

Sunshine of Şanlıurfa



Girişimcilik Mentor ve Eğitimci El Kitabı

İçindekiler

| | |
|---|----|
| Giriş | 3 |
| Kadın Girişimciliği ve Sosyal Etki | 3 |
| Temel Eğitim ve Mentor Becerileri | 5 |
| İlişki Yönetimi | 5 |
| İş Fikri Geliştirme ve Planlama | 8 |
| Finansal Yönetim, Finansman Modelleri ve Raporlama | 13 |
| Pazarlama ve Satış Stratejileri | 14 |
| İşletme Yönetimi ve Liderlik | 16 |
| Girişimcilere Yönelik Icebreaker, Workshop ve İnteraktif Çalışmalar | 16 |
| Eğitmenler ve Mentorlar için Etik Kurallar | 17 |
| Girişim Aşamaları ve Mentorların Rollerini | 20 |
| 1. Fikir Aşaması | 22 |
| 2. Prototipleme Aşaması | 23 |
| 3. Erken Ticarileştirme Aşaması | 25 |
| 4. Olgun Aşama | 26 |
| Etkili Eğitim ve Mentorluk Oturumları | 27 |
| 1. Otorite | 28 |
| 2. Güven | 28 |
| 3. Çerçeveleme | 28 |
| 4. Girişimcinin Bağlılık Düzeyi | 29 |
| 5. Anlayış | 29 |
| 6. Faaliyetler ve Hedef Belirleme | 29 |
| 7. Kopma | 30 |
| 8. Derinlemesine Sorular | 30 |
| 9. Veri Toplama | 30 |
| 10. Geri Besleme | 31 |
| 11. Takım Arabuluculuğu | 31 |
| 12. Etkin Kayıt Tutma | 31 |

Giriş

Bu el kitabı, eğitimciler ve mentorler için, geçici koruma altındaki Suriyelilere ve evsahibi topluluklara yönelik eğitimlerde kullanacakları önemli bir kaynaktır. Kitap, TGMP'nin eğitim süreçlerini etkili bir şekilde tasarlamalarına ve katılımcılara değerli bilgiler sunmalarına destek olmayı amaçlamaktadır.

El kitabının içeriği, eğitim ve mentorluk süreçlerinde kullanılacak faydalı yöntemler, stratejiler ve etkili uygulamaları içermektedir. TGMP'nin misyonu doğrultusunda, topluluklardaki bireylerin kişisel ve mesleki becerilerini geliştirmeyi hedefleyerek kalkınma ve sürdürülebilirlik yolunda önemli bir katkı sağlamak amaçlanmaktadır.

Kadın Girişimciliği ve Sosyal Etki

Kadın girişimciliği, toplumsal değişim ve sürdürülebilir kalkınma için önemli bir rol oynamaktadır. Eğitimciler, katılımcılara girişimcilik yolculuğunun güçlü bir aracı olarak kadın girişimciliğini vurgulamalıdır. Bu bağlamda, kadınların iş kurma sürecinde karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları anlamalarına yardımcı olmak ve onların topluma olan katkılarını vurgulamak kritik öneme sahiptir.

- **Özgüven ve Liderlik Geliştirme:** Kadın girişimcilere, özgüvenlerini artıracak ve liderlik becerilerini geliştirecek eğitimler sunulmalıdır. Toplumda karşılaşılan önyargılar ve stereotipler, kadın girişimcilerin özgüvenini etkileyebilir. Eğitimciler, kadın girişimcilerin kendi değerlerini ve yeteneklerini fark etmelerini ve güçlü yanlarını iş dünyasında kullanmalarını teşvik etmelidir.
- **İşletme Yönetimi ve Beceriler:** Kadın girişimcilere, işletmelerini yönetme ve büyütme konusunda ihtiyaç duyabilecekleri bilgi ve becerileri sağlamak önemlidir. Finansal yönetim, pazarlama stratejileri, iş planlama ve kaynak yönetimi gibi konularda eğitimler sunularak, kadın girişimcilerin işletmelerini başarıyla yönetmelerine destek olunmalıdır.
- **Mentorluk ve Destek Ağının Oluşturulması:** Kadın girişimcilerin birbirleriyle bağlantı kurmaları ve destekleyici bir ağ oluşturmaları teşvik edilmelidir.

Mentorluk yapmaları ve deneyimlerini paylaşmaları, iş dünyasında birbirlerini desteklemelerini ve güçlenmelerini sağlayacaktır. Eğitimciler bu bağlantıların oluşmasına rehberlik etmelidir.

Aynı zamanda, eğitimciler katılımcılara sosyal etki oluşturma ve işletmelerini sürdürülebilir kılma konusunda farkındalık kazandırmalıdır. Böylece, kadın girişimciler hem kendi işletmelerini başarıyla yönetebilirler hem de toplumlarına olumlu bir şekilde katkı sağlayabilirler.

Eğitimcilerin, girişimcilere verdikleri eğitim ve mentorluklarda **sosyal etki yaklaşımı** benimsenmesi, girişimcilerin işletmelerini sadece ekonomik getiri odaklı olmaktan çıkararak topluma ve çevreye olan olumlu katkılarını vurgulamalarını sağlar. Sosyal etki, belirli faaliyet ve hizmetler sonucunda insanlarda, toplumda ya da çevre şartlarında olan değişiklikleri ifade eder. Eğitimciler, girişimcilere sosyal etkinin önemini anlatarak, işletmelerinin sunduğu ürün ve hizmetlerle toplum ve çevre üzerinde pozitif bir etki yaratmaları konusunda ilham vermeli ve teşvik etmelidirler.

Sosyal girişimlerin, işletmelerinin her adımında finansmana ihtiyaç duyduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Eğitimciler, girişimcilere sosyal girişimcilikteki riskli alanları ve etki yatırımcılığının daha tedbirli şekillerde yapılmasını gerektiren nedenleri anlatarak, girişimcilerin finansal stratejilerini bu gerçeklere göre şekillendirmelerine yardımcı olabilirler. Dezavantajlı gruplarla çalışmanın getirdiği riskler ve faydalanıcıların alım gücünün düşüklüğü sebebiyle ödeme almanın her zaman mümkün olmayabileceği durumlar göz önünde bulundurulmalıdır.

Eğitimcilerin girişimcilere sunacakları yönergelerde, sosyal etki odaklı iş modelleri ve sürdürülebilirlik ilkeleri vurgulanmalıdır. Girişimcilerin işletmelerini toplumsal ihtiyaçlara yönelik bir vizyonla inşa etmeleri ve sosyal etkiyi kârlılıkla dengelemeleri, iş dünyasında toplumsal fayda yaratan bir nesil girişimcilerin önünü açar. Eğitimciler aynı zamanda girişimcileri, sosyal girişimciliğin potansiyel zorlukları ve fırsatlarının farkında olmaya teşvik etmeli ve bu konuda stratejik bir yaklaşım geliştirmelerine yardımcı olmalıdır.

Temel Eğitim ve Mentor Becerileri

1. Etkili İletişim Becerileri

Eğitmenler için en önemli becerilerden biri etkili iletişimdir. Eğitmenler katılımcıların ilgisini çekmek ve dikkatini canlı tutmak için açık ve anlaşılır bir dil kullanmalı, beden dilini etkin bir şekilde kullanmalı ve sorularla katılımcıları aktif olarak dahil etmelidir.

2. Eğitim Yöntemleri ve Teknikleri

Katılımcıların öğrenme sürecini geliştirmek için çeşitli eğitim yöntemleri kullanılmaktadır. Grup çalışmaları, tartışmalar, rol yapma gibi katılımcı merkezli yaklaşımlarla etkileşim artırılmalı ve eğitim materyalleri görsel ve işitsel araçlarla zenginleştirilmelidir.

3. Sınıf Yönetimi ve Katılımcı İlişkileri

Sınıfta düzen ve disiplin sağlamalı, zorlu katılımcılarla başa çıkılmalı ve katılımcılar arasında olumlu ve destekleyici bir ortam oluşturulmalıdır.

4. Eğitim Performansının Değerlendirilmesi

Eğitim programının etkinliğini ve katılımcıların performansını değerlendirmek için öğrenci başarısını ölçme, geri bildirimlerle değerlendirme ve sürekli olarak iyileştirme süreçleri uygulanmalıdır.

5. Yetişkin Öğrenme Prensipleri

Yetişkin öğrencilere yönelik öğrenme prensipleri eğitmenler tarafından öğrenilmeli ve eğitimler buna göre şekillendirilmelidir. Yetişkinlerin öğrenme ihtiyaçlarını anlamak, önceki deneyimleri eğitim sürecine dahil etmek ve eğitimi gerçek yaşam senaryolarıyla bağlandırmak önemlidir.

6. Çeşitlilik ve Kapsayıcılık

Farklı kültürlere ve çeşitliliklere sahip katılımcılara uygun bir eğitim ortamı yaratılmalıdır. Bu kapsamda, çeşitli katılımcıları kapsayacak bir eğitim atmosferi oluşturmalı ve dezavantajlı katılımcılara destek sağlanmalıdır.

7. Eğitim Etik ve Sorumlulukları

Eğitmenler eğitim süresince etik kurallara uygun davranmalı, katılımcı gizliliğini ve mahremiyetini korumalı ve eğitim etkinliklerinde güvenlik ve emniyeti sağlamalıdır.

İlişki Yönetimi

Victim's Triangle ve İlişki Yönetimi

Victim's Triangle (Mağdur Üçgeni), ilişkilerde olumsuz bir etkileşim modelini tanımlar ve öğretmenlerin bu tuzağa düşmeden nasıl bir yaklaşım izlemesi gerektiğini vurgular. Bu kavram, üç ana rolü içerir: mağdur, kurtarıcı ve suçlu.

- **Mağdur:** Mağdur, sorumluluktan kaçınan ve sürekli olarak dış etkenleri suçlayan kişidir. Kendi problemlerini çözmek yerine başkalarından yardım ve destek talep eder. Öğretmenler, öğrencileri mağduriyet rolüne düşmekten ve sorumluluktan kaçınmaktan uzak durmaya teşvik etmelidir.
- **Kurtarıcı:** Kurtarıcı, mağduru korumaya ve onun problemlerini çözmeye çalışan kişidir. Ancak bu roldeki kişiler, aslında mağduru bağımlı hale getirebilir ve kendi ihtiyaçlarını göz ardı edebilirler. Öğretmenler, öğrencilere kurtarıcı rolüne düşmeden yardımcı olmanın önemini anlatmalı ve onların kendi başarılarına odaklanmalarını teşvik etmelidir.
- **Suçlu:** Suçlu, diğerlerini sorunlardan ve zorluklardan sorumlu tutan kişidir. Bu roldeki kişiler, kendi hatalarını ve katkılarını görmekte zorlanabilirler. Öğretmenler, öğrencilere suçlu rolünden kaçınmanın, kendi eylemlerinin sonuçlarını kabul etmenin ve öğrenme sürecinde yapılan hatalardan ders çıkartmanın önemini vurgulamalıdır.

Eğitmenler, bu olumsuz etkileşim modeline karşı öğrencilere sağlıklı bir ilişki yönetimi yaklaşımı sunmalıdır. Bu yaklaşım, öğrencilerin kendi sorumluluklarını kabul etmelerini, başkalarını suçlamak yerine çözüm odaklı düşüncelerini ve kendi

güçlü yanlarını keşfetmelerini destekler. Ayrıca, öğretmenler, öğrencilere sürekli destek sağlamak yerine, onların kendi çözümlerini üretebilecekleri bir öğrenme ortamı oluşturmalı ve özgüvenlerini geliştirmelerine yardımcı olmalıdır. Böylece, öğrenciler kendi başarılarından daha fazla sorumlu olacak ve olumlu bir öğrenme deneyimi yaşayacaklardır.

Eğitmenin Sosyal Sermayesi ve Girişimcilere Sağladığı Katkılar

1. Sosyal Ağlar:

Sosyal ağlar, girişimciler için kritik bir rol oynar. Bu ağlar, iş dünyasında bağlantılar kurmalarına, yeni fırsatlar keşfetmelerine ve önemli ortaklıklar kurmalarına yardımcı olur. Sosyal ağlar sayesinde girişimciler, sektördeki diğer profesyonellerle etkileşimde bulunabilir, mentorluk fırsatlarına ulaşabilir ve potansiyel müşteri ve yatırımcılarla bağlantı kurabilir.

Eğitmenler, girişimcilere etkili bir sosyal ağ oluşturma konusunda rehberlik edebilirler. Kendi profesyonel ağları aracılığıyla girişimcileri önemli kişilerle tanıştırebilir ve etkinliklere katılmalarını teşvik edebilir. Ayrıca, girişimcilere sosyal medya ve diğer dijital platformları nasıl kullanacakları konusunda eğitim verebilirler.

2. Sosyal Beceriler:

Girişimciler için Sosyal Beceriler Neden Önemlidir?

Sosyal becerilere sahip olmak, girişimcilerin iş dünyasında başarılı olmaları için kritik bir unsurdur. Etkili iletişim, işbirliği, liderlik ve empati becerileri, girişimcilerin müşterilerle, iş ortaklarıyla ve çalışanlarıyla olumlu ve sağlam ilişkiler kurmasına yardımcı olur. Sosyal becerilere sahip olan girişimciler, iş hayatındaki zorluklarla daha iyi başa çıkarlar ve ekibin motivasyonunu artırabilirler.

Eğitmenler, girişimcilere sosyal becerileri geliştirmeleri için grup çalışmaları, rol oyunları ve simülasyonlarla pratik yapma fırsatı sunabilirler. Ayrıca, iş dünyasındaki

başarılı liderlerin hikayelerini paylaşarak ve etkili iletişim ve liderlik tekniklerini öğretip örneklerle destekleyerek girişimcilerin sosyal becerilerini güçlendirebilirler.

3. Sosyal Sermaye:

Sosyal sermaye, girişimciler için rekabet avantajı sağlar. Bağlantılar, kaynaklar ve destek sunarak girişimcilerin işlerini geliştirmelerine yardımcı olur. Güçlü sosyal sermayeye sahip olan girişimciler, yeni fırsatlar yakalayabilir, büyüme süreçlerini hızlandırabilir ve çeşitli zorluklarla başa çıkabilirler.

Eğitmenler, girişimcilere sosyal sermayeyi artırmak için kendi profesyonel ağlarından yararlanmalarına yardımcı olabilirler. Mentorkluk ve rehberlik sağlayarak, girişimcilerin sektördeki deneyimli kişilerle bağlantı kurmalarını teşvik edebilirler. Ayrıca, grup çalışmaları ve etkinlikler aracılığıyla farklı girişimcilerin bir araya gelmelerini ve birbirlerinden öğrenmelerini sağlayabilirler.

4. Kaynaklar:

Girişimcilerin, işlerini başarıyla yürütmek ve büyütmek için kaynaklara ihtiyacı vardır. Finansal kaynaklar, bilgi, ekipman ve uzmanlık, girişimcilerin işlerini geliştirmelerine ve rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olur.

Eğitmenler, girişimcilere kaynakları etkili bir şekilde kullanma ve yönetme konusunda rehberlik edebilirler. Potansiyel iş fırsatları ve referanslar sunarak girişimcilerin büyüme potansiyelini artırabilirler. Ayrıca, sektör bilgisi ve trendler hakkında güncel bilgi sağlayarak girişimcilerin işlerini güncel ve rekabetçi tutmalarına destek olabilirler.

İş Fikri Geliştirme ve Planlama

İş fikri geliştirme ve planlama aşaması, bir girişimcinin işletme yolculuğunun en kritik adımlarından biridir. Eğitmenler, katılımcılara iş fikirlerini değerlendirme ve seçme konusunda rehberlik etmelidir. Bu süreçte, katılımcıların tutkularını, ilgi alanlarını ve yeteneklerini göz önünde bulundurarak uygun bir iş fikri seçmelerine yardımcı olunmalıdır.

Girişimcilik dünyasında başarı, gerçek bir problemi kovalayan, müşteri odaklı ve satın alınabilir bir çözüm geliştiren girişimcilerin çabalarına dayanır. Girişimcilerin bu konuyu anlaması ve önemsemesi, başarılı bir girişimin temelini oluşturur. Gerçek bir problemin varlığını doğrulamak, iş fikrinin potansiyelini değerlendirmek ve müşteri odaklılıkla çözümler sunmak, girişimcinin işini gelecekteki zorluklar karşısında daha sağlam temellere oturtmasına yardımcı olur. Eğitmenler, girişimcilere bu temel kavramları aktararak, onların daha bilinçli ve stratejik kararlar almasını sağlar ve başarı şansını artırır:

- **Müşteri Odaklılık:** İlk adım, gerçek bir problemi çözmeye odaklanmaktır. Başarılı girişimciler, müşteri odaklı düşünen ve onların ihtiyaçlarını anlayan kişilerdir. Müşterilerin yaşadığı zorlukları anlamak ve onların hayatlarını nasıl kolaylaştırabileceğinizi keşfetmek, başarılı bir çözümün temelidir.
- **Problem Belirleme:** Potansiyel bir müşteri kitlesinin yaşadığı gerçek bir problemin varlığını doğrulamak önemlidir. Problem belirlemek için araştırmalar yapmak, müşterilerle görüşmeler yapmak ve geri bildirim almak gerekir.
- **Problem Önemi:** Problemin ciddiyetini anlamak, girişiminizin potansiyel başarısını belirleyen önemli bir unsurdur. Problemin çözülmesi, müşteri ve toplum için ne kadar önemli ve acil bir sorun olduğunu değerlendirmek gereklidir.
- **Satın Alınabilirlik:** Geliştirdiğiniz çözümün müşteriler tarafından satın alınabilir olması, iş modelinizin sürdürülebilirliği açısından önemlidir. Müşterilerin çözümünüz için ödeme yapmaya istekli olup olmadığını anlamak, gelir potansiyelinizi ortaya koyar.

- **Basitlik ve Kullanılabilirlik:** Girişiminizin çözümü, kullanıcılar için kolay ve anlaşılır olmalıdır. Basit, kullanıcı dostu bir çözüm, benimsenme şansını artırır ve müşteri memnuniyetini artırır. Karmaşık ve kullanımı zor bir ürün, başarısızlığa neden olabilir.

Bu içerikler, girişimcinin işini kurarken ve çözümünü geliştirirken kendisine yönelteceği temel soruları içeriyor. Girişimcinin gerçek bir probleme odaklanması, müşteri ihtiyaçlarını anlaması, çözümün satın alınabilir ve kullanıcı dostu olmasını sağlaması, başarılı bir girişimin ön koşullarındandır. Bu içerikler sayesinde girişimciler, kendi girişimlerini ve kendilerini daha iyi anlayacak ve başarıya ulaşma şanslarını artıracaktır.

Aynı zamanda, hedef pazar analizleri ve rekabet değerlendirmeleri ile iş fikirlerinin uygulanabilirliği değerlendirilmelidir. İş planlaması aşamasında ise eğitmenler, katılımcılara kapsamlı ve gerçekçi iş planları oluşturma konusunda rehberlik etmelidir. Finansal projeksiyonlar ve risk değerlendirmeleri gibi kritik bileşenlerin yanı sıra, işletmenin uzun vadeli hedefleri de net bir şekilde tanımlanmalıdır.

Bu başlık altında, eğitmenler girişimcilere iş modeli kanvası ve iş planının önemini vurgulamalıdır. İş modeli kanvası, işletmenin temel bileşenlerini görsel bir şekilde düzenleyerek iş modelinin anlaşılmasını sağlar. İş planı ise, iş modeli üzerinde derinlemesine bir analiz ve detaylı bir yol haritası sunarak işletmenin stratejik hedeflerini belirler.

- **Değer Önerisi:** Girişimcilere, işletmelerinin değer önerisini net bir şekilde ifade etmeleri ve potansiyel müşteriler için nasıl değer yarattığını açıklamaları konusunda rehberlik edilmelidir. Değer önerisinin net ve çekici olması, müşterilerin ilgisini çekmeyi ve işletmenin rekabet avantajını artırmayı sağlar.
- **Müşteri Segmentasyonu:** Bu bölümde, eğitmenler girişimcilere, potansiyel müşterilerini anlamaları ve onları farklı segmentlere ayırmaları gerektiğini anlatmalıdır. Müşteri segmentasyonu, işletmenin pazarlama ve satış

stratejilerini şekillendirmek için kritik öneme sahiptir ve doğru müşteri kitlesine odaklanmanın başarı için önemini vurgulamalıdır.

- **Kanallar:** Girişimciler, işletmelerinin ürün veya hizmetlerini müşterilere ulaştırmak için hangi dağıtım kanallarını kullanacaklarına karar vermelidir. Eğitimciler, farklı kanal seçeneklerini tanıtarak ve uygun kanalların seçilmesine rehberlik ederek işletmenin müşterilere ulaşma stratejilerini desteklemelidir.
- **Müşteri İlişkileri:** İşletmenin müşterileriyle nasıl ilişki kuracağı ve müşteri memnuniyetini nasıl sağlayacağı önemlidir. Eğitimciler, girişimcilere müşteri ilişkilerinin yönetimi ve müşteri geri bildirimlerinin önemi hakkında bilgi vermelidir.
- **Kilit Partnerler, Kaynaklar, Ortaklar:** Bu bölümde, girişimcilere işletmelerini destekleyecek kilit partnerlerin ve kaynakların belirlenmesi ve işbirliği yapılacak ortakların seçilmesi konusunda yol gösterilmelidir. Eğitimciler, güçlü bir ekosistem oluşturmanın işletmeye olan katkısını anlatmalı ve doğru ortaklıkların işletmenin büyümesini hızlandırabileceğini vurgulamalıdır.
- **Gelir Modeli:** İşletmenin gelir kaynaklarını ve gelir modelini belirlemek kritik bir adımdır. Eğitimciler, girişimcilere farklı gelir modellerini ve işletmelerinin nasıl kazanç elde edebileceğini göstermelidir.
- **Maliyet Yapısı:** Girişimcilere, işletmenin maliyetlerini belirlemek ve yönetmek için etkili bir maliyet yapılandırması oluşturmanın önemini anlatmalıdır. Maliyetlerin kontrol altında tutulması, işletmenin karlılığını artıracaktır.

Tasarım Odaklı Düşünme Yaklaşımı

Tasarım odaklı düşünme, karmaşık sorunları tanımlama ve çözme metodolojisidir. Tasarım odaklı düşünme yöntemi, fikir geliştirme aşamasında önemli bir rol oynar. Tasarım odaklı düşünme, karmaşık sorunları çözmek için yaratıcı ve yenilikçi çözümler üretmeyi amaçlar. Bu aşamada, bir soruna yönelik potansiyel çözümler üretmek için fikirlerin serbestçe ortaya çıkarılmasına ve keşfedilmesine olanak tanır. Empati ve kullanıcı odaklı bir yaklaşım benimser ve problem yerine çözümü odaklar.

Bu metodoloji, 5 ana aşamadan oluşur: Empati, Tanımlama, Fikir Geliştirme, Prototipleme ve Test Etme.

- **Empati:** Empati aşamasında kullanıcıların duyguları, ihtiyaçları ve problemleri anlaşılır. Kullanıcıların yaşadığı koşullar ve etkilenen kişiler belirlenir. Starbucks'ın müşteri ihtiyaçlarını anlamak için yaptığı görüşmeler, kullanıcı odaklı bir yaklaşımın önemini gösterir.

Varsayımlardan kaçınmak ve kullanıcıların gerçek düşüncelerini ve duygularını anlamak için empati yapmak önemlidir. Bu aşama, sorunları farklı bir bakış açısıyla değerlendirmemize ve kullanıcıların gerçek zorluklarını tespit etmemize yardımcı olur.

Literatür Taraması, araştırma öncesi yapılacakların planlanmasıdır. Bu aşamada, daha önce yapılmış çalışmalar ve mevcut veritabanları incelenir. Literatür taraması sürecinde, doğru ve güvenilir bilgilere ulaşmak önemlidir.

Saha Araştırması, gerçek kullanıcıları doğal ortamlarında incelemeyi ve gözlemlemeyi içerir. Bu yöntem, nitel ve nicel verilerin toplanmasını sağlar. Farklı araştırma yöntemleri kullanarak, kullanıcıların davranışlarını ve ihtiyaçlarını anlayabiliriz.

- **Sentezleme/Tanımlama:** Empati aşamasında toplanan verileri anlamlandırma aşamasıdır. Bulgular gruplandırılır ve önemli bilgiler belirlenir. Sentezleme, farklı yöntemlerle gerçekleştirilebilir, örneğin beyin fırtınası, müşteri yol haritası veya deneyim haritası gibi araçlar kullanılabilir.
- **Fikir Geliştirme:** Fikir geliştirme aşamasında, yaratıcı düşünme teknikleri kullanarak mümkün olduğunca çok fikir ve çözüm üretilir. Fikirler basit ve kaba prototipler halinde geliştirilir. Farklı araçlar, beyin fırtınası ve fikir matrisi gibi kullanılabilir.

- **Prototipleme:** Fikirlerin gerçeğe yakın temsilleri olan prototipler oluşturulur. Bu aşamada, tasarım araçları ve yazılımlar kullanılarak sanal veya fiziksel prototipler geliştirilir. Prototipler kullanıcı geri bildirimine açık olmalı ve geliştirilebilir nitelikte olmalıdır.
- **Test Etme:** Prototipler kullanıcılarla test edilir. Kullanıcıların geri bildirimleri alınarak tasarım iyileştirmeleri yapılır. Test etme aşaması, kullanıcıların gerçek tepkilerini anlamak için önemlidir ve çözümün geliştirilmesi sürecinde değerli bilgiler sağlar.

Finansal Yönetim, Finansman Modelleri ve Raporlama

İşletmelerin finansal yönetimi ve raporlama süreçleri, başarılı bir işletmenin sürdürülebilirliği için kritik öneme sahiptir. Eğitimciler, katılımcılara temel finansal kavramları anlatarak finansal okuryazarlığı artırmalıdır. Gelir ve giderlerin takibi, nakit akışı yönetimi ve bütçe oluşturma gibi temel beceriler üzerinde durulmalıdır. Ayrıca, işletmenin finansal performansını değerlendirebilmek için finansal analizlerin nasıl yapılacağı ve yorumlanacağı anlatılmalıdır. Bunun yanı sıra, katılımcıların düzenli ve doğru finansal raporlar hazırlayarak işletmelerinin sağlığını izlemelerini ve geleceğe yönelik kararlar alabilmelerini teşvik etmek önemlidir.

Girişimcilerin işlerini büyütmek ve yeni fırsatlar keşfetmek için uygun finansman modelini seçmeleri, işletmelerinin başarısı ve sürdürülebilirliği açısından kritik bir öneme sahiptir. Farklı finansman modellerinin kullanımı, işletmelerin risk yönetimi, hesap verilebilirlik ve büyüme potansiyeli üzerinde önemli etkilere sahiptir.

Hibe, başlangıç aşamasında olan girişimciler için çekici bir finansman modeli olabilir. Ancak, hibe almanın düşük risk ve hesap verilebilirlik düzeyi, girişimcilerin bu kaynakları etkin ve verimli bir şekilde kullanma konusunda yeterli motivasyonu oluşturmayabilir. Girişimcilerin hibeyle elde ettikleri kaynakları darboğazı açma gücüne dönüştürebilmeleri için iyi bir planlama ve uygulama yeteneği gereklidir.

Kredi, girişimciler için farklı avantajlar ve riskler sunar. Girişimciler, kredi alarak işlerini büyütmek için ihtiyaç duydukları finansmanı temin edebilirler. Ancak, sektör faiziyle kredi kullanmanın geri ödeme ve zaman riski, girişimcilerin finansal performansına doğrudan etki eder. Daha avantajlı belirlenen faiz oranlarıyla kredi kullanmak, girişimcilere geri ödeme ve zaman riski konusunda daha rahat bir ortam sağlar ve çözdükleri kapasite gelişimine odaklanmalarına imkan verir.

Affedilebilir krediler ve performansa bağlı hibe ve krediler, riskli ve belirsiz alanlarda faaliyet gösteren girişimciler için cazip olabilir. Bu finansman modelleri, özellikle yeni ürün ve hizmet geliştirme süreçlerine destek olabilir ve girişimcilerin risk almasını teşvik edebilir. Performansa bağlı hibe ve krediler, girişimcilerin kredi kullanım becerilerini teşvik ederken, başarılı bir şekilde hibe ve kredi kullanma becerilerini ödüllendirebilir.

Hisse dönüştürülebilir kredi ve melek yatırımlar, girişimcilerin işletmelerini büyütmek için önemli bir finansman kaynağı olabilir. Bu finansman modelleri, finansman sağlayan kuruluşlar ile girişimciler arasında risklerin paylaşılmasını sağlar. Hisse dönüştürülebilir kredi, girişimcinin başarılı bir şekilde büyüme ve başarı elde etmesi durumunda finansman sağlayan kuruluşun hisse alabileceği bir mekanizma sunar. Melek yatırımlar ise finansman sağlayan kuruluşun girişimcinin işine doğrudan ortak olabileceği bir modeldir.

Sonuç olarak, girişimcilerin finansman modellerini seçerken riskleri, hesap verilebilirliği ve büyüme potansiyelini dikkate almaları önemlidir. Eğitimcilerin, girişimcilere farklı finansman modellerinin avantajları ve risklerini anlatarak, onların ihtiyaçlarına ve hedeflerine uygun finansal stratejiler geliştirmelerine rehberlik etmeleri, işletmelerinin sürdürülebilir büyüme ve başarı elde etmelerine katkı sağlar.

Pazarlama ve Satış Stratejileri

Pazarlama ve satış stratejileri, işletmelerin başarıya ulaşması için kritik öneme sahiptir. Eğitimciler, katılımcılara pazarlama kavramlarını, hedef müşteri analizlerini ve rekabet değerlendirmelerini öğretmeli ve etkili pazarlama stratejileri oluşturabilmeleri için rehberlik etmelidir. Aynı zamanda, dijital pazarlama, sosyal medya ve diğer pazarlama araçları hakkında bilgi sağlamalı ve katılımcıları online platformlarda varlık gösterme konusunda teşvik etmelidir. Satış stratejileri aşamasında ise eğitimciler, müşteri ilişkileri yönetimi, müşteri odaklı satış teknikleri ve etkili iletişim becerileri gibi konularda katılımcılara rehberlik etmelidir. Başarılı pazarlama ve satış stratejileri, işletmelerin büyümesini ve sürdürülebilirliğini sağlamak için kritik öneme sahiptir.

Satış Sistemi Kurmadan Önce:

Girişimcilere, satış sistemi kurmadan önce temel unsurları net bir şekilde belirlemeleri gerektiğini anlatmak gerekir. İlk adım olarak, ürün ve hizmet grubunun net olması önemlidir; böylece müşterilere sağlayacağı faydalar açıkça anlaşılır. Şirket değerlerinin ve ürünlerin müşteri hedefleri ve konumlandırmalarının netleştirilmesi de, satış sürecinde doğru müşterilere odaklanmayı sağlar. Aynı şekilde, işletmenin amaçlarının açık bir şekilde belirlenmesi, tüm ekibin aynı hedefe odaklanmasını kolaylaştırır. Müşteri yolculuğunun anlaşılması, müşterilerin satın alma süreçlerini ve ihtiyaçlarını daha iyi anlamak için önemlidir. Son olarak, satışın başarısı için yeterli üretim ve hizmet kalitesinin sağlanması da kritik öneme sahiptir; çünkü müşteri memnuniyeti, tekrar eden satışları ve sadakati tetikleyen önemli bir faktördür.

Pazara Giriş Stratejisi:

Pazara giriş stratejisi belirlerken, başabaş noktasına gelene kadar ihtiyacınız olan ciro miktarını belirlemek önemlidir. Bu, işletmenin giderlerini karşılamak ve kâr elde etmek için ne kadar satış yapması gerektiğini gösterir. Hedef ciro miktarını karşılayacak müşteri sayısını belirlemek ve müşteri sürekliliğini sağlamak da kritik bir adımdır. Sadık müşterilerin tekrarlı alımları, işletmenin sürdürülebilirliğini sağlayan önemli bir gelir kaynağıdır. Ayrıca, pazara giriş sürecinde erken benimseyiciler ve vizyoner müşterilere odaklanmak, işletmenin hızla büyümesini destekleyebilir. Bu müşteri segmentleri genellikle yeniliklere açık ve yeni ürünleri

denemeye istekli olduğundan, doğru stratejilerle onları kazanmak büyümeyi hızlandırabilir.

Büyüme Stratejisi:

Büyüme stratejisi, girişimcilerin işletmelerini ölçeklendirme hedefini belirlemeleri ve bunu nasıl başaracaklarını planlamaları gerektiğini anlatır. Ölçeklenme, işletmenin müşteri tabanını genişletmeyi ve gelirlerini artırmayı amaçlar. Bunun için müşteri elde etme bedelinin düşürülmesi ve değer zincirinin verimli hale getirilmesi önemlidir. Yani, daha fazla müşteriye ulaşmak için daha az kaynak kullanılması gerekir. Aynı zamanda, mevcut müşterilerin elde tutulmasına da kaynak ayrılması, müşteri sadakatini artırılmasına ve işletmenin karlılığının korunmasına yardımcı olur. Büyüme stratejisinin doğru bir şekilde uygulanması, işletmenin rekabet avantajını güçlendirir ve sürdürülebilir başarıya ulaşmasını sağlar.

İşletme Yönetimi ve Liderlik

İşletme yönetimi ve liderlik, bir girişimcinin işletmeyi başarıyla yönetmesi ve büyümesi için önemli becerilerdir. Eğitimci, katılımcılara etkili liderlik ve yönetim prensiplerini öğretmeli ve onların liderlik becerilerini geliştirmelerine yardımcı olmalıdır. Ekip yönetimi, zaman yönetimi ve işletme süreçlerinin verimli bir şekilde yönetilmesi gibi konulara odaklanılmalıdır. Ayrıca, katılımcılara karar verme süreçlerinde etik değerlere ve toplumsal sorumluluğa odaklanmaları konusunda rehberlik edilmelidir. İşletme yönetimi ve liderlik becerileri, işletmelerin uzun vadeli başarısı ve sürdürülebilirliği için hayati öneme sahiptir.

Eğitimci, girişimcilerin liderlik becerilerini geliştirmelerine ve takım yönetimi konusunda etkin olmalarına yardımcı olmak için bazı temel stratejileri benimsemelidir.

1. **Etkili Takım Yönetimi:** Eğitimci, girişimcileri etkili takım yönetimi ve işbirliği stratejileri konusunda bilgilendirmelidir. Bu stratejiler, girişimcilerin takım

lideri olarak nasıl başarılı olacaklarını ve takım içinde işbirliğini nasıl teşvik edeceklerini anlamalarına yardımcı olur. Etkili iletişim, empati ve problem çözme becerileri gibi liderlik özellikleri, takım performansını artırmada kritik rol oynar.

- 2. Takım Özellikleri:** Eğitimciler, girişimcilere iyi takımların ve kötü takımların özellikleri hakkında bilgi vererek, başarılı takımların neyin üzerine kurulduğunu anlamalarına yardımcı olmalıdır. Güven, açık iletişim ve işbirliği, iyi takımların temel özellikleridir. Kötü takımların ise iletişim eksikliği ve bireysel çıkarlar doğrultusunda karar alma gibi zayıf yönleri vardır.
- 3. Takım Oluşturma:** Eğitimciler, girişimcileri doğru takımı oluşturmaya teşvik etmelidir. Girişimcilerin takımlarında bulunmasını istedikleri yetkinlikleri belirlemelerine ve bu yetkinliklere uygun kişileri seçmelerine yardımcı olabilirler. Aynı zamanda, ekip üyelerinin gelişimini desteklemek için eğitim ve mentorluk imkanlarından nasıl yararlanabilecekleri konusunda bilgi sağlamak da önemlidir.
- 4. Liderlik Becerileri:** Eğitimciler, girişimcilerin liderlik becerilerini geliştirmeleri için çeşitli eğitim ve etkinlikler düzenlemelidir. Liderlik becerileri arasında iletişim, karar alma, problem çözme ve motivasyon gibi unsurlar yer alır. Ayrıca, girişimcilerin kendi liderlik tarzlarının farkına varmaları ve bu tarzları doğru bir şekilde kullanmaları, etkin liderler olmalarını sağlar.
- 5. Kadın Girişimcilerin Liderlik Rollerini:** Eğitimciler, kadın girişimcilerin liderlik potansiyellerini desteklemek ve güçlendirmek için örnek başarı hikayelerine vurgu yapmalıdır. Kadın liderlerin çeşitlilik ve katılımcılık konusundaki yaklaşımları, işletmelerdeki liderlik çeşitliliğini artırarak farklı bakış açıları değerlendirmeye katkıda bulunur. Bu tür hikayeler, girişimcileri cesaretlendirir ve liderlik rollerinde başarıya ulaşmaları için ilham verir.

Girişimcilere Yönelik Icebreaker, Workshop ve Interaktif Çalışmalar

Eğitimciler için, girişimcilere yönelik interaktif çalışmaların düzenlenmesi, eğitimlerin etkinliğini artırmak ve öğrenmeyi daha keyifli hale getirmek açısından

büyük önem taşır. Icebreaker, workshop ve benzeri etkileşimli çalışmalar, katılımcıların daha aktif bir şekilde derslere katılmalarını sağlar, özgüvenlerini artırır ve iş dünyasındaki gerçek zorluklarla başa çıkmak için gerekli becerileri pratiğe dökme fırsatı sunar.

Learning by Doing (Yaparak Öğrenme) ve Uygulamalı Eğitim: Learning by Doing, eğitim sürecinde katılımcıların aktif rol almasını ve öğrenmeyi teorik bilgilerden ziyade pratik uygulamalarla desteklemeyi vurgular. Bu yöntem, katılımcıların bilgiyi daha iyi anlamalarına ve kalıcı şekilde öğrenmelerine yardımcı olur. Eğitimciler, girişimcilere yönelik icebreaker, workshop ve benzeri etkileşimli çalışmalarla learning by doing prensibini kullanabilirler. Bu tür çalışmalar, girişimcilerin kendi iş fikirlerini oluşturma, iş planı hazırlama, pazarlama stratejileri geliştirme ve diğer önemli iş becerilerini pratiğe dökmelerini sağlar.

Öğrenme Deneyimi Geliştirmek: Eğitimciler, interaktif çalışmalarını düzenleyerek girişimcilerin öğrenme deneyimini geliştirebilirler. Katılımcılar, teorik bilgileri doğrudan iş yaşamlarında nasıl kullanacaklarını görebilir ve bu sayede öğrenmenin somut sonuçlarına tanıklık ederler. Bu, katılımcıların öğrenmeye olan bağlılığını artırır ve eğitim sürecini daha etkili hale getirir.

Takım Çalışması ve İşbirliği: Etkileşimli çalışmalar, girişimciler arasında takım çalışmasını ve işbirliğini teşvik eder. Workshoplar, grup tartışmaları ve rol oyunları gibi etkinlikler, katılımcıların farklı bakış açılarından faydalanmalarını ve birbirleriyle etkileşime geçmelerini sağlar. Bu, girişimcilerin birbirlerinden öğrenmelerine, bilgi ve deneyimlerini paylaşmalarına ve birbirlerine destek vermelerine yardımcı olur.

Girişimcilik Becerilerinin Güçlendirilmesi: İnteraktif çalışmalar, girişimcilik becerilerini güçlendirmek için etkili bir araçtır. Girişimciler, iş dünyasında karşılaşacakları zorlukları önceden tahmin ederek bu etkinliklerde çözümlenmeye çalışır. Bu, girişimcilerin sorun çözme yeteneklerini ve yaratıcı düşünme becerilerini geliştirmelerine katkı sağlar.

Eğitmenler, girişimcilere yönelik icebreaker, workshop ve benzeri etkileşimli çalışmalar düzenlerken şunlara dikkat etmelidirler:

- Katılımcıların ilgisini çekecek ve heyecanlandırarak etkinlikler seçmek.
- Grup çalışmaları ve takım oyunları düzenlemek.
- Girişimcilerin kendi iş fikirlerini ve projelerini uygulama fırsatı sunmak.
- Deneyimlerini paylaşmaları ve birbirlerinden öğrenmeleri için platformlar oluşturmak.
- Gerçek iş dünyasındaki senaryoları simüle etmek ve pratik çözümler üretmelerini sağlamak.

Bu tür interaktif çalışmalar, girişimcilerin öğrenmeye olan ilgisini artırırken, onların iş dünyasında başarılı bir şekilde uygulamalarına da yardımcı olur. Eğitmenlerin, yaparak öğrenme ilkesini göz önünde bulundurarak girişimcileri aktif ve katılımcı bir şekilde eğitim sürecine dahil etmeleri, eğitimin etkinliğini artırmanın yanı sıra, girişimcilerin iş hayatında daha başarılı olmalarına da katkı sağlar.

Eğitmenler ve Mentorlar için Etik Kurallar

Etik kurallar, mentorluk hizmetleri için standartların belirlenmesinde saygın bir organizasyon olan Avrupa Mentorluk ve Koçluk Konseyi ile derlenen etik kurallardan esinlenmiştir. Etik kuralların amacı, mentor ve girişimci arasındaki ilişki için resmi yönergeleri belirlemektir (EMCC Konseyi, 2016).

1. Çıkar Çatışmasından Kaçının: Mentorların işletmeleri veya rakipleriyle çıkar çatışması riski taşıdığı durumlarda oturumu sonlandırmak gerekir.
2. Gizlilik ve Saygı: Girişimlerle çalışırken, mentorlar müşteri ve sponsor bilgilerini gizli tutmalı ve gizlilik kurallarına uygun davranmalıdır.
3. Dürüst Açıklama: Mentorlar, mesleki nitelikleri ve deneyimlerini dürüstçe sunmalı ve temsil ettikleri değeri doğru bir şekilde iletmelidir.
4. Kişisel Alana Saygı Gösterin: Mentorlar, girişimcilerin kişisel sınırlarını ve tercihlerini saygıyla karşılamalı ve uygun buluşma yerleri belirlemelidir.
5. Fesih Hakkı: Girişimler, işbirliğini sonlandırma hakkına sahiptir ve mentorlar

bu karara saygı göstermelidir.

6. Sınırlı Sorumluluk: Mentorlar, paylaştıkları bilgiler ve öneriler nedeniyle girişimlere karşı sorumlu tutulmazlar ve mentorluk sürecinde iş performansından sorumlu değildirler.
7. Hukuka Saygı: Mentorlar, yasal kuralları ihlal edecek önerilerde bulunmaktan kaçınmalı ve etik ihlallere karşı dikkatli olmalıdır.

Girişim Aşamaları ve Mentorların Rollerini

Girişimcileri olgunluğun erken aşamasında sınıflandırmak, ürün olgunluğuna , pazar olgunluğuna ve organizasyonel olgunluğa dayanır. Program başvuru formunda yer alan sorular doğrultusunda girişimcilerin olgunluk aşamaları değerlendirilerek, aşağıdaki sınıflandırmaya göre eğitim planlaması yapılmalıdır:

- **Fikir Aşaması:** Pazar erişiminin olmadığı, ürünün tamamlanmadığı organizasyon aşamasıdır. Performansı tamamen girişim ekibinin kurucularının motivasyonuna bağlıdır.
- **Proje Aşaması:** Fikir ve prototip arasında bir proje aşaması vardır. Ürün, pazar veya organizasyon üzerindeki bir gelişmeyi yansıtmaz, ancak fikrin olgunlaşmasıyla gelişmektedir. İş planı olarak da bilinir.
- **Prototip Aşaması:** Orta düzey olgunlukta ürünlerin pazarlanmasını ve orta düzey organizasyon olgunluğuna erişimi ifade eder.
- **Erken Ticari Aşama:** Bazıları bazı ürünleri pazarlamaktadır bazı organizasyon olgunluğu.
- **Olgun Aşama:** Olgun pazar, olgun ürün, olgun organizasyon aşaması.

Girişimler, girişimcinin keşfettiği yeni bir iş fikriyle başlar ve girişim yaşam döngüsünün ilk aşamasını oluşturur (Bazıları bu aşamaya gizli aşama olarak da atıfta bulunur). Fikir aşaması denilen bu dönemde, girişimciler iş fikri arayışına girer, kaynakları araştırır ve ekibe yeni üyeler katmaya çalışır. Fikir oluşturulduktan sonra, girişimciler prototiplerini veya hizmetlerini geliştirmeye başlarlar. Bu dönemde

kaynaklar harcanır ve sermaye ticari bir işletmeye dönüştürülür. Temel hedef, işletmenin ticari olarak uygulanabilir olduğunu piyasada doğrulamaktır.

Girişimler, fikirden prototipe, erken ticarileşmeden olgunluk aşamasına kadar büyüme gösterir. Farklı aşamalarda, değişen beklentilere ve yeni müşteri kesitlerine uyum sağlamak zorlayıcı olabilir. Fikir üretme aşamasında girişimciler, prototip oluşturma aşamasına geçtiklerinde fikrin etkisi azalsa da, yeni fikirler üzerinde çalışmaya devam ederler. Prototip odaklı girişimler, erken ticarileştirme sürecinde ürünlerini geri planda tutabilirler. Olgun girişimler ise rekabet avantajlarını kaybetme ve yatırım riskini azaltma eğilimindedirler.

Girişimcileri zorunluluk ve fırsat motivasyonları ayırt eder. Zorunluluk girişimcileri, çözümü hızlıca bulmak için kaynaklarını ve zamanlarını yoğun bir şekilde kullanır. Genellikle riskli ve yaratıcı fikirlerden kaçınırlar ve büyük fırsatları kaçırabilirler. Fırsat girişimcileri ise stratejik değerlendirme ve odaklanma yaparak zamanlarını değerlendirir ve pazarın ödeme gücüne ulaşmak için sabırlıdır.

Çoğu yeni işletme sıkı bir bütçeyle başlar ve tasarruf veya aile desteğiyle finanse edilir. Bazı şanslı girişimciler KOBİ destek programlarından hibe alabilir. Tasarruflu bir başlangıç önerilir ve bu, ofis alanı paylaşımı, kullanılmayan makinelerin kullanımı gibi yöntemlerle yapılabilir. Krediler, sübvansiyonlar veya akrabalar aracılığıyla fon toplamak da düşük sermaye maliyetleriyle yardımcı olabilir. Nakit akışını yönetmek için tedarikçi ödemeleri geciktirmek, ödeme şartlarını müzakere etmek ve etkili faturalandırma sistemleri kurmak da önemlidir.

Yeni işletmeler genellikle başlangıçta zararla çalışır ve sermayelerini başabaş noktasına ulaşıncaya kadar tüketirler. Bu nedenle, risk yönetimi, sermaye gereksinimleri ve nakit yönetimi becerileri yeni başlayan işletmeler için hayati önem taşır. Araştırmalar, kadın girişimcilerin maliyetleri azaltmak için sosyal sermayeyi kullandığını, erkek girişimcilerin ise riskleri yönetmek için tedarikçi ve müşterileri etkilediğini göstermiştir. Başlangıç aşamasında, işletme sahipleri esnek ve riski az olan finansman koşullarını tercih ederler, uzun vadeli taahhütlerden kaçınırlar.

Girişimcilik eğitiminde grup tartışmaları, mentor oturumları ve akran desteği gibi etkinlikler, girişimcilik kültürünün gelişimine yardımcı olur ve yumuşak becerilerin geliştirilmesi önemlidir. Fikir üretimi aşamasında, girişimcilerin sahip oldukları deneyimlerden ilham alması yaygındır. Ancak beyin fırtınası sürecinde, klişelerden uzaklaşmak ve fikirlerin kökenini anlamak önemlidir. Tasarım odaklı düşünme, iş fikri geliştirme sürecinde önemli bir metodolojidir ve girişimcilik eğitime de uygun bir yaklaşımdır.

1. Fikir Aşaması

Fikir aşaması girişimcileri, henüz belirli bir işe taahhüt vermemişlerdir ve iş fikirlerini doğrulamaya yönelik bir süreç içindedirler. Bu aşamada önemli olan, ekibin ve iş fikrinin potansiyelini değerlendirmektir. Girişimcilerin motivasyonları ve yetenekleri bu süreçte önemli rol oynamaktadır.

Fikir aşamasındaki işler, henüz performans göstermemişlerdir ve kıyaslama yapmak zordur. Bu nedenle, doğrulama süreci büyük önem taşır ve girişimcilerin hipotezlerini test etmeleri ve fikirlerini değiştirmeye açık olmaları gerekmektedir.

Fikir aşamasındaki girişimciler için mentorların önemli bir rolü vardır. Onlara koçluk yaparak fikirlerini doğrulamalarında ve geliştirmelerinde yardımcı olabilirler. Doğrulama süreci, girişimcilerin kararlılığını test eder ve iş fikrinin şekillenmesine yardımcı olur. Fikir aşaması girişimcileri için mentorlar, girişimcilerin her hafta yeni boyutları doğrulamalarına ve iş modellerini geliştirmelerine yardımcı olmalıdırlar. Aynı zamanda, yaratıcılıklarını beslemek ve içgörülerini derinleştirmek için onları teşvik etmelidirler.

Fikir Aşamasındaki Girişimcilere Mentorların Birincil Rolü:

- Girişimcilere ekip, ürün, müşteri ve pazar bilgilerini doğrulamalarında yardımcı olmak.

- Doğrulama süreci ile girişimcinin iş fikrini şekillendirmesine katkı sağlamak.
- Tamamlanan pazar, ürün, müşteri ve takım doğrulamalarının sayısına odaklanmak.
- Varsayımların geçersiz kılındığını keşfetmek ve gerektiğinde büyük bir değişiklik yapma (pivot) fırsatı sunmak.

Performans İşaretçileri ve Doğrulama Süreci:

- Girişimcilerin hipotezlerini test etmesi ve veri toplaması ile doğrulama sürecinin gerçekleşmesi.
- Doğrulama süreci sayesinde iş fikrinin gelişimini ve değişimini gözlemleme imkanı.
- Değişim ve pivot fırsatının memnuniyetle karşılanması, iş fikrinin gelişmesine katkı sağlaması.

Dikkat Edilmesi Gereken Önyargılar:

- Becerilere aşırı güvenme ve eksik bilgi seviyesi ile başlayan işletme süreci.
- Hipotezleri yeterince test etmeme ve sonuca hızlı erişmeye çalışma.
- Popüler piyasa sinyallerine odaklanma ve ilk fikre takıntılı olma.
- Fikir fanatizmi ve değişime direnme eğilimi.

Destek Mekanizması İncelemesi:

- Başvuru aşamasında filtreleme süreci ile doğru girişimcileri seçme.
- Koçluk odaklı mentorlarla eşleştirme ve fikirleri geliştirme konusunda destek.
- Araştırma koçluğu ile girişimcilerin araştırma becerilerini artırma.
- Fikir aşamasında tohum finansmanı ve kitle fonlamanın kullanımı.

2. Prototipleme Aşaması

Girişimlerini başlatma veya ürünlerini geliştirme sürecindeki startuplar, prototipleme aşamasındadır. Bu aşamada, iş modellerini/planlarını tamamlamış, çeşitli yönlerini doğrulamış ve kurucular arasında yön belirlemişlerdir.

Girişimcilik Kültürü

Bir prototip oluşturmak için iki temel kaynağa ihtiyaç vardır:

- Malzeme ve altyapı için başlangıç fonları: Tohum finansmanında hibe programları, çoğu girişimci için temel fon kaynağıdır.
- Bunu inşa etmek için yetenek ve beceriler: Prototipin oluşturulması ve uygun koşulların sağlanması için gereken yeteneklere ve insan kaynağına erişim.

Mentorlar, girişimcilerin kaynaklarına ulaşmalarına yardımcı olacak önemli kişilere erişmelerine yardımcı olabilir. Girişimcilerin seçimi ve temaslara önerilmesi dikkatlice yapılmalıdır. Hibe programları, programın gerektirdiği proje döngüsünü uygular. Bu durumda, girişimciler genellikle programın belirlediği proje döngüsüne uyum sağlar. Ancak, bu zaman çerçevesi pazara sunma süresini şişirebilir ve fırsat penceresinin kaçırılmasına neden olabilir.

Hibe alıcısı olarak çalışırken, proje döngülerinin iş operasyonlarıyla eşleşmesi gerekmediğini anlamak önemlidir. Girişimcilerin iş ve proje döngülerini ayırtmalarına yardımcı olun. Hızlı prototipleme ve konsept geliştirme hakkında bilgi edinmelerini sağlayın. Hibe programları genellikle ticari prototipleri bekler. Başarılı bir erken prototip, değer önerisi keşfedilene kadar genellikle 10-15 prototip gerektirir. Sınırlı fonlar düşünüldüğünde, uygun maliyetli prototiplerin nasıl oluşturulacağını anlamalarına yardımcı olmak önemlidir.

Mentorların Birincil Rolü:

- Prototip aşama girişimcilerinin minimum uygulanabilir ürünlerini tamamlamalarına yardımcı olmak.
- Pazarda ticari potansiyel için ürünleri test etmelerine yardımcı olmak.

Performans Göstergeleri:

- Teknoloji Hazırlık Düzeyi aşamalarını geçme süreci.

- Proje kilometre taşlarının tamamlanması.
- Girişimcinin proje kilometre taşlarını tanımlaması.
- Girişimcinin fizibilite veya proje planı oluşturma sürecine yardımcı olmak.
- İş fırsatlarını zamanında değerlendirmek için girişimciye yardımcı olmak.

Mentorların Diğer Rolü:

- Pazarda müşteri veya rekabetçi ilerlemeye değer verenleri belirlemek.
- Fon kaynaklarına işaret eden ve bağış toplama becerilerini geliştiren geliştirme gereksinimlerini belirlemek.
- Kaynakların etkili bir şekilde yönetilmesinde girişimcilere yardımcı olmak.
- Ürünün yapımında yapılacak çalışmaların yönlendirilmesi (kurucu tarafından ele alınacak veya tedarikçiye atanacak).
- Kurucunun taahhüdü ve bilgi/beceği derinliğinin işin kalitesi ve etkinliğini etkilemesi.
- Dış tedarikçi için atanan iş paketlerinin yönetilmesi.
- Sponsor odaklı mentorların daha etkili olabileceği durumların belirlenmesi.

Dikkat Edilmesi Gereken Önyargılar:

- Proje sürünmesi ve sürekli gereksinim değişiklikleri.
- Satış yoluyla finansmanın odağı kaydırması.
- Tek kişilik gösterinin işbirliği fırsatlarını reddetmesi.
- Minimum ürünlerin uygulanabilir olmaması ve müşteri sorunlarına neden olması.
- Proje yönetimi çerçeveleri, hızlı prototipleme araçları ve simülasyonlar gibi ortak araçların dikkate alınması.

3. Erken Ticarileştirme Aşaması

Girişimci, geliri olan tamamlanmış bir ürün veya hizmete sahip bir şirkete sahiptir. Erken ticarileştirme şirketleri, ürün kalitesini iyileştirmek, pazar güvenilirliği kazanmak, geliri artırmak ve şirket için insan kaynağı ve finansman bulmak için

mücadele ederler. Bu aşamada, endüstri tarafından "ölüm vadisi" olarak adlandırılan bir noktada hayatta kalmaya çalışırlar. Bu süreçte, şirket başlangıç sermayesini tüketmiş olur ve hala geliri artırmak için erken aşamalardadır.

Mentorların Birincil Rolü:

- Erken ticarileştirme aşaması şirketlerinin, yalnızca amaçlanan iş modelinin bir parçası olan ürün ve hizmetleri satarak en az bir yıl boyunca yeterli personeli desteklemek için yeterli sermaye biriktirebilecek ticari bir olgunluğa ulaşmalarına yardımcı olmak.

Performans İşaretçileri:

- Müşteri adaylarının sayısı
- Potansiyel müşteri sayısı
- Müşteri sayısı
- Memnun müşteri sayısı
- Referans satışlar

Dikkat edilmesi gereken önyargılar:

- Ticarileşmenin geciktirilmesi: Şirket, ürüne olan güven eksikliği nedeniyle ticarileşmeyi geciktirir.
- Müşterilerle iletişim eksikliği: Girişimciler müşterilere ürün teklifleri vaat ediyorlar ve çoğu zaman onları karşılayamıyor veya büyük bir bütçe harcıyorlar.
- Zayıf pazarlık: Düşük fiyata ürün satmak veya ücretsiz deneme hakkı vermek.
- Zayıf takip: Girişimciler müşteri şikayetlerini takip etmekte başarısız olurlar.

4. Olgun Aşama

Bir KOBİ Şirketi büyüme potansiyeli arıyor. Ortalama çalışan büyüklüğü 3 ila 30 arasında olan 2-5 yaşında bir şirket olabilirler. Bir iş modeli yürütülüyor. Piyasada

aktif bir ticari ürün veya hizmet bulunmaktadır. Şirket büyümek için yatırım arıyor. Piyasa, şirketi rekabet avantajı elde etmeye zorlar.

Mentorların Birincil Rolü:

- Olgun Aşama Girişimcilerinin yenilikçi bir iş modeli oluşturarak ve işlerini dönüştürerek inovasyon kapasitesini artırmalarına yardımcı olmak.

Performans İşaretçileri:

- Aday iş modeli versiyonları oluşturulması,
- Yatırım getirisi uygulanmasında inovasyon kapasitesi ve fon çekilmesi.

Dikkat edilmesi gereken ön yargılar:

- **İş Ataleti:** Girişimci, karlılığını kaybeden ancak nakit üretmeye devam eden bir işletmeyi değiştirmeyi reddeder.
- **Hissedarları Boğmak:** Etkisiz hissedar katılımı nedeniyle karmaşık karar verme prosedürlerine sahip olabilir. Bu özellikle aile şirketlerinde görülür.
- **Katılım Üzerine Liderlik:** Liderlik, sürece müdahale eder ve standartlaştırmak imkansız ve dışsaldır.
- **Balinaları Kovalamak:** Takıntılı bir şekilde büyük ihaleler aramak veya bir müşteriye aşırı bağımlı olmak.
- **İşe Alım Hataları:** Akrabaları ve yakın arkadaşları işe almak, böylece şirketi verimsiz çalışanlarla şişirmek.

Etkili Eğitim ve Mentorluk Oturumları

Mentorluk, mentor ve girişimci arasındaki bilgi paylaşımı ve kesin bir sonuçla ilişki kurmak için gerçekleşen bir dizi oturumdur. Mentorlar, girişimin hedefe ulaşmasına yardımcı olmak için otorite ve güven oluştururlar. Otorite, mentorun deneyimine dayanan ve karşılıklı çalışma anlaşmasına dayanan bir yapıdır. Güven, mentorluk sürecinin daha etkili olmasına katkıda bulunur.

Mentorlar ve girişimciler arasında ilk oturumlarda çerçeve belirlenir ve bu çerçeve süreç boyunca değişebilir. Bu çerçeve belirlenirken mentorun dikkate alması gereken konular aşağıdaki gibidir:

1. Otorite

Mentorun otoritesi, saygı ve güce dayanır. Saygı, mentorun oturumu nasıl yönettiği ve girişimcinin ilgisine bağlıdır. Güç izlenimi ise mentorun geçmişi, ağ bağlantıları, sicili ve girişimcilik endüstrisiyle ilgisiyle ilişkilidir. Mentorlar zamanlama konusunda dikkatli olmalı, sözlerini tutmalı ve oturumlarda varlık göstermelidir. Etik rehberlerin beyanı ve uyum, girişimcilerin güvenli bir ortamda hissetmelerini sağlar. Otorite, girişimcinin sürece inanmasını, önerileri takip etmesini ve kendi gelişimine yatırım yapmasını sağlayacaktır.

2. Güven

Mentor, ilk oturumda geçmişini ve amaçlarını tanıtarak girişimciyle güven zeminini oluşturur. Girişimci genellikle oturumlara işlerini tanıtmaya odaklanarak başlar, ancak mentorun güven ortamı sağlaması, daha içsel ve gerçek bilgi paylaşımını teşvik eder. Güven, akıl hocası ve girişimci arasındaki ilişkiyi güçlendirir ve önemli sorunları tanımlamada yardımcı olur. Güven oluşturma, mentorluk sürecinin etkinliğinde önemli bir rol oynar ve oturumlar iş odaklı olmayan konuları da içerebilir.

3. Çerçeveleme

Mentor ve girişimci ilk değerlendirme oturumunda çerçevelerini belirler. Etik değerlendirme ve gizlilik sağlandıktan sonra, oturum süresi tartışmanın odak noktasını belirler. Bu çerçeveleme, mentorun oturumları etkili bir şekilde yönetmesine yardımcı olur ve karşılıklı olarak belirlenen sınırlamalarla yapılan gayri resmi bir anlaşmadır. Süreç boyunca, önemli bir olay çerçevenin değişmesine yol açabilir ve mentor çerçeve değişikliklerini not alarak girişimciyi teşvik eder. Çerçevenin etkin yönetimi, mentorluk sürecinde önemli bir beceridir.

4. Girişimcinin Bağlılık Düzeyi

Mentorlar, girişimcinin oturlara zaman ve dikkat yatırımı yapmasını teşvik etmelidir, çünkü bu mentorun desteklerini artırır. Bağlı ve kararlı bir girişimci, mentor için daha kolay çalışmayı sağlar ve mentorun oturma etkinliğini artırır. Sınırlı kaynaklara sahip olmak, mentorun ilgisini azaltabilir ve oturma kalitesini düşürebilir, bu nedenle mentor, girişimcinin taahhüt seviyesini önceki oturlarda belirlemelidir.

Girişimcilerin bağlılık kaybı için farklı sebepleri olabilir, ancak mentorlar bunun bir önceliklendirme sorunu olduğunun farkında olmalıdır. Eğer oturlara öncelik verilmiyorsa, girişimcinin iş kurmaya olan taahhüdü eksik olabilir ve girişimcinin bu hedefi tekrar değerlendirmesi gerekebilir.

5. Anlayış

Mentorlar, girişimcilerin konuşmasına ve sorunlarını kesintiye uğratmadan tanımlamasına izin vermeli ve girişimi anlamaya odaklanmalıdır. Süreç ilerledikçe, mentor girişimi daha iyi anlayacak ve girişimcinin performansını belirteçlerle karşılaştırarak eyleme nasıl yol açtığını gözlemleyecektir. Normalleştirme yerine, her vakanın benzersiz olduğunu anlamak için mentor zaman harcamalıdır, çünkü her girişim farklıdır.

6. Faaliyetler ve Hedef Belirleme

Mentor oturları sadece tartışmalarla değil, tamamlanması gereken karşılıklı kabul edilen görevlerle yönetilir. Zor görevler girişimcilere bahaneler bulma eğilimine yol açabilir ve mentorlar bunun girişimin önceliği olmadığını bir işareti olduğunu hatırlatmalıdır. Mentorlar hedefler belirlerken ulaşılması çok zor veya çok kolay hedeflerden kaçınmalı ve hedeflere ulaşıp ulaşılmadığında girişimcileri cezalandırmamalıdır. Bunun yerine, hedeflere ulaşamayan durumları verimli bir tartışma fırsatı olarak görmeli ve girişimcilere cesaret vermeli ve ayık düşünmelerini teşvik etmelidir.

7. Kopma

Girişimler, seanslar sırasında direnme, geri çekilme veya çatışmaya girme eğiliminde olabilir ve bu, çerçevenin, otoritenin veya güvenin zayıflaması ile ilişkilidir. Bazıları pasif saldırganlıkla tepki verirken, bazıları ise doğrudan yüzleşmeyle cevap verebilir. Mentorlar, karşılıklı çerçeveleri hatırlatmak ve kopuş yaşanabilecek durumlara karşı farkındalık geliştirmek için çaba göstermelidir. Kopuş, etkisiz mentorluğun bir işareti değildir, ancak mentorlar bu tür durumları tartışma fırsatı olarak değerlendirmeli ve ilişkileri daha derin bir güven ve yüzleşme seviyesine taşımalıdır.

8. Derinlemesine Sorular

Mentorluk tartışmalarında gezinmek için güçlü yönlendirilmiş sorular kullanılır, bu sorular girişimlerin iş durumlarını tanımlamalarına ve düşüncelerini detaylandırmalarına yardımcı olur. Tur soruları girişimin iş hakkında bir oryantasyon sağlar, ana sorular ise gündemi belirler ve genel açık uçlu sorular içerir. Takip eden sorular, verilen yanıtlara dayanarak soruları daha da geliştirir ve doğrulamak için kapalı uçlu sorular kullanılır. Problemler kısa ve etkili sorular olup girişimcinin konuşmasını sağlar, yansıtıcı sorular ise eleştirel düşünme için kullanılır ve girişimi yönlendirir. Mentorlar dikkatli dinleyerek, yinelenen temaları ve çelişkili ifadeleri yakalayıp tartışmayı yönlendirebilir ve girişimcilerin deneyimlerini yansıtılmalarını teşvik edebilir.

9. Veri Toplama

Veri toplama iş sürecini yönlendirmede önemlidir ve metrik tabanlı mentorluk için kullanılabilir. Ancak, güvenilir veri toplama, erken aşamadaki işletmeler için zorluk oluşturabilir. Girişimciler, finansal performans verilerini paylaşmada şüpheci olabilir ve mentorlar, proxy göstergelerini kullanarak veri toplamada daha etkili bir yol bulabilir. Proxy göstergeleri, ofis büyüklüğü, çalışan sayısı, patent başvuruları gibi işle ilgili diğer göstergeleri temsil eder ve performans hakkında değerli bilgiler sağlayabilir.

10. Geri Besleme

Mentorlar, eleştirel ve yargılayıcı olmaktan kaçınmalı, önce güven inşa etmeli ve güven oluşturduktan sonra daha kritik olabilirler. Carol Dweck'in araştırması (1986), çabayı övmenin ve vurgulamanın, girişimi çabaya daha fazla teşvik ettiğini gösterdi. Girişimcilerin büyüme veya sabit zihniyetle yaklaştığına bağlı olarak geri bildirim verirken davranışı ve kişiliği ayırmak önemlidir ve net iletişim bu süreci kolaylaştırır.

11. Takım Arabuluculuğu

Mentorlar, kurucular arasında çatışma yaşandığında barışı koruma ve çözüm bulma çabalarıyla karşılaşabilir. Bu zorlu durumda mentorlar, tarafların ayrılmasının en iyi çözüm olabileceğini kabul etmeli ve manipülatif duygularla dolu bilgileri değerlendirirken dikkatli olmalıdır. Tartışmayı kolaylaştırmak ve tüm tarafların çıkarlarını göz önünde bulundurarak yeni pozisyonlar oluşturmak için otorite ve güveni kullanmalıdırlar, ancak taraf tutmaktan kaçınmalıdırlar.

12. Etkin Kayıt Tutma

Mentorların seanslar sırasında çok uzun süre not almamaları tavsiye edilir çünkü bu, danışanla yakınlık kurma sürecini zayıflatır. Oturum bittiğinde, mentorların formlarını doldurmaları için zaman ayırmaları önerilir. Programlama için, mentorların notlarını tamamlamaları için oturumlar arasında 15 dakikalık aralar bırakılması tavsiye edilir.