

DOSYA



Cenk Karapınar

OTOMASYON SİSTEMİYLE başarıyı ikiye katladı

Bu dönem trendini "globalde ve fijitalde büyüme" olarak belirleyen DeFacto, yurt içinde depo, yurt dışında dağıtım merkezi yatırımlarıyla satışa hızlı ürün sunuyor. Depolarda otomasyon sistemine geçerek başarıda iki katı rakamlara ulaştıklarını vurgulayan DeFacto Tedarik Zinciri Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı Cenk Karapınar, dağıtımda ise büyük illerde motor kurye teslimat modelini test etmeye başladıklarını açıkladı.

DeFacto'nun mevcut yapılanması ve büyüme hedeflerinden söz edermisiniz?

Türkiye ile birlikte, Kazakistan, Fas, Irak, Mısır, Belarus, Rusya, Malezya, Ukrayna, Özbekistan ve Romanya başta olmak üzere 32 ülkede fiziksel ve online mağazalarımızla toplamda ise 50 ülkede, 500'den fazla mağazamızla faaliyet ediyoruz. 14 binden fazla çalışanımız var. Orta ve uzun vadede hem Türkiye'de hem de yurt dışında büyümeye devam edeceğiz.

Pandemiyle yaşanan değişimi merkezine alan DeFacto hem modada hem teknolojiye trendi "globalde ve fijitalde büyüme" olarak belirledi. Yaptığımız teknolojik yatırımlarla ve pandemi sonrasında yükselen fijital mağazacılıkla ciddi bir mesafe kat ettik. Gelecekte de, pandemi döneminde e-ticarette kazandığımız ivme ile büyümeyi devam ettirmeyi hedefliyoruz.

VERİMLİLİĞİ YÜZDE 30 ARTTIRDI

Tedarik zinciri ve lojistikte nasıl bir strateji izliyorsunuz? Gerçekleştirdiğiniz yatırımlar ve elde ettiğiniz kazanımlar neler?

Genel stratejimiz Türkiye'de merkezi depo kurgusunun yanında yurt dışında genişlediğimiz bölgelerde satışa hızlı ürün sunabilmek adına dağıtım merkezleri açmaktır. Merkez depolar Tekirdağ bölgesinde 100 bin m² taban alanı iç-

risinde manuel ve otomatik depoların bir arada bulunduğu bir yerleşkedir. 2014 yılında depolarda otomasyon sistemine geçerek başarıda iki katı rakamlara ulaştık diyebiliriz. Ürünlerin üreticiden stoklara kazandırılma hızını ve sevkiyat hazırlık sürelerini 8 saatten 3 saate düşürdük. Bir işi dörtte bir iş gücüyle iki katı hızla yapabilir duruma geldik. Otomasyon yatırımları maliyeti yüksek yatırımlar ancak doğru kurgulandığında yatırımın dönüşü çok kısa zamanda sağlanabiliyor. Ayrıca 2016 yılında devreye aldığımız ikinci fazda ise e-ticaret sevkiyatlarını da otomasyona taşıdık. Böylece Türkiye'de e-ticarette otomasyonu kullanan ilk firma olma unvanını kazandık.

Ayrıca antrepo depomuz ve e-ticaret müşterilerine hizmet sağladığımız depomuz da bulunmaktadır. Merkez depoların beraberinde 12.000 m²'lik iade operasyonlarının yürütüldüğü depo yine Tekirdağ'da ancak farklı bir yerleşkedir. E-ticaretin büyümesiyle, bu depo içinde ikinci bir e-ticaret depomuzu 2019 yılında canlıya aldık. Bu depoda kendi Ar-Ge çalışmamız ile geliştirdiğimiz sorter cihazlarımızı tasarlayarak manuel sistemlere göre yüzde 30 verimlilik kazandık. Yurt dışında ise Balkan, MENA ve CIS bölgelerinde hem mağazacılık hem e-ticarete hizmet veren toplam 16 dağıtım merkezimiz bulunmaktadır.





Pandemi dönemini nasıl yönettiniz?

2014 yılında başladığımız otomatik depolarımızla güçlü bir lojistik altyapısını kurmuştuk. Pandemi döneminde artan talebi otomasyon sistemimiz sayesinde rahatça karşılayabildik. Pandeminin başından bu yana depolarımızda ve diğer lojistik operasyonlarımızda çalışanlarımızın güvenliğini en üst seviyede tutacak önlemlerle, bu süreçten minimum oranda etkilendik.

Türkiye'nin yanı sıra global anlamda pandemi ile beraber kargo firmalarının kapasite yetersizliği kendini gösterdi. Bunun sonucunda Türkiye'de teslimat süreleri haftaları buldu. Tüketici daha hızlı bir hizmet beklerken tam tersine ciddi gecikmeler yaşandı. Bu problemin üstesinden gelmek için kapasite artışlarını geleceğe yönelik planladık. Yeni kapasite yatırımları, yeni süreçler, yeni teslimat modelleri geliştirdik.

YURT DIŞI SEVKİYATLARDA ÜÇ MODEL KULLANIYOR Sevkiyat miktarlarınız nasıl bir düzeye ulaştı? Özellikle yurt dışı sevkiyatlarınızı nasıl gerçekleştiriyorsunuz?

E-ticaret kanalının 2020 yılında kazandığı ivme ile birlikte, sevkiyat hacmimiz 2019 yılına göre iki kat arttı. Mağazacılık kanalında ise, kapanmalara rağmen düşüş yaşamadık. Yurt dışı sevkiyatlarımızı 3 şekilde gerçekleştiriyoruz. Birincisi, ürünleri yurt dışında az önce bahsettiğimiz ülkelerdeki kendi depolarımıza sevk ediyoruz. İkincisi, doğrudan Marketplace firmalarının depolarına sevkiyat yapıyoruz. Son olarak da, hacmi en düşük olsa da, crossborder sevkiyatları ile doğrudan Türkiye'deki e-ticaret depolarımızdan yurt dışındaki müşterilerimize gönderebiliyoruz.

"Türkiye'de en öncelikli hedefimiz müşterilerimizi daha kaliteli ve hızlı hizmet sunabilmek için projeler geliştirmek. Büyük illerde motor kurye teslimat modelini test etmeye başladık. Depolarda ise verimlilik artırıcı otomasyon yatırımlarına devam ediyor olacağız. Yurt dışında ise, özellikle gelişmiş pazarlar başta olmak üzere, birçok yeni coğrafyaya gelecek dönemde adım atmayı planlıyoruz."

Hangi hizmetlerde alım yapıyorsunuz? Çözüm ortaklarınız hakkında bilgi verir misiniz?

Türkiye'de depo süreçlerimizi kendimiz yönetiyoruz. Nakliye de ise; mağaza sevklerinde 3 lojistik firması ile çalışırken, e-ticaret sevklerinde birçok kargo firması ile çalışıyoruz. Firmaların hacimlerini aylık kapasite ihtiyacımıza göre planlıyoruz.

Gündeminizde neler var?

E-ticaret odağıyla hareket ettiğimiz bugünlerde, Türkiye'de en öncelikli hedefimiz müşterilerimizi daha kaliteli ve

hızlı hizmet sunabilmek için projeler geliştirmek. Örneğin, büyük illerde motor kurye teslimat modelini test etmeye başladık. Depolarda ise verimlilik artırıcı otomasyon yatırımlarına devam ediyor olacağız. Yurt dışında ise, özellikle gelişmiş pazarlar başta olmak üzere, birçok yeni coğrafyaya gelecek dönemde adım atmayı planlıyoruz.

'CROWDSOURCING' YÖNEMİ NEFES ALDIRDI

Bu dönemde lojistik, dağıtım ve depolama süreçlerinde karşılaştığınız en temel sorunlar neler oldu?

Bu süreçlerde karşılaşılan en temel sorun kargo firmalarının performanslarıydı. 2020 yılında ani talep artışı ile, hem kapasite hem performans problemleri yaşandı. Neredeyse tüm kargo firmalarının geliştirdiği "crowdsourcing" yöntemiyle dağıtım personel ağını genişleterek geçte olsa bu artışı yönetebildiler ve Kasım ayındaki yoğun dönemi minimum problemle atlattık. Bu firmalardan en önemli beklentimiz, bu dinamik yönetim şeklini gelecekte de devam ettirip, yoğun dönemlerdeki talebi performanstan hiçbir kayıp vermeden karşılayabilmeleridir.

E-TİCARETTE KAPASİTEYİ ÜÇ KATINA ÇIKARDI

E-ticaret süreçlerine ilişkin de bilgi veren DeFacto Tedarik Zinciri Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı Cenk Karapınar, "E-ticaretten beklentiler yeni neslin gelişmesiyle çoğalmış durumda. Yeni nesil e-ticarette daha çok zaman harcıyor. Özellikle Z kuşağının modayı takip etme eğilimi sebebiyle özellikle giyim, ayakkabı ve aksesuar perakendesinde e-ticaretin önemi artmış durumdaydı. Pandemi bu artışı hızlandırdı. Türkiye'deki e-ticaret talebini karşılamak için, yeni bir e-ticaret deposu açarak kapasitemizi 3 katına çıkarttık. Yurt dışında ise, Rusya, Fas, Mısır, Almanya ve İngiltere'de e-ticaret depoları açıp bu ülkelere hizmet vermeye başladık. Bu yoğun dönemde depo ve kargo kapasiteleri anlamında müşterilerin hızlı teslimat taleplerini karşılamak için, teknolojik altyapı geliştirmelere ve kontrat yönetimine odaklanarak, yaşanan problemlerin üstesinden geldik" dedi.