

## BİR İŞ KURARKEN NELERE DİKKAT EDİLMELİDİR

Kuracağınız iş ne olursa olsun, ilk olarak dikkatli bir şekilde yasal konuları, işinizi kurmanız gereken mekânın uygunluğunu, yapacağınız iş için başlangıç seçimlerinizin gelecekte size para ve zaman kaybı yaratıp yaratmayacağını düşünmelisiniz.

Çoğumuz zaman planlamasının önemi konusunda birçok şey duysak da, kendimize bir zaman planlaması yapmaktan kaçınıyoruz. Oysa bir işe başlarken ya da işimizi sürdürürken yapacağımız zamansal programlar vakit kaybını azalttığı gibi kendimizi kontrol etmemizi, bunun sonucu olarak planladığımız işleri ertelemememizi sağlar. Kendi işinizi kurarken her şeye öncelikle haftalık bir iş planı hazırlayarak başlayabilirsiniz. Bu plan içerisinde yapmak zorunda olduğunuz işleri, sorumluluklarınızı listeleyebilir hatta yapılması en zor ya da erteleyebileceğiniz işlere öncelik verebilirsiniz. Bu işler için ne kadar vakit ayıracağınızı yazmayı unutmayın.

### **Yaptınız ve işiniz için uygun bir mekan arıyorsunuz. Nelere dikkat etmelisiniz?**

Nasıl bir yere ihtiyacınız var, işiniz için doğru bir yer nasıl olabilir, düşündüğünüz mekan yapmayı düşündüğünüz iş için yeterli büyüklükte mi? İş yerinin size getireceği maliyetler makul müdür? Çevredeki iş yerleri nelerdir ve sizin işinizi ne yönde etkiler gibi soruları sormalı, iş ilişkisinde olduğunuz diğer kişilerin de fikirlerini almalısınız. Sizin aklınıza gelmeyen bir konu, bir başkasının aklına gelebilir.

### **Planlarınızı ve ön hazırlıklarınızı yaptınız. Bir iş planı hazırlamaya ne dersiniz?**

İş yeri açarken ya da işe başlarken bir iş planı yapmak hatta bir plan yazmak biraz garip ya da alışılmamış gelebilir. Oysa işiniz çok küçük ya da çok yeni olsa bile, düşünceleri yazmak daha net hedef belirlemenizi, işinize daha objektif yaklaşmanızı sağlayabilir. Kendinizi işiniz konusunda daha programlı hissedeceğiniz gibi, iş fikirlerinizi başkalarına da aktarabilmenizi sağlar.

### **İş planı yapmaya karar verdiniz. Bir iş planı yaparken nelere dikkat edeceksiniz?**

Kapak; iş planınızı yazmaya öncelikle bir kapak hazırlayarak başlayabilirsiniz. Firmanızın adı, adresi, telefon ve faks numaraları, elektronik posta adresi, web sitesi, iş sahiplerinin isimleri gibi tanıtıcı bilgileri yazmalısınız.

Amaç; işiniz neden başarılı olacak? Bu işi yaparken nasıl başarılı olacaksınız? İşinizi farklı yapan konular nelerdir? Bu işte nelere odaklanacaksınız? İş konusundaki tecrübeleriniz nelerdir? Bu sorulara vereceğiniz yanıtlar hem amacınızı netleştirecek hem de yardım almanız ya da ihtiyaç duyduğunuz bilgileri tanımlamanıza yardım edecektir.

İş tanımı; işinizi gerek yasal yapısı gerekse faaliyetleri konusunda açıklayan tanıtıcı nitelikte bir bölüm oluşturmalsınız. Şirketinizin tipi nedir? Tam olarak işiniz nedir; bir ürün ya da hizmet üzerine mi çalışacaksınız? İşinize nasıl başladınız; yeni kurulum, satın alma, temsilcilik vb.

Peki, şirketinizde organizasyon ve yönetim nasıl olacak? Kim ne yapacak? İster bir kişilik, ister çalışan sayısının fazla olduğu bir şirket olsun, işlerinizin gelecekte öngördüğünüz büyüme planlarınıza uygun olarak taslak bir dağılımını yapabilir, bir şema çıkarabilirsiniz.

Düşündüğünüz pozisyonlar için elemanlarınızda aradığınız özellikleri, ücret durumunu, haftalık ve aylık çalışma planlarını, tahmini giderleri planlayabilirsiniz.

Hesaplar; Hangi banka şubesi veya şubelerinde hesap açacaksınız? Şahsi/ aile hesaplarınız ile iş hesaplarınızı birbirine karıştırmayın. İleri de tahsilat ve tediye işleriniz için bu tür hesaplara ihtiyacınız olacaktır.

Kredi değerlendirmenizin olabilmesi için, bir takım iş faaliyetlerinde bulunmanız gerekir. Borçlarınızı zamanında ödeme durumuna göre değerlendirmeniz yapılır. Eğer geçmişteki kredi itibarınız zayıf ise, konuyu uzmanlarına danışın.

Bir işin en önemli kısmı:

### **Pazarlama**

Pazarlama planı, işinizin gerçekleşme bilirliliğini en iyi anlatacak bölümdür. Satışların sürekli artabilmesi için, kuruluşun ve kişinin pazarda tanınır olması gerekir. Bu konuda dikkat edilmesi gereken bazı noktalar;

### **Pazarınız nedir?**

Müşteri profiliniz nedir? Tipik müşterileri ve özelliklerini tanımlayın. Pazarı ekonomik olarak tanımaya ve tarif etmeye çalışın. Nihai tüketici, mağaza, dağıtım kanalları, toptancılar açısından konumunuzu belirleyin.

Pazarlama konusunda en önemli konularda biri ise rekabet durumudur. İşinizin pazardaki rekabet durumunu değerlendirdiniz mi?

Doğrudan ve dolaylı rakiplerinizi belirleyip, benzer veya muadil ürün veren kuruluşları daha yakından tanımaya çalışın. Ürün ya da hizmetinize en yakın olanlar hangileridir, size özel bir ürün ya da hizmetle rakiplerinizden ayrılıyor musunuz? Rakiplerinizin işeri ne durumda; büyüyor mu, küçülüyor mu? Rakiplerinizle kendinizi karşılaştırın, bunu yaparken dürüst olmaya çalışın, rakipleriniz karşısında ürünlerinizi daha az rekabet edebilir buluyorsanız bu durum, eksik olan konuları tamamlamak ve başarınız için size bir yön verecektir.

Rakiplerinizi değerlendirirken pazarın ne kadarını kendi elinizde tutabileceğinizi değerlendirmeyi unutmayın.

### **Fiyatlandırmanız nasıl?**

Bir ürün veya hizmetin fiyatını tespit ederken, ürün veya hizmetinizin müşteri için ne değer ifade ettiğini düşünün. Daha önce verdiğiniz puanlara göre, ürün/hizmetiniz çok yüksek puanlara ulaştı ise, fiyatınız için yüksek seviyeler düşünebilirsiniz. Ancak, eğer pazarda tek değilseniz, kapı aralığına ayağınızı sokabilmeniz ve pazara girebilmeniz için fiyatınızı aşağı çekmeniz gerekecektir. Pazarda yer edindikten sonra fiyatınızı artırmayı düşünebilirsiniz. Fiyat artışı her zaman zor ve risklidir. Nihai fiyatı pazar belirler. Bir arkadaşınızı rakip mağazalara gönderin. Rakiplerinizin fiyatlandırma politikasını inceleyin. İndirim yapıyorlar mı? Özel satış günleri var mı? Fiyat lideri mi? Bazı bilgileri telefonla da alabilirsiniz. Eğer fiyatınız maliyetlerinizin üzerinde değil ise kısa zamanda finansal sıkıntıya düşersiniz.

Fiyat stratejinizi özetleyin.

Satış planınız var mı?

Nasıl satacağınızı, dağıtacağınızı veya hizmet vereceğinizi tanımlayın. Spesifik olun.

Satış faaliyetini nasıl organize edeceğinizi belirtin.

### **Dağıtım ve pazarlama faaliyetlerinin ne kadar önemli olduğunu biliyor musunuz?**

Her bir ürün veya hizmet, pazarlama planının bir parçası olarak kendi tanıtım stratejisine ihtiyaç duyar. İşiniz ile ilgili bir tanıtım kampanyası hazırlamadan bazı temel varsayımları gözden geçirelim. Tanımına göre reklam, maliyeti olan, kişiye özel olmayan, aynı anda geniş bir potansiyel müşteri grubuna hitap eden bir tanıtım aracıdır. Reklam, firmanızın ürün ve hizmetleri hakkında, müşterileri bilgilendirme, ikna etme ve hatırlatma amacı taşır. Her bir reklam faaliyetinin spesifik hedefi vardır. Firmanızın hedefleri ve ayırabileceği bütçe imkânlarına göre, ne tür reklam ve tanıtım faaliyetlerinin sizin için uygun olduğunu düşünün. Müşteri profilinizi gözden geçirin ve yazılı olarak tanıtım ve pazarlama hedeflerinizi belirleyin.

Bir sonraki adım Őu soruların cevaplarını hazırlamak olmalıdır:

- İş ile ilgili ne söylenmeli ve nasıl tanımlanmalı?
- Hangi reklam aracı kullanılmalı?
- Reklam için ne kadar harcanabilir?
- Reklam programı nasıl uygulanacak?
- Reklamın etkinliği nasıl ölçülecek?

## FINANS PLANI

İş planınızın en kritik bölümü finansal konular üzerine olan bölümdür. Bu bölüm için yapacağınız hazırlık çalışmaları, işinizin en zor yılları olacak olan başlangıç yıllarında sizin dalgalı suları aşmanıza yardımcı olacaktır.

İşinizi üretken biçimde yönetebilmek için, finansal planın detaylarına girmeden önce, bazı temel muhasebe bilgileri gerekli olacaktır. Bu bölüm finansal hesaplamalar yapmanıza ve bunları uygun bir formatta düzenlemenize yardımcı olacaktır.

İşinizde hem alım hem de satım için sadece nakit kullanılıyor ise, hesaplarınızı izlemek daha kolay olacaktır. Tüm giriş ve çıkışları dikkatlice kasa defterine kayıt etmek hesap durumunuzu takip etmek için yeterli olacaktır. Kasa ve banka hesabınızdaki meblağın artması ya da azalması, size işlerin gidişatı ile ilgili iyi fikir verecektir.

Ancak, işler büyüyüp de vadeli alım ve satımlar devreye girmeye başlayınca işler biraz karışacaktır. Yine nakit hareketlerinizi doğru bir biçimde kayıt etmenize rağmen, artık sadece kasa veya banka hesabınıza bakarak işlerin gidişatını tahmin etmek mümkün olmayacaktır. Hatta işiniz karlı olmasına rağmen, yanlış nakit yönetiminden ötürü işiniz batabilir bile.

Eğer muhasebe bilginiz yeterli değil ise, mutlaka uzman bir muhasebeciden destek almalısınız.