
1. MEVCUT DURUM ANALİZİ (BASELINE)

İşletmenizden alınan finansal veriler ve mevcut müşteri portföyü incelendiğinde şu tablo ortaya çıkmaktadır:

- **Mevcut Aylık Ciro:** ~36.970 ₺
- **Mevcut Müşteri Sayısı:** 15 Adet (Armut, Maps ve Çevre Referansı)
- **Ortalama İşlem Değeri (Sepet Tutarı): 2.464 ₺**
 - *Not: Müşteri başı cironuz sektör ortalamasının üzerindedir. Bu durum, reklam maliyetlerini çok daha kolay tolere etmemizi sağlayan en büyük avantajımızdır.*
- **Acil Hedef:** Mevcut ciroyu 2 katına çıkarmak (~74.000 ₺ bandı).
- **İhtiyaç:** Mevcut organik akışa ek olarak, her ay **minimum 15 yeni müşteri** kazanılması gerekmektedir.

2. PAZAR ANALİZİ VE POTANSİYEL (NEDEN BÜYÜMEK ZORUNDAYIZ?)

İzmir Buca özelinde yapılan demografik analiz, pazarın büyüklüğünü ve kaçırılan fırsatı netleştirmektedir:

- **Pazar Büyüklüğü:** Buca'da yaklaşık **525.000 nüfus** ve **210.000 Konut + Yazlık** bulunmaktadır.
- **Talep Sıklığı:** Hijyen standartları gereği her hane yılda en az 1 kez yıkama hizmetine ihtiyaç duyar.
- **Günlük Potansiyel:** Sadece Buca'daki hanelerin %20'sinin bu hizmeti aldığını varsaysak bile; **ilçede her gün ortalama 95 adet koltuk takımı yıkanmaktadır.**

Tespit: Pazarın günlük hacmi ~95 iş iken, işletmemiz şu an ayda 15 iş yapmaktadır. Sorun talep eksikliği değil, "**Görünürlük ve Güven**" eksikliğidir. Bu devasa pastadan günlük sadece **1 iş daha almak**, ciroyu katlamaya yetmektedir.

3. FİNANSAL PROJEKSİYON VE YATIRIM/GETİRİ (ROI) TABLOSU

Hedeflenen 2 kat ciroya ulaşmak için kurguladığımız matematiksel model şöyledir:

Neden Profesyonel Yönetim (8.000 ₺) Şart? Müşteriden 2.500 ₺ bandında bir hizmet bedeli talep ediyoruz. Reklam müşteriye kapıya getirir, ancak satışı **profilin kalitesi** kapatır. Amatör görsellerle bu fiyat politikasını sürdürmek, reklam bütçesini boşa harcamak demektir. Profesyonel yönetim, reklamın dönüşüm oranını (Randevu alma yüzdesini) artırmak için teknik bir zorunluluktur.

Yatırım ve Beklenen Kazanç Tablosu:

- **Hedef:** +15 Yeni Müşteri.
- **Tahmini Müşteri Edinme Maliyeti:** ~400 ₺ (Reklam harcaması).
- **Gereken Reklam Bütçesi:** 15 x 400 ₺ = **6.000 ₺** (Aylık Tahmini).
- **Toplam Yatırım:** 8.000 ₺ (Hizmet Bedeli) + 6.000 ₺ (Reklam) = **14.000 ₺**.
- **Beklenen Ek Ciro:** 15 x 2.464 ₺ = **~37.000 ₺**.

Sonuç: Yaklaşık 14.000 ₺'lik toplam yatırımla, işletmeye her ay düzenli **37.000 ₺ taze nakit akışı** sağlayacak bir sistem kurulması hedeflenmektedir. (Müşteri sadakati ve sonraki siparişler bu hesaplama dahil değildir, onlar ekstra kârdır).

4. META REKLAM STRATEJİSİ (EYLEM PLANI)

Bütçeyi en verimli kullanmak adına 3 aşamalı bir reklam kurgusu uygulanacaktır:

A. Senaryo 1: "Tatmin Edici Temizlik" (Müşteri Yakalama)

- **İçerik:** Kirli suyun çekildiği, koltuğun renginin açıldığı ASMR tarzı Reels videoları.
- **Amaç:** "Benim koltuğum da böyle temizlenmeli" hissi uyandırarak soğuk kitleyi yakalamak.

B. Senaryo 2: "Öncesi/Sonrası & Güven" (Karar Verme)

- **İçerik:** Ekranı ikiye bölen "Öncesi ve Sonrası" görselleri ve müşteri yorumları.
- **Amaç:** Kararsız müşteriye kurumsallığı kanıtlamak ve güven vermek.

C. Senaryo 3: B2B Kurumsal Odaklı (Yüksek Ciro)

- **İçerik:** Kafe, restoran ve ofis sandalyelerinin toplu temizliği.
- **Amaç:** Buca'daki işletme sahiplerine ulaşp, tek seferde yüksek cirolu (toptan) işler almak.

5. RİSK YÖNETİMİ VE ZAMAN ÇİZELGESİ

Ticarette garanti yoktur, yönetilebilir risk vardır. B Planımız hazırdır.

- **Kötü Senaryo:** İlk ay reklam optimizasyonu (öğrenme süreci) nedeniyle müşteri edinme maliyeti öngörülenden yüksek çıkabilir.
- **Müdahale:** Dijital reklamın avantajı anlık müdahaledir. Çalışmayan reklam kapatılır, bütçe korunur. Paranızı bir kara deliğe atmıyoruz; verilerle yönetilen bir sisteme yatırıyoruz.

Takvim:

- **1. - 30. Gün:** Kurulum, test reklamları, veri toplama.
- **30. - 45. Gün:** Kazandıran reklamın tespiti ve bütçenin oraya kaydırılması.
- **45. - 90. Gün:** Hedeflenen x2 ciroya ve stabil müşteri akışına ulaşılması.