mindFQ
THINKING RESET

2026-2027
DENEYİSEL EĞİTİM KATALOĞU

DOKUN ÜRET DÖNÜŞ

Tüm hakları saklıdır.



İŞ HAYATININ KARMAŞIK DİNAMİKLERİNİ SANAT VE ZANAAT METAFORLARIYLA ÇÖZEN DENEYİMSEL ÖĞRENME MÜFREDATI

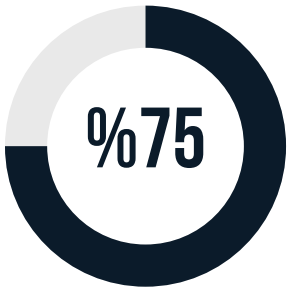
Konuşulan Değil, Yaşanan ve Kalıcı Davranışa Dönüşen Eğitimler

NEDEN KLASİK EĞİTİMLER İŞE YARAMIYOR?

SLAYTLARDAN ÇIKAN, SAHAYA İNEN ÖĞRENME

Yetişkin profesyoneller teorik bilgilerden, saatlerce süren sunumlardan ve ezberlenmiş formüllerden yoruldu. Bilgiye ulaşmanın çok kolay olduğu günümüzde sorun bilgi eksikliği değil, refleks ve uygulama eksikliğidir. İnsan zihni dinlediğini unutur, gördüğünü hatırlar, kendi ürettiği ve hissettiği deneyimi ise davranışa dönüştürür.

Biz eğitimlerimizi bir konferans salonunda değil; seramik çamurunun direncinde, Lego bloklarının bağımlılıklarında, tiyatro doğaçlamasının anlık krizlerinde ve kahvenin duyusal yolculuğunda kurguluyoruz. Soyut kurumsal kavramları elle tutulur, somut nesnelere dönüştürüyoruz.



HATIRLANMA ORANI

Teorik anlatımda bilgi hatırlama oranı %10 iken, yaşayarak öğrenmede bu oran %75'e çıkar.



POWERPOINT SLAYT

Eğitimlerimizde pasif dinleyici yoktur; ilk dakikadan itibaren üretici katılımcı vardır.



SOMUT ÇIKTI

Her katılımcı gün sonunda hem kişisel bir farkındalık hem de masasında sergileyeceği somut bir ürünle ayrılır.

SERAMİK UYGULAMASI İLE KULLANICI DENEYİMİ EĞİTİMİ

Programın Çıkış Noktası

Kullanıcı deneyimi çoğu kurumda PowerPoint üzerinde konuşuluyor, journey map çiziliyor ve persona yazılıyor. Ancak “kullanıcıyı hissetme” tam olarak gerçekleşmiyor. Bu programın çıkış noktası: Kullanıcı deneyimini zihinsel bir egzersiz olmaktan çıkarıp, fiziksel bir üretime dönüştürmektir. Seramik burada bir metafor değil, test aracıdır. Çünkü seramik; şekil alır, direnir, çatlar, fazlalığı affetmez ve tıpkı ürün gibi kullanılabilir olmak zorundadır.

Programın Amacı

Katılımcının: Kullanıcıyı fonksiyonel değil davranışsal okumayı öğrenmesi. Bir kullanıcı problemini elle somutlaştırabilmesi. Kullanılabilirlik ile estetik arasındaki gerilimi deneyimlemesi. “İyi fikir” ile “çalışan çözüm” arasındaki farkı görmesi. Temel Amaç: UX’i sadece konuşmak değil, üretmektir.

Hedef Kitle

- Ürün yöneticileri.
- UX / UI tasarımcılar.
- Servis tasarım ekipleri.
- Dijital ürün ekipleri.
- Innovation / R&D ekipleri.
- Seramik ile üretmek isteyenler.
- Empati yeteneğini geliştirmek isteyenler ve CX ekipleri.

Kazanımlar & Çıktılar

Kazanımlar: Davranışsal okuma, minimal çözüm tasarlama refleksi, hızlı prototipleme cesareti, kullanılabilirlik hassasiyeti ve eleştiriye açık tasarım yaklaşımı.
Çıktı: Fiziksel UX prototipi, basitleştirilmiş kullanıcı problemi tanımı ve 1 sayfalık çözüm çerçevesi.

1 Tam Gün

16-20 Kişi

2 Eğitmen

Programın Ana Omurgası

Gerçek Kullanıcı Gerilimi: Katılımcılar "zor" seçilen ve fiziksel ya da davranışsal kısıt (tek elle kullanım, görme kısıtı vb.) içeren gerçek bir kullanıcı senaryosu alır. Amaç UX romantizmini kırmaktır.
Kullanıcıyı Çözümlemeden Üretime Geçiş: Empati haritası çıkarılır, kullanıcı yolculuğu sadeleştirilir ve en kritik temas noktası seçilerek sadece 1 problem çözülür.
Seramikle Prototipleme: Estetik değil kullanılabilirlik odaklı bir obje tasarlanır ve problemin çözülmesi hedeflenir. Bu aşamada UX "gerçek" olur.
Çarpışma ve Test: Her obje başka bir katılımcı tarafından test edilir, eleştirilir ve savunma mekanizmaları gözlenir.
Refleksiyon: Katılımcının nerede kendini düşündüğü, estetiğe kaçtığı veya süreci karmaşıklaştırdığı gibi sorularla kapanış yapılır.

KENDİNİ SERAMİK İLE İFADE ETME EĞİTİMİ

Programın Çıkış Noktası

Yetişkin profesyoneller genelde çok konuşur ama kendilerini ifade etmez, rol yapar ama kimlik göstermezler. Çıkış sorusu: "Senin iç formun ne ve bunu görünür kılabiliyor musun?". Seramik burada ayna görevi görür; kil saklanmaz, bastırılan duygu formu bozar, fazla kontrol çatlatır ve cesaret estetiği getirir.

Programın Amacı

Kendini ifade etme biçimini fark etmesi. İç gerilimlerini form üzerinden görmesi. Maskesiz üretim deneyimi yaşaması ve iletişim stilini tanıması. Bu bir terapi değil, bir farkındalık alanıdır.

Hedef Kitle

- Liderler ve orta kademe yöneticiler.
- Eğitmenler ve satış ekipleri.
- Kamu yöneticileri ve yaratıcı ekipler.
- Özellikle “görünür olmak zorunda olan” profesyoneller.

Kazanımlar & Çıktılar

Kazanımlar: İfade stilini fark etme, maskeleri tanıma, iletişimde otantikleşme ve duygusal farkındalık.
Çıktı: Kişisel ifade objesi, iletişim stil haritası ve 1 davranışsal dönüşüm kararı.

1 Tam Gün

16-20 Kişi

2 Eğitmen

Programın Ana Omurgası

İfade Engelleri Üzerine Kısa Çarpışma: Katılımcıların nerede rol yaptığı veya kendini tuttuğu sorgulanarak konfor alanı kırılır.
“Benim Formum” Çalışması: Katılımcılar kendilerini temsil eden gerçekçi bir form (obje, soyut veya figüratif) üretir.
Üretim Sürecinde Gözlem: Üretim sırasında kişinin kontrolcü, sabırsız veya detaycı olup olmadığı gözlemlenir; form kişiliğin aynası olur.
Formun Anlatımı: Katılımcı formunu anlatır ve hangi tarafını sakladığını, nerede çatlağı olduğunu açıklar.
İfade Stilini Yeniden Tasarlama: İletişimde hangi fazlalığın bırakılacağı ve hangi maskenin a zaltılacağı çalışılır.



SERAMİK UYGULAMASI İLE MÜŞTERİ DENEYİMİ EĞİTİMİ

Programın Çıkış Noktası

Kurumlarda müşteri deneyimi genelde journey map çizmek ve pain point listesi çıkarmakla sınırlı kalır. Müşterinin "duygusal izi" genellikle konuşulmaz. Çıkış sorusu: Müşteri sizinle temas ettikten sonra içinde ne taşıyor? Seramik burada ilişki metaforudur; deneyim de iz bırakır, çatlaklar görünür olur, sabır ister ve fazla baskı kırar.

Not: CX markayla temasın tamamıdır. Bu program ürün değil, ilişki tasarlatır.

Programın Amacı

Müşteri temas noktalarını duygusal düzeyde analiz etmesi. Fonksiyonel fayda ile duygusal fayda arasındaki farkı deneyimlemesi. Bir temas noktasını fiziksel bir forma dönüştürmesi. CX'i "hizmet" değil "iz" olarak görmesi.

Hedef Kitle

- CX ekipleri.
- Satış sonrası ekipler.
- Mağaza operasyon ekipleri.
- Servis ve çağrı merkezi yöneticileri.
- Pazarlama ekipleri ve müşteriye temas eden herkes.

Kazanımlar & Çıktılar

Kazanımlar: CX'i duygu üzerinden okuma, temas noktalarını sadeleştirme, müşteri gerilimini fark etme ve çatlakları görünür kılma.
Çıktı: Fiziksel CX metafor objesi, kritik temas noktası analizi ve 1 iyileştirme aksiyonu.

1 Tam Gün

16-20 Kişi

2 Eğitmen

Programın Ana Omurgası

Kritik Temas Noktasını Seçmek: Katılımcılar kendi markalarından (ilk satın alma, şikayet, vb) problemli gerçek 1 temas noktası seçer.
Duygusal Haritalama: Müşterinin ne hissettiği, nerede kırılıp nerede bağlandığı sadece duygu üzerinden incelenir.
Seramikle "Temas Anı" Üretimi: Seçilen temas noktası, müşterinin iç dünyasını anlatan fiziksel bir objeye (sıkışmışlık, güven, sabır vb.) dönüştürülür.
Çatlak Analizi: Üretim sonrası objenin nerede çatladığı ve bunun gerçek süreçte nereye denk geldiği analiz edilir.
Dönüştürme: Obje sadeleştirilir, yumuşatılır ve denge kurularak CX iyileştirme aşaması tamamlanır.



İLLÜSTRASYON VE YARATICILIK EĞİTİMİ
MIND MAPPING ILE GÖRSEL DÜŞÜNME ATÖLYESI

Programın Çıkış Noktası
Kurumsal fikir üretim süreçleri genelde lineer ilerler, metin ağırlıklıdır ve görsel çağrışım üretmez. Çıkış noktası: İyi fikirler önce zihinde ağ gibi oluşur, sonra görsel forma dönüşür. Mind mapping başlangıç, illüstrasyon ise sürecin son aşamasıdır.

Programın Amacı
Mind mapping ile fikir geliştirmeyi öğrenmesi. Çağrışım tabanlı düşünme refleksi kazanması. Soyut kavramları görsel anlatıya dönüştürebilmesi. Temel Amaç: Düşünce → çağrışım → görselleştirme zincirini kurmaktır.

Hedef Kitle
- Pazarlama, ürün ve strateji ekipleri.
- Eğitim, tasarım ve inovasyon ekipleri.
- Özellikle fikir üretmek zorunda olan ekipler.

Kazanımlar & Çıktılar
Kazanımlar: Mind mapping becerisi, çağrışım tabanlı düşünme, görsel metafor üretme ve görsel hikâye kurma.
Çıktı: 2–3 adet mind map, 2 illüstrasyon taslağı ve 1 final illüstrasyon.

1 Tam Gün

16-20 Kişi

2 Eğitmen

Programın Ana Omurgası
Kritik Temas Noktasını Seçmek: Katılımcılar kendi markalarından (ilk satın alma, şikayet, vb) problemli gerçek 1 temas noktası seçer.
Duygusal Haritalama: Müşterinin ne hissettiği, nerede kırılıp nerede bağlandığı sadece duygu üzerinden incelenir.
Seramikle "Temas Anı" Üretimi: Seçilen temas noktası, müşterinin iç dünyasını anlatan fiziksel bir objeye (sıkışmışlık, güven, sabır vb.) dönüştürülür.
Çatlak Analizi: Üretim sonrası objenin nerede çatladığı ve bunun gerçek süreçte nereye denk geldiği analiz edilir.
Dönüştürme: Obje sadeleştirilir, yumuşatılır ve denge kurularak CX iyileştirme aşaması tamamlanır.



BİREYSEL STRATEJİYİ KOLAJ İLE TASARLAMA EĞİTİMİ
VISION BOARD (GÖRSELLEŞTİREREK STRATEJİK DÜŞÜNME ATÖLYESİ)

Programın Çıkış Noktası
Profesyonellerin büyük kısmı günlük işlerde sürüklenir ve uzun vadeli yönünü netleştiremez. Strateji çoğu zaman kurumlar için yazılır, birey için tasarlanmaz. Çıkış sorusu: İnsan kendi yönünü tasarlamadan stratejik olabilir mi?. Kolaj, parçaları bir araya getirerek öncelikleri görünür yapan bir araçtır.

Programın Amacı
Kendi yönünü netleştirmesi ve önceliklerini görselleştirmesi. Kararlarını etkileyen unsurları fark etmesi. Stratejiyi soyut bir fikir olmaktan çıkarıp görünür hale getirmesi.

Hedef Kitle
- Yöneticiler, genç yöneticiler, yüksek potansiyelli çalışanlar.
- Girişimciler ve yön arayan uzman profesyoneller.

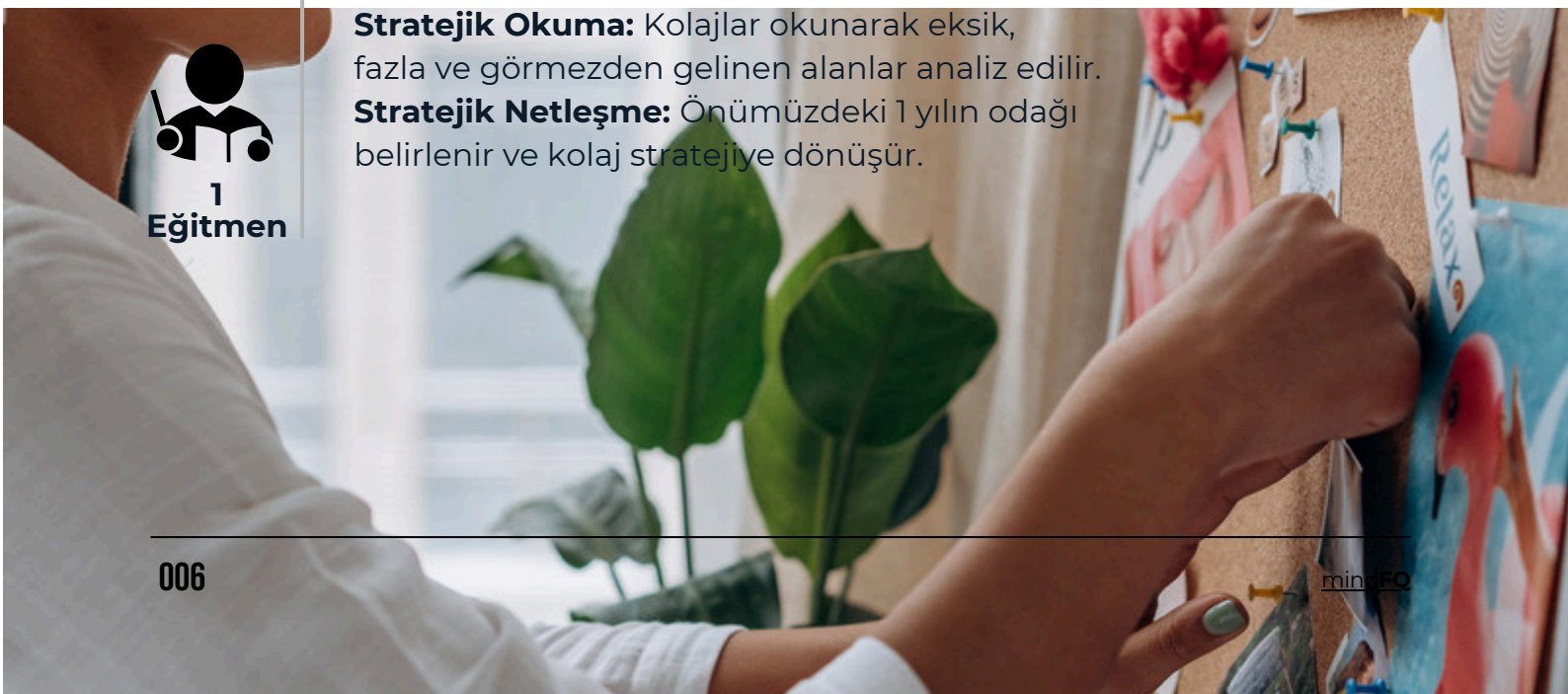
Kazanımlar & Çıktılar
Kazanımlar: Stratejik farkındalık, öncelik belirleme, yön netleştirme ve uzun vadeli bakış
Çıktı: Kişisel strateji kolajı, öncelik listesi ve 1 yıllık stratejik odak.

1 Tam Gün

16-20 Kişi

1 Eğitmen

Programın Ana Omurgası
Stratejik Farkındalık: Katılımcıların hangi kararları bilinçli aldığı, nerede akıntıya kapıldığı sorgulanır.
Stratejik Alanları Haritalama: İş, öğrenme, ilişkiler ve yaşam tarzı gibi bireysel alanlar çıkarılır.
Görsel Toplama Süreci: Dergilerden, metinlerden ve sembollerden içgüdüsel olarak parçalar toplanır.
Kolajın Kurulması: Görseller yerleştirilir, merkez oluşturulur ve çelişkiler ortaya çıkarılır.
Stratejik Okuma: Kolajlar okunarak eksik, fazla ve görmezden gelinen alanlar analiz edilir.
Stratejik Netleşme: Önümüzdeki 1 yılın odağı belirlenir ve kolaj stratejiye dönüşür.



KAHVE DENEYİMİ İLE MÜŞTERİ DENEYİMİNDE DERİNLEŞME EĞİTİMİ DUYUSAL DENEYIM ÜZERINDEN CX İÇGÖRÜ ATÖLYESI

Programın Çıkış Noktası

Müşteri deneyimi çoğu kurumda süreç olarak anlatılır ancak müşterinin yaşadığı deneyim hissedilmez. Çıkış sorusu: Bir deneyimi yaşamadan müşteri deneyimi tasarlanabilir mi?. Kahve ritüel içerdiği ve duygusal bağ kurduğu için gerçek müşteri deneyiminin küçük bir modelidir

Programın Amacı

Deneyimi duyusal olarak analiz etmeyi öğrenmesi. Müşteri segmentlerini davranışsal olarak anlaması. Fonksiyonel ve duygusal faydayı ayırt edip kritik anları fark etmesi. Amaç: Müşteri deneyimini tablolar yerine hisler üzerinden okumaktır.

Hedef Kitle

- CX, pazarlama, ürün ve servis ekipleri.
- Perakende ekipleri, girişimciler ve müşteriyle temas eden ekipler.

Kazanımlar & Çıktılar

- **Kazanımlar:** Duyusal okuma, müşteri segmentlerini anlama, empati kurma ve journey map kurma refleksi.
- **Çıktı:** Persona seti, empati haritası, CX yolculuğu ve 1 deneyim iyileştirme fikri.

1 Tam Gün

16-20 Kişi

2 Eğitmen

Programın Ana Omurgası

Deneyimi Yaşamak: Katılımcılar kendi kahvelerini hazırlar ve beklenti-gerçeklik farkını gözlemler.
Duyusal Okuma: Tat, koku, dokunuş ve sunum gibi unsurlar üzerinden deneyimin çok katmanlı yapısı analiz edilir.
Müşteri Segmentlerini Keşfetmek: Kahve tercihleri üzerinden segmentler ve davranış kalıpları oluşturulur.
Empati Derinleşmesi: Persona seçilerek empati haritası çıkarılır ve iç dünya netleştirilir.
Deneyim Yolculuğu: Kahve deneyimi yolculuk haline getirilir, temas noktaları (pain ve gain pointler) belirlenir.
Derinleşme: Kritik anlar belirlenerek deneyim iyileştirilir ve alternatif tasarlanır.



MOZAİK İLE KÜLTÜRLER ARASI DİYALOG TASARIMI EĞİTİMİ
FARKLILIKLAR ÜZERİNDEN ORTAK ÜRETİM ATÖLYESİ

Programın Çıkış Noktası
Kurumsal hayatta ekipler giderek farklı yaş, şehir ve disiplinlerle heterojen hale geliyor. İnsanlar "çeşitlilik" kavramını konuşsa da birbirlerini anlamıyor ve ortak üretim zorlaşıyor. Çıkış sorusu: Farklılıklar çatışma üretmeden birlikte nasıl var olabilir?. Mozaik, her parçası farklı olan ve birlikte anlam kazanan yapısıyla ekip yapısının fiziksel modelidir.

Programın Amacı
Farklı bakış açılarını anlaması ve ortak üretim deneyimi yaşaması. Uyum ile benzerlik arasındaki farkı görmesi. Çeşitliliği teorik değil deneyimsel olarak anlaması amaçlanır.

Hedef Kitle
- Kurumsal, uluslararası, proje ve yönetim ekipleri.
- Yeni kurulan ekipler ve birlikte üretmek zorunda olan ekipler.

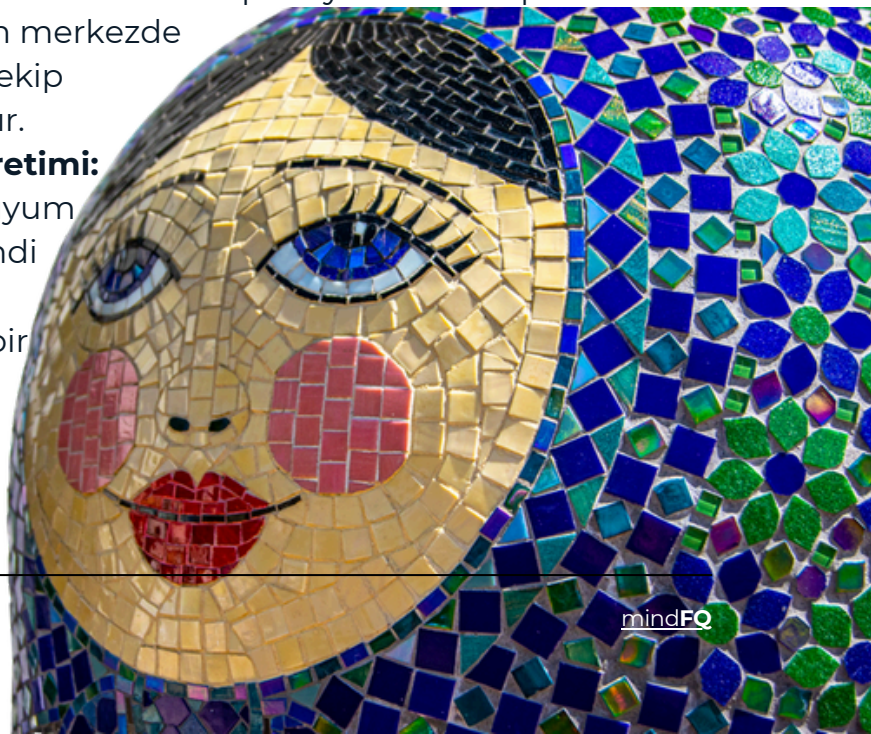
Kazanımlar & Çıktılar
- **Kazanımlar:** Farklılıkları anlama, ekip içi empati, uyum geliştirme ve ortak anlam üretme.
- **Çıktı:** Ortak mozaik panel, ekip hikâyesi ve ortak değerler seti (Eğitim sonrası duvarda kalması güçlü yanıdır).

1 Tam Gün

16-20 Kişi

2 Eğitmen

Programın Ana Omurgası
Farklılıkları Görmek: Katılımcıların çalışma tarzlarını ve karar alma biçimlerini paylaştığı bir egzersizle çeşitlilik görünür kılınır.
Ortak Hikâyeyi Belirlemek: Ekipler, "Bizim ekip kim?" gibi sorularla ortak bir anlam yaratır.
Mozaik Tasarımının Kurulması: Kompozisyon belirlenip bölümlere ayrılır; kimin merkezde olacağı gibi durumlar ekip dinamiğini açığa çıkarır.
Bireysel Parçaların Üretimi: Her katılımcı bütüne uyum sağlayacak şekilde kendi parçasını tasarlar.
Birleştirme: Parçalar bir araya getirilir ve kopukluklar, uyum ve fazlalıklar analiz edilir.



TİYATRO DOĞAÇLAMA İLE İTİRAZ KARŞILAMA EĞİTİMİ
REFLEKS SATIŞ VE İTIRAZ YÖNETIMI ATÖLYESI

Programın Çıkış Noktası
Satış eğitimlerinde itiraz tipleri anlatılır, teknikler verilir ancak gerçek hayatta satışçı hazırlıksız yakalanır ve donakalır. Sorun bilgi değil, refleks eksikliğidir. Çıkış sorusu: İtiraz geldiği anda zihnin nasıl çalışıyor?. Doğaçlama tiyatro tıpkı satış gibi hazırlıksız ve anlık tepkiye dayalı olduğu için doğru bir araçtır.

Programın Amacı
İtiraz anındaki reflekslerini ve savunma davranışlarını fark etmesi. Baskı altında iletişim kurabilmesi ve doğaçlama cevap geliştirebilmesi. Amaç: Satış konuşmasını değil, satış refleksini geliştirmektir.

Hedef Kitle
- Satış, mağaza ve bayi satış ekipleri.
- Satış yöneticileri ve müşteri temsilcileri.
- Özellikle müşteriyle yüz yüze temas eden ekipler.

Kazanımlar & Çıktılar
- **Kazanımlar:** İtiraz karşısında sakin kalma, doğaçlama cevap geliştirme, dinleme becerisi ve refleks kontrolü.
- **Çıktı:** Kendi reflekslerini tanıma, 3 güçlü cevap yaklaşımı geliştirme ve zayıf noktaları görme (Video kaydı önerilir).

1 Tam Gün

16-20 Kişi

2 Eğitmen

Programın Ana Omurgası
Refleksleri Görmek: Beklenmedik sorularla kısa doğaçlama egzersizleri yapılarak savunma, donma veya kaçma gibi refleksler ortaya çıkarılır.
İtirazın Psikolojisi: İtirazın saldırı değil, belirsizlik, risk algısı ve güven ihtiyacı olduğu keşfedilir.
Doğaçlama İtiraz Arenası: Katılımcılar müşteri, satışçı ve gözlemci olarak gruplara ayrılır; müşteriye zor roller verilir.
Sahne Üzerinde İtiraz: Sahneye çıkılarak gerçekçi senaryolar oynanır ve beden dili ile tonlama görünür hale gelir.
Yeniden Deneme: Katılımcı aynı senaryoyu daha sakin ve net bir şekilde tekrar oynayarak davranış değişimi sağlar.



KİNTSUGİ UYGULAMASI İLE HATA KÜLTÜRÜ VE DAYANIKLILIK EĞİTİMİ

KIRIKLARI ALTINLA ONARMA SANATI ÜZERİNDEN PSIKOLOJIK DAYANIKLILIK ATÖLYESI

Programın Çıkış Noktası

Kurumsal dünyada hatalar saklanır, başarısızlıklar örtbas edilir ve "kusursuzluk" beklenir. Oysa kırılmayan, esnemeyen ve hata yapmayan kurumlar kriz anında tuzla buz olur. Bu programın çıkış noktası Japon Kintsugi felsefesidir: Kırılan bir seramiği altın tozuyla birleştirmek. Kintsugi şu mesajı verir: Kırıklar kusur değil, yaşanmışlığın ve tecrübenin altın izleridir. Daha güçlü, daha değerli bir versiyona geçişin kanıtıdır.

Programın Amacı

Başarısızlık ve hata kavramlarını yeniden çerçevelemesi. Hata yapma korkusunu (fobi) aşarak, deneyimden öğrenme refleksini (dayanıklılık/resilience) kazanması. Kendi profesyonel geçmişindeki "kırık" anları kabullenip, onlardan güç alması. Kurum içinde psikolojik güven (psychological safety) ortamının temellerini atması.

Hedef Kitle

- Liderler ve Yönetici Adayları
- Çevik (Agile) Ekipler
- İnovasyon ve Ar-Ge Ekipleri
- Kriz yönetimi yapan ekipler
- Kültürel dönüşüm elçileri

Kazanımlar & Çıktılar

- Başarısızlık korkusunun azalması ve risk alma cesareti.
- Hatalardan öğrenme sistematiği kurma.
- Kişisel ve kurumsal dayanıklılık (resilience).
- Ekipler arası psikolojik güvenlik inşası.

1 Tam Gün

16-20 Kişi

2 Eğitmen

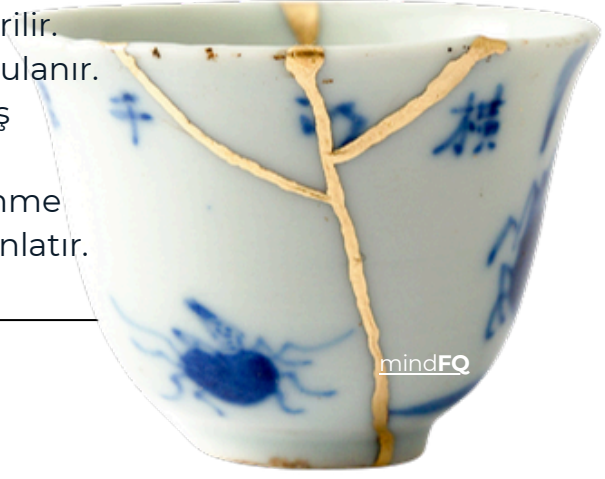
Programın Ana Omurgası

Kırılma Anı (Yüzleşme): Katılımcılara sağlam birer seramik kase verilir. Önce kendi kariyerlerindeki veya projelerindeki en büyük başarısızlık/kırılma anını düşünmeleri istenir. Ardından fiziksel olarak bu kaseyi bilerek kırarlar. (Kontrolün kaybı ve yıkım anı).

Parçaları İnceleme (Analiz): Kırık parçalar toplanır. Katılımcı şu soruyu cevaplar: "Bu proje/süreç/ilişki neden kırıldı? Hangi parça eksikti?"

Altınla Onarım (Kintsugi): Japon yapıştırıcı reçinesi (Urushi) ve altın tozu kullanılarak parçalar birleştirilir. Kırıklar saklanmaz, aksine altınla vurgulanır.

Hikâyenin Yeniden Yazımı: Onarılmış kase kurumadan önce, her katılımcı kendi başarısızlık hikayesini bir "öğrenme ve güçlenme" hikayesi olarak gruba anlatır.



VİZÖR DENEYİMİ İLE PAZARLAMA VE GÖRSEL HİKÂYECİLİK EĞİTİMİ
TELEFON VE KULLAN-AT MAKINELERLE MARKA DILI VE İÇERIK ÜRETIM ATÖLYESI

Programın Çıkış Noktası
Pazarlama dünyasında herkes "içerik" üretiyor ama çoğu marka birbirinin aynısı gibi konuşuyor. İnsanlar bakıyor ama görmüyor; odaklanmıyor, sadece tüketiyor. Bu eğitim, "Bir brief nasıl görsel bir dünyaya dönüşür?" sorusuna yanıt arar. "Anında üretim" ile "kalıcı hafıza" arasındaki farkı deneyimletmek için katılımcılar iki farklı araçla sahaya iner: Telefon kamerası (anlık) ve Kullan-At analog makine (kalıcı).

Programın Amacı
Verilen soyut bir briefi ve pazar hedefini, somut bir görsel hikayeye dönüştürme. Renk, şekil, ışık ve kompozisyon filtreleriyle dünyaya "markanın gözünden" bakma. Hızlı üretim (dijital) ile seçici üretim (analog) arasındaki stratejik farkı kavraması.

Hedef Kitle
- Pazarlama ve Marka Yönetimi Ekipleri
- Kurumsal İletişim Ekipleri
- Ajans çalışanları ve Kreatif E.
- Ürün Geliştirme Yöneticileri

Kazanımlar & Çıktılar
- Soyut hedefleri görsel ve iletişimsel bir dile çevirme becerisi.
- Hızlı içerik tüketimine karşı "odaklanmış ve kalıcı" içerik üretme refleksi.
- Sınırlı kaynakla (24 poz) en iyi stratejik kararı

1 Tam Gün

16-20 Kişi

1 Eğitmen

Programın Ana Omurgası
Brief ve Yönlendirme (Kreatif Kısıtlar): Güne başlarken ekiplere bir pazarlama briefi (örn: "Şehrin içindeki sessizlik", "Kaosun içindeki düzen") ve spesifik renk/şekil temaları verilir.

Çift Yönlü Saha Çekimi: Ekipler sokağa/sahaya çıkar.
- Telefon ile: Hızlı, deneme-yanılma yoluyla, çok sayıda fotoğraf çekerler.
- Kullan-At Makine ile: Her ekibin sadece 24 pozu vardır. Sonucu anında göremezler. Bu cihazla sadece briefin "özünü" çekmek zorundadırlar (Seçicilik ve strateji).

Kolaj ve İçerik Üretimi (Günün Sonu): Telefonla çekilen en iyi fotoğraflar anında taşınabilir yazıcılardan basılır. Ekipler bu çıktılar, dergi kesikleri, post-itler ve marker kalemlerle büyük bir "Kampanya Kolajı" (Moodboard) hazırlar ve marka diliyle sloganlar yazarak sunumlarını yaparlar.

Gecikmiş Hafıza (1 Ay Sonra): Kullan-at makineler toplanır, film banyoları yapılır. Eğitimden tam 1 ay sonra, bu fotoğraflardan oluşan özel tasarım bir "Fotoğraf Albümüne" veya kurumsal takvim katılımcıların masalarına sürpriz olarak bırakılır.



ATLARLA SÖZSÜZ İLETİŞİM VE OTANTİK LİDERLİK EĞİTİMİ
AT DESTEKLI ÖĞRENME - EQUINE ASSISTED LEARNING

Programın Çıkış Noktası
Yöneticiler, rütbelerinin ve etkileyici konuşmalarının insanları yönetmeye yettiğini düşünür. Oysa iletişim %80 oranında beden dili, niyet, enerji ve tutarlılıktan oluşur. Atlar birer "biyofeedback" (biyolojik geri bildirim) makinesidir. Söylediğiniz yalana inanmazlar; kalp atışınızı, duruşunuzdaki tereddütü ve zihninizdeki dağınıklığı anında okurlar. Siz kendinizden emin değilseniz, at sizinle yürümez.

Programın Amacı
Kendi sözsüz iletişim sinyallerini, bir hayvanın tepkileri üzerinden net bir aynayla görmesi. Otorite kurmak (zorlamak) ile güven uyandırmak (takip edilmek) arasındaki ince çizgiyi deneyimlemesi. Stres altında bedensel farkındalığını ve nefesini kontrol etmeyi öğrenmesi.

Hedef Kitle
- Üst Düzey Yöneticiler
- Yeni Atanan Liderler
- Satış ve İkna Ekipleri
- Güven sorunu yaşayan veya yeniden yapılanan ekipler

Kazanımlar & Çıktılar
- Kendi sözsüz iletişim sinyallerini, bir hayvanın tepkileri üzerinden net bir aynayla görmesi.
- Otorite kurmak (zorlamak) ile güven uyandırmak (takip edilmek) arasındaki ince çizgiyi deneyimlemesi.
- Stres altında bedensel farkındalığını ve nefesini kontrol etmeyi öğrenmesi.

1 Tam Gün

16-20 Kişi

2 Eğitmen

Programın Ana Omurgası
(Not: Bu eğitimde ata binilmez (binicilik yoktur). Tüm çalışmalar yerde, atla yan yana yapılır.)

Alan Savunması ve Sınırlar: Katılımcı, atı sadece beden dilini ve enerjisini kullanarak belirli bir alanın dışında tutmaya veya alanına davet etmeye çalışır. (Sınır koyma ve onay alma pratiği).

Bağ Kurma ve Liderlik (Join-Up): Katılımcı, hiçbir fiziksel bağ (yular/ip) olmadan atın kendisini kendi isteğiyle takip etmesini sağlamaya çalışır. At ancak kişide tutarlı, sakin ve güven verici bir enerji hissettiğinde onu lider kabul edip peşinden yürür.

Engel Parkuru: Bir ekip olarak, atı dokunmadan ve çekiştirmeden çeşitli engellerin etrafından veya üzerinden geçirme görevi verilir. (Ekip içi senkronizasyon ve ortak hedef iletimi).

Video Analiz: Tüm süreç kaydedilir. Manej (alan) dışına çıkıldığında videolar üzerinden yöneticinin bedeniyle ne söylediği, zihniyle ne düşündüğü arasındaki farklar analiz edilir.

İŞİTME ODAKLI: GÖZÜ BAĞLI İNŞA VE DERİN DİNLEME EĞİTİMİ
SİNİF İÇİ SES NAVİGASYONU VE AKTİF DİNLEME ATÖLYESİ

Programın Çıkış Noktası
Kurumsal hayatta iletişim genelde tek yönlüdür: Herkes konuşur ama çok az kişi gerçekten dinler. Görme duyumuz o kadar baskındır ki, sözel talimatları genelde görsellerle (sunumlar, mailler) doğrulamaya ihtiyaç duyarız. Çıkış sorusu: Görme duyunuz elinizden alınsaydı, sadece bir sesi takip ederek karmaşık bir problemi çözebilir miydiniz? Bu eğitim, kulakların "görmesini" sağlar.

Programın Amacı
Dinlemeden cevap verme (reaktif) refleksini kırması. Sözel iletişimde netlik, tonlama ve geri bildirimin gücünü fark etmesi. Görsel veri olmadan (belirsizlik altında) lidere veya takım arkadaşına güven duymayı öğrenmesi.

Hedef Kitle
- Proje Ekipleri ve Çevik (Agile) Ekipler
- Uzaktan (Remote) çalışan ve iletişim sorunu yaşayan ekipler
- Liderler ve Yönetici Adayları
- Satış ve Müşteri İlişkileri Ekipleri

Kazanımlar & Çıktılar
- Aktif ve derin dinleme becerisi.
- Kaos ortamında odaklanma ve filtreleme.
- Talimat verme ve talimat alma netliği.
- Belirsizlik anında güven inşası.

1 Tam Gün

16-20 Kişi

1 Eğitmen

Programın Ana Omurgası
Karanlık Sınıf (Duyu Kısıtı): Sınıftaki masalar temizlenir. Katılımcılar ikili veya üçlü gruplara ayrılır. Ekiplerden sadece bir kişinin (Rehber) gözleri açıktır, diğerlerinin gözleri tamamen bağlanır.
Sesten Form Üretme: Gözleri bağlı olan katılımcıların önünde karmaşık legolar, ahşap bloklar veya şekilli yapbozlar bulunur. Hedeflenen yapı sadece Rehber'in elindeki kağıtta çizilidir.
Temassız İletişim: Rehber, gözü bağlı ekibine asla dokunamaz ve parçaları onlara veremez. Sadece "sesiyle" onları yönlendirerek masadaki doğru parçaları bulmalarını ve kusursuz yapıyı inşa etmelerini sağlamalıdır.
Çarpışma ve Kaos: Aynı sınıfın içinde 5-6 grup aynı anda bu çalışmayı yapar. Sınıfta bir "ses kaosu" oluşur. Katılımcı sadece "kendi liderinin/partnerinin" sesini bu kaosun içinden cımbızla seçip ona odaklanmak (aktif dinleme) zorundadır.
Rol Değişimi ve Refleksiyon: Roller değişir. Sonunda şu konuşulur: Nerede yanlış anlaşıldın? Ses tonu stresi nasıl etkiledi? Kaosta odağı nasıl korudun?

BİZİMLE NASIL ÇALIŞIRSINIZ?

AFTAN EĞITIM ALMAZSINIZ, BIRLIKTE DENEYIM TASARLARIZ

1. AŞAMA: RÖNTGEN (BRIEFING VE KEŞIF)

Bize sadece "İletişim eğitimi istiyoruz" demeyin. Bize acı noktalarınızı (pain points) anlatın. Nerede tıkanıyorsunuz? Müşteri nerede kaçıyor? Ekip nerede susuyor? İK ve ekip liderleriyle yapacağımız 1 saatlik derinlemesine görüşmeyle gerçek problemi teşhis ederiz.

2. AŞAMA: TERZI İŞI TASARIM (CUSTOMIZATION)

Seçtiğiniz eğitim formatını (Kil, Kintsugi, Fotoğrafçılık vb.) sizin kurumunuzun dinamiklerine göre yeniden yazarız.

- Senaryolar sizin gerçek vakalarınızdan alınır.
- Metaforlar sizin kurum kültürünüze uyarlanır.
- Süre ve mekan kısıtlarınıza göre (1 tam gün, yarım gün, off-site) ölçeklendirilir.

3. AŞAMA: ÇARPIŞMA VE ÜRETIM (DENEYIM GÜNÜ)

PowerPoint yok. Sıkıcı sunumlar yok. Sadece hareket, malzeme, duyular ve "gerçeklik" var. Eğitmenlerimiz birer öğretmen değil, deneyim kolaylaştırıcısı (facilitator) olarak süreci yönetir.

4. AŞAMA: FIZIKSEL HAFIZA (KALICI İZ)

Eğitim bittiğinde elinizde sertifikalar değil; kendi onardığınız kintsugi kaseleri, ekibinizin mozaik panosu veya 1 ay sonra masanıza gelen analog fotoğraf defterleri olur. Deneyim duvarda, masada ve hafızada yaşamaya devam eder.



NEDEN FARKLIYIZ?

Yetişkinler;
Kendilerine söylenenleri unuturlar.
Slaytlarda gördüklerini hatırlamazlar.
Rol yapma (role-play) oyunlarını ciddiye almazlar.

Yetişkinler sadece gerçekten hissettiklerini ve elleriyle ürettiklerini içselleştirirler.
Biz şuna inanıyoruz:

- Güven, tahtaya yazılarak öğretilmez; gözünüz bağlıyken ekip arkadaşınıza muhtaç kaldığınızda öğrenilir.
- Hata kültürü, sunumla anlatılmaz; kendi kırdığınız seramiği altınla birleştirirken inşa edilir.
- Liderlik, kitap okuyarak değil; size sadece enerjinizle tepki veren bir atla yan yana yürüdüğünüzde anlaşılır.

Kurumsal dünyadaki en büyük yanılgı, insanların bilgi eksikliğinden dolayı yanlış davrandığını sanmaktır. Oysa sorun bilgi değil, davranış refleksidir.

Refleksler ancak deneyimle değişir.
Gelin, kurumunuzun reflekslerini birlikte yeniden tasarlayalım.



Adres :
Bilge sk, Doğa Meşe Park st, A1-2
Göktürk, Eyüp, İstanbul

Telefon
+90 530 969 46 91

Email :
gokhan@mindFQ.com