

SAYFA 3-5: PROBLEM TANIMI

GİRİŞ

Herkese merhabalar. Bugün 5. Grup olarak yüzde 80'inin evden çalıştığı bir sistemde çalışanların daha verimli ve etkili çalışmalarına katkı sunmasını planladığımız Baykuş uygulamamızı sunacağız. Baykuş Türk ve Yunan mitolojilerinde yol göstericiliğin ve bilgeliğin sembolü olduğu için bunu uygulamamızın danışmanlık yanıyla bağdaştırdık ve uygulamamıza özellikle Baykuş ismini verdik.

-Slayt içeriği tanıtımı-

İlk bakışta evden çalışma modelinin ulaşım sorununu ortadan kaldırdığı için zaman açısından verimli bir model olduğu düşünülse de geçtiğimiz 4 ayda toplanan verilerden* bunun tam olarak beklendiği gibi olmadığını fark ettik. Deloitte'in araştırmasına göre evden çalışanların %37.8'i bu değişimden olumsuz etkilendiğini belirtmiş. Bu noktada özellikle kültür ve alışkanlıklar, müşteri beklentileri, bu ani değişimin çalışan psikolojisine ve verimliliğe etkisi gibi konular evden çalışma modelinin optimum verimli hale gelmesine engel olmuş.

Evden çalışanlarda hareketsizlik ve yoğun stres fiziksel ve ruhsal problemlerin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bu sorunların etkileri kısa ve uzun vadede farklı şekilde görülebiliyor, kısa vadede verimliliğin düşmesine uzun vadede ise önüne geçmesi zor olabilecek ruhsal ve fiziksel problemlerin oluşmasına yol açabilmektedir. Bu noktada, zamanın etkin kullanılmasına ve sorunların giderilmesine yardımcı olabilecek, hizmet arz ve talep edenleri kolay yoldan bir araya getirebilecek bir hizmet ihtiyacı ortaya çıkmaktadır.

-Hedef Kitle Slaytı- (slayttan okunacak)

-Çözüm Önerileri-

Az önce problem tanımımız ve bu problemten en çok etkilenen hedef kitemizin özelliklerinden bahsettik. Peki, biz Baykuş ekibi olarak bu problemlere nasıl çözümler geliştirmeyi amaçlıyoruz? Öncelikle biz geliştireceğimiz uygulamada evden çalışan beyaz yakalıların fiziksel ve psikolojik sıkıntılarını çözmede, onları konunun profesyonelleriyle buluşturacak bir aracı görevini üstleneceğiz. Aynı zamanda potansiyel rakip firmalardan farklı olarak müşteri verisinin işlenmesi ile müşterilerimiz için kişiselleştirilmiş bir sağlık asistanlığı sağlayacağız.

Ayrıca, müşterilerin bize verdiği çalışma saati, yoğunluk durumu ve günlük problem bilgileri işlenerek kendilerine en uygun şekilde oluşturulmuş ve belirli aralıklarla göndereceğimiz kişiye özel bildirimlerle de bir nevi kişisel sağlık asistanı rolü alarak müşterimizi değerli hissettireceğiz.

-Rakip analizi-

Bu bağlamda potansiyel rakibimiz olabilecek firmaları inceledik ve ana iki rakibimiz olarak Armut.com'u ve Bionluk'u tespit ettik. Her üç firma da hizmet aracılığı ve zaman verimliliğini arttırma değerini müşteriye kazandırsa da Baykuş Beyaz Yakalıları yönelik kişiselleştirmiş sağlık asistanlığı ve yeni kaydolan üyelerine vereceği teşvik hediyeleriyle müşteri odaklılığı açısından diğer iki firmadan ayrılıyor. Aynı zamanda Baykuş hizmet sağlayıcılar için bir ilan verme ücreti almadığından hizmet vermek isteyip kısıtlamalardan dolayı piyasaya giremeyen emek arz edicilerin piyasaya girmesini sağlayarak toplam faydayı arttırıyor ve pek çok hizmet sağlayıcı için bir katma değer oluşturuyor. Bu sayede her iki grubu da daha çok tatmin edecek bir platform ortaya çıkıyor.

Dilerseniz biraz da az önce bahsettiğimiz profesyonellerden hizmet alma sürecinin içeriğinden adım adım bahsedelim. Öncelikle, kişi, uygun gördüğü bilgilerini sistemimize girerek üyeliğini açacak. Ardından, hem girilen bilgiler, hem sistemdeki hizmet sunucuların müşterilerden alacağı puanlarla hem de müşterilerin yönelimlerine göre müşteriye bir liste sunulacaktır. Bu sıralamaya göre müşterilerimiz bu listeden hizmet almak istediği profesyoneli seçerek psikolojik destek veya profesyonel antrenörlük hizmeti alabilecektir. Müşterimiz, kendine uygun gün ve saati rezerve ederek, ödemesini sistem üzerinden güvenli bir şekilde yapacaktır. Hizmet alımı sonrasında ise uygulama bildirimleri ve e-mail kanalları ile müşterilerimizin hizmet sağlayıcılarını puanlamasını istenecektir.

İş Modeli:

Baykuş vizyonunu ve misyonunu gerçekleştirmek için yenilikçi bir iş modeli kullanmayı hedeflemektedir. Anahtar partnerlerimiz olan hizmet sağlayıcılarımızın ve teknik altyapı sağlayıcılarımızın desteği ile müşterilerimizi hizmetlerle en optimal şekilde buluşturmayı hedefliyoruz. Teknik altyapı sağlayıcılarımızın desteği ile müşterilerimize kişiselleştirilmiş sağlık asistanlığı sağlamayı ve aynı zamanda müşteri memnuniyet verilerimiz ve yine teknik destek ile hizmet sağlayıcılarımız için bir serbest piyasa oluşturmayı hedefliyoruz. Müşteri ilişkilerimizi ise her daim güçlü tutmayı hedeflemekteyiz. Uygulama destek birimimiz ile problemlerini çözmeyi, anketlerimiz ve onlardan alacağımız verilerimiz ile müşteri memnuniyetini maksimize edecek inovasyonları gerçekleştirmek müşteri ilişkilerimiz için ana faaliyetlerimiz olacaktır

Değer Yargısı

Değer yargımızı üç alt başlıkta kategorize ettik

B2B

Bizimle anlaşan şirketler hem iş verimliliklerini arttırma fırsatı elde edecek hem de çalışanlarına sunduğu bu uygulama ile şirketlerinin sosyal prestijlerini arttırma fırsatı bulacak.

B2C

Baykuş uygulamasını kullanan ve yoğun çalışmadan dolayı vakit sıkıntısı yaşayan mşşteriler kendilerine uygun hizmetleri bulmak için harcadıkları zamanı minimuma indirerek bşyşk bir katma değer elde edecek. Aynı zamanda kişiselleştirilmiş sağlık asistanı kullanımı ile hayat ve iş kalitelerini arttıracaktır.

C2C

Bizimle alışan hizmet sağlayıcılar ise optimal mşşterileri bulmak için harcadıkları zamanı azaltarak, serbest piyasamızın katma değeri sayesinde kişisel marka değerlerini arttırarak bşyşk bir ivme kazanacaklardır.

Pazarlama Stratejisi

Baykuş potansiyel mşşterilerine ulaşmak için hem dijital hem de fiziksel pazarlama stratejileri izlemeyi planlamaktadır. Dijital pazarlama odaklı izleyeceğimiz pazarlama stratejilerimiz kapsamında Baykuş uygulaması için bir tanıtım websitesi açılacaktır. SEO(Tşrke) yşntemi ile arama motorlarında őne çıkmaya ve baykuşa gşrşnşrlşk kazandırmayı ve SEM(Tşrke) teknikleri ile ieriğimizi őne çıkararak uygulamaya mşşteri çekilecektir. Sosyal Medya Pazarlamaları ile ise uygulamanın sosyal medyada gřrřnřrlřėu arttırılacaktır. Aynı zamanda yeni kullanıcılara hediye çekleri ve indirim kuponları verilerek potansiyel mşşteriler uygulamaya çekilmeye çalışılacaktır.

Fiziksel pazarlama stratejilerimizi ise şirket işbirlikleri odaklı yşşrtmeyi planlamaktayız. Anlaşma yapılmak istenen şirketlere handoutlar ve bilgilendirmeler gşnderilmesi planlanmaktadır aynı zamanda word of mouth tekniği ile kulaktan kulağa mşşterilerimize ulaşmayı planlamaktayız.

Gelir - Gider Tablosu

Ekranda mevsimsellikten arındırılmış şekilde yaptığımız marjinal analizler ve fizibilite çalışmaları sonucu ortaya çıkan kümülatif gelir-gider akışı grafiğini görmektesiniz. Bu grafiğe göre,

Baykuşun, yazılım , tasarım, yayınlama, reklam ve bakım giderleriyle başlangıç gelirine göre yüksek bir giderle piyasaya girecektir. Dijital ve geleneksel pazarlama çalışmalarımız sonucunda Baykuş, 6. Aydan itibaren tanınmaya başlayarak hızlı bir büyüme sürecine girecektir, Yapılan planlamaya göre 6. Yılda başabaş noktasına ulaşarak kar ve zararı eşitleyecek, gelir artış hızı 10. Yıla kadar maliyetlerden nispi olarak daha fazla artmaya devam edecek ve 10. Yılda kar seviyesi zirve yapacaktır ardından azalan verimler başlayacaktır.

Uygulamamızı pandemi sürecinde pazara sürmek ve o dönemde kazanacağımız ivme ile geliştirmek istiyoruz. bu sebepten sıkıştırılmış bir çalışma takvimi kullanmayı planlıyoruz.

Fikir olgunlaştırma ve detaylı pazar araştırması ağustos

İş geliştirme ve uygulama tasarımı eylül

Belirlenecek kanallardan tanıtım ekim

Uygulamanın lansmanı kasım.

SAYFA 12

Peki, özellikle pandemi sonrasında normal hayata dönüş döneminde şirketimizin uygulamayı geliştirmeye yönelik planları neler? Bu noktada, evden çalışmanın çok yoğun olduğu pandemi sürecinde geliştireceğimiz hizmet ağıımız sayesinde birçok müşteriyle direkt iletişim kurma imkanı elde edeceğiz. Bu noktada, müşterilerden alacağımız geri bildirim veya anket gibi kanallar yardımıyla müşterilerin beklentilerini öğreneceğiz. Bu sayede, pazarı birinci elden analiz etme fırsatı bulacağız. Uygulamamızda sunduğumuz ürün yelpazesini bu araştırmalar sonucunda çeşitlendireceğiz. Bu yolla, evden çalışan beyaz yakalılardan oluşan hedef kitlemizi genişletme fırsatı bulacağız. Sonuçta, orta vadede, BaykuşApp'i sağlıkla ilgili aklımıza gelecek her işlemi yapabileceğimiz evden çalışan beyaz yakalı personele yönelik bir kişisel sağlık asistanı uygulamasına evrimleştirmeyi planlıyoruz.