

O, Başarının Bir Parçası Olmak İçin Yaratılmış Bir Girişimci: Hasan Aslanoba

“Başarılı iş adamı Hasan Aslanoba, tüm enerjisini internet projelerine melek yatırımcı olarak ayırmaya karar verdi. Şu anda, genç girişimcilerin motivasyonu ve melek sermaye konusunda Türkiye'nin yeni nesil öncülerinden...”

Türkiye’de, pek bilinmeyen ama yeni nesil ticaretle uğraşanların bir kaldıraç aracı olarak kullandığı “melek yatırımcılık”, fikir ve proje ile finansmanı bir araya getiriyor. Gelecek vaat eden ancak sermaye sıkıntısı çeken girişimlere bireysel olarak hem finansman hem de bilgi birikimi ve tecrübelerini aktaran kişilere “**melek yatırımcı**”, henüz başlangıç aşamasında olan bir iş fırsatına, ileriki süreçlerde kurulacak işletmenin büyümesi ve gelişmesi için sermaye ve bilgi birikimi sağlama sürecine de “**melek yatırımcılık**” deniyor.

Melek yatırımcılar, kanunda yapılan düzenleme ile bir araya gelebiliyor, yapmış oldukları yatırımın vergiden muaf tutulması sağlanabiliyor. Son günlerde, iletişim kanallarında duyduğumuz birçok



Hasan Aslanoba, geldiği noktada bir projede ortaya çıkan başarının parçası olmanın, kendisi için her şeyden önemli olduğunu, geleceğin yatırımcılarının da bu şekilde konuya yaklaşması gerektiğini söylüyor

internet projesinin finansmanı da bu yolla sağlanmış. Hatta belli noktaya gelmiş yeni nesil projeler de, işlerini ve projelerini büyütmek için melek yatırımcılarla işbirliğini tercih ediyor.

Son yıllarda, başka bir sektörde faaliyet gösterirken, şirketinin markasını yabancı bir evlilikle büyütme yoluna giden ve elde ettiği kazanımla melek yatırımcı olmayı tercih eden Hasan Aslanoba, bu alanda parlayan bir yıldız.

Erikli Su’yun **eski CEO’su Hasan Aslanoba**, tüm enerjisini internet projelerine melek yatırımcı olarak ayırmaya karar verdi. Şu anda, genç girişimcilerin motivasyonu ve melek sermaye konusunda Türkiye’nin yeni nesil öncülerinden... Kurduğu Aslanoba Capital, aracılığı ile yurt içi ve yurt dışında onlarca yeni nesil projeye yatırım yapan Hasan Aslanoba, bambaşka bir kulvarda, iş insanlarına öncülük ediyor.

Kendisine en çok sorulan soru, “Yatırım yapacağı projeleri nasıl seçiyor?”... Bu soruya, bütün açıklamalarında hep aynı cevabı vermiş. Önüne gelen projeleri değerlendirme sürecini “*Her gün 5-10 tane yeni proje geliyor e-mail veya LinkedIn üzerinden. Elerken stratejiyi önemsiyorum. Pazarın ihtiyacını ve sorununu belirleyip çözümünü iyi anlatanları önceliyorum. Taşları yerinden oynatacak, gerçekten değer yaratacak fikirlere bakıyorum. Mobil teknoloji projelerini, uygulamaları ve belirli bir kategoride ürün satan dikey*

e-ticaret sitelerini çok dikkate aldım şimdiye kadar.” diyerek tanımlayan Hasan Aslanoba için “işin stratejisi” çok önemli bir belirleyici.

Yaptığı açıklamalarda hep stratejinin belirleyiciliğine vurgu yapan Hasan Aslanoba, **“Stratejide önem dediğim konu, stratejinin “olsa iyi olur” değil, gerçekten büyük değer yaratan bir çözüm getirmesi; ama işin başlangıcında da birincil olarak müşterisinin problemini ve onun için sunduğu çözümü çok iyi tariflemesi gerekiyor. Stratejilerde sunulması gereken problem nedir, niçin böyle bir problem var ve bununla ilgili nasıl bir çözüm sunulduğu çok iyi tariflenmeli. Bunun yanı sıra uygulanabilir olması ve dünyada örneklerinin var olması gerekiyor.”** diyerek bu işin olmazsa olmazlarını tarif ediyor.

Bu işte, orta ve uzun vadeli planları olduğunu söyleyen Hasan Aslanoba, geldiği noktada bir projede ortaya çıkan başarının parçası olmanın, kendisi için her şeyden önemli olduğunu, geleceğin yatırımcılarının da bu şekilde konuya yaklaşması gerektiğini söylüyor. Hasan Aslanoba, melek yatırımcı olarak kazandıklarını, katılmış olduğu bir konferansta da dediği gibi, tekrar bu ekosisteme yeni yatırım olarak geri vereceğinin sinyallerini veriyor:

“Türkiye’nin en önemli başarılarından birine imza attım ve şirketimi gerçekten çok yüksek değerlere ulaştırdım. O açıdan birincil odağım servetimi üçe beşe katlamak değil aslında. Öyle bir çıkış noktam yok. Ben başarının bir parçası olmak istiyorum. Eski ekonomiden yeni ekonomiye muazzam bir dönüşüm var ve çok ciddi başarı hikayeleri ortaya çıkacak. Hayalleri süsleyen milyon dolarlar aslında yeniden bir yatırım yapabilmek için bir araç. Benim bu ekosistemden kazandıklarım gayrimenkullere gitmeyecek, yeniden bu ekosisteme gidecek.”

Akıllı telefonların ve mobilitenin



artması ile birlikte, insanların çoğu satın almasını hayatın içindeyken, ellerindeki telefonlarla yaptığı bir çağa doğru gidiyoruz. Hasan Aslanoba, mobil kavramı ile ilgili düşüncelerini **“Açıkçası mobil çok dikkatimi çekiyor. Mobilde özellikle son tüketiciye hitap eden, ölçeklenebilir, gerçekten fayda sağlayan ve bir problemi çözen uygulamalar çok büyük değer yaratabiliyor.”** şeklinde tarif ediyor.

Türkiye’de melek yatırımcılık kavramının gelişmediğini ve tam olarak bu kavramın bilinmediğini söyleyen Hasan Aslanoba, bu konudaki öncü bir lider olarak, manzarayı şu şekilde tanımlıyor:

“Türkiye’de startup (girişim) şirketlerin ihtiyaç duyduğu büyüme fonlarında (500 bin dolar, 1 milyon dolar gibi) çok büyük sıkıntı var. Çünkü bunlara yatırım yapacak internet zenginleri yok henüz. Cebinde parası olan, internet ekosistemini anlayan, bilen, kazandığı parayı tekrar oraya döndürecek olan yatırımcı profili çok eksik. Yabancı girişim fonları ise Türkiye’de yatırım yapacak şirket bulamıyoruz diyorlar. Onlar ayda cirosu 1 milyon dolar olan belirli büyüklüğe ulaşmış ve büyüyen şirketlerle ilgileniyorlar. Küçük ölçeklerle ilgilenen yok.”

Katma değerli ürün üretmek veya süreçlerde inovasyon yapmak, tıkanmışlığa bağlı olarak bazen zor olabiliyor. Sektörlerdeki kâr marjlarının düşmesi, alternatif sektörlerle ilgili artırmalı. Fikir ve proje olarak donanımlı girişimcilerin ortaya çıkardıkları ve müşteri nezdinde karşılığı bulunan yeni ekonomi ürün veya hizmetlerinin finansmanı, kendi sektörümüzde yaşadığımız tıkanıklığın önünü açacak, yeni nesil bir anahtar olabilir.

“Cebinde parası olan, internet ekosistemini anlayan, bilen, kazandığı parayı tekrar oraya döndürecek olan yatırımcı profili çok eksik”

