1 Yapay Zekâ ve Girişimcilikle Freelance Para Kazanma

Yapay Zekâ ve Girişimcilikle Freelance Para Kazanma konusunda, aşağıda detaylı bir rehber sunulmuştur:

Bu makaleyi Spotify'da sesli olarak dinlemek için podcast'ine bu linkten ulaşabilirsiniz.

1.1 Girişimcilik Yolculuğu

yazar, yapay zekâ nedeniyle işini kaybettikten sonra kira ve faturalarını ödemekte zorlanmış, ancak video içeriğindeki stratejileri uygulayarak birkaç ay içinde daha fazla kazanmaya başlamıştır. Şu anda yapay zekâ ve girişimcilik alanında eğitimler veriyor ve şirketlere yapay zekâ süreçleri kuruyorlar, aylık bazda altı haneli gelir seviyelerini aşmış durumdalar. Bu deneyimlerini paylaşarak, sıfırdan başlasaydı ne yapacağını aktarmayı ve bu yolculukta başkalarına aylar hatta seneler kazandırmayı hedefliyor.

1.2 Yüksek Gelirli Yetkinlikler

Günümüzde yüksek gelirli yetkinlikler, yapay zekâ otomasyonları ve AI agent'ları kuran veya kullananlarla elde edilmektedir. Bu platformları (örneğin Zapier, AI vb.) kullanan insanlar yüksek gelirli yetkinliklere sahip olmaktadır. Mevcut yetkinlikleri yapay zekâ ile harmanlamak, örneğin finans veya satış alanından gelen birinin AI otomasyonlarıyla değerini artırması, bu yetkinliklerin önemini vurgulamaktadır. İkinci önemli yetkinlik ise satış ve pazarlamadır; bu, insan doğasını ve iletişimi iyi anlamak olarak yorumlanmaktadır ve iyi niyetle yapıldığında karşı tarafa faydalı bir süreçtir. Teknik olarak çok ileri seviye olmak gerekmediği, basit ve nokta atışlı çözümlerin müşteriler nezdinde daha değerli olduğu belirtilmektedir. Odak, her şeyi teknik detaylarıyla bilmekten ziyade piyasanın ne istediğini bilmektir.

1.3 Paranın Değeri ve Sorun Çözme

Para alışverişinin temel prensibi "değer görme"dir; değer görmediğimiz hiçbir şeye para vermeyiz. Bir şeyin değer taşıması için bir "sorunu çözmesi" gerekmektedir. Şirketler ve kişiler, bir sorunlarının çözülmesi için para öderler. Hızlı büyüyen şirketler ve stratejik hareket edenler sorunlara odaklanır. Değeri artıran ek etkenler arasında "aciliyet" ve "statü" de bulunmaktadır. Örneğin, çölde susamış birine suyun değeri şehirdekine göre çok daha yüksektir ve aciliyet arttıkça ödenen para da artabilir. İnsanlar statü getiren şeylere de daha fazla değer yüklerler. Negatif yani acıdan kaynaklı harekete geçme olasılığı pozitif olana göre iki kat daha fazladır. Bu nedenle müşterilerin en çok bıktığı, mutsuz olduğu, acı duyduğu şeyleri bulmak ve sağladığımız hizmetle bunları çözmek, sunduğumuz çözümün çok daha fazla değer görmesini sağlar.

1.4 Alden'in İkna İlkeleri

Cialdini'nin yedi ikna ilkesi, satış ve pazarlamada büyük şirketlerden start-up'lara kadar stratejik olarak kullanılabilir. Bu ilkeler şunlardır:

1. **Karşılıklılık (Reciprocity)**: İnsanlar kendilerine yapılan iyiliğe karşılık verme eğilimindedir. Ücretsiz değer sağlayarak müşteriden daha fazla kazanç ihtimali artırılabilir.
2. **Tutarlılık ve Bağlılık (Commitment and Consistency)**: Bir kişi küçük bir taahhütte bulunduğunda, sonraki aşamalarda bu tutarlılığı sürdürme eğilimindedir.
3. **Sosyal Kanıt (Social Proof)**: Belirsizlik durumunda insanlar başkalarının davranışlarına bakarak karar verirler.
4. **Otorite (Authority)**: Uzmanlık, unvan veya tanınmış bir kaynaktan alınan onay, söylenenlere itimat oluşturur.
5. **Beğenilme (Liking)**: İnsanlar hoşlandıkları, kendilerine benzeyen veya iltifat eden kişilere "evet" deme konusunda daha isteklidirler.
6. **Kıtlık (Scarcity)**: Bir ürün veya hizmetin sınırlı sayıda veya kısa süreli olduğu vurgulandığında, insanlar fırsatı kaçırma korkusuyla daha hızlı harekete geçebilirler.
7. **Birliktelik (Unity)**: Ortak kimlik, değer veya aidiyet duygusu üzerine kurulur; "biz bunu birlikte nasıl çözebiliriz" yaklaşımı işe yarar.

1.5 Niş Kavramı ve Önemi

Niş, kişinin kendi ilgi alanları, yetkinlikleri ve durduğu yer ile harmanlanmış, hayati öneme sahip bir alandır. Hayatta kalmak ve başarılı olmak için niş bulmak kritik öneme sahiptir. Niş, belli gruplara hitap etmek demektir (örneğin düz taban sorunu olan çocuklar için spor ayakkabı). Nişleşmek, satış pazarlamasının kolaylaşması, ürün yönetiminin basitleşmesi, müşteri memnuniyetinin artması ve daha yüksek satış fiyatları uygulanabilmesi gibi birçok fayda sağlar.

Nişsiz başarılı olmanın yolu kaldıraçtan (büyük medya veya sermaye) geçer, ancak çoğumuzun kaldıraçı olmadığı için niş şarttır. Niş olmamasının zararları arasında farklılaşmanın zorlaşması, satış ve pazarlamada zorlanma, operasyonel verimsizlik ve işleri büyütmede zorluk bulunur. Nişin faydaları ise rekabetin azalması (mavi okyanus stratejisi), müşterinin seni daha değerli görmesi, daha kolay pazarlama, daha yüksek satış fiyatları ve zaman kazandırmasıdır.

Niş bulmak için mevcut tecrübeler (çalışılan şirketler, projeler, başarılar) veya ilgi alanlarına odaklanılabilir. Potansiyel müşterinin güçlü bir duyguyla motive olup olmadığı, aktif olarak çözüm arayıp aramadığı ve algıladığı seçeneklerin az olup olmadığı gibi sorularla nişin karlılığı değerlendirilmelidir. Şirketlerin iki ana sorunu olan yeni müşteri kazanma ve mevcut müşteriyi elde tutma/daha fazla ödeme alma konularına odaklanan nişler, müşterilerin bizi kaybetmek istemeyeceği bir pozisyon yaratır.

1.6 Kanıtın Önemi

İnsanlar güven duymadan satın almazlar ve güvenin en kısa yolu kanıttır. Niş bulunduktan sonra bu nişe dair kanıtlar sunmak satışları hızlandırır ve potansiyel müşterinin "bu kişi tam benlik" demesini sağlar. Kanıtsız güven oluşturmak zordur, yüksek fiyat talep edilemez, rakiplerden ayrılamaz ve ikna süreci uzar. Kanıt, dikkat çekmekte de çok önemli rol oynar. Kanıtlar, sonuçları gösteren ölçülebilir çıktılar (rakamsal veriler), sosyal kanıtlar, müşteri yorumları, referanslar ve ekran görüntüleri olabilir. Geçmişteki başarılı işler, hangi sektörlerde olduğu ve sayısal sonuçları içeren bir "kanıt açıklaması" hazırlanmalıdır.

1.7 Durdurulamaz Olmak (Satmak ve İnşa Etmek)

Naval'ın sözüne göre, "satmayı ve inşa etmeyi" öğrenmek, durdurulamaz olmayı sağlar. Günümüzde tek kişilik milyar dolarlık şirketlere doğru bir eğilim olduğu belirtilmektedir.

1.8 Freelancerlık

Freelancerlık, sermayesiz girişimciliğe ilk adımdır ve girişimcilik becerilerini öğrenmek için harika bir alandır. Daha kolay müşteri ve fırsat bulunmasını sağlar ve dünyanın her yerinden müşterilerle lokasyondan bağımsız çalışabilme imkânı sunar. Konuşmacı, Upwork üzerinden haftada 4-5 müşterinin kendisine ulaştığını, %100 iş başarısı elde ettiğini ve toprated freelancer'lar arasına girdiğini belirtmiştir. Freelance profil kurmanın gerçek deneyim kazanmayı hızlandırdığı, müşteri yönetimi ve satış becerilerini geliştirdiği vurgulanmıştır.

Freelance sitelerdeki potansiyel müşteriler "sıcak kitle"dir; yani ihtiyaçları daha bellidir ve ne istediklerini bilirler. Profil düzenleyip başvurular yaparak sonuç alınabilir ve bunun için para harcamak gerekmez. Yapay zekâ otomasyonları konusunda şirketlere entegrasyon hala erken adaptasyon aşamasındadır, bu da büyük bir fırsat sunmaktadır. Freelance çalışmak, bir şirkete bağlı olmadan kendi hizmetini veya emeğini satmaktır; şirketler patron yerine müşteri olur. Birden fazla müşteriyle çalışmak, tek bir patrona bağlı olmaktan daha avantajlıdır. Yurt dışına çalışıldığında KDV gibi vergi avantajları da olabilir. Naval'ın bakış açısına göre, insanlar dönem dönem avlanıp dinlenerek en verimli çalışırlar ve yapay zekâ, tekrarlayan robotik işleri üstlenerek insanların stratejik işlere odaklanmasını sağlar.

1.9 Freelance İş Başvurusunun İncelikleri

Başvuruların doğru yöntemle yapılması çok önemlidir, çünkü binlerce freelancer'ın %80'i kopyala-yapıştır yöntemi kullanır ve sonuç alamaz. Etkili bir başvurunun bileşenleri şunlardır: doğru işi seçmek, müşterinin dikkatini 3 saniyede yakalayacak etkili bir giriş, işi neden iyi yapabileceğinizi belirtmek ve kişiselleştirme.

Adım adım uygulamaya bakıldığında:

- Doğru işi bulup filtrelemek: Nişine uygun ve yakın işlere başvurulmalı, müşteri geçmişi

incelenmeli (en az 5 iş vermiş ve ortalama harcamaları 1.000 doların üzerinde olmalı), ilan tarihi son 24 saat içinde olmalıdır.
- Etkili başlık ve giriş yazmak: Klasik “Hi sir/madam” yerine, müşterinin sorununa odaklanan ve çözüm sunan bir giriş yapılmalı (örneğin, “Just helped another founder solve the same issue last week”).
- Net değer önerisi sunmak: Benzer işlerde elde edilen sonuçlar belirtilmeli, aşırı teknik detaylara girilmemeli, çözüm odağı gösterilmelidir.
- Videolu destek kullanmak: Kişisel video mesajlar (Loom gibi araçlarla) kullanılabilir.
- Takip ve yanıt hızı: Başvurudan sonra bir saat içinde cevap vermek dönüş oranını artırır ve Upwork algoritmasında profili yukarı taşır.

Başarılı bir başvuru için üç altın kural: her ilana değil, doğru olana başvurmak (kredi sistemini iyi kullanmak), ilk cümlede fark yaratmak, değer önerisinin net olması, güveni hızlı oluşturmak ve örnek işlerle kısa bir video sunmaktır. Disiplinli olmak ve haftada en az 10 adet iş başvurusu yapmak hedeflenmelidir.

1.10 Freelance Satış Görüşmesi ve Hazırlık

İlk görüşme çok kritiktir ve her şeyi belirler; güven oluşturmak esastır. Freelance iş ilişkisinin %70’i iletişimdir. Görüşme başında fiyat yerine değer konuşmak, fiyatı en sonda ele almak önemlidir. Saatlik işlerde pazarlık genellikle olmaz.

Görüşmedeki amaç, kendini doğru konumlandırmaktır; freelancer değil, müşterinin işini büyütmesine ve sorunlarını çözmesine yardımcı olacak uzun dönemli bir stratejist ve partner olarak konumlanmak gerekir. Müşterinin gerçek problemini anlamak, teknik detaylardan önce iş hedeflerini anlamaya çalışmak ve iş sahiplerinin sonuç odaklı olduğunu bilmek önemlidir.

Görüşmelerin yönetimi:

- İlk 5 dakika: Buz kırma (ice breaking), tanışma, ortak noktalar bulma, güleryüzlü olmak.
- Sonraki 10-15 dakika: İş hedeflerini ve sorunlarını sormak, müşteriyi anlamaya çalışmak.
- Nasıl sorunlarını çözebileceğinizi, diğer müşterilere nasıl yardımcı olduğunuzu paylaşmak.
- Son 5-10 dakika: Sonraki adımları konuşmak ve anlaşmak.
- Ekran paylaşımı: Stratejileri ve çözüm yöntemlerini adım adım göstermek.

Görüşmeye hazırlıklı gelmeli, ön araştırma yapmalı, örnekler paylaşmalı, “hedefleriniz neler, mevcut zorluklar neler, neler denediniz” gibi altın sorular sormalı, dinlemeli, özetlemeli ve not almalısınız.

1.11 Müşteri Yönetimi

Bir müşteriyi edinmek pahalıdır, kaybetmek bedavadır. Müşteri memnuniyeti yeni fırsatlar, ortaklıklar ve yeni işler getirir; mutlu bir müşteri en iyi pazarlamadır. Kötü yönetim stres, geç ödeme ve krizlere yol açabilir.

Mevcut işler yapılırken şirketteki diğer sorunlara odaklanmak ve ek değer katma potansiyelini değerlendirmek önemlidir. Bu sayede tek seferlik işler yerine sürekli gelir sağlayan iş ilişkileri kurulabilir. Müşteri yönetimi şu şekilde yapılmalıdır:

- Gelişmeleri (olumlu/olumsuz) düzenli olarak paylaşmak: Müşteriler bilgi almayı severler; her iki günde bir veya belirli günlerde kısa güncellemeler göndermek olumlu etki yaratır.
- Günlük öncelikli iletişim saatleri belirlemek: Müşterilerle belirli saatlerde ulaşılabilir olmak, diğer zamanlarda ise müsait olunmayacağını belirtmek, stres yönetiminde yardımcı olur.
- Zor müşterilerle başa çıkma: Kapsam dışı istekler için ek fiyat önerilebilir.
- Riskli projelerde açık olmak: Başarısızlık durumunda ne olacağı konusunda şeffaf olmak, güven ilişkisini güçlendirir. Proje başarısız olsa bile, elinden gelenin en iyisini yapıldığı ve iletişimin açık olduğu durumlarda olumlu değerlendirmeler alınabilir.

Freelance başarı sadece iyi iş yapmaktan değil, beklentiyi iyi yönetmekten de geçer.