

KONUŞMACI

Kaan Gülten

Kilometre *Taşı*

Bir etki, binbir yansıma yaratır

Linkedin & Kişisel Marka • Dijital Kimlik • İçerik Üretimi • Etkileşim Stratejileri

Cv Gücü

DİJİTAL İKİZİN

Arz Eden Olmak:



İş arayanlara tavsiye olarak, "İş arıyorum" gibi pasif paylaşımlar yerine, "Bu uzmanlık alanında şu çalışmaları yaptım, yeni başarılarla imza atabileceğim yeni bir iş arayışındayım" şeklinde, talep eden değil arz eden bir iletişim şekli kullanılması önerilir.

Nasıl bir
şirkette işe
girebilirim ?

Keşfedilmeyi Hedeflemek:



LinkedIn'i sadece iş aramak için değil, keşfedilmek, davet edilmek ve transfer edilmek için kullanabilirsiniz. Aşırıya kaçan, iş dünyasının hassasiyetlerini yansıtmayan paylaşımlardan kaçınılmalıdır.



Deneyimi Vurgulama:

Otorite İnşası: Algoritma, uzmanlık pozisyonundan yazılan ve belirgin bir kitleye hitap eden "bilgi ve tavsiye" içeriklerini ödüllendiriyor.

Sorun Çözme: İçeriğiniz, hedef kitlenizin yaşadığı gerçek bir iş problemini çözmeli veya onlara yeni bir bakış açısı kazandırmalıdır.

Hikayeleştirme: Kuru istatistikler yerine, kişisel deneyimlerinizden, başarılarınızdan ve hatta başarısızlıklarınızdan yola çıkarak hikayeler anlatın. Bu, duygusal bağ kurmanızı sağlar.

Keşfedilmeyi Hedeflemek:

Platform, dünyanın en büyük şirketlerinin CEO'larına,
CTO'larına, CFO'larına ve potansiyel yatırımcılara
ulaşma imkânı sunar.

Global Açılım:

LinkedIn, global ölçekte açılmayı sağlar. Otomatik çeviri özelliği sayesinde, paylaşımlar farklı dillerdeki kişiler tarafından kendi dillerinde okunabilir.

Hedef Kitle Filtrelemesi:

Çok yönlü filtreleme özelliği sayesinde, belirli bir sektördeki, konumdaki veya pozisyonundaki (örneğin satın alma, e-ticaret, IT departmanları) kişilere yönelik pazarlama ve iletişim çalışmaları yürütme imkânı sunar.

Modern CV Rolü:

LinkedIn, günümüzün ve geleceğin CV'si olarak değerlendirilmektedir, çünkü kullanıcılar başarılarını, sertifikalarını ve yetkinliklerini CV'lere kıyasla daha güncel ve detaylı bir şekilde paylaşabilmektedir.

Kişisel Marka Konumlandırması:

LinkedIn, kişisel marka oluşturma veya marka konumlandırma için en etkili platformların başında gelir.

Networking ve Sermaye:

Sermaye sadece parasal kaynakları ifade etmez; bilgi, deneyim, ekip, iş gücü ve iş bağlantıları (networking) da sermayenin önemli unsurlarıdır.

LinkedIn, bu networking unsurunu doğru yönetmeyi öğretir.

Online İtibar Yönetimi:

Detaylı bir LinkedIn hesabı, kişinin online itibarını yönetmek ve isminin Google aramalarında üst sıralarda olması.

Etkileşim ve Katılım:

Yorum Stratejisi: Sadece kendi gönderilerinize değil, hedef kitlenizdeki diğer liderlerin ve potansiyel müşterilerin gönderilerine de "**düşünceli**" yorumlar yaparak görünürlüğünüzü artırın. Yorumlarınız, içeriğinizden **30 kat daha** fazla kişiye ulaşabilir.

N A S I L
Ceo
Olabilirim

Biz LinkedIn'e Nasıl Bakıyoruz? *Neler Yapıyoruz?*

- Türkiye'nin **en yüksek etkileşim alan şahıs** hesaplarından biri
- Türkiye'nin **en büyük şirket** hesabı
- LinkedIn **First Marketing**
- Geçmişte **LinkedIn** Molası
- LinkedIn **Canlı Yayın** Eğitimleri
- LinkedIn **Komünitesi**
- LinkedIn **İnfluencer** Marketing

Şirkette LinkedIn
time oluşturduk



Webtures kültürü
inşa ettik



LinkedIn First
stratejisi geliştirdik



Webtures

105.517 takipçi

[Daha fazla bilgi edinin](#)

4 ay • 🌐

🚭 Sigara içmeyene Ekstra İzin!

Sigara içmeyen ekip arkadaşlarımıza yılda 4 gün ek yıllık izin hakkı sunarak sağlıklı bir yaşama teşvik ediyoruz. Bu uygulama hem motivasyonu artırıyor hem de çalışan dostu bir kültür yaratıyor 💚



WEBTURES KÜLTÜR

Sigara içmeyen ekip
arkadaşlarımıza **yılda 4 gün ek**
yıllık izin hakkı tanıyoruz.



👍👎🗨️ 3.609

146 yorum • 80 paylaşım



Webtures

105.517 takipçi

[Daha fazla bilgi edinin](#)

2 yıl · 🌐

🚲 Ofisimizde bisiklet eşliğinde çalışma imkanı sunuyoruz ve bu sayede hareketli bir yaşamı destekliyoruz.

🏢 Sadece bir çalışma alanı değil, aynı zamanda yaşam, sohbet, ilham ve ağ kurma alanı oluşturmayı hedefliyoruz.

🔥 Ana hedefimiz spor yapmak değil, hareket halinde olabilmektir. Ekibimizin beklentilerini dinliyor ve gelecekte atacağımız adımları sürekli planlıyoruz.



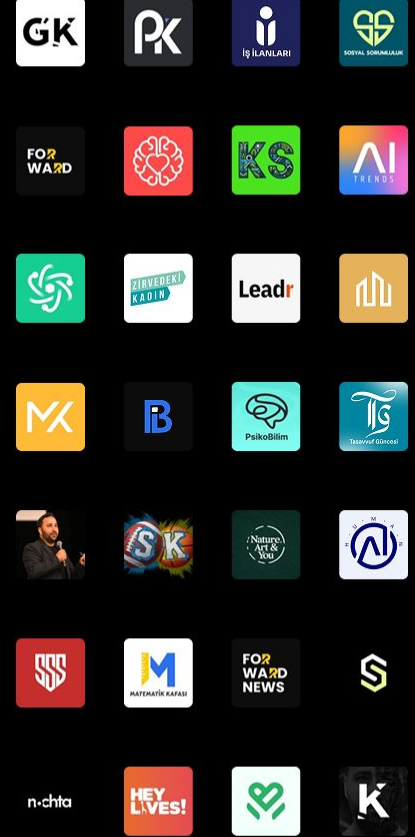
👍👍👍 938

34 yorum · 40 paylaşım

LinkedIn Hesaplarımız

Toplamda aylık +125 milyon erişim

Toplam +4.907.000 takipçi



Şirket *Elçisi*

10 Kat Daha Fazla Erişim : Çalışanlarınızın toplam ağ büyüklüğü, şirket sayfanızinkinden ortalama **10 kat daha büyüktür.**

Güven Kaynağı: Teknik uzmanların veya çalışanların paylaşımları, CEO'lardan veya marka sayfalarından daha güvenilir bulunabilir.

 **Lara Sophie Bothur**  • Following
Voice for Innovation @Deloitte | LinkedIn Top Voice 2023 in T...
1w • 

Urban trees have the power to cool down cities during heatwaves! 🌿

Not only do they filter air pollution, prevent floods and impro ...see more

[See translation](#)



THE POWER OF URBAN TREES

40°C 32°C

46°C 34°C

0:02

 502 comments • 2,813 reposts



 43 2 comments • 1 repost

 Like  Comment  Repost  Send

 Deloitte likes this

 **Marc Beierschoder**  • 2nd [+ Follow](#)
LinkedIn Top Voice on AI | Empowering
Your Business Growth with Proven AI...
4h • 

 Scaling **#AI** and **#GenAI**: Unlocking Value and
Achieving **#ROI** ...see more

[See translation](#)



Kişisel Markalaşma *Neden Önemli?*

Kurumlar geçici
bireyler kalıcıdır.

Girişimden daha çok
girişimci değerlidir.

Şirketinizin marka
değerisiniz.

İhracat için *etkili güven.*



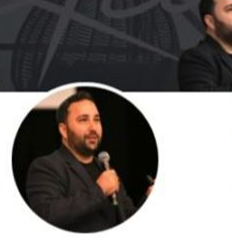
Oguz Alper Oktem ✓ · 2.

Entrepreneur

İstanbul, Türkiye · [İletişim bilgileri](#)

<https://linktr.ee/alperoktem>

178.058 takipçi · 343 bağlantı



Kaan Gülten ✓ · 1.

+228K | +250M Impression |
Keynote Speaker | Author | Leader
Ranked #1 LinkedIn Influencer in

İstanbul, Türkiye · [İletişim bilgileri](#)

228.725 takipçi · 500+ bağlantı



Seçil Yurtseven ✓ · 2.

109K+ MasterCat Kedi Kumu CEC
Tarım Stratejisti · Hayvan Beslem

İzmir, Türkiye · [İletişim bilgileri](#)

"Youtube Kanalım Burada" [👉](#) [🔗](#)

109.736 takipçi · 500+ bağlantı



Erkan Ayan · 2.

erkanayan.net

İstanbul, İstanbul, Türkiye · [İletişim bilgi](#)

126.645 takipçi · 500+ bağlantı



Murat Ülker ✓ · 2.

Chairman at pladis and Goi
Yıldız Holding

[Top Voice](#)

Üsküdar, İstanbul, Türkiye · [İle](#)

300.912 takipçi



Selçuk Bayraktar ✓ · 2.

BAYKAR - YK. Başkanı · Board Ch
KURUCU BAŞKAN / TEKNOFEST -

İstanbul, Türkiye · [İletişim bilgileri](#)

500+ bağlantı

Neden *LinkedIn*?

Algoritma olarak
yüksek erişilebilirlik

Seçkin ve
nitelikli bir kitle

İş dünyası

B2B gücü

Global etkileşimiyle globale açılma
LinkedIn'in Geleceği

Linkedin Maceram *Nasıl Başladı?*

İlk vakamız iş görüşmesinde
zarf hediyesi sonrasında

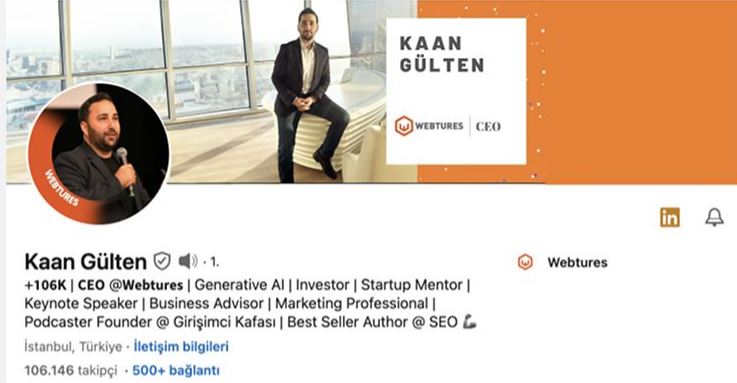


MAKADO 🧡
@kimbuMAKADO

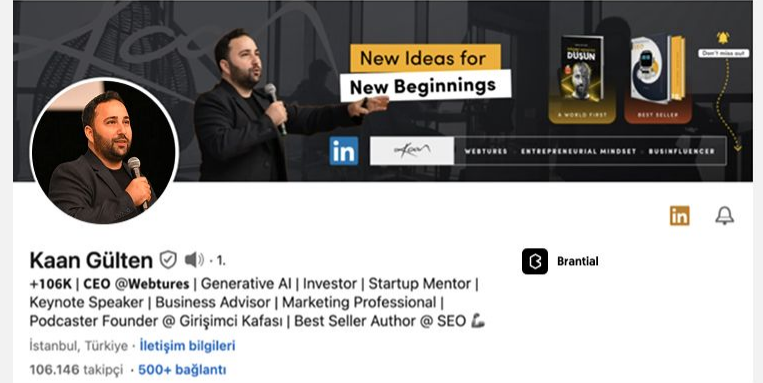
İş görüşmesi sonrası aldığım zarf çok
şaşırttı çalışan dostu firmalara selam
olsun umarım tüm şirketlere örnek olur.



Öncesi



Sonrası



GK

ENTREPRENEURIAL MINDSET 14TH EDITION IS OUT!

CHECK IT OUT NOW!

First, change your mindset,
then change your life.



New Ideas for New Beginnings



A WORLD FIRST BEST SELLER

Don't miss out!

WESTURES ENTREPRENEURIAL MINDSET BUSINESS INFLUENCER

in Ranked as the #1 most influential
person on LinkedIn in Türkiye

#1 LinkedIn Turkey

+165K Followers +7 Million Monthly Reach



1#



BRANTIAL

AI-Powered Brand Potential

brantial.com



Visibility	Industry Ranking
Percentage of state mentioning brand	Brand's relative visibility
10%	Brand
10%	10%
10%	10%

Linkedin Growth Hunisi

- İçerik faydalı olmalı, **etkileşimle dikkat çekmeli**
- İçerikten profile **dikkat kaymalı**
- Profil ziyareti ile ilgi **uyandırmalısınız**
- **Takipçi ve bağlantı** isteği ile büyüyeceksiniz

Dikkat çekici profil,

**fotoğraf ile tıklama
oranını arttırma**

Sonrasında takip etme
oranını arttırma

Hedef *Kitle?*

Konsolide Etmek Önemli

Ancak ben çeşitlendirerek konsolide etme stratejisini uyguluyorum.

Bunun için de

Farklı hedef kitle için farklı içerik stratejisi

Çünkü

1 kez beğenince etkileşim devamı

Ne kadar dar zamanda *yüksek etkileşim*



konsolide etmenin artısı - virallite gücü

Önce bir alanda markalaş
ondan sonra diğer alanlara açıl

Çünkü

Girişimci, girişiminin dışında
kendisini de markalaştırmalı

İçerik *Stratejisi*

Haber, tanıtım, duyuru, ticari paylaşım mı yapacaksınız. **Bu genelde yakın çevreden beğenilir.**

Önce çok tutan bir içerik paylaşın, beğenenler yüksek olsun, **sonra görenler yüksek olur.**

Ya da etkileşim alacak içeriğin içine **native bir şekilde ekleyin.**

Özet 1

LinkedIn İçerik Paylaşımında Doğrudan Fayda Sağlayan Kriterler

STRATEJİK YAKLAŞIM

1. Kişisel markanızı **dijital ikiz** gibi yönetin: Her paylaşım sizin dijital itibarınız.
2. Bir niş belirleyin, tutarlı olun, **sonra kontrollü genişleyin**.
3. Sorunu tanımla → çözüm öner → sonuçları göster: **Fayda döngüsünü tamamla**.
4. Bağlantı değil, **bağ kurun**: Etkileşim kurmaya değer içerikler üretin.
5. Sadece anlatmayın, referans verin, etiketleyin, **atıfta bulunun**. Bu hem görünürlük hem güvenilirlik katar.

Özet 2

LinkedIn İçerik Paylaşımında Doğrudan Fayda Sağlayan Kriterler

ALGORİTMA DOSTU İÇERİK TEKNİKLERİ

1. İlk 60-90 dakikada etkileşim alacak şekilde **paylaşım zamanlamasını** ve içeriği planlayın.
2. Yorum ve paylaşım tetikleyen **içerikler üretin** (soru sor, fikir iste, tartışma aç).
3. Native içerik kullanın: Doğrudan video/görsel yükleyin, **dış linkleri minimize edin**.
4. Etiketlediğiniz kişilerle **gerçek etkileşim kurun**, sadece isim yazmak yerine etkileşime davet edin.

Özet 3

LinkedIn İçerik Paylaşımında Doğrudan Fayda Sağlayan Kriterler

İÇERİK DEĞERİ VE KALİTESİ

1. Eğitici, ilham verici, düşündürücü içerik üçlüsünden **en az birine hizmet** etmeli.
2. Güncel olun: Sektör veya toplumsal **gündeme dair** içerikler paylaşın.
3. Net, samimi ama **profesyonel dil kullanın**. Jargon yerine sade anlatımı tercih edin.
4. Abartıdan kaçın, uzmanlığınızı **içerikle gösterin**.
5. Kaliteli, özgün görsel/video kullanın: **Canva şablonundan fazlası olun**.
6. İçerik tarzınızda **tutarlılık** gösterin: Renk, ton, yazım tarzı, konu bütünlüğü.

Özet 4

LinkedIn İçerik Paylaşımında Doğrudan Fayda Sağlayan Kriterler

EKSTRA İPUÇLARI (YENİ)

1. Seri içerikler oluşturun: “Bölüm 1, 2, 3...” gibi **takip edilme sebebi** yaratır.
2. Deneyimlerinizi **mini case study** olarak sunun: “Şunu denedik, şöyle sonuçlandı.”
3. Etkileşimi bitişe yerleştir: Yorumda görüş sor, paylaşmaya **teşvik et**, açık uçlu bırak.
4. Kendi içeriğinize tekrar atıfta bulunun: **Daha önce yazdığınız bir yazıya** link verin veya referans gösterin.

KONUŞMACI
Kaan Gülden

Teşekkürler

KONUŞMACI
Kaan Gülden

Sorularınız