

MARKANIZI YAPAY ZEKAYA ANLATIN

Yapay Zeka Görünürlüğü ve GEO Rehberi

KİTAP 1

GEO

Cumhur Küçükkahveci

2026

SM
ÜŞ
Sosyal
Medya
Uzmanları
Platformu

Bu kitap size ne kazandıracak?

Marka bilgisinden web sayfalarına, kanıttan görünürlük ölçümüne.

Bir yapay zeka markanızı bulduğunda ne anlayacak? Bu rehber, işletmenizi açık ve tutarlı anlatmak için nereden başlayacağınızı gösterir.

01 Markanızı net anlatmak

Temel kurum bilgilerini bir Marka Gerçek Dosyasında toplamak.

02 Müşterinin sorularını görmek

İhtiyaçtan sağlayıcı seçimine uzanan soru haritasını çıkarmak.

03 Web sitenizi kontrol etmek

Erişim engellerini belirlemek, hizmet ve uzman sayfalarını düzenlemek.

04 İddiaları kanıtlarla desteklemek

Deneyim, uzmanlık ve farklılıklar için doğrulanabilir kaynakları toplamak.

05 Görünürlüğü ölçmek

Sabit sorularla test yapmak, yanıtları ve kaynakları düzenli kaydetmek.

06 Uygulamayı planlamak

BADS puan kartı ve 30 günlük planla yapılacak işleri sıraya koymak.

Kimler için?

İşletme sahipleri, pazarlama ekipleri, ajanslar ve markasının yapay zeka sistemlerinde nasıl tanındığını değerlendirmek isteyenler için.

Kitabın içinde neler var?

53 sayfa · 13 bölüm · Uygulama şablonları ve kontrol listeleri

Başlangıç	5
01 Marka gerçeğinizi tekleştirin	7
02 Müşterinin soru haritasını çıkarın	10
03 Web sitenizi bulunabilir hale getirin	12
04 Marka merkezi sayfanızı kurun	15
05 Hizmet sayfalarını cevap sayfalarına dönüştürün	18
06 Uzmanlık ve güven mimarisi kurun	20
07 Yapısal veriyle kimliğinizi açıklayın	22
08 Dış dünyadaki marka izini güçlendirin	24
09 İçerik otoritesi oluşturun	26
10 Yapay zeka görünürlüğünü ölçün	28
11 Yapay zeka görünürlük skoru	32
12 30 günlük uygulama planı	34
13 Bu sistemi sizin yerinize kuralım	46

Kitapta ayrıca

Hazır yapay zeka komutları ve teknik ekip kontrol listesi

90 günlük içerik planı şablonu, sık yapılan hatalar ve terimler sözlüğü

BADS modeli, görsel özetler ve kaynaklar

Sağdaki numaralar tam kitabın sayfa numaralarıdır.

Başlangıç testleri

1. “[Marka adı] nedir? Ne iş yapar?”
2. “[Marka adı] hangi hizmetleri sunuyor?”
3. “[Şehir/ülke] bölgesinde [hizmet kategorisi] sunan şirketleri öner.”
4. “[Belirli ihtiyaç] için hangi şirketleri değerlendirmeliyim?”
5. “[Marka adı] güvenilir mi? Bu değerlendirmeyi hangi kaynaklara dayandırıyorsun?”
6. “[Marka adı] ile [rakip adı] arasındaki farklar nelerdir?”

Her yanıt için tarih, platform, kullanılan hesap/özellik, cevap, kaynak bağlantıları ve tespit ettiğiniz yanlışları kaydedin. Aynı soruyu art arda sorarak sonucu zorlamayın. Her test yeni bir konuşmada yapılmalıdır.

Çalışma sayfası

- Test tarihi:
- Platform ve özellik:
- Soru:
- Markamız geçti mi? Evet / Hayır
- Doğru tanımlandı mı? Evet / Kısmen / Hayır
- Kaynak gösterildi mi? Evet / Hayır
- Gösterilen kaynaklar:
- Yanlış veya eksik bilgi:
- Rakiplerden hangileri geçti?
- İlk müdahale fikri:

Okumaktan uygulamaya

Tam kitapta kullanabileceğiniz çalışma araçları.

Marka Gerçek Dosyası

Marka adı, kategori, hedef kitle, hizmet bölgesi ve doğrulanabilir bilgileri tek yerde toplamak için doldurulacak alanlar.

BADS modeli ve puan kartı

Bulunabilirlik, anlaşılabilirlik, doğrulanabilirlik ve seçilebilirlik üzerinden mevcut durumu değerlendirme yaklaşımı.

Uygulama planları ve hazır komutlar

30 günlük uygulama planı, 90 günlük içerik planı şablonu, teknik kontrol listesi ve kitap içindeki hazır yapay zeka komutları.

Bu örnekte ne gördünüz?

Tam kitabın 6. sayfasındaki başlangıç testlerini ve kayıt alanlarını gördünüz. Aynı sorularla markanızın nasıl tanımlandığını inceleyerek ilk durum kaydınızı oluşturabilirsiniz.

Tam sürüm

53 sayfalık Türkçe PDF kitap. Burada anlatılan şablonlar ve çalışma alanları kitabın içindedir. Bu ücretsiz dosya tam kitabın yerine geçmez.

Kitabı satın almak için tıklayınız

[Tam kitabı inceleyin](https://www.shopier.com/smup/50339778)

<https://www.shopier.com/smup/50339778>

Yöntemler sıralama, önerilme, alıntılanma veya satış garantisi vermez. Platformlara özgü teknik adımlar uygulamadan önce güncel resmi belgelerden kontrol edilmelidir.