**ÜRÜN ve PORTFÖY YÖNETİMİ SÜRECİ**  **Süreç Kartı**

**SÜRECİN AMACI:** Bir şirketin ürünlerinin ve hizmetlerinin yaşam döngülerini etkili bir şekilde yönetmek ve stratejik hedeflere ulaşmak için tüm ürün portföyünü optimize etmektir. Bu süreç, ürün geliştirme, pazarlama stratejileri, performans analizi ve portföy dengesi gibi aşamaları içerir. Temel hedef, ürünlerin müşteri ihtiyaçlarını karşılamasını sağlamak, pazar fırsatlarını değerlendirmek, kârlılığı artırmak ve şirketin genel stratejik hedeflerine uyumlu bir ürün portföyü oluşturmak ve sürdürmektir.

**Girdiler**: **Süreç ana girdisi:**

Yeni fikir önerisi (Satış, Mühendislik, Yönetim vb) ,Yürüyen projelerin ürünleşme talebi

**Süreç içerisindeki ara girdiler:** Proje ön fizibilite raporu ,Ürün onay kararı, Roadmap, Proje yönetim planı (Geliştirilecek versiyon), Ürün yönetim planı (Lansman yapılacak versiyon) ,Metrik listesi ,Metrik ve Müşteri geri bildirim raporu ,Tut ya da öldür kararı

**Kaynaklar**: Personel, Zaman ,Literatür ya da bilgi kaynağı

**Çıktılar**: Alınan dersler kaydı , Ürün dizin ve kayıtları , Proje ön fizibilite raporu , Proje onaylama pano kaydı , Pazar analizi , Müşteri analizi , Feature table , HEART framework, Roadmap , Product Report , Varsayım listesi , MVP konfigürasyonu , MVP başarı kriteri , Test edilmiş kalifiye ürün\* , Ürün yönetim planı, Ürün tanıtım materyalleri\* , Pazarlama stratejisi\* , Patentler\* ,Fiyatlandırma politikası\* ,Müşteri ilişki yönetim planı\* , Kurulum planı\*, Kullanıcı dokümanı\* ,Garanti politikası\* Metrik alarmları , Metrik ve müşteri geri bildirim raporu \*İle belirtilen adımlar diğer süreçlere dair çıktılardır

**Sürece Hizmet Eden Prosedür/Talimatlar**: N/A

**Süreç Sahibi**: Ürün Yönetimi Müdürü

**Süreç Uygulayıcıları**: Ürün Yöneticisi, Ürün Teknik Yöneticisi, Fikir sahibi (Satış, Mühendislik, Yönetim vb)

**Süreç Paydaşları:** İç Paydaşlar: Ürün yönetimi, Sistem Mühendisliği, Satış, Mühendislik (Elektronik, Mekanik, Yazılım) Pazarlama, Tasarım (Endüstriyel, Dijital İçerik, Mimari) Kurumsal İletişim, Hukuk, Mali İşler, Bakım Onarım Üretim, Satın Alma, C Level Yönetim Dış Paydaşlar: Müşteri, Regülatörler, Alt Yükleniciler

**Performans Göstergeleri**: Performans göstergeleri aşağıdaki dokümanda takip edilmektedir: “KYS-PR-26-F-03 KPI”

**Temel Faaliyetler**: 1)Fikir (Conceive) 2)Plan 3)Test et (Iterate) 4)Geliştir (Develop) 5)Lansman ve pazarlama (Launch) 6)Büyüme ve olgunluk (Steady state) 7)Tut ya da öldür (Maintain or kill)

**Temel Faaliyetlere Göre Adımlar:** 1)Fikir (Conceive)

1.1. Fizibilite ve ürünleşme kararı: Fikir sahibi Program Direktörü’ne fikrini aktarır. Program Direktörü proje onaylama sürecinin başlatılması için ilgilisine iletir. Ürün/proje yöneticisi fikir sahibini ve ilgilileri toplayarak Proje Ön Fizibilite Raporu’nu doldurur (Pazar, Müşteri, İDA, Ekonomik fayda vb) Proje komitesi kararına göre ilerlenir (Ürün mü, proje mi, ret mi)

2)Plan

2.1. Detay Planlama: Detay Pazar araştırması Rakip analizi (feature table), takip edilecek ana rakiplerin belirlenmesi Hedef müşteri kitlesi Başarı tanımı ve metriklerin belirlenmesi (HEART framework)

2.2. Yol haritasının oluşturulması Yeni fikir türetme -EMUC framework- Gelen önerilerin değerlendirme süreci Rakip takibi Teknoloji takibi Müşteri geri bildirimleri Önceliklendirme (Assumption testing, The BUC Method, MoSCoW) Yukarıdaki çalışmalar ile Roadmap dokümanı oluşur, gelen geri bildirimlerle sürekli güncellenir. Backlog oluşturulur ve roadmape göre güncellenir.

2.3. Product report: Etkin iletişim ve planlama için haftalık ürün bazlı raporlama yapılır. Overview Roadmap Snapshot

3)Test et (Iterate)

3.1.MVP kararı ve planlaması Varsayım ve hipotezlerin belirlenmesi,  MVP’nin tanımlanması, tipi ve planı MVP başarı kriteri (metrik) ve değerlendirilmesi

3.2. MVP değerlendirme MVP sonucu belirlenen başarı kriterine göre belirlenir.

4)Geliştir (Develop) Proje yönetim sürecine gönder

5)Lansman ve pazarlama (Launch)

5.1. Ürün servis design çalışması Pazarlama, satış, satış sonrası başta olmak üzere ürünün servisi sürecindeki tüm kurgunun oluşturulması için destek olur.  Farklı uzmanlık alanında yönetilen işlerin çıktısı derlenir.

5.2. Ürün pazarlama aktiviteleri  Marka dili, logo, tanıtıcı dokümanlar (Belki pazarlama sürecine gönderilir) Pazarlama kanallarının tanımı ve takibi (Fuarlar belirlenir, SEO optimization vb) Marka onayları ve patentleri alınır (Hukuk) Regülasyonlar kontrol edilir (Hukuk)

5.2. Ürün satış aktiviteleri Satış fiyatlandırması ve yönteminin belirlenmesi (Belki satış sürecine gönderilir) Müşteri ilişki yönetim planı yapılır (müşteri memnuniyeti?)

5.3. Ürün satış sonrası aktiviteleri Satış sonrası destek, arıza takip, eğitim montaj, garanti vb mekanizmalarının belirlenmesi (Bakım ve arıza sürecine gönderilir)

6)Büyüme ve olgunluk (Steady state)

Takip: Belirlenen metrikler toplanmaya devam eder, limitler konur ve takip edilir.

Optimizasyon: Gelişim noktaları Kantitatif ve Kalitatif verilere göre belirlenir ve planlanır.

Satışları arttır: Satış özelinde neler yapılabilir takip edilir.

Finansman kontrolü: Ürünün finansal değerleri takip edilir.

7)Tut ya da öldür (Maintain or Kill)

Alarm seviyesini aşan durumlarda genel durum raporlanır. Ürün Komitesi ile olgunluk seviyesinin tamamlandığına yönelik toplantı yapılır. Öldür ya da tut kararı verilir. Ürünün öldürme yönteminin belirlenmesi (direkt, sun-set vb) Alınan derslerin kaydedilmesi Tüm ürün dokümanlarının toparlanması