



Fatih Özençin, Doğanlar Holding Bilgi Teknolojileri Direktörü

“Ürün taleplerini tahmin eden AI projesi ile sektörde bir ilk olmak istiyoruz”

Doğtaş tarafında özellikle Ar-Ge laboratuvarlarında, 3D yazıcı uygulamalarından yapay zeka algoritmalarına kadar farklı konularda deneyimlerimiz oluyor; ama Endüstri 4.0'a ilişkin ağırlıklı olarak önem verdiğimiz konulardan bir tanesi yapay sinir ağı parametreleri ile yapay zeka algoritmalarını kullanarak tahminde bulunma konuları. Biz de özellikle

sezonals talep dalgalanmaları, bayilerin ürün bazında taleplerini tahmin edecek bir yapay zeka algoritması projesi ile sektörde bir ilk olmak istiyoruz. Projemizde, tedarik zincirinde önem arz eden müşteriden gelen sipariş tahmini, bayi stok durumları, bayi optimum stok düzeyleri, fabrika optimum üretim miktarları, fabrika üretim verimlilikleri, malzeme sipariş modelleri ve tedarikçi yönetimi bilgileri üzerinde yoğunlaşma sağlanacak ve bunların tahmin ve sınıflandırma analizleri gerçekleştiriliyor olacak.

Örneğin, satış tahmin modülü için yapay sinir ağı parametreleri olarak giriş değerlerimiz tüketici güven endeksi, konut satış büyüme oranı, mobilya sektörü (hracat) büyüme oranı, birim enerji fiyatı, ham madde maliyeti, evlenme sayısı, kampanya ve rakip kampanya/pazarlama etkinlik oranları, bayi stok miktarları, geçmiş satış rakamları olabileceği

üzere, ağı çıkışımız da kümülatif ürün bazında bilgi, ürün detayı (grubu) bazında talep tahminleri ve bayilerden gelecek net satış öngörüsü gibi çıktılar olacak. Öte yandan, fabrika stok ve üretim yönetimi için giriş değerlerimiz bayilerden gelen net satış öngörüsü, stok tutma maliyeti, birim üretim maliyeti, makine hazırlık süreleri, üretim kapasite miktarları, depo kapasitesi, hedeflenen teslim performansı, enflasyon ve faiz oranları, ek mesafe maliyeti gibi birimler olacakken, çıkış değerleri ise ürün bazında optimum stok miktarları, üretim parti miktarları, fabrika optimum üretim miktarları, malzeme sipariş modelleri, optimum miktar ve maliyet (malzeme yönetimi) olacak.

“Müşterilerimiz sanal ortamda ürünlerimizi 3D olarak inceleyip düşündükleri ortamın tüm tasarımını kendileri yapabilecek”

Pandemi dönemi ve sonrasında hepimizin içinde olduğu çok kanallı pazarlama konsepti ile müşterimize olabildiği kadar



ANALİZ

çok kanaldan erişmek, müşteri deneyimi sunmak, tutarlı bir fiyat ve kampanya yönetimi politikası belirlemek zorundayız. Biz de marka bazında e-ticaret kanallarımız daha aktif bir şekilde müşterilerimizle hizmetine sunduk. Bunu yaparken yaygın bayi ağımızın büyük ağırlağından yararlanarak. Özellikle uzaktan erişim ve sipariş imkânlarını sonuna kadar kullanabilmek için tüm e-ticaret sistemimizde 7/24 müşterilerimizi dinleyen chatbot'lar geliştireceğiz. Bu şekilde aslında karşılanmayan ürün talepleri, ürün bilgilerinde sorular, fiyat veya kampanya sorularını da müşterinin lokasyonuna göre, eğer bot cevaplamakta yetersiz kalmışsa en yakın mağazada görevlendirilmiş ilgili sorumlu satış uzmanını aktararak olacağız. Bu bot çağrılarının sipariş dönüme oranları da takip ediyor ve ona göre printlerinde sistemi optimize ediyor. Bu sayede tüm kanalları eğitilmiş olarak çağrılarımıza ve gerektiklerinde tutarı bir şekilde kanal geçirebiliyoruz da mümkün olacak. Tabii burada yapay zeka algoritmaları sayesinde zaman içinde 3 ile 6 ay içerisinde bizi en çok daha tutarı cevaplar vermelerini ve sipariş kapatma oranlarını artırmalarını hedefliyoruz.

Ödeme sürecini dijital ortamda da sürdürebilmek için sanal pos projelerimizi mağaza ve bayilerimize yaygınlaştırmayı başladık. Müşterilerimizi isterse artık sanal ortamda ürünlerimizi 3D olarak inceleyebilirler ve kendi yaratıcıları sanal ortamda ürünlerin kumaş renginden ürünü konumlandırma kadar düşündükleri ortamın tüm tasarımını kendileri yapabilecek. Diğer önemli kanalıma mağaza ve bayilerimizdeki online kiosk'lar. Online kiosk'lar ile hedefimiz, tüketicilerimize ürün tanıtımları ve kampanyalarımıza tanıtıcı, ürün sipariş sürecini özellikle yoğun günlerde hızlandırmak ve kolaylaştırmak olacak. Tüketicili bulunduğu lokasyonda aradığı ürün olmasa bile online kiosk ile en yakın lokasyondan stoklu ürünün siparişini verip teslimatını gerçekleştirebilecek. Ödeme için kiosk üzerinden ister bulunduğu lokasyondan sanal pos aracılığı ile yapabilecek. Bu şekilde mağazadan dijital kanalları ile talep ve kioskta talep oluşturulmuş mağazada kasasını ödeme kabiliyeti artıyor olacak. Mağazada olmayan ürünlerin satışını, daha düşük metrekareli mağazalarda daha az personel ile yapabilmek mümkün olacak.

“Click&collect, online alışverişin önemli bir parçası haline gelecek”

Son olarak Ürünü internetten satın alıp fiziksel olarak mağazadan teslim almayı ifade eden click&collect konseptinin, online alışveriş sürecinin önemli bir parçası haline geleceğini düşünüyoruz. Buradan hareketle, tüm markalarımız Doğtaş, Kelebek, Lova yatak, Raumstore için e-ticaret platformlarının ERP sistemleri ile fiyat, ürün ve stok bilgisi anlamında tam entegrasyonlarını sağlayacak bir platform projesini yapıyoruz. Bu sayede yurt dışındaki franchise bayilerimiz ile de anlık ülke, depo lokasyonu, para birimi ve dil bazında başlıca stok yönetimi, ürün çarşı yönetimi, fiyat yönetimi ve kampanya yönetimi yapabilecek. Bunun için de sipariş kaçırılmak veya sipariş grafiğine sızarak olumsuz stok aktarımları veya bayi-mağaza kanalları e-ticaret kanalına stok aktarımlarını doğru bir şekilde yapma, ürün teslim tarihlerini minimum düzeye indirmeyi hedefliyoruz.