

ETİKET DOĞRU, KAMPANYA HAZIR

Etiket–Kampanya Hazırlık Kartı dolmadan planogram uyumu kapanmaz.



ETİKET DOĞRU, KAMPANYA HAZIR

Etiket–Kampanya Hazırlık Kartı dolmadan
planogram uyumu kapanmaz.

Mehmet Güzenge

İÇİNDEKİLER

Bu kitap beş bölümde ilerler.

01	GÖR	11–28
	Etiket, Fiyat Ve Yönlendirme İletişimi	
02	AYIR	29–41
	Kampanya Takvimi, Promosyon Tasarımı Ve Değerlendirme	
03	UYGULA	42–52
	Kampanya, Fiyat Değişimi Ve Marj Etkisi	
04	ÖLÇ	53–64
	Kanal Bazlı Fiyat–Stok–Görsel Doğruluğu	
05	KAPAT	65–83
	Görsel Uygulama Denetimi	

HER BOLUM

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

Sahada řu sorunu çok gördüm: Fiyat etiketi, kampanya mesajı ve sistem bilgisi uyuşmadığında müşteri güveni ve işlem doğruluğunun bozulması. Bu kitabı, o sorunun bir karar sırasına bağlanabileceğini göstermek için yazdım.



MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı



Etiket Doğru, Kampanya Hazır

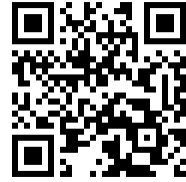
Sorun şu: Fiyat etiketi, kampanya mesajı ve sistem bilgisi uyuşmadığında müşteri güveni ve işlem doğruluğunun bozulması.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

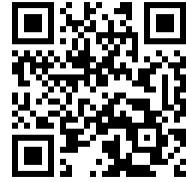
Tam sürümde tüm açıklama açık.

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

Etiket, Fiyat Ve Yönlendirme İletişimi

→ Bölüm 01 — GÖR

2

Kampanya Takvimi, Promosyon Tasarımı Ve Değerlendirme

→ Bölüm 02 — AYIR

3

Kampanya, Fiyat Değişimi Ve Marj Etkisi

→ Bölüm 03 — UYGULA

4

Kanal Bazlı Fiyat–Stok–Görsel Doğruluğu

→ Bölüm 04 — ÖLÇ

5

Görsel Uygulama Denetimi

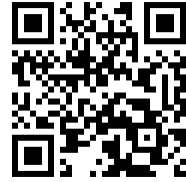
→ Bölüm 05 — KAPAT

KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

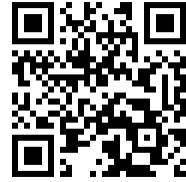
Tam sürümde tüm açıklama açık.

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 etiket, Fiyat Ve Yönlendirme İletişimi.

Bunu Etiket, Fiyat Ve Yönlendirme İletişimi üzerinden yapacaksın. Bu kitabın tek ölçüsü: Planogram uyumu.

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

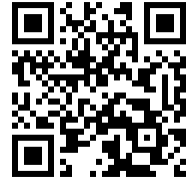
SENİN İÇİN BU BÖLÜM NE DEMEK

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

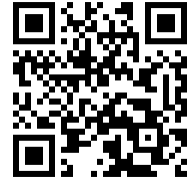
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Etiket, Fiyat Ve Yönlendirme İletişimi nerede risk yaratır?

Görünce durup bakacağın işaret.

Kanıt alan verimliliği ile görünür olur; görünmeyen şey yönetilmez.

NEYİ YANILTIR

Etiket, Fiyat Ve Yönlendirme İletişimi burada soyut bir başlık değil: alan, akış ve sergilemeyi müşteri kolaylığı ile ticari sonuç arasında dengelemek.

SEÇENEKLERİN

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

SENDE HANGİSİ OLDU



Etiket, Fiyat Ve Yönlendirme İletişimi nerede risk yaratır?

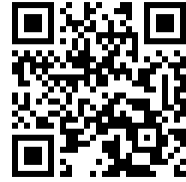
Etiket, Fiyat Ve Yönlendirme İletişimi burada soyut bir başlık değil: alan, akış ve sergilemeyi müşteri kolaylığı ile ticari sonuç arasında dengelemek.

KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

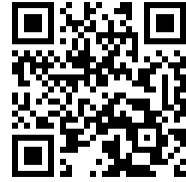
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Etiket, Fiyat Ve Yönlendirme İletişimi yanlış gittiğinde neye benzer?

Bozulmanın resmi.

karar nesnesini tanımla · başlangıç fotoğrafını çıkar

NEYİ YANILTIYOR

Belirtiyi kişiye bağlamadan önce süreç ve veri zincirinde en az bir doğrulama noktası aç.

SEÇENEKLERİN

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

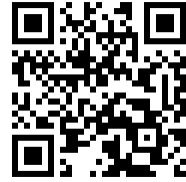
SENDE HANGİSİ OLDU

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

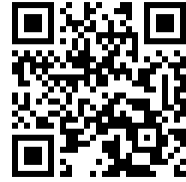
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Etiket, Fiyat Ve Yönlendirme İletişimi sahada nasıl denenir?

Küçük bir prova, büyük bir ders.

Etiket, Fiyat Ve Yönlendirme İletişimi konusunda tek bir saha örneği: önce olay, sonra karar.

SAHADA NE OLDU

Etiket Karar Kartı · Fiyat Kontrol Tablosu · Etiket-Kampanya Hazırlık Kartı

NE KARAR VERİLDİ

Etiket, Fiyat Ve Yönlendirme İletişimi için karar, uygulama sahibi, kanıt ve ikinci kontrol birbirine bağlanmıştır.

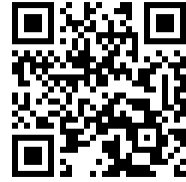
SENDE NE OLDU, NE YAPTIN

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

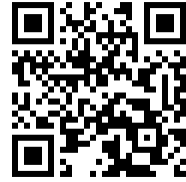
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

© 2006 The Authors
Journal compilation © 2006 Blackwell Publishing Ltd

Bugünkü halini yaz, sonra kıyasla.

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

KENDİ İŞLETMEMDE NASIL?

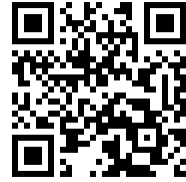
This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no text or other markings on the paper.

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. Ben işe rakama bakarak başlarım. Alan verimliliği ile Ön yüz bulunurluğu aynı tabloda değilse, konuşulan şey his oluyor. İlk sorum şu: Etiket, Fiyat Ve Yönlendirme İletişimi için karar, uygulama sahibi, kanıt ve ikinci kontrol birbirine bağlanmıştır.



MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı

ŞİMDİ NE YAPACAKSIN

Etiket, Fiyat Ve Yönlendirme İletişimi

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



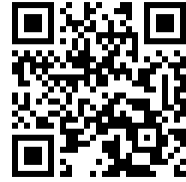
PerakendeOkulu.com

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

02

AYIR

Bu bölümde kampanya Takvimi, Promosyon Tasarımı Ve Değerlendirme.

Bunu Kampanya Takvimi, Promosyon Tasarımı Ve Değerlendirme üzerinden yapacaksın.

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

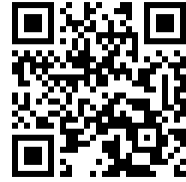
SENİN İÇİN BU BÖLÜM NE DEMEK

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

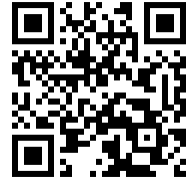
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Kampanya Takvimi, Promosyon Tasarımı Ve Değerlendirme: doğru ile yanlış nasıl ayrılır?

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

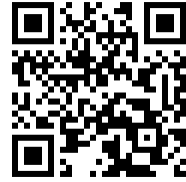


KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Kampanya Takvimi, Promosyon Tasarımı Ve Değerlendirme ilk kez nasıl uygulanır?

İlk denemenin adımları.

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

SAHADA NE OLDU

Kampanya Takvimi yanlış tanımlanırsa aşırı ürün genişliği ortaya çıkar.

NE KARAR VERİLDİ

Karar nesnesini tanımla: KAMPANYA TAKVİMİ, PROMOSYON TASARIMI VE DEĞERLENDİRME kapsamında hangi sonuç, davranış veya süreç durumunun yönetileceğini tek cümlede yaz. Kampanya Takvimi, Promosyon Tasarımı Ve Değerlendirme için kampanya takvimi ile sonuç göstergesi arasındaki bağı açıkla.

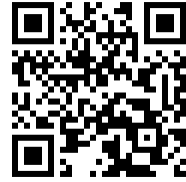
SENDE NE OLDU, NE YAPTIN

KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

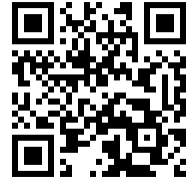
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

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 seçenek var. Kampanya yanlış tanımlanırsa baskılı satış ortaya çıkar. Seçeneđi daraltan kişi, kararı da daraltıyor demektir. Ben karar öncesi řu formu açtırırım: Kampanya Karar Kartı.



MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı

ŞİMDİ NE YAPACAKSIN

Kampanya Takvimi, Promosyon Tasarımı Ve Değerlendirme

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

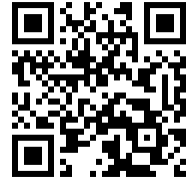


KİLİTLİ SAYFA

**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 kampanya, Fiyat Değişimi Ve Marj Etkisi.

Bunu Kampanya, Fiyat Değişimi Ve Marj Etkisi üzerinden yapacaksın.

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

SENİN İÇİN BU BÖLÜM NE DEMEK

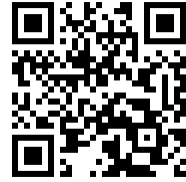
* Marj: paketin marj olarak tanımladığı gösterge.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

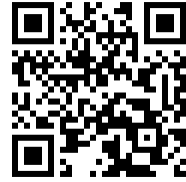
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Kampanya, Fiyat Değişimi Ve Marj Etkisi için istisna ne zaman geçerli?

Kural dışına çıkmanın şartı.

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.

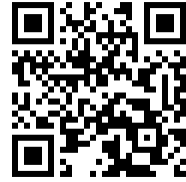
SENDE NE OLDU, NE YAPTIN

KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

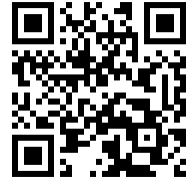
Tam sürümde tüm açıklama açık.

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?

Kampanya, Fiyat Değişimi Ve Marj Etkisi burada soyut bir başlık değil: trafik, dönüşüm ve sepet davranışını müşteri ihtiyaıyla birlikte geliştirmek.

**Kriter yazılı değilse karar her hafta değişir.
Görsel Uygulama Denetimi burada soyut bir
başlık değil: alan, akış ve sergilemeyi müşteri
kolaylığı ile ticari sonuç arasında dengelemek.
Bu yüzden ölçüyü
önceden koyarım:
Alan verimliliği, Ön
yüz bulunurluğu.
Kriter kâğıtta
olmayan bir ekipte
tartışma bitmez.**



MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı

ŞİMDİ NE YAPACAKSIN

Kampanya, Fiyat Değişimi Ve Marj Etkisi

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



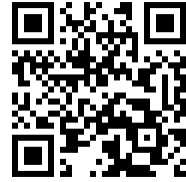
PerakendeOkulu.com

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 kanal Bazlı Fiyat–Stok–Görsel Doğruluğu.

Bunu Kanal Bazlı Fiyat–Stok–Görsel Doğruluğu üzerinden yapacaksın.

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

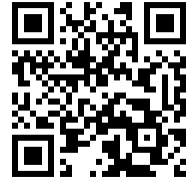
SENİN İÇİN BU BÖLÜM NE DEMEK

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

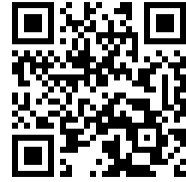
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Kanal Bazlı Fiyat–Stok–Görsel Doğruluğu: ters giden bir örnek

Aynı adım her zaman işe yaramaz.

Aşağıdaki kutular Kanal Bazlı Fiyat–Stok–Görsel Doğruluğu maddesinin sahada nasıl görüldüğünü gösterir.

SAHADA NE OLDU

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

NE KARAR VERİLDİ

Planı rol ve zamanla bağla: kasa karar sahibi, mağaza yöneticisi süreç sahibi, finans saha uygulayıcısı olacak şekilde görev ayrımını yaz. Kanal Bazlı Fiyat–Stok–Görsel Doğruluğu için gerekli kontrolü teknoloji ile teyit et.

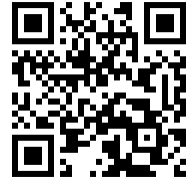
SENDE NE OLDU, NE YAPTIN

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.

KENDİ İŞLETMEMDE NASIL?

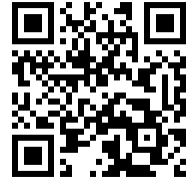
This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

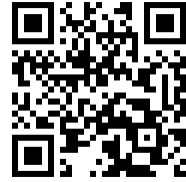
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Kapatmadan önce iki işaret.

BUNLARI YAP

BURADA BOZULUR

Mutabakat farkı · İşlem istisnası
· Belge tamlığı

[illegible]

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

Tek rakama bakan yanılır. Ben Alan verimliliği rakamını asla yalnız okumam; yanına Ön yüz bulunurluğu koyarım. İkisi ters yöne gidiyorsa orada durup bakarım.



MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı

ŞİMDİ NE YAPACAKSIN

Kanal Bazlı Fiyat–Stok–Görsel Doğruluğu

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



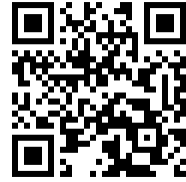
PerakendeOkulu.com

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 görsel Uygulama Denetimi.

Bunu Görsel Uygulama Denetimi üzerinden yapacaksın.

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

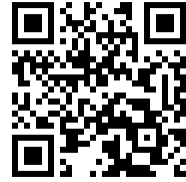
SENİN İÇİN BU BÖLÜM NE DEMEK

KİLİTLİ SAYFA

Bu sayfanın anahtarı tam sürümde açık.

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

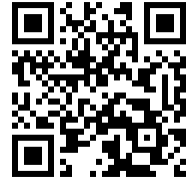
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

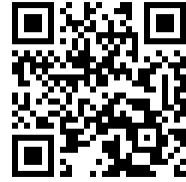
Tam sürümde tüm açıklama açık.

KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

Tam sürümde tüm açıklama açık.

Görsel Uygulama Denetimi: eğilim ne söylüyor?

Görsel Uygulama Denetimi burada soyut bir başlık değil: alan, akış ve sergilemeyi müşteri kolaylığı ile ticari sonuç arasında dengelemek.



Görsel Uygulama Denetimi ekibe nasıl öğretilir?

Bilen bir kişi yetmez.

Görsel Uygulama Denetimi konusunda tek bir saha örneği: önce olay, sonra karar.

SAHADA NE OLDU

Karar nesnesini tanımla: **GÖRSEL UYGULAMA DENETİMİ** kapsamında hangi sonuç, davranış veya süreç durumunun yönetileceğini tek cümlede yaz. Görsel Uygulama Denetimi için görsel uygulama denetimi ile sonuç göstergesi arasındaki bağı açıkla.

NE KARAR VERİLDİ

Görsel uygulama denetimi hem merkez kararları hem mağaza içi uygulama hem de geri besleme mekanizması açısından okunmalıdır.

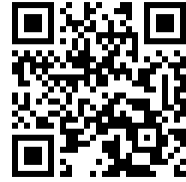
SENDE NE OLDU, NE YAPTIN

KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

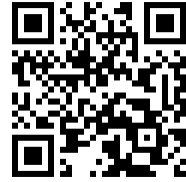
Tam sürümde tüm açıklama açık.

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 Alan verimliliği rakamını iki hafta izlerim. Son kontrolüm hep aynı: Etiket, Fiyat Ve Yönlendirme İletişimi için karar, uygulama sahibi, kanıt ve ikinci kontrol birbirine bağlanmıştır.



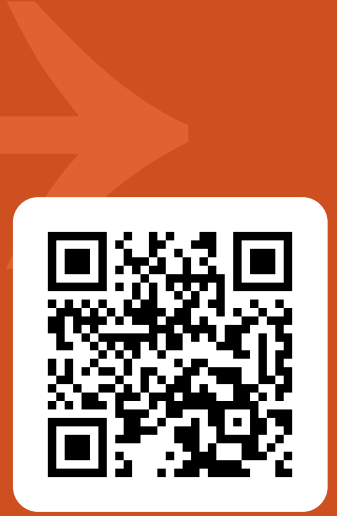
MEHMET GÜZENGE

Mağazacılık Yönetimi Danışmanı

ŞİMDİ NE YAPACAKSIN

Görsel Uygulama Denetimi

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



PerakendeOkulu.com

Kendini sına

Yanıtı işaretle, yarınki adımı yaz.

1. Görsel Uygulama Denetimi: bu hafta böyle bir durum yaşadın mı?

☐☐☐

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

☐☐☐

3. Kampanya, Fiyat Değişimi Ve Marj Etkisi: bu hafta böyle bir durum yaşadın mı?

☐☐☐

4. Görsel Uygulama Denetimi için hangi kanıtı baktın?

☐☐☐

5. Etiket, Fiyat Ve Yönlendirme İletişimi için hangi kanıtı baktın?

☐☐☐

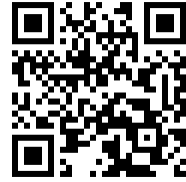
E = Evet · K = Kısmen · H = Hayır

KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

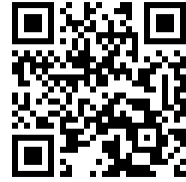
Tam sürümde tüm açıklama açık.

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: Planogram uyumu

ÜÇ KURAL

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

KARAR ÖNCESİ TEK SORU

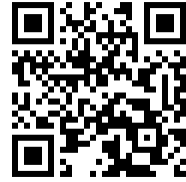
Görsel Uygulama Denetimi için karar, uygulama sahibi, kanıt ve ikinci kontrol birbirine bağlanmıştır.

KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

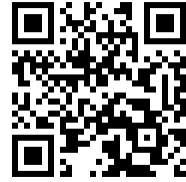
Tam sürümde tüm açıklama açık.

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

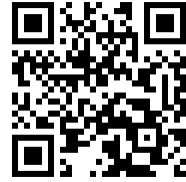
Şimdi ne yapıyorum

KİLİTLİ SAYFA

**Bu sayfanın anahtarı tam sürümde
açık.**

Web: MagazacilikYonetimi.com

E-posta: ofis.lideri@magazacilikyonetimi.com



karekodu okut

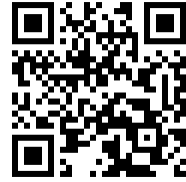
Tam sürümde tüm açıklama açık.

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.

Planogram uyumu



Etiket–Kampanya Hazırlık Kartı ile kapat

Planogram uyumu ölçüsünü Etiket–Kampanya Hazırlık Kartı üzerinde haftalık oku.

ETİKET DOĞRU, KAMPANYA HAZIR

Planogram uyumu ölçüsünü haftalık oku.

