

Yapay zekâ ile müşteri bulma: küçük işletmeler ve serbest çalışanlar için rehber

İdeal müşterini tanımla, teklifini netleştir, bulunur ol ve kişisel mesajlar yaz. Kopyala-yapıştır prompt'lar ve haftada 2 saatlik bir rutin.

burakozerweb.com/kaynaklar/yapay-zeka-ile-musteri-bulma

Küçük bir işletmen varsa ya da serbest çalışıyorsan, en zor iş çoğu zaman işin kendisi değil; o işi isteyen doğru insanı bulmak. Yapay zekâ senin yerine müşteri bulmaz. Ama **kime satacağını netleştirmek, kendini bulunur kılmak ve kişisel mesajları hızlı yazmak** konusunda sana ciddi zaman kazandırır. Bu rehberde sırasıyla şunları yapacağız: ideal müşterini tanımlayacağız, teklifini keskinleştireceğiz, Google'da ve yapay zekâ asistanlarında bulunur olacağız, potansiyel müşterileri etik biçimde araştıracağız, kişisel mesajlar yazacağız ve bunları haftada 2 saatlik bir rutine bağlayacağız.

Neye ihtiyacın var

- ChatGPT ya da benzeri bir sohbet asistanı (ücretsiz plan başlamak için yeterli)
- Kaynak gösteren bir araştırma aracı: Perplexity
- Son 5–10 müşterinin kısa bir listesi (isim gerekmez; ne istediler, neden seni seçtiler, ne kadar memnun kaldılar)
- Bir Google Business Profile (fiziksel ya da hizmet bölgesi olan işletmeler için) veya en azından tek sayfalık bir web sitesi
- Takip için basit bir tablo: Google E-Tablolar, Excel ya da Notion



ChatGPT

Yazı, fikir, özet ve günlük sorular için çok yönlü sohbet asistanı.

Aracı aç: chatgpt.com



Perplexity

Kaynak göstererek cevap veren yapay zekâ destekli arama motoru.

Aracı aç: www.perplexity.ai

1. İdeal müşterini tanımla

"Herkes müşterim olabilir" dediğin anda mesajın kimseye dokunmaz. İlk iş, en iyi müşterilerinin ortak özelliklerini çıkarmak. Aşağıdaki prompt'a mevcut müşterilerinden gerçek gözlemler ver; yapay zekâ bunları bir profile dönüştürsün.

PROMPT 1

Sen küçük işletmelere danışmanlık yapan deneyimli bir pazarlama stratejistisin.

İşim: [ne yaptığını 2 cümleyle anlat]

Şehir / bölge: [nerede hizmet veriyorsun]

En memnun kaldığım 5 müşterim hakkında notlar: [her biri için sektör, büyüklük, neden geldi, ne aldı, sonuç ne oldu]

İşi zorlaştıran 2 müşteri tipi: [kısaca anlat]

Görev: Bu bilgilerden bir “ideal müşteri profili” çıkar.

1) Profili 5 maddede tanımla (kim, hangi durumda, hangi sorunla, karar vereni kim, bütçe hassasiyeti yüksek mi düşük mü).

2) Bu kişinin sorunu kendi cümleleriyle nasıl anlattığını 5 örnek cümleyle yaz.

3) Beni arayacağı an: hangi olay onu harekete geçirir? 3 tetikleyici say.

4) Uzak durmam gereken müşteri işaretlerini 3 maddede yaz.

Kısıt: Verdiğim bilgilerin dışına çıkıp uydurma; emin olmadığın yerde “varsayım” diye belirt. Çıktı Türkçe olsun.

Çıktıyı değerlendirirken şuna bak: tetikleyiciler somut mu? “Büyüme istiyor” zayıf; “yeni şube açtı”, “eski ajansıyla anlaşması bitti” güçlü. Somut tetikleyici, kimi ne zaman arayacağını söyler.

2. Teklifini ve konumunu netleştir

İnsanlar hizmet değil sonuç satın alır. “Sosyal medya yönetimi yapıyorum” yerine “yerel restoranların hafta içi rezervasyonlarını artırmaya yönelik içerik planı” gibi bir cümle hem daha kolay anlaşılır hem de daha kolay önerilir.

PROMPT 2

Önceki mesajdaki ideal müşteri profilini kullan.

Şu an işimi şöyle anlatıyorum: [mevcut tanıtım cümle]

Rakiplerimden farkım olduğunu düşündüğüm şeyler: [2-3 madde]

Görev:

1) “[Kime] [hangi sonucu] [ne kadar sürede / hangi yöntemle] sağlıyorum” kalıbında 5 farklı konumlandırma cümlesi yaz.

2) Her birini ideal müşterinin gözünden 1-5 arası puanla ve nedenini tek cümleyle açıkla.

3) En güçlü cümle için, müşterinin ilk görüşmede soracağı 5 itirazı ve her birine kısa, dürüst bir yanıt yaz.

Kısıt: Abartılı vaat, garanti ya da rakam uydurma kullanma. Sade Türkçe yaz.

İpucu

Seçtiğin cümleyi 2-3 gerçek müşterine gönder ve “Bu beni tanımlıyor mu?” diye sor. Yapay zekânın puanı değil, onların tepkisi belirleyici.

3. Kendini bulunur kıl

Müşteri bulmanın yarısı, seni arayanların seni kolayca bulabilmesi. Bunun üç ayağı var: Google Business Profile, yorumlar ve yapay zekâ asistanlarında görünürlük.

Google Business Profile'ı toparla

- Kategori: ana kategoriye işine en yakın olanı seç; ek kategorileri gerçekten yaptığı işlerle sınırla.
- Açıklama: 2. adımdaki konumlandırma cümlelele başla, hizmet bölgeni ve kime hizmet verdiğini yaz.
- Hizmetler / ürünler: her birini ayrı ayrı ekle, kısa açıklama yaz.
- Fotoğraflar: gerçek mekân, ekip ve iş örnekleri. Hazır görsel yerine kendi fotoğrafların.
- Güncellemeler: ayda birkaç kısa gönderi (kampanya, yeni iş, sık sorulan soru).

Yorum iste — doğru şekilde

İşletme profilinde “Daha fazla yorum alın” kartından yorum bağlantını ve QR kodunu alabilirsin. Bu bağlantıyı işi teslim ettiğin gün, kısa ve kişisel bir mesajla gönder. Google’ın kuralları gereği yorum karşılığında indirim ya da hediye verme, yalnızca memnun olduğunu düşündüğün müşterilere seçerek sorma.

PROMPT 3

Bir [işletme türü] işletmesiyim. İşini yeni teslim ettiğim bir müşteriye WhatsApp’tan gönderilecek, yorum isteyen 3 farklı mesaj yaz.

Müşteri: [ad], yaptığımız iş: [kısaca]

Kurallar: En fazla 60 kelime, samimi ama saygılı, karşılığında hiçbir şey teklif etme, baskı yapma, yorum bağlantısı için [BAĞLANTI] yer tutucusunu kullan. Biri çok kısa, biri biraz daha sıcak, biri e-posta için uygun olsun.

Yapay zekâ asistanları seni nasıl “bilir”?

Artık insanlar “Kadıköy’de iyi bir diyetisyen öner” gibi soruları ChatGPT’ye ya da Perplexity’ye de soruyor. Bu araçlar web’deki bilgilerden yararlanır; kimseye sıralama garantisi yoktur. Senin yapabileceğin, hakkındaki bilginin açık, tutarlı ve kolay okunur olması:

- **Tutarlı ad-adres-telefon:** işletme adın, adresin ve telefonun web sitende, Google profilinde ve sosyal medyada harfi harfine aynı olsun.
- **Net web sitesi metni:** ne yaptığın, kime yaptığın, nerede hizmet verdiğin ilk ekranda düz cümlelele yazsın.
- **SSS bölümü:** müşterilerin gerçekten sorduğu 8–10 soruyu kısa yanıtlarıyla sitene ekle. Bu hem insanlara hem arama motorlarına yardım eder.
- **Güncel yorumlar ve içerik:** düzenli yorum ve paylaşım, işletmenin hâlâ aktif olduğunu gösterir.

4. Potansiyel müşterileri etik biçimde araştır

Perplexity, kaynak göstererek yanıt verdiği için hedef sektörü ve şirketleri araştırmakta işe yarar. Burada amaç kişisel veri toplamak değil; **herkese açık iş bilgilerinden** kime, neden ulaşman gerektiğini anlamak.

PROMPT 4

Ben [şehir] bölgesinde [hizmetin] sunuyorum. İdeal müşterim: [1. adımdaki profilin kısa özeti].

Görev: Bu profile uyan işletme türlerini ve bu bölgede son dönemde yaşanan, hizmetime ihtiyaç doğurabilecek gelişmeleri (yeni açılışlar, sektör düzenlemeleri, sezonluk ihtiyaçlar) araştır.

Çıktı: 1) 5 alt segment ve her birinin muhtemel ihtiyacı, 2) her segment için herkese açık kaynaklardan bulunabilecek sinyaller, 3) kaynak bağlantıları.

Kısıt: Kişilerin özel bilgilerini (kişisel telefon, ev adresi, özel hesaplar) arama ya da listeleme. Yalnızca işletmelere ait, herkese açık bilgileri kullan. Türkçe yanıt ver.

Kaynakları mutlaka tıklayıp kontrol et. Yapay zekâ bazen eski bir haberi güncel gibi sunabilir ya da iki işletmeyi karıştırabilir.

5. Kişisel mesajlar yaz

Toplu, kopyala-yapıştır mesajlar hem işe yaramaz hem de itibarını zedeler. İyi bir ilk mesaj kısadır, karşı tarafla ilgili gerçek bir gözleme dayanır ve küçük bir sonraki adım önerir.

PROMPT 5

Sen samimi ve net yazan bir iş geliştirme uzmanısın.

Benim hakkımda: [konumlandırma cümle]

Alıcı: [işletme adı, sektörü, yetkili kişinin rolü]

Onun hakkında herkese açık bir gözlem: [ör. yeni şube açtıklarını duyurdular]

Kanal: [LinkedIn mesajı / e-posta]

Görev: 3 farklı ilk mesaj taslağı yaz.

Kurallar: En fazla 90 kelime; ilk cümle gözleme dayansın; tek bir somut fayda söyle; satış baskısı yapma; sonunda evet/hayır ile yanıtlanabilecek küçük bir soru sor (ör. "Kısa bir örnek göndermemi ister misiniz?"). Abartı ve uydurma rakam kullanma. Türkçe yaz.

Ticari ileti kuralları

Türkiye'de tanıtım amaçlı SMS, e-posta ve arama gibi ticari elektronik iletiler için kural olarak önceden onay gerekir ve bu onaylar İleti Yönetim Sistemi (İYS) üzerinden yönetilir. Tacir ve esnafa gönderimlerde farklı kurallar olsa da alıcının reddetme hakkı her zaman vardır. Bu bir hukuki tavsiye değil; toplu gönderim planlıyorsan güncel mevzuatı bir uzmana danış. Kişisel verileri işlerken KVKK'yı da unutma.

6. Takip sistemi kur

Çoğu fırsat ilk mesajda değil, nazik bir takipte gelir. Basit bir tabloda her kişinin durumunu tut ve takipleri belli aralıklarla yap. Yanıt yoksa üçüncü mesajdan sonra bırak.

Aşama	Ne zaman	Ne yaparsın
İlk mesaj	1. gün	Gözleme dayalı kısa mesaj, küçük bir soru
1. takip	4–5 gün sonra	Yeni bir değer ekle: kısa örnek, faydalı bir kaynak ya da fikir
2. takip	10–14 gün sonra	Kısa ve kibar kapanış: “Şu an uygun değilse sorun değil”
Yanıt geldiyse	Aynı gün	Kısa görüşme öner, iki saat seçeneği sun
Görüşme sonrası	24 saat içinde	Özet ve net teklif gönder

Takip mesajlarını da yapay zekâya yazdırabilirsin; önceki mesajını ve yeni eklemek istediğin değeri vermen yeterli.

Haftada 2 saatlik müşteri bulma rutini

Müşteri bulma bir kampanya değil, alışkanlık. Takvimine sabit bir blok koy ve şu şekilde böl:

Süre	İş	Araç
20 dk	Geçen haftanın yanıtlarını ve takip tablosunu gözden geçir	Tablo
25 dk	5–10 yeni potansiyel müşteri araştır ve not al	Perplexity
30 dk	Kişisel ilk mesajları hazırla, düzenle, gönder	ChatGPT + kendi gözün
20 dk	Vadesi gelen takipleri gönder	ChatGPT
15 dk	Google profiline bir güncelleme ekle, yeni yorumlara yanıt ver	Google Business Profile
10 dk	Neyin işe yaradığını not et, gelecek hafta için tek bir değişiklik seç	Tablo

Sık yapılan hatalar

- İdeal müşteriyi tanımlamadan mesaj göndermeye başlamak.
- Yapay zekânın yazdığı mesajı hiç düzenlemeden göndermek; okuyan hemen fark eder.
- Aynı mesajı yüzlerce kişiye göndermek ve ticari ileti kurallarını yok saymak.
- Araştırma çıktısındaki kaynakları kontrol etmemek.
- Yorum karşılığında indirim teklif etmek ya da yalnızca memnun müşterilere seçerek sormak.
- Rutini iki hafta uygulayıp bırakmak; sonuçlar genellikle düzenli takiple gelir.

Sıradaki adım

Bu rutini birkaç hafta uyguladıktan sonra tekrar eden kısımları otomatiğe bağlamak mantıklı: form doldurulunca otomatik taslak yanıt, takip hatırlatmaları, tabloya kayıt gibi. Bunun için [küçük işletmeler için yapay zekâ otomasyonu rehberine](#) geç. Kendi işine özel bir yol haritası istersen [birebir görüşme](#) de ayarlayabiliriz.

Daha fazla ücretsiz rehber ve haftada iki bülten: burakozerweb.com/bulten