

## 1.Kazanma Arzusu

Stratejik amacımızı hangi göze çarpan ve ölçülebilir sonuçlar tanımlar? Müşterilerimiz ile birlikte kazanmayı nasıl tanımlarız? En iyi rakiplerin karşısında durarak mı?

ÖRNEK:  
Müşteri memnuniyeti ve karlılıkta Türk havayolu endüstrisine liderlik etmek.  
Yaşamı koruyan biyofarmasötikte ürünlerde küresel lider olmak.

! Kazanma arzusu, en önemli müşterilerinizle birlikte en iyi rakiplere karşı kazanmaya odaklanan geleceğe yönelik bir ifadedir. Sırf bir şeyleri başarmak için hedef belirlemeyin □ Ör: Satışları % 10 artırmak

## 2.Nerede Faaliyet Göstereceğiz?

Faaliyet alanımız neresi olmalı? Mevcut alanlarımızdan hangileri değişmeli? Nereye **ODAKLANMAYACAĞIZ**?

ÖRNEK:  
Bölgeler; müşteri segmentleri; kanallar; ürün ve hizmetler; üretim süreçleri

! Faaliyet alanını belirlemek aynı zamanda hangi alanlarda olmayacağınızı da belirlemektir. Herkese ve her yere ulaşmaya çabalamak iyi bir strateji değildir. Strateji, kaynağa odaklanmaktır.

## 3.Nasıl Kazanacağız?

Sürdürülebilir rekabet avantajımızın kaynakları nelerdir? Hangi temel teklifler bizi farklılaştırır ve üstün değer sağlar?

ÖRNEK:  
Kalite; fiyat; hız; kullanım kolaylığı; tasarım; Kolaylık; tarzı; benzersiz bir deneyim

! Belirli bir alanda kazanmanın anahtarı, sürekli olarak ilgili herkese daha iyi bir değer denklemi sunmaktır. Bunun için iki temel yol düşük maliyet veya farklılaşmadır. İkisi birden değildir!

# OYNA - KAZAN STRATEJİK CANVASI

## STRATEJİK KONU

Niçin yeni bir stratejiye ihtiyacımız var?

ÖRNEK:  
Azalan marka alaka düzeyi  
Gelir artışında azalma  
Yeni rekabet tehdidi

## 4. İhtiyaç Duyulan Beceriler

Seçtiğimiz alanların her birinde avantaj elde etmek için hangi kritik beceriler ve temel faaliyetler en üst düzeyde gerçekleştirilmelidir?

ÖRNEK:  
Marka oluşturma; derin müşteri anlayışı; ar-Ge; kanal ilişkisi kurma

! Mevcut tüm güçlü yönleri listelemekten kaçının. Yalnızca seçilen alanlarda rekabet avantajı sağlayan ve müşterilerle alakalı olanları listeleyin.

## 5. Gerekli Sistemler

Rekabet gücümüzü sürdürmek ve stratejik seçimlerimizi desteklemek için hangi kilit yönetim sistemlerine, süreçlerine ve yapılarına sahip olmalıyız?

ÖRNEK:  
CRM sistemi; liderlik gelişimi; satış gücü yönetimi; performans görüşleri

! Yukarıda listelenen yetenek kümelerini çalıştırmak, izlemek, ölçmek ve sürdürülebilir kılmak için yalnızca gerekli kritik yönetim sistemlerini belirleyin.

## 6. Tersine Mühendislik

Stratejinin başarılabilmesi için doğru olan nedir? Hangi koşullar sağlanmalıdır? Üstünden gelenebilecek potansiyel engeller nelerdir?

Örnek:  
Sanayi sabit kalır; kanallar yükseltilecek; rakipler çim saha savaşı yapmayacak

### ENDÜSTRİ

Endüstrimizin yapısı için gerçek olan nedir?

Segmentlerimizin çekiciliği hakkında gerçek olan nedir?

### MÜŞTERİ DEĞERİ

Müşterilerimizin önemseddiği şey gerçekte nedir?

Kanallarımızın önemseddiği şey gerçekte nedir?

### REKABET POZİSYONU

Rakiplerimize karşı yeteneklerimiz gerçekte ne durumda?

Rakiplerimize karşı maliyetlerimiz gerçekte ne durumda?

### REKABET

Rakiplerimizin tepkisi gerçekte nasıl olacaktır?

! Bu sorularda gerçeği ve doğruyu aramak için sihirli kısımdır. Bu sorular uygulama öncesi bizim için bir test aşaması sağlayacaktır.

İSİM

VERSİYON

TARİH

## 7. STRATEJİK TESTLER

Neyin gerçekçi olacağını nasıl test edeceğiz?

TEST SEVİYESİ:  
\_\_\_ Yalın  
\_\_\_ Küçük ölçekli  
\_\_\_ Nihai

! En endişe verici varsayımla başlayın ve basit, hızlı ve tutumlu bir test yapın

### 1) KOŞULLAR

En endişe duyduğum durum ne kadar gerçekçi?

Neden bu kadar endişe verici?

### 2) HİPOTEZ

Öğrenmemiz gereken şey nedir?

Test edilebilir düşüncemiz nedir? (X'i yaparsak Y oluşur)

### 3) DENEY

Hipotezimizi nasıl test edeceğiz?

Kanıt standardı hangi hedef ölçüsü olacak?