



## İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği

### Gömlek ve Takım Elbise Üretici ve İhracatçıları Projesi

#### Danışmanlık Hizmet Alımı Teknik Şartnamesi

#### 1. İŞİN TANIMI VE KONUSU

##### 1.1. Şartnamenin Konusu

Bu şartname; Ticaret Bakanlığı'nın 2010/8 Sayılı "Uluslararası Rekabetin Geliştirilmesi Tebliği" (bundan sonra "URGE" olarak anılacaktır) kapsamında İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği (bundan sonra "İTKİB" olarak anılacaktır) çatısı altında hizmet gösteren İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (bundan sonra "Birlik" olarak anılacaktır) tarafından yürütülmekte olan Gömlek ve Takım Elbise Üretici ve İhracatçılarının Rekabetçiliğinin Geliştirilmesi UR-GE Projesi için alınacak "**Dijital Pazarlama Danışmanlık Faaliyeti**"nin kapsamını, usul ve esaslarını belirler.

##### 1.2. UR-GE Tebliği Hakkında Genel Bilgi

Türkiye İhracat Stratejisi ile 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat hacmi ile dünya ihracatından yüzde 1,5 oranında pay elde edilmesi hedeflenmektedir. Bu hedefe ulaşılması için çıkarılan yol haritasında KOBİ'lerin öncü rol oynayacağı gerçeğinden hareketle, kümelenme yaklaşımı ile katma değeri yüksek ürünlerle sürdürülebilir ihracat potansiyeli yakalayabilmelerinin sağlanmasına yer verilmiştir. Kümelenme yaklaşımı ile ortak ihtiyaçların ve hedeflerin etrafında toplanan firmaların bir küme oluşturarak bir sinerji yakalamaları ve rekabet avantajı sağlamaları hedeflenmektedir. Bu minvalde kümelenme çalışmaları devlet desteklerinde de karşılığını bulmuş, Ticaret Bakanlığı'nın 2010/8 Sayılı "Uluslararası Rekabetin Geliştirilmesi Tebliği" de bu destekler arasında yer almıştır.

URGE Tebliği hakkında bilgi ve ilgili belgeler için: <https://ticaret.gov.tr/destekler/ihracat-destekleri/uluslararasi-rekabetciligin-gelistirilmesinin-desteklenmesi>

URGE Projeleri hakkında detaylı bilgi için: <http://www.smenetworking.gov.tr/detay.cfm?MID=57>

##### 1.3. Sözleşme Makamı Hakkında Genel Bilgi

İhracatçı Birlikleri 1937 yılından bu yana Türkiye'nin çeşitli illerinde çeşitli sektörlerde hizmet vermekte olan ve ihracatın artırılması, desteklenmesi ve koordinasyonunu sağlayarak ekonomik gelişmeye katkıda bulunmayı amaçlayan kuruluşlardır. Türkiye'de 24 ayrı sektörde/alt sektörde faaliyet gösteren 61 ihracatçı birliği vardır. İhracatçı birlikleri, üye firmaların ticari kapasitelerinin gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Birlikler bu genel amaca yönelik olarak birçok fonksiyon ifa etmektedir. Bunlar Kanun ve Yönetmelik'te genel hatları ile tanımlanmıştır. Türkiye çapında faaliyet gösteren birlikler 14 genel sekreterlik halinde örgütlenmiştir. İTKİB bunlardan birisi olup bünyesinde faaliyetleri icra edilen dört Birlik'ten birisi İHKİB'dir.

#### 2. İŞİN KAPSAMI

Hizmet sağlayıcı firma/ekip tarafından, proje katılımcısı firmalara "**Dijital Pazarlama Danışmanlık Faaliyeti**" nin gerçekleştirilmesi planlanmaktadır. Projede yer alan ort.10 firmanın katılımı ile 8 ay içerisinde gerçekleştirilmesi planlanmakta olup faaliyetin süresi firmaların ihtiyaçları ışığında değişebilecek olmakla birlikte işbu şartname kapsamında teklif sunan isteklilerin önerecekleri



farklı hizmet sürelerine göre değerlendirilecektir. Projenin ihtiyaç analizi çalışmasında küme firmalarının yurt dışındaki B2B müşterilerine ulaşmada pazar yeri platformları, online mağazalar ve ticaret siteleri aracılığıyla ulaşma oranı %19 iken kendi e-ticaret siteleri üzerinden ulaşmaları en düşük oranla %5'de kaldığı gözlemlenmiştir. Planlanan bu danışmanlık faaliyeti kapsamında firmaların yurt dışı pazarlardaki mevcudiyetlerini kuvvetlendirmek ve o pazarlardaki B2B müşterilerine ulaşmalarını sağlamak, SEO pazarlama kabiliyetlerini geliştirmek, toptan müşterileri için güvenilirliği yüksek e-ticaret/e-ihracat sitelerinde müşteriye özel şifreler ile koleksiyonları gösterecek ve sipariş alabilecek dolayısıyla dijitalleşme, dijital pazarlama ve şirketin operasyonel süreçlerinin hızlanmasını sağlayacak dijitalleşme altyapısının oluşturulması amaçlanmaktadır.

Böylece, firmaların geleneksel ihracat metotlarına alternatif olacak bu satış kanallarına daha sağlıklı şekilde giriş yapması ve hazırlıklarını yapması hedeflenmektedir.

Bu noktada, işin kapsamı hususuyla alakalı olarak Hizmet Sağlayıcı tarafından yürütülmesi beklenen çalışmalar aşağıda sıralanmıştır;

### 1. Firma Durum Tespiti, Yol Haritası ve Faaliyet Planı

Yürütülecek ihale çalışmaları sonucunda hizmet sağlayıcı danışmanlık firmasının belirlenmesini müteakip, Başvuru Makamı olan Ticaret Bakanlığına, Sözleşme Makamınca gerçekleştirilecek faaliyet başvurusu öncesinde, Sözleşme Makamının mukim bulunduğu Dış Ticaret Kompleksinde fizikî olarak ya da çevrim içi ortamda, video konferans programı marifetiyle, işbu faaliyete katılım gösterecek küme firmalarına yönelik olarak faaliyetin içeriği, planlaması, firma bazlı uygulama adımları, performans ölçütleri ve hedeflenen faaliyet çıktılarına temel olacak faaliyet kurgusunun tanıtımına dâir bir bilgilendirme yapılacaktır.

Faaliyetin onaylanmasının ardından, firmalara yapılan toplu bilgilendirmede ve faaliyet kapsamında belirlenen çerçeve dahilinde, zamanı, mekânı ve sayısı hizmet sağlayıcı ve katılımcı firmalar arasında mutabık kalınmak sûretiyle değişkenlik gösterebilecek olmakla birlikte, firma başına takribî 1 (bir) ilâ 3 (üç) toplantı yapılarak, firmaların çalışma başlangıcındaki dijital durumlarının ve varlıklarının tespiti ve analizi gerçekleştirilecek, işbu analiz sonrasında performans göstergeleri belirlenecek ve çalışmaların geri kalan kısmında, firmaların gelişim aşamaları, belirlenen göstergeler üzerine kurgulanacaktır.

Danışmanlık faaliyetinin aşağıda yer alan başlıklar çerçevesinde yürütülmesi hedeflenmektedir:

- Danışmanlık faaliyetinin temeline ve işleyişine dâir sözleşme makamına ve firmalara bilgi verilmesi ve hazırlık yürütülmesi,
- Firmalarla eşleşecek çalışma ekibinin ve firmalarda birebir gerçekleştirilecek çalışma çizelgelerinin oluşturulması,
- B2B iş modeli göz önüne alınarak, firmaların mevcut durumlarının ve ihtiyaçlarının tespit edilmesi:
  - Mevcut Web sitesi ya da mevcut sanal mağaza analizi – SEO ve UX değerlendirmesi
  - Google Analytics ve Search Console verilerinin analizi
  - Arama motoru genel görünürlük analizi
  - Tüm dijital mecralardaki mevcut durumun analizi



- Çevrim içi repütasyon skorunun belirlenmesi
- SWOT analizi
- Değer teklifinin belirlenmesi
- USP'nin belirlenmesi
- B2B iş modeli göz önünde bulundurularak her bir küme firması için faaliyet sonunda ulaşılabilecek verimlilik artış hedeflerinin / performans göstergelerinin belirlenmesi,

## 2. Hedef Pazar Analizi

İlk aşama uygulamalarını müteakip, firmaların B2B kanalı üzerinden ihracatını destekler nitelikte artırabilmek amacıyla:

- Firmanın 3 hedef ülke / pazarındaki hedef müşterinin belirlenmesi,
- Hedef müşterinin dijital davranış analizi,
- Mevcut ve/veya potansiyel rakiplerin dijital analizi,
- Potansiyel pazaryerlerinin ve firmalara katkı sağlayacağı düşünülen diğer oluşumların dijital analizi.

## 3. Uygulama Aşamaları

Firmalardaki mevcut durumun, dijital varlıkların ve hedef pazarların belirlenmesi sonrasında, yapılan analizler, seçilen pazarlar, hedef müşteri kitlesi ve rakipler ışığında B2B pazara giriş için uygun bir strateji belirlenmek üzere aksiyon planları hazırlanacak, işbu planların uygulaması, takibi, desteği ve raporlaması gerçekleştirilecektir.

İşbu aşamanın, faaliyete katılacak her bir küme firmasında fizikî/çevrim içi toplantılar dahilinde gerçekleştirilmesi öngörülmekte olup, örnek uygulama başlıkları aşağıda sıralanmaktadır:

- Her bir firma için belirlenen hedeflere ulaşabilmesi amacıyla uygulamaya konu olacak yol haritasının somut ve gerçekleştirilebilir maddeler halinde çıkartılması, bu yol haritasının yine uygulama kısmına konu olacak şekilde önerilen tamamlanma tarihlerini içerir bir iş planına oturtulması,
- Dijital verilere dayanarak pazarların değerlendirilmesi konusunda gerekli yönlendirmelerin yapılması,
- Firmanın seçtiği pazar/pazarlara göre sosyal medya mecraları dahil aktif olunması gereken dijital platformların belirlenmesi, satış/lead gerçekleştirme ihtimali olan alternatif platformların tespiti,
- Seçilen pazar/pazarlara göre anahtar kelime stratejisinin belirlenmesi,
- Seçilen pazar/pazarlara göre site içi optimizasyon çalışmalarıyla ilgili yönlendirmeler yapılması, görsel, video, metin dahil her türlü içeriğin uygunluğu ve optimizasyonu konusunda danışmanlık verilmesi, 25 sayfayı geçmeyecek şekilde belirlenen sayfaların örnek teşkil etmesi bakımından bilfiil optimize edilmesi,
- Teknik optimizasyon kapsamında eksikliklerin giderilmesine yönelik gerekli yönlendirmelerin yapılması, bu konularda ilgili ekiplerin eğitilmesi,
- Seçilen pazar/pazarlara göre site dışı optimizasyon çalışmalarıyla ilgili yönlendirmeler yapılması, hedef ülkelerdeki tanıtım amaçlı dijital mecraların tespit

Sayfa 3 / 6



edilmesi (örn: europages.com vb.), mutabık kalınan mecralarla ilgili ödeme dışındaki işlemlerin bizzat yürütülmesi,

- Seçilen pazar/pazarlara göre içerik pazarlama çalışmalarıyla ilgili yönlendirmeler yapılması, yönlendirme sonucunda üretilmesi önerilen konu başlıklarında 25 adeti geçmeyecek şekilde İngilizce özgün içeriklerin yazılması,
- Seçilen pazar/pazarlara göre dijital reklam faaliyetleri ile ilgili gerekli yönlendirmelerin yapılması, örnek reklam planlarının çalışılması, seçilen 3 pazar kapsamında bizzat dijital reklam faaliyetlerinin yürütülmesi,
- Seçilen pazar/pazarlara göre kullanılmasına karar verilen sosyal medya mecralarının etkin bir biçimde yönetilmesi için gerekli danışmanlığın verilmesi, belirli paylaşımların örnek teşkil etmesi bakımından bizzat gerçekleştirilmesi,
- Detaylı raporlama

### 3. TESLİMLER, LOJİSTİK VE ZAMANLAMA

Hizmet Sağlayıcı tarafından faaliyet sonunda İHKİB'e faaliyetin içeriği, katılım bilgilendirmesi ve sonuç raporunu sunması ve gerekli görülen durumlarda proje komitesine faaliyetinin ilerleyişi ve sonuçları ile ilgili olarak sunum yapılması beklenmektedir.

Faaliyet ile ilgili zamanlama ve lojistik;

- Hizmetin sağlanacağı yer: faaliyet katılımcısı firmaların yerleşkeleri ve şartların elvermediği durumlarda çevrimiçi
- Süre - Zamanlama: 8 aylık bir takvim içinde gerçekleştirilmek üzere istekli tarafından takvim önerisi beklenmektedir.

### 4. GEREKLİLİKLER

Teklif veren firmaların ortalama 10 proje üyesi hazır giyim firmasında süreci eş zamanlı yürütebilecek yetkinlikte olması ve bu yetkinliği örnek iş-bitirmeleri ve ekip tanıtımları ile teklif dosyasında sunması beklenmektedir.

Hizmeti sağlayacak olan eğitimci(ler) ve danışman(lar)ın dijital pazarlama stratejileri belirleme konusunda tecrübelerinin olması ve hazır giyim sektöründe benzer projelerde görev almış olması beklenmektedir. Kişilerin özgeçmişleri teklif dosyasında detaylı olarak sunulmalıdır.

### 5. TEKLİF SUNMA YÖNTEMİ VE ŞARTLARI

- Satınalma süreci TİM ve İhracatçı Birlikleri mevzuatı uyarınca kapalı zarf usulü ile yürütülecektir.
- Teklifler, yazılı olarak, kapalı zarf içinde Sözleşme Makamının adresine posta yoluyla / elden Birliğe ulaşması sağlanacak şekilde **en geç 21 Ekim 2022 Cuma gününe kadar Birliğe ulaşması sağlanacak şekilde** teslim edilecektir,
- Teklifler mali ve teknik teklif olarak ayrı ayrı hazırlanıp ayrı zarflanacak, zarfların üzerine ihalenin adı yazılacak ve iki zarf, tek bir zarfın içerisine konularak ihale adıyla birlikte iletilecektir. Her bir zarfın kapatma yeri firmanın imza yetkilisi tarafından kaşe-imza yapılmalıdır.



- Teknik teklif zarfı içerisinde yer alması gereken bilgi/belgeler;
  - Her sayfası firma imza yetkilisi tarafından imzalanan ve kaşelenen işbu teknik şartname,
  - Hizmetin nasıl yapılacağını ve metodolojiyi detaylı bir şekilde anlatır nitelikte hazırlanan teknik açıklamalar,
  - Kurum/kuruluşunuzu tanıtıcı sunum,
  - En az 3 referans mektubu (tercihen benzer sektörlerde yürütülen çalışmalardan),
  - Ekipte yer alacak uzmanların detaylı özgeçmişleri
- Mali teklif zarfı içerisinde yer alması gereken tek belge; Hizmet bazında teklif edilen bedeli içeren mali teklif formudur (bkz. Ek-1).
- Teklifiniz firma başı adam/gün sayıları ve fiyat teklifi ile birlikte verilecek olup 2023 Haziran ayına kadar geçerlilik süresine sahip olmalıdır. Ulaşım, konaklama vb. her türlü masraf dahil sunulmalıdır.
- **İletişim; banu.ozcan@itkib.org.tr / 0212 454 08 16**

## 6. İDARİ HUSUSLAR

Teklif veren kurum/kuruluş;

- Birliğin en düşük teklifi ya da herhangi bir teklifi kabul etmek zorunda olmadığını,
- Teklif konusu işle ilgili olmak üzere Birliğin çıkarlarına aykırı düşecek hiçbir eylem ve oluşum içinde olmayacağını,
- Teklif konusu iş için kendisi veya başkaları adına doğrudan veya dolaylı olarak asaleten veya vekaleten birden fazla teklif vermediğini,
- İş bizzat kendinin yapacağı, iş ve/veya bu işten dolayı doğacak hak edişini bir başkasına devretmeyeceğini,
- İşin tüm haklarının Birliğe ait olduğunu ve hizmete dahil olacak personelin çalışma süresince ve sonrasında çalışmanın içeriği ve firmalara ait bilgileri paylaşmayacağını,

kabul, beyan ve taahhüt eder.



## EK – 1 MALİ TEKLİF FORMU

**Sözleşme başlığı** : Gömlek & Takım Elbise Üreticileri ve İhracatçıları URGE Projesi Dijital Pazarlama Danışmanlık Hizmet Alımı  
**İsteklinin adı** : ... ..

	HİZMETİN ALT KIRILIMLARI	BİRİM GÜN SAYISI	BİRİM MALİYET TEKLİFİ
	Firma Durum Tespiti Hedef Pazar Analizleri Uygulama Çalışmaları	Katılımcı Küme Firması Başına Gün Sayısı ... .. ... ..	Katılımcı Küme Firması Başına Maliyet: ... .. ... ..

### Önemli Notlar;

Verilecek olan teklifler;

- Firma başına ve KDV hariç olarak verilecek olup, yazı ve rakam ile ayrı ayrı belirtilecektir,
- 2023 Haziran ayına kadar geçerlilik süresine sahip olmalıdır,
- Ulaşım, konaklama vb. her türlü masraf dahil sunulmalıdır.

Tarih  
Yetkili Kişi İsim / Soyisim /  
İmza  
İsteklinin Kaşesi