

SEDAT ASİL
EĞİTİM PORTFOLYOSU
& DANIŞMANLIK HİZMETLERİ

TANITIM SUNUMU

Ocak 2024

İÇERİK

SEDAT ASİL KİMDİR?

EĞİTİM PORTFOLYOSU

DANIŞMANLIK HİZMETLERİ

ÖRNEK GELİŞİM YOLCULUKLARI

KISA ÖZGEÇMİŞ

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 katılmıştır.

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

Fiyatlandırma Psikolojisi

İkna Psikolojisi

Perakende Yönetimi

Perakende Satış

İçgörü & Rekabet

İçgörü Geliştirme

Dan Ariely ile Tüketici Davranışı Değişirme

Rekabet Analizi

Mentorluk & Kurumsal Eğitim

Öğretim Tasarım Programı (Bahçeşehir Üniversitesi)

Eğiticinin Eğitimi

Mentorluk

Fasilitasyon Yönetimi

Agile & Scrum

Yalın Yönetim

Dijital

Dijital Transformasyon (University of Virginia Darden School of Business)

UX Temelleri

Sunumlar & Seminerler & Konferanslar

Bahçeşehir Üniversitesi – MBA – Shopper Marketing – 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

Sunum ve Eğitim Dili

Türkçe & İngilizce

Eğitim / Eğitici Teknikleri

Flipped Learning (Tersyüz Öğrenme) | Gamification (Oyunlaştırma)

Fasilitasyon Yönetimi | Mentorluk

EĞİTİM PORTFOLYOSU





Pazar Araştırma

EĞİTİMLER

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



HEDEF KAZANIMLAR

Pazar araştırmasının temel bilgilerini kullanarak amaca uygun brief verebilir, kantitatif araştırma için örneklem hesaplaması yapabilir, soru formu hazırlayabilir, pazar araştırma yöntemlerinin ne zaman, hangi durumlarda, ne amaçla kullanılması gerektiğini bilir, doğru araştırma yöntemini ve tekniğini seçebilir, öneride bulunabilir. İş ihtiyacını araştırma tasarımına dönüştürebilir.



Müşteri Görüşmeleri

EĞİTİMLER

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

HEDEF KAZANIMLAR

Müşteriye yaklaşmanın tekniklerini ve püf noktalarını sıralayabilir,
doğru sormanın öneminin farkına varır ve nasıl uygulanması gerektiğini
uygulamalarla gözlemleyebilir, projektif teknikleri ve diğer ileri düzey teknikleri
sıralayabilir ve örnek uygulamalarını deneyimleyebilir.

Veri Yorumlama & İçgörü Avcılığı

EĞİTİMLER

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



HEDEF KAZANIMLAR

Hangi tip analizi ne zaman ve ne amaçla kullanılması gerektiğini bilir, analiz ve rapor çıktılarını okuyabilir, yorumlayabilir, aksiyona dönüştürebilir. İçgörünün temel mantığını bilir. İçgörüye ulaşmanın yollarını sıralayabilir.



EĞİTİMLER

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



HEDEF KAZANIMLAR

Talep Tahmininin temel tekniklerini ve püf noktalarını sıralayabilir,
veriş doğru sormanın önemini farkına varır ve nasıl uygulanması gerektiğini
uygulamalarla gözlemleyebilir, projektif teknikleri ve diğer ileri düzey teknikleri
sıralayabilir ve örnek uygulamalarını deneyimleyebilir.



Rakip Analizi

EĞİTİMLER

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



HEDEF KAZANIMLAR

Rakip Analizinin önemini farkına varır, hangi verilere ihtiyaç olduğunu ve nasıl erişebileceğini sıralayabilir, rakip türlerini ve nasıl ayrıştırılacaklarını bilir, verilerin nasıl toplanacağını ve olası analiz yöntemlerinin farkına varır, analizden aksiyona geçme yollarını sıralayabilir ve uygulamalarla deneyimler.

Dijital çağda değişen rekabet ve rakip yapısının farkına varır, platform ve dijital pazarlama etkisi altında nelerin farklı yapılması gerektiğini sıralayabilir.

Shopper & Content Marketing

EĞİTİMLER

Shopper marketing
Shopper research
Content marketing



HEDEF KAZANIMLAR

Alışverişçi, alışverişçi pazarlaması, perakende pazarlama bakış açılarını, psikolojik bakış açısıyla algılayabilir ve temel shopper yöntemleri hakkında bilgi sahibi olur. Hangi durumda önerebileceğini bilir.

İçerik pazarlamasının önemini kavrar, temel özelliklerini bilir, kullanım alanlarını uygulamalı örneklerle deneyimler.



Tüketici Psikolojisi & Davranış Ekonomisi

EĞİTİMLER

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



HEDEF KAZANIMLAR

Pazarlama psikolojisinin temel düzeydeki faktörlerini, tüketicileri etkileme yollarını, fiyatlama için önemli olan unsurları ve taktikleri, ikna ve müzakere yöntemlerini sıralayabilir, davranış ekonomisinin temel özelliklerinin farkında olur ve bunları uygulamalı örneklerle deneyimleyebilir.

Gelecek & Trendler

EĞİTİMLER

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



HEDEF KAZANIMLAR

Analitik düşüncenin ilkelerini bilir, gelecek tahmini ve trendleri yakalama ve yorumlama konusunda dikkat edilmesi gerekenleri sıralayabilir, dijital dönüşümün temellerini bilir, pazarlama ve ilgili unsurlara eleştirel ve girişimci bakış açısıyla yorumlayabilir

Neuro & Yenilikçi Araştırma

EĞİTİMLER

Neuro Marketing
Neuro Araştırma
İleri Düzey Araştırma Yöntemleri
Yenilikçi Araştırma Yöntemleri



HEDEF KAZANIMLAR

Konvansiyonel tekniklerin dışındaki Nöropazarlama bazlı araştırma yöntemlerini sıralayabilir. Farklı amaçlara, iş ihtiyaçlarına veya araştırma ihtiyacına bağlı olarak doğru ve uygun yenilikçi ve teknolojik araştırma yöntemlerini sıralayabilir, hangi durumda hangi yöntemi tercih etmesi veya önermesi gerektiğini bilir.

Pazara Giriş & İnovasyon

EĞİTİMLER

Gelecek Tahmini, Trend Avcılığı,
İnovasyon Bazlı Trendler
Dijital Transformasyon
Pazara Giriş Stratejileri
Rekabet Stratejileri
Uluslar arası Pazarlama



HEDEF KAZANIMLAR

Yeni bir pazara veya pazarda yeni bir alana giriş yapmak adına gerekli adımları sıralayabilir, gelecek trendleri öngörmenin yollarını bilir, yeni teknolojileri takip edebilir, rekabeti takip edebilir, farklı pazarlarda tutundurma faaliyetlerini planlayabilir

DANIŞMANLIK HİZMETLERİ





Bu alanlarda firmalara danışmanlık ve ekiplere mentorluk verilebilir.

Bu hizmetler, workshoplar ile uygulamalı çalışmalar veya online / yüz yüze görüşmeler üzerinden gerçekleştirilebilir.

ÖRNEK GELİŞİM YOLCULUKLARI



PAZAR ARAŞTIRMA VE MÜŞTERİ GÖRÜŞMELERİ ODAKLI
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)