



TechCarrer Project Manangment Bootcamp Ödevi

Nuri Furkan Benli

Özeti

Pazarımızda bir çok sayıda satıcı ve alıcı olmasına rağmen, hedeflenmemiş bölgeler bulunmaktadır. Bizim hedeflediğimiz bölgede sağlıklı beslenmeye uygun olmayan ürünler var olmaktadır.

Bizim ürünümüz, sağlıklı, kolay hazırlana bilen ve müşteriye yemek yaptığını hissettiren bir üründür. Müşterimize paket içerisini kendi seçtiği, çeşitli diyetlere uygundur.

Firmamızın sağlık yaşam stratejisine uygun bir ürün ve diğer ürünlerimiz(Spor ve diyet danışmanlığı) ile entegre edilebilmektedir.

Proje için X TL ye Y aya ihtiyaç vardır. Pazar araştırmaları ürünümüzün proje masrafını bir yıl içerisinde karşılayacağını belirtmektedir.

Ürünümüz araştırmalara göre bir yıl içerisinde proje masraflarını karşılamakta ve kar elde etmeye başlamaktadır.

Ürün tanımı

Ürünümüz, paketleri günlük teslim edilen abonelik tabanlı, müşterilerimize kısa sürede hazırlanan, sağlıklı ve abonenin isteklerine göre çeşitli diyetlere uygun yemek malzemeleri seti.

Ürünümüz, müşterilerimize yemek yapma hissini hissetmesini sağlamayı hedeflemektedir.

Paketin içinde, yapılacak yemeklerin malzemeleri ve nasıl yapılacağına dair bir not vardır.

Pazardaki Problem

- Pazarımızda satılan yemekler hazır ve pişmiş bir şekilde satılmakta olup, müşterilerimizin yemek yapma hissini elde etmesine izin vermemekte veya sağlıksız yemekler bulunmaktadır.
- Pazarda ki büyük oyuncular müşterilerinin diyetlerini sağlıklı bir hale getirmemektedir.



Pazardaki Fırsatlar

- Müşterilerimize kısa zamanda hazırlanabilecek, sağlıklı ve diyetlerine uygun yemek malzemeleri sağlayarak, onlara yemek yapma hissi sağlar ve sağlıklı yemek yemelerini sağlarız. Bu pazarda ki diğer oyuncularından farkımız olur.



Pazar Yapısı

- Pazarımız çok sayıda üretici ve tüketici vardır.
- Pazarımızın hedef kitlesi, sağlıklı beslenmek isteyen, yemek yapmak isteyen ama yeterli vakitleri olmayan insanlardan oluşur.
- Pazarımız her geçen gün ülkemizin nüfusu ile birlikte büyümektedir.



Hedef kitle

- Hedef kitle 1
- Yemek yapmaya fazla vakti olmayan ama yemek yapmayı seven öğrenciler ve/veya çalışanlar.
- Hedef Kitle 2
- Hasta ve/veya alerjisi ve/veya diyetine dikkat etmesi gereken ama dikkat edecek vakti/sabrı olmayan insanlar.

Firmamızın Projeye Olan Faydaları

Firmamızın içinde bulunan çeşitli spor ve diyet danışmanlığı ürünleri, bizim servisimizi tavsiye edebilir. Bu sayede projemiz daha hızlı bir sürede başarıya ulaşabilir.



Pazarlama Stratejimiz

- Çeşitli diyetisyenler, sağlık kuruluşları ve spor salonları ile anlaşarak, pazara sağlam bir giriş yapabiliriz.
- Rakiplerimizden farklı olarak, biz müşterilerimize sadece yemek değil, yemeği yapma hissini de hissettirebilmekteyiz. Bu farkımızı öne çıkararak pazarda güvenli bir müşteri kitlesi bulabiliriz. (Bkz: Anket 1.2, Eğer işim

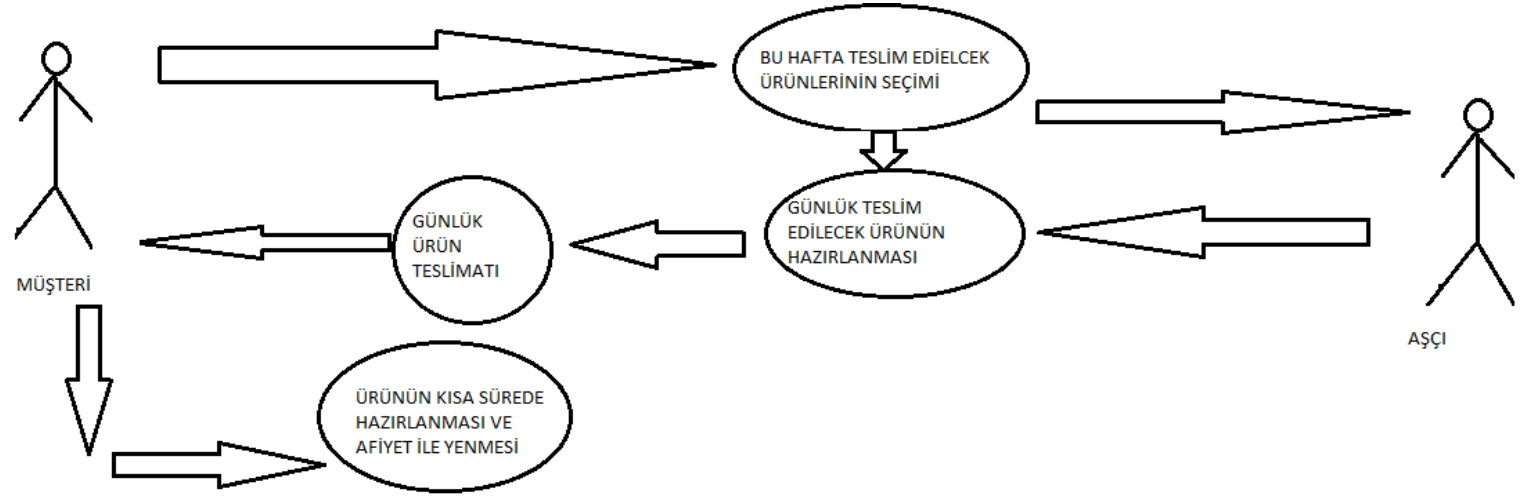
bu olsaydı bu anket vardı ama maalesef değil.)



Risk tablosu

Risk No	Açıklama	Olasılık	Etkisi	Yönetimi	Alternatif
1	Tedarikçisinin düşük kalitede malzeme sağlaması	Düşük	Yüksek	Tedarikçi ile sürekli iletişim. Gelen malzemenin sürekli kontrolü.	Alternatif Tedarikçi ile anlaş
2	Ürün teslimatları için anlaşılan firmanın teslimatları zamanında/düzgün/doğru yapması.	Düşük	Orta	Anlaşılan firma ile sürekli iletişim. Müşterilerden gelen geri bildirimlerin ciddiye alınması.	Alternatif teslimat firması ile anlaşılması.
3	Müşterilerimizin haftalık yemek seçimi sırasında seçmemesi gerek malzemeyi seçmesi	Orta	Orta	Müşterilerimizin diyetlerini sisteme girebilmelerine imkan vermek. Seçtiği durumda uyarı vermek.	Müşterilerimizin seçmemesi gereken ürünleri seçmeyi denediği durumlarda, bu ürünleri seçmesini engellemek.
4	Paketler hazırlanırken, paket içeriklerinin karışması	Düşük	Orta	Paketleri gruplara ayırmak ve barkodlamak. Paketler kapatılmadan önce, paket içeriklerini kontrol etmek.	Her bir paket içeriğini ayrı ayrı barkodlamak. Barkod sistemine göre paketlemek.
5	Piyasada ki oyuncuların bizim ürünümüzü kopyalaması.	Düşük	Yüksek	Piyasayı sürekli izlemek, diğer oyuncuların ürünümüzü kopyalama denemesinde erken tepki vermek.	Sağlık, spor ve diyetisyen kuruluşları ile olan ortaklıklarımızı artırmak.

USE CASE DİAGRAMI



USE CASE

- Abonemiz bu hafta teslim alacağı ürünleri alternatifleri arasından seçer ve düzenler.
- Günlük olarak teslim edilecek abonelerimizin istediği ürünler hazırlanır
- Ürünler her sabah 9-10 arası teslim edilir
- Ürünler (en az 3 gün depolama ömrü vardır)gün içerisinde istenildiği zaman abonelerimiz tarafından kısa sürede hazırlanıp afiyet ile yenir.

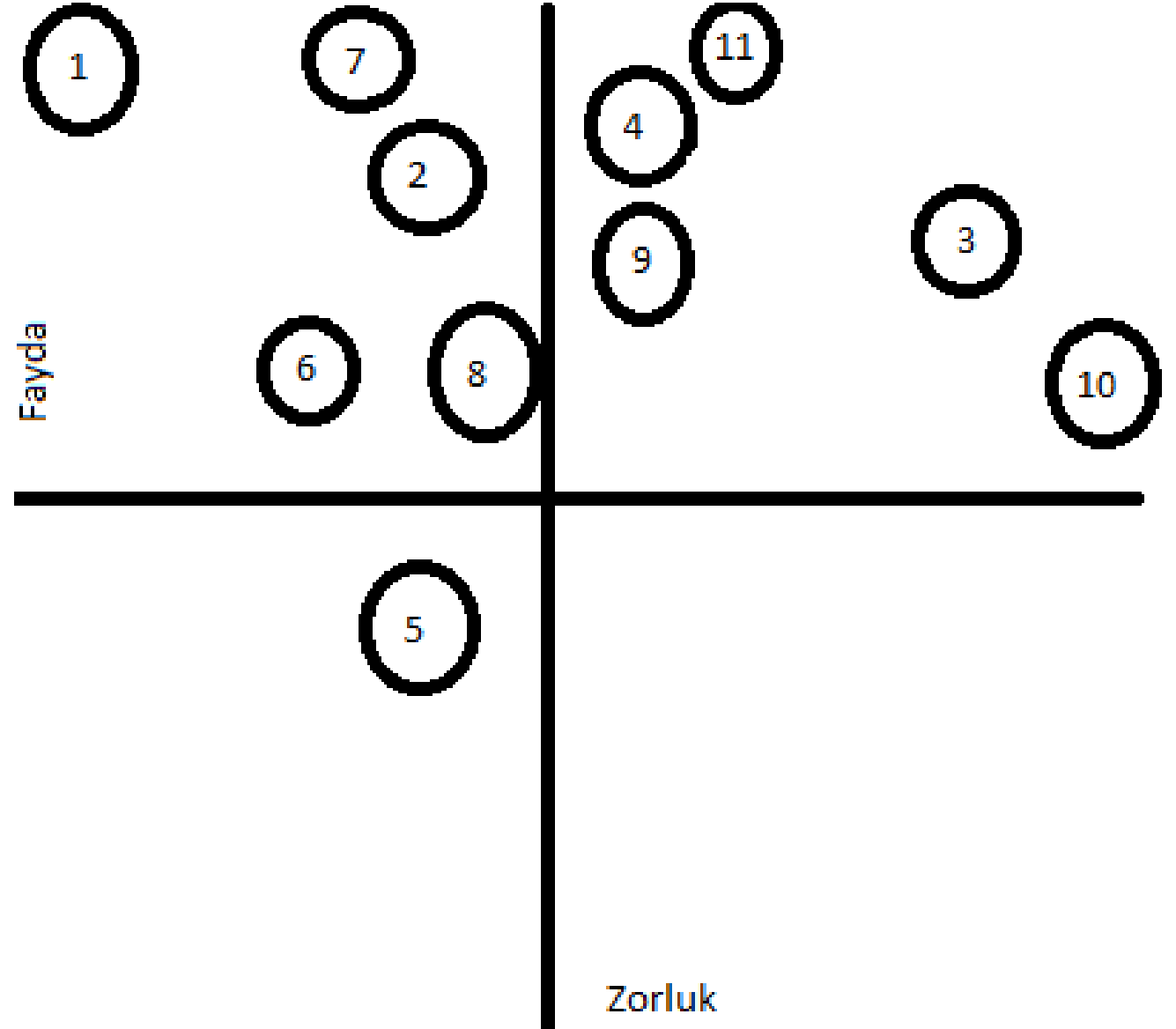
Fonksiyon listesi

- F1: Açlığın giderirmesi
- F2: Sağlıklı beslenme
- F3: Hastalıklara özel beslenme
- F4: Diyetle özel beslenme
- F5: Alerjiye özel beslenme
- F6: Abonelerimizin isteğine göre çok kısa süre veya kısa sürede hazırlanma.
- F7: Yemek yapma hissine ulaşılması
- F8: Haftanın menülerinin hafta sonundan seçilmesi
- F9: Ürün içerisine konulabilecek yemek/yemek malzemelerinin ve müşterinin seçimlerinin artırılması
- F10: F3, F4, F5 ve F9 fonksiyonlarını sürekli olarak geliştirmesi
- F11: Diyetisyenler/hastaneler/spor salonları ile anlaşmalar/entegrasyon.

Fonksiyon listesi

- F1: Ürününüzün ana faaliyeti.
- F2: Ürünün pazarlanması için en önemli fonksiyon.
- F3: Ürünün pazarını büyütmek için iyi ama uygulanması maliyetli bir fonksiyon. F4, F5 ve F9 fonksiyonlarının uygulanması bu fonksiyonun maliyetini düşürür.
- F4: Ürünün pazarını büyütmek için iyi ama uygulanması maliyetli bir fonksiyon. F3, F5 ve F9 fonksiyonlarının uygulanması bu fonksiyonun maliyetini düşürür
- F5: Ürünün pazarını büyütmek için iyi ama uygulanması maliyetli bir fonksiyon. F3, F4 ve F9 fonksiyonlarının uygulanması bu fonksiyonun maliyetini düşürür
- F6: Ürünün pazarlaması için gerekli bir fonksiyon. Rakiplerimize karşı avantajımız.
- F7: Ürününüzün rakiplerimizin ürünlerinden farkı. Pazarlama faaliyetlerimiz bu fonksiyon üzerinden yürütülecek.
- F8: Ürününüzü üretmemiz için ihtiyacımız olan ham maddeyi önceden bilmemizi sağlar.
- F9: Ürün içeriğinde müşterimizin seçme şansı veriri ve beğenmediği yiyecekleri koymamamızı sağlar. F3, F4, ve F5 fonksiyonlarının uygulanması, bu fonksiyonun maliyetini düşürür.
- F10 Müşterilerimize daha fazla seçenek sunmak.
- F11 Müşteri portföyümüzü artırmak.

Müşteri Fayda/Zorluk Matrisi

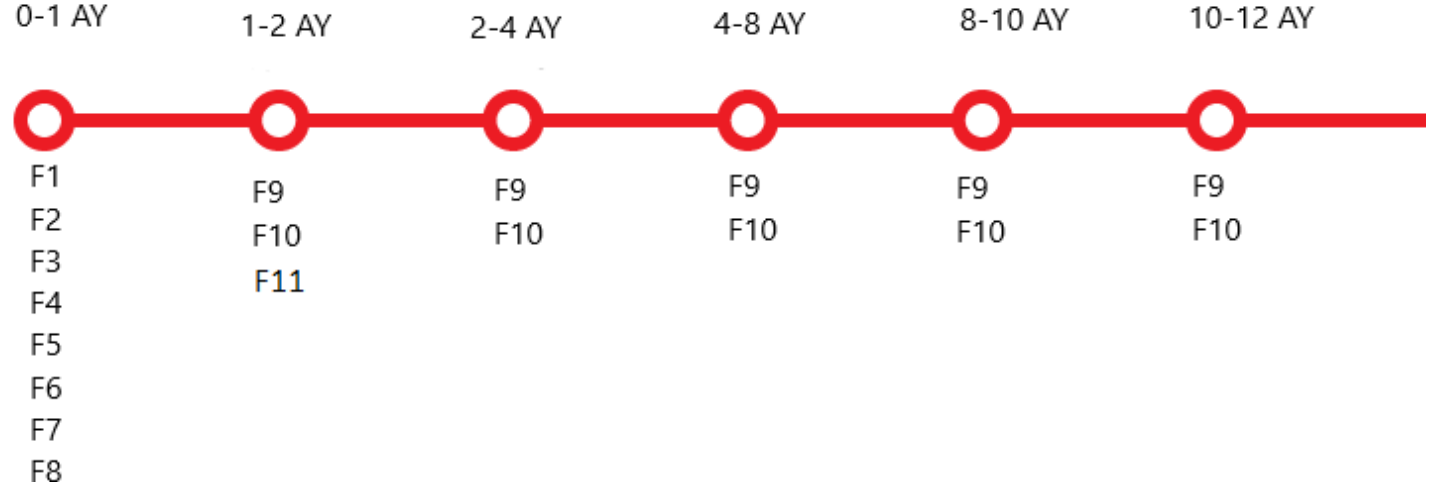


Zaman çizelgesi

Ürünümüzün satılabilmesi için F1, F2, F3, F4, F5, F6, F7 ve F8 fonksiyonları gereklidir.

İlk ayda ortaya çıkan hatalardan önemli pazarlama ortaklarımızın etkilenmemesi için F11'in 2. ayda başlaması önemlidir.

F9 ve F10 fonksiyonları sürekli geliştirmesi gereken fonksiyonlardır. Müşteri sayısı ve talepe göre çeşitli yemek veya hastalığa özel yemekler eklenmeye devam edilmelidir.



Fizibilite

Uzman görüşleri:

- Uzman A:

- Uzman B:

- Uzman C:

Anket Sonuçları

Anket 1.2

[illegible]



Çıkış stratejileri

- Yurt dışında bulunan abc, bcd ve efg firmaları benzer bir konsept ile çalışmakta ve farklı ülkelerdeki çalışmalarını artırmaktadır. Bu firmalara ürünü satarak üründen çıkabiliriz.