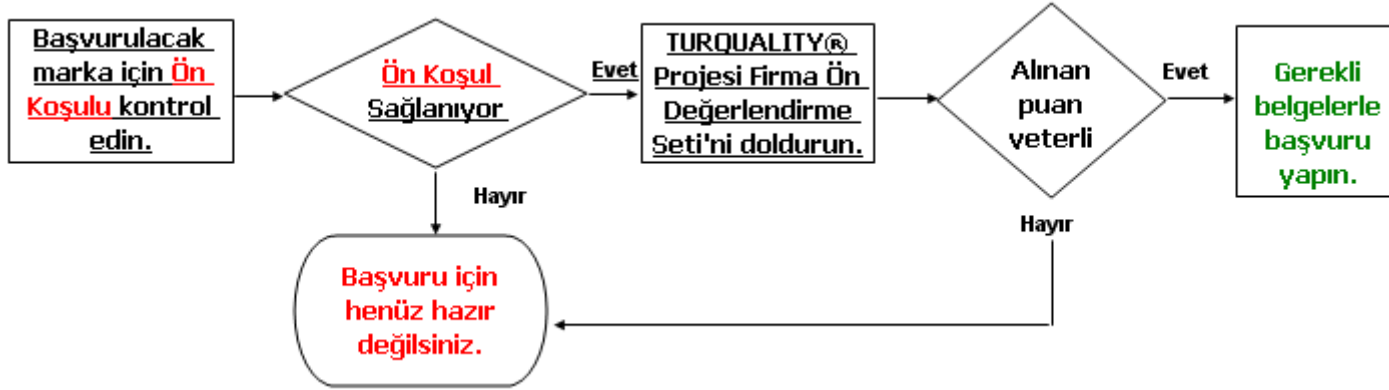


TURQUALITY® Projesine Nasıl Başvurulur?

BASVURU ÖNCESİ

Ön Koşul:

Müracaat eden markanın Türkiye’de tescilinin yapılmış olması, yurtdışında da ibraz edeceği İş Planında belirtilecek hedef pazarlarının en az birinde tescil edilmiş olması gerekmektedir.



TURQUALITY® Ön Değerlendirme Seti'nin amacı, Uygulama Usul ve Esasları'nın 20'nci maddesinde belirlenen incelemenin çerçevesini, anılan maddede belirlenen ücretin ödenmesinden önce şirketin tanınması ve kendisini test etmesidir. Alınan sonuç puanı tavsiye niteliğinde olup, bağlayıcı değildir.

BAŞVURU

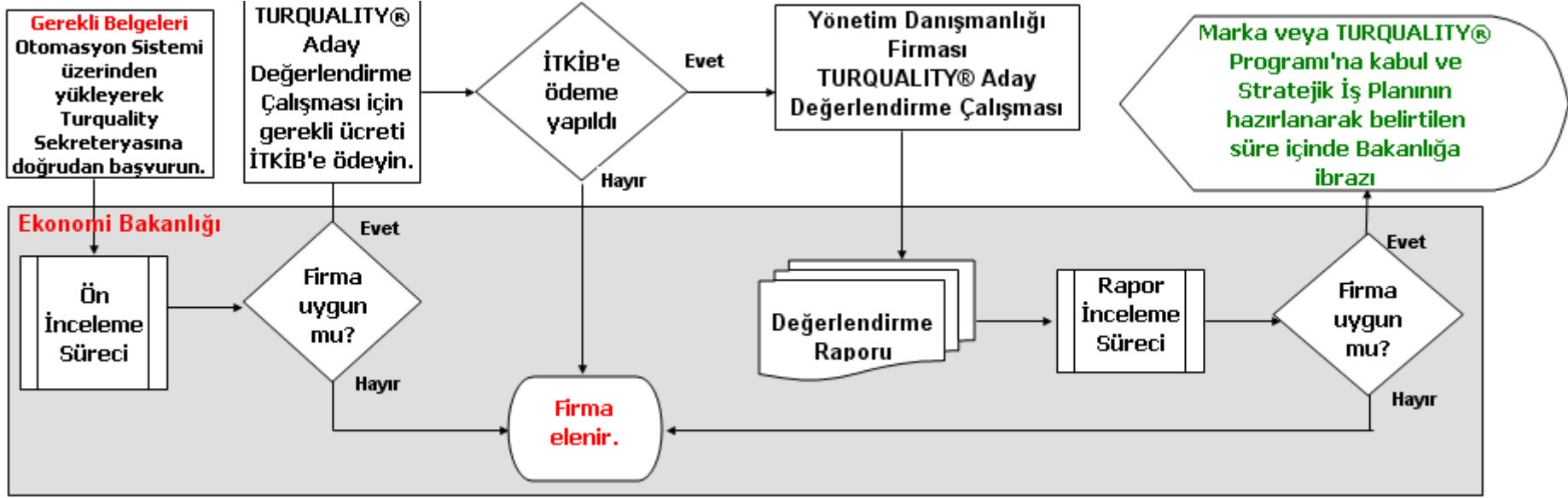
Başvuru Yapmak İsteyen Firmaların Sırasıyla İzlemesi Gereken Adımlar;

- Firma Ön Değerlendirme Setini doldurarak, sonucunda çıkan puan sayfasını kaydetmeleri, (İlgili sonuç sayfası başvurunuz sırasında sizden talep edilecektir.) (*Firma Ön Değerlendirme Seti için [buraya](#) tıklayınız.*)
- Yeni Kullanıcı talebinde bulunmaları, (*Kullanıcı talebinde bulunmak için [buraya](#) tıklayınız.*)
- Sistem tarafından iletilecek şifre ile Turquality Otomasyon Sistemi'ne giriş yaparak Başvuru Formunu doldurmaları (*Turquality Otomasyon Sistemine Bağlanmak için [buraya](#) tıklayınız.*)

gerekmektedir.

Turquality Otomasyon Sistemi üzerinden Başvuru Formunu dolduran ve Uygulama Usul ve Esasları Ek-8'de yer alan belgelerin "Ekli Belgeler" alanına yükleyerek Sistem üzerinden başvurusunu ileten Firmalar, sisteme ekledikleri tüm belgelerin orijinalleri veya noter onaylı nüshalarını İTKİB-TURQUALITY Sekreteryası'na iletmelidir.

Sisteme Yüklmesi ve Turquality Sekreteryaya İletilmesi Gerekli Belgelere [buradan](#) ulaşabilirsiniz. (Uygulama Usul ve Esasları Ek-8 Başvuru Formu)



FİRMA ÖN İNCELEME ÇALIŞMASI

Başvurusunda eksik bulunmayan firmalar için bir sonraki aşama Ön Değerlendirme Sürecidir. Süreçte, öncelikle, Firmanın Ön İnceleme Çalışması için gerekli ücreti İTKİB-Turquality Sekreteryası'na ödemesi gerekmektedir. Firma Ön İnceleme Çalışması, Deloitte Danışmanlık ile TURQUALITY® Sekreteryası'nın beraber yürüttüğü, başvuru yapan firmada gerçekleştirilen 2 günlük bir çalışma olup, firma aşağıdaki alanlarda incelenmektedir:

- **Stratejik Planlama ve Kurumsal Performans Yönetimi**

Firmaların oluşturdukları vizyon ve misyon doğrultusunda stratejik hedeflerini belirleyebilmeleri için pazar, rekabet, müşteri, kanal, ürün analizi gibi çalışmalar yapmaları gerekmektedir. Bu kapsamda firmaların oluşturacakları uzun vadeli stratejik planlar, buna bağlı olarak geliştirilecek iş planlarıyla desteklenmeli ve bütçe ile entegre edilmelidir. Stratejik planlama çerçevesinde yapılan tüm aktivitelerin belirli dönemlerde ölçülerek kurum performansının yönetilmesi önem taşımaktadır.

- **Marka Yönetimi**

Firmaların markaları için uzun vadeli marka stratejilerini belirlemeleri, markalarını hedefledikleri pazarlarda doğru konumlandırmaları, belirledikleri stratejiler doğrultusunda marka planlarını geliştirmeleri ve plan dahilinde uygulamaya geçirmeleri gerekmektedir. Firmaların marka stratejilerini geliştirebilmeleri ve marka hedeflerini belirleyebilmeleri için vizyonu geniş bir yönetime ve marka konusunda uzman bir kadroya sahip olmaları, marka konumlamasının geçerliliğini hedeflenen pazarlarda düzenli olarak takip etmeleri ve elde edilen sonuçları hedeflerle karşılaştırarak aksiyonlar almaları markanın etkin yönetilmesi için önem taşımaktadır.

- **Marka Performansı**

Firma markasının aktif olarak pazarlandığı yurt dışı pazarlar, markanın bu pazarlarda elde ettiği pazar payları, markanın geçmiş 10 yıllık süre içinde yurt içinde ve yurt dışında göstermiş olduğu performans, markanın hedeflenen pazarlarda konumlandırılması, markanın yüksek coğrafi yaygınlık düzeyine sahip olması markalaşma sürecinde önem taşımaktadır. Marka performansının yanı sıra, markanın ilgili Firma tarafından sahiplenilmesi, Firmanın üst düzey yönetiminin vizyonu ve girişimciliği markanın global pazarlara taşınabilmesi ve başarılı olabilmesi için esastır.

- **Tedarik Zinciri Yönetimi**

Firmaların global platformda rekabet edebilmeleri için pazara doğru ürünü, doğru zamanda, iyi kalitede, doğru fiyatta sağlamaları gerekmektedir. Tüm bunların gerçekleşmesi için müşteri talebinden satın almaya, üretimden dağıtıma kadar uzanan zincirin, malzeme ve bilgi akışının ve kaynaklarının etkin bir şekilde planlanması ve yönetilmesi gerekmektedir. Firmaların operasyonel mükemmelliği hedeflemeleri ve bu hedef doğrultusunda operasyonlarını sürekli iyileştirmeleri, pazar taleplerini esnek bir yapıda ve istenen zamanda karşılayabilmeleri, maliyetleri kontrol edebilmeleri, verimliliği artırıcı inisiyatifler almaları global anlamda markalaşma sürecinde firmalara destek olacak ve markalaşma sürecini tetikleyecek önemli etkenlerdendir.

- **Pazarlama, Müşteri ve Ticaret Yönetimi**

Firmaların uzun vadeli stratejik planlarında belirlemiş oldukları stratejik hedeflere ulaşmak için yerine getirmeleri gereken pazarlama faaliyetlerinin uygulanması ve etkin yönetilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda firmaların pazardaki güçlü ve zayıf yönlerini araştırmak, hedeflenen pazarların dinamiklerini analiz etmek ve anlamak, müşterileri tanımak ve onların yaşam tarzlarını anlamak, rakipleri takip etmek, gibi çalışmalarda bulunmak pazarlama faaliyetlerinin etkin bir şekilde yürütülmesi için önem taşımaktadır. Pazarlama faaliyetleri marka stratejisi ve konumlandırılması ile paralel olarak yürütülmeli, yerel farklılıklar analiz edilerek etkili bir pazarlama zekası ile hedef-odaklı faaliyetler geliştirilmelidir. Global büyüme sürecinde, pazarlama ile birlikte satış etkinliğinin de hedeflenen pazarlarda artırılması, satış gücünün kuvvetlendirilmesi ve satış organizasyonunun etkin bir biçimde yapılandırılması ve yönetilmesi gerekmektedir.

- **Ürün Tasarım/Araştırma ve Geliştirme**

Global arenada rekabet edebilmek için firmaların ürün stratejisi geliştirmesi, birimler arasında işbirliği ve koordinasyon sağlaması, teknolojiyi etkin olarak kullanılması gerekmektedir. Firmaların ürün tasarım/araştırma ve geliştirme faaliyetlerine gereken kaynağı ayırmaları ve bu konuda yatırım yapmaları, inovasyona yönelik ürünler geliştirmeleri, geliştirdiği ürünler ile ürününü diğer ürünlerden farklılaştırabilmesi markalaşma sürecinde etkili olan en önemli unsurlardan biridir.

- **Finansal Performans**

Firmaların markalarını global arenaya taşıyabilmeleri, geleceğe dönük yatırımlarını gerçekleştirebilmeleri, markalarını uluslararası pazarda konumlandırabilmeleri, marka, pazarlama ve tanıtım faaliyetleri gerçekleştirebilmeleri, operasyonlarını sürdürürebilmeleri için finansal performanslarının güçlü olması gerekmektedir. Bu kapsamda firmaların aktiflerini ve borçlarını etkin bir şekilde yönetmeleri, ve kaynak planlaması yapmaları beklenmektedir.

- **İnsan Kaynakları Yönetimi**

Firmaların belirledikleri stratejileri ve süreçleri doğrultusunda, operasyonlarını destekleyecek organizasyonu oluşturması, sahip olduğu insan kaynağını etkin bir şekilde yönetmesi, elde tutması, çalışanların performansını ve verimliliğini artıracak aksiyonlar alması ve mevcut insan kaynağını yetiştirmesi sürdürülebilir büyüme açısından büyük önem taşımaktadır.

- **Kurumsal Yönetim**

Kurumsal Yönetim firma yönetiminde, pay ve menfaat sahipleri ile ilişkilerde, şeffaflık ve sorumluluk yaklaşımıyla firma faaliyetlerinde etkinlik ve verimlilik, yasal düzenlemelere uygunluk, pay ve menfaat sahiplerinin hak ve çıkarlarının korunması için güvence sağlayarak firmanın sürekliliğini hedeflemektedir. Firmalarda strateji ve operasyonları destekleyecek gerekli mekanizmaların işletilmesi, firmaların profesyonel ve kurumsal bir yapıda yönetilmesi, organizasyon yapısının işlevselliği, politika, süreç ve prosedürlerinin dokümanite edilerek iletişimin etkin akışının sağlanması global platformda çalışabilmek ve rekabet edebilmek için önem taşımaktadır.

- **Bilgi Sistemleri Yönetimi**

Firmaların stratejileri doğrultusunda belirledikleri süreçleri destekleyecek, operasyonların daha verimli ve etkin olarak yönetilmesini ve kontrol edilmesini sağlayacak bilgi sistemleri altyapısının oluşturulması kısa ve uzun vadede büyümenin önemli tetikleyicilerindendir. Firmanın her bölümde gösterdiği performans, aynı alanda dünyadaki en iyi uygulamalarla kıyaslanmakta (benchmark) ve dolayısıyla firmanın dünya ölçeğinde nerede durduğu tespit edilmektedir. Bu çalışma sonucunda belirli bir noktanın üzerinde olduğu belirlenen firmalar TURQUALITY® Programı kapsamına alınmaktadır.

KAPSAMA ALINMA

Ön Değerlendirme alışması neticesinde hazırlanan rapor, Ekonomi Bakanlığı tarafından değerlendirilir. Değerlendirme neticesinde uygun bulunan firmalara, Marka programına mı Turquality Programına mı kabul edildiğine dair bildirim yapılır.