

* Platformumuzda ki içeriklerle, yapay zekanın iş dünyasındaki dönüşümünü ve bu işten etkilenen profesyonellere bilgi vermek amaçlandı. Toplam 6 içerik paylaşıldı. Bunlar; eğitim, ik, pazarlama, yönetim & iş akışları konularında oluşturuldu. İçerikler; bilgi, uygulama ve örneklendirme amaçları taşımıştır.

* İK uzmanının kendi alanında yapay zekayı nasıl kullanabilir? Pazarlama departmanı yapay zeka kullanarak reklam kampanyalarını başarılı kılar ve hedef kitlesini nasıl yapay zekayla belirler?

* Bu soruları yanıtlayacak içerikler yapılmaya çalışıldı. Lafta kalmasın diye kullanacakları uygulamalardan bahsedildi.

* İşe yaradığını göstermek için ayrı bir içerikle gerçek hayattan örnekler gösterildi.

* Yapay zekanın sektörü nasıl eklediğini ve onların işini almak yerine işlerini destekleyici rol aldığını gösteren içerikler de oluşturuldu.

*** İçerikler hazırlanırken yabancı kaynaklar araştırıldı. Yapay zeka ile aynı konu zenginleştirildi. Her iki kaynağı bir araya getirip hedef kitlenize uyumlu hale getirerek yeni seo uyumlu özgün içerik yazıldı. Bu sebeple içeriklerin kalitesi artırıldı.

İçerik Analizi

Google analytics ve LinkedIn içerik paylaşımlarından elde edilen bilgilere göre her iki ortak analizde **“AI ile Reklam Stratejisi Oluştur: En iyi 5 Yapay Zeka Reklam Aracı”** adlı içerik en çok görüntülenme ve etkileşim almıştır.

Google analytics verilerinde içeriklerin görüntüleme sıralaması:

1. 112 dönüşüm ve etkileşim süresi 29 sn: **“Gerçek Hayattan Yapay Zeka ile Yapılmış 5 Pazarlama Örneği”**
2. 68 dönüşüm ve etkileşim süresi 27 sn: **“AI ile Reklam Stratejisi Oluştur: En iyi 5 Yapay Zeka Reklam Aracı”**
3. * 59 dönüşüm ve etkileşim süresi 1 dk 27 sn: **“Sosyal Medya ve Yapay Zeka: Kampanya Oluşturma Rehberi”**
4. 56 dönüşüm ve etkileşim süresi 50 sn: **“Eğitim Sektöründe Yapay Zeka: Önemli 5 Artısı ve Eksisi”**
5. 48 dönüşüm ve etkileşim süresi 18 sn: **“Geleceğin Pazarlaması: Yapay Zeka Destekli Kişiselleştirme”**
6. 45 dönüşüm ve etkileşim süresi 53 sn: **“İnsan Kaynakları ve Yapay Zeka: İş Gücü Yönetiminde Yeni Dönem”**

Sitede 5 menü başlığı bulunmaktadır. Ancak ziyaretçiler site içerisinde en çok eğitim, satış & pazarlama ve yönetim-iş akışları başlıklarına çok sayıda tıklamıştır. Kullanıcı gibi davranıp bu başlıklara baktığımızda aşağıdaki içeriklere ulaşmaktadır;

Eğitim menüsünde:

- **Eğitim Sektöründe Yapay Zeka: Önemli 5 Artısı ve Eksisi**
- **Sosyal Medya ve Yapay Zeka: Kampanya Oluşturma Rehberi**
- **AI ile Reklam Stratejisi Oluştur: En iyi 5 Yapay Zeka Reklam Aracı**

Satış & Pazarlama menüsünde:

- **Sosyal Medya ve Yapay Zeka: Kampanya Oluşturma Rehberi**
- **Gerçek Hayattan Yapay Zeka ile Yapılmış 5 Pazarlama Örneği**
- **Geleceğin Pazarlaması: Yapay Zeka Destekli Kişiselleştirme**

Yönetim - İř akışları menüsünde:

- **Sosyal Medya ve Yapay Zeka: Kampanya Oluşturma Rehberi,**
- **Gerçek Hayattan Yapay Zeka ile Yapılmış 5 Pazarlama Örneği**

Yaptığımız analizlerde sitede insan kaynaklarıyla ilgili içerik yer alsa da ziyaretçiler en çok pazarlama alanına ilgi göstermiştir. İçerikleri yazarken farklı strateji, konu ve formatta 6 içerik üzerinden segmentasyon belirlemeye çalıştık. Ziyaretçiler etkileşim süresinde dahi en fazla pazarlama konusuna giren içerikte daha çok zaman geçirilmiştir.

Artık hedef kitle segmentasyonumuz pazarlama uzmanlarıdır diyebiliriz.