



ULUSAL MESLEK STANDARDI

SATIŞ YÖNETİCİSİ

SEVİYE 6

REFERANS KODU / ...

RESMİ GAZETE TARİH-SAYI /...

Meslek:	SATIŞ YÖNETİCİSİ
Seviye:	6^I
Referans Kodu:	
Standardı Hazırlayan Kuruluş(lar):	Ankara Ticaret Odası (ATO) Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği (AMPD)
Standardı Doğrulayan Sektör Komitesi:	MYK Ticaret (Satış ve Pazarlama) Sektör Komitesi
MYK Yönetim Kurulu Onay Tarih/Sayı:	Tarih ve Sayılı Karar
Resmi Gazete Tarih/Sayı:	
Revizyon No:	00

^I Mesleğin yeterlilik seviyesi, sekizli (8) seviye matrisinde seviye (6) olarak belirlenmiştir.

TERİMLER, SİMGELER VE KISALTMALAR

BT (BİLGİ TEKNOLOJİLERİ): Bir işletmenin yönetim ve üretimle ilgili tüm bilgilerinin ve bilgi sistemlerinin işletilmesinde kullanılan her türlü bilgi-işlem araçlarını ve teknolojilerini,

BÜYÜME TRENDİ: Mal ve hizmet üretimi miktarının bir zaman veya süreç itibarıyla izlediği yol ya da kazandığı eğilimi,

CİRO: Bir şirketin ya da bir iş yerinin günlük haftalık aylık ve yıllık net olmayan satış rakamını,

DEMOGRAFİK DEĞİŞKEN: Dünya’da veya bir ülkede bulunan nüfusun; cinsiyet, yaş, gelir düzeyi, meslek, eğitim, etnik altyapı, aile hayat döngüsü gibi yapısına, durumuna ve dinamik özelliklerine ilişkin değişkenleri,

DOLAYLI GİDER: Üretim konusu mamul ve hizmete doğrudan yüklenemeyen, dağıtım verileri yoluyla dolaylı yüklenen giderleri,

DOLAYSIZ GİDER: Üretim konusu mamul ve hizmete doğrudan yüklenebilen, mamul içindeki miktarı tespit edilebilen hammadde, işçilik vb. giderleri,

FATURA: Satılan bir malın cinsini, miktarını ve fiyatını bildirmek için satıcının alıcıya verdiği basılı veya elektronik hesap pusulasını,

FİZİBİLİTE: Mevcut durum ve kaynaklara göre, herhangi bir girişimin işletme, yöntem, fonksiyon, olası performans, maliyet ve ekonomi yönlerinden, yapılabilirliğini ve uygulanabilirliğini sistematik olarak analiz edip değerlendiren çalışmaları ve raporları,

FORMAT: Satış alanına hedef gruplardaki tüketicilerin istediği fiziksel özellikler ile kullanım ortamlarının kazandırılmasını,

İNDİRİM: Fiyatta yapılan değer düşürümünü,

ISCO: Uluslararası Standart Meslek Sınıflamasını,

İSG: İş Sağlığı ve Güvenliğini,

KAMPANYA: Tüketiciyi özendirmek için belli sürelerde düzenlenen indirimli veya taksitli satışı,

KAR: Bir faaliyetin gerçekleşmesi sonucunda elde edilen gelirin faaliyet için yapılan giderlerden yüksek olma durumunu,

KAR MARJİ: Ürünün alım maliyeti ile satış rakamı arasındaki oranını,

KİŞİSEL KORUYUCU DONANIM (KKD): Çalışanı, yürütülen işten kaynaklanan, sağlık ve güvenliği etkileyen bir veya birden fazla riske karşı koruyan, çalışan tarafından giyilen, takılan veya tutulan, bu amaca uygun olarak tasarımı yapılmış tüm alet, araç, gereç ve cihazları,

KONSEPT: Hedef gruplardaki tüketicilerin, satış alanına tepki veya değer vermesi için ürün ve içerik bazında gerçekleştirilen fikri tasarımı,

KONUMLANDIRMA: Belli bir ürünün diğer rakip ürünlere göre üstün özelliklerinin o ürünün tüketicileri tarafından algılanmasını sağlayacak faaliyetler bütünü,

LANSMAN: Pazara yeni sunulan ürünlerin tanıtımı amacıyla yürütülen faaliyetler bütünü,

LOJİSTİK: Mal ve hizmetlerin ihtiyaç duyulan yerde ve istenen zamanda etkin ve verimli bir biçimde temin edilmesi için taşıma, depolama ve bu aktivitelerin organize edilmesi ve yönetilmesi sürecini,

MARKA: Bir ticari malı, herhangi bir nesneyi tanıtmaya, benzerinden ayırmaya yarayan özel ad veya işareti,

MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ: Müşterilerin beklentileri karşılığında bir işletme tarafından sunulan mal ve hizmetlerden sağladığı faydayı,

MÜŞTERİ SEGMENTASYONU: Bir pazarda var olan müşterilerin; sosyo-ekonomik faktörler, gelir seviyesi, kültür seviyesi, davranış biçimleri, hayat tarzları gibi ortak özelliklere ve ihtiyaçlara sahip alt gruplara göre sınıflandırılmalarını,

MÜŞTERİ PORTFÖYÜ: Bir işletmenin müşteri tabanını oluşturan çeşitli müşteri gruplarını içeren portföyü,

MÜŞTERİ PROFİLİ: Tüketicilerin alım gücü, eğitimi, sosyal yapısı, ürün tercih kriterleri gibi konularda gruplandırılmasını,

ÖDEME ARAÇLARI: Para, kredi kartı, şahsi çek, posta havalesi, elektronik fon aktarımı banka çekleri, diğer kartlar gibi ödemelerde kullanılan araçları,

PAZAR BÜYÜKLÜĞÜ: Bir işletmenin ürettiği ürünleri alabilecek olan potansiyel müşteri kitlesini,

PAZAR PAYI: Bir piyasada, bir malın toplam satış miktarı ya da gelirleri içinde bir firmaya ait olan payı,

PAZAR POTANSİYELİ: Henüz, işletmeler tarafından tamamı ele geçirilmemiş ve içerisinde mal/hizmet satılabilecek müşteriler bulunduran pazar ya da piyasayı,

PROMOSYON: Bir malı geniş kitlelere tanıtmak ve o malın sürümünü sağlamak amacıyla yapılan çalışmaları,

PROSEDÜR: Bir işlemin yapılışını standart hale getirmek için önceden belirlenerek sıralanmış yapılacaklar listesini,

REKABET STRATEJİSİ: Bir işletmenin içinde yer aldığı sektör ya da sanayi dalını rekabet açısından çözümlemesi; ardından sektördeki rakiplerine karşı rekabet üstünlüğü sağlamak ve böylelikle işletme hedeflerine ulaşmak için yürütülen faaliyetler bütünü,

REKLAM: Tüketicileri gönüllü olarak belli bir davranışta bulunmaya ikna etmek, belirli bir düşünceye yöneltmek, dikkatlerini bir ürüne hizmete, fikir ve kuruluşa çekmeye çalışmak, onunla ilgili bilgi vermek, ona ilişkin görüş ve tutumlarını değiştirmelerini veya belirli bir görüşü ya da tutumu benimsemelerini sağlamak amacıyla oluşturulan; iletişim araçlarından yer ya da süre satın almak yoluyla sergilenen ya da başka biçimlerde çoğaltılıp dağıtılan duyuruyu,

RELANSMAN: Piyasada mevcut olan bir ürünün yeni bir dizayn veya yeni bir imajla yeniden piyasaya sunulmasını,

RİSK: Tehlikeden kaynaklanacak kayıp, yaralanma ya da başka zararlı sonuç meydana gelme ihtimalini,

RUT PLANI: Satışçıların, mevcut ve potansiyel müşterilere en kısa zamanda, en ekonomik ve hızlı biçimde ulaşmaları ve satış teslim faaliyetlerini en etkili biçimde yürütebilmeleri için izlenecek güzergahların planlanmasını,

SATIN ALMA GÜCÜ: Bir müşterinin bir mal veya hizmeti satın almak için sahip olduğu finansal kaynakları,

SATIŞ: Müşteri ihtiyaçlarının doğru biçimde tanımlanması, bu ihtiyacı karşılayacak çözümlerin ve müşterinin elde edeceği faydaların doğru bir yaklaşımla sunulması sonucunda satın alma arzusunun yaratılması ve müşteriye satın alma kararının verdirilebilmesine yönelik süreci,

SATIŞ ALANI: Ürünlerin satışının yapıldığı alanı,

SATIŞ BÖLGESİ: Bir satış personeline verilen, coğrafi sınırları belli, mevcut müşteriler yanında potansiyel müşterilerden de oluşan pazar bölümünü,

SATIŞ DEVİR ORANI: Bir işletme tarafından bir zaman aralığında üretilen gelirin toplam miktarını,

SATIŞ HACMİ: Belirli bir dönemde satılan ürünlerin toplam birim sayısı ya da sağladığı toplam tutarı,

SATIŞ HEDEFİ: Bir zaman aralığı içinde işletmenin planladığı satış miktarı/tutarını,

SATIŞ KANALI: Bir ürünün satışının yapıldığı veya müşteriye ulaştığı yeri,

SATIŞ KOTASI: Satış eylemlerini ve satışçıları yönetmek amacıyla satış yönetiminin satış bölgeleri, bölgede yer alan farklı tipte müşterileri ve/veya ürün bazında belirlediği satış hacmi hedeflerini,

SATIŞ SÜRECİ: Müşteri odaklı strateji ve satış kanallarını geliştirmeyi ve yeni müşteri kazanımı ile çok sayıda satış yapmayı,

SATIŞ TAHMİN TEKNİKLERİ: Bir ürün grubu veya alt sektör satışlarının önümüzdeki dönem içinde satış seviyesinin tahmininde kullanılan teknikleri,

TEDARİKÇİ: Bir ürün ya da hizmetin sunulabilmesi için bir işletmeye ham madde, ürün, insan kaynağı, hizmet vb. sağlayıcıları,

TEHLİKE: İşyerinde var olan ya da dışarıdan gelebilecek, çalışanı veya işyerini etkileyebilecek zarar veya hasar verme potansiyelini,

TERMİN: İşin sonuçlanma tarihini,

ÜRÜN: Bir işletme tarafından üretilen mal ve/veya hizmetleri,

ÜRÜN FARKLILAŞTIRMA: Bir ürünün daha çok piyasadaki ömrünü uzatmak amacıyla tadı, dış görünüşü, ambalajı gibi fiziki görünüşünde meydana getirilen değişikliği,

ÜRÜN GRUBU: Benzer ya da birbirini tamamlayan ürünler topluluğunu,

ÜRÜN İADE: Müşterilerin yaptığı alışverişi daha sonra bedelini almak üzere iade etmesi için tasarlanmış sistemi,

ÜRÜN PORTFÖYÜ: Ürün çeşitliliğini,

ÜRÜN YELPAZESİ: Farklı pazar segmentlerine hitap eden belirli bir ürün temelinde çeşitlendirilmiş ürün dizisini

ifade eder.

İÇİNDEKİLER

1. GİRİŞ	8
2. MESLEK TANITIMI	9
2.1. Meslek Tanımı.....	9
2.2. Mesleğin Uluslararası Sınıflandırma Sistemlerindeki Yeri.....	9
2.3. Sağlık, Güvenlik ve Çevre ile ilgili Düzenlemeler	9
2.4. Meslek ile İlgili Diğer Mevzuat.....	9
2.5. Çalışma Ortamı ve Koşulları.....	10
2.6. Mesleğe İlişkin Diğer Gereklilikler	10
3. MESLEK PROFİLİ	11
3.1. Görevler, İşlemler ve Başarım Ölçütleri	11
3.2. Kullanılan Araç, Gereç ve Ekipman	34
3.3. Bilgi ve Beceriler	34
3.4. Tutum ve Davranışlar	35
4. ÖLÇME, DEĞERLENDİRME VE BELGELENDİRME	37

1. GİRİŞ

Satış Yöneticisi (Seviye 6) ulusal meslek standardı 5544 sayılı Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK) Kanunu ile anılan Kanun uyarınca çıkartılan “Ulusal Meslek Standartlarının Hazırlanması Hakkında Yönetmelik” ve “Mesleki Yeterlilik Kurumu Sektör Komitelerinin Kuruluş, Görev, Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik” hükümlerine göre MYK’nın görevlendirdiği Ankara Ticaret Odası (ATO) ve Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği (AMPD) tarafından hazırlanmıştır.

Satış Yöneticisi (Seviye 6) ulusal meslek standardı, sektördeki ilgili kurum ve kuruluşların görüşleri alınarak değerlendirilmiş, MYK Ticaret (Satış ve Pazarlama) Sektör Komitesi tarafından incelendikten sonra MYK Yönetim Kurulunca onaylanmıştır.

2. MESLEK TANITIMI

2.1. Meslek Tanımı

Satış Yöneticisi (Seviye 6) iş sağlığı, güvenliği ve çevre ile ilgili önlemleri alarak kalite sistemleri çerçevesinde; iş organizasyonu ve satış planlaması yapan, satış alanlarını ve satış personeli yöneten, müşteri ilişkileri yönetim sistemini geliştiren, iş geliştirme ve verimlilik çalışmaları ile mesleki gelişim çalışmalarını yürüten kişidir.

2.2. Mesleğin Uluslararası Sınıflandırma Sistemlerindeki Yeri

ISCO 08: 1221 (Satış ve pazarlama yöneticileri)

2.3. Sağlık, Güvenlik ve Çevre ile ilgili Düzenlemeler

2872 sayılı Çevre Kanunu
4857 sayılı İş Kanunu
6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu
Binaların Yangından Korunması Hakkında Yönetmelik
Çalışanların İş Sağlığı ve Güvenliği Eğitimlerinin Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik
İlk Yardım Yönetmeliği
İş Ekipmanlarının Kullanımında Sağlık ve Güvenlik Şartları Yönetmeliği
İş Sağlığı ve Güvenliği Hizmetleri Yönetmeliği
İşyeri Bina ve Eklentilerinde Alınacak Sağlık ve Güvenlik Önlemlerine İlişkin Yönetmelik
Kişisel Koruyucu Donanım Yönetmeliği
Kişisel Koruyucu Donanımların İşyerinde Kullanılması Hakkında Yönetmelik
Sağlık ve Güvenlik İşaretleri Yönetmeliği

Ayrıca iş sağlığı ve güvenliği ve çevre ile ilgili yürürlükte olan kanun, tüzük, yönetmelik ve diğer mevzuata uyulması ve konu ile ilgili risk değerlendirmesi yapılması esastır.

2.4. Meslek ile İlgili Diğer Mevzuat

193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu
213 sayılı Vergi Usul Kanunu
488 sayılı Damga Vergisi Kanunu
492 sayılı Harçlar Kanunu
556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname
3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu
4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun
4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu
5607 sayılı Kaçakçılıkla Mücadele Kanunu
5684 sayılı Sigortacılık Kanunu
5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu
6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu
6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu
6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun
6802 sayılı Gider Vergileri Kanunu

Yıllık Ücretli İzin Yönetmeliği

Ayrıca, meslek ile ilgili yürürlükte olan kanun, tüzük, yönetmelik ve diğer mevzuata uyulması esastır.

2.5. Çalışma Ortamı ve Koşulları

Satış Yöneticisi (Seviye 6) mal ve/veya hizmet satışı yapılan işletmelerde çalışır. Çalışma ortamı, yoğun olarak satış alanı olmakla birlikte işlerin özelliğine göre büro ortamında çalışması da gerekebilir. Çalışma ortamında iletişim yoğunluklu faaliyetler ile analitik ve dokümanter faaliyetler söz konusudur. Bu tarz çalışmaya bağlı olarak bilgi iletişim teknolojisi araçları yoğun olarak kullanılmaktadır.

Satış Yöneticisi (Seviye 6) genellikle ayakta çalışır ve işinin doğası gereği sık seyahat eder. Buna bağlı olarak dolaşım, kas ve eklem sorunları ile karşılaşabilir.

Satış Yöneticisi (Seviye 6) satış alanında bulunduğu; gürültü, toz, kimyasallar gibi unsurlardan etkilenme olasılıkları az da olsa söz konusudur. Bu nedenlerle satış alanının belirli bölümlerinde kişisel koruyucu donanım kullanarak çalışır. Mesleğin icrası esnasında, iş sağlığı ve güvenliği önlemlerini gerektiren kaza ve yaralanma riskleri bulunmaktadır.

Satış süreçlerinin yürütülmesi yoğun iş temposunda ve stres altında çalışabilmeyi ve süreçte ortaya çıkan güçlüklerin zamanında çözülmesi için esnek çalışma saatlerini gerekli kılmaktadır.

2.6. Mesleğe İlişkin Diğer Gereklilikler

Mesleğe ilişkin diğer gereklilik bulunmamaktadır.

3. MESLEK PROFİLİ

3.1. Görevler, İşlemler ve Başarım Ölçütleri

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
A	İSG ve çevre güvenliği çalışmalarının yürütülmesini sağlamak (devamı var)	A.1	Satış alanında İSG kurallarının uygulanmasını sağlamak	A.1.1	Satış alanındaki ikaz ve yönlendirme levhalarının uygun şekilde asılmasını sağlar.
				A.1.2	Satış alanında yangın ekipmanlarının yasal koşullarına göre bulundurulması için gerekli işlemlerin yapılmasını sağlar.
				A.1.3	Satış alanının İSG kurallarına uygun düzenlenmesini ve kullanılmasını sağlar.
				A.1.4	Satış alanındaki personelin /saha ekibinin sağlık durumu, kaza vb. sorunlara ilişkin bilgi ve kayıtlarının ilgili birime iletilmesini sağlar.
				A.1.5	Satış alanındaki önemli olay ya da kaza raporlarını yorumlayarak ilgili eylem planlarının oluşturulmasına katkı sağlar.
				A.1.6	Onaylanan önleyici eylem planlarının uygulamaya alınmasını sağlar.
				A.1.7	Satış alanında İSG kurallarına uyar.
		A.2	Satış alanında acil durum prosedürlerinin uygulanmasını sağlamak	A.2.1	Satış alanına yönelik acil durum eylem planlarının hazırlanmasına katkı verir.
				A.2.2	Satış alanında acil tahliye kapılarının ve merdivenlerinin işlevselliğinin engellenmeyecek şekilde bulundurulmasını sağlar.
				A.2.3	Satış alanını acil durum prosedürlerine uygun kullanır.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
A	İSG ve çevre güvenliği çalışmalarının yürütülmesini sağlamak	A.3	Satış alanında çevre güvenliği kurallarının uygulanmasını sağlamak	A.3.1	Satış alanının çevre güvenliği kurallarına uygun şekilde düzenlenmesini sağlar.
				A.3.2	Satış alanındaki çevre güvenliği risklerine ait raporları yorumlayarak ilgili eylem planlarının oluşturulmasını ve uygulanmasını sağlar.
				A.3.3	Satış alanındaki atıkların işletme prosedürlerine göre imha edilmesini sağlar.
				A.3.4	Satış alanı ekipmanlarını çevre güvenliği talimatlarına ve koruyucu önlemlere uygun şekilde kullanır/ kullanımını sağlar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
B	İş organizasyonu yapmak (devamı var)	B.1	Satış alanı iş programını hazırlamak	B.1.1	İlgili birimlerden stratejik hedefler, bütçe, denetim raporları, kampanya, indirimler, yeni ürünler, kotalar, nakit akışı/ödemeler, şikâyetler, seyahat harcamaları, iadeler gibi planlamayı etkileyen konularda düzenli bilgi olarak değerlendirir.
				B.1.2	Rakip işletmelerin satış faaliyetleri hakkında hazırlanan raporları düzenli olarak değerlendirir.
				B.1.3	Satış alanından gerçekleşen satışlar, satışa yönelik faaliyetlerin son durumu, karşılaşılan sorunlar, müşteriler vb. hakkında düzenli bilgi olarak değerlendirir.
				B.1.4	Değerlendirmelerine göre yapılacak işleri önceliklendirir.
				B.1.5	Değerlendirmelerine göre günlük, haftalık, aylık ve yıllık iş programlarını işletmenin formatına uygun olarak hazırlar.
				B.1.6	Hazırladığı iş programını ilgili birimin onayına sunar.
				B.1.7	Onaylanmış iş programı hakkında birim personeli bilgilendirerek görev dağılımı yapar.
		B.2	İşletme birimleri ile düzenlenen toplantılara katılmak	B.2.1	İşletme içinde katılacağı toplantının gündemine göre ilgili belge, doküman ve raporların hazırlanmasını sağlar.
				B.2.2	İşletmenin ilgili birimlerine; satış alanı iş programının amaçları, hedefleri ve yürütülmesi planlanan satış faaliyetleri vb. konularda bilgi verir.
				B.2.3	Toplantıda görüşülen konulara ilişkin gerekçeli öneriler sunar.
				B.2.4	Satış süreçlerinin iyileştirilmesine yönelik önerilerde bulunur.
				B.2.5	Toplantıda alınan kararları iş programına yansıtır.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
B	İş organizasyonu yapmak (devamı var)	B.3	İşletmeyi dış organizasyonlarda temsil etmek	B.3.1	İşletmenin dâhil olduğu sektördeki fuar, toplantı, eğitim vb. faaliyetlerin takip eder/edilmesini sağlar.
				B.3.2	İşletmenin tanıtımı için yürütülecek faaliyetleri hedef kitlesine uygun olacak şekilde belirler.
				B.3.3	Belirlediği faaliyetlere katılımında bulunulmasını sağlayarak işletmeyi, ürünleri, kampanyaları vb. tanıtımını sağlar.
				B.3.4	Dış organizasyonlarda gerçekleştirilen faaliyetlerin etkinlik ve etkililiğini değerlendirerek ilgili birim(ler)e raporlar.
		B.4	Teklif/sözleşme şartlarının belirlenmesi çalışmalarını yürütmek	B.4.1	Teklif /sözleşmede yer alacak kişi ve firmalarla olan ilişkileri tanımlar.
				B.4.2	Teklif /sözleşme için gerekli termin, ödeme planı, teslimat koşulları, tahsilat, kiralama şartları, fiyatın geçerlilik süresi gibi sözleşme şartlarını belirler.
				B.4.3	Teklif /sözleşmeye ilişkin belirlediği şartların uygunluğu konusunda işletmenin ilgili birimlerinden onay alır
				B.4.4	Hazırlanan teklif/sözleşmenin imzalanma sürecini takip eder.
		B.5	Sözleşme süreçlerinin yürütülmesini takip etmek	B.5.1	Sözleşmenin uygulanması sürecinde müşteri ile satış sürecindeki teslim, ödeme vb. konulardaki iletişimin yürütülmesini sağlar.
				B.5.2	Sözleşme koşullarının yerine getirilme sürecini takip eder.
				B.5.2	Sözleşme koşullarında değişiklik gereken durumlarda, müşteri ile mutabakat sağlanarak belirlenen yeni koşulların geçerli hale gelmesine ilişkin prosedürlerin yürütülmesini sağlar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
B	İş organizasyonu yapmak	B.6	İşletmenin yıllık envanter sayımını koordine etmek	B.6.1	Yıllık veya dönemsel sayım için verilen göreve göre ilgili bölümde sayım yapılmasını sağlar.
				B.6.2	Envanter sayımının tutarlılığını envanter kayıtlarını inceleyerek değerlendirir.
				B.6.3	Raporlarda tespit ettiği tutarsızlıkların giderilmesi için tekrar sayım yapılmasını sağlar.
				B.6.4	Nihai rapora göre uygulanacak eylem planını hazırlanmasını sağlar.
				B.6.5	Hazırlanan eylem planının ilgili birimlerce zamanında uygulanmasını sağlar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
C	Satış planlaması yapmak (devamı var)	C.1	Müşteri analizi yapmak	C.1.1	Hedef kitleye ilişkin demografik değişkenler (yaş, cinsiyet, gelir durumu, eğitim düzeyi vb.) ile tüketici davranışlarına ilişkin verilere ulaşmak için gerekli organizasyonu yapar.
				C.1.2	Hedef kitleye ait verileri değerlendirerek satın alma potansiyelini belirler.
				C.1.3	Hedef kitle satın alma potansiyeli analiz sonuçları, işletmenin güçlü yönleri, hedefleri ve ürünlerine göre müşteri segmentlerini belirler.
				C.1.4	Her müşteri segmentinin ayrıştırıcı özellikleri, potansiyel değeri ve beklentilerini değerlendirerek hedeflenecek segmentleri belirler.
				C.1.5	Müşteri segmentlerine uygun satış kanallarını, satış yöntemlerini, ürünleri, hizmetleri vb. belirler.
		C.2	Rakip analizi yapmak (devamı var)	C.2.1	Rakip firmalara ilişkin; finansal durum, hedef ve stratejileri, ilgili kaynaklar ve işletme raporlarından yararlanarak periyodik olarak değerlendirir.
				C.2.2	Rakip firmalara ilişkin; finansal güç, ürün yelpazesi, satış miktarları, fiyat politikası vb. verileri satış raporlamalarından yararlanarak periyodik olarak değerlendirir.
				C.2.3	Rakip firmalar tarafından uygulanan satış fiyatları, indirim kampanyaları, promosyonlar, promosyonlu ürünler, yeni ürünler, lansman ve relansmanı yapılan ürünlerin zamanı gibi her türlü satış faaliyetlerini periyodik olarak değerlendirir.
				C.2.4	Değerlendirmelerine göre rakip firmaların pazar payı analizini yapar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
C	Satış planlaması yapmak (devamı var)	C.2	Rakip analizi yapmak	C.2.5	Analiz sonucunda rakip firmalar arasında işletme tarafından takip edilmeye uygun bulunanların güçlü ve zayıf yönlerini, fırsat ve tehditlerini, geçerli analiz yöntemlerini kullanarak belirler.
				C.2.6	Değerlendirme sonuçlarına göre işletme tarafından izlenebilecek rekabet stratejilerine ilişkin önerilerde bulunur.
		C.3	Pazar/sektör analizi yapmak	C.3.1	İşletmenin geçmiş döneme ilişkin; karlılık, satış rakamları (ürün, mevsim, satış alanı, satış kanalı vb. bazında), pazar payı ve konumu, müşteri portföyü, ürün portföyü ve kalitesi, müşteri memnuniyeti, maliyet ve harcamalar, satış ekibi yetkinlikleri, tedarikçilerin performansı vb. verilerini değerlendirir.
				C.3.2	İşletmenin faaliyet gösterdiği sektöre ilişkin; pazar büyüklüğü, pazar potansiyeli/büyüme trendleri, rakip işletmelerin pazar payı, alternatif ürünler, müşterilerin satın alma hacmi, tedarikçilerin kapasitesi vb. verileri değerlendirir.
				C.3.3	Değerlendirmelerine göre mevcut satış alanının kapsamını değiştirme veya yeni satış alanlarına girme hususlarında önerilerde bulunur.
		C.4	Tahmini satış hedefleri, kotaları ve satış bütçesini belirlemek (Devamı var)	C.4.1	İşletmenin mevcut satış hacmi ve geçmiş dönemlere ilişkin satış trendleri, fiyatlandırma ve satış politikaları, uyguladığı/uygulayacağı reklam ve promosyon faaliyetleri, genel ekonomik ve sektörel koşullar, rakip firmaların pazar payı, faaliyetleri, planları vb. verileri değerlendirir.
				C.4.2	Değerlendirme sonuçlarına göre; geçerli satış tahmin tekniklerini kullanarak ve ilgili birimlerle işbirliği yaparak ürün, bölüm vb. bazında tahmini satış hedefleri ile satış hacmi, bütçe, satış elemanlarının eylemleri bazında veya karma biçimde satış kotalarını belirler.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
C	Satış planlaması yapmak (devamı var)	C.4	Tahmini satış hedefleri, kotaları ve satış bütçesini belirlemek	C.4.3	Belirlediği tahmini satış hedefleri ve kotalarını ilgili birimlerin onayına sunar.
				C.4.4	Onaylanan tahmini satış hedefleri ve kotalarını; satış kanalları, ürünler, müşteriler, tedarikçiler, satış fiyatları, satış politikaları, ödeme araçları, tahsilat vadeleri, indirimler, doğrudan ve dolaylı giderler vb. verileri değerlendirerek alternatifli biçimde bütçelendirir.
				C.4.5	Belirlediği satış bütçesi alternatiflerini ilgili birimin onayına sunar.
				C.4.6	Onaylanan satış bütçesinin ilgili birim ve çalışanlara iletilmesini sağlar.
		C.5	Satış süreçlerini planlamak	C.5.1	Satış sürecini; satış işlemi öncesi, satış işlemi aşaması ve satış işlemi sonrası faaliyet adımlarını içerecek şekilde tasarlar.
				C.5.2	Müşterinin ihtiyaçlarının belirlenmesinde kullanılacak yöntemleri, mevcut müşteriler ve yeni müşterilere erişimde izlenecek stratejileri, iletilecek mesajları, kullanılacak kanalları vb. belirler.
				C.5.3	Müşterinin kendisini özel hissedeceği ürün özellikleri/faydalar ile farklı hizmetleri belirleyerek işletmenin ilgili süreçlerine yansıtılmasını sağlar.
				C.5.4	Satış sürecinin; müşteri algı ve beklentilerine göre kalite standartlarının, politikalarının ve prensiplerinin belirlenmesini sağlar.
				C.5.5	Müşteri memnuniyetine ilişkin yapılan araştırma sonuçlarının satış sürecinin geliştirilmesi çalışmalarına yansıtılmasını sağlar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
C	Satış planlaması yapmak (devamı var)	C.6	Satış alanlarının format ve konseptini belirlemek	C.6.1	Ürün, marka, müşteri grupları ve satın alma gücü, rakipler, ekonomik koşullar, sosyo-kültürel koşullar, yasal koşullar, çevresel koşullar, pazar koşulları, işletmenin tedarik ve lojistik gücü gibi değişkenleri değerlendirerek mevcut veya yeni satış alanının format ve konseptini belirler.
				C.6.2	İşletmenin ürünlerine ilişkin; nitelik, yarar, kalite, fiyat/değer dengesi vb. özelliklerini değerlendirerek satış alanı format ve konseptine uygun ürünleri belirler.
				C.6.3	Satış alanının; satış, personel, müşteri, depo vb. alanlar bazında bölümlenmesine yönelik öneriler geliştirir.
				C.6.4	Ürün portföyü, grupların kar marjları, satış devir oranları vb. verileri değerlendirerek ürünlerin departmanlara tahsisi/yerleşim planlaması için öneriler geliştirir.
		C.7	Satış alanının kapsamını belirlemek	C.7.1	Ürün, marka, müşteri grupları ve satın alma gücü, rakipler, ekonomik, sosyo-kültürel, yasal çevresel koşullar ile pazar koşulları, işletmenin tedarik ve lojistik gücü gibi değişkenleri değerlendirerek mevcut veya yeni satış alanlarının kapsamını belirler.
				C.7.2	İşletmenin ürünlerine ilişkin; nitelik, yarar, kalite, fiyat/değer dengesi vb. özelliklerini değerlendirerek satış alanı kapsamına uygun ürünleri belirler.
				C.7.3	Satış alanının; satış, personel, müşteri, depo vb. alanlar bazında bölümlenmesine yönelik gelen önerileri değerlendirerek geliştirir.
				C.7.4	Ürün portföyü, grupların kar marjları, satış devir oranları vb. verileri değerlendirerek ürünlerin departmanlara yerleşim planlaması için gelen önerileri değerlendirerek geliştirir.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
C	Satış planlaması yapmak	C.8	Satış ekiplerini belirlemek	C.8.1	İşletmenin amaç ve stratejileri, müşteri portföyü, ürün çeşitliliği vb. faktörleri değerlendirerek satış ekibinin, bölge, ürün, müşteri grupları bazında veya karma biçimde örgütlenme yapısını belirler.
				C.8.2	Ulaşılmaması planlanan satış hedefleri ve/veya kotaları doğrultusunda satış alanında görev alacak ekibin niteliğini, sayısını, ekibin kullanacağı araç- gereçleri belirler.
				C.8.3	Belirlediği niteliklerdeki ekip ve araç- gereçleri zamanlama planlaması ile birlikte ilgili birimlerden talep eder.
		C.9	Rut planı yapmak	C.9.1	İşletme tarafından belirlenmiş olan satış yöntemine uygun biçimde mevcut ve olası müşterilerin sayılarını, müşteri ziyaretleri için uygun zamanları, ziyaretlerin sıklığını ve sürelerini belirler.
				C.9.2	İşletmenin depolama ve dağıtım olanakları, ürünün müşterilere ulaştırılması ile ilgili maliyetleri, müşterilerin coğrafi bölgelere dağılımını vb. değerlendirerek ziyaret güzergâhlarını belirler.
				C.9.3	Yapılan rut planına göre ürünlerin dağıtılacağı müşterileri, ürünlerin dağıtımına ilişkin zamanlamayı, müşteri ziyaretlerinin sıklıklarını ve ihtiyaç duyulan satış personeli sayılarını belirler.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
D	Satış alanlarını yönetmek (devamı var)	D.1	Satış onayı vermek	D.1.1	Gerekli durumlarda (talebin büyüklüğü, müşterinin görüşme talebi, özel indirim vb.) müşteri ile satış görüşmesi yapar.
				D.1.2	Alınan talebin karşılanmasına yönelik satışın gerçekleşmesi için geliştirilen önerileri değerlendirir.
				D.1.3	Alınan talebin karşılanmasına yönelik satışın gerçekleşmesi için uygun bulduğu önerileri onaylar.
		D.2	Satış hedeflerini izlemek	D.2.1	İşletme tarafından onaylanmış hedef ve kotalara ulaşmak için satışların; bölgelere, ürünlere, satış elemanlarına ve müşterilerine göre nasıl dağıtılacağını belirler.
				D.2.2	Genel ekonomik koşullar, sektörel gelişmeler, yeni ürünler, yeni rakipler, fiyat ve talep değişimleri vb. çevresel koşullara ilişkin verileri düzenli olarak izleyerek hedef ve kotaların çevresel koşullar ile uyumluluğunu periyodik olarak değerlendirir.
				D.2.3	İşletmeye ilişkin satış hacmi, ciro, karlılık, satılan yeni ürünler, kazanılan yeni müşteriler, sunulan yeni hizmetler gibi satış verilerini değerlendirerek satış hedef ve kotalarının gerçekleşme durumlarını değerlendirir.
				D.2.4	Satış hedef ve kotalarında sapma olması durumunda, bu sapmaların nedenlerini geçerli analiz yöntemlerini kullanarak analiz eder.
				D.2.5	Analiz ve değerlendirme sonuçlarına göre hedef ve kotalara ilişkin revizyon ihtiyaçlarını ve alanda uygulanması gereken eylem planları oluşturur.
				D.2.6	Belirlediği revizyon ihtiyaçlarını ve eylem planını ilgili birimlerin onayına sunar.
				D.2.7	Onaylanan hedef ve kotalar ile eylem planının ilgili birim ve çalışanlarına iletilmesini sağlar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
D	Satış alanlarını yönetmek (devamı var)	D.3	Satış bütçesini yönetmek	D.3.1	İşletmenin belirlediği satış dönemi hedeflerine göre belirlenen satış alanı bütçesinin dağılımını yapar.
				D.3.2	Planlanan bütçeyi etkileyen; stok durumu, işletmeye ait personel, eğitim vb. gibi dolaylı ve dolaysız giderler, ürün iade, imha ve atık, fire durumu gibi karlılığı etkileyen durumları satış alanı bazında takip eder.
				D.3.3	Bütçenin gerçekleşmesini etkileyen makro ve mikro değişkenlere göre bütçe dağılımında revizyon talebinde bulunur.
				D.3.4	Revize edilen bütçe dağılımının ilgili birimlere ve çalışanlara iletilmesini sağlar.
				D.3.5	Mevcut bütçe veya revize edilen bütçeye göre işletme tarafından belirlenen reklam, promosyon, tasarruf önlemleri vb. içeren eylem planlarını satış alanı bazında belirler.
				D.3.6	Hazırlanan eylem planlarının zamanında ve etkin uygulanması için ilgili birimlerle işbirliği yapar.
		D.4	Rut planını yönetmek	D.4.1	Rut planı kapsamındaki müşteri ziyaretlerinin/ürün dağıtımının zamanında gerçekleşme durumu, toplam ziyaret sayısına erişebilme, satış elemanlarının yolda geçirdiği zaman, müşteri ziyaret süreleri, satış oranları ve tutarları vb. verilere dayalı olarak rut planının verimliliğini değerlendirir.
				D.4.2	Rut planının verimliliğini etkileyen aksaklıkları gidermeye yönelik önlemleri rut planına yansıtır/
				D.4.3	Rut planındaki değişiklikler konusunda nedenleri ile birlikte satış ekibini bilgilendirir .

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
D	Satış alanlarını yönetmek (devamı var)	D.5	Ürün farklılaştırması ve konumlandırmasını yapmak	D.5.1	Ürünün mevcut satış verilerini düzenli takip eder.
				D.5.2	İlgili birimlerle birlikte yılbaşı, bayram vb. özel günlerde veya dönemlerde, ürüne özel konumlandırma yapılmasını sağlar.
				D.5.3	İşletmeye ait pazar potansiyeli, rakip analizi, ürünün satış durumu ve çevresel faktörlere göre ürünün mevcut konumlandırmasını değerlendirir.
				D.5.4	Ürünün konumlandırmasında, satış ve karlılığı artıran farklılaşma ve yeni konumlandırma önerileri geliştirerek ilgili birimlerin onayına sunar.
				D.5.5	Onaylanan önerilerin ilgili birimler tarafından uygulanmasını sağlar.
		D.6	Satış alanı denetimlerini yönetmek (devamı var)	D.6.1	İşletme stratejisi ve kararlarının, alandaki uygulamasını takip etmek için finans, tahsilat, kesilen fatura miktarı, ürünün bulunurluğu, sarf malzemeleri, demirbaşlar, stok miktarları, kampanya uygulamaları, personel, bayiler vb. değişkenlere bağlı denetim noktaları belirler.
				D.6.2	Belirlenen denetim noktalarının verilerini birbiriyle ilişkilendirecek olası raporlama formatlarını belirler.
				D.6.3	İşletme stratejisi ve kararları doğrultusunda raporlardan elde ettiği sonuçları analiz eder.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
D	Satış alanlarını yönetmek	D.6	Satış alanı denetimlerini yönetmek	D.6.4	Resmi kurumlar, işletmenin sahip olduğu kalite belgelerini veren kurumlar vb. tarafından yapılan tetkikler veya işletmenin iç denetimi sonucunda hazırlanan raporları satış alanı yönetimi açısından değerlendirir.
				D.6.5	Analiz ve değerlendirme sonuçlarına göre alanda uygulanması gereken eylem planlarını oluşturur.
				D.6.6	Eylem planlarını işletmenin ilgili birimleri ile paylaşarak zamanında uygulanmasını sağlar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
E	Müşteri ilişkileri yönetim sistemini geliştirmek (devamı var)	E.1	Müşteri bölümlerini (segmentlerini) belirlemek	E.1.1	Müşterilere ilişkin demografik değişkenler (yaş, cinsiyet, gelir durumu, eğitim düzeyi vb.) ile tüketim alışkanlıklarına ilişkin raporlamaları değerlendirir.
				E.1.2	İşletmenin satış stratejileri doğrultusunda mevcut ve muhtemel karlılık, ciro, ekonomik sürdürülebilirlik ve pazar potansiyeli açısından yaptığı değerlendirmelere göre müşteri profilini belirler.
				E.1.3	Müşteri bilgilerindeki değişiklikleri izleyerek işletmenin satış stratejilerine uygun olarak müşterilerin yeniden bölümlere (segmentlerine) tabi tutulmasını sağlar.
				E.1.4	Müşteri profiline ve segmentlerine ilişkin yaptığı değerlendirmeleri satış stratejilerine yansıtır.
		E.2	Satış alanında müşteri hizmet sürecini geliştirmek	E.2.1	Müşteri ilişkileri sürecini işletme stratejisine uygun olarak; satış öncesi, satış esnası ve satış sonrası aşamalarını içerecek şekilde tasarlar.
				E.2.2	Müşteri hizmetleri sisteminin müşteri algı ve beklentilerine göre işletmenin sahip olduğu kalite standartlarını (varsa) içerecek şekilde politika ve prensiplerin belirlenmesini sağlar.
				E.2.3	Müşteri memnuniyetine ilişkin yapılan araştırma sonuçlarının müşteri hizmetlerinin geliştirilmesi çalışmalarına yansıtılmasını sağlar.
				E.2.4	Müşterinin kendisini özel hissedeceği uygulamaları belirleyerek işletmenin ilgili süreçlerine yansıtılmasını sağlar.
				E.5.5	Geliştirilen yöntemleri ilgili birimlerle paylaşarak uygulanmasını sağlar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
E	Müşteri ilişkileri yönetim sistemini geliştirmek (devamı var)	E.3	Mevcut ve potansiyel müşteri portföyünün sürdürülebilirliğini geliştirmek	E.3.1	Satış alanındaki müşteri segmentlerine göre müşteri hizmetlerinde izlenecek satış stratejileri (kaybedilen müşterileri geri kazanmak, sadık müşteri yaratmak, yeni müşteri bulmak, çapraz satış vb.) konusunda gelen öneri ve fikirleri değerlendirir.
				E.3.2	Müşteri segmentleri ve aldığı önerileri göz önünde bulundurarak müşteri hizmetlerinde izlenecek satış stratejilerini belirler.
				E.3.3	Müşteri segmentlerine göre satış stratejileri ve müşterilere özel uygulanacak kişiselleştirilmiş programları belirler.
				E.3.4	Müşteri segmentlerine uygun sunulacak satış hizmetlerine ilişkin veri tabanları oluşturulmasına katkıda bulunur.
				E.3.5	Müşteri segmentlerine göre müşteriye erişme ve yeni müşteri kazanımına yönelik yöntemler geliştirir.
				E.3.6	Müşteri hizmet stratejilerini müşteri profilindeki değişikliklere göre geliştirir.
				E.3.7	Tasarladığı hizmet stratejilerinin işletme prosedür ve talimatlarına göre uygulanmasını sağlar.
		E.4	Satış sonrası müşteri hizmetleri sürecini yönetmek	E.4.1	Satış stratejisine uygun satış sonrası servis, garanti, iade, değişim vb. hizmetlerin belirlenen prosedürlere uygunluğunu izler.
				E.4.2	Satış sonrası hizmet sürecine ilişkin elde edilen verileri değerlendirerek iyileştirme faaliyetlerinin planlanmasını ve uygulanmasını sağlar.
				E.4.3	Satış sonrası hizmet sürecinin performansını değerlendirerek gerekli olması durumunda satış sonrası hizmetleri yeniden planlar.
				E.4.4	Yeniden planladığı satış sonrası hizmet sürecini ilgili birimlere ileterek uygulanmasını sağlar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
E	Müşteri ilişkileri yönetim sistemini geliştirmek	E.5	Müşteri şikâyetlerinin yönetilmesini sağlamak	E.5.1	Müşteri şikâyetlerinin alınması ve çözümlenmesi süreçleri ile ilgili raporları değerlendirir.
				E.5.2	Değerlendirme sonuçlarına göre eylem planlarının oluşturulmasını sağlar.
				E.5.3	Eylem planlarının ilgili birimlerle paylaşarak zamanında uygulanmasını sağlar.
				E.5.4	Müşteri şikâyetlerinin giderilip giderilmediğinin takip edilmesini sağlar.
		E.6	Müşteri memnuniyet araştırmalarını yönetmek	E.6.1	Müşteri memnuniyeti ve beklentilerinin karşılanma derecesini ölçen araştırmalarının, uygun yöntemlerle (gölge müşteri, gizli müşteri, mağaza içi anket, telefonla geri bildirim, bağımsız şirket kullanma, elektronik ortam vb.) yapılmasını sağlar.
				E.6.2	Memnuniyet araştırma sonuçlarına ilişkin raporlamaları ve elde edilen verileri işletme hedeflerine göre değerlendirir.
				E.6.3	Değerlendirme sonuçlarına göre eylem planlarının oluşturulmasını sağlar.
				E.6.4	Eylem planlarını ilgili birimlerle paylaşarak zamanında uygulanmasını sağlar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
F	İş geliştirme ve verimlilik çalışmaları yürütmek (devamı var)	F.1	Satış süreçlerinde hedeflere ve ihtiyaca göre yeni iş modelleri geliştirmek	F.1.1	Satış süreçlerinde hedeflere ve ihtiyaca göre yeni iş modelleri geliştirmek için satışın performansı, gerçekleşen bütçe, kalite, müşteri ve çalışan memnuniyeti araştırma sonuçlarını vb. inceleyerek yorumlar.
				F.1.2	Satış hedeflerine göre öngörülen/kararlaştırılan yeni yatırımları ve yatırımların öngördüğü operasyonları yönetim ve ilgili birimlerin işbirliği ile belirler.
				F.1.3	Yatırımların veya öngörülen yeni operasyonların kapsamına göre; satış biriminin iş hacmi kapsamında olası değişimleri ve buna bağlı satış birimi operasyon ve organizasyonundaki yeni düzenlemeleri saptar.
				F.1.4	Satış birimine ait yeni operasyon ve düzenlemelere ilişkin süreç tasarımı, iş akışını ve yol haritasını oluşturur.
				F.1.5	Öngörülen operasyonların fiziksel koşulları ve bunlarla ilgili altyapı ve teknik ihtiyaçların tespit edilmesine katkıda bulunur.
				F.1.6	İhtiyaçların giderilmesine yönelik yaptığı araştırma sonuçlarını ilgili birimlere aktararak kaynak planlamasına katkıda bulunur.
				F.1.7	Yaptığı belirleme, tasarım ve araştırmalara göre bir fizibilite raporu hazırlayarak raporu ilgili birimlerin onayına sunar.
				F.1.8	Fizibilite raporunda ilgili birimler tarafından talep edilen revizyonları yapar.
				F.1.9	Onaylanan iş geliştirme modelinin, operasyonlarına ve iş akışına göre iş talimatlarının hazırlanmasını ve uygulanmasını sağlar.
				F.1.10	Uygulanan yeni iş modelinin performansını belirlenen yöntemlere uygun olarak takip eder.
				F.1.10	Uygulanan iş modelinin işletme hedef ve stratejilerine etkisini değerlendirerek raporlar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
F	İş geliştirme ve verimlilik çalışmaları yürütmek (devamı var)	F.2	İşletmenin yönetim sistemlerinin belgelendirilmesine yönelik çalışmaları koordine etmek	F.2.1	Belgelendirme sürecinde kalite birimince talep edilen bilgi/belge hazırlama ve diğer ilgili hazırlık çalışmalarına yönelik faaliyetlerin yürütülmesini sağlar.
				F.2.2	Satış süreçlerinin yönetim sistemleri gereklerine göre yapılan uygulamalarının dokümanite edilmesini sağlar.
				F.2.3	Satış süreçlerinin yönetim sistemleri gereklerine göre yapılan dış denetimlerinde denetçilere nezaret edilmesini sağlar.
				F.2.4	Denetimler sonucundaki raporları değerlendirerek olumsuzlukları giderici iyileştirme çalışmalarının yürütülmesini sağlar.
		F.3	Ulusal ve uluslararası yönetim sistemlerine ilişkin standartların satış süreçlerinde uygulamasını koordine etmek	F.3.1	Satış süreçlerinde yönetim sistemleri gereklerine göre yapılan uygulamaların, talimatlarına uygun olarak yürütülmesini sağlar.
				F.3.2	Satış süreçlerindeki uygulamaların, yönetim sistemleri gereklerine göre kayıt altına alınmasını sağlar.
				F.3.3	Süreçlerin yönetim sistemlerine göre uygulanmasını denetler.
				F.3.4	Kontrol sonucunda iyileştirme amaçlı eylem planları geliştirerek uygulanmasını sağlar.
				F.3.5	İyileştirme amaçlı uygulanan eylem planlarının etkinliğini değerlendirerek ilgili birim(ler)e raporlar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
F	İş geliştirme ve verimlilik çalışmaları yürütmek	F.4	Yatırım planlamasına ilişkin çalışmalara katılmak	F.4.1	Satış raporlamalarına ve durum analizine göre geleceğe dönük yatırım planlamasına ilişkin görüş ve öneriler geliştirir.
				F.4.2	Taleplere göre satış alanlarında fizibilite çalışması yapar.
				F.4.3	Fizibilite çalışması sonuçlarını raporlayarak ilgili birimlerle paylaşır.
		F.5	Sektördeki yenilik ve AR-GE çalışmalarını satış faaliyetlerine yansıtmak	F.5.1	Fuarlara, eğitimlere, bilimsel toplantılara katılarak veya bilgi iletişim teknolojileri ile diğer akademik veya sektörel kaynaklardan yenilikleri izleyerek AR-GE faaliyetlerini destekler.
				F.5.2	İşletmede değerlendirilebilecek yenilikler hakkında ilgilileri bilgilendirerek uygun olanları satış süreçlerini geliştirmede ele alır.
		F.6	İş süreçlerinde kurumsal kaynak planlama sisteminin (BT tabanlı) uygulanmasını koordine etmek	F.6.1	Kurumsal kaynak planlama sistemini; sistemin teknik özelliklerine ve yönergelerine göre satışın tüm süreçlerindeki planlama, takip ve kontrol işlemlerinde kullanır.
				F.6.2	Satış ile ilgili kurumsal kaynak planlama sistemine ilişkin ihtiyaçları belirleyerek ilgili birimlere raporlar.
				F.6.3	Satış ile ilgili kurumsal kaynak planlama sisteminin birim personeli tarafından kullanmasını sağlar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
G	Satış personelinin yönetmek (devamı var)	G.1	Satış personelinin görev tanımlarının hazırlanmasına yönelik çalışmaları yürütmek	G.1.1	İş süreçlerine göre kuruluşun organizasyon şemasının hazırlanması çalışmalarına katılır.
				G.1.2	İlgili birimlerin önerilerini alarak iş süreçlerine göre personel görev tanımlarının oluşturulmasına katkıda bulunur.
		G.2	Personel ilişkilerini geliştirmek	G.2.1	İşletmenin temel politikalarını kendisine bağlı personele aktarır/aktarılmasını sağlar.
				G.2.2	Birim personelinin iş süreçleri ve çalışma koşullarına ilişkin önerilerini alarak değerlendirir.
				G.2.3	Yönetimce belirlenen motivasyon artırıcı faaliyetleri uygular.
		G.3	Satış personelinin performans değerlendirmesini yapmak	G.3.1	Kendisine bağlı personelin görevlerine ve iş dağılımına göre mesleki bilgi, beceri ve diğer mesleki niteliklerini (ekiple çalışma, zamanlama, çalışma hızı, vb.) somut şekilde örnekleyerek ve verilerle destekleyerek değerlendirir.
				G.3.2	Kendisine bağlı personelin; ekip yönetme, iş organizasyonu, birimin iş çıktılarının kalitesi, işletmenin hedeflerine, kalite kurallarına ve görev tanımlarına uygun çalışma, etkin iş iletişimi, iş ve şirket kurallarını uygulama gibi ölçütlere göre somut şekilde örnekleyerek ve verilerle destekleyerek değerlendirir.
				G.3.3	Değerlendirme sonuçlarına ve ihtiyaca göre, personelin performansını artırıcı; ödül, terfi, ihtar, görev değişimi, eğitim gibi faaliyetleri belirleyerek ilgili birimden talep eder.
				G.3.4	Performans değerlendirmesi sonuçlarına göre terfi edecek ve/veya ödüllendirilecek personelin ilgili birimlerle birlikte belirlenmesini sağlar.
				G.3.5	Personelini koçluk yöntemlerini kullanarak iş disiplini geliştirme ve performansını geliştirme yönünde destekler.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
G	Satış personeli yönetmek	G.4	Satış personelinin özlük işlerini takip etmek	G.4.1	İş planına ve yasal haklara uygun olarak personelin özlük haklarını kullanmasını sağlar.
				G.4.2	Hazırlanan izin çizelgelerinin işletmenin iş planlarına ve dönemsel iş programlarına uygunluğunu kontrol ederek onaylar.
				G.4.3	Kendisine bağlı personelin özlük haklarına ilişkin kayıtların tutulmasını sağlar.
		G.5	Satış personeline ilişkin işe alım ve işten çıkarma işlemlerinde ilgili birime destek vermek	G.5.1	Personel ihtiyacını iş hacmine ve gelecek hedeflerine göre belirleyerek ihtiyaçlara göre işe alınacak eleman vasıflarını ilgili birimlerle birlikte tespit eder.
				G.5.2	Belirlediği işgücü ihtiyacı ve vasıflarını ilgili birime iletir.
				G.5.3	Başvuran adaylarla ilgili birimin yönlendirmesine göre görüşmeler yapar.
				G.5.4	Performans değerlendirmelerine, disiplin durumuna, İş Kanunu'na göre işten çıkarılma zorunluluğu olan personeli belirler.
				G.5.5	İşten çıkarılacak veya ayrılacak personeli yasal prosedüre uygun şekilde ilgili birime bildirir.
				G.5.6	İşten çıkarılacak veya ayrılacak personelin yasal prosedüre uygun olarak çıkış görüşmesini yapar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
H	Mesleki gelişim çalışmalarını yürütmek	H.1	Satış personelinin mesleki gelişimine destek vermek	H.1.1	İşletmede uyum programlarının oluşturulmasına ve uygulanmasına katkıda bulunur.
				H.1.2	İlgili birim(ler) ile birlikte alınan eğitimlerin belgelendirilmesini veya kayıt altına alınmasını sağlar.
				H.1.3	Alınan eğitimin etkinliğine ilişkin değerlendirme yaparak ilgili birime geri bildirimde bulunur.
		H.2	Satış personeline hizmet içi eğitim vermek	H.2.1	Satış personeline; yapılacak işlere ilişkin iş talimatlarını, bilgi ve deneyimlerini teorik ya da uygulamalı olarak aktarır.
				H.2.2	İlgili birimlerce yapılan organizasyonlara göre, görev alacağı hizmet içi eğitimleri; konu, katılımcı özellikleri ve ihtiyaçları, eğitim hedefleri vb. göre planlar.
				H.2.3	Satış personeli için planladığı satış eğitimlerini, ilgili birimin yaptığı programa göre ve amaca uygun yöntemler kullanarak gerçekleştirir.
				H.2.4	Verdiği eğitimleri uygun yöntem ve araçlarla değerlendirerek ilgili birime geri bildirimde bulunur.
		H.3	Bireysel mesleki gelişimini sağlamak	H.3.1	Eğitim ihtiyaçlarına göre ilgili kuruluşlar tarafından satış ve diğer ilgili konulara ilişkin düzenlenen eğitim programlarını izleyerek katılır.
				H.3.2	Mesleğindeki ve sektördeki gelişmeleri ilgili kaynaklardan izleyerek çalışmalarına yansıtır.
				H.3.3	Mesleği ile ilgili mevzuat ve norm değişikliklerini, işletmenin ilgili birimlerinden veya dış kaynaklı yayınlarından izleyerek çalışmalarına yansıtır.
				H.3.4	Kişisel kariyer hedeflerine göre kısa ve uzun dönemli mesleki gelişimini planlayarak uygular.

3.2. Kullanılan Araç, Gereç ve Ekipman

1. Bilgisayar (tablet, mobil cihazlar vb.)
2. Binek araç (otomobil, ticari araç vb.)
3. Görüntüleme cihazları (fotoğraf makinesi, kamera, projeksiyon cihazı vb.)
4. Hesap makinesi
5. İletişim araçları (telefon, telsiz vb.)
6. Yazılım sistemleri (Faturalandırma, sevkiyat, araştırma, müşteri veri tabanı, fiyatlandırma, MRP, ERP vb.)
7. KKD (Sahada bulunduğu; iş elbisesi, baret, maske, eldiven, gözlük, bone vb.)
8. Ofis araç-gereçleri (makas, maket bıçağı, zımba vb.)
9. Ofis ekipmanları (yazıcı, fotokopi makinesi, faks, tarayıcı vb.)
10. Satış kiti (el terminali, POP malzemesi POS cihazı, tanıtım CD'si, broşür, katalog, numune, fatura, seyahat/iş programı vb.)
11. Sesli kayıt cihazları
12. Ticari belgeler (irsaliye, fatura, sipariş formu vb.)
13. Yangın ekipmanları

3.3. Bilgi ve Beceriler

1. Acil durum bilgisi
2. Analitik düşünme becerisi
3. Araç, gereç ve ekipman bilgisi
4. Araştırma, analiz ve değerlendirme bilgi ve becerisi
5. Bilgisayar ve bilgi teknolojileri okuryazarlığı (ofis programları dâhil) ve sosyal medyayı kullanma bilgi ve becerisi
6. Çalışma mevzuatı bilgisi
7. Çalışma ortamındaki tehlike işaretleri bilgisi
8. Çalıştığı sektör ve satış ile ilgili mevzuat ve normlara dair bilgi
9. Çalıştığı sektör ve satış ile ilgili mevzuat ve normları işe göre uygulama bilgi ve becerisi
10. Çalıştığı sektörde hizmet/üretim ve satın alım ile ilgili teknik terimler bilgisi
11. Çalıştığı sektörde hizmet/üretim süreçleri ile standartlarına dair bilgi
12. Çalıştığı sektördeki ürünler ve ürünlerin özelliklerine ilişkin bilgi
13. Çalıştığı sektördeki ürünlerin kalite kontrol yöntemleri ve süreçleri bilgisi
14. Çalıştığı sektörde çevre koruma yöntemleri bilgisi
15. Dağıtım ağı yönetimi uygulamaları bilgi ve becerisi
16. Dikkat ve konsantrasyon becerisi
17. Doğrulama ve kıyaslama bilgi ve becerisi
18. Eğitim verme ve yöneticinin kariyer gelişimi uygulamaları bilgi ve becerisi
19. Ekip çalışması ve yönetimi becerisi
20. Empati becerisi
21. Farklılıklara uyum ve değişimi yönetme bilgi ve becerisi
22. Finansal verileri okuma ve yorumlama bilgi ve becerisi
23. İşletme kaynak planlama yazılım sistemleri (ERP, MRP vb.) kullanma bilgi ve becerisi
24. İleri düzeyde satış teknikleri bilgi ve becerisi
25. İleri düzeyde maliyetlendirme ve bütçe uygulamaları bilgi ve becerisi
26. İş geliştirme bilgi ve becerisi
27. İş Kanunu ve ilgili mevzuata dair bilgi
28. İş sağlığı ve güvenliği bilgisi
29. İş planlama bilgisi

30. İşletme satış süreçlerinde arşivleme uygulamaları bilgisi
31. İşletme yerleşim planı bilgisi
32. İnsan kaynakları planlama ve personel yönetimi uygulamaları (mevzuat dâhil) bilgi ve becerisi
33. İşyeri çalışma prosedürleri bilgisi
34. Kayıt tutma ve raporlama bilgi ve becerisi
35. Koordinasyon ve süreç yönetimi becerisi
36. Kriz yönetimi bilgi ve becerisi
37. Mesleki teknik terimler bilgisi
38. Müşteriler, tüketiciler ve çalışanları ikna etme becerisi
39. Müzakere ve çatışma yönetimi bilgi ve becerisi
40. Orta düzeyde iş piyasası verilerini okuma ve yorumlama bilgi ve becerisi
41. Pazarlama uygulamaları bilgi ve becerisi
42. Performans ölçme ve değerlendirme bilgi ve becerisi
43. Problem çözme becerisi
44. Risk yönetimi bilgi ve becerisi
45. Satışta süreç tasarımı ve planlama bilgi ve becerisi
46. Sayısal ve sayılarla düşünme becerisi
47. Sözleşme hazırlama bilgi ve becerisi
48. Sözlü ve yazılı iletişim ve sosyal etkileşim becerisi
49. Stratejik yönetim araçlarının kullanımına ilişkin bilgi ve beceri
50. Temel düzeyde muhasebe bilgisi
51. Ticari hukuku bilgisi
52. Tüketici hakları bilgisi
53. Ulusal ve uluslararası kalite standartları ve belgelendirme süreçlerine dair bilgi
54. Veri okuma, yorumlama ve işleme uygulamaları bilgi ve becerisi
55. Zamanı iyi kullanma becerisi

3.4. Tutum ve Davranışlar

1. Bilgi, tecrübe ve yetkisi dâhilinde karar vermek
2. Çalışma ortamında iş disiplini sağlamada doğru, etkili tutum ve davranışlara sahip olmak
3. Çalışma zamanını iş emrine uygun şekilde etkili ve verimli kullanmak
4. Çalışmalarında planlı ve organize olmak
5. Çevre korumaya karşı duyarlı olmak
6. Çevre, kalite ve İSG mevzuatında yer alan düzenlemeleri benimsemek
7. İşyeri çalışma prensiplerine uymak
8. İşyerinde doğru kişilerden, zamanında ve doğru bilgi almak ve aktarmak
9. İşyerine ait araç, gereç ve malzemelerin kullanımına özen göstermek
10. Kaynakların verimli kullanılmasına özen göstermek
11. Mesleğine ilişkin konulara yönelik hayat boyu öğrenmeyi gerçekleştirmek
12. Mesleğine ilişkin konularda astlarına doğrudan ve etkili geri beslemede bulunmak
13. Mesleğine ilişkin yeniliklere/yeni fikirlere açık olmak ve astlarını yeniliğe teşvik etmek
14. Meslek etiğine uygun davranmak
15. Problemleri eksiksiz olarak ilgililere aktarmak
16. Satış süreçlerinde kalite odaklı çalışmak
17. Satış süreçlerinde müşteri odaklı olmak
18. Satış süreçlerinde risklere karşı öngörülü ve hazırlıklı olmak
19. Satış süreçlerinin yönetiminde hızlı ve pratik davranmak

20. Satış süreçlerinin yönetiminde mali, hukuki ve iktisadi detaylara özen göstermek ve bu konulardaki kuralların uygulanmasında duyarlı olmak
21. Satış süreçlerinin yönetiminde uyarı ve eleştirilere açık olmak
22. Satış süreçlerinin yönetiminde, yetki sınırları içinde, etkili ve hızlı inisiyatif kullanmak
23. Temizlik, düzen ve işyeri tertibine özen göstermek

4. ÖLÇME, DEĞERLENDİRME VE BELGELENDİRME

Satış Yöneticisi (Seviye 6) meslek standardını esas alan ulusal yeterliliklere göre belgelendirme amacıyla yapılacak ölçme ve değerlendirme, gerekli şartların sağlandığı ölçme ve değerlendirme merkezlerinde yazılı ve/veya sözlü teorik ve uygulamalı olarak gerçekleştirilecektir.

Ölçme ve değerlendirme yöntemi ile uygulama esasları bu meslek standardına göre hazırlanacak ulusal yeterliliklerde detaylandırılır. Ölçme ve değerlendirme ile belgelendirmeye ilişkin işlemler Mesleki Yeterlilik, Sınav ve Belgelendirme Yönetmeliği çerçevesinde yürütülür.

Ek: Meslek Standardı Hazırlama Sürecinde Görev Alanlar

1. Meslek Standardı Hazırlayan Kuruluşun Meslek Standardı Ekibi

Seçil DERELİ, Ankara Ticaret Odası, Komisyonlar Müdürlüğü, Müdür Yardımcısı
Elif Tuba ÖZ FİLİZ, Ankara Ticaret Odası, Komisyonlar Müdürlüğü, Memur
Hayrünnisa SALDIROĞLU, EDUSER Ltd. Şti., Meslek Standardı Hazırlama Çalıştay-DACUM Moderatörü, Eğitim ve Kariyer Danışmanı
Selen AVCI, EDUSER Ltd. Şti., Meslek Standardı Hazırlama Çalıştay-DACUM Moderatörü ve Raportör

2. Teknik Çalışma Grubu Üyeleri

Ahmet SEVÜKTEKİN, BAŞGİMPA Başdurak Gıda İhtiyaç Maddeleri Tic. ve San. Ltd. Şti., Sistem Müdürü
A.Yasir KILIÇASLAN, Kardelen Boya ve Kimya Sanayi Ltd. Şti., Satış Müdürü
Ayça AYTAÇ, Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği, Genel Koordinatör
Birsen TOPÇU, ÜRO-FİZ Tıbbi Malzemeler Sağlık Hiz. San. ve Dış Tic. Ltd. Şti., Şirket Müdürü
Bülent GARİP, Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği, Denetim Kurulu Üyesi
Can Vehbi KIRICI, İstanbul Baharat Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti., Firma Yetkilisi
Durmuş ANKIŞHAN, Doku Tıbbi Malzeme Sağlık Araç ve Gereçleri Tic. Ltd. Şti., Şirket Müdürü
Ebru GÜLER, Pimser Proje Elektronik İç ve Dış Tic. Ltd. Şti., İthalat ve Satış Yöneticisi
Elif SAĞLAM, KOÇTAŞ Yapı Marketleri Tic. A.Ş., İnsan Kaynakları Uzmanı
Emine BİLGİN, Elkir Danışmanlık Ltd. Şti., Danışman – Eğitmen
Emrah AYDIN, Migros Ticaret A.Ş., Bölge Müdürü
Erhan ERCAN, Akbaba Giyim San. ve Tic. Ltd. Şti., Şube Müdürü
Eylem Narin AKTAŞ, CarrefourSa Carrefour Sabancı Ticaret A.Ş., Eğitim Uzmanı
Ferhat ULUKAVAK, Migros Ticaret A.Ş., Mağaza Müdürü
Feti ALTINTAŞ, Akbaba Giyim San. ve Tic. Ltd. Şti., Şube Müdürü
Gülsüm ŞAHİN, Yürür Grup Gıda San. ve Turizm Tic. Ltd. Şti., Pazarlama Müdürü
Irmak ALPASLAN, Migros Ticaret A.Ş., Mağaza Müdürü
İbrahim EDİRNELİ, Pazarlama Profesyonelleri Derneği, Yönetim Kurulu Üyesi
Kader SEZER, Aktif Danışmanlık Temsilcilik İthalat İhracat San. ve Tic. Ltd. Şti., Firma Sahibi
Koray BİLTEKİN, CarrefourSa Carrefour Sabancı Ticaret A.Ş., Satış Yöneticisi
Hande EDİZKAN BUDAK, Acıbadem Sağlık Hiz. Tic. A.Ş. Ankara Hastanesi, Pazarlama ve Kurumsal İletişim Sorumlusu,
Hatice MUNGAN, Acıbadem Sağlık Hiz. ve Tic. A.Ş., Ankara Hastanesi, İnsan Kaynakları Uzmanı

Hüseyin GÖKDEMİR, ARES Eğitim, Araştırma ve Danışmanlık , Firma Sahibi

Hüseyin ŞEN, Trio Group İnş. Mimarlık Müh. Özel Sağlık Turizm Taşımacılık Eğitim Tekstil Konfeksiyon Gıda İmalat İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti., Yönetim Kurulu Üyesi

Kamil GÖKÇELİK, Ekositem Yönetim Hiz. Elekt. İnş. Temizlik Tic. Ltd. Şti., Genel Müdür

M. Murat ALTIOK, Eraltek Bilişim Teknolojileri Kırtasiye San. ve Tic. Ltd. Şti., Genel Müdür

Prof. Dr. Muazzez BABACAN, Pazarlama Profesyonelleri Derneği, Dernek Başkanı

Nuray ABBAS, Ankara Perakendeciler Derneği (PERDER), Koordinatör

Özgür BARAN, Dost Boya İnşaat ve Otomotiv San. Tic. Ltd. Şti. , Satış Müdürü

Sabahnur ERDEMLİ, Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği (AMPD), Genel Sekreter

Sedat KOCA, Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği , Avukat

Dr. Seyhan ÖZAVCI, Migros Ticaret A.Ş., Mavi Yaka Eğitim Geliştirme Müdürü

Prof. Dr. Sezer KORKMAZ, Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneği, Genel Sekreter

Sinan ALTAÇ, Niken Nakliyat ve İnşaat Taahhüt San. Tic. Ltd. Şti., Bölge Müdürü

Tuğçem ALTUĞ ŞENOL, KOÇTAŞ Yapı Marketleri Tic. A.Ş., İnsan Kaynakları Sorumlusu

Zuhal GEZER, Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği, Sayman

3. Görüş İstenen Kişi, Kurum ve Kuruluşlar

A.S. Watson Güzellik ve Bakım Ürünleri Tic. A.Ş.

Abdi İbrahim İlaç San. ve Tic. A.Ş.

Açkar Süt Ürünleri Tarım Hayvancılık Sanayi Ticaret A.Ş.

Aksigorta A.Ş.

Akyurt Süpermarket Gıda İnş. San. ve Tic. A.Ş.

Alarko Carrier Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Alternatif İnş. Müh. A.Ş.

Altın Güvenal Kuyumculuk ve Mücevherat İnş. Tekstil Gıda Tic. Ltd. Şti.

Altınbaş Kuyumculuk İthalat İhracat San. ve Tic. A.Ş.

Altunbilekler Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Tic. ve San. Ltd. Şti.

Anadolu Araçlar Ticaret A.Ş.

Ankara Pazarlama ve Pazarlama Araştırma Derneği

Ankara Perakendeciler Derneği

Ankara Sanayi Odası

Antalya Ticaret Borsası Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Pazarlama Bölümü ve Perakende Alanı Bölümü

Arçelik A.Ş.

Aroma Bursa Meyve Suları ve Gıda Sanayi A.Ş.

ASELSAN Elektronik Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Atasay Kuyumculuk Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Ataşchir D. Sabancı Ticaret Meslek Lisesi Pazarlama Bölümü ve Perakende Alanı Bölümü

Atlantik Eğitim Yayın Taşımacılık Bilgisayar Tic. A.Ş.

Atlas 3 İletişim Elektronik Elektrik Gıda İnş. Turz. Tekstil İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.
Aydınlıkevler Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Pazarlama Bölümü ve Perakende Alanı
Bölümü
Aypek Petrol Pazarlama İth. İhr. İnş. Taşımacılık Tic. ve San. Ltd. Şti.
Başkent Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü
Bauhaus İnş. Mal. Ev Gereçleri Ltd. Şti.
Bernardo Pazarlama Sanayi ve Dış Ticaret Ltd. Şti.
Beşparmak Otomotiv San. ve Tic. Ltd. Şti.
Beyda Kozmetik Ltd. Şti.
Bimeks Bilgi İşlem ve Dış Tic.A.Ş.
Birleşmiş Markalar Derneği
Boğaziçi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü
Borusan Otomotiv Pazarlama ve Ticaret A.Ş.
Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş.
Bursa Ticaret ve Sanayi Odası
Büyük Mandıra Gıda Bakliyat Tem. İht. Maddeleri San. ve Tic. Ltd. Şti. – Etimesgut Şubesi
Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.
Çelikler Süpermarket, Gıda, Hayvancılık, Tekstil, İnşaat İthalat ve İhracat San. Tic. Ltd. Şti.
Daser Mühendislik ve İnşaat Malz. Tic. Ltd. Şti.
Denizli Ticaret Odası
Devrimci İşçi Sendikaları Konfederasyonu
Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği
Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü
DYO Boya Fabrikaları A.Ş.
Ege Bölgesi Sanayi Odası
Ege Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu İşletme Yönetimi Bölümü
Ekositem Yönetim Hiz. Elekt. İnş. Temizlik Tic. Ltd. Şti
Ekoten Tekstil A.Ş.
Elkir Danışmanlık Ltd. Şti.
English Home-EHM Mağazacılık Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Enne Mobilya Oto. İnş. Teks. San. ve Tic.
Enternasyonel Hilton Otelleri A.Ş.
Esse Ev Ürünleri Pazarlama Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Eti Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Fine Otel Turizm İşletmeciliği A.Ş.
Ford Otomotiv Sanayi A.Ş.
Galatasaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü
Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü
Gaziantep Ticaret Odası
General Motors Türkiye Ltd. Şti
Gıda Perakendecileri Derneği
Goldaş Kuyumculuk Sanayi İthalat İhracat A.Ş.
Güral Porselen-Heriş Seramik ve Turizm Sanayi A.Ş.

Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü
Hak-İş Konfederasyonu
Hell Klar Hamile Giyim ve San. Tic. Ltd. Şti.
İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Bölümü
İpeker Tekstil Tic. ve San. A.Ş.
İstanbul Baharat Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.
İstanbul Sanayi Odası
İstanbul Ticaret Odası
İstanbul Ticaret Üniversitesi Ticari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü
İstikbal Mobilya Sanayi ve Ticaret A.Ş.
İzmir Ekonomi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü
İzmir Ticaret Odası
Kadıköy Anadolu Ticaret ve Ticaret Meslek Lisesi Pazarlama ve Perakende Alanı Bölümü
Kağıtsan Yayıncılık Kağıt Matbaa San. ve Tic. Ltd. Şti.
Karadeniz Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü
Kategori Mağazacılığı Derneği
Kayseri Ticaret Odası
Kiler Alışveriş Hizm. Gıda ve Tic. A.Ş.
Kocaeli Sanayi Odası
Kocaeli Ticaret Odası
Koçtaş Yapı Marketleri Tic. A.Ş.
KOLUMAN Motorlu Araçlar A.Ş.
Kurumsal İletişimciler Derneği
Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
Kütahya Porselen Sanayi A.Ş.
MAİS Motorlu Araçlar İmal ve Satış A.Ş.
Makromarket A.Ş.
MAN Türkiye A.Ş.
Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Pazarlama Bölümü ve Reklamcılık Bölümü
Marshall Boya ve Vernik A.Ş.
Mersin Ticaret ve Sanayi Odası
Mersin Üniversitesi Anamur Meslek Yüksek Okulu Pazarlama Bölümü ve Reklamcılık Bölümü
Migros Ticaret A.Ş.
Novartis Sağlık Gıda ve Tarım Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Ortadoğu Rulman Sanayi ve Tic. A.Ş.
Ortadoğu Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü
Otomotiv Distribütörleri Derneği
Otomotiv Lastik Satıcıları ve Servisçileri Derneği (LASED)
Öğütler Gıda Ticaret Pazarlama ve Sanayi Ltd Şti.
Paşabahçe Cam Sanayi ve Ticaret. A.Ş.
Pazarlama Profesyonelleri Derneği

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneği
Pınar Süt Mamülleri Sanayi A.Ş.
PLATO Yapı A.Ş.
Promaksgrain Endüstri Tarım Ürünleri ve Gıda San. Tic. A.Ş.
Ritmik Tanıtım Bilişim Medya Turz. Yatırımları San. ve Tic. Ltd. Şti.
SARAR Giyim Tekstil Enerji Sanayi ve Ticaret AŞ
Seğmenler Eğitim Danışmanlık Sağlık Hiz. Pzlm. Tic. ve San. Ltd. Şti.
SETUR Seyahat Acenteleri Ltd. Şti.
Siemens Sanayi ve Ticaret A.Ş.
SİF İş Makinaları Pazarlama San. ve Tic. A.Ş.
Sincan IMKB Ticaret Meslek Lisesi Pazarlama Bölümü ve Perakende Alanı Bölümü
Süleyman Demirel Üniversitesi Meslek Yüksekokulu İşletme Yönetimi Bölümü
SÜTAŞ Süt Ürünleri A.Ş.
Şençam Lokantacılık Turizm San. ve Tic. Ltd. Şti.
T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (İş Sağlığı ve Güvenliği Genel Müdürlüğü)
T.C. Devlet Personel Başkanlığı
T.C. Milli Eğitim Bakanlığı (Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü)
T.C. Milli Eğitim Bakanlığı (Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü)
T.C. Milli Eğitim Bakanlığı (Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğü)
T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı
Tamek Gıda ve Konsantre Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Tekin Acar Büyük Mağazacılık Tic. A.Ş.
Tepe Home Mobilya ve Dekorasyon Ürünleri Ticaret A.Ş.
Tesco Kipa Kitle Pazarlama Ticaret Lojistik ve Gıda Sanayi A.Ş.
TOBB Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü
Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş.
TORKU-Konya Şeker Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.
TUSAŞ-Türk Havacılık ve Uzay Sanayii A.Ş. – TAI
Tüketici Hakları Derneği (THD)
Tüketici Yararına Araştırma Derneği (TÜYADER)
Türkiye Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Federasyonu
Türk Hava Yolları A.O.
Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu
Türkiye Garanti Bankası A.Ş.
Türkiye İhracatçılar Meclisi
Türkiye İnsan Yönetimi Derneği
Türkiye İstatistik Kurumu
Türkiye İş Kurumu (İş ve Meslek Danışmanlığı Dairesi Başkanlığı)
Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu
Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu
Türkiye Kooperatif, Ticaret Eğitim ve Büro İşçileri Eğitimi Sendikası (Koop - İş)
Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
Türkiye Perakendeciler Federasyonu
Türkiye Yangından Korunma ve Eğitim Vakfı
Türkiye Yeşilay Cemiyeti
Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

Uludağ Üniversitesi Mustafa Kemal Paşa Meslek Yüksek Okulu İşletme Yönetimi Bölümü
Unilever Sanayi ve Ticaret Türk A.Ş.
Ülker Çikolata Sanayi A.Ş.
Üntes Makina ve Montaj San. ve Tic. A.Ş.
Vakko Tekstil ve Hazır Giyim Sanayi İşletmeleri A.Ş.
Vatan Bilgisayar Ticaret ve Sanayi A.Ş.
Venüs Sigorta Aracılık Hiz. Ltd. Şti.
Viko Elektrik ve Elektronik End. San. ve Tic. A.Ş.
Vitro Karo Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Yakup Özkılıç-Marmara Sosyal Hizmetleri Tarım Peyzaj Çiçekçilik İnş. Tic. ve Paz.
Yıldırım İnşaat Tekstil Fidancılık ve Peyzaj Hayvancılık Otomotiv Petrol Elektronik San. İç
ve Dış Tic. Ltd. Şti.
Yunus Market İşletmeleri Tic. A.Ş.
Yurtiçi Kargo Servisi A.Ş.
Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı
Za Giyim İthalat İhracat ve Tic. Ltd. Şti.
Zarif Çorap Tekstil İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti.

4. MYK Sektör Komitesi Üyeleri ve Uzmanlar

Musa BEŞPARMAK,	Başkan (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği)
Prof. Dr. Vesile Aslıhan NASIR,	Başkan Vekili (Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı)
Tayibe KAVAK,	Üye (Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı)
Engin COŞKUNCA,	Üye (Milli Eğitim Bakanlığı)
Adnan BENLİ,	Üye (Gümrük ve Ticaret Bakanlığı)
Fuat UYSAL,	Üye (Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu)
Yılmaz YAKUT,	Üye (Türkiye İhracatçılar Meclisi)
Adil Güneş AKBAŞ,	Üye (Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu)
Seyfullah ŞAHİN,	Üye (Hak İşçi Sendikaları Konfederasyonu)
Hilal DOĞRUÖZ ÖZER,	Üye (Mesleki Yeterlilik Kurumu)

5. MYK Yönetim Kurulu

Bayram AKBAŞ,	Başkan (Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Temsilcisi)
Doç. Dr. Ömer AÇIKGÖZ,	Başkan Vekili (Milli Eğitim Bakanlığı Temsilcisi)
Prof. Dr. Mahmut ÖZER,	Üye (Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Temsilcisi)
Bendeve PALANDÖKEN,	Üye (Kamu Kurumu Niteliğindeki Meslek Kuruluşları Temsilcisi)
Dr. Osman YILDIZ,	Üye (İşçi Sendikaları Konfederasyonları Temsilcisi)
Mustafa DEMİR,	Üye (İşveren Sendikaları Konfederasyonu Temsilcisi)