

## E-TİCARET PROJELERİNDE DOMAIN (ALAN ADI) YENİLİKLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

### A REVIEW ON DOMAIN INNOVATIONS IN E-COMMERCE PROJECTS

**Dr. Öğr. Üyesi Bilge TURP GÖLBAŞI**

İstanbul Gelişim Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, [bturp@gelisim.edu.tr](mailto:bturp@gelisim.edu.tr)

İstanbul / Türkiye

ORCID: 0000-0003-4386-7328

#### ÖZET

İnternetin ve dijital platformların gelişmesiyle birlikte dijital platformlara olan ilgi her geçen gün artmaktadır. E-ticaret projelerinde kullanılacak domainlerin seçimi artan kullanıcı sayısı, talep ve beklentiler ile birlikte günden güne daha karmaşık bir hal almaktadır. Bir markanın oluşumu ve reklam yönünün kuvvetli hale getirilip sürdürülebilmesi açısından değerlendirildiğinde kıymetli domainlerin (alan adı) boşta bulunamayacak kadar önemli olduğu görülmektedir. Bu durum sektör temsilcilerini domainler üzerinde yenilikler yapmaya zorlamaktadır. Bu amaçla çalışmanın ilk bölümünde domain kavramı konusunda backlink sorguları, spam skorları ve metrikleri gibi kapsamlı konular ve veriler incelenerek değerlendirilmiştir. Çalışmanın diğer bölümünde e-ticaret firmalarının domain yeniliklerine dair literatür taraması yapılmış ve bu alanda ortaya konulan yeniliklerden örnekler sunulmuştur. Çalışmanın literatüre katkısı, e-ticaret projeleri alt yapısını oluşturan, geliştiren veya geliştirecek olan kişi ya da kurumlar için domain hakkında belirleyici özelliklere vurgu yapmak ve çok yaygın olmayan, bilinmeyen domain yeniliklerine işaret etmektir. Buradan elde edilen sonuçlara göre kişi ya da kurumların dijital dünyanın dışında kalmamaları, gelişmeleri takip etmeleri ve projeleri için mümkün oldukça kısa, akılda kalıcı, yazıldığı gibi okunabilen, en fazla iki ya da üç heceyi geçmeyen domainleri tercih etmeleri gerektiği görülmektedir. Bununla birlikte tercih edilen domainle ilgili, iştilgal alanı bakımından ilgili marka sınıf kodlarını da gözeterek e-ticaret projelerinde domain ihtiyacı olan tüm kullanıcıların marka tescillerini, ürün tasarım patentlerini almaları ve e-ticaret sektörüne giriş yapmaları daha sonra karşılaşılabilecek sorunların önüne geçilmesine yardımcı olacaktır. Gelecekte e-ticaret projelerinde kullanılmak üzere akıllı domain üreten algoritmalar geliştirerek ihtiyaca uygun domainleri tespit edebilen, üretebilen ve süreçleri yönlendirip takip eden, geri dönüş sağlayan, uyarı veren sistemler tasarlayan yapay zeka sistemleri oluşturulabileceği öngörülmektedir. Bu aşamada ileride geliştirilebilecek algoritma ve sistemler için bu çalışma kapsamında ele alınan “metrikler, ticaret sitelerinin ve ICANN Kurumunun işleyişi, e-ticarette satış ve sonrası dikkat edilmesi gerekenler, yakın geçmişte yaşanan hukuki meseleler” gibi konular, süreçler ve geri dönüşlerin çözümünde araştırmacılara bir kaynak oluşturabilecek niteliktedir.

**Anahtar Kelimeler:** Elektronik Ticaret, Domain, Alan Adı, Teknoloji ve İnovasyon, Yenilik Yönetimi

## ABSTRACT

With the development of the internet and digital platforms, the interest in digital platforms is increasing day by day. The selection of domains to be used in e-commerce projects is becoming more complex day by day with the increasing number of users, demands and expectations. When evaluated in terms of the formation of a brand and its advertising aspect, it is seen that valuable domains (domain name) are too important to be idle. This situation forces sector representatives to make innovations on domains. For this purpose, in the first part of the study, comprehensive topics and data such as backlink queries, spam scores and metrics on the concept of domain were examined and evaluated. In the other part of the study, a literature review on domain innovations of e-commerce companies was made and examples of innovations in this field were presented. The contribution of the study to the literature is to emphasize the defining features of the domain for the people or institutions that create, develop or will develop the infrastructure of e-commerce projects and to point out the not very common and unknown domain innovations. According to the results obtained from here, it is seen that individuals or institutions should not stay out of the digital world, follow the developments and prefer domains that are as short as possible, catchy, readable as they are written, and do not exceed two or three syllables at most. In addition, it will help to prevent problems that may be encountered later, for all users who need domain names in e-commerce projects, taking brand registrations, product design patents, and entering the e-commerce sector, taking into account the relevant brand class codes regarding the preferred domain. It is envisaged that in the future, artificial intelligence systems can be created that can detect and produce domains suitable for needs by developing algorithms that generate smart domains to be used in e-commerce projects, directing and following processes, providing feedback, and designing systems that give warnings. At this stage, for algorithms and systems that can be developed in the future, issues such as "metrics, the functioning of trade sites and ICANN Institution, things to consider in e-commerce sales and post-sales, legal issues in the recent past", which are discussed in this study, are a resource for researchers in solving processes and returns. capable of creating.

**Keywords:** Electronic Commerce, Domain, Domain Name, Technology and Innovation, Innovation Management

## 1. GİRİŞ

Ülkemizde ve dünyada e-ticaret sektörü günden güne daha da büyümekte, e-ticaret firmalarının sayısı her geçen gün artmaktadır. Fiziksel satış kanallarına göre sanal pazarların bir hayli büyüdüğü günümüzde, ilk defa ticarete atılacak girişimcilerin ve fiziksel mağazalarında ticarete devam eden işletmelerin işini e-ticaret sektörüne taşımaya başlaması artık bir zorunluluk haline gelmiştir. Bunun yanı sıra ülkemizin ve dünyanın içinde bulunduğu pandemi gibi sorunlar, devletlerin almış olduğu kararlar nedeniyle oluşan kısıtlamalar fiziksel mağazaların müşteri sayılarında düşüşe sebep olmaktadır. Oysa e-ticaret sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin potansiyel müşterileri, kısıtlamalara tabii tutulsa bile internet erişimi olan herhangi bir yerden ürünleri inceleyebilmekte ve satın alabilmektedir. Dolayısıyla bu durum e-ticaret sektörünün popüleritesini artıran etmenlerin başında gelmektedir.

E-ticaret projelerinde domain seçimi günden güne daha da zor bir hal almaktadır. Çünkü her geçen gün artan kullanıcı sayısı ile birlikte marka oluşumu açısından ve reklam yönünün kuvvetli olması açısından değerlendirildiğinde kıymetli domainler boşta bulunamayacağı için çok yüksek bedeller talep edilmekte bu da sektör temsilcilerini domainler üzerinde yenilikler yapmaya zorlamaktadır. Örneğin kitap.com domainine sahip olamayan işletme kitapsepeti.com veya kitapdunyasi.com gibi yeni domain akımlarının peşinden gittiği görülmektedir.

Bu çalışmanın ilk bölümünde; “domain kavramı, domainlerin genel özellikleri, domainlerin yapısı, backlink sorgulamaları, spam skoru ve metrikleri, uzantıları ve kullanım alanları, nasıl alınacağı, güvenilir olup olmadıkları, kayıt süreci, domain kaydı yapabilmek için yetkili kurum ve kuruluşlar, ICANN kurumunun yapısı ve işleyişi, domainlerin kayıt, yenileme ve iptal süreçlerinde genel hukuk kavramı” gibi kapsamlı konular ve veriler incelenerek değerlendirilmiştir. Çalışmanın diğer bölümünde; e-ticaret firmalarının domain yenilikleri, belgesiz com.tr uzantılı domain alınmasının başlatılması, .com uzantılı domainlerin ethereum cüzdanı olarak kullanılması, dijital hizmet sağlayıcılar, domainler için SEO seçilmesi, e-ticaret projelerinde domain seçimi, e-ticaret sitesi ve pazar yeri işleyişleri, e-ticarette satış ve satış sonrası dikkat edilmesi gerekenler, yakın geçmişte yaşanan hukuki meselelerden örnekler verilmiş, literatür taraması" yapılmış ve bu alanda ortaya konulan yeniliklerden örnekler sunulmuştur.

## 2. DOMAIN KAVRAMI

Domain (alan adı) hatırlaması oldukça zor olan IP adresleri yerine daha kolay akılda kalan bir isimlendirme yöntemidir. Web siteleri için seçilen ismin .com veya .net gibi bir uzantı olarak kullanıma açık olan haline “domain” denilmektedir. Web siteleri için <https://168.49.154.9> gibi bir IP adresini akılda tutmak yerine istanbul.com ya da facebook.com gibi; IP adresi ile eşleştirilmiş bir domaini kullanıyor olmak kolaylık sağlamaktadır. Domain satın alma ya da tescil etme kavramı web sitesinin tek bir kişi tarafından kullanılması temeliyle oluşturulmuştur. Domainler, domainin mülkiyet sahibinden başka kimsenin kullanmaması adına yalnızca bir kişi üzerine kaydedilebilirler. Domainler belirli süreler ile kayıt altına alınmaktadır. Bu süre 1-10 yıl arasında değişebildiği gibi bu süre zarfında ilgili domain belirlenen yıl kadar süre boyunca kiralanmış olur (Düşen domainler ne kadar süre sonra kayıt edilebilir?, 2021). Domain ya da alan adları dijital dünyadaki aramalar için kullanıldığından son derece önemlidir. Domainler site hakkındaki ilk izlenimi sunar. Bireysel olarak ya da kurumsal olarak kullanıma açık olan domainler ile domainin bağlı olduğu web sitesinin benzer özellikleri taşınması gerekir. Domain adı ve site içeriği ne kadar benzer olur ise hem arama motorları ve kullanıcılar tarafından o derece güven olgusu oluşur. Bu da web sitenizin görünürlük bakımından arama motoru performansına etki eden durumlardan yalnızca birisidir (YOLUK, 2022).

### 2.1. Domainlerin Genel Özellikleri

Domainler; internet ortamında ulaşmak istediğimiz web sitelerinin yalnızca uzun rakam kümelerinden oluşan IP adreslerinin yerine kullanılan alan adlarıdır. Örneğin; her hangi bir internet tarayıcısı vasıtasıyla bir web sitesine erişmek istediğimizde 203.0.113.42 veya 2001:0002:14:5:1:2:35:2610 gibi uzun rakam ve noktalama işaretlerini kullanmaktansa [www.mng.com](http://www.mng.com) gibi yalnızca harflerden oluşan veya [www.r10.net](http://www.r10.net) gibi hem harf hem de rakamlardan oluşan fakat daha akılda kalabilecek, ilgili web sitesi tekrar ziyaret etmek istendiğinde kolaylıkla hatırlanabilecek isimler kullanılabilir. Kısa kelimelerden oluşan domainler, kullanıcıların daha kolay hatırlayabileceği ve akılda kalıcı isimler olmalarından dolayı daha çok tercih edilmektedir. İnternette bir web sitesinin sunduğu tüm bilgiler, hizmetler, yazılı ve görsel içeriklerin tamamı sunucular tarafından muhafaza edilmektedir. İnternet kullanıcısının bu sunuculara ulaşabilmesi ve görüntüleyebilmesi için; sunucu tarafından IP adresine sitenin bulunmakta olduğu dizine erişilmesi gereklidir. Bu aşamadan sonra IP adresinin bulunduğu uzun rakamların akılda tutulması oldukça zor olmaktadır. Bu kısımda ise devreye domainler girmektedir. Domainler vasıtasıyla IP adreslerine bağlanılır ve ilgili sitenin görüntülenmesi sağlanır. Sonraki aşamada ise daha erişilebilir bir internet sitesi açılışı sağlanmaktadır (WONG, 2019).

### 2.1.1. Domainlerin Yapısı

Domainler kullanım alanlarına göre alfabedeki harflerden, rakamlardan ve kısa çizgilerden oluşabilmektedir. Fakat günümüzde hem alım satım için hem de projelerde kullanılacak domain seçimi yaparken, domain içinde rakam veya tre işareti kullanımı benimsenmemektedir. Bunun yerine sadece harflerden oluşan ve içerisinde rakam ya da tire işareti bulunmayan, mümkün oldukça kısa veya iki kelimeyi geçmeyen harf sayısı bakımından da 15 karakterden fazla olmayan ve mutlaka yapacağımız işle ilgili anahtar kelimelerden en az birini içeren domainler tercih edilmektedir. Domain seçimi yapılmadan önce detaylı bir fizibilite araştırması yapılmalıdır. Örneğin; n11.com çok bilindik bir pazar yeri sitesi olarak kullanılsa da okunuşu aynı olduğu için en11.com web sitesinin de aynı firma tarafından kaydedilip asıl siteye DNS yönlendirme verilmesi firmanın müşteri kaybetmesinin kısmen de olsa önüne geçebilmektedir, ya da sahibinden.com web sitesi çok bilindik bir site olmasına rağmen yazım hatalarından dolayı kullanıcının adres çubuğuna sahibinden.com yazma ihtimaline karşı firmanın bu ismi de tescil edip asıl siteye yönlendirmesi fayda sağlayacaktır.

Domainlerin yapısını incelemeyen hemen önce URL'nin (Tekdüzen Kaynak Bulucu) tanımını kısaca yapmamız uygun olacaktır. URL; "Web sayfamızın tüm ayrıntılarının bulunduğu detaylı adresine URL denilmektedir. Şekil 1 'de belirtildiği üzere bir URL adresi; sırasıyla, protokol, alt alan, alan adı ve alan adı uzantısından oluşur (MÜYESSEROĞLU, 2018). URL yapısını açıkladıktan sonra domain yapısına göz atabiliriz. Domain yapısı URL içinde bulunan kısımlardan yalnızca biri ve kullanıcı açısından en önemlisidir. Çünkü kullanıcılar girmek istedikleri web sitelerine ulaşmak için internet tarayıcılarının adres çubuğuna çoğunlukla domain ve uzantısını yazarak ulaşırlar. Örneğin Google arama motorunun web sitesine girmek isteyen bir kullanıcı, internet adres çubuğuna <http://www.google.com> yazmak yerine muhtemelen yalnızca "google.com" yazarak ulaşmak isteyecektir. Bu da domainlerin ve domain uzantılarının önemini büyük ölçüde artırmaktadır.

### 2.1.2. Domainlerin Backlink Sorgulaması

Bir web sitesi kurmak için ilk olarak bu siteye domain satın almak gerekir. Domain sitenin internet üzerinde adı yani adresidir. Site Domainin sitenin içeriklerine uygun olması gerekir. Arama optimizasyonu motorlarına uygun bir site yaratmak için sitenin temelini sağlam atmak gerekir. Sitenin temelleri ne kadar sağlam olursa arama motorlarında o kadar hızlı yukarılara çıkar (SEO Temelleri: Arama Motoru Optimizasyonu için Yeni Başlayanlar Kılavuzu, 2019). Sitenin arama motorlarında yukarılara taşıma için çeşitli SEO (Search Engine Optimization) çalışmaları yapmak gerekir. İlk SEO çalışmalarınıza başladığınızda backlink kavramı olmaktadır. Backlink geçmişten günümüze siteleri üst sıraya taşıma adına kullanılan en etkili SEO yöntemidir. Bu süreçte karşınıza birçok SEO Terimi çıkacaktır. En önemlisi backlink olacaktır (KARAMAN, 2019). Backlink otoriter siteler üzerinden yeni açılmış sitelere verilen link olarak adlandırılabilir. Otoritesi oturmuş bir sitenin diğer siteye referans olma durumudur. Backlink yapısı oluşturularak farklı siteler ile bağlantı kurulur. Bunun beraberinde ziyaretçiler için faydalı bir yapı oluşur. Google Arama Motorları otoriter siteler tarafından önerilen siteleri daha kolay üst sıralara taşır. Arama motorları üzerinde daha üst sıralara çıkmak için arama motorlarının bizlere güvenmesi gerekir. Daha öncesinde arama motorlarının güvenini kazanmış siteler bizi referans olarak gösterirse yükselmemiz aynı boyutta kolaylaşır. Gerçek hayatta bir iş yaparken referans gösterdiğimiz kişiler ne kadar sağlamsa bizlere olan güvende aynı derecede artıyor. Aynı şekilde arama motorlarındaki işleyişte buna benzerdir.

### 2.1.3. Domainlerin Spam Skoru

Backlink konusundan bahsederken SEO'nun her zaman planlı bir şekilde yapılması gerektiğinden bahsetmek gerekir. Yeni bir siteyi arama motorlarına yükseltmek planlı bir şekilde yapılır. Plansız bir şekilde yapılan SEO yüksek ihtimalle başarısız olacaktır. Analiz Araçları sayesinde rakip siteleri analiz etmemiz gerekir. Planlı SEO oluşturmak için şu sorulara yanıt aramak uygun olacaktır: Rakip siteler hangi siteler tarafından referans gösterilmiş? Rakip siteler hangi anahtar kelimelerde üst sıralara yerleşmiş? Aynı kategoride hizmet veren sitelerin analizini yaparak bir SEO planı oluşturulabilmektedir. Tablo 1'de Backlink sorgulaması yapabilecek araçlar detaylı olarak gösterilmiştir (ERKAL, 2020).

**Tablo 1.** Backlink Sorgulama Araçları

Backlink Sorgulama Aracı	Açıklama
Ahrefs	Ahrefs, internet sitesi yöneten kişiler için kesinlikle sahip olunması gereken bir kaynaktır. Ahrefs internet üzerinde bulunan siteleri tarayarak siteleri analiz ederek raporlarını sunar. Bu analizlerden faydalanarak rakipler siteleri analiz edilebilir. Backlink sorgulaması dışında onlarca bilgiye tek tuşla ulaşmak mümkündür. Site için zararlı backlinkler oluşturulmaktadır. Ahrefs platformundan bu kaynakları bularak engelleyebilir. Domainlerin backlink sorgulaması için bir numaralı analiz aracıdır.
SemRush	İnternet üzerinde SEO yardımcısı platformlar bulunmaktadır. SemRush bu konuda en önde gelen platformlar arasında yer alır. Ahrefs gibi internet üzerindeki kaynakları tarayarak sizlere sitelerin analizlerini sunar. Bu SEO aracı sayesinde rakiplerinizin ve kendi sitenizin sahip olduğu backlinkleri analiz edebilirsiniz. Ücretli üyelik özelliği bulunur. Üyeliğinize giriş yaparak menü kısmından Backlink Analytics seçeneği kullanılabilir. Bu sayede çok kolay bir şekilde analizinizi tamamlayabilirsiniz.
Google Search Console	Ücretli araçların yanı sıra ücretsiz kaynaklarda bulunmaktadır. Google Search Console sayfasına ücretsiz olarak ekleyebilir. Ekledikten sonra panel üzerinden bağlantılar bölümüne giriş yaparak buradan siteniz ile ilgili bağlantıları ücretsiz olarak gönderilir. Site yöneticileri tarafından en sık kullanılan platformdur.
Moz	İnternet platformunda internet sitesi yönetenler tarafından en kaliteli bulunan platformdur. SEO aracı olarak tasarlanmış Moz site analizi konusunda oldukça kullanışlıdır. Platform üzerinden istediğiniz domaini aratarak son 30 gün harici backlink analizini listelenebilir. Bu platform üzerinden hangi uzantının sitenize link verdiğine dair detaylı analizleri de görülmektedir. Arama motorları gözünde otoriter siteleri referans göstermesi önemli olabilir. Aynı zamanda arama motorları sitenizi değerlendirirken site uzantısını da göz önünde bulundurmaktadır. Bu sebepten bazı uzantılara sahip siteler sitenizin sıralamasını olumsuz etkiler. Bu linklerden olumsuz etkilenmemesi için Moz ile analiz ederek sitenizin referans gösterildiği linkleri engelleyin.
Majestic SEO	Domainlerin backlink sorgulaması konusunda kullanabileceğiniz birçok platform yer alıyor. Majestic SEO diğerleri gibi backlink analizi konusunda başarılı bir platformdur. Ücretli hizmet sunmaktadır. Bu tarz kaliteli hizmet veren firmalar genel olarak ücretli hizmet sunmaktadır. Majestic SEO platformunun en önemli özelliği geçmişteki ve günümüzdeki backlink sayılarını kıyaslamamızı sağlar. Bu sayede sayılara göre daha net analizler yapılır.

Rakip sitelerin aklınıza gelebilecek tüm detaylarına erişmeniz gerekir. Domainlerin backlink sorgulaması SEO çalışması yaparken planlama kısmında yardımcı olacaktır. Rakip siteleri analiz etmeyi en çok kolaylaştıracak platform ise Ahrefs olacaktır. Çünkü SEO araçları arasında en çok detay veren platformdur. Bütün analiz platformlarının kendine özgü kaliteli olduğu konular bulunmaktadır. Tüm platformlar tek tek incelenip analiz edildiğinde zirveye Ahrefs almaktadır. Domainlerin Backlink sorgulaması yapılırken daha dikkatli davranmak gerekir. SEO kolay bir kavram değildir. En ufak detay zirveye taşıyabilir. Bu nedenle imkanlar dahilinde tüm platformları kullanmak gerekir. Tüm platformların kendine özgü profesyonelleştiği alanlar var. Tüm platformlardan faydalanarak siteler daha kolay üst sıralara taşınabilir. Spam skoru MOZ tarafından geliştirilmiştir. Herhangi bir sitenin Google tarafından cezalandırılması ya da siteler üzerindeki karşılaştırma sonucunu hesaplanmasını sağlayan bir algoritmaya verilen isimdir. Spam skoru hesaplanırken MOZ değerinden belirlenen 27 farklı metrik değerlendirme alınır. Sitenin yasaklanması tam sayılar ile olan benzerliği hesaplanır ve buna göre Spam Score ortaya çıkar. Temelde 27 metrik kullanılarak oluşturulan Spam skoru sitenin genel ölçümlenmesinde belirlenmesinde ya da backlinklerin kalitesinin kontrol edilmesinde sıklıkla kullanılır. Tablo 2’de bu metriklerin neler olduğu ve açıklamaları detaylı olarak gösterilmiştir (GÜNAÇAR, 2022).

**Tablo 2.** Spam Skoru Metrikleri

Spam Skoru Metrikleri	Açıklama
<b>Düşük Sayfa Sayısı:</b>	Sitenizde bulunan sayfa sayısının azlığı bir Spam sinyali olarak kabul edilir ancak kesin bir yargı değildir.
<b>Spam Domain Uzantıları Kullanımı:</b>	xyz, info, eg, cc, pl gibi domain uzantıları kullanımı çoğu durumda spam sinyali olarak kabul edilir (Spam Nedir? Spam Score Nasıl Azaltılır?, 2021). Google tarafından cezalandırılmış sitelerin neredeyse tümüne yakını kalitesiz ve kullanımı yaygın olmayan domain uzantılarını kullanmaktadır.
<b>Domain Uzunluğu:</b>	Normal standartlara göre gereğinden fazla uzun ve kullanıcı deneyimi dikkate alınmamış şekilde kullanılan alan adları Spam sinyali olarak kabul edilir.
<b>Google Font Kullanılmaması:</b>	Google tarafından cezalandırılmış sitelerin büyük bir çoğunluğunda Google font kullanımı görülmediğinden, Sitede Google font bulunmaması Moz tarafından Spam sinyali olarak kabul edilmektedir.
<b>Domainde Numara Kullanılması:</b>	Spam sitelerin önemli bir bölümünde görünen domain içerisinde numara kullanımı, Moz tarafından önemli bir Spam sinyali olarak kabul edilmektedir.
<b>Google Etiket Yöneticisi Kullanılmaması:</b>	Spam sitelerin neredeyse tamamında Google etiket yöneticisinin kullanımına rastlanmaz. Bu sebeple sitede Google etiket yöneticisi kullanılmaması Moz tarafından Spam sinyali olarak kabul edilmektedir.
<b>Doubleclick Kullanılmaması:</b>	Spam sitelerin tamamına yakını doubleclick etiketi kullanmadığından, doubleclick etiket eksikliği, Spam sinyali olarak kabul edilmektedir.
<b>Telefon Numarası Eksikliği:</b>	Spam sitelerin neredeyse hiç birinde gerçek telefon numarası bulunmadığından, sitenizde telefon numarası bulunmaması Moz tarafından Spam sinyali olarak kabul edilmektedir.

<b>LinkedIn Bağlantı Linklerinin Kullanılmaması:</b>	Spam sitelerin neredeyse hiç birinde gerçek bir linkedin sayfasına yönelik bağlantı bulunmadığından sitenizde linkedin bağlantısı bulunmaması bir Spam sinyali olarak kabul edilmektedir.
<b>Mail Adreslerine Yer Verilmemesi:</b>	Spam sitelerin neredeyse hiç biri sitede mail adreslerine yer vermez. Bu sebeple sitenizde mail adresinizin bulunmaması kuvvetli bir Spam sinyali olarak kabul edilmektedir.
<b>SSL Eksikliği:</b>	Spam siteler tarafından kullanılmayan bir diğer önemli metriğe SSL'dir. Spam sitelerin neredeyse tamamı SSL kullanmadığından, sitenizde SSL bulunmaması önemli bir Spam sinyali olarak kabul edilmektedir.
<b>Meta Anahtar Kelime Kullanımı:</b>	Google tarafından kullanımı sonlandırılan meta anahtar kelime etiketi kullanımı Spam sitelerde çok sık görüldüğünden sitenizde meta anahtar kelime etiketi kullanılması Moz tarafından Spam sinyali olarak kabul edilmektedir.
<b>Jumpshot Ziyaretçi Sıralaması:</b>	Metrikler içerisinde en ilginçlerinden bir tanesi olan jumpshot ziyaretçi sıralaması, Moz tarafından Spam sinyali olarak değerlendirilmektedir.
<b>Site Dışı Canonical Kullanımı:</b>	Site dışı canonical kullanımı, Moz tarafından Spam sinyali olarak kabul edilmektedir.
<b>Başlık Uzunluğu:</b>	İçeriklerinizde kullandığınız başlıkların çok kısa ya da çok uzun olması, Moz tarafından Spam sinyali olarak değerlendirilmektedir.
<b>Meta Açıklama Uzunluğu:</b>	Meta açıklamasının çok uzun ya da çok kısa olması, Moz tarafından Spam sinyali olarak değerlendirilmektedir.
<b>Uzun Meta Anahtar Kelime Kullanımı:</b>	Sayfalarda normalden daha uzun meta anahtar kelime kullanımı, Spam sinyali olarak kabul edilmektedir.
<b>Favicon Kullanılmaması:</b>	Spam sitelerin neredeyse tamamına yakını favicon kullanmadığından sitenizde favicon bulunmaması Moz tarafından Spam sinyali olarak kabul edilmektedir.
<b>Facebook Pixel Kullanılmaması:</b>	Spam siteler tarafından neredeyse hiçbir zaman kullanılmayan facebook pixel'in, sitenizde bulunmaması spam sinyali olarak kabul edilmektedir.
<b>Dış Link Kullanımı:</b>	Spam sitelerde dış link kullanımı ya çok az ya da çok fazla görülür. Bu sebeple her iki durumda Moz tarafından spam sinyali olarak kabul edilir.
<b>Bağlantı Verilen Site Sayısı:</b>	Spam sitelerde genellikle bağlantı verilen domainlerin sayısı normal seviyelerin çok üstündedir. Bu sebeple çok sayıda farklı siteye bağlantı verilmesi, Moz tarafından Spam sinyali olarak kabul edilir.
<b>İçerik Tutarlılığı ve Uyumluluğu:</b>	Spam sitelerin neredeyse tamamı siteleri ile konu olarak hiçbir yakınlığı bulunmayan sitelere link verirler. Bu sebeple siteniz ile içerik olarak tutarlılığı bulunmayan sitelere link vermeniz, Spam sinyali olarak kabul edilir.
<b>Ünlü ve Ünsüz Uyumu:</b>	Spam sitelerin domain adreslerinde ünlü ünsüz uyumuna dikkat edilmez. Bu sebeple domainler de ünlü ünsüz uyumuna dikkat edilmemesi de spam sinyali olarak kabul edilir.

<b>Domainde Tire (-) Kullanımı:</b>	<b>Spam sitelerin alan adlarında tire kullanımı oldukça yaygındır. Bu sebeple domainlerde tire kullanımı Spam sinyali olarak kabul edilir.</b>
<b>Linklerin Uzunluğu:</b>	Spam sitelerin link kullanımları genelde çok uzun ya da çok kısadır. Bu sebeple gereğinden fazla uzun ya da kısa url kullanımı Spam sinyali olarak kabul edilir.
<b>Zararlı Kelimelerin Kullanımı:</b>	Spam siteler genellikle web Spam konuları olarak kabul edilen alanlara yönelik anahtar kelime kullanımına çok sık yer verirler. Bu sebeple spam olarak kabul edilen; yetişkin içerik, ilaçlar ve kumar gibi alanlara yönelik anahtar kelimelerin, sık kullanımı Spam sinyali olarak kabul edilir.
<b>Yüksek TBM (Tıklama Baş Maliyet) İçeren Kelime Kullanımı:</b>	Spam siteleri genellikle bağlantı metinlerinde, farmasötikler, yetişkinlere uygun içerik, oyun ve diğerleri gibi web Spam konularıyla ilişkili belirli yüksek kullanıcı trafiğine ve tıklama maliyetine sahip kelimeleri kullanırlar. Bu sebeple bu kelimelerin sık kullanımı Spam sinyali olarak kabul edilmektedir.

## 2.2. Domain Uzantıları ve Kullanım Alanları

İnternet oluşumu gelişmeye devam ettikçe, tümleşik anahtarlama sistemiyle, bir yerden başka bir yere iletilmek istenen bilginin internet ortamında daha küçük bölümler halinde parça parça iletilmesini mümkün kılan TCP (Geçiş Kontrol Protokolü), bilgisayarların web sitelerini tanımakta kullandığı sayısal IP'ler (İnternet Protokolü), farklı bilgisayarlar arasında dosya alışverişini sağlayan FTP (Dosya Transfer Protokolü) protokolü, internet ortamındaki ana bilgisayarların listesini tutan DNS (Domain Sistemi) sistemleri ve buna bağlı olarak gelişen domain uzantıları ortaya çıkmıştır (Başlıca IoT (Nesnelerin İnterneti) Veri Protokolleri Nelerdir?, 2021). Domain uzantıları; com, net, org gibi popüler uzantılar olmasının yanında tr, us, ws, de, en, cc, at, be gibi ülkelere özgü uzantılar da kullanılmakta ve bu uzantıların sayısı her geçen gün artmaktadır. Domainlerin çeşitli uzantılarla meydana gelmesi bazı ihtiyaçlardan dolayı aynı zamanda birçok farklı oluşumu birbirinden ayırmayı amaçlamaktadır. Eğitim ve öğretim kurumlarının diğer kurum kuruluşlardan ayırt edilmesi için '.edu' uzantısı kullanılırken '.org' uzantısı ise vakıflar, dernekler ve organizasyonlar için kullanılan başka bir domain uzantısıdır. Bununla birlikte 'com' ticari faaliyetler içinde ilk kullanıma sunulan fakat günümüzde her domain için kullanılabilen en popüler domain uzantısıdır. Domainlere farklı uzantılar da verilmiştir. Ortaya çıkan bu birbirinden farklı domain uzantıları; global uzantılar ve yerel uzantılar olarak 2 temel kategoriye ayrılır. En fazla bilinen ve dünya genelinde kullanılan uzantı ise .com uzantısıdır. Domainlerin tescil süreçlerinde ilgili domain uzantısına göre farklı tescil şartları aranıyor olsa da domainler için tescil etme önceliği "ilk gelen alır" kuralına göre uygulanmaktadır (OĞUZ, 2018). Domain uzantılarını ve kullanım alanları Tablo 3'te ifade edilmiştir (GÜNEŞ, 2022).



**Tablo 3. Domain Uzantıları ve Kullanım Alanları**

Domain Uzantıları	Kullanım Alanları
.com	Ticari domain olarak üretilmiş olmasına rağmen günümüzde her tür site için kullanılmaya başlamıştır. İngilizce de “ commercial” anlamına gelmektedir. Genellikle ticari ve bireysel kullanıcılar tarafından tercih edilir. İngilizce’de “ commercial” anlamı ticari kullanım gibi algılansa da artık bireysel olarak da isteyen kişiler kullanmaktadır. Bu nedenle ticari tanımının dışına çıkmıştır.
.net	İngilizcede ağ uzantısı anlamına gelen “network” kelimesinden kısaltılmıştır. .net uzantılı domainleri Network anlamına gelmektedir. Çok fazla kişi tarafından tercih edilen üst seviye domain anlamını taşır. Minimum 2 maksimum 60 karakter olabilir. Türkçe karakter kullanılamaz, sadece alfa numerik karakterler kullanılabilir. Kayıt süresi 1 ila 10 yıl arasında değişiklik gösterebilir. Genellikle günümüzde marka tercihinde bulunan kurumsal işletmelerin büyük bir çoğunluğu .com uzantılı domaini kullanırken aynı zamanda .net alan adlarını da tescil ederek, .net domainleri .com uzantılı domainlere yönlendirmektedirler. Böylelikle hem marka adının kötüye kullanımı önlenmiş olmakta hem de potansiyel müşterilerin yanlışlıkla farklı web sitesine girmelerinin önüne geçilmeye çalışılmaktadır.
.org	Organizasyonlar için kullanılır “organization” kelimesinin ilk üç harfi kullanılmıştır. Vakıf ya da dernekler için yapılan başvurularda geçerlidir. Başvuru yapan organizasyon, vakıf senedi, kuruluş kanunu yala dernek tüzüğü’nün ilk 3 sayfası ile son sayfasının bir kısmını iletmek zorundadır. Domain satın alınacak firmaya bu belgeler resmi olarak iletmeli ve onaylanmalıdır. Proje ya da kongre gibi kar amacı olmayan kuruluşlarda nokta org.tr ikinci düzey alt domaine başvuru yapılabilir. Ayrıca sivil toplum kuruluşlarından destek yazısı almak şartı bulunur.
.biz	Bu uzantı iş, ticaret anlamına gelen “business” kelimesinden kısaltılmıştır. .biz uzantısı firma ya da uluslararası organizasyonlar tarafından tercih edilir. Herhangi bir kayıt koşulu yoktur. Herkes tarafından kaydedilebilir. Karakter sayısı 3 ile 63 arasında olmalıdır. İngilizcede Business kelimesinin kısaltılması olarak kullanılmaktadır. .biz uzantılı domainler iş çevreleri şirketler için özel olarak geliştirilmiştir. Ancak Türkiye’de anlamlı bir uzantı olmadığı için pek fazla tercih edilmemektedir.
.info	Uzantısı bilgi anlamına gelmektedir. İngilizcede “information” kelimesinin kısaltılmışıdır. Dünya genelinde üst düzey olarak görülen ve tercih edilen bir domain uzantısıdır. Herkes tarafından kullanılabilen ve tercih edilmesi mümkün bir domain. Şirketler ya da kişiler bir konu hakkında bilgilendirmek için oluşturmuş oldukları web sitelerinde bu uzantıyı tercih edebilirler.
.pro	Profesyonel anlamına gelmektedir. İngilizcede Professional” kelimesinin kısaltılmışıdır. Kişiyi özel olarak ticari ya da organizasyon bilgi paylaşımı için oluşturulmuş uzantıları temsil etmektedir. Hedeflere uygun proje bazlı ya da yatırım amaçlı işlemler için bu domain uzantısı tercih edilebilmektedir. Domain kaydetmek için herhangi bir belge evrak gönderimi söz konusu değildir dileyen herkes. Pro uzantısıyla domain kayıt edebilir.
.name	Gerçek isimler için bu uzantı kullanılmaktadır. İngilizcede “nickler” kelimesinden üretilmiştir.

<b>.edu</b>	Eğitim kurumları için türetilmiş bir domain uzantısıdır. “education” kelimesinin kısaltılmışıdır. Domainin tahsisi için domaini kullanacak üniversitenin rektörlük makamınca verilmiş, antetli kağıt üzerinde, rektör ya da ilgili 1. Derece imza yetkisi olan kişi tarafından imzalanmış ve kaşeli yazılı izin belgesinin ya da “Domain Tahsis Formu”nun yetkili kişi tarafından, imzalı ve kaşeli olarak “.tr” domain kayıt kuruluşuna gönderilmesi gerekmektedir.
<b>.gov</b>	Devlet kuruluşlarının domain uzantısıdır. “government” kelimesinin kısaltılmışıdır. Bu domainler devlet kurumlarına ait domain uzantılarıdır. Uzanti sadece devlet kurumlarına tahsil edilir. .gov domain uzantısı sadece özel yetki ve izinler alındıktan sonra oluşturulabilir.

Tablo 1’de gösterilen domain uzantılarının farklı özellikleri ve kullanım alanları bulunmaktadır. Ek olarak ülkelere özel ülke alan adlarının kısaltmaları da kullanılmaktadır (Ülke Kodlu Alan Adı Uzantıları ve Anlamları, 2018). Ülke domaini kaydederken bazı ülke kayıtlarında o ülkede ikamet adresi bulunmak zorundadır. Bu nedenle hangi ülkede olduğu fark etmeksizin o ülke kısaltması ile bir domain tescil edileceği zaman ikamet adresi belirtilmek zorundadır.

### 2.2.1. .COM Uzantılı Domainler ve Kullanım Alanları

Domain uzantısı ya da domain uzantısı üst düzey domain (Top Level Domain – TLD) URL’nin noktadan sonra gelen kısmı anlamına gelir. Ticari amaçlı ve şahıs tercihi olan. Com uzantılı domainler Web alanında en yaygın kullanılan uzantıdır. Ticari amaçlı olarak piyasaya çıksa da com uzantılı domainler her türlü site için kullanılmaktadır. İngilizce de “ Commercial” anlamını taşımaktadır. 1985 yılının Ocak ayında uygulamaya geçmiştir. O dönemde edu, .gov, .mil, .net, .org gibi alan adları ile birlikte en üst seviye domain haline gelmiştir. Dünya da en fazla kaydedilen domain uzantısı olan com ilk etapta kurumsal projeler için geliştirilse de günümüzde tüm web projeleri için kullanılıyor. Uzantısı.com olan domainler hem ticari amaçlı hem de bireysel olarak tercih edilen domain türüdür. Ticari amaç güden büyük şirketlerin ilk tercihidir. Ticari ya da bireysel olarak satın alınan com uzantılı domainler en sık tercih edilen domainlerdir. Com uzantılı domainler transfer edildikten sonra 1 yıl otomatik olarak uzamaktadır. Com uzantılı domainlerin transfer edilebilmesi için domainin kilitli olmaması gerekir. Transfer işlemlerinin başlayıp sorunsuz bir biçimde bitebilmesi için domain yönetici bilgilerinde bulunan e-posta adresinden onay verilmesi gerekir. İletinin onaylanmasının ardından daha sonra eski kayıt firması transfer işleminin durdurulması için ileti gönderir. Com domainler en az 3 en fazla 63 karakter uzunluğunda olabilmektedir. Türkçe de yer alan (ç, ğ, ı, ö, ş,ü) harfleri ile domain kaydı yapılabilmektedir. Dünya da uzun yıllardır en fazla kullanılan domain uzantısıdır. Commercial (Ticari) kelimesinden türese de bireysel olarak da açık ara en fazla kullanılan domain türü olarak ön plandadır. Com uzantısı 131 milyon kayıt rakamına sahiptir. Ek olarak akılda kalıcılığı en yüksek domain uzantısıdır. Satış yapmak istenildiği zaman Com uzantılı domainler kolay bir şekilde satılabilmektedir. Her türlü web sitesi için kullanıma uygundur. Türkiye de Türkiye’nin, ICANN (Domain düzenleme ve denetleme yetkisi bulunan en yetkili kurum) onaylı firmalardan kayıt yapmak çok daha akıllıca olacaktır. Domain kişi ya da şirketlere kayıtlı olacağından dolayı com uzantılı domain ile alakalı yasal hak talep edebilmek için ICANN onaylı olması önemlidir.

#### 2.2.2.1. .COM.TR Uzantılı Domainlerin Özellikleri

İnternet ortamında geçmişten günümüze inceleme yapıldığında en çok kullanılan domain uzantıları com ve net uzantılarıdır. Ülkemizde zamanla yaygınlaşan tr uzantılı alan adları da dikkat çekmektedir. Bu uzantıya sahip olmak için çeşitli belgelere sahip olmak gerekir. Gerekli prosedürleri izleyerek com.tr domain alınabilir.

Com.tr alan adı ilk olarak tanınmaya başlandığında marka sahipleri ve işletmeler tarafından kullanılmaktaydı. Sonrasında bireysel olarak da satın alınmaya başlandı. Ortadoğu Teknik Üniversitesi'ne bağlı olarak faaliyet gösteren kurum tarafından bu uzantı tescil edilmektedir. Bu uzantıyı almak için 2022 yılına kadar belge zorunluluğu bulunmaktaydı fakat 2022 yılı Ocak ayında TRABİS kararı gereği artık com.tr uzantılı domainler de belgesiz ve evraksız olarak alınmaya başlanacağı belirtildi. Bu konunun etkilerini ise ancak kanun yürürlüğe girdikten ve kullanıma başladıktan sonra ele alabileceğiz. Com.tr uzantısının diğer domain uzantıları gibi avantajları bulunmaktadır. Avantajları arasında ilk sırada güvenilirlik esas alınmaktadır. Com.tr domain belirli belgeler ile satın alındığından kullanıcılara güven aşılır. Ticari bir faaliyet gösteren siteler üzerinde büyük bir etkisi vardır. Com domaine sahip siteler tr olarak aynı domaine sahip olabilirler. Prestijli bir domain uzantısına sahip olmak isteyen kullanıcılar tarafından daha çok tercih edilmektedir. Son zamanlarda tercih edilmesinin en büyük sebebi kurumsal imaj yansıtması ve bununla birlikte kalite algısı oluşturmalarıdır.

#### 2.2.2.2. Com.tr Domain Nasıl Alınır?

Domain uzantıları satın almak günümüzde sanıldığı kadar zor değildir. İnternet üzerinde domain satın alabilecek sağlayıcılar bulunmaktadır. Bu sağlayıcılar üzerinden domain uygunluğu ve domain uzantısı kontrol edilerek hizmetten faydalanılır. Domain alınacak firma üzerinden domain uzantısı seçilerek domain belirlenir. Kriterlere uygun bir domain seçilerek bireysel ve kurumsala göre belgeler domain sağlayıcısına yollanır. Kontrol edildikten sonra domain kaydı yapılır. Geçmişte ODTÜ tarafından com.tr domain satın alınıyordu. Günümüzde internet üzerinde herhangi bir domain sağlayıcısı üzerinden bu domain satın alınabilmektedir. Bireysel ve kurumsala göre farklı evraklar istenebilmektedir. Domain tahsis için dilekçe yazılması, domain sağlayıcısı ile iletişime geçilerek detaylı bilgi alınması, oda sicil kayıt belgesi, marka başvuru belgesi, ticari sicil belgesi, güncel faaliyet belgesi, Marka tescil belgesi, Esnaf ve Sanatkârlar Odasından Sicil Tasdiknamesi gerekebilmektedir. Kurumsal başvurular bireysele göre daha zahmetlidir. Gelecek zamanda daha da yaygınlaşacağı düşünülen bu alan adlarına belgelerle birlikte başvuru yapılabilmektedir.

#### 2.2.2.3. Com.tr Domain Güvenilir mi?

Com.tr Domainin en çok tercih edilme sebebi güvenilir olmasıdır. Markanın prestijini ve kalitesini artırır. Kişilerin dikkatini kalite ve güvenilirlik ile çeken markalar bunu kanıtlamaktadır. Birçok adı duyulmuş kaliteli firma tarafından com.tr hizmeti verilmektedir. ODTÜ üzerinden kayıt yapılırken tüm domain sağlayıcıları tarafından kayıt yapılmaya başlanmıştır. Bu gelişmeler com.tr Domainin güvenilirliğini kanıtlar niteliktedir. Şu an için com.tr uzantılı domainler belirli kurumlar tarafından belgeli ve evraklı olarak kaydedilebilmekte iken 2022 Ocak ayı içerisinde yapılan çalışmalarda TRABİS'in belgesiz ve evraksız olarak da com.tr uzantılı domainlerin kaydedilebilmesine imkân tanıyacağı ön görülmekte ve e-ticaret sektörüne etkileri de zamanla anlaşılacaktır.

#### 2.2.2. .NET Uzantılı Domainler ve Kullanım Alanları

Domain uzantıları arasında bazı farklılıklar bulunabilir. Domain uzantıları arasında yer alan .net domain uzantısı büyük çoğunlukla teknoloji ve internet servis sağlayıcıları tarafından kullanılır. Bir başka deyişle internet ile alakalı işlem yapan kişi ya da kurumlar tarafından kullanılmaktadır. .net uzantısı genellikle bu tarz işlemlerle uğraşan kurumlar için üretilmiştir. Özellikle uluslararası alanda bu kullanım her ülkede benzerlik taşımaktadır. Özellikle ülkemizde de domain uzantıları kullanımı Türk Telekomünikasyon Kurumu'ndan onay alındıktan sonra .net.tr olarak izin verilmektedir. Ayrıca yine Türk Telekomünikasyon Kurumu Kurulu tarafından verilen İSS belgesini alması gerekir. "Network" anlamına gelen, çok tercih edilmekte olan ve üst seviye domainlerdir. "Network" herkes tarafından kullanılan ve tercih edilen domain uzantısıdır.

Minimum 3 Maksimum 63 karakter alfa numerik karakterler ve “-“ kullanılabilir. Türkçe karakter kullanılmaz. Domain sadece alfa numerik karakterlerle başlayabilir. Minimum 1 Yıl - Maksimum 10 Yıl süreyle kaydedilebilirler. .net uzantılı domainlerin tamamı satın alındıktan 1 yıl sonra otomatik olarak uzatılırlar. .net uzantılı domainlerde transfer işlemlerinin olabilmesi için domainin kilitli olmaması gerekir. Transfer işlemleri için e-posta onayına ihtiyaç vardır. .net uzantılı domainler diğer domain türlerine göre dış transferde biraz daha yavaştır demek yanlış olmaz. Genellikle 7 iş günü içerisinde .net uzantılı domainlerin transferi yapılır. .Com ve .net alan adları arasında bir takım farklılıklar vardır. Her iki domain uzantısı da en popüler domain uzantıları olarak ön plandadır. .com uzantılı bir domain alacaksanız ancak doluya .net domainine yönelerek alternatif bir isim kullanılabileceği gibi var olan .com uzantılı domainlerin yanına .net uzantısına da alıp birlikte kullanmak en faydalı seçenek olacaktır. .net domain network yani ağ anlamına gelir. İnternet ağ ve e-posta servis sağlayıcıları için tasarlanmıştır. Büyük bir marka ya da online web sektöründe yer alan kurumsal firmalar için uygundur. Hali hazırda domain uzantılarının % 4’ü .net uzantısına sahiptir. Kariyer.net gibi köklü web siteleri uzun yıllardır bu uzantıyı kullanmaktadırlar.

### 2.2.3. .ORG Uzantılı Domainler ve Kullanım Alanları

Domain uzantılarından bir tanesi olan .org sıklıkla internet ortamında aranmaktadır. İngilizcesi “organization” kelimesinden gelen .org organizasyon kelimesi kurum ya da teşkilat anlamına gelmektedir. Özellikle uluslararası alanda .org uzantısı Vakıflar ve Dernekler tarafından sıklıkla tercih edilmektedir. Ayrıca kâr amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşları da .org uzantısını alabiliyor ve faaliyetlerine bu uzantı üzerinden devam ediyor. Özellikle Türkiye’de hizmet sunan Dernek ve Vakıflar için de benzer durumlar söz konusudur. Vakıflar internet ortamında daha aktif olduğu için bu tür kurumlarda da .org uzantısını sıklıkla tercih etmektedir. Özellikle web sitesi kurmaya karar veren kurumlar domain uzantıları edinirler ve genellikle .org tercihi bulunurlar. .org uzantısı alabilmek için bazı belgelerinde aracı sitelere sunulması gerekiyor. Vakıf senedi, Dernek tüzüğü gibi belgelerin domain satın alınacak firmaya ulaştırılması gerekmektedir. Bu belgeler domain firmasına sunulur ve onay beklenir. Sunulduktan sonra faaliyetlerine devam edebilir. Özellikle kâr amacı gütmeyen çeşitli sivil toplum kuruluşları en az 3 yıllık Sivil Toplum Kuruluşu destek yazısını alarak .org domain uzantısı için başvurular gerçekleştirebilirler.

### 2.2.4. Diğer Uzantılı Domainler ve Kullanım Alanları

Domain uzantılarının bazı görevleri vardır. Web sitesinin hangi kategori de olduğunu ayrıca hangi ülkeye ait olduğunu belirler. Com uzantıları çoğu zaman ticari faaliyetler için kullanıma uygunken .org uzantısı dernek ya da vakıflar tarafından kullanılır. Domain seçmeden önce bir diğer adım girilecek sektöre uygun olup olmadığını anlamaktır. Akılda kalıcı bir domain belirledikten sonra o alana uygun domain uzantısı tercih edilir. En sık tercih edilen 5 domain uzantısı; .com, .net, .org, .co, .us olarak karşımıza çıkmaktadır. Listenin daha detaylı örneğini Tablo 4’te gösterilmiştir (Web Sitesi Alan Adı Uzantıları, 2015).

**Tablo 4.** Alan Adları Uzantı Listesi

<b>.COM</b>	Genel ve Ticari konularda kullanılır. Akılda kalması kolay olduğu için web sayfalarında öncelikle aranan isimdir.
<b>.NET</b>	Network. Ağ ve örgütlenme anlamında kullanılmaktadır.
<b>.ORG</b>	Organizasyonlar için kullanılır.
<b>.AERO</b>	Hava endüstrisi tarafından kullanılır.
<b>.ASIA</b>	Asya ülkelerine ait alan adıdır.
<b>.BİZ</b>	İş ile ilgili konularda kullanılır.
<b>.CAT</b>	Catalan dil ve kültürüne ait sitelerde kullanılır.
<b>.COOP</b>	Kooperatifler tarafından kullanılır.
<b>.EDU</b>	Üniversite ve kolej gibi eğitim kurumları olabilir.
<b>.GOV</b>	Hükümet kurumları kullanılmaktadır.
<b>.İNFO</b>	Information. Bilgi siteleri için kullanılır.
<b>.İNT</b>	Uluslararası organizasyonlar için ayrılmıştır.
<b>.JOBS</b>	İş ve işçi ilanları veren siteler için hazırlanmıştır.
<b>.MİL</b>	Kısaca military, ordu kuruluşları için ayrılmıştır.
<b>.MOBİ</b>	Kısaca Mobile, cep telefonları için web sitesi
<b>.MUSEUM</b>	Müzeler için
<b>.NAME</b>	Kişisel siteler için
<b>.PRO</b>	Kısaca Professional, meslek sahipleri için
<b>.TEL</b>	İletişim servisleri tarafından kullanılır.
<b>.COM.TR</b>	Ticari faaliyet gösteren kişi ya da kurumlara verilir
<b>.ORG.TR</b>	Vakıf, dernek, kar amacı bulunmayan oluşumlar ve benzeri sivil toplum örgütleri için kullanılır
<b>.AV.TR</b>	Türkiye Barolar Birliğine kayıtlı avukatlar içindir.
<b>.POL.TR</b>	Polis, emniyet teşkilatı için
<b>.BEL.TR</b>	Belediye teşkilatları için
<b>.MİL.TR</b>	Askeri kurumlar için
<b>.BBS.TR</b>	Bulletin Board System: Mesaj sistemleri için
<b>.K12.TR</b>	Milli Eğitim Bakanlığınca onaylanmış öğretim kurumları
<b>.EDU.TR</b>	Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK) tarafından tanınan eğitim kurumları
<b>.NAME</b>	T.C. vatandaşları ile Türkiye’de yaşayan yabancı kişiler için tanıtım

### 2.3. Domain Kayıt Süreci

Hayalimizdeki domaine sahip olmanın birden fazla yöntemi mevcuttur. Bunlardan ilki projemizi en iyi anlatan domainin ICANN tarafından yetkilendirilmiş bir domain kayıt kuruluşundan istenilen domaini kaydetmektir. Domain kayıt işlemi en az 365 günlük en çok ise 10 yıl olarak kaydedilebilmektedir. Domainler hiçbir şartla ömür boyu kullanılamazlar. Belirlenen süre sonunda yenilenmediği takdirde silinme periyoduna düşer. Süresi dolan domain, sahibinin yenilemeyi unutmamasından veya vefat etmesinden kaynaklı da yenilenmemiş olabilir. Bu durumda domain sahibinin ek bir cezai bedel ödemesi şartıyla tekrar yenileyebilmesi için 76-80 gün arasında askıya alınır. Bu süre zarfında domainin yönlendirildiği web sitesi kapatılır. Domain uzantısı; üst düzey domainlerde (Top Level Domain – TLD) noktadan sonra gelen bölümü ifade eder (Domain nedir, Doğru domaini nasıl seçeriz?, 2022). Ticari amaçlı ve şahıs tercihi olan .com uzantılı domainler web alanında en yaygın kullanılan uzantıdır. Ticari amaçlı olarak piyasaya çıksa da .com uzantılı domainler her türlü site için kullanılmaktadır. İngilizce de “ Commercial” anlamını taşımaktadır.

1985 yılının Ocak ayında uygulamaya geçmiştir. O dönemde edu, .gov, .mil, .net, .org gibi alan adları ile en üst seviye domain haline gelmiştir. Dünya da en fazla kaydedilen domain uzantısı olan .com ilk etapta kurumsal projeler için geliştirilse de günümüzde tüm web projeleri için kullanılabilir (The Domain Name Industry Brief, 2013). Tablo 5.'te domainlerin kayıt periyotları aşamalar halinde gösterilmiştir (Alan Adı Yaşam Periyodu, 2022).

**Tablo 5. Domain Kayıt Periyodu**

Domain Kayıt Periyodu	Açıklama
Kayıt edilebilir [Is Available]	Domaini boşta ise kayıt edilebilir anlamına gelmektedir. .com domain sorgulamasında domainin kayıt edilmeye müsait olması durumlarında isteyen kişi, kurum ya da kuruluş. Com uzantılı domain kayıt edilebilir. Herhangi bir domain boşta ise herkes tarafından kayıt edilebilir. Yapılan sorgulama da 'kayıt edilebilir' görünüyorsa satın almaya uygundur.
Aktif [Active]	Domain yenileme işlemi 1-10 yıl arasında yapılabilir. .com uzantılı domainler bitiş tarihinden önce yenilenmek zorundadır. 1-10 yıl içerisinde uzatma hakkı domain sahibi aittir. Domain süresi en az 1 en fazla 10 seni süreyle kayıt edilebilir. Domain yenileme hakkı öncelikli olarak hak sahibindedir.
Askıda [On Hold Period]	Domain kayıt süresinin bittiğini temsil eder. Bu alan adları domain firmaları tarafından askıya alınır. Firma isterse dondurur, ya da park eder. Domain sahibi 30 günlük süreç içerisinde isterse standart ücret üzerinden yenileme gerçekleştirebilir. 30 gün boyunca yenileme hakkı ekstra bir ücret ödmeden domain sahibine aittir. Önemli olan husus 30 günün sonunda yenileme yapıp yapılmadığıdır. Yenileme yapılmaz ise süreç silinmeye doğru ilerler.
Rehinde [Redemption Period]	Domainin aktif yaşamının 40 gün sonra biteceğini anlamını taşır. Tekrar aktif hale gelebilmesi için domain şirketlerine yüklü ödemeler yapmak gerekir. Rehinde [Redemption Period] olan. Com uzantılı domain 100 Dolar ve üstünde bir ücret ile ceza ödemesi yapılır ve sonra domain ücreti ödenir. Daha sonra kullanıma açılır. Bu süreç silinmeden önceki süreçtir ve artık Domaini geri alabilmek için ücret ödemek gerekir. Satın alınan miktarların çok daha üstünde bir kurtarma ücreti ödenir. Hak sahibi Domaini satın alan kişi olsa da yasal prosedür gereği 100 Dolar ya da biraz daha üzerinde bir ödeme yapılmasıdır.
Silinme Periyodu [Pending Delete Period]	Domainin artık silineceği anlamını taşır. 5 gün süreyle yenilenme ceza işlemleri yapılmazsa domain yeniden satışa çıkar. Bu süre zarfında ( 5 gün) yenileme yapılmaz ise başka kişiler tarafından satın alma işlemi yapılır. Domain için son dönüm noktasıdır. Domaini artık başkaları alabilir hale gelir. 5 günlük süreçte yenileme işlemleri gerçekleşmez ise silinme yani artık başkasının. Com uzantılı Domaini kendisi alabileceği hale gelir.

### 2.3.1. Domain Kaydı Yapabilmek İçin Yetkili Kurum ve Kuruluşlar

Herhangi bir domaini doğrudan satın almak mümkün değildir. Yalnızca bir kereye mahsus olarak 10 yıla kadar kiralama hakkına sahip olursunuz domain şirketleri genellikle yıllık yenileme ya da yıllık abonelik seçenekleri sunmaktadır.

Domain şirketleri genellikle otomatik yenileme alanı durumunu saklayabileceğiniz sistem ya da e-posta hatırlatıcı gibi özellikler ile birlikte kullanabileceğiniz bir kullanıcı hesabı sağlar. Bu sistemi kullanmak devam ettirmek tekrar kiralamak kullanıcının elindedir. Yeni domain kiralayan ya da hosting satın alan kişilere domain registrant denir.

Her domain kaydı aynı işlemler ile ilerlemez, prosedürlerde farklılık olabilir. Domain kayıt işlemlerinin bir kısmı tescil ettiren kişiye bağlı olmak üzere domain sahiplerinin veri tabanları dahil etmesi ile alan adlarına ek olarak tüm alan adları sahiplerinin ana iletişim bilgileri de burada yer almaktadır. Bunun nedeni ise yasadışı amaçlarla kullanılan internet sitelerinin takibinin yapılabilmesidir. Özel domain sayesinde artık günümüzde çok sayıda farklı seçenekler sunulmaktadır. Domain kayıt kuruluşları tarafından sunulan bu seçenekler sayesinde herhangi bir zorunluluk da bulunmamaktadır.

Domain kayıt şirketleri isteğe bağlı olmak üzere dizinde kendi adınızı ya da şahsi bilgilerinizi göstermeniz engellenebilir. Bu kişilerin bireysel olarak hakkıdır ve bilgilerini ise kanuna uygun şekilde iletişim bilgilerini koyarlar burada çoğu zaman domain kaydettiren kişinin bir iletişim e-posta adresi bulunmaktadır. Bilgisayarlar internet sitelerini tanımak için alan adlarını değil IP adresini kullanırlar. Yani alan adları sunucuları ikili arasında çeviri yapan bir sistem olarak algılanabilir. Hatta buna domain sunucusu teknolojisi denebilir. Domain tarayıcıya bir domain yazıldığında ya da bir bağlantıya tıklandığı zaman otomatik olarak internet kullanıcıyı doğru web sayfasına gönderir. Domain sunucu da burada kullanılan bir sistemdir doğru verilerin aktarılmasını sağlamak amacıyla makineler arasında kullanılan bir protokol olarak isimlendirilir.

### 2.3.2. ICANN Kurumunun Yapısı ve İşleyişi

İnternet Tahsisli Sayılar ve İsimler Kurumu (ICANN, İngilizce Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) 1998 senesinde kurulmuştur. Herhangi bir kâr amacı bulunmayan Güney Kaliforniya merkezli bir kuruluş olarak ifade edilmektedir. ICANN DNS denetleme gibi önemli bir göreve sahiptir (CENİKUT, 2020). Bu yetki daha önceleri ABD hükümeti tarafından ICANN'e verildi. ICANN aynı zamanda internet ortamında düzenleme görevine de sahiptir. DNS ortak bir uluslararası kontrol ile gerçekleşir. Bu durumun ortaya çıkması ile birlikte ICANN'in geçiş dönemi de yeni düzenlemeleri beraberinde getirir. ICANN temel görevleri arasında internet ortamına geçerli adresini bulmak isteyen kişilere yardım etmesi gelmektedir. Bu yardım sürecinde DNS teknik özelliklerini de yönetilmesi ile birlikte uyumlu bir ilişki halindedir. Bu ilişki internet ortamında yapılan tüm işlemlerde teknik görevlendirilen dağılımı ile birlikte devam etmektedir. Domainlerin kullanma yetkilerinin dağıtımını gözlemleyerek yapar ve bu konuda profesyonel olarak çalışır. Ayrıca ticari e-postalar veri korunması mail işlemleri gibi kullanıcıları doğrudan etkileyen problemleri çözmektedir. ICANN tam anlamıyla profesyonel şekilde hizmetler vermektedir. Uluslararası anlaşmalar hükümetler organizasyonlar kurumlar şirketler ve küresel anlamda korunmasına yardımcı olabilecek çok sayıda ortakla çalışmaktadır. Satın almak veya kaydetmek istenilen domainlerin ICANN akredite kurumlardan sağlanması, projelerin hem dijital ortamlarda hem de hukuk platformlarında daha güvenli hareket etmesini mümkün kılmaktadır. Projeleri hayata geçirdikten sonra domainlerle ilgili ortaya çıkabilecek hukuki problemlerde ICANN akredite firmalardan hizmet alınmış olması büyük önem arz etmektedir. Şekil 1 'de, Türkiye'de yer alan ICANN tarafından akreditesi tamamlanmış domain kayıt firmalarını ve iletişim bilgilerini görebilmekteyiz (List of Accredited Registrars, 2021).

Registrar Name	IANA Number	Country/Territory	Public Contact
<a href="#">AeroteK Bilisim Sanayi ve Ticaret AS</a>	1534	Turkey	Dogan Ender Yenice Tel: +90 2623245555 <a href="mailto:public@aeroteK.com.tr">public@aeroteK.com.tr</a>
<a href="#">Alantron Inc.</a>	898	Turkey	Alantron Destek Tel: +90 2166062915 <a href="mailto:destek@alantron.com">destek@alantron.com</a>
<a href="#">Atak Domain Hosting Internet ve Bilgi Teknolojileri Limited Sirketi d/b/a Atak Teknoloji</a>	1601	Turkey	Bahaddin Yazici Tel: +90 011902623259222 <a href="mailto:byazici@atakteknoloji.com">byazici@atakteknoloji.com</a>
<a href="#">FBS Inc.</a>	1110	Turkey	Selim Okten Tel: +90 8502000444 <a href="mailto:info@isimtescl.net">info@isimtescl.net</a>
<a href="#">IHS Telekom, Inc.</a>	1091	Turkey	C. Emre Sayin Tel: +90 2165460056 <a href="mailto:icann@hs.com.tr">icann@hs.com.tr</a>
<a href="#">İsimtescl Bilisim A.Ş.</a>	3826	Turkey	Selim Okten Tel: +90 8502000444 <a href="mailto:info@isimtescl.net">info@isimtescl.net</a>
<a href="#">Nics Telekomunikasyon A.Ş.</a>	1454	Turkey	Nics Telekom Tel: +90 2122132963 <a href="mailto:customerservice@nicproxy.com">customerservice@nicproxy.com</a>
<a href="#">ODTÜ Geliştirme Vakfi Bilgi Teknolojileri Sanayi Ve Ticaret Anonim Sirketi</a>	3871	Turkey	METUnic A.S. Tel: +90 3129881106 <a href="mailto:info@metunic.com.tr">info@metunic.com.tr</a>

Şekil 1. ICANN Akreditesi Bulunan Türk Domain Firmaları

### 2.3.3. Domainlerin Kayıt, Yenileme ve İptal Süreçlerinde Genel Hukuk Kavramı

Alan adlarının büyük kısmı yasal düzenlemelerle koruma altına alınmıştır. Alan adlarını tahsisine ve bu alanda meydana gelen uyuşmazlıkların tamamını çözülmesi çözümüne ilişkin birtakım kurallar getirilmiştir. Alan adları yönetim niteliğine göre değişiklik gösterir. Eğer yüksel öncelik içermeyen bir domain kullanıyorsa tescil ettirmek isteyen kişiye tescil başvurusu anında herhangi bir belge sorulmaz. Ancak tersi bir durum söz konusu olur ise belgeler istenmektedir. Bu nedenle de belge istenmesi son derece normaldir. Alan adlarının kullanımının hızlı yaygınlaştırılması birtakım sorunları da beraberinde getirmiştir. Domain tescili talebinde bulunan başvuru sahibi tescil edilecek domain üzerinde hak sahibi olduğunu ispatlamalıdır. Bu durumda olumlu ve olumsuz bazı durumlar ortaya çıkabilmektedir. Alan adlarının tekniğinde özellikle TR uzantısı olmayan alan adlarında tescili de genellikle ilk gelen alır kuralı geçerlidir. Aynı Domainin başka bir tane daha olmaması nedeniyle beraberinde teknik sorunlar da yaşanabilmektedir. Burada en önemli sorunların başında başka bir markası işletme adı ticari alan adlarının kullanımında meydana gelecek uyuşmazlıklar ile alakalı çözüm yollarının başında niteliğe göre değişmek gelmektedir. Birinci derecede yargı yoluna başvurulması halinde uygulanacak kurallar Hukuk Tespit Milletlerarası Özel Hukuk ve Usul Hukuku Hakkında Kanun (MÖHUK) hükümlerine göre tespit edilir (Domain (alan adı) ihlali, 2022). Kendisine tahsis edilen domainden herhangi bir kişi tahsil süresinden önce feragat edebilir. Domain üzerinde feragat etmek isteyen bu kişiler adı sahibi ve bu talebini hizmeti aldığı kayıt kurumuna belirtmek zorundadır. Feragat talebi kayıt kurumlarının merkezi kuruluşları tarafından gerekli işlemlerin tamamlanmasından sonra geçerlilik kazanır. Ancak domain yetkili kurum tarafından iptal edilecektir. Bu nedenle de iptalin düzenlemesi söz konusu olan yönetmeliğin 12. maddesindeki hangi kurumun iptali yetkili olduğu açıklanmamıştır.

### 3. E-TİCARET PROJELERİNDE DOMAIN YENİLİKLERİ VE SEÇİMİ

E-ticaret projelerinde domain seçimi günden güne daha da zor bir hal almaktadır. Çünkü her geçen gün artan kullanıcı sayısı ile birlikte marka oluşumu açısından ve reklam yönünün kuvvetli olması açısından değerlendirildiğinde kıymetli domainler boşta bulunamayacağı için çok yüksek bedeller talep edilmekte bu da sektör temsilcilerini domainler üzerinde yenilikler yapmaya zorlamaktadır.



Bu amaçla çalışmanın bu bölümünde; e-ticaret firmalarının domain yenilikleri, belgesiz com.tr uzantılı domain alımının başlatılması, .com uzantılı domainlerin ethereum cüzdanı olarak kullanılması, dijital hizmet sağlayıcılar, domainler için SEO seçilmesi, e-ticaret projelerinde domain seçimi, e-ticaret sitesi ve pazar yeri işleyişleri, e-ticarete satış ve satış sonrası dikkat edilmesi gerekenler, yakın geçmişte yaşanan hukuki meselelerden örnekler verilmiş, literatür taraması" yapılmış ve bu alanda ortaya konulan yeniliklerden örnekler sunulmuştur.

### 3.1. E-ticaret Projelerinde Domain Yenilikleri

E-Ticaret projelerinde belli dönemlerde farklı akımlar olduğu tüm sektör temsilcileri tarafından gözle görünür şekilde fark edilebilmektedir. Bir dönem Hepsiburada benzeri sonuna burada eki alan domainler revaçta iken başka bir dönemde YemekSepeti ve CicekSepeti benzeri arkasına "sepeti" eki alan domainlerin alım satım için daha çok tercih edildiği görülmektedir. Tabii bu durum e-ticaret projeleri için kullanıcıya her zaman olumlu olarak yansımaya bilebilmektedir. Birbirine benzeyen siteler ve domainler kullanıcıda güven riski oluşturduğu için son dönemde e-ticaret projelerinde daha kısa daha akılda kalıcı ve reklam yönü daha kuvvetli olan, jenerik diye tabir edilen isimlere yöneldiği ve bu sayede daha özgün markalar ortaya çıktığına şahitlik etmekteyiz. Bunlardan birisi olan "getir.com" sipariş sektöründe özellikle pandemi döneminde insanların evlerine kapandığı ve alışverişlerin neredeyse tamamını sipariş usulü satın aldığı dönemde sektöre damga vurmuş firmalardan biridir. Bu domaini kıymetli hale getiren özelliklerden birisi tabii ki çok ciddi reklam bütçeleri ayrılmış olması olabilir fakat asıl sektörde tutunmasını sağlayan etmenlerin başında, domainin; tek kelimedenden oluşması, maksimum 5 harften oluşması, noktalama işareti, rakam veya tre gibi domainlerin değerini düşüren karakterlerden bulundurmuyor olması gelmektedir. Bunların yanı sıra, domainin okunuş şeklinin, kullanıcının ağızından emir kipiyle çıkıyor olması da sipariş verende olumlu etki bırakan etkenler arasında gösterilebilir. Tüm bunlara ek olarak proje için ayrılan reklam bütçeleri ve hizmet ağı ile siparişlerin beklenenden çok daha hızlı ve doğru ulaştırılma oranı da artıkça sektördeki çok ciddi bir açığı kapatmasına ve yüksek cirolar elde etmesine imkan tanımaktadır.

#### 3.1.1. Belgesiz Com.tr Uzantılı Domain Alımının Başlatılması

E-ticaret projelerinde gözlemlenen domain yeniliklerinden bir başkası ise henüz faaliyete geçmemiş olmasa bile adından fazlasıyla söz ettiren "belgesiz com.tr uzantılı domain alınabilmesi" konusudur. Şimdiye kadar com.tr uzantılı domainler yalnızca marka tescil başvuru belgesi ya da şirket resmi evrakları ile alınabilirken 2022 Ocak ayı sonu itibariyle belgesiz olarak alınmaya başlayacağı şimdiden sektörde hareketliliğe yol açmış durumdadır (Belgesiz .com.tr Ön Başvuruları Açıldı Hemen Basvurun, 2022).

Bildiğiniz üzere Nic.TR dönemi yürütülürken, çoğu zaman belgeli bir şekilde ".com.tr", ".net.tr" ve ".org.tr" uzantılarının tahsisi gerçekleştiriliyordu. Fakat TRABİS sistemi içerisinde bu alan adı tahsisleri belgesiz kapsamda ve ilk gelen alır mantığı ile yapılmaya başlanacaktır. Diğer çerçevede yine çok sık kullanılan ".gen.tr", ".biz.tr", ".tv.tr", ".web.tr", ".info.tr", ".bbs.tr", ".tel.tr" ve ".name.tr" uzantılarında da tahsis işlemleri gerçekleştirilmesi için belge talebi bulunmayacaktır (Evraksız/Belgesiz .com.tr, 2022). Bu durum e-ticaret ve domain sektörüne olumlu mu yansıtacak yoksa olumsuz mu yansıtacak bunu ancak belgesiz com.tr uzantılı domain alınmaya başlayınca görebileceğiz. Çünkü belge ile alınan com.tr uzantılı domainler kullanıcıya kurumsal bir işletme algısı vermesinin yanında marka tescil ve şirket evrakları alınarak kaydedildiğinden dolayı olası bir dolandırıcılık vakasında adli makamlara site sahibinin resmi iletişim bilgileri ulaştırılabilmekte ve daha hızlı sonuçlar alınabilmekteydi.

### 3.1.2. .Com Uzantılı Domainlerin Ethereum Cüzdanı Olarak Kullanılması

Domain yeniliklerini araştırdığımızda günümüzde oldukça takipçisi ve yatırımcısı bulunan kripto para sektörünün de domain yenilikleri birlikte anılır olduğuna şahitlik etmekteyiz. Kripto para piyasasının en büyük ikinci kripto para birimi Ethereum, kullanıcılar için yeni bir kolaylık getirmiştir. Önceden, kullanıcılar Ethereum Ad Hizmeti (ENS) üzerinden bir adres almak istiyorlarsa bir .eth adıyla kaydolmak zorundaydılar. Ancak şimdi bir .com alan adının sahipleri, alanlarını değiştirmek zorunda kalmadan alan adlarını doğrudan bir Ethereum cüzdanı olarak kullanabilecekler. Bu sayede alan adı sahipleri, .com alan adlarını kullanarak ETH gönderim işlemlerini yapabilecekler. Örneğin, sistem.com adresiniz varsa ve bunun üzerinden ETH ödemeleri almak istiyorsanız, artık sistem.eth'e kaydolmanıza gerek kalmadan sistem.com'u ENS'ye aktarabileceksiniz. Konu ile alakalı ENS Operasyon Direktörü Brantly Millegan: DNS'de normal alan adlarına sahip kişiler artık ENS aracılığıyla herhangi bir kripto para birimini alabilecekler. Ancak .com ve .eth adları arasında ücret ve güvenlik konusunda bazı önemli farklılıklar olacaktır. Web sitesi adres sahipleri alan adlarını ENS'ye aktararak sadece ETH işlemleri değil 100'den fazla kripto varlıklar ve NFT'ler ile ilgili işlemler de yapabilecek (Artık “.com” Uzantılı Alan Adınızı Ethereum Cüzdanı Olarak Kullanabilirsiniz!, 2021).

### 3.1.3. Dijital Hizmet Sağlayıcıları

Domain sektöründe dijital hizmet sağlayıcılar konusuna gelince hosting ve sunucu çeşitleri ile karşılaşmamız muhtemeldir. Bu alanda her geçen gün bir yenilik çıksa da yapıları hemen hemen aynı platform üzerine kurulmaktadır. Hosting siteye ait olan tüm içeriklerin depolandığı bir alandır (Web Hosting Nedir?, 2016). Sitenin ziyaretçiler tarafından ulaşılabilir olması içerikleri görmesi için bir hostinge ihtiyaç vardır. Sitede yer alan içerikler ne kadar büyükse hosting ihtiyacı buna göre değişir. Sunucu ise hostingin bulunduğu lokasyonu ifade etmektedir. Hosting sitenin kullanıcılar ile buluşmasında bir aracı köprü görevi görür. Farklı hosting paketleri olduğu gibi her sitenin hosting ihtiyacı da farklıdır. Kullanım amacı, sitenin yoğunluğu ve çok daha farklı konular herhangi bir site için hosting ihtiyacını değiştirebilir. Nasıl ki bilgisayarda yer alan dosyalar hard disk üzerinde saklanıyorsa site üzerinde ve alt yapısında yer alan bilgi ve dosyaların tamamı hosting de saklanmaktadır. Hosting sağlayıcı firmalar sitelere bu alanda hizmetler verir ve web sitelerinin sorunsuz bir şekilde çalışmasını sağlar. Sitelerin 7/24 aktif olmasındaki ana unsur çalışan bir hosting sağlayıcıdır. Veriler CPD adı verilen bir merkezde saklanır. Veri merkezlerinde saklanan site içerikleri yedekleme işlemi yapıldıktan sonra istenildiği zaman oradan çekilebilir. Hosting satın alımlarından sonra farklı web siteleri için aynı hosting kullanmak mümkündür (Hosting Nedir? Doğru Hosting Firması Nasıl Seçilir?, 2022). Satın alınan hostingler birbirinden farklı olabilir. Sınırsız hosting, Mail Hosting, WordPress hosting, Reseller hosting, Kurumsal hosting gibi farklı ve siteye en uygun olan hosting seçebilmektedir.

Son 10 yılda en fazla kullanılan hosting alt yapısı Wordpress'dir. Wordpress hosting sahip olduğu ara yüz sayesinde kullanıcılara panel üzerinde rahat bir kullanım sunar. Tasarım açısında da değişiklik yapma sağlar. WP alt yapısı olan siteler için WordPress Hosting tercih edilebilir. Paylaşımlı Hosting adı gibi başka web siteleri ile aynı sunucuda yer alan birden fazla web sitesini sağlamaktadır. Birden fazla web sitesi aynı sunucu üzerinde bulunabilir. Web site barındırma türlerinin en ucuzu Paylaşımlı Hosting olarak ön plana çıkar. Çok sayıda web sitesi sahibi olanlar için idealdir. Sanal Özel Sunucu (VPS) diğer hostinglere oranla daha dengelidir. Kurulum şekli diğer sunuculara oranla daha farklıdır. VPS de tüm siteler fiziksel bir sunucu paylaşır ancak VPS bünyesi birden fazla sanal makine barındırır (MELNIC, 2022). İhtiyaca göre hosting mi yoksa sunucu mu almamız gerekiyor diye araştırma yapacak olursak sitelerin paylaşımlı hostingin sağlayamayacağı ihtiyaçları olacak ise buna göre bir hosting seçmek gerekir. Yeni açılan bir web sitesi ise paylaşımlı hosting sorun değildir.

Daha sonrasında daha büyük bir hostinge geçilerek sorun çözülebilir. Sitenin ilk kurulduğu andan itibaren büyük ve güçlü bir hostinge ihtiyacı var ise kullanıcı sayısı ciddi anlamda artacaksa ona uygun bir sunucu seçmek gerekir.

### 3.1.4. Domainler için SEO Seçilmesi

Hem Domainin hem de Web sitesinin amacının doğru bir şekilde yansıtılması insanların internet sitelerini daha fazla tercih etmesine neden olmaktadır. Bu nedenle de domain tercihinde mutlaka pazarlama stratejileri ön planda tutulmalıdır. SEO açısından adının önemi çok fazla büyüktür akılda kalıcı olması ve bu alanda popüler bir domain seçimi kesinlikle başarıya götüren yolda en önemli etmenlerin başında gelmektedir. Doğru domaini seçebilmek için üzerinde düşünmek ve bazı ne kriterleri bilmek gerekmektedir. Alan adlarının kısa olması daha büyük bir avantaj gibi dursa da Bu yalnızca böyle değildir. Domainin ne kadar kısa olduğuna odaklanmak yerine işlevine odaklanmak çok daha akıllıca olacaktır. Uzun ancak tam anlamıyla projeye uyan bir domain kesinlikle tercih edilmelidir. Bu nedenle uzunluk 15 harfi aşmadığı sürece ve projeyi tatmin ettiği sürece çok fazla sorun olmamalıdır. Yapılacak iş ve girilecek sektör ile doğrudan orantılıdır. Bu nedenle domain uzantısı SEO için oldukça önemlidir (KAR, 2018). Projeye uygun olacak şekilde .com, .gov, .edu, .xyz, .cafe, .tech, .istanbul ya da farklı bir domain uzantısını tercih edebilirsiniz. Burada önemli olan projeye en uygun olan uzantıyı seçmek ve buna göre adım atmak gelmektedir. Popüler olduğu için her zaman .com domainini almak en iyi tercih olmayacaktır. Yeni nesil uzantılarda hatırlanması çok daha kolay ve rakiplerinizi arasında ayrılmanızı sağlayacak ve ayrıca yaratıcılığı yüksek kombinasyonlar bulabilirsiniz. Bu nedenle de farklı alanlara yönelmek günümüz için çok da akıllıca olabilir. Store, .pizza, .media, .dr.tr, .av.tr uzantıları da yeni bir tercih olabilir. Domainin bir hikâyesinin olması kesinlikle kullanıcılar arasında bir bağ oluşturacaktır. Bu nedenle SEO açısından önemlidir. Web sitesinin arkasında olan bir hikâye markanız ile bir bütün oluyorsa bu SEO açısından sizi bir noktaya getirebilir. Sitenizin logosu, hikayesi doğrudan kullanıcıları etkiler ve SEO açısından yararlı birçok hamle burada yapılabilir. Kullanıcının kalbine girmek SEO'dan çok daha etkili bir taktiktir. Marka ile özdeşleşecek bir logo ya da slogan kesinlikle fazla emek sarf etmeden SEO'ya katkı sağlar. SSL sertifikası olmayan web sitelerinin neredeyse tamamında güvenli değil etiketi çıkar. Bu da Seo açısından son derece zararlıdır. Bu etiketten kurtulmak istiyorsanız SSL sertifikası almanız gerekmektedir (SSL sertifikası nedir? – Tanım ve Açıklama, 2022).

Google için son derece önemli olan bu sertifikaya mutlaka almalısınız. Özellikle marka oluşturmak ve hacmini büyütmek istiyorsanız kesinlikle SSL sertifikası önemlidir. SEO açısından da bu sertifikaya sahip olmak daha yararlı ve güvenli bir site olduğunu anımsatacaktır. En popüler arama motoru Google'da domain seçimi konusunda bazı önerileri sizlere sunabilir. Özenle seçilmiş bir alana da kullanıcıların çok daha fazla ilgisini çeker. Bu nedenle web trafiğin artırma konusunda özenle seçilmiş domain bir adım öne taşıyacaktır. Eğer yeterli bir şekilde Özen gösterilmeden domain seçilirse bu durum tam tersine yol açabilir. Domain konumunuz eklemek yerel müşteri ve kullanıcıları hedeflemenize daha yardımcı olacaktır. Bölgesel bir iş yapıyorsanız bu kesinlikle işe yarayacaktır. İyi bir domain yalnızca iyi bir proje ile vücut bulabilmektedir. Bu bilgiler ışığında domainlerin özellikle .com ve .com.tr uzantılı domainlerin 2022 yılı ve sonrasında da adından oldukça söz ettireceğini tahmin etmek mümkündür. Tablo 6. 'da 2015-2022 yılları arasında e-ticaret projelerinde domain yenilikleri hakkında yapılmış araştırmalar gösterilmiştir.

**Tablo 6. E-Ticaret Projelerinde 2015-2022 Yılları Arasında Domain Yenilikleri Araştırmaları**

Konu (Kategori)	Araştırmacılar
Elektronik ticaret (e-ticaret) yapan işletmelerin alan adlarının, bireylerin bu işletmeleri tercihleri üzerindeki etkisi ve bir uygulama	(KARABULUT, A. Tuğba; VURAL, Haluk, 2016)
E-ticarete Covid 19 sürecinin tüketicilerin satın alma davranışına etkisi.	(EŞKİ, 2021)
Dijital çocuk yayınlarının çocukların öğrenmesi üzerinde Etkileri	(TEMİR, 2019)
İnternet Alan Adı (Domain) Uyuşmazlıklarının Çözümünde Alternatif Yöntemler: UDRP, URS ve TRABİS Karşılaştırması	(KAYA, 2021)
Covid-19 Döneminde E-Ticaret Ve Dijital Reklam Yatırımları	(ERDOĞAN, 2020)
Web Teknolojilerinin E-Ticaret Ortamlarında Kullanımı İle İlgili İçerik Analizi: Türkiye'deki İlk 500 E-Ticaret Sitesi	(ABDÜSSELAM, BURNAZ, AYYILDIZ, & DEMİR, 2015)
Sanal Gerçeklik	(TAHİR, 2021)
E-Ticaret Pazaryeri Web Sitelerinin Dinamikleri: Covid-19 Pandemi Sürecindeki Değişim	(NACAR & ÖZDEMİR, 2021)
Türkiye'deki Kullanıcıların Bazı Alan Adları Üzerine Tercihlerinin Belirlenmesi: Bir Anket Uygulaması	(SAVAŞ, TOPALOĞLU, & GÜLER, 2015)

### 3.2. E-ticaret Projelerinde Domain Seçimi

E-ticaret sektörü son 10 yıllık süreçte inanılmaz bir büyüme gerçekleşti. İrili ufaklı yapılan yatırımlar ve sektöre girişin artması ek olarak insan ihtiyaçlarının e-ticaret sektöründe çok daha hızlı bir şekilde karşılanması sektörün çok hızlı bir şekilde büyümesine neden oldu. E-ticaret sektöründe yaşanan büyüme ile birlikte tüketici de bu alandaki hizmetleri çok daha fazla kullanıyor. Arz talep döngüsünün son derece yoğun olduğu e-ticarete özellikle tüketici de online alışverişlere çok daha fazla ihtiyaç duymaktadır. E-ticaret sektörüne giren, girmeyi düşünen ve bu alanda yatırım yapmak isteyen irili ufaklı binlerce firma ya da bireysel şahıs var. İnternet ortamında insanların size ulaşması ve daha fazla kullanıcı çekebilmek için web alanına girmek gerekir. Web alanında ise akılda kalıcı ve gireceğiniz e-ticaret sektörüne uygun bir alan adı ile giriş yapmak gerekir. Girilecek sektör ile alan adının benzerlik taşıması keywords denilen anahtar kelimelerinde yine çok iyi analiz edilmesi gerekir. E-ticaret sektörü 10 yıl önce herkes için ciddi bir fırsat kapısıyken 2022 yılında rekabetin en sert olduğu ticari alanlar olarak ön plana çıkmaktadır. Böyle olunca da mutlaka diğerlerine oranla çok daha farklı şeyler yapmak gerekiyor. Öncelikli olarak domain belirleme kaydetme ve satın alma sürecini başarı ile tamamlamak gerekir. Ancak satın alma da dikkat edilmesi gereken birçok kural var. Bu kurallara mutlaka iyi odaklanmak ve buna göre bir satın alma yapmak gerekmektedir.

#### 3.2.1. E-Ticaret Sitesi ve Pazar Yeri

E-ticaret siteleri ve Pazar yerleri arasında oldukça büyük farklar vardır. Bu iki kavramın ortak en büyük yanı dijital pazarlama sektöründe son dönemde moda haline gelmeleridir. E-ticaret bir dijital iş kolunun web sitesidir. Pazar yeri ise birçok firmanın ürünlerini satabileceği bir faaliyet olarak tanımlanabilir.

E-ticaret sitelerinin genel tanımı olarak internet ortamında alışveriş yapılan her web sitesine e-ticaret sitesi denebilir. Fiziksel ürün ya da hizmet şeklinde farklılık gösterecek şekilde birbirinden tamamen farklı e-ticaret hizmetleri alınabilir.

Türkiye de ünlenmiş ve birçok insan tarafından kullanılan e-ticaret siteleri aşağıda yer alıyor. Bu platformların ortak özellikleri milyonlarca insana hitap ediyor olmasıdır. Bazı platformlar fiziksel ürünler satarken bazıları yemek, hizmet alanında faaliyet veriyor ve alanlarında bir numara olmuş durumdadır. Alıcı satıcı ve pazaryeri yöneticisinin bir arada olduğu doğrudan ya da dolaylı yoldan bir çalışma içerisinde olduğu sitelere Pazar yeri denir. E-ticaret platformları sürekli olarak yenilenir ve kendisini güncel tutar. Bu platformlar içinde Pazar yerleri kaçınılmaz bir hal almıştır. Hem daha fazla satış hem de çok daha fazla potansiyel müşteri ağı ile 3'lü bir kazanç modeli ortaya çıkar. Pazar yerleri günümüz ticaret dünyasında ciddi bir yer edinmektedir. Dünya geneline bakıldığı zaman her geçen yıl büyüyen bir Pazar var. Bu nedenle de büyük bir kazanç kapısı oluşmuş durumda. Örnek verilecek en yoğun Pazar yeri siteleri; Hepsiburada, Amazon, Trendyol, Aliexpress, Etsy vb. Tablo 7'de bahsi geçen pazar yeri sitelerinin avantajları, Tablo 8'de ise pazaryeri sitelerinin dezavantajları ele alınmıştır.

**Tablo 7. Pazaryerlerinin Avantajları**

<b>Web sitesi olmadan satış yapma olanağı verir.</b>
<b>Ödeme yöntemleri ve tüm lojistik yönetime aittir.</b>
<b>Hosting SEO tarzı gibi işlerle uğraşmazsınız.</b>
<b>Pazar yerlerinde mağaza açmak site kurmak çok daha basittir.</b>
<b>Pazar yerinin markasını ve güvenilirliğini kullanabilirsiniz.</b>

**Tablo 8. Pazaryerlerinin Dezavantajları**

<b>Yapılan satışlar için komisyon ödenir.</b>
<b>Kalıcı olarak müşteri kazanma şansı çok azdır.</b>
<b>Rekabet ortamı yoğundur ve sürekli fiyat güncellemek gerekir.</b>
<b>Bazen ekstra ödemeler yapmak zorunda kalınabilir.</b>
<b>Mağazayı kapatırsanız müşteri ve mağaza puanı gibi önemli verilerde kaybolur.</b>

### 3.2.1.1. E-Ticaret Sitesi İşleyişi

E-Ticaret sektörü günümüz zamanında en fazla çalışılan ve yapılan işlerden olmuş durumda. İnsanların ihtiyaçlarına göre çeşitli yapıların bir araya gelerek E-Ticaret alanını oluşturması onu öne çıkaran adımlardan sadece bir tanesidir. Özellikle farklı alanlarda veya normal olarak tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere satış yapmak isteyen satıcıların tamamı burada eşit koşullarda işe başlamış olur. Satıcıların kendi kurallarını kendilerinin koymasına olanak sağlayan, ürünlerini sanal ortamda kolay bir şekilde pazarlayabilecekleri ve daha kolay öne çıkmalarını sağlayabilecekleri yere ise E-Ticaret siteleri denilmektedir. Bu siteler genellikle alıcı-tüketici arasında adeta bir köprü görevi görerek bir araya gelmeleri için oluşturulur (E-ticaret Nedir?, 2022). Ulusal ve hatta Küresel anlamda milyonlarca farklı ürünlere sahip olan bütün satıcılar, alıcılara daha kolay erişebilme ve satış oranlarını kolayca artırabilmek için E-Ticaret sitelerini tercih etmektedirler. Bu platformlarda neredeyse her şey tüketicilerin isteklerine göre dizayn edilmektedir. Yani alıcılar siteleri kullanırken herhangi bir zorluk yaşamadan direkt olarak istedikleri ürüne ulaşabilirler. Bu sistem sayesinde satıcılar da ürünlerini daha kolay satabilecek, pazarlama açısından ise belirli belirsiz girişimlerini uygulamak zorunda kalmayacaktır.

E-Ticaret siteleri kendi reklam ağı ve sektörde tanınma stratejileri ile internet dünyasına oldukça farklı açılarla girişimler sağlar. Bu alanda tüketicilerin dikkatini çekmek için yaptıkları her hamlede ziyaretçi sayılarını artırıp, bünyesinde bulundurduğu ürünlerin satışını da kolaylaştırmaktadır (Eticaret Reklam Yönetimi, 2013). Burada online ticaretin en kilit yeri olan satıcıların toplanması çeşitli teşvik ve detaylara dayanıyor denilebilir. Özellikle bir satış için alınan komisyon, sitenin kolay kullanımı, satış takibi ve marka ismi gibi kavramlar satıcının dikkatini çektiği sürece platformda satış yapma isteği de bir o kadar artacaktır. Ardından ise belirledikleri E-Ticaret sitesinde satış yapmak isteyen satıcılar birbirinden farklı ürünleri ekleyerek tüketicilerin ihtiyacına göre eklemeler yapar. Böylelikle arada bir köprü görevi gören E-Ticaret sitesi, hem alıcının almak istediği ürünü oldukça basit bir şekilde ona sunar hem de satıcının ürünlerini satabilmesini kolaylaştırır. Normal hayatta satış yapan bir mağaza müşterilerine ve düzenine ne kadar çok dikkat ediyorsa internet üzerinden satışlarını gerçekleştiren bir satıcı da o kadar fazla özen göstermelidir. Önemli olan şey sadece ürünlerinizi belirli E-Ticaret sitelerine yükleyip müşterilerin gelmesini beklemek değildir. Önemli olan şey kendi sanal mağazanıza daha fazla müşteri çekebilmek, erişilebilmeyi sağlamaktır. Bu kısımdan sonra ise büyük oranda satışlarınız artacak, şirket değeriniz kolaylıkla büyüyecektir. Burada bazı önemli detayları kullanarak kazanç oranlarınızı hızlı bir şekilde artırmanız elbette mümkündür. Tablo 9'da E-Ticaret yaparken dikkat edilmesi gereken önemli detaylar gösterilmiştir.

**Tablo 9. E-Ticarete Dikkat Edilmesi Gerekenler**

✓	<b>Sosyal Medyanın önemli bir reklam gücü olduğunu unutmamak.</b>
✓	<b>Ürün yönetiminde plansız hareket etmemek.</b>
✓	<b>Kendi markanızı yansıtacak bir şekilde, özgün hareket etmek.</b>
✓	<b>SEO konusunda yeterli düzeyde ilerleme ve pazar potansiyelini görmek.</b>
✓	<b>Müşteri ilişkilerine her ortamda özen göstermek.</b>
✓	<b>Satın alma yöntemlerinde tüketiciye göre hamleler yapabilmek.</b>

Normal bir mağaza sahibi olan satıcı, kendi mağazasını açıp orada müşterilerine satışlarını yasal yollar ile yapabilmek için çeşitli belgeler ve farklı şeylere sahip olmak zorundadır. Aynı şekilde internet üzerinden de satışlarını gerçekleştirmek isteyen bir satıcı çeşitli işlemleri uygulamak mecburiyetindedir. Böylelikle işlerini büyüttüğü zaman vergi ve maliye konularında herhangi bir sorun yaşamayacak, markasını olumsuz olaylara takılmadan büyütebilecektir. Satacağınız ürünleri belirleyip stok sorunu yaşanmayacak düzeyde tasarlanmalıdır. Hukuki açıdan meşru bir iş yaptığımızı kanıtlamanız için şirket kurulmalıdır. Siparişlerde eksiklik yaşanmaması için kargo, ödeme, stok ve tedarik gibi altyapıları oluşturulmalıdır. E-Ticaret sitelerinde mağazanızı kurarken aynı zamanda e-ticaret sitenizi de oluşturuyor olmanız firmanın uzun ömürlü olması ve piyasada bilinirliğinin artması açısından faydalı olmaktadır.

### **3.2.1.2. Pazaryeri Sitelerinin İşleyişi (Dropshipping)**

Pazaryeri, alıcı ve satıcının bir araya gelmesini sağlayan, ürünü satan satıcıların belirli zaman koşuluyla ürünlerini satışa sunduğu yerdir. Pazaryeri siteleri ise bu kavramı tamamen farklı bir boyuta getirerek değişime uğratmıştır. Özellikle zaman ve mekân kavramını ortadan kaldıran bu yapı, her haliyle alıcılara özel olduğu için belirli özellikler çerçevesinde gelişir (Pazaryeri Nedir? Çok Satıcılı E-ticaret Nasıl Çalışır, 2021). Alıcılar istedikleri konumdan, istedikleri akıllı cihazı kullanarak basit bir şekilde pazaryeri sitelerine ulaşması satıcının da ürünlerini piyasaya sunması açısından kolaylık sağlamıştır.

Pazaryeri sektöründe bir diğer kavram olan E-Ticaret alanında ise sektörde özellikle alıcılara ürünlerini daha kolay erişim imkânı sağlamak isteyen satıcıların çoğunu Pazaryeri sitelerini aktif olarak kullanmak zorunda bırakmaktadır. Dünyanın her yerinde alıcılar bu sitelerin sağladığı aktif ve kolay bir yapıyı kullanarak elde etmek istedikleri ürünleri zahmet vermeden bulabilmektedirler. Geleneksel yöntemlerden beslenerek ilerlemek zorunda olan E-Ticaret sektörü ise insanlara oldukça kolay erişimi sağladığı kadar satıcıların kendisini göstermesini de basitçe sunar. Bu yüzden gelişen rekabet alanında herkes kendi ürünlerini ön plana çıkarmaya çalışmakta, satış oranlarını artırmaya çalışmaktadır. Üstelik benzer olmayan firmaların bile aynı ürünleri burada satışa koyabilme fırsatı pazaryeri sitelerinin ne kadar rekabet dolu olduğunu gösteren etkenler arasından sadece bir tanesidir.

Alıcıların kafalarında gerçekleşen bir soru da ödeme konusudur. Ödeme konularında genellikle alıcılar daha fazla bilindik pazaryeri sitelerini tercih etmektedirler. Özellikle reklam konusunda çılgın açmış, kendilerini insanlara kanıtlamış olan sektör liderlerinden alışveriş yapan tüketiciler hiçbir tereddütte olmazken isimleri bilinmeyen ve kendisini hiçbir şekilde göstermemiş pazaryeri sitelerinden alışveriş yapmayı tercih etmezler. Ürünlerini sunan satıcılar da genellikle aynı fikirde olarak daha güvenilir, alanında uzman sitelerde satış yapma taraftarı olmaktadır (Online Ödeme Sistemleri Nelerdir? Güvenli Mi?, 2019).

E-Ticaret sektöründe önemli bir noktaya sahip olan pazaryeri siteleri günümüzde gelişen bazı olaylarla daha da büyük bir yapı halini almıştır. Özellikle son dönemlerde ortaya çıkan pandemi, bütün insanlık tarihine büyük bir damga vurarak evde kalmalarını mecbur kılan olaylar arasındadır. Bu dönemde ise insanlar evlerinden mecburen çıkamadıkları için Pazaryeri sitelerinden elde etmek istedikleri ürünleri kolaylıkla satın almışlar ve çoğu alışverişlerini buradan gerçekleştirmişlerdir. Burada dikkat edilmesi gereken en büyük husus ise alıcı ve satıcının artık online platformlar üzerinden daha kolay ve etkin bir şekilde bir araya gelebilmesidir. Üstelik istedikleri her nesneyi buradan hiçbir efor sarf etmeden satın alabilmesi Pazaryeri sitelerinin değerlerini yüksek miktarlarda artırmıştır.

E-Ticaret sektörü insanların bu piyasanın ne kadar derin bir kavram olduğunu her daim göstermiştir. Bu alanların arasından bir tanesi de Stoksuz olarak yani alanındaki en tanınır ismiyle Dropshipping şeklinde satış yapmaktır. Kulağa ilk başta oldukça farklı gelse bile bunu yaparak binlerce satışlara ulaşmış kişileri görebilmeniz mümkündür. Stoksuz E-Ticaret sisteminde internette herhangi bir yerden satışını gerçekleştireceğiniz ürün satıcıya ulaşmadan direkt olarak alıcıya gider. Satıcı sadece tedarikçi ile iletişim halinde olur ve müşteri arasında bir köprü kurar. Bu şekilde işleyen sistemde satıcıların elinde ürünlerini stoklayacağı bir deponun bulunmasına bile gerek kalmaz. Üstelik ürünlerini satmak isteyen satıcı dilediği fiyattan piyasaya açılabilir. Bu yüzden de kendi kâr oranını kendisi belirleyerek yüksek miktarlarda satışlara ulaşabilmesi oldukça kolaydır (Dropshipping nedir, nasıl yapılır?, 2020).

Dropshipping sektörüne adımınızı atmak aslında zor gibi gözükse bile oldukça kolaydır. Sırasıyla satmak istediğiniz ürün, satışını yapacağınız Pazaryeri sitesini ve ürünleri tedarik edeceğiniz firmayla iletişiminizi kurmak Dropshipping sektöründe ilk atacağınız adımlar arasında yer almalıdır. Bu işlemleri tamamladıktan sonra hızlı bir şekilde satış yapmaya başlanılabilir. Özellikle burada satış yapmadığınız zamanlar eksiklerinizi tespit edip onların üstüne gitmeniz dahilinde sektörde lider haline gelebilmeniz kesinlikle uzun zaman almayacaktır.

Pazaryeri siteleri insanlara kolay bir imkân sunarak alışveriş yapabilmelerini sağlayan en önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Yaşadığımız yüzyılda teknolojinin artık hayatımızın içerisine kadar yerleşmesiyle birlikte insanların işleri daha da kolaylaşmış, uğraştırıcı olarak gözüken şeylerin yapılması tamamen teknolojinin geliştirdiği şeylere bırakılmıştır. E-Ticaret sektöründe ise bu olay piyasa kavramını tamamen online bir hal olarak çerçevesini sağlamıştır. Gözümüze gözüktüğü kadarıyla negatif özellikleri oldukça fazla olsa bile pek çok avantajı da bulunmaktadır.

Pazaryeri sitelerinde yukarıda da bahsettiğimiz üzere yüksek sayıda avantajı bulunmaktadır. Bu avantajların tamamını değerlendirip alıcıları doğru bir şekilde analiz eden satıcılar genellikle kendi ürünlerini kolay bir şekilde pazarlamaktadırlar. Lakin unutulmaması gereken bir diğer önemli şey ise negatif yönlerini de doğru tespit edebilmektir. Satıcı ürünlerini satışa sunarken sürekli olarak avantajlı yönleri yönlerine açıkta bıraktığı alanlara daha sonrasında kapatmakta oldukça zorluk çekecektir.

Bu yüzden bu çalışma ile sunulan negatif yönler hatırlanmalıdır. Örneğin; ürünü olan her satıcı bu sektörde de yer almak istediği için rekabet oranı oldukça fazladır. Sizin sattığınız üründen aynı platformda ürününü onlarca kişi de satışa sunabilir. Ürünü olan her satıcı bu sektörde de yer almak istediği için rekabet oranı oldukça fazladır. Satışını gerçekleştirdiğiniz her ürün için satıcı, belirli komisyonlar ödemek zorunda kalır. Kendi ürünlerinizi ana sayfalarda öne çıkararak satışlarınızı artırmak istiyorsanız da belirli ücretler ödemek zorunda kalınır. Alıcılar ile aranızda yüz yüze gerçekleşen bir satış olmadığı için kalıcı bir samimiyet yakalanamaz. Eğer satışa sunduğunuz üründe alıcı bir sorun yaşarsa pazaryeri sitesinin de ismini karalamış olur.

Pazaryeri sitelerinin negatif yönleri elbette bu kadarla sınırlı kalmamaktadır. Bu yönler satıcıların karşılaştığı en büyük sorunlardan birkaçıdır. Unutulmamalıdır ki satıcıların yapacakları en ufak bir hamle bile sektörde ilerleyişini etkileyebilir.

Ülkemizde ve Dünyanın birçok yerinde Pazaryeri siteleri genellikle reklam, insanların bakış açısı ve farklı etkenlerden değerlendirilerek büyüme kapasitesine ulaşmaktadır. Burada yer alan en etken unsurlardan bir tanesi olan reklam gücü, piyasada şüphesiz en hızlı büyümenizi sağlayacak yoldur. Son zamanlarda reklam alanını kullanarak hızlı bir yükseliş yakalayan aşağıdaki firmalardan bazıları, ulusal alanda gerçekten kendisini bir anda kanıtlamış ve insanlara sergilediği ulaşılabilir koşulları her geçen gün büyümeye yönelik çalışmalar yapmaktadır. Bu Pazaryeri sitelerinin genel amacı ise piyasada yer alan bütün satıcıları kendi firmalarına çekerek geniş bir alıcı kapasitesi ile birlikte ortak bir bağ yaratabilmesidir.

### 3.2.2. E-Ticarette Satış ve Satış Sonrası Dikkat Edilmesi Gerekenler

E-Ticaret son zamanlarda gelişen teknoloji ile alıcı ve satıcıyı bir araya getiren önemli piyasa alanı olarak önümüze çıkmaktadır. İnsanların hiçbir efor sarf etmeden diledikleri gibi alışveriş yapabilmeleri oldukça kolaylık sağladığı kadar satın almak istedikleri ürüne de tek bir tuş ile ulaşabilmeleri onları en fazla rahatlatan şeyler arasında yer almıştır.

Bu alanda bakıldığında piyasanın gelecek seneler içerisinde belki de tamamen online bir hal alabileceği insanların akıllarında canlansa bile buna şüphesiz gelişen teknolojinin insanların kontrol edip edememesi gösterecektir. Elbette burada en önemli nokta satıcıların ürünlerini doğru ve noksansız bir şekilde tüketicilere sunup sektöründe burada ilerlemesine katkı sağlamasıdır. Bu yönden ise E-Ticaret sektörü sadece satın alma konusunda alıcıları değil ürünlerini daha büyük bir Pazar alanına sunabilme açısından satıcılara oldukça kolaylık sağlamıştır.

Bireysel veya kurumsal olarak satış yapmak isteyen kişiler pazaryeri sitelerine ya da kendi E-Ticaret sitelerine koydukları ürünleri alıcıların erişebilmesini kolaylaştırarak sunar. Kolay ödeme yöntemleri sayesinde basit işlemler sonucu ürünlerini sattıktan sonra belirli yollar ile tüketiciye ulaşan ürün, hedefe ulaşarak siparişin tamamlanmasına vesile olur. Peki satıcılar ürünlerini sattıktan sonra müşterilerine karşı nasıl bir yol izlemeli, nasıl hareket etmelidir? Aşağıda yer alan alt başlıklarda detaylı olarak izlemeniz gereken adımlara dair bilgileri bulabilir, E-Ticaret sektöründe ilerlemenizi daha kolay sağlayabilirsiniz.



➤ *Müşteri Memnuniyetini Maksimum Seviyede Tutmak*

Ürün satışınızı gerçekleştirdikten sonra büyük oranda işlemlerin sorunsuz bir şekilde tamamlandığından emin olmalısınız. Eğer müşteriniz gerçekleştirmiş olduğunuz satıştan memnun kalırsa size kesinlikle dönüş sağlayacaktır. Bu alandan sonra sürekli müşteriniz olan kişi veya kişilere indirimler sağlayabilir, onlara farklı avantajlar sunarak elinizde bir kitle yaratmanızı sağlayabilirsiniz. Böylelikle tüketiciye özel olarak sunduğunuz fırsatlar sayesinde farklı hissetmesine neden olabilirsiniz. Üstelik bu kitleyi kontrol edebilirsiniz gelecek zamanlarda daha fazla kişiye ulaşacak, satışlarınızı oldukça hızlı artırabileceksiniz.

Ek olarak ise müşteriyi daim olarak kazanmak istiyorsanız farklı yollar izleyebilirsiniz. Bu yollardan en kolayı sitenize müşterinin giriş yaptığı anda adıyla hitap edilmesi ya da satın aldığı üründe ufak hediyeler bırakmak gibi farklı ve etkileyici şeyler yapılmasıdır.

➤ *Müşteri İle İyi İletişim Kurmak*

E-Ticaret sitenizden ürün satın almış bir müşteriyi sipariş sonrasında sürekli mesaj gönderimi veya arama yaparak bunaltmamanızda fayda vardır. Sürekli olarak rahatsız etmek yerine kampanya, indirim ve özel fırsatları belirli zamanlar içerisinde müşterilerinize hatırlatmanız onların mağazanıza karşı sempati duymasına bile sebep olabilir. Bu yönden müşterilerinize karşı dengenizi iyi ayarlamanız satışlarınızı bir adım öne çıkaracaktır.

➤ *Kargo ve Ödeme Yöntemleri*

E-Ticaret alanında satışlarınızı tamamlarken en önemli etkenlerden bir tanesi de kuşkusuz hızlı bir şekilde siparişin teslim edilebilmesidir. Bilindiği üzere müşteriler siparişlerini verdikten sonra genellikle sabırsız davranmaktadırlar. Bu yüzden anlaşma sağladığınız kargolarda sınırlı seçeneklerle müşterilerin karşılıklarına çıkmak yerine farklı kargo seçenekleri sunmanız sizi bir adım öne çıkarır. Özellikle birinci siparişlerinde yavaş bir kargo ile karşılaşan müşteri, diğer siparişinde ona siparişini en hızlı getirecek kargoyu seçeceği için kargo firmaları seçeneğini geliştirmeniz rakiplerinizden bir adım daha öne çıkmanızı sağlayacaktır.

Bir diğer konu olan ödeme yöntemlerinde de sınırlı seçenekler kullanmanız sizi geriye çekebilir. Çoğu kullanıcı banka komisyonlarına denk gelmemek için Kapıda Ödeme veya farklı seçeneklerin her zaman bulunmasından yana olurlar. Bu yüzden Kredi Kartı, Havale/EFT vb. alanların tamamını sitenize ekleyerek hiçbir şekilde müşteri kaybetmeyip kazancınızı artırabilirsiniz.

➤ *Faturayı Eksiksiz ve Yasal Mevzuata Uygun Kesmek*

İnternet üzerinden satışını gerçekleştirdiğiniz her üründe fatura belgesi oluşturmak zorundasınızdır. Belge içerisinde yer alan satıcı, alıcı ve ürün bilgileri siparişin doğruluğunu oluşturacağı gibi satış sonrasında da olumsuz bir durum oluşmasını tamamen önleyecektir. Eğer fatura kesmeden bir satış gerçekleştirdiyse yani vergi mükellefi olmadan satışını yaptığınız bir hamlede yüklü vergi cezalarıyla karşı karşıya kalabilirsiniz. Bu yüzden normal bir fatura sisteminin yanında E-Fatura sistemini de kullanarak işlemlerinizi oldukça kolay hâle gelmesini sağlayabilirsiniz. Ticaret sonucunda fatura kesmenizin satıcıya sağlayacağı yararlarından bazıları şu şekildedir;

Müşterinizin siparişi için oluşturduğunuz fatura gelecek zamanlarda olumsuz bir durum yaşandığı taktir de kanıt olarak kullanılabilir. Ticari olarak satışı gerçekleştirilen bütün ürünler faturalanması gerekir. Bu yüzden yasal bir şekilde satışını gerçekleştirmeniz vergi cezalarını tamamen önler.

Maddelerde yer alan konulardan ziyade vergi konusu da çoğu satıcının sorunlarından biridir. Bu konuda özellikle yaptığınız işi meşrulaştırmak adına Vergi Mükellefi olmanız herhangi bir sorun yaşamadan ilerlemenize yarayacaktır.

➤ *Satış Sonrası Ürün Stok Kontrolü*

Siparişlerinizi her daim kontrol ettiğiniz gibi sipariş sonrası ürünlerinizin tedarik durumunu da kontrol etmeniz gerekmektedir. Bu aşamada özellikle elinizde bulunmayan bir ürünü satışa sunmanız veya satışta tutmanız alıcılar açısından büyük sorunlara neden olabilir.

Örneğin elinizde bulunmayan bir ürünü E-Ticaret mağazanızda satışta varmış gibi göstermeniz sonucu tüketici bunu alırsa geri iade ve müşteriyle etkileşimde bulunma bazı sorunlara yol açabilir. İnternet üzerinden bir ürün ya da hizmet satan herkesin vergi vermesi gerekir. E-ticaret siteleri üzerinden yapılan satışlarda komisyon hep ön planda olsa da satışlarda fatura kesilmeli ve buna oranla da bir vergilendirme sistemine dâhil olmak gerekir (DURMUŞOĞLU, 2016). Türkiye'deki vergi kuralları gereği online platformlarda ürün satan ve bu satışlardan gelir edenlerin vergi vermesi gerekir. Vergi yükümlülüğü gereği bir takım sorumluluklar doğar. Şirket ya da şahıs firmaları hangi e-ticaret vergileri ile yükümlüler diye baktığımızda ise normal şekilde faaliyette olan her işletmenin ödediği vergi kalemlerini aslında e-ticaret girişimcilerinin de ödemekle yükümlü olduğunu görebilmekteyiz.

➤ Damga vergisi:

Kişiler arasında, kurumlar arasında ya da kişi ve kurumlar arasındaki hukuki ve resmi işlemleri belgeleyen kağıtlardan alınan vergilerdir (OYPAN, 2018).

➤ Muhtasar Beyanname:

Muhtasar Beyanname bir vergi çeşidi değildir. Ancak kişi ya da kurumların ödemekle yükümlü oldukları vergileri beyan ettikleri belgelerdir. İşverenlerin, çalışanlarına ödedikleri maaşları, kira bedellerini ya da 3. Parti kurumlardan aldıkları hizmetlerin vergilendirilmesi ya da vergi kesintilerini Muhtasar Beyanname beyan etmekle yükümlüdürler (OYPAN, 2018).

➤ Katma Değer Vergisi (KDV):

Tüm şirketler Katma Değer Vergisi (KDV) vermek zorundadır. Şahıs, Limited, ŞTİ fark etmeden her şirket KDV vermekle yükümlüdür. KDV vergisi %1, %8 ya da %18 üzerinden hesaplanmaktadır (OYPAN, 2018).

➤ Geçici Vergi Beyannamesi:

Geçici vergi, 3 aylık olarak ödenen vergilerden biridir. Kişi ya da kurumların kar ve zarar durumları incelendikten sonra beyan edilir. Geçici Vergi beyannamesinde kar oluşması durumunda, ödenen vergiler Yıllık Gelir ve Kurumlar Vergisi'nden düşürülmektedir (OYPAN, 2018).

➤ Basit Usulde Yıllık Gelir Vergisi:

Basit usule tabi olan vergi mükellefleri, yıl içinde bir kez bu yıllık vergi beyannamesini vermekle yükümlüdürler. Yılı kar ile tamamlayan kurum ya da şahıslar, basit usulde yıllık gelir vergisini, kazançları doğrultusunda %15 ile %35 arasında bir dilimde Şubat ayının sonuna kadar ödemekle yükümlüdürler. İki taksit olarak ödenen Basit Usulde Yıllık Gelir Verisi Şubat ve Haziran aylarının sonlarında ödenir (OYPAN, 2018).

➤ Yıllık Gelir Vergisi:

E-ticaret alanında en önemli vergilerden bir tanesi yıllık gelir vergisidir. Vergi mükellefi olan herkes tarafından ödenmek zorundadır. E-ticaret firmaları yıllık gelir vergisini takip etmekle yükümlüdür. Online olarak satış olduğu için ve bu satışların tamamının faturalandırılmasından dolayı yapılan her satış kayıt altındadır. Tek bir faturanın bile unutulması ya da atlanması durumunda ceza yenmesi söz konusu olabilir (OYPAN, 2018).

### 3.2.3. Yakın Geçmişte Yaşanan Hukuki Meseleler

Alan adları her ne kadar kişiye özel olsa da bazen hukuki sorunlar yaşanabilmektedir. Bu durumların önüne geçebilmek için yaşanan misallerin incelenmesi fayda sağlayacaktır. Alan adlarının alınması, marka tescilinin ilan edilmesi ya da tescilli olan henüz satın alınmamış adların başka birisi tarafından alınması gibi sorunlar yaşanabilmektedir. Veya alan adının kayıtlı olduğu firmanın yapabileceği hatalar, firma ile olan anlaşmazlıklar gibi çok sayıda örnekler bulunmaktadır. Kısa geçmişte de özellikle birkaç büyük markanın hukuki meselelerden dolayı bu konularda sorunlar yaşadığı görülmüştür. Yakın geçmişte büyük bir Nissan davası yaşanmıştır. Nissan çok bilinen bir araba üretici firmasıdır ve yıllardır da faaliyet göstermektedir.

Yakın geçmişte birçok alan adı için hukuki süreçler yaşanmıştır. Bu süreçlerin bir kısmı tamamlanırken bazıları da 10 yıl kadar sürmüştür. Milyon dolarlar harcanmış ve emsal kararlar alınmıştır. Tadim.com alan adının el değiştirmesi ya da soyadı Nissan olan bir vatandaşın satın aldığı Nissan.com gibi birçok emsal olay yaşanmıştır.

*Nissan.com:*

Açılan bu dava yıllarca sürmüş ve toplamda 5 milyon dolardan fazla para harcanmıştır. Konunun geçmişinin oldukça karışık olması nedeniyle oldukça uzun bir dava süreci yaşanmıştır. İsraili bir vatandaş 7 göbektir ticaret yapmaktadır ve ismi Uzi Nissan alan adının kendine ait olduğu savunmaktadır. Bu dava süresi 10 yılı aşkın süre devam etmiştir. Nissan Motor ise alan adı haklarının kendisine ait olduğunu iddia etmektedir. Uzi Nissan tarafından 1994 yılında alınan bu alan adı Nissan Motor'un dereye girmesi ile davalık olmuştur. 10 yılı aşkın süre devam eden mahkeme kararları ile Uzi Nissan haklı bulunmuş ve Nissan Motor alan adını alamamıştır. Nissan Motor yıllardır otomobil sektöründe faaliyet verdiğini iddia ederek Nissan markasının tescilinin olduğunu ve doğal olarak da alan adının kendilerine verilmesi gerektiğini savunmaktadır. Uzi Nissan ise soyadının olduğunu ve 1994 yılından bu yana alan adlarının kendilerinde ve ailesinde olduğunu savunmaktadır. Uzi Nissan ve ailesinin ticaret ile uğraşması hem de uzunca süredir alan adının onlarda olması nedeniyle mahkeme aileyi haklı bulmuştur. Nissan ise milyon dolarlar harcamasına rağmen alan adını alamamaktadır (Nissan Motors LawSuit Against Nissan Computer, 2022).

*Togg.com:*

Togg.com alan adı Amerikalı bir kişiye aittir. George Gould isimli kişi alan adının tüm haklarını elinde bulundurmaktadır. Yerli otomobil markamız Togg çalışmaları halen daha devam ederken bu alan adı ile alakalı mahkeme süreci tamamlanmıştır. Alan adını almak isteyen Türk yetkililer gerekli davaları açmışlardır. Alan adının hak sahibi George Gould isimli bir şahıs iken, Türkiye Otomobili Girişim Grubu (TOGG) ise 2018 yılında kurulmuş bir araç firmasıdır. Alan adı sahibi henüz TOGG diye bir marka ve girişim yok iken bu alan adını satın almıştır. TOGG henüz kurulmadan çok önceleri alınan bu alan adı için TOGG yetkilileri çok ısrarcı olsa da mahkeme alan adının hak sahibinin George Gould olduğunu söylemektedir. Her ne kadar marka ve patent alınmış olsa da TOGG kurulmadan çok daha önce alındığı için mahkeme böyle bir karar vermektedir. Bu tarz davalarda marka tescili yapılmadan 5 yıl önce alan adı alınmış ise mahkeme genelde böyle bir karar verebilmektedir. Böylelikle TOGG domain davası kaybedilmiştir (Yerli Araba Markamız TOGG, Amerika'da Açtığı Davayı Kaybetti, 2021). TOGG yetkilileri ise bu süreçten sonra resmi adresleri olarak Togg.com.tr alan adını kullanmak zorunda kalmışlardır. E-ticaret süreçleri için algoritmalar ile bir süreç takip sistemi oluşturulmuş olsa ve bu ve bunun gibi daha önce yaşanmış örnekler sisteme daha önceden tanımlanmış olsaydı yaşanan durumlar ile karşılaşma ihtimali çok daha az olabilirdi.

#### 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüz koşullarında internetin ve dijital platformların gelişmesiyle birlikte ticaret süreçleri dijital platformlara yoğunlaşmaktadır. Konforumuzu bozmadan oturduğumuz yerden sipariş verebilme özgürlüğü, elimizden bırakmadığımız akıllı telefonlardan kısa süre içinde onlarca e-ticaret mağazasında yüzlerce ürünü kıyaslayabilme özgürlüğü, aynı ürünü daha uyguna ve farklı varyasyonlarını da satın alabilme imkânı online alışveriş sektörünün her geçen gün daha fazla tercih edilmesini sağlamaktadır. Geldiğimiz noktada birçok ticari işletmenin aktif fiziksel mağazalarından daha çok e-ticaret sitelerinden süreçleri yönettiği görülmektedir.

Son yıllarda dünya da ticarete yön veren yatırım projelerinin büyük çoğunluğunu dijital projeler oluşturmaktadır. Her ne kadar metaverse evrenlerindeki dijital lokasyonlara karşı henüz güvenilir bir pazar oluşmamış olsa da e-ticaret projelerine yatırım yapmak büyük önem arz etmektedir.

Yaklaşık 10 yıl kadar önce yalnızca belli bir kesim tarafından değeri fark edilip o günün şartlarıyla kaydedilen 3 ve 4 harfli com uzantılı domainler bugün hem domain alım satımı yapan kişilere hem de bu domainleri kullanan işletme sahiplerine büyük kazançlar sağlamaktadır. Ticari fayda sağlamalarının yanı sıra prestij açısından da sektörde rekabet eden diğer rakiplerinin birçok anlamda önüne geçmesine imkân tanımaktadır. Örneğin, bebek beşikleri ile ilgili bir proje için BebekBesigiModelleri.com gibi bir domain kullanılmasındansa bebekbesikleri.com, baby.com ya da beşik.com gibi iki kelimelik bir domain kullanılması daha doğru bir tercih olacaktır. Çeşitli algoritmik modeller geliştirerek yapay zekâ sistemleri ile bu domainlerin tercih edilebilirliğini ölçmek zamanla mümkün olabilecektir. Burada atlanılmaması gereken bir faktör de elbette bu isimlerin başka firmalar tarafından tescil ve patent noktasında sorunlu olmaması koşulunun aranmasıdır.

Gerek domain yatırımcılarının gerekse e-ticaret projesi olan girişimcilerin dijital dünyanın dışında kalmamaları, gelişmeleri takip etmeleri ve projeleri için mümkün oldukça kısa, akılda kalıcı, yazıldığı gibi okunabilen, en fazla iki ya da üç heceyi geçmeyen domainleri tercih etmeleri uygun olacaktır. Yatırımcı ya da girişimcilerin tercih edecekleri domainle ilgili olarak da işgal alanı bakımından marka sınıf kodları gözeterek marka tescillerini, ürün tasarım patentlerini almaları ve e-ticaret sektörüne mutlaka giriş yapmaları sürdürülebilir olmak ve rekabet üstünlüğü elde etmek bakımından oldukça gerekli ve önemlidir.

Bu araştırmanın gelecek çalışmalar için özellikle e-ticaret projelerinde kullanılmak üzere akıllı domain üreten algoritmalar geliştirilerek ihtiyaca uygun domainleri tespit edebilen, üretebilen ve süreçleri yönlendirip takip edebilen, geri dönüş sağlayan, uyarı veren sistemler tasarlayan yapay zeka sistemleri oluşturulabileceği yönünde ilerlemesine katkı sağlaması beklenmektedir. Bu aşamada ileride geliştirilebilecek algoritma ve sistemler için bu çalışma kapsamında ele alınan “metrikler, ticaret sitelerinin işleyişi, e-ticarete satış ve sonrası dikkat edilmesi gerekenler, yakın geçmişte yaşanan hukuki meseleler” gibi konular araştırmacılara bir kaynak oluşturabilecek niteliktedir.

## KAYNAKÇA

ABDÜSSELAM, M. S., BURNAZ, E., AYYILDIZ, H., & DEMİR, İ. K. (2015). Web Teknolojilerinin E-Ticaret Ortamlarında Kullanımı İle İlgili İçerik Analizi: Türkiye'deki İlk 500 E-Ticaret Sitesi. Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 263-284. <http://acikerisim.ktu.edu.tr/jspui/handle/123456789/234> adresinden alındı

Alan Adı Yaşam Periyodu. (2022, Ocak 25). Web Evi: <https://www.webevi.com/alan-adi-yasam-periyodu> adresinden alındı

Artık “.com” Uzantılı Alan Adınızı Ethereum Cüzdanı Olarak Kullanabilirsiniz! (2021, Ağustos 28). Crypto - Turkey: <https://crypto-turkey.com/artik-com-uzantili-alan-adinizi-ethereum-cuzdani-olarak-kullanabilirsiniz/> adresinden alındı

Başlıca IoT (Nesnelerin İnterneti) Veri Protokolleri Nelerdir? (2021, Haziran 8). Ankaref: <https://ankaref.com/blog/baslica-iot-nesnelerin-interneti-veri-protokolleri-nelerdir-42> adresinden alındı

Belgesiz .com.tr Ön Başvuruları Açıldı Hemen Basvurun. (2022, Ocak 27). Sunucu Firması: <https://sunucufirmasi.com/belgesiz-com-tr-on-basvurulari-acildi-hemen-basvurun.html> adresinden alındı

CENİKUT, M. A. (2020, Eylül 14). İnternetin Başındaki Kurum: ICANN Ve Görevleri. Cenuta: <https://www.cenuta.com/blog/internetin-basindaki-kurum-icann-ve-gorevleri/> adresinden alındı

Domain (alan adı) ihlali. (2022, Ocak 7). Mihci Hukuk Danışmanlık: <https://mihci.av.tr/domain-ihlali/> adresinden alındı

Domain nedir, Doğru domaini nasıl seçeriz? (2022, Ocak 19). Turhost: <https://www.turhost.com/domain-nedir/> adresinden alındı

Dropshipping nedir, nasıl yapılır? (2020, Temmuz 15). İnnova: <https://www.innova.com.tr/tr/blog/satis-pazarlama-blog/dropshipping-nedir-nasil-yapilir> adresinden alındı

DURMUŞOĞLU, S. S. (2016, Ağustos 3). E-ticarete satış süreçlerine ilişkin hukuki sorumluluklar. Webrazzi: <https://webrazzi.com/2016/08/03/e-ticarete-satis-sureclerine-iliskin-hukuki-sorumluluklar/> adresinden alındı

Düşen domainler ne kadar süre sonra kayıt edilebilir? (2021, Eylül 13). Domain Deposu: <https://domaindeposu.com/blog/23/dusen-domai-nler-ne-kadar-sure-sonra-kayit-edi-lebi-li-r> adresinden alındı

ERALP, Ö. (2004, Mart 30). Bilişim Suçlusuna giden yol – ip. Eralp Avukatlık Bürosu: <https://www.eralp.av.tr/bilisim-suclusuna-giden-yol-ip/> adresinden alındı

ERDOĞAN, M. G. (2020, Ocak 13). Covid-19 Döneminde E-Ticaret Ve Dijital Reklam Yatırımları. DergiPark: <https://dergipark.org.tr/en/pub/josc/issue/57310/776605> adresinden alındı

ERKAL, M. (2020, Şubat 12). 2020'nin En İyi Ücretli ve Ücretsiz SEO Araçları. Stradiji: <https://www.stradiji.com/2020-nin-en-iyi-ucretli-ve-uccretsiz-seo-araclari/> adresinden alındı

EŞKİ, T. (2021, Nisan 29). E-ticarete Covid 19 sürecinin tüketicilerin satın alma davranışına etkisi. Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: <http://openaccess.cag.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/20.500.12507/1626/696164.pdf?sequence=1&isAllowed=y> adresinden alındı

E-ticaret Nedir? (2022, Ocak 14). Ideasoft: <https://www.eticaret.com/e-ticaret-sozlugu/e-ticaret-nedir/> adresinden alındı

E-Ticaret Pazaryeri Web Sitelerinin Dinamikleri: Covid-19 Pandemi Sürecindeki Değişim. (2021, Mart 10). DergiPark: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/oguiibf/issue/60025/867263> adresinden alındı

Eticaret Reklam Yönetimi. (2013, Ekim 2). E Ticaret Uzmanı : <http://www.eticaretuzmani.com.tr/reklam-yonetimi> adresinden alındı

Evraksız/Belgesiz .com.tr. (2022, Ocak 25). DomainNameApi: <https://www.domainnameapi.com/tr/domain-bayilik/com.tr> adresinden alındı

GÜNAÇAR, O. (2022, Ocak 25). Spam Skoru (Spam Score) Nedir? Dijitalzade: <https://www.dijitalzade.com/spam-skoru-spam-score-nedir/> adresinden alındı

GÜNEŞ, C. (2022, Ocak 5). Domain uzantıları ve anlamları nelerdir, hangi uzantıları seçmeliyim? İsimTescil: <https://www.isimtescil.net/bilgibankasi/domain-uzantilari-ve-anlamlari-nelerdirhangi-domaini-secmeliyim#> adresinden alındı

Hosting Nedir? Doğru Hosting Firması Nasıl Seçilir? (2022, Ocak 9). Mobitek: <https://mobitek.com/hosting-nedir-dogru-hosting-firmani-nasil-secilir/> adresinden alındı

IP adresi nedir? IP Adresi Sorgulama. (2019, Nisan 27). Shift Delete Net: <https://shiftdelete.net/ip-adresi-nedir-ip-adresi-sorgulama> adresinden alındı

KAR, N. (2018, Temmuz 21). Domain uzantısı ile SEO ilişkisi var mıdır? Necmettin Kar: <https://necmettinkar.com.tr/domain-uzantisi-ile-seo-iliskisi-var-midir/> adresinden alındı

KARABULUT, A. Tuğba; VURAL, Haluk. (2016). Elektronik Ticaret (E-Ticaret) Yapan İşletmelerin Alan Adlarının, Bireylerin Bu İşletmeleri Tercihleri Üzerindeki Etkisi ve Bir Uygulama. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 29/2.

KARAMAN, A. (2019, Ağustos 12). Backlink Denetimi Nasıl Yapılır? (Sadece 20 Dakika). Ayhan Karaman: <https://www.ayhankaraman.com/backlink-denetimi-nasil-yapilir-sadece-20-dakika/> adresinden alındı

KAYA, M. (2021). İnternet Alan Adı (Domain) Uyuşmazlıklarının Çözümünde Alternatif Yöntemler: UDRP, URS ve TRABİS Karşılaştırması. Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi, Cilt 27, Sayı 2, 1462-1486.

List of Accredited Registrars. (2021, Ocak 2). ICANN Web Sitesi: <https://www.icann.org/en/accredited-registrars?sort-direction=asc&sort-param=name&page=1&country=Turkey> adresinden alındı

MELNIC, D. (2022, Ocak 5). 2022 Yılında En İyi 8 (Güvenilir ) VPS Hosting Hizmeti. Website Planet: <https://www.websiteplanet.com/tr/blog/yilinda-en-iyi-guvenilir-vps-hosting-hizmeti/> adresinden alındı

MÜYESSEROĞLU, E. (2018, 12 02). <https://ertugrulumuyesseroglu.com/alan-adi-domain-nedir-nasil-belirlenir/>. ertugrulumuyesseroglu.com: <https://ertugrulumuyesseroglu.com/alan-adi-domain-nedir-nasil-belirlenir/> adresinden alındı

NACAR, R., & ÖZDEMİR, K. (2021, Mart 10). E-Ticaret Pazaryeri Web Sitelerinin Dinamikleri: Covid-19 Pandemi Sürecindeki Değişim. DergiPark: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/oguiibf/issue/60025/867263> adresinden alındı

Nissan Motors LawSuit Against Nissan Computer. (2022, Ocak 25). Nissan.com: <https://nissan.com/> adresinden alındı

OĞUZ, S. (2018). İnternet alan adı haklarının korunması. Seçkin Yayıncılık.

Online Ödeme Sistemleri Nelerdir? Güvenli Mi? (2019, Mayıs 31). Sentos: <https://www.sentos.com.tr/online-odeme-sistemleri-nelerdir-guvenli-mi/> adresinden alındı

OYPAN, S. (2018, Kasım 28). E ticaret vergileri hangileridir? | E ticaret vergi süreci. Ideasoft: <https://www.ideasoft.com.tr/e-ticaret-vergileri-hangileridir/> adresinden alındı

Pazaryeri Nedir? Çok Satıcı E-ticaret Nasıl Çalışır. (2021, Ekim 13). c2c E-ticaret: <https://www.c2ceticaret.com/pazaryeri-nedir-cok-saticili-e-ticaret-nasil-calisir> adresinden alındı

SAVAŞ, S., TOPALOĞLU, N., & GÜLER, O. (2015). Türkiye'deki Kullanıcıların Bazı Alan Adları ÜzerineTercihlerinin Belirlenmesi: Bir Anket Uygulaması. Bilişim Teknolojileri Dergisi, 51-58.

SEO Temelleri: Arama Motoru Optimizasyonu için Yeni Başlayanlar Kılavuzu. (2019, Eylül 29). Seo Sitesi: <https://seositesi.com/seo-temelleri-arama-motoru-optimizasyonu-icin-yeni-baslayanlar-kilavuzu/> adresinden alındı

Spam Nedir? Spam Score Nasıl Azaltılır? (2021, Kasım 26). TURHOST: <https://www.turhost.com/blog/spam-nedir-spam-score-nasil-azaltilir/#serp> adresinden alındı

SSL sertifikası nedir? – Tanım ve Açıklama. (2022, Ocak 26). Kaspersky: <https://www.kaspersky.com.tr/resource-center/definitions/what-is-a-ssl-certificate> adresinden alındı

TAHİR, A. (2021). Sanal Gerçeklik. İstanbul: Payidar Yayınevi.

TEMİR, A. (2019, Aralık 31). Dijital çocuk yayınlarının çocukların öğrenmesi üzerinde etkileri. Marmara Üniversitesi: <https://avesis.marmara.edu.tr/yonetilen-tez/40c66c20-8814-420f-ab84-12a0241594d2/dijital-cocuk-yayinlarinin-cocuklarin-ogrenmesi-uzerinde-etkileri> adresinden alındı

The Domain Name Industry Brief. (2013, Haziran 25). Verisign.: [https://www.verisign.com/en\\_US/domain-names/dnib/index.xhtml](https://www.verisign.com/en_US/domain-names/dnib/index.xhtml) adresinden alındı

Ülke Kodlu Alan Adı Uzantıları ve Anlamları. (2018, Mayıs 30). Natro: <https://www.natro.com/blog/ulke-kodlu-alan-adi-uzantilari-ve-anlamlari/> adresinden alındı

Web Hosting Nedir? (2016, Haziran 27). İhs: <https://www.ihs.com.tr/blog/web-hosting-nedir/> adresinden alındı

Web Sitesi Alan Adı Uzantıları. (2015, Mart 28). Yazılım Her Yerde: .COM Genel ve Ticari konularda kullanılır. Akılda kalması kolay olduğu için web sayfalarında öncelikle aranan isimdir. adresinden alındı

WONG, E. (2019, Haziran 27). IP adresi nedir ve domain IP adresi nasıl öğrenilir? Godaddy: <https://tr.godaddy.com/blog/ip-adresi-nedir-ve-domain-ip-adresi-nasil-ogrenilir/> adresinden alındı

Yadotek - Domain Uzantıları Ve Anlamları Nelerdir? Ülkelerin Domain Uzantıları. (2020, Eylül 7). Yadotek: <https://yadotek.com/teknoloji/domain-uzantilari-ve-anlamlari-nelerdir-ulkelerin-domain-uzantilari/> adresinden alındı

Yerli Araba Markamız TOGG, Amerika'da Açtığı Davayı Kaybetti. (2021, Eylül 17). Güncel Oku: <https://gunceloku.com/yerli-araba-markamiz-togg-amerika-da-actigi-davayi-kaybetti> adresinden alındı

YILMAZ, T. (2015, Kasım 20). Alan Adı (Domain Name) Ve Alan Adı Satış Sözleşmesi Örneği Fikri, Sınai Haklar ve Bilişim Hukuku. Tuğsan Yılmaz: <https://www.tugsanyilmaz.av.tr/tag/alan-adi-satis-sozlesmesi-ornegi> adresinden alındı

YOLUK, Ö. (2022, Ocak 14). Seo İçin Domain Seçimi Nasıl Olmalı. Ömer Yoluk: <https://omeryoluk.com/seo-icin-domain-secimi-nasil-olmalı/> adresinden alındı

YURTCU, C. (2020, Aralık 30). Domain Alırken Dikkat Edilmesi Gerekenler. Celal Yurtcu Teknolojiye Dair Ne Varsa: <https://www.celalyurtcu.com/domain-alirken-dikkat-edilmesi-gerekenler.html> adresinden alındı