

Kasım

hazırlık listesi

Kasım hazırlığı kasımda başlamaz.

İndirim sezonunda ciro rekor kırarken katkı payının dibe vurması sık görülen bir tablo. Sebebi indirimin kendisi değil, **hazırlıksız girilmesi**.

Dokuz hafta, her hafta **tek iş**. Hepsi bir oturuşta yapılamaz, zaten yapılmamalı.

Kural: indirim günü karar verilmez. O güne kadar karar verilmiş olur. Kasımda yapılan tek şey **uygulamaktır**.

Nasıl kullanılır

- 1 Haftanın işini **o hafta içinde** bitir, kutucuğu işaretle.
- 2 Bir hafta kaçarsa **atlama, kaydır** — sıra önemli, her hafta bir öncekinin çıktısını kullanıyor.
- 3 Son kontrolle kampanya günü arasındaki hafta **bilerek boş**. Orası aksaklık payı.
- 4 Geç mi başladın? **1. haftadan başla**, sırayı koru.

Hazırlık

- ☐ 1 • 9 HAFTA KALA **Ürün bazında katkı payını çıkar.** İndirimden önce her ürünün ne bıraktığını bilmeden indirim oranı konulamaz.
- ☐ 2 • 8 HAFTA KALA **Her ürün için indirim tavanını yaz.** Katkı payını sıfırlamayan en yüksek oran. Ürünün tavanı farklı olabilir, tek oran uygulanmaz.
- ☐ 3 • 7 HAFTA KALA **Stok planı.** Hangi üründen ne kadar. Tedarik süresi geriye doğru sayılır — siparişin bugün verilmesi gerekiyor olabilir.
- ☐ 4 • 6 HAFTA KALA **Kargo ve iade karşılığını yeniden hesapla.** Kampanyada iade oranı normal aylara göre yükseliyor; eski oranla yapılan hesap yanıltır.
- ☐ 5 • 5 HAFTA KALA **Ücretsiz kargo eşiğini yeniden koy.** Eşik indirimli fiyata göre hesaplanır. Eski eşik indirimli sepette katkı payını yiyebilir.

Son düzlük

- ☐ 6 • 4 HAFTA KALA **Reklam bütçesi ve hangi ürüne.** En çok satana değil, **indirimli hâlde en çok bırakana.** İkisi çoğu zaman aynı ürün değil.
- ☐ 7 • 3 HAFTA KALA **Nakit takvimi.** Kampanya tahsilatı ne zaman geliyor, tedarikçi ödemesi ne zaman çıkıyor. Kasım ciro ayı, aralık ödeme ayı.
- ☐ 8 • 2 HAFTA KALA **Operasyon.** Paketleme, kargo kapasitesi, iade akışı. Kampanyayı satış değil **teslimat** batırır.
- ☐ 9 • 1 HAFTA KALA **Son kontrol ve dondurma.** Fiyatlar, stok ve eşikler kilitlenir. Bu haftadan sonra hiçbir şey değişmez.
- ☐ KAMPANYA GÜNÜ **Uygulama.** Yeni karar verilmez.

Dokuz haftanın sonunda elinde bir şey kalıyor: **hangi ürüne neden o oranı verdiğinin yazılı cevabı.** Aralıkta tabloya bakarken lazım olacak olan da bu.

SONRAKİ SORU

1. hafta senden ürün bazında katkı payını istiyor. Biliyor musun?

Bilmiyorsan hazırlık aslında burada başlıyor. İndirim tavanı, reklam bütçesi, hangi ürünün kampanyaya gireceği: dokuz haftanın hepsi bu rakama dayanıyor.

GERÇEK MARJ DOSYASI

Her ürünün için altı rakam. Dosya, hangisinin gerçekten para bıraktığını söylüyor.

[Gerçek Marj Dosyası'na bak →](#)certoly.com.tr/araclar