

Pazarlamada Yapay Zeka ve AI Agent Rehberi

Kullanım alanları, n8n, Make, Zapier ve sınırlar

Pazarlamada yapay zeka nerede işe yarar?

Pazarlamada yapay zeka en çok araştırma, ilk taslak üretimi, reklam metni ve görsel varyasyonları, veri özetleme ve raporlama, müşteri sorularının sınıflandırılması ve tekrarlayan işlerin otomasyonunda işe yarar. Google Ads ve Meta gibi platformlar da teklif, hedefleme ve kreatif üretiminde yapay zeka kullanıyor. Stratejik karar, marka sesi, doğruluk kontrolü ve sorumluluk ise insanda kalmalıdır.

Kullanım alanı	Yapay zekanın katkısı	İnsan kontrolü
Araştırma	Hızlı özet ve kaynak listesi	Kaynakların açılıp doğrulanması
Reklam metni	Çok sayıda varyasyon	Marka sesi ve iddiaların doğruluğu
Görsel ve video	Hızlı prototip ve varyasyon	Telif, marka uyumu
Raporlama	Veri özetleme ve anomali bulma	Yorum ve karar
Müşteri hizmetleri	Soruların sınıflandırılması, taslak cevap	Hassas konularda insan cevabı

AI agent ve otomasyonlar: n8n, Make ve Zapier ne işe yarar?

Klasik otomasyon, belirli bir tetikleyiciden sonra önceden tanımlı adımları çalıştırır; AI agent ise bir hedefe ulaşmak için araçları kendi seçerek kullanan, dil modeli destekli bir sistemdir. n8n, Make ve Zapier, uygulamaları birbirine bağlayan iş akışı araçlarıdır ve iş akışlarına yapay zeka adımları eklemeye imkân verir. Pazarlamada form, CRM, e-posta, raporlama ve içerik süreçlerini bağlamak için kullanılır; yetki, hata yönetimi ve insan onayı baştan tasarlanmalıdır.

Yaklaşım	Örnek	Risk ve kontrol
Klasik otomasyon	Form gelince CRM'e kayıt ve Slack bildirimi	Düşük risk, test edilmesi kolay
LLM destekli iş akışı	Gelen talebi sınıflandırıp uygun taslak cevabı hazırlamak	Yanlış sınıflandırma; insan onayı gerekir
Araç kullanan agent	Raporları okuyup bütçe önerisi hazırlamak	Yetki sınırı, maliyet ve kayıt tutma şart

- Agent'a yalnızca ihtiyaç duyduğu hesap ve izinleri verin.
- Para harcayan veya müşteriye mesaj gönderen adımlarda insan onayı koyun.
- Her çalışmayı kayıt altına alın ve hata durumunda ne olacağını tanımlayın.

Kaynaklar: n8n belgeleri: <https://docs.n8n.io/> · Make geliştirici belgeleri: <https://developers.make.com/> · Zapier belgeleri: <https://docs.zapier.com/>

Yapay zeka ile içerik üretiminin sınırları nelerdir?

Google, içeriğin nasıl üretildiğinden çok insanlara faydalı olup olmadığına bakar. Ancak Google'ın belgesine göre, otomasyonu veya yapay zekayı esas olarak arama sıralamasını manipüle etmek için çok sayıda içerik üretmekte kullanmak spam politikalarının ihlalidir. Yapay zekayla üretilen içerikte yanlış bilgi, kayıksız iddia ve özgünlük eksikliği de güveni zayıflatır. Bu yüzden insan denetimi, kaynak kontrolü ve özgün deneyim şarttır.

- Yapay zekayı taslak ve araştırma için kullanın, son metni bir uzman kontrol etsin.
- Sayı, tarih ve iddiaları asıl kaynaktan doğrulayın.
- Kendi deneyiminizden somut örnek ekleyin.
- Okurun "bu nasıl hazırlandı" diye merak edeceği yerlerde süreci açıklayın.

Kaynaklar: Google Search Central: İnsan odaklı, faydalı içerik oluşturma:
<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/creating-helpful-content>