



**BİLECİK
ŞEYH EDEBALI
ÜNİVERSİTESİ**

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

HAZIRLAYANLAR

Muharrem YALMAN : 32431208632

Rıdvan ŞEREF : 15200478580

Salih Can PERVER : 40123543800

Nilay TUNÇ : 21209652692

Eyüp TUFAN : 36683269632

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 zekâsı 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, çözemediği 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 istediği noktaya ulaşabilmesi için ne yapması gerektiğini ne kadar çalışması gerektiğini, hangi kaynaklardan yararlanabileceği, nasıl bir yol izlemesi gerektiği gibi detayları önüne reçete olarak çıkartacak ve uygulama üzerinden kişi takip edilecek. Kişi kriterleri uygularken aynı zamanda yanında kendini yalnız hissetmeyeceği 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 kişiliği ile öne çıkması projemizde birbirimizi tamamlamamıza olanak sunuyor.

2.2 İş Fikri ve Seçme Nedeni:

Telefon uygulamalarına 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.

2.3 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 şikâyet 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, web sitesi, 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:

Danışmanlık hizmetleri ve sektöre bağlı olarak eğitim ve psikolojik danışmanlık Türkiye'nin en çok ihtiyaç duyduğu alanlardandır. Eğitim ve psikolojik danışmanlık E-ticaret sektöründe yüzde 43 artış göstererek insanların gözde sektörü olmayı başarmıştır.

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 yüzde 2, ikinci yıl yüzde 4 oranında artırmak. Extra olarak 1.yıl sonunda hedeflerimizin arasında orta ve yaşlı nüfusu da projeye dahil etmek vardır.

3.2 Pazar Profili:

Öncelikli hedef kitlemiz Türkiye bölgesinde ikamet eden, herhangi bir kriterler olmaksızın lisenin sonlarına yaklaşan, niversite hedefleri olan 15-18 yaş aralığı ve bunun yanında da niversite 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 tespit ettik. Her iki firma da hizmet aracılığı ve zaman verimliliğini arttırma değerini müşteriye kazandırır da akıllı asistan öğrencilere yönelik kişiselleştirilmiş diğital 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 creti almadığı için hizmet almak isteyip kısıtlamalardan dolayı bu imkndan 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.

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	1000	1000	1000	2000	5000	5000	10000	10000	16000	16000	16000	17000	100.000

2022 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	2000	2000	2000	4000	10000	10000	20000	20000	32000	32000	32000	34000	200.000
ORTA YAŞ VE YAŞLI NÜFUS İÇİN DANIŞMANLIK	300	300	300	600	3000	3000	5000	5000	7500	7500	7500	10000	30.000

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 pandeminin de etkisiyle online olarak da sağlanmaya başlamıştır.

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.

Tehditler: Genç girişimciler olarak uygulamaya geçtiğimiz ve başarı sağladığımız da rakip firmalar tarafından yaratılacak alternatif uygulamalarla maddi yatırım anlamın da rekabette geri kalma olasılığı.

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 yayınlanmış olduğumuz uygulama geliri. Verilen hizmetten çok memnun kalan müşterilerin extra vereceği yardım kampanyaları.

3.9 Yer Seçimi ve Nedeni:

(Seçilen mekânın 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 %6 artış göstermektedir. Bu veriye dayanarak pazarımızın internet ortamında olması pazara olan yakınlığını ifade edecektir. Müşterilerin kolay ulaşabilmeleri açısından bu ortam tercih edilmiştir.

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.

3.11 Ürün/Hizmet Tanıtım Planı:

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

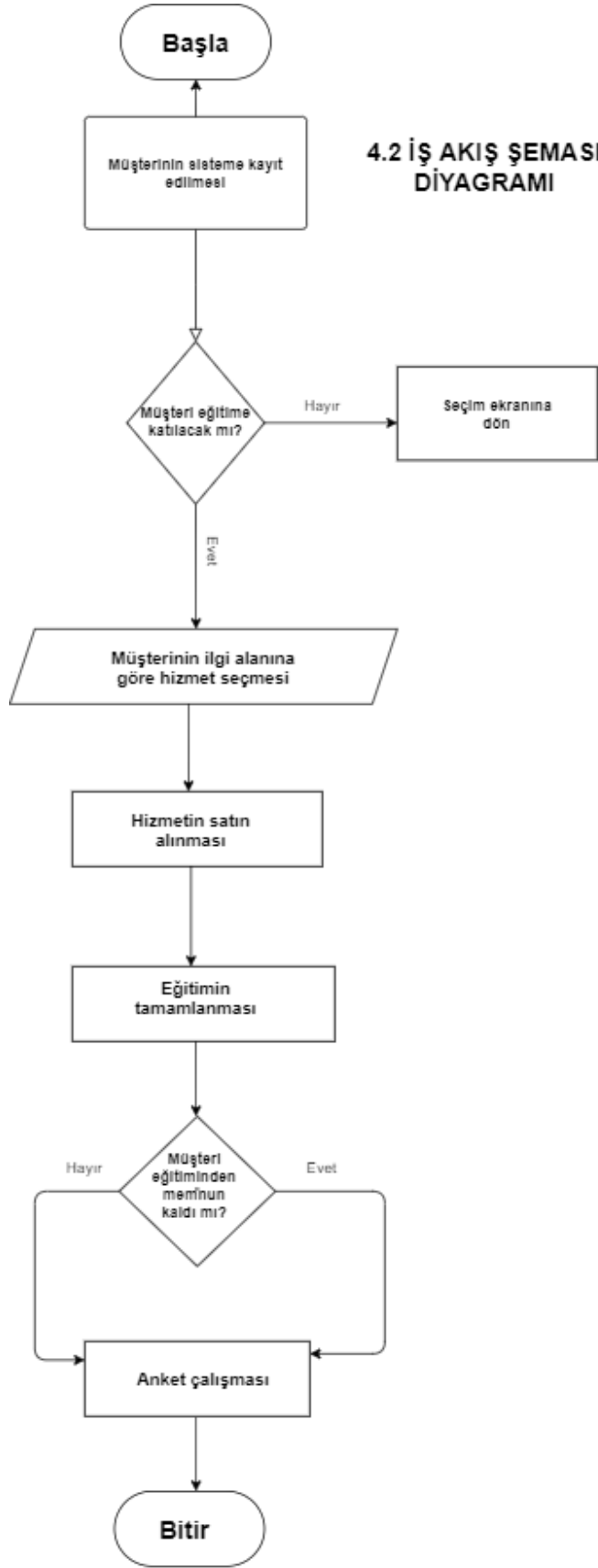
Günümüzde oluşan covid-19 virüsünden kaynaklanan yasaklardan dolayı eğitimde yaşanan aksamalardan dolayı online eğitime geçilmesi ve internet platformlarında oluşan yoğun ilgi sebebiyle sosyal medyada tanıtım;

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 iş birlikleri odaklı yürütmeyi planlamaktayız. Anlaşma yapılmak istenen şirketlere handoutlar ve bilgilendirmeler gönderilmesi planlanmaktadır aynı zamanda Word of mouth tekniği ile kulaktan kulağa müşterilerimize ulaşmayı planlamaktayız.

BÖLÜM 4: ÜRETİM/HİZMET PLANI

4.1 Üretim/Hizmet Sunum Sürecinin Aşamaları:

Kişiyi 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:

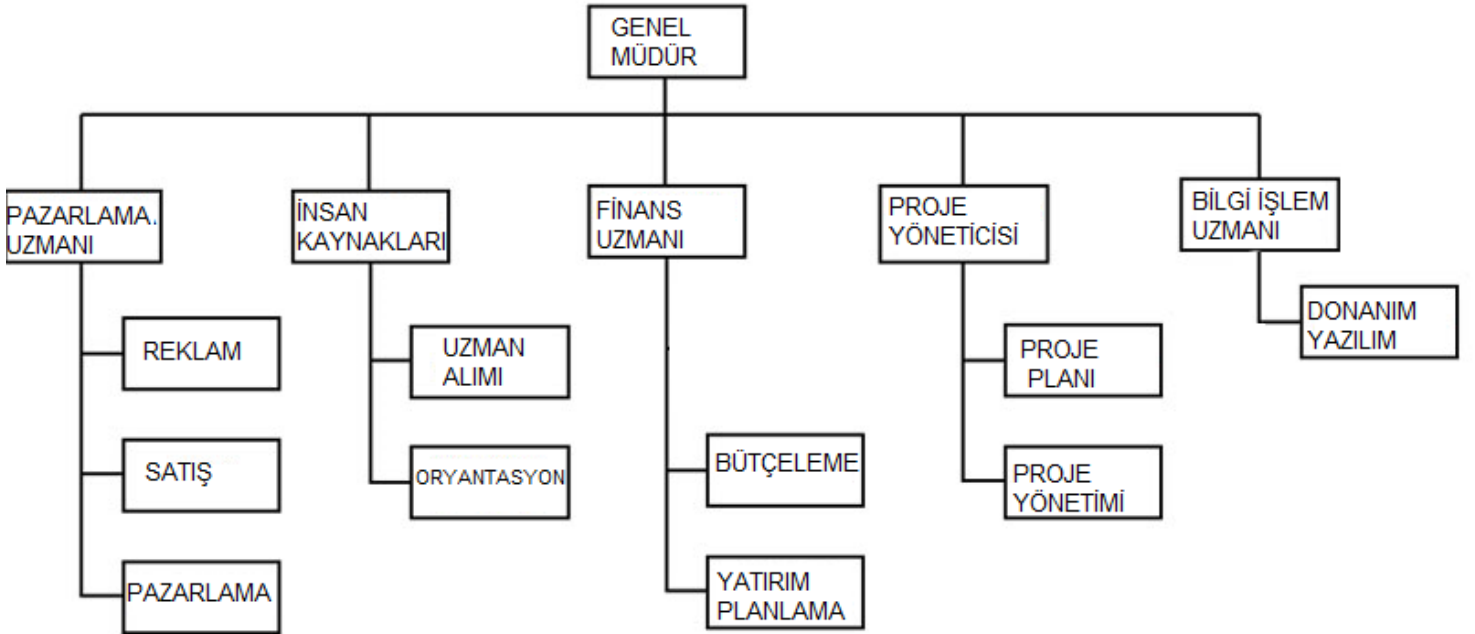
Limited şirket olduğumuzdan dolayı

- Kuruluş bildirim formu
- Dilekçe
- Noter tasdikli sözleşme
- Oda kayıt beyannamesi
- İkametgâh 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.)

GENEL MÜDÜR

Genel müdür yardımcısı; şirketlerin daha etkin, doğru ve verimli bir şekilde yönetilmesi adına çalışmalar yapan, şirketin bulunduğu konum ve hedefleri doğrultusunda ihracattan ithalata, satıştan bütçe planlamaya, üretimden lojistik değerlendirmelere kadar şirketin her alanındaki süreçleri inceleyen kişiye verilen isimdir.

- Genel müdürün kendisine yönlendirdiği işleri yapmakla yükümlü olmak,
- Aylık faaliyet raporlarını analiz etmek ve değerlendirmek,
- Çalıştığı şirketin dengeli ve kârlı bir şekilde yükselme göstermesi için kısa ya da uzun vadeli hedefler belirlemek,
- Şirketlerde üretim için gerekli olan makine, insan gücü, malzeme ve bütçe ihtiyaçlarını tespit etmek,
- Şirket faaliyetleri için etkili ve uygun organizasyonlar planlamak,

PAZARLAMA UZMANI

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

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

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

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, veri tabanları, 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

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.)

ADI	ADETİ	TOPLAM FİYAT
BİLGİSAYAR (16GB RAM 512GB SSD)	5	30.000 TL
BİLGİSAYAR MASASI	5	2000 TL
SANDALYE	15	1500 TL
KASA	1	5000 TL
BUZDOLABI	1	4000 TL
YANGIN TÜPÜ	2	200 TL
MUTFAK VE SERVİS EKİPMANLARI	1	5000 TL
DÜKKAN VE DEKORASYON MASRAFLARI	1	3800 TL
DOĞALGAZ VE TESİSATI	1	1500 TL
LAVABO VE TEZGAH	2	2000 TL
		TOPLAM FİYAT: 60.000 TL

6.2 İşletme Giderleri:

(İşletme malzemeleri, hammadde, kira, elektrik, yakıt, su, haberleşme, personel, bakım onarım, genel giderler ve beklenmeyen vb. giderleri sabit ve değişken gider ayrımı yapılarak yıllık bazda açıklayınız.)

	AYLIK GİDER
KİRA	3000 TL
ELEKTRİK	500 TL
SU	150 TL
TELEFON VE İNTERNET	500 TL
SSK/BAĞKUR ÖDEMELERİ	2400 TL
PAZARLAMA GİDERLERİ	1000 TL
TANITIM GİDERLERİ	1000 TL
BEKLENMEYEN GİDERLER	2000 TL
TOPLAM	10.500 TL

6.3 Nakit Projeksiyonları:

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

KOMİSYON GELİRLERİ

6.4 Kâra Geçiş Noktası:

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

$$\text{KAR} = \text{TOPLAM GELİR} - \text{TOPLAM MALİYET}$$

$$\text{TOPLAM GELİR} = \text{TOPLAM MALİYET}$$

6.5 Özkaynak ve/veya Diğer Kaynaklardan Sağlanacak Finansman:

(Girişimcinin sahip olduğu öz kaynak 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