

## İşini farklılaştırma ihtiyacı

Çeşitli girişimciler durmaksızın potansiyel yatırımcılara yaklaşırlar - bu kişiler, yeni iş fırsatlarına neden yatırım yapmaları gerektiğine dair aynı iddiaları dinlerler.

Girişime fon sağlamaya onları başarıyla ikna etmek için kendini başkalarından farklılaştırmalısın – yalnızca iş fikrinle değil (bu zaten olmalı).



## İşini farklılaştırma ihtiyacı



**Kim olduğuna** ve neden seni dinlemeleri gerektiğine dair güçlü bir sunumla dikkatlerini çek!

İş dünyasında bizim temel işimiz Benzersiz Satış Noktası (BSN) olarak adlandırılan şeyle başkalarından ayrılır. Senin BSN'nen neden farklı olduğundur, bu da potansiyel olarak başarılı olmanın daha olası olduğu anlamına gelir.

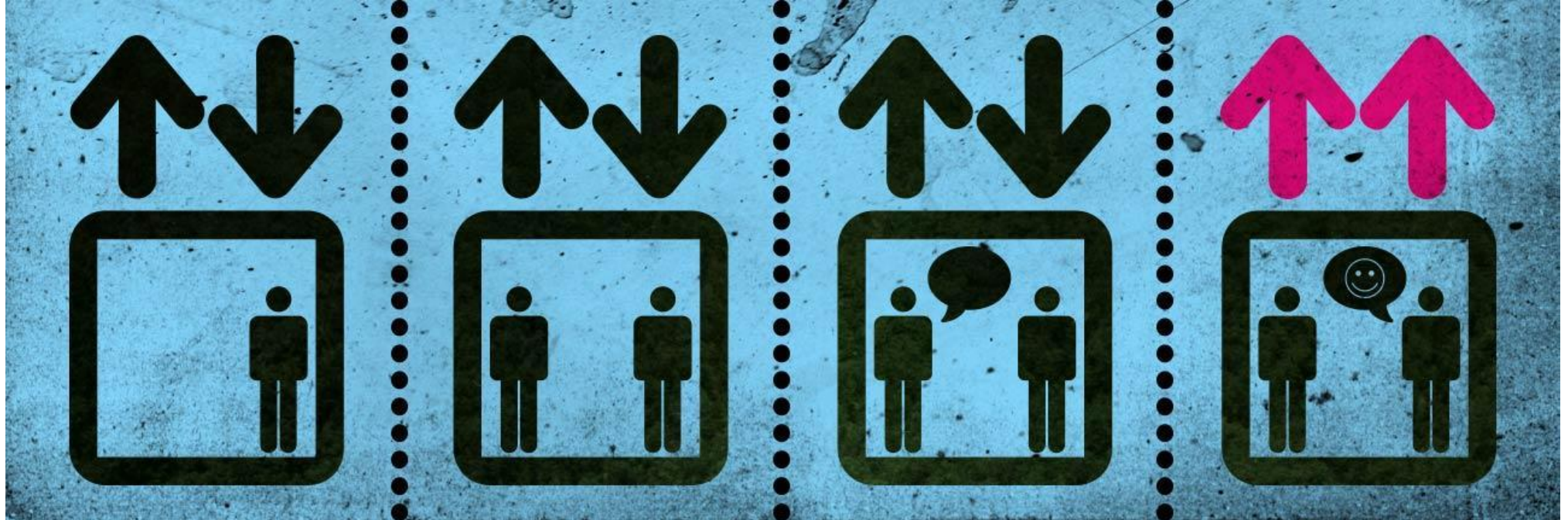
Kendi BSN'ni oluşturmak için şunlara ihtiyacın var:

- (a) Güçlü yönlerini bilmek, yani neyde iyisin: harika bir ekip, iyi bir konum, vb.
- (b) Başkalarından nasıl ayrılıyorsun: Bu ihtiyaca ilk yanıt veren, daha fazla kalite veya daha düşük fiyat sunan, bir yerde tek olan, vb.

## Değerlendirici kısa sunum nedir?



Bir şeyler istediğin birisiyle asansörde olduğunu hayal et. İkiniz de zemin kattan asansöre bindiniz ve o, üçüncü kata çıkmak istiyor. Asansörde başka kimse yoksa, onuna en fazla 2 dakika yalnız kalabilirsin.



Asansörden inmeyebilir veya sonraki katlarda başkaları binebilir.

Dikkatini çekmek için bir fırsatın var!



Buna **değerlendirici kısa sunum** denir – iş fikrini yaklaşık 2 dakika süresince potansiyel bir yatırımcıya kesintisiz şekilde sunmak. Dolayısıyla bu sürenin her anından en iyi şekilde yararlanman gerek!

**İşte odaklanman gereken şeyler!**

## Sen ve ekibin, kimsiniz?



Pek çok iş, arkalarında bulunan kişilerin kişilikleri veya enerjileri nedeniyle başarıya ulaşır veya batar.

Sen ve ekibin yatırımcının ilgisini çekebilerseniz, o zaman o da odaklandığın piyasada harikalar yaratabilir.

Çekingen olma – bir yatırım sunumunda kendinin ve ekibinin “satışını” nasıl yaptığına, sahip olduğun iş fikriyle ilgili olarak ne kadar harika olduğuna güvenmek gerek.

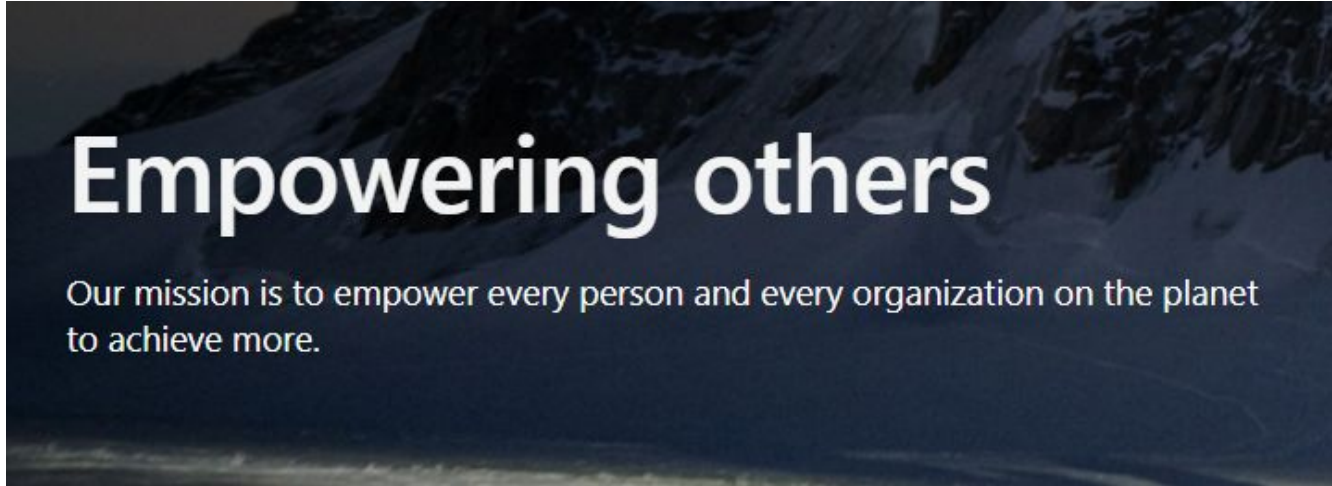
## Hedef Tanımı



Bu yeni işi neden kurmaya çalışıyorsun?

Şirketin hangi iş kolunda yer alacak?

Amacı ne?



Microsoft'un hedef tanımı!



Nike'nin hedef tanımı!

# İşin ne yapmak olacak?



Ne yapıyor olacağına dair kapsamlı ancak kısa ve özet bir genel görünüm ver:

Bir hizmet veya ürün mü sunacaksın?  
Temel özellikleri ne?

Ürünün/hizmetinle ilgili açık ve empatik ol!

## BSN'nen ne?

Seni dinlemeye neden deęeceęini vurgulamam gerek  
– neden sen farklısın? Dięerlerinin yanı sıra şunlar ağısından  
Düşün:



- ✓ Fiyatlandırma – Keşfettiğin ihtiyaca getirilmiş olan diğer potansiyel çözümlerden daha ucuz mu olacaksın?
- ✓ Kalite – Daha kaliteli bir şey mi sunacaksın?
- ✓ Ürün/hizmet gamı – Seni diğerlerinden daha iyi yapan şey daha geniş bir yelpazeye sahip olman mı?
- ✓ Seninle iř yapma kolaylığı – Başka şirketlerle iř yapmada kolaylık konusunda sorunlar olduğunu belirledin ve bunları mı gidereceksin?
- ✓ Hız – Sunulmakta olan ürün ve hizmetleri diğerlerinden daha hızlı mı sunuyorsun?
- ✓ Güvenilirlik – Başkalarından daha güvenilir mi olacaksın?



## Dikkatleri çek

Dinleyicinin dikkatini çekmeyi dene –  
bunu bir tek başına konuşmaya dönüştürme, dikkatlerini  
çekmeye çalış.

Bu en yaygın olarak bir olta kancası, yani bir soru, bir vaat,  
cesurca bir şeyler ortaya koyarak yapılır!



# Nasıl ulaştıracaksın?

Bir yatırım sunumunu ulaştırmak da neredeyse onun kadar önemlidir!

Cesur ol, sağlam bir ses tonu kullan ve sunumunu **güvenle** yap. Bir sohbetle karşı taraf senin kendine ve kendi fikrine inanmadığını sezerse, o neden inansın ki?

Göz temasını koru ve sunumunu beden hareketlerinin yardımıyla yap – çok fazla hareket etmemeye dikkat et!  
Zaman sınırını aşma – bu önemli, bir şey uzadığında insanlar ilgilerini kaybederler!

2-3 dakikadan uzun süren bir videoyu kolay kolay izliyor musun?

İleri sürmen gereken tüm noktaları unutma – her şeyi bir kenara yaz ve saati görebileceğin bir yere koyarak, ayna karşısında alıştıırma yap.

