

YAPAY ZEKA VE RİSK

Temsilci Tabanlı Ticaretin Yükselişi

Yeni karar katmanının
işletmeler için anlamı



FORRESTER® iş birliğiyle



Experian'ın 2026 temsilci tabanlı (AI Agent) ticaret raporuna hoş geldiniz

Tarihin en dönüştürücü teknolojisi olabilecek bir gelişmenin eşiğinde bulunurken, bu anın taşıdığı önemi fark etmek son derece faydalı. Çünkü otonom yapay zeka temsilcileri, bir zamanlar yalnızca insana özgü olan karmaşık ve çok adımlı görevleri tarihte ilk kez tamamlayabiliyor.

Yapay zeka, bilgi üreten modellerden bağlamı anlayan, karar veren ve harekete geçen temsilcilere doğru hızla evrilmiş, bunun sonuçları ise derin ve kapsamlı olmuştur. Temsilci tabanlı yapay zeka; alışveriş, seyahat rezervasyonu, sigorta karşılaştırma, kredi başvurusu ve günlük yaşamın neredeyse her alanında işletmelerle etkileşim kurma biçimimizi yeniden şekillendirecektir.

Bu yılki araştırma için tüketicilerin hem Büyük Dil Modellerine (LLM) hem de yapay zeka temsilcilerine yönelik bakış açılarını anlamak amacıyla Forrester Consulting ile bir iş birliği gerçekleştirdik. Finansal rehberlikten kredi karşılaştırmalarına kadar karar verme süreçlerinde yapay zeka kullanımına ilişkin algıları, tüketicilerin görevleri kendi adlarına tamamlamaları için yapay zeka temsilcilerine duydukları güveni ve bu güveni etkileyen faktörleri inceledik.

İşletmeler için yapay zeka temsilcileri, müşteri yaşam döngüsü boyunca karmaşık iş akışlarını otomatikleştirerek kredi ve dolandırıcılık operasyonlarını dönüştürmeye başlıyor. Teknoloji artık kurumsal kullanıma hazır olsa da geniş ölçekli benimsenmesi henüz daha ilk aşamalarında. Yönetişim, risk yönetimi ve düzenlemeler bu hıza yetişmekte zorlanırken, teknik kapasite ile iş uygulaması arasındaki uçurum giderek büyüyor.

Temsilci tabanlı yapay zekanın tam değerinden yararlanmak, yalnızca temsilcileri mevcut süreçlere dahil etmekten çok daha fazlasını gerektirecektir. Kuruluşlar, otonom yapay zekayı etkin ve sorumlu biçimde kullanabilmek için iş akışlarını ve operasyonel modellerini yeniden tasarlamalıdır.

Experian'ın yapay zeka alanındaki onlarca yıllık uzmanlığı eşsiz veri varlıklarımızla bir araya gelerek bizi güçlü bir konuma getiriyor; bu sayede kuruluşların yapay zekayı güvenle benimsemelerini ve riskleri yönetirken yapay zekanın potansiyelinden yararlanmalarını sağlayabiliyoruz.

Araştırmayı değerli bulacağınızı umuyor, kuruluşunuzun temsilci tabanlı bir geleceğe geçişini nasıl yönetebileceğimizi görüşmek için sizleri bizimle iletişime geçmeye davet ediyoruz.



MARIANA PINHEIRO
CEO Experian EMEA ve APAC

İçindekiler

01 Tüketiciler finansal baskıya rağmen iyimserliğini koruyor

Tüketiciler bu zorlu dönemde bütçelerini ne kadar iyi yönetiyor?



02 Yapay zeka varsayılan karar destek katmanı haline geliyor

Tüketiciler LLM'leri ne için kullanıyor, sonuçlara güveniyor mu?



03 Tüketiciler yapay zeka temsilcilerinden güçlü ve çok yönlü faydalar görüyor

Tüketiciler temsilci kavramını benimsemeye hazır mı? Bunun en önemli faydaları ve en büyük riskleri neler?



04 Temsilciler çağında kişisel bir kredi yolculuğu

Hem tüketici hem de işletme perspektifinden temsilci destekli kişisel bir kredi yolculuğunda geleceğe yönelik bir bakış.



05 Ülkelere göre temsilci tabanlı yapay zekaya hazır olma düzeyi

EMEA ve APAC genelinde tüketicilerin temsilcilere yönelik tutumlarını inceliyoruz.



BU YILIN RAPORUNDA ELE ALINANLAR

Araştırma ortağımız Forrester Consulting ile birlikte bu yılki araştırmayı iki temel hedefle tasarladık. Bu hedeflerden ilki, tüketicilerin finansal ürünleri araştırmak ve karşılaştırmak için ChatGPT, Gemini ve Claude gibi Büyük Dil Modellerini (LLM'ler) ne ölçüde kullandığını belirlemek. İkincisi ise tüketicilerin kredi başvurusundan çevrimiçi alışverişe ve seyahat rezervasyonuna kadar çeşitli görevlerde yapay zeka temsilcilerini yetkilendirmeye yönelik tutumlarını ölçmek.

Bunu yapmak için EMEA ve APAC bölgelerinde bulunan 13 ülkede 6.000'den fazla tüketiciyle görüştük: **Almanya, Avustralya, Çin, Danimarka, Güney Afrika, Hindistan, İspanya, İtalya, Malezya, Norveç, Singapur, Türkiye ve Yeni Zelanda.**

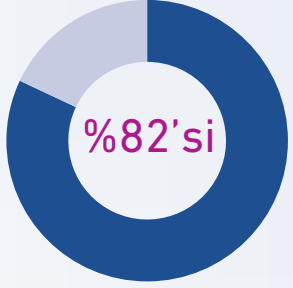
Katılımcılarımıza yapay zeka temsilcilerini; bağımsız olarak bilgi algılayabilen, bağlamı anlayarak sorunları çözebilen ve birden fazla adımda harekete geçebilen özel LLM'ler olarak tanımladık. Bu tür temsilci tabanlı yapay zeka teknolojisi henüz yeni yeni benimseniyor olsa da tüketicilerin temsilcilere ne kadar hazır olduğunu ve önemlisi, bu temsilcilerin kullanımına yönelik güven ve kabul oluşturmak için nelerin gerektiğini daha iyi anlamayı amaçladık.

Araştırmamız için katılımcılarımızın belirli bir düzeyde finansal ve dijital okuryazarlığa sahip olması ve aktif kredi kullanıcısı olması gerekiyordu. Bunu sağlamak için araştırmamıza yalnızca geçen yıl içinde herhangi bir kredi başvurusunda bulunan ve bunu tamamen çevrimiçi ya da bazı yüz yüze adımlar içerse de büyük ölçüde çevrimiçi ortamda gerçekleştiren kişileri dahil ettik.

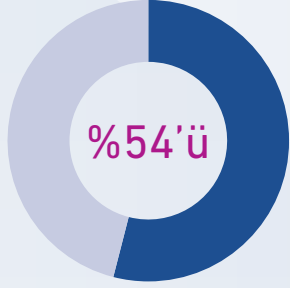
Demografik verilerin ayrıntılı dağılımı son bölümde yer almaktadır.



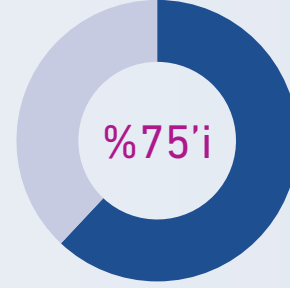
Öne çıkan başlıklar



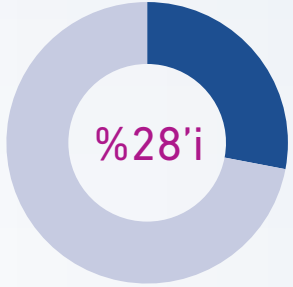
farklı sağlayıcılar arasında kredi karşılaştırması yapmak için LLM'lere güveniyor



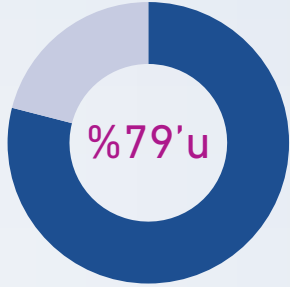
bir yapay zeka temsilcisinin kendileri adına kredi veya kredi kartı başvurusu yapmasından rahatsızlık duymuyor



halihazırda güvendikleri bir finansal sağlayıcı tarafından sunulan veya bu sağlayıcıya bağlı bir LLM kullanırlarsa daha rahat hissedeceklerini belirtiyor



bir kredi veya kredi kartı başvurusu için yapay zeka temsilcisine koşullu veya tam otonom yetki vermekten rahatsızlık duymuyor



yapay zekanın onlar için en iyi teklifleri aradığını bildikleri için satın alma kararlarında daha güvende hissedeceklerini belirtiyor



Temsilci tabanlı yapay zekaya hazır oluş: Tüketiciler şu an nerede?

%4

OPTİMİZASYONCULAR

Verimlilik arayanlardır;
sonuç odaklılar



Kontroller yürürlükteyse yetki
devretmeye isteklidirler

EN ÖNEMLİ UNSURLAR



Koşullu veya tam otonom yetki verme olasılıkları
daha yüksek



Temsilciler güvenilir bir karar destek katmanıdır



Güçlü güven sinyalleri gösterirler



Doğru çalışan ve günlük yaşamlarına sorunsuz
entegre olan araçlar arıyorlar

%42

PRAGMATİSTLER

Dengeli ve açık fikirlidirler;
net faydalara değer verirler



Güvenlik önlemleri ve şeffaflıkla, doğru
görevler için yapay zeka desteğine açıklardır

EN ÖNEMLİ UNSURLAR



Temsilci desteğine açıklardır ancak seçicilerdir



Kolaylık ve üretkenlik ile denetim ihtiyacı arasında
denge kurarlar



Net potansiyel görüyorlar ancak risklerin farkındalar



Yapay zekanın güvenilir, emniyetli ve kendi ihtiyaçlarıyla
uyumlu olduğuna dair güvenceye ihtiyaç duyarlar

%54

ŞÜPHECİLER

Temkinli ve endişeliler;
güvenceye ihtiyaç duyuyorlar



Güven ve değer kanıtlanana kadar insan kontrolünü
ve minimum düzeyde yetkilendirmeyi tercih ediyor

EN ÖNEMLİ UNSURLAR



Temsilcilerin bağımsız eylemlerine daha düşük güven



Temsilcilerin kendi adlarına harcama yapmasını
reddetme olasılıkları daha yüksek



Risk endişeleri, mevcut algılanan faydaların önüne geçiyor



Net kanıt, güvenceler ve kontrolü elinde
tutabilme imkânına ihtiyaç duyarlar

Tüketiciler finansal baskıya rağmen iyimserliğini koruyor

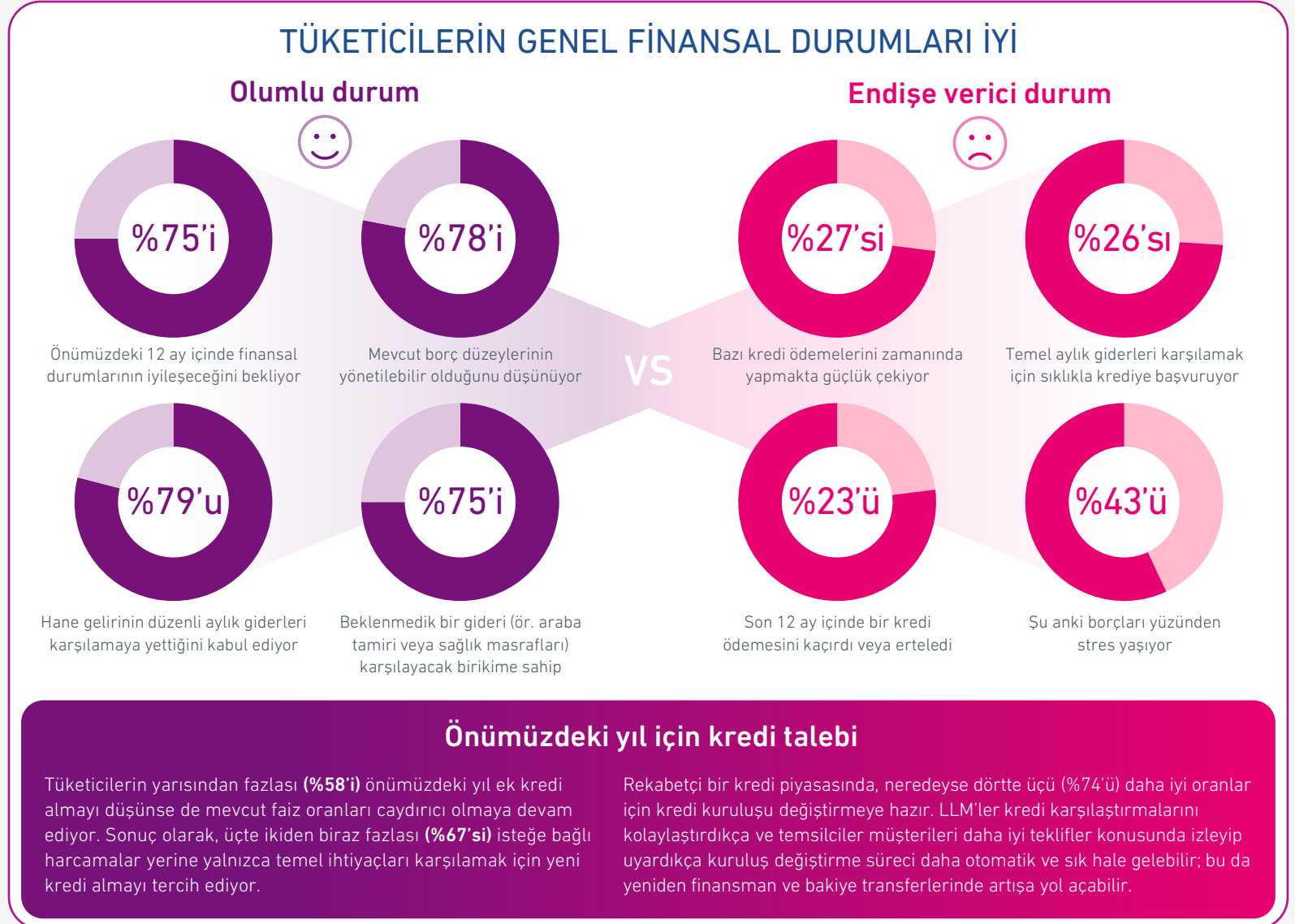
Son jeopolitik zorlukların ciddiyetine rağmen araştırma, tüketicilerin genel olarak finansal açıdan istikrarlı olduğunu ve önümüzdeki yıla olumlu baktığını gösteriyor.

Katılımcıların dörtte üçü (%75'i) önümüzdeki 12 ay içinde finansal durumlarının iyileşeceğini bekliyor ve %78'i mevcut borç düzeyinin yönetilebilir olduğunu düşünüyor. Bu durum, tüketicilerin büyük çoğunluğunun yüksek enflasyon ve faiz oranlarına rağmen ayakta kaldığını gösteriyor.

Ancak temelde hâlâ bir kırılganlık mevcut. Katılımcılarımızın yarısı (%50'si) maaştan maaşa geçinebildiğini, %27'si bazı kredi ödemelerini zamanında ödemediye güçlük çektiğini ve %26'sı ise temel aylık giderleri karşılamak için sıklıkla krediye başvurduğunu belirtti.

Finansal hizmet sağlayıcıları için bu durum, tüketicilerin kontrolü elinde tutmasına yardımcı olmak ve olası riskleri sorun haline gelmeden önce tespit etmek amacıyla daha proaktif ve kişiselleştirilmiş destek hizmetleri sunmanın önemini vurguluyor. İlerleyen bölümlerde ele alacağımız üzere bu proaktif koruma ve risk yönetimi, tüketicilerin yapay zeka açısından yüksek potansiyel gördüğü bir alan.

Baz: EMEA/APAC'taki 13 ülkede aktif kredi kullanan ve dijital okuryazar olan 6.247 tüketici
Kaynak: Forrester Consulting tarafından yürütülen Experian araştırması, Temmuz 2026



Yapay zeka, varsayılan karar destek katmanı haline geliyor

Tüketicilerin LLM kullanımı merakın çok ötesine geçti. Tüketiciler farklı görevlerde araştırma yapmak, karşılaştırmak ve kararlar almak için bu araçlara giderek daha fazla güveniyor.

Beş tüketiciden en az dördü (%82'si) farklı sağlayıcıların sunduğu kredileri karşılaştırma, %72'si ise kredi seçenekleri için kapsamlı sonuçlar sunma konusunda bu araçlara güvenilebileceğini belirtiyor.

Finansal terimleri bilme, bütçe yönetme, kredi puanlarının ne anlama geldiğini öğrenme ve kredi kartı, kredi ile sigorta karşılaştırması yapma gibi krediyle ilgili çeşitli görevlerde de LLM'lerden genel amaçlı olarak yararlanan tüketiciler, finansal tavsiyelerin yanı sıra alışveriş indirimleri ve seyahat fırsatları bulmak ile cep telefonu/operatör tekliflerini karşılaştırmak için de bu araçlara başvuruyor.

LLM'lerin benimsenmesi ve aktif kullanımı hızla artmaya devam ettikçe, tüketicilerin çok çeşitli görevlerde bu araçlara duyduğu güvenin de artacağına şüphe yok.



%75'i

halihazırda güvendikleri bir finansal sağlayıcıya bağlı bir LLM kullanırlarsa daha rahat hissedeceklerini belirtiyor

LLM'LERİN BAŞLICA KULLANIM ALANLARI

"Evet, geçen yıl içinde şunu yapmak için genel amaçlı bir LLM kullandım"



Alışveriş fırsatları veya indirimleri bulma

%39



Seyahat fırsatları bulma

%34



Cep telefonu veya operatör tekliflerini karşılaştırma

%34



Finansal terimleri anlama (ör. yıllık faiz, ücretler, kredi puanı)

%32



Bütçe yönetimi veya harcama takibi

%31



Kredi kartı seçeneklerini karşılaştırma

%31



Farklı sağlayıcıların kredi seçeneklerini karşılaştırma

%29

Bu durum, LLM'lerin tüketiciler ile finansal sağlayıcılar arasında yeni bir yorumlama katmanı haline geldiğini açıkça ortaya koyduğu için kredi verenler ve satıcılar açısından büyük önem taşıyor. Üstelik LLM'ler, insanların kredi seçeneklerini ve ürünlerini arama, karşılaştırma ve anlama biçimlerini de aktif olarak şekillendiriyor. **LLM'lerin fiili kullanımı ile sonuçlarına duyulan güven arasında hâlâ bir uçurum bulunsa da güven düzeyinin kullanım oranını aştığı göz önüne alındığında, bu uçurumun önümüzdeki aylarda hızla kapanması muhtemel görünüyor.**

Tüketiciler LLM'lerin yeteneklerine güveniyor ancak henüz kararlarına güvenmiyor

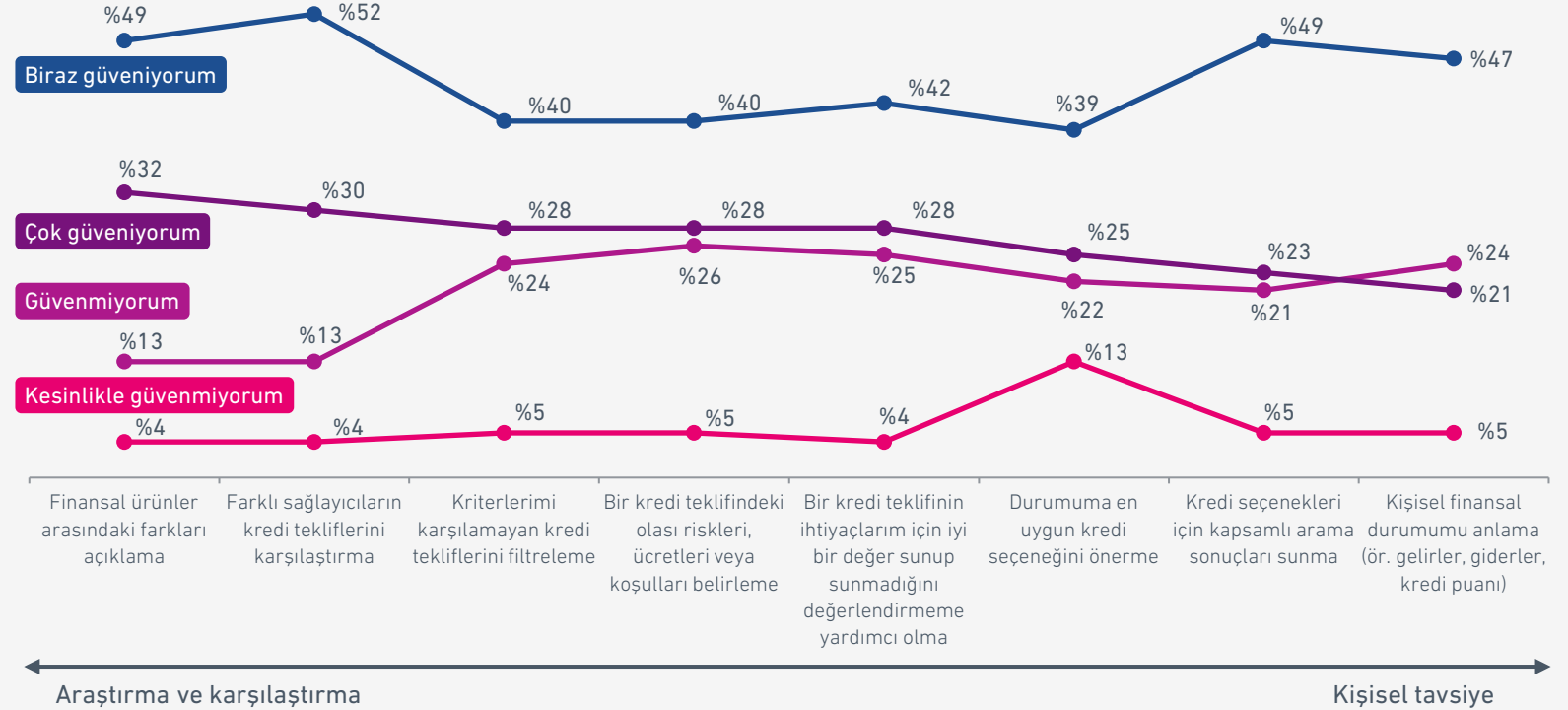
Tüketiciler, LLM'lerin güçlü işlevsel değerini açıkça kabul ediyor. Üçte ikisinden fazlası, ihtiyaçlarını anlamaları, finansal ürünleri karşılaştırmaları, doğru ve tarafsız bilgiler sunmaları konusunda LLM'lere güveniyor. Bu durum, söz konusu araçların halihazırda güvenilir bir karar destek aracı olarak algılandığını doğruluyor.

Ancak bu güven mutlak değil, koşullu. LLM'lerin yeteneklerine güvendikleri halde tüketicilerin, hatalar ve verilerinin kullanılma biçimi konusundaki endişeleri devam ediyor. %76'sı bu araçlardan gelen yanıtların hata veya yanıltıcı bilgi içerebileceğinden endişe duyuyor. Katılımcılar, güvenilir finansal kurumların LLM'leri bünyelerine entegre etmesi veya sağlayıcıların bunları özellikle finansal hizmetler için tasarlaması durumunda bu araçlara daha fazla güveneceklerini belirtti. Bu da güvenilirlik açısından tüketicilerin hâlâ teknolojinin kendisinden ziyade köklü markalara güvendiğini gösteriyor.



Tüketiciler, kendi bankaları tarafından sunulan LLM'lere (%83 çok/biraz güveniyor) veya küresel bir ödeme ağı tarafından sunulan LLM'lere (%81), bir FinTech kredi kuruluşu/dijital banka (%70) veya tercih ettikleri sosyal medya sağlayıcısı (%61) tarafından sunulan LLM'lere kıyasla çok daha fazla güveniyor

"AŞAĞIDAKİ KREDİYLE İLGİLİ KONULARDA DESTEK ALMAK İÇİN GENEL AMAÇLI BİR LLM ARACINI KULLANMAYA NE KADAR GÜVEN DUYARSINIZ?"



Tüketiciler finansal bilgilere erişim biçimlerini şimdiden değiştirdi. Geçmişte kredi kurumları; şube danışmanları, web siteleri ve pazarlama faaliyetleri aracılığıyla bu yolculuk üzerinde daha fazla kontrole sahipti. Ancak artık LLM'ler, tüketicilerin bir web sitesi veya danışman yerine doğrudan bir LLM ile etkileşime girmesiyle birlikte kredi ürünlerinin tam olarak anlaşılmasının ve teklifleri

karşılaştırmanın hızlı ve pratik bir yolunu sunuyor. Bu yeni bilgi katmanına ve etki kaymasına uyum sağlamakta yavaş kalan işletmeler, LLM üzerinden keşif stratejilerini optimize etmiş işletmelerin daha büyük bir pazar payı almasıyla birlikte gelirlerinde düşüş yaşayabilir.

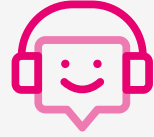
Tüketiciler yapay zeka temsilcilerinden güçlü ve çok yönlü faydalar görüyor

Önümüzdeki birkaç yıl içinde hızla büyümesi öngörülen temsilci tabanlı ticaret pazarının, bazı analistlere göre küresel ölçekte 2030 yılına kadar 5 trilyon dolara ulaşabileceği belirtiliyor.

Bu bölümde, tüketicilerin bir temsilcinin kendileri adına arama ve işlem yapmasına izin vermeye ne ölçüde razı olduğunu, bir temsilciye ne kadar harcama yetkisi tanıyacaklarını ve ne düzeyde yetki devrine izin vereceklerini keşfetmek amacıyla çeşitli potansiyel yapay zeka temsilcisi kullanım senaryolarını inceleyeceğiz. Daha sonra, temsilcilerin sağlayabileceği en büyük faydaları araştıracağız.

Finansal riskler arttıkça yetki devretme isteği azalıyor

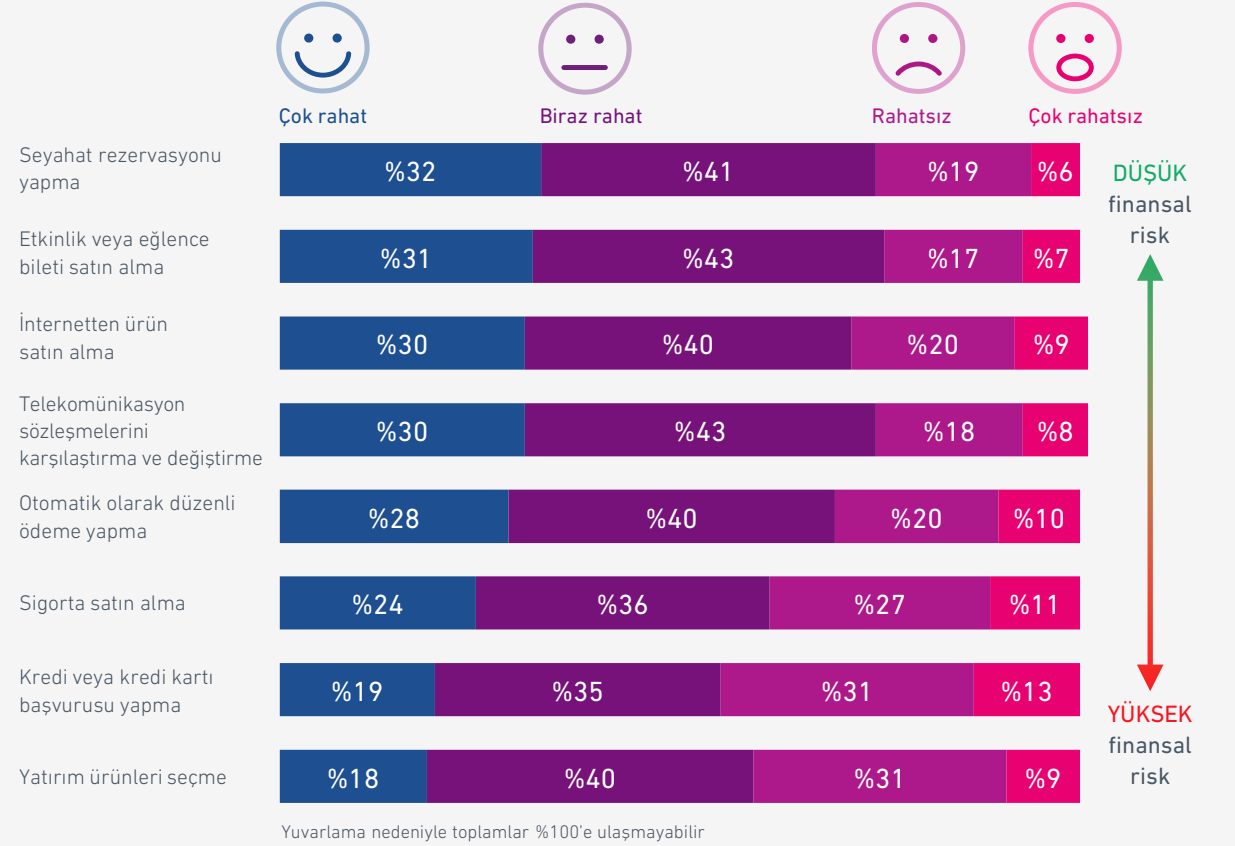
Tüm örnek kullanım senaryolarımızda tüketicilerin yarısından fazlası, bir temsilcinin kendileri adına işlem yapmasına izin vermeye hazır olduğunu belirtiyor. Temsilciye duyulan güven ve güvenlik mekanizmalarının hâlâ geliştirilmekte olduğu düşünüldüğünde tüketicilerin bunu benimsemeye bu kadar yatkın olduğunu görmek şaşırtıcı.



%81'i

bir yapay zeka temsilcisinin araştırma ve satın alma işlemlerini üstlenerek zaman kazandırabileceği konusunda hemfikir

"BİR YAPAY ZEKA TEMSİLCİSİ, AŞAĞIDAKİ FAALİYETLERİ SİZİN ADINIZA ARAŞTIRIP TAMAMLASAYDI NE ÖLÇÜDE RAHAT HİSSEDERDİNİZ?"



Güven henüz olgunlaşmadığından tüketiciler daha düşük harcama limitlerinde daha rahat hissediyor

Genel olarak, katılımcıların yaklaşık %80-85'i bir temsilciye en az 50 dolar veya daha fazla harcama yetkisi vermeye hazır olduğunu belirtirken, yalnızca %15-20'si bir temsilciye herhangi bir miktarda harcama yetkisi tanımak istemiyor. Bu durum, yapay zeka temsilcilerinin kullanıcılar adına güvenli biçimde para harcamasına olanak tanıyan güven altyapısını oluşturmasının potansiyelini gözler önüne seriyor. Bu yönde bir talep mevcut ancak tüketiciler hâlâ çok temkinli.



"BU FAALİYETLERİN HER BİRİ İÇİN, BİR YAPAY ZEKA TEMSİLCİSİNİN ADINIZA HARCAMA VEYA İŞLEM YAPMASINA İZİN VERECEĞİNİZ AZAMI TUTAR NEDİR?"

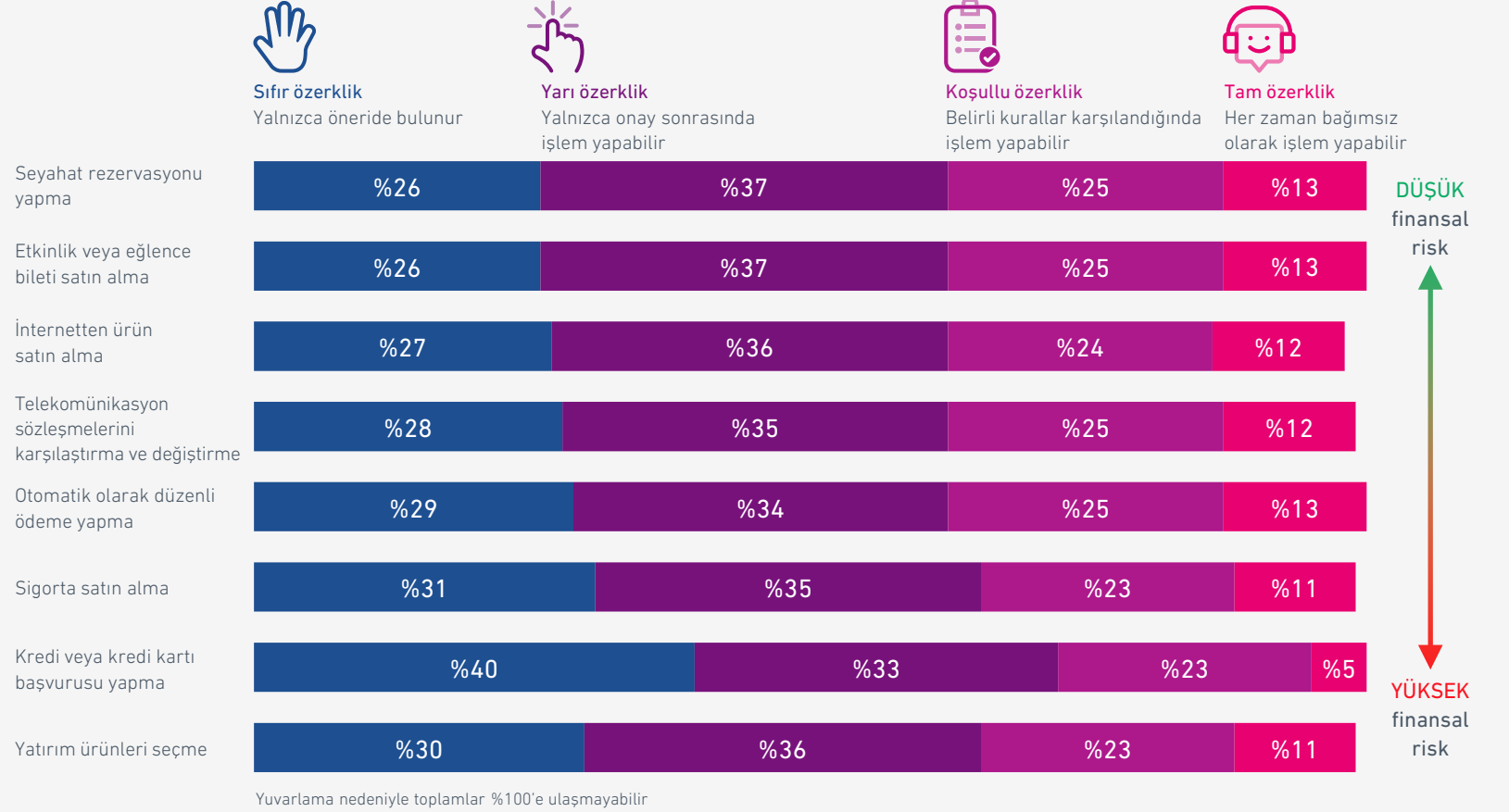


Tüketicilerin üçte birinden fazlası, kararlar konusunda koşullu veya tam özerkliğe zaten hazır

Yetki verme düzeyleri, tüm örnek kullanım senaryolarımızda oldukça tutarlı bir seyir izliyor. Tüketicilerin yaklaşık dörtte biri temsilcilerine herhangi bir özerklik tanımayacağını belirtirken, bu oran yatırım veya kredi başvurusu gibi daha önemli sonuçlar doğuran görevlerde artıyor.

Üçte birinden biraz fazlası, temsilcilerine yarı özerklik tanımaktan memnuniyet duyacağını belirtiyor; yani, her işlemin kendileri tarafından onaylanması koşuluyla temsilcinin harekete geçmesine izin vereceklerini belirtiyor. Üçte birinden fazlası ise temsilcilerin belirli kurallar çerçevesinde hareket edebildiği koşullu özerkliğe veya bağımsız hareket etme yetkisine sahip tam temsilci özerkliğine zaten hazır olduğunu ifade ediyor. Teknolojinin henüz olgunlaşma sürecinin erken aşamalarında olduğunu düşünürsek bu oran oldukça yüksek. **Tüketicilerin yapay zeka temsilcilerine halihazırda anlamlı düzeyde güven duymaya hazır olduğu** ve teknoloji olgunlaştıkça daha hızlı bir şekilde benimsenmesine zemin hazırlandığını gösterdiği için bu durum oldukça önemli.

"BU FAALİYETLERİN HER BİRİ İÇİN BİR YAPAY ZEKA TEMSİLCİSİNE NE DÜZEYDE ÖZERKLİK TANIMAYA HAZIRSINIZ?"



Tüketiciler karşılaştırma, maliyet tasarrufu ve gelişmiş desteğe ilgi duyuyor

Temsilcilerin sağlayabileceği başlıca faydalardan biri, ürün ve hizmetlerin karşılaştırılmasına yönelik destek sunmaları ve bunun sonucunda maliyet tasarrufu sağlanmasına yardımcı olmalarıdır. Günümüzde çevrimiçi ortamda sunulan ürün ve hizmetlerin hacim ve çeşitliliğindeki hızlı artış düşünüldüğünde temsilcilerin seçenekleri karşılaştırabilmesi zamanı az olan tüketiciler için cazip bir özellik haline geliyor. Finansal hizmetler söz konusu olduğunda bu seçenek karşılaştırması oldukça karmaşık olabiliyor ve tüketiciler, temsilcilerin gizli ücretler veya sözleşme koşulları gibi önemli ayrıntıların gözden kaçırılmasını önlemeye yardımcı olabileceğini belirtiyor.

Temsilcilerin kullanıcılara kişiselleştirilmiş deneyimler sunma potansiyeli oldukça yüksek olup, tüketiciler çeşitli kullanım senaryolarında bunun değerini görüyor. Öne çıkan alanlar arasında olağandışı ödeme hareketlerini tespit etmeye yardımcı olmak, daha iyi finansal yönetimi desteklemek amacıyla proaktif uyarılar göndermek, gider takibi ve piyasada sunulan daha iyi fırsatlardan yararlanmak için optimizasyon sürecinde temsilci desteği sunmak yer alıyor.

 %62

oranında tüketici, daha kişiselleştirilmiş geri bildirim almak için kişisel bilgilerini paylaşmaya hazır olduğunu belirtiyor

SATIN ALIMLARDA/BAŞVURULARDA TEMSİLCİ KULLANMANIN EN BÜYÜK AVANTAJLARI

Kesinlikle katılıyorum + katılıyorum

Manuel olarak yapabileceğimden çok daha fazla seçeneği karşılaştırmama yardımcı olması	%85	#1	%83	Ödeme yöntemlerinizdeki dolandırıcılığa işaret edebilecek olağandışı işlemleri tespit etmesi ve sizi anında bilgilendirmesi
En iyi fiyatları veya oranları bularak para tasarrufu yapmamı sağlaması	%84	#2	%81	Bir ödemeyi kaçırma veya hesabınızın eksi bakiyeye düşme riskiyle karşılaştığınızda sizi proaktif olarak uyarması ve ücretlerden kaçınmanın yollarını önermesi
Gizli ücretler veya sözleşme koşulları gibi önemli ayrıntıları gözden kaçırmamı önlememe yardımcı olması	%83	#3	%80	Aylık giderlerinizi takip etmesi ve daha iyi tekliflere geçmenize yardımcı olmak için yeni fırsatları izlemesi
Araştırma ve satın alma işlemlerini üstlenerek zamandan tasarruf etmemi sağlaması	%81	#4	%79	Yatırımlarınızda en iyi getirileri bulmanıza yardımcı olmak için uzun vadeli finansal hedeflerinizi anlaması
Hayatımı kolaylaştırması ve karar verme zorluğunu azaltması	%81	#5	%79	Durumunuza en uygun ipotek veya kredi teklifleri önermek için gelirinizi, mevcut taahhütlerinizi ve ödeme gücünüzü anlaması
Sözleşmeleri takip etmesi ve daha iyi teklifler çıktığında beni otomatik olarak uyarması	%81	#6	%78	Banka hesaplarınız ve finans uygulamalarınızla entegre olarak aylık gelir ve giderleriniz dahil finansal durumunuzu anlaması

4, 5, 6 numaralı maddeler "Kesinlikle katılıyorum" oranı en yüksek olana göre sıralanmıştır

KİŞİSELLEŞTİRME AÇISINDAN TEMSİLCİLERİN EN ÖNEMLİ YETKİNLİKLERİ

Çok önemli + önemli

Manipölasyon ve veri güvenliği, temsilci kullanımıyla ilişkili en önemli riskler arasında yer alıyor

Katılımcılarımız en çok temsilcilerinin sahte satıcılar tarafından kandırılması ve suçlular tarafından ele geçirilmesi riskinden endişe duyuyor. Buna ek olarak, veri gizliliğine ilişkin kaygılar ve bir temsilcinin karar almak için yanlış bilgi kullanabileceğine dair endişeler de öne çıkıyor.

Bu serinin devam raporu, temsilci ortamında dolandırıcılığı önlemeye odaklanacaktır. Raporu kaçırmamak için [Experian'ı LinkedIn'de takip edin](#).

BİR YAPAY ZEKA TEMSİLCİSİNİN ADINIZA SATIN ALMA VEYA BAŞVURU YAPMASININ BAŞLICA POTANSİYEL RİSKLERİ

Kesinlikle katılıyorum + katılıyorum

- | | | |
|----|--|-----|
| #1 | Yapay zeka temsilcisi sahte teklifler/satıcılar tarafından manipüle edilebilir ya da siber suçlular tarafından taklit edilebilir | %75 |
| #2 | Kişisel verilerime erişilebilir veya bu verilerim kötü amaçlı kullanılabilir | %74 |
| #3 | Bir yapay zeka temsilcisi kullanmak, satın alma kararları üzerindeki kontrolümü azaltabilir | %74 |
| #4 | Yapay zeka temsilcisi, yanlış veya güncel olmayan bilgilere dayanarak karar verebilir | %74 |
| #5 | Yapay zeka temsilcisi, ücretler veya iptal şartları gibi önemli ayrıntıları gözden kaçırabilir | %73 |

Tüketicilerin güven konusunda beklentileri yüksek

Temsilcilerin benimsenmesi, büyük ölçüde tüketicilerin bunları mümkün kılan altyapıya duyduğu güven düzeyine bağlıdır. Araştırma, tüketiciler için çok çeşitli koşulların önemli kabul edildiğini; en önemli ve en az önemli koşul arasında yalnızca 6 puanlık bir fark bulunduğunu açıkça ortaya koyuyor.

Kimlik, doğrulama, sorumluluk

- Hassas işlemler öncesinde biyometrik doğrulama, kimlik doğrulama veya parmak iziyle güvenli kimlik doğrulaması
- Bir yapay zeka temsilcisinin maddi zarar veren bir hata yapması durumunda açık bir yasal sorumluluk
- Kimlik ve dolandırıcılık önleme kontrolleri kullanarak sizinle temsilci arasında güvenli ve doğrulanabilir bağlantı

Şeffaflık ve açıklanabilirlik

- Temsilcinin aldığı karar için yaptığı tüm muhakemenin adım adım dökümü
- Temsilcinin önerisini oluştururken kullandığı bilgi kaynaklarını ve verileri görme

Ödeme altyapısı

- Temsilcinin kredi kartı veya ödeme sağlayıcısı gibi güvenilir ve güvenli ödeme ağlarını kullanabilmesi



TÜKETİCİLERİN YAPAY ZEKA TEMSİLCİLERİNE GÜVENMESİNİN ALTI KOŞULU

Katılımcıların %80'inden fazlasının "çok önemli" veya "önemli" olarak değerlendirdiği tüm yanıtlar gösteriliyor



Finansal kontroller

- Belirli harcama limitleri belirleme
- Temsilcinin yaptığı satın alımların/başvuruların, geleneksel ödemelere uygulanan aynı uyumsuzluk ve sorumluluk kurallarıyla korunması
- Finansal taahhüt oluşturan her kararın açıkça onaylanması



Onay ve geri alınabilirlik

- Temsilci tamamlamadan önce satın alımları/başvuruları bizzat onaylama
- Temsilcinin verdiği herhangi bir kararı belirli bir zaman aralığında değiştirebilme veya iptal edebilme



Veri ve gizlilik

- Temsilcinin hangi verileri saklayacağını, bunları ne kadar süre saklayacağını ve nasıl kullanacağını kontrol edebilme



01 Tüketiciler finansal baskıya rağmen iyimserliğini koruyor

02 Yapay zeka, varsayılan karar destek katmanı haline geliyor

03 Tüketiciler yapay zeka temsilcilerinden güçlü ve çok yönlü faydalar görüyor

04 Temsilciler çağında kişisel bir kredi yolculuğu

05 Ülkelere göre temsilci tabanlı yapay zekaya hazır olma düzeyi

Tüketicilerin temsilcilerin hayatlarına katabileceği değeri anladığı ve bu temsilcilerin sağlayabileceği pratik ve finansal faydaları şimdiden fark ettiği açık. Tüketiciler, temsilci tabanlı deneyimlerin kendilerinin ihtiyaç ve tercihlerini yansıtan önerilerle daha kişiselleştirilmiş hissettirmesini de bekliyor. Ancak güveni kazanmak zor, kaybetmek ise çok kolaydır. Araştırma, tüketicilerin yapay zeka temsilcilerine güvenin artması için güçlü kontroller, korumalar ve şeffaflık talep ettiğini açıkça gösteriyor.

TEMEL GÜVENİ OLUŞTURMA

Experian Agent Trust, tüketicilerle yapay zeka temsilcileri arasında güvenli ve doğrulanabilir bir bağlantı kuran, türünün ilk örneği bir çerçevedir. Visa, Cloudflare ve Skyfire gibi önde gelen teknoloji ortaklarıyla birlikte geliştirilen bu çerçeve, kimliği ve işlem riskini doğrulayan gerçek zamanlı bir güven belirteci oluşturarak doğrulanmış tüketicileri, cihazları ve yapay zeka temsilcilerini birbirine bağlayan İnsan-Temsilci Bağlantısı sunar.

Experian Agent Trust hizmetleri platformdan bağımsızdır ve gelişen temsilci ekosistemine göre ölçeklenecek şekilde tasarlanmıştır. İnsanlar ile yapay zeka temsilcileri arasında güvenilir bir bağlantı kuran Experian, güvenli ve ölçeklenebilir temsilci tabanlı ticaretin temelini tanımlamaya yardımcı olmaktadır.



Buradan daha fazlasını öğrenin

"Temsilci tabanlı ticaret, güven olmadan ölçeklenemez. Otonom bir temsilciyle ilişkili doğrulanmış bir kişinin olduğunu bilmek, bu güveni oluşturmanın kritik bir parçası olacaktır."

KATHLEEN PETERS
İNOVASYON DİREKTÖRÜ
EXPERIAN

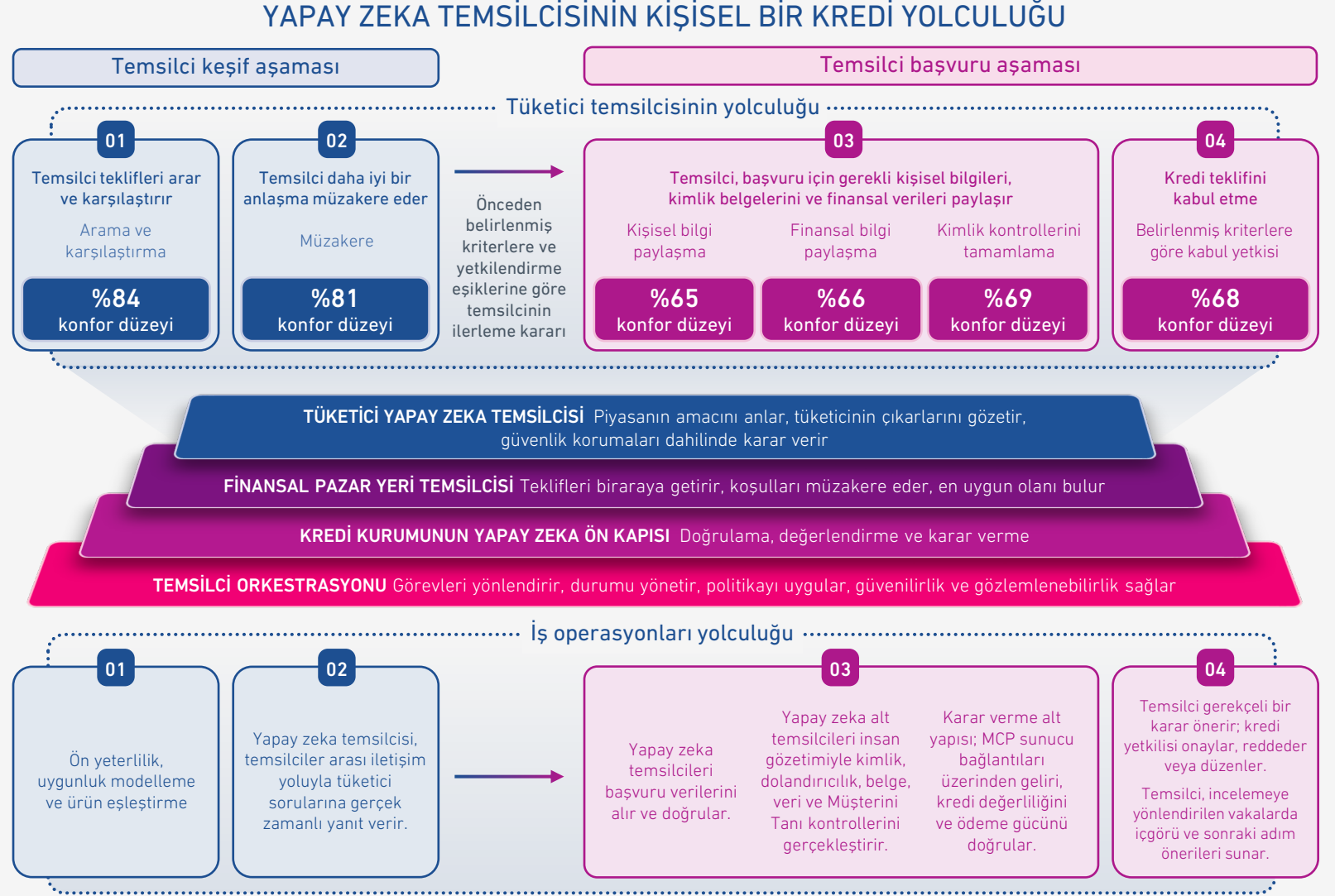
Temsilciler çağında bir kişisel kredi yolculuğu

Bu bölümde, yapay zeka destekli bir kredi yolculuğunun hem tüketici hem de işletme perspektifinden nasıl görünebileceğine dair pratik bir örneği inceleyeceğiz.

Bunu yapmak için katılımcılarımıza, bir kredi başvurusundaki farklı adımları gerçekleştirmesi için bir temsilciye yetki verme konusunda kendilerini ne ölçüde rahat hissedeceklerini sorduk.

Tüketici tarafında kredi başvurusunda bulunan kişinin yapay zeka temsilcisi, arama, karşılaştırma, soru sorma, bilgi toplama, veri paylaşma ve potansiyel olarak bir teklifi kabul etme konularında yardımcı olabilir. Tüketiciler kredi sürecinde yapay zeka temsilcilerinden destek almaya hazırdır; ancak temsilci araştırma aşamasından kimlik doğrulama, veri paylaşma ve taahhütte bulunma aşamalarına doğru ilerledikçe tüketici tarafında beklenen güven altyapısı da artmaktadır.

İşletme tarafında ise kredi sağlayıcıları kimlik doğrulama, dolandırıcılık riskini değerlendirme, verileri yorumlama, ödeme gücünü hesaplama, kredi stratejisini uygulama ve açıklanabilir kararlar oluşturma gibi operasyonel destek süreçlerini kolaylaştırmak için yapay zeka temsilcilerini ve destekleyici yapay zeka araçlarını kullanabilir.



Birçok kuruluşun temsilci tabanlı yetenekleri denediği açık; ancak bu kuruluşların çok azı, çok temsilci tabanlı iş akışlarını işe alım, kredi risk değerlendirmesi ve dolandırıcılık önleme süreçlerine başarıyla entegre etti. Forrester'in da belirttiği gibi, **teknoloji kullanıma hazır ancak kurumsal hazırlık düzeyleri henüz buna yetişmiş değil**.

Experian'ın yapay zeka araçları paketi, kredi sağlayıcılara kimlik doğrulama, dolandırıcılık algılama, veri alma, ödeme gücünü değerlendirme, karar verme stratejilerini uygulama, sonuçları açıklama ve riski izleme konularında yardımcı olmaktadır. Gelecekte kredi yolculuğu tüketicinin kredi verenle konuşmasının ötesine geçecek ve giderek daha olası hale gelen senaryoda, tüketici temsilcisi kredi sağlayıcının yapay zeka sistemleriyle etkileşime girecektir; güven, kimlik, onay ve açıklanabilirlik ise bu iki tarafın arasında yer alacaktır.

Bu, temsilci tabanlı kredi sürecinin tek bir kanalın dışına çıkıp, ekosistem genelinde bir deneyime dönüşeceği anlamına gelir. Bu ortamda rekabet avantajı ise veri, kimlik, dolandırıcılık, kredi riski, ödeme gücü, karar verme, belgeler ve onay süreçlerini güvenilir tek bir iş akışında bir araya getiren düzenleme becerisinden kaynaklanacaktır. Bugün çoğu kredi sağlayıcı, insan gözetimli doğrusal bir yolculuğu yönetiyor. Temsilci tabanlı bir modelde ise kredi alan, kredi ve açık bankacılık sağlayıcıları veya karşılaştırma platformları gibi potansiyel üçüncü taraflar adına hareket eden çok sayıda yapay zeka temsilcisi, birbirleriyle genellikle gerçek zamanlı olarak ve döngünün bazı adımlarında bir insan müdahalesi olmadan veri ve karar alışverişi yapıyor.

Bu noktada kredi sağlayıcının elde edeceği rekabet avantajı; sorunsuz veri akışı, kararların açıklanabilir kalması ve müşteri deneyiminin geçişler arasında parçalanmaması için bu temsilcileri ne kadar iyi düzenleyebildiğine bağlı olacaktır. "Güven katmanı"; kimlik doğrulama, onay yönetimi, temsilci kimlik doğrulaması ve denetim kayıtlarını birbirine bağlayan bir yapı olarak işlev görür. Böylece her temsilcinin ve her veri alışverişinin meşru, yetkilendirilmiş ve izlenebilir olduğu doğrulanır.

Temsilci tabanlı kredilendirmenin özü, güven katmanının karar katmanı kadar önemli hale gelmesidir.

TEMEL ÇIKARIMLAR



LLM'ler şimdiden tüketiciler ile hizmet sağlayıcıları arasında yeni bir karar katmanı haline geldi. Finansal hizmet sağlayıcıları için fırsat, mevcut kanallara sadece bir LLM eklemek değil; tüketicilerin seçenekleri karşılaştırmasına, riskleri anlamasına ve daha fazla güvenle hareket etmesine yardımcı olan güvenilir, alan odaklı modeller oluşturmaktır.



Tüketiciler, araştırma ve karşılaştırma yapmak için yapay zeka temsilcilerini kullanmaya dair güçlü bir istek duyuyor ancak nihai kararı temsilciye bırakma konusunda daha az istekli. Temsilci tabanlı ticaretin; güven, kimlik, onay ve hesap verebilirlik gerekliliklerinin daha güçlü olduğu düzenlemeye tabi finansal kararlara geçmeden önce, düşük riskli ve yüksek kolaylık sağlayan kullanım senaryolarında olgunlaşması muhtemel.



Gelecekteki kredi yolculuğu; kimlik doğrulama, dolandırıcılık, ödeme gücü ve karar verme konularında tüketici tarafındaki bir temsilci ile kredi veren tarafındaki yapay zekanın etkileşimini içerebilir. Bu yolculuğun kritik bir bileşeni, bu ikisi arasındaki güven katmanıdır ve bu katman onay, kimlik, dolandırıcılığı önleme, açıklanabilirlik, denetlenebilirlik ve sorumluluk unsurlarını kapsar.



01

Tüketiciler finansal baskıya rağmen iymserliğini koruyor

02

Yapay zeka, varsayılan karar destek katmanı haline geliyor

03

Tüketiciler yapay zeka temsilcilerinden güçlü ve çok yönlü faydalar görüyor

04

Temsilciler çağında kişisel bir kredi yolculuğu

05

Ülkelere göre temsilci tabanlı yapay zekaya hazır olma düzeyi

Ülkelere göre temsilci tabanlı yapay zekaya hazır olma düzeyi

Bazı ülkelerde tüketici güveni, yetkilendirme ve yapay zeka benimsenme oranı.



01 Tüketiciler finansal baskıya rağmen iyimserliğini koruyor

02 Yapay zeka, varsayılan karar destek katmanı haline geliyor

03 Tüketiciler yapay zeka temsilcilerinden güçlü ve çok yönlü faydalar görüyor

04 Temsilciler çağında kişisel bir kredi yolculuğu

05 Ülkelere göre temsilci tabanlı yapay zekaya hazır olma düzeyi

Almanya

Almanya, pek çok pazara kıyasla daha temkinli bir tutum sergiliyor. Şüphecilerin yüzdesi açısından araştırmada ikinci sırada yer alırken, katılımcıların neredeyse üçte ikisi bu grupta bulunuyor. LLM'lerin sağladığı bilgilerin doğruluğuna duyulan güven de ortalamanın oldukça altında. Bu durum, temsilcilerin benimsenmesinde daha yavaş ve kanıta dayalı bir süreç izleyebileceğine; yetkilendirmenin yaygınlaşması için doğruluk ve güvenilirliğin açıkça kanıtlanması gerektiğine işaret ediyor.



LLM GÜVEN SKORU

6,2/10

LLM'ler tarafından sağlanan bilgilerin doğruluğuna güveniyor



ORTALAMA
6,8

TEMSİLCİ KULLANIMININ BEKLENEN İLK FAYDASI

😊 %80

"En iyi fiyatları veya oranları bularak para tasarrufu sağlaması"

KREDİ DURUMU

%74

Mevcut borç düzeyim yönetilebilir

%63

Şu anda birden fazla kredi yükümlülüğüm var (ör. ipotek, kredi, kredi kartı ve Şimdi al, sonra öde)

%41

Maaştan maaşa geçiniyoruz

%38

Şu anki borçlarım yüzünden stres yaşıyorum

MAKSİMUM TEMSİLCİ HARCAMASI

%16'sı

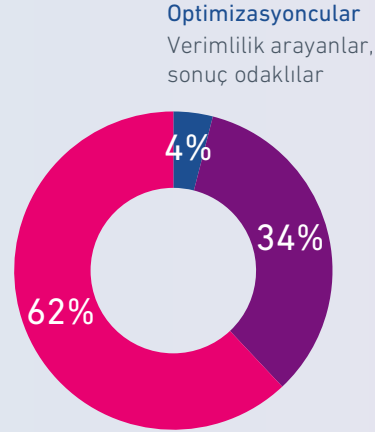
online alışverişte temsilciye 250 \$ değerinde harcama yetkisi verme konusunda rahat hissediyor

TEMSİLCİLERE DUYULAN GÜVEN

%67'si

otomatik kredi başvuruları için bir temsilciyle finansal veri paylaşma konusunda rahat hissedeceğini belirtmiştir

TEMSİLCİYE HAZIR OLUŞ



Şüpheciler

Temkinli ve endişeliler, güvenceye ihtiyaç duyarlar

Pragmatistler

Dengeli ve açık fikirliler, net faydaları önemserler

TEMSİLCİ YETKİLENDİRMEYE HAZIR OLUŞ

Kredi veya kredi kartı başvurusu yapma

■ %42

Sıfır özerklik

Yalnızca öneride bulunur (işlem yapmaz)

■ %33

Yarı özerklik

Yalnızca onay sonrasında işlem yapılabilir

■ %21

Koşullu özerklik

Belirli kurallar karşılandığında işlem yapılabilir

■ %4

Tam özerklik

Her zaman bağımsız olarak işlem yapılabilir

TEMSİLCİ KULLANIMINDAKİ BAŞLICA ENDİŞE

☹️ %78

"Siber suçlular tarafından sahte teklifler veya kimlik taklidi yoluyla temsilci manipülasyonu"

Baz: Aktif kredisi bulunan, dijital okuryazar 480 Alman tüketici

Kaynak: Forrester Consulting tarafından yürütülen Experian araştırması, Temmuz 2026



01 Tüketiciler finansal baskıya rağmen iyimserliğini koruyor

02 Yapay zeka, varsayılan karar destek katmanı haline geliyor

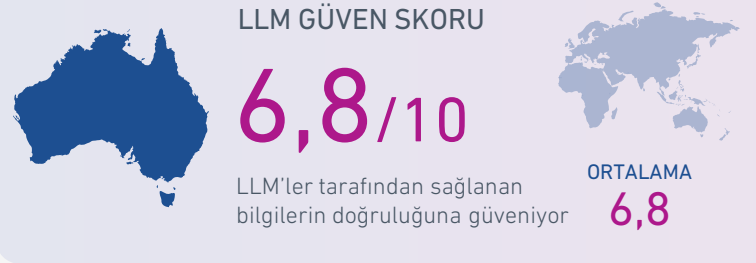
03 Tüketiciler yapay zeka temsilcilerinden güçlü ve çok yönlü faydalar görüyor

04 Temsilciler çağında kişisel bir kredi yolculuğu

05 Ülkelere göre temsilci tabanlı yapay zekaya hazır olma düzeyi

Avustralya

Avustralyalılar, temsilcilere şüpheyle yaklaşanlar ve pragmatistler arasında oldukça dengeli bir dağılım gösterirken, çalışmadaki en yüksek ikinci optimizasyoncular yüzdesine sahiptir. Katılımcıların neredeyse üçte biri, temsilcilerine kredi başvurusu yapması için yarı özerklik tanımayı düşünmektedir. Bu durum, en yüksek erken benimseyici segmentlerinden birine sahip olan Avustralya'da temsilcilerin benimsenmesi için güçlü bir potansiyel bulunduğuna işaret etmektedir.



TEMSİLCİ KULLANIMININ BEKLENEN İLK FAYDASI



"Manuel olarak yapabileceklerinden çok daha fazla seçeneği karşılaştırmaya yardımcı olması"

KREDİ DURUMU



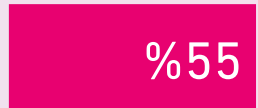
Mevcut borç düzeyim yönetilebilir



Şu anda birden fazla kredi yükümlülüğüm var (ör. ipotek, kredi, kredi kartı ve Şimdi al, sonra öde)



Maaştan maaşa geçiniyoruz



Şu anki borçlarım yüzünden stres yaşıyorum

MAKSİMUM TEMSİLCİ HARCAMASI

%17'si

online alışverişte temsilciye 250 \$ değerinde harcama yetkisi verme konusunda rahat hissediyor

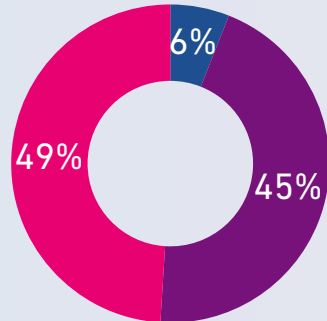
TEMSİLCİLERE DUYULAN GÜVEN

%67'si

otomatik kredi başvuruları için bir temsilciyle finansal veri paylaşma konusunda rahat hissedeceğini belirtmiştir

TEMSİLCİYE HAZIR OLUŞ

Optimizasyoncular
Verimlilik arayanlar, sonuç odaklılar



Şüpheciler

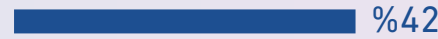
Temkinli ve endişeliler, güvenceye ihtiyaç duyarlar

Pragmatistler

Dengeli ve açık fikirliler, net faydaları önemserler

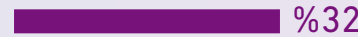
TEMSİLCİ YETKİLENDİRMEYE HAZIR OLUŞ

Kredi veya kredi kartı başvurusu yapma



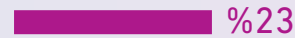
Sıfır özerklik

Yalnızca öneride bulunur (işlem yapmaz)



Yarı özerklik

Yalnızca onay sonrasında işlem yapılabilir



Koşullu özerklik

Belirli kurallar karşılandığında işlem yapılabilir



Tam özerklik

Her zaman bağımsız olarak işlem yapılabilir

TEMSİLCİ KULLANIMINDAKİ BAŞLICA ENDİŞE



"Kişisel verilerine erişilmesi veya bu verilerin kötüye kullanılması"



01 Tüketiciler finansal baskıya rağmen iyimserliğini koruyor

02 Yapay zeka, varsayılan karar destek katmanı haline geliyor

03 Tüketiciler yapay zeka temsilcilerinden güçlü ve çok yönlü faydalar görüyor

04 Temsilciler çağında kişisel bir kredi yolculuğu

05 Ülkelere göre temsilci tabanlı yapay zekaya hazır olma düzeyi

Çin

Çin, çalışmada temsilci kullanımına en hazır ülke olarak öne çıkıyor. Pragmatistler ve optimizasyoncuların yüzdesi açık ara en yüksek orana sahipken (ortalamanın iki katından fazla), şüphecilerin yüzdesi en düşük düzeyde. Katılımcıların üçte birinden fazlası temsilcilerine koşullu, %10'u ise tam özerklik tanımayı düşünüyor. (bu oran çalışmadaki en yüksek değer) Bu durum, Çinli tüketicilerin temsilcilerin kendi adlarına hareket etmesine görece olumlu yaklaştığını gösteriyor.

MAKSİMUM TEMSİLCİ HARCAMASI

%22'si

online alışverişte temsilciye 250 \$ değerinde harcama yetkisi verme konusunda rahat hissediyor

TEMSİLCİLERE DUYULAN GÜVEN

%74'ü

otomatik kredi başvuruları için bir temsilciyle finansal veri paylaşma konusunda rahat hissedeceğini belirtmiştir

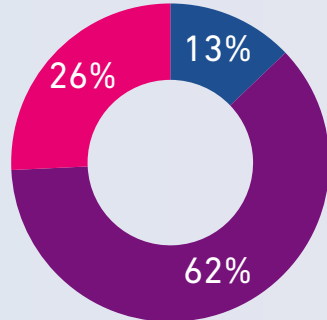
TEMSİLCİYE HAZIR OLUŞ

Şüpheciler

Temkinli ve endişeliler, güvenceye ihtiyaç duyarlar

Optimizasyoncular

Verimlilik arayanlar, sonuç odaklılar



Pragmatistler

Dengeli ve açık fikirliler, net faydaları önemserler

LLM GÜVEN SKORU

7,5/10

LLM'ler tarafından sağlanan bilgilerin doğruluğuna güveniyor

ORTALAMA 6,8

TEMSİLCİ YETKİLENDİRMEYE HAZIR OLUŞ

Kredi veya kredi kartı başvurusu yapma

%28

Sıfır özerklik

Yalnızca öneride bulunur (işlem yapmaz)

%27

Yarı özerklik

Yalnızca onay sonrasında işlem yapılabilir

%35

Koşullu özerklik

Belirli kurallar karşılandığında işlem yapılabilir

%10

Tam özerklik

Her zaman bağımsız olarak işlem yapılabilir

TEMSİLCİ KULLANIMININ BEKLENEN İLK FAYDASI

%80

"Seçenek sayısını azaltarak hayatı kolaylaştırması"

TEMSİLCİ KULLANIMINDAKİ BAŞLICA ENDİŞE

%67

"Siber suçlular tarafından sahte teklifler veya kimlik taklidi yoluyla temsilci manipülasyonu"

KREDİ DURUMU

%74

Mevcut borç düzeyim yönetilebilir

%64

Şu anda birden fazla kredi yükümlülüğüm var (ör. ipotek, kredi, kredi kartı ve Şimdi al, sonra öde)

%36

Maaştan maaşa geçiniyoruz

%40

Şu anki borçlarım yüzünden stres yaşıyorum

Baz: Aktif kredisi bulunan, dijital okuryazar 478 Çinli tüketici

Kaynak: Forrester Consulting tarafından yürütülen Experian araştırması, Temmuz 2026



01 Tüketiciler finansal baskıya rağmen iyimserliğini koruyor

02 Yapay zeka, varsayılan karar destek katmanı haline geliyor

03 Tüketiciler yapay zeka temsilcilerinden güçlü ve çok yönlü faydalar görüyor

04 Temsilciler çağında kişisel bir kredi yolculuğu

05 Ülkelere göre temsilci tabanlı yapay zekaya hazır olma düzeyi

Danimarka

Danimarka, çalışmada hem optimizasyoncular hem de pragmatistler açısından en yüksek ikinci yüzdeye sahip olup pragmatistlerin şüphecileri sayıca geçtiği üç ülkeden biridir. Bu durum, temsilci deneyimlerinin şeffaf olması ve tüketicilere yönelik net güvenceler sunması koşuluyla temsilcilerin benimsenme potansiyelinin görece yüksek olduğuna işaret ediyor.

MAKSİMUM TEMSİLCİ HARCAMASI

%21'i

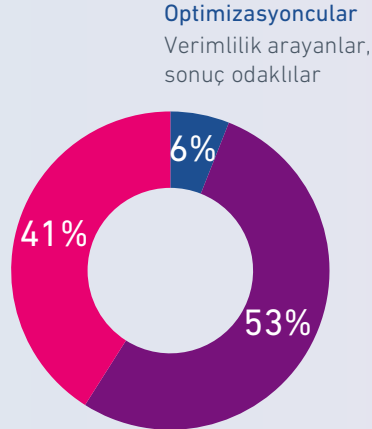
online alışverişte temsilciye 250 \$ değerinde harcama yetkisi verme konusunda rahat hissediyor

TEMSİLCİLERE DUYULAN GÜVEN

%70'i

otomatik kredi başvuruları için bir temsilciyle finansal veri paylaşma konusunda rahat hissedeceğini belirtmiştir

TEMSİLCİYE HAZIR OLUŞ



Şüpheciler

Temkinli ve endişeliler, güvenceye ihtiyaç duyarlar

Pragmatistler

Dengeli ve açık fikirliler, net faydaları önemserler

LLM GÜVEN SKORU

6,7/10

LLM'ler tarafından sağlanan bilgilerin doğruluğuna güveniyor

ORTALAMA
6,8

TEMSİLCİ YETKİLENDİRMEYE HAZIR OLUŞ

Kredi veya kredi kartı başvurusu yapma

Sıfır özerklik %39

Sıfır özerklik

Yalnızca öneride bulunur (işlem yapmaz)

%32

Yarı özerklik

Yalnızca onay sonrasında işlem yapılabilir

%27

Koşullu özerklik

Belirli kurallar karşılandığında işlem yapılabilir

%3

Tam özerklik

Her zaman bağımsız olarak işlem yapılabilir

TEMSİLCİ KULLANIMININ BEKLENEN İLK FAYDASI

%83

"Gizli ücretler veya sözleşme koşulları gibi önemli ayrıntıları gözden kaçırmayı önlemeye yardımcı olması"

TEMSİLCİ KULLANIMINDAKİ BAŞLICA ENDİŞE

%78

"Kişisel verilerine erişilmesi veya bu verilerin kötüye kullanılması riski"

KREDİ DURUMU

%82

Mevcut borç düzeyim yönetilebilir

%70

Şu anda birden fazla kredi yükümlülüğüm var (ör. ipotek, kredi, kredi kartı ve Şimdi al, sonra öde)

%52

Maaştan maaşa geçiniyorum

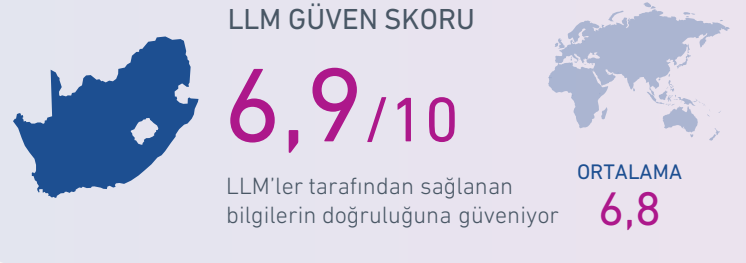
%54

Şu anki borçlarım yüzünden stres yaşıyorum

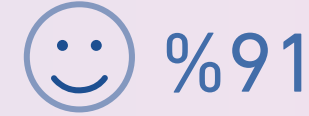


Güney Afrika

Güney Afrika'da temsilcilere şüpheyle yaklaşanların oranı yüksek ancak destek talebi açıkça ortada. Tüketiciler, temsilcilerin daha fazla seçeneği karşılaştırma konusundaki değerini güçlü biçimde kabul ediyor; otomatik kredi başvurusu için finansal veri paylaşma konusundaki güven ise görece yüksek. Katılımcıların başlıca endişesi, satın alma kararları üzerindeki kontrollerinin azalması. Bu durum, fırsatın tam özerklikten ziyade tüketicinin kontrolü elinde tutmasını sağlayan temsilci destekli karşılaştırma ve karar desteğinde yattığına işaret ediyor.



TEMSİLCİ KULLANIMININ BEKLENEN İLK FAYDASI



"Manuel olarak yapabileceklerinden çok daha fazla seçeneği karşılaştırmaya yardımcı olması"

KREDİ DURUMU



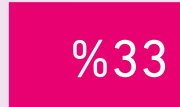
Mevcut borç düzeyim yönetilebilir



Şu anda birden fazla kredi yükümlülüğüm var (ör. ipotek, kredi, kredi kartı ve Şimdi al, sonra öde)



Maaştan maaşa geçiniyoruz



Şu anki borçlarım yüzünden stres yaşıyorum

MAKSİMUM TEMSİLCİ HARCAMASI

%17'si

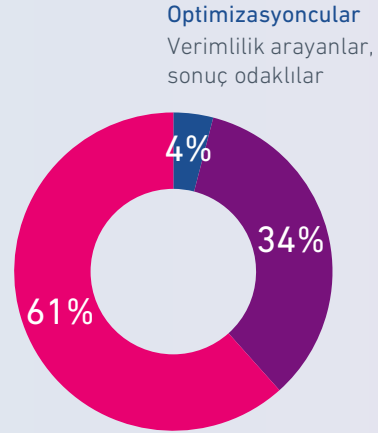
online alışverişte temsilciye **250 \$** değerinde harcama yetkisi verme konusunda rahat hissediyor

TEMSİLCİLERE DUYULAN GÜVEN

%69'u

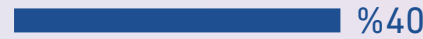
otomatik kredi başvuruları için bir temsilciyle finansal veri paylaşma konusunda rahat hissedeceğini belirtmiştir

TEMSİLCİYE HAZIR OLUŞ



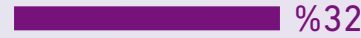
TEMSİLCİ YETKİLENDİRMEYE HAZIR OLUŞ

Kredi veya kredi kartı başvurusu yapma



Sıfır özerklik

Yalnızca öneride bulunur (işlem yapmaz)



Yarı özerklik

Yalnızca onay sonrasında işlem yapılabilir



Koşullu özerklik

Belirli kurallar karşılandığında işlem yapılabilir



Tam özerklik

Her zaman bağımsız olarak işlem yapılabilir

TEMSİLCİ KULLANIMINDAKİ BAŞLICA ENDİŞE



"Satın alma kararları üzerindeki kontrolün azalması"

Hindistan

Hindistan, çalışmada güven ve değer algısının en güçlü kombinasyonlarından birini sergilemiştir. LLM doğruluğuna yönelik en yüksek güven skoruna sahip olan Hindistan'da katılımcıların yaklaşık üçte biri temsilcilerine yarı özerklik tanıyabileceğini belirtmiştir. Hindistanlı tüketiciler aynı zamanda otomatik kredi başvurusu sürecinde bir temsilciyle finansal veri paylaşma konusunda en rahat hisseden gruplar arasındadır. Bu durum, özellikle yapay zekanın tüketicilerin seçenekleri karşılaştırmasına ve daha hızlı karar vermesine yardımcı olduğu alanlarda, temsilci tabanlı finansal yolculukların güçlü bir potansiyele sahip olduğuna işaret ediyor.

LLM GÜVEN SKORU



8,1 / 10

LLM'ler tarafından sağlanan bilgilerin doğruluğuna güveniyor



TEMSİLCİ KULLANIMININ BEKLENEN İLK FAYDASI



"Manuel olarak yapabileceklerinden çok daha fazla seçeneği karşılaştırmaya yardımcı olması"

KREDİ DURUMU

%83

Mevcut borç düzeyim yönetilebilir

%72

Şu anda birden fazla kredi yükümlülüğüm var (ör. ipotek, kredi, kredi kartı ve Şimdi al, sonra öde)

%46

Maaştan maaşa geçiniyoruz

%35

Şu anki borçlarım yüzünden stres yaşıyorum

MAKSİMUM TEMSİLCİ HARCAMASI

%12'si

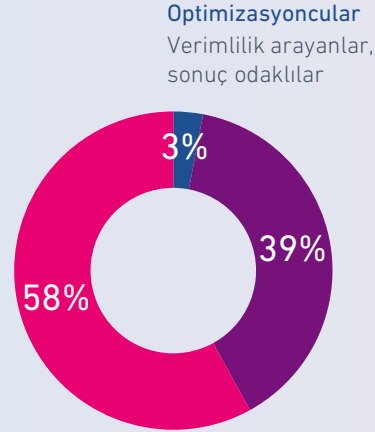
online alışverişte temsilciye 250 \$ değerinde harcama yetkisi verme konusunda rahat hissediyor

TEMSİLCİLERE DUYULAN GÜVEN

%74'ü

otomatik kredi başvuruları için bir temsilciyle finansal veri paylaşma konusunda rahat hissedeceğini belirtmiştir

TEMSİLCİYE HAZIR OLUŞ



Şüpheciler

Temkinli ve endişeliler, güvenceye ihtiyaç duyarlar

Pragmatistler

Dengeli ve açık fikirliler, net faydaları önemserler

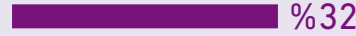
TEMSİLCİ YETKİLENDİRMEYE HAZIR OLUŞ

Kredi veya kredi kartı başvurusu yapma



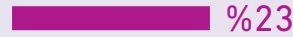
Sıfır özerklik

Yalnızca öneride bulunur (işlem yapmaz)



Yarı özerklik

Yalnızca onay sonrasında işlem yapılabilir



Koşullu özerklik

Belirli kurallar karşılandığında işlem yapılabilir



Tam özerklik

Her zaman bağımsız olarak işlem yapılabilir

TEMSİLCİ KULLANIMINDAKİ BAŞLICA ENDİŞE



"Önemli ayrıntıların gözden kaçırılması"

01 Tüketiciler finansal baskıya rağmen iyimserliğini koruyor

02 Yapay zeka, varsayılan karar destek katmanı haline geliyor

03 Tüketiciler yapay zeka temsilcilerinden güçlü ve çok yönlü faydalar görüyor

04 Temsilciler çağında kişisel bir kredi yolculuğu

05 Ülkelere göre temsilci tabanlı yapay zekaya hazır olma düzeyi

İspanya

İspanya, çalışmadaki en şüpheli pazar. Temsilcilere şüpheli yaklaşmaların oranının en yüksek; pragmatist ve optimizasyoncuların payının ise en düşük olduğu ülkedir. Bununla birlikte tüketiciler, özellikle manuel olarak yapabileceklerinden çok daha fazla seçeneği karşılaştırma konusunda temsilcilerin değerini hâlâ kabul ediyor. Bu durum, benimsenmenin daha yavaş olabileceğini ancak önünün kapalı olmadığını gösteriyor. En güçlü ilerleme yolunun, tüketicilerin kontrolü çok hızlı bir şekilde devretmesini gerektirmeden temsilcilerin değerini ortaya koyan, düşük riskli ve şeffaf kullanım senaryolarından geçmesi muhtemel.

LLM GÜVEN SKORU



6,6/10

LLM'ler tarafından sağlanan bilgilerin doğruluğuna güveniyor



ORTALAMA
6,8

TEMSİLCİ KULLANIMININ BEKLENEN İLK FAYDASI

😊 %87

"Manuel olarak yapabileceklerinden çok daha fazla seçeneği karşılaştırmaya yardımcı olması"

KREDİ DURUMU

%76

Mevcut borç düzeyim yönetilebilir

%64

Şu anda birden fazla kredi yükümlülüğüm var (ör. ipotek, kredi, kredi kartı ve Şimdi al, sonra öde)

%52

Maaştan maaşa geçiniyorum

%34

Şu anki borçlarım yüzünden stres yaşıyorum

MAKSİMUM TEMSİLCİ HARCAMASI

%12'si

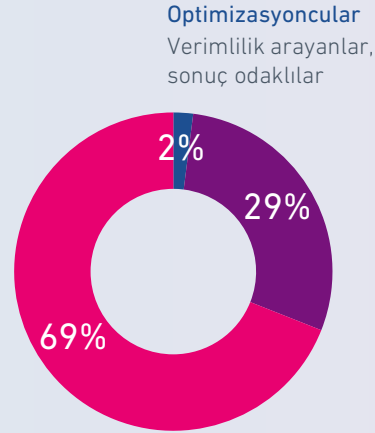
online alışverişte temsilciye 250 \$ değerinde harcama yetkisi verme konusunda rahat hissediyor

TEMSİLCİLERE DUYULAN GÜVEN

%64'ü

otomatik kredi başvuruları için bir temsilciyle finansal veri paylaşma konusunda rahat hissedeceğini belirtmiştir

TEMSİLCİYE HAZIR OLUŞ



Şüpheciler

Temkinli ve endişeliler, güvenceye ihtiyaç duyarlar

Pragmatistler

Dengeli ve açık fikirliler, net faydaları önemserler

TEMSİLCİ YETKİLENDİRMEYE HAZIR OLUŞ

Kredi veya kredi kartı başvurusu yapma

■ %44

Sıfır özerklik

Yalnızca öneride bulunur (işlem yapmaz)

■ %33

Yarı özerklik

Yalnızca onay sonrasında işlem yapılabilir

■ %20

Koşullu özerklik

Belirli kurallar karşılandığında işlem yapılabilir

■ %3

Tam özerklik

Her zaman bağımsız olarak işlem yapılabilir

TEMSİLCİ KULLANIMINDAKİ BAŞLICA ENDİŞE

☹️ %75

"Kişisel verilerine erişilmesi veya bu verilerin kötüye kullanılması riski"



01 Tüketiciler finansal baskıya rağmen iyimserliğini koruyor

02 Yapay zeka, varsayılan karar destek katmanı haline geliyor

03 Tüketiciler yapay zeka temsilcilerinden güçlü ve çok yönlü faydalar görüyor

04 Temsilciler çağında kişisel bir kredi yolculuğu

05 Ülkelere göre temsilci tabanlı yapay zekaya hazır olma düzeyi

İtalya

İtalya, çalışmada LLM doğruluğuna yönelik en düşük güven skoruna sahip olup, bu durum tüketicilerin yapay zeka tarafından üretilen bilgilere güvenmekte daha temkinli davrandığını gösteriyor. Bununla birlikte, katılımcıların %87'si temsilcilerin manuel olarak yapabileceklerinden çok daha fazla seçeneği karşılaştırmalarına yardımcı olabileceğini belirtiyor. Bu da yapay zekanın işlevsel değerinin hâlâ kabul gördüğünü ortaya koyuyor. İtalya, doğruluğu ortaya koyan ve tüketicilerin kontrolü tümüyle elinde tutmasına olanak tanıyan şeffaf ve açıklanabilir araçlar aracılığıyla temsilcilere duyulan güvenin artması için bir fırsat sunuyor.

MAKSİMUM TEMSİLCİ HARCAMASI

%13'ü

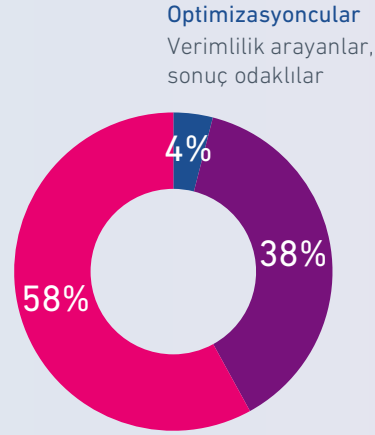
online alışverişte temsilciye 250 \$ değerinde harcama yetkisi verme konusunda rahat hissediyor

TEMSİLCİLERE DUYULAN GÜVEN

%61'i

otomatik kredi başvuruları için bir temsilciyle finansal veri paylaşma konusunda rahat hissedeceğini belirtmiştir

TEMSİLCİYE HAZIR OLUŞ



Şüpheciler

Temkinli ve endişeliler, güvenceye ihtiyaç duyarlar

Pragmatistler

Dengeli ve açık fikirliler, net faydaları önemserler

LLM GÜVEN SKORU

5,9/10

LLM'ler tarafından sağlanan bilgilerin doğruluğuna güveniyor



TEMSİLCİ YETKİLENDİRMEYE HAZIR OLUŞ

Kredi veya kredi kartı başvurusu yapma

%41

Sıfır özerklik

Yalnızca öneride bulunur (işlem yapmaz)

%41

Yarı özerklik

Yalnızca onay sonrasında işlem yapılabilir

%14

Koşullu özerklik

Belirli kurallar karşılandığında işlem yapılabilir

%3

Tam özerklik

Her zaman bağımsız olarak işlem yapılabilir

TEMSİLCİ KULLANIMININ BEKLENEN İLK FAYDASI

%87

"Manuel olarak yapabileceklerinden çok daha fazla seçeneği karşılaştırmaya yardımcı olması"

TEMSİLCİ KULLANIMINDAKİ BAŞLICA ENDİŞE

%73

"Yanlış veya güncel olmayan bilgilere dayanarak karar vermesi"

KREDİ DURUMU

%70

Mevcut borç düzeyim yönetilebilir

%63

Şu anda birden fazla kredi yükümlülüğüm var (ör. ipotek, kredi, kredi kartı ve Şimdi al, sonra öde)

%60

Maaştan maaşa geçiniyoruz

%32

Şu anki borçlarım yüzünden stres yaşıyorum



01 Tüketiciler finansal baskıya rağmen iyimserliğini koruyor

02 Yapay zeka, varsayılan karar destek katmanı haline geliyor

03 Tüketiciler yapay zeka temsilcilerinden güçlü ve çok yönlü faydalar görüyor

04 Temsilciler çağında kişisel bir kredi yolculuğu

05 Ülkelere göre temsilci tabanlı yapay zekaya hazır olma düzeyi

Malezya

Malezya, yüksek potansiyelli ancak güvene duyarlı bir pazar olarak öne çıkıyor. LLM'lere duyulan güven çalışmadaki en yüksek değerler arasında. Tüketiciler temsilcilerin sunduğu değer büyük ölçüde farkında. Katılımcıların %92'si temsilcilerin daha iyi fiyat veya oranlar bularak tasarruf etmelerine yardımcı olabileceğini belirtti. Ancak büyük çoğunluk temsilcilere şüpheyile yaklaşmaya devam ediyor. Sahte teklifler veya kimliklerin taklit edilmesiyle ilgili endişe, incelenen pazarlar arasında en yüksek düzeyde. Bu durum, Malezyalı tüketicilerin temsilcilere açık olduğunu ancak net onay mekanizmaları ve güçlü güven sinyalleri gerekeceğini gösteriyor.

LLM GÜVEN SKORU



7,6/10

LLM'ler tarafından sağlanan bilgilerin doğruluğuna güveniyor



ORTALAMA
6,8

TEMSİLCİ KULLANIMININ BEKLENEN İLK FAYDASI

😊 %92

"En iyi fiyatları veya oranları bularak para tasarrufu sağlaması"

KREDİ DURUMU

%85

Mevcut borç düzeyim yönetilebilir

%75

Şu anda birden fazla kredi yükümlülüğüm var (ör. ipotek, kredi, kredi kartı ve Şimdi al, sonra öde)

%56

Maaştan maaşa geçiniyorum

%47

Şu anki borçlarım yüzünden stres yaşıyorum

MAKSİMUM TEMSİLCİ HARCAMASI

%18'i

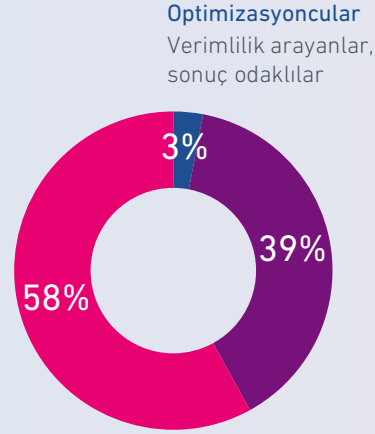
online alışverişte temsilciye 250 \$ değerinde harcama yetkisi verme konusunda rahat hissediyor

TEMSİLCİLERE DUYULAN GÜVEN

%63'ü

otomatik kredi başvuruları için bir temsilciyle finansal veri paylaşma konusunda rahat hissedeceğini belirtmiştir

TEMSİLCİYE HAZIR OLUŞ



Şüpheciler

Temkinli ve endişeliler, güvenceye ihtiyaç duyarlar

Pragmatistler

Dengeli ve açık fikirliler, net faydaları önemserler

TEMSİLCİ YETKİLENDİRMEYE HAZIR OLUŞ

Kredi veya kredi kartı başvurusu yapma

%42

Sıfır özerklik

Yalnızca öneride bulunur (işlem yapmaz)

%31

Yarı özerklik

Yalnızca onay sonrasında işlem yapılabilir

%21

Koşullu özerklik

Belirli kurallar karşılandığında işlem yapılabilir

%5

Tam özerklik

Her zaman bağımsız olarak işlem yapılabilir

TEMSİLCİ KULLANIMINDAKİ BAŞLICA ENDİŞE

☹️ %83

"Siber suçlular tarafından sahte teklifler veya kimlik taklidi yoluyla temsilci manipülasyonu"



01 Tüketiciler finansal baskıya rağmen iyimserliğini koruyor

02 Yapay zeka, varsayılan karar destek katmanı haline geliyor

03 Tüketiciler yapay zeka temsilcilerinden güçlü ve çok yönlü faydalar görüyor

04 Temsilciler çağında kişisel bir kredi yolculuğu

05 Ülkelere göre temsilci tabanlı yapay zekaya hazır olma düzeyi

Norveç

Norveç, araştırmadaki en temkinli pazarlardan biri. Optimizasyoncular açısından en düşük segmentlerinden birine sahip ülkede LLM doğruluğuna duyulan güven ortalamasının altında. Kredi ya da kredi kartı başvurusunda bir temsilciye özerklik tanımayacak tüketicilerin oranı ise en yüksek seviyede. Katılımcıların temel endişesi, satın alma kararları üzerindeki kontrollerinin azalması. Bu durum Norveç'te işlem yetkisi vermek yerine öneriler, açıklamalar ve tüketici onayına odaklanan daha yavaş, güven öncelikli bir yaklaşım gerekebileceğini gösteriyor.

LLM GÜVEN SKORU

6,0/10

LLM'ler tarafından sağlanan bilgilerin doğruluğuna güveniyor

ORTALAMA
6,8



TEMSİLCİ KULLANIMININ BEKLENEN İLK FAYDASI

😊 %84

"Manuel olarak yapabileceklerinden çok daha fazla seçeneği karşılaştırmaya yardımcı olması"

KREDİ DURUMU

%79

Mevcut borç düzeyim yönetilebilir

%75

Şu anda birden fazla kredi yükümlülüğüm var (ör. ipotek, kredi, kredi kartı ve Şimdi al, sonra öde)

%46

Maaştan maaşa geçiniyoruz

%51

Şu anki borçlarım yüzünden stres yaşıyorum

MAKSİMUM TEMSİLCİ HARCAMASI

%17'si

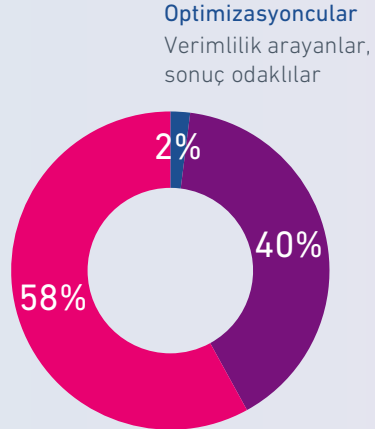
online alışverişte temsilciye 250 \$ değerinde harcama yetkisi verme konusunda rahat hissediyor

TEMSİLCİLERE DUYULAN GÜVEN

%62'si

otomatik kredi başvuruları için bir temsilciyle finansal veri paylaşma konusunda rahat hissedeceğini belirtmiştir

TEMSİLCİYE HAZIR OLUŞ



Şüpheciler

Temkinli ve endişeliler, güvenceye ihtiyaç duyarlar

Pragmatistler

Dengeli ve açık fikirliler, net faydaları önemserler

TEMSİLCİ YETKİLENDİRMEYE HAZIR OLUŞ

Kredi veya kredi kartı başvurusu yapma

■ %49

Sıfır özerklik

Yalnızca öneride bulunur (işlem yapmaz)

■ %30

Yarı özerklik

Yalnızca onay sonrasında işlem yapılabilir

■ %17

Koşullu özerklik

Belirli kurallar karşılandığında işlem yapılabilir

■ %3

Tam özerklik

Her zaman bağımsız olarak işlem yapılabilir

TEMSİLCİ KULLANIMINDAKİ BAŞLICA ENDİŞE

☹️ %78

"Satın alma kararları üzerindeki kontrolün azalması"

Baz: Aktif kredisi bulunan, dijital okuryazar 480 Norveçli tüketici

Kaynak: Forrester Consulting tarafından yürütülen Experian araştırması, Temmuz 2026



01 Tüketiciler finansal baskıya rağmen iyimserliğini koruyor

02 Yapay zeka, varsayılan karar destek katmanı haline geliyor

03 Tüketiciler yapay zeka temsilcilerinden güçlü ve çok yönlü faydalar görüyor

04 Temsilciler çağında kişisel bir kredi yolculuğu

05 Ülkelere göre temsilci tabanlı yapay zekaya hazır olma düzeyi

Singapur

Singapur, LLM'lerin doğruluğuna yönelik görece yüksek güveni, temsilcileri tam yetkilendirmeye yönelik temkinli yaklaşımla bir arada sergiliyor. Optimizasyoncular açısından en düşük segmentlerden birine sahip olmasına karşın tüketiciler, temsilcilerin daha fazla seçeneği karşılaştırmalarına yardımcı olmasını açıkça değerli görüyor. Bu durum, Singapur'da özellikle araçların şeffaf olması ve güvenilir finansal ekosistemlerle bağlantılı çalışması halinde temsilcilerin karar desteği sunmasına olumlu yaklaşılabileceğini ancak tüketicilerin daha özerk kullanım senaryolarını benimsemede daha yavaş olabileceğini gösteriyor.

LLM GÜVEN SKORU



7,1 / 10

LLM'ler tarafından sağlanan bilgilerin doğruluğuna güveniyor



ORTALAMA
6,8

TEMSİLCİ KULLANIMININ BEKLENEN İLK FAYDASI

😊 %89

"Manuel olarak yapabileceklerinden çok daha fazla seçeneği karşılaştırmaya yardımcı olması"

KREDİ DURUMU

%80

Mevcut borç düzeyim yönetilebilir

%71

Şu anda birden fazla kredi yükümlülüğüm var (ör. ipotek, kredi, kredi kartı ve Şimdi al, sonra öde)

%42

Maaştan maaşa geçiniyoruz

%40

Şu anki borçlarım yüzünden stres yaşıyorum

MAKSİMUM TEMSİLCİ HARCAMASI

%21'i

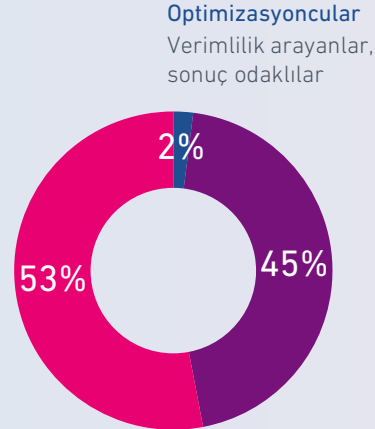
online alışverişte temsilciye 250 \$ değerinde harcama yetkisi verme konusunda rahat hissediyor

TEMSİLCİLERE DUYULAN GÜVEN

%59'u

otomatik kredi başvuruları için bir temsilciyle finansal veri paylaşma konusunda rahat hissedeceğini belirtmiştir

TEMSİLCİYE HAZIR OLUŞ



Şüpheciler

Temkinli ve endişeliler, güvenceye ihtiyaç duyarlar

Pragmatistler

Dengeli ve açık fikirliler, net faydaları önemserler

TEMSİLCİ YETKİLENDİRMEYE HAZIR OLUŞ

Kredi veya kredi kartı başvurusu yapma

%37

Sıfır özerklik

Yalnızca öneride bulunur (işlem yapmaz)

%36

Yarı özerklik

Yalnızca onay sonrasında işlem yapılabilir

%22

Koşullu özerklik

Belirli kurallar karşılandığında işlem yapılabilir

%5

Tam özerklik

Her zaman bağımsız olarak işlem yapılabilir

TEMSİLCİ KULLANIMINDAKİ BAŞLICA ENDİŞE

😞 %82

"Siber suçlular tarafından sahte teklifler veya kimlik taklidi yapılması"



01 Tüketiciler finansal baskıya rağmen iyimserliğini koruyor

02 Yapay zeka, varsayılan karar destek katmanı haline geliyor

03 Tüketiciler yapay zeka temsilcilerinden güçlü ve çok yönlü faydalar görüyor

04 Temsilciler çağında kişisel bir kredi yolculuğu

05 Ülkelere göre temsilci tabanlı yapay zekaya hazır olma düzeyi

Türkiye

Türkiye, temkinli ancak ilgi çekici bir profil sergiliyor. Şüpheciler katılımcıların büyük bir bölümünü oluştursa da tüketiciler, temsilcilere yarı ve koşullu özerklik devretme konusunda görece dengeli bir isteklilik gösteriyor. Katılımcıların temel endişesi, özellikle temsilcilerin belirli marka veya sağlayıcıları kayıracak şekilde taraflı davranması. Bu durum, güven oluşturmada tarafsızlık, şeffaflık ve kaynak bilgilerinin görünür olmasının özellikle önemli olacağına işaret ediyor.

LLM GÜVEN SKORU



6,9/10

LLM'ler tarafından sağlanan bilgilerin doğruluğuna güveniyor



ORTALAMA
6,8

TEMSİLCİ KULLANIMININ BEKLENEN İLK FAYDASI

😊 %82

"Gizli ücretler veya sözleşme koşulları gibi önemli ayrıntıları gözden kaçırmayı önlemeye yardımcı olması"

KREDİ DURUMU

%77

Mevcut borç düzeyim yönetilebilir

%73

Şu anda birden fazla kredi yükümlülüğüm var (ör. ipotek, kredi, kredi kartı ve Şimdi al, sonra öde)

%59

Maaştan maaşa geçiniyoruz

%55

Şu anki borçlarım yüzünden stres yaşıyorum

MAKSİMUM TEMSİLCİ HARCAMASI

%14'ü

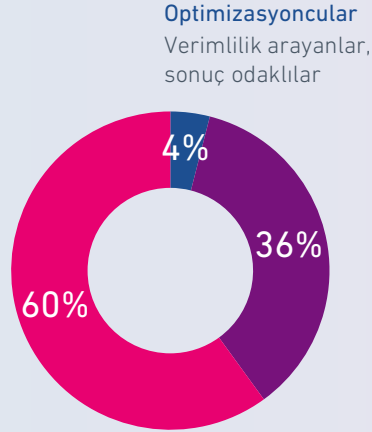
online alışverişte temsilciye 250 \$ değerinde harcama yetkisi verme konusunda rahat hissediyor

TEMSİLCİLERE DUYULAN GÜVEN

%67'si

otomatik kredi başvuruları için bir temsilciyle finansal veri paylaşma konusunda rahat hissedeceğini belirtmiştir

TEMSİLCİYE HAZIR OLUŞ



Şüpheciler

Temkinli ve endişeliler, güvenceye ihtiyaç duyarlar

Pragmatistler

Dengeli ve açık fikirliler, net faydaları önemserler

TEMSİLCİ YETKİLENDİRMEYE HAZIR OLUŞ

Kredi veya kredi kartı başvurusu yapma

■ %35

Sıfır özerklik

Yalnızca öneride bulunur (işlem yapmaz)

■ %35

Yarı özerklik

Yalnızca onay sonrasında işlem yapılabilir

■ %26

Koşullu özerklik

Belirli kurallar karşılandığında işlem yapılabilir

■ %3

Tam özerklik

Her zaman bağımsız olarak işlem yapılabilir

TEMSİLCİ KULLANIMINDAKİ BAŞLICA ENDİŞE

☹ %76

"Belirli markalardan veya sağlayıcılardan yana olması"

Baz: Aktif kredisi bulunan, dijital okuryazar 480 Türk tüketici

Kaynak: Forrester Consulting tarafından yürütülen Experian araştırması, Temmuz 2026



01 Tüketiciler finansal baskıya rağmen iyimserliğini koruyor

02 Yapay zeka, varsayılan karar destek katmanı haline geliyor

03 Tüketiciler yapay zeka temsilcilerinden güçlü ve çok yönlü faydalar görüyor

04 Temsilciler çağında kişisel bir kredi yolculuğu

05 Ülkelere göre temsilci tabanlı yapay zekaya hazır olma düzeyi

Yeni Zelanda

Yeni Zelanda, pragmatistlerin şüphecileri geçtiği az sayıdaki pazardan biri. Bu durum, faydaların açık olduğu durumlarda temsilci desteğine açıklığa işaret ediyor. Ancak aynı zamanda, kredi veya kredi kartı başvurularında bir temsilciye hiçbir özerklik tanımayacak tüketicilerin oranı da yüksek. Bu durum, tüketicilerin LLM'leri bir karar destek aracı olarak benimseyebileceği ancak kontrolü bir temsilciye devretme konusunda temkinli kalmaya devam ettiği bir pazara işaret ediyor. Benimsenme oranı, muhtemelen onay tabanlı modellere ve açık gerekçelere bağlı olacaktır.

MAKSİMUM TEMSİLCİ HARCAMASI

%22'si

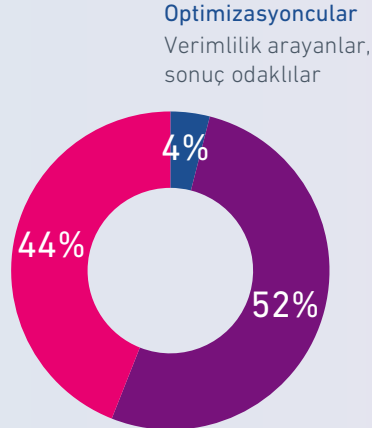
online alışverişte temsilciye **250 \$** değerinde harcama yetkisi verme konusunda rahat hissediyor

TEMSİLCİLERE DUYULAN GÜVEN

%60'ı

otomatik kredi başvuruları için bir temsilciyle finansal veri paylaşma konusunda rahat hissedeceğini belirtmiştir

TEMSİLCİYE HAZIR OLUŞ



Şüpheciler

Temkinli ve endişeliler, güvenceye ihtiyaç duyarlar

Pragmatistler

Dengeli ve açık fikirliler, net faydaları önemserler

LLM GÜVEN SKORU

6,2/10

LLM'ler tarafından sağlanan bilgilerin doğruluğuna güveniyor



TEMSİLCİ YETKİLENDİRMEYE HAZIR OLUŞ

Kredi veya kredi kartı başvurusu yapma

%44

Sıfır özerklik

Yalnızca öneride bulunur (işlem yapmaz)

%29

Yarı özerklik

Yalnızca onay sonrasında işlem yapılabilir

%23

Koşullu özerklik

Belirli kurallar karşılandığında işlem yapılabilir

%4

Tam özerklik

Her zaman bağımsız olarak işlem yapılabilir

TEMSİLCİ KULLANIMININ BEKLENEN İLK FAYDASI

%82

"Gizli ücretler veya sözleşme koşulları gibi önemli ayrıntıları gözden kaçırmayı önlemeye yardımcı olması"

TEMSİLCİ KULLANIMINDAKİ BAŞLICA ENDİŞE

%77

"Siber suçlular tarafından sahte teklifler veya kimlik taklidi yoluyla temsilci manipülasyonu"

KREDİ DURUMU

%75

Mevcut borç düzeyim yönetilebilir

%68

Şu anda birden fazla kredi yükümlülüğüm var (ör. ipotek, kredi, kredi kartı ve Şimdi al, sonra öde)

%51

Maaştan maaşa geçiniyoruz

%47

Şu anki borçlarım yüzünden stres yaşıyorum



Demografik Bilgiler

COĞRAFYA

N=Her ülkede yaklaşık 480 katılımcı

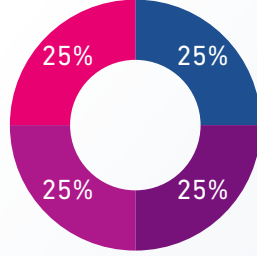


Almanya, Danimarka, Güney Afrika, İspanya, İtalya, Norveç, Türkiye



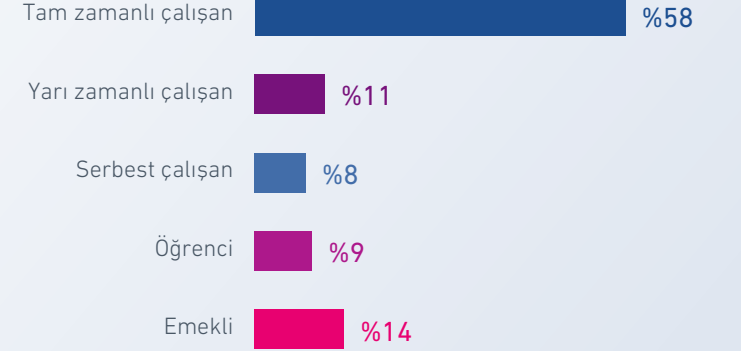
Avustralya, Çin, Hindistan, Malezya, Singapur, Yeni Zelanda

YAŞ/NESİL



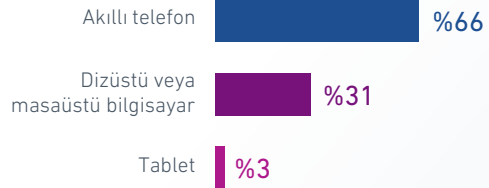
- Z Kuşağı**
18-29 yaş arası
- Milenyum Kuşağı**
30-45 yaş arası
- X Kuşağı**
46-61 yaş arası
- Boomer Kuşağı**
62-80 yaş arası

İSTİHDAM DURUMU

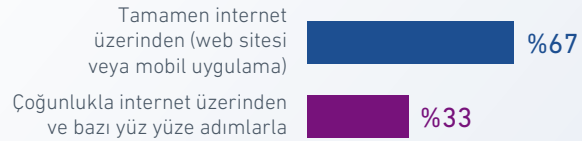


DİJİTAL FİNANSAL OLGUNLUK

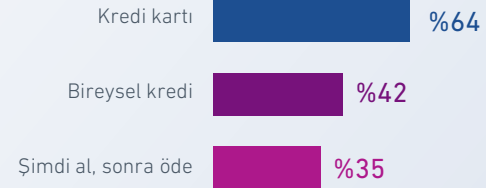
Bütçenizi yönetmek için öncelikli olarak hangi cihazı kullanıyorsunuz?



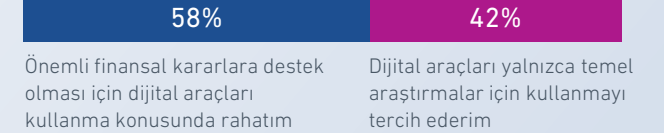
En son kredi başvurunuzu nasıl yaptınız?



Son 12 ayda internet üzerinden şunlardan herhangi birine başvurduunuz mu? (İlk 3)



Önemli finansal kararlar veya temel araştırmalar için dijital araçların kullanımı



Experian Hakkında

Experian, dünya genelinde insanlar ve işletmeler için fırsatlar yaratan küresel bir veri ve teknoloji şirkettir.

Veri, analitik ve platformlardan oluşan benzersiz çerçevemizi kullanarak kredi uygulamalarını yeniden tanımlamaya, dolandırıcılığı tespit edip önlemeye, sağlık hizmetlerini kolaylaştırmaya, dijital pazarlama çözümleri sunmaya ve otomotiv pazarına ilişkin daha derin içgörüler elde etmeye yardımcı oluyoruz.

Finansal hizmetlerden sağlık hizmetlerine, otomotivden tarım finansmanına, sigortadan daha pek çok sektör segmentine kadar geniş bir yelpazede faaliyet gösteriyoruz.

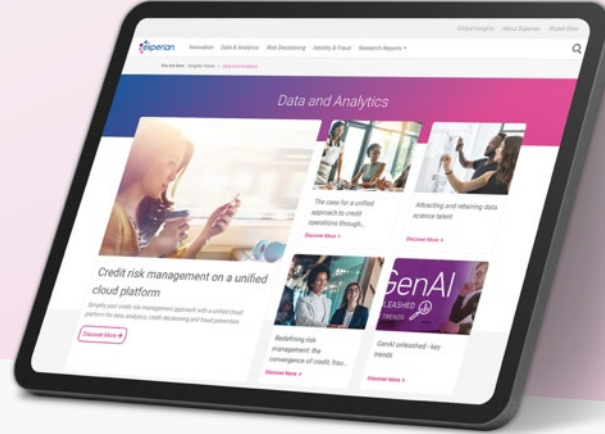
Verinin gücünü açığa çıkarmak ve yenilikçi çözümler üretmek için yetenekli insanlara ve ileri teknolojilere yatırım yapıyoruz. Londra Borsası'nda (EXPN) işlem gören bir FTSE 100 Endeksi şirket olarak, 33 ülkede 25.200 kişilik bir ekiple faaliyet gösteriyoruz. Şirket merkezimiz Dublin, İrlanda'da bulunmaktadır.

Daha fazla bilgi için experianplc.com



Daha Fazlasını Keşfedin →

Yerel Experian [danışmanınızla iletişime geçin](#) veya experianacademy.com sayfasını ziyaret edin



Kayıtlı ofis adresi: The Sir John Peace Building, Experian Way, NG2 Business Park, Nottingham, NG80 1ZZ Telefon: 0844 481 9920 businessuk@experian.com experian.co.uk/business

© Experian 2026. Tüm hakları saklıdır. Experian Ltd, Finansal Davranış Otoritesi tarafından yetkilendirilmiştir ve bu kurum tarafından denetlenmektedir. Experian Ltd, 653331 şirket tescil numarasıyla İngiltere ve Galler'de tescillidir. "EXPERIAN" kelimesi ve grafik logo, Experian ve/veya bağlı şirketlerinin ticari markalarıdır ve AB, ABD ve diğer ülkelerde tescilli olabilir. Grafik logo, AB'de tescilli bir Topluluk tasarımıdır. Experian Genel Kullanıma Açık.

