

**T.C. SERHAT KALKINMA AJANSI**

**TEKNİK DESTEK PROGRAMI  
PROJE HAZIRLAMA EĞİTİM DOKÜMANI**

**ÖRNEK PROJE KONUSU**  
**MARKALAŞMA**





## GİRİŞ

Teknik Destek; Kalkınma Ajansının faaliyet gösterdiği bölgedeki yerel aktörlerin, bölgesel kalkınma açısından önem arz eden, ancak kurumsal kapasite eksikliği nedeniyle etkin ve verimli bir şekilde yürütemediği çalışmalarına katkı sağlamak amacıyla verdiği destektir.

Ajans tarafından sağlanacak teknik destekle;

- Yerel yönetimlerin planlama çalışmalarının desteklenmesi,
- Yerel yönetimlerin bölge plan ve programlarını uygulayıcı veya yerel kalkınma kapasitesini artırıcı faaliyetlerinin desteklenmesi,
- Diğer kamu kurum ve kuruluşlarının yerel ve bölgesel kalkınmaya katkıda bulunabilecek çalışmalarına destek sağlanması,
- Bölgedeki sivil toplum kuruluşlarının yerel ve bölgesel kalkınmaya katkıda bulunabilecek çalışmalarına destek sağlanması amaçlanmaktadır.

**ÖNEMLİ NOT: PROJE EĞİTİM DÖKÜMANI, PROJE HAZIRLAMA KONUSUNDA SADECE FİKİR VERMEK VE EĞİTİM AMACIYLA KULLANILMAK ÜZERE HAZIRLANMIŞTIR. EĞİTİM DÖKÜMANINDA YER ALAN METİNLER, BAŞVURU SAHİPLERİ TARAFINDAN AYNEN KULLANILMAMALI BAŞVURU SAHİBİNİN İHTİYAÇLARI VE FAALİYETİN KONUSUNA UYGUN ŞEKİLDE DEĞİŞTİRİLMELİDİR.**

**BU DOKÜMANIN İÇERİĞİNDE YER ALAN BİLGİLER SERHAT KALKINMA AJANSINA HERHANGİ BİR SORUMLULUK YÜKLEMEZ.**

## TALEP EDİLEN TEKNİK DESTEĞİN KAPSAMI

Bu bölümün ilgili kısımlarında, talep edilen teknik desteğin içeriğini, konusunu yer, zaman, yöntem vb. bilgileri içerecek şekilde ifade ediniz.

### *Talep edilen teknik desteğin konusu:*

Talep edilen teknik desteğin konusu, ilde faaliyet gösteren ... işletmenin yöneticilerinin markalaşma süreci ve marka yönetimi konusunda ki bilgi düzeylerini geliştirerek daha iyi, etkin ve verimli şekilde işletmecilik faaliyeti gerçekleştirmelerini sağlamaktır.

Verilecek eğitim kapsamında katılımcıların;

- Markanın tanımı
- Markanın çeşitleri
- Markanın fonksiyonu
- Marka olabilecekler, olamayacaklar
- Sınıflandırmanın önemi
- Marka tescil işlemleri
- Marka hakkının sona ermesi
- Uluslararası tescil ve koruma yöntemleri
- Marka nasıl korunur?
- Markada ihlal ve tecavüzler
- Haksız rekabet
- Markalaşmanın temel ilkeleri
- Stratejik marka yönetimi ve organizasyonu
- Marka kimliği geliştirme
- Kurum kültürü marka kimliği ilişkisi
- Farklılaştırıcı rekabetçi üstünlük: marka imajı
- Markaya yönelik iletişim: marka konumlandırma
- Markaya yönelik iletişim uygulamaları

Konularında bilgi almaları sağlanmış olacaktır.

***Proje boyunca hazırlık ve değerlendirme faaliyetleri de dâhil olmak üzere öngörülen tüm faaliyetlerin detaylı tanımını yapınız.***

### **1. Eğitim Duyurusunun Yapılması**

Başvuru sahibi (... Birliği/Derneği) tarafından hedef grupların proje faaliyetlerinden haberdar olmasını sağlamak, düzenlenecek olan eğitim programına katılımlarını sağlamak amacıyla duyuru ve tanıtım faaliyetleri yapılacaktır. Bu kapsamda hedef grupların tespit edilebilmesi, eğitim programına kursiyer kayıtlarının yapılabilmesini sağlamak için anonslar yaptırılacak, ilgili kurumlara telefon edilecek, yerel basında haber yaptırılacaktır.

Sorumlu: Başvuru sahibi

Süre: ... gün

### **2. Kursiyerlerin Kayıtlarının Yapılması**

Yapılacak duyuru ve tanıtım çalışmaları sonucunda eğitime katılmak isteyen kursiyerler tespit edilecek ve başvuru yapan kursiyerlerin kayıtları alınacaktır.

Sorumlu: Başvuru sahibi

Süre: ... gün

### **3. Eğitim Yerin ve Eğitim Araçlarının Hazır Hale Getirilmesi**

Eğitim yeri eğitimin yapılacağı günler için ayarlanacak, eğitimde kullanılacak projeksiyon makinesi, bilgisayar, vd. eğitim araçları temin edilerek eğitimin başlanması için gerekli tüm koşullar sağlanmış olacaktır.

Sorumlu: Başvuru sahibi

Süre: ... gün

### **4. Markalaşma ve Marka Yönetimi Eğitimi**

Konusunda uzman bir eğitici tarafından konuyla ilgili olarak kursiyerlere eğitim verilecektir. Eğitim süresi toplam ... saat olacaktır. Eğitim etkileşimli bir şekilde gerçekleştirilecektir. Eğitimin uygulanacağı gün sayısı ... olup Cumartesi günleri de eğitim verilecektir.

Sorumlu: Eğitici uzman(lar)

Süre: ... gün

## 5. Sertifika Töreni

Eğitimlerini başarıyla tamamlayan başvuru sahiplerine başvuru sahibi tarafından bir “**Katılım Belgesi**” sunulacaktır.

Sorumlu: Başvuru sahibi,

Süre: ... gün

## 6. Raporlama

Projeyle ilgili olarak faaliyet raporu SERKA’ya sunulacaktır.

Sorumlu: Başvuru sahibi

Süre: ... gün

***Ortak(lar)ın (eğer varsa) faaliyetteki rolünü detaylı bir şekilde açıklayınız.***

Projede ortak öngörülmüşse, hangi faaliyetlerde ne seviyede rol alacağı başvuru formunda detaylı ve açık bir şekilde ifade edilmelidir.

### **Teknik Destek İhtiyacının Gerekçesi**

***Teknik destek ihtiyacının ortaya çıkmasına sebep olan eksiklikleri/sorunları açıklayınız.***

*(Bu bölümdeki açıklamalar bölge geneli için yapılmış olup, başvuru sahibinin faaliyet sahasına giren konuları açıklaması gerekmektedir.)*

TRA2 Bölgesi markalaşabilecek ürünler açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Sahip olduğu doğal bitki örtüsü ve Kafkas ırkı arının yaşama olanaklarının bulunması nedeniyle Ardahan’da bal üretimi yapılabilmektedir. Ayrıca Ardahan ve Kars’ta yoğun olarak yetiştirilen kaz ve geleneksel yöntemlerle üretilen kaz eti bölgenin ekonomiye kazandırılabilir potansiyelleridir. Kars Kaşarı ve gravyer ile birlikte tüm bu sayılan ürünler, Bölgenin markalaşma potansiyeli olan en önemli ürünlerini oluşturmaktadır. Bölgesel ürünlerin markalaşabilme potansiyeli (kaşar, bal, kaz eti) Bölgenin önemli bir fırsatını teşkil etmektedir. Markalaşma ve pazarlama stratejileri eksikliği ise Bölgedeki işletmelerin zayıf yanını teşkil etmektedir.

TRA2 Bölgesindeki girişimciliğin profili incelendiğinde; işletmelerin kapasitelerinin düşük olması, göç, pazar ve sermaye sorunu gibi nedenlerle, gelişemediği görülmektedir. Diğer yandan Türkiye’de son zamanlarda artış gösteren marka ve patent sayısı, Bölgede düşük olmakla beraber artma eğilimindedir.

Marka, patent, faydalı model, endüstriyel tasarım başvurularının Türkiye ortalamasına göre 4 il için de düşük kaldığı görülmektedir. TRA2 Bölgesinde 1995-2009 yılları arasında toplam 513 başvuru yapılmış ancak bu başvuruların 227’si tescil edilmiştir. Türkiye’de ise aynı sürede 584.161 başvuru yapılmış olup bu başvuruların 348.328 adedi tescil edilmiştir. Rakamlardan anlaşılabileceği üzere Bölgede işletmelerin ürünlerini markalaştırması ve marka tescili yapmaları istenilen düzeyde değildir.

Markalaşma süreciyle ilgili ulusal ve bölge planlarına bakıldığında konuyla ilgili hedeflerin belirlendiği tespit edilmiştir. Dokuzuncu Ulusal Kalkınma Planında “İmalat sanayinde; firmaların yüksek girişimcilik gücüne sahip, özgün tasarım ve marka yaratabilen, teknoloji üreten, yenilikçi ve kurumsallaşmış bir yapıya dönüşmesi” hedef olarak belirlenmiştir. TRA2 2010-2013 Bölge Planında “Bölgede uygun tarımsal ürünlerin (kaz, kaşar, bal... vb) markalaştırılması” ve “turizm sektörüne marka değeri kazandırılması” hedef olarak kabul edilmiştir.

Tüm yukarıda belirtilen bilgilere dayanarak işletmelerin markalaşma süreci ve marka yönetimi konularındaki bilgilerinin geliştirilmesi gerekmektedir.

***Teknik destek başvurusunun, proje üretme/yönetme ve hizmet kapasitesini artırma hususlarında oluşturacağı katma değer(ler)i kapsamlı şekilde açıklayınız.***

Projenin üreteceği en önemli katma değer işletmelerin markalaşma süreci ve marka stratejisi geliştirme konularında bilgi sahibi olmalarını sağlamak şeklinde gerçekleşecektir. Bölgede bal, kaşar ve gravyer, kaz marka potansiyeli ürünler olmasına karşın sadece kaşar ürününde işletmelerin marka tescili bulunmaktadır. Bal, kaz, gravyer ürünlerinde markalı üretim yapan bir işletme bulunmamaktadır. Buna ek olarak işletmeler süt ürünlerini yoğurta dönüştürmektedir; ancak henüz bilinen, güçlü bir marka ortaya çıkmamıştır. Su şişeleme konusunda bölgesel bazda üretim yapan işletmelerin markalarını güçlendirmeleri gerekmektedir. Bunlar haricinde bölgede imalat ve hizmetler sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin

marka imajları da istenilen düzeyde değildir. Proje ile marka değeri olan ürünler için işletmelerin markalaşma sürecinde yapmaları gerekenler ile markaya sahip olan işletmelerin marka değerlerini nasıl geliştirecekleri konularında bilgi sahibi olmaları sağlanmış olacaktır.

### **Beklenen Sonuçlar**

#### ***Teknik destek faaliyetinin sonuçlarını ve öngörülen hedeflerini belirtiniz.***

- ... Birliği/Derneği üyelerinin proje hazırlama, yönetme ve yürütme kapasitesi geliştirildi,
- ... Birliği/Derneği üyelerinin kapasitelerini geliştirmeye yönelik faaliyetleri artırıldı,
- Birliğe/Derneğe üye toplam ... işletmenin yöneticisinin markalaşma ve marka yönetimi konularında bilgileri geliştirildi,
- Henüz marka almamış en az ... işletme marka tescil işlemleri hakkında bilgi sahibi oldu,
- En az ... işletme marka geliştirme ve güçlendirme stratejisi için çalışmalara başladı.

#### ***Beklenen sonuçların yaratacağı çarpan etkilerini açıklayınız.***

Projenin temel çarpan etkisi, işletmelerin aldıkları eğitim bilgilerini uygulamaya geçirerek ürünleri için marka stratejisi belirlemeleriyle gerçekleşecektir. Buna göre ürünleri için marka stratejisi geliştiren ve marka imajını güçlendiren işletmeler sahip oldukları Pazar payını artıracaklar, rekabet güçlerini koruyabileceklerdir. Buna ek olarak ürünleri için marka tescili yapmayan işletmeler de marka tescil işlemlerinin nasıl yapılacağını öğrenmiş olacaklar, işletmeleri için aldıkları markalarla da işletmelerinin ürün görünürlüğünü ve tanınırlığını artıracaklardır.

Projenin diğer çarpan etkisi ise markalaşma, pazarlama, ürün geliştirme vb. konularda benzer eğitim programlarının düzenlenmesine katkı sağlayarak proje faaliyetlerinin çoğaltılması şeklinde gerçekleşecektir. Proje sonrasında benzer konularda ilgili kurumların üyelerine yönelik eğitim faaliyetleri gerçekleştirmesi beklenmektedir.

#### ***Beklenen sonuçların hedef gruplar üzerindeki sürdürülebilir etkisini belirtiniz.***

Projenin sürdürülebilir etkisi işletmelerin eğitimden almış oldukları bilgileri uygulamaya geçirmeleriyle gerçekleşecektir. Markalaşma ve marka yönetimi eğitimi alan işletmeler; ürettikleri ürünler için markalaşma ve marka güçlendirme



sürecini başlatarak kurumsal sürdürülebilirliklerini güçlendirmiş olacaklardır.

***Beklenen sonuçları elde etmek için kullanılacak yöntemleri belirtiniz.***

Kullanılacak olan yöntemler;

1. Duyuru ve tanıtım,
2. Eğitimidir.

### **Hedef Gruplar ve Nihai Yararlanıcılar**

***Hedef grup(lar)ın listesini ve nihai yararlanıcıların tahmini sayısını belirtiniz.***

Projenin hedef grupları ilde çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren toplam ... sayıda işletme yöneticisidir. Projenin nihai yararlanıcıları ise; tahmini ... kişidir.

***Hedef grup(ların) seçilmesinin nedenlerini belirtiniz.***

Markalaşma konusu doğrudan işletmeleri ilgilendiren bir konudur. İşletmelerin satış ve pazarlama konularında kendilerini geliştirebilmeleri, sahip oldukları Pazar payını artırabilmeleri, tanınırlıklarını ve rekabet düzeylerini güçlendirebilmeleri için ürünlerini markalaştırmaları ve mevcut markalarını da güçlendirmeleri gerekmektedir. Bu yüzden hedef grup olarak işletmelerin yöneticileri seçilmişlerdir.

### **Teknik Destek Faaliyeti Süresince Gerçekleştirilecek Görünürlük Faaliyetleri**

... Birliği/Derneği girişine, eğitimin verileceği salonun girişine ve içerisine SERKA ve Kalkınma Bakanlığı logolarının yer aldığı... sayıda kırlangıç/bez afiş koyulacaktır.

Proje faaliyeti olan eğitim kursunda verilecek eğitim sunumlarında ve bilgisayar uygulamalarında ve sunumun her sayfasında SERKA ve Kalkınma Bakanlığı logolarına yer verilecektir.

Proje uygulama süresince kullanılacak basılı materyallerde SERKA ve Kalkınma Bakanlığı logoları bulundurulacaktır.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.