

Görünmeyi Görmek

Sedat Asil

Eğitim ve Konuşma Portfolyosu

*İçgörü, eleştirel düşünce, davranış bilimi ve strateji odaklı
eğitim ve konuşmalar*

www.gorunmeyenigormek.com

Sedat Asil, 1980 yılında İstanbul'da doğmuş, liseyi Avusturya Lisesi'nde, lisans eğitimini Marmara Üniversitesi Ekonometri Bölümü'nde, yüksek lisansı da Sabancı Üniversitesi MBA programıyla tamamlamıştır.

Kariyerine, 2003 yılında, global pazar araştırma & danışmanlık firması olan Millward Brown'da başlayan Sedat, 2020'ye kadar bu alanda çalışmaya devam etmiş ve sonrasında sırayla Ipsos, Nielsen ve TNS (Kantar) firmalarında, yönetici pozisyonları da dahil olmak üzere, çalışmıştır. 2017 yılı başında İngiltere'ye yerleşmiş, burada yine aynı alanda kendi butik firmasını kurmuş ve yönetmiştir. 2019 yılı sonunda Türkiye'ye dönüş yapan Sedat, 2020 başı itibariyle, uzmanı olduğu pazar araştırma ve pazarlama alanında eğitim ve mentorluk vermek üzere, LC Waikiki Kurumsal Akademi bünyesine katılmış ve 4 yıl burada yöneticilere hizmet vermiştir.

Pazar araştırmanın yanı sıra Dijitalleşme, Giyilebilir Teknolojiler ve Sağlık Teknolojileri gibi alanlarda da firmaların kurucu ortaklık ve yöneticiliklerini devam ettirmektedir.

Uzmanlık alanları içinde, pazar araştırmanın her türlü yöntemi ve tekniği başta olmak üzere; perakende ve alışveriş alışkanlıkları araştırmaları, yeni pazar ve ürün araştırmaları, iş geliştirme, rekabet, rakip analizi, gelecek ve trend belirleme, ileri düzey araştırmalar ve araştırmanın geleceğini oluşturan yenilikçi, teknolojik yaklaşımlar (Big Data, AI, IoT vb.) yer almaktadır. Pazarlama Psikolojisi ve Tüketici Davranışları, özel ilgi alanındadır ve bu alanda bir kitap yazmaktadır.

Üniversitelerde ve farklı mecralarda; pazar araştırma, perakende, girişimcilik, teknoloji ve dijital transformasyon gibi alanlarla ilgili sohbet ve seminerlere katılmakta ve konuk olarak ders vermektedir. İleri düzeyde İngilizce ve Almanca bilmektedir.

Evli ve bir çocuk babasıdır.



Pazarlama & Satış & Psikoloji

Pazarlama Psikolojisi ve Tüketici Davranışı

Psikolojiye Giriş

Alışverişin Nörobilimi

Fiyatlama Psikolojisi

İkna Psikolojisi

Perakende Yönetimi

Perakende Satış

İçgörü & Rekabet

İçgörü Geliştirme

Dan Ariely ile Tüketici Davranışı Değiştirme

Rekabet Analizi

Mentorluk & Kurumsal Eğitim

Öğretim Tasarım Programı (Bahçeşehir Üniversitesi)

Eğitcinin Eğitimi

Mentorluk

Fasilitasyon Yönetimi

Agile & Scrum

Yalın Yönetim

Dijital

Dijital Transformasyon (University of Virginia Darden School of Business)

UX Temelleri

Sertifikalandırılmış Eğitim / Eğitici Teknikleri

Flipped Learning (Tersyüz Öğrenme)

Gamification (Oyunlaştırma)

Fasilitasyon Yönetimi

Mentorluk

Eğitim Hazırlama Teknikleri

İhtiyaç Analizi | Eğitim Tasarlama

Video Eğitim Hazırlama & Düzenleme & Tasarlama

Çalıştay (Workshop) Hazırlama & Tasarlama & Uygulama

Online Eğitim Hazırlama & Tasarlama & Uygulama

Sunum ve Eğitim Dili

Türkçe & İngilizce (İleri düzeyde İngilizce sunum ve eğitim)

Eğitim ve Aktarım Deneyimi

Farklı kurum, firma ve hedef kitlelere uyarlanmış, uzun yıllara yayılan kapsamlı eğitim, workshop ve mentorluk deneyimi.

Video Eğitimler: 20+ yapılandırılmış içerik

Yüz Yüze Workshoplar: 30+ farklı hedef kitleye 500+ saat

Canlı / Online Eğitimler: 40+ farklı hedef kitleye 500+ saat

Teknik Mentorluk: 40+ farklı hedef kitleye 100+ saat

Sunumlar & Seminerler & Konferanslar

Boğaziçi Üniversitesi Pazarlama Akademisi – Pazarlama Psikolojisi - Konuşmacı

Sabancı Üniversitesi – Yüksek Lisans – Pazar Araştırma & İlgörü – Konuşmacı & Konuk Öğretim Görevlisi

Bahçeşehir Üniversitesi – MBA – Shopper Marketing – Konuşmacı & Konuk Öğretim Görevlisi

Çeşitli eğitim kurumlarında Konuşmacı & Konuk Öğretim Görevlisi

MESİAD, Avusturya Liseliler Derneği gibi kurumlarda – Girişimcilik – Ana Konuşmacı

İHKİB İnovatif Fikir Maratonu – Pazar Araştırma & Girişimcilik – Konuşmacı

Avrupa Birliği & İngiltere & Türkiye Arasındaki Siyasi ve Ekonomik İlişkiler – Canlı TV programında Konuşmacı

Girişimcilikte İlk Adımlar ve Potansiyel Riskler – Ana Konuşmacı

Araştırma & Pazarlama Psikolojisi & Teknoloji & Girişimcilik konularında üniversitelerde seminerler – Ana Konuşmacı

Pazara Giriş Stratejileri ve Araştırma Yöntemleri – Canlı TV programında Ana Konuşmacı

Türkiye Perakende Strateji Çalıştayı – Konuk Konuşmacı

Eğitim & Workshop & Sunum Referansları

Talep üzerine paylaşılabacaktır

EĞİTİM & KONUŞMA ANA BAŞLIKLARI

Tüketiciyi Anlama Bilimi

Tüketiciyi yalnızca verilerle değil; soruların, gözlemlerin ve sahadan gelen içgörülerin birleşimiyle derinlemesine anlamayı sağlar

Davranış Bilimi ve Yeni Nesil Araştırma

İnsan davranışını açıklayan psikolojik mekanizmalarla teknolojinin ölçüm gücünü birleştirerek tüketici kararlarını daha doğru, hızlı ve derinlikli yorumlamayı öğretir

Stratejik Büyüme ve Rekabet Uzmanlığı

Pazar fırsatlarının nasıl okunacağını, rekabetin nerede şekillendiğini ve sürdürülebilir büyümeyi destekleyen stratejilerin nasıl tasarlandığını bütüncül bir yaklaşımla ele alır

Satın Alma Yolculuğu ve İçerik Pazarlaması

Satın alma yolculuğunun her temas noktasını davranışsal olarak analiz ederek tüketici deneyimini iyileştiren, seçimleri yönlendiren ve etkiyi artıran çözümler sunar

Geleceği Okumak: Trendler, Tahmin ve Dijital Dönüşüm

Veri, trend sinyalleri ve teknolojik dönüşüm dinamiklerini bir arada değerlendiren bu alan, geleceğe yönelik kararların daha öngörülü, esnek ve doğru temellere dayanmasını sağlar

EĞİTİM & KONUŞMA ALT BAŞLIKLARI

Tüketiciyi Anlama Bilimi

Pazar Araştırma

**Veri Yorumlama &
İçgörü Avcılığı**

**Müşteri
Görüşmeleri**

**Davranış Bilimi ve
Yeni Nesil Araştırma**

**Tüketici Psikolojisi
& Davranış
Ekonomisi**

**Neuro & Yenilikçi
Araştırma**

**Pazarlamada Yapay
Zeka Uygulamaları**

**Stratejik Büyüme ve
Rekabet Uzmanlığı**

**Pazara Giriş &
İnovasyon &
Girişimcilik**

**Rekabet Stratejisi
& Rakip Analizi**

**Pazarlama
Stratejileri**

**Satın Alma Yolculuğu ve
İçerik Pazarlaması**

**Alışveriş
Alışkanlıkları**

**Shopper
Marketing**

**İçerik
Pazarlaması**

**Geleceği Okumak: Trendler,
Tahmin ve Dijital Dönüşüm**

**Talep
Tahmini**

**Gelecek
& Trendler**

**Pazarlama Odaklı
Dijital
Dönüşüm**

Görünmeyeni Görmek

Verinin sakladığı gerçekler
Zayıf sinyalleri fark etmek
Kör noktalar ve alışkanlıklar
Satır arası davranışlar
Sessiz kalan göstergeler
Alışıldık olana yeniden bakmak
Görülen ile kaçırılan arasındaki fark
İçgörüyeye giden ilk adım
Fark yaratan küçük detaylar

Yanlış Sorular, Doğru Cevaplar

Problemi yanlış tanımlamak
Yanıltıcı varsayımlar
Yanlış çerçeveler
Hızlı cevap tuzağı
Sorunun köküne inmek
Bakış açısını değiştirmek
Doğru soruyu geciktirmek
Eleştirel sorgulama refleksi
Karar öncesi doğru soru seti

Veri Var, İçgörü Yok

Rakamların anlattığı ve gizlediği
Ortalama tuzakları
Yanlış karşılaştırmalar
Korelasyon yanılsaması
Gürültü ile anlamın karışması
Analiz bolluğu, içgörü kıtlığı
Raporlanan ama kullanılmayan veri
Aksiyona dönüşmeyen bulgular
“Bilmek” ile “anlamak” arasındaki fark

Neden Böyle Davranırız?

Rasyonel olmayan kararlar
Kısa yollar ve sezgiler
Alışkanlıkların gücü
Algı ve bağlam etkisi
Kayıptan kaçınma refleksi
Sosyal etki ve normlar
Duygusal tetikleyiciler
Beklenmeyen tepkiler
Davranışın ardındaki nedenler

Eleştirel Düşünceyle Bakmak

Varsayımları sorgulamak
Bildiğini sandığını test etmek
Alternatif açıklamalar üretmek
Hızlı yargılara direnmek
Kanıt arama disiplini
Karar hatalarını fark etmek
Zihinsel tuzaklardan kaçınmak
Şüpheli ama yapıcı olmak
Daha iyi kararlar almak

Sinyalden Stratejiye

Küçük ipuçlarını yakalamak
Gürültü ile sinyali ayırmak
Erken uyarı göstergeleri
Anlamlı örüntüler bulmak
Zayıf sinyallerle çalışmak
Bugünden yarını okumak
Belirsizlikle karar almak
Anlamlandırma çerçevesi
Stratejik aksiyona geçiş

SEKTÖRLERE ÖZEL EĞİTİM & KONUŞMA İÇERİKLERİ

Aşağıda yer alan içerikler referans niteliğindedir. Eğitim ve konuşma programları; her kurumun stratejik öncelikleri, sektörel gerçekleri ve katılımcı profiline göre talep üzerine yeniden tasarlanır.

Sektör	Odaklanan İçerikler (Özet)
Perakende & E-Ticaret	Müşteri yolculuğu içgörüler, sadakat ve churn analizi, fiyat algısı, kanal bazlı davranışlar, CRM verisinden stratejik içgörü üretimi
FMCG (Hızlı Tüketim)	Tüketici davranışı ve marka algısı, kategori içgörüler, fiyat ve promosyon psikolojisi, büyüme fırsatlarını ortaya çıkaran veri yorumlama
Teknoloji & Dijital Ürünler	Kullanıcı davranışı, UX içgörüler, ürün kararlarında eleştirel düşünce, dijital sinyallerden strateji üretme
Finans & Bankacılık	Davranışsal finans, karar alma hataları, risk algısı, müşteri segmentasyonu, veriyle yanlış ve doğru çıkarımlar
Sağlık & İlaç	Davranış değişimi, hasta ve HCP içgörüler, içgörüyü aksiyona dönüştüren araştırma okuma, stratejik karar destek
Telekom & Dijital Servisler	Churn ve sadakat dinamikleri, paket algısı, müşteri değeri (CLV), davranışsal veri ile segmentasyon
B2B & İhracat Odaklı Sanayi	Karar verici psikolojisi, yeni pazar içgörüler, rekabet analizi, veri temelli ihracat stratejileri
Eğitim & Kurumsal Akademiler	Eleştirel düşünce, içgörü üretme becerileri, veri okuma yetkinliği, karar kalitesini artıran düşünce modelleri

TÜKETİCİYİ ANLAMA BİLİMİ – ÖRNEK EĞİTİMLER

EĞİTİMLER

HEDEF KAZANIMLAR

Pazar Araştırma

Pazar Araştırmaya Giriş
Pazar Araştırma Yöntemleri,
Araştırma Çıktılarını Yorumlama
Brief & Hipotez & Örneklem
Soru Formu Hazırlama

Bu eğitimler sonucunda katılımcılar, pazar araştırmasının temel prensiplerini kavrayarak, doğru yöntemleri seçme ve uygulama becerisi kazanacak; araştırma brifi hazırlama, hipotez geliştirme ve örneklem seçimi konusunda yetkinlik elde edeceklerdir. Ayrıca, soru formu hazırlama tekniklerini öğrenerek, araştırma amaçlarına uygun sorular geliştirme ve araştırma çıktılarından stratejik içgörüler çıkarma becerisi kazanacaklardır. Son olarak, veri ve rapor yorumlama süreçlerine hakim olarak, elde edilen verileri iş kararlarına entegre edebilme yetisini geliştireceklerdir.

Veri Yorumlama & İçgörü Avcılığı

Uygulamalı Veri Yorumlama Workshop
Rapor Yorumlama Workshop
Araştırmada Eleştirel Bakış Açısı
Kalitatif Yorumlama & İçgörüye Giriş
Uygulamalı İçgörü Avcılığı

Bu eğitimler sonucunda katılımcılar, veri setlerini analiz ederek temel çıkarımlar yapma ve veriyi anlamlandırma becerisi kazanacak; farklı rapor formatlarını inceleyerek kritik verileri ayıklama ve rapor bulgularını doğru şekilde yorumlama yeteneği geliştireceklerdir. Ayrıca, araştırma sonuçlarına eleştirel bir perspektiften yaklaşarak önyargıları fark etme, niteliksel veriler üzerinden içgörü geliştirme ve verilerin ardındaki hikayeyi anlama becerisi kazanacaklardır. Son olarak, uygulamalı çalışmalarla veri setlerinden içgörü elde etme ve bu içgörülerini iş kararlarına dönüştürme yetisini geliştireceklerdir.

Müşteri Görüşmeleri

Müşteri Görüşmeleri Kapsamı
Uygulamalı Müşteri Görüşmeleri
Müşteri Görüşmeleri Değerlendirme
Müşteri Görüşmeleri Mentorluk
Derinlemesine Müşteri Görüşmeleri

Katılımcılar, müşteri görüşmelerinin kapsamını öğrenerek etkili bir görüşme süreci yürütme becerisi kazanacaklar; uygulamalı müşteri görüşmeleri ile bu beceriyi pratiğe dökerek, görüşmelerin değerlendirilmesi ve iyileştirilmesi konusunda yetkinlik elde edeceklerdir. Ayrıca, mentorluk desteği ile derinlemesine müşteri görüşmeleri yapma, müşteri ihtiyaçlarını anlama ve bu doğrultuda stratejik içgörüler geliştirme yetisini kazanacaklardır.

DAVRANIŞ BİLİMİ VE YENİ NESİL ARAŞTIRMA – ÖRNEK EĞİTİMLER

EĞİTİMLER

Tüketici Psikolojisi & Davranış Ekonomisi

Tüketicileri Etkileme Yolları
Pazarlama Psikolojisi
Fiyatlama Psikolojisi
İkna & Müzakere Yöntemleri
Davranış Ekonomisi

HEDEF KAZANIMLAR

Katılımcılar, tüketicileri etkileme yollarını ve pazarlama psikolojisini öğrenerek tüketici davranışlarını anlamlandırma becerisi kazanacaklar; fiyatlama psikolojisi ile doğru fiyatlandırma stratejilerini geliştirme konusunda yetkinlik elde edeceklerdir. Ayrıca, ikna ve müzakere yöntemleri sayesinde etkili iletişim ve pazarlık becerilerini geliştirerek, davranış ekonomisi prensipleri doğrultusunda tüketici kararlarını yönlendirebilme ve pazarlama stratejilerini optimize etme yetisini kazanacaklardır.

Neuro & Yenilikçi Araştırma

Neuro Marketing
Neuro Araştırma
İleri Düzey Araştırma Yöntemleri
Yenilikçi Araştırma Yöntemleri

Katılımcılar, nöro pazarlama ve nöro araştırma tekniklerini öğrenerek tüketici davranışlarını derinlemesine anlama ve nörobilimsel verilerle pazarlama stratejilerini geliştirme becerisi kazanacaklardır. Ayrıca, ileri düzey ve yenilikçi araştırma yöntemlerini kullanarak geleneksel araştırma yaklaşımlarının ötesine geçme ve daha kapsamlı, etkili sonuçlar elde etme yeteneği geliştireceklerdir. Bu sayede, pazarlama ve araştırma süreçlerinde daha yaratıcı ve bilimsel temelli yaklaşımlar uygulama becerisi kazanacaklardır.

Pazarlamada Yapay Zeka Uygulamaları

YZ ile Kişiselleştirilmiş Pazarlama
YZ ile Veri Analitiği ve Öngörücü Mod.
YZ Tabanlı Reklam Optimizasyonu
YZ ile İçerik Üretimi ve Yönetimi
Müşteri Davranışlarını Anlamada YZ

Bu eğitimler sonucunda katılımcılar, YZ (Yapay Zeka) teknolojilerini pazarlama süreçlerine entegre ederek, kişiselleştirilmiş pazarlama stratejileri oluşturma becerisi kazanacaklardır. Ayrıca, YZ ile veri analitiği ve öngörücü modelleme yöntemleri sayesinde müşteri davranışlarını tahmin edebilecek, dijital reklam kampanyalarını optimize edebilecek ve içerik üretimi ile yönetimini otomatikleştirebileceklerdir. Bu kazanımlar, katılımcıların YZ kullanarak pazarlama verimliliğini artırmalarını ve müşteri deneyimini iyileştirmelerini sağlayacaktır.

STRATEJİK BÜYÜME VE REKABET UZMANLIĞI – ÖRNEK EĞİTİMLER

EĞİTİMLER

Pazara Giriş & İnovasyon & Girişimcilik

Gelecek Tahmini, Trend Avcılığı,
İnovasyon Bazlı Trendler
Jobs-to-be-done
Pazara Giriş Stratejileri
Uluslararası Pazarlama
Girişimcilik ve Doğru Pazar

HEDEF KAZANIMLAR

Katılımcılar, gelecek tahmini ve trend avcılığı becerilerini geliştirerek pazar dinamiklerini öngörme yeteneği kazanacak; inovasyon bazlı trendler ile pazardaki yenilikleri takip ederek stratejik avantaj elde edeceklerdir. Ayrıca, pazara giriş stratejileri geliştirme konusunda derinlemesine bilgi edinerek, uluslararası pazarlama becerilerini güçlendirecekler ve "Jobs to be Done" yaklaşımı ile müşteri ihtiyaçlarını anlamlandırma becerisi kazanacaklardır. Doğru pazar seçimi ile de girişimlerini başarılı şekilde konumlandırabilecek ve pazar fırsatlarını en iyi şekilde değerlendirme becerisi kazanacaklardır.

Rekabet Stratejisi & Rakip Analizi

Rekabet Stratejisi
Rakip Analizi / Rekabet Analizi
Dijital Çağda Rekabet
Uygulamalı Rakip Analizi

Katılımcılar, rekabet stratejileri geliştirerek rakip analizi yapma ve dijital çağda rekabetin dinamiklerini anlama becerisi kazanacaklardır. Uygulamalı rakip analizi sayesinde pazardaki rakipleri değerlendirme, güçlü ve zayıf yönleri belirleme, fırsatları tanıma ve tehditlere karşı stratejik adımlar atma yetkinliği elde edeceklerdir. Bu kazanımlar, katılımcıların rekabetçi bir ortamda stratejik kararlar alarak şirketlerini bir adım öne taşıma kapasitesini güçlendirecektir.

Pazarlama Stratejileri

Stratejik Pazarlama Planlaması
Hedef Kitle ve Pazar Segmentasyonu
Dijital Pazarlama Stratejileri
Marka Stratejisi ve Konumlandırma
Bütünleşik Pazarlama İletişimi
Rekabetçi Fiyatlandırma Stratejileri

Katılımcılar, stratejik pazarlama planları oluşturma becerisi kazanarak, doğru hedef kitleyi belirleyip pazar segmentasyonu uygulayabileceklerdir. Ayrıca, dijital pazarlama stratejileri ile dijital kanallarda etkin kampanyalar yürütecek ve markalarını pazarda doğru konumlandırma yeteneği elde edeceklerdir. Farklı pazarlama araçlarını entegre ederek bütünleşik pazarlama iletişimi stratejileri oluşturacak ve rekabetçi fiyatlandırma politikalarıyla pazardaki konumlarını güçlendirebileceklerdir. Bu sayede bütüncül ve etkili pazarlama stratejileri geliştirerek başarılı sonuçlar elde etmelerini sağlayacaktır.

SATIN ALMA YOLCULUĞU VE İÇERİK PAZARLAMASI – ÖRNEK EĞİTİMLER

EĞİTİMLER

HEDEF KAZANIMLAR



Tüketici Davranışları Analizi
Müşteri Yolculuğu ve Deneyimi
Dijital Dönüşüm ve Alışveriş Alışkanlıkları
Sadakat Programları ve Müşteri Bağlılığı
Alışveriş Psikolojisi ve Satın Alma Kararları

Katılımcılar, tüketici davranışlarını analiz ederek alışveriş kararlarını etkileyen faktörleri anlama becerisi kazanacaklardır. Ayrıca, müşteri yolculuğunu inceleyerek müşteri deneyimini optimize edebilecek, dijital dönüşümün alışveriş alışkanlıkları üzerindeki etkilerini anlayarak dijital stratejiler geliştirebileceklerdir. Müşteri sadakatini artıran programları tasarlayıp uygulayarak, alışveriş psikolojisi ve satın alma kararlarını etkileyen unsurları analiz etme yeteneği elde edeceklerdir. Bu sayede tüketici alışkanlıklarını derinlemesine anlamalarını ve etkili pazarlama stratejileri geliştirmelerini sağlayacaktır.



Shopper Davranışlarını Anlama
Mağaza İçi Pazarlama Stratejileri
Shopper İlgörüleri & Pazarlama Str.
Perakende Ortamında Tüketici Deneyimi
Omnichannel Shopper Marketing
POS Elemanları ile Etkileşim

Katılımcılar, Shopper davranışlarını derinlemesine analiz ederek, mağaza içi pazarlama stratejileri oluşturma ve satın alma kararlarını yönlendirme becerisi kazanacaklardır. Shopper içgörülerine dayalı pazarlama stratejileri geliştirerek perakende ortamında tüketici deneyimini iyileştirme yeteneği elde edeceklerdir. Ayrıca, farklı kanallar üzerinden tutarlı bir pazarlama deneyimi sunabilecek, promosyonlar ve POS elemanları ile alışverişçileri yönlendirme becerisine sahip olacaklardır. Bu kazanımlar, katılımcıların shopper marketing alanında stratejik ve etkili yaklaşımlar geliştirmelerini sağlayacaktır.



İçerik Pazarlamasının Temelleri
İçerik Stratejisi Geliştirme
Sosyal Medya İçerik Yönetimi
Video ve Görsel İçerik Pazarlaması
İçerik Performansı ve Ölçümleme

Katılımcılar, içerik pazarlamasının temel prensiplerini kavrayarak etkili içerik stratejileri geliştirme becerisi kazanacaklardır. Ayrıca, sosyal medya platformlarına uygun içerik yönetimi yapabilecek, video ve görsel içerikler oluşturarak bu araçları pazarlama süreçlerinde kullanma yetkinliğini elde edeceklerdir. İçerik performansını ölçme ve optimize etme yöntemlerini öğrenerek, içerik pazarlama kampanyalarının etkinliğini artırma yetisi kazanacaklardır.

GELECEĞİ OKUMAK: TRENDLER, TAHMİN VE DİJİTAL DÖNÜŞÜM – ÖRNEK EĞİTİMLER

EĞİTİMLER

HEDEF KAZANIMLAR



Talep Tahmini Temel Kavramlar
Veri Okuryazarlığı
Temel İstatistik
Uygulamalı Modeller
Talep Tahmini Workshop

Katılımcılar, talep tahmininin temel kavramlarını öğrenerek, veri okuryazarlığı becerisi kazanacak ve temel istatistik bilgileriyle verileri analiz edebileceklerdir. Uygulamalı modeller sayesinde gerçek dünya senaryolarında talep tahminleri yapmayı öğrenerek, bu tahminleri iş süreçlerine entegre etme yetkinliği kazanacaklardır. Ayrıca, talep tahmini workshop'u ile bu bilgileri pratiğe dökme ve somut çözümler üretme becerisi geliştireceklerdir.



Analitik Düşünce, Gelecek Tahmini
Trendleri Yakalama & Yorumlama
İnovasyon Bazlı Trendler
Eleştirel Bakış Açısı
Girişimci Bakış Açısı

Katılımcılar, analitik düşünce becerisi kazanarak gelecek tahminlerinde bulunabilecek ve trendleri yakalayıp doğru şekilde yorumlama yeteneği geliştireceklerdir. Ayrıca, inovasyon bazlı trendleri analiz ederek iş süreçlerine entegre etme becerisi elde edeceklerdir. Eleştirel bakış açısı ve girişimci perspektifiyle, mevcut durumu sorgulayıp yeni fırsatları keşfetme yetkinliği kazanacaklardır. Bu kazanımlar, katılımcıların geleceğe yönelik stratejik kararlar almasını ve inovasyon temelli yaklaşımlar geliştirmesini sağlayacaktır.



Dijital Dönüşüm ve Pazarlama Stratejileri
Dijital Müşteri Deneyimi ve Kitle Yön.
Veri Odaklı Pazarlama
Dijital Araçlar ve Otomasyon Sistemleri
Omnichannel Pazarlama & Dijital Dön.
Dijital İçerik Stratejisi ve Pazarlama

Katılımcılar, dijital dönüşümün pazarlama stratejilerine etkisini anlayarak, dijital müşteri deneyimini iyileştirme ve kitle yönetiminde etkin yöntemler geliştirme becerisi kazanacaklardır. Ayrıca, veri odaklı pazarlama stratejileri oluşturarak dijital araçları ve otomasyon sistemlerini etkin bir şekilde kullanma yeteneği elde edeceklerdir. Çok kanallı (omnichannel) pazarlama stratejilerini dijital dönüşümle entegre ederek, dijital içerik stratejisi geliştirme ve pazarlama süreçlerinde bu içerikleri yönetme becerisi kazanacaklardır.

PAZAR ARAŞTIRMA UZMANLIĞI ÖRNEK GELİŞİM YOLCULUĞU PROGRAMI



Başlık	İçerik / Eğitimler	Eğitim Türü & Süresi
Pazar Araştırma Temel Kavramlar	Araştırmaya Giriş & Temel Yöntemler Brief & Hipotez & Örneklem Soru Formu Hazırlama	Sınıf Eğitimi (Tam gün)
Uygulamalı Müşteri Görüşmeleri & Mentorluk	Uygulamalı Müşteri Görüşmeleri Workshop	Sınıf Eğitimi (Tam gün)
	Müşteri Görüşmeleri Mentorluk Seansları	Birebir Seanslar (x1 saat)
	Sahada Müşteri Görüşmeleri Değerlendirmeleri	Birebir Seanslar (x1 saat)
Araştırma Çıktılarını Yorumlama & İlgörüye Dönüştürme	Araştırma Çıktılarını Yorumlama Uygulamalı Veri ve Rapor Yorumlama Workshop Kalitatif Rapor Yorumlama ve İlgörüye Giriş Araştırmada Eleştirel Bakış Açısı	Sınıf Eğitimi (Tam gün)

Sedat Asil, eğitim ve konuşma çalışmalarını 2017 yılında Londra'da kurulan Spicy Insight* markası altında yürütmektedir.



sedatasil@sedatasil.net



www.sedatasil.net



[sedatasil e d_](https://www.instagram.com/sedatasil_e_d_)



www.spicyinsight.co.uk



[+90 540 340 11 22](https://www.whatsapp.com/+905403401122)

www.gorunmeyenigormek.com



**Market Research
& Consultancy**

Est. London 2017

SEDAT ASİL
Director & Founder



+90-540-3401122



sedat@spicyinsight.co.uk



www.spicyinsight.co.uk



182-184 High Street North East Ham
London E6 2JA



Ataköy Towers A Blok 20/1 No:70
Bakırköy / İstanbul



Export Growth
& Market Entry



Retail & Shopper
Insights



Marketing Research
& Strategy



Training
& Mentoring

(*) Spicy Insight; İstanbul ve Londra ofislerinde; içgörü üretimi, davranış bilimi ve stratejik danışmanlık alanlarında kurumlara özel çözümler sunan, uluslararası perspektife sahip bağımsız bir danışmanlık firmasıdır.