

topluluk
içişlevişçilik
kitapçığı

SABANCI *Arf*
ALMOST
READY
TO FLY



SABANCI *Art*

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

içindekiler

İçindekiler

SABANCI ARF

Program Amacı	4
Program Akışı	6
Katılımcılar	7
Başvuru Süreci	8
Diğer Programlarla Bağlantı	11
Değer Önerisi	16
Değerlendirme ve Seçim Kriterleri	18
Çalışma Şekli	25

SÜREÇ DETAYLARI

Problemi ve Müşteriyi Anlama	33
Problemi ve Müşteriyi Doğrulama	34
Çözümü Tasarlama	35
Çözümü Doğrulama	36
Pazarı Doğrulama ve İlk Müşteri	37
Yatırımcı Sunumu	38
Playbook Terimleri	39



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 **Sabancı Topluluk çalışanları*** başvurusuna açık, 20 haftalık zaman diliminde, katılımcının içinde bulunduğu olgunluk seviyesine göre farklı süreçler barındıran bir hızlandırma platformudur.



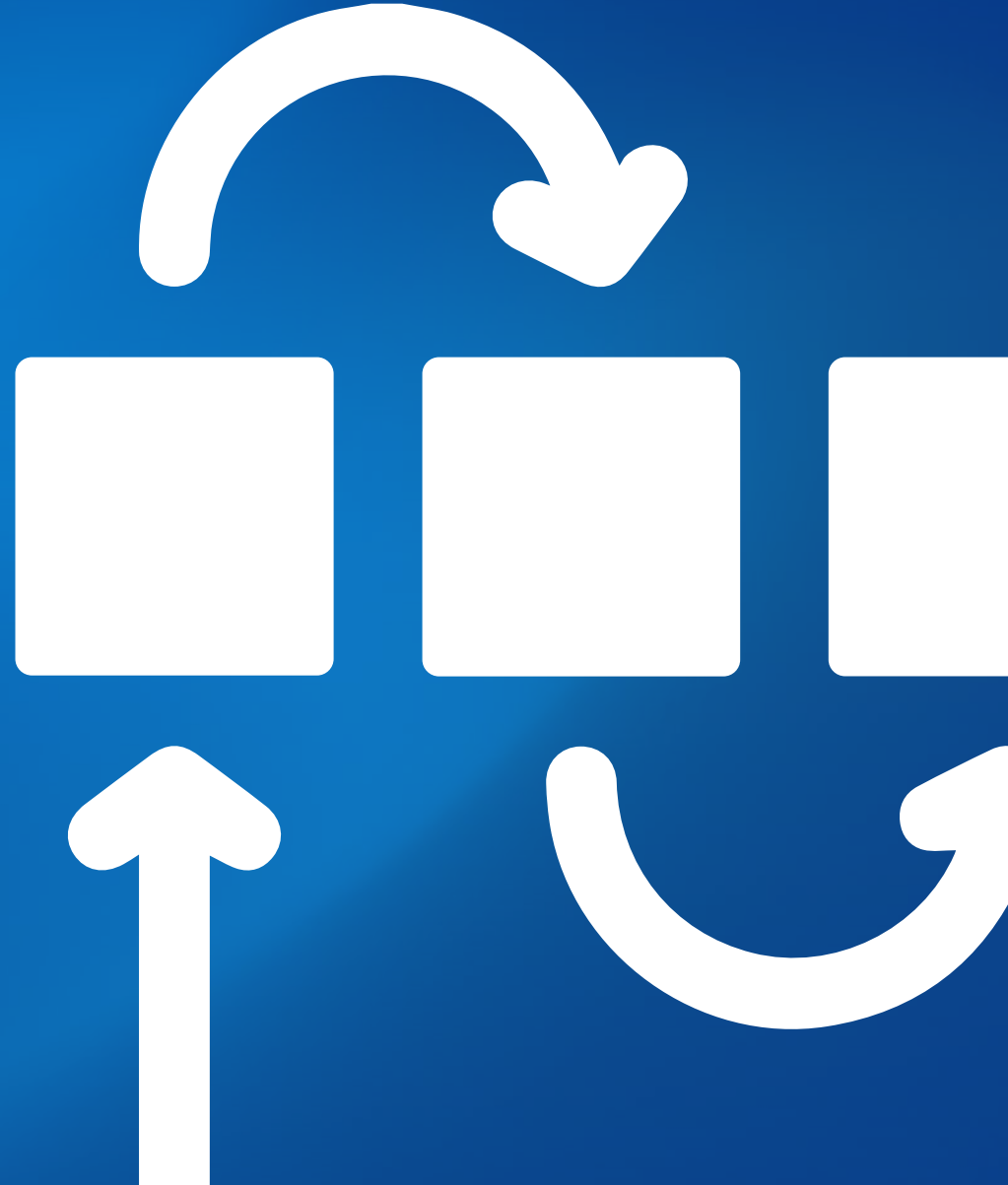
20 haftalık zaman diliminde programa katılmaya hak kazanan iç ve dış girişimciler için Sabancı Center, **4 Levent İstanbul adresinde ortak çalışma** yapabilecekleri açık ofis imkanı sunulmaktadır.



Programa katılmaya hak kazanan çalışanlarımız; fikirden ticarileşmeye giden yolculukta, kendi şirketlerini kurma yolunda adım atarken, Sabancı ARF onlara gerekli **müşteri bağlantıları kurulması, maddi destek ve mentörlük sağlıyor olacak.**

* Akbank ve iştirakleri, Sabancı Vakfı ve SSM çalışanları hariçtir.

Sabancı ARF Program Akışı



→ Katılımcılar

- ▶ Topluluk içi girişimci olarak süreçte yer almak için Sabancı Holding veya ona bağlı kuruluşlardan bir tanesinde çalışıyor olunması ve Sabancı ARF programı tarafından açılacak 3 tip çağrıdan en az birine cevap verilmesi gerekir; **Fikir Çağrısı, Takım Üyesi Çağrısı ve Girişimci Yerleştirme Çağrısı**
- ▶ Başvuranların 18 yaş üstü ve tam fiil ehliyetini haiz olması beklenmektedir. Başvuran kişilerin, girişimlerinin büyüme potansiyelini değerlendirirken önceki deneyimleri dikkate alınabilir. Sabancı ARF'a katılmak için herhangi bir ücret ödenmesine gerek yoktur.
- ▶ 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.
- ▶ Akbank ve iştirakleri, Sabancı Vakfı ve SSM çalışanları hariçtir.

→ Başvuru Süreci

sabanciarf.com



Fikir Çağrısı



Sabancı Holding'in belirlediği odak noktaları kapsamında yılda 2 defa açılan Sabancı Topluluk çalışanlarının* katılımına uygun bir çağrıdır.

www.sabanciarf.com web sitesinden Topluluk içi başvuru formu doldurulmalıdır. Bu çağrıya cevap veren kişilerin başvurularının değerlendirilmesi sonrasında seçilecek fikirler aynı platformlar üzerinden açıklanır. Böylece bu fikir için çalışacak ilk takım üyesi, bir diğer deyişle "fikir öneren" seçilmiş olur. Takım üyesi önerileri ayrıca değerlendirilecektir.

Takım Üyesi Çağrısı

Programa seçilen fikir önerisi, Sabancı Topluluk çalışanları* tarafından görülecek şekilde Topluluk çalışanlarının kullandığı ortak platformlar veya e-posta üzerinden detaylarıyla yayınlanır. Bu kez katılımcılar fikir vermek yerine seçilmiş fikir'den hangisi için çalışmak istediklerini seçerek takımın bir üyesi olma çağrısına başvurmuş olurlar.

Fikir takımlaştıktan, projeleştikten sonra fikri öneren veya takıma sonradan katılan kişiler arasında, takım içindeki yönetim veya başka bir hak konusunda fark olmaz.

Fikir önerisi getiren bir “kişi” değil bir “takım” ise, takımın yetkinlik ve programa uyum değerlendirmesi Sabancı ARF ekibi tarafından yapılır. Uygun görüldüğü ve seçildiği durumda, programa başlar.

Aynı şirketten ve riskli/stratejik olarak görülen aynı departmanlardan çok sayıda başvuru olduğu takdirde Sabancı ARF ekibi ve ilgili Şirket Mentörleri ile durum hassas şekilde değerlendirilecek, son karar tüm paydaşların faydasına olacak şekilde verilecektir.

Takımda, Topluluk çalışanı olmayan kişiler mevcut olabilir. Bu durumda, başvuru topluluk içi başvuru formu kanalıyla ge-

lererek topluluk içi çalışan takım üyeleri süreç boyunca haklarını korumuş ise, girişim şirketleştğinde Topluluk içi yatırım hakları aranacaktır. Bir kısım takım üye/üyelerinin çalışanların dışında olması bu durumu değiştirmez. Proje geliştirmeleri esnasında takımdan ayrılan kişilerin yerine, gerekli görülürse, başvuru sürecine dahil olmuş kişiler arasından Sabancı ARF Yürütücüleri tarafından yeni bir kişi atanabilir. Bu durumda ekiple karşılıklı mutabakat sağlanacaktır. Ekibe gelecek yeni kişi de Proje takımının bir parçası olarak aynı haklara sahip olacaktır.

Takımlaştırma konusunda son seçim hakkının Sabancı ARF'a ait olduğu unutulmamalıdır.

Girişimci Yerleştirme Çağrısı (Entrepreneur in Residence)

Sabancı ARF ile devam etmesi öngörülen projeler için, Topluluk içi ve dışı uygulayacak ekip bulunması ve atanması modeline “Girişimci Yerleştirme” denilmektedir.

Böyle bir durumda, halihazırda konu üzerine çalışmış veya çalışmakta olan bir ekip üyesi, Sabancı ARF’a fikir önerisi ile başvurması adına davet edilir. Eğer gönüllü bir ekip üyesi mevcut değilse, bu iş fikri için girişimci ve takım çağrısına çıkılır. Takım başvuruları ile iş fikri geliştirme süreci, Sabancı ARF programı altında takip edilmeye başlanmış olacaktır.



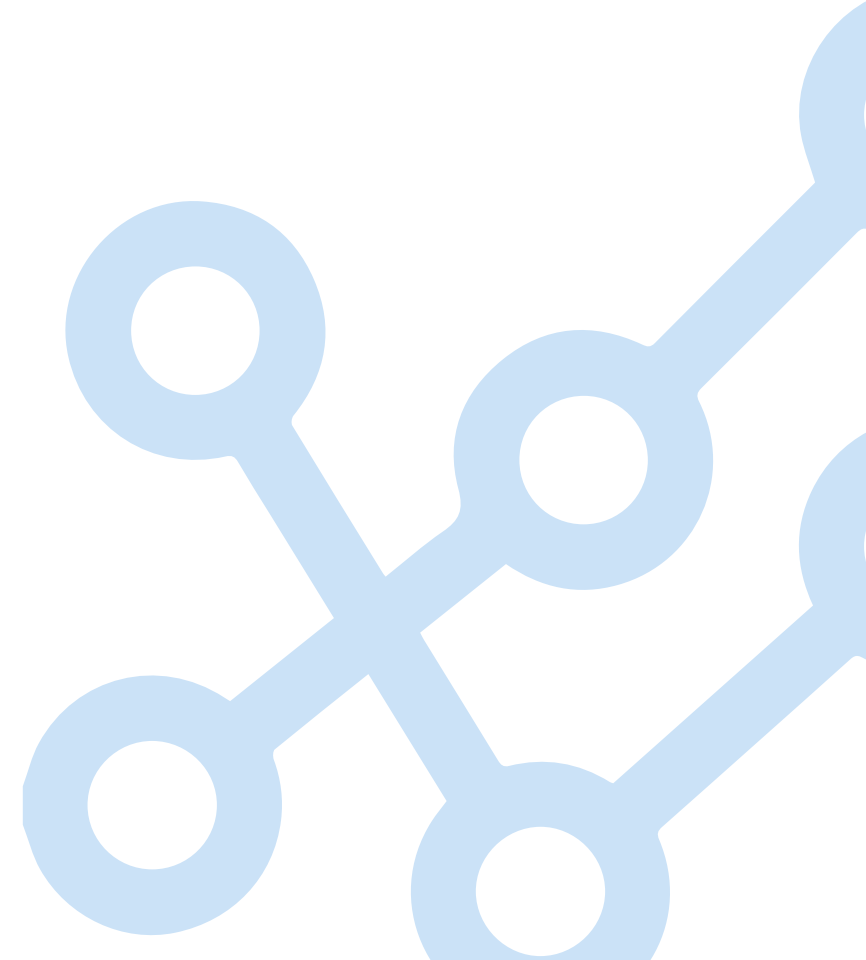
Topluluk çalışanları* Sabancı ARF’a farklı turlarda birden fazla kez başvuru yapabilirler. Bir kısıt bulunmamaktadır.

* Akbank ve iştirakleri, Sabancı Vakfı ve SSM çalışanları hariç

↳ Sabancı ARF'ın Diğer Programlarla Bağlantısı

X-Teams

Sabancı Holding Yürütme Kurulu ile mutabık kalınarak belirlenen problem alanı ve büyüme alanları çerçevesinde, düzenlenen, topluluk-içi inovasyon programıdır. Her turda farklı Topluluk şirketlerinden 10'ar kişilik takımlar için "Subject Matter Expert"ler ve belirlenen bir Sponsor ile projeler 90 gün kadar sürmektedir. Çevik ekipler, haftalık sprintler halinde çalışmaktadır. Ekiplerden beklenen; problem alanını doğrulamak, büyüklüğünü ve ölçeklenebilirliğini göstermek, uygun çözüm alanları/yeni teknolojileri taramak, analiz etmek, Sabancı Topluluk yetkinliklerini bu çerçevede değerlendirerek olası bir yol haritası çıkarmaktır.



Uygun görülen durumlarda X Teams projelerinden çıkan konular için, X-Teams ekibinde çalışmış bir ekip üyesi, Sabancı ARF'a davet edilir. Eğer gönüllü bir ekip üyesi mevcut değilse, bu iş fikri için girişimci ve takım çağrısına çıkılır. Takım başvuruları ile iş fikri geliştirme süreci, Sabancı ARF programı altında takip edilmeye başlanmış olacaktır.



X-Lab

Sabancı Holding X-Lab programı, 16 hafta online çalıştaylar ile bireysel öğrenim kazandıran ve sonrasında **Ideathon'a girmek üzere seçilen kişilerin takımlar halinde yeni ürün/hizmet/iş modeli geliştirmeleri üzerine kurgulanmış bir programdır.** Ideathon sonucunda Jüri sunumları yapılmaktadır. Jüri sunumunda seçilen 2 takımın Sabancı ARF'a direk katılması ve fikirlerini uygulamaya dek yürütmelerinin desteklenmesi hedeflenmektedir. Sabancı ARF'a katılım durumu, X Lab katılımcısının takdirindedir. Eğer gönüllü bir ekip üyesi mevcut değilse, Ideathon'da çıkan iş fikri için takım çağrısına çıkılır.

X-Lab programında, hem bireysel hem de takım halinde yürütülen inovatif fikirler, Sabancı ARF programının başvurusuna katılım göstermekte özgürdürler. X-Lab mezun ve katılımcıları, Sabancı ARF Başvuru süresince ayrıca bilgilendirilecek ve başvuru formu üzerinden başvuru yapmaya davet edilecektir.



Sabancı X-Lab, Sabancı Topluluğu İnovasyon Akademisidir. Sabancı ARF içerisinde gerekli görülen eğitim modüllerinin online olarak X-Lab programı yürütücüleri tarafından sağlanması hedeflenmektedir.

Topluluk Şirketlerinin İç Girişimcilik Programları

Sabancı ARF olarak amacımız, Sabancı Topluluk Şirketleri'nin yarattığı değerlerin üzerine ilave değer yaratabilmek ve toplamdan daha büyük bir ekosisteme Topluluk olarak ulaşılmasını tetikleyebilmektir.

İç girişimcilik programında herhangi bir sebeple red edilmiş, ARF'a devam etmesinin katkı sağlayacağı kararı alınmış veya ilgili program süreci herhangi bir sebeple sonlandırılmış fikir önerileri, bu durumu başvuru formuna açıklayarak Sabancı ARF'a başvuru yapabilirler.

Dış Kuluçka ve Hızlandırma Merkezileri

Sabancı ARF olarak amacımız, açık inovasyonu desteklemek ve Topluluk çalışanlarımızın yeni yeşerteceği fikirlere/teknolojilere gerek mentörlük ve yapısal destek, gerek ise nakit ile ön tohum yatırımı sağlayarak destek olabilmektir. Bu çerçevede, girişimcilerin dış kuluçka veya hızlandırma merkezine gitmeden önce Sabancı ARF programı başvurusu ile şanslarını denemelerini tavsiye ederiz. Programın sonrasında daha büyük bir değer yaratıyor olarak, yurtiçi ve yurtdışı müşteri/yatırım bağlantıları kurabilirsiniz. Bu sürecinizde de durumun şartlarına bakılarak tüm paydaşlara değer yarattığına inanıyorsak size destek sağlıyor olacağız.

Sabancı ARF programına seçildikten sonra ve süreç esnasında farklı bir merkeze başvuru yapılmaması gerekmektedir.



Neden **SABANCI** *Arf*?

ALMOST
READY
TO FLY

A

Fikir Aşaması

Topluluk içi girişimciler yaklaşık 20 hafta sürecek bir hızlandırma programına dahil oldukları süre boyunca deneyimli profesyonellerden bir ürün/hizmet veya iş modelinin nasıl sıfır noktasından hayata geçirileceğini deneyerek öğreneceklerdir.

B

MVP/Pretotip Aşaması

Elindeki fikri MVP (minimum viable product) veya pretotip aşamasına getirmiş, sahada ön testini tamamlamış topluluk içi girişim, proje veya ar-ge projesi; müşteri ve probleme odaklanarak sürdürülebilir iş modelleri tasarlayabilmek, ürün/hizmeti geliştirmek için deneyimli danışmanlar ile birlikte çalışmalar yürüteceklerdir.



**\$30.000'a Kadar
Geliştirme Fonu**

Takım üyeleri (A veya B) Program'ın ilk 5 haftası yarı zamanlı olmak üzere (haftanın 2 günü), geriye kalan 15 hafta tam zamanlı olarak çalışacaktır. Bu süre boyunca takım olarak pretotip ve prototip denemelerini yapabilmeleri için maksimum \$30.000'a kadar bütçeleri olacaktır. Bu bütçeyi Sabancı ARF ekibi ile e-posta üzerinden mutabık kalarak harcayabileceklerdir.



**Yatırım
Olanakı**

20 haftalık süreç boyunca sağlanan bütçe ile Proje ekiplerinin, yaptıkları denemelerden başarılı olmaları, ürün/hizmet prototipini oluşturmuş olmaları, ilk faturalarını kesmiş olmaları ve/veya en azından ilk müşteri bağlantısı yapmış olmaları beklenmektedir. Bunun sonrasında proje ekipleri, Jüri'nin önüne çıkarak yatırım talep edecektir.



**Uzman ve
Mentor Desteği**

20 haftalık toplam sürecin 10. Haftasında 2. "Flight Check" yapılacaktır. 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 Center
4. Levent'te Açık
Ofis İmkânı

20 haftalık zaman diliminde programa katılmaya hak kazanan topluluk içi 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 defa Sabancı ARF ekibi ve takım arkadaşlarıyla yüzyüze bir araya gelecekleri çalışmalar yapılması beklenmektedir. Ayrıca, Sabancı ARF ekipleri tarafından düzenlenecek olan yüz yüze seminer, komünite toplanmaları veya Komite, Jüri sunumları için mutlaka merkez ofise gelinmesi beklenmektedir.



Flight Check

Sabancı ARF programı çevik yönetilmektedir. Çevik yönetim çerçevesinde, program başladıktan 5 hafta sonra ilk “Flight Check” yapılacaktır. Değerlendirme kriterleri Sabancı ARF ekibi tarafından belirlenmiştir, 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 Topluluk içi çalışanlarımızın Geçici Görevlendirme’sine son verilecek ve Sabancı Topluluk Şirketi pozisyonlarına geri döneceklerdir.



**Sabancı Topluluğu
Networkü**

2. “Flight Check” sonrası, devam kararı alınan girişimciler ile ilgili Sabancı Holding Topluluğu Üst Yönetimi ile tanıştırlacak ve gerekli görülen aralıklardaki görüşmeler ajandalara işlenecektir. Bu sayede, Topluluk içi girişimci deneyim, ekspertiz ve inisiyatif anlamında Sabancı Holding’in üst düzey yönetimi ile tanışma fırsatını, teknolojisini/ürününü kendisine direkt aktarma fırsatını, inisiyatif alanları çerçevesinde “öncelik hakkı” (priority pass) kazanma olasılığını elde edecektir. Sabancı görüşme içeriği; mentörlük, yönlendirme, deneyim ve beklenti aktarımı, kapsam geliştirme, network geliştirme, gelişimin önünü açma/hızlandırma vb. olmasının yanı sıra Jüri değerlendirmesine giden yolda önemli kilometre taşlarındandır.

Değerlendirme Kriterleri

Topluluk içi Girişimciler 3 çağrı ile sürece dahil olabilirler. Bu süreçler fikir çağrısı, takım çağrısı ve girişimci yerleştirme çağrısıdır. 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.

Fikir çağrısı yapıldıktan sonra gelen fikirler aşağıdaki kriterlerde değerlendirilir;



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 komitesi tarafından, hazırlanan formlar aracılığıyla 5 üzerinden puanlanır. Değerlendirilir ve başvurunun final puanına göre seçim yapılır. Başvuru formları web sitesinde yer almaktadır. En doğru ve detaylı şekilde doldurulması, değerlendirme yapabilmek için önem arz etmektedir.

www.sabanciarf.com

Ekip Değerlendirmesi

Sabancı ARF Değerlendirme Komitesi şirket içi ve dışından oluşan uzman ekip üyelerinden her yıl girişimlerin sektör ve odak alanlarına göre oluşturulur.

Takımlaştırma Metodolojisi

1.3 numaralı başlıkta belirtilen takım çağrısına cevap veren topluluk içinden kişiler takım üyesi olmadan önce 3 adımlık değerlendirme metodolojisinden geçerler. Bunlar;

İnovasyon İlgisi ve Bilgisi: Takıma katılmak için başvuruda bulunan kişilerin inovasyon ilgisi ve bilgisi 2 dijital anket ile ölçülür.

Karakter Analizi: Başvuru sahiplerinin “16 Personalities” olarak adlandırılan karakter analizi anketini doldurmaları beklenir. Burada doğru veya yanlış bir karakter yoktur, farklı karakterlerin fikir için uygun bir takım- da yer alması için ölçüm yapılır.

Takımlaştırma Çalıştayı: Takımlaştırma çalışmasına 6 kişilik takımlar olarak başlanır. Bu çalıştayın sonunda Sabancı ARF ekibi, Sabancı Holding IK, şirket dışı uzman

ekip ve takım üyelerinin birbirlerini değerlendirmeleri sonucunda nihai 3-4 kişilik takımlar oluşur. Sabancı ARF ve şirket dışı uzman ekip, takım üyelerini çalıştay boyunca gösterdikleri davranışlar üzerinden değerlendirirken, takım üyelerinin de kiminle bir takım olmak istediği konusunda kendisini de katarak sıralama yapması beklenir. İdeal takım büyüklüğü 3 kişiden oluşmakta ve maksimum 4 kişi olması önerilmektedir.

Seçilen tüm takım üyelerinin (fikir öneren dahil), “Geçici Görevlendirme” imzalayarak projeye dedike çalışacaklarını taahhüt etmeleri beklenmektedir. Bu aşamada, takım üyelerinin Şirket Genel Müdür ve IK’larına bilgi verilerek, bağlı oldukları yöneticinin ve ekibin bilgilendirilmesi sağlanır.



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? Patent 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

Ekip Değerlendirmesi

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

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

ON AIR

Final Günü

Final günü, Sabancı ARF ON AIR olarak adlandırılmaktadır. ON AIR için yatırımcı sunumlarını hazırlayacak olan girişimcilerin önüne **3 karar seçeneği çıkar;**



- 1 Eğer jüriden yatırım kararı çıkar ise, takım üyeleri “kendi girişimlerini” / yeni şirket kurarlar. Final gününde yapılacak yatırımcı sunumları sonrası o zamanki koşullar ve değerlendirme 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. Yatırım tutarı şirket değerlemesi, girişimin durumu, ortakların uzmanlığı gibi kriterlere bakılarak belirlenir. Süreç boyunca sağlanan nakit ve nakit olmayan değerler paketi, ve final günü yatırım tutarı kapsamında, Sabancı ARF payının 25% olması beklenir. Takım üyeleri ve Sabancı ARF ile ortak şirket kurulum aşamalarına başlanır.

- 2 Jüriden yatırım değil, ortaya çıkan projenin şirketler içinde değerlendirilmesi kararı çıkar ise, girişimcilerin ürün takımında olma veya takıma destek sağlama hakkı bulunur.

3

Jüriden yatırım veya ürünleşme onayı alamayan topluluk içi girişimciler ise, kazandıkları bu eşsiz deneyim ve öğrenimleriyle kendi şirketlerindeki mevcut pozisyonlarına geri döner. geçici görevlendirme farklı bir bilgilendirmeye mahal bırakmaksızın sonlandırılmış olacaktır. Bu katılımcılarımız artık kendi şirketlerinde çalışan birer Sabancı ARF elçisidir. Sabancı ARF sürecine katılmış ve görevine dönmüş herkes elçi olabilme hakkına sahiptir. Elçiler ilerleyen zamanlarda başka inovasyon projelerinde farklı rollerde (mentor, lider, takım üyesi, fikir öneren vb.) yer alabilirler.

Jürinin yatırım kararından bağımsız, topluluk içi girişimcilerin “kendi girişimlerini”/yeni bir şirketi kurmak istememe kararları olabilir. Bu çerçevede, Sabancı ARF gelecek 18 ay içinde elinde bulundurduğu fikri mülkiyet hakları kapsamında yeni şirket kurulumunu, farklı kaynak ve ekiplerle gerçekleştirebilir. Bu durum söz konusu olur ise, projeye başlayan ancak süreç içinde veya sonunda vazgeçip kendi isteğiyle ayrılan kişiler hak talep edemeyecektir.

4

Topluluk İştiraklerinin sağladığı altyapıya bağımlı olan/tedarikçi veya tek müşterisi iştirakler olan projelerde Jüri kararı, Sabancı ARF’ın azınlık hisse ile girişim kurması yönünde olmayabilir. Bu kapsamda, Jüri kararı ile, Sabancı ARF yeni kurulacak şirketin 50% ortağı olabileceği gibi, toplam hisse sahibi olup proje ekibine kardan pay verilmesi için görüşmeler yapılabilir.

Jürinin kararından bağımsız, topluluk içi girişimcilerin Sabancı ARF şartları ile girişim kurmama istekleri olabilir. Farklı bir platformda, merkezde veya dışarıda bağımsız şirket kurmak istemeleri durumunda, Sabancı ARF katılımları ve imzalanan şartname karşılığında Sabancı ARF’ın 13% hisse alma hakkı bulunmaktadır.

Çalışma Şekli

Sabancı ARF’a seçilen Geçici Görevlendirme Protokolü ve katılımcıların, programının başında Katılımcı Şartnamesi ile eklerini imza etmesi beklenmektedir. Ayrıca, Girişimciler için oryantasyon semineri verilecek, Sabancı Topluluğu ve program amacı aktarılacak, Sabancı ARF Ekibi ve Sabancı ARF Mentörleri ile tanışma sağlanacaktır. 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, **fikir öneren takım üyeleri fikirlerini geliştirmek için takım çalışmalarının 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 Topluluğu içinde mevcut olan varlıklardan yararlanmak gerekecekse, Sabancı ARF ekibi ve Sabancı ARF Şirket Mentörlerinin bilgilendirilmesi gerekmektedir.

Yatırımcı Sunumu sonrasında yatırım almaya hak kazanamayan projelerin üzerindeki tüm maddi haklar 18 aylık süre ile Sabancı Holding'e ait olacaktır. Bu süre sonunda, Sabancı Holding tarafından yatırım yapılmaması kararı alınırsa fikir hakları Proje ekibine kalacaktır.

Sabancı ARF programında tüm girişimler proje takip portalı üzerinden haftalık takip edilecektir.





Takımlarda yer alan her bir takım üyesi, aynı haklara sahiptir. Birlikte çalışılan takım üyeleriyle, iletişimin olumlu bir şekilde sürdürülmesi, projenin başarılı olabilmesi ve takım olarak yatırım alınabilmesi için takımın motivasyonunu da üst seviyede tutulmaya gayret gösterilmesi önemlidir.

Grup sorumluluk ve iş planı yapılması, zaman yönetimine önem verilmesi, finansal kaynakların verimli kullanılması, değişen şartlara ayak uydurulması ve Sabancı ARF ekibi ile yakın çalışılması programın amacına ulaşması için gereklidir.

Proje geliştirmeleri esnasında takımdan ayrılan kişilerin yerine, gerekli görülürse, başvuru sürecine dahil olmuş kişiler arasından Sabancı ARF Yürütücüleri tarafından yeni bir kişi atanabilir, gelecek yeni kişi de Proje takımının bir parçası olarak aynı haklara sahip olacaktır.

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 alışlagelmiş 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 prototipi 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 geldiğinde potansiyel kullanıcının mail adresini vermesini istemek, yeri geldiğinde de ön sipariş forumunu doldurmasını sağlamak.



Odak Alanları

Sabancı ARF çağrıyla çıkılan odak alanları, 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 ağızdan 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.

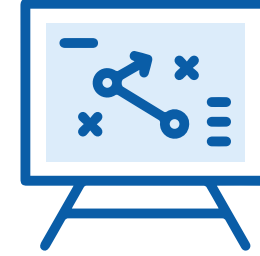
Yerleştirilen her iç görüş fikir oluşturma aşamasında yol gösterici olurken potansiyel müşteri ve problem/ihtiyacı konusunda da doğrulama imkanı verir. Persona, Müşteri Deneyimi Haritası veya Hipotez kanvasındaki tüm bilgilerin potansiyel müşteri tarafından doğrulanıp doğrulanmadığını gösterir.

Problemi doğrulamaya başlamadan önce potansiyel olarak gördüğümüz hedef kitemizin 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 değer etrafında 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 alışlagelmiş 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 ögeyi 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 çalışmış 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.

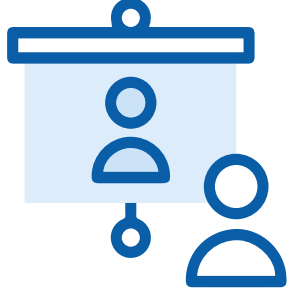
Pazarı Doğrulama ve İlk Müşteri

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 geliştirilmesi 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 componentleri 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 Agreement/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 alan-daki tecrübesi ile yol gösteren kişi. Sabancı Topluluk içi veya dışından oluşabilir.

Minimum Uygulanabilir Ürün – Minimum Viable Product/MVP:

MVP, ürünün odaklandığı hedef kitesinden 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 destekleyecek 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 nitelendirilmektedir.

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 değer, 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:

İş başlatmak için kullanılan nakit ve varlıklarını ve uzun vadede kullanılmak üzere planladığı büyük satın almalarıdır. 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 aldirmek 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