

Pitch deck iskeleti

Yatırımcı sunumunu on slaytta kurmak için. Her slayt için önce soruları yazılı cevaplayın, sonra slayta geçin. Slayt başına tek fikir; her slaytın başlığına o slaytın verdiği sonucu yazın. Ortak Atölye, ortakalan.io/atolye/pitch-deck-nasil-hazirlanir/ rehberinin eki. Genel bilgilendirme amaçlıdır; yatırım sözleşmeleri ve hisse yapısı için avukatınıza danışın.

NASIL KULLANILIR

1. Yazdırın ya da PDF düzenleyicide açın; tamamladığınız maddenin kutusunu işaretleyin.
2. Size uymayan maddeleri atlayın; sırayı kendi takviminize göre değiştirebilirsiniz.

1. Kapak ve tek cümle

Koy: şirket adı, ne yaptığınızı anlatan tek cümle, iletişim bilgisi, tarih.

- ☐ Soru: Kim için, hangi problemi, nasıl çözüyoruz? Tek cümlede.
- ☐ Soru: Sektörü bilmeyen biri bu cümleyi okuyunca ne yaptığınızı anlıyor mu?
- ☐ Kaçın: “Yeni nesil”, “yapay zekâ destekli platform” gibi bir şey anlatmayan sıfatlar.
- ☐ Kaçın: Kapakta slogan, uzun vizyon cümlesi veya birden fazla mesaj.

2. Problem

Koy: problemi yaşayan kişi, sıklık, maliyet, bugün nasıl idare ettiği.

- ☐ Soru: Bu problem tam olarak kimin problemi?
- ☐ Soru: Ne sıklıkla yaşanıyor, ona neye (zaman, para, risk) mal oluyor?
- ☐ Soru: Bugün nasıl çözülüyor ve bu çözüm neden yetersiz?
- ☐ Kaçın: Kaynaksız istatistik; somut bir müşteri örneği daha güçlüdür.
- ☐ Kaçın: Birden fazla problemi aynı slayta sıkıştırmak.

3. Çözüm

Koy: ne yaptığınız, müşteriye somut faydası, ekran görüntüsü veya kısa kullanım akışı.

- ☐ Soru: Müşteri ürünü kullandığında hangi işi daha hızlı, ucuz veya güvenli yapıyor?
- ☐ Soru: Fayda ölçülebilir mi (önce/sonra)?
- ☐ Kaçın: Özellik listesi; faydayı anlatın.
- ☐ Kaçın: Okunamayan, açıklamasız ekran görüntüleri.

4. Traction / doğrulama

Koy: en güçlü 2–4 kanıt; gelir, ödeyen müşteri, aktif kullanım, pilot, niyet mektubu, bekleme listesi.

- ☐ Soru: Şimdiye kadar neyi kanıtladık?
 - ☐ Soru: Her metriğin tanımı ve dönemi açık mı (MRR mi, toplam tahsilat mı)?
 - ☐ Soru: Grafiğin ne söylediği başlıkta yazıyor mu?
 - ☐ Kaçın: Kayıt sayısını aktif kullanıcı gibi göstermek, ekseni olmayan grafik.
 - ☐ Kaçın: Test edilmemiş bir şeyi “kanıtlandı” diye sunmak.
-

5. İçgörü ve neden şimdi

Koy: başkalarının görmediği bir içgörü ve bu işi şimdi mümkün kılan değişiklik.

- ☐ Soru: Bu iş neden daha önce yapılmadı veya tutmadı?
 - ☐ Soru: Hangi teknoloji, mevzuat veya davranış değişikliği bugünü farklı kılıyor?
 - ☐ Soru: Bizim farkımız kopyalanması zor bir şeye mi dayanıyor?
 - ☐ Kaçın: Genel trend cümleleri; içgörünüze özgü olanı yazın.
-

6. İş modeli

Koy: kim, neye, ne kadar ve hangi sıklıkla ödüyor; müşteri edinme kanalı.

- ☐ Soru: Fiyat modelimiz (abonelik, işlem başı, lisans) ve ortalama müşteri başı gelir ne?
 - ☐ Soru: Brüt marjı ve müşteri edinme maliyetini biliyor muyuz? Bilmiyorsak nasıl öğreneceğiz?
 - ☐ Kaçın: Beş farklı gelir kalemini aynı anda vaat etmek.
 - ☐ Kaçın: TL ve dolar rakamlarını birimini belirtmeden karıştırmak.
-

7. Pazar

Koy: aşağıdan yukarı hesap (hedef müşteri sayısı × müşteri başına yıllık ödeme), ilk segment, genişleme yolu.

- ☐ Soru: İlk hedef segmentte kaç müşteri var ve kaynağı ne?
 - ☐ Soru: Bir müşteri yılda ne kadar ödeyecek?
 - ☐ Soru: İlk segmentten sonra hangi segmentlere veya ülkelere genişleyeceğiz?
 - ☐ Kaçın: “Pazarın yüzde birini alsak yeter” hesabı.
 - ☐ Kaçın: Kaynağı gösterilemeyen pazar rakamları; varsayımları ek slayta koyun.
-

8. Rekabet ve alternatifler

Koy: müşterinin bugün kullandığı seçenekler (Excel, manuel iş, rakip ürünler) ve sizi seçme nedeni.

- ☐ Soru: Müşteri bugün bu işi ne ile yapıyor?
 - ☐ Soru: Neden bizimkine geçsin ve geçiş maliyeti ne?
 - ☐ Soru: Büyük bir oyuncu bu işe girerse ne olur?
 - ☐ Kaçın: “Rakibimiz yok” demek.
 - ☐ Kaçın: Her satırı sizin lehinize işaretlenmiş, inandırıcılığı düşük özellik tabloları.
-

9. Ekip

Koy: kurucular ve kilit tam zamanlı çalışanlar; her biri için bu probleme uygunluğunu gösteren bir iki satır.

- ☐ Soru: Bu problemi neden biz çözeriz (deneyim, erişim, daha önce kurulan işler)?
 - ☐ Soru: Kim tam zamanlı, kim ne kadar paya sahip, hak ediş (vesting) düzeni var mı?
 - ☐ Soru: Ekipte kapatmamız gereken açık (satış, teknik) var mı ve planımız ne?
 - ☐ Kaçın: Danışmanlarla dolu ekip slaytı; seed aşamasında yatırımcı kurucuları merak eder.
-

10. Talep (ask)

Koy: istenen tutar, kullanım dağılımı (ürün, satış, ekip), bu paranın taşıyacağı ölçülebilir hedef ve süre.

- ☐ Soru: Ne kadar istiyoruz ve bu para kaç ay yetiyor?
 - ☐ Soru: Sonraki 6–12 ayda hangi hedeflere ulaşacağız ve bunlar bizi bir sonraki tura nasıl hazırlıyor?
 - ☐ Soru: Tur yapısı ve yaklaşık seyrelme hesaplandı mı?
 - ☐ Kaçın: Tutar yazmadan “yatırım arıyoruz” demek.
 - ☐ Kaçın: Kullanım dağılımını yuvarlak ve gerekçesiz yüzdelerle vermek.
-

Ek slaytlar (sorular için)

Ana akışı kısa tutmak için ayrıntılar burada durur; görüşmede soru gelince açılır.

- ☐ Finansal tablo ve varsayımlar (gelir, gider, nakit, runway).
 - ☐ Pazar hesabının ayrıntılı varsayımları ve kaynakları.
 - ☐ Kohort veya tekrar kullanım grafikleri.
 - ☐ Ürün yol haritası ve teknik mimari özeti.
 - ☐ Müşteri referansları, vaka örnekleri, pilot sonuçları.
 - ☐ Pay dağılımı (cap table) özeti ve önceki yatırımlar.
-

Göndermeden önce kontrol listesi

- ☐ Her slayt tek bir fikir taşıyor ve başlığı o fikri cümle olarak söylüyor.
 - ☐ Şirketi bilmeyen biri her slaytı bir bakışta anlatabildi.
 - ☐ Yazı büyük, kalın ve yüksek kontrastlı; animasyon ve geçiş efekti yok.
 - ☐ Her sayının tanımı, dönemi, para birimi ve kaynağı belli.
 - ☐ Gönderilen sürüm sızsız okunabiliyor; sunulan sürümde metin az.
 - ☐ Deck yüksek sesle en az bir kez prova edildi.
 - ☐ Dosya PDF; adında şirket adı ve tarih var.
 - ☐ E-posta iki üç cümlelik bir özetle başlıyor ve net bir sonraki adım öneriyor.
 - ☐ Hangi sürümün kime gönderildiği kayıt altında.
-