

MÜŞTERİYİ BOŞ ÇEVİRMEMEK

Kayıp Satış ve Alternatif Çözüm Kartı dolmadan memnuniyet kapanmaz.



MÜŞTERİYİ BOŞ ÇEVİRMEMEK

Kayıp Satış ve Alternatif Çözüm Kartı dolmadan
memnuniyet kapanmaz.

Mehmet Güzenge

İÇİNDEKİLER

Bu kitap beş bölümde ilerler.

01	GÖR	11–28
	Satış Hunisi, Kayıp Satış Ve Fırsat Noktaları	
02	AYIR	29–41
	Müşteri Personası, İhtiyaç Ve Alishveriş Misyonu	
03	UYGULA	42–52
	Sadakat, Crm, Ziyaret Sıklığı Ve Müşteri Değeri	
04	ÖLÇ	53–64
	Müşteri Yolculuğu Yeniden Tasarımı Ve Servis İnovasyonu	
05	KAPAT	65–83
	Stoksuzluk, Kayıp Satış Ve Raf Bulunurluğu	

HER BOLUM

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

Sahada řu sorunu çok gördüm: Müşteri aradığı çözümü ilk temas noktasında bulamadığında satışın ve güvenin gereksiz yere kaybolması. Bu kitabı, o sorunun bir karar sırasına bağlanabileceğini göstermek için yazdım.



MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı



Müşteriyi Boş Çevirmemek

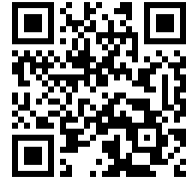
Sorun şu: Müşteri aradığı çözümü ilk temas noktasında bulamadığında satışın ve güvenin gereksiz yere kaybolması.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

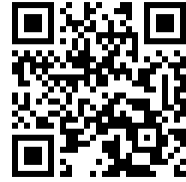
Tam sürümde tüm açıklama açık.

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

Satış Hunisi, Kayıp Satış Ve Fırsat Noktaları

→ **Bölüm 01 — GÖR**

2

Müşteri Personası, İhtiyaç Ve Alışveriş Misyonu

→ **Bölüm 02 — AYIR**

3

Sadakat, Crm, Ziyaret Sıklığı Ve Müşteri Değeri

→ **Bölüm 03 — UYGULA**

4

Müşteri Yolculuğu Yeniden Tasarımı Ve Servis İnovasyonu

→ **Bölüm 04 — ÖLÇ**

5

Stoksuzluk, Kayıp Satış Ve Raf Bulunurluğu

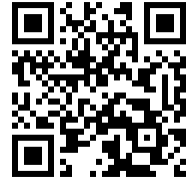
→ **Bölüm 05 — KAPAT**

KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

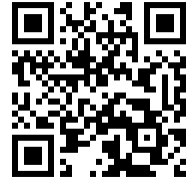
Tam sürümde tüm açıklama açık.

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 satış Hunisi, Kayıp Satış Ve Fırsat Noktaları.

Bunu Satış Hunisi, Kayıp Satış Ve Fırsat Noktaları üzerinden yapacaksın. Bu kitabın tek ölçüsü: Memnuniyet.

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

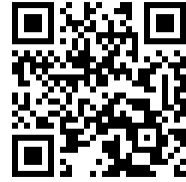
SENİN İÇİN BU BÖLÜM NE DEMEK

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

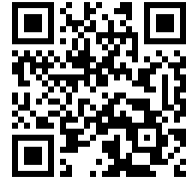
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Satış Hunisi, Kayıp Satış Ve Fırsat Noktaları nerede risk yaratır?

Görünce durup bakacağın işaret.

Kanıt trafik ile görünür olur; görünmeyen şey yönetilmez.

NEYİ YANILTI

Trafik ile Dönüşüm arasındaki ilişkiyi yanılır.

SEÇENEKLERİN

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

SENDE HANGİSİ OLDU

* Trafik: paketin trafik olarak tanımladığı gösterge.



Satış Hunisi, Kayıp Satış Ve Fırsat Noktaları nerede risk yaratır?

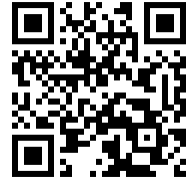
Satış Hunisi, Kayıp Satış Ve Fırsat Noktaları burada soyut bir başlık değil: trafik, dönüşüm ve sepet davranışını müşteri ihtiyacıyla birlikte geliştirmek.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

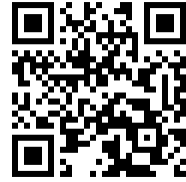
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Satış Ve Müşteri Dashboardu yanlış gittiğinde neye benzer?

Bozulmanın resmi.

Kanıt veri tamlığı ile görünür olur; görünmeyen şey yönetilmez.

NEYİ YANILTIR

Satış Ve Müşteri Dashboardu burada soyut bir başlık değil: veriyi ortak tanımlı göstergelerle karara ve kapanan aksiyona dönüştürmek.

SEÇENEKLERİN

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

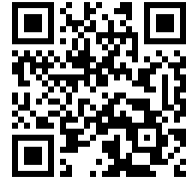
SENDE HANGİSİ OLDU

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

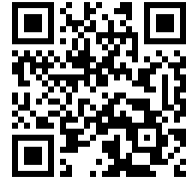
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Satış Ve Müşteri Dashboardu sahada nasıl denenir?

Küçük bir prova, büyük bir ders.

Satış Ve Müşteri Dashboardu konusunda tek bir saha örneği: önce olay, sonra karar.

SAHADA NE OLDU

Satış ve müşteri dashboardu hem merkez kararları hem mağaza içi uygulama hem de geri besleme mekanizması açısından okunmalıdır.

NE KARAR VERİLDİ

planı rol ve zamanla bağla · sahadaki gerçekleşeni gözle

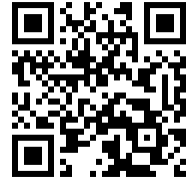
SENDE NE OLDU, NE YAPTIN

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

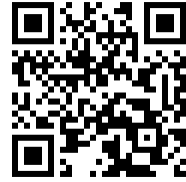
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Satış Hunisi, Kayıp Satış Ve Fırsat Noktaları için nereden başlıyorsun?

Bugünkü halini yaz, sonra kıyasla.

Müşteri Personası, İhtiyaç Ve Alışveriş Misyonu burada soyut bir başlık değil: müşteri yolculuğundaki temasları güven, kolaylık ve çözüm üretecek biçimde tasarlamak.

KENDİ İŞLETMEMDE NASIL?

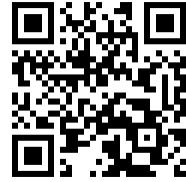
This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Yıllardır aynı sahneyi görüyorum: satış Hunisi, Kayıp Satış Ve Fırsat Noktaları burada soyut bir başlık değil: trafik, dönüşüm ve sepet davranışını müşteri ihtiyacıyla birlikte geliştirmek. Ben işe rakama bakarak başlarım. Trafik ile Dönüşüm aynı tabloda değilse, konuşulan şey his oluyor. İlk sorum şu: Satış Hunisi, Kayıp Satış Ve Fırsat Noktaları için karar, uygulama sahibi, kanıt ve ikinci kontrol birbirine bağlanmıştır.



MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı

ŞİMDİ NE YAPACAKSIN

Satış Hunisi, Kayıp Satış Ve Fırsat Noktaları

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

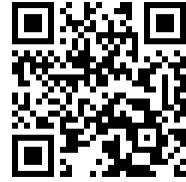


KİLİTLİ SAYFA

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 müşteri Personası, İhtiyaç Ve Aışveriş Misyonu.

Bunu Müşteri Personası, İhtiyaç Ve Aışveriş Misyonu üzerinden yapacaksın.

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

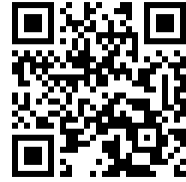
SENİN İÇİN BU BÖLÜM NE DEMEK

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

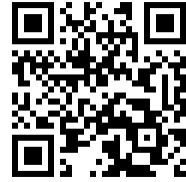
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.



Müşteri Personası, İhtiyaç Ve Aışveriş Misyonu: doğru ile yanlış nasıl ayrılır?

Müşteri Personası, İhtiyaç Ve Aışveriş Misyonu burada soyut bir başlık değil: müşteri yolculuğundaki temasları güven, kolaylık ve çözüm üretecek biçimde tasarlamak.

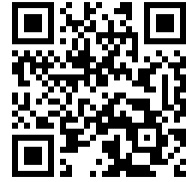


KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Müşteri Personası, İhtiyaç Ve Alışveriş Misyonu ilk kez nasıl uygulanır?

İlk denemenin adımları.

Müşteri Personası, İhtiyaç Ve Alışveriş Misyonu konusunda tek bir saha örneği: önce olay, sonra karar.

SAHADA NE OLDU

Kanıt memnuniyet ile görünür olur; görünmeyen şey yönetilmez.

NE KARAR VERİLDİ

Müşteri personası, ihtiyaç ve alışveriş misyonu hem merkez kararları hem mağaza içi uygulama hem de geri besleme mekanizması açısından okunmalıdır.

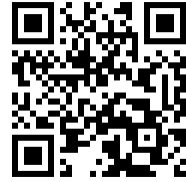
SENDE NE OLDU, NE YAPTIN

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

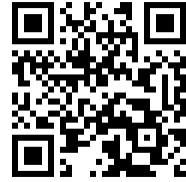
Tam sürümde tüm açıklama açık.

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

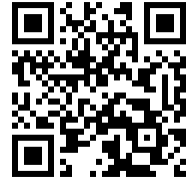
Alınan karar

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 seçenikle gelir: karar nesnesini tanımla. Oysa masada dört seçenek var. Sadakat yanlış tanımlanırsa şikâyeti yalnız kapatmak ortaya çıkar. Seçeneği daraltan kişi, kararı da daraltıyor demektir. Ben karar öncesi şu formu açtırırım: Sadakat Karar Kartı.



MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı

ŞİMDİ NE YAPACAKSIN

Müşteri Personası, İhtiyaç Ve Alışveriş Misyonu

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

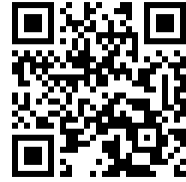


KİLİTLİ SAYFA

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 sadakat, Crm, Ziyaret Sıklığı Ve Müşteri Değeri.

Bunu Sadakat, Crm, Ziyaret Sıklığı Ve Müşteri Değeri üzerinden yapacaksın.

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

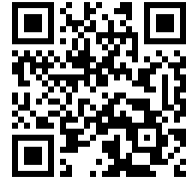
SENİN İÇİN BU BÖLÜM NE DEMEK

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

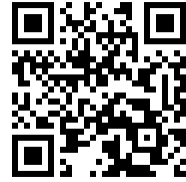
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Sadakat, Crm, Ziyaret Sıklığı Ve Müşteri Değeri için istisna ne zaman geçerli?

Kural dışına çıkmanın şartı.

Aşağıdaki kutular Sadakat, Crm, Ziyaret Sıklığı Ve Müşteri Değeri maddesinin sahada nasıl görüldüğünü gösterir.

SAHADA NE OLDU

Karar nesnesini tanımla: SADAKAT, CRM, ZİYARET SIKLIĞI VE MÜŞTERİ DEĞERİ kapsamında hangi sonuç, davranış veya süreç durumunun yönetileceğini tek cümlede yaz. Sadakat, Crm, Ziyaret Sıklığı Ve Müşteri Değeri için sadakat ile sonuç göstergesi arasındaki bağı açıkla.

NE KARAR VERİLDİ

Sadakat, crm, ziyaret sıklığı ve müşteri değeri hem merkez kararları hem mağaza içi uygulama hem de geri besleme mekanizması açısından okunmalıdır.

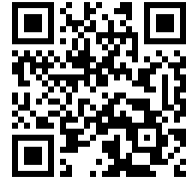
SENDE NE OLDU, NE YAPTIN

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

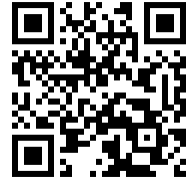
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Tek rakam neden yetmez?

Sadakat, Crm, Ziyaret Sıklığı Ve Müşteri Değeri burada soyut bir başlık değil: müşteri yolculuğundaki temasları güven, kolaylık ve çözüm üretecek biçimde tasarlamak.



Bu bölümden ne kaldı?

Kapatmadan önce iki işaret.

BUNLARI YAP

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

☐ Sadakat, Crm, Ziyaret Sıklığı Ve Müşteri Değeri için karar, uygulama sahibi, kanıt ve ikinci kontrol birbirine bağlanmıştır.

BURADA BOZULUR

☐ Sadakat Karar Kartı · Crm Kontrol Tablosu · Kayıp Satış ve Alternatif Çözüm Kartı

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

Kriter yazılı değilse karar her hafta değişir. Stoksuzluk yanlış tanımlanırsa yanlış master data ortaya çıkar. Bu yüzden ölçüyü önceden koyarım: Stok doğruluğu, Stok yaşı. Kriter kâğıtta olmayan bir ekipte tartışma bitmez.



MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı

ŞİMDİ NE YAPACAKSIN

Sadakat, Crm, Ziyaret Sıklığı Ve Müşteri Değeri

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



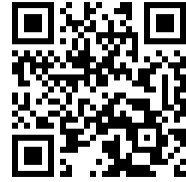
PerakendeOkulu.com

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 müşteri Yolculuğu Yeniden Tasarımı Ve Servis İnovasyonu.

Bunu Müşteri Yolculuğu Yeniden Tasarımı Ve Servis İnovasyonu üzerinden yapacaksın.

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

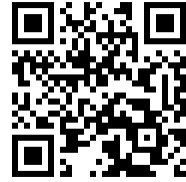
SENİN İÇİN BU BÖLÜM NE DEMEK

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

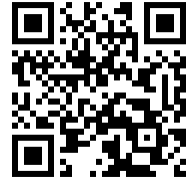
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Müşteri Yolculuğu Yeniden Tasarımı Ve Servis İnovasyonu: ters giden bir örnek

Aynı adım her zaman işe yaramaz.

Aşağıdaki kutular Müşteri Yolculuğu Yeniden Tasarımı Ve Servis İnovasyonu maddesinin sahada nasıl görüldüğünü gösterir.

SAHADA NE OLDU

Müşteri Yolculuğu Yeniden Tasarımı Karar Kartı · Servis İnovasyonu Kontrol Tablosu · Kayıp Satış ve Alternatif Çözüm Kartı

NE KARAR VERİLDİ

Müşteri Yolculuğu Yeniden Tasarımı Ve Servis İnovasyonu için karar, uygulama sahibi, kanıt ve ikinci kontrol birbirine bağlanmıştır.

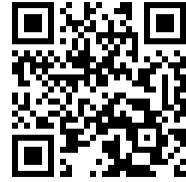
SENDE NE OLDU, NE YAPTIN

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

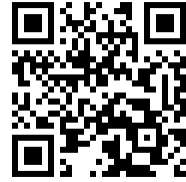
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

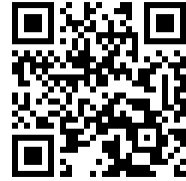
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Bu bölümden ne kaldı?

Kapatmadan önce iki işaret.

BUNLARI YAP

BURADA BOZULUR

☐

Rakamı bu hafta kendim ölçtüm.

☐

Ölçtüğüm rakamı bir öncekiyle karşılaştırdım.

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

Tek rakama bakan yanılır. Belirtiyi kişiye bağlamadan önce süreç ve veri zincirinde en az bir doğrulama noktası aç. Ben Trafik rakamını asla yalnız okumam; yanına Dönüşüm koyarım. İkisi ters yöne gidiyorsa orada durup bakarım.



MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı

ŞİMDİ NE YAPACAKSIN

Müşteri Yolculuğu Yeniden Tasarımı Ve Servis İnovasyonu

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



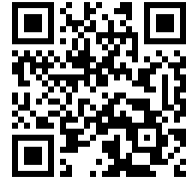
PerakendeOkulu.com

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 stoksuzluk, Kayıp Satış Ve Raf Bulunurluğu.

Bunu Stoksuzluk, Kayıp Satış Ve Raf Bulunurluğu üzerinden yapacaksın.

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

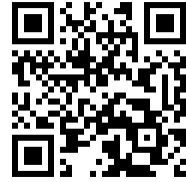
SENİN İÇİN BU BÖLÜM NE DEMEK

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

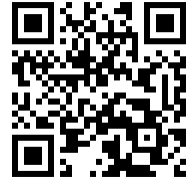
Tam sürümde tüm açıklama açık.

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.

Stoksuzluk, Kayıp Satış Ve Raf Bulunurluğu: eğilim ne söylüyor?

Stoksuzluk, Kayıp Satış Ve Raf Bulunurluğu burada soyut bir başlık değil: ürün kartından sayım ve iadeye kadar envanter doğruluğunu korumak.



Stoksuzluk, Kayıp Satış Ve Raf Bulunurluğu ekibe nasıl öğretilir?

Bilen bir kişi yetmez.

Stoksuzluk, Kayıp Satış Ve Raf Bulunurluğu konusunda tek bir saha örneği: önce olay, sonra karar.

SAHADA NE OLDU

Kayıp satış kararı hatalı veriye dayanır ve raf bulunurluğu sonuç kanıtı güvenilirliğini kaybeder.

NE KARAR VERİLDİ

Karar nesnesini tanımla: STOKSUZLUK, KAYIP SATIŞ VE RAF BULUNURLUĞU kapsamında hangi sonuç, davranış veya süreç durumunun yönetileceğini tek cümlede yaz. Stoksuzluk, Kayıp Satış Ve Raf Bulunurluğu için stoksuzluk ile sonuç göstergesi arasındaki bağı açıkla.

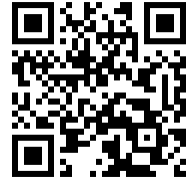
SENDE NE OLDU, NE YAPTIN

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

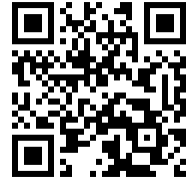
Tam sürümde tüm açıklama açık.

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. Satış Hunisi, Kayıp Satış Ve Fırsat Noktaları için karar, uygulama sahibi, kanıt ve ikinci kontrol birbirine bağlanmıştır. Uyguladıktan sonra Trafik rakamını iki hafta izlerim. Son kontrolüm hep aynı: Satış Hunisi, Kayıp Satış Ve Fırsat Noktaları için karar, uygulama sahibi, kanıt ve ikinci kontrol birbirine bağlanmıştır.



MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı

ŒİMDİ NE YAPACAKSIN

Stoksuzluk, Kayıp Satış Ve Raf Bulunurluğu

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



PerakendeOkulu.com

Kendini sına

Yanıtı işaretle, yarınki adımı yaz.

1. Stoksuzluk, Kayıp Satış Ve Raf Bulunurluğu: bu hafta böyle bir durum yaşadın mı?

☐☐☐

2. Satış Hunisi, Kayıp Satış Ve Fırsat Noktaları: bu hafta böyle bir durum yaşadın mı?

☐☐☐

3. Müşteri Personası, İhtiyaç Ve Alışveriş Misyonu: bu hafta böyle bir durum yaşadın mı?

☐☐☐

4. Sadakat, Crm, Ziyaret Sıklığı Ve Müşteri Değeri: bu hafta böyle bir durum yaşadın mı?

☐☐☐

5. Müşteri Yolculuğu Yeniden Tasarımı Ve Servis İnovasyonu: bu hafta böyle bir durum yaşadın mı?

☐☐☐

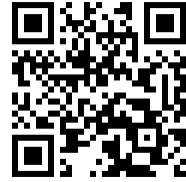
E = Evet · K = Kısmen · H = Hayır

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

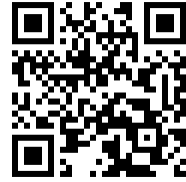
Tam sürümde tüm açıklama açık.

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: Memnuniyet

ÜÇ KURAL

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

KARAR ÖNCESİ TEK SORU

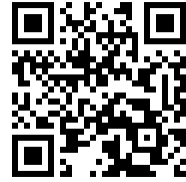
Sadakat, Crm, Ziyaret Sıklığı Ve Müşteri Değeri için karar, uygulama sahibi, kanıt ve ikinci kontrol birbirine bağlanmıştır.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

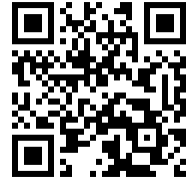
Tam sürümde tüm açıklama açık.

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

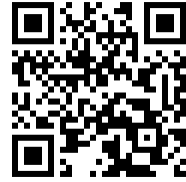
Şimdi ne yapıyorum

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

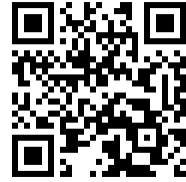
Tam sürümde tüm açıklama açık.

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.

Memnuniyet

Kayıp Satış ve Alternatif Çözüm Kartı ile kapat

Memnuniyet ölçüsünü Kayıp Satış ve Alternatif
Çözüm Kartı üzerinde haftalık oku.



MÜŞTERİYİ BOŞ ÇEVİRMEMEK

Memnuniyet ölçüsünü haftalık oku.

