



YAZILIMCININ PAZARLAMA İLE İMTİHANI

Aykut Pehlivanoğlu

YAZILIMCININ PAZARLAMA İLE İMTİHANI

Aykut Pehlivanoğlu

2014

Bu kitabı ücretsiz olarak sunuyorum. İçinde gördüğün harfleri, kelimeleri, cümleleri, fikirleri kopyalamakta, çalmakta, paylaşmakta tamamen özgürsün.

Okuyacağın fikirlerin çoğunun yaratıcısı ben değilim. Benim yapmak istediğim yıllardır ilgimi çeken, okuduğum, dinlediğim, izlediğim, inandığım fikirleri kendi bakış açımdan, kendi cümlelerimle yorumlamak.

Yıllardır aldıklarımı geri vermek güzel bir his.

Işınla beni Scotty

Ne biliyorsam, unutmam için 10 katını teklif ettiler.....	5
Yeni bir çağa girdik. Yine mi?	8
İş dediğin nedir ki?	9
Abi burada hayat çok güzel, sen de gelsene.....	10
Kısır ile Döngü'nün önlenemez aşkı	11
Bu boru başka boru	12
O değil de, bana bu kalemi satsana	14
Süper kod yazarım, deli tasarım yaparım.. Eee, bana ne?	15
Neden? İşte. Neden? İşte. Abi ama neden?	17
Robot muyum lan ben, karşında insan var.....	18
Ben, ben, ben, ben..	21
Benim adım Oturan Boğa, bu kabilenin reisiyim, barış çubuğu içelim mi?.....	22
Yeni başlayanlar için 10 derste uzman olmak.....	23
Cemiyet hayatının seçkin isimleri görkemli davette bir araya geldi	24
Banana (İngilizce), Banane (Fransızca), Banane (Almanca), Banana (Portekizce), Banan (İsveççe), Banaani (Fince), Muz (Türkçe).....	25
Finalde çan eğrisi yapmazlarsa, kesin kaldık bu dersten	27
Bir Nutella kavanozu kadar değerim yok mu gözünde? .	28
Büyük, çok büyük, daha da büyük olacak.....	29
"..ama Google bunu.. ahh.. abi ne vuruyorsun"	30
Balıkçı Teknesi vs Uçak Gemisi.. Fight!	31
Kurumsal bir şirket olsak hiç de böyle olmazdı	33
4, 8, 15, 16, 23, 42 .. ikramiye kazanan numaralar	37
Geçen gün ruhumu melek yatırımcıya sattım.....	38
İndir gardını şövalye	39
Komşunun fikri komşuya kaz görünür	40
Noel Dayı bir poroblemi daha çözüverdiii*	41
Artiz mi? Ne artizi? Artiz ne arar la bazarda?	42

Körlerin ülkesinde tek gözlü kral olur	46
Kuru temizlemeci ile yazılımcının ortak özellikleri	48
Kadınlar matinesinde bu hafta.. canlı yayında kod.. az sonra	49
Version 0.1 ve ötesi.....	51
bkz: Analysis paralysis	52
Abi, hepsini yarın yaparız ya..	53
Odaklan çekirge	54
Bir işçi bir havuzu işeyerek kaç günde doldurur?	55
Bir fili bir Vosvos'un içinde nasıl yersiniz?	56
Duvardaki Michael Jordan posterleri	57
Geçen nah şu kadar kırkayak gördüm	58
Kullanıcı dediğin tek dişi kalmış canavar	59
Son Dakika: 9 hamile kadın bir araya gelip 1 ayda çocuk doğurdu	60
Uyuşturucu satıcılarının iş modeli	61
Doksan altmış doksan*	62
Ulan Murphy, bir işimiz de düzgün gitsin	63
Kimsenin olmadığı bir adada öksürürken elinle ağzını kapatmak	64
Şeytan diyor git bir sahil kasabasına yerleş	65
Herşey insanların kitabı beğenmesiyle başladı.....	68
Güzel bağyan, tanışak mı?	69
Kitabımızın bir özelliği de suda batmaması.....	70
Benden bu kadar	71

Ne biliyorsam, unutmam için 10 katını teklif ettiler

Herkes diyordu hayata başlayınca okulda öğrendiklerini unutmam lazım diye. Okurken, öğrenim görürken “o kadar değildir” diyordum. Ama kendi işimi kurup hayata atılınca bu cümlenin ne kadar doğru olduğunu anladım.

Düşününce, okulda hata yapmayan öğrenci sınıfın, okulun birincisi oluyor, madalya veriyorlar, kürsülere çıkarıyorlar. Öyle bir şartlandırıyorlar ki okuldu, askerlikte hepsi geçip, hayatla baş başa kaldığında adım atmaya korkar hale geliyorsun.

Hep düşünmüşümdür, adam ilkokul mezunu, iş hayatında çok başarılı. Peşinden hemen şu gelmiştir hep aklıma, eğer eğitimle iş hayatındaki başarı doğru orantılı olsaydı ordinaryüs profesörün aynı zamanda en azından bir iki tane holdingi olması lazım.

Şimdi böyle yazıyorum, akademik dernekler bana karşı kampanya başlatıyormuş. Yanlış anlaşılmasın, eğitimin kendisiyle veya değerli hocalarımızla bir sorunum yok, öğretilen şeylerle veya daha doğrusu öğretilmeyen şeylerle alıp veremediklerim var.

İlkokul mezunu insanın (bu arada ilkokul mezunu insanlara da bir atıfta bulunmuyorum, o da yanlış anlaşılmasın) hayatta başarılı olmasının sebebi yeterli derecede şartlandırılmadan

hayata başlayabiliyor olması. Bir iş kurduğunda korkuları, çekinceleri bir yüksek lisans öğrencisinininkine kadar olmuyor. Çünkü hayatın denemekten, hata yapmaktan, düşmekten sonra kalkmaktan ibaret olduğunu biliyor.

Bizler makina değiliz, öğrenmemiz için hata yapmamız, onu farketmemiz, sonra doğrusunu yapmamız lazım. Doğrusunu yaptığımızda da aynı doğruyu tekrar ederek onu refleks haline getirmemiz lazım.

Bisiklete binmeyi öğrenirken düştüğünde tüm büyükler “Olur öyle, başka türlü öğrenemezsin” diyor. Ve kolunda, dizinde kabuk tutmuş yaralarla arkadaşlarının yanına oynamaya gittiğinde kimse bunu yadırgamıyor. Çünkü aynı yaralardan onlarda da var.

Bir projeye başlayıp proje tutmadığında ise hem akranların hem de büyüklerin sana başarısız bir insan muamelesi yapıyor. Kimse “Olur öyle, başka türlü öğrenemezsin” demiyor.

İnsanın sorası geliyor, ne değişti?

Değişen şey şu, 20 sene okula gidiyorsun, hata yapmak hergün bir tabu olarak lanse ediliyor. Sınıfta kalan çocuk gizli kapaklı da olsa herkesin gözünden düşüyor. Her çocuk “duvardaki bir başka tuğla” oluyor, kıyma makinasından geçip tüm yaratıcılığını, çocukça heveslerini, hayallerini, korkusuzluğunu yıllarını verdiği o okul sıralarında bırakıyor.

Bir tane hocan oldu mu sana “Para için çalışma, para senin için çalışsın.” diyip neler yapabileceğini anlatan. Eğer olduysa çok şanslısın. Şimdi buradan da birileri alınmasın veya beni ahlaki değerleri yok filan diye yaftalamasın. Ne için okuyorsun? İyi notlar alıp iyi bir üniversiteye gitmek için. Sonra üniversitede iyi notlar alıp iyi bir işe girmek için. Sonrasında da “Para için çalışıp, iyi bir hayat sürmek için”.

Sana bir sır vereyim mi? Çalıştığın holdingin patronu olan ilkokul mezunu abinin helikopteri var helikopteri. Sen iyi para kazanıyorum, son model arabamla geziyorum derken adam helikopteriyle gidiyor berbere. Sen o adam için 330 gün çalışıp 30 günlük izninde “yurtdışlarına bilem gittim” derken

adam 365 gün özel jetiyle istediği ülkenin istediği restoranına gidebiliyor.

Zenginin malı züğürdün çenesini yorar kafasında değilim. Adam korkmamış, denemiş, işini kurmuş, farklı fikirleri uygulamaya çalışmış, tekrar denemiş, batmış, çıkmış. Çalıp çırpmadıysa hepsini hak etmiş. İstedini yapar.

Adam kapitalizm oyununu kuralına göre oynuyor. Benim tepki gösterdiğim şu, 20 sene okuyorsun kafanda tek bir hedefle, aynı oyuna dahil olmak hedefiyle. Bir kişi de çıkıp sana dahil olacağın oyunun kurallarını anlatmıyor. Hatta bahsini geçiren ayıplanıyor, açgözlü veya para düşkünü olmakla itham ediliyor.

Bu konu hakkında başlı başına bir kitap yazılabilir, o yüzden çok fazla uzatmak istemiyorum.

Sonuç olarak diyeceğim şu ki, endüstriyel para babalarının 100-150 sene önce yarattığı bir eğitim sisteminin ürünüyüz. Kafasını kaldırmadan itaat eden elemanlar yetiştirecek bir eğitim sisteminden farklı insanlar çıkmasını beklemek hayalcilik olur.

Tek yapabileceğimiz sorgulamak, oynadığımız oyunun kurallarını öğrenmeye başlamak, iş hayatıyla ilgili, parayla ilgili bakış açımızı, alışkanlıklarımızı değiştirmeye çalışmak olmalı.

Tüm bunları yapacak olan da bizleriz, bildiklerimizi unutmaya çalışmak iyi bir başlangıç olabilir.

Yeni bir çağa girdik. Yine mi?

18. Yüzyıl

Anahtar kelimeler: Tarım, Toprak, Çiftçilik

19. Yüzyıl

Anahtar kelimeler: Endüstri, Fabrika, Makina

20. Yüzyıl

Anahtar kelimeler: Bilgi, Bilgisayar, İletişim

21. Yüzyıl

Anahtar kelimeler: Fikir, Yenilik, Yaratıcılık

İnsan, sahip olduklarını koruma içgüdüleriyle değişimi inkar etmeye yatkın. Ama içinde bulunduğumuz koşullar değiştikçe, profesyonel yaşam değişiyor, özel hayatlarımız değişiyor, oyunun kuralları değişiyor. Yapmamız gereken yeni oyun kurallarına adapte olmak, çağın gerektirdiği şekilde alışkanlıklarımızı kırmaya çalışmak olmalı.

Zor, farkındayım ama yeniliğin, yaratıcılığın, insana hizmet etmenin farklı bir boyut kazandığı günümüzde 100-200 yıl öncesinin dogmalarını savunarak hayatta kalamayız.

İş dediğin nedir ki?

Baba, oğluna gider.

Baba: Benim seğeceğim bir kızla evlenmeni istiyorum.

Oğul: Hayır, olmaz öyle şey!

Baba: Ama kız Bill Gates'in kızı.

Oğul: ..olur o zaman.

Baba, Bill Gates'e gider.

Baba: Kızınızın oğlumla evlenmesini istiyorum.

Bill Gates: Ne münasebet!

Baba: Ama oğlum Dünya Bankası'nın CEO'su.

Bill Gates: ..tamam o zaman.

Baba, Dünya Bankası'nın başkanına gider.

Baba: Oğlumu bankanıza CEO olarak atamanızı istiyorum.

Başkan: Tabii ki hayır!

Baba: Ama oğlum Bill Gates'in damadı.

Başkan: ..atayalım o zaman.

Abi burada hayat çok güzel, sen de gelsene

Seviye 1:

Bir iş yerinde aylık maaşla çalışıyorsun. Genellikle belirli saatlerde işyerine gidip gelmen gerekiyor. İşyerine gitmesen bile haftada belirli bir saat çalışman lazım. Tatile çıkmadan önce birinden izin alman gerekiyor. Zamanını paraya karşılık takas ediyorsun.

Seviye 2:

Tek kişilik dev gösteriyi icra ediyorsun veya yanında sana yardım eden bir asistanın veya sekreterin var. Ama sonuç olarak sen zamanını satmadığın sürece iş yürümüyor ve para kazanamıyorsun. Tatile gitmek için kimseden izin almaya gerek yok, para kazanmamayı ve müşterilerini bekletmeyi göze aldığın sürece.

Seviye 3:

Çalışan bir sistemin ortağı veya tek sahibisin. Çalışanların veya takım arkadaşların var ve sen olmasan da iş yürüyor, dolayısıyla para kazanmaya devam ediyorsun. Tatile rahat rahat gidebilirsin. Bayilikler vermeyi düşünür müsün?

Seviye 4:

Kapitalizmin gözbebeği, duran, duraklayan ekonomileri canlandıran, bazılarının melek, bazılarının seri, bazılarının ise "hiç bir iş yapmıyor" dediği yatırımcısın. Eğer üşenmezsen ayda bir özel jetinle yönetim kurulu toplantılarına katılıp şirketinin yöneticilerine hal hatır sorabilirsin. Paran sen uyurken bile harıl harıl çalışmaya devam ediyor.

Bir sonraki sayfaya geçmeden önce lütfen şu soruları kendi kendine cevapla. Hangi seviyedesin? Hangisinde olmak istersin? Seviye atlamak için bir çaban var mı?

Kısır ile Döngü'nün önlenemez aşkı

İşe giderken,

“Araba kullanmaktan nefret ediyorum ama işe gitmek için arabaya ihtiyacım var.”

İşteyken,

“İşimden nefret ediyorum ama araba taksitlerini ödemek için bu işe ihtiyacım var.”

Hayatın bu hale geldiyse birşeyler yapmanın vakti gelmiş de geçiyor.

Cesaret lazım herşeyden çok bana sorarsan. Yaşamak istediğin hayatı yaşayabilmek için insanların, toplumun, ailenin, arkadaşlarının üzerinde yarattığı baskıyı görmezden gelip, gemini istediğin rotaya çevirecek cesaret.

Bu boru başka boru

Evvel zaman içinde, kalbur saman içinde, pireler berber, develer tellal iken.. dur, dur.. seni baymak istemiyorum, normal anlatacağım hikayeyi.

Susuz isimli, şehirden uzak, kırların arasındaki sakın bir köyde su sıkıntısı varmış. Susuz ahalisi 3-4 km ötedeki gölden köye su getirecek delikanlılara ödeme yapacağını söylemiş. Susuz küçük yer, genç sayısı da az, sadece iki sıkı arkadaş olan Zeki ve Güçlü talip olmuş bu işe.

Almışlar ellerine ikişer kova, başlamışlar gölle köy arasında mekik dokumaya. 3-5 ay şafak vaktinden akşamın karanlığına kadar kova kova su taşıyıp durmuşlar.

Güçlü, halinden memnun, daha büyük kovalar bulmanın, 2 kova daha alıp tek seferde 4 kovayı omzunda taşımanın planlarını yapıyormuş.

Zeki ise farklı düşünmeye başlamış. Hasta olduğunda kova taşıyamıyor, dolayısıyla para kazanamıyormuş. Akşam eve geldiğinde tek düşündüğü yatıp dinlenmek olmaya başlamış. Ayrıca sırtında tek seferde 8 kova bile taşısa hayallerine ulaşması için seneler geçmesi gerektiğini fark etmiş.

Güçlü, planlarını uygulamaya koyup daha çok ve daha büyük kovalarla daha hızlı seferler yapmaya başlamış. Zeki ise kovayla su taşımayı bırakıp eve kapanmış. Güçlü dahil tüm köy halkı Zeki ile dalga geçmeye başlamış. Güçlü çok çalışıp iyi para kazanırken, Zeki'nin hiç birşey yapmadığını, tembel olduğunu söylemeye başlamışlar.

Zeki tüm bunları görmezden gelip evde çalışmalarına odaklanmış. Aklındaki plan, kendi çalışmasa bile para getirecek bir sistem kurmakmış. Bunu da gölden köye bir boru hattı döşüyerek yapabileceğini farketmiş. Biriktirdiği tüm parayla malzemeleri almış. Başlamış aklındaki sistemi inşa etmeye.

Aylar geçmiş, Güçlü sırtında 4 kova suyu taşımaya, Zeki ise boru hattının inşaatını yapmaya devam etmiş. En sonunda Zeki tüm hattı tamamlamış ve köye suyu kesintisiz ve temiz bir şekilde getirecek olan sistemin açılışını yapmış.

Susuz köyüne 24 saat su taşıyan bu sistem daha hijyenik ve daha ucuzmuş. Bu boru hattı tüm köy halkının Zeki'yi kahraman olarak görmesini sağlamış.

Yıllar geçmiş, Güçlü'nün satışları düşmüş, yaşlanmaya başladığı için, 4 yerine 1 kova suyu anca taşıyor olmuş. Tüm gençliği kova taşımakla geçtiği için hayatını yaşayamadığını düşünmeye başlamış.

Öte yandan, Zeki ise sahip olduğu pasif gelirini hem hayatını hakkıyla yaşamak için, hem de işini daha büyütmek için kullanmış. Bir süre sonra ücretleri toplayan çalışanları, onları yöneten bir de müdürü olmuş. Böylece genç yaşında dünyayı gezmek için kendine zaman ve fırsat sağlamış.

Zeki birkaç yıl içinde Susuz köyüne komşu olan Sarıtoprak, Ağaçsız ve Taştepe köyelerine de aynı sistemle boru hattı döşemiş. Oluşturduğu yeni sistemleri yönetmesine yardımcı olması için yeni çalışanlar edinmiş.

Zeki ermiş muradına, biz çikalım kerevetine.

O değil de, bana bu kalemi satsana

Bir ürünü başka bir insana satmak. Teknik kısımda yoğunlaşmış insanların korkulu rüyası. Hatta o kadar ki aylarca uğraşılır, proje yapılır, yayına geçer, hala kimse demez biz bunu nasıl satacağız diye. Pazarlama cümlelerinden, işin pazarlama tarafında çalışanlardan uzak durmanın sebeplerinden biri bu korku.

Hakikaten, o değil de, bana bu elimde tuttuğum kalemi satsana. Nasıl satarsın?

“Bu kalem mavi..” ..hayır

“Çok rahat tutuluyor..” ..hayır

“Uzun süre dayanıyor..” ..maalesef

“Yanında bir tane de biz hediye ediyoruz..” ..olmadı

“Fiyatı 20 TL’den 10 TL’ye indi..” ..hayır

“Size şimdi 1000 TL göndermek istiyorum. Şu kağıda hesap numaranızı yazar mısınız?” .. birinci çinko

“Benim kalemim yok ki?” ..ikinci çinko

“Ben de onu diyorum :)” ..tombala!

Süper kod yazarım, deli tasarım yaparım.. Eee, bana ne?

Freelance çalışan arkadaşların başına çok gelir. Bir projeye 4-5 talip çıkar. İşveren herkesin fiyat ve süre teklifi vermesini ister.

İşe talip olan arkadaş oturur masasına,

“Şimdi fiyat ve süre kuru kuruya bir kağıda yazılıp verilmez, kendimizi satmamız lazım. Yazalım kendimizle ilgili herşeyi, kod ninjası, tasarım gurusu, neler yapacağımızı yazalım, müthiş kod olacağını, sıfır hata olacağını, tasarımın bir piksel bile kaymadan mükemmel gözükeceğini, yazalım herşeyi. Pazarlama dediğin bu işte ya, ben bu işi biliyorum.”

Sana bir sır vermem lazım. Bu denklemin 2 tarafında da oturdum, hala da oturuyorum zaman zaman. Kendini gururla anlatmanı, yapacağın işi övmeni, kendine junior, senior, expert, guru, ninja gibi isimler vermeni çok iyi anlıyorum.

Ama denklemin öbür tarafına geçtiğinde bütün bunların işveren açısından laf kalabalığından başka birşey olmadığını söylemem lazım,

“Yav arkadaş bu ne ya? Sayfalarca yazmış bu yazılımcılar da, benim çocuğumu kreşten alacak vaktim yok oturup bunu mu okuyacağım. Üstelik anlamıyorum da, bu ne şimdi? PHP, C, Python, Ajax, MySQL, CSS3, HTML5, Psd, Swf, Ninja, Coder, Lorem Ipsum.. Anama mı küfrediyorlar, terör örgütü mü bunlar, ne oluyor? Hepsi de aynı şekilde yazmış. Kaç para istemişler? Of, bu ne ya! Anlamıyoruz diye soyacaklar bizi. Bizim yeğene versem işi daha iyi, hem o bilgisayardan anlıyor, geçen bizim bilgisayarını açıp temizlemişti. Veririm 200 TL yapar ya, ne var ki?”

Hayali bir senaryoyu okurken bile sinirlendin, değil mi? Aslında sinirlenmeye gerek yok, çünkü burada iki tarafın arasında bir iletişim kopukluğu var. Daha doğrusu yazılımcı başka bir dilde konuşuyor, işveren başka bir dilde. Peki ne yapmalı?

İşverenin aklından geçenin ne olduğunu tam olarak anlamak lazım. Kendini onun yerine koy. Diyelim ki hastalandın, doktora gittiğinde latince kelimeler mi duymak istiyorsun yoksa bir an önce iyileşmek mi? Arabanı servise götürdüğünde aklından geçen bir an önce tamir edilmesi ve yolculuğa zamanında ıkabilmek. Hazır şablonların olduğu bir siteden tasarım veya yazılım aldığında amacın onu mşterine aldığından daha fazla fiyata satmak. Bu kitabı indirip okuma sebebin içerisindeki bilgilerden faydalanıp daha fazla para nasıl kazanılır öğrenmek.

Peki ufak senaryomuzda işveren ne istiyor? Muhtemelen eski kalmış websitesi onu kötü gösteriyor veya sipariş sayfası alışmıyor, yeni siparişler alamıyor veya websitesinden daha fazla para kazanmak istiyor. Buna göre de sana ulaştığında senin doktora gittiğindeki gibi hissediyor. İyileşiip bir an önce daha fazla para kazanmak.

O zaman, yapılacak işin teknik özelliklerinin onun için çok da bir önemi yok. Eğer sen ona bu değişikliği neden istediğini, değişiklik yapıldığında işine nasıl bir etki etmesini beklediğini sorarsan ve onunla yazılım dilinde değil de onun işinin dilinde konuşursan daha teklif aşamasında tüm diğer teklif verenlerden ayrılırsın. Yazılımcıdan ziyade danışman olursun onun gözünde ve sana güvenmeye, saygı duymaya başlar. İşte o zaman seni, bilgisayar bilgisi kırılmış oyunları oynamaktan öteye gitmeyen yeğeniyle aynı kefeye koymaz.

Sana bir sır daha vereyim mi? İşverenle bu bağı yakalayabilirsen ve onunla onun işinin dilinden iletişim kurabilirsen diğer teklif verenlerin 2-3 katı ücret istesen bile yine de seni tercih edecektir.

Neden? İşte. Neden? İşte. Abi ama neden?

Bu soru hayatta yaptığımız çoğu şey için sorulabilir ama şimdi sadece üzerinde çalıştığınız proje için soracağım.

Neden?

Bu proje neden var? Bu ürün neden var, bu servis neden var? Projenin ne olduğunu veya nasıl çalıştığını sormuyorum. Tek bir soru, neden?

İnsanlar hikayeler yazıyorlar, anlatıyorlar, ama derinlerde bir yerde bu soru sorulduğunda, neden dendiğinde sadece bir cevap beliriyor kafaların içinde,

Para kazanmak için.

Ne zaman bunu duysam veya dediğim gibi gizli cevabın bu olduğunu hissetsem bağırarak istiyorum, megafon alıp haykırmak istiyorum, uçakla mesaj olarak geçirmek istiyorum,

“İşte bu yüzden hayal ettiğin parayı kazanamayacaksın!”

Robot muyum lan ben, karşımda insan var

Daha teknik, daha sayısal düşünüldüğünden midir, nedir, yazılımcılar için hayat bir düzenin, bir algoritmanın parçası gibi anlatılıyor.

“Ben bir ürün yaparım, şunu şunu yapar, süper mega birşey, ürünü yayınlarım, rakiplerimden biraz daha ucuza satarım, kapış kapış gider.. hadi başlayalım.”

Teknik anlamda hiç şüphem yok. Müthiş tasarımlar yapan arkadaşlarım var, kodlara şarkı söyletenleri de gördüm. Hatta bu iki grubun beraber ortak bir harmonide çalıştığı çok proje de oldu. Sonuç da süperdi. Sayısal mantıkla projenin tutmaması için hiçbir neden yokken, olmadı. Proje kimsenin açıklayamadığı bir nedenden tutmadı.

Açıklanamamasının nedeni insanların davranış şekli. Sıkıntı şu ki insanlar Counter-Strike oyunundaki botlar gibi, önceden belirlenmiş kararlarla çalışan yapay zeka ürünleri gibi tepki vermiyor. Böyle olunca da sayısal mantık pazara çıktığında iflas ediyor.

Tüm bu kitapta gördüğün, anlatmak istediğim mesajlar, insan psikolojisine dayanıyor. İnsanlar seçimlerini, özellikle satın alma seçimlerini tutkularına göre yapıyor.

Bazı örneklerin üstünden gidersek daha akılda kalıcı olacak.

Steve Wozniak kim, biliyor musun? Cevabı biliyorsan okumaya devam et, bilmiyorsan hızlı bir Google araması yap.

Peki Steve Jobs kim? Daha ben S demeden gözünün önüne i harfiyle başlayan 50 tane ürün, ünlü konuşmaları, hastalığı, ölümü, kısacası bir ton görüntü geldi, değil mi?

Steve Wozniak bir dahi, bir mühendis, bir yazılımcı. Ama içine kapanık bir insan. Hala da çok fazla göz önünde göremezsin. Ve büyük ihtimalle Wozniak olmadan Jobs şu anki şanında, şöhretinde olamazdı. Steve Jobs ise gerçek bir sanatçı. Benim gözümde Picasso ile, Dali ile benzer bir seviyede.

Bir önceki “neden” bölümüne gönderme yaparak yazıyorum, Wozniak “ne” ve “nasıl” bölümlerini herkesten daha iyi biliyordu. Ama Apple’ın Apple olma sebebi “ne” ve “nasıl” kısmı değildi. Hatta bence o kısımlarda geride bile kaldı. Daha iyi bilgisayarlar, daha iyi telefonlar yok mu, daha iyi müzik çalarlar olmadı mı? Daha iyisi değil, çok çok daha iyisi bile vardı.

İşte asıl farkı yaratan “neden” kısmını çok çok iyi bilen bir sanatçı, Jobs. O çıkıp gerçek bir elma satsa, pazardan alabileceğin 3 gün sonra bozulacak olan bir elma, ona da \$1000 fiyat biçse, onu da en çok satılanlar listesine sokardı.

Peki “neden” Apple? Çünkü o bir kulüp, herkesin kapıda girmek için sırada beklediği. O bir aidiyet hissi, o bir ayrıcalık, o bir prestij. İnsanlar telefonun kendisine veya bilgisayarın donanımına para ödemiyor, öyle olsaydı o fiyata piyasadaki en iyi donanımı toplarsın zaten.

Farklı alanlardan da örnek vermek istiyorum.

Çoğu kişi kahvenin tadından ziyade orada bulunmanın, elindeki bardakta onun logosunun olmasının verdiği his için Starbucks’a gidiyor. Çünkü o bir kültürün sembolü, hayata ortak pencereden bakan insanların buluşma noktası.

“Bugün de Starbucks’ta çalışıyorum, oh keyif..” diye yer bildirimini yapmak, arkadaşlarının beğenmesi seni cezbeden. Bir de ismi i ile başlayan bilgisayarını açacaksın masanda, parlayacak yenmiş elmalı amblem, vuracak o beyaz ışığı kahve bardağının üstündeki yeşil beyaz denizkızına. “Hah, şimdi kendim için yaratmak istediğim imajı yakaladım.”

iPhone almak için böbreğini satan, karşılığında aldığı para fazla gelince gidip bir de iPad alan insanların olduğu bir dünyadan bahsediyorum. :)

Üçüncü ve son örnek,

Sen hiç kolunda Kanuni (motosiklet markası olan) dövme bir adama denk geldin mi? Peki Harley-Davidson? Çünkü Harley-Davidson seçkin bir gruba ait olmanın verdiği özgüven, karizma. Motor sevenler için bir zirve. Abi ben koluma bir şirketin logosunu dövme yaptıracağım desem adam delirdi dersin.

En önemlisi bu firmalar, firmalarının neden varolduğunun tamamıyla farkındalar ve kartvizitlerinden televizyon reklamlarına her ortamda inandıkları değerleri anlatıyorlar. Onlar için “neden” kısmı, yani kulüplerine katıldığında nasıl hissedeceğin, çok önemli. Reklamlarında önce “neden” kısmına vurgu yaparlar, sonra vakit fazlaysa “nasıl” a gelir sıra, genelde “ne” kısmına değinmezler bile.

İşte bu 3 soruyu da doğru cevaplamak ve cevapları doğru sırada kullanıcısına aktarabilmek tüm denklemleri bozuyor.

Simon Sinek abimizin dediği gibi dünya üzerindeki tüm insanlar “ne” iş yaptığını bilir, sorunca hemen anlatırlar.

Daha az insan işini “nasıl” yaptığını açıklayabilir, işinin adımlarını, rakiplerinden farklı ne yaptıklarını söyleyebilir.

Çok çok az insan ise “neden” sorusuna cevap verebilir, işinin var olma sebebini, savundukları değer ve inançlarını anlatabilir. Daha önce de söylediğim gibi para kazanmak sadece bir sonuçtur, o bir “neden” olamaz.

Ben, ben, ben, ben..

Vahşi doğada tüm hayvanlar hayatta kalma içgüdüleriyle hareket eder. Zaten bu yüzden vahşidir taşıdığı sıfat. Tavşansındır, bir anlık arkana bakmamak, hop bir yılanın içindesindir. Yılsındır, dersin ooh bir hafta yeter bu tavşan, hop havadasın bir kartalın pençesinde.

Biz de çok farklı değiliz. Aç kalmamamız lazım, yaşamamız lazım. Yaşamak için para lazım mevcut düzende. Nasıl para kazanırım? Bana iş verin. Benden alın. Benim projemi kullanın. Bana para verin. Ben, ben, ben..

Dünyanın belki de en zor işidir, cümleye ben demeden başlamak. Daha doğrusu ben demeden düşünmeye başlamak. Doğamıza aykırı sonuçta.

İşin komiği iş dünyasında birine kendini anlatırken de karşındaki kendi açısından, kendi çıkarları açısından düşünür. Ama ne zamanki sen gerçekten karşındakinin sorunlarını kendi sorunların gibi dinlemeye, çözmeye çalışırsın, o zaman çok büyük bir çoğunluktan farklı olursun.

Lider olursun bir kere, insanlar seni sever. Para mı? Beni dinlemiyorsun sanırım. Para gelir bir şekilde, önce karşındakinin sıkıntısı ne, ona bir el atıp çözelim.

Benim adım Oturan Boğa, bu kabilenin reisiyim, barış çubuğu içelim mi?

Başımıza ortak bir iş gelmiş 3-5 kişi de olsak, aynı şeyi protesto eden binlerce insan da olsak, savaştan çıkmış bir ülkeyi ayağa kaldırmaya çalışan koca bir ulus da olsak başımıza bir lider arıyoruz. Çünkü bize doğru yolu gösterecek, inandıklarımızı, ortak değerlerimizi savunacak bir figüre ihtiyaç duyuyoruz.

Kabilemize lider seçerken baktığımız ne yapacağımızı, nasıl yapacağımızı anlatan insanlar değil. Çünkü kabiledaki çoğu insanın bu konularda fikri var. Ama biri çıkıp yapmak istediğimizi ne için, hangi amaç için yapacağımızı anlatmaya başladığında hepimiz pür dikkat dinlemeye başlıyoruz.

Eğer senin de delice savunabileceğin bir felsefen varsa, ihtiyacın olan seni dinleyecek bir kişi, sadece bir kişi. Doğru insanı bulduğunda o senin felsefeni benimseyecek ve diğer insanlara anlatacak. İnsanlar senin kaşına gözüne veya benliğine değil savunduğun fikre ortak olacaklar. Bir süre sonra o fikir onların da içinde bir ateşi yakacak. Felsefenin ilk savunucusu, hareketin kurucusu olarak insanlar seni lider olarak görmeye başlayacak.

Böyle bir hareketin nasıl oluşabileceğine örnek istiyorsan şu sözlere kulak ver: “Dövüş kulübünün ilk kuralı: dövüş kulübü hakkında konuşmamaktır..”

Yeni başlayanlar için 10 derste uzman olmak

Kartvizitlerde, sosyal medyada, masalarda, kapılarda her yerde herkesin bir sıfatı var. Özgeçmişlerin dil bölümü 3-5 satır, hepsi de “çok iyi derece” işaretlenmiş. Evdeki eşyaların garanti belgeleri bile sahip olduğunuz sertifikalar bölümüne konulmuş.

Maksat dolu gözüksün. Kızamıyorsun da insanlara öyle iş tanımları var ki, aradıkları adam Jason Bourne ile James Bond karması birşey. Maaş? Maaş 1000 TL, o da yatarsa.

Arkadaş nasıl bir ortama düştük? Karşılıklı egolar havada uçuşuyor. Ben şuyum, ben buyum, şöyle iyiyim, böyle güzelim, sen benim kim olduğumu biliyor musun?

Hayır, bilmiyorum. Çünkü bir iş yapmazsın, senden daha az bilene yardım etmezsin, birşey anlatmazsın, yazmazsın, çizmezsin, paylaşmazsın, tasarlamazsın, hiçbir işi beğenmezsin, yapana çamur atarsın, ayağını kaydırmaya çalışırsın ve hatta küfredersin.

İnanmıyorsanız örnek vereyim. Oyun yaptık yurtdışına, adam nereden buldu bilemiyorum, İngilizce sitedeki İngilizce oyunun altına yorumlar kısmına ana avrat Türkçe küfür yazmış bize. Aa aaa :)

Sonra bir giriyorsun LinkedIn'e, “Aa bizim liseden arkadaş guru olmuş.” Guru dediğin herhalde kızamık, grip, ishal filan gibi birşey sanırım. Akşamdan sabaha olunabildiğine göre.

Cemiyet hayatının seçkin isimleri görkemli davette bir araya geldi

İstanbul'daki Susuz Köylüler
İzmir'deki Çorumlular
Almanya'daki Türkler
Marstaki Dünyalılar
Evrendeki Samanyolulular
Harley-Davidson kullanan tasarımcılar
Vosvos meraklısı yazılımcılar
Pazartesileri çok seven emekliler
Taklacı güvercin yetiştiren sörfçüler
Kamerası olmayan profesyonel fotoğrafçılar
Hergün makarna yemekten sıkılmış üniversite öğrencileri
Pepee görünce panik atak yaşayan anneler
Yoğurdu üfleyerek yiyen İran kedileri

Belki bu listede yoktur ama sen hangi gruplara ait
hissediyorsun kendini?

Sırf iyi para var o sektörde diye bir ürün yaratıp hedef kitleyi
zorla bulmak yerine sorunlarını anladığın, sevinçlerini,
üzüntülerini paylaştığın, senin de bizzat parçası olduğun bir
kabileyeye hizmet etmek belki de hayatını değiştirecektir, kim
bilir?

Banana (İngilizce), Banane (Fransızca), Banane (Almanca), Banana (Portekizce), Banan (İsveççe), Banaani (Fince), Muz (Türkçe)

*Anlatacağım olay şehir efsanesi olabilir. Araştırdım,
bulamadım, o yüzden hikaye tarzında yazacağım.*

Bildiğiniz bir hedef kitleye yönelin dedim bir önceki bölümde.
Diyelim ki dinlemediniz, o pazar büyük, iyi para var dediniz ve
bilinmedik bölgeye gitmeye karar verdiniz, bakalım, ne
olabilirmiş?

Uzun zaman önce, çok çok uzak bir galakside (*) sularla
çevrili bir gezegende batılı bir uygarlığa ait bir yoğurt firması
varmış. Yoğurt firması karını maksimuma çıkarmak için yeni
pazar arayışına girmiş. Doğudaki ülkelere bakarken bir ada
ülkesinde kendilerine benzer başka yoğurt firması olmadığını
görmüşler.

Hemen bu fırsatı değerlendirip bu ülkeye yatırım yapmak
istemişler. Tedbiri elden bırakmayıp geniş çaplı bir anketle
pazar araştırması yapmayı kararlaştırmışlar.

Yerel halka örnek yoğurtları sunup tadını beğenip
beğenmediklerini sormuşlar. İlk sonuçlar göz kamaştırıcıymış,
bir fire bile vermeden sordukları her kişi yoğurdu çok sevdiğini

söyleyip, teşekkür etmiş. Bunu binlerce kez tekrarlamışlar, sonuç aynı olmuş. Kime sordularsa herkes yoğurda bayılmış.

Sonuçlar bu kadar açıkken bu ülkeye fabrika kurmanın aptallık olacağını düşünmüşler. Aylar süren ve milyon dolarlara mal olan yatırımların ardından kendi yoğurtları bu doğu ülkesindeki marketlerde yerini almış.

Ülkenin her tarafından satış raporları toplanmaya başlamış. Ama, o da ne? Yoğurtları kimse satın almamış. Şaşkınlık içerisinde uzmanlar çağırılmış, ne olduğunun araştırılması istenmiş.

Birkaç hafta sonra uzmanlar araştırma sonuçlarıyla geri dönmüş.

Yerel geleneklere göre bir yabancıya size sunduğu yiyeceği kabul etmemek, beğenmemek ve teşekkür etmemek çok büyük ayıp sayılıyormuş. Anket aşamasında yoğurdun tadı hiç hoşuna gitmese bile herkes geleneğine sadık kalıp yoğurdu denemiş, sevdiğini söylemiş ve teşekkür etmiş.

* May the Force be with you

Finalde an eğrisi yapmazlarsa, kesin kaldık bu dersten

Üniversitede kalacağımız belli olan derslerde, finale girip 2-3 puan (100 üzerinden) alıp sınıf ortalamasını düşürmemiz karşılığında bize yemek, çikolata filan ismarlayan arkadaşlarımız vardı. Ne tembel öğrenciymişiz be :)

Ne zaman bir ürünün yayılma eğrisini görsem aklıma o anlar geliyor. Yayılma eğrisi dediğim ürünün kimlere ne zaman ulaşacağını gösteren şu meşhur an eğrisi.

İlk olarak çok ufak bir yüzde olan “risk alan yenilikçiler” alır ürünü, sonra biraz daha yüksek bir yüzdeyle “erken benimseyenler”, sonra en yüksek yüzdeyle “erken davranan çoğunluk”, peşi sıra aynı yüzdeyle “geç kalan çoğunluk” sahip olur ürüne. Yüzdeler düşer, az bir yüzdeyle “değişimden nefret eden son kalanlar” grubuna ulaşır ürünün.

Peki sen, kendi son kalanlar grubuna ulaştığını mı düşünüyorsun? Belki daha erken davranan çoğunluğa bile ulaşamadın. Belki de daha risk alan yenilikçiler bile tam olarak denemedi ürününü.

Ürünü yaptım, paylaştım etrafta, kimse almadı diyip yeni projeye mi geçiyorsun?

Kaç kişiye ulaştın?

20 kişi.. bir dolmuş insan
50 kişi.. bir otobüs insan
250 kişi.. bir uçak insan
50000 kişi.. bir stadyum insan

Senin veya projenin varlığından haberi olmayan kaç kişi var?
Sence yeterli insana ulaştın mı? Diğer projeye geçmeden önce bence bir daha düşünmelisin.

Bir Nutella kavanozu kadar değerim yok mu gözünde?

Bir video izlemiştim. Yıllardır kakao yetiştirip toplayan Afrikalı işçiler hayatlarında ilk defa çikolatayı tadıyorlar. Yaşadıkları sevinç onları havalara zıplatıyor, bizi ise kapitalizmin garipliği ile ilgili derin düşüncelere götürüyor.

Çikolatayı seven çok insan var ama sevmeyenler de var, değil mi? Çikolatayı bile sevmeyenlerin olduğu şu dünyada, herkesin seni ve yaptıklarını sevmesini bekleme.

Hedef kitleni seç ve onları memnun etmeye uğraş. “Dışarıda kalanlar ne olacak?” diye sorulacak sana, “Teşekkürler, böyle iyi.” diyip devam et. Hedef kitleni belirlemiş olmanın haklı gururunu yaşa.

Büyük, çok büyük, daha da büyük olacak

Nedense insan hayal etmeye başlayınca kendisi için en iyisini istiyor. Açgözlülük var sanırım hepimizin içinde. Yatlar, katlar, arabalar. Sayısal lotodaki büyük ikramiye çıkarsa ne yaparsınız diye kaç yüz kez sorulmuştur acaba sokakta.

Sıra işe gelince de çok farklı değil. Sorunca herkesin kafasında milyar dolarlık proje var. Çok az kişi diyor ki benim projem o kadar büyük değil.

Ne bu büyük sevdası peki? En büyüğü benim olacak. Olsun tamam birşey demiyoruz da, sen projeyi insanlığa fayda olsun diye mi yapacaksın, yoksa sadece en büyüğünün seninki olması için mi?

Bir problem de daha ışınlanma veya zamanda yolculuk icat edilmedi. Zirveye çıkman için merdivenleri teker teker tırmanman lazım ve o da bir zaman alacak.

Büyük olman için küçükten başlaman lazım.

“..ama Google bunu.. ahh.. abi ne vuruyorsun”

Daha fikir aşamasındayken başlar büyüğe olan aşk. Proje yapılırken devam eder. Proje bitip yayınlanırken sürer o tuhaf duygu. Yayındaki proje geliştirilecekken hala içindedir o kara sevda.

Google şöyle birşey yapmış, biz de yapalım.
Facebook şunu böyle yapıyor, biz de yapalım.
Twitter bunu şu şekilde uygulamış, biz de yapalım.

Büyük düşünmek, büyük bir vizyonunun olması çok güzel birşey, ama..

Microsoft'ta kaç kişi çalışıyor?
Siz kaç kişisiniz?

Microsoft bu işe kaç para ayırmış?
Sizin bütçeniz ne kadar?

Microsoft'un bu proje için ne kadar zamanı var?
Sizin ne kadar zamanınız var?

Microsoft bu proje tutmazsa ne yapar?
Sizin projeniz tutmazsa siz ne yaparsınız?

Balıkçı Teknesi vs Uçak Gemisi.. Fight!

Hemen moralin bozuldu, değil mi? Amacım moralini bozmak değil. Amacım gerçekleri iyi analiz etmeni sağlamak.

Her insanın, her projenin, her şirketin güçlü olduğu noktalar ve güçsüz olduğu noktalar var.

Bir önceki bölümdeki örnekten devam edersek, Microsoft'u büyüklükle yenemezsin. Eğer Microsoft'un güçlü olduğu yere saldırırsan -sonra söylemedi deme- çok pis dayak yersin. Benden değil, Microsoft'tan da değil, hayattan. -Hatta Microsoft'un haberi bile olmaz, tavşanla dağ muhabbeti olur aranızda.- Paran olsun, zamanın olsun, enerjin olsun, motivasyonun olsun, tüm kaynaklarını tüketirsin.

Burada yapman gereken Microsoft'un zayıflığını tespit etmek.

Microsoft bir uçak gemisi. Üzerinde yüz tane uçağın vızır vızır çalıştığı, binlerce kişilik personelin 24 saat ayakta olduğu, gücünü nükleer reaktörlerinden alan 90 bin tonluk bir uçak gemisi.

Sen ise çok büyük bir ihtimalle bir balıkçı teknesine sahipsin. Çok ufak olabilir, biraz daha büyük olabilir ama kapasitenin bir sınırı var.

Bu durumda elindeki kartları nasıl kullanmalısın?

Büyük, çok büyük şirketler doğaları gereği ufak projelerle ilgilenmezler, ilgilenemezler. Oradan gelecek para onları kesmez. Bu yüzden de onlar belli bir hedef kitlenin değil, neredeyse tüm insanlığın kullanabileceği projeler üzerinde çalışmayı tercih ederler. Proje tanıtımlarını milyon dolarlık sunumlarla yaparlar. Saniyesi binlerce dolar olan reklam filmleriyle halka ulaşmaya çalışırlar. Projeyi en son haline getirmeden yayınlamayızlar. Çünkü çoğu halka açık, hisseleri borsalarda işlem gören, hesap vermesi gereken binlerce insan olan şirketlerdir. Marka bilinirliklerine gelecek en ufak bir leke onlara milyon dolarlar kaybettirir. Proje yayına geçtikten sonra da projeyi ufak yamalar haricinde tamamen değiştirme, başka bir yöne çevirme şansları çok azdır.

Senin projeni ise bekleyen milyonlar yok. Önünde boş bir beyaz kağıt var ve çok daha özgür ve esneksin. Hesap vermen gereken binlerce yatırımcın yok. Kaynaklarının sınırını bilip ona göre bir hedef kitleye ulaşmaya çalışırsın. Projeni ana fonksiyonları ile yayınlayıp, kullanıcılardan gelecek yorumlara göre rotanı tamamen başka bir yöne çevirebilirsin.

Uzun lafın kısası küçük takımlarla da çok büyük işler başarılabilir, elindeki kaynakları akıllıca kullanman şartıyla. Örnek mi istiyorsun, bir yaz akşamı seni yatağından fırlatan o küçük sivrisineği hatırla.

Kurumsal bir şirket olsak hiç de böyle olmazdı

Anlatacağım şekilde çalışmayan tüm kurumsal şirketlerin affına sığınarak yazıyorum.

Bu da ayrı bir dert. Büyüğe olan sevdanın yan etkilerinden bir başkası.

“Ay, bizim hemen kurumsal olmamız lazım.”
“Daha büyük bir kurumsal şirket olsaydık hiç böyle olmazdı.”

Neresidir bu “çok kurumsal” şirket? Duyununuz, göreniniz, gideniniz, gidip de denemiş olanınız var mı?

Bana sorarsanız, normal şartlarda 4-5 kişinin bir ayda yapacağı işin, 100 kişi tarafından 4-5 ayda tamamlanamadığı yerdir.

Yapacak işi olmayan müdürlerin, kendilerine meşgale çıkması ve egolarını tatmin etmek için zırt pırt toplantılar düzenlediği ortamdır.

Müdür sayısının asıl işi yapanların sayısından daha fazla olduğu yerdir.

Karşılıklı egoların havada uçuştuğu, sırf konuşmak için konuşan insanların olduğu, ben de buradayım demek için

saçmalayan kişilerin saçma sunumlar yaptığı toplantıların merkezidir.

Çay, kahve aralarının 1-2 saatlik “kısacık” şirket içi dedikodu programlarına dönüştüğü mekanlardır.

Yapılan işe göre değil belirlenen saatler arası belirlenen yerde oyalanmaya göre ücret ödenen yerdir.

Sırtına dokunanlardan, çalan telefonlardan, ansızın çıkagelen toplantılardan, çay, kahve, sigara molalarından, yemek arasından, sunumlardan, eğitimlerden arta kalan sürede gerçek işe anca sıra gelen, verimliliğin “tavan” yaptığı çalışma düzenidir.

Takım arkadaşların gün boyu dedikodu yapıp, birbirlerine komik kedi videoları gösterip asıl işlerini vaktinde yapmadıkları için evine zamanında gidemeyip onlarla beraber mesaiye kalman gereken saatlerdir.

Şirket içi tüm mesajlar “acil, hemen, asap, çok acil, önemli, çok önemli, son dakika, 5 tane ünlem işareti” ile başladığı için hakikaten acil işlerin arada kaynadığı yerdir.

Herkesin şaşalı bir sıfatının olduğu, fakat herkesin her işi yaptığı yerdir veya tam tersine “Bu işi kim yaptı” diye sorulduğunda “Onu üretim bölümü yapacaktı” “Biz Ar-Ge ilgilenir diye düşünmüştük” “Kalite kontrol biz yaparız demiştik” diye yakan top oynandığı da görülür.

Açıkçası bu örneklerin sonu gelmez, herkes kendi “kurumsal” şirketini bir cümlede anlatsa, bu kitaptan daha uzun bir kitap çıkar.

Ben kendi projelerimde hayalimdeki sistemi oluşturduğum için bunları güvenle yazabiliyorum. Takım arkadaşlarımdan hepsi başka şehirlerde, başka ülkelerde. Çok sevdiğimiz Basecamp üzerinden projeleri yürütüyoruz. Hakikaten çok acil bir durum olmadıkça hep pasif iletişim halinde kalıyoruz. Çünkü bizler ambulans şoförü değiliz. Her dakikamız “acil” uyarılarıyla geçmiyor. Yaptığımız iş sessizlik, sakinlik, konsantrasyon istiyor.

Birine telefon ettiğinde, aslında “Benim söyleyeceğim senin o anda yaptığın işten daha önemli, beni dinle” diyorsun. Gereksiz bir toplantıya 10 kişi çağırdığında 1 saati harcamıyorsun. 10 kişinin birer saatini, yani şirketin 10 saatini harcıyorsun.

Ayrıca konsantrasyon aynı uyku gibi bir anda açıp kapayabildiğin birşey değil. Derin uykuya geçmen için zamana ihtiyacın var. Aynı şekilde tam konsantre olmuş çalışırken biri sırtına dokunduğunda o alandan çıkıyorsun. Biri “bir dakikanı alacağım” dediğinde belki de bir saat geri o alana girmeye çalışıyorsun.

O yüzden gece geç saatlerde veya sabah erken saatlerde herkes uyurken en iyi performansını ortaya koyuyorsun. Çalan telefonlar yok, seni rahatsız eden yöneticiler, toplantılar yok, yanında konuşan, fikrini soran takım arkadaşların yok. Önünde yapılacak bir iş ve sadece kendini dinleyen sen varsın.

Bu kitapta 4-5 defa kullanmış olacağım sanırım bu cümleyi, “bizler makina değiliz”. Vücudumuz, beynimiz çok kırılğan bir şekilde çalışıyor ve herkesin en verimli olduğu saatler, en verimli olduğu çalışma ortamı, yaşamak istediği şehir, yaşamak istediği hayat farklı.

Ben ve tüm takım arkadaşlarım evimizden veya o an canımız nerede çalışmak istiyorsa oradan çalışıyoruz. Dünyayı geziyor da olsan önemi yok işini zamanında yaptıktan sonra.

Evden çalışma diyince herkesin aklında “Ee, ama öyle de asosyal olurum” düşüncesi beliriyor. Yıllardır bu şekilde yaşadığım için diyebilirim ki işinden arta kalan vaktinde ne yapacağın tamamen sana ve yaratıcılığın bağlı.

6 ay kadar önce Ankara’dan Antalya’ya taşındım. Burada yapacak şeyler çok daha fazla. İlk yaptığım iş bisiklet almak oldu, aklıma estiğinde çıkıp geziyorum. Yazları olur olmaz saatlerde denize girip şezlongta yatmak senin de hem fikir olacağın üzere büyük keyif. Basketbol grubuna katıldım, düzenli olarak basketbol oynuyoruz avukat arkadaşlarımla. Yazılımcı arkadaşlarla etkinlikler düzenliyoruz. Eşimle daha fazla organizasyon yapabiliyoruz.

Seni kolundan çeke çeke götürdükleri Kurumsal Şirket 1. Geleneksel Bowling Turnuvası'ndan daha iyi bence veya müdüre torpil geçip gol atmasına, sevinmesine izin verdiğin halı saha maçından daha keyifli senin ne yapacağını seçebilmen.

Senin de kendi projeni yönettiğin, kendi kurallarını koyduğun gün gelecek. O gün geldiğinde aklında olması için yazıyorum aslında bunları. Yukarıda bahsettiğim şekilde "kurumsal" olmak yerine insana ve yapılacak işe önem veren bir sistem yaratman mümkün.

Genelde projenin ne şartlarda yapıldığı göz ardı ediliyor ama şunu net olarak söyleyebilirim ki çalışırken mutlu olan insanların yarattığı işler çok daha farklı bir seviyede oluyor. Kullanıcı bu tadı anında hissediyor. Projeyi, ürünü, servisi severek kullanıyor ve arkadaşlarına sevgiyle aktarıyor.

4, 8, 15, 16, 23, 42 .. ikramiye kazanan numaralar

Teknoloji haberlerine baktığında şöyle şeyler göremiyorsun,

“Ahmet ile Mehmet’in kurdukları yazılım şirketi battı. Oysa ki maaşlı işlerinde biriktirdikleri yirmişer bin liralariyla yazılım işine girip yakın çevrelerine ve Facebook sayfasında onları takip eden 50 kullanıcıya çok büyük umut vermişlerdi.”

“Veli’nin odasına kurduğu sunucuya esnaf dayısından 5 bin TL yatırım geldi. Yatırım karşılığında sunucunun yüzde kaçlık hissesinin esnaf dayıya geçtiği basına açıklanmadı.”

Haberlerde göremiyorsun çünkü yeterince büyük değil. Haber yapanı, seçeni anlıyorum, tabii ki en büyük olanı koyacak haber olarak. Benim anlamadığım o haberin altına gelen yorumlar.

Yine aynı sıkıntı. Büyüğe olan aşk burada da peşimizi bırakmıyor. Öyle yorumlar oluyor ki her proje milyar dolarlık, her yatırım milyon dolarlık olmalı. Daha azı kabul edilebilir değil. Hatta milyon dolarlık yatırımı bile beğenmeyen var.

Sorun şu ki, piyasada dönen işlerin %80’i küçük çaplı işler. Ondan sonra işe yeni başlayanlar tüm sektörü geri kalan %20’sindeki gibi sanıyor. Paraya odaklanıyor, insanı aklına bile getirmiyor.

Eğer sen de paraya, milyon dolara, milyar dolara odaklı yaşıyorsan, hiç yazılımdı, tasarımdı, projeydi uğraşma. Lotodan milyoner olma şansın daha yüksek.

Geçen gün ruhumu melek yatırımcıya sattım

Projeni bir gün bir yatırımcıya komple satmak veya belli bir yüzdesine ortak etme niyetiyle yapmamalısın. Amacın daha önceki bölümlerde defalarca söylediğim gibi insana hizmet etmek olmalı ve daha projenin yayına girdiği ilk günden itibaren kendi başına para kazanmayı öğrenmelisin.

Para kazanmayı yeterli kullanıcıya ulaştınca düşünürüz mantığı da birçok projenin bir süre sonra kapanmasına sebep oluyor. Çok büyük projeler bile bunun sıkıntısını çekiyor. İstediginde açıp kapatabileceğin para kazanma butonu diye birşey yok.

Bir başka nokta da, küçük çaplı bile olsa yatırım aldığında başına gelecekleri önceden bilmelisin.

Her yatırımcı parasını bir noktadan diğerine büyüterek taşıyacak araçlar arar. Bir yatırımcı senin projene ortak olduğunda aklında muhtemelen tek bir düşünce vardır; bu projeyi bir an önce yatırdığımdan çok daha fazla bir rakama başka birine satmalıyım. Sen ne kadar projenin sadece bedeni gidiyor diye düşünsen de, projenin ruhu da bu alışveriş sırasında elden gidebilir.

Projeni komple satacaksan, sattıktan sonra ne yapacağını iyi düşünmelisin. Çoğu zaman yatırımcıları çekecek kadar başarılı olmuş bir proje, hayatta başına gelmiş en iyi iş oluyor. Çok büyük ihtimalle o projeyi sattıktan sonra yapacağın diğer projeler o denli başarılı olmayacak.

Projene birini ortak etmekse, komple satmaktan daha çok başını ağrıtabilir. Ortağınla aynı bakış açısına sahip olmalısın, aynı vizyonu paylaşmalısın. Bir de paraya karşılık çoğunluk hissensi yatırımcıya verdiysen kontrol ona geçeceğinden sen bir nevi kendi projende çalışan konumuna geleceksin.

Bana sorarsan dizginler senin elinde kalmalı, projen kendi yağıyla kavrulmalı. Eğer kendi projende kendi başına para kazanmayı öğrenirsen, seni ömür boyu kimse tutamaz.

İndir gardını şövalye

Çok muhabbetin olmayan bir arkadaşınla bir kafede oturuyorsun. Çok dertli gözüküyor. Soruyorsun, sıkıntın ne diye, anlatıyor kimseye anlatmadığı sırlarını. Sonra sen de paylaşıyorsun, gösteriyorsun ona sakladıklarını içinde. Kafeye geldiğinizdeki halinizle çıkarkenki haliniz arasında dağlar kadar fark oluyor, çok daha yakın hissediyorsunuz birbirinize.

Ne oldu o kafede?

Ne kadar savunmasız olduğunuzu anladınız ikiniz de. Ne kadar incinebilir, ne kadar zayıf olduğunuzu. Aslında ne kadar insan olduğunuzu anladınız. Ve aranızda bir bağ oluştu hemen.

Böyle bir bağ kullanıcılarıyla yakalayabilir misin? Otur ağla demiyorum, gerçi, içinden geliyorsa ağla. Sensin o sonuçta. Nezle olmuş, kucağında laptop battaneye sarılı otururken kendini yüz kişinin çalıştığı bir şirketmiş gibi gösterme diyorum.

İndir gardını, kendin ol. Teknik destek mesajlarını büyük şirket gibi cevaplama. Gülücük koy mesajına, eğer arkadaşlarınla konuşuyorken koyuyorsan. İş telefonundaki santrali kaldır, ilk çaldığında aç telefonu. Ezberlemiş gibi konuşma. Blog yazısını kendin olup yaz, desinler “abi okurken çok eğlendim”.

Zayıf gözükeceğim diye korkuyoruz hepimiz, halbuki sen şeffaf olunca, karşındaki daha yakın hissediyor sana. Devasa firmalar bunu yakalamak için milyon dolarlar ödüyor, kullan işte avantajını, kendin ol.

Komşunun fikri komşuya kaz görünür

Aklına gelen bir fikrin iyi olup olmadığını soracağın son insan kim olmalı biliyor musun? Sen, evet, kendin.

Bunu öğreneli ve deneyeli epey oluyor, hala şaşkınlıkla izliyorum. Kendi fikirlerim bana sıkıcı ve sıradan geliyor. Başkalarının yaptığı işlere bakınca ne güzel şeyler düşünüyor insanlar diyorum.

Yıllar önce farkettim ki bana sıradan gelen bir fikri, yeni duyan biriyle paylaştığımda “abi muhteşem bir fikir, nasıl aklına geldi” diyor. Zamanla aklıma gelenleri -kendi kendime sormadan- direk uygulamaya geçirmeye başladım. İlginç bir şekilde insanlar sevdi, sevmeye devam ediyor.

Şu anda bu kitabı yazarken de kendime “Aman Aykut, hep aynı şeyleri düşünüyorsun, ne sıkıcısın” diyorum ama yazmaya devam ediyorum. Çünkü muhtemelen bu fikirleri çok değişik bulacak insanlar olacak aranızda.

Kim olduğunu, hangi şarkı olduğunu tam hatırlamıyorum ama dünyaca ünlü bir müzisyen şöyle anlatıyordu,

“Aylarca albümün üzerinde çalıştık. Hangi parçaların hit olacağını, hangilerinin geri planda kalacağını düşünüp herşeyi ona göre ayarlamıştık. Ama albümde hala 1 şarkılık yer vardı ve yapımcı bize son bir parça daha eklememizi söyledi. Aceleyle 1 haftada bir parça yazdık, kaydettik ve albüme ekledik. Hepinizin bildiği gibi o son parçayı tüm dünya seviyor, bizim hit olur dediklerimizin esamesi okunmuyor.”

Noel Dayı bir poroblemi daha özüverdiii*

İnsanoğlu problemleri olan bir varlık. Sen doğmadan 5000 sene önce de problemleri vardı, sen öldükten sonra da problemleri devam edecek. Bir sır vereyim mi? Sadece birinin değil, hepsinin problemleri var. Hatta sanırım senin de var, ve galiba benim de.

Seni rahatsız eden bir problemi çözmek için para harcamaya hazırsın, değil mi? Hayatını daha kolay bir hale getirecek ürün veya hizmete mal varlığının bir bölümünü vermek mantıklı bir yatırım olarak görünüyor, yanlış mıyım? O zaman diyebiliriz ki her problem bir fırsat.

öz be arkadaşım şu problemlerimizi, kolaylaştır hayatımızı. Fikrinin dahiyane olması, günlerce gecelerce düşünölmüş olması belki de önemli değildir. Kendi problemini bile özsen, seninle aynı problemleri olan başkaları yok mudur? özölecek problemler belki de gözünün önündedir.

** Üniversite yıllarımızda bize yaşattığı hoş anlar için Berk Tokay'a teşekkürler.*

Artiz mi? Ne artizi? Artiz ne arar la bazarda?

“..çok iyi de oldu çok güzel iyi oldu taam mı. şimdi mesela türban olayını çok karıştırdılar. ha aralarında bir fark galdı, o farklan çok güzel oldu. mesela herkesin hayatına kimse garişamaz. ha nasıl garişamaz. ben bu şekil geyinirim, bu bayan şu şekil geyinir. şu şekil geyinir... ha hiçkimsenin kimseye garişmaya bi hakkı yok. özgürlüğü bidir. aa başörtü kurban olduuum ya resullallah tan gelebilir amma lakin ki öyle değildir. benim yorumlamam bu kadar. hadi hayırlı işler.”

Öncelikle şunu belirtmeliyim, bu adamların hastasıyım. Gerçekten. Onlardaki özgüven kimde var? Şahsen ben sokakta kamera ve mikrofon ikilisini gördüğümde 50 metre uzağından geçmeyi tercih ediyorum.

“Japonya nerede?”, “Hun Devleti ile vizeler kalktı, tatile gitmeyi düşünür müsünüz?”, “İsmet İnönü’nün 2010 Referandum’u öncesi CHP’den ihraç edilmesi doğru mu?” gibi sorulara verecek cevabım var, o konuda şüpheniz olmasın, ama şimdi akıllı geçiniyoruz, çok basit bir soru sorulacak, bilmediğim birşey olacak, sonra bu videoların yeni kahramanlarından biri ben olacağım diye hep korkmuşumdur.

Bu bölümde asıl değinmek istediğim nokta ise orijinallik ve “gerçek” olmanın insanlar üzerinde bıraktığı etki.

İki örnek vereceğim,

Çoğunuz görmüşsünüzdür, GittiGidiyor viral olması, virüs gibi yayılması maksadıyla bir video hazırlatmıştı. Bir kız “salak, gerizekalı..” diye anlattığı eski erkek arkadaşıyla birlikte kullandıkları özel eşyaları reklamı yapılması istenen alışveriş sitesinde satılığa çıkardığını anlatıyor. “Call-to-Action” kısmında ise GittiGidiyor’daki kullanıcı adını verip gidin, orada alın diyor.

Bir başka örnek ise medar-ı iftiharımız havayolu şirketi, Türk Hava Yolları’ndan. Temiz yüzlü bir delikanlı sevgilisine bir video hazırlamış. Sevgilisi onu dil okulunda sanarken o aslında değişik ülkelere gidip oradaki insanlara hazırladığı metinden birer kelime okutmuş. Bunları hoş bir şekilde birleştirmiş ve yurda dönmüş. İzlediğimiz videoda bu sürprizini kamera karşısında kız arkadaşına anlatıyor ve arada uçuşlarında kullandığı Miles & Smiles kartını elinde tutup bazı uçuşlarının bedavaya geldiğini belirtiyor. “Ay çok romantik” nidalarıyla izlenen videonun sonunda “Call-to-Action” olarak bir blog adresi gösteriliyor.

İki video da çok hoş, çok güzel. İzlenme ve paylaşılma rakamları bazında düşünüldüğünde muhtemelen firmaların yöneticilerini ve çalışılan reklam ajanslarını çok mutlu etti. Sayısal olarak düşünürsek ben de şu anda reklamı yapmaya devam ediyorum aslında.

Ancak.. Ancak diyorum çünkü videoların “sahte” olduğunu daha ilk anladığım anda aldatılmış hissettim. Yanlış hatırlamıyorsam Facebook’ta arkadaşlarımla paylaşmıştım GittiGidiyor videosunu ve bir süre sonra olayın iç yüzünü anladığımda paylaştığım şeyi geri sildim. Videoların altlarında gerçek sanıp ona göre yorum yapan yüzlerce insan var. Muhtemelen arkadaşları onlara da “abi bu reklam amaçlı, orijinal değil” dediklerinde yorum yaptıklarına pişman olmuşlardır.

Peki üzerinden aylar, yıllar geçtikten sonra kullanıcı bu konuda ne hissediyor? Kendimden örnek vereceğim. Bu bölümü yazarken herhangi bir hata yapmamak için 4 videoyu da yan yana sekmelere açtım. Bölüme ismini veren “artiz ne

arar la bazarda” videosunun yanında, bahsettiğim “çok iyi de oldu çok güzel iyi oldu” videosu, GittiGidiyor ve THY videoları.

“Çok iyi olan” videonun tam metnini yazmak için videoyu onlarca kez izledim. İstisnasız her dinlediğimde kahkaha attım, eşim yanıma gelip iyi olup olmadığını kontrol etmek zorunda kaldı. Keza “artiz” videosunu abi bir daha izleyeyim diye diye yine onlarca kez izledim.

İlk karşılaştığımda parlayan gözlerle izlediğim viral videoları ise bu sefer sönük bir ifadeyle izledim. Hatta sadece kontrol etme amaçlı izlediğimden hadi bitsin diye diye sonuna zor geldim.

Kısa vadede farklı olmak, dikkatleri üstüne çekmek görece kolay bir iş. Ama uzun vadede bu videolar bana sorarsanız sınıfta kaldı.

Sanmıyorum ki GittiGidiyor, THY gibi çok başarılı firmalar kullanıcılarına aldatılmış hissi vermek istesin. Benim hissettiğim veya etrafımda gözlemlediğim, günün sonunda kullanıcıda kalan his bu.

Yabancıların “word-of-mouth marketing” dedikleri, bizde ağızdan ağıza yayılma veya fısıltı gazetesi diye tabir edilen reklam şekli bence en etkilisi. Ama ben “reklamın iyisi kötüsü olmaz” mantığına çok katılmıyorum. Çünkü insanlar kendilerini aldatan, gereksiz (spam) mail gönderen, sms atan, telefon eden firmaların ismini hoş sıfatlarla anmıyorlar ve arkadaşlarına anlatırken suratlarında bir gülümseme olmuyor.

Peki orijinal olduğunu hissettiğimizde nasıl bir tepki veriyoruz? Yukarıda özgüvenleriyle değindiğim adamların söyledikleri bırak ağızdan ağıza yayılmayı bildiğin modern kültürün bir parçası oluyor. Biz arkadaş çevremizde güzel oldu yerine “çok iyi de oldu çok güzel iyi oldu” diyoruz. Çünkü o bizi ortak bir alana sokuyor. Görünmez bir kulübe girmemizi sağlayan bir parola oluyor aslında ve birbirimize daha yakın hissediyoruz. Bize bu hissi sağlayan orijinal kaynak, bizim örneğimizde kırmızı lacivert eşofmanlı adam, efsane oluyor.

“Ben bir Rock yıldızı olmayacağım, efsane olacağım.” bu sözler her zaman orijinal olmayı savunmuş Freddie Mercury’ye ait.

Tanzanya’da doğmuş, Hindistan’da büyümüş, İngiltere’de hayatını sürdürmüş biri olarak cinsel tercihlerinle, bıyığınla, bilerek dokunmadığın dişlerinle, denemekten korkmamanla, kendine özgü müthiş sesinle, konserlerde bir stadyum insanın hepsine teke tek şarkı söylüyormuş hissi yaratmanla ama sahneden indiğinde utangaç olmanla, işini “neden” yaptığını çok iyi bilmenle, kısacası orijinalliğinle sen bir efsanesin Freddie, huzur içinde uyu.

Bu arada ülkemizde bir gazoz firması da aynı şeyi kendileri için söylemeye başladı, bir de ilk reklam İngiliz kraliçesinin yanında olunca şüphelendim açıkçası. Acaba reklamı yazarlar da Freddie’den etkilenmiş midir?

Eğer bunun gibi bir kopyalama durumu “varsa”, yukarıdaki bağıntı burada da geçerli olabilir. Freddie Mercury’nin yaklaşımı orijinal olduğundan mütevellit sonsuza kadar hayatta kalacakken, gazoz firmasının önerdiği yaklaşım bir süre sonra eskiler kutusundaki yerini alacaktır.

Körlerin ülkesinde tek gözlü kral olur

Diğer insanlardan farklı olan, diğer firmalardan farklı olan her zaman kazanır. Bu demek değil ki herkes 100 liradan satarken ben 99 liradan satarsam yarışı kazanırım. Sana bir sır vereyim, güneye gitmeye karar verirken yarışı kaybedersin. Çünkü başka bir rakibin 98 liradan satmaya başlar, sen 97, o 96 derken en son ikiniz de güney kutbunda buluşursunuz.

Ama herkes 100 liradan satarken sen daha kaliteli bir iş çıkartıp 150 liradan satarsan herkesten farklı olursun. İnsanların dikkatini çekersin, o zaman kazanırsın.

Gwilym Davies.. Dünya Barista Şampiyonu. Barista barmenin kahve versiyonu. Yani Gwilym espressolara şarkı söyleten adam.

Sadakat kartlarını görmüşsündür, “bizden 10 kere kahve alırsanız, 1 kahve bizden hediye”. Gwilym’in dahiyane fikri ise Londra’daki başka şubesi olmayan kahve dükkanında “sadakatsizlik” kartı sunması.

Gwilym der ki “Bizim dükkandan çık, şu listedeki Doğu Londra’daki elit 8 kahve dükkanında birer kahve iç, gel, benden sana 1 tane bedava kahve”

Bizi nereden buldunuz? En büyük rakibiniz gönderdi. Böyle bir yaklaşımın karşısında söyleyecek söz bulamıyorum. Farklı, dikkat çekici, akılda kalıcı, harika, gerçekten dahiyane.

Bir başka örnek Derek Sivers ve CD Baby. CD Baby bağımsız müzisyenlerin şarkılarını sattığı bir alışveriş sitesi. Derek Sivers projenin başındayken ekibine alışıl gelmişin dışında bir yaklaşım sergilemesini öğütlüyormuş. Günlerden bir gün gelen siparişlerin birinde mesajınız bölümünde şöyle bir yazı görmüşler, “siparişin yanında albümün kapağındaki ahtapotun da bir tane gönderirseniz sevinirim”. Müşteri şaka amaçlı yazmış olsa da, depoda çalışan eleman olağandışı bir iş yapma tavsiyesini dinleyip gönderinin içine gerçek bir ahtapot koymuş. Sonrasında olanları tahmin edebilirsiniz.

Paketi açan müşteri gözlerine inanmamış, onun hakkında blog yazısı yazmış, insanlar bunu paylaşmış, herkesin hoşuna gitmiş, sonunda kazanan yine alışveriş sitesi olmuş.

Sana tavsiyem bugün rutininizden, rahat olduğun alandan dışarı çık, farklı düşün, farklı uygula, farklı ol. Daha başka bir deyişle, kişi bazında düşünürsek “kendinin tanışmak istediği kişi”, firma bazında “kendinin tanımak istediği firma” ol.

Seth Godin abimizin dediği gibi “Mor inek ol, sürüden ayrıl”.

Kuru temizlemeci ile yazılımcının ortak özellikleri

Yurtdışında bir kuru temizlemecinin camında bir yazı,

“Eğer işsizseniz ve bir sonraki iş görüşmeniz için takım elbisenizi temizletmek istiyorsanız, bize getirin, biz ücret almadan temizleriz.”

Yazılımcılar olarak bizimle ne alakası var bunun?

Çok alakası var. Hatta bir kuru temizlemeci ile bir yazılımcı arasında hiç fark yok. Çünkü iki grup da insana hizmet ediyor.

Örnek olarak bu kitabı alalım. Kalabalık, havasız bir yurt odasında bir yandan finaline hazırlanırken bir yandan bu kitabı okumaya çalışan öğrenciye yazıyorum aslında tüm bunları. İmkani olmayıp biriktirdiği üç kuruşla internet kafedeki bilgisayarda zar zor bulduğu bu kitaptan fayda sağlayabilecek insanlar hedefim. Tabii ki geniş bir kitleye hitap etmek istiyorum ama kitabı ücretsiz sunmamın sebebi ihtiyacı olan bir insana karşılık beklemeden yardım edebilmek. Hem onun için, hem benim için müthiş bir his.

Hala parasal geri dönüşünü düşünüyorsan, önce yardım et senden daha az bilene, para kendiliğinden gelir. Diyelim ki bahsettiğim kuru temizlemeciye gittin, temizlettin takım elbiseni. İş görüşmesi olumlu geçti ve işe başladın. Daha sonra kuru temizlemeciye ihtiyaç duyduğunda hangisini tercih edersin? Muhtemelen bu iyiliği ömür boyu unutmaz, onların sadık bir müşterisi olursun. Ve hatta eşine dostuna yaşadığın bu güzel anıyı anlatıp, onları da aynı kuru temizlemeciye gitmeye teşvik edersin.

Kadınlar matinesinde bu hafta.. canlı yayında kod.. az sonra

Televizyon programlarında orada burada değişik değişik şefler görürsün. Adam malzemeleri gösterir, sonra başlar en ince ayrıntısına kadar anlatmaya. Yarım saat hatta bir saat adam mesleğinin tüm inceliklerini senle paylaşır, anlatır durur.

İnsanlar o kadar kanıtsamış ki, şöyle diyeni duymadım, “Eee adam bütün meslek sırlarını canlı yayında milyonlarla paylaşıyor, işsiz kalacak.”

Ama söz konusu senin kodların, senin tasarımların, senin fikirlerin olunca açık açık paylaşmaya korkuyorsun. Alırlar, çalarlar, kopyalarlar, satarlar.

Pekala, örnekten devam edelim. Diyelim ki şefin tüm yemek kitaplarını okudun, videolarını izledin, adamı resmen özüksedin. Hah, şimdi gideyim, adamın restoranının yanına kendi restoranımı açayım, onun tariflerini yapıp onun müşterilerini çalayım. Sonra da paraya para demiyim.

Niye gülümsüyorsun, sence şefler senden daha az mı zeki? Bana sorarsan pazarlama anlamında çok daha akıllıca davranıyorlar.

Messi'yi izleyip futbolcu olan, onun gibi oynayan kaç kişi gördün? Diğer futbolcuların da televizyonu var, onlar da PES,

FIFA oynuyor, hatta Barcelona'yı seçip Messi ile oynuyorlar ama pazar günü çıkıp kendi bildiklerini uyguluyorlar veya kendi kapasiteleri kadar oynayabiliyorlar.

Dünyanın öbür ucundan, Florida'dan Bob Ross isimli bir adam çıkıyor. Yarım saatte boş bir tuvali bir şahesere dönüştürüyor. Neden sen de aynı malzemeleri alıp, adamın yumuşak anlatımını takip edip benzer işler çıkartmıyorsun.

İş yazılım olunca, iş senin tasarımların olunca kıymete biniyor. İşlerini açık açık yapan adamlar sence saf mı, onlar bilmiyor mu benim milyon dolarlık bir fikrim var, NDA (gizlilik anlaşması) imzalamadan söylemem bile demeyi.

Bu insanlar fikrinin çalınmasından korkmuyor, tersine çalınmasını istiyor. Herkesin paylaşmasını istiyor. Adam o fikirleri, o çalışmayı, o vizyonu kazanmak için binlerce saat harcamış. Biliyor ki ne yapacağını bilmeyen ellerin elinde o fikir 5 TL bile etmeyecek.

Ne yapması gerektiğini bilmeyen, vizyonu, tecrübesi, pratiği olmayan insanların eline bırak değerli bir fikri, hazır nakit parayı da versen fayda etmez. İnsanların lotodan devasa paralar kazanıp, 3 sene sonra basit bir işe muhtaç hale gelmesi işte bu yüzden.

Korkma arkadaşım, paylaş beynindekileri. Açık açık, dobra dobra, yudum yudum..

Version 0.1 ve ötesi

Diyelim ki süper hızlı bir araba üretme hedefiyle yola çıktın ama çok sınırlı kaynağın var, ne yaparsın?

Elimdeki parayla 4 teker ve motoru üretmeye çalışırım.. Ee, paran bitti, neden insanlar sadece 4 tekeri ve motoru satın alsın ki? Sistemin daha başlamadan tıkanı.

Şöyle bir yaklaşım daha faydalı olmaz mı? Hedef kitlen ne istiyor? A noktasından B noktasına ulaşmak.

Elindeki parayla önce paten üretilip satılacak bir sistem geliştiren ve para kazansa, müşterilerin oluşsa, çalışan bir sistemin olsa. Sonra kazandığın parayla bisiklet üretmeye ve satmaya başlasın. Bu arada paten üretimin ve satışların devam etse.

Sonra motosiklet üretimine başlasın aynı şekilde. Sonra sıra yavaş bir araba üretmeye gelse. Tüm koşullar oluştu, hazır müşterilerin var, üretim bantların var, seni destekleyen bankalar var ve yılların tecrübesi ile hayalindeki hızlı araba üretme kısmına şimdi gönül rahatlığıyla geçebilirsin.

Senin de sınırlı kaynağın ama kabına sığmayan hayallerin mi var? İzleyeceğin yol belli bence. Yayınla mütevazî versiyonunu, version 0.1'i, erkenden tecrübe et kullanıcıların isteklerini, ona göre geliştir, kaynaklarını arttır, tecrübeni arttır.

Unutma, kaynakların sınırlı olduğu bir proje istenen seviyeye gelmediği için aylardır yayına geçmediyse, muhtemelen hiç bir zaman yayınlanamayacaktır.

bkz: Analysis paralysis

Bu terim çok sık rastladığımız bir durumu iki kelimedede anlatıyor, analysis paralysis, yani analiz yaparken felç geçirmek.

O kadar çok fikir var ki ortada dolaşan, sadece yazılım ve bilişim sektörüyle alakalı değil tüm iş hayatıyla hatta özel hayatlarla ilgili.

Başarılı insanlar ile başarısız insanları ayırt eden belki de en önemli özellik, oylanmadan, çok fazla düşünmeden, korkmadan başlamak. Tek bir kelime bütün bu farkı belirliyor.. başladım.

10 sayfa yazı yazabilirim bunla ilgili ama sevimli çizgi film karakterleri arasındaki şu kısacık diyalog benim yazacağım 10 sayfadan daha değerli diye düşünüyorum,

Winnie the Pooh: Hangi gündeyiz?

Piglet: Bugün.

Winnie the Pooh: En sevdiğim gün!

Abi, hepsini yarın yaparız ya..

Yarın dediđin yer neresidir, hiç dűşűndűn mű? Niye herkes yarından medet umar?

űnkű yarın, dűnya űzerindeki tűm yaratıcılıđın, űretimin, motivasyonun, sonuçların ve bařarının %99'unu bűnyesinde barındıran mistik bir yerdir.

űnkű yarın bir umuttur.

İnsan yarından medet umar, űnkű hayallerini yarına tařımak, sabah acı acı çalan alarmin ertele tuřuna basmaktır. Uyanıp bugűne bařlamak zor gelir insanođluna.

Odaklan çekirge

Diyelim ki araban bozuldu. Tamir edebilecek iki usta buldun. Ahmet Usta 10000 farklı model araba üstünde birer saat harcamış. Mehmet Usta ise sadece senin kullandığın modelin üstünde 10000 saat harcamış. Hangi ustayı tercih edersin? Hangisi seni ve arabanın problemini daha iyi anlar ve daha kısa sürede çözer? Mehmet Usta diğerinin iki katı ücret istese bile önemser misin?

Bir işte çalışıyorsan patronun sana bu yüzden herkesten daha fazla para ödüyor, kendi işini yapıyorsan müşterilerinin kapında sıra olmasının sebebi bu, eğer bir projen varsa insanlar bu yüzden senin projeni arkadaşlarına öneriyorlar.

Bir işçi bir havuzu işeyerek kaç günde doldurur?

Desem ki “Başka hiçbir işle uğraşma, 1 haftan var, aklındaki, cebindeki, masandaki, localdeki projeni bitir”, nasıl bir yol izlersin?

Aklına hemen projenin 10 sene sonraki çok başarılı, çok büyük hali geliyor, değil mi? Ama 1 haftan var ve 1 hafta sonra projeni yayınlayacağız. O zaman çözüm basit.

Projeni farklı kılan ve insanların problemini çözecek özelliği hangisiyse onu ve sadece onu yap. İnsanlar senin projeni o özelliği için kullanacak, cafcıflı bir tasarımı veya son teknoloji algoritması olduğu için değil.

Merak etme, bu ek özellikleri sonradan ekersin, önce insanlar kullansın ve sana teşekkür etsin de.

Bir fili bir Vosvos'un içinde nasıl yersiniz?

Hep bu filden bahsediyorum, bir gün hayvan hakları dernekleri peşime düşecek. Pekala, kimse kızmasın başka şekilde soracağım.

Günlerin gecelerin devasa bir projeye nereden başlayacağını, nasıl yapacağını düşünmekle mi geçiyor? O zaman şu soruya cevap ver.

Boyundan uzun, kilondan fazla, devasa bir pastayı nasıl yersin?

Alırsın çatalı bıçağı, "lokma lokma" yersin.

Projenin de bir farkı yok, tek seferde, tek lokmada yiyemeyeceğine göre 10000 parçaya böl. Tek seferde bir tane ufak görevi tamamla, yapılacaklar listesinde işaretle. Mutlu ol, momentumu yakala, diğer ufak parçaya geç.

"Önümüzdeki maçlara bakıyoruz, her maç final."

Duvardaki Michael Jordan posterleri

Babaanneler odaya girer, bu siyah adamların burada işi ne der. Basketbol dergileriyle, maçlarla, toplarla büyümüş bir jenerasyon için odadaki poster bir posterden çok daha fazlasıdır.

O sana tekrar denemenin, düşmenin, kalkmanın, yılmamanın önemini gösteren bir semboldür aslında.

Örnek vermeyince rahat etmiyorsun, biliyorum,

“10 projeden 9'unun battığını gördüm, ben de 10 tane proje yaptım” der Robert Kiyosaki.

Rovio, Angry Birds'ten önce 51 tane oyun yapmıştır.

James Dyson 15 senelik birikimini harcıyıp 5126 kere prototip yapıp yanıldıktan sonra 5127'nci seferde çalışan bir prototipe ulaşıp süpürgesini icat etmiştir.

Michael Jordan kariyeri boyunca 9000'den fazla şut kaçırmış, 300'den fazla maç kaybetmiş, 26 kere maç kazandırabilecek şutu değerlendirememiştir.

Howard Schultz, Il Giornale'yi (sonradan Starbucks'ı bünyesine katmıştır) kurmadan önce yatırımcılar tarafından tam 217 defa geri çevrilmiştir.

Geçen nah ş u kadar kırkayak gördüm

İnsanlar amiyane tabirle gazı aldığı zaman her iş i yapabilirler. Kısa vadede dağları yerinden oynatırlar. Ama şöyle bir durum da var. İş hayatı bir oyunsa, oyunun içinde kalmak gerekir. Uzun vadeli düşünmek gerekir.

Eğer siz tüm kaynaklarınızı tek bir projeye, tek bir insana bağlarsanız, tek teker üzerinde giden araba olursunuz. Belki büyük bir tekere sahip olursunuz ama yol her zaman asfalt olmayacak, stabilize yollara da girmek zorunda kalacaksınız, önünüze engeller de çıkacak. Dikenli, çakıllı bir yola geldiğinizde lastiğiniz patlarsa orada kalırsınız. Yedek lastiğiniz bile olsa arabanız durur, beklersiniz, zaman kaybedersiniz.

Benim iş e yaklaşımım her zaman 1000 teker üstünde giden araba olmak. Bu demek değil ki her iş i yapın, odaklanmayın. Daha birkaç bölüm önce odaklanmayla ilgili bölümleri okudunuz, ne düşündüğümü biliyorsunuz.

Gelir kaynaklarınızı çeşitlendirirseniz, kaynaklarınızı darboğazlara kendi ellerinizle sokmazsanız, 3-4 tane lastiğiniz patlarsa bile geri kalan yüzlerce lastiğinizle yolunuza güvenle devam edersiniz.

Kullanıcı dediğin tek dişi kalmış canavar

Kitabın tümünde işi insanlara yaptığımızı hatırlatmaya çalışıyorum. Kullanıcılarımızı dinlemek gerektiğini, onların projeye şekil vereceğini öğütlüyorum.

Ama nereye kadar dinleyeceğin çok önemli.

Genel olarak, projenin aldığı geribildirimler ve ona göre projeni güncellemene değinmek istiyorum. Kullanıcılarını dinle ama her istediklerini hemen gerçekleştirme. İnsanlar sana geribildirim göndersin, konuş onlarla, not et söylenenleri ama sonra unut. Zaman içerisinde yapman gereken değişiklik çok bariz bir şekilde gözünün önünde belirecektir.

Eğer herkesin her isteğini projene eklemeye kalkarsan, projen devasa bir İsviçre çakısına dönüşür veya hatırlıyorsan “Inspector Gadget” adlı çizgi film karakteri gibi olacaktır. Unutma ki sen karmaşık hale getirene kadar herşey basittir.

Bir diğer nokta da alacağın güzel teşekkürlerin yanında acımasız, bir temele dayanmayan, sırf karalama amaçlı eleştirilere nasıl tepki vereceğin. Sakin, mantıklı bir eleştiri ile bahsettiğim eleştiri arasında dağlar kadar fark var. Saniyesinde anlayacaksın hangisi olduğunu. Bu tip bir agresif tavırla karşılaşırsan tavsiyem, olay yerinden uzaklaşman, muhatab olmaman ve kafana takmaman olacak.

Son Dakika: 9 hamile kadın bir araya gelip 1 ayda çocuk doğurdu

Teknik olarak süper bir projen var, fikrin çok orijinal, insanların hayatını kolaylaştırıyor, problemlerini çözüyor, projenin uygulamasında da problem yaşamadın, pazarlama ile de oldukça fikrin var, peki şimdi ihtiyacın olan ne?

Açıkçası, herkesin çok kolaymış gibi anlattığı ama çok az insanın daha doğrusu sadece başarılı insanların sahip olduğu bir özelliğe ihtiyacın var.. sabırlı olmaya.

Başarı düz bir çizgi gibi lanse ediliyor ama aslında olan başarıya ulaşmak için bir labirentten geçmen lazım.

Labirente girerken yanına çok birşey almana gerek yok. Aslına bakarsan herşey kafanda bitiyor. Eğer baskıyı kaldıracak, zor koşullarda havlu atmayacak bir mental yapın varsa senden daha iyi projeyle labirente giren fakat bir noktada pes edip geri dönen insanların yanından geçip, tünelin sonundaki ışığa ulaşacaksın.

Uyuşturucu satıcılarının iş modeli

Tabii ki uyuşturucuyu özendirecek birşeyi savunmuyorum. Aklında kalması açısından iyi bir örnek olduğunu düşünüyorum. İstersen bir lokumcuyu ya da peynirciyi de düşünebilirsin.

Ne yapıyor bu insanlar peki? Sattığı ürünü tatmana, test etmene, tecrübe etmene izin veriyor, hem de para almadan. Biliyor ki tadını seveceksin, tecrübe hoşuna gidecek veya en kötü örnekte bağımlı olacaksın. Sonra sen ona gideceksin kendi isteğinle daha fazlasını parayla almak için.

Peki tamamen ücretsiz olan ürünler, servisler? Aslına bakarsan, yok öyle bir dünya.

2 koyun konuşurlar.

“Bu çiftlik gerçekten de güzel değil mi? Üstelik herşey bedava.”

“Evet, düşünsene yemek için bile para vermiyoruz.”

Kar amacı güden tüm şirketler bir şekilde para kazanmak zorunda. Gidip de Facebook’a kızmanın, Google’a çemkirmenin bir anlamı olduğunu düşünmüyorum. Eğer bir şirket bir servisi ücretsiz sunuyorsa, hedef kitesini satar. Nasıl satar? O hedef kitleye ulaşmak isteyen üçüncü partilerden reklam alır. Biraz daha ahlaksız olmakla beraber kullanıcılarının bilgisini toplayıp ilgilenen üçüncü partilere satabilir.

Doksan altmış doksan*

Hemen aklına farklı düşünceler gelmesin, sayılardan bahsedeceğim.

Bir ülkedeki toprakların %80'i nüfusun %20'sine aittir.

Bir ülkedeki toplam gelirin %80'i şehirlerin %20'sinde bulunur.

Bir şirketin toplam karının %80'i müşterilerinin %20'sinden gelir.

Kazandığın paraların %80'i sahip olduğun projelerin %20'sinden gelir.

Tasarım veya yazılımındaki problemlerin %80'i tüm tasarımın veya kodun %20'lik kısmında bulunur.

Özel hayatında yaşadığın sorunların %80'i çevrendekilerin %20'sinden kaynaklıdır.

O zaman nereye odaklanmalı, hangi yöne gitmeli, kimleri hayatından çıkarmalı?

* Al tamam yazıyorum: Bir striptiz kulübünde harcanan paranın %80'i striptizcilerin %20'sine gider. Vilfredo Pareto mezarında ters dönecek :)

Ulan Murphy, bir işimiz de düzgün gitsin

Kurallardan, bağlantılardan bahsetmişken bu kanuna değinmeden kitabı yayınlarsam çok hayıflanacağım, o yüzden,

- Trafikte bulunduğun şeritten ilerleyen şeride doğru geçtiğin zaman yeni geçtiğin şerit durur.
- Sizi izleyenlerin sayısı yaptığınız işin saçmalığı ile doğru orantılıdır.
- Bozuk bir alet tamire geldiğinde çalışır.
- Diş ağrısı gece ve tatil gününde başlar.
- Sigara dumanı içmeyene doğru ilerler.
- Yemeğe oturduğunuz zaman izlediğiniz TV programı reklama girer.
- Tırnaklarınızı kestikten bir saat sonra tırnakla yapılacak bir iş çıkar.
- Borç alabilmek için, borca ihtiyacınız olmadığını ispatlamalısınız.
- Sıcak tencere ve soğuk tencere aynı görünür.
- Ekmek tereyağlı yüzünün üzerine düşer.
- Hangi yüzüne tereyağı süreceğinize önceden karar veremezsiniz.
- Ters gidebilecek her şey ters gider.

Kimsenin olmadığı bir adada öksürürken elinle ağzını kapatmak

Kaliteyi nasıl tanımlarsın? Bunun hakkında da sayfalarca yazı yazılabilir ama Henry Ford çok güzel özetlemiş,
“Kalite, kimse bakmazken işini doğru yapmaktır.”

Çok sık rastladığım bir başka şey ise kaliteye ulaşmak adına varolmayan bir konseptin kovalanması.. mükemmellik. Bana sorarsanız evrende, galaksimizde, güneş sisteminde ve dünyamızda mükemmellik diye bir kavram yok. Mükemmellik sadece bir takıntıdır ve çok iyi derecedeki işlerin kullanıcıyla buluşmasına engel olur.

Değınmek istediğim bir başka nokta ise insanların deneme yapmayı yanlış anlaması. Kaliteyi, mükemmelliğı kovalıyorum derken aynı şeyleri yapmaya devam ediyorlar. Yapılan aynı şey çalışıyorsa ne mutlu. Ama yapılan iş çalışmıyorsa, aynı şeyleri tekrar tekrar yapıp farklı bir sonuç beklemek çılgınlıktır.

Kaliteli iş sıkıcı olmak zorunda da değildir. Bazen öyle projeler, öyle içerikler görüyorum ki, diyorum herhalde projeyi yapanlar şunu düşünüyor,
“O kadar sıkıcı olalım ki insanlar durmamız için bize para ödesin.”

Kahkaha çocuklar için değildir, iş ciddi olunca kaliteli olacak diye bir kaide de yok. Duvarında yasaklardan, uyarılardan geçilmeyen bir işletmeye para vermek istemiyorum. Beraber gülelim, eğlenelim, samimi hissedelim, ben o zaman içimden gelerek paramı zaten veriyorum.

Kalite yakalandığında kaybetmek, yola çıkılan noktayı unutmak da başarısızlığa giden bir adım oluyor. Walt Disney’in dediğı gibi “Unutmamalıyız ki, herşey bir fare ile başladı.”

Şeytan diyor git bir sahil kasabasına yerleş

Kendimize her 15 dakikada bir hatırlatmalıyız, bilgisayarlarımıza duvar kağıdı yapmalıyız.. “yaşamayı unutma” diye.

“İşkolik kahramanımız bugün de 3 saat uyudu.” Sanmıyorum ki hiçbirimiz bu cümledeki kahramanın yerinde olmak isteyelim. Ama çoğumuz çok çalışmak ile akıllı çalışmayı birbirine karıştırıyoruz. Sanıyoruz ki deliler gibi çalışınca daha iyi bir hayat yaşayacağız.

Bill Gates'in projelerine insan seçerken tembelleri tercih ettiğini biliyor muydun? Ve diyor ki onlar bir işi yapmak için gereken kısa yolu bulmayı biliyorlar.

Çalışıyoruz bir sene, ne için diye sorarken kendine, şöyle bir slogan görüyorsun. “Hepimiz tatil için çalışıyoruz.” Bu nasıl bir slogan arkadaş? Buna bakınca iyi mi hissetmeli, gidip hemen bir tatil organizasyonu mu yapmalıyım, yoksa hayatımı adam akıllı tasarlamadığımı anlayıp depresyona mı girmeliyim?

Bana sorarsan kendimize öyle bir hayat yaratmalıyız ki her günümüz tatil gibi geçmeli. Ve hayattan ne istediğimizi de çok iyi bilmeliyiz.

Muhtemelen daha önce duyduğun bir hikaye ama hiç duymayanlar için ve duyanlara tekrar hatırlatmak için yazacağım şimdi,

Tüm hayatı boyunca büyük şehirlerde yaşamış, bir süre büyük şirketlerde çalışıp daha sonra kendi şirketlerini kuran, onları da büyüten yaşlıca bir amca bir gün tatil için bir sahil kasabasına gitmiş. Küçük sahil kasabasının küçük limanında yürürken balıktan dönen genç bir adamla karşılaşmış.

Balıklarla ilgili merak ettiği birkaç soruyu sormak için genç adamın yanına yaklaşmış patron amca. Bir süre sonra muhabbet balıklardan hayata gelmiş.

Yaşlı patron amca sormuş genç balıkçıya,

“Bu senin teknem mi? Ne kadar balık tutuyorsun günde? Seni tatmin edecek kadar para kazanıyor musun? Nasıl bir hayat sürüyorsun?”

“Evet, benim teknem. Bana, eşime ve çocuğuma yetecek kadar tutmaya çalışıyorum, o gün deniz bana gülümser ve fazla balık verirse eve gitmeden önce pazarda satıyorum. Tek başıma çalışıyorum, ihtiyacımdan daha fazla para geliyor. Sakin, sessiz bir hayatımız var. Sabah erkenden balığa çıkıyorum, geri döndüğümde dediğim gibi pazara gidip birkaç saatte balıkları sattıktan sonra evime gidiyorum. Öğle yemeğini ailemle birlikte yiyoruz. Sonrasında deniz kenarındaki evimin bahçesinde kitap okuyorum, bazen hamakta kestiriyorum. Çocuğumla oynuyoruz. Akşamları kasabadaki aileler bir araya geliyor, sohbet ediyoruz, yiyoruz, içiyoruz, şarkılar türküler söylüyoruz, dans ediyoruz, oyunlar oynuyoruz. Günlerim böyle geçiyor.”

“Eğer vaktin varsa sana bazı tavsiyelerde bulunmak istiyorum.”

“Tabii, vaktim bol, dinlemek isterim.”

“Sana tavsiyem işini büyütmen. Yanına birini daha al, daha çok balık tutun. Pazarda daha çok satış yapın. Gelen parayla pazarda tezgahına bir çalışan alıp sen daha çok balık tutmaya gidebilirsin. Daha sonra para biriktirip ikinci bir tekne alabilirsin. Yeni teknende çalışacak insanları bulabilirsin. Bir süre sonra üçüncü bir tekne alıp, bir ofis açabilirsin. Sen ofiste işleri yönetirken çalışanların balığa çıkarlar. Bu arada büyük şehirde çok fazla tanıdığım var, istersen senin balıklarını almak isteyecek birilerini bulabilirim. Sonra bir kamyon alırsın tuttuğun balıkları büyük şehire gönderirsin. Hatta büyük şehirde bir ofis açıp tüm işlerini oradan yönetebilirsin. Yıllar geçip işlerini büyüttüğünde tüm ülkeye ve hatta yurtdışına balık satabilirsin.”

“Peki o kadar büyük olduktan sonra ne yapacağım?”

“Çok paran olacak, bir sahil kasabasına gidip sakın bir hayat sürebilirsin.”

Genç adam gülümser.

Herşey insanların kitabı beğenmesiyle başladı

Kitabın sonuna yaklaştın. Kitap hoşuna gittiyse bana destek olabilirsin.

“Abi kitabını okudum, bakış açımı değiştirdin, çok teşekkür ederim. Sana bir kahve ısmarlayabilir miyim?” diyorsan,

www.aykutpehlivanoglu.com/kahve

Güzel bağyan, tanışak mı?

Sövmeyeceğine söz ver, sana email adresimi vereceğim.

Söz mü?

aykutpehlivanoglu@gmail.com

Kim bu manyak diyorsan,

www.aykutpehlivanoglu.com

Şu da bizim mahalleden arkadaşlarla takıldığımız aile bezik
briç salonunun adresi,

<https://www.facebook.com/groups/yazilim.idman.yurdu/>

Kitabımızın bir özelliği de suda batmaması

Kitabın başında dediğim gibi, bu kitabı ücretsiz olarak sunuyorum ve tüm haklarını sana veriyorum.

İstiyorsan kopyala, sonra yapıştır. Hatta kesip yapıştır. Acıma, sil. Gönder. Orada burada paylaş. Çıktı al, ciltlet köşedeki kırtasiyede. Güzel bir hediye paketine sar, sonra doğum günü hediyesi olarak sevdiceğine ver.

Çakallık yapıp bedava aldığın malı parayla millete satma ama. Pazarlama, pazarlama diye anlattık, gazı alıp bu kitaptan başlama satmaya :)

Benden bu kadar

Bu kitabı yazarken fikirlerinden, işlerinden ilham aldığım değerli insanların ismini Google Amca'ya sorman için aşağıya yazıyorum. "Aykut gönderdi" de, daha hızlı arayıp bulur.

(alfabetik sırayla)

Albert Einstein
Bill Gates
Brennan Dunn
Bruce Lee
Charlie Chaplin
David Heinemeier Hansson
Derek Sivers
Edward Murphy
Freddie Mercury
George Lucas
Gwilym Davies
Henry Ford
Howard Schultz
Jack Ma
James Dyson
Jason Fried

Ken Robinson
Martin Scorsese
Michael Jordan
Nelson Mandela
Nikola Tesla
Noah Kagan
Pablo Picasso
Richard Branson
Robert Kiyosaki
Salvador Dali
Seth Godin
Simon Sinek
Stephen Hawking
Steve Jobs
Steve Wozniak
Sun Tzu
Timothy Ferriss
Vilfredo Pareto
Vince Lombardi
Walt Disney
Warren Buffett