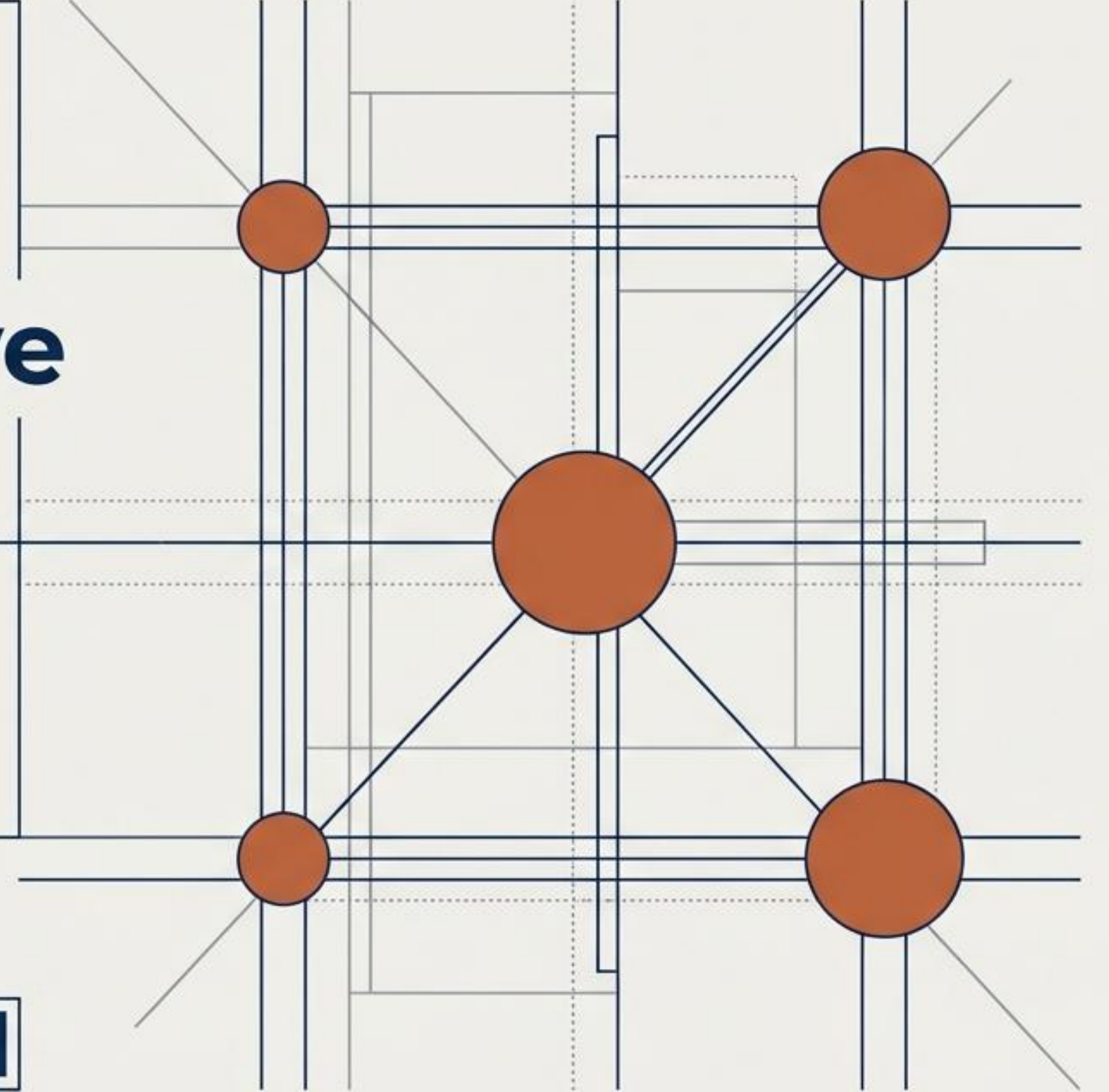


Ulusal Bayi Ağı İnşası: 6 Aylık Stratejik Büyüme ve Yapılanma Planı

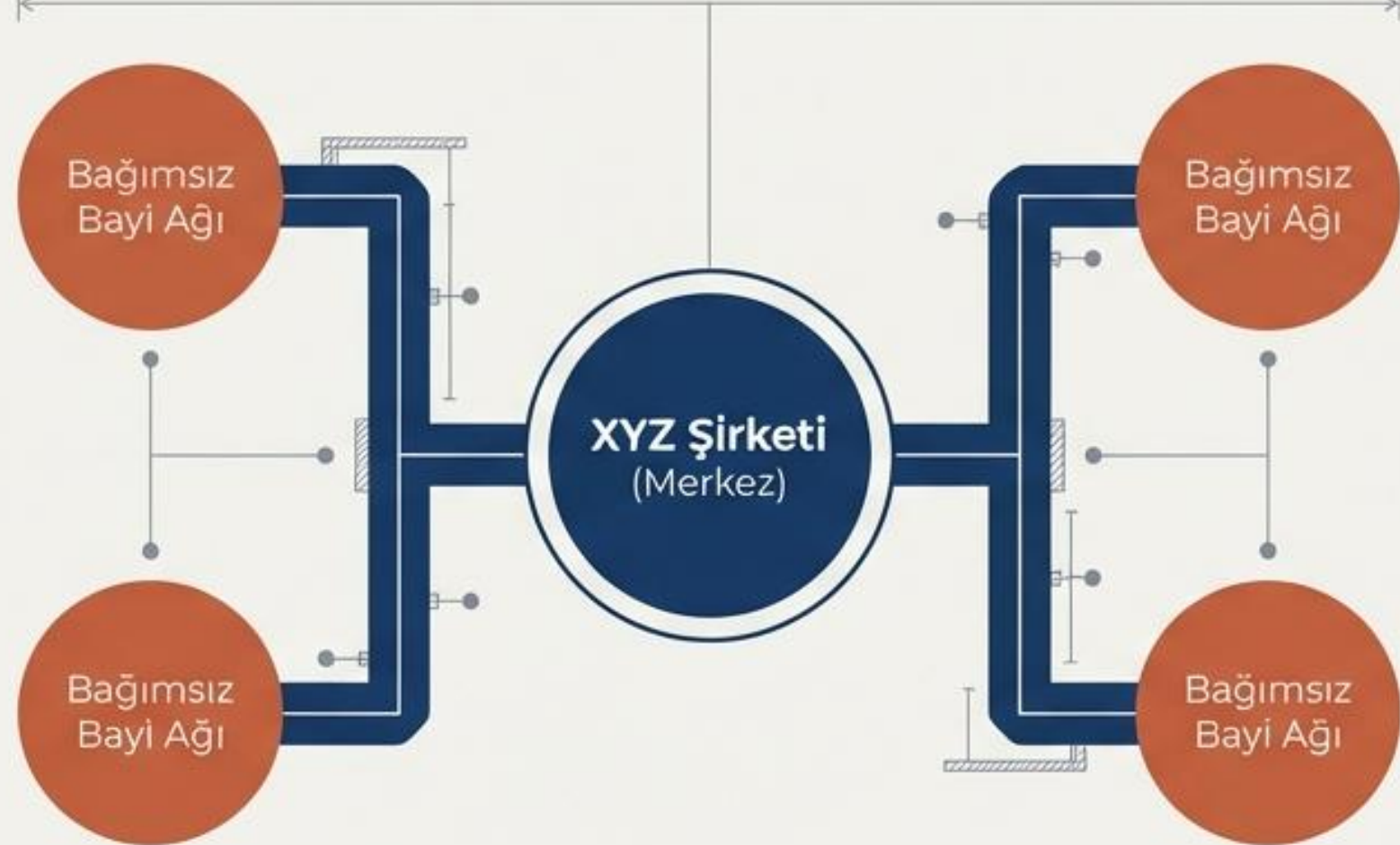
XYZ Şirketi İçin Sürdürülebilir,
Karlı ve Bağımsız Bir Satış
Ekosistemi Tasarımı

Danışman: Faruk Şener | Yeni Bayi Yapılanması ve Yönetimi



Temel Vizyon: Kendini Yöneten, Güçlü Bir Satış Ekosistemi

XYZ Şirketi markası altında faaliyet gösteren, sözleşme ile bağlı, teminat güvencesi verebilen, teknik ve ticari temsil kabiliyetine sahip, bölgesel düzeyde pazara hakim olacak ve şirketten bağımsız iş potansiyeli yaratacak bir bayi ağının kurulması.

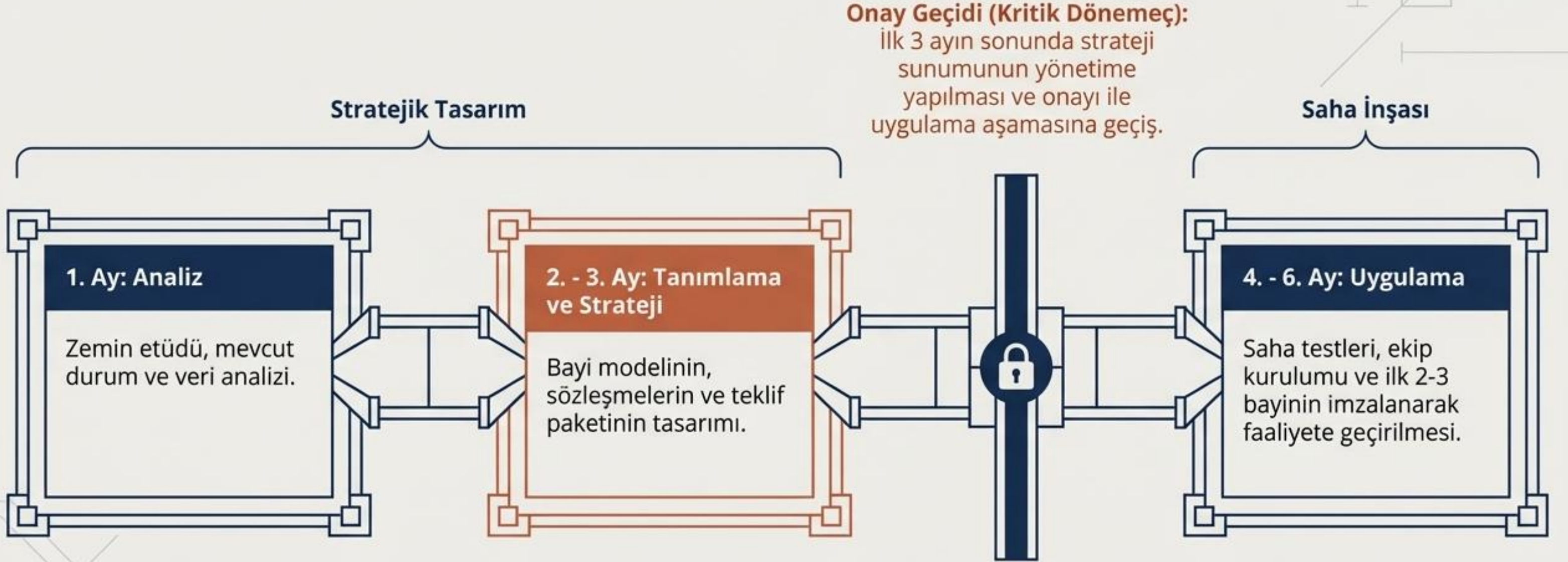


Stratejik İhtiyaçlar Panosu: Kurumsal Altyapı İhtiyaçları



6 Aylık Dönüşüm Mimarisinin Aşamaları

Aşamaları



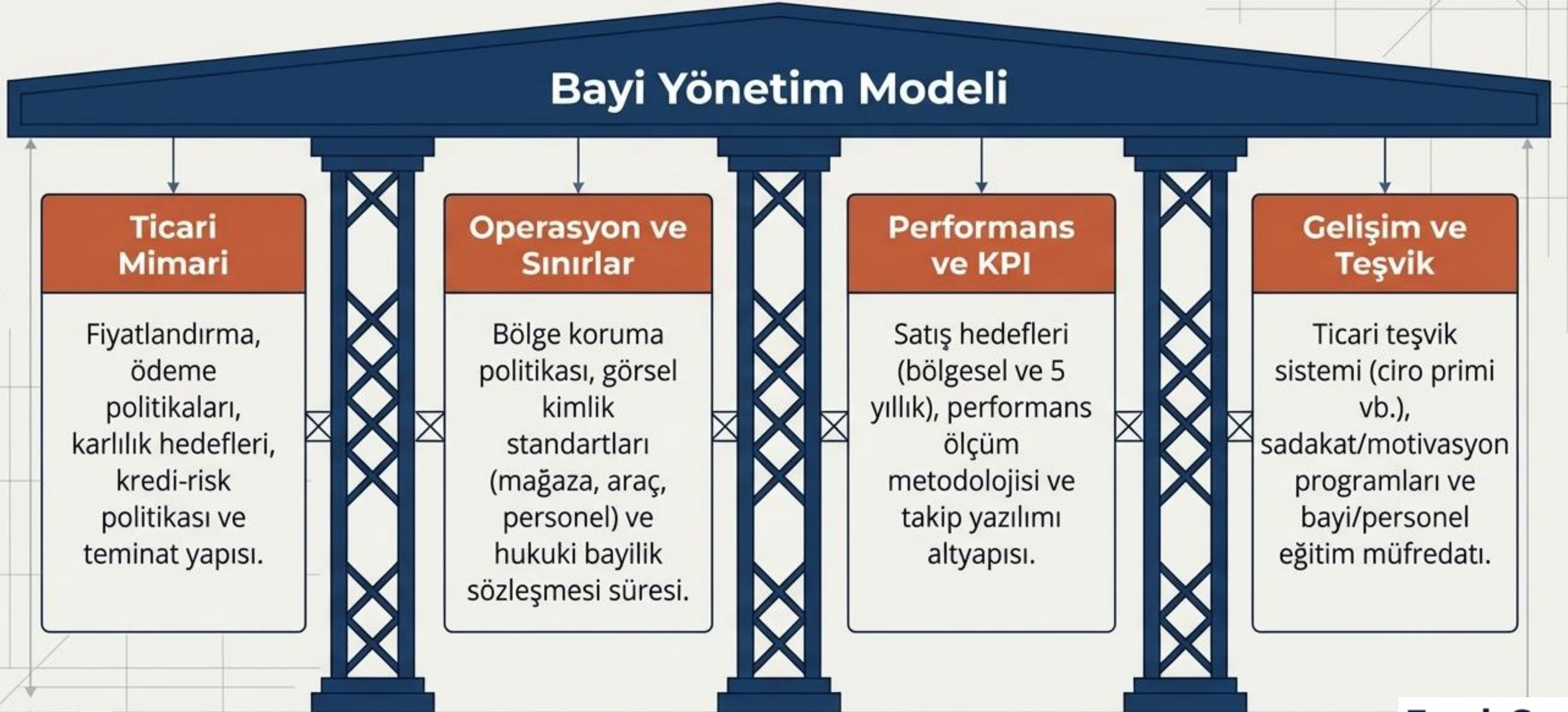
Sınırların Çizilmesi: Merkez ve Saha Rol Matrisi

	XYZ Şirketi (Merkez)	Bayi (Saha)
Strateji ve Hedefleme	5 yıllık ulusal hedef ve bölge ataması belirler	Bölgesel hedefleri gerçekleştirir
Finansal Risk	Kredi-risk politikası ve teminat yönetimi	Ticari yatırım ve teminat sağlama
Pazar Penetrasyonu	Ulusal marka konsepti ve pazarlama	Yerel düzeyde pazara hakimiyet ve müşteri kazanımı
Operasyon ve Denetim	KPI ölçümü, yazılım altyapısı, denetim	Çalışma standartlarına, mağaza ve görsel kimliğe uyum

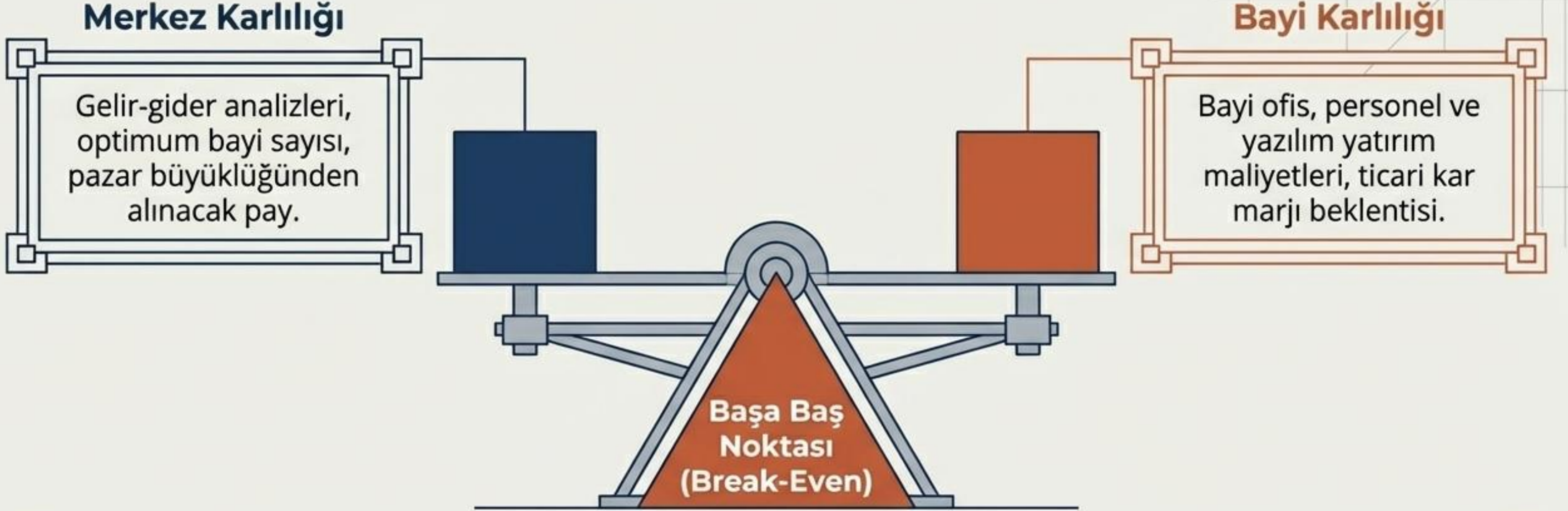
Faz 1 (1. Ay): Zemin Etüdü ve Kurumsal Teşhis



Faz 2 (2. - 3. Ay): 4 Sütunlu Bayi Ekosistemi Çerçevesi



Finansal Fizibilite ve Başa Baş Dengesi

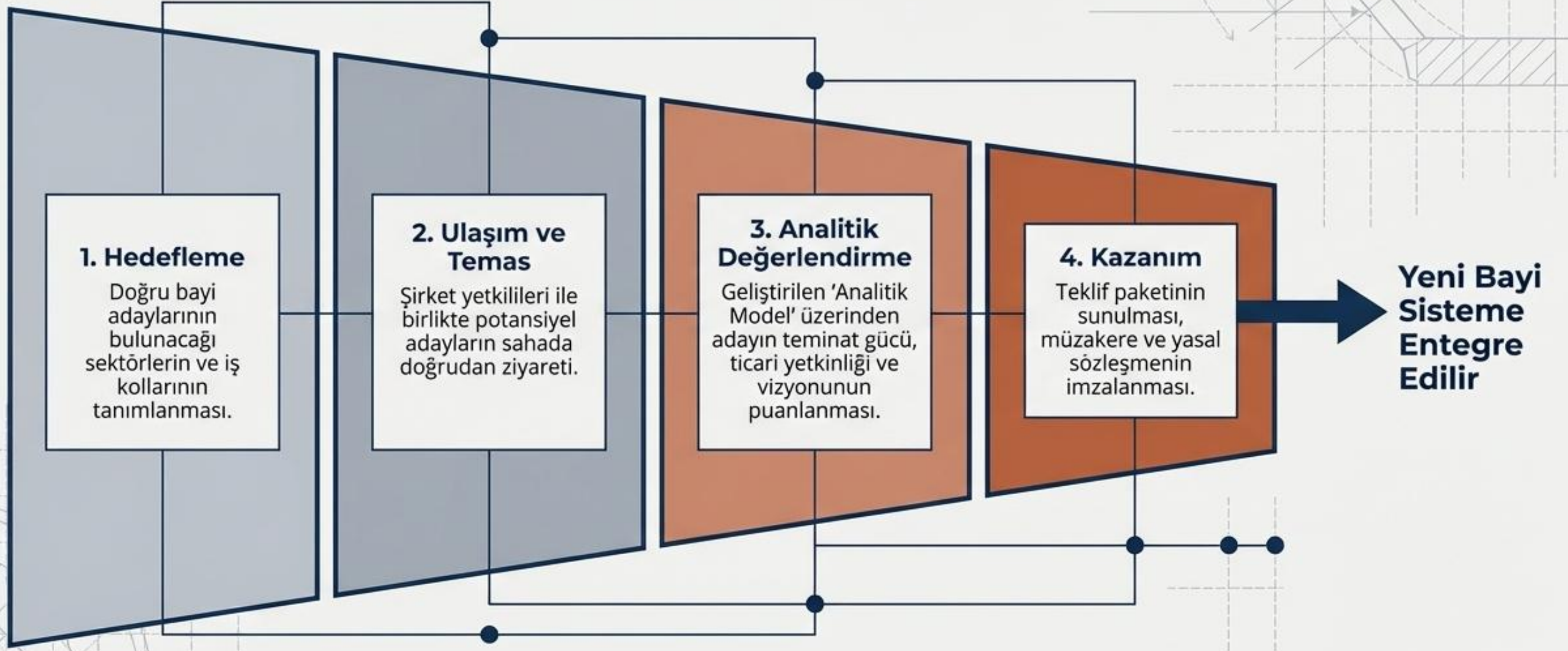


*Bayilik ağının hem şirket hem bayiler için yaşayabilirliği ve yapılabilirliği,
matematiksel bir gelir-gider dengesiyle kanıtlanacaktır.*

‘Bayi Teklif Paketi’: Adaylara Sunulacak Ticari Varlıklarımız



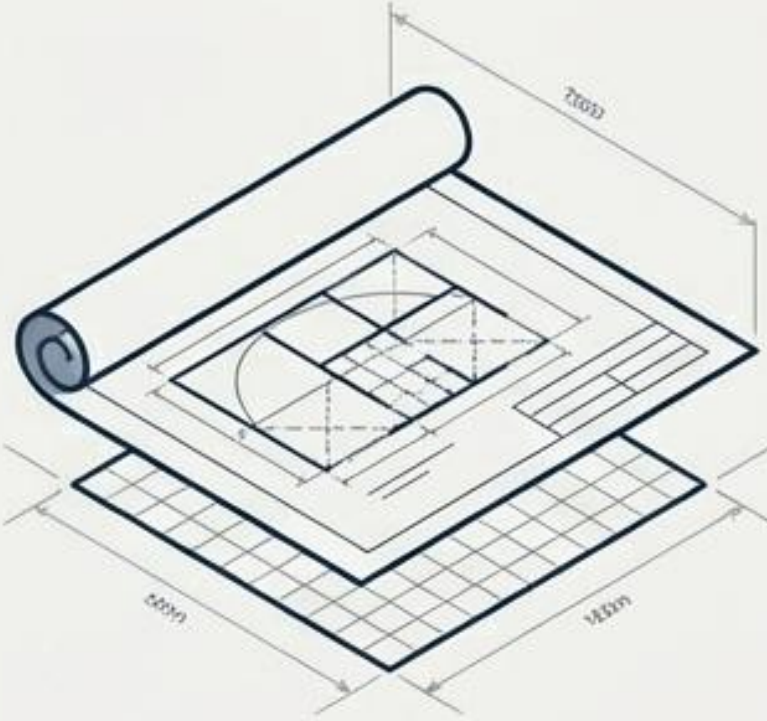
Bayi Kazanım Hunisi: Tespit, İkna ve Seçim Süreci



Faz 3 (4. - 6. Ay): Saha İnşası ve Ekip Kurulumu

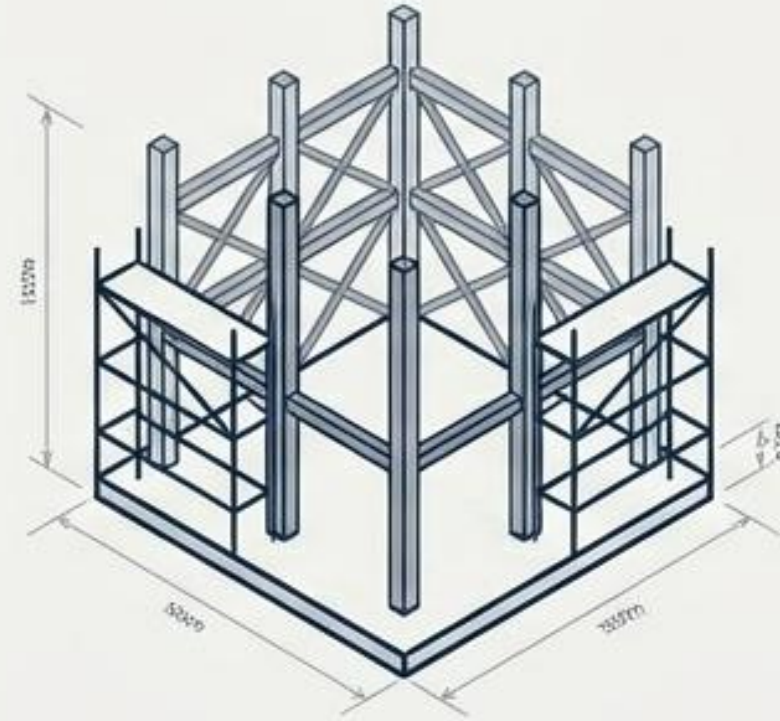
Satış Ekibinin Kurulumu

Yönetim onayı ile personel seçimi, mülakatlara katılım, yetkinlik/görev tanımları ve sıfırdan satış ekibinin organizasyonu.



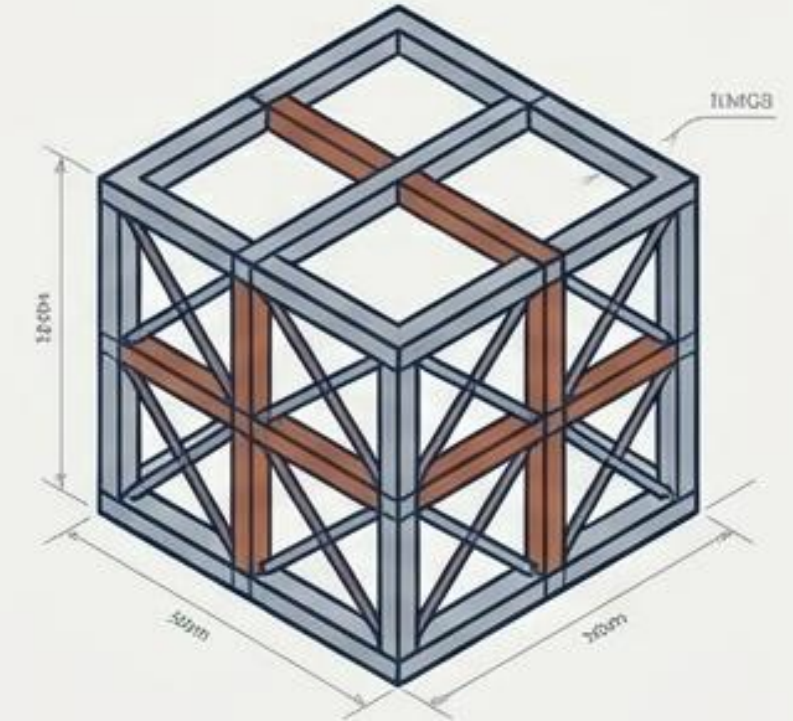
Saha Koçluğu ve Kalibrasyon

Satış toplantılarına katılım, bayi personeline eğitim/koçluk verilmesi, ortak satış dilinin ve kültürünün oluşturulması.



Canlı Test ve Önleyici Tedbirler

Stratejinin sahada fiili olarak test edilmesi, majör problemlerin önceden tespiti ve stratejik iyileştirmelerin anında uygulanması.



Sürdürülebilir Kontrol: Performans ve KPI Yönetimi



Merkezi Raporlama

Satış departmanı ve bayiler arasında kurgulanan periyodik toplantı trafiği ve veri akışı.

Performans Metrikleri

Bayi hedeflerine ulaşım oranlarının, müşteri geri bildirimlerinin ve rekabet takibinin anlık izlenmesi.

Sürekli Gelişim

Performans değerlendirme metodolojisi ile bölgesel iyileştirme kararlarının veriye dayalı alınması.

Proje Yönetiřimi ve alıřma Modeli

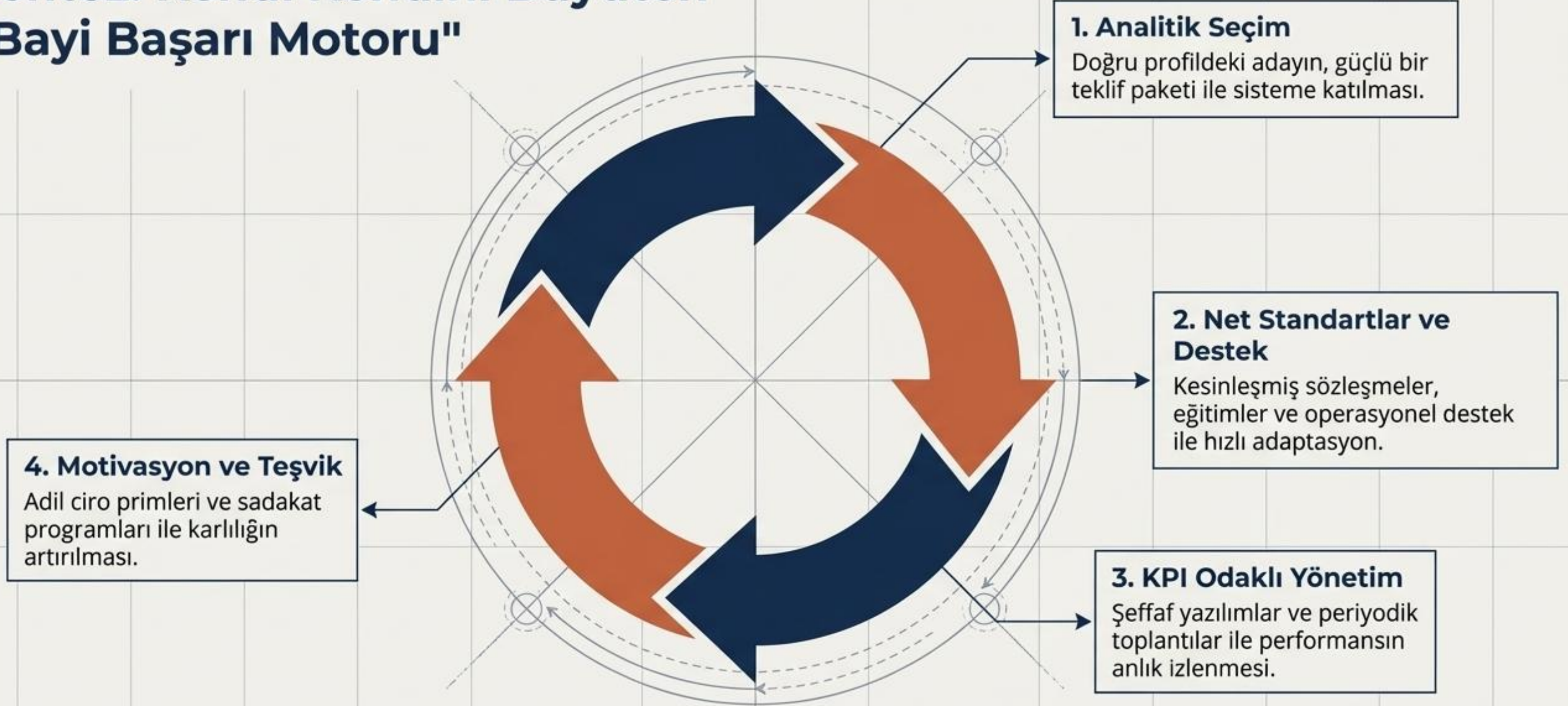


Danışman Rolü (Faruk Şener): Projenin uçtan uca yönetimi. Haftada 1-2 gün şirket ofisinde veya sahada aktif katılım (Gerektiğinde artırılabilir esneklik).

Merkez Rolü (XYZ Şirketi): Bir iç koordinatörün atanması ve yetkinliklerine göre şirket çalışanlarından proje destek ekiplerinin oluşturulması.

Dönüm Noktası Hedefi: 6 ayın sonunda, tüm sistemin kurularak 2-3 yeni bayi ile sözleşme imzalanması ve organizasyonun temellerinin atılması.

Sentez: Kendi Kendini Büyüten "Bayi Başarı Motoru"



6 aylık projenin sonunda XYZ Şirketi, sadece yeni bayiler değil; bölgesel gücü ulusal rekabet avantajına dönüştüren, ölçülebilir ve ölçeklenebilir bir büyüme altyapısı kazanacaktır.