

⚡ SAHA UYGULAMA REHBERİ

E-Ticaret & Dropshipping Başarı El Kitabı

Sıfırdan Mağaza Kurulumuna, Winner Ürün Avından Meta Ads Ölçeklemeye, Birim Ekonomiden Hazır İletişim Şablonlarına A'dan Z'ye E-Ticaret El Kitabı.

Müfredat: **12 Bölüm + 2 Master Checklist**

Sürüm: **2026 Pro Edition**

Tema: **Vision Pro Engine**

E-Ticarette Başarıyı Getiren Altın Kurallar

E-ticaret ve dropshipping'de düzenli yüksek ciro yapanlarla bütçesini yakıp bırakanlar arasındaki tek fark şudur: Kazananlar işi şansa bırakmaz; sürtünmesiz bir mağaza kurar, doğru tedarikçiyi bağlar ve reklam bütçesini duygularıyla değil matematikle yönetir.

Başarılı Bir E-Ticaret Operasyonunun 5 Omurgası

- Mobil Hız ve Temiz Tasarım:** 1.5 saniyenin altında açılan, güven veren ürün sayfası.
- Problem Çözen Winner Ürün:** İnsanların gördüğü anda "Buna ihtiyacım var" dediği, çarpanı yüksek ürün.
- Sağlam Meta Business Altyapısı:** Doğru Pixel + CAPI entegrasyonu ve temiz hesap yapısı.
- Sürtünmesiz Ödeme & Hızlı Lojistik:** Taksit, kapıda ödeme ve SMS ile kargo takip rahatlığı.
- Matematiksel Ölçekleme:** Başabaş ROAS'ı bilerek bütçeyi güvenle artırmak.

BÖLÜM 01

Shopify Mağaza Mimarisi & Altyapı Kurulumu

1.1 Alan Adı (Domain) Seçim Mantığı

Alan adında gereksiz süslemelerden kaçının. İlk tercihiniz her zaman **.com** olmalı; boşta değilse **.co** veya **.shop** tercih edebilirsiniz.

- Formül:** Marka Adı + Fayda / Yerellik Eki (Örn: *NovaGrip-tr.com* veya *LuminaStore.co*).
- Kritik Kural:** Alan adınızı değiştirdiğinizde hemen PayTR veya Stripe panelinizden de güncelleyin. Aksi halde ödeme altyapınız güvenlik sebebiyle hesabınızı dondurabilir.

1.2 Vision Pro Shopify Teması & Dönüşüm Detayları

Vision Pro Shopify Teması (github.com/berkaysahin-dev), gereksiz kod yükünden arındırılmış ve doğrudan sipariş almaya odaklanmış bir yapıya sahiptir:

1

Sıfır Hantallık

Mobilde anında yüklenir, müşteriye bekletip kaçırmaz.

2

Dahili Bundle

1'li, 2'li (%20 İndirim) ve 3'lü seçeneklerle sepet ortalamasını yukarı çeker.

3

Güven Rozetleri

Ödeme logoları ve kargo sayacı doğrudan sepet butonunun altındadır.

1.3 İlçe Bilgisini Zorunlu Yapma (Kargo Kurtaran Taktik)

Müşteriler ilçe yazmadığında kargolar yanlış şubeye gider ve iade patlar. Bunu engellemek için:

- Shopify Ayarlar → **Ödeme (Checkout)** → Adres Satırı 2 alanını **"Zorunlu"** yapın.
- Temalar → Üç Nokta → **"Varsayılan Tema İçeriğini Düzenle"** alanına girin.
- Arama kutusuna `Address 2` yazıp bu metni `İlçe / Semt` olarak değiştirin.

BÖLÜM 02

Winner Ürün Avı & Doğrudan Tedarikçi Hack'i

2.1 Bir Ürünü Winner Yapan Kriterler

Kriter	Neden Önemli?	Hedef Eşik
Problem Çözücü	Müşterinin günlük bir sıkıntısını çözmeli.	Net ağı kesici etkisi
Kaydırmayı Durduran (Hook)	İlk 3 saniyede şaşırtmalı veya merak uyandırmalı.	Görsel değişim / Hareket

Kriter	Neden Önemli?	Hedef Eşik
Kar Marjı	Reklam maliyetini rahatça karşılayabilmeli.	Minimum 3x - 4x Çarpan
Kargo Kolaylığı	Desi dostu, kırılmayacak hafif yapıda olmalı.	< 500 gr, sağlam
Kreatif Bollluğu	Test edebileceğiniz farklı videolar bulunabilmeli.	En az 5-6 video kaynağı

2.2 Trendyol Gizli Tedarikçi Numarası Bulma Yöntemi

4 Adımda Toptancıya Doğrudan Ulaşma

1. Trendyol'da çok satan hedef ürün sayfasını açın.
2. Sağdaki satıcı kutusunun altından "**Ön Bilgilendirme Koşulları**" linkine tıklayın.
3. Açılan yasal metinde satıcının şirket unvanı ve **doğrudan cep/sabit telefonu** yer alır.
4. WhatsApp üzerinden profesyonel toptan teklif metnini iletin (Bkz. Bölüm 10'daki şablon).

2.3 "Trendyol'da Yarı Fiyatına Varken Bizden Alırlar mı?"

Evet, alırlar. Çünkü Instagram veya TikTok'tan gelen müşteri pazaryerinde fiyat aramaz; sunduğunuz teklife, videodaki hikayeye ve kapıda ödeme / hızlı kargo kolaylığına odaklanır. Yeter ki sayfanız güven versin ve bundle teklifiniz cezbedici olsun.

BÖLÜM 03

Ödeme Altyapıları, Taksit & Global Şirketleşme

3.1 Türkiye İçi Ödemeler (PayTR)

Başlangıçta şahıs şirketi olmadan bireysel başvuruyla PayTR açabilirsiniz. Satışlar oturduğunda şirketleşmek yasal zorunluluktur.

- **Peşin Fiyatına 3 Taksit:** Panelden komisyonunu üstlenerek bu seçeneği açın; sepet dönüşümünü anında %25 artırır.

- **Fatura Talebi Gelirse:** Shopify'dan sipariş sayfasını ve kargo sevk fişini PDF yapıp PayTR destek ekibine iletmeniz yeterlidir.
- **Kapıda Ödeme Ek Ücreti:** *Relasit Cash on Delivery* kurarak kapıda ödemeye +50–70 TL hizmet bedeli ekleyin; keyfi siparişleri anında elersiniz.

3.2 Global Satış (İngiltere Şirketi & Stripe)

Yurtdışına dövizle satış yapmak istiyorsanız:

1. İngiltere'de online şirket (UK LTD) açın (shazvision.com blog rehberine bakın).
2. Wise Business hesabı ve Stripe bağlayın.
3. **TalkU** uygulamasından İngiltere (+44) numarası alarak doğrulama SMS'lerini sorunsuz çözün.

BÖLÜM 04

Lojistik, Kargo Anlaşmaları & İade Yönetimi

4.1 Kargo Seçenekleri

- **Şirketsiz Başlangıç:** `Kargonomi.com.tr` ile vergi levhası olmadan anlaşmalı fiyatlarla gönderim yapın.
- **Şirketli Operasyon:** `Shipink` veya `Geliver.io` kullanarak Shopify siparişlerinizi tek tıkla barkodlayıp kargoya verin.
- **Track123 Entegrasyonu:** Mağazanıza "Kargom Nerede?" sayfası ekleyin ve müşteriye otomatik takip SMS'i yollayın; destek maillerini %80 azaltır.

4.2 İade & Kutu Açılmış Ürün Yönetimi

Müşteri kutuyu açtıysa ve hijyen/yazılım kategorisinde değilse iade almamak Tüketici Hakem Heyeti ile uğraştırabilir. Politikalarınızda şartları belirtin ama müşteri çok agresifse marka puanınızı ve ödeme altyapınızı korumak adına iadeyi kabul etmek en akılcı yoldur.

BÖLÜM 05

Kreatif Kurgusu, Meta Ads Library & Hash Temizleme

5.1 Reklam Videosu İndirme (F12 Hack)

Meta Reklam Kütüphanesinde beğendiğiniz videoya sağ tıklayıp **İncele** deyin. Sol üstteki ok butonuyla videoya tıklayın ve kodda çıkan `https://video.fsaw2...` linkini yeni sekmede açıp farklı kaydedin.

● Kritik: Başkasının Videosunu Asla Ham Yüklemeysin!

Meta'nın algoritması videonun dijital parmak izini (Hash) tanır. Kullanılmış videoyu direkt yüklerseniz reklamınız düşük dağıtım alır ve CPM tavan yapar.

Nasıl Temizlenir? CapCut'a atın; video hızını `%102` yapın, renk doygunluğunu `+5` artırın, Türkçe başlıklar ve dinamik altyazı ekleyip yeni export alın.

5.2 Sayfa İçi GIF Kullanımı

Ezgif.com ile videonun en etkili 2–3 saniyesini 1.5 MB altı bir GIF haline getirip ürün açıklamasının ortasına yerleştirin; sayfa canlılık kazanır.

BÖLÜM 06

Meta Ads Stratejisi, CBO & Bütçe Ölçekleme

6.1 CBO vs ABO: Neden 1x CBO?

ABO ile tek tek kitle test etmek yerine, kampanya bütçesini (Advantage+) açıp içine tek bir geniş kitle yerleştirdiğinizde Meta bütçeyi en iyi performansa yönlendirir. Bu kampanya tuttuğunda bütçeyi güvenle artırabilir veya çoğaltarak (duplicate) devasa ölçeklere çıkabilirsiniz.

6.2 Acemiler İçin Güvenlik: Cost Cap

Bütçenin boşa gitmesinden korkuyorsanız hedef CPA belirleyin (Örn: Maksimum 120 TL). Meta bu maliyetin altında sipariş getiremeyeceğini anladığı an para harcamayı kısar.

6.3 CPM Düşürme & %30 Scaling Kuralı

- **CPM Yüksekse:** Reklam setini kapatmak yerine en kötü 2 kreatifi kapatıp yeni kancalı 2 kreatif ekleyin.
- **05:00 Planlaması:** Reklamlarınızı sabah 05:00'e planlayın; algoritma bütçeyi tüm güne dengeli yaysın.
- **Bütçe Artışı (%30):** Tutan reklam setlerinin bütçesini günde **en fazla %20 – %30** artırın. Bütçeyi aniden 3 katına çıkarırsanız algoritmanın öğrenme süreci sıfırlanır.

BÖLÜM 07

Retargeting, SMS & WhatsApp İletişimi

SMS

Yotpo SMSBump

Sepeti terk edenlere 15. dk, 2. saat ve 24. saatte indirimli otomatik SMS akışı kurun.

WA

WhatsApp Butonu

İlk günden itibaren mağazada aktif olsun. Kararsız müşteriye anında satışa çevirir.

CRM

Zapier & Klaviyo

Ölçekleme aşamasına geçtiğinizde sipariş verilerini otomatik CRM'e aktarın.

BÖLÜM 08

Meta Ads & Mağaza Sorun Giderme Ansiklopedisi (FAQ)

"Reklam seti hiç alışveriş almayabilir" uyarısı nedir?

Piksel yeni olduğunda çıkan standart bir uyarıdır. Tamamen görmezden gelebilirsiniz; sipariş geldikçe kendiliğinden kaybolur.

"Param promoted_object[product_set_id]..." hatası nasıl çözülür?

Kampanya düzeyinde yanlışlıkla açılan "Katalog Satışları" seçeneğini kapatıp manuel video/görsel yüklemeyi seçin.

Reklam hesabı kısıtlandı veya kapatıldı, ne yapmalıyım?

1) Hesap Kalitesi'nden kimlik doğrulaması ile itiraz edin. 2) Açılmazsa aynı Business Manager altında yeni bir reklam hesabı açıp yola devam edin.

Facebook 5 sipariş gösteriyor ama Shopify'a 8 sipariş geldi?

iOS çerez engelleri nedeniyle bazı satışlar panele yansımaz. Shopify → Sipariş → "Dönüşüm Ayrıntıları" alanından hangi reklam setinden geldiğini net görebilirsiniz.



Stripe'da Türk kartları neden hata verir?

Türk müşterilerin kartları yurtdışı alışverişine kapalı olabilir veya TROY kart kullanıyor olabilirler. Türkiye pazarı için daima **PayTR / İyzico** kullanın.

BÖLÜM 10 • PRO MODÜL

Hazır İletişim Şablonları (Swipe File – Kopyala/Yapıştır)

Müşterilerle ve tedarikçilerle iletişimde zaman kaybetmeyin. Sahada bizzat test edilmiş ve en yüksek dönüşümü veren hazır şablonlar:

10.1 Kapıda Ödeme Teyit Mesajı (İadeyi %8'e Düşüren Formül)

Kapıda ödemelerde kargonun şubeden dönmesini engelleyen sihirli WhatsApp teyit akışı:



WHATSAPP KAPIDA ÖDEME TEYİT ŞABLONU

Merhaba Sn. [Müşteri Adı], [Mağaza Adı] üzerinden oluşturduğunuz [Ürün Adı] kapıda ödemeli siparişiniz sistemimize ulaştı! 🎉

Paketinizin kargoda karışmaması ve adrese sorunsuz teslim edilebilmesi için teslimat adresinizi teyit etmemiz gerekiyor:



Teslimat Adresi: [Adres, İlçe, İl]



Kapıda Ödenecek Tutar: [Tutar] TL

Siparişinizi onaylıyor musunuz? (Onaylamak için "EVET" yazmanız yeterlidir). Onayınızın ardından kargo takip kodunuz SMS olarak iletilecektir. Teşekkür ederiz!

10.2 Trendyol / İthalatçı Tedarikçi Pazarlık Şablonu

Tedarikçinin ön bilgilendirme numarasını bulduktan sonra WhatsApp'tan ileteneceğiniz kurumsal teklif:

TEDARİKÇİ TOPTAN FİYAT ALMA MESAJI

Merhabalar [Firma Yetkilisi / Yetkili],

E-ticaret mağazamız bünyesinde aktif olarak reklamını çıktığımız ve yüksek talep gören "[Ürün Adı / Barkod]" ürününüz için iletişime geçiyorum.

Günlük ortalama 20-50 adet bandında düzenli koli/toptan alım yapmayı planlıyoruz.

- 1) Koli bazlı toptan alımlarda adet birim fiyatınız nedir?
- 2) Güncel stok durumunuz ve doğrudan depodan sevk hızınız nasıldır?

Fiyat listenizi ve uygunluğunuzu paylaşırsanız uzun vadeli bir iş birliği başlatmak isteriz. İyi çalışmalar!

10.3 Terk Edilmiş Sepet SMS Serisi (SMSBump Akışları)

15.
ilk

1. Hatırlatma (Fırsat)

"[Ad], sepetinde unuttuğun [Ürün Adı] seni bekliyor! Stoklar hızla tükeniyor, hemen siparişini tamamla: [Link]"

1.
aa

2. İndirim Kancası (%10)

"Sana özel sürpriz! Sepetindeki ürün için 'FIRSAT10' koduyla anında %10 indirim kazandın. Bitmeden kullan: [Link]"

14.
aa

3. Son Çağrı (Kıtlık)

"Son 3 adet kaldı! [Ad], sepetindeki indirim kuponun bu gece yarısı sona eriyor. Kaçırmadan al: [Link]"

10.4 Kargo Gecikmesi & Kriz Yatıştırma Metni

Tedarik geciktiğinde müşterinin Şikayetvar veya Banka itirazına gitmesini önleyen metin:

MÜŞTERİ YATIŞTIRMA & GÜVEN MESAJI

Merhaba Sn. [Müşteri Adı],

[Mağaza Adı] olarak siparişinizi titizlikle hazırlıyoruz. [Ürün Adı] ürünümüz son kalite kontrol aşamasından geçmiş olup, kargo şubesindeki yoğunluk sebebiyle dağıtım süreci 1 gün gecikmeli ilerlemektedir.

Memnuniyetiniz bizim için her şeyden önemli. Siparişiniz yarın sabah ilk kurye aracıyla yola çıkacak ve takip numaranız SMS ile iletilecektir. Yaşanan kısa gecikme için özür diler, anlayışınız için teşekkür ederiz.

BÖLÜM 11 • PRO MODÜL

Birim Ekonomi & Başabaş (Break-Even) ROAS Matematiği

Reklam panellerindeki ROAS rakamları tek başına bir şey ifade etmez. Eğer birim ekonominizi kuruşu kuruşuna bilmiyorsanız, ciro yaparken aslında her siparişte içeriye para koyuyor olabilirsiniz.

11.1 Gerçek Net Kar Formülü

E-Ticaret Net Kar Denklemi

Net Kar = Satış Fiyatı - (Ürün Maliyeti + Kargo Masrafı + Ödeme Komisyonu + Vergi + Reklam Maliyeti CPA)

11.2 Başabaş (Break-Even) ROAS ve Maksimum CPA

Reklam verirken zarar etmemeniz gereken kırmızı çizgiyi şu formülle bulursunuz:

- Brüt Kar Marjı:** `Satış Fiyatı - (Ürün Maliyeti + Kargo + Komisyon + Vergi)`
- Maksimum Kabul Edilebilir CPA:** Tam olarak elde ettiğiniz Brüt Kar tutarıdır. (Örn: Brüt karınız 250 TL ise, sipariş başı reklama en fazla 250 TL harcayabilirsiniz).
- Başabaş ROAS Formülü:** $\text{Satış Fiyatı} / \text{Maksimum CPA}$

11.3 Canlı Vaka Analizi: 599 TL'lik Bir Ürünün Matematiği

Kalem	Tutar (TL)	Açıklama
Satış Fiyatı	599 TL	Müşterinin ödediği toplam sepet tutarı
Ürün Tedarik Maliyeti	-150 TL	Toptancıdan alınan koli birim fiyatı
Kargo Gönderim Bedeli	-65 TL	Anlaşmalı kargo gönderim desi ücreti
PayTR Komisyonu (%3)	-18 TL	Ödeme altyapısı işlem payı
KDV / Stopaj Tahmini Payı	-60 TL	Yasal vergi karşılığı
Brüt Kar (Maksimum CPA)	306 TL	Reklam harcaması için kalan net tavan bütçe
Başabaş ROAS Eşiği	1.95x	599 TL / 306 TL = 1.95 ROAS altı zarardır!
Hedeflenen Net Kar (100 TL)	206 TL CPA	Hedef CPA 206 TL olduğunda ROAS: 2.90x

BÖLÜM 12 • PRO MODÜL

Yapay Zeka (AI) ile Reklam Videosu & Metin Üretimi

Elinizde Türkçe video yoksa veya ürünün hazır kreatifi kalitesizse, modern yapay zeka araçlarıyla sıfırdan 15 dakikada kazanan kreatifler üretebilirsiniz:

1

ElevenLabs (Ses)

Reklam videosunun üzerine doğal, akıcı ve ikna edici Türkçe yapay zeka seslendirmesi (Voiceover) ekleyin.

2

CapCut Otomatik Altyazı

Auto-Captions ile kelime kelime yanan, sarı/yeşil vurgulu modern TikTok/Reels altyazıları oluşturun.

3

ChatGPT Metin Motoru

Aşağıdaki prompt şablonuyla ürün için anında 5 farklı psikolojik kanca (hook) metni türetin.

12.1 ChatGPT Satış Kancası (Hook) Prompt Şablonu

KOPYALANABİLİR PROMPT ŞABLONU

Sen kıdemli bir e-ticaret metin yazarı ve Meta reklam uzmanısın. Sana ürünümü anlatıyorum:

- Ürün Adı: [Ürün Adı]
- Çözdüğü Ana Problem: [Ana Problem]
- En Büyük Faydası: [Faydası]
- Hedef Kitle: [Kadınlar / Erkekler / Ev Hanımları / Araç Sahipleri vb.]

Bana Meta (Instagram/Facebook) Reels formatında 15 saniyelik 5 FARKLI video reklam metni yaz:

1. Ters Köşe Kanca (Şok edici soruyla başlayan)
2. Öncesi/Sonrası Problem-Çözüm Kancası
3. "Bunu bilseydiniz asla X yapmazdınız" Kancası
4. Sosyal Kanıt & Tavsiye Kancası
5. Fırsat & Aciliyet Kancası

Metinler doğal, samimi Türkçe konuşma dilinde olsun; robotik kelimeler içermesin ve her birinin sonunda net bir Harekete Geçirici Mesaj (CTA) bulunsun.

BÖLÜM 13 • KONTROL LİSTELERİ

Lansman Öncesi Master Checklists



12 Maddelik Shopify Mağaza Lansman Listesi

0 / 12 Tamamlandı



1. Çoklu Cihaz ve Mobil Uyumluluk Testi

Mağazayı hem masaüstünde hem de farklı telefon ekranlarında (iOS & Android) test edin.



2. İşletme ve İletişim Bilgileri Doğrulaması

Müşteri hizmetleri e-postası, mağaza adı ve resmi telefon numarasının doğru olduğunu kontrol edin.



3. Ödeme Ağ Geçidi ve Canlı Mod Kurulumu

PayTR veya Stripe entegrasyonunun düzgün kurulduğunu ve canlı moda alındığını doğrulayın.



4. Kargo Ücretleri ve Desi Matrisi

Kargo baremlerini (Örn: 500 TL üzeri Ücretsiz Kargo) ödeme sayfasında test edin.



5. Vergi ve Konum Ayarları

Fiziksel gönderim adreslerinizin ve KDV dahil fiyatlandırma ayarlarınızın eksiksiz olduğunu kontrol edin.



6. Ürün Sayfaları Kalite Kontrolü

Her ürün sayfasındaki başlık, varyant, stok durumu ve fiyat formatlarının çalıştığından emin olun.



7. Yasal Sayfaların Eksiksiz Eklenmesi

İade Politikası, Kargo & Teslimat, Mesafeli Satış ve Gizlilik Politikası sayfalarını alt bilgiye bağlayın.



8. Yüklü Uygulamaların Hız Denetimi

Gereksiz yere siteyi yavaşlatan tüm deneme uygulamalarını kaldırın.



9. Favicon (Tarayıcı İkonu) Yükleme

Tarayıcı sekmesinde görünen minik logonuzu (32x32px) yükleyin.

**10. Sahte Sipariş ile Checkout Testi**

%100 indirim kuponu oluşturarak baştan sona gerçek bir test siparişi verin.

**11. İletişim Formunun Canlı Mail Testi**

İletişim formundan test mesajı göndererek gelen kutunuza düştüğünü teyit edin.

**12. Satış Sonrası Otomatik Onay Mailleri**

Sipariş onay ve kargo takip maillerinin marka renklerinize uygunluğunu doğrulayın.



23 Maddelik Yüksek Dönüşümlü Ürün Sayfası Listesi

0 / 23

Tamamlandı



1. Ürün Başlığı & Fayda Vurgusu

Ürün isminin hemen yanında en net faydasını belirten açıklayıcı etiket eklendi mi?



2. İndirimli Karşılaştırmalı Fiyat

Üstü çizili eski fiyat ve güncel indirimli fiyat doğru kontrastla girildi mi?



3. Optimize 4–6 Adet Görsel

Kullanımı, detayları ve kutu içeriğini gösteren net fotoğraflar yüklendi mi?



4. Stokta Yokken Satışa Devam

Sipariş akışının kesilmemesi için "Stokta yokken de sat" işaretlendi mi?



5. Başlık Altı Yıldızlı Değerlendirme

Ürün isminin hemen altında 4.8+ puan ve en az 12 yorum sayısı gösteriliyor mu?



6. 4 Adet Güven Veren Mikro İkon

30 Gün İade, Ücretsiz Kargo, Kapıda Ödeme ve 7/24 Destek ikonları eklendi mi?



7. Dinamik Bundle Teklifi

1'li, 2'li (%20 İndirim) ve 3'lü seçenekleri içeren teklif bloğu aktif mi?



8. Sepet Altı Güvenlik Rozetleri

256-Bit SSL, Visa, Mastercard, Troy ve PayTR logoları yerleştirildi mi?



9. Problem–Çözüm Odaklı Metinler

Teknik detaylar yerine hayatı nasıl kolaylaştırdığı madde madde yazıldı mı?



10. Canlandırıcı Hareketli GIF

Ürünün çalışmasını gösteren 2–3 saniyelik hafif GIF açıklamaya eklendi mi?



11. Rakiplerden Üstünlük Tablosu

"Bizim Ürününüz vs Sıradan Ürünler" karşılaştırma tablosu yerleştirildi mi?

**12. Öncesi / Sonrası Değişim Kanıtı**

Görsel değişim kanıtları veya Ninja Comment blokları eklendi mi?

**13. Akordeon SSS Bloğu**

Kargo süresi, iade koşulları ve kullanım ile ilgili en az 4 SSS cevaplandı mı?

**14. Fotoğraflı Müşteri Yorumları**

Sayfanın altına en az 12 adet samimi ve fotoğraflı müşteri deneyimi eklendi mi?

**15. Mobil & Masaüstü Ekran Kusursuzluğu**

Metinlerin kenarlardan taşmadığı ve butonların kolay tıklandığı test edildi mi?

**16. Sayfa Altı Şirket & Politika Linkleri**

En altta kurumsal bilgiler ve kargo/iade politikaları yer alıyor mu?

**17. Yüksek Hızlı Görsel Optimizasyonu**

Tüm görseller WebP formatında optimize edilerek sayfa hızı korundu mu?

**18. Doğal ve Samimi Pazarlama Dili**

Metinlerde doğrudan müşteriye hitap eden samimi bir dil kullanıldı mı?

**19. Dengeli Yorum Uzunluğu**

Yorumlar gerçek kullanıcı tonunda yazıldı mı?

**20. Karşı Konulamaz Teklif**

Fiyat/fayda dengesi müşteriye reddedilemeyecek kadar cazip hissettiriyor mu?

**21. Aciliyet & Kıtlık Tetikleyicisi**

"Sınırlı Sayıda Stok" veya "Günün Fırsatı" karar hızlandırıcılar eklendi mi?

**22. Yapışkan Sepete Ekle Butonu (Sticky CTA)**

Mobilde aşağı kaydırırken ekranın altında sabit kalan hızlı sipariş butonu devrede mi?

**23. WhatsApp Hızlı Sipariş / Danışma**

Tereddütlü müşteriler için sağ altta canlı WhatsApp butonu var mı?

Şimdi Uygulama Zamanı!

E-ticarete başarı bilgiye değil, uygulama hızına bağlıdır. Kontrol listelerini eksiksiz uygulayın, birim ekonominize sadık kalın ve ilk kazanan ürününüzü ölçekleyin.