

# ÜRÜN SERGILEMEDE SÜREKLİLİĞİN SIRRI:



**YAZAR: COURTNEY OKEEFE,**  
COURTNEY OKEEFE  
CONSULTING ADLI  
DANIŞMANLIK ŞİRKETİNİN  
KURUCUSU

Mutlu müşteri, sadık müşteridir. Ürününüzün her daim ve her mağazada aynı görünmesini nasıl sağlarsınız?

## TÜKETİCİNİN SORUNU

Çok sevip güvendiği favori bir markası ve klasik bir kıyafeti vardır. Ancak yıllardır rahat ettiği ve giymekten keyif aldığı bu kıyafeti ömrünü tamamladığından, artık değiştirme vakti gelmiştir.

İnternette araştırma yapmaya başlar, bu işin kolay olacağını düşünür. Öncelikle internette satın almaya karar verir. Siparişi gelir, ancak bir terslik var gibidir. Ürün açıklamasına baktığında aynı stil, aynı marka ve aynı renkte olmasına rağmen, eline geçen ürün farklıdır. Bunun sebebini anlayamaz önce.

İlk kıyafetini nereden almış olabileceğine kafa yormaya başlar. Tezgahlardan birinde benzerini bulmak umuduyla mağazaya geri gider, ama hala bir şeyler ters gibidir. Favorisine ne olmuştur? Şekli farklıdır. Çok da değeri olmadığını düşündüğü birkaç değişiklik yapılmış olduğunu fark eder.

Kıyafet üzerindeki etikete baktığında, ürünün birkaç farklı menşei ülkede üretilmiş olduğunu görür. Bir ülkenin kalitesinin diğerinden daha iyi olup olmadığını merak eder. Bir ülkedeki kalitenin diğerinden farklı olmasının sebeplerinin ne olabileceği hakkında fikir yürütmeye başlar. Bu gizemin, menşei ülke etiketiyle çözülebileceğini düşünür.

Neden bir marka malzemelerini bu kadar farklı yerden alma ihtiyacı duyuyor olabilir ki? En sevdiği markalar işleri bu kadar karmaşık hale getirmek zorunda mıdır? Favori markasının favorisi olarak kalmaya devam etmesini umar, çünkü onun beğenisini oluşturan da markanın kendisidir. Önceleri kendisinin ihtiyaçlarını çok güzel algılayabilmişlerdi. Şimdi onu nasıl böyle hayal kırıklığına uğratabilirler? Oysa tek istediği, en sevdiği kıyafetin tıpatıp benzerini bulmaktı.

Haberleri takip etmeye başlar, şimdilerde kıyafetinin üretildiği onca ülkede yaşanan belirsizlikler üzerinde düşünmeye başlar. Bir ülkede misillemeci gümrük vergileri, bir diğerinde sivil itaatsizlik, kötü hava koşulları, diğerinde ise çalışma koşulları.

Favori markasının en sevdiği kıyafeti mağazalarda hazır buldurmak için bu çılgın dünyada nasıl gezinip durduğunu merak etmeye başlar.

Bu en sevdiği kıyafetini kopyalasalar ve sadece ona özel olarak yapmaya devam etseler ne olurdu sanki. Bu teknoloji çağında neden mümkün değil ki?

Cevapları bulmaya kararlıdır!

Pes etmeye niyeti yoktur. Arkadaşlarıyla sohbet ederken onlara sorunundan bahseder. Benzer durumlarla onlar da karşılaşmışlardır ve bazı ipuçları bulmasına yardımcı olurlar. Etiketle belirtilen menşei ülkenin, yalnızca kıyafet malzemelerinin bir araya getirildiği ülkeye işaret ettiğini anlarlar. Yani hammaddelerin nereden geldiğinin bilgisi değildir bu.

Böylece, en sevdiği kıyafeti için gerekli talimatların her ülkeye aynı şekilde veriliyor olduğunu öğrenir.

Merakı daha da depreşir. O halde, neden birbirine benzemezler?

En sevdiği yemeğin tarifini aklına getirdiğine kafasına dank eder. Tarife birebir uysa da, içeriğindeki malzemelerin kalitesi yemeğin nihai tadını ciddi anlamda farklılaştırabilir.

Sonrasında, en sevdiği kıyafetinin malzemelerinin nereden geldiğini düşünmeye başlar. Bu konuda bilgi alabileceği hiçbir yer yoktur. Markanın müşteri hizmetlerine yazar. Yardımcı olamayacaklarını söylerler. Böyle bir bilgi mevcut değildir. Peki, bunu nasıl öğrenebilir?

Sevdiği kıyafetin etiketine bir kez daha bakar ve tek bir malzemedен üretildiğini görür: %100 pamuk. O halde, neden bu kadar karmaşık olmak zorundadır ki? Tüm pamuklar aynı değil mi?

## **AKILLI MARKANIN ÇÖZÜMÜ**

Akıllı bir markanın satın alma personeline danışsaydı, “işin sırrının son derece basit” olduğunu anlardı.

Akıllı markalar, ürünün genel görünüşüne en çok katkıda bulunan en küçük ortak paydaya odaklanır, bunu standart hale getirir ve izlenebilir olmasını sağlarlar.

Lider markalar, tüm hammaddelerinin kaynağı ve kalitesi hakkında bilgi sahibi olmaya büyük özen gösterirler. Her üretimin aynı olmadığını farkındadırlar. Ayrıca, %100 pamuk dahi olsa, küresel tarım uygulamalarının aynı olmadığını da bilincindedirler.

Kumaşın kalitesi, kıyafetin değerinin %60-70’ini belirleyen unsurdur. Ürünlerini standart hale getirmeleri konusunda zaman ve enerjilerini harcayacakları yegâne unsurdur. İstikrar sağlanması konusunda da en fazla etkiye sahiptir. Dolayısıyla, bu konuda değişkenliği azaltmak, nihai üründe ortaya çıkacak farklılıkları en aza indirmenin de ideal yoludur.

Ürün istikrarı konusundaki en iyi ortak, ipliğinizi eğirecek, örececek, boyayacak ve kumaşınızı nihai şekline getirerek tüm dünyaya sevkiyatını sağlayabilecek büyük ve dikey bütünleşmiş bir tedarikçidir. Bu tedarikçiler, girdilerinin kaynağı da dâhil olmak üzere, yinelenebilir ve korunabilir iç ölçütleriyle istikrar sağlarlar.

Birçoğu da, ürünlerinde özellikle Amerikan pamuğu kullanıyor olduklarını ifade ederler. En titiz çiftçilik uygulamalarıyla Amerika’da yetişen pamuğun, dünyanın en yüksek standartlarına sahip olduğu inancındadırlar. USDA da, farklı çiftliklerde üretilen pamuk ipliğinin kalitesine yönelik en gelişmiş sınıflandırma sistemine sahiptir. Bu, son derece güvendikleri bir sistemdir.

Amerikan pamuğuyla işe koyulmak ve aynı makine ve üretim girdilerini kullanarak ipliğinizi eğirecek, örececek ve boyayacak dikey bütünleşmiş bir tedarikçi ile kumaşlarını üreten akıllı markalar, kumaşlarının bir araya getirilmesi için çeşitli ülkelere sevkiyat yapabilecek hale gelirler. Bu seviyede bir kontrol mekanizması olduğunda, müşterinin en sevdiği mağazada

yerini alan çok ülke menşekli ürün tıpkı o sevdiği eski kıyafeti gibi görünecek, aynı dokunuşu ve ömre sahip olacaktır.

Yukarıda anlatılanlar, gerçek olaylara dayalıdır.

## **YAZAR HAKKINDA**

Okeefe Consulting Danışmanlık Şirketi'nin kurucusu olan Courtney OKeefe, rn Yönetimi, Küresel Satın Alma ve Tedarik Zinciri Operasyonları konusundaki deneyimiyle Küresel Yaşam Tarzı Markalarını destekleyen Tekstil ve Giyim sanayi uzmanıdır. 45'in üzerinde kaynak ülkeden tüm giyim ürünü gruplarında tecrübelidir. Courtney, hem doğrudan hem de danışmanlık deneyimi aracılığıyla Dünya lideri 20'den fazla Marka ile çalışmaktadır. Courtney hakkında daha fazla bilgi için: <https://www.courtneyokeefeconsulting.com> adresini ziyaret edebilirsiniz.