DESIGN ROUNDTABLE #1 · 27 ŞUBAT 2026

SOFTTECH · İŞ KULELERİ

brick institute
explore. build. grow.



BRICK INSTITUTE · ETKİNLİK RAPORU

# Tasarım ekibi yapay zekayla nasıl buluşuyor?

Softtech'in ev sahipliğinde bankacılıktan e-ticarete, beyaz eşyadan kripto platformlarına uzanan tasarım ekipleriyle aynı masaya oturduk. Bu rapor, 12 soruluk canlı anketin sonuçlarını ve masada anlatılan çalışan senaryoları yan yana koyuyor.

**40**
katılımcı, salonda canlı ankete bağlandı

**%84**
yapay zekayı günde birkaç kez kullanıyor

**%97**
araştırma ve keşifte yapay zeka kullanıyor

**2,8/5**
"kaliteyi artırdı" önermesinin ortalaması

KAPAK · SOFTTECH İŞ KULELERİ, ANKET SONUÇLARI EKRANDA · 27 ŞUBAT 2026

İÇİNDEKİLER


00 Tek bakışta 03

01 Softtech: yetkinlik merkezi yapay zekayı nasıl kullanıyor? 04

02 Anket: masanın fotoğrafı 05

Kullanım ve araçlar 05

Olgunluk, engeller, öğrenme 06

Süreç, etki ve stres 07

03 Sekiz bulgu 08

04 Masadan çalışan senaryolar 12

05 Açık sorular 13

Bu rapor nasıl yazıldı? 14




MASA · 40 KATILIMCI, İKİ UZUN SIRA

GİRİŞ

# Herkes haritanın başka bir köşesinde.

Şubat 2026'da yapay zekanın tasarım ekiplerine girişi bir oyunda yavaş yavaş açılan haritaya benziyordu: herkes haritanın farklı bir köşesini açıyor, ötekinin nerede olduğunu tam bilmiyordu. Design Roundtable serisinin ilk buluşmasını bu haritayı masaya serip birbirimizden öğrenmek için kurduk.

Softtech Deneyim Tasarımı Yetkinlik Merkezi'nden Orkun Yeşim'in açılış sunumunun ardından 12 soruluk bir Mentimeter anketiyle masanın fotoğrafını çektik. Önce bütün soruları cevapladık, sonra cevapları tek tek konuştuk: kim neyi deniyor, neyi bıraktı, nerede takıldı.

Ortaya çıkan tablo net: bireyler yapay zekayı her gün kullanıyor, kurumlar hala keşif ve pilot aşamasında. Araştırma herkesin ilk durağı, tasarım sistemi en geride. Hız arttı, kalite konusunda masa temkinli.

BU RAPOR NASIL OKUNUR?

Rakamlar ankete yanıt verenlerin oranı. Salonda 40 kişi ankete bağlandı; her soruda yanıt sayısı 33 ile 39 arasında değişiyor, payda her grafikte yazılı. Masada anlatılan örnekler katılımcıların kendi beyanı, biz de öyle etiketledik.

Masada söylendiği gibi rapor anonim: Softtech ev sahibi ve sunum sahibi olduğu için adıyla geçiyor, diğer katılımcıları sektör ya da rolle andık.

# Masadan çıkan rakamlar.

Bir sabahlık sohbetin sayıya dökülebilen kısmı. Anket rakamları yanıt verenlerin oranı; "masa" etiketli rakamlar katılımcıların kendi anlatımı.

**%84**

yapay zekayı günde birkaç kez kullanıyor. Ayda birkaç kezin altına inen yanıt yok.

ANKET · 31 / 37

**%64**

şirketini keşif ya da pilot aşamasında görüyor. Kendini AI native sayan iki kişi.

ANKET · 25 / 39

**%50**

benimsemenin önündeki engel olarak regülasyonu gösteriyor. Yönetim önceliği yalnızca %18.

ANKET · 17 / 34

**%97**

araştırma ve keşifte yapay zeka kullanıyor. Anketteki en yüksek oran.

ANKET · 37 / 38

**%32**

tasarım sistemlerinde kullanıyor. Süreç adımları içinde en düşük oran.

ANKET · 12 / 38

**2,8 /5**

"kaliteyi artırdı" ortalaması. Hız 3,6, operasyonel yük 3,4.

ANKET · 36 YANIT

**%61**

yapay zekanın iş stresini azalttığını söylüyor. %27'si artırdığını.

ANKET · 20 / 33

**5.000**

yemek görseli tek bir araçla, Adobe Firefly ile üretildi.

BEYAZ EŞYA EKİBİ · MASA

**0,16 $/sa**

bir saatlik Türkçe görüşmeyi konuşmacıları ayırarak deşifre etmenin masada söylenen maliyeti.

MODERATÖR · MASA

GÜNÜN CÜMLESİ

## "Hiç dokunmadan çıktığımız bir şey olmadı."

UI üretim araçlarını soran moderatöre bir tasarım ekibinin cevabı. Masanın büyük kısmı aynı yerdeydi: araçlar ilham ve konsept için iyi, son ekran hala tasarımcının elinden geçiyor.

OTURUMUN AKIŞI

01 Açılış: Brick Institute ve Softtech, serinin neden kurulduğu

02 Softtech sunumu: Deneyim Tasarımı Yetkinlik Merkezi yapay zekayı nasıl kullanıyor?

03 12 soruluk Mentimeter anketi: önce bütün cevaplar

04 Cevaplar üzerinden açık tartışma, mikrofon masada

# Softtech: yetkinlik merkezi yapay zekayı nasıl kullanıyor?

Günü Softtech Deneyim Tasarımı Yetkinlik Merkezi'ni yöneten Orkun Yeşim açtı. Yetkinlik merkezi, şirkette "tasarım nasıl yapılır?" sorusunun cevabını üretiyor: süreci belirliyor, tasarımcıların yetkinliğini geliştiriyor, birçok birime aynı anda hizmet veriyor.

**2006**
İş Bankası iştiraki olarak kuruldu

**~1.700**
çalışan, çoğu yazılımcı

**16**
deneyim tasarımcısı; UX, UI ve araştırma aynı kişide

**89**
ürün ve proje, 2025'te tasarlandı

### Şaşkınlıktan içselleştirmeye

ChatGPT'nin hayatımıza girişiyle tasarım ekibinde de bir şaşkınlık dönemi yaşandı: işimiz kolaylaşacak mı, angaryadan kurtulacak mıyız, yoksa yerimizi mi alacak? Ekip direnmek yerine sürekli denemeyi seçti; araçları ve iyi pratikleri inceledi. Bugün sürecin her adımında, her tasarımcının kendi yöntemiyle yapay zekadan yararlanılıyor.

### Şimdiki gündem: üretkenliği göstermek

Fırsat görülünce ilk akla gelen maliyeti düşürmek oluyor. Yetkinlik merkezinin gündemi tasarımcılara pratik araçlar, şablonlar ve yeni yöntemler vermek, ve bunun etkisini rakamla gösterebilmek. Tasarımın etkisini diğer etkilerden ayırarak sunmak başlı başına bir iş.





SOFTTECH AÇILIŞ SUNUMU

## BUGÜN MASADA OLANLAR

### Heuristic raporları
Ürünler için periyodik heuristic değerlendirme raporlarını AI desteğiyle, olabildiğince insansız hazırlamak. Bir tasarımcı özel olarak bunun üzerinde çalışıyor.

### Zaman alan el işleri
İkon seti üretmek gibi yetkinlikten çok zaman isteyen işleri AI'a devretmek.

### Tasarım sistemi
Tasarım sistemi oluşturmada AI'dan yararlanmak. Belki de tasarım sisteminin kendisi bu dönemde başka bir şeye dönüşecek.

### Agentic UX
Ajanların birbiriyle konuştuğu ve kendi başına iş yaptığı bir dünyada deneyimin nasıl tasarlanacağını araştırmak.

### Zero UI design sprint
Şirket içinden 8-9 direktörlüğün temsilcileriyle geleceğin bankacılık deneyimi: görsel etkileşimi sıfıra yaklaştırırsak ne olur?

### Total Experience
Kullanıcı deneyimini müşteri ve çalışan deneyimiyle birlikte ele almak: şirket içi duyurular, anketler, çalışan talepleri.

### Tasarım asistanı
Şirket dokümanlarıyla tasarım sorularını yanıtlayan, şirketin şef asistanına bağlı bir yetkinlik merkezi asistanı.

### Design to code
Tasarımdan doğrudan kod üretmek. Yazılımcıların konusu olduğuna karar verip onlara bıraktılar, takipte kalıyorlar.

# Masanın fotoğrafı.

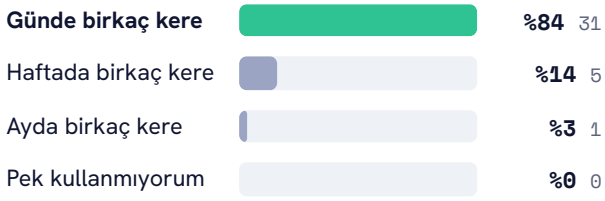
Mentimeter'da 12 soru sorduk, cevapları konuşmadan önce topladık. Bu ve sonraki iki sayfada soruların tamamı, cevaplarla birlikte.

## KULLANIM VE ARAÇLAR

SORU 01

### Yapay zeka ürünlerini ne sıklıkla kullanıyorsun?

37 / 40 YANIT · PAYDA 37




SORU 02

### En fazla kullandığın LLM hangisi?

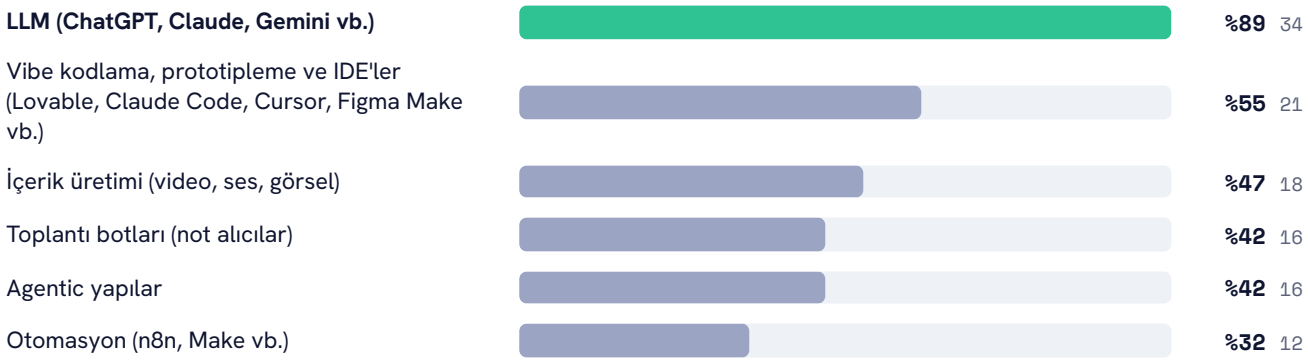
36 / 40 YANIT · PAYDA 36




SORU 06

### Şirketinin süreçlerine destek olan hangi AI araçları kullanılıyor?

38 / 40 YANIT · PAYDA 38




Birden fazla seçim yapılabiliyordu.

SORU 08 · AÇIK UÇLU

### Hangi araçlar sürecine katkıda bulunuyor?

34 / 40 YANIT · CEVAPLARDA ADI GEÇEN ARAÇLAR

ChatGPT · Gemini · Claude · Claude Code · Figma Make · Figma AI · FigJam AI · Cursor · NotebookLM · n8n · Adobe Firefly · Photoshop · Nano Banana · Lovable · Antigravity · Codex · Stitch · UX Pilot · Perplexity · Gemini Deep Research · Manus · Dovetail · Vizcom · Higgsfield · Veo 3 · Flux · DALL-E · Copilot · Rovo · Pencil · Great Question · eachlabs · Wiro · MCP'ler · lokal LLM · şirket içi ajan

Tek bir LLM'le yetinen az: cevapların çoğu genel bir modeli Figma Make, Cursor ya da NotebookLM gibi işe özel bir araçla birlikte anıyor.

# Olgunluk, engeller, öğrenme.

SORU 03

## Şirketinin yapay zeka olgunluğunu nasıl değerlendirirsin?

39 / 40 YANIT · PAYDA 39




- Keşif aşamasında **%33**
- Pilot çalışmalar var **%31**
- Adoption var, ölçekleme aşamasında **%31**
- AI native bir şirket olduk **%5**

Masa üç eşit parçaya bölünmüş durumda: keşif, pilot ve ölçekleme. Kendini AI native sayan yalnızca iki kişi var.

SORU 04

## AI benimseme seviyesinin istediğin noktada olmamasının sebepleri neler?

34 / 40 YANIT · PAYDA 34

| | | |
|---|---|---|
| **Regülasyonun çıkardığı zorluklar** | **%50** | 17 |
| Ekipteki bilgi eksikliği | **%44** | 15 |
| Bütçenin ayrılmaması | **%41** | 14 |
| Yönetimin yeterli önceliği vermemesi | **%18** | 6 |
| İstediğim seviyede | **%15** | 5 |

Birden fazla seçim yapılabiliyordu. Engel yönetim değil, yapısal: regülasyon, bilgi ve bütçe.

SORU 05

## Ekiplerin AI bilgi ve deneyimini artırmak için neler yapılıyor?

38 / 40 YANIT · PAYDA 38

| | | |
|---|---|---|
| **Bireysel öğrenme çabaları** | **%76** | 29 |
| Şirket içi eğitimler | **%74** | 28 |
| Şirket dışı eğitimler | **%26** | 10 |
| Hackathon benzeri şirket içi etkinlikler | **%24** | 9 |
| AI departmanının eforları | **%24** | 9 |
| Şirket dışı danışmanlık | **%11** | 4 |

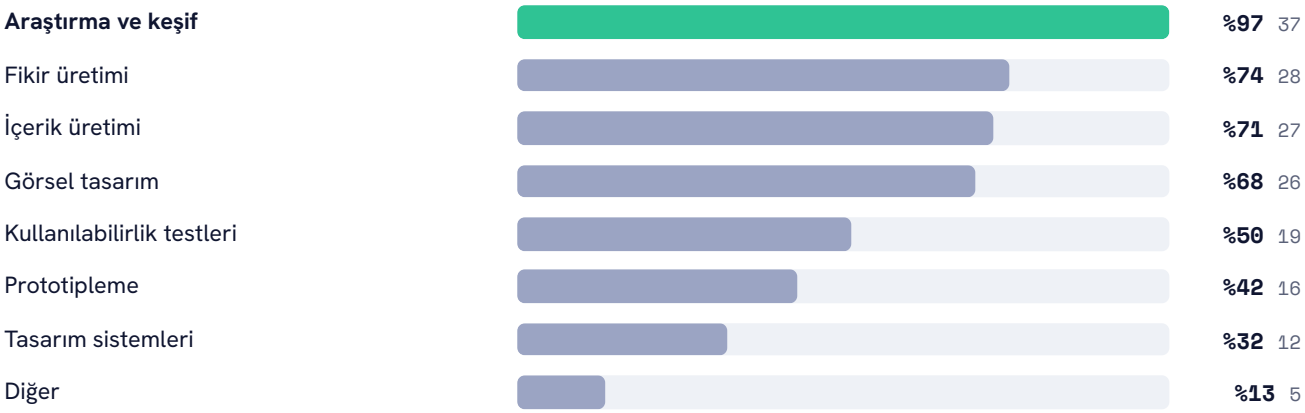
Bireysel çaba şirket içi eğitimle başa baş. Öğrenme hala büyük ölçüde kişilerin omzunda.

# Süreç, etki ve stres.

SORU 09

## Tasarım süreçlerinin hangilerinde yapay zekayı aktif kullanıyorsun?

38 / 40 YANIT · PAYDA 38

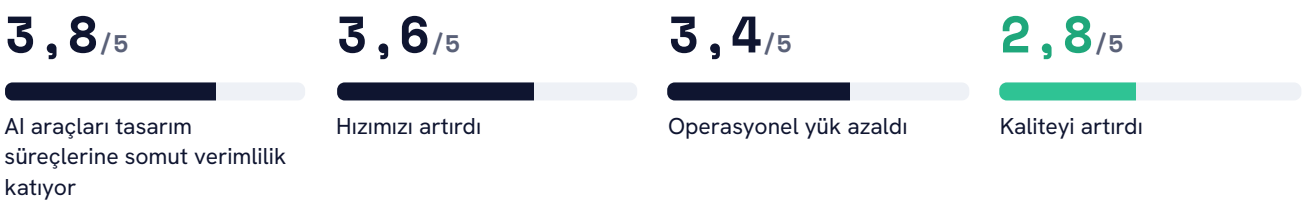



Birden fazla seçim yapılabiliyordu. Araştırma neredeyse herkesin ilk durağı; tasarım sistemi en geride.

SORU 07 VE 10 · BEŞLİ ÖLÇEK

## Yapay zekanın tasarım süreçlerine etkisi ne oldu?

36-37 / 40 YANIT · 1 KESİNLİKLE KATILMIYORUM, 5 KESİNLİKLE KATILIYORUM

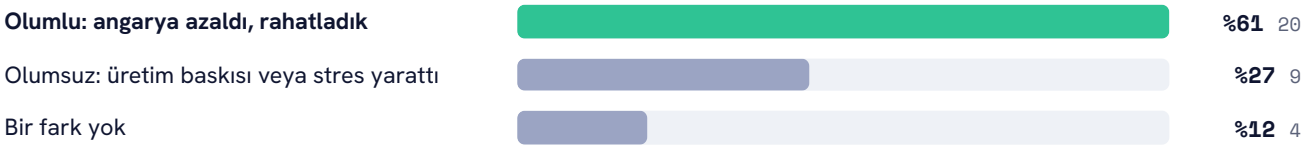



Ekipler daha hızlı olduklarını söylüyor, ama daha iyi iş çıkardıklarını düşünmüyor. Kalite ortalaması ölçeğin ortasının altında.

SORU 12

## AI araçlarının kullanımı iş stresi seviyeni nasıl etkiledi?

33 / 40 YANIT · PAYDA 33



BULGU 01

## Herkes her gün kullanıyor, şirketlerin çoğu hala keşifte.

Ankete yanıt veren 37 kişiden 31'i yapay zekayı günde birkaç kez kullanıyor; ayda birkaç kezin altına inen tek bir yanıt yok. Bireysel kullanım bu kadar yüksekken kurum tarafı yavaş: 39 yanıtın 25'i şirketini keşif ya da pilot aşamasında görüyor, kendini AI native sayan yalnızca iki kişi var. Kişiler koşuyor, kurumlar yürüyor.

ChatGPT açık ara önde (36 yanıtta 22), ama açık uçlu cevaplar başka bir tablo çiziyor: çoğu ekip genel bir modeli işe özel araçlarla birlikte kullanıyor. Kullanılan model de çoğu zaman kişisel tercihten değil, şirketin satın aldığı hesaptan geliyor. Google servisleriyle çalışan bir şirkette Gemini'ye geçmek, bir katılımcının deyişiyle, aslında bir iş seçimi.

**%84**

günde birkaç kez AI kullanıyor

ANKET · 31 / 37

MASADAN

> Bir e-ticaret platformunda her çalışan, içine LLM konabilen bir otomasyon aracıyla kendi alanındaki akışları kurabiliyor.

> Bir katılımcı: bu sohbeti altı ay önce yapsaydık tablo bambaşka olurdu, altı ay sonra yine bambaşka olacak.

BULGU 02

## Engel yönetim değil: regülasyon, bilgi ve bütçe.

Benimsemenin önündeki engeller sorulduğunda 34 yanıtın 17'si regülasyonu, 15'i ekipteki bilgi eksikliğini, 14'ü ayrılmayan bütçeyi gösterdi. Yönetimin öncelik vermemesi yalnızca 6 yanıtta geçti. Yöneticiler yapay zekayı istiyor; önünü yapısal engeller kesiyor.

Regülasyonun somut hali bankacılıktan geldi. Bazı kurumlarda dış yapay zeka araçları tamamen kapalı ve çalışanlar kişisel cihazlarına yöneliyor. Bazılarında kurum içinde barındırılan modellerle e-posta özetleme ya da yönetmelikten görev çıkarma gibi işler yapılıyor. Kullanıcı araştırması verisi hukuk birimiyle konuşulup kişisel bilgilerden arındırılarak işleniyor. Satın alınmış tasarım araçlarının içindeki AI özellikleri kullanılıyor, ama "bunları daha ne kadar kullanabiliriz?" endişesi sürüyor.

**%50**

regülasyonu engel olarak gösteriyor

ANKET · 17 / 34

MASADAN

> Bir kripto platformu, regülasyon bilgisinden üretilmiş bir MCP sunucusunu tasarımların uygunluğunu denetlemek için kullanıyor.

> Masadan çıkan fikir: hukuk biriminin geçmişte gönderdiği onay e-postalarını bir MCP'ye çevirmek, "bu tasarım hukuktan geçer mi?" sorusunu erkenden sordurur.

BULGU 03

## Araştırma herkesin ilk durağı, deşifre neredeyse bedava.

38 yanıtın 37'si yapay zekayı araştırma ve keşifte aktif kullanıyor. Kullanım tek bir işle sınırlı değil: görüşme transkripti çıkarmak ve ona soru sormak, anket ve geri bildirimleri gruplamak, mağaza yorumlarını kümelemek, interview guide ve araştırma planı yazmak, proto persona ve journey map taslağı çıkarmak.

Maliyet de konuşuldu: bir saatlik Türkçe görüşmeyi konuşmacıları ayırarak deşifre etmek masada söylenene göre saatte yaklaşık 0,16 dolar. Lokalde kurulan açık kaynak modeller ve video konferans araçlarının kendi transkriptleri Türkçede hala zayıf. Yeni sorun başka yerde: birçok şirket toplantılara AI not alıcı davet etmeyi yasaklamaya başladı. Kaydı kimin, nasıl alacağı sorusu açık; giyilebilir kayıt cihazları bu boşluğa giriyor.

**%97**

araştırma ve keşifte AI kullanıyor

ANKET · 37 / 38

MASADAN

> Bir ekibin araştırma hattı dört adım: kayıt şirket içi transkript aracına, özet Claude ya da GPT'ye, bulgu çıkarımı Airtable ve Claude'a, referans proje karşılaştırması n8n'e gidiyor.

> Kalitatif araştırmada bir ekip gerçek katılımcılarla AI moderatörlü görüşmeler yürütüyor. Zayıf nokta: katılımcı soruyu anlamadığında AI soruyu açmak yerine tekrar ediyor.

BULGU 04

## Hız arttı, kalite yerinde sayıyor.

Etkiyi beşli ölçekte sorduğumuzda ortalamalar net ayrıştı: hız 3,6, operasyonel yükün azalması 3,4, kalite 2,8. "AI somut verimlilik katıyor" önermesine katılım 3,8. Ekipler daha hızlı, ama daha iyi iş çıkardıklarını düşünmüyor.

UI üretim araçları bu ayrımın en net görüldüğü yer. Prompt'tan ekran üreten araçlar ve PRD'den prototip çıkaran modeller masada ilham ve konsept çeşitliliği için kullanılıyor; üretim kalitesine ulaşan bir çıktı anlatılmadı. Tartışma bir noktada keskinleşti: yazılımcı tasarımcıya "Stitch'te şunu yaptım, bu daha mı kullanışlı?" diye gelirse ne olur? Karşı soru da masadaydı: fotoğrafçılarla dolu bir odada AI ile üretilen ürün fotoğrafını konuşsaydık, onlar da aynı itirazı yapmaz mıydı?

**2,8**

"kaliteyi artırdı" ortalaması (5 üzerinden)

ANKET · 36 YANIT

MASADAN

> Bir perakende grubunun şirket çapındaki AI yarışmasında tasarımla ilgisi olmayan çalışanlar çalışan prototiplerini yönetime sundu.

> Bir şirketin yazılım ekiplerinde 2 story point'e kadar işler artık AI'a bırakılıyor; 3 story point'te başarı oranı %70'ler bandında (katılımcı beyanı).

BULGU 05

## Görselde stüdyo küçülüyor, telif belirsizliği büyüyor.

38 yanıtın 26'sı görsel tasarımda yapay zeka kullanıyor. Açık uçlu cevaplarda "stok fotoğrafa son", "fotoğraf stüdyosu işlevinin %90'ı AI üretimine kaydı", "beğendiğimiz ikonların parasını vermemek için devşiriyoruz" gibi cümleler var.

Bir beyaz eşya üreticisinin tasarım ekibi bağlantılı ürün uygulaması için 5.000'e yakın yemek görselini yalnızca Adobe Firefly ile üretti; prompt'ları ChatGPT ile yazıyorlar. Aynı ekipte kural sert: Adobe dışındaki araçlarla üretilen görselin büyük kısmı elle yeniden çalışılıyor, AI'a %20'lik pay kalıyor. Asıl gerilim telif: AI ile üretilen görseli ticari olarak kullanmak ile onu korumak aynı şey değil, "şu sanatçının tarzında" üretilen işlerin riski belirsiz. Bir banka çalıştığı ajanstan AI kaynaklı telif sorunlarının sorumluluğunu üstlenen bir sözleşme istedi; başka bir kurum AI ile üretilen her fotoğrafın altına not düşüyor.

**5.000**

yemek görseli, tek araçla

BEYAZ EŞYA EKİBİ · MASA

MASADAN

> Bir e-ticaret ekibi tek çekimden farklı mankenlerle görseller ve videolar üretiyor. Kazancı henüz ölçmüyorlar, satıcı tarafının tepkisi olumlu.

> Moda tarafında AI'ın görselde en çok işe yaradığı yer: kumaş dokusunu ve kalıbın üstte nasıl oturduğunu göstermek.

BULGU 06

## İlk proje heuristic değerlendirme, asıl fırsat benchmark.

Softtech ürünleri için periyodik heuristic değerlendirme raporlarını mümkün olduğunca insansız hazırlamayı hedefliyor; masadaki başka ekipler de aynı yerden başlamış. Yaygın yöntem, Nielsen'in on sezgiseli gibi kural setlerini prompt'a koyup ekranı değerlendirtmek. Daha güçlü yaklaşım geçmiş bulgulardan beslenmek: Baymard'ın binlerce e-ticaret testinden çıkan bulguları bir veritabanına koyup yeni siteyi bu bulgularla eşleştirmesi örnek verildi.

Masadan çıkan en büyük fikir benchmark oldu. Kredi kartı sayfası tasarlayan birinin önüne 500 kredi kartı ekranı, bankacılık ana sayfası tasarlayan birinin önüne son dönemin 100 fintech ana sayfasının çözümlemesi gelebilir. Ekran arşivlerini AI'a betimletip görselle birlikte bir vektör veritabanına koymak bunun bugün yapılabilir yolu.

MASADAN

> Bir landing page ekran görüntüsünden büyüme skoru çıkarıp fırsatları ekranın üzerinde numaralayan bir çalışma paylaşıldı: tasarım ekipleri için iyi bir başlangıç projesi.

> Sekiz ay sonra Design Roundtable #2'de bu "heuristic ürün", masadaki herkesin ilk adımı olarak anıldı.

BULGU 07

## Tasarım sistemi AI'a öğretilince prototip şirketin diliyle konuşuyor.

Tasarım sistemi, AI'ın en az kullanıldığı aşama (38 yanıtta 12), ama masadaki en somut örneklerden biri buradan geldi. On yıllık, regülasyona tabi bir platformun ekibi, kullanıcı tepkisi yüzünden pek değişmeyen tasarım sistemini önce bir Figma eklentisiyle, sonra doğrudan Claude'a öğretti. Ekip prototip yaparken AI artık kendi bileşenlerini ve yapılarını çekiyor; genel bir "tasarım hissi" yerine şirketin sisteminden beslenen akışlar çıkıyor.

Başka bir ekip semantik token angaryasını, yani butondaki her boşluğun doğru token'a bağlanıp bağlanmadığını kontrol etmeyi ve sistemin sağlığını takip etmeyi AI'a devretmeye çalışıyor. Sınır da konuşuldu: bağlam vermeden istenen çıktı gelmiyor, ama bağlamı yazmak bazen işi yapmaktan uzun sürüyor. "Tek sayfa mı, dört adımlı akış mı?" gibi kararlar metinde verilmezse modelin neye göre seçtiğini bilemiyoruz.

**%32**

tasarım sistemlerinde AI kullanıyor

ANKET · 12 / 38

MASADAN

> Tasarım sistemini AI'a bağlamanın ön şartı, alınmış kararların yazıya dökülmüş olması. Yazılmamış karar modele de geçmiyor.

> Aynı ekip regülatif içerikleri de MCP üzerinden denetliyor: tasarım sistemi ve uyum kontrolü aynı hatta.

BULGU 08

## Stres azaldı ama baskı yukarıdan geliyor, öğrenme hala bireysel.

33 yanıtın 20'si yapay zekanın iş stresini azalttığını, 9'u artırdığını söyledi. Olumsuz taraf iki kaynaktan geliyor: daha hızlı üretme baskısı ve yöneticilerin beklentisi. Masadaki gözlem şuydu: üst yönetimin öğle yemeği sohbetlerinin büyük kısmı artık AI, ama teknik zemin zayıf olunca kararlar duyulan başlıklarla şekilleniyor. Talepler "ChatGPT'ye sordum, şunlar olabilirmiş, valide eder misiniz?" diye gelmeye başladı.

Öğrenme tarafında bireysel çaba (38 yanıtta 29) şirket içi eğitimle (28) başa baş; hackathon ve AI departmanı (9'ar) geride. Rosenfeld'in "UX Team of One" fikri hatırlatıldı: her şirkette bir kahraman çıkıyor, sonra bu bir ekibe dönüşüyor. Bazı şirketler bu rolü resmileştirip birimlere AI temsilcisi atamaya, AI enablement ekipleri kurmaya başladı.

**%61**

stresinin azaldığını söylüyor

ANKET · 20 / 33

MASADAN

> Toplantıdan bir gün önce bir teknoloji CEO'sunun AI gerekçesiyle binlerce kişiyi işten çıkarması ve hisselerin yükselmesi odadaki kaygıyı besliyordu.

> Bir katılımcıya göre teknolojik gelişmeler bugüne kadar hep daha fazla iş getirdi; asıl soru kaç kişiyle çalışmaya devam edeceğimiz.

# "Bize çalışan bir AI senaryosu anlatır mısın?"

Anketin son açık uçlu sorusuna 26 kişi cevap verdi. Cevapları dört başlıkta topladık; kısalttık, yazım hatalarını düzelttik, şirket ve kişi adlarını çıkardık.

### GÖRSEL ÜRETIMI

- Sunum görsellerini ve ürün render'larını hazırlıyoruz.
- Tasarım dili tutarlı 3D obje üretiyoruz.
- Bağlantılı ürünlerin uygulama içi görsellerini, yemek tarifi ve fonksiyon görsellerini AI ile üretiyoruz.
- Kurum içi uygulamalardaki fotoğrafları yalnızca yapay zekayla tasarlıyoruz. Stok fotoğrafa son.
- Fotoğraf stüdyosu işlevinin %90'ı AI üretimine kaydı.
- İkon setleri ve konsept görseller oluşturuyoruz.

### KULLANICI ARAŞTIRMASI

- Görüşme kaydı, transkript, özet, bulgu çıkarımı ve referans proje karşılaştırması: dört araçlık bir hat.
- Araştırma çıktılarını ve uygulamadan gelen geri bildirimleri NotebookLM ile özetliyoruz.
- Mağaza yorumlarını kümeliyor, proto persona oluşturuyoruz.
- Güncel benchmark raporları, interview guide ve transkripte soru sorma.
- Anket sonuçlarını AI desteğiyle analiz ediyor, proje brief'lerini AI ile hazırlıyoruz.
- Konsept projeler için sentetik persona oluşturuyoruz.

### PROTOTIP VE TASARIM SISTEMI

- PRD'yi yükleyip Claude'dan prototip ürettik; en azından farklı konsept fikirleri ediniyoruz.
- Legacy tasarım sistemini öğretip prototipleri nihai yapıyla üretiyoruz.
- Figma Make ile fikirleri hızlıca wireframe'e dönüştürüyoruz.
- Etkileşim akışlarını kodla prototipliyoruz.
- Alternatif layout üretimi için genUI deniyoruz.

### SÜREÇ VE OPERASYON

- PRD şablonu AI'da oluşturuldu, PO'lar AI ile dolduruyor.
- Task'larımızın story point değerlerini AI üretiyor.
- Deneyim akışlarını senaryolaştırmada aktif olarak kullanıyoruz.
- Şirket içi prosedürlerden beslenen bir sohbet asistanı kurduk.
- Marka uyumlu görseller ve araştırma için bir prompt kütüphanesi geliştiriyoruz.
- Regülatif içerikleri MCP üzerinden tasarımlara karşı denetliyoruz.

05 · SIRADA NE VAR

# Masanın cevaplayamadığı dört soru.

Sabahın sonunda cevaptan çok soru kaldı. Bunları bir sonraki masalara taşıdık.

AÇIK SORU 01

## Etkiyi nasıl ölçeceğiz?

Hız arttı diyoruz, ama tasarımın etkisini diğer etkilerden ayırıp rakamla göstermek hala zor. Yetkinlik merkezlerinin bir sonraki işi bu.

AÇIK SORU 02

## Hangi veri modele gidebilir?

Regülasyonlu kurumlarda kurum içi modeller, anonimleştirme ve hukuk onayı arasında net bir çizgi yok. Her ekip kendi çizgisini çiziyor.

AÇIK SORU 03

## AI ile üretilen görselin sahibi kim?

Ticari kullanım, koruma ve stil taklidi aynı soru değil. Masada sözleşmeyle riski devretmekten etiketlemeye kadar farklı cevaplar vardı.

AÇIK SORU 04

## Tasarım sistemi neye dönüşecek?

Bileşen kütüphanesi mi, AI'ın okuyacağı bir karar belgesi mi? Yazılmamış kararlar modele geçmiyor.



TARTIŞMA · CEVAPLAR EKRANDA, MİKROFON MASADA

SEKİZ AY SONRA

Bu masadan sekiz ay sonra, 22 Ekim 2026'da Sahibinden'in ev sahipliğinde toplanan Design Roundtable #2'de soru değişti: ekipler artık araç denemiyor, araştırmadan tasarım sisteminin bakımına kadar kendi iç ürünlerini kuruyordu. O raporu alivemedia.ai/raporlar sayfasında bulabilirsin.

# Bu rapor nasıl yazıldı?

## Kaynaklar

**Oturumun ses kaydı.** 27 Şubat 2026 oturumu üç parça halinde kaydedildi ve otomatik transkripte çevrildi. Kalabalık bir salon kaydı olduğu için transkriptin bazı bölümleri bozuk; anlamı net olmayan cümleleri rapora almadık.

**Mentimeter anketi.** 12 soru: 8 kapalı uçlu, 2 beşli ölçek, 2 açık uçlu. Salonda 40 kişi ankete bağlandı, soru başına 26 ile 39 arasında yanıt geldi.

**Softtech açılış sunumu.** Orkun Yeşim'in Deneyim Tasarımı Yetkinlik Merkezi sunumu.

## Rakamlar

Yüzdeler her sorunun kendi yanıt sayısı üzerinden hesaplandı ve tam sayıya yuvarlandı. Çoklu seçimli sorularda toplam %100'ü aşar. Masada söylenen rakamlar (5.000 görsel, saatlik deşifre maliyeti, story point başarı oranı) katılımcıların beyanı; doğrulanmış bir vaka çalışması değil.

## Anonimlik

Roundtable'larda katılımcılar açık konuşabilsin diye masada söylenenleri adla aktarmıyoruz. Softtech ev sahibi ve sunum sahibi olduğu için adıyla geçiyor; diğer katılımcıları sektör ya da rolle andık. Alıntılar isimsiz.

## Adı geçen yöntem ve kaynaklar

Jakob Nielsen, kullanılabilirlik için on sezgisel ilke (Nielsen Norman Group).

Baymard Institute, e-ticaret kullanılabilirlik araştırma veritabanı.

Leah Buley, *The User Experience Team of One*, Rosenfeld Media.

Model Context Protocol (MCP), modellerin dış araç ve verilere bağlanması için açık protokol.





DESIGN ROUNDTABLE SERİSİ

Brick Institute'un tasarım liderlerini her buluşmada farklı bir şirketin ev sahipliğinde bir araya getirdiği yuvarlak masa serisi. #1 Softtech (Şubat 2026), #2 Sahibinden (Ekim 2026).

brick institute
explore. build. grow.



DESIGN ROUNDTABLE #1 · 27 ŞUBAT 2026 · SOFTTECH

# Senin ekibin yapay zekayla nereden başladı?

Masadaki soru hala açık. Bir sonraki roundtable'da deneyimini anlatmak istersen bize yaz.

**BRICK INSTITUTE**

Ürün geliştirenlerin okulu. PM, UX/UI ve yapay zeka eğitimleri; roundtable'lar ve topluluk buluşmaları.

brick.institute

**ALIVE**

Yapay zeka, tasarım ve ürünün kesişiminde konferans ve medya markası. Alive AI · İstanbul, 3-4 Aralık 2026.

alivemedia.ai

**EV SAHİBİ**

Softtech Deneyim Tasarımı Yetkinlik Merkezi'ne mekan, ev sahipliği ve açılış sunumu için teşekkürler.

softtech.com.tr

Alive

BRICK INSTITUTE × SOFTTECH · ŞUBAT 2026