# İşini *çalıştıracak* 36 Claude skill'i

Skill nedir, Claude'a nasıl eklenir, 12 sektörde hangisiyle başlanır. Sonda 36 SKILL.md dosyasının tam metni var.

# Önce genel kısım, *sonra* kendi sayfan.

01 Önce genel kısmı oku: skill'in ne olduğu, Claude uygulamasına ve Claude Code'a nasıl kurulduğu orada.

02 36 skill'in dizinine göz at. Her birinin adı ve tek cümlede ne yaptığı yazıyor.

03 Kendi sektörünün sayfasına geç. Hangi skill'lerle başlayacağın ve deneyebileceğin hazır bir istem orada.

04 Önce iki ya da üç skill kur, bir hafta gerçek işinde kullan. Hepsini birden kurmak dağıtır.

05 Ek bölümde 36 dosyanın tam metni var. Zip'i açamazsan metni oradan kopyalayıp kendin kurabilirsin.

## SEKTÖRLER


| | | | |
|---|---|---|---|
| Mali müşavir | s. 8 | Avukat | s. 9 |
| Diyetisyen | s. 10 | Psikolog / psikolojik danışman | s. 11 |
| Kurs / eğitmen | s. 12 | Yaşam / kariyer koçu | s. 13 |
| İç mimar | s. 14 | Emlak ofisi | s. 15 |
| Butik mağaza / e-ticaret | s. 16 | Butik otel | s. 17 |
| Diş kliniği | s. 18 | Düğün organizasyonu | s. 19 |

# Herkes için *ortak* kısım

## SKİLL NEDİR?

Skill, Claude'a bir kez öğrettiğin iş tarifi. İçinde SKILL.md adlı bir dosya olan bir klasör: en üstte adı ve ne zaman kullanılacağını söyleyen kısa bir açıklama, altında adım adım talimatlar, şablonlar ve kontrol listesi var. Claude her sohbette yalnız bu kısa açıklamaları görür. Senin isteğin bir açıklamaya uyduğunda o skill'in tamamını okur ve işi tarife göre yapar. Yani aynı talimatı her seferinde baştan yazmazsın, iş her seferinde aynı düzende çıkar.

## NEREDE ÇALIŞIR

- Claude uygulaması ve claude.ai: Anthropic'in yardım sayfasına göre Free, Pro, Max, Team ve Enterprise planlarında. Kod yürütme ve dosya oluşturma ayarı açık olmalı.
- Claude Code: bilgisayarındaki skills klasörüne kopyalaman yeter, yükleme yok.
- Bir yere kurduğun skill ötekine kendiliğinden geçmez. Uygulamada ve Claude Code'da ayrı ayrı kurulur.
- Team ve Enterprise planlarında yönetici skill yüklemeyi kapatmış olabilir. Yükleme düğmesini göremiyorsan yöneticine sor.

> Güvenlik: skill, Claude'a talimat veren bir dosya. Başkasından aldığın her skill'i kurmadan önce içini oku; buradakiler dahil. Bu 36 dosyada betik ya da dış adrese veri gönderen bir talimat yok, hepsi düz metin. Müşteri, hasta ya da danışan bilgisi içeren belgeleri Claude'a vermeden önce isimleri ve kimlik bilgilerini çıkar.

> Dış araç isteyen skill'ler: web araması (rakip-haritasi, lead-research-assistant, geo-analysis), Notion bağlantısı (danismanlik-onboarding), görsel ya da video üretim aracı (gorsel-video-uretici, youtube-thumbnail), DWG'yi DXF'e çeviren bir program (dwg-analiz). Bunlar yoksa skill sana ne yapacağını söyler ve işi elindeki bilgiyle sürdürür; olmayan bir bağlantıyı varmış gibi kullanmaz.

## CLAUDE UYGULAMASINA VE CLAUDE.Aİ'YE KURULUM

- Zip'i aç. İçinde claude-ai klasörü var; her skill orada tek başına bir zip olarak duruyor (ör. icerik-pipeline.zip). Uygulama skill'leri tek tek yükletiyor.
- Ayarlar (Settings) > Yetenekler (Capabilities) bölümünde Code execution and file creation ayarını aç.
- Customize > Skills bölümüne gir. Arayüz Türkçe görünüyorsa menü adları çevrilmiş olabilir.
- + düğmesine, sonra + Create skill seçeneğine bas ve Upload a skill'i seç.
- claude-ai klasöründen istediğin skill'in zip'ini seç. Liste ekranında skill'in anahtarını açık konuma getir.
- Dene: yeni bir sohbette skill'in işini iste. Örneğin “bu transkriptten içerik paketi çıkar” dersen icerik-pipeline devreye girer.

## CLAUDE CODE'A KURULUM

```
# macOS / Linux (zip'i açtığın klasörde)
mkdir -p ~/.claude/skills
cp -R skills/* ~/.claude/skills/

# Windows PowerShell
New-Item -ItemType Directory -Force "$HOME\.claude\skills"
Copy-Item -Recurse -Force .\skills\* "$HOME\.claude\skills\"

# Kullanım: işi anlat, Claude uygun skill'i kendisi seçer
# ya da adıyla çağır:  /hook-generator kahve aboneliği
```

## KENDİNE GÖRE DÜZELT

Her dosya düz metin; Not Defteri'yle açıp değiştirebilirsin. En çok işe yarayan iki düzeltme: açıklama satırına kendi kullandığın kelimeleri eklemek (Claude skill'i ne zaman açacağına buna bakarak karar verir) ve örnekleri kendi işinden bir örnekle değiştirmek. Klasör adını ve name satırını değiştirme; ikisi aynı olmazsa yükleme hata verir.

## DİZİN 1 · İÇERİK & ÜRETİM

| NO | SKILL | NE YAPAR |
|---|---|---|
| 01 | icerik-pipeline | YouTube linkini yapıştır. Transkript, 10 sayfalık karusel, açıklama ve LinkedIn gönderisi tek komutta çıkar. |
| 02 | carousel-mec-format | Editoryal karusel düzeni. Kapak, serif italik başlık, el yazısı not, maket, koyu CTA. 1080×1350 PNG. |
| 03 | carousel-studio | Video transkriptinden 10 sayfalık eğitici karusel. Marka renklerinde, Instagram ve LinkedIn ölçüsünde. |
| 04 | hook-generator | Tek konudan 6 farklı açılış cümlesi. İki satır, rakamlı, merak bırakan. Hangisinin neden işlediğini de yazar. |
| 05 | post-writer | Fikri LinkedIn gönderisine çevirir. Senin sesinle; kanca, gövde ve tek net CTA. Uzunluğu sen söylersin. |
| 06 | reels-scripting | 30–60 saniyelik Reels senaryosu. Konuşma metni, ekran yazısı ve çekim notu ayrı ayrı gelir. |
| 07 | youtube-thumbnail | Video başlığından kapak görseli üretir. Yüz, kontrast ve üç kelimelik metin kuralıyla çalışır. |
| 08 | remove-ai-slop | Metindeki yapay zekâ kokusunu temizler. Yasaklı kelime listesi, klişe kalıp ve gereksiz tablo avı. |
| 09 | content-matrix | İçerik sütunlarını 8 formatla çaprazlar. Tek tabloda 32+ gönderi fikri, aylık plan hazır çıkar. |

## DİZİN 2 · MARKA & GÖRÜNÜRLÜK

| NO | SKILL | NE YAPAR |
|---|---|---|
| 10 | brand-dna-generator | Marka özü, konumlanma, mesaj mimarisi ve ton kılavuzu. Kampanyaların dayandığı tek belge. |
| 11 | brand-story-builder | Yedi hikâye unsuruyla marka anlatısı. Marka DNA'sından önce çalışan ilk adım. |
| 12 | infographic-studio | Marka kitinden LinkedIn infografiği. Beş aşamalı akış, 95/100 kalite eşiği; geçemezse yeniden dener. |
| 13 | gorsel-video-uretici | Serbest istekten görsel ya da video istemi, sonra gerçek üretim. Marka modu açıkken uygunluğu denetler. |
| 14 | geo-analysis | ChatGPT, Claude, Gemini ve Perplexity'de markan görünüyor mu? AEO ve SEO tek puanda birleşir. |
| 15 | prompt-optimizer | Dağınık isteği çalışan isteme çevirir. Rol, bağlam, kısıt ve çıktı biçimi ayrı ayrı kurulur. |
| 16 | profile-optimizer | LinkedIn profilini baştan yazar. Başlık, hakkında ve öne çıkanlar tek konumlanmaya hizalanır. |
| 17 | elevator-pitch-advisor | 30–60 saniyelik tanıtım. Yatırımcı görüşmesi, iş başvurusu ve tanışma ortamı için ayrı sürümler. |
| 18 | voice-builder | Yazdıklarından ses profili çıkarır. Sonraki her taslak o profilden yazılır, sıradan ton biter. |

## DİZİN 3 · DANIŞMANLIK & SATIŞ

| NO | SKILL | NE YAPAR |
|---|---|---|
| 19 | ai-proposal-writer | Marka sistemine uygun 10 bölümlük teklif. Hizmet kataloğundan paket ve fiyat çeker, .docx verir. |
| 20 | ai-maturity-assessment | Şirket notlarını bir YZ olgunluk endeksine göre puanlar. Altı boyut, rapor ve dönüşüm yol haritası. |
| 21 | ai-use-case-generator | Sektöre ve işleve göre kullanım senaryosu. Ölçülebilir etki ve öncelik sırasıyla listeler. |
| 22 | danismanlik-onboarding | Yeni müşteride beş adım: araştırma, ön değerlendirme, teklif, toplantı gündemi, Notion sayfası. |
| 23 | musteri-kazanim-zinciri | Adaydan imzaya zincirin her halkası. Nerede tıkandığını ve sıradaki hamleyi gösterir. |
| 24 | pipeline-tracker | Açık fırsatların tek ekranda durumu. Hangi teklif beklemede, hangisi soğudu, kime dönülecek. |
| 25 | lead-research-assistant | Görüşme öncesi şirket dosyası. Kim, ne yapıyor, son hareketleri ve konuşulacak üç konu. |
| 26 | rakip-haritasi | Müşterinin rakiplerini bulur, son 90 günü tarar. Lansman, fiyat, yatırım, ortaklık, yönetim değişimi. |
| 27 | ikinci-akil | Karar sıkışmasında ikinci akıl. Önce varsayımı sorgular, sonra üç seviyede seçenek koyar. |

## BİRLİKTE ÇALIŞAN SKİLL'LER

- Marka: brand-story-builder → brand-dna-generator → voice-builder. Sonraki her metin bu üç belgeye dayanır.
- İçerik: icerik-pipeline → hook-generator → remove-ai-slop. Videodan paket çıkar, açılışı güçlendir, metni temizle.
- Satış: lead-research-assistant → ai-proposal-writer → pipeline-tracker. Görüşmeye hazırlan, teklif ver, takibi kaçırma.
- Eğitim: seviye-uyarlama → quiz-generator. Aynı kaynaktan ders notu ve ölçme aracı.

## DİZİN 4 · EĞİTİM & ANALİZ

| NO | SKILL | NE YAPAR |
|---|---|---|
| 28 | seviye-uyarlama | Tek kaynaktan üç seviye materyal. Yeni başlayan, orta ve kıdemli için ayrı not, ortak sunum. |
| 29 | vitrin-denetimi | Mağaza ve vitrin görselini marka kılavuzuna göre puanlar. Atölye için örnek vaka çıkarır. |
| 30 | quiz-generator | Eğitim içeriğinden ölçme aracı. Çeldiricili sorular, cevap anahtarı ve zorluk dağılımı. |
| 31 | viral-instructional-designer | Öğretici içeriği izlenir hâle getirir. Merak, örnek, tekrar ve uygulama sırasını kurar. |
| 32 | winston-presentation-architect | Sunumu bir argüman olarak kurar. Her sayfanın tek işi, tek mesajı, bir sonrakine tek geçişi olur. |
| 33 | mckinsey-strategic-architect | Ham veriden tek sayfalık yönetim raporu. Piramit yapı, MECE kırılım, eylem başlıkları. |
| 34 | finansal-analiz | Bilanço, gelir ve nakit akış tablosundan sağlık değerlendirmesi. Oranlar, eğilim, risk, öneri. |
| 35 | raid-log-pmp | PMI 5×5 matrisiyle risk, varsayım, sorun ve bağımlılık kaydı. Renk kodlu Excel çıktısı. |
| 36 | dwg-analiz | AutoCAD çizimini açar. Katman, blok, ölçü ve metin etiketlerini okur, planı görselleştirir. |

## SKİLL'İ ÇAĞIRMANIN İKİ YOLU

```
# 1. İşi anlat, Claude açıklamaya bakıp skill'i kendisi seçer
Bu teklif listesini incele, bugün kime dönmem gerektiğini söyle.

# 2. Adını söyle (uygulamada da Claude Code'da da çalışır)
pipeline-tracker skill'ini kullan: [listeyi buraya yapıştır]

# Claude Code'da kısa yol
/pipeline-tracker
```

# 01 Mali müşavir

Beyanname takvimi sıkışınca ilk aksayan şey müşteriye açıklama yapmak oluyor. Skill'ler tabloyu okumayı ve anlatmayı hızlandırır; imza ve sorumluluk sende kalır.

## BUNUNLA BAŞLA

| SIRA | SKILL | NE IÇIN |
|---|---|---|
| 1 | finansal-analiz | Müşterinin bilanço ve gelir tablosundan oranlar, eğilim ve risk notu. |
| 2 | danismanlik-onboarding | Yeni şirket müşterisinde belge listesi, ilk toplantı gündemi, takip sayfası. |
| 3 | ai-proposal-writer | Hizmet kataloğundaki paketlerden düzenli bir teklif dosyası (.docx). |
| 4 | infographic-studio | Müşterilere giden dönem hatırlatmalarını tek görsellik özete çevirmek. |

## ÖRNEK İSTEM

```
finansal-analiz skill'ini kullan.
Ekteki iki yılın bilanço ve gelir tablosu bir müşterime ait,
isim ve vergi numarası çıkarıldı.
Oranları formülleriyle hesapla, iki yılı karşılaştır,
müşteriye anlatacağım 5 maddelik sade bir özet yaz.
Sektör ortalaması uydurma; [elimdeki karşılaştırma verisi] varsa onu kullan.
```

> Müşteri belgelerinde unvan, vergi kimlik numarası ve kişi adlarını yüklemeden önce çıkar. Skill'in çıktısı çalışma notudur; resmî değerlendirme ve imza senin.

# 02 Avukat

Avukatlıkta reklam yasağı var (Avukatlık Kanunu ve TBB meslek kuralları). Skill'leri tanıtım için değil, bilgilendirme yazısı ve büro içi iş için kullan.

## BUNUNLA BAŞLA

| SIRA | SKILL | NE IÇIN |
|---|---|---|
| 1 | voice-builder | Eski yazılarından ses profili; sonraki bilgilendirme yazıları senin dilinle çıkar. |
| 2 | post-writer | Bir mevzuat değişikliğini LinkedIn'de anlaşılır bir bilgilendirme notuna çevirmek. |
| 3 | remove-ai-slop | Taslaklardaki şablon dili ve abartılı ifadeleri temizlemek. |
| 4 | lead-research-assistant | Kurumsal görüşme öncesi şirketin kamuya açık bilgilerinden özet dosya. |

## ÖRNEK İSTEM

```
post-writer skill'ini kullan, ses profilim ekte.
Konu: [yeni yürürlüğe giren düzenleme].
Amaç bilgilendirme; müvekkil kazanma dili, başarı iddiası,
“en iyi”, “uzman” gibi ifadeler olmasın.
Yaklaşık 150 kelime, sonunda yalnız
“sorularınızı yorumda yazabilirsiniz” gibi nötr bir kapanış.
```

> Müvekkil adı, dosya numarası ve dava ayrıntısını hiçbir yapay zekâ aracına yükleme. Yazıyı paylaşmadan önce baro ve meslek kurallarına uygunluğunu kendin kontrol et.

# 03 Diyetisyen

Danışana verdiğin genel bilgi notları, atölye materyalleri ve bilgilendirme içerikleri skill'le düzenli hâle gelir. Kişiye özel beslenme planı ise senin işin.

## BUNUNLA BAŞLA

| SIRA | SKILL | NE IÇIN |
|---|---|---|
| 1 | seviye-uyarlama | Aynı konuyu yeni başlayan ve ileri danışan için ayrı ayrı anlatan notlar. |
| 2 | carousel-studio | Bir canlı yayın ya da video transkriptinden bilgilendirme karuseli. |
| 3 | prompt-optimizer | Dağınık isteklerini her seferinde aynı kalitede sonuç veren istemlere çevirmek. |
| 4 | quiz-generator | Grup atölyesi sonunda kısa bilgi yoklaması. |

## ÖRNEK İSTEM

```
seviye-uyarlama skill'ini kullan.
Kaynak: aşağıdaki “etiket okuma” notum.
Üç seviye hazırla: hiç etiket okumamış danışan,
okuyan ama yorumlayamayan, ileri düzey.
Tıbbi tavsiye ya da kesin sonuç vaadi olmasın,
her notun sonunda “kişisel planın için diyetisyenine danış” yazsın.
```

> Danışan adı, ölçüm sonuçları ve tahliller sağlık verisidir; yükleme. Sağlık mesleklerinde reklam ve tanıtım kısıtları var, içerikleri bilgilendirme dilinde tut.

# 04 Psikolog / psikolojik danışman

Seans dışında en çok zaman alan iş, psikoeğitim içeriğini sade ve doğru yazmak. Skill'ler yazı tarafını hızlandırır; danışana dair hiçbir bilgi bu sürece girmez.

## BUNUNLA BAŞLA

| SIRA | SKILL | NE IÇIN |
|---|---|---|
| 1 | voice-builder | Yazılarından ses profili; içerikler soğuk ve kalıp durmaz. |
| 2 | viral-instructional-designer | Bir psikoeğitim konusunu merak, örnek, tekrar, uygulama sırasıyla anlatmak. |
| 3 | remove-ai-slop | Metindeki şablon cümleleri ve abartılı vaatleri ayıklamak. |
| 4 | ikinci-akil | Muayenehane ya da online seans gibi iş kararlarını tartmak. |

## ÖRNEK İSTEM

```
viral-instructional-designer skill'ini kullan.
Konu: [sınav kaygısında nefes egzersizi].
Hedef: 18-25 yaş, bilgilendirme amaçlı kısa bir Instagram metni.
Teşhis koyan, tedavi vaat eden cümle olmasın.
Sonda “belirtiler sürüyorsa bir uzmana başvur” notu olsun.
```

> Danışan bilgisi, seans notu ya da vaka ayrıntısı hiçbir koşulda yüklenmez; anonimleştirilmiş vaka da kullanma. Mesleğin etik kurallarına ve tanıtım kısıtlarına uy.

# 05 Kurs / eğitmen

Ders notu, sınav, sunum: her dönem aynı işi yeniden yapıyorsun. Bu dört skill materyal hazırlığını tek kaynaktan çoğaltır.

## BUNUNLA BAŞLA

| SIRA | SKILL | NE IÇIN |
|---|---|---|
| 1 | quiz-generator | Ders notundan çeldiricili sorular, cevap anahtarı, zorluk dağılımı. |
| 2 | seviye-uyarlama | Aynı dersten başlangıç, orta ve ileri grup için ayrı notlar. |
| 3 | viral-instructional-designer | Tanıtım videosu ya da ilk dersi izlenir sıraya koymak. |
| 4 | winston-presentation-architect | Ders sunumunu her sayfası tek mesajlı bir akışa çevirmek. |

## ÖRNEK İSTEM

```
quiz-generator skill'ini kullan.
Kaynak: ekteki [3. hafta ders notu].
15 soru: 12 çoktan seçmeli, 3 kısa cevap.
Yalnız notta geçen bilgiden sor.
Cevap anahtarında her doğru cevabın gerekçesi olsun,
Google Formlar'a yapıştırabileceğim düz liste biçiminde ver.
```

## İLK HAFTA

- Bir dersin notunu seç, quiz-generator ve seviye-uyarlama ile iki materyal çıkar.
- Soruları bir grupta dene; yanlış anlaşılan soruyu skill'in örneğine ekle.
- İşe yaradıysa aynı akışı diğer derslere taşı.

# 06 Yaşam / kariyer koçu

Koçlukta güven, ne yaptığını bir cümlede anlatabilmekle başlıyor. Önce kendi hikâyeni ve profilini, sonra danışan karşılama sürecini düzenle.

## BUNUNLA BAŞLA

| SIRA | SKILL | NE IÇIN |
|---|---|---|
| 1 | brand-story-builder | Kimlere, hangi sorunda, nasıl yardım ettiğini yedi unsurla netleştirmek. |
| 2 | profile-optimizer | LinkedIn başlığı, hakkında bölümü ve öne çıkanları aynı konumlanmaya hizalamak. |
| 3 | elevator-pitch-advisor | Tanışma ortamı ve kurum görüşmesi için 30 ve 60 saniyelik tanıtım. |
| 4 | danismanlik-onboarding | Yeni danışanda ön görüşme, gündem ve takip sayfası. |

## ÖRNEK İSTEM

```
brand-story-builder skill'ini kullan.
Ben [kariyer değiştirmek isteyen 30'lu yaşlardaki beyaz yakalılarla]
çalışan bir koçum. Soruları tek tek sor,
sonra yedi unsurlu hikâyeyi ve tek cümlelik konumlanmayı yaz.
Abartılı sonuç vaadi (“hayatın değişecek” gibi) olmasın.
```

> Danışan görüşme notlarını yüklerken isim ve tanınabilir ayrıntıları çıkar. Koçluk terapi değildir; ruh sağlığına dair bir konu açılırsa uzmana yönlendirme dilini koru.

# 07 İç mimar

Proje bir çizimle başlıyor, bir teklifle satılıyor, bir iş takvimiyle bitiyor. Bu üç aşamanın her biri için hazır bir skill var.

## BUNUNLA BAŞLA

| SIRA | SKILL | NE IÇIN |
|---|---|---|
| 1 | dwg-analiz | DXF'e çevrilmiş çizimden katman, blok, ölçü ve metin dökümü, plan önizlemesi. |
| 2 | ai-proposal-writer | Hizmet paketlerinden 10 bölümlük teklif, Word dosyası olarak. |
| 3 | raid-log-pmp | Tadilatta risk, varsayım, sorun ve bağımlılık kaydı; renkli Excel. |
| 4 | post-writer | Biten projeyi LinkedIn'de süreç anlatan bir gönderiye çevirmek. |

## ÖRNEK İSTEM

```
dwg-analiz skill'ini kullan.
Ekteki [salon-mutfak.dxf] dosyasını AutoCAD'den DXF olarak kaydettim.
Katmanları, blok adlarını ve adetlerini, ölçüleri listele,
planın PNG önizlemesini çıkar.
Birimi kontrol et; metrekare hesabını yalnız kapalı çizgilerden yap
ve emin olmadığın yeri işaretle.
```

> Claude DWG dosyasını doğrudan okuyamaz. Önce çizim programında Farklı Kaydet ile DXF'e çevir ya da ücretsiz ODA File Converter'ı kullan. Ölçüleri sahada doğrulamadan uygulamaya geçme.

# 08 Emlak ofisi

Emlakta satış uzun bir zincir: ilan, arama, gösterim, pazarlık, tapu. Kaybın çoğu arada unutulan müşteride. Önce takibi, sonra görünürlüğü düzenle.

## BUNUNLA BAŞLA

| SIRA | SKILL | NE IÇIN |
|---|---|---|
| 1 | pipeline-tracker | Gösterim yapılan, teklif bekleyen, soğuyan alıcıları tek tabloda görmek. |
| 2 | musteri-kazanim-zinciri | Aramadan tapuya hangi halkada müşteri kaybettiğini bulmak. |
| 3 | geo-analysis | ChatGPT ve benzerlerine “[semt]te emlakçı” sorulduğunda adının geçip geçmediği. |
| 4 | hook-generator | Portföy ve bölge videoları için altı farklı açılış cümlesi. |

## ÖRNEK İSTEM

```
pipeline-tracker skill'ini kullan. Bugünün tarihi: [gün.ay.yıl].
Aşağıdaki listede son 2 ayın alıcı ve kiracı adayları var:
isim baş harfi, aradığı daire, son görüşme tarihi, aşama.
Tabloyu kur, soğuyanları işaretle,
bugün aramam gereken 5 kişiyi ve her birine kısa mesaj taslağını yaz.
```

## İLK HAFTA

- Defterdeki ya da WhatsApp'taki adayları tek listeye dök, isimleri baş harfle yaz.
- pipeline-tracker çıktısındaki 5 kişiyi o gün ara.
- Hafta sonunda listeyi güncelleyip skill'i yeniden çalıştır.

# 09 Butik mağaza / e-ticaret

Butikte satış vitrinde ve ızgarada başlıyor. Önce markanın tek belgesini yaz, sonra vitrini ve içeriği o belgeye göre denetle.

## BUNUNLA BAŞLA

| SIRA | SKILL | NE IÇIN |
|---|---|---|
| 1 | brand-dna-generator | Marka özü, ton ve mesajların tek belgede toplanması. |
| 2 | vitrin-denetimi | Vitrin ve mağaza fotoğrafını o belgeye göre puanlamak. |
| 3 | content-matrix | 4 içerik sütunu × 8 format: 32 fikirlik aylık plan. |
| 4 | rakip-haritasi | Rakiplerin son 90 gündeki yeni ürün, fiyat ve iş birliği hareketleri. |

## ÖRNEK İSTEM

```
vitrin-denetimi skill'ini kullan.
Ekte vitrinimizin bu haftaki 3 fotoğrafı ve marka kılavuzumuz var.
Her kriteri 1-5 puanla, fotoğrafta görünmeyeni puanlama.
En düşük üç kalem için yarın uygulanabilir düzeltme öner,
ekip toplantısı için kısa bir örnek vaka çıkar.
```

> Fotoğrafta müşteri yüzü varsa yüklemeden önce bulanıklaştır. Rakip taramasında yalnız kamuya açık işletme bilgisi kullanılır.

# 10 Butik otel

Butik otelde misafir otelin hikâyesini satın alıyor; resepsiyonda o hikâyeyi her gün aynı anlatmak gerekiyor. Hikâyeyle başla, görünürlüğe ve ekibe geç.

## BUNUNLA BAŞLA

| SIRA | SKILL | NE IÇIN |
|---|---|---|
| 1 | brand-story-builder | Otelin hikâyesini misafiri kahraman yapan yedi unsurla kurmak. |
| 2 | geo-analysis | Yapay zekâ asistanlarına “[bölge]de butik otel” sorulduğunda adının geçip geçmediği. |
| 3 | quiz-generator | Yeni resepsiyon çalışanı için oryantasyon soruları. |
| 4 | reels-scripting | Oda, kahvaltı ve çevre için 30–60 saniyelik senaryolar. |

## ÖRNEK İSTEM

```
geo-analysis skill'ini kullan.
Otelimiz: [otel adı], [ilçe/şehir], [kaç oda, ne tür misafir].
Misafirlerin yapay zekâ asistanlarına soracağı 12 soru yaz.
Cevapları ben dört asistanda sorup buraya yapıştıracağım;
sonra görünürlüğü puanla ve sitede, Google İşletme Profili'nde
neyi düzelteceğimi öncelik sırasıyla yaz.
```

## İLK HAFTA

- Soruları dört asistanda sor, cevapları tarihiyle kaydet.
- Sıkça sorulan soruların cevabını sitene ve işletme profiline ekle.
- Bir ay sonra aynı soruları tekrar sorup karşılaştır.

# 11 Diş kliniği

Klinikte yükün çoğu tedavi dışında: randevu, bilgilendirme, ön muhasebe. Skill'leri bu tarafta kullan; tanıtım ve reklam dili sağlık mevzuatına takılır.

## BUNUNLA BAŞLA

| SIRA | SKILL | NE IÇIN |
|---|---|---|
| 1 | ai-use-case-generator | Resepsiyon, hasta bilgilendirme ve ön muhasebede yapay zekânın nerede işe yarayacağı. |
| 2 | infographic-studio | Tedavi sonrası bakım gibi konularda bilgilendirme görseli. |
| 3 | remove-ai-slop | Bilgilendirme metinlerinden abartı ve vaat dilini ayıklamak. |
| 4 | finansal-analiz | Kliniğin kendi gelir tablosundan oranlar ve nakit uyarıları. |

## ÖRNEK İSTEM

```
infographic-studio skill'ini kullan.
Konu: [diş çekimi sonrası ilk 24 saat] için bilgilendirme.
Kaynak: aşağıdaki hasta bilgilendirme formumuz.
Formda olmayan bilgi ekleme, tedavi ya da sonuç vaadi olmasın.
Marka renklerimiz: [hex kodları]. Dikey, telefonda okunur olsun.
```

> Hasta adı, röntgen, tedavi kaydı sağlık verisidir; hiçbir yapay zekâ aracına yükleme. Sağlık meslekleri tanıtım kısıtlarına tabi; içerikler bilgilendirme amaçlı kalmalı.

# 12 Düğün organizasyonu

Düğünde iş teklifle satılıyor, takvimle yürüyor. Teklifi hızlandır, açık işleri ve riskleri tek yerde tut.

## BUNUNLA BAŞLA

| SIRA | SKILL | NE IÇIN |
|---|---|---|
| 1 | ai-proposal-writer | Paket ve fiyat listenden çifte özel 10 bölümlük teklif. |
| 2 | pipeline-tracker | Teklif verilen, kararı bekleyen, soğuyan çiftleri tek tabloda görmek. |
| 3 | raid-log-pmp | Mekân, hava, tedarikçi gibi riskleri olasılık × etki ile puanlamak. |
| 4 | winston-presentation-architect | Konsept sunumunu tek mesajlı sayfalarla kurmak. |

## ÖRNEK İSTEM

```
ai-proposal-writer skill'ini kullan.
Hizmet kataloğum ve fiyat listem ekte.
Çift: [tarih], [yaklaşık davetli sayısı], [mekân tipi], kır düğünü istiyor.
Yalnız katalogdaki paket ve fiyatları kullan, eksik bilgi varsa sor.
Teklifi 10 bölüm hâlinde Word dosyası olarak ver.
```

## İLK HAFTA

- Hizmet kataloğunu ve fiyat listeni tek dosyada güncelle; skill fiyatı yalnız oradan alır.
- Bekleyen tekliflerini pipeline-tracker'a dök.
- Yaklaşan bir düğün için raid-log-pmp ile risk kaydı aç.

# 36 SKILL.md, *tam metin*

Buradaki her dosya bir skill; zip'teki klasörlerle birebir aynı. Elle kurmak istersen skill'in adıyla bir klasör aç, içine SKILL.md adlı bir dosya oluştur ve ilgili sayfadaki metni ilk satırdaki --- işaretinden son satıra kadar kopyala. Metin birden çok sayfaya yayılıyorsa devam sayfalarını da al.


| | | | |
|---|---|---|---|
| 01 icerik-pipeline | s. 21 | 02 carousel-mec-format | s. 24 |
| 03 carousel-studio | s. 27 | 04 hook-generator | s. 30 |
| 05 post-writer | s. 33 | 06 reels-scripting | s. 36 |
| 07 youtube-thumbnail | s. 39 | 08 remove-ai-slop | s. 42 |
| 09 content-matrix | s. 45 | 10 brand-dna-generator | s. 48 |
| 11 brand-story-builder | s. 51 | 12 infographic-studio | s. 54 |
| 13 gorsel-video-uretici | s. 57 | 14 geo-analysis | s. 60 |
| 15 prompt-optimizer | s. 63 | 16 profile-optimizer | s. 66 |
| 17 elevator-pitch-advisor | s. 69 | 18 voice-builder | s. 72 |
| 19 ai-proposal-writer | s. 75 | 20 ai-maturity-assessment | s. 79 |
| 21 ai-use-case-generator | s. 82 | 22 danismanlik-onboarding | s. 85 |
| 23 musteri-kazanim-zinciri | s. 88 | 24 pipeline-tracker | s. 91 |
| 25 lead-research-assistant | s. 94 | 26 rakip-haritasi | s. 97 |
| 27 ikinci-akil | s. 100 | 28 seviye-uyarlama | s. 103 |
| 29 vitrin-denetimi | s. 106 | 30 quiz-generator | s. 109 |
| 31 viral-instructional-designer | s. 112 | 32 winston-presentation-architect | s. 115 |
| 33 mckinsey-strategic-architect | s. 118 | 34 finansal-analiz | s. 121 |
| 35 raid-log-pmp | s. 124 | 36 dwg-analiz | s. 127 |

# 01 icerik-pipeline

skills/icerik-pipeline/SKILL.md · İçerik & Üretim

```
---
name: icerik-pipeline
description: Tek bir YouTube videosunu (linki ya da transkripti) tek seferde içerik paketine çevirir
- temiz transkript, 10 sayfalık karusel metni, Instagram açıklaması ve LinkedIn gönderisi. Kullanıcı
bir YouTube linki ya da video transkripti verip "bundan içerik çıkar", "bu videoyu
karusele/gönderiye çevir", "videodan paket hazırla" dediğinde ya da bir videodan birden çok
platforma içerik istediğinde kullan.
---

# İçerik hattı (icerik-pipeline)

Bir videoyu bir kez ver, dört parça içerik al: transkript, karusel, açıklama, LinkedIn gönderisi.
Hepsi aynı ana fikre bağlı, birbirini tekrar etmeyen parçalar.

## Ne zaman kullanılır
- Kendi videonu (Reels, YouTube, webinar kaydı) başka platformlara taşımak istediğinde.
- İzlediğin faydalı bir videodan kendi yorumunla içerik üretmek istediğinde (kaynak gösterilerek).
- Kullanılmaz: videonun sahibi değilsen ve içeriği olduğu gibi kopyalamak istiyorsan. Bu skill özet
ve yorum üretir, birebir kopya değil.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| YouTube linki ya da transkript metni | Evet | Kullanıcıdan iste. |
| Hedef kitle (kim okuyacak) | Hayır | Videodaki dile bakarak tahmin et, tahmini açıkça yaz. |
| Marka tonu (samimi, kurumsal, esprili) | Hayır | Samimi ve sade varsay. |
| Yorum ya da DM için anahtar kelime | Hayır | CTA'yı "kaydet" ya da "yorum yaz" olarak kur. |

## İş akışı

### 1. Transkripti al
- Link verildiyse ve ortamda web erişimi varsa sayfadaki transkripti okumayı dene.
- Okuyamazsan dürüstçe söyle ve kullanıcıdan transkripti iste: YouTube'da videonun altındaki "..."
menüsünden "Transkripti göster" seçilir, metin kopyalanıp yapıştırılır.
- Transkripti uydurma. Videoyu görmeden içerik üretme.

### 2. Transkripti temizle
- Zaman damgalarını, "ııı", "yani şey" gibi dolguları ve tekrarları çıkar.
- Paragraflara böl, her paragrafa 3-6 kelimelik ara başlık koy.
- Konuşmacının söylemediği bilgi ekleme.

### 3. Ana fikri ve 5-8 alt fikri çıkar
- Ana fikri tek cümleyle yaz: "Bu video şunu söylüyor: ..."
- Alt fikirleri videodaki sırayla listele. Her birinin yanına transkriptten kısa bir dayanak cümlesi
koy.
- Videoda rakam varsa olduğu gibi al; videoda olmayan rakamı ekleme.

### 4. Karusel metnini yaz (10 sayfa)
- Sayfa 1: kanca. En fazla 8 kelimelik başlık + 1 satır alt metin.
- Sayfa 2: sorun ya da neden önemli.
- Sayfa 3-8: her sayfada tek alt fikir. Başlık en fazla 6 kelime, gövde en fazla 30 kelime.
- Sayfa 9: özet ya da kontrol listesi.
- Sayfa 10: CTA (kaydet, yorum yaz, DM).
- Her sayfaya kısa bir görsel notu ekle (ne gösterilmeli).
```

````
### 5. Instagram açıklamasını yaz
- İlk satır kanca, karusel kapağını tekrar etmesin.
- 3-5 kısa paragraf, en fazla 5 hashtag.
- Kaynak video başkasınınsa açıklamada kaynağı belirt.

### 6. LinkedIn gönderisini yaz
- İlk iki satır "devamını gör"den önce görünür; merak bırakmalı.
- Birinci tekil şahıs, iş deneyimine bağla. Karusel metninin kopyası olmasın.
- Tek net CTA ile bitir.

### 7. Kalite kontrolünden geçir ve teslim et
Aşağıdaki listeyi uygula, sonra çıktıyı tek blokta ver.

## Çıktı biçimi

```markdown
# İçerik paketi: [video başlığı]
Kaynak: [link] · Ana fikir: [tek cümle]

## 1. Temiz transkript
### [Ara başlık]
[paragraf]

## 2. Karusel (10 sayfa)
| Sayfa | Başlık | Gövde | Görsel notu |
|---|---|---|---|
| 1 | ... | ... | ... |

## 3. Instagram açıklaması
[metin]
#etiket1 #etiket2

## 4. LinkedIn gönderisi
[metin]

## Notlar
- Tahmin ettiğim şeyler: [hedef kitle vb.]
- Kontrol etmen gerekenler: [rakam, isim, tarih]
```

## Kalite kontrol
- [ ] Transkript gerçekten videodan geliyor; uydurma cümle yok.
- [ ] Karuselde tam 10 sayfa var, her sayfada tek fikir.
- [ ] Kapak başlığı 8 kelimeyi geçmiyor.
- [ ] Açıklama ve LinkedIn gönderisi birbirinin kopyası değil.
- [ ] Videoda olmayan rakam, isim ya da iddia eklenmedi.
- [ ] Başkasının videosuysa kaynak belirtildi.
- [ ] "Günümüzde", "çığır açan", "oyunun kurallarını değiştiren" gibi kalıplar yok.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Kafe-restoran
Kullanıcı: "Geçen hafta çektiğim 12 dakikalık 'evde filtre kahve demleme' videomun transkripti bu.
Bundan içerik paketi çıkar, LinkedIn'de kafe işletmeciliği tarafını anlat."
Claude:
1. Transkripti temizler, "öğütme", "su sıcaklığı", "demleme süresi" ara başlıklarını koyar.
2. Ana fikir: "İyi filtre kahve için pahalı ekipman değil, doğru öğütme şart."
3. Karusel: kapak "Evde filtre kahve neden acı olur?", 3-8. sayfalar videodaki adımlar.
4. LinkedIn: menüye neden filtre kahve eklediğini ve müşteriye demlemeyi öğretmenin sadakat
getirdiğini birinci tekil şahısla anlatır.
````

### Örnek 2: Mali müşavir
Kullanıcı: "Şu YouTube webinarımızın linki: [link]. Beyanname dönemi öncesi müşterilere gönderilecek bir karusel ve LinkedIn gönderisi lazım."
Claude:
1. Linkteki transkripti okumayı dener; okuyamazsa "Transkripti göster" adımını tarif edip metni ister.
2. Webinardaki belge listesini karuselin 3-8. sayfalarına dağıtır, 9. sayfayı "teslimden önce kontrol listesi" yapar.
3. Webinarda geçmeyen tarih ya da tutar eklemez; "Notlar" bölümünde "son tarihleri resmî duyurudan kontrol et" uyarısı yazar.

## Yapma
- Transkripti okuyamadığında içerik uydurma.
- Başkasının videosunu kaynak göstermeden kendi içeriğin gibi sunma.
- Karusel sayfalarını uzun paragraflarla doldurma.
- Dört parçada aynı cümleleri tekrar etme.
- Sağlık, hukuk ya da finans videolarında kesin tavsiye diline geçme; videodaki bilgiyi aktar, "uzmanına danış" notunu koy.

# 02 carousel-mec-format

skills/carousel-mec-format/SKILL.md · İçerik & Üretim

```
---
name: carousel-mec-format
description: Hazır karusel metnini editoryal sayfa düzenine döker - kapak, serif italik vurgulu
başlık, el yazısı not, telefon ya da ekran maketi ve koyu CTA sayfası. Her sayfayı 1080×1350
HTML/CSS olarak yazar, kod yürütme açıksa PNG'ye çevirir. Kullanıcı karusel metnini verip "bunu
dergi gibi tasarla", "editoryal karusel yap", "karusel sayfalarını PNG olarak hazırla", "maketli
karusel düzeni kur" dediğinde kullan.
---

# Editoryal karusel düzeni (carousel-mec-format)

Yazılmış karusel metnini dergi sayfası havasında 1080×1350 sayfalara yerleştirir. Dört sabit şablon
kullanır: kapak, içerik, maket, koyu CTA. Çıktı her durumda HTML/CSS'tir; ortam izin veriyorsa PNG
de üretilir.

## Ne zaman kullanılır
- Karusel metnin hazır, sade ve okunaklı bir görsel düzen arıyorsun.
- Salon, oda, ürün ya da ekran görüntüsünü telefon veya ekran çerçevesi içinde göstermek istiyorsun.
- Her ay aynı görünümde karusel çıkarmak için sabit bir şablon istiyorsun.
- Kullanılmaz: metin henüz yoksa (önce metni yaz ya da carousel-studio ile videodan çıkar). Reels
kapağı ya da hareketli video için değildir.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Sayfa sayfa karusel metni | Evet | Kullanıcıdan iste. Metni sen yazacaksan önce onay al, düzene
sonra geç. |
| Marka renkleri (hex) | Hayır | Varsayılan palet: krem #F4EFE6, mürekkep #1E1B18, vurgu #B5532E.
Raporda belirt. |
| Maket için fotoğraflar | Hayır | Çerçevenin içine gri "[görsel buraya]" alanı koy. Fotoğraf
uydurma. |
| Hesap adı ya da logo | Hayır | Alt köşeye "@[hesap]" yer tutucusu koy. |
| PNG mi, yalnız HTML mi | Hayır | Kod yürütme açıksa PNG'yi dene, değilse HTML ver ve çevirme
yolunu yaz. |

## İş akışı

### 1. Metni sayfa tiplerine eşle
- Sayfa 1 kapak, son sayfa koyu CTA olur.
- Ürün, mekân ya da ekran gösteren sayfalar maket olur. Maket sayfası toplamın en fazla üçte biri.
- Kalan sayfalar içerik şablonunu alır.
- Eşleme tablosunu çıktının başına koy. Kullanıcı "direkt yap" demediyse tabloyu gösterip onay al.

### 2. Ölçü ve tipografi kuralları
- Tuval 1080×1350 px. Kenar boşluğu 96 px, alt boşluk 140 px (sayfa noktaları ve hesap adı için).
- Başlık: Playfair Display, 84-110 px. Vurgu kelimeleri italik ve vurgu renginde; bir başlıkta en
fazla 3 vurgu kelimesi.
- Gövde: Inter, 34-38 px, satır yüksekliği 1.4. Bir sayfada en fazla 40 kelime.
- El yazısı not: Caveat, 46-52 px, -4 derece döndürülmüş. En fazla 8 kelime, bütün karuselde en
fazla 3 sayfada.
- Metin ile zemin arasında en az 4.5:1 kontrast (WCAG AA). Vurgu rengi bunu sağlamıyorsa koyulaştır.
- Fontlar Google Fonts bağlantısıyla çağrılır; üçü de Türkçe karakterleri (ğ, ş, ı, İ) destekler,
yine de çıktıda kontrol et.

### 3. Şablonları uygula
```

- **Kapak:** üstte 24 px büyük harfli konu etiketi, ortada başlık, altta el yazısı not ve "kaydır →".
- **İçerik:** sol üstte serif italik sayfa numarası (02/10), başlık, ince çizgi, gövde.
- **Maket:** üstte başlık ve tek cümle; altta telefon çerçevesi (520×1040 px, köşe yarıçapı 64 px, 14 px koyu kenar) ya da yatay ekran çerçevesi (880×560 px). Görsel `object-fit: cover`.
- **Koyu CTA:** zemin mürekkep rengi, metin krem. Tek eylem (kaydet, yorum yaz ya da DM). El yazısı notla küçük bir ok.

### 4. HTML'i yaz
- Tek dosya, her sayfa ayrı `<section class="sayfa">`, sayfalar alt alta.
- Görseller göreli yolla bağlanır (`img/salon-01.jpg`). Yol bilinmiyorsa yer tutucu bırak.
- Renkleri `:root` değişkenlerine koy; marka değişince tek yerden değişsin.

### 5. PNG'ye çevir (ortama göre)
- Kod yürütme açık ve Python ile Playwright kuruluysa: sayfayı aç, `page.evaluate("document.fonts.ready")` ile fontları bekle, her `section.sayfa` için `element.screenshot(path="01.png")` al.
- Playwright yok ama Chrome ya da Chromium varsa: her sayfayı ayrı HTML dosyası yap, `chrome --headless --screenshot=01.png --window-size=1080,1350 sayfa-01.html` ile al.
- Kod yürütme yoksa: HTML'i ver. Kullanıcı Chrome'da açar, Geliştirici Araçları'nda öğeye sağ tıklayıp "Capture node screenshot" ile her sayfayı kaydeder. Ya da metni ve ölçüleri Canva'da 1080×1350 özel boyutlu tasarıma elle aktarır.
- İnternet yoksa Google Fonts yüklenmez, yedek fontlar (Georgia italik, cursive) devreye girer. Bunu notlara yaz.
- Ortam görsel okumaya izin veriyorsa PNG'leri açıp taşma ve kesilme kontrolü yap.

## Çıktı biçimi

```markdown
# Editoryal karusel: [konu]
Palet: krem [hex] · mürekkep [hex] · vurgu [hex] · Sayfa: [n]

## Sayfa eşlemesi
| Sayfa | Şablon | Başlık (vurgu *italik*) | El yazısı not |
|---|---|---|---|
| 1 | Kapak | ... | ... |

## HTML
(tek blok: aşağıdaki iskelet doldurulmuş hâlde)

## Dosyalar
- karusel.html · png/01.png ... png/[n].png (üretildiyse)

## Notlar
- Yer tutucu kalan görseller: [liste]
- Kontrol etmen gerekenler: [Türkçe karakter, taşan satır]
```

HTML iskeleti:

```html
<link href="https://fonts.googleapis.com/css2?family=Playfair+Display:ital,wght@0,600;1,600&family=Inter:wght@400;600&family=Caveat:wght@600&display=swap" rel="stylesheet">
<style>
:root{--krem:#F4EFE6;--murekkep:#1E1B18;--vurgu:#B5532E}
.sayfa{width:1080px;height:1350px;box-sizing:border-box;padding:96px 96px 140px;
  background:var(--krem);color:var(--murekkep);font-family:Inter,sans-serif;position:relative;overflow:hidden}
.baslik{font-family:'Playfair Display',Georgia,serif;font-size:96px;line-height:1.05;margin:0}
```

```
.baslik em{font-style:italic;color:var(--vurgu)}
.govde{font-size:36px;line-height:1.4;max-width:860px}
.not{font-family:Caveat,cursive;font-size:50px;transform:rotate(-4deg);color:var(--vurgu)}
.no{font-family:'Playfair Display',serif;font-style:italic;font-size:32px}
.telefon{width:520px;height:1040px;border:14px solid var(--murekkep);border-
radius:64px;overflow:hidden;margin:40px auto 0}
.telefon img{width:100%;height:100%;object-fit:cover}
.koyu{background:var(--murekkep);color:var(--krem)}
.hesap{position:absolute;bottom:56px;left:96px;font-size:26px;opacity:.7}
</style>
<section class="sayfa"><p class="no">02/10</p><h2 class="baslik">Başlık <em>vurgu</em></h2>
<p class="govde">Gövde metni</p><span class="hesap">@[hesap]</span></section>
```

## Kalite kontrol

- [ ] Her sayfa tam 1080×1350; taşan ya da kesilen satır yok.
- [ ] Kapak ve son sayfa doğru şablonda; son sayfada tek eylem var.
- [ ] Bir başlıkta en fazla 3 vurgu kelimesi, el yazısı not en fazla 3 sayfada.
- [ ] Gövde 40 kelimeyi geçmiyor; metin kontrastı 4.5:1 ya da üstü.
- [ ] Fotoğraf yoksa yer tutucu bırakıldı, uydurma görsel yok.
- [ ] PNG üretilemediyse nedeni ve elle çevirme yolu yazıldı.
- [ ] Metnin anlamı ve sırası kullanıcının verdiğiyle aynı.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Kuaför-güzellik salonu

Kullanıcı: "8 sayfalık 'boyalı saç için evde bakım' metnim hazır. Renklerimiz #2B2A28 ve #C9A27E. Salondan iki fotoğraf ekledim, bunu dergi gibi yap, PNG ver."
Claude:
1. Eşleme kurar: 1 kapak, 4 ve 6 maket (iki salon fotoğrafı telefon çerçevesinde), 2-3-5-7 içerik, 8 koyu CTA.
2. #C9A27E krem zemin üstünde kontrastı tutmadığı için vurguyu başlıklarda koyulaştırır, değişikliği notlara yazar.
3. Kapakta "Boyan neden *iki haftada* soluyor?" başlığı ve "ilk yıkama 48 saat sonra" el yazısı notu kullanır; not metindeki bilgiden alınır.
4. Kod yürütme açıksa Playwright ile 8 PNG çıkarır, değilse "Capture node screenshot" adımlarını yazar.

### Örnek 2: Butik otel

Kullanıcı: "Oteldeki 6 oda tipini anlatan karusel metni bu. Rezervasyon sayfamızın ekran görüntüsü de var. Logo yok, hesap adı yaz."
Claude:
1. Oda fotoğrafı verilmeyen sayfalarda gri "[görsel buraya]" alanı bırakır ve listesini notlara ekler.
2. Rezervasyon ekranını yatay ekran çerçevesine, oda fotoğraflarını telefon çerçevesine koyar; maket sayısını toplamın üçte biriyle sınırlar.
3. Son sayfa koyu CTA: "Hafta sonu için DM'den sor." Tek eylem, fiyat yazmaz (metinde yoksa).

## Yapma

- Kullanıcının metnini kısaltmak için anlamını değiştirme; sığmıyorsa sayfayı bölmeyi öner.
- Fotoğraf yerine yapay görsel ya da stok görsel koyma.
- Her sayfaya el yazısı not ekleyip düzeni kalabalıklaştırma.
- PNG üretemediğin hâlde "PNG'ler hazır" deme.
- Müşteri yüzü görünen fotoğrafı izni teyit edilmeden maket içine yerleştirme; izin sorusunu notlara yaz.

# 03 carousel-studio

skills/carousel-studio/SKILL.md · İçerik & Üretim

```
---
name: carousel-studio
description: Bir video transkriptinden 10 sayfalık eğitici karusel üretir - sayfa metinleri, marka
renklerinde tasarım ve iki ölçü (Instagram için 1080×1350 PNG, LinkedIn için belge olarak yüklenecek
PDF). Kullanıcı bir transkript ya da konuşma metni verip "bundan eğitici karusel yap", "videomu 10
sayfalık karusele çevir", "aynı karuseli LinkedIn için de hazırla", "marka renklerimle karusel
tasarla" dediğinde kullan.
---

# Karusel stüdyosu (carousel-studio)

Video transkriptini 10 sayfalık, tek fikirli sayfalardan oluşan eğitici bir karusele çevirir. Metni
yazar, marka renkleriyle tasarlar, Instagram ve LinkedIn için ayrı dosya düzeni verir.

## Ne zaman kullanılır
- Çektiğin bir videoyu (Reels, YouTube, webinar) öğretici karusel olarak tekrar kullanmak
istediğinde.
- Aynı karuseli hem Instagram'da hem LinkedIn'de yayınlayacaksan.
- Kullanılmaz: transkript yoksa ve videoyu görmeden içerik isteniyorsa. Açıklama ve LinkedIn
gönderisi de lazımsa icerik-pipeline daha uygun; yalnız düzen lazımsa carousel-mec-format.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Transkript ya da konuşma metni | Evet | Kullanıcıdan iste. Link verildiyse ve web erişimi varsa
okumayı dene, olmazsa metni iste. |
| Marka renkleri (hex, 2-3 renk) | Evet | İste. Kullanıcı "fark etmez" derse nötr palet kullan
(#FFFFFF, #111111, #2F6FEB) ve belirt. |
| Hedef kitle | Hayır | Transkriptteki dile bakıp tahmin et, tahmini notlara yaz. |
| Ölçü tercihi | Hayır | Instagram 1080×1350 (4:5). LinkedIn için aynı 1080×1350 sayfalardan PDF;
kare isterse 1080×1080. |
| Hesap adı, logo | Hayır | "@[hesap]" yer tutucusu koy. |

## İş akışı

### 1. Transkripti oku ve konuyu daralt
- Dolguları, tekrarları, zaman damgalarını çıkar.
- Tek bir öğretme hedefi seç: "Bu karuseli bitiren kişi şunu yapabilir: ..."
- Transkriptte 8'den fazla fikir varsa en uygulanabilir 6'sını al, kalanları notlarda "ikinci
karusel için" diye listele.

### 2. 10 sayfayı yaz
- Sayfa 1 kapak: en fazla 8 kelimelik başlık + 1 satır alt metin.
- Sayfa 2: sorun ya da neden önemli (en fazla 30 kelime).
- Sayfa 3-8: her sayfada tek adım ya da tek fikir. Başlık en fazla 6 kelime, gövde en fazla 30
kelime. Her sayfanın yanına transkriptten dayanak cümlesi not et.
- Sayfa 9: özet ya da kontrol listesi (en fazla 5 madde).
- Sayfa 10: tek CTA (kaydet, yorum yaz ya da DM).
- Transkriptte olmayan rakam, oran, tarih ekleme.

### 3. Marka renklerini yerleştir
- Renk rolleri: zemin, metin, vurgu. Vurgu yalnız başlıktaki anahtar kelimede ve sayfa numarasında
kullanılır.
- Her metin-zemin çiftinde kontrastı kontrol et; 4.5:1 altındaysa metni koyulaştır ya da zemini
değiştir, değişikliği notlara yaz.
```

- Kapak ve son sayfa aynı zemin rengini alır, arada tek bir zemin rengi. Sayfalar arası renk sıçraması yok.

### 4. Ölçü kuralları
- Instagram: 1080×1350 px PNG, sayfa başına bir dosya, 01.png-10.png.
- LinkedIn: belge karuseli olarak yüklenir; aynı 10 sayfa tek PDF'te birleşir. Kare isteniyorsa 1080×1080 düzen, gövde 24 kelimeye iner.
- Kenar boşluğu en az 80 px. Başlık 80-100 px, gövde 34-40 px. Alt 120 px boş kalır (sayfa no ve hesap adı).
- LinkedIn PDF'inde son sayfaya web sitesi ya da profil adı yazılabilir; Instagram sürümünde tıklanmayan link yazma.

### 5. Dosyaları üret (ortama göre)
- Kod yürütme açıksa: her sayfayı HTML/CSS ile kur, Python + Playwright ile `element.screenshot` alarak PNG üret. PDF için Playwright'ta `page.pdf(width="1080px", height="1350px", print_background=True)` ya da Pillow ile PNG'leri birleştir: `ilk.save("karusel.pdf", save_all=True, append_images=digerleri)`.
- Kod yürütme yoksa: sayfa metinlerini ve renk/ölçü tablosunu ver. Kullanıcı Canva'da 1080×1350 özel boyutla tasarlayıp Instagram için PNG, LinkedIn için PDF olarak indirir.
- Ürettiğin dosyaları açıp (ortam izin veriyorsa) taşma kontrolü yap. Üretemediysen bunu açıkça söyle.

### 6. Kalite kontrolü uygula ve teslim et

## Çıktı biçimi

```markdown
# Eğitici karusel: [konu]
Öğretme hedefi: [tek cümle] · Kitle: [tahmin/verilen]
Palet: zemin [hex] · metin [hex] · vurgu [hex] · Kontrast: [oran]

## Sayfalar (10)
| No | Başlık | Gövde | Dayanak (transkript) | Görsel notu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | ... | ... | ... | ... |

## Dosyalar
- Instagram: png/01.png ... png/10.png (1080×1350)
- LinkedIn: karusel-linkedin.pdf (10 sayfa, [1080×1350 ya da 1080×1080])

## Notlar
- İkinci karusel için kalan fikirler: [liste]
- Kontrol etmen gerekenler: [rakam, terim, isim]
```

## Kalite kontrol
- [ ] Tam 10 sayfa; her sayfada tek fikir.
- [ ] Kapak 8 kelimeyi, ara başlıklar 6 kelimeyi, gövdeler 30 kelimeyi geçmiyor.
- [ ] Her içerik sayfasının transkriptte dayanağı var.
- [ ] Marka hex kodları birebir kullanıldı; kontrast 4.5:1 ya da üstü.
- [ ] Instagram PNG'leri 1080×1350, LinkedIn PDF'i 10 sayfa.
- [ ] Sağlık, finans, hukuk konusunda kesin vaat yok.
- [ ] Dosya üretilmediyse "üretildi" denmedi.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Diyetisyen
Kullanıcı: "Instagram canlı yayınımın transkripti ekte, konu 'etiket okuma'. Renklerim #F7F3EC, #23412F, #D98A4E. Instagram ve LinkedIn için karusel istiyorum."
Claude:

1. Öğretme hedefi: "Paketli bir ürünün etiketinde porsiyon, şeker ve içerik sırasını okuyabilmek."
2. Sayfa 3-8'e transkriptteki adımları dağıtır; transkriptte olmayan gram ya da yüzde eklemez.
3. Dili bilgilendirme düzeyinde tutar: "kilo verdirir", "tedavi eder" gibi ifadeler kullanmaz, 9. sayfaya "Kişisel beslenme planı için diyetisyenine danış" notunu koyar. Canlı yayında danışan örneği geçiyorsa adını ve ayırt edici bilgisini çıkarır.
4. #D98A4E krem zeminde gövde için yetersiz kontrast verdiğinden yalnız başlık vurgusunda kullanır.
5. Kod yürütme açıksa 10 PNG ve tek PDF üretir.

### Örnek 2: Oto galeri
Kullanıcı: "YouTube'daki 'ikinci el araç alırken ilk 10 dakika' videomun transkripti bu. Renkler #0E1A2B ve #F2B705. LinkedIn'de kare olsun."
Claude:
1. Transkriptteki kontrolleri (ruhsat, ekspertiz raporu, test sürüşü) 3-8. sayfalara dağıtır.
2. Instagram için 1080×1350, LinkedIn için 1080×1080 düzen kurar; kare sürümde gövdeleri 24 kelimeye indirir.
3. Fiyat, kilometre ya da garanti süresi transkriptte geçmiyorsa yazmaz; son sayfada "Bakmak istediğin aracı DM'den sor" CTA'sı kullanır.

## Yapma
- Transkript olmadan konu tahmin edip karusel yazma.
- Marka renklerini "daha güzel" diye değiştirme; yalnız kontrast için ayar yap ve söyle.
- Instagram ve LinkedIn sürümleri arasında farklı bilgi verme; yalnız ölçü ve kelime sınırı değişir.
- Sağlık içeriğinde sonuç vaadi, öncesi-sonrası karşılaştırması ya da danışan verisi kullanma.
- Üretemediğin PNG ya da PDF için dosya adı uydurma.

# 04 hook-generator

skills/hook-generator/SKILL.md · İçerik & Üretim

```
---
name: hook-generator
description: Tek bir içerik konusundan 6 farklı tipte açılış cümlesi (kanca) yazar - her biri iki
satır, rakamlı ve merak bırakan; her kancanın neden işleyebileceğini ve hangisinin öne çıktığını da
açıklar. Claude Code hook'u değil, sosyal medya açılış cümlesidir. Kullanıcı "bu konuya kanca yaz",
"gönderiye güçlü bir açılış lazım", "Reels'in ilk cümlesini bul", "6 farklı giriş cümlesi çıkar"
dediğinde kullan.
---

# Kanca Üretici (hook-generator)

Bir konudan 6 farklı açılış cümlesi çıkarır. Her kanca iki satırdır, bir rakam taşır ve okuru ikinci
cümleye çekecek bir merak boşluğu bırakır. Her birinin yanında neden işleyebileceği ve zayıf yanı
yazılır.

Not: Buradaki "hook", Claude Code'daki otomasyon kancası (hooks ayarı) değildir. Gönderi, karusel
kapağı ya da Reels'in ilk saniyelerindeki açılış cümlesidir.

## Ne zaman kullanılır
- Gönderin hazır ama ilk cümlesi sönük kalıyorsa.
- Karusel kapağı, Reels'in ilk 3 saniyesi ya da LinkedIn gönderisinin ilk iki satırı için seçenek
istiyorsan.
- Aynı konuyu farklı açılarla test etmek istiyorsan.
- Kullanılmaz: konu belli değilse (önce konuyu seç). Tam gönderi gerekiyorsa post-writer, Reels
senaryosu gerekiyorsa reels-scripting kullan.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Konu ya da gönderi taslağı | Evet | Kullanıcıdan iste. |
| Hedef kitle | Hayır | Konuya göre tahmin et, tahmini yaz. |
| Kullanılabilir rakamlar (kendi verin, fiyat, süre, sayı) | Hayır | Rakam gereken yere "[rakam]"
yer tutucusu koy, uydurma. |
| Platform (Instagram, LinkedIn, Reels, TikTok) | Hayır | Instagram gönderisi varsay. |
| Kaçınılacak kelimeler ya da ton | Hayır | Samimi, sade ton. |

## İş akışı

### 1. Konunun çekirdeğini bul
- Tek cümle: "Okur bu içerikten şunu öğrenecek: ..."
- Okurun bu konudaki en yaygın yanlış varsayımını ya da en sık sorduğu soruyu yaz. Kullanıcının
müşteri sorularından geliyorsa onları kullan.

### 2. Rakamları ayır
- Kullanılabilir rakam üç türdür: kullanıcının verdiği rakam, içerikteki madde sayısı (3 hata, 5
adım) ve süre ya da miktar gibi içerikte geçen bilgi.
- Liste rakamı içerikteki madde sayısıyla birebir aynı olmalı. "5 hata" diyorsan içerikte 5 hata
var.
- İstatistik, yüzde, "araştırmalara göre" türü rakamı kullanıcı kaynak vermediyse yazma; "[rakam]"
koy ve notlara "kaynaklı rakam gerekiyor" yaz.

### 3. 6 tipte kanca yaz
| No | Tip | Kalıp örneği |
|---|---|---|
| 1 | Yanlış inanış | "[Yaygın inanç] doğru değil. / [rakam] yılda gördüğüm şey bunun tersi." |
```

```
| 2 | Rakam | "[rakam] [birim] içinde [sonuç]. / Fark yaratan tek adım şuydu:" |
| 3 | Soru | "[Rakam] [şey] neden hep [sorun]? / Cevap sandığın yerde değil." |
| 4 | Karşılaştırma | "[A] ile [B] arasında [rakam] fark var. / Çoğu kişi yanlış olanı seçiyor." |
| 5 | Hikâye | "Geçen [rakam] gün önce bir müşteri şunu sordu: / ..." |
| 6 | Uyarı | "[Konu] yapmadan önce şu [rakam] şeye bak. / Sonradan düzeltmesi zor." |

- Her kanca tam iki satır. Satır başına en fazla 9 kelime.
- Her kancada en az bir rakam ya da "[rakam]".
- İkinci satır cevabı vermez, bir sonraki cümleyi okutur.
- Ünlem en fazla bir tane, emoji yok (kullanıcı istemedikçe).
- Hikâye kancasında gerçek müşteri anılıyorsa kimliği belli edecek ayrıntı yazma.

### 4. Her kancayı puanla
| Ölçüt | 1 | 2 | 3 |
|---|---|---|---|
| Merak boşluğu | Cevap ilk satırda | Kısmen açık | İkinci cümle okunmadan anlaşılmıyor |
| Netlik | Konu belirsiz | Konu seziliyor | Konu ilk 5 kelimede belli |
| Rakam dürüstlüğü | Kaynaksız istatistik | Yer tutucu | Doğrulanmış ya da yapısal rakam |
| Kitleye uyum | Genel | Kısmen | Hedef kitlenin kendi kelimeleri |

- En fazla 12 puan. 9 ve üstü "önerilen", 6-8 "düzeltilebilir", altı "kullanma".
- Kaynaksız istatistik içeren kanca puanı ne olursa olsun önerilmez.

### 5. "Neden işler" notunu yaz
- Her kanca için 1-2 cümle: hangi mekanizmaya dayanıyor (merak boşluğu, kendini tanıma, kayıptan kaçınma, somutluk) ve zayıf yanı ne.
- Kesin sonuç vaat etme. "Bu daha çok izlenir" deme; "bu, şu nedenle dikkat çekebilir" de.
- En yüksek puanlı iki kancayı A/B testi için öner: aynı içerik, farklı açılış, kendi istatistiklerinle karşılaştır.

## Çıktı biçimi

```markdown
# Kancalar: [konu]
Çekirdek: [tek cümle] · Kitle: [tahmin/verilen] · Platform: [..]

## 6 kanca
### 1. Yanlış inanış — [puan]/12
> [satır 1]
> [satır 2]
Neden işleyebilir: [..] · Zayıf yanı: [..]

(2-6 aynı düzende)

## Puan tablosu
| No | Merak | Netlik | Rakam | Kitle | Toplam |
|---|---|---|---|---|---|

## Öneri
- Test için: [no] ve [no]
- Doldurman gereken rakamlar: [liste]
```

## Kalite kontrol
- [ ] Tam 6 kanca, 6 farklı tip.
- [ ] Her kanca tam iki satır, satır başına en fazla 9 kelime.
- [ ] Her kancada rakam ya da "[rakam]" var; kaynaksız istatistik yok.
- [ ] Liste rakamları içerikteki madde sayısıyla aynı.
- [ ] Her kancanın "neden işleyebilir" ve "zayıf yanı" notu var.
- [ ] "Günümüzde", "çığır açan", "oyunun kurallarını değiştiren" yok.
```

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Emlak ofisi
Kullanıcı: "Konu: kiralık ev bakarken sözleşmeden önce kontrol edilecekler. Listede 7 madde var. Hedef kitle ilk kez ev kiralayan gençler."
Claude:
1. Çekirdek: "Sözleşmeye imza atmadan önce 7 şeyi kontrol et."
2. Uyarı kancası: "Kira sözleşmesini imzalamadan önce 7 şeye bak. / Dördüncüsü sözleşmede yazmıyor ama sorulmalı." Rakam yapısal (7 madde).
3. Yanlış inanış kancası için ofisin kaç yıldır çalıştığını bilmediğinden "[rakam] yıldır" yer tutucusu koyar.
4. Kira artış oranı gibi yasal rakamı kancaya koymaz; notlara "güncel sınırı resmî kaynaktan kontrol et" yazar.

### Örnek 2: Pilates stüdyosu
Kullanıcı: "Reels konusu: reformer'a ilk kez gelen biri ilk derste ne yaşar. Ders 50 dakika."
Claude:
1. Rakam kancası: "50 dakikalık ilk reformer dersinde ne oluyor? / Çoğu kişinin beklediği şey değil."
2. Soru, hikâye ve karşılaştırma kancalarını yazar; sağlık sonucu vaat eden ("duruşunu düzeltir") kalıpları kullanmaz.
3. Hikâye kancasında öğrenci adını yazmaz: "Geçen hafta ilk derse gelen biri şunu sordu:".
4. En yüksek iki kancayı Reels'in ilk 3 saniyesi için A/B testi olarak önerir.

## Yapma
- Bu skill'i Claude Code hook ayarı sanma ve ayar dosyasına dokunma.
- Rakam uydurma, "araştırmalar gösteriyor ki" gibi kaynaksız cümle kurma.
- İkinci satırda cevabı verip merakı öldürme.
- Tıklama tuzağı kurma: kanca içeriğin gerçekten verdiği bilgiye çıkmalı.
- Sağlık, hukuk, finans konusunda sonuç garantisi veren kanca yazma.

# 05 post-writer

skills/post-writer/SKILL.md · İçerik & Üretim

```
---
name: post-writer
description: Bir fikri ya da notu senin sesinle LinkedIn gönderisine çevirir - kanca, gövde ve tek
net CTA; uzunluğu kullanıcı seçer (kısa, orta, uzun ya da kelime sayısı). Ses için eski
gönderilerden örnek ya da hazır ses profili kullanır. Kullanıcı "bunu LinkedIn gönderisi yap", "şu
fikri benim ağzımdan yaz", "LinkedIn'e kısa bir paylaşım hazırla", "bu notu gönderiye çevir"
dediğinde kullan.
---

# LinkedIn gönderi yazarı (post-writer)

Kafandaki fikri, notu ya da yaşadığın bir iş anını senin konuşma tarzınla LinkedIn gönderisine
çevirir. Her gönderide üç parça vardır: ilk iki satırda kanca, tek fikirli gövde, tek net CTA.
Uzunluğa sen karar verirsin.

## Ne zaman kullanılır
- Aklında bir fikir, müşteriyle yaşadığın bir an ya da sahada öğrendiğin bir ders var ve gönderiye
dönüşmesini istiyorsun.
- Yazdıklarının "başkası yazmış gibi" durmasından rahatsızsan.
- Kullanılmaz: fikir yoksa (önce content-matrix ile konu seç). Yalnız açılış cümlesi lazımsa hook-
generator, metinden yapay zekâ kokusu temizlenecekse remove-ai-slop daha uygun.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Fikir, not ya da yaşanan olay | Evet | Kullanıcıdan iste: "Ne oldu, sen ne öğrendin, okur ne
yapsın?" |
| Ses örneği: eski gönderilerden 3-5 tane ya da ses profili | Hayır | İste. Yoksa sade, birinci
tekil şahıs, kısa cümleli bir ses kullan ve "ses örneği olmadan yazıldı" notu düş. |
| Uzunluk | Hayır | Orta varsay. |
| Hedef okur | Hayır | Fikirden tahmin et, tahmini yaz. |
| CTA türü | Hayır | Yorumda soru sorma ya da kaydetme. |

Uzunluk seçenekleri: kısa 60-100 kelime, orta 150-250 kelime, uzun 300-450 kelime. Kullanıcı kelime
sayısı verirse ±%10 içinde kal. LinkedIn gönderi sınırı 3.000 karakterdir; uzun sürüm bunu geçmez.

## İş akışı

### 1. Sesi çıkar
- Ses profili (ör. voice-builder çıktısı) verildiyse onu esas al, kurallarını aynen uygula.
- Eski gönderiler verildiyse şunları not et: ortalama cümle uzunluğu, sen/siz hitabı, emoji
kullanımı, paragraf uzunluğu, sık kullandığı 5 kelime ya da kalıp, kullanmadığı şeyler.
- Bu notları çıktının "Ses notları" bölümüne yaz ki kullanıcı düzeltebilsin.
- Sesi taklit ederken kullanıcının eski gönderilerindeki cümleleri birebir kopyalama.

### 2. Fikri tek cümleye indir
- "Bu gönderi şunu söylüyor: ..." En fazla 20 kelime.
- Fikir iki ayrı mesaj taşıyorsa ikisini ayır, birini seç, diğerini notlara "ayrı gönderi" diye yaz.

### 3. Kancayı yaz (ilk iki satır)
- İlk iki satır "devamını gör"den önce görünür; konu ve merak burada kurulur.
- Satır başına en fazla 12 kelime. Soru, somut an ya da beklenmedik bir gözlemle aç.
- Kullanıcının vermediği rakamı kancaya koyma; gerekiyorsa "[rakam]" yaz.

### 4. Gövdeyi yaz
```

- Yapı: an ya da sorun → senin yaptığın ya da gördüğün → çıkardığın ders.
- Paragraflar 1-3 cümle. Uzun sürümde en fazla 3 ara bölüm.
- Liste kullanırsan en fazla 5 madde.
- Birinci tekil şahıs, somut ayrıntı (yer, süre, iş adımı). Genel öğüt cümlelerini somut örnekle değiştir.
- Müşteri ya da çalışan anılıyorsa adını ve tanınmasını sağlayacak ayrıntıyı çıkar; kişisel veriyi KVKK'ya uygun biçimde anonimleştir.

### 5. Tek CTA koy
- Sonda tek eylem: yorumda soru, kaydet, profile bak, DM. İki eylemi birlikte isteme.
- Link gerekiyorsa kullanıcının tercihine göre gövdeye ya da ilk yoruma koy; tercih yoksa sor.
- En fazla 3 hashtag, sonda.

### 6. Kontrol et ve teslim et
- Uzunluğu say, istenen aralıkta değilse düzelt.
- Kalite listesini uygula; sonra gönderiyi ve bir alternatif kancayı ver.

## Çıktı biçimi

```markdown
# LinkedIn gönderisi: [fikir]
Uzunluk: [kısa/orta/uzun] · [kelime] kelime · [karakter] karakter

## Gönderi
[kanca satır 1]
[kanca satır 2]

[gövde]

[CTA]
#etiket1 #etiket2

## Alternatif kanca
[2 satır]

## Ses notları
- Hitap: [..] · Cümle boyu: [..] · Emoji: [..] · Sık kalıplar: [..]

## Notlar
- Doldurman gerekenler: [rakam, isim, link]
- Ayrı gönderi olabilecek fikir: [..]
```

## Kalite kontrol
- [ ] Kanca ilk iki satırda; konu ilk satırda anlaşılıyor.
- [ ] Gövde tek fikri taşıyor; kelime sayısı istenen aralıkta.
- [ ] Tek CTA var; en fazla 3 hashtag.
- [ ] Ses notlarıyla uyumlu (hitap, emoji, cümle boyu).
- [ ] Uydurma rakam, müşteri adı ya da sonuç yok.
- [ ] "Günümüzde", "sadece ... değil aynı zamanda", "unutmayın ki" gibi kalıplar yok.
- [ ] Hukuk ve sağlık içeriğinde reklam ya da müşteri çağırma dili yok.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: İç mimar
Kullanıcı: "Geçen ay 65 metrekarelik bir dairede mutfağı salona açtık, müşteri ilk hafta 'keşke yapmasaydık' dedi, iki ay sonra en sevdiği yer oldu. Bunu orta uzunlukta yaz. Eski gönderilerim ekte."
Claude:
1. Eski gönderilerden sesi çıkarır: "siz" hitabı, emoji yok, kısa paragraflar.

2. Fikir: "Açık mutfak kararının alışma süresi var; ilk hafta tepkisiyle karar verme."
3. Kanca: "Müşterim ilk hafta 'keşke yapmasaydık' dedi. / İki ay sonra evin en sevdiği köşesi orası."
4. Gövdede müşterinin adını, semtini ve bina bilgisini yazmaz; fotoğraf paylaşılacaksa izni notlara ekler.
5. CTA: "Açık mutfakta sizi en çok ne düşündürüyor? Yoruma yazın."

### Örnek 2: Avukat
Kullanıcı: "Kira tespit davalarında en sık gördüğüm hata sözleşmedeki artış maddesini okumamak. Kısa bir gönderi yaz, büroma iş gelsin."
Claude:
1. Avukatlık Kanunu ve Türkiye Barolar Birliği reklam yasağı kuralları nedeniyle "büromuza ulaşın", "davanızı kazanalım" gibi iş çağıran dili kullanmayacağını açıkça söyler.
2. Gönderiyi bilgilendirme olarak yazar: maddeyi okumanın neden önemli olduğunu genel düzeyde anlatır, somut dosya bilgisi vermez.
3. CTA'yı "Bu gönderiyi kira sözleşmesi imzalayacak birine gönder" gibi bilgi paylaşımına çevirir.
4. Sona "Bu paylaşım genel bilgilendirmedir, hukuki görüş değildir." notunu koyar; yasal süre ya da oran yazacaksa kaynağını sorar.

## Yapma
- Ses örneği olmadan "senin sesinle yazdım" deme.
- Kullanıcının yaşamadığı bir anı, müşteri diyaloğu ya da sonucu uydurma.
- Birden fazla CTA koyma ya da her paragrafı soruyla bitirme.
- Avukat, doktor, psikolog gibi meslek gruplarında reklam, garanti ya da müşteri çağırma dili kullanma.
- Hashtag yığını ya da her satıra emoji koyma.

# 06 reels-scripting

skills/reels-scripting/SKILL.md · İçerik & Üretim

```
---
name: reels-scripting
description: 30-60 saniyelik Instagram Reels (ve TikTok, YouTube Shorts) senaryosu yazar - konuşma
metni, ekran yazısı ve çekim notu ayrı sütunlarda, saniye saniye. Kelime sayısıyla süreyi tahmin
eder, sesli okuyup ölçmeyi önerir. Kullanıcı "Reels senaryosu yaz", "30 saniyelik video metni
lazım", "bu konuyu Reels'e çevir", "ne söyleyeyim, ekrana ne yazayım, nasıl çekeyim" dediğinde
kullan.
---

# Reels senaryosu (reels-scripting)

Bir konuyu 30-60 saniyelik dikey videoya çevirir. Üç şey ayrı ayrı gelir: kameraya söyleyeceğin
konuşma metni, ekranda görünecek yazı ve her sahnenin nasıl çekileceği. Süre kelime sayısıyla tahmin
edilir, sonra senin okumanla düzeltilir.

## Ne zaman kullanılır
- Bir konuyu kısa videoya çevirmek istiyorsun ama ne söyleyeceğini ve nasıl çekeceğini planlamadın.
- Telefonla tek başına çekeceksin ve sahne listesine ihtiyacın var.
- Yüz göstermeden (ses + görüntü + ekran yazısı) video yapacaksan da kullanılır; konuşma metni dış
ses olur.
- Kullanılmaz: 90 saniyeden uzun video ya da YouTube uzun içerik. Yalnız açılış cümlesi lazımsa
hook-generator.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Konu ya da ana mesaj | Evet | Kullanıcıdan iste. |
| Hedef süre (30, 45, 60 sn) | Hayır | 45 saniye varsay. |
| Kim konuşuyor (sen, dış ses, yazı yalnız) | Hayır | Kameraya konuşan kişi varsay. |
| Çekim imkânı (mekân, ekipman, ikinci kişi) | Hayır | Tek kişi, telefon, doğal ışık varsay. |
| CTA | Hayır | "Kaydet" ya da "yorum yaz" kur. |

## İş akışı

### 1. Tek mesajı belirle
- "İzleyen kişi videonun sonunda şunu bilir ya da yapar: ..." En fazla 15 kelime.
- 60 saniyeye birden fazla ana mesaj sığdırma. Fazla fikri notlara "ayrı video" diye yaz.

### 2. Süreyi kelimeye çevir (kaba kural)
- Doğal Türkçe konuşmada başlangıç kuralı saniyede yaklaşık 2-2,5 kelime:
  - 30 sn → 60-75 kelime
  - 45 sn → 90-110 kelime
  - 60 sn → 120-150 kelime
- Bu bir başlangıç tahminidir; konuşma hızı kişiden kişiye değişir. Metni yazdıktan sonra
kullanıcıdan sesli okuyup kronometreyle ölçmesini iste. Ölçülen süre hedeften 5 saniyeden fazla
saparsa metni kısalt ya da uzat.

### 3. Yapıyı kur
| Bölüm | Süre (45 sn için) | Görev |
|---|---|---|
| Kanca | 0-3 sn | Konuyu ve merakı kur, selamlama yok. |
| Bağlam | 3-10 sn | Sorun ya da neden önemli. |
| Gövde | 10-38 sn | 2-4 adım ya da nokta, her biri ayrı sahne. |
| Sonuç | 38-42 sn | Tek cümle özet. |
| CTA | 42-45 sn | Tek eylem. |
```

- 30 ve 60 saniyede oranları koru, gövdeyi daralt ya da genişlet.

### 4. Üç sütunu ayrı yaz
- **Konuşma metni:** kısa cümleler, en fazla 12 kelime. Yazı dili değil, konuşma dili. Nefes yerlerini "/" ile işaretle.
- **Ekran yazısı:** konuşmanın kopyası değil, özeti. Kart başına en fazla 6 kelime, ekranda en az 1,5 saniye kalır. Telefon arayüzünün kapladığı alanlar için yazıyı üst %10 ve alt %20'nin dışında, ortada tut.
- **Çekim notu:** plan türü (yakın, orta, geniş, detay), kamera hareketi, mekân, ışık, gerekirse B-roll. Dikey 9:16, 1080×1920.
- Her sahneye saniye aralığı yaz.

### 5. Ses ve müzik notu
- Konuşmalı videoda müzik konuşmayı bastırmayacak seviyede kalır; bunu montajda dinleyerek ayarla.
- Telifli müziği platformun kendi müzik kütüphanesinden ekle, dışarıdan şarkı gömme.

### 6. Kontrol et ve teslim et
- Kelimeyi say, tahmini süreyi yaz. Kalite listesini uygula.

## Çıktı biçimi

```markdown
# Reels senaryosu: [konu]
Mesaj: [tek cümle] · Hedef: [sn] · Konuşma: [kelime] kelime (tahmini [sn] sn)

| Sn | Konuşma metni | Ekran yazısı | Çekim notu |
|---|---|---|---|
| 0-3 | ... | ... | ... |

## Kapak
- Kapak yazısı (en fazla 5 kelime): [..] · Kapak karesi: [hangi sahne]

## Açıklama (ilk satır)
[..]

## Çekim listesi
- [ ] Sahne 1: [..]

## Ölçüm
Sesli oku, kronometreyle ölç. Hedef: [sn] ±5 sn. Sapma varsa: [kısaltılacak/eklenecek satırlar]
```

## Kalite kontrol
- [ ] Tek ana mesaj var.
- [ ] Konuşma kelime sayısı hedef süre aralığında; ölçüm uyarısı yazıldı.
- [ ] İlk 3 saniyede konu belli, selamlama yok.
- [ ] Ekran yazısı konuşmanın kopyası değil; kart başına en fazla 6 kelime.
- [ ] Her sahnenin çekim notu ve saniye aralığı var.
- [ ] Tek CTA var.
- [ ] Görüntüde başka kişi varsa izin notu düşüldü.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Fotoğrafçı
Kullanıcı: "30 saniyelik Reels: telefonla ürün fotoğrafı çekerken pencere ışığı nasıl kullanılır. Ben konuşacağım, stüdyoda çekeceğim."
Claude:
1. Mesaj: "Ürün fotoğrafı için en kolay ışık, yandan gelen pencere ışığıdır."
2. 30 saniye için 60-75 kelimelik konuşma yazar; gövdede 3 sahne: ışığa göre konum, beyaz karton yansıtıcı, önce-sonra karesi.

3. Ekran yazısı: "Pencereyi yanına al", "Karşıya beyaz karton", "Fark bu". Çekim notu: masa üstü detay planı, telefon tripodda.
4. Kullanıcıdan metni sesli okuyup ölçmesini ister; 35 saniye çıkarsa kısaltılacak cümleyi önceden işaretler.

### Örnek 2: Spor salonu
Kullanıcı: "60 saniye: salona ilk kez gelen biri ilk hafta neyle başlamalı. Antrenörümüz konuşacak, üyeler arka planda olabilir."
Claude:
1. 120-150 kelimelik konuşma, gövdede 4 adım: ısınma, makine tanıtımı, hafif yük, dinlenme günü.
2. "2 haftada 5 kilo" gibi sonuç vaadi ve sağlık iddiası yazmaz; "sağlık sorunun varsa önce hekimine danış" ekran yazısını sona koyar.
3. Çekim notuna "arka planda yüzü görünen üyelerden çekim izni al, izin yoksa açıyı değiştir ya da bulanıklaştır" yazar.
4. Müziği Instagram kütüphanesinden eklemeyi, konuşmayı bastırmayacak seviyede tutmayı not eder.

## Yapma
- Kelime sayısını kesin süre gibi sunma; ölçmeden "tam 30 saniye" deme.
- Ekran yazısına konuşmanın tamamını yazma.
- Videoya iki farklı ana mesaj sıkıştırma.
- Sağlık, kilo, gelir konusunda sonuç vaat etme.
- İzni olmayan kişiyi, müşteriyi ya da çocuğu tanınır biçimde çekim planına koyma.

# 07 youtube-thumbnail

skills/youtube-thumbnail/SKILL.md · İçerik & Üretim

```
---
name: youtube-thumbnail
description: Video başlığından YouTube kapak görseli hazırlar - yüz, kontrast ve en fazla üç
kelimelik metin kuralıyla 3 kapak konsepti, görsel üretim aracına yapıştırılacak istemler ve kod
yürütme açıksa kullanıcının fotoğrafıyla Pillow kullanarak 1280×720 kompozisyon. Kullanıcı "bu
videoya kapak yap", "YouTube thumbnail lazım", "kapak görseli fikri ver", "fotoğrafımla kapak
hazırla" dediğinde kullan.
---

# YouTube kapağı (youtube-thumbnail)

Video başlığından yola çıkıp tıklanabilir bir kapak hazırlar. Üç kural üzerine çalışır: okunabilir
bir yüz ifadesi, küçük boyutta bile ayırt edilen kontrast ve en fazla üç kelime metin. Claude kendi
başına fotoğraf çekmez ya da üretmez; konsept, istem ve (ortam izin verirse) senin fotoğrafınla
kompozisyon üretir.

## Ne zaman kullanılır
- Videon hazır, başlığın belli, kapak görseli lazım.
- Elinde kendi fotoğrafın var ve üstüne metin, renk, düzen eklenmesini istiyorsun.
- Kapakları bir görsel üretim aracında yaptıracaksan ve iyi istem arıyorsan.
- Kullanılmaz: videonun içeriğinde olmayan bir şeyi vaat eden kapak isteniyorsa. Instagram Reels
kapağı için ölçü farklıdır (9:16).

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Video başlığı | Evet | Kullanıcıdan iste. |
| Videonun ana vaadi ya da kısa özeti | Hayır | Başlıktan çıkar, tahmini yaz. |
| Kendi fotoğrafın (yüz ya da ürün) | Hayır | Konsepti ve istemi ver; kompozisyon için fotoğraf
iste. |
| Marka renkleri (hex) | Hayır | Konuya göre zıt iki renk öner. |
| Kanaldaki eski kapaklar | Hayır | Tutarlılık kontrolünü atla, notlara yaz. |

## İş akışı

### 1. Başlıktan kapak fikrini ayır
- Kapak başlığı tekrar etmez, tamamlar. Başlık "ne" der, kapak "neden bakmalıyım" der.
- Videonun ana vaadini tek cümleye indir. Kapak bu vaadin dışına çıkamaz.

### 2. Üç kuralı uygula
- **Yüz:** kadrajın en az üçte birini kaplayan, tek ve net bir ifade (şaşkınlık, merak, memnuniyet,
kararsızlık). İfade videonun duygusuyla uyumlu olmalı. Yüz yoksa tek bir büyük nesne (ürün, mekân
detayı) aynı rolü alır.
- **Kontrast:** arka plan ile ana konu ve metin arasında belirgin açık-koyu farkı. Metin zıt renkli
kontur ya da düz renk bant üstünde. En fazla 3 ana renk.
- **Metin:** en fazla 3 kelime, başlıktaki kelimeleri tekrar etmez. Harf yüksekliği kapak
yüksekliğinin en az %12'si.
- Sağ alt köşeye metin ya da önemli öğe koyma; YouTube video süresini orada gösterir.

### 3. Üç konsept yaz
- Her konsept farklı bir açı: (A) yüz + duygu, (B) önce-sonra ya da karşılaştırma, (C) tek nesne +
merak.
- Her biri için: yerleşim (sol/sağ, katman sırası), metin (≤3 kelime), renk ve kontrast, yüz ifadesi
tarifi, neden bu videoya uyduğu.
```

````
### 4. Görsel üretim istemlerini yaz
- Her konsept için görsel üretim aracına yapıştırılacak bir istem yaz: sahne, ışık, çekim açısı, renk, 16:9 oran, "metin içermesin" (metin sonradan eklenir, araçların yazdığı Türkçe harfler bozulabilir).
- Ortamda bir görsel üretim aracı bağlıysa ve kullanıcı isterse istemi o araçla çalıştır; ücretli araçsa önce kullanıcıdan onay al.
- Gerçek bir kişinin yüzünü, o kişinin onayı yoksa üretme. Kullanıcının yüzü gerekiyorsa kendi fotoğrafını iste.

### 5. Kompozisyonu kur (kod yürütme açıksa)
- Kullanıcının yüklediği fotoğrafla Python + Pillow:
  1. `ImageOps.fit(foto, (1280, 720))` ile 1280×720'ye kırp.
  2. Gerekirse arka plana koyu yarı saydam katman ya da düz renk bant ekle.
  3. `ImageDraw.text(..., stroke_width=8, stroke_fill=...)` ile metni konturlu yaz. Türkçe karakter destekleyen kalın bir TTF kullan (Windows'ta `C:\Windows\Fonts\arialbd.ttf`, Linux'ta `DejaVuSans-Bold.ttf`).
  4. JPG (kalite 90) olarak kaydet. YouTube kapak için 1280×720 önerir ve dosya 2 MB'ı geçmemeli; geçerse kaliteyi düşür.
  5. Küçük boyut testi: kopyasını 320×180'e indir, metin hâlâ okunuyor mu bak.
- Kod yürütme yoksa: konsepti ve istemi ver, Canva'da 1280×720 özel boyutla kurulum adımlarını yaz.

### 6. Kontrol et ve teslim et

## Çıktı biçimi

```markdown
# Kapak: [video başlığı]
Ana vaat: [tek cümle]

## Konsept A — Yüz + duygu
- Yerleşim: [..] · Metin: "[≤3 kelime]" · Renk/kontrast: [..]
- Yüz ifadesi: [..] · Neden uyar: [..]
- Görsel istemi: [..]

## Konsept B — Karşılaştırma
(aynı düzen)

## Konsept C — Tek nesne + merak
(aynı düzen)

## Kompozisyon
- Dosya: kapak-[a/b/c].jpg · 1280×720 · [boyut] KB (üretildiyse)
- 320×180 testi: [okunuyor/okunmuyor]

## Notlar
- Önerim: [konsept] çünkü [..]
- Senden istenenler: [fotoğraf, renk kodu]
```

## Kalite kontrol
- [ ] Üç konsept farklı açılardan.
- [ ] Her kapak metni en fazla 3 kelime, başlığı tekrar etmiyor.
- [ ] Yüz ya da ana nesne kadrajın en az üçte biri.
- [ ] Sağ alt köşe boş.
- [ ] Görsel 1280×720, 2 MB altında; 320×180'de okunuyor (üretildiyse).
- [ ] Kapak videonun vermediği bir şeyi vaat etmiyor.
- [ ] Onayı olmayan gerçek kişi yüzü kullanılmadı.

## Örnek kullanım
````

### Örnek 1: Kurs/eğitmen
Kullanıcı: "Video başlığı 'Excel'de pivot tabloyu 10 dakikada öğren'. Masada çekilmiş bir fotoğrafım var, kapak yap."
Claude:
1. Ana vaat: "Pivot tabloyu sıfırdan kurmayı öğreneceksin."
2. Konsept A: sol yarıda kullanıcının yüzü (anlamış ifadesi), sağda büyütülmüş pivot tablo ekranı, metin "Artık kolay". Konsept B: karışık tablo ve düzenli tablo yan yana, metin "Bundan buna". Konsept C: tek büyük tablo, metin "İlk pivotun".
3. Kod yürütme açıksa fotoğrafı Pillow ile 1280×720'ye kırpar, koyu bant üstüne beyaz konturlu metin yazar, 320×180 testini yapar.
4. Ekran görüntüsü yoksa "Excel'den pivot ekranının görüntüsünü al" diye ister, ekran uydurmaz.

### Örnek 2: Düğün organizasyonu
Kullanıcı: "Başlık 'Kır düğünü kurarken yaptığımız 5 hata'. Geçen yazki bir organizasyondan fotoğraflar var."
Claude:
1. Fotoğrafta çiftin yüzü görünüyorsa kapakta kullanmak için çiftin yazılı izni olup olmadığını sorar; yoksa yüzsüz bir masa ya da süsleme detayını öne çıkarır.
2. Konsept C: rüzgârda devrilmiş masa süsü detayı, metin "5 hata", sarı metin koyu yeşil zemin üstünde.
3. Görsel üretim istemi yazar: "açık havada kurulmuş kır düğünü masası, gün batımı ışığı, yakın plan, 16:9, metin içermesin"; ortamda görsel aracı yoksa istemi kullanıcıya verir.

## Yapma
- Fotoğraf üretmişsin ya da kompozisyon yapmışsın gibi konuşma; dosya yoksa yalnız konsept ve istem ver.
- Kapak metnine 3 kelimeden fazla yazma, başlığı kapakta tekrarlama.
- Videoda olmayan bir sahneyi, sonucu ya da kişiyi kapağa koyma.
- Ücretli görsel üretimini onaysız başlatma.
- Müşteri, çift ya da çocuk yüzünü izin teyidi olmadan kapakta kullanma.

# 08 remove-ai-slop

skills/remove-ai-slop/SKILL.md · İçerik & Üretim

```
---
name: remove-ai-slop
description: Türkçe metindeki yapay zekâ kokusunu temizler - yasaklı kelime listesi, klişe kalıplar,
gereksiz emoji, ünlem, kalın yazı, başlık ve tablo avı. Anlamı, rakamları ve iddiaları değiştirmeden
temiz metin ve değişiklik listesi verir. Kullanıcı "bu metin yapay zekâ yazmış gibi duruyor", "bunu
insan gibi yap", "klişeleri temizle", "metni sadeleştir ama anlamı bozma" dediğinde ya da gönderi,
blog, ürün açıklaması yayından önce düzeltilecekse kullan.
---

# Yapay zekâ kokusu temizleyici (remove-ai-slop)

Metni okuyup yapay zekâ üretimi hissi veren kelimeleri, kalıpları ve biçim alışkanlıklarını ayıklar.
Anlamı korur: bilgi, rakam, isim ve iddia aynı kalır, yalnız söyleyiş sadeleşir. Çıktı iki parçadır:
temiz metin ve neyin neden değiştiğini gösteren liste.

## Ne zaman kullanılır
- Gönderi, blog yazısı, ürün açıklaması ya da e-posta "makine yazmış gibi" duruyorsa.
- Başka bir araçla üretilmiş metni kendi sesine yaklaştırmak istiyorsan (ses profili varsa onunla
birlikte).
- Yayından önce son okuma olarak.
- Kullanılmaz: metnin içeriği yanlış ya da eksikse; bu skill doğruluk denetimi yapmaz, yalnız
şüpheli iddiaları işaretler. Sıfırdan gönderi gerekiyorsa post-writer.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Temizlenecek metin | Evet | Kullanıcıdan iste. |
| Metnin yeri (Instagram, LinkedIn, blog, ürün sayfası) | Hayır | Metnin biçiminden tahmin et. |
| Ses profili ya da örnek metin | Hayır | Sade, kısa cümleli, birinci tekil şahıs varsay. |
| Korunacak terimler (marka, ürün, yasal ifade) | Hayır | Özel isim, rakam ve yasal uyarıları
otomatik koru. |

## İş akışı

### 1. Dokunulmazları işaretle
- Rakam, tarih, fiyat, isim, ürün adı, alıntı, link, yasal uyarı ve "bilgilendirme amaçlıdır" türü
notlar değişmez.
- Sağlık ve psikoloji içeriğinde kriz hattı, "uzmana başvur" yönlendirmesi ve uyarılar silinmez.

### 2. Yasaklı kelime ve kalıp avı
| # | Kalıp | Ne yapılır |
|---|---|---|
| 1 | "günümüzde", "bu dijital çağda" | Sil ya da somut zaman yaz ("bu yıl", "son iki ayda"). |
| 2 | "hızla gelişen", "sürekli değişen" | Sil; neyin değiştiğini söyle. |
| 3 | "çığır açan", "devrim niteliğinde" | Somut özelliği yaz. |
| 4 | "oyunun kurallarını değiştiren" | Somut farkı yaz. |
| 5 | "sadece ... değil, aynı zamanda ..." | İki ayrı kısa cümle. |
| 6 | "unutmayın ki", "şunu belirtmek gerekir ki" | Sil, cümleye doğrudan gir. |
| 7 | "sonuç olarak", "özetle", "kısacası" (paragraf başında) | Sil ya da son cümleyi tek başına
bırak. |
| 8 | "kapsamlı bir rehber", "nihai rehber" | "rehber" ya da konunun adı. |
| 9 | "yolculuk" (iş, öğrenme, marka için) | "süreç", "ilk üç ay" gibi somut ifade. |
| 10 | "... dünyasına adım atın" | Sil ya da eylemi yaz. |
| 11 | "potansiyelinizi ortaya çıkarın" | Ne kazanılacağını somut yaz. |
| 12 | "muhteşem", "harika", "inanılmaz" (dayanaksız) | Sil ya da gözlem yaz. |
```

```
| 13 | "eşsiz", "benzersiz deneyim" | Neyin farklı olduğunu yaz. |
| 14 | "keşfedin", "keşfetmeye hazır mısınız?" | Doğrudan eylem fiili. |
| 15 | "derinlemesine dalalım", "hadi başlayalım" | Sil. |
| 16 | "bir sonraki seviyeye taşıyın" | Somut hedef. |
| 17 | "hayatınızı kolaylaştıracak" | Neyi kolaylaştırdığını yaz. |
| 18 | "kilit rol oynar", "büyük önem taşır" | Neden önemli olduğunu yaz ya da sil. |
| 19 | "şüphesiz", "kuşkusuz", "elbette" (dolgu) | Sil. |
| 20 | "her geçen gün artan" | Kaynağı yoksa sil. |
| 21 | "siz de ... ister misiniz?" ile açılış | Doğrudan konuyla aç. |
| 22 | "işte tam da bu noktada" | Sil. |
| 23 | Üçlü sıfat ("hızlı, güvenilir ve etkili") | En doğru tek sıfat ya da somut bilgi. |
| 24 | Üçlü liste refleksi (her cümlede üç örnek) | Gerekeni bırak, bir ya da iki. |
| 25 | Her paragrafı soruyla bitirme | En fazla bir soru, sonda. |
| 26 | Aşırı ünlem | Metin başına en fazla bir ünlem. |
| 27 | Gereksiz emoji (madde başı, her satır) | Kullanıcının alışkanlığı yoksa sil; varsa en fazla
2. |
| 28 | Gereksiz kalın yazı | Metin başına en fazla 2 kalın ifade. |
| 29 | Kısa metinde ara başlıklar | 300 kelime altında başlık yok. |
| 30 | Gereksiz tablo | 3 satırdan az ya da tek sütunlu bilgi düz cümle olur. |
| 31 | "Merhaba değerli takipçilerim" türü kalıp selam | Sil, konuyla aç. |
| 32 | Kaynaksız istatistik ("araştırmalara göre %80") | Silme, işaretle: "kaynak gerekiyor". |

### 3. Cümle düzeyinde düzelt
- 25 kelimeyi geçen cümleyi böl.
- Edilgen ve dolaylı yapıyı etkene çevir ("yapılması önerilmektedir" → "yap").
- Aynı fikri iki kez söyleyen cümlelerden birini sil.
- Hitabı tek tut: metin "sen" ile başladıysa "siz"e kaymasın (ya da tersi).

### 4. Anlam kontrolü
- Temiz metni orijinalle cümle cümle karşılaştır. Silinen her bilginin gerçekten tekrar ya da dolgu
olduğunu doğrula.
- İddia güçlendirme ya da zayıflatma yok: "yardımcı olabilir" "sağlar"a dönüşmez.
- Uzunluk değişimini yüzde olarak yaz. Kullanıcı istemedikçe %40'tan fazla kısaltma; daha fazlası
gerekiyorsa sor.

### 5. Teslim et

## Çıktı biçimi

```markdown
# Temiz metin
[metin]

## Değişiklikler
| # | Önce | Sonra | Neden |
|---|---|---|---|
| 1 | ... | ... | Kalıp #5 |

## İşaretlenenler (değiştirilmedi)
- [kaynak gerektiren iddia, belirsiz rakam]

## Özet
Kelime: [önce] → [sonra] ([%]) · Kalıp: [n] · Emoji: [n] · Ünlem: [n]
```


## Kalite kontrol
- [ ] Rakam, isim, fiyat, tarih, link ve yasal uyarılar aynen duruyor.
- [ ] Listedeki kalıplardan hiçbiri temiz metinde kalmadı.
- [ ] Her değişiklik tabloda, nedeniyle birlikte.
- [ ] Kaynaksız iddialar silinmedi, işaretlendi.
```

```
- [ ] Hitap tutarlı; ünlem en fazla 1, kalın en fazla 2.
- [ ] Kısaltma %40'ı geçmiyor (ya da kullanıcı onayladı).

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Butik mağaza / e-ticaret
Kullanıcı: "Ürün açıklamamız şu: 'Günümüzde moda hızla gelişiyor! Bu muhteşem keten gömlek sadece
şık değil, aynı zamanda rahat. Yaz dünyasına adım atın! ✨🌿' Bunu insan gibi yap."
Claude:
1. Dokunulmazları ayırır: "keten", "gömlek".
2. Kalıp 1, 2, 5, 10, 12, 26, 27'yi temizler.
3. Temiz metin: "Keten gömlek. Şık duruyor, rahat giyiliyor. Yaz için." Kumaş gramajı ya da beden
bilgisi yoksa uydurmaz; "ölçü tablosu eklenmeli" notunu işaretlenenlere yazar.
4. Değişiklik tablosunda 7 satır ve kelime değişim oranını verir.

### Örnek 2: Psikolog
Kullanıcı: "Blogdaki 'kaygı ile başa çıkmak' yazımı temizle, çok yapay duruyor. Sonunda 'bu yazı
bilgilendirme amaçlıdır' notu var."
Claude:
1. Bilgilendirme notunu ve "belirtiler sürüyorsa bir ruh sağlığı uzmanına başvur" yönlendirmesini
dokunulmaz sayar.
2. "Zihinsel sağlık yolculuğunuzda", "potansiyelinizi ortaya çıkarın" gibi kalıpları sade cümlelere
çevirir.
3. "Araştırmalara göre kaygı bozukluğu her 3 kişiden birini etkiliyor" cümlesini silmez, "kaynak
gerekiyor" diye işaretler.
4. Yazıdaki danışan örneğinde isim ya da tanınabilir ayrıntı varsa anonimleştirme önerir, metni
kendisi değiştirmeden sorar.

## Yapma
- Anlamı, rakamı, ürün özelliğini ya da iddianın gücünü değiştirme.
- Temizlerken yeni bilgi, örnek ya da sıfat ekleme.
- Yasal uyarıları, sağlık yönlendirmelerini ve kaynak notlarını silme.
- Metni kendi yazım tarzına göre baştan yazma; amaç temizlemek.
- Değişiklik listesini atlama.
```

# 09 content-matrix

skills/content-matrix/SKILL.md · İçerik & Üretim

```
---
name: content-matrix
description: İşletmenin içerik sütunlarını (en az 4) sabit 8 formatla çaprazlar ve tek tabloda en az
32 gönderi fikri çıkarır; ardından bu fikirlerden 4 haftalık yayın takvimi kurar. Kullanıcı "bu ay
ne paylaşayım", "içerik planı çıkar", "aylık içerik takvimi lazım", "içerik sütunlarımdan fikir
üret", "bir ayı tek seferde planla" dediğinde kullan.
---

# İçerik matrisi (content-matrix)

İşletmenin konuştuğu ana konuları (içerik sütunları) 8 sabit formatla çaprazlar. Her hücre bir
gönderi fikri olur; en az 4 sütun × 8 format = en az 32 fikir. Sonra bu fikirlerden seçim yapıp 4
haftalık takvim kurar.

## Ne zaman kullanılır
- Ay başında "ne paylaşacağım" sorusunu tek seferde çözmek istiyorsan.
- Hep aynı formatta (ör. yalnız tek görsel) paylaşıp tekrar ettiğini hissediyorsan.
- Birden fazla hizmetin var ve hepsine eşit yer vermek istiyorsan.
- Kullanılmaz: tek bir gönderinin metni gerekiyorsa (post-writer, reels-scripting). Reklam
kampanyası planı için değildir.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| İşletme tarifi (ne satıyorsun, kime) | Evet | Kullanıcıdan iste. |
| İçerik sütunları (4-6) | Hayır | Tarifinden 4 sütun öner, onay al. |
| Haftalık paylaşım sayısı | Hayır | Haftada 4 gönderi + hikâyeler varsay. |
| Ay ve önemli tarihler (kampanya, bayram, sezon) | Hayır | Ayı sor; tarih bilgisi yoksa takvimi gün
adıyla kur. |
| Elindeki imkânlar (fotoğraf, video çekebilir mi, ekip) | Hayır | Telefonla çekim varsay. |
| Müşteri yorumu ya da hikâyesi var mı | Hayır | Müşteri hikâyesi hücrelerini "izin alınacak" diye
işaretle. |

## İş akışı

### 1. Sütunları belirle
- 4-6 sütun. Her biri işletmenin bir hizmetine ya da müşterinin bir sorusuna bağlı.
- Sütun örnek kalıpları: öğret (nasıl yapılır), göster (ürün/hizmet), kanıtla (müşteri, süreç),
tanıt (ekip, değerler), cevapla (sık sorular).
- Bir sütun satış ağırlıklıysa diğerleri bilgi ağırlıklı olsun. Sütunların hiçbiri diğerlerinden
fazla hücre almasın.

### 2. 8 formatı sabit kullan
| No | Format | Kısa tanım |
|---|---|---|
| 1 | Karusel | 5-10 sayfa, tek konu, kaydedilmeye uygun. |
| 2 | Reels | 30-60 sn dikey video. |
| 3 | Tek görsel | Tek kare, tek mesaj. |
| 4 | Hikâye anketi | Hikâyede anket ya da soru kutusu. |
| 5 | Canlı / soru-cevap | Canlı yayın ya da toplanan soruların cevabı. |
| 6 | Müşteri hikâyesi | İzinli, anonimleştirilmiş deneyim. |
| 7 | Perde arkası | Hazırlık, ekip, süreç. |
| 8 | Rehber / kontrol listesi | İndirilebilir ya da kaydedilebilir liste. |

### 3. Matrisi doldur
```

- Her hücreye tek fikir: en fazla 12 kelimelik çalışma başlığı.
- Aynı fikri iki hücreye koyma. Bir fikir iki formata uyuyorsa daha güçlü olana yaz, diğer hücreye yeni fikir bul.
- Müşteri hikâyesi hücrelerinde gerçek müşteri adı yok; "[müşteri onayı gerekli]" etiketi koy.
- Fikir bir rakam ya da iddia gerektiriyorsa hücreye "[rakam]" koy, uydurma.
- Toplam fikir sayısını say: sütun × 8. 32'nin altına inme.

### 4. Takvime seç
- Haftalık paylaşım sayısı × 4 kadar fikir seç (varsayılan 16 gönderi); hikâye anketleri ayrıca haftada 2-3.
- Her hafta en az 3 farklı format ve en az 3 farklı sütun.
- Aynı sütun art arda iki gün gelmez.
- Önemli tarihlere uyan fikri o haftaya koy. Tarih bilgisi kullanıcıdan gelmediyse özel gün uydurma.
- Seçilmeyen fikirler "yedek" listesine iner; ayrı tablo değil, matristeki hücrede işaretle.

### 5. Dosyaya çevir (isteğe bağlı)
- Kod yürütme açıksa ve kullanıcı isterse Python + openpyxl ile .xlsx üret: "Matris" ve "Takvim" sayfaları.
- Kod yürütme yoksa Markdown tablolarını ver; kullanıcı Google E-Tablolar ya da Excel'e yapıştırabilir.

## Çıktı biçimi

```markdown
# İçerik matrisi: [işletme] · [ay]
Sütunlar: [A], [B], [C], [D] · Toplam fikir: [n] · Haftalık: [n] gönderi

## Matris
| Sütun | Karusel | Reels | Tek görsel | Hikâye anketi | Canlı/S-C | Müşteri hikâyesi | Perde arkası | Rehber |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| [A] | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |

## 4 haftalık takvim
| Hafta | Gün | Sütun | Format | Fikir | Hazırlık notu |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Pzt | ... | ... | ... | ... |

## Hikâyeler
- Hafta 1: [anket konusu] · [soru kutusu konusu]

## Notlar
- Senden istenenler: [müşteri onayı, fotoğraf, rakam]
- Yedek fikirler: [hücre listesi]
```

## Kalite kontrol
- [ ] En az 4 sütun, 8 formatın hepsi, en az 32 dolu hücre.
- [ ] Aynı fikir iki hücrede yok.
- [ ] Takvimde her hafta en az 3 format ve 3 sütun.
- [ ] Aynı sütun art arda iki gün gelmiyor.
- [ ] Müşteri hikâyeleri "onay gerekli" etiketli, gerçek isim yok.
- [ ] Uydurma özel gün, rakam ya da kampanya yok.
- [ ] Sağlık ya da güzellik sonucunu garanti eden fikir yok.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Spa-wellness
Kullanıcı: "Otelin içinde masaj, hamam ve yüz bakımı hizmeti veren bir spa'yız. Kasım için plan lazım, haftada 4 gönderi."

Claude:
1. 5 sütun önerir: masaj türleri, hamam ritüeli, yüz bakımı, ekip ve hijyen, sık sorular.
2. 5 × 8 = 40 fikir yazar. Ör. Hamam × Perde arkası: "Kese öncesi hamamda hangi hazırlık yapılıyor." Yüz bakımı × Hikâye anketi: "Bakımdan önce hangi soruyu soruyorsun?"
3. "Detoks yapar", "selülit giderir" gibi sağlık iddiası taşıyan fikir yazmaz; deneyim ve süreç anlatır.
4. Müşteri hikâyesi hücrelerine "[müşteri onayı gerekli]" koyar. Kasım'daki özel tarihleri kullanıcıdan ister, uydurmaz.
5. 16 gönderilik takvimi kurar, her haftaya farklı 3 sütun dağıtır.

### Örnek 2: Kafe-restoran
Kullanıcı: "Kadıköy'de 12 masalı bir kahvaltı ve brunch kafesiyiz. 4 sütun yeter. Hafta sonları kalabalık, hafta içi boş."
Claude:
1. Sütunlar: menü ve tabaklar, mutfak süreci, mahalle ve müdavimler, hafta içi teklifleri.
2. 4 × 8 = 32 fikir; ör. Mutfak süreci × Reels: "Sabah ilk ekmek fırından çıkarken". Hafta içi × Hikâye anketi: "Hafta içi kahvaltıya hangi saatte gelirdin?"
3. Hafta içi doluluk hedefine göre "hafta içi teklifleri" sütununu takvimde salı ve çarşamba günlerine yerleştirir; fiyat ya da indirim oranını kullanıcıdan ister.
4. Kod yürütme açıksa ve istenirse matris ve takvimi openpyxl ile .xlsx olarak verir.

## Yapma
- 8 formattan birini boş bırakma ya da 32'nin altında fikirle "matris hazır" deme.
- Aynı fikri farklı formatlarda tekrar edip sayı şişirme.
- Müşteri adı, yorum ya da fotoğrafını onaysız plana koyma.
- Kullanıcının vermediği kampanya, indirim ya da özel gün uydurma.
- Tek sütuna (çoğu zaman satış) takvimin yarısını verme.

# 10 brand-dna-generator

skills/brand-dna-generator/SKILL.md · Marka & Görünürlük

```
---
name: brand-dna-generator
description: İşletmenin marka özünü, konumlanma cümlesini, hedef kitlesini, mesaj mimarisini ve ton
kılavuzunu tek bir Marka DNA belgesinde toplar; sonraki tüm kampanya, gönderi ve reklam metinleri bu
belgeye dayanır. Kullanıcı "markamın DNA'sını çıkar", "konumlanmamı yaz", "ton kılavuzu hazırla",
"mesajlarımı netleştir", "kampanyalar için temel marka belgesi lazım" dediğinde ya da brand-story-
builder çıktısını belgeye dönüştürmek istediğinde kullan.
---

# Marka DNA'sı üretici (brand-dna-generator)

Dağınık marka bilgisini tek belgeye çevirir: marka özü, konumlanma, hedef kitle, mesaj mimarisi ve
ton kılavuzu. Kampanya, gönderi ya da reklam yazılırken açılacak tek kaynak budur.

## Ne zaman kullanılır
- Yeni bir işletme kuruyorsan ya da markanı baştan toparlamak istiyorsan.
- Her gönderide farklı bir ses çıkıyorsa, ekip ya da ajans "nasıl yazalım" diye soruyorsa.
- brand-story-builder ile marka hikâyeni çıkardıysan ve bunu kampanyalarda kullanılacak bir belgeye
çevirmek istiyorsan.
- Kullanılmaz: logo, renk paleti ya da görsel kimlik tasarımı için. Bu skill sözel kimliği kurar;
görsel kimlik ayrı bir iş.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| İşletmenin ne sattığı, nerede, kime | Evet | Soru setinin ilk üç sorusuyla iste. |
| brand-story-builder çıktısı (marka hikâyesi) | Hayır | Varsa girdi olarak al,
kahraman/sorun/rehber kısımlarını belgeye taşı; soru setinden cevaplananları atla. |
| Mevcut metinler (site, gönderi, broşür) | Hayır | Ton için örnek olarak iste; yoksa ton
cevaplardan çıkarılır. |
| Rakipler (2-3 tane) | Hayır | Konumlanma farkını kullanıcının cevaplarından kur; rakip adı
uydurma. |
| Müşteri yorumları | Hayır | Kanıt bölümünü "doldurulacak" olarak işaretle. |

## İş akışı

### 1. Var olanı topla
- Kullanıcı brand-story-builder çıktısını verdiyse oku. Kahraman → hedef kitle, sorun → ana mesajın
karşıladığı ihtiyaç, rehber → marka özü, başarı → vaat olarak eşleşir.
- Mevcut metin verildiyse ton için not al; içeriği aynen belgeye kopyalama.

### 2. Soru setini sor (en fazla 12 soru)
Cevabı zaten verilmiş soruyu sorma. Soruları tek mesajda, numaralı ver; kullanıcı kısa
cevaplayabilir.
1. Ne satıyorsun? En çok gelir getiren hizmet ya da ürün hangisi?
2. Nerede hizmet veriyorsun (şehir, semt, online)?
3. En iyi müşterin kim? Yaşı, işi, hangi durumda sana geliyor?
4. Müşteri seni bulmadan önce hangi sorunla uğraşıyor?
5. Rakiplerin yerine neden seni seçiyorlar? Müşterilerin bunu nasıl söylüyor?
6. Kesinlikle olmak istemediğin marka hangisi (tarif et, isim gerekmez)?
7. Markan bir insan olsa nasıl konuşurdu? Sen mi, siz mi?
8. Kanıtın ne? (yıl, müşteri sayısı, sertifika, yorum, önce-sonra)
9. Fiyat seviyen rakiplere göre nerede (altında, aynı, üstünde)?
10. Müşteri senden ayrılırken ne hissetmeli?
11. Hiç kullanmadığın ya da kullanmak istemediğin kelimeler var mı?
```

12. Önümüzdeki 12 ayda en çok neyi büyütmek istiyorsun?

### 3. Marka özünü yaz
- 2-4 kelimelik bir öz (ör. "sakin, özenli konaklama") ve bunu açan tek cümle.
- Öz, cevaplarda gerçekten geçen bir şeye dayanmalı. Cevaplarda olmayan bir değeri markaya yükleme.

### 4. Konumlanma cümlesini kur
Şablon: "[Hedef kitle] için, [kategori] içinde, [fark] sunan [işletme tarifi]; çünkü [kanıt]."
- Fark, rakiplerin de rahatça söyleyebileceği bir şey olmasın ("kaliteli hizmet" fark değildir).
- Kanıt kısmı boşsa "[kanıt eklenecek]" yaz, uydurma.

### 5. Hedef kitleyi tarif et
- Birincil kitle: kim, hangi durumda, neyi önemsiyor, neden tereddüt ediyor.
- İkincil kitle (varsa).
- Kime hitap edilmiyor: tek satır. Bu satır mesajların dağılmasını önler.

### 6. Mesaj mimarisini kur
- Ana mesaj: tek cümle, en fazla 15 kelime.
- 3-4 destek mesajı: her biri ana mesajın bir gerekçesi.
- Her destek mesajının yanına kanıt: kullanıcının verdiği somut bilgi. Kanıt yoksa "eksik" yaz ve ne toplanması gerektiğini söyle (ör. "son 3 ayın 5 yorumu").

### 7. Ton kılavuzunu yaz
- 3 ton özelliği; her biri "şöyleyiz, şöyle değiliz" çiftiyle (ör. "samimiyiz, laubali değiliz").
- Hitap kuralı (sen/siz), emoji kuralı, cümle uzunluğu kuralı.
- Yap / yapma tablosu: en az 5 satır, her satırda markanın sektörüne uygun gerçek bir örnek cümle.
- Kullanılmayacak kelimeler listesi (11. sorunun cevabı + klişeler).

### 8. Kalite kontrolünden geçir ve teslim et
Belgeyi Markdown ver. Kullanıcı isterse ve Anthropic'in docx skill'i ya da kod yürütme (python-docx) açıksa .docx olarak da üret.

## Çıktı biçimi

```markdown
# Marka DNA'sı: [işletme adı]
Tarih: [gün ay yıl] · Kaynak: [soru seti / marka hikâyesi / mevcut metinler]

## 1. Marka özü
**[2-4 kelime]** — [tek cümle açıklama]

## 2. Konumlanma cümlesi
[Hedef kitle] için, [kategori] içinde, [fark] sunan [işletme]; çünkü [kanıt].

## 3. Hedef kitle
- Birincil: ...
- İkincil: ...
- Hitap etmediğimiz: ...

## 4. Mesaj mimarisi
**Ana mesaj:** ...
| Destek mesajı | Kanıt | Durum |
|---|---|---|
| ... | ... | var / eksik |

## 5. Ton kılavuzu
Özellikler: [samimiyiz, laubali değiliz] · [..] · [..]
Hitap: sen/siz · Emoji: ... · Cümle: ...
| Yap | Yapma |
|---|---|
```

```
| "..." | "..." |
Kullanmadığımız kelimeler: ...

## Eksikler ve sıradaki adım
- [toplanacak kanıt, cevaplanmayan soru]
```

```
## Kalite kontrol
- [ ] Soru sayısı 12'yi geçmedi; cevaplanmış soru tekrar sorulmadı.
- [ ] Konumlanma cümlesindeki fark, rakiplerin aynen söyleyebileceği bir genel ifade değil.
- [ ] Ana mesaj 15 kelimeyi geçmiyor; 3-4 destek mesajı var.
- [ ] Her destek mesajının kanıtı var ya da "eksik" olarak işaretli; uydurma kanıt yok.
- [ ] Yap/yapma tablosunda en az 5 satır, örnekler sektöre özgü.
- [ ] brand-story-builder çıktısı verildiyse belgeyle çelişmiyor.
- [ ] "Günümüzde", "çığır açan", "muhteşem" gibi kalıplar yok.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Butik otel
Kullanıcı: "Kapadokya'da 9 odalı taş bir otelim var. Her gönderiyi farklı biri yazıyor, ses
tutmuyor. Marka DNA'sı çıkar."
Claude:
1. 12 soruyu tek mesajda sorar; kullanıcı müşterilerin çoğunun balayı çiftleri ve sessizlik arayan
yetişkinler olduğunu, çocuk kabul etmediklerini söyler.
2. Marka özü: "sessiz, kişisel konaklama". Konumlanma: "Kalabalıktan kaçan yetişkin misafirler için,
Kapadokya butik otelleri içinde, 9 odanın her birini sahibinin karşıladığı taş bir ev; çünkü [kanıt
eklenecek: yorumlardan 3 alıntı]."
3. Ton tablosunda "Sabah kahvaltınızı terasta, kendi saatinizde hazırlıyoruz." yap; "Unutulmaz bir
deneyim sizi bekliyor!" yapma olarak yer alır.

### Örnek 2: Personal trainer
Kullanıcı: "Ankara'da birebir PT yapıyorum. brand-story-builder ile hikâyemi çıkardım, ekte. Bunu
kampanya belgesine çevir."
Claude:
1. Hikâyedeki kahramanı (masa başı çalışan, bel ağrısı olan 35-50 yaş) hedef kitleye, sorunu ana
mesaja taşır; yalnız eksik kalan 4 soruyu sorar (fiyat seviyesi, kanıt, kelimeler, 12 aylık hedef).
2. Ana mesaj: "Ağrısız hareket etmek için haftada iki saat yeter." Destek mesajlarından biri "her
program ilk ölçümle başlar"; kanıt alanına danışan sayısı yazılmadığı için "eksik" der.
3. Sağlıkla ilgili iddialarda kesin sonuç vaadi yazmaz; ton kılavuzuna "kilo ya da süre garantisi
verme" satırını ekler.

## Yapma
- Kullanıcının söylemediği değerleri, kanıtları ya da müşteri sayılarını belgeye yazma.
- Rakiplerin adını uydurma ya da rakipleri kötüleyen mesaj kurma.
- 12 sorudan fazlasını sorma; eksik kalan yerleri "Eksikler" bölümünde topla.
- Ton kılavuzunu genel sıfatlarla doldurma; her kural örnek cümleyle gelsin.
- Sağlık, güzellik ya da finans markalarında kesin sonuç vaat eden ana mesaj yazma.
```

# 11 brand-story-builder

skills/brand-story-builder/SKILL.md · Marka & Görünürlük

```
---
name: brand-story-builder
description: Yedi hikâye unsuruyla (kahraman, sorun, rehber, plan, eylem çağrısı, başarısızlık,
başarı) markanın anlatısını kurar; müşteriyi kahraman, markayı rehber yapar. Marka DNA'sından önce
çalışan ilk adımdır, çıktısı brand-dna-generator'a girdi olur. Kullanıcı "marka hikâyemi yaz",
"markamı nasıl anlatayım", "hakkımızda metni lazım", "müşteriye ne vaat ediyorum netleştir"
dediğinde ya da marka belgesine başlamadan önce kullan.
---

# Marka hikâyesi kurucu (brand-story-builder)

Markanın anlatısını yedi unsurla kurar: müşteri kahramandır, marka ona yol gösteren rehberdir. Çıkan
hikâye, marka DNA'sı belgesinden önceki ilk adımdır.

Bu yedi unsurlu yapı Donald Miller'ın StoryBrand çerçevesine dayanır. Skill çerçevenin mantığını
kullanır; Türkçe uyarlama ve sorular bu skill'e aittir.

## Ne zaman kullanılır
- "Ne iş yapıyorsun?" sorusuna her seferinde farklı cevap veriyorsan.
- Hakkımızda sayfası, profil açıklaması ya da tanıtım metni yazmadan önce.
- brand-dna-generator ile marka belgesi hazırlamadan önce; bu skill'in çıktısı o belgenin
girdisidir.
- Kullanılmaz: kurucunun kişisel biyografisini yazmak için. Burada kahraman kurucu değil,
müşteridir.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Ne sattığın ve kime | Evet | İlk soruda iste. |
| Müşterinin sana gelmeden önceki durumu | Evet | Yedi unsur sorularıyla çıkar. |
| Gerçek müşteri cümleleri (yorum, mesaj) | Hayır | Varsa sorun ve başarı unsurlarında dayanak yap;
yoksa kullanıcının anlatımına dayan ve bunu not et. |
| Yetkinlik kanıtı (yıl, sertifika, iş sayısı) | Hayır | Rehber unsurunda "[kanıt eklenecek]" bırak.
|

## İş akışı

### 1. Yedi unsur için soruları sor
Tek mesajda, unsur başına 1 soru (en fazla 9 soru; sorun unsuru üç katmanlı olduğu için 3 soru
alabilir).
1. Kahraman: En iyi müşterin kim ve ne istiyor? (tek bir istek)
2. Sorun (dış): Onu engelleyen somut, görünür sorun ne?
3. Sorun (iç): Bu sorun ona kendini nasıl hissettiriyor?
4. Sorun (felsefi): Neden böyle olmamalı? Haksız olan ne?
5. Rehber: Onu nasıl anlıyorsun (empati) ve neden sana güvenmeli (yetkinlik)?
6. Plan: Seninle çalışmak hangi 3 adımda oluyor?
7. Eylem çağrısı: Şimdi ne yapmalı? Daha hafif bir ilk adım var mı?
8. Başarısızlık: Hiçbir şey yapmazsa ne kaybeder?
9. Başarı: Seninle çalıştıktan sonra hayatı nasıl değişiyor?

### 2. Kahramanı tek isteğe indir
- Kahraman müşteridir, marka değildir. "Biz" ile başlayan kahraman cümlesini düzelt.
- İstek tek ve somut olsun ("saçımın her gün düzgün durması"), genel olmasın ("güzel olmak").

### 3. Sorunu üç katmanda yaz
```

- Dış: görünen engel. İç: duygu. Felsefi: "böyle olmamalı" cümlesi.
- İç katmanı boş bırakma; anlatının duygusal tarafı burada kurulur.
- Her katman en fazla 2 cümle.

### 4. Rehberi kur (empati + yetkinlik)
- Empati: müşterinin hissini tanıyan tek cümle ("Sabah aynada 20 dakika kaybetmenin ne demek olduğunu biliyoruz.").
- Yetkinlik: somut kanıt. Kanıt verilmediyse uydurma, "[kanıt eklenecek]" yaz.
- Rehber kahramandan büyük görünmesin; övünme dili kullanma.

### 5. Planı 3 adıma indir
- Her adım fiille başlasın, en fazla 6 kelime ("Ücretsiz ön görüşme ayarla").
- Plan müşterinin tereddüdünü azaltmalı; fiyat ya da süre belirsizliği varsa bir adım onu karşılasın.

### 6. Eylem çağrısını iki seviyede yaz
- Doğrudan: satın alma ya da randevu ("Randevu al").
- Geçiş: daha hafif ilk adım ("Saç tipi rehberini indir", "15 dakikalık tanışma görüşmesi").

### 7. Başarısızlık ve başarıyı yaz
- Başarısızlık: 2-3 madde, abartısız ve korkutmadan. Sağlık ya da kişisel konularda korku dili yok.
- Başarı: dönüşümü "önce → sonra" cümlesiyle yaz. Vaat edemeyeceğin sonucu yazma.

### 8. Tek paragraflık hikâye ve teslim
- Yedi unsuru 80-120 kelimelik akıcı bir paragrafa bağla (hakkımızda metni taslağı).
- Sonuna brand-dna-generator için devir notu ekle: hangi unsur hangi bölüme gidecek.

## Çıktı biçimi

```markdown
# Marka hikâyesi: [işletme adı]
Tarih: [gün ay yıl] · Çerçeve: yedi unsur (StoryBrand mantığı)

| Unsur | İçerik |
|---|---|
| 1. Kahraman | [kim] şunu istiyor: [tek istek] |
| 2. Sorun | Dış: ... · İç: ... · Felsefi: ... |
| 3. Rehber | Empati: ... · Yetkinlik: ... |
| 4. Plan | 1) ... 2) ... 3) ... |
| 5. Eylem çağrısı | Doğrudan: ... · Geçiş: ... |
| 6. Başarısızlık | ... |
| 7. Başarı | Önce: ... → Sonra: ... |

## Hikâye paragrafı (80-120 kelime)
[metin]

## brand-dna-generator'a devir
- Kahraman → Hedef kitle · Sorun → Ana mesajın karşıladığı ihtiyaç
- Rehber → Marka özü ve kanıtlar · Başarı → Vaat
- Eksikler: [kanıt, müşteri cümlesi]
```

## Kalite kontrol
- [ ] Yedi unsurun hepsi dolu; boş kalan yer "[eklenecek]" ile işaretli.
- [ ] Kahraman müşteri; hiçbir unsurda marka kahraman gibi anlatılmıyor.
- [ ] Sorunun üç katmanı da yazıldı, iç sorun boş değil.
- [ ] Plan tam 3 adım, her adım fiille başlıyor.
- [ ] Başarı unsurunda kullanıcının veremeyeceği bir sonuç vaat edilmiyor.
- [ ] StoryBrand kaynağı bir kez belirtildi.
- [ ] Hikâye paragrafı 80-120 kelime.

```
## Örnek kullanım

### Örnek 1: Kuaför-güzellik salonu
Kullanıcı: "İzmir'de kıvırcık saç kesiminde uzman bir salonum var. Hakkımızda metni yazamıyorum, hep
'kaliteli hizmet' diye bitiyor."
Claude:
1. Dokuz soruyu sorar. Cevaplardan kahraman: "kıvırcık saçlı, saçını düzleştirmekten yorulmuş kadın;
isteği: saçını düzleştirmeden sevmek."
2. Sorun: dış "her kuaför saçı düz keser, kuruyunca şekil bozulur"; iç "saçımla uğraşmaktan
yoruldum"; felsefi "kıvırcık saç düzeltilecek bir kusur değildir."
3. Plan: "Saç tipini anlat", "Kuru kesim randevusu al", "Evde bakım rutinini öğren". Hikâye
paragrafını yazar, devir notunda yetkinlik kanıtını "eksik" diye işaretler.

### Örnek 2: Yaşam/kariyer koçu
Kullanıcı: "Kariyer değiştirmek isteyen 30'lu yaşlardaki insanlarla çalışıyorum. Marka hikâyemi kur,
sonra DNA belgesine geçeceğim."
Claude:
1. Kahramanı "aynı işte 8-10 yıl geçirmiş, değişmek isteyen ama nereden başlayacağını bilmeyen kişi"
olarak tek isteğe indirir.
2. Başarısızlık maddelerinde korku dili kullanmaz ("bir yıl daha aynı soruyla geçer" gibi sakin bir
ifade seçer); başarıda "yeni işe garantili geçiş" yazmaz, "net bir yön ve ilk üç adım" yazar.
3. Yetkinlik için sertifika ve danışan sayısını sorar, verilmezse "[kanıt eklenecek]" bırakır;
danışan örneklerinde isim kullanmaz, anonim tarif eder.

## Yapma
- Markayı kahraman yapma; "Biz 15 yıldır..." diye başlayan hikâye kurma.
- Kanıt, müşteri sayısı ya da yorum uydurma.
- Başarısızlık unsurunda korkutma ya da utandırma dili kullanma.
- StoryBrand'i skill'in kendi buluşu gibi sunma.
- Gerçek müşteri adlarını ya da tanınabilir ayrıntılarını metne koyma; anonimleştir.
```

# 12 infographic-studio

skills/infographic-studio/SKILL.md · Marka & Görünürlük

```
---
name: infographic-studio
description: Marka kitindeki renk ve fontlarla LinkedIn için dikey infografik hazırlar - beş aşamalı akış (içerik özü, yapı seçimi, metin, HTML/SVG tasarım, kalite puanı), 100 puanlık rubrik ve 95/100 eşiği; eşiği geçemezse en zayıf kalemleri düzeltip yeniden dener. Kullanıcı "LinkedIn infografiği yap", "bu bilgiyi infografiğe çevir", "marka renklerimle görsel özet hazırla", "süreci tek görselde anlat" dediğinde kullan.
---

# İnfografik stüdyosu (infographic-studio)

Bir bilgiyi, marka kitinin renk ve fontlarıyla LinkedIn'de okunacak dikey bir infografiğe çevirir. Beş aşamadan geçer ve 100 puanlık rubrikte 95'i geçmeden teslim etmez.

## Ne zaman kullanılır
- Bir süreci, kontrol listesini, karşılaştırmayı ya da takvimi tek görselde anlatmak istediğinde.
- Uzun bir yazını ya da sık sorulan bir soruyu LinkedIn'de paylaşılabilir görsele dönüştürmek istediğinde.
- Kullanılmaz: fotoğraf ya da illüstrasyon üretmek için (bunun için gorsel-video-uretici). Kaynağı olmayan rakamları görselleştirmek için de kullanılmaz.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Konu ya da ham metin | Evet | Kullanıcıdan iste. |
| Marka kiti (renk kodları, font adı, logo) | Evet | Yoksa nötr bir palet (koyu metin, açık zemin, tek vurgu rengi) ve sistem fontu öner, onay al. Logo yoksa yerini boş bırak. |
| Rakamların kaynağı | Rakam varsa evet | Kaynağı olmayan rakamı görsele koyma; kullanıcıya sor ya da çıkar. |
| Ölçü | Hayır | 1080×1350 dikey varsay; kullanıcı isterse 1200×1500. |
| Kapanış çağrısı (CTA) | Hayır | "Kaydet, ihtiyacı olana gönder" gibi yumuşak bir kapanış koy. |

## İş akışı

### Aşama 1. İçerik özü
- Ana mesajı tek cümleyle yaz (en fazla 15 kelime).
- Görsele girecek 3-7 bilgi parçası seç. Fazlası ayrı infografik olur.
- Her rakamın yanına kaynağını not et (kurum, belge, tarih). Kaynağı olmayanı ele.

### Aşama 2. Yapı ve akış seçimi
İçeriğe göre tek bir yapı seç ve nedenini bir cümleyle yaz:
- Süreç (adım adım, yukarıdan aşağı numaralı)
- Kontrol listesi (kutucuklu maddeler)
- Karşılaştırma (iki sütun: önce/sonra, A/B)
- Zaman çizelgesi (tarihli akış)
- Soru-cevap (3-5 sık soru)
Göz yolu tek yönde aksın: başlık → bölümler → kapanış.

### Aşama 3. Metin
- Başlık en fazla 10 kelime. Alt başlık en fazla 15 kelime.
- Her bölüm: kısa başlık (en fazla 5 kelime) + en fazla 20 kelime gövde.
- Görseldeki toplam metin en fazla 120 kelime.
- Alt bilgi satırı: kaynak(lar) + marka adı + tarih.

### Aşama 4. Tasarım (HTML/SVG)
```

- Tek dosya HTML (satır içi CSS) ya da SVG yaz; tuval tam seçilen ölçüde.
- Yalnız marka kitindeki renkler ve fontlar. Font web'de yoksa en yakın genel aileyi yaz ve bunu söyle.
- Kurallar (1080 genişlik için; 1200'de oranla büyüt): kenar boşluğu en az 64 px, başlık en az 64 px, bölüm başlığı en az 36 px, en küçük yazı en az 28 px, satır en fazla 45 karakter.
- Metin/zemin kontrastı en az 4.5:1 (WCAG AA).
- Logo alt köşede, başlıktan büyük değil.
- Kod yürütme açıksa HTML'i tarayıcı otomasyonuyla (ör. Playwright) ya da SVG'yi Python ile PNG'ye çevir ve PNG ver. Kod yürütme yoksa dosyayı ver; kullanıcı tarayıcıda açıp tam ölçüde ekran görüntüsü alır.

### Aşama 5. Kalite puanı (95/100 eşiği)
Aşağıdaki rubrikle puanla. Puan, bu skill'in kendi kuralıdır ve Claude'un rubriğe göre yaptığı değerlendirmedir; bağımsız bir ölçüm değildir.

| Kalem | Puan | Tam puan için |
|---|---|---|
| Doğruluk | 20 | Her rakamın kaynağı var, kaynakla birebir aynı. Kaynaksız tek rakam bu kalemi 0 yapar. |
| Okunabilirlik | 15 | Toplam metin ≤ 120 kelime, satır ≤ 45 karakter, jargon açıklanmış. |
| Hiyerarşi | 15 | Üç seviye net: başlık, bölüm başlığı, gövde; boyut farkı belirgin. |
| Mobil okunurluk | 15 | En küçük yazı ≥ 28 px, kontrast ≥ 4.5:1, telefonda yakınlaştırmadan okunuyor. |
| Marka uyumu | 10 | Kit dışı renk ya da font yok, logo yerinde. |
| Yapı ve akış | 10 | Seçilen yapı içeriğe uygun, göz yolu tek yönde. |
| Başlık | 5 | ≤ 10 kelime, ana mesajı söylüyor. |
| Boşluk ve hizalama | 5 | Kenar boşluğu ≥ 64 px, öğeler ortak ızgarada. |
| Kapanış ve kaynak satırı | 5 | Tek CTA, kaynak ve tarih alt bilgide. |

- 95 ve üstü: teslim et.
- 95 altı: en düşük puanlı iki kalemi düzelt, yeniden puanla. En fazla 3 tur.
- 3 turda 95'e ulaşılamazsa durdur. En iyi sürümü ver, puanı ve engeli açıkça söyle (ör. "içerik 7 parçaya bölünmeden 120 kelimeye inmiyor; ikiye bölmeyi öneririm").

## Çıktı biçimi

```markdown
# İnfografik: [başlık]
Ölçü: 1080×1350 · Yapı: [süreç/kontrol listesi/...] · Ana mesaj: [tek cümle]

## Metin
| Bölüm | Başlık | Gövde |
|---|---|---|

## Dosya
[infografik.html / infografik.svg / infografik.png]

## Kalite puanı
| Tur | Doğruluk | Okunabilirlik | Hiyerarşi | Mobil | Marka | Yapı | Başlık | Boşluk | Kapanış | Toplam |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | | | | | | | | | | /100 |
Düzeltilenler: [tur tur]

## LinkedIn gönderi metni (öneri)
[3-5 satır, tek soru ya da CTA]

## Kontrol etmen gerekenler
- [kaynak, rakam, tarih]
```

```
## Kalite kontrol
- [ ] Beş aşamanın hepsi yapıldı, yapı seçiminin nedeni yazıldı.
- [ ] Görseldeki her rakamın kaynağı alt bilgide.
- [ ] Rubrik tablosu her tur için dolduruldu; toplam 100 üzerinden.
- [ ] 95 altında teslim edildiyse 3 tur denendi ve neden açıkça söylendi.
- [ ] Ölçü 1080×1350 ya da 1200×1500.
- [ ] Sağlık içeriğinde reklam dili, fiyat ya da kampanya yok.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Mali müşavir
Kullanıcı: "Yeni şirket kuracak müşterilerime 'ilk ay yapılacaklar' infografiği lazım. Renklerim
lacivert ve turuncu, kodları ekte."
Claude:
1. İçerik özü: 6 adım (ticaret sicili, vergi dairesi kaydı, banka hesabı, e-belge geçişi vb.). Süre
ya da tutar içeren her adım için kaynak sorar; kullanıcı vermezse süreyi görselden çıkarır.
2. Yapı: süreç (numaralı, yukarıdan aşağı). Metin 112 kelime.
3. 1. tur 91 puan: mobil okunurluk 10 (bir alt yazı 22 px), boşluk 3. Yazıyı 28 px'e çıkarır,
ızgarayı düzeltir; 2. tur 97 puanla teslim eder. Alt bilgiye "mevzuat değişebilir, güncel durumu
müşavirinize sorun" ekler.

### Örnek 2: Diş kliniği (bilgilendirme)
Kullanıcı: "Diş ipi nasıl kullanılır, hasta bilgilendirmesi için LinkedIn infografiği yapalım. Marka
fontumuz Inter."
Claude:
1. Bunu bilgilendirme içeriği olarak kurar; fiyat, kampanya, önce-sonra fotoğrafı ya da "en iyi
klinik" dili kullanmaz. Hasta fotoğrafı ve hasta bilgisi koymaz.
2. Yapı: süreç (5 adım). Adımları kullanıcının verdiği hekim onaylı metinden alır, eklenen her tıbbi
ifadeyi hekime kontrol ettirmesi için "Kontrol etmen gerekenler" listesine yazar.
3. 3 turda 94'te kalırsa (metin 5 adımda 120 kelimeye inmiyorsa) en iyi sürümü verir, "4 adıma
indirelim ya da ikiye bölelim" der.

## Yapma
- Kaynağı olmayan rakamı, oranı ya da tarihi görsele koyma.
- Marka kiti dışında renk ya da font kullanma; kit yoksa önerini onaylat.
- Puanı şişirme: rubriğin her kalemini gerekçesiyle puanla.
- 3 turdan sonra döngüyü sürdürme; dürüstçe durup nedenini söyle.
- Sağlık ve hukuk konularında reklam ya da kesin tavsiye diline geçme; hasta/müşteri verisi
kullanma.
```

# 13 gorsel-video-uretici

skills/gorsel-video-uretici/SKILL.md · Marka & Görünürlük

```
---
name: gorsel-video-uretici
description: Serbest bir istekten (ör. "vitrine sonbahar havası veren bir görsel") ayrıntılı görsel
ya da video istemi yazar; ortamda bağlı bir görsel/video üretim aracı varsa üretimi onunla yapar,
yoksa istemi kullanıcının kendi aracına yapıştırması için verir. Marka modu açıkken istemi ve
çıktıyı marka kitine (renk, ton, yasaklar) göre denetler. Kullanıcı "görsel üret", "video istemi
yaz", "Reels için kısa video lazım", "ürün görseli hazırla", "marka moduna göre kontrol et"
dediğinde kullan.
---

# Görsel ve video üretici (gorsel-video-uretici)

Serbest bir isteği, üretim aracının anlayacağı ayrıntılı isteme çevirir ve üretimi yaptırır. Marka
modu açıkken hem istemi hem çıkan sonucu marka kitine göre denetler.

Claude'un kendisi fotoğraf ya da video üretmez. Ortamda bağlı bir görsel/video üretim aracı (MCP
bağlayıcısı vb.) varsa üretim onunla yapılır; yoksa Claude istemi hazırlar, kullanıcı kendi
kullandığı görsel üretim aracına yapıştırır.

## Ne zaman kullanılır
- Gönderi, hikâye, kapak ya da Reels için görsel ya da kısa video gerektiğinde.
- Elindeki ürün fotoğrafını farklı bir sahneye taşımak ya da çeşitlemek istediğinde.
- Başka biri ya da bir araç tarafından üretilmiş görselin markana uyup uymadığını denetletmek
istediğinde (yalnız marka modu).
- Kullanılmaz: gerçek bir kişiyi, ünlüyü ya da başka bir markanın logosunu taklit eden görsel için.
Bilgi aktaran infografik için de kullanılmaz (bunun için infographic-studio).

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Serbest istek | Evet | Kullanıcıdan iste. |
| Kullanım yeri ve ölçü | Hayır | Akış gönderisi için 4:5, hikâye ve Reels için 9:16 varsay; yazıyla
belirt. |
| Görsel mi video mu | Hayır | İstekten çıkar; belirsizse görsel varsay. Video için süre 5-10 sn
varsay. |
| Marka kiti (renkler, ton, yasaklar) | Marka modu için evet | Marka modu kapalı çalış ve bunu
söyle. |
| Gerçek ürün fotoğrafı | Ürün görseli için evet | Ürünü yapay olarak çizdirme; fotoğraf iste ya da
görseli "temsilî" diye etiketle ve satış sayfasında kullanma. |

## İş akışı

### 1. İsteği netleştir
- En fazla 3 soru sor, yalnız gerçekten eksikse: kullanım yeri, ana nesne, istenen his.
- Kimin ya da neyin görüneceğini netleştir. Gerçek kişi istenirse yalnız kullanıcının kendisi ya da
izni olan kişi; ünlü ya da tanınır bir kişi taklidi yok.

### 2. İstemi yapılandır
Görsel istemi şu sırayla kurulur:
1. Konu (ne, kim, ne yapıyor)
2. Ortam ve arka plan
3. Işık (yön, saat, sıcaklık)
4. Çekim (açı, mesafe, lens hissi)
5. Renk ve doku (marka modu açıksa kit renkleri)
6. Kompozisyon ve boş alan (yazı gelecekse nereye)
```

7. Olmayacaklar (yazı, logo, ek parmak, bozuk el, filigran)

Video isteminde ek olarak: süre, kamera hareketi (sabit, yavaş yaklaşma, yatay kaydırma), tek ana hareket, ilk 1 saniyede ne görüneceği. Bir videoda en fazla 2 sahne değişimi.

### 3. Araç durumunu kontrol et ve üret
- Ortamda bağlı bir görsel/video üretim aracı varsa: aracın kredi ya da ücret kullanıp kullanmadığını kontrol et. Ücretli üretimden önce istemi ve tahmini maliyeti kullanıcıya göster, onay al, sonra üret.
- Araç yoksa: istemi kopyalanabilir blokta ver, "kullandığın görsel üretim aracına yapıştır" de. İsteğe bağlı kısa bir İngilizce sürüm de ekle; araç Türkçe istemde kararsız kalırsa yedek olur, hangisinin iyi çalıştığını kullanıcı kendi aracında dener.
- Her istek için en fazla 2 varyasyon öner (ör. ışık ya da açı farkı); fazlası seçimi zorlaştırır.

### 4. Marka modu denetimi (açıksa)
Hem istemi üretimden önce hem çıktıyı üretimden sonra kontrol listesinden geçir:
- [ ] Renkler kit paletinde ya da ona yakın; kit dışı baskın renk yok.
- [ ] Ton kitteki tarifle uyumlu (ör. "sakin, doğal ışık" ise neon ve sert ışık yok).
- [ ] Kitteki yasak listesine uyuluyor (ör. alkol yok, çocuk yok, belirli renk yok).
- [ ] Logo ya da yazı yapay olarak çizdirilmedi; gerekiyorsa sonradan tasarım aracında eklenecek.
- [ ] Gerçek kişi, ünlü ya da başka marka taklidi yok.
- [ ] Ürün görünüyorsa gerçek ürünle aynı renk, biçim ve özellikte.

Çıktıyı görebiliyorsan (görsel sohbete eklendiyse ya da araç önizleme döndürdüyse) maddeleri tek tek işaretle. Göremiyorsan listeyi kullanıcıya ver, kendisi işaretlesin.

### 5. Teslim
İstem, üretim durumu (üretildi / kullanıcıya verildi), denetim sonucu ve kullanım notu tek blokta verilir.

## Çıktı biçimi

```markdown
# [Görsel / Video]: [kısa ad]
Kullanım: [akış 4:5 / hikâye 9:16 / Reels 9:16] · Marka modu: [açık / kapalı]

## İstem (Türkçe)
[Konu] · [Ortam] · [Işık] · [Çekim] · [Renk] · [Kompozisyon]
Olmasın: ...

## İstem (İngilizce, isteğe bağlı)
...

## Video ayrıntısı (video ise)
Süre: [x sn] · Kamera: ... · İlk 1 sn: ... · Sahne sayısı: ...

## Üretim
[Bağlı araçla üretildi: dosya/bağlantı] ya da [Kullandığın görsel üretim aracına yapıştır]

## Marka modu denetimi
| Madde | Sonuç | Not |
|---|---|---|

## Kullanım notu
- [yapay görsel ise: ürünle uyum, etiketleme, platform kuralları]
```

## Kalite kontrol
- [ ] İstem yedi parçanın hepsini içeriyor; "olmasın" satırı dolu.
- [ ] Bağlı araç yokken üretildi denmedi.
- [ ] Ücretli üretimden önce onay alındı.

```
- [ ] Marka modu açıksa altı maddelik denetim yapıldı ya da kullanıcıya verildi.
- [ ] Gerçek kişi, ünlü, logo taklidi yok.
- [ ] Ürün görseli gerçek ürünü yanlış tanıtmıyor.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Butik mağaza / e-ticaret
Kullanıcı: "Online sattığım el örgüsü hırka için sonbahar temalı bir görsel istiyorum, ürün
sayfasına da koyacağım."
Claude:
1. Ürün sayfası için yapay olarak çizilmiş hırkanın ürünü yanlış tanıtabileceğini söyler; gerçek
ürün fotoğrafını ister. Fotoğraf gelince isteği "gerçek hırkayı sonbahar sahnesine yerleştirme"
olarak kurar ve renk, örgü deseni, düğme sayısı değişmesin diye "olmasın" satırına yazar.
2. Bağlı üretim aracı varsa ücretini gösterip onay alır ve üretir; yoksa istemi kullanıcının aracına
yapıştırması için verir.
3. Marka modunda çıktıyı kontrol eder: hırkanın tonu ürün fotoğrafından farklı çıktıysa "ürün
sayfasında kullanma, yalnız sosyal medya ilhamı olarak kullan" der.

### Örnek 2: Spa-wellness
Kullanıcı: "Marka modu açık. Kitimiz: adaçayı yeşili, kum beji, sakin ton; yasak: çıplaklık, önce-
sonra. Masaj odamız için Reels açılış videosu."
Claude:
1. 8 saniyelik, tek sahneli bir video istemi yazar: boş masaj odası, sabah ışığı, havluların
üzerinde yavaş yaklaşma; ilk 1 saniyede buharlı bitki çayı.
2. Marka denetiminde neon ışığı ve insan bedenini istemden çıkarır, yasak listesine uyar.
3. Çıktıda sağlık iddiası taşıyan yazı (ör. "ağrıyı geçirir") önerilmez; kapak yazısını sonradan
tasarım aracında eklemeyi önerir.

## Yapma
- Bağlı bir üretim aracı yokken görsel ya da video ürettiğini söyleme.
- Gerçek kişiyi, ünlüyü, başka markanın logosunu ya da ürününü taklit eden istem yazma.
- Yapay üretilmiş ürün görselini gerçek ürün fotoğrafıymış gibi satış sayfasına önerme.
- Ücretli üretimi onay almadan başlatma.
- Spa, sağlık ve güzellik görsellerinde önce-sonra ya da tedavi vaadi kurma.
```

# 14 geo-analysis

skills/geo-analysis/SKILL.md · Marka & Görünürlük

```
---
name: geo-analysis
description: Markanın ChatGPT, Claude, Gemini ve Perplexity cevaplarında görünüp görünmediğini
ölçer; hedef soru seti üretir, asistan cevaplarını anılma, doğruluk, sıra ve kaynak açısından
puanlar, temel SEO kontrolleriyle birleştirip tek bir GEO puanı verir. Kullanıcı "yapay zekâ
asistanlarında çıkıyor muyum", "ChatGPT beni öneriyor mu", "GEO analizi yap", "AEO puanım ne",
"yapay zekâ aramasında görünürlüğümü ölç" dediğinde kullan.
---

# GEO analizi (geo-analysis)

Markanın yapay zekâ asistanlarının cevaplarında görünüp görünmediğini ölçer ve bunu temel SEO
kontrolleriyle tek puanda birleştirir.

GEO (Generative Engine Optimization), içeriğini yapay zekâ asistanlarının cevaplarında anılacak
şekilde düzenlemektir; AEO (Answer Engine Optimization) ise bir soruya verilen doğrudan cevapta
kaynak ya da öneri olarak çıkmayı hedefler.

Claude diğer asistanlara kendisi soru soramaz. Soruları Claude hazırlar; kullanıcı dört asistanda
sorar ve cevapları yapıştırır.

## Ne zaman kullanılır
- Müşterilerin "[şehir]de en iyi ..." diye yapay zekâ asistanlarına sorduğunu düşünüyor ve orada
çıkıp çıkmadığını merak ediyorsan.
- Site, Google İşletme Profili ya da SSS üzerinde çalışmadan önce başlangıç ölçümü almak istiyorsan;
1-3 ay sonra aynı soru setiyle tekrar ölçmek için.
- Kullanılmaz: tek bir anahtar kelimenin Google sıralamasını takip etmek için. Bu skill sıralama
aracı değildir.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| İşletme adı, sektör, şehir/semt | Evet | Kullanıcıdan iste. |
| Ana hizmetler (2-5 tane) | Evet | Soru setini kurmak için iste. |
| Site adresi | Hayır | SEO kontrollerinin site kısmını "bilinmiyor" işaretle. |
| Dört asistanın cevapları | Evet (2. adımdan sonra) | Soru setini ver, cevaplar gelene kadar
puanlama yapma. |
| Google İşletme Profili durumu | Hayır | Kontrol listesini kullanıcıya ver, cevaplarına göre
puanla. |

## İş akışı

### 1. Hedef soru setini üret (10-15 soru)
- Müşterinin gerçekten soracağı biçimde yaz: "[Şehir]de en iyi [hizmet] hangisi?", "[Semt]te
[ihtiyaç] için nereye gitmeliyim?", "[Hizmet] fiyatları [şehir]de ne kadar?", "[Sorun] için
güvenilir bir [meslek] öner."
- Dağılım: en az 5 "en iyi / öner" sorusu, en az 3 sorun odaklı soru, en az 2 marka adıyla soru ("
[işletme adı] nasıl, yorumları ne?").
- Soruları numaralı ve kopyalanabilir ver.

### 2. Cevapları topla
Kullanıcıya şu talimatı ver:
- Her soruyu ChatGPT, Claude, Gemini ve Perplexity'de ayrı ayrı sor; mümkünse oturum açmadan ya da
geçmişi kapalı yeni bir sohbette.
- Claude için bu sohbeti değil, yeni bir Claude sohbetini kullan; bu sohbet markanı zaten biliyor.
```

- Cevabı ve gösterilen kaynakları olduğu gibi yapıştır, tarihini yaz.
- Ortamda web arama varsa Claude aynı soruları kendisi arayıp arama sonuçlarındaki görünürlüğü ayrı bir satırda not eder; bu, asistan cevaplarının yerine geçmez.

### 3. Görünürlüğü puanla (AEO puanı)
Her cevap (soru × asistan) 10 puan üzerinden:
| Kalem | Puan |
|---|---|
| Anılma | Anıldı 4 · Anılmadı 0 (anılmadıysa diğer kalemler de 0) |
| Doğruluk | Adres, hizmet, iletişim doğru 3 · kısmen doğru 1,5 · yanlış 0 |
| Sıra | İlk sırada 2 · 2-3. sırada 1,5 · 4. ve sonrası 1 |
| Kaynak | Kendi siten ya da Google İşletme Profilin gösterildi 1 · başka bir site 0,5 · kaynak yok 0 |

AEO puanı = toplam puan ÷ (soru sayısı × asistan sayısı × 10) × 100.
- Yanlış bilgi (eski adres, kapalı hizmet) ayrıca listelenir; puandan bağımsız düzeltilmesi gereken iştir.
- Rakiplerin hangi soruda ve hangi kaynakla anıldığını not et (adını cevaptan al, uydurma).

### 4. Temel SEO kontrolleri (SEO puanı)
On madde, her biri 10 puan. Ortamda web erişimi varsa site maddelerini Claude kendisi kontrol eder; yoksa kullanıcıya sorar.
1. Ana sayfa başlığında işletme adı, hizmet ve şehir var.
2. Ana sayfanın meta açıklaması yazılmış.
3. Her ana hizmetin ayrı bir sayfası var.
4. Google İşletme Profili doğrulanmış, ana kategori doğru.
5. Profilde çalışma saatleri, telefon ve site bağlantısı dolu.
6. Son 3 ayda yeni yorum var ve yorumlara yanıt verilmiş.
7. Sitede işletme türüne uygun yapılandırılmış veri (schema.org, ör. LocalBusiness) var.
8. Sitede gerçek müşteri sorularından oluşan bir SSS bölümü var.
9. Ad, adres, telefon site, profil ve sosyal hesaplarda aynı.
10. Site mobilde düzgün açılıyor ve HTTPS kullanıyor.
Yarım karşılanan madde 5 puan alır; bilinmeyen madde 0 alır ve "bilinmiyor" diye işaretlenir.

### 5. Birleşik puan
GEO puanı = 0,6 × AEO puanı + 0,4 × SEO puanı. Bu formül ve ağırlıklar bu skill'in kendi kuralıdır; sektör standardı değildir. Puanı her zaman iki bileşeniyle birlikte göster.

### 6. Öneriler
- En fazla 5 öneri, etkisine göre sıralı. Her öneri bir maddeye ya da bir cevaba bağlı olsun (ör. "Gemini eski adresi gösteriyor → profildeki adresi güncelle").
- "Asistanlar şunu sever" gibi doğrulanmamış genelleme yazma.

## Çıktı biçimi

```markdown
# GEO analizi: [işletme adı] · [şehir]
Ölçüm tarihi: [gün ay yıl] · Soru: [n] · Asistan: 4

## Puan
GEO: [x]/100 = 0,6 × AEO [a] + 0,4 × SEO [s]

## Görünürlük tablosu
| # | Soru | ChatGPT | Claude | Gemini | Perplexity |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ... | 7 | 0 | 4 | 9 |

## Yanlış bilgiler
- [asistan] · [soru #] · [yanlış] → [doğrusu]
```

```
## Rakipler (cevaplarda geçenler)
| Rakip | Kaç cevapta | Gösterilen kaynak |

## SEO kontrolleri
| Madde | Durum | Puan |

## Öneriler (öncelik sırasıyla)
1. ...

## Not
Asistan cevapları zamana, oturuma ve konuma göre değişir. Bu sonuç [tarih] ölçümüdür; karşılaştırma için aynı soru setiyle tekrar ölç.
```

```
## Kalite kontrol
- [ ] Soru seti 10-15 soru ve dağılım kuralına uyuyor.
- [ ] Puanlama yalnız kullanıcının yapıştırdığı cevaplara dayanıyor; tahmini cevap yok.
- [ ] Formül ve ağırlıklar açıkça yazıldı.
- [ ] Sonuç tarihli ve "cevaplar değişkendir" notu var.
- [ ] Bilinmeyen SEO maddeleri "bilinmiyor" diye işaretli.
- [ ] Rakip adları cevaplardan alındı.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Emlak ofisi
Kullanıcı: "Eskişehir'de kiralık ve satılık daire işi yapan bir emlak ofisim var. Yapay zekâ asistanlarında çıkıyor muyum?"
Claude:
1. 12 soru üretir ("Eskişehir'de güvenilir emlak ofisi öner", "Odunpazarı'nda kiralık daire için hangi ofise gitmeliyim?" vb.) ve dört asistanda sorulma talimatını verir.
2. Cevaplar gelince puanlar: işletme yalnız Perplexity'de ve bir emlak ilan sitesi kaynağıyla anılmış; AEO 11. Site başlığında şehir yok, profilde site bağlantısı boş; SEO 55. GEO = 0,6×11 + 0,4×55 = 28,6.
3. İlk öneri: profile site bağlantısını eklemek ve sitede semt sayfaları açmak; sonucu tarihleyip 2 ay sonra aynı setle yeniden ölçmeyi önerir.

### Örnek 2: Butik otel
Kullanıcı: "Bozcaada'da 7 odalı bir otelimiz var, cevapları yapıştırıyorum. Gemini bizi hâlâ eski adıyla anıyor."
Claude:
1. Yapıştırılan 13 soru × 4 asistan cevabını tabloya döker; eski adla anılmayı "Yanlış bilgiler" bölümüne yazar.
2. Ortamda web arama varsa yeni ve eski adla arama yapıp hangi sitelerde eski adın durduğunu not eder.
3. Öneri: profil, site ve rezervasyon sitelerindeki adı eşitlemek; SSS'ye "Otelin eski adı neydi?" sorusunu eklemek.

## Yapma
- Diğer asistanlara kendin soru sormuş gibi davranma; cevap yoksa puan verme.
- Asistan cevabını tahmin edip tabloya yazma.
- GEO puanını sektör standardı gibi sunma; formül bu skill'in kuralıdır.
- "Bunu yaparsan ChatGPT seni ilk sırada gösterir" gibi garanti verme.
- Rakip hakkında cevaplarda olmayan bilgi yazma.
```

# 15 prompt-optimizer

skills/prompt-optimizer/SKILL.md · Marka & Görünürlük

```
---
name: prompt-optimizer
description: Dağınık, tek cümlelik ya da eksik bir yapay zekâ isteğini çalışan bir isteme çevirir;
rol, bağlam, görev, kısıtlar, çıktı biçimi ve örnek ayrı ayrı kurulur, önce-sonra karşılaştırmasıyla
teslim edilir. Kullanıcı "bu istemi düzelt", "promptumu iyileştir", "yapay zekâya bunu nasıl
sorayım", "hep kötü cevap alıyorum", "şunu yapan bir istem yaz" dediğinde kullan.
---

# İstem iyileştirici (prompt-optimizer)

Dağınık bir isteği, yapay zekâ asistanından tutarlı sonuç alan bir isteme çevirir. Rol, bağlam,
görev, kısıtlar, çıktı biçimi ve örnek ayrı bölümlerde kurulur.

## Ne zaman kullanılır
- Bir asistana her seferinde aynı işi yaptırıyor ama farklı ve zayıf sonuçlar alıyorsan.
- Tekrar tekrar kullanacağın bir istem şablonu kurmak istiyorsan (ilan metni, menü açıklaması,
haftalık plan).
- Ekibine verilecek hazır bir istem yazmak istiyorsan.
- Kullanılmaz: işin kendisini yaptırmak için. Bu skill istemi kurar; istersen sonunda bir kez
deneyip örnek çıktı gösterir.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Mevcut istem ya da ne istendiğinin tarifi | Evet | Kullanıcıdan iste. |
| Önceki kötü sonuç | Hayır | Varsa neyin yanlış gittiğini oradan çıkar. |
| Hedef kitle ve kullanım yeri | Hayır | Sorulacak 3 sorudan biri yap. |
| Örnek iyi çıktı | Hayır | "Örnek" bölümünü kullanıcının verdiği bilgiyle kısa bir taslak olarak
kur ve "değiştir" notu düş. |
| Kullanılacak asistan | Hayır | Genel yaz; belirli bir asistana özgü özellik varsayma. |

## İş akışı

### 1. Mevcut istemi teşhis et
Altı bölümün hangisinin eksik ya da zayıf olduğunu işaretle:
| Bölüm | Soru |
|---|---|
| Rol | Asistan kim gibi düşünmeli? |
| Bağlam | İşletme, kitle, durum ne? |
| Görev | Tam olarak ne üretilecek, kaç tane? |
| Kısıtlar | Uzunluk, ton, yasaklar, doğruluk kuralları ne? |
| Çıktı biçimi | Tablo mu, madde mi, kaç başlık? |
| Örnek | İyi sonuç neye benziyor? |

### 2. Eksik bilgi için en fazla 3 soru sor
- Yalnız istemin sonucunu değiştirecek bilgiyi sor (kitle, kullanım yeri, uzunluk gibi).
- Kullanıcı cevap vermezse makul varsayımı yap ve istemin içinde köşeli parantezle göster: "
[varsayım: Instagram açıklaması, en fazla 120 kelime]".

### 3. İstemi altı bölümle kur
- Rol: tek cümle, işin uzmanlığına göre ("Sen ikinci el araç ilanları yazan deneyimli bir satış
danışmanısın.").
- Bağlam: işletme, kitle, durum; 2-5 cümle. Kullanıcının verdiği gerçek bilgiler girer.
- Görev: fiille başlayan, ölçülebilir tek iş ("3 farklı ilan başlığı ve 1 ilan metni yaz").
```

- Kısıtlar: madde madde; sayı içeren kurallar (kelime, karakter, adet), ton, yasak ifadeler, "bilmiyorsan uydurma, sor" kuralı.
- Çıktı biçimi: başlıklar ya da tablo sütunları açıkça yazılır.
- Örnek: kısa bir iyi örnek ya da örnek yapı. Örnek uzunsa asistan onu kopyalamasın diye "yalnız yapıyı örnek al" notu ekle.
- Değişken yerleri {araç_modeli}, {danışan_hedefi} gibi süslü parantezle göster; şablon olarak tekrar kullanılabilsin.

### 4. Önce-sonra karşılaştırması yap
- Eski istem ile yeni istemi yan yana koy.
- Her değişikliğin yanına neden yapıldığını bir cümleyle yaz.

### 5. İsteğe bağlı deneme
Kullanıcı isterse yeni istemi bu sohbette bir kez çalıştır ve örnek çıktıyı göster. Sonucu beğenmezse hangi bölümün değişeceğini söyle (ilk olarak kısıtlara ve örneğe bak).

## Çıktı biçimi

```markdown
# İstem: [işin adı]

## Teşhis
| Bölüm | Eski istemde | Sorun |
|---|---|---|
| Rol | yok | ... |

## Yeni istem (kopyala-yapıştır)
**Rol:** ...
**Bağlam:** ...
**Görev:** ...
**Kısıtlar:**
- ...
**Çıktı biçimi:** ...
**Örnek:** ...

## Önce-sonra
| Eski | Yeni | Neden |
|---|---|---|

## Değişkenler
- {değişken_1}: ne yazılacak

## Varsayımlarım
- ...
```

## Kalite kontrol
- [ ] En fazla 3 soru soruldu.
- [ ] Altı bölümün hepsi dolu; boş bölüm yok.
- [ ] Görev tek ve ölçülebilir (adet, uzunluk belli).
- [ ] Kısıtlarda "bilmediğin bilgiyi uydurma" kuralı var.
- [ ] Önce-sonra tablosunda her değişikliğin nedeni yazılı.
- [ ] Varsayımlar köşeli parantezle görünür.
- [ ] Sağlık, hukuk ya da finans istemlerinde "kesin tavsiye verme, uzmana yönlendir" kısıtı var.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Oto galeri
Kullanıcı: "Yapay zekâya 'arabam için ilan yaz' diyorum, hep 'kaçırılmayacak fırsat' gibi şeyler yazıyor. Düzelt."

Claude:
1. Teşhis: rol, bağlam, kısıt ve çıktı biçimi yok. Üç soru sorar: ilan nerede yayınlanacak, hangi araç bilgileri hep elde var, ton nasıl olmalı.
2. Yeni istem: Rol "ikinci el araç ilanı yazan satış danışmanı"; değişkenler {marka_model}, {yıl}, {km}, {tramer_kaydı}, {boya_değişen}. Kısıtlar: "kaçırılmayacak fırsat, sıfır ayarında gibi ifadeler yok; verilmeyen ekspertiz bilgisini yazma; tramer bilgisini olduğu gibi aktar".
3. Çıktı biçimi: 3 başlık seçeneği (en fazla 60 karakter) + 1 ilan metni (en fazla 120 kelime) + donanım listesi. Önce-sonra tablosunu verir.

### Örnek 2: Diyetisyen
Kullanıcı: "Danışanlarıma haftalık beslenme planı yazdırmak için istem lazım."
Claude:
1. Bu istemin kişiye özel tıbbi beslenme planını asistana bırakmaması gerektiğini söyler; istemi "diyetisyenin belirlediği plana göre tarif ve alışveriş listesi hazırlama" işine çevirir.
2. Bağlam bölümüne danışan adı yerine anonim bilgi girer ({günlük_porsiyon_planı}, {alerjiler}, {sevmedikleri}); kısıtlara "plandaki porsiyonları değiştirme, tıbbi yorum yapma, kişisel sağlık verisi isteme" ekler.
3. Çıktı biçimi: 7 günlük tablo (öğün, tarif adı, hazırlama süresi) + alışveriş listesi. Danışan verisini asistana girmeden önce anonimleştirme notunu (KVKK) ekler.

## Yapma
- 3'ten fazla soru sorma; geri kalanını varsayımla kur ve göster.
- İsteme kullanıcının vermediği işletme bilgisi, fiyat ya da iddia ekleme.
- Belirli bir asistanda olduğundan emin olmadığın bir özelliği isteme yazma.
- Sağlık, hukuk ya da finans istemlerinde asistanı karar verici yapma.
- Kişisel veriyi (ad, telefon, sağlık bilgisi) istemin içine koymayı önerme; değişkenle ya da anonim tarifle kur.

# 16 profile-optimizer

skills/profile-optimizer/SKILL.md · Marka & Görünürlük

```
---
name: profile-optimizer
description: LinkedIn profilini baştan yazar - önce tek bir konumlanma cümlesi kurar, sonra başlık
için 3 seçenek, hakkında bölümü, öne çıkanlar (Featured) için 3-5 öğe önerisi ve deneyim maddelerini
bu konumlanmaya hizalar. Kullanıcı "LinkedIn profilimi düzelt", "LinkedIn başlığımı yaz", "hakkında
bölümü lazım", "profilim ne iş yaptığımı anlatmıyor", "LinkedIn'i baştan kuralım" dediğinde kullan.
---

# Profil iyileştirici (profile-optimizer)

LinkedIn profilini tek bir konumlanmaya göre baştan yazar. Başlık, hakkında, öne çıkanlar ve deneyim
maddeleri aynı cümleye hizmet eder; okuyan kişi ilk bakışta kime ne sağladığını anlar.

## Ne zaman kullanılır
- Profilin bir özgeçmiş listesi gibi duruyor ve kime hizmet ettiğin anlaşılmıyorsa.
- İş değiştirdiysen, kendi işini kurduysan ya da hizmetini daralttıysan.
- LinkedIn'de içerik paylaşmaya başlamadan önce; gönderiyi beğenen kişi profiline geldiğinde ne
göreceğini netleştirmek için.
- Kullanılmaz: şirket sayfası için (o ayrı bir yapı) ya da sahte deneyim, unvan, sertifika eklemek
için.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Mevcut profil metni (başlık, hakkında, deneyimler) | Evet | Metni kopyalayıp yapıştırmasını iste;
LinkedIn'in profili PDF olarak kaydetme seçeneğini kullanıyorsa PDF de olur. |
| Kime hizmet verdiğin ve ne sonuç sağladığın | Evet | Konumlanma soruları ile çıkar. |
| Somut kanıtlar (proje, danışan sayısı, yıl, ödül) | Hayır | Deneyim maddelerinde "[rakam
eklenecek]" bırak. |
| Profilin hedefi (müşteri, iş teklifi, ortaklık) | Hayır | Sor; cevap yoksa müşteri bulma varsay ve
yaz. |
| Marka DNA belgesi (brand-dna-generator) | Hayır | Varsa konumlanma ve tonu oradan al. |

## İş akışı

### 1. Konumlanma cümlesini kur (önce bu)
En fazla 5 soru sor:
1. Kime hizmet veriyorsun? (tek bir kitle)
2. Onların hangi sorununu çözüyorsun?
3. Seninle çalışınca ne değişiyor?
4. Bunu neden sen yapıyorsun? (deneyim, yöntem, geçmiş)
5. Profili kim okusun istiyorsun ve ne yapsın?

Şablon: "[Kitle]nin [sorun]unu [yöntem/fark] ile [sonuç]a çeviriyorum."
Kullanıcı onaylamadan diğer bölümlere geçme; her şey bu cümleye hizalanır.

### 2. Başlık için 3 seçenek
- Seçenek A (net): kime + ne.
- Seçenek B (sonuç odaklı): hangi sonucu sağladığın.
- Seçenek C (uzmanlık + kanıt): unvan + somut kanıt.
- Karakter sınırı için LinkedIn'in alanda gösterdiği karakter sayacına uy; başlık sayacı aşarsa
kısalt.
- Başlıkta "tutkulu", "vizyoner", "uzman" gibi kanıtsız sıfatlar kullanma; anahtar kelimeyi (meslek
adı, şehir) koru.
```

### 3. Hakkında bölümü
Yapı:
1. İlk 2-3 satır: okuyanın sorunu ya da durumu. "Devamını gör"den önce görünen kısım olduğu için kendini değil okuyanı anlat.
2. Ne yaptığın ve nasıl: 2-3 kısa paragraf.
3. Kanıt: somut işler, sayılar (kullanıcının verdiği).
4. Kimlerle çalışmıyorsun ya da kimler için uygun değilsin: tek satır (isteğe bağlı).
5. Tek eylem çağrısı: mesaj at, görüşme ayarla, siteye git.
- Birinci tekil şahıs, kısa paragraflar. Uzunluk için LinkedIn'in alandaki sayacına uy.

### 4. Öne çıkanlar (Featured) için 3-5 öğe
Her öneri için: ne konacak, neden, başlığı ne olacak. Seçenekler:
- Hizmet ya da randevu sayfası bağlantısı
- En iyi işi gösteren bir gönderi ya da vaka özeti (müşteri izniyle, anonim)
- Ücretsiz bir kaynak (kontrol listesi, rehber)
- Basında ya da etkinlikte yer aldığın bir içerik (varsa)
- Kısa tanıtım videosu (varsa)
Kullanıcının elinde olmayan öğeyi "hazırlanacak" diye işaretle.

### 5. Deneyim maddeleri
- Her deneyim için 3-5 madde. Her madde fiille başlar ve bir sonuca bağlanır ("40 metrekarelik dükkânı depo alanı kaybetmeden iki çalışma alanına böldüm.").
- Görev listesi değil, etki listesi yaz. Rakam yoksa uydurma; "[rakam eklenecek]" bırak.
- Konumlanmayla ilgisi olmayan eski deneyimleri kısalt, silme kararını kullanıcıya bırak.

### 6. Hizalama kontrolü
Başlık, hakkında ilk satırı, öne çıkanların ilk öğesi ve son deneyimin ilk maddesi aynı kitleye ve aynı sonuca işaret ediyor mu? Etmiyorsa düzelt.

Claude profili kendisi düzenlemez; metinleri kopyalanabilir bloklarda verir, kullanıcı LinkedIn'de yapıştırır.

## Çıktı biçimi

```markdown
# LinkedIn profili: [ad soyad değil, meslek tarifi]

## Konumlanma cümlesi
[Kitle]nin [sorun]unu [fark] ile [sonuç]a çeviriyorum.

## Başlık (3 seçenek)
A. ...
B. ...
C. ...
Önerim: [harf] — [tek cümle neden]

## Hakkında
[metin]

## Öne çıkanlar
| # | Öğe | Başlık | Durum |
|---|---|---|---|
| 1 | ... | ... | hazır / hazırlanacak |

## Deneyim
### [Unvan] · [Kurum] · [yıllar]
- ...

## Eksikler
- [rakam, bağlantı, izin]
```

```
```

## Kalite kontrol
- [ ] Konumlanma cümlesi kullanıcı onayıyla yazıldı ve ilk sırada.
- [ ] Başlıkta tam 3 seçenek var; karakter sayısı rakam olarak verilmedi, sayaca uy denildi.
- [ ] Hakkında bölümünün ilk satırları okuyanı anlatıyor.
- [ ] Öne çıkanlarda 3-5 öğe var, her birinin durumu işaretli.
- [ ] Deneyim maddeleri fiille başlıyor, uydurma rakam yok.
- [ ] Danışan ya da müşteri bilgisi anonim; izin gerektirenler işaretli.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Yaşam/kariyer koçu
Kullanıcı: "Bankada 12 yıl çalıştım, şimdi kariyer koçuyum ama profilim hâlâ bankacı gibi duruyor."
Claude:
1. Beş soruyla konumlanmayı kurar: "Kurumsal hayatta 8-15 yıl geçirmiş ve yön değiştirmek isteyen çalışanların kararsızlığını, yapılandırılmış görüşmelerle net bir geçiş planına çeviriyorum."
2. Başlık seçenekleri: A "Kariyer Koçu · Kurumsal çalışanlar için kariyer geçişi", B sonuç odaklı, C koçluk sertifikası gibi bir kanıtla (kullanıcı sertifikasını doğrularsa).
3. Bankacılık deneyimini silmez, "kurumsal hayatı içeriden bilen" kanıtına çevirir. Danışan hikâyelerini isimsiz yazar, sonuç vaadi ("garantili terfi") kullanmaz.

### Örnek 2: İç mimar
Kullanıcı: "Küçük daireler için iç mimarlık yapıyorum. LinkedIn'den mimarlık ofisleri ve müteahhitlerle iş bağlamak istiyorum."
Claude:
1. Profil hedefini "iş ortaklığı" olarak alır; konumlanma: "Müteahhitlerin 1+1 ve 2+1 dairelerini, satış öncesi örnek daire tasarımıyla daha kolay anlatılır hâle getiriyorum."
2. Öne çıkanlara 4 öğe önerir: proje portfolyosu, bir örnek daire önce-sonra vaka özeti (mal sahibinin izniyle), hizmet sayfası, kısa süreç anlatımı; portfolyo yoksa "hazırlanacak" işaretler.
3. Deneyim maddelerini metrekare, süre gibi kullanıcının verdiği somut bilgilerle yazar; vermediği satış rakamını eklemez.

## Yapma
- Başlık ya da hakkında için karakter sınırı rakamı verme; LinkedIn'in sayacına yönlendir.
- Kullanıcının sahip olmadığı unvan, sertifika, ödül ya da rakamı yazma.
- Konumlanma onaylanmadan bölümleri yazmaya başlama.
- Müşteri ya da danışan adını, iznini almadan öne çıkanlara koymayı önerme.
- Profili LinkedIn'de kendin düzenlediğini söyleme.

# 17 elevator-pitch-advisor

skills/elevator-pitch-advisor/SKILL.md · Marka & Görünürlük

```
---
name: elevator-pitch-advisor
description: 30 ve 60 saniyelik kendini ya da işini tanıtma konuşması yazar; yatırımcı görüşmesi, iş
başvurusu ve tanışma ortamı (etkinlik, networking) için ayrı sürümler, her biri 30 sn ve 60 sn
olarak, süre ölçme talimatıyla. Kullanıcı "kendimi kısa nasıl tanıtırım", "asansör konuşması yaz",
"yatırımcıya 1 dakikada anlatmam lazım", "mülakatta kendinden bahset sorusu", "etkinlikte ne iş
yapıyorsun diye sorduklarında ne diyeyim" dediğinde kullan.
---

# Kısa tanıtım danışmanı (elevator-pitch-advisor)

30-60 saniyelik tanıtım konuşmasını üç ortam için ayrı ayrı yazar: yatırımcı görüşmesi, iş başvurusu
ve tanışma ortamı. Her ortamın 30 ve 60 saniyelik sürümü olur; toplam altı metin.

## Ne zaman kullanılır
- Bir etkinliğe, fuara ya da tanışma toplantısına gitmeden önce.
- Yatırımcı, hibe ya da ortaklık görüşmesine hazırlanırken.
- İş görüşmesinde "Bize kendinden bahset" sorusuna hazırlanırken.
- Kullanılmaz: 5-10 dakikalık sunum ya da yatırımcı sunum dosyası için. Bu skill yalnız kısa konuşma
metni yazar.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Ne iş yaptığın, kime | Evet | Kullanıcıdan iste. |
| Hangi ortam(lar) | Hayır | Üç ortamın hepsini yaz; kullanıcı yalnız birini isterse onu yaz. |
| Somut kanıt (müşteri sayısı, gelir, proje, yıl) | Hayır | Metinde "[rakam]" bırak, uydurma. |
| Yatırımcı sürümü için iş modeli ve ne istendiği | Yatırımcı sürümü için evet | Sor; cevap yoksa bu
sürümü yazma, nedenini söyle. |
| İş başvurusu sürümü için hedef pozisyon | İş başvurusu sürümü için evet | Sor; cevap yoksa genel
bir pozisyon tarifiyle yaz ve bunu belirt. |
| Marka DNA ya da konumlanma cümlesi | Hayır | Varsa ana cümleyi oradan al. |

## İş akışı

### 1. Çekirdek cümleyi kur
Altı metnin hepsinin dayandığı tek cümle: "[Kime] [ne] yapıyorum, böylece [sonuç]."
Kullanıcı onaylarsa ilerle; ortamlar yalnız vurguyu değiştirir, çekirdeği değil.

### 2. Ortama göre yapıyı seç
| Ortam | Sıra | Bitiş |
|---|---|---|
| Yatırımcı | Sorun → çözüm → kanıt (çekiş) → pazar/iş modeli → istenen | Net talep: tutar ya da
sonraki görüşme |
| İş başvurusu | Şu an ne yapıyorsun → ilgili 1-2 başarı → bu pozisyona neden uygunsun | Pozisyona
bağlanan bir cümle |
| Tanışma ortamı | Kime ne yapıyorsun → kısa bir örnek ya da hikâye → merak bırakan soru | Karşı
tarafa dönen soru |

### 3. 30 ve 60 saniyelik sürümleri yaz
- 30 sn: çekirdek cümle + tek kanıt + bitiş. Tek fikir.
- 60 sn: 30 sn sürümü + bir örnek ya da hikâye + ikinci kanıt.
- Kaba kural (bu skill'in başlangıç ölçüsüdür, kesin değildir): 30 sn için 60-75 kelime, 60 sn için
120-150 kelime. Konuşma hızı kişiden kişiye değişir; süre ancak ölçülerek bilinir.
- Kelime sayısını her metnin altına yaz.
```

### 4. Konuşma diline çevir
- Cümleler kısa; bir cümlede tek bilgi. Sesli okununca nefes yetmeyen cümleyi böl.
- Kısaltma ve parantez kullanma. Uzun rakamı anlamını bozmadan yuvarla ("yüzde 23,4" yerine "yüzde 23").
- Jargonu karşıdakinin diline çevir (tanışma ortamında sektör terimi yok).

### 5. Süre kontrolü talimatı
Kullanıcıya şunu ver:
1. Metni sesli, normal hızında oku; telefonun kronometresiyle süre tut.
2. 30 sn sürümü 35 saniyeyi, 60 sn sürümü 65 saniyeyi geçiyorsa bana süreyi yaz; kısaltayım.
3. Çok kısa kalıyorsa (30 sn sürümü 25 saniyenin altında) bir kanıt ya da örnek ekleyelim.
4. Telefonla kendini kaydet, bir kez dinle; takıldığın kelimeyi işaretle, onu değiştireyim.
Claude süreyi ölçemez; ölçümü kullanıcı yapar.

### 6. Yedek cevaplar
Her ortam için karşıdan gelebilecek 2 takip sorusu ve 1-2 cümlelik cevap (ör. yatırımcı: "Rakiplerden farkın ne?").

## Çıktı biçimi

```markdown
# Kısa tanıtım: [meslek / işletme tarifi]
Çekirdek cümle: [Kime] [ne] yapıyorum, böylece [sonuç].

## 1. Yatırımcı görüşmesi
### 30 sn ([n] kelime)
...
### 60 sn ([n] kelime)
...
Takip soruları: 1) ... → ... 2) ... → ...

## 2. İş başvurusu
### 30 sn ([n] kelime)
### 60 sn ([n] kelime)
Takip soruları: ...

## 3. Tanışma ortamı
### 30 sn ([n] kelime)
### 60 sn ([n] kelime)
Takip soruları: ...

## Süre kontrolü
Sesli oku, telefonla süre tut: 30 sn sürümü en fazla 35 sn, 60 sn sürümü en fazla 65 sn.

## Doldurman gerekenler
- [rakam], [proje adı]
```

## Kalite kontrol
- [ ] Altı metnin hepsi aynı çekirdek cümleye dayanıyor (ya da istenen ortam yazıldı, diğerleri neden yazılmadı söylendi).
- [ ] Her metnin kelime sayısı yazılı ve kaba kurala yakın.
- [ ] Süre ölçme talimatı verildi; "bu metin tam 30 saniye" gibi kesin iddia yok.
- [ ] Uydurma rakam, müşteri ya da gelir yok.
- [ ] Tanışma sürümü bir soruyla bitiyor; yatırımcı sürümü net bir talep içeriyor.
- [ ] Her ortam için 2 takip sorusu var.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Fotoğrafçı
Kullanıcı: "Ürün ve yemek fotoğrafı çekiyorum. Haftaya bir girişimcilik etkinliğine gideceğim, ayrıca bir ajansa başvuracağım."
Claude:
1. Çekirdek cümle: "Restoranlara ve küçük markalara menüde ve sitede iştah açan ürün fotoğrafları çekiyorum, böylece fotoğraf satışa yardım ediyor." Yatırımcı sürümü için iş modeli sormaz, kullanıcı istemediği için bu sürümü atlar ve söyler.
2. Tanışma 30 sn (68 kelime): ne yaptığı + "geçen ay bir pastanenin menüsünü baştan çektik" örneği + "Sizin işinizde fotoğraf ne kadar rol oynuyor?" sorusu.
3. İş başvurusu 60 sn: ajansın pozisyonuna bağlanan iki proje; "[proje sayısı]" yerini doldurmasını ister ve süre kontrol talimatını verir.

### Örnek 2: Personal trainer
Kullanıcı: "Ofis çalışanlarına şirket içinde grup antrenmanı veren bir hizmet kurdum. Bir yatırımcıyla 1 dakikalık tanışmam var."
Claude:
1. İş modeli ve istenen tutarı sorar; kullanıcı "şirket başına aylık abonelik, 3 şirketle çalışıyorum, büyümek için ortak arıyorum" der.
2. Yatırımcı 60 sn (138 kelime): sorun (masa başında saatler), çözüm (ofiste 30 dakikalık grup dersi), kanıt (3 şirket, [yenileme oranı]), iş modeli, talep (ikinci görüşme). Sağlık sonucu vaadi ("bel ağrısını bitirir") yazmaz.
3. Takip soruları: "Neden şirketler ödesin?" ve "Kaç eğitmenle büyürsün?"; sesli okuyup 65 saniyeyi geçerse süreyi yazmasını ister.

## Yapma
- Metnin süresini ölçmeden "tam 30 saniye" deme; kaba kuralı kesin bilgi gibi sunma.
- Kullanıcının vermediği gelir, müşteri sayısı ya da yatırım rakamını yazma.
- Yatırımcı sürümünü iş modeli ve talep bilinmeden uydurarak yazma.
- Tanışma sürümünde satış konuşmasına geçme.
- Sağlık, finans ya da hukuk hizmetlerinde kesin sonuç vaadi kurma.

# 18 voice-builder

skills/voice-builder/SKILL.md · Marka & Görünürlük

```
---
name: voice-builder
description: Kullanıcının kendi yazdığı metinlerden (gönderi, e-posta, mesaj, site yazısı) ses
profili çıkarır - cümle uzunluğu, sen/siz hitabı, sık ve kaçınılan kelimeler, noktalama ve emoji
alışkanlıkları, açılış-kapanış kalıpları, örnek cümleler - ve bunu SES-PROFILI.md olarak verir;
sonraki taslaklar bu profilden yazılır. Kullanıcı "benim gibi yaz", "yazı sesimi çıkar", "metinler
hep yapay zekâ gibi duruyor", "tonumu öğren", "ses profili hazırla" dediğinde kullan.
---

# Ses profili kurucu (voice-builder)

Senin yazdığın metinlerden ses profilini çıkarır ve SES-PROFILI.md dosyası olarak verir. Bundan
sonraki her taslak bu profile göre yazılır; sıradan, herkesin yazabileceği ton yerine senin sesin
çıkar.

Claude bu profili sohbetler arasında kendiliğinden hatırlamaz. Profilin kalıcı olması için SES-
PROFILI.md dosyasını her yeni sohbete eklemen ya da kullandığın Claude Projects'in proje bilgisine
koyman gerekir.

## Ne zaman kullanılır
- Yapay zekâyla yazdırdığın metinler sana benzemiyorsa.
- Ekipten biri ya da ajans senin adına yazacaksa ve ses tutarlı kalsın istiyorsan.
- Bir taslağı "benim gibi yap" diye düzeltmek istiyorsan (profil varsa).
- Kullanılmaz: markanın ilk kez nasıl konuşacağına karar vermek için. Örnek metin yoksa önce brand-
dna-generator ile ton kılavuzu kur.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Kendi yazdığın en az 5 örnek metin | Evet | 5'ten azsa uyar: profil zayıf olur, hangi alanların
"az veri" olduğu işaretlenir. 3'ten azsa profil çıkarma, örnek iste. |
| Metinlerin türü (gönderi, e-posta, DM, site) | Hayır | Metinlerden çıkar; türler karışıksa profili
türe göre ayır. |
| Beğenmediğin bir örnek | Hayır | Varsa "kaçınılan" bölümüne dayanak yap. |
| Yazılacak ilk taslağın konusu | Hayır | Profilden sonra test taslağı için sor. |

## İş akışı

### 1. Örnekleri kontrol et
- En az 5 metin, toplamda tercihen 500 kelimenin üstü (bu skill'in kuralı). Az ise profil yine çıkar
ama "güven: düşük" etiketi alır.
- Metinlerin gerçekten kullanıcının kendi yazdığı olduğunu sor; yapay zekâyla ya da ajansla yazılmış
metin profili bozar, ayıkla.
- Metinlerde müşteri adı, telefon ya da dava/danışan bilgisi varsa profile taşıma; örnek cümlelerde
anonimleştir.

### 2. Ölçülebilir özellikleri çıkar
- Ortalama cümle uzunluğu (kelime) ve en uzun/en kısa cümle aralığı.
- Hitap: sen mi, siz mi, karışık mı; okura doğrudan soru soruyor mu.
- Paragraf uzunluğu (satır).
- Noktalama: ünlem sıklığı (metin başına), üç nokta, tire, parantez kullanımı.
- Emoji: kullanıyor mu, metin başına kaç tane, hangileri, nerede (başta, sonda).
- Sık kelimeler ve kalıplar: en az 3 kez geçen ifadeler.
Her özellik için kaç metinden çıkarıldığını yaz.
```

```
### 3. Yorum isteyen özellikleri çıkar
- Açılış kalıpları: metinlere nasıl başlıyor (soru, kısa bir gözlem, doğrudan bilgi).
- Kapanış kalıpları: nasıl bitiriyor (soru, davet, imza cümlesi).
- Kaçınılan kelimeler: örneklerde hiç geçmeyen ama sektörde sık kullanılan ifadeler + kullanıcının
açıkça "kullanmam" dedikleri.
- Mizah ve samimiyet: var mı, nasıl (kendine gülme, gündelik gözlem).
- Her yorumu en az bir örnek cümleyle destekle.

### 4. Profili yaz ve test et
- SES-PROFILI.md şablonunu doldur.
- Profile göre kullanıcının konusunda 1 kısa test taslağı yaz (en fazla 120 kelime).
- Kullanıcıdan "bana benziyor / benzemiyor" geri bildirimi al; benzemeyen yeri profilde düzelt.

### 5. Sonraki taslaklar
- Profil sohbette varken her taslağı yazmadan önce profili oku; yazdıktan sonra "Yazmadan önce
kontrol" listesinden geçir.
- Kullanıcı yeni sohbette profili eklemediyse ve "benim gibi yaz" derse, profili hatırlıyormuş gibi
davranma; dosyayı eklemesini iste.

## Çıktı biçimi

```markdown
# SES-PROFILI.md · [işletme / kişi tarifi]
Oluşturma: [gün ay yıl] · Örnek sayısı: [n] · Toplam kelime: [n] · Güven: [yüksek/orta/düşük]

## Kısa tarif
[2 cümle: bu ses nasıl duyulur]

## Ölçüler
| Özellik | Değer | Dayanak |
|---|---|---|
| Ortalama cümle | [x] kelime | [n] metin |
| Hitap | sen / siz | ... |
| Ünlem | metin başına [x] | ... |
| Emoji | [var/yok, hangileri, nerede] | ... |

## Sık kelimeler ve kalıplar
- ...
## Kaçınılan kelimeler
- ...
## Açılış kalıpları
- ... (örnek: "...")
## Kapanış kalıpları
- ... (örnek: "...")
## Örnek cümleler (bu sesle)
1. ...
## Yazmadan önce kontrol
- [ ] Cümle ortalaması [x] civarında mı?
- [ ] Hitap doğru mu?
- [ ] Kaçınılan kelime var mı?

## Bu dosyayı nasıl kullanırsın
Yeni sohbete ekle ya da Claude Projects'in proje bilgisine koy. Claude bu profili kendiliğinden
hatırlamaz.
```


## Kalite kontrol
- [ ] En az 5 örnek alındı ya da az örnek uyarısı ve "güven" etiketi verildi.
- [ ] Her ölçünün kaç metinden çıktığı yazılı.
- [ ] Açılış ve kapanış kalıpları örnek cümleyle destekli.
```

- [ ] Örnek cümlelerde kişisel ya da müşteri verisi yok.
- [ ] Test taslağı yazıldı ve geri bildirim istendi.
- [ ] Profilin kalıcı olmadığı, kullanıcının eklemesi gerektiği açıkça yazıldı.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Kafe-restoran
Kullanıcı: "Kafemin Instagram'ını 2 yıldır ben yazıyorum. Son 8 açıklamayı yapıştırıyorum, yeni menü duyurusunu benim gibi yaz."
Claude:
1. 8 metinden ölçüleri çıkarır: ortalama cümle 9 kelime, hitap "siz", metin başına 1 emoji (hep sonda, kahve fincanı), ünlem yok denecek kadar az.
2. Açılış kalıbı: gündelik bir gözlemle başlama ("Bu sabah ilk filtre kahve yine pencere kenarına gitti."); kapanış: "Bekleriz." Kaçınılan: "lezzet şöleni", "kaçırmayın".
3. SES-PROFILI.md'yi verir, menü duyurusu için 90 kelimelik test taslağı yazar; kullanıcı "biraz resmî" derse hitap örneklerini profilde düzeltir.

### Örnek 2: Avukat (bilgilendirme)
Kullanıcı: "Kira hukuku üzerine LinkedIn'de bilgilendirme yazıları yazıyorum. 4 yazımı ekledim, ses profili çıkar."
Claude:
1. 4 metin olduğu için uyarır: profil çıkar ama "güven: düşük"; bir yazı daha eklemesini önerir.
2. Profilde "siz" hitabı, madde madde anlatım, mevzuat maddesini parantez içinde verme alışkanlığı ve "mutlaka", "kesin kazanırsınız" gibi ifadelerden kaçınma yer alır. Örnek cümlelerde dava ya da müvekkil ayrıntısı kullanmaz.
3. Profilin "Yazmadan önce kontrol" listesine meslek kurallarını ekler: reklam ve iş toplama dili yok, sonuç vaadi yok, içerik bilgilendirme niteliğinde; yayından önce bağlı olduğun baronun meslek kurallarına göre kontrol et.

## Yapma
- 3'ten az örnekle profil çıkarma; 5'ten az örnekte uyarıyı atlama.
- Örneklerde olmayan bir özelliği profile yazma.
- Profili sonraki sohbetlerde hatırlıyormuş gibi davranma.
- Müşteri, müvekkil ya da danışan bilgisini profile ya da örnek cümlelere taşıma.
- Avukat, doktor gibi meslek kuralları olan alanlarda reklam ya da sonuç vaadi diline izin veren profil yazma.

# 19 ai-proposal-writer

skills/ai-proposal-writer/SKILL.md · Danışmanlık & Satış

```
---
name: ai-proposal-writer
description: Marka sistemine (renk, font, logo, ton) uygun 10 bölümlük müşteri teklifi hazırlar;
paket ve fiyatları yalnız kullanıcının verdiği hizmet kataloğundan çeker, sonucu .docx olarak verir
(dosya üretimi mümkün değilse Word'e aktarılacak Markdown). Kullanıcı "şu müşteriye teklif hazırla",
"görüşme notumu teklife çevir", "kataloğumdan fiyatlı teklif çıkar", "Word teklif dosyası lazım"
dediğinde ya da yazılı bir fiyat teklifi göndermek istediğinde kullan.
---

# Teklif yazarı (ai-proposal-writer)

Görüşme notunu ve hizmet kataloğunu ver, markana uygun 10 bölümlük bir teklif belgesi al. Fiyatlar
senin kataloğundan gelir; Claude fiyat uydurmaz, tahmin etmez.

## Ne zaman kullanılır
- Bir ön görüşmeden sonra müşteriye yazılı teklif göndereceğinde.
- Aynı hizmeti farklı müşterilere farklı paketlerle sunuyorsan ve her teklifi sıfırdan yazmak
istemiyorsan.
- Kurumsal bir müşteri (şirket, okul, dernek) resmî görünümlü bir belge istediğinde.
- Kullanılmaz: elinde hizmet kataloğu ya da fiyat listesi yoksa ve "fiyatı sen belirle" diyorsan.
Claude fiyat önermez; önce katalog şablonunu doldurmana yardım eder.
- Kullanılmaz: sözleşme yerine. Teklif, hukuki sözleşme metni değildir; bağlayıcı metin için
avukatına danış.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Müşteri ve ihtiyaç notu (görüşme notu, e-posta, mesaj dökümü) | Evet | İste. En az şunlar lazım:
müşteri türü, ne istediği, ne zaman lazım. |
| Hizmet kataloğu (paket adı, içerik, fiyat, para birimi, KDV durumu) | Evet | Teklifi fiyatsız
yazma. 2. adımdaki katalog şablonunu ver, doldurmasını iste. |
| Marka sistemi (renk HEX kodları, font adı, logo dosyası, ton tarifi) | Hayır | Nötr tasarım: siyah
gövde metni, koyu lacivert başlık, Arial; logo yerine "[LOGO]" yer tutucu. Bunu teslimde belirt. |
| Referanslar, önceki işler | Hayır | "Neden biz" bölümünde yer tutucu bırak; referans uydurma. |
| Ödeme, iptal, revizyon koşulları | Hayır | Katalogda varsa al; yoksa "[koşul: senin doldurman
gerekiyor]" bırak. Örnek madde önerirsen "öneri" diye işaretle. |
| Teklif geçerlilik süresi | Hayır | 15 gün varsay, açıkça yaz. |

## İş akışı

### 1. Notu oku, ihtiyacı tek paragrafa indir
- Müşteri kim, sorunu ne, ne zaman lazım, kararı kim veriyor, bütçe sinyali var mı.
- Notta olmayan bilgiyi ekleme. Eksikleri "Sorular" listesine yaz (en fazla 5 soru, en önemlisi
başta).

### 2. Kataloğu kontrol et
- Katalog yoksa şu şablonu ver ve teklife geçme:

  | Paket | İçerik (madde madde) | Fiyat | Para birimi | KDV dahil mi | Geçerlilik tarihi |
  |---|---|---|---|---|---|

- Katalog varsa ihtiyaca uyan 1-3 paket seç. Üç paket sunacaksan sıra temel / önerilen / kapsamlı;
önerilen ortada ve işaretli.
- Fiyatı katalogdan birebir al. İndirim, özel fiyat, ek kalem yalnız kullanıcı yazdıysa.
```

```
- Toplamı hesapla ve hesabı göster: ara toplam, KDV, genel toplam. KDV oranını kullanıcı vermediyse oran yazma, "[KDV oranı]" bırak.
- Katalogda olmayan bir iş gerekiyorsa teklife fiyatlı koyma; "Katalog dışı kalem, fiyatı sen belirle" notu düş.
- Katalogun bir tarihi varsa ve 6 aydan eskiyse "fiyatlar güncel mi?" diye sor.

### 3. Marka sistemini uygula
- Başlıklar ana renkte, vurgu (tablo başlığı, önerilen paket) ikinci renkte. Gövde metni her zaman siyah ya da koyu gri; açık renk gövde metni kullanma.
- Font: belgeye marka fontunun adını yaz; bilgisayarda yüklü değilse Word yedek fonta düşer, bunu teslimde söyle.
- Logo dosyası verildiyse kapakta sol üstte, en fazla 4 cm genişlikte.
- Ton: markanın ton tarifine uy. Tarif yoksa kısa cümle, müşterinin kendi kelimeleri, "siz" hitabı.

### 4. 10 bölümü yaz (sıra sabit)
1. **Kapak**: müşteri adı, teklif başlığı, tarih, teklif no, geçerlilik, hazırlayan işletme.
2. **Özet**: en fazla 5 cümle; ihtiyaç, önerilen paket, genel toplam, süre.
3. **İhtiyaç anlayışı**: müşterinin anlattığı sorun, 3-5 madde. Not dışı varsayım yok.
4. **Önerilen çözüm**: ne yapılacak ve neden bu yol; 1 paragraf + maddeler.
5. **Kapsam ve teslimler**: dahil olanlar tablosu + dahil olmayanlar listesi (en az 3 madde).
6. **Takvim**: aşama, süre, tarih. Tarih bilinmiyorsa "onaydan sonraki X. hafta" yaz.
7. **Paketler ve fiyat**: katalog tablosu + hesap satırları + fiyat kaynağı satırı.
8. **Neden biz / referanslar**: yalnız kullanıcının verdiği gerçek bilgiler (yıl, iş sayısı, izinli müşteri yorumu).
9. **Koşullar**: ödeme planı, iptal, revizyon hakkı, geçerlilik süresi, kişisel verilerin nasıl işleneceğine dair kısa KVKK notu.
10. **Sonraki adım ve imza**: tek net adım (ör. "onaylıyorsanız imzalayıp gönderin, kapora ile takvim kesinleşir") + iki imza alanı (ad, unvan, tarih, imza).

### 5. Dosyayı üret
- Claude Code ya da kod yürütme açık bir ortamda: python-docx ile .docx üret. Heading 1/2 stilleri, tablolar, RGBColor ile marka renkleri, add_picture ile logo, altbilgide sayfa numarası.
- Claude.ai'de dosya oluşturma özelliği açıksa: Anthropic'in docx skill'ini kullan (yoksa python-docx).
- Dosya üretemiyorsan bunu açıkça söyle ve aynı içeriği Markdown ver. Word'e aktarma: Markdown'u Word'e yapıştır, başlıklara Başlık 1/2 stilini ver; Pandoc kuruluysa `pandoc teklif.md -o teklif.docx` komutu da iş görür.
- Dosya adı: `Teklif_[musteri]_[YYYY-AA-GG].docx`.

### 6. Kontrol et, teslim et
Kalite kontrol listesini uygula. Teslimde dosyanın yanında müşteriye gitmeyecek bir "Teslim notu" ver.

## Çıktı biçimi

```markdown
# [Teklif başlığı] / [Müşteri adı]
Teklif no: [..] · Tarih: [GG.AA.YYYY] · Geçerlilik: [15 gün] · Hazırlayan: [işletme adı]

## 1. Kapak
## 2. Özet
## 3. İhtiyaç anlayışı
## 4. Önerilen çözüm
## 5. Kapsam ve teslimler
| Teslim | Açıklama | Dahil |
|---|---|---|
Dahil olmayanlar: ...
## 6. Takvim
| Aşama | Süre | Tarih |
|---|---|---|
```
```

```
## 7. Paketler ve fiyat
| Paket | İçerik | Adet | Birim fiyat | Tutar |
|---|---|---|---|---|
| [katalogdan] | ... | 1 | [katalogdan] | ... |
Ara toplam: [..] · KDV ([oran]): [..] · Genel toplam: [..]
Fiyat kaynağı: [katalog dosyası ve tarihi]
## 8. Neden biz / referanslar
## 9. Koşullar
## 10. Sonraki adım ve imza
| Teklifi veren | Onaylayan |
|---|---|
| Ad, unvan, tarih, imza | Ad, unvan, tarih, imza |

---
## Teslim notu (müşteriye gitmez)
- Sorular: ...
- Senin doldurman gerekenler: ...
- Katalog dışı kalemler: ...
- Varsayımlar: [geçerlilik 15 gün, nötr tasarım vb.]
```

## Kalite kontrol

- [ ] Tam 10 bölüm var ve sıra yukarıdaki gibi.
- [ ] Her fiyat katalogda birebir var; hesap satırları doğru toplanıyor.
- [ ] KDV oranı yalnız kullanıcı verdiyse yazılı.
- [ ] "Dahil olmayanlar" listesi en az 3 madde.
- [ ] Referans bölümünde kullanıcının vermediği müşteri adı, sayı ya da yorum yok.
- [ ] Marka renkleri, font ve logo uygulandı ya da yer tutucu açıkça işaretli.
- [ ] "Garanti ediyoruz", "kesin sonuç" gibi bağlayıcı vaat yok.
- [ ] .docx üretildi ya da üretilemediği söylenip Markdown verildi.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Düğün organizasyonu

Kullanıcı: "Haziranda 180 kişilik kır düğünü için çiftle görüştüm, notlar bu. Kataloğumuz da ekte (Gümüş, Altın, Platin). Lacivert-altın renklerimizle Word teklif hazırla, logomuz ekte."
Claude:
1. Notu özetler: 180 kişi, haziran, kır mekânı, önceliği süsleme ve ışık. Bütçe sinyali yok, mekânın elektrik altyapısı belirsiz; ikisini "Sorular"a yazar.
2. Altın paketi önerilen olarak ortaya, Gümüş ve Platin'i yanlarına koyar; fiyatları katalogdan birebir alır. Katalogda "kişi başı ek masa" kalemi varsa 180 kişiye göre hesaplar, yoksa katalog dışı kalem olarak işaretler.
3. Takvimi düğün gününe geri sayımla kurar: 90 gün önce mekân keşfi, 30 gün önce prova, düğün günü kurulum saatleri.
4. Koşullara katalogdaki kapora ve iptal maddelerini alır; yağmur planı maddesi katalogda yoksa "öneri" diye işaretler.
5. python-docx ile lacivert başlık, altın vurgu ve kapakta logoyla `Teklif_[cift]_2026-10-10.docx` dosyasını üretir.

### Örnek 2: Spor salonu (kurumsal üyelik teklifi)

Kullanıcı: "85 çalışanlı bir yazılım firması çalışanları için kurumsal üyelik istiyor. Kurumsal fiyat listemiz: 10-49 kişi ..., 50-99 kişi ... Teklif hazırla."
Claude:
1. İhtiyacı yazar: çalışan sağlığı, mesai sonrası esnek saat, katılım takibi. Kaç çalışanın gerçekten katılacağı ve ücreti kimin ödeyeceği belirsiz; ikisini "Sorular"a koyar.
2. 50-99 kişi bandının fiyatını listeden alır; listede olmayan kademeli indirim önermez.
3. Kapsam: dahil (salon kullanımı, kullanıcının listelediği grup dersleri), dahil olmayan (özel ders, beslenme danışmanlığı, havlu-dolap hizmeti listede yoksa).
4. Koşullara KVKK notu ekler: firmaya çalışan bazında değil, anonim toplam katılım raporu verilir.
5. Ortamda kod yürütme yoksa bunu söyler, Markdown verir ve Word'e aktarma adımlarını yazar.

```
## Yapma
- Katalogda olmayan fiyatı yazma, "piyasa fiyatı" tahmini yapma.
- Referans, müşteri yorumu, memnuniyet oranı uydurma.
- Kullanıcı söylemediyse indirim ya da bedava ek hizmet vaat etme.
- Teklifi sözleşme gibi sunma; hukuki maddelerde "avukatına kontrol ettir" notunu koy.
- .docx üretemediğin halde "dosya hazır" deme.
```

# 20 ai-maturity-assessment

skills/ai-maturity-assessment/SKILL.md · Danışmanlık & Satış

```
---
name: ai-maturity-assessment
description: Şirket notlarını bu skill'in kendi yapay zekâ olgunluk endeksine göre puanlar - altı
boyut (strateji, veri, süreç, araç, ekip, güvenlik ve KVKK), her boyutta 1-5 rubrik, ağırlıklı
toplam endeks, rapor ve 30/60/90 günlük dönüşüm yol haritası. Kullanıcı "yapay zekâya ne kadar
hazırız", "şirketimizin YZ olgunluğunu ölç", "bu notlara göre YZ seviyemizi puanla", "YZ yol
haritası çıkar" dediğinde ya da bir müşteri için YZ hazırlık değerlendirmesi istediğinde kullan.
---

# YZ olgunluk değerlendirmesi (ai-maturity-assessment)

Şirket hakkındaki notları (görüşme notu, anket cevabı, kendi gözlemin) ver; altı boyutta puan, tek
bir endeks, kısa rapor ve 30/60/90 günlük yol haritası al.

**Önemli:** Buradaki endeks bu skill'in kendi ölçeğidir. Resmî bir standart, sertifika ya da sektör
karşılaştırması değildir. Raporda da böyle yazılır.

## Ne zaman kullanılır
- Bir işletmenin yapay zekâ araçlarını nereden başlayarak kullanacağını görmek istediğinde.
- Danışmanlık öncesi müşterinin hazırlık durumunu yapılandırılmış biçimde özetlemek istediğinde.
- Aynı işletmeyi 3-6 ay arayla yeniden ölçüp ilerlemeyi görmek istediğinde (aynı rubrikle).
- Kullanılmaz: başka işletmelerle sıralama ya da "sektörde kaçıncıyız" sorusu için. Bu endekste
karşılaştırma verisi yoktur.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Şirket notları (ne iş yapıyor, kaç kişi, hangi araçları kullanıyor, kayıtlar nerede) | Evet |
İste. 6 boyutun her biri için 1-2 soru içeren kısa soru listesini ver (aşağıda). |
| Şirketin hedefi (ör. satışı hızlandırmak, evrak yükünü azaltmak) | Hayır | Notlardan çıkar,
"çıkarım" diye işaretle; yoksa strateji boyutunu "bilinmiyor" yap. |
| Ağırlık tercihi | Hayır | Varsayılan ağırlıkları kullan (aşağıdaki tablo). |
| Önceki değerlendirme | Hayır | İlk ölçüm olarak işaretle. |

Notlar yetersizse sorulacak kısa liste:
1. Yılın hedefi ne, YZ bu hedefin neresine dokunuyor?
2. Müşteri, satış, stok kayıtları nerede tutuluyor (defter, Excel, program)?
3. En çok zaman alan tekrar eden 3 iş hangisi, adımları yazılı mı?
4. Şu an hangi dijital araçlar kullanılıyor, YZ aracı deneyen var mı?
5. Ekipte bu araçları kim kullanabiliyor, eğitim aldı mı?
6. Müşteri verisi YZ araçlarına giriliyor mu, bununla ilgili bir kural var mı?

## İş akışı

### 1. Notları boyutlara dağıt
Her not cümlesini bir boyutla eşleştir. Hiçbir boyuta girmeyen bilgiyi "ek gözlem" olarak tut.

### 2. Rubrikle puanla (1-5)
| Boyut (ağırlık) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| Strateji ve hedef (%20) | YZ gündemde yok | Merak var, hedef yok | 1-2 yazılı hedef var | Hedef +
sorumlu + bütçe | Hedefler düzenli gözden geçiriliyor |
| Veri ve kayıt düzeni (%20) | Kayıt kâğıtta ya da kişilerin aklında | Dağınık Excel/mesaj | Ana
kayıtlar tek yerde | Düzenli, temiz, erişim kurallı | Kayıtlar araçlara bağlı, güncel |
```

```
| Süreçler (%15) | Hiçbir iş yazılı değil | Birkaç iş kişiye bağlı yazılı | Tekrar eden işlerin çoğu yazılı | Yazılı + ölçülüyor | Ölçüme göre düzenli iyileştiriliyor |
| Araçlar (%15) | Dijital araç yok denecek kadar az | Temel araçlar, YZ yok | YZ aracı birkaç kişide deneme | YZ belirli işlerde düzenli | Araçlar birbirine bağlı çalışıyor |
| Ekip becerisi (%15) | Kimse kullanmıyor | 1 kişi kendi çabasıyla | Birkaç kişi düzenli | Ekip eğitim almış, rehber var | İç eğitim ve paylaşım rutini |
| Güvenlik, KVKK ve yönetişim (%15) | Kural yok, müşteri verisi serbestçe paylaşılıyor | Farkındalık var, yazılı kural yok | Yazılı basit kural (ne girilmez) | Kural + yetki + aydınlatma metni güncel | Düzenli kontrol, sorumlu kişi |

Kurallar:
- Her puanın yanına notlardan dayanak cümlesi yaz. Dayanak yoksa puan verme, **"bilinmiyor"** yaz. Tahminle puanlama yok.
- İki seviye arasında kalınca düşük olanı ver ve nedenini yaz.
- Kullanıcı bir boyutu kendisi puanladıysa kendi puanını ayrı sütunda göster, rubriğe göre farkı açıkla.

### 3. Endeksi hesapla
- Ağırlıklı ortalama: `O = Σ(puan × ağırlık) / Σ(bilinen boyutların ağırlığı)`.
- 0-100 ölçeğe çevir: `Endeks = (O - 1) / 4 × 100`, tam sayıya yuvarla.
- "Bilinmiyor" boyutlar hesaba girmez. 1-2 boyut bilinmiyorsa endeksi "geçici" diye işaretle. 3 ya da daha fazla boyut bilinmiyorsa endeks verme; önce eksik bilgiyi iste.
- Seviye bandı: 0-24 Başlangıç · 25-49 Deneme · 50-74 Düzenli · 75-89 Yerleşik · 90-100 Öncü.
- Hesabı raporda açık göster.

### 4. Raporu yaz
- Tek paragraf özet: endeks, band, en güçlü ve en zayıf boyut.
- Boyut tablosu: puan, dayanak, bir cümlelik yorum.
- "Önce bunu düzelt" kuralı: ağırlığı yüksek ve puanı en düşük iki boyut öncelikli. Güvenlik/KVKK puanı 1 ise, diğer puanlardan bağımsız olarak ilk sıraya alınır.

### 5. 30/60/90 günlük yol haritası
- 30 gün: en fazla 3 adım; ucuz, geri alınabilir işler (ör. "YZ'ye girilmeyecek veri listesi", "tek bir tekrar eden işi yazıya dökmek").
- 60 gün: 2-3 adım; bir pilot iş, ölçüm başlatma.
- 90 gün: 1-2 adım; pilotu genişlet ya da bırak kararı, yeniden ölçüm.
- Her adımda: sorumlu (rol), hangi boyutu yükseltir, başarı ölçütü, tahmini emek (saat). Araç adı önerirsen genel ve bilinen araç yaz, fiyat uydurma.

## Çıktı biçimi

```markdown
# YZ olgunluk raporu: [işletme tarifi]
Tarih: [GG.AA.YYYY] · Ölçüm: [ilk / tekrar] · Endeks: [..]/100 ([band]) [geçici ise "geçici"]
Not: Bu endeks bu değerlendirmenin kendi ölçeğidir, resmî standart değildir.

## Özet
[tek paragraf]

## Boyut puanları
| Boyut | Ağırlık | Puan | Dayanak (notlardan) | Yorum |
|---|---|---|---|---|
| Strateji ve hedef | %20 | [1-5 / bilinmiyor] | "..." | ... |

Hesap: O = [..] → Endeks = ([..] - 1) / 4 × 100 = [..]

## Önce bunu düzelt
1. [boyut] çünkü ...

## Yol haritası
```
```

```
| Dönem | Adım | Sorumlu | Yükselttiği boyut | Başarı ölçütü | Emek |
|---|---|---|---|---|---|
| 30 gün | ... | ... | ... | ... | ... |

## Eksik bilgi
- [bilinmiyor olan boyutlar ve sorulacak soru]
```

## Kalite kontrol
- [ ] Altı boyutun hepsi tabloda; her puanın dayanağı var ya da "bilinmiyor" yazıyor.
- [ ] Endeks formülü ve hesabı açık; 3+ bilinmeyen varsa endeks verilmedi.
- [ ] "Resmî standart değildir" notu raporda.
- [ ] Yol haritası 30/60/90 olarak üç dönemde, her adımda ölçüt var.
- [ ] Sektör ortalaması, rakip karşılaştırması ya da kaynaksız istatistik yok.
- [ ] Müşteri ya da çalışan adı rapora girmedi (roller kullanıldı).

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Oto galeri
Kullanıcı: "İkinci el araç galerisi, 6 kişi. Araç listesi Excel'de, müşteri talepleri WhatsApp'ta. Satış danışmanlarından biri ilan metinlerini bir YZ sohbet aracına yazdırıyor. Müşteri telefonlarını da oraya yapıştırdığı oluyor. Hedefleri ayda 5 araç daha fazla satmak."
Claude:
1. Puanlar: Strateji 2 (hedef var ama YZ ile bağı yok), Veri 2 (stok Excel'de, talepler mesajlarda dağınık), Süreç bilinmiyor (notta yazılı iş yok, soru sorar), Araç 3, Ekip 2, Güvenlik 1 (müşteri telefonu YZ aracına giriliyor).
2. Süreç bilinmediği için endeksi "geçici" işaretler ve hesabı beş boyutla yapar.
3. Güvenlik puanı 1 olduğu için ilk 30 günün ilk adımı "YZ araçlarına girilmeyecek veri listesi ve anonimleştirme alışkanlığı" olur.
4. 60 gün: talepleri tek tabloya toplayıp yanıt süresini ölçmek; 90 gün: ilan metni üretimini standart hâle getirip yeniden ölçüm.

### Örnek 2: Spor salonu
Kullanıcı: "Üyelik takibi bir salon programında, ders programı Instagram'dan duyuruluyor. Hocalar ders planını kendileri tutuyor. YZ ile ilgili hiçbir şey yapmıyoruz ama üye kaybını azaltmak istiyoruz."
Claude:
1. Strateji 2 (hedef var: üye kaybı), Veri 3 (üyelik kayıtları programda), Süreç 2, Araç 2, Ekip 1, Güvenlik bilinmiyor (sağlıkla ilgili üye notları tutuluyor mu sorusunu sorar).
2. Endeksi hesaplar, "geçici" işaretler, hesap satırını gösterir.
3. 30 gün: üyelik bitiş tarihlerinden "son 30 günde gelmeyenler" listesini çıkarma alışkanlığı; 60 gün: bu listeye kişisel ama genel bir geri dönüş mesajı pilotu; 90 gün: üye kaybını pilot öncesi/sonrası karşılaştırıp yeniden ölçüm.

## Yapma
- Bilgi yokken puan uydurma; "bilinmiyor" yaz.
- Endeksi resmî bir standart ya da sertifika gibi sunma.
- "Sektörde ilk %20'desiniz" gibi karşılaştırma yapma.
- Yol haritasına fiyatı bilinmeyen araç ya da kesin tasarruf rakamı koyma.
- Güvenlik/KVKK zayıfken hızlı otomasyonu ilk adım yapma.

# 21 ai-use-case-generator

skills/ai-use-case-generator/SKILL.md · Danışmanlık & Satış

```
---
name: ai-use-case-generator
description: Bir işletmenin sektörüne ve işlevlerine (satış, müşteri hizmetleri, pazarlama,
operasyon, finans, İK) göre yapay zekâ kullanım senaryoları çıkarır; her senaryo için ölçülecek
metriği ve nasıl ölçüleceğini yazar, etki ve kolaylık puanıyla öncelik sırasına dizer. Kullanıcı
"işimde yapay zekâyı nerede kullanabilirim", "sektörüme göre YZ kullanım alanları çıkar", "hangi işi
önce otomatikleştireyim", "YZ fikirlerini önceliklendir" dediğinde kullan.
---

# YZ kullanım senaryosu üretici (ai-use-case-generator)

Sektörünü ve günlük işlerini anlat; işlev işlev yapay zekâ kullanım senaryoları, her biri için
ölçülebilir bir metrik ve etki × kolaylık puanına göre sıralı bir liste al.

## Ne zaman kullanılır
- "YZ'yi işimde nerede kullanırım?" sorusuna dağınık değil, sıralı bir cevap istediğinde.
- Ekibinle hangi işe önce el atacağınıza karar vereceğinde.
- Müşterine (danışmansan) sektörüne özel bir senaryo listesi sunacağında.
- Kullanılmaz: belirli bir aracın kurulumu ya da entegrasyonu için. Bu skill ne yapılacağını ve
nasıl ölçüleceğini çıkarır, kurulum yapmaz.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Sektör ve işletme tarifi (ne satıyor, kaç kişi) | Evet | İste. |
| Tekrar eden işler ve şikâyetler ("en çok vaktimizi ... alıyor") | Evet | En çok zaman alan 5 işi
sor; cevap gelmezse sektörün tipik işlerinden başla ve "varsayım" diye işaretle. |
| Odak işlev(ler) | Hayır | Altı işlevin hepsine bak. |
| Mevcut sayılar (haftalık mesaj, randevu, saat, ciro payı) | Hayır | Etkiyi rakamla verme; ölçüm
yöntemini yaz, sayı gelince hesapla. |
| Kısıtlar (bütçe, veri hassasiyeti, reklam yasağı) | Hayır | Sektöre göre sor; sağlık ve hukukta
kısıtı varsayılan olarak sıkı tut. |

## İş akışı

### 1. İşletmenin gününü çıkar
Notlardan "kim, ne zaman, ne kadar sürede, hangi araçla" yaptığı işleri listele. Her işin yanına
hangi işleve ait olduğunu yaz: satış, müşteri hizmetleri, pazarlama, operasyon, finans, İK.

### 2. Senaryoları üret
- Her işlev için 1-3 senaryo; toplam 8-15. Odak işlev verildiyse o işlevde en fazla 6.
- Her senaryo şu kalıpta: **Sorun** (bugün ne oluyor) → **YZ ne yapar** (taslak yazar, özetler,
sınıflandırır, hatırlatır) → **İnsan ne yapar** (onaylar, gönderir, karar verir).
- Araç adı yazacaksan genel kategori ya da yaygın bilinen araç kullan (Claude, tablo programı,
takvim). Fiyat yazma.
- YZ'nin kendi başına müşteriye gönderdiği, karar verdiği senaryo yazma; her senaryoda insan onayı
adımı var.

### 3. Her senaryoya metrik ve ölçüm yöntemi koy
- Metrik tek ve sayılabilir olsun: "haftalık ortalama cevap süresi", "teklif hazırlama süresi
(dakika)", "ay içinde geri dönülen talep sayısı".
- Ölçüm yöntemi: nereden sayılacak, ne kadar süre, önce/sonra karşılaştırması. Ör. "2 hafta mevcut
hâli say, sonra 2 hafta YZ ile say, ortalamaları karşılaştır."
```

````
- **Etki rakamı uydurulmaz.** Kullanıcının sayısı varsa onunla hesapla ve hesabı göster ("haftada 40 mesaj × 4 dk = 160 dk; taslakla 2 dk'ya inerse 80 dk kazanç, **tahmin**"). Sayı yoksa "etki, ölçümden sonra belli olur" yaz.

### 4. Puanla ve sırala
| Puan | Etki (1-5) | Kolaylık (1-5) |
|---|---|---|
| 1 | Fark edilmez | Yazılım geliştirme ya da yeni sistem gerekir |
| 2 | Haftada 1 saatten az kazanç ya da küçük kalite artışı | Birkaç haftalık kurulum, dış destek |
| 3 | Haftada 1-3 saat ya da belirgin hata azalması | Bir hafta içinde, mevcut araçlarla |
| 4 | Haftada 3-6 saat ya da gelire doğrudan dokunur | Bir günde başlar, kısa alışma |
| 5 | Haftada 6 saatten fazla ya da ana darboğazı çözer | Bugün, bir şablonla başlar |

- **Öncelik = Etki × Kolaylık** (en fazla 25).
- 16-25: hemen başla · 9-15: sıradaki · 8 ve altı: beklet.
- Puanı kullanıcının verisine dayandırıyorsan "veri", sezgine dayandırıyorsan "tahmin" diye işaretle.
- Kişisel/hassas veri içeren senaryolarda kolaylık en fazla 3 (anonimleştirme ve kural gerektiği için).

### 5. Risk ve sınır notu
- Her senaryoya bir satır risk: yanlış bilgi, kişisel veri, marka sesi.
- Sağlık, hukuk, finans: YZ teşhis, hukuki görüş ya da yatırım önerisi üretmez; senaryolar idari işlere ve bilgilendirme içeriğine odaklanır.
- Sağlık sektöründe reklam senaryosu yazma; "bilgilendirme içeriği" dilinde kal.

## Çıktı biçimi

```markdown
# YZ kullanım senaryoları: [işletme tarifi]
Odak: [işlevler] · Veri durumu: [sayılar var / yok]

## Öncelik sırası
| # | Senaryo | İşlev | Metrik | Etki | Kolaylık | Öncelik | Dayanak |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ... | Müşteri hizmetleri | Haftalık ort. cevap süresi | 4 | 5 | 20 | veri |

## Senaryo kartları
### 1. [Senaryo adı]
- Sorun: ...
- YZ ne yapar: ...
- İnsan ne yapar: ...
- Metrik ve ölçüm: [ne, nereden, ne kadar süre, önce/sonra]
- Beklenen etki: [hesap, "tahmin" etiketiyle] ya da "ölçümden sonra"
- Risk: ...

## İlk hafta
- [16+ puanlı ilk senaryo için ölçümün başlangıç adımı]

## Notlar
- Varsayımlar: ...
- Senden istenen sayılar: ...
```


## Kalite kontrol
- [ ] Altı işleve bakıldı (ya da odak verildiyse odak işleve).
- [ ] Her senaryoda tek bir sayılabilir metrik ve ölçüm yöntemi var.
- [ ] Rakamlı etki ya kullanıcının verisinden hesaplandı ya "tahmin" etiketli.
- [ ] Öncelik = etki × kolaylık doğru hesaplanmış, sıralama buna göre.
- [ ] Her senaryoda insan onayı adımı var.
````

```
- [ ] Sağlık/hukuk/finans kısıtları ve KVKK notu uygulandı.
- [ ] Sektör istatistiği ya da kaynaksız yüzde yok.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Diş kliniği
Kullanıcı: "3 hekimli bir diş kliniğiyiz. Sekreter günde 60 civarı telefon ve mesaj alıyor, çoğu
randevu ve fiyat sorusu. Hasta verisini hiçbir buluta yüklemek istemiyoruz. Reklam da yapmıyoruz."
Claude:
1. Kısıtları başa yazar: hasta adı, telefon, tedavi bilgisi YZ aracına girilmez; senaryolar genel
metinler ve anonim veriyle kurulur; reklam senaryosu yok.
2. Senaryolar: sık sorulan sorulara (çalışma saatleri, randevu değişikliği, tedavi sonrası genel
bakım bilgisi) hazır cevap şablonları; randevu hatırlatma metinlerinin şablonu; bilgilendirme
içeriği taslakları (hekim onayıyla); personel için iç prosedür özetleri.
3. Metrik: "sekreterin tekrar eden sorulara harcadığı günlük süre", ölçüm 1 hafta çetele ile
önce/sonra. 60 mesaj sayısından hesaplar ve kazancı "tahmin" diye etiketler.
4. Şablon senaryosu Etki 4 × Kolaylık 5 = 20 ile ilk sıraya çıkar; tedavi bilgisi içeren her metin
için "hekim onayı" adımı yazar.

### Örnek 2: Butik otel
Kullanıcı: "14 odalı butik otel. Rezervasyon sorularına geç dönüyoruz, yorumlara cevap yazmaya vakit
yok, kahvaltı alımında israf var."
Claude:
1. Müşteri hizmetleri: rezervasyon sorularına çok dilli cevap taslağı (metrik: ilk cevap süresi,
saat). Pazarlama: misafir yorumlarına cevap taslağı (metrik: cevaplanan yorum oranı, aylık).
2. Operasyon: doluluk tablosundan haftalık kahvaltı alım listesi önerisi (metrik: atılan ürün
miktarı, kg/hafta, 4 hafta önce/sonra). Kullanıcı israf verisi vermediği için etkiyi "ölçümden
sonra" yazar.
3. Finans ve İK: tedarikçi faturalarının aylık özeti, sezonluk personel için oryantasyon metni.
4. Sıralama: yorum cevabı 4×5=20, rezervasyon taslağı 5×4=20, kahvaltı listesi 3×3=9. Eşit puanda
gelire doğrudan dokunanı (rezervasyon) öne alır ve nedenini yazar.

## Yapma
- "Yüzde 40 verim artışı" gibi kaynaksız etki rakamı yazma.
- İnsan onayı olmadan müşteriye giden otomasyon önerme.
- Hasta, danışan, müşteri kişisel verisini YZ aracına girmeyi gerektiren senaryoyu "kolay" diye
puanlama.
- Sağlık ve hukuk sektörüne reklam senaryosu yazma.
- Kurulum maliyeti bilinmeyen aracı fiyatıyla önerme.
```

# 22 danismanlik-onboarding

skills/danismanlik-onboarding/SKILL.md · Danışmanlık & Satış

```
---
name: danismanlik-onboarding
description: Yeni bir müşteri ya da danışan geldiğinde beş adımı sırayla yürütür - araştırma, ön
değerlendirme, teklif, ilk toplantı gündemi ve Notion sayfası (Notion bağlıysa sayfayı oluşturur,
değilse yapıştırılacak Markdown verir). Kullanıcı "yeni müşterim var, başlangıcı hazırla", "yeni
danışan için onboarding yap", "müşteri dosyası ve ilk toplantı gündemi çıkar", "bu müşteri için
Notion sayfası kur" dediğinde kullan.
---

# Danışmanlık başlangıcı (danismanlik-onboarding)

Yeni müşteri geldiğinde ilk haftanın evrakını tek seferde hazırla: araştırma notu, ön değerlendirme,
teklif, toplantı gündemi ve her şeyi toplayan bir Notion sayfası.

## Ne zaman kullanılır
- Yeni bir müşteriyle (şirket ya da kişi) ilk görüşmeden önce ya da hemen sonra.
- Her yeni müşteride aynı başlangıç düzenini kurmak istediğinde.
- Kullanılmaz: devam eden bir müşterinin dönemsel raporu için. Bu skill yalnız başlangıç içindir.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Müşteri tarifi (işletme adı ya da kişi için yalnız takma ad/kod, ne istediği) | Evet | İste. Kişi
danışanlarda gerçek ad yerine kod öner (ör. D-2026-07). |
| İlk temas notu (mesaj, form, telefon notu) | Evet | İste; yoksa ön değerlendirme "eksik bilgi" ile
başlar. |
| Hizmet kataloğu (paket, fiyat) | Teklif adımı için evet | Teklif adımını atla, katalog şablonu
ver. |
| Toplantı tarihi, süresi, yeri/biçimi | Hayır | 60 dakika, çevrim içi varsay; yazılı belirt. |
| Notion çalışma alanı (bağlı mı, hangi üst sayfa) | Hayır | Markdown ver. |

## İş akışı

### 1. Araştırma
- Şirket müşterisi ve ortamda web arama varsa: yalnız kamuya açık işletme bilgisi topla (resmî site,
Google İşletme Profili, şirketin kendi sosyal medya hesapları, kurumsal haberler). Her bilginin
yanına kaynak linki ve görülme tarihi.
- Web arama yoksa: bunu söyle ve kullanıcıdan şunları iste: ne iş yapıyor, kaç kişi, kaç yıllık,
hangi kanallarda var.
- Kişi danışanda (yaşam koçluğu, kariyer koçluğu, bireysel danışmanlık): araştırma yapma. Kişinin
özel hayatı, sosyal medyası araştırılmaz. Yalnız danışanın kendi verdiği bilgiyi kullan.
- Doğrulanamayan bilgiyi "doğrulanmadı" diye işaretle.

### 2. Ön değerlendirme
- Müşterinin isteğini tek cümleye indir: "[Müşteri] şunu istiyor: ..."
- Üç başlık: **Durum** (bugün ne var), **İhtiyaç** (ne değişmeli), **Belirsizlik** (bilmediklerimiz,
en fazla 5 madde).
- Uygunluk kontrolü: işin senin hizmet alanında olup olmadığı. Alan dışıysa (ör. koçlukta klinik bir
durum, mali müşavirlikte avukatlık gerektiren iş) "yönlendirme gerekir" notu düş.

### 3. Teklif
- Katalog varsa 1-3 paket seç, fiyatı katalogdan birebir al; fiyat uydurma.
- Kısa teklif (1 sayfa): ihtiyaç, önerilen paket, kapsam, dahil olmayanlar, fiyat, geçerlilik (15
gün varsayılan), sonraki adım.
```

- Tam teklif belgesi istenirse ai-proposal-writer skill'i kuruluysa ona geç; o 10 bölümlük .docx üretir.

### 4. İlk toplantı gündemi
Varsayılan 60 dakikalık akış (süreyi orantılı ölçekle):
| Dakika | Konu | Amaç |
|---|---|---|
| 0-5 | Tanışma, toplantının amacı | Beklentiyi netleştir |
| 5-20 | Müşterinin anlatımı | Durumu kendi cümleleriyle dinle |
| 20-35 | Belirsizlik soruları | 2. adımdaki listeyi kapat |
| 35-45 | Önerilen yol ve paket | Teklifi kısaca anlat |
| 45-55 | Gerekli belge/bilgi listesi | Kimden ne, hangi tarihte |
| 55-60 | Sonraki adım, tarih | Tek net karar ya da tarih |
- Toplantı öncesi müşteriden istenecek belge listesi ayrı yazılır.

### 5. Notion sayfası
- Notion bağlayıcısı bağlıysa: kullanıcının gösterdiği üst sayfanın altında `[Müşteri kodu] / Başlangıç` sayfası oluştur. Oluşturmadan önce sayfa başlığını ve yerini kullanıcıya göster, onay al.
- Bağlı değilse: aşağıdaki şablonu Markdown olarak ver; Notion'a yapıştırınca başlıklar ve tablolar korunur.
- Sayfa bölümleri: Özet · Araştırma notu · Ön değerlendirme · Teklif durumu · Toplantı gündemi · Belge listesi · Yapılacaklar (sorumlu, tarih) · Gizlilik notu.

### 6. Gizlilik
- Danışan kişisel verisini (sağlık, aile, maddi durum) Notion'a ya da başka bir araca yazmadan önce gerekliliğini sor. Gerekmeyen bilgi yazılmaz.
- Kişi danışanlarda sayfa başlığında gerçek ad yerine kod kullan.
- Mali bilgilerde (vergi no, banka) yalnız "belge alındı/bekleniyor" durumu yazılır, numara yazılmaz.

## Çıktı biçimi

```markdown
# Başlangıç dosyası: [müşteri kodu / işletme adı]
Tarih: [GG.AA.YYYY] · Hizmet: [..] · Durum: [teklif öncesi / teklif gönderildi]

## 1. Araştırma notu
| Bilgi | Kaynak | Tarih | Durum |
|---|---|---|---|
| ... | [link ya da "müşteri beyanı"] | ... | doğrulandı / doğrulanmadı |

## 2. Ön değerlendirme
- İstek: ...
- Durum: ...
- İhtiyaç: ...
- Belirsizlik: 1) ... 2) ...
- Uygunluk: [alanımızda / yönlendirme gerekir]

## 3. Teklif
[kısa teklif ya da "katalog bekleniyor"]

## 4. İlk toplantı gündemi
[tablo] · Toplantıdan önce istenecekler: ...

## 5. Notion
[oluşturuldu: sayfa adı / ya da yapıştırılacak Markdown]

## Yapılacaklar
- [ ] ... (sorumlu, tarih)
```

## Kalite kontrol
- [ ] Beş adımın hepsi var ya da atlanan adımın nedeni yazılı.
- [ ] Araştırmada yalnız kamuya açık işletme bilgisi; her satırda kaynak ve tarih.
- [ ] Kişi danışanda araştırma yapılmadı, gerçek ad yerine kod kullanıldı.
- [ ] Teklif fiyatları katalogdan; uydurma rakam yok.
- [ ] Gündemde süreler toplantı süresine eşit.
- [ ] Notion sayfası onay alınarak oluşturuldu ya da Markdown verildi.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Mali müşavir (yeni şirket müşterisi)
Kullanıcı: "Yeni kurulmuş, 4 kişilik bir yazılım şirketi muhasebesini bize devretmek istiyor. Önceki müşavirden ayrılmışlar. Başlangıç dosyasını hazırla, Notion bağlı."
Claude:
1. Web arama varsa şirketin sitesinden ve kurumsal duyurulardan faaliyet alanını, kuruluş yılını kaynaklı yazar; ticaret sicili bilgisi bulunamazsa "doğrulanmadı" der ve müşteriden belge ister.
2. Ön değerlendirme: istek "muhasebenin devri ve aylık beyannameler"; belirsizlikler: önceki dönem kayıtlarının durumu, teşvik başvurusu, çalışanların bordro düzeni.
3. Katalogdan "limited şirket aylık paket"i fiyatıyla yazar; devir işleminin katalogda fiyatı yoksa "katalog dışı" işaretler.
4. Gündemin 45-55. dakikasına devir belge listesini koyar (önceki defter kayıtları, e-imza/e-beyan erişimleri vb.; kullanıcının kendi listesiyle karşılaştırmasını ister).
5. Notion'da sayfa başlığını gösterir, onay alınca oluşturur; vergi numarası gibi bilgileri yazmaz, "alındı/bekleniyor" durumunu tutar.

### Örnek 2: Yaşam/kariyer koçu (yeni danışan)
Kullanıcı: "Kariyer değişikliği düşünen yeni bir danışanım var, form cevaplarını yapıştırıyorum. İlk seans 50 dakika. Notion yok."
Claude:
1. Araştırma adımını atlar ve nedenini yazar: kişi danışanda dış araştırma yapılmaz, formdaki bilgi yeterli.
2. Danışana kod verir (D-2026-07); formdaki sağlık ya da aile bilgisini dosyaya taşımaz, gerekip gerekmediğini kullanıcıya sorar.
3. Ön değerlendirmede koçluk alanını aşan bir işaret varsa (ör. yoğun kaygı anlatımı) "uzmana yönlendirme gerekebilir" notu düşer, teşhis koymaz.
4. 50 dakikalık gündemi orantılı ölçekler; teklifi katalogdaki "4 seanslık paket"ten yazar.
5. Notion'a yapıştırılacak Markdown sayfasını verir.

## Yapma
- Kişi danışanı internette araştırma, sosyal medyasına bakma.
- Kamuya açık olmayan bilgiyi "bulundu" diye yazma.
- Katalogda olmayan fiyatı teklife koyma.
- Onay almadan Notion'da sayfa oluşturma ya da değiştirme.
- Kimlik, vergi, banka numarası, sağlık bilgisi gibi verileri gereksiz yere dosyaya yazma.

# 23 musteri-kazanim-zinciri

skills/musteri-kazanim-zinciri/SKILL.md · Danışmanlık & Satış

```
---
name: musteri-kazanim-zinciri
description: Adaydan imzaya ve ilk teslime kadar müşteri kazanım zincirini yedi halkada inceler;
kullanıcının verdiği sayılarla halka halka geçiş oranını hesaplar, zincirin nerede tıkandığını
gösterir ve her halka için sıradaki hamleyi ve mesaj taslağını yazar. Sayı yoksa sayım yöntemini
öğretir. Kullanıcı "müşteri nerede kaçıyor", "çok soru geliyor ama satış yok", "satış hunimi analiz
et", "teklif veriyorum dönüş yok, sorun nerede" dediğinde kullan.
---

# Müşteri kazanım zinciri (musteri-kazanim-zinciri)

İlk temastan ilk teslime kadar yedi halka. Her halkada kaç kişinin bir sonrakine geçtiğini hesaplar,
en zayıf halkayı bulur ve oraya özel hamle ile mesaj taslağı verir.

## Ne zaman kullanılır
- Soru, mesaj ya da ziyaret geliyor ama satışa dönmüyorsa.
- Teklif verip cevap alamıyorsan ve sorunun nerede olduğunu bilmiyorsan.
- Pazarlamaya mı, satış görüşmesine mi, teklife mi emek vereceğine karar vereceğinde.
- Kullanılmaz: hiç talep gelmiyorsa (zincirin başı boş). O durumda sorun görünürlük ve tanıtımdadır;
bu skill yalnız ilk temas sayısını takip etmeyi önerir.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| İşletme tarifi ve satış biçimi | Evet | İste. |
| Halka sayıları (bir dönem için) | Hayır | Sayım yöntemini öğret (6. adım), tahmini sayıyla analiz
yapma. |
| Dönem (ör. son 30 gün) | Hayır | Son 30 gün varsay; sayıların aynı döneme ait olduğunu teyit et. |
| Halkalar arası bekleme süreleri | Hayır | Tıkanmayı yalnız geçiş oranıyla belirle, bunu yaz. |
| Bugün kullandığın mesajlar, teklif örneği | Hayır | Mesaj taslaklarını sıfırdan yaz. |

## İş akışı

### 1. Halkaları işletmeye uyarla
Sabit yedi halka:
1. **İlk temas**: mesaj, arama, form, ziyaret.
2. **İlgi / soru**: fiyat, uygunluk, detay sorusu soranlar.
3. **Görüşme / deneme**: yüz yüze görüşme, yer görme, deneme dersi, keşif.
4. **Teklif**: fiyatlı teklif alanlar.
5. **İtiraz**: teklife "pahalı", "düşüneyim", "eşime soracağım" gibi dönüş yapanlar ya da cevapsız
kalanlar.
6. **Karar / imza**: sözleşme, kapora, ilk ödeme.
7. **İlk teslim**: ilk hizmeti zamanında ve sorunsuz alanlar.
Her halkanın işletmedeki karşılığını bir cümleyle yaz (ör. pilateste "görüşme/deneme" = deneme
dersi).

### 2. Geçiş oranlarını hesapla
- `Geçiş oranı = sonraki halkaya geçen / bu halkaya gelen × 100`.
- İtiraz halkası için oran: itirazdan sonra karara geçen / itiraz eden. Teklif → itiraz geçişi
"itiraz eden ya da cevapsız kalan" oranıdır; bu oran yüksekse kötü demektir, ters okunur, tabloda
belirt.
- Uçtan uca oran: ilk teslim / ilk temas.
- Bir halkada 10'dan az kişi varsa oranı yaz ama "düşük örnek, yön gösterir, kesin değil" diye
işaretle.
- Sayılar mantıksızsa (sonraki halka öncekinden büyük) analiz etme, sayımı kullanıcıyla düzelt.
```

### 3. Tıkanmayı bul
- Tıkanma = itiraz halkası dışındaki en düşük geçiş oranı.
- En düşük iki oran arasındaki fark 5 puandan azsa ve bekleme süresi verildiyse, bekleme süresi uzun olanı tıkanma say.
- Bekleme süresi bir halkada 7 günü geçiyorsa oran iyi olsa da "yavaş halka" diye ayrıca işaretle.
- Tıkanmayı tek cümleyle yaz: "Müşteri en çok [X] ile [Y] arasında kayboluyor: 100 kişiden [n]'i geçiyor."

### 4. Hamle ve mesaj yaz
- Tıkanan halkaya 2 hamle, diğer halkalara 1'er hamle. Her hamle bu hafta yapılabilir, somut ve ölçülebilir olsun.
- Her hamleye bir mesaj taslağı: en fazla 60 kelime, tek soru ya da tek çağrı, işletmenin hitap diliyle.
- İtiraz halkasında en sık 3 itiraz için ayrı cevap taslağı (fiyat, zaman, başkasına danışma).
- Baskı dili yok: "son fırsat", "yalnız bugün" gibi gerçek olmayan aciliyet yazma.

### 5. Ölçüm planı
Hamleden sonra 2-4 hafta aynı sayımı tekrarla, tıkanan halkanın oranını önce/sonra karşılaştır.

### 6. Sayı yoksa: sayım yöntemi
- 2 hafta boyunca bir tabloya her yeni kişiyi tek satır olarak gir: tarih, kanal, ulaştığı en ileri halka, son temas tarihi, sonuç.
- Kişi adı yerine kısa kod ya da baş harf kullan.
- Kaynaklar: mesaj kutusu, arama kaydı, randevu defteri, teklif klasörü.
- İki hafta sonra sayıları getir; analiz o zaman yapılır.

## Çıktı biçimi

```markdown
# Müşteri kazanım zinciri: [işletme tarifi]
Dönem: [..] · Uçtan uca oran: [ilk teslim / ilk temas = %..]

## Halka tablosu
| # | Halka | Bu işletmede | Sayı | Sonrakine geçiş | Bekleme | Not |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | İlk temas | ... | .. | %.. | .. gün | |
| 5 | İtiraz | ... | .. | itirazdan karara %.. | | ters okunur |

## Tıkanma
[tek cümle] · Neden olabilir: [en fazla 3 olasılık, "olasılık" diye]

## Hamleler
| Halka | Hamle | Ölçüt | Mesaj taslağı |
|---|---|---|---|

## İtiraz cevapları
- Fiyat: "..."
- Zaman: "..."
- Danışma: "..."

## Ölçüm planı
[ne, ne zaman yeniden sayılacak]
```

## Kalite kontrol
- [ ] Yedi halkanın hepsi tabloda, işletmedeki karşılığı yazılı.
- [ ] Oranlar kullanıcının sayılarından, hesap doğru; tahmini sayı kullanılmadı.
- [ ] 10'dan az kişilik halkalar "düşük örnek" işaretli.
- [ ] Tıkanma tek cümleyle ve kurala göre seçildi.

```
- [ ] Her mesaj taslağı 60 kelimeyi geçmiyor, sahte aciliyet yok.
- [ ] Sayı yoksa analiz yerine sayım yöntemi verildi.
- [ ] Müşteri adları yerine kod kullanıldı.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Emlak ofisi
Kullanıcı: "Kiralık daire tarafı, son 30 gün: 120 arama/mesaj, 70'i detay sordu, 22'si daire gördü,
18'ine şartları ilettik, 9'u pazarlık etti ya da cevap vermedi, 6 sözleşme, 6'sı da sorunsuz
taşındı."
Claude:
1. Geçişleri hesaplar: temas → soru %58, soru → yer görme %31, yer görme → şartlar %82, şartlar →
sözleşme %33, itirazdan karara: 9 kişiden kaçının sözleşmeye döndüğünü sorar, uçtan uca %5.
2. Tıkanma: soru → yer görme (%31). "Detay soranların çoğu daireyi görmeye gelmiyor."
3. Hamleler: ilk cevapta fotoğraf + kira + aidat + depozito bilgisini tek mesajda vermek; ilk
cevapta iki somut gösterim saati önermek. Mesaj taslağı: "Daire için sorduğunuz bilgileri ekledim.
Perşembe 18:00 ya da cumartesi 11:00'de gösterebilirim, hangisi uyar?"
4. İtiraz cevapları: kira pazarlığı için ev sahibinin onay sürecini dürüstçe anlatan taslak.

### Örnek 2: Pilates stüdyosu
Kullanıcı: "Sayı tutmuyoruz ama Instagram'dan çok soru geliyor, deneme dersine gelen az."
Claude:
1. Tahmini sayıyla analiz yapmayacağını söyler.
2. 2 haftalık sayım tablosunu verir: tarih, kanal (Instagram DM, telefon, yürüyerek gelen), en ileri
halka (soru / deneme dersi / paket teklifi / kayıt / ilk 4 dersi tamamladı), son temas, sonuç; ad
yerine baş harf.
3. Beklerken yapılabilecek tek hamle önerir: fiyat soranlara fiyatla birlikte deneme dersi için iki
saat seçeneği sunan 40 kelimelik taslak.
4. "İki hafta sonra sayıları getir, halka tablosunu doldurup tıkanmayı bulalım" der.

## Yapma
- Sayı yokken oran uydurma ya da "sektörde dönüşüm şu kadardır" deme.
- Tıkanmayı sezgiyle seçme; kurala göre seç, gerekçesini yaz.
- Sahte aciliyet, baskı ya da yanıltıcı indirim içeren mesaj yazma.
- Müşteri adlarını, telefonlarını analize taşıma.
- Hamleleri "daha çok paylaşım yap" gibi ölçülemeyen tavsiyelere indirgeme.
```

# 24 pipeline-tracker

skills/pipeline-tracker/SKILL.md · Danışmanlık & Satış

```
---
name: pipeline-tracker
description: Açık fırsatları (talepler, teklifler, pazarlıklar) tek tabloda toplar; aşama, son temas
tarihi ve tutara göre hangi teklifin beklemede olduğunu, hangisinin soğuduğunu ve bugün kime
dönülmesi gerektiğini gösterir, takip mesajı taslaklarını yazar; kod yürütme varsa .xlsx ya da CSV
verir. Kullanıcı "açık tekliflerim ne durumda", "kime dönmem lazım", "bu listeyi takip tablosuna
çevir", "soğuyan müşterileri bul" dediğinde ya da liste, Excel, not dökümü yapıştırıp durum
sorduğunda kullan.
---

# Fırsat takip tablosu (pipeline-tracker)

Dağınık not, mesaj ve Excel satırlarını tek ekrana indirir: her fırsatın aşaması, ne kadar süredir
sessiz olduğu, tutarı ve bugün yapılacak tek hamle.

## Ne zaman kullanılır
- Aynı anda birden çok teklif ya da görüşme yürütüyorsan ve kimi unuttuğunu bilmiyorsan.
- Haftanın başında "bu hafta kime dönmeliyim?" sorusuna liste istiyorsan.
- Ay sonunda açık tutarın ne kadar olduğunu görmek istiyorsan.
- Kullanılmaz: kazanma olasılığı tahmini için. Bu skill olasılık uydurmaz; olasılığı kullanıcı
verirse ağırlıklı toplam hesaplar.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Fırsat listesi (CSV, Excel, yapıştırılan tablo ya da serbest not) | Evet | İste. Serbest notsa
önce tabloya çevir, kullanıcıya teyit ettir. |
| Bugünün tarihi | Evet | Her seferinde kullanıcıya sor ve teyit al; tarih hesabı buna göre. |
| Her fırsat için aşama, son temas tarihi, tutar | Evet (satır bazında) | Eksik hücreyi boş bırak,
"eksik" sütununda işaretle; tahminle doldurma. |
| Soğuma kuralı tercihi | Hayır | Varsayılan kuralı kullan (aşağıda), kullanıcı gün sayılarını
değiştirebilir. |
| Kazanma olasılığı (%) | Hayır | Ağırlıklı toplamı hesaplama, yalnız düz toplamı ver. |

## İş akışı

### 1. Listeyi temizle ve tabloya çevir
- Sütunlar: Kod · Müşteri (kısa ad ya da kod) · İş · Aşama · Son temas · Tutar · Para birimi ·
Sonraki adım · Not.
- Aşama sözlüğü (kullanıcınınkini buna eşle): Yeni talep · Görüşüldü · Teklif gönderildi · Pazarlık
· Sözlü onay · Kazanıldı · Kaybedildi.
- Tarihleri GG.AA.YYYY biçimine çevir. "Geçen salı" gibi göreli tarihleri bugünün tarihine göre
hesapla ve hesapladığını işaretle.
- Aynı müşteri iki kez geçiyorsa birleştirmeden önce sor.

### 2. Gün sayısını hesapla
- `Sessiz gün = bugün - son temas`.
- Kazanıldı ve Kaybedildi satırları açık listeden çıkar, özette sayıları verilir.

### 3. Soğuma kuralını uygula (skill kuralı, değiştirilebilir)
| Sessiz gün | Durum |
|---|---|
| 0-6 | Sıcak |
| 7-13 | Ilık |
| 14-29 | Soğuk |
```

```
| 30 ve üstü | Kapanış kararı (son mesaj ya da kaybedildi) |
- Ek kural: "Teklif gönderildi" aşamasında 3 gün ve üstü sessizse durum ne olursa olsun "Beklemede, takip zamanı" etiketi ekle.
- Ek kural: Sonraki adım tarihi geçmişse "Söz verilen tarih geçti" etiketi ekle.
- Kullanıcı gün sayılarını değiştirirse yeni kuralı tablonun üstüne yaz.

### 4. "Bugün kime dönülecek" listesi
- En fazla 10 satır. Sıra: önce "Söz verilen tarih geçti", sonra aşaması imzaya yakın olan (Sözlü onay > Pazarlık > Teklif gönderildi > Görüşüldü > Yeni talep), aynı aşamada tutarı yüksek olan, sonra sessiz günü fazla olan.
- Her satır için tek hamle: ara, mesaj at, revize teklif gönder, kapanış mesajı.

### 5. Takip mesajı taslakları
- Her "bugün" satırı için en fazla 50 kelimelik bir taslak.
- Kalıplar: Ilık → hatırlatma + tek soru. Beklemede → teklifle ilgili sorusu olup olmadığını sorma + tarih önerisi. Soğuk → kısa, baskısız "hâlâ gündeminizde mi?" sorusu. Kapanış → kapıyı açık bırakan son mesaj.
- Sahte aciliyet ("son gün", "fiyat yarın artıyor") yalnız gerçekse ve kullanıcı söylediyse.

### 6. Dosya üret
- Kod yürütme açıksa: openpyxl ile .xlsx üret. Sayfalar: "Açık fırsatlar" (durum sütunu renkli: sıcak yeşil, ılık sarı, soğuk turuncu, kapanış kırmızı), "Bugün", "Kapananlar". Sessiz gün sütununu formülle kur ki dosya ertesi gün de güncel kalsın: openpyxl'e formül İngilizce yazılır (`=TODAY()-F2`), Türkçe Excel bunu `BUGÜN()` olarak gösterir.
- Kod yürütme yoksa: Markdown tablo + aynı veriyi CSV metin bloğu olarak ver; Excel'e "Veri > Metinden/CSV'den" ile alınır.

## Çıktı biçimi

```markdown
# Fırsat durumu: [GG.AA.YYYY] (kullanıcı teyitli)
Açık fırsat: [n] · Açık toplam: [tutar] · Bu dönem kazanılan: [n] · Kaybedilen: [n]
Soğuma kuralı: 0-6 sıcak · 7-13 ılık · 14-29 soğuk · 30+ kapanış kararı

## Açık fırsatlar
| Kod | Müşteri | İş | Aşama | Son temas | Sessiz gün | Durum | Etiket | Tutar |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

## Bugün kime dönülecek
| Sıra | Kod | Neden | Hamle | Mesaj taslağı |
|---|---|---|---|---|

## Aşama özeti
| Aşama | Adet | Toplam tutar |
|---|---|---|

## Eksik bilgiler
- [kod]: son temas tarihi yok ...
```

## Kalite kontrol
- [ ] Bugünün tarihi kullanıcıdan teyit edildi.
- [ ] Her satırda sessiz gün doğru hesaplanmış, durum kurala uygun.
- [ ] Eksik hücreler tahminle doldurulmadı, "eksik" listesinde.
- [ ] "Bugün" listesi en fazla 10 satır ve sıralama kurala uygun.
- [ ] Mesaj taslakları 50 kelimeyi geçmiyor, sahte aciliyet yok.
- [ ] Kazanma olasılığı uydurulmadı.
- [ ] Dosya üretildiyse formüller çalışıyor; üretilemediyse CSV bloğu verildi.

## Örnek kullanım
```

### Örnek 1: Fotoğrafçı
Kullanıcı: "Notlarım: Nişan çekimi A.K., teklif 2 Ekim'de gitti, 18 bin. Ürün çekimi kafe, 25 Eylül'de görüştük, teklif bekliyorlar. Düğün M.T., teklif 12 Eylül'de gitti, o günden beri ses yok, 45 bin. Mezuniyet toplu çekim, okul sözlü onay verdi 8 Ekim, 30 bin."
Claude:
1. Önce "Bugün 10 Ekim 2026 mı?" diye sorar, teyit alınca tabloyu kurar.
2. Nişan: teklif gönderildi, 8 gün sessiz → ılık + "Beklemede, takip zamanı". Kafe: görüşüldü, 15 gün, teklifi kullanıcı göndermemiş → soğuk + "teklif borcu bizde" notu. Düğün: teklif gönderildi, 28 gün → soğuk + "Beklemede", 2 gün sonra kapanış kararı. Mezuniyet: sözlü onay, 2 gün → sıcak.
3. Bugün sırası kurala göre: mezuniyet (sözlü onay; sözleşme ve kapora mesajı), düğün (teklif aşaması, tutarı yüksek; baskısız son kontrol), nişan (teklif aşaması; takip), kafe (görüşüldü; teklifi bugün gönder). Kafe teklifinin tutarı listede yok; tutarı uydurmaz, "eksik" yazar.
4. Kod yürütme açıksa openpyxl ile renkli .xlsx verir.

### Örnek 2: Düğün organizasyonu
Kullanıcı: "Excel'imizi yapıştırıyorum, 23 satır. Kazanma olasılıklarını da sütuna yazdık. Soğuma için 10 ve 20 gün kullanalım, sezon dışındayız."
Claude:
1. Bugünün tarihini teyit eder; kuralı 0-9 sıcak, 10-19 ılık, 20-29 soğuk, 30+ kapanış olarak günceller ve tablonun üstüne yazar.
2. 23 satırdan 4'ünde son temas tarihi yok; onları "eksik" listesine alır, durum vermez.
3. Kullanıcı olasılık verdiği için ağırlıklı açık toplamı (tutar × olasılık) da hesaplar, düz toplamın yanında gösterir.
4. "Bugün" listesini 10 satırla sınırlar, kalanları "bu hafta" başlığında toplar; her biri için 50 kelimelik takip mesajı yazar.

## Yapma
- Bugünün tarihini sormadan gün hesabı yapma.
- Eksik tarihi, tutarı ya da aşamayı tahminle doldurma.
- Kullanıcı vermeden kazanma olasılığı yazma.
- Müşterinin telefon, adres gibi bilgilerini tabloya taşıma; kısa ad ya da kod yeter.
- Baskı ve sahte aciliyet içeren takip mesajı yazma.

# 25 lead-research-assistant

skills/lead-research-assistant/SKILL.md · Danışmanlık & Satış

```
---
name: lead-research-assistant
description: Satış ya da iş görüşmesinden önce karşı şirket için tek sayfalık dosya hazırlar -
şirket kim, ne yapıyor, belirli bir tarih aralığındaki son hareketleri ve görüşmede açılacak üç
konu. Yalnız kamuya açık işletme bilgisini kullanır; web arama varsa kaynak linkli ve tarihli, yoksa
kullanıcının verdiği bilgiyle çalışır. Kullanıcı "yarın şu firmayla görüşüyorum, dosya hazırla", "bu
şirketi araştır", "görüşme öncesi ne konuşayım", "bu firma hakkında brif çıkar" dediğinde kullan.
---

# Görüşme öncesi şirket dosyası (lead-research-assistant)

Görüşmeye girmeden önce karşındaki şirketi bir sayfada tanı: kim olduğu, ne yaptığı, yakın zamanda
ne yaptığı ve senin hizmetinle bağ kurabileceğin üç konu.

## Ne zaman kullanılır
- Kurumsal bir müşteriyle ilk satış görüşmesinden önce.
- Bir şirkete teklif ya da iş birliği önerisi göndermeden önce.
- Gelen bir talebin ciddi ve uygun olup olmadığını anlamak istediğinde.
- Kullanılmaz: bir kişiyi araştırmak için. Bu skill şirketi araştırır; kişilerin özel hayatı, aile
bilgisi, kişisel sosyal medya hesapları, adresleri toplanmaz.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Şirket adı ve (varsa) web sitesi | Evet | İste. Aynı adlı birden çok şirket çıkarsa şehir/sektörle
netleştir. |
| Senin ne sattığın / görüşmenin amacı | Evet | İste; "konuşulacak üç konu" buna bağlı. |
| Bugünün tarihi | Evet | Kullanıcıya teyit ettir; "son hareketler" aralığı buna göre. |
| Son hareketler için tarih aralığı | Hayır | Son 12 ay varsay, raporun başına yaz. |
| Görüşeceğin kişinin rolü | Hayır | Rol yerine "karar verici bilinmiyor" yaz. Kişiyi araştırma. |
| Kullanıcının elindeki bilgi (mail, broşür, not) | Hayır | Web arama yoksa tek kaynak budur; yoksa
dosya kısa kalır, bunu söyle. |

## İş akışı

### 1. Kaynak durumunu belirle
- Ortamda web arama varsa: araştırmayı yap, her bilgiye kaynak linki ve kaynağın tarihini (yayın
tarihi; yoksa "görülme: GG.AA.YYYY") ekle.
- Web arama yoksa: bunu açıkça söyle, kullanıcının verdiği bilgiyle çalış, her satıra "kaynak:
kullanıcı" yaz. Kullanıcıya 5 dakikada bakabileceği yerleri listele: şirketin sitesi (hakkımızda,
haberler), Google İşletme Profili, şirketin LinkedIn sayfası, şirketin Instagram hesabı, sektör
haberleri.

### 2. Kim ve ne yapıyor
- Faaliyet alanı, ürün/hizmetler, hedef müşteri, şehir/şube, kuruluş yılı, yaklaşık büyüklük (yalnız
şirketin kendi beyanı ya da güvenilir kaynak varsa).
- Kurumsal yetkililer için yalnız şirketin kendi sitesinde ya da kurumsal duyurusunda geçen ad ve
unvan; başka kişisel bilgi yok.

### 3. Son hareketler (tarih aralığıyla)
- Raporun başına aralığı yaz: "[GG.AA.YYYY] - [GG.AA.YYYY]".
- Bak: yeni şube/ürün/hizmet, ihale ya da büyük proje, ödül, işe alım ilanlarının yoğunluğu (hangi
pozisyonlar), basın haberi, şirket sitesindeki duyurular.
- Her hareket: tarih, ne oldu (1 cümle), kaynak, durum.
- Aralık dışında kalan ama önemli bilgi "aralık dışı" diye ayrı satırda.
```

```
- Hiç hareket bulunmazsa "bu aralıkta kamuya açık hareket bulunamadı" yaz; boşluğu doldurmak için
yorum ekleme.

### 4. Doğrulama etiketi
- **Doğrulandı**: şirketin kendi kaynağı ya da en az iki bağımsız kaynak.
- **Tek kaynak**: bir kaynakta geçiyor.
- **Doğrulanmadı**: kaynak belirsiz, eski ya da çelişkili; görüşmede kesin bilgi gibi kullanılmaz.

### 5. Konuşulacak üç konu
- Tam olarak 3 konu. Her biri bir bulguya dayanır ve senin hizmetinle bağ kurar.
- Kalıp: **Gözlem** (kaynaklı) → **Soru** (açık uçlu, görüşmede sorulacak) → **Bağ** (senin hizmetin
nereye dokunabilir).
- "Doğrulanmadı" etiketli bilgiye konu kurma; kurarsan soru biçiminde ve teyit isteyerek.
- Şirketi eleştiren ya da kişisel bilgiye dayanan konu yok.

### 6. Görüşme notu
- Kaçınılacak 1-2 konu (ör. yakın zamandaki olumsuz bir haber varsa nasıl yaklaşılmalı).
- Görüşme sonunda öğrenilmesi gereken 2 bilgi (karar süreci, zaman çizelgesi).

## Çıktı biçimi

```markdown
# Şirket dosyası: [şirket adı]
Hazırlanma: [GG.AA.YYYY] · Son hareketler aralığı: [..] - [..] · Kaynak durumu: [web arama /
kullanıcı bilgisi]
Görüşme amacı: [..]

## Kim, ne yapıyor
| Bilgi | Değer | Kaynak | Tarih | Etiket |
|---|---|---|---|---|

## Son hareketler
| Tarih | Ne oldu | Kaynak | Etiket |
|---|---|---|---|
Aralık dışı önemli bilgi: ...

## Konuşulacak üç konu
1. Gözlem: ... → Soru: "..." → Bağ: ...
2. ...
3. ...

## Görüşme notu
- Kaçın: ...
- Öğren: ...

## Kontrol etmen gerekenler
- [doğrulanmamış bilgiler]
```


## Kalite kontrol
- [ ] Tarih aralığı raporun başında yazılı.
- [ ] Her bilgide kaynak ve tarih var; web arama yoksa "kaynak: kullanıcı".
- [ ] Doğrulanmamış bilgiler etiketli, konu dayanağı yapılmadı.
- [ ] Tam olarak 3 konu var, her biri bir bulguya ve görüşme amacına bağlı.
- [ ] Kişisel veri yok: özel hayat, aile, kişisel hesap, adres, telefon.
- [ ] Bulunamayan bilgi uydurulmadı; "bulunamadı" yazıldı.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Kurs/eğitmen (kurumsal eğitim satışı)
```

Kullanıcı: "Excel ve veri raporlama eğitimi veriyorum. Perşembe, 200 kişilik bir lojistik firmasının İK müdürüyle görüşeceğim. Dosya hazırla."
Claude:
1. Bugünün tarihini teyit eder, aralığı son 12 ay olarak yazar.
2. Web arama varsa şirketin sitesinden hizmet alanlarını, haberler sayfasından yeni depo açılışını, kariyer sayfasından açık "veri analisti" ve "operasyon planlama" ilanlarını kaynak ve tarihle alır.
3. İK müdürünün adını ve unvanını yalnız şirket sitesinde geçtiği kadar yazar; kişisel hesaplarına bakmaz.
4. Üç konu: yeni depo ile artan raporlama yükü, açık veri pozisyonları (mevcut ekibi eğitmek ile dışarıdan almak arasındaki seçim sorusu), şirketin kendi duyurusundaki dijitalleşme hedefi.
5. Öğrenilecekler: eğitim bütçesinin kimde olduğu, kaç kişilik grup düşünüldüğü.

### Örnek 2: Emlak ofisi (kurumsal kiracı firma)
Kullanıcı: "Bir yazılım firması İstanbul'da 40 kişilik ofis arıyor, yarın görüşüyoruz. Web arama yok galiba, elimde yalnız mailleri var."
Claude:
1. Web arama olmadığını söyler; maildeki bilgileri "kaynak: kullanıcı" etiketiyle tabloya koyar.
2. Kullanıcıya 5 dakikalık kontrol listesi verir: şirket sitesindeki ofis adresleri, LinkedIn şirket sayfasındaki çalışan sayısı aralığı, son duyurular.
3. Son hareketler için "bu bilgiyle belirlenemedi" yazar, uydurmaz.
4. Üç konu: maildeki "hibrit çalışma" ifadesine dayalı masa sayısı sorusu, taşınma tarihi, ulaşım önceliği (çalışanların hangi semtlerden geldiği sorusu, kişi bilgisi istemeden).

## Yapma
- Görüşülecek kişinin özel hayatını, aile bilgisini, kişisel sosyal medyasını araştırma.
- Kaynaksız ya da tarihsiz bilgiyi kesin bilgi gibi yazma.
- Ciro, çalışan sayısı gibi rakamları tahmin etme.
- Boş kalan "son hareketler" bölümünü yorumla doldurma.
- Dört ya da iki konu verme; tam üç.

# 26 rakip-haritasi

skills/rakip-haritasi/SKILL.md · Danışmanlık & Satış

```
---
name: rakip-haritasi
description: Bir işletmenin rakiplerini belirler ve son 90 günü beş kategoride tarar - lansman,
fiyat, yatırım, ortaklık, yönetim değişimi; her bulguyu tarih ve kaynak linkiyle tabloya koyar, 90
günden eskileri ayrı işaretler, bulunamayanı "bulunamadı" yazar. Web arama varsa kendisi tarar,
yoksa kullanıcının rakip listesi ve gözlemleriyle çalışır. Kullanıcı "rakiplerim ne yapıyor", "rakip
analizi çıkar", "son 3 ayda rakiplerde ne değişti", "müşterim için rakip haritası hazırla" dediğinde
kullan.
---

# Rakip haritası (rakip-haritasi)

Rakipleri bul, son 90 günde ne yaptıklarını beş başlıkta tara ve tek tabloda gör. Her satır tarihli
ve kaynaklı; bulunamayan bilgi boş bırakılmaz, "bulunamadı" yazılır.

## Ne zaman kullanılır
- Fiyat güncellemesi, yeni hizmet ya da kampanya kararından önce.
- Bir müşterine (danışmansan) dönemsel rakip özeti sunacağında.
- Bölgende yeni bir işletme açıldığını duyup ne yaptığını görmek istediğinde.
- Kullanılmaz: rakibin çalışanlarını, sahibini ya da kişisel hesaplarını izlemek için. Bu skill
işletmelerin kamuya açık hareketlerine bakar.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Senin işletmen (sektör, şehir/semt, hizmetler, fiyat aralığı) | Evet | İste. |
| Bugünün tarihi | Evet | Kullanıcıya teyit ettir; 90 günlük pencere buna göre hesaplanır. |
| Rakip listesi | Hayır | Web arama varsa 3-7 rakip öner, onay al. Yoksa kullanıcıdan iste. |
| Kullanıcının gözlemleri (menü fotoğrafı, broşür, duyduğu haber) | Hayır | Web arama yoksa tek
kaynak budur. |
| Odak kategori | Hayır | Beş kategorinin hepsine bak. |

## İş akışı

### 1. Pencereyi hesapla
- `Başlangıç = bugün - 90 gün`. Raporun başına "[başlangıç] - [bugün]" olarak yaz.
- Bu aralık dışındaki her bulgu "90 gün dışı" etiketi alır ve ayrı tabloya gider.

### 2. Rakipleri belirle
- Web arama varsa: Google Arama ve Google İşletme Profili sonuçlarında aynı semt/şehirde, aynı
hizmeti veren, benzer fiyat aralığındaki işletmeler; e-ticarette aynı ürün grubunu satan mağazalar.
- Rakipleri üç gruba ayır: **Doğrudan** (aynı hizmet, aynı bölge), **Dolaylı** (farklı biçimde aynı
ihtiyaç), **Örnek alınan** (bölge dışı ama yakından takip edilen).
- Listeyi kullanıcıya gösterip onay almadan taramaya geçme. En fazla 7 rakip.
- Web arama yoksa: bunu söyle, kullanıcının listesini kullan.

### 3. Beş kategoride tara
| Kategori | Ne aranır |
|---|---|
| Lansman | Yeni hizmet, ürün, şube, menü, koleksiyon, kampanya, site/uygulama |
| Fiyat | Fiyat değişikliği, yeni paket, indirim, üyelik/abonelik, kargo eşiği |
| Yatırım | Yatırım alma, büyük tadilat, yeni ekipman, yeni depo; kamuya açıklananlar |
| Ortaklık | Marka iş birliği, influencer ya da kurum ortaklığı, pazaryeri girişi, tedarikçi
duyurusu |
| Yönetim değişimi | Sahip/yönetici değişimi, devir, franchise'a geçiş; kurumsal duyuru düzeyinde |
```

- Kaynaklar (web arama varsa): işletmenin sitesi, Google İşletme Profili (güncellemeler, fotoğraf tarihleri, yorumlardaki fiyat bahisleri), işletmenin kendi Instagram ve LinkedIn hesapları, yerel/sektörel haberler.
- Küçük işletmelerde yatırım ve yönetim değişimi haberi çoğu zaman yoktur. Bulamazsan "bulunamadı" yaz; tahmin, söylenti ya da "muhtemelen" ile doldurma.

### 4. Her bulguyu kaydet
- Satır: rakip, kategori, tarih (GG.AA.YYYY; yalnız ay biliniyorsa AA.YYYY ve "yaklaşık"), ne oldu (1 cümle), kaynak linki, etiket.
- Etiket: **Doğrulandı** (işletmenin kendi kaynağı) · **Tek kaynak** · **Kullanıcı gözlemi** · **Doğrulanmadı**.
- Tarihi bulunamayan bulgu ana tabloya girmez; "tarihsiz" listesine gider.

### 5. Ne anlama geliyor
- Her rakip için 1 cümle: son 90 günde neye yöneldiği.
- Senin için 3 çıkarım: fırsat, risk, izlenecek şey. Her çıkarım en az bir bulguya dayanır ve bulgu numarası yazılır.
- Rakibi kötüleyen, karalayan içerik önerme.

### 6. Takip
- Aynı raporu 90 gün sonra tekrarlamak için rakip listesini ve kaynak linklerini rapor sonunda sakla.

## Çıktı biçimi

```markdown
# Rakip haritası: [işletme tarifi]
Pencere: [GG.AA.YYYY] - [GG.AA.YYYY] (son 90 gün) · Kaynak durumu: [web arama / kullanıcı bilgisi]

## Rakipler
| # | Rakip | Grup | Neden rakip |
|---|---|---|---|

## Beş kategori tablosu
| Rakip | Lansman | Fiyat | Yatırım | Ortaklık | Yönetim değişimi |
|---|---|---|---|---|---|
| [A] | B1, B3 | B2 | bulunamadı | bulunamadı | bulunamadı |

## Bulgular
| No | Rakip | Kategori | Tarih | Ne oldu | Kaynak | Etiket |
|---|---|---|---|---|---|---|
| B1 | ... | Lansman | ... | ... | [link] | Doğrulandı |

## 90 gün dışı / tarihsiz
| Rakip | Bilgi | Tarih | Kaynak |
|---|---|---|---|

## Ne anlama geliyor
- Fırsat: ... (B..)
- Risk: ... (B..)
- İzle: ... (B..)
```

## Kalite kontrol
- [ ] Bugünün tarihi teyit edildi, 90 günlük pencere doğru hesaplandı ve yazılı.
- [ ] Her bulguda tarih ve kaynak linki (ya da "kullanıcı gözlemi") var.
- [ ] 90 günden eski bulgular ana tabloda değil, ayrı bölümde.
- [ ] Beş kategorinin hepsi her rakip için dolu: bulgu numarası ya da "bulunamadı".
- [ ] Çıkarımların her biri bir bulgu numarasına dayanıyor.
- [ ] Kişisel veri yok: çalışan adı, kişisel hesap, özel hayat.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Kuaför-güzellik salonu
Kullanıcı: "Ataşehir'de kadın kuaförüyüz, saç boyama ve bakım ağırlıklı. Çevredeki rakipler son 3 ayda ne yaptı?"
Claude:
1. Bugünün tarihini teyit eder, pencereyi 12.07.2026 - 10.10.2026 olarak yazar.
2. Web arama varsa Google İşletme Profili sonuçlarından aynı semtte 5 salon önerir (3 doğrudan, 1 dolaylı: evde hizmet, 1 örnek alınan); onay alır.
3. Bulgular: bir salonun Instagram'ında ağustos tarihli yeni keratin paketi (Lansman), birinin İşletme Profili'nde eylül tarihli güncel fiyat listesi fotoğrafı (Fiyat), bir salonun bir kozmetik markasıyla eylül iş birliği duyurusu (Ortaklık). Yatırım ve yönetim değişimi için "bulunamadı".
4. Mayıs tarihli bir şube açılışını "90 gün dışı" bölümüne koyar.
5. Çıkarım: "Bakım paketlerinde rakipler fiyat listesi yayınlıyor; senin fiyatın görünmüyor (B2)."

### Örnek 2: Butik mağaza / e-ticaret
Kullanıcı: "El yapımı seramik satan küçük bir online mağazayız. Rakiplerim bunlar: [3 mağaza]. Web arama yok, gözlemlerimi yazıyorum: biri kargo bedava eşiğini düşürdü, biri pazaryerine girdi galiba."
Claude:
1. Web arama olmadığını söyler; kullanıcının 3 rakibini kullanır.
2. "Kargo eşiği düştü" bulgusunu Fiyat kategorisine "Kullanıcı gözlemi" etiketiyle koyar, tarihini sorar; tarih yoksa "tarihsiz" listesine alır.
3. "Pazaryerine girdi galiba" bulgusunu "Doğrulanmadı" etiketiyle yazar ve nasıl doğrulanacağını söyler (pazaryerinde mağaza adıyla arama, mağaza açılış tarihi).
4. Yatırım ve yönetim değişimi sütunlarını "bulunamadı" ile doldurur, uydurmaz.

## Yapma
- Bulunamayan yatırım, ortaklık ya da yönetim haberini tahminle doldurma.
- Tarihsiz ya da kaynaksız bilgiyi ana tabloya koyma.
- Rakip işletme sahibinin, çalışanlarının kişisel hesaplarını, özel hayatını araştırma.
- Rakibi karalayan, yanıltıcı karşılaştırma içeren içerik önerme.
- 90 günden eski bilgiyi yeniymiş gibi sunma.

# 27 ikinci-akil

skills/ikinci-akil/SKILL.md · Danışmanlık & Satış

```
---
name: ikinci-akil
description: Karar sıkışmasında ikinci akıl olur - önce kararı tek cümleye indirir, altındaki 3-5
gizli varsayımı yazıp her birini nasıl test edeceğini gösterir, sonra üç seviyede seçenek koyar
(düşük risk, orta, cesur); her seçenek için maliyet, geri dönülebilirlik, ilk adım ve vazgeçme
ölçütü verir. Kararı kullanıcıya bırakır. Kullanıcı "karar veremiyorum", "şunu yapsam mı", "ikinci
bir göz lazım", "bu kararı benimle tartış", "iki seçenek arasında kaldım" dediğinde kullan.
---

# İkinci akıl (ikinci-akil)

Kafandaki kararı masaya koy. Önce kararın dayandığı varsayımları sorgular, sonra küçük adımdan cesur
hamleye üç seçenek çıkarır. Karar senindir; bu skill tavsiye vermez, düşünmeyi düzenler.

## Ne zaman kullanılır
- Haftalardır aynı kararın etrafında dönüyorsan (şube, taşınma, fiyat, ortaklık, yeni hizmet).
- Seçenekler "ya hep ya hiç" gibi görünüyorsa ve arada bir yol arıyorsan.
- Bir karara heyecanla kilitlendiğini fark edip soğuk bir bakış istiyorsan.
- Kullanılmaz: acil güvenlik, sağlık ya da hukuki sorunlarda. Orada önce uzmana git. Bu skill
finansal, hukuki ya da tıbbi tavsiye vermez.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Karar ve bağlamı (ne, neden şimdi) | Evet | İste; 3-4 cümle yeter. |
| Elindeki sayılar (bütçe, gelir, maliyet, süre) | Hayır | Maliyetleri rakamsız, "düşük/orta/yüksek"
ve neye bağlı olduğuyla yaz; rakam uydurma. |
| Son tarih (karar ne zamana kadar verilmeli) | Hayır | Sor; yoksa "son tarih yok" diye not et. |
| Kırmızı çizgiler (kaybetmeye razı olmadıkların) | Hayır | Sor; cevap yoksa varsayım listesine
ekle. |
| Kime danıştın, ne dediler | Hayır | Atla. |

## İş akışı

### 1. Kararı tek cümleye indir
- Kalıp: "[Ne zaman]'a kadar [X] yapıp yapmamaya karar vermem gerekiyor, çünkü [neden]."
- Cümleyi kullanıcıya göster, onay al. Gerçek karar başka çıkarsa (ör. "şube mi açayım" aslında
"gelirimi nasıl artırırım") ikisini de yaz, hangisinde çalışılacağını sor.

### 2. Gizli varsayımları çıkar (3-5 tane)
- Kullanıcının anlatımında "kesin", "herkes", "mecburum", "yoksa batarım" gibi ifadelerin
arkasındaki inançları bul.
- Her varsayım için: **Varsayım** · **Neden önemli** (yanlışsa karar ne olur) · **Nasıl test
edilir** (en fazla 2 hafta, mümkünse düşük maliyetli: sayım, 5 müşteriyle konuşma, küçük deneme,
teklif alma) · **Şu anki kanıt** (güçlü / zayıf / yok).
- Varsayımları çürütmeye çalışma; test edilebilir hâle getir.

### 3. Üç seviyede seçenek koy
| Seviye | Tarif |
|---|---|
| Düşük risk / küçük adım | Kararı ertelemeden bilgi toplayan, kolay geri alınan hamle |
| Orta | Gerçek taahhüt var ama sınırlı süre ya da sınırlı para |
| Cesur | Kararın tamamı; en yüksek kazanç ihtimali, en zor geri dönüş |
Her seçenek için dört başlık:
```

```
- **Maliyet**: para (kullanıcının sayısı varsa onunla, yoksa "düşük/orta/yüksek" + neye bağlı), zaman, enerji.
- **Geri dönülebilirlik**: 1-5 (5 = kolay geri alınır) ve geri dönmenin bedeli.
- **İlk adım**: bu hafta yapılabilecek tek somut iş.
- **Vazgeçme ölçütü**: önceden yazılmış sayı ya da tarih ("8 haftada hafta içi günlük ortalama X'in altında kalırsa dur").
"Hiçbir şey yapmamak" seçeneğinin bedelini de tek paragrafta yaz.

### 4. Seçenekleri varsayımlara bağla
- Hangi varsayım doğru çıkarsa hangi seçenek öne geçer; her varsayım için bir satır yaz.
- Önce test edilmesi gereken varsayımı işaretle (en önemli ve en zayıf kanıtlı olan).

### 5. Kararı kullanıcıya bırak
- "Ben olsam şunu yapardım" deme. Bunun yerine: "Bu tabloya göre karar, [varsayım X]'in sonucuna bağlı görünüyor."
- Finans (kredi, yatırım), hukuk (kira sözleşmesi, ortaklık), sağlık ve meslek etiği konularında: "Bu kısmı bir uzmana (mali müşavir, avukat, meslek örgütün) kontrol ettir" notu.
- Kullanıcı yorgun ya da baskı altındaysa son tarihin gerçekten bu kadar yakın olup olmadığını sor.

## Çıktı biçimi

```markdown
# İkinci akıl: [kararın kısa adı]
Karar cümlesi: "..." · Son tarih: [..] · Kırmızı çizgiler: [..]

## Gizli varsayımlar
| # | Varsayım | Neden önemli | Nasıl test edilir | Kanıt |
|---|---|---|---|---|
| V1 | ... | ... | ... | zayıf |

## Üç seviye
| | Düşük risk | Orta | Cesur |
|---|---|---|---|
| Ne | ... | ... | ... |
| Maliyet | ... | ... | ... |
| Geri dönülebilirlik (1-5) | ... | ... | ... |
| İlk adım | ... | ... | ... |
| Vazgeçme ölçütü | ... | ... | ... |

Hiçbir şey yapmamanın bedeli: ...

## Varsayım → seçenek
- V1 doğruysa: ... öne geçer. Yanlışsa: ...
- Önce test et: V..

## Uzman notu
- ...

Karar senin. Bu tablo yalnız düşünmeni düzenler.
```

## Kalite kontrol
- [ ] Karar tek cümle ve kullanıcı onaylı.
- [ ] 3-5 varsayım var, her birinin test yöntemi en fazla 2 hafta.
- [ ] Üç seviyenin her birinde dört başlık dolu; vazgeçme ölçütü sayı ya da tarih.
- [ ] Kullanıcının vermediği rakam yok.
- [ ] "Ben olsam" ya da kesin tavsiye cümlesi yok.
- [ ] Finans/hukuk/sağlık/etik konularda uzman notu var.

## Örnek kullanım
```

### Örnek 1: Kafe-restoran (ikinci şube açmak)
Kullanıcı: "Mahalledeki kafemiz iki yıldır dolu. Yan semtte boş bir dükkân çıktı, kira uygun. Açmazsam fırsatı kaçıracağım gibi hissediyorum ama birikimin hepsi gidecek."
Claude:
1. Karar cümlesi: "Dükkân sahibine [tarih]'e kadar cevap vermem gerekiyor: birikimimin tamamıyla ikinci şubeyi açıp açmamak." Kırmızı çizgiyi sorar: mevcut kafenin kalitesi.
2. Varsayımlar: V1 "dolu olmamız yan semtte de talep olduğunu gösterir" (test: mevcut müşterilerin kaçının o semtten geldiğini 1 hafta sor). V2 "ben iki yerde birden olabilirim" (test: 2 hafta kafeyi bir gün sensiz çalıştır). V3 "birikim yeter" (test: tadilat ve 6 aylık işletme gideri için 2 teklif al). V4 "bu fırsat bir daha çıkmaz" (test: semtte son 6 ayda kaç dükkân boşaldı).
3. Seviyeler: düşük risk, mevcut kafede paket servisi o semte açıp siparişleri saymak; orta, yan semtte 3 aylık hafta sonu stand ya da ortak alan denemesi; cesur, dükkânı kiralamak. Vazgeçme ölçütünü kullanıcının belirleyeceği günlük ciro eşiğiyle yazar.
4. Kira sözleşmesi ve kredi için mali müşavir ve avukat notu ekler.

### Örnek 2: Psikolog (muayenehane taşıma / online seans)
Kullanıcı: "Muayenehanemin kirası çok arttı. Ya daha küçük bir yere taşınacağım ya da tamamen online seansa geçeceğim. Danışanlarımı kaybetmekten korkuyorum."
Claude:
1. Karar cümlesini yazar; danışan bilgisi istemez, örnekleri anonim ve genel tutar.
2. Varsayımlar: V1 "danışanlar online'a geçmek istemez" (test: genel bir duyuru metniyle tercih sorma; yanıtları yalnız toplam sayı olarak tut). V2 "online seans aynı kalitede olur" (test: kendi mesleki değerlendirmen ve meslek örgütünün online uygulama yönergeleri). V3 "küçük yer aynı semtte bulunur" (test: 2 hafta ilan taraması).
3. Seviyeler: düşük risk, mevcut yerde kalıp yeni başlayan danışanlara online seçeneği sunmak; orta, haftanın 2 günü paylaşımlı oda + kalan günler online; cesur, tamamen online.
4. Uzman notu: online seansta gizlilik, kayıt ve veri saklama için güncel mevzuatı ve meslek örgütünün etik kurallarını kontrol et; kira sözleşmesi için avukat.

## Yapma
- Kararı kullanıcının yerine verme ya da bir seçeneği "doğru cevap" diye sunma.
- Rakam, pazar büyüklüğü, başarı oranı uydurma.
- Varsayımları alaya almak ya da kullanıcının korkusunu küçümsemek.
- Danışan, hasta ya da müşteri kişisel verisi isteme.
- Finans, hukuk, sağlık ve meslek etiği konularında kesin hüküm verme.

# 28 seviye-uyarlama

skills/seviye-uyarlama/SKILL.md · Eğitim & Analiz

```
---
name: seviye-uyarlama
description: Tek bir kaynak metinden (ders notu, eğitim dokümanı, bilgilendirme yazısı) üç seviye
materyal çıkarır - yeni başlayan, orta ve kıdemli için ayrı not ile üç seviyenin birlikte
kullanabileceği ortak bir sunum taslağı. Kullanıcı "bunu yeni başlayanlara ve ilerlemişlere ayrı
anlat", "bu dersi üç seviyeye böl", "aynı konudan farklı seviyede not hazırla", "karışık seviyeli
gruba materyal lazım" dediğinde kullan.
---

# Seviye uyarlama (seviye-uyarlama)

Bir kaynağı bir kez ver, üç seviyede not ve tek ortak sunum al. Notlar aynı konuyu farklı derinlikte
anlatır; sunum karışık seviyeli bir grubun önünde birlikte kullanılır.

## Ne zaman kullanılır
- Aynı dersi ya da eğitimi farklı deneyimdeki kişilere veriyorsan (kurs, atölye, personel eğitimi).
- Danışanlarına aynı konuyu farklı bilgi düzeyinde anlatan bilgilendirme materyali hazırlıyorsan.
- Karışık seviyeli bir gruba tek sunum yapıp herkesin kendi notuyla çalışmasını istiyorsan.
- Kullanılmaz: kaynak yoksa ve konuyu sıfırdan araştırman gerekiyorsa. Bu skill var olan içeriği
uyarlar, yeni bilgi üretmez.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Kaynak metin (ders notu, doküman, yazı, transkript) | Evet | Kullanıcıdan iste. Kaynak olmadan
materyal yazma. |
| Hedef kitle (kimler, hangi sektör) | Hayır | Kaynağın dilinden tahmin et, tahmini "Notlar"a yaz. |
| Seviye tanımları (kim "yeni başlayan" sayılır) | Hayır | Aşağıdaki varsayılan tanımları kullan. |
| Sunum süresi | Hayır | 30 dakika varsay, 10-12 sayfa hedefle. |
| Çıktı biçimi (.pptx, .docx, Markdown) | Hayır | Kod yürütme açıksa dosya üret, değilse Markdown
ver. |

## İş akışı

### 1. Kaynağı oku ve çekirdeği çıkar
- Kaynaktaki ana kavramları listele (en fazla 8). Her birinin yanına kaynaktan kısa dayanak cümlesi
koy.
- Üç seviyenin de öğrenmesi gereken "çekirdek"i işaretle (en az 3 kavram). Ortak sunum bu çekirdeğe
dayanır.
- Kaynakta olmayan bilgiyi ekleme. Bir seviye için eksik kalan yer varsa "kaynakta yok, eklemek
ister misin?" diye not düş.

### 2. Seviyeleri tanımla
Kullanıcı vermediyse şu varsayılanları kullan:
- **Yeni başlayan:** konuyla ilk kez karşılaşıyor, terimleri bilmiyor.
- **Orta:** temel terimleri biliyor, uygulamada takılıyor.
- **Kıdemli:** uyguluyor, istisnaları ve karar noktalarını merak ediyor.

### 3. Her seviye için notu yaz
Her not şu beş parçadan oluşur:
- **Seviye tanımı:** bu not kimin için, 1-2 cümle.
- **Ön bilgi:** okumadan önce bilinmesi gerekenler. Yeni başlayanda "ön bilgi gerekmez" olabilir.
- **Terim düzeyi:** yeni başlayanda her terim ilk geçtiği yerde parantez içinde açıklanır; ortada
yalnız yeni terimler açıklanır; kıdemlide terimler açıklamasız kullanılır.
```

- **Örnek:** yeni başlayanda günlük hayattan 1 örnek; ortada iş içinden 1 örnek; kıdemlide istisna ya da karar gerektiren 1 vaka.
- **Alıştırma:** yeni başlayanda 3 kısa soru (tanıma), ortada 2 uygulama görevi, kıdemlide 1 vaka sorusu (gerekçeli cevap ister).
- Uzunluk kuralı: yeni başlayan notu en fazla 1 sayfa (~400 kelime), orta en fazla 1,5 sayfa, kıdemli en fazla 2 sayfa.
- Cümle kuralı: yeni başlayanda cümle başına en fazla 15 kelime.

### 4. Ortak sunum taslağını kur (sayfa sayfa)
- Sayfa 1: konu ve bu oturumdan ne alınacağı.
- Sayfa 2: çekirdek kavramlar, herkesin dilinde (yeni başlayan seviyesinde terim açıklamalı).
- Orta sayfalar: her çekirdek kavrama 1-2 sayfa. Her sayfada üç seviyeye işaret eden bir satır olabilir: "Yeni başlayanlar: notta s.1'e bak / Kıdemliler: vaka 1".
- Sondan önceki sayfa: grup alıştırması (karışık seviyeli eşler).
- Son sayfa: kim hangi notla devam edecek.
- Her sayfaya konuşmacı notu (1-3 cümle) ve görsel notu ekle.

### 5. Dosya üret
- Kod yürütme açıksa ve Anthropic'in pptx/docx skill'leri ortamdaysa onları kullan; yoksa python-pptx ile sunumu, python-docx ile üç notu üret.
- Kod yürütme kapalıysa her şeyi Markdown ver; kullanıcı notları Word'e, sunumu PowerPoint ya da Google Slaytlar'a kopyalar.

### 6. Sektöre özel kontrol
- Diyetisyen gibi sağlık alanlarında: materyal "danışan bilgilendirme" dilinde kalır. Kişiye özel diyet, doz, tanı ya da tedavi önerisi yazma. Danışan adı, ölçüm, tahlil gibi sağlık verisi kullanma; örnek gerekiyorsa kurgusal ve kimliksiz yaz. Her notun sonuna "Kişisel durumun için diyetisyeninle görüş" satırını koy.
- Eğitim kurslarında: sınav ya da sertifika içeriğiyse resmî müfredatla karşılaştırma uyarısını "Notlar"a ekle.

### 7. Kalite kontrolünden geçir ve teslim et

## Çıktı biçimi

```markdown
# Seviye paketi: [konu]
Kaynak: [başlık] · Çekirdek kavramlar: [3-8 madde]

## Not A: Yeni başlayan
**Kimin için:** ...
**Ön bilgi:** ...
**Konu anlatımı:** ... (terimler parantezle açıklanır)
**Örnek:** ...
**Alıştırma:** 1. ... 2. ... 3. ...

## Not B: Orta
(aynı beş parça)

## Not C: Kıdemli
(aynı beş parça)

## Ortak sunum taslağı
| Sayfa | Başlık | İçerik (madde) | Seviye işareti | Konuşmacı notu | Görsel notu |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ... | ... | - | ... | ... |

## Notlar
- Tahmin ettiklerim: [kitle, süre]
- Kaynakta olmayan, eklenmesi önerilen konular: [...]
```

```
- Dosyalar: [üretildiyse dosya adları, değilse "Markdown"]
```

## Kalite kontrol
- [ ] Üç notun her birinde beş parça var (seviye tanımı, ön bilgi, terim düzeyi, örnek, alıştırma).
- [ ] Notlar aynı konuyu anlatıyor ama aynı cümleleri tekrar etmiyor.
- [ ] Yeni başlayan notunda açıklanmamış terim yok.
- [ ] Kıdemli notu yeni başlayan notunun uzatılmış hâli değil; istisna ya da karar noktası içeriyor.
- [ ] Sunum çekirdek kavramlara dayanıyor; her sayfada konuşmacı notu var.
- [ ] Kaynakta olmayan bilgi eklenmedi.
- [ ] Sağlık konusunda kişiye özel tavsiye ve kişisel veri yok.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Kurs / eğitmen
Kullanıcı: "Excel kursumda 'pivot tablo' dersinin notunu ekliyorum. Sınıfta hem ilk kez Excel açan hem de her gün rapor hazırlayan var. Üç seviye not ve ortak sunum hazırla, pptx olsun."
Claude:
1. Kaynaktan çekirdeği çıkarır: veri aralığı, satır/sütun alanı, değer alanı, filtre.
2. Yeni başlayan notu: "pivot tablo (verini özetleyen hazır tablo)" gibi açıklamalarla, market alışveriş listesi örneği, 3 tanıma sorusu.
3. Orta not: satış tablosundan aylık toplam çıkarma görevi; kıdemli not: boş hücre ve tekrar eden kayıt içeren veride pivotun yanlış toplam vermesi vakası.
4. 11 sayfalık sunum taslağı yazar; kod yürütme açıksa python-pptx ile .pptx, notları .docx olarak üretir.

### Örnek 2: Diyetisyen
Kullanıcı: "Danışanlarıma 'etiket okuma' bilgilendirmesi yapacağım. Kimisi hiç bilmiyor, kimisi yıllardır takip ediyor. Grup sunumu ve üç ayrı el notu lazım."
Claude:
1. Kaynaktan çekirdeği alır: porsiyon bilgisi, içindekiler sırası, besin değeri tablosu.
2. Notları genel bilgilendirme dilinde yazar; kişiye özel kalori ya da diyet önermez, danışan verisi kullanmaz.
3. Kıdemli notta iki ürünün etiketini karşılaştırma vakası (kurgusal ürünler) verir.
4. Her notun sonuna "Kişisel durumun için diyetisyeninle görüş" satırını ekler; kod yürütme kapalıysa Markdown verir.

## Yapma
- Kaynak olmadan seviye notu yazma.
- Üç notu aynı metnin kısaltılmış ve uzatılmış hâli olarak üretme.
- Kıdemliye yeni başlayan dilinde, yeni başlayana jargonla yazma.
- Sağlık konusunda tanı, doz ya da kişiye özel beslenme planı verme; danışan verisini materyale koyma.
- Kod yürütme yokken dosya üretmiş gibi davranma.

# 29 vitrin-denetimi

skills/vitrin-denetimi/SKILL.md · Eğitim & Analiz

```
---
name: vitrin-denetimi
description: Mağaza vitrini, salon girişi ya da sosyal medya ızgarası fotoğraflarını marka
kılavuzuna göre 8 kriter üzerinden 1-5 puanlar, toplam puanı ve düzeltme önerilerini verir, ardından
ekip eğitimi ya da atölye için örnek vaka çıkarır. Kullanıcı "vitrinimi puanla", "mağaza fotoğrafını
markama göre değerlendir", "Instagram ızgaram tutarlı mı", "ekip eğitimi için vaka çıkar" dediğinde
ya da vitrin/giriş fotoğrafı yükleyip görüş istediğinde kullan.
---

# Vitrin denetimi (vitrin-denetimi)

Vitrin ya da mekân fotoğrafını marka kılavuzuna göre puanlar, neyin düzeleceğini söyler ve aynı
fotoğraftan ekibinle tartışacağın bir örnek vaka çıkarır.

## Ne zaman kullanılır
- Mağaza vitrinini, salon girişini ya da tezgâh düzenini değiştirmeden önce ve sonra karşılaştırmak
istediğinde.
- Sosyal medya ızgarandaki (son 9-12 gönderi) görsel tutarlılığı kontrol etmek istediğinde.
- Personel eğitimi ya da atölye için gerçek bir örnek üzerinden vaka hazırlamak istediğinde.
- Kullanılmaz: fotoğraf yoksa. Tarifle puanlama yapılmaz; fotoğrafta görünmeyen şey puanlanmaz.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Fotoğraf(lar) (vitrin, giriş, ızgara ekran görüntüsü) | Evet | Kullanıcıdan iste. En az 1, en
fazla 10 fotoğraf. |
| Marka kılavuzu (renkler, logo kullanımı, ton, yasaklar) | Hayır | Kısa kılavuz sorusu sor
(aşağıda). Cevap yoksa genel ilkelerle puanla ve bunu açıkça yaz. |
| Dönem/kampanya bilgisi | Hayır | "Mevsim/kampanya uyumu" kriterini fotoğraftaki işaretlere göre
puanla, emin değilsen "görünmüyor" yaz. |
| Amaç (yalnız puan mı, atölye vakası da mı) | Hayır | İkisini de üret. |

Kılavuz yoksa sorulacak kısa sorular (en fazla 5):
1. Marka renklerin hangileri (2-3 renk)?
2. Logo vitrinde nerede durmalı?
3. Markan nasıl hissettirmeli (ör. sade, canlı, lüks, samimi)?
4. Şu an hangi kampanya ya da sezon var?
5. Asla görünmemesi gereken bir şey var mı (ör. el yazısı fiyat kartı)?

## İş akışı

### 1. Fotoğrafı tarif et
- Önce yalnız gördüğünü yaz: ne var, nerede, hangi renkler, ışık nereden geliyor.
- Fotoğraf bulanık, karanlık ya da çok uzaktan çekilmişse bunu söyle; gerekirse yeniden çekim iste
(düz karşıdan, gün ışığında, vitrin tam kadrajda).

### 2. 8 kriterle puanla (her biri 1-5)
| # | Kriter | 1 | 3 | 5 |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Odak noktası | Göz nereye bakacağını bilmiyor | Odak var ama rakibi var | Tek ve net odak |
| 2 | Renk uyumu | Marka renkleriyle çatışıyor | Kısmen uyumlu | Kılavuzla tam uyumlu |
| 3 | Işık | Karanlık ya da yansıma ürünü kapatıyor | Yeterli, düz | Ürünü öne çıkarıyor |
| 4 | Düzen / kalabalık | Boş alan yok, ürünler üst üste | Gruplar var ama sıkışık | Gruplu, nefes
alan düzen |
```

```
| 5 | Fiyat / bilgi okunurluğu | Okunmuyor ya da yok | Okunuyor ama dağınık | 2-3 metreden okunuyor, tek tip |
| 6 | Marka öğeleri | Logo/isim yok ya da bozuk | Var ama göze çarpmıyor | Kılavuza uygun yerde, net |
| 7 | Mevsim / kampanya uyumu | Eski sezon ya da çelişkili | Genel, sezona nötr | Güncel kampanyayla bağlantılı |
| 8 | Temizlik | Toz, leke, dağınık malzeme görünüyor | Küçük kusurlar | Temiz ve bakımlı |

- Fotoğrafta değerlendirilemeyen kriter için puan verme, "görünmüyor" yaz ve toplamı yalnız puanlanan kriterlerle hesapla.
- Toplam: puanlanan kriterlerin toplamı / (puanlanan kriter × 5) × 100. Örnek: 7 kriter puanlandı, toplam 24 → 24/35 × 100 = 69.
- Bant (skill kuralı): 80 ve üstü "iyi", 60-79 "düzeltmeyle iyi", 60 altı "yeniden kurulmalı".
- Her puanın yanına fotoğraftan tek cümlelik gerekçe yaz ("sol alttaki el yazısı fiyat kartı 2 metreden okunmuyor").

### 3. Düzeltme önerileri
- En düşük 3 kritere öncelik ver. Her öneri: ne yapılacak, ne kadar sürer (tahmini), maliyet gerekir mi.
- Bütçe gerektirmeyen önerileri önce yaz (yeniden dizme, temizlik, kart yenileme).

### 4. Izgara denetimi (sosyal medya ise)
- 9-12 gönderiyi tek görsel gibi değerlendir: renk tekrarı, yüz/ürün/metin dengesi, kapak yazılarının okunurluğu.
- Aynı 8 kriteri ızgaraya uyarla: "temizlik" yerine "görsel kalite (çözünürlük, kırpma)".

### 5. Atölye için örnek vaka çıkar
- **Durum:** fotoğraftaki sahneyi işletme adı vermeden 3-4 cümleyle anlat.
- **Soru:** ekibe sorulacak ana soru ("Müşteri bu vitrinde ilk neyi görüyor?").
- **Çözüm önerisi:** puanlamadan çıkan 2-3 düzeltme.
- **Tartışma soruları:** 3-5 açık uçlu soru.
- Vaka 15-20 dakikalık bir oturuma uygun olsun.

### 6. Gizlilik
- Fotoğrafta müşteri ya da çalışan yüzü varsa raporda belirt; atölyede ya da sosyal medyada kullanmadan önce yüzleri bulanıklaştırmasını ya da izin almasını söyle. Kod yürütme açıksa Pillow ile yüz bölgesini bulanıklaştırmayı teklif et (bölgeyi kullanıcı onaylar).

## Çıktı biçimi

```markdown
# Vitrin denetimi: [mekân tarifi], [tarih]
Kılavuz: [kullanıcının kılavuzu / kısa cevaplar / genel ilkeler]

## Gördüklerim
[3-5 cümle tarif]

## Puan tablosu
| Kriter | Puan (1-5) | Gerekçe |
|---|---|---|
| Odak noktası | 3 | ... |
| ... | görünmüyor | ... |
**Toplam:** [x]/100 · **Bant:** [iyi / düzeltmeyle iyi / yeniden kurulmalı]

## Öncelikli düzeltmeler
1. [ne] · [süre] · [maliyet var/yok]

## Atölye vakası
**Durum:** ... **Soru:** ... **Çözüm önerisi:** ... **Tartışma soruları:** 1. ... 2. ... 3. ...
```
```

```
## Notlar
- Görünmeyen kriterler: [...] · Gizlilik: [yüz var/yok]
```

## Kalite kontrol
- [ ] Her puanın gerekçesi fotoğrafta görünen bir şeye dayanıyor.
- [ ] Görünmeyen kriter puanlanmadı, toplam buna göre hesaplandı.
- [ ] Kılavuz yoksa bu açıkça yazıldı.
- [ ] Öneriler en düşük puanlı kriterlerden başlıyor.
- [ ] Vakada işletme adı ve kişi bilgisi yok.
- [ ] Yüz içeren fotoğraf için bulanıklaştırma notu var.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Butik mağaza / e-ticaret
Kullanıcı: "Sonbahar vitrinimizin iki fotoğrafı ve marka kılavuzumuz ekte. Puanla, cumartesi personelle konuşacağım, bir de vaka çıkar."
Claude:
1. Fotoğrafları tarif eder; manken arkasındaki yansımayı ve sağ köşedeki karton kutuyu not eder.
2. 8 kriteri puanlar: ışık 2, temizlik 2, renk uyumu 4; toplam 63, bant "düzeltmeyle iyi".
3. Önce kutunun kaldırılmasını ve fiyat kartlarının tek tipe çevrilmesini önerir.
4. Personel için vaka yazar: "Müşteri vitrinin önünden 3 saniyede geçiyor. Neyi hatırlar?" ve 4 tartışma sorusu.

### Örnek 2: Kuaför / güzellik salonu
Kullanıcı: "Salon girişimizin fotoğrafı ve Instagram ızgaramızın ekran görüntüsü. Kılavuzumuz yok."
Claude:
1. Kısa kılavuz sorularını sorar; cevap gelmezse genel ilkelerle puanlayacağını yazar.
2. Girişte koltuk görünmediği için "düzen" kriterini kısmen puanlar, kampanya kriteri için "görünmüyor" yazar.
3. Izgarada müşteri yüzleri olduğunu belirtir; atölyede kullanmadan önce bulanıklaştırma ya da izin notu ekler.
4. Ekip için "randevusuz gelen müşteri girişte ilk neyi görmeli?" vakasını çıkarır.

## Yapma
- Fotoğrafta görünmeyen şeyi tahminle puanlama.
- Kılavuz yokken kılavuz varmış gibi "markana aykırı" deme.
- Gerekçesiz puan verme.
- Müşteri ya da çalışan yüzünü içeren fotoğrafı vakada olduğu gibi kullanmayı önerme.
- Pahalı yenilemeyi ilk öneri yapma; önce bütçesiz düzeltmeleri yaz.

# 30 quiz-generator

skills/quiz-generator/SKILL.md · Eğitim & Analiz

```
---
name: quiz-generator
description: Eğitim içeriğinden (oryantasyon dokümanı, prosedür, ders notu) ölçme aracı üretir -
makul ama yanlış çeldiricili sorular, gerekçeli cevap anahtarı ve kolay/orta/zor dağılımı. Google
Forms'a aktarılabilir soru listesi ya da kod yürütme açıksa CSV verir. Kullanıcı "bu dokümandan test
hazırla", "personel için sınav yap", "oryantasyon sonrası quiz lazım", "çoktan seçmeli soru çıkar"
dediğinde kullan.
---

# Soru Üretici (quiz-generator)

Eğitim içeriğini ver, ölçme aracını al: sorular, çeldiriciler, cevap anahtarı ve zorluk dağılımı.
Her soru kaynaktaki bir bilgiye dayanır.

## Ne zaman kullanılır
- Yeni personelin oryantasyon ya da prosedür eğitimini anlayıp anlamadığını ölçmek istediğinde.
- Ders ya da atölye sonunda kısa bir değerlendirme yapacağında.
- Mevcut bir testi çeldirici ve zorluk açısından elden geçirmek istediğinde.
- Kullanılmaz: resmî sertifika, mesleki yeterlilik ya da işe alım elemesi gibi sonuçları bağlayıcı
sınavlarda tek başına. Orada sorular bir uzman tarafından gözden geçirilmeli.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Eğitim içeriği (metin, doküman, sunum notu) | Evet | Kullanıcıdan iste. İçerik olmadan soru yazma.
|
| Soru sayısı | Hayır | 10 soru varsay. |
| Soru tipleri | Hayır | Çoktan seçmeli ağırlıklı karışık set kur (aşağıda). |
| Zorluk dağılımı | Hayır | %30 kolay / %50 orta / %20 zor (skill kuralı). |
| Çıktı biçimi | Hayır | Google Forms'a aktarılabilir liste; kod yürütme açıksa ek olarak CSV. |
| Katılımcı profili | Hayır | Konuya yeni başlamış çalışan varsay. |

## İş akışı

### 1. İçeriği öğrenme hedeflerine böl
- İçerikteki ölçülebilir bilgileri listele (adım, kural, süre, sorumlu kişi, istisna).
- Her bilgiye kaynaktan dayanak cümlesi bağla. Dayanağı olmayan bilgiden soru çıkmaz.
- İçerik soru sayısına yetmiyorsa daha az soru yaz ve nedenini söyle.

### 2. Soru tiplerini seç
Varsayılan karışım (10 soru için):
- 6 çoktan seçmeli (4 şık, tek doğru).
- 2 doğru/yanlış.
- 1 sıralama (adımları doğru sıraya koy).
- 1 kısa senaryo sorusu ("Misafir şunu söylüyor, ne yaparsın?") çoktan seçmeli biçimde.
Açık uçlu soru yalnız kullanıcı isterse; onlar için puanlama ölçütü ekle.

### 3. Zorluğu ata
- **Kolay:** kaynakta açıkça yazan bilgiyi tanıma.
- **Orta:** bilgiyi bir duruma uygulama.
- **Zor:** iki bilgiyi birleştirme ya da istisnayı fark etme.
- Dağılımı soru sayısına göre yuvarla (10 soru: 3 kolay, 5 orta, 2 zor). Kullanıcı farklı oran
verirse onu kullan.

### 4. Çeldiricileri yaz
```

- Her çeldirici makul ama yanlış olmalı: gerçek bir hatayı, sık karışan bir kuralı ya da yarım bilgiyi temsil etsin.
- "Hepsi", "hiçbiri", "a ve b" şıklarını kullanma.
- Şıklar benzer uzunlukta olsun; doğru şık en uzun şık olmasın.
- Doğru cevabın yeri dağılsın: hiçbir harf toplam doğruların %40'ından fazlasını almasın.
- Olumsuz kök ("hangisi yanlış değildir") kullanma; olumsuz soru gerekirse "DEĞİLDİR" büyük harfle yazılır.
- Şaka şık, açıkça saçma şık yok.

### 5. Cevap anahtarı ve gerekçe
- Her soru için: doğru cevap, kaynaktaki dayanak cümlesi, her çeldiricinin neden yanlış olduğu (tek satır).
- Zorluk etiketi ve hangi öğrenme hedefini ölçtüğü.

### 6. Dışa aktar
- Google Forms için: her soru numaralı, şıklar alt alta, doğru cevap ayrı listede. Kullanıcı Forms'ta "Test" ayarını açıp cevapları elle işaretler.
- Kod yürütme açıksa CSV üret: `soru_no, soru, tip, sik_a, sik_b, sik_c, sik_d, dogru, zorluk, gerekce`. UTF-8 BOM ile kaydet ki Excel Türkçe karakteri bozmasın.

### 7. Kalite kontrolünden geçir ve teslim et

## Çıktı biçimi

```markdown
# Ölçme aracı: [eğitim adı]
Soru sayısı: [n] · Dağılım: [x kolay / y orta / z zor] · Süre önerisi: [soru başına ~1 dk]

## Sorular (katılımcıya verilecek)
1. [soru]
   A) ... B) ... C) ... D) ...
2. Doğru / Yanlış: [ifade]

## Cevap anahtarı (eğitmene)
| No | Doğru | Zorluk | Hedef | Dayanak (kaynaktan) | Çeldiriciler neden yanlış |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | C | Orta | ... | "..." | A: ... B: ... D: ... |

## Dağılım kontrolü
Kolay: [n] · Orta: [n] · Zor: [n] · Doğru şık dağılımı: A [n], B [n], C [n], D [n]

## Notlar
- Kaynakta yetmediği için yazılmayan konular: [...]
- CSV: [dosya adı / yok]
```

## Kalite kontrol
- [ ] Her soru kaynaktaki bir cümleye dayanıyor.
- [ ] "Hepsi", "hiçbiri" şıkkı yok.
- [ ] Zorluk dağılımı istenen orana uyuyor.
- [ ] Hiçbir harf doğru cevapların %40'ından fazlasını almıyor.
- [ ] Doğru şık sistematik olarak en uzun şık değil.
- [ ] Bir sorunun cevabı başka bir sorunun kökünde verilmiyor.
- [ ] Cevap anahtarında her çeldiricinin gerekçesi var.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Spor salonu
Kullanıcı: "Yeni eğitmenlerimiz için 'Üye karşılama ve ekipman güvenliği' dokümanı ekte. 12 soruluk test hazırla, Google Forms'a koyacağım."

Claude:
1. Dokümandan 9 ölçülebilir bilgi çıkarır (ilk gün tur adımları, ekipman arıza bildirimi, acil durum sırası).
2. 12 soruyu 4 kolay / 6 orta / 2 zor dağıtır; zor sorulardan biri "üye arızalı makinede ısrar ediyor" senaryosu.
3. Çeldiricileri gerçek hatalardan kurar (ör. arızayı yalnız sözlü bildirmek).
4. Forms'a aktarılabilir listeyi ve gerekçeli cevap anahtarını verir; dokümanda olmayan tıbbi ilk yardım adımından soru sormaz, bunu "Notlar"a yazar.

### Örnek 2: Butik otel
Kullanıcı: "Resepsiyon oryantasyon kitapçığımızdan 10 soru. Kolay ağırlıklı olsun, CSV de istiyorum."
Claude:
1. Kullanıcının oranını sorar ya da "kolay ağırlıklı"yı %50 kolay / %40 orta / %10 zor olarak önerip onay alır.
2. Giriş-çıkış saatleri, geç çıkış talebi, kayıp eşya prosedürü üzerinden sorular yazar.
3. Misafir kimlik bilgisini içeren örnek kullanmaz; senaryolarda "misafir" der.
4. Kod yürütme açıksa UTF-8 BOM'lu CSV üretir, değilse CSV sütunlarını Markdown tablo olarak verir.

## Yapma
- Kaynakta olmayan bilgiden soru üretme.
- "Hepsi", "hiçbiri" ya da şaka şıklar kullanma.
- Doğru cevabı hep aynı harfe ya da en uzun şıkka koyma.
- Cevap anahtarını gerekçesiz verme.
- Bağlayıcı sınavlar için bu testi tek başına yeterli gösterme.

# 31 viral-instructional-designer

skills/viral-instructional-designer/SKILL.md · Eğitim & Analiz

```
---
name: viral-instructional-designer
description: Öğretici bir içeriği (ders, video senaryosu, karusel, e-posta serisi) izlenir ve takip edilir hâle getirmek için yeniden kurgular - merak açılışı, somut örnek, tekrar/özet ve uygulama görevi sırasını kurar, dikkatin düşebileceği yerleri işaretler. Kullanıcı "bu ders sıkıcı, izlenir hâle getir", "eğitim videomu yeniden kurgula", "öğretici karusel yaz", "anlattığım şey akılda kalmıyor" dediğinde kullan.
---

# İzlenir öğretici tasarım (viral-instructional-designer)

Öğretmek istediğin konuyu, izleyenin sonuna kadar kalacağı ve bir şey yapacağı bir sıraya koyar: merak, örnek, tekrar, uygulama. Adındaki "viral" bir hedefi anlatır; yayılma garantisi değildir. Bir içeriğin ne kadar izleneceğini kimse önceden bilemez.

## Ne zaman kullanılır
- Bilgin doğru ama anlatımın uzun, düz ya da dağınıksa.
- Aynı konuyu farklı formatlara (kısa video, karusel, canlı ders, e-posta serisi) taşıyacaksan.
- Öğrencilerin ya da takipçilerin "anladım" deyip uygulamıyorsa.
- Kullanılmaz: konu henüz netleşmemişse. Önce ne öğreteceğine karar ver; bu skill var olan konuyu kurgular.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Konu ve mevcut içerik (metin, senaryo, ders notu) | Evet | Kullanıcıdan iste. Yalnız konu başlığı varsa ana noktaları sor. |
| Format (kısa video, uzun video, karusel, canlı ders, e-posta serisi) | Hayır | Kullanıcının bahsettiği kanala göre seç, tahmini yaz. |
| Hedef kitle ve seviyesi | Hayır | Konuya yeni başlayan varsay. |
| Süre ya da uzunluk | Hayır | Aşağıdaki format varsayılanlarını kullan. |
| İzleyenin sonunda yapması gereken tek şey | Hayır | İçerikten çıkar, kullanıcıya onaylat. |

## İş akışı

### 1. Tek öğrenme hedefini yaz
- "Bu içeriği bitiren kişi ... yapabilir." cümlesini kur. Fiil ölçülebilir olsun (ayarlar, seçer, dener, düzeltir).
- Birden fazla hedef varsa içeriği böl; her parçaya tek hedef.

### 2. Dört aşamalı sırayı kur
1. **Merak açılışı:** cevabı içeride olan bir soru, sık yapılan bir hata ya da beklenmedik bir sonuç. Açılışta vaat ettiğin şeyi mutlaka içeride ver.
2. **Somut örnek:** soyut kuraldan önce gerçek bir durum göster. Önce örnek, sonra kural.
3. **Tekrar / özet:** ana noktayı farklı kelimelerle bir kez daha söyle; en fazla 3 madde.
4. **Uygulama görevi:** izleyenin bugün yapabileceği, 10 dakikadan kısa, sonucu görülebilen bir görev.

### 3. Formata uyarla
| Format | Varsayılan uzunluk | Merak | Örnek | Tekrar | Uygulama |
|---|---|---|---|---|---|
| Kısa video (Reels vb.) | 30-60 sn | İlk 3 sn | Ortada, görsel | Son 5 sn, tek cümle | Ekranda yazılı görev |
| Uzun video / canlı ders | 10-30 dk | İlk 1 dk | Her bölümde 1 | Her bölüm sonunda | Son 3 dk, birlikte yap |
```

```
| Karusel | 7-10 sayfa | Kapak + 2. sayfa | 3-6. sayfalar | Sondan önceki sayfa | Son sayfa |
| E-posta serisi | 3-5 e-posta | Konu satırı + ilk cümle | Her e-postada 1 | Her e-postanın sonunda
| Her e-postada küçük görev |

### 4. Dikkat düşüş noktalarını kontrol et
Taslağı baştan sona oku ve şu yerleri işaretle:
- Açılışta kendini tanıtmak ya da uzun giriş (kısa videoda ilk 3 saniye, uzunda ilk 1 dakika).
- Örneksiz art arda 3'ten fazla kural ya da madde.
- Uzun videoda 3 dakikadan uzun, görüntü ya da konu değişmeyen bölüm (skill kuralı).
- Açılıştaki soruya geç cevap ya da hiç cevap vermeme.
- Uygulama görevinin belirsiz kalması ("deneyin" yerine "şimdi şunu yap").
Her işaret için düzeltme önerisi yaz.

### 5. Yeniden yaz
- Kullanıcının bilgisini değiştirme; sırasını ve anlatımını değiştir.
- Cümleler konuşur gibi, kısa. Kısa videoda cümle başına en fazla 12 kelime.
- Sağlıkla ilgili konularda (hareket, duruş, egzersiz) kişiye özel tavsiye verme; "ağrın ya da
sağlık durumun varsa önce uzmanına danış" notunu ekle.

### 6. Kalite kontrolünden geçir ve teslim et

## Çıktı biçimi

```markdown
# Öğretici kurgu: [konu]
Format: [..] · Hedef: "Bu içeriği bitiren kişi ... yapabilir." · Kitle: [..]

## Akış
| Aşama | İçerik | Süre / sayfa | Görsel ya da sahne notu |
|---|---|---|---|
| Merak | ... | 0-3 sn | ... |
| Örnek | ... | ... | ... |
| Tekrar | ... | ... | ... |
| Uygulama | ... | ... | ... |

## Tam metin
[senaryo / sayfa metinleri / e-postalar]

## Dikkat düşüş kontrolü
| Yer | Sorun | Düzeltme |
|---|---|---|

## Notlar
- Tahmin ettiklerim: [..]
- Bu kurgu izlenme garantisi vermez; yayından sonra izlenme süresine bakıp aşamaları ayarla.
```

## Kalite kontrol
- [ ] Tek ve ölçülebilir öğrenme hedefi var.
- [ ] Dört aşama bu sırayla var: merak, örnek, tekrar, uygulama.
- [ ] Açılıştaki soru içeride cevaplanıyor.
- [ ] Kural örnekten sonra geliyor.
- [ ] Uygulama görevi 10 dakikadan kısa ve somut.
- [ ] Kullanıcının bilgisi değiştirilmedi, yeni iddia eklenmedi.
- [ ] "Viral olur", "patlar" gibi garanti dili yok.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Pilates stüdyosu
```

Kullanıcı: "Üyelerime 'masa başında boyun gerginliği için 3 hareket' anlatan 4 dakikalık video çektim, kimse sonuna kadar izlemiyor. Bunu 45 saniyelik Reels'e ve bir karusele çevir."
Claude:
1. Hedef: "İzleyen kişi masasından kalkmadan 3 hareketi doğru sırayla yapabilir."
2. Reels açılışı: "Ekrana bakarken başın öne kaç santim kayıyor?" sorusu; ardından hareketlerin gösterimi, son 5 saniyede tek cümle özet ve "şimdi 30 saniye dene" görevi.
3. Karuseli 8 sayfa kurar; her harekete bir sayfa, sondan önceki sayfa özet.
4. Orijinal videoda girişin 40 saniye sürdüğünü dikkat düşüş noktası olarak işaretler; "ağrın varsa önce uzmanına danış" notunu ekler.

### Örnek 2: Fotoğrafçı
Kullanıcı: "Fotoğraf atölyemin 'pozlama üçgeni' dersi çok teorik kalıyor. 25 dakikalık canlı ders ve 3 e-postalık hatırlatma serisi istiyorum."
Claude:
1. Açılışı bir hatayla kurar: aynı sahnenin karanlık ve bulanık iki fotoğrafı, "hangisini hangi ayar bozdu?"
2. Her ayarı (diyafram, enstantane, ISO) önce örnek fotoğrafla, sonra kuralla anlatır; her bölüm sonunda tek cümle tekrar.
3. Son 3 dakikada katılımcıların telefonlarında manuel modla aynı sahneyi iki ayarla çekmesi görevi.
4. E-posta serisinde her e-postaya tek ayar ve 5 dakikalık görev koyar.

## Yapma
- İzlenme, beğeni ya da yayılma garantisi verme.
- Açılışta vaat edip içeride karşılamadığın merak cümlesi kurma.
- Kullanıcının bilgisini değiştirme ya da doğrulanmamış bilgi ekleme.
- Örneksiz kural listesi bırakma.
- Sağlıkla ilgili hareket içeriklerinde kişiye özel tavsiye dili kullanma.

# 32 winston-presentation-architect

skills/winston-presentation-architect/SKILL.md · Eğitim & Analiz

```
---
name: winston-presentation-architect
description: Bir sunumu argüman olarak kurar - her sayfanın tek işi, tek mesajı (başlık cümlesi),
kanıtı ve bir sonraki sayfaya tek geçiş cümlesi olur. Sayfa tablosu, konuşmacı notu ve kod yürütme
açıksa .pptx üretir. Kullanıcı "sunum hazırla", "sunumumu toparla", "yatırımcıya/müşteriye sunum
yapacağım", "slaytlarım dağınık, akış kur" dediğinde kullan.
---

# Argüman olarak sunum (winston-presentation-architect)

Sunumu, dinleyiciyi bir sonuca götüren bir argüman olarak kurar. Her sayfa tek bir iş yapar, tek bir
mesaj verir ve bir sonrakine tek bir cümleyle bağlanır.

MIT'den Patrick Winston'ın "How to Speak" dersindeki bazı ilkelerden ilham alır (sunumu bir vaatle
açmak, katkıları sonda toplamak, slaytı kalabalık etmemek); onun resmî yöntemi değildir.

## Ne zaman kullanılır
- Bir karar istediğin sunumlarda (yatırımcı, müşteri, ortak, çift, yönetim).
- Elinde bilgi var ama sayfalar birbirine bağlanmıyorsa.
- Mevcut bir sunumu kısaltıp netleştirmek istediğinde.
- Kullanılmaz: amaç yalnız bilgi arşivi ya da katalog hazırlamaksa (ör. tüm ürünlerin listesi).
Orada argüman değil düzen gerekir.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Konu ve elindeki bilgiler (not, veri, eski sunum) | Evet | Kullanıcıdan iste. |
| Dinleyici ve ondan istenen karar | Evet | Sor: "Sunum bitince dinleyici ne yapsın?" Cevapsız
ilerleme. |
| Süre | Hayır | 15 dakika varsay; dakika başına en fazla 1 sayfa. |
| Kanıtlar (rakam, görsel, referans) | Hayır | Kanıtı olmayan sayfaya "kanıt gerekli" yaz; kanıt
uydurma. |
| Marka renkleri / şablon | Hayır | Sade, beyaz zeminli düzen varsay. |

## İş akışı

### 1. Vaadi ve sonucu yaz
- **Vaat:** ilk dakikada dinleyiciye "bu sunumun sonunda şunu bileceksin / karar verebileceksin" de.
- **Sonuç:** dinleyiciden istenen tek karar ya da eylem.
- Vaat ile sonuç birbirini karşılamalı; karşılamıyorsa sunum yanlış kurulmuştur.

### 2. Argüman iskeletini kur
- Sonuca götüren 3-5 ana iddia yaz. Her iddia bir öncekine dayanmalı.
- Sırayı test et: iddiaları yalnız başlık cümleleriyle art arda oku; başlıklar tek başına bir hikâye
anlatıyorsa iskelet doğru.

### 3. Her sayfa için dört alanı doldur
| Alan | Kural |
|---|---|
| Tek iş | Sayfanın görevi: tanıt, kanıtla, karşılaştır, itirazı karşıla, karar iste. Bir sayfa bir
iş. |
| Tek mesaj (başlık cümlesi) | Başlık bir konu değil, bir cümledir. "Konum" değil, "Proje metroya 6
dakika yürüme mesafesinde". En fazla 12 kelime. |
| Kanıt | Mesajı destekleyen tek şey: rakam, görsel, alıntı, plan. Kaynağı belirt. |
| Geçiş cümlesi | Konuşmacının bir sonraki sayfaya geçerken söyleyeceği tek cümle. |
```

```
### 4. Slaytı sadeleştir
- Sayfa başına en fazla 3 madde ya da 1 görsel + 1 cümle (skill kuralı).
- Konuşmacının söyleyeceği şeyi slayta yazma; slayttaki metin konuşmayı tekrar etmesin, desteklesin.
- Paragraf, küçük punto, logo kalabalığı yok.

### 5. Kapanışı kur
- Son sayfanın başlığı "Teşekkürler" ya da "Sorular?" olmaz.
- Son sayfa katkıları toplar: "Bugün size gösterdiklerimiz: 1... 2... 3..." ve istenen kararı tekrar
eder.
- Soru-cevap için, en olası 3 itiraza karşı yedek sayfa öner.

### 6. Dosya üret
- Kod yürütme açıksa Anthropic'in pptx skill'i ortamdaysa onu, yoksa python-pptx kullan: başlık
cümlesi başlık alanına, kanıt gövdeye, geçiş cümlesi ve konuşmacı notu sayfa notlarına.
- Kod yürütme kapalıysa sayfa tablosunu ve metinleri Markdown ver; kullanıcı PowerPoint, Keynote ya
da Google Slaytlar'a taşır.

### 7. Kalite kontrolünden geçir ve teslim et

## Çıktı biçimi

```markdown
# Sunum mimarisi: [konu]
Dinleyici: [..] · İstenen karar: [..] · Süre: [..] dk · Sayfa: [n]
Vaat (ilk dakika): "..."

## Başlık testi (yalnız başlıklar art arda)
1. ...
2. ...

## Sayfa tablosu
| # | Tek iş | Tek mesaj (başlık cümlesi) | Kanıt (kaynak) | Geçiş cümlesi |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Vaat ver | ... | - | "..." |

## Konuşmacı notları
### Sayfa 1
[2-4 cümle]

## Yedek sayfalar (olası itirazlar)
- İtiraz: ... → Sayfa: ...

## Notlar
- Kanıtı eksik sayfalar: [..] · Dosya: [.pptx adı / Markdown]
```


## Kalite kontrol
- [ ] Vaat ilk dakikada, sonuç son sayfada; ikisi birbirini karşılıyor.
- [ ] Her başlık bir cümle; en fazla 12 kelime.
- [ ] Başlıklar art arda okununca argüman anlaşılıyor.
- [ ] Her sayfada tek iş ve tek mesaj var.
- [ ] Kanıtların kaynağı belli; uydurma rakam yok.
- [ ] Her sayfanın bir geçiş cümlesi var (son sayfa hariç).
- [ ] Son sayfa "Teşekkürler" değil, katkılar ve karar.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Emlak ofisi
```

Kullanıcı: "Pazartesi bir yatırımcıya 24 daireli bir konut projesini sunacağım. Elimde fiyat listesi, konum bilgisi ve inşaat takvimi var. 20 dakika."
Claude:
1. İstenen kararı sorar ("ön görüşme mi, opsiyon mu?") ve vaadi yazar: "Sunum sonunda projenin sizin için uygun olup olmadığına karar verebileceksiniz."
2. 4 iddia kurar: konum talebi, fiyat konumu, teslim takvimi, risk ve güvenceler.
3. 14 sayfalık tablo hazırlar; kira getirisi gibi kullanıcının vermediği rakamlara "kanıt gerekli" yazar, tahmin uydurmaz.
4. "Teslim gecikirse ne olur?" itirazı için yedek sayfa önerir; kod yürütme açıksa .pptx üretir.

### Örnek 2: Düğün organizasyonu
Kullanıcı: "Bir çifte kır düğünü konsepti sunacağım. Moodboard görsellerim ve bütçe aralığım hazır."
Claude:
1. İstenen karar: "Konsepti onaylayıp kapora aşamasına geçmek."
2. Akışı çiftin hikâyesiyle açar; her sayfanın tek işi var (atmosfer, mekân, akış, bütçe, takvim).
3. Bütçe sayfasının başlık cümlesini "Konsept, belirttiğiniz aralığın içinde kalıyor" olarak kurar, kanıt olarak kalem kalem tabloyu koyar.
4. Kapanışta üç katkıyı toplar ve onay için tarih önerir; çiftin kişisel bilgilerini sunuma koymaz.

## Yapma
- Konu başlığı ("Konum", "Fiyatlar") olan sayfa bırakma.
- Bir sayfaya iki mesaj sığdırma.
- Kanıtı olmayan rakam ya da iddia ekleme.
- Sunumu "Teşekkürler" sayfasıyla bitirme.
- Patrick Winston'ın resmî yöntemini uyguladığını ya da onunla bağlantılı olduğunu söyleme.

# 33 mckinsey-strategic-architect

skills/mckinsey-strategic-architect/SKILL.md · Eğitim & Analiz

```
---
name: mckinsey-strategic-architect
description: Ham veriden (satış tablosu, rezervasyon dökümü, gider listesi) tek sayfalık yönetim
raporu yazar - cevap önce gelen piramit yapı, MECE kırılım ve fiil ile sonuç içeren eylem
başlıkları. Veride olmayan rakam yazmaz, hesaplanan her rakamın formülünü dipnota koyar. Kullanıcı
"bu veriden yönetim raporu çıkar", "tek sayfalık özet lazım", "ortağıma durumu anlatacağım",
"verilerden ne karar çıkar" dediğinde kullan.
---

# Tek sayfa yönetim raporu (mckinsey-strategic-architect)

Ham veriyi okur, en önemli mesajı en üste koyar, onu 3-4 destekle ve veriden kanıtla taşır, her
desteği bir eylem başlığına bağlar. Sonuç tek sayfa.

Adı bilinen bir danışmanlık üslubunu çağrıştırır; McKinsey ile bağlantısı yoktur. Kullandığı
kavramlar herkese açıktır: Barbara Minto'nun Piramit İlkesi (önce cevap, sonra gerekçeler) ve MECE
(birbirini dışlayan, toplamı eksiksiz kırılım).

## Ne zaman kullanılır
- Elinde tablo dolusu veri var ama "ne demek bu?" sorusuna tek sayfada cevap gerekiyorsa.
- Ortağa, yöneticiye ya da yatırımcıya kısa durum raporu vereceksen.
- Ay ya da çeyrek sonu değerlendirmesinde karar maddelerini netleştirmek istediğinde.
- Kullanılmaz: veri yoksa ya da yalnız görüşe dayalı strateji metni isteniyorsa. Bu skill veriden
rapor yazar.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Ham veri (Excel, CSV, yapıştırılmış tablo) | Evet | Kullanıcıdan iste. |
| Raporun okuyucusu ve sorusu | Hayır | Sor: "Bu raporu kim okuyacak, hangi soruya cevap arıyor?"
Cevap yoksa "işletme sahibi, geçen döneme göre ne değişti?" varsay. |
| Dönem | Hayır | Verideki tarih aralığını kullan, rapora yaz. |
| Hedefler / bütçe | Hayır | Karşılaştırma yalnız önceki dönemle yapılır; hedef uydurma. |

## İş akışı

### 1. Veriyi oku ve temizle
- Sütunları, tarih aralığını, satır sayısını yaz. Boş, tekrar eden ya da tutarsız kayıtları say ve
raporun dipnotuna ekle.
- Kod yürütme açıksa pandas ile oku ve özet tabloları çıkar; değilse yapıştırılan tablo üzerinden
elle hesapla ve hesapları göster.
- Veri soruyu cevaplamaya yetmiyorsa bunu söyle ve eksik alanı listele.

### 2. Ana mesajı yaz (cevap önce)
- Tek cümle, en fazla 25 kelime: ne oldu ve ne anlama geliyor.
- Ana mesaj veriden çıkmalı; "büyüme potansiyeli var" gibi kanıtsız cümle yok.

### 3. 3-4 MECE destek kur
- Ana mesajı taşıyan kırılımı seç: gelir = adet × ortalama fiyat; ya da hizmet türü, kanal, şube,
dönem.
- MECE testi: destekler birbirine taşıyor mu (dışlama), toplamı ana mesajı tamamen açıklıyor mu
(eksiksizlik)? İkisinden biri bozuksa kırılımı değiştir.
- Her destek tek cümlelik bir iddia olsun.

### 4. Her destek için kanıt koy
```

- Kanıt yalnız veriden: rakam, oran, değişim. En fazla 3 kanıt/destek.
- Hesaplanan her rakama dipnot numarası ver; dipnotta formülü ve kullanılan sütunları yaz. Örnek: "[2] Ortalama sepet = Toplam ciro / İşlem sayısı = 486.000 / 1.215 = 400 TL".
- Yuvarlama kuralı: yüzdeler tek ondalık, tutarlar binlik ayraçlı.

### 5. Eylem başlıklarını yaz
- Her destek için 1 eylem: fiil + beklenen sonuç. "Fiyatlandırma" değil, "Hafta içi paketini yeniden fiyatla, boş saatleri doldur".
- Beklenen sonuçta rakam vaat etme; veride dayanağı yoksa yön yaz ("artırmak", "azaltmak").
- Her eyleme sahip ve kontrol tarihi önerisi ekle (kullanıcı onaylar).

### 6. Tek sayfaya sığdır
- Toplam en fazla ~450 kelime + 1 küçük tablo.
- Grafik isteniyorsa ve kod yürütme açıksa matplotlib ile tek grafik üret; grafik ana mesajı göstermeli.

### 7. Kişisel veri
- Müşteri adı, telefon, plaka gibi bilgileri rapora koyma; gerekirse "Müşteri A" ya da toplu sayı kullan.

## Çıktı biçimi

```markdown
# [Dönem] yönetim raporu: [konu]
**Okuyucu:** [..] · **Soru:** [..] · **Veri:** [kaynak, satır sayısı, tarih aralığı]

## Ana mesaj
[tek cümle]

## Destekler ve kanıt
**1. [destek iddiası]**
- [kanıt] [1]
- [kanıt] [2]
**2. ...**

## Eylemler
| Eylem (fiil + sonuç) | Dayandığı destek | Sahip | Kontrol tarihi |
|---|---|---|---|

## Dipnotlar
[1] [metrik] = [formül] = [hesap] · Kaynak sütunlar: [..]
[n] Veri notu: [eksik/tekrar eden kayıt sayısı]
```

## Kalite kontrol
- [ ] Ana mesaj ilk satırda ve veriden çıkıyor.
- [ ] Destekler MECE: çakışma yok, toplamı ana mesajı açıklıyor.
- [ ] Her rakam ya veride var ya da dipnotta formülüyle hesaplanmış.
- [ ] Veride olmayan rakam, sektör ortalaması ya da hedef eklenmedi.
- [ ] Her eylem başlığı fiil ile başlıyor ve sonucu söylüyor.
- [ ] Rapor tek sayfaya sığıyor.
- [ ] Kişisel veri yok.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Spa-wellness
Kullanıcı: "Son 6 ayın rezervasyon dökümü ekte (tarih, hizmet, süre, ücret, kanal). Ortağıma tek sayfalık durum raporu hazırla."
Claude:
1. Veriyi okur: 2.140 satır, 14 tekrar eden kayıt; bunları dipnotta belirtir.

2. Ana mesaj: "Ciro arttı ama artışın tamamı hafta sonundan geldi; hafta içi doluluk düştü."
3. MECE kırılım: hafta içi / hafta sonu; her biri için adet ve ortalama ücret kanıtı, formüller dipnotta.
4. Eylem: "Hafta içi öğleden sonra saatlerine paket kur, boş seansları doldur"; rakamsal hedef vaat etmez.

### Örnek 2: Oto galeri
Kullanıcı: "Bu yılın satış listesi: araç, model yılı, alış, satış, stokta kalma günü. Ne yapmalıyız?"
Claude:
1. Kar = Satış - Alış ve stokta kalma gününü hesaplar; formülleri dipnota yazar.
2. Ana mesaj: "Kârın büyük kısmı 30 günden kısa satılan araçlardan; 90 günü aşan araçlar kârı eritiyor."
3. Destekleri stok süresi bantlarıyla (0-30, 31-90, 90+) kurar; bantlar çakışmaz, tüm araçları kapsar.
4. Plaka ve müşteri bilgisini rapora koymaz; "90 günü aşan araçlar için fiyat gözden geçirme tarihi koy" eylemini önerir.

## Yapma
- Veride olmayan rakam, oran ya da sektör karşılaştırması ekleme.
- Formülsüz hesaplanmış rakam bırakma.
- Destekleri birbirine taşan kategorilerle kurma.
- Raporu "giriş, analiz, sonuç" sırasına çevirip cevabı sona bırakma.
- McKinsey'nin yöntemi ya da onaylı şablonu olduğunu söyleme.

# 34 finansal-analiz

skills/finansal-analiz/SKILL.md · Eğitim & Analiz

```
---
name: finansal-analiz
description: Bilanço, gelir tablosu ve nakit akış tablosundan finansal sağlık değerlendirmesi yapar
- formülleriyle oranlar (cari oran, asit-test, borç/özkaynak, kâr marjları, alacak tahsil süresi,
stok devir, faaliyet nakit akışı/net kâr), en az iki dönem varsa eğilim, risk bayrakları ve öneri.
Tek düzen hesap planı adlarıyla çalışır. Kullanıcı "bilançomu yorumla", "şirketin mali durumu
nasıl", "oranları hesapla", "müşterinin tablolarını analiz et" dediğinde kullan.
---

# Finansal analiz (finansal-analiz)

Mali tablolarını ver, sağlık değerlendirmesini al: oranlar formülleriyle, dönemler arası eğilim,
risk bayrakları ve uygulanabilir öneriler.

Bu bir bilgilendirme analizidir; yatırım tavsiyesi değildir, mali müşavirin ya da bağımsız
denetçinin yerine geçmez. Vergi, beyan ve kredi kararları için mali müşavirinle görüş.

## Ne zaman kullanılır
- İşletme sahibi olarak kendi tablolarını anlamak istediğinde.
- Mali müşavir olarak müşteri dosyası için hızlı bir ön değerlendirme hazırlarken.
- Banka görüşmesi ya da ortaklık konuşması öncesi tabloların güçlü ve zayıf yanlarını görmek
istediğinde.
- Kullanılmaz: hisse senedi alım-satım kararı, değerleme ya da vergi planlaması için. Bunlar uzman
işidir.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Bilanço | Evet | Kullanıcıdan iste. Bilanço olmadan likidite ve borç oranları hesaplanmaz. |
| Gelir tablosu | Evet | Kullanıcıdan iste. Olmadan kârlılık oranları hesaplanmaz. |
| Nakit akış tablosu | Hayır | Yoksa nakit oranlarını "hesaplanamadı (tablo yok)" olarak yaz;
uydurma. |
| En az 2 dönem | Hayır | Tek dönemse eğilim bölümünü atla ve bunu belirt. |
| Sektör ortalaması | Hayır | Kullanıcı verirse karşılaştır; vermezse karşılaştırma yapma, ortalama
uydurma. |
| Dosya biçimi (Excel, PDF, yapıştırılmış metin) | Hayır | Kod yürütme açıksa pandas ile oku; PDF'te
tabloyu metne çevirip rakamları kullanıcıya teyit ettir. |

## İş akışı

### 1. Tabloları oku ve eşleştir
- Kalemleri tek düzen hesap planı ana gruplarına eşle: Dönen Varlıklar (1), Duran Varlıklar (2),
Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar (3), Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar (4), Özkaynaklar (5); gelir
tablosunda Brüt Satışlar (60), Satış İndirimleri (61), Satışların Maliyeti (62), Faaliyet Giderleri
(63).
- Aktif toplamı = pasif toplamı mı kontrol et. Tutmuyorsa analize başlamadan söyle.
- Okuduğun ana rakamları tabloya dök ve kullanıcıdan teyit iste (özellikle PDF'ten okunduysa).

### 2. Oranları formülleriyle hesapla
| Oran | Formül | Not |
|---|---|---|
| Cari oran | Dönen Varlıklar / Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar | |
| Asit-test (likidite) oranı | (Dönen Varlıklar - Stoklar) / KVYK | |
| Borç / özkaynak | (KVYK + UVYK) / Özkaynaklar | Özkaynak negatifse oranı yazma, bayrak koy. |
| Brüt kâr marjı | Brüt Satış Kârı / Net Satışlar × 100 | |
```

```
| Net kâr marjı | Dönem Net Kârı / Net Satışlar × 100 | |
| Alacak tahsil süresi (gün) | Ortalama Ticari Alacaklar / Net Satışlar × 365 | Ortalama = (dönem başı + dönem sonu) / 2; tek bilanço varsa dönem sonu kullan ve belirt. |
| Stok devir hızı | Satışların Maliyeti / Ortalama Stok | Stok devir süresi = 365 / devir hızı. |
| Faaliyet nakit akışı / net kâr | İşletme Faaliyetlerinden Nakit Akışı / Dönem Net Kârı | Nakit akış tablosu yoksa hesaplama. |
- Her oranın yanına hesabı açık yaz: "Cari oran = 2.400.000 / 1.600.000 = 1,50".
- Oranları iki ondalıkla, yüzdeleri tek ondalıkla ver.

### 3. Eğilimi yorumla (en az 2 dönem varsa)
- Her oran için yön (artış/azalış) ve değişim. Yönün iyi mi kötü mü olduğunu orana göre söyle (alacak tahsil süresinin artması kötüdür).
- Tek dönemlik iniş-çıkışı kalıcı eğilim gibi sunma; 2 dönemde "değişim", 3 ve üstünde "eğilim" de.

### 4. Risk bayraklarını koy (skill kuralları)
- Cari oran 1,00'in altında: kısa vadeli borç, dönen varlıktan fazla.
- Asit-test 0,50'nin altında: stok dışı varlıklar kısa vadeli borcu karşılamakta zorlanıyor.
- Özkaynak negatif ya da borç/özkaynak 3,00'ün üstünde.
- Net kâr pozitifken faaliyet nakit akışı negatif: kâr nakde dönmüyor.
- Alacak tahsil süresi önceki döneme göre 15 günden fazla uzamış.
- Bu eşikler genel uyarı amaçlıdır; sektöre göre normal değerler değişir. Kullanıcı sektör ortalaması verirse eşiği ona göre yorumla.

### 5. Öneri yaz
- Her bayrak için 1-2 uygulanabilir öneri: tahsilat politikası, stok seviyesi, borç vadesi, gider kalemi incelemesi.
- Önerileri "mali müşavirinle değerlendir" çerçevesinde yaz; kesin kredi, yatırım ya da vergi kararı önerme.

### 6. Gizlilik
- Müşteri dosyasıysa raporda şirket unvanı yerine "[şirket]" kullanmayı teklif et. Diş kliniği gibi sağlık işletmelerinde hasta adı ya da tedavi bilgisi içeren kalem varsa analize alma.

## Çıktı biçimi

```markdown
# Finansal sağlık değerlendirmesi: [şirket], [dönem(ler)]
Tablolar: [bilanço / gelir / nakit akış] · Aktif = Pasif: [evet/hayır]

## Özet (3 cümle)
[genel durum, en güçlü yan, en büyük risk]

## Oranlar
| Oran | Formül | [Dönem 1] | [Dönem 2] | Değişim | Yorum |
|---|---|---|---|---|---|

## Hesap ayrıntısı
- Cari oran ([dönem]) = [pay] / [payda] = [sonuç]

## Risk bayrakları
- [bayrak] · Dayanak: [oran ve değer]

## Öneriler
1. [öneri] · İlgili bayrak: [..]

## Notlar
- Hesaplanamayanlar: [..] · Teyit edilmesi gereken rakamlar: [..]
- Bu analiz yatırım tavsiyesi değildir; mali müşavir ya da denetçi değerlendirmesinin yerine geçmez.
```
```

```
## Kalite kontrol
- [ ] Her oranın formülü ve hesabı açık yazıldı.
- [ ] Kalem adları tek düzen hesap planıyla uyumlu.
- [ ] Eksik tablodan oran hesaplanmadı; "hesaplanamadı" yazıldı.
- [ ] Sektör ortalaması uydurulmadı.
- [ ] Tek dönemse eğilim yorumu yapılmadı.
- [ ] Risk bayraklarının dayanağı belirtildi.
- [ ] Yatırım tavsiyesi değildir notu var.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: Mali müşavir
Kullanıcı: "Müşterimin 2024 ve 2025 bilançosu ile gelir tablosu Excel'de ekte. Görüşmeden önce kısa
bir değerlendirme lazım."
Claude:
1. Kod yürütme açıksa pandas ile iki dönemi okur, aktif-pasif eşitliğini kontrol eder, şirket
unvanını "[şirket]" olarak geçirir.
2. Yedi oranı iki dönem için hesaplar; nakit akış tablosu olmadığından son oranı "hesaplanamadı"
yazar.
3. Alacak tahsil süresinin 48 günden 71 güne çıktığını bayraklar; tahsilat vadesi ve teminat
önerisini müşteriyle konuşulacak madde olarak yazar.
4. Sektör ortalaması verilmediği için karşılaştırma yapmaz.

### Örnek 2: Diş kliniği
Kullanıcı: "Kliniğimin geçen yılki gelir tablosu ve bilançosu PDF olarak burada. Para kazanıyor
muyuz, bir sorun var mı?"
Claude:
1. PDF'teki ana rakamları tabloya döker ve teyit ister.
2. Tek dönem olduğu için eğilim yapmaz; brüt ve net kâr marjını, cari oranı ve sarf malzeme stoğu
için stok devir süresini hesaplar.
3. Cari oranın 0,85 çıktığını bayraklar; ekipman kredisinin kısa vadeli kısmını mali müşavirle
gözden geçirmeyi önerir.
4. Hasta bilgisi içeren kalem kullanmaz; raporun sonuna "yatırım tavsiyesi değildir" notunu koyar.

## Yapma
- Eksik tablodan oran uydurma ya da tahmini rakamı gerçek gibi sunma.
- Sektör ortalaması, piyasa verisi ya da faiz oranı uydurma.
- Formülsüz oran verme.
- Kesin kredi, yatırım ya da vergi kararı önerme.
- Kendini mali müşavir ya da denetçi yerine koyma.
```

# 35 raid-log-pmp

skills/raid-log-pmp/SKILL.md · Eğitim & Analiz

```
---
name: raid-log-pmp
description: Bir proje için RAID kaydı (Risks, Assumptions, Issues, Dependencies - risk, varsayım,
sorun, bağımlılık) kurar; riskleri 5x5 olasılık-etki matrisiyle puanlar (skor = O x E, 1-25) ve renk
bantlarıyla işaretler. Kod yürütme açıksa 4 kayıt sayfası, matris sayfası ve koşullu
biçimlendirmeyle renk kodlu Excel üretir. Kullanıcı "proje risklerini çıkar", "RAID log hazırla",
"risk matrisi yap", "açılış/tadilat için risk listesi" dediğinde kullan.
---

# RAID kaydı ve risk matrisi (raid-log-pmp)

Projeyi anlat, dört listeyi al: riskler, varsayımlar, sorunlar, bağımlılıklar. Riskler 5×5 olasılık
× etki matrisiyle puanlanır, renklendirilir ve her kayda sahip, tarih ve eylem atanır.

5×5 matris, PMI'nin risk yönetimi yaklaşımında kullanılan olasılık-etki matrisinin yaygın bir
biçimidir; PMI'nin tek ya da zorunlu biçimi değildir. Eşikler ve renk bantları bu skill'in
kuralıdır, ekibin farklıysa onunkini kullan.

## Ne zaman kullanılır
- Başlangıcı, bitişi ve birden fazla tarafı olan projelerde (tadilat, şube açılışı, taşınma,
etkinlik).
- Proje sürerken haftalık risk ve sorun takibi yapmak istediğinde.
- Kullanılmaz: tek kişilik, birkaç günlük işlerde. Orada basit bir yapılacaklar listesi yeter.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| Proje tanımı (ne, nerede, ne zaman bitecek) | Evet | Kullanıcıdan iste. |
| Taraflar (ekip, tedarikçi, usta, yetkili kurum) | Hayır | Tanımdan çıkar, "sahip" alanına rol yaz
("iç mimar", "işletme sahibi"). |
| Bilinen sorunlar ve kaygılar | Hayır | Sor; yoksa proje türünden tipik başlıkları öner, kullanıcı
onaylasın. |
| Ekibin kendi matris eşikleri | Hayır | Bu skill'in bantlarını kullan. |
| Çıktı biçimi | Hayır | Kod yürütme açıksa .xlsx; değilse CSV + Excel'de renklendirme adımları. |

## İş akışı

### 1. Dört türü ayır
- **Risk (R):** henüz olmadı, olabilir. "Seramik teslimi gecikebilir."
- **Varsayım (A):** doğru kabul edip plana koyduğun şey. "Bina yönetimi hafta içi 09-18 çalışmaya
izin verir."
- **Sorun (I):** şu an olmuş, çözülmesi gereken şey. "Elektrik projesi onaydan döndü."
- **Bağımlılık (D):** başka bir işe ya da tarafa bağlı adım. "Mutfak montajı, tezgâh ölçüsü
alınmadan başlamaz."
- Doğrulanamayan varsayımı risk olarak da kaydet ve birbirine bağla (ID ile).

### 2. Riskleri puanla
Olasılık (O) ve etki (E) 1-5:
| Puan | Olasılık | Etki |
|---|---|---|
| 1 | Çok düşük | Önemsiz, takvim ve bütçeye etkisi yok |
| 2 | Düşük | Küçük gecikme ya da maliyet |
| 3 | Orta | Fark edilir gecikme ya da maliyet |
| 4 | Yüksek | Kritik iş kayar, bütçe zorlanır |
| 5 | Çok yüksek | Proje durur ya da açılış ertelenir |
```

- Skor = O × E (1-25).
- Renk bantları (skill kuralı): 1-4 yeşil, 5-9 sarı, 10-16 turuncu, 17-25 kırmızı.
- Kırmızı ve turuncu her risk için önleme eylemi ve tetik (riskin gerçekleştiğini gösteren işaret) zorunlu.

### 3. Her kayda alanları doldur
- Ortak alanlar: ID (R-01, A-01, I-01, D-01), tür, açıklama, sahip, tarih (kayıt ve hedef), durum (Açık / İzleniyor / Kapandı), eylem.
- Risk ek alanları: olasılık, etki, skor, bant, tetik.
- Sorun ek alanı: öncelik (Yüksek/Orta/Düşük). Varsayım ek alanı: doğrulama yolu ve tarihi. Bağımlılık ek alanı: bağlı olduğu iş ya da taraf.
- Sahip olarak kişi adı yerine rol yaz; kullanıcı isterse adları kendisi ekler.

### 4. Matrisi oluştur
- 5×5 ızgara: satırlar olasılık (5 üstte), sütunlar etki (1 solda). Her hücreye o hücredeki risk ID'lerini yaz.

### 5. Excel üret
- **Kod yürütme açıksa:** openpyxl ile 5 sayfalı .xlsx üret: "Riskler", "Varsayimlar", "Sorunlar", "Bagimliliklar", "Matris". Skor sütunu formül olsun (=O×E hücre referansıyla). Skor ve bant için koşullu biçimlendirme (CellIsRule ile dört aralık, dört renk), başlık satırı dondurulmuş, otomatik filtre açık. Matris sayfasında hücre arka planı bandına göre renkli. Anthropic'in xlsx skill'i ortamdaysa (ör. Claude.ai) onu kullan.
- **Kod yürütme kapalıysa:** her tür için CSV bloğu ver ve şu adımları yaz: Excel'de Veri > Metinden/CSV'den aç; skor sütununu seç; Giriş > Koşullu Biçimlendirme > Hücre Kurallarını Vurgula > Arasında ile 1-4, 5-9, 10-16, 17-25 için dört kural ekle.

### 6. Kalite kontrolünden geçir ve teslim et

## Çıktı biçimi

```markdown
# RAID kaydı: [proje], [tarih]
Bitiş hedefi: [..] · Kırmızı: [n] · Turuncu: [n] · Sarı: [n] · Yeşil: [n]

## Riskler
| ID | Açıklama | O | E | Skor | Bant | Tetik | Sahip | Tarih | Durum | Eylem |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

## Varsayımlar
| ID | Açıklama | Doğrulama yolu | Sahip | Tarih | Durum | Eylem |

## Sorunlar
| ID | Açıklama | Öncelik | Sahip | Tarih | Durum | Eylem |

## Bağımlılıklar
| ID | Açıklama | Bağlı olduğu iş/taraf | Sahip | Tarih | Durum | Eylem |

## 5×5 matris
| O \ E | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| 5 | | | | R-03 | |

## Notlar
- Dosya: [raid.xlsx / CSV] · Haftalık gözden geçirme günü önerisi: [..]
```

## Kalite kontrol
- [ ] Her kayıt doğru türde (olmuş şey sorun, olabilecek şey risk).
- [ ] Her riskte O, E, skor ve bant var; skor = O × E.

```
- [ ] Bantlar 1-4 / 5-9 / 10-16 / 17-25 kuralına uyuyor.
- [ ] Kırmızı ve turuncu risklerde tetik ve eylem var.
- [ ] Her kayıtta ID, sahip, tarih, durum ve eylem dolu.
- [ ] Matris hücreleri risk listesiyle birebir eşleşiyor.
- [ ] PMI'nin zorunlu biçimi olduğu iddiası yok.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: İç mimar
Kullanıcı: "3+1 bir dairenin komple tadilatı, 8 hafta sürecek. Mutfak, iki banyo ve elektrik
yenileniyor. RAID kaydı ve Excel lazım."
Claude:
1. 9 risk (malzeme gecikmesi, gizli tesisat hasarı, komşu şikâyeti), 4 varsayım, 2 sorun, 5
bağımlılık çıkarır.
2. "Duvar açılınca eski tesisat değişimi gerekir" riskini O=4, E=4, skor 16, turuncu puanlar; tetik:
"ilk kırım günü sızıntı izi".
3. "Bina yönetimi çalışma saatleri" varsayımını yönetimden yazılı teyitle doğrulamayı önerir.
4. Kod yürütme açıksa openpyxl ile 5 sayfalı, renk kodlu .xlsx üretir.

### Örnek 2: Spa-wellness
Kullanıcı: "İkinci şubemizi 3 ay sonra açıyoruz. Kiralama tamam, tadilat ve personel alımı sürüyor."
Claude:
1. Riskleri ruhsat ve izin süreci, ekipman teslimi, terapist alımı, açılış kampanyası başlıklarında
toplar.
2. Ruhsat sürecinin açılış tarihine bağımlılığını D-01 olarak kaydeder; ilgili riski R-02 ile
bağlar.
3. Sahip alanına kişi adı değil rol yazar (şube müdürü, işletme sahibi).
4. Kod yürütme kapalıysa CSV bloklarını ve Excel koşullu biçimlendirme adımlarını verir.

## Yapma
- Olmuş bir sorunu risk olarak kaydetme.
- Skoru O × E dışında bir yöntemle hesaplama ya da bandı keyfî atama.
- Kırmızı riski eylemsiz bırakma.
- Kişi adı, telefon gibi bilgileri kullanıcı istemeden tabloya yazma.
- 5×5 matrisi PMI'nin tek doğru biçimi gibi sunma.
```

# 36 dwg-analiz

skills/dwg-analiz/SKILL.md · Eğitim & Analiz

```
---
name: dwg-analiz
description: AutoCAD çizimini (DWG, önce DXF'e çevrilerek) açar; katmanları, blok adlarını ve
adetlerini, ölçüleri ve metin etiketlerini okur, birim kontrolü yapar ve planın PNG/PDF önizlemesini
üretir. Python ve ezdxf kütüphanesiyle çalışır. Kullanıcı "bu DWG'de ne var", "çizimdeki
katmanları/blokları say", "plandan özet çıkar", "AutoCAD dosyasını görselleştir", "broşür için plan
özeti lazım" dediğinde kullan.
---

# DWG analizi (dwg-analiz)

Bir AutoCAD çizimini okunur bir özete çevirir: hangi katmanlar var, hangi bloklar kaç adet, hangi
ölçüler ve metinler yazılı, plan nasıl görünüyor.

Önce dürüst bir not: Claude DWG dosyasını doğrudan okuyamaz. DWG kapalı bir ikili biçimdir. Dosya
önce DXF'e çevrilir, sonra Python'daki ezdxf kütüphanesiyle okunur. Bunun için kod yürütme gerekir;
kapalıysa kodu sen kendi bilgisayarında çalıştırırsın.

## Ne zaman kullanılır
- Mimar ya da proje ofisinden gelen çizimin içeriğini AutoCAD açmadan görmek istediğinde.
- Satış broşürü ya da müşteri sunumu için planın oda ve ölçü özetini çıkarırken.
- Çizimdeki blok adetlerinden (kapı, pencere, armatür, priz) kaba metraj listesi isterken.
- Kullanılmaz: çizimi düzenlemek, ruhsat ya da resmî metraj için kesin hesap yapmak gerektiğinde. Bu
skill okur ve özetler; kesin hesap çizimi hazırlayanın işidir.

## Girdiler
| Girdi | Zorunlu mu | Yoksa ne yapılır |
|---|---|---|
| DXF dosyası (ya da DWG) | Evet | DWG geldiyse aşağıdaki çevirme yollarından birini iste. |
| Amaç (katman listesi, blok sayımı, plan özeti, önizleme) | Hayır | Hepsini üret. |
| Çizim birimi | Hayır | INSUNITS başlığından oku; 0 ise (birimsiz) kullanıcıya sor. |
| Hangi katmanlar önemli | Hayır | Tüm katmanları listele, boş olanları ayrı göster. |

## İş akışı

### 1. DWG'yi DXF'e çevir
- **Yol 1:** AutoCAD ya da DXF kaydedebilen başka bir CAD programında "Farklı Kaydet > DXF".
- **Yol 2:** Open Design Alliance'ın ücretsiz ODA File Converter programıyla DWG'yi DXF'e çevir.
- **Yol 3:** ODA File Converter kuruluysa ezdxf'in odafc eklentisi onu çağırabilir: `from
ezdxf.addons import odafc; doc = odafc.readfile("plan.dwg")`. Dönüştürücü kurulu değilse bu yol
çalışmaz; kurulu olduğunu varsayma.

### 2. Dosyayı aç ve birimi kontrol et
- `ezdxf.readfile` ile aç. Bozuk dosyada hata alırsan ezdxf'in `recover` modülünü dene ve
kullanıcıya bildir.
- `$INSUNITS` değerini oku: 4 = mm, 5 = cm, 6 = m, 1 = inç, 0 = birimsiz. Birimsizse ölçüleri
birimsiz ver ve sor.

### 3. İçeriği oku
- **Katmanlar:** `doc.layers` içinden ad, renk, açık/kapalı; her katmandaki varlık sayısı.
- **Bloklar:** `msp.query("INSERT")` ile blok adlarını ve adetlerini say. `*` ile başlayan anonim
blokları ayrı göster.
- **Ölçüler:** `DIMENSION` varlıklarının ölçü değeri (`get_measurement()`) ve elle yazılmış metin
(`dxf.text`; "<>" ya da boşsa ölçülen değer gösteriliyordur). Elle yazılmış metin ölçülen değerle
çelişiyorsa işaretle.
```

- **Metinler:** `TEXT` ve `MTEXT` içerikleri (oda adları, notlar). MTEXT için `plain_text()` biçim kodlarını temizler.

### 4. Alan hesabı (dikkatli)
- Alanı yalnız kapalı LWPOLYLINE'lardan hesapla (`e.closed` doğru olanlar), birimi m²'ye çevir.
- Kavisli (bulge) kenarlar basit poligon hesabında yok sayılır; böyle polyline varsa "yaklaşık" yaz.
- Her alanın yanına "kontrol et" notu koy: çizimdeki polyline duvar içini mi dışını mı izliyor, bilinemez.

### 5. Önizleme üret
- ezdxf'in drawing eklentisi ve matplotlib ile PNG ya da PDF: `qsave(msp, "plan.png")`.
- Çok büyük çizimde yalnız ilgili katmanları gösteren ikinci bir önizleme öner.

### 6. Özeti yaz
- Broşür amaçlıysa: oda adları, okunabilen ölçüler ve "kontrol et" notlu yaklaşık alanlar. Satış metninde net alanı yalnız tapu ya da proje ofisinin resmî rakamıyla kullan.

### Örnek kod
```python
import ezdxf
from collections import Counter
from ezdxf.math import area
from ezdxf.addons.drawing import matplotlib as dmpl

doc = ezdxf.readfile("plan.dxf")
msp = doc.modelspace()
birim = {0: "birimsiz", 1: "inç", 4: "mm", 5: "cm", 6: "m"}.get(doc.header.get("$INSUNITS", 0),
"diğer")
print("Birim:", birim)
print("Katmanlar:", [l.dxf.name for l in doc.layers])
print("Bloklar:", Counter(e.dxf.name for e in msp.query("INSERT")).most_common())
for d in msp.query("DIMENSION"):
    m = d.get_measurement()  # doğrusal ölçüde sayı, bazı türlerde vektör döner
    print("Ölçü:", d.dxf.layer, round(m, 2) if isinstance(m, float) else m, d.dxf.get("text", "<>"))
for t in msp.query("TEXT MTEXT"):
    print("Metin:", t.dxf.layer, t.dxf.text if t.dxftype() == "TEXT" else t.plain_text())
for p in msp.query("LWPOLYLINE"):
    if p.closed:
        print("Kapalı alan (çizim birimi²):", p.dxf.layer, round(area(p.get_points("xy")), 2))
dmpl.qsave(msp, "plan.png")
```
- Kod yürütme kapalıysa kullanıcıya şu adımları ver: Python'u kur, `pip install ezdxf matplotlib` çalıştır, kodu `analiz.py` olarak DXF ile aynı klasöre kaydet, `python analiz.py` çalıştır, çıktıyı ve plan.png'yi buraya yapıştır.

## Çıktı biçimi

```markdown
# Çizim özeti: [dosya adı]
Birim: [..] · Katman: [n] · Blok türü: [n] · Ölçü: [n] · Metin: [n]

## Katmanlar
| Katman | Varlık sayısı | Durum |
|---|---|---|

## Bloklar
| Blok adı | Adet | Muhtemel anlamı (kontrol et) |
|---|---|---|

## Ölçüler ve metinler
```

```
- [katman] [değer] [birim] · çelişki: [var/yok]
- Oda adları: [..]

## Yaklaşık alanlar (kontrol et)
| Katman / oda | Alan (m²) | Not |
|---|---|---|

## Önizleme
[plan.png / plan.pdf]

## Notlar
- Çevirme yolu: [..] · Okunamayan varlıklar: [..]
```

## Kalite kontrol
- [ ] DWG'nin doğrudan okunduğu iddia edilmedi; çevirme yolu yazıldı.
- [ ] Birim INSUNITS'ten okundu ya da birimsiz olduğu söylendi.
- [ ] Blok adetleri sayımdan geliyor, tahmin değil.
- [ ] Alanlar yalnız kapalı polyline'lardan ve "kontrol et" notuyla.
- [ ] Ölçü metni ile ölçülen değer çelişkileri işaretlendi.
- [ ] Kod yürütme yoksa yerelde çalıştırma adımları verildi.

## Örnek kullanım

### Örnek 1: İç mimar
Kullanıcı: "Müteahhitten gelen 2+1 dairenin DWG'si ekte. Kaç priz, kaç armatür var, hangi katmanlar kullanılmış?"
Claude:
1. DWG'yi doğrudan okuyamayacağını söyler; DXF olarak kaydetmesini ya da ODA File Converter ile çevirmesini ister.
2. DXF gelince katmanları listeler, INSERT'lerden "PRIZ" ve "ARMATUR" benzeri blokları sayar, blok adının anlamını "kontrol et" diye işaretler.
3. Elle yazılmış ölçü metni ile ölçülen değerin farklı olduğu iki ölçüyü gösterir.
4. Kod yürütme açıksa plan.png üretir; kapalıysa kodu ve çalıştırma adımlarını verir.

### Örnek 2: Emlak ofisi
Kullanıcı: "Satış broşürü için bu planın DXF'inden oda adlarını ve metrekareleri çıkar."
Claude:
1. INSUNITS'i okur (mm), TEXT ve MTEXT'ten oda adlarını toplar.
2. Kapalı polyline'lardan yaklaşık alanları m² olarak hesaplar, her birine "kontrol et" notu koyar.
3. Broşürde net alan için tapu ya da proje ofisinin resmî rakamını kullanmasını söyler.
4. Broşür için yalnız duvar ve oda adı katmanlarını gösteren sade bir önizleme üretir.

## Yapma
- DWG'yi doğrudan okuduğunu ya da çevirmeden analiz ettiğini söyleme.
- ODA File Converter kurulu olmadan odafc yolunun çalışacağını varsayma.
- Açık polyline'dan ya da tahminle metrekare üretme.
- Hesaplanan alanı resmî alan gibi sunma.
- Blok adından emin olmadan anlam atama; "kontrol et" yaz.

# Takıldığın yer *olursa* yaz.

Bu 36 dosya bir başlangıç. En iyi skill, kendi işinden bir örnekle düzelttiğin skill. Hangisinden başlayacağına karar veremediysen ya da kurulumda takıldıysan DijiKoçum'a yaz, birlikte bakalım.

Bu rehberi Instagram'da yoruma **SKILL** yazdığın için gönderdik. Sektörün listede yoksa DM'den yaz, en yakın sayfayı birlikte uyarlayalım.

## Ücretsiz dijital *kontrol*

Sitene, Google ve yapay zekâ görünürlüğüne birlikte bakalım.

**dijikocum.com/digital-checkup**