

ÜCRETSİZ BAŞLANGIÇ KİTİ · 2025 GÜNCEL

Amazon Marka Anlaşması Başlangıç Kiti

Bir markaya nasıl ulaşılır, ne yazılır ve hangi markayla çalışılır — ve hangilerinden uzak durulur. Yetkili satıcı olma yolundaki ilk adımların: **altyapı, e-posta şablonları, follow-up dizisi, değerlendirme listeleri ve hedef marka çalışma sayfası.**

Kimin için: Amazon'da markaların yetkili satıcısı olmak isteyen; sıfırdan başlayan ya da dropshipping / arbitrajdan gelip işini sağlam ve legal kurmak isteyen girişimciler.

Berk Boyacıoğlu

Amazon Brandway Ekosistemi

Güncel sürüm

Saha tecrübesiyle yenilendi

Bu kit ne işine yarayacak?

Amazon'da markaların yetkili satıcısı olmanın en kritik ilk adımı, **doğru markaya doğru şekilde ulaşmaktır**. Çoğu kişi burada takılır: ya yanlış kişiye yazar, ya "reseller" gibi yazıp reddedilir, ya da hangi markayla çalışacağını bilemez.

Bu kitte sana sırasıyla şunu veriyorum: işe başlamadan kurman gereken **altyapı kontrol listesi**, markaya gönderilecek **kelime kelime e-posta şablonları**, cevap gelmediğinde kullanacağın **follow-up dizisi**, çalışacağın markayı seçerken kullanacağın **değerlendirme listesi**, **dolandırıcılıktan korunma** adımları ve markaları + doğru kişiyi **bulma yöntemi**. Sonunda da kendi ilk hedef listeni kuracağın bir çalışma sayfası var.

Önemli ilke: Markaya bir "satıcı" olarak değil, onların Amazon'daki büyüme ve marka koruma ortağı olarak yaklaşıyoruz. Tüm şablonlar bu konumlandırmaya göre yazıldı. Bütün fark burada.

Başlamadan önce: işin gerçeği

Sana umut satmıyorum; gerçek rakamları söylüyorum ki doğru beklentiyle başla.

5.000–15.000 \$

Rahat başlamak için sermaye (şirket ~300–700 \$, marka min. sipariş 1.000–3.000 \$)

%10–20

Ortalama kâr marjı. Düşük risk = ölçülü marj; risk ve getiri doğru orantılı

4–6 ay

Bir markayla anlaşmanın gerçekçi süresi. Günde 2–3 saat istikrarlı çalışma

%70–90

Gönderdiğin markaların dönmeme/olumsuz oranı — bu NORMAL. Çoğu kontenjan dolu

Sürdürülebilir ve legal kuruyoruz. Ürünü doğrudan markadan/yetkili distribütörden alır, satmak için yetki alırız. Hesabını kapatan dropshipping/arbitraj alışkanlıklarına geri dönmüyoruz. Bir işten para kazanmak, onun sürdürülebilir olduğu anlamına gelmez.

0 Altyapı kontrol listesi

Markaya ilk maili atmadan ÖNCE bunlar hazır olmalı. Markalar cebindeki paraya değil, kurumsallığa ve güvene bakar — bu altyapı "bu kişi ciddi" hissini verir.

- ☐ **Amerika'da LLC şirketi.** Eyalet seçimi maliyeti etkiler: Florida, Wyoming, New Mexico veya Missouri makul. Ortalama ~300 \$, ~10 dakikada, pasaport gerekmeden kurulur.
- ☐ **EIN (vergi numarası).** Şirketten sonra alınır; banka, Amazon ve marka için gerekir.
- ☐ **Reseller certificate.** Markadan KDV'siz mal almanı sağlar; eyalet üzerinden başvurulur.
- ☐ **Banka hesabı (ör. Mercury).** Kurumsal e-posta + web sitesi + pasaport ile açılır; para gönderiminde komisyon avantajı.
- ☐ **Amerika telefon numarası + sanal ofis adresi.** Şirket ve iletişim için.
- ☐ **Kurumsal e-posta** (şirket domainli, Gmail değil) + düzgün bir mail imzası.
- ☐ **Kategoriye uygun e-ticaret web sitesi.** Marka seni %100 Google'lar; sattığın alt kategoriyle ilgili ürünler sitende görünmeli.
- ☐ **Şirket LinkedIn hesabı.** Birkaç paylaşım yap ki yeni durmasın; doğru kişiye buradan da ulaşsın.

HATIRLATMA

Bu altyapıyı "10 yıllık şirketiz" diye yalanla şişirme — eyalet sitesinden yeni kurulduğun görülür. Ama "bu alanda **10 yıllık deneyimimiz var**" diyebilirsin. Dürüst kurumsallık her zaman kazandırır.

1 İlk e-posta şablonu

Markalar çoğunlukla ABD merkezli ve İngilizce iletişim kuruyor. Şablon İngilizce; altında Türkçe notlar var. Köşeli parantezleri kendi bilgilerininle değiştir ve her markaya özel (isim + gözlem) hâle getir.

KONU SATIRI (3 SEÇENEK)

Partnership inquiry — growing [Brand]'s Amazon presence

Helping [Brand] protect & grow its Amazon channel

Quick idea to improve [Brand]'s Amazon listings

GÖVDE

Hi [First Name],

I'm [Your Name], founder of [Your Company] — we partner with a small number of brands as their authorized Amazon channel manager.

I came across [Brand] on Amazon and noticed [specific observation — e.g., your listings don't use A+ Content, there are several unauthorized sellers on your listings, or you're not enrolled in Brand Registry]. These usually cost brands both sales and price control.

We help brands like yours by managing the full Amazon channel — authorized selling, listing & A+ content optimization, PPC advertising, and seller control — so your team doesn't have to. We hold inventory in our US warehouse and fully respect MAP / channel policies.

Would you be open to a quick 15-minute call to see if there's a fit?

Best regards,

[Your Name]

[Your Company] · [yourwebsite.com]

Türkçe not — yapısı: Maily üçe böl: **giriş** (kısa tanıtım: isim, şirket, eyalet, ne iş yaptığın), **gelişme** (yetkili satıcı olmak istediğin, o markaya özel gözlem, Amerika deposun, MAP'e uyacağın, satış kanalların), **sonuç** (kısa görüşme talebi). İlk cümlede "reseller" deme — "authorized channel manager / partner" de.

- ☐ Mutlaka **o markaya özel bir gözlem** ekle; jenerik mail çöpe gider.
- ☐ İmzada **kurumsal web siten ve mailin** olsun (info@şirketin.com gibi, Gmail değil).
- ☐ Sermayeni biraz yüksek söyleyebilirsin (ör. yıllık hedef) — marka zaten kendi minimum siparişini uygular; bu seni güçlü gösterir.

2 Follow-up dizisi (cevap gelmezse)

İşlerin çoğu ilk mailde değil, follow-up'larda kapanır. Cevap gelmese bile vazgeçme — bu dizi kibarca ve değer katarak hatırlatır.

FOLLOW-UP 1 — 3-4 GÜN SONRA

Hi [First Name], just floating this back to the top of your inbox. I put together a short note on 3 things I'd improve on [Brand]'s Amazon listings – happy to share it. Worth a quick call?

FOLLOW-UP 2 — 7 GÜN SONRA

Hi [First Name], I'll assume the timing isn't right. If it helps, I can send a 1-page overview of how we'd grow and protect [Brand] on Amazon – just say the word and it's yours.

FOLLOW-UP 3 — 4-6 HAFTA SONRA / "HAYIR" DİYENE

Hi [First Name], circling back after a while. We've recently helped a few [category] brands grow their Amazon sales while keeping full price control. If protecting your listings is on your radar this quarter, I'd love to reconnect.

Türkçe not: "Hayır" diyen ya da cevap vermeyen markayı silme — temiz bir listede tut, 1-2 ay sonra Follow-up 3 ile yeniden dene. Olumsuz dönen markaların önemli kısmı **zamanlama** yüzünden olumsuzdur; kontenjan açıldığında kapı açılır. Mail'e dönmeyeni **telefonla aramak** çok etkilidir.

3 Markayı ve doğru kişiyi nasıl bulursun?

Yazılım filtresine körü körüne güvenme; en iyi adayları manuel, Amazon'un içinden çıkarırsın.

Markaları bulma — Helium 10 X-Ray (manuel)

- ☐ Kategoriyle ilgili **farklı ürün adları** arat (örn. headphones, klavye, mouse) ki farklı markalar çıksın.
- ☐ X-Ray filtresi: **reklamları gizle** · sadece **FBA + FBM** (Amazon'un kendi sattığı listelerden kaç) · **Active Sellers ≥ 10**.
- ☐ **Fiyat / satış / ciro ile ELEME YAPMA** — markanın bir ürünü ucuz, başka ürünü pahalı olabilir; markayı tek üründen eleme.
- ☐ Sonuçlara tek tek gir: listede Amazon var mı, marka kendisi mi satıyor, satıcı sayısı gerçek mi (araç ikinci elleri de sayabiliyor).
- ☐ Kategori gezerek: A+ content'i olmayan, görseli zayıf, çok satıcılı listeler en iyi adaylar.

Doğru e-postayı / kişiyi bulma

- ☐ Google'da "[marka] become a dealer" arat — bayi başvuru (dealer application) formu çıkarsa doğrudan oradan başvur.
- ☐ Form yoksa web sitesinin **Contact / Wholesale / Stockist** sayfasına bak.
- ☐ **Hunter.io** ile kurumsal e-posta kalıbını ve satış müdürünü çıkar.
- ☐ LinkedIn'de **Brand / E-commerce / Wholesale Manager** kişisine ulaş — info@ adresine değil, doğru kişiye.
- ☐ info@'dan başlarsan ilk mailde: "Could you point me to the right person for Amazon / marketplace partnerships?" diye yönlendirme iste.

SPAM KONTROLÜ

Maillerinin markanın **gelen kutusuna** düştüğünden emin ol — spam/gereksiz kutusuna düşen mailler cevapsız kalır ve çoğu kişi bunu hiç fark etmez.

4 Marka değerlendirme kontrol listesi

Her marka iyi marka değildir. Bir markaya zaman harcamadan önce şunları işaretleyin. Ne kadar çoğu işaretliyse o kadar iyi fırsat.

İYİ SİNYALLER (FIRSAT)

- ☐ Amazon'da satışı var ama listeleme optimize değil (A+ yok, görsel zayıf)
- ☐ Brand Registry yok → sen kurarak değer katarsın
- ☐ Fiyat istikrarsız → marka kontrol istiyor
- ☐ MAP politikası VAR ve **uygulanıyor** (fiyat geçmişini düz)
- ☐ Listede **en az 4–5 farklı satıcı**, üstelik **farklı markalar da satıyorlar**
- ☐ Orta ölçekli marka (dev değil) → bayi almaya daha açık
- ☐ Follow-up sonrası iletişime giriyor; kâr bırakan fiyat veriyor

KIRMIZI BAYRAKLAR (UZAK DUR)

- ☐ **Tek satıcılı liste** / marka kendisi satıyor → deneme tahtası olursun, her an fiyat kırıp seni şikayet edebilir
- ☐ Fiyat geçmişi çok **dalgalı** → MAP kâğıt üstünde, uygulanamıyor
- ☐ Trustpilot / yorumlarda dolandırıcılık veya sahte ürün sinyali
- ☐ Çinli / Amerika dışı markalara **2 kat temkin** (marj yüksek ama dolandırılma riski yüksek)
- ☐ Kârsız fiyat veren ya da sürekli minimum siparişi şişiren markalar
- ☐ Google'da hiçbir izi olmayan, kurumsal olmayan markalar

Önünü gör. MAP'in **uygulandığı**, fiyatın sabit kaldığı listeler en sağlıklı satış yapılan yerlerdir: alış fiyatın belli, satış fiyatın belli, kârın korunur. "MAP var" denmesi yetmez — fiyat geçmişine bakıp gerçekten uygulanıyor mu kontrol et.

5 Dolandırıcılıktan korunma

İş modelimiz sağlam ama her marka güvenli değil. Bir marka olumlu döndü ve fiyat listesi gönderdi diye rahatlama — para göndermeden önce şu adımları geç.

- ☐ **Önce görüş, sonra öde.** Sadece mailleşip para gönderme; **telefon ya da Zoom görüşmesi** yap, mümkünse yüz yüze. Güven hissiyatı alamıyorsan uzaklaş.
- ☐ **Markayı Google'da iyice araştır.** Klasik tuzak: sahte web sitesi. Gerçek marka *marka.com* iken dolandırıcı *marka-benzeri.com* (örn. bir harf/ek değişik) domain kurar. Site "we provide Amazon dealer" gibi ifadeler içeriyorsa ya da çok özensizse → uzak dur.
- ☐ **Ödeme adı eşleşmeli.** Para gönderilecek hesabın adı markayla uyuşmuyorsa (alakasız "X Distributor LLC" gibi) → dur.
- ☐ **Kredi kartıyla öde.** Havale/transferden her zaman daha güvenli — itiraz hakkın olur.
- ☐ **Ürünü doğru yerden al.** Toptancıdan değil, doğrudan markadan ya da markanın yönlendirdiği yetkili distribütörden; faturanı (supply chain) sakla.

ALTIN KURAL

Olumlu dönen **her** firmayla çalışmak zorunda değilsin. Tek satıcılı, ne olduğu belli olmayan markalardan baştan uzak dur. Amerikalı markalarda dolandırılma riski, Amerika dışı markalara göre belirgin daha düşüktür.

6 İlk 50 hedef markanı kur

Aşağıdaki kategorilerden seçerek 50'lik bir başlangıç listesi oluştur. Devasa global markalar yerine **orta ölçekli** markalara odaklan. Bunlar yetkili satıcılık için en uygun kategoriler — saha tecrübesiyle güncellendi.

KATEGORİ (ÖNER)	NEDEN / NASIL SEÇ
Electronics — Elektronik	Çok markalı, optimize olmamış listeler bol
Home & Kitchen — Ev & Mutfak	Orta marka, görsel/A+ iyileştirmeye çok açık
Sports & Outdoors — Spor	Yorum var ama listeleme zayıf
Home Improvement — Yapı market	Teknik ürün, açıklama/optimize fırsatı
Automotive — Oto aksesuar	Teknik ürün, fitment & içerik fırsatı
Tools & Hardware — El aletleri	Marka çeşidi yüksek, çok satıcılı listeler
Office Products — Ofis	Tekrar alımı yüksek ürünler
Musical Instruments — Müzik	Niş, sadık kitle, markalaşma var
Health & Wellness — Sağlık	MAP'li, A+ zayıf (bazıları belge isteyebilir)

BAŞLANGIÇTA UZAK DUR

Pet (veteriner/pet shop ister) · **Beauty / Cilt** (salon/kuaför fiziksel mağaza ister) · **Grocery** (son kullanma tarihi riski, Amazon "expired" diye düşürebiliyor) · **Toys** (markalaşma az, çoğu distribütöre yönlendirir, marj düşük). Bu kategoriler yeni başlayan için zaman kaybettirir.

HER MARKA İÇİN BU KOLONLARI DOLDUR

MARKA	KATEGORİ	WEB SİTESİ	DOĞRU KİŞİ / E-POSTA	DURUM
				Gönderildi / Follow-up / Cevap / Toplantı

İpucu: Günde **15–20 markaya** ulaş (mail hesabın zarar görmesin). Hedefin uzun vadede **2.000–3.000 marka** ile iletişim; %70–90 red NORMAL. Ortalama 20–40 markadan ~3 olumlu dönüş, bunlardan biri gerçek anlaşmaya gider. **Sayı + süreklilik kazandırır.**

BİR ADIM SONRASI

Bütün bunları otomatik yapmak istersen

Bu kitteki adımların hepsini — marka bulma, doğru kişiyi çıkarma, kategoriye göre özelleştirilmiş mail, otomatik follow-up, toplantı koordinasyonu — tek panelden otomatize eden bir ekosistem kurdum. Uygunluğuna birlikte bakmak için ücretsiz bir ön görüşme yapabiliriz.

- Programlar & ücretsiz ön görüşme: berkboyacioglu.com
- Skool topluluğumuz: skool.com/amazon-brandway-ekosistemi-7088

Bu doküman Berk Boyacıoğlu / Amazon Brandway Ekosistemi tarafından bilgilendirme amacıyla hazırlanmıştır. Garanti içermez; sonuçlar kişinin sermayesine, zamanına ve uygulamasına göre değişir. Amazon ve ilgili marka adları kendi sahiplerine aittir.