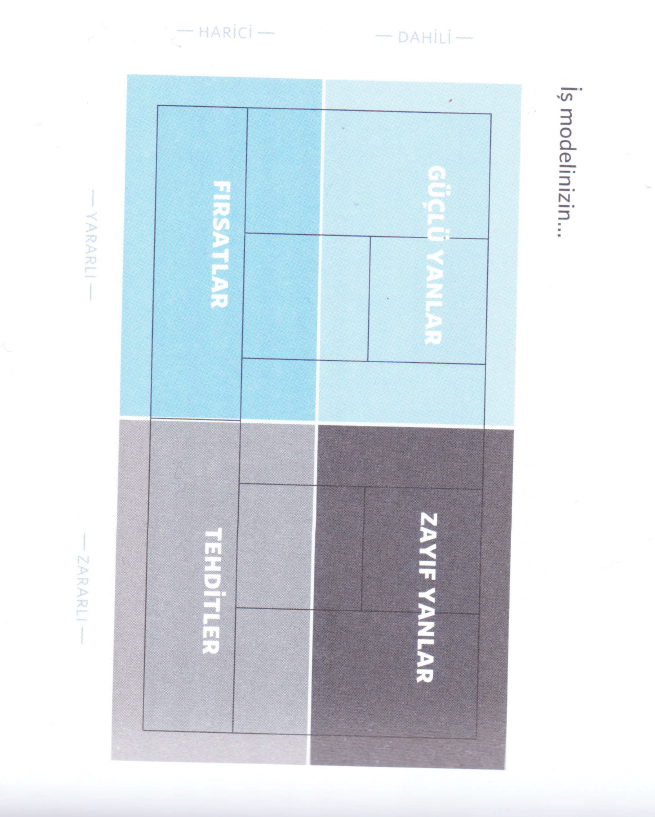
**PROJE ANALIZ FORMU**

**SWOT ve İŞ MODELİ KANVASI v1.0**

Hazırlayan: Uğur Coruh

**ANALIZ FÜZYONU**

ANALİZ FÜZYONU

**

Tablo 1 - SWOT ve İŞ MODELİ KANVASI ANALİZİ

**İ**ŞMODELİ

KANVASI

İŞ MODELİ KANVASI

Tablo 2- İş Modeli Kanvası

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| TO | TF | DÖ | | Mİ | MS |
|  |  |  | |  |  |
| TK | KA |
|  |  |
| MY | | | GA | | |
|  | | |  | | |

TO: Temel Ortaklıklar, TF: Temel Faaliyetler, TK: Temel Kaynaklar, DÖ: Değer Önerisi, Mİ: Müşteri İlişkileri, MS: Müşteri Segmenti, KA: Kanallar, MY: Maliyet Yapısı, GA: Gelir Akışı

**SwOt**

ANALİZİ

SWOT ANALİZ TABLOSU

Tablo 3 - SWOT Tablosu

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| DÂHİLİ | GÜÇLÜ YANLAR | ZAYIF YANLAR |
| HARİCİ | FIRSATLAR | **TEHDİTLER** |
|  | YARARLI | ZARARLI |

**GÜÇLÜ** YANLARIMIZIN

ZAYIF YANLARIMIZIN

Analizi

1. DEĞER ÖNERİSİ DEĞERLENDİRMESİ

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| DEĞER ÖNERİSİ | AĞIRLIK NOTU 1-10 | POZİTİF | DURUM  NOTU  1-5 | DURUM  NOTU  1-5 | NEGATİF | AĞIRLIK NOTU 1-10 |
|  | Değer Önerileriniz müşterilerinizin ihtiyaçları ile uyumlu |  |  | Değer Önerileriniz müşterilerinizin ihtiyaçları ile uyumlu değil |  |
|  | Değer önerilerimizin zincirleme etki yaratma gücü yüksek |  |  | Değer önerilerimizin zincirleme etki yaratma gücü düşük |  |
|  | Ürün ve hizmetlerimiz arasında güçlü bir sinerji var |  |  | Ürün ve hizmetlerimiz arasında güçlü bir sinerji yok |  |
|  | Müşterilerimiz Son Derece Memnun |  |  | Sık Sık Şikâyetler Alıyoruz |  |

1. MALİYET / GELİR DEĞERLENDİRMESİ

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| GELİR DEĞERLENDİRMESİ | AĞIRLIK NOTU 1-10 | POZİTİF | DURUM  NOTU  1-5 | DURUM  NOTU  1-5 | NEGATİF | AĞIRLIK NOTU 1-10 |
|  | Güçlü paylardan yararlanıyoruz |  |  | Paylarımız hayli düşük |  |
|  | Gelirlerimiz sağlam kaynaklardan geliyor |  |  | Gelirlerimizin kaynağı sağlam değil |  |
|  | Düzenli bir Gelir Akışımız ve sık tekrarlanan satışlarımız var |  |  | Gelirlerimiz, nadiren tekrarlanan satışlarımızdan geliyor |  |
|  | Gelir akışlarımız çeşitlilik arz ediyor |  |  | Gelir Akışlarımız tek bir kaynaktan besleniyor |  |
|  | Sürdürülebilir nitelikte bir gelir akışımız var |  |  | Gelir Akışımızın sürdürülebilirliği tartışmalı |  |
|  | Maliyete girmeden gelirleri toplayabiliyoruz |  |  | Gelirleri toplamadan önce yüksek maliyet altına giriyoruz |  |
|  | Müşterinin para harcamaya istekli olduğu şeyden para kazanıyoruz |  |  | Müşterinin para harcamaya istekli olduğu şeyden kazanamıyoruz |  |
|  | Fiyatlandırma Mekanizmamız para harcama isteği yaratıyor |  |  | Fiyatlandırma Mekanizmamız parayı masada bırakıyor |  |
| MALİYET DEĞERLENDİRMESİ |  | Maliyetler öngörülebilir |  |  | Maliyetlerimiz öngörülemez |  |
|  | Maliyet Yapımız ile iş modelimiz son derece uyumlu |  |  | Maliyet Yapımız ile iş modelimiz arasında uyum çok düşük |  |
|  | Operasyonlarımız düşük maliyetli |  |  | Operasyonlarımızın maliyeti çok yüksek |  |
|  | Ölçek ekonomilerinden istifade ediyoruz |  |  | Ölçek ekonomilerinden hiçbir şekilde istifade edemiyoruz |  |

1. ALTYAPI DEĞERLENDİRMESİ

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | AĞIRLIK NOTU 1-10 | POZİTİF | DURUM  NOTU  1-5 | DURUM  NOTU  1-5 | NEGATİF | AĞIRLIK NOTU 1-10 |
| TEMEL KAYNAKLAR |  | Rakiplerimizin temel kaynaklarımızı kopya etmesi çok zor |  |  | Rakiplerimizin Temel Kaynaklarımızı kopya etmesi çok kolay |  |
|  | Kaynakların ihtiyaçları öngörülebilir nitelikte |  |  | Kaynakların ihtiyaçları öngörülebilir nitelikte değil |  |
|  | Doğru anda doğru miktar Temel Kaynağı devreye sokabiliyoruz |  |  | Doğru anda doğru miktar temel kaynağı devreye sokmakta zorlanıyoruz |  |
| TEMEL FAALIYETLER |  | Temel faaliyetleri etkin bir şekilde icra ediyoruz |  |  | Temel faaliyetlerin icrasında yetersizlikler var |  |
|  | Temel faaliyetlerimizin kopyalanması çok zor |  |  | Temel faaliyetlerimizin kopyalanması çok kolay |  |
|  | İcra kalitesi çok yüksek |  |  | İcra kalitesi çok düşük |  |
|  | Şirket içinde yaptığımız faaliyetlerle dışarıdan temin yoluyla yaptığımız faaliyetler arasındaki denge ideal |  |  | Kendi başımıza ya çok az ya da çok fazla faaliyet yapıyoruz |  |
| TEMEL ORTAKLIKLAR |  | Tam olarak odaklanmış durumdayız ve gerektiğinde ortaklarımızla işbirliği yapıyoruz |  |  | Odaklanamıyoruz ve ortaklarımızla yeterince işbirliği yapamıyoruz |  |
|  | Temel Ortaklarımızla iyi ilişkiler yürütüyoruz |  |  | Temel Ortaklarımızla ilişkilerimiz çatışma ve gerilim yüklü |  |

1. MÜŞTERİ ARAYÜZ DEĞERLENDİRMESİ

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | AĞIRLIK NOTU 1-10 | POZİTİF | DURUM  NOTU  1-5 | DURUM  NOTU  1-5 | NEGATİF | AĞIRLIK NOTU 1-10 |
| MÜŞTERİ SEGMENTİ |  | Müşteri azalma oranı çok düşük |  |  | Müşteri azalma oranı çok yüksek |  |
|  | Müşteri kitlesinin segmentlere dağılımı çok iyi |  |  | Müşteri kitlesinin segmentlere dağılımı çok kötü |  |
|  | Sürekli yeni müşteriler ediniyoruz |  |  | Yeni müşteri edinmekte başarısız oluyoruz |  |
| KANALLAR |  | Kanallarımız son derece verimli |  |  | Kanallarımız son derece verimsiz |  |
|  | Kanallarıımz son derece etkin |  |  | Kanallarımız son derece yetersiz |  |
|  | Müşteriler arasında kanal erişimi gayet güçlü |  |  | Müşteri adayları arasında kanal erişimi çok zayıf |  |
|  | Kanallar güçlü bir şekilde birbirleriyle entegre |  |  | Kanallar arasındaki entegrasyon çok zayıf |  |
|  | Kanallar ölçek ekonomisi sunuyor |  |  | Kanallar arasındaki entegrasyon çok zayıf |  |
|  | Kanallarla Müşteri Segmentleri arasındaki eşleşme çok iyi |  |  | Kanallarla Müşteri Segmentleri arasındaki eşleşme çok kötü |  |
| MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ |  | Müşteri ilişkileri güçlü |  |  | Müşteri ilişkileri zayıf |  |
|  | İlişki kalitesi Müşteri Segmentleriyle doğru şekilde eşleşiyor |  |  | İlişki kalitesi Müşteri Segmentleriyle doğru şekilde eşleşmiyor |  |
|  | İlişki, müşterilerin tedarikçi değiştirme maliyetinin yüksek olması nedeniyle onları bize bağlı kılıyor |  |  | Müşteri tedarikçi değiştirme maliyeti düşük |  |
|  | Güçlü bir markamız var |  |  | Zayıf bir markamız var |  |

**TEHDIT**

Analizi

1. DEĞER ÖNERİSİ TEHDİTLERİ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | DURUM  NOTU  1-5 | NEGATİF | AĞIRLIK NOTU 1-10 |
| DEĞER ÖNERİSİ |  | Alternatif ürün ve hizmetler var mı ? |  |
|  | Rakipler, daha ucuz fiyat veya daha yüksek değer sunma tehdidinde bulunuyor mu ? |  |

1. MALİYET VE GELİR TEHDİTLERİ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | DURUM  NOTU  1-5 | NEGATİF | AĞIRLIK NOTU 1-10 |
| GELİR AKIŞI |  | Paylarımız, rakiplerimizden veya teknolojiden kaynaklanan bir tehdit altında mı? |  |
|  | Bir veya daha fazla Gelir Akışına aşırı derecede bağımlı mıyız? |  |
|  | Gelecekte hangi Gelir Akışları kaybolabilir |  |
| MALİYETLER |  | Hangi maliyetlerin öngörülemez bir niteliğe bürünme tehdidi söz konusu |  |
|  | Hangi maliyetler, yarattıkları gelirlerden daha hızlı büyüme tehdidi arz ediyor |  |

1. ALT YAPISAL TEHDİTLER

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | DURUM  NOTU  1-5 | NEGATİF | AĞIRLIK NOTU 1-10 |
| TEMEL KAYNAKLAR |  | Belli kaynakların tedariğinde kesintiyle karşılaşabilir miyiz? |  |
|  | Kaynaklarımızın kalitesine yönelik herhangi bir tehdit söz konusu mu? |  |
| TEMEL FAALIYETLER |  | Temel faaliyetlerde ne zaman problem ortaya çıkabilir? |  |
|  | Faaliyetlerimizin kalitesine yönelik herhangi bir tehdit söz konusu mu? |  |
| TEMEL ORTAKIKLAR |  | Ortaklarımızı kaybetme tehlikesi söz konusu mu? |  |
|  | Ortaklarımız rakiplerimizle işbirliği yapabilir mi? |  |
|  | Belli ortaklara fazla mı bağımlıyız |  |

1. MÜŞTERİ ARAYÜZ TEHDİTLERİ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | DURUM  NOTU  1-5 | NEGATİF | AĞIRLIK NOTU 1-10 |
| MÜŞTERİ SEGMENTİ |  | Pazarımız doygunluğa kısa sürede ulaşabilir mi? |  |
|  | Rakiplerimiz, Pazar payımızı tehdit ediyor mu? |  |
|  | Müşterilerimizin bizi terk etme ihtimali var mı? |  |
|  | Pazarımızdaki rekabet ne kadar süratli yoğunlaşabilir? |  |
| KANALLAR |  | Kanallarımız rakiplerimiz tarafından tehdit ediliyor mu? |  |
|  | Kanallarımız, müşterilerimizin ihtiyaçlarından uzaklaşma tehlikesiyle yüz yüze gelebilir mi? |  |
| MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ |  | Müşteri ilişkilerimizden herhangi biri bozulma tehlikesiyle karşılaşabilir mi? |  |

**FIRSAT**

Analizi

1. DEĞER ÖNERİSİ FIRSATLARI

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | AĞIRLIK NOTU 1-10 | POZİTİF | DURUM  NOTU  1-5 |
| DEĞER ÖNERİSİ |  | Ürünleri hizmetlere dönüştürerek gelirlerimize süreklilik kazandırabilir miyiz? |  |
|  | Ürün ve hizmetlerimizi daha iyi entegre etmenin bir yolu var mı? |  |
|  | Müşterilerimizin başka hangi ihtiyaçlarına cevap verebiliriz? |  |
|  | Değer Önerimizi ne gibi öğelerle tamamlayabilir ya da genişletebiliriz? |  |
|  | Müşterilerimiz için başka neler yapabiliriz? |  |

1. MALİYET VE GELİR FIRSATLARI

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | AĞIRLIK NOTU 1-10 | POZİTİF | DURUM  NOTU  1-5 |
| GELİR AKIŞI |  | Tek seferlik satış işlemi gelirlerimizi, tekrarlayan gelir akışına çevirebilir miyiz? |  |
|  | Müşteri başka hangi şeyler için para ödemeye razı olabilir? |  |
|  | Dâhili olarak ya da ortaklarımızla çapraz satış fırsatımız var mı? |  |
|  | Ekleyebileceğimiz veya yaratabileceğimiz yeni Gelir Akışları söz konusu olabilir mi? |  |
|  | Fiyatları yükseltebilir miyiz? |  |
| MALİYETLER |  | Maliyetleri nerelerde kısabiliriz? |  |

1. ALT YAPI FIRSATLARI

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | AĞIRLIK NOTU 1-10 | POZİTİF | DURUM  NOTU  1-5 |
| TEMEL KAYNAKLAR |  | Daha az maliyetli kaynakları kullanarak aynı sonucu elde edebilir miyiz? |  |
|  | Ortaklardan hangi Temel Kaynakları daha iyi bir biçimde temin edebiliriz? |  |
|  | Hangi Temel Kaynaklardan yeterince yararlanamıyoruz? |  |
|  | Başkaları için değerli olabilecek ama kullanmadığımız fikri mülkiyet haklarımız var mı? |  |
| TEMEL FAALİYETLER |  | Temel faaliyetlerden bazılarını belli bir standarda oturtabilir miyiz? |  |
|  | Genel anlamda verimliği nasıl artırabiliriz? |  |
|  | IT’nin desteği verimliliği artırabilir mi? |  |
| TEMEL ORTAKLIKLAR |  | Çevremizde dış kaynak kullanım fırsatları var mı? |  |
|  | Ortaklarımızla kuracağımız daha iyi iş birliği, esas faaliyet alanımıza odaklanmamıza yardım eder mi? |  |
|  | Ortaklarımızla çapraz satış yapma fırsatımız var mı? |  |
|  | Ortakların Kanalları sayesinde müşterilere daha iyi şekilde ulaşabilir miyiz? |  |
|  | Ortaklar, Değer önerimize bütünleyici yönde katkıda bulunabilir mi? |  |

1. MÜŞTERİ ARAYÜZ FIRSATLARI

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | AĞIRLIK NOTU 1-10 | POZİTİF | DURUM  NOTU  1-5 |
| MÜŞTERİ SEGMENTİ |  | Büyüyen bir pazardan nasıl fayda sağlarız? |  |
|  | Yeni Müşteri Segmentlerine hitap edebilir miyiz? |  |
|  | Daha titiz segmentasyon yaparsak müşterilerimize daha iyi hizmet sunabilir miyiz? |  |
| KANALLAR |  | Kanal verimliliğini veya etkinliğini nasıl geliştiririz? |  |
|  | Kanallarımızı daha iyi entegre edebilir miyiz? |  |
|  | Bütünleyici nitelikte yeni ortak Kanalları bulabilir miyiz? |  |
|  | Müşterilere Doğrudan Hizmet götürerek marjları artırabilir miyiz? |  |
|  | Müşteri Segmentleri ile Kanalları daha uyumlu hale getirebilir miyiz? |  |
| MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ |  | Müşteri sadakati geliştirme potansiyeli var mı? |  |
|  | Müşteriyle aramızdaki ilişkiyi nasıl güçlendirebiliriz? |  |
|  | Kişiselleştirmeyi nasıl iyileştiririz? |  |
|  | Tedarikçi değişim maliyetlerini nasıl artırırız? |  |
|  | Kar getirmeyen müşterileri bulup “kovduk” mu? Kovmadıysak niye? |  |
|  | Bazı ilişkilerde otomasyona geçmemiz gerekir mi? |  |

1. DÖRT EYLEM

|  |  |
| --- | --- |
| ELE |  |
| AZALT |  |
| YARAT |  |
| DEĞİŞTİRME |  |

1. MALİYET ETKİSİNİN BELİRLENMESİ

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| TO | TF | DÖ | | Mİ | MS |
|  |  |  | |  |  |
| TK | KA |
|  |  |
| MY | | | GA | | |
|  | | |  | | |

1. DEĞER ÖNERİSİ ETKİSİNİN BELİRLENMESİ

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| TO | TF | DÖ | | Mİ | MS |
|  |  |  | |  |  |
| TK | KA |
|  |  |
| MY | | | GA | | |
|  | | |  | | |

1. MÜŞTERİ ETKİSİNİN BELİRLENMESİ

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| TO | TF | DÖ | | Mİ | MS |
|  |  |  | |  |  |
| TK | KA |
|  |  |
| MY | | | GA | | |
|  | | |  | | |