

Deloitte.
Digital

hepsi
burada

Türkiye'nin Hepsiburada'sı

Pandemide Bir Yılı Geride Bırakırken
Türkiye'de e-Ticaret Ekosistemi

İçindekiler

Global ve Türkiye e-Ticaret Ekosistemine Bakış

- Global e-Ticaret Ekosistemi ve e-Ticarete Pandemi Etkisi
- Türkiye'nin Global e-Ticaret Ekosistemi İçindeki Konumu
- Pandemi Döneminde Türkiye'de e-Ticaretin Gelişimi

1



2



Hepsiburada'nın Türkiye e-Ticaret Ekosistemine Etkisi

- Hepsiburada'nın Türkiye e-Ticaret Ekosistemindeki Yeri
- Hepsiburada'nın Müşterilerine Sunduğu Hizmet ve Faydalar
- Hepsiburada'nın İşletmelerin Gelişimine Sağladığı Katkılar
- İşletmelerin Dijital Dönüşüm Yolculuklarına Sağlanan Etki

3



Hepsiburada'nın Toplumdaki Paydaşları Üzerindeki Etkileri

- Kadınların Ekonomiye Kazandırılmasına Yönelik Destekler
- Toplumsal Dayanışma ve Seferberlik ile Topluma Sağlanan Katkılar

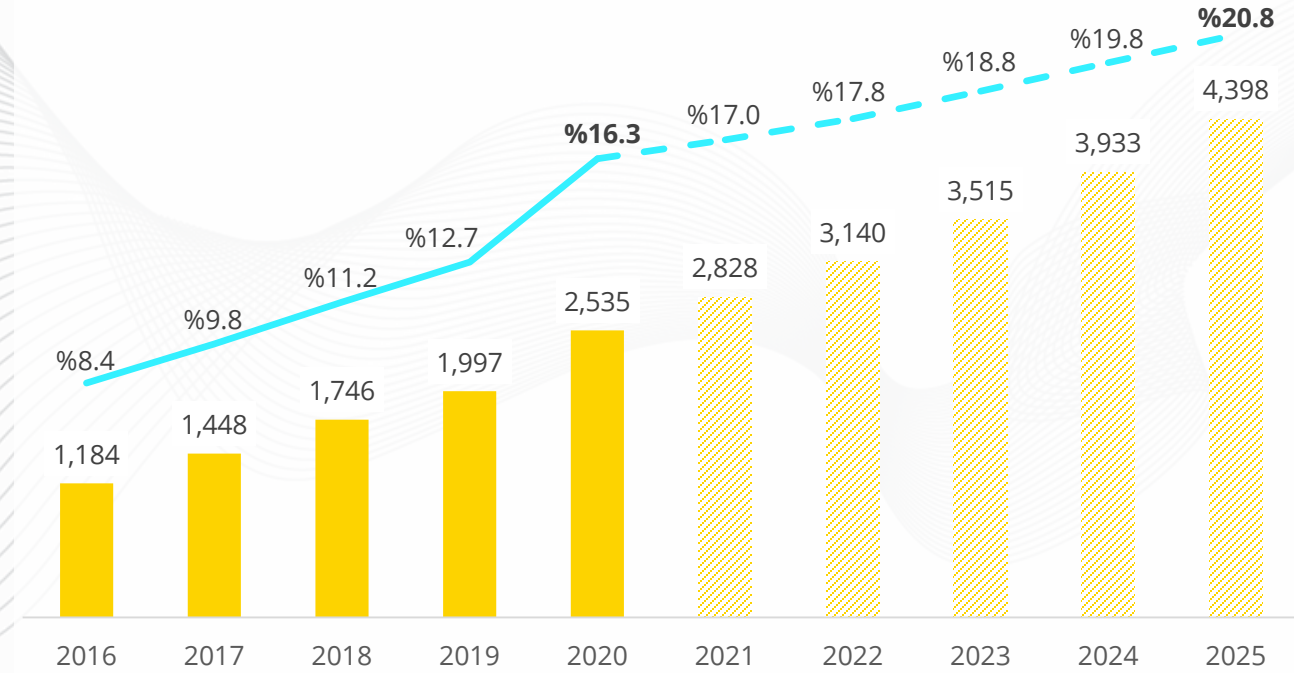


Global ve Türkiye E-Ticaret Ekosistemine Bakış

E-ticaretin perakende içindeki payı %15 bandını aşmış durumda, 2025'te %20'yi geçmesi bekleniyor.

Global e-ticaret hacminin 2025 yılında 4,4 trilyon dolar seviyesine ulaşması beklenirken e-ticaretin toplam perakende içindeki payının %20,8'e yükseleceği tahmin ediliyor.

Global e-Ticaret Büyüklüğü (milyar dolar) ve e-Ticaretin Toplam Perakende İçindeki Payı, 2016-2025



%21,0 Global e-ticaret hacminin 2016-2020 arasında yıllık ortalama büyümesi (toplam 2,5 trilyon dolar)

%26,9 e-Ticaretteki en yüksek büyüme pandemi döneminde yaşandı.

%16,3 e-Ticaretin toplam perakende içindeki payı pandemi süreci ile birlikte yükselerek, %15 bandını aştı.

%20,8 2025'te e-ticaretin perakende içinde beklenen payı, e-ticaret perakende sektörünün dijital dönüşümünü sağlıyor.

Not: İnternet üzerinden yapılan tüketici ürünleri kategorisi satışlarını kapsamaktadır.

Kaynak: Euromonitor International "Retailing in World, February 2021", Euromonitor International "E-Commerce in World, February 2021", Deloitte Analizi

Pandemi sonrası e-ticaretin etkisi kalıcı olacak – Her 10 tüketiciden 8'i online kanalları tercih edecek.

Tüketiciler pandemi nedeni ile fiziksel kanallar yerine online kanalları daha fazla tercih ettiklerini ve bu eğilimlerinin pandemi sonrasında da devam edeceğini belirtmektedir.

Tüketicilerin Pandemi Döneminde Kanal Tercihi Motivasyonları, 2020

Tüketicilerin Pandemi Sonrası Kanal Tercihlerine İlişkin Öngörüler, 2020



Kalabalıktan kaçınmak için online alışveriş yapmayı tercih edenler:

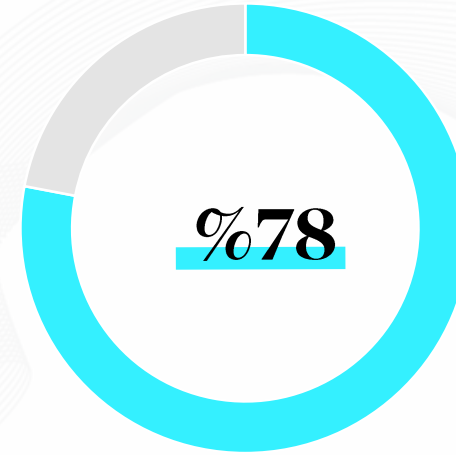
%65

Pandemi nedeniyle mağazalardan alışveriş yapma konusunda endişeli olanlar:

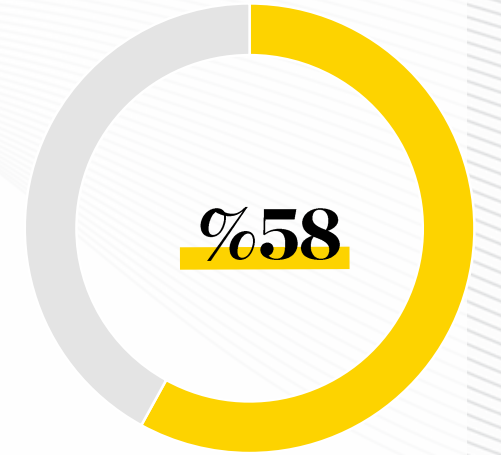
%51

Aşı sonrası eski alışveriş davranışlarına dönmeyi planlamayanlar:

%51



"Online alışveriş pandemi sonrasında **daha popüler hale gelecek.**"



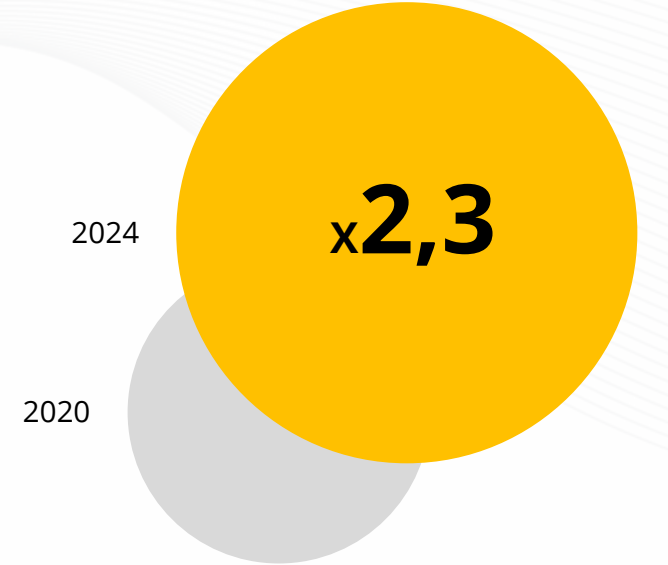
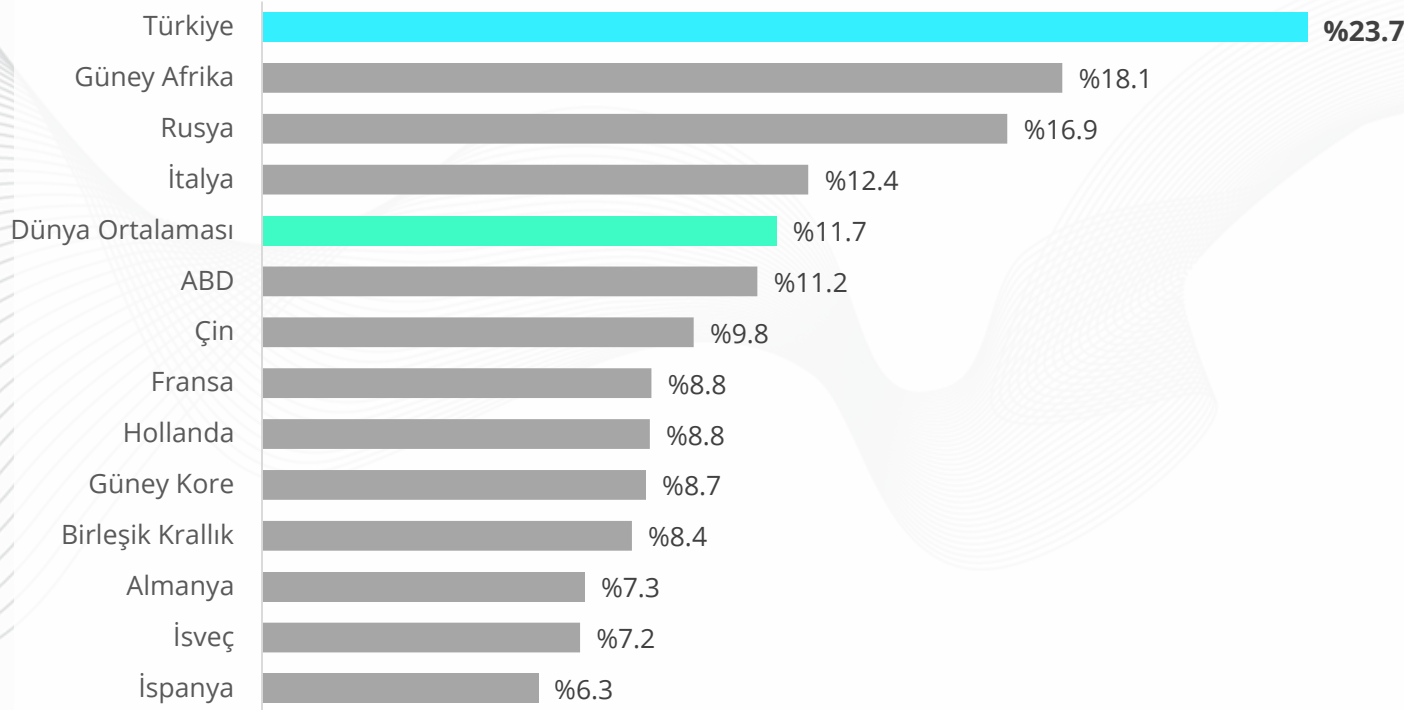
"Kapalı alışveriş merkezleri eskiden olduğu kadar tercih edilmeyecek."

Kaynak: Deloitte "2020 Holiday Retail Survey, Reimagining Traditions", Deloitte "The Future of Mall, Building a New Kind of Destination for the Post-Pandemic World"

Türkiye’de e-ticaretin 4 yıl içinde 2,3 katına çıkması bekleniyor.

e-Ticaretin 2020-2024 yılları arasındaki büyüme tahminleri incelendiğinde Türkiye’de e-ticaretin her yıl ortalama %23,7 oranında büyüyerek 4 yılda 2,3 katına çıkması bekleniyor.

e-Ticaret Satışları Bileşik Yıllık Büyüme Oranı Tahminleri,
2020-2024

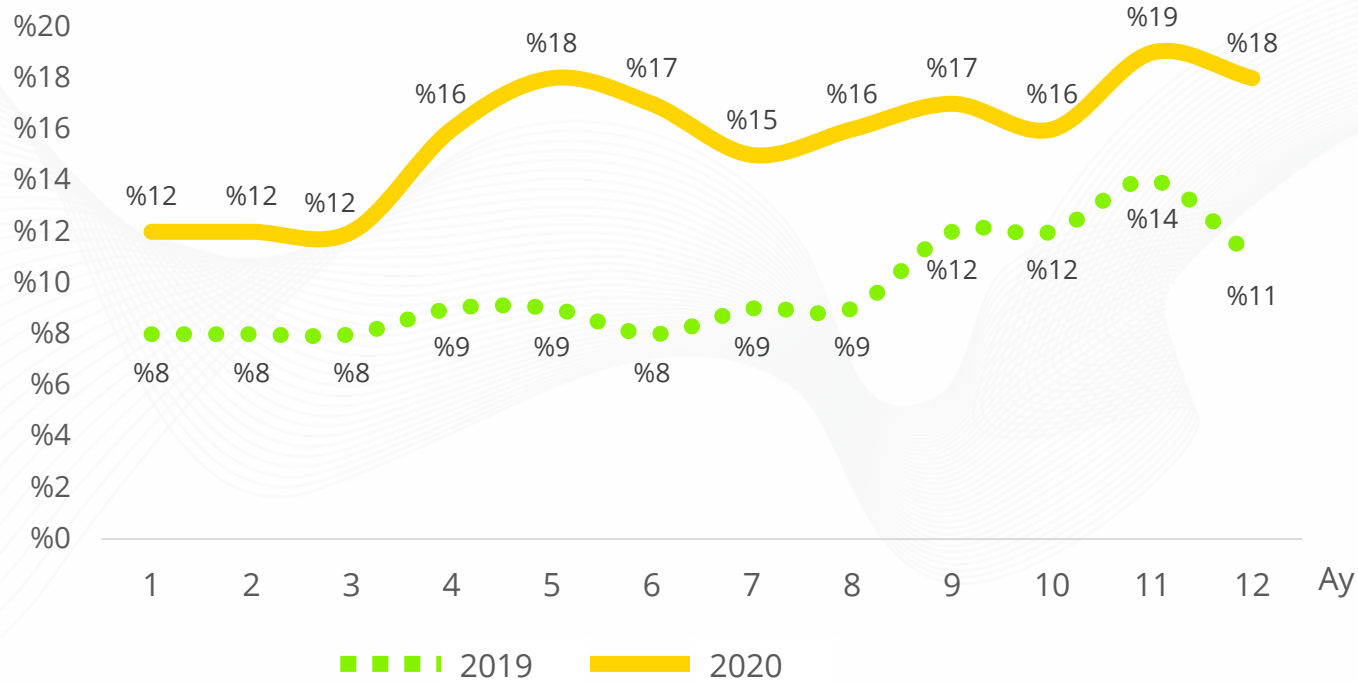


Kaynak: Euromonitor International "E-commerce Market Size Forecast 2020-2025"

Türkiye’de e-ticaret 2020 yılında pandeminin de etkisiyle 226 milyar TL büyüklüğe ulaştı.

Türkiye’de e-ticaret pandemi döneminde etkili olan dinamiklerin etkisiyle 2020 yılında geçtiğimiz yıla göre %66 oranında büyüme göstermiştir.

Ay Kırılımında E-Ticaretin Genel Ticarete Oranı, 2019-2020



2019
136
Milyar TL

2020
226
Milyar TL

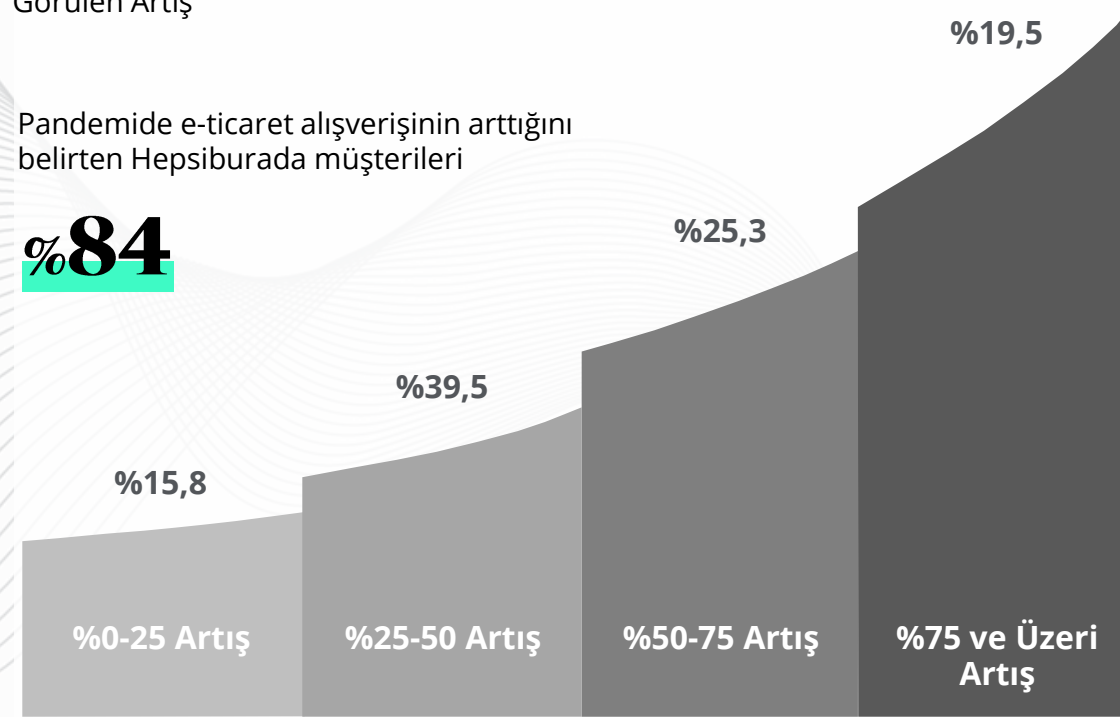
%66
BÜYÜME

Kaynak: E-Ticaret Bilgi Sistemi (ETBİS)

Pandemi döneminde tüketicilerin %84'ü e-ticareti daha fazla tercih etmeye başladı.

Tüketicilerin %45'i pandemi döneminde eskiye kıyasla e-ticaret üzerinden 1,5 kattan daha fazla alışveriş yapmaya başladıklarını ifade etmektedir.

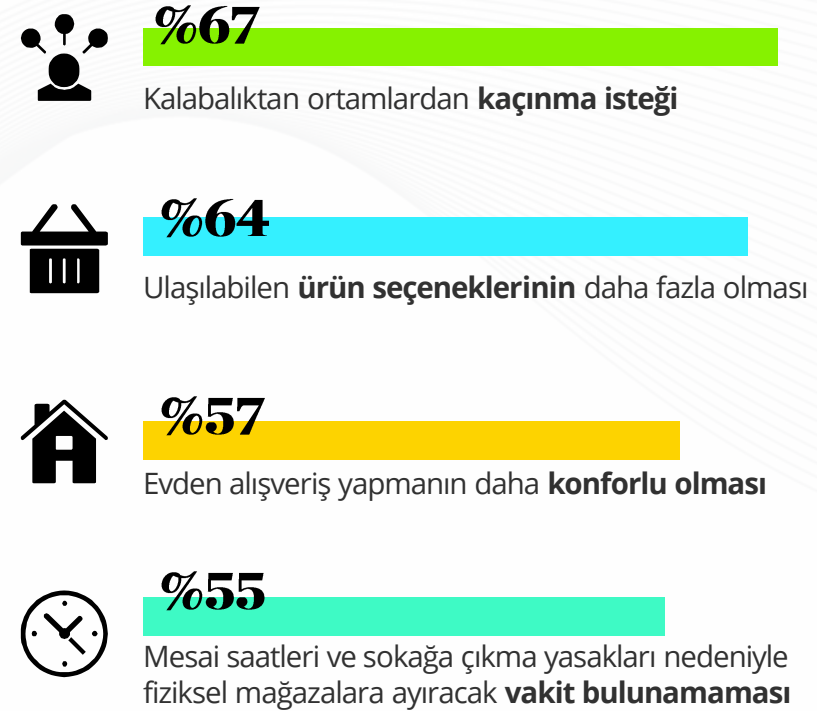
Pandemide Tüketicilerin E-Ticaret Alışveriş Tutarında Görülen Artış



Pandemi döneminde e-ticaret harcamalarının arttığını belirten Hepsiburada müşterilerinin cevapları baz alınmıştır.

Kaynak: Deloitte - Hepsiburada "Kantitatif Etki Araştırması, Mart 2021"

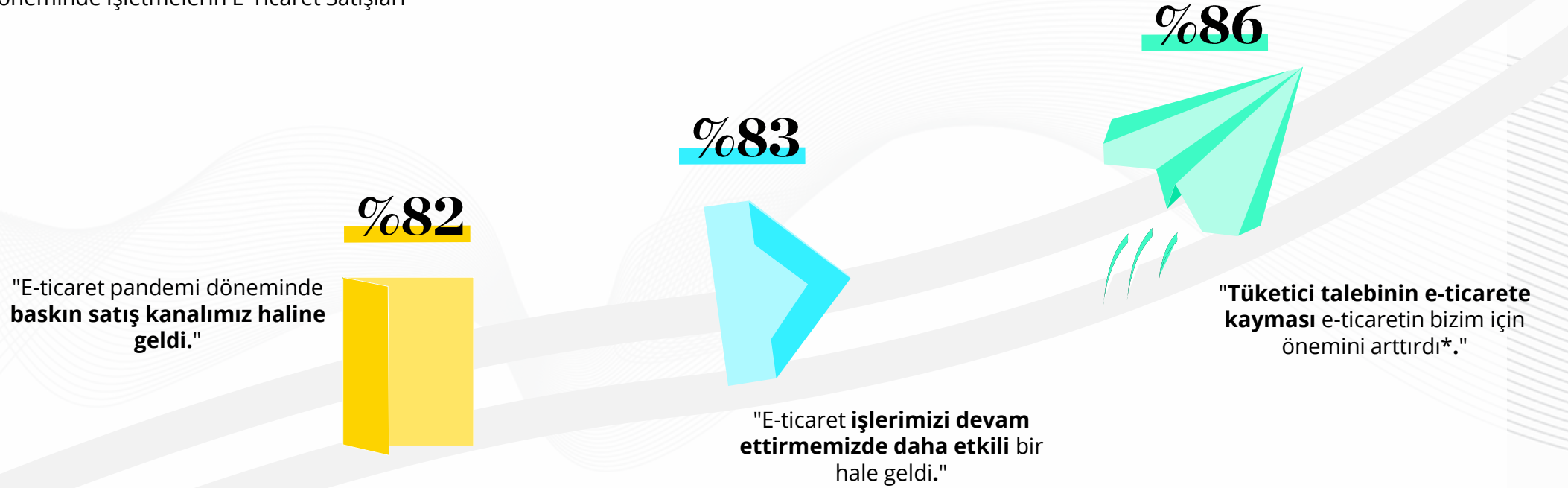
Pandemide Tüketicilerin E-Ticarete Yönelme Nedenleri



E-ticaret siteleri pandemi döneminde işletmelerin %82'si için baskın satış kanalı haline geldi.

İşletmelerin %86'sı tüketici talebinin e-ticarete kayması nedeni ile pandemi döneminde e-ticaretin işlerin devamlılığında daha etkili bir hale geldiğini belirtmektedir.

Pandemi Döneminde İşletmelerin E-Ticaret Satışları



*Pandemi döneminde e-ticaret üzerinden yapılan satışların işlerin devam ettirilmesinde daha etkili bir hale geldiğini belirten Hepsiburada iş ortaklarının cevapları baz alınmıştır.

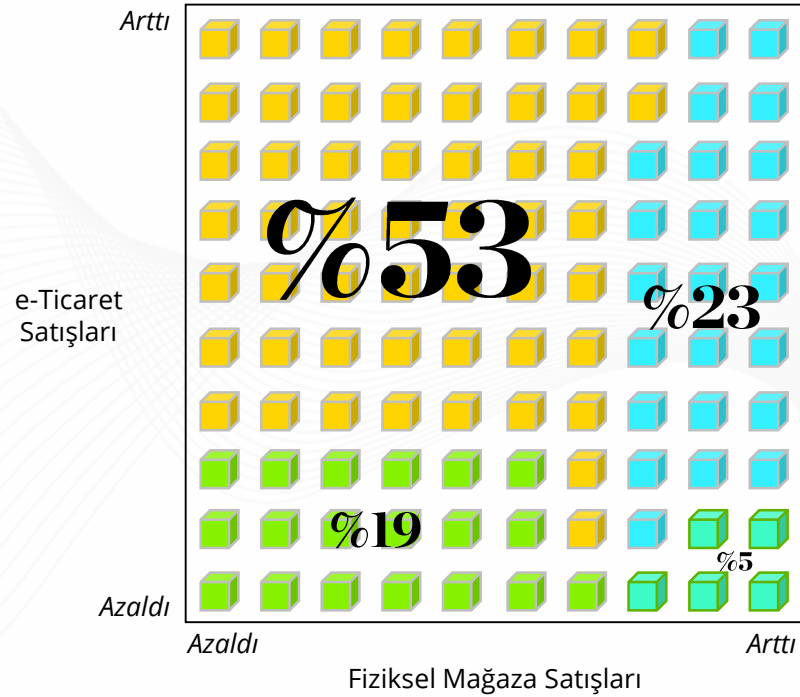
Kaynak: Deloitte - Hepsiburada "Kantitatif Etki Araştırması, Mart 2021"

© | Copyright © 2021 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.

Pandemi döneminde işletmelerin %76'sı için e-ticaret satışlarının ciro içindeki payı arttı.

Pandemi döneminde Hepsiburada üzerinden satış yapan işletmelerin %53'ü için e-ticaret satışları artış gösterirken fiziksel mağaza satışları azalmıştır.

Pandemi Döneminde Kanal Bazlı Satışlardaki Değişim



%76 Pandemi döneminde e-ticaret satışlarının arttığını belirten işletmeler

%72 Pandemi döneminde fiziksel mağaza satışlarının azaldığını belirten işletmeler

%39 Yalnızca online kanallar üzerinden satış yaptığını belirten işletmeler

Fiziksel mağazalar üzerinden satış yaptığını belirten iş ortaklarının cevapları baz alınarak oluşturulmuştur.

Kaynak: Deloitte - Hepsiburada "Kantitatif Etki Araştırması, Mart 2021"

İşletmelerin %64'ü pandemi sonrası e-ticaretin satışlar içindeki payının artmasını bekliyor.

Hepsiburada üzerinden satış yapan işletmeler pandeminin sona ermesi halinde dahi e-ticaretin toplam satışları içindeki payının eski seviyelerine inmeyeceğini öngörmektedir.

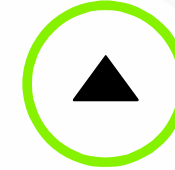
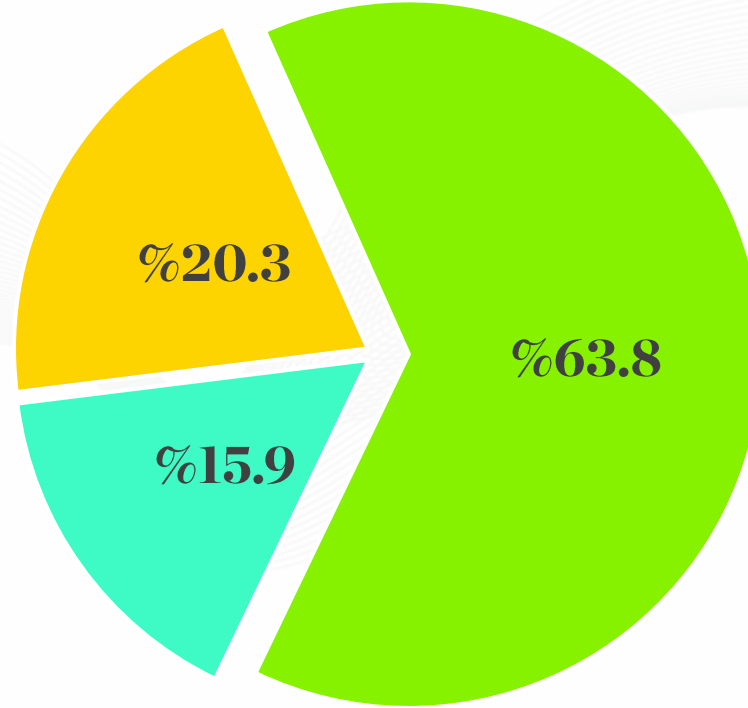
İşletmelerin Pandemi Sonrası Öngörülleri



"Salgın bittikten sonra e-ticaretin satışlarımız içindeki payının sabit kalacağını düşünüyorum."



"Normalleşme süreci ile e-ticaretin satışlarımız içindeki payının azalacağını düşünüyorum."



"Salgın bitse de e-ticaretin satışlarımız içindeki payının artacağını düşünüyorum."

Kaynak: Deloitte - Hepsiburada "Kantitatif Etki Araştırması, Mart 2021"



Hepsiburada'nın Türkiye E-Ticaret Ekosistemine Etkisi

Hepsiburada müşterilerine 30'dan fazla kategoride 50 milyonun üzerinde ürün seçeneği sunuyor.



hepsiburada

+30

Kategori

+50 milyon

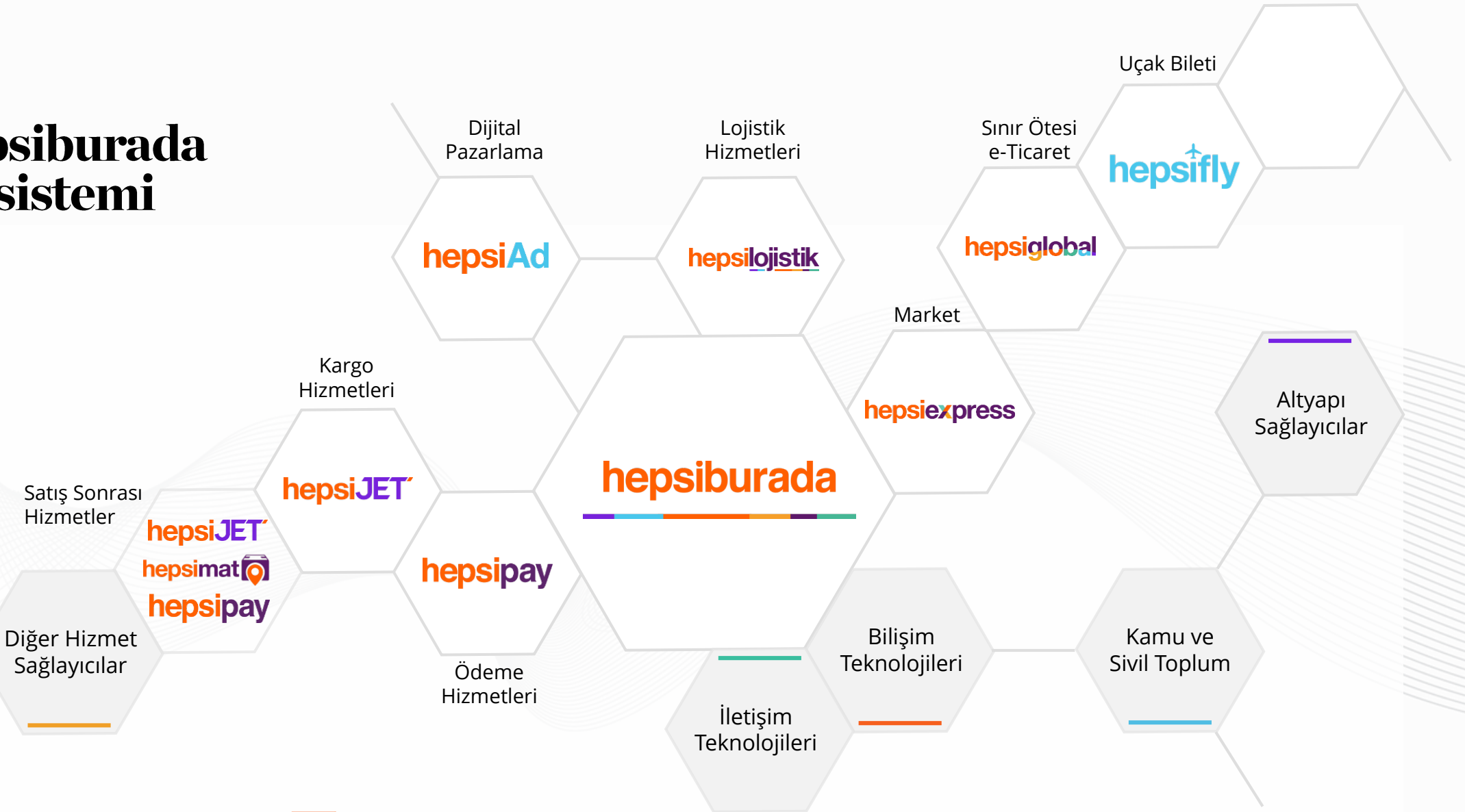
Ürün Seçeneği

+200 milyon

Aylık Ziyaret



Hepsiburada ekosistemi



Hepsiburada'nın doğrudan geliştirdiği sektör ve paydaşlar



Hepsiburada'nın dolaylı olarak katkı sağladığı sektör ve paydaşlar

Hepsiburada müşterileri için geliştirdiği katma değerli hizmetler ile ekosistemde ilkleri yaratıyor.



Hepsiburada her 5 müşterisinden 4'ünün en sık tercih ettiği e-ticaret platformu konumunda.

Hepsiburada, pandemi döneminde sağladığı hizmetler ile bu dönemde müşterilerinin memnuniyetini %17 oranında arttırmıştır.

Pandemi Döneminde Hepsiburada



%80

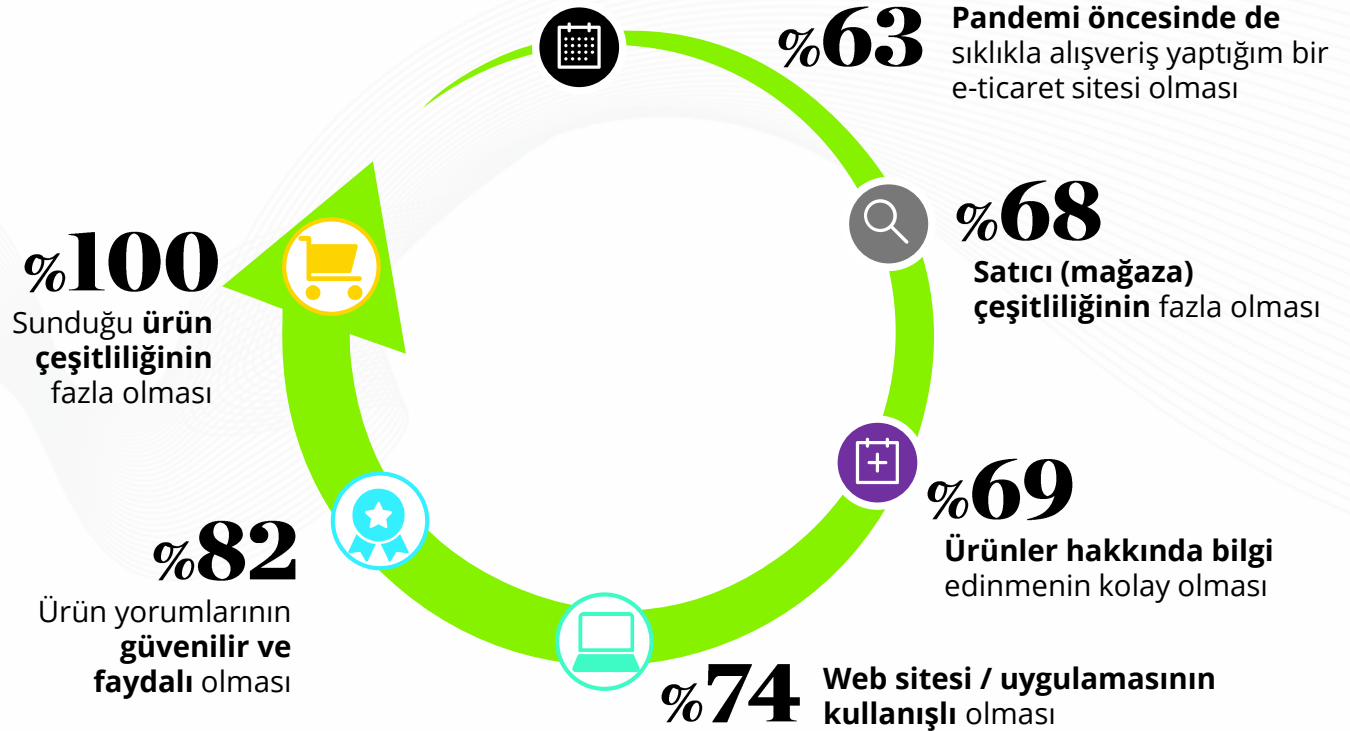
Hepsiburada'nın **en sık tercih ettiği** e-ticaret siteleri arasında yer aldığını belirten müşteriler



%17

Pandemi döneminde Hepsiburada **müşterilerinin memnuniyetinde** görülen artış

Pandemi Döneminde Müşterilerin Hepsiburada'yı Tercih Etme Nedenleri

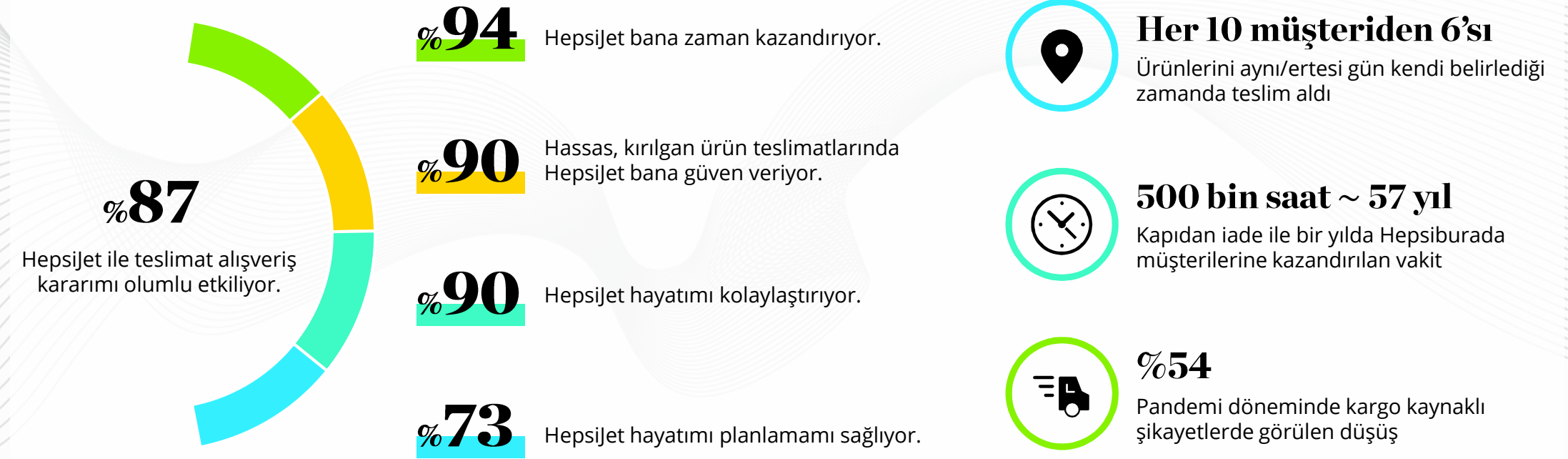


Kaynak: Deloitte - Hepsiburada "Kantitatif Etki Araştırması, Mart 2021", Hepsiburada (Mart 2021), Deloitte Analizi

Hepsiburada teslimat çözümleri ile pandemide müşterilerinin %94'üne zaman kazandırdı.

Hepsiburada müşterilerinin %87'si Hepsijet ile teslimat yapılmasının alışveriş kararlarını olumlu yönde etkilediğini ifade etmektedir.

Müşterilerin Hepsijet Hakkındaki Düşünceleri



Hepsijet ile teslimatın alışveriş kararına etkisi için Hepsijet hizmetini kullandığını belirten katılımcıların cevapları baz alınmıştır.

Kaynak: Deloitte - Hepsiburada "Kantitatif Müşteri Araştırması, Hepsiburada (Mart 2021), Deloitte Analizi

Hepsiburada, e-ticaret ekosistemindeki deneyimi ve başarıları ile müşterilerine güven sağlıyor.

Hepsiburada, yola çıktığı ilk günden beri müşterilerinin güvenini kazanmak ve müşteri memnuniyetini arttırmak için çalışmalarına devam etmektedir.

Müşterilerin Hepsiburada Hakkındaki Düşünceleri



Kaynak: Deloitte - Hepsiburada "Kantitatif Etki Araştırması, Mart 2021"

Müşteri Görüşleri

" Hepsiburada **hayatımı kolaylaştırdığı için** iyi ki var. "

" On beş yıldır Hepsiburada'dan alışveriş yapıyorum. Yapmaya da devam edeceğim. "

" Hepsiburada **iyi ki var.** Çünkü güvenli alışveriş yapıyorum. **Hepsiburada'dan vazgeçmem.** Çünkü kolay ulaşıyorum ve aradığım her şeyi bulabiliyorum. "

Kaynak: Deloitte - Hepsiburada "Kalitatif Etki Araştırması, Mart 2021"

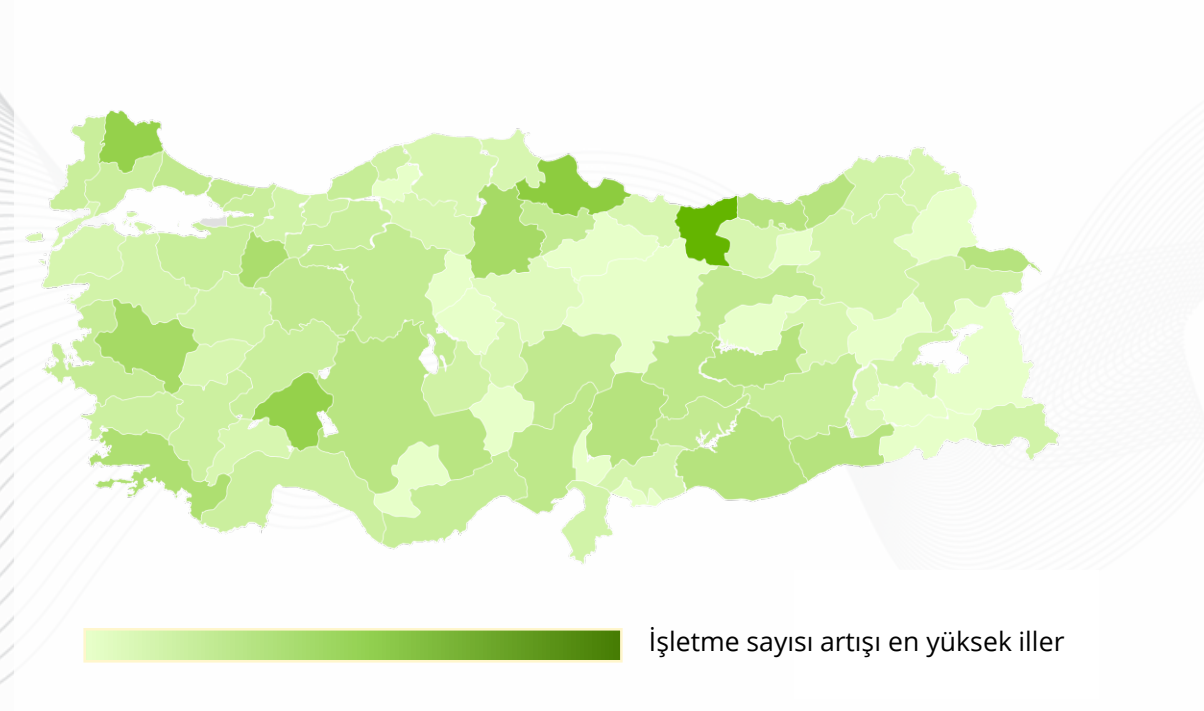
19 | Copyright © 2021 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.



Hepsiburada pandemide Türkiye'nin tüm bölgelerinde 2 kat daha fazla işletme ile hizmet vermeye başladı.

Hepsiburada, platform üzerinden satış yapan her 3 işletmeden 1'inin e-ticarete başladığı ilk e-ticaret sitesi olarak Türkiye e-ticaret ekosisteminin büyümesine katkı sağlamaktadır.

Pandemi Döneminde Hepsiburada Üzerinden Satış Yapan İşletmelerin Gelişimi



En Fazla Artış Gösteren İlk 10 Şehir

- 1 Giresun
- 2 Samsun
- 3 Isparta
- 4 Kırklareli
- 5 Çorum
- 6 Manisa
- 7 Bilecik
- 8 Muğla
- 9 Elazığ
- 10 Iğdır



Her 3 işletmeden 1'i
e-ticarete Hepsiburada ile başladı.

x2

Hepsiburada üzerinden satış yapan **işletme sayısı artışı**

Kaynak: Deloitte - Hepsiburada "Kantitatif Etki Araştırması, Mart 2021", Hepsiburada (Mart 2021)

Hepsiburada işletmelerin Türkiye'nin tüm şehirlerine 24 saat içerisinde ulaşmasını sağlıyor.

Hepsiburada, pandemi döneminde açtığı beş yeni lojistik merkezi ile işletmelerin temel tüketim ürünlerini müşterilerine bir gün içinde ulaştırmasına imkan sağlamaktadır.

Hepsiburada Lojistik Merkezleri (Merkez ve Bölgesel)



1+5 Bölgesel lojistik merkezi

81 ile 24 saat içerisinde teslimat

Akıllı Operasyon Merkezleri ve Lojistik Merkezler

+120 bin m² Toplam Depo Alanı

5 milyon Toplam Ürün

+10 milyon Aylık Ürün Gönderim Kapasitesi

Kaynak: Hepsiburada (Mart 2021)

Pandemide her 10 işletmeden 7'si için fiziksel mağaza satışları azalırken, e-ticaret sayesinde satışlarda artış sağlandı.

Pandemi döneminin etkisiyle mağaza satışları ortalama %45 azalan işletmelerin, Hepsiburada üzerinde yaptıkları satışlar aynı dönemde %40 artış gösterdi.

Pandemi Döneminde İşletmelerin Fiziksel Mağaza ve E-Ticaret Satışlarında Görülen Artış / Düşüş Oranları

%45 Fiziksel mağaza satışlarında görülen ortalama düşüş

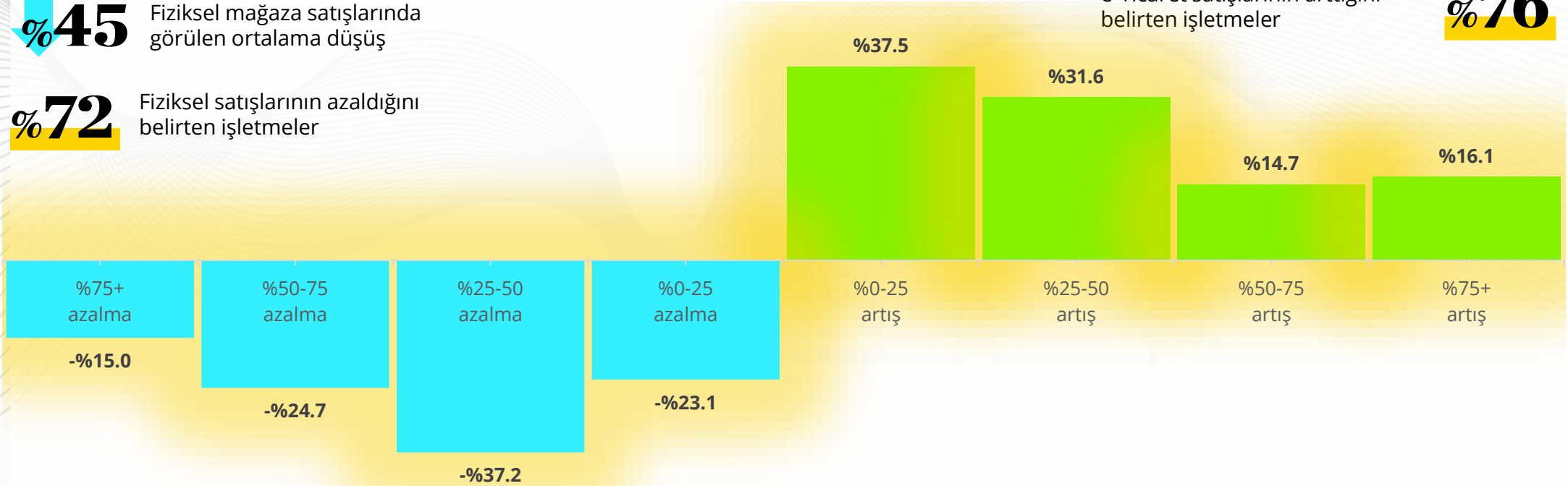
%72 Fiziksel satışlarının azaldığını belirten işletmeler

e-Ticaret satışlarında görülen ortalama artış

%40

e-Ticaret satışlarının arttığını belirten işletmeler

%76



Kaynak: Deloitte - Hepsiburada "Kantitatif Etki Araştırması, Mart 2021", Deloitte Analizi

Fiziksel mağazalar üzerinden satış yaptığını belirten işletmelerin cevapları baz alınmıştır.

İşletme Görüşleri

“

Markalaşmamıza inanılmaz katkısı var. Hepsiburada'da üç bin müşteri varsa, **bize her gün hepsine ulaşma şansı** veriyor. Bu, belki dolaylı yoldan, elli-yüz binleri buluyor. Memnun müşteri **daha da fazla markalaşmamıza** neden oluyor.

”

“

Halihazırda var olan bir kitleye satış yapmamızı ve güzel bir ciro yapmamızı sağlıyor. **İsmimizi hiç duymamış pek çok kişi Hepsiburada'da adımızı görüp bizimle iletişime geçti.**

”

“

İş hayatımıza katma değer sağlıyor; **ismimiz tescilleniyor, marka bilinirliğimiz artıyor**, platformdan binlerce kişi alışveriş yapıyor ve biz ismimizi bu geniş kitleye duyurmuş oluyoruz. Bu bir marka ve bunun için benim **milyonlar harcamama gerek kalmadan**, ürün gönderdiğimde, reklamlar tıklandığında, sayfam ve markam görünebiliyor.

”

Kaynak: Deloitte - Hepsiburada "Kalitatif Etki Araştırması, Mart 2021"



Hepsiburada pandemi döneminde işletmelerin daha kaliteli hizmet sunmasına imkan sağladı.

Hepsiburada'nın pazar, ürün ve müşteriler hakkında sunduğu kapsamlı bilgiler işletmeler tarafından müşterilere daha kaliteli hizmet sunulmasında en önemli faktör olarak öne çıkmaktadır.

Pandemi Döneminde Müşterilere Daha Kaliteli Hizmet Sunulmasında Etkili Olan Nedenler

Pazar, ürünler ve müşteriler hakkında kapsamlı bilgiler sunarak müşterilerimizi daha iyi anlamamızı sağladı.

%41

%27

Sunduğu lojistik imkanlar ile müşterilerimize hızlı ve eksiksiz teslimat yapmamızı sağladı.

%16

Müşterilerimize kaliteli iade hizmetleri sunmamızı sağladı.

%10

Müşterilerimize farklı teslimat seçenekleri sunmamızı sağladı.

%7

Diğer

Kaynak: Deloitte - Hepsiburada "Kantitatif Etki Araştırması, Mart 2021", Deloitte Analizi

Her 4 işletmeden 3'ü diğer kargo firmaları yerine Hepsijet'i tercih ediyor.

Hepsiburada, Hepsijet ile işletmeler için ürünlerinin sipariş edilmesinden müşterilere ulaştırılmasına ve sonrasında iadesine kadar çeşitli alanlarda katma değerli çözümler üretmektedir.

İşletmelerin Hepsijet Tercihleri

%75

Hepsijet'i diğer kargo firmalarına tercih ederim



104

Şube

50

Şehir

+1500

İş ortağı

> %83

Daha Hızlı Hizmet

Daha Kaliteli Hizmet

Müşteri Memnuniyeti Artışı

Daha Verimli Operasyonlar

Kaynak: Deloitte - Hepsiburada "Kantitatif Etki Araştırması, Mart 2021", Hepsiburada (Mart 2021)

HepsiLojistik işletmelerin dijital dönüşümlerini hızlandırırken maliyetlerini %15 oranında düşürüyor.



Kaynak: Hepsiburada (Mart 2021)

İşletme Görüşleri

“

Hepsiburada'nın müşteri desteği çok iyi ve bu bizim için çok çok önemli. Hepsiburada pandemi döneminde bile müşterilerimize kaliteli hizmet sunmaya devam etti.

Hepsiburada, ben bu işe girerken kimsenin bana inanmadığı, zor dönemde, bana destek oldu, hevesimi hayalimi kırmadı. İnsan bir haftada yıkılıyor. **Bizi canlı tuttu, korudu.** Hayallerinden vazgeçen dünya kadar insan var ama insan hayallerinin peşinden koşmalı.

”

Pandemide Hepsiburada hayatımda olmasaydı hepimiz evde kal Türkiye modunda evde otururduk. **İyi ki var, çünkü markamızı ve bizim sesimizi duyurdu.**

”

Kaynak: Deloitte - Hepsiburada "Kalitatif Etki Araştırması, Mart 2021"



Hepsiburada ile ihracat yapan işletmelerin %85'i daha önce satış yapamadığı ülkelere ulaştı.

+30 Ürün kategorisi

+15 Farklı coğrafya

500 Milyon potansiyel müşteri

HepsiGlobal ile İşletmelere
Sağlanan Faydalar:

- Yeni coğrafyalara erişim
- Pazarlama destekleri
- Gümrük işlemleri
- Kur/dil çeviri hizmeti
- Operasyonel altyapı
- Teknoloji entegrasyonu

Hepsiburada üzerinden ihracat yaptığını belirten işletmelerin cevapları baz alınmıştır.

Kaynak: Deloitte - Hepsiburada "Kantitatif Etki Araştırması, Mart 2021", Hepsiburada (Mart 2021), International Monetary Fund

Hepsiburada ve ekosistemindeki işletmeler 3,5 milyon kişinin geçimine katkı sağlıyor.

Hepsiburada ekosistemindeki işletmeler 1,6 milyon kişisi doğrudan olmak üzere toplam 3,5 milyon kişinin geçimine katkı sağlamaktadır.



Hepsiburada ve ekosistemindeki işletmelerin oluşturdukları istihdam ile geçimine katkı sağladığı kişi sayısı

3,5 milyon kişi

DOĞRUDAN KATKI

1,6 milyon kişi

DOLAYLI KATKI

1 milyon kişi

TETİKLENEN KATKI

0,9 milyon kişi

Doğrudan katkı işletmelerin ticari faaliyetleri sonucu direkt olarak ortaya çıkan katkısı, dolaylı katkı işletmelerin ticari faaliyetlerini gerçekleştirebilmek için diğer sektör ve işletmelerden aldıkları ürün ve hizmetler sonucu oluşan katkısı, tetiklenen katkı ise işletmelerin çalışanlarına sunduğu ücretin ekonomide dönmesi sonucu sağlanan katkısı ifade etmektedir. Analizde ortalama hanehalkı büyüklüğü 5 Mart 2021 tarihinde açıklanan TÜİK verisine göre 3,2 olarak alınmıştır.

Kaynak: Deloitte - Hepsiburada "Kantitatif Etki Araştırması, Mart 2021", Hepsiburada (Mart 2021), TÜİK, Deloitte Analizi



Hepsiburada'nın Toplumdaki Paydaşları Üzerindeki Etkileri

Hepsiburada, bünyesindeki kadın girişimcilerin işlerini 98 kat büyütmelerine katkı sağladı.

Hepsiburada kamu ve sektör iş birlikleri ile birlikte hayata geçirdiği inisiyatifleri ile 19 binden fazla kadın girişimciye ulaşmış ve kadın girişimcilere çeşitli eğitim, destek ve avantajlar sunmuştur.

Hepsiburada'nın Desteklediği Kadın Girişimciler

Girişimci Kadınlara Teknoloji Gücü Programı Başarıları

+**19 bin**

Girişimci Kadınlara Teknoloji Gücü kapsamında desteklenen **kadın girişimci**

50

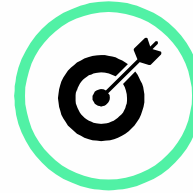
Girişimci Kadınlara Teknoloji Gücü'ne dahil olan **kadın kooperatifi** sayısı

%65



Pandemi döneminde alınan **siparişlerde** görülen artış

%95



Program kapsamında **satış başarısı** gösteren kadın girişimci oranı

x98



Programa dahil olan kadın girişimcilerin **işlerini büyütme** oranı

Kaynak: Hepsiburada (Mart 2021)

Kadın Girişimci Görüşleri

“ Ben en çok kadın üretimini desteklemesini takdir ediyorum O topluluğun içinde var olmak bana güç veriyor ve başkalarına ilham olabileceğimi düşünüyorum. **Kadın girişimci desteği için Hepsiburada'ya minnettarım.** ”

“ Satıcılarını sahiplenip, koruyor. Mevcut şartlarda iş yapmak zaten zor, kadın olarak iş yapmak ekstra zor. **Kadını geleneksel rolünden uzaklaştırıp kariyer yapsın, başarsın diye destek oluyor.** ”

“ Kadın girişimci desteğiyle ilgili detay metinleri okuduğumda, çok mutlu oldum. **Çünkü ticaret eşittir erkek algısı var, bunu kırması açısından çok ince bir hamle ve görüş...** ”

Kaynak: Deloitte - Hepsiburada "Kalitatif Etki Araştırması, Mart 2021"



Hepsiburada tüm paydaşlarının koordinasyonu ve katkıları ile toplumsal dayanışmaya katkı sağlıyor.

Hepsiburada; kamu, sivil toplum kuruluşları ve ekosisteminde bulunan işletmeler ile yaptığı iş birlikleri ve müşterilerine sunduğu katkılar ile toplumda ihtiyaç duyan her kesimin yanında yer almaktadır.

1 milyon

adet tıbbi malzeme (cerrahi maske ve muayene eldiveni) desteği

**Sağlık Bakanlığı
Maske ve Eldiven Desteği**

45 bin

ihtiyaç sahibi aileye
Ramazan destek paketi

**İçişleri Bakanlığı, Valilikler ve
Müşterilerimizin Katkıları ile
Ramazan Dayanışması**



5 bin

kişiye istihdam ile
ekonomik destek

**Pandemi Dönemi
Ek İstihdam Paketi**



+75

markanın desteği ile
online alışveriş şenliği

**#ÇabaBurada - Çaba Derneği
Faaliyetlerine Destek**

+15

"Yıldızlı Marka" ile
çocukların hayallerine destek

**Bir Dilek Tut Derneği -
Yıldızlı Markalar Projesi**

BMD
BİRLEŞMİŞ
MARKALAR
DERNEĞİ

üyesi tekstil markalarına pandemi
dönemi ticari teşvikleri

**BMD & Hepsiburada -
Perakende Dayanışma Hareketi**

Kaynak: Hepsiburada (Mart 2021)

Hepsiburada HepsiYürekten çatısı altında sivil toplum kuruluşlarına çeşitli imkanlar sunuyor.

Hepsiburada, HepsiYürekten çatısı altında 13 sivil toplum kuruluşuna seçili kategorilerde komisyon indirimi, ücretsiz kargo, reklam ve pazarlama destekleri sunmaktadır.

«HepsiYürekten» Projesi ile Destek Sağlanan Sivil Toplum Kuruluşları



Kaynak: Hepsiburada (Mart 2021)

1

E-ticaret giderek artan bir ivmeyle büyümeye devam ediyor.

- E-ticaretin perakende içindeki payı %15 bandını aştı, 2025'te %20'yi geçmesi bekleniyor. Türkiye'de e-ticaretin 4 yıl içinde 2,3 katına çıkması bekleniyor.
- E-ticaret siteleri pandemi döneminde işletmelerin %82'si için baskın satış kanalı haline geldi. İşletmelerin %76'sı için e-ticaret satışlarının ciro içindeki payı arttı.
- İşletmelerin %64'ü pandemi sonrası e-ticaretin satışlar içindeki payının artmasını bekliyor.

2

Hepsiburada sektörün lideri olarak Türkiye e-ticaret ekosistemine katkı sağlıyor.

- Hepsiburada pandemi döneminde işletmelere can suyu olmaya devam ediyor, onların işlerini e-ticaretle büyütmelerine ve dünyaya açılmalarına destek veriyor.
- Hepsiburada ekosistemindeki işletmeler ile 3,5 milyon kişinin geçimine katkı sağlıyor.
- Hepsiburada pandemi döneminde 50 milyondan fazla ürün seçeneği, lojistik yatırımları ve inovatif servisleri ile müşterilerine kesintisiz ve güvenli bir şekilde hizmet sağlıyor.

3

Türkiye'nin Hepsiburada'sı teknolojinin yapıcı gücünü paydaşlarına ve topluma değer yaratmak için seferber ediyor.

- Hepsiburada, kadınların iş yaşamındaki yerini güçlendirmek için 19 binden fazla kadın girişimciye destek sağlıyor.
- Hepsiburada müşterilerinin, işletmelerinin ve paydaşlarının destekleri ile toplumsal dayanışmanın güçlenmesine katkı sağlıyor.

Deloitte.

Deloitte Türkiye

İstanbul Ofis

Deloitte Values House
Maslak No1
34485
İstanbul
+90 (212) 366 60 00

Ankara Ofis

Armada İş Merkezi
A Blok Kat:17 No:27-28
Söğütözü, Ankara
06510
+90 (312) 295 47 03

İzmir Ofis

Novus Tower
Şehit Polis Fethi Sekin
Cad. No:4 Kat:21
Ofis: 241-242-243
Bayraklı, İzmir
+90 (232) 464 70 64

Bursa Ofis

Zeno Center İş Merkezi
Odunluk Mah.
Akademi Cad.
C Blok K:6 D:24
Nilüfer, Bursa
+90 (224) 324 25 00

Çukurova Ofis

Günep Panorama İş Merkezi
Reşatbey Mah.
Türk Kuşu Cad. Bina No:1
B Blok Ofis:704-705-706
Seyhan, Adana
+90 (322) 237 11 00



@deloitteturkiye



@deloitteturkiye



@deloitteturkiye



@deloitteturkey



@deloitteturkey



@deloitteturkey

www.deloitte.com.tr

Deloitte; İngiltere mevzuatına göre kurulmuş olan Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL") şirketini, üye firma ağındaki şirketlerden ve ilişkili tüzel kişiliklerden bir veya birden fazlasını ifade etmektedir. DTTL ve üye firmalarının her biri ayrı ve bağımsız birer tüzel kişiliktir. DTTL ("Deloitte Global" olarak da anılmaktadır) müşterilere hizmet sunmamaktadır. Daha fazla bilgi almak için www.deloitte.com/about adresini ziyaret ediniz.

Deloitte, birçok farklı endüstride faaliyet gösteren özel ve kamu sektörü müşterilerine denetim, danışmanlık, finansal danışmanlık, risk danışmanlığı, vergi ve ilgili alanlarda hizmet sağlayan dünyanın önde gelen profesyonel hizmetler firmalarından birisidir. Deloitte dünya çapında farklı bölgelerde ve 150'den fazla ülkede yer alan global üye firma ağı ile, her beş Fortune Global 500® şirketinden dördüne hizmet vermektedir. Deloitte'un yaklaşık 330.000 kişilik uzman kadrosunun iz bırakan bir etkiyi nasıl yarattığı konusunda daha fazla bilgi almak için websitemiz www.deloitte.com adresini veya [Facebook](#), [LinkedIn](#) ya da [Twitter](#) sayfalarımızı ziyaret ediniz.

Bu belgede yer alan bilgiler sadece genel bilgilendirme amaçlıdır ve Deloitte Touche Tohmatsu Limited, onun üye firmaları veya ilişkili kuruluşları (birlikte, "Deloitte Network" olarak anılacaktır) tarafından profesyonel bağlamda herhangi bir tavsiye veya hizmet sunmayı amaçlamamaktadır. Şirketinizi, işinizi, finansmanınızı ya da mali durumunuzu etkileyecek herhangi bir karar ya da aksiyon almadan, yetkin bir profesyonel uzmana danışın. Deloitte Network bünyesinde bulunan hiçbir kuruluş, bu belgede yer alan bilgilerin üçüncü kişiler tarafından kullanılması sonucunda ortaya çıkabilecek zarar veya ziyandan sorumlu değildir.

© 2021. Daha fazla bilgi için Deloitte Türkiye (Deloitte Touche Tohmatsu Limited üye şirketi) ile iletişime geçiniz.