

İNDİRİM YAPMADAN MARJİ KORUMAK

Marj Koruma Karar Kartı dolmadan marj kapanmaz.



İNDİRİM YAPMADAN MARJİ KORUMAK

Marj Koruma Karar Kartı dolmadan marj
kapanmaz.

Mehmet Güzenge

İÇİNDEKİLER

Bu kitap beş bölümde ilerler.

01	GÖR	11–28
	Fiyat–İndirim–Marj Şelalesi	
02	AYIR	29–41
	Fiyat Mimarisi Ve Fiyat Pozisyonlandırma	
03	UYGULA	42–52
	Marj–Miks–Stok Dengesi	
04	ÖLÇ	53–64
	Kampanya, Fiyat Değişimi Ve Marj Etkisi	
05	KAPAT	65–83
	Kampanya Takvimi, Promosyon Tasarımı Ve Değerlendirme	

HER BOLUM

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

Sahada řu sorunu çok gördüm: Marj baskısında ilk çözümün indirim olması ve fiyat, miks, kampanya ve maliyet ilişkisinin birlikte okunmaması. Bu kitabı, o sorunun bir karar sırasına bağlanabileceğini göstermek için yazdım.



MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı

İndirim Yapmadan Marjı Korumak

Sorun Őu: Marj baskısında ilk czmn indirim olması ve fiyat, miks, kampanya ve maliyet ilişkisinin birlikte okunmaması.

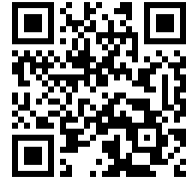


KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

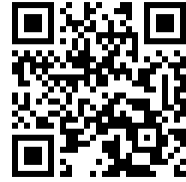
Tam sürümde tüm açıklama açık.

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

Fiyat–İndirim–Marj Şelalesi

→ Bölüm 01 — GÖR

2

Fiyat Mimarisi Ve Fiyat Pozisyonlandırma

→ Bölüm 02 — AYIR

3

Marj–Miks–Stok Dengesi

→ Bölüm 03 — UYGULA

4

Kampanya, Fiyat Değişimi Ve Marj Etkisi

→ Bölüm 04 — ÖLÇ

5

Kampanya Takvimi, Promosyon Tasarımı Ve Değerlendirme

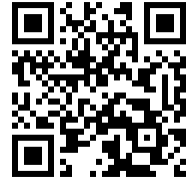
→ Bölüm 05 — KAPAT

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

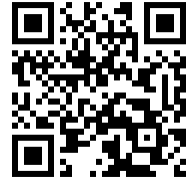
Tam sürümde tüm açıklama açık.

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 fiyat–İndirim–Marj Şelalesi.

Bunu Fiyat–İndirim–Marj Şelalesi üzerinden yapacaksın.
Bu kitabın tek ölçüsü: Marj.

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

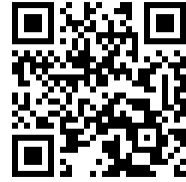
SENİN İÇİN BU BÖLÜM NE DEMEK

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

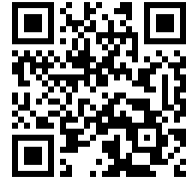
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Fiyat–İndirim–Marj Şelalesi nerede risk yaratır?

Görünce durup bakacağın işaret.

Kanıt brüt katkı ile görünür olur; görünmeyen şey yönetilmez.

NEYİ YANILTIIR

Fiyat–İndirim–Marj Şelalesi burada soyut bir başlık değil: mağaza ekonomisini satış, marj, maliyet, stok ve nakit ilişkisiyle okumak.

SEÇENEKLERİN

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

SENDE HANGİSİ OLDU

* Satış: paketin satış olarak tanımladığı gösterge.

Fiyat–İndirim–Marj Şelalesi nerede risk yaratır?

Fiyat–İndirim–Marj Şelalesi burada soyut bir başlık değil: mağaza ekonomisini satış, marj, maliyet, stok ve nakit ilişkisiyle okumak.

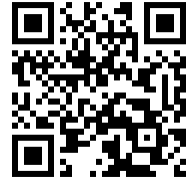


KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

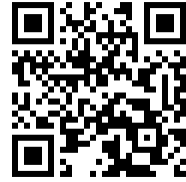
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Perakende Matematiği Ve Metrik İlişkileri yanlış gittiğinde neye benzer?

Bozulmanın resmi.

Perakende matematiği ve metrik ilişkileri hem merkez kararları hem mağaza içi uygulama hem de geri besleme mekanizması açısından okunmalıdır.

NEYİ YANILTI

Perakende Matematiği Ve Metrik İlişkileri burada soyut bir başlık değil: mağaza ekonomisini satış, marj, maliyet, stok ve nakit ilişkisiyle okumak.

SEÇENEKLERİN

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

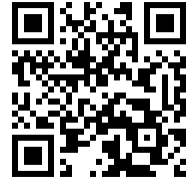
SENDE HANGİSİ OLDU

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

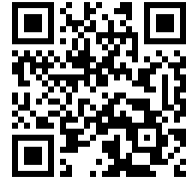
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Perakende Matematiği Ve Metrik İlişkileri sahada nasıl denenir?

Küçük bir prova, büyük bir ders.

Perakende Matematiği Ve Metrik İlişkileri konusunda tek bir saha örneği: önce olay, sonra karar.

SAHADA NE OLDU

Karar nesnesini tanımla: PERAKENDE MATEMATİĞİ VE METRİK İLİŞKİLERİ kapsamında hangi sonuç, davranış veya süreç durumunun yönetileceğini tek cümlede yaz. Perakende Matematiği Ve Metrik İlişkileri için perakende matematiği ile sonuç göstergesi arasındaki bağı açıkla.

NE KARAR VERİLDİ

planı rol ve zamanla bağla · sahadaki gerçekleşeni gözle

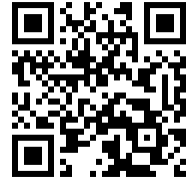
SENDE NE OLDU, NE YAPTIN

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

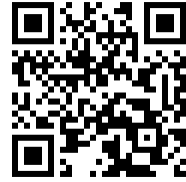
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

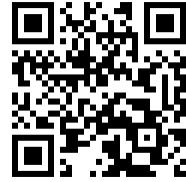
Tam sürümde tüm açıklama açık.

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. Brüt katkı ile Marj aynı tabloda değilse, konuşulan şey his oluyor. İlk sorum şu: Fiyat-İndirim-Marj Şelalesi için karar, uygulama sahibi, kanıt ve ikinci kontrol birbirine bağlanmıştır.



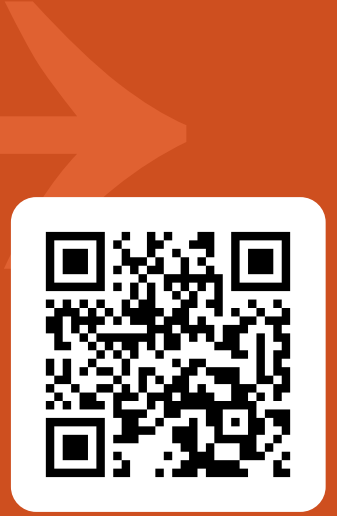
MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı

ŞİMDİ NE YAPACAKSIN

Fiyat–İndirim–Marj Şelalesi

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



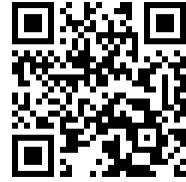
PerakendeOkulu.com

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

AYIR

Bu bölümde fiyat Mimarisi Ve Fiyat Pozisyonlandırma.

Bunu Fiyat Mimarisi Ve Fiyat Pozisyonlandırma üzerinden yapacaksın.

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

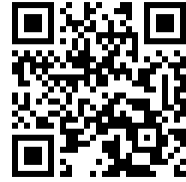
SENİN İÇİN BU BÖLÜM NE DEMEK

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

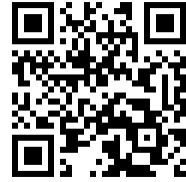
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.



Fiyat Mimarisi Ve Fiyat Pozisyonlandırma: doğru ile yanlış nasıl ayrılır?

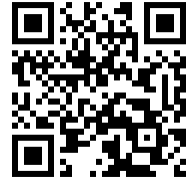
Burada iş şu: Ürün, kategori, fiyat ve satın alma kararlarını müşteri talebi ile kârlılık dengesinde yönetmek.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Fiyat Mimarisi Ve Fiyat Pozisyonlandırma ilk kez nasıl uygulanır?

İlk denemenin adımları.

Fiyat Mimarisi Ve Fiyat Pozisyonlandırma konusunda tek bir saha örneği: önce olay, sonra karar.

SAHADA NE OLDU

Kanıt satış ile görünür olur; görünmeyen şey yönetilmez.

NE KARAR VERİLDİ

Fiyat mimarisi ve fiyat pozisyonlandırma hem merkez kararları hem mağaza içi uygulama hem de geri besleme mekanizması açısından okunmalıdır.

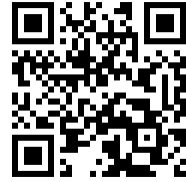
SENDE NE OLDU, NE YAPTIN

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

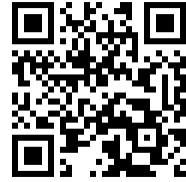
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

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

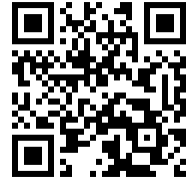
Alınan karar

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. Marj–Miks–Stok Dengesi burada soyut bir başlık değil: ürün, kategori, fiyat ve satın alma kararlarını müşteri talebi ile kârlılık dengesinde yönetmek. Seçeneđi daraltan kişi, kararı da daraltıyor demektir. Ben karar öncesi şu formu açtırırım: Marj Karar Kartı.



MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı

ŞİMDİ NE YAPACAKSIN

Fiyat Mimarisi Ve Fiyat Pozisyonlandırma

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



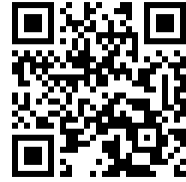
PerakendeOkulu.com

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

UYGULA

Bu bölümde marj–Miks–Stok Dengesi.

Bunu Marj–Miks–Stok Dengesi üzerinden yapacaksın.

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

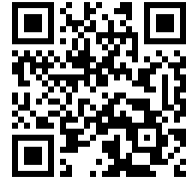
SENİN İÇİN BU BÖLÜM NE DEMEK

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

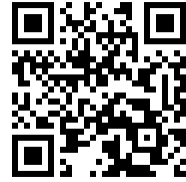
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Marj–Miks–Stok Dengesi için istisna ne zaman geçerli?

Kural dışına çıkmanın şartı.

Aşağıdaki kutular Marj–Miks–Stok Dengesi maddesinin sahada nasıl görüldüğünü gösterir.

SAHADA NE OLDU

Varsayım ile doğrulanmış bulguyu ayrı tut; aksiyonu yalnız doğrulanmış noktaya bağla.

NE KARAR VERİLDİ

Sahadaki gerçekleşeni gözle: miks uygulamasının planlandığı gibi çalışıp çalışmadığını işlem, davranış ve kanıt üzerinden kontrol et; yalnız sonuç sayısına bakma.

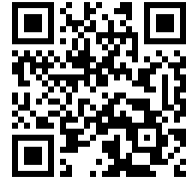
SENDE NE OLDU, NE YAPTIN

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

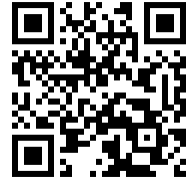
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

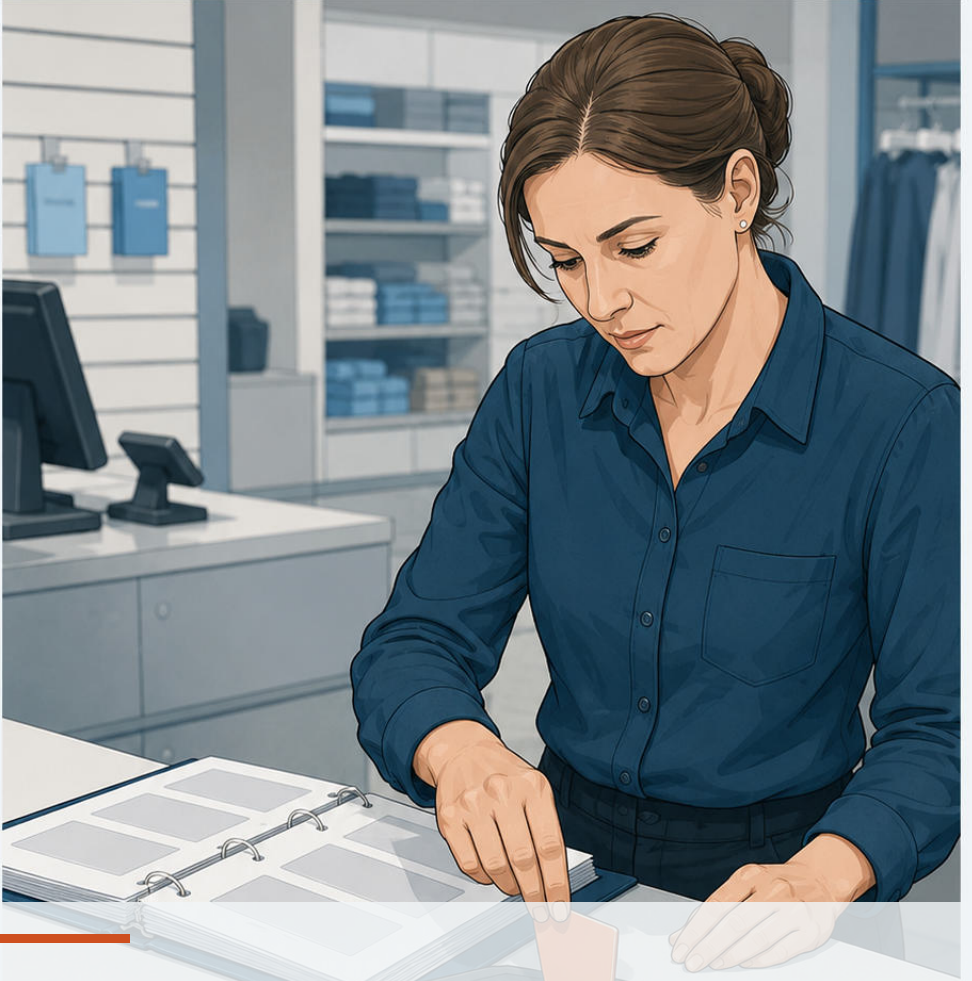
Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.



Tek rakam neden yetmez?

Marj–Miks–Stok Dengesi burada soyut bir başlık değil: ürün, kategori, fiyat ve satın alma kararlarını müşteri talebi ile kârlılık dengesinde yönetmek.

Kapatmadan önce iki işaret.

BUNLARI YAP

BURADA BOZULUR

☐ **Marj-Miks-Stok Dengesi için karar, uygulama sahibi, kanıt ve ikinci kontrol birbirine bağlanmıştır.**

[illegible]

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

Kriter yazılı değilse karar her hafta değişir. Kampanya Takvimi yanlış tanımlanırsa aşırı ürün genişliği ortaya çıkar. Bu yüzden ölçüyü önceden koyarım: Satış, Marj. Kriter kâğıtta olmayan bir ekipte tartışma bitmez.



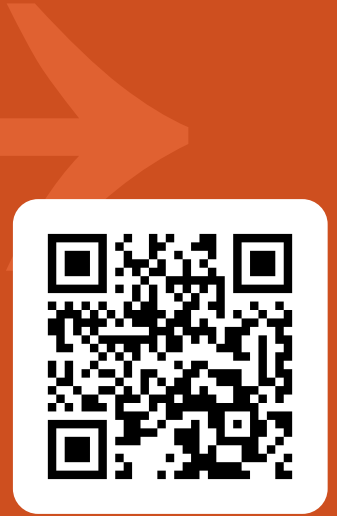
MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı

ŞİMDİ NE YAPACAKSIN

Marj–Miks–Stok Dengesi

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



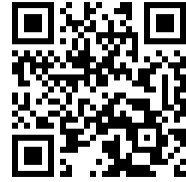
PerakendeOkulu.com

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 kampanya, Fiyat Değişimi Ve Marj Etkisi.

Bunu Kampanya, Fiyat Değişimi Ve Marj Etkisi üzerinden yapacaksın.

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

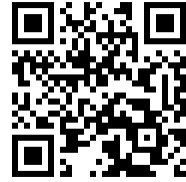
SENİN İÇİN BU BÖLÜM NE DEMEK

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

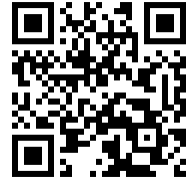
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Kampanya, Fiyat Değişimi Ve Marj Etkisi: ters giden bir örnek

Aynı adım her zaman işe yaramaz.

Aşağıdaki kutular Kampanya, Fiyat Değişimi Ve Marj Etkisi maddesinin sahada nasıl görüldüğünü gösterir.

SAHADA NE OLDU

Kanıt trafik ile görünür olur; görünmeyen şey yönetilmez.

NE KARAR VERİLDİ

Kampanya, fiyat değişimi ve marj etkisi hem merkez kararları hem mağaza içi uygulama hem de geri besleme mekanizması açısından okunmalıdır.

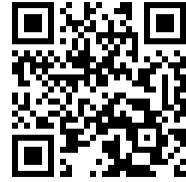
SENDE NE OLDU, NE YAPTIN

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Eksik kanıt yanlış karar üretir.

KENDİ İŞLETMEMDE NASIL?

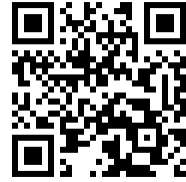
This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

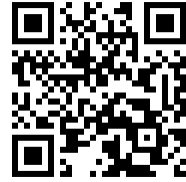
Tam sürümde tüm açıklama açık.

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

- ☐ Önce gözlelenebilir sapmayı tanımla, sonra onu üreten rol/süreç bağlantısını kontrol et.

- ☐ Kampanya, Fiyat Değişimi Ve Marj Etkisi için karar, uygulama sahibi, kanıt ve ikinci kontrol birbirine bağlanmıştır.

BURADA BOZULUR

- ☐ Trafik · Dönüşüm · Ortalama fiş

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

**Tek rakama bakan yanılır. Fiyat–İndirim–Marj
Şelalesi için karar, uygulama sahibi, kanıt ve
ikinci kontrol birbirine bağlanmıştır. Ben Brüt
katkı rakamını asla yalnız okumam; yanına
Marj koyarım. İkisi
ters yöne gidiyorsa
orada durup
bakarım.**



MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı

ŞİMDİ NE YAPACAKSIN

Kampanya, Fiyat Değişimi Ve Marj Etkisi

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



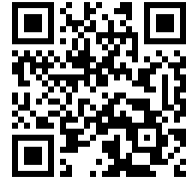
PerakendeOkulu.com

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 kampanya Takvimi, Promosyon Tasarımı Ve Değerlendirme.

Bunu Kampanya Takvimi, Promosyon Tasarımı Ve Değerlendirme üzerinden yapacaksın.

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

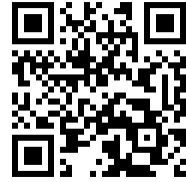
SENİN İÇİN BU BÖLÜM NE DEMEK

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

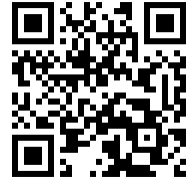
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

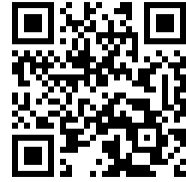
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.



Kampanya Takvimi, Promosyon Tasarımı Ve Değerlendirme: eğilim ne söylüyor?

Burada iş şu: Ürün, kategori, fiyat ve satın alma kararlarını müşteri talebi ile kârlılık dengesinde yönetmek.

Kampanya Takvimi, Promosyon Tasarımı Ve Değerlendirme ekibe nasıl öğretilir?

Bilen bir kişi yetmez.

Kampanya Takvimi, Promosyon Tasarımı Ve Değerlendirme konusunda tek bir saha örneği: önce olay, sonra karar.

SAHADA NE OLDU

Promosyon tasarımı kararı hatalı veriye dayanır ve değerlendirme sonuç kanıtı güvenilirliğini kaybeder.

NE KARAR VERİLDİ

Kampanya takvimi, promosyon tasarımı ve değerlendirme hem merkez kararları hem mağaza içi uygulama hem de geri besleme mekanizması açısından okunmalıdır.

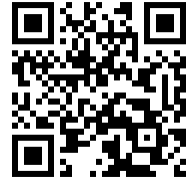
SENDE NE OLDU, NE YAPTIN

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

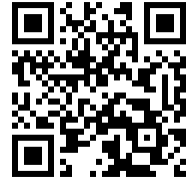
Tam sürümde tüm açıklama açık.

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 Brüt katkı rakamını iki hafta izlerim. Son kontrolüm hep aynı: Fiyat–İndirim–Marj Şelalesi için karar, uygulama sahibi, kanıt ve ikinci kontrol birbirine bağlanmıştır.



MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı

ŞİMDİ NE YAPACAKSIN

Kampanya Takvimi, Promosyon Tasarımı Ve Değerlendirme

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



PerakendeOkulu.com

Kendini sına

Yanıtı işaretle, yarınki adımı yaz.

1. Kampanya Takvimi, Promosyon Tasarımı Ve Değerlendirme: bu hafta böyle bir durum yaşadın mı?

E	K	H
---	---	---

2. Fiyat Mimarisi Ve Fiyat Pozisyonlandırma: bu hafta böyle bir durum yaşadın mı?

E	K	H
---	---	---

3. Marj–Miks–Stok Dengesi: bu hafta böyle bir durum yaşadın mı?

E	K	H
---	---	---

4. Perakende Matematiği Ve Metrik İlişkileri: bu hafta böyle bir durum yaşadın mı?

E	K	H
---	---	---

5. Kampanya Takvimi, Promosyon Tasarımı Ve Değerlendirme için hangi kanıtı baktın?

E	K	H
---	---	---

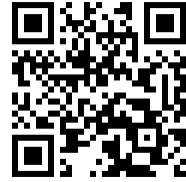
E = Evet · K = Kısmen · H = Hayır

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

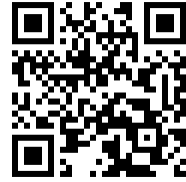
Tam sürümde tüm açıklama açık.

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: Marj

ÜÇ KURAL

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

KARAR ÖNCESİ TEK SORU

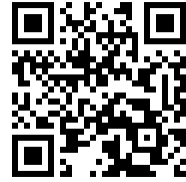
Kampanya Takvimi, Promosyon Tasarımı Ve Değerlendirme için karar, uygulama sahibi, kanıt ve ikinci kontrol birbirine bağlanmıştır.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

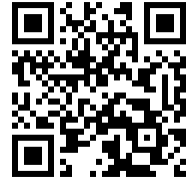
Tam sürümde tüm açıklama açık.

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

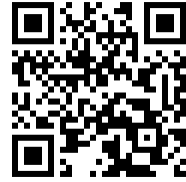
Şimdi ne yapıyorum

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

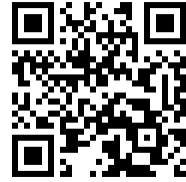
Tam sürümde tüm açıklama açık.

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.

Marj



Marj Koruma Karar Kartı ile kapat

Marj ölçüsünü Marj Koruma Karar Kartı üzerinde
haftalık oku.

İNDİRİM YAPMADAN MARJİ KORUMAK

Marj ölçüsünü haftalık oku.

