

T.C BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİ BÖLÜMÜ
GİRİŞİMCİLİK DERSİ

HAZIRLAYANLAR

- **Muharrem YALMAN**
- **Rıdvan ŞEREF**
- **Salih Can PERVER**
- **Nilay TUNÇ**
- **Eyüp TUFAN**

GİRİŞİMCİ ADI SOYADI : Nilay TUNÇ, Salih Can PERVER, Muharrem YALMAN,

Eyüp TUFAN, Rıdvan ŞEREF

İŞ FİKRİ ADI : Akıllı Asistan

İŞLETMENİN ADI : TSMEN Bilişim Teknolojileri LTD. ŞTİ

BÖLÜM 1: GENEL BİLGİLER

1.1 Girişimci Bilgileri:

Nilay TUNÇ: Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Yönetim Bilişim Sistemleri 4. Sınıf öğrencisiyim. Araştırma geliştirmeyi kendi hayatına katmış, dijital dönüşüme ve yeniliğe açık bir kişiliğe sahibim. Kariyer hayatımda bulunmak istediğim konum, İş zekası alanında çalışmak ile birlikte kendi işimi kurmak hedeflerimin arasında yer almaktadır.

Salih Can PERVER:Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Yönetim Bilişim Sistemleri 4.Sınıf öğrencisiyim.Bilgisayar ve bilişim teknoloji donanımlarına meraklı,iş geliştirme ve çözüm üretmeyi seven,yenilikçi modelleri araştırmayı ve uygulama safhalarında çalışan biriyim.Şu an bir devlet hastanesinde bilgi işlem biriminde görev almaktayım.Asıl kariyer planımsa özel sektör olup,büyük veri uzmanı olarak kendimi geliştirmek.

Muharrem YALMAN: Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Yönetim Bilişim Sistemleri 4.sınıf öğrencisidir. Yazılım bilgisi orta-ileri seviyede, analitik becerisi yüksek, dinleme kabiliyeti gelişmiş, gündemi takip eden, araştırmayı seven yapıya sahiptir. Grup projelerinde projeleri yönetmekle birlikte kendine ait birçok projesi mevcuttur. DenizBank AŞ şirketinde genel müdürlük ve şube stajı yapmış olup, ağırlıklı olarak web yazılımı ile ilgilenmekte ve iş analistliği hedeflemektedir.

Eyüp TUFAN:Bilecik Şeyh Edebali üniversitesi,Yönetim Bilişim Sistemleri 4.sınıf öğrencisiyim.Dinleyici ve araştırmacı biriyimdir.Yüksek lisans eğitimi ile alanımda kendimi geliştirmek istiyorum.

Rıdvan ŞEREF: Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Yönetim Bilişim Sistemleri 3.sınıf öğrencisiyim. Araştırmayı ve yeni fikirler üretmeyi seven ve yeniliklere açık olan, teknolojiye meraklı birisiyim. Eczacıbaşı Vitra' da muhasebe lise stajyerliği yaptım, fakat orada da genellikle IT Departmanında görevler aldım. Hedefim Eczacıbaşı veya bunun gibi büyük şirketlerde IT Yöneticisi olarak çalışmaktır.

1.2 İş Fikri:

Kişi uygulamamıza girip eğitim hayatında yaşadığı problemleri, çözemediğı sorunları, hayat gayesini bir psikoloğa anlatır gibi yazılı metin veya video aracılığıyla bizlerle paylaşacak. Alanında uzman ekibimiz metinden veya videodan yola çıkarak, kişinin kişilik analizini, ulaşmak istediğı noktaya ulaşabilmesi için ne yapması gerektiğini, ne kadar çalışması gerektiğini, hangi kaynaklardan yararlanabileceğı, nasıl bir yol izlemesi gerektiğı gibi detayları önüne reçete olarak çıkartacak ve uygulama üzerinden kişi takip edilecek. Kişi kriterleri uygularken aynı zamanda yanında kendini yalnız hissetmeyeceğı dijital asistanımız olacak ve asistanımız kişi sıkıldığında veya bir hata ile karşılaştığında ona teşvik edici, yol gösterici arkadaş görevi üstlenecek. Son olarak etkileşim oranına bakılarak aynı amaç doğrultusunda yetişkinlere de hayatında yaşadığı problemlerin çözümlerine yönelik extra kategori sunulacaktır.

BÖLÜM 2: GİRİŞİMCİYE / ORTAKLARINA VE İŞLETMEYE İLİŞKİN BİLGİLER

2.1 İşletmeyi ortak ile ya da tek başınıza kurmanızın nedeni ve varsa ortaklarınızın işletmenizin başarılı olması açısından önemi:

İşletmemiz bu problemi doğrudan yaşayan kişilerden oluşturulmuş olması ve farklı yetkinlikler taşıması, düşündüğümüz girişimde önemli bir yere sahiptir. Muharrem Yalman'ın problem çözme, fikir üretme ve yazılım becerisi yüksektir. Eyüp Tufan'ın sosyal medya platformlarında olması ve sorunla karşılaştığında sakin davranışı sergilemesi yüksektir. Salih Can Perver'in görsel zekasının yüksektir. Nilay Tunç'un Microsoft Office programlarını iyi şekilde kullanabilmesi ve analiz ve raporlama becerisinin yüksek olması. Rıdvan Şeref'in araştırmacı kişiliğı ile öne çıkması projemizde birbirimizi tamamlamamıza olanak sunuyor.

2.2 İş Fikri ve Seçme Nedeni:

Telefon aplikasyonlarına olan yoğun ilgi ve çevremizdeki önemli sorunları ele aldığımızda, öğrencinin eğitim hayatı boyunca hedeflerine net olarak karar verememesi sürecinden hareketle kendini yetiştirememesi ve mezun olduğunda hayatın gerçekleri ile tanışmadan bu bilincin anlaşılamaması veya anlamış olup çok geç kalınması problemi ve yetişkin kesimin günlük hayatında karşılaştığı düzenli plan yapamama, plana uymama problemlerini minimize

etmek amacıyla akıllı asistan fikrini düşündük. Kişi uygulamamıza girip eğitim hayatında yaşadığı problemleri, çözemediği sorunları, hayat gayesini bir psikoloğa anlatır gibi yazılı metin veya video olarak bizlerle paylaşacak. Alanında uzman ekibimiz metinden veya videodan yola çıkarak, kişinin kişilik analizinden, ulaşmak istediği noktaya kadar ne yapması gerektiğini, ne kadar çalışması gerektiğini, hangi kaynaklardan yararlanabileceği, nasıl bir yol izlemesi gerektiği gibi detayları önüne reçete çıkartacak ve uygulama üzerinden kişi takip edilecek. Kişi kriterleri uygularken aynı zamanda yanında kendini yalnız hissetmeyeceği asistanımız sıkıldığında, bir hata ile karşılaştığında ona teşvik edici, yol gösterisi arkadaş görevi üstlenecek. Son olarak etkileşim oranına bakılarak aynı amaç doğrultusunda yetişkinlere de hayatında yaşadığı problemlerin çözümlerine yönelik extra kategori sunulacaktır.

2. Fikir korona döneminden sonra şirketlerin yeni dünyaya adapte olması açısından bir planlama yapmıştık. Bundan vazgeçme nedenimiz uzaktan çalışmaya devam edilip edilmeyeceği öngörememizden dolayı vazgeçtik.

3. N11, gittigidiyor gibi alışveriş sitelerinde sadece kendilerine ait ürünün fiyatlarını gösterdiğinden dolayı akakçe gibi platform benzeri tüm alışveriş sitelerinin seçeceği ürün fiyatını gösteren bir uygulama düşünüldü. Fakat sonradan bunun benzeri olduğu fark edildiğinden dolayı vazgeçtik.

2.3 İşletmenin Misyonu ve Vizyonu:

Vizyonumuz, ülkemizin mezun olduğundaki çalışma oranını gözetererek, hedeflediği hayalleri doğrultusunda yaşam standartlarını ve refahını geliştirmeye katkıda bulunmaktadır.

Misyonumuz, mesleki yeterlilikler ve etik ilkeler doğrultusunda, güncel bilgi, deneyim ve teknolojiyi kullanarak uygulamamız ile optimum düzeyde kişinin kendinin farkına varmasını sağlamak ve yapacağımız doğru telkin ve kontroller ile uluslararası düzeyde tanınan aynı zamanda fayda sağlayan kuruluş olmaktır.

2.4 Kısa Vadeli Hedefleri (1. yıl):

İlk yıl olarak hedefimiz 3 ay içerisinde sadece psikoloji alanında ülkenin önde gelen uzmanlarını projemize ikna etmek, müşteri şikayet oranını en aza indirmek, müşteri memnuniyet yüzdesini arttırmak ve sonrasında uygulamaya gelen talepleri psikoloğun analizinden sonra bizlerin ilgi alanlarımıza, tecrübelerimize göre kişilere geri bildirim

vererek, yüksek kar elde etme düşüncesi olmadan insanların hızlıca projemize adapte olmasını sağlamaktır.

2.5 Orta ve Uzun Vadeli Hedefleri (2.yıl ve üzeri):

Kısa vadeli hedeflerimizi gerçekleştirdikten sonra orta vadede bu hedeflerimizi iki katı oranında artırmak ve insanların gelecek korkularını uygulamamızla düşürmek ve diğer uzmanları projeye dahil etmek. Sonrasında ise uygulamamızın başarılı olduğunu insanlara kanıtlamak için sosyal medya platformları üzerinden özellikle instagram, youtube, websitesi, aracılığıyla projeyi desteklemek. Uzun vadede ülkemizde ki teknolojiyi kullanan genç nüfusu tamamını projemize dahil etmek ve uzun vadede kariyerleri boyunca vereceğimiz yönlendirmelerle onları memnun ederek, onlara bir nevi kariyer koçluğu yapmayı sağlamaktır. Son olarak uygulama etkileşim oranına bakılarak aynı amaç doğrultusunda yetişkinliklere de hayatında yaşadığı problemlerin çözümlerine yönelik extra kategori sunmak olacaktır.

BÖLÜM 3: PAZAR BİLGİLERİ VE PAZARLAMA PLANI

3.1 Pazarın Büyüklüğü, Hedeflenen Pazar Payı:

Türkiye’de milli eğitim bakanlığı tarafından açıklanan verilere göre **5 milyon 701 bin 564’ü ortaokulda, 5 milyon 630 bin 652’si ortaöğretimde** bulunuyor. **Ortaöğretimdeki 5 milyon 630 bin 652 öğrencinin 3 milyon 412 bin 564’ü genel liselerde, 1 milyon 608 bin 81’i mesleki ve teknik liselerde, 610 bin 7’si de imam hatip liselerinde** eğitim alıyor. Türkiye’de **Lisans 4.538.926, Ön lisans 3.002.964, Yüksek lisans (toplam) 297.001, Doktora (toplam) 101.242** olmakla birlikte **toplam öğrenci pazarı 7.940.133**. Her yıl istikrarlı bir büyüme gösteren **danışmanlık** piyasası **250 milyar dolarlık hacme** ulaşmış. **Türkiye’de ise 10-12 milyar TL** büyüklüğe ulaştığı tahmin edilen sektör her yıl yüzde 10 civarında büyüyor.

Akıllı asistan projesi şu ana kadar ülkemizde danışmanlık hizmeti olarak çağımıza uygun bir uygulama(teknoloji ile birleşen) olmadığını tespit ettik. Bu sektörde danışmanlık hizmetini çağımıza uygun olarak geliştirerek sunacağımız bir akıllı telefon uygulaması ile pazar payının ilk yıl, ikinci yıl artırmak. Extra olarak 1.yıl sonunda hedeflerimizin arasında orta ve yaşlı nüfusu da projeye dahil etmek vardır.

Türkiye'de okul öncesi eğitim, ilköğretim ve ortaöğretim düzeyinde toplam 18 milyon 241 bin 881 öğrenci bulunuyor. Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) tarafından "Milli Eğitim İstatistikleri-Örgün Eğitim 2019-2020" verileri açıklandı. Buna göre, Türkiye'de okul öncesi eğitim, ilköğretim ve ortaöğretim düzeyinde, 9 milyon 435 bin'i erkek, 8 milyon 806 bin 881'i kız olmak üzere toplam 18 milyon 241 bin 881 öğrenci eğitim alıyor.

Öğrencilerden 15 milyon 189 bin 878'i resmi, 1 milyon 468 bin 198'i özel ve 1 milyon 583 bin 805'i ise açık öğretim kurumlarında okuyor. Resmi okullarda eğitim görenlerin 7 milyon 781 bin 791'i erkek, 7 milyon 408 bin 87'si kız öğrencilerden oluşuyor. Özel okullarda ise 804 bin 170 erkek, 664 bin 28 kız öğrenci eğitim görüyor. Açık öğretimde kayıtlı aktif öğrencilerin 849 bin 39'unu erkekler, 734 bin 766'sını kızlar oluşturuyor.

Örgün eğitimdeki öğrencilerin 1 milyon 629 bin 720'si okul öncesi eğitimde, 5 milyon 279 bin 945'i ilkokulda, 5 milyon 701 bin 564'ü ortaokulda, 5 milyon 630 bin 652'si ortaöğretimde bulunuyor. Ortaöğretimdeki 5 milyon 630 bin 652 öğrencinin 3 milyon 412 bin 564'ü genel liselerde, 1 milyon 608 bin 81'i mesleki ve teknik liselerde, 610 bin 7'si de imam hatip liselerinde eğitim alıyor.

|| discord.com, ekranınızı ve sesinizi paylaşıyor.

Paylaşmayı c

3.2 Pazar Profili:

Öncelikli hedef kitlemiz Türkiye bölgesinde ikamet eden, herhangi bir kriterler olmaksızın lisenin sonlarına yaklaşan, üniversite hedefleri olan 15-18 yaş aralığı ve bunun yanında da üniversite ve yüksek lisans yapan öğrenciler yani 18-24 yaş aralığıdır. Yetişkin aralığımız 24-50 yaş.

3.3 Rakip Analizi:

Bu bağlamda potansiyel rakibimiz olabilecek firmaları inceledik ve ana iki rakibimiz olarak **Armut.com**'u ve **Bionluk**'u **Fiver**'i tespit ettik. Her üç firma da hizmet aracılığı ve zaman verimliliğini arttırma değerini müşteriye kazandırsa da akıllı asistan öğrencilere yönelik kişiselleştirilmiş dijital rehberliği ve yeni kayıt olan üyelerine vereceği teşvik hediyeleriyle, müşteri odaklılığı açısından diğer iki firmadan ayrılıyor. Aynı zamanda akıllı

asistan hizmet alıcılar için ilk ay uygulamayı kullanma ücreti almadığı için hizmet almak isteyip kısıtlamalardan dolayı bu imkandan yararlanamayan öğrencilerin ücretsiz girmesini sağlayarak toplam faydayı arttırıyoruz.. Bu sayede öğrencilerin gelecek hayatına katkı sağlayan bir platform ortaya çıkıyor.

Türkiye’ de bu alanda çok fazla açık olduğunu gördük ve bunun için ilk atılımın bizden gelmesini istedik. Ülkemizde online hizmet destekleri veren birçok platform bulunmaktadır fakat bizim farkımız onlarla rekabet içerisinde olmak değil onların bir platform içerisine dahil etmek, insanların daha kolay ulaşabileceği bir biçimde bulunmalarını sağlamaktır.

<https://www.fiverr.com/>

<https://armut.com/>

<https://bionluk.com/>

3.4 Üretim/Pazarlama/Satış Hedefleri:

(En az 12 aylık, birim ve tutar bazında tablo oluşturunuz ve varsa açıklama yazınız.)

2021 YILI UYGULAMA KULLANIM(PAZARLAMA VE SATIŞ) HEDEFLERİ													
ÜRÜN VE HİZMET ADI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOPLAM
GENÇLER İÇİN KARIYER KOÇLUĞU	100	200	300	400	500	600	700	800	900	1000	1100	1200	7.800

3.1 ‘de yer alan pazar büyüklüğüne göre hesaplanmış değerlerdir.

Projemizde öncelikli hedef kitlemiz genç nüfus olduğu için, genç nüfus içerisinde daha fazla etkin olmayı planlıyoruz. Bunun için sene sonunda 100 bin genç nüfusu uygulamamıza katmak istiyoruz. Ayrıntılı olarak açıklamak gerekirse;

Gençler için başlangıç olarak 1000 kişi ile başlayıp hedefimiz ilk yıl sonunda 7.940.133

pazar öğrenci profilinden 100.000 kişiye ulaşmak. Benzer şekilde hedefimize ulaştığımız takdirde orta yaş ve yaşlı nüfus için sağlayacağımız aynı hizmet ile 2021 yılı sonunda başlangıç olarak 300 kişi ile başlayan hedefimizi arttırarak yıl sonunda toplam 30.000 kişiye ulaşmak.

3.5 Sektörel Gelişmeler, Fırsat ve Tehditlere İlişkin Değerlendirmeler:

Sektörel Gelişmeler

- Danışmanlık hizmetleri sektörünü düşündüğümüzde psikiyatri, yazılım, girişimcilik, kişisel gelişim, rehberlik. hizmeti uzun zamanlardan beri ilgili merkezlerden yüz yüze sağlanırken son zamanlarda pandeminde etkisiyle online olarak da sağlanmaya başlamıştır.
- Eğitim sisteminin uzaktan devam edilmesi
- Uzaktan eğitim teknolojilerinin gelişmesi
- Dijital ortamların gelişmesi
- Aplikasyonlara artan yoğun ilgi

Fırsatlar

- Uygulama bazında uzmanları bir arada barındıran ve kullanıcılar için bir araya getiren bir platformun şu ana kadar yapılmış olmaması bizim için bir fırsat olduğunu düşünüyoruz.
- Korona dönemi internet kullanımının artması
- Danışmanlık hizmetlerine bu dönemde çok ihtiyacın olması
- Eğitim sisteminin uzaktan devam edilmesi
- Aplikasyonlara artan yoğun ilgi

Tehditler

- Genç girişimciler olarak uygulamaya geçtiğimiz ve başarı sağladığımız da rakip firmalar tarafından yaratılacak alternatif uygulamalarla maddi yatırım anlamın da rekabette geri kalma olasılığı.
- Bizden daha tecrübeli rakiplerimizin olması

- Henüz ismimizin duyulmamasından takipçi azlığı
- İnternet ve bilgisayar fiyatlarının artması
- Uzman bulunmasında zorluk yaşanması

3.6 Beklenmedik Durumlara İlişkin Öngörüler:

(İş Planı dışında karşılaşılabileceğiniz olumlu ve olumsuz durumlar nelerdir? Bu durumlara ilişkin tedbir faaliyetlerinizi yazınız.)

1. Projeye dahil etmek istediğimiz psikolog ve diğer uzmanların bulunmasında zorluk yaşanması

Alacağımız Tedbir: Reklam ve popüler platformlarda yoğunluk vermek

2. Projeye dahil edilen uzmanlar ve müşteriler ile bizim dışımızda yaşanacak ilişkiler

Alacağımız Tedbir: Müşterinin uygulamaya karşı sorumsuzluğu olabilmesi düşüncesiyle sözleşme yaptırmak

3. Uygulamanın popülerleşme sürecinde görülen rağbet neticesinde çalınma, kötüye kullanma durumu.

Alacağımız Tedbir: Güvenlik problemini minimize etme amaçlı yapacağımız uygulama ve web sitelerinde vereceğimiz yüksek korumalar

4. Uygulama sosyal fayda içerdiğinden dolayı uzmanların gönüllü olarak projeye dahil olabilecek olması.

Alacağımız Tedbir: Tedbir almayı düşünmüyoruz. Bizim için bir fırsat niteliğinde. Olumlu yön

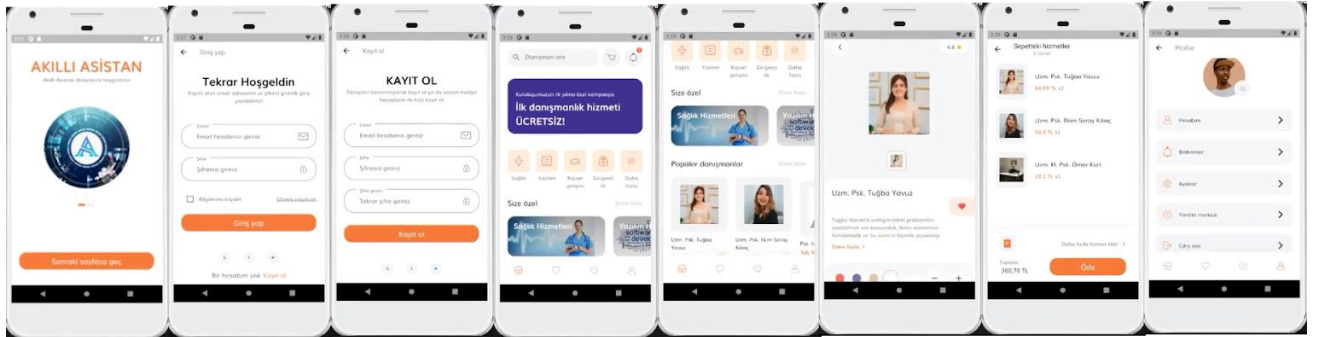
3.7 Ürün/Hizmet Tanımı:

Öncelikle ilk yıl genç nüfusun kariyerlerine katkı sağlamak amacıyla uzmanlarımız ile popüler sosyal medya platformlarından vereceğimiz reklamlarla tanıtmak ve uygulama ile bir

araya getirmek daha sonrasında projeye orta ve yaşlı nüfusu da dahil ederek hayat planlamasına kariyer koçluğunu sağlamaktır.

3.8 Ürün/Hizmet Fiyatının Nasıl Oluşturulduğu:

Uygulamamız Play store ve Apple store' da erişime açılacaktır. Kullanıcılarımız uygulamamızı ücretsiz bir şekilde indirebilecek. Bunun yanında kullanıcılarımız danışmanlık hizmeti alacağı danışman seçimine göre ve bazı diğer özelliklere göre uygulama içi satın almalar olacaktır. Her kullanıcı uygulama içi satın alma seçeneklerinin her birini birer kez kullanım hakkı bulunacak ve memnun kaldığında bir sonraki aldığı hizmette ücretlendirilecektir. Örneğin verdiğimiz kişilik analizi kişiyi tam olarak anlatamadığını düşünen kişiler için daha özel, ayrıntılı hizmete ulaşmak isteyen kullanıcılara özel seans ücreti uygulanacaktır. Play store de yayınlamış olduğumuz uygulama geliri. Verilen hizmetten çok memnun kalan müşterilerin extra vereceği yardım kampanyaları.



3.9 Yer Seçimi ve Nedeni:

(Seçilen mekanın konumu, fiziki özellikleri, pazara yakınlığı, avantaj ve dezavantajlarını açıklayınız.)

Genç nüfusu ve orta-yaşlı nüfusu alanında uzmanlarla vereceğimiz hizmet, dijital ortamda bulunacaktır. App ve web dizaynı olarak iki farklı kanalda müşterilerin fayda

sağlaması için düzenlenecektir. Dijitalleşme eğiliminin, Covid-19 salgını ile çok daha hızlanarak sürdüğünü görmekteyiz. Hedef kitlemiz için yapılan araştırmalara göre 2021 yılı için ülkemizde yaşanan internet kullanımının yüzde 79 artış göstermektedir. Bu veriye dayanarak pazarımızın internet ortamında olması pazara olan yakınlığını ifade edecektir. Müşterilerin kolay ulaşabilmeleri açısından bu ortam tercih edilmiştir.



Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2020

İnternet kullanan bireylerin oranı %79,0 oldu

3.10 Müşteriye Ulaşım Kanalları:

Müşteriye ulaşım ilk etapta reklam çalışmaları, popüler sosyal medya ve çevremizdeki insanlara tanıtılarak başlayacaktır. Web sayfası kurularak hizmetlerimiz online tanıtılacak.

<http://akilliasistan.great-site.net/>

<https://www.instagram.com/akilliasistann/>

3.11 Ürün/Hizmet Tanıtım Planı:

(Müşteriye hangi zaman diliminde ve hangi ulaşım kanallarıyla tanıtılacağını açıklayınız.)

Günümüzde oluşan covid-19 virüsünden kaynaklanan yasaklardan dolayı eğitimde yaşanan aksamalardan dolayı online eğitime geçilmesi ve internet platformlarında oluşan yoğun ilgi sebebiyle sosyal medyada tanıtım;

Akıllı asistan potansiyel müşterilerine ulaşmak için hem dijital hem de fiziksel pazarlama

stratejileri izlemeyi planlamaktadır. Dijital pazarlama odaklı izleyeceğimiz pazarlama stratejilerimiz kapsamında akıllı asistan uygulaması için bir tanıtım web sitesi açılacaktır. SEO(Türkçe) yöntemi ile arama motorlarında öne çıkmaya ve akıllı asistan projesine görünürlük kazandırmayı ve SEM (Türkçe) teknikleri ile içeriğimizi öne çıkararak uygulamaya müşteri çekilecektir. Sosyal Medya Pazarlamaları ile ise uygulamanın sosyal medyada görünürlüğü arttırılacaktır. Aynı zamanda yeni kullanıcılara hediye çekleri ve indirim kuponları verilerek potansiyel müşteriler uygulamaya çekilmeye çalışılacaktır. Fiziksel pazarlama stratejilerimizi ise şirket işbirlikleri odaklı yürütmeyi planlamaktayız. Anlaşma yapılmak istenen şirketlere handoutlar ve bilgilendirmeler gönderilmesi planlanmaktadır aynı zamanda word of mouth tekniği ile kulaktan kulağa müşterilerimize ulaşmayı planlamaktayız.

<http://akilliasistan.great-site.net/>

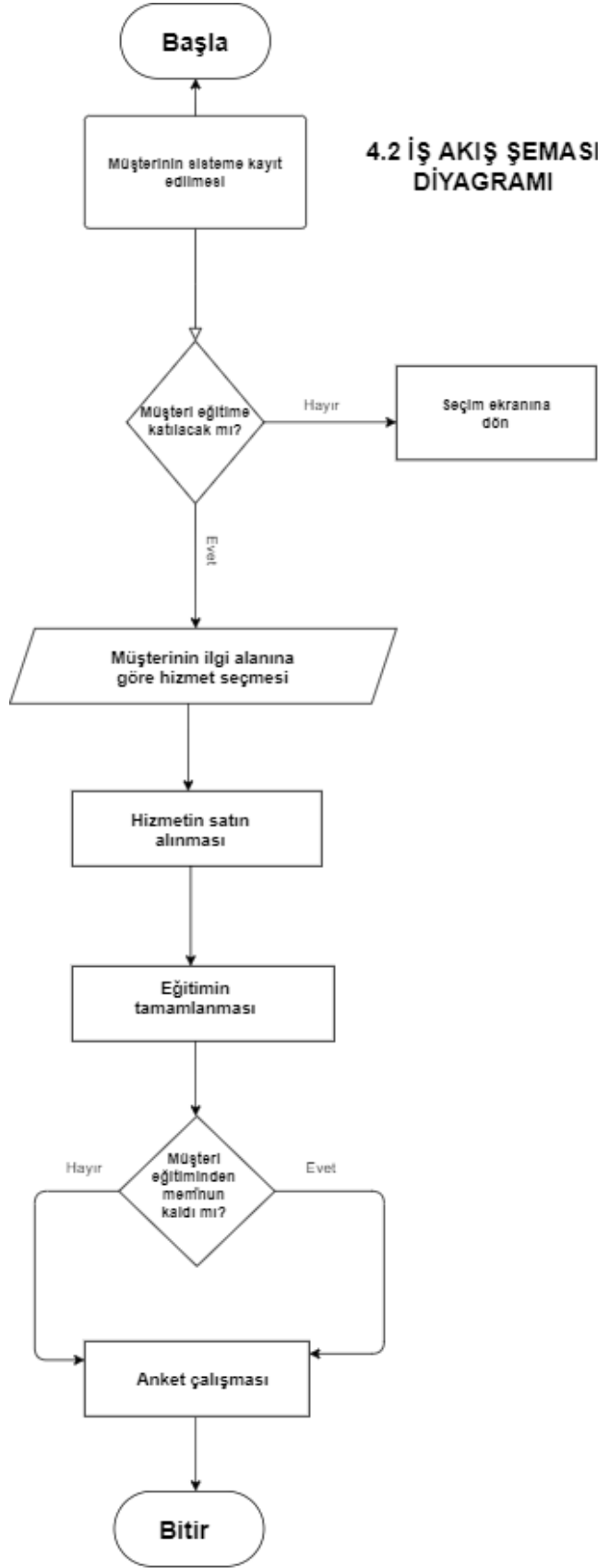
<https://www.instagram.com/akilliasistann/>

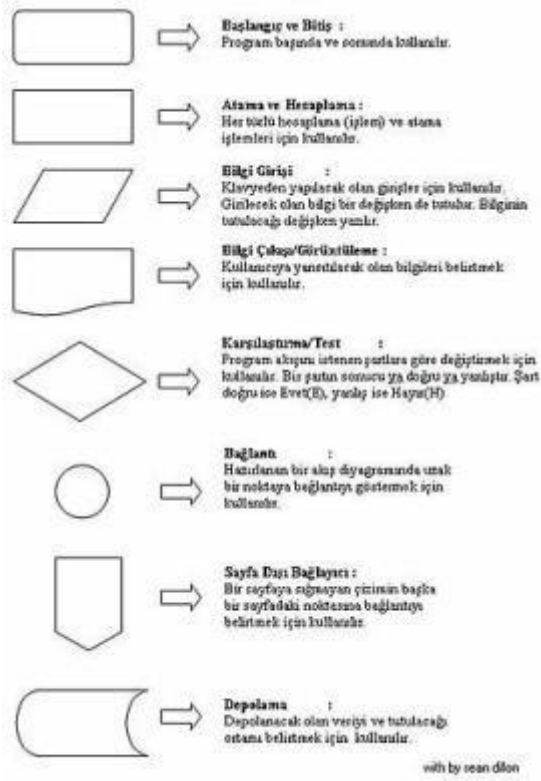
BÖLÜM 4: ÜRETİM/HİZMET PLANI

4.1 Üretim/Hizmet Sunum Sürecinin Aşamaları:

(Müşterinin üretim/hizmet sürecine dâhil olduğu ve çıktığı süreci açıklayınız.)

Kişiye kvkk metnimizi sunacağız, bunu uygun gördüğü takdirde kişi, uygun gördüğü bilgilerini sistemimize girerek üyeliğini açacak. Ardından, hem girilen bilgiler, hem sistemdeki hizmet sunucuların müşterilerden alacağı puanlarla hem de müşterilerin yönelimlerine göre müşteriye bir liste sunulacaktır. Bu sıralamaya göre müşterilerimiz bu listeden hizmet almak istediği profesyoneli seçerek uzman hizmeti alabilecektir. Müşterimiz, özel hizmet almak istediği takdirde kendine uygun gün ve saati rezerve ederek, ödemesini sistem üzerinden güvenli bir şekilde yapabilecektir. Hizmet alımı sonrasında ise uygulama bildirimleri ve e-mail kanalları ile müşterilerimizin hizmet sağlayıcılarını puanlamasını istenecektir





4.3 Üretim/Hizmet Sunum Sürecinde Gerekli Olan Standartlar, Belgeler, Ruhsat ve İzinler:

Limited şirket olduğumuzdan dolayı

- Kuruluş bildirim formu
- Dilekçe
- Noter tasdikli sözleşme
- Oda kayıt beyannamesi
- İkametgah belgesi
- Kira kontratı
- Sermayenin yatırılmış olduğuna dair dekont

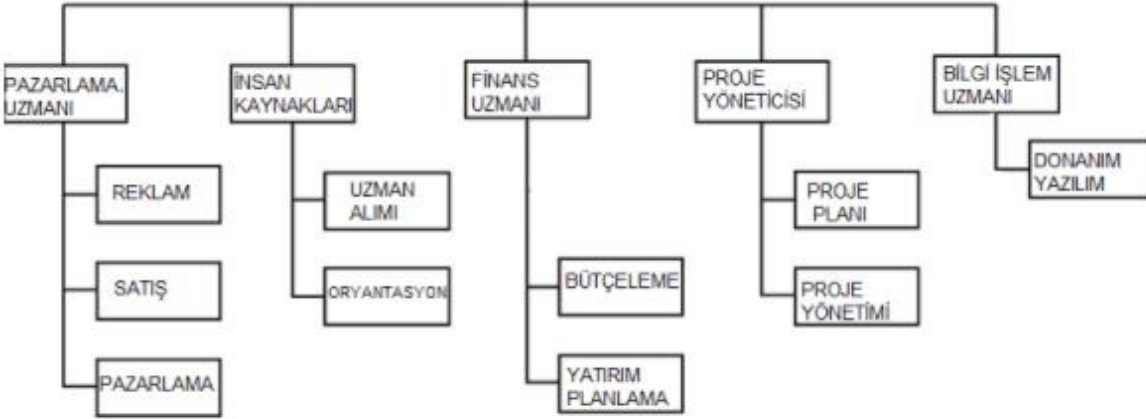
Limited Şirket Kurmak İçin Gereken Belgeler Nelerdir?

- Kuruluş bildirim formu
- Dilekçe
- Noter tasdikli sözleşme
- Oda kayıt beyannamesi
- İkametgah belgesi
- Kira kontratı
- Sermayenin yatırılmış olduğuna dair dekont

5.1 Organizasyon Şeması:

(Organizasyon içerisinde yer alacak personeli tablo/şema yardımıyla açıklayınız.)

TSMEN BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ LTD. ŞTİ ORGANİZASYON ŞEMASI



BÖLÜM 5: YÖNETİM PLANI

5.2 Personelin Niteliği, Görev ve Sorumlulukları:

(Mesleki yeterlilik belgesi sahipleri varsa belirtilecektir.)

PAZARLAMA UZMANI

Eyüp Pazarlama uzmanı, pazarlama departmanı bünyesinde saha ya da masa başında çalışır ve markanın bulunduğu pazarlarda güçlenmesi ya da yeni pazarlara açılması sürecinde görev alır. Pazarlama uzmanları genellikle özel şirketlerde istihdam edilir.

- Pazarlama ile ilgili gerekli olan şirket içi analiz ve araştırmaları yapmak,
- Rakip şirketler ile ilgili analiz ve araştırmalar yapmak,
- Hedeflenecek müşteri grubunu ya da bölgeyi belirlemek,
- Satış hedeflerini kontrol etmek ve bütçe ile uyum yakalamak,
- Reklam ve halkla ilişkiler çalışmalarını yürütmek,

İNSAN KAYNAKLARI

Nilay İnsan Kaynakları Elemanı, personelin işe alım ile işten ayrılma süreçlerini görev aldığı kurumun prosedürleri ve mevzuatlar doğrultusunda yürütmekle sorumludur. Personelin maaş ve izinlerini takip ederek verileri ilgili sistemlere işler ve bağlı bulunduğu yönetici tarafından kendisine atanan diğer görevleri yerine getirir.

- Personel özlük dosyalarının oluşturulması ve güncellenmesi işlemlerini yürütmek,
- Personel izinleri ile raporlarını sisteme kaydetmek ve ilgili yöneticiye raporlamak,
- Tutanak, ihtar, savunma gibi evrakları hazırlamak,
- Personelin aylık maaş hesaplamalarını yapmak ve maaş bordrolarını düzenlemek,
- Personel kıdem ve ihbar yükümlülüklerinin takibini yapmak,

PROJE YÖNETİCİSİ

Muharrem Proje yöneticisi ya da daha yaygın kullanılan şekliyle project manager, bir projenin başından sonuna kadar olan süreci yöneten kişilere verilen mesleki bir unvandır. Proje yöneticisi, proje üretimi sürecindeki her ayrıntıdan sorumludur denebilir. Projede çalışacak ekipleri kurar, ekipler arasındaki koordinasyonu sağlar ve bir projenin başarıyla tamamlanması için tüm sorumluluğu üzerine alabilecek beceriye sahiptir.

- Proje sunumunu hazırlar
- Proje için en uygun kişileri bulur.
- Proje hakkında toplantılar düzenler.
- Proje ekibi arasındaki iletişimi sağlar.
- Zaman yönetimini yapar, “deadline” belirler.

BİLGİ İŞLEM UZMANI

Salih Can Bilgi işlem uzmanı, sistem kurulumlarını koordine eder, bilgisayar sistemlerini test eder, donanım ve yazılım sistemlerini korur ve yükseltir. Bilgi işlem uzmanı, teknoloji şirketleri ile sınırlı olmamak üzere, teknolojiyi kullanan veya büyük miktarda veri akışının gerçekleştiği şirketlerde çalışabilir. Çalıştığı sektörden bağımsız olarak, bilgi işlem uzmanı genellikle yazılım, donanım, veritabanları, web kaynakları, ağlar ve kurumsal sistemlerle ilgili benzer hizmetler sunar.

- Sistemin hizmet dışı kalma süresi ve performans sorunlarını departman yönetimine iletmek,
- Müşteri destek çağrılarını zamanında ve doğru bir şekilde ele almak,
- Problem verilerini analiz etmek ve uygun çözümleri belirlemek,
- Standart işletim prosedürlerini takip etmek,
- Yazılım ve donanım sistemlerini kurmak ve yapılandırmak

FİNANS UZMANI

Rıdvan Finans uzmanı; bir şirketin finansman ve mali işleri ile ilgili tüm konularında sorumluluk sahibi olan personeldir. Finans uzmanlığı departmanı, kurumların maddi açıdan en çok önem verdiği departmanlardan biridir.

- Faturalandırma ve tahsilat süreçlerini takip etmek,
- Çalıştığı firmanın finansal analizini yapmak,
- Periyodik mali raporlar hazırlamak,
- Anlık mali raporlar hazırlamak,
- Firma personelinin maaşlarının koordineli olarak ödenmesini sağlamak,

BÖLÜM 6: FİNANSAL PLAN

6.1 Başlangıç Maliyetleri ve Diğer Başlangıç Giderleri:

(İş kurma sürecinde makine, teçhizat ve ofis donanımı, tadilat, bakım ve onarım işleri, depozito vb. yapılan tüm giderleri açıklayınız.)

Giderler	Adet	Fiyat
BİLGİSAYAR (8GB RAM 240GB SSD (R3 1200 gtx 150 ti)	5	₺ 24.500,00
Yazıcı (Hp laserjet m102a)	1	₺ 2080,79

Ticaret odası kuruluş için	1	₺ 1.200,00
----------------------------	---	------------

Noter: İmza Beyannamesi	1	₺ 160,00
-------------------------	---	----------

Fatura:

a) Matbu Fatura Maliyeti: 1.000 Adet fatura için	₺ 708,00
--	----------

b)Fatura Maliyeti: Başvuru için	₺ 260,00
---------------------------------	----------

1.000 Adet e-fatura için kontör bedeli	₺ 160,00
--	----------

Toplam	₺ 29.068,79
--------	-------------

PC Gereksinimi

M.2 Disk için M.2 Slotu bulunan anakart tercih edilmelidir.



Popüler Ürün Çok Satıyor

Fenix Bronze [Webtekno] | R3 1200 GTX 1050 Ti 4GB
DDR4 8GB 240GB SSD Oyuncu Bilgisayarı
Powered by ASUS

Tek Çekim / Havale: **4.899,00 TL**
12x 450,11 TL Taksitle

Bu ürünü satın aldığınızda **20.76TL** değerinde **207584** puan kazanacaksınız

ÖZELLEŞTİR **SEPETE EKLE**

Karşılaştır Bu ürünü izle Paylaş

5 Gün içinde Kargo Ücretsiz Kargo Çoklu Kredi Kartı

Kasa Kaynak:

<https://www.incehesap.com/fenix-bronze-oyuncu-bilgisayari-fiyati-48734/>



21.5"	1920 x1080	HDMI D-SUB	1ms Tepki Süresi	Tüm Özellikler
-------	---------------	---------------	---------------------	-------------------

Asus VP228HE 21.5" Full HD 1ms 60Hz D-Sub/HDMI TN Gaming Monitör

Asus

%31
indirim

~~1.664,75 TL~~

Tek Çekim / Havale: 1.065,60 TL

12x 97,91 TL Taksitle

Bu ürünü satın aldığınızda **4.52TL** değerinde **45152** puan kazanacaksınız

Karşılaştır
Bu ürünü izle
Paylaş

1

SEPETE EKLE

Stoktan Hızlı
Teslimat



Ücretsiz
Kargo

Çoklu
Kredi Kartı



★★★★☆

Yorum Yap | Yorumlar (31)

Monitör Kaynak:

https://www.incehesap.com/asus-vp228he-gaming-monitor-fiyati-35850/?gclid=CjwKCAjw2ZaGBhBoEiwA8pfP_oI9PbxGkw2SBnCjd9IKxVCYpYDHttF5cTJ9m2Zq4yJPj_j9uReEqRoCliQQAvD_BwE

Yazıcı

Kaynak: <https://www.neqtiq.eu/products/hp-laserjet-pro-m102a-1200-x-1200-dpi-a4.html>



HP

HP LaserJet Pro M102a 1200 x 1200 DPI A4

★★★★☆ (No reviews yet)

[Write a Review](#)

SKU: G3Q34A#B19

UPC: 889894212351

€199.32

CURRENT STOCK: 18

Şirket Kurma Maliyeti

Kaynak:

<https://www.aricimalimusavirlik.com.tr/sirket-kurma-maliyeti>

1-Noter: İmza Beyannamesi 1 Adet 160 TL
2-Vergi Dairesi (Kira kontratı damga vergisi) 1.000 TL kira için 28,35 TL
3-Fatura:
a-Matbu Fatura Maliyeti: 1.000 Adet fatura için 708 tl
b-e-Fatura Maliyeti: Başvuru için 140 TL 1.000 Adet e-fatura için kontör bedeli 160 TL Toplam 300 TL
4-Muhasebe Programı: Yıllık 640 TL (aylık 65 tl olarak da ödenebilir)
Şahıs Firması kurmak için toplam maliyet yaklaşık 1.130 TL olacaktır.
Limited şirket kuruluşunda sermaye ödemesi zorunluluğu bulunmuyor. Taahhüt edilen sermayeyi 24 ay içerisinde ödeyebilirsiniz.

aricimalimusavirlik.com.tr/sirket-kurma-maliyeti

Vergi mükellefiyeti tahsis ettiğiniz şahıs firmanızı ticaret odasına kayıt ettirekseniz 900 TL daha masrafınız olacak. Toplam maliyetiniz 2.000 TL'yi bulacaktır.

6.2 İşletme Giderleri:

Giderler	Fiyat
Hosting-Domain Ödemeleri (1 YILLIK)	₺ 4160
SSL Sertifikası(1 YILLIK - TrustSafe Business PRO)	₺ 599
Zoom (1 YILLIK)	₺ 1.283
İNTERNET (1 YILLIK) 10 çalışan x 68 tl x 12 ay	₺ 8160
SGK ÖDEMELER (1 YILLIK)	₺ 27.000
PAZARLAMA GİDERLER	₺ 1.000
TANITIM GİDERLERİ	₺ 3.240
BEKLENMEYEN GİDERLER	₺ 5.000
BULUT BİLİŞİM HİZMETİ (1 YILLIK) (SaaS -) 20 GB Özel Bulut (Microsoft Lisansları)	₺ 1.260
Toplam	₺ 51.692

HOSTİNG DOMAIN ÜCRETLERİ KAYNAK:

<https://www.isimtescil.net/>

isimtescil.net/shoppingcart.aspx

Sepetim

Sepetim

Fatura

Ödeme

Sonuç

Ürün / Hizmet	Süre	Toplam Fiyat	
akilliasistan.org Yeni domain kayıt işlemleri	1 Yıl	12,99\$ 9,99\$	<input type="checkbox"/>
Profesyonel Paket (Linux) Yeni Hosting satın alma işlemleri	1 Yıl	399,00\$	<input type="checkbox"/>

Seçilenleri Sil

Sipariş Özeti

Ara Toplam \$408,99

Vergiler \$73,62

Genel Toplam ₺4198,69
\$482,61

Link: isimtescil.net

SSL ÜCRETLERİ KAYNAK:

The screenshot shows a shopping cart interface for isimtescil.net. The cart contains one item: 'SSL Sertifika: TrustSafe BusinessPRO' with a duration of '1 Yıl' and a total price of '69,99\$'. The right sidebar shows the 'Sipariş Özeti' (Order Summary) with a subtotal of '\$69,99', taxes of '\$12,6', and a total of '\$82,59'. A 'Seçilenleri Sil' (Clear Selections) button is visible at the bottom right of the cart.

Ürün / Hizmet	Süre	Toplam Fiyat
SSL Sertifika: TrustSafe BusinessPRO SSL satın alma işlemleri	1 Yıl	69,99\$

Sipariş Özeti

Ara Toplam	\$69,99
Vergiler	\$12,6
Genel Toplam	\$82,59

[Seçilenleri Sil](#)

Link: isimtescil.net

ZOOM: <https://www.mapfre.com.tr/blog/dusle/zoom-meeting-hakkinda-bilinmesi-gerekenler/#:~:text=E%C4%9Fer%20siz%20de%2040%20dakikal%C4%B1k,Zoom%20%C3%BCcreti%20ise%20149.90%20Dolar.>

Zoom Ücreti Ne Kadar?

Bahsettiğimiz gibi, Zoom Meetings'i ücretsiz bir şekilde kullanmanız mümkün. Fakat öğretmenler online ders yapmak, çalışanlar toplantı yapmak için Zoom kullandıklarında doğal olarak herhangi bir süre kısıtlaması ile karşılaşmak istemiyorlar.

Eğer siz de 40 dakikalık görüşme süresi ile sınırlı olmayan bir şekilde Zoom Meetings kullanmak istiyorsanız, 2021 Ocak itibarıyla, Zoom aylık abonelik ücreti 14.99 Dolar'dan başlıyor. Aynı paketin yıllık Zoom ücreti ise 149.90 Dolar. Dilerseniz Zoom ücretlendirme sayfasını ziyaret ederek bu konuda daha ayrıntılı bilgi alabilirsiniz.

BULUT BİLİŞİM HİZMETLERİ(ÖZEL BULUT) KAYNAK:

Link: <https://azure.microsoft.com/tr-tr/pricing/details/cloud-services/>


Genel Amaçlı

Web siteleri, küçük ve orta düzeydeki veritabanları ve diğer günlük uygulamaları için.

Örnek	Çekirdek	RAM	Geçici Depolama	Kullandıkça öde
A0	1	0,75 GB	20 GB	₺ 105,1200/ay
A1	1	1,75 GB	225 GB	₺ 420,4800/ay
A2	2	3,50 GB	490 GB	₺ 840,9600/ay
A3	4	7,00 GB	1.000 GB	₺ 1.681,9200/ay
A4	8	14,00 GB	2.040 GB	₺ 3.363,8400/ay

İNTERNET

<https://www.vodafone.com.tr/VodafoneBusiness/RedKurumsal/tarifeler.php>

Tarifeler Ek Paketler Avantajlar

NAVIGASYON PASS

Vodafone TV – 2GB

Detayları Göster ✓

10GB + 6GB
İnternet

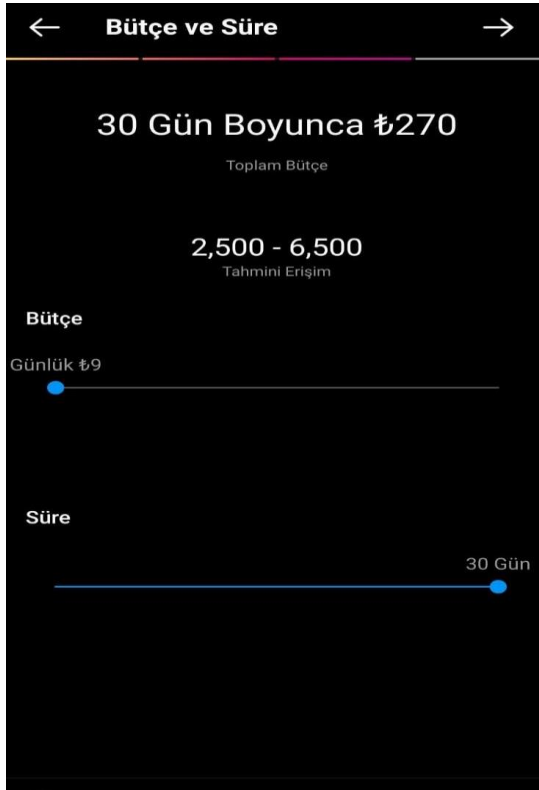
Her Yöne
5000 DK / SMS

Red Business 10

₺87.2/ay

5 ve üzeri Red Business aboneliğine
avantajlı fiyat ₺68

TANITIM GİDERLERİ: Instagramı baz alarak reklamlar için öğrenilen fiyatları hesaplayarak oluşturulmuş fiyat.



SGK GİDER: Sgk fiyatları için yakın çevrelerde çalışan kişilerin sgk ödemelerini karşılaştırarak oluşturulmuş fiyat.

BEKLENMEYEN GİDER: Beklenmedik şekilde ortaya çıkan maliyetlere ayrılmış bütçe.(Yolculuk, kaza, doğal afet vs..)

PAZARLAMA :

Link:

<http://www.sibelceliker.com.tr/2020-2021-google-reklam-verme-ucretleri-ve-paketleri/>

DETAYLI TEKLİF KALEMLERİ

2020-2021 Google Reklam Fiyatları haricinde bana ayıracağınız bütçe aşağıda ki gibidir. Kampanyalar hakkında detaylı teklifi okumak için " Teklifi Detaylı Gör " e tıklayınız.

- Eko paket 1 : 300 ₺
- Eko paket 1 : 500 ₺
- Profesyonel Paket :1.000 ₺
- Aylık Uzman Paket :2.500 ₺ dir.

6.3 Nakit Projeksiyonları:

(Aylık gelir, gider ve gelir/gider farkını içerecek şekilde en az 1 yıllık tablo oluşturunuz)

2021 YILI UYGULAMA KULLANIM(GELİR GİDER)													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOPLAM
Gelir	2000	4000	6000	8000	10.000	12.000	14.000	16.000	18.000	20.000	22.000	24.000	156.000
Gider	4307	4307	4307	4307	4307	4307	4307	4307	4307	4307	4307	4307	51.692

Gelir 1 ayda 100 öğrenci kitlemizden sağladığımız özel ders ücreti ile kazanılan paranın 40.000’in yüzde 95’i dersi veren uzmanlara ait yüzde 5’lik 2000tl bize ait komisyonunu alıyoruz.

KOMİSYON GELİRLERİ

6.4 Kâra Geçiş Noktası:

(Ne kadar süre/satış miktarı/satış tutarı sonrasında kara geçileceğini hesaplayarak açıklayınız.)

Toplam gelir = 156.000

Toplam gider= 51.692

156.000 - 51.692 = 104.308 net ücret

Kar = 104.308

6.5 Özkaynak ve/veya Diğer Kaynaklardan Sağlanacak Finansman:

(Girişimcinin sahip olduğu özkaynak ile borç/kredi/KOSGEB Desteği ayrımı yaparak iş fikrine ait toplam finansman kaynağını açıklayınız)

Öz sermaye 100.000 TL

Alınan Borçlar 0.00 TL

Banka Kredileri 50.000 TL

Kosgeb Desteği 80.000 TL

Kosgeb Desteği (Geri Ödemeli) 0.00 TL

TOPLAM 230. 000 TL

<https://akilliasistann.wixsite.com/akilliasistan>

https://www.youtube.com/channel/UCyGlSiaw_lzq-Nkn70oUUQ