

14. HEDEF KOYMA

SON GÜN GİBİ YAŞAMAK

“17 yaşındayken bir özlü söz okumuştum: “Eğer her günü son gününmüş gibi yaşarsan bir gün haklı çıkarsın.” Bu benim üzerimde önemli bir etki yaptı ve o günden beridir de son 33 senede her sabah aynada kendime baktım ve kendime sordum: “Eğer bugün son günüm olsaydı bugün yapacağım şeyi yine de yapar mıydım?” Ve cevaplar ne zaman art arda “hayır” olsa o zaman değişmem gerektiğini biliyordum.” Steve Jobs



YARINA DAİR PLAN YAPANLAR

Düşüncemizi değiştirirsek, dünya da değişir.

Bugünkü ufacık bir değişiklik bizi çok farklı yarına götürür.

Ne kadar nitelikli olursak olalım, daha iyi bir hayata ancak bunu kendimiz için düşleyebildiğimiz zaman ulaşırız.



Dr. ŞEREF OĞUZ

**HAYAT
GÜNCEİ**

@serefoguz

ÖNCE ATEŞ EDİP SONRA NİŞAN ALMAK

1

Batı dillerinde **hatır, gönül, vefa** kelimeleri yoktur.



2

Zira bu dili var eden sosyolojide bunların **karşılığı** yoktur.



3

Bizim dilimizde ise **plan, vizyon, misyon, strateji** kelimeleri yoktur.



4

Çünkü bizde **kervan yolda düzülür**, beynimizden ziyade **gözümüzle düşünürüz**.



5

Önce ateş edip sonra nişan alanlar; **hedefi vursa da hayatı ıskalayabilirler**.



HEDEFİN 5 FAYDASI

- 1-Varacağın limanı belirler.
- 2-Hayat hedefin yoksa hayatın hedefi olursun.
- 3-Hedefi olana kader yol açar.
- 4-Hayal ile hedef arasındaki fark; eylemdir.
- 5-Zor hedef, zorlu insanı var eder.



Şeref Oğuz

KAMU SPOTU

7 Kasım
2023 Konya

Hedefsiz ok saçmalar

Hedef, varılasıdır. Hiçbir yolcu, hedefi olmadan yola çıkmaz. Atılan her **ok**, bir hedefe yöneliktir. Sıkılan **mermi**, hedefsiz ise **kuru gürültüden ibaret** olacaktır. İnsandan hedefini al, geriye **biyolojik varlığı** kalır. Hayal ile hedef arasındaki fark; eylemdir. Eğer hedefin rüyana girmişse, ona varmak için öncelikle **uyanmalısın...** Hedefi olmayan gemiye, hiçbir rüzgâr fayda etmeyecektir. **Hedefi kolay olanın zaferi olmaz, minik başarı diye kayda geçilir.** Zor hedefler; zorlu insanlar, güçlü karakterler, sonsuz sabır, bitmez tükenmez gayret gerektirecektir. **Hedefsiz yola çıkmış niceleri gördüm hedefime ilerlerken...** El ettim görmediler, dil ettim duymadılar. Vardığımda dönüp baktım ve şunu gördüm; **yolcu iken yolun kendisi olmuşlardı...** Ya **hedefin de ötesine** varmışsan? O da **iskalamak** sayılacaktır. Neticede **hedef, hayatın anlam denizidir.** Eğer ummana dalarsan, yeterince **soluğun**, seni taşıyacak bir **teknen** ve kollarında biteviye kürek çekecek **dermanın** olsun. Tabii bir de kalbinde o hedefe varma aşkı... Ve hedefe varma hazzı...

SENİN BU HAYATTA HEDEFLERİN OLDU MU?

@serefoguz

HEDEFLERLE YÖNETİM

Hedefler ayakları olan düşlerdir. Bizim isteklerimiz, bizi ileriye doğru iten güçtür. Kendinizi hedeflendirmezseniz problemleri düşünür hedefe odaklanmayı bırakıp yolunda gitmeyen şeylere odaklanırsınız. Suçlunun kim olduğunu, neticelerini ve maliyetini anlamaya çalışırken problem havuzunda yolunuz kaybedersiniz

“Problem nedir?” sorusu; kendinize bir hedef koyarsanız, “Ben ne istiyorum?”, “İstediklerimi elde etmek için neler yapmalıyım?” Sorusuna dönüşecektir. Buna yaslanarak ayağa kalkıp emin adımlarla yürümeye başlamalısınız.

Şirketler içinde durum bundan farklı değildir. Kuruluş amacı sürdürülebilir olmak, kar elde etmek olduğuna göre satış gücünün hedefleri şirketlerin yaslanacağı en önemli güçtür.

Satışta hedef belirleme ve hedeflerle yönetim süreçlerini yazmadan önce bize has efsaneleşmiş birkaç cümle yazmak yerinde olacak.

- Satış hedeflerimi planlamama gerek yok hepsi aklımda benden daha iyi kimse bilemez.
- Gelecek öngörülemez, satış hedefi işe yaramaz. Kervan yolda dizilir.
- Nasıl olsa kazanıyoruz, satmaya devam edin bu böyle gider.
- Karşımızda durabilecek rakip yok. Bizi kimse yakalayamaz.

Böyle yaklaşım içerisinde olan işletmeler veya işletme yöneticileri hataları ile yüzleştiklerinde keşkelerle başlayan bir dizi cümle kurmak zorunda kalmaktadırlar.

Satışta hedef olmadan gelişim ve değişim olmaz. Hedefi olmayan satış gücünün şirketlerin geleceğini şekillendirmesi, performans göstermesi, vizyona ışık olması beklenemez.

Satış gücü yönetiminin birinci önceliği; şirket stratejileri doğrultusunda ulaşılabilir gerçekçi satış hedefini belirlemek ve hedeflere ulaşmak için; tüm satış gücü üyelerinin katkıları ile hazırlanan, tüm üyelerin inandığı iş planı yapmak olmalıdır.

Satış gücünün hedefinin belirlenmesi ile başlayan sürecin her aşamasının yol haritasının belirlenmesi ve hedeflerin değerlendirilmesi ile sonlandırılmalıdır.

Satış gücü hedef belirleme ve hedeflerle yönetim süreci

1. Hedef belirleme

Satış hedefi belirleme sürecinde makro ölçekte satış hedefimizle birlikte; satış gücü üyelerinin bireysel olarak hedeflerinin belirlenmesi gerekir.

Ana hedeflerimizi belirlerken

- Sektörün geleceği hakkındaki düşünceler?
- Sektörün gelişim yönü?
- Bizim gelişim yönümüz?
- Gelecekte kendimizi konumlandırmayı hedeflediğimiz yer?
- Gelecekteki fiziki ortamımız?
- Pazardaki yerimiz?
- Organizasyon gücümüz?
- Finans gücümüz?
- Pazardaki rakiplerimizin yaklaşımları?
- Bölgenin ve ülkenin geleceğine ilişkin benimsenmiş görüşler?

Sorularının cevapları ışığında, dış faktörler; müşterilerimiz, pazarımız ve rekabet ortamı ile birlikte iç faktör; üretim gücümüz, finans gücümüz en önemlisi de organizasyon gücümüzü objektif veriler ışığında analiz ederek satış hedeflerimizi belirlemeliyiz.

Ana hedeflerimiz paralelinde satış gücü üyelerini eğitip donattıktan sonra yetkinliklerine göre görev dağılımının yapılması bireysel hedeflerinin belirlenmesi gerekir. Yetkinliklere göre görev dağılımı ve konumlandırma güven ve motivasyonu sağlayarak satış gücünün etkinliğini arttıracaktır.

Satış gücü takım üyelerinin bireysel hedeflerinin belirlenmesin de;

- Ürün bilgisi
- Sektör bilgisi
- Müşteri bilgisi
- Rekabet bilgisi
- Şirket bilgisi
- Motivasyonu
- Donanımı
- Organizasyon becerileri gibi faktörler dikkate alınmalıdır.

2. Planlama

Bu aşama; hedeflere ulaşmak için, “Kim?”, “Nerede?”, “Ne zaman?”, “Nasıl?” aksiyon alacak sorunlarının cevaplanması ile satış hedeflerinin gerçekleştirilmesi için işin yapılış şeklinin planlandığı aşamadır.

- Belirlenen zaman sonucunda ne kadar satış yapılacaktır?
- Bu satışlardan kazancımız ne olacaktır?
- Hedef ulaşmak için hangi aksiyonları alacağız?
- Hedeflerimize ulaşmak için iç paydaşlarımızdan ne tür destekler alacağız?
- Hedef müşteriler kimler?
- Müşteri yaklaşımımız nasıl olacaktır?
- Rakip aksiyonlarına karşı nasıl önlemler alacağız?
- Satış hedefimizdeki ürünlerimizin ikame ürünleri neler?

Sorularının anlamlı karşılıklarının bulunması ile işe başlayıp satış gücü üyelerinin etkili geri bildirimleri ve yönlendirmeleri ile sürecin temelini sağlam atılması başarıyı getirecektir.

3. Kontrol

Uygulanan iş planının ve süreçlerin her aşamasının kontrol edilerek denetlenebilir olması ve satış gücü üyelerine hesap verme sorumlğunun kazandırılmış olması bu süreçte iyileştirmelere yön verecektir.

Burada satış gücü liderinin ana hedef, sorgulama ile birlikte aksayan yönlerin tespit edilmesi ve hedeflere ulaşmak için satış gücü üyelerinin gelişimine, aksaklıkların ortadan kaldırılmasının odaklanmak olmalıdır.

Liderlik yaklaşımında en önemli unsur olan liderin arif olması bilgeliği ile saygı duyulması, adaleti ile güven inşa etmesi ve zarafeti ile sevilmesi bu süreçte çok önemlidir.

4. Azim (İnanma)

Hedeflere ulaşmada satış gücü üyesinin; sabırlı, kararlı ve azimli olması şirket kültürü ile orantılıdır. İnsan odaklı yaklaşım; takım üyelerinin kendilerini değerli hissetmeleri, üyelere güvenilmesi, görüşlerinin dikkate alınması, söylemden uzak gerçekte biz kültürü ile hareket etmek; takım üyelerinin azimle, inançla hedeflerine ulaşmak için çaba göstermelerini sağlar.

Biz kültürü, birlik ruhuna sahip olan işletmelerde satış gücü üyesi; Gelecekte hedeflerimi gerçekleştirmek için neler yapmalıyım? sorusu ile güne başlayacaktır.

Sonuç alabilecek iş planı oluşturarak işini geliştirmek için analizle yapıp değişen durumlara uyum sağlayıp esnek olacak, motivasyonu yüksek olup katkı sağlamaya odaklanacaktır.

5. Hedef değerlendirme

Satış hedeflerinin gerçekleşmeleri düzenli olarak kontrol edilmeli, pazarın gelişim yönü ve şirket beklentilerindeki farklılaşmalar paralelinde revizeler yapılmalıdır. Satış gücü liderinin başlangıç noktası olan bireysel hedef belirleme sürecinde sergilediği objektif ve adaletli hedef dağılımı yaklaşımı değerlendirme aşamasında da devam etmelidir. Objektif değerlendirmelerle geribildirimler yapmalı satış gücü üyelerini hedeflerinin gerçekleşmesi paralelinde adil olarak ödüllendirmelidir.

HAYALLERE ULAŞMAK İÇİN 6 ADIM

KURAL 1 Asla pes etme.

Bu yolculukta mutlaka hata'da yapacaksın.Başarısız da olacaksın ve dibe vuracaksın.

AMA FARKI YARATAN KİMLER BİLİYOR MUSUN ??

TEKRAR AYAĞA KALKIP O YOLCULUĞA TEKRAR BAŞLAYANLAR...

KURAL 2 Mükemmelliyetçi olma..

Neredeysen o şekilde başla yolda MÜKEMMELLEŞMEYİ HEDEFLE..

Bugün kü durumun düne göre daha iyi mi?

BİTTİ. Mükemmel olan bu .

Her gün bir gün öncesine göre daha iyi olmayı hedefle..

İŞTE MÜKEMMEL OLAN BU.

KURAL 3 KORKTUĞUN ŞEYLERİ YAP...

Çünkü seni büyüten ve geliştiren onlar olacak daha önce yapmadığın yenilikleri dene ..

BUNLAR HER DAİM KORKUTUR AMA SENİ AYNI ZAMANDA BÜYÜTÜR..

KURAL 4 MOTİVASYONUNU ASLA DIŞARIDA ÇEVREDEN BEKLEME..

Kendi motivasyonunu kendin yaratmalısın. Hiç kimseye ihtiyacın olmasınSEN KENDİ MOTİVASYONUNU KENDİN YARAT...

KURAL 5 SENİ HEDEFİNE GÖTÜRECEK BİR YOL HARİTAN OLMALI..

Stratejilerle dolu olmalı A planı B planı C planı yapmalısın..

KURAL 6 ELİNDEN GELENİN EN İYİSİNİ YAP..

Eğer sen elinden gelenin en iyisini yaparsan eninde sonunda o HAYALİNE ulaşırsın.

Şu anda istediğin hayatı yaşamıyor musun ? Demek ki bir şeyleri doğru yapmıyorsun..

EĞER İSTEDİĞİN HAYATI YAŞAMAK İSTİYORSAN..

EĞER HAYALİNDEKİ DÜNYANI YARATMAK İSTİYORSAN NE DİYORUZ ???

SEN DEĞİŞ DÜNYAN DEĞİŞSİN...

**Bazen hayat
istediğini vermez;
ama bu onu hak
etmediğin için değil,
daha fazlasını hak
ettiğin için olabilir.**

@girisimcikafasi

KORKAKLAR HİÇBİR ZAMAN ZAFER **ANITLARI DİKMEMİŞLERDİR**

• En büyük hedefinizi düşünün. Neden henüz başaramadınız? Çoğu insan gibiyse, cevap basit: korku.

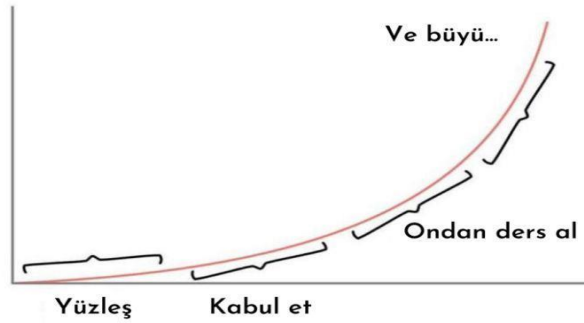
• Korku, istediğiniz şey için çalışmanızı engelleyen sınırlayıcı faktördür. Korku dikkatimizi dağıtır ve mazeretlere yol açar ama buna mecbur değiliz. Korkunun nasıl üstesinden gelineceğini öğrenmek, üstlenebileceğiniz en özgürleştirici uğraşlardan biridir.

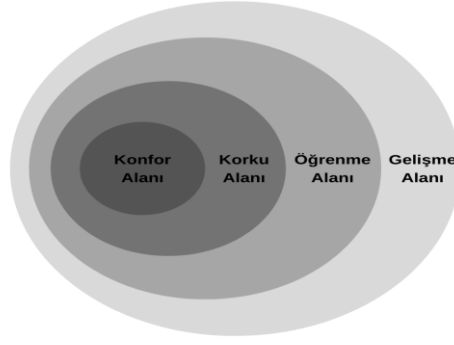
Korku, seni etkilemiyormuş gibi davranmak ve yapabileceklerini neden başaramadığına dair bahaneler üretmek kolaydır. Arkanı dönüp ondan saklanmak yerine, korkuyu bir mazeret değil, harekete geçmek için bir işaret olarak kabul et. Hedefinize bakın. Korkunun sizi onu başarmaktan alıkoymasına izin verirsiniz, o zaman fiilen pes etmiş olursunuz.

• Belirsizlik korkusu, başarısızlık korkusu ve diğer yaygın korkuların tümü tek bir alandan kaynaklanır: sizi engelleyen sınırlayıcı inançlar.

• Korku ve kaygının nasıl üstesinden gelineceğini öğrenmek, arkalarındaki mekanizmaları anlamazsanız göz korkutucu bir olasılık olabilir. Korktuğunuz için kendinizi azarlamadan önce, korkunun normal bir evrimsel tepki olduğunu kabul edin. Şu anda öyle hissetmese de, bedeniniz ve beyniniz sizinle iletişim kuruyor. Sinyalleri okumayı öğrendiğinizde , korkuyu yenmek doğal olarak gelir.

Korkunun üstesinden gelmek için;





HAREKETE GEÇMEK KORKUNUN İLACIDIR

- Bir sürü hedefiniz, planınız, yapmak istediğiniz şeyler olduğunu biliyorsunuz. Ve onları hayata geçirmenin, işe yarayıp yaramadığını bilmenin tek yolu yaparak, çalışarak, harekete geçmek.
- Tecrübe, harekete geçmekten gelir. Tüm bilginizi, tüm fikirlerinizi ve planlarınızı sadece zihninizde tuttuğunuzda ve bunlarla ilgili hiçbir şey yapmadığınızda, harekete geçmediğinizde, hayatınız teorik bir alıştırma haline gelir.



HEDEF VAR PLAN YOK

BU NE YAMAN ÇELİŞKİDİR ANNE

Plan yoksa hedef, temenniden ibarettir.

Hedef yoksa plan, akıl ve zaman israfıdır.

Enflasyonu düşürecek hedef var ama plan yok.

Bu meret armut değil ki olgunlaşınca kendiliğinden düşsün.

not / KAYGIDEĞER BÜYÜKLERİM...

Şeref
Oğuz

Size bu mektubu **saygı dolu** sözcüklerle ancak **kaygı dolu** duygularla yazıyorum. **Kendi vatanında parya** haline gelen **liramızın akıbetinden** endişeliyim. Herkes ondan kaçmaya başladı. El parasına, **KKM**'ye, dolara sığınıyor. **Altına otoy konuta borsaya** kaçıyor. Liramıza sahip çıkması gereken Merkez'in elinden gelen bu kadar... **Bağımsız değil**, faizi zorla yönetebiliyor, bu yüzden

lira, **kafasını suyun üstünde** dahi tutamıyor. Ha bir su yutup duruyor.

Kaygıdeğer büyüklerim; kaygılarım yersiz değil. Daha önce dolar alıp başını gittiğinde başımıza gelenleri hatırlıyorum. **Kaygıdeğer** büyüklerim; abarttığımı sanmayın, endişeliyim.

Kaygıdeğer büyüklerim; dolarizasyona benzin taşıyoruz.

Kaygıdeğer büyüklerim; dolarla maaş almıyorum ama

maaşı ile dolar almaya koşanlar hayli fazlaştı etrafımızda.

Kaygıdeğer büyüklerim; 'ne güzel dolar arttıkça cari açık azalıyor' diyenlere kanmayın, ihracat mal maliyeti artıyor.

Kaygıdeğer büyüklerim; ekonominin gidişatından, ülkenin geleceğinden hayli endişeliyim. Maruzatım budur.



EN DERİN KAYGILARIMLA...

HEDEF ORANI

Bir araştırmaya göre dünyada her 100 kişiden;

80'ninin bir hedefi yok.

16'sının var; ama o hedefleri bir yere yazmıyor ve unutuyor.

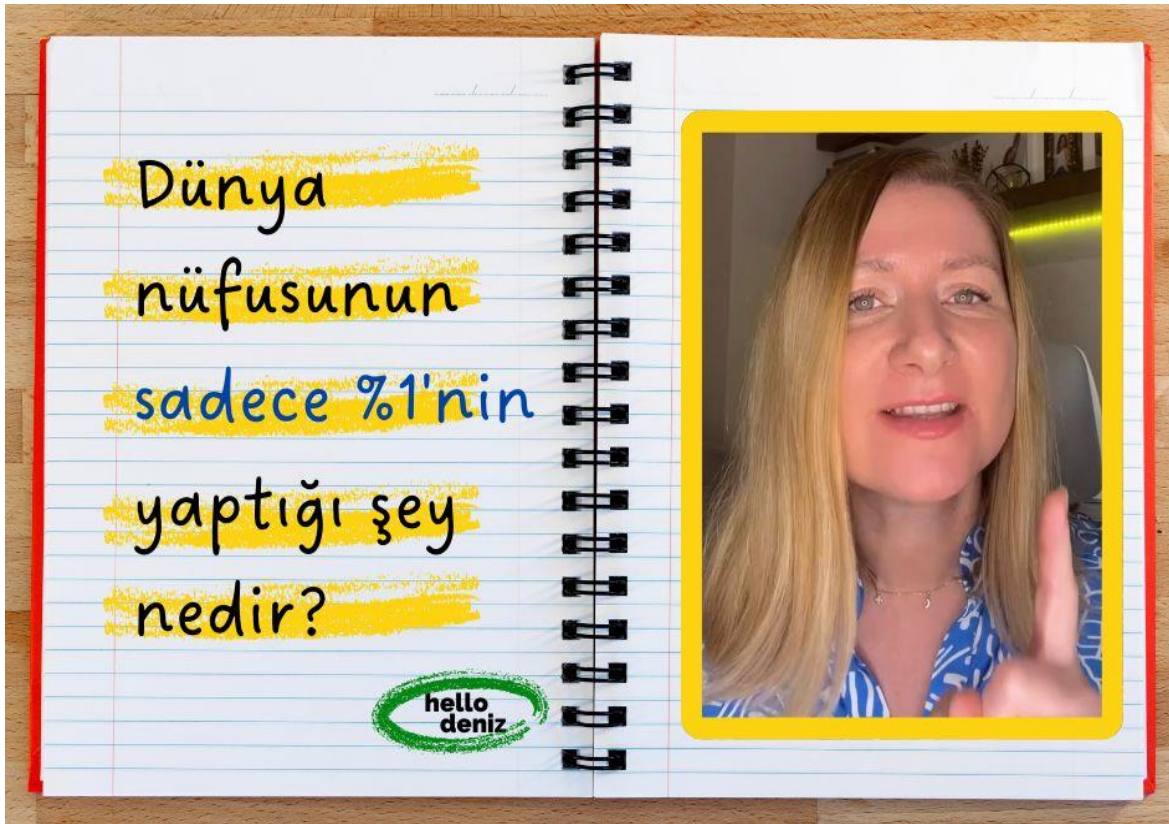
3'ü o hedefleri bir yere yazıyor ama o hedefleri değerlendirmiyor.

Sadece 1 kişi o hedefi hem yazıyor, hem de hedefin neresinde olduğunu değerlendiriyor ve gerekirse hedefini revize ediyor.

Her sene olduğu gibi bir sürü insan, yeni yıla girmeden önce kendine bir sürü konuda hedefler koyacağını söylüyor. Dünya'nın %1'i hedeflerine kendini adıyor.

Geçtiğimiz seneleri de işin içine katarak: "Siz bu konuda ne durumdasınız?"

2024'te daha yolun başındayken bir sorayım istedim...



Özet:

Hedef belirleme, SMART hedefler, motivasyon stratejileri.

Olası Kaynaklar:

- Brian Tracy (*Goals!*)
- Locke & Latham (Goal-Setting Theory)

APA Örnekleri:

- Tracy, B. (2003). *Goals!: How to get everything you want – faster than you ever thought possible*. Berrett-Koehler.

Bu çalışmada yer alan bilgiler; çeşitli kitaplar, akademik makaleler, internet siteleri, blog yazıları, sosyal medya içerikleri ve basılı/görsel medya kaynaklarından derlenmiştir.

Şeref Oğuz, Tomorrow, Erkan Ayan, Özcan Üçkardeşler, Prof. Dr Ulvi Saran, Girişimci Kafası gibi yazarlardan da alıntı yapılmıştır