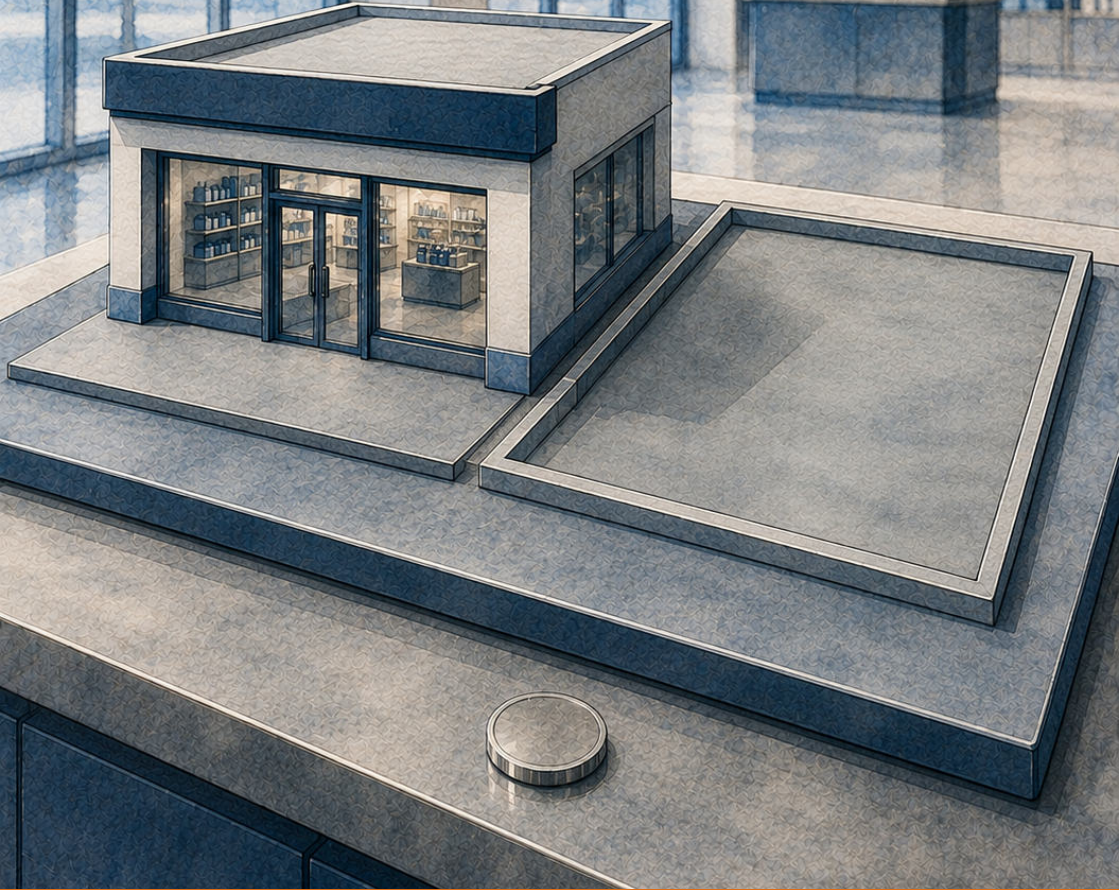


HER YERE AYNI MAĞAZA AÇILMAZ

Format–Pazar Uyum Matrisi dolmadan format uyumu kapanmaz.



HER YERE AYNI MAĞAZA AÇILMAZ

Format–Pazar Uyum Matrisi dolmadan format
uyumu kapanmaz.

Mehmet Güzenge

İÇİNDEKİLER

Bu kitap beş bölümde ilerler.

01	GÖR	11–28
	Mağaza Format Mimarisi Ve Hizmet Modeli	
02	AYIR	29–41
	Çekim Alanı, Trafik Kalitesi Ve Lokasyon Puanlama	
03	UYGULA	42–52
	Mağaza Formatı Ve Sektör Değişkenleri Haritası	
04	ÖLÇ	53–64
	Sektörel Uyarlama Matrisi	
05	KAPAT	65–83
	Yerel Pazar Ve Kültürel Uyarlama	

HER BOLUM

Vaka - Uygulama araci - Kontrol listesi - KENDINI SINA - Saha notu

Sahada řu sorunu çok gördüm: Farklı pazar, format ve müşteri bağlamlarına aynı mağaza modelinin uygulanması. Bu kitabı, o sorunun bir karar sırasına bağlanabileceğini göstermek için yazdım.



MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı

Her Yere Aynı Mağaza Açılmaz

Sorun şu: Farklı pazar, format ve müşteri bağlamlarına aynı mağaza modelinin uygulanması.

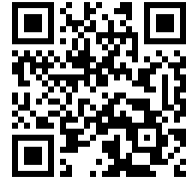


KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

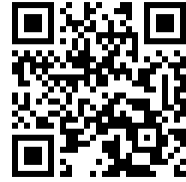
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Bu kitapta ne yapacağız?

Beş bölümde nereye varacağız.

1

Mağaza Format Mimarisi Ve Hizmet Modeli

→ **Bölüm 01 — GÖR**

2

Çekim Alanı, Trafik Kalitesi Ve Lokasyon Puanlama

→ **Bölüm 02 — AYIR**

3

Mağaza Formatı Ve Sektör Değişkenleri Haritası

→ **Bölüm 03 — UYGULA**

4

Sektörel Uyarılama Matrisi

→ **Bölüm 04 — ÖLÇ**

5

Yerel Pazar Ve Kültürel Uyarılama

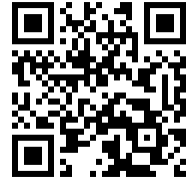
→ **Bölüm 05 — KAPAT**

KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

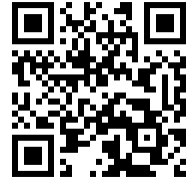
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

GÖR

Bu bölümde mağaza Format Mimarisi Ve Hizmet Modeli.

Bunu Mağaza Format Mimarisi Ve Hizmet Modeli üzerinden yapacaksın. Bu kitabın tek ölçüsü: Format uyumu.

Atlarsan ne olur: GÖR adımını atlayan, Format uyumu rakamının neden oynadığını göremez.

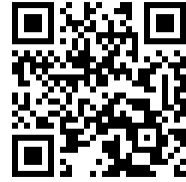
SENİN İÇİN BU BÖLÜM NE DEMEK

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

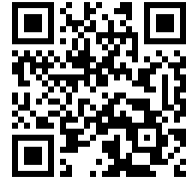
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Mağaza Format Mimarisi Ve Hizmet Modeli nerede risk yaratır?

Görünce durup bakacağın işaret.

Kanıt hedef segment dönüşümü ile görünür olur; görünmeyen şey yönetilmez.

NEYİ YANILTIIR

Burada iş şu: Hedef müşteri, değer önerisi, lokasyon ve format tercihlerini aynı stratejik çerçevede sınamak.

SEÇENEKLERİN

- karar nesnesini tanımla
- başlangıç fotoğrafını çıkar
- planı rol ve zamanla bağla
- sahadaki gerçekleşeni gözle

SENDE HANGİSİ OLDU



Mağaza Format Mimarisi Ve Hizmet Modeli nerede risk yaratır?

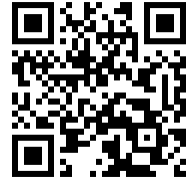
Burada iş şu: Hedef müşteri, değer önerisi, lokasyon ve format tercihlerini aynı stratejik çerçevede sınamak.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

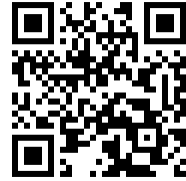
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Hedef Segment, Aışveriş Mısyonu Ve Persona yanlış gittiğinde neye benzer?

Bozulmanın resmi.

Karar nesnesini tanımla: HEDEF SEGMENT, ALIşVERİş MİSYONU VE PERSONA kapsamında hangi sonuç, davranış veya süreç durumunun yönetileceğini tek cümlede yaz. Hedef Segment, Aışveriş Mısyonu Ve Persona için hedef segment ile sonuç göstergesi arasındaki bağı açıkla.

NEYİ YANILTIR

HEDEF SEGMENT, ALIşVERİş MİSYONU VE PERSONA planlanırken önce kararın hangi probleme cevap verdiği, hangi veriye dayandığı ve hangi rol tarafından verileceğı yazılır.

SEÇENEKLERİN

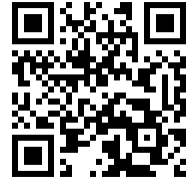
- karar nesnesini tanımla
- başlangıç fotoğrafını çıkar
- planı rol ve zamanla bağla
- sahadaki gerçekleşeni gözle

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

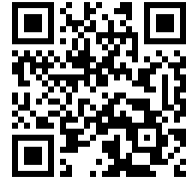
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Hedef Segment, Alışveriş Misyonu Ve Persona sahada nasıl denenir?

Küçük bir prova, büyük bir ders.

Hedef Segment, Alışveriş Misyonu Ve Persona konusunda tek bir saha örneği: önce olay, sonra karar.

SAHADA NE OLDU

Sahadaki gerçekleşeni gözle: alışveriş misyonu uygulamasının planlandığı gibi çalışıp çalışmadığını işlem, davranış ve kanıt üzerinden kontrol et. Hedef Segment, Alışveriş Misyonu Ve Persona için yalnız sonuç sayısına bakma.

NE KARAR VERİLDİ

planı rol ve zamanla bağla · sahadaki gerçekleşeni gözle

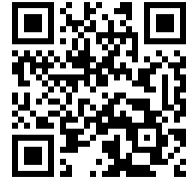
SENDE NE OLDU, NE YAPTIN

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

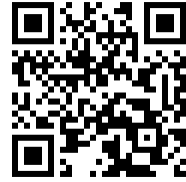
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Mağaza Format Mimarisi Ve Hizmet Modeli için nereden başlıyorsun?

Bugünkü halini yaz, sonra kıyasla.

Çekim alanı, trafik kalitesi ve lokasyon puanlama hem merkez kararları hem mağaza içi uygulama hem de geri besleme mekanizması açısından okunmalıdır.

KENDİ İŞLETMEMDE NASIL?

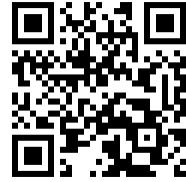
This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins or other markings on the paper.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Yıllardır aynı sahneyi görüyorum: belirtiyi kişiye bağlamadan önce süreç ve veri zincirinde en az bir doğrulama noktası aç. Ben işe rakama bakarak başlarım. Hedef segment dönüşümü ile Trafik kalitesi aynı tabloda değilse, konuşulan şey his oluyor. İlk sorum şu: Mağaza Format Mimarisi Ve Hizmet Modeli için karar, uygulama sahibi, kanıt ve ikinci kontrol birbirine bağlanmıştır.



MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı

ŞİMDİ NE YAPACAKSIN

Mağaza Format Mimarisi Ve Hizmet Modeli

Perakende Okulu'nda “GÖR”
konusunun uygulama atölyesi var.

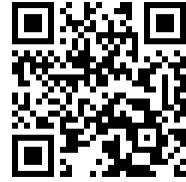


KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

AYIR

Bu bölümde çekim Alanı, Trafik Kalitesi Ve Lokasyon Puanlama.

Bunu Çekim Alanı, Trafik Kalitesi Ve Lokasyon Puanlama üzerinden yapacaksın.

Atlarsan ne olur: AYIR adımını atlayan, Format uyumu rakamının neden oynadığını göremez.

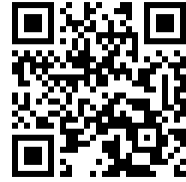
SENİN İÇİN BU BÖLÜM NE DEMEK

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

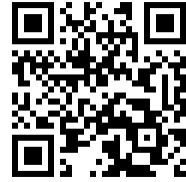
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.



Çekim Alanı, Trafik Kalitesi Ve Lokasyon Puanlama: doğru ile yanlış nasıl ayrılır?

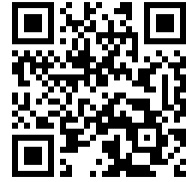
Burada iş şu: Hedef müşteri, değer önerisi, lokasyon ve format tercihlerini aynı stratejik çerçevede sınamak.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Çekim Alanı, Trafik Kalitesi Ve Lokasyon Puanlama ilk kez nasıl uygulanır?

İlk denemenin adımları.

Çekim Alanı, Trafik Kalitesi Ve Lokasyon Puanlama konusunda tek bir saha örneği: önce olay, sonra karar.

SAHADA NE OLDU

Kararı yalnız sonuca bakarak değil, sürecin nasıl çalıştığını gösteren kanıtlarla ver.

NE KARAR VERİLDİ

Sahadaki gerçekleşeni gözle: trafik kalitesi uygulamasının planlandığı gibi çalışıp çalışmadığını işlem, davranış ve kanıt üzerinden kontrol et. Çekim Alanı, Trafik Kalitesi Ve Lokasyon Puanlama için yalnız sonuç sayısına bakma.

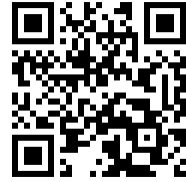
SENDE NE OLDU, NE YAPTIN

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

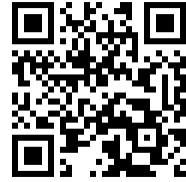
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

UYGULAMA ARACI

Ana Kayıt Formu

BU SAYFAYI KİM DOLDURUR

Müdür doldurur; her ölçüm döneminde.

Aynı forma her dönem yeni satır ekle; eskiyi silme.

Dönem

Ölçülen rakam

Bir önceki dönem

Fark ve nedeni

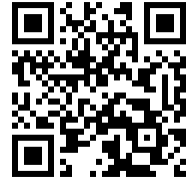
Alınan karar

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Müdürlerin çoğu tek seçenекle gelir: karar nesnesini tanımla. Oysa masada dört seçenек var. Kanıt standart sapması ile görünür olur; görünmeyen şey yönetilmez. Seçeneđi daraltan kişi, kararı da daraltıyor demektir. Ben karar öncesi řu formu açtırırım: Mağaza Formatı Karar Kartı.



MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı

ŞİMDİ NE YAPACAKSIN

Çekim Alanı, Trafik Kalitesi Ve Lokasyon Puanlama

Perakende Okulu'nda “AYIR” konusunun uygulama atölyesi var.

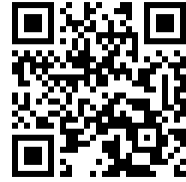


KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

UYGULA

Bu bölümde mağaza Formatı Ve Sektör Değişkenleri Haritası.

Bunu Mağaza Formatı Ve Sektör Değişkenleri Haritası üzerinden yapacaksın.

Atlarsan ne olur: UYGULA adımını atlayan, Format uyumu rakamının neden oynadığını göremez.

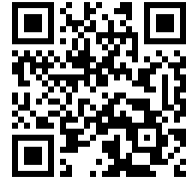
SENİN İÇİN BU BÖLÜM NE DEMEK

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

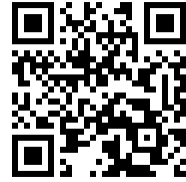
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Mağaza Formatı Ve Sektör Değişkenleri Haritası için istisna ne zaman geçerli?

Kural dışına çıkmanın şartı.

Aşağıdaki kutular Mağaza Formatı Ve Sektör Değişkenleri Haritası maddesinin sahada nasıl görüldüğünü gösterir.

SAHADA NE OLDU

Başlangıç fotoğrafını çıkar: standart sapması, uyarlama başarısı ve ölçekleme sonucu verilerini aynı dönem ve aynı kapsamda doğrula. Mağaza Formatı Ve Sektör Değişkenleri Haritası için veri eksikse kesin karar verme.

NE KARAR VERİLDİ

Karar nesnesini tanımla: MAĞAZA FORMATI VE SEKTÖR DEĞİŞKENLERİ HARİTASI kapsamında hangi sonuç, davranış veya süreç durumunun yönetileceğini tek cümlede yaz. Mağaza Formatı Ve Sektör Değişkenleri Haritası için mağaza formatı ile sonuç göstergesi arasındaki bağı açıkla.

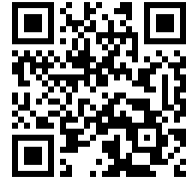
* Standart sapması: paketin standart sapması olarak tanımladığı gösterge.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

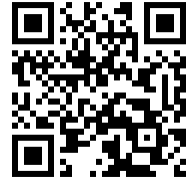
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.



Tek rakam neden yetmez?

Mağaza Formatı Ve Sektör Değişkenleri Haritası
burada soyut bir başlık değil: çekirdek standardı
korurken format, sektör ve yerel koşullara gerekçeli
uyarlama yapmak.



**Kriter yazılı değilse karar her hafta değişir.
Yerel Pazar Ve Kültürel Uyarlama burada soyut
bir başlık değil: çekirdek standardı korurken
format, sektör ve yerel koşullara gerekçeli
uyarlama yapmak.
Bu yüzden ölçüyü
önceden koyarım:
Standart sapması,
Uyarlama başarısı.
Kriter kâğıtta
olmayan bir ekipte
tartışma bitmez.**



MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı

ŞİMDİ NE YAPACAKSIN

Mağaza Formatı Ve Sektör Değişkenleri Haritası

Perakende Okulu'nda “UYGULA”
konusunun uygulama atölyesi var.



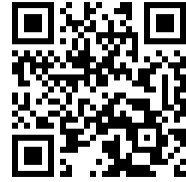
PerakendeOkulu.com

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

ÖLÇ

Bu bölümde sektörel Uyarlama Matrisi.

Bunu Sektörel Uyarlama Matrisi üzerinden yapacaksın.

Atlarsan ne olur: ÖLÇ adımını atlayan, Format uyumu rakamının neden oynadığını göremez.

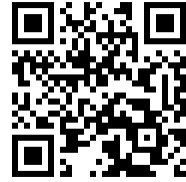
SENİN İÇİN BU BÖLÜM NE DEMEK

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

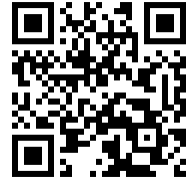
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Sektörel Uyarlama Matrisi: ters giden bir örnek

Aynı adım her zaman işe yaramaz.

Aşağıdaki kutular Sektörel Uyarlama Matrisi maddesinin sahada nasıl görüldüğünü gösterir.

SAHADA NE OLDU

Sektörel Uyarlama Matrisi için karar, uygulama sahibi, kanıt ve ikinci kontrol birbirine bağlanmıştır.

NE KARAR VERİLDİ

Önce gözlenebilir sapmayı tanımla, sonra onu üreten rol/süreç bağlantısını kontrol et.

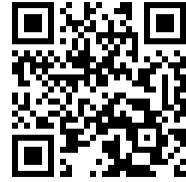
SENDE NE OLDU, NE YAPTIN

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Eksik kanıt yanlış karar üretir.

Sektörel Uyarlama Matrisi Karar Kartı · Çok Şubeli Yapı · Sektörel Uyarlama Ve Ölçekleme Kontrol Tablosu · Format–Pazar Uyum Matrisi

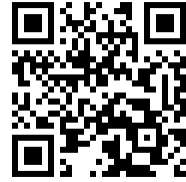
[illegible]

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

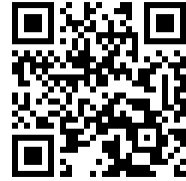
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Bu bölümden ne kaldı?

Kapatmadan önce iki işaret.

BUNLARI YAP

BURADA BOZULUR

☐

Karara dayanak olan veriyi
nereden aldığımı yazdım.

☐

Farkın nedenini yazdım.

Doğrulanmamış sayısal eşik, reçete, fiyat, sıcaklık veya hukuki hüküm bu kitabın karar dayanağı değildir.

Tek rakama bakan yanılır. Mağaza Format Mimarisi Ve Hizmet Modeli için karar, uygulama sahibi, kanıt ve ikinci kontrol birbirine bağlanmıştır. Ben Hedef segment dönüşümü rakamını asla yalnız okumam; yanına Trafik kalitesi koyarım. İkisi ters yöne gidiyorsa orada durup bakarım.



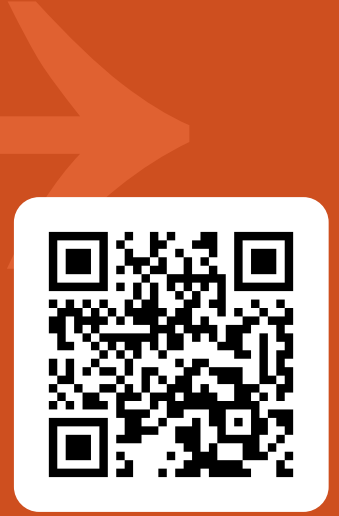
MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı

ŞİMDİ NE YAPACAKSIN

Sektörel Uyarlama Matrisi

Perakende Okulu'nda “ÖLÇ”
konusunun uygulama atölyesi var.



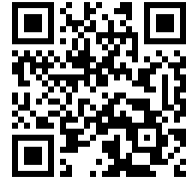
PerakendeOkulu.com

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

KAPAT

Bu bölümde yerel Pazar Ve Kültürel Uyarlama.

Bunu Yerel Pazar Ve Kültürel Uyarlama üzerinden yapacaksın.

Atlarsan ne olur: KAPAT adımını atlayan, Format uyumu rakamının neden oynadığını göremez.

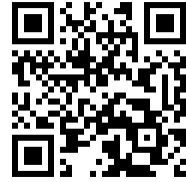
SENİN İÇİN BU BÖLÜM NE DEMEK

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

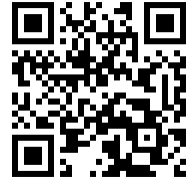
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

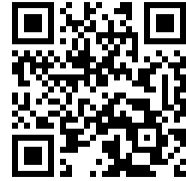
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Yerel Pazar Ve Kùltürel Uyarlama: eğilim ne söylüyor?

Yerel Pazar Ve Kùltürel Uyarlama burada soyut bir başlık değil: çekirdek standardı korurken format, sektör ve yerel koşullara gerekçeli uyarlama yapmak.



Yerel Pazar Ve Kültürel Uyarlama ekibe nasıl öğretilir?

Bilen bir kişi yetmez.

Yerel Pazar Ve Kültürel Uyarlama konusunda tek bir saha örneği: önce olay, sonra karar.

SAHADA NE OLDU

Karar nesnesini tanımla: YEREL PAZAR VE KÜLTÜREL UYARLAMA kapsamında hangi sonuç, davranış veya süreç durumunun yönetileceğini tek cümlede yaz. Yerel Pazar Ve Kültürel Uyarlama için yerel pazar ile sonuç göstergesi arasındaki bağı açıkla.

NE KARAR VERİLDİ

Yerel pazar ve kültürel uyarlama hem merkez kararları hem mağaza içi uygulama hem de geri besleme mekanizması açısından okunmalıdır.

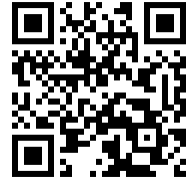
SENDE NE OLDU, NE YAPTIN

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

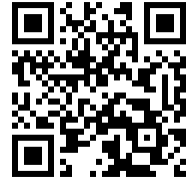
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Karar vermek kolay; kararın arkasında durmak zor. Uyguladıktan sonra Hedef segment dönüşümü rakamını iki hafta izlerim. Son kontrolüm hep aynı: Mağaza Format Mimarisi Ve Hizmet Modeli için karar, uygulama sahibi, kanıt ve ikinci kontrol birbirine bağlanmıştır.



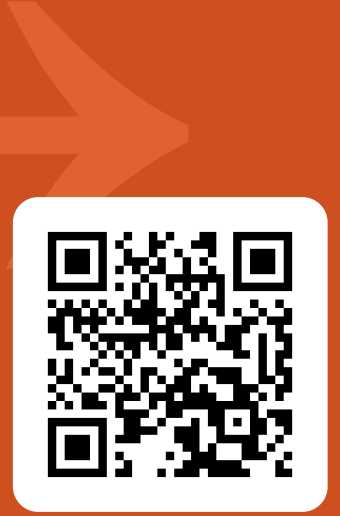
MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı

ŞİMDİ NE YAPACAKSIN

Yerel Pazar Ve Kültürel Uyarlama

Perakende Okulu'nda “KAPAT”
konusunun uygulama atölyesi var.



PerakendeOkulu.com

Kendini sına

Yanıtı işaretle, yarınki adımı yaz.

1. Yerel Pazar Ve Kültürel Uyarlama: bu hafta böyle bir durum yaşadın mı?

☐☐☐

2. Hedef Segment, Aışveriş Mısyonu Ve Persona: bu hafta böyle bir durum yaşadın mı?

☐☐☐

3. Yerel Pazar Ve Kültürel Uyarlama için hangi kanıtı baktın?

☐☐☐

4. Mağaza Format Mimarisi Ve Hizmet Modeli için hangi kanıtı baktın?

☐☐☐

5. Çekim Alanı, Trafik Kalitesi Ve Lokasyon Puanlama için hangi kanıtı baktın?

☐☐☐

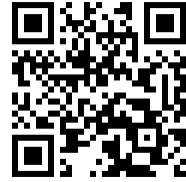
E = Evet · K = Kısmen · H = Hayır

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

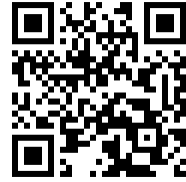
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

UYGULAMA ARACI

Cep Kartı

BU SAYFAYI KİM DOLDURUR

Yanında taşırsın.

Vardiyada karar vermen gerektiğinde buna bak.

TEK ÖLÇÜ: Format uyumu

ÜÇ KURAL

- karar nesnesini tanımla
- başlangıç fotoğrafını çıkar
- planı rol ve zamanla bağla

KARAR ÖNCESİ TEK SORU

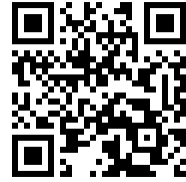
Yerel Pazar Ve Kültürel Uyarlama için karar, uygulama sahibi, kanıt ve ikinci kontrol birbirine bağlanmıştır.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

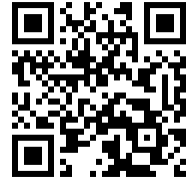
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

UYGULAMA ARACI

İkinci Kontrol ve Kapanış Formu

BU SAYFAYI KİM DOLDURUR

Kararı veren doldurur; uygulamadan iki hafta sonra.
İlk ölçümü ve ikinci ölçümü yan yana yaz.

Verilen karar

İlk ölçüm

İkinci ölçüm

Karar doğru muydu

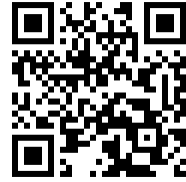
Şimdi ne yapıyorum

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

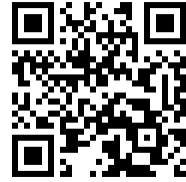
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

YARIN SABAH

Bugünkü açık işleri yaz; her birinin yanına sahibini ve kapanış kanıtını koy. Sahibi yazılamayan kaç iş kaldığını say.

Format uyumu



Format–Pazar Uyum Matrisi ile kapat

Format uyumu ölçüsünü Format–Pazar Uyum Matrisi
üzerinde haftalık oku.

HER YERE AYNI MAĞAZA AÇILMAZ

Format uyumu ölçüsünü haftalık oku.

