



ULUSAL YETERLİLİK

17UY0307-6

e-TİCARET KATEGORİ SORUMLUSU
SEVİYE 6

REVİZYON NO: 00

MESLEKİ YETERLİLİK KURUMU

Ankara, 2017

ÖNSÖZ

e-Ticaret Kategori Sorumlusu (Seviye 6) Ulusal Yeterliliği 5544 sayılı Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK) Kanunu ile anılan Kanun uyarınca çıkartılan 19/10/2015 tarihli ve 29507 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Ulusal Meslek Standartlarının ve Ulusal Yeterliliklerin Hazırlanması Hakkında Yönetmelik ve 27/11/2007 tarihli ve 26713 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Mesleki Yeterlilik Kurumu Sektör Komitelerinin Kuruluş, Görev, Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik hükümlerine göre MYK’nın görevlendirdiği Anadolu Aslanları İş Adamları Derneği (ASKON) tarafından hazırlanmış, sektördeki ilgili kurum ve kuruluşların görüşleri alınarak değerlendirilmiş ve MYK Ticaret Sektör Komitesi tarafından incelendikten sonra MYK Yönetim Kurulunca onaylanmıştır.

Mesleki Yeterlilik Kurumu

GİRİŞ

Ulusal yeterliliğin hazırlanmasında, sektör komitelerinde incelenmesinde ve MYK Yönetim Kurulu tarafından onaylanarak yürürlüğe konulmasında temel ölçütler “Ulusal Meslek Standartlarının ve Ulusal Yeterliliklerin Hazırlanması Hakkında Yönetmelik’te belirlenmiştir.

Ulusal yeterlilikler için temel ölçütler aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

- a) Ulusal yeterlilikler, ulusal meslek standartları veya uluslararası standartlara dayalı olarak oluşturulur.
- b) Ulusal yeterlilikler katılımcı bir anlayışla hazırlanır ve ilgili tarafların görüş ve katkısı alınır.
- c) Ulusal yeterlilikler, mesleki alana ilişkin iş sağlığı ve güvenliği, çevre ve kalite ile ilgili hususları kapsar.
- d) Ulusal yeterlilikler kullanıcılar tarafından anlaşılacak şekilde yazılır.
- e) Ulusal yeterlilikler hayat boyu öğrenme ilkesi çerçevesinde bireyin kendini geliştirmesini ve meslekte ilerlemesini teşvik eder.
- f) Ulusal yeterlilikler açık veya gizli hiçbir ayrımcılık unsuru içermez.
- g) Ulusal yeterlilikler, bireyin bilgi, beceri ve yetkinliğinin kalite güvencesi dâhilinde ölçülmesini temin eden unsurları içerir.

17UY0307-6 e-TİCARET KATEGORİ SORUMLUSU ULUSAL YETERLİLİĞİ

1	YETERLİLİĞİN ADI	e-Ticaret Kategori Sorumlusu
2	REFERANS KODU	17UY0307-6
3	SEVİYE	6
4	ULUSLARARASI SINIFLANDIRMADAKİ YERİ	ISCO 08: 3322 (Ticari Satış Temsilcileri)
5	TÜR	
6	KREDİ DEĞERİ	
7	A)YAYIN TARİHİ	21.06.2017
	B)REVİZYON NO	00
	C)REVİZYON TARİHİ	-
8	AMAÇ	<p>Bu yeterlilik e-Ticaret Kategori Sorumlusu (Seviye 6) mesleğinin eğitim almış ve nitelik kazandırılmış kişiler tarafından yürütülmesi ve çalışmalarda kalitenin artırılması için;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adayların sahip olması gereken nitelikleri, bilgi, beceri ve yetkinlikleri tanımlamak, • Adayların, geçerli ve güvenilir bir belge ile mesleki yeterliliğini kanıtlamasına olanak vermek, • Eğitim sistemine, sınav ve belgelendirme kuruluşlarına referans ve kaynak oluşturmak amacıyla hazırlanmıştır.
9	YETERLİLİĞE KAYNAK TEŞKİL EDEN MESLEK STANDART(LAR)I	
		17UMS0607-6 e-Ticaret Kategori Sorumlusu (Seviye 6) Ulusal Meslek Standardı
10	YETERLİLİK SINAVINA GİRİŞ ŞART(LAR)I	
		-
11	YETERLİLİĞİN YAPISI	
	11-a) Zorunlu Birimler	
		17UY0307-6/A1 İş Sağlığı ve Güvenliği, Çevre, Kalite ve Mesleki Gelişim 17UY0307-6/A2 Çevrimiçi Satış Süreçlerini Planlama 17UY0307-6/A3 Çevrimiçi Satış Süreçlerini Yönetme 17UY0307-6/A4 Satış Sonrası Süreçleri Yönetme
	11-b) Seçmeli Birimler	
		-
	11-c) Birimlerin Gruplandırılma Alternatifleri ve İlave Öğrenme Çıktıları	
		-
12	ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	
		Mesleki Yeterlilik Belgesini elde etmek isteyen adaylar birimlerde tanımlanan sınavlara tabi tutulur. Adayların mesleki yeterlilik belgesini alabilmeleri için birimlerde tanımlanan sınavlardan başarılı olma şartı vardır. Yeterlilik birimlerindeki teorik ve performansa dayalı sınavları her bir birim için ayrı ayrı yapılabileceği gibi birlikte de yapılabilir. Ancak her birimin değerlendirmesi bağımsız yapılmalıdır. Yeterlilik birimlerinin geçerlilik süresi, birimin başarıldığı tarihten itibaren 2 yıldır. Yeterlilik

birimlerinin birleştirilerek bir yeterliliğin elde edilebilmesi için tüm birimlerin geçerliliğini koruyor olması gerekmektedir.		
13	BELGE GEÇERLİLİK SÜRESİ	Belgenin geçerlilik süresi beş (5) yıldır.
14	GÖZETİM SIKLIĞI	Belge geçerlilik süresi içerisinde belge sahibi gözetime tabi tutulur. Belge sahibinin performansı, belge aldığı tarihten itibaren 2. yıl ile 3. yıl arasında, sınav ve belgelendirme kuruluşunun belirleyeceği gözetim yöntemi (belgeyi aldığı tarihten sonraki; mesleki deneyim belgesi, gerçekleştirdiği, akademik/mesleki çalışmalar, katıldığı mesleki/akademik eğitimlere ilişkin sertifika ve benzeri) ile değerlendirilir. Gözetim sonucu performansı yeterli bulunmayan veya gözetimi belge sahiplerinden kaynaklanan nedenlerle yapılamayan belge sahiplerinin belgeleri askıya alınır. Belgesinin askıda olma nedeni ortadan kalkan belge sahiplerinin belgelerinin geçerliliği geçerlilik süresi sonuna kadar devam eder.
15	BELGE YENİLEMEDE UYGULANACAK ÖLÇME-DEĞERLENDİRME YÖNTEMİ	Beş (5) yıllık geçerlilik süresinin sonunda belge sahibinin performansı aşağıda tanımlanan yöntemlerden en az biri kullanılarak değerlendirmeye tabi tutulur; <ul style="list-style-type: none"> a) 5 yıl belge geçerlilik süresi içinde yeterlilik belgesi kapsamında toplamda en az 2 yıl çalıştığına dair resmi (SGK ve benzeri) kayıt sunulması, b) Yeterlilik kapsamında yer alan yeterlilik birimleri için tanımlanan performansa dayalı sınavın (P1) yapılması. Değerlendirme sonucu olumlu olan adayların belge geçerlilik süreleri 5 yıl daha uzatılır.
16	YETERLİLİĞİ GELİŞTİREN KURULUŞ(LAR)	Anadolu Aslanları İş Adamları Derneği (ASKON)
17	YETERLİLİĞİ DOĞRULAYAN SEKTÖR KOMİTESİ	MYK Ticaret Sektör Komitesi
18	MYK YÖNETİM KURULU ONAY TARİHİ VE SAYISI	21.06.2047-2017/58

17UY0307-6/A1 İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ, ÇEVRE KORUMA, KALİTE VE MESLEKİ GELİŞİM YETERLİLİK BİRİMİ

1	YETERLİLİK BİRİMİ ADI	İş Sağlığı ve Güvenliği, Çevre Koruma, Kalite ve Mesleki Gelişim
2	REFERANS KODU	17UY0307-6/A1
3	SEVİYE	6
4	KREDİ DEĞERİ	
5	A)YAYIN TARİHİ	21.06.2017
	B)REVİZYON NO	00
	C)REVİZYON TARİHİ	-
6	YETERLİLİK BİRİMİNE KAYNAK TEŞKİL EDEN MESLEK STANDARDI	
17UMS0607-6 e-Ticaret Kategori Sorumlusu (Seviye 6) Ulusal Meslek Standardı		
7	ÖĞRENME ÇIKTILARI	
Öğrenme Çıktısı 1: İş sağlığı ve güvenliği ile çevre koruma için gerekli önlemleri açıklar. Başarım Ölçütleri: 1.1. İşyerinde güvenli çalışma yöntemlerini açıklar. 1.2. Çalışma ortamında risk değerlendirme ve raporlama sürecini açıklar. 1.3. Acil durum prosedürlerini tanımlar. 1.4. Çevre koruma standartlarını tanımlar. Öğrenme Çıktısı 2: Kalite uygulamalarını açıklar. Başarım Ölçütleri: 2.1. Sorumlu olduğu işlerin mevzuata uygunluğunun sağlanmasında yapması gerekenleri açıklar. 2.2. Kalite yönetim çalışmalarına nasıl destek olacağını açıklar. Öğrenme Çıktısı 3: Mesleki gelişim faaliyetlerini belirler. Başarım Ölçütleri: 3.1. Bireysel ve mesleki gelişim süreçlerini belirler. 3.2. Ekip arkadaşlarının mesleki gelişimini nasıl destekleyeceğini açıklar.		
8	ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	
8 a) Teorik Sınav		
T1: Çoktan Seçmeli Sorularla Sınav: A1 birimine yönelik teorik sınav Ek A1-2’de yer alan “Bilgiler” kontrol listesine göre gerçekleştirilir. Teorik sınavda adaylara, en az yirmi (20) soruluk çoktan çok seçmeli, her biri eşit puan değerinde sorulardan oluşan yazılı sınav (T1) uygulanmalıdır. Sınav yazılı olarak yapılabileceği gibi, bilgisayar ortamında da yapılabilir. Sınavda adaylara her soru için ortalama 1-2 dakika zaman verilir. Yazılı sınavda soruların en az % 70’ine doğru yanıt veren aday başarılı sayılır. Sınav soruları, bu birimde teorik sınav ile ölçülmesi öngörülen tüm bilgi ifadelerini (Ek A1-2) ölçmelidir.		
8 b) Performansa Dayalı Sınav		
Performansa dayalı sınav öngörülmemektedir.		
8 c) Ölçme ve Değerlendirmeye İlişkin Diğer Koşullar		
Adayın söz konusu birimden başarılı sayılması için T1 sınavından başarılı olması gerekir. Yeterlilik biriminin geçerlilik süresi birimin başarılı olduğu tarihten itibaren 2 yıldır.		

9	YETERLİLİK BİRİMİNİ GELİŞTİREN KURUM/KURULUŞ(LAR)	Anadolu Aslanları İş Adamları Derneği (ASKON)
10	YETERLİLİK BİRİMİNİ DOĞRULAYAN SEKTÖR KOMİTESİ	MYK Ticaret Sektör Komitesi
11	MYK YÖNETİM KURULU ONAY TARİHİ VE SAYISI	21.06.2017-2017/58

YETERLİLİK BİRİMİ EKLERİ

EK [A1]-1: Yeterlilik Biriminin Kazandırılması için Tavsiye Edilen Eğitime İlişkin Bilgiler

Bu birimin kazandırılması için aşağıda tanımlanan eğitim içeriğine sahip bir eğitim programının tamamlanması tavsiye edilir.

1. Çevre Koruma Önlemleri
2. Eğitim ve Gelişim
3. Kalite Yönetim Sisteminin Temelleri
4. Takım Yönetimi
5. Temel Çevre Mevzuatı
6. Temel İş Sağlığı ve Güvenliği Mevzuatı ve KKD kullanımı

EK [A1]-2: Yeterlilik Biriminin Ölçme ve Değerlendirmesinde Kullanılacak Kontrol Listesi

a) BİLGİLER

No	Bilgi İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
BG.1	Kullandığı araç, gereç ve ekipmanlarla ilgili İSG önlemlerini açıklar.	A.1.1	1.1	T1
BG.2	Kullanılması gereken kişisel koruyucu donanımlarını ve nasıl kullanıldığını tanımlar.	A.1.1 A.1.2	1.1	T1
BG.3	Çalışma ortamındaki tehlike etmenlerini azaltmaya yönelik yapması gerekenleri açıklar.	A.1.2 A.1.3	1.1	T1
BG.4	Risk değerlendirme çalışmalarının temel aşamalarını sıralar.	A.2.1	1.2	T1
BG.5	Çalışma ortamındaki olası riskleri tanımlar.	A.2.2	1.2	T1
BG.6	Acil durumda izlenmesi gereken adımları listeler.	A.3.1	1.3	T1
BG.7	Olası iş kazası gibi durumlarda uygulanacak temel ilkyardım önlemlerini açıklar.	A.3.2	1.3	T1
BG.8	Çalışma ortamındaki çevresel atıklarla ilgili izlenecek adımları listeler.	A.4.1	1.4	T1
BG.9	Çalışma ortamındaki dönüştürülebilir malzemelerle ilgili izlenecek adımları listeler.	A.4.1	1.4	T1
BG.10	Kaynakların verimli şekilde kullanılmasına yönelik önlemleri tanımlar.	A.4.2	1.4	T1

No	Bilgi İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
BG.11	Sorumlu olduğu işlerle ilgili temel mevzuatı açıklar.	F.1.1	2.1	T1
BG.12	İşlerin mevzuata uygunluğunu kontrol etme adımlarını listeler.	F.1.1	2.1	T1
BG.13	Sorumlu olduğu süreçleri güncel mevzuata göre uyarlama sürecini tanımlar.	F.1.2	2.1	T1
BG.14	Sorumlu olduğu işlerle ilgili temel kalite standartlarını listeler.	F.2.1	2.2	T1
BG.15	İş süreçlerinde kalite yönetim sistemi uygulamalarını açıklar.	F.2.2 F.2.3	2.2	T1
BG.16	Sorumlu olduğu işlerin kalite standartlarına uygun şekilde nasıl raporlanacağını açıklar.	F.2.4	2.2	T1
BG.17	Sorumlu olduğu iş süreçlerinin kalite standartlarına uygunluğunun nasıl denetleneceğini açıklar.	F.3.1 F.3.2	2.2	T1
BG.18	Kullandığı araç-gereç ve malzemelerin kalite standartlarına uygunluğunun nasıl denetleneceğini açıklar.	F.3.1 F.3.2	2.2	T1
BG.19	İşle ilgili yenilikleri hangi kaynaklardan nasıl takip edeceğini ve iş süreçlerine nasıl yansıtacağını açıklar.	G.1.1 G.1.2 G.1.4	3.1	T1
BG.20	Bireysel ve mesleki gelişimini sağlamaya yönelik eğitim çalışmalarını (eğitim ihtiyacını belirleme, ilgili birimden talepte bulunma, eğitimlere katılma ve benzeri) belirler.	G.1.3 G.1.4	3.1	T1
BG.21	Çalışma arkadaşlarının mesleki gelişimine nasıl destek olacağını (bilgi ve deneyim paylaşımı, uygun yetki ve sorumluluğu verme ve benzeri) açıklar.	G.2.1	3.2	T1
BG.22	Astlarının eğitim süreçlerine nasıl destek olacağını (eğitim ihtiyacını belirleme, eğitim talebinde bulunma, eğitime katılmalarını sağlama ve benzeri) açıklar.	G.2.2 G.2.3 G.2.4	3.2	T1

17UY0307-6/A2 ÇEVİRİMİÇİ SATIŞ SÜREÇLERİNİ PLANLAMA YETERLİLİK BİRİMİ

1	YETERLİLİK BİRİMİ ADI	Çevrimiçi Satış Süreçlerini Planlama
2	REFERANS KODU	17UY0307-6/A2
3	SEVİYE	6
4	KREDİ DEĞERİ	
5	A)YAYIN TARİHİ	21.06.2017
	B)REVİZYON NO	00
	C)REVİZYON TARİHİ	-
6	YETERLİLİK BİRİMİNE KAYNAK TEŞKİL EDEN MESLEK STANDARDI	
17UMS0607-6 e-Ticaret Kategorisi Sorumlusu (Seviye 6) Ulusal Meslek Standardı		
7	ÖĞRENME ÇIKTILARI	
<p>Öğrenme Çıktısı 1: Kategoriye özgü olarak ürün, müşteri ve pazar analizini yapar.</p> <p>Başarım Ölçütleri:</p> <p>1.1.Sorumlu olduğu kategorideki ürünlerle ilgili yurtiçi ve yurtdışı satış kanallarını analiz eder.</p> <p>1.2. e-ticaret alanındaki gelişmeleri ve rakiplerin çalışmalarını analiz eder.</p> <p>1.3. Ürün kategorisi geliştirme ve müşteri bölümlendirme çalışmalarını yapar.</p> <p>1.4. Müşterilerin çevrimiçi alışveriş verilerini analiz eder.</p> <p>1.5. Çevrimiçi satışla ilgili yeni pazar önerileri geliştirir.</p> <p>Öğrenme Çıktısı 2: Çevrimiçi satış stratejisi geliştirme sürecine katılır.</p> <p>Başarım Ölçütleri:</p> <p>2.1. Çevrimiçi satışa yönelik strateji önerileri geliştirir.</p> <p>2.2. Müşteri bağlılığını artırma ve yeni müşteri kazanmaya yönelik öneriler sunar.</p> <p>2.3. Çevrimiçi satış hedefleri ve rakamlarını belirlerken ilgili çalışan ve/veya birim(ler)le işbirliği yapma sürecini tarif eder.</p> <p>2.4. Farklı çalışan ve/veya birim(ler)in geribildirimlerini değerlendirir.</p> <p>Öğrenme Çıktısı 3: Envanter sayımı ve satın alma süreçlerine destek olur.</p> <p>Başarım Ölçütleri:</p> <p>3.1. Envanter sayım sürecini tarif eder.</p> <p>3.2. Envanter sonuçlarının kontrol ve raporlama aşamalarını açıklar.</p> <p>3.3. Envanter sonuçlarına göre yapılması gerekenleri listeler.</p> <p>3.4. Ürün tedarik sürecini açıklar.</p> <p>3.5. Çevrimiçi mağazanın stok durumunu analiz ederek raporlar.</p> <p>Öğrenme Çıktısı 4: Yıllık satış tahmini ve iş planlamasını yapar.</p> <p>Başarım Ölçütleri:</p> <p>4.1. Çevrimiçi satışlara ve dış çevreye ilişkin verileri analiz eder.</p> <p>4.2. Kategoriye özgü satış hedefleri ve satış bütçesi oluşturur.</p> <p>4.3. Satış hedefi ve bütçesiyle ilgili onay süreçlerini tarif eder.</p> <p>4.4. Yıllık, aylık, haftalık ve günlük iş planları hazırlar.</p> <p>4.5. İş planına uygun personel planlaması ve görev paylaşım sürecini tarif eder.</p>		
8	ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	
8 a) Teorik Sınav		

T1 Çoktan Seçmeli Sorularla Sınav: A2 birimine yönelik teorik sınav Ek A2-2’de yer alan “Bilgiler” kontrol listesine göre gerçekleştirilir. Teorik sınavda adaylara en az otuz beş (35) soruluk çoktan çok seçmeli her biri eşit puan değerinde sorulardan oluşan yazılı sınav (T1) uygulanmalıdır. Sınav yazılı olarak yapılabileceği gibi, bilgisayar ortamında da yapılabilir. Sınavda adaylara her soru için ortalama 1-2 dakika zaman verilir. Yazılı sınavda soruların en az % 70’ine doğru yanıt veren aday başarılı sayılır. Sınav soruları, bu birimde teorik sınav ile ölçülmesi öngörülen tüm bilgi ifadelerini (Ek A2-2) ölçmelidir.

8 b) Performansa Dayalı Sınav

P1: Satış Stratejisi Örnek Olay Sunumu: A2 birimine yönelik performansa dayalı sınav Ek A2-2’de yer alan “Beceriler ve Yetkinlikler” kontrol listesine göre gerçekleştirilir. Adaylara verilen en az üç farklı ürün grubu ve çevrimiçi satış verilerini içeren örnek olay üzerinden; yeni müşteri kazanma, satış hacmini artırma ve müşteri bağlılığını artırmaya yönelik strateji alternatifleri belirlemesi, buna uygun ürün grupları ve kategorileri oluşturmaları, stok yönetimi yapması beklenir. Mikro ve makro çevre analizi yaparak alandaki gelişmeleri takip edip alternatif kanalları incelemeleri, rakipleri analiz etmeleri, bu inceleme ve analizleri baz alıp satış hedef ve bütçesi oluşturmaları ve yurtiçi/yurtdışı satış kanallarına yönelik stratejiler geliştirmeleri beklenir. Yapılan çalışmalar asgari üç değerlendiriciden oluşan sınav komisyonuna hem yazılı hem de sözel şekilde sunulur. Sınav komisyonu tarafından çalışmalar beceri ve yetkinlik kontrol listesindeki kriterlere göre değerlendirilir. Uygulama süresi ürün çeşitliliği ve satış verilerinin kapsamına göre belirlenir. Beceri ve yetkinlikler kontrol listesinde aday tarafından başarılması zorunlu kritik adımlar belirlenir. Adayın, performans sınavından başarı sağlaması için kritik adımların tamamından başarılı performans göstermek koşuluyla sınavın genelinden asgari % 80 başarı göstermesi gerekir. Beceri ve yetkinlik ifadelerinin (Ek A2-2) tamamı performansa dayalı sınav ile ölçülmelidir.

8 c) Ölçme ve Değerlendirmeye İlişkin Diğer Koşullar

Birim için öngörülen sınavların geçerlilik süresi sınavın başarıldığı tarihten itibaren 1 yıldır. Birimin elde edilebilmesi için başarılı sınav tarihleri arasındaki süre farkı bir yılı geçemez. Yeterlilik birimlerinin geçerlilik süresi birimin başarıldığı tarihten itibaren 2 yıldır. Adayın kendi ve diğer kişilerin can güvenliğini tehlikeye sokacak bir davranış göstermesi halinde sınava son verilir.

9	YETERLİLİK BİRİMİNİ GELİŞTİREN KURUM/KURULUŞ(LAR)	Anadolu Aslanları İş Adamları Derneği (ASKON)
10	YETERLİLİK BİRİMİNİ DOĞRULAYAN SEKTÖR KOMİTESİ	MYK Ticaret Sektör Komitesi
11	MYK YÖNETİM KURULU ONAY TARİHİ VE SAYISI	21.06.2047-2017/58

YETERLİLİK BİRİMİ EKLERİ

EK [A2]-1: Yeterlilik Biriminin Kazandırılması için Tavsiye Edilen Eğitime İlişkin Bilgiler

Bu birimin kazandırılması için aşağıda tanımlanan eğitim içeriğine sahip bir eğitim programının tamamlanması tavsiye edilir.

1. Çevrimiçi satış kanalları
2. Çevrimiçi satışta ürün gruplama ve ürün kategorisi oluşturma
3. Envanter sayım süreci
4. Müşteri bölümlenmesi
5. Müşteri sadakatini artırma yöntemleri

6. Pazar analizi
7. Rakip analizi
8. Satın alma davranışlarında temel analizler
9. Satış hedefi ve bütçe tahmini oluşturma
10. Satış kanalı etkinliği
11. Satış planı oluşturma
12. Satış stratejisi belirleme
13. Satış tahmin teknikleri
14. Satışta iç ve dış çevre analizi
15. Ürün farklılaştırma ve stratejileri
16. Yeni müşteri kazanma yolları

EK [A2]-2:Yeterlilik Biriminin Ölçme ve Değerlendirmesinde Kullanılacak Kontrol Listesi

a) BİLGİLER

No	Bilgi İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
BG.1	Yurtiçi ve yurtdışından çevrimiçi satış kanallarını nasıl analiz edeceğini açıklar.	B.1.1	1.1	T1
BG.2	Çevrimiçi satış kanalı seçimiyle ilgili kriterleri listeler.	B.1.1	1.1	T1
BG.3	Elektronik ticaretle ilgili gelişmeleri nasıl takip edeceğini tanımlar.	B.1.2	1.2	T1
BG.4	Rakip analizi sürecini tanımlar.	B.1.3	1.2	T1
BG.5	Satış hacmini artırmak için ürün grupları ve ürün kategorisinde yapılabilecek değişiklikleri listeler.	B.1.4	1.3	T1
BG.6	Müşteri bölümlenme sürecini tanımlar.	B.1.7	1.3	T1
BG.7	Satın alma davranışı analizinin aşamalarını listeler.	B.1.5	1.4	T1
BG.8	Müşterilerin satın alma verilerini analiz yöntemlerini açıklar.	B.1.5	1.4	T1
BG.9	Müşteri şikâyet ve önerilerinin nasıl analiz edileceğini tanımlar.	B.1.6	1.4	T1
BG.10	Pazar analizinin temel aşamalarını listeler.	B.1.8	1.5	T1
BG.11	Yeni pazarlara giriş sürecini tanımlar.	B.1.8	1.5	T1
BG.12	Satış stratejisi belirleme sürecini tanımlar.	B.2.1 B.2.2 B.2.3 B.2.4	2.1	T1
BG.13	Uygun satış stratejisini belirlemede dikkat edilen faktörleri listeler.	B.2.1 B.2.2	2.1	T1
BG.14	Satış stratejilerini hangi birim(ler)le paylaşması gerektiğini sıralar.	B.2.4	2.1	T1
BG.15	Yeni müşteri bulma yollarını listeler.	B.2.5	2.2	T1
BG.16	Yeni müşteri kazanma stratejilerini tanımlar.	B.2.5	2.2	T1
BG.17	Müşteri bağlılığını artırma yöntemlerini listeler.	B.2.6	2.2	T1
BG.18	Çevrimiçi satış stratejilerini belirlerken diğer birim(ler)le nasıl işbirliği yapılacağını tarif eder.	B.3.1 B.3.2 B.3.3	2.3 2.4	T1

No	Bilgi İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
BG.19	Diğer birimlerden gelen önerileri değerlendirerek çevrimiçi satış stratejilerine nasıl yansıtacağını belirler.	B.3.4	2.3 2.4	T1
BG.20	Envanter sayımını planlama sürecini tarif eder.	B.4.1	3.1	T1
BG.21	Envanter sayım sürecini takip eder.	B.4.2 B.4.3	3.1	T1
BG.22	Envanter sonuçlarını kontrol ve raporlama aşamalarını tanımlar.	B.4.4 B.4.5 B.4.6	3.2	T1
BG.23	Envanter kayıtlarındaki tutarsızlıklarla ilgili çözüm önerileri geliştirir.	B.4.5 B.4.7	3.2	T1
BG.24	Envanter sonuçlarına göre yapılması gerekenleri listeler.	B.4.7 B.4.8 B.4.9	3.3	T1
BG.25	Ürün tedarik sürecinin temel aşamalarını açıklar.	B.7.1 B.7.2 B.7.3	3.4	T1
BG.26	Ürün tedarik sürecinde iletişimde olunması gereken iç ve dış paydaşları sıralar.	B.7.1 B.7.2 B.7.3	3.4	T1
BG.27	Çevrimiçi stok analizinin aşamalarını açıklar.	B.7.4	3.5	T1
BG.28	Stok yönetiminde dikkat edilecek temel kriterleri (raporlama kriterleri, raporlama sıklığı, kontrol değişkenleri gibi) tanımlar.	B.7.5	3.5	T1
BG.29	Satışla ilgili incelenmesi gereken dış çevre verilerini listeler.	B.5.1	4.1	T1
BG.30	Satışta dış çevre analizinin nasıl yapılacağını tanımlar.	B.5.1	4.1	T1
BG.31	Satış tahmin tekniklerini tanımlar.	B.5.2	4.2	T1
BG.32	Satış hedefi belirleme sürecini tanımlar.	B.5.2	4.2	T1
BG.33	Satış bütçesini oluşturan faktörleri listeler.	B.5.4	4.2	T1
BG.34	Satış hedefleri ve bütçesiyle ilgili onay sürecini tanımlar.	B.5.3 B.5.5	4.3	T1
BG.35	Satış hedefleri ve bütçesini hangi birim(ler)le paylaşması gerektiğini belirler.	B.5.6	4.3	T1
BG.36	İş planı oluşturma aşamalarını listeler.	B.6.1 B.6.3	4.4	T1
BG.37	İş planında yer alacak verileri sıralar.	B.6.2	4.4	T1
BG.38	İş planını uygulama aşamalarını tanımlar.	B.6.4 B.6.5 B.6.6	4.4	T1
BG.39	Satış planına göre iş paylaşımının nasıl yapılacağını açıklar.	B.6.4 B.6.5 B.6.7	4.5	T1

b) BECERİ VE YETKİNLİKLER

No	Beceri ve Yetkinlik İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
BY.1	Kategorideki ürünlerle ilgili yurtiçi/yurtdışı satış kanallarının analizini yapar.	B.1.1	1.1	P1
BY.2	Alanındaki gelişmelerin ve rakiplerin çalışmalarının analizini gerçekleştirir.	B.1.2	1.2	P1
BY.3*	Çevrimiçi satış hacmini artıracak ürün grupları ve kategorileri oluşturur.	B.1.4	1.3	P1
BY.4	Yeni müşteri kazanmak için hangi ürün farklılaştırma yöntemlerinin kullanılacağını belirler.	B.1.4	1.3	P1
BY.5	Çevrimiçi alışveriş verilerinin analizini yapar.	B.1.5	1.4	P1
BY.6	Yeni pazarlara giriş ile pazarlama iletişimi analizleri yapar.	B.1.8	1.5	P1
BY.7*	Yeni müşteri kazanmak için alternatif stratejiler oluşturur.	B.2.1 B.2.5	2.1 2.2	P1
BY.8*	Mevcut müşterileri korumak için alternatif stratejiler oluşturur.	B.2.1 B.2.6	2.1 2.2	P1
BY.9*	Satış hacmini artırmaya yönelik alternatif stratejiler oluşturur.	B.2.1	2.1 2.2	P1
BY.10	Talebe göre stok yönetimi yaparak rapor oluşturur.	B.7.4 B.7.5	3.5	P1
BY.11	Dış çevre verilerini kullanarak satışla ilgili dış çevre analizi yapar.	B.5.1	4.1	P1
BY.12	Satış hedeflerine göre tahmini satış bütçesi oluşturur.	B.5.4	4.2	P1
BY.13	İş planı oluşturur.	B.6.1-3	4.4	P1
BY.14	Çevrimiçi satış süreçleriyle ilgili personel planlamasını personel planlamasını nasıl yapacağını açıklar.	B.6.8	4.5	T1

(*)Performans sınavında başarılması zorunlu kritik adımlar

17UY0307-6/A3 ÇEVİRİMİÇİ SATIŞ SÜREÇLERİNİ YÖNETME YETERLİLİK BİRİMİ

1	YETERLİLİK BİRİMİ ADI	Çevrimiçi Satış Süreçlerini Yönetme
2	REFERANS KODU	17UY0307-6/A3
3	SEVİYE	6
4	KREDİ DEĞERİ	
5	A)YAYIN TARİHİ	21.06.2017
	B)REVİZYON NO	00
	C)REVİZYON TARİHİ	-
6	YETERLİLİK BİRİMİNE KAYNAK TEŞKİL EDEN MESLEK STANDARDI	
17UMS0607-6 e-Ticaret Kategorisi Sorumlusu (Seviye 6) Ulusal Meslek Standardı		
7	ÖĞRENME ÇIKTILARI	
<p><u>Öğrenme Çıktısı 1: Kategoriye özel kampanya planlaması yapar.</u></p> <p>Başarım Ölçütleri:</p> <p>1.1.Farklı müşteri gruplarının beklentilerine uygun ürün ve kategori alternatifleri geliştirir.</p> <p>1.2. Arama motorlarında optimizasyona uygun ürün önerileri geliştirir.</p> <p>1.3. Aracı platformlarla işbirliği ve kampanya sürecini yönetir.</p> <p><u>Öğrenme Çıktısı 2: Doğrudan ve aracı platformlar üzerinde çevrimiçi satışları gerçekleştirir.</u></p> <p>Başarım Ölçütleri:</p> <p>2.1. Çevrimiçi mağazalar için ürün hazırlıklarını yapar.</p> <p>2.2. Çevrimiçi mağaza satışlarını ve müşteri sorularını raporlar.</p> <p>2.3. Müşteri ziyaretlerini gerçekleştirir.</p> <p>2.4. Çevrimiçi mağazalar için ürün fiyatlama çalışması yapar.</p> <p><u>Öğrenme Çıktısı 3: Çevrimiçi satış sözleşme ve raporlama süreçlerini yürütür.</u></p> <p>Başarım Ölçütleri:</p> <p>3.1. Çevrimiçi satışlarla ilgili sözleşme hazırlık ve imza sürecini yürütür.</p> <p>3.2. Sözleşmeye uygun davranma ve revizyon işlemlerini takip eder.</p> <p>3.3. Çevrimiçi satış verilerini raporlayarak ilgili birimlerle paylaşır.</p> <p><u>Öğrenme Çıktısı 4: İşile ilgili etkinliklerde kurumunu temsil eder.</u></p> <p>Başarım Ölçütleri:</p> <p>4.1. İşile ilgili etkinlikleri takip ederek katılır.</p> <p>4.2. Etkinliklere katılım ve raporlama işlemlerini yürütür.</p>		
8	ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	
8 a) Teorik Sınav		
<p>T1 Çoktan Seçmeli Sorularla Sınav: A3 birimine yönelik teorik sınav Ek A3-2’de yer alan “Bilgiler” kontrol listesine göre gerçekleştirilir. Teorik sınavda adaylara en otuz (30) soruluk çoktan çok seçmeli ve her biri eşit puan değerinde sorulardan oluşan yazılı sınav (T1) uygulanmalıdır. Sınav yazılı olarak</p>		

yapılabileceği gibi, bilgisayar ortamında da yapılabilir. Sınavda adaylara her soru için ortalama 1-2 dakika zaman verilir. Yazılı sınavda soruların en az % 70'ine doğru yanıt veren aday başarılı sayılır. Sınav soruları, bu birimde teorik sınav ile ölçülmesi öngörülen tüm bilgi ifadelerini (Ek A3-2) ölçmelidir.

8 b) Performansa Dayalı Sınav

P1: Kampanyalı Satış Sunumu: A3 birimine yönelik performansa dayalı sınav Ek A3-2'de yer alan "Beceriler ve Yetkinlikler" kontrol listesine göre gerçekleştirilir. Adaylara verilen örnek olay üzerinden kampanyaya özel ürün konsepti tasarlama, aracı platformlarla anlaşma yaparak kampanya yayınlama ve kampanya sürecini yönetmeyi içerir. Yapılan çalışmalar asgari üç değerlendiriciden oluşan sınav komisyonuna hem yazılı hem de sözel şekilde sunulur. Sınav komisyonu tarafından çalışmalar beceri ve yetkinlik kontrol listesindeki kriterlere göre değerlendirilir. Uygulama süresi ürün çeşitliliği ve satış verilerinin kapsamına göre belirlenir. Beceri ve yetkinlikler kontrol listesinde aday tarafından başarılması zorunlu kritik adımlar belirlenir. Adayın, performans sınavından başarı sağlaması için kritik adımların tamamından başarılı performans göstermek koşuluyla sınavın genelinden asgari % 80 başarı göstermesi gerekir. Beceri ve yetkinlik ifadelerinin (Ek A3-2) tamamı performansa dayalı sınav ile ölçülmelidir.

8 c) Ölçme ve Değerlendirmeye İlişkin Diğer Koşullar

Birim için öngörülen sınavların geçerlilik süresi sınavın başarıldığı tarihten itibaren 1 yıldır. Birimin elde edilebilmesi için başarılı sınav tarihleri arasındaki süre farkı bir yılı geçemez. Yeterlilik birimlerinin geçerlilik süresi birimin başarıldığı tarihten itibaren 2 yıldır. Adayın kendi ve diğer kişilerin can güvenliğini tehlikeye sokacak bir davranış göstermesi halinde sınava son verilir.

9	YETERLİLİK BİRİMİNİ GELİŞTİREN KURUM/KURULUŞ(LAR)	Anadolu Aslanları İş Adamları Derneği (ASKON)
10	YETERLİLİK BİRİMİNİ DOĞRULAYAN SEKTÖR KOMİTESİ	MYK Ticaret (Satış ve Pazarlama) Sektör Komitesi
11	MYK YÖNETİM KURULU ONAY TARİHİ VE SAYISI	21.06.2047-2017/58

YETERLİLİK BİRİMİ EKLERİ

EK [A3]-1: Yeterlilik Biriminin Kazandırılması için Tavsiye Edilen Eğitime İlişkin Bilgiler

Bu birimin kazandırılması için aşağıda tanımlanan eğitim içeriğine sahip bir eğitim programının tamamlanması tavsiye edilir.

1. Arama motoru optimizasyonu
2. Çevrimiçi mağaza tasarımı ve yönetimi
3. Çevrimiçi satış ağını genişletmeye yönelik yöntemler
4. Çevrimiçi satış kampanyası oluşturma ve yönetme
5. Çevrimiçi satışta sözleşme ve temel yasal süreçler
6. Etkili İletişim
7. Müşteri ilişkileri yönetimi
8. Satışta temel veriler ve raporlama
9. Ürün fiyatlama esasları
10. Ürün konsepti oluşturma
11. Ürün tanıtımlarının hazırlanmasında temel kriterler
12. Ürün tutundurma stratejiler

EK [A3]-2:Yeterlilik Biriminin Ölçme ve Değerlendirmesinde Kullanılacak Kontrol Listesi**a) BİLGİLER**

No	Bilgi İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
BG.1	Çevrimiçi satışla ilgili ürün ve kategori geliştirme adımlarını listeler.	C.1.1	1.1	T1
BG.2	Yıl içinde satışı teşvik etmeye yönelik dönemsel ürün ve konsept önerileri tanımlar.	C.1.4	1.1	T1
BG.3	Arama motorlarında optimizasyonla ilgili kritik adımları listeler.	C.1.2	1.2	T1
BG.4	Arama motorlarındaki optimizasyonu desteklemek ürün gruplarıyla ilgili önerileri sıralar.	C.1.2	1.2	T1
BG.5	Aracı platformlarla nasıl iletişim kurulacağını açıklar.	C.1.3	1.3	T1
BG.6	Ürün gruplarına uygun aracı platformları bulma ve seçme sürecini tanımlar.	C.1.3	1.3	T1
BG.7	Çevrimiçi satış kampanyası oluşturma sürecini tanımlar.	C.1.5	1.3	T1
BG.8	Kampanyaların zaman planlanmasını yaparken hangi faktörlere dikkat edildiğini listeler.	C.1.6	1.3	T1
BG.9	Planlama dışı kampanyalar ortaya çıktığında izlenecek adımları sıralar.	C.1.7	1.3	T1
BG.10	Çevrimiçi mağazada satılacak ürün tanıtımlarında bulunması gereken bilgileri sıralar.	C.2.1 C.2.2	2.1	T1
BG.11	Ürün tanıtımlarının hazırlanmasında dikkat edilecek faktörleri listeler.	C.2.1 C.2.2	2.1	T1
BG.12	Çevrimiçi satış verilerinin nasıl takip edileceğini açıklar.	C.2.4	2.2	T1
BG.13	Çevrimiçi satış verileriyle ilgili rapor tür ve içeriklerini listeler.	C.2.4	2.2	T1
BG.14	Çevrimiçi satışlarla ilgili müşterilerin sıkça sorduğu soruları sıralar.	C.2.5	2.2	T1
BG.15	Müşteri sorularına yönelik cevapları tanımlar.	C.2.5	2.2	T1
BG.16	Müşteri ziyaretlerini planlamada öncelikli faktörlerin neler olduğunu listeler.	C.2.6	2.3	T1
BG.17	Müşteri ziyaretinde dikkat edilecek kriterleri sıralar.	C.2.6	2.3	T1
BG.18	Ürün fiyatını oluşturan değişkenleri listeler.	C.4.1	2.4	T1
BG.19	Ürün fiyatı oluşturma sürecini açıklar.	C.4.1 C.4.3 C.4.4	2.4	T1
BG.20	Ürünü tutundurmaya yönelik alternatif fiyat çalışmalarını listeler.	C.4.2	2.4	T1
BG.21	Mesafeli satış sözleşmesi içeriğini tanımlar.	C.3.1	3.1	T1
BG.22	Mesafeli satış sözleşmesi hazırlama sürecini tanımlar.	C.3.1 C.3.2 C.3.3	3.1	T1

No	Bilgi İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
BG.23	Çevrimiçi satışla ilgili sözleşmelerin uygulanmasında dikkat edilecek hususları listeler.	C.3.4	3.2	T1
BG.24	Çevrimiçi satışla ilgili sözleşmelerin revizyon sürecini tanımlar.	C.3.5 C.3.6	3.2	T1
BG.25	Çevrimiçi satış raporlarında yer alması gereken bilgileri listeler.	C.6.1	3.3	T1
BG.26	Çevrimiçi satış rapor taslağını ve içeriğini tanımlar.	C.6.1	3.3	T1
BG.27	Çevrimiçi satış verilerinin hangi çalışan ve/veya birim(ler)le paylaşılması gerektiğini belirler.	C.6.2	3.3	T1
BG.28	Çevrimiçi satış altyapısında ne tür yenilik ve değişiklikler yapılabileceğini sıralar.	C.6.3	3.3	T1
BG.29	Çevrimiçi satış ve sorumlu olduğu ürün gruplarıyla ilgili etkinlikleri hangi kaynaklardan takip edeceğini açıklar.	C.5.1	4.1	T1
BG.30	Kurumsal imaj ve ürün satışı açısından verimli etkinliklerin hangi kriterlere göre seçileceğini açıklar.	C.5.2	4.1	T1
BG.31	Etkinlik öncesi yapılacak hazırlıkları listeler.	C.5.3	4.2	T1
BG.32	Katıldığı etkinliklerde dikkat edilmesi gereken temsil kurallarını sıralar.	C.5.4	4.2	T1
BG.33	Etkinlik süresince ziyaretçiler ya da potansiyel müşterilerle nasıl etkileşim kurması gerektiğini açıklar.	C.5.4	4.2	T1
BG.34	Etkinlik sonrası raporda yer alması gereken bilgileri listeler.	C.5.5	4.2	T1

b) BECERİ VE YETKİNLİKLER

No	Beceri ve Yetkinlik İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
BY.1*	Yıl içerisindeki özel günlerde çevrimiçi satışı artırmaya yönelik ürün konseptleri tasarlar.	C.1.4	1.1	P1
BY.2	Arama motorlarında ürünleri ön plana çıkarmayı sağlayacak ürün grupları geliştirir.	C.1.2	1.2	P1
BY.3*	Farklı ürünleri bir araya getirerek kampanya alternatifleri oluşturur.	C.1.5	1.3	P1
BY.4*	Aracı platformlarla kampanya anlaşması yapma ve planlama sürecini kurgular.	C.1.4 C.1.5	1.1 1.3	P1
BY.5*	Kampanyalı satışları yönetmeye yönelik alternatif süreçler oluşturur.	C.1.4 C.1.5 C.1.6	1.1 1.3	P1
BY.6	Çevrimiçi satışı özendirmeye yönelik fiyatlama alternatifleri oluşturur.	C.4.2	2.4	P1
BY.7	Ürün tanımı ve görsellerinin çevrimiçi mağazalara yerleşimini sağlar.	C.2.3	2.1	P1
BY.8	Çevrimiçi satış verilerini ve müşteri sorularını raporlar.	C.2.4, C.6.1, C.6.2, C.6.3	2.2, 3.3	P1

No	Beceri ve Yetkinlik İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
BY.9	Müşteri ziyaretlerini gerçekleştirir.	C.2.6	2.3	P1
BY.10	Çevrimiçi satışla ilgili sözleşme sürecini ilgili çalışan ve /veya birim(ler)le beraber yürütür.	C.3.1, C.3.2, C.3.3, C.3.4, C.3.5	3.1, 3.2	P1
BY.11	Sorumlu olduğu alanla ilgili mesleki etkinliklere katılarak gerekli raporları hazırlar.	C.5.1, C.5.2, C.5.3, C.5.4, C.5.5, C.6.1	4.1, 4.2	P1

(*Performans sınavında başarılması zorunlu kritik adımlar

17UY0307-6/A4 SATIŞ SONRASI SÜREÇLERİ YÖNETME YETERLİLİK BİRİMİ

1	YETERLİLİK BİRİMİ ADI	Satış Sonrası Süreçleri Yönetme
2	REFERANS KODU	17UY0307-6/A4
3	SEVİYE	6
4	KREDİ DEĞERİ	
5	A)YAYIN TARİHİ	21.06.2017
	B)REVİZYON NO	00
	C)REVİZYON TARİHİ	-
6	YETERLİLİK BİRİMİNE KAYNAK TEŞKİL EDEN MESLEK STANDARDI	
17UMS0607-6 e-Ticaret Kategorisi Sorumlusu (Seviye 6) Ulusal Meslek Standardı		
7	ÖĞRENME ÇIKTILARI	
<p><u>Öğrenme Çıktısı 1: Tahsilat süreçlerini takip eder.</u></p> <p>Başarım Ölçütleri:</p> <p>1.1. Çevrimiçi satışla ilgili bilgi ve belgelerin müşteriye ulaştırılmasını sağlar.</p> <p>1.2. İlgili birimden satış tahsilat bilgisini takip eder.</p> <p>1.3. Ürün teslimat sürecini takip eder.</p> <p>1.4. Müşteri şikâyetlerinin çözülmesi için sorumluluğu çerçevesinde çözüm önerileri oluşturur.</p> <p><u>Öğrenme Çıktısı 2: Ürün iadesi, değişimi ve müşteri memnuniyeti çalışmalarını yürütür.</u></p> <p>Başarım Ölçütleri:</p> <p>2.1. Ürün iade ve değişimiyle ilgili işlemleri gerçekleştirir.</p> <p>2.2. Kategoriyeye özgü olarak, müşteri memnuniyetini ölçme ve artırma çalışmalarına katılır.</p> <p><u>Öğrenme Çıktısı 3: Satış hedefleri ve bütçesini takip eder.</u></p> <p>Başarım Ölçütleri:</p> <p>3.1. Çevrimiçi satış hedeflerinin gerçekleşme durumunu nasıl takip edeceğini açıklar.</p> <p>3.2. Çevrimiçi satış bütçesinin paylaşım ve gerçekleşme durumunu nasıl takip edeceğini açıklar.</p>		
8	ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	
8 a) Teorik Sınav		
<p>T1 Çoktan Seçmeli Sorularla Sınav: A4 birimine yönelik teorik sınav Ek A4-2’de yer alan “Bilgiler” kontrol listesine göre gerçekleştirilir. Teorik sınavda adaylara en az 15 soruluk çoktan çok seçmeli ve her biri eşit puan değerinde sorulardan oluşan yazılı sınav (T1) uygulanmalıdır. Sınav yazılı olarak yapılabileceği gibi, bilgisayar ortamında da yapılabilir. Sınavda adaylara her soru için ortalama 1-2 dakika zaman verilir. Yazılı sınavda soruların en az % 70’ine doğru yanıt veren aday başarılı sayılır. Sınav soruları, bu birimde teorik sınav ile ölçülmesi öngörülen tüm bilgi ifadelerini (Ek A4-2) ölçmelidir.</p>		
8 b) Performansa Dayalı Sınav		
Performansa dayalı sınav öngörülmemektedir.		

8 c) Ölçme ve Değerlendirmeye İlişkin Diğer Koşullar		
Birim için öngörülen sınavların geçerlilik süresi sınavın başarıldığı tarihten itibaren 1 yıldır. Birimin elde edilebilmesi için başarılı olan sınav tarihleri arasındaki süre farkı bir yılı geçemez. Yeterlilik birimlerinin geçerlilik süresi birimin başarıldığı tarihten itibaren 2 yıldır. Adayın kendi ve diğer kişilerin can güvenliğini tehlikeye sokacak bir davranış göstermesi halinde sınava son verilir.		
9	YETERLİLİK BİRİMİNİ GELİŞTİREN KURUM/KURULUŞ(LAR)	Anadolu Aslanları İş Adamları Derneği (ASKON)
10	YETERLİLİK BİRİMİNİ DOĞRULAYAN SEKTÖR KOMİTESİ	MYK Ticaret Sektör Komitesi
11	MYK YÖNETİM KURULU ONAY TARİHİ VE SAYISI	21.06.2047-2017/58

YETERLİLİK BİRİMİ EKLERİ

EK [A3]-1: Yeterlilik Biriminin Kazandırılması için Tavsiye Edilen Eğitime İlişkin Bilgiler

Bu birimin kazandırılması için aşağıda tanımlanan eğitim içeriğine sahip bir eğitim programının tamamlanması tavsiye edilir.

1. Çevrimiçi satışla ilgili belgeler
2. Çevrimiçi satışta ürün iade ve değişim işlemleri
3. Müşteri memnuniyetini artırma yöntemleri
4. Müşteri şikâyet yönetimi ve şikâyetlerin çözümü
5. Satış tahsilat süreci
6. Ürün teslimat süreci

EK [A3]-2:Yeterlilik Biriminin Ölçme ve Değerlendirmesinde Kullanılacak Kontrol Listesi

a) BİLGİLER

No	Bilgi İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
BG.1	Çevrimiçi satış sonrası hazırlanması gereken belgeleri listeler.	D.1.1	1.1	T1
BG.2	Tahsilat takibinin adımlarını sıralar.	D.1.2 D.1.3	1.1 1.2	T1
BG.3	Tahsilat süreçleriyle ilgili iletişim kurulacak birimleri sıralar.	D.1.3	1.2	T1
BG.4	Kesinleşen çevrimiçi satış sipariş ve teslimat bilgilerini hazırlar.	D.2.1	1.3	T1
BG.5	Ürünün sorunsuz teslim edilmesi için gerekli bilgi ve belgeleri tanımlar.	D.2.1 D.2.5	1.3	T1
BG.6	Teslimatla ilgili hatalarda izlenmesi gereken adımları listeler.	D.2.6	1.3	T1
BG.7	Ürün teslimat bilgilerinin müşteriye aktarım sürecini tanımlar.	D.2.7	1.3	T1

No	Bilgi İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
BG.8	Müşteri şikâyetlerini analiz eder.	D.2.2	1.4	T1
BG.9	Müşterilerin ürün iade ve değişim talebine neden olan faktörleri listeler.	D.3.1 D.3.2	2.1	T1
BG.10	Müşterinin ürün iadesi talebinin nasıl olumlu şekilde sonuçlandırılacağını açıklar.	D.3.3 D.3.4	2.1	T1
BG.11	Satış iptali işlem adımlarını sıralar.	D.3.5	2.1	T1
BG.12	Ürün iade sürecini ve bilgi verilmesi gereken birim(ler)i açıklar.	D.3.6	2.1	T1
BG.13	Müşteri memnuniyetinin ölçümü için yöntem önerileri geliştirir.	D.4.1	2.2	T1
BG.14	Çevrimiçi satışla ilgili müşteri memnuniyeti takip ve artırma sürecini tanımlar.	D.4.2 D.4.3 D.4.4 D.4.5	2.2	T1
BG.15	Müşteri şikâyetlerini azaltmaya yönelik çözüm alternatiflerini sıralar.	D.4.3 D.4.4	2.2	T1
BG.16	Satış sonrasında takip edilmesi gereken verileri sıralar.	D.4.3 D.4.4	3.1 3.2	T1
BG.17	Satış gerçekleşme verilerinin (satış hedefleri satış bütçesi, ciro gibi) nasıl takip edileceğini açıklar.	D.4.3 D.4.4	3.1 3.2	T1

b) BECERİ VE YETKİNLİKLER

No	Beceri ve Yetkinlik İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
BY.1	Çevrimiçi satışla ilgili ödeme bilgilerini müşteriye iletir.	D.1.2	1.1	P1
BY.2	Çevrimiçi satış tahsilatını ilgili çalışan ve/veya birim(ler)den takip eder.	D.1.3	1.2	P1
BY.3	Ürünlerin müşteriye ulaşmış olup olmadığını ilgili çalışan ve/veya birim(ler)den takip eder.	D.2.1, D.2.5	1.3	P1
BY.4	Müşteri şikâyetlerinin çözümü için ilgili çalışan ve /veya birimlerle birlikte öneriler geliştirir.	D.2.3	1.4	P1
BY.5	Ürün iade ve değişim işlemlerini yapar.	D.3.4, D.3.5	2.1	P1

(*Performans sınavında başarılması zorunlu kritik adımlar

YETERLİLİK EKLERİ

EK 1: Yeterlilik Birimleri

17UY0307-6/A1 İş Sağlığı ve Güvenliği, Çevre, Kalite ve Mesleki Gelişim

17UY0307-6/A2 Çevrimiçi Satış Süreçlerini Planlama

17UY0307-6/A3 Çevrimiçi Satış Süreçlerini Yönetme

17UY0307-6/A4 Satış Sonrası Süreçleri Yönetme

EK 2: Terimler, Simgeler ve Kısaltmalar

ARACI PLATFORM: Birden fazla firmaya ait ürünlerin çevrimiçi satışına izin veren elektronik ticaret ortamını,

ARAMA MOTORLARI: İnternet ortamında bilgi arama amaçlı kullanılan mekanizmayı,

ÇAPRAZ SATIŞ: Aynı müşteriye birden fazla ürün satmayı,

ÇEVİRİMİÇİ MAĞAZA: Ürün ve hizmetlerin açıklama, görsel, fiyat, teslimat bilgisi gibi tüm satış ve satış sonrası bilgilerini içeren ve internet üzerinden müşterinin ürün/hizmet satın almasını sağlayan işletmenin kendisine ait dijital platformu,

ÇEVİRİMİÇİ SATIŞ STRATEJİSİ: İşletmenin kendi çevrimiçi mağazası ya da diğer elektronik ticaret platformları dahil tüm elektronik ortamlardan yapacağı çevrimiçi satışlarla ilgili kararlar bütünü,

ELEKTRONİK TİCARET (e-Ticaret): Mal ve hizmetlerin internet üzerinden alım-satımı,

ENVANTER SAYIMI: Fiziksel stok ile çevrimiçi stok verilerinin uyumlu olmasını sağlamak için yapılan ürün sayımı çalışmasını,

ETKİNLİKLER: Fuar, kongre, sempozyum ve benzeri organizasyonları,

FATURA: Satılan bir ürünün cinsini, miktarını ve fiyatını bildirmek için satıcının alıcıya verdiği basılı veya elektronik hesap pusulasını,

FİNANSAL RAPORLAMA: İşletmeye ait satışlar, ciro, giderler, kar-zarar durumu ve benzeri verileri için raporları,

İADE SATIŞ: Çeşitli nedenlerden dolayı müşterinin ürün satın almaktan vazgeçmesini,

İRSALİYE: Satılmış ya da satılmak üzere olan bir malın, bir adresten diğerine naklinde ya da aynı işletmeye ait işyerleri arasında taşınmasında düzenlenen ve üzerinde gönderilen malın konusu, birimi ve malın kime ait olduğunun yazıldığı belgeyi,

ISCO: Uluslararası Standart Meslek Sınıflamasını,

İSG: İş Sağlığı ve Güvenliğini,

İŞYERİ KURALLARI: İşyerine özgü standart süreç, iç yönetmelik ve benzeri düzenlemeleri,

KAMPANYA: Tüketiciyi özendirmek için belli sürelerde düzenlenen indirimli satışı,

KAMPANYALI SATIŞ: İşletmenin kendisine ya da aracı kurumlara ait çevrimiçi mağazalar üzerinden yapılan kampanyalı çevrimiçi satışları,

KATEGORİ: Belli bir konsept kapsamında düşünülerek ortaya konulan ve birden fazla mal veya hizmeti içeren ürün bölümlenmesini,

KİŞİSEL KORUYUCU DONANIM (KKD): Çalışanı, yürütülen işten kaynaklanan, sağlık ve güvenliği etkileyen bir veya birden fazla riske karşı koruyan, çalışan tarafından giyilen, takılan veya tutulan, bu amaca uygun olarak tasarımı yapılmış tüm alet, araç, gereç ve cihazları,

MARKA: Bir ticari malı, herhangi bir nesneyi tanıtmaya, benzerinden ayırmaya yarayan özel ad veya sembolü,

MESAFELİ SATIŞ SÖZLEŞMESİ: Elektronik ortamda yapılan satışlarla ilgili alıcı ve satıcının hak ve yükümlülüklerini düzenleyen sözleşmeyi,

MÜŞTERİ BÖLÜMLENDİRMESİ: Bir pazarda var olan müşterilerin; demografik, psikografik, coğrafi ve davranışsal kriterlere, göre alt gruplara sınıflandırılmalarını,

MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ: Bir işletme tarafından sunulan ürünler karşılığında sağlanan faydanın müşteri tarafından algılanma derecesini,

MÜŞTERİ PORTFÖYÜ: Bir işletmenin karlılık durumları farklı olan çeşitli müşteri gruplarından oluşturduğu müşteri varlığını,

ÖDEME BELGESİ: Çevrimiçi satış sonucunda müşteriye teslim edilmesi gereken fiş, fatura ve benzeri ödeme dokümanlarını,

PAZAR POTANSİYELİ: Gelecekte ulaşılabilecek ve ürün satma olanağı barındıran pazarı,

PROMOSYON: Bir ürünü geniş kitlelere tanıtmak ve o malın sürümünü sağlamak amacıyla yapılan tutundurma çalışmalarını,

RİSK DEĞERLENDİRMESİ: İşyerinde var olan ya da dışarıdan gelebilecek tehlikelerin belirlenmesi, bu tehlikelerin riske dönüşmesine yol açan faktörler ile tehlikelerden kaynaklanan risklerin analiz edilerek derecelendirilmesi ve kontrol tedbirlerinin kararlaştırılması amacıyla yapılması gerekli çalışmalarını,

RİSK: Tehlikeden kaynaklanacak kayıp, yaralanma ya da başka zararlı sonuç meydana gelme ihtimalini,

SADAKAT KART: İşletme müşterilerinin o işletmeyi tercih etmelerini ve ihtiyaçlarını tekrar aynı işletmeden karşılamalarını amaçlayan bir uygulama türünü,

SATIŞ BÖLGESİ: Bir satış personelinin sorumluluğuna verilen, coğrafi sınırları belli, mevcut müşteriler yanında potansiyel müşterilerden de oluşan pazar bölümünü,

SATIŞ HACMİ: Belirli bir dönemde satılan ürünlerin toplam birim sayısı ya da sağladığı toplam tutarı,

SATIŞ HEDEFİ: Bir zaman aralığı içinde işletmenin ulaşmayı planladığı satış miktarı/tutarını,

SATIŞ KANALI: Bir ürünün satışının yapıldığı veya müşteriye ulaştığı ortamı,

SATIŞ: Müşteri ihtiyaçlarının doğru biçimde tanımlanması, bu ihtiyacı karşılayacak çözümlerin ve müşterinin elde edeceği faydaların doğru bir yaklaşımla sunulması sonucunda satın alma arzusunun yaratılması ve müşteriye satın alma kararının verdirilebilmesine yönelik süreci,

TEHLİKE: İşyerinde var olan ya da dışarıdan gelebilecek, çalışanı veya işyerini etkileyebilecek zarar veya hasar verme potansiyelini,

ÜRÜN GAMI: Farklı pazarlara hitap eden belirli bir ürün temelinde çeşitlendirilmiş ürün dizisini,

ÜRÜN GÖRSELLERİ: Çevrimiçi mağazada satılacak ürünlere ait fotoğraf, video ve benzeri

ÜRÜN KATALOĞU: İnternet ortamından erişilebilen ve işletmenin ürünlerini tanıtan kitapçığı,

ÜRÜN TANIMI: Ürün özellikleri, renk seçenekleri, teslimat şekli, fiyat, ödene seçenekleri, garanti bilgisi, tedarik süresi, satış sonrası hizmetler ve benzeri bilgileri,

ÜRÜN TUTUNDURMA ÇALIŞMALARI: İndirim, promosyon ürün, 2 alana 1 bedava ve benzeri fiyatlama alternatiflerini,

ÜRÜN: Bir işletme tarafından üretilen malları ve/veya sunulan hizmetlerini

ifade eder.

EK 3: Meslekte Yatay ve Dikey İlerleme Yolları

-

EK 4: Değerlendirici Ölçütleri

Değerlendiricinin aşağıdaki niteliklerden en az birini sağlamış olması beklenir;

1. Elektronik ticaret kategori sorumlusu olarak en az 2 yıl çalışmış olmak,
2. Üniversitelerin ilgili alanlarında (pazarlama, ticaret, işletme ve benzeri) öğretim elemanı olmak.

Yukarıdaki özelliklere sahip olan ve ölçme ve değerlendirme sürecinde görev alacak değerlendiricilere; ilgili alanda yetkilendirilmiş kuruluşlar tarafından mesleki yeterlilik sistemi, kişinin görev alacağı ulusal yeterlilik(ler), ilgili ulusal meslek standart(lar)ı, ölçme-değerlendirme ve ölçme-değerlendirmede kalite güvencesi konularında eğitim sağlanmalıdır.