

Mağaza Denetim Raporu – Modaco (Örnek)

Mağaza: Modaco · tesettür giyim (ferace, abaya takım, tunik) · Trendyol · 36 ürün

Denetim tarihi: 17.08.2025 · **Hazırlayan:** Dijital Rota

Kapsam: Trendyol mağazası (ana kanal), Hepsiburada mağazası ve markanın kendi sitesi. Dışarıdan görünen veriyle hazırlanmıştır.

Satıcı paneli (satış, iade, reklam) bu örnekte incelenmedi. Gerçek denetimde panel erişimiyle tamamlanır.

1. Özet

Bu mağazada satış kaybının en çok olduğu 3 alan:

- Aramada görünmeme:** "ferace", "krep ferace", "abaya" ve "abaya takım" aramalarının ilk 40 sonucunda mağazanın tek bir ürünü yok. Müşteri ürünü ancak mağazayı doğrudan ararsa buluyor.
- Yorum yok, güven zayıf:** 36 ürünün yalnızca 10'unda puan var; en çok değerlendirilen üründe 6 değerlendirme var. En çok favorilenen ürün 36.507 kez favoriye eklenmiş ama tek yorumu yok.
- Dağınık ürün kurgusu:** Aynı ürün birden fazla kart olarak açılmış. Ürün kartlarında 4 farklı marka adı kullanılıyor ve renk/özellik alanları yanlış doldurulmuş.

İlk 2 haftada en hızlı kazanım: En çok favorilenen ürüne beden varyantı eklemek, özellik alanlarını düzeltmek ve favoriye ekleyenlere kupon tanımlamak. 36 bin kişilik hazır bir ilgi var; ürün bu ilgiyi satışa çevirecek durumda değil.

2. Puan tablosu

Her alan 1–5 arası puanlanır (1 = acil müdahale, 5 = iyi durumda).

Alan	Puan	Kısa not
Ürün başlıkları ve anahtar kelime	2/5	Uzun ve tutarsız, ürün tipi başta değil, bazı başlıklarda çelişkili renk
Kapak görseli ve görsel seti	4/5	Ürün başına 6–9 görsel, çok sayıda videolu ürün
Kategori ve özellik alanları	2/5	Renk "Çok Renkli" veya yanlış renk, yanlış kol boyu, "Belirtilmemiş" alanlar
Ürün açıklamaları	–	Bu incelemede doğrulanamadı (panelden kontrol edilecek)
Varyant düzeni (renk / beden)	2/5	Renkler ayrı ürün olarak açılmış; en çok favorilenen ürün tek beden ("Standart")
Fiyat ve rakip konumu	2/5	Rakiplerin üst bandında, ama bu fiyatı taşıyacak yorum ve marka güveni yok
Yorum puanı ve soru-cevap	1/5	36 üründen 10'unda puan, en fazla 6 değerlendirme
Kargo ve teslim süresi	5/5	Kargo bedava, "Bugün kargoda" rozeti yaygın
Mağaza vitrini	3/5	Satıcı puanı 9,3, koleksiyonlar var ama adları dağınık, kategori dağılımı geniş
Reklam verimliliği	–	Panel verisi olmadan değerlendirilmedi
Genel (8 alan üzerinden)	21/40	

3. Bulgular

Her bulgu aynı formatta yazılır: **Ne gördük** → **Neden önemli** → **Ne yapılmalı**.

3.1 Aramada görünürlük

- Ne gördük:** "ferace", "krep ferace", "abaya" ve "abaya takım" aramalarında ilk 36–40 sonuçta mağazanın ürünü çıkmıyor.
- Neden önemli:** Pazaryerinde satışın büyük kısmı aramadan gelir. İlk sayfada olmayan ürün, müşteri mağazayı tanımıyorsa görülmez.
- Ne yapılmalı:**
 - Başlık ve özellik alanları düzeltilsin (3.2 ve 3.3).
 - Yorum toplansın (3.5).
 - En güçlü 3–5 ürün için düşük bütçeli ürün reklamıyla ilk değerlendirmeler alınsın.

3.2 Ürün başlıkları

- Ne gördük:**
 - Başlıklar uzun ve her biri farklı yapıda.
 - Ürün tipi (ferace, abaya takım) bazen başta, bazen sonda.
 - Parantez içi notlar var: "(Ütü Gerektirir -Pamuklu Kumaş)".
 - Bir başlıkta hem "Beyaz" hem "Siyah" geçiyor.
 - Aynı ürünün iki kartında kelime sırası farklı.

- **Neden önemli:**
 - Müşteri ürünü listede ilk birkaç kelimeden tanır.
 - Çelişkili renk bilgisi iade riskini artırır.
- **Ne yapılmalı:** Tek başlık şablonu kullanılmalı: Ürün tipi + Kumaş + Ayırt edici özellik + Kapama.
- **Örnek:**
 - Önce: "Mevlana Zambak Zarif Beyaz Papatya Dantelli Özel Tasarım Gizli Fermuarlı Kuşaklı Siyah Ferace"
 - Sonra: "Dantelli Ferace – Papatya Desen, Gizli Fermuarlı, Kuşaklı – Siyah"

3.3 Kategori ve özellik alanları

- **Ne gördük (en çok favorilenen 5 üründe):**
 - En çok favorilenen üründe renk özelliği "Bej", listede görünen renk ise "Taş".
 - Aynı üründe kol boyu "Omzu Açık" seçilmiş; kapalı giyim ürünü için yanlış bir değer.
 - Tek renk iki üründe renk alanı "Çok Renkli".
 - Bir üründe boy "Belirtilmemiş".
 - Doldurulan özellik sayısı ürüne göre 9 ile 18 arasında değişiyor.
- **Neden önemli:**
 - Müşteri filtreyle arar ("Siyah", "Uzun Kol" gibi).
 - Yanlış veya boş alan, ürünü filtre sonuçlarından düşürür.
 - "Omzu Açık" gibi bir değer hedef müşteriye uzaklaştırır.
- **Ne yapılmalı:**
 - Her ürün için zorunlu olmayan alanlar da dahil, tüm özellikler doldurulmalı: renk, boy (cm), kol boyu, kumaş, astar, kapama.
 - Bunun için tek bir kontrol listesi kullanılmalı.

3.4 Varyant düzeni

- **Ne gördük:**
 - Aynı ürün vitrinde birden fazla ayrı kart olarak var: ikili gömlek-etek takım en az 4 kart, kavin tunik 4 kart, triko tunik 3 kart.
 - En çok favorilenen ürün yalnızca "Standart" bedenle satılıyor. Benzer feracelerde 40–50 beden seçeneği var.
- **Neden önemli:**
 - Yorum ve satışlar kartlara bölünür; hiçbir kart yeterli yorum biriktiremez.
 - Tek beden, bedeni uymayan müşteriye kaybettirir.
- **Ne yapılmalı:**
 - Aynı modelin renkleri tek ürün altında varyant olarak birleştirilmeli.
 - Standart bedenli ürünlerde beden aralığı (ör. "38–44 bedene uyar") ve ölçü tablosu verilmeli.

3.5 Yorum ve soru analizi

- **Ne gördük:**
 - 36 ürünün 10'unda puan var.

- Puanlı ürünlerde değerlendirme sayısı 1 ile 6 arasında.
- Birabaya takımın puanı 3,6.
- En çok favorilenen 5 ürünün ikisinde hiç yorum yok.
- **Neden önemli:**
 - Rakiplerin ilk sıralardaki ürünlerinde 281 ile 1.624 arası değerlendirme var.
 - Yorumsuz ürün, daha pahalıysa tercih edilmez.
- **Ne yapılmalı:**
 - Teslimattan 5–7 gün sonra yorum isteyen paket içi kart eklenmeli.
 - Düşük puanlı ürünün yorumları okunup kalıp ve kumaş sorunu varsa açıklamaya yazılmalı.
 - Sahte yorum kesinlikle kullanılmamalı.
- **Panelle tamamlanacak:** en sık 3 şikâyet, cevapsız soru sayısı, cevap süresi.

3.6 Fiyat ve rakipler

"ferace" aramasında ilk sıralardaki satıcılar:

Sıra	Satıcı (anonim)	Fiyat	Puan	Değerlendirme
1	Rakip A	1.849,90 TL	4,6	755
2	Rakip B	484,90 TL	4,0	1.624
3	Rakip C	1.199,99 TL	4,4	65
4	Rakip D	2.100 TL	5,0	3
5	Rakip E	1.700 TL	4,1	542
6	Rakip F	1.799 TL	4,4	1.309
7	Rakip G	1.360,19 TL	4,5	399
8	Rakip H	1.399 TL	4,5	281
9	Rakip I	620,91 TL	2,0	1
—	Modaco (ferace)	1.263–3.280 TL	4,3–5,0	1–6

"abaya takım" aramasında ilk sıralardaki satıcılar 785 ile 3.119 TL arasında. Modaco abaya takımları 3.380–4.380 TL.

Yorum:

- Modaco fiyatları rakiplerin üst bandında.
- Bu fiyat, yorum ve marka güveni olmadan satmaz.
- İki yol var:
 - Fiyatı koruyup ürün sayfasını premium seviyeye taşımak: tek marka adı, net kumaş bilgisi, ölçü tablosu, yorum.
 - Ya da ilk yorumları toplayana kadar seçili ürünlerde kupon ve sepette indirim kullanmak.

3.7 Marka tutarlılığı

- **Ne gördük:**
 - Ürün kartlarında 4 farklı marka adı ve bir "Genel Markalar" kaydı var.
 - En çok favorilenen 5 üründe 3 farklı marka adı geçiyor.
- **Neden önemli:**
 - Müşteri markayı hatırlayamaz.
 - Marka adıyla arama oluşmaz.
 - Marka sayfası ve takipçi güveni bölünür.
- **Ne yapılmalı:** Tüm ürünler tek marka altında toplanmalı. Marka tescil ve yetki belgesi pazaryerinde tek kayıtlı yönetilmeli.

3.8 Diğer kanallar

- **Hepsiburada:**
 - Mağaza puanı 9,5, 143 takipçi, 51 ürün.
 - Fiyatlar Trendyol'dan düşük görünüyor; bir takım ürünü 702,76 TL, Trendyol'da benzer takım 1.250 TL.
 - Kanallar arası fiyat farkı bilinçli bir karar değilse fiyat politikası tek tabloda yönetilmeli.
- **Markanın kendi sitesi (WooCommerce):**
 - Meta Pixel, Google Analytics ve Google Ads etiketleri kurulu; bu iyi.
 - Ana sayfa yaklaşık 3,4 MB HTML; mobilde yavaş açılır.
 - Ürün adreslerinde "-6", "-7" gibi ekler var; aynı ürün birden çok kez oluşturulmuş.
 - Ana sayfada İade, Mesafeli Satış ve KVKK bağlantısı bulunamadı. Bunlar hem yasal zorunluluk hem güven unsuru.
- **Instagram:** Bu örnekte incelenmedi.

3.9 Reklam kontrolü

Panel erişimi olmadan değerlendirilmedi. Gerçek denetimde son 30 günün kampanya bazlı harcaması, reklamdan satış ve ROAS bu bölüme eklenir.

4. Öncelikli 10 düzeltme

Kolaydan zora, etkiden büyüğe sıralı.

#	Düzeltilme	Etki	Zorluk	Süre
1	En çok favorilenen ürünün renk, kol boyu ve beden bilgisini düzelt	Yüksek	Kolay	1 gün
2	Favoriye ekleyenlere ve sepette kupon tanımla	Yüksek	Kolay	1 gün
3	Tüm ürünlerde özellik alanlarını kontrol listesiyle doldur	Yüksek	Kolay	2-3 gün
4	Başlıkları tek şablona çevir	Yüksek	Orta	3 gün
5	Aynı modelin renk kartlarını tek ürün altında birleştir	Yüksek	Orta	1 hafta
6	Tüm ürünleri tek marka adına topla	Orta	Orta	1-2 hafta
7	Paket içi yorum kartı ve yorum isteme akışı	Yüksek	Kolay	1 hafta
8	Standart bedenli ürünlere ölçü tablosu ve beden aralığı	Orta	Kolay	2 gün
9	Kategori dağınıklığını azalt (ana odak ferace ve abaya, diğerleri ayrı koleksiyon)	Orta	Orta	1 hafta
10	Sitede İade, Mesafeli Satış, KVKK sayfaları ve hız iyileştirmesi	Orta	Orta	1 hafta

5. Tahmini etki

Garanti değil, tahmindir. Rakam verilmemiştir; ölçüm önce/sonra yapılmalıdır.

Düzeltilme grubu	Etkilediği metrik	Beklenen yön	Varsayım
Başlıklar ve özellik alanları	Aramada görüntülenme	Artış	Filtre ve aramada eşleşen ürün sayısı artar
Varyant birleştirme	Ürün başına yorum, dönüşüm	Artış	Yorumlar tek kartta toplanır
Yorum akışı	Dönüşüm oranı	Artış	Yorumsuz üründen yorumlu ürüne geçiş güveni artırır
Beden tablosu ve doğru özellikler	İade oranı	Düşüş	Yanlış beden ve renk beklentisi azalır
Kupon (favoriye ekleyenlere)	Favoriden satışa dönüş	Artış	36 bin kişilik hazır ilgi var

Ölçüm önerisi: Düzeltmelerden önce ve 30 gün sonra aynı metrikleri karşılaştırın: görüntülenme, ziyaret, sepete ekleme, satış, iade, değerlendirme sayısı.

6. Sonraki adım

- Düzeltmeleri kendiniz uygulayabilirsiniz.
- Uygulamayı bize bırakmak isterseniz iki seçenek var:
 - Mağaza Kurulumu ve Optimizasyonu:** 40.000 TL + KDV

- **Büyüme Yönetimi:** 30.000 TL + KDV / ay
- Denetim ücreti ilk faturadan düşülür.

WhatsApp: 0506 386 7602 · info@dijitalrota.com.tr · dijitalrota.com.tr