

# AL-Ker-Ze

---

Ek bir yalıtıma gerek duymayan  
sıva ihtiyacını ortadan kaldıran  
dolgu malzemesi

# OLABİLİRLİK

## Giriş

Günümüz inşaat ve yapı sektöründe kullanılan geri dönüşümü olmayan malzemeler yüksek miktarda enerji tüketip atık madde oluşturarak doğaya olumsuz etki vermektedir. Bims, gazbeton ve tuğla; inşaat sektöründe en çok tercih edilen ürünlerdir. Ancak halihazırda kullanılan bu malzemeler ısı, ses vb yalıtımı için tek başına yeterli olmayıp destek yapay malzemelerle birlikte kullanılmak durumundadır. Alkerze iş fikri ile minimum enerji kullanıp maksimum verim alarak, sıfır atık ilkesiyle çalışan çevre dostu, yerli malzeme sektöre kazandırılacaktır.

# Pazarda Görülen Problemler

ÇEVREYE DUYARLI  
OLMAYAN MALZEMELER



ARTAN MALİYETLER



EK UYGULAMA SÜRESİ



ENERJİ TÜKETİMİ



İŞÇİLİK MASRAFI



# Pazarda Fırsatlar

Türkiye’de 80 milyonu aşan nüfus, devam eden kentleşme olgusunun doğal sonucu olarak yıllık yaklaşık 800.000 adede ulaşan konut talebi, deprem riski, kalite gibi faktörlerle kentsel dönüşüm, sektörün temel dinamiklerini oluşturan parametrelerin başındadır. Sektör pandemi sürecinde durağanlık gösterse de pazar alanında oldukça aktif ve yüksek ciroya sahiptir. Fakat inşaat ürünleri insan sağlığını, çevremizi ve yakın gelecekte hayatımızı olumsuz etkilemektedir.

İnsanı doğrudan etkileyen sektörde, sağlıklı ve gelecek nesiller için ekolojik bir malzemenin yer bulması gerektiğine inanıyoruz. İnşaat sektöründe ulusal ya da uluslararası, aktif kullanılan tuğla, gazbeton gibi yapı malzemelerinin aksine; Alkerze, ekolojik ve yerli ürün olması ile talep görecektir.

# Ürün/Hizmet Açıklaması

Alkerze; perlit, kil ve zeytin çekirdeği tozundan oluşan yalıtım özellikli dolgu malzemesidir. Ülkemizde, yıllık 350 bin tondan daha fazla zeytin çekirdeği atığı oluşmaktadır. Zeytin atığı ürünlerinin inşaat endüstrisinde alternatif hammadde olarak kullanılması, sadece endüstriyel atıkları azaltmakla kalmayacak, aynı zamanda hammadde maliyetini de dengeleyecektir.

EKOLOJİK



İZOLASYON  
ÜSTÜNLÜĞÜ



YERLİ

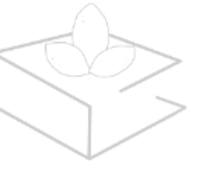


ZAMAN  
TASARRUFU



EKONOMİK





# Hedef Pazar ve Müşteri Yapısı

İnşaat sektörü firmaları Yatırımcı firmalar; Hizmet firmaları, Üretim firmaları olarak üç sınıfa ayrılmıştır. Yatırımcı firmalar ve üretim firmaları ulaşacağımız hedef müşterilerdir. Satış ofisimizin bulunduğu ve Türkiye'nin nüfus yoğunluğu en fazla olan İstanbul ilinde, İTO'ya kayıtlı 127 adet firma bulunmaktadır.

# Müşteri veya Ürün Segmentasyonu

Pazar segmentasyonunda hedef müşterilerin çalışma alanlarına dikkat ediyoruz. Bu müşteriler ekolojik köy tasarlayanlar, kent içinde ekolojik ürün kullananlar olarak ayrılıyor.

# Rekabet Unsurları

Günümüzde bims, gazbeton ve tuğla; inşaat sektöründe en çok tercih edilen ürünlerdir. Bulduğumuz pazardaki en büyük rekabetimiz de bu ürünlerle olacaktır. Ancak halihazırda kullanılan bu malzemeler ısı, ses vb yalıtımı için tek başına yeterli olmayıp destek yapay malzemelerle birlikte kullanılmak durumundadır. Güçlü ısı ve ses yalıtımına sahip ALKERZE, ek yalıtım ve sıva malzemelerine ihtiyaç duymadığından malzeme masrafını, uygulama masrafını (iskele kurulum, yalıtım ve sıva işçiliği), uygulama süresini (proje teslim süresini) düşürerek rakip ürünlere göre maliyet ve zaman açısından avantaj sağlar.



## İşletmeye Sağlayacağı Faydalar

Güçlü ısı ve ses yalıtımına sahip ALKERZE, ek yalıtım ve sıva malzemelerine ihtiyaç duymadığından malzeme masrafını, uygulama masrafını (iskele kurulum, yalıtım ve sıva işçiliği), uygulama süresini (proje teslim süresini) düşürerek rakip ürünlere göre maliyet ve zaman açısından büyük avantaj sağlar.

## Pazarlama Hedefi

Yapı sektöründe AL-KER-ZE: müşteriler hazır ürünü doğrudan alıp kullanabilecekler. Yapı kataloğu, yapı marketleri, sanayi bölgelerindeki satış merkezleri, yapı fuarları, sosyal medya ve web siteleri aracılığıyla bu müşterilere ulaşacağız. Potansiyel olarak bu kategoride, ticaret odalarına bağlı inşaat yapı firmaları, özel kurum ve kuruluşlara satış yapacağız. Tüm Türkiye'ye ve ardından yurtdışına da satışlar gerçekleştireceğiz. Belirli zaman aralıklarında düzenlenen;TÜYAP/CNR fuarı ve çeşitli showroumlardaki tedarikçilerle anlaşmalar yaparak, ürünü kısa sürede tanıtmayı ve satışlarını arttırmayı planlıyoruz.

# Stratejiler Uyumu Nasıl Açıklanır?

Sürekli büyüyen ve ilerleyen yapı sektöründe, bilinçli yetişen yeni nesille birlikte firmalar yeşil bina ekolüne yöneliyor. Ekolojik yapı malzemesi fikriyle Alkerze bu ekolü destekleyerek pazarda yerini alacaktır.

## Temel Riskler

Yüksek yapılaşmanın fazlaca artmasıyla birlikte en düşük maliyetin tercih edilmesi, ürünün bulunduğu pazarda sağlayacağı faydaların göz ardı edilerek ucuz ürüne yönlendirilmesi görülebilir.

## Finansal Model

- Alet/Teçhizat/ Yazılım/Yayın 150.000
- TSE malzeme testleri 1000
- Malzeme giderleri tahmini maliyet 20.000
- Personel 60.000
- Genel gider 2.000

(ilk 6 aylık süreç)

# Çıkış Stratejisi

(sat, birleş, kapat, devret)

Projenin başarısız olma durumunda çıkış stratejisi olarak projeyi, daha küçük ölçekte yapı, tatil köyü projelerine çalışan firmalara devretme düşünülmektedir.

# ÜRÜNLEŞTİRME

## Hazırlık Süresi

- Malzemenin test standartlarında ve belirlenen tiplerde oluşturulması --
- Malzemenin ısı yalıtım, ses yalıtım ve mukavemet testlerinin yapılması
- Çıktıların entegrasyonu ve üretimin gerçekleşmesi

Aşamaları ile hazırlık süresi 4-6 aydır.

# Persona

Projedeki personalarımız; doğayı korumayı gözeten, insan sağlığını finansal durumun üzerinde tutan, yerli üretimi destekleyen, yapı malzemesi üreticileri ve yapı firmaları.



## Use-case

Bugün yapı sektöründe kullanılan ürünlerin birçoğu üretiminde geride çok fazla atık bırakmakla birlikte insan sağlığına uzun vadede zarar verdiği görülüyor. Bu durumdan rahatsız olan firmalar ekolojik malzeme arayışına giriyor. Alkerze, hem yapısında atık ürün bulundurması hem de insan sağlığını tehdit etmemesiyle buradaki sorunun çözümü oluyor.

# Fonksiyon Listesi

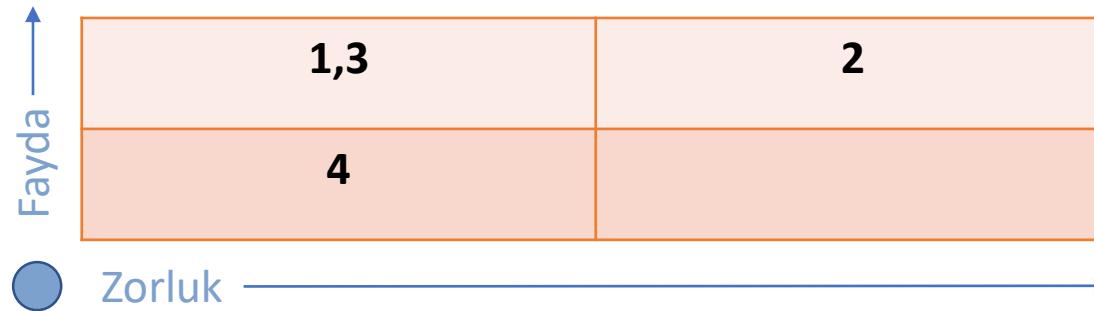
Fonksiyon 1- Ürünün Türkiye pazarında yapı malzemesi olarak kullanılması

Fonksiyon 2- Ürünün uluslararası pazarda yapı malzemesi olarak kullanılması

Fonksiyon 3- Ürünün alternatif pazara açılarak kentsel donatı elemanı olarak kullanılması

Fonksiyon 4- Ürünün dekoratif ürün üretiminde kullanılması

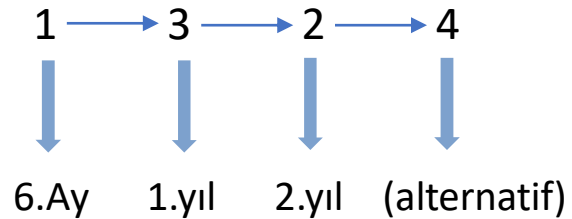
## Fayda/Zorluk Matrisi

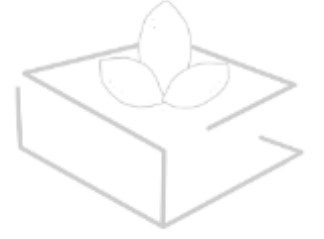


The diagram shows a 2x2 matrix with orange cells. To the left of the matrix is a vertical blue arrow pointing upwards, labeled 'Fayda'. Below the matrix is a horizontal blue arrow pointing to the right, labeled 'Zorluk' with a blue circle to its left.

|     |   |
|-----|---|
| 1,3 | 2 |
| 4   |   |

## Yol Haritası





---

# TEŞEKKÜRLER

Bahar akirođlu  
cakiroglubahar@gmail.com

---