
amazon

**TERİMLER
SÖZLÜĞÜ**



A

A+ Content

Amazon satıcılarının ürün listinglerini zenginleştirmek için kullanabilecekleri bir özelliktir. Product detail page(ürün detaylı sayfası)'de bullet points ile product information kısımları arasında yer alır. A+ Content, yüksek kaliteli görseller, ayrıntılı açıklamalar, karşılaştırma tabloları ve daha fazla formatta içerik barındırabilir. Bu içerik, müşteriler için ürün hakkında daha ayrıntılı bilgiye sahip olmalarına olanak sağlar ve satıcıların **satışlarını artırmalarına** yardımcı olur. Bu hizmetten sadece brand registry (marka kaydı) yaptıran satıcılar faydalanabilir.

A-to-z Guarantee

Amazon'un A-to-z garantisi, alışveriş deneyiminde güven sağlamak amacıyla oluşturulmuş bir **koruma programıdır**. Bu garanti, müşterilerin Amazon'dan satın aldıkları ürünlerin durumu, teslimatı ve ürün iadesi gibi konularda karşılaştıkları sorunları çözmelerine yardımcı olur.

Eğer bir müşteri ürün ile alakalı yukarıdaki sorunları yaşarsa, Amazon satıcıya bu sorunu çözmesi için uyarıda bulunur ve hesap sağlığına ihlal eklenir. Satıcı müşteri ile sorunu çözerse bu ihlal hesap sağlığından kaldırılır.

İki veya daha fazla sürümün karşılaştırıldığı bir test yöntemidir. Amazon satıcıları, ürün sayfaları üzerinde A/B testleri yaparak hangi öğenin daha iyi performans gösterdiğini belirleyebilir.

A/B testini yapabilecekleri alanlar;

- ürün başlığı,
- bullet points,
- product description,
- A+ content,
- brand story ve ürün fotoğraflarıdır.

Testi başlattıktan belli bir süre sonra amazon test sonuçlarını karşılaştırmalı olarak verir.

A/B Testing

There is a 50% probability Version A is better. ⓘ

There is a 50% probability Version B is better.

Weak evidence of positive effect.

Metric	View A/B content	Version A ✓	Version B	Difference
Units per unique visitor	ⓘ	0.005	0.005	+ 0
Conversion	ⓘ	0.463%	0.474%	- 0.0106%
Units sold	ⓘ	90	90	+ 0
Units sold from Search	ⓘ	53	56	- 3
Sales	ⓘ	€1,317	€1,306	+ €11
Sales from Search	ⓘ	€775	€804	- €29
Sample size	ⓘ	18,787	18,787	+ 0

A9 Algoritması

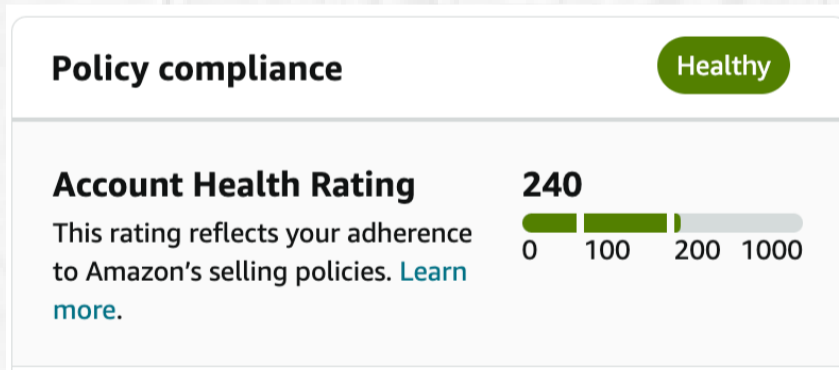
Amazon'un arama sonuçlarını sıralamak için kullandığı algoritmadır. Bu algoritma, kullanıcıların arama sorgularına en uygun ve alakalı ürünleri göstermek amacıyla geliştirilmiştir. A9 Algoritması, çeşitli faktörlere dayanarak ürün sıralamasını belirler.

Bu faktörler arasında;

- ürünün arama terimleriyle olan alakası,
- müşteri incelemeleri,
- satış geçmişi,
- fiyat,
- mevcudiyet (stok durumu),
- Amazon Prime tekliflerinin olup olmadığı gibi unsurlar bulunur.

Amazon hesap sağlığı, satıcı hesaplarının performansını izlemek için kullanılan bir özelliktir. Amazon, satıcıların müşterilere en iyi alışveriş deneyimini sunmalarını sağlamak için çeşitli performans metriklerini hesap sağlığı kontrol panelinden takip eder. Bu metrikler 3 ana başlık altında toplanır. Bu başlıklar; müşteri hizmetleri performansı, müşterilere ürünleri gönderme performansı ve amazon politikalarına uyumluluktur.

Hesap Sağlığı Kontrol Paneli, satıcılara hesaplarının genel durumu hakkında bilgi verir. Amazon, belirli bir performans seviyesinin altına düşen satıcılar için uyarılar gönderir ve durumlarına göre **hesap askıya alma gibi önlemler alabilir**. Bu nedenle, satıcılar için Hesap Sağlığı Kontrol Paneli'ni düzenli olarak kontrol etmek ve gerekli tüm aksiyonları almak önemlidir.



Account Health

ACoS, yani Advertising Cost of Sale, reklam harcamalarının satışlara oranını gösteren bir metriktir. Satıcıların reklam kampanyalarının etkinliğini ölçmek için sıklıkla kullanılır. ACOS, bir başka deyişle ürünün satış fiyatı içerisindeki reklam harcamasının oranıdır.

ACoS formülü şöyledir:

$$ACOS = \frac{\text{Reklam Harcamaları}}{\text{Reklamlardan Elde Edilen Gelir}}$$

Advertising Cost of Sale (ACoS)

Örnek olarak 30 dolar harcama yaptığımız reklam kampanyasından 100 dolarlık bir satış alıyorsak ACoS oranımız yüzde 30 olarak belirlenir. ACoS yüzde (%) cinsinden ifade edilir ve düşük bir ACoS değeri, reklamın maliyetinin satışlara oranla daha az olduğunu ve dolayısıyla reklam kampanyasının daha verimli olduğunu gösterir.

Amazon Advertising

Amazon reklamları, amazon platformunda ürünlerini ve markalarını tanıtmak isteyen satıcılar ve markalar için sunulan ücretli reklam hizmetidir. Amazon'un reklam hizmetleri, ürünlerin görünürlüğünü artırarak satışları teşvik etmeye ve marka bilinirliğini genişletmeye yardımcı olur. Ücretlendirme genel olarak **tıklama başına** olacak şekilde satıcılardan tahsil edilir.

Başlıca reklam türleri;

- Sponsored Product
- Sponsored Brand
- Sponsored Display reklamlarıdır.

Amazon Advertising Reports

Amazon reklam raporları, Amazon reklam kampanyalarının performansını analiz etmek ve değerlendirmek için reklam verenlere sunulan detaylı raporlardır. Bu raporlar, satıcıların ve markaların reklam harcamalarının etkinliğini ölçmelerine, kampanya sonuçlarını anlamalarına ve gelecekteki **reklam stratejilerini optimize etmelerine** olanak tanır.

Amazon B2B

Amazon B2C (Business to Business), **işletmelerin diğer işletmelere** ürün ve hizmet satışı yapmasını sağlayan bir platformdur. Amazon Business olarak da bilinen bu hizmet, işletmelerin ofis malzemeleri, endüstriyel ekipmanlar ve daha fazlası gibi çeşitli kategorilerde toptan ürün satın alıp satmasına olanak tanır. Amazon Business, işletmelerin ihtiyaç duyduğu özellikleri ve hizmetleri sunarak, geleneksel tüketici odaklı Amazon perakende deneyiminden farklılaşır.

Amazon B2C

Amazon B2C (Business to Customer), **işletmelerin doğrudan son tüketicilere** ürün ve hizmet satışı yapmasını ifade eder. Bu model, Amazon'un temel iş modelidir ve Amazon'un perakende platformu aracılığıyla milyonlarca satıcı ve markanın geniş bir tüketici kitlesine ulaşmasını sağlar.

Amazon's Choice

Amazon'un belirli bir arama terimi için önerdiği, fiyat, müşteri memnuniyeti ve hızlı kargo gibi kriterlere dayanarak seçilmiş ürünleri işaretlemek için kullandığı bir etikettir. Bu etiket, alışveriş yapanların karar verme sürecini kolaylaştırmayı amaçlar ve genellikle en iyi değeri sunan veya **belirli bir kategori için en uygun ürünleri tanımlar.**

4.6 ★★★★★ 480 ratings

Amazon's Choice

Amazon Logistics

Amazon Logistics, Amazon'un kendi teslimat ve lojistik hizmetlerini ifade eder. Bu hizmet, Amazon'un siparişleri alıcılara daha hızlı ve verimli bir şekilde ulaştırmasını sağlamak üzere tasarlanmıştır. Amazon Logistics, Amazon'un depolama, paketlenme, nakliye ve teslimat süreçlerini kapsar ve Amazon'un **"Fulfillment by Amazon" (FBA) hizmetinin bir parçasıdır.**

Amazon Prime

Amazon Prime, Amazon tarafından sunulan ücretli abonelik hizmetidir. Bu hizmet, üyelerine çeşitli avantajlar ve özel hizmetler sunar.

Bu hizmetlerin arasında;

- hızlı ve ücretsiz teslimat
- Prime Video
- Prime Music
- Prime Reading
- Amazon Prime Day
- prime üyelere özel indirimlere erişim bulunur.

★★★★★ 100
\$199.99 ✓prime

API Access

API (Application Programming Interface), Amazon'un sunduğu Uygulama Programlama Arayüzü erişimidir. Satıcılar, geliştiriciler ve üçüncü parti hizmet sağlayıcılar, Amazon'un çeşitli hizmetlerine ve verilerine erişmek için bu API'lere başvurabilirler. Böylece **harici bir yazılımla** amazon üzerindeki işlemlerini gerçekleştirme imkanına sahip olurlar.

Appeal

Genellikle Amazon'un bir satıcının hesabını suspend pozisyona getirmesi, bir ürün listesini kaldırması veya başka bir tür yaptırım uygulaması durumunda, satıcının Amazon'a bu kararı gözden geçirmesi için **resmi bir talepte bulunma** işlemine verilen isimdir.

Bu süreçte satıcı, Amazon'un kararını tersine çevirmesini talep eden ve kararın neden yanlış olduğunu veya sorunun nasıl düzeltilmiş olduğunu açıklayan bir itiraz yazısı sunar.

ASIN (Amazon Standard Identification Number) yani Amazon Standart Tanımlama Numarası'nın kısaltmasıdır. Bu, Amazon tarafından ürünleri tanımlamak için kullanılan benzersiz bir 10 karakterlik harf ve sayı karışımından oluşan ve B harfi ile başlayan kimliktir.

Her ürün, Amazon platformunda listelendiğinde **kendine özgü bir ASIN alır** ve bu numara sayesinde ürünler kolayca bulunabilir ve sorgulanabilir. Bir ürünün ASIN numarası product detail page'den, url kısmından ya da product description kısmından öğrenilebilir.

ASIN

<https://www.amazon.com/dp/B0CGVHNWB0>

Product details

Is Discontinued By Manufacturer : No

Package Dimensions : 9.21 x 6.38 x 0.75 inches; 5.61 Ounces

Item model number : TF-602

Department : mens

Date First Available : August 29, 2023

Manufacturer :

ASIN : B0CGVHNWB

Best Sellers Rank: #5,856,723 in Clothing, Shoes & Jewelry (See Top #904 in Men's Shapewear)

Customer Reviews: 3.5 ★★★★★ 2 ratings

Automated Pricing

Otomatik fiyatlandırma, satıcıların ürün fiyatlarını otomatik olarak ayarlamalarını sağlayan bir sistemdir. Bu sistemler, rakip fiyat hareketlerine, talep değişikliklerine veya belirlenen diğer kurallara bağlı olarak **fiyatları dinamik bir şekilde günceller**.

Rekabetin yoğun olduğu ve fiyatların sürekli olarak değiştiği listinglerde, otomatik fiyatlandırma araçları ile satıcılar satış fiyatlarını rakip fiyatlarına göre koydukları kurallar dahilinde güncellerler. Amazon platformu üzerinden bu sisteme erişilebileceği gibi üçüncü parti yazılımlarla da kullanılabilir.

Automatic Targeting

Amazon Advertising platformunun bir parçası olan ve reklam kampanyaları için hedefleme seçeneklerini otomatik olarak yöneten bir özelliktir. Bu özellik, reklam verenlerin manuel olarak anahtar kelimeleri veya hedef ASIN'leri seçmek yerine Amazon'un algoritmalarına ve veri analizine dayanarak hedefleme yapmasına olanak tanır. Automatic Targeting, özellikle reklam vermeye yeni başlayanlar veya daha az deneyime sahip satıcılar için kullanışlıdır, çünkü bu özellik, **reklam kampanyalarının karmaşıklığını azaltır** ve hedefleme stratejilerinde derinlemesine uzmanlık gerektirmeyen bir yöntem sunar.

AWS

AWS (Amazon Web Services), Amazon.com tarafından sunulan bulut bilişim hizmetlerini ifade eder. AWS, bireylerin, şirketlerin ve hükümet kurumlarının çeşitli bulut tabanlı ürün ve çözümleri kullanarak web tabanlı uygulamaları ve sistemleri oluşturmalarına, dağıtmasına ve yönetmesine olanak tanır.

Bazı amazon satıcıları **ilişkilendirme suspendine** karşı önlem almak için hesaplarını bulut bilgisayar sistemlerinden açarlar ve bu hizmet için de AWS kullanırlar.

B

"Back-To-School" dönemi, öğrencilerin ve eğitimcilerin yeni öğretim yılına hazırlık yapmaları için gerekli olan ürünleri satın aldıkları bir alışveriş sezonudur.

Back-to-School(BTS)

Amazon bu dönemde kırtasiye malzemeleri, okul çantaları, giysiler, teknolojik aletler gibi çeşitli kategorilerde özel promosyonlar ve indirimler sunarak alışverişini teşvik eder. Bu dönem genellikle **Temmuz ve Ağustos aylarını** kapsar ve satıcılar için önemli bir fırsattır.

Backend Keyword

Amazon satıcıları, ürün listelemelerinin arka planında, yani **müşterilerin göremeyeceği bir alanda** anahtar kelimeler ekleyebilirler. Bu anahtar kelimeler, Amazon'un arama algoritmasının ürünleri potansiyel alıcıların aramalarında, görüntülemesine yardımcı olur.

Etkili bir şekilde seçilen anahtar kelimeler, ürünün görünürliğini ve dolayısıyla satış potansiyelini artırabilir. Bu kelimeleri bulmak için üçüncü parti amazon yazılımları kullanılabilir.

Barcode

Bir ürünün **tanımlanmasını ve takibini kolaylaştıran**, çeşitli çubuk ve boşluk kombinasyonlarından oluşan görsel bir temsildir. Amazon, ürün listelemelerinde genellikle Uluslararası Standart Kitap Numarası (ISBN), Evrensel Ürün Kodu (UPC) veya Avrupa Makale Numarası (EAN), Küresel Ticari Ürün Numarası (GTIN) gibi standartlaştırılmış barkodları kullanır. Bu barkodlar, ürünlerin depolanmasını, yönetilmesini ve teslimat süreçlerinde takip edilmesini kolaylaştırır.



Best Seller Rank (BSR)

Best Seller Rank, Amazon'un bir ürünün belirli bir kategorideki satış başarısını sayısal bir değerle ifade ettiği **sıralama sistemidir**. BSR, ürünün o kategorideki diğer ürünlerle olan rekabetini ve pazardaki popülarlığını gösterir. Düşük bir BSR değeri, ürünün o kategoride daha fazla satıldığını ve dolayısıyla daha popüler olduğunu gösterir. BSR, satış hacmi ve zaman gibi faktörlere dayanarak güncellenir.

Best Sellers Rank

#159 in Home & Kitchen ([See Top 100 in Home & Kitchen](#))
#1 in Bed Throws

Amazon'un reklam platformu olan Amazon Advertising'de, reklam verenlerin reklamlarının belirli anahtar kelimeler için ne kadar teklif verdiğini gösteren miktardır.

Bid

Reklamın arama sonuçlarında veya ürün detaylı sayfalarında görünme şansı, teklif miktarına ve reklamın alakalılığına bağlıdır. Yüksek bir teklif, reklamın daha **üst sıralarda görünme olasılığını artırır**, ancak tıklama başına maliyet de artabilir.

Kasım ayının dördüncü Perşembe günündeki Şükran Günü'nden sonraki ilk Cuma gününe denk gelen ve perakende sektöründe **yılın en büyük indirim ve promosyonlarının** yapıldığı gündür.

Black Friday

Amazon da bu global alışveriş gününde, çok çeşitli ürünlerde önemli indirimler ve teklifler sunarak katılımcı olur. Black Friday, hem online hem de fiziksel mağazalarda satışların zirve yaptığı bir dönemdir.

Books, Media, Video, DVDs (BMVD)

Amazon'un kitaplar, dergiler, müzik, filmler, video oyunları ve diğer medya içeriklerini içeren geniş ürün yelpazesini tanımlayan kategorisidir. BMVD, eğitim materyallerinden eğlenceye kadar geniş bir yelpazede ürünler sunar ve **hem fiziksel hem de dijital formatlarda** içerik sağlar.

Amazon marka sahiplerine sunulan, ürünlerinin Amazon'daki performansını izlemelerine, pazar trendlerini analiz etmelerine ve tüketici alışkanlıkları hakkında derinlemesine bilgi edinmelerine olanak tanıyan gelişmiş bir **veri analizi aracıdır**.

Brand Analytics

Bu araç, arama terimleri, tıklama ve satın alma oranları gibi çeşitli metrikler üzerinden detaylı raporlar sağlar, böylece markalar stratejilerini daha bilinçli şekilde şekillendirebilirler.

Amazon'un marka sahiplerine markalarını kaydetme ve koruma olanağı sağlayan bir programıdır. Brand Registry, sahteciliği önlemeye, marka içeriğini kontrol etmeye ve yetkisiz satıcıların markalı ürünleri satmasını engellemeye yardımcı olur. Kayıtlı markalar, gelişmiş araçlara ve Amazon'un **marka koruma hizmetlerine** erişim kazanır.

Brand Registry

Marka kaydı için www.brandservices.amazon.com adresi üzerinden satıcılar başvuru yapabilirler. Başvuru yaparken trademark belgesi, ürün fotoğrafları ve ürün ile alakalı bazı bilgiler satıcılardan istenir.

Amazon'un ürün kataloğunu organize etmek için kullandığı, ürünleri belirli kategorilere ve alt kategorilere ayıran numaralama sistemidir. Her bir browse node, belirli bir ürün grubunu veya kategoriye temsil eder ve bu sayede ürünlerin doğru şekilde sınıflandırılmasını ve müşterilerin aradıklarını daha kolay bulmalarını sağlar. Satıcılar ürün eklerken browse node'ları doğru girmelidir. Yanlış girdikleri takdirde ilgili kategoride **indekslenme sorunu yaşayabilirler**.

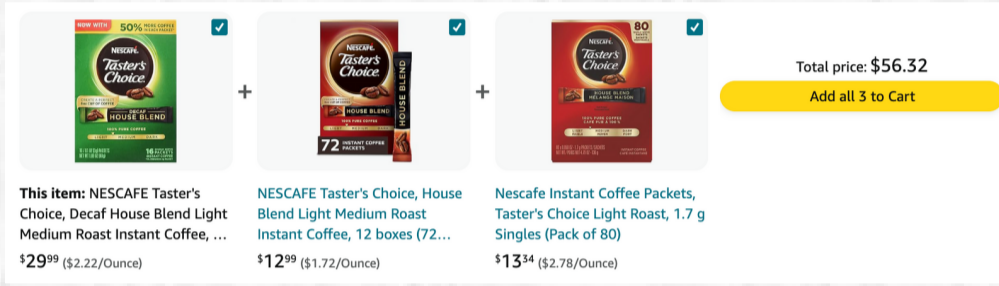
Browse Node

Build International Listings (BIL)

Amazon satıcılarının mevcut ürün listelemelerini farklı Amazon pazar yerlerine kolayca genişletmelerine olanak tanıyan bir araçtır. BIL, ürün bilgilerini ve fiyatlandırmayı otomatik olarak çevirerek, satıcıların global pazarlara erişimini ve **satışlarını artırmalarını** kolaylaştırır.

Birden fazla ürünün veya öğenin bir araya getirilip tek bir paket olarak satıldığı bir satış stratejisini ifade eder. Bu paketler, genellikle birbiriyle ilişkili veya birlikte kullanılan ürünleri içerir. Örneğin, kamera, taşıma çantası ve hafıza kartını içeren fotoğrafçılık paketi ya da dizüstü bilgisayar ile uyumlu çanta, fare ve klavye seti bir bundle örneği olabilir.

Bundle



Total price: \$56.32
Add all 3 to Cart

This item: NESCAFE Taster's Choice, Decaf House Blend Light Medium Roast Instant Coffee, ... \$29⁹⁹ (\$2.22/Ounce)

NESCAFE Taster's Choice, House Blend Light Medium Roast Instant Coffee, 12 boxes (72... \$12⁹⁹ (\$1.72/Ounce)

Nescafe Instant Coffee Packets, Taster's Choice Light Roast, 1.7 g Singles (Pack of 80) \$13³⁴ (\$2.78/Ounce)

İş Hizmetleri Anlaşması, Amazon ile satıcılar arasında yapılan ve Amazon'un platformunda satış yapmayı seçen işletmelerin haklarını, yükümlülüklerini ve Amazon ile olan ilişkilerinin koşullarını belirleyen bir anlaşmadır.

Bu anlaşma,

- Amazon'un sunduğu hizmetlerin,
- platformun kullanımının,
- ücretlerin,
- ödeme koşullarının,
- fikri mülkiyet haklarının,
- gizlilik politikalarının ve diğer önemli hüküm ve koşulların detaylarını içerir.

Business Services Agreement

Ürün detaylı sayfasında, "Şimdi Satın Al" veya "Sepete Ekle" butonunun yanında bulunan ve o ürünü satın almak için tüketicilerin tıkladığı alandır. Buy Box, bir ürün için birden fazla satıcı varsa önemlidir, çünkü Amazon belirli kriterlere dayanarak bu buy box'ta hangi satıcının öne çıkarılacağını seçer. Bu kriterler arasında;

- satıcının fiyatı,
- müşteri hizmetleri performansı,
- teslimat hızı,
- ürünün stok durumu gibi faktörler bulunur.

Buy Box'u kazanmak, satıcılara önemli bir avantaj sağlar çünkü **çoğu müşteri Amazon'da alışveriş yaparken Buy Box üzerinden satın alma yapar**. Tek satıcılı ürünlerde de buy box önemlidir, çünkü buy box'a sahip olmayan ürünler amazon reklamlarından faydalanamaz.

Buy Box

\$439⁰⁰

FREE delivery **Thursday**. Order within **13 hrs 37 mins**. [Details](#)

📍 Deliver to New York 10001

In Stock

Quantity: 1

Add to Cart

Buy Now

Buyer Demographics

Amazon satıcılarının, ürünlerini kimin satın aldığına dair demografik bilgilere erişebilmelerini sağlayan bir özelliktir. Bu bilgiler, **yaş, cinsiyet, konum** gibi çeşitli demografik faktörleri içerebilir ve satıcıların hedef kitlelerini daha iyi anlamalarına, pazarlama stratejilerini buna göre şekillendirmelerine yardımcı olur.

C

Amazon platformunda satıcıların ürünlerini tanıtmak, satışlarını artırmak ve marka bilinirliğini yükseltmek amacıyla oluşturdukları **reklam faaliyetlerini** ifade eder. Bu kampanyalar, Amazon'un reklam hizmetlerini kullanarak potansiyel müşterilere ulaşmayı, belirli ürünler veya kategorilerde özel teklifler sunmayı içerebilir.

Campaign

Satıcılar, farklı kampanya türlerinden yararlanarak ürünlerini öne çıkarabilirler.

Bunlar;

- sponsored product,
- sponsored brand,
- sponsored display kampanyalarıdır.

Campaign Manager

Amazon reklam platformunun yönetildiği paneldir. Satıcıların Amazon üzerindeki reklam kampanyalarını oluşturmasına, düzenlemesine ve performansını analiz etmesine olanak tanır. Bu araç, kullanıcıların reklam bütçelerini kontrol etmelerine, hedef kitlelerini belirlemelerine ve **reklamlarının etkinliğini ölçmelerine** yardımcı olur.

Catalog

Amazon'da satıcıların sunduğu **tüm ürünlerin listelendiği** dijital dizindir. Katalog, ürün başlıkları, açıklamaları, fiyatları, resimleri ve diğer önemli bilgileri içerir, böylece satıcılar envanterlerinde aradıkları ürünleri kolayca bulabilir ve değişiklik yapmak istiyorlarsa hızlıca yapabilirler.

Chargeback

Genellikle bir müşterinin kredi kartı bankasına bir **satın alma işleminin iptal edilmesi** veya geri alınması için başvurması durumudur. Chargeback, müşteri ürünün kendisine ulaşmadığını, ürünün açıklamalarda belirtilenlerle uyuşmadığını, hasarlı olduğunu ya da izinsiz bir işlem olduğunu iddia ettiğinde gerçekleşebilir. Bu süreç, müşterinin korunmasına yönelik bir mekanizma olarak işlev görür.

Child ASIN

Birden fazla varyasyonu bulunan ürünlerde **her bir varyasyonun farklı** şekilde ASIN ile numaralandırılmasıdır. Bir ürün içinde farklı renkler, boyutlar veya diğer özelliklere sahip çeşitler bulunabilir. Bu çeşitler, "Parent ASIN" altında gruplandırılır ve her bir çeşit için ayrı bir "Child ASIN" atanır.

Örneğin, bir tişört modeli düşünelim. Bu modelin farklı renk ve boyut seçenekleri olabilir (kırmızı, mavi, S, M, L vb.). Bu durumda, genel tişört modeli bir "Parent ASIN" ile temsil edilirken, her bir renk ve boyut kombinasyonu kendi "Child ASIN"ine sahip olur.

Coupon / Voucher

Alıcıların belirli ürünlerde indirim alabilmelerini sağlayan promosyon kodları veya **indirim teklifleridir**. Satıcılar, potansiyel alıcıları cezbetmek ve satışları artırmak için bu kuponları sunarlar. Kuponlar, belirli bir indirim yüzdesi (örneğin %10 indirim) veya sabit bir indirim miktarı (örneğin 5 dolar indirim) şeklinde olabilir.

\$179⁸⁸

Coupon: Apply \$30 coupon
[Terms](#)

\$25⁹⁹

[FREE Returns](#) ▾

Coupon: Apply 15% coupon

Cross-Selling

Cross-selling yani çapraz satış, bir müşterinin ilgilendiği bir ürünle birlikte, ona uygun başka ürünlerin de önerilmesi anlamına gelir. Bu yöntemle, alışveriş yapan kişiye, asıl aldığı ürünle birlikte kullanabileceği veya **ilgilenebileceği ek ürünler gösterilir**.

Örneğin, birisi bir telefon satın alıyorsa, Amazon ona bir telefon kılıfı veya ekran koruyucu gibi ürünleri de önerir. Bu, hem müşterinin daha fazla ürün keşfetmesine yardımcı olur hem de satıcıların daha fazla ürün satmasına olanak tanır.

Frequently bought together



Customer Service Performance

Customer Service Performance yani Müşteri Hizmetleri Performansı, bir satıcının müşteri sorularına, sorunlarına ve iade taleplerine ne kadar hızlı ve etkili bir şekilde yanıt verdiğini ölçen bir değerlendirmedir. Amazon, satıcıların müşteri memnuniyetini sağlamalarını çok önemser ve bu yüzden satıcıların müşteri hizmetleri performansını dikkatle izler.

İyi bir müşteri hizmetleri performansı, daha yüksek müşteri memnuniyeti, daha iyi ürün yorumları ve sonuç olarak **daha fazla satış** anlamına gelebilir. Bu nedenle, Amazon satıcıları için müşteri hizmetleri performansını sürekli olarak izlemek ve geliştirmek önemlidir.

D

Daily Budget

Daily budget yani günlük bütçe, reklam kampanyalarınız için belirlediğiniz **maksimum günlük harcama miktarını** ifade eder. Bu bütçe, Amazon reklamlarını kullanırken, herhangi bir günde reklamlarınızın ne kadar para harcayabileceğini kontrol etmenizi sağlar.

Günlük bütçe, belirlenen limit ulaşıldığında, o gün için reklamların durdurulmasını sağlar, böylece reklam harcamalarınızın kontrolünü elinizde tutabilirsiniz. Ertesi gün, günlük bütçe sıfırlanır ve reklamlarınız tekrar yayınlanmaya başlar.

Deals

Satıcıların belirli ürünleri indirimli fiyatlarla sunmalarını sağlayan bir özelliktir. Bu fırsatlar, genellikle kısa süreliğine sunulur ve **tüketicilere cazip indirimler sağlar**. Amazon'da çeşitli türde fırsatlar bulunur. Bunlar; Lightning Deals, Deal of the Day, Prime Exclusive Deals, Savings & Sales'tir.

Delivery Service Provider

Amazon'un lojistik ağının bir parçası olarak paket teslimat hizmetleri sunan bağımsız şirket veya girişimcileri ifade eder. Amazon DSP programı, küçük işletme sahiplerine ve girişimcilere Amazon paketlerini son kullanıcılara teslim etmek üzere kendi teslimat işletmelerini kurma fırsatı sunar. Bu program, Amazon'un kendi lojistik ağını genişletmesine ve müşterilere daha **hızlı ve etkin teslimat seçenekleri sunmasına** yardımcı olur.

Digital Products

Fiziksel bir formu olmayan ve **çevrimiçi olarak indirilebilen veya erişilebilen ürünleri** ifade eder. Bu ürünler geniş bir yelpazede yer alır ve Amazon'un çeşitli kategorilerinde bulunabilir.

Dijital ürünlerin bazı örnekleri şunlardır:

- E-Kitaplar,
- Müzik,
- Video ve Filmler,
- Uygulamalar ve Oyunlar,
- Yazılım ve Hizmetler,
- Sesli Kitaplar.

Disbursement

Disbursement yani ödeme dağıtımı, Amazon'un satıcıların hesaplarına **elde ettikleri geliri aktardığı** süreci ifade eder. Amazon Marketplace'te satış yapan satıcılar, ürünlerini sattıklarında, satıştan elde edilen gelir öncelikle Amazon Satıcı Hesabı'nda birikir. Amazon, belirli bir program dahilinde bu biriken tutarları satıcının banka hesabına aktarır. Disbursement süreci, Amazon'un satıcı sözleşmesi ve ilgili politikalarına göre yönetilir ve genellikle iki haftalık periyotlar halinde gerçekleşir.

Disposal Order

İmha siparişi, Amazon depoları tarafından saklanan stoğun satıcının talebi üzerine **imha edilmesi işlemidir**. Amazon Fulfilled by Amazon(FBA) programını kullanan satıcılar, belirli nedenlerle satılmayan veya iade edilen stoklarını imha etmeyi seçebilirler. Bu nedenler arasında stok fazlası, hasarlı ürünler, modası geçmiş ürünler veya satışı düşük ürünler olabilir. Amazon bu hizmeti verirken satıcılardan ücret alır.

Bir satıcının **stok tutmadan** ürün satması ve siparişleri doğrudan tedarikçiden müşteriye göndermesi işlemidir. Bu modelde, satıcı Amazon platformunda ürünleri listeler, ancak sipariş geldiğinde, ürünlerin sevkiyatını ve teslimatını sağlamak için üçüncü parti bir tedarikçi veya üretici ile çalışır. Satıcı, müşteriyle olan satış noktasında aracı olarak hareket eder, ancak ürünlerin fiziksel olarak elinde bulundurulması ve sevkiyatıyla doğrudan ilgilenmez.

Dropshipping

Duty Tax

Gümrük vergisi, uluslararası sınırlar arasında **taşınan mallar üzerinden alınan bir tür vergidir**. Bir ürünün bir ülkeden diğerine ithal edilmesi durumunda, alıcı ülkenin gümrük idaresi tarafından uygulanan bu vergi, genellikle ürünün değeri, türü ve menşe ülkesine bağlı olarak hesaplanır. Amazon üzerinden uluslararası alışveriş yaparken, satın alınan ürünlerin gümrük vergisine tabi olabileceği göz önünde bulundurması gerekir.

Dynamics Bid Up and Down

Amazon'da reklamlar için kullanılan bir özelliktir. Reklamın başarılı olma şansına göre otomatik olarak daha fazla ya da daha az para ödenmesini sağlar. Eğer reklamın satış yapma ihtimali yüksekse, Amazon daha fazla gösterilmesi için reklama daha fazla para harcar. Eğer ihtimal düşükse, daha az para harcar.

Bu, satıcıların bütçelerini akıllıca kullanmalarına ve reklamlarının etkisini artırmalarına yardımcı olur. Reklamların satışa dönüşme olasılığının daha yüksek olduğu durumlarda **bid değerleri gerçek zamanlı olarak yükseltilir**(maksimum %100 oranında) ve satışa dönüşme olasılığı daha düşük olduğunda **bid değerleri düşürülür**.

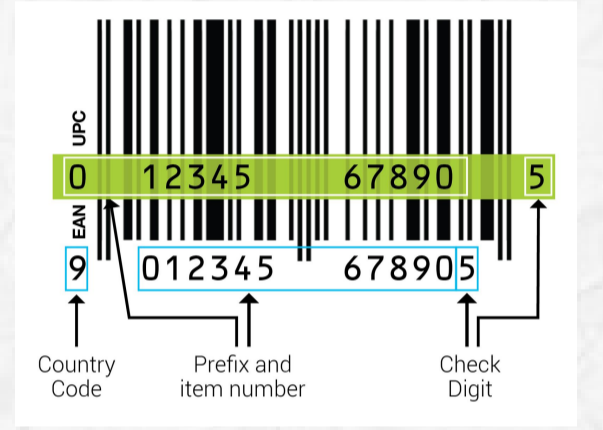
E

Estimated Delivery Date

Tahmini teslim tarihi, bir ürünün alıcıya ne zaman ulaşacağını **tahmin edildiği tarihi** ifade eder. Bu tarih, satın alma işlemi sırasında alıcıya gösterilir ve çeşitli faktörlere bağlı olarak hesaplanır. Bu faktörler arasında satıcının işleme süresi, seçilen kargo hizmetinin teslimat süresi ve alıcının konumu bulunur.

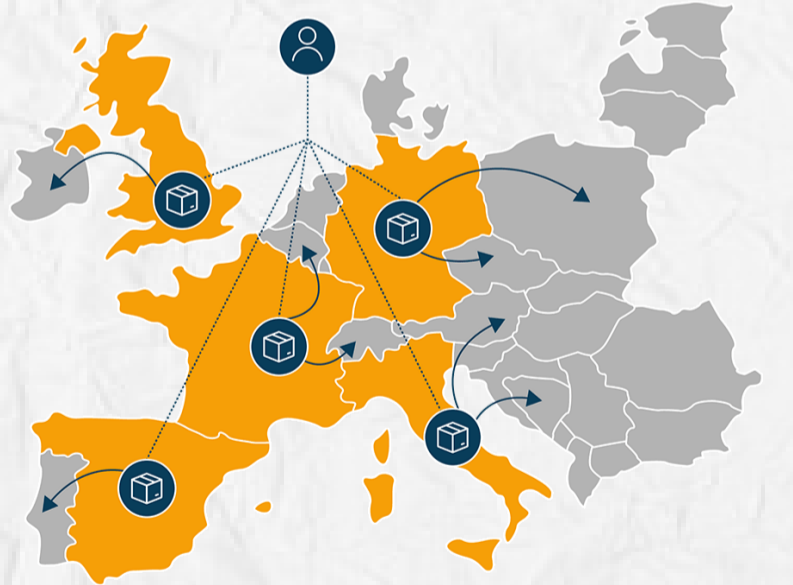
European Article Number (EAN)

Ürünleri tanımlamak ve takip etmek için kullanılan uluslararası bir barkod standardıdır. EAN, aslen Avrupa'da kullanılmak üzere geliştirilmiş olmasına rağmen, şu anda küresel bir standarda dönüşmüştür ve dünya çapında birçok ülkede **perakende ürünlerin tanımlanması için** kullanılmaktadır. EAN barkodları, ürünlerin hızlı ve hatasız bir şekilde tanımlanmasını sağlar, bu da stok yönetimi ve lojistik süreçlerin etkinliğini artırır. EAN, genellikle 13 basamaktan oluşur.



European Fulfillment Network (EFN)

Amazon'un Avrupa'daki Fulfillment by Amazon(FBA) hizmetinin bir parçasıdır ve Amazon FBA kullanıcılarının ürünlerini Amazon'un Avrupa'daki herhangi bir fulfillment merkezinde saklamalarına ve bu ürünlerin Avrupa Birliği içindeki diğer ülkelere satıldığında doğrudan bu merkezlerden müşterilere gönderilmesine olanak tanır. Bu sistem, satıcıların birden fazla ülkede **ayrı ayrı envanter yönetmek zorunda kalmadan** Avrupa genelindeki müşterilere ürünlerini sunmalarını kolaylaştırır.



Excess Inventory

Fazla stoğu yani satıcıların depolarında, **talepten daha fazla miktarda bulunan ürünleri** ifade eder. Bu fazla stok, satış tahminlerinin yanlış yapılması, mevsimsel talep değişiklikleri, ürünün popülerliğinin azalması veya pazarlama ve promosyon faaliyetlerinin yetersiz olması gibi çeşitli nedenlerle oluşabilir. Fazla stok, satıcılar için maliyetli olur çünkü amazon 270 gündür amazon depolarında bulunan ve satışı gerçekleşmeyen ürünler için ek depolama ücreti almaya başlar.

External Traffic

Dış trafik, Amazon platformu dışından gelen ziyaretçileri ifade eder.

Bu trafik,

- Amazon dışındaki web siteleri,
- sosyal medya platformları,
- arama motorları,
- e-posta pazarlama kampanyaları,
- influencer tanıtımları,
- blog yazıları ve diğer çevrimdışı reklamcılık yöntemleri gibi çeşitli kaynaklardan sağlanabilir.

Dış trafikten gelen müşteriler amazon için değerlidir ve satış gerçekleşmesi durumunda ürünün **BSR değerini normalden daha fazla etkiler.**

F

FBA Fulfillment Fees

Amazon'un Fulfillment by Amazon (FBA) hizmetini kullanarak ürünlerini satan satıcıların Amazon'a ödediği **hizmet ücretleridir**. Bu ücretler, Amazon'un satıcıların ürünlerini depolama, paketlenme, kargolama ve müşteri hizmetleri gibi gönderim sürecinin çeşitli aşamalarını yönetmesi karşılığında alınır. Alınan ücretler ürünün kategorisi, paket boyutları ve ağırlıklarına göre değişir.

Feedback

Müşterilerin satın alma deneyimleriyle ilgili satıcılara verdikleri değerlendirmelerdir. Müşteri geri bildirimleri, satıcıların hizmet kalitesini, ürünlerinin durumunu ve müşteri hizmetleriyle ilgili deneyimlerini yansıtır.

Amazon platformunda, müşteriler satın aldıkları ürünlerle ilgili değerlendirmeler yapabilir ve satıcıya 1 ile 5 yıldız arasında bir puan verebilirler. 1 ve 2 yıldız olumsuz yorum, 3 yıldız nötr, 4 ve 5 yıldız olumlu yorum olarak değerlendirilir. Olumsuz olarak alınan yorumlar hesap sağlığındaki order defect rate'i yükseltir. Yüzde 1 üzerinde order defect rate'i olan satıcı hesapları **suspend riskiyle** karşı karşıya gelir.

First-Party Seller

Amazon'a doğrudan ürün sağlayan ve Amazon'un bu ürünleri kendi envanteri olarak satın alıp, Amazon'un perakende sitesinde **Amazon markası adı altında** sattığı satıcılardır. Bu modelde, üretici veya tedarikçi, Amazon'a toptan satış yapar ve Amazon bu ürünleri "Amazon" olarak listeler ve müşterilere sunar. Satıştan sonra, Amazon müşteri hizmetleri, teslimat, iade ve diğer tüm operasyonel süreçlerden sorumludur. 1P satıcılar genellikle Amazon'un "Vendor Central" platformu aracılığıyla işlem yaparlar.

Fixed Bid

Amazon reklam platformunda kullanılan bir teklif stratejisidir. Bu strateji, reklam verenlerin belirli bir reklam yerleşimi için ödemeye istekli oldukları maksimum tutarı **sabit bir değer olarak** belirlemelerine olanak tanır. Yani, satıcılar reklam kampanyası oluştururken her bir tıklama için sabit teklif miktarı belirler ve kampanya süresince bu teklif miktarı değişmez.

Flat File

Satıcıların ürün listelemelerini toplu olarak yüklemek veya güncellemek için kullanabilecekleri, çoğunlukla Excel formatında olan bir dosya türüdür. Bu dosyalar ürünlerle ilgili detaylı bilgileri içeren, sütun ve satırlardan oluşur. Flat File'lar, özellikle çok sayıda ürünü olan satıcılar için zaman kazandırıcı olabilir, çünkü bu yöntemle tek tek ürün girişi yapmak yerine **yüzlerce veya binlerce ürünü tek seferde** Amazon'a yükleyebilirler.

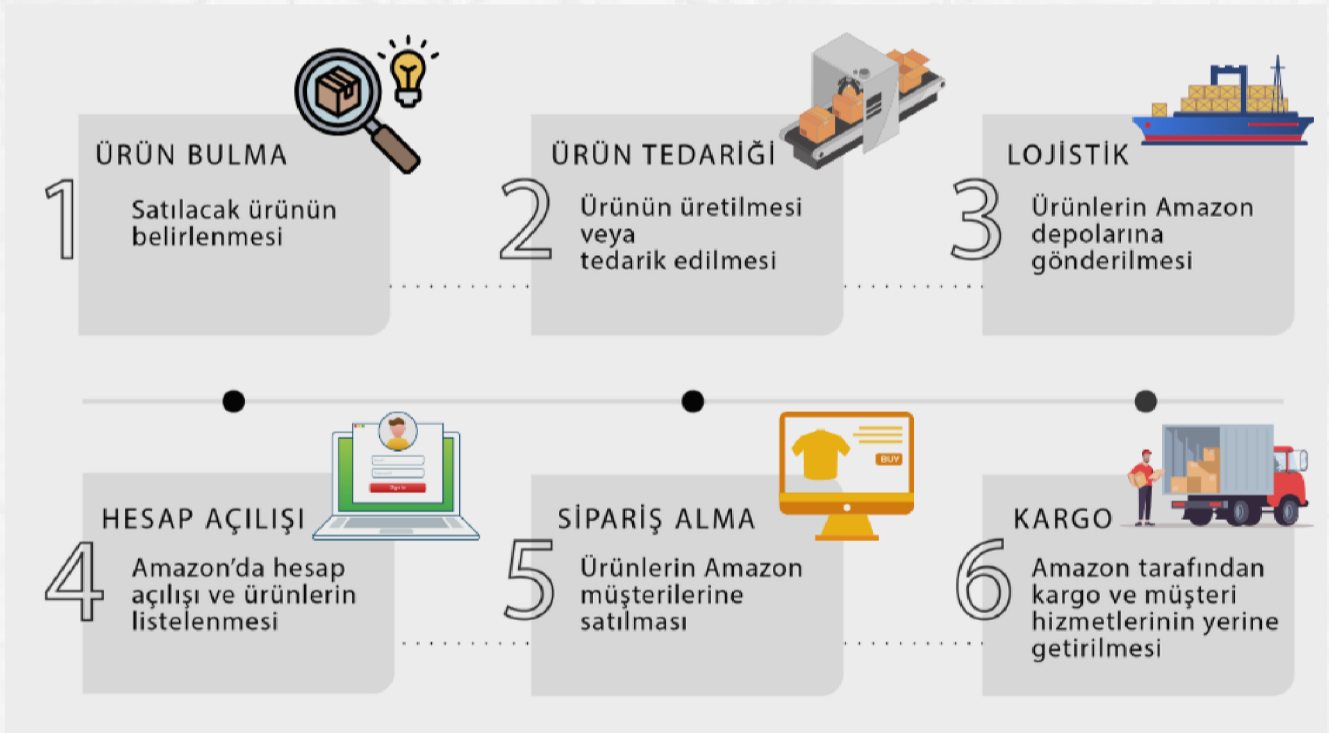
FNSKU

FNSKU (Fulfillment Network Stock Keeping Unit), Amazon'un kendi iç lojistik ağı içinde bir ürünü tanımlamak için kullandığı **benzersiz bir tanımlayıcıdır**. FNSKU, Amazon'un Fulfillment by Amazon (FBA) programına katılan satıcıların ürünlerine özel olarak atanan ve ürünlerin Amazon'un depolarında doğru bir şekilde takip edilmesini, işlenmesini ve müşterilere teslim edilmesini sağlayan bir koddur. FNSKU, ürün paketinin üzerine bir etiket olarak basılır ve Amazon'un depolarında ürünlerin hızlı ve doğru bir şekilde işlenmesine yardımcı olur.



Amazon'un satıcıların ürünlerinin Amazon'un lojistik merkezlerinde saklanması, siparişlerin paketlenip kargolanması, müşteri hizmetleri ve iade işlemlerinin yönetilmesi gibi süreçleri üstlendiği bir hizmettir. FBA programına katılan satıcılar, ürünlerini Amazon'un depolarına gönderir ve bir sipariş geldiğinde, **Amazon tüm teslimat ve müşteri hizmetleri süreçlerini yönetir**. Bu süreçler için amazon satıcılardan ekstra ücret alır.

Fulfillment by Amazon (FBA)



Fulfillment by Merchant (FBM)

Satıcıların ürünlerinin depolanması, paketlenmesi ve müşterilere gönderilmesi süreçlerini kendi yönettikleri bir modeldir. Bu modelde, Amazon sadece satış platformunu sağlar; stok yönetimi, sipariş işleme, kargo ve müşteri hizmetleri gibi **operasyonel süreçler tamamen satıcının sorumluluğundadır**. FBM modelini tercih eden satıcılar, genellikle kendi lojistik ağlarına ve depolama alanlarına sahip olan veya daha az ürün çeşitliliğine sahip olan ve bu yüzden Amazon'un Fulfillment by Amazon (FBA) hizmetini kullanmanın maliyetini veya karmaşıklığını istemeyen işletmelerdir.

Fulfillment Center

Lojistik merkezi, Amazon'un müşterilere ürünleri depolama, paketlenme ve sevk etme işlemlerini gerçekleştirdiği büyük depolardır. Bu merkezler, Amazon'un Fulfillment by Amazon (FBA) programına katılan satıcıların ürünlerini depolar ve bu ürünlerin Amazon müşterilerine hızlı ve verimli bir şekilde ulaştırılmasını sağlar. Fulfillment Center'lar, Amazon'un lojistik ağının temel taşlarıdır ve dünya çapında birçok farklı lokasyonda bulunurlar. Bu merkezler, genellikle yüksek teknoloji ekipmanları ve otomatik sistemlerle donatılmıştır, böylece ürünlerin depolanması, siparişlerin hazırlanması ve paketlerin sevk edilmesi süreçleri maksimum verimlilik ile gerçekleştirilir.

G

GTIN

GTIN (Global Trade Item Number), dünya çapında ürünlerin tanımlanması için kullanılan ve **ürünlerin benzersiz bir şekilde tanımlanmasını sağlayan** bir numaralandırma sistemidir. GTIN, birkaç farklı formatta olabilir, bunlar arasında en yaygın olanları UPC (Universal Product Code), EAN (European Article Number), ISBN (International Standard Book Number) ve JAN (Japan Article Number) bulunmaktadır. Amazon, GTIN'nin olmadığı durumlarda, belirli koşullar altında ürünler için bir istisna sunabilir veya satıcıdan bir GTIN muafiyeti talep etmesini isteyebilir.

Gift Wrap

Hediye paketi, müşterilerin sipariş ettikleri ürünleri **hediye olarak paketletmelerine** olanak tanıyan bir hizmettir. Bu hizmet, özellikle doğum günleri, yıldönümleri, bayramlar ve diğer özel günler gibi özel durumlar için alışveriş yapan müşteriler için oldukça yararlıdır. Gift Wrap hizmeti sayesinde, müşteriler ürünü doğrudan hediye olarak alacak kişiye gönderebilir ve ürünün özenle paketlenmiş bir şekilde ulaşmasını sağlayabilirler.

Global Store

Amazon'un uluslararası alışveriş yapmayı kolaylaştıran bir özelliğidir. Bu hizmet, müşterilere dünya çapındaki Amazon sitelerinden ürünleri yerel Amazon web sitesi üzerinden satın alma imkanı sunar. Amazon Global Store sayesinde, müşteriler farklı ülkelerdeki ürünleri yerel dillerinde ve yerel para birimleriyle görüntüleyebilir ve satın alabilirler. Ürün fiyatına ekstra olarak gümrük ve nakliye fiyatını da ödemek şartıyla **müşteriler başka ülkelerde satılan ürünlere sahip olabilirler.**

Guaranteed Delivery Date

Garantili teslimat tarihi, Amazon'un bir ürünün belirtilen tarih veya tarih aralığında teslim edileceğini garanti ettiği bir hizmettir. Bu hizmet, müşterilerin siparişlerinin ne zaman ulaşacağını daha iyi planlamalarına olanak tanır ve özellikle **acil veya zamanında teslimat** gerektiren durumlar için yararlıdır. Amazon satıcıları için teslimat tarihlerine dikkat etmek önemlidir çünkü teslimat tarihinden geç ulaşan ürünlerde müşteriler olumsuz yorum yapabilir ya da para iade talebinde bulunabilirler.

H

Handling Time

Satıcıların müşteriden siparişi aldıktan sonra **ürünü kargoya vermek için** ne kadar süreleri olduğunu ifade eder. Bu süreç, siparişin alınmasından, paketlenmesinden ve son olarak kargo şirketine teslim edilmesine kadar geçen zamanı kapsar. Handling Time, ürünün müşteriye ulaştırılma sürecinin önemli bir parçasıdır ve genel teslimat süresini doğrudan etkiler.

Hazardous Materials (HAZMAT)

Amazon'da tehlikeli maddeleri ifade eder. Bu terim, yanıcı, patlayıcı, reaktif, zehirli, radyoaktif veya diğer şekillerde insan sağlığına veya çevreye zarar verebilecek özelliklere sahip ürünleri tanımlamak için kullanılır. Amazon, bu tür ürünlerin güvenli bir şekilde saklanması, taşınması ve teslim edilmesi için özel düzenlemeler ve prosedürler uygular. FBA yöntemiyle satış yapacak satıcıların ilk olarak Hazmat kategorisini aktif etmeleri gerekir. Kategori aktif edildikten sonra amazon depolarına gönderilecek ürünler için **Amazon'un istediği bilgilerin ve belgelerin sağlanması gerekir.**



Headline

Sponsored Brand kampanyalarının product collection ya da store spotlight türlerinde reklamın en üstünde yer alan ve markanın mesajını öne çıkaran metni ifade eder. Headline, potansiyel **alıcıların dikkatini çekmek** ve onları markanın ürünlerine yönlendirmek için tasarlanmıştır. Bu başlık metni, genellikle markanın özelliğini, ürün yelpazesini veya özel bir promosyonu vurgulamak için kullanılır.

Hijacking

Bir satıcının ürün listingini, başka bir satıcının orijinal ürünü yerine kendi benzer veya taklit ürünlerini satmak için ele geçirmesini ifade eder. Bu durum, özellikle marka sahipleri veya üreticiler için sorun yaratabilir, çünkü hijackerlar genellikle daha düşük kaliteli ürünler gönderir veya listingin içerisine yanıltıcı bilgiler ekleyebilirler. Hatta daha ileri durumlarda listingin içerisinden **orijinal satıcısını çıkarıp listinge sahip olabilirler.**



Image Requirements

Ürün listingleri için yüklenen resimlerin uygun olması gereken **teknik özellikleri ve standartları** ifade eder. Amazon, müşterilere yüksek kaliteli bir alışveriş deneyimi sunmak ve ürünlerin doğru ve çekici bir şekilde sunulmasını sağlamak için bu gereksinimleri belirler. Amazon'un görüntü gereksinimleri, zaman zaman değişiklik gösterebilir ve farklı ürün kategorileri için özel kurallar içerebilir. Satıcıların, ürün listinglerini oluştururken policy dökümanlarını dikkatlice incelemeleri gerekmektedir.

Impressions

Bir reklamın veya ürün listinginin Amazonda **müşterilere kaç kez gösterildiğini** ifade eder. Gösterim sayısı, bir reklamın veya listingin görünürlüğünün ve erişiminin önemli bir ölçütüdür. Bu metrik, reklam kampanyalarının ve ürün listinglerinin performansını değerlendirmede kullanılır.

Individual Seller Account

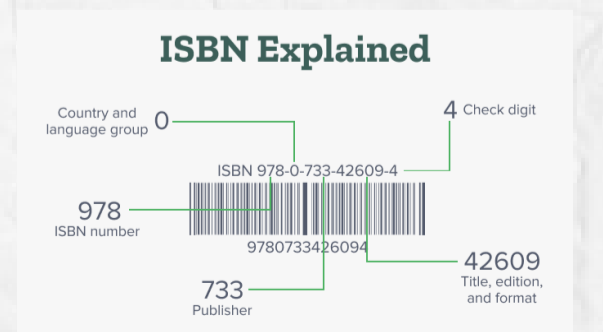
Bireysel satıcı hesabı, genellikle daha az sayıda ürün satmayı planlayan ve ayda belirli bir ürün limitinin altında kalan satıcılar için tasarlanmış bir hesap türüdür. Bu hesap türü, Amazon'da satış yapmak isteyen ancak büyük ölçekli bir işletme oluşturmayı hedeflemeyen **bireyler veya küçük işletmeler için uygun** bir seçenektir. Profesyonel satıcı hesaplarında satış başına ücret ödenmezken bireysel satıcı hesaplarında her satış için ücret ödenir. Bireysel satıcı hesapları amazonun reklam hizmetlerinden faydalanamazlar.

Intellectual Property

Fikri mülkiyet, buluşların ya da sahip olunan **hakların korunmasını sağlayan** hukuki haklar bütünüdür. Bu haklar arasında ticari markalar, telif hakları, patentler ve tasarım hakları bulunur. Amazon'da markalarını ve ürünlerini korumak isteyen satıcılar için Marka Kaydı programı bulunmaktadır. Bu program, marka sahiplerinin markalarını kaydetmelerine ve sahte ürünlerle mücadele etmelerine yardımcı olur, böylece markaların Amazon platformunda güvende kalmasını sağlar. Fikrimülkiyet ihlalinde bulunan satıcıların hesap sağlığına uyarı düşer. Bu uyarıları gerekli belgelerle kaldıramazlarsa hesapları suspend olabilir.

International Standard Book Number (ISBN)

Kitapların uluslararası tanımlanması için kullanılan benzersiz bir numaradır. ISBN, 10 veya 13 haneli olabilir ve **her bir kitap için özeldir**. Kitabın basımı, formatı ve yayıncısı gibi özelliklerine göre değişiklik gösterir. Amazon'da kitap satışı yapmak isteyen satıcıların, ürünlerini listelerken bu ISBN numaralarını kullanmaları gerekmektedir. Bu, kitapların doğru şekilde kataloglanmasını ve müşterilerin aradıkları spesifik baskıları kolayca bulabilmelerini sağlar.



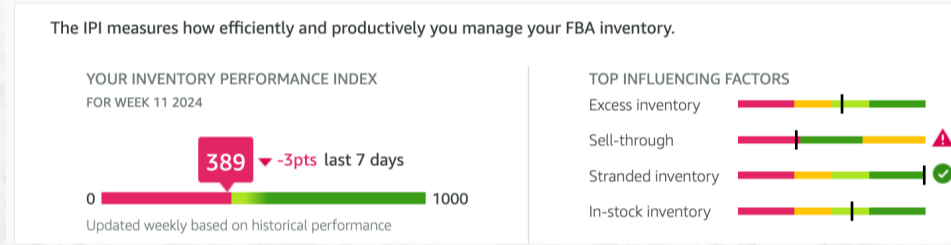
Inventory

Envanter, satıcıların satışa sunduğu ürünlerin toplamını ifade eder. Envanter, satıcının Amazon üzerinde listelemiş olduğu ve potansiyel alıcıların satın alabileceği **tüm fiziksel veya dijital ürünleri kapsar**. Satıcılar, Amazon Seller Central hesapları aracılığıyla envanterlerini yönetirler; burada ürün ekleme, stok miktarlarını güncelleme, fiyatlandırma ayarları yapma ve satış analizleri gibi işlemleri gerçekleştirebilirler.

Inventory Performance Index (IPI)

Amazon'un satıcıların envanter yönetim performansını değerlendirmek için kullandığı bir metriktir. IPI puanı, envanter düzeylerini, satışları ve maliyetleri dengeli bir şekilde yönetme yeteneğini yansıtır. Bu puan, satıcının ürünlerini ne kadar etkili bir şekilde stokladığını, sattığını ve envanter sağlığını koruduğunu gösterir. IPI puanı 0 ile 1000 arasında değişir. Yüksek bir IPI puanı, **satıcının envanterini etkili bir şekilde yönettiğini** düşük bir puan ise, envanter yönetimi alanında iyileştirmeler yapılması gerektiğine işaret eder. Amazon, belirli bir IPI puanının altındaki satıcılara stok sınırlamaları uygulayabilir, bu da satıcının Amazon'un depolama hizmetlerini kullanma kapasitesini sınırlar.

Inventory performance [Learn more](#) | [Rate this page](#)



IP Accelerator

Amazon'da marka kaydı yaptırmak isteyen satıcıların ilk olarak trademark'a sahip olmaları gerekir. Trademark'a bireysel başvuru yapılabileceği gibi amazon'un ip accelerator hizmetinden faydalanılarak da amazonun anlaşmalı olduğu avukatlık firmalarıyla trademark'a başvuru yapılabilir. Ip accelerator ile güvenilir avukatlar ile çalışılır ve **başvurunun onaylanma süreci hızlanır**.

Item Package Quantity

Satılan ürünlerin birim sayısını belirten bir özelliktir. Bu, özellikle toplu olarak satılan ürünler için önemlidir ve müşterilere **tek bir siparişte kaç adet ürün alacaklarını** açıkça gösterir. Örnek olarak, vidalar, kalem setleri veya herhangi bir paketlenmiş ürün grubu gibi ürünler için kullanılır. Ürün Paket Miktarı, müşterilerin ihtiyaçlarına uygun ürün miktarını seçmelerine yardımcı olur ve satın alma kararlarında netlik sağlar.

K

Keywords

Anahtar kelimeler, ürün listinglerini optimize etmek ve potansiyel alıcıların aramaları sırasında ürünlerin görünür olmasını sağlamak için kullanılan terimlerdir. Anahtar kelimeler, satıcıların ürünlerini tanımlayan ve müşterilerin **arama sırasında kullanabilecekleri kelimeleri ve ifadeleri** içerir. Bu kelimeler, ürün başlıklarında, açıklamalarında veya back end alanında yer alabilir.

Key Performance Indicator (KPI)

Amazon satıcılarının işlerinin performansını ölçmek ve değerlendirmek için kullandıkları spesifik metriklerdir. KPI'lar, satış hacmi, dönüşüm oranları, müşteri memnuniyeti skorları, envanter düzeyleri, reklamın etkinliği ve daha fazlası gibi çeşitli alanlardaki başarıyı ölçmek için kullanılır. Bu göstergeler, satıcıların **iş hedeflerine ulaşp ulaşmadıklarını** anlamalarına, güçlü yönleri belirlemelerine ve iyileştirme gerektiren alanları tespit etmelerine yardımcı olur.

L

Label

Label yani etiket, ürünlerin tanımlanması, sınıflandırılması ve izlenmesi için kullanılan **fiziksel veya dijital işaretlerdir**. Etiketler, ürünlerin barkodlarını, seri numaralarını, ürün adını, markayı, içerik bilgilerini, kullanım talimatlarını ve diğer önemli bilgileri içerebilir. Amazon FBA programında, satıcıların ürünlerine doğru etiketleri yapıştırmaları ve ürünlerin Amazon'un dağıtım merkezlerinde doğru bir şekilde işlenip müşterilere ulaştırılabilmesi için gerekli olan özgün barkod veya ASIN bilgilerini içeren etiketler kullanmaları gerekmektedir. Bu etiketler, envanter yönetimi, sipariş işleme ve müşteri memnuniyetini sağlama açısından kritik öneme sahiptir.

Late Shipment Rate

Geç Teslimat Oranı, satıcının belirtilen handling time süresi içinde kargoya vermediği siparişlerin toplam siparişlere oranını gösteren performans metriğidir. Bu oran, bir satıcının siparişleri zamanında kargoya verme yeteneğini yansıtır ve müşteri memnuniyeti üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Amazon satıcılardan **bu oranın %4'ün altında** olmasını ister. Yüksek geç teslimat oranı, satıcı hesabının askıya alınmasına veya kapatılmasına neden olabilir. Bu nedenle, satıcılar, işleme sürelerini doğru bir şekilde belirlemeli ve siparişleri zamanında kargolamak için gerekli önlemleri almalıdır.

Less Than Truckload (LTL)

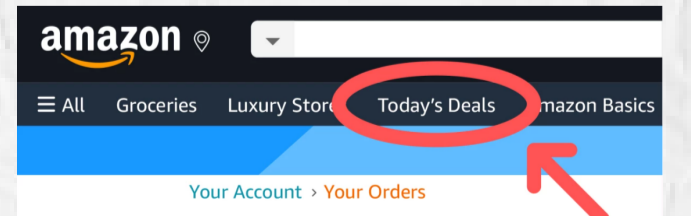
Tam bir kamyon yükü kadar büyük olmayan, ancak birkaç paleti kapsayan daha **küçük sevkiyat miktarları** için kullanılan bir nakliye terimidir. Bu terim, Amazon'un FBA programı kapsamında, satıcıların ürünlerini Amazon'un dağıtım merkezlerine gönderirken seçebilecekleri nakliye seçeneklerinden biridir. Amazon, LTL sevkiyatlarını yönetmek için belirli kurallar ve gereksinimler belirler. Satıcılar palet ile ürün göndermeden önce amazon policy dökümanlarının ilgili yerlerini okumalıdır.

Letter of Authorization (LOA)

Yetki belgesi, bir markanın veya ürünün sahibi adına belirli eylemleri gerçekleştirmesi için **resmi izin verdiği belgeleyen** bir dokümandır. Örneğin, bir marka sahibi, Amazon üzerinde markasının ürünlerini satmak için bir distribütöre veya başka bir satıcıya LOA ile yetki verebilir. Bu yetki belgesi, genellikle marka sahibinin imzasını taşır ve yetki verilen eylemleri, yetki süresini ve diğer ilgili detayları açıkça belirtir. Yetki belgesi olmadan satış yapan satıcılardan amazon bu belgeyi talep edebilir. Amazon'a bu belgeyi gönderemeyen satıcılar ilgili listinglerden çıkartılır.

Lightning Deals

Sınırlı bir süre için sunulan ve stoklarla sınırlı olan indirimlerdir. Bu fırsatlar, Amazon'un "Today's Deals" bölümünde öne çıkarılır. Genellikle belirli bir süre (genellikle birkaç saat) için geçerlidir. Lightning Deals, müşterilere önemli indirimler sunarak satıcıların **ürünlerini hızlı bir şekilde satmalarına** ve marka farkındalığını artırmalarına yardımcı olur



Listing

Bir satıcının platformda satışa sunduğu **ürünün detaylarını içeren** sayfadır. Her listing, ürünün adını, fiyatını, fotoğraflarını, açıklamasını, müşteri yorumlarını ve diğer önemli ürün bilgilerini içerir. Etkili bir listing, doğru keywordler, ikna edici ürün açıklamalarını ve yüksek kaliteli görselleri kullanarak müşterilerin dikkatini çeker ve ürünün satış potansiyelini artırır.

Long-Tail Keywords

Genellikle daha spesifik ve daha uzun olan, **üç veya daha fazla kelimedenden oluşan** anahtar kelimelerdir. Bu tür anahtar kelimeler, genel ve tek kelimelik anahtar kelimelere kıyasla daha az rekabetçi olur ve daha yüksek dönüşüm oranlarına sahiptir çünkü alıcıların niyetini ve aradıkları ürünü daha spesifik olarak yansıtır. Örneğin, "kadın ayakkabısı" yerine "kadın su geçirmez koşu ayakkabısı" gibi kelimeler ürünü tam olarak nitelerler. Kampanyalarda long-tail keywordlerin kullanımı satıcılara düşük maliyet ve yüksek satış oranı olarak yansır.

Long-Term Storage Fee

Amazon'un FBA programı kapsamında satıcıların ürünlerini Amazon'un depolarında uzun süre depolamaları durumunda tahsil ettiği ücrettir. Bu ücret, Amazon'un depolama alanını verimli bir şekilde kullanmasını teşvik etmek ve satıcıları envanterlerini düzenli olarak döndürmeye yönlendirmek amacıyla uygulanır. Long-Term Storage Fee genellikle, **270 gündür** Amazon'un depolarında satılmayan envanter için alınır. Bu ücret, depolanan ürünlerin boyutuna ve depolama süresine bağlı olarak değişir ve her ayın 15'inde değerlendirme yapılır.

M

Match Type

Manuel reklam kampanyalarında keyword ve ASIN **eşleştirme türlerini** ifade eder. Amazon reklam platformu, reklamların ne zaman gösterileceğine karar verirken kullanılan anahtar kelimelerin ve target edilen rakip ASIN'lerin eşleşme türlerini belirlemek için çeşitli seçenekler sunar. Bu eşleşme türleri keyword targetingler için exact, phase ve broaddur. ASIN targetingler için ise exact ve expandeddır.

Minimum Order Quantity

Bir satıcının müşteriler için bir seferde **satın alması gereken en az ürün miktarını** ifade eder. Bu, genellikle toptan satışlarda veya belirli ürün kategorilerinde, satıcıların stoklarını daha etkin yönetmek ve üretim veya tedarik maliyetlerini dengelemek amacıyla belirlediği bir değerdir.

Multi-Channel Fulfillment (MCF)

Amazon'un FBA hizmetinin bir parçası olarak, Amazon satıcılarının **Amazon dışındaki satış kanallarından** gelen siparişleri yerine getirmek için Amazon'un lojistik ağını kullanmalarını sağlayan bir hizmettir. Bu hizmet sayesinde, satıcılar Amazon depolarında sakladıkları ürünleri, kendi web sitelerinden, diğer çevrimiçi pazar yerlerinden veya hatta fiziksel mağaza satışlarından gelen siparişleri karşılamak için kullanabilirler.

Merchant Fulfilled Network (MFN)

Satıcıların kendi ürünlerini depolamalarını ve doğrudan müşterilere göndermelerini sağlayan bir yöntemdir. Bu modelde, satıcılar Amazon platformunda ürün listelemeleri oluşturur ve sipariş alırlar, ancak ürünlerin paketlenmesi, gönderilmesi ve müşteri hizmetleri ile ilgili tüm süreçleri kendileri yönetirler. MFN, aynı zamanda "**Seller Fulfilled Prime**" (SFP) olarak da bilinir.

N

Negative Keywords

Reklam kampanyalarında belirli arama terimlerinin reklamlarınızın gösterilmesini **engellemek için kullanılan kelimelerdir**. Bu özellik, reklamlarınızın alakasız veya istenmeyen arama sorguları için görünmesini önleyerek reklam bütçenizin daha etkili kullanılmasına yardımcı olur. Örneğin, bir satıcı sadece "kadın koşu ayakkabısı" satıyorsa ve "erkek koşu ayakkabısı" veya "çocuk koşu ayakkabısı" gibi aramalar için reklamının çıkmasını istemiyorsa, "erkek" ve "çocuk" kelimelerini olumsuz kelimeler olarak ekleyebilir. Böylece, bu terimler içeren aramalar reklamı tetiklemeyecektir.

Net Profit

Bir satıcının satışlarından elde ettiği toplam gelirin, bu satışları gerçekleştirmek için yapılan tüm masrafların çıkarılmasının ardından kalan miktarı ifade eder. Net kar, bir satıcının Amazon üzerindeki finansal başarısını ölçmenin temel bir göstergesidir ve işletmenin sağlığı ve sürdürülebilirliği hakkında önemli bilgiler sunar. **Net kar formülü şu şekildedir:**

$$\text{Net Kar} = \text{Toplam Gelir} - \text{Toplam Masraflar}$$

New to Brand (NTB)

Bir markanın ürünlerini belirlenen bir zaman dilimi içinde **ilk kez satın alan** müşterilerin sayısını ifade eder. Bu metrik, özellikle Amazon reklamlarında kullanılır ve bir reklam kampanyasının markaya yeni müşteriler kazandırma etkinliğini ölçmede kullanışlıdır. NTB, markaların ve satıcıların yeni müşteri kazanımı üzerindeki reklam yatırımlarının geri dönüşünü anlamalarına yardımcı olur.

Next-Day Delivery

Müşterilere yapılan siparişlerin **ertesi gün teslim edilme** hizmetidir. Bu hızlı teslimat seçeneği, Amazon Prime üyeleri için sunulur ve müşterilere hızlı bir alışveriş deneyimi sağlar. Ertesi gün teslimat, belirli bölgelerde ve belirli ürünler için geçerlidir; müşterilerin bu hizmetten yararlanabilmesi için siparişlerini belirlenen bir saat öncesine kadar vermiş olmaları gerekir.

O

Online Arbitrage

Perakende satıcılarından düşük fiyatlarla ürün satın alıp daha yüksek bir fiyatla Amazon üzerinde yeniden satış yaparak kâr elde etme işlemidir. Bu strateji, **pazaryerleri arasındaki fiyat farklılıklarından** yararlanır. Örnek olarak satıcılar, indirimli, kampanyalı veya düşük fiyatlı ürünleri Amazon Amerika pazarında tespit eder ve bu ürünleri Amazon Kanada'da normal veya piyasa değerinin üzerinde bir fiyatla listelerler ve kar elde ederler.

One-Time Password (OTP)

Hesap güvenliğini artırmak amacıyla kullanılan, **sadece bir kez kullanılabilen** geçici bir şifredir. Bu, özellikle hesaba giriş yapma, ödeme işlemleri sırasında veya önemli hesap değişiklikleri yapılırken ek bir güvenlik olarak kullanılır. OTP, kullanıcının kayıtlı olduğu telefon numarasına, e-posta adresine ya da otp programlarına Amazon tarafından otomatik olarak gönderilir.

We've sent a One Time Password (OTP) to your phone number. Please enter it below.

Enter OTP

Continue

Resend OTP

Optimization

Ürün listinglerinin arama sonuçlarında daha yüksek sıralarda yer almasını, daha fazla görünürlük ve trafik elde etmesini ve sonuç olarak daha fazla satış yapılmasını sağlamak amacıyla yapılan iyileştirmeler bütünüdür. Bu süreç, ürün başlığı, açıklamaları, reklam kelimeleri, bid değerleri, görseller ve müşteri yorumları gibi listeleme **bileşenlerinin etkili bir şekilde düzenlenmesini içerir.**

Order Defect Rate (ODR)

Bir satıcının siparişlerinin toplam sayısına kıyasla hatalı siparişlerin yüzdesini ifade eden bir performans metriğidir. Negative feedback, a to z guarantee claim veya credit card chargeback ile sonuçlanan bir siparişte kusur vardır. ODR bu kusurlu siparişlerin tüm siparişlere bölünmesiyle bulunur.

Amazon politikası, satıcıların Amazon'da satış yapabilmeleri için ODR'yi %1'in altında tutmasıdır. %1'in üzerindeki bir ODR, hesabın **devre dışı bırakılmasıyla sonuçlanabilir.**

	Seller Fulfilled	Fulfilled by Amazon
Order Defect Rate Target: under 1%	5.71% 2 of 35 orders 60 days	0% 0 of 511 orders 60 days
Order Defect Rate consists of three different metrics:		
• Negative feedback	0%	0%
• A-to-z Guarantee claims	5.71%	0%
• Chargeback claims	0%	0%

Organic Sales

Organik satışlar, Amazon **reklamlarına dahil olmadan** yapılan satışlardır. Organik satışların fazla olması satıcılar için olumlu bir durumdur çünkü bu satışlar için reklam harcaması yapılmamaktadır. Organik satışları arttırmak için ürünün best sales rankini kategoride iyi seviyelere getirmek gerekmektedir.

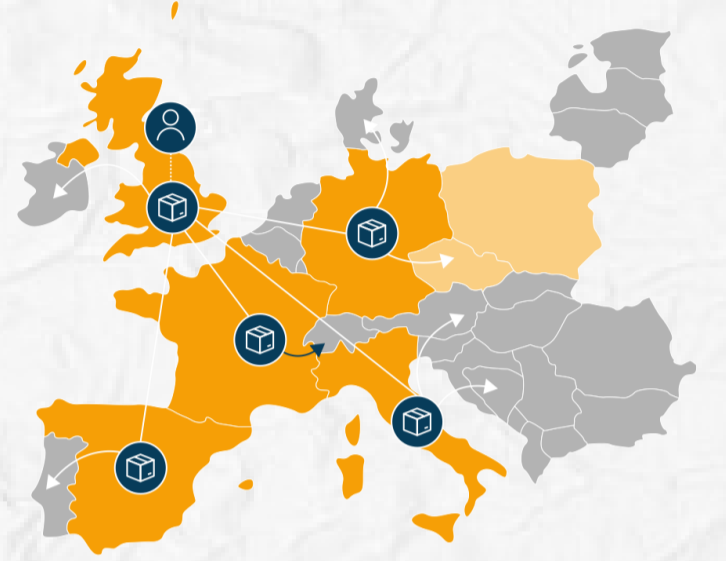
Out of Stock (OOS)

Bir ürünün geçici olarak tükenmesi ve satın alınamaz durumda olması anlamına gelir. Bir ürün stokta olmadığında, müşteriler o ürünü satın alamazlar ve bu durum, satıcının satışlarını ve gelirini olumsuz etkileyebilir. Ayrıca, ürünün sıklıkla stokta olmaması ürünün best sales rankini olumsuz etkiler ve ürün stoğa girse bile **satışları eski seviyelerini yakalamayabilir.**

P

Pan-European

Amazon'un Avrupa'daki Fulfillment by Amazon (FBA) programının bir parçası olan ve satıcıların tek bir envanter havuzundan **Avrupa Birliği'ndeki tüm katılımcı ülkelerdeki** müşterilere ürünlerini satabilmelerini sağlayan bir hizmettir. PAN EU FBA sayesinde, satıcılar Amazon'un Avrupa'daki lojistik ağını kullanarak ürünlerini bir ülkeden diğer ülkelere satışlarını yapabilirler. Satıcıların bu hizmetten faydalanabilmeleri için İtalya, İspanya, Fransa ve Almanya'da VAT kayıtlarının olması gerekmektedir.



Parent ASIN

Birden çok varyasyona sahip ürünlerde **child itemların bir arada toplandığı** ASIN numarasıdır. Örneğin, bir tişört farklı renk ve beden seçeneklerine sahipse, her bir renk ve beden kombinasyonu kendi ASIN koduna sahip olacak şekilde ayrı bir Child ASIN olarak listelenir, ancak hepsi aynı Parent ASIN altında gruplandırılır. Bu yapı, müşterilerin ürün sayfasında farklı varyasyonlar arasında kolayca gezinmelerini ve aradıkları spesifik öğeyi bulmalarını sağlar.

Pay-Per-Click (PPC)

Satıcıların reklamlarının tıklanması başına ödeme yaptığı bir reklam modelidir. Satıcılar bu ödeme modelinde impressionlar için amazona ödeme yapmazlar. Reklamlı ürünleri gören müşteriler tıklama yaparsa satıcılar bunun için **tıklama başına ücret öderler**. Satışın gerçekleşip gerçekleşmediğine bakılmaz. Eğer reklamlı ürüne tıklanmışsa ücret alınır.

Pending Order

Müşteri tarafından verilmiş ancak çeşitli nedenlerden dolayı henüz **işleme alınmamış veya gönderilmemiş** siparişi ifade eder. Bekleyen siparişler, satıcının sipariş yönetim panelinde farklı bir durum olarak gösterilir ve genellikle belirli bir süre sonra ya iptal edilir ya da ödeme ve stok durumu gibi konular çözüldükten sonra işleme alınır.

Performance Notifications

Amazon'un satıcı hesaplarıyla ilgili performansla alakalı önemli bilgileri ve güncellemeleri satıcılara ilettiği bildirimlerdir. Bu bildirimler, satıcıların Amazon'un performans standartlarını ve politikalarını ne ölçüde karşıladıklarına dair geri bildirim sağlar ve herhangi bir sorun veya uyarı durumunda satıcıları bilgilendirir. Satıcıların performans bildirimlerini günlük olarak takip etmeleri gerekir. Bazı durumlarda amazon hesap ile alakalı doğrulamaları burdan bildirir ve satıcı yerine getirmezse **hesap sağlığını olumsuz etkileyebilir**.

Plan of Action (POA)

Genellikle bir satıcının hesabı performans sorunları nedeniyle uyarı aldığı veya askıya alındığında Amazon'a sunması gereken, sorunları nasıl çözeceğini ve ileride benzer sorunların önlenmesi için **hangi adımların atılacağını detaylandıran bir eylem planıdır**. POA, satıcının mevcut sorunları anladığını, müşteri deneyimini iyileştirmek için somut adımlar attığını ve Amazon'un performans beklentilerini karşılamak için gerekli önlemleri aldığını göstermelidir.

Pre-Fulfillment Cancellation Rate

Bir satıcının, siparişin alınmasından ve teslimat sürecinin başlamasından önce, satıcının kendi nedenleriyle iptal ettiği siparişlerin toplam sipariş sayısına oranını ifade eder. Bu oran, satıcının sipariş yönetimi ve envanter kontrolü konusundaki performansını gösteren önemli bir metriktir. Pre-Fulfillment Cancellation Rate şu şekilde hesaplanır:

$$\text{Pre - Fulfillment Cancellation Rate} = \frac{\text{Satıcı Tarafından İptal Edilen Sipariş Sayısı}}{\text{Toplam Sipariş Sayısı}} \times 100$$

Amazon politikalarına göre bu oranın %2,5'un altında olması gerekir. **%2,5'in üzerindeki bir CR, hesabın devre dışı bırakılmasıyla sonuçlanabilir.**

Prepaid Return Label

Önceden ödenmiş iade etiketi, satıcıların müşterilere, ürünleri iade etmeleri gerektiğinde kullanmaları için sağladıkları, **önceden ödenmiş gönderim etiketidir**. Bu etiket, iade sürecini basitleştirir ve müşterilerin satıcıya ürünü kolayca geri göndermelerine olanak tanır. Bu etiketi satıcılar kendileri de sağlayabilir ücreti karşılığında amazondan kendileri adına yapmalarını da isteyebilir.

Prime Day

Amazon Prime üyelerine özel olarak düzenlenen ve genellikle yılın belirli bir döneminde gerçekleşen, **büyük indirimler ve promosyonlar** sunan yıllık bir alışveriş etkinliğidir. Prime Day sırasında, Amazon çeşitli kategorilerde binlerce üründe önemli indirimler sunar.

Bu indirimler genellikle yalnızca Amazon Prime üyelerine açıktır ve elektronik eşyalardan ev eşyalarına, moda ürünlerinden günlük ihtiyaç malzemelerine kadar geniş bir yelpazede ürünleri kapsar. Etkinlik, genellikle 24 saat veya daha uzun sürebilir ve Amazon Prime üyeleri bu süre zarfında özel tekliflerden, flaş indirimlerden ve diğer promosyonlardan yararlanabilirler.



Private Label

Satıcıların **kendi markaları altında** ürünler ürettikleri ve sattıkları bir iş modelidir. Bu modelde, satıcılar ürünleri tedarikçilerden satın alır ya da kendileri üretir. Bu ürünlere kendi marka isimlerini, logolarını ve ambalajlarını ekleyerek Amazon'da satışa sunarlar. Private Label ürünler, **satıcıya özgüdür** ve genellikle mevcut pazardaki benzer ürünlerden farklılaştırılmış özellikler veya tasarımlar içerir.

Profesyonel Satıcı Hesabı

Daha yüksek satış hacmi ve daha fazla ürün listeleme imkanı olan satıcılar için tasarlanmış bir hesap türüdür. Bu hesap türü, satıcıya Amazon'un çeşitli ileri düzey satış araçlarına ve özelliklerine erişim imkanı sunar. Profesyonel satıcılar, aylık sabit bir ücret öderler ve bu sayede **sınırsız sayıda ürün listeleme** avantajından faydalanabilirler.

Project Zero

Amazon'da **sahte ürünlerle mücadele etmek** ve platform üzerindeki markaların haklarını korumak için tasarlanmış bir girişimdir. Bu program, marka sahiplerine sahteciliği önleme, tespit etme ve ortadan kaldırma konularında daha fazla kontrol ve yetki sağlayarak, Amazon üzerindeki müşteri deneyimini korumayı ve iyileştirmeyi amaçlar.

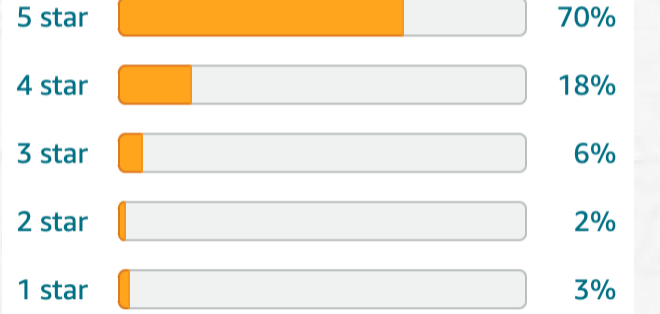
R

Rating

Müşterilerin satın aldıkları ürünlere verdikleri yıldız puanlamasıdır. Müşteriler, bir ürünü 1'den 5'e kadar olan bir ölçekte puanlayabilirler, burada **1 yıldız en düşük puanı** ifade ederken, **5 yıldız en yüksek puanı** temsil eder. Bu puanlama sistemi, ürünün kalitesi, kullanım kolaylığı, fiyat/değer oranı ve müşteri beklentilerini ne ölçüde karşıladığı gibi faktörleri yansıtır.

★★★★☆ 4.5 out of 5

226,789 global ratings



Referral Fee

Amazon'un bir ürünün satışı için satıcıya sağladığı **hizmetler karşılığında aldığı komisyon**dur. Bu ücret, satıcının Amazon platformunda bir ürün sattığında, satış fiyatının yüzdesi olarak hesaplanır ve satışın gerçekleşmesi durumunda satıcıdan tahsil edilir. Alınan komisyon oranları ürünün kategorisine göre belirlenir.

Removal Order

Amazon'un FBA programını kullanan satıcıların, Amazon'un depolarında bulunan envanterlerini **geri almak veya imha etmek** üzere Amazon'a verdikleri bir talimattır. Satıcılar, çeşitli nedenlerle envanterlerinin bir kısmını veya tamamını Amazon'un lojistik merkezlerinden geri almayı seçebilirler. Bu nedenler arasında fazla stok, satılmayan ürünler, sezon dışı ürünler veya iade edilen ürünlerin yeniden değerlendirilmesi yer alabilir.

Restock Limit

Amazon'un FBA programını kullanan satıcıların Amazon'un depolarına gönderebilecekleri **maksimum envanter miktarını** ifade eder. Bu limit, satıcının depolama kapasitesini ve Amazon'un yerine lojistik merkezlerindeki mevcut alanı optimize etmek amacıyla belirlenir. Restock Limit, satıcının envanter döngüsünü, satış hızını ve mevcut envanter düzeylerini dikkate alarak dinamik bir şekilde hesaplanır ve yönetilir.

Retail Arbitrage

Fiziksel mağazalardan düşük fiyatlarla ürün satın alıp, bu ürünleri Amazon üzerinde daha yüksek bir fiyatla satmak suretiyle kâr elde etme stratejisidir. Bu yöntem, perakende mağazalardaki indirimler, kapanış satışları, stok fazlası ürünler veya özel teklifler gibi fırsatları değerlendirerek satıcıların ürünleri uygun fiyatlarla edinmelerine ve ardından **Amazon'da bu ürünleri daha yüksek bir fiyata satmalarına** olanak tanır.

Retail Readiness

Ürün listinginin, müşterilerin satın alma kararı vermelerine yardımcı olacak tüm **önemli bilgi ve özellikleri içerdiğinden emin olmak** üzere optimize edilmesi anlamına gelir. Perakende hazırlığı, ürün listinglerinin yüksek kaliteli görseller, ayrıntılı ve açıklayıcı ürün açıklamaları, başlıklar, bullet points ve müşteri yorumları gibi önemli bileşenleri içermesini sağlamakla ilgilidir. Ayrıca, ürünün yeterli stokta olması ve rekabetçi bir fiyatlandırmaya sahip olması gibi unsurları da kapsar.

Return On Ad Spend (ROAS)

Reklam harcamalarının, elde edilen gelire oranını ifade eden bir metriktir. Başka bir deyişle, ROAS, **reklam kampanyalarınızdan ne kadar gelir elde ettiğinizi gösteren** bir performans göstergesidir. ROAS, yapılan satışların reklam harcamalarına bölünmesiyle hesaplanır. ROAS formülü şu şekildedir:

$$ROAS = \frac{\text{Reklamlarda Elde Edilen Gelir}}{\text{Reklam Harcamaları}}$$

Örneğin, bir reklam kampanyasına 1000 dolar harcayıp bu kampanyadan 5000 dolar gelir elde ederseniz, ROAS 5 olur. Bu, her bir reklam doları için 5 dolar gelir elde ettiğinizi gösterir.

Return on Investment (ROI)

Yatırımın getirisini veya kazancını ölçen bir finansal metriktir. Amazon satıcıları için ROI, belirli bir ürüne yapılan **yatırımın ne kadar karlı olduğunu** gösterir. Başka bir deyişle, satıcının Amazon'a yaptığı yatırımlardan elde ettiği net kârın, yatırımın kendisine oranıdır. ROI, yüzde olarak ifade edilir ve şu formülle hesaplanır:

$$ROI = \frac{\text{Net Kar}}{\text{Yatırım Maliyeti}} \times 100$$

Örneğin, bir ürüne 1000 dolar yatırım yapıp bu üründen 1500 dolar gelir elde ederseniz, net kârınız 500 dolardır ve ROI'niz %50'dir.

Review

İnceleme, müşterilerin satın aldıkları **ürünler hakkında yazdıkları değerlendirmelerdir**. Müşteri incelemeleri, ürünlerin kalitesi, işlevselliği, kullanıcı deneyimi ve satıcı hizmeti gibi konular hakkında geri bildirim sağlar. İncelemeler, genellikle ürün sayfasının alt kısmında, ürün açıklamasının altında yer alır ve potansiyel alıcılar için önemli bir referans noktasıdır.

S

Safe-T Claim

Amazon'un FBA programını kullanan satıcıların, bir müşteri iadesi veya A-to-Z Garanti talebi nedeniyle potansiyel olarak zarara uğradıkları durumlarda **Amazon'a başvurabilecekleri bir tazminat sürecidir**. Bu sistem, satıcıların iade sürecindeki haksız kayıplarını telafi etmek için tasarlanmıştır. Satıcıların iddia ettikleri zararları amazondan almak için belge sunmaları gerekir.

Search Engine Optimization (SEO)

Satıcıların ürün listinglerini optimize ederek Amazon'un arama algoritmasında **daha yüksek sıralarda yer almasını** ve böylece daha fazla görünürlük ve satış elde etmeyi amaçlayan bir süreçtir. Amazon SEO'su, müşterilerin arama sorgularıyla uyumlu, alakalı ve dikkat çekici ürün listelemeleri oluşturmak için keyword optimizasyonu, etkili başlık ve açıklama yazımı, yüksek kaliteli görseller ve müşteri yorumları gibi çeşitli teknikler kullanır.

Belirli bir zaman aralığında satılan ürün miktarının, aynı dönemde satıcının envanterinde bulunan ortalama ürün miktarına oranını ifade eden bir metriktir. Bu oran, satıcının **envanterinin ne kadar hızlı döndüğünü** (yani satıldığını) gösterir ve satıcının envanter yönetimi ve satış performansının önemli bir göstergesidir. Sell Through Rate şu formülle hesaplanır:

Sell Through Rate

$$\text{Sell Through Rate} = \frac{\text{Belirli Bir Dönemde Satılan Ürün Miktarı}}{\text{Aynı Dönemdeki Ortalama Envanter Miktarı}} \times 100$$

Örneğin, bir ay boyunca 100 ürün satıldı ve aynı ayın ortalama envanter miktarı 200 ise, Sell Through Rate %50 olarak hesaplanır.

Seller Central

Amazon'un satıcılar için oluşturduğu **kontrol panelidir**. Amazon üzerinde ürün satan satıcıların, envanterlerini yönetmek, siparişleri takip etmek, ödemeleri görmek, reklam kampanyaları oluşturmak ve çeşitli raporlara erişmek gibi satış operasyonlarına ilişkin tüm önemli işlevleri gerçekleştirebildikleri paneldir.

Seller Forums

Amazon satıcılarının deneyimlerini paylaşabilecekleri, sorular sorabilecekleri, ipuçları ve en iyi uygulamalar hakkında bilgi alabilecekleri ve Amazon'un çeşitli yönleri hakkında tartışabilecekleri **çevrimiçi bir topluluk platformudur**. Bu forumlar, satıcıların karşılaştıkları zorluklar hakkında yardım istemeleri, işlerini büyütmek için stratejileri tartışmaları ve Amazon platformundaki güncellemeler ve değişiklikler hakkında bilgi edinmeleri için bir kaynaktır.

Seller University

Amazon satıcılarının platformda nasıl daha başarılı olabileceklerini öğrenmelerine yardımcı olmak için tasarlanmış bir **eğitim ve kaynak merkezidir**. Amazon Seller University, satıcıların Amazon'da satış yapmaya başlamaları, işlerini büyütmeleri ve Amazon'un çeşitli araçları ve hizmetleri hakkında bilgi edinmeleri için video dersleri, rehberler ve ipuçları sunar. Satıcılar seller university'e seller central üzerinden ulaşabilirler.

Service Provider Network (SPN)

Amazon tarafından satıcıların Amazon üzerindeki işlerini desteklemek amacıyla ihtiyaç duydukları çeşitli hizmetleri sağlayan **üçüncü taraf hizmet sağlayıcılarının bir ağıdır**. Bu ağ, Amazon satıcılarının işlerini büyütmelerine, operasyonel verimliliklerini artırmalarına ve müşteri deneyimini iyileştirmelerine yardımcı olacak profesyonel hizmet ve destek sunar.

SKU

Amazon üzerinde satılan her bir ürün için belirlenen benzersiz bir numaradır. Bu kod, satıcıların kendi ürünlerini kolayca takip etmelerine ve yönetmelerine yardımcı olur. Amazon'daki her farklı ürün tipi, rengi, boyutu veya modeli için **ayrı bir stok kodu atanır**, böylece satıcılar stoklarını daha etkili bir şekilde kontrol edebilirler.

Sponsored Brands

Markaların kendi hikayelerini anlatabilmeleri, ürün yelpazelerini sergileyebilmeleri ve marka bilinirliğini artırabilmeleri için tasarlanmış bir reklam modelidir. Sponsorlu Marka reklamları, Amazon arama sonuçlarının **üst ve alt kısmında görünen reklamlardır**. Üç çeşidi vardır. Bunlar; Product collection, store spotlight ve video'dur.

Sponsored Display




Satıcıların **Amazon platformu içinde ve dışında**, ürünleriyle ilgili alışveriş yapan veya ilgilenen müşterilere ulaşmalarını sağlayan bir reklam modelidir. Bu reklam türü, alışveriş yapanların ilgi alanlarına ve geçmiş alışveriş davranışlarına dayanarak hedefleme kullanır ve reklamları Amazon'un web sitesinde, mobil uygulamalarında ve Amazon'un reklam ağına bağlı üçüncü taraf sitelerde ve uygulamalarda gösterir.

Sponsored Products

Satıcıların ürünlerini Amazon arama sonuçlarında ve ürün detaylı sayfalarında öne çıkararak daha fazla görünürlük ve satış elde etmelerini sağlayan bir reklam modelidir. Sponsored products reklamları, belirli keywordlerle ya da rakip ASIN'larla tetiklenir ve potansiyel alıcıların aramalarıyla ilişkili ürünleri hedefler. Bu reklamlar, "sponsorlu" etiketiyle işaretlenmiş şekilde, **search page'de ve ürün detaylı sayfalarında görünür**.

Choose your campaign type

[View drafts](#)

<p>Sponsored Products</p>  <p>Promote product listings Sponsored Products can help promote products to shoppers actively searching with related keywords or viewing similar products on Amazon.</p> <p>Explore Sponsored Products</p> <p>Continue</p> <p>Highlights v</p>	<p>Sponsored Brands</p>  <p>Showcase your brand Sponsored Brands can help customers discover your brand and products with creative ads that appear in relevant Amazon shopping results.</p> <p>Explore Sponsored Brands</p> <p>Continue</p> <p>Highlights v</p>	<p>Sponsored Display</p>  <p>Drive discovery and loyalty Sponsored Display can help you reach relevant audiences throughout their shopping and entertainment journeys with programmatic display ads.</p> <p>Explore Sponsored Display</p> <p>Continue</p> <p>Highlights v</p>
--	---	--


Store

Store yani mağaza, satıcıların kendi **ürünlerini sergiledikleri ve tanıttıkları bir web sayfasıdır**. Bu satıcılar, markaların kendi hikayelerini anlatmalarına ve alıcılar için eğlenceli bir alışveriş deneyimi yaratmalarına yardımcı olur. Store sayesinde, markalar ürünlerini düzenleyebilir ve daha fazla kişinin dikkatini çekebilirler. Bu, markaların Amazon'da daha çok fark edilmesine ve müşterilerle yakın bir ilişki kurmasına yardımcı olur.

Subscribe & Save

Müşterilere düzenli olarak kullanılan ürünleri abonelik yoluyla **otomatik olarak tekrar sipariş etme** ve bu siparişlerde **indirim kazanma** imkanı sunan bir programdır. Bu program, özellikle ev eşyaları, kişisel bakım ürünleri, evcil hayvan malzemeleri gibi sık kullanılan ürünler için idealdir.

Müşteriler Subscribe & Save programına katılarak, belirli bir ürüne abone olabilir ve bu ürünün kendilerine belirledikleri sıklıkta (örneğin, her ay veya her iki ayda bir) otomatik olarak gönderilmesini sağlayabilirler.


Subscribe & Save: 5% 
\$86.39 (\$12.29 / kg)


Save 5% on all deliveries.
[Learn more](#)

FREE delivery Friday. [Details](#)

Or fastest delivery **Tomorrow.**
Order within **2 hrs 7 mins.**
[Details](#)

In Stock

Qty: 1 

Deliver every:
2 weeks 

[Set Up Now](#)

Suspected Intellectual Property Violation


Şüpheli fikri mülkiyet ihlali, Amazon'un bir ürün listinginin veya satıcının eylemlerinin başka bir partinin **fikri mülkiyet haklarını ihlal ettiğinden şüphelendiği durumları** ifade eder. Bu, telif hakkı, ticari marka, patent veya ticari sır gibi fikri mülkiyet haklarının korunmasıyla ilgilidir. Amazon, fikri mülkiyet haklarını ciddiye alır ve platform üzerinde bu tür hakların ihlal edilmesini önlemek için çeşitli politika ve prosedürler uygular. Şüpheli bir ihlal tespit edildiğinde amazon satıcılardan çeşitli bilgi ve belgeleri ister. Satıcılar bunu yerine getiremezse Amazon yaptırımlarda bulunabilir.

Amazon'un bir satıcının hesabını veya belirli ürün listelemelerini geçici olarak devre dışı bırakması ve satış yapmasını engellemesi durumudur. Hesap askıya alındığında, satıcı belirli bir süre boyunca Amazon üzerinden **ürün listeleyemez ve satış yapamaz**. Askıya alınma genellikle, Amazon'un satış politikalarının ihlal edilmesi, fikri mülkiyet haklarının ihlal edilmesi, müşteri hizmetleri standartlarının karşılanmaması veya diğer uygunluk sorunları gibi nedenlerle gerçekleşir.

Suspend

amazon sellercentral Catalog Inventory Pricing Orders Advertising Stores G

Account Health Customer Service Performance Product Policy Compliance Shipping F

 **Your account has been deactivated.** [View appeal](#)

Account Health [Leave Feedback](#)

To sell on Amazon, you must adhere to the below performance targets and policies.
Help us reach you in the instance a critical event occurs that affects your ability to sell by entering your emergency contact number [here](#).

[Report abuse](#) of Amazon policies.

T

Target ACos

Reklam kampanyalarında **ulaşmayı hedeflediğiniz** Acos değeridir. Acos, reklama harcanan toplam paranın, reklamlar yoluyla elde edilen satışlardan elde edilen gelire oranını ifade eder. Target Acos'unuz iş modelinize, kar marjlarınıza, pazar pozisyonunuza ve genel iş hedeflerinize bağlı olarak değişiklik gösterebilir. Örneğin, bir marka yeni bir ürünü piyasaya sürerken ve marka bilinirliğini artırmak istiyorsa, daha yüksek bir Acos oranını kabul edebilir. Ancak, zaten olgunlaşmış bir ürün için, daha düşük bir target Acos oranı daha uygun olabilir, çünkü burada amaç maksimum karlılığı sağlamaktır.

Third Party Seller

Amazon platformunda kendi ürünlerini doğrudan müşterilere satan **bağımsız işletmeler veya bireylerdir**. Amazon, bu satıcıların ürünlerini platformunda listelemelerine ve satmalarına olanak tanır, böylece çeşitli kategorilerde geniş bir ürün yelpazesi sunulur. Üçüncü taraf satıcılar, Amazon'un altyapısını ve müşteri tabanını kullanarak ürünlerini milyonlarca potansiyel alıcıya ulaştırabilir.

Top of Search

Bir ürünün veya reklamın Amazon search page'inde **en üst sıralarda** görünmesi anlamına gelir. Bu, potansiyel alıcıların bir arama terimi girdiklerinde karşılaştıkları ilk ürün listingleri veya reklamlardır ve genellikle en yüksek görünürlüğe ve tıklama oranlarına sahiptir.

Total ACoS

Reklam harcamalarının toplam satış gelirin oranı olarak tanımlanır. Bu metrik, bir satıcının veya markanın Amazon üzerindeki genel **reklam stratejisinin etkinliğini** değerlendirmek için kullanılır. Total ACoS, reklam yatırımlarının genel satış performansına olan etkisini anlamak için önemli bir göstergedir. Total Acos formülü şöyledir:

$$\text{Total Acos} = \frac{\text{Toplam Reklam Harcamaları}}{\text{Toplam Satış Geliri (Reklamlı + Organik)}} \times 100$$

Trademark

Bir işletmenin ürünlerini veya hizmetlerini diğer işletmelerin ürün ve hizmetlerinden ayırt etmek için kullandığı isim, logo, slogan veya diğer ayırt edici özelliklerdir. Ticari markalar, işletmelerin marka kimliğini korumasına, tüketicilerin markayı tanımasına ve markanın pazardaki itibarını ve değerini korumasına yardımcı olur. Amazon'da ticari marka sahibi olmak, marka sahiplerine bir dizi avantaj ve koruma sağlar. Özellikle Amazon Brand Registry programı aracılığıyla ticari marka sahiplerine ürün listingleri üzerinde daha fazla **kontrol, sahte ürünlerle ve marka ihlalleriyle mücadelede** yardımcı araçlar ve markalarının Amazon'da nasıl temsil edildiğini iyileştirmek için özel araçlar sunar.

Transparency

Sahteciliği önlemek ve tüketicilere ürünlerin gerçek ve otantik olduğunu doğrulama imkanı sunmak için tasarlanmış bir programdır. Transparency programı, her bir ürün birimine benzersiz bir alfa nümerik kod ve QR kodu atanmasını içerir. Tüketiciler, bu kodları akıllı telefonları kullanarak tarayabilir ve ürünün doğruluğunu, menşei, içerik bilgileri, üretim tarihleri ve diğer önemli **ürün bilgilerini doğrulayabilirler**. Bu programa kayıt olan satıcılar ürünlerinin üzerine programdan almış oldukları QR kodunu yapıştırarak amazon depolarına gönderirler. Bu sayede listinglerin içerisinde yetkili olmayan satıcıların ürünleri amazon depolarına kabul edilmez ve dolayısıyla satış yapamazlar.

U

Universal Product Code (UPC)

Ürünleri tanımlamak için kullanılan, genellikle barkod formunda sunulan bir benzersiz 12 haneli sayı dizisidir. UPC, perakende sektöründe **ürün tanımlama ve stok takibi** için geniş çapta kullanılmaktadır ve dünya çapında kabul görmüş bir standarttır.

Unshipped Order

Müşteri tarafından verilmiş ancak henüz satıcı tarafından paketlenip **kargo şirketine teslim edilmemiş** olan siparişleri ifade eder. Bu terim, siparişin işleme sürecinin bir parçası olarak kullanılır ve genellikle sipariş verildikten sonra ürünün kargoya verilmesi için geçen süreyi kapsar.

V

Valid Tracking Rate

Satıcıların müşterilere sağladıkları kargo takip bilgilerinin doğruluğunu ve geçerliliğini ifade eder. Bu oran, satıcının gönderdiği paketler için sağladığı takip numaralarının ne kadarının gerçekten çalışır durumda olduğunu ve müşterilerin siparişlerini takip edebilmelerini sağlayıp sağlamadığını gösterir. Amazon satıcılardan bu oranın **%95'in üzerinde** tutmasını ister. Bunu sağlayamayan satıcılar için FBM satışlarda kısıtlama olabilir.

Valid Tracking Rate	Non-exempted shipments	Time Window: 30 days
Non-exempted shipments		
100 %		
Target: over 95 %		
Number of non-exempted shipments: 790		
Shipments with valid tracking: 790		
Category	Valid Tracking Rate	
Kitchen	100 % (1/1)	
Grocery	100 % (6/6)	
Office Products	100 % (3/3)	
Furniture	100 % (1/1)	

Value Added Tax (VAT)

Katma Değer Vergisi anlamına gelir ve birçok ülkede uygulanan bir **tüketim vergisidir**. VAT, mal veya hizmetlerin üretim ve dağıtım sürecindeki her aşamada, değerlerine eklenen değer üzerinden hesaplanır. Amazon satıcıları için VAT, satış yaptıkları ülkenin vergi yasalarına göre, satılan ürünler veya sağlanan hizmetler üzerinden alınan bir vergidir.

Varyasyon, **benzer ürünlerin farklı versiyonlarını** (örneğin, renk, boyut, stil gibi) tek bir ürün detay sayfası altında gruplandırır. Varyasyonlar, müşterilere bir ürünün farklı seçeneklerini kolayca karşılaştırma ve seçme imkanı sunar, böylece alışveriş deneyimi daha kullanıcı dostu hale gelir.

Örneğin, bir tişört satıyorsanız, bu tişörtün farklı renk ve beden seçeneklerini tek bir ürün sayfasında varyasyonlar olarak listeleyebilirsiniz. Müşteriler bu sayede istedikleri renk ve bedeni seçebilirler, bu da ürün seçim sürecini basitleştirir ve satış potansiyelini artırabilir.

Variation

Size :

Select ▾

Colour Name: Black

Size :

✓ Select

Small

Medium

Large

X-Large

XX-Large

3X-Large

4X-Large

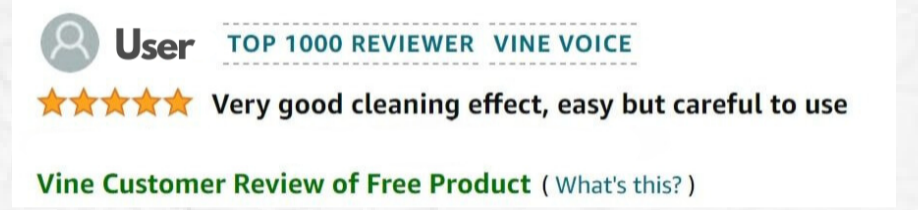
Black

Vendor Central

Ürünlerini toptan tedarikçi olarak Amazon'a satmak isteyen üreticiler ve distribütörler için yalnızca davetle girilebilen bir platformdur. Bu platform, ürünlerini doğrudan Amazon müşterilerine satmak isteyen işletmelere Amazon Seller Central'dan farklıdır. Vendor Central, ürünlerini **Amazon'a toplu olarak satmak isteyen işletmeler** için tasarlanmıştır.

Vine

Amazon'un seçkin ürün incelemeleri programıdır. Bu program, en güvenilir incelemecilere (Vine Voices olarak adlandırılırlar) **ücretsiz ürünler sağlayarak**, bu ürünler hakkında dürüst ve tarafsız geri yorumlar yazmalarını teşvik eder. Vine Voices, geçmişteki inceleme faaliyetlerine dayanarak Amazon tarafından davet edilir ve ürün incelemeleri, alıcıların satın alma kararlarında daha bilinçli olmalarına yardımcı olmak için kullanılır. Satıcılar vine programına ücretli olarak dahil olurlar ve bir parent item için en fazla 30 ürünü vine müşterilerine gönderirler.



Voice of the Customer

Amazon'un satıcı performansını izlemek ve müşteri memnuniyetini artırmak için kullandığı bir araçtır. Bu program, **müşteri geri bildirimlerini ve ürün incelemelerini analiz eder**, böylece satıcılar ürünlerini nasıl iyileştirebilecekleri konusunda değerli bilgiler elde edebilirler. "Voice of the Customer" aracı, satıcıların Seller Central hesaplarında bulunur ve ürünlerin müşteri memnuniyeti açısından nasıl performans gösterdiğini gösteren detaylı bir panel sunar.

W

Warehouse

Ara depo, Amazon'un FBA hizmetinden faydalanmak için ürünlerin etiketlenip paketlenmesi ve Amazon depolarına gönderilmesi işlemlerini yerine getiren birimlerdir. Bu işlemleri satıcılar kendileri yapabileceği gibi ara depolardan da bu hizmeti alabilirler. Ara depolar hedef satış ülkesinde bulunmayan müşteriler için **ürünlerin hazırlanması, amazon deposuna gönderilmesi** ve ihtiyaç halinde amazon depolarından gelen ürünlerin alınması hizmetlerinde bulunur.

White Label

Genellikle üretici tarafından markasız veya nötr bir şekilde üretilen ve daha sonra satıcılar tarafından kendi markaları altında satılmak üzere özelleştirilen bir ürünlerdir. White label ürünler, satıcıların kendi markalarını oluşturmasına ve piyasaya sürmesine olanak tanırken, ürün geliştirme ve üretim süreçlerinde önemli zaman ve maliyet tasarrufu sağlar. Bu iş modelinde, bir satıcı **ürünü üretici veya tedarikçiden alır, kendi markasını ve ambalajını ürüne ekler** ve ardından kendi müşteri tabanına ürünü satar. Bu yaklaşım, özellikle özel marka ürünleri oluşturmak isteyen ancak ürün geliştirme ve üretim kapasitesine sahip olmayan Amazon satıcıları için popülerdir.

Wholesale

Bir satıcının üreticilerden veya distribütörlerden **büyük miktarlarda ürün satın alması** ve bu ürünleri daha sonra Amazon üzerinde son tüketicilere daha küçük miktarlarda satması işlemidir. Toptan satış yapmak isteyen satıcılar genellikle daha düşük birim maliyetiyle ürün satın alırlar ve sonra bu ürünleri perakende fiyatı üzerinden satarak kar elde ederler.
