girişimci işleyiş kitapçığı

SABANCI Arf

ALMOST
READY
TO FLY

SABANCI
arf
ALMOST
READY
TO FLY

Fikir senden, hayal senden.

İşini yükselten destek Sabancı ARF'tan.

Her girişim kanatlarıyla doğar. Uçmak için doğru bağlantılara, mentorluğa ve finansal desteğe ihtiyaç duyar.

Türkiye'nin Sabancısı'ndan, girişimcileri kanatlandıran yeni bir oluşum...

DETAYLAR VE BAŞVURU

www.sabanciarf.com

02

içindekiler

içindekiler

SABANCI ARF

Program Amacı	4
Program Akışı	6
Katılımcılar	7
Başvuru Süreci	8
Diğer Programlarla Bağlantı	9
Değer Önerisi	10
Değerlendirme ve Seçim Kriterleri	12
Çalışma Şekli	19

SÜREÇ DETAYLARI

Problemi ve Müşteriyi Anlama	27
Problemi ve Müşteriyi Doğrulama	28
Çözümü Tasarlama	29
Çözümü Doğrulama	30
Pazarı Doğrulama ve İlk Müşteri	31
Yatırımcı Sunumu	32
Playbook Terimleri	33

PROGRAM AMACI

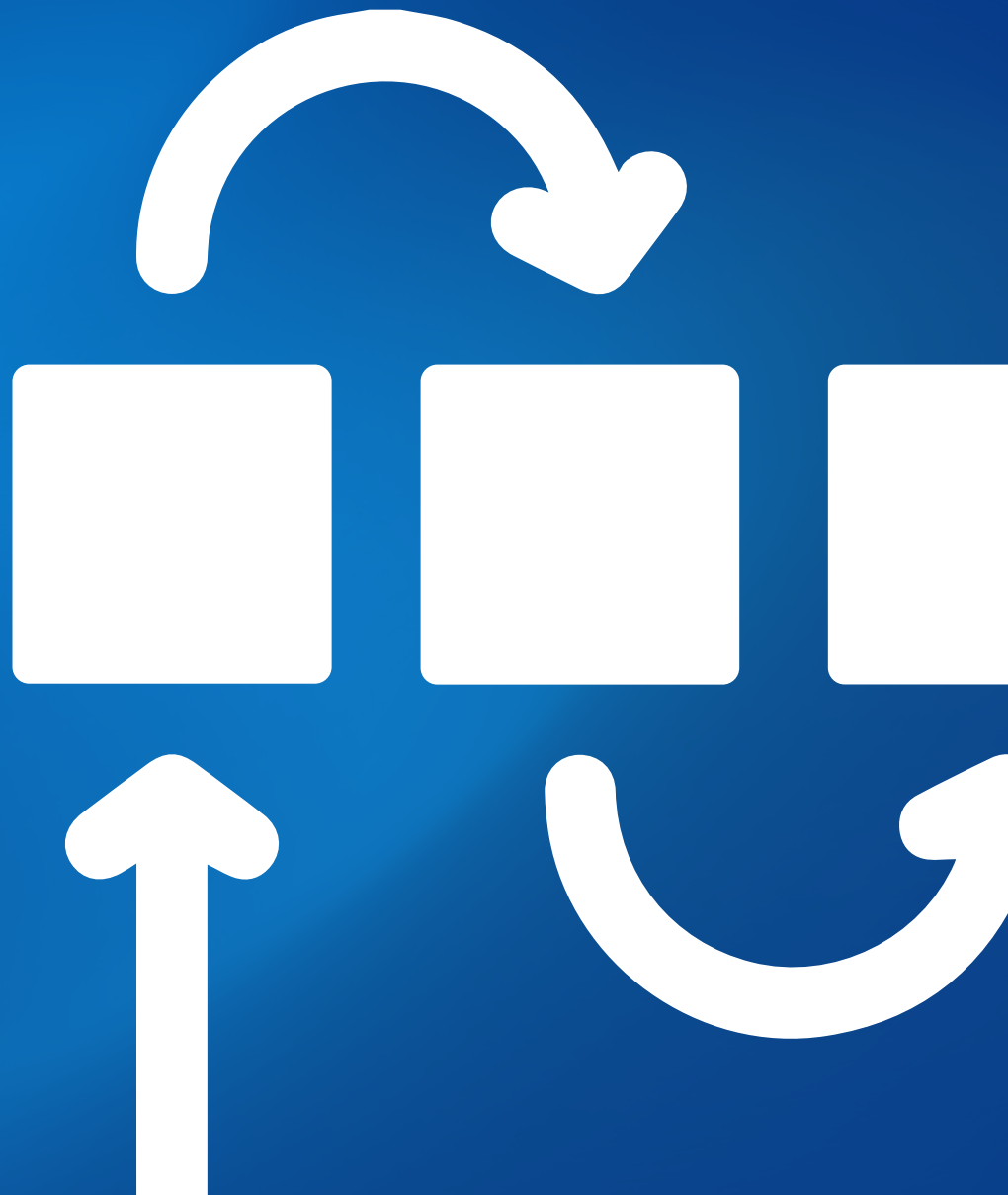
ARF ismi **“Almost Ready to Fly”** cümlesinin baş harflerinin kısaltmasından gelmekle birlikte programın amacı, henüz olgunlaşmamış fikirlerin veya erken aşama girişimlerin programa dahiliyetini amaçlayarak onlara destek olmaktır.

Sabancı ARF programı tüm dış girişimcilerin başvurusuna açık, 20 haftalık zaman dilimin-de, katılımcının içinde bulunduğu olgunluk seviyesine göre farklı süreçler barındıran bir hızlandırma platformudur.

20 haftalık zaman diliminde programa katılmaya hak kazanan iç ve dış girişimciler için Sabancı Center, **4 Levent İstanbul adresinde ortak çalışma** yapabilecekleri açık ofis imkanı sunulmaktadır.

Bu programa katılmaya hak kazananlar ile işbirliği süreci, **Sabancı Holding iştiraki firmalar ile** işbirliği geliştirme imkanının ötesinde sürecin sonunda müşteri bağlantıları kurma, stratejik işbirlikleri, yatırım veya satın almaya kadar varabilecek çıktıları barındırmaktadır.

Sabancı ARF **Program Akışı**



Katılımcılar

- Erken aşama (MVP, pretotip, laboratuar aşaması veya müşteri doğrulama aşamasında) olan şirketleşmiş girişimciler sürece dahil olabilirler. Başvuru yapan katılımcıların, başvuru formuna bilgilerini doğru girdiği kabul edilmektedir.

- Başvuranların 18 yaş üstü ve tam fiil ehliyetine haiz olması beklenmektedir. Başvuran kişilerin, girişimlerinin büyüme potansiyelini değerlendirirken önceki deneyimleri dikkate alınabilir. Sabancı ARF'a katılmak için herhangi bir ücret ödenmesine gerek yoktur.

- Başvurular değerlendirilirken kurucu ortakların ve kurucu ortaklara destek veren ekip üyelerinin yetkinlik ve yeterlilikleri göz önüne alınmaktadır.

- Sabancı ARF'a farklı turlarda birden fazla kez başvuru yapılabilir. Bir kısıt bulunmamaktadır. Aynı tur içerisinde, seçilen bir Girişimcinin başvuru yaptığı projeye odaklı ilerlemesi beklenmektedir. Amacımız fikrin ticarileşmesini sağlamak, bunun ancak bütünsel bir odak ve adanmışlık ile gerçekleşeceğine inanıyoruz.

Başvuru Süreci

Tüm başvurular; başvuru formunda sorulan soruların yanıtları, girişimin koşulları ve başarıları göz önünde bulundurularak değerlendirilir. Bu süreçte girişimcilerin web sitesinde yer alan tüm bilgileri okuyup anladığı kabul edilmektedir. **Bu tanımlamalara uyan girişimciler www.sabanciarf.com adresinden Girişimci sekmesinden başvurarak sürece dahil olurlar.**

sabanciarf.com

Başvuru Formunu dolduran kişi, girişimcinin takım üyelerine ait kişisel verileri Aydınlatma Metni hakkında bilgi vermek ve açık rızalarını almak kaydıyla paylaştığını; 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'na aykırı bir işleme ve paylaşımda bulunulması halinde her türlü sorumluluğun kendisine ait olduğunu peşinen kabul etmiş olur.

Sabancı ARF'ın Diğer Programlarla Bağlantısı

Geçmişte veya eşzamanlı olarak başka bir yarışmaya/merkeze/destek mekanizmasına katılım gösterilen girişim ile programa başvurulabilir. Girişim daha önce yatırım almış olabilir. Bu bilgilerin başvuru formunda yer alan ilgili kısımlarda belirtilmesi gerekmektedir. Böyle bir durum söz konusu ise, Sabancı ARF gibi farklı girişim programlarına başvuru için kısıt konulmamış olduğu varsayılmaktadır. Girişimci'nin bu üçüncü taraflarla arasında olan sözleşme yükümlülüklerinden, Girişimcinin kendisi sorumludur. Bu konuda, Sabancı ARF'ın herhangi bir yükümlülüğü bulunmayacaktır.

Neden SABANCI arf ?

ALMOST
READY
TO FLY

Sabancı Center 4. Levent'te Açık Ofis İmkanı

Girişimcilerin Programa dahil olmak üzere seçilmeleri sonrası hızlandırma adımlarına başlanacaktır. 20 haftalık zaman diliminde programa katılmaya hak kazanan girişimciler için Sabancı Center, 4 Levent İstanbul adresinde ortak çalışma yapabilecekleri açık ofis imkanı sunulmaktadır. Farklı şehirlerden gelecek olan girişimcilerin ortak ofis kullanma zorunluluğu mevcut değildir – ancak 2 haftada 1 Sabancı ARF ekibiyle yüzyüze bir araya gelecekleri çalışmalar yapılması faydalı olacaktır. Ayrıca, Sabancı ARF ekipleri tarafından düzenlenecek olan yüzyüze seminer, komünite toplaşmaları veya Komite, Jüri sunumları için mutlaka merkez ofise gelinmesi beklenmektedir.

Girişimciler için Oryantasyon

Hızlandırma programının başında, hak kazananlar tarafından öncelikli olarak Katılımcı Şartnamesi ve ekleri imza edilecektir. Ayrıca, Girişimciler için oryantasyon semineri verilecek, Sabancı Topluluğu ve program amacı aktarılacak, Sabancı ARF ve Sabancı ARF Mentörleri ekipleri ile tanışma sağlanacaktır. İşbirliği fırsatı olan Sabancı Topluluğu Şirketi için, Şirket Mentörü atanacak ve kendisi ile saha ziyareti ve keşifleri planlanacak, problem alanı/use-case tespiti yapılacaktır.

$30.000'a Kadar Geliştirme Fonu

Hızlandırma programı süresince, Girişimciler, alanında uzman danışmanlar ile çalışarak hangi aşamalarda olduklarına göre destek ve mentörlük alırlar. Bu danışmanlığa ek olarak Sabancı Holding'de çalışan uzmanlar ve Sabancı Topluluğunun sahip olduğu network, mekan vb. kaynakları sorumlu olan kişi veya gruplardan ön izinler alarak kullanabilirler. Bu program çerçevesinde kendi ürünlerinde ve ürünün (yeni özellik, kullanılacak bir dış araç veya pazarlama çalışmaları gibi) ihtiyaçları doğrultusunda $30.000'a kadar destek almaya hak kazanacaklardır. Bu bütçeyi Sabancı ARF ekibi ile e-posta üzerinden mutabık kalarak harcayabileceklerdir.

Uzman ve Mentor Desteği

Sabancı ARF programı çevik yönetilmektedir. Çevik yönetim çerçevesinde, program başladıktan 5 hafta sonra ilk değerlendirme yapılacaktır. Değerlendirme kriter- leri Sabancı ARF ekibi tarafından belirlen- miştir, şeffaf şekilde ekiplerle çalışmalar esnasında paylaşılacak ve hazırlanmalarına destek sağlanacaktır. Değerlendirme kriterlerinde eksiklikler görülürse takım KPI'ları buna göre düzenlenecek ve sonraki "Flight Check"e dek geliştirilmesi beklenecektir. Değerlendirme kriterleri çerçevesinde, takımın devam etmemesi yönünde karar alınırsa girişimci ekip Sabancı ARF programından çıkarılacaktır.

Deneyim Aktarımı

20 haftalık toplam sürecin 10. Haftasında "Flight Check"" bulunmaktadır. Değerlendirme kriterleri Sabancı ARF ekibi tarafından belirlenmiştir, şeffaf şekilde ekiplerle çalışmalar esnasında paylaşılacak ve hazırlanmalarına destek sağlanacaktır. Görüşmeler, Sabancı ARF ekibi ve topluluk içi veya dışı- teknik bilgiye sahip, girişimcilik işleyişine hakim mentörler tarafından düzenlenecektir.

Sabancı Topluluğu Networkü

"Flight Check" sonrası, devam kararı alınan girişimciler ile ilgili Sabancı Topluluğu Üst Yönetim ekibi ile mentörlük seansları ajandalara işlenecektir. Bu sayede, ilgili girişimci deneyim, ekspertiz ve insiyatif anlamında Sabancı Topluluğu'nun üst düzey yönetimi ile tanışma fırsatını, teknolojisini/ürününü kendisine direk aktarma fırsatını, insiyatif alanları çerçevesinde "öncelik hakkı" (priority pass) kazanma olasılığını elde edecektir. Görüşme içeriği; mentörlük, yönlendirme, deneyim ve beklenti aktarımı, kapsam geliştirme, network geliştirme, gelişimin önünü açma/hızlandırma vb. olmasının yanısıra Jüri değerlendirmesine giden yolda önemli kilometre taşlarındandır.

Sabancı ARF Hak Talebi

Süreç boyunca sağlanan nakit ve nakit olmayan değerler paketi kapsamında, Sabancı Holding Girişim Şirket'inden 3% pay alacaktır. Sürecin ilerleyişinden bağımsız, herhangi bir sebepten ötürü Sabancı ARF programından erken ayrılmak isteyen Girişimcilerin, programın ilk 10 haftasında ayrılması ve nakit bütçe desteğinden yararlanmamış olması durumunda Sabancı ARF herhangi bir hak talep etmeyecektir. Aksi takdirde, Sabancı ARF program katılımları, kullanılan bütçe ve sağlanan eforlar karşılığında 3% hisse hakkı doğacaktır.

Değerlendirme Kriterleri

Girişimciler başvuru formunda belirtilen başlıkları doldurarak başvururlar. Başvuru formunun detaylı şekilde doldurulması aşağıdaki değerlendirmelerin sağlıklı yapılabilmesi için gereklidir. Başvuru kaydı esnasında katılımcılar, Başvuru Şartnamesi, ve Kişisel Verilerin Korunması Aydınlatma Metnini de onaylamaktadır.

Değerlendirme ve Seçim aşaması Sabancı ARF ekibi, şirket içi ve dışı uman ekipler tarafından yapılır. Seçim yapılırken beklentileri karşılayan, gerekli görülen girişimler ile birebir birer saatlik görüşmeler yapılır. Aşağıdaki kriterlerde değerlendirme yapılır ve nihai girişimler sürece girmek için seçilir, bilgilendirilir.

YARATICILIK

Ürün/hizmet daha önce problemi çözülmemiş bir müşteri grubunu daha önce uygulanmamış bir ürün/hizmet/iş modeli/teknoloji ile mi çözüyor? Fikri Mülkiyet hakkı doğabilir mi? Değer önerisi hangi açıdan benzersiz? Rekabet var mı, nerede konumlanıyor? Girişimin misyonu nedir?

UYUM

Çağrıda belirtilen başlıklar ve Sabancı ARF değer önerisi ile uyumu sorgulanır.

RİSK

Önerilen çözümün hayata geçtiğinde çevresinde yaratacağı riskler göz önünde bulundurulur, regülatif altyapı var mı, kısıtlar var mı, nasıl aşılır?

YAPILABİLİRLİK

Fikir nakit ve nakit olmayan değerler paketi göz önüne alındığında Sabancı ARF destekleri ile yapılabilir mi? Ticari iş modeli, pazarlama planı, kanal stratejisi var mı? Ekip yetkinlikleri bu ihtiyaçları destekliyor mu? Prototipin/pretotipin geliştirilmiş olması, geçirilen süreçte girişimin gelişim aşamaları.

POTANSİYEL

Potansiyeli veya pazarı ne kadar büyük? Ne kadar sıklıkla gerçekleşen ve gerçekleştiğinde ne kadar büyük bir probleme çözüm yaratıyor? Adreslenen problem alanı ne kadar büyük? Tedarikçi veya müşteri bağımlılığı var mı? Giriş bariyeri var mı – yaratılabilir mi? Global açılım yakalanabilir mi? Rekabet durumu nedir?

Her bir değerlendirme kriteri Sabancı ARF değerlendirme ekibi tarafından, hazırlanan formlar aracılığıyla 5 üzerinden puanlanır. Değerlendirilir ve başvurunun final puanına göre seçim yapılır. **Başvuru formu web sitesinde yer almaktadır.**

Programa seçilen Girişimcilerin, programının başında Katılımcı Şartnamesi ve eklerini imza etmesi beklenmektedir. İşbirliği fırsatı olan Sabancı Topluluğu Şirketi için, Şirket Mentörü atanacak ve kendisi ile saha ziyareti ve keşifleri planlanacak, problem alanı/use-case tespiti yapılacaktır.

Jüri

Final değerlendirme jürisi Topluluk içi ve dışı üst düzey yöneticiler, yatırımcılar veya girişimcilerden oluşacaktır.

Her takımın, Jüri'ye maksimum 15 dk "Yatırımcı Sunumu" yapması, 15 dk soruları yanıtlaması sağlanacaktır. Yatırımcı sunumu hazırlığında Sabancı ARF ekibi ve dış uzman kaynaklar destek sağlayacaktır.

Jüri'ye final gününde yapılacak sunumun aşağıdaki komponentleri içermesi beklenmektedir.

- Problem Alanı ve Büyüklüğü
- Çözüm/Fikir/Değer Önerisi
- Girişimin Misyonu
- Girişimci Ekip Üyeleri
- Pazar Potansiyeli, Ölçeklenebilirlik
- Müşteri Segmentleri ve Analizi (örn. Persona veya Değer Zinciri Analizleri)
- Ürün/Hizmet veya Teknoloji Detayı
- Rekabet ve Farklılaşma Alanları
- O güne dek Gelişim Gösterilen Alanlar – Sabancı Topluluk Şirketi ile geliştirilen iş fırsatı
- Olası Riskler ve Aksiyon Planı
- İş Modeli
- Finansal Değerlendirme
- Satış ve Pazarlama Planı
- Müşteri Görüşme Sonuçları – Satış Bağlantısı
- İş Planı ve Gelecek Adımlar
- İhtiyaç

Final Günü

Değerlendirme Kriterleri

Yaratıcılık

Daha önce problemi çözülmemiş bir müşteri grubunu daha önce uygulanmamış bir ürün/hizmet/iş modeli/teknoloji ile mi çözüyor? Rakiplerinden farklılaştığı alan veya çözüm nedir? Giriş bariyeri var mı? Rekabet durumu nasıl?Patentn veya fikri mülk hakkı var mı?

Yapılabilirlik

İş Planı, Risk ve aksiyon planı, müşteri görüşmeleri sonuçlarının değerlendirmesi, ekibin yetkinlikleri, o döneme dek alınan mentörlükler ve yorumları

Ticari Değer

Pazar Potansiyeli, Ölçeklenebilirlik, İş Modeli ve Finansal Değerlendirme, Karlılık göstergeleri, Müşteri Bağlantıları, olası ROI, yeni fon beklentisi en yakın ne zaman, CAPEX veya OPEX durumları

Ekip Değerlendirmesi

Başlangıç aşamasından final gününe dek getirilen aşama, gelişim süreçleri ve sonrası için planların aktarımı. Ekibin motivasyonu, dedikasyonu, azmi, girişimci tutkusu, verdiği güvenve ihtiyaçlarının değerlendirmesi

ON AIR

Final Günü

Girişimciler, 20 haftalık süreç sonunda, Jüri'nin önüne çıkarak yatırım talep edeceklerdir.. **Final gününde yapılacak yatırımcı sunumları sonrası o zamanki koşullar ve değerleme üzerinden, Jüri'den yatırım kararı alan her girişimci şirketin süreç boyunca sağlanan nakit değer dahil olacak şekilde en fazla $150.000 yatırım alma fırsatı bulunmaktadır.** Final gününde sağlanacak yatırım miktarına bağlı olmak üzere, Sabancı ARF payının verilecek destek karşılığında, program süreci için alınan 3% dahil olmak üzere 9% olması planlanmaktadır.

Çalışma Şekli

Sabancı ARF'a seçilen katılımcıların, programının başında Katılımcı Şartnamesi ve eklerini imza etmesi beklenmektedir. Başlangıç Haftasında, Girişimciler için oryantasyon semineri verilecek, Sabancı Topluluğu ve program amacı aktarılacak, Sabancı ARF Ekibi ve Sabancı ARF Mentörleri ile tanışma sağlanacaktır. İşbirliği fırsatı var ise, olan Sabancı Topluluğu Şirketi için, Şirket Mentörü atanacak ve kendisi ile saha ziyareti ve keşifleri planlanacak, problem alanı/use-case tespiti yapılacaktır. Tüm bu başlangıç sürecinde Girişimcilerin, fiziken ve aktif olarak bulunması beklenmektedir.

Girişimciler, 20 haftalık süreç boyunca Sabancı Holding'in göstereceği alanda çalışmalarını sürdüreceklerdir. 20 haftalık ARF programı çerçevesinde bu alan için geçici kullanım izni verilmektedir. Girişimcilerin kendi laptolarını kullanmaları beklenmektedir. Bu süreç boyunca internet gibi çalışma için gerekli olabilecek teknolojik araçlar ayrıca sağlanacaktır.

Sabancı ARF ekipleri tarafından düzenlenecek olan yüzyüze seminer, komünite buluşmaları veya Komite, Jüri sunumları için mutlaka merkez ofise gelinmesi beklenmektedir.

Sabancı ARF'ın amacı, fikrine gönülden bağlı olan ve bu fikrin geleceğine yürekten inanan girişimcilere destek vermektir. Bu nedenle, **programın en az %80'ine aktif katılmak zorundadır.**

Sabancı ARF kayıtlarında girişime dair yer alan bilgilerin doğru, eksiksiz ve güncel tutulması için azami gayret ve çabanın gösterilmesi, programın gereklilikleri kapsamında Sabancı ARF tarafından talep edilen evrak, bilgi ve formların temin edilmesi, eksiksiz ve doğru bir biçimde doldurulması ve zamanında teslim edilmesi önemlidir.

Ofis çalışmaları esnasında veya Sabancı ARF daveti ile Sabancı Center açık inovasyon katlarını kullanma hakkı tanımlanmaktadır. Ofis çalışmaları dışında, laboratuvar, atölye, fabrika ortamı veya test makineleri/ekipmanları kullanımı için Sabancı Toplululuğu içinde mevcut olan varlıklardan yararlanmak gerekecekse, Sabancı ARF ekibi ve Sabancı ARF Şirket Mentörlerinin bilgilendirilmesi gerekmektedir. Topluluk şirketleri veya ilgili kişilerle görüşmeler, Sabancı ARF ekibi tarafından sağlandıktan sonra, belirlenen kapsam ve çerçeve içerisinde prototip veya ürün geliştirme çalışmaları devam edecektir

Program sürecinin ilk 10 haftası içinde herhangi bir sebepten ötürü ayrılınması durumunda, program katılımı ve hakları ayrıca bir bilgilendirmeye mahal vermeden son bulacaktır. Ayrıca, yine aynı süreçte %80 aktif katılım gösterilmemesi durumunda Girişimci programdan çıkarılacaktır.

Sabancı ARF programında tüm girişimler, proje takip portali üzerinden haftalık takip edilecektir.

Sabancı ARF Metodolojileri

Sabancı ARF programı temelde iki ana metodolojiyi kullanır, bunlar **Design Thinking** (Tasarım Düşüncesi) ve **The Lean Startup'tır** (Yalın Girişim).

Tasarım Düşüncesi

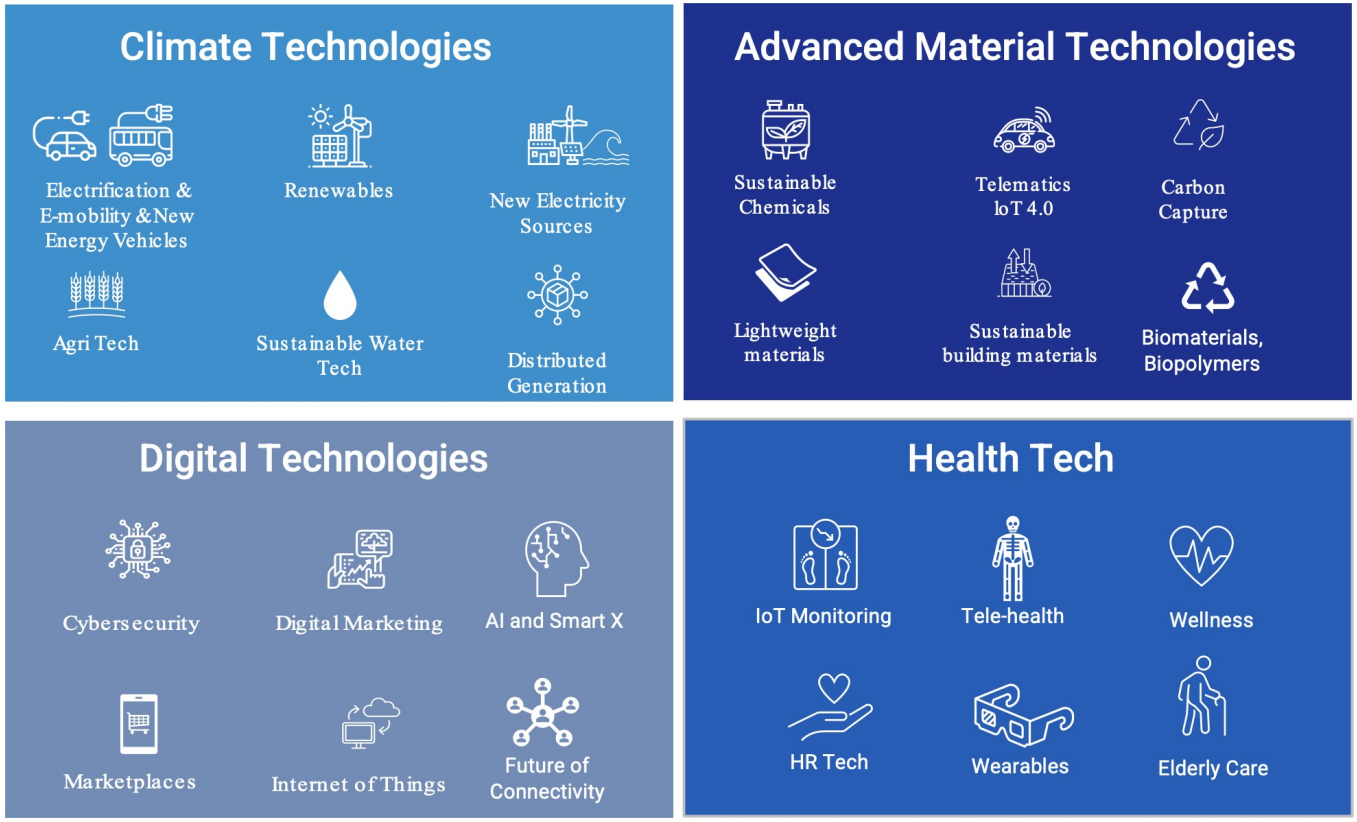
Bu metodoloji müşteriden öğrenilen bilgilerin çözümlere dönüştürülmesi süreci olarak tanımlanabilir. Tasarım Düşüncesi metodu özellikle alışılagelmiş bazı alışkanlıkları kıran ve fikri geliştiren ekibin masa başındansa daha fazla sahada zaman geçirerek öğrenmesi ve bu öğrendikleri üzerine çözümler geliştirmesini öğütler çünkü masa başında bulduğunuz fikirler gerçeklikten çoğunlukla kopuk bireylerin şahsi deneyim ve problemlerini içerir. Tasarım düşüncesinde ise problem ve ihtiyaç potansiyel müşteriden öğrenilerek buna dair çözüm geliştirilir. Çözümün bir pretotipi yapılarak başta empati kurduğumuz, yani ihtiyacını ve problemlerini öğrendiğimiz potansiyel kullanıcılar üzerinde test edilir. Tüm bu adımları yaptığımızda artık masa başında değil, tam olarak olmamız gereken hayatın, problemlerin ve ihtiyaçların içinde olarak düşünmeye başlarız. Tasarım düşüncesi 5 temel adım barındırır: Empati, Anlamlandırma, Fikir Geliştirme, Pretotip/prototip kurulumu, Test.

Yalın Yeni Girişim

Eric Ries'in kitabı The Lean Startup ile ortaya çıkmış, girişimcilerin ucuza ve az zaman harcayarak ortaya çıkarttıkları çözümlerin potansiyel kullanıcılar üzerinde test edilmesini öğütler. Potansiyel müşteri/kullanıcı üzerinde test edilecek ufak çaplı ürüne metodolojide MVP (Minimum Viable Product) veya türkçe karşılığında Minimum Geçerli Ürün denebilir. Minimum geçerli Ürün yerine pretotip de denebilir. Pretotip erken aşama prototip olarak tarif edilebilir. Temel fikir normalde bir ürünü hayata geçirirken yaptığımız tüm pahalı ve zaman alan denemeleri veya ar-ge süreçlerini daha ucuza ve daha kısa sürede yapmaya dayanır. Bunu yaparken 3 ana adımda gerçekleştirilir: Kur, Ölç, Öğren. Bu döngü ile önce fikrimizi potansiyel müşteri üzerinde test edebileceğimiz kadar gelişmiş ancak kısa sürede ve ucuza yaptığımız ürün/hizmet/iş modelini kurarak başlanır. Ortaya çıkardığımız bu pretotipi gerçek kullanıcılar üzerinde test ederek onlardan bir geri bildirim almaya çalışılır. Bu geri bildirim sadece bir beyan olmanın ötesinde potansiyel kullanıcının gerçek satın alma deneyimine yakın bir deneyim yaşayarak verilerle emin olunmalıdır. Bu emin olunma durumu yeri geldiğin potansiyel kullanıcının mail adresini vermesini istemek, yeri geldiğinde de ön sipariş forumunu doldurmasını sağlamak.

Odak Alanları

Sabancı ARF çağrıya çıkılan odak alan- ları, Sabancı Topluluğu stratejik planlama sürecinden başlayarak oluşturulan strateji evi, stratejik öncelikler ve Topluluğun temel büyüme alanları baz alınarak oluşturulmaktadır.



Ana başlıklara sadık kalınarak, farklı iş modelleri ile başvuru yapılabilir.

Süreç Detayları

Problemi ve Müşteriyi Anlama

Problemi ve müşteriyi doğrulamak için önce onları tanımlamak gerekir. Problemi ortaya çıkartmak, problemleri önceliklendirmek ve seçmek ilk yapılması gerekenlerdendir. Akabinde bu probleme sahip olduğu düşünülen personayı tanımlamak gerekir. Tanımlanan persona (hedef kitlemizi temsil eden kişi) yapılacak potansiyel müşteri görüşmeleri için de ışık tutacak, onları aramak ve bulmak kolaylaşacaktır. Problem ve müşteri tanımlandıktan sonra tahminlerimizin doğru olup olmadığını anlamak ve verilerle besleyerek doğrulama adımına geçilmelidir.

Tasarım Düşüncesi metodunun belki de ilk başta kabul edilmekte en fazla zorlanılan kısmı olan, ihtiyaç ve problemi fikri düşünmeden doğrulamaya çalışmak takımların ilk tecrübe edecekleri metodolojik tecrübe olacaktır. Fikri hiç konuşmadan, ihtiyaç ve problemden yola çıkarak çözüm tasarlama sürecinin ilk adımı problemi ve müşteriyi doğrulamaktır.

Müşteriyi Doğru Anlama

Müşteri Deneyim Haritasında acı noktaları olarak bulduğumuz alanlar hipotezleri kurmak için yol gösterir. Acı noktalarından yola çıkarak hipotezler kurulduktan sonra ise bu hipotezlerin potansiyel müşteri üzerinde doğrulama yapılabilmesi için sorulara dönüştürülür.

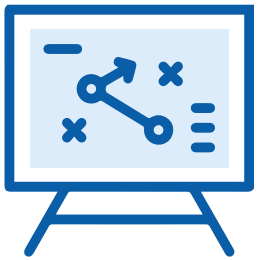
Oluşturulan bu sorular hedef kitleye ve fikrin olgunluk seviyesine göre değişen sayılarda potansiyel müşteriye sorularak cevaplar alınır. Görüşmeler sırasında görüşme yapan ve not tutan kişilerin birbirinden ayrı olması notların potansiyel müşterinin söylediklerini ağzından çıktığı gibi not alınması açısından önemlidir.

Edinilen tüm bilgiler (alınan notlar) daha sonra anlamlı veri haline getirilerek fikir için yol gösterici hale dönüştürülmelidir. Bunu yapabilmek için görüşülen her personanın notları tek tek okunarak Anlamlandırma kanvasına yerleştirilir.

Yerleştirilen her iç görü fikir oluşturma aşamasında yol gösterici olurken potansiyel müşteri ve problem/ihtiyacı konusunda da doğrulama imkanı verir. Persona, Müşteri Deneyimi Haritası veya Hipotez kanvasındaki tüm bilgilerin potansiyel müşteri tarafından doğrulanıp doğrulanmadığını gösterir.

Problemi doğrulamaya başlamadan önce potansiyel olarak gördüğümüz hedef kitlemizin sorun yaşadığını düşündüğümüz deneyim alanlarını keşfetmek için **Müşteri Deneyim Haritasını doldurarak kendimizi görüşmelerden önce hedef müşterinin yerine koyulmalıdır.** Bu bize hedef müşteri gibi düşünme ve problemlere dair çözümleri de düşünmeye başlamamızı sağlar.

Çözümü Tasarlama



Ana değer önerisi ve fikir özellik seti oluştuktan sonra bu değerin etraflıca düşünülmesi için iş modeli tasarlanır. Fikrin veya girişimin aşamasına göre Yalın İş Modeli (erken aşama girişimler) veya İş Modeli kanvasları kullanılarak maliyet veya gelir yapısı gibi birçok parça bu aşamada düşünülür. Bu aşamadan sonra artık çözümün potansiyel kullanıcı üzerinde test edilecek halinin tasarlanmasına geçilir.

Design Thinking ve Lean Startup metodolojileri çözümün çok daha ucuz ve kolay yapılmasını öğütlerken alışılagelmiş davranışlar tam aksini uygulamaktadır. Şirket içinde akla gelen bir fikir ancak yöneticisini ikna edebilen bir çalışan tarafında bolca emek, zaman ve para harcanarak hayata geçirilirken, yeni metodolojiler çok daha ucuza ve kolayca deneyerek müşteriyi ikna etmek üzerine kuruludur. Yöneticileri değil, potansiyel kullanıcının ikna edilmesi gerekmektedir.

Aklımızdaki problem, ihtiyaç ve potansiyel müşterinin verilerle doğrulanmasından sonra artık bu verilerin bir çözüme dönüşme veya var olan çözüme özellik ekleme/çıkartma aşamasına gelinmiştir. **Bu aşamada ters düşünce, en kritik öğeyi çıkart veya kaynakları olduğundan fazla hayal et gibi farklı fikir bulma metodolojileri kullanılarak yeni fikirler/özellikler geliştirilir.**

Çözümü Doğrulama

Bu doğrulamanın mümkün olabilmesi için MVP (Minimum Viable Product) veya fikrin aşamasına göre pretotip/prototip yapılarak gerçek müşteri üzerinde testler yapılması gerekir. Bu yapılacak MVP'nin fikre, takıma ve doğrulama yapılacak potansiyel müşterilere göre seçilmesi gerekir. Kimi zaman kağıt ve kalem kullanarak çizdiğimiz ekranlarla doğrulama yaparken, kimi zamanda çalışırmış gibi görünen web siteleri üzerinden yapılır.

Pazar araştırma çıktıları çok sayıda kişiye sorulan soruların beyana dayalı cevaplarını kapsarken Lean Startup metodolojisinde mutlaka potansiyel kullanıcıdan aldığımız cevabı beyana göre daha değerli olmalıdır. Müşteriden çözümü doğruladığına dair elle tutulur bir karşılık almamız gerekir. Ön sipariş formunu doldurulması veya mail adresi / cep telefonu gibi özel bir bilgisini vermesi bu doğrulamaya örnek olarak verilebilir.

Aldığımız bu elle tutulur doğrulama geri bildirimlerinden yola çıkarak eğer ki yeterli bir geri bildirim (girişim/fikre göre değişiklik göstermekle birlikte %10 üzerinde bir doğrulama beklenir.) alınması durumunda bir sonraki adıma geçilir. Aksi durumda ise MVP'de bir nokta değiştirilerek tekrar denenir ve bu denemeye anlamlı bir geri bildirim alana kadar devam edilir.

Pazarı Doğrulama ve İlk Müşteri

MVP sürecinden öğrendiklerimiz ile Değer Önerisi ve çevresine yerleştirdiğimiz özellik seti, iş modeli üzerinde güncellenir. Potansiyel Müşterinin problemi/ihtiyacından yola çıkarak tasarlanan ve doğrulanan çözümün artık gerçekten müşterinin kullanımına sunacak bir prototipin gelişitirilmesi gerekmektedir.

Prototip, doğrulamasıyla ilk müşteriyi elde etmeyi sağlar. Doğrulama artık müşterinin e-postasını almanın ötesinde parasını da almayı gerektirir. Pazar doğrulamasının yapılabilmesi için MVP yüksek çözünürlüklü hale getirilir. Bu MVP tek özellikli veya ana değeri içinde barındıran ürünün ilk hali olabilir.

Artık takımın elinde çalışan ilk versiyon olduğu için gerçek **müşterinin ürünü satın alması ve ilk faturanın kesilmesi** bu aşamada hedeflenmelidir.

Yatırımcı Sunumu

Jüri'ye final gününde yapılacak sunumun aşağıdaki komponentleri içermesi, Girişimcinin yatırımcıya kendini doğru anlatabilmesi için gereklidir. Diğer yandan, sunum içeriği kadar nasıl sunulduğu ve sunucunun motivasyonunu, inancını sunum esnasında gösterebilmesi de kritik önemdedir.

Süreç içinde sunumun içinde bulunması gereken etmenler çalışılmakta ve geliştirilmektedir. Ayrıca, sunum hazırlık ve sunumun başarısı için gereken etmenlerin olduğunun teyiti için sunum provası Sabancı ARF ekiplerinin yönlendirmesi ile Girişimciler ile son hafta yapılacaktır.

- **Problem Alanı ve Büyüklüğü**
- Çözüm / Fikir / Değer Önerisi
- **Takımın Misyonu**
- Takım Üyeleri
- **Pazar Potansiyeli, Ölçeklenebilirlik**
- Müşteri Segmentleri ve Analizi (örn. Persona veya Değer Zinciri Analizleri)
- **Ürün/Hizmet veya Teknoloji Detayı**
- Rekabet ve Farklılaşma Alanları
- **Gösterilen Alanlar**
- Olası Riskler ve Aksiyon Planı
- **İş Modeli**
- Finansal Değerlendirme
- **Satış ve Pazarlama Planı**
- Müşteri Görüşme Sonuçları - Satış Bağlantısı
- **İş Planı ve Gelecek Adımlar**
- İhtiyaç

Playbook Terimleri

Accelerator/ Hızlandırma Programı: Mentorluk, eğitim, çalışma alanı, networking, işbirliği fırsatları ve maddi destekler, vb. sunarak girişimlerin hızlanmasını amaçlayan programdır.

Anahtar Performans Göstergeleri - Key Performance Indicators/KPI:
Ulaşmak istenen hedef doğrultusunda girişimin ne aşamada olduğunu gösteren metrikleri içeren performans göstergeleridir.

ARF:
ARF ismi "Almost Ready to Fly" cümlesinin baş harflerinin kısaltmasından gelmektedir.

Çevik Yönetim:
Müşteriyi sürecin bir parçası yaparak sorunları parçalara bölme ve her adımda öğrenilen bilgilerle iyileştirme yaparak ilerleme yöntemidir.

Değer Önerisi:
Girişimin, müşterilerinin sorunlarına yönelik sunduğu farklı hizmetlerdir.

Durum Tespiti - Due Diligence:
Yatırımcının yatırım yapmak ya da bir şirketin başka bir şirketi satın alma sürecinde şirketi, girişimciyi, iş fikrini ve pazarı araştırma sürecidir.

Fikri Mülkiyet Hakkı:
Fikir ve sanat eserleri ile marka, coğrafi işaret, tasarım, patent ve faydalı modeli, ticari sır ve know-how.
üzere yapılan değerlendirmedir.

Gelir Modeli:
Belirli bir ürün veya hizmet için tasarlanmış fiyatlandırma stratejisidir.

Giriş Bariyeri:
Giriş bariyeri, yeni rakiplerin bir sektöre veya iş alanına kolayca girmesini engelleyen yüksek başlangıç maliyetlerini veya diğer engelleri tanımlar.

Girişimci:
Programa başvuru yapan ve seçilmesi halinde Program dahil olacak olan girişim fikrini geliştirecek olan gerçek kişi katılımcı ve varsa ekibidir.

Hissedarlar Sözleşmesi - Shareholder Agreeement/SHA:
Bir şirketin pay sahipleri tarafından imzalanan, pay sahiplerinin kendi arasındaki iç ilişkilerini ve şirketle olan ilişkilerini düzenlemeyi amaçlayan bir sözleşmedir
.

İş Modeli Kanvası:
İş Modeli Kanvası, girişimin değer önerisini, kaynaklarını, finansal planını, müşteri ve partner ilişkilerini görsel bir grafik aracılığı ile gösterebildiği bir şablondur.

İtere Etmek:
Bir süreci tekrarlama, sonuçları her seferinde analiz etme ve en iyi sonucu elde etmek için değişiklik yaparak tekrar sürece başlama kavramıdır.

Jüri:
Final gününde Girişimcileri dinleyerek, yatırım yapma veya yapmama kararını alacak kişiler topluluğudur.

Kanal Stratejisi:
Kanal stratejisi, bir şirketin ürünlerini veya hizmetlerini potansiyel müşterilere sunmanın en iyi yolunu sağlamayı amaçlar. Direkt satış ya da distribütörler üzerinden indirekt satış kanal stratejilerine örnek olarak verilebilir.

Kavramsal Doğrulama - Proof of Concept:
Bir ürün ya da hizmetin uygulanabilirliğini göstermek için yapılan kavramsal doğrulamadır.

Mentör:
Girişimci adaylarına neyi nasıl yapacaklarını keşfetmelerine ilgili alandaki tecrübesi ile yol gösteren kişi. Sabancı Topluluk içi veya dışından oluşabilir.

Minimum Uygulanabilir Ürün – Minimum Viable Product/MVP:
MVP, ürünün odaklandığı hedef kitlesinden geri bildirim alabilecek kadar yeterli özelliklere sahip ürün versiyonudur. Ürünün son gideceği noktayı temsil eden tüm özellikleri kapsar.

Operasyonel Harcamalar - Operating Expenditure/OPEX:
Bir şirketin işini yürütmek için her gün harcadığı olağan ve gerekli giderlerdir. Maaş, elektrik gideri, idari giderler, üretim giderleri örnek olarak verilebilir.

Ölçeklenebilirlik:
Satış hacmi artarken kar marjını koruyabilen şirket özelliğidir. Yatırım kararında şirketlerin ölçeklenebilirliği büyük önem taşımaktadır.

Öncelik Hakkı -Priority Pass:
Girişimcilerin şirketlerdeki işbirliği süreci içerisinde, öncelik almasına ve operasyonel iş planlarının arasında hızlı ilerlemesine yardımcı olması için tasarlanmış bir haktır.

Ön Protokol - Term Sheet:
Yatırım anlaşması ile ilgili ön sözleşmedir. Bir yatırımın yapılacağı temel hüküm ve koşulları özetleyen bağlayıcı olmayan bir anlaşmadır.

Pazarlama Planı:
Girişimin kısıtlı kaynaklar ile hızla büyümesini desteleyecek pazarlama faaliyetleri stratejilerini düzenlemek, yürütmek ve izlemek için oluşturulan stratejik bir yol haritasıdır.

Pivot:
Girişime ait değer hipotezinin müşteri ile doğrulandığı sırada alınan geri bildirimlerle iş modelinde yapılan değişikliklere pivot etmek denilmektedir. İş modelini tamamen değiştirmek pivot etmek olarak nitelendirilmemektedir.

Pretotip:
Pretotip erken aşama prototip olarak tarif edilebilir.

Prototip:
Prototip bir ürünün nihai ürüne mümkün olan en yakın halidir.

Sabancı ARF:
Sabancı Topluluk çalışanları ve tüm dış girişimcilerin başvurusuna açık, 20 haftalık zaman diliminde, katılımcının içinde bulunduğu olgunluk seviyesine göre farklı süreçler barındıran bir hızlandırma platformudur.

Sabancı Holding:
Hacı Ömer Sabancı Holding Anonim Şirketi.

Sabancı Topluluğu:
Sabancı Holding ile Sabancı Holding'in iştiraki olan veya herhangi bir şekilde kontrolü altında bulunan şirketlerden oluşan şirketler topluluğu.

Sabancı Topluluğu Üst Yönetimi:
Sabancı Holding CEO, Yürütme Kurulu üyeleri ve Direktörleri ile Topluluk Şirket Genel Müdürleri, Genel Müdür Yardımcısı ve Direktör seviyesidir.

Sounding Board:
Girişimciler ile süreç içerisinde işbirliği geliştirmek için çalışan ekip ve girişimci mentörlerinden oluşan gruptur. Final günü öncesi Jüriye verilecek bilgi notunda yorumları olacaktır.

SSS:
Sıkça Sorulan Sorular, web sitesi üzerinden erişilebilir.

Şartname:
Hızlandırma Programı Başvuru ve Katılımcı Şartnameleri bulunmaktadır. İlgili maddeler çerçevesinde, Girişimci belirli konularda taahhüt vermeyi kabul eder ise Programa dahil olabilir.

Şirket Değerlemesi:
Şirketin mali değerinin hesaplanma sürecinde şirketin o zamana kadar yaptığı çalışmalar sonucunda ulaştığı değeri tespit etmek amacıyla yapılmaktadır.

SABANCI ARF ON AIR:
20 Haftalık program sonucunda girişimlerin yatırımcı sunumu yapacakları final günüdür.

Tasarım Düşüncesi - Design Thinking:
Müşteriden öğrenilen problem ve ihtiyaçların çözümlere dönüştürülme metodolojisidir.

Yalın Girişim - Lean Startup:
Girişimin en kısa sürede minimum uygulanabilir ürününü geliştirerek müşterilere ulaşmasını ve pazarı doğrulamasını savunan bir metodolojidir.

Yatırım-Investment:
1) Yatırım, belirli bir kaynağın ya da değerin, gelir sağlamak amacıyla kalıcı bir biçimde kullanılmasıdır. 2) Bir dönem içerisinde üretim araçları varlığına yapılan eklemeler ve bunu mümkün kılan harcamalardır. Yatırımlar, mevcut ürünlerin daha nitelikli olmalarına yönelik olabileceği gibi, tümüyle yeni ürünlerin üretilmesine, satışına veya geliştirilmesine de yönelik olabilir. 3) Şirket değerlemesi çerçevesinde, şirketin belirli bir hissesi karşılığında verilen maddi değerdir.

Yatırım Getirisi - Return of Investment/ROI:
Yapılan yatırımın karlılığını gösteren yatırım performansı ölçüsüdür.

Yatırım/Sermaye Harcamaları - CAPEX:
İşi başlatmak için kullanılan nakit ve varlıklarını ve uzun vadede kullanılmak üzere planladığı büyük satın almalardır. Ekipman alımları, üretim miktarını artıran alımlar arsa ve bina alımı örnek olarak verilebilir.

Yatırımcı Sunumu - Pitch Deck:
Değer önerisi, iş modeli, ekip, gelir elde etme, pazarlama ve satış stratejisi gibi, yatırımcılara yatırım kararı aldırmak üzere yapılan ve girişim hakkında genel bir bakış sağlayan kısa ve etkili sunumdur.

Fikir senden,
hayal senden.

İşini yükselten destek SABANCI Arf 'ten.

ALMOST READY TO FLY