DOCUMIND · GTM ENGINEER BAŞVURUSU

GTM operasyonunu sıfırdan kuran, ölçen ve doğrulayan biri

Mert Yıldırım · GTM Engineer · İstanbul

Neden bu rol için doğru kişiyim

Alıcı niyetini satışa çeviririm

Fiyat sayfasına bakan, denemede aktifleşen ya da toplantıyı yarım bırakan kişi anında doğru satışçının önüne düştü. Sistemin ilk satışı fiyat sayfası sinyalinden geldi.

Maliyeti ve admin yükünü düşürürüm

Ücretli bir aracın yerini kendi AI asistanımız aldı. Satışçıların elle girdiği toplantı sonuçları otomatiğe döndü.

Güvenilen rakamlarla yönetirim

Yönetim her hafta doğrulanmış bir huni raporuna baktı. Ekip boş açılma oranlarını değil, yanıt ve demoyu takip etti.

AI özellikli bir B2B SaaS'ta GTM Engineer (2026) · Öncesinde B2B SaaS'ta prospecting, growth ve user acquisition

İlandaki her sorumluluk için bir sonuç

DOCUMIND'IN ISTEDIĞI	GETIRDIĞIM SONUÇ
ICP ve hedef hesap listesi	Satış zamanı en çok alım ihtimali olan hesaplara gitti; galeri sinyalinden bir demo geldi
E-posta, LinkedIn, telefon	Markayı riske atmadan yeni bir outbound kanalı açıldı; etkinlik temalı mesaj 5 kat fazla yanıt aldı
Lead'den ücretli kullanıma huni	Her deneme talebinin bir sahibi ve sonraki adımı oldu: SDR araması, demo, kapanış
Demo ve pilotu standartlaştırmak	Her demo özetlenip CRM'e işlendi; satışçılar sonuç girmeye zaman harcamadı
Kampanyaları huniye bağlamak	Webinarda en uzun kalanlar önce arandı; inbound lead'ler doğru ülkedeki satışçıya gitti
Haftalık pipeline raporu	Yönetim her hafta kontrol edilmiş, güvenilir bir huniye baktı
Avrupa pazarı (artı)	İngiltere ve İtalya kampanyaları; üç ülkeye dağılmış bir satış ekibiyle çalıştım

Huninin her aşamasında bir sistem

1 · BUL

Hedef liste
Alım ihtimali yüksek hesaplar

Outbound
Yeni kanal, marka riski yok

2 · YAKALA

Lead yönlendirme
Doğru ülke, doğru satışçı

Deneme akışı
Her talebin bir sahibi var

3 · DEMO

Toplantı asistanı
Hiçbir demo kaybolmuyor

Otomatik sonuçlar
Satışçıya admin yok

Ekip takvimi
SDR saniyeler içinde planlıyor

4 · ÖLÇ

Etkinlik takibi
En ilgili katılımcı önce

Haftalık rapor
Güvenilen rakamlar

Tek CRM — Her sistem aynı yere yazıyor, yönetim tek bir doğruya bakıyor

KANIT · CANLI SINYALLER

Alıcı niyeti anında satışçının önüne düştü ve satış getirdi

SINYAL · FIYAT SAYFASI

"Fiyat sayfamızı inceledi"

[kişi] · [şirket] · kurulumcu

Sinyalin ilk satışı: Start Pack kapandı

SINYAL · DENEME

"Denemede 2. projesini oluşturdu, kapanma ihtimali yüksek"

[şirket] · toplam proje: 5

Satışçı doğru gün arıyor

SINYAL · MARKET TALEBI

"2 farklı ürün inceledi, ürün listesinde gezdi"

[şirket] · hangi reklamdan geldiği belli

Reklam harcamasının karşılığı görünüyor

SINYAL · TOPLANTI

"Bir kişi toplantı almaya çalıştı"

[kişi] · randevuyu tamamlamadı

Kaçan randevu geri kazanılıyor

HEDEF LISTE VE OUTBOUND

Önce doğru hesaplar, sonra doğru mesaj

80

hesaplık odak liste: ihtiyacı en net olan kurulumcular, rastgele yüzlerce şirket yerine

%43

LinkedIn'de mesajı görenlerin yanıt oranı, kazanan segmentte (diğerinde %0)

3 kanal

e-posta, LinkedIn ve telefon; ekip açılmayı değil yanıt ve demoyu takip etti

> Yeni kanalı ana markanın e-posta itibarını riske atmadan açtım; bir sorun çıktığında gönderim kendiliğinden duruyordu. Yönetim kanalı SDR alımına kadar durdurdu; bugün olsa ilk haftadan bir başarı eşiği üzerinde anlaşırdım.

KANIT · GALERI SINYALI

Bir fotoğrafın dosya adından demoya

```
…/wp-content/uploads/2026/09/DJI_20260831144700_0004_V.jpg
```

/wp-content

Galerisi okunabilir: yüzlerce şirket otomatik taranır

2026/09

Yükleme ayı: şirket bugün de aktif, ölü hesaplar elenir

DJI

Drone çekimi: profesyonel sunuma para harcıyor, yazılıma hazır

20260831144700

Çekim tarihi: ne sıklıkla kurulum yaptığı ortaya çıkar

SONUÇ **Bu listeden LinkedIn ile ulaşılan İtalyan bir kurulumcu grubuyla demo alındı**

KANIT · DOĞRU METRIK

Açılma oranı %56'ydı, ama açanların çoğu makineydi



1 / 203

gerçek insan yanıtı; %56 açılma ekibe yanlış bir güven veriyordu

5 kat

daha fazla yanıt: etkinliğe bağlanan mesaj %3,9, genel mesaj %0,8

Odak

ekip boş açılmaları kovalamayı bıraktı, yanıt ve demoya döndü

KANIT · AI TOPLANTI ASISTANI

Demo biter bitmez satışçı ne yapacağını biliyor

SLACK · OTOMATIK DEMO ÖZETI

[Müşteri] & solarVis

Demo · 47 dk · 2 katılımcı

Müşteri: Orta Amerika'da 7 yıllık bir kurulumcu, ayda ~25 konut projesi ve ticari işler

Sorun: Tek bir 10 kW konut projesi bütün bir sabahı alıyor

Tepki: "Oldukça eksiksiz" ve "tam aradığımız" dedi

Sonraki adım: 7 günlük deneme açıldı, yılbaşından önce paket kararı için takip görüşmesi

Aksiyonlar: satışçı ve müşteri için ayrı ayrı

AI ile üretildi · toplantı başına ~0,06 $

Follow-up e-postası hazır

Taslak ve tam transkript aynı thread'de; satışçı kopyalayıp gönderiyor

Ürün içgörüleri

Müşterinin istediği özellikler ürün ekibine ayrı başlıkta gidiyor

CRM'e işlendi

Özet ve transkript, katılımcı e-postasından bulunan doğru deal'e kendiliğinden eklendi

AI ILE OTOMASYON

Satışçının admin yükünü sistem aldı

~0,06 $

toplantı başına: ücretli not aracının lisans maliyeti gitti, her demo CRM'e kendiliğinden işlendi

15 dk

içinde demo sonucu kimse elle girmeden CRM'de; show-rate raporu ilk kez güvenilir oldu

1 komut

ile SDR ekibin müsaitliğini görüp toplantıyı saniyeler içinde planlıyor

Müşterilerin demolarda istediği özellikler de otomatik toplanıp CTO'ya ulaştı.

KANIT · STRATEJI

Reklamla gelen ilginin çoğu kayboluyordu; onu satışa bağlayan planı CTO'ya sundum

%78

ürün detayına bakanların kim olduğu bilinmiyordu

%65

ürün kıyaslayan, yani satın almaya en yakın ziyaretçiler de anonimdi

~94 $

aylık altyapı; hazır platformlar bu ölçekte ayda 8–26 bin $

Yakala

Ürün sayfasında WhatsApp, AI sohbet ve form; hangi yoldan gelirse gelsin tek müşteri kaydı.

Konuş

AI bilgi sorularını 7/24 yanıtlar; fiyat ve satış konuşması her zaman insana geçer.

Ölç ya da kapat

Başarı metriği baştan belli; sepete ekleme %10 düşerse tek adımda kapanır. Fazları CTO onaylar.

Durum: plan CTO'ya sunuldu, canlıya alınmadan şirketten ayrıldım.

NEDEN DOCUMIND

DOCUMIND'IN ÜRÜNÜ

Üç model uzlaşmadan bir değer kabul edilmez.

BENIM SISTEMLERIM

Kanıt yoksa yazılmaz, doğrulama geçmeden yayınlanmaz.

AI çıktısına körü körüne güvenmeyen bir ürünü, aynı ilkeyle çalışan biri anlatmalı. Kurumsal müşteriye güveni bu dil kazandırır.

Documind'da ilk 90 gün: önerim

0-30 GÜN

Temel ve görünürlük

- Mevcut müşterilerden ICP hipotezleri: lojistik, holding, üretim, finans
- CRM'de lead'den ücretli kullanıma kadar huni ve tanımları
- İlk haftalık pipeline raporu

31-60 GÜN

Hedef liste ve outbound

- Sinyalle zenginleştirilmiş hedef hesaplar (ör. fatura ve AP otomasyonu arayan şirketler)
- E-posta, LinkedIn ve telefon sekansları
- Rossum, ABBYY ve hyperscaler'lara karşı satış notları

61-90 GÜN

Pilot ve kanallar

- Başarı kriterleri net bir pilot şablonu ve pilottan ücretliye geçiş takibi
- ERP ve entegratör partner kanalını huniye bağlamak
- Darboğaz analizi ve ikinci çeyrek planı

Hipotezdir: ilk haftalarda ekip ve müşteri verisiyle birlikte netleşir.

TEŞEKKÜRLER

Kısa bir görüşmede sistemleri canlı anlatmak isterim

Mert Yıldırım

linkedin.com/in/mert-yildirimm · mertyildirim182@gmail.com