

İÇİNDEKİLER

- Yönetici Özeti
- Pazar Analizi ve Trendler
- Stratejik Hedefler
- Ürün Lansmanları
- Pazarlama Stratejisi
- Satış Hedefleri
- Bütçe Tahminleri
- Risk Analizi ve Yönetimi
- Sonuç ve Değerlendirme

1. YÖNETİCİ ÖZETİ

Güneşli AŞ. olarak 2025 yılının 3. çeyreğine güçlü bir başlangıç yapmayı hedefliyoruz. Yaz sezonu kozmetik ürünlerimiz için kritik bir dönem olduğundan, bu çeyrekte özellikle güneş koruyucu ürünler, bronzlaşma ürünleri ve yaz parfümleri üzerinde yoğunlaşacağız.

Bu çeyrekte %15'lik bir gelir artışı ve %12'lik bir kâr artışı hedefliyoruz. Temmuz ayında yeni "Güneşin Işıltısı" serimizin lansmanını gerçekleştirecek, Ağustos ayında e-ticaret kanalımızı yenileyecek ve Eylül ayında yaz sonu indirim kampanyası ile sezonun kapanışını yapacağız.

Bu çeyrekte toplam 8.750.000 TL bütçe ayrılmış olup, bunun %35'i ürün geliştirme, %40'ı pazarlama faaliyetleri ve %25'i operasyonel giderler için planlanmıştır.

2. PAZAR ANALİZİ VE TRENDLER

Türkiye kozmetik pazarı 2025'in 3. çeyreğinde %8'lik bir büyüme göstermesi öngörülmektedir. Özellikle doğal ve organik içerikli kozmetik ürünlere olan talep %22 artış göstermiş durumdadır. Çevre dostu ambalaj ve hayvan testlerine karşı duruş tüketicilerin satın alma kararlarında daha belirleyici hale gelmiştir.

Tüketici Trendleri:

- Sürdürülebilir ve çevre dostu ürünlere artan talep
- Doğal ve organik içeriklere olan ilginin artışı
- Cilt bakımı ürünlerinde güneş koruma faktörü (SPF) beklentisi
- Çok fonksiyonlu ürünlere yönelim (örn: nemlendirici + fondöten)
- E-ticaret kanallarından alışverişin yaygınlaşması

Rekabet Analizi:

Rakip	Pazar Payı (%)	Güçlü Yönleri	Zayıf Yönleri
Güzellik AŞ	18%	Geniş dağıtım ağı, güçlü marka bilinirliği	Yüksek fiyatlandırma, yenilikçi ürün eksikliği
NaturelKozmetik	12%	Organik içerikler, güçlü sosyal medya varlığı	Sınırlı ürün yelpazesi
Parla Kozmetik	9%	Uygun fiyatlı ürünler, genç tüketici sadakati	Düşük kalite algısı, zayıf çevrimiçi varlık

Güneşli AŞ
(Bizim)

15%

Kalite-fiyat dengesi, geniş ürün
yelpazesi

E-ticaret altyapısı geliştirilmeli

3. STRATEJİK HEDEFLER

3. Çeyrek için belirlediğimiz stratejik hedefler aşağıdaki gibidir:

Finansal Hedefler:

- Çeyreklik gelirde %15 artış sağlamak (22.5 milyon TL)
- Brüt kâr marjını %48'e çıkarmak
- E-ticaret satışlarının toplam gelirdeki payını %30'a yükseltmek
- Operasyonel giderleri %5 azaltmak

Pazar Hedefleri:

- Pazar payını %15'ten %17'ye çıkarmak
- Üç yeni perakende zinciriyle anlaşma imzalamak
- Dört yeni ihracat pazarına giriş yapmak
- Müşteri memnuniyet skorunu 4.2/5'ten 4.5/5'e yükseltmek

Operasyonel Hedefler:

- Tedarik zinciri verimliliğini %8 artırmak
- Ürün iade oranını %3'ün altına düşürmek
- Üretim kapasitesini %10 artırmak
- Ambalajlarda geri dönüştürülebilir malzeme kullanımını %70'e çıkarmak

4. ÜRÜN LANSMANLARI

3. Çeyrekte aşağıdaki yeni ürünlerin lansmanı planlanmaktadır:

"Güneşin Işıltısı" Serisi (Temmuz):

- SPF 50+ Güneş Koruyucu Yüz Kremi - 249 TL
- SPF 30 Bronzlaştırıcı Vücut Yağı - 189 TL
- Güneş Sonrası Nemlendirici Jel - 169 TL
- Işıltılı Vücut Spreyi - 159 TL
- Güneş Saç Serumı - 139 TL

Beklenen Gelir: 4.2 milyon TL

"Yaz Esintisi" Parfüm Koleksiyonu (Ağustos):

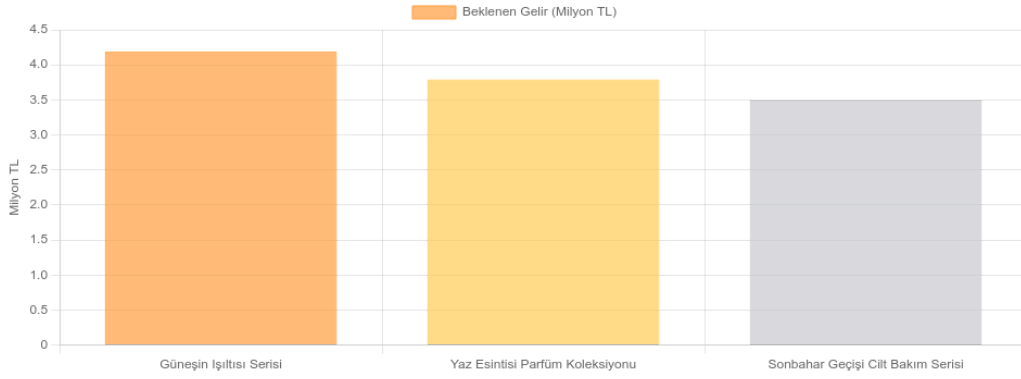
- Narenciye & Deniz Tuzu Eau de Parfum - 379 TL
- Tropik Meyve & Hindistan Cevizi Eau de Toilette - 299 TL
- Yasemin & Vanilya Vücut Spreyi - 229 TL

Beklenen Gelir: 3.8 milyon TL

"Sonbahar Geçışı" Cilt Bakım Serisi (Eylül):

- Yoğun Nemlendirici Cilt Serumı - 289 TL
- Cilt Yenileyici Gece Maskesi - 249 TL
- Hassas Ciltler için Temizleyici - 189 TL
- Antioksidan Yüz Yağı - 259 TL

Beklenen Gelir: 3.5 milyon TL



5. PAZARLAMA STRATEJİSİ

Dijital Pazarlama:

- Instagram ve TikTok odaklı influencer kampanyaları
- Google ve sosyal medya reklamları için 1.2 milyon TL bütçe
- E-posta pazarlama kampanyalarının optimizasyonu
- Kişiselleştirilmiş yeniden hedefleme kampanyaları

İçerik Pazarlaması:

- Yaz cilt bakımı rehberleri ve video içerikleri
- Güzellik uzmanları ve dermatologlarla işbirlikçi içerikler
- Kullanıcı oluşturulmuş içerikleri teşvik eden yarışmalar
- Haftalık blog yazıları ve e-bülten yayınları

Etkinlikler ve İşbirlikleri:

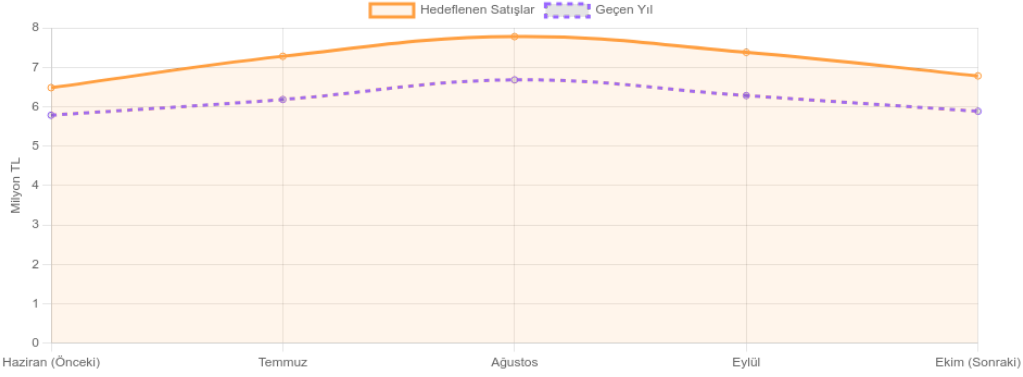
- Temmuz - "Güneşin Işıltısı" lansmanı için İstanbul'da plaj etkinliği
- Ağustos - Popüler yaz festivallerinde marka aktivasyonu
- Eylül - Kadın sağlığı derneği ile sosyal sorumluluk projesi
- Tüm çeyrek boyunca - Lüks otel zincirleriyle "Yaz Spa Deneyimi" işbirliği

Promosyon Takvimi:

Tarih	Promosyon	Kanal	Hedef
1-15 Temmuz	"Güneşin Işıltısı" lansman indirimi %15	Tüm kanallar	Yeni seri bilinirliği
20-31 Temmuz	"2 Al 1 Öde" güneş koruyucu kampanyası	Mağazalar ve e-ticaret	Stok optimizasyonu
5-15 Ağustos	Parfüm alana mini boy hediye	Mağazalar	Mağaza trafiği artışı
20-31 Ağustos	E-ticaret yenileme özel %25 indirim kodu	E-ticaret	Platform adaptasyonu
1-15 Eylül	"Sonbahar Geçiş" ön sipariş %10 indirim	Tüm kanallar	Erken sipariş teşviki
15-30 Eylül	"Yaz Sonu" büyük indirim kampanyası	Tüm kanallar	Stok eritme

6. SATIŞ HEDEFLERİ

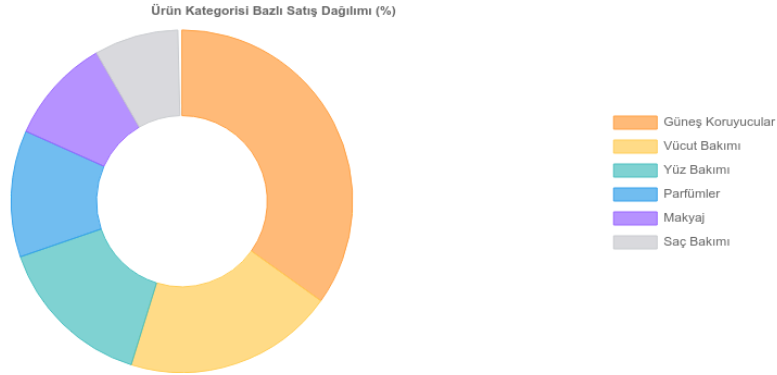
Aylık Satış Hedefleri (Milyon TL):



Kanal Bazlı Satış Hedefleri:

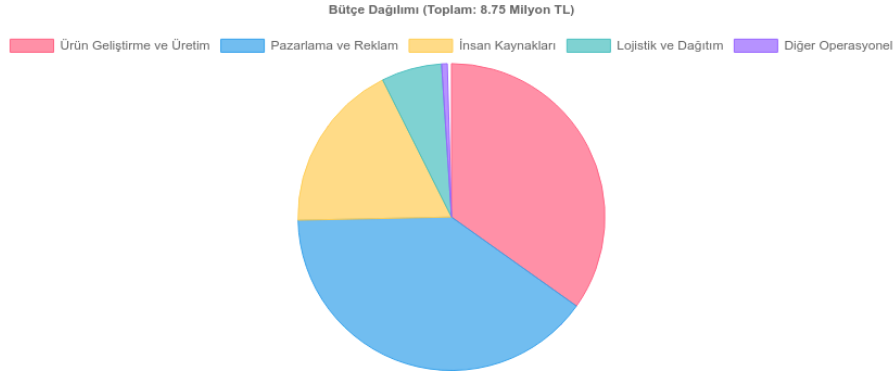
Satış Kanalı	Temmuz	Ağustos	Eylül	Toplam	Yüzde
Kendi Mağazalarımız	1.8 M	2.1 M	1.9 M	5.8 M	25.8%
E-Ticaret	2.1 M	2.4 M	2.3 M	6.8 M	30.2%
Kozmetik Zincirleri	2.4 M	2.2 M	2.0 M	6.6 M	29.3%
Eczaneler	0.6 M	0.7 M	0.8 M	2.1 M	9.3%
Diğer	0.4 M	0.4 M	0.4 M	1.2 M	5.4%
Toplam	7.3 M	7.8 M	7.4 M	22.5 M	100%

Ürün Kategorisi Bazlı Hedefler:



7. BÜTÇE TAHMİNLERİ

Gider Bütçesi Dağılımı:



Detaylı Bütçe Dağılımı:

Gider Kalemi	Temmuz	Ağustos	Eylül	Toplam	Yüzde
Ürün Geliştirme ve Üretim	1.100.000₺	950.000₺	1.012.500₺	3.062.500₺	35%
Pazarlama ve Reklam	1.225.000₺	1.330.000₺	945.000₺	3.500.000₺	40%
İnsan Kaynakları	525.000₺	525.000₺	525.000₺	1.575.000₺	18%
Lojistik ve Dağıtım	187.500₺	196.875₺	178.125₺	562.500₺	6.4%
Diğer Operasyonel Giderler	16.667₺	16.667₺	16.666₺	50.000₺	0.6%
Toplam	3.054.167₺	3.018.542₺	2.677.291₺	8.750.000₺	100%

Gelir ve Kâr Projeksiyonu:

Kalem	Temmuz	Ağustos	Eylül	Toplam
Brüt Gelir	7.300.000₺	7.800.000₺	7.400.000₺	22.500.000₺
Giderler	3.054.167₺	3.018.542₺	2.677.291₺	8.750.000₺
Brüt Kâr	4.245.833₺	4.781.458₺	4.722.709₺	13.750.000₺
Brüt Kâr Marjı	58.2%	61.3%	63.8%	61.1%

8. RİSK ANALİZİ VE YÖNETİMİ

Tanımlanan Riskler ve Yönetim Stratejileri:

Risk	Olasılık	Etki	Risk Skoru	Yönetim Stratejisi
Hammadde fiyatlarında artış	Yüksek	Orta	12/15	Alternatif tedarikçilerin belirlenmesi ve stoklama stratejisi
Yeni üretim hattında gecikme	Orta	Yüksek	10/15	Üçüncü parti üretim tesisleriyle yedekleme anlaşmaları
Rekabet yoğunluğunda artış	Yüksek	Orta	12/15	Farklılaştırma stratejisi ve sadakat programları geliştirme
Dijital pazarlama ROI düşüşü	Orta	Orta	9/15	Haftalık performans takibi ve dinamik bütçe dağılımı
Lojistik aksamaları	Düşük	Yüksek	7/15	Çoklu lojistik partner stratejisi ve bölgesel stok yönetimi
Ekonomik dalgalanmalar	Orta	Orta	9/15	Farklı fiyat segmentlerinde ürün çeşitlendirme

Acil Durum Planlaması:

Belirlenen risklerden herhangi birinin gerçekleşmesi durumunda devreye girecek acil durum planlaması şu adımları içermektedir:

- Risk yönetimi ekibinin acil toplanması
- Durumun değerlendirilmesi ve etki analizi
- İlgili departmanların bilgilendirilmesi
- Risk azaltma eylemlerinin devreye alınması
- İlerleme takibi ve raporlama
- Normalleşme planının uygulanması

9. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

2025 yılının 3. çeyreği, Güneşli AŞ. için stratejik öneme sahip bir dönem olacaktır. Yaz sezonunda güneş koruması ve yaz bakım ürünlerinin lansman döneminin stratejik yönetimi ile hem gelir hedeflerimizi karşılama hem de pazar payımızı genişletme fırsatını değerlendireceğiz.

Bu çeyrekte toplamda 22.5 milyon TL gelir ve %61.1 brüt kâr marjı hedefliyoruz. Yeni ürün lansmanlarımız, pazarlama kampanyalarımız ve dijital dönüşüm girişimlerimizle müşterilerimize daha iyi hizmet vermeyi amaçlıyoruz.

Planlarımızın başarıyla uygulanması için departmanlar arası iş birliği ve düzenli performans değerlendirmeleri kritik öneme sahiptir. Haftalık satış takibi, aylık bütçe değerlendirmeleri ve çeyreklik strateji gözden geçirme toplantıları düzenli olarak yapılacaktır.

Temel Başarı Göstergeleri (KPIs):

22.5M TL

Toplam Gelir

61.1%

Brüt Kâr Marjı

17%

Hedef Pazar Payı

4.5/5

Müşteri Memnuniyeti

Bu stratejik plan, Güneşli AŞ. Üst Yönetimi tarafından onaylanmıştır.
Temmuz-Eylül 2025 dönemi boyunca bu dokümandaki hedefler ve stratejiler doğrultusunda çalışmalar yürütülecektir.