



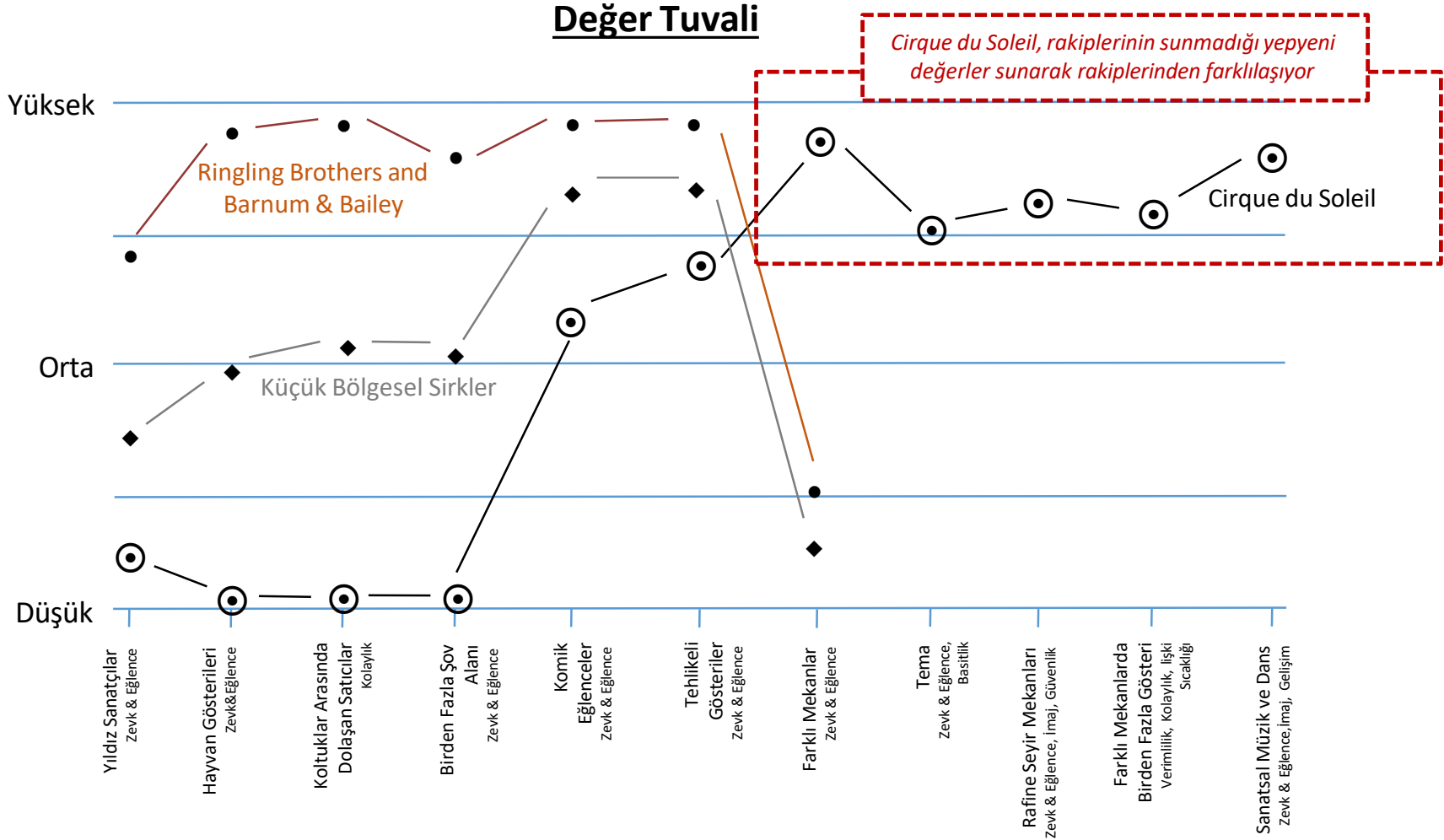
# Rakiplerinizden Farklılaşmak İçin Önemli Bir Adım: Müşterilerinize Farklı Değerler Sunmak

**Mentoro** Strateji Grubu

**Rekabet Avantajı  
Yaratmanın En Önemli  
Yollarından Biri,  
Hedef Müşterilerinize  
Rakiplerinizden Farklı  
Değerler Sunmak**

# Örnek: *Cirque du Soleil* Diğer Sirklerden Çok Farklı Bir Değer Önerisine Sahip

Müşterilere Sunulan Değerler



**Hedef  
Müşterilerinize  
9 Ayrı Kategoride  
Değerler  
Sunabilirsiniz**

# Müşteriye Sunulan Değer Kategorileri

## Verimlilik

Hızlı ve Gecikmesiz Yapan, Vakit Kazandıran, Üretim ve Satış Performansını (Müşteri Memnuniyeti dahil) Artıran, Masrafları ve İşletme Maliyetlerini (Hammadde Kullanımı, Fire, Stok Seviyesi, Fazla Mesai, Tahsilat Süresi vs.) Azaltan, Maliyetleri Azaltan, Seçenekleri Artıran, Bağlantı ve İletişim Kuran, İşin Yapılıp Bitirilmesini Sağlayan, ...

## Kolaylık/Rahatlık

Erişilebilirliği Artıran, Ulaşımı, Bulmayı, Ödemeyi, Siparişi, Takibi, Öğrenmeyi, Değiştirmeyi, Organize Olmayı, Entegrasyonu vs. Kolaylaştıran, Mücadele Gereksinimini Azaltan, ...

## Basitlik/Yalınlık

Yapılacak İş Basitleştiren, Özel Gereksinime Uyarlayan, Kişiselleştiren, ...

## Gelişim

Kişisel ve/veya Kurumsal Olarak Gelişime Katkıda Bulunan, Yararlı Bilgi Sunan, ...

## Güvenlik

Fiziksel, Finansal, Bilgisel (Mahremiyet) Güvenliğe Katkıda Bulunan, Riskleri Azaltan, Endişe Azaltan, ...

## Çevreye Katkı- Doğa

Doğaya Saygılı, Doğayı Kollayan, Doğanın Kalitesini Artıran, ...

## Çevreye Katkı – Diğer

Topluma Olumlu Katkı Yapan, (Temizlik, Güzellik, Kültür, Düzen gibi)

## Zevk ve Eğlence

Stilli, Güzel Tasarımlı/Estetik, Lezzetli, Keyifli, Eğlenceli, Komik, Heyecanlı, ...

## İş İlişkisi Sıcaklığı

Sıcak, Dost, Kazan-Kazan, Yardımcı, Yol Gösteren, Güvenilir, Pohpohlayan, Saygılı, Ait Olma Hissi Sağlayan, ...

## İmaj

Zengin, İyiye/En İyiye Meraklı, Yenilikçi, Zevkli, Estetik, Çekici,Sakin, Güçlü, Özgür, Hırslı, Aile Yönelimli, Olgun, Maceraperest, Bilgili, Tecrübeli, Sofistike, Nostaljik, Hesaplı, Yetkin, Egzotik, Yetkin, Güvenilir, Mütevazı, Başkaldıran, ...

# Örnek: Bir Süpermarket Zincirinin Müşterilerine Sunduğu Değerler



## Verimlilik

Geniş Ürün Çeşidi,  
Satılan Ürünlerin Stokta Her Zaman  
Bulunuyor Olması,  
Ürün Kalitesi

## Kolaylık/Rahatlık

Kolay Ulaşılan Mağaza Lokasyonları,  
İnternet Üzerinden Sipariş ve Temini,  
Otomobil Park İmkanı

## Güvenlik

Rekabetçi Fiyat Sürekliliği,  
Sağlıklı Ürün Satışı,  
Hatalı Ürünün Değiştirilmesi (Nefaset)

## İş İlişkisi Sıcaklığı

Güleryüzlü ve Yardımsever Çalışanlar

## Çevreye Katkı

Çevreye Zarar Vermeyen Torba,  
Ekolojik Enerji ve Su Kaynakları  
Kullanması

## Zevk ve Eğlence

Mağaza Tasarım ve Ambiyans Hoşluğu,  
Mağazalarda Eğlenceli Faaliyetler  
Tertiplenmesi

## İmaj

Yenilikçi Ürün ve Hizmetler Sunması,  
Çevreyi Koruması

## Basitlik/Yalınlık

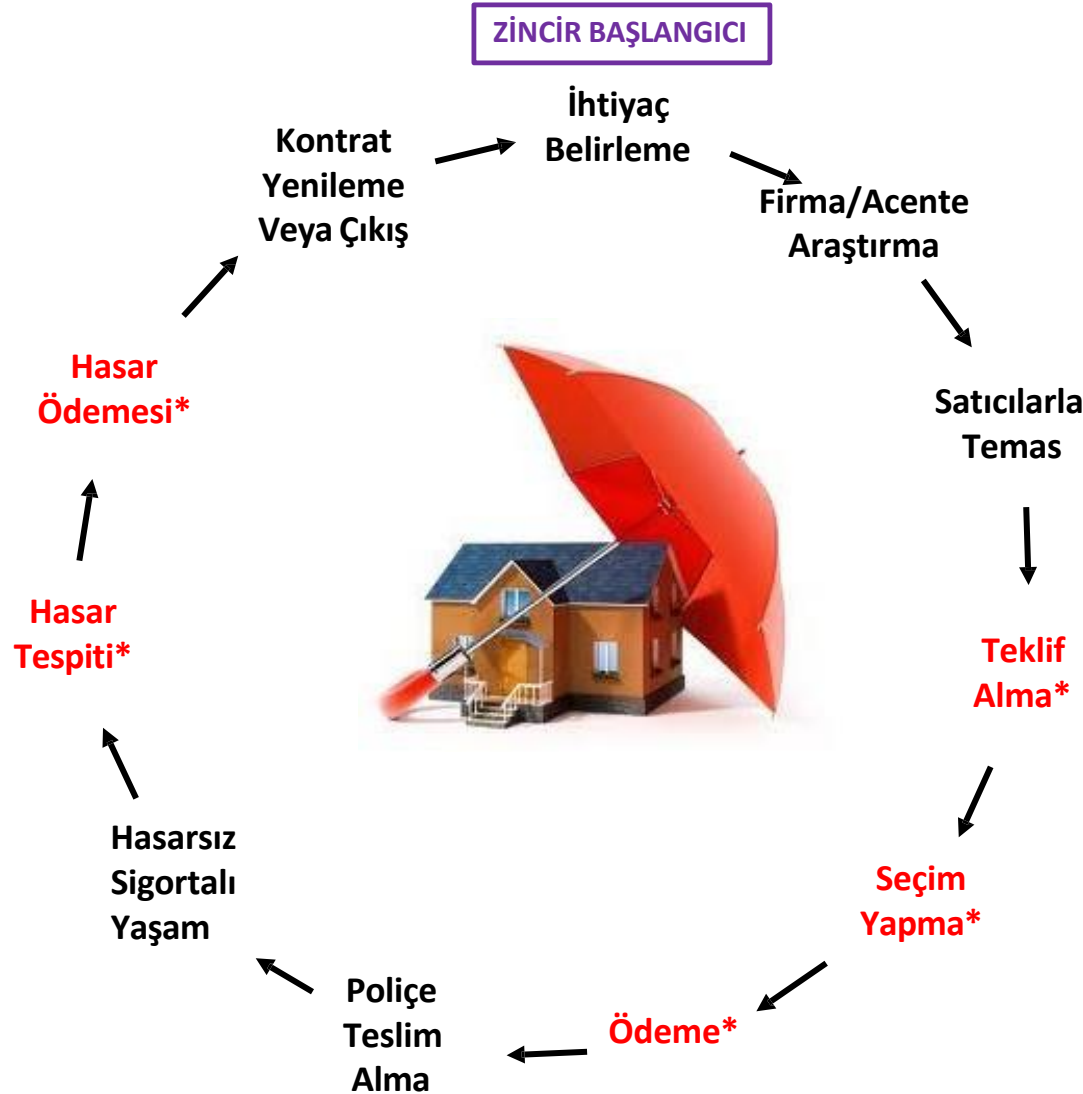
Mağaza Organizasyonunun Kolay  
Anlaşılır Olması

**Peki,  
Rakiplerimizden  
Farklı Bir Değer  
Önerisini Nasıl  
Oluşturacağız?**

**Önce  
Müşterilerimizin  
Tüketim  
Döngüsünü ve  
Zorluk Çektiği  
Adımları  
Belirliyoruz**



# Örnek: Sigorta Müşterilerinin Tüketim Döngüsü



\* Müşterilerin Zorluk Yaşadığı Adımlar

**Sonrasında,  
Müşteri Tüketim  
Döngüsünün Her Bir  
Adımında Müşterilere  
Hangi Değerleri  
Sunabileceğimizi  
Yazıyoruz**

# Müşteri Değer Alanları

## Sigorta Müşterileri

	İhtiyacın Tespiti	Araştırma	Satıcı Teması	Teklif Alma	Seçim Yapma	Ödeme	Police Teslim	Sigortalı Yaşam	Hasar Tespiti	Hasar Ödeme	Kontrat Yenileme/Çıkış
Verimlilik											
İş İlişkisi Sıcaklığı											
Güvenlik											
Kolaylık & Rahatlık											
Gelişim											
Zevk ve Eğlence											
İmaj											
Basitlik & Yalınlık											
Çevreye Katkı											

Müşteri Tüketim Zincirinin Her Bir Adımı İçin:

1. Müşterilerinize Sunabileceğiniz Değerleri Belirleyin
2. Söz Konusu Değerlerin Hangi Değer Kategorisinde Olduğunu Belirleyin

**Müşteri  
Değer Önerisini  
Geliştirirken  
Çalışanların  
Katılımını Sağlamak  
Kritik Önem  
Taşıyor**

# Beyin Fırtınası Metodolojisi

- Tüm Çalışanlarınızı, Güvendiğiniz İş Ortaklarınızı ve Müşterilerinizi Sürece Dahil Edin
- Aranızdan, Organizasyon Kabililiyeti Olan, Sıcak ve Eğlenceli Yaklaşımı Olan Bir Moderatör Tayin Edin
- Moderatörünüz Bir Konuşma ile Aşağıdaki Ana Kuralları Bildirsin:
  - Hiçbir Fikir Aptalca Değildir
  - Ters Gelen Fikirler de Kıymetlidir
  - Çok Sayıda Küçük Fikir , Bir Tane Büyük Fikri Çağrıştırabilir
  - Herkesi Katılımcı Olabilir, Uzmanlığın Bu Konuda Faydası Yoktur
  - Söz Sırası Şeklinde Bir Kural Yoktur
  - Çocuk Olmak ve Safça Sorular Sormak Teşvik Edilir
  - Espri Yapmak ve Gülmek Serbesttir
  - Zaman Kısıtlaması Yoktur
  - Olaylara Müşteri Açısından (Dışarıdan İçeriye) Bakmak Önemlidir
- Fikirleri Büyük Harflerle Büyük Kağıtlara Yazın
- Fikirleri Tek Tek Başarı Kriterlerine Göre İnceleyin ve Sıralayın
  - Gerçekten Değer Katıyor mu ?
  - Uygulanabilir mi ?
  - Rakipler Tarafından Uygulanıyor mu ?
- Uygulamaya Alınacak İlk 3 Fikri Açık Oylama ile Belirleyin



**Beyin Fırtınasından  
Çıkacak Sonuçlar  
Sizi Memnun  
Edecektir**

# Örnek: Bir Şehirlerarası Otobüs Firmasının Belirlediği, Hedef Müşterilerine Sunabileceği Değerler

## Verimlilik

Uygun Seyahat Saatleri,  
Sık Kalkışlar,  
Zamanında Hareket ve Varış,  
Sadakat Programı ile Puan Toplama,  
Yolculuk Sırasında Mobil Telefonla Konuşma  
İmkanı

## Kolaylık ve Rahatlık

Bilet Siparişi Kolaylığı (Sırada Beklememe),  
Ödeme Kolaylığı,  
Kolay Erişilebilir Hareket Yerleri,  
Rahat ve Geniş Mesafeli Koltuklar,  
Yataklı Koltuklar,  
Her Koltukta 220V Priz,  
İndirimli İkiz Koltuk Satın Alma İmkanı (% 50  
İndirimli)

## Güvenlik

Emniyetli ve Kazasız Seyahat,  
Seyahat Tarih ve Saatini Değiştirme İmkanı,  
Hatırlatma Hizmeti (1 Saat Önceden),  
Otobüsü Kaçırma Sigortası (İlave Ücretli),  
Refakatli Yolcu Sistemi (Çocuk ve Yaşlılar İçin),  
Refakatsiz Yolcu Sistemi (Çocuk ve Yaşlılar İçin),  
İnternet Üzerinden Yolcu ve Seyahat Takip İmkanı,  
Çocuk Koltuğu (Ücretsiz)

## İş İlişkisi Sıcaklığı

Temiz ve Rahat Bekleme Koltukları,  
Temiz ve Modern Araçlar,  
Güleryüzlü, İlgili ve Bilgili Çalışanlar,  
Kaliteli Temel İhtiyaç Maddeleri İkramı,  
Seyahat Sırasında Türk Kahvesi İkramı

## İmaj

Yenilikçi Ürün ve Hizmetler (En Yeni Taşıtlar,  
Eğlence Sistemleri, Gurme Yiyecekler vs.),  
Lider Firma

## Gelişim

Kişisel ve/veya Kurumsal Gelişime Katkıda  
Bulunan Yayınlar Sunmak,  
Kiralık Notebook Bilgisayar (İlave Ücretli)  
Sunmak

## Zevk ve Eğlence

Hoş Vakit Geçirten Sistemler (Her Koltukta  
Ekran) Sunmak,  
Kiralık Notebook Bilgisayar Sunmak (İlave  
Ücretli)

## Çevre Kalitesi

Doğaya Yararlı Faaliyetler

# Bazı Yenilikçi Müşteri Değer Örnekleri

Novo Nordisk, Kolay Kullanımlı İnsülin Şırıngası

- “Kullanım” Aşamasında “Kolaylık” ve “Güvenlik”



Norwich Insurance, Oto Kullanım Süresine Göre Ücret

- “Kullanım” Aşamasında “Verimlilik”

Nomacorc, Şarapta Hasarı Önleyen Oksijen Geçirgen Sentetik Tıpa

- “Müşteri Hizmetleri” Aşamasında “Verimlilik”



Progressive Insurance, Tekliflerde Rakiplerin Fiyatlarını da Sunmak

- “Satılma Öncesi” Aşamasında “Verimlilik”

Champion, Detay Seçenekli Prefabrik Evler

- “Satılma” Aşamasında “İmaj”



Capri Sun, Üçgen Piramit Kutu

- “Elden Çıkartma” Aşamasında “Eğlence”

DHL, Paketinizin İnternet Üzerinden Takibi

- “Takip” Aşamasında “Rahatlık/Kolaylık” ve “Güvenlik”







## HP, Çizicide Mürekkep Biteceğini Önceden Haber Verme Sistemi

- “Kullanım” Aşamasında “Verimlilik” ile “İş İlişkisi Sıcaklığı”

## IDO, SMS ile Kalkış Gecikme Duyurusu Yollamak

- “Seyahat Öncesi Limana Varış” Aşamasında “İş İlişkisi Sıcaklığı”



## National Semiconductor, Ücretsiz ve Hızlı Mühendislik Hesaplamaları

- “Satılma Öncesi” Aşamasında “Verimlilik”



## Cemex, Tam Zamanında Hazır Beton

- “Kullanma” Aşamasında “Verimlilik” ve “Güvenlik”



## Minute Clinic, Sıradan Rahatsızlıklar İçin Teşhis ve Tedavi

- “Teşhis” Aşamasında “Verimlilik”



## Kingfisher Havayolları, Bekleme Kuyruğunda Check-In

- “Check-In” Aşamasında “Verimlilik” ve “İş İlişkisi Sıcaklığı”

**Hedef  
Müşterilerinize  
Sunacağınız  
Değerler Kümesini  
Belirlemek  
Bir Tasarım İşidir**

# Müşteri Değeri Tasarımı

*Müşteri değeri tasarımı aşamasında, varolan değerlerden bazılarını artırabilir, eksiltebilir, ilave edebilir ya da iptal edebilirsiniz*



# Müşteri Değeri Tasarım Örneği

## Citizen Hotels Hollanda, İskoçya, ABD



### Hedef Müşteri Grupları

1-3 Gün Kalan Genç İş İnsanları

1-3 Gün Kalan Genç Turistler



**Çok Sayıda Müşteri  
Değeri Bulsanız da,  
Az Sayıda Değere  
Odaklanın**

# Müşteriye Sunulan Değerlerde Odaklanma



## En Önemli 3-6 Müşteri Değeri

- Göreceli Olarak Yüksek Masraflı
- Stratejik Faaliyetleri Belirlenirken Kullanılacak
- Müşterilerle İletişimde Kullanılacak

## Destekleyici Müşteri Değerleri

- Göreceli Olarak Düşük Masraflı

# Örnek: En Önemli Müşteri Değeri Örnekleri

## Son Kullanıcılar



Ürün  
Çeşitliliği

Çekici  
Restoran  
Dekorasyonu

Zamanında  
Varış

Kişiselleştirilmiş İç  
Tasarım

Evinde  
Hissetmek

Ürünlerin  
Tasarım  
Güzelliği

Ürün  
Çeşitliliği

Uzman  
Tavsiye ve  
Hizmet

İlginç,  
Zengin ve  
Değişken  
Menü

Bilet  
Edinme ve  
Uçuş  
Kolaylığı

Prestijli  
İmaj  
(En İyiye  
Meraklı,  
Yenilikçi)

Tasarım  
Güzelliği

Kullanım  
Kolaylığı

Seçim  
Kolaylığı

Hızlı  
Hizmet

Güvenli  
Uçuş

Düşük  
İşletme  
Masrafları

Yenilikçi  
İmajı

iTunes  
Sistemi İle  
Entegrasyon

Hızlı  
Teslimat



# Müşteri Değer Önerisini Tasarlarken İzlenmesi Gereken Adımlar



**İşlerinizde Hep  
Başarılı Olun.**

**İyi Bayramlar!**