**A. İşletme ve Ürün Bilgileri**

**1. Sektör ve Genel Piyasa Bilgileri**

* **Sektör Tanımı ve Trendler:**
  + İşletmenizin faaliyet gösterdiği sektör nedir?
  + Sektörünüzdeki temel trendler, yenilikler ve gelecekte beklenen gelişmeler nelerdir?
  + Sektördeki büyüme oranları, pazar dinamikleri ve rekabet ortamı hakkında ne söyleyebilirsiniz?
  + Sektördeki yasal düzenlemeler, vergi yükümlülükleri ve politik gelişmeler nasıl etkiliyor?
* **Pazar Konumu ve Hedefler:**
  + Hedef pazarınızın genel yapısı ve büyüklüğü nedir?
  + Pazar payınız, rekabet avantajlarınız ve zayıf yönleriniz nelerdir?
  + Hedef pazarınızda gelecekte yer almak istediğiniz konum nedir?

**2. Ürün/Hizmet Portföyü ve Konumlandırması**

* **Ürün/Hizmet Kategorileri:**
  + Ürün/hizmet portföyünüzde hangi ana kategoriler ve alt kategoriler bulunuyor?
  + Her bir ürün veya hizmetin temel özellikleri, faydaları ve farklılaştırıcı unsurları nelerdir?
  + Ürün yaşam döngüsü (giriş, büyüme, olgunluk, düşüş) nasıl yönetiliyor?
* **Kalite, İnovasyon ve AR-GE:**
  + Ürün/hizmet kalitesi, sertifikalar ve kalite kontrol süreçleriniz nelerdir?
  + Ürün inovasyonu ve Ar-Ge yatırımlarınız hakkında bilgi verir misiniz?
  + Müşteri geri bildirimlerini ürün geliştirme sürecinde nasıl değerlendiriyorsunuz?
* **Fiyatlandırma Stratejileri:**
  + Ürün/hizmetleriniz hangi fiyat aralığında konumlandırılmıştır?
  + Fiyatlandırmada maliyet, kalite, marka değeri, rekabet ve hedef pazar faktörleri nasıl hesaplanıyor?
  + Kampanya, promosyon, indirim ve sadakat programlarının fiyat stratejinizdeki rolü nedir?

**3. Üretici / Satıcı / Aracı Modeli**

* **Üretim ve Tedarik Zinciri:**
  + İşletmeniz ürünleri kendisi mi üretiyor, yoksa tedarikçi/üçüncü taraflardan mı temin ediyorsunuz?
  + Üretim süreçlerinizde kullanılan teknolojiler, otomasyon düzeyi ve kalite kontrol mekanizmaları nelerdir?
  + Tedarik zinciri yönetimi, stok kontrolü ve lojistik süreçleriniz nasıl yapılandırılmış?
* **Dağıtım ve Satış Kanalları:**
  + Ürün/hizmetlerinizin dağıtım kanalları nelerdir?  
    (Online satış, fiziksel mağazalar, distribütörler, franchise modelleri, vb.)
  + Kanallar arası entegrasyon ve sinerji nasıl sağlanıyor?
  + Satış sonrası hizmet, garanti ve müşteri destek süreçleriniz neler?
* **İş Ortaklıkları ve Stratejik İşbirlikleri:**
  + İşletmenizin iş ortaklıkları, franchise veya distribütör anlaşmaları var mı?
  + İşbirlikleri ile oluşturulan sinerjiler ve ortak projeler nelerdir?
  + Ortaklıkların işletme stratejinize katkısı nasıl değerlendiriliyor?

**B. Hedef Müşteri Profili**

**1. Demografik Bilgiler**

* **Yaş ve Nesil:**
  + Hedef kitlenizin yaş dağılımı nedir?  
    (Örneğin: 18–24, 25–34, 35–44, 45–54, 55+)
  + Farklı yaş gruplarının satın alma alışkanlıkları, ürün/hizmet tercihleri ve marka sadakati arasında belirgin farklar var mı?
* **Cinsiyet ve Kimlik:**
  + Ürün/hizmetiniz belirli bir cinsiyete (kadın, erkek, diğer) yönelik mi?
* **Eğitim, Meslek ve Gelir Düzeyi:**
  + Müşterilerinizin eğitim düzeyleri ve meslek grupları nelerdir?
  + Gelir düzeyine göre tüketim alışkanlıkları, harcama gücü ve tercih edilen ürün kategorileri nasıl değişiyor?
  + Mesleki statü ve gelir seviyesi, ürün/hizmet seçiminde ne ölçüde etkili?
* **Aile Yapısı ve Sosyal Statü:**
  + Medeni durum, çocuk sayısı, aile yapısı gibi faktörler müşterilerin satın alma kararlarını nasıl etkiliyor?
  + Sosyal statü ve yaşam tarzı (öğrenci, çalışan, evli, ebeveyn vb.) müşteri segmentasyonunda nasıl yer alıyor?
* **Sağlık Durumu ve Yaşam Kalitesi:**
  + Müşterilerinizin sağlık durumu, yaşam kalitesi ve yaşam tarzı ürün/hizmet seçiminde ne kadar belirleyici?
  + Sağlık bilinci, spor, beslenme alışkanlıkları gibi etmenler göz önünde bulunduruluyor mu?

**2. Coğrafi ve Kültürel Bilgiler**

* **Konum ve Bölgesel Dağılım:**
  + Hedef kitleniz hangi şehir, ilçe veya bölgelerden yoğunlukta geliyor?
  + Şehir merkezi, banliyö veya kırsal alanlarda yaşayan müşteriler arasındaki farklılıklar nelerdir?
  + Bölgesel ekonomik ve sosyal faktörler (örneğin, yerel yaşam standartları, kültürel gelenekler) nasıl etkili?
* **Dil, Kültür ve Yerel Değerler:**
  + Bölgesel dil, aksan, kültürel motifler ve yerel değerler müşterilerin marka algısında nasıl bir rol oynuyor?
  + Bölgesel tatlar, giyim tarzları, geleneksel motifler gibi unsurlar ürün tasarımında veya reklam mesajlarında kullanılıyor mu?
* **Ürüne Ulaşım ve Lojistik:**
  + Müşterileriniz ürün/hizmete nasıl ulaşıyor? (Online, mobil uygulama, fiziksel mağaza, çağrı merkezi, vb.)
  + Ulaşım ve lojistik altyapısı, coğrafi konum farkındalığı açısından nasıl optimize ediliyor?
  + Bölgesel dağıtım, teslimat süreleri ve müşteri memnuniyeti nasıl yönetiliyor?
* **İklim, Mevsimsellik ve Çevresel Faktörler:**
  + Hedef bölgelerdeki iklim koşulları (sıcaklık, nem, yağış, mevsimsel değişiklikler) ürün tercihlerini nasıl etkiliyor?
  + Mevsimsel kampanyalar, stok yönetimi ve promosyon stratejileriniz iklimsel etkilere göre nasıl ayarlanıyor?
  + Çevresel sürdürülebilirlik, ekolojik denge ve yeşil pazarlama stratejileri mevcut mu?

**3. Davranışsal ve Tüketim Alışkanlıkları**

* **Satın Alma Sıklığı ve Tercih Edilen Kanallar:**
  + Müşteriler ürün/hizmetlerinizi hangi sıklıkta satın alıyor?  
    (Günlük, haftalık, aylık, mevsimsel)
  + Alışveriş kanalları (online, mobil, fiziksel mağaza, sosyal medya) arasında hangi kanallar daha ön planda?
  + Çeşitli kanallarda (omni-channel) alışveriş davranışlarında tutarlılık veya farklılık var mı?
* **Fiyat Hassasiyeti ve Kampanya Tepkileri:**
  + Müşteriler fiyat değişikliklerine ve indirim kampanyalarına nasıl tepki veriyor?
  + Fiyat duyarlılığı yüksek segmentler ile kalite odaklı segmentler arasında fark var mı?
  + Sadakat programları, kuponlar, özel gün indirimleri ve promosyonların etkililiği nasıl ölçülüyor?
* **Ürün Kullanım Davranışları ve Geri Bildirimler:**
  + Ürün/hizmet kullanım sıklığı, kullanım süresi ve müşterinin ürünü benimseme süreci nasıl işliyor?
  + İade oranları, şikayetler, online yorumlar ve sosyal medya geri bildirimleri nasıl değerlendiriliyor?
  + Satın alma sonrası kullanıcı deneyimi, yeniden satın alma oranları ve referanslar hakkında veriler mevcut mu?
* **Marka Bağlılığı, Tavsiye ve Sosyal Etki:**
  + Müşteriler markanıza ne kadar bağlı?  
    (Sadakat programlarına katılım, tekrar alışveriş oranları)
  + Aile, arkadaş, sosyal çevre ve influencer etkisi, satın alma kararlarını ne ölçüde etkiliyor?
  + Sosyal medya üzerinden markayla etkileşim, yorum ve paylaşım oranları nasıl?

**4. Psikografik ve Teknolojik Eğilimler**

* **Yaşam Tarzı, Hobiler ve Değerler:**
  + Hedef kitlenizin yaşam tarzı; aktiviteler, hobiler, seyahat, spor, sanat ve sosyal yaşam gibi unsurlar nelerdir?
  + Çevre bilinci, sürdürülebilirlik, yenilikçilik, kalite, estetik ve diğer değerler hangi düzeyde öne çıkıyor?
  + Müşterilerinizin psikolojik motivasyonları, kişilik özellikleri ve satın alma kararlarını etkileyen içsel faktörler neler?
* **Satın Alım Motivasyonları ve Karar Verme Süreci:**
  + Satın alma kararında hangi faktörler (fiyat, kalite, marka itibarı, tasarım, sosyal kanıt, tavsiye) belirleyici?
  + Müşteriler, satın alma öncesi araştırma, ürün karşılaştırması ve referans arama süreçlerini nasıl yürütüyor?
  + Karar verme sürecinde etkilenen kişiler (aile, arkadaş, online yorumlar) kimler?
* **Dijital Alışkanlıklar ve Teknolojik Adaptasyon:**
  + Hedef kitleniz dijital platformlarda (sosyal medya, mobil, e-ticaret) ne kadar aktif?
  + Kullanılan dijital cihazlar (akıllı telefon, tablet, bilgisayar) ve tarayıcı tercihleri nelerdir?
  + Yapay zeka, otomasyon, sanal gerçeklik (VR/AR) veya diğer teknolojik yeniliklere olan ilgi ve adaptasyon düzeyi nedir?
  + Veri gizliliği, kişiselleştirme ve dijital reklam algısı konusunda müşterilerinizin beklenti ve endişeleri var mı?
* **Pandemi ve Ekonomik Dönemlerin Etkisi:**
  + Pandemi veya ekonomik kriz gibi dönemlerde tüketim alışkanlıklarında ne gibi değişiklikler gözlemlendi?
  + Bu dönemlerde müşterilerin marka sadakati, fiyat duyarlılığı ve satın alma davranışları nasıl etkilendi?
  + Uzaktan çalışma, dijitalleşme ve online hizmetlere geçişin etkileri nasıl değerlendiriliyor?

**C. Satış Trendleri, Ekonomik ve Sektörel Veriler**

* **Satış Verileri ve Trend Analizi:**
  + Geçmiş satış verilerinizde belirgin sezonluk, mevsimsel veya özel gün dalgalanmaları var mı?
  + Ürün/hizmet satışlarında hangi kampanya veya promosyon dönemleri en yüksek performansı gösterdi?
  + Online ve offline satış kanallarındaki dönüşüm oranları ve satış performansları nasıl ölçülüyor?
* **Pazar Büyüklüğü, Rekabet ve Yatırım:**
  + Hedef pazarınızın büyüklüğü, pazar payınız ve büyüme potansiyeliniz nedir?
  + Rakipleriniz kimler, hangi alanlarda öne çıkıyorlar ve markanızın rekabet avantajları nelerdir?
  + Sektörde yapılan yatırımlar, finansal destekler, girişim sermayesi veya kamu teşvikleri gibi etmenler nasıl değerlendiriliyor?
* **Ekonomik Dalgalanmalar ve Yasal Düzenlemeler:**
  + Ekonomik dalgalanmalar (enflasyon, döviz kurları, kriz dönemleri) müşteri harcamalarını nasıl etkiliyor?
  + Sektöre yönelik yasal düzenlemeler, vergi teşvikleri, kısıtlamalar veya mevzuat değişiklikleri hakkında bilgileriniz nelerdir?
  + Bu ekonomik ve yasal etmenler stratejinizi nasıl şekillendiriyor?

**D. Müşteri Segmentasyonu**

* **Segmentasyon Temelleri:**
  + Hedef kitleniz B2B (işletmelere yönelik) mi, B2C (bireysel tüketiciler) mi, yoksa her ikisini de kapsıyor mu?
  + Müşteri segmentasyonu için hangi kriterleri kullanıyorsunuz?  
    (Demografik, coğrafi, davranışsal, psikografik, teknolojik)
* **Müşteri Yaşam Döngüsü ve Değerleme:**
  + Müşterilerinizle ne kadar süredir çalışıyorsunuz? Yeni kazanılanlar ve sadık müşteriler arasındaki oran nedir?
  + Müşteri edinme (CAC) ve elde tutma stratejileriniz neler?
  + Müşteri ömür değeri (CLV) hesaplanıyor mu ve segmentlere göre nasıl dağılım gösteriyor?
* **Sadakat Programları ve Özel Müşteri İlişkileri:**
  + Sadakat programları, müşteri sadakati ve tekrar alışveriş oranları nasıl yönetiliyor?
  + Özel müşteri etkinlikleri, VIP programları veya kişiselleştirilmiş teklifler uygulanıyor mu?
  + Yeni müşteri ile mevcut müşteri arasındaki iletişim ve pazarlama stratejileri nasıl ayrıştırılıyor?

**E. Dönüşüm Tahmini ve Performans Ölçümü**

* **Dönüşüm Metriği ve Analiz:**
  + Web sitesi, sosyal medya, mobil uygulama ve fiziksel mağaza gibi tüm kanallardaki dönüşüm oranları nasıl ölçülüyor?
  + Kullanıcı davranışları (tıklama, sepet ekleme, ödeme, abonelik) hangi metriklerle izleniyor?
  + A/B testleri, kullanıcı deneyimi (UX) analizleri ve veri analitiği araçları kullanılıyor mu?
* **Müşteri Edinme Maliyeti (CAC) & Müşteri Ömür Değeri (CLV):**
  + Bu metrikleri düzenli takip ediyor musunuz? Güncel rakamlar ve hedefleriniz nelerdir?
  + Müşteri edinme stratejilerinde hangi optimizasyonlar yapılıyor?
* **Müşteri Memnuniyeti ve Sadakati:**
  + CSAT, NPS, müşteri şikayet oranları gibi ölçümler yapılıyor mu?
  + Geri bildirim toplama, müşteri anketleri ve memnuniyet araştırmaları hangi sıklıkla yapılıyor?
  + Müşteri memnuniyeti artışını sağlayacak iyileştirme adımları ve stratejiler nelerdir?
* **ROI, Medya Harcamaları ve Kampanya Performansı:**
  + Reklam kampanyalarınızın yatırım geri dönüşü (ROI) hangi yöntemlerle ölçülüyor?
  + Medya harcamaları, kanal bazlı performans ve bütçe optimizasyonu nasıl gerçekleştiriliyor?
  + Kampanya sonrası analiz raporları, performans ölçütleri ve iyileştirme aksiyon planları mevcut mu?

**F. İşletme Sahibi ve Kurumsal Yönetim Bilgileri**

**1. İşletme Sahibi Profili ve Liderlik**

* **Girişimcilik ve Deneyim:**
  + İşletme sahibi olarak sektöre girişiniz, geçmiş deneyimleriniz ve başarı hikayeleriniz nelerdir?
  + Liderlik tarzınız, yönetim felsefeniz ve işletmeyi yönetme yaklaşımınız hakkında bilgi verir misiniz?
  + Stratejik kararlar alırken en çok hangi verilere veya deneyimlere dayanıyorsunuz?
* **Vizyon, İş Hevesi ve Gelecek Planları:**
  + İşletmenizin geleceği için kısa, orta ve uzun vadeli vizyonunuz nedir?
  + İşe olan yatkınlığınız, tutkularınız ve ticari kaygılarınız arasında nasıl bir denge kuruyorsunuz?
  + Yeni pazarlara açılma, büyüme ve inovasyon konularında planlarınız neler?

**2. Finansal Kaynaklar, Sermaye ve Network**

* **Sermaye Yapısı ve Finansal Kaynaklar:**
  + İşletmenizin mevcut sermaye yapısı, finansal kaynakları ve yatırım kapasitesi hakkında detaylı bilgi veriniz.
  + Finansal planlama, nakit akışı yönetimi ve bütçe stratejileriniz nasıl belirleniyor?
* **İş Ağı ve Ortaklıklar:**
  + Sektördeki networkünüz, iş ortaklıklarınız ve stratejik işbirlikleriniz nelerdir?
  + İşletmenizin sahip olduğu insan kaynağı, teknik ve teknolojik altyapı durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz?
* **İşletme Büyüklüğü ve Geleceğe Yönelik Stratejiler:**
  + İşletmeniz küçük, orta veya büyük ölçekli olarak nasıl tanımlanıyor?
  + Gelecek için planladığınız büyüme stratejileri, yeni ürün lansmanları ve pazar genişlemesi hedefleriniz nelerdir?

**G. İşletmenin Kurumsal Kimliği ve Marka Stratejisi**

**1. Kurumsal Kimlik, Vizyon & Misyon**

* **Vizyon ve Misyon:**
  + İşletmenizin kısa ve uzun vadeli vizyonu nedir?
  + Misyonunuz, müşterilere ve pazara sunmak istediğiniz temel değerler nelerdir?
  + Bu vizyon ve misyon, günlük operasyonlara ve uzun vadeli stratejilere nasıl yansıtılıyor?
* **Temel Değerler, İnançlar ve Marka İlkeleri:**
  + Markanızın temel değerleri, ilkeleri ve inançları nelerdir?  
    (Örneğin: kalite, inovasyon, çevre bilinci, müşteri odaklılık, şeffaflık)
  + Bu değerler, ürün geliştirme, müşteri hizmetleri ve pazarlama stratejilerinde nasıl uygulanıyor?
* **Marka Hikayesi ve Geçmiş Başarılar:**
  + Markanızın kuruluş hikayesi, ilham veren anekdotlar ve önemli dönüm noktaları nelerdir?
  + Geçmişte elde ettiğiniz başarılar, ödüller ve sektörel tanınırlık nasıl vurgulanıyor?

**2. Kurumsal Tasarım ve İletişim Unsurları**

* **Görsel Kimlik:**
  + Kurumsal renk paleti, logo, slogan, tipografi ve diğer tasarım unsurları nelerdir?
  + Tasarım kimliğiniz, pazarlama materyalleri, web sitesi, sosyal medya ve diğer iletişim kanallarında tutarlı mı?
* **İletişim Dili ve Marka Tonu:**
  + Müşterilerle iletişimde kullanmak istediğiniz dil, ton ve üslup nasıl tanımlanıyor?
  + Marka kişiliğiniz (samimi, profesyonel, yenilikçi, dinamik, vb.) hangi iletişim stratejilerine yansıyor?

**3. Rekabet Analizi ve Pazar Konumlandırması**

* **Rakip Analizi:**
  + Ana rakipleriniz kimlerdir? Hangi alanlarda öne çıkıyorlar?
  + Rakiplerle kıyaslandığında markanızın güçlü, zayıf ve benzersiz yönleri nelerdir?
  + Rakip analizine dayalı olarak belirlediğiniz rekabet avantajlarınız neler?
* **Pazar Algısı ve Müşteri İmajı:**
  + Hedef kitleniz, markanızı nasıl algılıyor?
  + Marka imajınızı güçlendirmek için hangi stratejik adımları atıyorsunuz?
  + Müşteri deneyimi ve referanslar, pazar konumlandırmanızda nasıl bir rol oynuyor?

,

**4. Pazarlama ve Satış Hedefleri**

* **Hedefler ve KPI’lar:**
  + Kısa, orta ve uzun vadeli pazarlama ve satış hedefleriniz nelerdir?
  + Yeni müşteri kazanımı, marka bilinirliği, satış artışı, müşteri memnuniyeti gibi metriklerde belirlediğiniz hedefler neler?
  + KPI’larınızı (dönüşüm oranları, müşteri edinme maliyeti, CLV, NPS vb.) nasıl tanımlıyorsunuz?
* **Kampanya ve İletişim Stratejileri:**
  + Geçmişte en başarılı kampanyalarınız ve bu kampanyaların başarı ölçütleri nelerdir?
  + Hangi iletişim stratejileri, mesajlaşma teknikleri ve kreatif unsurlar müşterinizle en iyi etkileşimi sağladı?
  + Gelecekte planladığınız lansman, promosyon ve özel kampanya stratejileri nelerdir?

**5. Bütçe, Kaynaklar ve Teknolojik Altyapı**

* **Reklam ve Pazarlama Bütçesi:**
  + Aylık, üç aylık veya yıllık olarak ayırdığınız reklam bütçesi nedir?
  + Bu bütçe hangi medya kanallarına ve dijital platformlara nasıl dağıtılacak?
  + Bütçe planlamasında, yatırımın geri dönüşü (ROI) ve performans ölçütleri nasıl dikkate alınıyor?
* **İnsan Kaynakları ve Teknolojik Yatırımlar:**
  + Pazarlama ekibinizin büyüklüğü, uzmanlık alanları ve dijital yetkinlik düzeyi nedir?
  + CRM, veri analitiği, dijital dönüşüm ve otomasyon gibi teknolojik altyapılarınızın mevcut durumu ve geleceğe yönelik planlarınız nelerdir?
* **Medya ve İletişim Kanalları:**
  + Aktif olarak kullandığınız medya kanalları nelerdir?  
    (Örneğin: TV, radyo, basılı yayınlar, sosyal medya, dijital reklam, outdoor)
  + Her medya kanalının performansı, erişim oranları ve hedef kitle ile uyumu nasıl değerlendiriliyor?

**H. Reklam Politikası ve Performans Yönetimi**

**1. Performans Ölçüm ve KPI’lar**

* **Dönüşüm ve Etkileşim Analizleri:**
  + Web sitesi, mobil uygulama, sosyal medya ve fiziksel mağaza gibi tüm kanallardaki dönüşüm oranları nasıl ölçülüyor?
  + Kullanıcı davranışları (tıklama, sepet ekleme, ödeme, abonelik) ve etkileşim düzeyleri hangi analitik araçlarla takip ediliyor?
  + A/B testleri, kullanıcı deneyimi (UX) analizleri ve diğer veri toplama yöntemleri nasıl kullanılıyor?
* **Müşteri Edinme Maliyeti (CAC) ve Müşteri Ömür Değeri (CLV):**
  + Bu metrikleri nasıl ölçüyorsunuz? Güncel rakamlar, hedefler ve iyileştirme stratejileriniz nelerdir?
  + Müşteri edinme ve elde tutma stratejilerinde hangi optimizasyonlar planlanıyor?
* **Müşteri Memnuniyeti, NPS ve Geri Bildirim Yönetimi:**
  + CSAT, NPS gibi ölçümler yapılıyor mu? Mevcut skorlar ve hedefler neler?
  + Müşteri geri bildirimleri, şikayet yönetimi ve memnuniyet artırma stratejileriniz nasıl işliyor?
* **ROI, Medya Harcamaları ve Kampanya Performansı:**
  + Reklam kampanyalarınızın yatırım geri dönüşü (ROI) hangi metriklerle ölçülüyor?
  + Hangi medya kanallarından ve kampanya türlerinden en yüksek verimlilik alınıyor?
  + Kampanya sonrası analiz raporları, performans izleme ve optimizasyon süreçleriniz nasıl yapılandırılmış?

**2. Kampanya ve Strateji Geçmişi**

* **Başarılı ve Başarısız Kampanya Analizleri:**
  + Geçmişte en başarılı kampanyalarınız hangileriydi? Hangi faktörler bu başarıda etkili oldu?
  + Beklentilerin altında kalan kampanyalarda hangi eksiklikler vardı ve bunları nasıl gidermeyi planlıyorsunuz?
  + Kampanya süreçlerinde içerik, kreatif strateji, medya seçimi ve zamanlama gibi unsurlar nasıl optimize ediliyor?
* **Medya ve İletişim Stratejileri:**
  + Hangi medya kanalları ile daha yüksek etkileşim ve dönüşüm sağladınız?
  + İletişim stratejilerinizde kullandığınız mesaj, görsel ve hikaye anlatımı unsurları nasıl değerlendiriliyor?

**3. Stratejik Planlama ve Gelecek Vizyonu**

* **Geleceğe Yönelik Büyüme Stratejileri:**
  + Gelecek 1–3 yıl içinde hangi pazarlara, müşteri segmentlerine veya ürün kategorilerine odaklanmayı planlıyorsunuz?
  + Yeni ürün/hizmet lansmanları, genişleme stratejileri ve inovasyon planlarınız nelerdir?
  + Stratejik iş ortaklıkları ve yatırım planları konusunda öngörüleriniz var mı?
* **İnovasyon, Dijital Dönüşüm ve Teknolojik Yatırımlar:**
  + Dijital pazarlama, yapay zeka, otomasyon, VR/AR gibi teknolojik yeniliklere ne kadar yatırım yapmayı düşünüyorsunuz?
  + Teknolojik trendler doğrultusunda marka imajınızı ve müşteri deneyimini nasıl yenilemeyi planlıyorsunuz?
* **Risk Yönetimi ve Esneklik:**
  + Piyasa dalgalanmaları, ekonomik krizler veya beklenmedik durumlara karşı risk yönetimi stratejileriniz nelerdir?
  + Esnek bütçe, kriz dönemlerinde pazarlama stratejilerinin adaptasyonu ve iletişim planlaması nasıl yapılandırılıyor?