StratejiCo.

Ekrandaki Market: Online B2C G■da Perakendecileri

Giri■

Herhangi bir teslimat■n en kritik bölümü, son a■amas■d■r. Ürünün yak■n bir deponun raf■ndan mü■terinin kap■s■na kadar olan bu son yolculu■una [**Son Kilometre Lojisti■i**] denmektedir. Sürecin mesai ücretleri, yak■t masraflar■, konuma göre de■i■iklik gösterebilen yük indirme saatleri gibi tahmin edilebilir kalemleri mü■terilerin farkl■ kargo kabul zamanlar■, dü■ük ölçekli al■■veri■ler ve düzensiz al■■veri■ al■■kanl■klar■ gibi tahmin edilemez durumlarla birlikte dü■ünüldü■ünde, hali haz■rda zor olan rota planlama i■i daha da karma■■k hale gelmektedir.

[**Son Kilometre Lojisti■i**] ile ilgili sorunlara getirilmeye çal■■■lan çözümlere bak■ld■■■nda farkl■ i■ modelleri gözlemlenmektedir. Bunlardan biri olan ve art■k birçok ■irket taraf■ndan kullan■lan **■stek Üzerine Teslimat (On Demand Delivery)**, mü■terilerin teslimatlar■ kendi tercihlerine göre planlama özgürlü■ü olarak tan■mlanmakta ve mü■terilerin evlerinde bulundu■u saatlerde ürünlerini teslim alabilmesine imkan tan■maktad■r. Amazon Flex ile birlikte Deliv ve Revoolt gibi ■irketler ise, birçok farkl■ alanda kullan■m■ artan bir ak■m olan [**Kitle Kaynak Kullan■m■ (Crowdsourcing)**] ile ürün teslimat sektörüne Uber tarz■nda bir anlay■■ getirmeye çal■■maktad■r. Henüz Uber kadar y■k■c■ bir etkisi olmasa da [**Kitle Kaynak Kullan■m■**] da mü■teri deneyimini geli■tirme ve [**Son Kilometre Lojisti■i**] maliyetlerini ciddi biçimde azaltmas■yla perakendeciler taraf■ndan yak■ndan takip edilmelidir.

H■zl■ ve zaman■nda teslimat ise bugünün dinamik ya■am ko■ullar■nda çok büyük bir öneme sahip olmakla beraber art■k kullan■c■lar için bir **"olmazsa olmazd■r"**. Sektörler aras■nda devam eden entegrasyon ve otomasyon çal■■malar■n■n artmas■yla birlikte robotlar, drone'lar ve sürücüsüz araçlar taraf■ndan gerçekle■tirilen teslimatlar da hayatlar■m■za yava■ yava■ girmeye haz■rlan■rken H■zl■ Teslimat yerini Ayn■ Gün Teslimat'a b■rakm■■, hatta Amazon, Carrefour ve Costco gibi büyük ■irketler baz■ ülke ve ■ehirlerde 1 Saat ■çinde Teslimat'a ba■lam■■lard■r. Benzer amaçlarla yola ç■kan Banabi ve Getir gibi uygulamalar da Türkiye'de oldukça ra■bet görmekte ve kullan■c■ say■lar■n■ her geçen gün art■rmaktad■rlar.

Türkiye'den Öne Ç■kanlar

Çal■■mam■zda son kilometre lojisti■ini B2C yapan 13 adet yerli ■irketi inceledik. Bu 13 ■irketi de 2 ana gruba ay■rd■k. Bu gruplardan ilki, halihaz■rda Türkiye pazar■nda fiziksel ma■azalar■yla hizmet vermekte olan [**Geleneksel Perakendeciler**]'dir. [**Geleneksel Perakendeciler**]; hayatlar■na, sahip olduklar■ veya kiralad■klar■ ma■azalarda hizmet vererek ba■lamalar■na ra■men içinde bulundu■umuz pandemi sürecinin de ivmesini

art■rd■■■ yükselen online al■■veri■ trendine uyum sa■lamak ad■na sanal ma■azalar açmaktad■rlar.

■kinci grup, internet ça■■nda online olarak do■mu■ olan ve Türkiye özelinde hala olgunla■ma sürecinde olan Sanal Perakendeciler'dir. Türkiye'nin ilk online özel al■■veri■ sitesi olan Markafoni'nin 2008 y■l■nda kuruldu■u (ve 2017 y■l■nda kapand■■■) dikkate al■nd■■■nda, sanal perakendecili■in henüz geli■imini tamamlamad■■■; fakat özellikle son y■llarda yap■lan giri■imlerle de h■zl■ bir yol kat etti■i görülmektedir. Art■k tekstilden g■daya, k■rtasiyeden elektroni■e akla gelebilecek her türlü ürünü internet üzerinden sat■n alabilmemize ra■men al■■veri■in arkas■nda i■leyen süreçlerin (tedarik, teslimat, sat■■ sonras■ vb.) hala iyile■tirmeye aç■k olduklar■n■ dü■ünmekteyiz.

Bu iki tip perakendeci her ne kadar ilk bak■■ta birbirleriyle z■t yap■da gözükseler de bir yanda gittikçe dijitalle■en dünya bir yanda da insanlar■n görme, dokunma gibi temel dürtüleri perakendecileri asl■nda yak■nla■t■rmaktad■r. CarrefourSA ve Migros gibi Geleneksel Perakendeciler; dünyan■n, insanlar■n ve davran■■lar■n dijitalle■meye ba■lad■klar■n■ kabul ettikleri anda online ma■azalar■n■ hayata geçirmek için hemen yaz■l■mc■ ilanlar■ vermeye koyuldular. Öte yandan, Trendyol'un ba■■n■ çekti■i Sanal Perakendeciler ise mü■terilerine dokunabilmek ad■na popüler AVM'lerde ve i■lek caddelerde ma■aza açma yar■■■na girdiler. Bu girift yap■ ve yak■nla■ma, çe■itli i■ birliklerine de yol açarak mü■teriler ve perakendeciler için kazan-kazan durumlar■ yaratmaya devam etmektedir.

A■a■■da Türkiye'de hizmet veren ve son kilometre teslimat■n■ B2C yapan çe■itli ■irketleri görebilirsiniz. Mavi fona sahip ■irketler Geleneksel Perakendeci, sar■ fona sahip olanlar ise Sanal Perakendeci s■n■f■na girmekteyken turuncu fona sahip olanlar ise yeni yeni olu■maya ba■layan i■ birliklerini göstermektedir.

	MOBİL / WEB	TESLİMAT ÜCRETİ	TESLİMAT TİPİ	LOKAL / TR	(LOKAL İSE) HİZMET VERDİĞİ ŞEHİRLER	YARDIM HATTI
A101 KAPIDA	Mobil	Minimum paket tutarı: 50 TL 50 TL - 199,99 TL arası 5.50 TL 200 TL ve üzeri ücretsiz	İstek Üzerine	Lokal	İstanbul, Ankara, İzmir	Yok
A101 ONLINE	Mobil & Web	**Minimum paket tutarı: YOK 120 TL altı 5,90 TL 120 TL ve üzeri ücretsiz**	Standart	TR	-	Telefon Destek, Site üzerinden yorum gönderme
CARREFOURSA ONLINE MARKET	Mobil & Web	Minimum paket tutarı: 60 TL 60 TL - 149,99 TL arası 4,90 TL 150 TL - 249,99 TL arası 2.90 TL 250 TL ve üzeri ücretsiz	İstek Üzerine	Lokal	İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Antalya, Bursa, Bodrum, Mersin	Telefon Destek
CEPTE ŞOK	Mobil	**Minimum paket tutarı: 50 TL ÜCRETSİZ**	İstek Üzerine	TR	-	Telefon Destek
MACROCENTER	Mobil	Minimum paket tutarı: 75 TL 75 TL – 149,99 TL arası 5,90 TL 150 TL - 249,99 TL arası 3.90 TL 250 TL ve üzeri ücretsiz	İstek Üzerine	Lokal	İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya, Bursa, Muğla	Telefon Destek
MİGROS HEMEN	Mobil	**Minimum paket tutarı: 25 TL Teslimat sınırlı bir süre için ücretsiz**	Anında	Lokal	İstanbul, Ankara, İzmir	Telefon Destek
MİGROS SANAL MARKET	Mobil & Web	Minimum paket tutarı: 60 TL 60 TL – 149,99 TL arası 5,90 TL 150 TL - 249,99 TL arası 3.90 TL 250 TL ve üzeri ücretsiz	İstek Üzerine	TR	-	Telefon Destek
HEPSİEXPRESS (CARREFOURSA İLE İŞ BİRLİĞİ)	Mobil	Minimum paket tutarı: 75 TL 75 TL – 149,99 TL arası 5,90 TL 150 TL ve üzeri ücretsiz	İstek Üzerine	Lokal	İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Adapazarı, Antalya, Bursa, Denizli, Edirne, Eskişehir, Kocaeli, Konya, Mersin, Tekirdağ	**Chatbot**
TRENDYOL (MİGROS SANAL MARKET İLE İŞ BİRLİĞİ)	Mobil & Web	Minimum paket tutarı: 60 TL 100 TL ve üzeri ücretsiz	Standart	TR	-	**Chatbot**
GETİR	Mobil	**Minimum paket tutarı: 25 TL 25 TL – 99,99 TL arası 3,50 TL 100 TL ve üzeri ücretsiz**	Anında	Lokal	İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Kocaeli	Telefon Destek
İSTEGELSİN	Mobil & Web	Minimum paket tutarı: 60 TL 60 TL - 150 TL arası 5,90 TL 150 TL ve üzeri ücretsiz	İstek Üzerine	TR	-	Telefon Destek
TAZEDİREKT (MİGROS GRUBU'NA DAHİL)	Mobil & Web	Minimum paket tutarı: 60 TL 60 TL - 199,99 TL arası 5,90 TL 200 TL ve üzeri ücretsiz	İstek Üzerine	Lokal	İstanbul	**Chatbot**
YEMEKSEPETİ BANABİ	Mobil & Web	**Minimum paket tutarı: 25 TL 25 TL – 99,99 TL arası 2,50 TL 100 TL ve üzeri ücretsiz**	Anında	TR	-	**7/24 Canlı Destek**

Geleneksel Perakendeciler Geleneksel – Sanal İş Birlikleri Sanal Perakendeciler

Yurt D■■■ndan Örnekler

Yurt d■■■ merkezli 3 adet geleneksel perakendeciyi örnek olarak incelerken bir perakendeci olmaktan ziyade bir teknoloji firmas■ olan Amazon'un da perakendeci kimli■ini mercek alt■na ald■k. Genel görünümü vermeden önce belirtmek gerekir ki ■irketlerin hizmet verdikleri co■rafyalar oldukça geni■ oldu■undan dolay■ bu ■irketlerin süreçleri, hizmet sunduklar■ ülkeden ülkeye de■i■iklik göstermektedir.

Aldi Nord ve Aldi Süd olarak iki farkl■ merkezden yönetilen Alman perakende zinciri Aldi, henüz yaln■zca 6 ülkede e-ticaret hizmeti sunarken bu ülkelerden birinde de yaln■zca elektronik e■yalar satmakta. **COVID-19 pandemisi** esnas■nda iyiden iyiye artan online al■■veri■lerden önce ■ngiltere'de de yaln■zca giyim, bahçe malzemeleri ve alkollü içecek sat■■■ gerçekle■tiren ■irket, 17 Nisan 2020 itibariyle içinde süt ve ekmek gibi g■dalar olan kolileri online sat■■a sundu. Faaliyet gösterdi■i ülkelerin ço■unda online hizmet sunmayan Aldi, pandemi s■ras■nda ma■aza merkezli geleneksel perakende çizgisini ön planda tutmaya devam ediyor. ■irket, hizmet verdi■i baz■ ülkelerde teslimatlar■n■ Instacart i■ birli■i ile gerçekle■tiriyor. Bu sistemde sipari■ verildi■inde, bir Instacart çal■■an■, al■c■ya en yak■n ma■azaya giderek sipari■i temin ediyor ve mü■terinin kap■s■na götürüyor. Pandemiden ne kadar etkilendi■i henüz bilinmeyen bu sistem, Türkiye'de de son zamanlarda s■kl■kla görülen **"Temass■z Teslimat"** özelli■ini de mü■terilerine sunuyor.

Aldi’nin belki de en büyük rakibi olan Lidl, Aldi gibi online taraf■ çok kuvvetli olmayan bir ■irket. S■n■rl■ say■da ülkede hizmet veren online ma■azan■n, 2019 y■l■n■n sonlar■nda ■ngiltere’de de faaliyete ba■layaca■■n■n haberleri ç■ksa da ülkede internet üzerinden al■■veri■in henüz ba■lamam■■ olmas■ pandeminin bu durumu da olumsuz etkiledi■ini gösteriyor. ■u anda 11 ülkede e-ticaret hizmeti bulunan Lidl, bunlar■n yaln■zca 5 tanesinde kolay bozulan yiyecek-içecek sunuyor. E-ma■azas■n■n geli■mi■ oldu■u Amerika’da, Shipt ve BOXED ■irketleri ile yapm■■ oldu■u i■ birlikleri ile mü■terilerine 1 Saat ■çinde Teslimat olana■■ da sunan Lidl, faaliyet gösterdi■i bütün ülkelerde teslimat süreçlerini i■ birlikleri ile yönetiyor ve bu sayede tedarik zincirlerinde büyük de■i■iklikler yapmadan, görece dü■ük yat■r■mlarla hizmet sunabiliyor. ■irketin ilk anda göze çarpan en büyük eksikli■i ise sat■■ sonras■ süreçlerinin zengin olmamas■. Sitelerinde yer alan bilgiye göre pandemi esnas■nda iade kabul etmeyen Lidl’a ula■mak için Facebook, Twitter ve Instagram hesaplar■n■n yan■ s■ra sitelerinde pek de kolay bulunamayan bir mesaj sayfas■na eri■meniz gerekmekte.

Bir ucuzluk marketi olmas■n■n yan■ s■ra **“görünüme önem veren, genç bir kitle”**yi hedef alan Amerika’n■n en büyük 8. perakendecisi olan Target, online hizmetine 2010’lu y■llar■n ba■■nda ba■lad■. Yaln■zca Amerika’da g■da teslimat■ gerçekle■tirse de 2015 y■l■ndan bu yana ço■u ülkeye gönderim yapan Target’■n, Amazon’un ayak izlerini takip etti■ini söylemek çok da yanl■■ olmaz. Ürün yelpazesi oldukça geni■ olan ■irket, Amerika içine, sahip oldu■u Shipt kargo ■irketi sayesinde Ayn■ Gün Teslimat hizmeti sunuyor. Aldi’nin i■ birli■i içinde oldu■u Instacart sistemini Shipt ile kendi bünyelerinde de kullanan Target, ayn■ zamanda yukar■da belirtti■imiz üzere Lidl gibi baz■ perakendecilerle de i■ birlikleri kuruyor. ■irket, pandemi esnas■nda yüksek risk bölgelerinde bulunan sad■k mü■terilerine, al■■veri■lerinin yan■nda ücretsiz bir ■ekilde dezenfektan ve maske de içeren sa■l■k kitleri göndermekte.

	MOBİL / WEB	TESLİMAT ÜCRETİ	ÇALIŞTIĞI KARGO ŞİRKETİ VAR MI ?	TESLİMAT TİPİ	HİZMET VERDİĞİ ÜLKE SAYISI	YARDIM HATTI
ALDI	Mobil & Web	**Amerika** (online mağazada ürünler daha pahalı) 34,99$ ve altı 9,99$ 35$ ve üzeri 5,99$ 1 Saatte Teslimat için +2$	Ülkeden ülkeye değişiklik gösteriyor Çeşitli iş birlikler var	Hayır	6 ülke	E-mail, Mektup, Telefon Destek
LIDL	Mobil & Web	**Amerika** 34,99$ ve altı 7$ 35$ ve üzeri ücretsiz	Evet (çeşitli iş birlikleri var)	Hayır	11 ülke	Site üzerinden yorum gönderme
TARGET	Mobil & Web	**Amerika** 34,99$ ve altı 5,99$ 35$ ve üzeri ücretsiz (çeşitli kampanyalar mevcut)	Evet (çeşitli iş birlikleri var)	Hayır	1 ülke	Canlı Destek, Telefon Destek

Geleneksel Perakendeciler

Ekrandaki Marketin. Üç Aya■■

Bir e-ma■azaya sahip olan yurt içinden 13 ve yurt d■■■ndan 3 ■irketi mercek alt■na ald■■■m■z bu yaz■da, yurt içi ve yurt d■■■ ■irketlerini farkl■ kategoriler özelinde de■erlendirdik. ■irketlerin birbiri ile benzer noktalar■ oldu■u gibi di■er oyunculardan nas■l ayr■■t■klar■ ve nas■l fark yaratt■klar■/yaratabilecekleri üzerine çal■■t■k. Bütün bu i■ modellerinin tabi oldu■u ve bir mü■terinin bir ■irkete ba■lanmas■n■ sa■layan veya bir ■irketten kopmas■na neden olan üç ana ba■l■k oldu■unu dü■ünüyoruz. ■irketler, bu ayaklara verdikleri önem do■rultusunda ayakta kalacak, yükselecek veya dü■eceklerdir.

Tahmini Teslimat Zaman■

Giri■ bölümünde belirtti■imiz gibi, teslimat gününün ve hatta saatinin seçimi mü■teriler aç■s■ndan oldukça önemli bir özellik. Mü■teri, her durumda, verdi■i sipari■in ma■azan■n stok durumu, yo■unlu■u ve di■er olas■ engellere tak■lmadan kendisine ula■t■r■lmas■n■ ister. Türkiye içinden inceledi■imiz 13 ■irketin 8 tanesi ■stek Üzerine Teslimat prensibiyle çal■■■rken 3 tanesi ise An■nda Teslimat hizmeti sunuyor. Sipari■leri, mü■terilere Standart Teslimat yoluyla ula■t■ran ■irketlerin say■s■ gittikçe azalsa da Türkiye ve COVID-19 pandemisi özelinde tüketiciler, teslimat tarihini/zaman■n■ seçtiren veya sipari■leri yar■m saat gibi k■sa bir sürede teslim eden platformlara yönelince bu platformlar artan talebe kar■■l■k vermekte güçlük çekiyor ve FIFO (First In First Out) kural■ sekteye u■rayabiliyor. Bu nedenle, teslimat tarihi ve zaman■ seçimi yapt■ran veya An■nda Teslimat yapan ■irketlerin bu opsiyonlar■ ve hedefleri gerçekle■tirilebilir ■ekilde tan■mlamalar■n■n hayati bir öneme sahip oldu■una inan■yoruz.

Teslimat ■ekli

Perakendecilerin teslimat■ gerçekle■tirirken kulland■klar■ yollar■ iki grup alt■nda toplayabiliriz.

Birinci grup, (Hepsiburada ve Trendyol gibi) pazaryeri platformlar■. Bu uygulamalar farkl■ perakendeciler ile yürüttükleri i■ birlikleri kapsam■nda çal■■■yor ve platformlarda yaln■zca belirli bir perakendecinin ürünleri bulunuyor. Pazaryerlerinde yap■lan al■■veri■ler, mü■terilere kargo firmalar■yla ula■t■r■l■yor.

■kinci grup ise ürünlerini mü■teriye tamamen kendi bünyelerinde ula■t■ran ■irketleri kaps■yor. Bu grubu daha detayl■ incelemek için bir alt k■r■l■m daha yapman■n faydal■ oldu■unu dü■ünüyoruz.

- Genel olarak bünyesinde çal■■t■rd■■■ moto kuryelerle An■nda Teslimat hizmeti veren (Banabi ve Getir gibi) ■irketler, ilk bak■■ta yal■nl■k ve mü■teri ile ili■kinin h■zl■ ve kolay olmas■ nedeni ile avantajl■ gözükmelerine ra■men ani yüklenmeler ve stok sorunlar■ dolay■s■yla ele■tirilere maruz kalabiliyorlar.
- Sektörde halihaz■rda hizmet veren (A101 ve Migros gibi) görece büyük perakendeciler, kendi da■■t■m a■lar■n■ kurmay■ tercih ediyorlar. Stok bu grup için çok büyük bir problem te■kil etmemesine ra■men tüketiciler, da■■t■m takvimlerinde ya■anan gecikmelerden ■ikayetçi olabiliyor.

Sat■■ Sonras■

Bu alan, Türk ■irketlerinin kendilerini geli■tirebilecekleri birincil alan olarak öne ç■k■yor. Ço■u ■irketin yeterli gördü■ü telefon üzerinden destek art■k genç nüfusu tatmin etmiyor. Bekleme süreleri, ço■u zaman inisiyatif alma hakk■na bile sahip olmayan ça■r■ merkezi çal■■anlar■ gibi unsurlar, olu■an problemleri ya geç çözüyor ya da çözümsüz b■rak■yor. Banabi’nin chatbot uygulamas■, Hepsiburada ve Trendyol’un canl■ yard■m sistemleri ileriye at■lan ad■mlar olarak kar■■m■za ç■ksa da Türk ■irketlerin aras■nda telefondan, mail üzerinden, canl■ yard■mdan, chatbot üzerinden ve sosyal medyadan mü■teriyi birinci plana koyarak h■zl■ aksiyon alan bir ■irket ne yaz■k ki do■rudan göze çarpm■yor.

■ikâyetler ve Geli■im Alanlar■ – Genel ve COVID-19 Spesifik (ve Baz■ Öneriler)

■■ modeli ile ilgili dünyada ve Türkiye'de ya■anmakta olan sorunlara bakt■■■m■zda, problemlerin sipari■ deneyiminin her an■na (sipari■ öncesi, sipari■ esnas■ ve sipari■ sonras■) yay■ld■■■n■ görüyoruz. Sipari■ öncesi ya■anan en büyük sorun, ■u anda da ya■amakta oldu■umuz yo■un sipari■ dönemlerinde s■kl■kla oldu■u gibi, öngörülen birkaç gün kuryeler tamamen doluyken sipari■ verilememesi olarak öne ç■k■yor. Yapt■■■m■z ara■t■rmalarda mü■terilerin, ne kadar geç bir tarih olursa olsun bir tarih seçmek ve sipari■lerini vermek istedi■ini gördük. Bu nedenle, sipari■ tarihi ve saati planlama uygulamalar■n■n geli■tirilmesini öneriyoruz. ■irketlerin da■■t■m i■lemlerini ancak oldukça yak■n bir gelece■e kadar planlayabildikleri göz önüne al■nd■■■nda bu sorunun çözümünde yapay zeka uygulamalar■n■n devreye sokulabilece■ini dü■ünüyoruz.

Sipari■ esnas■nda baz■ platformlar■n "adres, tarih/zaman, minimum sepet tutar■ uygunluklar■n■ sipari■i olu■turduktan sonra görme" uygulamalar■ oldukça negatif yorumlar al■yor. Bu uygulamalar■n aksine, uygunluk durumlar■ mü■terilere süreç ba■■nda ve olabildi■ince aç■k bir ■ekilde belirtilmeli. Minimum paket tutarlar■n■n yüksek olu■u da online hizmet veren perakendecilerin ald■■■ ba■ka bir olumsuz yorum olarak göze çarp■yor.

Sipari■ sonras■ ya■anan s■k■nt■lar ise ■ikâyet sebeplerinin büyük bir k■sm■n■ olu■turuyor. Sipari■lerin belirtilen günden ve ço■u zaman belirtilen saatten geç gelmesi, gelen paketin eksik veya farkl■ ürünler bar■nd■rmas■, son kullanma tarihi geçmi■ veya küflü, bozuk ürünler gönderilmesi ve hatta mü■teriye haber vermeden sipari■in sistem taraf■ndan iptal edilmesi pazardaki ço■u oyuncu için ortak yorumlar. Yanl■■ adrese teslimat■n yan■ s■ra mü■teri hizmetlerine ula■makta ve para iadesi almakta ya■anan s■k■nt■lar da sipari■ sonras■ genel ■ikâyet ba■l■klar■ alt■nda yer al■yor.

[**COVID-19 pandemisi**] de henüz tam olgunlu■a eri■ememi■ bu alan için yeni mücadeleler içeriyor. Zamlar, teslimatlarda ya■anan uzun süreli gecikmeler ve teslimat■n bölünmesi sonucunda birden fazla kurye ile temasa geçmek zorunda kal■nmas■ tüketicilerin belki de ola■an sorunlar■n■n ■iddetlerini art■rmas■yla aç■klanabilecekken ürünlerin temizli■i ve kuryelerin hijyeni, maske ve eldiven takmalar■ ve sosyal mesafe kural■na uymalar■ da yeni dönemin yeni k■staslar■ olarak göze çarp■yor. ■irketlerin, daha fazla vakit geçirmeden bütün kuryelerine gerekli hijyen ve sa■l■k ekipmanlar■n■ sa■layarak gerekiyorsa e■itimler vermeleri gerekti■ini dü■ünüyoruz.

Son olarak bir kar■■la■t■rma yapt■■■m■zda, yurt içinde ve yurt d■■■nda hizmet veren platformlar teslimatlar■n gecikmesi, bozuk ürün gönderilmesi, mü■teri hizmetlerinin yetersizli■i ve [**COVID-19**] nedeniyle artan hijyen endi■eleri gibi birçok s■k görülen ortak negatif yoruma sahip olsa da baz■ geli■im alanlar■n■n Türkiye'deki platformlar için daha s■k tekrar edildi■ini görüyoruz. Türkiye'deki mü■teri; sipari■inin sistem taraf■ndan iptal edilmesi, ürünlerinin eksik gönderilmesi ve para iadesi sorunlar■ gibi daha teknik ve yapay zeka yard■m■ ile çözülebilecek baz■ konular hakk■nda ■ikâyetlerini daha çok dile getiriyor.

ŞİRKET* \ ŞİKÂYET KONUSU	YOĞUNLUK/ DOLULUK	FİYATLAR	MİNİMUM PAKET TUTARI	SİSTEM TARAFINDAN SİPARİŞ İPTALİ	EKSİK TESLİMAT	GEÇ TESLİMAT	YANLIŞ ADRESE TESLİMAT	BOZUK ÜRÜNLER	PARA İADE SORUNLARI	YETERSİZ MÜŞTERİ HİZMETLERİ	COVID-19 KAYNAKLI HİJYEN ENDİŞELERİ
A101 ONLINE	•				•	•			•	•	
CARREFOURSA ONLINE MARKET	•				•	•			•		•
MACROCENTER					•	•		•	•		
MİGROS HEMEN	•		•		•				•		
MİGROS SANAL MARKET		•		•	•	•		•	•	•	
HEPSİEXPRESS (CARREFOURSA İLE İŞBİRLİĞİ)	•			•	•	•			•		
TRENDYOL (MİGROS SANAL MARKET İLE İŞBİRLİĞİ)					•	•			•		
CEPTE ŞOK					•	•				•	•
GETİR		•	•	•		•			•	•	
İSTEGELSİN				•		•		•	•		
TAZEDİREKT (MİGROS GRUBU'NA DAHİL)	•	•		•	•			•	•	•	
YEMEKSEPETİ BANABİ	•			•			•		•		

* A101 Kapıda uygulaması, yeni bir platform olduğundan dolayı henüz kayda değer bir şikâyet birikimi yaşanmamıştır.

Geleneksel Perakendeciler | Geleneksel – Sanal İş Birlikleri | Sanal Perakendeciler

ŞİRKET \ ŞİKÂYET KONUSU	YOĞUNLUK/ DOLULUK	FİYATLAR	MİNİMUM PAKET TUTARI	SİSTEM TARAFINDAN SİPARİŞ İPTALİ	EKSİK TESLİMAT	GEÇ TESLİMAT	YANLIŞ ADRESE TESLİMAT	BOZUK ÜRÜNLER	PARA İADE SORUNLARI	YETERSİZ MÜŞTERİ HİZMETLERİ	COVID-19 KAYNAKLI HİJYEN ENDİŞELERİ
ALDI	•			•				•		•	
LIDL						•		•	•	•	•
TARGET						•	•			•	•

Geleneksel Perakendeciler

De■erlendirme & Öneriler

E-ticaret, perakende sektöründe, halihaz■rda yükselen bir trendken ortaya ç■kan **[COVID-19 pandemisi]**nin de etkileriyle bir anda çok fazla önem ve de■er kazand■. Bugün, Türk ■irketleri bu h■zl■ de■i■ime ayak uydurma konusunda ba■ar■s■z olmasalar da özellikle teslimat süreçlerinde kat edecekleri yollar■n■n oldu■u da ortaya ç■kt■.

Sosyal medya tüketicilere her an her yerden yorumda bulunma olana■■ sa■l■yor ve tüketiciler de bu olana■■ her geçen gün daha yo■un bir ■ekilde kullan■yorlar. Bir yandan olumsuz yorumlar■n h■zla milyonlara ula■abilmesi di■er yanda sosyal medyan■n ba■ka bir mecrada bulunamayacak içgörüleri sa■lamas■, ■irketlerin sosyal dijital mü■teri servislerini hayata geçirmelerine neden oluyor. ■ikâyet yönetiminin çevik ve dinamik olmas■ oldukça de■erli. Bu durumun idaresi, kurumsal alg■ ve marka itibar■n■ do■rudan etkiliyor.

Ekrandaki Marketin Üç Aya■■ bölümünde inceledi■imiz Tahmini Teslimat Zaman■, Teslimat ■ekli ve Sat■■ Sonras■ özellik ve hizmetleri herhangi bir B2C ■irketi için hayati süreçlerdir. ■irketlerin, yukar■da detaylar■

verilen bu üç alan hakk■nda de■erlendirmelerini ve çal■■malar■n■ titizlikle yürütmeleri gerekir. Bu alanlar, ekosistemdeki oyuncular■n sürekli olarak gol yedikleri alanlar olmakla beraber geli■im gösterildi■inde ciddi fark yaratma kapasitesine sahiptirler.

Teslimat sürecinin üzerinde özellikle durulmas■ gerekti■inin alt■n■ çizmek istiyoruz. Teslimat günü ve saatine göre stok ve lojistik planlamas■, bölgesel ihtiyaçlara paralellik göstermeli ve ürünün depodan mü■terinin kap■s■na kadar olan yolculu■u boyunca mü■teri ile ileti■im sade ve aç■k tutulmal■.

Sadece içinde bulundu■umuz pandemi döneminde de■il, yeni normalde de teslimatlar■n hijyen kurallar■na ba■l■ kal■narak gerçekle■tirilmesi üzerine ileti■im kampanyalar■ ba■latman■n önemli oldu■una inan■yoruz. Pandemi esnas■nda dikkat edilecek en önemli hususun ise teslimat■ gerçekle■tiren personelin Sa■l■k Bakanl■■■'n■n tan■mlad■■■ tedbirlere uymas■n■n yan■ s■ra sektöre özel ek hijyen ve sa■l■k ko■ullar■n■n (Temass■z Teslimat gibi) geli■tirilmesi oldu■unu dü■ünüyoruz..

Kaynaklar

https://www.insurancequotes.com/home/porch-pirates-package-thieves-house-fires-holiday-120117

https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=202177430

https://www.theverge.com/2019/6/5/18654044/amazon-prime-air-delivery-drone-new-design-safety-transforming-flight-vide

https://techcrunch.com/2019/10/18/alphabets-wing-begins-making-first-commercial-drone-deliveries-in-the-u-s/

https://www.aboutamazon.com/amazon-fulfillment/our-fulfillment-centers/how-your-package-gets-from-amazons-warehous

https://www.mirror.co.uk/money/breaking-aldi-launches-new-home-21877107

https://www.dailymail.co.uk/news/article-7555913/Lidl-set-launch-online-delivery-service-job-advert-suggests.html

https://hbr.org/2010/12/why-cant-kmart-be-successful-w

https://corporate.target.com/article/2015/10/borderfree-international-announcement/

https://www.usatoday.com/story/money/2020/04/09/shipt-shoppers-receive-face-masks-gloves-they-fulfill-orders/5126919

https://stratejico.com/covid-19-doneminde-sosyal-medyada-stratejik-dusunme

https://www.ft.com/content/d9aa0f70-10f1-11e4-94f3-00144feabdc0

https://retailanalysis.igd.com/news/news-article/t/lidl-accelerates-grocery-ecommerce-developments-/i/21668