Ücretsiz E-Kitap

Dünyanın en çok okunan *pazarlama kitaplarından* 10 ders

Klasikleşmiş 10 pazarlama ve marka kitabının ana fikri ve küçük işletmenizde yarın uygulayabileceğiniz karşılıkları.

OSY Studio

osystudio.com · 2026

Bu kılavuz kitapların yerine geçmez; her birinden aklımızda kalan ana fikri kendi cümlelerimizle özetledik ve Türkiye'deki küçük işletmeler için uygulanabilir bir karşılık ekledik. Kitapların tüm hakları yazarlarına aittir; okumaya değer bulduklarınızı mutlaka orijinalinden okuyun.

01 Influence (Etki)

Robert B. Cialdini

İnsanlar kararlarını çoğu zaman kısa yollarla verir: karşılıklılık, tutarlılık, sosyal kanıt, sevme, otorite ve kıtlık. Bu ilkeler ikna sürecinin görünmez kurallarıdır.

Uygulayın: Ürün sayfanıza gerçek müşteri yorumları (sosyal kanıt) ve gerçek stok bilgisi (kıtlık) ekleyin. Sahte geri sayım sayaçları güveni yok eder.

02 Purple Cow (Mor İnek)

Seth Godin

Güvenli ve sıradan ürün artık görünmezdir. Dikkat çekmek için ürünün kendisi konuşulmaya değer olmalı.

Uygulayın: Ürününüzde ya da hizmetinizde insanların fotoğrafını çekip paylaşacağı tek bir sıra dışı detay yaratın: paketleme, sunum, el yazısı not.

03 Positioning (Konumlandırma)

Al Ries & Jack Trout

Marka savaşı rafta değil, müşterinin zihninde kazanılır. Zihinde boş bir basamak bulun ve oraya tek bir fikirle yerleşin.

Uygulayın: Markanızı tek kelimeyle tarif edin (“en hızlı”, “en doğal”, “Düzce'nin ilk...”). Tüm iletişimde o kelimeyi koruyun.

04 Building a StoryBrand

Donald Miller

Hikâyenin kahramanı marka değil, müşteridir. Marka; müşteriye plan veren ve onu başarıya götüren rehberdir.

Uygulayın: Ana sayfa başlığınızı “biz” yerine müşterinin sorunu ve ulaşacağı sonuç üzerine yeniden yazın.

05 Contagious (Bulaşıcı)

Jonah Berger

İçerikler; sosyal değer, tetikleyiciler, duygu, görünürlük, pratik fayda ve hikâye taşıdığında yayılır.

Uygulayın: Müşterinin arkadaşına iletmek isteyeceği pratik bir içerik hazırlayın: “5 dakikada evde latte” gibi.

06 Made to Stick (Akılda Kalıcı)

Chip & Dan Heath

Akılda kalan fikirler basit, beklenmedik, somut, güvenilir, duygusal ve hikâyelidir.

Uygulayın: Rakam yerine somut bir sahne anlatın: “%30 hızlı” değil, “siparişiniz kahvenizi bitirmeden hazır”.

07 How Brands Grow

Byron Sharp

Markalar sadık az sayıda müşteriyle değil, çok sayıda hafif kullanıcıya ulaşarak büyür. Fiziksel ve zihinsel erişilebilirlik kritiktir.

Uygulayın: Markanızı her yerde aynı renk, logo ve sesle gösterin; sadece mevcut takipçilere değil yeni kitlelere de düzenli ulaşın.

08 Hooked (Kanca)

Nir Eyal

Alışkanlık yaratan ürünler tetikleyici → eylem → değişken ödül → yatırım döngüsünü kullanır.

Uygulayın: Müşteriyi geri getiren küçük bir döngü kurun: her 5. kahve hediye, her ay yeni bir lezzet, sadakat kartı.

09 Alchemy (Simya)

Rory Sutherland

İnsan davranışı mantıklı değil, psikolojiktir. Bazen ürünü değiştirmek yerine algıyı değiştirmek çok daha ucuz ve etkilidir.

Uygulayın: Bekleme süresini kısaltamıyorsanız beklemeyi keyifli yapın: sipariş takip mesajı, ikram, şeffaf bilgi.

10 Ogilvy on Advertising

David Ogilvy

Reklamın amacı sanat değil satıştır. Güçlü başlık, somut bilgi ve araştırma yaratıcılıktan önce gelir.

Uygulayın: Her reklam ve gönderide başlığa en çok emeği verin; insanların çoğu yalnızca başlığı okur.

Okuma önerisi: Yeni başlıyorsanız Building a StoryBrand ile başlayın; sitenizi ve sosyal medya dilinizi hemen değiştirir. Ardından Influence ve Positioning ile temeli sağlamlaştırın.

Bunu sizin için yapalım.

Web sitesi, e-ticaret kurulumu ve taşıma, sosyal medya, ürün ve drone çekimi, SEO ve yapay zekâ asistanı. Hepsi tek ekipte.

Ücretsiz ön görüşmede işletmenize özel yol haritasını birlikte çıkaralım.

osystudio.com/sizi-arayalim

WhatsApp: 0541 442 81 92 · Instagram: @osycreativetr
Bu e-kitap ücretsizdir, kaynak gösterilerek paylaşılabilir.