

İŞ MODELİNE İLİŞKİN BİLGİLER

1- Girişimci/İşletme Bilgileri

- **Kendiniz, işe ilişkin tecrübeleriniz,**
Kurumsal şirketler de İnsan Kaynakları departmanında 5 yıllık tecrübesi bulunmaktadır. Aynı zamanda sektörle ilgili kurs ve atölye çalışmalarına katılmıştır.
- **İşletmeniz ve işletmenizin yürüttüğü faaliyetler,**
İşletmede, lokum, çikolata ve hediyeelik eşya satışı aynı zaman da çay, kahve gibi sıcak içecek servisi yapılmaktadır.
- **İşin mevcut durumu, sermaye yapısı ve sürdürülebilirliği,**
Kurulum aşamasındadır, mağaza kiralanmış olup dekorasyon faaliyetleri devam etmektedir. Tedarikçilerden bazılarıyla anlaşma yapılmış diğerleriyle görüşmeler devam etmektedir. İşletme şahıs firması olarak faaliyet gösterecektir.
- **İş yerinin fiziki özellikleri, konumu ve seçim nedeniniz hakkında bilgi veriniz.**
Mağaza 20 m2 toplam alanı olan işlek bir sokak üzerindedir. Karşısında sağlık ocağı ve çevresinde hastane, plaza, üniversite ve okullar bulunmaktadır. Kentsel dönüşüm dolayısıyla Fikirtepe de ki hane sayısının artışı. Ayrıca çevrede hediyeelik lokum ve çikolata gibi satış yapan bir işletme bulunmamaktadır.

2- Müşteri Grupları

- **Müşterileriniz kimlerdir? Her bir müşteri grubunu ayrı ayrı tanımlayınız (yaş, bölge, cinsiyet, gelir durumu gibi ayırt unsurlar dikkate alınarak her bir müşteri grubu ayrı ayrı tanımlanmalıdır).**
 - A. 35-65 yaş arası evde tüketmek üzere alım yapacak orta gelirli aileler bireylerine çoğunlukla orta fiyat skalasında ki lokum ürünlerinin pazarlaması düşünülmektedir.
 - B. 25-45 yaş arası hasta ziyareti, doğum, evlilik vb özel günlere yönelik orta ve yüksek gelirli kimselere yönelik yüksek fiyat skalasındaki lokum ve çikolata ürünlerin pazarlaması yapılmaktadır.
 - C. Ülkemize yaşayan ve turist olarak gelen Arap kökenli kişilere yönelik benimsedikleri bir tat olan lokumu genellikle sosyal medya aracılığıyla sunmak.
 - D. 18-25 yaş arası 300 metre yakında ki üniversite öğrencilerinin ihtiyacına yönelik ders çalışabilecekleri bir ortam sağlayarak içecek servisi ile birlikte sunulacak tır.
 - E. 25-40 yaş arası plaza çalışanlarına karton bardakta Amerikan kahve satışı yapılmaktadır.

3- Değer Önerisi

- **Değer önerisi, müşterilerinize sunduğunuz ürün ve hizmetlerdir.**
Lezzetli ve butik ürünleri özgün ve şık sunum ve ambalaj çeşitleriyle hedeflenen müşteri kitlesine ulaştırarak hediyeelik lokum ve çikolata konusunda butik bir marka yaratmak.
Ürün Grupları:
Lokum çeşitleri (Yaklaşık 20 çeşit – Narlı, güllü, safranlı vs.)
Çikolata çeşitleri (Yaklaşık 10 çeşit – Roş, trüf, special vs.)
Hediyeelik sunum (Fincan takımı, şekerlik, vs.)
- **Müşteri grupları bölümünde belirttiğiniz her bir müşteri grubu için sunduğunuz ürün ve hizmetler belirtilmelidir.**
 - A grubu: Orta fiyat skalası lokum çeşitleri (Güllü, Çifte kavrulmuş, damla sakızlı vs.)
 - B grubu: Yüksek fiyat skalası lokum çeşitleri (İran üzümlü, safranlı, gül yapraklı vs.)
 - B grubu: Yüksek fiyat skalası çikolata çeşitleri (Roş, trüf vs.)
 - C grubu: Orta fiyat skalası lokum çeşitleri (Güllü, Çifte kavrulmuş, damla sakızlı vs.)
 - C grubu: Yüksek fiyat skalası lokum çeşitleri (İran üzümlü, safranlı, gül yapraklı vs.)
 - D grubu: Amerikan tipi kahve ve çay, sınırsız wi-fi
 - E grubu: Amerikan tipi karton bardak kahve (öğlen arası grap-go usulü)
- **Müşterilerin sunduğunuz ürün ve hizmetlere neden ihtiyaç duyduğunu ve müşterilerinizin hangi sorunlarını giderdiğinizi açıklayınız.**
Çevrede şık ve kalitesi yüksek olan ürünlerin bulunmaması yine aynı zamanda hediye amaçlı

tatlı atıştırma grubuna hitap eden ürün bulunmaması işletmenin sağlayacağı faydalar arasındadır.

- **Rakipleriniz kimlerdir? Değer önerinizi, rakipleriniz ile işletmenizi mukayese ederek değerlendiriniz.**

İtimat pastanesi : Pastane grubu ürünler arasında lokum, çikolata olmaması ayrıca şık paketlenmemesi zayıf yönleridir. Lokasyon özellikleri ve eski bir marka olması da güçlü yönleridir.

Chicollatte çikolatacısı : Lokum ürünleri olmaması ve şık paketlenmemesi zayıf yönleridir. Lezzetli ürünleri bulunması güçlü yönüdür.

4- Ulaşım/Dağıtım Kanalları

- **Sunduğunuz ürün ve hizmetleri müşterilere nasıl ulaştırıyorsunuz (doğrudan, dolaylı, toptan perakende, mağazadan, internet vb.).**

Sunulan ürün ve hizmetler müşterilere perakende mağazacılığı kanalıyla ulaştırılmaktadır. Ayrıca kurumlara yönelik sipariş usulü kurumsal satış yapılması da planlanmaktadır.

5- Müşteri İlişkileri

- **Müşteri grupları bölümünde belirttiğiniz her bir müşteri grubu ile nasıl iletişim kuruyorsunuz?**

A grubu için mağaza dış dekorasyonu ilgi çekici hale getirmek.

B grubu için sosyal medya reklam pazarlaması yapmak.

C grubu için tur rehberleri ile tanışmak ve turistleri mağazamıza yönlendirmek.

D ve E grubu için çevre plaza, hastane ve okullara broşür ve tanıtım ilanları

- **Yeni müşteri kazanma ve tutundurma yöntemlerinizi anlatınız.**

Yeni müşteri kazanmak için sosyal medya fenomenleri ile reklam çalışmaları yapılması

Sosyal Medya üzerinden reklam çalışmaları yapılması. Turistik rehberler vasıtası ile Arap kökenli turistler ile tanışılması.

Tutundurma yöntemi olarak kaliteli müşteri ilişkileri ve ürün lezzetlerinde standart ve tazelik gösterilebilir.

- **Ürün/hizmet tanıtımı, sunumu ve satış sonrasında hangi araçları kullanıyorsunuz(broşür, internet sayfası, sosyal medya, telefon vb.)**

Sosyal çevre

Mağaza dış dekorasyonu

Sosyal medya (internet)

Yakın lokasyona ilan ve broşür

6- Kilit (Temel) Faaliyetler

- **Ürün/hizmeti oluşturmak, dağıtmak ve kazanç sağlamak için yaptığınız kilit (temel) faaliyetler nelerdir? (Üretim/hizmetin başlangıcından, müşteriye ulaştırılması ve satış sonrası sağlanan hizmetler dâhil tüm süreç aşamalarını ve varsa gerekli ruhsat, izin vb. belirtiniz)**

Mağaza için firma kuruluşu ve muhasebe evraklarının hazırlanması

Kurumsal kimliğin oluşturulması (Logo, marka, vs.)

Mağaza dekorasyonunun yapılması

Ürün satışı için gerekli teknik elektronik alımı yapılması

Ambalaj için tasarımlar oluşturulması ve tedarik edilmesi

Lokum ve çikolata ürünlerinin asgari stoklu şekilde tedarik edilmesi

Hediyelik eşya numunelerinin incelenmesi ve tedarik edilmesi

Mağaza açılışı yapılması

7- Kilit (Temel) Kaynaklar

- **Kilit (temel) faaliyetleri gerçekleştirmek için ihtiyaç duyulan kaynaklar (personel, makine, sermaye, teknoloji, arsa, bina.) nelerdir?**
Makine teçhizat
Kira, personel, muhasebe giderleri
Kurumsal kimlik ve logo tasarımı
- **İşletmenizde çalışan/çalışacak personel ve görevleri hakkında bilgi veriniz.**
Müşteri ilişkileri, ürün paketleme.

8- Kilit (Temel) Ortaklar/İşbirlikleri

- **Ürün/hizmet sunum sürecinde işbirliği yaptığınız kilit (temel) kişi/kurum/firmalar kimlerdir?**
Lokum ve çikolata üreticileri
Ambalaj üreticileri
Hediyelik eşya üreticileri
Sosyal medya fenomenleri
Tedarikçileriniz kimlerdir?
Lokum ve çikolata üreticileri
Hediyelik eşya üreticileri

BAŞLANGIÇ YATIRIM GİDERLERİ	TUTAR (TL)
Yazar Kasa	1.300,00 TL
Masa	400,00 TL
Sandalye	300,00 TL
Dekorasyon	6.000,00 TL
Tartı	1.400,00 TL
Tezgah	9.000,00 TL
Buzdolabı	1.000,00 TL
Çay Makinası	300,00 TL
Kahve Makinası	600,00 TL
Züccaciye	2.000,00 TL
TOPLAM (TL)	22.300,00 TL

BAŞLANGIÇ YATIRIM GİDERLERİNİN KAYNAĞI	TUTAR (TL)
Özkaynak Kullanımı	22.300,00 TL
Şahıslardan Alınan Borçlar	
Banka Kredisi	
Diğer (Belirtiniz: ...)	
TOPLAM (TL)	22.300,00 TL

10- Gelir Akışı

- **Gelir modeliniz nedir? (Nereden para kazanacaksınız? Ürün/Hizmet satışı, komisyon, üyelik, reklam alma, gelir ortaklığı vb.)**
Ürün/Hizmet satışı
- **Ürün/hizmetlerinizin fiyatlandırmasını nasıl yaptığınızı açıklayınız.**
Ticari ürün alış fiyatı üzerinden piyasa fiyatlarına uygun kar belirleyerek.
- **Müşterileriniz ödemelerini hangi yolla yapıyor? (nakit, taksitli, kredi kartı vb)**
Kredi kart ve nakit

İŞLETME GELİRLERİ *

AYLAR	1. AY	2. AY	3. AY	4. AY	5. AY	6. AY	7. AY	8. AY	9. AY	10. AY	11. AY	12. AY	1. YIL TOP LA M	2. YIL TOP LA M
Lokum	16000	16000	16000	16000	16000	24000	16000	16000	16000	16000	16000	24000	208000	
Çikolata	15000	15000	15000	15000	15000	20000	15000	15000	15000	15000	15000	20000	190000	
Hediyelik Eşya	800	800	800	800	800	4000	800	800	800	800	800	4000	16000	
Kahve	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	19200	
Çay	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	14400	
Limonata	100	100	200	200	500	500	500	500	500	500	100	100	3800	
Su	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400	
TOPLAM GELİR	34900	34900	35000	35000	35300	51500	35300	35300	35300	35300	34900	51100	453800	

İŞLETME GİDERLERİ *

AYLAR	1. AY	2. AY	3. AY	4. AY	5. AY	6. AY	7. AY	8. AY	9. AY	10. AY	11. AY	12. AY	1. YIL TOP LA M	2. YIL TOP LA M
Ürün alış	16310	16310	16320	16320	16350	24450	16350	16350	16350	16350	16310	24410	212180	
Kira	666	666	666	666	666	666	666	666	666	666	666	666		
Yakıt Giderleri	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100		
Yemek Giderleri	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300		
Telefon	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100		
İnternet	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100		
Temizlik	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300		
Kira Stopaj	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200		
Kırtasiye Giderleri	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000		
Bağkur	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800		
Bakım onarım arac ve makine	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
Personel Giderleri	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000		
SMM Ödemeleri	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300		
Personel İşçilik	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000		
Pazarlama Giderler	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500		
TOPLAM GİDER	9366	9366	9366	9366	9366	9366	9366	9366	9366	9366	9366	9366	324572	

GELİR GİDER FARKI													129228	
--------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---------------	--

* İşletmenin kuruluş tarihinden itibaren doldurulacaktır.