

Yenilenmiş Dördüncü Baskıya Önsöz ve Teşekkür

İçinde bulunduğumuz bilgi ve iletişim çağında bilişim teknolojilerinin hayatımızı nasıl etkilediğine hep birlikte şahit oluyoruz. Cep telefonlarının, e-postaların, internet üstünden gerçek zamanlı yazılı ve görüntülü iletişimin henüz hayatımıza girmediği dönemlerde nasıl haberleştiğimizi bile güçlükle hatırlıyoruz.

Etkileşimli uygulamalar içeren mobil iletişim araçlarının her gün bir yenisi, günlük hayatımıza giriyor. Akıllı cep telefonları ve tablet bilgisayarlara talep artıyor. Başta mobil uygulamalar olmak üzere internet üstünden kullanıcı dostu, yaratıcı e-uygulamalar gelişiyor. Web 2.0, Web 3.0, hatta Pazarlama 2.0, E-ticaret 2.0 ile gelen yeniliklerin daha ileri sürümlerinin ortaya çıkması artık hiç kimseyi şaşırtmıyor. 3. Nesil telefonları konuştuğumuz şu günlerde 10. nesil telefonlardan söz edilmesi garip gelmiyor.

Gerçek dünyanın sanal dünyaya transfer hızı arttı. Ağlar üstünden gerçekleştirilen işlemler ticari ve sosyal hayatın dinamiklerini değiştirdi. Etkileşimi artıran sosyal ağlar, paylaşım siteleri, blog siteleri bilgi transferini ve günümüzün en önemli iş modellerinin ana teması olan “paylaşımı” geliştirdi. Kişilerin ve kurumların politik, sosyal ve ticari hayata katılımını artırdı. Günümüzde mobilitenin önemi ve bunu destekleyen cihaz ve uygulamaların sayısı hızla artıyor. Mobil cihazlarda e-ticaret ve mobil ödeme uygulamaları geleceğin ticaret platformlarını mobil dünyaya kaydırmakta. Yepyeni mecralar oluştu. Sosyal mecralarda sosyal alışveriş olarak isimlendirilen e-ticaret uygulamaları geliştirilmekte. Müşterilerle firmaların, firmalarla tedarikçilerin, vatandaşla devletin ilişki süreçleri sanal mecraya taşındı. Sosyal ağlarla bir anda geniş kitlelere yayılan, ağızdan ağıza dolaşan olumlu veya olumsuz haberler ve yorumlar çok tanınmış firmaların bile imajlarını etkileme gücüne sahip oldu. Tüm bu gelişim süreci bir taraftan iletişimin dinamiklerini değiştirirken, diğer taraftan bu uygulamaları kuralına uygun yapmayanları zora soktu.

Sonuçta, sadece geleneksel mecra da yer alan işletmelerin mevcut durumlarını değil, daha önce sanal mecra da kurulmuş olan veya iş yapan mevcut e-işletmelerin de kullanmakta oldukları e-uygulamaları gözden geçirmeleri bir zorunluluk halini aldı.

Kitabın üçüncü ve dördüncü baskısına kadar olan süre içinde e-uygulamaların ve bu uygulamaların kurulduğu donanım, yazılım ve cihazların çoğalması ve bilginin paylaşımı sayesinde ilgili tarafların bilgi birikimi arttı. E-ticaretin doğruları ve yanlışları daha netleşti. Doğru yapanların yarattığı başarı öyküleri hızla yayılırken, doğru yapamayanların başarısızlık nedenleri tartışıldı. Kurumsal ve kişisel web siteleri çığ gibi büyürken, blog siteleri ve sosyal ağları birbirine bağlayan, paylaşımı kolaylaştıran, yaratıcı e-iş modelleri geliştirildi. 2010 yılında ülkemizde de başlayan ve hızla yaygınlaşan fırsat siteleri ve özel alışveriş siteleri elektronik ticaret pazarının 2011 yılında büyümesine yol açtı.

Google.com, internette arama fonksiyonunda farklılık yaratarak mevcut arama motorları arasından sıyrılıp, tüm dünyanın bir numaralı arama motoru haline geldi. Misyonunu, dünyadaki bilginin yönetimi olarak belirleyen Google firması Ekim 2006'da, en büyük film ve video paylaşım sitesi olan youtube.com'u satın aldı. Sosyal ağ sitesi olarak farklı bir e-iş modeliyle geniş kitleler tarafından kabul gören facebook.com, 2007 yılında Microsoft'tan hissesinin %1,6'sı karşılığında 240 Milyon dolarlık bir sermaye sağladı. 2012 yılının ilk çeyreğinde halka arzını gerçekleştirmesinden söz edilen Facebook 100 milyar dolarlık değerleme seviyesinde. Xing.com, bir Türk girişimi olan cember.net'i 4,36 milyon Euro'ya satın aldı. 2008 yılı sosyal ağ sitelerinin, 2011 yılı ise özel alışveriş ve fırsat sitelerinin benimsenmesinde ve kullanılmasında patlama yaşanan bir yıl oldu. Facebook.com ve youtube.com'un yanı sıra, linkedin.com, xing.com, flickr.com, twitter.com, friendfeed.com, delicious.com, digg.com, reddit.com, yelp.com, ciao.com, secondlife.com, wikipedia.com, myspace.com, last.fm, foursquare.com farklı iş modellerinin tipik örnekleri.

Sadece yurt dışında değil, ülkemizde de başarılı web girişimleri oldu. Anlamlı miktarlarda ziyaretçi sayılarına ulaşan portallar, haber siteleri, alışveriş siteleri, çok çeşitli restoranlardan paket yemek siparişi verilen web siteleri kuruldu. Bu siteler arasında nokta.com, mynet.com, ekolay.net, sahibinden.com, hepsiburada.com, ideefixe.com, yemeksepeti.com, gittigidiyor.com, sigortam.net gibi siteler yüksek miktarlarda ziyaretçi, üye kullanıcı ve işlem sayılarına ulaştı. Bir diğer Türk web girişimi ise Yoğurt Teknolojileri'nin (yogurt.com.tr) kurduğu yogurtistan ülkesi. Sanal dünyalar içinden kendine has özellikleriyle sıyrılmayı planlayan bu girişim büyük küçük tüm web girişimcilerine tarayıcı üstünden çalışan gerçek bir platform sunuyor.

Şirketler, başlangıçta az da olsa, reklam bütçelerinden online mecra da yapacakları reklam ve tanıtıma pay ayırmaya başladılar. MedyaNet, (medyanet.com.tr), Reklamz (reklamz.com) gibi kurumlar çok ziyaret edilen portallarda kullanıcı profillerini modelleyerek firmalara bu mecra yı pazarlama işine girdiler. 2007 yılı Ekim ayında 23 katılımcıyla IAB (Interactive Advertising Bureau) Türkiye platformu kuruldu. Reklam dernekleri ve ajanslarının desteğiyle kurulan bu platformun amacı, internet reklamlarının verimli ve ölçümlenebilir olması için ge-

reken standartları ve kurallarını oluşturmak (www.iab-turkiye.org). İnteraktif reklamcılığın gelişmesi ve reklam yatırımlarından daha fazla pay alması için çalışan IAB 2011 Temmuz ayında dernekleşme sürecini tamamladı ve 123 üyeye ulaştı.

İnternet mecrasının pazarlama iletişiminde önemini kavrayan firmalar etkileşimli pazarlama ve reklam yöntemlerine daha çok emek sarfetmeye ve bütçe ayırmaya başladı. Türkiye'nin lider beyaz eşya üreticisi bir firma Google'da sayısı binlerle ifade edilen anahtar sözcükler satın alarak arama motorunda bulunulurluğunu artırmayı hedefledi.

Geleneksel reklam ajanslarının yanı sıra ülkemizde Project House (ph.com.tr) gibi Avrupa, Ortadoğu ve Afrika (EMEA) bölgelerinin en hızlı büyüyen 500 şirketi arasına giren ve kendini "akıllı pazarlama ajansı" olarak konumlandıran interaktif ajanslar piyasada önemli işler yapmaya başladı. Ülkemizde faaliyet gösteren 4D, Reklam Z, 4129, Magiclick, Litespell gibi ajanslar dijital dünyada ses getiren projeleri hayata geçirdiler. Digitouch.com bir Türk girişimi olarak pazarlama amaçlı iş ortaklığı (Affiliate Marketing) platformu olarak faaliyete başladı. İnteraktif ajanslar geleneksel reklam ve halkla ilişkiler hizmetlerinin ötesinde e-dönüşümlerini gerçekleştirmek isteyen vizyoner firmalara web sitelerini kurma, yönetme, düzenli e-bülten gönderme, e-posta, etkileşimli pazarlama, sosyal ağlarda hesap açma, itibar yönetimi, fırsat yönetimi uygulama hizmetleri sunmaya başladılar. Bireysel bir girişim olarak başlayan blog siteleri, kurumlar tarafından da benimsendi. Anlamlı sayıda ziyaretçi tarafından izlenen bu sitelerin ticari amaçlı kullanımı gündeme geldi. Sosyal ağların öneminin artmasıyla firmalar buralarda neler olup bittiğini izleme gereğini duydu. Yeni medya takip sistemleri kuruldu. Geleneksel ticarete bilinirliği yüksek markalara sahip firmalar sanal satış mağazaları açarak bu mecrada da yer almaya başladı.

Geçtiğimiz yıllar içinde, spam olmayan mesajın anlamı ve önemi daha iyi anlaşılmalı ve izinli pazarlamaya, kişisel bilgilerin korunmasına daha fazla özen gösterilmeye başladı. E-posta ve e-bülten gönderiminde teknolojinin sunduğu olanaklar kullanılarak bunların açılma, okunma veya arkadaşına gönderme istatistikleri daha dikkatli takip edildi. Bu mecrada ölçümleme çok daha etkin yapılabildiği için bu ölçüm sonuçlarından fırsatlar yaratılarak birim tanıtım maliyetleri düşürüldü ve işlemlerin verimliliği artırıldı. Arama motoru optimizasyonu, arama motorlarında erişimi artırmak amaçlı anahtar kelimeye reklam verme ve bunları ölçümleme bilinci arttı. Etkileşimli kampanyalara yönelik mikro sitelerin kurulumuna, yaratıcı banner reklamlara, advergama olarak isimlendirilen reklam amaçlı oyunlara, video reklamlara, viral kampanyalara daha fazla rastlar olduk. 2011'de sosyal ağların ve mini blog sitelerinin reklam, tanıtım, itibar yönetimi, şikayet yönetimi amaçlı kullanımının yanı sıra, arama amaçlı kullanımının da artması arama işlevinin sadece arama motorlarıyla sınırlı kalmayacağını gösterdi. Web üstünden ve mobil mecralarda, yaratıcı etkileşimli pazarlama uygulamaları ödüllendirilmeye baş-

ladı. Örneğin “en iyi arama motoruna dayalı kampanya”, “interaktif pazarlama iletişimi kampanyası” gibi dallarda ödüller dağıtılmaya başladı. Hatta verilen bu ödüller artık gelenekselleşmeye bile başladı. Bu konuların konuşulduğu gerçek ve sanal platformlar çoğaldı.

Elektronik imza kanunu çıkartıldı ve piyasada yerlerini alan Elektronik Sertifika Sağlayıcı firmalar tarafından e-imza sertifikaları dağıtılmaya başladı. Mobil elektronik imza kullanımına olanak sağlayan SIM kartları bireysel kullanıcıların hizmetine sunuldu. E-devlet uygulamalarında birçok kamu kurumu, özel kurumların gıpta edeceği kullanıcı dostu sitelerde çok işlevsel uygulamalar geliştirdi. İnternet Gelirler Vergi Dairesi ve e-belediye, sadece diğer kurumların değil sade vatandaşların bile rahatlıkla kullanabilecekleri uygulamalarla hepimizin hayatını kolaylaştırmaya başladı.

E-dünyadaki bu değişim ve gelişim, 2.0 ve üstü sürümler ve her gün bir yenisi eklenen e-uygulamalar, konuyla ilgili eserlerin aynı hızda güncellenmesi ihtiyacını doğuruyor. Bu aşamada, Peter Ducker’ın kitabın ilk baskısında yer alan bir sözünü tekrarlamak yerinde olur. Drucker, “Rakibin sizi eskitmesindenize siz kendinizi eskitmelisiniz,” diyerek, kendini yenilemenin önemini dile getiriyor. Bu dönem içinde 2009 yılında sevgili eşim Dr. Uğur Özmen (ugurozmen.com) mevcut kişisel web sitesini bir blog sitesi haline dönüştürürken bu değişimi ilk anda biraz şaşkınlıkla karşıladığımı itiraf etmek durumundayım. Oysa kendisi, sitesini yeni bir modele dönüştürme konusunda en ufak bir tereddüt göstermedi. Blog sitesinin yanı sıra 2011 yılında e-dünyanın gereklerinden biri olduğuna inandığı uzaktan eğitim ve danışmanlık hizmeti sunabileceği uzaktancrmegitimi.com portalını da hayata geçirdi. Bu girişiminden en fazla yarar sağlayanlardan biri oldum. Kitabımın üçüncü ve dördüncü baskısında faydalandığım çok sayıda kaynağa erişmemi kolaylaştıran blog dünyasının değerli blogger’larıyla tanışma fırsatı buldum. Bunun için hem kendisine, hem de bana gönülden destek veren ve bilgilerini aktararak kitabımda yer almasını sağlayan tüm blogger’lara en içten teşekkürlerimi sunmak isterim.

Aslında kitabın, bilişim teknolojilerinin gelişimi kadar hızlı eskimesini önlemek amacıyla ilk baskıda özellikle bir konu, e-uygulamaların birer araç olduğu konusu vurgulanmıştı. E-ticarette, e-işletmede, öncelikli adım ticaretin gereğini yerine getirmek ve yönetim işlevlerini doğru icra etmektir. Kârlı, verimli bir işletme olmanın birinci şartı iş süreçlerini tanımlamak ve hemen ardından bu işlerin hangi kaynaklarla nasıl yönetileceğini planlamaktır. Bunları yaparken bir araç olarak “e” lerin ne şekilde kullanılacağı kararı e-uygulamaların işletmeye sağlayacağı faydayla ilgilidir. Ancak, son yıllarda öyle yaratıcı e-uygulamalar ortaya çıkmıştır ki bunların sağlayacağı faydaları öngörüp uygulamak başlı başına bir yönetim becerisi olmuştur.

İlk baskıda vurgulandığı gibi, e-uygulamaların verimi ve etkinliği artıran birer araç olduğu hâlâ güncelliğini korurken, kitaba yeni baskılarda eklenmesi gereken oldukça fazla konu olduğu bir gerçektir. Bu gerçekten yola çıkarak kitabın yeni baskılarının çıkacağına olan inancım-

la çalışmalarımı ve araştırmalarımı durmaksızın sürdürmeye gayret ettim. Ancak, 2002-2009 yılları arasında kitabı güncelleme konusunda gecikmiş olmanın her zaman üzüntüsünü yaşadım. Ders verdiğim, tez ve projelerini yönettiğim öğrencilerimle her ne kadar bu yenilikleri paylaşma ve tartışma fırsatı yakalasam da yüzyüze iletişim kuramadığım tüm öğrencilere ve okuyuculara yeni baskılarda eklediklerimi ne yazık ki istediğim kadar erken yansıtamamıştım. 2009 yılında basılan 3. baskıda ve yeni baskıda yapmış olduğum güncellemelerle yansıtmaya çalıştıklarımın da bu hızlı dünyada yeterli olamayacağının farkındayım, ama en azından son iki baskıda arayı kapatma çabasında olduğum için, eksiklerim olsa da bir sonraki baskılarda bu eksikleri daha hızlı kapatma şansım olacak. Kitabın bu yeni baskısının daha da gecikmemesi için çok takdir ettiğim e-devlet uygulamalarına tamamen ayrı bir bölüm olarak yer veremesem de konular içinde yeri geldikçe başarılı uygulamalardan söz etmeye çalıştım. 18 Aralık 2008’de, e-devlet portalı e-turkiye.gov.tr “Türkiye’nin kısa yolu” sloganıyla, hizmetleri konusunda bilgi vermek amacıyla hazırlanmış kullanıcı dostu yardım videolarıyla yayına başlamıştı. Birinci bölümün sonuna e-dönüşüm devlet projelerinde görev yapan bir öğrencimin katkısıyla E-Devlet Portalı ve E-Devlet Projeleri başlığıyla bir bölüm yer aldı.

Üçüncü baskıda yeni eklenen konuların başında e-ticarete idari ve teknik adımların anlatıldığı konu gelmektedir. Konunun anlatıldığı bölümünün bu baskıda üçüncü bölüm olarak yer alması en uygun olanıydı. İkinci bölümde anlatılan efsaneler ve gerçekler bölümüne ise yeni eklenen üçüncü bölüme geçişi düzgün sağlamak adına bazı eklemeler yapıldı. İkinci bölümde özellikle konunun başında anlatılan “e-dönüşüm sürecinde, ağda var olmaktan e-iş’e” isimli kısımda yeni e-uygulamalarla ilgili örnekler sunulmuştur. Web sitesi sahipliğinin e-işletme olmak için yeterli olmamasının nedenleri yönetim stratejileri açısından ele alınırken teknik yönleri ilgilendiren adımlar bir sonraki yeni bölümde ele alınmıştır. Bunların yanı sıra, web sitesi özelliklerinin anlatıldığı bir başka bölüm daha eklenmiştir. Bu bölümde web sitesinin sadece teknik veya görsel özellikleri değil içinde bulunan tüm menü sekmeleri, bağlantılar ve etkileşimli uygulamalar da amaçları ve işleyiş şekilleriyle ilgili çeşitli örnekler üstünden açıklanmış ve detaylı olarak yorumlanmıştır.

Kitabın son iki baskısında bir başka önemli değişiklik ise ilgili kaynaklara, özellikle web sitelerine ve güncel bilgilerin paylaşıldığı bloglara daha fazla atıfta bulunulmuş olmasıdır. Okuyucuların kendi bilgi birikimlerini arttırmaları ve değişimleri izlemeleri konusunda en azından kitabın bir sonraki baskısını beklemelerine olan ihtiyacı azaltmak amaçlanmıştır. Üçüncü baskıda bir sonraki baskıyı belki de online bir baskı olarak tasarlar, Bilgi Üniversitesi Yayınevi’nin ilk online kitap baskılarından biri olarak lanse ederiz demiştik. Bunu 4. baskıda gerçekleştiremedik, fakat kitaba ait bir blog sitesi (www.eticaretkitabi) facebook profili ve twitter hesabı (eticaretkitabi) açarak daha etkileşimli ve paylaşımcı bir sürece girdim.

Teşekkür etmek istediğim kişilerin başında eşim Uğur Özmen, çocuklarım ve ailemize katılan damadım Volkan Kurt gelmektedir. Ailemin ilk baskıdan itibaren verdiği destek, ileri baskılarda katlanarak devam etti. E-ticaret ve ilgili konularda okudukları, duydukları, yaşadıkları, gözledikleri her şeyi benimle sözlü ya da yazılı olarak paylaştılar. Zaman zaman kitabıma hangi konuları eklemem veya çıkarmam gerektiğiyle ilgili talimatlara da maruz kaldım. Çocuklarım Tutku Özmen Kurt ve Osman Özmen, ilk baskıdan sonra 9’ar yaş daha büyüdüler. Özellikle son iki baskıda anlamlı bir içerik desteği verdiler. Üçüncü baskı yayına girdiğinde işletme bölümünü bitirmiş olan kızım farklı iş modeli kullanan siteler konusunda bir yandan beni bilgilendirirken bir yandan da çok kullandığı online alışverişlerde karşılaştığı her türlü olumlu ve olumsuz deneyimi yazıya dökerek kitabımda yer vermemi sağladı. Her yeni sosyal ağ sitesi açıldığında bu sitelere üye olarak aktif kullanmaya beni teşvik eden, tüm genç arkadaşlarımız gibi dijital neslin temsilcisi olan, çocuklarımdı.

Kızım 4. baskıyı hazırladığım dönemde, “Müşteri Tecrübesi Yönetimi” konusunda Özel Alışveriş Siteleri’ni konu alan bitirme projesi yaptığı Bilgi MBA programını tamamladı ve 4. baskıda yer alan Özel Alışveriş Kulüpleri bölümünü bizzat kaleme aldı. Oğlum ise e-dünyadaki yenilikler konusunda küçük yaşlarından itibaren bilgimi sınarken kurumsal iletişimin, tanıtım faaliyetlerinin ve reklamların online mecralara taşınması ile bana ilgili en yeni gelişmeleri aktardı. Oğlum da bu dönemde İstanbul Bilgi Üniversitesi Reklamcılık bölümünden mezun oldu. 3. baskıyı kaleme alırken onun internet üstünde iş kurma hayallerinin diğer genç girişimciler gibi gerçekleşmesini dilemiştim. 2010 yılında bir reklam projesiyle e-tohum sürecinde desteklenen 15 girişim projesinden birini hazırladı. Kitabın Dijital Pazarlama Bölümü’nü yeniden düzenlememe katkıda bulunurken, Sosyal Mecralarda Pazarlama konusunu bizzat kaleme aldı. Damadım Volkan Kurt, internet güvenlik konularıyla ilgili birçok bölüme destek verirken, bazı bölümleri düzenleyerek ve yazarak çok değerli katkılar sağladı.

Öğrencilerimin yanımda her zaman çok özel yerleri vardır. Onların sevgisi, öğrenme isteği ve e-ticaret derslerime olan ilgisi beni her zaman motive etti. En son gelişmelerden haberdar olmamı sağlamak için eski, yeni tüm öğrencilerim adeta seferber oldular. Bir site mi mahkeme kararıyla kapatılmış, onlar sayesinde ilk haberi alanlardan biri oldum. Yeni ve farklı bir e-iş modeli mi ortaya çıkmış, hemen incelememi tavsiye edenler yine onlardı. Bu baskıda bazılarının çalışmalarına kendi isimleriyle kitabımda yer vermeye çalıştım. Çok başarılı bulmama rağmen yer veremediğim çalışmaları olan öğrencilerimle birlikte umarım kitabın daha ileri baskılarını hazırlarız.

Bu konularla ilgili çalışmalarımı sürdürürken Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Bilişim dalında tez izleme ve tez savunmalarına daha sık girmeye başladım. Bu bilimsel toplanmalar zaman zaman mesai saatleri dışına hatta oldukça geç saatlere taşdı. Jüri üyeleriyle, yüksek

lisans ve doktora öğrencileriyle yeni e-oluşumları ve e-uygulamaları uzun uzun tartıştık, görüş alışverişinde bulunduk. Kitabımın 3. baskısını yayına hazırlama aşamasının sonlarına yaklaştığımda, Aralık 2008’de, yine bu jürilerin olduğu bir günde kitabımda geliştirmek istediğim bazı teknik bilgi ve uzmanlık gerektiren konularda bana destek oldular. Hepsine ayrı ayrı teşekkür ediyor, katkılarını kitabın ilgili bölümlerinde isimleriyle yayınlamaktan mutluluk duyuyorum. Aynı günlerde, İletişim Fakültesi’nin girişimiyle, üniversitemde söz etmeye değer bir e-uygulama gerçekleşti ve radyo.marmara.edu.tr adresinden Marmara Üniversitesi radyo yayınına başladı. Tüm bunlara olanak sağlayan Fakültenin eski Dekanı ve ilk Bilişim Dalı Profesörü olan Prof. Dr. Ahmet Orkan’ın, özellikle bilişim jürileri esnasında bizlerle paylaştığı görüşlerinin, düşünce sistemime olan katkısından dolayı kendisine teşekkür ediyorum.

E-ticaret konuları üstünde çalışmaya başladığım günden itibaren, Türkiye genelinde gözlem yapmama olanak sağlayan ve bilgi birikimime çok önemli katkısı olan seminer ve konuşma davetleri aldım. Bunların arasında İNETD (İnternet Teknolojileri Derneği) öncülüğünde düzenlenen konferansların özel bir yeri var. İnternet denince ülkemizde akla ilk gelen kişi değerli hocamız Doç. Dr. Mustafa Akgül’e teşekkür ederim. E-ticaret bilgilendirme seminerlerini düzenleyen İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Mersin, Erzurum, Şanlı Urfa, Adıyaman illerinin ticareti destekleyen meslek kuruluşları ve odalarının değerli yöneticilerine teşekkür ederim. İhracatı Geliştirme Merkezi’nin (İGEME) Ankara ve Marmara ofisinde çalışan değerli e-ticaret uzmanlarına bilgilerini paylaştıkları ve KOBİ’lerle bilgi alışverişi yapmama fırsat veren seminerlere davet ettikleri için teşekkür ederim. Sevgili dostlarım, İGEME Marmara Bölgesi eski başkanı Nurgül Erdoğan ve e-ticaret konularının uzmanı Müdür Yardımcısı Zeynep İyiler’in bu süreçteki destekleri beni her zaman yüreklendirdi.

Yoğurt Teknolojileri (yogurt.com.tr) Genel Müdürü ve kurucu ortağı Cemil Türün’e benimle ve öğrencilerimle paylaştığı bilgileri ve vizyonu için, internet dünyasında ilkleri gerçekleştirecek düzeyde Türk girişimcilerinin de bulunduğunu gösterdiği için teşekkür ederim. Derslerime katılarak başarı öykülerini anlatan hepsiburada.com’un Genel Müdürü ve kurucu ortağı Kaan Dönmez’e, yemeksepeti.com’un Genel Müdür’ü ve kurucu ortağı Nevzat Aydın’a, hurriyetoto.com ve hurriyetemlak.com’da Pazarlama ve İş Geliştirme Yöneticisi, 2011 yılında yenicarsim.com’un Genel Koordinatörü olan Elif Bakiler’e teşekkür ederim. Derslerime gelmelerinin yanı sıra e’lerin konuşulduğu, etkileşimli pazarlamanın tartışıldığı toplantılara, konferans ve seminerlere katılmamı sağlamak için emek veren, fikirlerini bilgilerini tüm samimiyetleriyle paylaşan Project House’un (ph.com.tr) kurucu ortakları Serhat Akkılıç ve Cüneyt Devrim’e, Marketing Türkiye Genel Yayın Yönetmeni Günseli Özen Ocakoğlu’na teşekkür ederim. Etkileşimli pazarlama konusunda bilgi edindiğim bir site olan Zap Medya (zapmedya.com) ve kurucu ortaklarından Uğur Şeker’e birlikte çalışma yapmamıza fırsat sağladığı için te-

şekkür ederim. Reklam Z kurucu ortağı Orkun Tekin ve Beril Tech kurucusu Devrim Demirel'e teşekkür ederim. E-ticaretin ilk evrelerinden itibaren e-ticaretin yarattığı fırsatları değerlendiren ve yaşadığı tecrübeleri benimle paylaşan değerli arkadaşlarım Enis Eryılmaz, Mehmet Çelebi ve Yönetim Teknolojileri'nin kurucu ortağı Tunç Özbilgin'e teşekkür ederim.

E-bültenlerine ve haber özeti akışlarına üye olduğum turk.ticaret.com sitesine, kurucusu ve Genel Müdür'ü Füsun Nebil'e kitabın ilk baskısından itibaren çalışmalarına verdiği destek için teşekkür ederim. E-konulara yıllarını vermiş, Türk girişimcilerinin internet serüvenlerini anlattığı *Kümeledeki Kartal Neden Uçamaz* isimli kitabın yazarı, kitabımın ilk baskısında beni görev yaptığı radyo programında konuk olarak ağırlayarak bana keyifli bir tecrübe yaşatan etohum.com'un kurucusu Burak Büyükdemir'e, Kitabımda sıkça kullandığım "e-vizyoner" tanımıyla örtüşen ve vizyonumu genişleten marketallika.com blog'unun yazarı Özgür Alaz'a, e-ticaret konusunda kapsamlı bir blog sitesi olan ve ihtiyacım olan konularda beni bilgilendiren ve kitabın ödeme ile ilgili bölümlerinde içerik desteği sağlayan Emre Güzer'e, e-konularda kendilerinden ve bloglarından faydalandığım Ahmet Kırtok ve Volkan Kırtok'a, Alemşah Öztürk'e teşekkür ederim. 2006 yılında kurulan Webrazzi'nin gerek düzenlediği Webrazzi Gündem konferansları ve zirveleri gerekse sitesinde sağladığı içerik e-ticaret dünyası hakkında bilgi edindiğim en önemli kaynakların başında gelmektedir. Webrazzi.com'un kurucusu Arda Kutsal'a, yazarlarından Erhan Erdoğan, Altuğ Koca ve Webrazzi konferanslarına katılımım için özel çaba gösteren Burcu Güvenç'e ve kitapta ilgili yerlerde bloglarına ve kendilerine atıflarda bulunduğum tüm blogger'lara teşekkür ederim.

Yirmidört yıl görev yaptığım Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'ndeki değerli meslekdaşlarıma, kitabım konusunda beni yüreklendiren Doç. Dr. Serdar Pirtini'ye ve tüm Pazarlama Anabilim dalı öğretim üyelerine, Prof. Dr. Uğur Yozgat'a ve Dokuz Eylül Üniversitesi'nden Prof. Dr. Ömer Baybars Tek'e teşekkür ederim. Çalışmalarını takip ettiğim ve faydalandığım Yıldız Teknik Üniversitesi'nden Prof. Dr. İbrahim Kırcova'ya, Koç Üniversitesinden Deniz Aksen'e, kitabımın baskısının tükendiğini hatırlatarak çalışmalarına hız vermeme yol açan Doğu Üniversitesi'nden Dr. Mehmet Emek'e teşekkür ederim.

2000 yılında henüz yahoogroups.com tarafından satın alınmadan önce egroups.com'da öğrencilerimle bilgi paylaşımı için kurduğum e-classozmen grubunu 2008 yılı içinde Marmara Üniversitesi İngilizce İşletme Bölümü lisans ve yüksek lisans öğrencilerimle birlikte yeniden canlandırmıştık. Derste işlediğimiz konuların sunumlarını yüklediğimiz bu sitenin moderatörlüğünde bana destek veren sevgili öğrencim Nur Yüce'ye teşekkür ederim.

Marmara Üniversitesi'nde çalıştığım uzun yıllar boyunca İnternet Merkezi Müdürü Hüseyin Yüce başta olmak üzere bir yandan bilgisayarımın hızının bana yetişmesi için performansını yükseltmeye çalışırken bir yandan da teknik konularda bilgi desteği sağlayan Süley-

man Okumuş ve orada görev yapan arkadaşlara, Beyaz Bilgisayar'ın (beyaz.net) değerli yöneticileri Mehmet Fatih Zeyveli ve Kasım Tunç'a, web sitemin ilk versiyonlarını hazırlayan ve yöneten Mustafa Sezer'e yardımlarından dolayı teşekkür ederim.

Akademik çalışmalarında örnek aldığım, kitabımın yeni baskısını yapmak için adeta kendimi sorumlu hissettiğim kişilerden birisi de ağabeyim Çukurova Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Alper Akınoğlu oldu. Ailemin desteği ilk baskıda olduğu gibi bu baskıda da devam etti. Kitaba yazacaklarımı ilgiyle dinleyen annem Müfide Akınoğlu'na, ağabeylerim Metin Akınoğlu, Prof. Dr. Bülent Akınoğlu'na, teşekkür ederim. Sevgili yeğenlerim Gülsün, Gülşah, Eser, Engin, ve Hakan Akınoğlu, benim için en değerli insanlardan biri olan Birsen Alın'ın oğulları Alper ve Alpay için de çalışmalarımın örnek olmasını diliyorum.

Kitabımın temelini oluşturan ve ilk baskısının ortaya çıkmasının nedeni İstanbul Bilgi Üniversitesi MBA ve EMBA programlarında 2000 yılından itibaren verdiğim e-ticaret dersleri ve uzaktan eğitim programları için hazırlamakta olduğum ders notları olmuştur. Bu programların Koordinatörü değerli arkadaşım Yrd. Doç. Dr. Metehan Sekban'a, bu programların on-suz yürüyemeyeceğine inandığım Burcu Erzurumlu'ya, içten desteği için İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınevi Genel Yayın Yönetmeni, hepimizin sevgili ağabeyi Fahri Aral'a, Belgin Çınar'a, Remzi Abbas'a, editör Bülent Doğan'a ve ilk baskısından itibaren dizgi ve grafik tasarımını gerçekleştiren Hüsnü Abbas'a teşekkür ederim.

ŞULE ÖZMEN

Birinci Baskıya Önsöz

Son yıllarda en çok kullanılan harf ve karakter nedir, diye sorulsa büyük bir çoğunluğun cevabı herhalde “e” ve “@” olurdu. Bir elektronik ticaret konferansında konuşmacılardan birinin isim kartına, e-Dave yazdığına şahit oldum. *E-dünya, e-ekonomi, e-iş, e-işletme, e-ticaret, e-devlet, e-Türkiye, e-Avrupa*. “Elektronik” kelimesinin ilk harfi olan “e”yi her kelimenin önünde görmeyi artık kanıksıyoruz.

Nedir bu “e”ler ve internet ile birlikte sanal ağlarla birbirine bağlanmış olan dünya? Yeni bir çağın başlangıcı mı? Ekonomi ve işletme kurallarını altüst eden bir oluşum mu? Geleneksel ticaret hayatını sarsacak bir değişim mi? Yepyeni bir ticaret yolu mu?

Hızla gelişen bilgisayar, internet ve iletişim teknolojileri, ekonomik hayat başta olmak üzere, sosyal ve politik hayattan sağlık ve eğitim hayatına kadar kurumların ve insanların yaşamını etkiliyor. İnternetin etkisi, iş hayatına, elektronik ticaret olarak, eğitime, ağlar üzerinden uzaktan eğitim olarak, tıbbı, uzaktan yapılabilen operasyonlar olarak yansıyor. Bu etki sanal değil gerçek bir etki. Bilgisayar, internet ve iletişim teknolojilerindeki, baş döndürücü ilerlemeler sonucu, piyasaya, her geçen gün birbirinden farklı yeni ürünler, hizmetler ve her kesime çok farklı dünyalar sunuluyor. Kim olursanız olun tüm bu yenilik ve ilerlemelerden bugün ya da yakın gelecekte etkilenmemek mümkün görünmüyor.

Dünya, dijitalleşme sürecinin ekonomiye yansısıyla oluşan ve *ağ ekonomisi, dijital ekonomi* veya *yeni ekonomi* olarak da isimlendirilen yeni bir oluşum içine girmiştir. Bu yeni oluşumda, işletmelerin iş yapma biçimleri, iş süreçleri oldukça farklılaşmış ve iletişimdeki hız ve kolaylık, gerçek anlamda bir küreselleşmeyi de beraberinde getirmiştir. Verimliliği artıran, maliyetleri azaltan yeni iş modellerinin benimsenmesi adeta kaçınılmaz olmuştur. Çünkü, yeni oluşumda, yeniliklere ayak uyduramayan, değişimi gerçekleştiremeyen işletmelerin, hayatta kalma olasılıkları azalmıştır. İşletmeler, internet çağına ayak uyduramadığı takdirde güzel günlerin sona erebileceğini fark ederek bilgi tabanlı ekonomiye geçebilmek için kolları sıvama-ya başlamışlardır.

Bilgisayarların ortaya çıkmasıyla başlayan bilgi ekonomisinin ilk aşamasının, çok da eski yıllara dayandığı söylenemez. Bilgisayar teknolojisi ile başlayan süreç, önceleri oda büyüklüğünde *mainframe* adı verilen bilgisayarlarla başladı ve 1980’li yıllara doğru kişisel bilgisayarların ticari olarak sunulmasıyla farklı bir boyuta taşındı. 1977-1981 yılları arasında işlet-

me lisans eğitimimi sürdürdüğüm Ortadoğu Teknik Üniversitesi, bu *mainframe* bilgisayarlardan birisine sahip ilk kurumlardandı.

“Fortran” programlama dili ile yazdığımız programları çalıştırmak için *mainframe* bilgisayarı kullanmıştık. Programlarımızı, her biri yaklaşık kâğıt para büyüklüğünde olan ve “punch card” adı verilen kartlara, her bir satırı ayrı bir karta olmak üzere kart delgi makinalarında delerek kaydederdik. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi’ne 10 dakikalık bir mesafede *mainframe* bilgisayarın olduğu bilgisayar bölümüne gider, kutularda taşıdığımız onlarca kartı bankonun arkasındaki görevliye verirdik. Bu görevli, para sayma makinasına benzeyen bir makinadan kartlarımızı geçirerek programı bilgisayara okuturdu. Verilen randevuya göre çıkıtıyı almaya gittiğimizde çok büyük bir ihtimalle program satırlarından birinde nokta yerine virgöl koyduğumuz için ya da gerekli boşluğu bırakmadığımız için veya parantezi kapatmayı unuttuğumuz için, programın ilgili satırının yanında kâbusumuz olan “hata” (error) kelimesini görürdük. Bugün klavyenin bir tuşuna dokunarak düzeltilebileceğiniz bir hatayı düzeltmek için yeniden aynı emek ve zamanı harcardık.

Sanal dünyada alıcı ve satıcıların internet üzerinden alış-satış işlemleriyle başlayan elektronik ticaret olgusu, büyük bir hızla işletmelerin tüm iş süreçlerine yansıyor ve onları adeta birer elektronik işletme olmaya zorluyor. Açıkçası, hızlı teknolojik gelişmeler işletmeleri, bugünden, yarının işletmesi olmaya zorluyor. Geleneksel iş modellerinin yeni ekonomide geçerliğini yitirmesiyle birlikte işletmeler bu değişime uyum sağlamak zorunda kalacak gibi gözüküyor. Aksi durumda ise işletmelerin rekabet avantajını korumaları ve piyasada varlıklarını sürdürmeleri biraz zor olacağı benziyor.

Elektronik değişimi yakalamak zorunda olduğuna inandığım taraflardan birisi de doğal olarak ağ ekonomisinin e-işletmelerine eleman yetiştiren, işletme alanında eğitim veren üniversitelerdir. İnternet teknolojilerinin kullanılmasıyla birlikte ortaya çıkan e-işletme ve e-ticaret konuları ve bu konularla ilgili temel donanım ve yazılım bilgilerinin; sadece bu teknolojileri üreten ya da kullandıran bilgisayar, elektronik mühendisliği gibi bölümlerin programlarında değil, üniversitelerin işletme bölümlerinin ders programlarında yer alması gereklidir. Bu düşünce ile 1998 -1999 akademik yılından bu yana Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İngilizce İşletme Bölümü’nde ve 2001 yılından itibaren de İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü yüksek lisans programlarında E-Ticaret ve Elektronik İşletme derslerini yürütmekteyim. Bu kitabın temelini de derslerde işlediğimiz konular oluşturmaktadır. Halen vermeye devam ettiğim bu dersleri alan sevgili öğrencilerimle ve araştırma görevlisi meslektaşlarımla bu konularda yaptığımız araştırmaları ve tez çalışmaları sonuçlarını e_classozmen@yahoo.groups.com adresinden ve suleozmen.com adresinden ilgilenen kişilere duyurmaya devam etmeyi planlamaktayız.

Kitabın bir sonraki baskısında; okuyucuların desteğiyle ve tez öğrencilerimin araştırmaları sonuçlandıkça elektronik işletme ve ticaret konusunda çalışmalar yapmış Türk şirketlerinin başarı ve başarısızlık öykülerine yer vermek istiyorum.

Bu kitabı hazırlamamda bana en büyük desteği veren, *elektronik ticaret, müşteri ilişkileri yönetimi* ve *veri madenciliği* konularında yetiştirmeme önderlik eden, bilgi-birikimime önemli katkısı olan yurtiçi ve yurtdışında seminer ve konferanslara katılmamı sağlayan sevgili eşim Dr. Uğur Özmen'e öncelikle teşekkür etmek istiyorum.

Kitabıma isim öneren ve *müşteri ilişkileri yönetimi* konusunda bilgi-birikimimin önemli bir bölümünü, yönettiği çalışma gruplarında edindiğim NCR (National Cash Register) Teradata Bölümü Başkan Yardımcısı Ronald Swift'e, *veri ambarı* ve *veri madenciliği* ile ilgili uygulamalar konusunda beni bilgilendiren, kaynak sağlayan Oracle firması Müşteri İlişkileri Yönetimi Satış Müdürü Sayın Cenk Kırıl'a, Oracle'dan, aynı zamanda yüksek lisans öğrencim Bülent Ünsal'a, NCR firmasından Yalçın Orhan ve Mehmet Alkan'a, ödeme sistemleri bölümünde destek veren Kadir Karakurum'a, internette güvenlik konusunda uzman olan ve birçok kez derslerime konuk konuşmacı olarak gelerek öğrencilerimi ve beni bilgilendiren güvenlik bölümünün bilgi kaynağı Sayın Murat Lostar'a teşekkür ederim.

Marmara Üniversitesi ve İstanbul Bilgi Üniversitesi'nde lisans ve lisansüstü programlarda Elektronik Ticaret derslerimi alan sevgili öğrencilerime değerli fikir ve görüşleriyle katkıda bulundukları için, e-ticaret konusunda 2002 yılında birlikte çalıştığımız ve aynı zamanda doktora tez danışmanlığını yaptığım öğrencim Dr. Faruk Karaman'a teşekkür ederim.

Kitabın baskıya hazırlanmasında destek olan doktora tez öğrencim Araştırma Görevlisi Beril Sipahi'ye, Dr. Serra Yurtkoru'ya, kitabı okuyup düzeltmeler konusunda yardımcı olan sevgili kızım Tutku'ya ve bana bilgisayar işlerinde yardım eden sevgili oğlum Osman'a, ayrıca benim yetiştirmeme en büyük katkıyı sağlayan rahmetli sevgili babam M. Nafiz Akınoğlu'na ve bana her zaman destek olan sevgili annem Müfide Akınoğlu'na, ağabeylerim Prof. Dr. Alper Akınoğlu, Metin Akınoğlu, Prof. Dr. Bülent Akınoğlu'na ve bana huzurlu bir çalışma ortamı sağlayan sevgili Birsen'e çok teşekkür ederim.

Kitabı yayımlayan İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları'na, özellikle kitabın editörlüğünü üstlenen ve kitap üstünde özenle çalışan sevgili Banu Uzpeder'e, Yayınevi Genel Yayın Yönetmeni Sayın Fahri Aral'a, dizgi ve grafik işlerini gerçekleştiren Hüsnü Abbas'a, Deniz Erbaş'a ve kitabın kapak tasarımını yapan Mehmet Ulusel'e teşekkür borçluyum.