



Proje Başlatma Belgesi

Proje Başlatma Belgesi	
Proje Yöneticisinin Adı-Soyadı	Proje Sponsorunun Adı-Soyadı
Zeynep Akkuş	Barış Peker
Proje Adı	StitchPoint Erkek Katalog Geliştirme Projesi
Proje Müşterisi	StitchPoint E-Ticaret
Özet Proje Tanımı	StitchPoint markasının kadınlara yönelik mevcut kataloğunun yanı sıra, erkekler için de ayrı bir katalog geliştirilmesi. Bu proje, erkek hedef kitlesine hitap eden ürünleri dijital platformda satışa sunmayı amaçlamaktadır.
Projenin Temel Hedefi	Erkek kataloğunun oluşturulması, potansiyel erkek müşterilerin kazanılması ve hedef kitlenin zenginleştirilmesi.
Projenin Özet Gerekçesi	Mevcut katalog yalnızca kadınlara hitap etmektedir ve bu durum erkek müşterilerinin eksikliğini doğuruyor. Erkeklerle yönelik bir katalog ile yeni bir müşteri kitlesine ulaşılabilir ve pazar payı artırılabilir.



Proje Sonucunda Oluşturulması Hedeflenen Çıktılar (Teslimatlar)	Erkek kataloğunun dijital platformlarda ve e-ticaret sayfalarında kullanılmaya hazır hale getirilmesi.
Kısıtlar ve Varsayımlar	Markanın dizayn takımının erkek ürünlerdeki deneyim eksikliği ve erkek hedef kitleye pazarlama verileri konusunda eksiklikler (doğru hedef kitleyi belirleme gibi).
Potansiyel Proje Riskleri	Akıllarda kadın markası olarak kalmak ve erkek müşterilerin marka hakkında önyargılar yaşaması. Bununla birlikte erkek müşterilerin beklentilerinin karşılanamaması.
Anahtar Paydaşlar	Marka iç takımı (tasarım, pazarlama ve satış birimleri)
Tahmini Bütçe	480.000 TL
Proje Kabul Gereksinimleri	Kalite standartlarına uygun bir kataloğun tamamlanması, e-ticaret sayfalarında kullanılmaya hazır hale gelmiş ürünlerin bulunması ve gerekli ilgiyi görmesi.
Proje Çıkış Kriterleri	Erkek kataloğunun dijital platformlarda yayına alınması, kataloğun hedeflenen müşteri kitlesine hitap etmesi ve satışa başlanması.



Proje Hedefleri	Ölçülebilir Başarı Kriterleri
1. Erkek ürünlerinin satışa sunulması	1. Satışların hedeflenen rakamlara ulaşması
2. Hedef kitlenin genişletilmesi	2. Erkek müşterilerden alınan geri bildirimlerin pozitif olması
3. Erkek kategorisinin satış performansının izlenmesi ve artırılması	3. Yeni erkek müşterilerinin markaya katılım oranının artması
Temel Kilometre Taşları	
1. Erkek Kataloğunun Tasarımının Tamamlanması ve Ürünlerin Seçimi	
2. Erkek Ürünlerinin E-ticaret Platformunda Yayınlanması ve Dijital Pazarlama Stratejilerinin Uygulanması	
3. Satış Performansının İzlenmesi ve Müşteri Geri Bildirimlerinin Değerlendirilmesi	

Tarih: 19.11.2024

Sponsor İmzası: *BarisPeker*