

KOBİ GO

Yeni İş Kurarken Yapılması Gerekenler: Adım Adım Rehber

2026



kobigo.com

Yeni İş Kurarken Yapılması Gerekenler: Adım Adım Rehber

Yeni bir iş kurmak yalnızca şirket açmak veya ürün satmaya başlamak değildir. Sağlam bir başlangıç için iş fikrinin doğrulanması, hedef müşterinin belirlenmesi, maliyetlerin hesaplanması, uygun şirket yapısının seçilmesi, satış kanallarının hazırlanması ve işletmenin finansal olarak sürdürülebilir hale getirilmesi gerekir. Bu rehberde yeni iş kurarken yapılması gerekenleri fikir aşamasından ilk satışlara ve düzenli işletme yönetimine kadar adım adım ele alıyoruz.

Yeni İş Kurarken Nereden Başlanmalı?

Yeni iş kuracak girişimcilerin en sık yaptığı hatalardan biri, iş fikrini yeterince doğrulamadan doğrudan şirket kuruluşuna geçmektir.

Oysa şirket kurmak işin hukuki başlangıcıdır. Ticari başarının başlangıcı ise müşterinin gerçekten ihtiyaç duyduğu bir çözüm sunabilmektir.

Bu nedenle ilk soru:

“Hangi şirket türünü kurmalıyım?”

değil,

“İnsanların para ödemeye hazır olduğu hangi problemi çözüyorum?”

olmalıdır.

Yeni iş kurma sürecini genel olarak dört aşamada düşünmek mümkündür:

Doğrulama: İş fikri, müşteri, pazar ve rekabet.

Planlama: İş modeli, maliyet, fiyatlandırma ve finansman.

Kuruluş: Şirket, vergi, ruhsat ve gerekli yasal süreçler.

Büyüme: Satış, pazarlama, müşteri yönetimi ve işletme optimizasyonu.

1. İş Fikrinizi Netleştirin

KOBİ GO

Başarılı bir işletmenin temelinde yalnızca iyi bir ürün değil, çözülen gerçek bir müşteri problemi bulunur.

İş fikrinizi değerlendirirken şu sorulara cevap verin:

- Ne satacağım?
- Kime satacağım?
- Hangi problemi çözeceğim?
- Müşteri neden benden satın alacak?
- Rakiplerden nasıl farklılaşacağım?
- Bu işten nasıl gelir elde edeceğim?

“E-ticaret yapacağım” bir iş modeli değildir.

Daha net bir ifade:

“Küçük işletmelere hızlı teslim edilen düşük adetli ambalaj ürünleri satacağım.”

Bu ifade hedef müşteriye, ürünü ve değer önerisini çok daha açık hale getirir.

2. İş Fikrinizi Doğrulayın

Bir fikrin size mantıklı gelmesi, pazarda yeterli talep bulunduğu anlamına gelmez.

Bu nedenle büyük yatırım yapmadan önce iş fikrini test edin.

Doğrulama için:

- Potansiyel müşterilerle görüşebilirsiniz.
- Rakiplerin müşteri yorumlarını inceleyebilirsiniz.
- Basit bir satış sayfası oluşturabilirsiniz.
- Küçük miktarda ürünle satış testi yapabilirsiniz.
- Ön talep veya teklif toplayabilirsiniz.
- Google ve pazaryeri aramalarını inceleyebilirsiniz.

Amaç kusursuz bir ürün oluşturmak değil, müşterinin gerçekten ödeme yapmaya istekli olup olmadığını anlamaktır.

3. Hedef Müşterinizi Belirleyin

Yeni işletmelerin yaptığı önemli hatalardan biri hedef müşteriye çok geniş tanımlamaktır.

KOBİ GO

“18–65 yaş arası herkes” gerçek bir hedef müşteri değildir.

Hedef müşteriye daha spesifik tanımlayın.

B2C işletmelerde:

- Yaş
- Konum
- Gelir
- İlgi alanları
- Satın alma davranışı
- Problemler

B2B işletmelerde:

- Sektör
- İşletme büyüklüğü
- Çalışan sayısı
- Lokasyon
- Satın alma ihtiyacı
- Karar verici kişi

gibi kriterler kullanılabilir.

Hedef müşteri ne kadar net olursa fiyatlandırma, reklam ve satış stratejisi de o kadar kolay oluşturulur.

4. Pazar Araştırması Yapın

İş fikrinizin ticari potansiyelini değerlendirmek için pazarı anlamanız gerekir.

Pazar araştırmasında şu soruları inceleyin:

- Bu ürüne veya hizmete talep var mı?
- Talep büyüyor mu?
- Müşteriler ne kadar ödüyor?
- Pazardaki önemli oyuncular kim?
- Yeni girişimler için fırsatlar var mı?
- Pazara girişte önemli engeller bulunuyor mu?

Pazarın büyük olması tek başına yeterli değildir.

Önemli olan işletmenizin ulaşabileceği ve satın alma ihtimali bulunan müşteri kitlesidir.

5. Rakiplerinizi Analiz Edin

Rakibinizin bulunması kötü bir işaret değildir.

KOBİ GO

Çoğu zaman gerçek bir pazarın bulunduğunu gösterir.

Rakipleri analiz ederken yalnızca fiyatları karşılaştırmayın.

Şunları inceleyin:

- Ürün veya hizmet çeşitleri
- Fiyatlandırma
- Web sitesi
- Sosyal medya
- Müşteri yorumları
- Teslimat
- Satış sonrası hizmet
- Güçlü ve zayıf yönler

Özellikle müşteri şikâyetleri önemli fırsatlar gösterebilir.

Rakiplerin tekrar tekrar çözemediği bir problemi daha iyi çözebiliyorsanız güçlü bir farklılaşma noktası oluşturabilirsiniz.

6. Değer Önerinizi Belirleyin

Müşteri neden sizi tercih etmeli?

Bu soruya net bir cevap veremiyorsanız pazarlama ve satış yapmak zorlaşır.

Değer öneriniz:

- Daha hızlı
- Daha kolay
- Daha ekonomik
- Daha kaliteli
- Daha uzman
- Daha kişiselleştirilmiş
- Daha güvenilir

bir çözüm sunmak üzerine kurulabilir.

Ancak “kaliteli hizmet” gibi herkesin söyleyebileceği ifadeler yerine müşteriye somut fayda sağlayan bir fark oluşturmak gerekir.

7. İş Modelinizi Oluşturun

İş modeli, işletmenin nasıl para kazanacağını gösterir.

Şu dört soruya cevap verin:

KOBİ GO

Ne satıyorum?

Kime satıyorum?

Nasıl satıyorum?

Nasıl para kazanıyorum?

Gelir modeli:

- Tek seferlik ürün satışı
- Hizmet
- Abonelik
- Komisyon
- Lisans
- Pazaryeri
- B2B sözleşme

gibi farklı biçimlerde olabilir.

Aynı işletme birden fazla gelir modelini birlikte de kullanabilir.

8. İş Planınızı Hazırlayın

İş planı, işletmenin nasıl çalışacağını ve büyüyeceğini gösteren yol haritasıdır.

Yeni iş kurarken en azından şu başlıkları içeren bir plan hazırlayın:

- İş fikri
- Hedef müşteri
- Pazar
- Rakipler
- Ürün veya hizmet
- Gelir modeli
- Satış planı
- Pazarlama planı
- Operasyon
- Maliyetler
- Finansal tahmin
- Riskler
- Büyüme hedefleri

Planın yüzlerce sayfa olması gerekmez.

Önemli olan işletmenin temel varsayımlarını görünür hale getirmektir.

9. Başlangıç Maliyetinizi Hesaplayın

KOBİ GO

Yeni iş kurarken yalnızca şirket kuruluş masraflarını hesaplamak önemli bir hatadır.

Başlangıç maliyeti genel olarak dört grupta ele alınabilir:

Kuruluş Giderleri

Şirket, muhasebe, ruhsat ve gerekli resmî işlemler.

İlk Yatırım

Stok, ekipman, web sitesi, dekorasyon veya yazılım.

Sabit Giderler

Kira, personel, muhasebe ve abonelikler.

İşletme Sermayesi

İşletme yeterli satışa ulaşana kadar giderlerin karşılanmasını sağlayacak kaynak.

10. Kişisel Bütçenizi de Planlayın

Yeni girişimcilerin gözden kaçırdığı konulardan biri kişisel yaşam giderleridir.

İşletmenin henüz size düzenli gelir sağlayamadığı ilk aylarda;

- kira,
- kredi,
- yaşam giderleri,
- aile giderleri

devam eder.

Bu nedenle işletme sermayesi ile kişisel finansman ihtiyacınızı birbirinden ayırın.

İşletme hesabından kontrolsüz kişisel harcama yapmak finansal görünürlüğü kısa sürede bozabilir.

11. Şirket Türünüzü Belirleyin

İş modeli ve finansal plan netleştğinde şirket türüne karar verilebilir.

Girişimcilerin yaygın olarak değerlendirdiği yapılar arasında:

KOBİ GO

- şahıs işletmesi,
- limited şirket,
- anonim şirket

bulunur.

Karar verirken yalnızca kuruluş maliyetini karşılaştırmayın.

Şunları birlikte değerlendirin:

- Ortaklık
- Beklenen kazanç
- Sermaye
- Faaliyet riski
- Büyüme hedefi
- Yönetim yapısı
- Yatırım planı

12. Şirket Kuruluşunu Tamamlayın

Şirket yapısı belirlendikten sonra resmî kuruluş işlemleri gerçekleştirilir.

Yapılacak işlemler şirket türüne göre değişebilir.

Şahıs işletmesinde vergi mükellefiyeti ağırlıklı bir süreç bulunurken limited ve anonim şirketlerde MERSİS ve ticaret sicili süreçleri devreye girer.

Kuruluş aşamasında;

- şirket veya işletme adı,
- adres,
- faaliyet kodu,
- ortaklık,
- sermaye,
- yönetim,
- vergi

bilgilerinin doğru oluşturulması önemlidir.

13. İş Yeri Açacaksanız Önce Ruhsat Uygunluğunu Kontrol Edin

Fiziksel mağaza, restoran, ofis veya üretim yeri açacaksanız iş yerini kiralamadan önce adresin faaliyet için uygunluğunu kontrol edin.

Bu özellikle;

KOBİ GO

- restoran,
- kafe,
- güzellik salonu,
- Üretim,
- depo,
- maĝaza

gibi faaliyetlerde önemlidir.

Ruhsat alınamayacak bir iř yeri için uzun süreli kira sözleşmesi ve tadilat yatırımı yapmak yüksek maliyetli bir hata olabilir.

14. Marka Adınızı Belirleyin

şirket adı ve marka adı aynı olmak zorunda deĝildir.

Marka oluřtururken:

- Kolay hatırlanması
- Kolay yazılması
- Sektörle uyumu
- Alan adı uygunluĝu
- Sosyal medya kullanıcı adları
- Marka tescili

gibi alanları kontrol edin.

İşletme büyüdükten sonra marka deĝiřtirmek başlangıçta doĝru isim seçmekten çok daha maliyetli olabilir.

15. Alan Adınızı ve Dijital Varlıklarınızı Alın

İşletmenin dijital varlıklarını erken aşamada korumak faydalıdır.

En azından:

- Alan adı
- Kurumsal e-posta
- Sosyal medya hesapları
- Google işletme profili
- Web sitesi

gibi temel kanallar deĝerlendirilmelidir.

Her platformda bulunmak zorunda deĝilsiniz.

Hedef müşterinizin aktif olduğu kanallara öncelik verin.

16. Fiyatlandırma Stratejinizi Hazırlayın

Yeni işletmelerin sık yaptığı hatalardan biri rakibin fiyatını doğrudan kopyalamaktır.

Satış fiyatı oluşturulurken:

- Ürün veya hizmet maliyeti
- Kargo
- Komisyon
- Personel
- Pazarlama
- Ödeme sistemi
- Genel gider
- Vergi etkileri
- Hedef kâr marjı

dikkate alınmalıdır.

Satış yapmak ile kârlı satış yapmak aynı şey değildir.

17. Başabaş Noktanızı Hesaplayın

Başabaş noktası işletmenin giderlerini karşılayabilmesi için ne kadar satış yapması gerektiğini gösterir.

Örneğin aylık sabit gideriniz yüksekse işletmenin kâra geçebilmesi için belirli bir satış hacmine ulaşması gerekir.

Bu analizi iş başlamadan yapmak fiyatlandırma ve satış hedeflerinin daha gerçekçi kurulmasına yardımcı olur.

18. Satış Kanallarınızı Belirleyin

Müşteri size nereden ulaşacak?

Satış kanalları:

- Fiziksel mağaza
- Web sitesi
- Pazaryerleri
- Sosyal medya
- Telefon
- B2B satış
- Bayiler

- Distribütörler

olabilir.

Her kanal farklı maliyet ve operasyon gerektirir.

Birden fazla kanal kullanacaksanız stok ve siparişlerin nasıl senkronize edileceğini başlangıçtan planlayın.

19. Pazarlama Planınızı Hazırlayın

Şirket kurulduktan sonra müşterilerin kendiliğinden gelmesini beklemek doğru değildir.

İşletmenin müşteri kazanım sistemi oluşturması gerekir.

Kullanabileceğiniz kanallar arasında:

- SEO
- Google Ads
- Sosyal medya
- İçerik
- E-posta
- Influencer çalışmaları
- Referanslar
- İş ortaklıkları
- Yerel pazarlama

bulunur.

İlk aşamada birkaç kanala yoğunlaşmak, bütçeyi çok fazla alana dağıtmaktan daha etkili olabilir.

20. İlk Müşterinizi Nasıl Kazanacağınızı Planlayın

Yeni işletmeler için ilk müşteriler yalnızca gelir kaynağı değildir.

Aynı zamanda ürün ve hizmetin gerçek dünyadaki en önemli testidir.

İlk müşterilerden:

- Neden sizi tercih ettiklerini
- Hangi sorunları yaşadıklarını
- Ürünün hangi özelliğini sevdiklerini
- Neyi geliştirebileceğinizi

öğrenin.

Bu bilgiler sonraki pazarlama ve ürün geliştirme kararlarının temelini oluşturabilir.

21. Tedarikçi Planınızı Hazırlayın

Ürün veya hammadde kullanan işletmeler için tedarik kritik bir süreçtir.

Şu soruları cevaplayın:

- Ana tedarikçi kim?
- Alternatif tedarikçi var mı?
- Minimum sipariş miktarı nedir?
- Teslim süresi ne kadar?
- Ödeme koşulları nasıl?
- Fiyat değişirse ne olur?

Tek tedarikçiye bağımlılık işletmenin önemli risklerinden biri olabilir.

22. Stok Yönetimini Baştan Planlayın

Stoklu çalışan işletmelerde fazla stok da az stok da maliyet yaratır.

Başlangıçta:

- Minimum stok
- Kritik stok
- Sipariş seviyesi
- Satış hızı
- Stok maliyeti

gibi göstergeleri takip edin.

İlk aylarda büyük miktarda stok almak yerine mümkünse talebi doğrulayarak ilerlemek riski azaltabilir.

23. Finans ve Ön Muhasebe Sistemini Kurun

İşletmenizin ilk satışından itibaren finansal kayıtları düzenli tutun.

En azından şu alanları takip edin:

- Gelir
- Gider

KOBİ GO

- Kasa
- Banka
- Cari hesap
- Tahsilat
- Ödeme
- Fatura
- Stok

Bu bilgiler işletmenin gerçekten para kazanıp kazanmadığını anlamanızı sağlar.

24. Nakit Akışınızı Takip Edin

Kâr ile nakit aynı şey değildir.

Bir ürün satmış olabilirsiniz ancak ödemenin daha sonra yapılacak olması nedeniyle kasanıza henüz para girmemiş olabilir.

Buna karşılık kira ve maaşların ödeme günü gelmiş olabilir.

Bu nedenle:

Ne kadar kâr ettim?

sorusunun yanında:

Önümüzdeki 30–90 günde kasaya ne kadar para girecek ve ne kadar çıkacak?

sorusunu da takip edin.

25. İşletme ve Kişisel Parayı Ayırın

Yeni girişimlerde kişisel ve ticari para hareketlerinin karıştırılması finansal kontrolü kısa sürede bozar.

Mümkün olduğunca işletmeye ait:

- Tahsilatlar
- Ödemeler
- Giderler
- Banka hareketleri

ayrı takip edilmelidir.

Bu düzen işletmenin gerçek performansını görmeyi kolaylaştırır.

26. Gerekli Yazılımları Belirleyin

İlk günden onlarca yazılım kullanmak gerekmeyebilir.

Ancak operasyon büyüdükçe ihtiyaç duyacağınız temel sistemleri baştan düşünmek önemlidir.

Bunlar:

- Ön muhasebe
- CRM
- Satış yönetimi
- Stok
- E-ticaret
- İnsan kaynakları
- Görev ve operasyon yönetimi

olabilir.

Dağınık sistemlerle başlamak, işletme büyüdüğünde verilerin farklı uygulamalara dağılmasına yol açabilir.

27. Temel Sözleşme ve Politikalarınızı Hazırlayın

İş modeline göre:

- Müşteri sözleşmeleri
- Tedarikçi sözleşmeleri
- Mesafeli satış sözleşmeleri
- İade politikaları
- Gizlilik metinleri
- Çalışan sözleşmeleri

gibi belgeler gerekebilir.

İnternette rastgele sözleşme kopyalamak yerine faaliyet modelinize uygun hukuki altyapı oluşturun.

28. Risk Planı Hazırlayın

KOBİ GO

Her işletmenin riskleri vardır.

Örneğin:

- Satışların düşük kalması
- Ana müşterinin kaybedilmesi
- Tedarikçinin ürün verememesi
- Maliyetlerin artması
- Döviz değişimleri
- Personel kaybı
- Teknik sorunlar

gibi senaryolar oluşabilir.

Her kritik risk için basit bir B planı hazırlayın.

29. Takip Edeceğiniz KPI'ları Belirleyin

Başlangıçta onlarca gösterge izlemenize gerek yoktur.

İş modeline göre 5–8 önemli KPI yeterli olabilir.

Örneğin:

- Aylık satış
- Brüt kâr
- Kâr marjı
- Yeni müşteri
- Müşteri edinme maliyeti
- Ortalama sipariş
- Tekrar satın alma
- Nakit bakiyesi

Bu göstergeleri düzenli izlemek işin doğru yönde ilerleyip ilerlemediğini anlamanızı sağlar.

30. İlk 90 Günlük Plan Hazırlayın

İşletme kurulduktan sonraki ilk üç ay için net hedefler belirlemek faydalıdır.

İlk 30 Gün

Ürün veya hizmeti pazara çıkarın, ilk müşterileri kazanın ve operasyon sorunlarını belirleyin.

31–60 Gün

Müşteri geri bildirimlerine göre ürün, fiyatlandırma ve satış sürecini geliştirin.

61–90 Gün

En iyi çalışan satış ve pazarlama kanallarına daha fazla kaynak ayırın, sonuç vermeyen faaliyetleri azaltın.

Bu dönem büyük ölçekli büyümeden çok **öğrenme ve doğrulama dönemi** olarak görülmelidir.

Yeni İş Kurarken Yapılan En Yaygın Hatalar

Müşteri araştırmadan şirket kurmak

İyi fikir olduğunu düşündüğünüz şey gerçek bir müşteri ihtiyacı olmayabilir.

Bütün sermayeyi kuruluştaki harcamak

Şirket açıldıktan sonra da nakde ihtiyaç vardır.

Çok erken büyük stok almak

Talep doğrulanmadan yapılan stok yatırımı nakdi kilitleyebilir.

Fiyatı düşük belirlemek

Çok satış yapıp zarar etmek mümkündür.

Her pazarlama kanalına aynı anda girmek

Bütçe ve operasyon dağınık.

Finansal kayıtları ertelemek

İşletmenin gerçek performansı görünmez hale gelir.

Kişisel para ile işletme parasını karıştırmak

Nakit akışının kontrolünü zorlaştırır.

Müşteri geri bildirimlerini dikkate almamak

İşletmenin pazara uyum sağlamasını geciktirir.

Yeni İş Kurarken Yapılması Gerekenler Kontrol Listesi

- ☐ İş fikrimi netleştirdim.
- ☐ Müşteri problemini tanımladım.
- ☐ İş fikrimi doğruladım.
- ☐ Hedef müşterimi belirledim.
- ☐ Pazar araştırması yaptım.
- ☐ Rakipleri analiz ettim.
- ☐ Değer önerimi belirledim.
- ☐ İş modelimi oluşturdum.
- ☐ İş planımı hazırladım.
- ☐ Başlangıç maliyetlerini hesapladım.
- ☐ İşletme sermayesi ayırdım.
- ☐ Kişisel finans planımı hazırladım.
- ☐ Şirket türümü belirledim.
- ☐ Şirket kuruluş işlemlerini tamamladım.
- ☐ Gerekli ruhsatları kontrol ettim.
- ☐ Marka adımı belirledim.
- ☐ Alan adımı aldım.
- ☐ Fiyatlandırma modelimi oluşturdum.
- ☐ Başabaş noktasını hesapladım.
- ☐ Satış kanallarımı belirledim.
- ☐ Pazarlama planımı hazırladım.
- ☐ İlk müşteri kazanım planımı oluşturdum.
- ☐ Tedarikçi alternatiflerini hazırladım.
- ☐ Stok düzenimi planladım.
- ☐ Finans ve ön muhasebe sistemini kurdum.
- ☐ Nakit akışımı planladım.
- ☐ İşletme ve kişisel finansı ayırdım.
- ☐ Gerekli yazılımları belirledim.
- ☐ Temel sözleşme ve politikaları hazırladım.
- ☐ Risk planımı oluşturdum.
- ☐ KPI'larımı belirledim.
- ☐ İlk 90 günlük hedeflerimi hazırladım.

Sıkça Sorulan Sorular

Yeni iş kurarken ilk yapılması gereken nedir?

İlk adım şirket kurmak değil, iş fikrinin gerçek bir müşteri ihtiyacını karşılayıp karşılamadığını doğrulamaktır. Hedef müşteri, problem, mevcut alternatifler ve ödeme isteği araştırıldıktan sonra iş modeli ve şirket kuruluşuna geçmek daha kontrollü bir başlangıç sağlar.

Yeni iş kurmak için ne kadar para gerekir?

Gerekli bütçe iş modeline göre değişir. Şirket kuruluşu, stok, ekipman, iş yeri, personel, pazarlama ve işletme sermayesi birlikte hesaplanmalıdır. Bu nedenle yalnızca kuruluş giderlerine bakarak iş kurma bütçesi belirlemek doğru değildir.

İş kurmadan önce iş planı hazırlamak gerekir mi?

Yasal olarak her durumda zorunlu olmayabilir ancak iş planı hazırlamak işletmenin müşteri, pazar, gelir, gider, satış ve finansman varsayımlarını test etmeye yardımcı olur. Yeni girişimlerde özellikle ilk 12 aya yönelik finansal plan faydalıdır.

Önce şirket mi kurmalıyım yoksa müşteri mi bulmalıyım?

Ticari faaliyet ve faturalandırma için gerekli yasal süreçler tamamlanmalıdır. Ancak şirket kuruluşundan önce potansiyel müşterilerle görüşmek, pazar araştırması yapmak ve talebi doğrulamak mümkündür. Böylece şirket kurulmadan önce iş fikrinin ticari potansiyeli daha iyi anlaşılabilir.

Yeni kurulan işletme ne zaman kâr etmeye başlamalıdır?

Herkes için geçerli bir süre yoktur. İş modelinin maliyetleri, satış döngüsü, müşteri edinme süresi ve başlangıç yatırımı sonucu etkiler. Bu nedenle işletmenin ne zaman kâra geçeceği başabaş analizi ve nakit akış planı üzerinden hesaplanmalıdır.

Yeni iş kurarken en büyük risk nedir?

En önemli risklerden biri işletmenin müşteriye ulaşmadan nakdinin tükenmesidir. Bunun nedeni düşük satış, yüksek sabit gider, fazla stok veya yetersiz işletme sermayesi olabilir. Bu nedenle başlangıçta nakit akışı ve maliyet kontrolü kritik öneme sahiptir.

Sonuç: Yeni İş Kurmak, Kontrollü Bir Sistem Kurmaktır

Yeni bir iş kurarken başarı yalnızca iyi bir fikir bulmaya bağlı değildir.

Doğru müşteri, doğru fiyat, yeterli sermaye, kontrollü giderler ve tekrar edilebilir bir satış modeli oluşturmak gerekir.

Şirket kuruluşunu hedef olarak değil, işletmenin gerçek yolculuğunun başlangıcı olarak görün.

İlk aylarda amaç mümkün olduğunca büyük görünmek değil; **müşteriyi anlamak, doğru iş modelini doğrulamak ve finansal olarak sürdürülebilir hale gelmektir.**

İşletme büyüdükçe satış, müşteri, finans, stok ve tedarik süreçlerinin ölçülebilir ve birbirine bağlı şekilde yönetilmesi sürdürülebilir büyümenin temelini oluşturur.

İşinizi Kurun, KOBİ GO ile Sistemli Büyütün

Yeni işletmenizi kurduktan sonra satış, müşteri, finans, tahsilat, stok, satın alma ve e-ticaret süreçlerinizi KOBİ GO ile tek platform üzerinden yönetin.

kobigo.com



© 2026 KOBİ GO — Türkiye'nin Akıllı İşletim Sistemi

Yasal Uyarı ve Sorumluluk Reddi

Bu rehber, KOBİ GO tarafından yalnızca **genel bilgilendirme ve eğitim amacıyla** hazırlanmıştır. Rehberde yer alan bilgi, açıklama, örnek, hesaplama, öneri, kontrol listesi ve diğer içerikler; hukuki, mali, vergisel, muhasebesel, yatırım, finansal veya profesyonel danışmanlık niteliği taşımaz ve herhangi bir sonuç, kazanç, teşvik, destek, vergi avantajı veya ticari başarı garantisi oluşturmaz.

Mevzuat, uygulamalar, oranlar, limitler, teşvikler, destek programları ve resmî prosedürler zaman içinde değişebileceğinden, kullanıcıların işlem veya karar vermeden önce güncel bilgileri ilgili resmî kurum ve kuruluşlardan doğrulamaları ve gerekli durumlarda yetkili mali müşavir, avukat, finansal danışman veya ilgili uzmanlardan profesyonel destek almaları önerilir.

KOBİ GO ve ilgili şirketleri, bu rehberde yer alan bilgilerin kullanılması, yorumlanması veya bu bilgilere dayanarak alınan kararlar sonucunda doğabilecek doğrudan veya dolaylı zarar, kayıp, maliyet ya da yükümlülüklerden, yürürlükteki mevzuatın izin verdiği ölçüde sorumlu tutulamaz. Rehber içeriğinin izinsiz çoğaltılması, değiştirilmesi, yeniden yayımlanması, satılması veya ticari amaçlarla kullanılması yasaktır. Tüm hakları saklıdır.

kobigo.com