

ŐİŐLİ MESLEKİ EĞİTİM MERKEZİ
2020 NİSAN UZAKTAN EĞİTİM DERS NOTLARI

Alan/Dal Adı	: Kantin İŐletmeciliĐi
Ders Adı	: Ürün Alımı ve SatıŐı
Dersin Sınıf Düzeyi	: 12. Sınıf
Modül/Kazanım Adı	: Üreticiler
Konu	: Ürün Alımı
Konu Tarihi Aralığı	: 13-19 Nisan 2020
Ders Öğretmenleri	: Özgüç YAĐCI

Ürün Alımı

Tüketicilerin gelenekleri, ekonomik durumları, yaşadıkları coğrafi, sosyal ve siyasi ortam ürünün niteliğini etkileyen faktörlerdendir. Bu yüzden pek çok ürün, tüketicilerin tercihlerine göre üretilmektedir. Alınacak veya sipariş verilecek ürünün tat ve kokusu kadar, renkleri de tüketicileri ilgilendirmektedir. Tüketicilerin geleneksel alışkanlıkları, ürünün tadına, kokusuna ve rengine göre o üründe pazarda üstünlük getirmekte ve bu suretle pazardan daha iyi faydalanmasına sebep olanak tanımıştır. Ayrıca sipariş edilecek ya da alınacak ürünün tasarım ve sitili de tüketici açısından önem arz eder.



Ürünün ebat, tasarım ve stil yönünden tüketici tercihleri de araştırılmalı ürünün fizibilitesi iyi yapılmalı akıllı ve zamanında üreticilerde bağlantıya geçilmelidir. Üreticilerin iş ve işlemlerine göre konuşma yapılmalı ve uygun kıyafet giyilerek birebir görüşme yapılmalıdır.

Ürünle İlgili Bilinmesi Gereken Genel Özellikler

- **Ürün niteliği:** Yapımında kullanılan ham ve yardımcı maddeler, tasarım, stil, boyutlar, renk, tat, kullanım özellikleri ve kolaylıkları.
- **Ürün ambalajı:** Yasal yükümlülükler, koruma, kullanım bilgileri, satış yöntemleri, tüketiciyi özendirme ve satış işlevi, tüketicinin profili.
- **Dış ambalaj:** Ürünü korumadaki mukavemeti, taşıma, yükleme ve boşaltmadaki kolaylıkları, depolama ve kullanımdaki yer hacmi gibi.
- **Taşıma ve satış:** Bulunabilme, maliyet ve satış fiyatı, satış şartları, ürünün hareket hızı, güvenlik ve risk şekli
- **Dağıtım kanalları:** Dağıtım kanallarının kullanımı, stok durumu ve sevk süreleri, önemli dağıtıcıları, kârlılık oranları,
- **Fiyatlandırma:** Fiyatlarda alt ve üst sınırlar, rakiplerin fiyatları ve fiyat stratejileri, ürün üstünlükleri ve avantajları.
- **Reklam ve satış promosyonları:** Medya etkinlikleri ve etkinlik maliyetleri, dağıtım kanallarınca yapılan tanıtım faaliyetleri, rakiplerin verdikleri mesajlar

ve izledikleri yöntemler ile bu uğurda yaptıkları harcama yükleri.

- **Teknik hizmetler:** Garanti, bakım, onarım ve yedek parça sağlama ve karşılama hizmetleri.
- **Destek hizmetler:** Ürünün kullanımı ve dağıtımıyla ilgili danışmanlık ve eğitim faaliyetleri ile bilgilendirme, şikâyetleri karşılama hizmetleri.

• Ambalaj	• Ofis Malzemeleri
• Bilgisayar	• Orman Ürünleri
• Cep Telefonu	• Otomotiv
• Danışmanlık & Eğitim	• Sağlık
• Deri Sektörü	• Tanıtım
• Eğlence	• Tarım
• Elektrik & Elektronik	• Taşımacılık
• Enerji	• Tekstil
• Ev Eşyaları	• Telekomünikasyon
• Giyim	• Turizm
• Gıda	• İnternet
• Hizmetler	• İnşaat & Emlak
• Kimyasal	• İthâlat-İhracat
• Kozmetik & Güzellik	• Makine ve Parçaları
• Maden & Metal sanayi	• Matbaa & Yayıncılık

Tablo: Üretici firmaların bağlı buldukları sektörler



Bulduğunuz iş ortamında üreticilerle işin özelliğine göre telefon, faks, teleks, ve internetle iletişim kurabilir daha etkili ve önemli bir iletişim olan bire bir iletişimi kullanabilirsiniz. Talep ve isteklerinizi bire bir canlı konuşarak karşınızdaki üreticiye anlatma imkânı bulacaksınız. İstenen kalitede ürünün alınması ve pazarlanmasıyla ilgili üreticileri yönlendirmelisiniz.