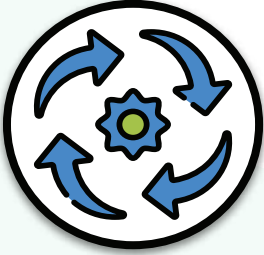
Daha Yeşil Bir Gelecek İçin E-Ticaret Abonelikleri



Ambalaj Atıklarını Azaltma: Aboneliğe dayalı hizmetler genellikle birden çok ürünü tek bir gönderide birleştirerek ambalaj kullanımını azaltır. Bu yaklaşım, atıkları en aza indirir ve ambalaj malzemeleri kaynaklı çevresel ayak izini azaltır. Aynı zamanda nakliye ve teslimat kaynaklı karbon ayak izini de azaltarak daha sürdürülebilir bir seçenek sunar.

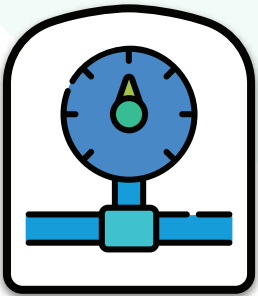


Tedarik Zinciri Verimliliğinin Optimizasyonu: Abonelik modelleri, işletmelerin tedarik zinciri operasyonlarını optimize etmelerini sağlar. Öngörülebilir talep ve yinelenen siparişler için kaynak planlaması ile şirketler bir yandan envanterlerini daha etkili bir şekilde tahmin edip planlarken, bir yandan da fazla stoku ve israfı en aza indirebilir. İşletmeler, tedarik zinciri süreçlerini kolaylaştırarak enerji tüketimini azaltabilir, sera gazı emisyonlarını düşürebilir ve kaynak kullanımını optimize edebilir.



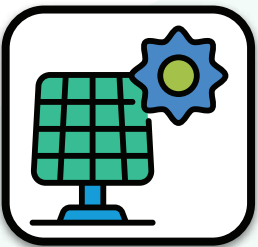
İadeleri Azaltma ve Tersine Lojistik:

E-ticaret abonelik modelleri, geleneksel e-ticaret modellerine kıyasla ürün iadelerini azaltabilir. Yenilenen aboneliklerde müşteriler genellikle alacakları ürünleri net bir şekilde bilir, bu da memnuniyetsizlik veya yanlış siparişler nedeniyle iade olasılığını azaltır. İadelerdeki bu azalma, nakliye emisyonlarını, ambalaj atıklarını ve karmaşık tersine lojistik süreçlerine olan ihtiyacı en aza indirmeye yardımcı olur.



Uzun Vadeli Müşteri İlişkileri Geliştirme:

E-ticaret abonelikleri, uzun vadeli müşteri ilişkilerini teşvik ederek sadakati artırır ve müşterilerin elde tutulmasını sağlar. Sürdürülebilir abonelik hizmetleri, müşterilerin değerleriyle uyumlu yüksek kaliteli ürünler sunmaya ve olumlu bir marka imajı oluşturmaya odaklanır. İşletmeler, sürdürülebilir seçenekler sunarak ve sürdürülebilirlik taahhütlerini güçlü bir şekilde sürdürerek müşterilerin güvenini ve bağlılığını artırabilir ve onların çevresel değerleriyle uyumlu olmayan alternatiflere ihtiyaçlarını azaltabilir.



Veriye Dayalı İyileştirmeler: Aboneliğe dayalı işletmelerin müşteri tercihleri, satın alma alışkanlıkları ve geri bildirimleri gibi değerli verilere erişimi vardır. İşletmeler bu verileri analiz ederek ürünlerini, ambalajlarını ve genel sürdürülebilirlik uygulamalarını iyileştirmeye yönelik bilinçli kararlar alabilir.

08

İkinci El E-Ticaret ve Sürdürülebilirlik: Döngüsel Çözüm

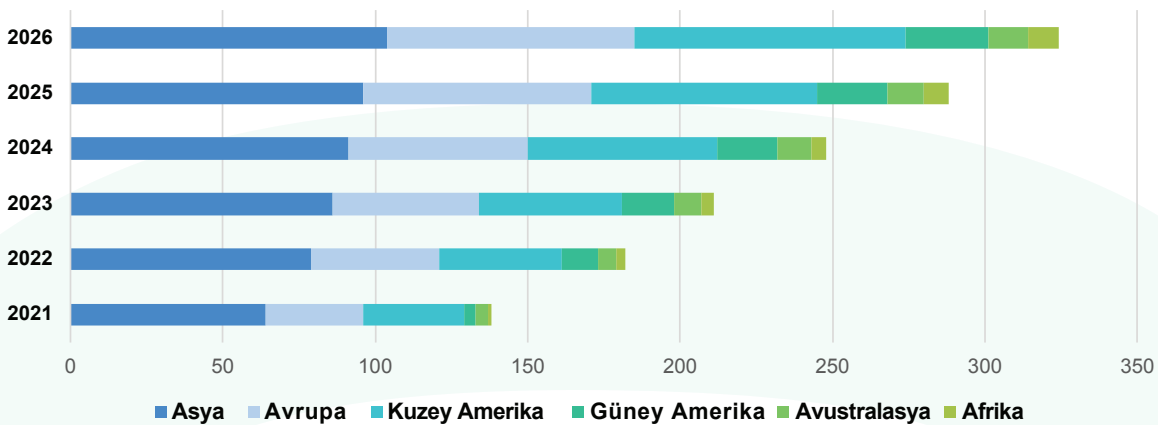
İkinci el e-ticaret (recommerce), kullanılmış ürünlerin genellikle indirimli fiyatlardan alınmasını ve satılmasını kapsayan, hızlı büyüyen bir e-ticaret uygulamasıdır. İkinci el ürünlerin satılması uzun zamandır var olan bir kavram olsa da bu alan, çevrimiçi alışveriş ve e-ticaret altyapısının sunduğu araçlar ve kapsam sayesinde son yıllarda hızla büyümeye başladı.

Ekolojik ticaret iş modeli, şirketlerin ürettiği veya sattığı ürünlerin çevresel ayak izini azaltarak sürdürülebilirlik konusunda hayati bir adım atmasını hedefler. İkinci el iş modelleri, ürünlerin tekrar satılmasını/kullanılmasını veya tekrar satılmadan önce tamir edilmesini sağlayarak ürün ömrünü uzatır ve ürünle alakalı atık miktarının azaltılmasına yardımcı olur, bu da sürdürülebilirliğe katkıda bulunur. McKinsey & Company ve Global Fashion Agenda'nın hazırladığı bir rapora göre kiralama, ikinci el satış, tamir veya yenileme yoluyla döngüsel ekonomide yaşanan yüzde 1'lik bir artış 2030 yılına kadar 13 milyon ton karbondioksit salınımının önüne geçebilir. CapGemini tarafından yapılan bir çalışmada da seçilen dokuz ülkedeki tüketicilerin %66'sı ürün ve hizmet seçimlerinde ürünlerin "çevre dostu" olmalarına dikkat ediyor.

Atık miktarını azaltması ve ürünlerin yaşam döngüsünü uzatmasıyla ikinci el ticaret, döngüsel ekonominin önemli bir parçasıdır. İkinci el e-ticaret işletmeleri, ikinci el ürün satarak veya tamir ederek bu ürünlerin çöpe atılmasını önler ve dolayısıyla çevresel etkilerini azaltır. Bu yaklaşım, satın alma süreçlerinde sürdürülebilirliğe dikkat eden tüketiciler için her geçen gün daha önemli bir hal almaktadır. Tüketicilerdeki artan sürdürülebilir ürün talebinin karşılama önemli bir faktördür. İkinci el e-ticaret, küçük dükkanlar ve perakende mağazalarının ötesine geçerek çevrimiçi pazaryerlerine taşındı ve tarihte görülmemiş bir başarı yakaladı.

GlobalData'ya göre dünya ikinci el satış pazarı 2022 yılında %30,1 büyüyerek 182,4 milyar dolara ulaştı. Bu rakamın 2022 ila 2026 yılları arasında %85,5 büyüyerek 324 milyar dolarlık bir değere tekabül edeceği öngörülüyor. Bu büyümenin arkasındaki güç, ikinci el ürünlerin satışının yapıldığı platformlardaki artış ve bu satışları markaların kendi sitelerinde yapabilmelerini sağlayan teknolojilerin gelişmesidir.

Dünya İkinci El Pazar Büyüklüğü (milyar dolar)



09

Sürdürülebilir Başarıya Giden Yol: E-Ticaret Müşteri Yönetimi

Sürdürülebilir e-ticarette müşteri ilişkilerini güçlendirmek, müşterilerle anlamlı ve uzun süreli bir bağ kurmayı amaçlayan girişimlerin stratejik olarak uygulanmasıyla başarılır. Bu yaklaşım, alışverişin ötesine geçerek müşterileri sorumlu uygulamalara ve etik hususlara dahil etmeye odaklanır. İşletmeler, müşteri değerleri ve öncelikleriyle uyum sağlayarak bir yandan müşteri beklentilerini karşılarken bir yandan da sürdürülebilirliği sağlayabilir. Sürdürülebilir e-ticarette güçlü müşteri ilişkileri kurmada başarıya götüren stratejiler, kişiselleştirilmiş iletişimi, toplum katılımını, değere dayalı girişimleri ve çevresel ve sosyal kaygıları ele almaya yönelik aktif çabaları kapsar. İşletmeler bu stratejilere öncelik vererek müşteri sadakatini ve temsil yetisini geliştirip çevre üzerinde olumlu bir etki yaratabilir ve e-ticaret sektöründe sürdürülebilir büyümeye ulaşabilir.

Müşteri Etkileşiminin Gücü: Müşteri etkileşimi, sürdürülebilir e-ticaretin merkezinde yer alır. İşletmeler, müşterileri sürdürülebilirlik girişimlerine aktif olarak dahil ederek olumlu bir etki yaratıp müşteri bağlarını güçlendirebilir.

Eğitim ve Farkındalık: Sürdürülebilir e-ticaret şirketleri, alışveriş kararlarının çevresel ve sosyal etkileri konusunda müşterilerini eğitir. Bu, müşterilerin daha bilinçli seçimler yapmasına yardımcı olacak blog gönderileri, eğitim içerikleri veya sürdürülebilirlik kılavuzları ile yapılabilir.

Topluluk Oluşturma:

Benzer düşünen müşterilerin olduğu bir topluluk oluşturmak, müşteri etkileşimini güçlendirebilir. Sürdürülebilir e-ticaret platformları; müşterileri sürdürülebilir yaşamla ilgili deneyimlerini, ipuçlarını ve zorluklarını paylaşmaya teşvik eden çevrimiçi forumlar, sosyal medya grupları veya sadakat programları oluşturabilir.



Geribildirim ve Öneriler: Sürdürülebilirlik uygulamaları ve ürün iyileştirmeleri hakkında geri bildirim ve önerilerini alarak müşterilerin ilgisini çekmek, katılım duygusunu besleyebilir ve karşılıklı diyalogu teşvik edilebilir. Şirketler anketler, incelemeler veya sosyal medya platformları aracılığıyla geri bildirim toplayabilir.

Kişiselleştirilmiş Öneriler:

Sürdürülebilir e-ticaret işletmeleri, müşteri verilerini ve satın alma geçmişini kullanarak çevre dostu ürünler için kişiselleştirilmiş önerilerde bulunabilir. Bu yaklaşım, müşteri etkileşimini artırır; ayrıca şirketin, müşterilerin bireysel ihtiyaç ve tercihlerini önemseydiğini gösterir.

Müşteri Programlarının Potansiyelini Ortaya Çıkarma

Sadakat Programları: E-ticaret şirketleri, müşterileri sürdürülebilir alımları için ödüllendiren sadakat programları oluşturabilir. Bu kapsamda çevre dostu ürün seçenekleri için indirimler, özel teklifler veya puanlar verilebilir.

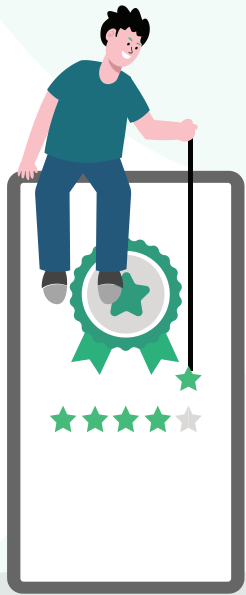
Yönlendirme Programları: Müşterileri, arkadaşlarını ve ailelerini yönlendirmeye teşvik etmek, müşteri tabanını genişletmeye yardımcı olabilir. Şirketler, platforma yeni müşteri yönlendiren müşterilere indirim veya puan gibi teşvikler sunabilir ve bu yönlendirme programlarında sürdürülebilirliğin önemini vurgulayabilir. Bu sadece yeni müşteriler kazanmaya yardımcı olmakla kalmayıp, aynı zamanda sürdürülebilirlik mesajını daha geniş bir kitleye yayar.

Oyunlaştırma: E-ticaret şirketleri, müşterileri sürdürülebilir uygulamaları benimsemeye ve başkalarıyla rekabet etmeye teşvik etmek için yarışmalar, rozetler veya skor tabloları gibi yöntemlere başvurabilir. Bu kapsamda plastik atıkları azaltma, karbon ayak izini takip etme veya halk temizliği etkinliklerine katılma gibi görevlere yer verilebilir. Eğlenceli ve ilgi çekici bu deneyim sayesinde müşteriler, sürdürülebilir eylemleri için puanlar, rozetler veya ödüller kazanabilir.

Bağış Programları: Bazı sürdürülebilir e-ticaret platformları, müşterilerin aldıkları ürünlerle çevresel veya sosyal konularda katkıda bulunmalarına olanak tanır. Şirketler satışlarının bir kısmını belirli hayır kurumlarına bağışlayabilir veya kâr amacı gütmeyen kuruluşlarla ortak çalışarak müşterilere alışverişlerinde olumlu bir etki yaratma fırsatı verebilir.

İkinci El Ticaret Hizmetleri Programları: İkinci el ticaret, sürdürülebilir e-ticarete giderek daha yaygın hale gelmektedir. Şirketler, müşterilerin kullanılmış ürünlerini satabilecekleri veya ticaretini yapabilecekleri, israfı azaltabilecekleri ve döngüsel ekonomi uygulamalarını teşvik edebilecekleri ikinci el ticaret hizmetleri programları oluşturabilir. Bu programlar, müşterileri ikinci el ticaret ekosistemine katılmaya teşvik etmek için mağaza kredileri veya gelecekteki alışverişlerde indirimler gibi teşvikler sunabilir.

Çevresel Etkilerin Aktif Takibi: E-ticaret şirketleri, müşteri alışverişlerinin yarattığı çevresel etkinin aktif olarak izlenebileceği araçlar ve platformlar sağlayabilir. Bu kapsamda karbon ayak izi hesaplayıcıları, su kullanımı izleyicileri veya atık azaltma istatistikleri gibi özellikler sunulabilir. Şeffaflık ve gerçek zamanlı veriler ile müşteriler daha bilinçli seçimler yapabilir ve alışveriş alışkanlıklarının sürdürülebilirlik üzerindeki etkisini anlayabilir.



Sürdürülebilir E-Ticarete Giden Yol



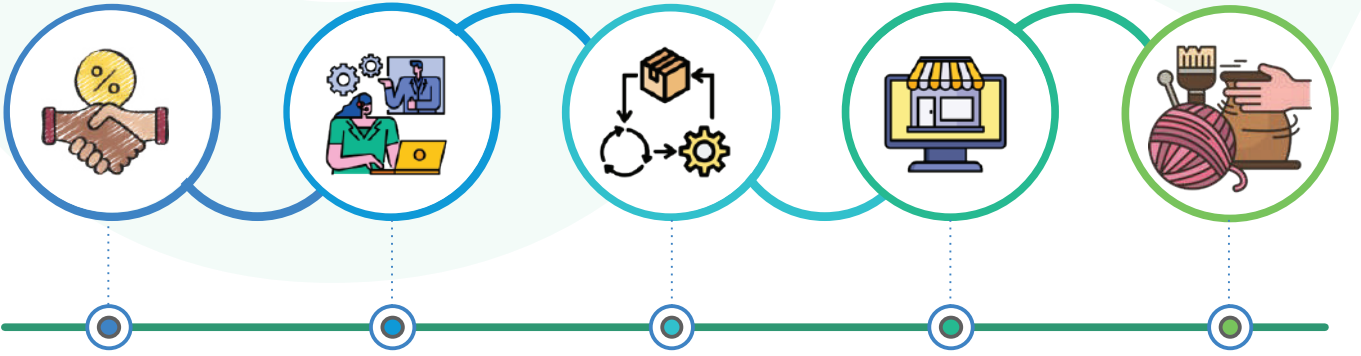


Ten Thousand Villages: E-Ticaret Stratejileri ile Yerel/Bireysel Üreticilerin Güçlendirilmesi

Adil ticaret hareketinin öncülerinden Ten Thousand Villages, küçük esnafın pazar erişimini genişletmek ve elini güçlendirmek için e-ticaret stratejilerini uygulamaya koydu. Ten Thousand Villages, e-ticaret stratejilerini iş modellerine etkili bir şekilde entegre ederek esnafın müşterilerle bağlantı kurma biçiminde devrim yarattı ve adil ticaret hareketini teşvik etti. Kooperatif, e-ticaret platformları aracılığıyla esnafa küresel ölçekte pazar erişimi ve ürünleri için uygun fiyatlar sağlayarak güç veriyor. Ten Thousand Villages bir yandan müşteri katılımını artırarak, etik tüketimi teşvik ederek ve sürdürülebilirliğe öncelik vererek esnafı ve esnaf topluluklarını destekleme misyonuna sadık kalırken, bir yandan da perakende sektöründe olumlu değişimi yönlendirmeye devam ediyor.

E-Ticaret Stratejileri ile Esnafın Güçlendirilmesi

Ten Thousand Villages'ın e-ticaret platformu, dünyanın her yerinden esnaflar için dijital bir pazaryeri olarak hizmet veriyor. Kooperatif, esnafın el yapımı ürünlerini çevrimiçi olarak sergilemesi ve satması için küresel bir platform sunuyor. Bu doğrudan tüketiciye yaklaşımı sayesinde aracılar ortadan kalkıyor, esnaf ürünleri için adil fiyatlar sağlanıyor.



Şeffaf
Fiyat
Anlaşması

Tedarik
Mikrofinansal
Destekler

Ürün Geliştirme
ve Pazar
İçgörürleri

Pazaryeri
İlanları ve
Operasyonel
Destek

Güçlendirilmiş
Esnaf ve Gelişen
Topluluklar

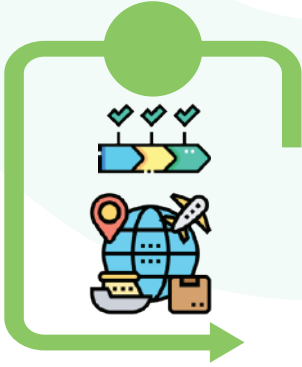
Küresel E-Ticaret Pazarları için Türk Satıcı Konsolidasyonu



Satıcı Konsolidasyonu



Ekol360 PaaS
(Hizmet Olarak Platform)



Lojistik ve Tedarik
Zinciri Konsolidasyonları



Küresel Pazarlar,
Küresel Pazaryerleri



Sürdürülebilir E-Ticaret: İşletmeler ve Markalar



Patagonia:

Patagonia, sürdürülebilirlik ve müşteri katılımına güçlü vurgu yapan ünlü bir dış giyim ve ekipman markasıdır. Şirket çeşitli girişimler sayesinde müşterileriyle aktif bir şekilde etkileşim kuruyor:

Yıpranmış Giysi Programı:

Patagonia, Yıpranmış Giysi programı ile müşterilerini ürünlerini onarmaya ve yeniden kullanmaya teşvik ediyor. Patagonia ürünleri için ücretsiz onarım sunarken yenilerini satın almak yerine ürünlerinin ömrünü uzatma fikrini yayıyor.

Benzer Parçalar Girişimi:

Patagonia'nın Benzer Parçalar Girişimi, sorumlu tüketimi teşvik eden müşteri odaklı bir program. Müşterileri tüketimi azaltmaya, giysilerini geri dönüştürmeye ve yalnızca ihtiyaç duyduklarını satın almaya teşvik ediyor.

Grove Co.™

Kişiselleştirilmiş Öneriler:

Grove Collaborative, müşterilere tercihlerine ve önceki alışverişlerine göre kişiselleştirilmiş ürün önerileri sunuyor. Bu da müşterilerin değerleriyle uyumlu yeni sürdürülebilir ürünleri keşfetmelerine yardımcı oluyor.

Yenileme Programı:

Şirket, temel ürünlerin otomatik teslimatını müşterilerin planlamasına olanak tanıyan bir yenileme programı sunuyor. Grove Collaborative sunduğu bu kolaylıkla müşterilerin tercih ettiği sürdürülebilir ürünlerden asla vazgeçmemesini sağlıyor.



Package Free Shop:

Package Free Shop, sıfır atık ve sürdürülebilir ürünler konusunda uzmanlaşmış bir çevrimiçi perakendecidir. Şirket, sürdürülebilir e-ticaret yaklaşımlarında müşteri eğitimine ve katılımına öncelik veriyor:

Eğitim İçerikleri:

Package Free Shop, web sitelerinde blog gönderileri, kılavuzlar ve sürdürülebilir yaşamla ilgili ipuçları dahil olmak üzere farklı eğitim içerikleri sağlıyor. Bu da müşterilerin bilinçli seçimler yapmalarına ve aldıkları ürünlerin çevresel etkilerini anlamalarına yardımcı oluyor.

Topluluk Oluşturma:

Şirket, sosyal medya platformları ve blogları aracılığıyla topluluk katılımına ciddi önem veriyor. Müşterileri sürdürülebilir yaşamla ilgili deneyimlerini, ipuçlarını ve zorlukları paylaşmaya teşvik ederek, benzer düşünen kişiler arasında bir birlik duygusu geliştiriyor.

Grove Collaborative:

Grove Collaborative, çevre dostu ev ve kişisel bakım ürünleri satan bir çevrimiçi perakende markasıdır. Şirket, müşteri yönetimini geliştirmek için müşteri programlarına ve kişiselleştirilmiş önerilere başvuruyor:



Sürdürülebilir E-Ticaret: İşletmeler ve Markalar



Eileen Fisher: Eileen Fisher, tüm faaliyetlerinde sürdürülebilirliği ön planda tutan bir moda markasıdır. Şirket, birçok farklı müşteri etkileşim girişimini hayata geçirdi:

İade Programı: Eileen Fisher, müşterilerin kullanılmış Eileen Fisher giysilerini iade edebilecekleri bir iade programı yürütüyor. Şirket daha sonra bu ürünleri yeniden satıyor, bağışlıyor veya ileri dönüştürüyor. Böylelikle atıkları azaltırken ürünlerinin yaşam döngüsünü de uzatmış oluyor.

Yenileme Programı: Eileen Fisher, Yenileme Programı ile zarar görmüş veya iade edilmiş giysileri yeni ve benzersiz parçalara dönüştürüyor. Bu yenilikçi yaklaşım, şirketin döngüsellğe ve moda sektörünün çevresel etkisini azaltmaya olan bağlılığını sergiliyor.

THRIVE
- MARKET -

Thrive Market: Thrive Market; organik, GDO'suz ve sürdürülebilir kaynaklı ürünlerde uzmanlaşmış bir çevrimiçi markettir. Şirket, müşteri katılımına odaklanan benzersiz bir üyelik modeli sunuyor.

Üyelik Programı:

Üyelik esasına göre çalışan Thrive Market, müşterileri için birçok farklı sürdürülebilir ve etik ürüne indirimli fiyatlarla erişme imkanı tanıyor. Bu da müşterilerin bir yandan tasarruf etmesini, diğer yandan da sürdürülebilir tercihler yapmasını teşvik ediyor.

Thrive Gives Programı: Thrive Market, her ücretli üyelik için düşük gelirli bir aileye ücretsiz üyelik bağışlayarak sağlıklı ve sürdürülebilir ürünleri herkes için daha erişilebilir hale getiriyor.

*our*COMMONPLACE

Our Commonplace:

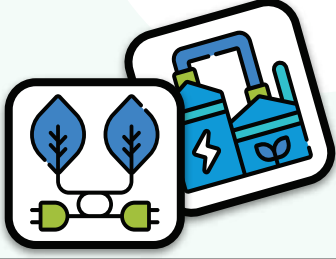
Our Commonplace, etik ve sürdürülebilir ürünlerin satışını yapan bir çevrimiçi pazaryeridir. Şirket sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluğa öncelik veren çeşitli markalardan bir koleksiyon hazırlıyor.

Özel Sürdürülebilir Tercihler:

Our Commonplace, sürdürülebilirlik kriterlerine uygun markaları ve ürünleri dikkatlice seçiyor. Sürdürülebilir seçeneklerden oluşan bir koleksiyon hazırlayarak müşterilerin çevreye duyarlı markaları keşfetmelerini ve desteklemelerini kolaylaştırıyor.

Şeffaf Tedarik Zinciri:

Marka, birlikte çalıştığı markaların tedarik zinciri ve üretim süreçleri hakkında bilgi paylaşımında bulunarak şeffaflığa vurgu yapıyor. Bu şeffaflık, müşterilerin satın aldıkları ürünlerin nereden geldiğini anlamalarını ve şirketin sürdürülebilirlik iddiasını doğrulamalarını sağlıyor.



Sürdürülebilir E-Ticaret: İşletmeler ve Markalar



EarthHero:

EarthHero, çeşitli sürdürülebilir ürünler sunan çevrimiçi bir pazaryeridir. Şirket, yüksek sürdürülebilirlik standartlarını karşıladıklarından emin olmak için her ürünü dikkatlice seçiyor.

Sürdürülebilirlik Kriterleri:

EarthHero'nun sunduğu markalar ve ürünler, titiz bir inceleme sürecinden geçiyor. Şirket çevre dostu, etik bir şekilde tedarik edilmiş ve gezegen üzerinde olumlu etkisi olan ürünlere öncelik veriyor.

Karbon Nötr Taşımacılık:

EarthHero, ürünlerini müşterilere gönderirken ortaya çıkan karbon emisyonlarını dengeleyerek karbon nötr bir teslimat süreci sağlıyor.

Hayırsever Bağış:

EarthHero, "Gezegen için Yüzde 1" programı kapsamında satışlarının yüzde 1'ini çevreci ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlara bağışlıyor. Bu da müşterilerin aldıkları ürünlerle çevresel konuları desteklemelerine olanak tanıyor.



Green Toys: Green Toys, geri dönüştürülmüş malzemelerden çevre dostu oyuncaklar üreten bir markadır. Şirket, sürdürülebilirlik için taahhütte bulunarak ekolojik etkilerini azaltmaya kararlı.

Geri Dönüştürülmüş Malzemeler:

Green Toys, oyuncaklarını üretmek için çoğunlukla atılmış süt kutularından olmak üzere %100 geri dönüştürülmüş plastik kullanıyor. Geri dönüştürülmüş malzemeleri kullanarak atıkları azaltmaya ve işlenmemiş plastik tüketimini en aza indirmeye yardımcı oluyor.

Güvenli ve Toksik Olmayan Malzemeler: Hiçbir Green Toys ürünü BPA, ftalat, PVC ve dış kaplama içermediğinden çocuklar ve çevre için güvenlidir.

Asgari Düzeyde Paketleme:

Marka, aşırı ambalaj kullanımından kaçınarak ve mümkün olduğunca geri dönüştürülmüş / dönüştürülebilir malzemeler kullanarak minimal bir paketleme yaklaşımı izliyor.

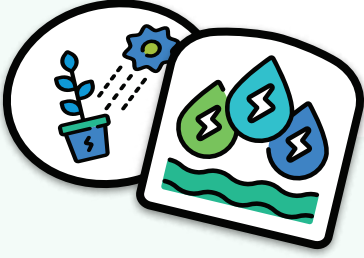
Ten Thousand Villages: Ten Thousand Villages, dünyanın dört bir yanındaki esnafın el yapımı ürünlerini sunan bir adil ticaret perakendecisidir. Şirket, sürdürülebilirliği ve etik üretimi ön planda tutuyor.

Adil Ticaret Taahhüdü: Ten Thousand Villages, adil ticaret ilkelerini izleyerek esnafın adil ücret almasını ve güvenli koşullarda çalışmasını sağlıyor. Adil ticaretin desteklenmesiyle müşteriler, sürdürülebilir geçim kaynaklarına ve topluluklara katkıda bulunuyor.



Esnafı Güçlendirme: Ten Thousand Villages, esnafa ekonomik büyümenin yanı sıra becerilerini geliştirmek için de fırsatlar sunarak onları güçlendirmeye odaklanıyor. Kültürel mirası koruyarak ve sürdürülebilir uygulamaları teşvik ederek geleneksel esnaflığı destekliyor.

Hikaye Anlatma: Ten Thousand Villages, her bir ürünün arkasındaki hikâyeyi ve kültürel önemi vurgulayarak müşterileri esnaf ve esnaf toplulukları ile buluşturuyor.



Sürdürülebilir E-Ticaret: İşletmeler ve Markalar



Mrs. Meyer's Clean Day: Mrs. Meyer's Clean Day, bitki bazlı içeriklerden elde edilen ve çevre dostu temizlik ürünleri üreten bir markadır. Sürdürülebilirliğe öncelik veren şirket, temizliğe daha doğal bir yaklaşımı destekliyor.

Bitki Bazlı İçerikler: Mrs. Meyer's Clean Day, sert kimyasallardan ve sentetik kokulardan kaçınarak ürünlerini bitki türevli bileşenlerle formüle ediyor. Yenilenebilir kaynaklar kullanmaya ve petrol bazlı bileşenlerin kullanımını en aza indirmeye öncelik veriyor.

Biyobozunur Formüller: Marka, temizleme formüllerinin biyobozunur olmasını, yani su sistemlerine girdiklerinde doğal olarak parçalanabilmelerini ve çevreye zarar vermemelerini sağlıyor.

Geri Dönüştürülebilir Ambalaj: Mrs. Meyer's Clean Day, geri dönüştürülebilir ambalaj malzemeleri kullanıyor. Ambalaj atıklarını en aza indirmeye çalışarak mümkün olduğunca atılan ve geri dönüştürülmüş malzemeleri kullanıyor.

Hayvanlar Üzerinde Denenmemiş Ürünler: Marka, ürünlerini hayvanlar üzerinde denemiyor. Aynı zamanda ürünlerinin hayvanlar üzerinde denenmediği, ünlü kuruluş Leaping Bunny tarafından onaylandı.

TOAD & CO. : TOAD & CO., çevre dostu, sosyal açıdan sorumlu ve uzun ömürlü olacak şekilde tasarlanmış giysiler üretiyor.

Sürdürülebilir Malzemeler: TOAD & CO., giysilerinde organik pamuk, kenevir ve geri dönüştürülmüş kumaşlar gibi sürdürülebilir malzemelerin kullanımına öncelik veriyor. Ayrıca çevre dostu malzemeleri ürün gruplarına dahil etmek için yenilikçi tekstil üreticileriyle birlikte çalışıyor.



Adil Ticaret Sertifikası: TOAD & CO.'nun B Corporation sertifikası olmasının yanı sıra Adil Ticaret sertifikası da vardır. Marka adil ücretler, güvenli çalışma koşulları ve şeffaf tedarik zincirleri sağlamak için tedarik zincirindeki ortaklarıyla yakın işbirliği içinde çalışıyor.

Sorumlu Üretim: Marka, düşük etkili boyalar kullanarak, su tasarrufu sağlayan süreçler yürüterek ve üretimlerinde atıkları azaltarak çevresel etkilerini en aza indirmeyi amaçlıyor. Aynı zamanda müşterileri bilinçli ve uzun süreli alımlara teşvik etmek amacıyla çok yönlü ve zamansız tasarımlar yaratıyor.



Sürdürülebilir E-Ticarette Farklılaşma için Eko-Etiketler ve Rozetler

Sürdürülebilir e-ticaret dünyasında eko-etiketler ve rozetler, farkındalığı artırmada, tüketici seçimlerine rehberlik etmede ve güven oluşturmada çok önemli bir rol oynuyor. Bu sürdürülebilirlik sembolleri, müşterilere ürünlerin çevresel ve etik yönleri hakkında değerli bilgiler veriyor. İşletmeler, eko-etiketlerin ve rozetlerin müşterilerin gözündeki önemini anlayarak olumlu yönde değişimi teşvik edebilir ve sürdürülebilir ürünlere yönelik talebi artırabilir.

Şeffaflığı ve Güveni Artırma:

Eko-etiketler ve rozetler, bir şirketin sürdürülebilirlik taahhüdünü ileten görsel ipuçları niteliindedir. Müşterilere, ürünün belirli çevresel veya etik standartları karşıladığını açıkça gösterirler. Bir işletme bu rozetleri sergileyerek şeffaflığını ve uygulamalarından sorumlu tutulmak istediğini vurgular. Bu şeffaflık güven yaratmaya yardımcı olur ve müşterilerin gözünde olumlu bir marka imajı oluşturur.

Sürdürülebilir Tercihleri Yönlendirme:

Eko-etiketler ve rozetler, müşterilerin bilinçli ve sürdürülebilir seçimler yapmalarını sağlar. Bu semboller, organik içerikler, adil ticaret uygulamaları veya enerji verimliliği gibi ürün özellikleri hakkında değerli bilgiler verir. Ürünlerin sürdürülebilirlik özelliklerini açıkça belirten eko-etiketler ve rozetler, çevreye duyarlı ürünler almaya öncelik veren müşteriler için karar verme sürecini basitleştirir.

Kalabalık Bir Pazarda Farklılaşma:

Eko-etiketler ve rozetler, e-ticaretin rekabetçi ortamında işletmelere farklılaşmaları için değerli bir araç sunar. Sürdürülebilir ürünlere yönelik artan taleple birlikte bu semboller, markaların çevresel ve sosyal sorumluluğa olan bağlılıklarını göstererek rakipleri arasından sıyrılmalarına yardımcı olur.

Tüketici Güveni ve Bağlılığı Oluşturma:

Eko-etiketler ve rozetler müşterilere güven aşılar ve uzun vadeli sadakati teşvik eder. Müşteriler bu sürdürülebilirlik sembollerini gördüklerinde ürünün kendi değerleriyle uyumlu olduğuna ve olumlu bir değişime katkıda bulunduğuna inanır. Markanın sürdürülebilirlik taahhüdüne olan bu güven, müşteri sadakatini ve ürünün tekrar tekrar alınmasını beraberinde getirir. İşletmeler sürdürülebilirlik vaatlerini tutarlı bir şekilde yerine getirerek, markalarının elçisi haline gelen ve ürünlerini savunan müşterilerle güçlü ilişkiler kurabilir.

Eko-Etiketlerin ve Rozetlerin Önemi: Sürdürülebilir Seçenekleri Güçlendirme ve Müşteri Güveni Oluşturma



USDA Organic: USDA Organic mührü, organik ürünler için en yaygın olarak kullanılan eko-etiketlerden biridir. Ürünün sentetik pestisitler, genetiği değiştirilmiş organizmalar (GDO'lar) veya yapay katkı maddeleri kullanılmadan üretildiğini garanti eder.



Orman Koruma Konseyi (FSC): FSC sertifikası, sorumlu bir şekilde yönetilen ormanlardan elde edilen ahşap ve kağıt ürünleri için geçerlidir. Ürünün çevresel, sosyal ve ekonomik standartları karşılayarak, bağımsız olarak sertifikalandırılmış ormanlardan geldiğini garanti eder.



İklim Nötr Sertifikası: İklim Nötr Sertifikalı etiketi, bir şirketin karbon ayak izini ölçtüğünü, azalttığını ve dengelediğini gösterir. Şirketin iklim değişikliğiyle mücadele etmek ve karbon nötrlüğü desteklemek için aktif adımlar attığına dair müşterilere güvence verir.



Global Organik Tekstil Standardı (GOTS): GOTS sertifikası organik tekstil parçaları için kullanılır. Organik lif kullanımı ve çevre dostu üretim süreçleri de dahil olmak üzere ürünün katı ekolojik ve sosyal kriterleri karşıladığını doğrular.



Leaping Bunny: Leaping Bunny sertifikası, hayvanlar üzerinde denenmemiş kozmetik, kişisel bakım ve ev ürünü markalarına verilir. Ürünlerin ve içeriklerin bu konuda en yüksek standartları karşılaması beklenir.



Karbon Nötr Sertifikası: Karbon Nötr Sertifikalı etiketi, bir şirketin veya ürünün karbon ayak izini ölçerek, azaltarak ve dengeleyerek karbon nötr olduğunu gösterir. Markanın iklim değişikliğiyle mücadele için aktif olarak çalıştığına dair müşterilere güvence verir.

Certified



B Corp Sertifikası: B Corp Sertifikası yalnızca iklim değişikliğine odaklanmakla kalmayıp, şirketlerin çevre üzerindeki genel etkilerini değerlendirir. İklim değişikliğiyle mücadele de dahil olmak üzere katı sosyal ve çevresel performans standartlarını karşılayan işletmelere verilir.



Climate Pledge Friendly: Climate Pledge Friendly, Amazon'un karbon ayak izi azaltılmış ürünleri belirleyerek sürdürülebilir seçimleri teşvik etme programıdır. Sertifikalı ve belirli sürdürülebilirlik kriterlerini karşılayan ürünleri öne çıkarır. Program, sorumlu tüketimi teşvik ederek çevre dostu üretim uygulamalarını destekler. Amazon'un 2040 yılına kadar net sıfır karbon emisyonuna ulaşma taahhüdü vardır.

Ekol 360: Verimli ve Sürdürülebilir Avrupa Operasyonları için Özelleştirilmiş E-ticaret Hizmetleri

Hadımköy'deki Avrupa karayolu sınırının yakınında bulunan Orkide tesisimizde uçtan uca e-ticaret işlemleri sunan Ekol360 kapsamındaki yeni hizmetlerimiz ile tanışın. Yurtiçi stoklama, sipariş karşılama ve farklı hizmet düzeyleriyle iade yönetimi dahil olmak üzere kapsamlı ve uzman çözümler sunuyoruz. Verimli karayolu operasyonlarımızla Avrupa'daki tüm müşterilerimize e-ticaret siparişlerini 7 gün içerisinde teslim edebiliyor, sürdürülebilirliğe öncelik veriyoruz.

Ayrıca Poznan, Polonya'daki tesisimizde Avrupa bölgesinden gelen iadeleri etkin bir şekilde işliyor ve e-ticaret amacıyla yeniden satışa çıkarıyoruz. Integration360 ürünümüz, Avrupa pazaryerleri ile sorunsuz entegrasyon sağlayarak e-ihracat işlemlerinizi başlatmanıza olanak tanıyor. İşletmeniz için kolaylaştırılmış ve verimli bir e-ticaret deneyimi sunuyoruz.

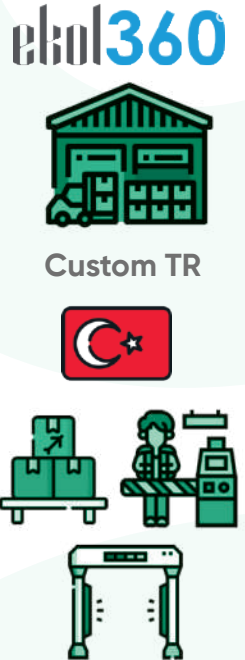
7 GÜNDE TÜM AVRUPA'YA

01 02 03 04 05 06 07

TOPLAMA NOKTALARI



EKOL ORKİDE SİPARİŞ KARŞILAMA MERKEZİ



TAŞIMACILIK



AB GÜMRÜK



TESLİMAT VE KARGO LOJİSTİĞİ



MÜŞTERİ HİZMETLERİ



ekol360
FULFILLMENT

ekol360
RETURN

ekol360
SHIP 2MP

ekol360
CROSS BORDER

ekol360
DELIVERY PLATFORM

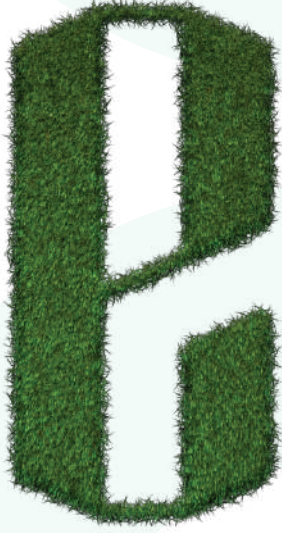
ekol360
INTEGRATION

ekol360
WEB SUITE

ekol360
WAREHOUSE

ekol360
VISIBILITY

Ekol'un Çevre Dostu Yaklaşımları



Ekol olarak, lojistik operasyonlarımızı yönlendiren temel bir ilke olarak sürdürülebilirliği önceliklendiriyoruz. Ekolojik ayak izimizi azaltmaya odaklanarak çeşitli çevre dostu girişimler uyguladık. Bunlar arasında çatılarımıza güneş panelleri kurulumu da yer almaktadır; böylece temiz ve yenilenebilir enerjiyi kullanmamızı sağlıyoruz. Ayrıca, intermodal lojistik uygulamalarını benimseyerek taşıma modlarını optimize ediyor, emisyonları minimize ediyor ve çevresel verimliliği teşvik ediyoruz. Sıfır Atık Sertifikası sahibi olan 11 tesisimizle sorumlu atık yönetimi uygulamalarına bağlıyız. Ayrıca, sürekli öğrenme programımız sayesinde tüm çalışanlarımız sürdürülebilir lojistik uygulamaları konusunda güncel kalıyor. Öncü çalışmalarımızla endüstri ve gezegen için daha yeşil bir gelecek şekillendiriyoruz.

Ekol'un intermodal çözümleri, CO 2 emisyonlarını ve dizel tüketimini önemli ölçüde azaltmada önemli bir fark yaratıyor. Yenilikçi yaklaşımlarımız, 700 futbol sahasına eşdeğer bir CO 2 azalmasına yol açarken aynı zamanda 350 dünya turunu desteklemek için yeterli miktarda dizel yakıt tasarrufu sağlıyor.

Ekol olarak, LOTUS Lojistik tesisimizde güneş panelleri kullanarak güneş enerjisinden faydalanmaktan gurur duyuyoruz. Bu paneller, yıllık 2.250 hane ihtiyacını karşılayacak kadar elektrik üretiyor. Yenilenebilir enerji kaynaklarını benimseyerek, gezegenimiz için sürdürülebilir bir geleceğe katkıda bulunuyoruz.



Ekol'ün 11 Sıfır Atık Sertifikalı tesisi, sorumlu atık yönetimi ve çevresel sürdürülebilirlik konusundaki şirket taahhüdümüzün bir göstergesidir.

2022 yılında, 3.500 çalışanımızı sürdürülebilirlik konusunda eğittik ve onları çevreye duyarlı uygulamaları benimsemek için bilgi ve becerilerle donattık.



Hizmetlerimiz hakkında bilgi almak için bize ulaşın.
Bizimle info@ekol360.com adresinden iletişime geçebilirsiniz.



ekol360

360