

# Bülten

*Mart - Nisan 2026*

# Öne Çıkanlar

# Google

## Google'ın 32 Milyar Dolarlık Wiz Satın Alımı Tamamlandı

- Google'ın bulut güvenliği şirketi Wiz'i 32 milyar dolara satın alma süreci, ABD ve AB düzenleyici onaylarının ardından tamamlandı. Google tarihinin en büyük satın alması olan anlaşma ile Wiz, Google Cloud çatısı altına girdi. Çoklu bulut güvenliği pazarında dengeleri değiştirebilecek bu adımla, Wiz'in yapay zeka altyapısıyla entegrasyonu yeni güvenlik yeteneklerinin önünü açabilir.

[Webrazzi](#)

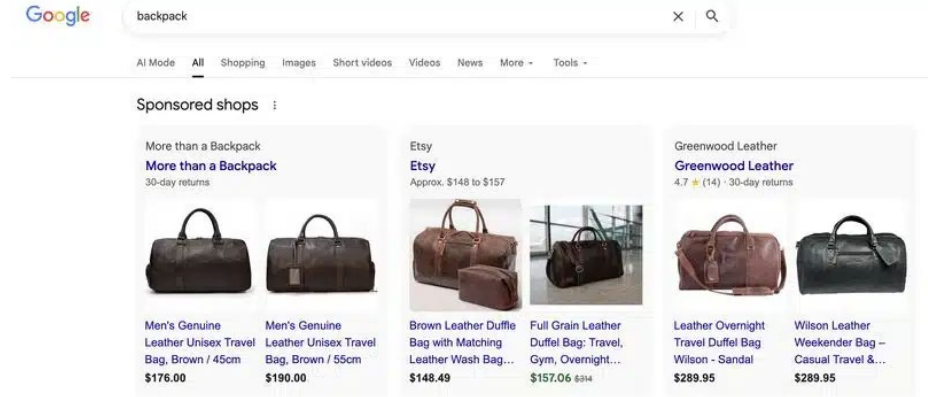


# Google

## Google, Alışveriş Sonuçlarında 'Sponsored Shops' Bloklarını Test Ediyor

- Google, alışveriş sonuçlarında bireysel ürün listelemesi yerine aynı perakendecinin birden fazla ürününü tek bir sponsorlu birimde gruplandırarak yeni bir 'Sponsored Shops' formatını test ediyor. Mağaza adı, ürün çeşitliliği, puanlar ve marka güven sinyalleri içeren bu format, rekabeti ürün seviyesinden mağaza seviyesine taşıyabilir.

[Search Engine Land](#)



# Google

## Google Analytics, Senaryo Planlayıcısı ve Projeksiyon Özelliklerini Tanıttı

- Google Analytics'e yeni eklenen Senaryo Planlayıcısı ve Projeksiyonlar özellikleri, pazarlamacıların farklı kampanya senaryolarını modellemesine ve gelecekteki performansı tahmin etmesine olanak tanıyor.

[Search Engine Journal](#)

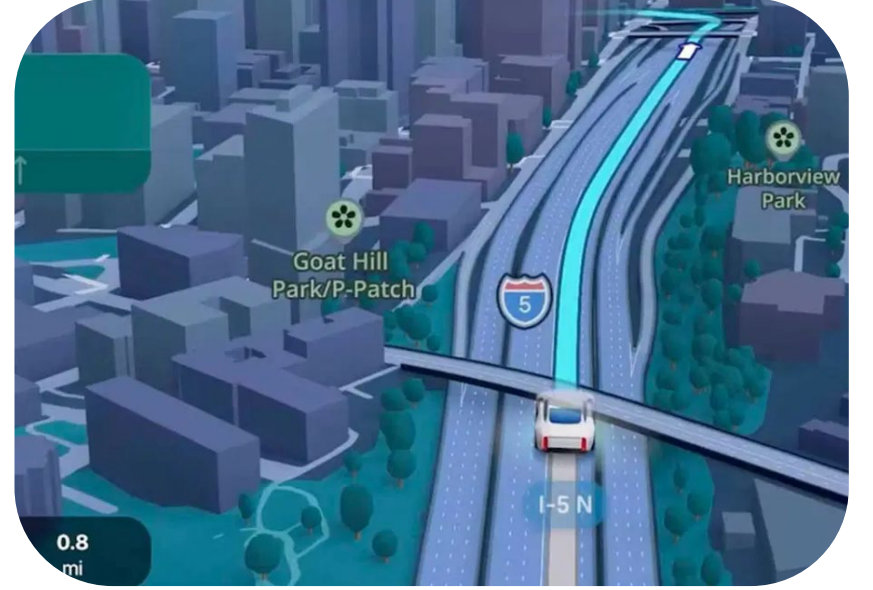


# Google

## Google Maps'e Son 10 Yılın En Büyük Güncellemesi Geldi

- Google Maps kapsamlı bir güncelleme aldı. Yeni özelliklerle kullanıcı deneyimi önemli ölçüde iyileştirilirken, harita arayüzünde köklü değişiklikler yapıldı. Bu güncelleme, Google Maps tarihinin son on yılındaki en büyük yenilik olarak değerlendiriliyor.

[Haber Döviz](#)



# Meta - TikTok

## Meta ve TikTok, Etkileşimi Artırmak İçin Zararlı İçeriklerin Yayılmasına İzin Verdiği İddia Edildi

- BBC'nin 'Inside the Rage Machine' belgeselinde konuşan ihbarcılar, Meta ve TikTok'un algoritmalarının öfke ve tartışma yaratan içerikleri öne çıkardığını iddia etti. Eski çalışanlar, şirketlerin rekabet uğruna güvenliği ikinci plana attığını öne sürdü. Her iki şirket de suçlamaları reddetti.

T24



# Bluesky

## Bluesky, 100 Milyon Dolar Yatırım Aldı

- Merkezi olmayan sosyal medya platformu Bluesky, 100 milyon dolar yatırım aldı. Bu yatırım, platformun büyüme stratejisini hızlandırmasını ve kullanıcı tabanını genişletmesini hedefliyor.

[Webrazzi](#)



# Yapay Zeka

## OpenAI, Anthropic ve Google İttifak Kurdu: Çin'e Karşı Ortak Mücadele

- ABD'li üç yapay zeka devi OpenAI, Anthropic ve Google, Çinli rakiplerin modellerinden izinsiz veri çekmesini (distilasyon) engellemek amacıyla Frontier Model Forum bünyesinde ortak bir çalışma başlattı. Firmalar, distilasyonun ulusal güvenlik açısından ciddi risk oluşturduğunu ve milyarlarca dolarlık kayba yol açtığını vurguluyor.

[Nefes](#)



# Anthropic

## ABD ile Gerilim Yaşayan Anthropic'e İngiltere'den Sürpriz Davet

- Pentagon'un Anthropic'i 'tedarik zinciri riski' olarak sınıflandırmasının ardından İngiltere hükümeti, şirketi ülkeye çekmek için girişimlerde bulunuyor. Başbakan Keir Starmer'ın desteklediği teklifler arasında Londra ofisinin büyütülmesi ve çift borsa kotasyonu yer alıyor. Anthropic CEO'su Dario Amodei'nin Mayıs'taki İngiltere ziyaretinde bu planları görüşmesi bekleniyor.

[Donanım Haber](#)



# Anthropic

## Claude Code ve Cowork Artık Bilgisayarınızı Kullanabilecek

- Anthropic, Claude Code ve Claude Cowork araçlarına bilgisayar kullanma yeteneği ekledi. Bu güncellemeyle Claude, dosya sistemine erişebiliyor, uygulamaları yönetebiliyor ve masaüstü görevlerini doğrudan yerine getirebiliyor.

[Webrazzi](#)



# Yerel Haberler

# Eloquent AI, Tohum Yatırım Turunu 8,4 Milyon Dolarla Tamamladı

- Türk girişimci Tuğçe Bulut'un kurucu ortağı olduğu Eloquent AI, Foundation Capital liderliğinde 8,4 milyon dolarlık tohum yatırım turunu tamamladı. Revo Capital'ın da katıldığı tur sadece üç gün içinde kapanırken hedefin 12 katı talep gördü. Şirket, finansal kurumlara yönelik yapay zeka operatör platformunu küresel pazara yaymayı hedefliyor.

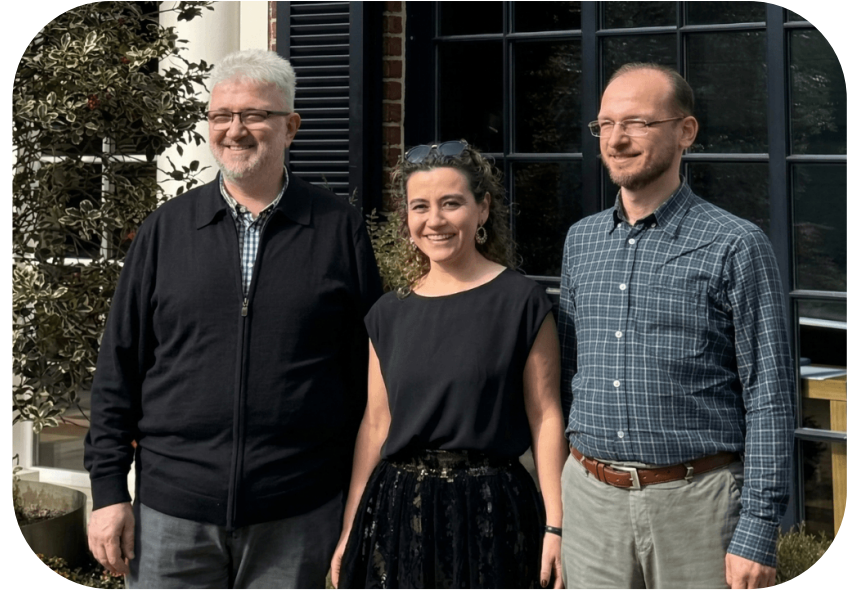
[Webrazzi](#)



## Yerli Biyoteknoloji Girişimi PhiTech, 2,4 Milyon Dolar Yatırım Aldı

- Genom ve yapay zeka teknolojilerini nadir hastalıklar için birleştiren PhiTech, Entertech GSYF liderliğindeki turda 2,4 milyon dolar yatırım aldı. 2013'te kurulan şirket, geliştirdiği G&M platformu ile DNA ve RNA verilerini bir arada analiz ederek nadir hastalıklarda daha hızlı ve doğru teşhis sağlıyor.

[Webrazzi](#)



# Önemli Gelişmeler

# Google

## Google'dan Oyunculara Yapay Zeka Desteđi: Gemini Oyun Sırasında Anlık Taktik Verecek

- Google, Android oyuncular için Play Games Sidekick adlı yeni bir yapay zeka özelliğini duyurdu. Gemini Live ile çalışan sistem, oyun sırasında ekranı analiz ederek gerçek zamanlı taktikler ve ipuçları sunuyor. Şu an yaklaşık 90 oyunla uyumlu çalışan özellik, aynı zamanda Play Points, oyuncu serileri ve profil bilgilerine tek noktadan erişim sağlayan bir kontrol paneli işlevi de görüyor.

[CNBC-e](#)



# Google Ads

## Google Ads Kreatif Araçları Genişliyor, Microsoft Teklif Vermeyi Basitleştiriyor

- Google Ads reklam oluşturma süreçlerini kolaylaştıran yeni kreatif araçlarını genişletirken, Microsoft da teklif verme stratejilerini basitleştiren güncellemeler yaptı. Her iki platformdaki yenilikler kampanya yönetimini daha verimli hale getirmeyi hedefliyor.

[Search Engine Journal](#)

## Google Ads E-Ticaret Kampanyalarında Yapılan Yaygın Hatalar

- E-ticaret Google Ads kampanyalarında en sık yapılan hatalar ve bunların nasıl düzeltilebileceği ele alındı. Bütçe dağılımı, hedefleme ve feed optimizasyonu konularındaki hatalar detaylandırılıyor.

[Search Engine Land](#)



# Google

## Google, Agentic Danışmanlarla İşbirliği İçin İpuçları Paylaştı

- Google, reklamverenler için yapay zeka destekli ajanlar ile nasıl daha verimli işbirliği yapılabileceğine dair rehber niteliğinde ipuçları yayımladı.

[Google Blog](#)

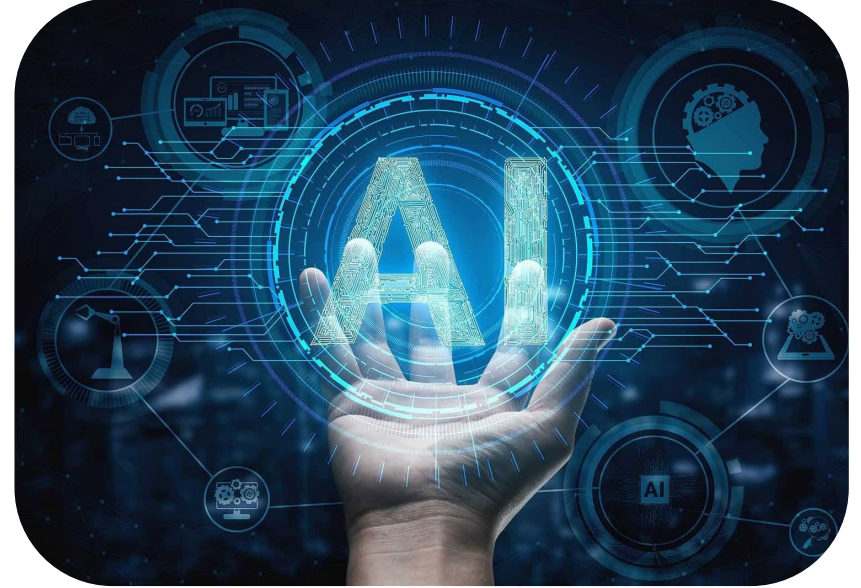


# Yapay Zeka - Reklamcılık

## Yapay Zeka Odaklı Reklamcılıkta Lead Generation Öncelikleri

- Yapay zeka destekli reklamcılıkta lead generation stratejileri ve öncelikleri analiz edildi. AI araçlarının potansiyel müşteri edinme süreçlerini nasıl dönüştürdüğü inceleniyor. Search Engine Land'deki makalede öne çıkan beş öncelik arasında dönüşüm verilerini temizlemek, açılış sayfalarını sadeleştirmek, bütçeyi huninin tüm aşamalarına dağıtmak ve yapay zekanın etkili kullanabileceği reklam öğeleri oluşturmak yer alıyor; PPC araçlarının çoğu e-ticaret için tasarlandığından, lead generation kampanyalarının başarısı için daha bilinçli ve özenli bir uygulama gerektiği vurgulanıyor.

[Search Engine Land](#)



# Reddit

## Reddit, Collection Ads ve Shopify Entegrasyonlu Deal Overlays Özelliğini Duyurdu

- Reddit, reklamverenler için Collection Ads ve Shopify entegrasyonlu Deal Overlays özelliklerini tanıttı. E-ticaret markalarının Reddit platformunda daha etkili ürün tanıtımı yapmasına olanak sağlıyor.

[Search Engine Land](#)

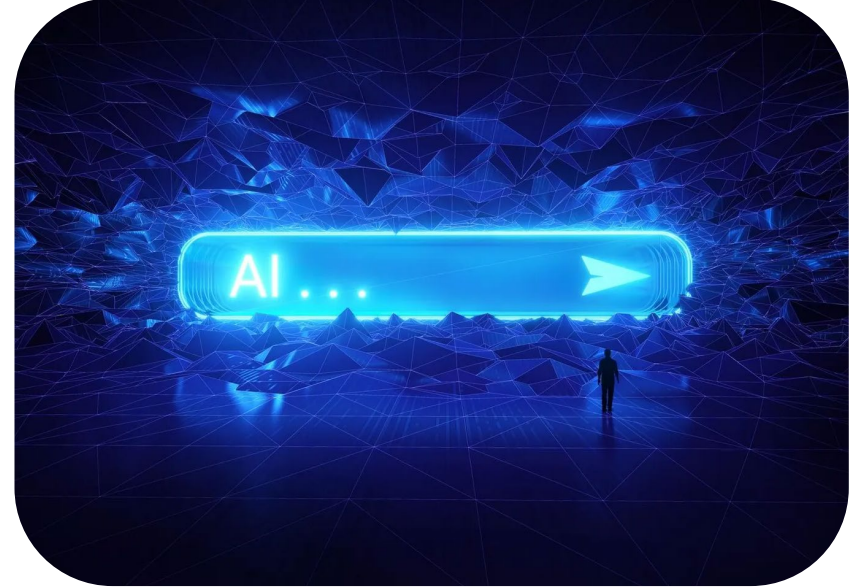


# SEO Stratejileri

## Yeni SEO: Sıralamalardan Yapay Zeka Aramada Önerilere Geçiş

- Yapay zeka destekli arama motorlarının yükselişiyile birlikte SEO stratejileri köklü bir dönüşüm geçiriyor. Geleneksel sıralama odaklı yaklaşımdan, yapay zeka tarafından önerilme odaklı yeni bir paradigmaya geçiş hızlanıyor. Forbes'un analizine göre markalar artık yalnızca Google sonuç sayfasında üst sıralarda çıkmak için değil, ChatGPT ve Gemini gibi yapay zeka asistanlarının yanıtlarında kaynak olarak gösterilmek için de içerik üretmek zorunda. Bu dönüşüm, içeriğin otoritesini, yapılandırılmış veri kullanımını ve marka güven sinyallerini her zamankinden daha kritik hale getiriyor.

[Forbes](#)



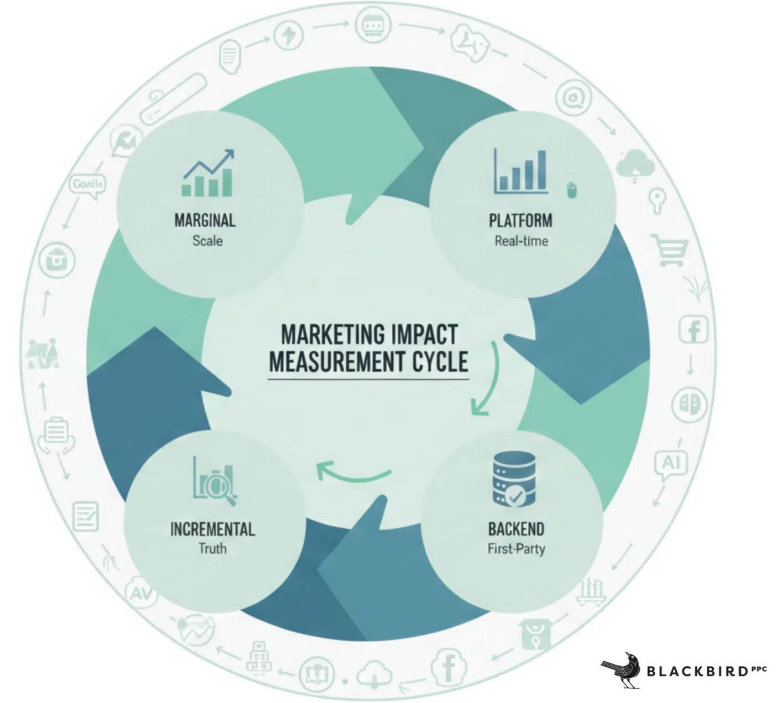
# Pazarlama

## Pazarlama Ölçüm Çarkı: Stratejik Yaklaşım

- Pazarlama ölçümünde "flywheel" yaklaşımı detaylandırıldı. Bu strateji, ölçüm verilerinin sürekli olarak kampanya optimizasyonuna dönüştürülmesini ve döngüsel bir iyileştirme süreci oluşturulmasını hedefliyor. Search Engine Land'deki makalede önerilen 4 adımlı çerçeve; platform ROAS verileri, CRM bilgileri, artımlılık (incrementality) testleri ve marjinal ROAS metriklerini birbirine bağlayarak reklam platformu ayarlarının daha iyi veri üretmesini, bu verinin de ayarları sürekli iyileştirmesini sağlayan bir döngü kurmayı amaçlıyor.

[Search Engine Land](#)

## Marketing Impact Measurement Cycle



# Reklamcılık

## Feed-Only Performance Max Kampanyası Nasıl Kurulur?

- Yalnızca ürün feedine dayalı Performance Max kampanyası kurma rehberi yayımlandı. Kreatif öğeler olmadan feed tabanlı kampanyaların nasıl optimize edileceği adım adım açıklanıyor. Search Engine Journal'ın rehberine göre bu yaklaşım, özellikle güçlü video veya görsele sahip olmayan markalar, bütçeyi yüksek niyetli Shopping yerleşimlerine yoğunlaştırmak isteyen reklamverenler ve düşük değerli ağlara fazla harcama yapan standart Performance Max kampanyalarını toparlamak için kritik bir taktik olarak öne çıkıyor.

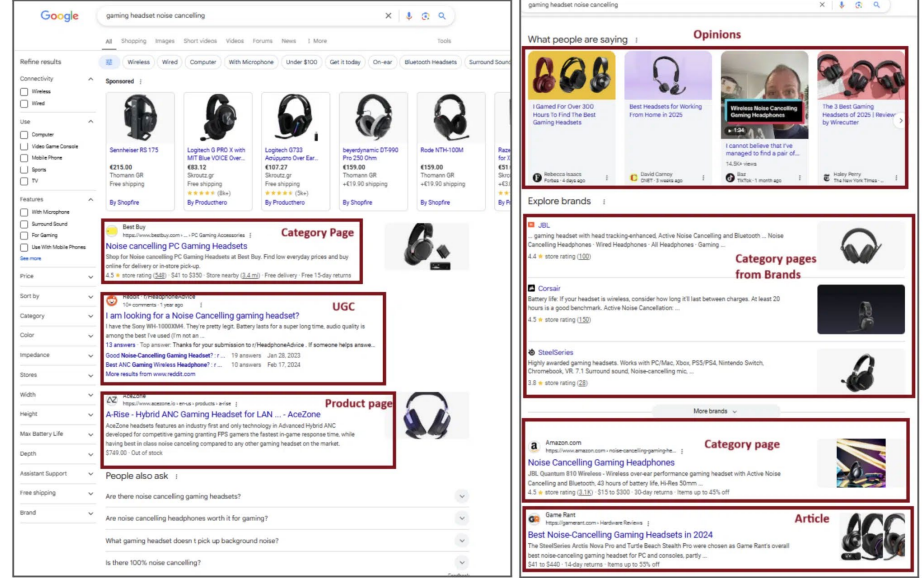
[Search Engine Journal](#)



## Organik İçerik Yatırımlarının E-Ticaret ROI'sine Etkisi

- Organik içerik yatırımlarının e-ticaret geri dönüşünü nasıl etkilediği analiz edildi. İçerik stratejilerinin uzun vadeli organik trafiğe ve dönüşüm oranlarına katkısı ele alınıyor. Search Engine Land'e göre artık "daha çok içerik yayınlamak" değil, "güven kazanmak" önemli; markaların yapay zekanın alıntılacağı kaliteli içerikler üretmesi, ürün sayfalarını yapılandırılmış veriyle güçlendirmesi ve Google Lens gibi görsel arama araçlarına yönelik optimizasyon yapması gerekiyor.

[Search Engine Land](#)



# LinkedIn

## B2B LinkedIn Reklam Testleri: Uygulanması Gereken Stratejiler

- B2B pazarlamacılar için LinkedIn reklamlarında yapılması gereken test stratejileri detaylandırıldı. Hedef kitle segmentasyonu, reklam formatları ve teklif stratejilerinin optimizasyonu ele alınıyor. Search Engine Land 2026 için beş öneri paylaşıyor: kısa video reklamlar, çalışan hesaplarından içerik tanıtan Thought Leader Ads, kişiselleştirilmiş kreatifler, CRM verilerini kullanan Qualified Lead Optimization ve reklam çoğaltma; özellikle çalışanların kişisel hesaplarından yayınlanan reklamların kurumsal hesaplara göre çok daha yüksek etkileşim aldığı belirtiliyor.

[Search Engine Land](#)



# SEO

## İçerik Dağıtımında SEO'nun Rolü

- İçerik dağıtım stratejilerinde SEO'nun nasıl daha etkin kullanılabileceği incelendi. Organik erişimi artırmak için içeriğin farklı kanallarda nasıl optimize edileceği anlatılıyor. Yapay zeka aramasının yaygınlaşmasıyla artık "ne yazacağım?" sorusunun yerini "bunu nereye yayacağım?" sorusu aldı; SEO ekiplerinin dijital PR, ortaklıklar ve topluluk kanallarını aktif kullanması, yeni içeriği yayın anından itibaren dağıtımına sokması ve eski içerikleri yeni platformlarda yeniden dolaşıma alması öneriliyor.

[Search Engine Land](#)



# Adobe

## Adobe, Marketo Engage SEO Aracını Kapatıyor

- Adobe, pazarlama otomasyon platformu Marketo Engage bünyesindeki SEO aracını kapatma kararı aldı. Bu gelişme, Adobe'un pazarlama araçları portföyünde yeniden yapılandırma sürecinin bir parçası olarak değerlendiriliyor.

[Search Engine Land](#)



# Teşekkürler...