



**PRD**

**END TO END PROJE**

**GÖZDE CEREN YILDIZ**

## Intro

ÜRÜN :MİGROS HEMEN  
RAKİPLER :GETİR-TRENDYOL EXPRESS

Proje Yöneticisi olarak, kullanıcıların ürün kategorileri arasında doğru iletişime geçmekte yaşadıkları zorlukları ele alacağımız bu PRD ile, özellikle Ücretsiz Kargo/Sepet Limiti, Teslimat, Ürün Çeşitliliği, Kampanya/Promosyon, Arama Motoru-Ürün Önerisi, İndirimli Ürünler, Ürünü Sepete Atma İşlemi ve Öneri konularında geliştirmeler yapmayı planlıyoruz.Tasarım sürecinde , problem çözme sürecinde çözümler geliştirmelerimiz için HMW tekniğini kullandık. Çözüm önerilerinin nasıl kullanıcı memnuniyetini artıracığına dair detaylar için HEART-KPI oluşturduk.Kullanıcı davranışlarını ifade etmek için BDD-metodolojisine yer verdik.

## Problem Space

Kullanıcıların problemlerini yanıtlamak amacıyla pek çok ürün kategorisinde hizmet veriyoruz. Ancak, bu kadar fazla kategori içerisinde kullanıcıya hangi ürün hakkında iletişime geçeceğimi bilemedik Bu yüzden ilk olarak rakip analizi gerçekleştirdik. Bu bağlamda, özellikle Ücretsiz Kargo/Sepet Limiti, Teslimat, Ürün Çeşitliliği, Kampanya/Promosyon, Arama Motoru-Ürün Önerisi, İndirimli Ürünler, Ürünü Sepete Atma İşlemi ve Öneri konularında aşağıdaki sorunları ele alıyoruz:

- **Ücretsiz Kargo/Sepet Limiti:** Kullanıcılar, ücretsiz kargo avantajlarından nasıl yararlanabileceklerini ve sepet limitlerini anlamakta zorlanıyorlar.

**Mevcut durum:** Anasayfada veya sayfalar arasında dolaşırken ücretsiz kargo veya sepet limiti göstermiyor.

**İstenilen durum:** Sayfalar arasında /anasayfada ücretsiz kargo veya min sepet limiti gözükmesi.

**Farklar:** Getir’de sayfalar /kategoriler arasında dolaşırken ücretsiz kargo veya sepet limiti için “ ....tl “ kaldı tarzında uyarı yapılırken Migros Hemen sepete gidildiğinde ancak bu uyarıyı vermemektedir.

**Çözüm:** Sayfalar arasında /anasayfada ücretsiz kargo veya min sepet limiti için miktar belirtilmesi.

- **Teslimat:** Kullanıcılar, ürün teslimat süreçleriyle ilgili belirsizlikler ve sıkıntılar yaşayabiliyorlar.

**Mevcut durum:** Vaktinde teslimat gerçekleşmiyor. Teslimatta belirtilen vakitin 3 4 kat daha uzun sürede getirmekteler.

**İstenilen durum:** Belirtilen süreç içerisinde ürünlerin teslimatının gerçekleşmesi.

**Farklar:** Migros Hemen 'de teslimat süreçleri Getir'e göre çok uzun sürmekte.

**Çözüm:** Logistik kısımda düzenlemeler yapılmalı.

- **Ürün Çeşitliliği:** Farklı kategorilerdeki ürün çeşitliliği, kullanıcıların doğru ürünü bulmalarını zorlaştırıyor.

**Mevcut durum:** Ürün çeşitliliği az.

**İstenilen durum:** Her müşterinin istenilen her kategori veya mağazada bulunan ürünlerle ilgili alışverişini gerçekleştirebilmeli.

**Farklar:** Migros Hemen Getir ve Trendyol Express'e göre ürün yelpazesi bakımından daha sınırlı az kalmaktadır.

**Çözüm:** Tercihlere göre marka kategori çeşitliliği artırılmalı.

- **Kampanya/Promosyon:** Kullanıcılar, favori marka ve ürünlerini takip ederek, onlara özel kampanya ve promosyonlardan haberdar olmakta zorlanıyorlar.

**Mevcut durum:** Çok önemsenmiyor. Müşterilerin dikkatini çekmiyor.

**İstenilen durum:** Yaşadığımız ülkemizdeki önemli günler için özel indirim ,kampanyalar olması.

**Farklar:** Getir ,Trendyol Express güncel ,önemli,günlerde o güne özel indirimler,kampanyalar yapmaktadır.Fakat Migros Hemen 'de bu durum çok fazla olmamaktadır.Hatta özel günlerde hiç böyle bir dikkat çekme politikası uygulamamaktadırlar.

**Çözüm:** Özel günlere özel indirim,kampanya,promosyon ürünler yapılabilir.Örneğin önümüz yılbaşı bu aya özel indirimler ,kampanyalar olabilir.

- **Arama Motoru-Ürün Önerisi:** Kullanıcılar, alışveriş yaparken kararsız kaldıkları durumlarda, doğru ürünleri bulabilmek için etkili arama ve öneri araçlarına ihtiyaç duyuyorlar.

**Mevcut durum:** Bu özellik bulunmamaktadır.

**İstenilen durum:** Ürün veya indirimli ürün önerisi gelmeli.

**Farklar:** Getir de arama motoru kısmında daha önceden aldıklarına göre öneri getirmektedir.Migrosta sadece başlık olarak gelmektedir.

**Çözüm:** Arama motorunda arama yapılırken de veya yapılmadan önce daha önceki alışverişlere göre olur takip edilen ürünler olur öneri olarak gelebilir.

• **İndirimli Ürünler:** Kullanıcılar, indirimli ürünleri takip edip, bu fırsatları kaçırmamak adına bilgiye nasıl erişebileceklerini bilmekte zorlanıyorlar.

**Mevcut durum:**Karışık bir şekilde arayüz gelmekte.

**İstenilen durum:**Kategorik olarak indirimli ürünlerin listelenmesi.

**Farklar:**Migros Hemen 'de indirimli ürünler ilk olarak karmaşık bir şekilde listeleniyor.Daha sonra isteğe göre kategoriye ayrılıyor.Getir'de direkt indirimli ürünler açıldığında kategoriye ayrılmış bir şekilde listeleniyor.Kolay hemen erişilebilinsi diye de üst kısımda kategoriye gidiş için butonlar koyulmuş.

**Çözüm:**Getir de olduğu gibi kategoriye ayrılmış bir şekilde indirimli ürünler listenebilmeli.Böylelikle erişim daha kolay olur.

• **Ürünü Sepete Atma İşlemi:** Kullanıcılar, alışveriş sepetine ürün eklerken yaşadıkları sorunlar nedeniyle işlemi tamamlamada zorlanabiliyorlar.

**Mevcut durum:**Ürünün sepete atma işlemi yapılsın tuşuna basıldığında teslim mi?/mağazaya teslim mi? Seçeneği gelmekte ve bu alan sonuç döndürmemekte.

**İstenilen durum:**Sepete atma işlemi bittikten sonra bazı seçimlerin yapılması.Her mağazadan da teslimatın gerçekleşebilmesi

**Farklar:**Getir'de hesapta bağlı iken rahatlıkla sepete atma işlemi yapılabilirken Migros'ta adrese teslim mi?/mağazaya teslim mi? Seçeneği gelmekte.Hatta mağazaya seçimi yapıldığında da il/ilçe seçildikten sonra hiçbir sonuç döndürmemekte.Çevrede migros olmasına rağmen.

**Çözüm:**Çevredeki her migros mağazasından teslimatı için seçim yapılabilirmeli.Ayrıca sepete 1 den fazla ürün atılabileceğinden bu tarz soruyu sepete atma işlemleri bittikten sonra gerçekleşmeli.

• **Öneri:** Kullanıcılar, alışveriş alışkanlıkları ve favori ürünleri temel alınarak özel promosyonlar ve önerilerle nasıl etkileşime geçebilirler?

**Mevcut durum:**Bağlantılı kategori veya ürün ile ilgili öneri gelmemekte.

**İstenilen durum:**Bağlantılı kategori veya ürün ile ilgili indirimli ürün önerisi gelmesi

**Farklar:**Getir de kategori seçildiğinde alternatif o ürünlerle bağlantılı farklı indirimli ürünleri getirirken Migros Hemen de öneri sunulmamaktadır.

**Çözüm:**Bağlantılı olduğu ürün / kategori ile ilgili indirimli ürünler sepet kısmında veya ürünler arasında gezinilirken de öneri olarak gelebilir.

## Solution Space

HMW:

1-**How might we**, kullanıcıların belirli bir kategoriye odaklanmalarına yardımcı olmak için nasıl sezgisel bir arama ve filtreleme sistemi geliştirebiliriz?

**Çözüm:**

*Kullanıcı dostu bir arama çubuğu ekleyerek, kullanıcıların hızlı ve doğru bir şekilde istedikleri kategoriye odaklanmalarını sağlayabiliriz. Filtreleme seçeneklerini basitleştirebilir ve kullanıcıların tercihlerine göre otomatik olarak öneriler sunabiliriz.*

2-**How might we**, kullanıcıların alışveriş tercihlerini daha iyi anlamak için ne gibi interaktif anketler ve geri bildirim formları kullanabiliriz?

**Çözüm:**

*Kullanıcılar için alışveriş tercihlerini belirlemek amacıyla interaktif anketler ve geri bildirim formları ekleyebiliriz. Özellikle ürün kategorileri, renk tercihleri, marka tercihleri gibi detayları içeren interaktif sorular sorabilir ve bu bilgileri kullanarak kişiselleştirilmiş öneriler sunabiliriz.*

3-**How might we**, kullanıcıların favori markalarını ve ürünleri takip etmelerini sağlamak , bu bilgileri temel olarak nasıl özel promosyonlar sunabiliriz?

**Çözüm:**

*Kullanıcılara favori markalarını ve ürünlerini takip etme özelliği ekleyebiliriz. Bu takipleri kullanarak, kullanıcılara özel olarak kişiselleştirilmiş promosyonlar ve indirimler sunabiliriz. Ayrıca, bu takipleri hatırlatan düzenli bildirimler de ekleyebiliriz.*

4-**How might we**, kullanıcılara belirli bir kategorideki popüler ürünleri keşfetmeleri için nasıl interaktif içerikler ve editöryal öneriler sunabiliriz?

**Çözüm:**

*"Haftanın En Çok Beğenilen Ürünleri", "Editörün Seçtikleri", "Haftanın Popüler Ürünleri" gibi özel bölümler oluşturabilir ve bu içeriklere hızlı erişim sağlayabiliriz.*

5-**How might we**, kullanıcıların alışverişlerinde ücretsiz kargo özelliğinden yararlanabilmesi için gösterge panelinde nasıl bir düzenleme olabilir?

**Çözüm:**

*Kullanıcıların ücretsiz kargo özelliğinden yararlanabilmesi için minimum sipariş tutarını her sayfa ,ürünler arasında gezinirkende sepetteki tutara göre müşterinin görebileceği şekilde yazılabilir, net bir şekilde belirtebilir ve bu tutara ulaşıldığında kullanıcıları bilgilendiren bir bildirim sistemi ekleyebiliriz.*

6-**How might we**, kullanıcıların geçmiş alışveriş alışkanlıklarına dayanarak, benzer ürünleri veya alternatifleri önerecek alışveriş deneyimlerini nasıl zenginleştirebiliriz?

**Çözüm:**

*Kullanıcıların geçmiş alışveriş alışkanlıklarına dayalı olarak, benzer ürünleri veya alternatifleri önerecek bir öneri motoru ve algoritma geliştirebiliriz. Ayrıca, kullanıcıların geçmiş siparişlerine dayalı olarak özel indirimler veya avantajlar sunabiliriz.*

7-**How might we**, kullanıcıların coğrafi konumlarına dayanarak, mevsimsel ve yerel ihtiyaçlarını belirleyerek buna uygun ürün önerileri nasıl sunabiliriz?

**Çözüm:**

*Kullanıcıların coğrafi konumlarına dayanarak, mevsimsel ve yerel ihtiyaçlarını belirleyebiliriz. Bu bilgileri kullanarak kullanıcılara bölgesel özel ürün önerileri sunabilir ve yerel etkinliklere özel indirimler veya kampanyalar düzenleyebiliriz.*

8-**How might we**, kullanıcıların alışveriş deneyimini interaktif ve eğlenceli hale getirerek, alışveriş sırasında ne gibi keyifli içerikler sunabiliriz?

**Çözüm:**

*Haftalık(haftanın belirli bir gününde) veya özel günlerde interaktif oyunlar ,çekilişler veya anketlerle entegre edilmiş ödüller sistemi ile kullanıcıları motive edebiliriz.*

9-**How might we**, kullanıcıların ürünlere daha kolay,hızlı ellerine ulaşılabilmesi(kargo) için nasıl düzenleme getirilebilir?

**Çözüm:**

*Lojistik şirketleri ile güçlü işbirlikleri kurarak ve depo operasyonlarını optimize ederek, ürünlerin daha etkili bir şekilde paketlenip sevk edilmesini sağlayabilirsiniz. Bu, teslimat süreçlerini hızlandırabilir.*

10-**How might we**, kullanıcıların bütçelerine uygun ürünleri belirlemelerine yardımcı olmak için nasıl fiyat filtreleme seçenekleri geliştirebiliriz?

**Çözüm:**

*Fiyat filtreleme seçenekleri ile birlikte kullanıcıların belirli bir bütçeye uygun ürünleri bulmalarını kolaylaştırabiliriz. Ayrıca, kullanıcıların belirli bir fiyat aralığındaki ürünleri vurgulayan kampanyalar düzenleyerek bütçe dostu alışverişleri teşvik edebiliriz.*

11-**How might we**, kullanıcıların alışveriş sırasında kararsız kaldıkları durumlarda, nasıl ürün karşılaştırma ve öneri araçları sunabiliriz?

**Çözüm:**

*Ürün karşılaştırma araçları ekleyerek, kullanıcıların karşılaştıkları ürünleri özellikleri, fiyatları ve değerlendirmeleri üzerinden kolayca karşılaştırmalarını sağlayabiliriz. Ayrıca, algoritmalara dayalı öneri sistemleri kullanarak benzer ürünleri önererek kararsızlık durumlarını hafifletebiliriz.*

12-**How might we**, kullanıcıların alışveriş yaparken sıkça ziyaret ettiği kategorilere özel olarak, bu kategorilere yönelik özel indirim ve avantajlar sunabilir miyiz?

**Çözüm:**

*Kullanıcıların sıkça ziyaret ettiği kategorilere özel olarak, bu kategorilere yönelik özel indirimler, avantajlar veya sadakat programları oluşturabiliriz. Bu, kullanıcıların belirli kategorilerde daha fazla alışveriş yapmalarını teşvik edebilir ve müşteri sadakatini artırabilir.*

13-**How might we**, kullanıcıların alışveriş geçmişine dayanarak, özel günler ve etkinliklere yönelik özel kampanyalar düzenlenebilir mi?

**Çözüm:**

*Kullanıcıların alışveriş geçmişine dayanarak, doğum günleri, özel günler veya belirli etkinliklere özel kampanyalar düzenleyebiliriz. Bu kampanyalar, kişiselleştirilmiş indirimler, özel ürün önerileri veya ekstra avantajlar içerebilir. Kullanıcılara, bu özel kampanyalardan faydalanabilmeleri için anında bildirimler gönderilebilir.*

14-**How might we**, kullanıcıların alışveriş sırasında karşılaştıkları sorunlara anında çözümler sunmak için etkileşimli yardım ve destek sistemleri kurabilir mi?

**Çözüm:**

*Kullanıcıların alışveriş sırasında karşılaştıkları sorunlara anında çözümler sunmak için etkileşimli canlı destek sistemleri veya chatbotlar kullanabiliriz. Kullanıcılara sorularını sormak, yardım taleplerini hızlı bir şekilde çözmek ve yönlendirmek amacıyla etkileşimli destek sistemleri entegre edebiliriz.*

15-**How might we**, kullanıcıların alışveriş geçmişlerine dayanarak, onlara özel olarak düzenlenen etkinlik ve promosyonları nasıl duyurabiliriz?

**Çözüm:**

*Kullanıcılara alışveriş geçmişlerine dayalı olarak özel etkinlik ve promosyonları duyurmak için e-posta bildirimleri veya uygulama içi bildirimler kullanabiliriz. Kullanıcılara, ilgilendikleri ürün kategorileri veya markalarla ilgili düzenlenen özel etkinlikler ve promosyonlar hakkında bilgilendirmeler sağlayabiliriz.*

16-**How might we**, kullanıcıların alışveriş tercihlerine dayanarak, onlara sadece ilgilendikleri ürün kategorileri hakkında kişiselleştirilmiş bilgi ve içerikler nasıl sunabiliriz?

**Çözüm:**

*Kullanıcılara sadece ilgilendikleri ürün kategorileri hakkında kişiselleştirilmiş bilgi ve içerik sunmak için algoritma tabanlı öneri sistemleri kullanabiliriz. Kullanıcıların tercihlerine göre, ürün incelemeleri, yeni ürün bilgileri veya sektör trendleri hakkında kişiselleştirilmiş içerikleri öne çıkartabiliriz.*

**Çıkarım:**

Sorulardan yola çıkarak problem kapsamında 2 temel geliştirilmesi gereken konu olduğuna karar verdik.

Kullanıcıların Favori Markalarını ve Ürünleri Takip Etmelerini Sağlamak ve Kullanıcıların Alışveriş Sırasında Kararsız Kaldıkları Durumlarda Ürün Karşılaştırma ve Öneri Araçları.

**Part-3: Kullanıcıların Favori Markalarını ve Ürünleri Takip Etmelerini Sağlamak**

• How might we, kullanıcıların favori markalarını ve ürünleri takip etmelerini sağlamak ve bu bilgileri temel olarak özel promosyonlar sunmak?

**Part-4: Kullanıcıların Alışveriş Sırasında Kararsız Kaldıkları Durumlarda Ürün Karşılaştırma ve Öneri Araçları**

• How might we, kullanıcıların alışveriş sırasında kararsız kaldıkları durumlarda, nasıl ürün karşılaştırma ve öneri araçları sunabiliriz?



**Hipotez:**

*Ürün karşılaştırma araçları, öneri sistemleri ve favori takip özelliklerini ekleyerek kullanıcıların memnuniyetini artırabilir, platforma katılımlarını teşvik edebilir ve alışveriş deneyimlerini kişiselleştirebiliriz.*

**H (Happiness):**

- GOALS :Kullanıcıların alışveriş deneyiminden daha fazla keyif almalarını sağlamak.
- SIGNALS :Olumlu kullanıcı geri bildirimleri almak.
- METRICS :Kullanıcı memnuniyet anketlerinden alınan yüksek puanlar.

**E (Engagement):**

- GOALS :Kullanıcıların platformu düzenli ve etkileşimli bir şekilde kullanmalarını teşvik etmek.
- SIGNALS :Karşılaştırma araçlarını, öneri sistemlerini ve takip özelliklerini düzenli olarak kullanma sıklığı.
- METRICS :Günlük veya haftalık aktif kullanıcı sayısında artış.

**A (Adoption):**

- GOALS :Yeni eklenen özellikleri hızla benimseyen kullanıcı sayısını artırmak.
- SIGNALS :Favori marka ve ürün takip özelliğinin hızlı bir şekilde kullanılmaya başlanması.
- METRICS :Yeni eklenen özelliklere hızlı adapte olan kullanıcıların oranında artış.

**R (Retention):**

- GOALS :Favori marka ve ürün takip özelliğini kullanarak kullanıcıların platformu düzenli olarak kullanmalarını sağlamak.
- SIGNALS :Düzenli olarak favori takip özelliğini kullanan kullanıcıların devamlılığı.
- METRICS :Takip özelliğini kullanan kullanıcıların platformu ne kadar süreyle düzenli olarak kullanmaya devam ettiği.

**T (Task Success):**

- GOALS :Kullanıcıların ürünleri kolayca karşılaştırma, takip etme ve promosyonlardan faydalanma süreçlerini başarıyla tamamlamalarını sağlamak.
- SIGNALS :Başarılı ürün karşılaştırma işlemleri, takip özelliklerinin etkili kullanımı.
- METRICS :Karşılaştırma araçları ve takip özelliklerini başarıyla kullanan kullanıcıların oranında artış.

## KPI (Key Performance Indicator):

Memnuniyet Anketi Sonuçları:

**Ölçüm:** Kullanıcı memnuniyet anketlerinden alınan puanlar.

**Amaç:** Kullanıcıların yeni özelliklere ve genel platform deneyimine olan memnuniyetini ölçmek.

Günlük veya Haftalık Aktif Kullanıcı Sayısı:

**Ölçüm:** Platformu düzenli olarak kullanan günlük veya haftalık aktif kullanıcı sayısı.

**Amaç:** Kullanıcı katılımını ve etkileşimini artırmak.

Yeni Özelliklere Hızlı Adaptasyon Oranı:

**Ölçüm:** Yeni eklenen özelliklere hızlı adapte olan kullanıcıların oranı.

**Amaç:** Kullanıcıların yeni özelliklere ne kadar çabuk adapte olduklarını ölçmek.

Takip Özelliğini Kullanan Kullanıcıların Devamlılığı:

**Ölçüm:** Favori marka ve ürün takip özelliğini düzenli olarak kullanan kullanıcıların devamlılığı.

**Amaç:** Takip özelliğini kullanan kullanıcıların platformu ne kadar süreyle düzenli olarak kullanmaya devam ettiği.

Başarılı Karşılaştırma ve Takip İşlemleri Oranı:

**Ölçüm:** Karşılaştırma araçları ve takip özelliklerini başarıyla kullanan kullanıcıların oranı.

**Amaç:** Kullanıcıların belirli görevleri ne kadar etkili bir şekilde gerçekleştirebildiklerini ölçmek.

## **Epik:**

*Kullanıcılar olarak, alışveriş deneyimimizi geliştirmek ve daha kişisel hale getirmek amacıyla ürün karşılaştırma araçları, öneri sistemleri ve favori takip özelliklerini eklemeyi planlıyoruz.*

## ***Kullanıcı Hikayeleri:***

### Ürün Karşılaştırma Aracı Ekleme

GIVEN: Kullanıcı bir ürünü inceliyor.

WHEN: Kullanıcı ürün karşılaştırma aracını kullanmayı seçiyor.

THEN: Kullanıcı, seçtiği ürünleri özellikleri, fiyatları ve değerlendirmeleri üzerinden kolayca karşılaştırabiliyor.

AND: Kullanıcı, karşılaştırma sonuçlarına dayanarak daha bilinçli bir satın alma kararı verebiliyor.

### Öneri Sistemi Ekleme

GIVEN: Kullanıcı platformu kullanıyor.

WHEN: Kullanıcı, öneri sistemini etkinleştiriyor.

THEN: Kullanıcı, algoritmalara dayalı olarak kendisine sunulan benzer ürün önerilerini görüyor.

AND: Kullanıcı, bu önerileri inceleyerek ilgisini çeken ürünleri keşfediyor.

### Favori Marka ve Ürün Takip Özelliği Ekleme

GIVEN: Kullanıcı hesabına giriş yapmış durumda.

WHEN: Kullanıcı, favori marka ve ürünleri takip etmeyi seçiyor.

THEN: Kullanıcı, takip ettiği marka ve ürünlerle ilgili özel promosyonlar ve indirimlerden haberdar oluyor.

AND: Kullanıcı, düzenli bildirimlerle takip ettiği ürünleri hatırlanıyor.

Bu kullanıcı hikayeleri ve özelliklerin eklenmesi sırasında potansiyel olarak kullanılacak bazı bilişsel yanlılıklar şunlardır:

#### **1. Ürün Karşılaştırma Aracı Ekleme:**

◦ Potansiyel Bilişsel Yanlılık: Seçenek Yanlılığı (Choice-supportive Bias): Kullanıcı, seçtiği ürünleri daha olumlu hatırlayabilir. Karşılaştırma aracının kullanımı, kullanıcının kendi seçimlerini daha olumlu görmesine neden olabilir.

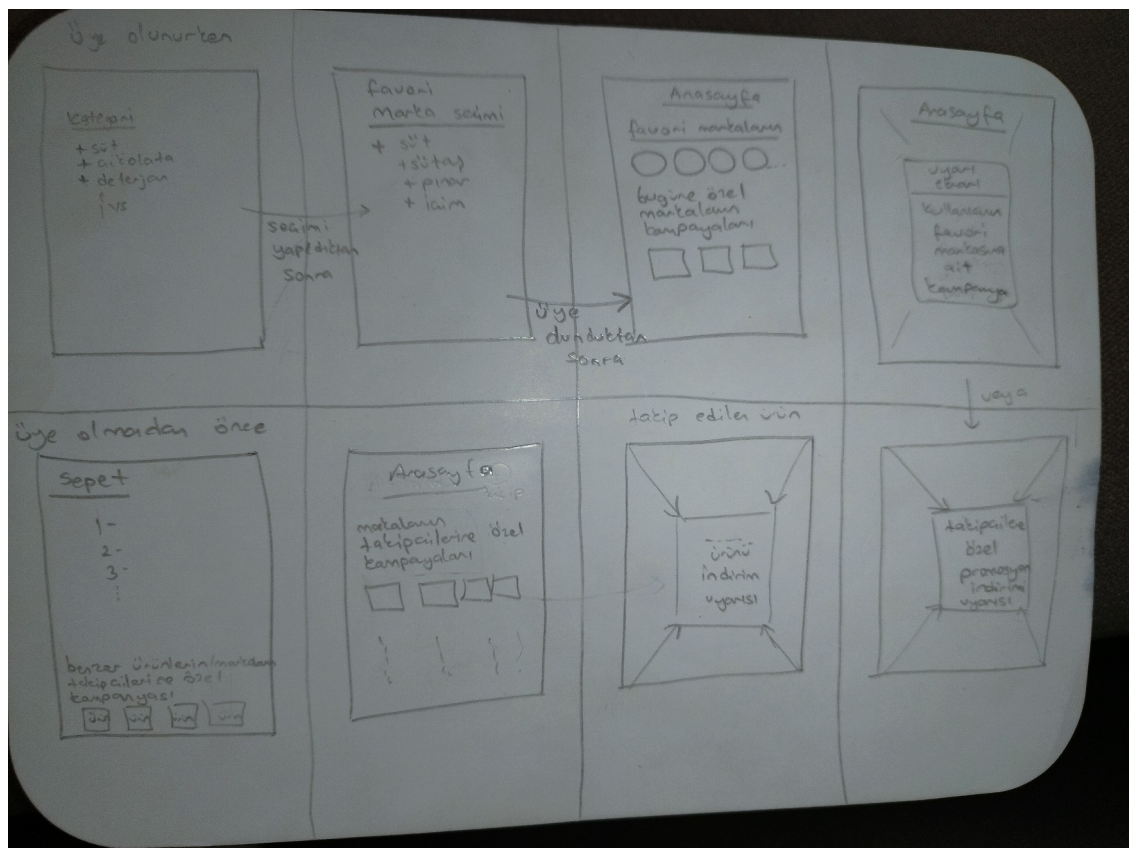
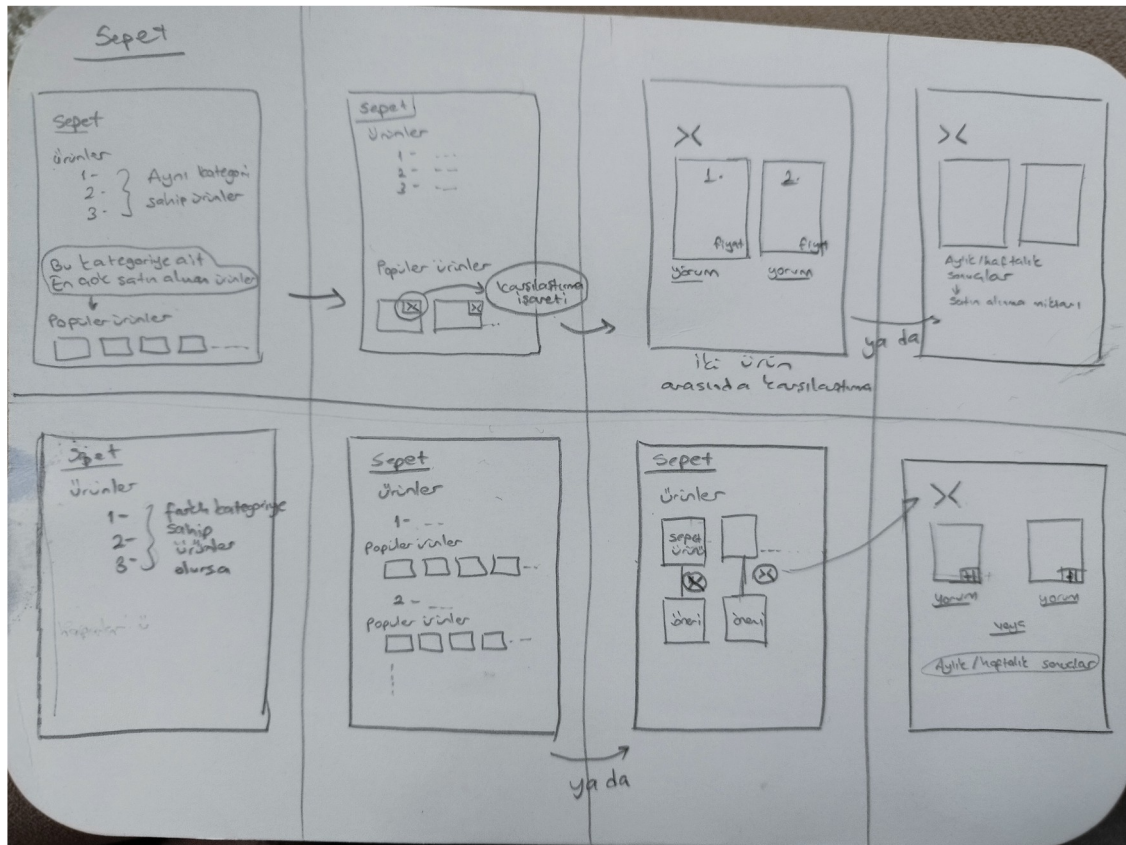
#### **2. Öneri Sistemi Ekleme:**

◦ Potansiyel Bilişsel Yanlılık: Onaylama Yanlılığı (Confirmation Bias): Kullanıcılar, kendi tercih ve görüşlerini doğrulayan bilgileri arama eğilimindedir. Öneri sistemi, kullanıcının mevcut tercihlerine uygun öneriler sunarak bu yanlılığı kullanabilir.

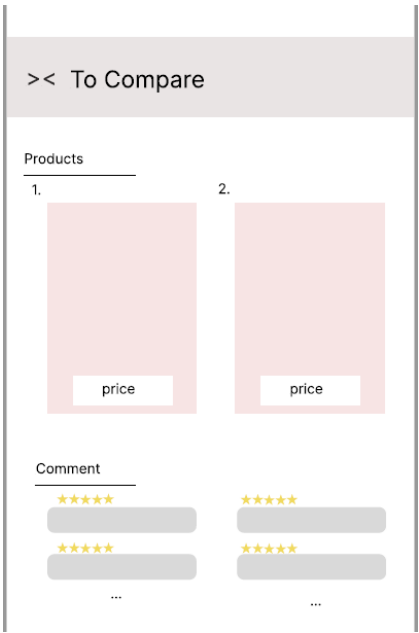
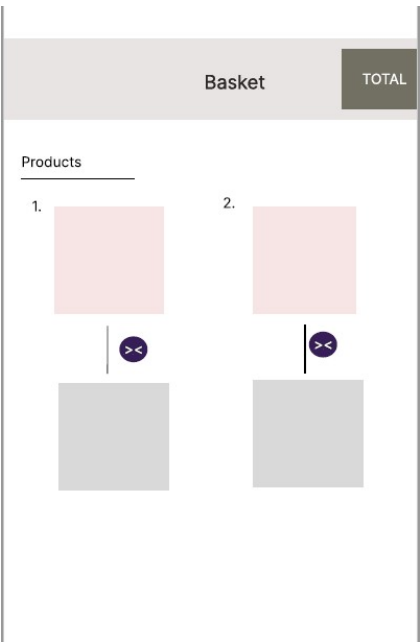
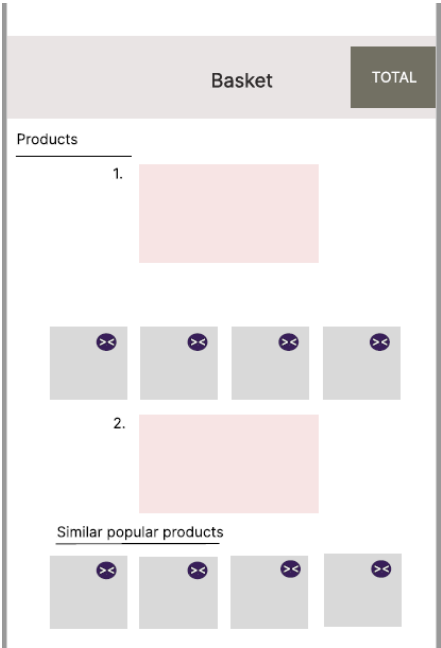
### 3. Favori Marka ve Ürün Takip Özelliği Ekleme:

◦ Potansiyel Bilişsel Yanlılık: Sosyal Kabul Yanlılığı (Social Acceptance Bias): Kullanıcılar, takip ettikleri marka veya ürünlerle ilgili olarak çevrelerince olumlu bir şekilde algılanma eğilimindedir. Takip özelliğinin eklenmesiyle, kullanıcılar çevrelerine uygun ve beğenilen markaları takip etme eğiliminde olabilirler.

Bu bilişsel yanlılıklar, kullanıcıların belirli davranışları gerçekleştirmeye daha eğilimli olmalarını sağlamak amacıyla kullanılabilir. Ancak, bu yanlılıkların etik bir şekilde ve kullanıcıları yanıltacak şekilde kullanılmamasına dikkat edilmelidir. Kullanıcıların karar verme süreçlerini anlamak ve kullanıcı deneyimini iyileştirmek amacıyla bu yanlılıkların bilinçli bir şekilde kullanılması önemlidir.



# Solution Sketching







## ÜYE OL

Telefon numarası

Mail

☐ Üyelik koşulları.....

☐ İndirim ve kampanyalarından  
anında haberdar olmak için  
Mita Platform Özel İletişim  
A.Ş. Ticari İletişim İzni Metni  
kapsamında iletişim izni  
veriyorum.



Kampanyalardan faydalanmak istenilen kategori





☐ Süt

☐ Çikolata

☐ Temizlik

...

☐ Bu alan boş kalsın



Kampanyalardan faydalanmak istenilen marka

-Süt

☐ Süttaş

☐ Pınar





☐ İçim

+Çikolata

+Temizlik

...

☐ Bu alan boş kalsın



Favori markaların





...

Favori Markanın Sadece Takipçilerine Özel Kampanyaları

...

Kategoriler

...



Favori markaların





...

Bugüne özel Favori Markanın Kampanyaları

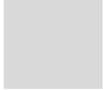
...


Kategoriler


...



### SEPET

1- 





2- 

3- 

...

Benzer ürünlerin sadece takipçilerine özel indirimleri

...







## Addendum

### Proje Tasarısı -Excel

- <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1q12n3jyaHsa8aWu-Gc1fLVvK3xJquqOL/edit?usp=sharing&ouid=110671236313699454392&rtpof=true&sd=true>

### Solution Scketing-Figma Çalışması

- <https://www.figma.com/file/FXkFNcHoAbsGpKOF69wTJb/2.?type=design&node-id=0%3A1&mode=design&t=Rof30pxT61RQyqxf-1>
- <https://www.figma.com/file/Pduh4JrPAeVpkwBwFb4bzR/1.?type=design&node-id=0%3A1&mode=design&t=W8nfKEO05jEBVLSf-1>

### Sunum

- <https://gamma.app/docs/Product-Management-ufumo5h2ok9960h>

### Kaynak ve Toollar

- ChatGPT
- <https://iamansoni.medium.com/prd-product-requirements-document-simplified-a-guide-for-product-managers-da5ad5456e46>
- Gamma.app
- Figma