UYGULAMALI İÇERİK REFERANS KILAVUZU

Kanca (Hook) Kalıpları — Karşılaştırma Tablosu

Sosyal medyada ezbere kopyalanarak etkisini yitiren 43 kanca kalıbının, psikolojik mekanizmasını koruyarak yenilenmiş şablon karşılıkları ve LinkedIn ile X'ten seçilmiş 129 gerçek paylaşım analizi.

10 KATEGORİ BÖLÜMÜ

01 — 4 Kalıp
Merak Boşluğu (Curiosity Gap)
Zihnin 'bilmediği bir şey' olduğunu hissedip çözümlemek için içerikte kalma dürtüsü.

02 — 4 Kalıp
Otorite İddiası (Authority Play)
Yazarın deneyim, sayı veya unvan kullanarak güven kurması.

03 — 4 Kalıp
Korku / Kayıp Aversiyonu (Loss Aversion)
İzleyicinin bir şeyi kaybettiğini veya kaybedeceğini hissettirme.

04 — 5 Kalıp
Karşıt Görüş (Contrarian)
Yaygın kabul gören bir görüşü reddetme ve alternatif bir gerçeği vaat etme.

05 — 5 Kalıp
Hızlı Sonuç / Pratik Vaat (Quick Result)
Hızlı, pratik bir kazanç veya çözüm vaadi.

06 — 5 Kalıp
Liste / Çerçeve (List / Framework)
Numaralandırılmış liste veya adlandırılmış çerçeve ile yapı vaadi.

07 — 4 Kalıp
İtiraf / Hikaye (Confession / Story)
Kişisel açıdan itiraf veya hikaye anlatımı ile samimiyet vaadi.

08 — 3 Kalıp
Sosyal Kanıt (Social Proof)
Başkalarının başarıları veya davranışları üzerinden güven.

09 — 3 Kalıp
Kimlik / Aidiyet (Identity / Belonging)
İzleyiciyi belirli bir gruba üye olarak tanımlama.

10 — 6 Kalıp
Trend / Newsjacking
Güncel olay, trend veya yıl/dönem referansı.

NASIL KULLANILIR? İçeriğinizin ilk cümlesinde aklınıza gelen klişe kalıbı ilgili kategorinin sol sütununda bulun. Ortadaki **güncel şablonu** veya sağdaki **gerçek sosyal medya örneklerinin** kurgusunu kendi konunuza uyarlayın.

DOĞRULANMIŞ GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEKLERİ Bu rehberde yer alan 129 uygulama örneğinin tamamı kurgusal değil, LinkedIn ve X (Twitter) üzerinde yayınlanmış gerçek sosyal medya paylaşımlarından seçilmiştir. Her örneğin sağ üst köşesindeki yazar bağlantısına tıklayarak orijinal paylaşıma doğrudan ulaşabilirsiniz.

ESKİMİŞ KALIP & NEDEN ÇALIŞMAZ?	GÜNCEL ŞABLON & GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEĞİ 1	DOĞRULANMIŞ GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEKLERİ (ÖRNEK 2 & ÖRNEK 3 — BAĞLANTILI)

KATEGORİ 1 / 10 — Merak Boşluğu (Curiosity Gap)

Zihnin 'bilmediği bir şey' olduğunu hissedip çözümlemek için içerikte kalma dürtüsü. **(4 Kalıp)**

#01 — 1. Merak Boşluğu

Bunu sana kimse söylemiyor...

"Nobody is telling you this..."

TİPİK KLİŞE KULLANIM
"Kimse sana LinkedIn'de şunu söylemiyor: **[boşluk]** "

NEDEN ÇALIŞMAZ?
Çok geniş bir boşluk vaadi, izleyici "yine aynı şey" diye kaydırıyor

GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON
[Süre/Ölçek] sonunda bile çözülmeyen **[sorun]** hakkında **[spesifik grup]** ile konuştuğumda hepsi aynı noktayı işaret etti.

GERÇEK ÖRNEK 1 — Matthias Bellmann • LinkedIn ↗

"Eşim geçenlerde bana 10 yıl ve 75 milyon dolardan sonra işlerin neden hala istikrarlı hissettirmediğini sordu. Ona verecek iyi bir cevabım yoktu. Ben de diğer kuruculara sormaya başladım. Hepsi aynı şeyi söyledi."

Neden çalışıyor: Yapay bir sır vaadi sunmak yerine 75 milyon dolarlık ölçeği ve samimi bir ev içi soruyu birleştirip cevabı geciktiriyor.

GERÇEK ÖRNEK 2 — Yurii Rebryk • LinkedIn ↗

"LinkedIn profilim size Y Combinator destekli bir girişim kurucusu olduğumu söylüyor. Ama profilimin size söylemediği gerçekler şunlar."

Neden çalışıyor: Klişe sır iddiasını kendi profilinin parlak yüzeyi ile reddedilmeler ve parasız kalma riski arasındaki gerçek boşluğa çeviriyor.

GERÇEK ÖRNEK 3 — Aparajitha V. • LinkedIn ↗

"Bir müşterim, daha tek kelime bile konuşmadan aylar önce benimle çalışmaya karar verdiğini söyledi."

Neden çalışıyor: Konuşmadan aylar önce seçilme durumuyla hemen açıklanmayan davranışsal bir paradoks ve merak boşluğu kuruyor.

#02 — 1. Merak Boşluğu

[X] sektörü bunu bilmeni istemiyor...

"The [X] industry doesn't want you to know..."

TİPİK KLİŞE KULLANIM
"Sigorta sektörü sana bunu söylemek istemez..."

NEDEN ÇALIŞMAZ?
Komplonun vaadi boş çıkıyor, güven çöküşü

GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON
Dışarıdan **[parlak/standart görünen durum]** olarak bilinen sürecin perde arkasında aslında şu gerçek yaşanıyor.

GERÇEK ÖRNEK 1 — Vanessa Larco • LinkedIn ↗

"LinkedIn profilime baktığınızda girişimimin satın alındığını görebilirsiniz. Ancak perde arkasındaki gerçek çok daha sertti."

Neden çalışıyor: Sektördeki parlak satın alındı (acquired) etiketi ile gerçekteki zararına satış arasındaki farkı dürüstçe açıyor.

GERÇEK ÖRNEK 2 — Abdurrahman Muni • LinkedIn ↗

"Kusursuz niteliklere sahip bir adayı reddettim. Ardından kriterlerin yalnızca yüzde 60'ını karşılayan birini işe aldım."

Neden çalışıyor: İşe alım komplosu kurmak yerine kağıt üzerindeki nitelik ile gerçek düşünme kalitesi arasındaki farkı somutlaştırıyor.

GERÇEK ÖRNEK 3 — Ross Summers • LinkedIn ↗

"Yaptığım en iyi işe alımın sıfır deneyimi vardı. En kötü işe alımlarım ise onlarca yıllık deneyimle gelmişti."

Neden çalışıyor: Deneyim ile performans arasındaki sezgisel bağı kırıp görünmeyen değişkeni metnin devamına bırakıyor.

#03 — 1. Merak Boşluğu

[Konu] 'yu öğrenmeye [X saat/para] harcadım. Keşfettiklerim:

"I spent [X hours/dollars] learning [topic]. Here's what I discovered:"

TİPİK KLİŞE KULLANIM
"1000 saat kodlama öğrendim. İşte keşfettiklerim:"

NEDEN ÇALIŞMAZ?
"Keşfettiklerim" kısmı genellikle sıradan bilgiler çıkıyor, süre vaadi kadar içerik eşleşmiyor

GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON
[Süre/Bütçe] boyunca **[somut hedef]** üzerinde çalıştıktan sonra sahada doğrulanan tek net bulgu.

GERÇEK ÖRNEK 1 — Will Nelson • LinkedIn ↗

"20 B2B pazarlama liderine geçen yıl gelirlerini neyin büyüttüğünü sordum. Hepsi aynı cevabı verdi."

Neden çalışıyor: Soyut saat hesabı yerine 20 liderlik dar bir araştırma örneklemi ve ortak cevap şaşkınlığı kuruyor.

GERÇEK ÖRNEK 2 — Admond Lee • LinkedIn ↗

"Kimsenin istemediği bir girişimi inşa etmek için 1,5 yıl harcadım. Kasada 2 aylık para varken kapandı."

Neden çalışıyor: Harcanan süreyi övünmek için değil, iyi görünen demo ile sıfır ödeme arasındaki kırılmayı anlatmak için kullanıyor.

GERÇEK ÖRNEK 3 — Arvind Narayanan • X ↗

"Yapay zeka ajanlarının değerlendirilme biçiminde yaygın ve yapısal eksiklikler tespit ettik."

Neden çalışıyor: Test başarıları ile gerçek saha faydası arasına maliyet ve yeniden üretilebilirlik sorunlarını koyarak merak uyandırıyor.

ESKİMİŞ KALIP & NEDEN ÇALIŞMAZ?	GÜNCEL ŞABLON & GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEĞİ 1	DOĞRULANMIŞ GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEKLERİ (ÖRNEK 2 & ÖRNEK 3 — BAĞLANTILI)	

#04 — 1. Merak Boşluğu

[Sonucumu] 10 katına çıkaran tek şey

"The one thing that 10X'd my [result]"

TİPİK KLİŞE KULLANIM
"Sonucumu 10 katına çıkaran tek şey"

NEDEN ÇALIŞMAZ?
"10X" vaadi tükendi, "tek şey" genelde bir bullet point listesi çıkıyor

GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON
[Beklenen hamle] yerine yaptığımız **[beklenmedik/küçük değişiklik]**, sonucu **[A noktasından B noktasına]** taşıdı.

GERÇEK ÖRNEK 1 — Tola Janus • LinkedIn ↗

"Gurur duyduğum ilk paylaşımım 100 görüntülenme aldı. Neredeyse yayınlamaktan vazgeçtiğim paylaşım ise 10 bine ulaştı."

Neden çalışıyor: Abartılı 10 kat büyüme klişesi yerine iki somut rakam arasındaki çelişkiyle neden sorusunu doğuruyor.

GERÇEK ÖRNEK 2 — Codie Sanchez • X ↗

"Satın aldığım bu çevrimiçi işletme ayda 29 dolar ücret alıyordu."

Neden çalışıyor: Mucizevi büyüme iddiası yerine 29 dolarlık başlangıç fiyatını verip aynı işin nasıl daha yüksek fiyata taşındığını verilerle açıyor.

GERÇEK ÖRNEK 3 — Brian Kumahor • X ↗

"Bir dönemlik öğrenme sürecini 48 saate sıkıştırmanın yolunu tesadüfen keşfettim. MIT'deki bir yüksek lisans öğrencisi bana kendi NotebookLM kurulumunu gösterdi."

Neden çalışıyor: Soyut hız vaadini MIT öğrencisinin kurulumu ve hiç çalışmadığı yeterlilik sınavını geçmesi üzerinden somutlaştırıyor.

KATEGORİ 2 / 10 — Otorite İddiası (Authority Play)

Yazarın deneyim, sayı veya unvan kullanarak güven kurması. **(4 Kalıp)**

#05 — 2. Otorite İddiası

[X] + müşteriye/öğrenciye yardım ettim...

"I've helped [X] + clients/students..."

TİPİK KLİŞE KULLANIM
"500+ girişimciye yardım ettim. İşte en büyük hatalar:"

NEDEN ÇALIŞMAZ?
"500+" sayısı doğrulanamaz, herkes benzer sayılar kullanıyor

GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON
[X] adet **[vaka/kayıt/görüşme]** verisini incelediğimizde ortaya çıkan ve standart kabulü bozan bulgu.

GERÇEK ÖRNEK 1 — Chip Huyen • X ↗

"27 büyük teknoloji şirketine ait 15.897 Glassdoor mülakat değerlendirmesini inceledik."

Neden çalışıyor: Yuvarlak 500+ kişiye yardım ettim iddiası yerine tam örneklem sayısını ve veri kaynağını ortaya koyarak otorite kuruyor.

GERÇEK ÖRNEK 2 — Michal Eisik • LinkedIn ↗

"100 binden fazla kişilik listede yaptığımız testin çarpıcı sonuçları. İsimle kişiselleştirme yapmamak, emoji eklememek ve aciliyet kurmamak daha yüksek açılma oranı getirdi."

Neden çalışıyor: Otoriteyi unvanla değil, 100 bin kişilik örneklem ve istatistiksel güven düzeyiyle kanıtlıyor.

GERÇEK ÖRNEK 3 — Drew Sanocki • X ↗

"122 kampanya ve 500 bin alıcı üzerinde e-posta ile fiziksel postayı birlikte test ettik. İki kanalın birleşimi 2,9 kat ek reklam getirisi (ROAS) üretti."

Neden çalışıyor: Çok kanallı pazarlama iddiasını 122 kampanyalık kontrollü karşılaştırma verisiyle destekliyor.

#06 — 2. Otorite İddiası

[Sektör]'de [X] yıl sonra...

"After [X] years in [industry]..."

TİPİK KLİŞE KULLANIM
"Sektörde 15 yıl sonra öğrendiğim dersler"

NEDEN ÇALIŞMAZ?
Yıllar artık kalite garantisi değil, herkes "15 yıl" diyor

GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON
[Süre/Deneyim] sonunda doğru sandığımız **[varsayımın]** aslında hangi operasyonel değişkende kırıldığını gördük.

GERÇEK ÖRNEK 1 — Ruby Nguyen • LinkedIn ↗

"Risk sermayesi destekli 3 girişim kurduktan sonra gördüğüm gerçek şu. İlk ürünümüz 100 bin kullanıcıya ve yüzde 50 tutunma oranına rağmen battı."

Neden çalışıyor: Yılları övünmek için değil, kullanıcı hacmi ile ödeme alma arasındaki kopuşu kendi otopsisiyle göstermek için kullanıyor.

GERÇEK ÖRNEK 2 — Aytekin Tank • X ↗

"İlk iki yıl boyunca gelirimiz tam 0 dolardı. Ücretli sürümü çıkardığımızda ise bekleyen 25 bin potansiyel abonemiz vardı."

Neden çalışıyor: Sektörde 15 yıl klişesi yerine iki yıllık sıfır gelir sabrını ve ürün olgunlaşmasını somut rakamla anlatıyor.

GERÇEK ÖRNEK 3 — Dan Westgarth • X ↗

"Deel'i sıfırdan 1,5 milyar dolar yıllık gelire ve 5 kişiden 7 bin çalışana taşırken, büyümenin asıl yükünü 3 ila 12 aylık kurumsal satış döngüleri ve operasyon ekibi çekti."

Neden çalışıyor: Ciro gösterisiyle yetinmeyip sıkıcı kurumsal operasyonun nasıl rekabet avantajı yarattığını açıklıyor.

ESKİMİŞ KALIP & NEDEN ÇALIŞMAZ?	GÜNCEL ŞABLON & GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEĞİ 1	DOĞRULANMIŞ GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEKLERİ (ÖRNEK 2 & ÖRNEK 3 — BAĞLANTILI)	
#07 2. Otorite İddiası **[İsim] Çerçevesi her şeyi değiştirdi** *"The [Name] Framework changed everything"* TİPİK KLİŞE KULLANIM "ABCDE Çerçevesi her şeyi değiştirdi. İşte o:" NEDEN ÇALIŞMAZ? Herkes kendi "çerçevesini" adlandırıyor, isim = kalite algısı kırıldı	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON **Soyut bir çerçeve adı koymak yerine [süreçteki] tek bir [değişkeni/adımı] değiştirdik ve [ölçülen sonuç] aldık.** GERÇEK ÖRNEK 1 — Connor Stearns • LinkedIn ↗ "Bir test pazarında tüm reklamları 3 aylığına kapattık. Dönüşüm oranı yüzde 23 düştü ama gerçek satışlar hiç düşmedi." **Neden çalışıyor:** Hayali bir çerçeve ismi satmak yerine reklam aktivitesi ile gerçek geliri ayıran cesur bir saha deneyini paylaşıyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — Long Van • LinkedIn ↗ "Kayıt butonundaki 'Ücretsiz kaydol' ifadesini 'Ücretsiz dene' olarak değiştirmek, deneme başlangıçlarını bir ayda yüzde 104 artırdı." **Neden çalışıyor:** Psikolojik dönüşüm iddiasını üç kelimelik tek bir metin değişikliği ve bir aylık ölçümle somutlaştırıyor.	GERÇEK ÖRNEK 3 — Doron Hetz • LinkedIn ↗ "Üretim ortamında kayıtların yüzde 40'ı üç gün boyunca sessizce atlandı. Ekip olarak beş sütunlu, yaşayan bir Hata Kayıt Sistemi kurduk." **Neden çalışıyor:** Hatalardan öğrenin sloganını gerçek bir veri kaybı vakasından doğan beş sütunlu operasyonel tabloya bağlıyor.
#08 2. Otorite İddiası **[Yayın]'da yer aldım...** *"I've been featured in [publication]..."* TİPİK KLİŞE KULLANIM "Forbes, TechCrunch, vb.'de yer aldım" NEDEN ÇALIŞMAZ? Basın yer almaları artık LinkedIn'de "self-promo" olarak algılanıyor, algoritma downrank ediyor	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON **Dış görünürlük veya gösterim hacmi yerine doğrudan [gerçek ticari metrik/maliyet] üreten şu deneyi uyguladık.** GERÇEK ÖRNEK 1 — Paolo Trivellato • X ↗ "Eski stratejim 890 bin gösterim ve 12 potansiyel müşteri getirdi. Yeni stratejim ise yüzde 84 daha az erişimle, 140 bin gösterimde 61 nitelikli müşteri adayı üretti." **Neden çalışıyor:** Gösterişli erişim ve medya görünürlüğünü ticari otorite sanma yanılgısını net dönüşüm verisiyle yıkıyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — Noah Kagan • X ↗ "Yeni kitabımın kapağını sezgiyle değil, 377 dolarlık reklam testiyle seçtim. 7,8 milyon gösterim ve 50 bin tıklama sonunda kazanan tasarım belli oldu." **Neden çalışıyor:** Yazarlık otoritesini övgüyle değil, tasarım kararını ucuz ve ölçülebilir bir veri deneyine bağlayarak gösteriyor.	GERÇEK ÖRNEK 3 — Pieter Levels • X ↗ "Yapay zeka dışı sitelerimin toplam sunucu maliyeti ayda 979 dolara indi, kar marjı yüzde 99'un üzerinde. Eski altyapı maliyetimiz yaklaşık 30 kat daha yüksekti." **Neden çalışıyor:** Yalın girişim otoritesini soyut teoriden çıkarıp fatura kalemleri ve marj oranlarıyla kanıtlıyor.
KATEGORİ 3 / 10 **Korku / Kayıp Aversiyonu (Loss Aversion)** — İzleyicinin bir şeyi kaybettiğini veya kaybedeceğini hissettirme. **(4 Kalıp)**			
#09 3. Korku / Kayıp **Hala [X] yapıyorsan [para/zaman] harcıyorsun...** *"If you're still [doing X], you're wasting [money/time]..."* TİPİK KLİŞE KULLANIM "Hala elle DM yanıtlıyorsan 10+ saat/hafta kaybediyorsun" NEDEN ÇALIŞMAZ? "Boşa harcama" ifadesi o kadar sık kullanılıyor ki artık anksiyete değil kayıtsızlık üretiyor	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON **[Süreçte] gözden kaçan [küçük gecikme/manuel adım], yıl sonunda [somut ciro/kullanıcı] kaybına dönüşüyor.** GERÇEK ÖRNEK 1 — Tareq B. • LinkedIn ↗ "Hiç gönderilmeyen takip e-postası. CRM'de 9 gün bekleyen müşteri adayı. 4 gün geç kesilen fatura. Haftada sadece 3 takibi kaçırmak, yüzde 20 kapanış oranıyla yılda 156 bin doların masada kalması demektir." **Neden çalışıyor:** Soyut haftada 10 saat kaybediyorsun klişesini CRM'de bekleyen müşteri ve yıllık 156 bin dolarlık ciro kaybına çeviriyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — Roelof Otten • LinkedIn ↗ "Pasif kalan her kullanıcı şirkete ayda 1 dolara mal oluyor. 3 bin pasif kullanıcıyla yılda 36 bin dolar sessizce eriyor." **Neden çalışıyor:** Birim ekonomideki görünmez veri saklama maliyetini kullanıcı başına 1 dolarlık net hesapla görünür kılıyor.	GERÇEK ÖRNEK 3 — Jilles van Gurp • LinkedIn ↗ "Ödeme yapan her kullanıcınız her ay bu süreçten geçmek zorunda kalıyor. Az önce sadece fatura indirmek için 45 dakikamı harcadınız." **Neden çalışıyor:** Kötü deneyim müşteri kaybettirir demek yerine fatura indirme sürtünmesinde harcanan 45 dakikayı yüzleştiriyor.

ESKİMİŞ KALIP & NEDEN ÇALIŞMAZ?	GÜNCEL ŞABLON & GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEĞİ 1	DOĞRULANMIŞ GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEKLERİ (ÖRNEK 2 & ÖRNEK 3 — BAĞLANTILI)	
#10 3. Korku / Kayıp **Çok geç olmadan [yaygın hata] 'yı bırak** *"Stop [common mistake] before it's too late"* TİPİK KLİŞE KULLANIM "Çok geç olmadan [hata] 'yı bırakın" NEDEN ÇALIŞMAZ? "Çok geç olmadan" ifadesi tükendi, aciliyet hissi kalmadı	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON [Karar/Süreç] aşamasında yapılan [spesifik ihmal], [süre] içinde [geri döndürülemez sonuca] yol açıyor. GERÇEK ÖRNEK 1 — Lewis Maleh • LinkedIn ↗ "Altı ay önce üst düzey bir yönetici yerleştirdim. İlk hafta sadece bilgisayar ve İK evrak e-postası verildi. Dördüncü hafta başka yerle görüşmeye başladı, altıncı hafta istifa etti." **Neden çalışıyor:** Kötü oryantasyon uyarısını hafta hafta ilerleyen gerçek bir çalışan kaybı vakasıyla anlatıyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — Sevil Ece Gümüş Kapar • LinkedIn ↗ "Raporu zamanında göndermedim. Üstelik beni aramış olmasına rağmen geri dönüş yapmayı da unuttum. Müşteri 'Ben artık sizinle çalışmayacağım' dedi." **Neden çalışıyor:** Yapay korkutma yerine geciken tek bir raporun ve cevapsız çağrının müşteriyi nasıl kaybettirdiğini dürüstçe paylaşıyor.	GERÇEK ÖRNEK 3 — Osman Halıcı • LinkedIn ↗ "Siparişi geciktirmemek için ürünleri kontrol etmeden doğrudan yükleme yaptık. Giden tüm ürünler arızalı çıktı." **Neden çalışıyor:** Müşteriyi kaybetmemek için atlanan kalite kontrol adımının nasıl çok daha büyük bir güven kaybı doğurduğunu gösteriyor.
#11 3. Korku / Kayıp **[X] yaparak [para/zaman/takipçi] kaybediyorsun** *"You're losing [money/time/followers] by doing [X]"* TİPİK KLİŞE KULLANIM "Bunu yaparak para kaybediyorsun" NEDEN ÇALIŞMAZ? Kayıp iddiası somut kanıtla desteklenmiyorsa clickbait olarak algılanıyor	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON [Yüksek görünen metrik] peşinde koşarken asıl değer üreten [kritik çıktıyı] fark etmeden kaybediyorsunuz. GERÇEK ÖRNEK 1 — Karla McNeilage • LinkedIn ↗ "100 binden fazla gösterim ve 2.500 beğeni alan gönderimden sıfır iş fırsatı çıktı. 2.900 gösterim alan diğer gönderim ise 3 yatırımcı görüşmesi ve 3 kat müşteri adayı getirdi." **Neden çalışıyor:** Yanlış kitleye ulaşan viral içeriğin aslında fırsat kaybı ürettiğini iki gönderinin ticari karşılaştırmasıyla kanıtlıyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — Said Korkmaz • LinkedIn ↗ "Meta reklamlarında 3 ayda 1 milyon TL yaktım. Başlangıçta harcadığınız para çoğu zaman müşteri satın almak için değil, veri satın almak içindir." **Neden çalışıyor:** Soyut reklam bütçesi uyarısını 3 ay, 1 milyon TL ve 50'den fazla kreatif testiyle yaşanmış bir bilançoya dayandırıyor.	GERÇEK ÖRNEK 3 — Mustafa Talat Toktaş • X ↗ "Üç kere battım. 200 bin liram odadaki kutularda duran deri ürünlere dönüştü." **Neden çalışıyor:** Talep doğrulamadan stok almayın tavsiyesini odada bekleyen 200 bin TL'lik fiziksel ürün yığınıyla somutlaştırıyor.
#12 3. Korku / Kayıp **Bu tek şey [büyümeni/satışlarını] öldürüyor** *"This one thing is killing your [growth/sales]"* TİPİK KLİŞE KULLANIM "Bu tek şey büyümeni öldürüyor" NEDEN ÇALIŞMAZ? "Öldürme" hiperbolü her yerde, inandırıcılık sıfıra yaklaşıyor	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON [Büyüme/Satış] sürecinde sadece ilk katmana bakmak, arkadaki [ikinci derece kaybı] gizliyor. GERÇEK ÖRNEK 1 — Mehmet Akpınar • LinkedIn ↗ "AI Search'te asıl mesele sadece trafik kaybetmek değil, müşteri karar verirken markanın görünür bir seçenek olmamasıdır." **Neden çalışıyor:** Trafiğiniz ölüyor klişesini müşterinin karar anındaki değerlendirme listesinden silinme riskine çeviriyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — Larry Cheng • X ↗ "100 müşteri kaybettiğinizde yalnızca 100 müşteriyi kaybetmezsiniz, 100 farklı topluluğu kaybedersiniz. Müşteri kaybı toplam erişilebilir pazarınızı (TAM) katlanarak daraltır." **Neden çalışıyor:** Müşteri kaybını sadece aylık gelir düşüşü olmaktan çıkarıp şirketin gelecekteki pazar tavanının daralmasına bağlıyor.	GERÇEK ÖRNEK 3 — Apoorv Sharma • LinkedIn ↗ "Bunu yapmamanın bize maliyeti ne olacak? 18 aylık projeksiyonda 600 bin dolarlık satış yakalamak ile 240 bin dolarda kalmak arasındaki 360 bin dolarlık fark her yıl açılıyor." **Neden çalışıyor:** Büyümeniz durur demek yerine iki senaryolu 18 aylık gelir tablosuyla hareketsiz kalmanın bileşik maliyetini hesaplıyor.

ESKİMİŞ KALIP & NEDEN ÇALIŞMAZ? | GÜNCEL ŞABLON & GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEĞİ 1 | DOĞRULANMIŞ GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEKLERİ (ÖRNEK 2 & ÖRNEK 3 — BAĞLANTILI)

KATEGORİ 4 / 10 Karşıt Görüş (Contrarian)

Yaygın kabul gören bir görüşü reddetme ve alternatif bir gerçeği vaat etme. **(5 Kalıp)**

#13 — 4. Karşıt Görüş

Popüler olmayan görüş: [aslında yaygın görüş]

"Unpopular opinion: [mainstream view]"

TİPİK KLİŞE KULLANIM
"Popüler olmayan görüşüm: **[aslında popüler görüş]**"

NEDEN ÇALIŞMAZ?
"Popüler olmayan görüş" kalıbı bir formül oldu, çoğu zaman aslında popüler bir görüş söylemek için kullanılıyor

GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON
Sektörde başarı göstergesi sayılan **[X metriği/durumu]**, aslında **[gizli bir darboğaza]** işaret ediyor olabilir.

GERÇEK ÖRNEK 1 — Rex Salisbury • X ↗

"Yüzde 10 pazar payınız varsa muhtemelen küçük bir pazardasınızdır ve büyüme tavanınız sınırlıdır."

Neden çalışıyor: Herkesin övündüğü yüksek pazar payı metriğini, 10 kat büyüme matematiğiyle tersine çeviriyor.

GERÇEK ÖRNEK 2 — Dr. Hüseyin Güler • LinkedIn ↗

"Birçok şirket inovasyonu kötü niyetten değil, iyi niyetli uygulamaların yan ürünü olan bariyerlerle kaybediyor."

Neden çalışıyor: Yeniliğe kapalı yöneticiler klişesi yerine risk yönetimi ve uzmanlaşma silolarının yarattığı görünmez engelleri teşhis ediyor.

GERÇEK ÖRNEK 3 — Ant Murphy • X ↗

"Ürün özelliklerini teslim etmeden önce 'değere göre' önceliklendirmeniz aslında imkansızdır."

Neden çalışıyor: Ürün yönetimindeki en yaygın kuralı, değerin ancak teslimat sonrası oluştuğu gerçeğiyle sorgulatıyor.

#14 — 4. Karşıt Görüş

Herkes [X] yapıyor. Ben [tersini] yapıyorum.

"Everyone does [X]. I do [opposite]."

TİPİK KLİŞE KULLANIM
"Herkes **[X]** yapıyor. Ben **[tersini]** yapıyorum."

NEDEN ÇALIŞMAZ?
"Herkes" karşıtlığı o kadar yaygın ki artık "herkes" karşıt görüşü de "herkes" yapıyor

GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON
Enerjinin büyük kısmını **[herkesin odaklandığı X alanına]** harcamak yerine **[Y noktasına]** kaydırmak daha hızlı sonuç veriyor.

GERÇEK ÖRNEK 1 — Matt Clutterham • LinkedIn ↗

"Öne çıkmanın en hızlı yolu, etkileyici görünmek için harcadığınız duygusal enerjiyi yüzde 95 azaltıp kişisel olmaya yüzde 5 daha fazla enerji ayırmaktır."

Neden çalışıyor: Müşteriyi sürekli şaşırtın tavsiyesi yerine yüzde 95 tutarlılık ve kritik anlarda yüzde 5 kişisel dokunuş dengesini kuruyor.

GERÇEK ÖRNEK 2 — Omar Haroun • LinkedIn ↗

"150'den fazla müşteri görüşmesinden öğrendiklerimizi, küçük ekibimiz ve sınırlı kaynaklarımız nedeniyle bir süre gizli (stealth) tutmayı seçiyoruz."

Neden çalışıyor: Herkesin açıkta inşa et dediği ortamda gizli kalmayı korku değil, bilgi avantajı olarak gerekçelendiriyor.

GERÇEK ÖRNEK 3 — Dickie Bush • X ↗

"Haftada 160 içerik yayınlıyoruz ama yalnızca yüzde 20'si yeni. Yüzde 80'i doğrudan arşivden yeniden kullanıma giriyor."

Neden çalışıyor: Her gün sıfırdan yeni içerik üret baskısını kendi içerik muhasebesi ve arşiv sistemiyle tersine çeviriyor.

#15 — 4. Karşıt Görüş

[Yaygın tavsiye] yüzünden sıkışıp kaldın

"[Common advice] is why you're stuck"

TİPİK KLİŞE KULLANIM
"Yaygın tavsiye **[X]** senin sıkışmış olmanın nedeni"

NEDEN ÇALIŞMAZ?
"Sıkışmak" kalıbı tükendi, herkes "sıkışma" olduğunu iddia ediyor

GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON
Sorgulanmadan uygulanan **[yaygın pratik]**, sahada hız kazandırmak yerine **[beklenmedik bir yavaşlama]** yaratıyor.

GERÇEK ÖRNEK 1 — Michael Eckstein • LinkedIn ↗

"Ürün pazarlamacıları ana sayfadaki ilk başlığı cilalamak için aşırı zaman harcıyor. Oysa potansiyel müşterilerin büyük kısmı o sayfayı hiçbir zaman görmeyecek."

Neden çalışıyor: Ana sayfa metnine harcanan aşırı emeği dağıtım gerçeğiyle yüzleştirip kaynağı erken temas noktalarına yönlendiriyor.

GERÇEK ÖRNEK 2 — Zvi Mowshowitz • X ↗

"Deneyimli geliştiricilerin Cursor kullanması işlerini hızlandırmadı, aksine onları yavaşlattı."

Neden çalışıyor: Yapay zeka kodlamayı uçuruyor kabulünü, kontrollü deneydeki doğrulama yükü ve kod tabanı özgüllüğü verisiyle kırıyor.

GERÇEK ÖRNEK 3 — Eddie Maalouf • LinkedIn ↗

"Geçen yıl e-posta ile 55 milyon dolarlık satış yaptık. Terk edilen sepet hatırlatmasında 1,5 saat yerine 4 saat beklemek açılma, tıklama ve sipariş oranlarını artırdı."

Neden çalışıyor: Müşteriye ne kadar hızlı dönerseniz o kadar iyidir ezberini üç farklı metrikteki test sonucuyla çürütüyor.

ESKİMİŞ KALIP & NEDEN ÇALIŞMAZ?	GÜNCEL ŞABLON & GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEĞİ 1	DOĞRULANMIŞ GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEKLERİ (ÖRNEK 2 & ÖRNEK 3 — BAĞLANTILI)	
#16 4. Karşıt Görüş **[Konu] hakkında bildiğin her şeyi unut** *"Forget everything you know about [topic]"* TİPİK KLİŞE KULLANIM "[Konu] hakkında bildiğin her şeyi unut" NEDEN ÇALIŞMAZ? En büyük clickbait kalıbı, içerik genellikle vaadi karşılamıyor	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON **[Süreç/Görüşme] içindeki geleneksel rol dağılımını tersine çevirdiğinizde asıl kalite sinyali ortaya çıkar.** GERÇEK ÖRNEK 1 — Dave Kline • X ↗ **"Mülakatta görüştüğünüz yönetici bu rolde kazanmanın neye benzediğini net biçimde tarif edemiyorsa oradan hızla uzaklaşın."** **Neden çalışıyor:** Bildiğiniz her şeyi unutun demek yerine iş görüşmesindeki güç dengesini çevirip adayın yöneticiyi sınayacağı 5 soru veriyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — Lenny Rachitsky • X ↗ **"Erken aşamada kurucu liderliğindeki satışın ilk amacı anlaşma kapatmak değil, müşterinin gerçek acı noktalarını öğrenmektir."** **Neden çalışıyor:** Satış ya da ürün araştırması ikiliğini kırıp erken satış görüşmesini doğrudan ürün keşif kanalına dönüştürüyor.	GERÇEK ÖRNEK 3 — Fatih G. • LinkedIn ↗ **"Yönetim sistemi belgesi bir PDF dosyası değildir. Duvara asılan bir logodan ibaret hiç değildir."** **Neden çalışıyor:** Paket halinde satılan ucuz kalite sertifikaları ile sahada çalışan gerçek risk ve denetim sistemi arasındaki farkı açıyor.
#17 4. Karşıt Görüş **[X] öldü, nedeni şu** *"X is dead, here's why"* TİPİK KLİŞE KULLANIM "[X] öldü. Nedeni şurada:" NEDEN ÇALIŞMAZ? "X öldü" LinkedIn'de rage-bait olarak işaretleniyor, algoritma downrank ediyor	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON **[X alanı] ölmedi ancak rekabet üstünlüğü [eski katmandan] çıkıp [yeni katmana] taşındı.** GERÇEK ÖRNEK 1 — Ron Shevlin • LinkedIn ↗ **"Teknoloji artık bir farklılaşma aracı olmaktan çıkıyor. Rekabetin içinde bir avantaj kaynağı değil, yarışa girmenin taban koşulu haline geliyor."** **Neden çalışıyor:** Yazılım öldü öfke yemi yerine, üretim kolaylaştıkça asıl avantajın doğru sorunu seçme yeteneğine kaydığını anlatıyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — Joyston Joseph • LinkedIn ↗ **"Yapay zeka tasarımı gereği geçmişe bakar. Mevcut örüntüleri hızla çoğaltır ama henüz var olmayan bir fikre bahis oynayamaz."** **Neden çalışıyor:** Yapay zeka yaratıcılığı öldürdü sloganı yerine türev üretim hızı ile isabetli fikir seçimi arasındaki sınırı çiziyor.	GERÇEK ÖRNEK 3 — Nayrhit B • X ↗ **"Ölçeklenmeyen işleri bizzat yapmak, bir süreci otomatikleştirmeden önce gerçekten değer yaratıp yaratmadığınızı görmeye zorlar."** **Neden çalışıyor:** Manuel çalışmayı eski usul diye reddetmek yerine otomasyona geçmeden önceki zorunlu öğrenme evresi olarak konumlandırıyor.
KATEGORİ 5 / 10 Hızlı Sonuç / Pratik Vaat (Quick Result) — Hızlı, pratik bir kazanç veya çözüm vaadi. **(5 Kalıp)**			
#18 5. Hızlı Sonuç **30 saniyede [X] 'i öğren** *"30 seconds to learn [X]"* TİPİK KLİŞE KULLANIM "30 saniyede [konu] 'yu öğren" NEDEN ÇALIŞMAZ? TikTok'da her 3 videodan biri bu kalıbı kullanıyor, tükendi	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON **Normalde [X saat] süren [spesifik iş akışını], [somut girdi ve araç zinciriyle] [Y dakikaya] indiren kurulum.** GERÇEK ÖRNEK 1 — Ryan Staley • LinkedIn ↗ **"4 saatlik pazara giriş (GTM) çalışması 15 dakikaya indi. Aynı çıktı, yaklaşık 2 kat daha yüksek kalite."** **Neden çalışıyor:** Soyut hız vaadi yerine takip e-postası, fırsat koçluğu ve markalı tekliften oluşan dört somut teslimatı gösteriyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — Pranay Sanghvi • LinkedIn ↗ **"400 sayfalık halka arz izahnamesi (DRHP) analizini 8 saatten 10 dakikaya indirdik."** **Neden çalışıyor:** Finansal tabloları ve dipnotları sayfa numaralarıyla eşleştirerek denetlenebilir bir analiz akışı sunuyor.	GERÇEK ÖRNEK 3 — Aadit Sheth • X ↗ **"Dağınık toplantı notlarından yapılandırılmış proje planına geçiş süresini 30 dakikadan 3 dakikaya indiren komut yapısı."** **Neden çalışıyor:** Üretkenliğinizi artırın genellemesi yerine ham nottan proje planına geçişteki tek bir darboğazı çözüyor.

ESKİMİŞ KALIP & NEDEN ÇALIŞMAZ?	GÜNCEL ŞABLON & GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEĞİ 1	DOĞRULANMIŞ GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEKLERİ (ÖRNEK 2 & ÖRNEK 3 — BAĞLANTILI)	
#19 5. Hızlı Sonuç **[Süre] 'de [zorluk] 'tan [başarı] 'ya nasıl geldim** *"How I went from [struggle] to [success] in [timeframe]"* TİPİK KLİŞE KULLANIM "Sıfırdan 10K'ya 90 günde nasıl çıktım" NEDEN ÇALIŞMAZ? Dönüşüm hikayesi kalıbı doygunluğa ulaştı, sahte "before/after" şüphesi var	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON **[Karmaşık hazırlık aşamasını] beklemek yerine [en küçük uygulanabilir adımla] ilk ticari doğrulamayı alma süreci.** GERÇEK ÖRNEK 1 — Greg Isenberg • X ↗ "Hafta sonu inşa edilen küçük bir ürün Stripe üzerinden ilk 29 dolarlık ödemesini aldı. Kullanıcı aracın kendisine haftada 10 saat kazandırdığını söylüyor." **Neden çalışıyor:** 90 günde 10K dolar abartısı yerine ilk 29 dolarlık gerçek ödemeyi ve çözülen mikro sorunu anlatıyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — John Rush • X ↗ "Şık bir arayüz beklemek yerine bekleme listesi butonunu doğrudan Stripe ödeme bağlantısına çevirdik ve ilk ücretli kullanıcıları Google Form ile karşıladık." **Neden çalışıyor:** 1.000 kişilik bekleme listesini kod yazmadan ödeme testine çeviren gerçekçi doğrulama sürecini paylaşıyor.	GERÇEK ÖRNEK 3 — Greg Dean • LinkedIn ↗ "Ortada henüz hiçbir yazılım ürünü yokken, tamamen manuel eşleştirme hizmetiyle 120 bin sterlin gelir elde eden kurucular." **Neden çalışıyor:** Önce ürünü kodla varsayımını yıkıp bir yıllık manuel hizmet gelirini yazılım kararına kanıt yapıyor.
#20 5. Hızlı Sonuç **Gerçekten ihtiyacın olan tek [sayı] [şey]** *"The only [number] [things] you actually need"* TİPİK KLİŞE KULLANIM "Gerçekte ihtiyacın olan tek [X] araç" NEDEN ÇALIŞMAZ? "Sadece" + liste kalıbı çok yaygın, X'te her gün birkaç thread bu formatta	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON **Aylar süren dönüşüm projeleri yerine [süreci] [X dakikada] tarayıp ilk kazanımı çıkaran mikro iş akışı.** GERÇEK ÖRNEK 1 — ScaleIO (Brandli) • LinkedIn ↗ "5 dakikalık yapay zeka denetimiyle haftalık iş akışınızda gizlenen en az 5 saatlik angaryayı bulma yöntemi." **Neden çalışıyor:** Görevleri listeleme, haftada ikiden fazla tekrarlananları işaretleme ve tek bir hızlı kazanım seçme adımlarını netleştiriyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — Faiz Ahmed Shaikh • LinkedIn ↗ "15 dakikada kriz triyajı. Krizi yakala, önem derecesi ver, ilgili ekibe ata, ilk yanıtı gönder ve çözüm süresini kaydet." **Neden çalışıyor:** Kriz yönetimini soyut tavsiyeden çıkarıp beş adımlık uygulanabilir bir acil müdahale akışına indiriyor.	GERÇEK ÖRNEK 3 — Rowan Cheung • X ↗ "Loom ekran kaydını otomatik süreç dokümanına (SOP) ve yeni çalışanların sorularını yanıtlayan kurum içi asistana dönüştüren üç adımlı kurulum." **Neden çalışıyor:** Rastgele araç listesi vermek yerine ekran videosundan kurum içi bilgi sistemine giden uçtan uca akışı tarif ediyor.
#21 5. Hızlı Sonuç **[X] 'e başlamadan önce bilmeyi dilediğim [sayı] şey** *"[Number] things I wish I knew before [starting X]"* TİPİK KLİŞE KULLANIM "Başlamadan önce keşke [X] 'i bilseydim" NEDEN ÇALIŞMAZ? Kalıp güvenli ama "Keşke bilseydim" ifadesi LinkedIn'de çok doygun	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON **[Aracı/Yöntemi] kullanırken hızlı görünen [A kısmı] ile asıl zaman ve uzmanlık isteyen [B kısmı] arasındaki gerçek ayrım.** GERÇEK ÖRNEK 1 — Colin Heidtman • LinkedIn ↗ "Küçük bir işletme için özel uyumluluk takip aracı kurdum. Kodlama kısmı 30 dakika sürdü ama öncesindeki tasarım ve veri mimarisi kararları 2 saatimi aldı." **Neden çalışıyor:** Komut yazmak hızlı, mimari karar vermek zor ayrımını açıkça yaparak gerçekçi bir beklenti kuruyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — Zidong Liu • LinkedIn ↗ "Sosyal medyada parlayan 10 saniyelik yapay zeka demosunun, gerçek hayatta gelen sonraki 10 bin kullanıcıya dayanması gerekir." **Neden çalışıyor:** Hızlı demo heyecanı ile geri alma ve farklı girdilerde kararlı çalışma gibi gerçek mühendislik darboğazlarını ayırıyor.	GERÇEK ÖRNEK 3 — Lenny Rachitsky • X ↗ "Tekrarlanan ürün geliştirme adımlarını tek seferlik komutlar yerine keşif, planlama, uygulama ve inceleme kısayollarına bağlama sistemi." **Neden çalışıyor:** Yapay zeka kullanımını rastgele sohbet olmaktan çıkarıp kurumsal süreç belleğine dönüştürüyor.

ESKİMİŞ KALIP & NEDEN ÇALIŞMAZ?	GÜNCEL ŞABLON & GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEĞİ 1	DOĞRULANMIŞ GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEKLERİ (ÖRNEK 2 & ÖRNEK 3 — BAĞLANTILI)
#22 5. Hızlı Sonuç **[X şeyi] test ettim. Sadece bu işe yaradı:** *"I tested [X things]. Only this worked:"* TİPİK KLİŞE KULLANIM "[X] şeyi test ettim. Sadece bu çalıştı:" NEDEN ÇALIŞMAZ? "Sadece bu çalıştı" kalıbı test vaadiyle güven oluşturuyor ama genelde tek bir "şey" birden fazla maddeden oluşuyor	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON [Sayfa/Profil/Akış] üzerinde yaptığımız tek değişkenli [spesifik müdahale], [süre] içinde [metriği] [oranda] artırdı. GERÇEK ÖRNEK 1 — Hayden Cashion • LinkedIn ↗ "Ürün başlığındaki tek bir küçük değişiklik 30 günde tıklama oranını yüzde 58, dönüşümü yüzde 34 artırdı. 'Çalışma alanınızı yükseltin' yerine 'Sırt ağrısına veda edin' yazdık." **Neden çalışıyor:** Eski ve yeni metni 30 günlük ölçüm penceresiyle birlikte vererek tek değişkenli deneyi şeffaflaştırıyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — Paula Magalhaes • LinkedIn ↗ "Arayışa başlamadan önce işe alım yöneticisiyle sadece üç soruyu netleştirerek mülakata dönüş oranını yüzde 30 artırdım." **Neden çalışıyor:** Daha fazla aday taramak yerine ilk 6 ay başarısı ve üç vazgeçilmez kriteri baştan hizalayan süreç değişikliğini anlatıyor. GERÇEK ÖRNEK 3 — Daniel Bustamante • X ↗ "Bülten gönderdiğiniz e-posta adresine Google Workspace üzerinden bir profil fotoğrafı eklemek, 5 dakikadan kısa süren en etkili açılma oranı iyileştirmesidir." **Neden çalışıyor:** Büyük kampanya vaatleri yerine gelen kutusunda görsel ayrışma sağlayan mikro bir arayüz ayarını paylaşıyor.
KATEGORİ 6 / 10 **Liste / Çerçeve (List / Framework)** — Numaralandırılmış liste veya adlandırılmış çerçeve ile yapı vaadi. **(5 Kalıp)**		
#23 6. Liste / Çerçeve **[Süre/deneyim] 'den 5 ders** *"5 lessons from [timeframe/experience]"* TİPİK KLİŞE KULLANIM "5 yılda öğrendiğim dersler" NEDEN ÇALIŞMAZ? En güvenli ama en sıkıcı kalıp, düşük varyasyon riski	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON [Saha uygulamasında] işe başlamadan önce doğru sandığımız ama sahada çöken [X] temel varsayım. GERÇEK ÖRNEK 1 — Akshay Makar • LinkedIn ↗ "İklim yazılımını sahada kurmaya başlamadan önce yanlış bildiğim 3 şey." **Neden çalışıyor:** Soyut dersler yerine müşteride baz veri olduğunu sanmak gibi sahada yıkılan varsayımları işletim ilkelerine çeviriyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — Grace Yusuf • LinkedIn ↗ "Ekipten gelen tekrarlanan soruları iş bölümü kesintisi olarak görmek yerine sistemdeki 4 arızanın teşhis verisi olarak okumaya başladım." **Neden çalışıyor:** Tekrarlanan soruları çalışan hatası saymak yerine yazılmamış kural ve belirsiz sahiplik gibi 4 sistem sinyaline bağlıyor. GERÇEK ÖRNEK 3 — Adam Grant • X ↗ "Bir kurumun kültürünü yalnızca hangi davranışların cezalandırıldığına bakarak anlayamazsınız. İnsanların yanına kar kalan en kötü davranışa bakmalısınız." **Neden çalışıyor:** Kültür maddeleri sıralamak yerine kurumun tolere ettiği davranış sınırını tek bir teşhis ölçütüne indiriyor.
#24 6. Liste / Çerçeve **Seni [hedef] 'ten alıkoyan [sayı] hata** *"[Number] mistakes keeping you from [goal]"* TİPİK KLİŞE KULLANIM "[Hedef] 'den alıkoyan [X] hata" NEDEN ÇALIŞMAZ? Liste kalıbı güvenli ama yorgun, "hata" her yerde	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON [Süreç/Sistem] başarısız olduğunda suçu [yüzeysel unsura] atmak yerine kontrol edilmesi gereken [X] kök neden katmanı. GERÇEK ÖRNEK 1 — Manas Vyas • LinkedIn ↗ "Yapay zeka denetimindeki doğruluk sorunlarında suç genellikle modele atılır, oysa asıl problem çok daha önceki üç katmanda başlar." **Neden çalışıyor:** Modeli değiştirmeden önce girdiler, karar kuralları ve kalite ölçümü katmanlarında ilk ayrışma noktasını arıyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — Jeff Kushmerek • LinkedIn ↗ "Müşteri kaybı (churn) görüşmelerinin çoğu daha başlamadan başarısız olur çünkü ekip müşteriyi ikna etmeye çalışır." **Neden çalışıyor:** Ayrılık görüşmesini kurtarma seansı yerine kök neden otopsisi olarak yeniden sınıflandırıyor. GERÇEK ÖRNEK 3 — Kwame Sarpong • LinkedIn ↗ "Girişimlerin çoğu müşteri kaybını gerçekleştiğinde takip eder. Oysa sessiz kopuşun (quiet churn) 3 davranışsal sinyali aylar öncesinden görünür." **Neden çalışıyor:** Çok şikayet eden müşteri yerine bakiye yükleme sıklığı düşen ve sessizleşen müşterilerin sinyallerini listeliyor.

ESKİMİŞ KALIP & NEDEN ÇALIŞMAZ?	GÜNCEL ŞABLON & GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEĞİ 1	DOĞRULANMIŞ GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEKLERİ (ÖRNEK 2 & ÖRNEK 3 — BAĞLANTILI)	
#25 6. Liste / Çerçeve **[Sonraki seviye]'ye hazır olduğunun [sayı] işareti** *"[Number] signs you're ready for [next level]"* TİPİK KLİŞE KULLANIM "Bir sonraki seviyeye hazır olduğunun [X] işareti" NEDEN ÇALIŞMAZ? İzleyici "ben hazır mıyım?" sorusunu artık sormuyor, kalıp tanınıyor	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON **Bir ekibin veya sistemin gerçek olgunluk seviyesini [kağıt üzerindeki kurallar] yerine ilk [X dakikada] ele veren göstergeler.** GERÇEK ÖRNEK 1 — David Ow • LinkedIn ↗ "Geçen hafta şirkette siz olmadan alınamayacak her kararı listeleyin." **Neden çalışıyor:** Listeyi soyut bir tavsiye olmaktan çıkarıp kurucu bağımlılığını ölçen üç kovalı bir denetim aracına çeviriyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — Dwight Spencer • LinkedIn ↗ "Bir ekibin neyi güvenli bulduğunu çoğu zaman toplantının ilk beş dakikasında anlayabilirsiniz." **Neden çalışıyor:** Psikolojik güvenliği anketlerle değil, liderden önce kimin konuştuğu ve yarım fikirlerin paylaşılıp paylaşılmadığıyla ölçüyor.	GERÇEK ÖRNEK 3 — Tatiana Astray • LinkedIn ↗ "Kötü Haber Hızı (Bad News Velocity), şirketlerde kimsenin takip etmediği en gerçek güven metriğidir." **Neden çalışıyor:** Sorun raporlanmamasını başarı sayan anlayışı yıkıp, kötü haberin yukarı ne kadar hızlı ulaştığını ölçüt yapıyor.
#26 6. Liste / Çerçeve **[Sonuç] getiren [sayı] adımlı süreç** *"The [number] step process that [result]"* TİPİK KLİŞE KULLANIM "[Sonuç] veren [X] adımlı süreç" NEDEN ÇALIŞMAZ? X'te her thread bu formatta, "adımlı süreç" tükendi	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON **[Süreci] rastgele yürütmek yerine [hata modlarını / sahiplik sınırlarını] baştan tanımlayan [X] adımlı kontrol yapısı.** GERÇEK ÖRNEK 1 — Sheetal Jaitly • X ↗ "Bir yapay zeka ajanını canlı ortama (production) hazır hale getiren şey modelin gücü değil, en olası üç hata moduna karşı kurulan güvenlik ağıdır." **Neden çalışıyor:** Kontrol listesini özellik sayımı yerine hata modu, geri dönüş ve izlenebilirlik stres testine bağlıyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — Hamza Rehman • LinkedIn ↗ "Canlı sistemler çok daha zor bir soru sorar. İstisna oluştuğunda sorumluluk kime aittir?" **Neden çalışıyor:** İnsan onayı klişesini hata durumu, sahip, veri paketi ve eskalasyon eşiği zincirine dönüştürüyor.	GERÇEK ÖRNEK 3 — Codie Sanchez • X ↗ "Verimsiz toplantıları bitirmek için kullandığımız 7 parçalı COMPASS toplantı gündemi şablonu." **Neden çalışıyor:** Etkili toplantı için 7 ipucu yerine takvim, müşteri başlıkları ve sorun çözümü adımlarını içeren hazır bir çalışma şablonu sunuyor.
#27 6. Liste / Çerçeve **Bunu kaydet. Sana [süre] kazandıracak [sayı] kaynak** *"Bookmark this. [Number] resources that will save you [time]"* TİPİK KLİŞE KULLANIM "Bunu kaydet. [X] kaynak sana [Y] saat kazandıracak" NEDEN ÇALIŞMAZ? "Bunu kaydet" X'te her thread'de, algoritma sinyali ama izleyici körlüğü oluştu	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON **Rastgele araç listesi biriktirmek yerine [ölçümden aksiyona] nasıl geçeceğinizi gösteren karar matrisi.** GERÇEK ÖRNEK 1 — Aleyda Solis • X ↗ "3 Katmanlı Yapay Zeka Arama (AI Search) Teşhis ve Ölçüm Matrisi." **Neden çalışıyor:** Kaydetmeniz gereken 10 SEO aracı yerine görünürlük metriği, ölçüm yöntemi ve iş etkisini tek matriste birleştiriyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — Skip Marshall • LinkedIn ↗ "İnşa et veya satın al kontrol listenizdeki her soru sizi içeride geliştirmeye yönlendiriyorsa, elinizdeki şey bir kontrol listesi değil satış sunumudur." **Neden çalışıyor:** Kontrol listesinin tarafsızlığını kendi çıktılarıyla test eden keskin bir doğrulama kuralı koyuyor.	GERÇEK ÖRNEK 3 — Shreyas Doshi • X ↗ "Ürün çalışmalarında 3 farklı seviye vardır. Uygulama (Execution), Etki (Impact) ve Algı (Optics)." **Neden çalışıyor:** Tavsiye listesi yerine ekip ile yöneticinin farklı seviyelere odaklanmasından doğan organizasyonel çatışmayı teşhis ediyor.

ESKİMİŞ KALIP & NEDEN ÇALIŞMAZ? | GÜNCEL ŞABLON & GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEĞİ 1 | DOĞRULANMIŞ GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEKLERİ (ÖRNEK 2 & ÖRNEK 3 — BAĞLANTILI)

KATEGORİ 7 / 10 İtiraf / Hikaye (Confession / Story)

Kişisel açıdan itiraf veya hikaye anlatımı ile samimiyet vaadi. **(4 Kalıp)**

#28 — 7. İtiraf / Hikaye

[Prestijli şirket] beni reddetti

"I just got rejected by [prestigious company]"

TİPİK KLİŞE KULLANIM
"[Prestijli şirket] beni reddetti. Öğrendiklerim:"

NEDEN ÇALIŞMAZ?
"Sahte tevazu" kalıbı, LinkedIn algoritması downrank ediyor

GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON
[Sözleşme/Müşteri/Fırsat] kaybına yol açan kendi kişisel hatamı ve bu olayın çalışma ilkemi nasıl değiştirdiğini anlatan gerçek vaka.

GERÇEK ÖRNEK 1 — Aqib Nawaz • LinkedIn ↗

"Müşterimi tüm ekibinin önünde küçük düşürdüm. Sözleşmeyi kaybettim. Koçluğu bırakmanın eşiğine geldim."

Neden çalışıyor: Sahte tevazu yapmak yerine CEO'yu ekibinin önünde sıkıştırmasının asıl sebebinin zeki görünme egosu olduğunu itiraf ediyor.

GERÇEK ÖRNEK 2 — Frank Green • LinkedIn ↗

"Bir müşteri bana şöyle dedi. 'İyi bir insansın, harika bir satışçısın ama yalancısın. Ve ben yalancılarla çalışmam.'"

Neden çalışıyor: Yalanının yakalanmasını, patronunun onu yüz yüze özür dilemeye göndermesini ve dört yıl sonra yeniden kurulan güveni anlatıyor.

GERÇEK ÖRNEK 3 — Morgan Cooper • LinkedIn ↗

"Bir keresinde müşteriye ürün yol haritası hakkında yalan söylemem istendi. Doğruyu söyledim ve müşteri iki hafta sonra ayrıldı."

Neden çalışıyor: Dürüst davrandım ve ödüllendirildim masalını reddedip dürüstlüğün gerçek ticari bedelini saklamadan paylaşıyor.

#29 — 7. İtiraf / Hikaye

Bu hatayı [X] yıl yaptım

"I made this mistake for [X] years"

TİPİK KLİŞE KULLANIM
"Bu hatayı 3 yıl yaptım. Bana [X] $ mal oldu:"

NEDEN ÇALIŞMAZ?
"Hata kabulü" X'te en yaygın 3 kalıptan biri

GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON
[Yıllarca/Uzun süre] doğru yönettiğimi sandığım süreçte yaşadığım [somut kör nokta] ve sonrasında koyduğum net kural.

GERÇEK ÖRNEK 1 — Rajesh Pillai • LinkedIn ↗

"Kurucu olarak yaptığım en pahalı hata bize paraya mal olmadı, bir insana mal oldu."

Neden çalışıyor: Öfkeyle parlak bir danışmanı kovduğunu kabul edip sonrasında koyduğu duygusal anlarda kimseyi işten çıkarmama kuralını anlatıyor.

GERÇEK ÖRNEK 2 — Katie Bell • LinkedIn ↗

"Bana bağlı çalışanlardan birinin işe gelmeyi bıraktığını fark etmem bir haftadan uzun sürdü."

Neden çalışıyor: İlk yöneticilik dönemindeki ölçülebilir kör noktasını paylaşarak iyi bireysel çalışan ile iyi yönetici farkını gösteriyor.

GERÇEK ÖRNEK 3 — Abhishek Ghosh • LinkedIn ↗

"Üç yıl önce, aslında düşündüğüm hatayı yapmamış olan bir çalışanı işten çıkardım."

Neden çalışıyor: Veriyi yanlış okuyup aldığı geri dönülmez kararı ve özür dilese bile güvenin geri gelmediğini dürüstçe kabul ediyor.

#30 — 7. İtiraf / Hikaye

Zor durumdaydım. Şimdi [başarı]

"I was [struggling]. Now I [succeeding]"

TİPİK KLİŞE KULLANIM
"Zor durumdaydım. Şimdi [başarı]"

NEDEN ÇALIŞMAZ?
Dönüşüm hikayesi en doygun kalıp, "before/after" şüphesi var

GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON
Dışarıdan büyük bir başarı gibi görünen [sonucun] hemen arkasında yaşanan [gerçek insani/operasyonel bedel].

GERÇEK ÖRNEK 1 — Mark Rampolla • LinkedIn ↗

"Şirketin en iyi yılının hemen ardından bir otel otoparkında motoru kapatıp telefon kucağımda öylece oturdum."

Neden çalışıyor: Zafer anını kutlama şovuyla değil, altyapının büyümeyi taşıyamayacağı korkusuyla birleştiriyor.

GERÇEK ÖRNEK 2 — Carrie Rose • LinkedIn ↗

"Üç yıl önce şirket kültürümüz hakkında duyduğunuz kötü yorumların neredeyse tamamı doğruydu."

Neden çalışıyor: Yüzde 120 büyürken yapılan hataları başarıyla örtbas etmek yerine eleştirilerin haklılığını kabul ederek güven kuruyor.

GERÇEK ÖRNEK 3 — Harlan Milkove • LinkedIn ↗

"Büyük bir yatırımcıdan ön tohum yatırım taahhüdü aldım. Ancak şirketin henüz banka hesabı olmadığı için çeki kabul edemiyorum."

Neden çalışıyor: Büyük yatırım haberini, ürüne odaklanmaktan şirket kurmayı unutmak gibi son derece insani bir idari eksikle tersine çeviriyor.

ESKİMİŞ KALIP & NEDEN ÇALIŞMAZ?	GÜNCEL ŞABLON & GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEĞİ 1	DOĞRULANMIŞ GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEKLERİ (ÖRNEK 2 & ÖRNEK 3 — BAĞLANTILI)	

#31 7. İtiraf / Hikaye

[Beklenmedik eylem] yaptığımda olanlar

"Here's what happened when I [unexpected action]"

TİPİK KLİŞE KULLANIM
"[Beklenmedik eylem] yaptığımda olanlar"

NEDEN ÇALIŞMAZ?
Daha taze ama hızla yayılıyor, "here's what happened" tanınıyor

GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON
Standart prosedürün dışına çıkarak aldığımız [radikal/beklenmedik karar] ve ortaya çıkan somut sonuç.

GERÇEK ÖRNEK 1 — Steve Hanov • LinkedIn ↗

"İade politikamızda 30 gün yazıyor. Ancak geçen yıl bir müşteriye 24 aylık ücret iadesi yaptım. Üstelik 18 ayını kendi kişisel banka hesabımdan ödedim."

Neden çalışıyor: Politika ile vicdan arasındaki farkı soyut sloganla değil, 18 ay ve 360 dolarlık kişisel havale detayıyla anlatıyor.

GERÇEK ÖRNEK 2 — Andrew Wilkinson • X ↗

"Şirket büyüdükçe içine düştüğüm operasyonel çıkmazı çoğu zaman beklenmedik bir yolla çözdüm. Kendimi kovarak."

Neden çalışıyor: Daha fazla kontrol almak yerine CEO olarak kendini görevden alma kararını somut bir işletme hikayesiyle anlatıyor.

GERÇEK ÖRNEK 3 — Sunjay Pandey • LinkedIn ↗

"Annem için bir uygulama yaptım. Ekrana baktı ve 'Bu bağlantıyı göremiyorum, kırmızı yapabilir misin?' dedi. Uygulamayı kendi gözlerim için tasarlamıştım."

Neden çalışıyor: Kullanıcı testi ve empati dersini bağlantıyı kırmızı yapabilir misin gibi tek bir ev içi diyalogdan başlatıyor.

KATEGORİ 8 / 10 — Sosyal Kanıt (Social Proof)

Başkalarının başarıları veya davranışları üzerinden güven. **(3 Kalıp)**

#32 8. Sosyal Kanıt

Yalnızca [az sayıda] takipçiyle [X] $ kazandım

"I made $ [X] with only [small number] followers"

TİPİK KLİŞE KULLANIM
"Sadece 800 takipçi ile 3.000$ kazandım. İşte nasıl:"

NEDEN ÇALIŞMAZ?
Bu kalıp en yüksek kaydırma yaratıyor (5-8. saniye)

GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON
Toplam müşteri veya takipçi sayısıyla övünmek yerine ilk [X] kullanıcının gerçek davranışından çıkardığımız kanıt.

GERÇEK ÖRNEK 1 — Michael Prepelitskiy • LinkedIn ↗

"İlk 100 destek talebi, size ilk 100 müşteriden çok daha fazlasını öğretir."

Neden çalışıyor: Müşteri sayısıyla övünmek yerine destek taleplerinden çıkan kullanım alışkanlıklarını ve kültürel farkları kanıt olarak sunuyor.

GERÇEK ÖRNEK 2 — Calibraint • LinkedIn ↗

"Görme engelli bir kullanıcımızdan gelen 'Uygulamanızı seviyorum ama gezinmek çok zor, yardım edebilir misiniz?' mesajı tüm ürün yol haritamızı değiştirdi."

Neden çalışıyor: Sosyal kanıtı büyük ciro rakamlarından değil, tek bir kullanıcı mesajının tetiklediği arayüz dönüşümü ve 4 kat kullanım artışından kuruyor.

GERÇEK ÖRNEK 3 — Usama Ejaz • LinkedIn ↗

"Bir müşterimiz mart ayında yeni bir özellik istedi. Altı haftada geliştirip yayına aldık. Bugüne kadar bir kez bile kullanmadılar."

Neden çalışıyor: Klasik başarı övgüsünü tersine çevirip her müşteri talebinin gerçek pazar kanıtı olmadığını dürüstçe gösteriyor.

#33 8. Sosyal Kanıt

Tanıdığım en başarılı insanlar...

"The most successful people I know..."

TİPİK KLİŞE KULLANIM
"Tanıdığım en başarılı insanlar..."

NEDEN ÇALIŞMAZ?
"Başarılı insan" kalıbı LinkedIn'de çok yorgun, belirsiz kaynak

GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON
Farklı sektörlerdeki müşterilerle yaptığımız görüşmelerde bağımsız olarak tekrar eden o ortak cümle.

GERÇEK ÖRNEK 1 — Thomas de Hertog • LinkedIn ↗

"Her demo ve müşteri görüşmesini kaydediyoruz. Amacımız satış ekibini eğitmek değil, ürünü geliştirmek. Bugün ürünümüzün yüzde 80'i o kayıtlardan doğdu."

Neden çalışıyor: Üç farklı sektördeki şirketin ihale dokümanlarını okurken aynı zorluğu yaşadığını kayıtlarla kanıtlayarak ürünün pazar uyumunu gösteriyor.

GERÇEK ÖRNEK 2 — TechHive Team • LinkedIn ↗

"Tek bir müşteri görüşmesi, ürün yol haritamızı altı aylık şirket içi planlama toplantılarından daha fazla değiştirdi."

Neden çalışıyor: Müşterinin yeni özellik istemek yerine şirketin temel varsayımını sorgulamasını en güçlü dış kanıt olarak konumlandırıyor.

GERÇEK ÖRNEK 3 — Karen Barker • LinkedIn ↗

"Müşterilerle konuşmak, istedikleri her şeyi hemen inşa etmek anlamına gelmez. Önce talebi en küçük otomasyonla test ettik."

Neden çalışıyor: Müşteri talebini doğrudan büyük bir yazılıma dönüştürmek yerine form girdisiyle doğrulama disiplinini gösteriyor.

ESKİMİŞ KALIP & NEDEN ÇALIŞMAZ?	GÜNCEL ŞABLON & GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEĞİ 1	DOĞRULANMIŞ GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEKLERİ (ÖRNEK 2 & ÖRNEK 3 — BAĞLANTILI)

#34 8. Sosyal Kanıt

Bu kanca formülü bana [X] viral video kazandırdı

"This hook formula got me [X] viral videos"

TİPİK KLİŞE KULLANIM
"Bu kanca formülü bana [X] viral video getirdi"

NEDEN ÇALIŞMAZ?
Meta-kalıp: kancayı anlatan kancalar tükendi

GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON
Parlatılmış müşteri övgüleri yerine müşterinin ürünü kullanırken yaşadığı gerçek krizi ve dönüşümü anlatan vaka.

GERÇEK ÖRNEK 1 — Sebastian Baquero • LinkedIn ↗

"En iyi müşterilerimizden biri bizi neredeyse kovuyordu."

Neden çalışıyor: Olumlu referans metnini tersine çeviriyor, önce kaybetme riskini, sonra ürünün benimsenme dersini ve korunan ilişkiyi anlatıyor.

GERÇEK ÖRNEK 2 — Syed Nabeel • X ↗

"Kimsenin duymak istemediği açıkta inşa (build in public) tavsiyesi. Kod altyapınız hakkında daha az, ter döktüğünüz zorlu müşteri görüşmeleri hakkında daha çok paylaşım yapın."

Neden çalışıyor: Sosyal kanıtı gelir ekranlarından çıkarıp müşterinin itiraz ettiği gerçek görüşme anlarına taşıyor.

GERÇEK ÖRNEK 3 — Adrian Weber • X ↗

"Karmaşık PDF banka ekstrelerini 3 dakikanın altında temiz Excel ve CSV tablolarına dönüştürür."

Neden çalışıyor: Ürünü soyut sıfatlarla övmek yerine kullanıcının önceki zahmetli işini ve 3 dakikada aldığı somut çıktıyı kanıt yapıyor.

KATEGORİ 9 / 10 — Kimlik / Aidiyet (Identity / Belonging)

İzleyiciyi belirli bir gruba üye olarak tanımlama. **(3 Kalıp)**

#35 9. Kimlik / Aidiyet

[Rol/kimlik] isen bunu izle

"If you're [role/identity], watch this"

TİPİK KLİŞE KULLANIM
"Bir [rol] isen, bunu izle"

NEDEN ÇALIŞMAZ?
"Eğer X iseniz, bunu izleyin." kalıbı aşırı doygun, herkes herkese hitap ediyor

GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON
[Rol/Uzmanlık] koltuğunda otururken [kişisel kimlik/hayat] ile profesyonel beklenti arasında yaşanan gerçek gerilim.

GERÇEK ÖRNEK 1 — Amanda Garcia • LinkedIn ↗

"Burası iş yerine tüm benliğimle gelebilecek kadar güvende hissettiğim ilk kurum. İcra Direktörü olmak ile Meksikalı göçmen bir ailenin kızı olmak arasında seçim yapmak zorunda kalmıyorum."

Neden çalışıyor: Yöneticiyseniz okuyun demek yerine iş yerinde kabul görmek için kimliğini gizleme gerilimini yakalıyor.

GERÇEK ÖRNEK 2 — Manish Sinha • LinkedIn ↗

"Evet, buraya aitim çünkü hayatımı durdurmadan kariyerimi inşa edebiliyorum. Buraya aitim çünkü odadaki en genç kişi olsam bile fikirlerim ciddiye alınıyor."

Neden çalışıyor: Kurumsal aidiyeti soyut aile sloganlarından çıkarıp kariyer-hayat dengesi ve genç yaşta sözünün dinlenmesi şartlarına bağlıyor.

GERÇEK ÖRNEK 3 — Janelle Gore • LinkedIn ↗

"Dr. Martha Kakooza ile konuştuğumda, gün içinde farklı mekanlarda değişen aidiyet deneyimimi tarif edecek kelimeleri nihayet buldum. Sürüklenme, Kota ve Dönüşüm."

Neden çalışıyor: Aidiyeti sabit bir duygu değil, aynı iş günü içinde görünmez olmaktan kabul görmeye geçiş evreleri olarak adlandırıyor.

#36 9. Kimlik / Aidiyet

Herkes için değil, ama [X] isen...

"Not for everyone, but if you're [X] ..."

TİPİK KLİŞE KULLANIM
"Herkes için değil, ama [X] isen..."

NEDEN ÇALIŞMAZ?
"Herkes için değil" kalıbı herkes için kullanılıyor, ironi

GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON
Görünürde herkesi kapsayan ama pratikte sadece [belirli bir kalıba uyanları] ödüllendiren sessiz sistem eleştirisi.

GERÇEK ÖRNEK 1 — Tasha Barefield • LinkedIn ↗

"Düzgün sunum yapanlar, kurumsal jargonu bilenler ve travmalarını özenle gizleyenler toplantılara her zaman davet edilir. Oysa gerçek yaşam deneyimi steril değildir, karmaşıktır."

Neden çalışıyor: Kurumların yalnızca steril ve uyumlu profilleri içeri alma alışkanlığını teşhir ederek gerçek saha insanlarında aidiyet kuruyor.

GERÇEK ÖRNEK 2 — EVN Report • X ↗

"İnsanları birleştirmesi beklenen ortak bir dil, ne zaman aidiyet yerine mesafe kaynağına dönüşür?"

Neden çalışıyor: Aynı dili konuşuyoruz varsayımını tersine çevirip grup içi görünmez sınırları tartışmaya açıyor.

GERÇEK ÖRNEK 3 — Gamal Turawa • LinkedIn ↗

"Birbirimizin aynısı olmadan bir arada ait olabilir miyiz? Çoğu zaman bir topluluktan tek bir ses ve tek bir deneyimmiş gibi söz ediyoruz."

Neden çalışıyor: Hedef kitleyi tek tip bir kalıba sokmak yerine farklı geçmişlerin ortak dayanışması üzerinden bağ kuruyor.

ESKİMİŞ KALIP & NEDEN ÇALIŞMAZ?	GÜNCEL ŞABLON & GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEĞİ 1	DOĞRULANMIŞ GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEKLERİ (ÖRNEK 2 & ÖRNEK 3 — BAĞLANTILI)	
#37 9. Kimlik / Aidiyet **Gerçek [rol/kimlik] sahipleri bilir ki...** *"Real [role/identity]s know..."* TİPİK KLİŞE KULLANIM "Gerçek [rol] 'ler bilir ki..." NEDEN ÇALIŞMAZ? "Gerçek X'ler bilir." kalıbı grup içi/grup dışı ayrımı ama herkes tarafından kullanılıyor	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON Bir grubun parçası olmayı dış etiketlerle değil, paylaşılan [ortak dil, ritüel ve ürün deneyimiyle] tanımlayan yaklaşım. GERÇEK ÖRNEK 1 — Dickie Bush • X ↗ "Toplulukla güçlendirilmiş ürünler asıl farkı yaratır. Bir ürünü satın aldığınız anda otomatik olarak bir kimlik ve aidiyet kazanıyorsanız o ürün kalıcı olur." **Neden çalışıyor:** Gerçek uzmanlar bilir klişesi yerine ürün satın almanın nasıl grup kimliği ve statü sinyaline dönüştüğünü analiz ediyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — Patrick J. McGinnis • X ↗ "Sürü FOMO'su sosyal kıyaslama, grup kimliği ve kolektif bir deneyimin dışında kalma korkusuyla tetiklenir. Temelinde ortak dil ve kabile içi statü vardır." **Neden çalışıyor:** Aidiyet duygusunun ortak jargon ve dışarıda kalma kaygısıyla nasıl ekonomik davranışa dönüştüğünü açıklıyor.	GERÇEK ÖRNEK 3 — Ludi Shadowspeaker • LinkedIn ↗ "Ev sahibi olmak finansal bir işlemden fazlasıdır. 'Ben buraya aitim, ailem buraya ait, geleceğimiz buraya ait' ilanıdır." **Neden çalışıyor:** Ticari bir işlemi tarihsel hafıza ve kuşaklararası aidiyet beyanına dönüştürerek derin bir duygusal bağ kuruyor.

KATEGORİ 10 / 10 — Trend / Newsjacking

Güncel olay, trend veya yıl/dönem referansı. **(6 Kalıp)**

#38 10. Trend / Newsjacking **2026'da artık [X] yetmiyor** *"In 2026, [X] is no longer enough"* TİPİK KLİŞE KULLANIM "2026'da artık [X] yetmiyor" NEDEN ÇALIŞMAZ? Yıl referansı her yıl aynı kalıpla kullanılıyor, "artık yetmiyor" ifadesi tükendi	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON Yeni duyurulan [teknoloji/özellik], [eski ölçüm/çalışma yöntemini] zorlaştıracağı için ağırlık merkezi [yeni alana] kayıyor. GERÇEK ÖRNEK 1 — Ross Simmonds • LinkedIn ↗ "Google, AI Mode özelliğini duyurdu. Kişiselleştirilmiş arama, sonuç sayfasında neyin sıralama alıp almadığını takip etmeyi çok daha zorlaştıracak. Dağıtım ve marka her zamankinden daha önemli." **Neden çalışıyor:** Takvim yılı klişesi yerine güncel ürün duyurusunu pazarlamacının ölçüm ve dağıtım sorununa bağlıyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — Tom Curtis • LinkedIn ↗ "Dün gece Oscar töreni sırasında 'Yeni Bir Kral Var, O da Sizsiniz' kampanyamızı başlattık. İnsanların onları gerçekten dinlediğimizi bilmesini istiyoruz." **Neden çalışıyor:** Canlı kültürel etkinliği geçmiş hataları kabul etme ve müşteri geri bildirimlerini merkeze alma anlatısına bağlıyor.	GERÇEK ÖRNEK 3 — Jonathan Mildenhall • LinkedIn ↗ "Pek çok marka dünyanın en büyük sahnesine çıktı ve kelimenin tam anlamıyla hiçbir şey söylemedi. Keşke markalar Super Bowl gibi anları sadece satış için değil, kültürel sohbeti şekillendirmek için kullansa." **Neden çalışıyor:** Gündemdeki reklamları puanlamak yerine ürün satmak ile kültürel söz söylemek arasında net bir stratejik ölçüt koyuyor.
#39 10. Trend / Newsjacking **[Platform] algoritmasını yine değiştirdi** *"X just changed its algorithm again"* TİPİK KLİŞE KULLANIM "[Platform] yine algoritmasını değiştirdi" NEDEN ÇALIŞMAZ? X'te her hafta bir "algoritma değişti" thread'i var, çoğu abartılı	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON [Güncel olay/duyuru] sırasında markaların ve ekiplerin verdiği tepkide öne çıkan [ortak görsel/operasyonel mekanizma]. GERÇEK ÖRNEK 1 — Chloe Perkins • LinkedIn ↗ "Markalar ve sosyal medya yöneticileri yine bir araya geldi. Üstelik bu tepki paylaşımlarının çoğu tam duyurudan önce yapıldı, basit bir turuncu renk değişimi ve kilitli görsel bu etkiyi yarattı." **Neden çalışıyor:** Gündemi tekrar etmek yerine markaların tam duyuru öncesi erken sinyali nasıl ortak bir görsel dile çevirdiğini teşhis ediyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — Netflix • X ↗ "Son 18 gündür her gün A Christmas Prince filmini izleyen o 53 kişiye soruyoruz. Sizi kim üzdü?" **Neden çalışıyor:** Kendi platform verisindeki tuhaf bir izleme anomalisini mizahi bir gündem kancasına dönüştürüyor.	GERÇEK ÖRNEK 3 — Wendy's • X ↗ "Bir yıllık ücretsiz tavuk nugget için kaç retweet gerekir sorusuna tek satırlık yanıt. 18 Milyon." **Neden çalışıyor:** Kullanıcıdan gelen canlı soruya kurumsal metin yerine ölçülebilir ve devasa bir hedef koyarak konuşmayı viral meydan okumaya çeviriyor.

ESKİMİŞ KALIP & NEDEN ÇALIŞMAZ?	GÜNCEL ŞABLON & GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEĞİ 1	DOĞRULANMIŞ GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEKLERİ (ÖRNEK 2 & ÖRNEK 3 — BAĞLANTILI)	
#40 10. Trend / Newsjacking **POV: [senaryo] 'dasın** *"POV: you're [scenario]"* TİPİK KLİŞE KULLANIM "POV: [senaryo] 'sunuz" NEDEN ÇALIŞMAZ? TikTok/Reels'de her şey POV oldu, çoğu zaman POV değil, sadece video	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON **Canlı yayın veya gündemdeki [beklenmedik görsel anı], markanın kendi ürün ritüeliyle aynı saniyede birleştiren yaklaşım.** GERÇEK ÖRNEK 1 — Oreo • X ↗ **"Elektrikler mi kesildi? Sorun değil. Karanlıkta da bisküvinizi süte batırabilirsiniz."** **Neden çalışıyor:** Super Bowl stadyumundaki 34 dakikalık gerçek elektrik kesintisini ürünün tüketim ritüeline anında bağlıyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — Arby's • X ↗ **"Hey Pharrell, şapkamızı geri alabilir miyiz?"** **Neden çalışıyor:** Grammy gecesindeki kıyafet detayını kendi logosuyla eşleştirerek tek cümlelik canlı bir diyalog başlatıyor.	GERÇEK ÖRNEK 3 — Snickers • X ↗ **"Hey Luis Suarez, bir dahaki sefere acıktığında sadece bir Snickers kap."** **Neden çalışıyor:** Dünya Kupası'ndaki tartışmalı ısırma olayını markanın yıllardır kurduğu açken sen sen değilsin konumlandırmasına bağlıyor.
#41 10. Trend / Newsjacking **Bu, [eylem] yapman için bir işaret** *"This is your sign to [action]"* TİPİK KLİŞE KULLANIM "Bu, [eylem] yapman için bir işaret" NEDEN ÇALIŞMAZ? TikTok'da en yaygın kalıplardan, "işaret" ifadesi tükendi	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON **Gündemdeki büyük bir krizin hemen ardından, kendi uzmanlık alanınızdaki [operasyonel riski] önlemek için çıkarılan somut uyarı.** GERÇEK ÖRNEK 1 — Dmitry Bestuzhev • Linkedln ↗ **"Cuma günleri ve tatil arifesinde çekirdek sistem güncellemesi yayınlamak akıllıca değildir, hatta pervasızlıktır. Sistemin kırılma riski yüksek, kurtarma maliyeti ise kabul edilemez düzeydedir."** **Neden çalışıyor:** CrowdStrike kesintisini genel bir haber olarak paylaşmak yerine güncelleme zamanlaması ve tehdit istihbaratı dersine çeviriyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — Denny's • X ↗ **"Şurubun olduğu kısma yakınlaşın (zoom in on the syrup)."** **Neden çalışıyor:** Sosyal medyada yayılan fotoğrafa yakınlaş akımını kendi pancake görseline uyarlayıp okuru fotoğrafın köşelerinde gezdiriyor.	GERÇEK ÖRNEK 3 — MoonPie • X ↗ **"Rakip markanın kendi kekini güneş tutulmasının resmi atıştırmalığı ilan ettiği paylaşıma iki kelimelik yanıt. Lol ok."** **Neden çalışıyor:** Güneş tutulması gündeminde isminde Moon (Ay) geçen marka avantajını kullanarak rakibin uzun iddiasını iki kelimeyle söndürüyor.
#42 10. Trend / Newsjacking **[Konu] için oyunun kuralları değişti** *"Gamechanger for [topic]"* TİPİK KLİŞE KULLANIM "[Konu] için oyun değiştirici" NEDEN ÇALIŞMAZ? "Oyun değiştirici" kelimesi anlamsızlaştı, her şey "oyun değiştirici"	GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON **Herkesin aynı gündemi konuştuğu anda, tartışmadaki [ikiliği/çatışmayı] doğrudan ürünün fiziksel özelliğine bağlayan kurgu.** GERÇEK ÖRNEK 1 — LEGO • X ↗ **"Beyaz-altın mı yoksa siyah-mavi mi? Bilimin etrafından dolaşmanın bir yolunu bulduk, ikisine birden sahip olabilirsiniz."** **Neden çalışıyor:** Oyun değiştirici demek yerine viral elbise rengi tartışmasını iki farklı LEGO figürüyle somut ürün çözümüne bağlıyor.	GERÇEK ÖRNEK 2 — Samsung Mobile • X ↗ **"Mavi. Siyah. Beyaz. Altın. Biz hepsini net görüyoruz."** **Neden çalışıyor:** İnterneti ikiye bölen renk tartışmasındaki dört rengi sıralayıp doğrudan ekran kalitesi vaadine bağlıyor.	GERÇEK ÖRNEK 3 — Vipul Londhe • Linkedln ↗ **"Maçtan alınan karede Arjantinli oyuncunun Şilili rakibinin kramponuna sıkıca tutunduğu görülüyor. Altındaki başlık ise net. Herkes bir çift istiyor."** **Neden çalışıyor:** Copa America maçındaki spontane bir fotoğraf karesinin nasıl anında ürün arzusuna dönüştürüldüğünü inceliyor.

ESKİMİŞ KALIP & NEDEN ÇALIŞMAZ?	GÜNCEL ŞABLON & GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEĞİ 1	DOĞRULANMIŞ GERÇEK SOSYAL MEDYA ÖRNEKLERİ (ÖRNEK 2 & ÖRNEK 3 — BAĞLANTILI)

#43 10. Trend / Newsjacking

[Açık şey] 'in neden işe yaramadığını yeni fark ettim

"I just realized why [obvious thing] doesn't work"

TİPİK KLİŞE KULLANIM

"[Açık şey] 'in neden çalışmadığını yeni anladım"

NEDEN ÇALIŞMAZ?

"Yeni anladım" X'te çok yaygın, genelde keşif değil bilinen bir şeyi yeniden paketleme

GÜNCEL DOLDURULABİLİR ŞABLON

Gündemdeki bir kriz veya tartışma sırasında yapılan [orantısız/hatalı hamleyi] somut bir yönetim ölçütüyle ele alma.

GERÇEK ÖRNEK 1 — Jennifer George • LinkedIn ↗

"CrowdStrike'ın cuma günkü küresel kesinti için sunduğu özür girişimi, 10 dolarlık bir Uber Eats hediye kartı oldu. Etkili kriz yönetimi, yaratılan etkiyle orantılı bir yanıt gerektirir."

Neden çalışıyor: Küresel kesinti ile 10 dolarlık kupon arasındaki orantısızlığı profesyonel kriz iletişimi dersine dönüştürüyor.

GERÇEK ÖRNEK 2 — Burger King UK • X ↗

"Sizi duyuyoruz. İlk paylaşımımızda hata yaptık ve özür dileriz. Amacımız profesyonel şeflerin yalnızca yüzde 20'sinin kadın olduğu gerçeğine dikkat çekmekti."

Neden çalışıyor: Gündem yakalamak isterken bağlamdan kopuk kışkırtıcı kanca kullanmanın nasıl geri teptiğini ve özür sürecini gösteriyor.

GERÇEK ÖRNEK 3 — IHOP • X ↗

"O elbisenin rengi nedir bilmiyoruz ama pankeklerin kesinlikle altın sarısı, tereyağının ise kesinlikle beyaz olduğundan eminiz."

Neden çalışıyor: Herkesin tartıştığı belirsiz bir gündemi kendi ürününün değişmez fiziksel netliğiyle karşılaştırarak kapatıyor.

SAHA NOTLARI VE E-POSTA BÜLTENİ

Herkesin Kopyaladığı Hazır Kalıplar Tükendiğinde Sistemi Bilenler Kazanır.

Bu rehberde 129 gerçek paylaşımı nasıl tersine mühendislikle ayrıştırdıysam, dijital pazarlama, içerik stratejisi, SEO ve GEO alanlarında sahada test ettiğim deneyleri ve çalışan büyüme mekanizmalarını da aynı derinlikle e-posta kutunuza gönderiyorum.

Bültene Abone Ol →

Kapsamlı Araştırma Makalesi: Tablodaki 10 psikolojik mekanizmanın kuramsal arka planını ve klişe bir cümleyi 8 adımda kendi sesinizle yeniden kurma yöntemini web sitemde okuyun.

Makaleyi Oku →

Mustafa Aydemir
Dijital Pazarlama, İçerik Pazarlaması, SEO & GEO

Kanca (Hook) Kalıpları — Karşılaştırma Tablosu

© Mustafa Aydemir