

SOMM

SOMM · PERAKENDE OPERASYON PLATFORMU · BELLONA & İSTİKBAL

İki marka, tek omurga: **Bellona ve İstikbal** perakende operasyonunun dijital standardı

SOMM, Bellona ve İstikbal bayi mağazalarında bugün canlı çalışan bir perakende operasyon platformudur. Teklifin verildiği andan SAP siparişine, teslimattan satış sonrası memnuniyet aramasına kadar tüm süreç tek sistemde akar; her marka kendi kimliğiyle, aynı omurga üzerinde çalışır. Platformun canlı özellikleri, sahada her gün gerçek üretim verisiyle çalışmaktadır.

Bellona**İstikbal****Mağaza · Bayi · CRM · E-Store****178.000+**

işlenmiş SAP satış satırı

26

mağaza tek CRM çatısında

141

canlı özellik / 3 uygulama katmanı

15 dk

SAP stok ve satış senkron aralığı

Bir Satışın Tam Yolculuğu

Marka merkezinin görmek istediği şey tek tek ekranlar değil, kesintisiz bir süreçtir. Müşteri deneyimi teklifle başlar, teslimatla sınırlanır, satış sonrası aramayla marka hafızasına dönüşür; bu zincirin herhangi bir halkası ayrı bir sistemde kaldığında izlenebilirlik orada kopar. SOMM'da aynı satış kaydı, mağaza ekranından SAP siparişine ve CRM arama görevine kadar tek kimlikle taşınır; marka merkezi her aşamayı aynı veri üzerinden okur.

01

Karşılama ve teklif

Satıcı, SAP'tan düzenli senkronla tazelenen güncel stokla teklifi müşterinin karşısında kurar. Teklif, kaynağı (mağaza, WhatsApp, Instagram, telefon) etiketlenerek sisteme kaydedilir; fırsat kişisel notta değil sistemde yaşar.

02

Fiyat, kampanya ve onay

Kampanya, taksit ve iskonto tek fiyat motorunda hesaplanır; eşiği aşan indirim otomatik olarak müdür onayına düşer. Her karar gerekçesiyle iz bırakır; fiyat disiplini mağazanın inisiyatifine değil, kurala bağlanır.

03

Satış ve SAP siparişi

Teklif satışa döndüğünde satış, markanın SAP düzenindeki siparişiyle eşleşir; müşterinin eline elle doldurulmuş kâğıt değil, standart kurumsal sipariş formu geçer. Mağazadaki kayıt ile ERP'deki kayıt aynı gerçektir.

04

Teslimat takibi

Çok kalemlili siparişlerde parça durumu, il dışı sevk ve gecikme uyarısı sipariş satırında görünür; teslim tarihleri SAP teslimat verisiyle hizalanır. Geciken sipariş, müşteri şikâyet etmeden ekibin önüne düşer.

05

Satış sonrası arama ve memnuniyet

SAP'ta teslim edilen her sipariş CRM'de otomatik bir arama görevine dönüşür; bugüne kadar 2.200'ü aşkın arama görevi bu disiplinle yürütülmüştür. Mağaza, satıcı ve montaj ayrı ayrı puanlanır; tamamlanan görüşmelerde ortalama memnuniyet 4,9/5 olarak ölçülmektedir.

06

Tekrar satış

Müşterinin tüm geçmişi — sipariş, teslimat, servis, memnuniyet — 360° kartta ve zaman çizelgesinde birikir. Bir sonraki temas tanıdık bir müşteriyle kurulur; memnuniyet, markanın tekrar satış zeminine dönüşür.

Dağınık Operasyondan Tek Sisteme

Bayi ağında operasyon dağınık araçlarla yürüdüğünde marka merkezi sahayı göremez: kâğıt teklif kapanana kadar kayıt dışıdır, müşteri iletişimi satıcının kişisel telefonunda kalır, müşteri listeleri Excel dosyalarında kişiye bağlı yaşar. Satış SAP'ta görünür; ancak o satışa giden teklif süreci, verilen iskonto ve teslimat sonrası deneyim hiçbir yerde birleşmez. Sorun, marka merkezinin sistemsizliği değil; merkez sistemleri ile mağazadaki satış anı arasında kalan kayıt dışı bölgedir. SOMM bu bölgeyi, sürecin her adımını tek sistemde kayda bağlayarak markanın veri düzenine bağlar.

Dağınık operasyon	SOMM omurgası
Kâğıt teklif formları; verilen teklifin akıbeti satıcının hafızasında	→ Her teklif kaynak ve durum etiketiyle sistemde; bekleyen, satılan ve iptal sayaçlarıyla dönüşüm oranı canlı izlenir
Müşteri iletişimi kişisel WhatsApp hesaplarında; satıcı ayrılınca ilişki de gider	→ WhatsApp ve Instagram kurumsal gelen kutusunda; her mesaj kişiye değil mağazaya ve markaya bağlanır
Stok için depoya telefon; satış ve ERP ayrı ekranlarda, veri kopuk	→ SAP stok ve satış verisi düzenli senkronla platforma akar; satıcı sepette güncel stoku görür, saha ile ERP aynı gerçeği gösterir
Excel'de tutulan müşteri listeleri; teslimat sonrası arama kişinin insafına kalmış	→ Tüm müşteri kayıtları tek çatıda; Müşteri 360° kartı ve sistematik arama kuyruğuyla takip, kişinin insafına değil kurallı bir sıraya bağlanır
İskonto ve fiyat uygulaması mağazadan mağazaya değişir; merkez sapmayı ay sonunda öğrenir	→ İskonto eşikleri, kampanya kuralları ve fiyat sapması analizi tek kural setinde; eşik üstü indirim onaya düşer, her karar iz bırakır

Üç Uygulama Katmanı, Tek Veri Omurgası

SOMM, perakende operasyonunu üç uygulama katmanına ayırır: satış anını yöneten Mağaza Uygulaması, zinciri yöneten Bayi Yönetim Paneli ve satış sonrası yöneten CRM Satış Sonrası Paneli. Üç katman da aynı veri omurgasını paylaşır; bir katmanda oluşan kayıt, diğerlerinde aynı kimlikle görünür. Mağazanın online vitrini E-Store da bu omurgadan beslenir; dijital kanal ayrı bir sistem değil, aynı sürecin dördüncü yüzüdür.

SATIŞ ANI

Mağaza Uygulaması

Satıcının ve mağaza müdürünün günlük çalışma ekranıdır; teklif, sepet, satış, stok ve müşteri kartı burada yönetilir. Satış anında üretilen her kayıt, diğer katmanların veri kaynağıdır.

ZİNCİR YÖNETİMİ

Bayi Yönetim Paneli

Bayi sahibinin ve koordinatörün zincir görünümüdür; hedef, prim, fiyat politikası ve mağaza karşılaştırması buradan yönetilir. Kurallar bu katmanda tanımlanır, mağazalarda uygulanır.

SATIŞ SONRASI

CRM Satış Sonrası Paneli

Satış sonrası operasyonun merkezidir; arama kuyruğu, memnuniyet ölçümü ve servis takibi bu katmanda yürür. Teslimatla başlayan müşteri deneyimi burada kayda bağlanır.

Tek veri omurgası + E-Store vitrin

Her mağazanın kendi adresinde yayınlanan online vitrini, katalog, kampanya ve fiyatları mağazayla aynı kaynaktan alır; buradan gelen talepler doğrudan mağazanın teklif akışına düşer.

Mağaza Uygulaması

Markanın vaadi, mağazada müşterinin karşısında geçen dakikalarda sınanır. Mağaza Uygulaması bu anı standarda bağlar: satıcı teklifi dakikalar içinde kurar, fiyat kurallı bir çerçevede şekillenir, müdür her kararı veriyle izler. Böylece Bellona ve İstikbal mağazalarındaki satış deneyimi satıcının bireysel inisiyatifine değil, ortak bir operasyon disiplinine dayanır. Satıcı hızlanır, müdür kontrol eder, marka standardı her mağazada aynı biçimde korunur.

Teklif Yönetimi ve Kanal İzi

Satıcının verdiği her teklif; toplam, bekleyen, satılan ve iptal sayaçlarıyla tek listede izlenir; WhatsApp, Instagram ve telefon gibi kaynak etiketleriyle hangi kanaldan geldiği kayda geçer. Sistemde kurulan her teklif kayıt altındadır; dönüşüm oranı mağaza mağaza ölçülür. Reklam ve kampanya bütçesi, tahmine değil gerçekten satışa dönen kanala göre yönlendirilir.

Üç Sepet ve Canlı Fiyat Motoru

Satıcı aynı müşteri için üç ayrı sepeti yan yana kurar; fiyat motoru kampanyayı, iskontoyu ve nakit/kredi ayırımını anında hesaplar. Müşteri karşısında "hesaplayıp deneyim" cümlesi ortadan kalkar; alternatifler tek ekranda kıyaslanır, pazarlık kurallı bir fiyat çerçevesi içinde hızla kapanır. Satış anındaki bu hız, kararsız müşterinin mağazadan boş çıkma ihtimalini azaltır.

SAP Stokuyla Satış

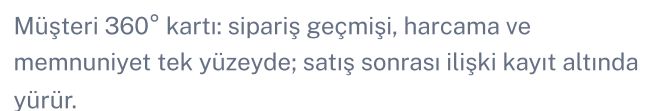
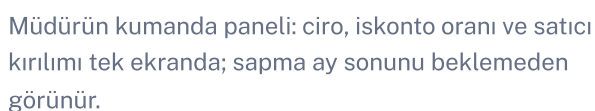
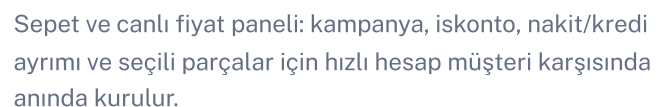
Ürün sepete doğrudan SAP stok satırlarından eklenir; depo, bakiye ve fiyat bilgisi düzenli senkronla satıcının önüne gelir. Satıcı, SAP'ta karşılığı olmayan ürünü sepete ekleyemez; müşteriye verilen her adet ve tarih sözü SAP kaydına dayanır. ERP ile saha arasındaki kopukluğun bedeli — iade, gecikme ve itibar kaybı — daha satış anında önlenir.

İskonto Onay Mekanizması

Belirlenen eşiğin üzerindeki indirim, satışı otomatik olarak müdür onayına düşürür; karar PIN ile verilir ve gerekçesiyle birlikte iz bırakır. Satıcının "evet" deme esnekliği korunur, ancak kâr marjı bireysel inisiyatife bırakılmaz. Fiyat bütünlüğü ve kanal kârlılığı, mağaza içinde denetlenebilir bir kurumsal kurala bağlanır.

Günlük, haftalık ve aylık sipariş tutarı, net ciro, toplam iskonto oranı ve satıcı bazlı satış dökümü tek ekranda toplanır; en çok satan ve en çok iskonto veren satıcı ayrıca öne çıkar. Müdür sapmayı ay sonunu beklemeden görür ve erken müdahale eder. Yönetim izlenimle değil, her mağazada aynı yöntemle üretilen rakamla çalışır; bu da bayi ağı genelinde karşılaştırılabilir bir yönetim standardı demektir.

Müşterinin teklif, sipariş, iletişim ve memnuniyet geçmişi tek kartta toplanır; SAP'a işlenen sipariş, fabrika süreci ve teslimat adımları kronolojik bir akışta okunur. "Siparişim nerede?" sorusu tahminle değil kayıtla yanıtlanır. Satış sonrası bu şeffaflık, markanın müşteri gözündeki güvenilirliğini mağaza düzeyinde korur ve tekrar satışın zeminini hazırlar.



Bayi Yönetim Paneli

Bayi sahibi ve koordinatör, zincire bağlı tüm mağazaları tek çatıdan yönetir: satış, hedef, prim, fiyat, müşteri, ekip ve stok aynı panelde toplanır. Böylece ağıdaki her bayi aynı göstergelere bakar, aynı kurallarla çalışır, aynı disiplinle raporlar. Mağaza sayısı arttıkça yönetim kalitesi kişiye bağlı olmaktan çıkar; standart, panelin kendisinde tanımlıdır.

Komuta Merkezi ve Operasyon Alarmları

Net satış, teslim oranı, açık teklif ve mağaza karşılaştırması tek ekranda toplanır; açık teklif birikmesi, geciken teslimat, fiyat sapması gibi kritik durumlar alarm listesine düşer. Bayi yönetimi güne sezgiyle değil, her sabah aynı göstergelerle başlar; sorun, müşteri şikâyetine dönüşmeden bayi düzeyinde yakalanır.

Prim Stüdyosu ve Hedef Yönetimi

Mağaza ve satıcı hedefleri bayi düzeyinde planlanır; tüm satıcıların dönemsel primi SAP ciro verisi üzerinden tek stüdyoda hesaplanır ve izlenir. Teşvik sistemi şeffaflaşır, prim tartışması ortak rakamla kapanır. Prim oranları stratejik ürün ve kategoriye yönlendirilebildiği için, merkezle uyumlu satış davranışı sahada rakamla teşvik edilir.

Fiyat ve İskonto Disiplini

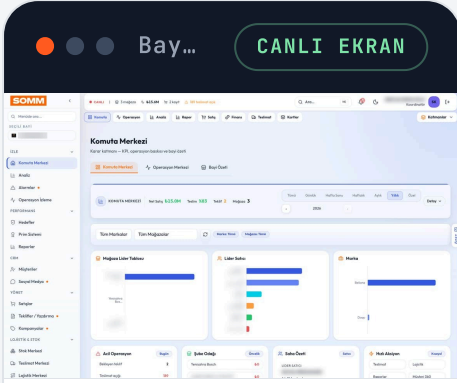
Fiyat politikası, iskonto kural ve limitleri ile ödeme/vade kurgusu bayi düzeyinde tanımlanır; fiyat sapması analizi hangi mağazanın ve satıcının politikadan ne kadar ayrıldığını satır satır gösterir. Markanın fiyat bütünlüğü böylece iyi niyete değil denetlenebilir kurala dayanır; sapma erken görünür, erken düzeltilir.

Kart Merkezi — Bağlı Kayıt Omurgası

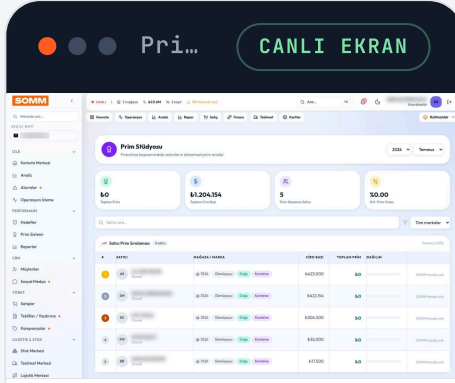
Müşteri, personel, mağaza, marka, yetki ve ürün kartları tek merkezde, birbirine bağlı tutulur; her varlığın geçmişi, ilişkileri ve yetkileri tek kayıttan okunur. Veri disiplini buradan başlar: tüm raporlar aynı kaynaktan beslenir, mükerrer kayıt sistematik olarak önlenir ve her bilgi yalnızca ait olduğu bayinin kapsamında kalır.

Zincir Düzeyinde Müşteri Hafızası

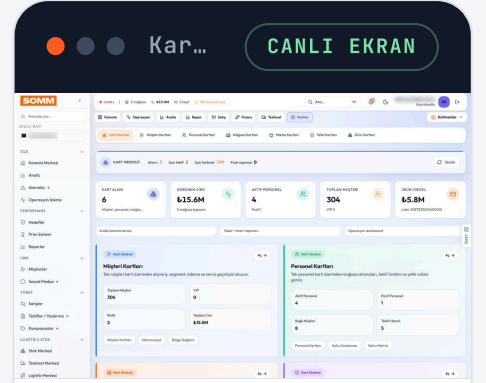
Zincirin tüm müşterileri bayi düzeyinde tek listede birleşir; Müşteri 360° kartı alışveriş, teklif, teslimat ve servis geçmişini mağazalar üstü tek görünümde toplar. Bir mağazadan alışveriş yapan müşteri diğer mağazada da tanınır; tüm müşteri kayıtları bu düzenle, bayi bazlı veri izolasyonu altında ilgili bayinin sınırları içinde tutulur.



Komuta Merkezi — zincirin günlük göstergeleri, mağaza lider tablosu ve operasyon alarmları tek ekranda.



Prim Stüdyosu — tüm satıcıların dönemsel prim analizi, prim hesabına esas ciro ve ortalama prim oranı.



Kart Merkezi — müşteri, personel, mağaza, marka, yetki ve ürün kartlarının bağlı yapısı.

CRM Satış Sonrası Paneli

Satış sonrası deneyim, marka itibarının sahada yazıldığı yerdir; müşteri mağazayı değil markayı hatırlar. CRM Satış Sonrası Paneli bu deneyimi disipline bağlar: teslim edilen her sipariş için otomatik arama görevi açılır ve görev tamamlanana kadar kapanmaz; memnuniyet puanlanır, her servis talebi kapanış teyidinde kadar izlenir. 26 mağaza tek CRM çatısında çalışır; 2.200'ü aşkın satış sonrası arama görevi aynı omurgada yönetilmiştir. Bayide teslimattan sonra ne yaşandığı, marka merkezi için ilk kez ölçülebilir bir veri haline gelir.

SAP Kaynaklı Arama Disiplini

SAP'taki teslim tarihli satış siparişleri CRM'e otomatik olarak arama görevi şeklinde aktarılır; operatör kuyruğu elle liste derlenerek değil, gerçek satış verisinden beslenir. Mağaza bazında SAP toplam / aktarılan / bekleyen sayaçları aktarımın eksiksizliğini görünür kılar. "Teslimatı yapılan her müşteri arandı mı?" sorusu böylece tahmine değil kayda dayanır.

Memnuniyet Ölçümü ve Açık Risk Takibi

Her arama sonrası puan, yorum ve sorun kaydı tek yüzeyde toplanır; olumlu/nötr/olumsuz dağılımı, kategori yoğunluğu ve açık risk sayısı canlı izlenir. Düşük puan geldiği anda kayıt risk olarak işaretlenir ve bir aksiyona bağlanana kadar kapanmaz. Olumsuz bir deneyim, sosyal mecralara veya şikâyet platformlarına taşınmadan bayi içinde ele alınabilir hale gelir; bu disiplinin canlı operasyondaki karşılığı 4,9/5 ortalama memnuniyettir.

Servis Taleplerinin Kapanış Teyidiyle Yönetimi

Hasar, montaj ve değişim talepleri öncelik ve durum bilgisiyle kayıt altına alınır, montörle eşleştirilir ve çözüm oranı canlı izlenir. İş "kapatıldı" demekle bitmez; servis sonrası müşteri aranarak sorunun gerçekten çözüldüğü teyit edilir. Böylece marka, servis kalitesini bayinin beyanından değil müşterinin kendi geri bildiriminden ölçer.

CRM ve SAP'ın Birleştiği Müşteri Kartı

Müşteri kayıtları, CRM ve SAP verisinin birleştiği tek kartta tutulur: sipariş adedi, toplam ciro, son işlem tarihi ve renk kodlu bir sağlık skoru. Sağlık skoru düşen yüksek cirolu müşteriler filtrelenip proaktif arama listesine dönüştürülür. Müşteri kaybı gerçekleştikten sonra raporlanmaz; gerçekleşmeden önce sinyal verir.

Karar Odaklı Raporlama

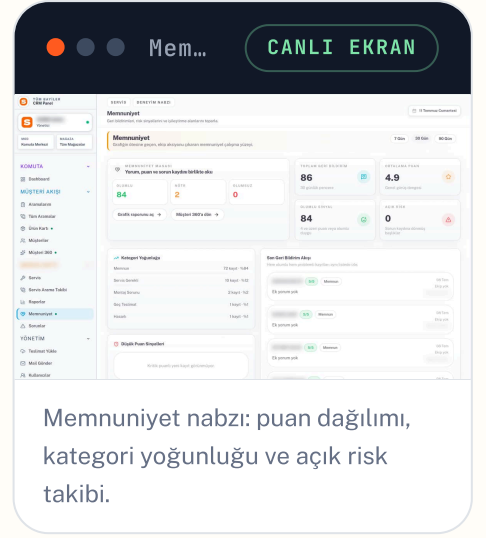
Memnuniyet oranı, puan dağılımı, kategori kırılımı ve günlük trend 7 / 14 / 30 / 90 günlük pencerelerde tek sayfada okunur; tekil görüşme kartlarına satıcı, ilçe ve yıldız filtresiyle inilir. Çıktılar Excel'e dökülür veya şablonlu e-posta ile ilgili birimlere dağıtılır. Marka merkezi, bayi ağındaki satış sonrası performansı aynı ölçütlerle ve karşılaştırılabilir biçimde takip eder; "işler iyi gidiyor" hissi kanıta bağlanır.



CRM komuta ekranı: bekleyen çağrı, açık servis ve memnuniyet tek panoda.



Servis talepleri akışı: öncelik, durum ve canlı çözüm oranı.



Memnuniyet nabızı: puan dağılımı, kategori yoğunluğu ve açık risk takibi.

SAP Entegrasyonu ve Veri Omurgası

SOMM, markanın SAP dünyasının yerine geçmez; ona hizalanır. Satış siparişi, stok, teslimat ve müşteri verisi SAP'tan 15 dakikada bir planlı senkronlarla akar; satıcının sepette gördüğü stok, SAP'tan alınan en güncel kayıttır. Entegrasyon planlı ve okuma ağırlıklı çalışır; markanın SAP düzeninde ek modül veya değişiklik gerektirmez. Müşteriye verilen teslim sözü de SAP terminine bağlanır: söz tutma disiplini kişisel takibe değil veri omurgasına dayanır.

SAP'tan Güncel Stok

Tüm depolar ve ürün stokları SAP ile entegre biçimde izlenir; veri düzenli aralıklarla tazelenir ve sepete ürün eklenirken güncel miktar olarak satıcının önüne gelir. Bu planlı aralık, SAP tarafına anlık sorgu yükü bindirmeden sahaya güncel veri taşıyan bilinçli bir tasarım tercihidir; stok karşılığı olmayan ürün sepete girmez, verilen söz SAP kaydına dayanır.

SAP Raporları ve Senkron İzleme

SAP kaynaklı satış ve teslimat raporları SOMM içinde sunulur; ayrı bir senkron ekranı aktarımın durumunu ve verinin tazeliğini gösterir. Mağaza yönetimi iki sistem arasında koşturamaz, aksayan bir aktarım da büyümeden görünür hale gelir. Sahadaki kararların güncel veriyle alındığı böylece denetlenebilir.

SAP Teslimat Hizalaması

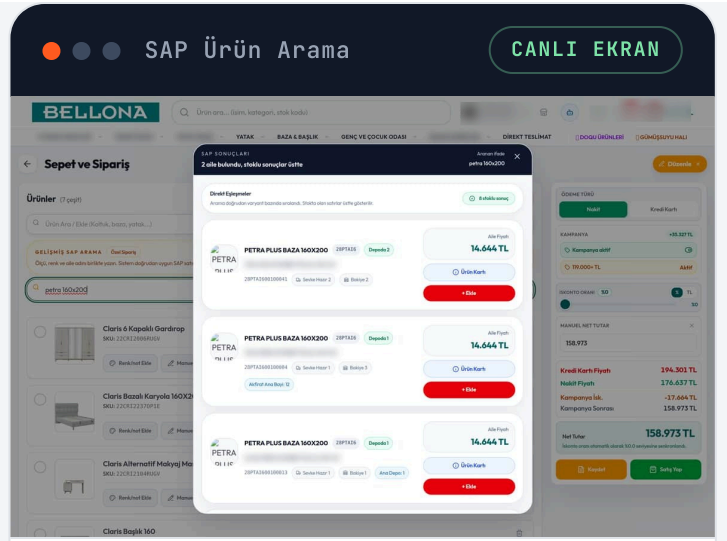
Teslimat takibi SAP'ın teslimat verisiyle hizalanır; tahmini tarihi geçen siparişler otomatik "Gecikmiş" uyarısı alır. Müşteriye söylenen tarih ile fabrikadan gelen termin aynı kaynaktan beslenir; gecikme, müşteri şikâyetine dönüşmeden satıcının ve müdürün önüne düşer. Teslimat sözünün tutulması, marka itibarının sahadaki en somut ölçülerinden biridir.

Parçalı Sevkiyat Takibi

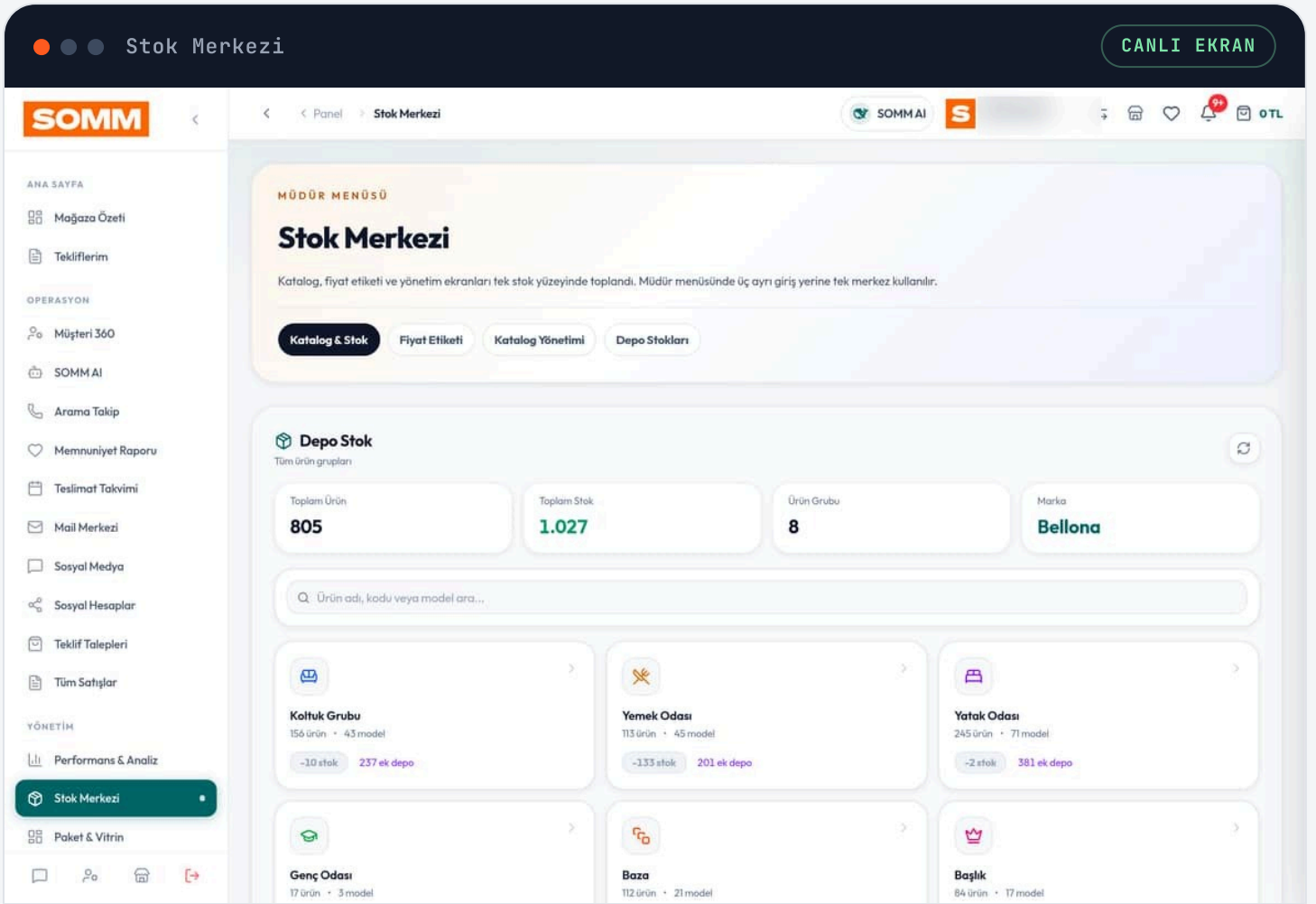
Çok kalemlili siparişlerde her satır "7/8" gibi bir parça durumu rozeti taşır; il dışına giden sevkler şehir etiketiyle işaretlenir ve tek tıklarla süzülür. Mobilyada teslimat çoğu zaman parça parça ilerler; hangi parçanın elde, hangisinin yolda olduğunun net izlenmesi, teslimat kaynaklı memnuniyetsizliğin önemli bir kalemini kapatır. Aynı şehre giden sevklerin birleştirilmesi lojistik maliyeti de düşürür.

Ölçekli Satış Verisi İşleme

Platform bugüne kadar 178.000'i aşkın SAP satış satırını işleyerek analiz, hedef-gerçekleşen kıyası ve prim hesabına temel yapmıştır. Ciro, performans ve prim ekranları tahmine değil SAP'taki gerçekleşmiş satışa dayanır; mağaza, bayi ve marka merkezi aynı rakamı konuşur.



SAP arama sonuçları — ölçü, renk ve aile adıyla arama; stoklu satırlar depo ve bakiye rozetleriyle en üstte.



Stok Merkezi — mağaza ve depoların stoku tek merkezden, çoklu depo desteğiyle.

Dijital Kanallar ve SOMM AI

Satış, mağaza duvarlarında bitmez. Her mağaza kendi internet adresinde müşteriye açık bir online vitrin işletir; WhatsApp ve Instagram yazışmaları kişisel telefonlarda değil kurum hafızasında toplanır. SOMM AI, stok ve performans sorularını doğal dille yanıtlar; mağazanın e-postası da aynı çatı altında, yapay zekâ desteğiyle işlenir. Dijital kanaldan gelen her temas kayıt altına alınır ve bir satıcıya bağlanır.

E-Store — Mağazanın Online Vitrini

E-Store, mağazanın kendi adresinde yayınlanan online vitrinidir; markanın güncel kataloğu, kategori grupları, aktif kampanyalar ve nakit/kredi fiyatları burada yayınlanır. Kayıtlı müşteri güvenli kimlik doğrulamasıyla siparişini izler; oluşturduğu teklif talebi doğrudan Mağaza Uygulaması'ndaki Teklif Talepleri ekranına düşer ve bir satıcıya yönlendirilir. Mağaza kapalıyken gelen talep bile kayıt altındadır; dijital vitrin, fiziksel mağazayla aynı fiyat ve kampanya disiplinini taşır.

WhatsApp ve Instagram Birleşik Gelen Kutusu

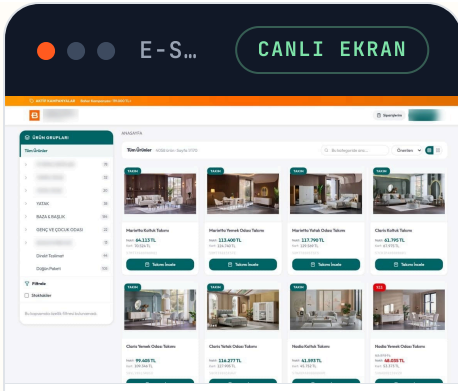
WhatsApp ve Instagram yazışmaları, Mağaza Uygulaması'ndaki üç bölmeli birleşik gelen kutusunda toplanır ve telefondaki uygulamayla eş zamanlı akar. Konuşma satıcının kişisel telefonunda değil kurum hafızasında tutulur; satıcı ayrılrsa da müşteri geçmişisi mağazada kalır. Marka adına yürüyen her yazışma izlenebilir hale gelir, sosyal kanaldan gelen fırsat doğru mağazaya düşer ve teklif akışına bağlanır.

SOMM AI — Kalıcı Hafızalı Operasyon Asistanı

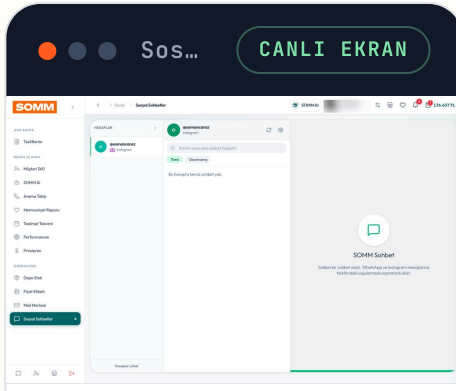
SOMM AI; stok, katalog, prim, performans, müşteri ve teklif sorularını doğal dille yanıtlayan, önceki konuşmaları yeni oturuma taşıyan kalıcı hafızalı bir asistandır; depoyu SKU, aile ve grup bazında özetler. Satıcı ekranlar arasında dolaşmak yerine tek asistana danışır; yeni personel sistemi sorarak öğrenir. Bayi ağı ölçeğinde bu, eğitim yükünü düşürür ve sistemin doğru kullanımını mağazadan mağazaya standartlaştırır.

Mağaza E-Posta Merkezi ve Yapay Zekâ İşleme

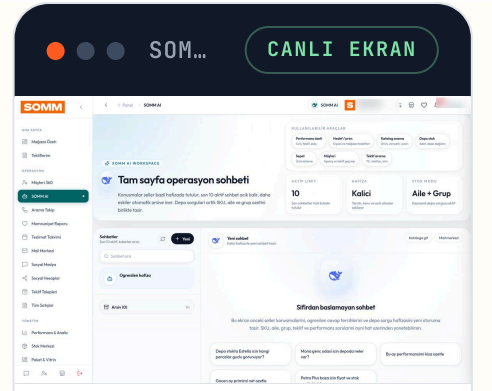
Mağazanın kurumsal e-postası tek ekranda yönetilir; gelen iletiler yapay zekâ desteğiyle işlenir ve imza yönetimi sayesinde her e-posta marka kimliğiyle çıkar. Yapay zekânın hangi e-postayı nasıl yorumladığı ayrı bir günlükte şeffaf biçimde izlenir; otomasyon, denetimle birlikte gelir. Kurumsal yazışma kişisel posta kutularına dağılmaz, önemli mesaj yığın içinde kaybolmaz.



E-Store vitrini — mağazanın kendi adresinde müşteriye açık online kataloğu.



Birleşik sosyal gelen kutusu — WhatsApp ve Instagram kurum hafızasında.



SOMM AI çalışma alanı — stok, prim ve performans sorularına doğal dille yanıt.

Tek Omurga, İki Marka Kimliği

SOMM tek bir kaynak kod üzerinde çalışır; aynı omurga Bellona mağazasında Bellona, İstikbal mağazasında İstikbal kimliğiyle açılır. Katalog, kampanya ve görsel kimlik markaya göre ayrışır; ekran akışları, veri modeli ve operasyon disiplini ortak kalır. Tek hatta yapılan her iyileştirme iki marka ağına aynı anda yayılır; iki ayrı yazılımın bakım ve sürüm riski taşınmaz.

Tek Geliştirme Hattı

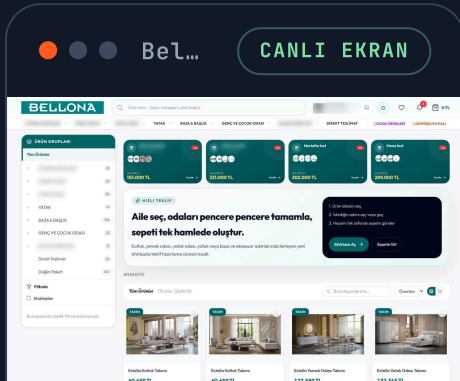
Bellona ve İstikbal uygulamaları aynı kaynak koddan derlenir; 141 canlı özelliğin tamamı iki markada da aynı sürümle çalışır. Bir hata düzeltilmesi veya yeni yetenek tek hattan yayına alınır ve iki marka ağına aynı anda ulaşır. Bayi ağında sürüm dağınıklığı oluşmaz; tek bir operasyon standardı korunur.

Marka Kimliği ve Katalog Ayrışması

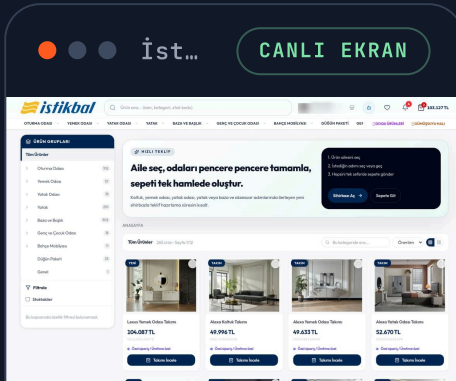
Logo, renk, vitrin kataloğu, kampanya kurgusu ve yazdırılan belge şablonları markaya göre ayrışır; müşterinin gördüğü her yüzey ilgili markanın diliyle konuşur. İstikbal satıcısının ekranı Bellona'dakiyle birebir aynı yetenekleri taşır, ancak yalnızca İstikbal'in verisi ve kimliğiyle çalışır. Ortak omurga görünmez kalır; marka kimliği sahada tavizsiz korunur.

Mağaza ve Veri Kapsamı İzolasyonu

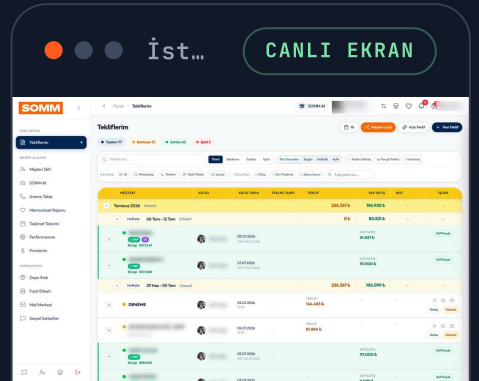
Her mağazanın verisi kendi kapsamında tutulur; kampanya, fiyat ve müşteri kayıtları mağaza ve bayi düzeyinde izole çalışır, erişim rol bazında daraltılır. Bir markanın veya bayinin verisi diğerinin ekranına taşmaz; raporlar yalnızca yetkili kapsamda açılır. Müşteri kayıtlarının ve SAP satış verisinin tek çatıda güvenli işlenebilmesi bu disipline dayanır.



Bellona vitrin kataloğu — marka kimliği ve kampanyalarla.



İstikbal vitrin kataloğu — aynı omurga, İstikbal kimliğiyle.



İstikbal satıcı ekranı — Bellona ile birebir aynı yetenekler, İstikbal verisiyle.

Veri Disiplini ve Güven

Bayilerin müşteri kayıtlarını onlar adına işleyen bir platformda veri disiplini tercih değil zorunluluktur. Müşteri verilerinin veri sorumlusu ilgili bayidir; SOMM bu verileri bayi adına, veri işleyen sıfatıyla işler. Her bayinin verisi kendi kapsamında yaşar, her rol yalnızca işi için gerekeni görür, her kritik karar iz bırakır.

Bayi Bazlı Veri İzolasyonu

Her bayinin müşteri, satış ve operasyon verisi kendi kapsamında tutulur; bir bayi diğerinin verisine erişemez. Bu sınır varsayıma bırakılmaz, sistematik izolasyon denetimleriyle düzenli olarak doğrulanır. Bayi ağı büyürken ticari verinin sınırları korunur; iki marka tek omurga üzerinde birbirine karışmadan çalışır.

Rol Bazlı Yetki ve Onay Zinciri

Satıcı, müdür ve koordinatör ayrı görünüm ve yetkilerle çalışır; kimin neye eriştiği tek panelden tanımlanır; yetki, işe giriş günü açılır, ayrılış günü kapanır. Eşik üstü iskonto müdür onayına düşer ve PIN ile karara bağlanır; her onay ve ret gerekçesiyle kayda geçer. Kâr koruması bireysel inisiyatife değil kurallı bir onay zincirine dayanır.

Kurumsal Müşteri Hafızası

Müşteri kaydı, teklif geçmişi ve WhatsApp/Instagram yazışmaları dâhil tüm iletişim kişiye değil işletmeye bağlanır. Satıcı değişse de müşterinin hikâyesi mağazada kalır; teslimat sonrası aramalar ve memnuniyet karnesi aynı kayda işlenir. Müşteri ilişkisi, personel sirkülasyonundan etkilenmez.

Canlı Ekranlar ve Veri Maskeleye

Bu sunumdaki ekran görüntülerinin tamamı, Bellona ve İstikbal bayilerinde çalışan canlı üretim ortamından alınmıştır. Kişisel veriler otomatik olarak maskelenmiştir; gerçek operasyon gerçek verilerle gösterilirken kişisel verinin korunması ilkesinden ödün verilmemiştir.

Sektörün içinden bir ürün

SOMM, Bellona ve İstikbal bayiliği yürüten bir perakende grubunun kendi mağaza operasyonu ihtiyacından doğdu. Platformun mimarı; satış danışmanlığından mağaza yöneticiliğine kadar mobilya perakendesinin tüm kademelerinde çalışmış, bugün de sahada aktif olan ve sektörü yazılımla birleştiren ileri görüşlü bir isimdir. Her özellik masa başında değil, canlı satış operasyonunda sınanarak olgunlaşmıştır.

Canlı Demo ve Pilot Mağaza Programı

SOMM bir konsept sunumu değil, Bellona ve İstikbal bayi mağazalarında bugün üretimde çalışan ve sahaya birlikte olgunlaşan bir sistemdir. Bu nedenle önerimiz slayt üzerinden değerlendirme değil, canlı ortamda uçtan uca bir gösterim ve ardından ölçülebilir bir pilot programdır. Karar, tahmin üzerine değil, sahadan alınmış veriler üzerine kurulabilir.

Canlı Ortam Gösterimi

Marka merkezi ekibine, çalışan sistem üzerinde teklif→satış→SAP siparişi→teslimat→memnuniyet araması akışı uçtan uca gösterilir. Gösterim gerçek ekranlarda yapılır; her soru, canlı veri üzerinden yanıtlanır.

Pilot Mağaza Programı

Marka merkeziyle birlikte seçilecek pilot mağazalarda sistem, önceden tanımlanmış ölçütlerle (teklif dönüşümü, iskonto disiplini, arama tamamlama oranı, memnuniyet puanı) 90 günlük pilot dönem boyunca izlenir. Dönem sonunda sonuçlar, aynı raporlama altyapısından alınan verilerle birlikte sunulur.

SAP Uyum ve Veri Güvenliği İncelemesi

Marka merkezi BT ve kanal yönetimi ekipleriyle SAP veri akışının kapsamı, senkron düzeni ve bayi bazlı veri izolasyonu birlikte incelenir. Amaç, platformun mevcut ERP düzenine etkisinin ve marka standartlarıyla uyumunun birlikte değerlendirilmesi; ERP düzenine ek yük getirmeyen işleyişin karşılıklı teyididir.

Yaygınlaştırma ve İş Modeli

İş birliği kapsamı, yeni mağazaların devreye alınma planı ve maliyet modeli, pilot programın sonuçlarıyla birlikte marka merkezinin tercihlerine göre şekillendirilir. Amaç, ağın tamamına ölçeklenebilir ve öngörülebilir bir yaygınlaştırma çerçevesidir.

somm.com.tr • bilgi@somm.com.tr

Bu sunumdaki tüm ekranlar canlı SOMM ürününden alınmıştır; müşteri ve personel isimleri, telefonlar ve diğer kişisel alanlar otomatik olarak maskelenmiştir.