

전자상거래 열풍, 터키 상륙

두바이지사

클릭 한번으로 간편해진 식품 쇼핑의 인기세

- 터키 내 온라인시장은 57억 달러 규모로 세계 20위이며 2020년까지 85억 달러 규모로 확대될 전망이다. 터키 전체인구 8,000만 명 중 50%가 30세 이하의 젊은 층이기 때문에 온라인 유통망 활성화의 조건을 갖추면서 2008년 이후부터 꾸준한 성장세를 보이고 있다.

- 까르푸와 미그로스 쇼핑몰은 온라인과 오프라인 매장을 운영하며 소비자와의 접근성을 높이고 있다. 미그로스의 경우 주문지와 가까운 오프라인 매장의 상품을 소비자가 시간을 선택해 배송 받을 수 있다.
- 고급 유통매장 Macro Center의 온라인 쇼핑몰인 마크로 온라인은 주로 유기농 및 다양한 수입식품을 유통하고 있다.

터키내 온라인 쇼핑몰

- 한국의 11번가는 터키에서 n11(www.n11.com)이라는 이름으로 운영 중이며 현재 터키 내 전자상거래 시장점유율 1위를 기록하고 있다.
- 터키 전역의 신선한 로컬식품을 주로 취급하는 Memlekettengelsin 쇼핑몰은 건강식품을 주요 품목으로 하고 있으며 유기농인증, Vegan인증, 할랄인증, 무설탕·무방부제 등 다양한 옵션을 제공하고 있다.

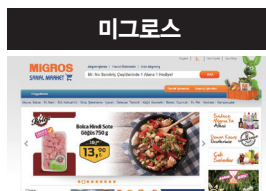
터키시장 진출을 위해서는 온라인채널 접근해야

- 터키여성의 사회진출 및 맞벌이 인구의 증가로 온라인을 통한 간편한 식품쇼핑도 점점 늘어나는 추세다. 특히 온라인을 통한 신선식품 구매는 꾸준히 증가하고 있다.
- 터키의 젊은 층 비율과 전자상거래 및 온라인 식품시장이 확대됨에 따라 온라인시장과 소매시장의 성장세는 계속될 것으로 전망된다. 터키시장 진출 시 한국기업은 온라인채널을 활용한 전략적 마케팅이 필요하다.

주요 식품 온라인 쇼핑몰



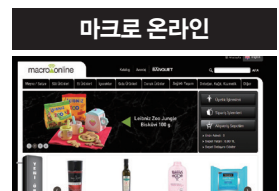
- 터키 전역의 신선한 과일과 유기농 제품 등 판매
- 아침식사와 아이를 위한 식품 판매



- 원하는 배송날짜와 시간 선택 가능
- 11:30~18:00 무료배송



- 온라인 쇼핑몰 배송 시 식품신선도 확인가능
- 취소 및 환불 가능



- 유기농과 수입식품 판매
- 고품질, 기능성의 다양한 식품 유통채널

출처 : www.memlekettengelsin.com, www.sanalmarket.com.tr, www.carrefoursa.com/tr, online.macrocenter.com.tr