mindFQ
THINKING RESET

2026-2027
MEKANSAL ÖĞRENME
KATALOĞU

MEKANSAL ÖĞRENME

Tüm hakları saklıdır.



ŞEHRİN HAFIZASINDAN KURUMSAL REFLEKSLERE

Şehir, iş dünyasının en büyük ve en gerçek laboratuvarıdır.

DÜNYANIN EN GERÇEK LABORATUVARI

SLAYTLARDAN ÇIKAN, SAHAYA İNEN ÖĞRENME

Kurumsal eğitimler on yıllardır dört duvar arasına, projeksiyon ekranlarına ve soyut kavramlara sıkışmış durumda. Liderlik, rekabet, değişim veya strateji; bu kavramların hepsi toplantı salonlarında konuşuluyor ancak hiçbiri o salonlarda "yaşanmıyor". Oysa insan zihni bilgiyi soyut kelimelerle değil, mekânsal çapalarla (spatial anchoring) kaydeder. Bir yetişkin, ekranda gördüğü rekabet tablosunu bir hafta sonra unutur; ancak Tahtakale'nin dar sokaklarındaki o amansız rekabeti fiziksel olarak hissettiğinde, bu deneyim kalıcı bir iş refleksine dönüşür.

Mekânsal Öğrenme (Spatial Learning), şehri ve mimariyi birer eğitim materyali olarak kabul eder. İstanbul gibi binlerce yıllık krizleri, ticaret ağlarını ve büyük dönüşümleri atlatmış bir metropol, iş dünyasının en sert gerçeklerini içinde barındırır.

Bu katalogdaki programlar şu üç temel prensibe dayanır:

- Mekân Metafordur: Sarnıçlar şirketinizin veri ve nakit rezervini, Galata'nın dar sokakları kısıtlar altındaki stratejinizi, Sirkeci Garı ise içinden geçtiğiniz dönüşüm sancısını temsil eder.
- Öğrenme Harekettir: Oturarak öğrenilmez. Katılımcı yürür, kaybolur, dokunur, gözlemler ve çözümü mekânın dinamikleri içinden çıkarır.
- Hafıza Kalıcıdır: Şirket içinde "Bir eğitimde konuşmuştuk" cümlesi silinir, yerine "Sirkeci'de, o peronda karar vermiştik" cümlesi gelir. Deneyim gerçektir ve gerçekler unutulmaz.

Aşağıdaki sayfalar, birer turistik gezi rotası değil; mimarinin, tarihin ve şehir kültürünün kurumsal yetkinliklere çevrildiği dönüştürücü birer deneyim tasarımıdır. Şehrin sokaklarında, şirketinizin reflekslerini yeniden inşa etmeye davetlisiniz.

SİRKECİ GARI İLE DÖNÜŞÜM VE BELİRSİZLİK YÖNETİMİ E.
DÖNÜŞÜMÜN EŞİĞİ ATÖLYESİ

Programın Çıkış Noktası
Sirkeci Garı bir varış noktası değil, Avrupa'dan İstanbul'a giriş, göçlerin başlangıcı ve bir geçiş noktasıdır. Programın teması: "Dönüşüm peronda başlar.". Soyut bir kavram olan transformasyon, Sirkeci gibi somut bir mekân üzerinden deneyimsel bir öğrenmeye (Kolb Modeli: Somut deneyim → gözlem → kavramsallaştırma → uygulama) dönüştürülür. İnsanlar dönüşümü "Bir eğitimde konuşmuştuk" diye değil, "Sirkeci'de konuşmuştuk" diyerek çok güçlü bir hafıza ankrajıyla hatırlar.

Programın Amacı
Transformasyon, belirsizlik yönetimi ve değişime hazırlık süreçlerini mekânsal olarak anlamlandırması. Organizasyonel geçiş ve yeni dünyaya adım atmak için gereken psikolojik hazırlığı kavraması.

Hedef Kitle
- Dönüşüm yaşayan şirketler.
- Yeni strateji belirleyen ekipler.
- Liderlik programları ve ürün dönüşümü yaşayan ekipler.

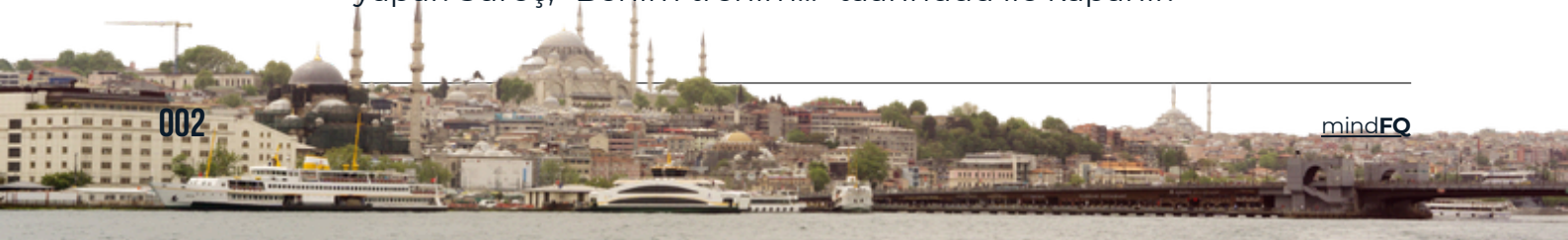
Kazanımlar & Çıktılar
Şirket içi Dönüşüm Aşama Haritası.
90 Günlük Dönüşüm Eylem Planı.

1 Tam Gün

16-18 Kişi

1 Eğitmen

Programın Ana Omurgası
Toplanma ve Eşik Gözlemi (Sirkeci Garı Önü): Katılımcılara "Eşik Gözlem Kartı" verilir; bu mekânın hareket mi yoksa durmayı mı, karar mı yoksa hazırlığı mı temsil ettiği sorgulanır.
Urban Discovery (Mekânsal Okuma ve Keşif): Bekleme salonunda "hazırlık" konuşulurken şirketlerin dönüşüme gerçekten hazır olup olmadığı tartışılır. Peronlarda "kalkış anı" ve saat kulesinde "zamanlama" analiz edilir. Katılımcılar 1 dönüşüm, 1 bekleme ve 1 karar fotoğrafı çekerek gözlem yapar.
Business Translation (Kapalı Mekân - Sirkeci Modeli): Sirkeci Dönüşüm Modeli (Bekleme, Hazırlık, Kalkış, Yeni Dünya) tahtaya çizilir. Şirketin ve takımların hangi aşamada olduğu haritalandırılır. İnsan, sistem, para ve liderlik gibi "trenin kalkmasını engelleyen" unsurlar tartışılır ve tren kalkmadan önce yapılacak 5 şey listelenir.
Action Design (Aksiyon Tasarımı): Her ekip "Bugün neredeyiz, 90 gün sonra nerede olacağız?" sorularıyla 90 günlük dönüşüm planı yapar. Süreç, "Benim trenim..." taahhüdü ile kapanır.



TARİHİ YARIMADA İLE REKABET VE İLETİŞİM EĞİTİMİ
PAZAR YOĞUNLUĞUNDA AYAKTA KALMA ATÖLYESİ)

Programın Çıkış Noktası

Tarihi Yarımada (Liman, Postane, Kapalıçarşı, Pazarlar) 1000 yıl boyunca dünyanın en yoğun ticaret merkezlerinden biri olmuştur. Programın teması: "Rekabet kalabalıkta öğrenilir.". Bugünkü iş dünyasındaki marketplace, omni-channel ve rekabet stratejisi kavramları, saf rekabetin yaşandığı Tahtakale sokaklarında laboratuvar ortamında görülür. Rekabet PowerPoint'te anlatılmaz, gerçektir ve gösterilir.

Programın Amacı

Farklılaşma, görünürlük, network, pazar yoğunluğu ve müşteri kazanımı stratejilerini sahada okuması. Güven ekonomisini ve tekrarlı müşteri (repeat business) kavramını tarihi ticaret modelleri üzerinden analiz etmesi.

Kazanımlar & Çıktılar

- Kurumun 4 Katmanlı Rekabet Analizi.
- Pazar Farklılaşma ve Görünürlük Planı.

1 Tam Gün

16-20 Kişi

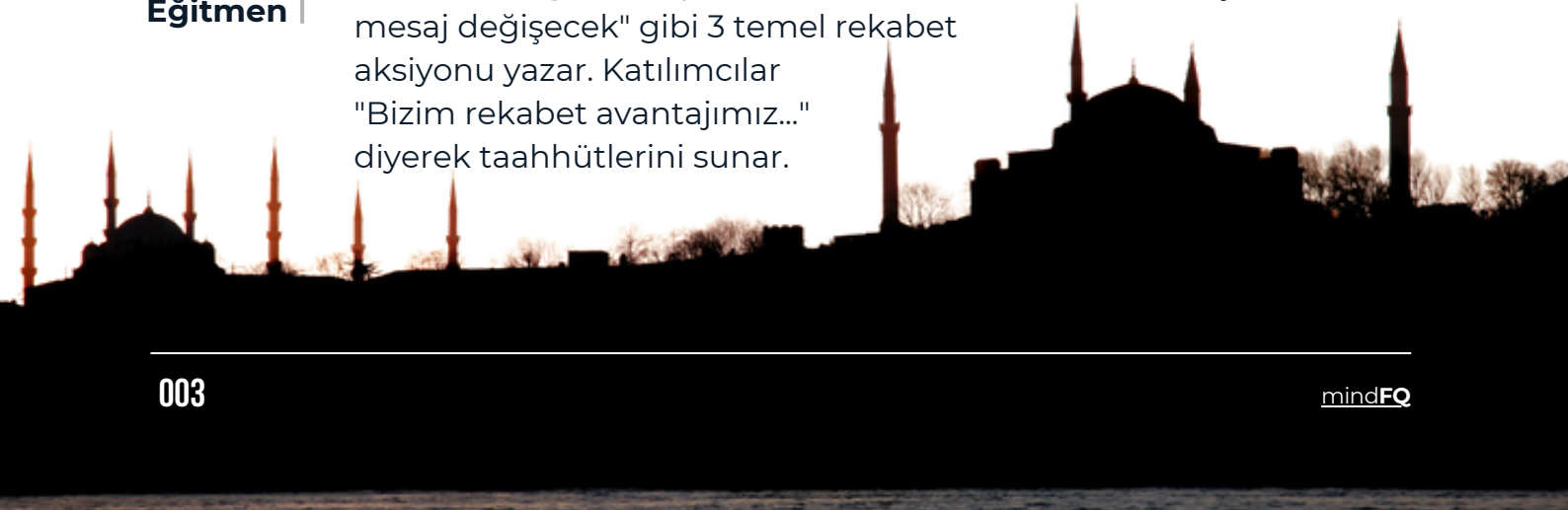
1 Eğitmen

Programın Ana Omurgası

Urban Discovery (Sahada Keşif): Eminönü Meydanı'nda müşteri kazanımı (Customer acquisition) konuşulur. Postane bölgesinde ticaretin iletişim ve veri akışı (CRM/Network) incelenir. Tahtakale'de aynı ürünü satan 5 dükkân bulunarak fiyat, kalabalık ve çekicilik analizi yapılır. Kapalıçarşı girişinde marka güveni (brand trust) sorgulanır. "Rekabet Avı" ile en iyi satışçı ve en iyi vitrin fotoğraflanır.

Business Translation (Kapalı Mekân): Tarihi Yarımada Rekabet Modeli (Trafik, Görünürlük, Farklılaşma, Güven) üzerinden şirket analizi yapılır. "Ürününüz Tahtakale'de satılsaydı ayakta kalır mıydı?" sorusuyla "Aynı Sokakta" egzersizi gerçekleştirilir ve rakiplerin zayıf/güçlü yönleri haritalanır.

Action Design (Aksiyon Tasarımı): Ekipler "Fiyat netleşecek, mesaj değişecek" gibi 3 temel rekabet aksiyonu yazar. Katılımcılar "Bizim rekabet avantajımız..." diyerek taahhütlerini sunar.



SU SARNIÇLARI İLE KAYNAK YÖNETİMİ VE DAYANIKLILIK
KOLEKTİF SİSTEMLER VE REZERV STRATEJISI ATÖLYESI

Programın Çıkış Noktası
İstanbul kuşatmalar sırasında suyu, saklı rezervi ve planlaması olduğu için ayakta kalabilmiştir. Bizans su sarnıçları yere gömülü, korunaklı, sessiz ve hayatidir. Programın teması: "Görünmeyen kaynaklar organizasyonu ayakta tutar.". Sarnıç; nakit rezervi, veri rezervi, yetkinlik rezervi ve insan rezervinin mekânsal metaforudur. Rekabet görünen, kaynak ise görünmeyendir.

Programın Amacı
Kaynak yönetimi, risk yönetimi ve sürdürülebilirlik kavramlarını derinlemesine hissetmesi. Uzun vadeli düşünme, güvenlik ve paylaşım sistemlerini organizasyonel bir perspektifle incelemesi.

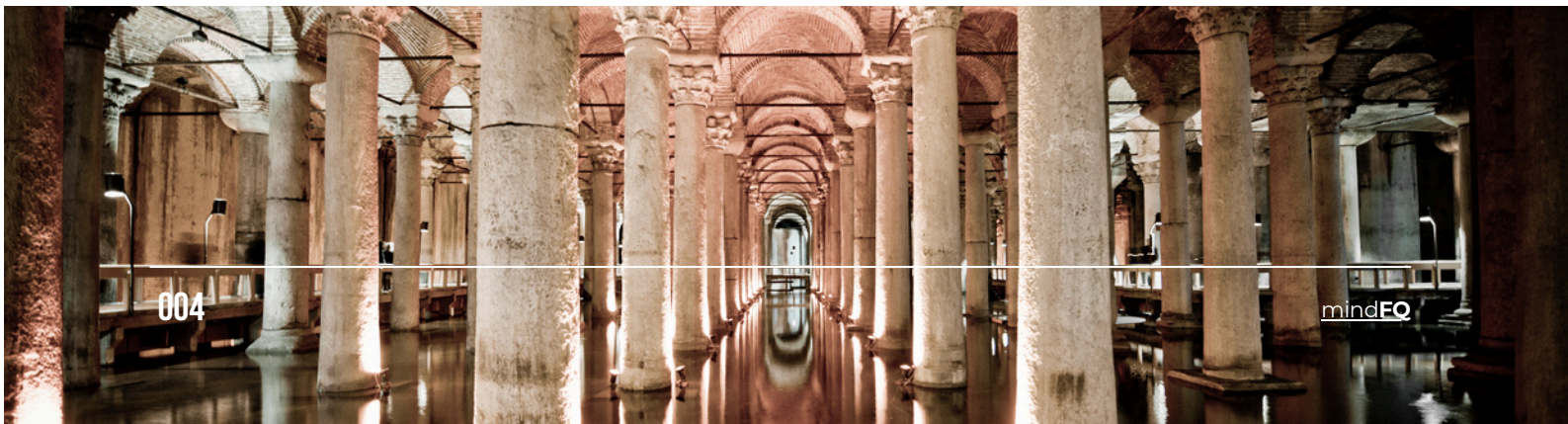
Kazanımlar & Çıktılar
- Şirket Kaynak Haritası ve Dağıtım Sistemi.
- Kriz ve Rezerv Aksiyon Planı.

1 Tam Gün

16-20 Kişi

1 Eğitmen

Programın Ana Omurgası
Urban Discovery (Yerebatan/Binbirdirek Sarnıcı): Sarnıcın görünmez ama hayati olduğu hikayesi anlatılır. Katılımcılar loş ışık ve sessizlik içinde dolaşarak güvenlik, saklama ve paylaşım gözlemi yapar. Sarnıçtaki suyun "taşınması, saklanması ve paylaşılması" üzerinden, iş hayatında kaynakların "toplanması, saklanması ve dağıtılması" metaforu kurulur.
Business Translation (Kapalı Mekân - Kaynak Modeli): Toplama, Saklama, Koruma ve Dağıtım katmanları tahtaya çizilir. "Sarnıcımız Nerede?" egzersiziyle şirketin "suyu"nun ne olduğu (veri, know-how, insan) bulunur. En sarsıcı aşama olan "Risk Analizi"nde, "Sarnıcınız boşalsa ne olur?" sorusuyla veri, insan ve nakit kayıpları tartışılır.
Action Design (Aksiyon Tasarımı): Ekipler veri yedekleme, finansal rezerv veya eğitim planı gibi 3 rezerv aksiyonu çıkarır. Kapanış "Bizim sarnıcımız..." cümlesiyle yapılır.



GALATA İLE STRATEJİK ZİHİN VE YARATICI SAVUNMA E.
KISITLAR ALTINDA İNOVASYON VE SİSTEM TASARIMI ATÖLYESİ

Programın Çıkış Noktası
Bizans, Ceneviz kolonisi Galata'ya sur yapmaya izin vermediği ve askeri güç sınırlı olduğu için, Galata fiziksel güç yerine zihin gücü kullanarak finansı kurmuş, bankacılığı geliştirmiş, dar sokaklar ve kalın duvarlı binalar inşa etmiştir. Programın teması: "Kısıtlar stratejiyi doğurur.". Kaynak azsa strateji, alan azsa model, güç azsa zeka gerekir; bu durum "innovation under constraints" fikrine birebir uyar. Strateji anlatılmaz; sokaklarda, binalarda ve finans merkezinde okunur.

Programın Amacı
Stratejik düşünme ve alternatif çözümler üretme becerisi kazanması. Kısıtlar altında rekabet avantajı, sistem tasarımı ve savunma stratejisi geliştirmeyi öğrenmesi.

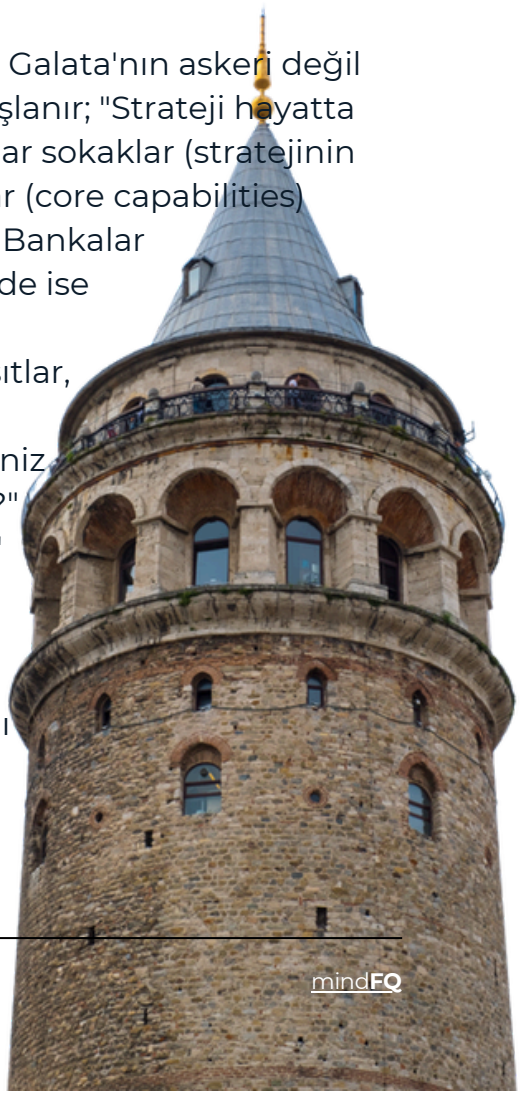
Kazanımlar & Çıktılar
- Core Capabilities (Kalın Duvarlar) Analizi.
- Kısıt Yönetimi ve Stratejik Hamle Planı.

1 Tam Gün

16-20 Kişi

2 Eğitmen

Programın Ana Omurgası
Urban Discovery (Karaköy-Galata Hattı): Galata'nın askeri değil stratejik bir merkez olduğu hikayesiyle başlanır; "Strateji hayatta kalma aracıdır". Kontrollü girişi sağlayan dar sokaklar (stratejinin herkese açık olmaması) ve kalın taş binalar (core capabilities) incelenerek şirketin karşılıkları sorgulanır. Bankalar Caddesi'nde finansal zeka, Galata Kulesi'nde ise erken uyarı ve stratejik öngörü ele alınır.
Business Translation (Kapalı Mekân): Kısıtlar, Savunma, Avantaj ve Sistemden oluşan 4 katmanlı Strateji Modeli çalışılır. "Rakipleriniz sizden 10 kat büyük olsaydı ne yapardınız?" sorusuyla "Sur Yapamazsan Ne Yaparsın?" egzersizi yapılır. Güçlü/zayıf alanları gösteren stratejik harita çizilir.
Action Design (Aksiyon Tasarımı): Niş pazar, fiyat stratejisi veya teknoloji avantajı gibi 3 stratejik hamle tasarlanır. "Bizim Galata stratejimiz..." sözüyle program tamamlanır.



KIZ KULESİ İLE ALGI VE HİKÂYE EĞİTİMİ
MARKA ANLAMI VE SEMBOL İNŞASI ATÖLYESİ

Programın Çıkış Noktası
Kız Kulesi küçük ve basit bir yapıdır ama dünyanın en güçlü sembollerinden biridir. Programın teması: "İnsanlar ürünü değil hikâyeyi hatırlar.". İmza niteliğindeki ana fikir: "Marka büyüklükle değil anlamla büyür.". Gerçeklik değil hikaye yaşar. Kuleye bizzat girilerek "immersive learning" (kapsayıcı öğrenme) uygulanır; bu da öğrenme kalıcılığını ciddi şekilde artırır.

Programın Amacı
Markaların fiziksel büyüklükle değil, algı ve hikâyeyle büyüdüğünü anlaması. Hikâye tasarımı ve sembollerin marka inşasındaki rolünü kavraması

Kazanımlar & Çıktılar
- Kurumsal Hikâye (Problem-Kahraman-Dönüşüm) Çerçevesi.
- Marka Sembolü ve Algı Modeli.

1 Tam Gün

16-20 Kişi

1 Eğitmen

Programın Ana Omurgası
Urban Discovery (Salacak Sahili ve Kule): Dış perspektiften kuleden önce "algı" incelenir. Prenses, yılan ve fener efsaneleri üzerinden hikâye anlatımı yapılır. Kuleye "tekne ile geçiş", müşterinin marka dünyasına girişinin metaforudur. Kule içinde serbest dolaşımla 1 hikâye, 1 duygu ve 1 sembol unsuru gözlemlenir. "Kız Kulesi olmasaydı İstanbul değişir miydi?" sorusu tartışılarak marka sembollerinin önemi kanıtlanır.
Business Translation (Kapalı Mekân): Gerçek Ürün, Hikâye, Sembol ve Hafıza basamaklarından oluşan Marka Modeli çalışılır. Şirketin kendi gerçekliği, hikayesi, sembolü ve insanların neyle hatırladığı analiz edilir. "Markamızın Kız Kulesi Nedir?" (ürün, logo, kurucu vb.) signature egzersizi gerçekleştirilir. Problem, Kahraman ve Dönüşüm formatında hikaye tasarlanır.
Action Design (Aksiyon Tasarımı): Hero ürün belirleme veya görsel dili sadeleştirme gibi 3 algı tasarımı aksiyonu yazılır. Süreç, "Bizim hikâyemiz..." cümlesiyle noktalanır.



BOĞAZİÇİ VAPUR HATTI İLE VUCA VE ÇEVİK LİDERLİK E.
AKINTILARI YÖNETMEK VE ROTADA KALMAK ATÖLYESİ

Programın Çıkış Noktası
Liderlik eğitimlerinde "dış etkenler, belirsizlik, makro krizler" masa başında konuşulur. Oysa belirsizlik (VUCA dünyası) rüzgar gibidir, PowerPoint ile değil dümen ile yönetilir. İstanbul Boğazı dünyadaki en karmaşık akıntılara (ters akıntı, orkoz) ve en yoğun deniz trafiğine sahip kanallardan biridir. Kaptan suyu kontrol edemez, sadece kendi gemisini kontrol edebilir. Bu programın çıkış noktası: Dış koşullar sürekli değiştiğinde ve su altı akıntıları sizi geriye çektiğinde rotanızı nasıl korursunuz?

Programın Amacı
Kontrol edemediği dış etkenlere (ekonomi, rakipler, regülasyonlar) odaklanmak yerine, iç çevikliğine (agility) odaklanmasını sağlamak. "Plan yapmak" ile "anlık rota düzeltmek" arasındaki farkı deneyimlemesi. Sürekli sallantıda olan bir zeminde (kriz anında) ekibin güvenini ayakta tutabilmesi.

Hedef Kitle
- Üst düzey yöneticiler (C-Level).
- Kriz yönetimi ve risk yönetimi e..
- VUCA (Değişken, Belirsiz, Karmaşık, Muğlak) koşullarında çalışan operasyon liderleri.

Kazanımlar & Çıktılar
- Şirketin Dış Risk ve Dip Akıntısı Haritası.
- Kriz Anı Liderlik ve Çevik Manevra Manifestosu.

1 Tam Gün

16-20 Kişi

2 Eğitmen

Programın Ana Omurgası
Urban Discovery (Vapur Hatlarında Keşif): Eğitim, Karaköy-Kadıköy veya Beşiktaş-Üsküdar gibi yoğun vapur hatlarında, hareket halindeki bir gemide başlar. "Su Üstü Gözlem Kartı" verilir. Katılımcılar, vapurun rotasından sapmasını, ters akıntılara karşı motorun verdiği tepkiyi ve diğer gemilerle olan anlık manevraları gözlemler.

Business Translation (Kapalı Mekân / İskele Binası): Tahtaya "Akıntı Modeli" çizilir: Rüzgar (Görünen Kriz) vs. Dip Akıntısı (Görünmeyen Kriz). Ekipler şirketlerini etkileyen dış güçleri (kur dalgalanmaları, teknolojik yıkım) akıntı olarak haritalandırır. "Eğer motor (nakit akışı/motivasyon) durursa gemi nereye sürüklenir?" signature egzersizi yapılır.

Action Design (Aksiyon Tasarımı): Liderler 90 günlük "Rota Düzeltme ve Çeviklik Planı" hazırlar. Program, "Bizim dip akıntımız..." ve "Motor gücümüz..." taahhütleriyle kapanır.

BİRLİKTE NASIL YÜRÜYORUZ?

BIZ SIZE HAZIR BIR GEZI ROTASI SATMIYORUZ; ŞIRKETINIZIN IHTIYAÇLARINA GÖRE MEKÂNSAL DENEYIM TASARIMI YAPIYORUZ.

1. KEŞIF (KURUMSAL CHECK-UP)

ola çıkmadan önce liderlerinizle masaya otururuz. Gerçek probleminiz nedir? Hangi metrikler düşüyor? Hangi davranışların değişmesini istiyorsunuz?

2. ROTA TERZILIĞI (CUSTOMIZATION)

Seçilen mekân (Sirkeci, Galata, Boğaz vb.), sizin kurum kültürünüze, sektör jargonunuza ve günlük iş akışınıza (vaka çalışmalarına) göre yeniden senaryolaştırılır.

3. SOKAK LABORATUVARI (URBAN DISCOVERY)

Eğitim günü ofisten çıkılır. Katılımcılar şehri bir turist gibi değil, bir stratejist gibi okumayı öğrenir. Mekân, iş dünyasına tercüme edilir.

4. AKSIYON TASARIMI (ACTION DESIGN)

Günün sonunda kapalı bir alanda toplanılır. Sokakta yaşanan aydınlanma, şirketin ertesi sabah uygulayacağı 90 günlük iş planlarına ve taahhütlere dönüştürülür.



NEDEN FARKLIYIZ?

Duvarları olan salonlarda, sınırları aşmayı öğretemezsiniz.

Şirketinizin sınırlarını yeniden çizmek, alışkanlıklarını kırmak ve reflekslerini güçlendirmek için en büyük laboratuvarımız dışarıda bizi bekliyor.

Sınıftan çıkın. Gerçek öğrenme, gerçek dünyada başlar.



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

Telefon
+90 530 969 46 91

Email :
gokhan@mindFQ.com