



2025-2026 AKADEMİK YILI

BAHAR DÖNEMİ

DİJİTAL ÜRÜN YÖNETİMİ

Ders Sorumlusu:

Dr. Öğr. Üyesi Oğuz DEMİREL

Udemy’de Dijital Ürün Yönetimi

Hazırlayanlar:

232211030 - Adem Arda DEMİRÖZ

232211036 - Sude KOCA

232211057 - Bora ŞENEL

252211077 - Mehmet Atılğan AKER

252211081 - Batuhan KARA

Udemy Dijital Ürün Yönetimi Araştırma Raporu

Faz 1 Stratejik Temel ve Değer Analizi

1.1 Kısa ürün tanıtımı

Udemy, 2010'da kurulmuş olan, hem bireylere doğrudan kurs satışı ve abonelik sunan hem de kurumsal müşterilere koltuk bazlı abonelik veren çok taraflı bir öğrenme platformudur. Şirketin resmi misyonu **“öğrenme yoluyla hayatları dönüştürmek”** tir. 2025 sonunda platform 84 milyondan fazla öğrenene, 91 binden fazla eğitmene, 290 binden fazla kursa ve 78 dile ulaşmış; Udemy Business ise 30 binden fazla kursu 15 yerel dil artı İngilizce ile küresel şirketlere sunar.

Ürün Bilgisi	Kısa Özeti
Ana Teklif	Eğitmen pazaryeri + bireysel abonelik + kurumsal öğrenme çözümü
Ana Gelir Kalemleri	Tekil kurs satışları, bireysel abonelikler, kurumsal abonelikler, ek kurumsal modüller
Ölçek	84M+ öğrenen, 91K+ eğitmen, 290K+ kurs, 78 dil
Kurumsal Ölçek	17K+ müşteri, 30K+ kurs, 15 yerel dil + İngilizce
Stratejik Yön	İşlem bazlı modelden abonelik ve kurumsal tekrarlayan gelire geçiş
Güncel Durum	Hissedar onayı alınmış Coursera ile birleşme süreci; kapanış için düzenleyici süreçler sürüyor

Aşağıdaki zaman çizelgesi, Udemy'nin bugünkü konumuna gelişini özetler. Tarihler ve dönüm noktaları, resmi şirket açıklamaları ve yatırımcı kaynaklarına dayanmaktadır.



(Udemy, 2021; Udemy, 2024; Udemy, 2025; Udemy, 2026b; Coursera, Inc., & Udemy, Inc., 2025).

1.2 Udemy'nin Misyon ve Vizyonu

Udemy'nin resmi misyonu “**learning through lives transform**” ifadesinin Türkçesiyle, öğrenme yoluyla hayatları dönüştürmektir. Udemy'nin vizyonuysa, herkesin, her yerde, potansiyelini ortaya çıkarmak için ihtiyaç duyduğu becerilere erişebildiği; kendileri ve başkaları için yeni olasılıklar yaratabildiği bir dünya hayal etmektir. (Udemy, 2026a).

1.3 Ürün Yaşam Döngüsü (PLC)

Udemy bugün en doğru biçimde “**olgunluk aşamasında**” olarak konumlanır. Bunun nedeni, markanın yüksek bilinirliğe ulaşmış olması, küresel ölçeği, oturmuş ağ etkisi ve kurumsal gelir tabanının belirginleşmesidir. 2023'te 728,9 milyon dolar olan gelir 2024'te 786,6 milyon dolara, 2025'te 789,8 milyon dolara çıkmıştır; yani üst seviye gelir büyümesi yavaşlamış görünmektedir. Özellikle tüketici segmenti 2024'te %5, 2025'te %9 daralmıştır. Buna karşın Enterprise geliri 2023'ten 2024'e %18, 2024'ten 2025'e %6 büyümüş; aynı dönemde abonelik geliri toplam gelir içinde daha baskın hale gelmiştir. Bu, olgunluk aşaması göstergesidir: hacim büyümesi yavaşlar, fakat gelir karması ve marj kompozisyonu iyileşir. (Udemy, 2024; Udemy, 2025; Udemy, 2026b).

Udemy artık yeni kullanıcı kazanmaktan çok, doğru kullanıcıyı daha yüksek LTV'li paketlere çekme, büyük kurumsal müşterileri elde tutma, abonelik katmanını derinleştirme, yapay zeka ile ürün farklılaştırma ve kalite sinyalinin güçlendirme aşamasındadır. Buradan çıkarabileceğimiz ana stratejik öneri; “daha fazla aynı şeyi satmak” değil, değer anını daha net ürünleştirerek abonelik ve kurumsal genişlemeyi hızlandırmaktır. (Udemy, 2026a; Udemy, 2026b)

1.4 TAM/SAM/SOM

TAM, küresel e-öğrenme talebidir. Bu alan için farklı araştırmalarda farklı bazlar kullanılsa da büyüme yönü nettir. Kaynağımıza göre e-öğrenme pazarı 2025'te 352,59 milyar dolar ve 2026'da 406,13 milyar dolardır ve 2030'a kadar 701,07 milyar dolara yükselen bir pazar projeksiyonu vermektedir. Elimizdeki projeksiyon ve verilere göre e-öğrenmenin büyüyen bir yapı olduğu açıktır. (The Business Research Company, 2026).

SAM, Udemy'nin fiilen adresleyebildiği katmandır: kariyer ve iş becerileri, sertifikasyon hazırlığı, teknik öğrenme, liderlik, kurumsal öğrenme ve gelişim. Bu alt segmentler için kamuya açık, tekil ve evrensel olarak kabul edilmiş bir “yalnızca Udemy benzeri pazaryeri/abonelik” büyüklüğü verimiz bulunmadığından burada metinsel sınır koymak bizim için daha sağlıklıdır. Udemy'nin 30 bin+ kurumsal kursluk koleksiyonu, 15 yerel dil + İngilizce desteği, AI/teknoloji/bulut/veri/liderlik odakları ve 17 bin civarı kurumsal müşterisi; onun SAM'inin genel akademik eğitimden çok mesleki yetkinlik ve iş gücü dönüşümüne yaklaştığını

gösterir. Bu da özellikle yapay zeka, siber güvenlik, veri ve liderlik gibi “işe dönüşen beceri” alanlarında daha kuvvetli konumlandığı anlamına gelir. (Udemy, 2026a)

SOM, bu SAM içinde Udemy’nin kısa ve orta vadede gerçekçi biçimde kazanabildiği paydır. Bunun en somut kanıtı, 2025 sonunda 540 milyon dolarlık kurumsal ARR(Annual Recurring Revenue), 524,1 milyon dolarlık Enterprise geliri, 343 bin ücretli tüketici abonesi ve 72% abonelik gelir payıdır. Türkiye için şirket kamuya açık gelir dağılımı paylaşmadığı için yerel SOM’u kesinleştirmemiz mümkün değildir. Ancak ülkemizdeki yoğun internet kullanımı, e-öğrenme davranışı ve platformun Türkçe içerik/kurumsal dil desteği düşünüldüğünde, Türkiye Udemy için “ana odak olmasa da stratejik derinleşme pazarı” niteliğindedir. TÜİK’e göre ülkemizde internet kullanan birey oranı %90,9’a yükselmiş; internet üzerinden öğrenme faaliyeti yapan birey oranıysa %17,7 olmuştur. (Udemy, 2026b; TÜİK, 2025).

Udemy’nin kullanıcı kitlesi için kamuya açık demografik verileri sınırlıdır; ancak Similarweb’in Mart 2026 tahminleri, udemy.com kitlesinin %60,65 erkek ve %39,35 kadın olduğunu, en büyük yaş grubunun 25–34 olduğunu gösterir. Bu veri resmi kullanıcı sayımı değildir. Fakat ürün kararları açısından bizim için yön göstericidir. 25–34 yaş aralığı, kariyer ilerleme, sertifika alma, iş değiştirme ve beceri yenileme baskısının en yüksek olduğu segmentlerden biridir; dolayısıyla Udemy’nin “kariyer hızlandırıcı, uygun fiyatlı ve hemen uygulanabilir beceri” değeriyle doğal olarak örtüşmektedir (Similarweb, 2026).

1.5 Rakip Analizi

Udemy’nin doğrudan rakibi Coursera olarak değerlendirilebilir. Üniversite ve şirket ortaklı kurslar, sertifikalar, derece programları ve hem bireysel hem kurumsal kullanıcılara yönelik B2C+B2B modeliyle Udemy’ye en yakın rakiplerden biridir. Geniş öğrenen tabanı, güçlü üniversite/kurum ortaklıkları ve kurumsal müşteri ağı sayesinde özellikle sertifikanın iş dünyasındaki değeri tarafında Udemy’ye karşı avantajlıdır. Bu nedenle Coursera, Udemy için özellikle kredibilite gücü ve akademik/kurumsal itibar açısından önemli bir doğrudan rakiptir. (Coursera, Inc., 2026; Coursera, Inc., & Udemy, Inc., 2025).

Udemy’nin dolaylı rakibi YouTube olarak ele alınabilir. Reklam destekli ücretsiz video platformu yapısıyla doğrudan kurs pazaryeri olmasa da kullanıcıların öğrenme ihtiyacını farklı bir şekilde karşılar. Çok geniş kullanıcı erişimi ve farklı seviyelerde ücretsiz öğrenme içerikleri sayesinde kullanıcıların “önce ücretsiz bakayım” davranışını güçlendirir. Özellikle kısa anlatım, pratik çözüm, hızlı konu öğrenme ve problem çözme videolarında Udemy’ye kullanıcı dikkati ve öğrenme zamanı açısından rakip olur. Ancak YouTube’un zayıf yanı, Udemy kadar yapılandırılmış kurs deneyimi, sistemli müfredat ve ölçülebilir öğrenme takibi sunmamasıdır.

Udemy için ikame rakip ise üniversite dersleri ve açık ders materyalleri olarak değerlendirilebilir. Üniversite dersleri; örgün eğitim, açık ders videoları, akademik programlar

ve ders materyalleri üzerinden kullanıcının öğrenme ihtiyacını karşılayabilir. Bu kaynaklar Udemy kadar esnek, kısa ve pratik odaklı olmayabilir; ancak akademik güvenilirlik, teorik derinlik ve resmi eğitim algısı arayan kullanıcılar için güçlü bir alternatif oluşturur. Özellikle diploma, akademik itibar veya sağlam teorik temel arayan kullanıcılar açısından üniversite dersleri Udemy'nin yerine tercih edilebilecek bir ikamedir.

Aşağıdaki özellik matrisi, Udemy'nin neden hala güçlü ama “her şeyin en iyisi” olmayan bir platform olduğunu daha net gösterir.

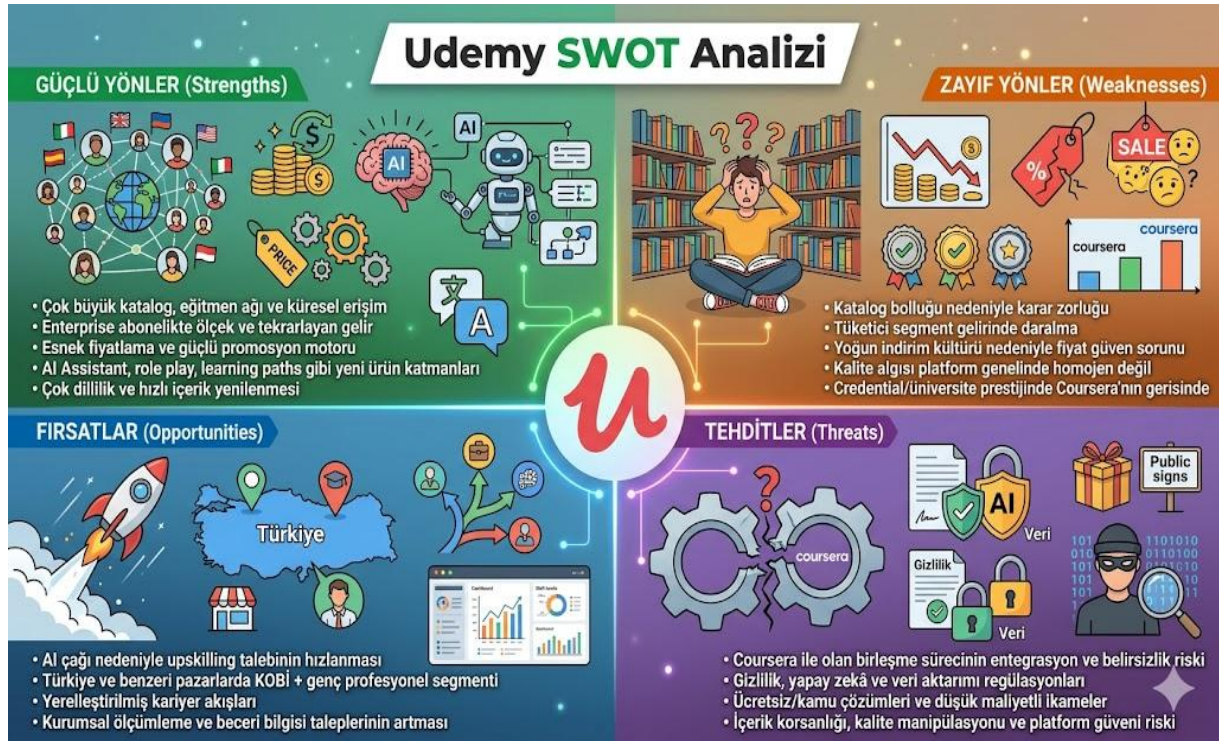
Özellik	Udemy	Coursera	YouTube	Üniversite dersleri / açık ders materyalleri
Bağımsız eğitmen pazaryeri	Güçlü	Zayıf	Çok güçlü ama kontROLSÜZ	Yok
Üniversite/kurum credential gücü	Orta	Çok güçlü	Düşük	Çok güçlü
Tekil kurs satın alma	Var	Kısmen	Yok	Yok
Geniş bireysel abonelik	Var	Var	Eğitim odaklı değil	Yok / kuruma bağlı
Kurumsal abonelik	Güçlü	Güçlü	Sınırlı / dolaylı	Yok / farklı model
Laboratuvar / pratik test / kodlama	Güçlü	Güçlü	Değişken	Değişken
Çok dillilik	Çok güçlü	Orta	Çok güçlü	Kuruma bağlı
Türkiye’de fiyat avantajı	Orta- Güçlü	Orta	Çok güçlü	Değişken
İçerik kalitesi tutarlılığı	Orta	Güçlü	Çok değişken	Güçlü ama daha yavaş güncellenebilir
Kariyer sonucu / sertifika algısı	Orta	Çok güçlü	Düşük	Çok güçlü

Fiyatlandırma ve promosyon açısından bakıldığında Udemy'nin avantajı, giriş fiyatının psikolojik olarak düşük hissedilmesi ve yüksek frekanslı kampanya mantığıdır. Buna ek olarak yerel fiyatlandırma sunması Türkiye gibi fiyat hassasiyeti yüksek pazarlarda avantaj yaratır. Dezavantajı ise sürekli indirimlerin fiyat güvenilirliğini zaman zaman zedelemesi ve “Bu kursun gerçek değeri nedir?” sorusunu açık bırakmasıdır. YouTube ücretsiz erişimle, üniversite dersleri ise akademik güvenilirlik ve resmi eğitim algısıyla farklı yönlerden baskı oluşturur. (Udemy, n.d.-b; Udemy, n.d.-c).

Bu güncel rakip seti, Udemy'nin yalnızca daha fazla kurs sunarak değil; güven, kalite, yönlendirme, pratik öğrenme, premium sertifikasyon ve kariyer sonucu üzerinden farklılaşması gerektiğini gösterir. YouTube hızlı ve ücretsiz öğrenme davranışını güçlendirirken, üniversite dersleri daha resmi ve akademik bir alternatif sunar. Bu nedenle

Udemy'nin stratejik avantajı, akademik derinlik ile pratik beceri kazanımı arasındaki boşluğu hızlı, esnek ve sonuç odaklı biçimde doldurabilmesidir. (Coursera, Inc., 2026; Udemy, n.d.-d; Udemy, n.d.-e).

Udemy'nin SWOT çerçevesi aşağıdaki gibidir. Resmi finansal, ürün, güvenlik ve pazar verilerinden analitik çıkarım yapılarak oluşturulmuştur. (Udemy, 2026a; Udemy, 2026b; The Business Research Company, 2026).



Tehditler kısmında belirttiğimiz regülasyonlar yani düzenleyici ve çevresel faktörler de stratejiyi doğrudan etkiler. Türkiye’de 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu, kişisel verilerin işlenmesi için temel çerçeveyi oluşturur. Udemy’nin kurumsal güvenlik sayfası ise GDPR uyumlu tasarım, Data Privacy Framework, ISO 27001 ve SOC 2 gibi kontrol mekanizmalarını öne çıkarır. 10-K’de şirket ayrıca veri koruma, siber güvenlik, sınır ötesi veri transferleri, dolaylı vergiler ve fikri mülkiyet risklerini önemli risk faktörleri arasında saymaktadır. İçerik tarafında DMCA takedown ve tekrar ihlal eden içeriklerin kaldırılması politikası da resmi olarak yürürlüktedir. (KVKK, n.d.; Udemy, 2026a).

1.6 Değer Önerisi Tuvali

Customer Jobs: işe girmek, işte yükselmek, beceri açığını kapatmak, sertifika sınavına hazırlanmak, hızlıca yeni konu öğrenmek ve kendini kanıtlamak.

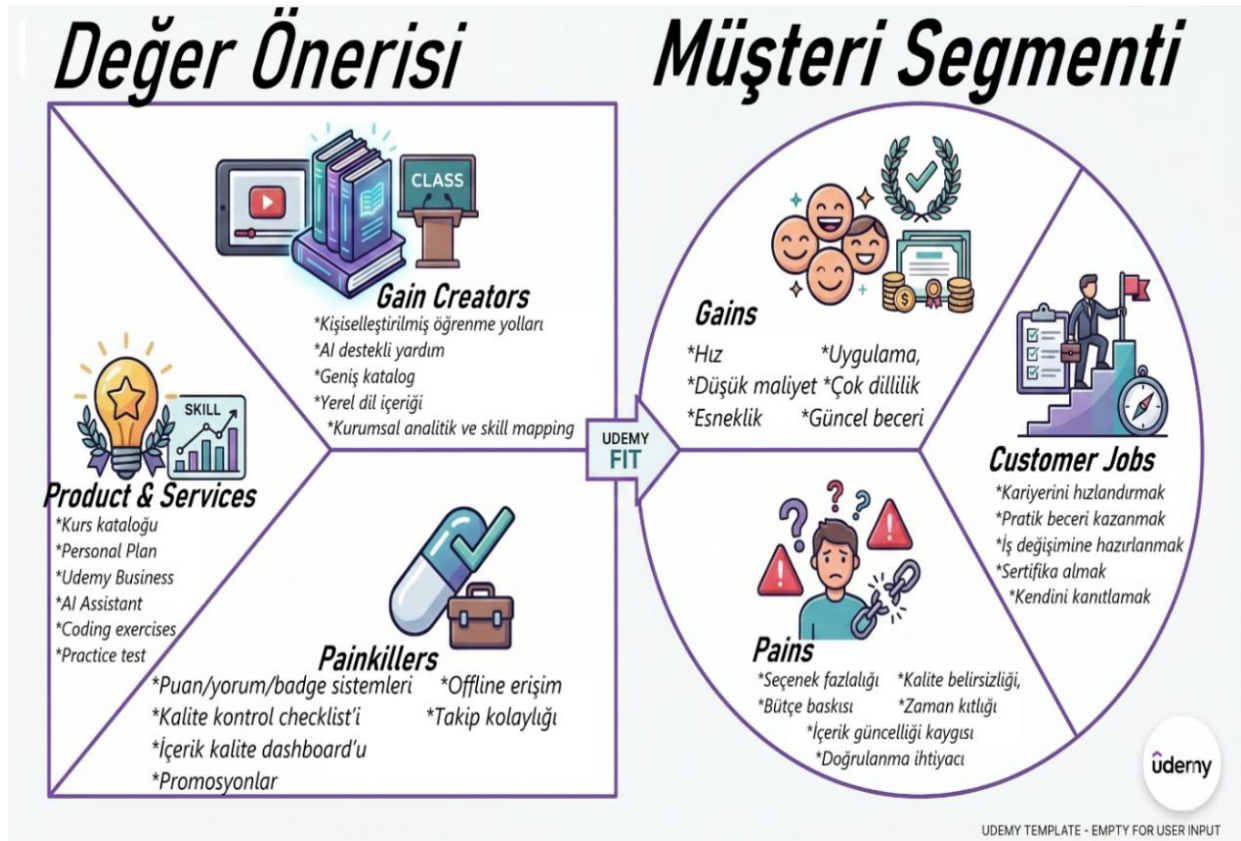
Pains: hangi kursun gerçekten iyi olduğunu anlamamanın zor olması, çok fazla seçenek, zaman kısıtı, bütçe hassasiyeti, öğrenilen bilginin işe taşınamaması, öğrenme takibi zorluğu, satın alma ile abonelik arasında kararsızlık.

Gains: hızlı başlangıç, güncel içerik, somut çıktı, pratik egzersiz, taşınması kolay sertifika, uygun fiyat, mobil ve esnek erişim. Binlerce kurs, AI Asistan, egzersizler, roleplay ve mobil/offline erişim gibi özellikleri kısmen karşılar; ancak güven sinyali ve karar basitleştirme hala iyileştirmeye açıktır. (Udemy, n.d.-c)

Painkillers: Puan ve yorum sistemi, kurs önizleme, para iade garantisi, mobil/offline erişim, pratik testler ve sertifika. (Udemy, n.d.-c; Udemy, n.d.-d; Udemy, n.d.-e).

Gain Creators: Geniş kurs kataloğu, uygun fiyatlı kampanyalar, hızlı öğrenme imkânı, güncel içerikler, mobil erişim, Personal Plan ve Udemy Business. (Udemy, n.d.-b; Udemy, n.d.-c; Udemy, n.d.-e)

Products & Services: Online kurslar, Udemy Personal Plan, Udemy Business, pratik testler, sertifika ve mobil uygulama. (Udemy, n.d.-c; Udemy, n.d.-e)



Udemy'nin değer önerisi ile müşteri acı noktaları arasında **genel olarak güçlü bir uyum var**. Kullanıcılarının en büyük problemleri olan **zaman kısıtı, çok fazla seçenek, kalite belirsizliği ve bütçe hassasiyeti**; Udemy'nin **mobil erişim, uygun fiyat, puan/yorum sistemi, badge/sertifika, promosyonlar ve kişiselleştirilmiş öğrenme yolları** ile karşılanıyor. (Udemy, n.d.-b; Udemy, n.d.-c; Udemy, n.d.-d; Udemy, n.d.-e).

Müşterinin Acı Noktası	Udemy'nin Çözümü
Hangi kurs iyi anlaması zor	Puan, yorum, badge, kalite kontrol checklist'i
Çok fazla seçenek var	Kişiselleştirilmiş öğrenme yolları, AI destekli yardım
Zaman kısıtı	Mobil erişim, offline erişim, esnek öğrenme
Bütçe hassasiyeti	Promosyonlar, uygun fiyat, abonelik/tekil kurs seçenekleri
Öğrenmeyi takip etmek zor	Dashboard, skill mapping, kurumsal analitik
Bilgiyi işe taşımak zor	Egzersizler, sertifika hazırlığı

Sonuç olarak Udemy'nin sunduğu değerler, müşterinin temel beklentileriyle büyük ölçüde örtüşüyor. Özellikle hızlı, esnek, uygun fiyatlı ve güncel öğrenme vaadi güçlüdür. Ancak platformun daha iyi konumlanması için kalite filtreleme, abonelik yönlendirmesi ve öğrenilen becerinin işe/sonuca dönüşmesi tarafı daha fazla güçlendirilmelidir.

Faz 2 Kullanıcı Odaklılık ve Tasarım Denetimi

2.1 Persona Analizi

Udemy yorumları, Similarweb demografisi, kurs inceleme davranışı ve Türkiye'de çevrim içi öğrenme verileri birlikte değerlendirilip elimizdeki verilerle bu personalar yaratılmıştır. (Similarweb, 2026; TÜİK, 2025; Udemy, n.d.-c).

Buğra, 29 yaşında, İstanbul'da çalışan, kariyer geçişi ve maaş artışı için veri/AI becerisi kazanmak isteyen genç profesyonel. Buğra'nın dijital okuryazarlığı yüksektir; mobil ve masaüstü arasında geçiş yapar; kursu "hobi" değil "iş sonucu" için alır; hızlı karar vermek ister ama yanlış kurs seçmekten çekinir.

Buğra gibi bir kullanıcı için Udemy'nin güçlü çekiciliği; hız, fiyat esnekliği, çok sayıda pratik içerik ve istediği anda başlayabilmesidir. Buna karşılık en büyük sürtünme; aynı konu için çok sayıda benzer kurs görmesi, hangi kursun gerçekten güncel ve yüksek çıktı üreteceğini anlamakta zorlanması ve "tek kurs mu alayım, abonelik mi başlatayım?" sorusunda tereddüt yaşamasıdır. Dolayısıyla ana tasarım problemi keşiften çok, karar mimarisi problemidir. (Udemy, n.d.-c; Udemy, n.d.-e)

Ayşe, 37 yaşında, Antalya’da çalışan, veri analitiği ve yapay zeka alanında uzmanlaşmış, bilgisini Udemy’de kursa dönüştürerek ek gelir ve kişisel marka oluşturmak isteyen bir eğitmandir. Ayşe’nin dijital okuryazarlığı yüksektir; içerik üretme motivasyonu güçlüdür ancak kursunu rakiplerden ayırma, öğrenci geri bildirimlerini yönetme ve düzenli gelir elde etme konusunda belirsizlik yaşar.

Ayşe için Udemy’nin güçlü çekiciliği; geniş kullanıcı kitlesi, hazır ödeme altyapısı, küresel erişim ve uzmanlığını ürüne dönüştürme imkanındır. Buna karşılık en büyük sürtünme; aynı konuda çok sayıda rakip kurs bulunması, kaliteli içeriğin kalabalık katalog içinde öne çıkmakta zorlanması ve fiyat/promosyon yapısının gelir tahminini belirsizleştirmesidir. Dolayısıyla eğitmen tarafındaki ana tasarım problemi, yalnızca kurs yayınlama kolaylığı değil, kaliteli eğitmenin görünürlüğünü ve gelir öngörüsünü artıracak mekanizmaların güçlendirilmesidir.

2.2 Empati Haritası

Alan	Buğra’nın Persona içgörüsü
Ne diyor?	“Bana gerçekten işime yarayacak, güncel ve boşa para harcatmayacak bir kurs lazım.”
Ne düşünüyor?	“Puanı yüksek ama içerik eskiyse ne olacak? Abonelik alıp sonra kullanmazsam?”
Ne yapıyor?	Arama yapıyor, puan/yorum/özet/ders süresi karşılaştırıyor, indirim bekliyor, mobilde videolara bakıyor
Ne hissediyor?	Umutlu ama kararsız; fırsatı kaçırma baskısı ile yanlış seçme korkusu arasında kalıyor

Keşif ve satın alma deneyiminde güven sinyalinin neden kritik olduğunu gördük. Kullanıcı gerçekten “en fazla seçeneği” değil, “en doğru ilk seçimi” ister (Similarweb, 2026).

Alan	Ayşe’nin Persona içgörüsü
Ne diyor?	“Bilgimi kursa dönüştürmek istiyorum ama bu kadar rakip arasında nasıl öne çıkacağımı bilmiyorum.”
Ne düşünüyor?	“Kursum kaliteli olsa bile görünür olur mu? Güncel tutmak için ne kadar emek harcamam gerekecek? Gelirim düzenli olur mu?”
Ne yapıyor?	Rakip kursları inceliyor, kurs başlığı ve açıklamasını optimize etmeye çalışıyor, öğrenci yorumlarını takip ediyor, indirim dönemlerinde satışlarını kontrol ediyor
Ne hissediyor?	Motive ama belirsizlik içinde. Emeginin karşılığını alamama endişesi yaşıyor.

Eğitmenin temel sorunu yalnızca içerik üretimi değil, görünürlük ve gelir kazanmak olduğunu ve platformdan yönlendirme, geri bildirimi ve sürdürülebilir kazanç beklediğini gördük.

2.3 Problem ve Çözüm Mantığı

Kullanıcının çözmeye çalıştığı ana problem “bir beceriyi hızlı, güvenle ve bütçesine uygun biçimde edinmek”tir. Udemy bugün bunu büyük katalog, puanlama, badge yapısı, kurs açıklaması standartları, minimum kalite checklist’i, Q&A, alıştırma testleri, egzersizler, AI rol yapmalı öğretim ve kişiselleştirilmiş önerilerle çözmeye çalışmaktadır. Ancak ürünün güçlü tarafı olan bu zenginlik, aynı zamanda ürünün en büyük problemini de yaratır: çok seçenek, çok benzer kurs, çok sayıda fiyat sinyali ve keskin olmayan çıktı farkları. Bu nedenle bir sonraki ürün seviyesi, daha fazla içeriğe değil, daha net seçim yardımına ihtiyaç duyar (Udemy, n.d.-e).

2.4 UX Denetimi

Bu bölümde ana denetim akışı, Buğra personasının temsil ettiği öğrenen deneyimi üzerinden seçilmiştir:

arama yapma -> kursları listeleme -> kurs sayfasına girme -> tekil kurs / abonelik kararı verme -> kursa başlama.

Bu akış, hem kullanıcı değerini hem de Udemy’nin ödeme dönüşümünü doğrudan etkilediği için öncelikli olarak ele alınmıştır. Ayşe personası ise eğitmen tarafındaki kalite ve görünürlük problemlerini göstermek için daha kısa bir destek akışı olarak incelenmiştir.

Ana Akış: Buğra personası / öğrenen deneyimi

Akış adımı	Tespit edilen aksaklık	İyileştirme önerisi
Arama yapma	Kullanıcı yalnızca anahtar kelimeyle arama yaptığında çok sayıda benzer kursla karşılaşır. Bu durum doğru kursu seçmeyi zorlaştırır.	Arama ekranına kariyer hedefi, seviye, dil, pratik yoğunluk ve tahmini tamamlama süresi filtreleri eklenmelidir.
Kursları listeleme	Puan ve popülerlik görünür olsa da “iyi kurs” ile “benim hedefime uygun kurs” ayrımı yeterince net değildir.	Listeleme ekranında hedefe uygunluk / outcome skoru, güncellik ve pratik yoğunluk bilgileri öne çıkarılmalıdır.
Kurs sayfasına girme	Kursun güncelliği, işe uygulanabilirliği ve pratik içeriği farklı alanlara dağılmıştır. Bu da güven kararını yavaşlatır.	Kurs sayfasında güncellik, pratik sayısı, hedef rol uygunluğu ve eğitmen güven sinyallerini birleştiren kısa bir güven modülü yer almalıdır.

Satın alma / abonelik kararı	Kullanıcı tek kurs satın alma ile Abonelik Planı arasında hangisinin daha mantıklı olduğunu anlamakta zorlanabilir.	Kullanıcının hedeflerine, bütçe ve öğrenme süresine göre tek kurs ya da Abonelik Planı karşılaştırması sunulmalıdır.
Kursa başlama	Satın alma sonrası ilk hafta kullanıcıya net bir rota verilmezse öğrenme ritmi kurulmadan kopma yaşanabilir.	Satın alma sonrası 7 günlük başlangıç planı, kısa hedef testi ve AI destekli yönlendirme sunulmalıdır.

İkincil Akış: Ayşe personası / eğitmen deneyimi

Akış adımı	Tespit edilen aksaklık	İyileştirme önerisi
Kurs fikri ve yayınlama	Eğitmen, hangi konunun talep gördüğünü ve kursunu rakiplerden nasıl ayıracağını net göremeyebilir.	Yayın öncesinde konu talebi, rekabet yoğunluğu, başlık/açıklama önerileri ve kalite kontrol uyarıları gösterilmelidir.
Performans takibi	Satış, yorum ve görünürlük değişimlerinin nedeni her zaman açık değildir; gelir öngörüsü zayıf kalır.	Eğitmen panelinde kalite skoru, görünürlük skoru, yorum özeti ve tahmini gelir etkisi birlikte sunulmalıdır.
Kursu güncelleme	Eğitmen hangi derslerin eski kaldığını veya hangi bölümlerin geliştirilmesi gerektiğini anlamakta zorlanabilir.	AI destekli güncellik uyarıları ve öğrenci geri bildirimlerinden çıkarılan geliştirme önerileri eklenmelidir.

Bu akışların sonucu olarak Udemy'nin temel UX problemi iki yönlü şekilde görünmektedir. Öğrenen tarafında kullanıcı doğru kursu daha az eforla seçmek ve doğru ödeme modeline yönelmek ister. Eğitmen tarafında ise kaliteli içerik üreten kişi görünürlük, güncellik ve gelir öngörüsü bekler. Bu nedenle öneriler yalnızca ekran düzeni değil, Udemy'nin çok taraflı platform yapısını güçlendiren ürün deneyimi geliştirmeleri olarak ele alınmalıdır.

2.5 Wireframe Taslakları

Bu bölümdeki wireframe taslakları, personalarımız için UX denetiminde tespit edilen aksaklıkları görünür hale getirmek için hazırlanmıştır. Burada amacımız güzel ekranlar üretmek değil; mevcut sorun ile önerilen düzen arasındaki ilişkiyi basit kutular, butonlar ve ekran akışı üzerinden göstermektir.

2.5.1. Wireframe Hedef Odaklı Arama ve Kurs Listeleme

Bu taslak, Buğra'nın yalnızca anahtar kelimeyle arama yapmak yerine öğrenme hedefini de seçmesini sağlar. Böylece kurs sonuçları popülerlikten ibaret kalmaz; hedefe uygunluk, güncellik, pratik yoğunluk ve tahmini tamamlama süresi gibi karar sinyalleriyle desteklenir. Zaten halihazırda Udemy'de seviye filtreleme var, bizim eklediğimiz ise "Outcome Skor"u. Kullanıcının kariyer planına uygunluğuna seviyesine bağlı olarak her kurs yapay zeka sistemleriyle puanlandırılacak ve ona göre sıralanarak şeffaf şekilde kullanıcıyla bu skorlar paylaşılacak. (Udemy, n.d.-e)

Hedefin nedir?

İşe geçiş

Sertifika

Terfi

AI becerisi

KOBİ çalışanı

Arama: "Veri analizi"

Filtreler

☐ Başlangıç seviyesi

☐ Türkçe / altyazı

☐ Pratik yoğun

☐ 4 haftada tamamlanır

☐ Sınav hazırlık

☐ Son 6 ayda güncel

☐ Abonelikte var

Önerilen kurslar

Sıralama: Hedefe uygunluk + güncellik + pratik yoğunluk

Veri Analisti Başlangıç Programı

İşe uygunluk: Veri analisti başlangıç rolü | Tazelik: Yüksek
Pratik: 3 test + 8 alıştırma | Süre: 12 saat | Puan: 4.7

92/100

Detaya git

SQL ve Dashboarding ile İş Analitiği

İşe uygunluk: BI / raporlama rolü | Tazelik: Orta-Yüksek
Pratik: 2 test + 6 proje | Süre: 10 saat | Puan: 4.6

88/100

Detaya git

Kullanıcıya sadece çok kurs göstermek yerine, neden önerildiğini de açıklar.

Görsel 1. Hedef odaklı arama ve kurs listeleme wireframe taslağı

Bu değişiklik neyi iyileştiriyor? Kullanıcının çok sayıda benzer kurs arasında kaybolmasını azaltır ve kendi hedefi için daha doğru kursları hızlıca karşılaştırmasını sağlar.

2.5.2. Wireframe Kurs Sayfasında Güven ve Plan Kararı

Kurs videosu / önizleme alanı

Sonuç / güven modülü

- Son güncelleme: 3 ay önce
- Pratik öge: 8 alıştırma + 3 test
- Eğitmen yanıt oranı: yüksek
- Başlangıç rolüne uygunluk: güçlü
- İçerik tazeliği: AI destekli kalite sinyaliyle izleniyor

Veri Analizi ve AI ile Kariyer Geçişi

Kimler için: Başlangıç / kariyer geçişi
Öğreneceğin beceriler: SQL, Python, dashboarding, AI araçları

Outcome Skoru: 92

Güncellik: yüksek

Pratik yoğun

Türkçe destek

Tek kurs satın al

Kişisel Planı İncele

Plan seçici

Senin kullanım profiline göre öneri:

Tek hedefin varsa: Tek kurs daha mantıklı

2+ kurs / 90 gün hedef varsa: Kişisel Plan daha mantıklı

Bu sayfa fiyatı tek başına değil, hedef ve kullanım bağlamıyla birlikte gösterir.

Görsel 2. Kurs sayfasında güven ve plan kararı wireframe taslağı

11

Bu taslak, kurs sayfasında dağınık halde bulunan güven sinyallerini tek bir alanda toplar. Güncellik, pratik yoğunluk, outcome skoru, hedef role uygunluk ve eğitmen sinyalleri aynı bölümde gösterilir. Ayrıca tekil kurs ile Kişisel Plan arasında kısa bir karşılaştırma sunulur.

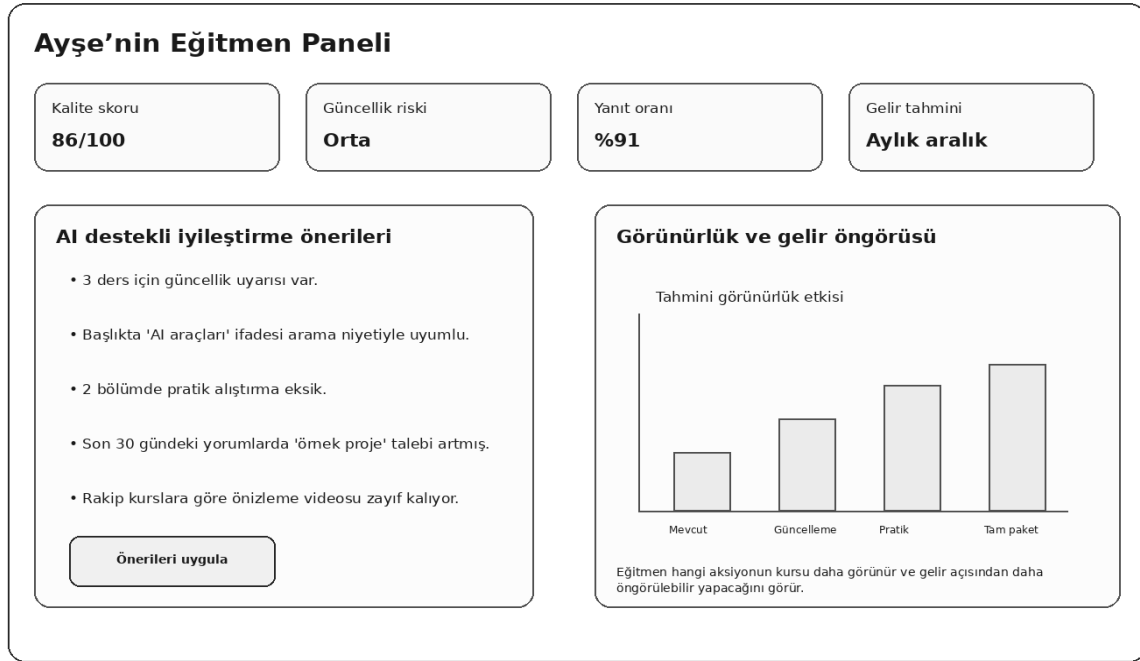
Bu değişiklik neyi iyileştiriyor? Kullanıcının kursa güvenmesini kolaylaştırır, yanlış satın alma riskini azaltır ve abonelik kararını daha anlaşılır hale getirir.

2.5.3. Wireframe Eğitmen Kalite ve Görünürlük Paneli

Bu taslak, Ayşe personasının kurs yayınladıktan sonra yaşadığı görünürlük ve gelir belirsizliğini azaltmaya odaklanır. Eğitmen; kalite skoru, güncellik riski, öğrenci geri bildirimlerinden çıkan ihtiyaçlar ve görünürlük önerilerini tek panelde takip edebilir. Wireframe 1’de bahsetmiş olduğumuz şeffaflık ve “Outcome Skor”u yerine burada karşımıza Kalite Skoru olarak çıkıyor. Bunun başlıca nedeni Outcome Skoru kişiye özel olarak belirlenirken Kalite Skoru genel kitlelere yönelik belirleniyor.

Wireframe C — Eğitmen Kalite ve Görünürlük Paneli

Amaç: Kaliteli eğitmenin içerik güncelliğini, öğrenci memnuniyetini ve görünürlüğünü daha yönetilebilir hale getirmek.



Görsel 3. Eğitmen kalite ve görünürlük paneli wireframe taslağı

Bu değişiklik neyi iyileştiriyor? Kaliteli eğitmenlerin içeriklerini daha güncel tutmasını, platform içinde daha görünür olmasını ve kurs kalitesinin sürdürülebilir hale gelmesini destekler.

Faz 3 Uygulama ve Yol Haritası

3.1 Epik- Öğrenme Değerini Daha Güvenilir ve Görünür Hale Getirme

Bu epik, Udemy’de kullanıcının doğru kursu seçmesini, kursa güvenmesini, öğrenmeye daha hızlı başlamasını, premium sertifikalarla becerisini kanıtlamasını ve kurumsal tarafta öğrenme etkisinin görünür hale gelmesini amaçlar. Tek sprintte tamamlanamayacak kadar geniş olduğu için aşağıdaki kullanıcı hikayelerine bölünmüştür.

3.2 Kullanıcı Hikayeleri ve Kabul Kriterleri

3.2.1 KH: Hedef role göre kurs sıralama

Kullanıcı hikayesi: Bir kariyer geçişi yapan kullanıcı olarak, hedef rolüme göre kursları sıralamak istiyorum. Böylece yüzlerce kurs içinde boğulmadan doğru ilk seçimi yapabileyim
Hangi probleme karşılık geliyor? Keşif aşamasında karar verme zorluğu.

Kabul Kriteri	Given	When	Then
1.KK	Kullanıcı arama ekranında hedef rolünü seçmiştir.	Kurs sonuçları listelenir.	Sistem kursları hedefe uygunluk skoruna göre sıralar.
2.KK	Kullanıcı seviye, dil, pratik yoğunluğu veya tahmini tamamlama süresi filtresi seçmiştir.	Filtreleri uygular.	Kurs listesi seçilen kriterlere göre güncellenir.
3.KK	Kullanıcı kurs kartında outcome skorunu görür.	Skor açıklamasına tıklar.	Sistem kursun neden önerildiğini kısa ve anlaşılır biçimde açıklar.

3.2.2 KH: Kurs güven ve kalite kartı

Kullanıcı hikayesi: Bir kullanıcı olarak, kursun güncelliğini, pratik yoğunluğunu ve çıktı kalitesini tek kartta görmek istiyorum. Böylece yanlış kurs alma riskimi azaltabileyim.
Hangi probleme karşılık geliyor? Güven sinyalinin dağınık olması.

Kabul Kriteri	Given	When	Then
1.KK	Kullanıcı kurs sayfasına girmiştir.	Kurs detaylarını inceler.	Sistem güncellik tarihi, pratik öge sayısı, puan/badge özeti ve hedefe uygunluk bilgisini tek güven kartında gösterir.
2.KK	Kursun güncellik	Kullanıcı güven	Sistem yanıltıcı skor yerine açıklayıcı

	veya pratik verisi eksiktir.	kartını görüntüler.	bilgi gösterir.
3.KK	Kullanıcı eğitmen sinyallerini incelemek ister.	Güven kartındaki eğitmen alanına bakar.	Sistem eğitmen puanı, yanıt oranı veya kalite göstergelerini görünür biçimde sunar.

3.2.3 KH: Tekil kurs / abonelik karşılaştırması

Kullanıcı hikayesi: Bir kullanıcı olarak, tekil kurs satın alma ile abonelik arasında bana en uygun seçeneği karşılaştırmalı biçimde görmek istiyorum. Böylece bütçeme, hedefime ve öğrenme süreme en uygun satın alma kararını verebilirim.

Hangi probleme karşılık geliyor? Fiyat/plan kararı karmaşıklığı.

Kabul Kriteri	Given	When	Then
1.KK	Kullanıcı kurs sayfasında satın alma alanına gelmiştir.	Tekil kurs ve abonelik seçeneklerini karşılaştırmak ister.	Sistem iki seçeneğin maliyet ve faydasını açık biçimde gösterir.
2.KK	Kullanıcı öğrenme hedefini ve tahmini öğrenme süresini belirtmiştir.	Sistem öneri oluşturur.	Kullanıcının profiline göre tekil kurs veya abonelik önerisi sunulur.
3.KK	Kullanıcı önerilen seçeneği seçmiştir.	Devam butonuna tıklar.	Sistem kullanıcıyı ilgili satın alma veya abonelik akışına yönlendirir.

3.2.4 KH: Satın alma sonrası 7 günlük başlangıç planı

Kullanıcı hikayesi: Yeni başlayan bir kullanıcı olarak, ilk 7 gün için bana plan çıkarılmasını istiyorum. Böylece satın alma sonrası eğitimden kopmayayım.

Hangi probleme karşılık geliyor? Kullanıcının plansız kalıp sonucunda kursu yarım bırakması.

Kabul Kriteri	Given	When	Then
1.KK	Kullanıcı kursu satın almış veya abonelik başlatmıştır.	İlk kez kursa girer.	Sistem kullanıcıya 7 günlük başlangıç planı önerir.
2.KK	Kullanıcı haftalık çalışma süresini belirtmiştir.	Plan oluşturulur.	Sistem planı kullanıcının zamanına ve hedeflerine göre uyarlar.
3.KK	AI destekli kısa başlangıç testinin tamamlanması.	Sonuçlar oluşur.	Sistem eksik alanları belirleyip öğrenme planına yansıtır.

3.2.5 KH: Premium sertifikasyon programları

Kullanıcı hikayesi: Kariyer odaklı bir kullanıcı olarak, Scrum Master gibi alanlarda daha prestijli premium sertifika programlarına erişmek istiyorum. Böylece öğrendiğim beceriyi iş dünyasında daha güçlü kanıtlayabileyim.

Hangi probleme karşılık geliyor? Standart kurs tamamlama sertifikalarının iş dünyasındaki kanıt değerinin sınırlı kalması.

Kabul Kriteri	Given	When	Then
1.KK	Kullanıcı premium sertifika programı sayfasına girmiştir.	Program detaylarını inceler.	Sistem programın kapsamını, fiyatını, süresini, sınav yapısını ve sertifikanın değerini açıkça gösterir.
2.KK	Kullanıcı standart kurs sertifikası ile premium sertifika arasındaki farkı öğrenmek ister.	Karşılaştırma alanını açar.	Sistem iki sertifika türü arasındaki farkı anlaşılır biçimde açıklar.
3.KK	Kullanıcı premium sertifika sınavını tamamlamıştır.	Sonuç ekranına geçer.	Sistem sınav sonucunu, eksik kaldığı alanları ve doğrulanabilir sertifika bağlantısını gösterir.

3.3 Ürün Yol Haritası

Durum	Tema	Ana teslimler	Beklenen çıktı	Başarı metriği
Now	Karar ve satın alma mimarisini sadeleştirme	Hedef odaklı arama, outcome skoru, rol/seviye filtreleri, tekil kurs / abonelik karşılaştırması	Kullanıcı doğru kursu ve kendisine uygun satın alma modelini daha hızlı seçer.	Aramadan kurs detayına geçiş oranı; plan seçici kullanım oranı; ödeme dönüşümü
Next	Sosyal öğrenme ve motivasyon	Arkadaş ekleme, haftalık liderlik tablosu, öğrenme puanı, seri/streak, küçük rozetler	Kullanıcılar arkadaşlarıyla veya benzer hedefteki kişilerle rekabet ederek öğrenme ritmini korur.	Haftalık aktif öğrenen oranı, streak devam oranı
Next	Erken dönem süreklilik	7 günlük başlangıç planı, AI başlangıç testi, öğrenme hatırlatıcıları	Satın alma sonrası ilk hafta kopmaları azalır.	İlk 7 gün aktif öğrenme ilk hafta ders ilerleme oranı

Next	Premium sertifikasyon	1-2 alanda sınavlı sertifika programı, doğrulanabilir sertifika bağlantısı, standart sertifika ile karşılaştırma alanı	Udemy'nin kariyer kanıtı değeri test edilir ve kullanıcı talebi ölçülür.	Premium sertifika programı kayıt oranı; sınav tamamlama oranı
Later	Kurumsal değer görünürlüğü	Beceri açığı paneli, yönetici değer ekranı, ekip/rol bazlı analizler	Kurumsal müşteriler öğrenme yatırımının etkisini daha net görür.	Yönetici ekranı kullanım oranı; rapor dışa aktarma oranı



3.4 Outcome Skoru ve Premium Sertifikasyon

Outcome skoru yerelleştirmek istersek “Çıktı Skoru” kavramı, kursun kullanıcının hedeflerine uygunluk skorunu ölçen bir metriktir. Bu skor, kullanıcı hedeflerine göre oluşturduğu için aynı kurs farklı kişilerde farklı “Outcome Skor” değerlerine sahip olacaktır. **Outcome Skoru = %40 Kullanıcının Hedefine uygunluk + %20 Güncellik + %20 Pratik yoğunluk + %20 Eğitmen güveni**

Bu ağırlıklandırmada hedefe uygunluk %40 ile en yüksek payı alır; çünkü kullanıcı için asıl değer, genel olarak iyi bir kurs değil, kendi kariyer hedefiyle en çok örtüşen kursur. Güncellik %20’dir çünkü özellikle teknoloji, veri ve yapay zeka gibi alanlarda eski içerikler değer kaybedebilir. Pratik yoğunluk %20’dir çünkü öğrenmenin işe dönüşmesi uygulama ile mümkündür. Eğitmen güveni ise %20’dir çünkü puan, uzmanlık ve geçmiş performans kullanıcının yanlış kurs seçme riskini azaltır.

Premium sertifika kısmına gelecek olursak, rakip analizinde gördüğümüz üzere sertifikanın kredibilitesi konusunda Udemy rakiplerinin oldukça gerisinde kalmakta. Biz de buna çözüm olarak “Premium” Sertifika programlarını getiriyoruz. Premium Sertifika, yalnızca kursu bitirenlere değil; öğrenme yolunu tamamlayıp başarı barajı olan seçici bir sınavı geçen kullanıcılara verilen doğrulanabilir beceri kanıtıdır. Bu nedenle “kursu izledi” yerine “bu beceriyi ölçülebilir şekilde kanıtladı” mesajını verir.

Sertifika kredibilitesiyle sınav güvenliği, uzman denetimli soru havuzu, başarı barajı, benzersiz sertifika ID’si ve doğrulanabilir bağlantı ile güçlenir. Sertifika üzerinde ölçülen beceriler ve başarı durumu açıkça gösterildiği için işverenler tarafından daha kolay kontrol edilebilir. Uluslararası akreditasyon kurumlarıyla anlaşılıp sertifikanın akreditasyonu da sağlanabilir.

Kullanıcı açısından seçkin ve arzu edilir olmasının nedeni kolay alınmamasıdır. LinkedIn’e eklenebilen özel rozet, başarı kartı ve “Premium Certified” etiketiyle CV’de daha prestijli görünür böylece sertifika bir kurs belgesinden çok kariyer başarısı ve güven sinyali haline gelir.

3.5 Öncelik Sırasının Açıklaması

MoSCoW	Roadmap karşılığı	Gerekçe
Must Have	Karar/satın alma mimarisi; güven ve kalite görünürlüğü	Kullanıcı doğru kursu seçemez veya güvenemezse süreç başlamadan kopar.
Should Have	Erken dönem aktivasyon; Premium Sertifikasyon	Kullanıcı öğrenme ritmini korumalı ve becerisini daha güçlü kanıtlayabilmelidir.
Could Have	Kurumsal değer görünürlüğü	B2B için değerlidir; ancak önce bireysel tarafta değer doğrulanmalıdır.
Won’t Have	Sertifikasyonun tüm kurslara zorunlu olarak yayılması	Premium Sertifikasyon yalnızca kariyer çıktısı güçlü ve sınavla ölçülebilir alanlarda anlamlıdır.

Öncelik sırası, kullanıcının öğrenmeye başlamadan önce yaşadığı temel sorunlara göre kurulmuştur. Bu nedenle ilk aşamada doğru kurs seçimi, güven ve satın alma kararını sadeleştirme öne alınmıştır. Devamındaysa aktivasyon ve Premium Sertifikasyonla öğrenmenin daha somut bir kariyer çıktısına dönüşmesi hedeflenmiştir.

Faz 4 Büyüme ve Başarı Ölçümü

4.1 Pazara Sunum Stratejisi

Bu rapor için seçtiğimiz büyüme hamlesi, “mevcut pazarda yeni bir segment” yaklaşımıdır: kariyerini uluslararası bir tescille güçlendirmek isteyen profesyoneller ve çalışanlarını küresel standartlara taşımayı hedefleyen vizyoner kurumlar için “Premium Sertifikasyon” sağlayan yüksek katma değerli online eğitimlerdir. Bunun iki nedeni var. Birincisi, rakip analizinde belirttiğimiz üzere Udemy'nin sertifikasının kredibilitesinin rakiplerinin kredibilitesinin altında kalıyor oluşu bu altında kalış rekabet ortamında dezavantaja sebep olmakta. Bu dezavantajı dengeleyebilmek için premium geçerliliği olan ve herkesçe tanınan prestijli bir sertifika sunmak, Udemy’i rakiplerinden ayırarak kendi mavi okyanusunu oluşturmasını sağlamaktadır. İkincisi, sadece video izleyip bitirmek konforlu görünse de aslında ürünün gerçek başarısını göstermeyen sadece gurur metriğidir. Premium sertifika ise kişinin bir iş gerçekten profesyonel standartlarda yapabildiğini kanıtlar.

4.2 Lansman Planlaması

4.2.1. Hazırlık Aşaması: Ürün ve Pazar Doğrulama

Premium Sertifikasyon tüm kullanıcılara açılmadan önce, hangi alanlarda daha yüksek talep göreceği ve hangi becerilerin ölçülebilir kariyer çıktısı üreteceği belirlenmelidir. Bu aşamanın amacı, sertifika modelinin kullanıcı ve iş dünyası açısından gerçekten değerli olup olmadığını test etmektir. Bu kapsamda seçilen alanlar için ders içerikleri, sınav yapısı, pratik ödevler ve sertifika kriterleri hazırlanır. Sertifikanın güvenilirliği için kimlik doğrulama, başarı barajı ve doğrulanabilir sertifika ID’si tasarlanır. Son olarak, “beceri kanıtı” mesajının kullanıcılar tarafından nasıl algılandığı test edilir.

4.2.2. Soft Launch: Kontrollü Lansman

Ürün geniş kitlelere değil, sınırlı ve ölçülebilir bir kullanıcı grubuna açılır. Bu aşamanın amacı büyük reklam yapmak değil; sistemin çalışıp çalışmadığını, kullanıcıların nerede zorlandığını ve sertifikayı değerli görüp görmediğini anlamaktır.

Hedef Grup	Neden Seçtik?
Üniversite kariyer merkezleri	Genç profesyonel adayları için sertifika kariyer değerine sahiptir.
10 KOBİ / İK topluluğu	Kurumların çalışan gelişimi ve beceri doğrulama ihtiyacı test edilir.

4.2.3. Hard Launch: Geniş Pazara Çıkış

Soft Launch sonucunda sınav, ödev yükleme, sertifika doğrulama ve kullanıcı deneyimi tarafındaki problemler düzeltildikten sonra Hard Launch aşamasına geçilecek. Bu aşamada hedef, ürünü görünür kılmak ve kayıt hacmini artırmaktır. Bunu sağlamak adına kariyer odaklı influencer iş birlikleri ve LinkedIn PR çalışmalarıyla ana değer önerisi tüm pazara aynı anda duyurulacaktır. Eş zamanlı olarak, teknoloji devleri üzerinden kurgulanan B2B paketlemelerle kitlesel pazar yayılımı tetiklemeyi hedefliyoruz.

4.2.4. Ölçekleme Aşaması: Başarılı Alanları Büyütme

Hard Launch sonrası ürün hemen tüm kategorilere yayılmamalıdır. Önce seçili alanlardaki performans ölçülmeli; başarılı olan sertifika alanları genişletilmeli, zayıf kalan alanlar ise yenilenmelidir.

4.3 Vizyon ve Kuzey Yıldızı Metriği

Vizyon: Herkesin kendi potansiyelinin farkına varıp kanıtlayabildiği ve kendini gerçekleştirmek adına kullanabildiği bir evren.

Kuzey Yıldızı Metriği: Haftalık tamamlanan Premium görev sayısı.

Tanım: Kullanıcıların ilgili hafta içinde tamamladığı pratik ödev, uygulama projesi, deneme sınavı veya beceri testi gibi ölçülebilir görevlerin toplam sayısını ifade eder. Bu metrik, kullanıcının öğrendiği beceriyi uygulamaya dökerek değer üretip üretmediğini gösterir.

4.4 OKR ve KPI seti

OKR	Ana sonuçlar
1. OKR: Premium Sertifika programlarında kullanıcı başarısını ve tamamlama oranını artırmak.	KR1: Programa kaydolun kullanıcıların ilk 15 gün içinde ilk pratik ödev/proje teslim oranını %35'e çıkarmak .
	KR2: Sertifikayı tamamlayan kullanıcıların içerik kalitesi ve sınav zorluk dengesi memnuniyet skorunu 4.5/5 üzerinde tutmak .
2. OKR: Premium Sertifikaların iş dünyasındaki görünürlüğünü ve güvenilirliğini artırmak.	KR1: Sertifika alan kullanıcıların LinkedIn profiline doğrulanabilir sertifika ekleme/paylaşma oranını %60'a çıkartmak .
	KR2: Premium sertifika sayfasını ziyaret eden kullanıcıların programa kayıt dönüşüm oranını %30'a çıkartmak .

Bu metrik sistemi, Premium Sertifikasyon'un kullanıcıya sunduğu kariyer değerini ve Udemy için yarattığı iş etkisini birlikte ölçmek amacıyla kurgulandı. Kuzey Yıldızı Metriği olarak **Haftalık Tamamlanan Premium Görev Sayısı** seçildi; çünkü bu metrik, kullanıcının yalnızca içerik tüketmesini değil, öğrendiği beceriyi uygulamaya dökülebildiğini gösteriyor. Bu nedenle kayıt dönüşümü, ilk 7 gün aktif öğrenme, sertifika tamamlama oranı, memnuniyet skoru ve LinkedIn paylaşım oranı gibi destekleyici metrikler birlikte takip edilmelidir. Böylece ekibimiz, programın gerçek öğrenme çıktısı ve sürdürülebilir iş değeri üretip üretmediğini ölçebilir.

KPI	Tanım	Frekans	Neden önemli?
Haftalık tamamlanan Premium görev sayısı.	North Star ana metriği	Haftalık	Kullanıcının beceriyi uygulayabilmesini ölçer
Aylık tamamlanan "Premium Sertifika" sayısı	Sonuç KPI'si	Aylık	Premium Sertifikasyon başarı çıktısını ölçer.
Kurs sayfası → ödeme dönüşümü	Premium sertifika detay sayfasını ziyaret edenlerin satın almaya geçiş oranı.	Haftalık	Vaatlerin ve fiyat konumlandırmasının ikna gücünü ölçer.
İlk 7 gün süreklilik oranı	Satın alma sonrası ilk hafta hedeflenen davranışı yapanlar.	Haftalık	Retention öncülü
30 gün tamamlama / ilerleme oranı	İlk ay içinde bölüm tamamlama derinliği	Aylık	Değer sürekliliği

4.5 GOOGLE HEART Çerçevesinde Lansman

HEART boyutu	Bu rapor için anlamı	Ölçülebilecek sinyal	Örnek metrik
 Happiness	Kullanıcı Premium Sertifika deneyiminden memnun mu ve sertifikayı kariyeri için değerli görüyor mu?	 Kullanıcının sınav, sertifika ve kariyer değeri algısı	 Sertifika sonrası memnuniyet skoru, NPS, "Bu sertifika kariyerime katkı sağlar" anket puanı
 Engagement	Kullanıcı sertifika hazırlık sürecinde gerçekten aktif öğrenme davranışı gösteriyor mu?	 Kurs ilerleme, pratik aktivite ve deneme sınavı kullanımı	 Haftalık aktif öğrenme süresi, pratik test tamamlama oranı, deneme sınavı çözme oranı
 Adoption	Kullanıcılar Premium Sertifika modelini benimsiyor mu?	 Program sayfasını gören kullanıcıların kayıt davranışı	 Premium Sertifika kayıt oranı, plan seçici üzerinden Premium pakete geçiş oranı
 Retention	Sertifika programına giren kullanıcı süreçte kalıyor mu ve Udemy ekosisteminde devam ediyor mu?	 İlk haftadan sonra devam etme ve sertifika sonrası yeni öğrenme davranışı	 İlk 7 gün süreklilik oranı, 30 gün ilerleme oranı, sertifika sonrası yeni kursa kayıt oranı
 Task Success	Kullanıcı asıl hedefi olan sertifika kazanma görevini başarıyla tamamlayabiliyor mu?	 Sınavı girme, sınavı geçme ve doğrulanabilir sertifika alma başarısı	 Sınavı girme oranı, sertifika kazanma oranı, doğrulanabilir sertifika bağlantısını alma oranı

Yapay zeka kullanım beyanı: Bu raporun hazırlanmasında üretken yapay zekayı görsel oluşturma, kaynak tarama, imla ve noktalamanın düzeltilmesi amacıyla kullanılmıştır. Yapay zeka destekli kaynak taramasında elde ettiğimiz her kaynağı kendimizce kontrol edip uygun olanları raporumuzda kullandık. Sonrasındaysa raporumuzu ve kullandığımız kaynak linklerini yapay zekaya gönderip kaynakçalandırmayı APA7 formatına uyarlaması için kullandık.

Bora-

Grup lideri olarak siz yönergeyi göndermeden önceki süreçte kendi yönergemi oluşturabilmek ve arkadaşlarımı yönlendirebilmek adına yapay zekayı kullandım. Ancak bu süreç çok önceden olduğu için promptları bulamadım. Ancak promptları şöyle verdiğimi hatırlıyorum, sizin derste istediğinizi belirttiğiniz şeyleri hangi hafta neler olduğunu ChatGPT'ye sunumlarınız ve ders işleyiş programıyla birlikte gönderip neyi nasıl yapmamız gerektiğine dair bir yönerge oluşturdum ve bunu grup üyeleriyle paylaştım. Siz yönergeyi paylaştıktan sonra sizin yönergenizle birleştirip daha detaylı bir yönerge oluşturdum. İstemeniz halinde kendi yönergelerimizi de sizinle paylaşabilirim.

Kaynakça Tarama:

Kullanılan Yapay Zeka: ChatGPT (Derin Araştırma Modu)

Prompt: (*YONERGE.DOCX* PAYLAŞILDI) Sen bir dijital ürün yöneticisinin oluşturman gereken rapor bu. Bu raporu Udemy için oluşturman gerektiğini düşün ve bu raporda istenilen şeyleri nerelerden araştırırsın hangi kaynak hangi konuda işine yarar bunları dokümanite ederek bizimle word formatında paylaş.

Sonuç: Bize çok önemli kaynaklar sağladı bunlardan en önemlisi kesinlikle investors.udemy sayfası. Bu sayfa sayesinde 2021'den 2026'ya kadar bütün finansal verilere sahip olduk.

APA7 formatında kaynakçalandırma:

Kullanılan Yapay Zeka: ChatGPT (Derin Araştırma Modu)

Prompt: (*KAYNAKÇALİSTESİ.DOCX* ve *UdemyRapor5.5.DOCX* PAYLAŞILDI) raporumuzda kullandığımız kaynaklar bunlar. Senden istediğim şey şu, zaten şu anda raporumuz kaynakçalandırılmış durumda ancak APA7 formatına uygun kaynakçalandırılmamış. APA7 formatına uygun olacak şekilde kaynakçaları düzenle.

Eleştirel Amaçlar:

Kullanılan Yapay Zeka: Gemini (3.1 Pro) & ChatGPT (5.5 Thinking)

Prompt: (*YONERGE.DOCX* ve *UdemyRapor5.5.DOCX* PAYLAŞILDI) Sen Dijital Ürün Yönetimi dersini veren profesörsün ve öğrencilerine bu projeyi verdin ve paylaştığın yönergen bu şekilde, yönergeyi dikkatlice okuyup incele ve incelemen bitince anladım demen yeterli. Şimdi öncelikle rapor sayfa sınırı kaldırıldı, yapay zeka kullanım beyanı da başka bir dosyada olduğu için onu da es geçeceğiz. TAM/SAM/SOM için net veri vermenize gerek yok dendi o yüzden orayı öyle yaptık. Görsellerde de yapay zeka kullanımına izin verildi bunları bilerek az sonra verdiğim raporu puanlamayı isteyeceğim olabildiğince eleştirel ol ki eksiklerimizi görelim.

Çıktı (Gemini3.1 Pro): Memnuniyetle. Kılavuzda belirttiğim değerlendirme kriterleri üzerinden, hazırladığınız raporun puanlandırmasını aşağıda paylaşıyorum:

Proje Değerlendirme Çizelgesi

- **Analiz Derinliği (Maksimum 30 Puan): 27 Puan**
 - *Gerekçe:* Raporunuz, ürün yönetimi konseptlerini (Personalar, Value Proposition Canvas, User Stories) oldukça yetkin bir şekilde kullanmış. Özellikle Kabul Kriterlerinin BDD (Behavior-Driven Development) standartlarına uygunluğu ve "Değer-Anı" metriği gibi nokta atışı tespitler puanı yükseltti. Kırdığım 3 puan, Değer Önerisi Tuvali'nde daha derin duygusal faydaların atlanması ve "Outcome Skoru"nun arkasındaki veri/algortma mantığının biraz yüzeysel kalmasından kaynaklanıyor.
- **Araç Kullanımı (Maksimum 30 Puan): 28 Puan**
 - *Gerekçe:* Görsellerin, wireframe taslaklarının ve SWOT ile değer önerisi gibi analitik çerçevelerin kullanımı son derece profesyonel. Sadece ekranları değil, panelleri ve yönetim akışlarını da tasarlamanız çok başarılı. Yapay zeka araçlarını görselleştirme ve metin düzenleme için şeffafça belirtmiş olmanız kılavuz kurallarıyla tam uyumlu.
- **Şekil Şartlarına Uygunluk (Maksimum 10 Puan): 10 Puan**
 - *Gerekçe:* Belirttiğiniz istisnaları (sayfa sınırının kaldırılması) dikkate alarak değerlendirdim. Raporun organizasyonu, başlık hiyerarşisi ve dil bilgisi akademik ve profesyonel standartları karşılıyor.
- **Sunum (Maksimum 30 Puan): Değerlendirilmiyor**

- *Gerekçe:* Bu kısım, sınıf içindeki sözlü performansınıza ve takım üyelerinin konuya hakimiyetine göre verilecek. Grup üyelerinin her birinin aktif olarak sunumda yer alması gerektiğini tekrar hatırlatırım.

Rapor Üzerinden Alınan Mevcut Puan: 65 / 70

Beklenen Maksimum Yıl Sonu Notu: Sunumdan tam puan (30/30) almanız durumunda, projenizin toplam puanı **95/100** olacaktır.

Bu, sınıf ortalamasının oldukça üzerinde bir ürün yönetimi çıktısı. Sunumunuzu da aynı profesyonellikte bekliyorum.

--Not bu "Eleştirel Amaçlar" kısmı tekrarlı şekilde kullanılarak eksik olduğumuz ve geliştirilebilir olan konular defalarca tarandı. Şu anda verilen prompt ve çıktı en son aldığımız çıktı. Bu sayede raporumuza dışardan bir gözle bakıldığında nelerin eksik olduğunu ve geliştirilebilir olduğunu görerek eksiklerimizin farkına varıp yapmamız gereken düzenlemeleri yaptık. Tabi ki yapay zekanın yapın dediği bütün düzeltmeleri de yapmadık yapsaydık bu bizi amacımızdan saptırırdı ve bir nevi özellik patlamasına sebep olurdu

***Görsellerin promptları raporda gözükme sırasına göre paylaşılmıştır.**

Görsel Üretim (Udemy'nin Stratejik Gelişimi)

Kullanılan Yapay Zeka: Gemini (Nano Banana 2)

Prompt: "timeline title Udemy'nin stratejik evrimi 2010 : Kuruluş 2015 : Udemy Business'in lansmanı 2021 : Halka açılma ve bireysel abonelik denemelerinin ölçeklenmesi 2024 : AI Assistant, Skills Mapping ve AI odaklı kurumsal yeteneklerin duyurulması 2025 : Yeni CEO dönemi, Innovation Studio, Lummi satın alımı, Arapça platform açılımı 2025 Aralık : Coursera ile birleşme anlaşmasının duyurulması 2026 Nisan : Hissedar onayı; kapanış için kalan düzenleyici süreçlerin devamı" bu timeline'ı infografik bir görüntü olarak oluşturur musun?

Çıktı: Udemy'nin Stratejik Gelişimi Görseli

Görsel Üretim (SWOT Görseli)

Kullanılan Yapay Zeka: Gemini (Nano Banana 2)

Prompt: " Güçlü Yönler Çok büyük katalog, eğitmen ağı ve küresel erişim Enterprise abonelikte ölçek ve tekrarlayan gelir Esnek fiyatlama ve güçlü promosyon motoru AI Assistant, role play, learning paths gibi yeni ürün katmanları Çok dillilik ve hızlı içerik yenilenmesi Zayıf Yönler Katalog bolluğu nedeniyle karar zorluğu Tüketici segment gelirinde daralma Yoğun indirim kültürü nedeniyle fiyat güven sorunu Kalite algısı platform genelinde homojen değil Credential/üniversite prestijinde Coursera'nın gerisinde Fırsatlar AI çağı nedeniyle upskilling talebinin hızlanması Türkiye ve benzeri pazarlarda KOBİ + genç profesyonel segmenti Yerelleştirilmiş kariyer akışları Kurumsal ölçümleme ve beceri bilgisi taleplerinin artması Tehditler Coursera ile olan birleşme sürecinin entegrasyon ve belirsizlik riski Gizlilik, yapay zekâ ve veri aktarımı regülasyonları Ücretsiz/kamu çözümleri ve düşük maliyetli ikameler İçerik korsanlığı, kalite manipülasyonu ve platform güveni riski " Udemy için şu maddeleri içeren bir SWOT görseli oluştur

Çıktı: SWOT görseli

Görsel Üretim (Değer Önerisi Kanvası)

Kullanılan Yapay Zeka: Gemini (Nano Banana 2)

Prompt: Sunumda kullanılmış olan görsel bu (Sizin sunumuzda bulunan Değer önerisi kanvası paylaşıldı), bunun gibi bir görsel oluşturmanı istiyorum senden. Ancak içeriğini şöyle dolduracağız "Değer Haritası Products & services: kurs kataloğu, Personal Plan, Udemy Business, AI Assistant, practice tests, egzersizler Pain relievers: puan/yorum/badge sistemleri, kalite kontrol checklist'i, içerik kalite dashboard'u, offline erişim, promosyonlar, takip kolaylığı Gain creators: kişiselleştirilmiş öğrenme yolları, AI destekli yardım, geniş katalog, yerel dil içeriği, kurumsal analitik ve skill mapping Müşteri Profili Jobs: kariyerini hızlandırmak, sertifika almak, iş değişimine hazırlanmak, pratik beceri kazanmak Pains: seçenek fazlalığı, kalite belirsizliği, bütçe baskısı, zaman kıtlığı, içerik güncelliği kaygısı Gains: hız, uygulama, düşük maliyet, çok dillilik, esneklik, güncel beceri" Bunu da Udemy için yapıyoruz

Çıktı: İstedığımız şey tam olarak olmadı bu yüzden oluşturulan görselin içeriğini boşaltıp kendimiz doldurduk.

Görsel Üretim (Wireframeler)

Kullanılan Yapay Zeka: ChatGPT

Prompt: (*UdemyRapor5.5.DOCX* PAYLAŞILDI) Raporumuz bu şekilde. Senden istediğim şey şu öncelikle raporu dikkatlice oku ve anla, gördüğün üzere hangi Wireframe'in hangi sorunlara nasıl çözüm olacağı belirtilmiş. Örneğin Outcome skor diye bir skor oluşturduk. Bu skoru kurs bilgisinin yanında gözükecek şekilde gösteren bir wireframe oluştur. Udemy'nin şu anki UI'ına da uyum sağlaması iyi olur.

Görsel Üretim (Roadmap)

Kullanılan Yapay Zeka: ChatGPT

Prompt: "Now Karar ve satın alma mimarisini sadeleştirme Hedef odaklı arama, outcome skoru, rol/seviye filtreleri, tekil kurs / abonelik karşılaştırması Kullanıcı doğru kursu ve kendisine uygun satın alma modelini daha hızlı seçer. Aramadan kurs detayına geçiş oranı; plan seçici kullanım oranı; ödeme dönüşümü Next Sosyal öğrenme ve motivasyon Arkadaş ekleme, haftalık liderlik tablosu, öğrenme puanı, seri/streak, küçük rozetler Kullanıcılar arkadaşlarıyla veya benzer hedefteki kişilerle rekabet ederek öğrenme ritmini korur. Haftalık aktif öğrenen oranı, streak devam oranı Next Erken dönem süreklilik 7 günlük başlangıç planı, AI başlangıç testi, öğrenme hatırlatıcıları Satın alma sonrası ilk hafta kopmaları azalır. İlk 7 gün aktif öğrenme oranı; ilk hafta ders ilerleme oranı Next Premium sertifikasyon pilotu 1-2 alanda sınavlı sertifika programı, doğrulanabilir sertifika bağlantısı, standart sertifika ile karşılaştırma alanı Udemy'nin kariyer kanıtı değeri test edilir ve kullanıcı talebi ölçülür. Premium sertifika programı kayıt oranı; sınav tamamlama oranı Later Kurumsal değer görünürlüğü Skill-gap dashboard, admin ROI görünümü, ekip/rol kırımları Kurumsal müşteriler öğrenme yatırımının etkisini daha net görür. Admin dashboard kullanım oranı; rapor dışı aktarma oranı " bu tablo için roadmap görselini oluşturur musun şunun gibi

Görsel Üretim (HEART Görseli)

Kullanılan Yapay Zeka: ChatGPT

Prompt: Şu tabloyu HEART tablosu görseli olarak oluştur

"Happiness

Anlamı: Kullanıcı Premium Sertifika deneyiminden memnun mu ve bunu kariyeri için değerli görüyor mu?

Sinyal: Sınav, sertifika ve kariyer değeri algısı

Metrik: Sertifika sonrası memnuniyet skoru, NPS, kariyere katkı anket puanı

Engagement

Anlamı: Kullanıcı sertifika hazırlığında aktif öğrenme davranışı gösteriyor mu?

Sinyal: Kurs ilerleme, pratik aktivite, deneme sınavı kullanımı

Metrik: Haftalık aktif öğrenme süresi, pratik test tamamlama oranı, deneme sınavı çözme oranı

Adoption

Anlamı: Kullanıcılar Premium Sertifika modelini benimsiyor mu?

Sinyal: Program sayfasını görenlerin kayıt davranışı

Metrik: Premium Sertifika kayıt oranı, Premium pakete geçiş oranı

Retention

Anlamı: Kullanıcı süreçte kalıyor ve öğrenmeye devam ediyor mu?

Sinyal: İlk haftadan sonra devam etme, sertifika sonrası yeni öğrenme davranışı

Metrik: İlk 7 gün süreklilik oranı, 30 gün ilerleme oranı, sertifika sonrası yeni kursa kayıt oranı

Task Success

Anlamı: Kullanıcı sertifika kazanma görevini başarıyla tamamlıyor mu?

Sinyal: Sınava girme, geçme ve doğrulanabilir sertifika alma başarısı

Metrik: Sınava girme oranı, sertifika kazanma oranı, doğrulanabilir sertifika bağlantısı alma oranı”

Kaynakça

- Coursera, Inc. (2026, February 5). *Coursera reports fourth quarter and full year 2025 financial results*. <https://investor.coursera.com/news/news-details/2026/Coursera-Reports-Fourth-Quarter-and-Full-Year-2025-Financial-Results/default.aspx>
- Coursera, Inc., & Udemy, Inc. (2025, December 17). *Coursera to combine with Udemy to empower the global workforce with skills for the AI era*. <https://investors.udemy.com/news-releases/news-release-details/coursera-combine-udemy-empower-global-workforce-skills-ai-era/>
- Kişisel Verileri Koruma Kurumu. (n.d.). *Personal Data Protection Law*. Retrieved May 5, 2026, from <https://www.kvkk.gov.tr/Icerik/6649/Personal-Data-Protection-Law>
- Similarweb. (2026). *udemy.com traffic analytics, ranking & audience [March 2026]*. Retrieved May 5, 2026, from <https://www.similarweb.com/website/udemy.com/>
- The Business Research Company. (2026). *E-learning market size, share and growth analysis report 2026*. Retrieved May 5, 2026, from <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/e-learning-global-market-report>
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2025, August 27). *Hanehalkı bilişim teknolojileri (BT) kullanım araştırması, 2025*. <https://veriportali.tuik.gov.tr/tr/press/53925>
- Udemy. (2021, October 29). *A new milestone on our journey: We're a public company*. <https://teach.udemy.com/a-new-milestone/>
- Udemy. (2024, February 14). *Udemy reports fourth quarter and full year 2023 results*. <https://investors.udemy.com/news-releases/news-release-details/udemy-reports-fourth-quarter-and-full-year-2023-results>
- Udemy. (2025, February 13). *Udemy reports fourth quarter and full year 2024 results*. <https://investors.udemy.com/news-releases/news-release-details/udemy-reports-fourth-quarter-and-full-year-2024-results/>
- Udemy. (2026a, February 19). *Form 10-K for Udemy Inc. filed 02/19/2026*. <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1607939/000160793926000034/udmy-20251231.htm>
- Udemy. (2026b, February 5). *Udemy reports fourth quarter and full year 2025 results*. <https://investors.udemy.com/news-releases/news-release-details/udemy-reports-fourth-quarter-and-full-year-2025-results/>
- Udemy. (n.d.-a). *How do I earn revenue from Udemy Business and subscription plans?* Retrieved May 5, 2026, from <https://support.udemy.com/hc/en-us/articles/115013221767-How-do-I-earn-revenue-from-Udemy-Business-and-subscription-plans>
- Udemy. (n.d.-b). *Instructor promotional agreements and Udemy deals*. Retrieved May 5, 2026, from <https://support.udemy.com/hc/en-us/articles/229232827-Instructor-Promotional-Agreements-and-Udemy-Deals>

Udemy. (n.d.-c). *Personal Plan*. Retrieved May 5, 2026, from <https://www.udemy.com/personal-plan/>

Udemy. (n.d.-d). *Udemy course quality checklist*. Retrieved May 5, 2026, from <https://support.udemy.com/hc/en-us/articles/229604988-Udemy-Course-Quality-Checklist>

Udemy. (n.d.-e). *Udemy platforms and features*. Retrieved May 5, 2026, from <https://support.udemy.com/hc/en-us/articles/229233847-Udemy-Platforms-and-Features>