

## 1. “Kullanıcılar AI seçerken bilgi fazlalığı nedeniyle karar veremiyor.”

Teknoloji çok hızlı büyüyor, seçenek patlaması var.

Bu yüzden insanlar *yanlış seçme korkusu* (choice paralysis) yaşıyor → “Ya yanlış araca para harcarsam?”

Bu, karar vermeyi geciktiriyor ve kullanıcılar verimli kullanıma bir türlü geçemiyor.

## 2. “İnsanlar AI’ların güçlü ve zayıf yanlarını bilmiyor; güven kaybı oluşuyor.”

Kullanıcı deneyimi tutarsız:

– Bazı görevleri mükemmel yapan modeller, bazı görevlerde çöküyor.

Kullanıcı bunu anlamlandıramayınca:

→ “Bu araç iyi değil” sanıyor

→ Aslında yanlış görev, yanlış araca veriyor

Bu davranış *AI verimliliğini dramatik şekilde düşürüyor.*

## 3. “Fiyat karşılaştırması zahmetli olduğu için kullanıcılar rastgele seçim yapıyor.”

Her AI’ın fiyat sayfasını açmak, kredileri, tokenları, dakikaları karşılaştırmak...

Karmaşık.

Bu nedenle insanlar genelde “en popülerini” seçiyor.

Doğru fiyat/performans eşleşmesi yapamıyor.

## 4. “Kullanıcılar tek bir ekranda doğru yönlendirilmek istiyor.”

Yani davranış şu:

→ “Bana sadece en iyi seçeneği söyle.”

İnsanlar “*kıyasla* → *seç* → *test et*” süreçlerinden yorulmuş durumda.

Bu durumda tek bir merkezden *kişisel kullanım senaryosuna göre öneri almak* artık bir ihtiyaç.

## 5. “Kullanıcılar kendi kullanım senaryosunu tanımlamakta zorlanıyor.” (Çok kritik)

Kullanıcı “yazarım, geliştiriciyim, öğrenci, girişimci...” diye kendini net tanımlayamıyor.

Bu belirsizlik, yanlış tool seçimine yol açıyor.

Yani ihtiyaç şu:

→ Kullanıcının kullanım alışkanlıklarını anlayıp *kategori yerine davranışa göre öneri sunmak.*

## 6. “AI araçları sürekli güncellendiği için kullanıcı ‘güncel kalamama’ kaygısı yaşıyor.”

En son çıkan model, en güçlü olan değil.

Ama insanlar geride kalmaktan korkuyor.

Bu da:

→ “FOMO” (fear of missing out) → panik seçimi

Ürününde bunu çözmek harika olur.

## 7. “Kullanıcı gerçekten ne kadar ödediğini anlamıyor.”

Token, kredi, dakika, prompt sayısı...

AI fiyatlandırması kafa karıştırıcı.

İnsanlar:

→ “Gerçek maliyetim ne?”

diye hesaplamaya çalışırken kopuyor.

Bu büyük bir acı noktası.

## 8. “Kullanıcılar kişisel senaryosuna göre ‘benchmark edilmiş’ sonuç görmek istiyor.”

Örnek:

- ChatGPT yazma için %90

- Claude analiz için %85

- Gemini görsel içerik için %88

Bu kişiye özel benchmark verilmediği için deneme-yanılma yapıyor ve zaman kaybediyor.