

---

# Özgüven Geliştirme

---

1. Gün

**Hoşgeldiniz**

# **Neden buradasınız?**

---

**5N 1K**

**Ne yapmak istiyorsunuz?**

**Niçin yapmak istiyorsunuz?**

**Ne zaman yapacaksınız?**

**Nerede yapacaksınız?**

**Nasıl yapacaksınız?**

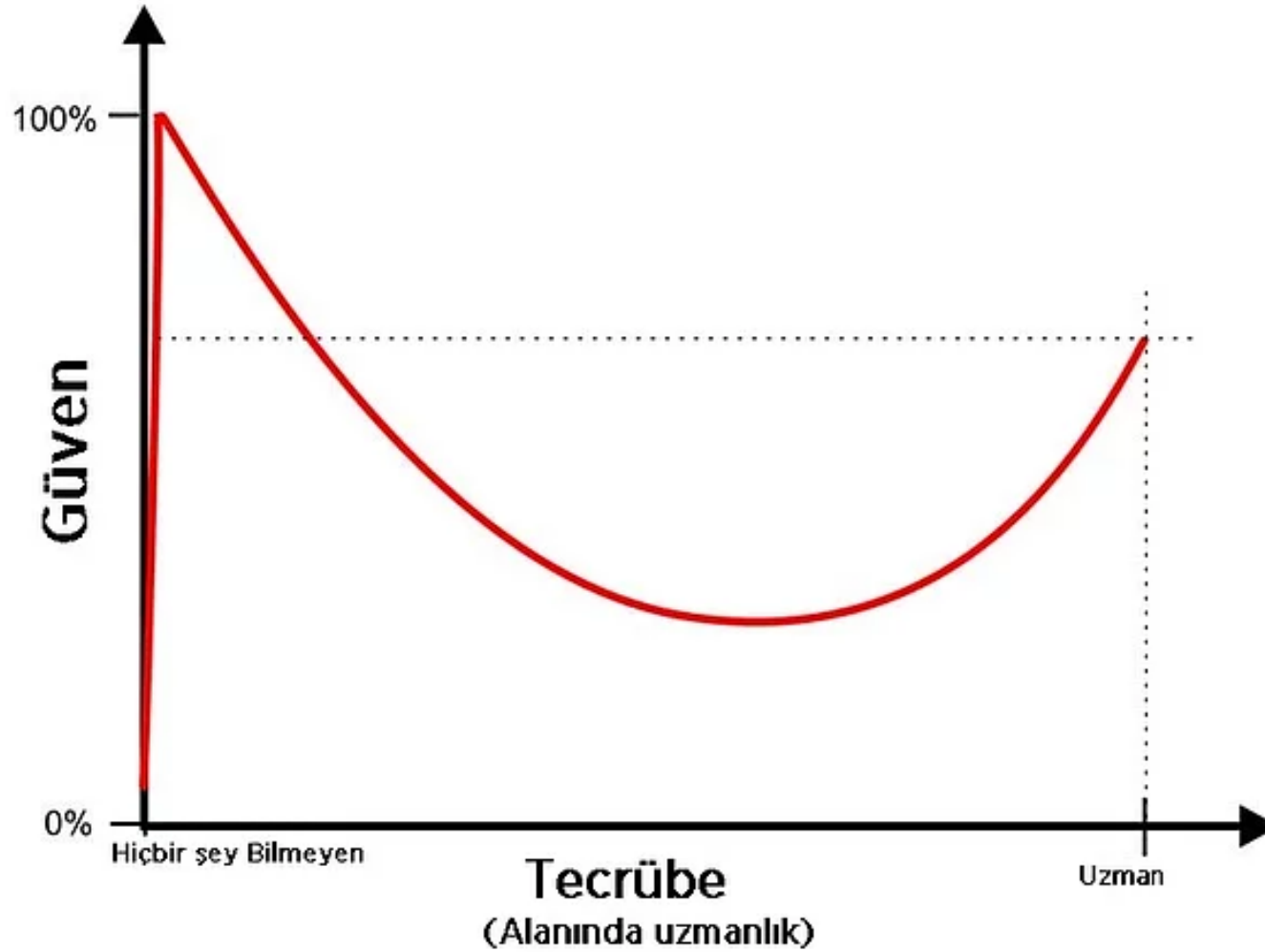
**Kim ile yapacaksınız?**

# Bugün;

---

- 
- Özgüvenimizi ölçeceğiz,
- Etkili İletişim becerilerini öğreneceğiz,
- Girişimci miyiz sorusunu yanıtlayacağız,
- İş fikri nedir öğreneceğiz,

# DUNNING-KRUGER ETKİSİ



Justin Kruger ve David Dunning adlı iki ABD'li bu hissi çok yaşamış olacak ki, iki psikiyatri uzmanı, bir teori ortaya attı:

"Cehalet, gerçek bilginin aksine, bireyin kendine olan güvenini artırır.

Niteliksiz insanlar, niteliklerini abartma eğilimindedir. Niteliksiz insanlar, gerçekten nitelikli insanların niteliklerini görüp anlamaktan da acizdirler. Eğer nitelikleri, belli bir eğitimle artırılırsa, aynı niteliksiz insanlar, niteliksizliklerinin farkına varmaya başlarlar.

Grafikte de görüleceği üzere düşeyde görülen kendine güven, deneyim sıfır civarında iken %100'lerde, deneyim arttıkça aksine düşüyor. O kadar ki, uzmandan bile kendine güven cahilken ki kadar değil.

**Mütevaziliğiniz girişimciliğinizin ortaya çıkmasına engel olmasın. Yoksa meydan, bu kadar kötüler hak etmiyor.**

# Özgüven Geliştirme



# Özgüvenimi Nasıl Geliştirebilirim?

---

**Susmak kendine güvenmeyeninin  
başvurduğu en emin çaredir.**

La ROCHEFOUCAULD

# Özgüvenimi Nasıl Korurum?

---



Ya da

**Hayatı Planlamak**

# Hayatımızı Planlamak

---

**Nasıl bir hayatımın olmasını istiyorum ve bu hayatı nasıl gerçekleştirebilirim?**

Bir insanın arzu ettiği geleceğe ulaşabileceği kararları alabilmesi için önce ne istediğini bilmesi gerekir.

**Plan için atılacak ilk adım, bir amacın belirlenmesidir.**

**Daha sonra amacı gerçekleştirmek için hangi yolun izleneceğine karar verilir**

**Ve plan uygulamaya konur**

Unutmayalım ki; Planlı insanlar %95 başarılıdır



# Şu an neredeyim?

---

Dikkatinizi yoğunlaştırın

ve

Başlangıç noktanızı belirleyin

**Geçmiş Şimdi Gelecek**



# Kendimizi tanıyalım...

---

Kendinizi sevmeniz

kendinizle barışık olmanız

kendi değerinizin farkında olmanız size güç verir,

Sizi motive eden net ve kesin hedeflerinizin olması

size güç verir,

Geçmişteki hatalarınıza tecrübe ve eğitim gözüyle bakmanız

size güç verir.

Kendimizi, kendimizle ya da rakiplerimizle kıyaslamak yerine

geçmişteki kendimizle kıyaslarsak

kendimizi daha güçlü hissederiz.

# Neyi İyi Yaparım?

---

Yeteneklerinizi gözden geçirin  
ve  
bir listesini yapın.

Hiçbir yeteneğinizi atlamayın...

Geleceğinizi yeteneklerinizle  
gerçekleştireceksiniz...



# Gelecek Hayallerimiz...

---

Şimdi başka bir zamana gitme zamanıdır. Arkanıza yaslanın ve gözlerinizi kapatın ve derin bir nefes alıp rahatlayın. Bulunduğunuz yeri ve bu odayı bırakın, geleceğe gelin. Kendinizi olmak istediğiniz ortamda dururken hayal edin. Etrafınıza bakın ve nasıl bir yer olduğunu keşfetmeye çalışın.

**Unutmayın ki;**

**Hayalleriniz yeteneklerinizle gerçek olur...**

# **Etkili İletişim Becerileri**



# Etkili İletişim Becerileri

Hedeflerimizi gerçekleştirebilmek ve hayallerimize kavuşabilmek için bazı beceriler kazanmamız gerekiyor.

ve

başarılı olmak için en çok ihtiyaç duyulan şeylerden biride yeterli kişisel ilişkiler becerisidir.

# Etkili İletişim Becerileri

## İletişim

biribirimizi doğru anlamamızı sağlayan bir süreçtir  
ve biz bazen  
neden sağlıklı iletişimler kuramıyoruz?



# İletişimde Önem Sıralaması

Konuştuklarınız % 7

Ses tonunuz % 38

Beden diliniz % 55 etkili



# Etkili İletişim için



- **Etkili  
görünmek**

***"Çevrenizden  
Göreceğiniz İtibar ve  
Saygı, Kendinize  
Gösterdiğiniz Özen  
Kadardır."***



# Etkili İletişim için

- 
- **Etkili konuşmak**

***“Ses tonunuzu iyi ayarlayın, sesinizi nasıl kullandığınızı ve ses tonunuzun farkında olun”***



# Etkili İletişim için

- **Etkili  
dinlemek**

*Karşınızdaki  
konuşurken sık sık  
başınızı hafifçe aşağı-  
yukarı hareket  
ettirerek onu  
dinlediğinizi ve  
anladığınızı hissettirin*



# Etkili İletişim için

- **Etkili yazmak**

***Basit ve ne anlatmak  
istediğinizi ifade eden  
yazı dilini kullanın***



# Etkili İletişim için

- Etkili beden dili  
*İçten ve açık olun*

*Gülümsemeyi  
unutmayın*

*Nazik olun*

*Konuşurken gözlerine  
bakın*



# Beden Dili

- 
- Boyumuzla
- Yüzümüzle
- Sesimizle
- Bedenimizle

**sürekli mesaj  
veriyoruz**



Beden Dili

# **SÖZ VE DAVRANIŞLARIMIZDA MESAJLAR SAKLIDIR**

**1- KABUL**

**2- REDDETME**

**3- UMURSAMAMA**

# Beden Dili

## ÇEKİNGEN

- Hem pasif hem de dolaylı davranır.
- Başkalarının istek ve duygularını ön plana alır.
- Vücudu yığılmış gibi durur.
- Yüz hatları uzamış gibi ve çene sarkıktır.
- Bacaklar rasgele bırakılmıştır.
- Eller devamlı hareketlidir.
- Omuzlar çekmiş gibidir.
- Ses tonunda huzursuzluk vardır.
- Sinirli bir gülüş sergiler.
- Soru sorar gibi konuşular.





# Beden Dili

## SALDIRGAN

- Beden duruşu dik ve gergindir.
- Omuzlar arkaya çekik ve hareketlidir.
- Dudaklar gergindir.
- Oturuş, gergin, öne doğru eşik ve hareketlidir.
- Başla tasdik etme keskin ve hızlı olur.
- Kaşlar çatıktır.



# Beden Dili

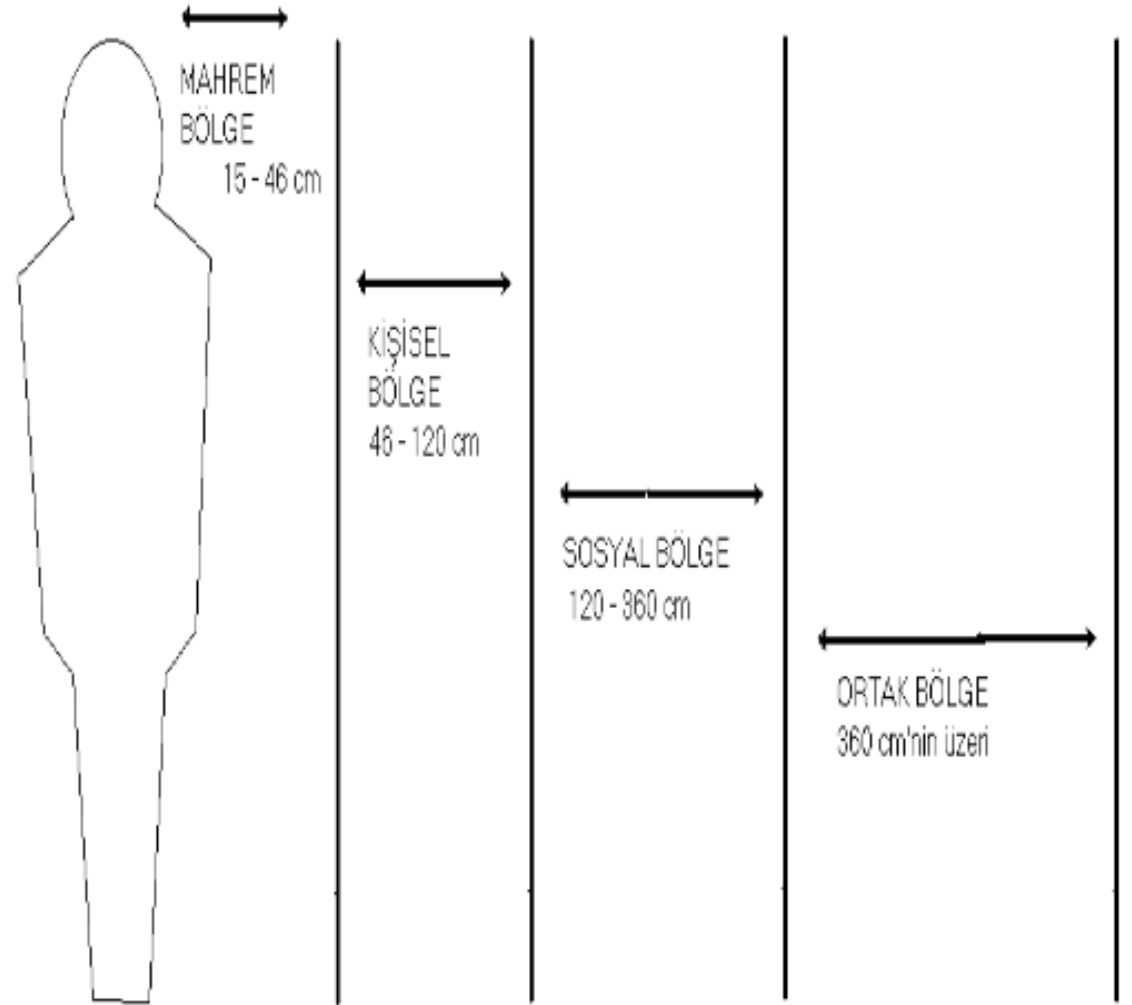
## KENDİNE GÜVENEN

- 1.Bedeni diktir fakat rahat bir duruş sergiler.
- 2.Omuzlar diktir fakat az hareketlidir.
- 3.Oturuşta bacaklar bitişiktir.
- 4.Eller açık ve az hareketlidir.
- 5.Başla tasdik gerektiğinde yapar.
- 6.Düşünceli bir duruşu vardır.
- 7.Bakışları karşısındakini önemser niteliktedir.
- 8.Ses akıcıdır,rahattır,alçalmalar ve yükselmeler yoktur.
- 9.Komik olaylarda yerinde güler.



# Beden Dili

**Mahrem Alan 15-45**  
**Kişisel Alan 45- 120**  
**Sosyal Alan 120-360**  
**Ortak Alan 360 üzeri**



# Eleştirilerle Başa Çıkabilmek

## YAPICI ELEŞTİRİ

İnsanı Diri ve Canlı Tutar

- **Teşekkür Ederim.**
- **Kendime farklı bir gözle bakmamı sağladınız...**



# Yıkıcı Eleştiri



Kendinize Hakim Olun  
Ağlamayın

Öfkenize Hakim Olun



## Fazla duygusal tutum

- Kırılırız
- Kendimizi kötü hissedерiz
- Cesaretimiz kırılır
- Ağlarız

## Saldırgan tutum

- Kızarız
- Tartışıрız
- Savunmaya geçeriz
- Karşı eleştiriye geçeriz



# Eleştirilerle başa çıkma yolları

**Çözüme odaklanmak:**

**Bir çözüm önerin veya çözüm isteyin**

“Benden ne yapmamı istiyorsunuz?”, “Doğru yapmam için nasıl davranmam gerekiyor?”,

“Ben bu konuda şöyle yapacağım. Katılıyor musun? Tamam mı?”

**İçinizdeki Girişimciyi Bulmak**



# Kişilik Yapınız...

- 
- En hoşlandığınız ve beğendiğiniz özelliğinizi nasıl işe dönüştürebilirsiniz?
- Kendi işinizi kurmayı düşündüren şey bağımsız olmaktır.
- Şu andaki durumunuz da yeteneklerinizi ve deneyimlerinizi birleştirip bunları uygun bir işe dönüştürmenin yolu var mı?



# Yapmaktan hoşlandığınız faaliyetler

Zamanınızı en iyi değerlendirdiğiniz, yaparken hoşlandığınız faaliyetler nelerdir ?



# Çocukluğunuz ve Gençliğiniz

Çocukluk ve gençlik yıllarınızdaki faaliyet ve hobileriniz nelerdir ?



# Güçlü ve Zayıf Yanlarınız

Kişiliğinizin Güçlü ve Zayıf yanlarını içeren listesini yaptıktan sonra zayıf yanlarınızın da pozitif nitelikler olabileceğini düşünün.

Geleceğinizi planlarken bazı zayıf yanlarınızın olduğunu, bunların hesaba katılması, belki de tedbir alınması

ge



# İçinizdeki Girişimciyi Bulmak

Hepimizin içinde bir girişimcilik ve kendi işimizi kuracak becerileri var.

Yıllardır ne kadar çok bilgi biriktirdiğimizi çok kolay unutuyoruz.

Eğer evinizi idare etmek, aile faaliyetlerini organize etmek, aile bütçesini yönetmek gibi işleri yapıyorsanız zaten hepiniz birer girişimci ve zaman yönetimi uzmanısınız demektir.



# Size yardımcı olabilecek kişiler...

Kendi işinize başlarken kaç kişiyi tanıdığınız çok faydalıdır.

- Eski patronlar,
- Eski iş arkadaşları,
- Aile fertleri,
- Arkadaşlar,
- Tanıdıkların listesini yapınız, bu isimler yeni işinize başlarken size yardımcı olabilirler.





# Vizyonunuz ne ?

Vizyon gelecekte olmak istediğimiz yer demektir.

Vizyon rüyalarımızı gerçekleştirme işidir.

Başarılı olan insanlar vizyon sahibi olan insanlardır

Ulaşmak için çalışılmayan vizyon faydası olmayan bir hayaldir

Dolayısı ile ne istediğimizi biliyor muyuz ?



# Niçin yeni bir iş kurmak istiyorum?

- Eğer daha basit bir hayat istiyorsanız BURADA DURUN, çünkü kendi işinizi yapmak daha kolayla sahip olmak demek değildir.
- Diğer taraftan eğer bir farklılık yaratmak, meydan okumak, beraberinde korkunç bir çalışma temposu istiyorsanız o halde devam edin,



**Doğru İş Fikri Seçmek**



# İyi bir İş Fikri Nedir?

İş, bir fikri satılabilir ürün veya hizmete dönüştürmektir. Sadece bir fikre sahip olmak yeterli değildir, fikirlerin uygulamaya konulması gerekir.

- İş yapmayı seviyorsunuz
- İş yapma beceriniz var
- İnsanların ihtiyacı olan bir ürün/hizmet sunmak istiyorsunuz
- İş için doğru insanları tanıyorsunuz
- Ürün/hizmetiniz piyasada olanlardan farklı
- Ürün/hizmetinize ihtiyacı olan yeterince müşteri var
- Potansiyel müşterilerinizi biliyorsunuz

# İş fikrini seçmek ....

Bildiğim ve yapabileceğim işler neler olabilir ?...



# İş Fikirlerini Elelemek

- 
- En uygun iş fikrini bulmak için aşağıdaki yöntemler kullanılabilir:
- Fikirleri tarafsız olarak değerlendirmek.
- Riski hesaplamak
- Yapılabilir olmayan fikirleri elemek.
- Gerçeklerden uzaklaşmamak,



3 iş fikrinin incelenmesi

Pek çok iş fikri  
geliştirebilirsiniz

ancak karar  
vermeyi

kolaylaştırmak için  
en güçlü olduğuna  
inandığınız üçünü  
seçiniz...



# 3 iş fikrinin incelenmesi

- Ürün yada hizmeti tanımlayın ?
- Ürün yada hizmetin en önemli özelliğini tanımlayın ?
- Ürün yada hizmetinizin farkı ne ?
- Potansiyel müşteriniz kim ?
- Pazarın büyüklüğü ne kadar ?
- Ürün yada hizmeti hangi fiyattan satacaksınız ?
- Bu işi nerede yapacaksınız ?
- Size kimler yardımcı olabilir ?
- İşe başlamak için ne kadar paraya ihtiyacınız var ?
- İşe başlamak için ne kadar paranız var ?
- Bu işin ne riski var ?
- Bu işi yaparken beceri, bilgi, ekipman gerekiyor mu ?

# Avantaj ve Dezavantajları

Seçtiğiniz 3 iş fikrinden her birinin avantaj ve dezavantajları belirlenmelidir.



# Adım (5): Fikir Değerlendirme

Bir iş fikrini yargılamak için en uygun yol ona farklı açılardan bakarak not vermektir.

	Sorular	Fikir 1					Fikir 2					Fikir 3				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Kişilik	Bu işe başlamak için çok isteklisiniz.															
	Bu iş için önemli becerileriniz ve bilginiz var.															
Pazar Durumu	Ürün/hizmet için pazar hala büyüyor.															
	Pazar payı potansiyeli iyi.															
	Hammadde kolaylıkla bulunabiliyor.															
	İş fikri için çok az tanıtım gerekiyor.															
Rekabet	Rekabet olmasına rağmen iş fikrinin rakiplere göre daha çok avantajı var.															
Teknoloji	Teknoloji gelişmiş ve kullanılıyor.															
Risk Durumu	İş fikri yasal ve uygulanabilir.															
	İş fikri şartlara göre uyarlanabilir.															
	Bu işi kurmanın riski az.															
	İş kolaylıkla başlatılabilir.															
Uygulanabilirlik	İşe başlama giderleri uygun.															
	İşe başlama maliyeti karşılanabilir.															
	Yatırımın geri dönüş süresi kısa- 2 yıldan az.															
Puanlama																
En yüksek puan		75 puan					75 puan					75 puan				



Geçin!!!





# İyi bir iş fikri nasıl bulunur?

- Nereden bakılarak fikir edinilir?
- Ne anlama gelir?
- Neyle başlamalı?
- Yaşam kalitemi iyileştirecek 3 ürün yada hizmet ne olabilir ?
- İş hayatımı kolaylaştıracak 3 ürün yada hizmet ne olabilir ?



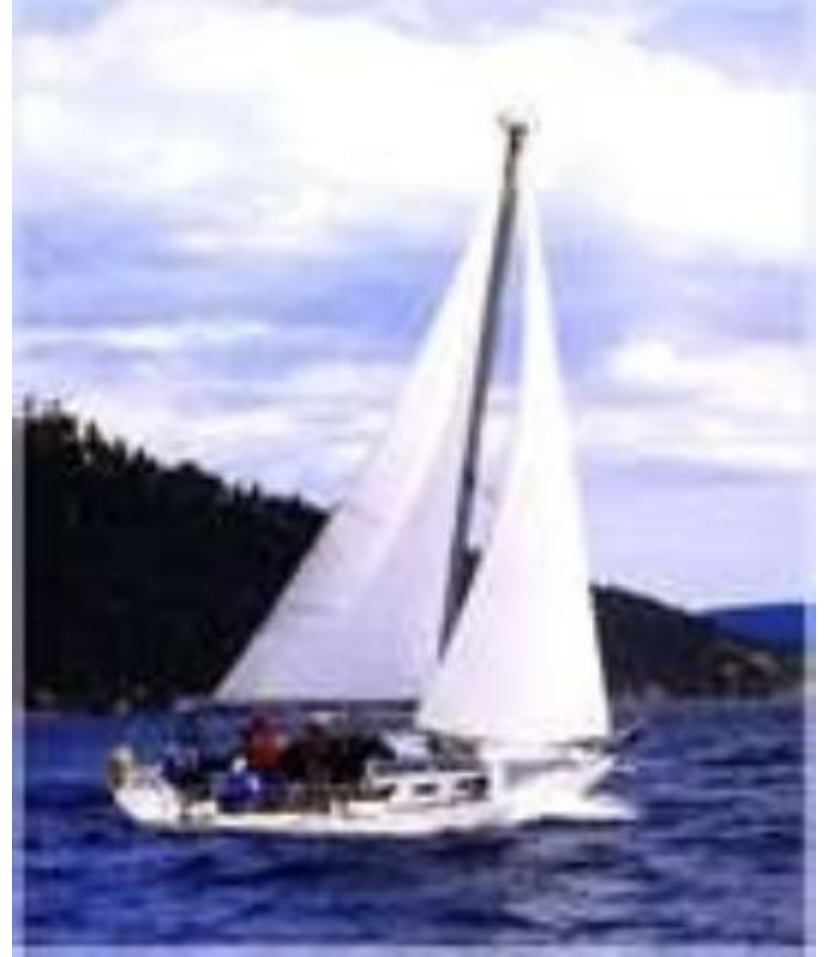
# İş Planı

---

## Ders 5

# Yön

Nereye gideceğini  
bilmeyen yelkene  
hiçbir rüzgar yardım  
edemez!



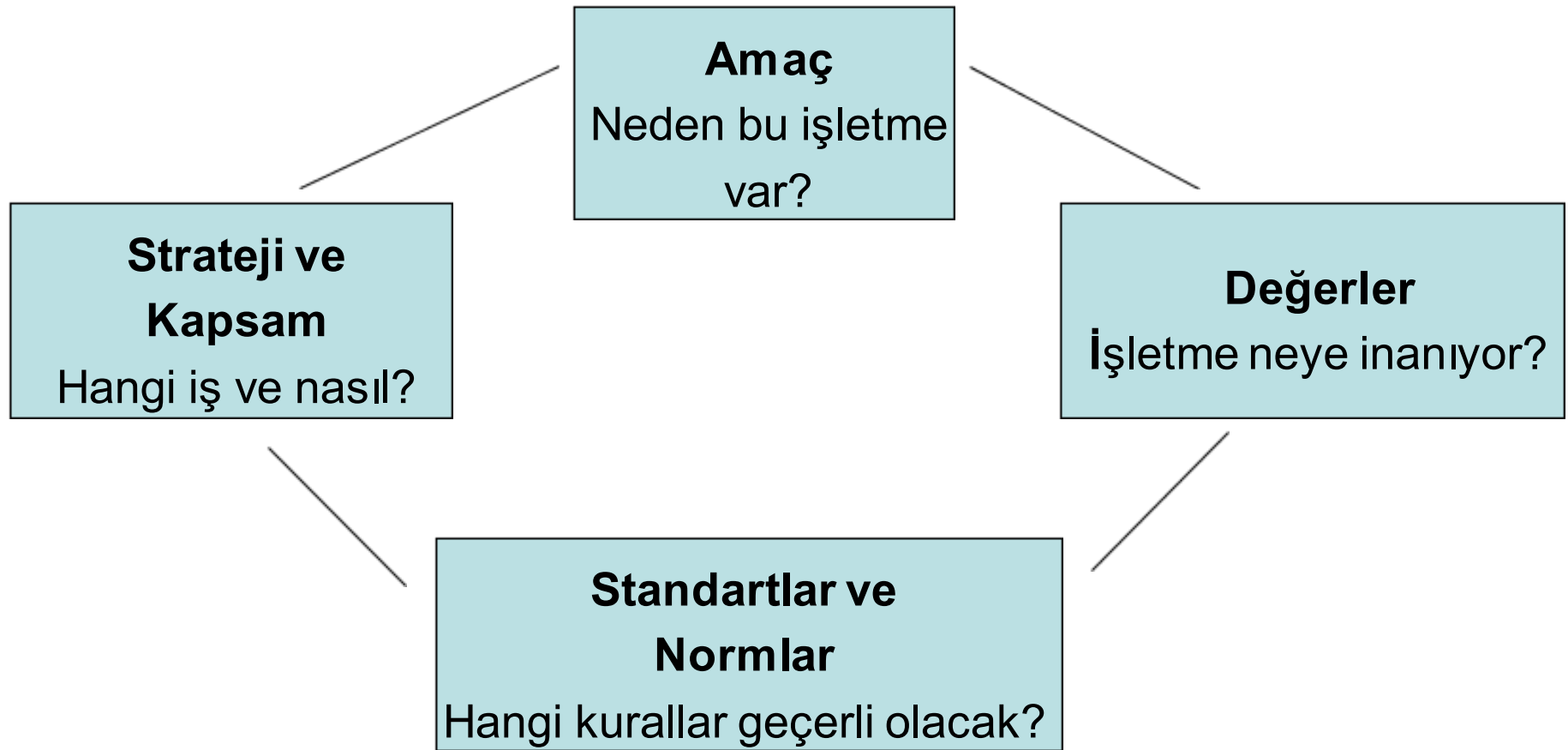
# Vizyon

Vizyon, bir işletmenin gelecekte nerde olması istendiğine dair fikrin oluşturulmasıdır.



# Misyon

Misyon, bir işletmenin kısaca amacını açıklar



# Neden İş Planı yazmamız gerekir?

- Önemli bir mali ve kişisel riske girmeden önce, düşünülen ticari girişimin buna değip değmeyeceğine karar vermek için.
- Amaçları belirlemede yönlendirici olması.
- Ortak olmak isteyen yatırımcıların ilgisini çekmede ve mali destek bulmada etkili olması.
- Çalışanlara, ortaklara hatta aile bireylerine yapılacak işi anlatma ve inandırma amaçlı kullanılabilmesi.



# İş Planı

1. Ne iş yapacaksınız ?
2. Hedef pazarınız kim ?
3. Hangi ürünü / hizmeti sunacaksınız?
  - 1.Ürün/hizmetinizin pazardaki rakiplerinizden farkı ne olacak?
5. Rakibiniz kim/kimler?
6. Hangi tedarikçileri kullanacaksınız?
7. Hangi yasal şirket tipi size uygun?
8. Şirketinizi nerede kuracaksınız?
9. Ekip/Çalışan ihtiyacınız ne olacak?
10. Bu iş karlı olacak mı?

# İş Planı

## 1. Ne iş yapacaksınız?

Dükkanda Evde Lokantada





# İş Planı-Pazar

## 2. Hedef pazarınız kim?

Ne tip müşterileri hedefleyeceksiniz?



# İş Planı-Ürünler?

## 3. Hangi ürünü / hizmeti sunacaksınız?

Ürünlerinizi kendiniz mi üreteceksiniz, dışarıdan mı tedarik edeceksiniz?

Müşteriye hangi hizmetleri sunacaksınız?



# İş Planı -Müşteriler

## 4. Ürün/hizmetinizin rakiplerinden farkı ne olacak?

Müşteriler neden sizi tercih edecek?



# İş Planı-Rekabet

## 5. Rakipleriniz kimler?

Şu anda ve gelecekte size ne tür tehlike oluşturuyorlar?





# İş Planı -Tedarikçiler?

## 6. Hangi tedarikçileri kullanacaksınız?

Hangi ürün/hizmetleri kimlerden alabilirsiniz  
ve seçiminizi hangi kriterlere göre yapacaksınız?



# İş Planı - Şirket?

## 7. Hangi yasal işletme tipi size uygun?

Şahıs işletmesi mi, kuracaksınız yoksa limited şirket mi ?



# İş Planı-Yer?

## 8. İşletmenizi nerede kuracaksınız?

Kira sözleşmesinde neleri göz önünde bulundurmalısınız?

İş yeri seçiminde hangi kriterleri dikkate almalısınız?



# İş Planı-İnsan gücü?

Sizden başka çalışana ihtiyaç duyacak mısınız? Ne tür yetenekte kişilere ihtiyacınız olacak?

Kaç TL maaş ödemeniz gerekecek?





# İş Planı - Kâr?

## 10. Bu iş kârlı olacak mı?

Önümüzdeki bir yıl için kar-zarar tablosunu da içeren mali bütçeleme yapmalısınız.



# Pazarlama Planı

---

## Ders 6

Her şey Pazar ve Müşteri için



# Müşterinizi bilmenin önemi

- Pazar Araştırması

İhtiyacı bilmek



Satmak

İhtiyacı üretmek

# Kim bu müşteriler ?

- Kimler? Kaç yaşındalar?

Yaş, Cinsiyet, gelir?

- Ne kadar ihtiyaçları var?  
Neye ihtiyaçları var? Nasıl  
ödeyecekler?

- Hayat stilleri, Sosyal  
sınıfları, kişilikleri?

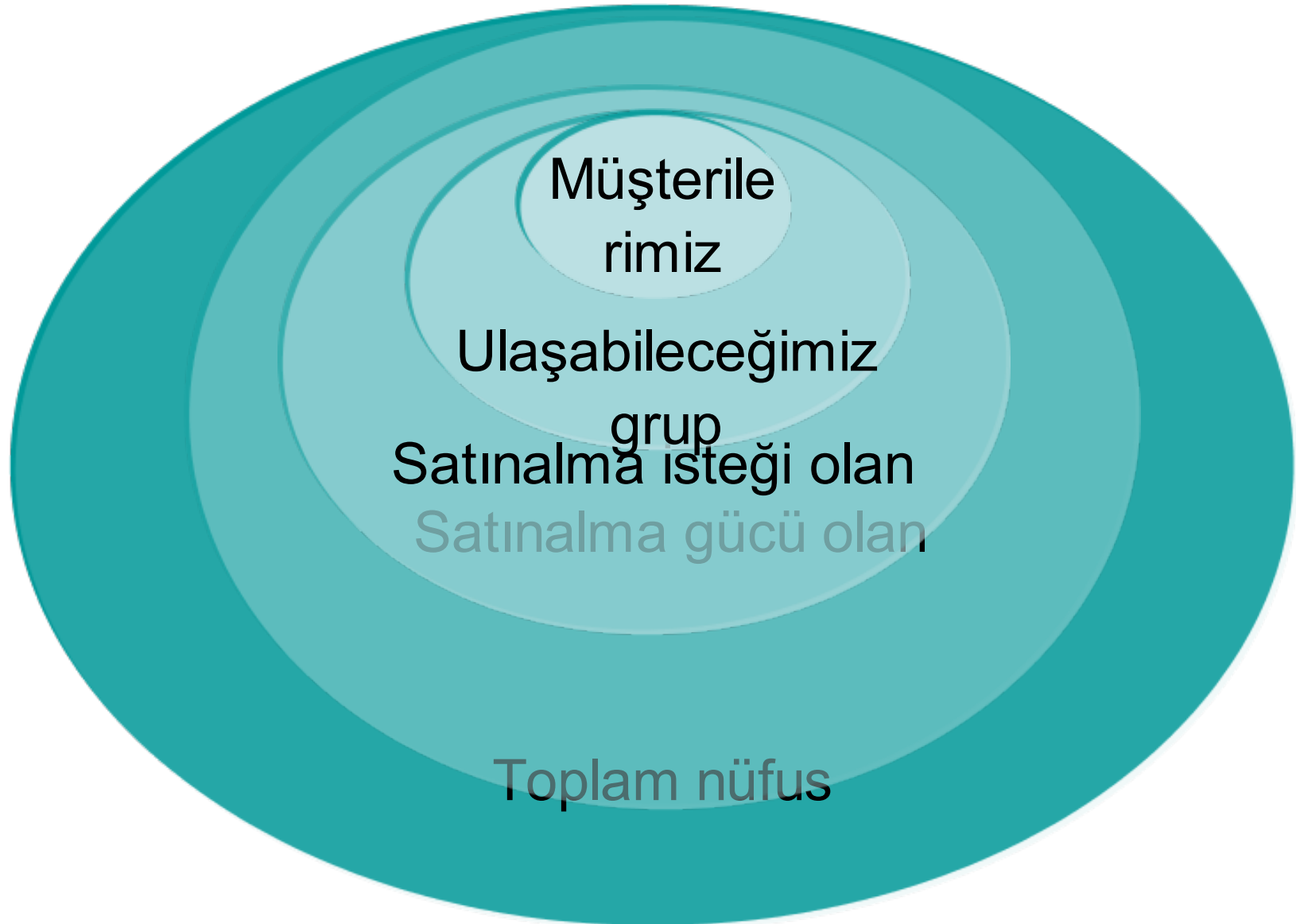
- Nasıl alışveriş yapıyorlar?  
Sağlayacakları fayda,  
fırsat, kullanım

- Neredeler?

Şehirler, bölgeler, ülkeler



# Hedef Pazar nedir?



# Rakiplerimizi tanıyor muyuz

- ?
- Rakiplerimiz kimler?
  - Ne yapıyorlar, hedefleri ve amaçları neler?
  - Rakiplerin güçlü ve zayıf yanları neler?
  - Hangi zayıflıkları onları savunmasız kılıyor?
  - İlerde ne değişiklikler yapabilirler?



# Pazar ve Rakiplerimiz ?

**Güçlü yönler** : Rakiplere kıyasla daha iyi neyi yapabiliriz

**Zayıf Yönler** : Başkaları bize göre neyi daha iyi yapıyor

**Fırsatlar**: Pazarın verdiği, sağladığı olumlu yanlar

**Tehditler**: Pazarın taşıdığı olumsuz koşullar



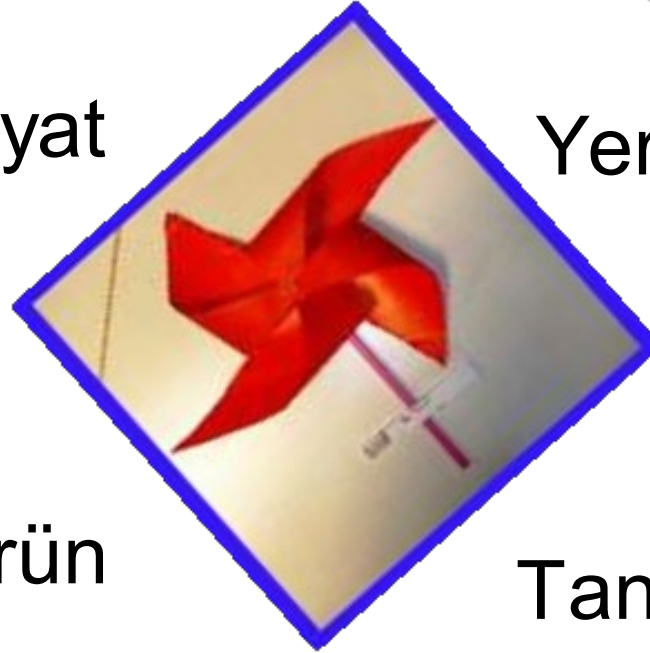
# Pazarlama Tekniđi



Fiyat

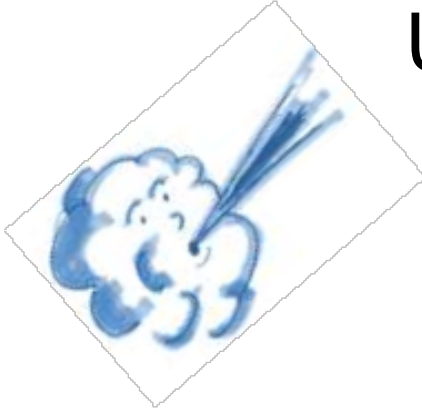


Yer



Ürün

Tanıtım





# Ürün

- 
- Hedef ?
- Yarar ?
- Müşterinin fikri ?
- Fark ?



# Fiyat

## **Talebin belirlediđi ;**

- Pazar tepkisini göz önünde tutar, ürün maliyetini göz önüne almaz, ürünün piyasadaki değeri fiyatı belirler.

## **Maliyetin belirlediđi ;**

- Maliyetlerin üstüne, sabit bir kar yüzdesi eklenir.



# Yer

- Ürün/Servis ile müşterinin doğru zamanda doğru yerde buluşması gerekir.
- Ürün/Servisin müşteriye ulaşması için hangi dağıtım kanallarını ya da satış noktalarını kullanacaksınız?



# Tanıtım

Ürününüzü / Servisinizi kimse tanıımıyorsa nasıl satacaksınız ?

- **Tanıtım Satışı :**

Kısa vadede satışlarda satışı artışı yakalamak amaçlı yapılır.

- **Kişisel satış:**

Ürünün birebir müşteriye satışdır.

- **Reklam:**

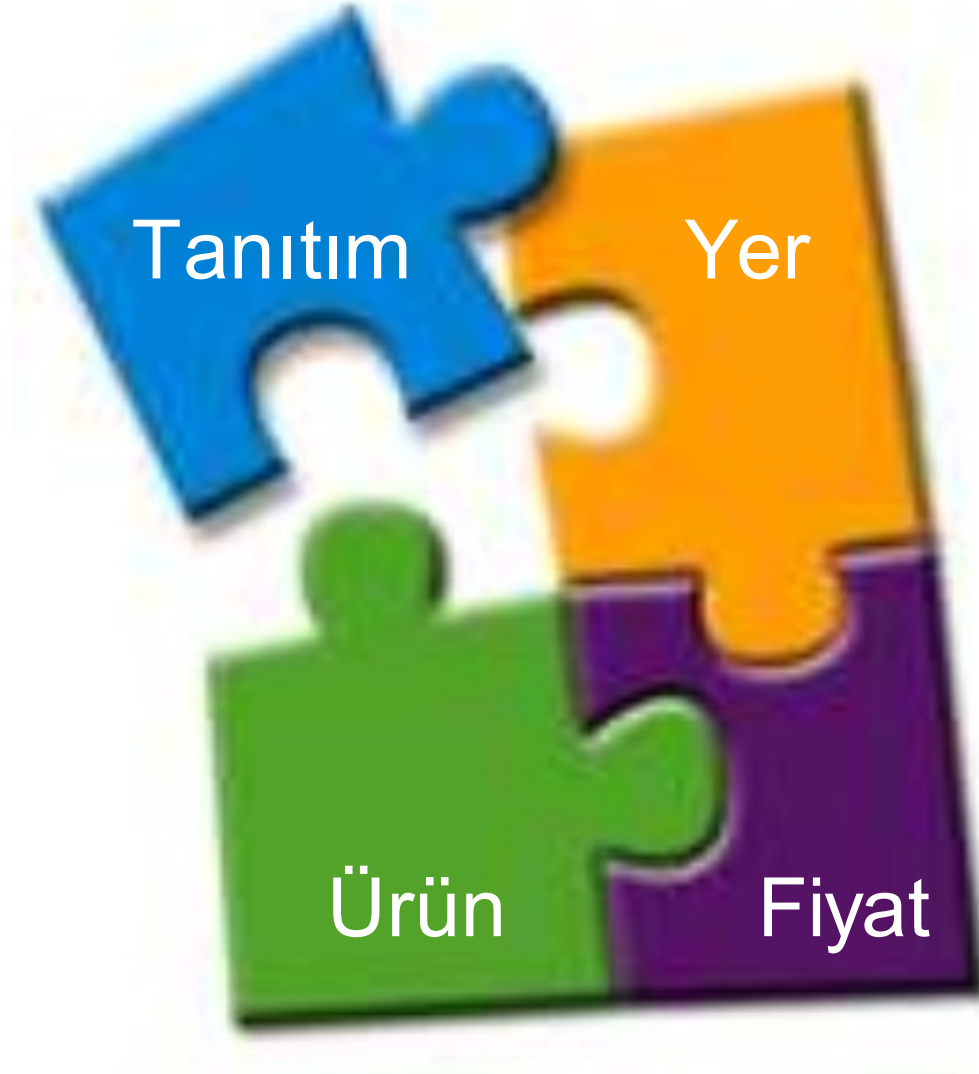
TV, gazete, dergi ile satış

- **Halkla ilişkiler:**

Müşteriler ile olumlu ilişkiler.



Şimdi pazarlama yolunuzu belirleyebilirsiniz



# Satış Planı

---

## Ders 7





# Satış ve Satmak

Bir ürün veya hizmet sunarak, müşterilerin bir ihtiyacını gidermelerine yardımcı olmanın bir yoludur.

Satış faaliyetleri, firmanın işletme ve pazarlama stratejileri ile uyumlu olmalıdır.



# Pazarlama döngüsünde satışın yeri

ANLAMAK  
Ne isteniyor?



SATIŞ  
Son nokta

ÜRETİM  
Talebi meydana  
getirmek



# Satış Aşamaları

- **Dikkat:** Müşterinizin dikkatini, farklı yöntemler kullanarak çekmek.
- **İlgi:** Müşterinizin ihtiyaçlarına hitap ederek ürün veya hizmetinizle ilgilenmelerini sağlamak.
- **İstek:** Ürün veya hizmetinizi alma isteği uyandırmak.
- **Eylem:** Müşterinin sipariş vermesini sağlamak.



# Satış planı



# Müşterinin gözünde ürününüzün değeri

- 
- Müşteriye sunduğunuz değer nedir?
- Ürününüzün sunduğu faydalara / değerlere konsantre olun.
- Satışa odaklanmayın, ürününüzün müşterinin ihtiyaçlarını karşılamasına odaklanın.
- Eğer bir fayda / değer sunamıyorsanız, rekabet edebilmek için fiyatı (yani kârınızı) düşürmek zorunda kalırsınız.

# Fiyat – Değer Karşılaştırması



Müşterinin belirli bir ürünü seçme nedeni, aslında o ürünün kendisi değil, müşteriye sunduğu farklılık ve faydadır.

Müşteriye ürün değil “değer” sunmak gerekir. Çünkü müşterinin belirli bir ürünü seçme nedeni, aslında o ürünün kendisi değil, müşteriye sunduğu farklılık ve faydadır. Eğer naneli-fesleğenli salata sosu satıyorsanız, gerçekte sattığınız şey nane-fesleğen-zeytinyağı-limon karışımı değildir. Sattığınız şey sofrada farklı bir tattır.

Sunduğumuz “değer” veya “fayda” kişiye göre değişir. Biri sofrada farklı bir tat için alırken, diğeri misafirlerine hava atmak için alabilir..

# Satış için Çevre

İşinize faydası olabilecek kişilerle iletişim kurun ,

- Çevreniz gelişir
- Satışlarınız artar
- Yeni müşterilerle tanışabilirsiniz



**Kimlerin sizi tanıdığı, sizin kimi tanıdığınızdan daha önemlidir.**



# Müşteri gözüyle ürün/servisi eleştirmek

- Ürününüzün/servisinizin müşteriyi memnur etmeyebilecek tarafları var mı?
- Nasıl azaltabilirsiniz.
- Yok edemediğiniz riskleri, ürünün sunduğu faydalarla karşılatırın.
- Müşterinin riskleri ve faydaları birlikte değerlendirmesini sağlayın.



Burada geçen risk, katılımcılara sağlık riski, yasadışı olma riski gibi çağrışımlar yapacaktır. Risk kelimesiyle kastedilenin bu değildir. Ürün/hizmet hangi ihtiyacı veya sorunu gidermek için alınıyorsa, bu satınalmadaki risk, bu ihtiyacın giderilememesidir. Örnek: Bir fular almanın riski nedir? Hediye olarak alınıyorsa, hediyein beğenilmemesi... Bir elbiseyle birlikte kullanmak için alınıyorsa, renginin uymaması v.b.

# Hangisi daha iyi satar : Ürün mü müşteri mi?

Ürünü daha önce kullanmış olan müşterilerin sözleri, ürünle ilgili anlattığımız herşeyden daha etkilidir.

Reklam, şirketinizi, müşterinin sözleri ise ürünü tanıtır.

**En iyi satış elemanınız mutlu bir müşteridir.**



# Önce Müşteri...

- Müşterinizi sizin ürününüze yönlendiren duygusal motivasyonu bulun.
- Müşterinin ihtiyaçlarına odaklanın.
- Müşterinizin “lisanını” kullanın.
- Müşterinin önceliklerine önem verin.





# Sadık Müşteri

- Müşterinin amacına odaklanın.
- Fayda satın.
- Ürünlerinizi ve çevreyi iyi tanıyın.
- Kaynak olun.
- Sözünüzde durun.
- Önce müşteri tatmini!
- Çözüm üretin.
- Olumlu olun.



# Satış ; Son Nokta



**Satış yaparak para,  
Dost edinerek servet kazanırsınız.**

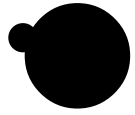
# Üretim Planı ve Kalite

---

## Ders 8



# Üretim yönetimi



- tüketicilerin istekleri,
- girdiler,
- girdilerin işlendiği süreç,
- süreçten elde edilen çıktılar
- tüketicinin tatmini

# Üretim ve Operasyon

- 
- İhtiyaçların tespiti
- İhtiyaç duyulan kaynaklar
- Operasyon kontrol formu



# Üretim kapasitesi

- 
- Ne kadar üretebilirsiniz?(Kapasite)
- Ne kadar üretmelisiniz?(Satınalma ve üretim tahmini)



# Kalite

- Kalite Nedir?
- En iyiyi mi üretmeliyim yoksa isteneni mi?
- Kalite anlayışı size neler kazandıracaktır?

# Kalite kavramı

- Üretimde başarıyı yakalama
- Müşteri ihtiyaçlarını karşılama
- Müşteri memnuniyeti



# Finans Planı

---

Ders 09



# Finans nedir?

İşinizi kurmak için  
gerekten parasal  
kaynakları bulmak,  
ve  
bunları işinizin  
gerektirdiği şekilde  
kullanmaktır.



# Finansal Planlama nedir?

İhtiyacım ne kadar ?

Harcadıklarımı  
nasıl geri  
kazanacağım?



Nasıl  
bulacağım?

Nereye ve ne zaman  
harcayacağım?

# Finansal Kontrol nedir?

Ne planlamıştım ?

Sapmaların  
sebepleri ve  
düzeltici  
faaliyetler



Şu an  
neredeyim ?

Sapma var mı ?

# Finansal Kaynaklar

İşinizi kurmak ve devam ettirmek için gereken, parayla ölçülebilen bütün değerlerdir.



Para



Ayni

# Yatırım Giderleri / İşletme Giderleri

## Yatırım Giderleri:

İşin ilk kuruluşunda  
gereken  
harcamalar.

## İşletme masrafları:

İşin yürütülmesi  
için yapılması  
gereken  
harcamalar.

**Başlangıç giderleri = Yatırım giderleri + İşletme giderleri**

# Yatırım Giderleri / İşletme Giderleri

- Bina ve İnşaat Giderleri 20.000
  - İnşaat,
  - Dekorasyon v.s.

- Donanım 10.000
  - Demirbaşlar,
  - Ekipmanlar v.s.

- 

- Kuruluş giderleri 8.000
  - Kira 3.000
  - Personel 2.000
  - Hammadde 3.000
  - Elektrik, su v.s 2.000

Toplam 40.000

- Kira 12.000
- Personel giderleri 24.000
- Hammadde 10.000
- Diğer İşletme Giderleri 14.000

Toplam 60.000

# Üretim Maliyeti

Doğrudan  
maliyet

+

Dolaylı  
maliyet

=

Toplam  
maliyet



# Doğrudan maliyet

Hammadde	Kg / Adet Maliyet	Kg / Adet Kullanılan miktar	Ürün başına doğrudan maliyet
<b>Ürün Başına Toplam Doğrudan Maliyet :</b>			

# Dolaylı maliyetler

Dolaylı maliyetler	
Kira Maliyeti	
Personel Maliyeti	
Elektrik / Su / Doğalgaz faturaları	
Sigorta, Kırtasiye Ulaşım v.s.	
Diğer Maliyetler	
Toplam Dolaylı Maliyet	

Aylık Toplam Dolaylı Maliyet  
= Urün Başına Dolaylı Maliyet  
Aylık Toplam Ürün Adedi

# Toplam Üretim Maliyeti

Ürün başına doğrudan maliyet =

Ürün başına dolaylı maliyet =

---

Ürün başına toplam maliyet =

# Başa Baş Noktası

Ürün Satış Fiyatı – Ürün maliyeti : Brüt Kar

Yıllık İşletme Maliyeti

---

=

**Başa Baş Noktası**

Brüt Kar

**Başabaş Noktası=Kar ve zararın bir birine eşit olduğu ürün satış miktarını gösterir...**

# Nakit Akış Tablosu

**Tahmini olarak kasaya girecek ve kasadan çıkacak miktarın haftalık yada aylık olarak gösteren bir tablodur.**

	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Cumartesi
<b>Nakit girişleri</b>						
Alınan borç						
Satış gelirleri						
Toplam nakit girişi						
<b>Nakit çıkışları</b>						
Hammadde						
Kira						
Personel						
Diğer İşletme Giderleri						
Toplam nakit çıkışı						
Fark (Nakit Girişi – Nakit Çıkışı)						

# Nakit Akış Tablosu

## Örnek Çalışma

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz
<b>Nakit girişleri</b>							
Kasa	1.500						
Satış gelirleri				10.000			20.000
Alınan Kredi							
Toplam nakit girişi	1.500			10.000			20.000
<b>Nakit çıkışları</b>							
Hammadde	1.000	1.000	1.000	2.000	2.000	2.000	
Personel	1.000	1.000	1.000	2.000	2.000	2.000	
Diğer İşletme Giderleri	500	500	500	500	500	500	
Kredi geri Ödemesi							
Toplam nakit çıkışı	2.500	2.500	2.500	4.500	4.500	4.500	
Fark (Nakit Girişi – Nakit Çıkışı)	-1.000	-2.500	-2.500	5.500	-4.500	-4.500	20.000

# Tahmini Satış Bütçesi

- Yıllık Satış 300.000
- Yıllık Doğrudan Ü.M. 90.000 %30

---

- Brüt kar 210.000 %70

- 
- Kira 30.000 %10
  - Personel Gideri 60.000 %20
  - Diğer İşletme Giderleri 30.000 %10

---

- Yıllık Toplam Dolaylı M. 120.000 %40

---

- Vergi Öncesi Net Kar 90.000 %30

Sandalye Sayısı : 100

Kişi Başı Satış : 10

Yıllık Toplam Satış : 300.000

- Yıllık Satış 600.000
- Yıllık Doğrudan Ü.M. 180.000 %30

---

- Brüt kar 420.000 %70

- 
- Kira 60.000 %10
  - Personel Gideri 80.000 %13
  - Diğer İşletme Giderleri 40.000 % 7

---

- Yıllık Toplam Dolaylı M. 180.000 %30

---

- Vergi Öncesi Net Kar 240.000 %40

Sandalye Sayısı : 200

Kişi Başı Satış : 10

Yıllık Toplam Satış : 600.000

# İş Kurma ve Organizasyon

---

**Ders**

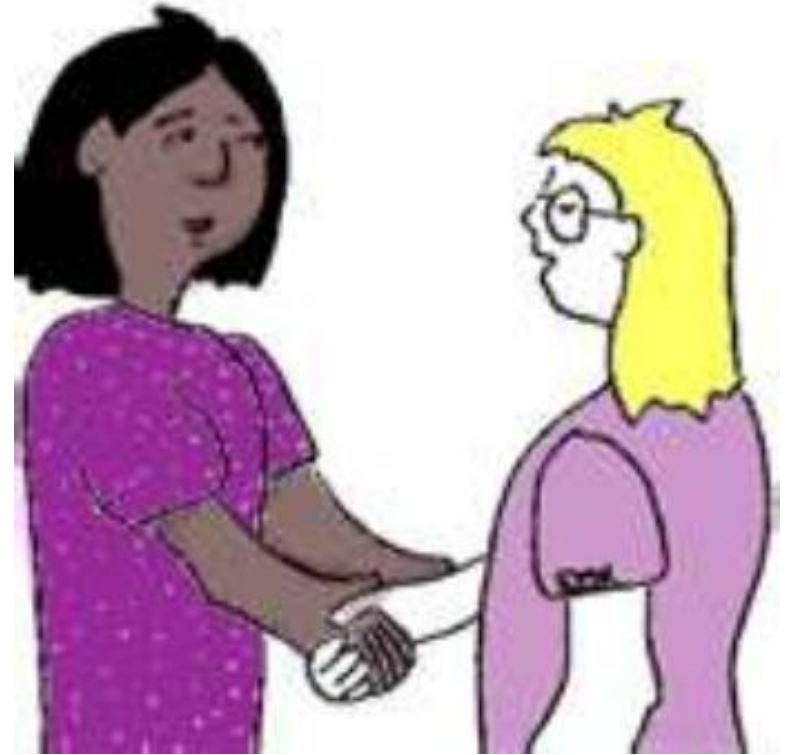
**11**





# Ortak Olmak ?

- 
- Ortakla çalışmanın avantaj ve dezavantajları nelerdir?
- Profesyonellerden nasıl yardım alabilirsiniz?  
(muhasebeci, avukat)
- İř hayatı ve etik kurallar



# Hangi tip işletme ?

- Şahıs İşletmesi  
(Esnaf ve Sanatkar)
- Adi ortaklık
- Limited Şirket
- Anonim Şirket
- Kooperatif



# Bayilik - Distribütörlük

- 
- Üretici ve/veya ihracatçı firmanın pazarlama prensiplerine bağlı kalarak onun ürününü farklı bir bölgede / ülkede dağıtacak ve/veya pazarlayacak firma.



# İsim Hakkı (Franchising)

Bir sistem ve markanın imtiyaz hakkı sahibinin, belirli bir bedel karşılığında, belirli süre, koşul ve sınırlar içinde, işin yönetimine ilişkin sürekli kontrol ve destek sağlayarak, sistem ve markasını kullandırmasına dayanan, uzun vadeli ve sürekli bir iş ilişkisidir.



# Zaman Planı

---

**Ders  
12**



# Zaman Planı

**“Planlamayı başaramayanlar başarısızlığı planlamıştır.”**

- Zaman planlamasında ana unsurlar,
  - İşinize başlama tarihi
  - Hammadde ve diğer girdilerin size ulaşma tarihi
  - Yaptığınız sözleşmelerin son tarihleri
  - Makine ve ilişkili malzemelerin teslim tarihleri..vs.

# YILLIK PLAN

[illegible]

# AYLIK PLAN (Hafta)

[illegible]



# AYLIK PLAN (Gün)

[illegible]

# HAFTALIK PLAN

[illegible]

# GÜNLÜK PLAN

[illegible]

# KİŞİSEL GELİŞİM PLANI

Haftalık Amaçlar/Faaliyetler		Öncelikli İşler						
	Kişisel Gelişim	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Cumartesi	Pazar
1.	Saat							
2.	Saat							
3.	Saat							
4.	Saat							
İşyerinde Yapılacak İşler		Randevular - Sözler - Yapılacak İşler						
		Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Cumartesi	Pazar
1.	Saat							
2.	Saat							
3.	Saat							
Ev ile ilgili Ailevi İşler		Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Cumartesi	Pazar
1.	Saat							
2.	Saat							
3.	Saat							
4.	Saat							