



TÜRK KIZILAY

TOPLUM TEMELLİ GÖÇ PROGRAMLARI KORDİNATÖRLÜĞÜ SOSYOEKONOMİK GÜÇLENDİRME PROGRAMI



TÜRKİYE İŞGÜCÜ PİYASASINDA MÜLTECİLERİN VE EV SAHİBİ
TOPLULUK ÜYELERİNİN DAYANIKLILIĞININ ARTIRILMASI
GEÇİM KAYNAĞINI GELİŞTİRME FAALİYETLERİNİN
UYGULANMASI PROJESİ

SONUÇ RAPORU

SOSYOEKONOMİK GÜÇLENDİRME PROGRAMI TÜRKİYE İŞGÜCÜ PİYASASINDA MÜLTECİLERİN VE EV SAHİBİ TOPLULUK ÜYELERİNİN DAYANIKLILIĞININ ARTIRILMASI GEÇİM KAYNAĞINI GELİŞTİRME FAALİYETLERİNİN UYGULANMASI PROJESİ

SONUÇ RAPORU

Türk Kızılay Yayınları

Ankara, Türkiye

Temmuz 2022



Bu rapor Uluslararası Çalışma Örgütü maddi desteği ile hazırlanmıştır. Uluslararası Çalışma Örgütü ve Türk Kızılay'ın görüşlerini yansıtmak zorunda değildir. Türk Kızılay'ın izni olmadan hiçbir şekilde çoğaltılamaz ve dağıtılamaz.

Rapor İçeriği: Cihan ARSU, Mehmet Altay SEVİNÇ
Rapor Geliştirme: Cihan ARSU, Mehmet Altay SEVİNÇ, Şeyma Buse GÖRÜCÜ
Yayına Hazırlayan: Mehmet Altay SEVİNÇ, Ebrar YILMAZ
Grafik Tasarım: Ebrar YILMAZ

Türkiye Kızılay Derneği
Ataç 1 Sok. No:32 Yenışehir – Çankaya/Ankara
E-Posta: info@kizilay.org.tr

Her hakkı Türk Kızılay'a aittir.

Kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir. Kitabın bir kısmının ya da tamamının çoğaltılması için Türk Kızılay'dan izin alınmalıdır.

İÇİNDEKİLER

Ön söz	1
Kısaltmalar	2
Türk Kızılay, Ttgpk Ve Sosyoekonomik Güçlendirme Programı Hakkında	3
Türk Kızılay Hakkında	3
Toplum Temelli Göç Programları Ve Toplum Merkezleri Hakkında	3
Sosyoekonomik Güçlendirme Programı Hakkında	4
İstihdama Yönlendirme Alt Programı	4
Girişimcilik Alt Programı	5
Tarım ve Hayvancılık Alt Programı	5
Türkiye İşgücü Piyasasında Mültecilerin Ve Ev Sahibi Topluluk Üyelerinin Dayanıklılığının Artırılması–Geçim Kaynağını Geliştirme Faaliyetlerinin Uygulanması Projesi	6
Proje Özeti	6
Projenin Amaç ve Hedefleri	6
Proje Hazırlık Süreçleri	7
Proje Hedef Kitleleri	7
Proje Faydalanıcı Belirleme Süreci	8
Proje Takvimi ve Süresi	10
Proje Uygulama Yeri	10
Projenin Ana Faaliyetleri	10
A-) Girişimcilik Destek Projesi ile Desteklenen Faydalanıcılara Yönelik İhtiyaç Analizi Çalışmaları	10
B-) Hane İçi Üretim Desteklerinden Faydalanan Faydalanıcılara Yönelik İhtiyaç Analizi Çalışması	11
C-) İş ve Meslek Türkçesi A2 Eğitimleri	12
D-) Girişimcilik Eğitimleri	13
E-) Girişimcilik Aynı Destekleri ve Girişimcilere Yönelik Mentorluk Destekleri	13
F-) Hane İçi Üretim Aynı Destekleri	14
G-) Takip Ziyaretleri	15
H-) Proje Bütçesi	15
Genel Değerlendirme ve Sonuç	16
Ekler	17
EK-1) Girişimcilik Eğitimleri & Mentorluk Destekleri Final Raporu	17
EK-2) Girişimcilik Destekleri Takip Formu	65
EK-3) HİÜ Destekleri Takip Formu	67

ÖN SÖZ

Tüm insanlığı derinden etkileyen göç krizinin en önemli boyutlarından birisi de göçmen ve sığınmacı nüfusun geçim kaynaklarına erişimlerinin sağlanması, yardımlara ihtiyaç duymaksızın ekonomik bağımsızlığa erişmeleri ve bu vesileyle yerel halk ile sosyal uyumun tesis edilmesidir.

Yerel toplumda, göçmenlere ve sığınmacılara karşı oluşan ekonomi odaklı olumsuz algının ve önyargıların azaltılabilmesi ya da tamamen ortadan kaldırılabilmesinin en geçerli yöntemlerinden biri de bu kişilerin üretim hayatına katılarak kendi geçimlerini sağlayabilmeleri, yakınlarına ve hatta içinde yaşadıkları topluma ekonomik bir katkı verebilmeleridir.

Bu hassasiyetler ile yola çıkarak, ülkemizde Türk Kızılay Toplum Temelli Göç Programları Koordinatörlüğü bünyesinde faaliyet gösteren Toplum Merkezleri; Sosyoekonomik Güçlendirme Programı kapsamında yerel halkın, geçici koruma altındaki Suriyelilerin ve uluslararası koruma altındaki diğer yabancıların istihdam edilebilirliğini artırmayı ve ülkemizin iş gücü politikalarına destek olmayı amaçlar. Bu amaç doğrultusunda yararlanıcılara yönelik olarak, mesleki kapasite ve dil becerilerinin geliştirilmesi, istihdama yönlendirme ve çalışma yaşamında hakların gözetilmesi odağında faaliyetler yürütülmektedir.

Bu noktada, program olarak kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları, özel sektör temsilcileri ve uluslararası paydaşlarla gerçekleştirilen ve yararlanıcıların sürdürülebilir geçim kaynaklarına erişim sağlamasını hedeflenen projelerin hayata geçirilme süreçleri, somut çıktıları, çarpan etkileri ve genel değerlendirmelerini içeren sonuç raporlarını sizlerle paylaşmaktan memnuniyet duyuyoruz. Uzun ve detaylı planlama çalışmalarının saha sonuçlarını içeren bu raporun, benzer çalışmaların yolunu açmasını ve o yola ışık tutmasını diliyoruz.

Toplum Temelli Göç Programları Koordinatörlüğü

Sosyoekonomik Güçlendirme Programı Ekibi



KISALTMALAR

TTGPK:	Toplum Temelli Göç Programları Koordinatörlüğü
SEG:	Sosyoekonomik Güçlendirme Programı
BPRM:	ABD Nüfus, Mlteciler ve Göç Bürosu
ILO:	Uluslararası Çalışma Örgütü
MEB:	Milli Eğitim Bakanlığı
Viveka:	Viveka Teknoloji Yatırım ve Danışmanlık A.Ş.
Ankara TÖMER:	Ankara Üniversitesi Türkçe ve Yabancı Dil Uygulama ve Araştırma Merkezi

TÜRK KIZILAY, TTGPK VE SOSYOEKONOMİK GÜÇLENDİRME PROGRAMI HAKKINDA

TÜRK KIZILAY HAKKINDA

Kızılay, tüzel kişiliğe sahip, özel hukuk hükümlerine tâbi, kâr amacı gütmeyen, yardım ve hizmetleri karşılıksız olan ve kamu yararına çalışan bir gönüllü sosyal hizmet kuruluşudur.

Savaş alanında yaralanan ya da hastalanan askerlere hiçbir ayırım gözetmeksizin yardım etmek arzusundan doğan 11 Haziran 1868 tarihinde "Osmanlı Yaralı ve Hasta Askerlere Yardım Cemiyeti" adıyla kurulan Kızılay, 1877'de "Osmanlı Hilali Ahmer Cemiyeti", 1923'de "Türkiye Hilaliahmer Cemiyeti", 1935'te "Türkiye Kızılay Cemiyeti" ve 1947'de "Türkiye Kızılay Derneği" adını almıştır. Kuruluşa "KIZILAY" adını büyük önder Atatürk vermiştir.

Kızılay'ın amacı, her nerede görülür ise, hiçbir ayırım yapmaksızın insanın acısını önlemeye veya hafifletmeye çalışmak, insanın hayatını ve sağlığını korumak, onun kişiliğine saygı gösterilmesini sağlamak ve insanlar arasındaki karşılıklı anlayışı, dostluğu saygı, iş birliğini ve sürekli barışı getirmeye uğraşmaktır. Kızılay, ihtiyaç anında dayanışmanın, ıstırap anında eşitliğin, savaşın en kızgın anında insancılığın, tarafsızlığın ve barışın simgesidir.

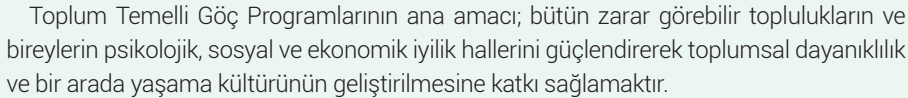
İnsani yardım sektörünün uluslararası arenadaki en saygın ve güçlü kurumlarından biri olan Türk Kızılay, Uluslararası Kızılay-Kızılhaç Topluluğu'nun temel ilkelerini paylaşır. Bunlar; insanlık, ayırım gözetmemek, tarafsızlık, bağımsızlık, hayır kurumu niteliği, birlik ve evrensellik ilkeleridir.

Türk Kızılay'ın teşkilatı, Genel Merkez ve şubelerden oluşur. Kızılay'ın Genel Müdürlük teşkilatı dışında kalan bütün kademelerindeki görevler gönüllü olarak yerine getirilmektedir.

Afetler, güvenli kan temini, sosyal hizmetler, göç hizmetleri, eğitim, gençlik ve gönüllülük hizmetleri gibi alanlarda ulusal ve uluslararası düzeyde çalışmalar gerçekleştiren Türk Kızılay, hizmet yelpazesini her geçen gün geliştirmektedir.

TOPLUM TEMELLİ GÖÇ PROGRAMLARI VE TOPLUM MERKEZLERİ HAKKINDA

15 Mart 2011 tarihinde Suriye'de başlamış olan siyasi kriz ve çatışmalar neticesinde milyonlarca kişi yerlerinden edilmiş ve insani yardıma ihtiyaç duyar hale gelmiştir. Bu göç krizi ile birlikte Türkiye, yaklaşık 4 milyon göçmen ve mülteciye ev sahipliği yapmaktadır. Türk Kızılay göç krizine müdahale kapsamında, kamp dışında yaşayan göçmenler, mülteciler ve birlikte yaşadıkları yerel halkın ihtiyaçları doğrultusunda ilk Toplum Merkezi'ni 20 Ocak 2015 tarihinde Şanlıurfa ilinde kurmuştur. 2020 yılı itibarıyla, yurt genelindeki 19 ilde 20 toplum merkezi ile Türk Kızılay Toplum Temelli Göç Programlarının hizmetleri yararlanıcılara ulaşmaktadır.



SOSYOEKONOMİK GÜÇLENDİRME PROGRAMI HAKKINDA

Bütün zarar görebilir toplulukların ve bireylerin ekonomik olarak kendi kendilerine yetebilirliklerini sağlamak amacı ile mesleki kapasitelerinin artırılarak istihdam edilebilirliklerinin artırılması, işe yönlendirme ve girişimciliğin desteklenmesini amaçlar. Sosyoekonomik Güçlendirme Programı kapsamında üç ana alt program uygulanmaktadır.

İş gücü arz analizi kapsamında faydalanıcıların profilendirme, bireysel yetkinlik tespiti, Türkçe seviye tespiti ve kişilik envanteri çalışmaları yapılmaktadır. İş gücü talep analizi kapsamında ise istihdamda zorluk yaşanan pozisyonlar ve boş pozisyonların tespiti, işveren taleplerinin toplanması, yetkinlik ihtiyaçlarının belirlenmesi ile birlikte paydaş ve işverenlerle çalıştaylar düzenlenmektedir. Bu analizler sonucunda yararlanıcılar piyasa ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik olarak açılan mesleki eğitimlere, Türkçe dil kurslarına, İş ve Meslek Türkçesi Eğitimlerine ve Sosyal Beceri Geliştirme Eğitimlerine katılmakta olup uygun yararlanıcılar işverenlere ve boş pozisyonlara yönlendirilmektedir. Bu noktada istihdama yönlendirilen faydalanıcılar için yasal ve kültürel çalışma şartları hakkında bilgilendirme ve işverenler için çalışma izinleri başvuru sürecinde danışmanlık hizmetleri verilmektedir. Ayrıca, çalışma izni harç bedeli ücretleri de program kapsamında ödenmektedir.



Girişimcilik Alt Programı

Toplum Merkezlerinin yerel düzeyde girişimcilik üzerine gerçekleştirdiği ihtiyaç analizleri doğrultusunda üniversiteler, sivil toplum kuruluşları ve teknoparklar ile iş birliği gerçekleştirilerek temel ve ileri düzey girişimcilik eğitimleri verilmektedir. Eğitimler sonrasında yararlanıcıların iş planlarının ve fizibilite planlarının oluşturulduğu girişimcilik kampları düzenlenmekte, sürdürülebilir iş planlarına sahip yararlanıcılar belirlenerek bu yararlanıcılara aynı destek verilmektedir. Aynı zamanda şirket kurulum sürecinde hukuk, pazarlama, finans ve işletme yönetimi gibi konularda mentorluk ve kuluçka destekleri verilmektedir.

Ek olarak, Toplum Merkezi'nde düzenlenen mesleki eğitim ve tarım ve hayvancılık eğitimlerine katılmış ve sertifika sahibi yararlanıcılara hane içi üretim gerçekleştirebilmeleri ve geçim kaynakları yaratabilmeleri amacıyla malzeme, ekipman ve sarf malzemelerini içeren Hane İçi Üretim, Küçük Ölçekli Tarım ve Hayvancılık Üretimi destekleri sağlanmaktadır.

Tarım ve Hayvancılık Alt Programı

Tarım ve Orman Bakanlığına bağlı yerel kurumlar, ziraat odaları, birlikler ve üniversiteler ile yapılan iş birlikleri doğrultusunda yerel ihtiyaçları karşılamak üzere yararlanıcılara teorik ve uygulamalı tarım ve hayvancılık eğitimleri verilmektedir. Eğitimleri başarıyla tamamlayan yararlanıcılar istihdama yönlendirilmekte veya üretim gerçekleştirmek isteyen yararlanıcılara Hane İçi Üretim, Küçük Ölçekli Tarım ve Hayvancılık Üretimi destekleri verilmektedir.



TÜRKİYE İŞGÜCÜ PİYASASINDA MÜLTECİLERİN VE EV SAHİBİ TOPLULUK ÜYELERİNİN DAYANIKLILIĞININ ARTIRILMASI – GEÇİM KAYNAĞINI GELİŞTİRME FAALİYETLERİNİN UYGULANMASI PROJESİ

Proje Özeti

Adana, Ankara, Gaziantep, Hatay, İstanbul, İzmir, Mersin ve Şanlıurfa illerinde yaşamakta olan, yerel halktan ve göçmen bireylerin sosyoekonomik olarak güçlendirilmesi için, Bureau of Population, Refugees and Migration (BPRM) tarafından sağlanan fon desteğiyle birlikte Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) ve Türk Kızılay Toplum Temelli Göç Programları Koordinatörlüğü iş birliğinde, 2019-2020 yıllarında Türk Kızılay tarafından malzeme, ekipman desteği sağlanmış olan 74 girişimci ve 212 hane içi üretim faydalancısı olmak üzere toplam 286 faydalancıya yönelik ihtiyaç analizi çalışması yürütülmüştür. Yürütülen bu analiz çalışması neticesinde ihtiyaç duyduğunu beyan eden toplam 69 faydalancıya Viveka işbirliği ile girişimcilik eğitimleri verilirken, 20 girişimci ve 27 hane içi üretim faydalancısı olmak üzere toplam 47 faydalancıya sürdürülebilirliklerini desteklemek amacıyla ihtiyaç duydukları malzeme ve ekipman destekleri sağlanmıştır.

Bunun yanında halihazırda Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı Mesleki Eğitim Merkezleri'nde öğrenim görmekte olan çıraklar ve bu merkezlerde öğrenim görebilecek kriterleri taşıyan potansiyel çırak adaylarından oluşan toplam 305 faydalancıya A2 düzeyinde İş ve Meslek Türkçesi eğitimleri düzenlenmiştir. Akabinde, düzenlenen bu eğitimleri başarıyla tamamlayan faydalancılara yönelik Ankara TÖMER işbirliğinde sertifika sınavı düzenlenerek, başarı gösteren 119 faydalancının uluslararası geçerliliği olan Ankara TÖMER sertifikaları teslim edilmiştir.

Projenin Amaç ve Hedefleri

Özellikle pandemi sürecinin etkisiyle birlikte, kendi işini kuran ve kurdukları bu iş üzerinden gelir sağlayan bireyler girişimlerini sürdürmekte zorluk yaşamaya başlamış ve durma noktasına gelmişlerdir. Yürütülen bu proje kapsamında, 2019-2020 yıllarında Türk Kızılay Sosyoekonomik Güçlendirme Programı kapsamında eğitim, iş kurma, malzeme-ekipman ve mentorluk destekleri sağlanan faydalancılara yönelik ihtiyaç/durum tespit çalışması gerçekleştirilerek tespit edilen ihtiyaçlara yönelik faaliyetler yürütülmesi yoluyla bireylerin sürdürülebilirliklerinin desteklenmesi hedeflenmiştir.

Bunun yanında, çıraklar ve potansiyel çırak adaylarından oluşan hedef kitleye yönelik düzenlenen A2 seviye İş



ve Meslek Türkçesi eğitimleri yoluyla hem kayıtsız istihdamın engellenmesi hem de bireylerin istihdam edilebilirliğinin güçlendirilmesi hedeflenmiştir.

Belirlenen hedefler ışığında 286 faydalancıya yönelik ihtiyaç analizi gerçekleştirilmiş, 69 faydalancıya girişimcilik eğitimleri verilmiş, 47 faydalancıya malzeme-ekipman desteği sağlanmış ve toplam 305 faydalancıya A2 düzeyinde İş ve Meslek Türkçesi eğitimleri verilerek başarılı olan 119 faydalancıya uluslararası geçerliliği olan sertifikaları teslim edilmiştir.

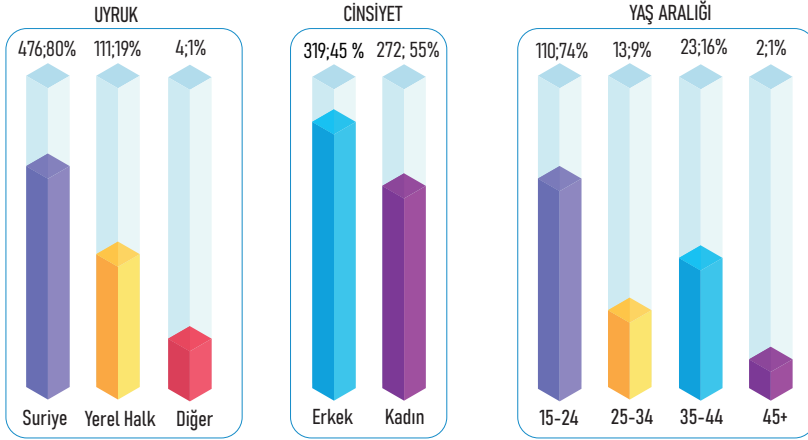
Proje Hazırlık Süreçleri

2011 yılında meydana gelen Suriye krizinin, kişilerin yerinden edilmeleri ve devamında kişilerin sosyoekonomik iyilik hallerinin ağır bir tahribata uğrayarak Türkiye’de yaşamaya başlamaları sebebiyle ihtiyaç sahibi kesimin sosyoekonomik anlamda desteklenmesi gerekliliği projenin ana çıkış noktasıdır. İhtiyaç sahibi yerel halk ve göçmenlerin ekonomik iyilik hallerinin iyileştirilmesi ve birlikte yaşam kültürünün geliştirilebilmesi toplumsal dayanıklılığın artırılması açısından yüksek önem arz etmektedir. Bu bağlamda özellikle pandemi sürecinden etkilenen mevcut iş piyasasının durum ve ihtiyaçları da göz önünde bulundurularak hazırlanan proje kapsamında; halihazırda Türk Kızılay Sosyoekonomik Güçlendirme Programı tarafından desteklenerek kendi işlerini kuran ve sosyoekonomik açıdan sürdürülebilirliklerini kurdukları bu iş üzerinden sağlamaya çalışan bireylerin ticari faaliyetlerini devam ettirmekte zorluk yaşadıklarının bilinmesi sebebiyle, bu kişilerin ihtiyaç duydukları alanlarda (eğitim, makine-ekipman, sarf malzeme, mentorluk) desteklenerek faaliyetlerine devam edebilmelerinin sağlanması amaçlanmıştır. Ayrıca halihazırda MEB’e bağlı Mesleki Eğitim Merkezleri’nde çıraklık eğitimi alan yabancı uyruklu bireylerin Türkçe dil becerilerinin iş piyasasının beklentilerini karşılamadığı, aynı zamanda firmalarda kayıtsız olarak çalışmakta olan ve gerekli kriterleri taşıyan potansiyel çırak adaylarının hem kayıtsız olmaları sebebiyle emek sömürsüne maruz kaldıkları hem de genç yaşta çalışmak zorunda oldukları için okullaşamadıkları bilinmektedir. Belirtilen bu bireylere yönelik düzenlenen A2 düzeyindeki İş ve Meslek Türkçesi eğitimleri ile dil becerilerinin geliştirilmesi ve Mesleki Eğitim Merkezleri’ndeki çıraklık sisteminin bilgilendirilmesi yapılarak kayıtlı istihdama ve örgün eğitime dahil edilebilmeleri amaçlanmıştır.

Proje Hedef Kitlesi

Projenin hedef kitesini; girişimcilik eğitimleri, malzeme-ekipman destekleri ve mentorluk destekleri için 2019-2020 yıllarında proje illerinde girişimcilik ve hane içi üretim desteklerinden faydalanan bireyler oluştururken, İş ve Meslek Türkçesi

eğitimleri için halihazırda MEB'e bağlı Mesleki Eğitim Merkezleri'nde çıraklık eğitimleri almakta olan bireylerin yanında 15-21 yaş aralığında, kayıtsız çalışan ve/veya iş arayışı olan ve çalışabilir durumda olan bireyler oluşturmuştur. Proje kapsamında ulaşılan toplam 591 kişinin cinsiyet ve uyruk dağılımına baktığımız zaman 272 erkek, 319 kadın katılımcıdan oluşmuştur, yine bu katılımcıların 480'ini Geçici ve Uluslararası Koruma altındaki yabancı uyruklu bireyler oluştururken geriye kalan 111 kişi yerel halktan oluşmuştur.



Proje Faydalanıcı Belirleme Süreci

Türk Kızılay tarafsızlık ilkesine bağlı olarak, faydalanıcı belirleme sürecinde tek bir kaynağa bağlı kalmamaya özen göstermektedir. Proje kapsamında düzenlenen ihtiyaç analizi çalışmaları, hali hazırda Türk Kızılay Sosyoekonomik Güçlendirme Programı kapsamında verilen girişimcilik destekleri ve hane içi üretim desteklerinden faydalanmış kişilere yönelik düzenlenmiş olup, Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) ile birlikte oluşturulan ve aşağıda bulunan puanlama cetvelleri baz alınarak girişimcilik eğitimleri, malzeme-ekipman destekleri ve mentorluk desteklerinden faydalanacak kişiler belirlenmiştir.

Puanlama cetvellerinde de görülebileceği üzere, ihtiyaç analizi çalışmalarındaki asıl amaç; proje kapsamında verilecek destekler ile ticari faaliyetlerini sürdürebilecek durumda olan bireyleri belirleyerek sürdürülebilir çıktılar elde etmek olmuştur. Bu kapsamda verilecek desteklere ihtiyaç duymayanlar ve/veya verilecek desteklere rağmen ticari faaliyetlerini devam ettiremeyecek olanlar dahil edilmemiştir.

Bunun yanında, A2 düzeyindeki İş ve Meslek Türkçesi eğitimlerine dahil edilebilecek kişileri tespit etmek amacıyla MEB'e bağlı Mesleki Eğitim Merkezleri ile görüşülerek ilgili

eğitimlere ihtiyaç duyan bireylerin listesi alınmış ve bunun yanında bu merkezlere kayıt yapılabilecek potansiyeldeki (15-21 yaş aralığında, kayıtsız çalışan ve/veya iş arayışı olan ve çalışabilir durumda) bireyler yerelde düzenlenen firma ziyaretleri yoluyla tespit edilmiştir.

								
TOPLUM TEMELLİ GÖÇ PROGRAMLARI KOORDİNATÖRLÜĞÜ								
SOSYOEKONOMİK GÜÇLENDİRME PROGRAMI								
GİRİŞİMCİLİK KAPASİTE GELİŞTİRME AYNI DESTEKLERİ FAYDALANICI PUANLAMA ÇİZELGESİ								
(Bu form Girişimcilik Aynı Desteklerinden yararlanmak isteyen başvuru sahibi faydalananların puanlama bilgilerini içermektedir.)								
Seçim Kriterleri					Proje:			
Faydalancı Adı-Soyadı:					6.0			
Faydalancı Kimlik Numarası:								
Seçim Kriterleri								
Nitelik	Kriter	Puan	Kat Sayı	Cevap	Sonuç			
Zorunlu Kriterler	Geçerli kimlik belgesi var mıdır?	1	10		0			
	Şirket resmi olarak faaliyetine devam etmekte midir?	1	10		0			
	Proje hedef illerinden (Adana, Ankara, Gaziantep, Hatay, İstanbul, İzmir, Mersin, Şanlıurfa) birinde faaliyet göstermekte midir?	1	10		0			
	Geçerli çalışma izni veya çalışma izni başvurusu var mıdır? (T.C. Vatandaş ise -Evet Seçilecektir)	1	10		0			
	Kızılay tarafından daha önce sağlanan malzeme ve ekipman muhafaza edilmekte midir?	1	10		0			
	Üretim / Satış kapasitesinin artırılması için aynı desteklere ihtiyaç beyan edilmiş midir?	1	10		0			
Puanlama	Destek sağlanan alanda beyan edilen son 3 aya ait aylık ortalama net kazancı 10.000,00 TL'nin altında mıdır?	1	10		0			
Kriterleri Sağlayan Başvurular için doldurulacaktır	Cinsiyet	1	3		0			
	Faydalancı 35 yaşında ve/veya 35 yaşın altında mıdır?	1	2		0			
	Yapılan işin büyümesine destek olacak bir gelişme oldu mu? (Özel Sipariş, İşbirliği vb.)	1	5		0			
	Faydalancı, Proje Kapsamında Verilecek Aynı Desteklerden Faydalanmalı mı? (Saha Ekibi)	1	5		0			
Faydalancı, Proje Kapsamında Verilecek Aynı Desteklerden Faydalanmalı mı? (Merkez Ofis Ekibi)					1	5		0
Faydalancı Kına Üste İçin Uygun Mu?					Uygun Değil	0		
Görüşmeyi Sağlayan Personelin Görüşü:								

						
TOPLUM TEMELLİ GÖÇ PROGRAMLARI KOORDİNATÖRLÜĞÜ SOSYOEKONOMİK GÜÇLENDİRME PROGRAMI İÇİ ÜRETİM KAPASİTE GELİŞTİRME AYNI DESTEKLERİ FAYDALANICI PUANLAMA ÇİZELGESİ						
(Bu form Hane İçi Üretim Desteklerinden yararlanmak isteyen başvuru sahibi faydalananların puanlama bilgilerini içermektedir.)						
Seçim Kriterleri					Proje:	
Faydalancı Adı-Soyadı:					6.0	
Faydalancı Kimlik Numarası:						
Seçim Kriterleri						
Nitelik	Kriter	Puan	Kat Sayı	Cevap	Sonuç	
Zorunlu Kriterler	Geçerli kimlik belgesi var mıdır?	1	10		0	
	Ticari faaliyetlerine devam etmekte midir?	1	10		0	
	Faydalancı proje hedef illerinden (Adana, Ankara, Gaziantep, Hatay, İstanbul, İzmir, Mersin, Şanlıurfa) birinde faaliyet göstermekte midir?	1	10		0	
	Kızılay tarafından daha önce sağlanan malzeme ve ekipman muhafaza edilmekte midir?	1	10		0	
	Üretim / Satış kapasitesinin artırılması için aynı desteklere ihtiyaç beyan edilmiş midir?	1	10		0	
	Destek sağlanan alanda beyan edilen son 3 aya ait ortalama net kazancı 2.000,00 TL'nin altında mıdır?	1	10		0	
Puanlama	Cinsiyet	1	3		0	
Kriterleri Sağlayan Başvurular için doldurulacaktır	Faydalancı 45 yaşında ve/veya 45 yaşın altında mıdır?	1	2		0	
	Yapılan işin kapasitesini arttıracak bir gelişme oldu mu? (Özel Sipariş, İşbirliği vb.)	1	5		0	
	Faydalancı, Proje Kapsamında Verilecek Aynı Desteklerden Faydalanmalı mı? (Saha Ekibi)	1	5		0	
	Faydalancı, Proje Kapsamında Verilecek Aynı Desteklerden Faydalanmalı mı? (Merkez Ofis Ekibi)	1	5		0	
Faydalancı Kına Üste İçin Uygun Mu?					Uygun Değil	0
Görüşmeyi Sağlayan Personelin Görüşü:						

Proje Takvimi ve Süresi

01.10.2021 tarihinde Türk Kızılay ve ILO arasında imzalanan iş birliği sözleşmesi ile başlamış olan proje, 30.12.2021 tarihinde tamamlanmıştır.

Faaliyet Adı	Başlangıç Tarihi	Bitiş Tarihi
Girişimcilik Destek Projesi ile Desteklenen Faydalanıcılara Yönelik İhtiyaç Analizi Çalışması	01.10.2021	08.10.2021
Hane İçi Üretim Desteklerinden Faydalanan Faydalanıcılara Yönelik İhtiyaç Analizi Çalışması	11.10.2021	22.10.2021
İş ve Meslek Türkçesi A2 Eğitimleri	1.10.2021	31.12.2021
Girişimcilik Eğitimleri	1.11.2021	30.11.2021
Girişimcilik Ayni Destekleri	18.10.2021	29.10.2021
Girişimcilere Yönelik Mentorluk Destekleri	1.11.2021	24.12.2021
Hane İçi Üretim Ayni Destekleri	1.11.2021	30.11.2021
Takip Ziyaretleri	24.12.2021	31.12.2021

Proje Uygulama Yeri

Proje kapsamında gerçekleştirilen bütün çalışmalar, proje illerinde görev yapan program ekibi tarafından gerçekleştirilmiş olup, ihtiyaç analizi çalışmaları, hedef kitleye yönelik düzenlenen ev/işyeri ziyaretleri ile gerçekleştirilirken, girişimcilik eğitimleri, mentorluk destekleri ve İş ve Meslek Türkçesi A2 Eğitimleri online olarak gerçekleştirilmiştir. Yine proje kapsamında verilen ayni destekler, destek almaya hak kazanan faydalanıcıların faaliyet alanlarına (ev, işyeri) teslim edilmiştir.

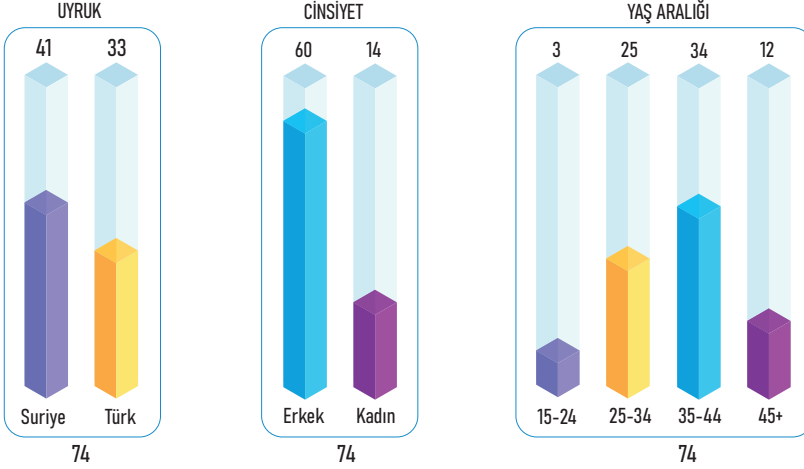
Projenin Ana Faaliyetleri

A-) Girişimcilik Destek Projesi ile Desteklenen Faydalanıcılara Yönelik İhtiyaç Analizi Çalışmaları

2019-2020 yıllarında Türk Kızılay Sosyoekonomik Güçlendirme Programı tarafından düzenlenen Girişimcilik Destek Projesi kapsamında iş yeri kurma, makine-ekipman ve sarf malzeme desteği ile mentorluk destekleri sağlanan faydalanıcılara yönelik iş yeri ziyaretleri düzenlenmiş ve ILO ile birlikte oluşturulan puanlama cetvellerinde bulunan kriterlere bağlı kalacak şekilde mevcut durum tespiti yapılmıştır. İlgili faaliyet kapsamında toplam 76 girişimci ile iletişime geçilmiş olup, 2 girişimcinin projeye dahil olmak istememiş olması sebebiyle 74 girişimciye yüz yüze ziyaret düzenlenmiştir. Düzenlenen bu ziyaretler neticesinde projenin devam aktiviteleri olan 'Girişimcilik

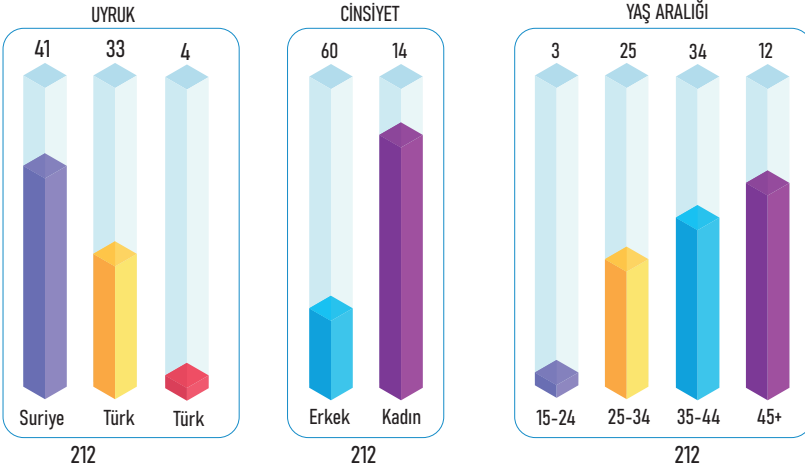
Eğitimleri', 'Girişimcilik Aynı Destekleri' ve 'Girişimcilere Yönelik Mentorluk Destekleri'ne dahil edilecek faydalanıcılar belirlenmiştir. Devam aktivitelerine dahil edilecek faydalanıcılar belirlenirken, proje kapsamında hazırlanan puanlama cetvelleri her bir faydalanıcı için ayrı ayrı doldurulup değerlendirme yapılmıştır.

Girişimcilik Destek Projesi ile Desteklenen Faydalanıcılara Yönelik İhtiyaç Analizi Çalışmaları



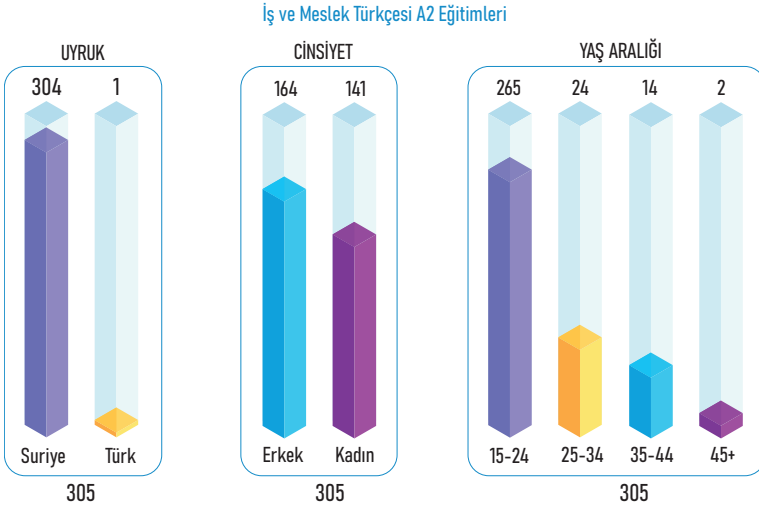
B-) Hane İçi Üretim Desteklerinden Faydalanan Faydalanıcılara Yönelik İhtiyaç Analizi Çalışması

Hane İçi Üretim Desteklerinden Faydalanan Faydalanıcılara Yönelik İhtiyaç Analizi Çalışması



2019-2020 yıllarında Türk Kızılay Sosyoekonomik Güçlendirme Programı tarafından sağlanan hane içi üretim destekleri kapsamında makine-ekipman ve sarf malzeme destekleri sağlanan faydalanıcılara yönelik hane ziyaretleri düzenlenmiş ve ILO ile birlikte oluşturulan puanlama cetvellerinde bulunan kriterlere bağlı kalacak şekilde mevcut durum tespiti yapılmıştır. İlgili faaliyet kapsamında toplam 226 hane içi üretim faydalanıcısı ile iletişime geçilmiş olup, 14 faydalanıcının projeye dahil olmak istememiş olması sebebiyle 212 hane içi üretim faydalanıcısına yüz yüze ziyaret düzenlenmiştir. Düzenlenen bu ziyaretler neticesinde projenin devam aktiviteleri olan 'Girişimcilik Eğitimleri' ve 'Hane İçi Üretim Aynı Destekleri'ne dahil edilecek faydalanıcılar belirlenmiştir. Devam aktivitelerine dahil edilecek faydalanıcılar belirlenirken, proje kapsamında hazırlanan puanlama cetvelleri her bir faydalanıcı için ayrı ayrı doldurulup değerlendirme yapılmıştır.

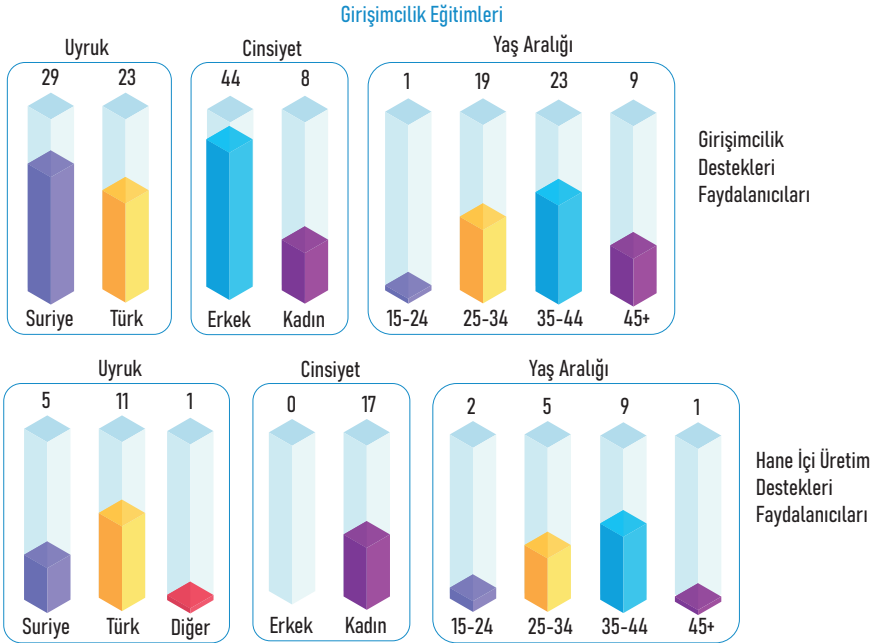
C-) İş ve Meslek Türkçesi A2 Eğitimleri



Hali hazırda MEB'e bağlı Mesleki Eğitim Merkezleri'nde çıraklık eğitimi alan yabancı uyruklu bireylerin Türkçe dil becerilerinin iş piyasasının beklentilerini karşılamıyor olması, aynı zamanda firmalarda kayıtsız olarak çalışmakta olan ve/veya 15-21 yaş aralığında, kayıtsız çalışan/iş arayan ve çalışabilir durumda olan potansiyel çırak adaylarının hem kayıtsız olmaları sebebiyle emek sömürsüne maruz kalmaları hem de genç yaşta çalışmak zorunda oldukları için okullaşamamaları sebebiyle toplam 305 kişiye yönelik A2 düzeyinde İş ve Meslek Türkçesi eğitimleri düzenlenmiş, aynı zamanda bu eğitimler esnasında bireylerin kayıtlı istihdama ve örgün eğitime dahil olmaları amacıyla Mesleki Eğitim Merkezleri'ndeki çıraklık sisteminin bilgilendirilmesi yapılmıştır.

D-) Girişimcilik Eğitimleri

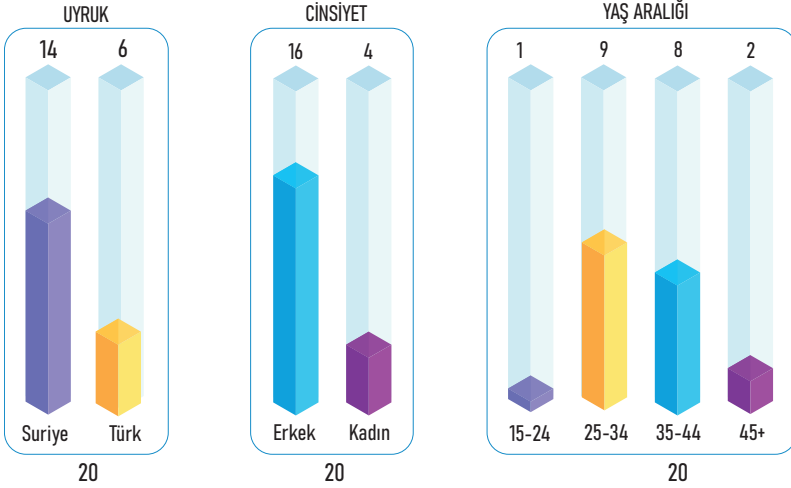
Proje kapsamında düzenlenen ihtiyaç analizi çalışmaları esnasında ihtiyaç duyduğunu beyan eden 69 faydalancıya yönelik Müşteri Keşfi, Değer Önerisi Tasarımı ve İş Modeli Geliştirme, Müşteri Kazanımı, Satış Sunumu ve Müzakere Teknikleri, Pazar Analizi, Fiyatlandırma ve Markalaşma, Müşteri Odaklı Tasarım, e-Ticaret ve Dijital Pazarlama konu başlıklarını içeren toplam 240 saatlik eğitimler düzenlenmiştir. İlgili eğitimler Viveka tarafından görevlendirilen uzmanlar tarafından Online olarak düzenlenmiş olup, içeriklere ilişkin detaylı bilgiler EK-1'de verilmiştir. Bu eğitimlere ilk etapta yalnızca Girişimcilik Destek Projesi faydalancılarının dahil edilmesi planlanırken, talepleri doğrultusunda hane içi üretim faydalancıları da dahil edilmiştir.



E-) Girişimcilik Aynı Destekleri ve Girişimcilere Yönelik Mentorluk Destekleri

Proje kapsamında düzenlenen ihtiyaç analizi çalışmalarına istinaden belirlenen 20 faydalancıya yönelik talep ettikleri doğrultuda 15.000,00 TL'ye kadar makine-ekipman ve sarf malzeme destekleri sağlanmıştır. Aynı destek sağlanan faydalancıların sürdürülebilirliğini desteklemek amacıyla 6 oturumdan oluşan mentorluk seansları düzenlenmiştir. Düzenlenen bu mentorluk seanslarına ilişkin detaylar için yine EK-1 incelenmelidir.

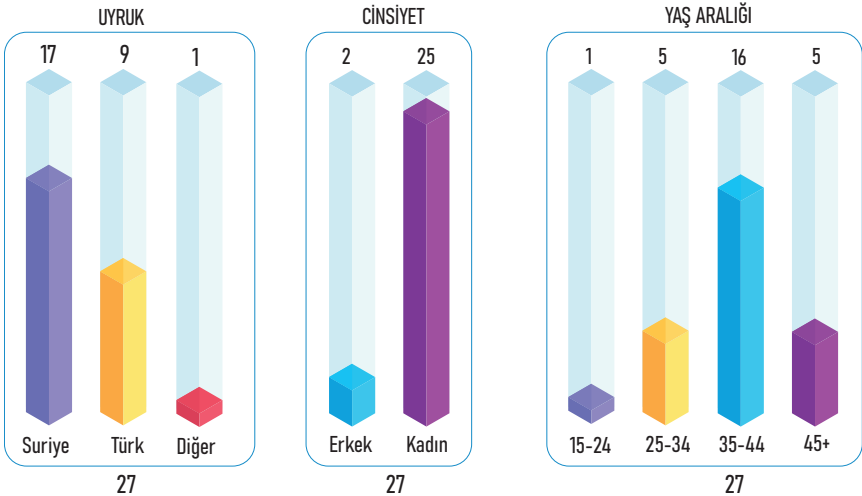
Girişimcilik Aynı Destekleri ve Girişimcilere Yönelik Mentorluk Destekleri



F-) Hane İçi Üretim Aynı Destekleri

Proje kapsamında düzenlenen ihtiyaç analizi çalışmalarına istinaden belirlenen 27 faydalancıya yönelik talep ettikleri doğrultuda 5.000,00 TL'ye kadar makine-ekipman ve sarf malzeme destekleri sağlanmıştır.

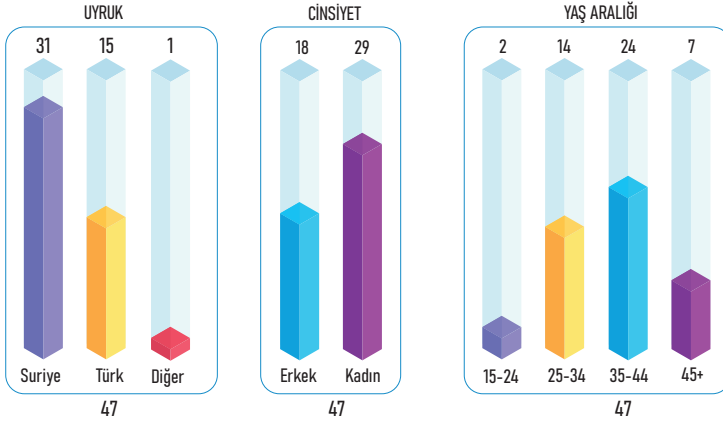
Hane İçi Üretim Desteklerinden Faydalanan Faydalancılara Yönelik İhtiyaç Analizi Çalışması



G-) Takip Ziyaretleri

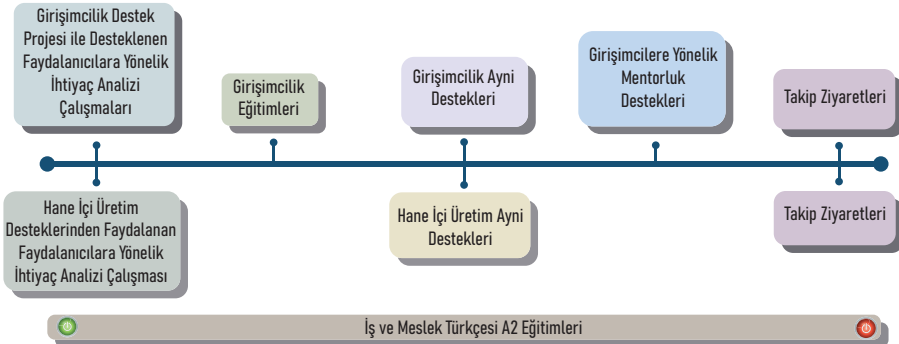
Proje kapsamında girişimcilere ve hane içi üretim faydalanıcılarına yönelik sağlanan aynı destekler sonrası etki analizi yapabilmek adına girişimcilik ve hane içi üretim aynı destekleri sağlanan toplam 47 faydalanıcıya yönelik takip ziyaretleri düzenlenmiş ve etki analizi çalışması gerçekleştirilmiştir. Takip ziyaretleri esnasında EK-2 ve EK-3'te bulunan formlar kullanılmış olup, ziyaretler neticesinde destek sağlanan faydalanıcıların ihtiyaç analizi çalışmaları esnasında doğru belirlendiği ve her bir faydalanıcının ticari faaliyetleri aracılığıyla gelir sağlamaya devam ettikleri gözlemlenmiştir.

Takip Ziyaretleri



H-) Proje Maliyeti

Proje Maliyeti	
Proje Bütçesi	177.748,26 USD
Kişi Başı Maliyet	300,75 USD





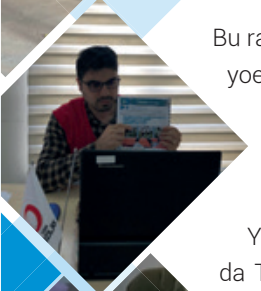
GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Suriye'de devam etmekte olan çatışmalar nedeniyle Türkiye, kentsel alanlarda yaşayan yaklaşık 4 milyon Geçici Koruma Statüsü altındaki Suriyeli göçmene ev sahipliği yapmaktadır. Geçici Koruma ve Uluslararası Koruma kapsamındaki kişiler ile ev sahibi topluluk arasında sosyal uyumun sağlanması ve bu kişilerin istihdam edilebilirliklerinin artırılarak sosyoekonomik açıdan güçlenmelerinin desteklenmesi, Suriye insani krizinden etkilenip yurtlarını terk etmek zorunda kalan ve yeniden toparlanma sürecinde olan göçmenler açısından yüksek önem arz etmektedir. Bu kapsamda insani yardım açısından yerel paydaşlar ile iş birlikleri geliştirilerek Türkiye iş gücü piyasasının imkanları ve ihtiyaçları yönünde mesleki becerilerin artırılması, söz konusu kişilerin geçim kaynaklarına erişimlerini kolaylaştırmaya ve bu kişilerin iş piyasası içerisinde bulunarak yerel halk ve dinamiklerle olan sosyal uyum süreçlerinin geliştirilmesine imkan sağlayacaktır. Aynı zamanda yerel halkın da söz konusu programlara dahil edilmesi, hem göçmen halkın hem de ihtiyaç sahibi ev sahibi topluluğun geçim kaynaklarına erişimlerinin sağlanması hem de eşit imkanlar çerçevesinde sosyal entegrasyonun geliştirilerek söz konusu programların sürdürülebilir hale gelmesini sağlayacaktır.

Bu rapor, Toplum Temelli Göç Programları Koordinatörlüğü bünyesindeki Sosyoekonomik Güçlendirme Programı tarafından yürütülen Türkiye İşgücü Piyasasında Mültecilerin Ve Ev Sahibi Topluluk Üyelerinin Dayanıklılığının Artırılması – Geçim Kaynağını Geliştirme Faaliyetlerinin Uygulanması Projesi çalışmalarında elde edilen deneyimlerin bir özetini yansıtmaktadır.

Yukarıda bahsedilen gereksinimler ve beklenen çıktılar göz önüne alındığında Türk Kızılay Toplum Temelli Göç Programları Koordinatörlüğü Sosyoekonomik Güçlendirme Programı tarafından yürütülen proje kapsamında, 286 faydalanıciya yönelik ihtiyaç analizi gerçekleştirilmiş, 69 faydalanıciya girişimcilik eğitimleri verilmiş, 47 faydalanıciya ayni malzeme-ekipman desteği ve mentorluk destekleri sağlanmış ve toplam 305 faydalanıciya A2 düzeyinde İş ve Meslek Türkçesi eğitimleri verilerek başarılı olan 119 faydalanıciya uluslararası geçerliliği olan sertifikaları teslim edilmiştir.

Aynı zamanda malzeme-ekipman desteği sağlanan faydalanıciylara yönelik düzenlenen takip ziyaretleri esnasında destek alan her bir faydalanıcinın desteklendiği alanda sürdürülebilir gelir imkanlarına erişim sağladığı ve buradan kazandığı gelirler ile yaşamlarını idame ettirdikleri gözlemlenmiştir.



EKLER

Ek-1) Girişimcilik Eğitimleri & Mentorluk Destekleri Final Raporu

1. Hafta: Müşteri Keşfi Eğitimi

Girişimcilerin pazara giriş stratejilerini ve müşteri keşfi için atmaları gereken adımları belirlemek için değer önerilerini netleştirmeleri esastır. Bu bağlamda, eğitimin ilk bölümünde, katılımcıların müşterilere yönelik kullanılmak üzere kendi değer önerilerini oluşturmalarına yardımcı olmak amacıyla değer önerisinin tanımı ve tasarımı hakkında ayrıntılı bilgi verilmiştir. Yalın işletme ve yalın iş modeli kavramları, değer önerilerini tasarlamalarına yardımcı olmak amacıyla ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Bunu takiben müşteri doğrulama, müşteri tanımlama, müşteri profilleri ve müşterinin ihtiyaçlarını anlama gibi konular ele alınmıştır.

10 Kasım'da düzenlenen eğitim ve atölye oturumuna toplam 51 kişi katılmıştır. Oturumlardan biri Arapça, diğeri Türkçe olarak düzenlenmiş ve oturumlara iki kolaylaştırıcı ve iki eğitmen katılmıştır.

Atölye oturumunda katılımcıların bu hafta öğrendiklerini hayata geçirmeleri için Miro üzerinde detaylı bir alıştırma yapılmıştır. Katılımcıların Arapça ve Türkçe olmak üzere tercih ettikleri dili seçebilmeleri için iki ayrı Miro panosu hazırlanmıştır.

Alıştırma, katılımcıların değer önerilerini geliştirmek için bazı sağlam adımlarla yönlendirildiği 6 ana adımdan oluşuyordu. Bu alıştırmanın adımları aşağıdaki gibidir:

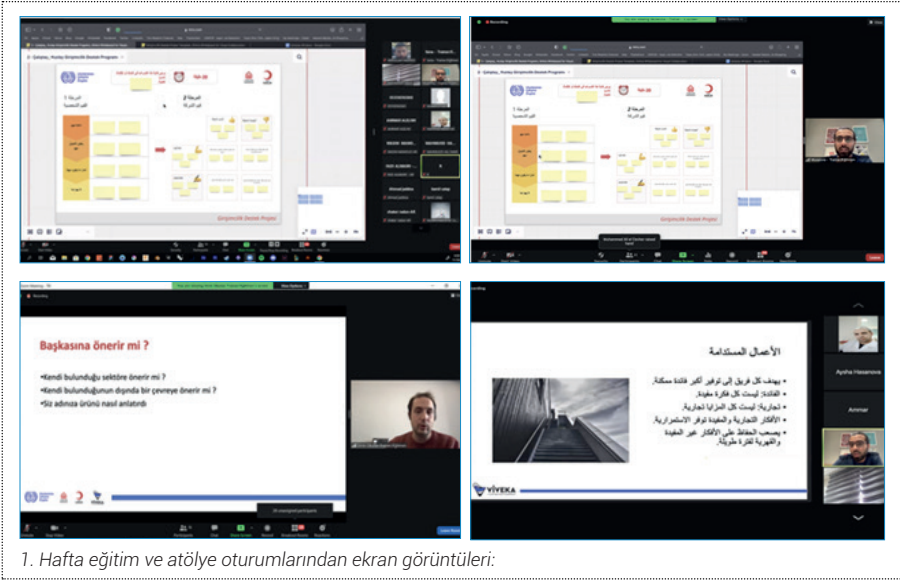


İlk 5 adımda iş fikirlerini hayata geçirirken öncelik verdikleri değerleri gerçekleştirmelerine yardımcı olduk. Önce kendi değerlerine baktılar, ardından SWOT (güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler) analizi açısından kurumsal değerlerinin detaylı analizi

yapılmıştır. Bunu takiben katılımcılar olası yeni iş alanları, gözden geçirilecek veya geri çekilecek mevcut alanlar ve piyasalardaki rakiplere olası müdahale ihtiyaçları hakkında bir analiz yapmışlardır. 4. Adımda müşteri profillerini belirlemişler ve 5. adımda müşteri gelişim süreçleri için bir yol haritası geliştirmeye çalışmışlardır. Son aşamada bu değerlerin iş fikirleri üzerindeki etkilerini görmelerini sağladık.

Katılımcıların dijital okuryazarlığının ödevlerini yerine getirmelerinde herhangi bir sorun yaratmaması için proje ekibi bu alıştırmayı Zoom ve WhatsApp üzerinden Miro bağlantısı, Word belgesi, PDF belgesi ve Form bağlantısı gibi farklı şekillerde tüm katılımcılarla paylaşmıştır.

İlk hafta boyunca katılımcılara eğitim konularıyla ilgili daha fazla yardıma ihtiyaç duymaları halinde farklı kanallardan destek sağlanmış ve ödevlerini tamamlamaları için biraz zaman verilmiştir. Eğitimcilerimiz, ödevin beklentilerini anladıklarından ve zamanında tamamladıklarından emin olmak için katılımcılarla sürekli temas halindeydi.



1. Hafta eğitim ve atölye oturumlarından ekran görüntüleri:

Ödevler ve Sürekli Özel Ders Desteği

Programdaki ilk etkinlik olarak, bu uygulamayı kullanan program katılımcılarıyla (toplam 68 katılımcı), programla ilgili tüm duyuru ve bilgi paylaşımlarının gerçekleştiği bir WhatsApp grubu oluşturduk. Bu bağlamda katılımcılar sorularını ve zorluklarını eğitim-

menler ve diğer katılımcılarla paylaşma ve kendi cevaplarını ve geri bildirimlerini alma şansına sahip olmuştur. Bu grup, haftalık konularla ilgili okuma listeleri ve diğer bilgiler paylaşıldığı için katılımcılar açısından ortak bir öğrenme platformu olarak hizmet vermektedir. Katılımcılar ayrıca sorularını eğitmenler ve program uygulama ekibi ile diğer kanallar (telefon, posta, mesajlar gibi) vasıtasıyla paylaşmış ve ilgili destek verilmiştir.

Bu çevrimiçi grup, hem ekran öğrenme hem de paylaşım platformu olarak ve ayrıca katılımcının ilerlemesini daha iyi anlamak ve izlemek için bir takip izleme uygulaması olarak kullanılmıştır. Tüm orijinal eğitim oturumları, bireysel ödevlerin izleyicilere verildiği atölye oturumları içermektedir. Alistirmalar çok kapsamlı ve ayrıntılı oldukları için atölye süresince başlamaktadır, ancak katılımcıların hafta boyunca da bunların üzerinde çalışmaya devam etmeleri beklenmektedir. İlk haftanın eğitim oturumunda katılımcılara atölye oturumu süresince değer önerisi hakkında bir alıştırma yapılmıştır. Katılımcıların çoğu bu ödevleri yapmakta yardıma ihtiyaç duymuş ve eğitmenlerimiz tüm hafta boyunca değer önerilerini şekillendirmede onlara rehberlik ederek ve alıştırmadaki ilgili soruları yanıtlayarak kendilerine destek sağlamıştır.



Eğitmenler ilk hafta boyunca girişimcilik yolculuğunda katılımcıların olası ihtiyaçlarını belirlemeye ve anlamaya odaklanmışlardır. Bu bağlamda eğitmenler hafta boyunca katılımcılara bazı sorular yöneltilmiş ve geri bildirimlerini toplamıştır.

- ◆ Eğitmenlerimiz hafta boyunca aşağıdaki zorlukları belirlemiştir:
- ◆ Mevcut iş üzerinde çalışırken tam gün çalışmayı gerektiren bir işi muhafaza etmek,
- ◆ Sadece tanıdıklar dışında daha geniş bir müşteri grubuna ulaşmak,
- ◆ İş sektörlerini değiştirmek (dönme),
- ◆ Sermaye eksikliği / yetersizliği,

- ◆ Pandemi ile ilgili sorunlar,
- ◆ Yeni bir ürün geliştirmek ve piyasaya sürmek,
- ◆ Çevrimiçi platformlar aracılığıyla müşterilere ulaşmada bilgi eksikliği,
- ◆ Büyük pazarlara genişlemede bilgi eksikliği,
- ◆ Piyasa hakkında yetersiz bilgi,
- ◆ Müşterilerin ihtiyaçlarını anlama ve belirleme konusunda bilgi eksikliği,
- ◆ Finansal projeksiyonlar ve maliyetlendirme konusunda yetersiz bilgi,
- ◆ İşlerini geliştirmek için makinelere, hammaddelere ve diğer araçlara ihtiyaç.

Bu bağlamda eğitimci, eğitim oturumundan öğrenilen hususların ayrıntılarını ortaya koymak için bilgi sağlamanın yanı sıra, programın gelecekteki bazı eğitim konularının bu zorlukların üstesinden gelmelerinde kendilerine nasıl fayda sağlayacağına dair rehberlik sunmuştur. İlk haftanın bilgi alışverişi, ihtiyaçların belirlenmesi ve eğitim içeriğinin program katılımcılarının ihtiyaçları doğrultusunda revize edilmesi açısından kritik öneme sahipti. Eğitimcilerimiz bu geri bildirimi toplamış ve bu zorluklarla ilgili bazı konuları / notları takip eden haftalara yönelik eğitim içeriğine dâhil etmiştir.

Mentorluk

Girişimcinin Adı	Toplantı Notları	Eylem öğeleri
Faydalanıcı 1	Pazara açılmakta zorluk çekiyor. Bu projedeki ilerlemesi, hammaddelerin yüksek maliyetinden olumsuz etkilenmektedir. Makineleri korumak ve hammadde satın almak için maddi desteğe ihtiyacı var.	• Piyasada daha ucuz malzemeler aramak • Daha fazla müşteri bulmak
Faydalanıcı 2	Pazarını genişletme ve daha fazla müşteri kazanma potansiyeline sahiptir.	• Ürünlerini dijital kanallar üzerinden satmak için yeni dağıtım kanalları aramak • Çevrimiçi teklif sunulan ihaleleri aramak • Pazarda genişlemek için bir plan geliştirmek
Faydalanıcı 3	• Faydalanıcı mentorluk oturumu için müsait değildi ve bu nedenle oturum önümüzdeki hafta yapılacaktır.	

Faydalanıcı 4	Piyasa hakkında iyi bilgiye sahip, ancak sermaye yetersizliği nedeniyle işini geliştiremiyor ve genişletemiyor. Ayrıca iyi bir iş planı hazırlamada yardıma ihtiyacı var. Müşterileri var ve siparişleri alıyor ancak çoğu zaman bu siparişleri karşılayamıyor. Mentorlardan geri bildirim almakta isteksiz.	• Kârlılığı artırmak için finans üzerinde çalışmak (özellikle maliyetler / giderler) • İşini çevrimiçi kanallara genişletmek (e-ticaret)
Faydalanıcı 5	İyi bir iş fikri var. Mevsimsel gerileme ile başa çıkmakta zorlanıyor ve pazarlama için yeni kanallar arıyor.	• Görevlendirilen mentor ile satış sürecini test etmek
Faydalanıcı 6	Giyim tasarımları satıyor ve bu pazarda gelecek planları için de iyi fikirleri var. Ürünlerini internet üzerinden ve Türkiye dışında satıyor.	• Sergi ve yarışmalar aramak • Şirketin web sitesini güncelleyerek ve tasarımların resimlerini sosyal medya platformlarında yayınlayarak şirket profilini ve görünürlüğü güçlendirmek
Faydalanıcı 7	Hazırladığı aksesuarları satmak için Instagram'da bir iş kurdu. Bir motivasyon sorunuyla karşı karşıya. Bu iş kolu onun tam zamanlı taahhüdü değil, bu nedenle zamanını ve kaynaklarını yönetmek için çalışması gerekiyor.	• Atanan mentor ile satış sürecini test etmek
Faydalanıcı 8	Bazı makinelerin alınmasındaki gecikme ve iş için uygun olmayan makineler, işini kurarken birçok soruna yol açtı. İşini başarılı kılmak için çalışmayan makineleri tamir etmeye çalışıyor.	• Şirket için bir banka hesabı açmak amacıyla muhasebeci ile yasal bir yol aramak • Daha kârlı hizmetler satmak ve sunmak için daha fazla müşteri çekmeye çalışmak • Çevrimiçi mağazalar aracılığıyla satış yapmak
Faydalanıcı 9	Daha büyük bir pazara erişimi zayıf ve hammaddelerin yüksek maliyeti üretim sürecini etkilemekte. Piyasa hakkında yeterli bilgiye sahip değil ve daha fazla araştırma yapması gerekiyor.	• Türkiye'de farklı platformlar vasıtasıyla nasıl satış yapacağını ve pazarını genişleteceğini incelemek • Ürünlerine ihtiyaç duyan şehirleri (İstanbul'a ek olarak) tespit etmek ve pazarı ve rakiplerini incelemek için araştırma yapmak

Faydalanıcı 10	Dondurma pazarını iyi biliyor. Ürünlerine ihtiyaç duyan şirketlerle ortaklıkları var ve çok sayıda müşterisi var. Ancak, ürünlerini kış sezonunda satmakta zorluklarla karşı karşıya.	• Sağlıklı hamur işleri pazarındaki potansiyel rakipler hakkında araştırma yapmak (vejetaryenler için hamur işleri, sağlıklı vitamin içeren hamur işleri vb.) • Ürünleri sergilemenin, satmanın ve paketlemenin yeni ve ayırt edici yollarını belirlemek • E-ticaret platformlarına nasıl girileceği üzerinde çalışmak • Yeni olası ürünler hakkında müşteriler veya arkadaşları ile anket yapmak
Faydalanıcı 11	Piyasa hakkında iyi bilgiye sahip. Süreç boyunca ihtiyaç duyduğu üretim planını ve hammaddeleri hali hazırda inceliyor.	• Dağıtım kanallarını belirlemek • Rakipler üzerinde araştırma yapmak • Ürün lisanslama ve patentleme konusunda araştırma yapmak • Piyasadaki benzer ürünleri bulmak
Faydalanıcı 12	Pazar hakkında güçlü bilgiye sahip ve makul sayıda müşterisi var. İşini geliştirme ve daha fazla müşteri edinme yeteneğine sahip. Daha fazla müşteriye ulaşma konusunda zayıflığı var ve piyasayı düzgün bir şekilde genişletmiyor. İş planı üzerinde daha çok çalışması gerekiyor.	• Daha fazla müşteriye ulaşmak için işi üzerinde çalışmak • Diğer gelir kaynakları için araştırma yapmak ve internet üzerinden başka fırsatlar bulmak • Çeşitli ürünlerin diğer pazarlara girişini incelemek ve Adana pazarı dışındaki pazarlara giriş yollarını belirlemek
Faydalanıcı 13	Piyasada tecrübesi var ve bir dizi müşteri edindi. Şu anda pazarını genişletmeye ve büyümeye çalışıyor. Ayrıca, geçici koruma kimliğine sahip olduğu için diğer illerde ve yurt dışında seyahat etme konusunda zorluklarla karşı karşıya kalıyor ve bu da bazen kârlı sözleşmeler yapma fırsatlarını kaybetmesine neden oluyor.	

Faydalancı 14	Pazarını genişletti ve yeni müşteriler kazandı. İşletmesinin daha fazla kâr elde etme potansiyeli var, ancak şu anda tüm siparişler karşılamakta zorlanıyor. Bu çoğunlukla üretim süreci için yeterli makine bulunmamasından kaynaklanıyor.	• Kârı artırmak için pazarda daha fazla genişleme sağlamaya çalışmak • İnternet üzerinden şirketlerden müşterilere ulaşmaya çalışmak • Daha fazla araştırma yapmak ve çevrimiçi satış fırsatlarını incelemek
Faydalancı 15	Açık fikirleri ve gelecek planı var. Faaliyet gösterdiği pazar hakkında bilgi sahibi ve mantarlarını satmak için bazı şirketlerle temas halinde. Mantarlara ve üretime zarar verme riskini önlemek için şirketlerle iletişim kurması ve ürünlerini aylık olarak satmak konusunda onlarla mutabık kalması gerekiyor.	• Daha fazla müşteri tanımlamak için pazarda daha fazla araştırma yapmak • Sosyal medya platformları üzerinden satış yapmanın yollarını belirlemek • Ürünlerini günlük olarak değil, aylık olarak nasıl satacağı üzerinde çalışmak • Mersin ve diğer illerdeki rakipler hakkında araştırma yapmak
Faydalancı 16	Net bir iş planı var. Talep üzerine sattığı bazı cihaz modelleri var ve cihazları için büyük bir talep söz konusu. Rekabet avantajı var ve gerçekten iyi bir kâr elde edebiliyor. Yeni cihazlar ve fikirler geliştirme konusunda güçlü, ancak prototipler oluşturmak ve bunları piyasaya sürmek için maddi desteğe ihtiyacı var. Türkiye'deki yatırımcılara ulaşması gerekiyor.	• Çevrimiçi kanallar / e-ticaret üzerinden daha fazla müşteriye erişmek • LinkedIn'de işletmesi için bir sayfa oluşturmak ve şirketin konumunu Google Haritalar'a dâhil etmek • Yatırım çekmek için sanayi şirketleri ile iletişim kurmak
Faydalancı 17	Arıcılık yönetiminde iyi bir deneyime sahip, ancak ilgili ekipmanı almakta bir sorunla karşı karşıya kaldı. Daha kârlı fırsatlar bulması, arı kovanlarını güçlendirmesi ve üretim sezonuna kadar bakımını yapması gerekiyor. 66 arı kovanı üzerinden 25 tanesini kaybetti ve maddi desteğe ihtiyacı var gibi görünüyor. Gelir elde etmekte zorlanıyor. Gelecek dönem için herhangi bir üretimi olmayacak.	• Üretimi genişletmek ve arıcılığı sürdürmek için ortaklıklar aramak

Faydalanıcı 18	Türkiye içinde ve dışında iyi bir pazarda faaliyet gösteriyor. Pazara girmek ve daha fazla müşteri çekmek için Türkçesini geliştirmesi gerekiyor.	• İhalelerin varlığını incelemek • Urfa içinde ve dışında benzer şirketler ve rekabet aramak, • Dijital bilgilerini güçlendirmek, bir şirket e-postası ayarlamak, şirketin Google Haritalar'daki konumunu şirket bilgileriyle ayarlamak vb. • Daha fazla müşteriye ulaşmak için bir iş planı geliştirmek
Faydalanıcı 19	Türkiye içinde nispeten iyi bir pazarı var, ancak pazarı ve en önemli satışları ürünlerini Türkiye dışına ihraç etmesinden kaynaklanıyor. Ayrıca diğer ülkelerden gelen müşterilerin ihtiyaçlarını anlıyor ve onlar için yeni ve uygun ürünler geliştiriyor. Kârı artırabilmesi için başka bir sıkma makinesine ve bir su damıtma makinesine ihtiyacı var. Gelecek yıllar için kapasiteye ve iyi düşünülmüş bir iş planına sahip.	• Üretim hattını güçlendirmek ve pazarı genişletmek için daha büyük bir pazarı kapsayacak şekilde daha fazla makine satın almak için destek almak • Şirket için kurumsal e-posta hesabı oluşturmak • Şirketin konumunu haritalarda ayarlamak ve işletmesiyle ilgili önemli bilgiler ve resimler eklemek
Faydalanıcı 20	Bir sonraki adımları belirten net bir iş planı yok ve piyasayı nasıl genişleteceğini bilmiyor. Piyasayı daha fazla incelemesi ve en düşük fiyatlı hammaddeleri sağlayan şirketleri araması gerekiyor.	• Instagram sayfası oluşturmak • Paketleme hizmetlerine ihtiyaç duyan şirketler, restoranlar ve kafelerle iletişim kurmak • Piyasa hakkında daha fazla araştırma yapmak ve birçok alıcı ve satıcının elektronik ortamda bir araya geldikleri platformlarda (B2B) daha fazla müşteriye ulaşmak

2. Hafta: Müşteri Yolculuğu Eğitimi

İkinci hafta esnasında katılımcılar müşteri yolculuğunun adımlarını ve iş fikirlerini geliştirme ve iyileştirme yöntemlerini öğrendiler. Bu haftanın en önemli konusu, ürün geliştirme aşamalarının farklı kademelerinde müşterileriyle etkileşim kurma yöntemlerini belirlemelerine yardımcı olan tasarım odaklı düşünme sürecini anlamaktı. Aşağıdaki hususları öğrendiler:

- ◆ müşterilerin sorunlarını ve ihtiyaçlarını gözlemlemek için onlarla empati kurmak,
- ◆ bir önceki aşamada toplanan bilgilere göre isteklerini, sorunlarını ve ihtiyaçlarını belirlemek ve tanımlamak,

- ◆ bu ihtiyaç ve sorunlarla mücadele eden fikirler ve çözümler geliştirmek,
- ◆ en iyi çözüm için bir prototip hazırlamak,
- ◆ çözümlerini test etmek.

Yukarıda belirtilen süreç, hali hazırda kurulmuş olan işletmeler için aşikâr görünebilir. Bu nedenle tasarım odaklı düşünme metodolojisi özel olarak seçilmiştir, çünkü yeni fikirleri ortaya çıkarmak ve mevcut fikirleri uzlaştırmak için ürün / çözüm geliştirme sürecini yinelemek çok önemlidir. Eğitim içeriğinde ayrıca saha araştırmasının nasıl ve neden yapılacağı, beyin fırtınasının aşamaları ve müşteri deneyimini anlamak için önemli konular üzerinde durulmuştur. İlgili ürün / hizmeti kullanırken bir müşteri yolculuğunu çizmenin empatik süreci, katılımcıların güçlü ve zayıf yönlerini yeniden keşfetmelerini sağlaması açısından bilgilendiriciydi.

18 Kasım'da düzenlenen eğitim ve atölye oturumuna toplam 49 kişi katılmıştır Aynı anda Arapça ve Türkçe birer oturumun yapıldığı oturumlara iki kolaylaştırıcı ve iki eğitmen katılmıştır.

Atölye süresince katılımcıların o hafta öğrendiklerini uygulamaya koymaları için Miro üzerinde bir alıştırmaya yapılmıştır. Katılımcıların Arapça ve Türkçe olmak üzere tercih ettikleri dili seçebilmeleri için iki ayrı Miro panosu hazırlanmıştır. Ayrıca Miro'ya erişmekte veya kullanmakta güçlük çeken katılımcılar için orijinal alıştırmaya basitleştirilerek bir Google Formuna dönüştürülmüş ve atölye oturumu sırasında ilgili katılımcılarla paylaşılmıştır.

Atölye oturumunun amacı, müşterilerin ürünü kullanırken izledikleri adımları inceleyerek katılımcıların müşterilerini tanımlamalarını ve anlamalarını ve ürünlerinin olası iyileştirme alanlarını belirlemelerini sağlamaktır.

Ödev, müşteri yolculuğunun adımlarını aşağıdaki şekilde gösteren bir matrise dayanıyordu:

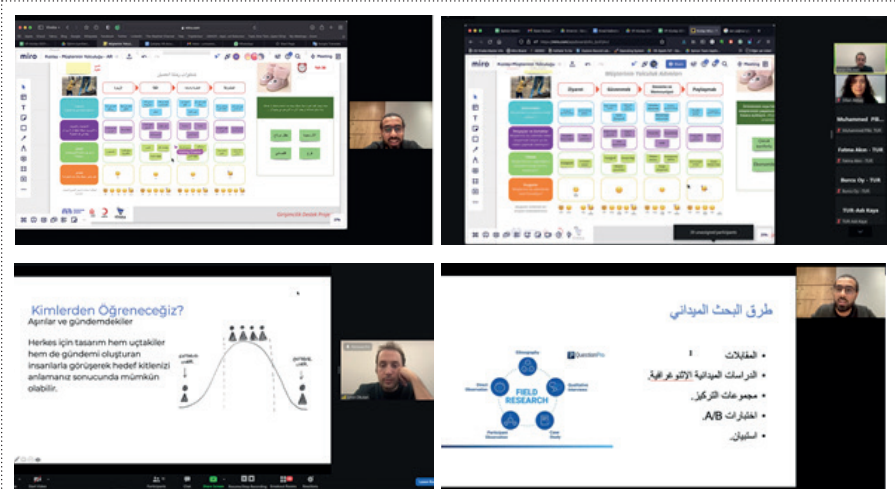
Journey Steps Which step of the experience are you describing?	Discovery Why do they even start the journey?	Registration Why would they trust us?	Onboarding and First Use How can they feel successful?	Sharing Why would they invite others?
Actions What does the customer do? What information do they look for? What is their context?				
Needs and Pains What does the customer want to achieve or avoid? Tip: Reduce ambiguity, e.g. by using the first person narrator.				
Touchpoint What part of the service do they interact with?				
Customer Feeling What is the customer feeling? Tip: Use the emoji app to express more emotions				

Bu matrise göre katılımcılar karar verme süreçleri boyunca eylemleri/davranışları, ihtiyaçları ve acıları, temas noktalarını ve müşteri duygularını değerlendirmişlerdir. Bu

başlamda keşif, kayıt, müşteri-işletme ilişkisinin ilk aşamaları ile ilk kullanım ve paylaşım aşamalarında müşterilerin durumlarını değerlendirmişlerdir. Eğitimciler ayrıca bu konuda adımları ayrıntılı olarak anlamalarına yardımcı olacak bir örnek sunmuşlardır.

Alıştırma sırasında katılımcılar, müşteri yolculuk haritalarının nasıl hazırlanacağını ve gözden geçirileceğini öğrenmiştir. Bu bağlamda alıştırma, müşteri yol haritasını kullanarak müşterilerin davranışlarını göz önünde bulundurmak suretiyle karar almalarına yardımcı olmuştur.

Katılımcılar genel olarak satışlarını nasıl artırmabileceklerini, müşterilerin karar adımlarını incelemenin onlara nasıl yardımcı olacağını ve dijital pazarlama alanında neler yapabileceklerini sormuşlardır.



2. Hafta eğitim ve atölye oturumlarından ekran görüntüleri:

Ödevler ve Sürekli Özel Ders Desteği

Projenin ikinci haftasında katılımcılar WhatsApp kanalı üzerinden duyuru ve program gündemi hakkında bilgi almışlardır. Bu bağlamda ödevlere ilişkin bağlantılar Arapça ve Türkçe olarak hazırlanan Miro ve Google Form olmak üzere iki formda 68 katılımcıyla paylaşılmıştır.

Katılımcılar atölye oturumunda ikinci haftanın ödevi ile ilgili tanıtımı alırken, rehberlik konusunda proje ekibine ve eğitimcilerle WhatsApp üzerinden müracaat etmişlerdir. Eğitimcilerimiz ödevlerin tamamlanmasında ilgili yardım ve bilgileri sağlamışlar ve katılımcılara müşterilerinin yolculuklarında attıkları adımları yansıtmaları konusunda rehberlik etmişlerdir.

Ayrıca iki ayrı okuma listesi grup vasıtasıyla katılımcılarla paylaşılmıştır. Bu okuma listeleri, katılımcıların eğitim ve atölye oturumları sırasında öğrendikleri bilgileri pekiştirmek için kritik öneme sahiptir. Bu makalelerin farklı geçmişlere sahip farklı kişiler tarafından hazırlandığı düşünüldüğünde, bu makaleler katılımcıların müşteri yolculuk haritalarının hazırlanmasında ve gözden geçirilmesinde farklı bakış açılarını anlamaları bakımından da önemlidir.

Türkçe konuşan katılımcılar için aşağıdaki okuma listesi paylaşılmıştır:

- https://ethnogram.com/ekitap/Ethogram_MusteriYolculuguHaritasi.pdf
- <https://medium.com/@alicevik/jobs-to-be-done-framework-b62976bfda8>
- <https://uretimbandi.substack.com/p/jobs-to-be-done-jtbd>
- Arapça konuşan katılımcılar için aşağıdaki okuma listesi paylaşılmıştır:
- <https://www.unifonic.com/ar/bloglar/>
- <https://motaber.com/product-development-strategy/>
- <https://tatha.tasarim/2021/03/12/jtbd'ye-giris/>

Bu makaleler, müşteri yolculuğu haritası ve müşteri yolculuğu adımları ile ilgili aşağıdaki konular hakkında bilgi sağlamaktadır:

- Müşteri yolculuk haritası nedir ve değildir?
- Müşteri yolculuk haritalarının kullanımı
- Müşteri yolculuğunun adımları
- Yapılacak işler (Yİ) çerçevesi
- Yİ nasıl uygulanır?
- Yİ'nin uygulanmasının yararları ve zorlukları
- Müşteri yolculuk haritası ve Yİ hakkında faydalı kaynaklar

Katılımcıların bu makalelerde öğrendiklerini akranlarıyla paylaşmaları ve öğrenme çıktılarını ödevlerine yansıtmaları teşvik edilmiştir. Katılımcılar hafta boyunca ödevler ve ikinci haftanın konuları ile ilgili sorularını yöneltmişler ve ödevlerini tamamlamak için eğitmenlerden sürekli geri bildirim ve destek almışlardır.



Mentorluk

Girişimcinin Adı	Toplantı Notları	Eylem öğeleri
Faydalanıcı 1	Makinelere parça satın almak için Türk Kızılay'ının verdiği hibeden faydalandı ve bu da sürdürülebilir bir şekilde çalışmasına yardımcı oldu. Hammadde elde etmek için daha fazla şirket araması gerekiyor. İş genişleterek ve satışları artırarak şirketin performansını iyileştirmesi gerekiyor.	• Hammadde almak için işbirliği yapılacak yeni şirketler aramak, • Google haritasında işletmesinin konumunu ayarlamak • Kışın talaş satışı için bir iş planı oluşturmak
Faydalanıcı 2	İyi bir potansiyeli var ve çok çalışıyor. Sebze ve meyvelerin ihracatı ve ticaretinde iyi miktarda kâr elde ediyor. Sadece işlerini genişletmeye ihtiyacı var.	• İşini geliştirmek ve genişletmek, yeni bir ülke ile etkileşim kurmak ve yeni ihtiyaç ve fırsatları incelemek amacıyla bir iş planı geliştirmek için çalışmalı
Faydalanıcı 3	Daha fazla müşteriye erişmekte zorlanıyor. Kendi fikirlerini geliştirmek için bir iş planı hazırlamalı.	• Google'da işletme hesabı açmak • Çevrimiçi varlığını ayarlamak; müşterileri çekmek ve güvenlerini artırmak için konumunu ve şirket bilgilerini haritalarda ayarlamak • Sosyal medya platformlarında sayfalar oluşturmak ve bu kanallar üzerinden müşterilerle iletişim kurmak
Faydalanıcı 4	• Faydalanıcı mentorluk oturumu için müsait değildi ve bu nedenle ilgili oturumlar önümüzdeki haftalarda yapılacaktır.	
Faydalanıcı 5	Pazara girme ve genişleme konusunda korkusu var. Piyasayı daha iyi anlamalı ve genişlemek için uygun fırsatlar bulmalı. Ayrıca iş kaynaklarını daha iyi bir şekilde kullanmayı öğrenmesi gerekiyor. Büyüme kabiliyetin sahip ve bazı etkili fikirleri var, ancak bunları iyi uygulayamıyor.	• Çevrimiçi varlığını ayarlamak: İşletmeyi hâlâ haritalarda konumlandırmadı ve resmi e-posta ve Instagram hesaplarını açmadı • Daha fazla distribütöre, toptan satış mağazasına, şirkete ve satış platformuna ulaşmak için çalışmak

Faydalanıcı 6	Müşteri yolculuğu ödevi detaylı olarak tartışıldı. Müşteri grubunu daha iyi anlamak ve teşvik etmek için atabileceği net adımlar var.	• Pazarlama çabalarını geliştirme- nin ve ölçeklendirmenin yollarını planlamak
Faydalanıcı 7	İşini uygun şekilde geliştirmek için iş planını hazırlaması gerekiyor. Eylem öğelerini gerçekleştirmek için bir kontrol listesi oluşturmalı. Faaliyet gösterdiği pazar genişleme potansiyeline sahip ve kendisi çok sayıda satış yapmakta. Bir moda tasarımcısı olarak markasına sahip olmak için tasarımları üzerinde çalışıyor.	• İşletmesinin web sayfasını tamamlamak için bir plan hazırlamak ve şirket bilgilerini bu web sayfasına eklemek • Ürünlerini ve tasarımlarını sosyal medya platformlarında sunmak • Şirketin hedeflerine ulaşmak için son teslim tarihleriyle uzun vadeli bir plan belirlemek ve şirketini pazarda tanınmış bir markaya dönüştürmek
Faydalanıcı 8	Müşteri yolculuğu hakkında, özellikle girişimcinin yetenekleri ve kapasitesi açısından tartışma yapıldı. Agresif bir şekilde pazarlama yapmadan önce kesinlikle bir darboğazla karşı karşıya.	• Kapasite planlaması konusunda adım atmak
Faydalanıcı 9	Ürünlerini pazarda satmak ve genişlemek için müşterileri ve şirketleri çekmeye yönelik bir plan yapmalı. Piyasada küçük figürler ve hediyeler de dâhil olmak üzere çeşitli iyi ürünler sunabilir.	• Şirketi için yine bir banka hesabı oluşturmaya çalışmak; o zaman kendisi elektronik satış platformlarına kaydedilecek
Faydalanıcı 10	Şu anda web sitesini geliştirmek ve işletmesinin web sitesi aracılığıyla satın alma yapmak seçeneğini sunmak için çalışıyor. İyi bir iş planı geliştirdi. İşi geliştirebilir, yalnızca daha fazla müşteri çekmeye odaklanması gerekiyor ve kendi yeni ürünlerini tanıtabilir.	• Bir Instagram sayfası açmak, ürünleri profesyonelce fotoğraf- lamak ve onları Facebook sayfa- sında yayınlamak • İstanbul dışındaki piyasa fiyatlarını ve dağıtım yöntemlerini incelemek • Form ve fikir açısından piyasada rekabetçi olan iyi ürün modelleri sunmak

Faydalanıcı 11	Vegan hamur işleri ve kekler sunan bazı restoranları inceledi ve bunları ziyaret etti; birçok ürün deneyerek yeni tarifler sunmaya çalışıyor. Kış döneminde satış yapmakla ilgili bir sorunu var. Çalışmalarını ve ürünlerini pazarlamalı, Türk mağazalarıyla ticaret yapmalı ve onlarla iletişim kurmalı. Kış dönemi süresince mağazayı kapatmayı düşünüyor.	• Kış döneminde pazarlara dondurma satışını incelemek • Uygun pazarları bulmak ve onlarla iletişim kurmak • Müşterilerin ürünlerini denemelelerini sağlamak için küçük numuneler sunmak • Sosyal medya platformları ve e-posta yoluyla pazarlama yapmak ve iletişim kurmak • Kış döneminde kâr sağlamak ve pazarda daha büyük fırsatlar bulmak için ürünlerini daha fazla sayıda restoran veya kafeye satmaya başlamak
Faydalanıcı 12	Yeni bir fikri var: koruma kameralarıyla bağlantılı akıllı saatler sunmak için yapay zekâyı kullanmak, ebeveynlerin çocuklarına göz kulak olmalarını sağlamak. Çok fazla fikri var ve onları iyi organize etmesi gerekiyor. Prototipi daha hızlı yaptırmak için maddi desteğe ihtiyacı var.	• Rakipleri incelemek, • Bir prototip oluşturmak için kaynaklar hakkında tahmin ve planlama yapmak • Finansman kaynakları bulmak • Müşterilerden bilgi toplamak ve müşteri ihtiyaç ve sorunlarını incelemek
Faydalanıcı 13	Türk Kızılay'ından bazı ekipmanlar ve malzemelerin yanı sıra giysiler için kullanılan özel boyalar ve bazı kalıplar istedi. Bu malzemeleri iyi kullanmak için bir eylem planı oluşturmalı ve şirketini buna göre geliştirmeli.	• Bu şirket hakkında ne tür bilgiler yayınlaması gerektiğini netleştirmek ve şirket, ürünler, fiyatlar ve giyim pazarı sektöründe sağlayabileceği hizmetler hakkında dosyalar oluşturmak,
Faydalanıcı 14	Ekipmanın sağlanmasındaki gecikme nedeniyle süreçte bir yavaşlama var. Müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak için istediği makine, parça ve aletlere ihtiyacı var.	• Müşteri siparişlerini karşılayacak hammadde kaynaklarını bulmak • Piyasa sorunları ile karşılaşmak amacıyla önümüzdeki dönem için bir iş planı geliştirmek

Faydalanıcı 15	Türk Kızılayı'nın bazı makine, malzeme ve aletler konusunda sağlayacağı hibe ile çalışmalarını geliştirmeyi hedefliyor. Şimdi hizmetlerini büyük ve orta ölçekli şirketlere sunmaya başlama çabasında.	• Yol reklamları sektöründe hizmet vermek için kendini geliştirmeye çalışmak ve daha fazla firma ile iletişim kurmak
Faydalanıcı 16	Son oturumda hakkında soru sorulan pazarı araştırarak, mantar mahsulünü satacak iki şirket bulabildi. Mantarları ve mahsulü korumak ve mümkün olan en kaliteli ürünleri elde etmek amacıyla kendi tarım alanını geliştirmek için çalışıyor.	• Sosyal medya platformlarında şirketi için bir işletme sayfası oluşturmak • İşyerinin konumunu haritada ayarlamak • Şirketinin şirketlerle iletişim kurması için bir e-posta oluşturmak ve kendisi ile pazardaki şirketler arasında güven oluşturmak • Şirketlerle nasıl güven oluşturulacağını öğrenmek • Müşterileri daha iyi çekmek ve ürünlerini pazarlamak için fırsatlar aramak
Faydalanıcı 17	Şu anda çalışmalarının ve ürünlerinin görünürlüğünü artırmak amacıyla ilişkilerini geliştirmek ve pazarda iyi bir ağ oluşturmak için çalışıyor. Pazar, ürün ve müşteri tabanı açısından umut verici bir potansiyele sahip ancak ürün ve hizmetlerine ihtiyaç duyan daha fazla şirkete ulaşması gerekiyor. Ayrıca, şirketinin ve ürünlerinin görünürlüğünü artırmak için sosyal medya platformlarını kullanması gerekiyor.	• Hizmetlerine ve ürünlerine ihtiyaç duyabilecek şirketler hakkında veri toplamak • İnternetteki varlığını sosyal medya platformları aracılığıyla kanıtlamak ve işletmesini sergilemek • Genişlemek ve yatırımcılara erişmek için fırsatlar aramak • Resmi bir kurumsal e-posta oluşturarak şirketlerle resmi olarak nasıl iletişim kuracağını öğrenmek
Faydalanıcı 18	Şimdi kış dönemi için arı kovanlarını korumaya hazırlanıyor. Projesini güçlendirmek için Kızılay'dan destek alacak. Önümüzdeki dönem için bir iş planı geliştirmesi gerekiyor. Bal satış sektöründe ve arıcılıkta aynı sektörde çalışan bazı kişilerle bağlantı kurdu.	• Bal satış sezonunda ürün satmak amacıyla dağıtım kanalları kurmak üzere şirketlerin kendileriyle iletişim kurmaları için bilgi ve veri toplamak • Instagramda bir sayfa oluşturmak • İnternette varlığını kurmak • İyi bir iş planı geliştirmek için piyasaları iyi incelemek

Faydalanıcı 19	Bu katılımcı başka bir Faydalanıcı ile değiştirildi.	
Faydalanıcı 20	Şirketinin yeri ile ilgili bir sorunu var; dükkan sahibi onu bir ay içinde dükkanından çıkarmak istiyor, yeni bir yer aramalı. Mağazanın değiştirilmesi sorunu nedeniyle, makinelerin taşınmasının yüksek maliyeti dolayısıyla yeni bir mağaza kiralamada ve makineleri taşımada zorluklarla karşılaşabilir. Önümüzdeki aylar için çok fazla mevcut siparişi var ve şimdi bu siparişleri karşılamak için çalışıyor.	• Yeni bir mağaza bulmak ve makineleri taşımak için lojistik planlama yapmak • Türk Kızılayı'ndan destek aldığı anda makinelerin nasıl kullanılacağını planlamak
Faydalanıcı 21	Nakliye şirketleri ile baş etmek konusunda bir sorunu var, ürünlerine uygun satış platformları araması gerekiyor.	• Uygun satış platformlarını incelemek, platformları karşılaştırmak ve şirketin gelirlerini artırmak için satış yapılacak en iyi ve en ucuz platformu seçmek

3. Hafta: Müstakbel Müşteri Yaratma Eğitimi

Üçüncü haftada, katılımcılar işletmelerinde iyi yapılandırılmış bir müstakbel müşteri yaratma sürecine sahip olmak için etkin sistemleri nasıl kuracaklarını öğrenmişlerdir. Bu bağlamda, aşağıdaki konular hakkında ayrıntılı bilgi edinmişlerdir:

- ◆ Bir satış sistemi nasıl kurulur?
- ◆ Müstakbel müşteri yaratmak için dikkat edilmesi gereken önemli pazara giriş noktaları nelerdir?
- ◆ Müşteriler nerede ve nasıl bulunur?
- ◆ Müşteri profilleri, arzuları ve ihtiyaçları müstakbel müşteri yaratma sürecini nasıl etkiler?
- ◆ Müstakbel Müşteri Yaratma: Papyon Huni
- ◆ Satış sürecinin planlanması
- ◆ E-ticaretten, sosyal medyadan, Arama Motoru Optimizasyonundan vb. örnekler

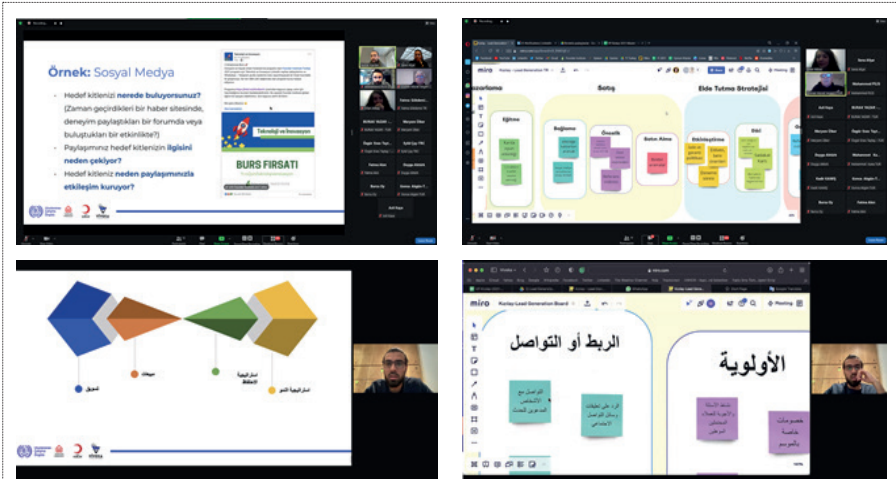
Katılımcılar, Papyon Modelinin tanıtımıyla müstakbel müşteri yaratmak konusunda yeni bir bakış açısı kazanmışlar, çünkü müstakbel müşteri yaratma süreci için başarı

kriterlerinin belirlenmesinin önemini öğrenmişlerdir. Önceki bağlantıda tartıştıkları konularla bir bağlantı oluşturmuşlar ve müşteri profilleri ile müstakbel müşteri yaratma süreciyle nasıl bağlantı oluşturulacağını öğrenmişlerdir. Bu bağlamda, pazarlama, satış, müşterileri elde tutma ve büyüme stratejilerinin yanı sıra her birini etkileyen faktörler hakkında bilgi edinmişlerdir.

24 Kasım'da düzenlenen eğitim ve atölye oturumuna toplam 48 kişi katılmıştır. Aynı anda Arapça ve Türkçe birer oturumun yapıldığı oturumlara iki kolaylaştırıcı ve iki eğitmen katılmıştır.

Atölye süresince katılımcıların o hafta öğrendiklerini uygulamaya koymaları için Miro üzerinde bir alıştırmaya yapılmıştır. Katılımcıların Arapça ve Türkçe olmak üzere tercih ettikleri dili seçebilmeleri için iki ayrı Miro panosu hazırlanmıştır. Ayrıca Miro'ya erişmekte veya kullanmakta güçlük çeken katılımcılar için orijinal alıştırmaya basitleştirilerek bir Google Formuna dönüştürülmüş ve atölye oturumu sırasında her iki dilden ilgili katılımcılarla paylaşılmıştır.

Atölye oturumunun amacı, katılımcıları pazarlama, satış, müşterileri elde tutma ve büyüme stratejilerini takip ederek müstakbel müşteri yaratmayı öğrendikleri Papyon Modelini kullanmaya alıştırmaktır. Bu bağlamda, eğiticilerin rehberliğinde, her aşamada aşağıdaki adımları incelemişlerdir:



3. Hafta eğitim ve atölye oturumlarından ekran görüntüleri:

Ödevler ve Sürekli Özel Ders Desteği

Projenin üçüncü haftasında katılımcılar WhatsApp kanalı üzerinden duyuru ve program gündemi hakkında bilgi almaya devam etmiştir. Bu bağlamda ödevlere ilişkin bağlantılar Arapça ve Türkçe olarak hazırlanan Miro ve Google Form olmak üzere iki formda 68 katılımcıyla paylaşılmıştır.

Katılımcılar atölye oturumunda üçüncü haftanın ödevi ile ilgili tanıtımı alırken, rehberlik konusunda proje ekibine ve eğitmenlere WhatsApp üzerinden müracaat etmişlerdir. Eğitmenlerimiz ödevlerin yapılmasında ilgili yardım ve bilgileri sağlamışlar ve katılımcılara müstakbel müşteri yaratma sürecinde rehberlik etmişlerdir.

Katılımcıların çoğunun müstakbel müşteri yaratma konusunda zorlukları olduğu göz önüne alındığında, hafta boyunca eğitmenlerden destek almaya ihtiyaçları vardı. Çoğunlukla, eğitmenler onları aşağıdaki konularda desteklemişti:

- ◆ Müstakbel müşteri segmentasyonlarının belirlenmesi ve yapılması
- ◆ Kendi işletmeleri açısından papyon hunisinin başarı kriterlerinin belirlenmesi
- ◆ Müşterilerle ilişkiler kurmak
- ◆ Müşterilerin elde tutulmasını sağlamak için yöntemler geliştirmek
- ◆ Müşterilerin güvenini kazanmak ve sadık müşteri tabanı oluşturmak
- ◆ Yeni müstakbel müşteriler yaratmak için sadık müşterilerden yararlanmanın yöntemlerini belirlemek

Buna ek olarak, eğitmenler katılımcıların arama motoru optimizasyonu ile ilgili faaliyetler yürütmelerine yardımcı olacak bazı kullanıcı dostu araçlar göstermiştir. Katılımcılar, farklı alanlarda en çok aranan anahtar kelimeleri nasıl arayacaklarını öğrenmişlerdir; ki bu da müstakbel müşteri oluşturma faaliyetlerine katkıda bulunacaktır.

Ayrıca katılımcılar, rakiplerin önemini nasıl değerlendireceklerini; müstakbel müşteri yaratma



stratejileri oluşturmayı; müşteri ihtiyaçlarına/isteklerine odaklanmayı; müşterilerin müstakbel müşteri yaratmaya dair görüşleri hakkında bilgi toplamayı öğrenmişlerdir.

Katılımcıların bu makalelerde öğrendiklerini akranlarıyla paylaşmaları ve öğrenme çıktılarını ödevlerine yansıtmaları teşvik edilmiştir. Ayrıca, kanal aracılığıyla kendi işletmelerinden örnekler paylaşmışlar ve eğitmenlerden ve akranlarından geri bildirim alma şansına sahip olmuşlardır. Katılımcılar hafta boyunca ödevler ve üçüncü haftanın konuları ile ilgili sorularını yöneltmişler ve ödevlerini tamamlamak için eğitmenlerden sürekli geri bildirim ve destek almışlardır.

Mentorluk

Girişimcinin Adı	Toplantı Notları	Eylem öğeleri
Faydalanıcı 1	Hammeddeye ihtiyacı var ve bu malzemeleri satın almak için yeterli mali kaynağa sahip değil. Bu şekilde talaş almada bir sorunla karşı karşıya kalacak; zayıf bir üretime sahip olacak. Şirketin gider faturalarını almadığı için giderlerle ilgili sorunları var ve bu da vergilerin artmasına neden oluyor. Ayrıca talep üzerine hammadde satın almak için daha fazla çalışmalı.	• Kâr artırmak için kaynak aramak • Şirketleri/rakipleri ve tekliflerini belirlemek • Fiyatlar da dâhil olmak üzere, firmasının sunduğu hizmet ve ürünleri detaylandıran bir dosya hazırlamak • Fatura ve giderlere daha fazla dikkat etmek; tüm masrafları için fatura almak ve bunları muhasebeciye vermek
Faydalanıcı 2	Sürekli çalışmasına izin veren iyi bir ağa sahip olduğu için başarılı bir şirket sahibi olma potansiyeli var. Hali hazırda Türkiye dışındaki firmalarla çalışıyor ve onlara istedikleri ürün ve siparişleri gönderiyor. Bu bakımdan, işinden elde ettiği kardan memnun.	• Müşteriye sunulacak fiyat tabloları ile birlikte mevcut mal kalemlerinin bir listesini geliştirmek • İşini genişletmek ve daha fazla kâr elde etmek için nasıl yeni mal kalemleri üretilceğini araştırmak,
Faydalanıcı 3	Piyasa hakkında iyi bilgiye sahip ve operasyonlarını uygun şekilde yönetiyor. Müşterilere ulaşmada herhangi bir problemi yok. Sadece işini Şanlıurfa dışında daha etkin bir şekilde genişletmesi gerekiyor.	• Şirketi ve şirketin teklifleri, hizmetleri, fiyatları ve ürünleri hakkında dosyalar hazırlamak • Daha fazla gelir elde etmek için piyasa fiyatlarındaki artışa karşılık olarak malzemelerin fiyatlandırılmasını daha iyi araştırmak
Faydalanıcı 4	• Faydalanıcı mentorluk oturumu için müsait değildi ve bu nedenle ilgili oturumlar önümüzdeki haftalarda yapılacak.	

Faydalanıcı 5	Haritalarda işyerini belirledi ve şirket bilgilerini ve iletişim için irtibat kişilerini ekledi. Şu anda şirket için bir logo tasarlamak ve bunu ürettiği kıyafetler üzerinde kullanmak için çalışıyor. https://goo.gl/maps/gbp4bApaAB-CAAyv36 Türk Kızılay'ından sipariş ettiği kumaşları aldı. Artık iyi bir iş planı var. Daha fazla müşteri kazanmak için internetteki varlığını güçlendirmeye çalışıyor. Şimdi işinin içeriğini internette yönetebilecek biriyle çalışmak için çaballıyor.	• Çalıştığı firmalar tarafından da talep edilen ve müşterilerine hizmetlerini, ürünlerini ve fiyatlarını detaylandıran dosyalar hazırlamak • Oluşturacağı Instagram sayfasında kullanılmak üzere yüksek talep gören kıyafetlerin uygun fotoğraflarını çekmek
Faydalanıcı 6	Bu hafta ürün ve müşteri memnuniyeti hakkında detaylı bir tartışma gerçekleşti.	• Müşteri profillerini ve tercihlerini anlamak için daha fazla zaman harcamak.
Faydalanıcı 7	Yeni Yıl ürünlerini, tekliflerini ve hediyelerini tanıtmak, sosyal medya sayfalarını lanse etmek, moda üreticisi olarak satış platformlarıyla sözleşmeler yapmak ve Yeni Yılda moda fuarlarına girmek için Önümüzdeki 4 ayı kapsayan bir iş planı geliştirdi. İşini genişletmeye ve yeni müşteriler çekmeye hazır. Şimdi sergiler için iyi bir moda koleksiyonu hazırlıyor.	• Yeni kıyafetler ve şirket için pazarlama yapmak • Bu ay siparişlere uygun küçük bir hediye koymak • Şirket hakkında ve sunulan hizmetler, moda, kumaşlar ve fiyatlar hakkında tek sayfalık dosya hazırlamak • Teklifler ve moda ürünleri aracılığıyla pazarlama yapmaya ve müşteri çekmeye başlamak için şirketin resimlerini ve dosyalarını hazırlamak
Faydalanıcı 8	Girişimci, yarı zamanlı işini ve ticari faaliyetini dengelemekte zorlanıyor. Yüksek sezon ve bu nedenle birçok çarşı etkinliği ve çevrimiçi pazarlama fırsatı var ama bunları kaçırıyor gibi görünüyor. Ürün yelpazesine gerçekten odaklanabileceği Ocak ayında daha fazla fırsat belirlemeye odaklanmak konusunda kararlı.	• Ürün yelpazesi ve müşteri kazanım planı üzerinde çalışmak • Ürün yelpazesini çeşitlendirmek ve tamamlayıcı ürünleri tanıtmak

Faydalanıcı 9	İşini kurarken tedarikçiyle ilgili zorluklar ve gerekli hammaddelerin eksikliği nedeniyle sorunlarla karşılaştığı için süreci hızlandırmak amacıyla hammadde kullanımını ayrıntılı olarak planlaması gerekiyor. Müşteri ve pazar ihtiyaçları hakkında daha fazla bilgi edinmesi ve nakliye şirketlerini belirlemesi gerekiyor.	- İlgili termin tarihleri de dâhil olmak üzere, Türk Kızılayı'ndan alacağı hammaddeleri nasıl kullanabileceğini ayrıntılarıyla ele alan bir iş planı geliştirmek - Nakliye şirketleri aramak - Müşterinin ve pazarın ihtiyaçlarını anlamak için soru formu hazırlamak - Ürünleri pazarlamak ve bunları şirketlere ve dükkân sahiplerine satmak için yaratıcı yollar belirlemek
Faydalanıcı 10	Talep ettiği malzeme ve eşyaları Türk Kızılayı'ndan aldı. Şimdi daha fazla müşteri çekmek ve mevcut müşterilerini elde tutmak için bir plan üzerinde çalışıyor. Reklam ekranlarının satışı vasıtasıyla işinde başarılı olma ve iyi gelir elde etme şansı var. Şimdi işletmesi için web sitesini güncellemeye çalışıyor. Web sitesini güncelledikten sonra ürünlerini tanıtmak ve elektronik ortamda pazarlamak için bir plan hazırlayacak.	- Yeni şirketler ve tedarikçilerle iletişim kurmak, - Reklam ekranları için pazardaki ürünlerin fiyatlarını ve bunları şehir dışında satmanın yollarını belirlemek. - Piyasada yeni müşteriler edinecek daha fazla kâr elde etmek - Müşteri memnuniyetini artırmak için satış sonrası ve bakım hizmetleri sunarak mevcut müşterileri şaşırtmak
Faydalanıcı 11	Türk Kızılayı'ndan bir dondurma makinesi aldı. Yeni makineye koymak için 7 lezzet seçti. Müşterilerin ve arkadaşlarının görüşlerini alarak kullanması gereken favori lezzetler hakkında bazı bilgiler toplamaya çalıştı. Pazarda genişleme ve müşteri çekme yeteneğine sahip. Pazar bilgisini arttırmalı ve vegan dondurma gibi sunduğu çeşit ve lezzetlere ihtiyaç duyan Türk dükkânlarıyla ilişkiler kurmalı.	- Şirketi ve ürünleri hakkında tek sayfalık bir dosya hazırlamak - Ürünler, içerikleri, miktarları ve fiyatları hakkında bir dosya hazırlamak - Sadece Suriyeli mağazalarla değil, Türk mağazalarıyla anlaşma yapmanın olası yollarını belirlemek; satış yapmak ve sundukları lezzetleri ve müşterilerin taleplerini öğrenmek - Ürünlerinin fotoğraflarını çekmek ve bunları şirketin Instagram sayfasında yayınlamak

Faydalanıcı 12	Bir güvenlik izleme kamerası olan prototip ürününü oluşturmak için fikirleri üzerinde hızla çalışıyor. Bu yeni cihazı yapmak için birçok fikri var. Güvenlik kamerası pazarındaki rakipleri belirleyecek. Kızılay'dan alacağı malzemeler prototipi üzerinde çalışmaya başlamasında ve daha sonra ürünün şeklini ve dış kaplamasını geliştirme-sinde kendisine yardımcı olacak. Ürünü hakkında bilgi toplamak için bir anket yaptı ve müşterilerin ihtiyaçlarını ve sorunlarını anlamak için halktan öneriler aldı.	• Ona ürün için iyi bataryalar sunan şirketleri bulmak, • Hedeflerine ulaşmak için eylem öğelerini detaylandıran ve termin tarihlerini de içeren bir plan geliştirmek • Nihai bir ürün elde etme, bunu test etme ve belirli bir süre içinde pazara sunma planı üzerinde çalışmak.
Faydalanıcı 13	Diğer şirketlerin siparişleri ile ticaret yapmaya devam ederse, daha fazla kâr olmayabilir ve işi genişletemez. Bu nedenle, müşteri çevresini genişletip büyütmeyi ve pazarda güçlü bir marka oluşturmayı düşünmeli.	• Doğrudan müşterilerini artırmak amacıyla önümüzdeki dönem için bir iş planı geliştirmek • Tedarikçilerle ticaret yapmak yerine markasını yaratmak ve doğrudan şirketi için müşterilerle ticaret yapmak
Faydalanıcı 14	Makine üretimi için ihtiyaç duyduğu minerallerden hammadde satın alabileceği rakip firmalar ve firmalar üzerine bir çalışma tamamladı. Ayrıca, piyasaya sürmek amacıyla ürünleri doldurmakta kullanılan yeni bir makine üzerinde çalışıyor, ancak bu ürünü oluşturmak için iyi bir desteğe ve yatırıma ihtiyacı var. Üretim hatları için bir dolum makinesi fikri var, Çin'den iki katı fiyattan satın almak yerine bunu burada Türkiye'de üretme şansı var. Makineyi yapmaya başladı. Bu konuda ona yardımcı olacak iyi bir deneyime sahip, ancak bu makinenin ilk modelini üretmek için iyi bir finansmana ihtiyacı olabilir.	• Yeni makineyi üretme hedefine ve sürecine ulaşmak için bir plan hazırlamak, Türkiye pazarında daha fazla firma tanımak ve ürünleri için yatırım aramak, sanayiler, makineler ve sanayi şirketleri ile ilgili fuar ve etkinliklere katılmak • Şirketi, işletmesi ve ürünleri için bir profil oluşturmak, işletmesi için bir LinkedIn sayfası ayarlamak, yatırım fırsatlarını tartışmak ve ortaklıklar kurmak için şirketlerle iletişimde bulunmak
Faydalanıcı 15	Son mentorluk oturumunda kendisinden istenen piyasa çalışmasını tamamladı.	• Yol reklamcılığı ve diğer reklamlar için ihale almak üzere şirket ve kurumlarla iletişim kurmak

Faydalanıcı 16	Mantar yetiştirmek için ihtiyaç duyduğu hammaddeleri elde etmek amacıyla haftayı Türk Kızılayı ile işbirliği içinde geçirdi. Şimdi kış döneminde mantar yerlerini korumak için çalışıyor. Tedbirler aldı ve çalışıp hibeden yararlanmak için iyi hazırlandı. Kış dönemi için iyi hazırlandı ve kârını daha iyi artıracak şekilde pazarda genişleyebilir.	• Şirketi için ürün bilgilerini, mantar özelliklerini, fiyatlarını ve tekliflerini detaylandırarak tek sayfalık bir dosya oluşturmak • Daha fazla kâr elde etmeye ve ürünü hızlı bir şekilde satmaya çalışmak • Yeni şirketlerle çalışmak • Ayak uydurmak için piyasa fiyatlarını incelemek ve ürün için piyasaya uygun iyi bir kâr marjı belirlemek
Faydalanıcı 17	Çok kârlı bir işi ve pazarda büyük fırsatları var, bu nedenle büyümesi ve genişlemesi gerekiyor. Şimdi güneş panelleri için pazarlama alanında birini işe almak istiyor. Çok fazla müşterisi ve siparişi olduğu için zaman ve kaynak yönetiminde zayıflığı var.	• Elektrik tasarrufu sağlayan bir cihaz üretmeye çalışmak • Şirket ve hizmetler/ürünler hakkında ayrıntılı bilgi veren belgeler hazırlayarak şirketini uygun şekilde pazarlamak • Ürün ve hizmetler için bir pazarlama planı geliştirmek • Genişleme ve büyüme için bir plan geliştirmek
Faydalanıcı 18	Geçen haftaki eylem kalemleri üzerinde çalışmadı ve işletmesi için net bir plan geliştirmede. İşletmesini sürdürmek için performansını artırması gerekiyor.	• İşletme ve hedefler hakkında net bir iş planı geliştirmek • Kış dönemi boyunca pazarlama girişimlerini desteklemek için firma ve ürünlerle ilgili bir dosya hazırlamak • Ürettiği balın özelliklerine ve ürünlere ilişkin bilgileri detaylandırarak görünürlük belgelerini geliştirmek
Faydalanıcı 19	Yeni ürünler pazarlamak için festival ve Yeni Yıl sezonlarını araştırıyor. Türkiye dışında birçok siparişi var. Yeni ürünleri hediye olarak konumlandırarak müşterilere pazarlayabilir.	• Şirket hakkında bir dosya; teklifler, ürünler ve fiyatlar için bir tablo ve siparişler için bir form hazırlamak. • Ürünleri ve özelliklerini netleştirmek
Faydalanıcı 20	Ambalaj ürünlerini ileri dışında satmak için umut verici fırsatları var. Ürünleri için önemli bir talep var; e-ticaret platformlarını kullanarak pazarda genişlemesi gerekiyor.	• Şirketin mali danışmanı aracılığıyla nakliye şirketleri ile iletişim kurmak • E-ticaret platformlarını kullanmanın olası yollarını belirlemek

4. Hafta: Satış Konuşması ve Müzakere Teknikleri Eğitimi

Girişimciler için önemli zorluklardan biri, fikirlerini bir satış konuşması içinde müşterilerine tanıtmak ve yatırımcılarla, rakiplerle ve ortaklarla ticaret yaparken müzakere tekniklerini kullanmaktır. Bu haftaki içerik, katılımcıların işletmelerini geliştirmelerine yardımcı olmak için satışlarını ve müzakere tekniklerini iyileştirmeye odaklanmıştır. Bu bağlamda, aşağıdaki konular ele alınmıştır:

Satış Konuşması:

- ◆ Sorunu ve ihtiyacı müşterilere tanıtmak için hikâye anlatımı yöntemini kullanmak
- ◆ İkna edici teknikler
- ◆ Fikirlerinizi farklı kitlelere nasıl tanıtabilirsiniz: müşteri, yatırımcı, kamu ve basın?
- ◆ Etkili bir satış konuşması geliştirmek için ipuçları
- ◆ Satış konuşmasının adımları

Müzakere:

- ◆ Anlaşma modelleri:
 - Fikri Mülkiyet Temelli İşbirliği
 - Üretime veya Pazara İlişkin Ek Sözleşme
 - İleri Aşama Stratejik Büyüme Yatırımı
- ◆ Müzakere teknikleri
- ◆ Paydaşların beklentileri ile ilişkili olarak müzakere teknikleri ve anlaşma modellerine bakış

1 Aralık'ta gerçekleştirilen eğitim ve atölye oturumuna toplam 44 kişi katılmıştır. Aynı anda Arapça ve Türkçe birer oturumun yapıldığı oturumlara iki kolaylaştırıcı ve iki eğitmen katılmıştır.

Atölye süresince katılımcıların o hafta öğrendiklerini uygulamaya koymaları için Miro üzerinde bir alıştırma yapılmıştır. Katılımcıların Arapça ve Türkçe olmak üzere tercih ettikleri dili



seçebilmeleri için iki ayrı Miro panosu hazırlanmıştır. Ayrıca Miro'ya erişmekte veya kullanmakta güçlük çeken katılımcılar için orijinal alıştırma basitleştirilerek bir Google Formuna dönüştürülmüş ve atölye oturumu sırasında her iki dilden ilgili katılımcılarla paylaşılmıştır.

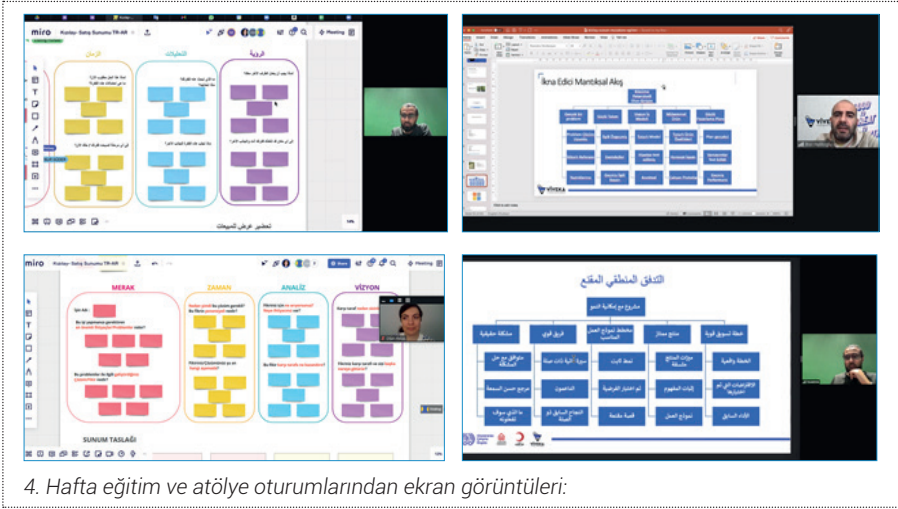
Atölye oturumu, katılımcıların satış sunumlarını geliştirmedeki bilgi ve becerilerini güçlendirmeye odaklanmış ve katılımcılar oturumda satış konuşmalarına yansıtmak üzere dört ana boyutu incelemişlerdir. Bu atölye oturumu katılımcılara işletmelerini müşterilere ve diğer paydaşlara nasıl sunacaklarını açıklamak açısından kritik öneme sahipti, çünkü ürünlerini müşterilerinin gözünden anlamak noktasında genellikle zorluk yaşıyorlardı. Bu bağlamda, katılımcılar aşağıdaki hususları öğrenmişlerdir:

- ◆ müşterilerinin ilgisini artırmak (ilgi)
- ◆ çözümün neden şimdi gerekli olduğunu ve hangi aşamada olduğunu açıklamak (zaman)
- ◆ neyin gerekli olduğunu ve neden önemli olduğunu açıklamak (analiz)
- ◆ müşterileri ve işletmeleri açısından faydaları açıklamak (vizyon).

Bu bağlamda katılımcılar atölye süresince aşağıdaki soruları yanıtlamışlardır:

- ◆ İlgi:
 - Bu işi yapmak açısından temel ihtiyaçlar ve sorunlar
 - Bu sorunları çözmek için önerdiğiniz çözümler / fikirler
- ◆ Zaman
 - Bu çözüm neden şimdi önemli?
 - Bu fikrin potansiyeli?
 - Fikir / çözüm aşaması
- ◆ Analiz
 - Şu anda fikriniz için neye ihtiyacınız var?
 - Bu fikrin müşteri açısından faydaları
- ◆ Vizyon
 - Müşteri neden sizinle çalışmalı?
 - Bu çözümün siz ve müşteri açısından faydaları neler olacak?

Bu soruları yanıtladıktan sonra katılımcılardan cevaplarına uygun olarak satış sunumlarını hazırlamaları istenmiştir.



Ödevler ve Sürekli Özel Ders Desteği

Projenin dördüncü haftasında katılımcılar WhatsApp kanalı üzerinden duyuru ve program gündemi hakkında bilgi almıştır. Bu bağlamda ödevlere ilişkin bağlantılar Arapça ve Türkçe olarak hazırlanan Miro ve Google Form olmak üzere iki formda 68 katılımcıyla paylaşılmıştır.

Katılımcılar atölye oturumunda dördüncü haftanın ödevi ile ilgili ta-nıtımı alırken, rehberlik konusunda proje ekibine ve eğitmenlere WhatsApp üzerinden müracaat etmişlerdir. Eğitmenlerimiz ödevlerin yapılmasında ilgili yardım ve bilgileri sağlamış-lar ve katılımcılara satış sunumlarını hazırlama süre-cinde rehberlik etmişlerdir.

Hafta boyunca eğitmenler ve kolaylaştırıcılar, katılımcıların işletmelerini ve çözümlerini müşterilerin bakış açısından görmekle güç-lük çektiklerini, bunun da satış sunumlarının hazırlanmasında zorluk yarattığını tespit etmiştir. Genellikle ürünlerinin / hizmetlerinin işlevlerine ve ni-teliklerine odaklandıkları, ancak bu ürünlerin / hizmetlerin



müşteriler için faydalarına dikkat etmedikleri gözlenmiştir. Bu nedenle, eğitimciler ve kolaylaştırıcılar, ürünlerini ve hizmetlerini tanıtırken müşterilerini anlamının ve onların acılarını / ihtiyaçlarını yansıtmak için onlarla empati kurmanın önemi hakkında katılımcıların bilgilerini artırmaya çalışmıştır.

Buna ek olarak, dördüncü hafta boyunca katılımcılar, diğer katılımcıların işletmeleri ve fikirleri hakkında daha fazla bilgi edinmek istediklerini belirtmişlerdir. Programı ve diğer faydalanıcıları sahiplenip onlara ilgi gösterdikleri için, bu husus proje açısından kritik bir dönüm noktasıydı. Bu öneriyi değerlendiren uygulama ekibi, katılımcılar arasında bir akranlı öğrenme oturumu olarak da hizmet veren bir çevrimiçi ağ iletişimi oturumu planlamıştır. Katılımcılardan iş fikirlerini ve iletişim bilgilerini Whatsapp üzerinden diğer katılımcılarla paylaşmaları istenmiştir.

Etkinlik sırasında tüm eğitimlere katılmayan katılımcıların bile bu ağ iletişimi oturumuna katılmaya istekli oldukları gözlenmiştir. Buna ek olarak, katılımcılar gelecekte işbirliği kurmak için gerek diğer katılımcıların gerekse benzer veya birbirleri ile etkileşim halinde olan tamamlayıcı iş alanlarındaki bazı katılımcıların fikirlerini okumuşlardır. Bu, programa sahip çıkmaya başladıkları için katılımcılar açısından değerli bir öğrenme deneyimiydi. Kritik gözlemlerden biri, katılımcıların bu oturumdan sonra ödevlerde birbirlerine yardım etmeye başlamalarıdır; ki bu da program içinde bir topluluk kimliği geliştirmeye başladıklarını göstermektedir. Gelecek hafta, katılımcılar arasında akran öğrenimini ve işbirliğini teşvik etmek amacıyla bu ağ iletişimi oturumuyla ilgili daha ileri adımlar atılmıştır.

Mentorluk

Girişimcinin Adı	Toplantı Notları	Eylem öğeleri
Faydalanıcı 1	Şimdi ahşap ve mobilya imalatından kaynaklanan taleşleri kullanmak için büyük bir mobilya şirketi ile işbirliği yapıyor. Pres makinesini sözleşme yapacağı firmanın atölyesine taşımayı düşünüyor. Kendisine sunulan ortaklık fırsatını incelemesi gerekiyor. Kâr elde etmenin ve maliyetleri düşürmenin en iyi yolunu bulmalı. Rakiplerini tanımak, pazara girmek ve daha da genişlemek açısından önemlidir.	• Şirket ile akdedilecek anlaşmayı ve bu anlaşmadan ve ortaklıktan kendisinin sağlayacağı faydayı incelemek, şirket ile müzakerede önemli noktaları ve kazançları ortaya koymak • Piyasadaki rakipleri incelemek ve ona en yakın rakipleri belirlemek • İşletmesi için pazarın büyümesi hakkında bilgi edinmek ve ürünlerini geliştirme konusundaki avantajlarını belirlemek

Faydalanıcı 2	Ürünleri satmak için genişlemeye çalışıyor ancak şirket satışlarını geliştirmeye yönelik bir planı yok. Satışlarını artırmak için Türkiye dışına genişlemesi gerekiyor.	• Ürünlerini piyasaya ve rakiplerine uygun bir şekilde fiyatlandırmak • Şirketini ve ürünlerini pazarlamak için Türkiye dışından ortaklarla anlaşmalar yapmak
Faydalanıcı 3	Dükkânlar ve ticari kafeler için yaptığı çadırları satmak konusunda işletmesini daha çok pazarlamalı. Şanlıurfa dışında genişlemesi için büyük fırsatlar var. İşletmesini iyi tanıtması ve konumlandırması ve genişleyip gelirlerini artırması için bir eylem planı hazırlaması gerekiyor. Eskişehir pazarına girmeyi planlıyor. Şehrin bu tür işlere olan talebi ve çadır, kurulum ve bakım hizmetlerine verilen yüksek siparişler nedeniyle orada ürün ve hizmetlerini talep eden birçok müşteri var.	• Eskişehir'deki işletmesini pazarlamak için bir pazarlama planı hazırlamak. • Sosyal medya platformlarında pazarlama kanallarını ve faaliyetlerini genişletmek • Eskişehir'deki müşterilerle iletişim kurmak
Faydalanıcı 4	• Faydalanıcı herhangi bir mentorluk oturumuna katılmadı.	
Faydalanıcı 5	İşini dijitale dönüştürmek ve çevrimiçi platformlarda sergilemek için bilgisini ve teknik birikimini güçlendirmeli.	• Maliyetlere ilişkin finansal tahminler hazırlamak ve bu maliyetlerin doğru bir değerlendirmesini yapmak • Dijital ve çevrimiçi platformlar hakkındaki bilgilerini güçlendirmek
Faydalanıcı 6	Viveka ekibi dondurmayı aldı ve ürünün farklı lezzetlerini test etti. Test uzmanlarının çoğu, çoğu ürün için yüksek puan verdi. Ürünün açıkça güçlü bir çekiciliği var. Artan talebi var ve mutlu müşterileri hedefliyor; ki bu da bir öncelik haline gelecek. Teknik nedenlerden dolayı, girişimcinin diğer şehirler için bir teslimat şirketi ile çalışmaya başlaması fizibil değil.	• Test uzmanlarının geri bildirimlerine göre ürünlerinin görsel yönü üzerinde çalışmak • Yeni satış kanalı seçenekleri ve fiyatları hakkında daha fazla tartışma yapmaya karar verdi

Faydalanıcı 7	Bazı giyim tüccarlarından işbirliği teklifleri aldı, bu yüzden en iyi teklifleri incelemek için çalışıyor. Haber TV kanallarından biriyle röportaj yaparak kendini iyi bir şekilde pazarladı. Şimdi moda ve tasarım markası için kendi Instagram sayfasını açmak için çalışıyor. Şirketin hedeflerine ulaşmak ve markasını güçlendirmek için uygun bir pazarlama planı hazırlaması gerekiyor. Daha fazla kâr ve gelir elde etmek için kullanması gereken genişleme fırsatlarına sahip.	• Üzerinde çalıştığı yeni tasarımları kendi markasının Instagram sayfasında pazarlamak (https://www.instagram.com/yocha) • Rakipleri incelemek; pazara giriş ve genişleme hakkında bir karşılaştırma yapmak, rekabetçi fiyatları ve pazarda ihtiyaç duyulan giyim tasarımlarını bilmek. • Tüccarların yaptıkları teklifleri incelemek ve markayı ve moda tasarımlarını tanıtmak amacıyla iş anlaşmaları yapmak için çalışmak • Piyasanın durumunu ve bu anlaşmaları imzalayarak elde edebileceği kârları incelemek
Faydalanıcı 8	Burcu ile bir toplantıyı koordine etmek gittikçe zorlaşıyor, çünkü çok fazla iş ve seyahatle birlikte serbest çalışması yoğunlaştı. Ocak ayında ürününü farklı kanallardan lanse etme planı üzerinde çalışıyor. Yüksek sezon ve fiyatlar dalgalanıyor; fiyatlandırmaya yardımcı olmak önemli.	• Ocak ayına kadar hazırlanacak ürün yelpazesi ve koleksiyonlar üzerinde çalışmak
Faydalanıcı 9	Şu anda, kendi makineleriyle farklı ahşap türleri kullanarak ürettiği dekoratif saatler ve hediyeler gibi yeni ürünleri tanıtmak için çalışıyor. Çalışmalarını genişletmek ve yeni bir gelir kaynağı bulmak için pazarın bu bölümüne girmeye çalışıyor. İşletmesi için yeni gelir akışları yaratması gerekiyor. Bu nedenle dekoratif ürünler için tasarımlar yaparak yeni ürünler tanıtmaya ve daha geniş bir ürün yelpazesi geliştirmeye çalışıyor.	• Bu pazardaki rakiplerini ve bu ürünleri kimin sattığını ve kendisine sunulan fırsatları belirlemek • Rakiplerini ve sunabileceği ürünleri incelemek • Yeni ürünler pazarlamak • Pazara girmek için net bir satış planı ve pazarlama planı geliştirmek ve karşılaşılabileceği zorlukları ve tehditleri anlamak

Faydalanıcı 10	Türk Kızılayı'ndan birçok ekran parçası ve araç aldı ve şimdiden reklam ekranları üretmeye ve satmaya başladı. Kaliteli ürünler, müşteri memnuniyeti ve itibar sağlayarak işini müşteriler üzerinden pazarlamaya çalışmalı. Satış konusunda iyi bir tecrübeye sahip ve şu anda müşterilerin ürünlerine olan güvenini güçlendirmek ve satış sonrası hizmetler sunmak için çalışıyor.	• Ürünleri, teklifleri, şirketiyle ilgili bilgileri, tecrübelerini vb. tanıtarak işletmesi için gerekli dosyaları hazırlamak. • Reklam ekranlarına ihtiyaç duyan küçük şirketlere yönelik ihaleler aramak
Faydalanıcı 11	Yeni ürünler tanıtmada konusunda zayıflığı var. Piyasadan korkuyor ve kış döneminde çalışıyor, bu da çalışmalarını birçok sorunla karşı karşıya bırakıyor. Yoğun dönemlerde kârını artırmanın yollarını belirlemesi gerekiyor. Ürünlerini Türkiye pazarına sunmalı ve ortaklıklar kurmaya çalışmalı.	• Kış dönemi için dondurma ile birlikte sıcak ve soğuk tatlı üretimini incelemek • Kış döneminde ürünlerini satın alabilecek Türk firmaları ile iletişim kurmak
Faydalanıcı 12	İşletmesinin gelecekteki vizyonunu oluşturmada zayıf bir noktaya sahip ve genişleme ve yatırım, finansman veya hibe alma korkusu var. Şimdi, kameralara bağlı evler ve diğer yerler için bir koruma sistemine odaklanmak ve yerlerin içindeki ve dışındaki çocukları ve hayvanları izlemeye yardımcı olmak istiyor. Çocuklar için özel kol saatlerine gelince, bu gelecekteki bir ürün olacak. Hükümet veya sivil toplum kurum veya kuruluşlarından destek almak için araştırmalarını genişletmeli.	• İlk prototipi yapmasına yardımcı olacak gerekli öncelikleri ve bunun üretimi için gereken süreyi belirlemek • İlk kamera prototipini geliştirmek ve oluşturmak için finansman kaynakları ve destek aramak • Rakipler ve ürünleri hakkında araştırma yapmak
Faydalanıcı 13	Son oturumda sorulan notlar ve dosyalar üzerinde çalışmadı. İşletmesini geliştirmesi ve hizmetine daha fazla müşteri ve şirket çekmesi gerekiyor. Atölyeyi daha geniş bir alana genişletmek için sermaye açısından kendisini destekleyecek bir ortağı olacak. Net bir iş planı hazırlamadı ve işletmesini pazarlamada zayıf yönleri var.	• Yeni şirketler için daha fazla ürün satarak (kıyafetlere baskı yaparak) hizmetlerini pazarlamak • Genişleme ve pazarlama planı geliştirmek • Tedarikçi olarak bir veya iki şirketle anlaşma yapmak • Gelirleri artırmak için daha büyük ve daha fazla sayıda şirketle anlaşma yapmak

Faydalanıcı 14	Şimdi bir eylem ve iş planı geliştiriyor. Laboratuvarlar için üretim hatlarının hazırlanması amacıyla yeni çözümler ve ürünler bulmaya çalışıyor.	• Daha büyük pazarı incelemek • Ürün ve hizmetlerini konumlandırmak için en iyi fiyatlandırmayı bulmak • Uluslararası ve iç piyasa fiyatlarını incelemek
Faydalanıcı 15	Şu anda hizmetleri için çok fazla sipariş var ve şimdi hizmetlerini daha fazla sayıda alana sunarak genişliyor. Şimdi vitrinleri ve bunların kurulumunu satmak için toptan satış pazarına girmeye çalışıyor.	• Toptan satış pazarı ve pazar dinamikleri hakkında araştırma yapmak • Toptan satış pazarındaki rakipler hakkında araştırma yapmak
Faydalanıcı 16	Mantar yetiştirmek ve bunları uygun araçlarla donatmak için ikinci bir çadır inşa etmeye çalışıyor. Mantar üretmesini isteyen ve başka bir şehirde bulunan bir şirketle sözleşme yapma sürecinde. Şimdi şirketi için bir logo yaratıyor. Sürdürülebilir bir işi var. İş genişletmek, yeni müşteriler edinmek ve daha fazla kâr elde etmek üzere daha fazla fırsat yaratmak için deneyime ve net bir vizyona sahip.	• Bilgi toplamak ve kendi ürünleri ile rakiplerin ürünleri arasında karşılaştırma yapmak • Gelecek için bir iş ve pazarlama planı geliştirmek • Ürünlerini ve şirketini tanıtmak için afiş ve broşürler hazırlamak ve dağıtmak • İşini genişletmek için ürününe ihtiyaç duyan şirketler hakkında yeterli veri toplamak
Faydalanıcı 17	Pazarlama alanında ve pazara girme ve genişleme yöntemi konusunda kendisini geliştirmeli. Piyasada rekabet edebilmek için bir plan oluşturmalı ve spesifik amaçlar belirleyip bunlara ulaşmak için bir eylem planı hazırlamalı.	• Rakipler ve ürünleri/hizmetleri hakkında bir çalışma yürütmek • Pazarın büyüklüğünü incelemek • İşini, şirketinin büyüklüğüne ve kaynaklarına uygun bir şekilde büyütme
Faydalanıcı 18	İşinde başarıya ulaşmasına yardımcı olması açısından işini pazarlamak ve fikirlerini güncelleyip geliştirmek konusunda daha fazla çalışmalı. Yavaşlığının ve yapısızlığının üstesinden gelmek için hedefler koyması ve bir eylem planı izlemesi gerekiyor.	• Gelecek dönem için hedeflerini belirlemek • Şirketini ve ürünlerini pazarlamak için kış dönemini kullanmak • Önümüzdeki dönemde bal satın alabilecek yeni müşteriler ve firmalar aramak • Şehrinde bal satan rakipleri incelemek, bunların işletmeleri ve ürünleri hakkında bilgi toplamak

Faydalancı 19	Şu anda pazara kabul edilebilir boyutlarda çeşitli ürünler sunmak için çalışıyor. Ürünlerle ilgili olarak her ürün hakkında fiyat teklifleri içeren bir dosya hazırladı.	• Instagram hesabını aktif ederek ürünleri için bir pazarlama planı hazırlamak • Fikirlerini paylaşmak ve ürünleri sosyal medya platformlarında tanıtmak
Faydalancı 20	Ambalaj ürün ve hizmetlerinin fiyatlarındaki rekabetin yoğunluğu nedeniyle piyasadaki ürünlerin fiyatlandırılmasında sorun yaşıyor. Kapsamlı pazar araştırması yapması gerekiyor.	• En yakın rakipleri araştırmak ve piyasadaki fiyatlarını incelemek • Sürdürülebilir satışları sağlamak için ürünlerinin fiyatlarını sürekli güncellemek

5. Hafta: Piyasa, Rakip Analizi ve Fiyatlandırma Eğitimi

Bu haftaki eğitim, Faydalancıların ürünlerini veya hizmetlerini daha sürdürülebilir ve etkili bir şekilde konumlandırma becerilerini artırmalarına yardımcı olmak için piyasa analizi, rakip analizi ve fiyatlandırmaya odaklanmıştır. Bu bağlamda katılımcılar aşağıdaki başlıklar hakkında daha fazla bilgi edinmişlerdir:

Değerin ömrünü uzatmak için stratejiler ve taktikler nelerdir?

- ◆ Piyasa tanımı
- ◆ Piyasa büyüklüğü
- ◆ Piyasa büyüme oranı
- ◆ Rakip analizi
- ◆ Piyasa özellikleri
- ◆ Fiyatlandırma
- ◆ Fiyatlandırma ve risk yönetimi

Genellikle geleneksel sektörlerde faaliyet gösteren Faydalancılar, hedef pazarlarının ihtiyaçlarını belirleme ve anlamada güçlük çekmektedir ve bu durum eğitim süresince ele alınmıştır. Bu bağlamda, katılımcılar yukarıda belirtilen konular hakkında kapsamlı bilgi edinirken, pazar araştırmasının nasıl yapılacağı ve pazar ve rakip analizi için hangi bilgi kaynaklarının kullanılabileceği konusunda kapsamlı bilgi edinmişlerdir. Eğitimciler ayrıca, yararlı bulunan Google gibi basit araçları kullanarak pazar büyüklüklerini ve pazar büyüme oranlarını belirlemenin bazı yollarını göstermişlerdir.

Katılımcılar ayrıca, piyasa analizinde önemli bir rol oynayan üç farklı kavram arasındaki farkı



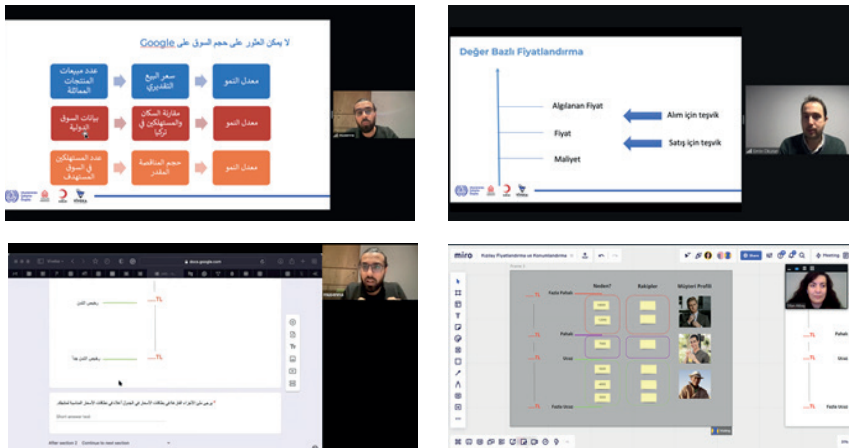
da anlamışlardır: toplam kullanılabilir pazar (TAM), hizmet verilebilir kullanılabilir pazar (SAM) ve hizmet verilebilir elde edilebilir pazar (SOM). Eğitim konuları arasında pazar ve rakip analizi için önemli çerçevelerden biri olan ve bir iş ortamında faaliyet göstermek için aşağıdaki güçleri analiz eden Porter'ın Beş Gücü analizi de vardı:

- ◆ Müşteri pazarlık gücü
- ◆ Yeni girenlerin tehdidi
- ◆ Tedarikçi pazarlık gücü
- ◆ İç rekabet
- ◆ İkame tehdidi

8 Aralık'ta düzenlenen eğitim ve atölye oturumuna toplam 45 kişi katılmıştır. Aynı anda Arapça ve Türkçe birer oturumun yapıldığı oturumlara iki kolaylaştırıcı ve iki eğitmen katılmıştır.

Atölye süresince katılımcıların o hafta öğrendiklerini uygulamaya koymaları için Miro üzerinde bir alıştırmaya yapılmıştır. Katılımcıların Arapça ve Türkçe olmak üzere tercih ettikleri dili seçebilmeleri için iki ayrı Miro panosu hazırlanmıştır. Ayrıca Miro'ya erişmekte veya kullanmakta güçlük çeken katılımcılar için orijinal alıştırmaya basitleştirilerek bir Google Formuna dönüştürülmüş ve atölye oturumu sırasında her iki dilde de ilgili katılımcılarla paylaşılmıştır.

Atölye oturumunda katılımcılar, ürün/hizmetlerinin pazara ve rakiplerinin fiyatlandırmasına uygun şekilde konumlandırmasını gösterecek bir matris oluşturmuşlardır. Pazar-daki ürün / hizmetler için dört ana fiyat ölçeği belirlemişler ve her fiyat konumlandırmasının neden ve hangi müşteri profillerine uyduğunu açıklamışlardır.



Screenshots from the Week 5 training and workshop sessions:

Ödevler ve Sürekli Özel Ders Desteği

Projenin beşinci haftasında katılımcılar WhatsApp kanalı üzerinden duyuru ve program gündemi hakkında bilgi almaya devam etmiştir. Bu bağlamda ödevlere ilişkin bağlantılar Arapça ve Türkçe olarak hazırlanan Miro ve Google Form olmak üzere iki formda 68 katılımcıyla paylaşılmıştır.

Katılımcılar atölye oturumunda beşinci haftanın ödevi ile ilgili tanıtımı alırken, rehberlik konusunda proje ekibine ve eğitmenlere WhatsApp üzerinden müracaat etmişlerdir. Eğitmenlerimiz ödevlerin yapılmasında ilgili yardım ve bilgileri sağlamışlar ve katılımcılara ürünlerini / hizmetlerini pazarda nasıl konumlandıracaklarını anlamada rehberlik etmişlerdir.

Bu hafta katılımcılar hakkında önemli gözlemler biri, piyasada iyi olmadıkları ve piyasadaki ürünlerini/hizmetlerini konumlandırma noktasında zorluk yaşadıklarıydı. Eğitim ve sürekli özel ders desteği sonucunda, eğitmenler katılımcıların rakiplerinin ve pazarın fiyatlandırma stratejileri hakkında kapsamlı bilgiye sahip olmadıkları sonucuna varmışlardır. Buna ek olarak, katılımcıların kendi fiyatları ile piyasa fiyatları arasındaki ilişkiyi ve fiyatlarını buna göre nasıl belirleyeceklerini anlamadıklarını belirtmek gerekir. Hafta boyunca eğitmenler eğitim, ödevler ve okuma listesi vasıtasıyla bu kavrama gücünü arttırmaya çalışmışlardır.

Bir önceki haftanın ağ iletişimi oturumlarının ardından katılımcılarla ilgili tanıtım bilgileri detaylı olarak incelenmiştir. Her katılımcı, benzer bir alanda faaliyet gösteren en az bir katılımcıyla eşleştirilmiş ve daha fazla ağ iletişimi kurmaya devam etmek isteyenler için eşleştirme listesi katılımcılarla paylaşılmıştır. Katılımcılardan bazıları, hali hazırda diğer katılımcıların sosyal medya hesaplarını takip etmeye başladıklarını bildirmiştir. Ayrıca eğitimlerde birbirleriyle daha fazla etkileşime girmeye başladıkları ve ilgili katılımcılarla WhatsApp üzerinden şirketleri hakkında daha fazla bilgi paylaştıkları da gözlemlenmiştir.



Mentorluk

Girişimcinin Adı	Toplantı Notları	Eylem öğeleri
Faydalanıcı 1	İş baskısı nedeniyle kendisinden istenen dosyalar üzerinde çalışmadı. Mobilya firmaları üretimde sıkıntı yaşadığından talaş kalıntısı sıkıntısı söz konusu oldu. Bu nedenle, diğer şehirlerden bazı hammaddeleri toplamaya ve depolamaya çalışıyor. Piyasayı daha esnek bir şekilde ele alarak kendisi ve işi üzerinde daha çok çalışması gerekiyor. Rakiplerin fiyatlarını bilmesi ve ürünlerini piyasaya ve fiyatlara göre satması gerekiyor.	- Piyasadaki rekabeti ve talaştan hammadde elde etmek için işbirliği yapılması gereken şirketleri incelemek - Makinelerini çalıştırmak ve kışın işini sürdürmek amacıyla kış için birçok malzeme toplamak ve depolamak
Faydalanıcı 2	Çalışması sabit, güncel bir gelişme yok. Piyasada bir durgunluk var. Sebze veya meyve dışındaki ürünleri satmak için bazı fırsatlar var.	- Ürünlerini piyasaya ve rakiplerinin konumlandırmasına uygun bir şekilde fiyatlandırmak - Şirketini ve ürünlerini pazarlamak için Türkiye dışından ortaklarla anlaşmalar yapmak - Uluslararası piyasa hareketleri ve rakip fiyatları doğrultusunda malzeme ve fiyat tablosu oluşturmak - Tedarikçilerden satın almak yerine sebzeleri kendisi yetiştirmek için çalışmak
Faydalanıcı 3	Artık net bir vizyonu ve planı var; büyüyebiliyor, çok gelir elde edebiliyor ve şirket için yeni kâr hatları üretebiliyor. Eskişehir pazarına girmek isteyen potansiyel rakipleri incelemeli. Rakiplerin rekabet düzeyi ve hizmet özellikleri, teklifleri ve fiyatları hakkında daha fazla bilgi edinmeli.	- Büyüme ve genişleme hedeflerini belirlemek ve bunlara ulaşmak için net bir plan takip etmek - İşletmesi için sosyal medya hesapları oluşturmak - Çalışmalarını, ürünlerini ve hizmetlerini kentte tanıtmak için Eskişehir'deki tanıdıklarıyla birlikte bir plan geliştirmek ve hizmetleri için pazarlama broşürleri dağıtmak
Faydalanıcı 4	Faydalanıcı herhangi bir mentorluk oturumuna katılmadı.	

Faydalanıcı 5	Dijital işinin varlığını daha da geliştirmesi gerekiyor. Zayıf ilişkiler çalışmalarının genişlemesini etkiliyor, iş ağını arttırmalı ve güçlendirmeli.	İstanbul pazarı gibi Türk şehirlerinin geri kalanında işini genişletmek için daha büyük bir ağa ulaşmak
Faydalanıcı 6	Teslimat ve isim hakkı kullanma ("franchising") seçenekleri tartışıldı. Kanalların yüksek komisyon oranları talep ettiğini söyledi. Diğer ürünlerin içinde konumlanmak istemiyor; bu nedenle, herhangi bir ortaklık modeli oluşturmak konusunda isteksiz ve doğrudan satışa odaklanmak istiyor.	Fiyatlandırma açısından ürün sınıflandırması hakkında düşünmek
Faydalanıcı 7	Kendi bölgesinde ve Mersin şehrinde bulunan rakipleri inceledi. Çalışmaları ve sunduğu moda ile ilgili broşürler dağıtması gerekiyor. Çalışmaları başarılı, ancak daha hızlı bir şekilde geliştirmesi gerekiyor.	- Modası ve tasarımları hakkında broşür hazırlamak - Yararlanabileceği pazar fırsatları hakkında bir araştırma yapmak - Rakiplerin zayıf yönlerini ele almak için bunları incelemek
Faydalanıcı 8	Mevcut çizgisine tematik bir koleksiyon yaklaşımı oluşturmayı düşünüyor. Bunu, ürünlerini paketleyerek yapmak istiyor, böylece müşteri başına sepet boyutunu artırabiliyor. İyi bir ürün, nispeten yeni bir marka ve Burcu iyi satışlar yaptı ancak operasyonel olarak pazarlama ve müşteri gelişimi açısından sürekliliği sağlamak için ürün tasarımı, operasyonlar ve pazarlama konularında iyi bir desteğe ihtiyacı var.	- Görevleri izin veriyorsa, Ocak ayında mentoru ile daha fazla oturum düzenlemek - Paketleme seçeneği üzerinde daha fazla çalışmak
Faydalanıcı 9	Şimdi ürünleri için broşür hazırlamaya çalışıyor. İşini geliştirmek için pazarlama becerileri üzerinde çalışması gerekiyor. Fikirlerinde netlik eksikliği var. Bu nedenle, çalışmalarına odaklanmalı ve satılacak ürünler hakkında bilgi toplamak için saha ziyaretleri yapmalı.	- Pazardaki rakipleri hakkında bilgi toplamak ve ürünleri için iyi teknikler / indirimler yapmak - Piyasaya süreceği yeni ürünlerin durumunu incelemek - Ürünlerinin Çiçeksepeti üzerinden piyasaya sunulmasını incelemek

Faydalanıcı 10	Yeni müşteriler kazanmak için ürünlerinin tekliflerini pazara iyi anlatması gerekiyor. Genişlemek ve yeni müşteriler kazanmak ve işinin en yakın rakiplerini tanımak için hedefler ve bir pazarlama planı belirlemeli.	• Alandaki rakiplerin karşılaştırmalı bir incelemesini yapmak ve ürünlerinin fiyatlarını piyasa ve rakiplerin fiyatları ile orantılı olarak belirlemek • Pazardaki iş hedeflerini, genişlemeyi ve büyümeyi tanımlamak için üzerinde çalışılacak yıllık veya altı aylık bir pazarlama planı hazırlamak
Faydalanıcı 11	Ankara' da kış mevsimlerinde dondurma ürünlerindeki zayıf satış nedeniyle çalışmalarını başka bir şehre nakletme sürecini araştırıyor. Daha fazla gelir elde etmek için uygun fiyatlar belirlemeli.	• Girmesi gereken pazarlar ve yeni tedarikçilerle nasıl anlaşmalar yapabileceği üzerine bir araştırma gerçekleştirmek • Fiyatlandırma sistemini ve uygun fiyatları nasıl belirleyebileceğini incelemek • Rakiplerin fiyatlarını araştırmak ve müşterilerin ürün fiyatları hakkındaki görüşlerini almak
Faydalanıcı 12	Pazarı genişletmek için ürüne ihtiyaç duyan müşterileri arama-sı, müşterilerle ilişkiler kurması ve ürünler ve pazar hakkındaki geri bildirimlerini alması gerekiyor. Birçok fikri var, ancak ürünü oluşturmak ve piyasaya sürmek için daha hızlı odaklanmalı ve karar vermeli.	• Bir pazarlama planı geliştirmek • Bir Instagram sayfası açmak • Ürünü pazarlamak ve hazır olduğunda satmak için şu andan itibaren iyi bir müşteri tabanı oluşturmak • Şirketin büyümesini incelemek • Sosyal medya platformlarında şirketine ve ürüne bir marka oluşturmak
Faydalanıcı 13	Piyasada rekabet edebilmek için iyi bir fiyatlandırma sistemi bulmaya çalışıyor. Zayıf satış stratejisi, onun için daha yüksek gelir elde etmede sorunlara yol açıyor. Kurumsal müşterilerle müzakere etmekte zayıflığı var. Müşterilerin ihtiyaçlarına uygun kalite için iyi bir fiyat sunarak iyi müzakereler yapmalı.	• Özellikle rakiplerin fiyatlarını ve yüksek ve düşük kaliteli ürünlerin fiyatlarını analiz ederek büyük bir pazar araştırması yapmak suretiyle kendi ürünleri için bir fiyatlandırma sistemi üzerinde çalışmak • Hizmetlerini talep eden şirketlerin müşterileri ve sahipleri ile iyi müzakere etmek üzerinde çalışmak

Faydalanıcı 14	Endüstriyel üretim hatlarını uluslararası pazara sunarak piyasada iyi bir genişleme sağlamaya çalışıyor.	• Rakipler, nasıl çalıştıkları ve piyasada sundukları ürünler, özellikler ve fiyatlar hakkında araştırma yapmak • Piyasa fiyatları ile orantılı olarak fiyatları güncellemek
Faydalanıcı 15	• Faydalanıcı bu hafta hastaydı ve oturum ertesi hafta telafi edildi.	
Faydalanıcı 16	Mantar üretimini artırmak için çalışıyor. Ürünlerinin pazarda rekabet edebilmesi ve genişleyebilmesi için uygun fiyatlandırmayı incelemesi gerekiyor.	• Mersin'deki firmalar ve fiyatları hakkında bilgi toplayıp piyasayı incelemek suretiyle ürünlerinin fiyatlandırılması ve konumlandırılması konusunda araştırma yapmak • Mersin ve çevresindeki mantar tedarikçilerini ve distribütörlerini takip etmek • Pazardaki işini genişleten ve gelirlerini artıran bir fiyat sağlamak için müşterilerden uygun mantar fiyatları hakkında geri bildirim toplamak
Faydalanıcı 17	Önceki haftalarda tartışıldığı gibi ürünlerini, özelliklerini ve fiyatlarını sunan bir dosya hazırladı. Pazarda rekabet edebilmek için genişlemesi ve rakiplerini iyi bir şekilde anlaması, yeni özellikler sunmaya çalışması gerekiyor.	• İş için pazarlama planı üzerinde çalışmak • Ürünlerini ve hizmetlerini satmak için bir plan geliştirmek amacıyla çalışmak
Faydalanıcı 18	Arı kraliçelerini arı kovanlarına koymak ve bir arı sütü ürününü ve daha fazlasını piyasaya sürmek için bir plan ortaya koydu; gelir kaynaklarını çeşitlendirmek istiyor Rakiplerin zayıf yönlerini inceledi ve bal ve arı sütü satmak için iyi gelir yöntemlerini ortaya koyarak elinde bulunan fırsatlardan yararlanmaya çalışıyor. Ayrıca arı kraliçelerini elde edip gelecek sezon boyunca çoğalttıktan sonra satmak konusunda çalışıyor.	• Şirketinin sosyal medya sayfalarını açmak • Gelecek sezonda bal satmak için müşterileri çekmenin ve bilgi tabanını genişletmenin yollarını bulmak • Hatay şehrinde müşteriler ve rakipler üzerinde araştırma yapmak, • İş hedeflerini belirten bir plan geliştirmek

Faydalanıcı 19	İş ürünlerinin çoğunu Irak'a ihraç ediyor. İşini genişletiyor ve iyi bir iş planı var. Sadece ürünlerini daha fazla tanıtmaları gerekiyor.	• Ürünlerini Irak'a ihraç eden rakipler üzerinde araştırma yapmak • Yabancı şirketler ve yerel rakipler açısından pazarın karşılaştırmasını yapmak ve pazarın büyüklüğünü incelemek
Faydalanıcı 20	Müzakere etmek ve başarılı anlaşmalar yapmak noktasında daha fazla deneyim kazanmalı. Ayrıca piyasadaki arz ve talep hakkındaki bilgilerini arttırması gerekiyor.	• Ürünleri için fiyat planı ve teklifler hazırlamak • Rakipler üzerinde araştırma yapmak • Şirketi hakkında tek sayfalık bir dosya hazırlamak

6. Hafta: Müşteri Odaklı Tasarım Eğitimi

Altıncı haftada eğitim, katılımcıların ürünlerini / hizmetlerini geliştirmek için müşterilerin bakış açısına yeni bir perspektif kazanmalarına yardımcı olmayı amaçlamıştır. Bu sadece görsel taraf için değil, aynı zamanda müşterinin nasıl hissettiğini, okuduğunu, gördüğünü, motive olduğunu, hatırladığını, dikkat ettiğini ve nihayetinde bir satın alma işlemi yaparken nasıl kararlar aldığını anlamak açısından da önemlidir. Her boyut için, katılımcılar müşterilerin dikkatini daha fazla çekmeye ve ürünlerini satın almaya veya kullanmaya yönlendirmeye yardımcı olacak bazı püf noktaları ve teknikler öğrenmişlerdir. Bu eğitimle katılımcılar, satın alma sürecinde gerekli eylemleri gerçekleştirebilmek için müşterilerini ve onların düşünme, anlama ve davranış biçimlerini tanımışlardır.

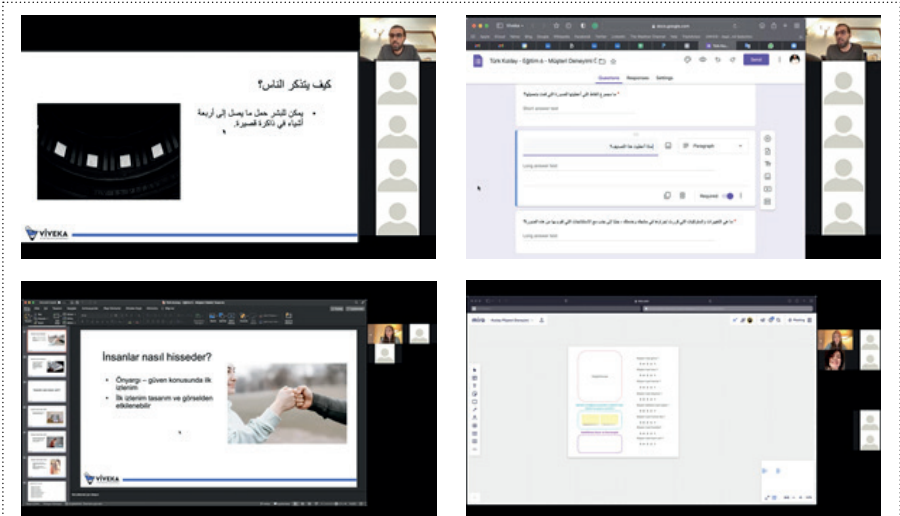
15 Aralık'ta düzenlenen eğitim ve atölye oturumuna toplam 41 kişi katılmıştır. Aynı anda Arapça ve Türkçe birer oturumun yapıldığı oturumlara iki kolaylaştırıcı ve iki eğitmen katılmıştır.

Atölye süresince katılımcıların o hafta öğrendiklerini uygulamaya koymaları için Miro üzerinde bir alıştırmaya yapılmıştır. Katılımcıların önceki haftalarda Arapça ve Türkçe olmak üzere tercih ettikleri dili seçebilmeleri için iki ayrı Miro panosu hazırlanmış olsa da; Suriyeli katılımcılar geçmiş haftalarda Miro panolarını kullanmayı tercih etmedikleri için bu haftadan itibaren Arapça versiyonu hazırlanmamıştır. Bu bağlamda, Miro'ya erişmekte veya kullanmakta güçlük çeken Suriyeli katılımcılar ve Türk katılımcılar için orijinal alıştırmaya basitleştirilerek bir Google Formuna dönüştürülmüş ve atölye oturumu sırasında her iki dilde de ilgili katılımcılarla paylaşılmıştır.

Atölye oturumu süresince eğitmenler ve kolaylaştırıcılar, basit bir alıştırma ile katılımcıların müşterilerin bakış açılarını anlamalarını sağlamaya çalışmışlardır. Aşağıdaki soruları yanıtlarak müşterilerin bakış açısından bir fotoğrafı analiz etmeleri istenmiştir:

- ◆ Müşteri nasıl görüyor?
- ◆ Müşteri nasıl okuyor?
- ◆ Müşteri nasıl hatırlıyor?
- ◆ Müşteri nasıl dikkat ediyor?
- ◆ Müşteri nasıl motive oluyor?
- ◆ Müşteri nasıl hissediyor?
- ◆ Müşteri nasıl karar veriyor?

Ardından katılımcılar verdikleri puanları toplamışlar ve bu puanları vermenin altında yatan nedenleri açıklamışlardır. Ayrıca her soru için verdikleri puanlara göre müşterilerin hedef karar ve davranışlarını da incelemişlerdir. Bu, katılımcıların kendi ürünlerini veya diğer görsel öğelerini müşterilerin gözünden analiz etmelerine yardımcı olmak için önemli bir ödevdi ve kendi işlerine yansıtılacak değerli dersler aldılar.



6. Hafta eğitim ve atölye oturumlarından ekran görüntüleri:

Ödevler ve Sürekli Özel Ders Desteği

Projenin altıncı haftasında katılımcılar WhatsApp kanalı üzerinden duyuru ve program gündemi hakkında bilgi almaya devam etmiştir. Bu bağlamda ödevlere ilişkin bağlantılar Arapça ve Türkçe olarak hazırlanan Miro ve Google Form olmak üzere iki formda 68 katılımcıyla paylaşılmıştır.

Katılımcılar atölye oturumunda altıncı haftanın ödevi ile ilgili tanıtımı alırken, rehberlik konusunda proje ekibi-ne ve eğitmenlere WhatsApp üzerinden müracaat etmişlerdir. Eğitmenlerimiz ödevlerin yapılmasında ilgili yardım ve bilgileri sağlamışlar ve katılımcıların müşterilerin bakış açılarını anlamalarına rehberlik etmişlerdir.

Önceki haftalarda katılımcılar müşterilerinin bakış açısını anlamakta zorluklarla karşılaşmış ve eğitmenler bu zorlukların üstesinden gelmeleri için onlara farklı bakış açıları sunmaya çalışmışlardır. Katılımcıların ürünlerini müşterilerinin gözünden görmeye başladıkları gözlemlendiğinden, bu haftanın sürekli özel ders desteği ve eğitim içeriği bu eylemi desteklemekte yardımcı olmuştur. Ayrıca, bu haftaki içeriğin daha görsel ve tasarım odaklı olduğunu göz önünde bulunduran katılımcılar, ürünlerini müşteri olarak anlamayı ve görselleştirmeyi daha kolay bulmuşlardır.

Hafta boyunca katılımcılardan bazıları sosyal medya hesaplarını ve ürünlerinin fotoğraflarını WhatsApp kanalı üzerinden akranları ve eğitmenleriyle paylaşmıştır. Bu husus ürünleri / hizmetleri hakkında müşteri odaklı tasarım ve çekicilik açısından bilgi toplama konusundaki istekliliklerini gösterir; ki bu ilerlemelerinde değerli bir kilometre taşıydı.

Mentorluk

Girişimcinin Adı	Toplantı Notları	Eylem öğeleri
Faydalanıcı 1	Halen Ankara'ya yakın diğer illerden talaş almaya çalışıyor. Hammaddeleri -talaş- bulmakta bir sorunu var, çünkü mobilya pazarı bir süredir çalışmayı durdurdu.	- Onun için hammadde temin edebilen diğer şehirlerden ve mobilya fabrikalarından daha fazla satıcı aramak ve onlarla iletişim kurmak - Sosyal medya platformları aracılığıyla işini genişletmek - Müşterilere, tacirlere, tedarikçilere ve distribütörlere daha hızlı ulaşmak

Faydalanıcı 2	Kızılay'dan istediği tohumları bekliyor. Pazarı İzmir'in dışına genişletmeye ve Ankara'da da soğan yetiştirmeye çalışıyor. İşinin genişleme potansiyeli ve daha da genişlemesine yardımcı olabilecek büyük bir ağ var.	Ankara'da kendi bitkisel ürününün bulunması için bir pazar analizi yapmak
Faydalanıcı 3	Şimdi Eskişehir'de dağıtılmak üzere broşürler hazırlıyor. Çadır kumaşı tüccarlarıyla bir anlaşma yapma sürecinde ve onlara ürünlerini satmaya başladı. İşi oldukça genişletilebilir, iş ağını iyi genişletti.	- Diğer şehirlerde genişlemek için stratejik bir plan hazırlamak, fırsatları incelemek ve piyasa açısından gelecekteki tehditleri ve potansiyel riskleri öngörmek - Piyasa değişikliklerini dikkate alarak yeni fiyatlara odaklanmak
Faydalanıcı 4	Faydalanıcı herhangi bir mentorluk oturumuna katılmadı.	
Faydalanıcı 5	Şimdi kışlık giyim ürünleri üzerine çalışmasını tamamlıyor.	- İlkbahar ve kış giysileri yapmak için bir iş planı hazırlamak - İşini hızlandırmak ve uygun şekilde geliştirmek için daha fazla sipariş almak
Faydalanıcı 6	Fiyat değişiklikleri tartışıldı. Birinci sınıf bir markayı ve paketler açısından küçük porsiyon paketleri lanse ederek bir farklılaşma taktiği başlatabilir. Böylece pazarın kaymağını alma fiyatlandırması üzerinde çalışabilir.	- Birkaç organizasyona yılbaşı hediyesi göndermek (dondurma hediyeleri) - Özel paketleme üzerinde çalışmak
Faydalanıcı 7	İşinin finansal yapısını yeniden gözden geçirmelidir; kârı etkileyebilecek yanlış finansal hesaplar söz konusu. Maliyet ve giderlerin belirlenmesinde hatalar var ve bu nedenle kârlar etkileniyor.	- Giderleri ve maliyetleri doğru bir şekilde dâhil etmek - Maliyetleri inceleyerek ürünleri için uygun fiyatları belirlemek ve tahmini bir gelir çizelgesi hazırlamak
Faydalanıcı 8	İş yükü nedeniyle mentorluk seansları düzenlenemedi.	
Faydalanıcı 9	Şirketinin satış platformlarındaki çalışmalarını genişletmesi için bir banka hesabı açması gerekiyor. Çoğu banka şirketi için hesap açmayı kabul etmiyor. Mentor, yardım alması için onu Türk Kızılayı'nın topluluk merkezlerine yönlendirdi.	- Piyasadaki en çok satan ürünleri incelemek, satış platformlarındaki en güçlü ve en fazla puan alan rakipleri belirlemek - Rakiplerin güçlü yanlarını, faaliyet gösterdikleri şehirleri, kullandıkları hammadde fiyatlarını, ürün çeşitlerini, bunların nasıl üretildiklerini ve pazar avantajlarını belirlemek

Faydalanıcı 10	Rakiplerin fiyatlarını ve ürün özelliklerini inceledi. Türkiye dışında Libya pazarında ürün ve hizmetlerine yönelik siparişler var. Müşterilerinin çevresini genişletmeli, Libya pazarını uygun şekilde incelemeli ve Libya pazarındaki gelir ve kâr miktarı hakkında bir tahminde bulunmalı. Türkiye içinde ve dışında pazardaki müşterilerinin sayısında artış var. Ekonomik bir plan geliştirmesi ve çalışmalarını pazarın gereksinimlerine uyacak şekilde genişletmesi gerekiyor.	• Rakipleri incelemek, rakiplerin pazarda nerede olduğunu ve işini nerede genişletip ürünlerini daha fazla satabileceğini bilmek • Yukarıdaki eylem kalemine uygun olarak piyasaya uygun fiyatlar sunmak hususunda çalışmak
Faydalanıcı 11	Mersin'deki dondurma pazarını inceleyecek. Yoluna devam etmek için iyi bir iş stratejisi oluşturmak üzere işini ve Mersin pazarındaki markaları değerlendirmeli.	• Bilgi toplamak için bir anket yapmak, • Mersin'deki ünlü yerleri ve mağazaları gezmek ve rakiplerin güçlü ve zayıf yönlerini belirlemek • İşini Mersin'e nakletmeye karar verirse fiyatlar üzerinde çalışmak ve finansal bir çalışma ve iş planı hazırlamak
Faydalanıcı 12	Çalışmalarını hızlandırmalı ve harekete geçmek için bir strateji geliştirmeli. Önümüzdeki dönem için uygun bir iş stratejisi geliştirmeli ve ürünleriyle ilgilenen müşterilerden geri bildirim toplamalı.	• İlk ürüne ulaşmak için çalışmayı hızlandıracak bir plan hazırlamak ve uygun fiyatı belirlemek • Ürün fikrini sosyal medya platformlarında pazarlamak ve müşteri çekmeye çalışmak
Faydalanıcı 13	Çalışmasını sosyal medya platformları aracılığıyla çok fazla pazarlaması gerekiyor. Şimdi bu yeri büyütmek ve daha fazla işçi istihdam etmek için çaba sarf ediyor. Zayıf performansla sahip ve genişlemek için yeni özellikler ve çalışma yolları geliştirmeli.	• Büyük şirketlerle işbirliği kurmak için bir strateji geliştirmek • Genişlemek, daha fazla müşteriye ulaşmak ve ağını büyütmek amacıyla piyasayı bu sezonda kullanmak

Faydalancı 14	Sunduğu ürün ve hizmetlerin maliyetlerini incelemeli; daha fazla kâr elde etmek için maliyetleri düzeltmeli. Gelecek yılın hedeflerini belirlemek için işi açısından bir finansal çalışma ve plan hazırlamalı ve kârı artırmak konusunda çalışmalı.	- Finansal değerler üzerinde çalışmak: kârlar ve maliyetler - Piyasadaki rakiplerin fiyatlarını tahmin etmek ve rekabetçi fiyatlar, ürünler ve hizmetler açısından pazardaki konumunu dengelemek için çalışmak
Faydalancı 15	Daha fazla müşteri edinmek için Instagram sayfası üzerinde çalışıyor ve oğlu sayfa için iyi bir içerik yazmasına ve hizmeti ve ürünleri için fotoğraf çekmesine yardımcı olacak.	- Instagram sayfası için bir sosyal medya planı hazırlamak - Instagram sayfasında yer alacak içerik ve resimleri hazırlamak
Faydalancı 16	Rakiplerini, piyasa fiyatlarını, ürün özelliklerini ve fiyatlarını ve rakiplerinin piyasada sattığı mantar türlerini inceledi. Piyasa ile ilgili sorunlar ve yüksek fiyatlar nedeniyle satış geliri elde etmekte sorun yaşayabilir. Fiyatlarını mevcut piyasa dinamiklerine göre revize etmesi istendi.	- Yeni bir fiyatlandırma stratejisi ve ekonomik koşullara ve para birimindeki değişikliklere uygun bir plan hazırlamak - Mantar satılacak daha büyük şirketleri hedef alarak sosyal medya platformlarını daha fazla kullanmak
Faydalancı 17	Şimdi işi için İskenderun bölgesinde başka bir şube açmaya çalışıyor. Dijital araçları ve interneti kullanma konusunda zayıflığı var, ancak birçok müşterisi var ve iş piyasası oldukça genişletilebilir.	- Piyasa değişikliklerine göre fiyatlarını değiştirmeye çalışmak (ürün ve hizmetlerini dolar cinsinden satmaya çalışıyor) - İyi bir pazarlama stratejisi geliştirmek ve sosyal medya platformlarında ve satış platformlarında varlığını güçlendirmek
Faydalancı 18	Bal satma fikrine ve sunduğu ürünlere uygun, iyi tasarlanmış bir şekilde şirket ve ürünleri hakkında bir broşür dosyası hazırladı. Ayrıca Instagram'da bir hesap oluşturdu (https://www.instagram.com/amanos_bali/) Şirketi için sosyal medya hesapları oluşturdu ve en yakın rakiplerini inceledi. Şu anda pazarlama alanında kendini geliştiriyor.	- Önümüzdeki dönemde hedefleyeceği müşteri segmentleri ve pazarlar için iyi bir ticari plan oluşturmak - Bal üretilir üretilmez daha fazla satış yapmak için daha fazla müşteri edinmeye çalışmak - Genişleme sağlamak için fiyatlarını revize etmek Şirketinin giderleri için büyük ölçekli bir finansal çalışma hazırlamak

Faydalanıcı 19	Şimdi Irak pazarına ihracat yapmak için işini genişletiyor ve oradaki potansiyel rakiplerini anlamaya çalışıyor. Türkiye dışına satış yapmak için büyük fırsatları var.	Sosyal medya platformlarında işi için elektronik pazarlama görevlerini üstlenecek bir çalışanı işe almak
Faydalanıcı 20	Ambalaj ürünlerine ihtiyaç duyan farklı firmalardan birçok sipariş aldı. Şu anda Türkiye'deki satış platformlarından birinde hesap oluşturuyor.	- E-ticaret platformunda hesabını kurmak ve sonuçlandırmak - Ramazan ayında ürünlerini satmak için bir iş planı hazırlamak

7. Hafta: E-ticaret ve Dijital Pazarlama Eğitimi

Programın son haftasında iki kritik konu ele alınmıştır: e-ticaret ve dijital pazarlama. Programın başlangıcından bu yana katılımcıların çoğu bu iki konu hakkında birçok soru sormuş ve konuya sürekli ilgi göstermiştir. Bu iki alan, bu programdan istifade eden Faydalanıcılar gibi geleneksel girişimcilik alanlarında faaliyet gösteren işletme sahipleri için özellikle yararlıdır. Bu nedenle, bu faydalanıcıların işlerini geliştirmelerine yardımcı olacak şekilde kişiye özel içerik geliştirmeye özel önem verilmiştir.

Genellikle katılımcılar, eğitimlerde öğrendikleri pratik bilgileri işlerini geliştirmek için nasıl kullanacaklarını anlamakta zorluklarla karşılaşmaktadır. Eğitimciler hayata dayalı örneklerle interaktif eğitimler gerçekleştirdikleri için bu haftaki eğitim bu konuda gerçekten yardımcı olmuştur.

20 Aralık'ta düzenlenen e-ticaret eğitiminde katılımcılar e-ticaret platformlarının türlerini ve e-ticaret platformlarının kullanımı ve kurulmasıyla ilgili faydalı püf noktalarını öğrenmişlerdir. Daha spesifik olmak gerekirse, aşağıdaki konular hakkında kapsamlı bilgi edinmişlerdir:

- ◆ E-ticaret nedir?
- ◆ E-ticaret platformları ve farklılıkları
- ◆ E-ticaret platformu kurarken dikkat edilmesi gereken noktalar
- ◆ E-ticaret platformlarında yapılan en yaygın hatalar
- ◆ Operasyonlar ve lojistik

Eğitim süresince katılımcılar ayrıca bir Instagram mağazası kurmayı, ürünlerini e-ticaret platformlarında nasıl daha iyi bir şekilde sunacaklarını, daha iyi satışlar için arama motoru optimizasyonundan nasıl yararlanacaklarını ve müşterilerin ürünlerini kolayca bulmalarına yardımcı olacak teklif ve kategorileri nasıl kullanacaklarını da öğrenmişlerdir.

21 Aralık tarihinde gerçekleştirilen dijital pazarlama eğitiminde, katılımcılar dijital pazarlama teknikleri, dijital pazarlama stratejilerinin nasıl geliştirileceği ve uygulanacağı, değişen pazar dinamiklerine ve trendlerine nasıl uyum sağlanacağı hakkında kapsamlı bilgiler edinmişlerdir. Bu bağlamda, eğitim sırasında aşağıdaki konular tartışılmıştır:

- ◆ Dijital kanallar üzerinden ürün / hizmet nasıl satılır?
- ◆ Dijital kanallar üzerinden ürün / hizmet kime satılır?
- ◆ Dijital pazarlama için sosyal medya hesapları ve diğer dijital platformlar nasıl oluşturulur?
- ◆ Sosyal medya hesaplarında yüksek kaliteli görseller, içerik ve diğer araçları kullanmak
- ◆ Lojistik ve ödeme ile ilgili hizmetler nasıl kurulur ve yönetilir?
 - Müşteri İlişkileri Yönetimi
 - Ödeme altyapısı
 - Geri ödeme prosedürleri
 - Teslimat ve kargo yönetimi
 - Müşteri memnuniyeti sistemi
- ◆ Reklam Planı Hazırlama
- ◆ Posta
- ◆ Arama Motoru Optimizasyonu
- ◆ Dijital pazarlamada eğilimler
- ◆ Dünyanın en çok kullanılan sosyal medya platformuna genel bakış
- ◆ Sosyal medya platformlarını kullanmanın temel nedenlerine genel bakış
- ◆ Çevrimiçi satın alma sürücüler

Atölye oturumunda her iki eğitim konusu da Miro panoları aracılığıyla tartışılmıştır. Türkçe ve Arapça olmak üzere iki ayrı Miro panosu hazırlanmıştır. Ayrıca cevaplarını formlar üzerinden paylaşmak isteyen katılımcılar için Arapça ve Türkçe olarak Google Form Bağlantıları hazırlanmıştır.

Atölye oturumunda katılımcıların kendi sosyal medya hesaplarını müşterilerinin bakış açısından değerlendirmeleri istenmiştir. Bu bağlamda, aşağıdaki soruları yanıtlamışlardır:

- ◆ Ekran görüntüleri ve sosyal medya hesabıyla ilgili bazı ayrıntılar
- ◆ Gördüğünüz eksiklikler nelerdir?
- ◆ Yapacağınız değişiklikler nelerdir?

Eğitimin son gününde, dijital pazarlama eğitiminin ardından katılımcılardan eğitimle ilgili gözlemlerini paylaşmaları istenmiştir. Katılımcılar eğitimin pazarlama stratejileri- ni ve sosyal medya platformlarındaki görünürlüklerini artırmak için gelecek planlarını gözden geçirmede kendilerine yardımcı olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca diğer eğitim konuları hakkında daha fazla bilgi edinmek istediklerini belirtmişler ve programın devam etmesini dilemişlerdir.



7. Haftanın ekran görüntüleri - E-ticaret eğitimi ve atölye oturumları:



7. Haftanın ekran görüntüleri - Dijital Pazarlama eğitimi ve atölye oturumları:

Ödevler ve Sürekli Özel Ders Desteği

Projenin son haftasında katılımcılar WhatsApp kanalı üzerinden duyuru ve program gündemi hakkında bilgi almaya devam etmiştir. Bu bağlamda ödevlere ilişkin bağlantılar Arapça ve Türkçe olarak hazırlanan Miro ve Google Form olmak üzere iki formda 68 katılımcıyla paylaşılmıştır.

Katılımcılar atölye oturumunda yedinci haftanın ödevi ile ilgili tanıtımı alırken, rehberlik konusunda proje ekibine ve eğitmenlere WhatsApp üzerinden müracaat etmişlerdir.



Eğitmenlerimiz ödevlerin yapılmasında ilgili yardımı ve bilgileri sağlamışlar ve katılımcılara e-ticaret ve dijital pazarlamayı kullanarak işletmelerini geliştirmelerinde rehberlik etmişlerdir.

Bu hafta katılımcılar, e-ticaret ile dijital pazarlama arasındaki fark konusundaki bilgilerini artırmışlardır, çünkü çoğu bu iki alanın farklı olduğunu düşünmüyordu. Ayrıca, daha fazla müşteri çekmek ve müşteri memnuniyetini artırmak için bu araçları nasıl kullanacaklarını öğrenmişlerdir. İşletmeleri için etkili ve sürdürülebilir bir model oluşturmak üzere herhangi bir eylemde bulunmadan önce sosyal medya ve pazarlama stratejilerini planlamaları gerektiğinin farkına varmışlardır.

EK-2) Girişimcilik Destekleri Takip Formu

Toplum Temelli Göç Programları Koordinatörlüğü Sosyoekonomik Güçlendirme Programı
Türk Kızılay - Uluslararası Çalışma Örgütü Girişimcilik Makine-Ekipman Desteği

Destek Takip Formu

(Bu form girişimcilik desteklerinden faydalanılmasına yönelik takibe dair bilgiler içermektedir.)

..... TOPLUM MERKEZİ	
Faydalanıcıya Ait Kişisel Bilgiler	Tarih:
Ad Soyad :	Eğitim/Bölüm :
Aile / Kişi Kodu :	Engel Durumu: Yok / Var :
TC Kimlik/GK/UK No :	Cinsiyet :
Uyruk :	Telefon No :
Doğum Tarihi/Yeri :	Adres :
Hanede Yaşayan Birey Sayısı :	Firma Adı :
Desteğe Dair Bilgiler	
(Bu kısım Toplum Merkezi personeli tarafından doldurulacaktır.)	
Destek Verilen Tarih :	Destek Alanı:
Takip Tarihi :	Takibi Yapan Kişi Ad Soyad Ünvan :

Proje Kapsamında Destek Sağlanan Malzeme-Ekipman Listesi;

MALZEME-EKİPMAN ADI	MİKTARI	BİRİMİ	AKTİF OLARAK KULLANILMAKTA MI? (EVET-HAYIR)



Destek sağlanan malzeme ve ekipman faydalanıcı tarafından muhafaza edilmekte midir? Edilmiyorsa elden çıkarılma nedeni nedir?

Faydalanıcı, üretim faaliyetlerine devam etmekte midir? Etmiyorsa sebepleri nelerdir?

Faydalanıcı, son 3 ay içerisinde herhangi bir ticari faaliyette bulundu mu? (Satış, İş Birliği, Ortaklık vb.)

Faydalanıcının aylık ortalama gelirini ve ulaşılan kitleyi (müşterileri) belirtiniz;

Faydalanıcı, Covid-19 krizi sebebiyle en çok hangi alandaki ihtiyaçlarını karşılamakta zorlanmaktadır?

Faydalanıcının, üretim ve satış kapasitesini artırmak üzere ihtiyaçları nelerdir?

Desteklerden memnun kaldınız mı? Destek süreçlerinde (başvuru, teslimat) herhangi bir sorun yaşadınız mı?

Ziyarete ilişkin Fotoğraf/Fotoğraflar;

EK-3) HİÜ Destekleri Takip Formu

Toplum Temelli Göç Programları Koordinatörlüğü Sosyoekonomik Güçlendirme Programı Türk Kızılay - Uluslararası Çalışma Örgütü Hane İçi Üretim Makine-Ekipman Desteği

Destek Takip Formu

(Bu form Hane İçi Üretim, Küçük Ölçekli Tarım ve Hayvancılık Üretimi Desteklerinden faydalanılmasına yönelik takibe dair bilgiler içermektedir.)

..... TOPLUM MERKEZİ	
Faydalanıciya Ait Kişisel Bilgiler	Tarih:
Ad Soyad :	Eğitim/Bölüm :
Aile / Kişi Kodu :	Engel Durumu: Yok / Var :
TC Kimlik/GK/UK No :	Cinsiyet :
Uyruk :	Telefon No :
Doğum Tarihi/Yeri :	Adres :
Hanede Yaşayan Birey Sayısı :	Firma Adı :
Desteğe Dair Bilgiler	
(Bu kısım Toplum Merkezi personeli tarafından doldurulacaktır.)	
Destek Verilen Tarih :	Destek Alanı:
Takip Tarihi :	(Kuaförlük, Terzilik, Tarım, Hayvancılık vs.)
Takibi Yapan Kişi Ad Soyad Ünvan :	

Proje Kapsamında Destek Sağlanan Malzeme-Ekipman Listesi;

MALZEME-EKİPMAN ADI	MİKTARI	BİRİMİ	AKTİF OLARAK KULLANILMAKTA MI? (EVET-HAYIR)



Destek sağlanan malzeme ve ekipman faydalanıcı tarafından muhafaza edilmekte midir? Edilmiyorsa elden çıkarılma nedeni nedir?

Faydalanıcı, üretim faaliyetlerine devam etmekte midir? Etmiyorsa sebepleri nelerdir?

Üretilen ürünler nelerdir?

Faydalanıcı, son 3 ay içerisinde herhangi bir ticari faaliyette bulundu mu? (Satış, İş Birliği, Ortaklık vb.)

Faydalanıcının aylık ortalama gelirini ve ulaşılan kitleyi (müşterileri) belirtiniz;

Faydalanıcı, Covid-19 krizi sebebiyle en çok hangi alandaki ihtiyaçlarını karşılamakta zorlanmaktadır?

Faydalanıcının, üretim ve satış kapasitesini artırmak üzere ihtiyaçları nelerdir?

Desteklerden memnun kaldınız mı? Destek süreçlerinde (başvuru, teslimat) herhangi bir sorun yaşadınız mı?

Ziyarete ilişkin Fotoğraf/Fotoğraflar;



Ankara
Temmuz 2022

    / KizilayTM