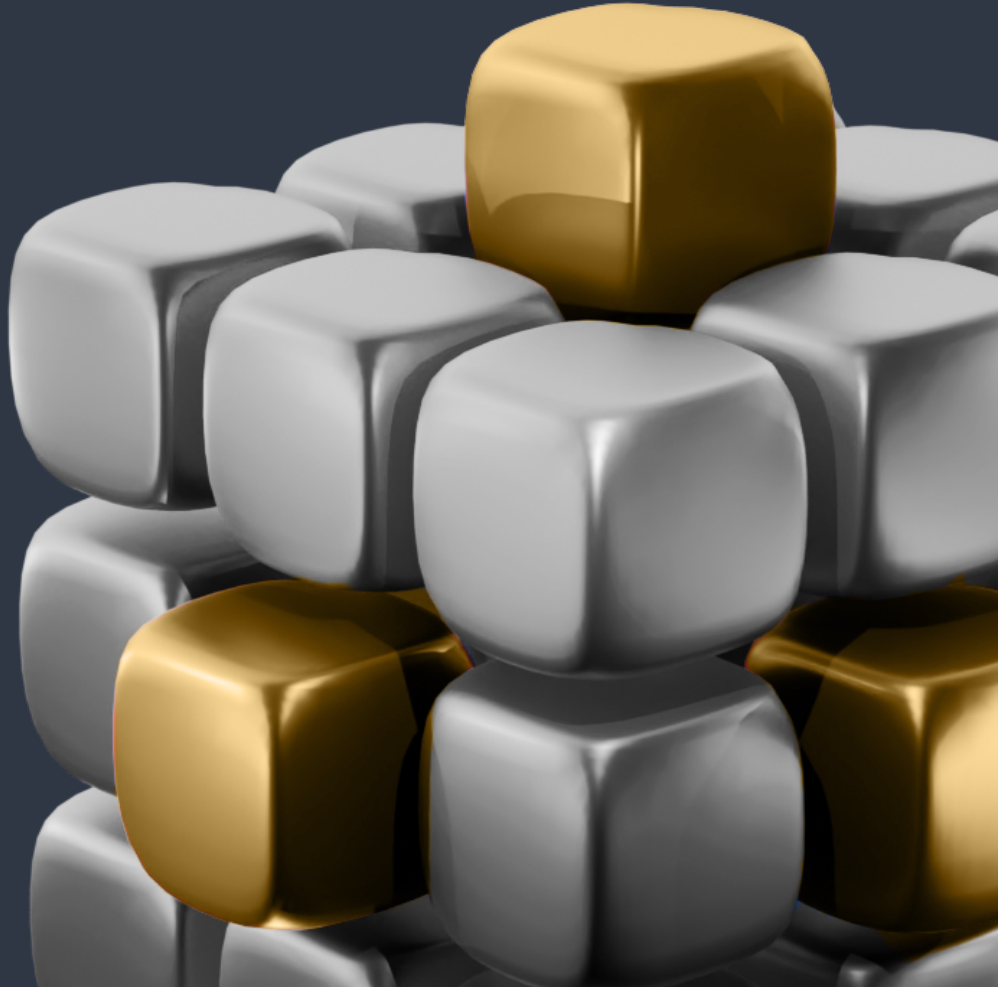


MENTORÖ-

# STRATEJİ

HİZMET PORTFÖYÜ

01



## BÖLÜM BAŞLIKLARI

|                                                                                                                           |       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| › Stratejik Olgunluk Değerlendirmesi                                                                                      | 03    |
| › Sektör ve Pazar İçgörüler                                                                                               | 04-05 |
| › Stratejik Veri Analizleri                                                                                               | 06-07 |
| › Pazara Gidiş Stratejisi                                                                                                 | 08    |
| › Büyüme ve Yeniden Yapılandırma için Rekabet Stratejisi Tasarımı                                                         | 09    |
| › Çıkış Stratejisi Tasarımı                                                                                               | 10    |
| › Satılan Miktarı ve Müşterilerin Ödemeyi Kabul Ettikleri Birim Fiyatı Artırma Tasarımı<br>Birim Maliyet Azaltma Tasarımı | 11    |
| › Birim Maliyet Azaltma Tasarımı                                                                                          | 12    |
| › Platform / Ekosistem Yapı Tasarımı                                                                                      | 13    |
| › Kurumsal Kaynak ve Kapasite Tasarımı                                                                                    | 14    |
| › Rekabet Avantajı İçin Sürdürülebilirlik Tasarımı                                                                        | 15    |
| › Stratejik Planlama                                                                                                      | 16    |
| › B2B Fiyatlandırma Stratejisi                                                                                            | 17    |
| › Marka Konumlandırma                                                                                                     | 18    |
| › Strateji Ofisi Hizmeti                                                                                                  | 19    |
| › Stratejik Risk Yönetimi                                                                                                 | 20    |
| › Stratejik Senaryo Analizleri                                                                                            | 21    |
| › Değer Temelli Fiyatlama                                                                                                 | 22    |

# Stratejik Olgunluk Değerlendirmesi

## AÇIKLAMA

Ana adımları, kurumun strateji tasarımı, uygulaması ve güncellenmesinden oluşan stratejik yönetim sürecinin 6 seviye altında sınıflandırılması (Yetersiz, Yeni, Gelişmeye Açık, Tanımlanmış, Yönetilmekte ve Optimize Edilmiş) ve bir üst seviyeye çıkış için gerekli adımların belirlenmesi. Kurumun takip edilen ve ölçülen durumlardan bazıları şunlardır:

- Stratejik veri analizlerinin güncel tutulması
- Yeni teknoloji ve metotların stratejik sürece dahil edilmesi
- Gerekli kurumsal yetkinliklerin seviyesi
- Müşterilerin ödemeyi kabul edecekleri fiyatın ve satılan miktarın artması için yapılması gerekli faaliyetlerin kontrolü
- Operasyonel mükemmellik seviyesi dahil birim maliyet azaltma etkenlerinin takibi
- Paydaş memnuniyet ve sadakat seviyesinin takibi

## ✓ KURUMA SOMUT FAYDASI

Kurumun strateji tasarımı, uygulaması ve çevresel değişiklikler karşısında güncelleme sürecinin sağlıklı işlemesi ile kurum rakiplerine karşı avantaj kazanır ve kârlılığını artırır.

## 🏆 ÖN GEREKSİNİMLER

Stratejik veri analizleri

## 👤 KURUM KATILIMCI GEREKSİNİMİ

Kurum strateji sorumlusu

## 🕒 STANDART PROJE SÜRESİ

4 tam iş günü

## 🏷️ FİYAT METOTLARI

Sabit hizmet ücreti (Tek seferlik yapıldığında)

Abonelik ücreti (Periyodik olarak yapıldığında)

### AÇIKLAMA

Kurumun stratejik veri analizleri süreci; yapılacak veri analizlerinin belirlenmesi, verilerin toplanması, analizi ve söz konusu verilerin strateji kararlarına etkilerinin belirlenmesini adımlarını içerir. Kurum yöneticileri ile beraberce aşağıda belirtilen veri analizlerinden hangilerinin veri analizi sürecine alınmasına karar verilir ve gerçekleştirilir:

- Kurumun Ürünleri ve Özellikleri: Kurumun ürünlerinin birbirlerini ne ölçüde güçlendirdiğini anlamak ve ürünlerde modülerlik, bütünleştirme, versiyonlama ve ürün sistemleri oluşturma imkanlarını sorgulamak için yapılır.
- Sektördeki Oyuncular: Kurumun stratejisini etkileyecek olan iç ve dış tedarikçiler, müşteriler, tamamlayıcılar, etkileyiciler, sektör dışı oyuncular, rakipler ve alternatiflerin kimlikleri ve önemli özellikleri belirlenir.
- Sektör Büyüklüğü ve Büyüme Analizi: Sektörün parasal ve miktar bazında büyüklüğü ve büyüme hızı ile arz ve talep arasındaki denge belirlenir.
- Sektör İş Zinciri Analizi: Kurumun ürünlerinin oluşturduğu sektör ve kategorilerde, bağımsız olarak yapılan ve yapılabilecek işlerin tümü bir akış diyagramı olarak belirlenir, rakiplerin ve kurumun halen yapmakta olduğu işler işaretlenir, her bir işin ciro ve kârlılık potansiyeli hesaplanır.
- Sektör Rekabet Yapısı Analizi (Porter 5 Güç Analizi): Sektördeki ana oyuncular olan müşteriler, tedarikçiler, varolan rakipler, olası rakipler ve alternatiflerin kurumun kârlılığı için ne büyüklükte birer tehdit oluşturduğunu belirler. Analiz, EBITDA (finansal gelir ve giderler hariç kurum kârı) olarak sektörün ortalama kârlılık seviyesi için de bir tahmin oluşturmaya destek olur.
- Ürün Yaşam Döngüsü Analizi: Ürünlerinizin Sektör Hayat Döngüsünde hangi aşamada olduğunun tespiti, söz konusu aşamaların özelliklerine dayanarak kurumun ürünleri için hangi strateji yaklaşımları kullanması gerektiğinin belirlenmesi ve kurumun ürün karmasının gelecek açısından sağlıklı büyümeye katkısının tahmini yapılır.
- Müşteri Tüketim Döngüsü ve Acı Analizi: Müşterilerin, kurumun satmakta olduğu ürünlerle yaşadıkları döngü ve söz konusu döngünün adımlarında çektikleri acılar (yaşadıkları problemler, zorluklar, yüksek maliyetler vb.) belirlenir.
- Sektörün Paydaşlara Sunduğu Değerler (Faydalar) Analizi: Sektördeki kurumların paydaşlarına sunmakta oldukları değerler ve seviyeleri ile kurumun stratejisinde sunabileceği farklılaştırıcı değerler (faydaların) belirlenir.

## Sektör ve Pazar İlgörürleri (Stratejik Veri Analizleri)

- Sektör Değer Eğrisi Analizi: Sektördeki kurumların herbirinin ortalama birim fiyatı ve sunduğu algılanan değer seviyesi kullanarak, sektörün ortalama değer eğrisi oluşturulur. Kurum ürünlerinin, sektör ortalama değer eğrisindeki pozisyonları belirlenir. Boş, avantajlı ve yıkıcı değer pozisyonları tespit edilir.
- Sektöre Özel Gerçekler ve Kritik Başarı Faktörleri Analizi: Strateji tasarımında dikkate alınması gereken sektöre özel kârlılık etkenleri tek tek belirlenir, söz konusu etkenleri avantaja çevirecek başarı faktörleri tespit edilir.
- Sektörün PESTEL, Eğilimler ve İtici Güçler Analizi: Kurum için fırsat veya tehdit olabilecek mega ve sektörel eğilimler/gelişmeler tanımlanır, eğilimlerin gerçekleşme olasılığı ve sektöre etki yapma gücü (arz ve talep dengesi, paydaşların pazarlık gücü, sektördeki rekabet yoğunluğu ve sektör kârlılığı gibi) belirlenir.



### KURUMA SOMUT FAYDASI

Sektör ve pazar ile ilgili yapılan veri analizleri, kurumun stratejisinin sağlıklı ve sonuç verici tasarımı için hayati öneme sahiptir. Ayrıca, kurumun faaliyet gösterdiği sektörün kârlılık potansiyeli ve geleceği ile ilgili değerli ipuçları sağlar.



### ÖN GEREKSİNİMLER

Yok



### KURUM KATILIMCI GEREKSİNİMİ

Kurum strateji sorumlusu



### STANDART PROJE SÜRESİ

Seçilecek veri analizlerine göre değişir. 7-15 iş günü olarak düşünölmelidir.



### FİYAT METOTLARI

Sabit hizmet ücreti

### AÇIKLAMA

Kurumun stratejisinin tasarımına veya gözden geçirmeye başlamadan önce kurum ile ilgili verilerin detaylı bir analizi yapılır. Kurum ile ilgili veri analizleri, sektör ve pazar ile ilgili veri analizleri ile birlikte kurumun detaylı bir SWOT Analizi oluşturulmasına destek olur. Kurum ile ilgili yapılması gereken veri analizleri şunlardır:

- **Kurum Finansal Analizleri:** Kurumun geçmiş performansını gösteren bilançosu, kar/zarar tablosu ve nakit akış tablosu incelenir, yeterince kârlı, likit, dengeli ve sağlıklı olup olmadığını gösteren finansal oranlar hesaplanarak kurumun finansal gücü ve ihtiyaçları belirlenir.
- **Karmaşıklık Analizleri:** Kurumun ürün portföyü, hedeflediği müşteri grupları ve faaliyette bulunduğu ülke ve bölgelerin sebep olduğu karmaşıklık maliyetlerinin yaklaşık boyutu hesaplanır.
- **Hedef Ürün Portföyü Analizi:** Kurumun ürün portföyü belirli kriterler çerçevesinde incelenir: gelecek eğilimlere ve kurumun temel amacına uyumu, paydaşlara sunulacak değerlerin boyutu, pazarın büyüklüğü, kâr etme imkanı, gerekli kurumsal yetkinliklerin ve kaynakların varlığı, yönetilmesi gereken riskleri, ürün portföyünün kurumun dengeli sürdürülebilirliğine katkısı, hissedar ve çalışan beklentilerine uyumu ve ürünlerin birbirini güçlendirme boyutu.
- **Hedef Paydaş Grupları Analizi:** Kurumun hedeflediği paydaş grupları (Tedarikçiler, müşteriler, tamamlayıcılar, etkileyiciler ve sektör dışı oyuncular) için kullanılan gruplama kriterleri ile yapılan paydaş grup seçimleri gözden geçirilir ve yeterince granüler olup olmadığı incelenir. İdeal müşteri gruplarına dahil olan veya dahil olacak olan müşteriler tek tek incelenir ve hedef müşteri grup listeleri güncellenir.
- **Hedef Ülke/Bölge Grupları Analizi:** Kurumun faaliyette bulunduğu veya bulunmayı hedeflediği ülke/bölgeler ile ilgili analizler yapılır. Ülke/bölgelerin ve hedeflenen müşteri gruplarının söz konusu ülke/bölgelerdeki büyüklüğü ve büyüme potansiyeli ile kurumun rekabet avantajını artırma potansiyeli belirlenir.
- **Kurum Rekabet Avantajı Durum Analizi:** Seçili rakipler için, sektörün ortalama değer eğrisi, birim fiyat-satılan miktar, toplam maliyet-satılan miktar ve birim (ortalama) maliyet-satılan miktar eğrileri oluşturulur, kurumun rakiplerine göre göreceli birim kâr durumu belirlenir.
- **Paydaşlara Sunulan Değerler Analizi:** Kurumun tüm paydaşlarına (çalışanlar dahil) sunduğu değerler ve her bir değer seviyesi belirlenir, rakiplerin sunduğu değerler ve seviyeleri ile birlikte bir "Değer Tuvali" oluşturulur.

## Stratejik Veri Analizleri (Kurum ile İlgili)

- Faaliyet Sistemi Analizi: Kurumun değer zinciri adımları ve her adımda yapmakta olduğu faaliyetler listesi oluşturulur. Faaliyetlerin hangilerinin kurum, hangilerinin de iş ortakları tarafından yapılmakta olduğu belirlenir. Herbir faaliyetin başarı ile gerçekleştirilmesi için gerekli kurumsal yetkinlikler listesi oluşturulur. Paydaşlar için planlanmış olan değerlerin söz konusu faaliyetlerle yeterince sunulup sunulmadığı saptanır.
- Kurum SWOT Analizi: Sektör, pazar ve kurum ile ilgili tüm veri analizleri kullanarak kurumun güçlü ve zayıf tarafları ile önündeki fırsatlar ve olası tehditleri özetleyen detaylı bir SWOT Tablosu oluşturulur.

### ✓ KURUMA SOMUT FAYDASI

Kurumun kendisi ile ilgili yapılan veri analizleri ile faaliyet gösterdiği sektör ve pazar ile ilgili veri analizleri, kurum ve çevresi ile ilgili değerli içgörüler oluşturulmasına olanak verir. Söz konusu içgörüler, sağlıklı ve sonuç verici bir kurum stratejisi oluşturmak için gereklidir.



### ÖN GEREKSİNİMLER

Stratejik veri analizleri (sektör ve pazar ile ilgili)



### KURUM KATILIMCI GEREKSİNİMİ

Kurum strateji sorumlusu



### STANDART PROJE SÜRESİ

Seçilecek veri analizlerine göre değişir. 7-15 iş günü olarak düşünülmelidir.



### FİYAT METOTLARI

Sabit hizmet ücreti

## AÇIKLAMA

Stratejik Veri Analizleri ve tasarım metotları kullanarak, tasarım süreç adımları gerçekleştirilir. Tasarım adımları aşağıda belirtilen seçimlerden oluşur:

- Hedef ürün ve iş hatlarının seçimi (Ürün/işlerin kapsamını belirlemek dahil)
- Hedef paydaş gruplarının seçimi (Müşteri, tedarikçi, tamamlayıcı, etkileyici ve sektör dışı oyuncular),
- Hedef ülke ve bölgelerin seçimi,
- Hedef paydaşların kurumu seçme sebepleri,
- Hedef paydaşlar için değer önerisi tasarımları (doğrudan ve dolaylı sunulan değerler ile ağ değerleri içerir)
- Ürünlerin birim fiyatlarının belirlenmesi.

Yapılan seçimlerin ASDECS Rekabet Avantajı Kriterlerine uyumu için yapılabilirlik, sürdürülebilirlik, farklılaşma, verimlilik, tutarlılık ve sinerji testleri yapılır, kriterlere uyumlu seçimlerin yapılması sağlanır.



### KURUMA SOMUT FAYDASI

Başarılı bir strateji, kurumun neler yapacağını ve nerelerde faaliyet göstereceğini belirlemek kadar neler yapmayacağını da kararlaştırma kararlarını içerir. Kurumun performansını artırmak için hedeflenecek olan doğru ve uygun ürünler, paydaşlar, ülke/bölgeler, paydaşlara sunulacak değerler ve uygulanacak ürünlerin birim fiyatlarını belirlemek başarılı sonuç verecek strateji tasarımının temelini oluşturur.



### ÖN GEREKSİNİMLER

Stratejik veri analizleri (sektör ve pazar ile ilgili)  
Stratejik veri analizleri (kurum ile ilgili)



### KURUM KATILIMCI GEREKSİNİMİ

Kurum strateji sorumlusu      Satış yöneticileri  
Ürün yöneticileri      Hukuk danışmanı  
Pazarlama yöneticileri



### STANDART PROJE SÜRESİ

20 iş günü



### FİYAT METOTLARI

Sabit hizmet ücreti

# Büyüme ve Yeniden Yapılandırma İçin Rekabet Stratejisi Tasarımı

## AÇIKLAMA

Stratejik niyeti büyüme veya yeniden yapılanarak büyüme olan kurumlar için strateji tasarlanır. Strateji tasarımı, aşağıda belirtilen kararların yenilemeli (iterasyonlu) olarak verilmesinden oluşur:

- Rakip bilgileri ışığında rakiplerin kararlarının tahmini,
- Stratejinin hedeflerinin (birim fiyat, birim maliyet ve satılan miktar olarak) belirlenmesi,
- Stratejik önceliklerin ve öncelikleri destekleyecek faaliyetlerin tespiti,
- Stratejik öncelik faaliyetlerinin fayda-maliyet analizlerini sonucunda faaliyet seçimlerinin yapılması,
- Paydaşların kurumunuzu tercih sebepleri,
- Paydaşlara sunulacak değerlerin ve birim fiyat kararlarının gözden geçirilmesi,
- Sunulacak değerler için gerekli faaliyetlerin belirlenmesi,
- Kurumun faaliyet sisteminin oluşturulması,
- Faaliyetlerin sınıflandırılması (stratejik, elzem, standart ve gereksiz olarak),
- Stratejik kurumsal yetkinliklerin belirlenmesi,
- Verilen stratejik kararların test edilmesi ve
- Uygulamaya alma planının oluşturulması.

## ✓ KURUMA SOMUT FAYDASI

Kurumun büyüme ve yeniden yapılandırma aşamasındaki uygulayacağı stratejisi, kuruma rekabet avantajı sağlar ya da varsa, avantajının boyutlarını daha da artırır. Bu şekilde kurumun karlılığının artırılmasının yanı sıra, kurumda amaç ve yöntem birlikteliği oluşturulur, sistemik çatışmalar önlenir, kurum içi şeffaflık ve çalışanların kuruma bağlılığı artar.



## ÖN GEREKSİNİMLER

Pazara gidiş stratejisi



## KURUM KATILIMCI GEREKSİNİMİ

|                       |                        |
|-----------------------|------------------------|
| Kurum strateji takımı | Pazarlama yöneticileri |
| Üst düzey yöneticiler | Satış yöneticileri     |
| Ürün yöneticileri     | Hukuk danışmanı        |



## STANDART PROJE SÜRESİ

30 iş günü



## FİYAT METOTLARI

Sabit hizmet ücreti

# Çıkış Stratejisi Tasarımı

## AÇIKLAMA

Kurumun ve yatırımcılarının mevcut iş faaliyetlerinin kısmen veya tamamen sonlandırılması ile ilgili kararların verilmesi ve planlamaların yapılmasını içerir. Söz konusu kararların sadece çıkış aşamasına gelindiğine değil, kurumun kuruluşu ve yeni bir yatırım yapılma aşamasında da verilmesi ve önceden planlanması önerilir. Söz konusu kararlar şunlardır:

- Kurumun hangi iş faaliyetlerinden, ne zaman, nasıl ve hangi koşullar gerçekleştiğinde çıkacağına tespiti
- Çıkış hedeflerinin ve çıkışta hangi çıkış metodunun kullanılacağına belirlenmesi
- Kurumun ve yapılan işlerin detaylı durum tespit çalışması (değerlerinin belirlenmesi dahil)
- Kurum faaliyetlerinin belirli bir kısmının veya tamamının başka yatırımcılara ya da yönetici ve çalışanlara satışı, aile üyelerine devri, halka arz yoluyla borsalara açılma, başka bir kurumla birleşme veya kurumun varlıklarının satışı yoluyla tasfiyesi alternatiflerinin değerlendirilmesi ve kararlaştırılması
- Çıkış planı ve çıkış pazarlama dokümanları hazırlanması
- Çıkış planını yönetecek bir yönetim takımı oluşturulması.



## KURUMA SOMUT FAYDASI

Kurumun yaşam döngüsünün herhangi bir aşamasında yapılacak çıkış strateji çalışması, belirsizliklere karşı bir yönlendirme sağlar, kurumun yatırımcı ve paydaşlarının elde edecekleri değeri en üst seviyeye çıkarır.



## ÖN GEREKSİNİMLER

Stratejik veri analizleri



## KURUM KATILIMCI GEREKSİNİMİ

Kurumun yatırımcıları

Hukuk danışmanı

Strateji takımı

Bazı müşteriler ve iş ortakları

Üst düzey yöneticiler



## STANDART PROJE SÜRESİ

25 iş günü



## FİYAT METOTLARI

Sabit hizmet ücreti

# Satılan Miktarı ve Müşterilerin Ödemeyi Kabul Ettikleri Birim Fiyatı Artırma Tasarımı

## AÇIKLAMA

Kurumun, ürettiği ve/veya satmakta olduğu ürünlerin birim maliyetlerinin artışına sebep olmadan, sattığı miktarlar ve birim fiyatlarının artırılması için aşağıda ana başlıklar altında belirtilen konular irdelenir ve gerekli değişiklikler yapılır:

- Pazar unsurlarını (hedef paydaş grupları, hedef ülke/bölge) gözden geçirmek ve gerektiğinde genişletmek (Dijital satış dahil)
- Paydaşlara uygun ve farklılaştırıcı değerler sunmak (Platform ve ekosistemlerle ağ değerleri sunmak dahil)
- Ürünlerde ve ürünlerin müşterilere sunumunda değişiklik yapmak
- Sektörün göreceli değer eğrisinde avantajlı konumda yer almak (Yıkıcı rekabet konumları dahil)
- Paydaşların sadakatini artırmak, çıkış engelleri koymak
- Rakiplerin sektöre ve müşteriye girişine engeller koymak



## KURUMA SOMUT FAYDASI

Kurumun satmakta olduğu veya satacağı ürünlerin miktarının ve müşterilerin ödemeyi kabul edeceği birim fiyatların, birim maliyetlerine olumsuz etkisi olmadan artırılması, kurumun rekabet avantajını ve kârlılığını artırır



## ÖN GEREKSİNİMLER

Pazara gidiş stratejisi tasarımı



## KURUM KATILIMCI GEREKSİNİMİ

|                          |                            |
|--------------------------|----------------------------|
| Kurum strateji sorumlusu | İnsan kaynağı yöneticileri |
| Pazarlama müdürleri      | Finans müdürleri           |
| Ürün yöneticileri        | Hukuk danışmanları         |



## STANDART PROJE SÜRESİ

15 iş günü



## FİYAT METOTLARI

Sabit hizmet ücreti

# Birim Maliyet Azaltma Tasarımı

## AÇIKLAMA

Kurumun, satmakta olduğu miktarın ve müşterilerinin ödemeyi kabul ettikleri birim fiyatların azalmasına sebep olmadan, ürettiği ve/veya satmakta olduğu ürünlerin birim maliyetlerinin azaltılması için aşağıda ana başlıklar altında belirtilen konular irdelenir ve gerekli değişiklikler yapılır:

- Sabit ve değişken maliyet kalemlerini incelemek
- Ürünlerin tasarımını gözden geçirmek ve değiştirmek
- Karmaşıklık maliyetlerini azaltmak
- Kurumsal yetkinlik gereksinimlerini azaltmak
- Operasyonel süreçleri optimize etmek
- İşletme ve organizasyon maliyetlerini azaltmak
- Finansal maliyetleri azaltmak

## ✓ KURUMA SOMUT FAYDASI

Kurumun satmakta olduğu veya satacağı ürünlerin birim maliyetlerinin, satılan miktar ve birim fiyata olumsuz etkisi olmadan azaltılması, kurumun rekabet avantajını ve kârlılığını artırır.

## 🏆 ÖN GEREKSİNİMLER

Satılan miktarı ve müşterilerin ödemeyi kabul ettiği birim fiyatı artırma tasarımı

## 👤 KURUM KATILIMCI GEREKSİNİMİ

Kurum strateji sorumlusu      İnsan kaynağı yöneticileri  
Ürün yöneticileri      Finans müdürleri  
Operasyon müdürleri

## 🕒 STANDART PROJE SÜRESİ

20 iş günü

## 🏷️ FİYAT METOTLARI

Sabit hizmet ücreti (tek seferde yapıldığında)  
Abonelik ücreti (periyodik olarak yapıldığında)

# Platform/Ekosistem Yapı Tasarımı

## AÇIKLAMA

Kurumun paydaşlarının birbirlerine değer (ağ değerleri) sunarak ağ etkileri oluşturması için tek veya çok taraflı bir platform (veya platformların özel bir hali olan bir ekosistem) oluşturmak için aşağıdaki çalışmalar yapılır ve tasarım kararları verilir:

- Yapılmakta olan işlerin platform yapısına uygunluğu
- Platformun tarafları ve taraflar arası eşleştirme
- Kurumsal yetkinlik ve kaynak gereksinimleri
- Platform kuralları (Sosyal, kültürel ve etik)
- Tarafların birbirlerine sunacakları değerler (Aynı ve karşı taraf)
- Platformun değer zinciri adımları ve faaliyet sistemi
- Platformun kritik başarı faktörleri ve kritik performans metrikleri
- Kritik kütleye hızlı erişim için alınması gereken aksiyonlar
- Olası negatif ağ etkilerini önleme metotları
- Katılımcı grupları ve grupların yönetim metotları
- Puan ve derecelendirme sistemleri ile sadakat yönetimi prensipleri
- Tarafların platform dışı faaliyetlerinin kontrolü
- Yönetişim prensipleri
- Yazılım altyapısı

## ✓ KURUMA SOMUT FAYDASI

Kurumsal platformlar ve ekosistemler, kurumun paydaşlarının birbirlerine değer sunarak talep taraflı ölçek ekonomisi oluşturmaya ve dolayısıyla satılan miktarlarda ve müşterilerin ödemeyi kabul edecekleri birim fiyatlarda önemli artışlara sebep olurlar.

## 🏆 ÖN GEREKSİNİMLER

Yok

## 👤 KURUM KATILIMCI GEREKSİNİMİ

Kurum strateji sorumlusu  
Pazarlama müdürleri

## 🕒 STANDART PROJE SÜRESİ

10 iş günü

## 🏷️ FİYAT METOTLARI

Sabit hizmet ücreti

# Kurumsal Kaynak ve Kapasite Tasarımı

## AÇIKLAMA

Kurumsal yetkinlik, kurumun kaynaklarının entegre bir şekilde beraberce çalışarak bir görevi başarı ile yapma kabiliyetine verilen addır. Kurum, bölüm, ürün veya proje stratejisi tasarımı sırasında belirlenen tüm stratejik (rekabet avantajı yaratan veya artıran) kurumsal yetkinliklerin, alt yetkinlik ve kaynaklardan oluşan yapıları kurarak kurumsal kaynaklara indirgenmesi yapılır. Bu şekilde oluşturulan her bir stratejik kaynağın yeterli minimum seviyesi belirlenir.

### ✓ KURUMA SOMUT FAYDASI

Kurumsal yetkinlik, kurumun kaynaklarının entegre bir şekilde beraberce çalışarak bir görevi başarı ile yapma kabiliyetine verilen addır. Kurum, bölüm, ürün veya proje stratejisi tasarımı sırasında belirlenen tüm stratejik (rekabet avantajı yaratan veya artıran) kurumsal yetkinliklerin, alt yetkinlik ve kaynaklardan oluşan yapıları kurarak kurumsal kaynaklara indirgenmesi yapılır. Bu şekilde oluşturulan her bir stratejik kaynağın yeterli minimum seviyesi belirlenir.



### ÖN GEREKSİNİMLER

Büyüme ve yeniden yapılanma için rekabet stratejisi tasarımı veya  
Birim maliyet azaltma tasarımı veya  
Platform/ekosistem yapı tasarımı



### KURUM KATILIMCI GEREKSİNİMİ

Kurum strateji yöneticisi  
İnsan kaynakları yöneticisi  
Finans müdürü



### STANDART PROJE SÜRESİ

5 iş günü



### FİYAT METOTLARI

Sabit hizmet ücreti

# Rekabet Avantajı İçin Sürdürülebilirlik Tasarımı

## AÇIKLAMA

Tasarımı yapılmış olan stratejinin sağlayacağı rekabet avantajını korumak ve rakipler tarafından başarı ile kopyalanmasını önlemek için aşağıda belirtilen kontroller yapılır, kontrollerin başarısız olması durumunda stratejide tasarım değişikliklerine gidilir:

- Stratejik faaliyetlerin başarı ile gerçekleştirilmesi için gerekli olan stratejik yetkinliklerde derinleşme
- Arz taraflı ölçek ekonomisine erişim planı
- Ağ etkileri ile oluşacak yüksek müşteri sayısına ulaşmanın (Talep taraflı ölçek ekonomisi için) planı
- Karmaşıklık maliyetlerine sebep olmayacak şekilde kapsam ekonomisine ulaşma planı
- Veri analitiği ve yapay zeka kullanılarak erişilecek veri ekonomisine sahip olma planı
- Stratejinin, oluşması zaman alan kaynak ve yetkinliklere sahip olup olmadığı (Ürün, olumlu marka imajı, dağıtım ağı, müşteri ilişkileri, banka ilişkileri, genel Kabul görmüş bir performans yönetim sistemi, kabullenilmiş ve yüksek seviyeli liderlik gibi)
- Patentlerle korunan teknolojilere sahiplik
- Stratejide zincir sistemlerin varlığı (Çok sayıda birbirini güçlendiren faaliyet, ürün, değer ve kurumsal yetkinlik olması)
- Müşteri çıkışına engellerin olması
- Rakibin müşteriye girişine engellerin olması
- Yönetim süreçlerinde sürekli yenilikçilik ve gelişme yapmanın yer alması
- Stratejiyi oluşturan yeni gelişmelere göre güncelleme planı olması



## KURUMA SOMUT FAYDASI

Kurumun rekabet avantajının sürdürülebilir olması ve rakiplerin stratejisini kopyalamasından koruması, stratejinin uzun ömürlü ve etkin olması için şarttır.



## ÖN GEREKSİNİMLER

Büyüme ve yeniden yapılanma için rekabet stratejisi tasarımı veya  
Birim maliyet azaltma tasarımı veya  
Platform/ekosistem yapı tasarımı



## KURUM KATILIMCI GEREKSİNİMİ

Kurum strateji sorumlusu



## STANDART PROJE SÜRESİ

2 iş günü



## FİYAT METOTLARI

Sabit hizmet ücreti

## AÇIKLAMA

Strateji tasarımı sonrasında, hedeflerin gerçekleşmesi için aşağıda belirtilen kararlar verilir ve atamalar yapılır:

- Ana stratejik hedeflerin (Birim fiyat, birim maliyet ve satılan miktar) ürün, ülke/bölge ve hedef müşteri grupları bazında kırılımları
- Hedefleri gerçekleştirmek için gerekli teknolojik yenilikler, yeni yatırımlar ve süreç değişiklikleri
- Faaliyet sisteminin uygulamaya alınmasından ve hedeflerin gerçekleşmesinden sorumlu ana kişiler
- Ara hedefler ve hedefler için zaman planları
- Performansı gözden geçirme periyodu



## KURUMA SOMUT FAYDASI

Kurumun stratejisinin tasarımından sonra uygulamaya geçiş için atılacak adımların ve takip sürecinin planlanması stratejinin başarısı için gerekli bir şarttır.



## ÖN GEREKSİNİMLER

Büyüme ve yeniden yapılanma için rekabet stratejisi tasarımı



## KURUM KATILIMCI GEREKSİNİMİ

Kurum strateji sorumlusu

Ürün müdürleri

Satış müdürleri

Pazarlama müdürleri



## STANDART PROJE SÜRESİ

15 iş günü



## FİYAT METOTLARI

Sabit hizmet ücreti

# B2B Fiyatlandırma Stratejisi

## AÇIKLAMA

B2B fiyatlandırma stratejisi tasarımı, kurumsal müşterilere yönelik ürün ve hizmetlerin değer, maliyet, rekabet ve müşteri segmentleri dikkate alınarak stratejik biçimde fiyatlandırılmasını sağlar. Bu hizmet kapsamında:

- Mevcut fiyatlandırma yapısının analizi (maliyet, kârlılık, indirim politikaları vb.)
- Hedef müşteri segmentlerinin fiyat hassasiyeti
- Rakip fiyat stratejilerinin ve pazardaki fiyat seviyelerinin değerlendirilmesi
- Kurum ve rakipleri için “algılanan değer - fiyat” matrislerinin analizi
- Farklı fiyatlandırma modellerinin değerlendirilmesi, seçimi ve farklı müşteri segmentlerine göre ayrıştırılması

## ✓ KURUMA SOMUT FAYDASI

Müşteri segmentlerinin farklı ihtiyaç ve potansiyellerine göre esnek, yenilikçi fiyatlama modellerini kaldıraçlayan ve karlılığı maksimize eden fiyatlama ile rekabet avantajı elde edilir.



## ÖN GEREKSİNİMLER

Yok



## KURUM KATILIMCI GEREKSİNİMİ

Üst yönetim

Satış ve pazarlama müdürleri

Finans ve bütçe ekibi



## STANDART PROJE SÜRESİ

20 iş günü



## FİYAT METOTLARI

Sabit hizmet ücreti

# Marka Konumlandırma

## AÇIKLAMA

Marka konumlandırma projeleri, hem B2B hem B2C iş yapan kurum markalarının, hedef müşteri zihinlerinde nasıl algılanmasını istediğini tanımlayan stratejik bir çerçeve sunar. Bu hizmet kapsamında aşağıdaki faaliyetler hayata geçirilir:

- Mevcut marka algısının, rekabete göre, analizi
- Hedef müşteri segmentlerinin ihtiyaç ve değer algılarının tespiti
- Rakip markaların konumlandırmalarının ve değer önermelerinin değerlendirilmesi
- Markanın farklılaştırıcı değer önerisinin belirlenmesi
- Marka kişiliği, tonu, dili ve temel mesajlarının tanımlanması
- Konumlandırmanın görsel kimlik, iletişim ve deneyim tasarımlarına entegrasyonu
- İç ve dış paydaşlara yönelik konumlandırma anlatımı ve uyumlandırma sürecinin tasarlanması



### KURUMA SOMUT FAYDASI

Markanın, rakiplerden ayrılan, müşterinin zihninde kalıcı ve değerli bir yer edinmesini sağlar.



### ÖN GEREKSİNİMLER

Büyüme ve yeniden yapılanma için rekabet stratejisi tasarımı



### KURUM KATILIMCI GEREKSİNİMİ

Pazarlama yöneticisi



### STANDART PROJE SÜRESİ

12 iş günü



### FİYAT METOTLARI

Sabit hizmet ücreti

## AÇIKLAMA

Strateji Ofisi Hizmeti, kurumların stratejik karar alma, uygulama takibi ve performans yönetimi konularında sürdürülebilir kapasite oluşturmalarını hedefleyen bütüncül bir danışmanlık ve yürütme desteğidir. Bu hizmet kapsamında Mentoro, şirketin Strateji departmanı şeklinde çalışır ve gerekli tüm çalışmaları yürütür.

- Sektörel ve kurumsal veri analizlerinin yapılması ve güncel tutulması
- Mentoro strateji tasarım metodolojisi paralelinde strateji tasarım sürecine liderlik edilmesi
- Kurumun mevcut stratejik planlama süreçlerinin yürütülmesi
- Stratejik öncelikleri destekleyen performans göstergelerinin belirlenmesi
- Hedeflerin hayata geçmesi için gereken projelerin tanımlanması ve takibi
- Stratejik inisiyatiflerin koordinasyonu, izlenmesi ve raporlanması
- Üst yönetime periyodik güncellemelerin sunulması
- Kurum içi stratejik düşünmeyi destekleyecek eğitim ve mentorluk desteği verilmesi



## KURUMA SOMUT FAYDASI

Kuruma sabit masraf yaratmadan, konusunda uzman bir ekip tarafından tüm strateji süreçlerini üstlenmesi sağlanır. Stratejinin tasarlanması ile sınırlı kalmayan, uygulama ve sonuç odaklı bir yönetim anlayışının kurumsallaşmasını sağlar.



## ÖN GEREKSİNİMLER

Yok



## KURUM KATILIMCI GEREKSİNİMİ

Üst yönetim

İlgili birim yöneticileri



## STANDART PROJE SÜRESİ

-



## FİYAT METOTLARI

Aylık hizmet ücreti

# Stratejik Risk Yönetimi

## AÇIKLAMA

Stratejik Risk Yönetimi, kurumun uzun vadeli hedeflerini etkileyebilecek belirsizliklerin ve tehditlerin sistematik biçimde tanımlanması, erken tespiti, analiz edilmesi ve kontrol altına alınmasını sağlar. Bu hizmet kapsamında aşağıdaki faaliyetler gerçekleştirilir:

- Stratejik hedeflerle ilişkili risk kategorilerinin belirlenmesi
- İç ve dış çevre analizleriyle risk kaynaklarının tespiti
- Risklerin olasılık/etki matrisine göre önceliklendirilmesi
- Stratejik risk göstergelerinin (KRI) ve erken uyarı mekanizmalarının oluşturulması
- Risklere yönelik kontrol stratejilerinin (kaçınma, azaltma, devretme, kabul etme) geliştirilmesi
- Risk yönetiminin kurumsal karar alma ve stratejik planlama süreçlerine entegrasyonu
- Risk sahiplerinin atanması ve izleme & raporlama süreçlerinin yapılandırılması



## KURUMA SOMUT FAYDASI

Stratejik risklerin erken fark edilmesi, kurumun kaynaklarını daha etkin kullanmasını ve hedeflerine kesintisiz ulaşmasını sağlar. Kurumsal dayanıklılığı artırır ve ani çevresel değişimlere karşı hazırlıklı olunmasını temin eder.



## ÖN GEREKSİNİMLER

Yok



## KURUM KATILIMCI GEREKSİNİMİ

Üst yönetim

İlgili iş birimi yöneticileri



## STANDART PROJE SÜRESİ

10 iş günü



## FİYAT METOTLARI

Sabit hizmet ücreti

# Stratejik Senaryo Analizleri

## AÇIKLAMA

Kurumun stratejisinin tasarımından sonra uygulamaya geçmeden önce, farklı pazar talep seviyesi senaryolarına göre finansal analizlerin yapılması tasarlanan strateji için bir duyarlılık analizi yerine geçer. Olumsuz, Olası ve Olumlu başlıklı 3 değişik talep seviyesine göre kâr-zarar, bilanço ve nakit akış tabloları hazırlanır. Sonuçlara göre strateji tasarımındaki kararların gözden geçirilmesi gerekebilir.

### ✓ KURUMA SOMUT FAYDASI

Tasarlanan stratejiyi uygulamaya almadan önce senaryo analizlerinin yapılması; risklerin ve potansiyelin önceden görebilme, olası finansal kayıplar için önceden önlemlerin alma, hissedar ve yöneticileri daha çok işbirliği yapmaya yönlendirme, yaratıcılığı artırma ve hatta olası yatırımcı çekme gibi önemli faydalar sağlar.



### ÖN GEREKSİNİMLER

Büyüme ve yeniden yapılanma için rekabet stratejisi tasarımı



### KURUM KATILIMCI GEREKSİNİMİ

Kurum strateji sorumlusu

Finans müdürü



### STANDART PROJE SÜRESİ

5 iş günü



### FİYAT METOTLARI

Sabit hizmet ücreti

# Değer Temelli Fiyatlama

## AÇIKLAMA

Bir ürünün, özellikle piyasaya yeni sürülecek bir ürünün birim fiyatını belirlemek önemli bir stratejik karardır. Kurumlar, bazı ürünleri için birim fiyatları kendileri belirleyemez (Madenler gibi). Özellikle marjinal maliyeti sıfıra yakın ürünlerde birim fiyatın müşterilerce belirlendiği durumlar da artmaktadır. Bazı birim fiyatlar ise pazarlık, açık artırma ve açık eksiltme gibi dinamik metotlarla müşterilerle beraberce belirlenebilir. Kurumun kendi belirlediği veya dinamik metotlarla belirlenen birim fiyatlar için başlangıç birim fiyatı kararlaştırmak için aşağıda izah edilen süreç işletilir:

- Hedef müşteri gruplarının değer (fayda) ihtiyaçlarını anlamak
- Sektördeki kurumların göreceli algılanan fiyat – algılanan değer eğrisini oluşturmak
- Ürüne talebin büyüklüğü ile arz-talep dengesini ölçmek, geçmiş uygulamalardan öğrenmek
- Ürünün değer pozisyonuna karar vermek (Boş veya yıkıcı pozisyonlar tercih edilir)
- Karar verilen değer teklifi ve hedeflenen satış miktarına göre değişen birim maliyetini hesaplamak
- Seçilen değer pozisyonuna ve hedeflenen pazar payına göre birim kârı hesaplamak
- Hesaplanan birim kâr tatminkâr olmadığı takdirde yukarıdaki 3. Adıma geri dönmek
- Birim fiyatı güncellemek için sürekli bilgi geri besleme toplayarak süreci periyodik olarak işletmek



## KURUMA SOMUT FAYDASI

Fiyatlandırma, kurumun gerek genel kârlılığını, gerekse de pazardaki algılanmasını etkileyen, başarılı olmak için doğru yapılması gereken temel kararlardan biridir.



## ÖN GEREKSİNİMLER

Yok



## KURUM KATILIMCI GEREKSİNİMİ

Kurum strateji sorumlusu

Satış müdürleri

Ürün müdürleri

Pazarlama müdürleri



## STANDART PROJE SÜRESİ

10 iş günü



## FİYAT METOTLARI

Sabit hizmet ücreti



## **İSTANBUL**

Süleyman Seba Cad. BJK Plaza 48P No:5  
Beşiktaş/İstanbul Türkiye



## **AMSTERDAM**

Van Heuven Goedhartlaan 13D,  
1181 LE Amstelveen, Parktoren Netherlands



## **BOSTON**

30 Newbury Street Boston,  
MA 02116 USA

[www.mentoroplatform.com](http://www.mentoroplatform.com)

[info@mentoroplatform.com](mailto:info@mentoroplatform.com)