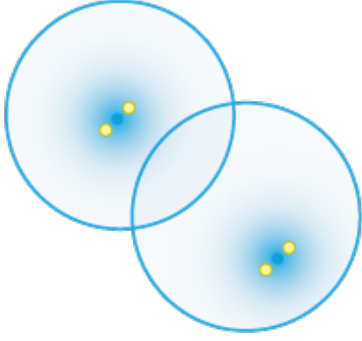


# 6 Temel Strateji

## Genel Farklılaştırıcı



● İdeal Konum ● Ürün

Genel Farklılaştırıcı Stratejisini uygulayan şirket her iki müşteri segmentinde de varlığını korur. Ürünlerinde mükemmel tasarım, yüksek bilinirlik ve kolay ulaşılabilirlik ile rekabet avantajı sağlar. Tasarımları hızla hayata geçirebilen Ar-Ge uzmanlığı geliştirir. Ürünlerinin gelişmiş boyut ve performans özellikleri ile müşteri beklentilerine ayak uydurur. Piyasadaki ürünlerinin fiyatları ortalamanın biraz üstündedir. Ürünlerine daha yüksek talep oluşukça üretim kapasitesini de artırır.

### ÖRNEK VİZYON

Sektör için en iyi (premium) ürünler: markamız zamana karşı dayanıklıdır. Öncelikli paydaşlarımız; müşterilerimiz, hissedarlarımız, yöneticilerimiz ve çalışanlarımız.

### ÖRNEK DEPARTMAN PLANLAMALARI

#### Araştırma ve Geliştirme

Elimizdeki ürünü tutacağız ve buna ek olarak en az bir ürün daha piyasaya sunacak ve iki segmentte de varlığımızı sürdüreceğiz. Hedefimiz müşterilere ideal konum, yaş ve güvenilirlik kriterlerinde beklentilerine uygun ürünler sunmak

#### Pazarlama

Her iki segmentte de bilinirlik ve bulunurluk için agresif bir şekilde harcama gerçekleştireceğiz. Her müşterimizin bizim harika tasarımlarımızdan haberdar olmasını ve kolayca bu ürünlere ulaşabilir olmasını istiyoruz. Fiyatlarımız da en yüksek (premium) seviyede olacak.

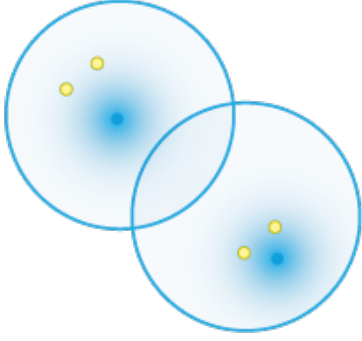
#### Üretim

Kapasiteyi, yarattığımız talebe bağlı olarak arttıracacağız, ikinci vardiya kullanımı ve mesaiden kaçınacağız. Ürünlerimiz iyi bir şekilde konumlandırıldığında otomasyon seviyelerimizi mütevazı oranda arttırarak daha fazla kar marjı elde edeceğiz. Ancak ürünlerimizi hızlıca algı haritasındaki müşteri beklentilerine uygun bir şekilde hareket ettirebilme ve segmentlere ayak uydurabilme yeteneğimizi kaybetmek istemeyiz. Bundan dolayı otomasyon seviyelerini çok yükseltmeyeceğiz.

#### Finans

Yatırımlarımızı öncelikli olarak hisse senedi satışı ve operasyondan yarattığımız nakit ile finansa etmeye çalışacağız, ihtiyaç halinde uzun dönemli borç alabiliriz. Nakit pozisyonumuz imkan verdiği sürece temettü dağıtacak ve piyasadan hisselerimizi toplayacağız. Borçlanmaya biraz karşıyız ve faiz ödemelerinden kaçınıyoruz. Varlıklarımız/Öz Sermaye(Kaldıraç) oranımızı 1.5 ile 2.0 arasında tutmaya çalışacağız. Başarıyı ise Pazar payı, şirket değeri, ROA ve karlılık üzerinden değerlendireceğiz.

## Genel Maliyet Liderliği



● İdeal Konum ● Ürün

BGenel Maliyet Liderliği Stratejisini uygulayan şirket iki segmentte de varlığını korur. Rekabet avantajını, Ar-Ge maliyetlerini, üretim maliyetlerini ve malzeme maliyetlerini minimum seviyede tutarak şirketin fiyat üzerinden rekabet ederek sağlar. Ürünlerinin piyasadaki fiyatları ortalamanın altındadır. Otomasyon seviyelerini kar marjını arttırmak ve ikinci vardiya/mesai ücretlerinin etkisini düşürmek için arttırır.

### ÖRNEK VİZYON

Endüstri için düşük fiyatlı ürünler: Markamız kabul edilebilir ürünler sunar. Öncelikli paydaşlarımız bono sahipleri, müşterilerimiz, hissedarlarımız ve yönetimdir.

### ÖRNEK DEPARTMAN PLANLAMALARI

#### Araştırma ve Geliştirme

Elimizdeki ürünü tutacağız ve buna ek olarak en az bir ürün daha piyasaya sunacak ve iki segmentte de varlığımızı sürdüreceğiz. Ürünlerimizi maliyet/fiyat avantajımızdan feragat etmeden ve yüksek otomasyon seviyelerimize rağmen olabildiğince her segmentte güncel tutmaya çalışacağız.

#### Pazarlama

Şirketimiz promosyon ve satış için mütevazı harcamalar yapacak. Fiyatlarımız ortalamanın altında olacak. Maliyet liderliği pozisyonumuzu kazandıktan sonra durumumuzu tekrar gözden geçirerek farkındalık ve ulaşılabilirliği arttırmak için seçenekleri araştıracağız.

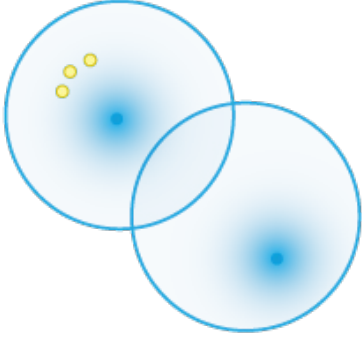
#### Üretim

Her bir ürünümüz için otomasyon seviyelerini hızlıca arttıracğıız. Ancak otomasyonu arttırmak ürünlerimizi yeniden konumlandırma konusunda bizi kısıtladığı için, daha yavaş ilerleyen düşük segment ürünlerimizin otomasyonunu, daha hızlı ilerleyen ve sürekli değişiklik isteyen yüksek segment ürünlerimizden daha fazla arttıracğıız. İkinci vardiya/mesai seçeneklerini kapasite artırımına tercih edeceğiz.

#### Finans

Yatırımlarımızı öncelikli olarak uzun dönemli borçlarla finanse edeceğiz, ihtiyaç halinde hisse satışı ile nakit yaratmaya çalışacağız. Nakit pozisyonumuz imkan verirse temettü dağıtacak ve piyasadaki hisselerimizi toplayacağız. Kaldıraç oranının artışına çok karşı değiliz borç/öz sermaye oranımızın 2.0 ile 3.0 arasında olmasını bekleyeceğiz. Performansımızı ise Pazar payı, şirket değeri, RoE ve kar üzerinden değerlendireceğiz.

## Niş Maliyet Liderliği



● İdeal Konum    ● Ürün

Niş Maliyet Liderliği stratejisini uygulayan şirket öncelikli olarak düşük segmente odaklanır. Rekabet avantajını, Ar-Ge maliyetlerini, üretim maliyetlerini ve malzeme maliyetlerini minimumda tutarak fiyat üzerinden rekabet ederek sağlar. Ürünlerinin piyasadaki fiyatları ortalamanın altındadır. Otomasyon seviyeleri kar marjını yükseltmek ve ikinci vardiya/ Mesai ücretlerinden kaçınmak için artırılır.

### ÖRNEK VİZYON

Düşük Teknoloji müşterileri için güvenilir ürünler: Markamız değer sunar. Öncelikli paydaşlarımız, bono sahipleri, hissedarlarımız, müşterilerimiz ve yönetimidir.

### ÖRNEK DEPARTMAN PLANLAMALARI

#### Araştırma ve Geliştirme

Mevcut ürün yelpazemizi Düşük Teknoloji segmentinde yoğunlaştırarak ürünlerin yaşlanmasını önlemek için gerekli projeleri başlatacağız. Ayrıca Düşük Teknoloji müşterilerimize en az bir yeni ürün tanıtacağız.

#### Pazarlama

Düşük segmentte satış ve promosyon için mütevazı bir harcama yapacağız. Bu segmentte fiyatlarımız ortalamanın altında olacak. Maliyet liderliği pozisyonumuzu kazandıktan sonra durumumuzu tekrar gözden geçirerek farkındalık ve ulaşılabilirliği arttırmak için seçenekleri araştıracağız.

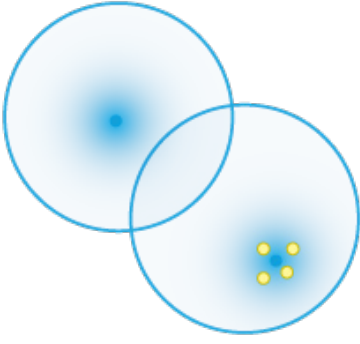
#### Üretim

Her bir ürünümüz için otomasyon seviyelerini hızlıca arttıracacağız. İkinci vardiya/mesai seçeneklerini kapasite artırmaya tercih edeceğiz.

#### Finans

Yatırımlarımızı öncelikli olarak uzun dönemli borçlarla finanse edeceğiz, ihtiyaç halinde hisse satışı ile nakit yaratmaya çalışacağız. Nakit pozisyonumuz imkan verirse temettü dağıtacak ve piyasadaki hisselerimizi toplayacağız. Kaldıraç oranının artışına çok karşı değiliz borç/öz sermaye oranımızın 2.0 ile 3.0 arasında olmasını bekleyeceğiz. Performansımızı ise Pazar payı, şirket değeri, ROE ve kar üzerinden değerlendireceğiz.

## Niş Farklılaştırıcı



● İdeal Konum ● Ürün

Niş Farklılaştırıcı Stratejisini uygulayan şirket yalnızca Yüksek Teknoloji Segmentine odaklanır. Rekabet avantajını ürünlerini mükemmel tasarım, yüksek bilinirlik, kolay ulaşılabilirlik konusunda farklılaştırarak yaratır. Yeni ve heyecan verici ürünler ortaya çıkaran Ar-Ge uzmanlığı geliştirir. Ürünler pazarda gelişmiş performans ve boyutlarıyla yer edineceklerdir. Ürünlerin piyasadaki fiyatları ortalamanın üzerindedir. Talep artışı gerçekleştikçe kapasite de arttırılacaktır.

### ÖRNEK VİZYON

Teknoloji odaklı müşteriler için en iyi (Premium) ürünler: Markamız teknoloji harikası olarak tanımlanır. Öncelikli paydaşlarımız, müşterilerimiz, hissedarlarımız, yönetim ve çalışanlarımızdır.

### ÖRNEK DEPARTMAN PLANLAMALARI

#### Araştırma ve Geliştirme

Yüksek Teknoloji segmentinde birden fazla üretim hattına sahip olacağız. Amacımız ise teknoloji odaklı olan müşterilerimize onların ideal konum, yaş ve güvenilirlik gibi kriterlerinde beklentilerine uygun ürünler sunmak.

#### Pazarlama

Pazarlama ekibimiz Yüksek Teknoloji Segmentinde promosyon ve satış bütçelerine agresif yatırımlar yapacaklar. Bütün müşterilerimizin bizim süper tasarımlı ürünlerimizi bilmelerini ve onları kolayca bulabilmelerini istiyoruz. Fiyatlarımız da premium seviyede olacak.

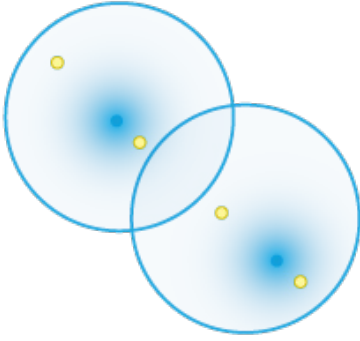
#### Üretim

Yarattığımız talebi karşılayabilmek için kapasite artırımı yapacağız ve ikinci vardiya/mesai kullanımından olabildiğince kaçınacağız. Ürünlerimizin yeteri kadar iyi konuma geldiğinde, otomasyon seviyelerimizde mütevazı artırımlar yapacağız ancak hiçbir zaman bu artırımlarımız hızla ilerleyen Yüksek Teknoloji segmentinde ürünlerimizi güncel tutmamızı engelleyecek büyüklükte olmayacaktır.

#### Finans

Yatırımlarımızı öncelikli olarak hisse senedi satışı ve operasyondan yarattığımız nakit ile karşılayacağız, gerektiği durumlarda bono seçeneklerini de düşünebiliriz. Nakit akışımız izin verdiği takdirde temettü dağıtacağız ve piyasadaki hisselerimizi toplamaya başlayacağız. Biz borçlanmaya karşıyız ve faiz ödememeyi tercih ediyoruz. Varlıklar/Öz Kaynak(Kaldıraç Oranı) oranını 1.5 ile 2.0 arasında tutmayı hedefliyoruz. Performansımızı ise Öz Kaynak Karlılığı, Aktif Devir Hızı ve Varlık Karlılığı üzerinden değerlendireceğiz.

## Ürün Ömrü Odaklı Maliyet Liderliği



● İdeal Konum    ● Ürün

Ürün Ömrü Odaklı Maliyet Liderliği stratejisini uygulayan şirket verimlilik ve uzmanlık yoluyla maliyetleri en aza indirmeyi amaçlar. Ürünlerin Yüksek Teknoloji Segmentinde başlayıp, Düşük Teknoloji segmentindeki müşterilere hitap edene kadar pazarda kalmasına izin verir.

### ÖRNEK VİZYON

Ana akım müşteriler için güvenilir ürünler: Markamız değer sunar. Öncelikli paydaşlarımız, tahvil sahiplerimiz, hissedarlarımız, müşterilerimiz ve yönetim.

### ÖRNEK DEPARTMAN PLANLAMALARI

#### Araştırma ve Geliştirme

Var olan ürünlerimizde çok küçük değişiklikler yaparak düşük bütçeli Ar-Ge çözümleri sunacağız. Her 2-3 yılda bir Yüksek teknoloji segmentine yeni ürün sunacağız.

#### Pazarlama

Promosyon ve satış bütçelerine mütevazı yatırımlar yapacağız. Maliyet liderliği pozisyonumuzu aldığımızda ise bilinirlik ve bulunurluk konusunda farklı seçenekleri de gözden geçirmek için durumumuzu yeniden ele alacağız.

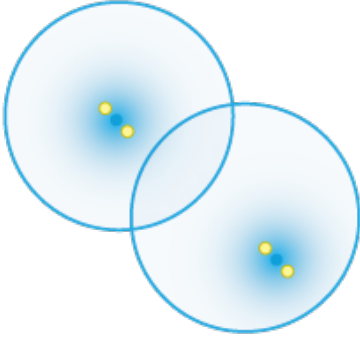
#### Üretim

Ürün piyasa girdiğinden itibaren otomasyon seviyelerini hızlıca arttıracacağız.

#### Finans

Yatırımları finanse etmek için önceliğimiz uzun dönemli borçlanmalar olacaktır, ihtiyaç duyduğumuz zamanlarda hisse senedi satışı gerçekleştirebiliriz. Nakit pozisyonumuz izin verdiği takdirde temettü dağıtacak ve piyasadaki hisselerimizi satın alacağız. Kaldıraç oranının yüksek olmasından kaçınıp, 2.0 ile 3.0 arasında tutmayı planlıyoruz. Performansımızı hisse değeri, RoE ve RoS üzerinden değerlendireceğiz.

## Ürün Ömrü Odaklı Farklılaştırıcı



● İdeal Konum ● Ürün

Ürün Ömrü Odaklı Farklılaştırıcı stratejine sahip şirket ürünlerini Yüksek Teknoloji segmentinden Düşük Teknoloji segmentine doğru çekerek Ar-Ge maliyetlerini düşürürken aynı zamanda yüksek bilinirlik ve kolay ulaşılabilirlik ile farklılaştırarak rekabet avantajı yaratır. Ürünlerinin piyasadaki fiyatları ortalamanın üzerindedir. Talep oluşukça kapasite artışı da gerçekleştirilir.

### Örnek Vizyon

Ana akım müşteriler için en iyi (premium) ürünler: Güvenebileceğiniz kalite. Öncelikli paydaşlarımız hissedarlarımız, müşterilerimiz, çalışanlarımız ve yönetim.

### ÖRNEK DEPARTMAN PLANLAMALARI

#### Araştırma ve Geliştirme

Her segmentte birden fazla üretim hattına sahip olacağız. Hedefimiz müşterilerimize ideal konum, yaş ve güvenilirlik açısından beklentilerine uygun ürünler sunmak.

#### Pazarlama

Promosyon ve satış bütçelerine agresif yatırımlar yapacağız. Ürünlerimizin herkes tarafından bilinmesini ve müşterilerimizin kolayca ulaşabilmesini istiyoruz. Fiyatlandırmamız da en iyi (premium) seviyede olacak.

#### Üretim

Kapasiteyi yarattığımız talebe göre artıracğız, mümkün olduğunda ikinci vardiya/mesaiden kaçınacağız. Ürünlerimiz iyi bir şekilde konumlandıktan sonra kar marjımızı artırabilmek için otomasyon seviyelerimizi mütevazı miktarda artıracğız.

#### Finans

Yatırımlarımızı öncelikli olarak hisse senedi satışı ve operasyondan yarattığımız nakit ile yapacağız, ihtiyacımız olduğu durumlarda uzun dönemli borç kullanabiliriz. Nakit kapanış pozisyonumuz izin verdiği sürece temettü dağıtacak ve piyasadaki hisselerimizi geri toplayacağız. Biz borçlanmaya karşıyız ve faiz ödememeyi tercih ediyoruz. Varlıklar/Öz Kaynak(Kaldıraç Oranı) oranını 1.5 ile 2.0 arasında tutmayı hedefliyoruz. Performansımızı ise hisse değeri, Öz Kaynak Karlılığı, Aktif Devir Hızı ve Varlık Karlılığı üzerinden değerlendireceğiz.