

Mağazacılığın Geleceği

idilbaby

İnsanlar alışverişte neyi arıyor?



- A. İhtiyacını
- B. Kaliteyi
- C. Güveni
- D. Konforu
- E. Dostları
- F. Kendini
- G. Statüyü

İyi bir mağaza nasıl olmalıdır?

- Vitriini, dekorasyonu ve ışıklandırmasıyla içeriye buyur eden,
- İklimlendirmesi ve kokusu ferah,
- Personeli güler yüzlü, ilgili ve bilgili,
- Ürün çeşitliliği tatmin edici,
- Alışverişi kolaylaştıran ürün yerleşimine ve satış destek materyallerine sahip,
- Kasa hizmetleri hızlı ve kibar,
- Meşhur bir markanın tabelasına sahip,

Müşterinin mağazadan beklentisi ne?

- Meşhur marka ve/veya markaların bulunması
- Yeterli ürün çeşitliliği
- Ferah mağaza ortamı
- Güler yüzlü ve yardım sever personel
- Tüketici haklarına saygılı yaklaşım
- Fırsatlar sunması

Müşterilerin beklentilerin kimler karşılıyor?

- Müşterilerin beklentilerini anlayan ve onların beklentilerine göre mağaza işleten markalar gördükleri ilgi karşısında **şubelerini artırdılar**.
- Tüm şubelerinde aynı atmosferi, hizmeti ve ürün gamını sunan **marka mağaza zincirleri** zamanla müstakil mağaza sahibi esnafın elinden müşterilerini almaya başladılar.
- Müşterisi azalan esnaf ya mağazasını kapadı ya da **franchising** olarak marka mağaza zincirinin parçası olmayı seçti.

Marka Mağaza Zincirleri

- Türkiye'de mağaza zinciri olan marka sayısı **2000'i aştı**. Hemen hemen her türlü perakende alanında markalı mağazalar zinciri mevcut.
- Şu anda Türkiye'de yaklaşık **260 bin perakende noktası** var. Bu noktaların yaklaşık **60 bini (%24'ü) bir zincirin şubesi**. Bu oran **5 yılda %50'yi geçecek**.

**2007 yılında 1508 tüketiciyle yüz yüze görüşme
metoduyla yapılan araştırmada tüketicilerin görüşleri:**

- *“Marka mağaza zincirleri müstakil mağazalara göre, tüketici haklarını daha fazla koruyor, daha güvenilirler ve ürünleri daha kaliteli.”*
- *“Marka mağaza zincirleri bana kalite ve güven vaad ediyor.”*
- *“Benzer nitelikte ve fiyatta olan ürünlerle karşı karşıya kaldığımda, ilgili ürünü markalı mağazalardan satın almayı yeğlerim.”*

**2007 yılında 1508 tüketiciyle yüz yüze görüşme
metoduyla yapılan araştırmada tüketicilerin görüşleri:**

- *“Televizyonda ve/veya gazetelerde reklamını gördüğüm mağaza zincirlerinin kampanyalarından etkileniyorum.”*
- *“Marka mağaza zincirinin yaygın şube ağına sahip olmasını önemsiyorum ve bu tercihimizi etkiliyor.”*
- *“Taksit kartlara yapılan kampanyalar alışveriş tercihimizi etkiliyor. Marka mağazalar böyle olanaklar sunduğu için tercihim oluyor.”*



Türkiye değişiyor.
Türkiye büyüyor.
Türkiye zenginleřiyor.

Kiři başi gelir 2000 yılında 3000 dolar civarındayken bugün 10.000 dolar düzeyinde.

Türkiye'deki perakende pazarının büyüklüğü 2007 yılında 140 milyar dolar seviyesindeyken 2011 yılında 250 milyar doları aştı.

Tüketim hızla artıyor.



Her yıl 1 milyon yeni konut üretiliyor.

Her yıl 650 bin çift evleniyor.

Her yıl 1,5 milyon aile taşınıyor.



Türkiye'de her yıl **1.4 milyon bebek** doğuyor.

0-4 yaş grubunda **5.5 milyon** bebek var.

Uzmanlar, 2012 yılında 0-4 yaş bebek giyimine tüketiciler tarafından **1,5 milyar dolar** harcanacağı tahmin ediyor.

Bu cironun **500 milyon dolarını** zincir marka mağazalarının yapacağı tahmin ediliyor.



4 yaşına kadar bir bebek yaklaşık 360 parça giyim ürünü tüketiyor.

- 0-1 yaş bebekler 120 parça,
- 1-2 yaş bebekler 90 parça,
- 2-3 yaş bebekler 80 parça,
- 3-4 yaş bebekler 70 parça

0-4 yaş grubundaki 5.5 milyon bebek yılda yaklaşık **500 milyon parça giyim ürünü** tüketiyor. Bunun tahminen %10'u ev yapımı, %20'si markasız, %70'i markalı üretim.



Tüketicilerin alışveriş alışkanlıkları da **hızla** değişiyor.

Özellikle bayanlar “**marka**” mağazalara yöneliyorlar.

Bebek alışverişi tercihi müstakil mağazalardan, markalı mağazalara doğru hızla kayıyor.



Tüketiciler markalı
mağazalara yönelirken
siz ne yapacaksınız?

Mağazanızı bir markanın
şemsiyesi altına sokun.

Bunun için en bilinen ve en
güvenli yol **franchising**
almak.

Franchising Nedir?

- Başarısı kanıtlanmış bir markalı mağazanın kopyasının sözleşmeli olarak başka bir girişimci tarafından açılmasıdır. Kopyalananlar şunlardır.
 - Mağaza atmosferi: dış cephe ve iç dekorasyon
 - Satılacak ürün ve marka gamı
 - Ürün ve marka sergileme biçimi
 - Satılacak ürün ve markaların alınacağı yer (franchising'i veren firma)
 - Fiyatlar, indirimler ve kampanyalar
 - Mağazayı işletme sistemi
 - Mağazanın fatura kesme, stok ve diğer muhasebesel işlemleri
- Franchising'i veren firmaya “**Franchisor**”, franchising'i alan girişimciye “**Franchisee**” denir. Franchising'de franchisee mağazasını franchisor'un koyduğu ve koyacağı kurallarla işletmeyi kayıtsız şartsız kabul eder.

Franchising almanın yararları nelerdir?

- Marka mağazalar zincirinin bir şubesi olduğunuzda mağazanız o markanın nimetlerinden yararlanmaya başlar.
- Mağazanızın başarısız olma ihtimali çok çok azalır.
- Mağazanızın başına oğlunuzu, kızınızı veya bir çalışanınızı sorumlu (müdür) atayarak içiniz rahat bir şekilde başka işlerle, yatırımlarla uğraşabilirsiniz.

Franchising almanın yararları nelerdir?

- Başarısı kanıtlanmış bir çalışma sisteminin parçası olmak başarıyı otomatikman getirmektedir.
- Franchising sistemi, girişimcinin (franchisee'nin) yalnızlığını ortadan kaldırarak, kendi işini kurmanın getirdiği riskleri azaltmaktadır.
- Mağazanın mükemmel hizmet üretebilmesi ve çok müşteri edinebilmesi için her şey Franchisor tarafından öngörülmekte ve planlanmaktadır.
- Franchisee, franchisor'un modern yönetim, muhasebe, satış ve stoklama tekniklerini kullandığı için mağazasını sorunsuz idare edebilmektedir.
- Franchisor'a başlangıçta yapılan ödemeler, yeni bir işin ön yatırımıyla aynıdır, ama Franchise Mağazasının başarı şansı daha fazladır.
- Franchisor kitlesele tanıtım (reklam) yaptığı için franchisee hem kolay müşteri edinebilmektedir hem de markalaşmış bir mağazaya sahip olmaktadır.

Franchising almanın yararları nelerdir?

- Mali, ticari ve personel konularında Franchisor tarafından sağlanan destekle, franchisee'nin başarı şansı arttırılmaktadır.
 - Franchisor Franchisee'ye eğitim hizmetleri ve uzman personel desteği sağlanmaktadır. Kaliteli personel bulma, işe alma ve yetiştirme konularında Franchisor'un tekniklerinden yararlanılmaktadır.
 - Gerektiğinde Franchisor'un satış, mali ve hukuk danışmanlarından yararlanılmaktadır.
 - Mağazanın yerinin seçiminde Franchisor'un yardımı ve bilimsel tekniklerin kullanılması mümkün olmaktadır.
 - Franchisor'ın sürekli olarak yaptığı araştırma ve geliştirme çabalarından yararlanılmaktadır.
 - Franchisor ile ortak hareket edilerek küçük işletmelerin karşılaştıkları risk ve işletmecilik sorunları minimize edilmektedir.

Bunları biliyor muydunuz?



- ABD'de mağazaların %80'i mağaza zincirlerinin parçasıdır.
- Türkiye'de bu oran %30'lar civarındadır. Yani Türkiye'de mağazaların %70'i müstakildir.
- ABD'de mağaza zincirlerinin %90'ı franchisee'lere aittir.

Bunları biliyor muydunuz?



- İstatistikî veriler açılan her 100 franchisee işletmesinden sadece 5'inin başarısız olduğunu göstermektedir. **%95'i başarılıdır, karlıdır ve lisanslarını devam ettirmek istemektedirler.**
- Bunun tam aksine franchising dışı bağımsız işletilen orta ve küçük boy işletmeler (esnaf tipi müstakil mağazalar) üzerinde yapılan araştırmalar, **bu işletmelerden yüzde 65'inin beş yıl içerisinde başarısız olduklarını ve kapandıklarını ortaya koymaktadır.**

Bunları biliyor muydunuz?



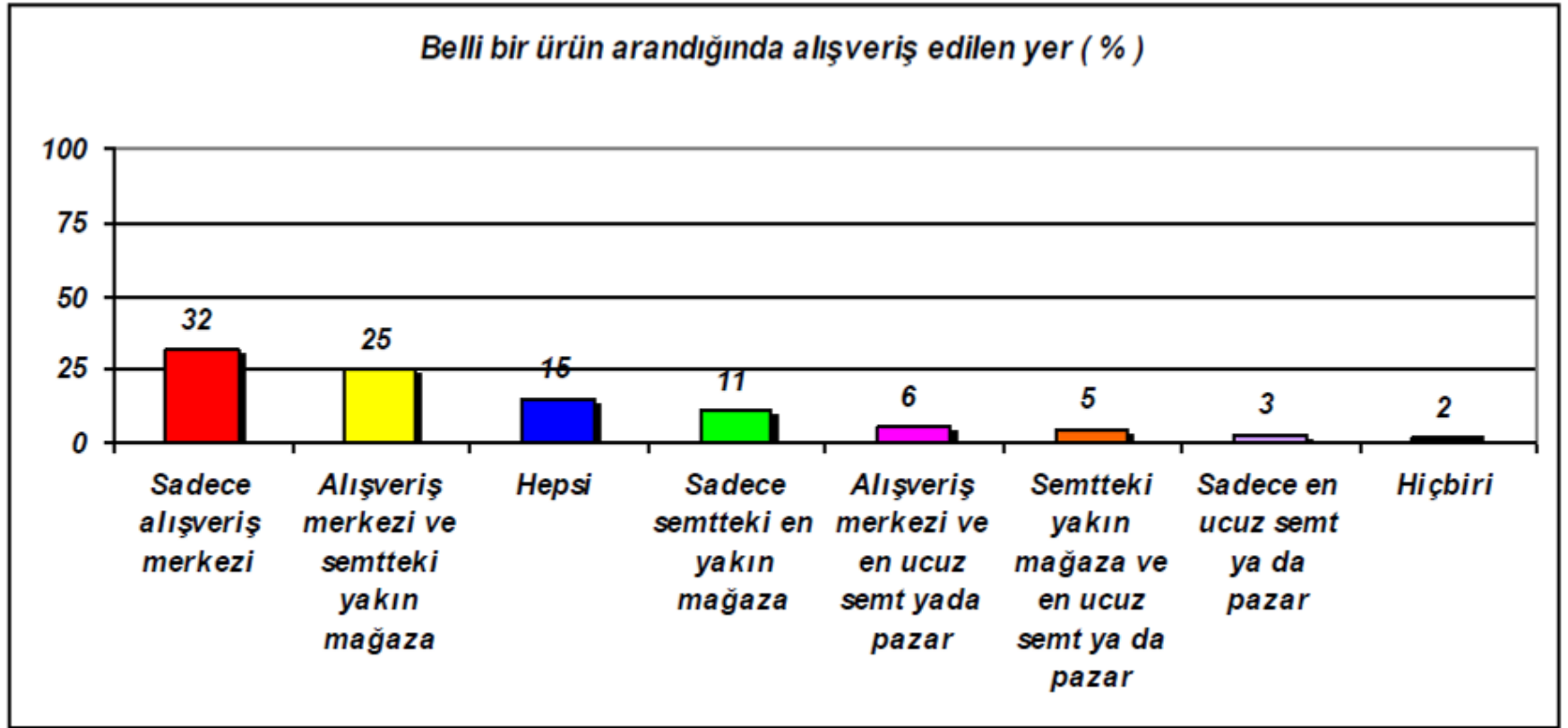
- Müstakil mağaza sahibi esnafların zamanlarınınin %70'ini tedarik amaçlı işlere ve ödemelere zaman ayırdığını

Bunları biliyor muydunuz?



- Şu anda Türkiye'de 500'e yakın AVM var.
- Türkiye'de bin kişiye 100 metrekare AVM alanı düşerken, bu Avrupa ülkelerinde 200 metrekare civarında.

Bunları biliyor muydunuz?



Bunları biliyor muydunuz?



Alışverişin
%75'ini
bayanlar
yapıyor.

Bizi dinlediđiniz için teŖekkürler

Hazırlayan: Murat Ŗaylan
İdilbaby