

PwC Uluslararası Açılım ve Büyüme Yol Haritası



PwC Uluslararası Açılım ve Büyüme Yol Haritası



Strateji Uzmanlığı



Sektörel Veri Kaynakları



Endüstriyel Bilgi Birikimi



Benchmark

1 Strateji Değerlendirme

Birebir Görüşmeler

Strateji Çalıştay



Yetkinlik Bazlı Strateji Yaklaşımı ®

2 Stratejik İş Planı

Küresel Pazar Analizi

Hedef Pazar Seçimi

Hedef Pazarlar İçin Stratejik İş Planı

Hedef Pazarlardaki Projeksiyonlar

3 Gelişim Yol Haritası

Yönetim, ürün ekibi, pazarlama & satış ve finans

Veri ve Yetkinliklerin Analizleri

Gelişim Alanlarının Belirlenmesi



Hızlı Aksiyonlar



Stratejik KPI Önerileri



Global Bilgi Birikimi



Uygulanabilir Proje Önerileri



Konu Uzmanları

4



Müşteri & Yatırımcı



Stratejik İş Planı kapsamında 4 ana grup altında çeşitli soruların cevabını arayacağız ve planı bu kapsamda ortaya koyacağız

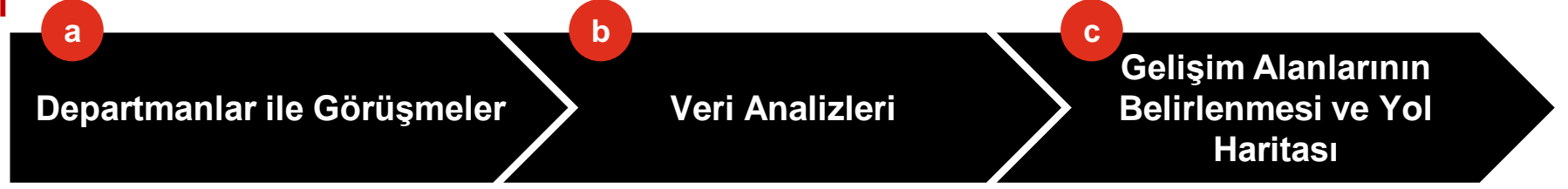
Cevap Arayacağımız Kritik Sorular





Firmanızın gelişim alanlarını belirlemek ve bunları projelendirip yol haritasına koymak adına üç aşamalı bir yaklaşım izleyeceğiz

Gelişim Yol Haritası Aşamaları



Farklı birimlerden yöneticilerle birebir ve grup görüşmeleri yapılacaktır.

Yapılan departman görüşmelerinin ardından departmanların sağladığı veriler analiz edilip sektördeki iyi örneklerle kıyaslanacaktır

Şirketin yetkinlik bazlı stratejisi ile birlikte, departmanlarla yapılan görüşmeler ve yapılan analizler doğrultusunda gelişim alanları belirlenecektir.

Çalıştayda Tanımlanmış Strateji

- Satış
- Pazarlama ve İletişim
- İş Geliştirme
- Prodüksiyon
- Post Prodüksiyon
- Satınalma
- Finans
- Bilgi Teknolojileri
- İnsan Kaynakları

- Departmanlar tarafından sağlanan veriler, her departmanın olgunluk seviyesi ile güçlü ve gelişime açık yönlerinin belirlenmesinde temel oluşturmak üzere analiz edilir

- **Gelişim Yol Haritası**
Gelişim alanlarına yönelik proje kartlarını da içermektedir.



Proje Zaman Planı Genel Görünüm

Fazlar	1. hafta	2. hafta	3. hafta	4. hafta	6. hafta	7. hafta	8. hafta	52. hafta
Strateji Değerlendirilme								
<i>Üst seviye küresel pazar analizi</i>								
<i>Küresel rekabet analizi (sektörde hangi firmalar var, bu firmaların genel oyun tarzları nasıl, hangi ürün ve hizmetleri sunuyorlar -nasıl fark yapıyorlar)</i>								
<i>Öne çıkan sektör trendleri</i>								
<i>Seçilen hedef pazardaki stratejik iş planı</i>								
<i>Seçilen pazarlardaki iş birliği fırsatları</i>								
<i>Hedef müşteri & pazar yapılanmasına göre yatırımcı görüşmelerin organize edilmesi</i>								
Finansal Değerlendirme								
<i>Mevcut P&L, 3 yıllık P&L, rakamsal değerlendirme</i>								

* 1 haftalık fazlar -1 aylık efora karşılık gelmektedir. İlk 6-8 haftalık faz – 6-8 aylık efora denk gelmektedir.