

TEMEL ORTAKLAR	TEMEL FAALİYETLER	DEĞER ÖNERİLERİ	MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ	MÜŞTERİ KESİTLERİ
<p><i>Kilit ortaklarınız kimler? Kilit tedarikçileriniz kimler? Hangi kilit kaynakları ortaklarımızdan alıyoruz? Hangi kilit etkinlikleri ortaklarımız gerçekleştiriyor?</i></p> <p>İhracatçı Birlikleri Sanayi Odaları, Tekstil Sektörüne özel, kurum kuruluş, dernek ve vakıflar Meslek Odaları Ulusal ve uluslararası fuar organizasyonları Üniversiteler Danışmanlık firmaları Belediyeler İlgili bakanlıklar,</p>	<p><i>Değer önerileriniz hangi kilit etkinliklere ihtiyaç duyuyor? Dağıtım kanalları? Müşteri ilişkileri? Gelir akışı?</i></p> <p>Aylık üyelik modeli ile gelir modeli oluşturma Müşterilere temel ortaklar üzerinden ulaşma çalışmaları Tanıtım sunumları hazırlama Networking faaliyetlerini yürütme Müşteri taleplerine uygun çalışmalar yapmak Dağıtım kanallarını revize etme önceliklendirme çalışmaları Kullanıcı dostu bir uygulama için editörlük çalışmalarını yürütme</p>	<p><i>Müşteriye sağladığımız değerler nelerdir? Müşterilerinizin hangi sorunlarını çözmeye yardımcı oluyoruz? Her müşteri kesitine, hangi ürün ve hizmet demetlerini sunuyoruz? Hangi müşteri ihtiyaçlarını karşılıyoruz?</i></p> <p>Sürdürülebilir tedarik zinciri oluşturma imkânı sunar, Sürdürülebilir satın alma ve satış-pazarlama faaliyetleri sunar Gereksiz ve pahalı müşteri ziyaretlerini ortadan kaldırmak. Doğru ürünü bulma ihtiyacı kadar numune talep etme imkânı, Farklı tasarım ve teknik özelliklere sahip ürünlere ulaşma imkânı Rakip ve Pazar analizlerine ulaşma, Sektörel raporlamalar ile yenilikçi teknoloji ve ürün takibi Sürdürülebilir kalkınma amaçlarını oluşturma Gereksiz numune hazırlama, paketlenme ve kargolama faaliyetlerini düzenleme imkânı</p>	<p><i>Müşteri kesitleri bizden onlarla ne türlü bir ilişki kurmamızı ve sürdürmemizi bekliyor? Bu ilişkilerden hangilerini kurduk? İlişkiler, iş modelimizin geri kalan kısımları ile ne kadar uyumlu? Ne kadar maliyetlidir?</i></p> <p>Networking çalışmaları ile yüz yüze, birebir iletişim, mail ortamında görüşmeler, Temel ortaklarla üzerinden müşteriye ulaşma, Fuar, sempozyum, bilimsel ticari etkinlikler, İnternet üzerinden ulaşma sunumlar gönderme. Network ve temel ortaklarla görüşmeler yapılmakta ve detaylandırılmaktadır. İş fikrinin tamamlanması sonrası sunumlar ile müşteriye ulaşma ve lansman faaliyetleri</p>	<p><i>Kimler için değer yaratıyoruz? En önemli müşterilerimiz kimlerdir?</i></p> <p>Hazır giyim markaları ve hazır giyim üreticileri Tekstil sektöründe elyaf, iplik, dokuma-örme kumaş üreten boya baskı, yıkama vb. faaliyetleri gösteren firmalar, Tekstil aksesuarları alanında faaliyet gösteren firmalar, Teknik tekstil üretimi alanında (medikal, otomotiv, askeri vd.) faaliyet gösteren firmalar, Tekstil tabanlı Kompozit malzeme üreten firmalar, Deri ve deri ürünleri üreten firmalar, Test kuruluşları Üniversiteler</p>

	<p>TEMEL KAYNAKLAR Değer önerimiz hangi kilit kaynaklara ihtiyaç duyuyor? Dağıtım kanallarınız? Müşteri ilişkilerimiz? Gelir akışlarımız? Ofis alanı ve ofis malzemeleri Hosting hizmetleri Lisanslı programlar, bilgisayar Müşteri ve dağıtım kanallarına ulaşım maliyetleri Uluslararası fuar ve organizasyonlara katılım maliyetleri Gelir-Gider akışı için muhasebe hizmetleri.</p>		<p>DAĞITIM KANALLARI Onlara nasıl ulaşıyoruz? Kanallarımız ne kadar uyumlu? Hangileri en iyi işliyor? Hangileri en maliyet-etkin(ekonomik)? Kanallarınız müşteri alışkanlıkları ile nasıl bütünleştiriyoruz? <u>Temel müşteriye ulaşmak için en ekonomik dağıtım kanalları olarak;</u> Elektronik posta (e-posta pazarlaması) Networking çalışmaları Sunum ve lansman çalışmaları, Temel ortakları kullanma, Sosyal medya kullanımı PR(Halkla İlişkiler) Farklı PR teknikleri <u>Maliyetli dağıtım kanallarımız</u> SEM (Arama Motoru Pazarlaması) SEO (Arama Motoru Optimizasyonu) Pazarlama Mühendisliği Viral pazarlama</p>	

MAALİYET YAPISI

İş modelimizin en önemli maliyet noktaları nelerdir?

Temel kaynaklarımızdan en pahalı olanı hangisidir?

Temel etkinliklerimizden en pahalı olanı hangisidir?

Yazılım ve hosting gideriler,

Ofis maliyetleri (kira, elektrik, ofis malzemeleri vb)

Müşteriye ulaşma maliyetleri (araç, uçak, konaklama vb.)

Kullanılan programların lisans maliyetleri

Kurucu ortakların iş gücü maliyetleri (maaş, sigorta)

Vergilendirme maliyetleri (KDV, stopaj vb.)

GELİR KAYNAKLARI

Müşterileriniz gerçekten hangi değerler için para ödemeyi kabul ediyor?

Şu anda neler için ödeme yapıyorlar?

Şu anda nasıl ödeme yapıyorlar?

Nasıl ödeme yapmayı tercih ederler?

Her gelir kaynağının toplam gelire katkısı ne kadardır?

4 farklı süre ve 3 farklı hizmet paketi ile üyelik ücretlerinden elde edilecek gelirler

Danışmanlık faaliyetlerinden elde edilecek gelirler

Proje yazımı ve desteklerden elde edilecek gelirler

Ulusal-uluslararası hibe programları ve desteklerden elde edilecek gelirler,

Melek yatırımcı ile gelir elde etme