profaj

30

60

90

ROL REHBERİ · PAZARLAMA YÖNETİCİLERİ

Pazarlama Yöneticisinin İlk 90 Günü

Devralmadan ilk yönetim sunumuna kadar her haftayı planlayın: erişim envanteri, denetim tablosu ve 30-60-90 şablonu elinizde.

Yeni göreve başlayan ya da mevcut ekibi devralan pazarlama yöneticileri için. Her sayfada doldurabileceğiniz bir tablo ya da liste var.

BU REHBERDE

1 **Devralma ve ilk görüşmeler**

2 **Denetim tablosu**

3 **Hızlı kazanımlar**

4 **30-60-90 planı**

BU REHBER

İlk üç ayı tahmine değil plana bağlayın

Yeni bir pazarlama görevinde ilk aylar, sonraki yılı belirler. Bu rehber, devraldığınız işi hızla ve sakin biçimde anlamanız için sıralı bir yol çizer.

Kimin için

- Yeni göreve başlayan pazarlama yöneticisi ve müdürü
- Ekibi devralan ya da yeni bir markaya geçen yönetici
- İlk kez yönetici olan pazarlama uzmanı

Ne kazandırır

- Neyin kimde olduğunu gösteren erişim envanteri
- Kanıta dayalı bir denetim tablosu
- Güvenilir hızlı kazanımlar ve yönetime ilk sunum iskeleti

Rehberin haritası

Sayfa	Bölüm	Ne işe yarar
3	Devralma ve ilk görüşmeler	Erişim envanteri ve görüşme listesiyle ilk ayı düzene sokun.
4	Denetim tablosu	Dokuz alanı aynı ölçütle değerlendirin, bulguları kanıtlayın.
5	Hızlı kazanımlar	Etki ve çabaya göre en fazla üç işi seçin.
6	30-60-90 planı	Kalıcı planı yazın ve yönetime tek sayfada sunun.
7	Özet kontrol listesi	Rehberin tamamını tek sayfada, işaretleyerek gözden geçirin.

Başlamadan önce kendi durumunuzu yazın

DEVRALDIĞINIZ EKİP VE AJANSLAR (KISACA)

YÖNETİMİN SİZDEN İLK BEKLENTİSİ (KENDİ CÜMLENİZLE)

GÜN 1 İLE 30

Devralma: önce dinleyin, erişimleri toplayın

İlk ayın işi karar vermek değil, neyin nerede durduğunu görmektir. Önce erişimleri ve insanları toplayın, sonra denetime geçin.

Erişim ve sahiplik envanteri

Her hesabın ve aracın sahibi şirket mi, ajans mı, eski bir çalışan mı? Sahipliği ilk haftada netleştirin.

Varlık	Kayıtlı sahip	Sizin erişiminiz	Eksik ya da belirsiz olan
Reklam hesapları (arama, sosyal)			
Web sitesi yönetimi ve alan adı			
Ölçüm ve analiz hesapları			
Sosyal medya hesapları			
E-posta gönderim ve müşteri veri tabanı			
Logo, şablon ve marka dosyaları			

İlk ay görüşme listesi

Kiminle	Ona sorulacak tek soru	Tarih
Yönetim kurulu ya da genel müdür	Bu yıl pazarlamadan en çok ne bekliyorsunuz?	
Satış yöneticisi	Gelen taleplerin hangi kısmı işinize yarıyor, hangisi yaramıyor?	
Müşteri hizmetleri	Müşteriler bize ulaşmadan önce en çok neyi soruyor?	
Ajans ve tedarikçiler	Şu an elinizde bekleyen iş ve eksik bilgi nedir?	
Ekip arkadaşlarınız	Bir şeyi değiştirebilseydiniz hangisi olurdu?	

TEK KURAL

Bu ay boyunca yeni kampanya başlatmayın ve yapılan işi eleştirmeyin. Yalnızca not alın. Kararları denetimden sonra verin.

GÜN 15 İLE 45

Denetim: ne var, ne işe yarıyor, ne eksik?

Denetim, kimin yanlış yaptığını bulmak için değil, sonraki iki ayı nereye harcayacağınıza karar vermek için yapılır. Her satıra Güçlü, Geliştirilmeli ya da Yok yazın.

Alan	Neye bakılır	Durum	Kanıt ya da not
Ölçüm	Form, telefon ve satın alma sayılıyor mu? Rakamlar satışla uyuşuyor mu?		
Web sitesi	Mobilde açılış, ana sayfadan talebe giden yol, formun çalışması		
Arama görünürlüğü	Markanızı ve ürün adlarınızı arayınca ne çıkıyor?		
Reklam	Hedef, bütçe dağılımı, durdurulması gereken kampanyalar		
Sosyal medya	Düzenli yayın, yorumlara dönüş, markayla tutarlılık		
E-posta ve veri tabanı	Liste izinli mi, ne sıklıkla ve kime gönderiliyor?		
İçerik	Satış ekibinin kullandığı sunum, katalog, referans var mı?		
Ajans ve tedarikçi	Kapsam, rapor, onay akışı ve sözleşme tarihleri		
Bütçe	Kalem kalem harcama ve geçen yılın dağılımı		

Denetimde sormayı unutmayın

- [ ] Hangi iş gerçekten satışa katkı yaptı ve bunu kim söylüyor?
- [ ] Hangi rakam yalnızca bir raporda var, başka yerde doğrulanamıyor?
- [ ] Sözleşmesi yakında biten ya da yenilenmesi gereken hizmet var mı?
- [ ] Sizden önce verilmiş ama yerine getirilmemiş söz var mı?

GÜN 30 İLE 60

Hızlı kazanımlar: görünür ve güvenli adımlar

İlk iki aydaki küçük, kanıtlı kazanımlar yönetimin güvenini kurar. Seçerken iki soruya bakın: etkisi görülür mü, çabası sizin sınırlarınızda mı?

Önce yapın: etkisi yüksek, çabası düşük

- Çalışmayan ya da yinelenen form ve telefon takibini onarın
- Hedefe hizmet etmeyen reklam kümesini durdurun
- Gelen taleplere dönüş sorumlusunu yazılı belirleyin
- Satış ekibine tek sayfalık güncel ürün özeti verin

Planlayın: etkisi yüksek, çabası yüksek

- Web sitesi yenilemesi ya da ana sayfa yeniden kurgusu
- Müşteri verisini tek yerde toplama
- Yeni kanal ya da yeni pazar denemesi

Fırsat olursa: etkisi düşük, çabası düşük

- Profil bilgilerini güncellemek
- Eski içerikleri arşivlemek
- Şablonları sadeleştirmek

Atlayın: etkisi düşük, çabası yüksek

- Yalnızca görünüm değişikliği getiren büyük yenilemeler
- Kimsenin okumadığı rapor biçimleri

Hızlı kazanım adaylarınız

Aday iş	Beklenen etki (1-3)	Çaba (1-3)	Sahibi	Bitiş tarihi

SEÇİM ÖLÇÜSÜ

Etkisi 3, çabası 1 ya da 2 olan en fazla üç işi seçin. Her birine bir sahip ve bir bitiş tarihi yazın.

GÜN 60 İLE 90

Plan: 30-60-90 şablonu ve ilk yönetim sunumu

Üçüncü ayın başında elinizde denetim bulguları ve en az bir tamamlanmış kazanım olmalı. Şimdi kalıcı planı yazın ve yönetime tek sayfada sunun.

30 ÖĞREN	60 DÜZELT	90 PLANLA
■ Erişimleri topla ■ Görüşmeleri tamamla ■ Not al, karar verme	■ Denetim bulgularını yaz ■ Üç hızlı kazanımı bitir ■ Ölçüm kurulumunu doğrula	■ Önceliklendirilmiş plan ■ Bütçe ve kanal önerisi ■ Yönetime sunum

Kendi 30-60-90 planınız

Dönem	Hedef (tek cümle)	Ölçü	Sahibi
Gün 1-30			
Gün 31-60			
Gün 61-90			

Yönetime ilk sunumun omurgası

1. **Bulduğum durum:** denetimin üç güçlü, üç zayıf yanı.
2. **Bu sürede yaptıklarım:** bitmiş kazanımlar ve etkisi.
3. **Önümüzdeki dönem:** önceliklendirilmiş üç iş ve neden bunlar.
4. **Sizden istediğim:** karar, bütçe ya da erişim.

ÖZET

İlk 90 günün kontrol listesi

- [ ] Tüm hesapların ve araçların sahibi yazıldı
- [ ] Satış ve müşteri hizmetleriyle görüşüldü
- [ ] Ölçüm kurulumu doğrulandı
- [ ] Yinelenen ya da çalışmayan işler belirlendi
- [ ] Her kazanımın sahibi ve tarihi yazıldı
- [ ] Bütçe ve kanal önerisi hazırlandı
- [ ] Yönetimle ilk görüşme yapıldı, beklentiler not edildi
- [ ] Ajans ve tedarikçilerle bekleyen işler listelendi
- [ ] Dokuz alanlık denetim tablosu dolduruldu
- [ ] En fazla üç hızlı kazanım seçildi
- [ ] 30-60-90 planı yazıldı
- [ ] Yönetim sunumu tek sayfaya indirildi

Bu hafta atacağınız dört adım

1 **Gün 1-3**
Erişim envanterini doldurun ve eksik olanları yazılı isteyin.

2 **Gün 4-10**
Görüşme listesindeki herkesle bir konuşma planlayın.

3 **Gün 11-20**
Denetim tablosunun ilk üç alanını tamamlayın.

4 **Gün 21-30**
Notlarınızı tek sayfada toplayıp yönetime ilk bilgilendirmeyi yapın.

HATIRLATMA

Doldurduğunuz sayfaları aylık olarak güncelleyin. İkinci çeyrekte aynı denetimi tekrar ederek ilerlemeyi karşılaştırın.

PROFAJ İLE

İlk üç ayda yanınızda bir ekip olsun

Denetimi birlikte yapabilir, hızlı kazanımları üretebilir ve yönetim sunumunuzu hazırlamanıza destek olabiliriz.

Denetimi birlikte yapın
Web, ölçüm, reklam ve sosyal medya alanlarını sizinle aynı tabloyla gözden geçiririz.

Hızlı kazanımı biz üretelim
Seçtiğiniz işleri ekibimiz üretir, ilerlemeyi her hafta paylaşırız.

Planı birlikte yazın
30-60-90 planınızı ve bütçe önerinizi sizin hedeflerinize göre kurarız.

İlgili hizmetler

Pazarlama planı hazırlama, ölçüm kurulumu, performans pazarlaması, web sitesi ve içerik üretimi.

PROFAJ AI SUİTE: ADVETİCS
Advetics, Google ve Meta reklam bütçelerinizi tek panelde izlemenizi ve raporlamanızı sağlar.

Nasıl başlarız

1 Tanışalım
Mevcut durumunuzu ve ilk 90 günlük hedefinizi dinleriz.

2 Denetimi yapalım
Rehberdeki tabloyu birlikte dolduruz.

3 Planı görün
Önceliklendirilmiş işleri ve takvimi paylaşırız.

4 Sonucu izleyin
İlerlemeyi haftalık raporla takip edersiniz.

GÖRÜŞME PLANLAYIN

TELEFON
+90 232 320 00 40

E-POSTA
profaj@profaj.com

WEB
profaj.com

GÖRÜŞME
profaj.com/iletisim/gorusme-planlayin

Bu İşte Beraberiz!