

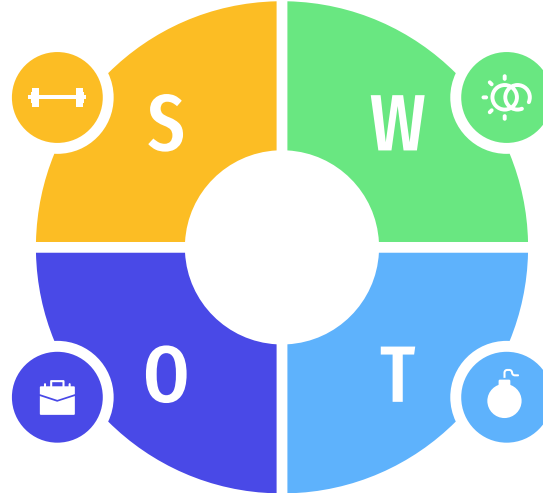
Güçlü Yönler

- Türkiye’de ilk defa semt pazarlarından alışveriş sağlayan pazaryeri olması
- Pazar, lokasyon ve tedarik zinciri dinamiklerine uygun kurgulanmış algoritma
- Oturmuş Müşteri Kitlesi & Pazarıcı esnafının markaya güveni ve sahiplenmesi
- Sıfır-stok iş modeliyle hızlı ölçeklenme fırsatı

Fırsatlar

- Türkiye’de hem B2C hem B2B faydayı ortaya çıkaran başka şirket olmaması
- Pazardan’ın meyve-sebze alışveriş kategorisindeki yüksek Pazar payı potansiyeli

Pazardan SWOT Analizi



Zayıf Yönler

- Pazarcılarının e-ticarete alışma süreçleri
- Marka bilinirliğinin düşük olması

Tehditler

- Büyük oyuncuların Pazardan alışveriş kategorisine dahil olmak için alabilecekleri aksiyonlar