

Satış Optimizasyonu ve Dijitalleşme

(Case Study: 🚀 %54 Kâr Artışı Sağlayan İndirim–Kârlılık Optimizasyon Modeli)

🎯 İş Problemi

Şirketler sık sık aynı soruyla karşılaşılıyor:

👉 “Satışlarımız artıyor ama kâr neden düşüyor?”

Globalsales veri seti üzerinde yaptığımız analizde, **kontROLSÜZ indirimlerin ve hatalı fiyat politikalarının kârı erittiğini** ortaya koyduk.

🔍 Yaklaşımımız

- 1 **İndirim Politikası Analizi** – Segment, ülke ve ürün bazında kayıp noktaları belirledik.
- 2 **Fiyat Esnekliği Modeli** – Talebin fiyata duyarlılığını ölçtük.
- 3 **Cap (Üst Limit) Modeli** – İndirimlere üst sınır getirerek kârı koruduk.
- 4 **Senaryo Testleri** – Maliyet düşüşü ve bundle (paket) stratejileri modelledik.

📊 Sonuçlar

- **%54 kâr artışı** – Eski politikaya göre optimizasyon sonrası.
- **%28 kâr marjı** – Yeni stratejiyle ulaşılan seviye (önceden %14’tü).
- **Enterprise segmenti** zarardan → kâra döndü.
- **Government segmenti** kârın ana taşıyıcısı oldu.

🌍 Katkısı

Bu model, **perakende, üretim ve finans** gibi birçok sektöre uyarlanabilir.

- ◆ Stratejik karar almayı hızlandırır
- ◆ İndirim–fiyat dengesini korur
- ◆ Kârlılığı sürdürülebilir hale getirir

📎 Proje Linki

👉 [Proje Raporu / www.linkedin.com/in/sönmezibrahim]