

HİZMET PROGRAMI

Growth Management & Revenue Acceleration

Büyüme Yönetimi ve Gelir Hızlandırma Programı

BEIREK LLC - PROJE YÖNETİM ŞİRKETİ

Büyüme hedefini müşteri, teklif, fiyat, kanal, satış dönüşümü, tutundurma, ekonomik kalite ve teslimat sınırlarıyla birlikte yöneten ticari uygulama programıdır.

Programın amacı, büyümeyi sınırlayan gerçek nedeni doğrulamak ve yönetimin hangi ticari motora hangi koşullarda kaynak ayıracağını netleştirmektir.

PROGRAM ÇERÇEVESİ

1. Büyüme hedefi, bağlayıcı ticari kısıt bilinmeden faaliyet ve bütçe artışına dönüşür

Growth Management & Revenue Acceleration, hedeflediği büyümeyi üretemeyen veya hızlı büyüme sırasında ticari kontrolünü kaybetme riski taşıyan şirketler için tasarlanmış bir uygulama programıdır. Yönetim gelir hedefini biliyor olabilir; fakat hedef ile sonucu üreten müşteri davranışı, fiyat, kanal, satış kapasitesi, tutundurma ve teslimat koşulları arasında izlenebilir bir bağ bulunmayabilir. Bu durumda daha fazla kampanya, satış personeli, teklif veya kanal faaliyeti, bağlayıcı kısıt giderilmeden maliyeti artırır.

Büyüme problemi tek biçimde görünmez. Talep hacmi yetersiz olabilir; şirket yanlış müşteri grubuna erişiyor olabilir; teklif müşteri problemini yeterince açık çözümüyor olabilir; fiyat değer ve ödeme davranışıyla uyumsuz olabilir. Satış fırsatları nitelsiz, aşama tanımları gevşek veya tahmin disiplini zayıf olabilir. Mevcut müşterilerde aktivasyon gecikebilir, tekrar sipariş oluşmayabilir, müşteri kaybı yeni satışla gizlenebilir. Hızlı büyüyen şirkette ise satış taahhütleri teslimat kapasitesini, katkıyı, tahsilatı veya müşteri deneyimini aşabilir.

Bu belirtiler aynı gelir tablosunda farklı nedenlerle ortaya çıkar. Düşen satış, talep eksikliğinden kaynaklanabileceği gibi yetersiz satış kapasitesi, yanlış fiyat, uzun teklif süreci, zayıf kullanım sonucu veya teslimat sorunundan da doğabilir. Sağlıklı büyümeyi değerlendirmek için gelir artışının niteliği de incelenir. İskonto, düşük katkılı müşteri, uzun tahsilat, yoğun özel iş veya artan destek yükü geliri büyütürken ekonomik kaliteyi ve nakdi bozabilir.

Program önce büyüme arzusunu ölçülebilir bir karar problemine çevirir. BEIREK müşteri, ürün, teklif, kanal, satış aşaması, fiyat, gelir, katkı, tahsilat, kullanım, tutundurma ve kayıp verisini ortak baz çizgide birleştirir. Verinin güvenilir olmadığı yerde varsayım ile olgu ayrılır; eksik alanlar ölçüm planına alınır. Ardından bağlayıcı büyüme kısıtı ve onu etkileyen sürücüler tanımlanır.

PROGRAM ÇERÇEVESİ

1. Büyüme hedefi, bağlayıcı ticari kısıt bilinmeden faaliyet ve bütçe artışına dönüşür

DEVAMI · 02

Program gelir artışı, pazar payı, müşteri kazanımı, kârlılık veya belirli bir dönüşüm oranına ilişkin sonuç taahhüdü içermez. Kabul ölçütü, yönetimin büyüme hedefini kaynak, sahip, eşik ve karar kapılarıyla yönetebilmesi; öncelikli büyüme motorlarının kontrollü test edilmesi; sonuç, sürücü ve koruyucu göstergelerin aynı yönetim ritminde çalışmasıdır.

PROGRAM ÇERÇEVESİ

2. Program, ticari karar sahipliği ve kullanılabilir müşteri verisi bulunduğunda değer üretir

Program; pazarda çalışan bir ürün veya hizmeti bulunan, büyüme hedefini açıklayabilen ve ticari kararlarını ortak bir sistemle yönetmek isteyen şirketler için uygundur. Hedef müşteri erken aşama bir girişim, büyüyen orta ölçekli şirket, kurumsal bir işletme veya yeni segment ve kanal arayan olgun şirket olabilir. Şirketin gelir modeli ürün, proje, abonelik, lisans, hizmet, kullanım, kanal veya bunların bileşimi olabilir; yöntem, gerçek satın alma ve teslimat davranışına göre uyarlanır.

İki temel müşteri durumu kapsar. Birinci durumda şirket büyüyememektedir: talep yetersiz, dönüşüm düşük, satış çevrimi uzun, fiyat baskısı yüksek, müşteri kaybı görünmez veya ticari ekip dağınıktır. İkinci durumda şirket hızla büyümektedir; ancak satış tahmini, teslimat kapasitesi, müşteri deneyimi, katkı, tahsilat, işe alım veya yönetim ritmi bu hızı yetiştirmemektedir. Program ilk durumda kısıtı giderip tekrar edilebilir talebi kurmaya, ikinci durumda ise büyüme hızını ekonomik ve operasyonel koruyucularla yönetmeye odaklanır.

Uygunluk için yönetim sponsoru, ticari karar sahipleri, temel veri kaynaklarına erişim ve belirlenen uygulama kapasitesi gerekir. CRM kayıtları eksik olabilir; bu durum programı otomatik olarak durdurmaz. Ancak yönetim müşteri, teklif, sözleşme, fatura, tahsilat ve kayıp bilgisini yeniden kurmaya izin vermiyorsa güvenilir büyüme kararı üretilemez. Benzer biçimde, önceden seçilmiş bir kanal veya büyüme hedefinin kanıttan bağımsız savunulması bekleniyorsa ilgili karar kapısı geçilmez.

Program; reklam yaratıcı üretimi, medya satın alma, günlük kampanya işletimi, dış kaynak satış ekibi, CRM yazılım implementasyonu veya yalnız eğitim faaliyeti arayan şirketler için uygun değildir. Ürün müşteri problemini henüz doğrulamamışsa çalışma, büyüme programı yerine sınırlı doğrulama planına dönüşebilir. Ürünün temel kalitesi, mevzuat uygunluğu veya teslimat kabiliyeti kanıtlanamıyorsa ticari yatırımı artırmak yerine ilgili sorunun sahibi belirlenir.

PROGRAM ÇERÇEVESİ

2. Program, ticari karar sahipliği ve kullanılabilir müşteri verisi bulunduğunda değer üretir

DEVAMI · 02

Hizmet sınırı diğer BEIREK programlarından ayrıdır. Venture Scaling & Scale-Up Transformation şirketin teslimat, teknoloji, organizasyon, iş gücü, nakit ve yönetim kapasitesini bütünsel ölçeklenme sistemi olarak dönüştürür. Enterprise Value Creation büyüme dahil bütün değer sürücülerini ve sermaye tahsisini yönetir. CEO Office üst yönetim gündemini ve stratejik yürütmeyi kurar. Growth Management ise müşteri ve gelir üretme sistemine odaklanır; kapasite, nakit ve kaliteyi büyüme kararının koruyucu sınırları olarak kullanır.

PROGRAM ÇERÇEVESİ

3. Hedef durum, büyüme hedefini müşteri davranışı ve ekonomik kaliteyle aynı karar sistemine bağlar

Programın ana tezi, sürdürülebilir büyümenin tek bir kanal, kampanya veya satış hedefinden oluşmadığıdır. Büyüme, doğru müşteri grubunun belirli bir problemine değer üreten teklifin uygun fiyat ve erişim yöntemiyle satılmasıyla başlar. Müşterinin beklenen sonucu elde etmesi, gelirin tahsil edilmesi ve aynı mekanizmanın ekonomik sınırlar içinde tekrarlanabilmesi gerekir. Zincirin herhangi bir halkası zayıfsa faaliyet artışı kalıcı sonuç üretmez.

Hedef işletme durumunda yönetim, müşterinin çözüm için bütçe ayırdığı ve öncelik verdiği problemi ortak veriden tanımlar. Aynı veri; talebi gelire dönüştüren teklif, fiyat ve kanalı, her satış aşamasını doğrulayan müşteri davranışını ve ilk değere ulaşma süresini gösterir. Yönetim ayrıca yenileme, tekrar ve genişleme davranışını izler; büyümenin katkı, tahsilat, kalite ve teslimat kapasitesi sınırlarında kalıp kalmadığını açıklayabilir.

Büyüme tezi, hedef segment, müşteri problemi, değer önerisi, teklif, fiyat, kanal, satış yöntemi, müşteri sonucu, tekrar davranışı, gelir modeli, katkı, nakit ve kapasite varsayımlarını tek karar zincirinde toplar. Her varsayımın kaynağı, sahibi, test yöntemi ve geçerlilik tarihi bulunur. "Yeni pazara girmek", "satışları artırmak" veya "markayı güçlendirmek" kendi başına büyüme motoru sayılmaz. Motor, belirli müşteriye ulaşan ve ölçülebilir ekonomik sonuç üreten mekanizma olarak tanımlanır.

Hedef durum bütün ticari işleri merkezileştirmez. Pazarlama, satış, ürün, müşteri başarısı, finans ve operasyon kendi sorumluluklarını korur. Ortak sistem bu ekiplerin aynı müşteri, aşama, gelir, maliyet ve sonuç tanımını kullanmasını sağlar. Birimlerin faaliyeti tek gösterge panelinde birleştirilirken her metriğin karar sahibi ve kullanım amacı ayrıdır.

Kabul, yönetimin yalnız sonuç göstergelerini raporlamasıyla sağlanmaz. Sonuçların sürücüleri, koruyucu göstergeleri ve karar eşikleri birlikte çalışmalıdır. Büyüme motorunun sahibi, bütçesi, veri kaynağı, test süresi, başarı koşulu ve durdurma ölçütü bulunmalıdır. Yönetim hedefin neden değiştiğini ve hangi müdahalenin bir sonraki dönemde uygulanacağını kayda dayalı açıklayabilmelidir.

PROGRAM ÇERÇEVESİ

4. Ticari baz çizgi, büyüme açığını tahmin yerine neden–sonuç ilişkisiyle teşhis eder

Teşhis, gelir grafiğini yorumlamakla başlamaz. Önce veri kapsamı, dönem, müşteri, ürün, kanal, fiyat, iade, indirim, sözleşme, tahsilat ve maliyet tanımları uzlaştırılır. Aynı müşteri farklı sistemlerde farklı adlarla tutuluyor, satış aşamaları kişiye göre değişiyor veya kayıp nedenleri kaydedilmiyorsa yönetim görünürde kesin fakat gerçekte karşılaştırılmaz sonuçlar kullanabilir. BEIREK veri sözlüğünü ve baz çizgi uzlaştırmasını bu nedenle ilk karar ürünü olarak kurar.

Baz çizgi, büyümeyi bileşenlerine ayırır. Gelir değişimi yeni müşteri, kayıp müşteri, fiyat, hacim, ürün karması, yenileme, genişleme, daralma, kur ve tek seferlik etkilerle açıklanır. Satış fırsatları kaynak, segment, aşama, yaş, beklenen karar tarihi, değer ve kayıp nedeni üzerinden incelenir. Pazarlama faaliyeti erişim veya temasla değil, nitelikli fırsat ve sonuçla ilişkilendirilir. Müşteri tabanı aktivasyon, kullanım, hizmet yükü, şikâyet, yenileme, tekrar, tahsilat ve katkı bakımından karşılaştırılır.

Teşhis üç katmanı ayırır. Sonuç katmanı gelir, katkı ve tutundurma gibi gerçekleşmiş sonuçları gösterir. Sürücü katmanı nitelikli talep, dönüşüm, satış çevrimi, fiyat gerçekleşmesi, aktivasyon ve kullanım davranışını açıklar. Koruyucu katman katkı marjı, tahsilat, teslimat kalitesi, müşteri kaybı ve kapasite yükünü izler. Bir göstergenin hareketi karar değiştirmiyorsa veya güvenilir kaynağı yoksa yönetim setine alınmaz.

Büyüme kısıtı, düzeltilmediğinde diğer ticari yatırımların sonucunu sınırlayan nedendir; en düşük görünen metrik her zaman bu kısıtı göstermez. Örneğin nitelikli talep yeterli olduğu halde tekliflerin çoğu fiyat aşamasında kaybediliyorsa sorun marka görünürlüğünden çok değer–fiyat uyumu veya satış yetkinliği olabilir. Satış kazanımları yüksek fakat ilk kullanım gecikiyor ve yenileme düşüyorsa edinme bütçesi yerine aktivasyon ve teslimat mekanizması öncelik alabilir.

PROGRAM ÇERÇEVESİ

4. Ticari baz çizgi, büyüme açığını tahmin yerine neden–sonuç ilişkisiyle teşhis eder

DEVAMI · 02

BEIREK kaynak incelemesi, yönetim ve ekip görüşmeleri, müşteri davranış verisi, seçilmiş müşteri veya kayıp görüşmeleri ve süreç gözlemini birlikte kullanır. Örneklem ve veri sınırlamaları kaydedilir. Teşhis çıktısı; baz çizgi, veri güvenilirliği haritası, büyüme kısıtı, karşı-kanıtlar, kök nedenler ve ilk müdahale seçenekleridir. Yönetim, hangi hipotezin test edileceğini ve hangi yatırımın bekletileceğini karar kapısında onaylar.

4.1 Büyüme açığı ile kontrolsüz büyüme farklı müdahale sıraları gerektirir

Büyüme açığı yaşayan şirkette ilk konu daha fazla talep üretmekten önce mevcut talebin nerede kaybolduğudur. Hedef segmentte yeterli nitelikli müşteri bulunmuyor olabilir; bulunan müşteriler teklifi anlamıyor, fiyatı kabul etmiyor veya satış sürecinde ilerlemiyor olabilir. Satış gerçekleştiği halde aktivasyon, tekrar veya tahsilat oluşmuyorsa görünürde edinme sorunu olan konu aslında müşteri sonucu veya teslimat sorunudur. Program yeni faaliyet önermeden önce bu sızıntıyı gelir köprüsü ve müşteri yaşam döngüsü üzerinde doğrular.

Hızlı büyüyen şirkette ise öncelik talebi artırmak değil, talebin hangi sınırdaki ekonomik ve güvenilir biçimde taşınabildiğini belirlemektir. Yüksek satış hacmi fiyat istisnalarını, özel kapsamı, teslimat gecikmesini, müşteri şikâyetini, vadesi geçmiş alacağı veya kritik ekip yükünü artırıyor ise büyüme motorunun koruyucuları ihlal ediliyor demektir. Yönetim hangi müşteri ve teklifin kapasiteyi tükettiğini, hangi taahhüdün katkı ve nakit ürettiğini ve hangi hızın mevcut sistemle savunulabilir olduğunu görmelidir.

İki durum aynı şirket içinde de bulunabilir. Bir ürün veya segment hızla büyürken başka bir kanal talep üretemeyebilir; yeni müşteri kazanımı güçlü görünürken mevcut müşteri kaybı toplam büyümeyi sınırlayabilir. Şirket geneli bu nedenle tek ortalama ile yönetilmez. Segment, ürün, kanal ve müşteri kohortu düzeyindeki farklılıklar görünür tutulur; fakat karar sistemi gereksiz metrikle parçalanmaz.

PROGRAM ÇERÇEVESİ

4. Ticari baz çizgi, büyüme açığını tahmin yerine neden–sonuç ilişkisiyle teşhis eder

DEVAMI · 03

Müdahale sırası teşhis sonucuna göre değişir. Büyüme açığında segment, teklif, kanal veya dönüşüm testi; kontrolsüz büyümede fiyat, kapsam, tahsilat, kapasite veya müşteri deneyimi koruyucusu öne çıkabilir. Kabul; yönetimin büyüme problemini doğru sınıfa ayırması, belirtileri kök neden gibi ele almaması ve kaynakları bağlayıcı kısıta göre sıralamasıdır.

PROGRAM ÇERÇEVESİ

5. Beş ticari iş akışı, büyüme fırsatını müşteriden tahsilata kadar yönetilebilir hale getirir

Program birbirinden kopuk pazarlama, satış ve müşteri başarısı projeleri üretmez. Beş iş akışı aynı büyüme tezine ve ortak müşteri ekonomisine bağlanır. İlk akış segment ve talebi; ikincisi teklif, fiyat ve gelir modelini; üçüncüsü kanal, satış fırsatları ve dönüşümü yönetir. Dördüncü akış aktivasyon, tutundurma ve genişlemeye; beşinci akış gelir kalitesi, tahsilat ve kapasite sınırlarına odaklanır. Her iş akışının sahibi, veri kaynağı, teslimatı, bağımlılığı ve karar kapısı bulunur.

İş akışlarının yoğunluğu teşhiste görülen kısıta göre değişir. Bağlayıcı kısıt teklif-pazar uyumundaysa yeni kanal yatırımı bekletilebilir. Mevcut müşteri tabanında yüksek kayıp ve düşük kullanım varsa edinme hacmi artırılmadan tutundurma akışı çalıştırılabilir. Hızlı büyüyen şirkette ise yeni talep üretimi sürerken fiyat istisnaları, kapasite ve tahsilat için acil koruyucu eşikler kurulabilir.

BEIREK iş akışları arasındaki veri, doğrulama ve onay bağımlılıklarını yönetir; fonksiyonların günlük görevlerini devralmaz. Müşteri ekipleri deneyleri, satış görüşmelerini, teklifleri, fiyat kararlarını, müşteri temaslarını ve operasyonel düzeltmeleri yürütür. Kabul, her iş akışının ayrı rapor üretmesi değil, seçilen büyüme motorunun müşteri, ekonomik sonuç ve uygulama kapasitesi açısından tek karar kaydında izlenebilmesidir.

5.1 Segment ve talep yönetimi, erişilebilir müşteri problemini büyüme önceliğine dönüştürür

Segmentasyon yalnız sektör, ülke veya şirket büyüklüğüyle yapılmaz. Müşteri probleminin yoğunluğu, bütçe sahibi, satın alma tetikleyicisi, karar süresi, teknik ve mevzuat koşulları, erişim maliyeti, fiyat duyarlılığı, teslimat yükü, tahsilat davranışı ve referans etkisi birlikte değerlendirilir. Böylece yüksek pazar büyüklüğü ile gerçek erişilebilirlik birbirinden ayrılır.

PROGRAM ÇERÇEVESİ

5. Beş ticari iş akışı, büyüme fırsatını müşteriden tahsilata kadar yönetilebilir hale getirir

DEVAMI · 02

İdeal müşteri profili, satış ekibinin kullanabileceği seçim ölçütleri taşır. Uygun müşteri koşulları kadar uygun olmayan koşullar da yazılır. Örneğin standart teklifin dışında yoğun geliştirme isteyen, ödeme yapısı nakit sınırını aşan veya başarı için müşteride bulunmayan bir yetkinliğe bağımlı hesaplar ayrı sınıflandırılır. Büyük fırsat, otomatik olarak doğru fırsat sayılmaz.

Talep kaynakları kanal bazında yalnız temas veya potansiyel müşteri sayısı ile ölçülmez. Kaynağın nitelikli fırsata, teklife, kazanıma, tahsilata ve tekrar davranışına katkısı izlenir. Uzun satış çevrimli işlerde az sayıda güçlü ve doğrulanmış fırsat, yüksek hacimli zayıf temastan daha değerli olabilir. Hızlı çevrimli işlerde ise kohort, aktivasyon ve tekrar davranışı daha kısa sürede sinyal üretir.

BEIREK segment-problem matrisini, ideal müşteri profili puanlamasını ve talep kaynak performansını kurar. Müşteri satış ve pazar bilgisini, erişim kanallarını, görüşme kapasitesini ve karar sahiplerini sağlar. Teslimatlar segment öncelikleri, dışlama ölçütleri, talep kanıtı kaydı ve doğrulama planıdır. Kabul; öncelikli segmentin gerçek müşteri davranışı, ekonomik potansiyel ve erişim kapasitesiyle desteklenmesidir.

5.2 Teklif, değer önerisi ve fiyatlama aynı müşteri sonucuna bağlandığında dönüşüm kalitesi görünür olur

Teklif; hedef müşterinin hangi problemini, hangi kullanım koşulunda, hangi somut sonuç veya risk azaltımıyla ele aldığını; müşterinin ne sağlaması gerektiğini; teslimat sınırını ve fiyat mantığını açıklar. Ürün özellikleri veya danışmanlık faaliyetleri bu ticari mantığı desteklediği ölçüde yer alır. Aynı ürün farklı segmentlerde farklı değer ve uygulama yükü yaratıyorsa teklif yapısı bunu görünür kılmalıdır.

PROGRAM ÇERÇEVESİ

5. Beş ticari iş akışı, büyüme fırsatını müşteriden tahsilata kadar yönetilebilir hale getirir

DEVAMI · 03

Teklif mimarisi ortak çekirdek, seçilebilir modüller, müşteri özel unsurlar ve kapsam dışı konuları ayırır. Özel istekler fiyat, kapasite, süre ve tekrar edilebilirlik etkisiyle onaylanır. Satış ekibinin her müşteri için farklı kapsam ve fiyat üretmesi, kısa vadede dönüşümü desteklerken uzun vadede marjı, teslimat güvenliğini ve öğrenmeyi bozabilir. Standartlaşma ise müşterinin gerçek ihtiyacını görmezden gelmek anlamına gelmez; değişken bölümün kurallı yönetilmesini sağlar.

Fiyatlandırma; maliyet artı yaklaşımı, müşteri değeri, alternatif maliyeti, rekabet, kapasite, risk, ödeme koşulu ve sözleşme yükümlülüklerini birlikte değerlendirir. Liste fiyatı, gerçekleşen fiyat, iskonto, ücretsiz kapsam, kanal payı, tahsilat vadesi ve hizmet yükü ayrıştırılır. İskonto tek başına kayıp nedeni sayılmaz; müşterinin değeri anlamaması, teklifin yanlış kişiye sunulması veya satış sürecinin zayıf olması da fiyat itirazı olarak görünebilir.

BEIREK değer önerisi kanıtını, teklif mimarisini, fiyat şelalesini ve istisna kararlarını tasarlar. Hukuki sözleşme hükümleri yetkili hukukçuların sorumluluğundadır; BEIREK ticari ve ekonomik etkileri karar modeline taşır. Teslimatlar teklif karar kartı, fiyat ve iskonto kuralları, değer kanıtı gereksinimi ve test planıdır. Kabul; teklifin hedef segment, ölçülebilir müşteri sonucu, teslimat sınırı ve ekonomik eşikle birlikte kullanılabilmesidir.

5.3 Kanal ve satış fırsatları sistemi, faaliyet hacmini kanıtlanabilir dönüşüme bağlar

Kanal seçimi müşterinin nerede görüldüğünden çok, hangi karar yoluyla satın aldığına dayanır. Doğrudan satış, dijital edinme, iş ortağı, distribütör, bayi, pazar yeri, stratejik ortaklık veya ürün içi büyüme farklı kontrol, maliyet ve öğrenme mekanizmaları taşır. Aynı şirket birden fazla kanal kullanabilir; ancak her kanalın hedef segmenti, rolü, yatırım ihtiyacı, sahipliği ve çatışma kuralları açık olmalıdır.

PROGRAM ÇERÇEVESİ

5. Beş ticari iş akışı, büyüme fırsatını müşteriden tahsilata kadar yönetilebilir hale getirir

DEVAMI · 04

Satış fırsatları, her aşaması gözlenebilir müşteri kanıtıyla tanımlanan nitelikli kayıtlardır: problem doğrulaması, bütçe sahibi, karar süreci, teknik uygunluk, teklif, ticari mutabakat, sözleşme veya sipariş gibi. Temas listeleri bu kapsama alınmaz. Aşama geçişi satışçının iyimserliğiyle değil, gerekli kanıtlarla yapılır. Beklenen kapanış tarihi ve olasılık, tarihsel dönüşüm ve fırsata özgü kanıtlarla desteklenir; toplam fırsat değeri gelir tahmini olarak kullanılmaz.

Satış kapasitesi yalnız kişi sayısı ile ölçülmez. Rol, segment, kanal, mevcut hesap yükü, görüşme ve teklif kapasitesi, satış çevrimi, kazanma oranı, işe başlama süresi ve yönetim desteği birlikte modellenir. Yeni satış personeli, talep veya teklif problemi çözülmeden eklendiğinde maliyeti artırabilir. Benzer biçimde, güçlü talep altında teklif ve karar kapasitesi sınırlıysa pazarlama yatırımı bekleyen iş yığını yaratabilir.

BEIREK aşama tanımlarını, satış fırsatı hijyenini, kanal ekonomisini, satış kapasite modelini ve tahmin ritmini kurar. Müşteri CRM sahipliğini, satış yönetimini, gerçek müşteri temasını ve ticari kararları yürütür. Teslimatlar kanal öncelik planı, aşama kanıt standardı, dönüşüm analizi, kapasite modeli ve tahmin protokolüdür. Kabul; yönetimin hangi aşamada neden kayıp olduğunu ve ek kapasitenin hangi kanıtlarla gerekçelendirildiğini açıklayabilmesidir.

5.4 Aktivasyon, tutundurma ve genişleme yönetimi yeni satışın kalıcı gelire dönüşüp dönüşmediğini gösterir

Müşteri kazanımı, müşteri beklenen değeri elde etmeden tamamlanmış sayılmaz. Aktivasyon; ürün veya hizmetin müşteride çalışmaya başladığı ve ilk anlamlı sonucun görüldüğü aşamadır. Aktivasyon tanımı iş modeline göre değişir: kurulum kabulü, ilk başarılı kullanım, ilk üretim, ilk işlem, çalışan entegrasyon veya hizmet sonucunun müşteri tarafından onayı olabilir. Satış ile aktivasyon arasındaki gecikme, gelir ve müşteri güveni üzerinde maddi etki yaratabilir.

PROGRAM ÇERÇEVESİ

5. Beş ticari iş akışı, büyüme fırsatını müşteriden tahsilata kadar yönetilebilir hale getirir

DEVAMI · 05

Tutundurma performansı; kullanım, sonuç, destek yükü, memnuniyet, yenileme, tekrar sipariş, daralma, genişleme ve kayıp davranışıyla birlikte değerlendirilir. Sözleşmenin yürürlükte olması tek başına yeterli gösterge sayılmaz. Müşteri aktif görünürken kritik özelliği kullanmıyor, yüksek destek talep ediyor veya yenileme kararını erteliyorsa risk erken görünmelidir. Proje bazı işlerde tutundurma, yeniden satın alma, referans, çapraz satış veya benzer müşteri davranışıyla uyarlanır.

Kayıp nedenleri müşterinin son beyanı ile sınırlı tutulmaz. Segment uyumsuzluğu, yanlış beklenti, fiyat, ürün açığı, teslimat, kullanım, destek, karar sahibi değişimi, bütçe, rekabet ve müşterinin kendi kapasitesi ayrılır. Önlenabilir ve önlenemez nedenler, erken sinyaller ve sorumlu fonksiyon kaydedilir. Yeni müşteri kazanımının yüksek kaybı gizlemesine izin verilmez.

BEIREK müşteri yaşam döngüsünü, aktivasyon ölçütünü, risk işaretlerini, tutundurma kohortlarını ve genişleme tetikleyicilerini kurar. Müşteri, ürün ve operasyon ekipleri düzeltici faaliyetleri uygular. Teslimatlar yaşam döngüsü haritası, müşteri sağlık tanımı, kayıp neden ağacı, yenileme ve genişleme planıdır. Kabul; edinme kaynağı ile müşteri sonucu, gelir kalitesi ve tekrar davranışı arasında izlenebilir bağlantı kurulmasıdır.

5.5 Katkı, tahsilat ve teslimat koruyucuları büyüme hızının ekonomik sınırını belirler

Gelir büyümesi şirketin ekonomik kapasitesini otomatik olarak güçlendirmez. İskonto, kanal komisyonu, özel geliştirme, teslimat eforu, garanti, iade, destek, tahsilat ve işletme sermayesi etkileri müşteri veya teklif düzeyinde görünür olmalıdır. Brüt marj tek başına yeterli değilse, büyüme kararına uygun katkı tanımı finans ekibiyle birlikte belirlenir.

Tahsilat davranışı satış kalitesinin parçasıdır. Sipariş, teslimat, kabul, fatura ve tahsilat ayrı olaylar olarak izlenir. Uzun vade, geciken kabul, avans eksikliği veya yüksek alacak riski büyüme hızını nakit sınırına taşıyabilir. Yönetim yalnız muhasebeleşmiş geliri değil, beklenen nakit zamanını ve gerçekleşme riskini de izler. Finansal model gerektiren konular Financial Modeling & Valuation kaynağıyla yürütülür.

PROGRAM ÇERÇEVESİ

5. Beş ticari iş akışı, büyüme fırsatını müşteriden tahsilata kadar yönetilebilir hale getirir

DEVAMI · 06

Teslimat kapasitesi bu programda bütün operasyonun yeniden tasarımı olarak ele alınmaz; ticari taahhüdün güvenli sınırını belirleyen koruyucu sistem olarak kullanılır. Sipariş yükü, teslim süresi, kalite, iade, hizmet seviyesi, kritik rol ve tedarik kısıtı büyüme motoruna bağlanır. Ticari motor şirket genelinde kapasite, teknoloji veya organizasyon dönüşümü gerektiriyorsa konu Venture Scaling kapsamına devredilir.

BEIREK müşteri ekonomisi köprüsünü, tahsilat ve kapasite koruyucularını ve durdurma eşiklerini kurar. Finans, operasyon ve ticari ekipler kaynak veriyi ve uygulama kararını sağlar. Teslimatlar katkı ve nakit köprüsü, kapasite sınırı, koruyucu gösterge seti ve istisna kayıdır. Kabul; büyüme yatırımının gelir yanında katkı, tahsilat, kalite ve kapasite etkisiyle onaylanmasıdır.

PROGRAM ÇERÇEVESİ

6. Az sayıda öncelikli büyüme motoru, kaynakları doğrulama hızı ve ekonomik potansiyele göre yönlendirir

Büyüme motoru, belirli bir segment, problem, teklif, fiyat, kanal, edinme yöntemi, müşteri sonucu ve ekonomik varsayımı bağlayan test edilebilir girişimdir. Yeni ürün, yeni kanal, çapraz satış, mevcut müşteri genişlemesi, coğrafi açılım, ortaklık veya fiyat değişikliği aynı karar standardına tabi tutulur. Kaynak tahsisi için stratejik çekiciliğin yanında doğrulanabilir talep, ekonomi ve uygulama kapasitesi aranır.

Program aynı anda çok sayıda girişim başlatmayı önlemez; fakat her girişimin neden var olduğunu, hangi kısıtı hedeflediğini ve hangi kaynak için rekabet ettiğini görünür kılar. Yönetim öğrenme hızını, geri döndürülebilirliği, ekonomik potansiyeli, veri güvenini, kapasite gereksinimini ve aşağı yönü karşılaştırır. Öncelik yalnız en yüksek gelir tahminine verilmez. Küçük fakat hızlı ve güvenilir kanıt üreten bir test, yüksek maliyetli genişleme kararından önce çalıştırılabilir.

Her motor için hipotez, hedef müşteri, teklif, kanal, baz çizgi, birincil sonuç göstergesi, sürücüler, koruyucu göstergeler, test kapsamı, bütçe, sahip, başlangıç ve bitiş tarihi, karar eşiği ve durdurma ölçütü kaydedilir. Sonuç beklenenden düşük olduğunda ekip yalnız "öğrenme" ifadesi kullanmaz; hangi varsayımın yanlışlandığını ve sonraki kararın ne olduğunu gösterir. Sonuç yüksek olduğunda da kapasite, katkı ve tahsilat kontrol edilmeden ölçek yatırımı onaylanmaz.

Deney portföyü pazarlamanın yanı sıra teklif, fiyat, satış mesajı, aşama, kanal, aktivasyon, müşteri başarısı müdahalesi ve ödeme koşullarını da kontrollü biçimde sınavabilir. Hukuki, etik, gizlilik veya müşteri güveni riski bulunan deneyler uygun uzman ve yetki olmadan çalıştırılmaz. Deney tasarımı müşteriyi yanıltmaz ve maddi taahhütleri gizlemez.

BEIREK motor kartlarını, portföy önceliğini, test disiplini ve karar kapılarını yönetir. Müşteri ekipleri uygulamayı yürütür ve gerçek sonuç verisini sağlar. Kabul; her aktif motorun belirli büyüme kısıtına bağlı olması, sonuç ve koruyucu göstergelerinin tanımlanması, karar tarihinin bulunması ve kaynak tahsisinin kanıta göre güncellenmesidir.

PROGRAM ÇERÇEVESİ

7. Temel performans göstergesi (KPI) ağacı, büyüme sonucunu yönetilebilir sürücüler ve koruyucu eşiklerle açıklar

Program bütün şirketlere aynı KPI listesini uygulamaz. Metrik sistemi, yönetimin hangi kararı hangi sıklıkta vermesi gerektiğine göre tasarlanır. Varsayılan yapı bir ila üç sonuç göstergesi, her sonuç için bir veya iki sürücü ve gerekli olduğunda bir veya iki koruyucu göstergedir. Daha fazla metrik yalnız karar kalitesini artırıyorsa eklenir.

Sonuç göstergeleri şirketin büyüme amacını temsil eder. Hedef segment net gelir büyümesi, brüt katkı büyümesi, tutundurma, tekrar geliri veya kullanım değeri bunlara örnek olabilir. Seçim gelir modeline göre yapılır. Proje bazlı işte yıllık tekrar oranı yavaş ve yanıtıcı olabilir; abonelik modelinde yalnız toplam gelir yeni kazanım ile müşteri kaybını gizleyebilir. Bu nedenle birincil gösterge, iş modelinin gerçek değer üretme biçimine bağlanır.

Sürücüler sonucun neden değiştiğini açıklamalıdır. Nitelikli satış fırsatı, aşama dönüşümü, satış çevrimi, fiyat gerçekleşmesi, aktivasyon süresi, kullanım, yenileme veya genişleme gibi göstergeler yönetimin etkileyebileceği mekanizmaları temsil eder. Koruyucular ise büyümenin yanlış yoldan iyileştirilmesini önler: katkı marjı, tahsilat, teslimat performansı, müşteri kaybı, iade, şikâyet veya kapasite yükü bunlara örnektir.

Her KPI için iş tanımı, formül, pay ve payda, birim, dönem, kısıtlım, kaynak sistem, veri sahibi, güncelleme sıklığı, baz çizgi, hedef, karar eşiği ve yanıtıcı kullanım riski kaydedilir. Gösterge paneli yönetim toplantısının yerini almaz; hangi sapmanın hangi kararı gerektirdiğini görünür kılar.

Kesin hedefler baz çizgi olmadan belirlenmez. Yönetimin üstten beklentisi; tarihsel performans, satış kapasitesi, fiyat ve kanal planı, müşteri davranışı, teslimat sınırı, katkı ve nakit etkisiyle alttan test edilir. Hedef bir sayı kadar varsayım ve güven düzeyi taşır. Kabul; seçilen göstergelerin karar ritminde kullanılması, tanımların tutarlı olması ve metrik değişikliğinin onay kaydına bağlanmasıdır.

PROGRAM ÇERÇEVESİ

8. On iki haftalık ilk çevrim, teşhisten canlı ticari yönetim ritmine ilerler

Programın ilk uygulama çevrimi varsayılan olarak 12 hafta üzerinden planlanır. Kesin süre; şirketin veri kalitesi, gelir modeli, satış çevrimi, müşteri erişimi, ekip kapasitesi ve gerekli testlerin süresine göre D0 karar kapısında belirlenir. Uzun satış çevrimli veya mevsimsel işlerde sonuç kanıtı daha uzun sürebilir; bu durumda 12 hafta, sistemi kurma ve erken kanıt üretme çevrimi olarak kullanılır ve ticari sonuç süresi ayrıca belirlenir.

Faz	Varsayılan dönem	Ana faaliyet	Karar ürünü
D0 — Yetki ve kapsam	Hafta 0–1	Sponsor, hedef, veri, ekip, sınır ve karar haklarını doğrulama	Program başlangıç belgesi
D1 — Baz çizgi ve teşhis	Hafta 1–3	Veri uzlaştırma, müşteri ve gelir köprüsü, kısıt hipotezi	Baz çizgi ve büyüme kısıtı
D2 — Büyüme tezi ve motor tasarımı	Hafta 3–5	Segment, teklif, fiyat, kanal ve müşteri yaşam döngüsü kararları	Büyüme tezi ve motor portföyü
D3 — Kontrollü uygulama	Hafta 5–9	Öncelikli motorların sınırlı kapsamda çalıştırılması	Deney ve uygulama kanıtı
D4 — Yönetim sistemi	Hafta 7–11	KPI, gösterge paneli gereksinimi, toplantı ve karar kayıtları	Canlı yönetim ritmi
D5 — Devir ve sonraki yatırım	Hafta 12	Sonuç, karşı-kanıt, kapasite ve kaynak kararları	Devir ve sonraki çevrim kararı

D0, programın ticari yetkisini kurar. Hangi büyüme hedefinin değerlendirileceği, hangi iş birimlerinin kapsamda olduğu, veriye kimlerin erişeceği ve hangi kararların sponsor onayı gerektirdiği yazılır. Veri güvenilirliği yetersizse kapsam sınırlanabilir. D1, faaliyet önerisi üretmeden önce baz çizgiyi ve kısıtı doğrular. Önceden seçilmiş çözüm teşhis sonucuyla doğrulanmazsa yeniden değerlendirilir.

PROGRAM ÇERÇEVESİ

8. On iki haftalık ilk çevrim, teşhisten canlı ticari yönetim ritmine ilerler

DEVAMI · 02

D2, az sayıda öncelikli motoru ve bunların ekonomik mantığını tasarlar. Segment, teklif, fiyat, kanal ve müşteri sonucu arasındaki bağ kurulmadan bütçe büyütülmez. D3, motorları geri döndürülebilir ve ölçülebilir kapsamda çalıştırır. Yönetim devam, düzeltme, bekletme veya durdurma kararı verir. D4, sonuç ve sürücü göstergelerini haftalık ve aylık ritme yerleştirir; veri ve karar sahipliğini müşteriye devreder.

D5, aktif motorların sonuçlarını, karşı-kanıtları, katkı ve nakit etkisini, kapasite gereksinimini, açık riskleri ve sonraki yatırım seçeneğini birlikte değerlendirir. Sunum bu kararın kayıdıdır. Motor henüz yeterli kanıt üretmemişse "başarılı" veya "başarısız" etiketi yerine hangi kanıtın beklendiği ve kaynak sınırı yazılır. Devir, müşterinin sistemi kendi yönetim ritminde çalıştırabildiği gösterildiğinde tamamlanır.

Her karar kapısının sahibi, zorunlu kanıtı, geçerlilik süresi ve karar seçenekleri bulunur. Kapı yalnız ilerleme onayı vermez; kapsam daraltma, düzeltme, bekletme ve durdurma seçeneklerini de taşır. Maddi koşullar değişirse daha önce geçen bir kapı yeniden açılabilir. Bu davranış programı yavaşlatmak için değil, yanlış varsayım altında kaynak büyütülmesini önlemek için kullanılır.

PROGRAM ÇERÇEVESİ

9. Açık rol, veri ve yönetim ritmi büyüme kararını fonksiyonlar arası çekişmeden çıkarır

BEIREK programın yöntemini, iş akışları arasındaki bağı, karar ürünlerini, KPI tasarımını, toplantı ritmini ve devir sürecini yönetir. Veriyi uzlaştırır, hipotezleri sınanabilir hale getirir, karşı-kanıtı görünür kılar ve karar kapısı materyallerini hazırlar. BEIREK müşterinin satış direktörü, pazarlama ajansı, ürün sahibi, CRM yöneticisi veya finansal denetçisi yerine geçmez.

Müşteri yönetim sponsorunu, program sorumlusunu ve iş akışı sorumlularını atar. Ticari, pazarlama, ürün, müşteri başarısı, finans, veri ve operasyon ekiplerinin gerekli katılımını sağlar. Veri erişimi, müşterilerle temas izinleri, bütçe ve kaynak kararları, fiyat ve teklif yetkisi ile uygulama sorumluluğu müşteride kalır. Yönetim, olumsuz bulguları veya karşıt kanıtları saklamadan karar almayı kabul eder.

Rol	Temel sorumluluk	Karar hakkı
Yönetim sponsoru	Hedef, kapsam, kaynak ve maddi istisnaları yönetmek	Devam, bekletme, durdurma ve bütçe
Program sahibi	Günlük koordinasyon, veri ve aksiyon takibi	Operasyonel öncelik ve üst yönetime taşıma
Ticari lider	Segment, kanal, satış kapasitesi ve tahmin	Satış uygulaması ve fırsat standardı
Ürün/müşteri lideri	Teklif, aktivasyon, kullanım, tutundurma ve kayıp	Müşteri yaşam döngüsü müdahaleleri
Finans lideri	Gelir, katkı, fiyat, tahsilat ve hedef uzlaştırması	Ekonomik tanım ve finansal sınır
Operasyon lideri	Teslimat kapasitesi, kalite ve hizmet sınırı	Ticari taahhüt kapasitesi
BEIREK	Yöntem, entegrasyon, karar ürünleri ve devir	Öneri, kalite kapısı ve program kontrolü

PROGRAM ÇERÇEVESİ

9. Açık rol, veri ve yönetim ritmi büyüme kararını fonksiyonlar arası çekişmeden çıkarır

DEVAMI · 02

Haftalık büyüme toplantısı durum sunmak yerine metrik istisnalarına, bunların nedenlerine ve karşı-kanıta, ardından gereken karar ve aksiyona odaklanır. Aksiyonun sahibi, tarihi ve beklenen kanıtı kaydedilir. Aylık toplantı motor portföyü, kaynak tahsisi, hedef varsayımları, kapasite, katkı ve nakit etkisini gözden geçirir. Sponsor kararı gerektirmeyen günlük işler ilgili ekipte kalır.

Veri erişimi amaçla sınırlı, rol bazlı ve izlenebilir olmalıdır. Kişisel veri, müşteri gizliliği, ticari sır, fiyat ve sözleşme kayıtları müşterinin politika ve yetkileri altında yönetilir. Gerekli hukuk, veri koruma, vergi, denetim veya rekabet görüşleri yetkili uzmanların sorumluluğundadır. BEIREK bu koşulları programa bağlayabilir; düzenlemeye tabi görüşün sahibi olmaz.

PROGRAM ÇERÇEVESİ

10. Teslimatlar, işletilebilirlik ve karar kanıtıyla kabul edilir

Programın temel teslimatları bir sunum seti değil, ticari karar sisteminin çalışan bileşenleridir. Kapsam, şirketin gelişim aşaması ve bağlayıcı kısıta göre ayrıntılandırılır; ancak ana teslimat zinciri korunur.

Teslimat	İçerik	Kabul ölçütü
Program başlangıç belgesi	Hedef, kapsam, sponsor, roller, veri, sınırlar ve karar kapıları	Sponsor ve iş akışı sahiplerinin onayı
Ticari baz çizgi	Müşteri, gelir, fiyat, katkı, tahsilat, kanal ve satış uzlaştırması	Kaynak, dönem ve tanımların finans/ticari sahiplerce doğrulanması
Büyüme kısıtı haritası	Sonuç, sürücü, kök neden, karşı-kanıt ve bağımlılıklar	Yönetimin hangi kısıtın önce ele alınacağını onaylaması
Büyüme tezi	Segment, problem, teklif, fiyat, kanal, müşteri sonucu ve ekonomi	Varsayımların kaynak ve test yöntemiyle kaydedilmesi
Büyüme motoru portföyü	Öncelik, sahip, bütçe, KPI, test ve durdurma ölçütü	Aktif motorların kaynak ve karar tarihiyle yetkilendirilmesi
Ticari yönetim sistemi	Satış aşamaları, tahmin, müşteri yaşam döngüsü ve istisna kayıtları	Gerçek iş üzerinde en az bir yönetim çevriminin çalışması
KPI ve karar ritmi	Sonuç, sürücü, koruyucu göstergeler; haftalık ve aylık forumlar	Tanımların kullanılması ve kararların kayda bağlanması
Devir ve sonraki çevrim kararı	Sonuç, açık kanıt, kapasite, risk, yatırım ve sorumluluk	Müşteri ekibinin sistemi BEIREK olmadan işletme testi

Program başarısı iki düzeyde izlenir. Birinci düzey sistem kabulüdür; veri tanımları, sahiplik, motor kartları, toplantılar, karar kayıtları ve devir mekanizmasının çalışması aranır. İkinci düzey ticari performanstır; müşteri onaylı sonuç, sürücü ve koruyucu göstergelerin baz çizgiye göre hareketi izlenir. Sistem kabulü ticari sonuca ilişkin taahhüt oluşturmaz; ticari sonuç da zayıf veri ve kontrol sistemini otomatik olarak kabul edilebilir kılmaz.

PROGRAM ÇERÇEVESİ

10. Teslimatlar, işletilebilirlik ve karar kanıtıyla kabul edilir

DEVAMI · 02

Kapsam dışı konular yazılıdır. BEIREK reklam veya medya ajansı, satış personeli sağlayıcısı, CRM yazılım yüklenicisi, hukukçu, vergi danışmanı, bağımsız denetçi, yatırım aracısı veya sertifikasyon kuruluşu değildir. Ürün geliştirme, operasyon dönüşümü, finansal model, sermaye işlemi veya kurumsal ölçeklenme ayrı kapsam gerektirebilir. BEIREK bu bağımlılıkları koordine edebilir; ilgili uzmanlık sorumluluğunu üstlenmez.

Maddi değişiklikler değişiklik kaydıyla yönetilir. Yeni ülke, ürün, kanal, iş birimi, müşteri grubu veya yazılım implementasyonu başlangıç kapsamına otomatik eklenmez. Değişikliğin veri, süre, ekip, bütçe, risk ve karar kapısı etkisi değerlendirilir. Yönetim değişikliği onaylar, erteler veya ayrı faza alır.

Önerilen ilk adım Growth Mandate & Baseline Gate çalışmasıdır. Müşteri son 12–24 aylık müşteri, satış, fiyat, gelir, katkı, tahsilat, kanal, kampanya, kullanım, müşteri kaybı ve kapasite verisini; büyüme hedefini; mevcut planları ve karar sahiplerini sağlar. BEIREK veri kullanılabilirliği, hedef tutarlılığı, ilk kısıt hipotezi, kapsam, gerekli uzmanlık ve 12 haftalık çalışma çevrimini içeren başlangıç notunu hazırlar. İlk karar, hangi büyüme motorunun test edileceğini değil; önce hangi kısıtın ve hangi kanıt boşluğunun doğrulanacağını belirler.

BEIREK

GROWTH MANAGEMENT & REVENUE ACCELERATION

Teknik Ek

TEKNİK MODÜL

A1. Teknik ek — büyüme veri omurgası ve metrik sözlüğü

Büyüme veri omurgası, farklı sistemlerdeki müşteri ve gelir kayıtlarını aynı karar nesnelerine bağlar. Amaç yeni bir veri ambarı kurmak değil; yönetimin kullandığı temel metriklerin kaynağını, tanımını ve uzlaştırma kuralını görünür kılmaktır. Asgari omurga müşteri, hesap, temas, fırsat, teklif, ürün/hizmet, sözleşme veya sipariş, teslimat, fatura, tahsilat, kullanım, destek, yenileme ve kayıp nesnelerini kapsar.

Alan	Zorunlu tanım	Kontrol
Müşteri kimliği	Tekil müşteri/hesap ve grup ilişkisi	CRM, finans ve teslimat kayıtları uzlaşır
Segment	Onaylı seçim ölçütleri ve geçerlilik tarihi	Serbest etiket yerine kontrollü sınıf kullanılır
Satış aşaması	Gözlenebilir müşteri kanıtı	Aşama geçişi tarih ve kaynak taşır
Gelir	Brüt/net, iade, indirim, kur ve dönem kuralı	Finans kaynağıyla uzlaşır
Katkı	Dahil edilen doğrudan maliyet ve efor	Finans ve operasyon onayı bulunur
Tutundurma	Yenileme, tekrar, daralma, genişleme ve kayıp	İş modeline uygun kohort tanımı kullanılır
Tahsilat	Fatura, vade, gerçekleşme ve gecikme	Gelir ile nakit ayrılır
Kapasite	Talebi sınırlandıran iş yükü veya hizmet eşiği	Ticari planla aynı dönem kullanılır

Her metrik iş amacı, formül, birim, dönem, kırılım, kaynak, veri sahibi, güncelleme sıklığı, baz çizgi, hedef, uyarı eşiği ve sınırlama taşır. Değişiklikler sürüm kaydına alınır; geçmiş sonuç sessizce yeniden yazılmaz. Eksik veri, sıfır değer olarak yorumlanmaz. Manuel hesaplama kullanılıyorsa sahibi, kontrolü ve geçici süresi belirtilir.

TEKNİK MODÜL

A1. Teknik ek — büyüme veri omurgası ve metrik sözlüğü

DEVAMI • 02

Uzlaştırma, teknik veri kontrolünün yanında ticari anlam birliğini de sınar. Ticari ekip bir fırsatı kazanılmış, finans ekibi faturalanmamış ve operasyon ekibi teslim edilmemiş olarak tutabilir; bu kayıtların her biri kendi iş akışında doğru olsa da aynı yönetim metriğinde karıştırılmaz. Olay tarihleri ve durumlar ayrı tutulur. Müşteri grubu, bağlı şirket, para birimi, vergi ve iade etkileri de raporun kullanım amacına göre açıkça sınıflandırılır.

Veri kalitesi sorunları önem düzeyine göre yönetilir. Kararı değiştirmeyen küçük eksikler bilinen sınırlama olarak kalabilir; müşteri, gelir, aşama veya tahsilat sonucunu maddi ölçüde değiştiren açıklar kapatılmadan ilgili KPI karar için kullanılmaz. Düzeltme kaydı problemi, etkilediği metrikleri, geçici yöntemi, sahibi ve kapanış kanıtını taşır.

Kabul; öncelikli KPI'ların iki farklı toplantıda aynı tanım ve sonuçla kullanılabilmesi, örnek müşteri ve gelir kayıtlarının kaynak sistemlere geri izlenebilmesi, bilinen veri açıklarının sahip ve kapanış planı taşımasıdır. Veri altyapısı geliştirmesi gerekirse teknik implementasyon ayrıca kapsamlandırılır.

TEKNİK MODÜL

A2. Teknik ek — büyüme kısıtlı ağacı ve teşhis protokolü

Kısıt ağacı sonuçtan yönetilebilir nedene doğru ilerler. Örneğin hedef segment gelir açığı; müşteri sayısı, müşteri başına gelir, tutundurma ve fiyat etkisine ayrılabilir. Yeni müşteri sayısı; nitelikli talep, aşama dönüşümü, satış çevrimi ve satış kapasitesiyle açıklanabilir. Tutundurma; aktivasyon, kullanım sonucu, hizmet kalitesi, sözleşme, fiyat ve müşteri koşullarıyla test edilir.

Teşhis protokolü beş adımdır:

- Sonuç açığı dönem ve segment bazında doğrulanır.
- Matematiksel bileşenler ve iş sürücüler ayrılır.
- Her sürücü için veri güvenilirliği ve karşı-kantı aranır.
- Düzeltmesi diğer yatırımların sonucunu açacak bağlayıcı neden seçilir.
- Müdahale hipotezi, test ve karar eşliğiyle onaylanır.

Korelasyon kök neden olarak kabul edilmez. Örneğin daha fazla görüşme yapan satışçının daha fazla satış yapması, yalnız görüşme sayısını artırmanın sonucu üreteceğini kanıtlamaz; müşteri kalitesi, deneyim ve hesap dağılımı etkili olabilir. Benzer biçimde, yüksek kullanım ile tutundurma ilişkisi ürün değerini gösterebilir; ancak sözleşme zorunluluğu veya veri seçimi sonucu çarpıtılabilir.

Teşhis, yalnız ekip görüşüne veya yalnız sistem verisine dayanmaz. Yönetim görüşü iş bağlamını, müşteri görüşü satın alma ve kullanım davranışını, sistem kaydı ise zaman ve hacim örüntüsünü gösterir. Kaynaklar çeliştiğinde fark kapatılmaz; karar notunda ayrı kanıt düzeyleri olarak tutulur. Nedensellik için tam deney mümkün değilse zaman sırası, karşılaştırılabilir gruplar, süreç gözlemi ve açık varsayım birlikte kullanılır.

Bağlayıcı kısıt zaman içinde değişebilir. Teklif sorunu düzeldiğinde satış kapasitesi, aktivasyon veya tahsilat yeni bağlayıcı kısıt haline gelebilir. Bu nedenle kısıt ağacı karar kapılarında yeniden değerlendirilir. Önceki teşhisin geçerlilik dönemi ve onu değiştirecek koşullar kayıtlıdır.

TEKNİK MODÜL

A2. Teknik ek — büyüme kısıtlı ağacı ve teşhis protokolü

DEVAMI • 02

Kısıtın sahibi ile düzeltme faaliyetinin sahibi farklı olabilir. Ticari sonuçtan satış lideri sorumlu olsa bile kök neden ürün, finans, operasyon veya veri alanında bulunabilir. Karar kaydı, bu ayrımı görünür tutar.

Kısıt kaydı; bulgu, kaynak, dönem, etkilenen segment, iş etkisi, karşı-kanıt, güven düzeyi, sahip, önerilen test ve yeniden değerlendirme tarihini taşır. Tek bir ortalama, kritik segment veya müşteri sorununu gizleyemez. Kabul; yönetimin kısıtın neden öncelikli olduğunu, hangi alternatif açıklamaların elendiğini ve hangi kanıtla yeniden değerlendirileceğini açıklayabilmesidir.

TEKNİK MODÜL

A3. Teknik ek — segment ve ideal müşteri profili performans kartı

Segment performans kartı, pazarın büyüklüğünü tek seçim ölçütü olarak kullanmaz. Hedef müşteri grupları problem yoğunluğu, bütçe, erişim, karar süresi, değer kanıtı, fiyat gerçekleşmesi, satış çevrimi, kazanma, aktivasyon, katkı, tahsilat, tutundurma, hizmet yükü ve referans etkisiyle karşılaştırılır.

Boyut	Örnek kanıt	Karar
Problem ve aciliyet	Görüşme, kullanım, kayıp ve alternatif maliyeti	Problemin maddi düzeyi
Satın alma kapasitesi	Bütçe sahibi, süreç, zaman ve sözleşme	Erişilebilir talep kanıtı
Teklif uyumu	Değer sonucu, kapsam ve özelleştirme yükü	Ortak çekirdeğin çalışma düzeyi
Ekonomi	Fiyat, katkı, tahsilat ve destek yükü	Gelirin ekonomik değer kalitesi
Tekrar	Yenileme, tekrar, genişleme veya referans	Davranışın yeniden üretilebilirliği
Kapasite	Teslimat süresi, kalite ve kritik kaynak	Büyümenin güvenli taşıma sınırı

Puanlama kullanılırsa tek ortalama kritik engeli gizlemez. Hukuki uygunluk, ödeme riski, aşırı özelleştirme veya teslimat imkânsızlığı gibi engeller ayrı kapı olarak çalışır. Segmentin yüksek gelir potansiyeli, kritik kapıyı geçersiz kılamaz. Yeni segmentler kanıt yetersizse “öncelikli” yerine “test edilecek” olarak sınıflandırılır.

Kart, mevcut müşteri tabanı ile potansiyel pazarı aynı kanıt düzeyinde değerlendirmez. Mevcut müşterilerde gerçekleşmiş satış, kullanım, katkı ve tahsilat verisi kullanılabilir; yeni segmentte görüşme, pilot, teklif veya sınırlı test kanıtı bulunabilir. Tahmin edilen değer ayrı işaretlenir ve kanıt güçlendikçe sınıfı değiştirilir. Böylece erken ilgi, gerçekleşmiş tekrar davranışı gibi sunulmaz.

TEKNİK MODÜL

A3. Teknik ek — segment ve ideal müşteri profili performans kartı

DEVAMI · 02

Öncelik kararı yalnız büyüme potansiyeline değil, öğrenme ve erişim maliyetine de bakar. Mevcut kanalın güvenilir erişim sağladığı dar bir segment, daha büyük fakat pahalı ve uzun çevrimli bir segmentten önce ele alınabilir. Segmentler arası ürün, fiyat veya hizmet farkı teslimat kapasitesine ve veri modeline yansıtılır.

Kartta kullanılan ölçütlerin ağırlıkları sponsor tarafından onaylanır ve bütün segmentlere tutarlı uygulanır. Ağırlık değişikliği, önceki sıralama üzerindeki etkisiyle birlikte kaydedilir.

İdeal müşteri profili, gerçek kazanım, kayıp, kullanım, katkı ve tahsilat verisi geldikçe güncellenir. Değişiklik, geçmiş performansı yeni tanımla sessizce yeniden sınıflandırmaz; eski ve yeni sürüm etkisi gösterilir. Kabul; satış ve pazarlama ekiplerinin aynı seçim ölçütlerini kullanması ve yönetimin segment önceliğini ekonomik ve davranışsal kanıtlarla savunabilmesidir.

TEKNİK MODÜL

A4. Teknik ek — teklif ve fiyat karar kartı

Teklif karar kartı, müşteriye sunulan kapsam ile şirketin ekonomik ve teslimat sınırını aynı kayıtta toplar. Kart dört alan grubunu taşır: hedef segment, müşteri problemi ve beklenen kullanım sonucu; ortak çekirdek, seçilebilir modüller, müşteri girdileri ve kapsam dışı işler; teslimat ve kabul koşulları; fiyat, iskonto, ödeme, katkı, kapasite ve onay sahibi.

Fiyat testi, fiyat düzeyinin yanında paket, değer birimi, ödeme zamanı, sözleşme süresi, minimum hacim, kullanım sınırı, destek seviyesi ve risk paylaşımını birlikte değerlendirebilir. Test müşteriye yanıtlanmamalı; aynı koşuldaki müşteriler arasında hukuken veya etik olarak savunulamayacak ayırım yaratmamalıdır. Gerekli görüş yetkili hukukçuya aittir.

Fiyat şelalesi liste fiyatından gerçekleşen ekonomik sonuca kadar indirim, kampanya, kanal payı, ücretsiz kapsam, ödeme maliyeti, iade, garanti ve özel hizmet yükünü gösterir. Büyük sözleşmede düşük fiyat gerçekleşmesi, satış başarısı gibi raporlanmaz. Benzer biçimde, yüksek fiyat küçük hacim veya yüksek kayıp üretiyorsa toplam sonuçla değerlendirilir.

Karar kartı satış öncesi ve satış sonrası gerçekleşmeyi karşılaştırır. Onaylanan fiyat, kapsam ve katkı varsayımı; fiili teslimat eforu, ek talepler, kabul süresi, tahsilat ve müşteri sonucu ile kapatılır. Böylece satış sırasında görünmeyen ücretsiz kapsam veya destek yükü sonraki teklif ve fiyat kararına geri beslenir. Kapanmayan kart, yeni benzer teklif için veri açığı olarak işaretlenir.

İstisna yetkisi ticari hızı gereksiz yere durdurmayacak düzeylerde kurulabilir. Düşük etkili değişiklikler tanımlı yetki içinde ilerler; katkı, ödeme, sorumluluk veya kapasite eşiğini aşan konu sponsor ya da yetkili komiteye taşınır. İstisna sıklığı arttığında sorun tek tek satış kararından teklif mimarisine geri döner.

İstisna kaydı müşteri adını açıklamadan da örüntü analizi yapılmasına izin verecek sınıfları taşır. Tekrarlanan istisnalar yeni paket, fiyat kuralı veya kapsam kararı için kanıt oluşturur.

TEKNİK MODÜL

A4. Teknik ek — teklif ve fiyat karar kartı

DEVAMI · 02

Kabul için önemli teklif ve fiyat istisnaları kayıtlı gerekçe, ekonomik etki, kapasite etkisi ve yetkili onay taşınmalıdır. Testler hedef segmente ve karar tarihine bağlanır; gerçekleşen fiyat ile müşteri sonucu arasındaki ilişki izlenebilir olmalıdır. BEIREK karar kartını ve analiz yöntemini kurar; ticari fiyat kararı müşteriye aittir.

TEKNİK MODÜL

A5. Teknik ek — satış fırsatları, dönüşüm ve kapasite modeli

Satış fırsatları modeli, yönetimin tahmin ve kapasite kararını aynı aşama gerçekliği üzerinden yürütmesini sağlar. Her fırsat müşteri, segment, kaynak, ihtiyaç, değer, aşama, aşama kanıtı, sonraki müşteri adımı, karar tarihi, tutar, ürün/teklif, sorumlu, risk ve kayıp nedeni alanlarını taşır. Zorunlu alan bulunmayan kayıt, tahmin setinde ayrı güven sınıfına alınır.

Aşama dönüşümü üç açıdan incelenir: dönem içinde aşamaya giren fırsatların ilerlemesi, belirli tarihteki mevcut fırsatların yaşanması ve sonuçlanan fırsatların geriye dönük davranışı. Bu ayırım yapılmazsa yeni kayıtlar dönüşüm oranını, eski fırsatlar da satış fırsatı değerini yapay olarak büyütebilir. Satış çevrimi segment, kanal, teklif ve satışçı deneyimine göre karşılaştırılır.

Kapasite modeli, hedef kazanım için gereken nitelikli fırsat, görüşme, teklif ve karar yükünü tarihsel veya doğrulanmış dönüşüm varsayımlarıyla hesaplar. Yeni ekip üyesinin işe başlama ve üretkenlik süresi, mevcut hesap yönetimi ve yöneticinin koçluk kapasitesi dahil edilir. Model bir performans taahhüdü değildir; kaynak planının varsayımlarını görünür kılar.

Tahmin tek bir toplam sayı yerine güven sınıfları ve senaryolarla sunulabilir. Bağlayıcı sipariş, ticari mutabakat, açık müşteri kararı ve erken aşama fırsat aynı olasılık altında toplanmaz. Yönetim baz, aşağı ve yukarı senaryoların hangi fırsat, fiyat, zaman ve kapasite varsayımına dayandığını görür. Tahmin değişikliği yeni kanıtla ilişkilendirilir; hedefe yaklaşmak için aşama veya tarih sessizce değiştirilmez.

Kayıp incelemesi yalnız satışçının seçtiği neden koduna dayanmaz. Teklif, fiyat, karar sahibi, süre, rekabet, ürün, uyum, bütçe ve müşteri kararsızlığı kaynaklarla ayrılır. Tekrarlayan nedenler satış eğitimi, teklif, segment veya ürün sahibine yönlendirilir. Sahipsiz sistem problemi, bireysel performans sorunu gibi raporlanmaz.

Satış yöneticisi istisna ve veri kalitesi oranını ekibin davranış standardı olarak izler. Eksik kayıt, tahmini iyimserleştiren bir yöntem haline gelirse fırsat güven sınıfı düşürülür ve düzeltme sahibi atanır.

TEKNİK MODÜL

A5. Teknik ek — satış fırsatları, dönüşüm ve kapasite modeli

DEVAMI · 02

Haftalık hijyen kontrolü, kanıtsız aşama geçişi, geçmiş karar tarihi, tekrarlı kayıt, sahipsiz fırsat, uzun hareketsizlik ve kayıp nedeni eksikliğini gösterir. Kabul; tahminin aşama kanıtı ve tarihsel davranışla açıklanması, kapasite kararının gerçek iş yüküne dayanması ve fırsat verisinin satış ekibi tarafından güncel tutulmasıdır.

TEKNİK MODÜL

A6. Teknik ek — müşteri yaşam döngüsü ve tutundurma kohortu

Müşteri yaşam döngüsü, ilk temaslara değil sözleşme veya sipariş sonrasındaki değer gerçekleşmesiyle devam eder. Program iş modeline uygun dönüm noktalarını tanımlar: kurulum, başlangıç, ilk kullanım, ilk değer, düzenli kullanım, kabul, yenileme, tekrar, genişleme, daralma ve kayıp. Her dönüm noktasının kanıtı, sahibi ve beklenen süresi bulunur.

Kohort analizi müşterileri başlangıç dönemi, segment, teklif, kanal veya kullanım davranışına göre karşılaştırır. Amaç görsel bir grafik üretmek değil, hangi müşteri grubunun hangi aşamada değer kaybettiğini ve hangi müdahalenin sonucu değiştirdiğini anlamaktır. Çok az müşterili işlerde nicel kohort yerine müşteri bazlı olay ve ekonomik sonuç kaydı kullanılabilir.

Müşteri sağlık göstergesi tek bir tahmini puana indirgenmez. Kullanım, müşteri sonucu, destek, teslimat, karar sahibi ilişkisi, sözleşme, ödeme, şikâyet ve yenileme davranışı ayrı sinyaller taşır. Kritik bir sözleşme veya ödeme riski yüksek kullanım puanıyla kapatılamaz. Sağlık sınıfı bir sonraki faaliyeti ve karar sahibini tetikler.

Yaşam döngüsü sahipliği fonksiyonlar arasında açıkça devredilir. Satışın tamamlanması müşteri sonucunun sorumluluğunu ortadan kaldırmaz; ürün, operasyon veya müşteri ekibine geçişte vaat, kapsam, kabul, risk ve sonraki adım kaydı kullanılır. Eksik devir, geciken aktivasyon ve yanlış beklentinin ayrı nedeni olarak izlenir.

Devir kaydı zorunludur.

Tutundurma müdahalesi bütün riskli müşterilere aynı faaliyeti uygulamaz. Ürün kullanımı düşük müşteride eğitim veya uygulama desteği, değer sonucu zayıf müşteride teklif veya ürün düzeltilmesi, ödeme riski yüksek müşteride ticari koşul kararı gerekebilir. Müdahalenin maliyeti ve beklenen katkısı da müşteri ekonomisinde görünür tutulur. Ek destek ekonomik olmayan hesabı otomatik olarak korumaz.

TEKNİK MODÜL

A6. Teknik ek — müşteri yaşam döngüsü ve tutundurma kohortu

DEVAMI · 02

Müşteri kaybı kararı da kontrollüdür. Şirket, ekonomik olmayan veya stratejik uyumsuz hesabı her koşulda tutmaya çalışmaz; hizmet azaltma, koşul değiştirme veya planlı çıkış seçeneklerini müşteri yükümlülükleriyle birlikte değerlendirir. Kritik müşteri iletişimi yetkili yönetici tarafından yürütülür ve verilen taahhütler kayda alınır.

Kabul için kayıp ve genişleme, edinme kaynağı, teklif, aktivasyon, müşteri sonucu, hizmet yükü ve katkıyla ilişkilendirilir. Kritik müşteriler için sorumlu ve aksiyon bulunur; tutundurma tanımı iş modeline uygun ve dönemler arasında karşılaştırılabilir olmalıdır.

TEKNİK MODÜL

A7. Teknik ek — KPI performans kartı ve hedef protokolü

KPI performans kartı sonuç, sürücü ve koruyucu göstergeleri aynı karar sayfasında tutar. Örnek bir yapı aşağıdadır; kesin metrikler baz çizgi ve iş modeline göre seçilir.

Katman	KPI adayı	Karar sorusu	Koruyucu
Sonuç	Hedef segment net gelir büyümesi	Büyümenin doğru müşteri grubundaki gerçekleşmesi	Katkı ve tahsilat
Sonuç	Brüt katkı büyümesi	Ek gelirin ekonomik değer üretmesi	Teslimat kalitesi
Sonuç	Tutundurma veya tekrar geliri	Müşteri değerinin zaman içinde korunması	Şikâyet ve destek yükü
Sürücü	Nitelikli fırsat ve aşama dönüşümü	Yeni gelir açığının talep ve dönüşüm bileşeni	Fırsat yaşı ve kalite
Sürücü	Fiyat gerçekleşmesi	İskonto ve kapsam kaçığının katkı etkisi	Kazanma ve kayıp
Sürücü	Aktivasyon süresi	Yeni müşterinin beklenen değere ulaşma hızı	Kalite ve iade

Hedef protokolü önce ölçülecek sonucu seçer, sonra hedefi belirler. Tarihsel baz çizgi, mevsimsellik, fiyat, hacim, kur, ürün karması ve tek seferlik etkiler ayrılır. Üst yönetim beklentisi satış kapasitesi, talep, dönüşüm, teslimat, katkı ve nakit sınırlarıyla test edilir. Kanıt yetersizse kesin hedef yerine ölçüm dönemi ve geçici aralık onaylanır.

Metrik seçiminde ölçüm kolaylığının yanında müşteri kalitesi ve ilerleme kanıtı aranır. Temas, toplantı veya teklif sayısı faaliyet göstergesi olabilir; büyüme sonucu yerine kullanılamaz. Benzer biçimde yüksek toplam gelir müşteri yoğunlaşması, tek seferlik satış veya düşük katkı nedeniyle yanıltıcı olabilir. Her birincil KPI, bu tür yanıltıcı iyileşmeyi yakalayan koruyucuyla eşleştirilir.

TEKNİK MODÜL

A7. Teknik ek — KPI performans kartı ve hedef protokolü

DEVAMI • 02

Hedef değişikliği geçmiş performansı yeniden yazmaz. Varsayım, pazar koşulu, kapasite veya strateji maddi biçimde değiştiğinde yeni hedef; gerekçe, tarih, onay ve eski hedefe göre etkiyle kaydedilir. Ekip hem orijinal taahhüdü hem güncel tahmini görebilir. Bu ayırım hesap verebilirliği korurken yönetimin yeni kanıta uyum sağlamasına izin verir.

Performans kartı haftalık toplantıda yalnız hareket eden ve karar gerektiren göstergeleri öne çıkarır; aylık toplantıda hedef, motor portföyü ve kaynak tahsisi değerlendirilir. Kırmızı durum otomatik suçlama veya bütçe kesintisi değildir; neden, karşı-kanıt ve seçenek hazırlanmasını gerektirir. Kabul; metriklerin hesaplanabilir, sahipli, güncel ve eyleme bağlı olmasıdır.

TEKNİK MODÜL

A8. Teknik ek — büyüme motoru, deney ve karar kapısı kaydı

Her büyüme motoru aşağıdaki alanları taşır:

- Hedef segment ve müşteri problemi
- Teklif, fiyat ve kanal
- Hedeflenen büyüme kısıtı
- Ana hipotez ve karşı-hipotez
- Baz çizgi ve birincil sonuç göstergesi
- Sürücü ve koruyucu göstergeler
- Test kapsamı, örneklem ve süre
- Bütçe, ekip ve kapasite
- Veri kaynağı ve karar sahibi
- Başarı, düzeltme ve durdurma eşiği
- Hukuki, etik ve müşteri güveni sınırları
- Sonuç, öğrenme ve sonraki karar

Karar kapısı dört temel seçenek taşır: devam ve kontrollü büyütme; sınırlı düzeltmeyle yeniden test; kanıt oluşana kadar bekletme; durdurma. Ek kaynak yalnız olumlu sonuçla değil, koruyucu göstergeler ve kapasite kanıtıyla onaylanır. Deney sonucu hedefi karşılamazsa ekip başarısızlık diline sıkışmaz; hangi varsayımın desteklenmediğini ve kalan seçenekleri gösterir.

Birden fazla motor ortak müşteri, kanal veya kapasite için rekabet ediyorsa portföy kararı gerekir. Yönetim motorları ekonomik potansiyel, güven düzeyi, öğrenme hızı, geri döndürülebilirlik, nakit yükü ve stratejik bağımlılıkla karşılaştırılır. Bütçe, önce en gürültülü sponsora değil, onaylı önceliğe tahsis edilir.

Deney sonucu yalnız ortalama değişimle değerlendirilmez. Hedef segmentteki davranış, testin uygulanma doğruluğu, örneklem, süre, dış etkiler ve koruyucu göstergeler birlikte incelenir. Test planı sırasında değişen teklif, fiyat veya kanal koşulu kaydedilir. Uygulama planlandığı gibi yapılmadıysa sonuç hipotezi kesin biçimde doğrulamaz veya yanlışlamaz; yeni karar bu sınırlamayla verilir.

TEKNİK MODÜL

A8. Teknik ek — büyüme motoru, deney ve karar kapısı kaydı

DEVAMI · 02

Motorlar birbirinden tamamen bağımsız varsayılmaz. Bir fiyat testi kanal davranışını, aktivasyon kapasitesini ve müşteri karışımını değiştirebilir. Ortak bağımlılıklar portföy kaydında gösterilir. Aynı müşteri grubuna eşzamanlı ve çelişkili testler uygulanmaz; öğrenme ile müşteri güveni arasında açık sınır kurulur.

Bir motor kapatıldığında yalnız sonuç değil, üretilen veri, tekrar kullanılabilir bileşen, açık müşteri taahhüdü ve kalan maliyet de kaydedilir. Böylece durdurma kararı kurumsal öğrenmeyi ve kaynak iadesini tamamlar. Kapatılan girişim gerekçesiz biçimde yeni adla yeniden açılmaz.

Kabul; aktif motorların ortak standartta karşılaştırılması, kararların tarih ve kanıt taşıması, durdurulan motorların kaynaklarının serbest bırakılması ve sonraki çevrimin açık gerekçeyle seçilmesidir. Kayıt, bir faaliyet günlüğü değil sermaye ve yönetim dikkati kararının izidir.

TEKNİK MODÜL

A9. Teknik ek — haftalık ve aylık büyüme yönetim ritmi

Haftalık büyüme toplantısı, bütün KPI'ları sırayla okumak yerine hedef dışı harekete, yeni kanıta, maddi riske ve karar gerektiren istisnalara odaklanır. Standart gündem veri güvenilirliği, sonuç göstergesi sapması, sürücü değişimi, koruyucu eşik, aktif motor sonuçları, müşteri veya kapasite riski, gereken karar ve kapanmamış aksiyonlar sırasıyla ilerler. Her konu için karar sahibinin toplantıda bulunması veya önceden yetkilendirilmiş görüş vermesi gerekir.

Haftalık kayıt şu alanları taşır: gözlenen durum, baz ve hedef, veri tarihi, neden hipotezi, karşıt kanıt, müşteri veya ekonomik etki, seçenekler, alınan karar, eylem sorumlusu, tarih ve beklenen doğrulama. Aynı sorun üç toplantı boyunca karara bağlanamıyorsa gecikmiş karar olarak sponsora taşınır. Üst yönetime taşıma eşiği bütçe, fiyat, kapasite, hukuki risk, kilit müşteri veya hedef değişikliği gibi maddi etkilere göre başlangıçta tanımlanır.

Aylık büyüme gözden geçirmesi daha geniş zaman ufkuna sahiptir. Yönetim sonuç ve koruyucu göstergeleri, segment ve kanal performansını, motor portföyünü, satış kapasitesini, müşteri tutundurma davranışını, katkı ve nakit etkisini ve sonraki dönem kaynak tahsisini birlikte değerlendirir. Haftalık toplantıda çözülen operasyonel konu aylık gündeme taşınmaz; yalnız tekrarlayan veya stratejik etkisi olan nedenler ele alınır.

Toplantı materyali toplantıdan önce veri sahiplerince kontrol edilir. Tartışmalı tanım veya geç gelen veri, karar notunda güven düzeyiyle işaretlenir. Yönetim aynı toplantıda hem veriyi yeniden hesaplamaya hem stratejik karar vermeye zorlanmaz. Kritik veri açığı kararı engelliyorsa eksik kanıt, sorumlu ve son tarih belirlenir; düşük etkili açıklar bütün gündemi durdurmaz.

Ritim, şirketin mevcut yönetim forumlarına mümkün olduğunca yerleştirilir. Yeni toplantı eklemek yerine mevcut satış, müşteri veya icra toplantılarının amacı ve gündemi düzenlenebilir. Aynı karar farklı forumlarda tekrar açılmaz; hangi forumun hangi yetkiye sahip olduğu başlangıç belgesinde yazılır. Karar sahibi değiştiğinde kayıt ve açık taahhütler kontrollü biçimde devredilir.

TEKNİK MODÜL

A9. Teknik ek — haftalık ve aylık büyüme yönetim ritmi

DEVAMI · 02

Üç aylık veya uygun daha uzun dönemli gözden geçirme, büyüme tezinin varsayımlarını yeniden sınar. Segment önceliği, teklif mimarisi, fiyat, kanal, hedef ve kapasite sınırı değişmiş olabilir. Yönetim yeni motor açma, mevcut motoru büyütme, düzeltme veya durdurma kararı verir. Kabul; toplantıların takvimde bulunması değil, gerçek karar üretmesi, kararların uygulanması ve sonuç kanıtının sonraki toplantıda kapatılmasıdır.

TEKNİK MODÜL

A10. Teknik ek — iddia, kanıt ve ticari iletişim kontrolü

Growth Management sırasında şirket; müşteriye, kurula, yatırımcıya veya çalışanlara büyüme performansı hakkında iddialar iletebilir. Program bu iddiaların kaynağını ve kapsamını kontrol eder; iletişim veya yatırımcı markası hizmetinin yerine geçmez. Gerçekleşmiş gelir, imzalı sipariş, satış fırsatı, tahmin, pazar büyüklüğü, müşteri ilgisi, pilot ve tekrar davranışı farklı kanıt sınıfları olarak tutulur.

Her maddi iddia; ifade, metrik tanımı, kaynak, dönem, müşteri veya segment kapsamı, para birimi, brüt/net niteliği, onay sahibi ve kullanım sınırı taşır. "Müşteriler istiyor", "kanal çalışıyor", "satışlar hızlandı" veya "yüksek tutundurma" gibi ifadeler ölçüm olmadan karar kanıtı kabul edilmez. Örneklem küçük, dönem kısa veya veri manuel ise sınırlama görünür yazılır.

Ticari ekip deney ve satış mesajlarında doğrulanmamış sonucu kesin gerçek gibi sunamaz. Müşteri referansı ve vaka kullanımı izin, gizlilik ve doğruluk kontrolüne tabidir. Pazar veya rakip bilgisi kaynak ve tarih taşır; tahmin gerçekleşmiş sonuçtan ayrılır. Halka açık veya düzenlemeye tabi açıklamalar ilgili yetkili ve uzmanların sorumluluğundadır.

İddia kaydı yalnız dış iletişim için kullanılmaz. Bütçe, işe alım, kanal ve kapasite kararlarında kullanılan iç varsayımlar da aynı kanıt disiplinine tabidir. Bir fırsatın kapanacağı, müşterinin yenileyeceği veya yeni fiyatın kabul edileceği varsayımı; kaynağı, güven düzeyi ve karar etkisiyle kaydedilir. Varsayım gerçekleşmediğinde ilgili model ve motor kartı güncellenir.

Kanıtın güncelliği de kontrol edilir. Eski müşteri görüşü, önceki fiyat dönemi veya farklı ürün sürümündeki davranış mevcut karar için sınırlı olabilir. Kaynak doğru olsa bile bağlam değişmişse yeniden doğrulama gerekir. Onay süresi dolan iddia otomatik olarak kullanılmaz; sahibi uzatır, günceller veya geri çeker.

İddia geri çekildiğinde onu kullanan yönetim notu, hedef, motor kartı ve dış materyal etkileniyorsa ilgili sahipler bilgilendirilir. Böylece yanlışlanan varsayım farklı dosyalarda yaşamaya devam etmez.

TEKNİK MODÜL

A10. Teknik ek — iddia, kanıt ve ticari iletişim kontrolü

DEVAMI · 02

Kabul; programın kullandığı ana büyüme iddialarının kaynak kaydına geri izlenebilmesi, tahmin ile gerçekleşmenin ayrılması, maddi sınırlamaların kaybolmaması ve yönetimin dış iletişimde hangi veriyi hangi yetkiyle kullanabileceğini bilmesidir. Yatırımcıya dönük kapsamlı mesaj sistemi gerekiyorsa çıktı Investor Brand Development hizmetine devredilir.

PROGRAM SONUCU

SONUÇ

Growth Management & Revenue Acceleration

Growth Management & Revenue Acceleration, büyüme hedefini kampanya, satış kotası veya iyimser tahmin düzeyinde bırakmaz. Müşteri problemi, segment, teklif, fiyat, kanal, satış dönüşümü, aktivasyon, tutundurma, katkı, tahsilat ve teslimat sınırlarını aynı karar zincirinde yönetir. Böylece yönetim, yeni faaliyet başlatmadan önce hangi kısıtın sonucu sınırladığını ve hangi büyüme motoruna ek kaynak ayırmak için yeterli kanıt bulunduğunu görebilir. BEIREK'in rolü; baz çizgiyi güvenilir hale getirmek, büyüme kısıtını doğrulamak, az sayıda öncelikli motoru test edilebilir biçimde kurmak ve sonuç-sürücü-koruyucu göstergeleri canlı yönetim ritmine bağlamaktır. Belirli bir gelir sonucu vaat edilmez. Kalıcı çıktı, müşteri ekibinin hangi koşulda hızlanacağını, düzelterceğini, bekleteceğini veya durduracağını kendi verisiyle yönetebilmesidir.