

|  |
| --- |
| ASANSÖR PROJE TANITIMI |
|  |
|  |

# Asansör proje tanıtımı

|  |
| --- |
| Şimdi düşünelim ki asansörde bir yatırımcı var ve 60 saniye içerisinde projemizi ona tanıtacağız. Projemizi tanıtmak için belli başlı şeyleri açıklamamız gerekmektedir ve böylece proje için daha etkili bir tanıtım yapmış oluruz. |

HEDEF KİTLE

Promosyon stratejinizi planlamadan önce, ürün veya hizmetinizi isteme olasılığı en yüksek olan tüketici türünü düşünün. Göz önünde bulundurulması gereken bazı faktörler arasında yaş, eğitim düzeyi ve yer bulunur.

BÜTÇE

Herhangi bir promosyon stratejisindeki en önemli hususlardan biri, ne kadar harcayabileceğinizdir. Promosyon stratejinizin harcamaya değdiğinden emin olmak için beklenen getirileri de hesaplamalısınız.

HEDEF

Satışları artırmak birincil hedefiniz olsa da başarılı bir promosyon stratejisi birden fazla hedef içerebilir. Örneğin, marka bilinci oluşturmayı veya itibarı geliştirmek veya müşteri sadakatini ve müşteriyi elde tutmayı artırmak da isteyebilirsiniz.

UYGULANABİLİR PLAN

Bir hedef kitle, bütçe ve hedef hazır olduğunda, hedeflerinize ulaşmak için eyleme geçirilebilir bir plan oluşturmaya başlayabilirsiniz. Ayrıntılı bir terfi stratejisi izlenecek bir harita oluşturur ve terfi planını yürütmek için birden fazla personelin birlikte çalışması gerektiğinde özellikle önemlidir. Bu taslak, tüm çalışanları aynı sayfada tutmaya yardımcı olur.

Ayrıca projenizin sunacağı ek faydaları, farklılıkları ve özgün değerini de ortaya koyacak bir şekilde tanıtmak gerekmektedir. Böylece kişinin dikkatini çekebilmelidir.

[1] Bir örnek diyalog da:

[Ön tanışma faslı sonrası proje tanıtımı]

+ Marketlerin, küçük esnafın ve yerel marketlerin ürünlerini tek bir platformda toplayıp bunları kullanıcılara fiyat analizleri ile sunarak istenilen ürüne en düşük bütçe ile sahip olma fırsatı sunan bir proje üzerinde çalışıyorum. Böylece rekabet artıp fiyatlar daha cazip olabilir. Bir ürünün fiyat analizini de barkodu üzerinden yapıyorum. Böylece market içinde fiyat araştırması çok kolay hale gelebilecek. Uygulama mobil platformda olacak ve ürünleri ve fiyatlarını marketler girecekler. Marketlerini oluşturacak ve ürünlerini fiyatları ve stokları ile girebilecekler.

[2] Bir örnek diyalog da:

[Ön tanışma faslı sonrası proje tanıtımı]

+ Müşteri ürün analizlerini ve fiyat bilgilerini tüm marketlerde, yerel marketlerde arayıp fiyat karşılaştırması yapabilecek. Bunu da barkod taratarak yapacak. Böylece market içinde de çok hızlı bir şekilde ürünleri bulabilecek. Fiyatların karşılaştırması kolay hemde rekabet olunca şişirilen fiyatları da düşebilir. Ayrıca tarım ürünleri içinde üretici ile tüketiciyi direk buluşturan bir özellikte olacak. Aracılar kaldırılıp daha uygun fiyatlarla ürünler satılabilecek.

[3] Bir örnek diyalog da:

[Ön tanışma faslı sonrası proje tanıtımı]

+ Satıcı ile alıcı arasındaki aracıları en aza indimeyi hedefliyorum. Aynı zamanda stoklama ile fiyat artırmanın da önüne geçmek için bir platform geliştirerek yerel marketler ile zincir marketler arasındaki fiyat farkına rağmen yerel marketlerin zincir marketlerin piyasayı domine etmesinden dolayı batırdıkları veya büyük zorluklarla ayakta kalma durumlarını biraz da olsa hafifletmeye çalışıyorum. Hedef kitlem alıcılar, Bütçesi ise satıcılar kendi profillerini oluşturup ürün ekleyecekleri için daha düşük bütçeli olacak. Getirisi ise satışlar üzerinden kesilen küçük komisyonlar olacak. Bu komisyonlar düşük tutularak uygulamanın daha geniş kitlelere yaygınlaşması hedeflenmektedir. Pilot bölgelerden başlayıp uygulama alanı genişletilerek devam edebilir bir proje.

[4] Bir örnek diyalog da:

[Ön tanışma faslı sonrası proje tanıtımı]

+ Satıcı ile alıcı arasındaki fiyat ve araştırma yükünü en aza indirecek ve marketleri, zincir marketleri, yerel satıcıları ve gelecek aşamalarda üreticileri de alıcılar ile buluşturup en uygun fiyatı en kısa sürede kullanıcıya sunmayı amaçlıyoruz. Amaç fiyatlar arasındaki dengesizlikten faydalanıp tüketiciye ürünleri ulaştırırken oluşan haksız rekabeti ortadan kaldırmak ve tüketicinin tüm ürünleri ve fiyatlarını karşılaştırmasına olanak tanımak ve bunu yaparken aynı zamanda küçük işletmelerin de önünü açarak stoklama oranını en aza indirmeyi planlıyoruz.

Karşılaştırmayı da ürün barkodları üzerinden araştırma imkanı sunarak sağlamayı ve müşterinin sadece barkod okutarak sonuçlara ulaşmasını sağlamayı hedefliyoruz.

[5] Bir örnek diyalog da:

[Ön tanışma faslı sonrası proje tanıtımı]

+ Müşterilerin fiyat analizini market sınırları içerisinde etkin bir şekilde yapamaması ve araştırma kolaylığının sağlanamaması sonucu ürün / hizmetlere yeterli fiyat analizi yapmadan çok daha ucuza mal edilecek ürün/hizmete çok daha fazla ücretler ile sahip olması sorununu ele alarak bunu gerekli kolaylığı sağlayacak bir mobil uygulama geliştirerek bir fırsata çevirdim. Ayrıca yerel satıcıları da sisteme dahil ederek ürün / hizmet fiyat skalasını daha da aşağıya çekmeyi hedefliyorum.

Böylece 5 farklı diyalog örneği ile amacımı ve projemi anlatmaya çalıştım. Bunları yaparken de bütçe konusunda küçük bilgiler verip, amaç, hedef kitle ve sorundan kaynaklı fırsatlara yer vererek uygulanabilirliğe de değinmiş oldum.