

Gayrimenkul Danışmanı İçin

İlk 10 Claude Promptu

Bugün uygulayıp haftada saatler kazandıracak, hemen kullanabileceğiniz prompt formülleri



Güven AÇIK

26 yıllık emlak eğitmeni

gayrimenkulegitimleri.com

Sürüm 1.0 • 2026

Bu rehberere hoş geldiniz

Bu küçük rehberi indirdiyseniz, demek ki yapay zekânın emlak danışmanlığına ne katacağını merak ediyorsunuz. Doğru yerdesiniz. Ama önce dürüst olmam gereken bir şey var:

Yapay zekâ, sektörümüzde sihir yapmıyor. Hızla zengin etmiyor. Müşteri yıgmıyor. Yaptığı şey daha sade ama daha kıymetli — size haftada saatler kazandırıyor, doğru kullanılırsa müşteri ilişkinizin kalitesini artırıyor ve mesleğinizdeki ustalığınızın üzerine bir kat daha ekliyor.

Bu rehberde 10 hazır prompt (Komut) formülü bulacaksınız. Hepsi gerçek, hepsi denenmiş, hepsi bugün uygulayabileceğiniz. Hiçbiri "şu prompt'la AI sizi düşmüş paranızdan kurtaracak" iddiasında değil. Sadece günlük işinizdeki bazı rutin işleri hızlandıracak.



Bu rehberi kim hazırladı?

Ben Güven Açık. 26 yıldır emlak sektöründeyim. Üç kitap yazdım, binlerce danışman yetiştirdim, kendi YouTube kanalımda öğrendiklerimi paylaşıyorum. Son iki yılda gözüm yapay zekâya açıldı — özellikle Claude'a. Burada paylaştıklarım, kendim için kullandığım, müşterilerime önerdiğim ve eğitimlerimde gösterdiğim gerçek formüller.



Bu rehberi nasıl kullanmalısınız?

- Hepsini tek seferde okumayın. Bir komutu (prompt) deneyin, oturmasını bekleyin, sonra bir sonrakine geçin.
- Komut'ları olduğu gibi kopyalamak yerine, kendi durumunuza uyarlayın. Her formülü kendi diliniz haline getirin.
- İlk birkaç deneme tam istediğiniz çıktıyı vermeyebilir. Bu normaldir — Komutlarınız zamanla gelişir.
- Önemli iş için AI (Yapay Zeka) çıktısını mutlaka okuyup düzenleyin. AI bir taslak makinasıdır. Son söz hep sizde olmalı.
- Aklınıza takılan bir soru olursa, e-posta listesine kaydolduğunuzda bana dönüş yapabilirsiniz.



Önemli not — Etik ve sınırlar

Yapay Zeka (AI) ile çalışırken müşteri gizliliği önemlidir. Bu rehberdeki prompt'lara müşterinizin kişisel bilgilerini (ad, telefon, kimlik numarası, kesin adres) vermenize gerek yok. Sadece davranışsal gözlemler, mülk özellikleri ve genel bilgiler yeterli.

Ayrıca AI'nın çıkardığı her bilgi her zaman doğru olmaz. Halüsinasyon dediğimiz bu durum AI'ın "kafadan attığı" yanlış cevaplar üretmesidir. Özellikle sayısal verilerde ve hukuki konularda çıktıyı mutlaka kontrol edin.



Hangi AI aracını kullanmalısınız?

Bu rehberdeki tüm prompt'lar “Claude” için optimize edildi. ChatGPT veya Gemini'de de çalışırlar, ama Türkçe kalitesi ve uzun bağlam yönetimi açısından **Claude**'u daha uygun buluyorum. Ücretsiz versiyon emlakçı için bir süre yeterli olur. Yoğun kullanım için aylık abonelik (yaklaşık 20 USD) değerini fazlasıyla çıkarır.

Claude'a şu adresten ulaşabilirsiniz: **claude.ai**



"Bir araç ne kadar güçlüyse o kadar dikkatli kullanılır. Yapay zekâ, son 50 yılın en güçlü aracıdır. Ona saygı göstererek yaklaşın."

PROMPT

1

Mülk Açıklaması Üretimi

Tahmini kazanım: 30-40 dakika tasarruf, her ilan başına

Bir mülk için ilan açıklaması yazmak, çoğu danışmanın günde 30-50 dakika harcadığı bir iştir. Bu “prompt” komut formülüyle aynı işi 5 dakikaya indirebilirsiniz. Önemli olan formülün beş parçasının da Claude'a verilmesi: **rol, bağlam, iş, stil, sınır**.

► Hazır Prompt (Claude'a kopyalayın)

ROL: Sen 20 yıllık deneyimli bir Türk emlak danışmanısın. Türkçe yazıyorsun, abartılı sıfat kullanmıyorsun, satışı zorlamadan anlatıyorsun.

Bağlam: Aşağıdaki mülk için bir ilan açıklaması yaz:

İş:

Mülk: 3+1 daire

Konum: İstanbul, Kadıköy, Caferağa

Alan: 120 m² brüt, 105 m² net

Kat: 4. kat, asansörlü

Bina yaşı: 8 yıl

Özellikler: Güneydoğu cephe, doğal gaz, 2 balkon, ankastre mutfak, ebeveyn banyosu

Çevre: Metro 5 dk yürüme, Bağdat Caddesi 10 dk

Hedef alıcı: 30-45 yaş, eşi çalışan, 1-2 çocuklu aile

Stil: Ton: Sıcak, anlatımcı, satışı zorlamayan

Uzunluk: Maksimum 150 kelime

Sınırlar: Fiyat verme. Manzara yazma (yok). Abartılı sıfat kullanma.

✓ Örnek çıktı

Caferağa'da, sahip olduğunuz konfor için ödeme yapacağınız bir daire.

Sekiz yıllık bakımlı binada, dördüncü kattaki bu 3+1 dairede iki balkon, ebeveyn banyosu ve ankastre mutfak sizi karşılıyor. Güneydoğu cephe gün boyu doğal ışık demek; kış aylarında doğal gaz sayesinde sıcacık bir yuva.

105 metrekare net kullanım alanı çocukları olan bir aile için rahat. Mutfak salondan ayrı, yaşam alanı geniş. Üst kat olması sokak gürültüsünü kesiyor; asansör günlük hayatı kolaylaştırıyor.

Konum açısından beş dakika yürüme mesafesinde metro var, Bağdat Caddesi ise on dakikalık keyifli bir yürüyüş. Sahil, çarşı, kafe — Kadıköy'ün ruhu kapınızın önünde.

Bu daireyi yerinde görmek, anlattıklarımı daha iyi anlatacaktır. Sizi gezdirmekten memnuniyet duyarız.

İPUCU: Bu formüldeki en sık atlanan kısım 'sınırlar' bölümüdür. "Manzara yazma (yok)" gibi negatif komutlar Claude'un sahte iddia üretmesini engeller. Her mülkün gerçek özelliklerini açıkça vermeyi unutmayın.

PROMPT

2

İlan Başlığı Optimizasyonu

Tahmini kazanım: 5 dakikada 5 farklı seçenek

Sahibinden veya hepsiemlak'taki ilanınızın tıklanma oranı büyük ölçüde başlığa bağlıdır. Tek bir başlıkla yetinmek yerine 5 farklı başlık üretip en güçlüsünü seçin. Claude bunu saniyeler içinde yapar.

► Hazır Prompt (Claude'a kopyalayın)

Sen emlak ilanlarında uzmanlaşmış bir copywriter'sın. Sahibinden.com ve hepsiemlak.com gibi sitelerde yüksek tıklama oranı alan başlıklar yazıyorsun.

Aşağıdaki mülk için 5 farklı stilde başlık yaz:

Mülk: 3+1 daire, 120 m², Kadıköy Caferağa

Özellikler: Metro yakını, 8 yaşında bina, asansörlü, güneydoğu cephe

Fiyat aralığı: orta-üst segment

Stillerden her biri için 1 başlık üret:

1. Konum vurgusu (yer öne çıkar)
2. Fayda vurgusu (alıcının ne kazanacağı öne çıkar)
3. Sosyal kanıt vurgusu (bölgenin popülerliği öne çıkar)
4. Aciliyet vurgusu (kaçırılmamalı hissi)
5. Yaşam tarzı vurgusu (kim oturursa nasıl yaşar)

Her başlık 8-12 kelime arası olsun. Türkçe yaz.

✓ Örnek çıktı

1. KONUM: "Caferağa'nın Kalbinde, Metroya 5 Dakikalık Bakımlı 3+1"

2. FAYDA: "Çocuklu Aileler İçin Hazır: Ebeveyn Banyolu Kadıköy Dairesi"

3. **SOSYAL KANIT:** "En Çok Tercih Edilen Caferağa Sokağında Lüks 3+1"

4. **ACİLİYET:** "Bu Fiyata Caferağa'da Son Daire — 8 Yaşında, Asansörlü"

5. **YAŞAM TARZI:** "Sabah Sahilde Yürüyüş, Akşam Bağdat'ta Kafe — Bu Daire Onları Bağlar"

İPUCU: Beş başlığı da yayınlamayın — birini seçin, ilana koyun. 2 hafta sonra bir diğeriyle değiştirip A/B testi yapabilirsiniz. Hangi başlık daha çok mesaj geldiğine bakın.

PROMPT

3

Müşteri Profili Çıkarma

Tahmini kazanım: Bir görüşme sonrası 5 dakikada profil

Müşteri tanıma görüşmesinden çıktığınızda elinizde dağınık notlar var. Bu notları Claude'a verip yapılandırılmış bir profil çıkarabilirsiniz. Bu profil sonraki tüm satış kararlarınızın temeli olur.

► Hazır Prompt (Claude'a kopyalayın)

Sen DISC kişilik modeli ve emlak satış psikolojisi konusunda eğitimli bir danışmansın. Müşteri görüşme notlarını analiz edip yapılandırılmış müşteri profili çıkarıyorsun.

Aşağıdaki görüşme notlarıma bakarak şunları belirle:

1. DISC tipini (Dominant, Etkileyici, Sakin, Düşünceli) tahmin et – gerekçesiyle
2. Satın alma kararı verme biçimini tahmin et (hızlı/yavaş, mantık/duygu ağırlıklı)
3. Olası 3 itirazı önceden tahmin et
4. Bu müşteri için en etkili 3 satış yaklaşımını öner
5. Kaçınılması gereken 2 yaklaşımı belirt

Müşteri kimlik bilgilerini (ad, telefon) paylaşmadım, sadece davranışsal gözlemler:

[Görüşme notlarınızı buraya yapıştırın]

Örnek: "45 yaşında erkek, mühendis, eşi öğretmen, iki çocuklu. Görüşme boyunca çok fazla sayısal soru sordu – metrekare, fiyat/m², site aidatı, ısınma maliyeti. Üç kez 'düşünmem lazım' dedi. Eşinin görüşünün önemli olduğunu vurguladı. Pazartesi tekrar gelecek."

✓ Örnek çıktı

1. DISC TİPİ: Düşünceli (D-yüksek)

Gerekçe: Sayısal sorular, "düşünmem lazım" tekrarı, eş onayı arama — hepsi analitik-düşünceli profilin işaretleri.

2. KARAR VERME BİÇİMİ: Yavaş, mantık ağırlıklı, veri toplama dönemi olacak. Tek görüşmede karar vermez. 2-4 hafta sürebilir.

3. OLASI 3 İTİRAZ:

- "Site aidatı yüksek, uzun vadede ne kadar olur?"
- "Eşim henüz görmedi, onun da onayını almam lazım"
- "Aynı bütçeyle başka bölgelerde ne var, bakmam gerek"

4. EN ETKİLİ 3 SATIŞ YAKLAŞIMI:

- Karşılaştırma tablosu sunun: bu mülk vs 2 alternatif, sayısal kıyas
- Eşinin katılacağı ikinci bir gezi mutlaka önerin
- Yazılı dokümanlar verin: maliyet analizi, bölge raporu

5. KAÇINILMASI GEREKEN 2 YAKLAŞIM:

- Aciliyet baskısı yapmayın ("Bu hafta karar verin"). Bu tip için tersine etki yapar.
- Duygusal/hikâyeli pazarlama. Sayılarla konuşun.

İPUCU Bu profile %100 güvenmeyin. Claude'un tahmini bir başlangıç noktasıdır, sezginizin değil. İlk görüşmeden sonra revize edin, ikinci görüşmeden sonra netleştirin.

PROMPT

4

Mülk Sunumu Sonrası Takip Mesajı

Tahmini kazanım: 10 dakikalık karar yerine 30 saniyede mesaj

Mülk sunumundan sonraki ilk 2 saat 'sıcak anlar' dır. Müşteriye atılan bir WhatsApp kişiselleştirilmiş mesaj, geç atılan mesajdan veya bilgiden çok daha etkili olur. Claude ile sunum notlarınızdan bir takip mesajı hızla üretebilirsiniz.

► Hazır Prompt (Claude'a kopyalayın)

Sen emlakçıların müşterilerine attığı WhatsApp mesajlarında uzmanlaşmış bir copywriter'sın. Mesajların 60-90 kelime arası, samimi ama profesyonel olmalı.

Aşağıdaki mülk sunumu notlarımdan, müşteriye gönderebileceğim bir WhatsApp takip mesajı yaz:

Mülk: 3+1, Kadıköy, 120 m²

Müşteri tipi: Çocuklu aile, eşler beraber geldi

Geziden gözlemlerim:

- Eş çocuk odasını çok beğendi, "tam Mira için" dedi
- Erkek mutfaka girdiğinde "küçük gelmedi mi?" diye sordu
- Salon ve balkonu çok beğendiler, balkona iki kez çıktılar
- Çıkarken "düşüneceğiz, yarın ararız" dediler

Mesajın amacı: ilgilerini canlı tutmak, mutfak endişesini hafifletmek, ikinci görüşmeye davet etmek

Stil: doğal, baskısız, sıcak

NOT: Müşteri ismi kullanma, "merhaba" yerine günün vaktine göre selamlama olsun.

✓ Örnek çıktı

İyi akşamlar 🌙

Bugün geldiğiniz için çok teşekkür ederim. Mira için çocuk odasının uygun olduğunu söylediğinizde ben de çok mutlu oldum — gerçekten oraya bir çocuğun nasıl yerleşeceğini hayal etmeye başlamıştım.

Mutfak konusu için bir not düşmek istedim: ankastre tezgahlar derinlemesine 60 cm, standardın 5 cm üstünde. Yan yana iki tencere rahat sığıyor. İsterseniz bir sonraki ziyarette beraber ölçeriz.

Yarın aramanızı bekliyorum, ama bir öneri: balkonu bu kez güneşli saatte görmek istemez misiniz? Hafta sonu 10:00 civarı çok güzel oluyor.

Güven AÇIK 🙏

İPUCU Mesajda emoji kullanımı müşteri tipine göre değişir. Genç ve orta yaş aileler için 1-2 emoji uygun. Üst düzey iş insanları ve düşünceli tip müşteriler için emojisiz tercih edin.

PROMPT

5

Fiyat İtirazına 3 Farklı Cevap

Tahmini kazanım: **Önemli müşteri görüşmesi öncesi 5 dakikalık hazırlık**

"Fiyat yüksek" itirazı, satışın en kritik anlarından biridir. Burada doğaçlama riskli — hazırlıklı gitmek gerek. Claude size aynı itiraza 3 farklı tonda cevap üretir, müşteri tipine en uygun olanı seçersiniz.

► Hazır Prompt (Claude'a kopyalayın)

Sen Türk emlak sektöründe satış konuşması koçluğu yapan bir uzmansın. İtirazlara müşteri tipine göre farklı yaklaşımları biliyorsun.

Müşteri "Fiyat yüksek" dedi. Aşağıdaki üç farklı tonda cevap yaz:

1. ANLAYIŞLI ton — duyguya hitap eder, müşterinin kaygısını kabul eder
2. BİLGİ VEREN ton — sayılarla cevap verir, karşılaştırma sunar
3. YUMUŞAK YÖNLENDİREN ton — soruyu soruyla karşılar, müşterinin kendini ikna etmesini sağlar

Bağlam:

- Mülk: 3+1 daire, Kadıköy, 120 m²
- İlan fiyatı: 8.5 milyon ₺
- Bölgede benzer mülkler 8.2-9.1 milyon arası
- Müşteri tipini bilmiyoruz — bu yüzden 3 farklı yaklaşım

Her cevap 3-4 cümle olsun. Sözlü konuşma, yüzyüze görüşme tonunda yaz.

✓ Örnek çıktı

1. ANLAYIŞLI TON:

"Sizi anlıyorum, bu rakamlar gerçekten büyük rakamlar. Konut almak hayatınızın en büyük finansal kararlarından biri, kaygı duymanız son derece doğal. Aslında ben birçok müşterimle bu konuşmayı yaptım — birçoğu sonradan 'iyi ki o anlık duygu beni durdurmadı' diyor. Sizinle de bunun üzerine konuşmak isterim, bu fiyatı yüksek hissettiren ne, oradan başlayalım."

2. BİLGİ VEREN TON:

"Bu noktayı sayılarla konuşalım izninizle. Şu an Caferağa'da benzer özellikli, son 6 ayda satılmış 4 daire baktım: en düşük 8.2, en yüksek 9.1 milyon. Bu mülk 8.5 — yani ortalamanın altında. Üstelik bu daire 8 yaşında, çoğu 12-15 yaşında. Metrekare başına baktığımızda da %4 daha uygun. İsterseniz size bu karşılaştırmayı yazılı olarak da hazırlayayım."

3. YUMUŞAK YÖNLENDİREN TON:

"Bu mülkü ilk gördüğünüzde, fiyatından önce ne size hitap etmişti? ... O hissi bir kenara koyalım. Şimdi düşünelim: Aynı bütçeyle, aynı bölgede, aynı kalitede başka bir alternatif var mı sizin gördüğünüz? ... Eğer yoksa, soru fiyatın yüksek olması değil — sizin için doğru olup olmadığı. Buna birlikte karar verelim."

İPUCU Üçüncü cevap (yumuşak yönlendiren) en güçlüsüdür ama en zordur. Soruyu sorduktan sonra MUTLAKA susup müşterinin cevap vermesini bekleyin. Sessizliği siz bozmayın. 26 yıllık tecrübemden ders: 5 saniyelik sessizlik, 5 cümlelik konuşmadan daha çok satar.

PROMPT

6

Eski Müşteriye Yıl Sonu Mesajı

Tahmini kazanım: **Topluca 2 saatte 50 müşteriye kişisel mesaj**

Eski müşteriler emlakçının en değerli varlığıdır. Onları yıllar boyunca canlı tutmanın yolu, sıradan değil hatırlatıcı mesajlardan geçer. Claude ile her müşteri için ona özel mesaj kısa sürede üretilir.

► Hazır Prompt (Claude'a kopyalayın)

Sen emlakçılar için kişiselleştirilmiş hatırlama mesajları üreten bir asistansın. Mesajların ne çok satıcı ne çok mesafeli – eski tanıdığa dönmüş bir komşu tonunda olmalı.

Aşağıdaki bilgilerle bir yıl sonu mesajı yaz:

Müşterinin durumu:

- 3 yıl önce ondan ev almıştı (Caferağa'da 3+1)
- O zaman 2 çocuğu vardı (kız 4, oğlan 7)
- Şu an muhtemelen kız 7, oğlan 10 yaşında
- Görüşmemizin son tarihi 1 yıl önce, kısa bir tebrik mesajıydı
- Müşteri tipi: orta yaş, eş çalışıyor, kültürlü, ayakları yere basan aile

Mesaj amaçları:

- Hatırlatma (var olduğumu söylemek)
- Ev hakkında nazik sorma (rahat oturuyor mu?)
- Yeni bir teklif yapmadan, kapıyı açık bırakma

Stil:

- 80-120 kelime
- WhatsApp veya e-posta için uygun
- "İyi yıllar" tonunda ama klişe değil
- İsim kullanma – "Merhaba" demeyin, daha sıcak bir giriş bulun

NOT: Eğer aklınızda bir hatırlama detayı varsa kullanabilirsiniz (örneğin: "Çocuğunuzun odası nasıl gidiyor?", "O Caferağa balkonundan İstanbul nasıl?")

✓ Örnek çıktı

Yılbaşı yaklaşırken aklıma o Caferağa balkonu geldi — Mira'nın oda perdelerini birlikte seçmiştik, hatırladım da gülümsedim. Üç yıl olmuş!

Çocuklar büyüdü mü? Mira artık 7 yaşında olmalı. Oğlunuz da odasını düzenli tutmaya başlamıştır sanıyorum, ya aynı şekilde devam mı ediyor?

Daireniz size iyi hissettiriyor mu? Bazen geçmiş müşterilerime soruyorum — mutlaka bir değişiklik talebi oluyor.

Yeni yıl planlarını yaptınız mı? Emlakla ilgili olsun olmasın, sohbet etmek isterseniz, bir kahve içmek için müsaaidim.

2027 size bol gülümseme getirsin 🌟

İPUCU Bu mesajı atmadan önce müşteri hakkındaki notlarınızı gözden geçirin. Spesifik bir detay (çocuk adı, mülk özelliği, ortak bir an) hatırladığınızda mesajın gücü 10 kat artar. Genel mesajlar — "İyi yıllar, yeni evinizde mutluluklar" — değer üretmez.

PROMPT

7

LinkedIn İçin Sektör Yorumu

Tahmini kazanım: **Haftalık LinkedIn aktivitesi için 10 dk**

LinkedIn'de görünür olmak isteyen emlakçı, haftalık 2-3 post atmalı. Ama her hafta sıfırdan içerik üretmek zor. Claude bu noktada size haftalık olarak yeni yorum açıları açar.

► Hazır Prompt (Claude'a kopyalayın)

Sen LinkedIn'de Türk emlak sektörüne yönelik içerik üreten deneyimli bir yazarsın. Tonun: profesyonel ama insan, sektörü iyi tanıyan ama eleştirel, kişisel deneyim ekleyebilen.

Aşağıdaki konu hakkında bir LinkedIn postu yaz:

Konu: "Yeni nesil emlak danışmanı eski neslin neyi öğrenebilir?"

Yapı:

- İlk satır: dikkat çekici bir kanca (yargı ya da soru cümlesi)
- 2-3 paragraf gövde: 2-3 ana fikir
- Son satır: bir soru ile bitir (yorumda etkileşim için)

Uzunluk: 180-250 kelime

Stil: kişisel ama saygılı, "ben" perspektifinden yaz (27 yıllık emlak eğitimci rolünde)

Kaçınılması gerekenler:

- "Bu yazı uzun ama..." gibi öz-eleştirel girişler
- "Hashtag'ler" listesi
- "Çok satılan emlakçı olmak için 5 yol" tarzı klişe başlıklar
- Aşırı motivasyonel cümleler

NOT: İçerik özgün ve düşündürücü olsun. "Yeni nesil sosyal medya iyi biliyor, eski nesil güven iyi biliyor" gibi bilinen ikilemlere kapılmasın.

✓ Örnek çıktı

Yeni nesil emlak danışmanı eski neslin neyi öğrenebilir? Soruyu tersine sormak istiyorum: Bu öğrenmenin tek yönlü olduğunu sanmak, bizim — eski neslin — büyük hatası.

Yirmi altı yıllık bir emlakçı olarak söyleyebilirim: TikTok'tan kazandığım müşterileri saymıyorum. Çünkü orada değilim. Ama oradaki genç danışmanlar bir şey yapıyor — gün boyu görünür kalıyorlar. Eskiden bir mülkü görmek için randevu gerekiyordu, şimdi 30 saniyelik bir video yetiyor. Bu sadece bir araç değişimi değil, müşterinin karar verme süresinin kısalması.

Ama bir tarafta da şu var: bir genç danışmanın bana sorduğu soru — "Müşteri görüşmesinde nasıl susulur?" Çünkü onlar sürekli konuşmaya alışık. Susmak, sezgi, beklemek — eskilerin en güçlü silahları. Ve bunlar yapay zeka çağında bile kıymetini koruyor.

Öğrenmek tek yönlü olmaz. Sosyal medyayı onlardan, sabrı bizden alalım — ortada güçlü bir danışman çıkar.

Sizce bu iki nesil aslında düşman mı, ortak mı?

İPUCU LinkedIn postunda hashtag kullanmak isterseniz en fazla 3-5 tane yeter, sondaki paragraftan ayrı satıra koyun. Türkiye'de en etkili emlak hashtagleri: #gayrimenkul #emlakhayatı #emlakdanışmanlığı

PROMPT

8

Aylık Performans Raporu Üretimi

Tahmini kazanım: 1 saatlik raporu 10 dakikada

Ay sonu kendi performansınızı değerlendirmek istediğinizde Excel verilerinizi açıp uzun bir analiz yapmak gerek. Claude'a verileri özet olarak verin, o size yapılandırılmış bir rapor çıkarsın.

► Hazır Prompt (Claude'a kopyalayın)

Sen emlak danışmanları için aylık performans raporları hazırlayan bir analistsin. Raporların yapılandırılmış, sayısal ve eyleme yönlendirici olmalı.

Aşağıdaki ham verilerimden bir aylık performans raporu çıkar:

[Bu Ay]

- Yeni potansiyel müşteri sayısı: 32
- Mülk gezdirme: 14
- Yapılan satış: 3
- Kazanılan komisyon: 245.000 ₺
- En çok ilgi gelen mülk: 3+1 Caferağa
- Çıkan gider: 18.000 ₺ (reklam + araç)
- WhatsApp mesaj sayısı (gelen): yaklaşık 580

[Önceki Ay Karşılaştırması]

- Yeni potansiyel: 28 (geçen ay)
- Mülk gezdirme: 11 (geçen ay)
- Yapılan satış: 2 (geçen ay)
- Komisyon: 165.000 ₺ (geçen ay)

Rapor yapısı:

1. Özet (3-4 satır)
2. Sayısal Performans Tablosu (artış/azalış yüzdeleriyle)
3. Güçlü Yönler (3 madde)

4. Geliştirilebilir Yönler (3 madde)

5. Sonraki Ay İçin 3 Somut Aksiyon

Türkçe yaz, profesyonel ama abartısız.

✓ Örnek çıktı

****AYLIK PERFORMANS RAPORU****

ÖZET:

Bu ay önceki aya göre tüm temel metriklerde artış gözlemlendi. Satış sayısı %50, komisyon %48 arttı. Pipeline dönüşüm oranı %9.4 (geçen ay %7.1) — sağlıklı gelişim.

SAYISAL PERFORMANS:

- Yeni potansiyel: 32 (+%14)
- Mülk gezdirme: 14 (+%27)
- Satış: 3 (+%50)
- Komisyon: 245.000 ₺ (+%48)
- Net (gider sonrası): 227.000 ₺
- Dönüşüm oranı: %9.4 (gezdirme/satış)

GÜÇLÜ YÖNLER:

1. Gezdirme→satış dönüşümü iyileşti (geçen ay %18, bu ay %21)
2. Caferağa nişine konsantrasyon başarılı (en çok ilgi)
3. Komisyon başına ortalama büyüklük arttı (geçen ay 82K, bu ay 81K — istikrarlı)

GELİŞTİRİLEBİLİR YÖNLER:

1. WhatsApp mesaj hacmi yüksek (580) ama dönüşüm sınırlı — mesaj kalitesi sorgulanmalı
2. Reklam giderinin (18K) %7'lik komisyon oranı normalin altında — kampanya optimizasyonu
3. 32 yeni potansiyelden sadece 14'ü geziye gelmiş (%44) — randevu dönüşüm zayıf

SONRAKİ AY İÇİN 3 AKSİYON:

1. WhatsApp şablonlarını yenile, kişisel ton ekle (bkz: Prompt 6)
2. Reklam giderini yarıya indirip organik içeriği artır
3. Randevu önerme dilini güçlendir — basit hatırlatmalar yerine değer önerileri

İPUCU Bu raporu her ay sonu yapıp 3 ay üst üste karşılaştırırsanız, kendi trendinizi görmeye başlarsınız. "Ben bu kadar çalışıyorum ama neden ilerlemiyorum?" sorusunun cevabı genellikle bu üç aylık karşılaştırmada gizlidir.

PROMPT

9

Otomatik 3 Aşamalı Takip E-Postası

Tahmini kazanım: **Müşteri başına 30 dk'lık iş, 5 dakikaya**

Bir müşteri ilk görüşmeden sonra hemen karar vermez. Çoğu emlakçı buradan sonra müşteriyi kaybeder çünkü düzgün takip yapmaz. Üç aşamalı bir e-posta dizisi otomatik gönderimle bu sorunu çözer.

► Hazır Prompt (Claude'a kopyalayın)

Sen Türk emlak sektöründe e-posta takip dizileri yazan bir uzman copywriter'sın. Her e-posta tek bir amaca odaklanmalı, satışı zorlamamalı, müşteriye değer üretmeli.

Aşağıdaki müşteri için 3 aşamalı bir takip e-postası dizisi yaz:

Müşteri profili:

- 38 yaşında, evli, çocuk yolda
- Şu anki evi kiralık, satın almak istiyor
- Bütçe: 6-8 milyon ₺
- İlgilendiği bölge: Kadıköy, özellikle Caferağa
- Görüşme zamanı: dün öğleden sonra
- Görüşmede iki mülk gösterdik, ikisini de beğendi ama "düşüneceğiz" dedi

E-posta 1 (aynı gün akşam): Görüşme sonrası teşekkür + bir mülk önerisi

E-posta 2 (3 gün sonra): "Düşünme süresi nasıl gidiyor?" + 2 ek mülk

E-posta 3 (1 hafta sonra): "Hafta sonu birlikte bir kez daha bakmak ister misiniz?" + randevu önerme

Her e-posta için:

- Konu satırı (8 kelimeyi geçmesin, merak uyandırsın)
- Açılış (Sayın X yerine daha sıcak)
- Gövde (3-4 paragraf)
- CTA (tek bir net çağrı)

- İmza (Güven AÇIK)

NOT: Müşterinin adını "Sayın X" olarak bırak (gerçekte siz koyacaksınız).

✓ Örnek çıktı

****E-POSTA 1 — Aynı gün akşam****

Konu: Bugünkü gezimizden sonra aklımda kalan

Merhaba Sayın X,

Bugünkü gezimiz için teşekkür ederim. Yeni evinize bakarken çocuğunuzun odasını hayal etmeniz beni etkiledi — bir aile başlangıcının enerjisini gördüm sizde.

Konuştuğumuz iki mülk dışında, akşam saatlerinde bir tane daha gözüme çarptı. Caferağa Mehmet Ayvalıtaş Sokak'ta, sabah görmediğimiz bir 3+1. Aynı bütçe aralığında ama farklı yönüyle özel olabilir. Bilgilerini aşağıya bıraktım.

Karar vermeniz için bir baskı koymak istemiyorum. Sadece bir not: bu tip mülkler ortalama 2-3 hafta arasında karar bulur Caferağa'da. Acelesi yok, ama gözünüz onda olsun.

Hafta sonu için randevumuz olsa olmasa, sorularınız için her zaman buradayım.

Sevgiyle,

Güven AÇIK

****E-POSTA 2 — 3 gün sonra****

Konu: Caferağa'daki bir hareketlilik

Merhaba Sayın X,

Birkaç gün geçti, düşünme süreciniz nasıl gidiyor diye merak ettim.

Bu arada Caferağa'da iki yeni mülk piyasaya girdi — bizim aradığımız profile yakın. Birini özellikle dikkatinize sunmak isterim çünkü aile yapısına çok uygun: 3+1, 118 m², asansörlü, çocuk parkına bakıyor.

Diğer mülk konum açısından daha merkezi ama metrekare olarak biraz daha küçük (95 m² net). Eğer iş yeriniz Kadıköy çarşuya yakınsa bu önemli olabilir.

Bu hafta sonu birlikte gezmek ister misiniz? Cumartesi sabah veya öğleden sonra müsaidim.

Sevgiyle,

Güven AÇIK

****E-POSTA 3 — 1 hafta sonra****

Konu: Bir hafta sonu önerisi

Merhaba Sayın X,

Bir hafta oldu. Belki yoğunluktan, belki kararsızlıktan henüz bana dönmediniz — anlıyorum, büyük bir karar verilirken zaman gerek.

Bir önerim var: bu cumartesi saat 11:00 civarı, Caferağa'da peş peşe üç mülkü 2 saatte gezelim. Bu kez baskısız, sadece görmek için. Hangisi öne çıkıyor, hangisi düşüyor — beraber konuşuruz. Karar gerekmez.

Eşinizin de gelmesi çok değerli olur. Hatta bebek yolundayken ev görmenin enerjisi farklıdır, bunu yıllarca müşterilerimden duydum.

Müsait olur musunuz? Bir cevap yeterli, evet veya hayır.

*Sevgiyle,
Güven AÇIK*

İPUCU Bu üç e-postanın gönderim aralıkları kritik. Çok sık göndermek (her gün) baskı yaratır, çok seyrek (2 hafta) müşteri sizi unuttur. 1 → 3 gün → 7 gün ritmi 27 yıllık deneyimimden en dengeli buldum. Mailerlite gibi bir araçla bu otomatikleştirilebilir.

PROMPT

10

Karşılaştırmalı Fiyat Analizi

Tahmini kazanım: 2 saatlik analiz yerine 15 dk

Bir müşteriye 'bu fiyat doğru mu?' sorusuna cevap verirken, sayılarla cevap vermek lazım. Çevredeki benzer mülkleri elle karşılaştırmak yorucu — Claude bu işi sizin yerinize yapar, ama veriyi siz vermelisiniz.

► Hazır Prompt (Claude'a kopyalayın)

Sen Türk emlak piyasasında karşılaştırmalı pazar analizi (CMA - Comparative Market Analysis) uzmanlığına sahip bir analistsin. Profesyonel ve sayısal raporlar hazırlıyorsun.

Aşağıdaki hedef mülkü, verdiğim karşılaştırma verilerine göre değerlendir:

HEDEF MÜLK:

- Konum: Kadıköy, Caferağa
- Tip: 3+1 daire
- Brüt: 120 m² / Net: 105 m²
- Bina yaşı: 8 yıl
- Kat: 4 / 5 (asansörlü)
- Cephe: Güneydoğu
- Özellikler: 2 balkon, ankastre mutfak, ebeveyn banyosu, doğal gaz

KARŞILAŞTIRMA MÜLKLERİ (Caferağa, son 3 ay):

1. 3+1, 115/100 m², 12 yaşında, 3. kat, 8.2M ₺ — satıldı
2. 3+1, 130/110 m², 6 yaşında, 5. kat, 9.1M ₺ — satıldı
3. 3+1, 118/102 m², 10 yaşında, 2. kat, 7.9M ₺ — satıldı
4. 3+1, 122/106 m², 9 yaşında, 4. kat, 8.7M ₺ — satılık (ilanda 2 ay)
5. 3+1, 116/98 m², 14 yaşında, 3. kat, 7.5M ₺ — satılık (ilanda 1 ay)

Çıktı formatı:

1. Karşılaştırma tablosu (m² birim fiyat, yaş, kat dahil)

2. Hedef mülk için 3 fiyat önerisi: zayıf, optimal, agresif
3. Her fiyat için gerekçe (1-2 satır)
4. Pazarlık marjı önerisi
5. Stratejik not: hangi fiyatla başlanmalı, ne kadar sürede satılır?

✓ Örnek çıktı

****KARŞILAŞTIRMA TABLOSU****

Mülk	Net m ²	Yaş	Kat	Fiyat	m ² /₺
1	100	12	3	8.2M	82.000
2	110	6	5	9.1M	82.730
3	102	10	2	7.9M	77.450
4	106	9	4	8.7M	82.075
5	98	14	3	7.5M	76.530

Ortalama m² fiyatı: 80.157 ₺

Hedef mülk net: 105 m² → 80.157 × 105 = ****8.42M ₺ (referans)****

****3 FİYAT ÖNERİSİ:****

ZAYIF: 8.1 - 8.3M ₺

Gerekçe: Hızlı satış istiyorsanız, alt segmente çekin. Pazar ortalamasından %3-5 daha uygun. 1-2 hafta içinde alıcı bulabilir.

OPTİMAL: 8.5 - 8.7M ₺

Gerekçe: Pazar ortalamasına yakın, mülkün üstün özellikleri (güneydoğu cephe, ebeveyn banyosu, 8 yaş) premium katacaktır. 3-5 hafta içinde satılması beklenir.

AGRESİF: 8.8 - 9.0M ₺

Gerekçe: 6 yaşındaki 2 nolu mülk 9.1M'a satıldı, mülk 8 yaşında ama benzer kalitede. Agresif strateji ama satış süresi 2-3 aya uzar.

****PAZARLIK MARJI ÖNERİSİ:****

İlan fiyatı 8.7M ile başlayın, son satış 8.4-8.5M aralığında gerçekleşsin. Yani pazarlık alanı 200-300K civarında.

****STRATEJİK NOT:****

Pazarda benzer mülk sayısı az değil ama yaşının düşük olması bir avantaj. 4 ve 5 numaralı ilanlar uzun süredir satılmıyor — fiyatlandırmalarının yanlış olduğu anlaşılıyor. Bu mülk için 8.7M ile başlayıp 4 hafta beklemek mantıklı; ilgi yoksa 8.5'e iniş yapılabilir. Acelesi olan satıcı için doğrudan 8.5 ile çıkmak da düşünülebilir.

****ÖNEMLİ NOT:****

Bu analiz son 3 ayın verisine dayanır. Türkiye'de emlak fiyatları ay ay değiştiği için, bu rapor 30 günden eskidir varsayılırsa güncel veriyle revize edilmelidir.

İPUCU Bu prompt'ta en kritik şey, karşılaştırma verilerinizin doğru ve güncel olması. Sahibinden ve hepsiemlak'tan veri toplarken "satıldı" mı "ilanda" mı ayırımına dikkat edin. İlanda kalmış mülk yanlış fiyatlanmış olabilir; satılmış mülk gerçek değeri gösterir. Bu prompt'u her CMA için kullanın, kendi nişinizdeki referans veritabanınız oluşmaya başlar.

Buradan sonrası

Onuncu prompt'u da gördünüz. Şimdi en zor kısım: bunları uygulamak. Çoğu insanın yaptığı hata bu — eğitim alır, uygulamalar sanır, ama oturup yapmaz.

Size bir öneri: Bu rehberi bilgisayarınızda bir yere koyun. Yarın sabah, ilk işinizi yaparken aklınıza "Bunu Claude'a yaptırabilir miyim?" sorusu gelirse, prompt 1'i açın. Üç gün boyunca tek bir formül uygulayın. Sonra bir sonrakine geçin.

Bir ay sonra başka bir kişi olacaksınız. 26 yıllık tecrübemden söylüyorum — emlakçılığın temeli değişmedi, ama araçları değişiyor. Bu araçları erken benimseyenler sektörün önünde olacak, sürdürmek için sonradan çabalayanlar arkada kalacak.



Devamını ister misiniz?

Bu rehber bir başlangıçtı. Daha derin gitmek isterseniz birkaç yol var:

- 1. YouTube kanalım.** Haftalık AI ve emlak içerikleri yayınlıyorum, ücretsiz. Aboneliği unutmayın.
- 2. Yapay Zeka ve Gayrimenkul online kursu.** 4 modül, 24 ders, yaklaşık 8 saat eğitim. Bu rehberdeki 10 promptun çok ötesinde, haftalık iş akışınızı baştan kurar. Temmuz 2026'da yayında.
- 3. Bireysel mentorluk programı.** 3 aylık 1-1 çalışma. Sınırlı sayıda, ciddi devam etmek isteyenler için. İlgiliyseniz e-postayla iletişime geçin.

Bana ulaşmak isterseniz, e-posta listesine cevap olarak yazabilirsiniz. Her mesajı bizzat okuyorum, çoğunluğa kişisel olarak cevap yazıyorum. Bu konuşma iki yönlü — sizin sorularınız bana yeni içerik fikirleri veriyor, benim cevaplarım sizin yolunuzu açıyor.

"Mesleğimi seviyorum çünkü insanların hayatlarındaki en büyük kararlardan birinde yanlarında durabiliyorum. Yapay zekâ bunu değiştirmiyor — sadece daha iyi durabilmemi sağlıyor."

Sevgiyle,
Güven AÇIK

gayrimenkulegitimleri.com • Haziran 2026