

# Daha İyi Sonuç Almak Mümkün Mü?

**YALIN UYGULAMALARLA**

**Farkında, Planlı ve Verimli Olmak**

# Yalın Enstitü – 2002

[www.lean.org.tr](http://www.lean.org.tr)

Lean Global Network Üyesi (20 Ülkede) – [www.leanglobal.org](http://www.leanglobal.org)

Bugüne Kadar 400 Şirkette Danışmanlık Hizmeti

63 Şirket ile Devam Eden Danışmanlık Projeleri

36 Danışman, 8 Kişilik Merkez Ekibi

Her İki Yılda Bir Yalın Zirve (Dokuzuncu Zirve – 2017)

Japonya'da İş Birlikleri

Her Yıl Japonya'ya İş Gezisi Turları (Study Mission)

Ekonomi Bakanlığı ile Kümelenme (İhtiyaç Analizi), TURQUALITY projeleri

Türkçeye Kazandırılan 22 Kitap

# Türkiye ve Dünya

## 2017-2018

### Makro Ekonomik Verileri

( \* : IMF Kasım 2017 raporuna göre )

Kaynak: TCMB, IMF, tradingeconomics

	2017	2018
<b>Büyüme (%)</b>		
ABD	2,2	2,3
Euro Bölgesi	2,4	2,1
Çin	6,7	6,7
Japonya	1,8	1,4
<b>Türkiye</b>	<b>5,3</b>	<b>4,0</b>
<b>Enflasyon (%)</b>		
ABD	2,2	2,2
Euro Bölgesi	1,5	1,5
Çin	1,7	2
Japonya	0,4	0,6
<b>Türkiye</b>	<b>10,9</b>	<b>9,3</b>
<b>Bütçe Dengesi /GSYH (%)</b>		
ABD	-3,5	-3,9
Euro Bölgesi	-1,2	-1
Çin	-3,6	-3,9
Japonya	-4,8	-4,3
<b>Türkiye</b>	<b>-2,6</b>	<b>-2,1</b>
<b>Cari Denge /GSYH (%)</b>		
ABD	-2,6	-2,6
Euro Bölgesi	3,4	2,6
Çin	2,4	2,1
Japonya	3,7	3,7
<b>Türkiye</b>	<b>-4,6</b>	<b>-4,5</b>

**Rekabet Arttı Mı?**

**Satış ve Kârlılık Azalıyor Mu?**

**Giderler Artıyor Mu?**

**Problem Var Mı?**

**Değişmek İçin SİZ Ne Yapıyorsunuz?**

**Parçaların her birinin iyi olması, BÜTÜNÜN iyi olacağını garanti etmiyor!**

**En iyi okullardan mezun olanları işe aldık**

**En iyi makinaları aldık**

**En iyi Ustalar bizde**

**Sermaye olarak da güçlüyüz**

**Ama...**

*Malzemeler çok iyi; ama yemek lezzetsiz olabilir...*

## **Dünyanın Her Yerinde Devletten Beklenen 3 Şey**

### **Beklemeye Devam mı?**

Daha az vergi al,

Daha ucuz mali kaynak bul (faizsiz kredi),

Daha kolay müşteri bul

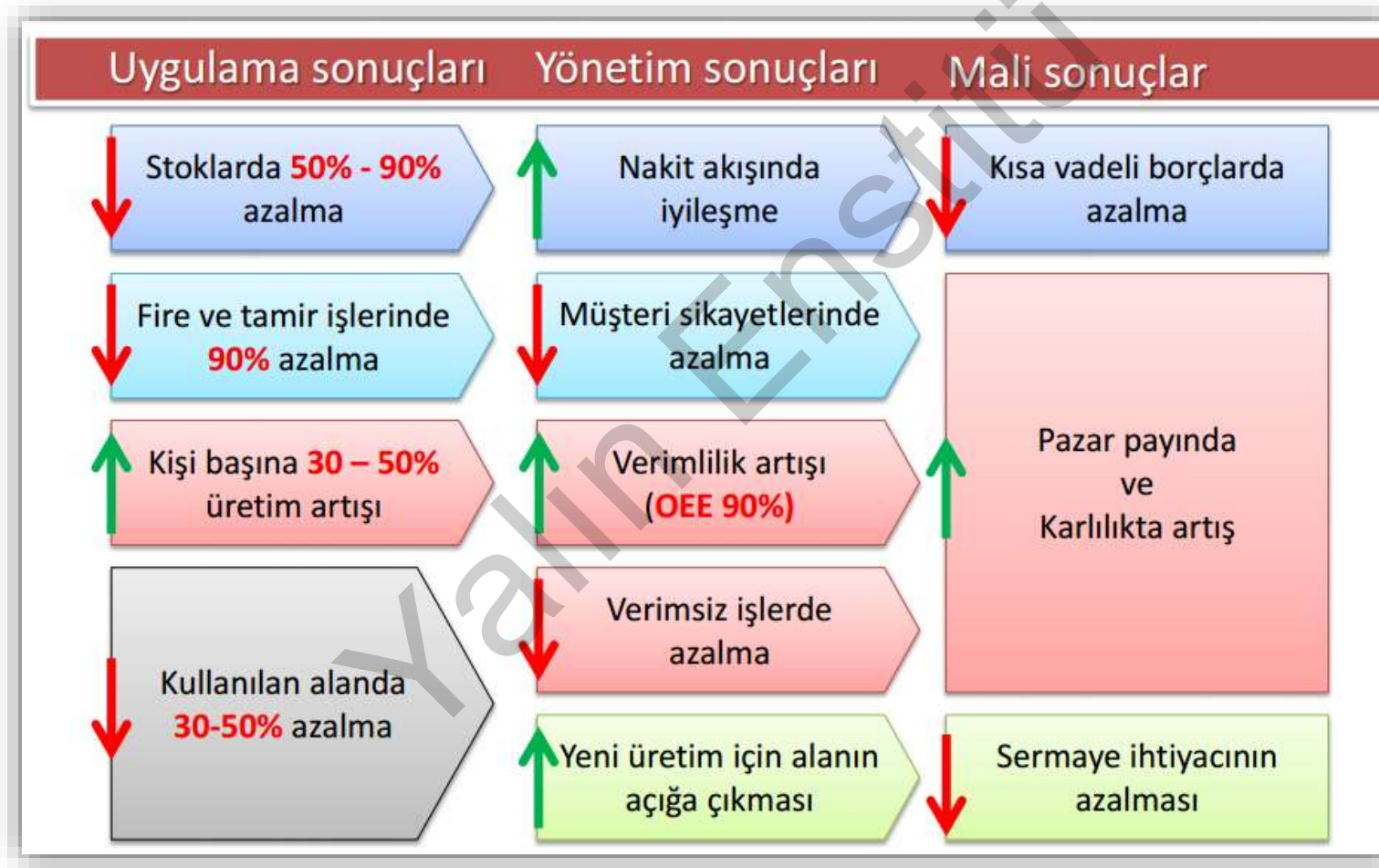
**EndiŒe Etmeyin !**

**Asıl**

**«Problem Yoksa Problem Vardır»**

# Potansiyel Kazanımlar

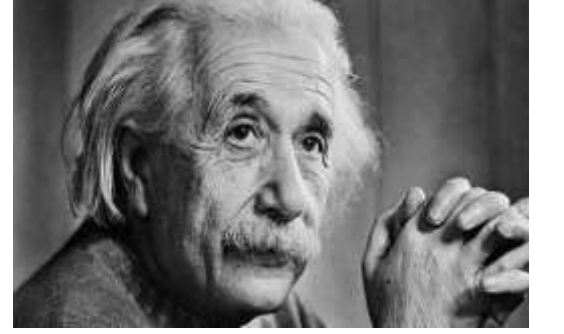
Tüm hakları Yalın Enstitüye ait olup kopyalanması yasaktır.





Aynı şeyleri yaparak farklı sonuçlar elde edemezsiniz.

**Einstein**



Dünle beraber gitti cancağımız,  
Ne kadar söz varsa düne ait,  
Şimdi yeni şeyler söylemek lazım.

**Mevlana**



## **Bakış Açısı...**

**İş büyürken zihniyet büyümüyor...**

**İtiraf edebilmek meziyettir...**

**"Klasik aydınlatmanın LED'e döneceğini hissettik ve risk aldık"**

**Kritik Kaynaklar: BİLGİ VE KNOWHOW, İNSAN, İLİŞKİ VE İŞ BİRLİKLERİ**

**İnsanı geliştirmeden, sürekli siz düşünürsünüz;**

**"üründen önce insanı üretmek"**

# Peki Deęiřtirelim Ama...

**Neyi**

**Ne Kadar**

**Ne Zaman**

**Nasıl**

**Kim ile**

Yalın Enstitü

Bir Temel Fıkrası...

# Kısaltmalarla Daha Kolay Hatırlayalım..

*Problemler Kendini Nasıl Belli Eder?*

**S - GÜVENLİK**

**Q - KALİTE**

**C - MALİYET**

**D - TESLİMAT**

**M - MOTİVASYON**

**RFT – İlk Seferde Doğru**

**OT – Tam Zamanında**

**ET – Her Seferinde**

**LT – Daha Kısa Sürede**

**KOLAY/BASİT**

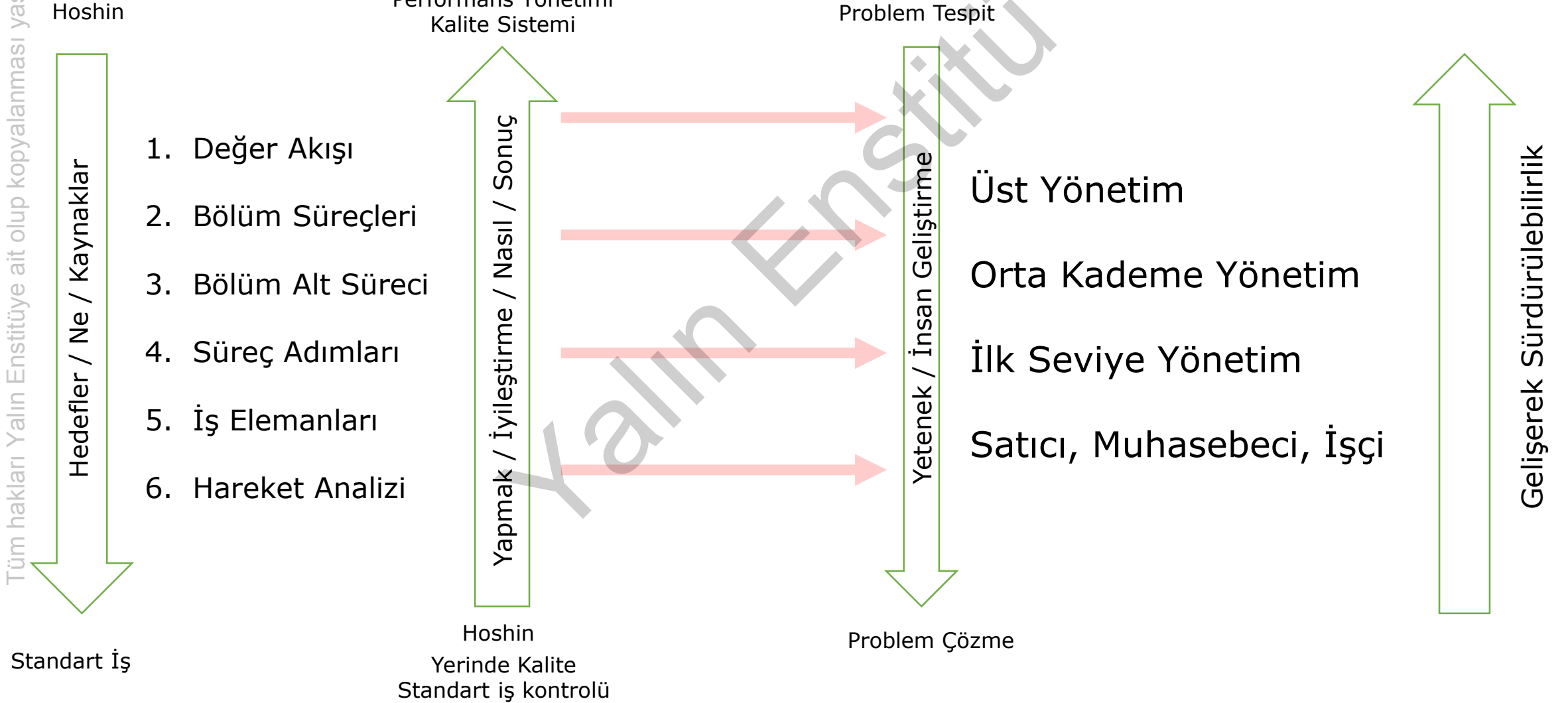
**HIZLI**

**DAHA İYİ**

**DAHA UCUZ**

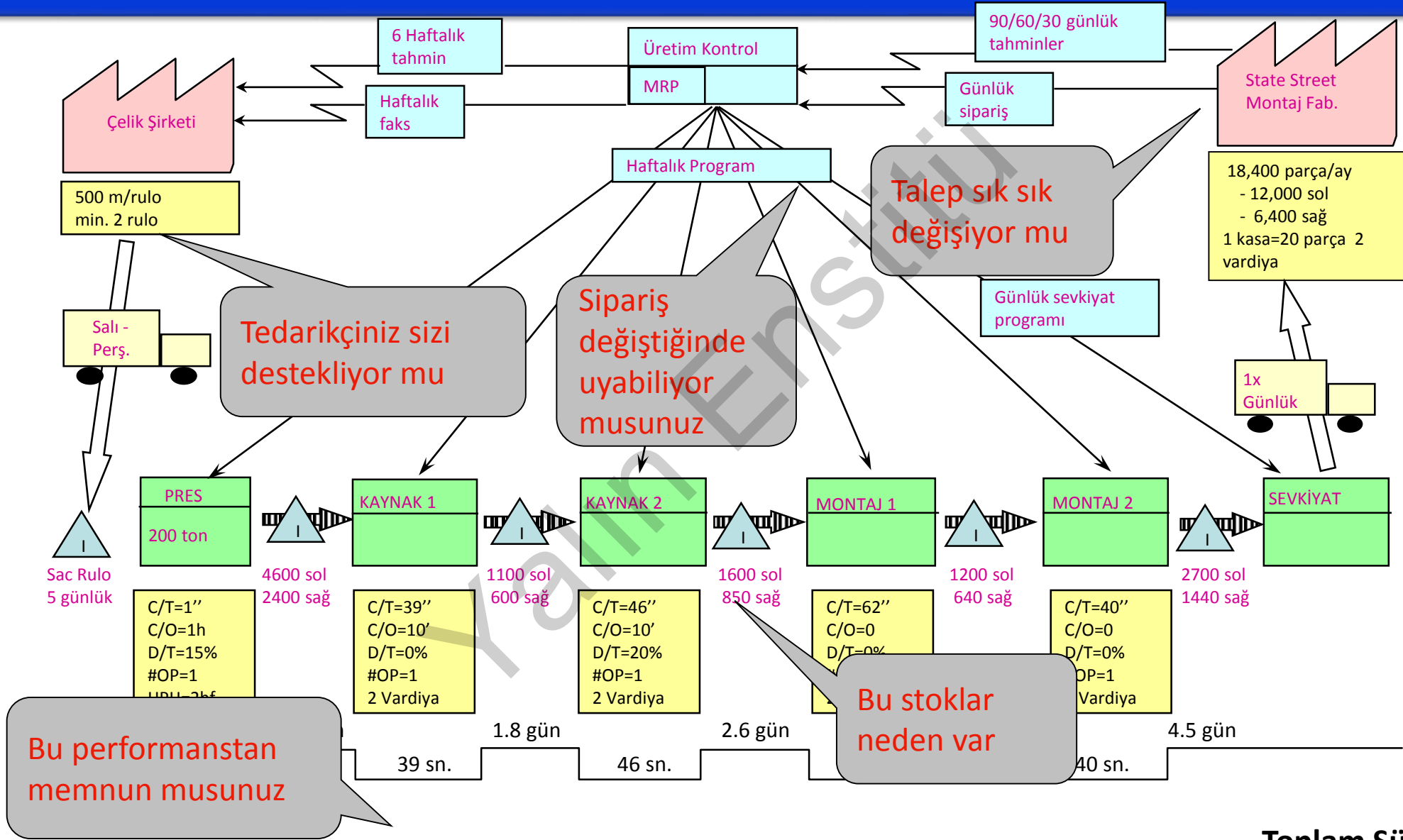
# Pazarın Sesi, Stratejik Yönetim

Tüm hakları Yalın Enstitüye ait olup kopyalanması yasaktır.



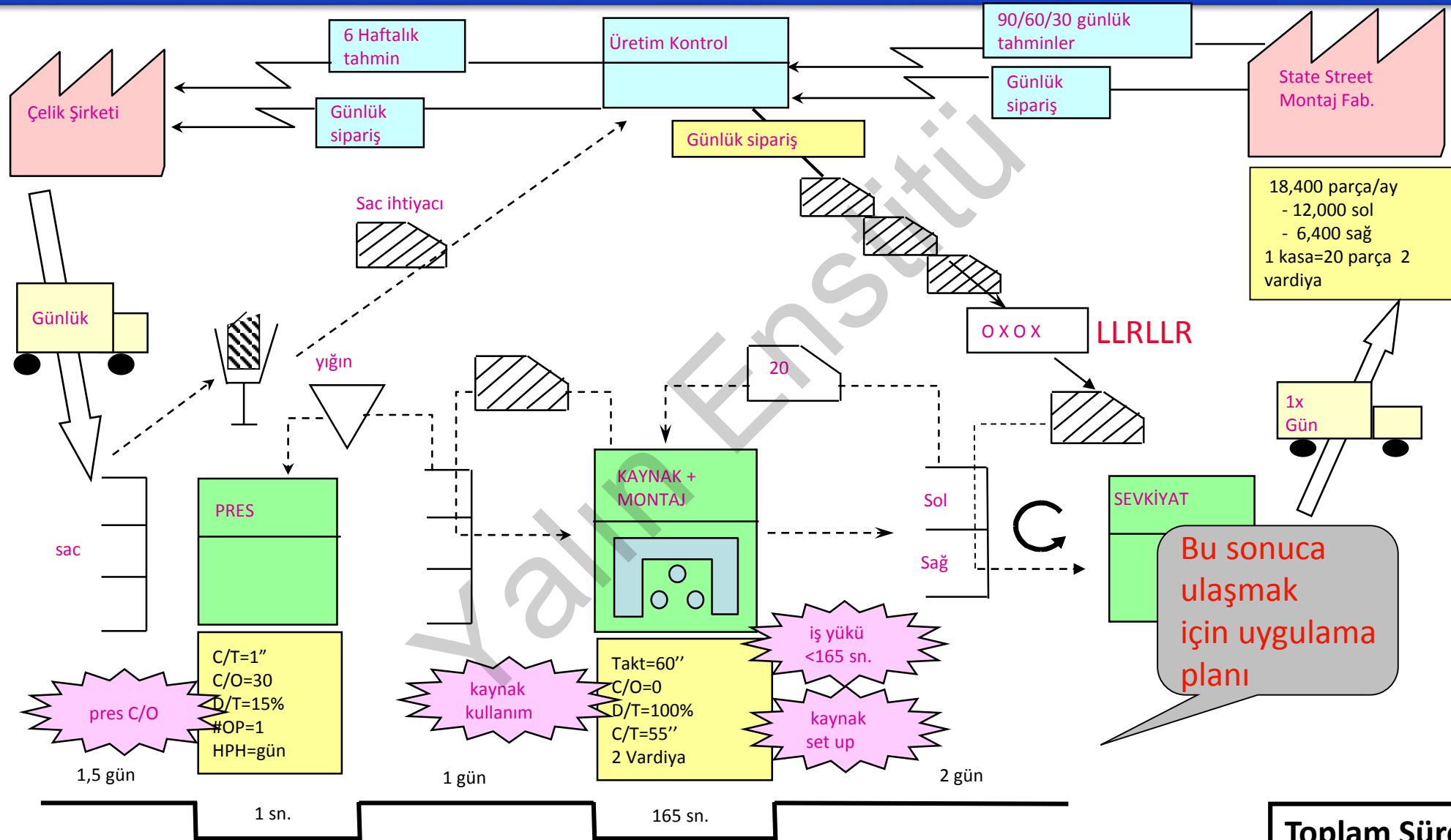
# Mevcut Durum Değer Akış Haritası (Üretim)

Tüm hakları Yalın Enstitüye ait olup kopyalanması yasaktır.



# Gelecek Durum Değer Akış Haritası (Üretim)

Tüm hakları Yalın Enstitüye ait olup kopyalanması yasaktır.

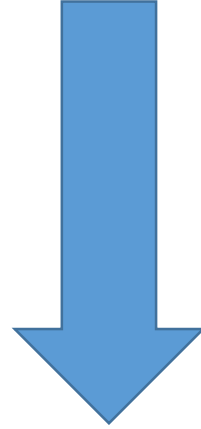


Toplam Süre = 4,5

KD Süre = 166 sn

# Satış ve Pazarlamada İsratları Bulmak

Tüm hakları Yalın Enstitüye ait olup kopyalanması yasaktır.



**Biliyor Mu?**

**Ulaşabiliyor Mu?**

**Satın Alıyor Mu?**

**Tekrar Alıyor Mu?**

**Tavsiye Ediyor Mu?**



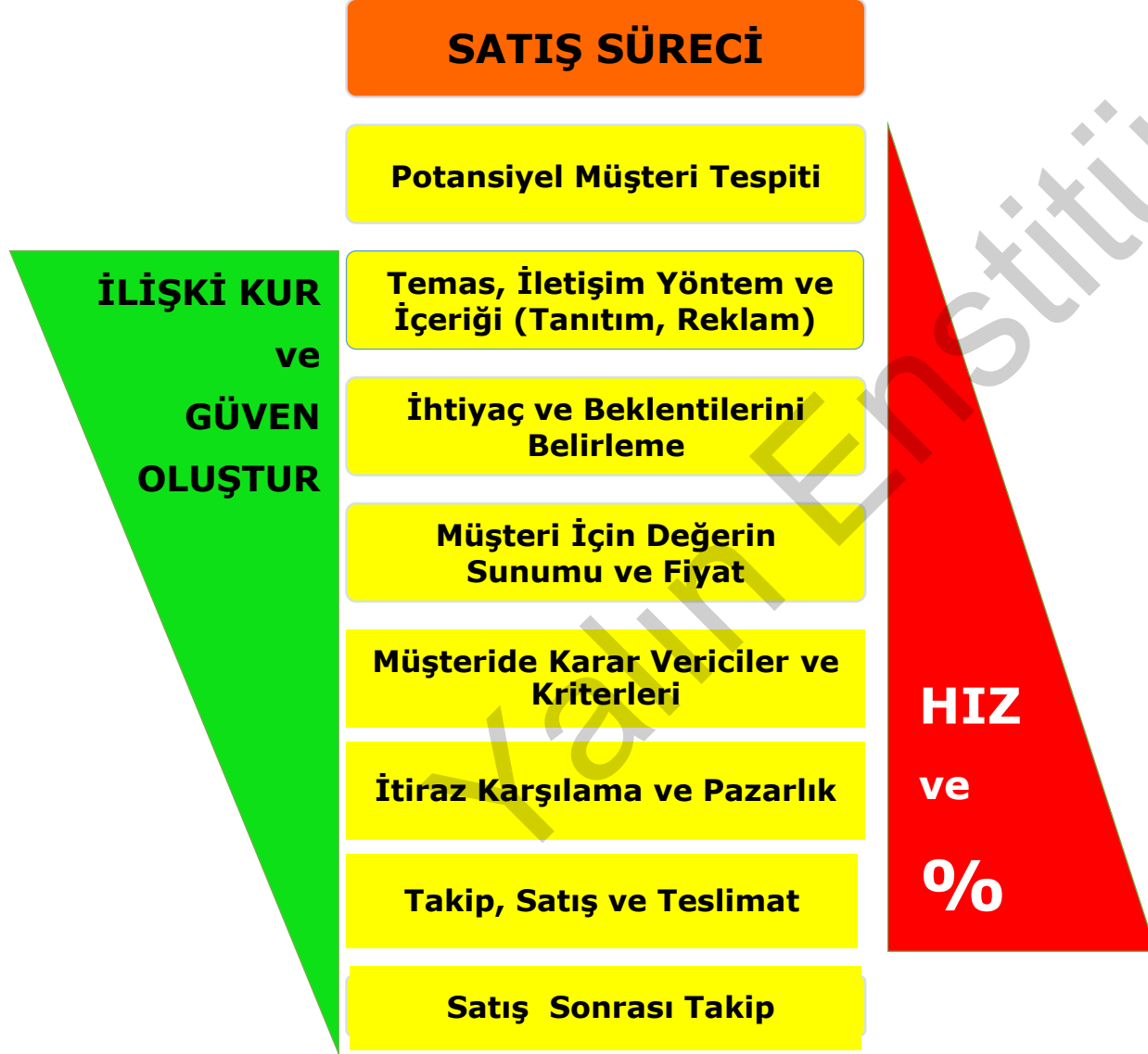
Yalın Enstitü - Hakan Akgül; [hakgul@lean.org.tr](mailto:hakgul@lean.org.tr)

Satış ve Pazarlamada İsratları Bulmak  
Hangi Yön Doğru?





# Yalın Satış Sistemi 8 Adım ve İki Kanat

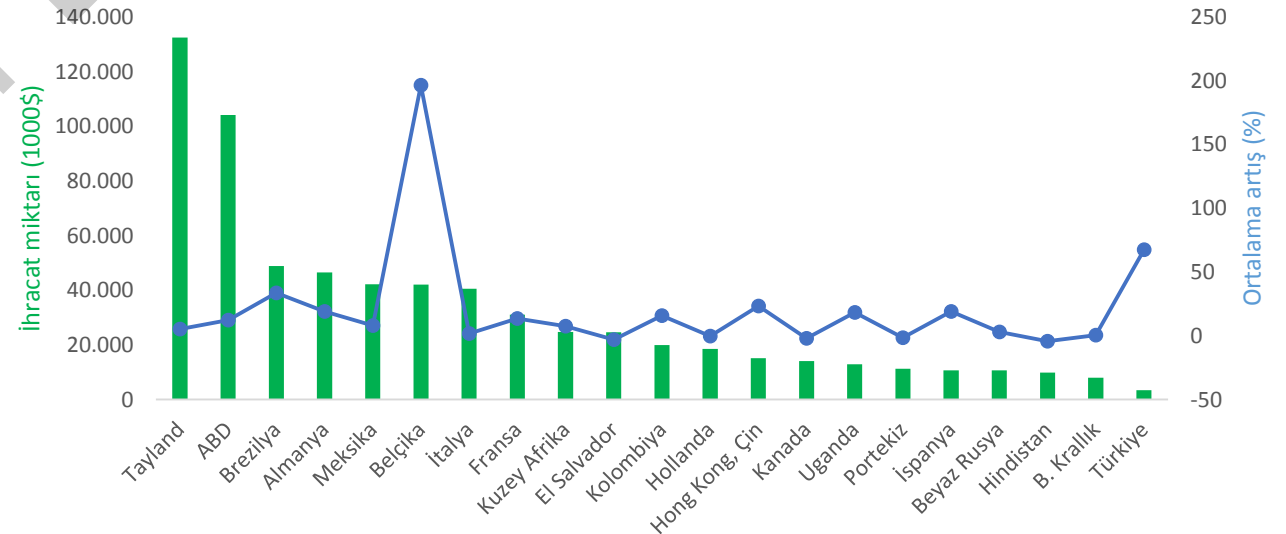


# Dünya Hububat Unları İhracatı

Toplam	2010	2011	2012	2013	2014	Pay (%)	Ortalama Artış (%)
*1000\$							
Ülke	570.459	749.411	702.711	752.046	764.402	100,0	8,5
1 Tayland	109.907	135.131	139.282	135.682	132.420	17,3	5,3
2 ABD	67.535	68.694	90.981	87.683	104.092	13,6	12,3
3 Brezilya	20.795	46.204	35.468	38.160	48.802	6,4	33,6
4 Almanya	24.615	37.392	35.699	42.759	46.464	6,1	19,0
5 Meksika	31.231	35.406	38.725	44.306	42.130	5,5	8,1
6 Belçika	2.675	5.899	4.998	5.461	42.089	5,5	196,3
7 İtalya	41.648	53.877	37.575	41.825	40.495	5,3	1,8
8 Fransa	19.145	24.744	25.675	31.746	31.027	4,1	13,6
9 Kuzey Afrika	20.359	29.054	23.783	21.523	24.746	3,2	7,5
10 El Salvador	32.586	45.774	43.125	39.218	24.564	3,2	-2,9
11 Kolombiya	11.344	14.639	15.423	19.603	19.945	2,6	15,8
12 Hollanda	19.012	19.743	19.050	16.916	18.519	2,4	-0,3
13 Hong Kong, Çin	7.679	6.805	9.490	16.376	15.099	2,0	23,2
14 Kanada	15.607	17.242	17.253	17.263	14.085	1,8	-2,0
15 Uganda	7.385	9.489	14.809	15.459	12.935	1,7	18,2
16 Portekiz	12.105	12.453	11.155	10.276	11.248	1,5	-1,5
17 İspanya	5.993	10.317	11.010	11.184	10.712	1,4	19,1
18 Beyaz Rusya	13.638	19.291	13.806	20.240	10.616	1,4	3,0
19 Hindistan	12.578	14.169	13.998	9.413	9.842	1,3	-4,2
20 B. Krallık	7.829	6.937	7.022	7.447	7.925	1,0	0,6
<b>27 Türkiye</b>	<b>594</b>	<b>1.333</b>	<b>1.085</b>	<b>1.539</b>	<b>3.420</b>	<b>0,4</b>	<b>67,5</b>

Dünya hububat unları ihracatı incelenmiştir. 2014 yılı dünya ihracat miktarı 764 milyon \$'dır. Bu ürün grubunun dünyadaki en büyük ihracatçısı Tayland'ın toplam ihracatı 132 milyon \$'dır. Toplam ihracat içerisindeki payı %17'dir. Tayland son 5 yılda ortalama her yıl ihracatını %5 oranında arttırmıştır. ABD Tayland'dan sonra en büyük ihracatçı konumundadır. 104 milyon \$ ihracat yapmıştır ve son 5 yılda ihracatını ortalama olarak %12 arttırmıştır. Toplam içindeki payı %12'dir. ABD'den sonra gelen Brezilya ve Almanya 2014 yılında 48 ve 46 milyon \$ ihracat yapmıştır. Brezilya ihracatını her yıl ortalama olarak %33 arttırmıştır.

En fazla Hububat unları (buğday/mahlut unu hariç) ihracatı yapan ülkeler



# Endonezya Şirket Pazar Payları (Baked Goods)

% retail value rsp	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Nippon Indosari Corp PT</b>	8.79	9.67	10.61	11.10	11.46
<b>Carrefour Indonesia PT</b>	3.94	4.13	4.34	4.55	4.68
<b>Hero Supermarket Tbk PT</b>	3.61	3.78	3.97	4.15	4.16
<b>Dunia Bintang Walet PT</b>	2.19	2.22	2.25	2.22	2.30
<b>Forisa Nusapersada PT</b>	1.12	1.25	1.33	1.51	1.61
<b>Satelit Sriti PT</b>	1.48	1.46	1.43	1.36	1.37
<b>Marizarasa Sarimurni PT</b>	0.76	0.74	0.73	0.72	0.72
<b>Pondan Pangan Makmur Indonesia PT</b>	0.49	0.53	0.58	0.64	0.70
<b>Maxim's International Ltd PT</b>	0.71	0.67	0.63	0.58	0.53
<b>Swanish Boga Industria PT</b>	0.59	0.58	0.57	0.55	0.51
<b>Gandum Mas Kencana PT</b>	0.25	0.26	0.28	0.29	0.32
<b>Inmarindotama PT</b>	0.31	0.29	0.27	0.26	0.25
<b>Pangan Rahmat Buana PT</b>	0.30	0.27	0.25	0.24	0.22
<b>Kobe &amp; Lina Food CV</b>	-	-	-	-	-
<b>Artisanal</b>	46.86	46.39	46.03	45.82	45.47
<b>Others</b>	28.60	27.75	26.72	26.00	25.68
<b>Total</b>	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

# Yalın Dönüşüm



## Yalın Uygulamalar - Araçlar

Değer Akışı Haritalama

Problem Çözme / Kaizen

Hoshin, A3

Görsel Yönetim

Yerinde Kalite

Standart İş

Hat Dengeleme

Kanban

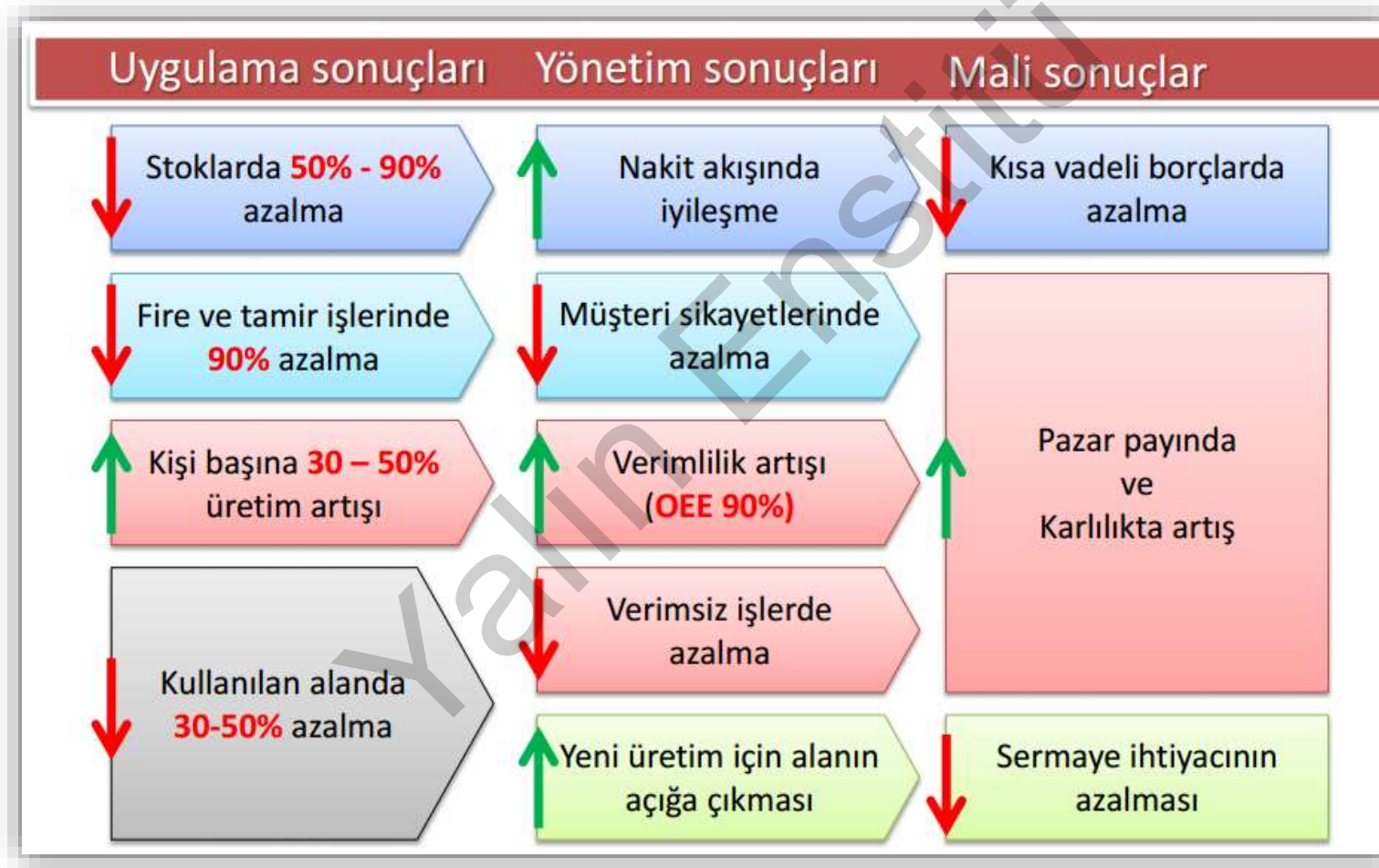
SMED

5S

Yalın Enstitü

# Potansiyel Kazanımlar

Tüm hakları Yalın Enstitüye ait olup kopyalanması yasaktır.



## Doğru İşi Mi Yapıyoruz?

1. Kullandığım toplam kaynağın alternatif getirisi ne olurdu?
2. Değer Zincirinde neredeyiz?
  - *Kimden ne alıyorum? Ne katma değer ekleyip üretiyorum? Nasıl satıyorum? Kim tüketiyor?*
3. 5 - 10 sene sonra ne olmak ve nerede olmak istiyoruz?
4. Plan var mı? (Hedefler ve Stratejiler)? Stratejik Yönetim

## **Değeri Zincirinin Neresinde;**

- Müşteri İçin Değer Yaratıyoruz?
- Rekabetten Farklılaşabiliriz?

**Hammadde**

**Depolama**

**Tasarım**

**Numune**

**Seri Üretim / Montaj**

**Satış - Kanal**

**Satış Sonrası**



# İŖi doğru mu yapıyoruz?

1. Aktiflere ayırdığımız zamanı müşterimize ayırıyor muyuz?
2. Müşterimiz memnun mu? Kârlılık trendi nasıl?
3. Ŗirket ana işleri: üretim, satış, ürün geliştirme
4. Yönetim Sisteminin İşleyiŖi: **Stratejik Yönetim, Bölümler Arası Yönetim, Günlük Yönetim**
5. «Süreç + Sonuç Odaklı» Yönetebiliyor muyuz?
6. İyileştirmenin ana göstergeleri: Kalite, Maliyet, Teslimat, Motivasyon
7. SipariŖten Teslimata ana sürecini radikal şekilde iyileştirmek (verimlilik)
8. Bölümler arası ortak çalışmalarını başarmalısınız. Herkes aynı yöne bakıyor mu?
9. Yenilikçilik / İnovasyon (ArGe)



Hakan Akgül

Yalın Enstitü YK Üyesi

Satış, Strateji, İnovasyon, Liderlik ve Yönetim

Ofis: 0212 271 84 51

Cep: 0533 515 96 41

[hakan.akgul@lean.org.tr](mailto:hakan.akgul@lean.org.tr)