Planlama uzmanı

Planlama uzmanı, bir moda markasında hangi ürünün hangi mağazaya ve kanala, ne zaman ve kaç adetle gideceğini planlayıp stoğu satışla dengeleyen kişidir.

> **Doğru ürün, doğru bedenle, doğru zamanda doğru rafta olduğunda satış kendiliğinden akar.**

Kart özeti

- Sezonun alım planını mağaza, e-ticaret ve pazaryeri kanallarına böler.
- İlk dağıtımı kurar, yeniden besleme ve mağazalar arası transferle beden boşluğunu kapatır.
- Sezon ritmi: kanal kırılımı, teslim takvimi, ilk dağıtım, haftalık besleme, indirim, plan karşılaştırması.
- En önemli belgeler alım planı, beden profilleri, ilk dağıtım tablosu ve yeniden besleme listesidir.
- Toplam adedi mağaza grubundan, beden dağılımını mağazanın kendi beden profilinden kur.
- Kanal bazında satış oranı, beden bazında tükenme ve stok devir hızıyla değerlendirilir.

Bir sezonda

1. **Sezon öncesi:** Alım planının kanal ve mağaza kırılımı. Mağazalar satış geçmişine ve beden profiline göre gruplanır.
2. **Teslim takvimi:** Tedarikçi siparişlerinin teslim tarihleri takvime yerleşir; her drop'un depoya giriş haftası belli olur.
3. **Sezon açılışı:** İlk dağıtım: depoya gelen ürün mağazalara ve e-ticaret deposuna paylaştırılır.
4. **Sezon içi:** Her hafta yeniden besleme ve mağazalar arası transfer. Satan beden ve bekleyen stok ayrı ayrı okunur.
5. **İndirim dönemi:** Kalan stok belirli noktalarda toplanır; indirim kararı için mağaza bazında stok raporu hazırlanır.
6. **Sezon sonu:** Plan ile gerçekleşen karşılaştırılır; beden profilleri ve mağaza grupları bir sonraki sezon için güncellenir.

Bir iş günü

- **09.00** Hafta sonu satış raporunu açarsın: mağaza, model, renk ve beden kırılımında. Satan bedeni ve stokta bekleyen ürünü iki ayrı listeye ayırırsın.
- **09.45** Yeniden besleme listesini hazırlarsın: hangi mağazaya hangi bedenden kaç adet gidecek. Depoda yeterli stok olup olmadığını depo ekibine teyit ettirirsin.
- **10.30** Tedarikçi siparişlerinin teslim durumuna bakarsın. Bir siparişin teslimi kaymış; satın almaya yeni tarihi sorarsın.
- **11.30** Kayan teslimatın etkisini hesaplarsın: hangi mağazanın vitrini bu ürünü bekliyordu, yerine stoktan ne gidebilir. Merchandiser'a kısa bir not yazarsın.
- **13.30** Mağaza tarafıyla konuşursun: bir model bir mağazada hızlı satıyor, başka bir mağazada rafta bekliyor. Mağazalar arası transfer önerirsin.
- **14.30** E-ticaret ekibiyle stok payını konuşursun: kampanyaya girecek ürünlerin online stoğu yeterli mi, e-ticaret deposuna ek ürün çekilecek mi.

- **16.00** Yeni gelecek drop için ilk dağıtım tablosunu kurarsın: mağaza grupları, beden profilleri, vitrin adetleri.
- **17.00** Gün sonunda sevkiyat listesini depoya gönderirsin. Değişen satırları işaretlersin; depo her zaman son sürümle çalışır.

Elinden geçen belgeler

Belge	Kimden	Kime	Ne için
Alım planı ve sipariş adet tablosu	Merchandiser	Planlama uzmanı	Kanallara ve mağaza gruplarına bölünecek toplam adet ve asorti.
Tedarikçi sipariş ve teslim listesi	Satın alma	Planlama uzmanı	Hangi ürünün hangi hafta depoya gireceği; dağıtım takvimi buna yaslanır.
Mağaza listesi, mağaza grupları ve beden profilleri	Planlama uzmanı, mağaza tarafıyla birlikte	Planlama uzmanı ve merchandiser	Mağazaların büyüklüğü, güçlü olduğu kategori ve beden dağılımı; dağıtım bu gruplara göre yapılır.
İlk dağıtım tablosu (allocation)	Planlama uzmanı	Depo ve mağazalar	Model, renk, beden ve mağaza bazında ilk sevkiyat adedi.
Yeniden besleme ve transfer listesi	Planlama uzmanı	Depo, mağazalar ve e-ticaret operasyonu	Satan mağazaya ve kanala depodan ya da başka mağazadan gidecek ürünler.
Haftalık satış, stok ve stok devir raporu	Planlama uzmanı	Merchandiser ve orta düzey yönetici	Plan ile gerçekleşenin farkı, bekleyen stok, transfer ve indirim önerileri.

İş akışı

1. **Alım planını kanallara ve mağaza gruplarına böl** · girdi: Sipariş adet tablosu, geçen sezonun kanal ve mağaza satışı · çıktı: Kanal ve mağaza grubu bazında adet planı · teslim: Merchandiser
2. **Teslim takvimini kur** · girdi: Tedarikçi siparişleri, sezon takvimi · çıktı: Haftalık depoya giriş planı · teslim: Satın alma uzmanı
3. **İlk dağıtımı kur** · girdi: Depoya giriş planı, mağaza grupları, beden profilleri · çıktı: Mağaza bazında ilk sevkiyat listesi · teslim: Mağaza satış danışmanı
4. **E-ticaret stok payını ayır** · girdi: Kampanya takvimi, online satış hızı · çıktı: E-ticaret deposuna ayrılan stok listesi · teslim: E-ticaret operasyon uzmanı
5. **Her hafta yeniden besle** · girdi: Haftalık satış ve stok raporu · çıktı: Yeniden besleme ve transfer listesi · teslim: Mağaza satış danışmanı
6. **Kayan teslimatı yeniden planla** · girdi: Teslim durumu, üretim takip notu · çıktı: Güncellenmiş sevkiyat planı, yerine gidebilecek ürün önerisi · teslim: Merchandiser
7. **Sezon sonu değerlendirmesini yaz** · girdi: Sezonun satış, stok ve transfer verisi · çıktı: Plan-gerçekleşen raporu, güncellenmiş beden profilleri ve mağaza grupları · teslim: Orta düzey yönetici

Sahada sık yapılan hatalar

- **Dağıtımı mağazanın toplam satışına göre yapıp beden profiline bakmamak.** Sonucu: Mağazaya doğru adet gider ama bedenler karışık düşer; bir mağazada küçük beden biter, başka bir mağazada büyük beden bekler. Önlem: Toplam adedi mağaza grubundan, beden dağılımını mağazanın kendi beden profilinden kur.

- **Sevkiyat listesini güncelleyip eski sürümü depoda bırakmak.** Sonucu: Depo eski adetle toplar; ürün yanlış mağazaya gider ve transferle geri dönmesi gerekir. Önlem: Her listeye tarih ve sürüm yaz; değişen satırı işaretle, eski sürümü geri çek.
- **E-ticaret stok payını kampanya takvimine bakmadan ayırmak.** Sonucu: Kampanya günü online stok erken biter, aynı ürün mağazalarda bekler. Önlem: Kampanya takvimini e-ticaret ekibinden her hafta al; payı kampanyadan önce gözden geçir.
- **Kayan teslim tarihini yalnız satın almanın takibine bırakmak.** Sonucu: Mağazaya planlanan ürün zamanında gelmez, vitrin planı boşta kalır. Önlem: Teslim durumunu her hafta kendin de kontrol et; kayma varsa etkisini aynı gün merchandiser'a yaz.
- **Mağaza kodlarını ve stok kodlarını elle kopyalamak.** Sonucu: Tek bir hane hatası ürünü başka mağazaya ya da başka renge yollar. Önlem: Kodları sistemden çek; elle girdiğin her satırı ikinci kez kontrol et.

Vakalar

Yeni bir ceketin teslimatı kaydı; bayram haftasında birkaç büyük mağazanın vitrininde planlanmıştı ve ilk parti ancak o haftaya yetişecek. Ne yaparsın?
İyi bir cevap: Gelen ilk partiyi vitrin planı olan büyük mağazalara öncelikli yönlendirirsin, öbür mağazalara ikinci sevkiyatta gönderirsin. Vitrine yetişmeyecek mağazalar için stoktaki benzer bir ürünü merchandiser'la birlikte önerir, değişikliği mağaza ekibine yazılı bildirirsin.

Bir pantolonun küçük bedenleri bir mağazada sezonun başında bitti; başka bir mağazada aynı bedenler rafta bekliyor. Ne yaparsın?
İyi bir cevap: İki mağazanın beden satışını yan yana koyarsın. Bekleyen bedeni satan mağazaya transfer önerirsin; ilk mağazanın beden profilini bir sonraki dağıtım için güncellersin.

E-ticaret ekibi hafta sonu kampanyası için bir elbisenin online stoğunu artırmak istiyor; elbise mağazalarda da iyi satıyor. Ne yaparsın?
İyi bir cevap: Online ve mağaza satış hızını aynı tabloda karşılaştırırsın. Depodaki stoktan kampanyaya bir pay ayırır, mağazaların yeniden besleme takvimini buna göre düzenlersin. Kararı merchandiser ve e-ticaret ekibiyle birlikte yazıya dökersin.

Kariyer yolu

1. Planlama asistanı ya da planlama elemanı
2. Planlama uzmanı
3. Kıdemli planlama uzmanı
4. Orta düzey yönetici (planlama ya da tedarik zinciri)

Sözlük

- **Sell-through (satış oranı):** Bir dönemde satılan adedin aynı dönemde satışa sunulan adede oranıdır.
- **Markdown (indirim):** Satışı beklenenin altında kalan ürünün fiyatının düşürülmesidir.
- **SKU (stok kodu):** Stokta tutulan her ürün seçeneğini tekil olarak tanımlayan koddur.
- **Varyant:** Aynı modelin renk, beden gibi özelliklerle ayrılan her bir satılabilir seçeneğidir.
- **Barkod:** Bir ürün seçeneğinin kasada, depoda ve sayımda makineyle okunmasını sağlayan kod ve çizgi dizisidir.

- **Termin:** Bir işin, malzemenin ya da siparişin teslim edilmesi gereken tarihtir.
- **Drop:** Bir koleksiyonun tek seferde değil, belirli tarihlerde parça parça satışa çıkarılmasıdır.
- **Sezon (İY/SK · SS/AW):** Koleksiyonların satış dönemine göre gruplanmasıdır: İlkbahar-Yaz (SS, Spring/Summer) ve Sonbahar-Kış (AW, Autumn/Winter).