

ÜRETKEN ARAMA MOTORU OPTİMİZASYONU

GEO Analiz Raporu

#şirket1 · #ülke · #sektör

Marka	#marka1
Ülke	#ülke
Sektör	#sektör
Rakipler	#marka2, #marka3, #marka4, #marka5, #marka6
Site	https://marka1.com/
Rapor Tarihi	Mayıs 2026

İÇİNDEKİLER

No.	Bölüm	Sayfa
0.1	Amaç ve Kapsam	3
0.2	Yönetici Özeti	4
0.3	Kuşbakışı Sonuçlar	5
1	AI Yanıtlarında Marka Görünürlüğü	6
2	Marka Çağrışımları ve Kullanılan Dil	9
3	Kaynak Analizi	11
4	Sitenin Yapay Zekaya Hazır Olma Durumu	14
5	Tavsiyeler	16

Bu raporun içeriği belirli bir markaya dayanmamaktadır.

0.1 Amaç ve Kapsam

Amaç

Bu çalışma seçtiğiniz ülke genelindeki seçtiğiniz sektör için seçtiğiniz marka ve rakiplerinin yapay zeka tarafından üretilen yanıtlarda nasıl yer aldığını analiz etmektedir. Çalışma görünürlük, belirginlik, ilişkilendirilen nitelikler, dil tonu, kaynak gösterilen siteler ve farklı yapay zeka şirketleri arasındaki tutarlılığı ölçmektedir.

Analiz Edilen Marka	#marka1
Rakipler	#marka2, #marka3, #marka4, #marka5
Ülke	#ülke
Sektör	#sektör
Kullanılan Modeller	Anthropic, Google, OpenAI, Perplexity
Kullanılan Personalalar	Seçtiğiniz personalalar
Websitesi	https://marka1.com/

Hedef Çıktılar

- Yapay zeka yanıtlarında marka görünürlüğü ve sıralaması
- Yanıtlarda markaların isminin geçiş (bahsedilme) sıklığı ve belirginliği
- Marka ve rakiplerle ilişkilendirilen nitelikler ve özellikler
- Markaya ilişkin olumlu, nötr ve olumsuz dil kullanımı
- Atıf kaynaklarının dağılımı
- Kullanılan AI modelleri arasında sonuçların tutarlılığı

0.2 Yönetici Özeti

#Marka1 saygın bir marka, ancak sıklıkla tercih edilmiyor

#marka1 güçlü bir itibara sahip, ancak AI yanıtlarında ilk öneri olma noktasında zayıf kalıyor.

İnternet sitesine ilişkin kontroller bu farkı açıklamaya yardımcı oluyor; çünkü #marka1'in denetlenen sayfalarında güncellik sinyalleri zayıf, şema işaretlemeleri çok sınırlı ve bilgi yoğunluğu düşük görünüyor. Bu da resmi sayfaların AI sistemleri tarafından güvenle kullanılmasını zorlaştırabiliyor.

En büyük ticari sorun üslup değil, bahsedilmekten tercih edilmeye dönüşüm oranıdır: #marka1 görünür, itibarlı ve tutarlı bir şekilde konumlandırılmış olsa da, özellikle birebir karşılaştırmalarda #marka6 daha çok öneriliyor.

AI yanıtlarında öne çıkmak için yapılacak net: güçlü premium marka anlatısını koruyun, ancak bir sonraki yatırımınızı AI sistemlerinin #marka1'den yalnızca bahsetmesini değil, onu tercih etmesini gerekçelendirmesine yardımcı olacak bilgi açısından zengin ve güncel içeriklere yapın.

The site with high scores that you, because #brand1's website pages showed good features, and the content was fresh, and the layout design, which can make other pages better for AI systems to read content.

The biggest commercial issue is not how but how often you mention to other #brand1's products, well regarded, and consistently featured, and it is still being too many recommendations normally, especially against #brand1 in the brand comparison terms.

The site with high scores that you, because #brand1's website pages showed good features, and the content was fresh, and the layout design, which can make other pages better for AI systems to read content.

The biggest commercial issue is not how but how often you mention to other #brand1's products, well regarded,

Avantajlar	Riskler
[+] #marka1, modeller arasında tutarlı sonuçlar elde etti; bu da mevcut örüntünün tek bir platforma bağlı olmaktan ziyade istikrarlı olduğunu gösteriyor.	[!] #marka1, test edilen AI yanıtlarının yalnızca yaklaşık üçte birinde yer alıyor; bu da markanın bahsedilme sıklığını sınırlıyor.
[+] #marka1, yanıt başına ortalama olarak birden fazla kaynak tarafından destekleniyor; bu da kullanıcı güvenini şekillendirmek için yeterli kanıt sağlıyor.	[!] #marka1'den çoğu zaman #marka1'e ait kaynaklarla desteklenmeden bahsediliyor; bu da iddiaların gerekçelendirilmesinde markanın kontrolünü azaltıyor.
[+] #marka1, yanıt başına ortalama olarak birden fazla kaynak tarafından destekleniyor; bu da kullanıcı güvenini şekillendirmek için yeterli kanıt sağlıyor.	[!] #marka1'den çoğu zaman #marka1'e ait kaynaklarla desteklenmeden bahsediliyor; bu da iddiaların gerekçelendirilmesinde markanın kontrolünü azaltıyor.
[+] #marka1, yanıt başına ortalama olarak birden fazla kaynak tarafından destekleniyor; bu da kullanıcı güvenini şekillendirmek için yeterli kanıt sağlıyor.	[!] #marka1'den çoğu zaman #marka1'e ait kaynaklarla desteklenmeden bahsediliyor; bu da iddiaların gerekçelendirilmesinde markanın kontrolünü azaltıyor.
[+] #marka1, yanıt başına ortalama olarak birden fazla kaynak tarafından destekleniyor; bu da kullanıcı güvenini şekillendirmek için yeterli kanıt sağlıyor.	[!] #marka1'den çoğu zaman #marka1'e ait kaynaklarla desteklenmeden bahsediliyor; bu da iddiaların gerekçelendirilmesinde markanın kontrolünü azaltıyor.

Analizde kullanılan AI platformları: Anthropic, Google, OpenAI, Perplexity.

0.3 Kuşbakışı Sonuçlar

Yeşil ≥ 65% Turuncu 35–65% Kırmızı < 35%

33.3% Görünürlük Oranı	+0.80 Duygu Puanı	44.2% Tercih Edilme Oranı	100.0% Pozitif Görünürlük Oranı	49.7% Sitenin AI'ye Hazır Olma Oranı
----------------------------------	-----------------------------	-------------------------------------	---	--

Ölçeklerin Anlamları

Ölçek	Ne Ölçüyor?
Görünürlük Oranı	Görünürlük Oranı, cevaplardaki görünürlük oranı anlamına gelir. Yüksek bir skor, markanın AI sistemleri tarafından tutarlı bir şekilde tanındığı ve yanıtlara dahil edildiği anlamına gelir.
Duygu Puanı	AI yanıtlarında markadan bahseden metinlerin ortalama duygu tonunu ifade eder. Pozitif değer, markanın olumlu şekilde tanımlandığı anlamına gelir.
Tercih Edilme Oranı	Markanın rakiplerine karşı doğrudan bire bir karşılaştırma sorularında ne sıklıkla tercih edildiğini gösterir.
Pozitif Görünürlük Oranı	Markanın yer aldığı yanıtlar içinde, markadan pozitif biçimde bahsedilme oranını verir.
Sitenin AI'ye Hazır Olma Oranı	Marka web sitesinin 16 sinyale dayalı AI sistemlerince alıntılanmaya hazır olma skorudur. Bu, şirketin doğrudan düzeltebileceği tek metriktir.

Özet Sonuçlar

	Score	Explanation
Görünürlük Oranı	33.3%	Marka, AI yanıtlarının %33'ünde yer alıyor. Düşük görünürlük — dikkat gerektiriyor.
Ortalama Duygu	80.3%	Duygu tonu: 0,80 (-1 ile +1 ölçeğinde). Pozitif ton.
Pozitif Bahsedilme Oranı	100.0%	Bahsedilme oranlarının %100'ü pozitifdir. Güçlü pozitif çerçeveleme.
Olumsuz Bahsedilme Oranı	0%	Bahsedilmelerin %0'ı negatiftir. Düşük negatiflik — iyi.
Kazanılmış Medya Gücü	98.7%	Otorite skoru: %99. Güçlü kazanılmış medya gücü.
Tercih Edilme Oranı	44.2%	Rakiplere karşı dezavantajlı konum.

The site will help you to get the most out of your data, because Microsoft's unified page shows you the most relevant metrics, and the most relevant data, which can help you to make better decisions for your business.

The biggest commercial bank is not the best for customers from Mexico to Mexico. Microsoft is a great, well-regarded, and consistently trusted, and it is still leading the way in innovation, especially against Microsoft in the United States market.

The site will help you to get the most out of your data, because Microsoft's unified page shows you the most relevant metrics, and the most relevant data, which can help you to make better decisions for your business.

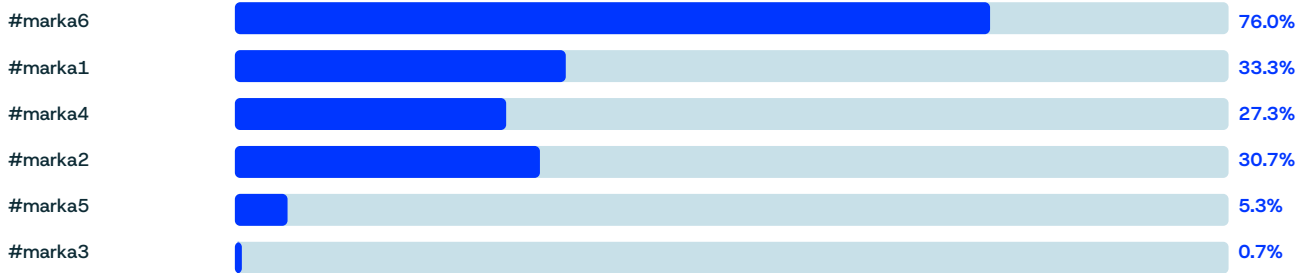
The biggest commercial bank is not the best for customers from Mexico to Mexico. Microsoft is a great, well-regarded,

1. AI Yanıtlarında Marka Görünürlüğü

Bu bölüm, markanın AI tarafından üretilen yanıtlarda yer alıp almadığını, rakiplere karşı ne sıklıkla adının geçtiğini, AI sistemleri belirli prompt'lara yanıt verdiğinde nerede görüldüğünü ve doğrudan bire bir karşılaştırmalarda AI sistemlerinin markayı ne sıklıkla tercih ettiğini gösterir.

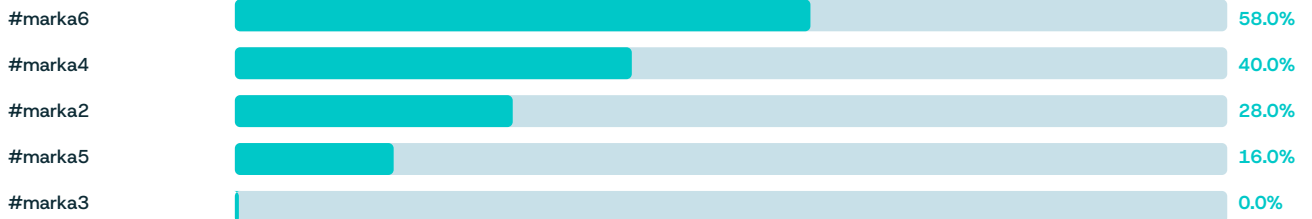
Ölçek	Skor	Açıklama
Görünürlük Oranı	33.3%	Marka, AI yanıtlarının %33'ünde yer alıyor. Düşük görünürlük, dikkat gerektiriyor.
Tercih Edilme Oranı	44.2%	Kazanma oranı: %44. Rakiplere karşı dezavantajlı konumda.

Görünürlük Oranı



Rakiplerle Birlikte Bahsedilme Oranları

Markayı içeren yanıtların, her bir rakipten de bahsetme yüzdesi.



#marka1 görünür durumda, ancak sıklıkla #marka6 ile birlikte yer alıyor

#marka1'in görünürlük oranı %33,3'tür; bu da #marka1'in bu veri setindeki AI yanıtlarının yaklaşık üçte birinde yer aldığı anlamına gelir. Bu durum, güçlü bir görünürlük pozisyonundan ziyade dezavantajlı bir konuma işaret eder.

The site will help you to get the best results from your search engine optimization efforts. We will help you to get the best results from your search engine optimization efforts. We will help you to get the best results from your search engine optimization efforts.

The biggest commercial issue is not how to convert from visitors to sales. It's how to convert from visitors to sales. It's how to convert from visitors to sales. It's how to convert from visitors to sales. It's how to convert from visitors to sales.

The biggest commercial issue is not how to convert from visitors to sales. It's how to convert from visitors to sales. It's how to convert from visitors to sales. It's how to convert from visitors to sales. It's how to convert from visitors to sales.

The site will help you to get the best results from your search engine optimization efforts. We will help you to get the best results from your search engine optimization efforts. We will help you to get the best results from your search engine optimization efforts.

The biggest commercial issue is not how to convert from visitors to sales. It's how to convert from visitors to sales. It's how to convert from visitors to sales. It's how to convert from visitors to sales. It's how to convert from visitors to sales.

Avantajlar	Risks
[+] #marka1 alınan yanıtların neredeyse üçte birinde görülmektedir. Bu da markanın bu sektöre ilişkin sohbetlerde kendine yer bulduğunu göstermektedir.	#brand1'in görünürlük oranı %33,3 olup ortalamanın altında kalmaktadır ve genel olarak yapay zeka yanıtlarında görünürlük dezavantajını göstermektedir.

Sıralama

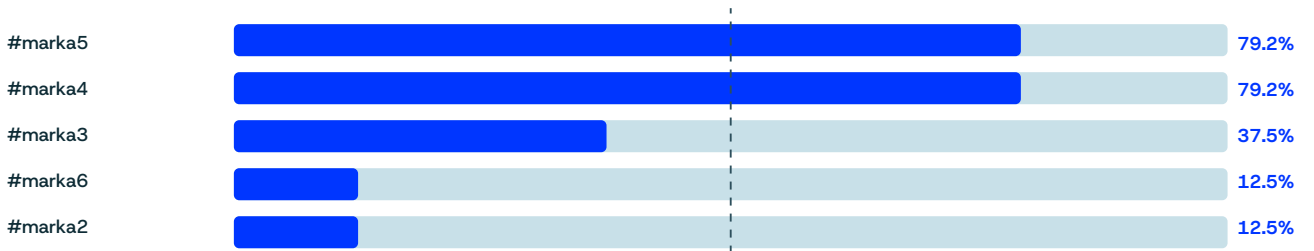
Toplanan tüm yapay zeka yanıtlarında her şirket adının kaç kez tespit edildiğini gösterir. Ortalama pay baz değeri: %16,7.

Marka	Bahsedilme	Pay
#marka6	209	41.6%
#marka1	130	25.9%
#marka4	95	18.9%
#marka2	59	11.8%
#marka5	8	1.6%
#marka3	1	0.2%

Yapay Zeka Modelleri Arası Tutarlılık: %80,7 – markanın görünürlüğü tüm yapay zeka şirketlerinde istikrarlı ve güvenilirdir.

Tercih Edilme Oranı

Kazanma oranı: Genel olarak %44,2. Her çubuk, #brand1'in söz konusu rakibe karşı kazanma oranını gösterir. %50 = parite.



Dikey çizgi %50'yi (eşlik) işaret eder. Sağdaki çubuklar daha yüksek kazanma oranını gösterir.

The site will help you to get, because Microsoft's website pages showed good features, good content, and low technical density, which can make other pages harder for AI systems to read.

The biggest commercial issue is not how but conversion from visitors to clients. Microsoft is present, well-regarded, and consistently ranked, yet it is still facing too many recommendation problems, especially against Microsoft in the search comparison terms.

The site will help you to get, because Microsoft's website pages showed good features, good content, and low technical density, which can make other pages harder for AI systems to read.

The biggest commercial issue is not how but conversion from visitors to clients. Microsoft is present, well-regarded,

Tespit Edilen Fırsatlar

Toplam Fırsat Sayısı 45

Öncelikli Fırsatlar 22

Ortalama Fırsat Aciliyeti 72.7%

Öncelikli Fırsatlar

Tür	Konu	Aciliyet	Kanıt/Aksiyon
Tema Bazlı Sıralama	Satın Alma Niyeti	100%	#marka6, tüm tema yanıtlarında ilk sırada yer aldı; #marka1 ise hiçbirinde ilk sırada yer almadı. Aksiyon: Satın alma niyetini destekleyen daha güçlü kanıt sayfaları yayınlayın.
Tema Bazlı Sıralama	Popülerlik	90%	Brand1 was ranked first in 11/11 theme answers. Action: Publish stronger Discovery Popularity proof pages.
Tema Bazlı Görünürlük	Bütçe Değerlendirme	80%	Brand1 appeared in 2% of theme answers, Brand1 appeared in 75%. Action: Create Budget Assessment content.
Tema Bazlı Sıralama	Bütçe Değerlendirme	100%	Brand1 was ranked first in 6/6 theme answers. Action: Publish stronger Budget Assessment proof pages.
Tema Bazlı Sıralama	Satın Alma Niyeti	65%	Brand1 was ranked first in 6/9 theme answers. Action: Publish stronger Product Assessment proof pages.
Tema Bazlı Görünürlük	Etkililik	65%	Brand1 appeared in 2% of theme answers, Brand1 appeared in 100%. Action: Create Efficiency content.
Tema Bazlı Sıralama	Etkililik	90%	Brand1 was ranked first in 6/6 theme answers. Action: Publish stronger Efficiency proof pages.
Tema Bazlı Görünürlük	Keşif	100%	Brand1 appeared in 2% of theme answers, Brand1 appeared in 100%. Action: Create Discovery content.

#marka1'in AI içeriklerinde önemli boşluklar var

The site could help create that gap, because Brand1's content pages showed weak freshness signals, very limited external mentions, and low social density, which can make official pages harder for AI systems to rank highly.

The biggest commercial issue is not how far competitors from market to check Brand1 is present, well regarded, and consistently ranked, but it is still being on many recommendation systems, especially against Brand1 in the direct comparison terms.

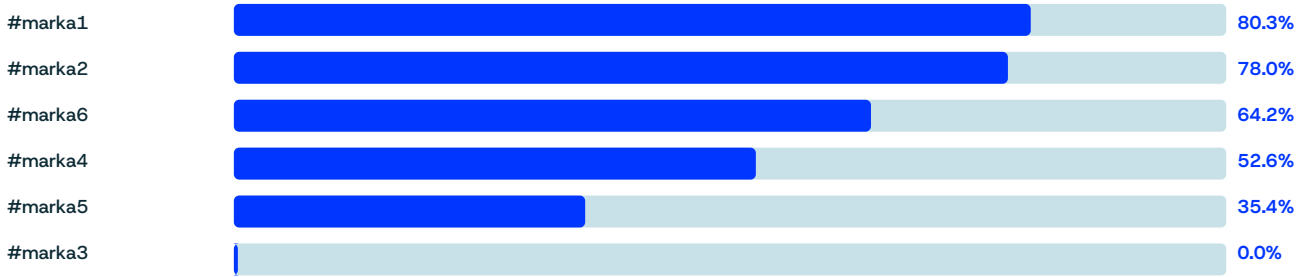
Avantajlar	Riskler
[+] #marka1 için net şekilde tanımlanabilir fırsat alanları bulunuyor. Bu da içerik tarafında atılacak adımları daha uygulanabilir hâle getiriyor.	[!] #marka1, önemli temalarda #marka6'nın gerisinde kalıyor. Bu durum, bir müşterinin #marka1'in kendi kanallarına ulaşmadan önce markayı değerlendirme olasılığını azaltabilir.

2. Marka Çağrışımları ve Kullanılan Dil

Bu bölümde, yapay zeka sistemlerinin markayla ilişkilendirdiği nitelikler ve marka etrafında kullandıkları dil gösterilmektedir.

Ölçek	Skor	Açıklama
Ortalama Duygu	80.3%	Duygu tonu: 0,80 (-1 ile +1 ölçeğinde). Pozitif ton.
Olumlu Bahsedilme Oranı	100.0%	Bahsedilmelerin %100'ü pozitif. Güçlü pozitif çerçeveleme.
Olumsuz Bahsedilme Oranı	0%	Bahsedilmelerin %0'ı negatiftir. Düşük negatiflik — iyi.
Temkinli Dil Kullanım Oranı	4%	Skor: %4. İfadelerde belirsizlik çok az.

Duygular (Ortalama Duygu, 0=negatif, 1=pozitif)



Pozitif Çerçeveleme Oranı

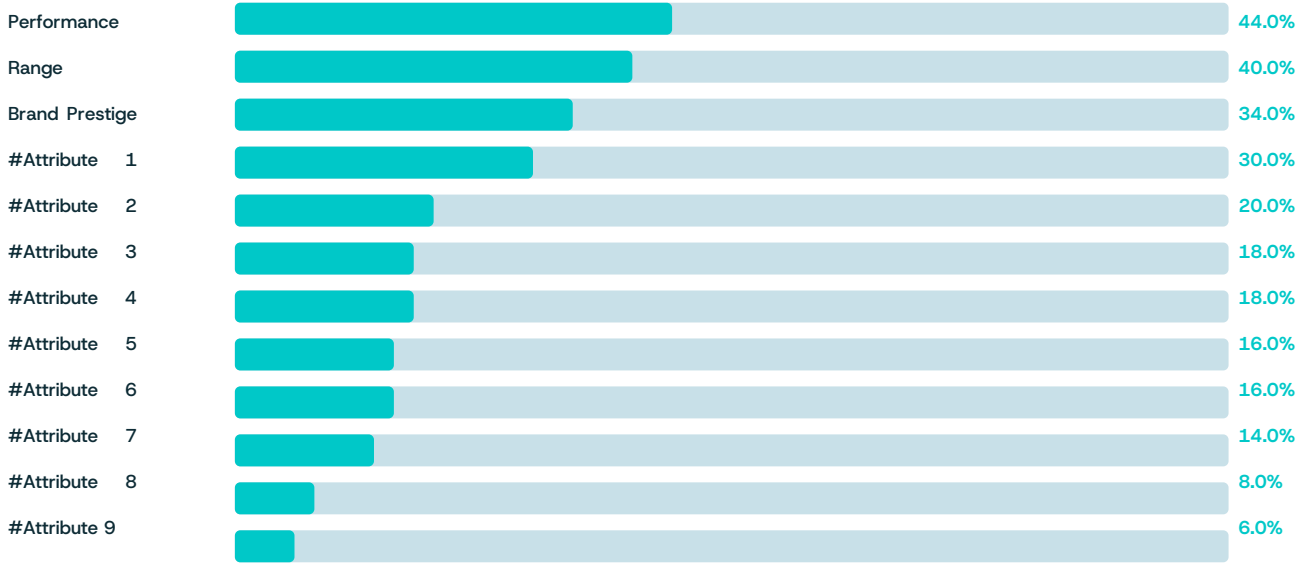


Olumsuz Çerçeveleme Oranı



Markayla İlişkilendirilen Nitelikler

#brand1'le ilgili metinlerde her bir özelliğin ne sıklıkla görüldüğünü gösterir.



#marka1 premium performansla ilişkilendiriliyor

Ortalama duygu tonu 0,80'dir; bu da #marka1 hakkında kullanılan dilin genel olarak oldukça pozitif olduğunu gösterir. En yaygın çağrışımlar performans 0,44, menzil 0,40 ve marka prestiji 0,34'tür. Bunları 0,30 ile fiyat-değer algısı takip eder. Bu tablo, #marka1'in bütçe odaklı bir seçenektan çok, yetenekli ve premium bir araç olarak konumlandığını gösterir. Tasarım 0,20; dayanıklılık ve bulunabilirlik ise 0,18 seviyesinde yer almaktadır, ancak bunlar açıkça ikincil konumdadır. Güvenilirlik ve şarj süresi 0,16 ile performans ve menzil kadar sık ele alınmamaktadır. #marka1'in mevcut AI anlatısı en güçlü şekilde heyecan, yetenek ve premium algı üzerine kuruludur. Ancak güvenilirlik, şarj kolaylığı, garanti ve bakım maliyetleri gibi pratik sahiplik kanıtlarında daha az güçlüdür.

The data with high value indicates that you, because #brand1's content pages showed more positive signals, very limited extreme negative, and low neutral signals, which can make official pages harder for AI systems to read correctly.

The biggest commercial issue is not how but consumers from market to choose #brand1 is present, well regarded, and consistently trusted, yet it is still facing too many recommendations concerns, especially against #brand1 in the brand comparison terms.

The data with high value indicates that you, because #brand1's content pages showed more positive signals, very limited extreme negative, and low neutral signals, which can make official pages harder for AI systems to read correctly.

The biggest commercial issue is not how but consumers from market to choose #brand1 is present, well regarded,

Avantajlar	Riskler
[+] #marka1'den bahseden yanıtlar ondan pozitif bir biçimde bahsetmiştir, hiçbir olumsuz yanıt kaydedilmemiştir.	[!] #marka1 güvenilirlik, şarj süresi, garanti ve bakım maliyetleri konularında daha az ele alınıyor. Bu da pratik kullanım sorularının yeterince işlenmediğini göstermektedir.

3. Kaynak Analizi

Bu bölüm, AI sistemlerinin yanıt oluştururken kullandığı kaynakları gruplandırır. Amaç, yanıtların marka web siteleri, forumlar, e-ticaret platformları, haber siteleri veya diğer kaynaklar tarafından desteklenip desteklenmediğini anlamaktır.

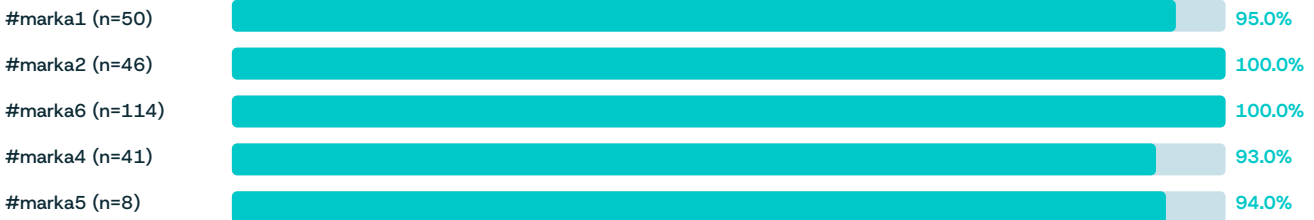
Ölçek	Açıklama
Cevap Başına Ortalama Atıf	Her bir AI yanıtında yer alan ortalama kaynak linki veya referans sayısıdır. Daha yüksek değer, AI'nin iddialarını daha fazla dış kaynaktan desteklediği anlamına gelir.
Ortalama Domain Çeşitliliği	Yanıt başına kaynak gösterilen farklı web sitesi alan adlarının ortalama sayısıdır. Daha yüksek değer, AI'nin daha geniş bir kaynak yelpazesinden yararlandığı anlamına gelir.
Kazanılmış Medya Gücü	Tüm atıflar içinde üçüncü taraf, yani markaya ait olmayan kaynakların payıdır. Daha yüksek değer, AI yanıtlarının markanın kendi alan adlarından çok dış kaynaklara dayandığı anlamına gelir.

Cevap Başına Ortalama Atıf



Endeks maksimum değere göre ölçeklendirilmiştir. Gerçek değerler: #marka1=4,78, #marka2=5,43, #marka6=5,12, #marka4=5,07, #marka5=4,62.

Ortalama Domain Çeşitliliği

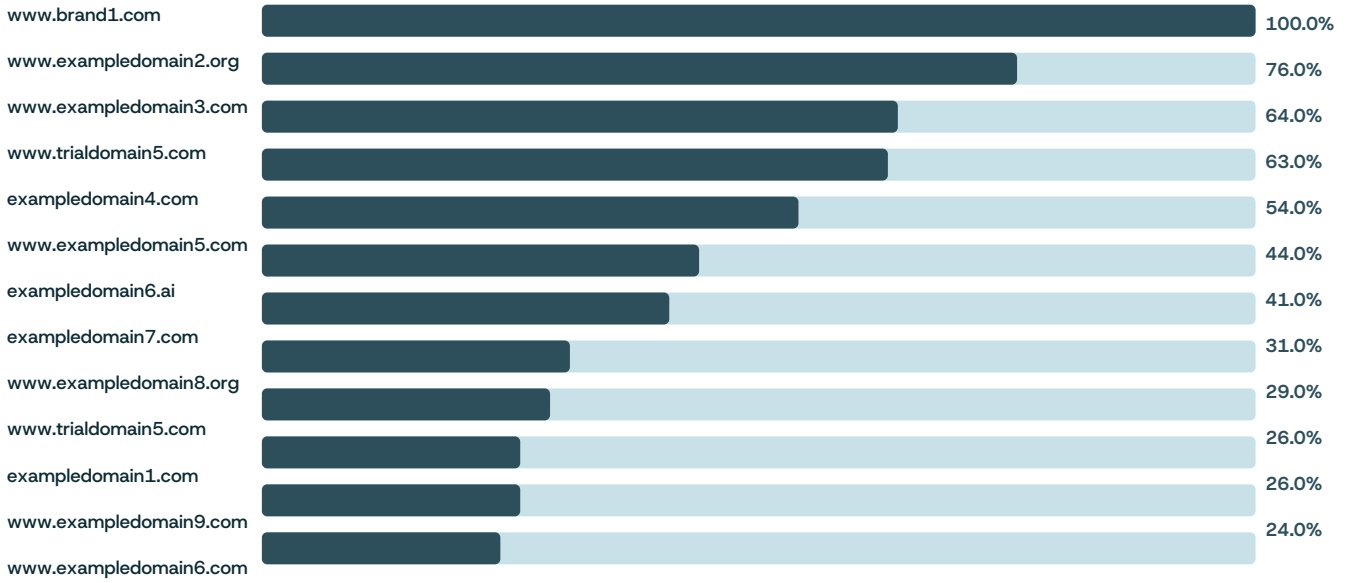


Endeks maksimum değere göre ölçeklendirilmiştir. Gerçek değerler: #marka1=3,78, #marka2=3,98, #marka6=3,98, #marka4=3,71, #marka5=3,75.

Kaynak Kategorileri

Kaynak Kategorisi	Atıflar	Ana Adresler
Marka Websitesi	10	marka.com (10)
Kullanıcı Forumları	23	forum.com (8), forum.com (8), forum.org (7)
E-Ticaret Siteleri	15	marka.com.tr (11), marka.com.tr (4)
Haber Portalları	119	marka.com (10), markagazetesi.com (10), markagazetesi.com (99)
Diğer Kaynaklar	618	markagazetesi.com (17), markagazetesi.com (17), markagazetesi.com (184)

Alıntılanan Sitelerin Alıntılanma Sıklıkları



En Çok Atıf Verilen Linkler

Count	Title	URL
21	Most Reliable #sector 2026: Data-Backed Guide	brand1.com/articles/...
19	Best Brands of 2026 – news/	news.com/sector/advice/...
17	Best of 2026 – Top-Rated brands in sector	.com/sector/rankings/...
16	www.addthis.com	www.addthis.com/brand1.com/
15	Top 10 Most Affordable Brands for Consumers	www.addthis.com/brand1.com/
15	www.addthis.com	www.addthis.com/brand1.com/
15	www.hugoboss.com	www.hugoboss.com/brand1.com/
14	www.addthis.com	www.addthis.com/brand1.com/
13	addthis.com	addthis.com/brand1.com/
10	Top 10 Most Affordable Brands for Consumers	www.addthis.com/brand1.com/

Atıf Alma Başarısızlığının Sebepleri

“Atıf başarısızlığı”, bir AI yanıtında markanın adı geçtiği hâlde, destekleyici kanıt olarak markanın kendi sayfalarından hiçbir kaynak linkine yer verilmemesi durumudur.

#marka1'den Bahsediliyor, Ancak Nadiren Siteye Atıf Yapılıyor

The site with the highest number of citations for #brand1 is www.addthis.com, which is a third-party website. This is likely due to the site's high domain authority and its focus on providing news and information. The highest commercial value is not from the website but from the number of citations it receives, which is a positive sign for the brand.

4. Sitenin Yapay Zekaya Hazır Olma Durumu

Genel AI Hazırlık Skoru: %49,7 — Orta. Bu skor, sitenin AI yanıt motorları tarafından taranmaya, anlaşılma, güvenilir bulunmaya ve kaynak gösterilmeye ne kadar hazır olduğunu özetler.

15 Yapay Zekaya Hazır Bulunma İşaretleri

Sinyal	Açıklama	Skor	Durum
Şema İşaretleme	AI sistemlerinin varlıkları, ürünleri, bilgileri ve sayfanın amacını tanımasına yardımcı olan yapılandırılmış veriler.	—	Zayıf
Meta Etiketler	Sayfayı tarayıcılar ve yanıt motorları için özetleyen başlıklar ve meta veriler.	65%	İyi
İçerik Yapısı	İçeriğin daha kolay ayrıştırılmasını ve alıntılanmasını sağlayan başlık hiyerarşisi ve sayfa yapısı.	—	Zayıf
E-E-A-T Sinyalleri	Uzmanlık, otorite, güvenilirlik, tarih, yazarlık ve kaynak kullanımını gösteren sinyaller.	—	Zayıf
Varlık Tanımları	Marka, ürünler, lokasyonlar ve aralarındaki ilişkilerin net şekilde tanımlanması.	—	Zayıf
SSS Yapısı	Konuşma tabanlı AI sorgularıyla doğrudan eşleşen soru-cevap içerikleri.	—	Zayıf
İç Linkleme	Tarayıcıların ilgili sayfaları keşfetmesine ve konu derinliğini anlamasına yardımcı olan bağlantılar.	53%	Orta
Tarayıcı Erişimi	AI tarayıcıları için robots ayarları, durum kodları ve erişilebilirlik sinyalleri.	85%	İyi
İçerik Güncelliği	AI sistemlerinin güncel içeriği eski içeriğe tercih etmesine yardımcı olan görünür güncelleme sinyalleri.	—	Zayıf
Bilgi Yoğunluğu	Yanıt üretiminde kullanılacak spesifik bilgiler, sayılar, kanıtlar ve atıflar.	—	Zayıf
Marka Varlığı	Sayfanın marka varlığını ve tanınan marka tanımlayıcılarını ne kadar net güçlendirdiğini ifade eder.	—	Zayıf
Okunurluk	Metnin ne kadar kolay anlaşılabilirliği, çıkarılabilirliği ve özetlenebilirliği.	—	Zayıf
Sayfa Performansı	Taranabilirliği ve erişilebilirliği etkileyen hız ve teknik kalite.	77%	İyi
Link Sağlığı	İç ve dış bağlantıların doğru çalışıp çalışmadığı ve güveni destekleyip desteklemediğini gösterir.	50%	Orta
Multimedya	Varlıkların anlaşılmasını destekleyen görseller, videolar, alternatif metinler ve transkriptler.	53%	Orta

#marka1'in AI hazırlık seviyesi şu anda karışık bir tablo gösteriyor

Genel skor 0,497'dir; bu da güçlü bir sonuçtan ziyade orta seviyede bir performansa işaret eder. Ana sayfanın teknik skoru ise daha düşüktür: 0,442.

Denetim 20 sayfayı kapsamıştır ve denetim dışında kalan keşfedilmiş sayfa bulunmamaktadır. Olumlu tarafta, site JavaScript ağırlıklı olarak değerlendirilmemektedir. Bu, AI sistemlerinin ve tarayıcıların temel sayfa erişiminde daha az zorlanacağı anlamına gelir.

Daha büyük zayıflıklar ise içerik ve güven sinyallerindedir. Güncellik skoru 0,0, şema işaretlemesi skoru 0,04 ve varlık tanımları skoru 0,133'tür. Bu düşük skorlar, AI sistemlerinin #marka1 sayfalarını güncel, iyi etiketlenmiş ve otoriter olarak değerlendirmesini zorlaştırır.

The site will help make that gap, because Microsoft's website pages showed weak freshness signals, very limited schema markup, and low technical density, which can make official pages harder for AI systems to read confidently.

The biggest commercial issue is not how fast consumers can register to check Microsoft's products, well-regarded, and consistently trained, yet it is still facing too many recommendation problems, especially against Microsoft in the brand comparison terms.

The site will help make that gap, because Microsoft's website pages showed weak freshness signals, very limited schema markup, and low technical density, which can make official pages harder for AI systems to read confidently.

The biggest commercial issue is not how fast consumers can register to check Microsoft's products, well-regarded, and consistently trained, yet it is still facing too many recommendation problems, especially against Microsoft in the brand comparison terms.

The site will help make that gap, because Microsoft's website pages showed weak freshness signals, very limited schema markup, and low technical density, which can make official pages harder for AI systems to read confidently.

The biggest commercial issue is not how fast consumers can register to check Microsoft's products, well-regarded, and consistently trained, yet it is still facing too many recommendation problems, especially against Microsoft in the brand comparison terms.

The site will help make that gap, because Microsoft's website pages showed weak freshness signals, very limited schema markup, and low technical density, which can make official pages harder for AI systems to read confidently.

Avantajlar	Riskler
[+] JavaScript ağırlıklı bir deneyim sunmuyor; bu da AI sistemlerinin ve tarayıcıların temel sayfa içeriğini kaçırma riskini azaltıyor.	[!] Şema işaretlemesi 0,04 ile son derece zayıf; bu da sitenin sayfa anlamını, marka kimliğini ve içerik detaylarını makinelere net şekilde anlatmasını sınırlandırıyor.
Microsoft'un ürünleri, özellikle yazılım ve donanım alanlarında, dünya çapında tanınmış ve güvenilirdir. Bu, kullanıcıların markaya olan güvenini artırır ve satın alma kararlarında etkili bir faktördür.	Microsoft'un ürünleri, özellikle yazılım ve donanım alanlarında, dünya çapında tanınmış ve güvenilirdir. Bu, kullanıcıların markaya olan güvenini artırır ve satın alma kararlarında etkili bir faktördür.
Microsoft'un ürünleri, özellikle yazılım ve donanım alanlarında, dünya çapında tanınmış ve güvenilirdir. Bu, kullanıcıların markaya olan güvenini artırır ve satın alma kararlarında etkili bir faktördür.	Microsoft'un ürünleri, özellikle yazılım ve donanım alanlarında, dünya çapında tanınmış ve güvenilirdir. Bu, kullanıcıların markaya olan güvenini artırır ve satın alma kararlarında etkili bir faktördür.

5. Öneriler

Bu öneriler, raporda ölçülen verilere dayanarak hazırlanmıştır. Değerlendirmede AI yanıtlarında markanın ne kadar görünür olduğu, marka hakkında nasıl bir dil kullanıldığı, hangi kaynaklara ve atıflara yer verildiği, web sitesinin AI tarafından alıntılanmaya ne kadar hazır olduğu, içerikteki eksikler ve atıfların neden başarısız olduğu birlikte incelenmiştir.

Öncelik	Öneri
1	Belirli #persona4 ihtiyaçları için #marka1'in neden #marka6, #marka4, #marka2 ve diğer yakın alternatiflere göre daha iyi bir seçim olduğunu açıkça anlatan karşılaştırmaya hazır sayfalar oluşturun.
2	#marka1'e ait içerikleri; fiyat, ürün yelpazesi, şarj, güvenilirlik, sahip olma maliyetleri, teşvikler ve modele özel tercih nedenleri gibi karar konularında genişletin. Bunu sade bir dille ve net bilgilerle yapın.
3	AI sistemlerinin #marka1.com'a daha kolay güvенеbilmesi ve siteyi daha rahat kaynak gösterebilmesi için siteyi iyileştirin. Bunun için görünür güncelleme tarihleri ekleyin, şema işaretlemelerini güçlendirin.
4	Prioritize the highest impact content gaps first, especially Purchase Intent, Discovery Popularity, Budget Assessment, and Premium Assessment topics identified in this run.
5	Increase high authority third party coverage and validation so AI answers have stronger external proof points when recommending #brand1.
6	Build more AI visible content that clearly answers comparison questions between #brand1 and #brand2, since #brand2 is the most common co-mentioned competitor.
7	Create pages and supporting third party content that explain where #brand1 differs from #brand2 and #brand3 on use cases, ownership experience, charging, range, and lifestyle fit.
8	Expand content for specific #persona 4 perspectives so future reporting can show where #brand1 is more or less visible by question type.
9	Prioritize evidence rich content that helps AI answers mention #brand1 on its own merits, not only as one option in a competitor list.
10	Build more publishable proof around #brand1 reliability, charging experience, warranty coverage, and maintenance costs so AI answers have stronger evidence on ownership topics.
11	Strengthen content that connects #brand1 performance and range to everyday use cases, helping the brand move from aspirational language to practical confidence.
12	Increase clear, reusable messaging on #brand1 availability and delivery expectations in the USA to reduce uncertainty in purchase-oriented AI answers.
13	Support #brand1's premium positioning with concrete comparisons on total value, not just sticker price, so price-value mentions become more persuasive.
14	Expand #brand1's official website content for the questions buyers ask most, including comparisons, charging, ownership costs, reliability, range, incentives, and model specific FAQs, so AI answers have more official pages to cite.



info@enlighty.ai
www.enlighty.ai