

YFYİ değerlendirme kriterlerim

Yeni Fikirler Yeni İşler yarışmasının daha etkin ve başarılı olması amacıyla hazırlanmış bir sunum

Bilinen Kriterler (Genel Kategori)

A) FİKRİN ÖZGÜNLÜĞÜ (%25)

- Teknoloji tabanlı bir fikir mi?
- Yenilikçi (Innovative) bir fikir mi?
- Hangi gereksinimleri karşılayacağı belirtilmiş mi?
- Benzer ya da rakip ürün/hizmetlerle karşılaştırma yapılmış mı?

Bilinen Kriterler

B) FİKRİN TEKNOLOJİK ve ARGE NİTELİĞİ (%25)

- Fikir araştırma ve teknoloji geliştirme çalışmalarını içermekte mi?
- Hangi konularda Ar-Ge çalışmaları yapılacağı açıklıkla belirtilmiş mi?

Bilinen Kriterler

C) FİKRİN TEKNİK YAPILABİLİRLİĞİ (%25)

- Ürüne ya da hizmete dönüştürülebilir bir fikir mi?
- Ürüne ya da hizmete dönüşmesini engelleyecek, güncel teknolojik düzey ya da standartlar ve normlardan kaynaklanan koşullar bulunmakta mı?
- İş fikrinde, geliştirme ve üretim aşamalarına ilişkin çözülmesi gereken temel problemler ve çözümleri tanımlanmış mı?

Bilinen Kriterler

C) FİKRİN TEKNİK YAPILABİLİRLİĞİ (%25) (devam)

- Proje ekibi gerek duyulacak disiplinleri içine alacak şekilde yapılandırılmış mı?
- Projeyi hayata geçirmek için gereken iş birlikleri, danışmanlık ve hizmet alımları tanımlanmış mı?
- Geliştirme çalışmalarına ilişkin temel gider kalemleri belirlenmiş mi?

Bilinen Kriterler

D) FİKRİN TİCARİ BAŞARI POTANSİYELİ (%25)

- Pazarlanabilir bir ürün ya da hizmet mi? Başlangıç pazar analizi iyi yapılmış mı?
- Rekabet analizi iyi yapılmış mı? Olası rekabet yöntemleri düşünülmüş mü?
- Pazarlama stratejisi temel prensipleri tespit edilmiş mi?
- Fiyatlandırma (pazara konumlandırma) analizi yapılmış mı?

Bilinen Kriterler

Toplam Puan Kriteri :

Proje önerisinin ilk 10 proje arasına girebilmesi için, toplamda 100 üzerinden asgari 75 puan alması gerekiyor.

Savunma ve Telekomünikasyon kategorilerindeki puan dağılımları farklı.
Sektörle ilişki (%30) puanı çok önemli.

Bu yarışma olmasaydı?

- SORU: YFYİ olmasaydı, bu projeyi gerçekleştirmeye çalışacak mıydınız?
- **Amacınız yarışmayı kazanıp, ödülü almak mı?**
- Proje Bütçeniz, ödül tutarına denk mi?
- Ödül = sadece bonus ! Yarışmanın sonu değil; yeni ve amansız, GERÇEK bir yarışmanın başlangıcı !

Ödül kime verilmeli? Temel Kriter?

- Jürinin görevi: Projeleri ve ekipleri değerlendirmek, sıralamak ve hangi ekiplerin ödül alacağını belirlemek.
- Soru: Jüri, ödülü kime vermeli? Bunu basitçe puanları toplayıp sıralayarak yapabilir miyiz? Bence hayır. Değerlendireceğimiz süreç lineer bir süreç değil, karmaşık bir süreç.
- Bu sunumun devamındaki yaklaşım ve görüşler, tamamen kişisel düşüncelerim.

Ödül kime verilmeli? Temel Kriter?

- Örnek: Elini taşın altına koymayanlara (bence) ödül verilmemeli ! Başarının ön koşulu başaracağına inanmak.
- Yanıtım: Ödülü, onu ziyan etmeyecek ve ticari başarıya dönüştürecek bir ekibe vermeli
- Ödül neden ziyan olabilir? Başarısızlık nedenleri nelerdir?

BAŞARI / BAŞARISIZLIK NEDENLERİ

1- Teknik Yapılabilirlik

(gerekli teknik bilgi, teknik altyapı, deneyim ve imkanlar erişilebilir mi?)

2- Ekibin Uygunluğu

(bu ekip bu işi yapabilir mi?)

Kavramsal kanıtlama:

Simülasyon, prototip, model vb. var mı?

Varsa 1 ve 2 nolu maddeler, büyük bir olasılıkla, önemli ölçüde kanıtlanmış sayılabilir.

BAŞARI / BAŞARISIZLIK NEDENLERİ

3- Pazara Konumlandırma

(Müşteri kimdir? İhtiyaç / teknik sorun nedir? Rakiplerin durumu nedir? Projenin sunduğu avantaj/fark nedir? Pazarda başarılı olacak mı?)

4- İş Modeli Uygun mu?

(Bu proje nasıl para kazanacak? Gelirleriniz ve giderleriniz nasıl oluşacak? Hangi kanallardan gelir elde edeceksiniz? Kar marjınız ne olacak?)

Kriterleri yalınlaştırabilir miyiz?

- En başarılı projeyi, daha yalın ve basit bir şekilde niteleyebilir miyiz?

Karar anında, puanlar bir yana, jüri üyesi olarak aklımdan neler geçer?

- Bu proje başarılı olabilecek mi? Verilen ödül, ticari başarı sayesinde, önümüzdeki yılların yarışmacılarına manevi destek ve motivasyon sağlayacak mı?
- Yoksa ödüllü projemiz başarısız olacak ve sponsor firmalar, verdikleri paralara yanacaklar mı?

Başarının Sırrı

- Doğru zamanda, doğru yerde, doğru ürün/çözüm sunmak. (doğru = uygun)

Doğru ürün/çözüm nedir?

- İhtiyaç Nedir? Çözüm Nedir? Mevcut alternatif çözümler hangileridir? Tasarımını yapıp üreteceğimiz ürünümüz, hangi kullanıcı ihtiyacını karşılayacak? Hangi temel soruna çözüm bulacak?
- “Kullanıcı” veya “müşteri” kimdir?
- Ürününüzü kim, niye alsın?
Siz müşteri olsanız, ürününüze kaç TL verirsiniz?

Başarının Sırrı

- Doğru zamanda, doğru yerde, doğru ürün/çözüm sunmak.

Doğru yer neresidir?

- İhtiyacın en yakıcı ve acil, potansiyel fiyatın en yüksek, müşteri sayısının en yüksek, alternatif çözümlerin en az veya etkisiz olduğu yerdir.
- Fırsatın büyüklüğü (Pazarın sizin çözümünüze yönelecek olan kısmının büyüklüğü)

Başarının Sırrı

- Doğru zamanda, doğru yerde, doğru ürün/çözüm sunmak.

Doğru yer neresidir?

- Nereden Başlamalı? İlk müşteri kim olmalı?
Sektör > Alt Sektör >
Acil ihtiyaç sahibi,
güvenilir,
uzun vadeli işbirliği isteyen,
iş ortağı - müşteri

Başarının Sırrı

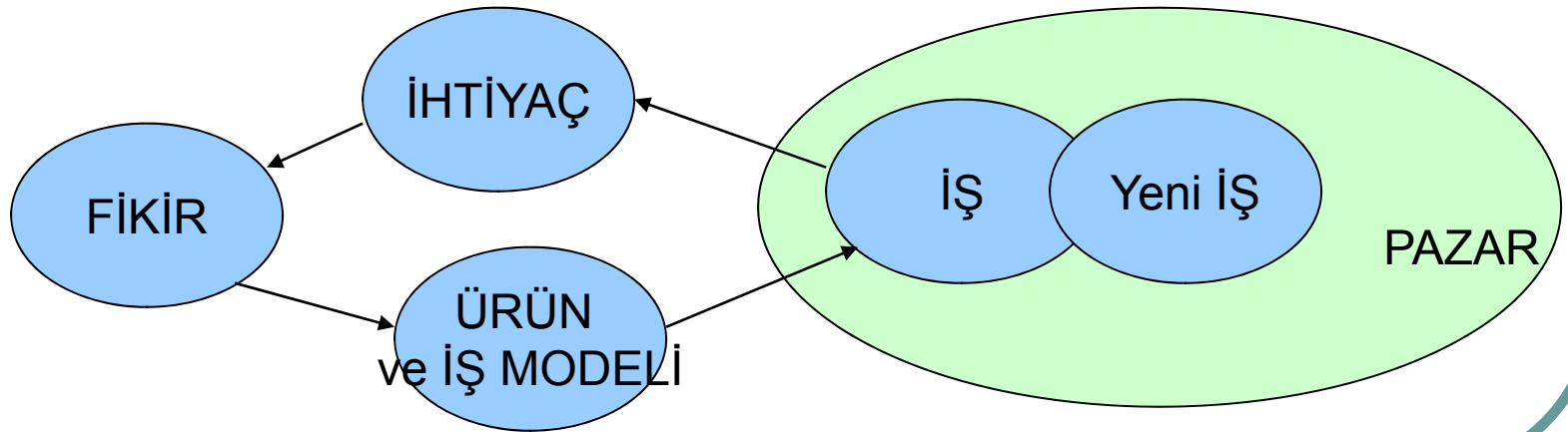
- Doğru zamanda, doğru yerde, doğru ürün/çözüm sunmak.

Doğru zaman ?

- Neden şimdi?
1 yıl daha bekleseniz iş fırsatı kaçacak mı?
Ürünün piyasaya çıkması gereken hedef süre nedir?
Hedef süre içinde ürününüz hazır hale gelebilecek mi?
Rakiplerinizin yeni ürün planları nelerdir?

Başarının Sırrı

- Yeni fikirden yeni işe nasıl geçeceğiz?
- Genel Hata : Sadece FİKİR var.
İşe nasıl dönüşecek bilinmiyor.



Temel Yanlışlıklar ve Yanlış İnanışlar

- **İř Planı'na verilen aşırı önem**
(iř modeli tutarsız, ürünün teknik yapılabilirliği çok şüpheli, bu ekibin bu ürünü ortaya çıkarabileceği çok şüpheli. Ama iř planı “mükemmel” görünüyor !)
- **İř Planı'nın Temelsizliđi**
(iř planının dayandığı varsayımlarla ilgili somut bilgi veya kanıt yok !)
- **İř Planı yok**
(Sade ama inandırıcı bir iř planı yok !)
- **SORU : İř PLANI NİYE YAZILIR?**

Temel Yanlışlıklar ve Yanlış İnanışlar

- **“Fikrimizi mümkün olduđunca gizli tutalım”**
(Eğer fikrinizi, anlaşılabilir ölçülerde açıklamazsanız, nasıl destek bulacaksınız?)
- **“nce bir prototip yapalım, devamını sonra düşünürüz”**
(nce prototip mi, önce brořür m? Brořür ne için gerekli? Prototip ne için gerekli?)
- **İř Planımızı yapalım, dl de kazanalım, sonra projeyi yapmaya başlarız**
(rnek: YFYİ ilk dönem birinci ekibi)
- **SORU : Bu yarışma olmasaydı, projenizin peşinden gitmeyecek miydiniz?**

Temel Yanlılıklar ve Yanlış İnanışlar

- **“Başarılı olmak için büyük riskler almamız gerekiyor”**
(Hayır. Riskleri hesaplayarak kontrol altında tutmanız gerekiyor.)
- **“Çabucak para yapıp 40 yaşımızda emekli olacağız”**
(Eğer girişimcilik kanınıza işlememişse, girişimci olmayın. Zor ve sıkıntılı süreçler yaşayacaksınız. Kolay başarı için uygun bir yol değil.)
- **Çok iyi arkadaşız, o halde çok iyi bir ekibiz.**
(Ekibin güven temelinde çalışması çok avantajlı ve çok güzeldir. Ama gene de, arkadaşlık ve iyi ekip olmak farklı şeylerdir.)
- **Müşteri = Kullanıcı**
(Sipariş kararını veren, siparişi veren, ürününüzü teslim alan, ürününüzü kullanan, ürün bedelini ödeyen farklı kişilerdir. Müşterilerinizin iç işlerini ve yetki dağılımını öğrenmeniz gerekecektir)
- **İnovasyon = Buluşçuluk**
(Üründe, hizmette, iş modelinde, süreçlerde, ticari faydaya dönüştürülebilen yenilik)

İyi Fikir / Kötü Fikir ?

- **Soru : Bir fikrin “iyi” olup olmadığı nasıl anlaşılır?**

(Fikre “dışarıdan” bakarak ve filtrelerimizi kullanarak.

Filtreler: Fikrimiz mevcut ve oluşabilecek ihtiyaçlara uygun mu?

Teknik olarak yapılabilir mi? Biz yapabilir miyiz?

Spesifik Pazar büyüklüğü uygun mu?

Pazara konumlandırma açısından fikrimiz uygun mu?

İş Modelimiz uygun mu?

Niye BiZ? Niye Şimdi?

Tüm filtrelerimizden geçebilen fikir, iyi fikirdir.)

- **“Kötü” fikirlere örnek:**

Cep telefonu ile ilgili birçok proje :

Fikir güzel > ihtiyacı karşılıyor > Pazar büyüklüğü güzel > Ama pazara konumlandırma, iş modeli ve “niye biz?” açısından “iyi” değil.

SORU: Dev operatör firmalar, bu işi niye bize bıraksın?

Fikrin realizasyonu büyük operatöre / başka bir şirketin deneyim ve bilgisine bağımlılık ölçüsünde muhtaç!

Jüri üyesi gözüyle eksiklikler

- **Mevcut (bilinen, uygulanan) çözümlerle karşılaştırma yok !**
Sizin üstünlüğünüz ne?
Fark <> Üstünlük
- **Patent araştırması yok !**
Patent okur musunuz? Tekniğin bilinen durumuna “state of the art” vakıf mısınız? 551 sayılı KHK size ne ifade ediyor?
- **Pazar araştırması yok !**
İhtiyaç halihazırda nasıl karşılanıyor?
Alternatif çözümler hangileri? Bunların tedarikçileri kimler?
Pazar payları ne? Güçlü ve zayıf yönleri ne?
- **Pazara konumlandırma yok !**
Size en yakın olan kim var ve ne yapıyor?

Jüri üyesi gözüyle eksiklikler

- **Çekirdek(core) teknolojiniz, temel uzmanlığınız ne?**
Hangi temel üstünlüğünüzle pazarda yer alacaksınız?
- **Hangi katma değeri üreteceksiniz !**
Sizin katkınız ne? Siz olmazsanız eksik kalan ne olur?
- **KAVRAMSAL KANITLAMA yok !**
Simülasyon / model / kavramsal prototip / çalışan prototip / demonstrasyon
- **İş Modeliniz nedir ?**
Size kim ödeme yapacak, niye?
Hangi kanallardan gelir elde edeceksiniz?
Hangi katma değer / gelir / kar ile?
Siz kimlere ne için ne kadar ödeme yapacaksınız?

Jüri üyesi gözüyle yanlışlıklar

- **Sadece “parlak” bir fikir var, yeterli araştırma ve tarama yok.**
Internet taraması, sektör taraması, firma incelemesi, yöntem taraması, Pazar araştırması, patent taraması
- **Araştırma var ama projeye doğrudan ilgili noktalarda değil**
Genel demografik verilerin öneminin abartılması (her Çinliye 1 portakal)
Mevcut (rakip) firmaların deneyim / altyapı / teknik ve mali güçlerinin hafife alınması
Niye başkaları başaramamış, neyi başarabilmişler araştırılmalı.
Pazarın **sizin çözümünüze yönelik olan kısmının** büyüklüğü nedir?
- **Hedefler abartılı**
Önce dar bir alanda başarılı ol, sonra hedefi genişlet
mevzileri birer birer kazan

Jüri üyesi gözüyle yanlışlıklar

- **BLA BLA**
En çok karşılaşılan anlamsız (gerçekçi olmayan – soyut) ifadeler :

“Sektörün en büyük oyuncusu haline gelmeyi umuyoruz”

gerçekçi ifade:

“beyaz eşya sektörüne yönelik bant tipi test cihazları alanında, 3 yılda 100 adet cihaz satmayı hedefliyoruz”

Ölçülebilir / somut / yanlışlanabilir / değiştirilebilir / dış koşullardan az etkilenen hedefler koymalıyız.

Jüri üyesi gözüyle yanlışlıklar

- **Somut rakamlarla veya kanıtlarla desteklenmedikçe anlamı olmayan kelimeler (sıfatlar) kullanmayın**

sağlam, güçlü, ucuz, kolay kullanımlı, hızlı, güvenilir vb.

“bulanık mantık” yerine mühendislik terimlerini tercih edin.

- **TEST KRİTERİ**
Rakipler de aynı şeyi söylüyorsa, söylediğiniz büyük olasılıkla anlamsız / faydasızdır.

SONSÖZ

- Jüri üyelerinin nasıl ve hangi kriterlerle değerlendirme yaptıklarını sorun, öğrenmeye ve anlamaya çalışın.
- “Damdan düşenin halinden damdan düşen anlar” !
Önceki YFYİ katılımcılarına danışın.
Teknolojik girişimcilik yolunda belli bir yol katetmiş olanların deneyimlerinden yararlanmaya çalışın.
- Danışmanlarla ve uzmanlarla çalışmayı alışkanlık edinin. Zaman kazanırsınız.
Başkalarına danışın ama kararlarınızı kendiniz verin.

SONSÖZ

- **Anlatılanlara bel bağlamayın.
Kendi yolunuzu keşfedin.**
- **“Kendi omuzları üstünde kendi aklını taşımak”,**
- **Çok boyutlu, çok düzlemlı, analitik ve eleştirel düşünmek,
vazgeçilmez yaklaşımlarınız olsun.**

**Dinlediğiniz için
Teşekkürler,**