

E-PAREKENDEÇİLİK

1. Aşağıdakilerden hangisi e-hizmet kalitesi boyutlarından biridir? Gizlilik ve güvenlik
2. 2) Elektronik ticaret, altyapı ve destek işlemleri üzerine inşa edilir. Buna göre aşağıdakilerden hangisi destek hizmetlerinden biri değildir? Güvenli, mobil ticaret gibi genel hizmet altyapısı
3. Tüketicilerin herhangi bir aracıya ihtiyacı olmadan, direkt olarak işletmelerin ürün ve hizmetlerini satın alabilmelerine ne ad verilir? Dolaysızlık
4. Aşağıdakilerden hangisi elektronik perakendeciliğin üstün bir yönü olarak, müşterilerin evden çıkmak için hazırlık yapıp uzun yollar katetmeye gerek duymamalarını açıklar ? Ulaşılabilirlik
5. Aşağıdaki gelişmelerden hangisi şirketlerin son kilometre (last-mile) dağıtım konusunda farklı stratejiler uygulama çabaları ile ilgilidir? Lojistik altyapının gelişmesi
6. Aşağıdakilerden hangisi elektronik alışverişle ilgili güvenlik sorunlarına neden olan faktörlerden biri değildir? Elektronik alışveriş sistemlerinin dinamik yapısı ve içeriden kişilerin eylemleri
7. Bilgisayarında daha verimli çalışmasını olanaklı kıldığı iddiasına güvenerek bir programı indiren, faydalı gibi görünen ancak içinde kötü amaçlı bir kod bulunduran program nedeniyle bilgisayardaki dosyaları silinen bir kullanıcı ne tür bir elektronik güvenliğe karşı kötü amaçlı yazılımla karşı karşıyadır? Truva atı
8. Tüketicilerin dijital ortamlarda zaman geçirme süreleri az gelişmiş toplumlarda haftada kaç saattir? 20
9. Çoğu perakendeci, tiyatrodaki bir oyunun bir parçasıymış gibi spesifik rollere sahip belirli bireylerin rollerini oynadıkları tiyatrolardaki gibi tasarlanmalıdır Yukarıda açıklaması verilen klasik mağaza çevresi bileşeni aşağıdakilerden hangisidir? Mağaza Sahnesi
10. Aşağıdakilerin hangisi yardımıyla kişiselleştirmede, işletme tarafından elde edilen müşteri bilgisi ile site, müşterinin isteğine göre tasarlanmaktadır? Canlı destek hizmeti
11. Aşağıdakilerden hangisi elektronik alışverişte kullanılan güvenlik araçlarından biri değildir? : Dijital cüzdanlar
12. Mükemmel Bütün-Kanal deneyimlerine sahip aşağıdaki markalardan hangisi yakın alan iletişimi teknolojisini kullanarak fiziksel lokasyonlarında bağlayıcı bir müşteri deneyimi yaratmaktadır? Timberland
13. Bir tüketici mobil alışveriş yaparken siteye kolayca girmek, sitenin fonksiyonlarını ve içeriğini kolay bir şekilde kullanabilmek gibi bir beklenti içine girmekte, ona göre alışveriş yapmaktadır. Bu durum Birleştirilmiş Teknoloji Kabul Modeli'nde hangi kavramla açıklanır? Performans beklentisi
14. _____ web sitesi sayısının artmasıyla birlikte siteler arasında kaybolan ve aradığını bulamayan kullanıcılara kolaylık olması ve alışverişe ek olarak çeşitli destek hizmetlerin verilebilmesi amacıyla geliştirilmiştir? Alışveriş portalı modeli
15.) _____ ürünlerin kablosuz teknolojilerle tüketicilerin istedikleri yerde ve zamanda ulaştırılması, yer ve zamandan bağımsız alışveriş olarak tanımlanabilir. _____ ise genel olarak sabit, bağlantının olduğu bir durumdaki alışverişini tanımlar. Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yerleri sırasıyla aşağıdakilerden hangisi doğru şekilde tamamlar? Mobil alışveriş / E-Alışveriş
16. Aşağıdaki bütün - kanal alışverişçisinin hangi beklentisi "bir kanalda satın almaya başlama ve bir öğeyi diğerinde bitirme veya iade etme" olarak tanımlanır? Esneklik
17. Dünya çapında yaygınlaşmış sosyal medya platformlarının ve arama motorlarının ticari anlamda başarılı olmalarının temel nedeni aşağıdakilerden hangisidir? Kişiselleştirilmiş mesajlar üretebilmeleri
18.) I. Maliyetleri düşürür ve rekabet üstünlüğü sağlar. II. Tedarik zinciri maliyetleri düşer. III. Müşterilere çevrim içi bilgi zenginliği sunar. IV. Gruplar hâlinde satın alabilmeyi sağlar. V. Koleksiyoncu parçaları gibi özel ürünlere ulaşabilmeyi sağlar. Yukarıdakilerden hangileri elektronik perakendeciliğin pazarlamacılara sağladığı avantajlardandır? : I, II ve III
19. Aşağıdakilerden hangisi E-CRM'in CRM'den farklılıklarından biridir? Geleneksel anlamda online perakendeci mağaza, telefon vb. ile müşteri teması
20. Mobil araçlara yönelik reklam faaliyetlerinin başarısı temel olarak aşağıdaki hangi özelliklere bağlıdır? : Faydacı ve hazzcı
21. Aşağıdakilerden hangisi müşteriyle etkileşimleri artırır? Gerçek zamanlı bilgi akışı
22. I. Bağlantılı tüketicilerin fiziksel ve dijital bir şekilde eş zamanlı olarak etkileşime girmesidir. II. İşletmenin online bir "kolunu" oluşturmaya yönelik dikkat ve kaynakları tanımlar. III. Mağazanın yeri, ürün çeşitliliği ve fiyatlara dayalı bir iş modeli çalışır. IV. Kanallar arasındaki farklılıklar kaybolur ve müşteri istediği yerde ve zamanda etkileşime girer. V. "Online satış yapmalıyız" ve "müşteri bize gelecek düşüncesi egemendir. Bütün-kanal perakendecilikle ilgili yukarıdaki ifadelerden hangisi/hangileri doğrudur?-----
23.) Türkiye'de ilk elektronik perakendecilik uygulaması hangi şirkete aittir? Remzi Kitabevi
24. Bu elektronik ticaret türünde satıcı olası alıcıya ilgili ürünün tanıtımını yapar ve ödemeyi alır, ardından siparişi bir tedarikçiye yönlendirir ve toptan satış bedelini öder, tedarikçi ürünü hazır hâle getirir ve alıcıya teslim eder. Yukarıda tanımlı verilen elektronik ticaret işlemi aşağıdakilerden hangisidir? Stoksuz Satış (Drop-shipping)
25. Başarılı bir CRM uygulaması için, bir işletmenin temel kaynağını ne oluşturur? Bilgi
26. Bütün-kanal işletmeler hangi alışverişçileri hedef alır? Uzun vadeli alışverişçileri

27. Pek çok örgüt _____ şebekelerinin internet erişim noktasına kurar. Böylelikle -----, şebeke ile internet arasında ya da şebeke ile tehdit yaratabilecek bir başka şebeke arasında bir savunma hattı görevi görür. Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yeri aşağıdakilerden hangisi doğru şekilde tamamlar? ateş duvarını/ateş duvarı
28.) Bu bileşen, ön ofis, arka ofis ve üçüncü parti işlemlerinin bütünleştirilmesini sağlayan bileşendir. Yukarıda açıklaması verilen web pazarlama karması olarak da adlandırılabilen 4S stratejisinin elemanı aşağıdakilerden hangisidir? Sinerji
29.) Bütün-kanal alışverişçisinin kişiselleştirilmiş ve kesintisiz muamele görme beklentisi aşağıdakilerden hangisine karşılık gelir? Deneyim
30. Tüketiciler için satın alma karar süreci aşağıdakilerden hangisi ile başlamaktadır? İhtiyacın belirlenmesi
31. İşletmenin içinde bulunduğu endüstriyi de dikkate alarak; yazılımın ölçeklenebilirliği, özelleştirme için araç setinin esnekliği, mevcut E-CRM uygulama kodunun istikrarı, E-CRM uygulamasının yasa ve internet sistemleri ile uyumluluğu, uygulama öncesi ve sonrasında elde edilebilecek olan teknik destek düzeyi gibi kriterler, E-CRM uygulama stratejilerinden hangisi ile doğrudan ilgilidir? Eğitim ve uygulama
32. E-Pazaryerleri, elektronik ticaretin bileşenlerinden hangisi içinde yer alır? İş Ortaklıkları
33. Yasal ve bilinen bir şirket, banka, okul veya devlet kurumundan geliyormuş gibi kullanıcılara e-posta, anlık mesaj, yorum ya da yazılı mesaj göndererek kredi kartı bilgileri, banka hesabı bilgileri, vb. gizli bilgileri hiçbir şeyden şüphelenmeyen kullanıcılardan almak suretiyle yapılan elektronik dolandırıcılık türü aşağıdakilerden hangisidir? DDoS
34. E-hizmet ile ilgili olarak aşağıdakilerden hangisi doğrudur? E-hizmet, geleneksel hizmetlerin elektronik ortama aktarılmasını ifade eder.
35. Aşağıdakilerden hangisi kullanıcının fiziksel dünyada yapabildiği eylemlerin benzerini yapabildiği ve dijital bilgi katarak etkileşime girebildiği dağıtım kanalına göre e-perakendecilik iş modellerinden biridir? Artırılmış Gerçeklik
36. Aşağıdakilerden hangisi tüketicilerin mobil reklamların doğruluğuyla ilgili değerlendirmelerini içermektedir? Güvenilebilir olma

37Aşağıda verilen bilgilerden hangisi, Tek kanal ile ilgili değildir? Müşteriye, müşteri sadakati sağlamaya yardımcı olan 24 saat erişim olanağı sağlamasıdır.

38 Elektronik hizmet kavramıyla ilgili olarak aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır? Hizmet elemanlarının doğrudan müdahalesine dayalı, işletmenin geleneksel mağaza altyapısı ile sunulan hizmet sürecini ifade etmektedir.

39 I. Mobil araçlar; araştırma gerekliliğinin düşük olduğu durumlarda, daha nadiren satın almaya neden olmaktadır.

II. Mobil alışveriş söz konusu olduğunda, mobil teknoloji, işletmelerin alışkanlık haline gelen alışverişleri yaratma ihtimalini artırmaktadır.

III. Tüketicilerin almak istedikleri ürünlerin ulaşılabilir olmasının satın alma eğilimini

artırdığını ortaya koymaktadır.

IV. Mobil araçların sağladığı kolaylık, tüketicilerin daha yüksek satın alma eğilimine neden olmaktadır.

V. Mobil araçlar alışveriş kolaylığı sağlamakla birlikte daha düşük markabağlılığına neden olmaktadır.

Mobil alışverişin sipariş sıklığı ve miktarı üzerindeki etkisi ile ilgili olarak yukarıdaki ifadeler? I ve V

40SERVQUAL ölçeğinin boyutları içinde aşağıdakilerden hangisi yer almaz? Heveslilik

41I. Bu kanal sisteminde perakendecilerin alımları çeşitli kanallardan yönetmesi ya da siparişlerin yerine getirilmesi ve hızlı teslimat çok kolaylaşmıştır.

II. Alışveriş yapanlarla birden fazla kanalda iletişim kurdukları ve aynı sistemlerde veri senkronizasyonunu karıştırdığı için müşteri hizmetleri de sorunsuz işlemiştir. III. Dijital devrim ile doğan bu perakende modelinde perakendeciler, müşterilere ürünlerini hem online hem de offline kanallar üzerinden satın alma seçenekleri sunmuştur.

IV. Tüketicilerin malları veya hizmetleri satın almalan daha esnek ve kullanışlı olduğundan satışın önemli ölçüde artmasına yardımcı olmuştur.

V. Müşteri sadakati sağlamaya yardımcı olacak şekilde müşteriye 24 saat erişim olanağı sunmuştur.

Çok kanal sitemiyle ilgili yukarıdaki ifadelerden hangisi/hangileri doğrudur? III, IV ve V

42Aracı işletme veya bireyin platformunu oluşturarak ortamı yarattığı, satıcıların bir sanal işletme gibi çalışan bu platformda kullanılmış eşyalar gibi pek çok ürünü veya hizmeti sunduğu, alıcıların da bu sunulanlardan seçimini yaptığı, işlemleri yürüten taraflara göre e-perakendecilik iş modeli aşağıdakilerden hangisidir? Tüketiciden tüketiciye (C2C)

