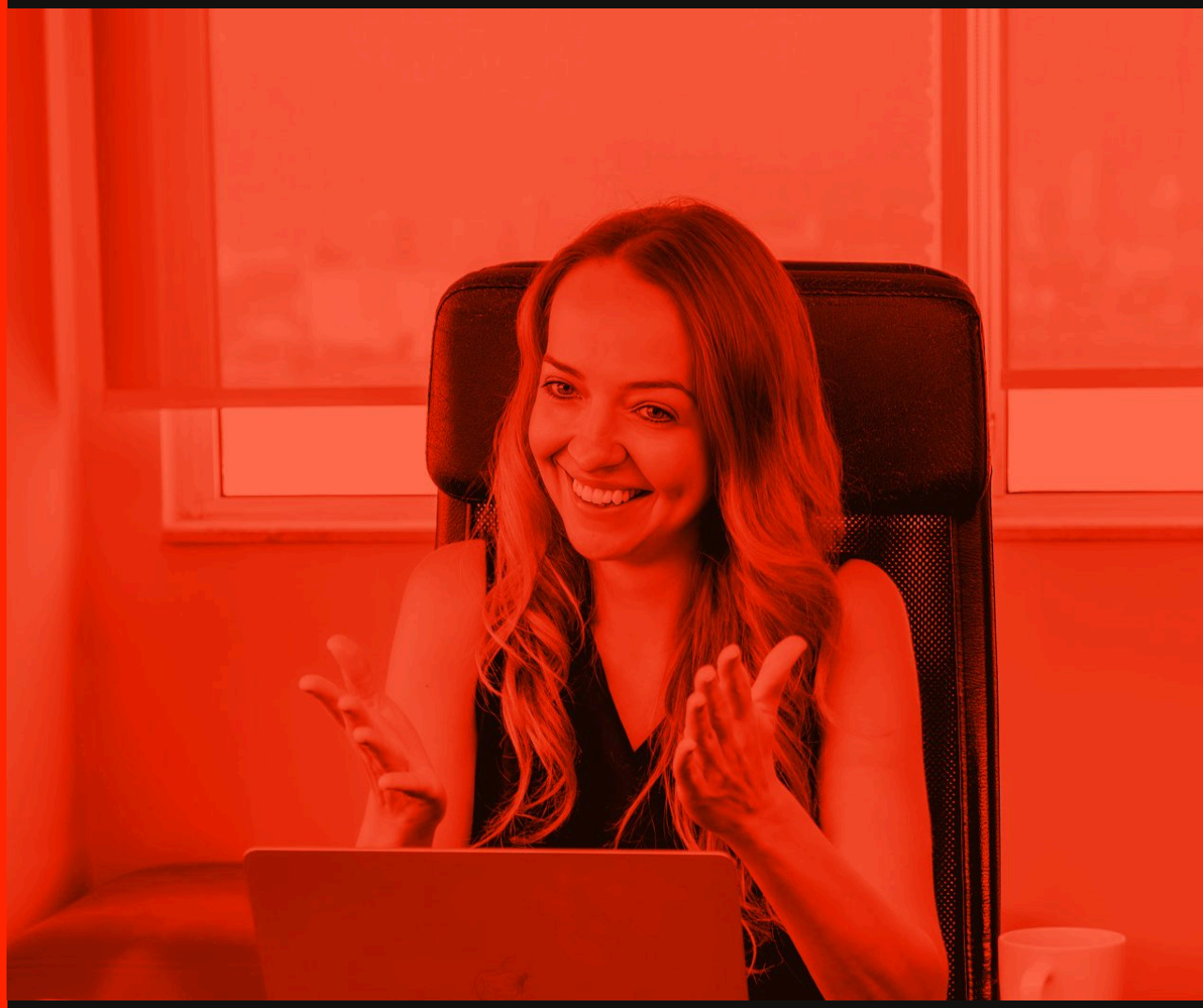
profaj



KONTROL LİSTESİ

Yeni Ürün Lansman Kontrol Listesi

Stratejiden lansman sonrasına, altı aşamada eksiksiz liste.

KAPSAM

Yeni ürün lansman kontrol listesi

Başarılı bir lansman, lansman gününden haftalar önce başlar. Bu liste, ürününüzü piyasaya çıkarmadan önce, çıkarken ve çıktıktan sonra yapmanız gerekenleri altı aşamada sıralar. Aşamaları geriye doğru planlayın: lansman tarihini yazın, her aşamanın tarihini ondan çıkarın.

Aşama	Zamanlama	Tarih
1. Strateji ve konumlandırma	Lansmandan 12–8 hafta önce	
2. Hazırlık ve üretim	8–4 hafta önce	
3. Isınma	4–1 hafta önce	
4. Lansman haftası	Son hafta	
5. Lansman günü	Gün	
6. Lansman sonrası	İlk 30 gün	

1. Strateji ve konumlandırma

- [ ] **Lansman hedefi yazıldı**
  Satış adedi, kayıt, başvuru, ön sipariş ya da farkındalık
- [ ] **Hedef müşteri ve çözdüğümüz sorun net**
  Tek cümleyle ifade ediliyor
- [ ] **Rakiplerden farkımız belli**
  Fiyat dışında ne vaat ediyoruz?
- [ ] **Konumlandırma cümlesi yazıldı**
  Kimin için, ne için, neden bu ürün
- [ ] **Fiyat ve paketler kararlaştırıldı**
  Fiyat politikası bu listenin dışında belirlenir
- [ ] **Lansman tarihi ve plan sahibi atandı**
  Bir kişi sorumlu

ZAMANLAMA

Süreleri ürününüzün büyüklüğüne göre kısaltıp uzatın. Küçük bir ürün için üç hafta yeterli olabilir; kapsamlı bir lansman için üç ay gerekebilir.

2. HAZIRLIK VE ÜRETİM

Mesajlar, içerikler ve altyapı

- [ ] **Ürün adı, slogan ve temel mesajlar yazıldı**
  Tüm kanallarda aynı sözler kullanılacak
- [ ] **Marka adı ve ürün adı için hukuki kontrol yapıldı**
  Tescil ve benzerlik araştırması
- [ ] **Ürün görselleri ve videosu üretildi**
  Stüdyo, kullanım ve yaşam tarzı kareleri
- [ ] **Açılış sayfası hazır**
  Tek amaç: kayıt, ön sipariş ya da satın alma
- [ ] **Ürün sayfası, özellikler ve sıkça sorulan sorular**
  Kısa, net ve doğrulanmış bilgi
- [ ] **Basın bülteni ve ürün bilgi kiti hazır**
  Fotoğraf, açıklama, logo, iletişim kişisi
- [ ] **Reklam metinleri ve görselleri üretildi**
  Her kanal için ölçülere uygun
- [ ] **E-posta ve mesaj serisi yazıldı**
  Duyuru, hatırlatma, son çağrı
- [ ] **Satış ve destek ekibi bilgilendirildi**
  Sık sorulan sorular ve itiraz yanıtları hazır
- [ ] **Ödeme, stok, kargo ve fatura süreçleri test edildi**
  Gerçek sipariş akışı denendi
- [ ] **Ölçüm kuruldu**
  Etiketler, hedefler ve gösterge paneli test edildi

3. ISINMA

Lansmandan önceki dört hafta

- [ ] **Bekleme listesi ya da ön kayıt sayfası yayında**
  Beklentiyi toplar, ilk müşterileri belirler
- [ ] **Sosyal medyada ipucu paylaşımları başladı**
  Ürünü tam göstermeden merak uyandırır
- [ ] **Mevcut müşterilere özel erken erişim planlandı**
  İlk geri bildirimleri onlardan alın
- [ ] **Basın, bloger ve sektör temsilcileriyle ön görüşmeler yapıldı**
  Gizlilik tarihi (embargo) belirlendi
- [ ] **İş ortakları ve bayilere haber verildi**
  Paylaşım için hazır içerik gönderildi
- [ ] **Reklamların ilk testleri yapıldı**
  Küçük bütçeyle mesajlar denendi
- [ ] **Lansman günü içerik takvimi onaylandı**
  Saat saat plan
- [ ] **Teknik yük testi yapıldı**
  Site, ödeme ve destek hattı beklenen yoğunluğa hazır

Lansman haftası

- [ ] Son metin ve görsel kontrolü, yazım hataları
- [ ] Zamanlanmış paylaşımlar ve e-postalar kuruldu
- [ ] Tüm bağlantılar ve indirimli kodlar tek tek denendi
- [ ] Acil durum planı: kim, ne zaman, neye karar verir
- [ ] Ekip toplantısı: rol dağılımı ve iletişim kanalı

4. VE 5. AŞAMA

Lansman günü planı

Saat	Eylem	Sorumlu	Tamam
	Site ve ürün sayfası yayına alınır		
	Basın bülteni ve duyuru gönderilir		
	Sosyal medya duyuruları yayınlanır		
	E-posta ve mesaj duyurusu gönderilir		
	Reklamlar başlatılır		
	Gün içi izleme: trafik, satış, hata, yorum		
	Müşteri sorularına yanıt		
	Gün sonu değerlendirme		

GÜN BOYU

İzlenecek üç şey

1) Site ve ödeme sistemi çalışıyor mu? 2) Yorumlar ve mesajlara hızlı yanıt veriliyor mu? 3) Sayılar beklenenle uyumlu mu, hangi kanal öne çıkıyor?

GÜN İÇİ NOTLAR VE ACİL KARARLAR

6. LANSMAN SONRASI

İlk 30 gün

- [ ] **Teşekkür ve takip mesajı gönderildi**
  İlk müşterilere, bekleme listesine, basına
- [ ] **Geri bildirim toplandı**
  Anket, yorum, satış ve destek görüşmelerinden
- [ ] **Sonuçlar hedefle karşılaştırıldı**
  Hangi kanal ne getirdi?
- [ ] **Sosyal kanıt kullanılıyor**
  İzinli müşteri yorumu, kullanım hikâyesi
- [ ] **Reklam ve içerikler öğrenilenlere göre güncellendi**
  Zayıf mesaj durduruldu, güçlü mesaj büyütüldü
- [ ] **Lansman raporu yazıldı**
  Yapılanlar, sonuçlar, öğrenilenler, sonraki adımlar

Gösterge	Hedef	Gerçekleşen	Not
Ziyaretçi			
Kayıt / ön sipariş			
Satış / başvuru			
Müşteri memnuniyeti			
Basın ve sosyal medya görünürlüğü			

BİR SONRAKİ LANSMAN İÇİN ÖĞRENDİKLERİMİZ

PROFAJ YANINIZDA

Strateji, yaratıcı üretim, reklam, web sayfası ve ölçüm: lansmanınızı baştan sona birlikte yönetebiliriz.

profaj



Lansmanınızı birlikte yönetelim.

Profaj bir teknoloji ajansıdır. Kendi yapay zekâ teknolojilerimizi (Profaj AI Suite) üretir, markaların büyümesini strateji, yaratıcılık ve teknolojiyi birleştirerek yönetiriz. Türkiye'de ve uluslararası pazarda kurumsal şirketlere ve KOBİ'lere hizmet veririz.

TELEFON

+90 232 320 00 40 · +90 530 915 13 38

E-POSTA

profaj@profaj.com

WEB

www.profaj.com

Bu İşte Beraberiz!