

Project Management Bootcamp Final Sunumu

Ad-Soyad: Serdar EKİZ

Ders Yürütücüsü: Eda BALCI

Konu: Business Case Hazırlama

Tarih: 08.11.2022

Ürün Adı: GETİR



Pazardaki Problem

- İnsanların market ürünlerine evlerinden çıkmadan ulaşamıyor olması.
- Büyük marketlere uzak mesafede olan insanların, daha yakın olan mahalle bakkallarında istediği ürün çeşitliliğine ulaşamıyor olması.
- Zincir marketlerin en geç saat 22 de kapanması.

Problemimiz bir tüketici problemidir. Pazardaki tüketicilerin yukarıda belirtilen maddeler çerçevesinde ihtiyaçları giderilememektedir.

Ürün Adı: GETİR

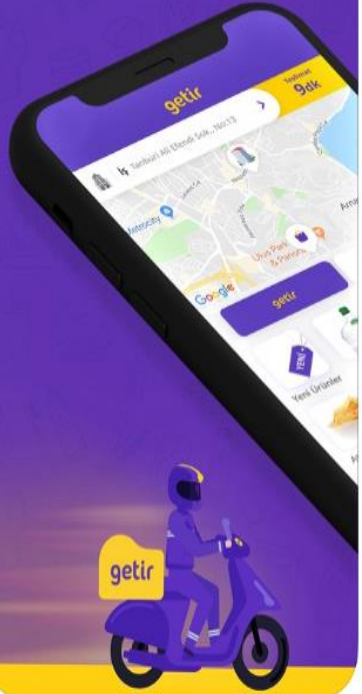


Pazardaki Fırsat

- Market ürünlerine evden çıkmadan veya dışarıda olsa bile, ürün seçimi için market içinde dolaşmak, muhtemel kasa sırası, araç ile ulaşıldıysa muhtemel park problemi gibi sorunlarla uğraşmak istemeyen insanların, çok kolay şekilde istedikleri ürünlere akıllı telefonlarından ulaşacak olması.
- 7/24 hizmet prensibiyle yola çıkılan bu projede saat 22-24 arası açık kalan küçük işletmeler hariç, geniş yelpazedeki market ihtiyacı için tek seçenek olmak.
- Market ihtiyacı çok ani oluşabileceği gibi, ürün satın alımları planlansa bile belirli bir süre sonra otomatikmen tekrarlayacak olması ve bu sayede kazanılan süreklilik.
- Yeni ürünlerini insanlara duyurmak isteyen firmalar ile kurulan bağlantılar ve buradan kazanılacak ekonomik faydalar.

Ürün Adı: GETİR

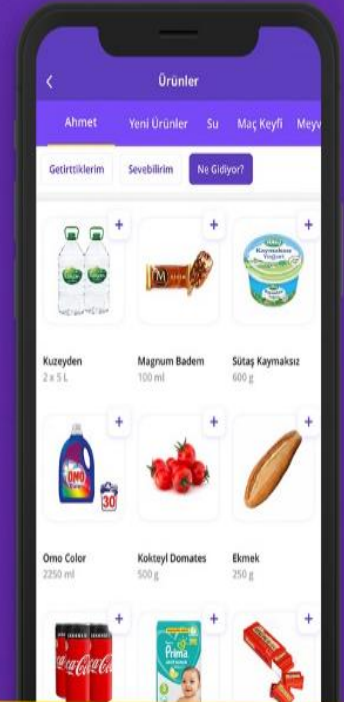
Dakikalar içinde, 7/24
**getir bi
mutluluk!**



Binlerce
ürün ve yemeği
olduğun yere
getirelim!



Sudan simide, deterjandan
bebek bezine,
ihtiyacın olan ne varsa
sepete ekle.

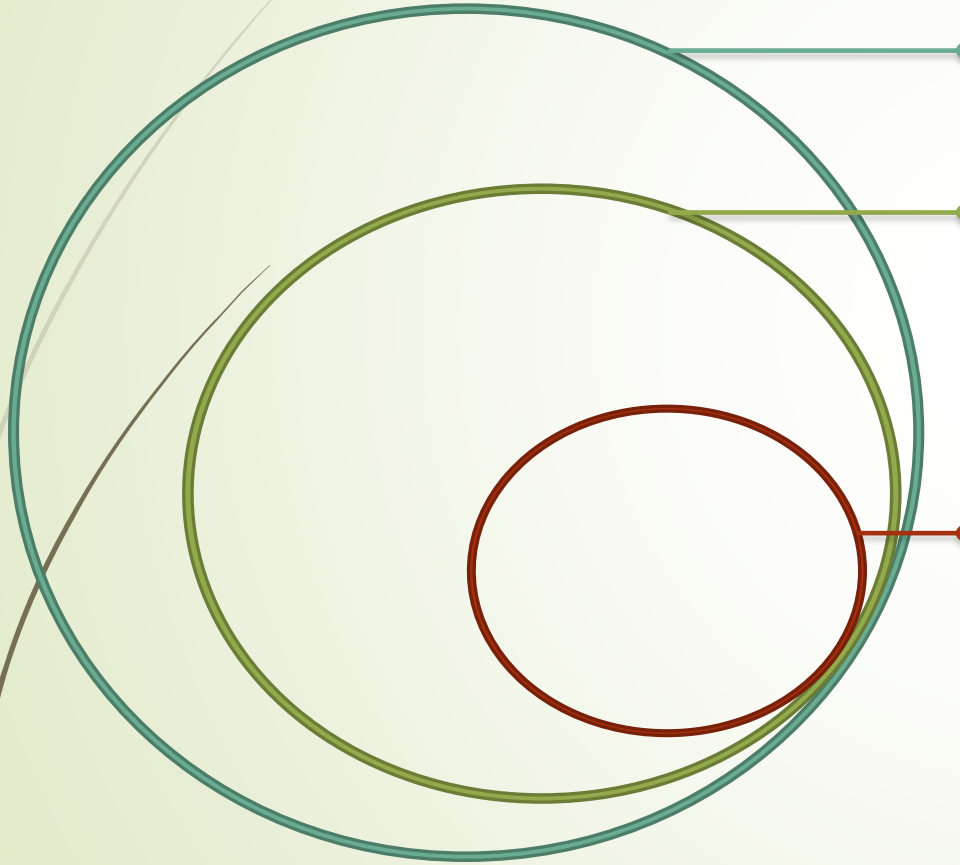


Ürün Açıklaması

- Mobil uygulama üzerinden sepete eklenip sipariş verilen birçok kategoride çok sayıda ürünün, maksimum 5 dakika varış süresiyle müşteriye ulaştırılması hedeflenmektedir. Hizmet alanı bu hususa göre belirlenecektir. Ayrıca online ödeme yöntemi sayesinde ve uygulama bildirimleri ile kurye ile etkileşim kurmaya gerek kalmadan ürünlere ulaşılması mümkün hale gelmektedir.
- Zamandan tasarruf etmek ve marketi ayağına getirmek isteyen kişilerin birçok market reyonunu hızlı şekilde telefonundan dolaşması ve sipariş verdikten 5 dakika sonra fiziki olarak ürünlere ulaşması sağlanmaktadır.

Ürün Adı: GETİR

Pazar Yapısı



Toplam Mevcut Pazar

- İnternet erişimi olan ve hizmet bölgelerinde yaşayan herkes

Erişilebilir Mevcut Pazar

- İnternet erişimi olan ve hizmet bölgelerinde yaşayan ancak internet alışverişi konusunda çekimser olan kişiler
- İlk müşterilerin deneyimlerinden olumlu etkilenen kişiler
- Market kampanyalarını sıklıkla takip eden kişiler

İlk Hedef Pazar

- İnternet erişimi olan ve internetten alışveriş yapmaya istekli kişiler
- 18-24 arası öğrenciler ve 24-35 yaş arası beyaz yakalıları
- Zincir marketlere nispeten uzak sayılabilecek konumda oturanlar

Ürün Adı: GETİR

Müşteri Segmentasyonu

- Değer ve Davranış Segmentasyonu

Müşterilerin
İşlem Zamanları



Müşterilerin
Harcama Tutarları

Müşterilerin Alışveriş
Davranışları



Müşterilerin
Sadakatleri

Ürün Segmentasyonu

- Ürünün Satın Alınma Sıklığı ve Miktarı
- Ürünün Markasına Olan Talep

Ürün Adı: GETİR

Rekabet Unsurları

- Halihazırda ürünleri müşterilerinin evlerine ücretsiz şekilde ulaştıran mahalle bakkalları.
- Zincir marketlerin mobil uygulama geliştirerek aynı sistemi benimseme ihtimali.
- Halihazırda genel anlamda internetten alışveriş deneyimi sunan mobil uygulamaların market sektörüne de giriş yapma ihtimali.



BiTaksi

➤ İşletmeye Faydaları

- İşletmenin bir önceki mobil uygulaması BiTaksi'den elde edilen kazanım olan konum bilgisinin elde edilmesi ve organizasyonu bu iş için ekstra maliyet gerektirmeden kullanılabilecektir.
- Bu ürün pazarda mobil uygulama ve hızlı teslimatıyla bir ilk olacaktır.
- Ürün pazarlamasından elde edilecek gelire ek olarak mobil uygulama kullanımından da gelir sağlanmış olacaktır.

Ürün Adı: GETİR



Pazarlama Hedefleri

- Maksimum 5 dakika varış süresi ve makul bir getirme ücreti ile ürün ihtiyacının çok kısa sürede gideriliyor olması pazarda kabul görme oranını fazlasıyla arttıracaktır.
- İlk alışverişe özel veya belirli zamanlarda müşteriye sunulan kampanyalar ve indirimler uygulamanın tercih edilme sıklığını arttıracaktır.
- Belirli bir miktardan sonra iptal edilen getirme ücreti müşteriye sepet tutarını arttırmaya itecek ve kazanç artacaktır.
- Müşteriden sistem üzerinden öneriler alarak, ürün yelpazesini arttırmak gibi çeşitli talepleri yerine getirmek, müşterinin kendisini değerli hissetmesini sağlamak ve sadık müşteri profiline evrilmesini kolaylaştırmak hedeflenmektedir.

Strateji ve Uyum

- Tahmini verilen varış süresini aşmamak, doğru kişiye doğru ürünü kişi ve konum bilgisi anlık olarak verilerek şeffaf bir şekilde teslim etmek, kaliteli ürünler satmayı hedef edinmek ve ek olarak müşterilerden gelen taleplere göre ürün yelpazesini düzenlemek temel stratejileri oluşturmaktadır.
- Ürün bahsedilen hedefleri ve stratejisiyle pazarda inovatif olacaktır.

Ürün Adı: GETİR

Risk	Olasılık	Etkisi	Yöntem	Alternatif
Yetersiz Ürün Satışı	Orta	Yüksek	Müşteriyi Çekecek Kampanyalar	Ürün Yelpazesini Daraltıp Sadece Çok Tercih Edilen Ürünleri Sunmak
Hızlı Bozulabilecek Ürünler	Yüksek	Düşük	Bu Ürünleri Çeşitli Kampanyalarla Hızlı Şekilde Satmaya Çalışmak	Bu Ürünlerin Satışını Durdurmak veya Stok Sayısını Azaltmak
Hızlı Teslimatta Kurye Kazaları	Orta	Orta	Kuryelerin Gerekli Eğitimi ve Farkındalığı Almasını Sağlamak	Kurye Sayısını Fazla Tutmak
Depoların Başarılı Yönetilememesi	Orta	Yüksek	Depo Sahiplerine Gerekli Eğitimi Vermek ve Şirkette Depo Sahiplerinin Faaliyetlerini İzleyen Eleman Bulundurma	Sözleşmeye En Başta Eklenecek Bir Madde İle Deponun Gerekğinde El Değiştirmesinin Sağlanması

Ürün Adı: GETİR

Finansal Giderler

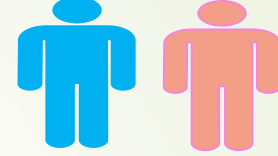
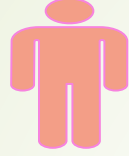
Operasyon Bazındaki Giderler (OPEX)	Yatırım Bazındaki Giderler (CAPEX)
Ürünün Maliyeti	Mobil Uygulama Geliştirme Maliyeti
Çalışan Maaşları	Depo Kiralanması
Eve Teslimat Masrafları	Motor ve Araç Masrafları
Depo Masrafları	Depo Araç Gereçleri ve Düzenleme Masrafları
Ürün Lojistik Masrafları	Bilgisayarlar ve Ofis Malzemeleri Masrafları

Çıkış Stratejisi

- İnternette mobil uygulama ile alışveriş deneyimi sunan diğer rakiplere proje hisselerinin tamamının pazarlanarak satılması

Ürün Adı: GETİR

► Personalar



	20 Yaşında Üniversite Öğrencisi Ayşe	20 Yaşında Üniversite Öğrencisi Burak	35 Yaşında Beyaz Yakalı Çift	40 Yaşında Ev Hanımı Fatma
Gelirler	Aileden Gelen Harçlık ve Aldığı Öğrenim Kredisi	Aileden Gelen Harçlık ve Aldığı Öğrenim Kredisi	Her İkisinin Aldığı Maaş	Eşinin Maaşı
İlgi Alanları	Kişisel Bakım Ürünleri ve Sağlıklı Gıdalar	Hazır Yiyecekler ve Atıştırmalık Ürünler	Temel Gıda ve Temizlik Ürünleri	Temel Gıda ve Temizlik Ürünleri – Çocuk İhtiyaçları
Yaşanan Problemler	İlgi Alanlarındaki Ürünlerin Pahalı Olması	Her Gün İlgi Alanlarına İhtiyaç Duyuyor Olmak	Alışverişten Sonra Eksik Sipariş Verildiğinin Hatırlanması – Zaman Problemi	En Ekonomik Fiyatı Bulmaya Çalışırken Geçen Zaman – Çocukla Dışarıda Alışverişin Zor Olması
Temel Beklenti	İlgi Alanlarındaki Ürünlerde Kampanyalar	Öğrencilere Özel İndirim	Belirli Sayıda Alışveriş Sonrası Getirme Ücretinin Olmaması – Hızlı Teslimat	Çeşitli Alışveriş İndirimleri – Eve Vaktinde ve Doğru Teslimat Yapılması

Ürün Adı: GETİR

➡ Use Case

- **Adı:** Sipariş
- **Aktörler:** Personalar, Mobil Uygulama
- **Ön Koşullar:** Uygulama içinde kayıt gerçekleşmiş olmalı ve konum bilgisi girilmiş olmalıdır.
- **Genişleme Noktası:** Müşteri bilgi kaydı, seçilen ürün kategorisi
- **Başarılı Senaryo:**
 - Müşteriye, ürünlerin tahmini varış süresi sunulur.
 - Eğer mevcutta kurye yoksa ve bekleme süresi 5 dakikadan fazlaysa (A1)
 - Tahmini varış süresi maksimum 5 dakikadır.
 - Müşteriye kampanyalar farklı bir sayfada sunulur ve müşteri bunlara önce göz atar.
 - İstediği ürünler için veya genel bir indirim kampanyası yoksa (A2)
 - Müşteriye genel ürün kategorileri ve daha önce satın aldığı ürünler gruplar halinde sunulur.
 - Müşteri alışveriş sepetini doldurur.
 - Müşteri kampanyasını seçer ve ödemeyi yapar.
 - Ürün müşteriye ulaştırılmak üzere kurye bilgileri verilerek hazırlanmaya başlanır.
- **Alternatif Yollar:**
 - (A1) Müşteri ürünlere ne zaman ulaşması gerektiğinin hesaplamasını yapar. Sonra ya alışverişe devam eder ya da use case sonlandırılır.
 - (A2) İndirimli kategoride bulunan ürünlere göz atar. İlgi alanındaki ürünlerin muadilleri varsa sepetine ekleyerek devam eder ya da use case sonlandırılır.

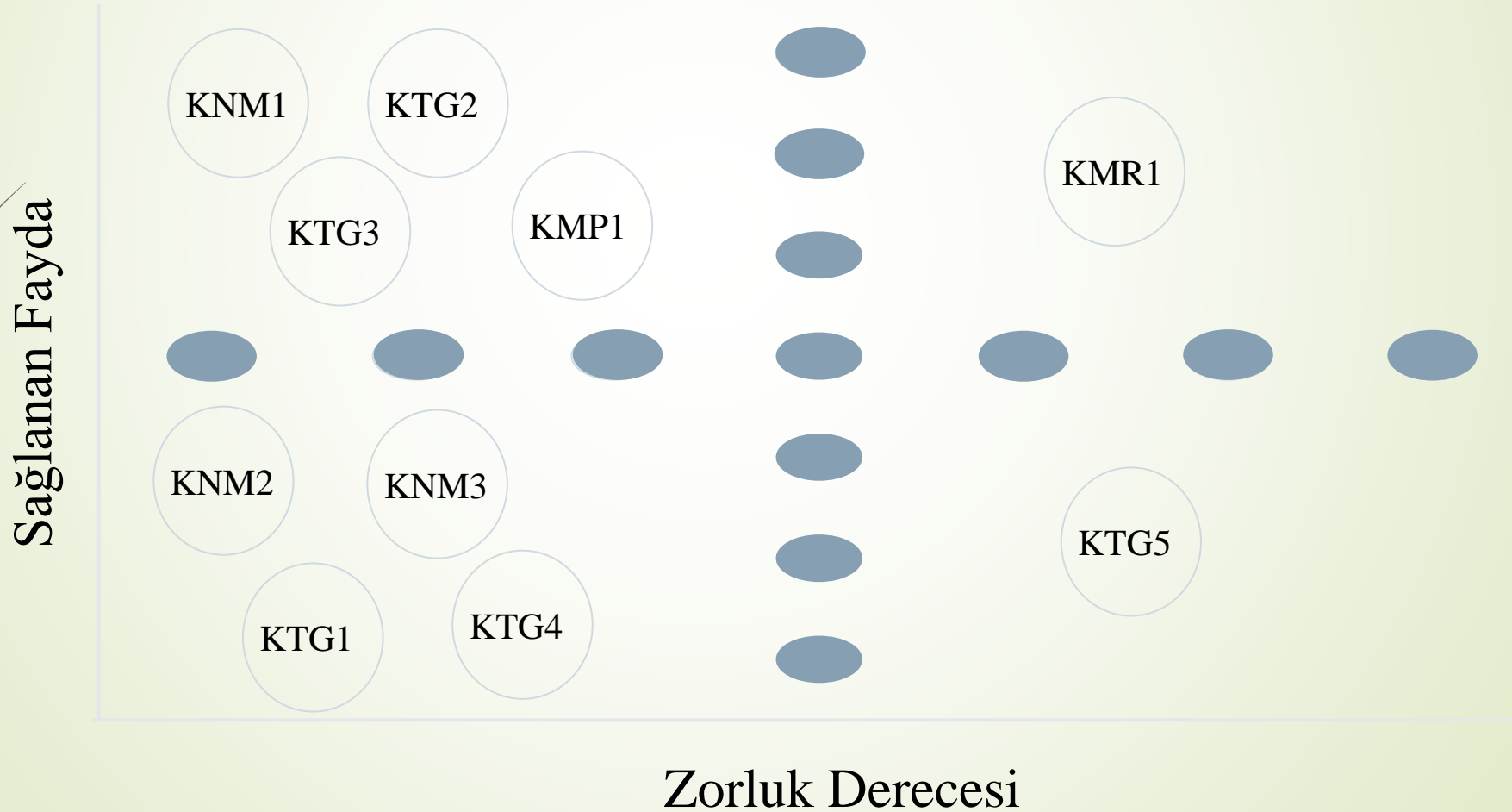
Ürün Adı: GETİR

Fonksiyon Listesi

- KNM1: Müşteri bu fonksiyon sayesinde konumunu el ile aşama aşama yazabilir.
- KNM2: Müşteri bu fonksiyon sayesinde konumunu haritadan görsel olarak seçebilir.
- KNM3: Müşteri konum bilgisi girmeden de uygulama içinde gezebilir.
- KTG1: Müşteri daha önce satın aldığı ürünlere tek bir kategorik buton altından ulaşabilir.
- KTG2: Müşteri farklı markaların benzer ürünlerine aynı kategorik buton altından ulaşabilir.
- KTG3: Müşteri arama butonuna direkt olarak bazı harfler yazarak istediği marka ya da ürüne daha hızlı şekilde ulaşabilir.
- KTG4: Çeşitli filtrelelere göre aynı kategorideki ürünleri sıralama
- KTG5: Bütün ürünlerin tek bir sayfada gösterilmesi.
- KMP1: Müşteri kampanyalar butonuna tıklayarak alışverişe hiç başlamadan promosyonları hızlıca görebilir.
- KMR1: Ürünler hazırlanırken deponun, ürünler getirilirken kuryenin canlı video ile izlenmesi.

Ürün Adı: GETİR

➤ Müşteri Fayda/Zorluk Matrisi





Dinlediğiniz İçin Teşekkür Ederim..

Serdar EKİZ

