

Perakende analitiği: Yolculuğun neresindeyiz?



Hüseyin Gürer
Deloitte Türkiye,
CEO

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de perakende sektöründe büyüme fırsatlarının her geçen gün gerçekleşmesi ve rekabetin de bir o kadar artması, bu sektördeki oyuncuların farklı yetkinlikler geliştirmesi ihtiyacını doğuruyor. Perakendeciler bire bir mağaza (LFL) gelirlerini artırmak, brüt kâr ve EBITDA marjlarını iyileştirmek, nakit çevrim döngülerini kısaltmak için üzerlerinde oturdukları madeni; veriyi doğru işleyerek süreçlerini optimize etmenin ve bu süreçte aldıkları kararlara daha fazla akıl katmanın peşinde koşuyorlar. Bu, tam anlamıyla perakendeciler için bir yolculuk; bir kısım perakendeci şu anda yolun başındayken, bir kısmı ise bir hayli yol almış durumda... Önemli olan ise yolda olmak, dahası bu yolculukta öncü olabilmek...

Bu yolculukta bizler de perakende şirketlerinin rekabet avantajı yaratacak kaslarını geliştirmeleri için, çözüm ortağı olarak yanlarında yer alıyoruz. Bu alanda fark yaratmak, yıllardır başarı ile uygulanan iş yapış şekillerinde ezber bozmak herkes için oldukça zor. Buradaki en önemli dayanağımız ise yaratılan katma değerın ortaya konabilmesi...

Bunun en çarpıcı örneğini promosyon ve indirim analitiğinde görebiliriz. Perakende şirketleri hali hazırda müşteri trafiğini yükseltmek, sepet ya da fatura büyüklüğünü artırmak, ekstra ciro elde etmek ve stoklarını azaltmak için çeşitli indirim ve promosyon faaliyetlerine ilişkin her hafta, hatta her gün bir dizi kararlar alıyorlar. Bu kararları alırken mevcut teknolojinin yanı sıra daha çok kategori veya ürün yöneticilerinin analiz ve tecrübelerine güveniyorlar. Mağaza ve ürün sayısı arttıkça, hatta yeni ülkeler gündeme geldikçe bu kararları doğru şekilde almak ise gittikçe zorlaşıyor.

İşte bu yolculukta biz, sektöre özel geliştirdiğimiz çözümlerle hangi ürüne, ne zaman, ne kadar derin ve hangi sıklıkla indirim vermeleri gerektiğini optimize ediyoruz. Bunu da satış ve stok arasındaki optimum dengeyi bulacak algoritmaları içeren çözümleri geliştirerek sağlıyoruz. Hem de aynı anda binlerce ürün için... Gerçekleştirdiğimiz projelerde, ortalama 2 ila 4 puan arasında değişen brüt kâr artışları görüyoruz.

Promosyon ve indirim analitiğine benzer şekilde mağazalar arası transferler, replenishment (ikmal), alokasyon, RPT siparişler, ürün çeşitliliği ve derinliği, mağaza kümeleme, mağaza lokasyon analitiği gibi perakende analitiği yolculuğundaki diğer ana bileşenler konusunda da perakendecilerin kararlarına çözümlerimizle müdahil oluyoruz. Tüm bu çözümlerdeki olmazsa olmazlar: güvenilir veri, bu verinin doğru şekilde işlenmesi ve görselleştirilmesi, problemi çözecek uygun algoritma ve modellerin belirlenmesi, doğru parametrelerin atanması, kullanıcı dostu araçların geliştirilmesi ve en önemlisi işin devamlılığını sağlayacak insan kaynağının eğitilmesi ve yetiştirilmesi...

Hızla gelişen ve rekabetçi dünyada, tüm bu alanlarla ilgili olarak perakende firmalarının kendilerine her gün sormaları gereken soru aşikâr: “Yolculuğun neresindeyiz?”

Deloitte; İngiltere mevzuatına göre kurulmuş olan Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”) şirketini, üye firma ağındaki şirketlerden ve ilişkili tüzel kişiliklerden bir veya birden fazlasını ifade etmektedir. DTTL ve üye firmalarının her biri ayrı ve bağımsız birer tüzel kişiliktir. DTTL (“Deloitte Global” olarak da anılmaktadır) müşterilere hizmet sunmamaktadır. DTTL ve üye firmalarının yasal yapısının detaylı açıklaması www.deloitte.com/about adresinde yer almaktadır.

Deloitte, denetim, danışmanlık, finansal danışmanlık, risk yönetimi, vergi ve ilgili alanlarda, birçok farklı endüstride faaliyet gösteren özel ve kamu sektörü müşterilerine hizmet sunmaktadır. Dünya çapında farklı bölgelerde 150’den fazla ülkede yer alan global üye firma ağı ile Deloitte, müşterilerinin iş dünyasında karşılaştıkları zorlukları aşmalarına destek olmak ve başarılarına katkıda bulunmak amacıyla dünya standartlarında yüksek kaliteli hizmetler sunmaktadır. Deloitte, 225.000’i aşan uzman kadrosu ile kendini iz bırakan bir etki yaratmaya adanmıştır. Deloitte, her 5 Fortune Global 500® şirketinden 4’üne hizmet vermektedir.

Bu belgede yer alan bilgiler sadece genel bilgilendirme amaçlıdır ve Deloitte Touche Tohmatsu Limited, onun üye firmaları veya ilişkili kuruluşları (birlikte, “Deloitte Network” olarak anılacaktır) tarafından profesyonel bağlamda herhangi bir tavsiye veya hizmet sunmayı amaçlamamaktadır. Şirketinizi, işinizi, finansmanınızı ya da mali durumunuzu etkileyecek herhangi bir karar ya da aksiyon almadan, yetkin bir profesyonel uzmana danışın. Deloitte Network bünyesinde bulunan hiçbir kuruluş, bu belgede yer alan bilgilerin üçüncü kişiler tarafından kullanılması sonucunda ortaya çıkabilecek zarar veya ziyandan sorumlu değildir.