

Kurumları Yalın Yönetmek İçin Bir Metodoloji; Şirket Ana Hattı Oluşturma

- 2 GÜN -



Şirketlerde ürün ve hizmetlerin yönetilmesine yönelik süreçler arasında boşluklar bulunmaktadır. Sempro bu boşlukların belirlenmesine yönelik bir Şirket AnaHattı oluşturma yöntemi önermektedir. Bu kapsamda temel amaç şirketin "Biz Kimiz?" "NeYapıyoruz?" ve "Nasıl Yapıyoruz?" sorularına cevap verilmesi, eksiklerin belirlenmesi ve eksiklerin tamamlanması için bir yol haritası çıkartılmasıdır. Söz konusu yol haritasının çıkartılması ile şirketin mevcut durumu ve öncelikli olarak düzeltilmesi gereken alanlar tanımlanmaktadır.

Kapsam

- Şirket tarafından şirketin kurumsal ve yönetsel yapısına yönelik yapılan (organizasyon, süreçler vb.) çalışmaların değerlendirilmesi.
- Şirket Ana hattı oluşturulmasına yönelik ilgili bölümlerin ve bilgilerin belirlenmesi.

Yöntem

Şirket Ana hattı bölümleri aşağıda açıklandığı şekilde oluşturulmaktadır.

BİZ KİMİZ?

- Şirketin güncel olarak kullandığı "**Vizyon**", "**Misyon**" ve "**Biz Kimiz?**"
- **Şirketin organizasyonel yapısı:** Şirketin hiyerarşik yapısını ve şirket bölümlerinin birbiri ile bağlantısını açıklayan çalışmalar
- **Şirket Bölümleri:** Şirket bölümlerini, her bir bölümün ana faaliyetlerini açıklayan çalışmalar
- **İş Ortakları:** Kurumsal iş birlikleri, bu iş birlikleri ile ilgili bilgiler, bu iş birliklerine dair taraflar arasında oluşturulan dökümanlar hakkında bilgiler
- **Dış Kaynaklar ile İlişkiler:** Şirketin kendisine rekabetçi üstünlük sağlayan yetenekleri dışında kalan faaliyetlerini sağladığı, o konularda uzmanlaşmış diğer firmalar hakkında bilgiler (ör: web sitesi tasarımı, hukuk bürosu, mali müşavir vb.)
- **Şirket Politikaları:** Şirketin politikaları (ör: etik kurallar, rüşvet ve yolsuzluk karşıtı politika, kalite politikası, uyum politikası, değerler ve prensipler, insan kaynakları politikası vb.)
- **Temel Yetkinlikler:** Şirketin rekabetçi üstünlük sağlayan yetenekleri (mühendislik, proje yönetimi, üretim, test, kalite vb.)



NE YAPIYORUZ?

- **Ürünler** : Şirketin ürünlerine dair tanıtıcı ve üçüncü şahıslarla paylaşılan bilgi ve dokümanlar (ör: katalog, internet sitesindeki ürün bilgileri vb.)
- **Hizmetler** : Şirketin sağladığı hizmetlere dair tanıtıcı ve üçüncü şahıslarla paylaşılan bilgi ve dokümanlar
- **Müşteriler** : Şirketin iş yaptığı ve potansiyel müşterileri ile bilgi ve kayıtları nasıl tuttuğu

STRATEJİK PLAN VE İŞ HEDEFLERİ

- Şirketin güncel stratejik yönelimi
- Misyon ve vizyon ile hizalanmış iş hedefleri
- Birimlere veya süreçlere kırılmış hedefler
- Hedefleri ölçmek ve takip etmek üzere belirlenmiş ölçümler

NASIL YAPIYORUZ?

Temel İş Süreçleri

- İş Geliştirme ve Pazarlama Süreci (sosyal medya, fuar ve etkinlik katılımı, müşteri ilişkileri, basılı dokümanların yönetimi, İnternet sitesi yönetimi, teklif yönetimi)
- Proje Yönetimi Süreci (Proje Yönetimi, Risk Yönetimi)
- Ürün Geliştirme Süreci (Gereksinim Yönetimi, Tasarım, Tasarım Doğrulama ve Geçerli Kılma, Özel Mühendislik (Güvenilirlik, İdame Edilebilirlik, Ergonomi vb.))
- Ürün Konfigürasyon Yönetimi Süreci (Ürün ana hatlarının yönetimi, Ürün İsimlendirme ve Numaralandırma, Veri ve Kayıtların Yönetimi, Değişiklik Yönetimi)
- Bilgi Sistemleri Altyapısı ve ilgili süreçler
- Tesis ve Varlık Yönetimi ve ilgili süreçler
- Ölçüm ve Sürekli İyileştirme