

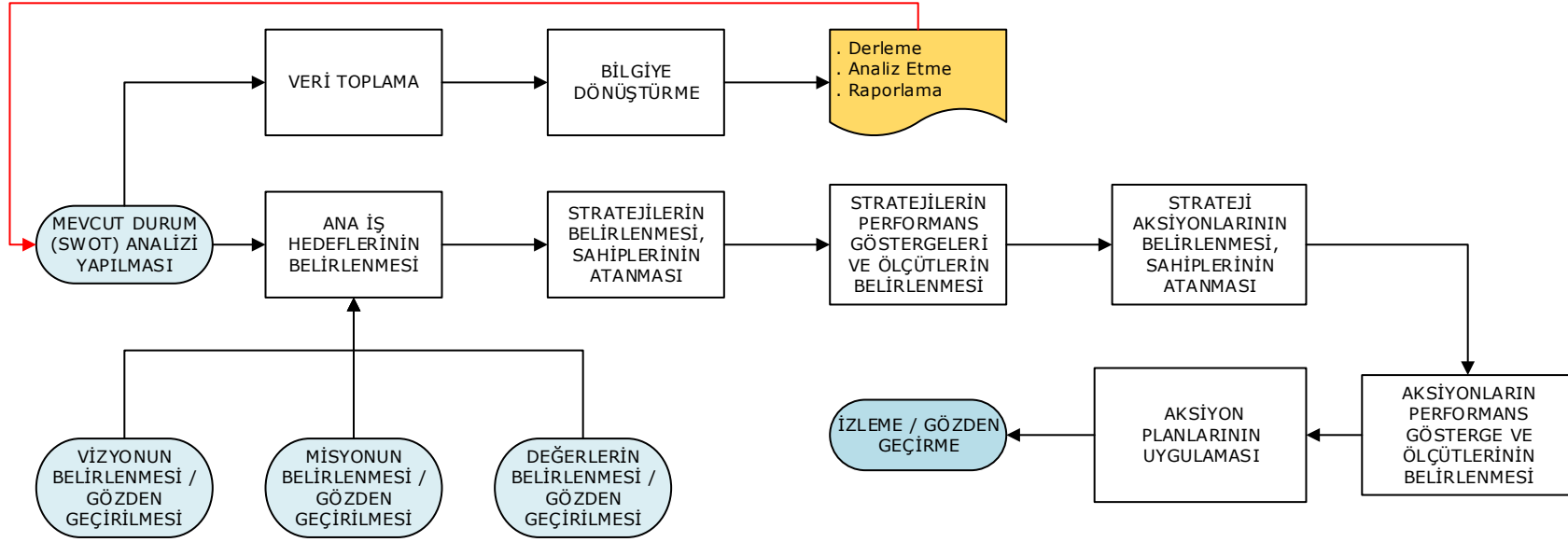


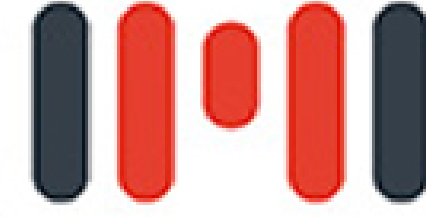
STRATEJİ YÖNETİMİ

20.02.2020

Stratejik Planlama

Yönetim





mikropor



TEKNOLOJİK FİLTASYON ÇÖZÜMLERİ KONUSUNDA KÜRESEL YAYGINLIĞIMIZI GELİŞTİREREK,
DÜNYADA EN ÇOK TANINAN MARKALARDAN BİRİ OLMAKTIR.



ÜRETİMDE EN SON TEKNOLOJİLERİ KULLANAN, SÜREKLİ OLARAK MÜŞTERİ İHTİYAÇ VE BEKLENTİLERİNİN ÖTESİNDE YENİ ÜRÜNLER GELİŞTİREN, BÖYLECE TÜRKİYE'NİN ULUSLARARASI ENDÜSTRİYEL SEKTÖRDEKİ BİLİNİRLİĞİNE KATKIDA BULUNAN, ÇEVREYE DUYARLI, İNSANA DEĞER VEREN BİR FİRMA OLMAKTIR.

DEĞERLERİMİZ

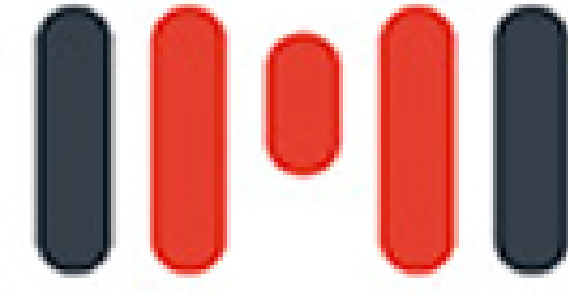
Topluma ve
Çevreye Saygı

Teknoloji ve İnovasyon

Emeğe ve İnsana
Değer

Çeviklik, Esneklik,
Dinamizm

Dürüstlük, Adalet
ve Güvenilirlik



mikropor



Kuvvetli Yönler

Fırsatlar



SWOT Analizi



Zayıf Yönler

Tehditler



KUVVETLİ YÖNLER

1.Dünyada bağımsız hava kurutucusu üreticileri arasında en büyük üç firma arasında bulunmamız

2.Özellikle kompresör üreticileri için aynı kalitede ürünü daha uygun fiyatla sağlayabilmemiz

3.Ürün çeşitliliğimizin fazla olması, böylece riskin dağıtılıyor olması

4.Hem basınçlı, hem de atmosferik ürünleri aynı anda üreten tek firma olmamız

5.Filtre malzemeleri kullanımında dünyada ilk beş firma arasında bulunmamız. Böylece hammadde tedarik aşamasında alım gücümüz ve pazarlık kabiliyetimizin artması

6.Firma yönetimi konusunda güçlü ve etkin bir üst yönetime sahip olmamız

7.Hızlı kararlar alabilen çevik bir firma olmamız

8.Üretimde esnek olmamız. Üretim personelinin farklı bantlarda çalıştırılabilmesi

9.Güçlü mali yapımız ve yatırımlarımızı kendi öz kaynaklarımız ile karşılıyor olabilmemiz

10.Dikey entegrasyon sayesinde maliyet azaltımı, hızlı ürün geliştirme ve kar artışı sağlanması

11.Üretim makine ve personelinin değerlendirilebilmesi için gereken altyapımızın varlığı ile ölçebildiğimiz verimlilik oranımızın yüksek olması ile birlikte, tatminkâr bir kar marjımızın olması

12.Separasyon ve filtrasyon konusunda tecrübeli, Dünya'ya ürün geliştiren ve know-how sahibi bir firma olmamız

13.Cironun %80'den fazlasının ihracat olması ve 140 farklı ülkeye ihracat yapılması ile lokal ekonomik krizlerden etkilenme risklerinin azaltılmış olması

14.Şirket kültürünün firma içinde yayılımındaki başarı

15.Personel devir hızının yüksek olmaması

16. OEM odaklı olmamız sayesinde yüksek miktarda, planlı ve düzenli satışı olması; böylece pazardaki profesyoneller arasındaki bilinirliğimizin artması

17.OEM müşterilerimizin bazılarının aynı zamanda rakip olması. Böylece rakipler hakkında bilgi sahibi olmamız

18.OEM müşterilerimizin disiplini, kalite algısı ve yüksek beklentileri sonucunda üretim teknolojisi ve altyapısı olarak rakiplerimizden üstün hale gelmiş olmamız

19. ABD'deki stok kabiliyetimiz sayesinde en büyük müşterimize süratli tedarik imkânı

ZAYIF YÖNLER



1.Uygun taşeron/tedarikçi bulunmasındaki zorluklar

2.Tedarik süremizin rakiplere göre çok uzun olması

3.Çoğunlukla siparişe yönelik üretim yapıldığı ve stok tutulmadığı için teslim sürelerinde sıkıntı yaşanması

4.OEM odaklı olmamız sebebiyle markalı satışlarımızın kısıtlı kalması ve bayi/son kullanıcı satışlarımızın düşük olması

5.Pazarlama faaliyetlerinde olunması gereken seviyenin altında bulunmamız

6.ERP ve MRP konusunda yetersiz olmamız

7.Şirket yönetimin çok fazla oranda aile ve üst yönetime bağımlı olması, bu yüzden sürdürülebilirliğinin güvence altında olmaması

8.Yeni ürün geliştirmelerin müşteri tarafından tetiklenmesi, kendi içimizdeki ürün geliştirme çalışmalarının istenen seviyede olması

9.Sosyal sorumluluk projeleri konusunda yetersiz olmamız

10. Personele yeterli eğitimlerin verilmiyor olması

11.Performansa bağlı İK yönetiminin yeterince etkin olmaması

12.Üretim personelinin kalifikasyonundan bağımsız olarak farklı bantlarda çalıştırılması

13.Ana üretim faaliyetleri dışındaki üretim süreçlerinde (Plastik, Alüminyum Enjeksiyon vs.) know-how bilgilerimizin istenilen seviyede olmaması

14.Raporlama sistematığımızın istenilen seviyede olmaması

15.İç denetim yapımızın yetersiz olmaması.

FIRSATLAR

1.Pazarda Çin tehdidi olmaması

2.Yedek parça olarak hava kurutucusu tedariki konusunda fiyat avantajımızın olması

3.Bağımsız hava kurutucusu üreticilerinin az sayıda olması, dünyada sadece beş majör seperatör üreticisi olması

4.Toz toplama sistemleri, oda hava temizleyicisi vb. ürün gruplarının ileri dönemde ürün gamına katılabilme imkânı

5.Yüksek kar marjlı ürünlerin pazarlama çalışmaları ile toplam cirodaki paylarının artırılabilme imkânı

6.Gerekli sertifikasyonların alınmış olması sayesinde ABD pazarında HVAC grubunda satışlarının artırılma imkânı

7.Güney Amerika ve Güneydoğu Asya pazarlarında satışların artırılması imkânı

8.ABD ve Almanya'da kurulabilecek montaj fabrikası

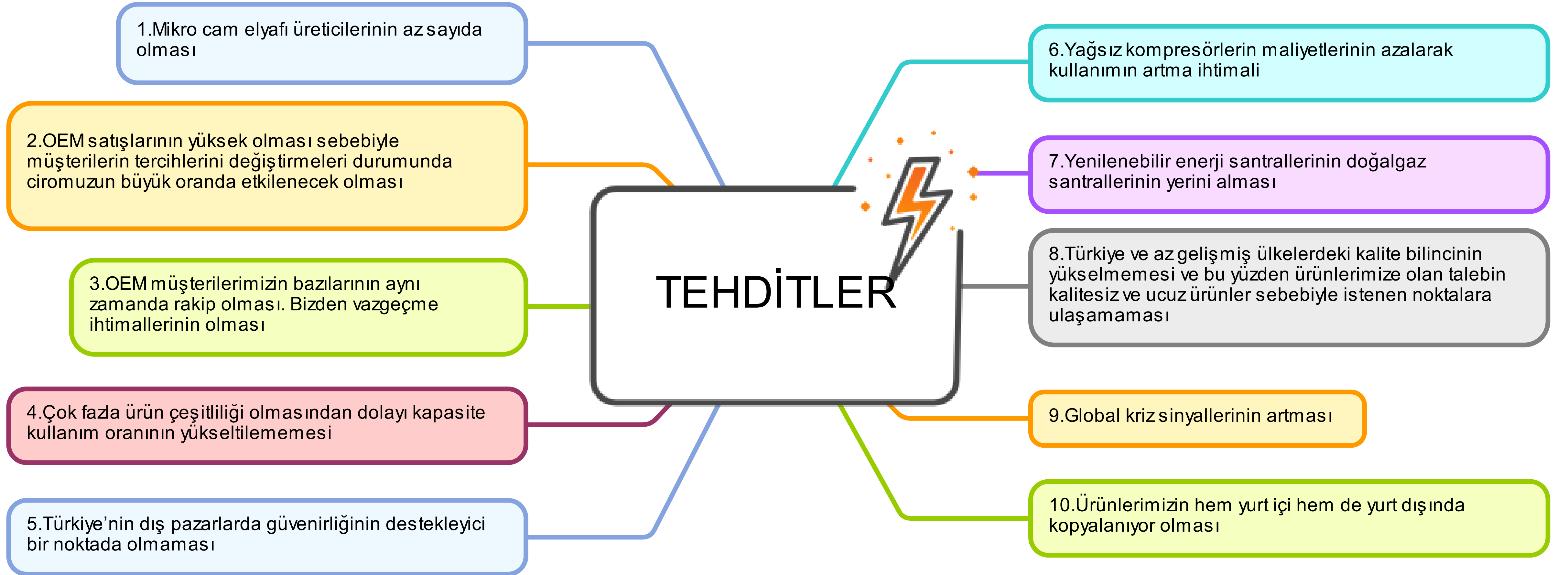
9.Şirket satın alma yöntemi ile Avrupa ve ABD'de büyüme fırsatları

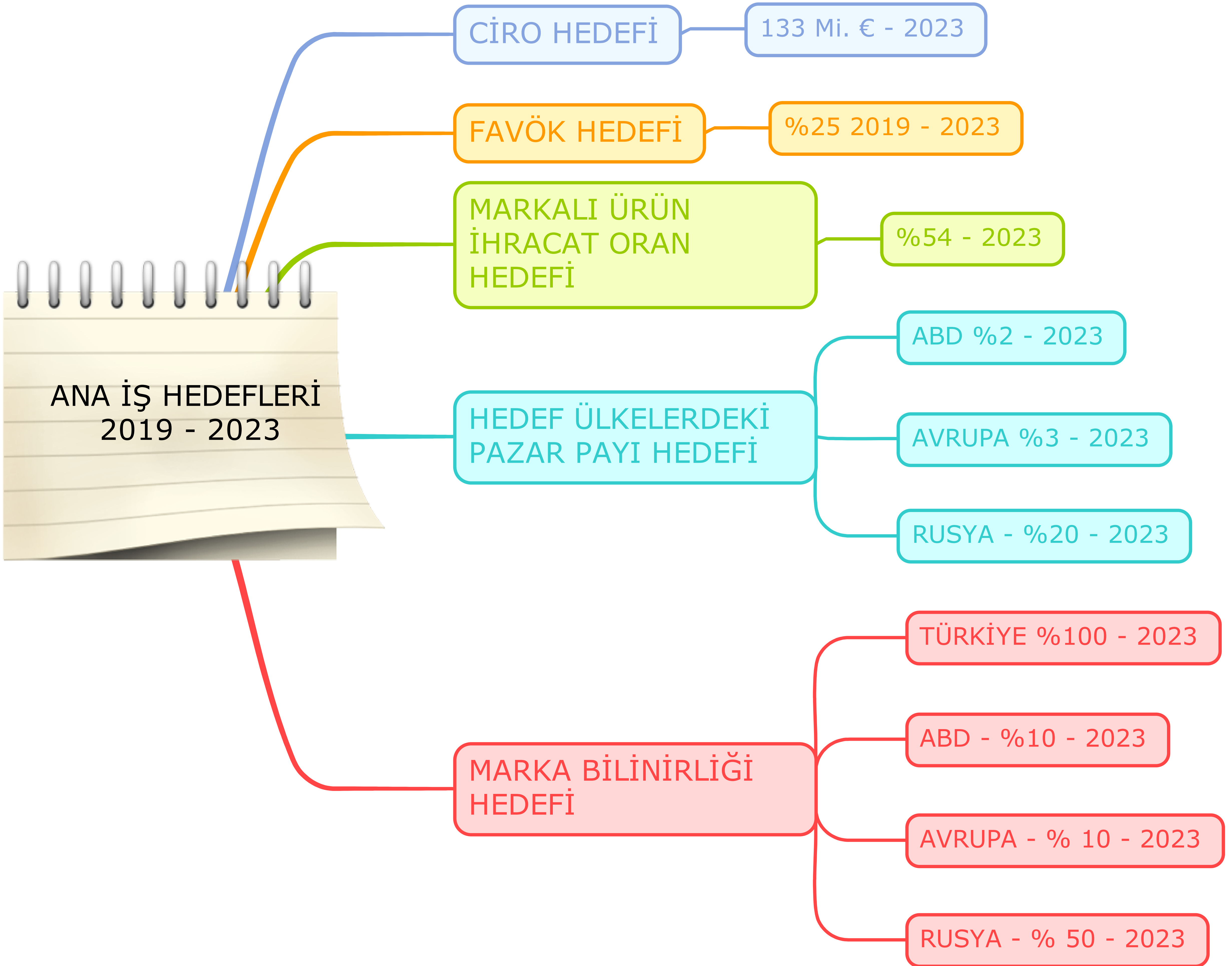
10.OEM ve dağıtıcılar kanalındaki bilinirliğimizi son kullanıcılara yayma fırsatı

11.Yiyecek içecek sektörü için likit filtrasyon ürünleri sektörüne girme fırsatı

12.EDM için tel üretimi yapabilme fırsatı

13.Eşanjör tedariginde dışa bağımlılıktan kurtulma fırsatı



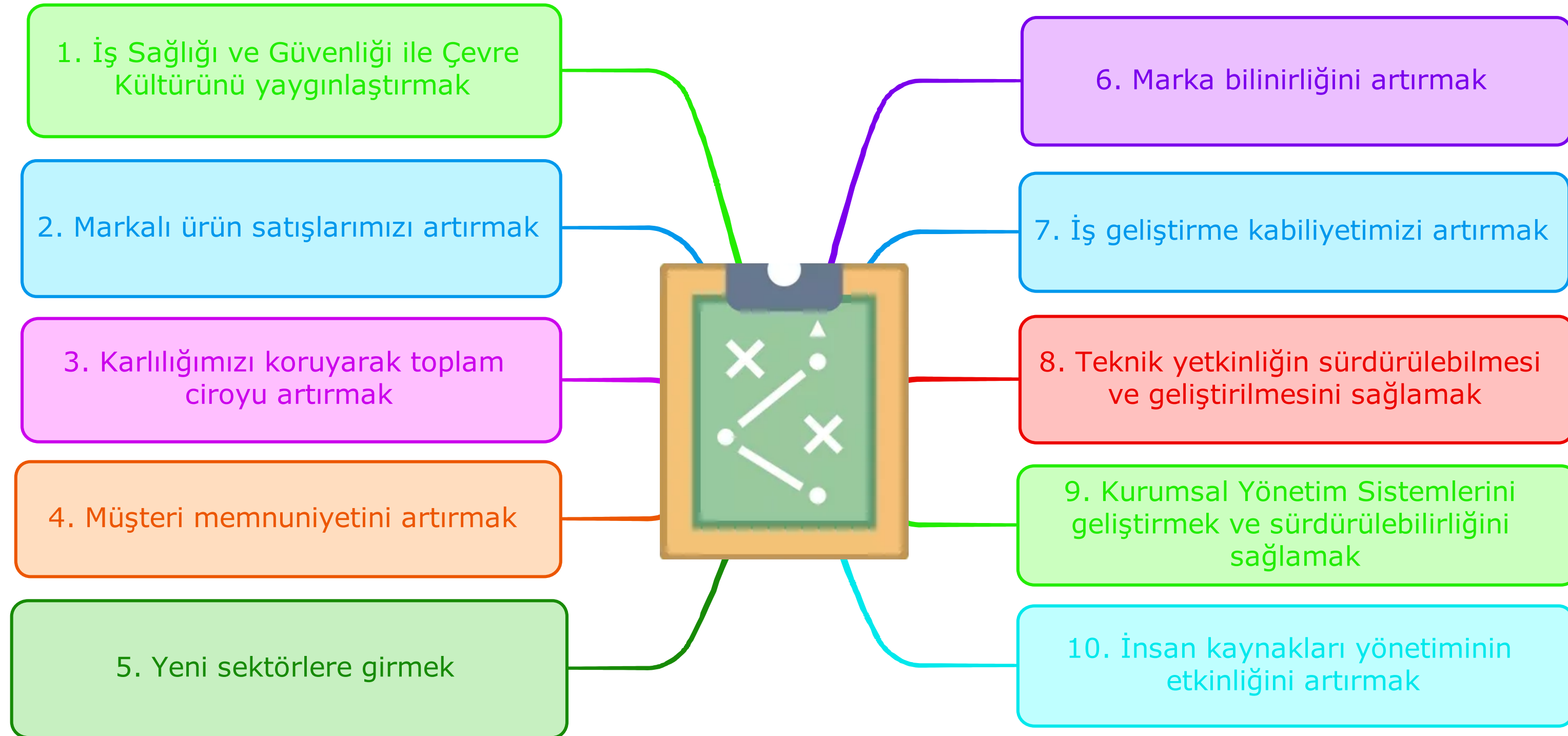




ANA STRATEJİMİZ

İleri teknoloji ile üretmekte olduğumuz ürünlerin, fiyat-performans endeksi anlamında dünyanın en iyisi olduğunu pazarda tanıtmak.

STRATEJİK AMAÇLARIMIZ



1.1. İş sağlığı ve Çevre hedeflerimizin karşılanması

1.2. İSG ve Çevre sistemleri ile ilgili eğitim ve çalıştaylar yapılması

1. İş Sağlığı ve Güvenliği ile Çevre Kültürünü yaygınlaştırmak

1.3. Çalışanların İSG ve Çevre sistemleri kurallarına uyumunun sağlanması

1.4. İSG ve Çevre konularına proaktif bir yaklaşım gösterilmesi

2.1.Satış departmanının
güçlendirilmesi

2.2.Yurt dışı bayilerimizin
yönetiminin Türkiyeden yapılması

2. Markalı ürün
satışlarımızı
artırmak

2.3. Pazardaki fiyat koşullarının takip
edilmesi

2.4.Yurtdışı pazarlardaki markalı
satışların artırılması

3.1.Maliyetlerin doğru tanımlanması

3.3. OEM satışların kaybedilmemesi

3.2 Maliyetlerin iyileştirilmesi

3.4 Yurtdışında satın alınabilecek potansiyel firmaların belirlenmesi ve kısa, orta-uzun vadede firma satın almalarının yapılması ve/veya üretim tesislerinin kurulması.

3. Karlılığımızı koruyarak toplam ciroyu artırmak

4. Müşteri
memnuniyetini
artırmak

4.1. Müşterimizle var
olan ilişkilerimizin
geliştirilmesi

4.2. Şirket içerisinde
müşteri odaklı
yaklaşımı
yaygınlaştırmak

4.3. Pazar ve müşteri
ihtiyaçlarının
belirlenmesi

4.4. Ürünlerimize olan
güvenimizi pazara
göstermek amacıyla tanıtım
çalışmaları yapılması

4.5. Sektör standartları
üzerinde uzun garanti
süresinin sağlanması

5. Yeni
sektörlere
girmek

5.1. Ev kullanımına
dönük ürünler
tasarlanması

5.2. Son kullanıcılara
yönelik pazarlama ve
tanıtım çalışmalarının
artırılması

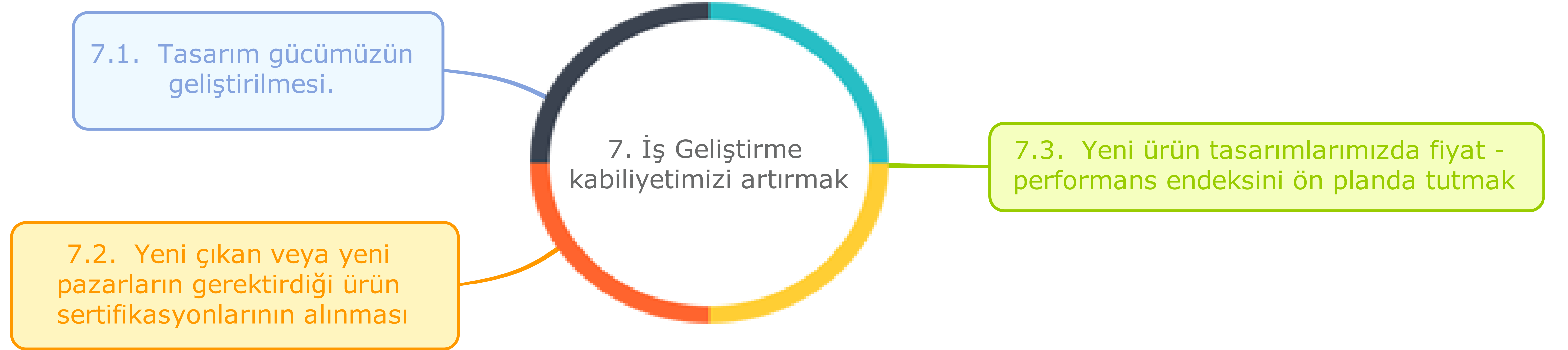
5.3. Oda hava
temizleyici sektörüne
girilmesi

6.1. Marka bilinirlik araştırmaları yoluyla müşteri algısının takip edilmesi

6.2. Teknolojik ve güvenilir marka imajını güçlendirici pazarlama faaliyetleri yapılması

6. Marka bilinirliğini artırmak

6.3. Sektörel fuarlara katılımın artırılması



8. Teknik yetkinliğin
sürdürülebilmesi ve
geliştirilmesini sağlamak

8.1. İmalat makinesi üreticileri ile olan iyi ilişkilerimizi sürdürerek üretimdeki son teknolojilerin takip edilmesi.

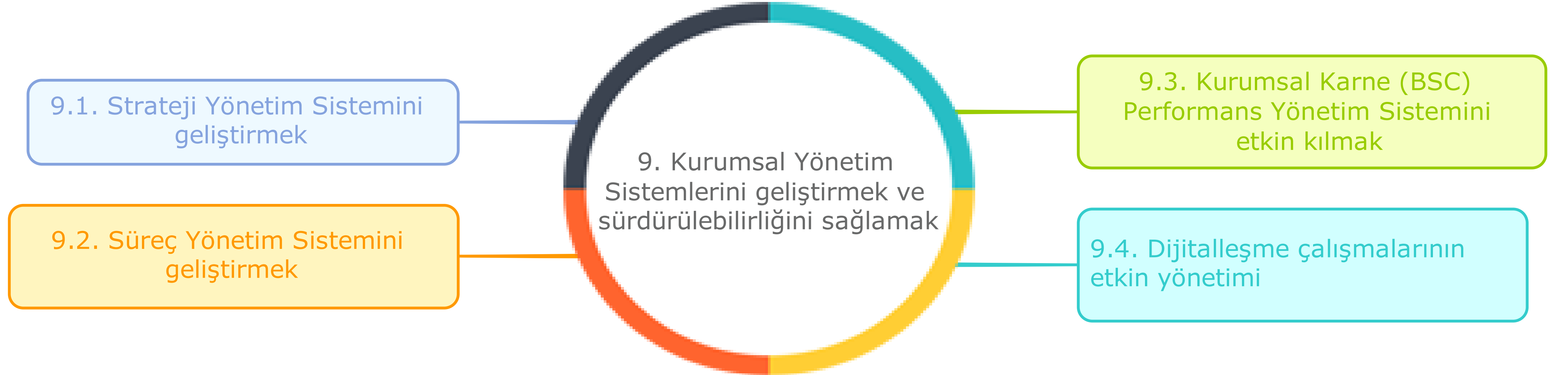
8.2. Üretimde verimliliğin artırılması

8.3. Üretimde kullanılan hammaddelerin geliştirilmesi için tedarikçilerimizle birlikte çalışmalarda bulunulması

8.4. Know-how birikimimizin firma içindeki güvenliğinin, yayılımının ve sürdürülebilirliğinin sağlanması

8.5. ERP çalışmalarının yazılım üzerinden takip edilmesi

8.6. Var olan ileri test imkânlarının sürekli güncel tutulması



10.1. İK yönetim
sürecinin etkinliğinin
artırılması

10.2. Firma/ Marka
bilinirliğinin çalışan /
potansiyel çalışan
nezdinde artırılması

10. İnsan
kaynakları
yönetiminin
etkinliğini
artırmak

10.3. Okul - Sanayi
ilişkilerinin geliştirilmesi

Mikropor BSC - Strateji Haritası - 2019

FİNANSMAN BOYUTU

Markalı Ürün Satışlarımızı Arttırmak

Karlılığımızı koruyarak toplam ciromuzu artırmak

MÜŞTERİ BOYUTU

Müşteri Memnuniyetini Artırmak

Yeni Sektörlere Girmek

Marka Bilinirliğini Artırmak

İÇ SÜREÇLER

İş Geliştirme Kabiliyetimizi Artırmak

Teknik Yetkinliğin Sürdürülebilmesi ve Geliştirilmesini Sağlamak

Kurumsal Yönetim Sistemlerini Geliştirmek ve Sürdürülebilirliğini Sağlamak

ÖĞRENME VE GELİŞME

İş Sağlığı ve Güvenliği ile Çevre Kültürünü Yaygınlaştırmak

İnsan Kaynakları Yönetiminin Etkinliğini Artırmak

STRATEJİK AMAÇ	STRATEJİ	AKTİVİTE	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI
1. İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ İLE ÇEVRE KÜLTÜRÜNÜ YAYGINLAŞTIRMAK							
1.1. İSG ve Çevre hedeflerimizin karşılanması.		1.1. İSG ve Çevre hedeflerimizin karşılanması	SH.1.1.1	KAZA AĞIRLIK ORANI	K.G. Dir.	0,10	SÜREKLİ
			SH.1.1.2	KAZA SIKLIK ORANI		20	SÜREKLİ
			SH.1.1.3	YANGIN ADEDİ		0 Adet	SÜREKLİ
			SH.1.1.4	ÖLÜMCÜL KAZA ADEDİ		0 Adet	SÜREKLİ
			SH.1.1.5	ÇEVRE KAZASI CEZA ADEDİ		0 Adet	SÜREKLİ
		1.1.1. Fabrikalar ISG risk analizlerinin ve KKD Zimmet Formlarının Tamamlanması	AH.1.1.1.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	31.03.2019	2019
		1.1.2. ISG Dinamik Aksiyon Listesinin Takip edilmesi ve Haftalık Raporlanması	AH.1.1.2.1	RAPOR ADEDİ	K.G. Dir.	1AD/HAFTA	SÜREKLİ
		1.1.3. Fabrikalar Çevre etki ve boyut analizlerinin tamamlanması	AH.1.1.3.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	31.03.2019	2019
		1.1.4. Çevre Dinamik Aksiyon Listesinin Takip edilmesi ve Haftalık Raporlanması	AH.1.1.4.1	RAPOR ADEDİ	K.G. Dir.	1AD/HAFTA	SÜREKLİ
		1.1.5. Saha gözlem ekiplerinin beyaz ve mavi yaka olarak kurulması, eğitilmesi ve ISG Risk Yönetim Sistemine Dahil Edilmesi	AH.1.1.5.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	31.03.2019	2019
		1.1.6. Kaza kök neden analizi sisteminin ISG Risk Yönetim Sistemine Dahil Edilmesi	AH.1.1.6.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	30.06.2019	2019
		1.1.7. Ramak Kala sisteminin ISG Risk Yönetim Sistemine Dahil Edilmesi	AH.1.1.7.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	30.03.2019	2019
		1.1.8. Makine yatırımlarında ISG kurallarının teknik şartnameye yazılması ve ISG onayı ile makine çalışabilirliğine izin verilmesi.	AH.1.1.8.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Satınalma Müd.	30.06.2020	SÜREKLİ
		1.1.9. Aylık ISG toplantılarının düzenli olarak yapılması	AH.1.1.9.1	TOPLANTI ADEDİ	K.G. Dir.	1 AD/AY	SÜREKLİ
		1.2. İSG ve Çevre Sistemleri (ile ilgili bilinci arttırmak için eğitim, çalıştay ve benzeri çalışmaların yapılması)	SH.1.2.1	İSG EĞİTİM PLANINA UYUM	K.G. Dir.	100%	SÜREKLİ
			SH.1.2.2	ÇS EĞİTİM PLANINA UYUM		100%	SÜREKLİ
		1.2.1. ISG eğitim katalogunun hazırlanması	AH.1.2.1.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	28.02.2019	2019

MİKROPOR
STRATEJİLER VE AKTİVİTELER
2019 - 2023

STRATEJİK AMAÇ	STRATEJİ	AKTİVİTE	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI
	1.2. İSG ve Çevre Sistemleri (ile ilgili bilinci arttırmak için eğitim, çalıştay ve benzeri çalışmaların yapılması)	1.2.2. Çevre eğitim kataloğunun hazırlanması	AH.1.2.2.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	28.02.2019	2019
		1.2.3. İSG eğitim planının hazırlanması	AH.1.2.3.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	28.02.2019	2019
		1.2.4. Çevre eğitim planının hazırlanması	AH.1.2.4.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	28.02.2019	2019
		1.2.5. Saha içi eğitim sisteminin (Tek Nokta Eğitimi vb) desteklenmesi ve proaktif şekilde problemlerin çözümü	AH.1.2.5.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.K. Md.	31.12.2019	SÜREKLİ
		1.2.6. İSG ve Çevre farkındalık eğitimleri ve broşür planlarının oluşturulması	AH.1.2.6.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	31.12.2019	2019
		1.2.7. Taşeron İSG-Çevre Sistemi Eğitimi verilmesi	AH.1.2.7.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	31.12.2019	2019
		1.2.8. İSG afişlerinin beyaz ve mavi yaka çalışanlarımız ya da çalışanlarımızın çocuklarının modelliği ile hazırlanması 20 ADET	AH.1.2.8.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	31.12.2019	2019
	1.3. Çalışanların İSG ve Çevre Sistemleri kurallarına uyumunun sağlanması.	1.3. Çalışanların İSG ve Çevre Sistemleri kurallarına uyumunun sağlanması.	SH.1.3.1	İSG DIŞ DENETİM UYGUNSUZLUK ADEDİ	K.G. Dir.	0 Adet	SÜREKLİ
			SH.1.3.2	ÇS DIŞ DENETİM UYGUNSUZLUK ADEDİ		0 Adet	SÜREKLİ
		1.3.1. İSG iç denetim ekibi kurulması ve İSG Risk Yönetim Sistemine Dahil Edilmesi	AH.1.3.1.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	31.05.2019	2019
		1.3.2. Çevre iç denetim ekibi kurulması ve eğitilmesi İSG Risk Yönetim Sistemine Dahil Edilmesi	AH.1.3.2.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	31.05.2019	2019
		1.3.3. İSG iç denetimi yapılması	AH.1.3.3.1	DENETİM ADEDİ	K.G. Dir.	1ad /YIL	2019
		1.3.4. Çevre iç denetimi yapılması	AH.1.3.4.1	DENETİM ADEDİ	K.G. Dir.	1ad /YIL	2019
		1.3.5. Denetim sonucu uygunsuzlukların ortadan kaldırılması	AH.1.3.5.1	UYGUNSUZLUKLARIN ORTADAN KALDIRILMA SÜRESİ	K.G. Dir.	30 GÜN	2019
		1.3.6. Taşeron çalışmalarının değerlendirilmesi ve iş izin sisteminin oluşturulması	AH.1.3.6.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	31.01.2019	2019
	1.4. İSG ve Çevre konularına proaktif bir yaklaşım gösterilmesi.		SH.1.4.1	İSG İÇ DENETİM UYGUNSUZLUK ADEDİ	K.G. Dir.	0 Adet	SÜREKLİ
			SH.1.4.2	ÇS İÇ DENETİM UYGUNSUZLUK ADEDİ		0 Adet	SÜREKLİ

MİKROPOR
STRATEJİLER VE AKTİVİTELER
2019 - 2023

STRATEJİK AMAÇ	STRATEJİ	AKTİVİTE	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI
	1.4. İSG ve Çevre konularına proaktif bir yaklaşım gösterilmesi.	1.4.1 Mal alımlarında çevre ile uyumlu ürünleri tercih etmek	SH.1.4.1.1	ÇŞ-İSG İLE UYUMLU MALZEME YÜZDESİ	S.Alma Md.	100%	2021
		1.4.2. Atıkların geri dönüşüm ve geri kazanım sistematığının oluşturulması	AH.1.4.2.1	PROSEDÜRÜN YAYINLANMASI	K.G. Dir.	30.06.2019	2019
		1.4.3 Tedarikçi listesindeki firmaların ISO18001 ve ISO 14001 sertifikası edinimlerine teşvik edilmesi	AH.1.4.3.1	İSG VE ÇEVRE SERTİFİKASINA SAHİP TEDARİKÇİLERİN TOPLAM TEDARİKÇİ SAYISINA ORANI	S.Alma Md.	50%	2019
		1.4.4. Tehlike avcısı projesinin oluşturulması ve çalışanların projeye teşvik edilmesi	AH.1.4.4.1	BELİRLENEN TEHLİKE ADEDİ	K.G. Dir.	10 ad/ay	2020

2. MARKALI ÜRÜN SATIŞLARIMIZI ARTIRMAK

	2.1. Satış departmanının güçlendirilmesi.	2.1. Satış departmanının güçlendirilmesi.	SH.2.1.1	İHR. BÖL. ORG. PLANLANAN TARİHTE TAMAMLANMA YÜZDESİ	GMV - Pazarlama ve Satış	31.12.2019	2019
		2.1.1 Satış ve CRM ekibinin geliştirilmesi için ilgili eğitimlerin planlanması	AH.2.1.1.1	HEDEFLENEN EĞİTİM SAATİNE UYUM	İ.K. Md.	100%	2019
		2.1.2. Hedef bölgelerdeki sektörel derneklere üye olmak	AH.2.1.2.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Paz. Md.	31.12.2019	2019
		2.1.3. İhracat satış kadrosunda yetkinlik artışı sağlanması.	AH.2.1.3.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.K. Md.	31.12.2019	2019
		2.1.4. İhracat satış personeline etkinliğini arttıracak teşvik paketleri geliştirilmesi.	AH.2.1.4.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	GMV - Pazarlama ve Satış	31.01.2019	2019
	2.2. Yurtdışı bayilerimizin yönetiminin Türkiye’den yapılması.	2.2. Yurtdışı bayilerimizin yönetiminin Türkiye’den yapılması.	SH.2.2.1	BAYİ UZAKTAN YÖNETİM PROJESİNE UYUM	GMV - Pazarlama ve Satış	31.12.2019	2019
		2.2.1. Bayi yönetim sisteminin iyileştirilmesi.	AH.2.2.1.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Satış Md.	31.12.2019	2019
		2.2.2. Düzenli olarak bayi toplantısı yapılması	AH.2.2.2.1	PLANA UYUM	Paz. Md.	1 adet/yıl	2019
		2.2.3. Bayi eğitim ve bilgilendirme toplantıları düzenlemek	AH.2.2.3.1	BAYİ EĞİTİM PLANINA UYUM	Paz. Md.	100%	2019
		2.2.4. Bayilerin Müşterilerine Özel Seminerler düzenlemek	AH.2.2.4.1	BAYİ SEMİNER PLANINA UYUM	Paz. Md.	100%	2020
		2.2.5. Bayi Stok seviyelerinin CRM ile periyodik kontrolu	AH.2.2.5.1	RAPOR ADEDİ	Satış Md.	1 Adet/ay	2019

MİKROPOR
STRATEJİLER VE AKTİVİTELER
2019 - 2023

STRATEJİK AMAÇ	STRATEJİ	AKTİVİTE	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI
		2.2.6. Satış personeli ziyaret raporlarının (CRM modülü üzerinden) etkin kullanımının sağlanması.	AH.2.2.6.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Satış Md.	31.03.2019	SÜREKLİ
	2.3. Pazardaki fiyat koşullarının takip edilmesi.	2.3. Pazardaki fiyat koşullarının takip edilmesi.	SH.2.3.1	AYLIK RAPOR YAYINLANMASI	GMY - Pazarlama ve Satış	1 Adet/ay	2019
		2.3.1. Her bölgedeki hedef rakiplerin belirlenmesi ve raporlanması	AH.2.3.1.1	RAPOR ADEDİ (2 ADET)	Paz. Md.	31.05.2019 30.11.2019	SÜREKLİ
		2.3.2. Rakiplerin teknik benchmarklarının yapılması (ar-ge / mühendislik müd. tarafından) ürünlerimizin ayırt edici özelliklerinin belirtilmesi ve raporlanması	AH.2.3.2.1	RAPOR ADEDİ (1 ADET)	Ar-Ge Md. Mühendislik Müdürlüğü	30.06.2019	2019
		2.3.3. Pazar fiyat koşullarını takip edilmesi ve raporlanması	AH.2.3.3.1	RAPOR ADEDİ (2 ADET)	Satış Md.	31.12.2019	2019
		2.4. Yurtdışı pazarlardaki markalı ürün satışlarının artırılması.	SH.2.4.1	(YURT DIŞI) MARKALI ÜRÜN SATIŞ CİROSU	GMY - Pazarlama ve Satış	14.49 Mi. €	2019
			SH.2.4.2	(YURT DIŞI) MARKALI ÜRÜN CİROSU/TOPLAM ÜRÜN CİROSU		36%	2019
			AH.2.4.1.1	PAZARLAMA PLANINDAKİ FUAR KATILIM TAKVİMİNE UYUM.	Paz. Md.	100%	2019
			AH.2.4.2.1	RAPOR ADEDİ	Paz. Md.	FUAR ADEDİ	2019
			AH.2.4.3.1	TAKİP VE TIKLAMA ANALİZİ VE RAPORLANMASI	Paz. Md.	1 Adet/ay (Nisan 2019)	2019
			AH.2.4.4.1	HEDEF PAZAR LİSTELERİNİ HAZIRLAMAK	Paz Md. / Satış Md.	31.12.2019	2019
			AH.2.4.5.1	MÜŞTERİ ZİYARET PLANINA UYUM	Satış Md.	100%	2019

3. KARLILIĞIMIZI KORUYARAK TOPLAM CİROYU ARTIRMAK

		3.1. Maliyetlerin doğru tanımlanması.	SH.3.1.1	PROJE PLANINA UYUM	GMY - Mali ve İdari İşler	100%	2019
		3.1.1. Maliyet muhasebesinin iyileştirilmesi.	AH.3.1.1.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Muhasebe Md.	31.12.2019	2019
		3.1.2. Satınalma birim fiyatlarının sisteme girilmesi ve düzenli takibi.	AH3.1.2.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	S.Alma Md.	30.04.2019	2019

MİKROPOR
STRATEJİLER VE AKTİVİTELER
2019 - 2023

STRATEJİK AMAÇ	STRATEJİ	AKTİVİTE	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI
	3.1. Maliyetlerin doğru tanımlanması.	3.1.3. Maliyetlerin periyodik olarak hesaplanması ve raporlanması	AH.3.1.3.1	KARLILIK ORANININ RAPORLANMASI	Muhasebe Md.	4 ad / YIL	2019
		3.1.4. Aylık stok tablosu paylaşımı	AH.3.1.4.1	RAPOR ADEDİ	Muhasebe Md.	12 ad / YIL	2019
		3.1.5. ERP sistemine stoktan satış modülü eklenmesi	AH.3.1.5.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Opr. Dir.	31.12.2018	2019
		3.1.6. Genel Üretim ve idari giderlerin takibi ve raporlanması	AH.3.1.6.1	RAPOR ADEDİ	Muhasebe Md.	12 ad / YIL	SÜREKLİ
		3.1.7. Yeni ürün geliştirme maliyetlerinin hesaplanması ve raporlanması	AH.3.1.7.1	RAPOR ADEDİ	Muhasebe Md.	12 ad / YIL	SÜREKLİ
		3.1.8. Mevcut ürün iyileştirme maliyetlerinin hesaplanması ve raporlanması	AH.3.1.8.1	RAPOR ADEDİ	Muhasebe Md.	12 ad / YIL	SÜREKLİ
		3.1.9. Masraf Merkezi Yapısının kurulması	AH.3.1.9.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Muhasebe Md.	01.09.2018	2018
	3.2. Maliyetlerin iyileştirilmesi	3.2. Maliyetlerin iyileştirilmesi	SH.3.2.1	HEDEFE UYUM (SATILAN MALIN MALİYETLERİNİ İYİLEŞTİRMEK)	Genel Müdür	3%	2019
		3.2.1. Satılan malın maliyetlerinin iyileştirilmesi	SH.3.2.1.1	HEDEFE UYUM	Genel Müdür	3%	2019
	3.3. OEM satışların kaybedilmemesi	3.3. OEM satışların kaybedilmemesi	SH.3.3.1	OEM SATIŞ CİROSU	GMY - Pazarlama ve Satış	42,5 Mi €	2019
		3.3.1. İlişki geliştirici, eğitici aktivite yapılması	AH.3.3.1.1	PLANA UYUM	Satış Md.	100%	2019
		3.3.2. CRM / Satış ekibinin eğitilmesi	AH.3.3.2.1	EĞİTİM PLANINA UYUM	İ.K. Md.	100%	2019
		3.3.3. OEM minimum stok seviyesinin tespiti ve takibi	AH.3.3.3.1	RAPOR ADEDİ (1 ADET)	Pl. Md.	01.02.2019	2019
		3.3.4. OEM teslim sürelerinin takibi ve raporlanması	AH.3.3.4.1	RAPOR ADEDİ	Satış Md.	1 Adet/ay	SÜREKLİ

MİKROPOR
STRATEJİLER VE AKTİVİTELER
2019 - 2023

STRATEJİK AMAÇ	STRATEJİ	AKTİVİTE	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI
		3.3.5. OEM Müşteri Memnuniyetinin takibi	AH.3.3.5.1	RAPOR ADEDİ (1 ADET)	Pazarlama Md.	30.06.2019	SÜREKLİ
	3.4. Yurtdışında satın alınabilecek potansiyel firmaların belirlenmesi ve kısa, orta-uzun vadede firma satın almalarının yapılması ve/veya üretim tesislerinin kurulması.	3.4. Yurtdışında satın alınabilecek potansiyel firmaların belirlenmesi ve kısa, orta-uzun vadede firma satın almalarının yapılması ve/veya üretim tesislerinin kurulması.	SH.3.4.1	ŞİRKET CİROSUNU ARTTIRACAK ŞEKİLDE YAPILANMA (ORGANİK / İNORGANİK)	Genel müdür	MİNİMUM 30.000.000€ ARTIŞ	2023
		3.4.1. Satın alınabilecek firma araştırması yapılması ve raporlanması	AH.3.4.1.1	RAPOR ADEDİ	İ.G.O.	2 Adet/YIL	2019

4. MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNİ ARTIRMAK

4.1. Müşterimizle var olan ilişkilerimizin geliştirilmesi.	4.1. Müşterimizle var olan ilişkilerimizin geliştirilmesi	SH.4.1.1	MÜŞTERİ ZİYARET PLANINA UYUM	GMY - Pazarlama ve Satış	100%	2019
		SH.4.1.2	MÜŞTERİ MEMNUNİYET ANKET PUANI ve ANKET KATILIM ORANI		MİN 80	2019
		SH.4.1.3	MÜŞTERİ ŞİKAYETLERİNİ AKSİYON PLANI BİLDİRİM SÜRESİ	K.G. Dir.	< 15 gün	SÜREKLİ
		SH.4.1.4	MÜŞTERİ ŞİKAYETLERİNİ KAPATMA ORANI	K.G. Dir.	90%	SÜREKLİ
	4.1.1. Müşteri şikayetleri sürecinin iyileştirilmesi	AH.4.1.1.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	31.12.2019	2019
	4.1.2. Müşteri Ziyaretlerinin Planlanması, Takibi ve Raporlanması	AH.4.1.2.1	MÜŞTERİ ZİYARET PLANINA UYUM	Satış Md.	1 Adet/ay	2019
	4.1.3. Müşteri Memnuniyeti anketinin yapılması ve takibi	AH.4.1.3.1	RAPOR YAYINLANMASI	Paz. Md.	1 Adet/YIL	2019
	4.1.4. Sektörel Ürün tanıtımı ve bilgilendirme seminerleri düzenlemek	AH.4.1.4.1	SEMİNER PLANINA UYUM	Paz. Md.	100%	2019
	4.1.5. Satış ekibinin kullanacağı teknik argümanların oluşturulması	AH.4.1.5.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Satış Md.	30.09.2019	2019
	4.2. Şirket içerisinde müşteri odaklı yaklaşımı yaygınlaştırmak	SH.4.2.1	ÇALIŞANLARIMIZA MÜŞTERİ ODAKLILIK ANKET / TEST PUANI	GMY - Pazarlama ve Satış	MİN 75	2019

MİKROPOR
STRATEJİLER VE AKTİVİTELER
2019 - 2023

STRATEJİK AMAÇ	STRATEJİ	AKTİVİTE	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI
	4.2. Şirket içerisinde müşteri odaklı yaklaşımı yaygınlaştırmak	4.2.1. Şirket içi Satış personelinin eğitimi	AH.4.2.1.1	EĞİTİM PLANINA UYUM	İk. Md	100%	2019
		4.2.2. Müşteri memnuniyeti eğitiminin verilmesi	AH.4.2.2.1	EĞİTİM PLANINA UYUM	Kal. Güv. Dir	100%	2019
		4.2.3. Seçilen personelin müşteri ziyaretine götürülmesi	AH.4.2.3.1	ZİYARET PLANINA UYUM	Satış Md.	100%	2019
		4.2.4. Şirket içerisinde müşteri odaklılık anketi/testi uygulama	AH.4.2.4.1	ANKET / TEST PUANI	İk. Md	Min 75	2019
	4.3. Pazar ve müşteri ihtiyaçlarının belirlenmesi.	4.3. Pazar ve müşteri ihtiyaçlarının belirlenmesi.	SH.4.3.1	PAZARI VE MÜŞTERİYİ TANIMA SÜRECİNİN ETKİNLİK ORANI	GMY - Pazarlama ve Satış	100%	2019
		4.3.1. Müşteri memnuniyeti araştırması yapılması	AH.4.3.1.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Paz. Md.	31.12.2019	2019
		4.3.2. Pazar Araştırmaları Yapılması	AH.4.3.2.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Paz. Md.	31.12.2019	2019
		4.3.3. Pazarı ve Müşteriyi tanıma sürecinin iyileştirilmesi	AH.4.3.3.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Paz. Md.	31.12.2019	2019
		4.3.4. Mevcut ve Potansiyel müşteri datalarının toplanması	AH.4.3.4.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Paz. Md.	31.12.2019	2019
	4.4. Ürünlerimize olan güvenimizi pazara göstermek amacıyla tanıtım çalışmaları yapılması	4.4. Ürünlerimize olan güvenimizi pazara göstermek amacıyla tanıtım çalışmaları yapılması	SH.4.4.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	GMY- Pazarlama ve Satış	31.12.2019	2019
		4.4.1. Ürün kalitesi ile eşleşen ürün sunumlarının hazırlanması ve güncel tutulması :video, ppt, reklam, poster, kesit, demo vs.	AH.4.4.1.1	PAZARLAMA PLANINA UYUM	Paz. Md.	100%	SÜREKLİ
		4.4.2 Örnek olay incelemesi (Case study) sunulması	AH.4.4.2.1	OLAY İNCELEMESİ ADEDİ	Paz. Md.	1ad/YIL	2019
		4.4.3. Teknik makale yayımlanması	AH.4.4.3.1	MAKALE ADEDİ	Paz. Md.	4ad/YIL	2019
		4.4.4. MİKROPOR FLCC (FILTER LIFE CYCLE COST) programının yapılması	AH.4.4.4.1	PLANLANAN TARİHE UYUM	Paz. Md.	31.12.2019	2019
	4.5. Sektör standartları üzerinde uzun garanti süresinin sağlanması.	4.5. Sektör standartları üzerinde uzun garanti süresinin sağlanması.	SH.4.5.1	PROJE PLANINA UYUM	Kalite Güvence Direktörü	100%	2019
		4.5.1. Ömür test laboratuvarı kurulması ve var olanların geliştirilmesi.	AH.4.5.1.1	PROJE PLANINA UYUM	Ar-Ge Md.	100%	2019
		4.5.2. Müşteri şikayetleri yönetim sisteminin iyileştirilmesi	AH.4.5.2.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Kalite Güvence Direktörü	31.12.2019	2019

MİKROPOR
STRATEJİLER VE AKTİVİTELER
2019 - 2023

STRATEJİK AMAÇ	STRATEJİ	AKTİVİTE	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI
		4.5.3. Sektör Araştırması-Rakiplerin garanti sürelerinin belirlenmesi ve raporlanması	AH.4.5.3.1	RAPOR ADEDİ	Paz. Md.	min 2 rakip RAPORU	2019

5. YENİ SEKTÖRLERE GİRMEK

	5.1. Ev kullanımına dönük ürünler tasarlanması.	5.1. Ev kullanımına dönük ürünler tasarlanması.	SH.5.1.1	EV KULLANIMINA DÖNÜK TASARLANAN YENİ ÜRÜN ADEDİ	GMY - Pazarlama ve Satış	1 Adet/yıl	SÜREKLİ
		5.1.1. Son kullanıcıların ihtiyaçlarının belirlenmesi ve raporlanması	AH.5.1.1.1	RAPOR ADEDİ	Paz. Md.	1 Adet/yıl	SÜREKLİ
	5.2. Son kullanıcılara yönelik pazarlama ve tanıtım çalışmalarının artırılması.	5.2. Son kullanıcılara yönelik pazarlama ve tanıtım çalışmalarının artırılması.	SH.5.2.1	PAZAR ARAŞTIRMA PLANINA UYUM	GMY - Pazarlama ve Satış	100%	2019
			SH.5.2.2	TANITIM PLANLARINA UYUM		100%	2019
		5.2.1. Hedef sektörlerle yönelik reklam ve tanıtım çalışmalarının yapılması	AH.5.2.1.1	BÜTÇEYE UYUM	Paz. Md.	100%	2019
		5.2.2. Son kullanıcıları hedefleyen sektörel dergilere reklam verilmesi	AH.5.2.2.1	PAZARLAMA BÜTÇESİNE UYUM	Paz. Md.	100%	2019
	5.3. Oda hava temizleyici sektörüne girilmesi.	5.3. Oda hava temizleyici sektörüne girilmesi.	SH.5.3.1	PLANLANAN LANSMAN TARİHİNE UYUM	GMY - Pazarlama ve Satış	31.12.2020	2020
		5.3.1. Saha testlerinin yapılması	AH.5.3.1.1	PROJE PLANINA UYUM	İş Geliştirme	100%	2019
		5.3.2. Ürün lansman kampanyası yapılması	AH.5.3.2.1	LANSMAN PROGRAMINA UYUM	Paz. Md.	100%	2019
		5.3.3. Yeni Ürün Basılı katalog çalışması yapılması	AH.5.3.3.1	MARKA İLETİŞİM PLANINA UYUM	Paz. Md.	100%	2019
		5.3.4. Yeni Ürün için Sosyal Medya kanallarına haber, video hazırlanması	AH.5.3.4.1	MARKA İLETİŞİM PLANINA UYUM	Paz. Md.	100%	2019
		5.3.5. Hedef Pazar ve Sektörler için Reklam Çalışması Yapılması	AH.5.3.5.1	MARKA İLETİŞİM PLANINA UYUM	Paz. Md.	100%	2019
		5.3.6. Satış kanallarının oluşturulması	AH.5.3.6.1	PAZARLAMA PLANINA UYUM	İş Geliştirme	100%	2019

6. MARKA BİLİNİRLİĞİNİ ARTIRMAK

MİKROPOR
STRATEJİLER VE AKTİVİTELER
2019 - 2023

STRATEJİK AMAÇ	STRATEJİ	AKTİVİTE	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI
	6.1. Marka bilinirlik araştırmaları yoluyla müşteri algısının takip edilmesi.	6.1. Marka bilinirlik araştırmaları yoluyla müşteri algısının takip edilmesi.	SH.6.1.1	TÜRKİYE MARKA BİLİNİRLİK DEĞERİ	GMY - Pazarlama ve Satış	100%	2023
			SH.6.1.2	HEDEF PAZAR AMERİKA MARKA BİLİNİRLİK DEĞERİ		10%	2023
			SH.6.1.3	HEDEF PAZAR AVRUPA MARKA BİLİNİRLİK DEĞERİ		10%	2023
			SH.6.1.4	HEDEF PAZAR RUSYA MARKA BİLİNİRLİK DEĞERİ		50%	2023
		6.1.1. Türkiye Marka Bilinirlik Araştırması yapılması	AH.6.1.1.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Paz. Md.	31.12.2019	2019
		6.1.2. Hedef Pazar Amerika Marka Bilinirlik Araştırması yapılması	AH.6.1.2.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Paz. Md.	31.12.2019	2019
		6.1.3. Hedef Pazar Avrupa Marka Bilinirlik Araştırması yapılması	AH.6.1.3.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Paz. Md.	31.12.2019	2019
		6.1.4. Hedef Pazar Rusya Marka Bilinirlik Araştırması yapılması	AH.6.1.4.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Paz. Md.	31.12.2019	2019
	6.2. Teknolojik ve güvenilir marka imajını güçlendirici pazarlama faaliyetleri yapılması.	6.2. Teknolojik ve güvenilir marka imajını güçlendirici pazarlama faaliyetleri yapılması.	SH.6.2.1	MEVCUT MÜŞTERİ ANKET SONUCU (TEKNOLOJİK VE GÜVENİLİRLİK PUANI)	GMY - Pazarlama ve Satış	> % 50	2019
		6.2.1. Müşteri Odaklı Sosyal etkinlik düzenlemesi	AH.6.2.1.1	MARKA İLETİŞİM PLANINA UYUM	Paz. Md.	100%	2019
		6.2.2. Markanın gücünü yansıtan, reklam ve tanın çalışmalarının yapılması	AH.6.2.2.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Paz. Md.	31.12.2019	2019
		6.2.3. Hedef pazarlarda görünürlüğün artırılması (sponsorluklar, bayi giydirm, promosyon vs.)	AH.6.2.3.1	REKLAM PLANINA UYUM	Paz. Md.	100%	2019
		6.2.4. Dijital Pazarlama kampanyalarına ağırlık verilmesi	AH.6.2.4.1	PAZARLAMA PLANINA UYUM	Paz. Md.	100%	2019
		6.2.5. Marka Günü etkinliği düzenlenmesi	AH.6.2.5.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Paz. Md.	31.12.2019	2019
		6.2.6. Kurumsal kimlik kılavuzuna uyumun sağlanması (paketleme, iş kıyafeti, kartvizit, antetli vs.)	AH.6.2.6.1	REKLAM PLANINA UYUM	Paz. Md.	100%	2019
		6.2.7. Sosyal Medyada tanıtımlar yapılması	AH.6.2.7.1	TAKİP VE TIKLAMA ANALİZİ VE RAPORLANMASI	Paz. Md.	1 Adet/ay	2019
		6.2.8. Mevcut Müşteri imaj anketi yapılması	AH.6.2.8.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Paz. Md.	31.12.2019	2019

MİKROPOR
STRATEJİLER VE AKTİVİTELER
2019 - 2023

STRATEJİK AMAÇ	STRATEJİ	AKTİVİTE	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI
	6.3. Sektörel fuarlara katılımın artırılması	6.3. Sektörel fuarlara katılımın artırılması	SH.6.3.1	PLANLANAN FUAR ADEDİNE UYUM	Paz. Md.	100%	2019
		6.3.1. Sektör fuarlarına etkinlik sponsorluğu yapılması	AH.6.3.1.1	MARKA İLETİŞİM PLANINA UYUM	Paz. Md.	100%	2019
		6.3.2. Yeni girilecek pazarlarda ve öncelikli hedef pazarlardaki önemli fuarlara katılım sağlanması	AH.6.3.2.1	PAZARLAMA PLANINA UYUM	Paz. Md.	100%	2019
7. İŞ GELİŞTİRME KABİLİYETİMİZİ ARTIRMAK							
	7.1. Tasarım gücümüzün geliştirilmesi.	7.1. Tasarım gücümüzün geliştirilmesi.	SH.7.1.1	TASARIM SÜRECİNİN ETKİNLİK ORANI	İş Geliştirme Ortağı	100%	SÜREKLİ
		7.1.1. Ürün tasarımı ve kalıphane süreçlerinin ayrılması	AH.7.1.1.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Oper. Dir.	30.06.2023	2023
		7.1.2. Ürün tasarım sürecinin yeniden yapılandırılması	AH.7.1.2.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	30.03.2019	2019
		7.1.3 Benchmark ve Prototip Laboratuvarının Kurulması	AH.7.1.2.2	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Opr. Dir	31.12.2020	2021
		7.1.4. Yeni Personel Alımı yapılması	AH.7.1.4.1	NORM KADRO TALEBİNİN KARŞILANMASI	İ.K. Md.	100%	2019
		7.1.5. Kullanılan yazılımların güncellemelerinin takibi ve raporlaması	AH.7.1.5.1	RAPOR ADEDİ	Ar-Ge Md.	2adet/YIL	SÜREKLİ
		7.1.6. Ürün tasarım gücümüzü geliştirecek yeni yazılımların araştırılması, takip edilmesi ve raporlanması	AH.7.1.6.1	RAPOR ADEDİ	Ar-Ge Md.	2adet/YIL	SÜREKLİ
	7.2. Yeni çıkan veya yeni pazarların gerektirdiği ürün sertifikasyonlarının alınması.	7.2. Yeni çıkan veya yeni pazarların gerektirdiği ürün sertifikasyonlarının alınması.	SH.7.2.1	SERTİFİKASYON ALINMAMASI NEDENİ İLE ALINAN İÇ MÜŞTERİ ŞİKAYET SAYISI	İş Geliştirme Ortağı	0 Ad.	SÜREKLİ
		7.2.1. Standart ve sertifikasyon araştırma ve edinim sisteminin kurulması	AH.7.2.1.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Ar-Ge Md	100%	SÜREKLİ
		7.2.2. Ürün performans ve ömür test laboratuvarının kurulması		PLANLANAN ZAMANA UYUM	Ar-Ge Md	31.12.2019	2020
		7.2.3. UL900 testlerinin tamamlanması ve sertifikasyonu	AH.7.2.3.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Ar-Ge Md	100%	SÜREKLİ
		7.3. Yeni ürün tasarımlarımızda fiyat - performans endeksini ön planda tutmak	SH.7.3.1	YENİ ÜRÜN PROJESİ BENCHMARK RAPORUNUN YAYINLANMASI	İş Gel. Ort.	1 RAP./YENİ PROJE	SÜREKLİ

MİKROPOR
STRATEJİLER VE AKTİVİTELER
2019 - 2023

STRATEJİK AMAÇ	STRATEJİ	AKTİVİTE	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI
	7.3. Yeni ürün tasarımlarımızda fiyat-performans endeksini ön planda tutmak	7.3.1. Ürün testlerinin doğrulanması ve karşılaştırmalı raporlanması	AH.7.3.1.1	RAPOR ADEDİ	Ar-Ge Md.	4ad/YIL	SÜREKLİ
		7.3.2 Sektör araştırması yapılarak alanında en iyi en büyük en az 3 büyük rakip belirlenmesi ve rakip analizi yapılması	AH.7.3.2.1	RAPOR ADEDİ	Paz. Md.	1 ad rapor /YIL	SÜREKLİ
		7.3.3. Ürün lansman programları oluşturma	AH.7.3.3.1	LANSMAN PROGRAMINA UYUM	Paz. Md.	100%	SÜREKLİ
8. TEKNİK YETKİNLİĞİN SÜRDÜRÜLEBİLMESİ VE GELİŞTİRİLMESİNİ SAĞLAMAK							
	8.1. İmalat makinesi üreticileri ile olan iyi ilişkilerimizi sürdürerek üretimdeki son teknolojilerin takip edilmesi.	8.1. İmalat makinesi üreticileri ile olan iyi ilişkilerimizi sürdürerek üretimdeki son teknolojilerin takip edilmesi.	SH.8.1.1	ARAŞTIRMA RAPORU YAYINLANMASI	Operasyon Direktörü	31.12.2019	2019
		8.1.1. İmalat makinası üreticileri ile yıllık ziyaret planları yapılması	AH.8.1.1.1	YILLIK PLANA UYUM	Opr. Dir.	100%	2019
		8.1.2. İmalat makinası üreticilerinin katıldığı fuarlara yıllık ziyaret planları yapılması	AH.8.1.2.1	YILLIK PLANA UYUM	Opr. Dir.	100%	2019
		8.1.3. Periyodik yayınların takibi ve yeniliklerin raporlanması	AH.8.1.3.1	RAPOR ADEDİ	Müh. Md.	2 adet/yıl	2019
	8.2. Üretimde verimliliğin artırılması.	8.2. Üretimde verimliliğin artırılması.	SH.8.2.1	MONTAJ ADAM-SAAT İYİLEŞTİRME ORANI	Opr. Dir.	6%	2019
			SH.8.2.2	TPM COST LOSS HEDEFLERİNE UYUM	Opr. Dir.	4.500.000 TL	2019
		8.2.1. MTM çalışmalarının hatlar bazında tamamlanması	AH.8.2.1.1	PROJE PLANINA UYUM	Opr. Dir.	31.12.2019	2019
		8.2.2. MTM faaliyetlerinin komite olarak yürütülmesi	AH.8.2.2.1	PROJE PLANINA UYUM	Opr. Dir.	31.12.2020	2019
		8.2.3. Kalıphane optimizasyon programının etkinliğinin arttırılması	AH.8.2.3.1	Aylık üretilen kalıp sayısı içindeki optimizasyon kullanılmış kalıplarının oranı	Met. Pl. İşl. Md.	50%	2019
		8.2.4. Yeni ürün devreye alma sisteminin iyileştirilmesi (Süreç tanımlama)	AH.8.2.4.1	PROJE PLANINA UYUM	K.G. Dir.	31.03.2019	2019
		8.2.5. Online Sipariş karşılama oranı takip sisteminin devreye alınması	AH.8.2.5.1	PROJE PLANINA UYUM	İ.Ç. Md.	31.03.2018	2018
		8.2.6. Devamsız kadrosunun spesifik alt elemanlarda oluşturulması	AH.8.2.6.1	PROJE PLANINA UYUM	Opr. Dir.	31.12.2021	2022

MİKROPOR
STRATEJİLER VE AKTİVİTELER
2019 - 2023

STRATEJİK AMAÇ	STRATEJİ	AKTİVİTE	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI
		8.2.7. Mamül deponun üretim yeri bağlantısının koparılması	AH.8.2.7.1	PROJE PLANINA UYUM	Opr. Dir.	31.12.2022	2023
		8.2.8. ID-tag sistemine geçilmesi.	AH.8.2.8.1	PROJE PLANINA UYUM	Opr. Dir.	100%	2018
		8.2.9. Üretim Mühendisliği Müdürlüğünün kurulması ve yetkilendirilmesi	AH.8.2.9.1	PROJE PLANINA UYUM	Opr. Dir.	31.12.2018	2018
		8.2.10. Takımhanenin spesifik alt elemanlarla kurulması	AH.8.2.10.1	PROJE PLANINA UYUM	Opr. Dir.	31.12.2019	2019
		8.2.11. Kalıp Üretim Planlamanın devreye alınması	AH.8.2.11.1	PROJE PLANINA UYUM	Opr. Dir.	31.12.2019	2019
		8.2.12. Kalitesizlik Maliyetlerinin ölçülmesi, raporlanması	AH.8.2.12.1	SİSTEMATİK OLUŞTURMA	K.G. Dir.	31.03.2019	2019
			AH.8.2.12.2	RAPOR ADEDİ	K.G. Dir.	1adet/ay	SÜREKLİ
	8.3. Üretimde kullanılan hammaddelerin geliştirilmesi için tedarikçilerimizle birlikte çalışmalarda bulunulması.	8.3. Üretimde kullanılan hammaddelerin geliştirilmesi için tedarikçilerimizle birlikte çalışmalarda bulunulması.	SH.8.3.1	HAMMADDE GELİŞTİRME PLANINA UYUM	Opr. Dir.	100%	SÜREKLİ
		8.3.1. Tedarikçi Yönetim Sisteminin kurulması	AH.8.3.1.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	31.03.2019	2019
		8.3.2. Tedarikçiler ile yıllık iyileştirme projeleri planlanması	AH.8.3.2.1	PROJE PLANINA UYUM	K.G. Dir.	100%	2019
		8.3.3. Tedarikçiler ile yıllık hammadde iyileştirme projelerinin uygulanması	AH.8.3.3.1	PROJE PLANINA UYUM	K.G. Dir.	100%	2019
		8.3.4. Tercih edilen tedarikçi (preferred supplier) uygulamasının başlatılması	AH.8.3.4.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Sat. Md.	31.12.2020	2020
		8.3.5. Tercihli tedarikçi (preferred supplier) ile yeni ürün geliştirilmesine dair projelerin tetiklenmesi	AH.8.3.5.1	PROJE PLANINA UYUM	Opr. Dir.	100%	SÜREKLİ
	8.4. Know-how birikimimizin firma içindeki güvenliğinin, yayılımının ve sürdürülebilirliğinin sağlanması.	8.4. Know-how birikimimizin firma içindeki güvenliğinin, yayılımının ve sürdürülebilirliğinin sağlanması.	SH.8.4.1	BİLGİ GÜVENLİĞİ KAYNAKLI DIŞ DENETİM UYGUNSUZLUK ADEDİ	Opr. Dir.	0 ADET	2020
		8.4.1. Bilgi Güvenliği Sisteminin gözden geçirilmesi	AH.8.4.1.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	B.i. Md.	30.06.2019	2019
		8.4.2. ISO 27001 Bilgi Güvenliği Yönetim Sistemine Uygun Şekilde Dijitalleşme Faaliyetlerine Destek olma	AH.8.4.2.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	B.i. Md.	100%	SÜREKLİ
		8.4.3. Dış kaynak kullanarak "sızma testi" yaptırılması	AH.8.4.3.1	TEST ADEDİ	B.i. Md.	1 AD. / YIL	SÜREKLİ

MİKROPOR
STRATEJİLER VE AKTİVİTELER
2019 - 2023

STRATEJİK AMAÇ	STRATEJİ	AKTİVİTE	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI	
		8.4.4. Firma çalışanları bilgi güvenliği eğitimlerinin tamamlanması	AH.8.4.4.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	B.İ. Md.	30.06.2019	2019	
	8.5. ERP çalışmalarının yazılım üzerinden takip edilmesi.	8.5. ERP çalışmalarının yazılım üzerinden takip edilmesi.	SH.8.5.1	ERP PROJE PLANINA UYUM	Opr. Dir.	100%	2020	
		8.5.1. ERP sisteminin iyileştirilmesi.	AH.8.5.1.1	PROJE PLANINA UYUM	Opr. Dir.	31.12.2022	2022	
		8.5.2. Kalite hurdalarının sistem üzerinden takibinin yapılması	AH.8.5.2.1	PROJE PLANINA UYUM	İ.Ç. Md.	30.05.2019	2019	
		8.5.3. Fason Takip ve Üretim Yönetim Sisteminin Kurulması	AH.8.5.3.1	PROJE PLANINA UYUM	İ.Ç. Md.	30.05.2019	2019	
		8.5.4. Mes ile gusto sisteminin entegre çalışmasının yapılması	AH.8.5.4.1	PROJE PLANINA UYUM	İ.Ç. Md.	31.12.2018	2018	
		8.5.5. MRP sisteminin devreye alınması	AH.8.5.5.1	PROJE PLANINA UYUM	İ.Ç. Md.	30.06.2019	2019	
		8.5.6. 400mmx300mm polybox taşıma sistemleri için kapalı ambar sistemine geçilmesi	AH.8.5.6.1	PROJE PLANINA UYUM	Opr. Dir.	30.06.2021	2021	
		8.6. Var olan ileri test imkânlarının sürekli güncel tutulması.	8.6. Var olan ileri test imkânlarının sürekli güncel tutulması.	SH.8.6.1	GÜNCEL TEST İMKANLARI ARAŞTIRMA RAPORU	İş Geliştirme Ortağı	1adet/YIL	SÜREKLİ
	8.6.1. Test cihazlarının güncelliklerinin takip edilmesi ve raporlanması		AH.8.6.1.1	RAPOR ADEDİ	Ar-Ge Md.	2adet/yıl	SÜREKLİ	
	8.6.2. AR-GE departmanının test düzenek ve sistemler konusunda eğitilmesi,		AH.8.6.2.1	EĞİTİM ADEDİ	İ.K. Md.	1adet/YIL	SÜREKLİ	
	9. KURUMSAL YÖNETİM SİSTEMLERİNİ GELİŞTİRMEK VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİNİ SAĞLAMAK							
		9.1. Strateji Yönetim Sistemini Geliştirmek	9.1. Strateji Yönetim Sistemini Geliştirmek	SH.9.1.1	PROJE PLANINA UYUM ORANI	GMY - Pazarlama ve Satış	31.12.2019	2019
9.1.1. Fonksiyonel organizasyon yapısının gözden geçirilmesi			AH.9.1.1.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.K. Md.	31.03.2018	2018	
9.1.2. Stratejik Planlama Sürecinin hazırlanması			AH.9.1.2.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	15.12.2017	2017	
9.1.3. Stratejik Planlama Prosedürünün hazırlanması			AH.9.1.3.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	31.10.2018	2018	

MİKROPOR
STRATEJİLER VE AKTİVİTELER
2019 - 2023

STRATEJİK AMAÇ	STRATEJİ	AKTİVİTE	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI
		9.1.4. Yönetime Stratejik Planlama Eğitimi verilmesi	AH.9.1.4.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.K. Md.	31.10.2018	2018
		9.1.5. Stratejik planlama sürecinde belirlenen uygulamalar doğrultusunda gözden geçirilmesi	AH.9.1.5.1	GÖZDEN GEÇİRME ADEDİ	K.G. Dir.	4 kez / yıl	2019
	9.2. Süreç Yönetim Sistemini Geliştirmek	9.2. Süreç Yönetim Sistemini Geliştirmek	SH.9.2.1	PROJE PLANINA UYUM ORANI	K.G. Dir.	30.09.2019	2019
		9.2.1. Süreç Yönetimi eğitimi planlanması ve gerçekleştirilmesi	AH.9.2.1.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	31.03.2018	2018
		9.2.2. Süreç Sınıflandırmasının ve Hiyerarşisinin gözden geçirilmesi	AH.9.2.2.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	30.06.2018	2018
		9.2.3. Operasyonel Süreçlerin Gözden geçirilmesi	AH.9.2.3.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	30.09.2019	2019
		9.2.4. Yönetmelik / Destek Süreçlerin gözden geçirilmesi	AH.9.2.4.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	30.09.2019	2019
		9.2.5. Süreç Yönetim Sistemi Prosedürünün gözden geçirilmesi	AH.9.2.5.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	30.06.2018	2018
	9.3. Kurumsal Karne (BSC) Performans Sistemini Etkin Kılmak	9.3. Kurumsal Karne (BSC) Performans Yönetim Sistemini Etkin Kılmak	SH.9.3.1	KURUMSAL KARNE DEĞERLENDİRMESİ	Genel Müdür	31.01.2020	2019
		9.3.1. Kurumsal Karne (Performans) Yönetimi Prosedürünün gözden geçirilmesi	AH.9.3.1.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.K. Md.	31.01.2019	2019
		9.3.2. Kurumsal Karne Yönetim Sistemine göre beyaz yaka performans değerlendirmelerinin yapılması	AH.9.3.2.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.K. Md.	31.01.2020	2019
	9.4. Dijitalleşme Çalışmalarının Etkin Yönetimi	9.4. Dijitalleşme Çalışmalarının Etkin Yönetimi	SH.9.4.1	PROJE PLANINA UYUM ORANI	Genel Müdür	100%	SÜREKLİ
		9.4.1. ERP - Gusto MRP programının geliştirilmesi	AH.9.4.1.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.Ç. Md.	31.03.2019	2019
		9.4.2. ERP - Optimize Planlama projesi	AH.9.4.2.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Planl. Md.	31.12.2021	2021
		9.4.3. ERP - İş Zekası ve Analitiği projeleri	AH.9.4.3.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.Ç. Md.	31.12.2021	2021
		9.4.4. ERP - BOM	AH.9.4.4.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Ana Ver. Y. Md.	31.09.2018	2018
		9.4.5. ERP - e-irsaliye	AH.9.4.5.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Muhasebe Md.	31.12.2020	2020

MİKROPOR
STRATEJİLER VE AKTİVİTELER
2019 - 2023

STRATEJİK AMAÇ	STRATEJİ	AKTİVİTE	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI
	9.4. Dijitalleşme Çalışmalarını Etkin Yönetmek	9.4.6. ERP - e-arşiv	AH.9.4.6.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Muhasebe Md.	31.03.2021	2021
		9.4.7. ERP Banka Hareket Entegrasyonu	AH.9.4.7.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Muhasebe Md.	31.03.2021	2021
		9.4.8. ERP - e-Stok alanları	AH.9.4.8.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Lojistik Md.	30.09.2019	2019
		9.4.9. MES - Verimlilik (OEE) Hesaplamaları	AH.9.4.9.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.Ç. Md.	31.03.2018	2018
		9.4.10. MES - Elektronik Doküman Yönetimi	AH.9.4.10.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.Ç. Md.	30.09.2019	2019
		9.4.11. MES - Elektronik Teyit süreçleri	AH.9.4.11.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.Ç. Md.	30.03.2019	2019
		9.4.12. MES - Elektronik Hurda Modülü	AH.9.4.12.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.Ç. Md.	30.06.2019	2019
		9.4.13. MES - API Katmanı ve Mobil Modüller	AH.9.4.13.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.Ç. Md.	31.12.2019	2019
		9.4.14. MES - Al Raporlar ve Uyarılar	AH.9.4.14.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.Ç. Md.	30.06.2020	2020
		9.4.15. MES -Çift yönlü haberleşme projesi	AH.9.4.15.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.Ç. Md.	30.09.2018	2018
		9.4.16. MES - RFID projesi	AH.9.4.16.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Bakım Md.	31.12.2019	2019
		9.4.17. Dijital MTM projesi	AH.9.4.17.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Ope.Dir.	31.12.2020	2020
		9.4.18. CRM - CRM Süreçlerinin Dijitalleşmesi	AH.9.4.18.2	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.Ç. Md.	31.03.2019	2019
		9.4.19. IM ve Exchange - Skype ve Office 365 Exchange	AH.9.4.19.3	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Bilgi İşl. M.d	31.12.2018	2018
		9.4.20. Siber Güvenlik - Zaafiyet analizi yapılması (penetrasyon)	AH.9.4.20.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Bilgi İşl. M.d	100%	SÜREKLİ
		9.4.21. Siber Güvenlik - Network analizi yapılması	AH.9.4.21.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Bilgi İşl. M.d	100%	SÜREKLİ
		9.4.22. ARGE - MQTT Server projesi	AH.9.4.22.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Ope.Dir.	31.03.2019	2019

MİKROPOR
STRATEJİLER VE AKTİVİTELER
2019 - 2023

STRATEJİK AMAÇ	STRATEJİ	AKTİVİTE	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI
		9.4.23. ARGE - IOT (Nesnelerin Interneti) projesi	AH.9.4.23.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	Ope.Dir.	30.09.2019	2019
		9.4.24. Stratejik Planlama Sürecine ait yazılımın seçimi ve uyarlaması	AH.9.4.24.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	30.11.2019	2019
		9.4.25. Süreç Yönetimine ait yazılımın seçimi ve uyarlaması	AH.9.4.25.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	30.11.2019	2019
		9.4.26. Kurumsal Karne yazılımın seçimi ve uyarlaması	AH.9.3.3.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.K. Md.	30.09.2019	2019
		9.4.27. Kalite Doküman Yönetimi yazılımın seçimi ve uyarlaması	AH.9.3.3.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	K.G. Dir.	30.04.2019	2019

10. İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNİN ETKİNLİĞİNİ ARTIRMAK

10.1. İK yönetim sürecinin etkinliğinin artırılması.	10.1. İK yönetim sürecinin etkinliğinin artırılması.	SH.10.1.1	İK SÜREÇ PROJE PLANINA UYUM ORANI	İ.K. Md.	31.12.2019	2019
		SH.10.1.2	ÇALIŞAN MEMNUNİYETİ ANKET PUANI	İ.K. Md.	Min 80 puan	2019
	10.1.1. İK süreç haritasının gözden geçirilmesi ve geliştirilmesi	AH.10.1.1.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.K. Md.	31.12.2018	2018
	10.1.2. İşe alım sürecinin gözden geçirilmesi ve geliştirilmesi	AH.10.1.2.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.K. Md.	31.12.2018	2018
	10.1.3. İşten ayrılma sürecinin gözden geçirilmesi ve geliştirilmesi	AH.10.1.3.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.K. Md.	31.12.2018	2018
	10.1.4. Eğitim sürecinin gözden geçirilmesi ve geliştirilmesi	AH.10.1.4.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.K. Md.	31.12.2018	2018
	10.1.5. Performans sürecinin gözden geçirilmesi ve geliştirilmesi	AH.10.1.5.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.K. Md.	31.12.2018	2018
	10.1.6. Kariyer sürecinin gözden geçirilmesi ve geliştirilmesi	AH.10.1.6.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.K. Md.	31.12.2018	2018
	10.1.7. Ücret ve yan haklar sürecinin gözden geçirilmesi ve geliştirilmesi	AH.10.1.7.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.K. Md.	30.06.2019	2019
	10.1.8. Tanıma ve takdir sürecinin/prosedürünün gözden geçirilmesi	AH.10.1.8.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.K. Md.	30.06.2019	2019

10.1. İK yönetim sürecinin etkinliğinin artırılması.

MİKROPOR
STRATEJİLER VE AKTİVİTELER
2019 - 2023

STRATEJİK AMAÇ	STRATEJİ	AKTİVİTE	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI
		10.1.9. Endüstriyel ilişkiler sürecinin gözden geçirilmesi ve geliştirilmesi	AH.10.1.9.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.K. Md.	30.06.2019	2019
		10.1.10. Süreç iyileştirmeleri ile senkronize olacak şekilde Yönetmelik, Prosedür, Talimat, Dokümantasyon (Eğitim kataloğu vb), Formların oluşturularak sistem entegrasyonunun sağlanması	AH.10.1.10.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.K. Md.	31.12.2019	2019
		10.1.11. Şirket içi İletişim intranetinin oluşturulması	AH.10.1.11.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.K. Md.	31.12.2019	2019
		10.1.12. Çalışan Memnuniyeti anketi yapılması	AH.10.1.12.1	ÇALIŞAN MEMNUNİYETİ ANKET PUANI	İ.K. Md.	Min 80 puan	2019
		10.1.13. Mikropor Akademi kurulması	AH.10.1.13.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.K. Md.	31.12.2021	2021
		10.1.14. Mikropor Talent Pool programının devreye alınması	AH.10.1.14.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.K. Md.	31.12.2019	2019
		10.1.15. Mikropor Yönetici Geliştirme programının devreye alınması	AH.10.1.15.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.K. Md.	31.12.2019	2019
	10.2. Firma/Marka bilinirliğinin çalışan/potansiyel çalışan nezdinde artırılması.	10.2. Firma / Marka bilinirliğinin çalışan/potansiyel çalışan nezdinde artırılması.	SH.10.2.1	HEDEF KİTLE ANKETLERİ FİRMA / MARKA BİLİNİRLİK ORANI - ÇALIŞAN	İ.K. Md.	100%	2019
			SH.10.2.2	HEDEF KİTLE ANKETLERİ FİRMA/MARKA BİLİNİRLİK ORANI - POTANSİYEL ÇALIŞAN	İ.K. Md.	100%	2023
		10.2.1. Sosyal medyada Mikropor Kariyer hesabı oluşturulması ve hesabın etkin yönetimi	AH.10.2.1.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.K. Md.	28.02.2019	2019
		10.2.2. Şirket çalışanlarının sektör etkinliklerine katılımının sağlanması	AH.10.2.2.1	ETKİNLİK ADEDİ	İ.K. Md.	2 ad/yıl	SÜREKLİ
		10.2.3. Firma web sitesinde İK/Kariyer bölümünün oluşturulması	AH.10.2.3.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	İ.K. Md.	28.02.2019	2019
		10.2.4 Çalışanların marka algısının araştırılması için anket yapılması	AH.10.2.4.1	ANKET SAYISI	İ.K. Md.	2 YILDA BİR	SÜREKLİ
		10.2.5. Üniversitelerin kariyer günlerine katılım	AH.10.2.5.1	ETKİNLİK ADEDİ	İ.K. Md.	2 ad /yıl	SÜREKLİ
		10.2.6. Kariyer günlerinde potansiyel çalışanlara firma / marka algısının belirlenmesi için anket yapılması	AH.10.2.6.1	ANKET SAYISI	İ.K. Md.	1 ad/etkinlik	SÜREKLİ
	10.3. Okul-Sanayi ilişkilerinin geliştirilmesi.	10.3. Okul-Sanayi ilişkilerinin geliştirilmesi.	SH.10.3.1	OKUL - SANAYİ İŞBİRLİĞİ PROJESİ PLANINA UYUM ORANI	İ.K. Md.	100%	SÜREKLİ
		10.3.1. Eğitim Kurumlarında seminer verilmesi	AH.10.3.1.1	ETKİNLİK ADEDİ	İ.K. Md.	3 ADET / YIL	2019

MİKROPOR
STRATEJİLER VE AKTİVİTELER
2019 - 2023

STRATEJİK AMAÇ	STRATEJİ	AKTİVİTE	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI
	10.3. Okul-Sanayi ilişkilerinin geliştirilmesi.	10.3.2. Üniversitelerle işyeri eğitimi protokolü yapılması	AH.10.3.2.1	PROTOKOL ADEDİ	İ.K. Md.	1 Adet	2019
		10.3.3. Hedef üniversite ve bölümlerdeki başarılı öğrencilere burs ve/veya staj programı oluşturulması	AH.10.3.3.1	STAJ İÇİN PLANLANAN ÖĞRENCİ KABUL SAYISINA VE BURS BÜTÇESİNE UYUM	İ.K. Md.	100%	SÜREKLİ
		10.3.4. Üniversite öğrencilerinin şirkete davet edilmesi	AH.10.3.4.1	ŞİRKET GEZİSİ ADEDİ	İ.K. Md.	2 AD / yıl	SÜREKLİ
		10.3.5. Üniversitelerle ortak projeler yürütülmesi	AH.10.3.5.1	PROJE ADEDİ	İ.G.O	1 AD / yıl	SÜREKLİ

STRATEJİK AMAÇ - STRATEJİ - ÖLÇÜT VE HEDEFLER

STRATEJİK AMAÇ / STRATEJİ

STR. HED./
AKTİVİTE
KODUHEDEFLENECEK PERFORMANS
İNDİKATÖRÜ

SAHİP BİRİM

HEDEF

STRATEJİ YILI

1. İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ İLE ÇEVRE KÜLTÜRÜNÜ YAYGINLAŞTIRMAK

1.1. İSG ve Çevre hedeflerimizin karşılanması	SH.1.1.1	KAZA AĞIRLIK ORANI	K.G. Dir.	0,10	SÜREKLİ
	SH.1.1.2	KAZA SIKLIK ORANI		20	SÜREKLİ
	SH.1.1.3	YANGIN ADEDİ		0 Adet	SÜREKLİ
	SH.1.1.4	ÖLÜMCÜL KAZA ADEDİ		0 Adet	SÜREKLİ
	SH.1.1.5	ÇEVRE KAZASI CEZA ADEDİ		0 Adet	SÜREKLİ
1.2. İSG ve Çevre Sistemleri (ile ilgili bilinci arttırmak için eğitim, çalıştay ve benzeri çalışmaların yapılması)	SH.1.2.1	İSG EĞİTİM PLANINA UYUM	K.G. Dir.	100%	SÜREKLİ
	SH.1.2.2	ÇS EĞİTİM PLANINA UYUM		100%	SÜREKLİ
1.3. Çalışanların İSG ve Çevre Sistemleri kurallarına uyumunun sağlanması.	SH.1.3.1	İSG DIŞ DENETİM UYGUNSUZLUK ADEDİ	K.G. Dir.	0 Adet	SÜREKLİ
	SH.1.3.2	ÇS DIŞ DENETİM UYGUNSUZLUK ADEDİ		0 Adet	SÜREKLİ
1.4. İSG ve Çevre konularına proaktif bir yaklaşım gösterilmesi.	SH.1.4.1	İSG İÇ DENETİM UYGUNSUZLUK ADEDİ	K.G. Dir.	0 Adet	SÜREKLİ
	SH.1.4.2	ÇS İÇ DENETİM UYGUNSUZLUK ADEDİ		0 Adet	SÜREKLİ

2. MARKALI ÜRÜN SATIŞLARIMIZI ARTIRMAK

2.1. Satış departmanının güçlendirilmesi.	SH.2.1.1	İHR. BÖL. ORG. PLANLANAN TARİHTE TAMAMLANMA YÜZDESİ	GMY - Pazarlama ve Satış	31.12.2019	2019
---	----------	--	-----------------------------	------------	------

STRATEJİK AMAÇ - STRATEJİ - ÖLÇÜT VE HEDEFLER

STRATEJİK AMAÇ / STRATEJİ	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI
2.2. Yurtdışı bayilerimizin yönetiminin Türkiye'den yapılması.	SH.2.2.1	BAYİ UZAKTAN YÖNETİM PROJESİNE UYUM	GMY - Pazarlama ve Satış	31.12.2019	2019
2.3. Pazardaki fiyat koşullarının takip edilmesi.	SH.2.3.1	AYLIK RAPOR YAYINLANMASI	GMY - Pazarlama ve Satış	1 Adet/ay	2019
2.4. Yurtdışı pazarlardaki markalı ürün satışlarının artırılması.	SH.2.4.1	(YURT DIŞI) MARKALI ÜRÜN SATIŞ CİROSU	GMY - Pazarlama ve Satış	14.49 Mi. €	2019
	SH.2.4.2	(YURT DIŞI) MARKALI ÜRÜN CİROSU/TOPLAM ÜRÜN CİROSU		36%	2019

3. KARLILIĞIMIZI KORUYARAK TOPLAM CİROYU ARTIRMAK

3.1. Maliyetlerin doğru tanımlanması.	SH.3.1.1	PROJE PLANINA UYUM	GMY - Mali ve İdari İşler	100%	2019
3.2. Maliyetlerin iyileştirilmesi	SH.3.2.1	HEDEFE UYUM (SATILAN MALIN MALİYETLERİNİ İYİLEŞTİRMEK)	Genel Müdür	3%	2019
3.3. OEM satışların kaybedilmemesi	SH.3.3.1	OEM SATIŞ CİROSU	GMY - Pazarlama ve Satış	42,5 Mi €	2019
3.4. Yurtdışında satın alınabilecek potansiyel firmaların belirlenmesi ve kısa, orta-uzun vadede firma satın almalarının yapılması ve/veya üretim tesislerinin kurulması.	SH.3.4.1	ŞİRKET CİROSUNU ARTTIRACAK ŞEKİLDE YAPILANMA (ORGANİK / İNORGANİK)	Genel müdür	MİNİMUM 30.000.000€ ARTIŞ	2023

STRATEJİK AMAÇ - STRATEJİ - ÖLÇÜT VE HEDEFLER

STRATEJİK AMAÇ / STRATEJİ	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI
4. MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNİ ARTIRMAK					
4.1. Müşterimizle var olan ilişkilerimizin geliştirilmesi	SH.4.1.1	MÜŞTERİ ZİYARET PLANINA UYUM	GMY - Pazarlama ve Satış	100%	2019
	SH.4.1.2	MÜŞTERİ MEMNUNİYET ANKET PUANI ve KATILIM ORANI		MİN 80	2019
	SH.4.1.3	MÜŞTERİ ŞİKAYETLERİNİ AKSİYON PLANI BİLDİRİM SÜRESİ	K.G. Dir.	< 15 gün	SÜREKLİ
	SH.4.1.4	MÜŞTERİ ŞİKAYETLERİNİ KAPATMA ORANI	K.G. Dir.	90%	SÜREKLİ
4.2. Şirket içerisinde müşteri odaklı yaklaşımı yaygınlaştırmak	SH.4.2.1	ÇALIŞANLARIMIZA MÜŞTERİ ODAKLILIK ANKET / TEST PUANI	GMY - Pazarlama ve Satış	MİN 75	2019
4.3. Pazar ve müşteri ihtiyaçlarının belirlenmesi.	SH.4.3.1	PAZARI VE MÜŞTERİYİ TANIMA SÜRECİNİN ETKİNLİK ORANI	GMY - Pazarlama ve Satış	100%	2019
4.4. Ürünlerimize olan güvenimizi pazara göstermek amacıyla tanıtım çalışmaları yapılması	SH.4.4.1	PLANLANAN ZAMANA UYUM	GMY- Pazarlama ve Satış	31.12.2019	2019
4.5. Sektör standartları üzerinde uzun garanti süresinin sağlanması.	SH.4.5.1	PROJE PLANINA UYUM	Kalite Güvence Direktörü	100%	2019
5. YENİ SEKTÖRLERE GİRMEK					
5.1. Ev kullanımına dönük ürünler tasarlanması.	SH.5.1.1	EV KULLANIMINA DÖNÜK TASARLANAN YENİ ÜRÜN ADEDİ	GMY - Pazarlama ve Satış	1 Adet/yıl	SÜREKLİ
5.2. Son kullanıcılara yönelik pazarlama ve tanıtım	SH.5.2.1	PAZAR ARAŞTIRMA PLANINA UYUM	GMY - Pazarlama	100%	2019

STRATEJİK AMAÇ - STRATEJİ - ÖLÇÜT VE HEDEFLER

STRATEJİK AMAÇ / STRATEJİ	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI
çalışmalarının artırılması.	SH.5.2.2	TANITIM PLANLARINA UYUM	ve Satış	100%	2019
5.3. Oda hava temizleyici sektörüne girilmesi.	SH.5.3.1	PLANLANAN LANSMAN TARİHİNE UYUM	GMV - Pazarlama ve Satış	31.12.2020	2020

6. MARKA BİLİNİRLİĞİNİ ARTIRMAK

6.1. Marka bilinirlik araştırmaları yoluyla müşteri algısının takip edilmesi.	SH.6.1.1	TÜRKİYE MARKA BİLİNİRLİK DEĞERİ	GMV - Pazarlama ve Satış	100%	2023
	SH.6.1.2	HEDEF PAZAR AMERİKA MARKA BİLİNİRLİK DEĞERİ		10%	2023
	SH.6.1.3	HEDEF PAZAR AVRUPA MARKA BİLİNİRLİK DEĞERİ		10%	2023
	SH.6.1.4	HEDEF PAZAR RUSYA MARKA BİLİNİRLİK DEĞERİ		50%	2023
6.2. Teknolojik ve güvenilir marka imajını güçlendirici pazarlama faaliyetleri yapılması.	SH.6.2.1	MEVCUT MÜŞTERİ ANKET SONUCU (TEKNOLOJİK VE GÜVENİLİRLİK PUANI)	GMV - Pazarlama ve Satış	> % 50	2019
6.3. Sektörel fuarlara katılımın artırılması	SH.6.3.1	PLANLANAN FUAR ADEDİNE UYUM	Paz. Md.	100%	2019

7. İŞ GELİŞTİRME KABİLİYETİMİZİ ARTIRMAK

7.1. Tasarım gücümüzün geliştirilmesi.	SH.7.1.1	TASARIM SÜRECİNİN ETKİNLİK ORANI	İş Geliştirme Ortağı	100%	SÜREKLİ
7.2. Yeni çıkan veya yeni pazarların gerektirdiği ürün sertifikasyonlarının alınması.	SH.7.2.1	SERTİFİKASYON ALINMAMASI NEDENİ İLE ALINAN İÇ MÜŞTERİ ŞİKAYET SAYISI	İş Geliştirme Ortağı	0 Ad.	SÜREKLİ

STRATEJİK AMAÇ - STRATEJİ - ÖLÇÜT VE HEDEFLER

STRATEJİK AMAÇ / STRATEJİ	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI
7.3. Yeni ürün tasarımlarımızda fiyat - performans endeksini ön planda tutmak	SH.7.3.1	YENİ ÜRÜN PROJESİ BENCHMARK RAPORUNUN YAYINLANMASI	İş Gel. Ort.	1 RAP./YENİ PROJE	SÜREKLİ

8. TEKNİK YETKİNLİĞİN SÜRDÜRÜLEBİLMESİ VE GELİŞTİRİLMESİNİ SAĞLAMAK

8.1. İmalat makinesi üreticileri ile olan iyi ilişkilerimizi sürdürerek üretimdeki son teknolojilerin takip edilmesi.	SH.8.1.1	ARAŞTIRMA RAPORU YAYINLANMASI	Operasyon Direktörü	31.12.2019	2019
8.2. Üretimde verimliliğin artırılması.	SH.8.2.1	MONTAJ ADAM-SAAAT İYİLEŞTİRME ORANI	Opr. Dir.	6%	2019
	SH.8.2.2	TPM COST LOSS HEDEFLERİNE UYUM	Opr. Dir.	4.500.000 TL	2019
8.3. Üretimde kullanılan hammaddelerin geliştirilmesi için tedarikçilerimizle birlikte çalışmalarda bulunulması.	SH.8.3.1	HAMMADDE GELİŞTİRME PLANINA UYUM	Opr. Dir.	100%	SÜREKLİ
8.4. Know-how birikimimizin firma içindeki güvenliğinin, yayılımının ve sürdürülebilirliğinin sağlanması.	SH.8.4.1	BİLGİ GÜVENLİĞİ KAYNAKLI DIŞ DENETİM UYGUNSUZLUK ADEDİ	Opr. Dir.	0 ADET	2020
8.5. ERP çalışmalarının yazılım üzerinden takip edilmesi.	SH.8.5.1	ERP PROJE PLANINA UYUM	Opr. Dir.	100%	2020
8.6. Var olan ileri test imkânlarının sürekli güncel tutulması.	SH.8.6.1	GÜNCEL TEST İMKANLARI ARAŞTIRMA RAPORU	İş Geliştirme Ortağı	1adet/YIL	SÜREKLİ

9. KURUMSAL YÖNETİM SİSTEMLERİNİ GELİŞTİRMEK VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİNİ SAĞLAMAK

9.1. Strateji Yönetim Sistemini Geliştirmek	SH.9.1.1	PROJE PLANINA UYUM ORANI	GMY - Pazarlama ve Satış	31.12.2019	2019
9.2. Süreç Yönetim Sistemini Geliştirmek	SH.9.2.1	PROJE PLANINA UYUM ORANI	K.G. Dir.	30.09.2019	2019

STRATEJİK AMAÇ - STRATEJİ - ÖLÇÜT VE HEDEFLER

STRATEJİK AMAÇ / STRATEJİ	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI
9.3. Kurumsal Karne (BSC) Performans Yönetim Sistemini Etkin Kılmak	SH.9.3.1	KURUMSAL KARNE DEĞERLENDİRMESİ	Genel Müdür	31.01.2020	2019
9.4. Dijitalleşme Çalışmalarının Etkin Yönetimi	SH.9.4.1	DİJİTALLEŞME PROJE PLANINA UYUM ORANI	Genel Müdür	100%	SÜREKLİ

10. İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNİN ETKİNLİĞİNİ ARTIRMAK

10.1. İK yönetim sürecinin etkinliğinin artırılması.	SH.10.1.1	İK SÜREÇ PROJE PLANINA UYUM ORANI	İ.K. Md.	31.12.2019	2019
	SH.10.1.2	ÇALIŞAN MEMNUNİYETİ ANKET PUANI		Min 80 puan	2019
10.2. Firma / Marka bilinirliğinin çalışan/potansiyel çalışan nezdinde artırılması.	SH.10.2.1	HEDEF KİTLE ANKETLERİ FİRMA / MARKA BİLİNİRLİK ORANI - ÇALIŞAN	İ.K. Md.	100%	2019
	SH.10.2.2	HEDEF KİTLE ANKETLERİ FİRMA/MARKA BİLİNİRLİK ORANI - POTANSİYEL ÇALIŞAN	İ.K. Md.	100%	2023
10.3. Okul-Sanayi ilişkilerinin geliştirilmesi.	SH.10.3.1	OKUL - SANAYİ İŞBİRLİĞİ PROJESİ PLANINA UYUM ORANI	İ.K. Md.	100%	SÜREKLİ

BALANCED SCORE CARD 2019 - 2023

PERSPEKTİF

STRATEJİK AMAÇ / STRATEJİ

STR. HED./
AKTİVİTE
KODU

HEDEFLENECEK PERFORMANS
İNDİKATÖRÜ

SAHİP BİRİM

HEDEF

STRATEJİ YILI

FİNANSAL

2. MARKALI ÜRÜN SATIŞLARIMIZI ARTIRMAK

2.4. Yurtdışı pazarlardaki markalı ürün satışlarının artırılması.

SH.2.4.1

(YURT DIŞI) MARKALI ÜRÜN SATIŞ CİROSU

GMY - Pazarlama
ve Satış

14.49 Mi. €

2019

SH.2.4.2

(YURT DIŞI) MARKALI ÜRÜN CİROSU/TOPLAM
ÜRÜN CİROSU

GMY - Pazarlama
ve Satış

36%

2019

3. KARLILIĞIMIZI KORUYARAK TOPLAM CİROYU ARTIRMAK

3.2. Maliyetlerin iyileştirilmesi

SH.3.2.1

HEDEFE UYUM (SATILAN MALIN MALİYETLERİNİ
İYİLEŞTİRMEK)

Genel Müdür

3%

2019

3.3. OEM satışların kaybedilmemesi

SH.3.3.1

OEM SATIŞ CİROSU

GMY - Pazarlama
ve Satış

42,5 Mi €

2019

3.4. Yurtdışında satın alınabilecek potansiyel firmaların
belirlenmesi ve kısa, orta-uzun vadede firma satın almalarının
yapılması ve/veya üretim tesislerinin kurulması.

SH.3.4.1

ŞİRKET CİROSUNU ARTTIRACAK ŞEKİLDE
YAPILANMA (ORGANİK / İNORGANİK)

Genel müdür

MINIMUM
30.000.000€
ARTIŞ

2023

4. MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNİ ARTIRMAK

4.1. Müşterimizle var olan ilişkilerimizin geliştirilmesi

SH.4.1.2

MÜŞTERİ MEMNUNİYET ANKET PUANI ve KATILIM
ORANI

GMY - Pazarlama
ve Satış

MİN 80

2019

SH.4.1.3

MÜŞTERİ ŞİKAYETLERİNİN AKSİYON PLANI
BİLDİRİM SÜRESİ

K.G. Dir.

< 15 gün

SÜREKLİ

SH.4.1.4

MÜŞTERİ ŞİKAYETLERİNİ KAPATMA ORANI

K.G. Dir.

90%

SÜREKLİ

4.2. Şirket içerisinde müşteri odaklı yaklaşımı yaygınlaştırmak

SH.4.2.1

ÇALIŞANLARIMIZA MÜŞTERİ ODAKLILIK ANKET /
TEST PUANI

GMY - Pazarlama
ve Satış

MİN 75

2019

SH.4.2.1

ÇALIŞANLARIMIZA MÜŞTERİ ODAKLILIK ANKET /
TEST PUANI

GMY - Pazarlama
ve Satış

MİN 75

2019

5. YENİ SEKTÖRLERE GİRMEK

5.1. Ev kullanımına dönük ürünler tasarlanması.

SH.5.1.1

EV KULLANIMINA DÖNÜK TASARLANAN YENİ
ÜRÜN ADEDİ

GMY - Pazarlama
ve Satış

1 Adet/yıl

SÜREKLİ

MÜŞTERİ

BALANCED SCORE CARD 2019 - 2023

PERSPEKTİF

STRATEJİK AMAÇ / STRATEJİ

STR. HED./
AKTİVİTE
KODU

HEDEFLENECEK PERFORMANS
İNDİKATÖRÜ

SAHİP BİRİM

HEDEF

STRATEJİ YILI

5.3. Oda hava temizleyici sektörüne girilmesi.

SH.5.3.1

PLANLANAN LANSMAN TARİHİNE UYUM

GMV - Pazarlama
ve Satış

31.12.2020

2020

6. MARKA BİLİNİRLİĞİNİ ARTIRMAK

6.1. Marka bilinirlik araştırmaları yoluyla müşteri algısının takip edilmesi.

SH.6.1.1

TÜRKİYE MARKA BİLİNİRLİK DEĞERİ

GMV - Pazarlama
ve Satış

100%

2023

SH.6.1.2

HEDEF PAZAR AMERİKA MARKA BİLİNİRLİK DEĞERİ

10%

2023

SH.6.1.3

HEDEF PAZAR AVRUPA MARKA BİLİNİRLİK DEĞERİ

10%

2023

SH.6.1.4

HEDEF PAZAR RUSYA MARKA BİLİNİRLİK DEĞERİ

50%

2023

6.2. Teknolojik ve güvenilir marka imajını güçlendirici pazarlama faaliyetleri yapılması.

SH.6.2.1

MEVCUT MÜŞTERİ ANKET SONUCU (TEKNOLOJİK
VE GÜVENİLİRLİK PUANI)

GMV - Pazarlama
ve Satış

> % 50

2019

6.3. Sektörel fuarlara katılımın artırılması

SH.6.3.1

PLANLANAN FUAR ADEDİNE UYUM

Paz. Md.

100%

2019

7. İŞ GELİŞTİRME KABİLİYETİMİZİ ARTIRMAK

7.3. Yeni ürün tasarımlarımızda fiyat - performans endeksini ön planda tutmak

SH.7.3.1

YENİ ÜRÜN PROJESİ BENCHMARK RAPORUNUN
YAYINLANMASI

İş Gel. Ort.

1 RAP./YENİ
PROJE

SÜREKLİ

8. TEKNİK YETKİNLİĞİN SÜRDÜRÜLEBİLMESİ VE GELİŞTİRİLMESİNİ SAĞLAMAK

8.2. Üretimde verimliliğin artırılması.

SH.8.2.1

MONTAJ ADAM-SAAAT İYİLEŞTİRME ORANI

Opr. Dir.

6%

2019

SH.8.2.2

TPM COST LOSS HEDEFLERİNE UYUM

Opr. Dir.

4.500.000 TL

2019

8.4. Know-how birikimimizin firma içindeki güvenliğinin, yayılımının ve sürdürülebilirliğinin sağlanması.

SH.8.4.1

BİLGİ GÜVENLİĞİ KAYNAKLI DIŞ DENETİM
UYGUNSUZLUK ADEDİ

Opr. Dir.

0 ADET

2020

9. KURUMSAL YÖNETİM SİSTEMLERİNİ GELİŞTİRMEK VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİNİ SAĞLAMAK

İÇ SÜREÇLER

BALANCED SCORE CARD 2019 - 2023

PERSPEKTİF

STRATEJİK AMAÇ / STRATEJİ

STR. HED./
AKTİVİTE
KODU

HEDEFLENECEK PERFORMANS
İNDİKATÖRÜ

SAHİP BİRİM

HEDEF

STRATEJİ YILI

9.1. Strateji Yönetim Sistemini Geliştirmek

SH.9.1.1

PROJE PLANINA UYUM ORANI

GMV - Pazarlama
ve Satış

31.12.2019

2019

9.2. Süreç Yönetim Sistemini Geliştirmek

SH.9.2.1

PROJE PLANINA UYUM ORANI

K.G. Dir.

30.09.2019

2019

9.3. Kurumsal Karne (BSC) Performans Yönetim Sistemini Etkin Kılmak

SH.9.3.1

KURUMSAL KARNE DEĞERLENDİRMESİ

Genel Müdür

31.01.2020

2019

9.4. Dijitalleşme Çalışmalarının Etkin Yönetimi

SH.9.4.1

DİJİTALLEŞME PROJE PLANINA UYUM ORANI

Genel Müdür

100%

SÜREKLİ

1. İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ İLE ÇEVRE KÜLTÜRÜNÜ YAYGINLAŞTIRMAK

1.1. İSG ve Çevre hedeflerimizin karşılanması

SH.1.1.1

KAZA AĞIRLIK ORANI

K.G. Dir.

0,10

SÜREKLİ

SH.1.1.2

KAZA SIKLIK ORANI

20

SÜREKLİ

10. İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNİN ETKİNLİĞİNİ ARTIRMAK

10.1. İK yönetim sürecinin etkinliğinin artırılması.

SH.10.1.1

İK SÜREÇ PROJE PLANINA UYUM ORANI

İ.K. Md.

31.12.2019

2019

SH.10.1.2

ÇALIŞAN MEMNUNİYETİ ANKET PUANI

Min 80 puan

2019

10.2. Firma / Marka bilinirliğinin çalışan/potansiyel çalışan nezdinde artırılması.

SH.10.2.1

HEDEF KİTLE ANKETLERİ FİRMA / MARKA
BİLİNİRLİK ORANI - ÇALIŞAN

İ.K. Md.

100%

2019

SH.10.2.2

HEDEF KİTLE ANKETLERİ FİRMA/MARKA BİLİNİRLİK
ORANI - POTANSİYEL ÇALIŞAN

100%

2023

ÖĞRENME VE
GELİŞME

BALANCED SCORE CARD - 2019

STRATEJİK AMAÇ / STRATEJİ

STR. HED./
AKTİVİTE
KODUHEDEFLENECEK PERFORMANS
İNDİKATÖRÜ

SAHİP BİRİM

HEDEF

STRATEJİ YILI

2. MARKALI ÜRÜN SATIŞLARIMIZI ARTIRMAK

2.4. Yurtdışı pazarlardaki markalı ürün satışlarının artırılması.

SH.2.4.1

(YURT DIŞI) MARKALI ÜRÜN SATIŞ CİROSU

GMY - Pazarlama
ve Satış

14.49 Mi. €

2019

SH.2.4.2

(YURT DIŞI) MARKALI ÜRÜN CİROSU/TOPLAM
ÜRÜN CİROSU

36%

2019

3. KARLILIĞIMIZI KORUYARAK TOPLAM CİROYU ARTIRMAK

3.2. Maliyetlerin iyileştirilmesi

SH.3.2.1

HEDEFE UYUM (SATILAN MALIN MALİYETLERİNİ
İYİLEŞTİRMEK)

Genel Müdür

3%

2019

3.3. OEM satışların kaybedilmemesi

SH.3.3.1

OEM SATIŞ CİROSU

GMY - Pazarlama
ve Satış

42,5 Mi €

2019

4. MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNİ ARTIRMAK

4.1. Müşterimizle var olan ilişkilerimizin geliştirilmesi

SH.4.1.2

MÜŞTERİ MEMNUNİYET ANKET PUANI ve KATILIM
ORANIGMY - Pazarlama
ve Satış

Min 80

2019

SH.4.1.3

MÜŞTERİ ŞİKAYETLERİNİN AKSİYON PLANI
BİLDİRİM SÜRESİ

K.G. Dir.

< 15 gün

2019

SH.4.1.4

MÜŞTERİ ŞİKAYETLERİNİ KAPATMA ORANI

K.G. Dir.

90%

2019

5. YENİ SEKTÖRLERE GİRMEK

BALANCED SCORE CARD - 2019**STRATEJİK AMAÇ / STRATEJİ****STR. HED./
AKTİVİTE
KODU****HEDEFLENECEK PERFORMANS
İNDİKATÖRÜ****SAHİP BİRİM****HEDEF****STRATEJİ YILI****5.1. Ev kullanımına dönük ürünler tasarlanması.****SH.5.1.1****EV KULLANIMINA DÖNÜK TASARLANAN YENİ
ÜRÜN ADEDİ****GMY - Pazarlama
ve Satış****1 Adet/yıl****2019****6. MARKA BİLİNİRLİĞİNİ ARTIRMAK****6.2. Teknolojik ve güvenilir marka imajını güçlendirici pazarlama faaliyetleri yapılması.****SH.6.2.1****MEVCUT MÜŞTERİ ANKET SONUCU (TEKNOLOJİK
VE GÜVENİLİRLİK PUANI)****GMY - Pazarlama
ve Satış****> % 50****2019****6.3. Sektörel fuarlara katılımın artırılması****SH.6.3.1****PLANLANAN FUAR ADEDİNE UYUM****Paz. Md.****100%****2019****7. İŞ GELİŞTİRME KABİLİYETİMİZİ ARTIRMAK****7.3. Yeni ürün tasarımlarımızda fiyat - performans endeksini ön planda tutmak****SH.7.3.1****YENİ ÜRÜN PROJESİ BENCHMARK RAPORUNUN
YAYINLANMASI****İş Gel. Ort.****1 RAP./YENİ
PROJE****2019****8. TEKNİK YETKİNLİĞİN SÜRDÜRÜLEBİLMESİ VE GELİŞTİRİLMESİNİ SAĞLAMAK****8.2. Üretimde verimliliğin artırılması.****SH.8.2.1****MONTAJ ADAM-SAAT İYİLEŞTİRME ORANI****Opr. Dir.****6%****2019****SH.8.2.2****TPM COST LOSS HEDEFLERİNE UYUM****Opr. Dir.****4.500.000 TL****2019****9. KURUMSAL YÖNETİM SİSTEMLERİNİ GELİŞTİRMEK VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİNİ SAĞLAMAK**

BALANCED SCORE CARD - 2019

STRATEJİK AMAÇ / STRATEJİ	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	SAHİP BİRİM	HEDEF	STRATEJİ YILI
9.4. Dijitalleşme Çalışmalarının Etkin Yönetimi	SH.9.4.1	DİJİTALLEŞME PROJE PLANINA UYUM ORANI	Genel Müdür	100%	2019
1. İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ İLE ÇEVRE KÜLTÜRÜNÜ YAYGINLAŞTIRMAK					
1.1. İSG ve Çevre hedeflerimizin karşılanması	SH.1.1.1	KAZA AĞIRLIK ORANI	K.G. Dir.	0,10	2019
	SH.1.1.2	KAZA SIKLIK ORANI		20	2019
10. İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNİN ETKİNLİĞİNİ ARTIRMAK					
10.1. İK yönetim sürecinin etkinliğinin artırılması.	SH.10.1.2	ÇALIŞAN MEMNUNİYETİ ANKET PUANI	İ.K. Md.	Min 80 puan	2019

BALANCED SCORE CARD - 2019

PERSPEKTİF	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	HEDEF	STRATEJİ YILI
FİNANSAL	İH.F.01	TOPLAM SATIŞ CİROSU	66 Mi. €	2019
	İH.F.02	FAVÖK	25%	2019
	SH.2.4.1	(YURT DIŞI) MARKALI ÜRÜN SATIŞ CİROSU	14.49 Mi. €	2019
	SH.2.4.2	(YURT DIŞI) MARKALI ÜRÜN CİROSU/TOPLAM ÜRÜN CİROSU	36%	2019
	SH.3.2.1	HEDEFE UYUM (SATILAN MALIN MALİYETLERİNİ İYİLEŞTİRMEK)	3%	2019
	SH.3.3.1	OEM SATIŞ CİROSU	42,5 Mi €	2019
	PH.F.01	ÜRÜN STOK - GÜN SÜRESİNİN AZALTILMASI	36 Gün	2019
	PH.F.02	HAMMADDE STOK - GÜN SÜRESİNİN AZALTILMASI	100 Gün	2019
	PH.F.03	VERİLEN TEKLİFLERİN GERÇEKLEŞME ORANI	40%	2019

BALANCED SCORE CARD - 2019

PERSPEKTİF	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	HEDEF	STRATEJİ YILI
MÜŞTERİ	SH.4.1.2	MÜŞTERİ MEMNUNİYET ANKET PUANI ve KATILIM ORANI	MİN 80	2019
	SH.4.1.3	MÜŞTERİ ŞİKAYETLERİNİN AKSİYON PLANI BİLDİRİM SÜRESİ	< 15 gün	2019
	SH.4.1.4	MÜŞTERİ ŞİKAYETLERİNİ KAPATMA ORANI	90%	2019
	SH.5.1.1	EV KULLANIMINA DÖNÜK TASARLANAN YENİ ÜRÜN ADEDİ	1 Adet/yıl	2019
	SH.6.2.1	MEVCUT MÜŞTERİ ANKET SONUCU (TEKNOLOJİK VE GÜVENİLİRLİK PUANI)	> % 50	2019
	SH.6.3.1	PLANLANAN FUAR ADEDİNE UYUM	100%	2019
	PH.M.01	ZAMANINDA VE EKSİKSİZ TESLİMAT / TOPLAM TESLİMAT ORANI	50%	2019
İÇ SÜREÇLER	SH.7.3.1	YENİ ÜRÜN PROJESİ BENCHMARK RAPORUNUN YAYINLANMASI	1 RAP./YENİ PROJE	2019
	SH.8.2.1	MONTAJ ADAM-SAAAT İYİLEŞTİRME ORANI	6%	2019

BALANCED SCORE CARD - 2019

PERSPEKTİF	STR. HED./ AKTİVİTE KODU	HEDEFLENECEK PERFORMANS İNDİKATÖRÜ	HEDEF	STRATEJİ YILI
	SH.8.2.2	TPM COST LOSS HEDEFLERİNE UYUM	4.500.000 TL	2019
	SH.9.4.1	DİJİTALLEŞME PROJE PLANINA UYUM ORANI	100%	2019
ÖĞRENME VE GELİŞME	SH.1.1.1	KAZA AĞIRLIK ORANI	0,10	2019
	SH.1.1.2	KAZA SIKLIK ORANI	20	2019
	SH.10.1.1	ÇALIŞAN MEMNUNİYETİ ANKET PUANI	Min 80 puan	2019
	PR.Ö.01	BEYAZ YAKA EĞİTİM ADAM-SAAT	40	2019
	PR.Ö.02	MAVİ YAKA EĞİTİM ADAM-SAAT	24	2019