

# NESİL

## Kullanım Kılavuzu

*Veri Güvenliği Farkındalık ve Simülasyon Platformu*

Platform ve arayüz rehberi · Kampanya oluşturmada raporlamaya kadar adım adım

# İçindekiler

Bu kılavuz, platformu sıfırdan ileri düzeye kadar adım adım öğretmek için hazırlandı. Her bölüm ekran görüntüleri ve numaralı yönergelerle birlikte gelir; kırmızı kutular ve numaralar, tıklamanız gereken yerleri tam olarak işaret eder.

## BAŞLANGIÇ

1. Nesil Nedir?
2. Hesap Oluşturma
3. Giriş Yap
4. Arayüz Turu

## GÜNLÜK KULLANIM

5. Kontrol Paneli
6. Kampanyalar
7. Kampanya Oluşturma
8. Kampanya Detayı ve Başlatma
9. Hedef Ekleme
10. Takip Bağlantıları
11. Analitik

## SİMÜLASYON ARAÇLARI

12. E-posta Şablonları
13. Hazır Şablon Galerisi
14. Özel Şablon Oluşturma
15. Hedef Formlar
16. Hedef Grupları
17. Zamanlayıcı

## ORGANİZASYON VE RAPORLAMA

18. Ekip Yönetimi
19. Raporlar
20. Risk Skorları
21. Denetim Kayıtları
22. Güvenlik Eğitimi

## ALTYAPI VE ENTEGRASYONLAR

- 23. Takip Alan Adları
- 24. SMTP Yapılandırması
- 25. Webhook'lar
- 26. API Anahtarları
- 27. Entegrasyonlar

## HESAP VE AYARLAR

- 28. Ayarlar
- 29. Hızlı Referans ve Sıkça Sorulanlar

# 1. Nesil Nedir?

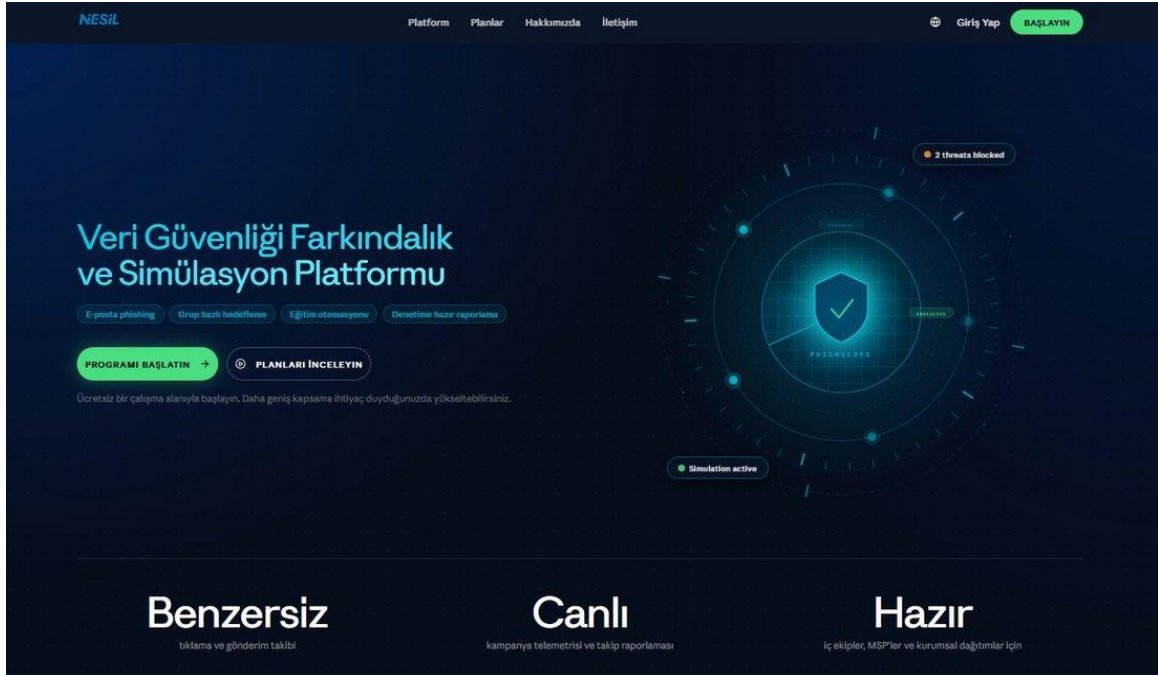
Nesil, kurumların çalışanlarına yönelik ortalama (phishing) saldırılarını güvenli bir ortamda simüle etmesini, sonuçları ölçmesini ve farkındalık eğitimleriyle insan kaynaklı güvenlik riskini azaltmasını sağlayan bir platformdur.

Amaç, gerçek bir saldırganın kullandığı tekniklere çok benzer e-postalar göndererek çalışanların hangi mesajlara kanıp kandırılmadığını görmek ve bu verilere göre özel eğitimler atamaktır. Tüm süreç; kampanya planlamadan hedef listelerinin yönetimine, tıklama takibinden departman bazlı risk skoruna ve SIEM entegrasyonlarına kadar tek bir panelden yönetilir.

## Kimler için?

- Bilgi güvenliği ekipleri (SOC, CISO ofisi) — düzenli ortalama tatbikatları için
- BT yöneticileri — ekip güvenlik olgunluğunu ölçmek için
- Uyumluluk ekipleri (ISO 27001, KVKK, GDPR) — eğitim kayıtlarını belgelemek için
- MSP'ler ve yönetilen güvenlik sağlayıcıları — birden çok müşteri için çalıştırmak için
- İK ve eğitim birimleri — yeni başlayanlara uygulamalı güvenlik eğitimi vermek için

## Platform ne yapar?



Nesil'in halka açık karşılama sayfası. Koyu tema, cyan vurgulu tipografi ve üstteki menü; Platform, Planlar, Hakkımızda ve İletişim sayfalarına buradan erişilir.

Özet olarak platform aşağıdaki temel yetenekleri bir araya getirir:

- Gerçekçi e-posta şablonları ile ortalama kampanyaları tasarlama
- Hedef listelerini tek tek, CSV ile toplu veya gruplar halinde yönetme
- Gönderim, açılma, tıklama ve form gönderimi gibi her olayı gerçek zamanlı takip
- Her kampanya için kişiye özel, tekil takip bağlantısı üretme
- Departman ve kuruluş bazında risk skorunu otomatik hesaplama
- Hazır güvenlik farkındalık eğitim modüllerini gruplara atama
- SMTP, Slack, Teams, Jira, Splunk, PagerDuty ve özel Webhook entegrasyonları
- API anahtarları ile programatik erişim ve otomasyon
- KVKK/GDPR uyumlu denetim kayıtları ile her işlemin izlenmesi

## Bu kılavuzu nasıl okumalısınız?

Kılavuzdaki her bölüm aynı düzende ilerler: önce bahsi geçen ekran bir bütün olarak tanıtılır, ardından ekran görüntüsünün üzerine kırmızı kutular ve numaralarla tıklamanız gereken noktalar işaretlenir. Hemen ardından bu numaralar sırasıyla açıklanır, gerektiğinde adım adım kullanım senaryoları verilir. Bölüm sonunda ise o alanla ilgili püf noktaları ve uyarılar ayrı kutularda toplanır.

### İlk defa kullanıyorsanız

Sırasıyla okumanızı tavsiye ederiz. Önce hesap oluşturma ve arayüz turu, sonra "Kampanya Oluşturma" bölümü ile bir mini test kampanyası deneyin.

Hemen ardından şablonlar ve hedef grupları bölümlerine geçin — gerçek senaryoyu ancak bunlar hazır olduğunda kurabilirsiniz.

## 2. Hesap Oluşturma

Platformu kullanabilmek için önce bir hesap oluşturmanız gerekir. Hesap, kuruluşunuzun tüm kampanyalarının, şablonlarının, hedef listelerinin ve raporlarının tutulduğu güvenli çalışma alanını temsil eder.

The screenshot shows the account creation interface for NESIL. The form is titled 'Hesap Oluştur' and contains the following fields: 'Ad Soyad' (Ahmet Yılmaz), 'E-posta' (ism@ornek.com), 'Kuruluş Adı' (Şirket A.Ő.), 'Plan' (cretsiz), 'Şifre' (masked with asterisks), and 'Şifre Tekrar' (masked with asterisks). A blue button labeled 'Hesap Oluştur' is positioned below the password fields. At the bottom of the form, there is a link to 'Hizmet Şartları ve Gizlilik Politikasını kabul etmiş olursunuz.'

*Hesap Oluştur ekranı. Alanlar stten alta sıralıdır ve hepsi (Plan hariç) zorunludur.*

### Alan alan açıklamalar

1

**Ad Soyad** Platformda görünür olacak gerçek adınız. Sonradan Ayarlar > Profil menüsünden değiştirebilirsiniz.

2

**E-posta** Hesabınıza bağlı birincil e-posta. Parola sıfırlama, önemli bildirimler ve sistem uyarıları bu adrese gider. Kurumsal bir adres kullanmanız önerilir.

3

**Kuruluş Adı** Şirketinizin veya takımınızın görünen adı. Örneğin "Nesil Teknoloji" gibi. Bu isim raporlarda, denetim kayıtlarında ve ekip davetlerinde görünür.

4

**Plan** Ücretsiz, Starter, Pro veya Enterprise gibi seçenekler arasından başlangıç planını seçin. İhtiyaç büyüdükçe yükseltebilirsiniz.

5

**Şifre** Güçlü bir parola belirleyin. En az 8 karakter; büyük harf, küçük harf, rakam ve özel karakter içermelidir.

6

**Şifre Tekrar** Yazım hatasına karşı parolanızı birebir aynı şekilde tekrar girin.

7

**Hesap Oluştur** Tüm alanlar doğru ise butona tıklayarak hesabınızı oluşturun. Kısa bir saniye sonra otomatik olarak kontrol paneline yönlendirilir.

#### Plan seçiminde kararsız mısınız?

Ücretsiz plan, platformu tanımak ve küçük bir deneme kampanyası çalıştırmak için yeterlidir. Kuruluş çapında gerçek bir simülasyon kurgulayacaksanız Enterprise planı ile başlamak, sınır problemleri yaşamadan devam etmenizi sağlar.

Plan her zaman sonradan "Ayarlar > Organizasyon" menüsünden değiştirilebilir.

#### Kuruluş adını dikkatli seçin

Kuruluş adı, davet ettiğiniz ekip üyelerine gönderilen e-postalarda ve denetim kayıtlarında görünür. Sonradan değiştirmek mümkün olsa da çok sayıda kullanıcıya davet gittiyse tutarsızlığa yol açabilir.

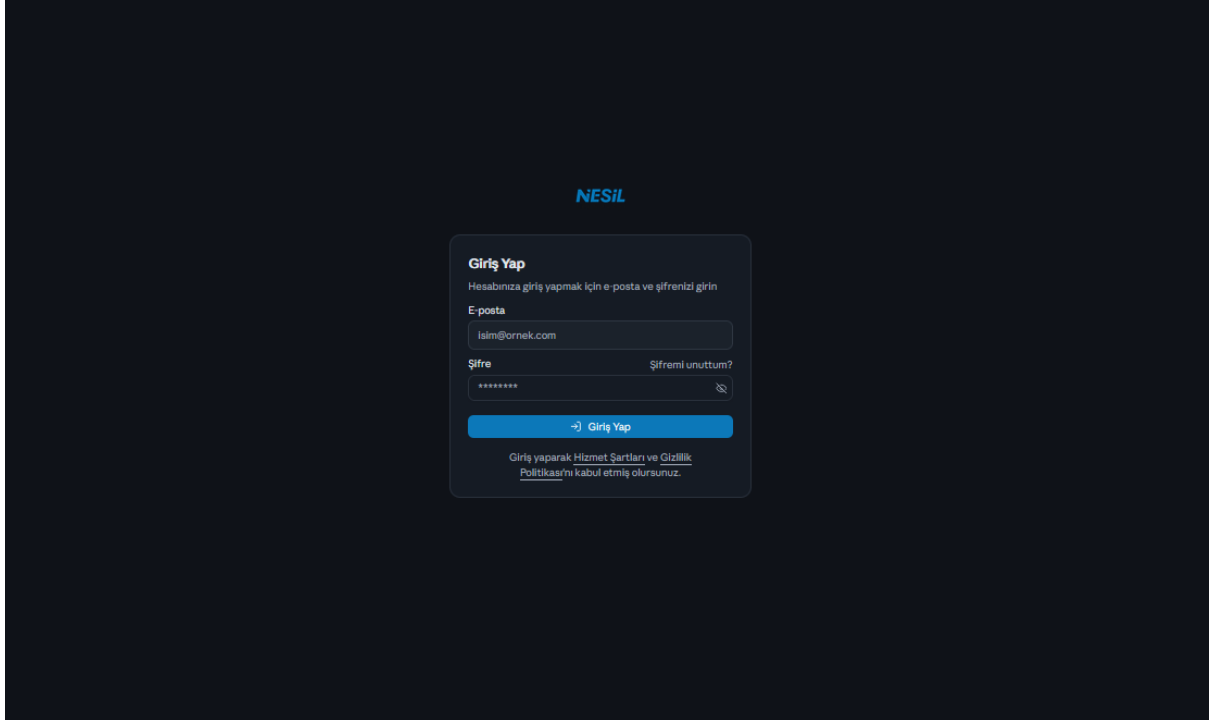
## Hesap oluşturduktan sonra

Sistem sizi doğrudan kontrol paneline (dashboard) yönlendirir. İlk girişten sonra önerilen adımlar şunlardır:

- Sağ üstteki dişli simgesinden Ayarlar sayfasına girip profil ve organizasyon bilgilerinizi tamamlayın.
- "SMTP" ayarlarından kendi gönderim sunucunuzu yapılandırın (gerçek kampanyalar için gerekli).
- "E-posta Şablonları"nda hazır galeriye göz atın ve kuruluşunuz için uyarlanacak bir şablon seçin.
- "Ekip" menüsünden ihtiyaç duyacağınız yöneticileri davet edin.

## 3. Giriş Yap

Hesabınızı oluşturduktan sonra panele her erişiminiz için Giriş Yap ekranını kullanırsınız. Ekran sade ve tek bir amaca odaklanmıştır: sizi güvenle içeri almak.



### Alan alan açıklamalar

1

**E-posta** Hesap oluştururken kullandığınız adresi girin. Alan büyük-küçük harfe duyarlı değildir.

2

**Şifre** Parolanızı yazın. Sağdaki göz ikonuna tıklayarak görünür hale getirip yazınızı doğrulayabilirsiniz.

3

**Şifremi unuttum** Parolanızı hatırlamıyorsanız buraya tıklayın. E-posta adresinize güvenli bir sıfırlama bağlantısı gönderilir.

4

**Giriş Yap** Tüm bilgiler doğru ise butona basın ve doğrudan Kontrol Paneline gidin.

## Oturum süresi

Varsayılan olarak oturum belirli bir süre boyunca açık kalır. Ortak bir cihazda çalışıyorsanız işiniz bittiğinde sağ üstteki profil menüsünden "Çıkış Yap" seçeneğini kullanmayı unutmayın.

## Şifremi unuttum akışı

Parolanızı sıfırlamak için üç adımlık basit bir akış izlenir:

1

**E-posta girin** "Şifremi unuttum" bağlantısına tıkladığınızda karşınıza çıkan formda hesap e-postanızı girin.

2

**Gelen kutunuzu kontrol edin** Nesil size bir sıfırlama bağlantısı gönderir. Bağlantı güvenlik amacıyla kısa süre sonra sona erer.

3

**Yeni parolayı belirleyin** Bağlantıya tıklayın ve en az 8 karakterli, güçlü yeni bir parola oluşturun.

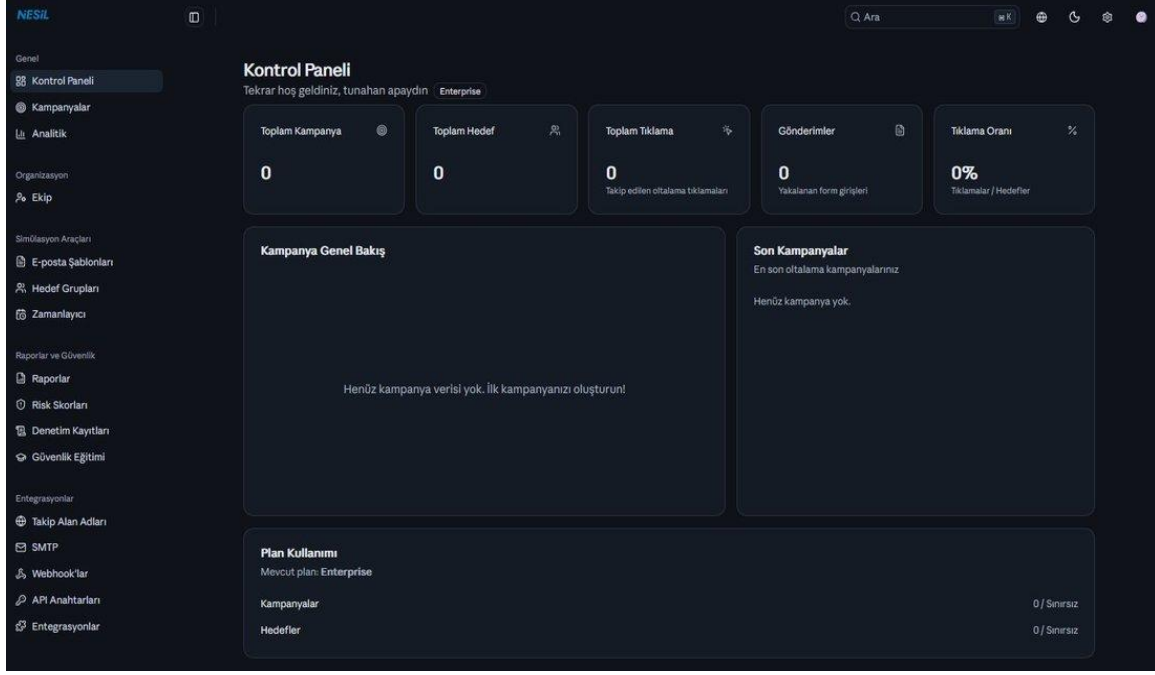
## E-posta gelmediyse

Önce spam klasörünü kontrol edin. Bir kaç dakika bekleyin ve gelmezse tekrar deneyin.

Hâlâ gelmiyorsa, e-postanızı yazmış olduğunuz adresin hesap açarken kullandığınız adres olduğundan emin olun. Bazı kuruluşlar kurumsal filtreler nedeniyle belirli alan adlarından gelen e-postaları engelleyebilir — bu durumda BT ekibinizle iletişime geçin.

## 4. Arayüz Turu

Nesil'in yönetim paneli üç ana bölgeden oluşur: soldaki gezinti menüsü, üstteki araç çubuğu ve ortadaki çalışma alanı. Bu bölümde her bölgenin ne işe yaradığını inceliyoruz — böylece bir sonraki bölümlerde hangi ekrandan bahsedildiğinde hemen bulabilirsiniz.



Henüz hiç kampanya oluşturmamış boş bir panelin tam görünümü.

### Ana bölgeler

1

**Sol gezinti menüsü** Platformun tüm ana bölümlerine buradan ulaşırsınız. Menü, işlev gruplarına göre beş ana başlığa ayrılır: Genel, Organizasyon, Simülasyon Araçları, Raporlar ve Güvenlik, Entegrasyonlar.

2

**Üst KPI kartları** Toplam kampanya, hedef, tıklama, gönderim ve tıklama oranı gibi en kritik metriklerin özetini tek bakışta gösterir. Kampanya çalıştıkça bu kartlar canlı güncellenir.

3

**Kampanya Genel Bakış** Aktif ve geçmiş kampanyalarınızın performansını zaman içinde gösteren çizgi grafik. Trend analizi için idealdir.

4

**Son Kampanyalar** En son çalıştırdığınız kampanyaların özet listesi. Her biri için tıklama sayısı ve durum rozeti görünür; bir satıra tıklayarak doğrudan o kampanyanın detayına inebilirsiniz.

5

**Plan Kullanımı** Mevcut planınızın sınırlarına ne kadar yaklaştığınızı gösterir. Sınırsız plandaysanız burada sadece kullanım sayaçları görünür.

6

**Profil ve hızlı erişimler** Sağ üstte dil seçici, tema değiştirici (açık/koyu), ayarlar ve profil avatarınız yer alır.

## Sol menünün yapısı

Sol menü beş ana grup altında toplam on altı işlevsel modül sunar:

### Genel

- Kontrol Paneli — Genel özet ve son aktiviteler
- Kampanyalar — Tüm simülasyon kampanyalarınızın listesi
- Analitik — Kampanyalar arası performans karşılaştırması

### Organizasyon

- Ekip — Platforma erişimi olan kullanıcıların yönetimi

### Simülasyon Araçları

- E-posta Şablonları — Hazır ve özel ortalama e-postaları
- Hedef Grupları — Hedef listelerinin departman bazlı organizasyonu
- Zamanlayıcı — Kampanyaların otomatik başlatılması

### Raporlar ve Güvenlik

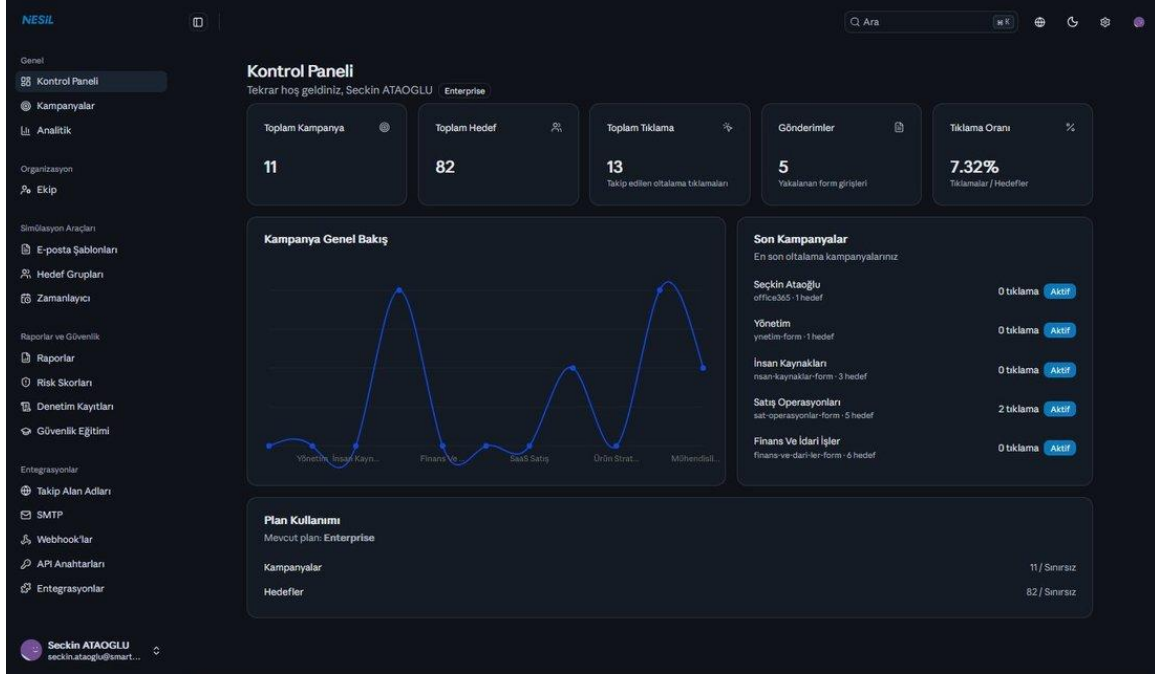
- Raporlar — Detaylı kampanya ve departman raporu
- Risk Skorları — Kuruluş çapında risk değerlendirmesi
- Denetim Kayıtları — Tüm yönetim işlemlerinin değişmez günlüğü
- Güvenlik Eğitimi — Farkındalık eğitim modülleri ve atamalar

### Entegrasyonlar

- Takip Alan Adları — Markalı kampanya bağlantıları için özel alan adı

- SMTP — E-posta gönderim sunucusu yapılandırması
- Webhook'lar — Üçüncü taraf sistemlere anlık olay bildirimleri
- API Anahtarları — Programatik erişim için kimlik bilgileri
- Entegrasyonlar — Slack, Teams, Jira, Splunk, PagerDuty ve özel hedefler

## Bir kampanya çalıştığında panel böyle görünür



11 kampanyası, 82 hedefi ve 13 tıklaması olan bir kuruluşun canlı panel görünümü. Grafik gerçek veriyle zenginleşir, "Son Kampanyalar" listesi her satırda durum rozetini (Aktif/Taslak/Tamamlandı) gösterir.

### Verimli çalışmanın püf noktası

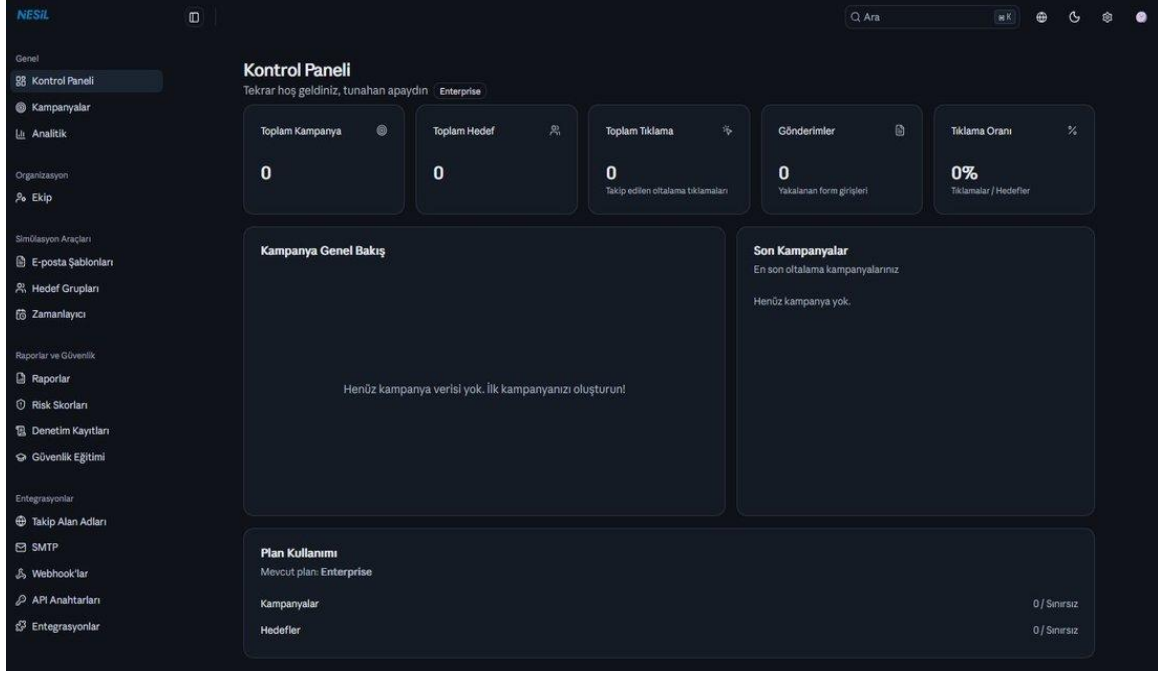
En sık kullanacağınız üç-dört menüyü belirleyin (ör. Kampanyalar, Analitik, E-posta Şablonları). Günlük iş akışınız muhtemelen bu eksenlerde döner. Diğer menülere ancak bir şey kurgularken (örn. SMTP) veya raporlama zamanı (Denetim Kayıtları) girilir.

### Klavye kısayolları

Sağ üstteki arama kutusunu klavyedeki ⌘K (Mac) veya Ctrl+K (Windows) ile anında odaklayabilirsiniz. Platform büyüdükçe ve modül sayısı arttıkça bu kısayol hız kazandırır.

## 5. Kontrol Paneli

Kontrol Paneli, platforma her girdiğinizde sizi karşılayan ilk ekrandır. Amacı basit: gününüzü nereden açacağınızı tek bakışta göstermek. Burada "kaç kampanyam var", "geçen haftadan bu yana tıklama oranı arttı mı", "plan sınırına yaklaşıyor muyum" gibi soruların cevaplarını beklemek yerine görürsünüz.



Henüz kampanya oluşturulmamış boş bir Kontrol Paneli görünümü. Tüm KPI'lar sıfır ve grafik boş; sistem sizi ilk kampanyanızı oluşturmaya teşvik eder.

### Üst KPI kartları

Panelin üst kısmındaki beş kart, kuruluşunuzun güvenlik farkındalığının genel durumunu özetler:

- Toplam Kampanya — Şu ana kadar oluşturulmuş tüm kampanyaların sayısı (taslak, aktif, tamamlanmış dahil).
- Toplam Hedef — Kampanyalara eklenmiş benzersiz hedef sayısı.
- Toplam Tıklama — Takip edilen ortalama bağlantılarına yapılan toplam tıklama.
- Gönderimler — Hedef formlara kimlik bilgisi giren hedeflerin sayısı (yani "tuzağa düşen" hedef sayısı).
- Tıklama Oranı — Toplam tıklama / toplam hedef oranı. Bu değer düştükçe kuruluş farkındalığının arttığı anlamına gelir.

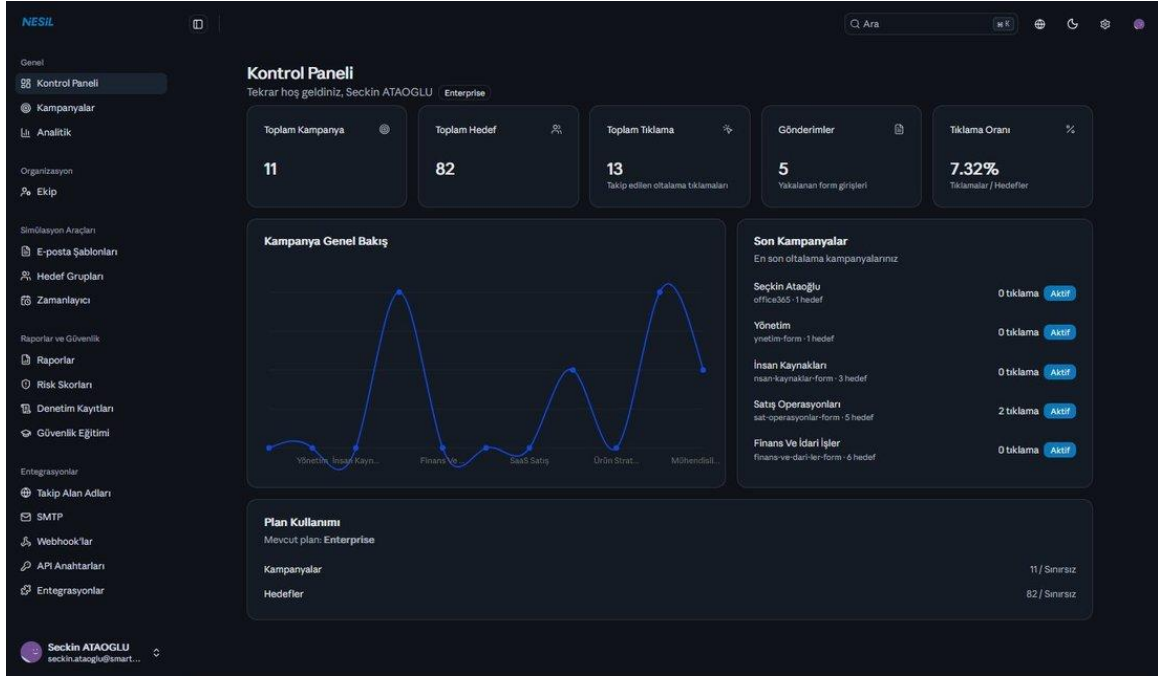
## Bu metrikler ne anlatır?

"Gönderim" sayısı her zaman "Tıklama" sayısından az ya da eşit olur — çünkü bir kullanıcı bağlantıya tıkladıktan sonra bile formu göndermeyebilir. Aradaki fark, "farkında ama uyarıldığı anda duran" kullanıcı oranını verir; bu çok değerli bir metriktir.

Tıklama oranınız %5'in altına inene kadar eğitimleri tekrarlamayı hedefleyin. %5-10 arası dünyanın en iyi kuruluşları için dahi normaldir.

## Kampanya Genel Bakış grafiği

Bu alan, kampanyalarınızın performansını zaman serisi olarak gösterir. Yatay eksen kampanya bazında, dikey eksen metrik değerinde ilerler. Trendleri bu grafikte kolayca fark edersiniz: kampanya sayısı arttıkça tıklama oranınız düşüyorsa, farkındalık artıyor demektir.



Dolu bir Kontrol Paneli: 11 kampanya, 82 hedef ve 13 tıklama. Grafik her kampanyanın performansını bir nokta olarak işaretler ve aralarını çizgi ile birleştirir.

## Son Kampanyalar bölümü

Panelin sağ üst köşesindeki bu liste, en son oluşturduğunuz beş kampanyayı özet olarak gösterir. Her satırda kampanyanın adı, altındaki şablon kodu (örn. office365), hedef sayısı, toplam tıklama ve durum rozeti (Aktif / Taslak / Pasif) bulunur. Herhangi bir satıra tıklayarak doğrudan o kampanyanın detay sayfasına geçebilirsiniz.

## Plan Kullanımı

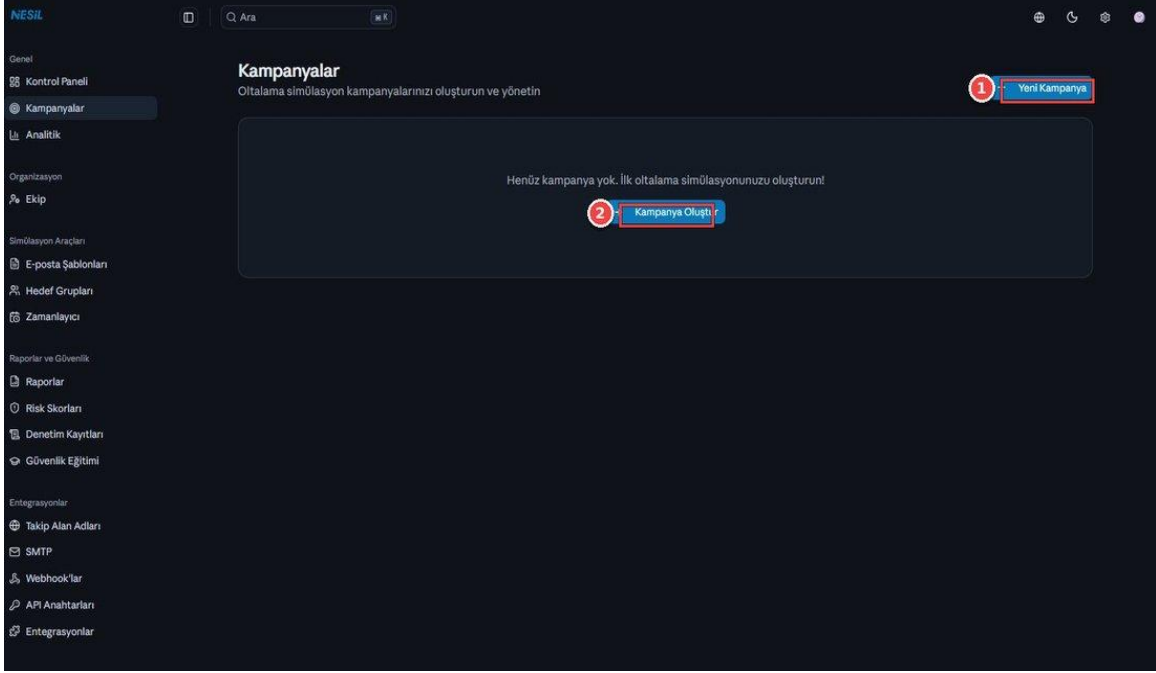
En altta yer alan Plan Kullanımı bölümü, içinde bulunduğunuz planın sınırlarına ne kadar yaklaştığınızı gösterir. Enterprise planındaysanız "Sınırsız" ibaresi görünür; daha kısıtlı planlarda ise yüzdelik ilerleme çubukları belirir.

### Plan sınırına yaklaştığınızda

Kampanya veya hedef sınırınız %80'in üzerine çıkarsa panel size uyarı gösterir. Bu durumda ya Ayarlar > Organizasyon bölümünden planınızı yükseltebilir ya da eski, tamamlanmış kampanyaları arşivleyerek yer açabilirsiniz.

## 6. Kampanyalar

Kampanyalar menüsü, platformun kalbidir. Ortalama simülasyonlarının her biri burada bir "kampanya" olarak tanımlanır ve tek tek yönetilir. Henüz hiçbir kampanya yoksa sistem sizi ilk kampanyanızı oluşturmaya yönlendirir.



Boş Kampanyalar ekranı. Merkezdeki "Kampanya Oluştur" butonu ve sağ üstteki "Yeni Kampanya" butonu aynı işi yapar — ikisinden birine tıklayarak başlayabilirsiniz.

### Ekrandaki kontroller

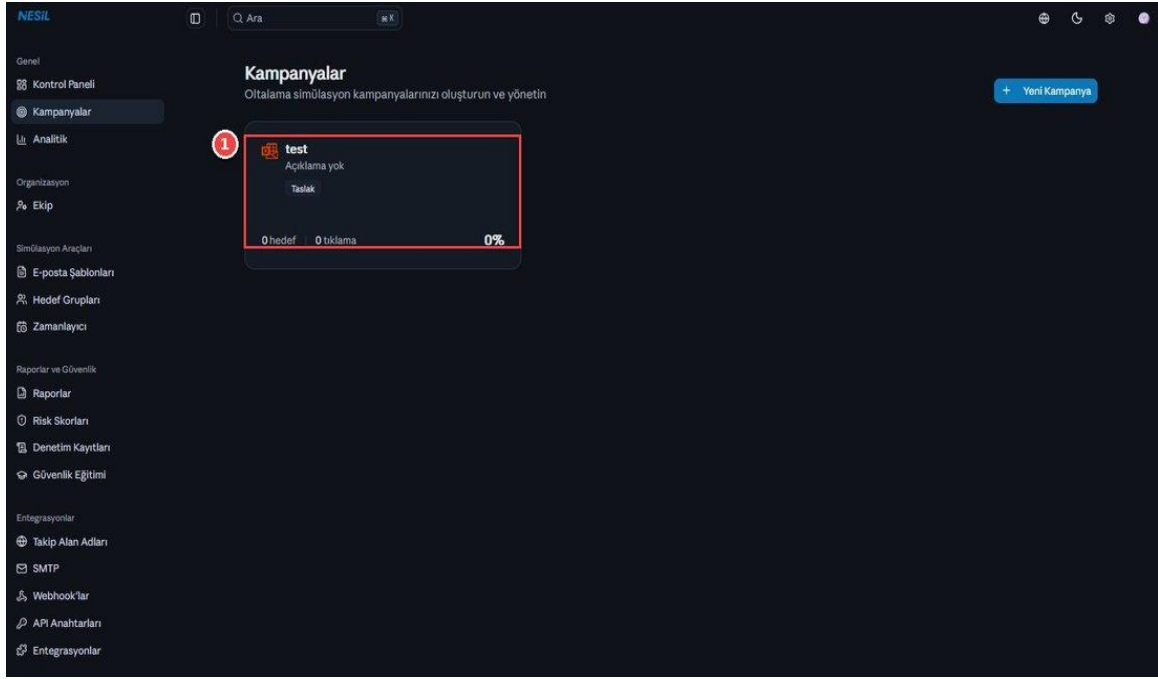
1

**+ Yeni Kampanya (sağ üst)** Her zaman görünen, ekranın sağ üstünde yer alan birincil buton. Yeni bir simülasyon başlatmak için burayı kullanın.

2

**+ Kampanya Oluştur (orta)** Sadece henüz kampanya yoksa görünen merkezi buton. Aynı modali açar.

### Oluşturduktan sonra: liste görünümü



İlk kampanyanız oluşturulduktan sonra Kampanyalar ekranı. Kampanya kartı adı, açıklamayı, durum rozetini (Taslak, Aktif, Tamamlandı), hedef sayısını, toplam tıklamayı ve tıklama oranını bir arada gösterir.

Her kart özet bilgi taşır ve kendi detay sayfasına bir tıklamayla götürür:

- Sol üstte kampanyanın adı ve altında açıklaması (boşsa "Açıklama yok")
- Durum rozeti: Taslak (henüz başlatılmadı), Aktif (gönderimler devam ediyor), Pasif (durduruldu), Tamamlandı
- Alt satırda hedef sayısı, tıklama sayısı ve tıklama oranı
- Sağ üst köşede büyük yüzde — tıklama oranı anında görünsün diye

### Durum rozetlerini doğru okuyun

**Taslak:** Oluşturulmuş ama henüz "Kampanyayı Başlat" butonuna basılmamış. Bu durumda gönderim yapılmaz.

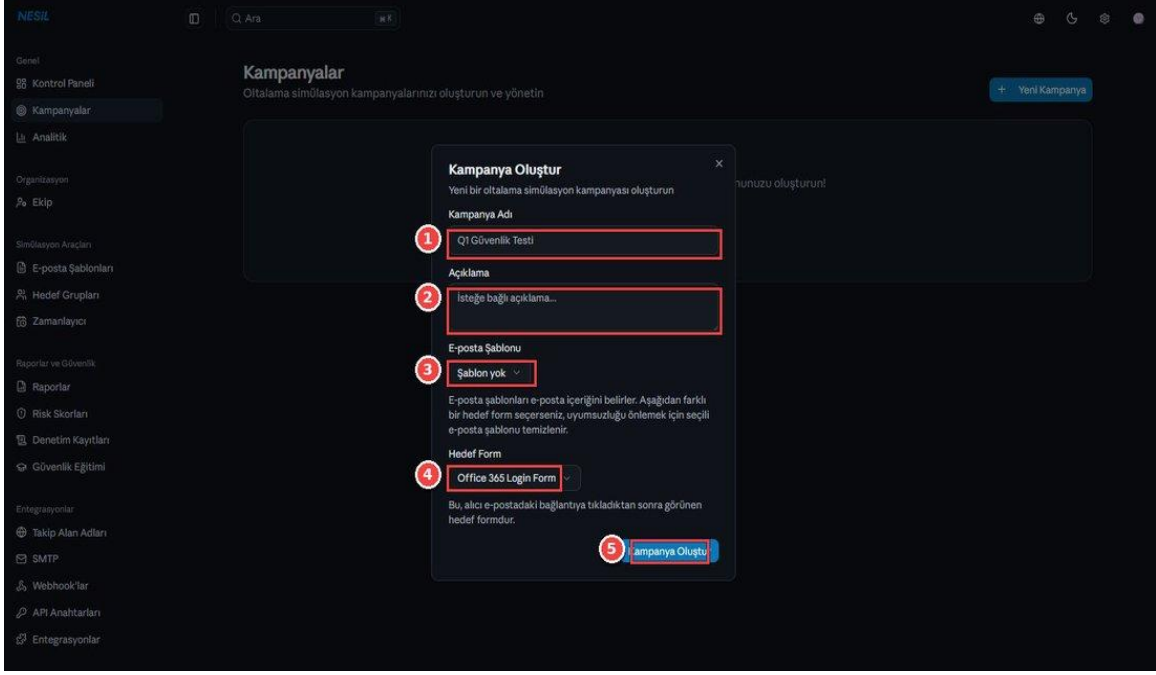
**Aktif:** Gönderim akışı başlamış, bağlantılar tıklanabilir durumda.

**Pasif:** Manuel olarak durdurulmuş; yeniden başlatılabilir.

**Tamamlandı:** Planlı bitiş tarihine ulaşmış veya tüm hedeflere gönderim tamamlanmış.

## 7. Kampanya Oluşturma

Yeni bir kampanya oluşturmak, platformdaki en kritik işlemlerden biridir. Modal basit görünür ama her alanın stratejik bir rolü vardır. Bu bölümde her alanın neden önemli olduğunu ve gerçek senaryolarda nasıl doldurulması gerektiğini anlatacağız.



### Alan alan açıklamalar

1

**Kampanya Adı** Kampanyayı diğerlerinden ayırt etmenizi sağlayan isim. Net, kısa ve tarih içeren adlar tavsiye edilir. Örnek: "Q1 Güvenlik Testi", "Şubat 2026 - Finans Departmanı".

2

**Açıklama (isteğe bağlı)** Bu kampanyanın amacını, hedef kitlesini ve beklenen sonucu not edebileceğiniz serbest alan. Raporları ekibinizle paylaşırken çok iş görür.

3

**E-posta Şablonu** Hedeflere gönderilecek ortalama e-postasının şablonu. "Şablon yok" seçeneği ile başlayıp sonra değiştirebilir ya da buradan hazır şablonlardan birini seçebilirsiniz.

4

**Hedef Form** Kullanıcı ortalama bağlantısına tıkladıktan sonra açılacak sahte form. Bu, e-posta şablonunun anlattığı hikayeye uygun olmalıdır (Office 365 uyarısı → Office 365 giriş formu gibi).

5

**Kampanya Oluştur** Tüm alanlar dolduğunda butona basın. Kampanya "Taslak" olarak kaydedilir ve otomatik olarak detay sayfasına yönlendirilirsiniz.

## Şablon ve form uyumu

Modalın ortasındaki açıklama çok önemlidir: "Aşağıdan farklı bir hedef form seçerseniz, uyumsuzluğu önlemek için seçili e-posta şablonu temizlenir." Bu ne demek? Sistem otomatik olarak şablon + form tutarlılığını korumaya çalışır.

Örnekler:

- "Office 365 Parola Sıfırlama" şablonu → "Office 365 Login Form" hedef formu (tutarlı)
- "Dropbox Paylaşılan Dosya" şablonu → "Dropbox" hedef formu (tutarlı)
- "Google Güvenlik Uyarısı" → "Office 365" formu? Tutarsız — kullanıcı şüphelenip formu doldurmaz.

### İsmlendirme ipuçları

Kampanya isimlerinde departman, çeyrek dönem ve senaryo birlikte bulunsun: "İK - Q1 2026 - Sahte Özgeçmiş Ekli".

Bu disiplin altı ay sonra rapor hazırlarken size çok zaman kazandırır.

Açıklama alanını boş bırakmayın. "Dropbox senaryosu ile satış ekibi test edildi" gibi kısa bir not bile ileride kritik olur.

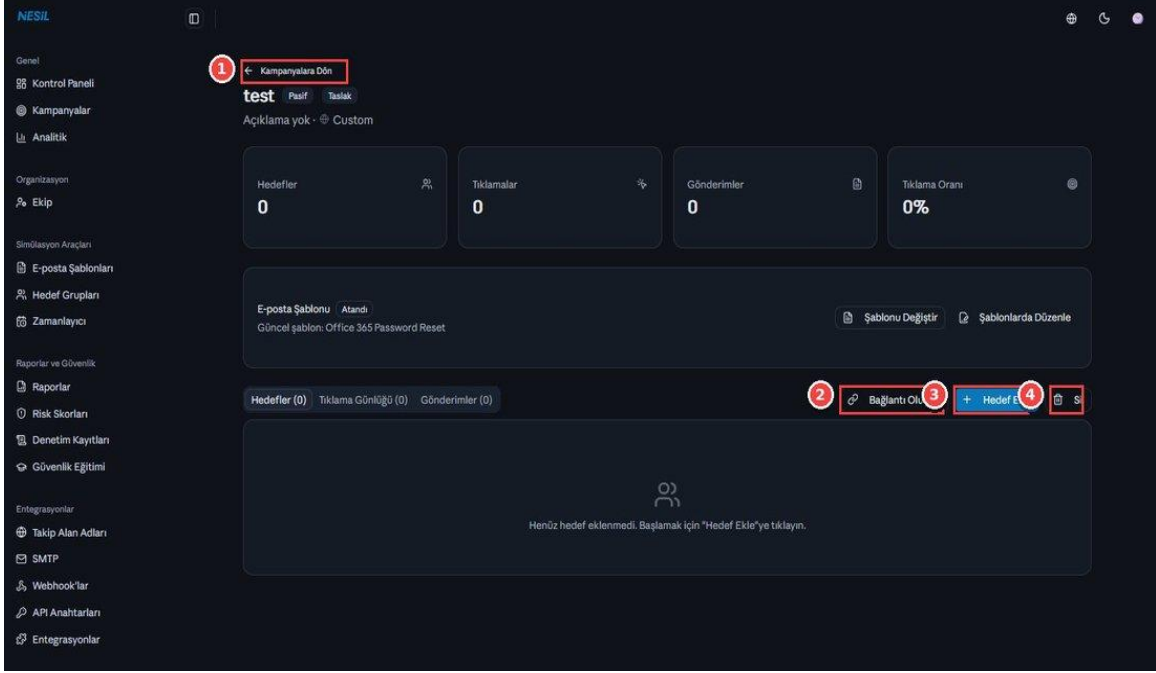
### Başlatmadan önce iki şeyi doğrulayın

E-posta şablonunun konusu ("Konu") ve gönderen adresi, kurumsal güvenlik filtrelerinizden geçebilmeli.

Hedef form URL'si, yapılandırılmış bir takip alan adı (örn. mail-security.sirketiniz.com) üzerinden üretilecekse önce "Takip Alan Adları" ayarlarını tamamlayın.

## 8. Kampanya Detayı ve Başlatma

Bir kampanya oluşturulduğunda otomatik olarak detay sayfasına yönlendirilirsiniz. Bu sayfa kampanyanın tüm yaşam döngüsünü yönetmeniz için tasarlanmıştır: hedef ekleme, bağlantı üretme, başlatma, izleme ve silme.



Yeni oluşturulmuş, henüz hedefi olmayan bir kampanyanın detay sayfası. Durum: Pasif ve Taslak. E-posta şablonu atanmış ama gönderim henüz başlamamış.

### Sayfadaki bölgeler

1

**Kampanyalara Dön** Sol üstteki bağlantı. Her zaman görünür ve sizi liste ekranına geri götürür.

2

**KPI şeridi** Hedefler, Tıklamalar, Gönderimler ve Tıklama Oranı — dört kritik metrik. Kampanya çalıştıkça canlı güncellenir.

3

**E-posta Şablonu** Atanmış şablonun adı görünür. Sağdaki iki buton ile şablonu değiştirebilir veya doğrudan şablonlar galerisinde düzenleyebilirsiniz.

4

**Üç sekme** Hedefler, Tıklama Günlüğü ve Gönderimler. Bu sekmelerde kampanya verisinin üç farklı kesitini görürsünüz.

5

**Bağlantı Oluştur** Tek bir hedef için kişiye özel bir takip bağlantısı üretir. Manuel testlerde kullanışlıdır.

6

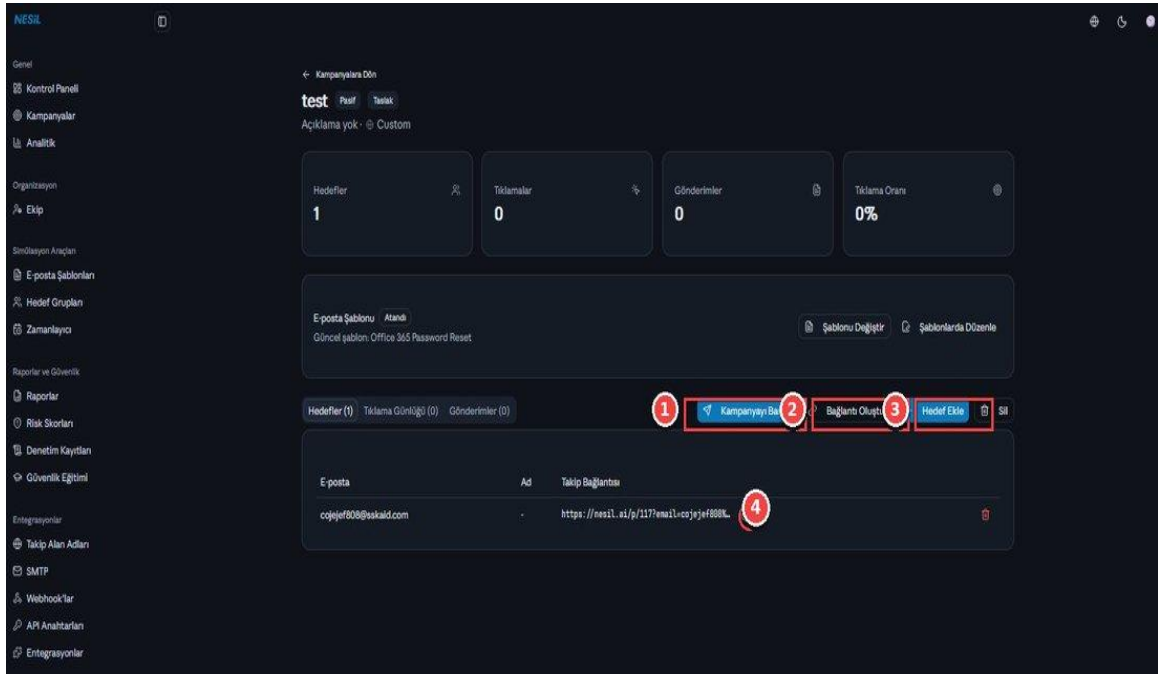
**Hedef Ekle** Kampanyaya yeni hedefler ekler. Tekli, toplu veya hazır grupları aktarma seçenekleri vardır.

7

**Sil** Kampanyayı kalıcı olarak siler. Geri alınamaz — dikkatli kullanın.

## Kampanyayı Başlatma

Bir kampanya oluşturduktan ve en az bir hedef eklediğinizden sonra, gönderimin başlatılması için tek bir adım kalır: "Kampanyayı Başlat" butonuna basmak. Bu buton, kampanyada bir veya daha fazla hedef olduğunda sekme şeridinin sağ tarafında belirir.



İçine bir hedef eklendikten sonra kampanya detay sayfası. "Kampanyayı Başlat" butonu (1) aktif hale gelmiş ve satırda hedefin e-posta adresi ile oluşturulan takip bağlantısı görünür.

1

**Kampanyayı Başlat** Butona bastığınız anda sistem, kampanyadaki her hedefe e-posta şablonunuzu kullanarak gönderim başlatır. Durum "Aktif"e döner, takip zamanlayıcıları çalışmaya başlar.

2

**Bağlantı Oluştur** Manuel bir test hedefi için özel bir takip bağlantısı üretir.

3

**Hedef Ekle** Çalışan bir kampanyaya bile sonradan hedef ekleyebilirsiniz; yeni hedeflere ayrıca gönderim yapılır.

4

**Takip bağlantısını kopyala** Satırın sağındaki kopya ikonu; bağlantıyı manuel test için kolayca alabilmenizi sağlar.

5

**Satırı sil** Tek bir hedefi kampanyadan kaldırır. Kampanyanın genel istatistikleri korunur ama o hedefe bir daha gönderim yapılmaz.

#### Başlatmadan önce kontrol listesi

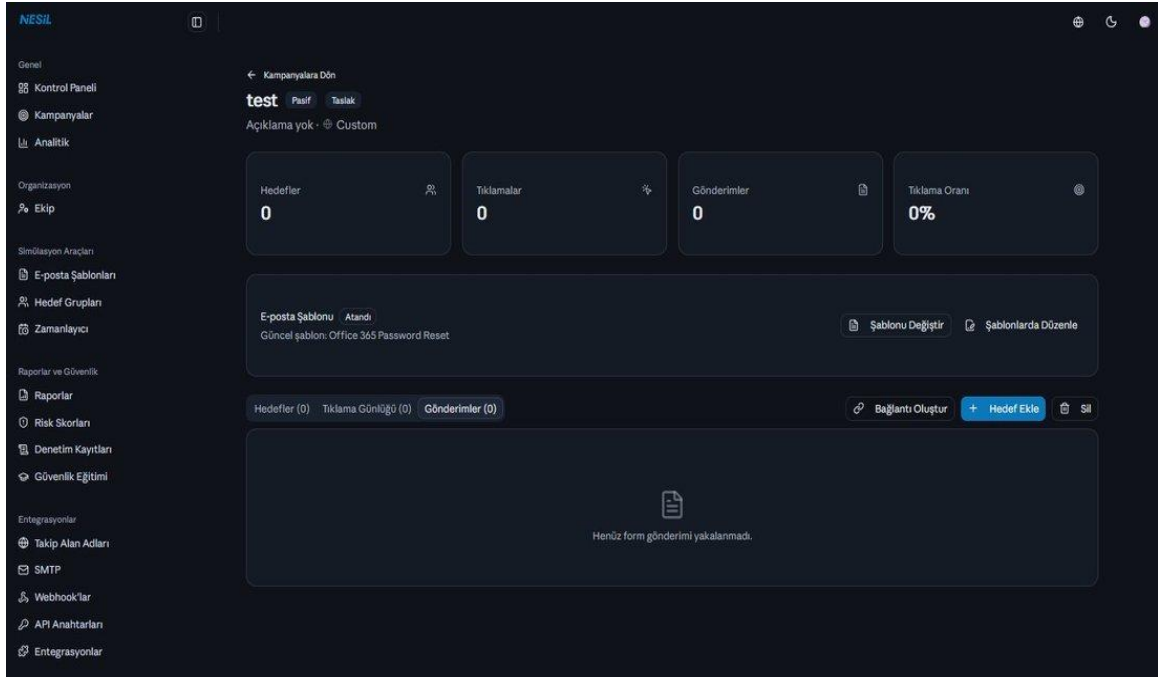
1) En az bir hedef eklendi mi? 2) E-posta şablonu atandı mı (Kampanya Detay sayfasında görünüyor)? 3) SMTP yapılandırması tamamlandı mı? 4) Takip alan adı yapılandırıldı mı? Tüm bu adımlar tamamsa kampanya sorunsuz başlar.

Eğer SMTP yapılandırılmamışsa sistem uyarı verir ve gönderimi başlatmaz — önce Entegrasyonlar > SMTP menüsünden yapılandırmayı tamamlayın.

## Üç izleme sekmesi

Hedefler sekmesi. Hedef eklenmediğinde bir bilgi ekranı görünür.

Tıklama Günlüğü sekmesi. Her tıklama olayı zaman damgası, IP adresi ve tarayıcı bilgisi ile kaydedilir. Henüz tıklama olmadıysa boş görünür.



Gönderimler sekmesi. Hedef formuna kimlik bilgisi gönderen kullanıcıları — yani "tuzağa düşenleri" — listeler. Bu en önemli risk göstergesidir.

### Üç sekmenin okuma sırası

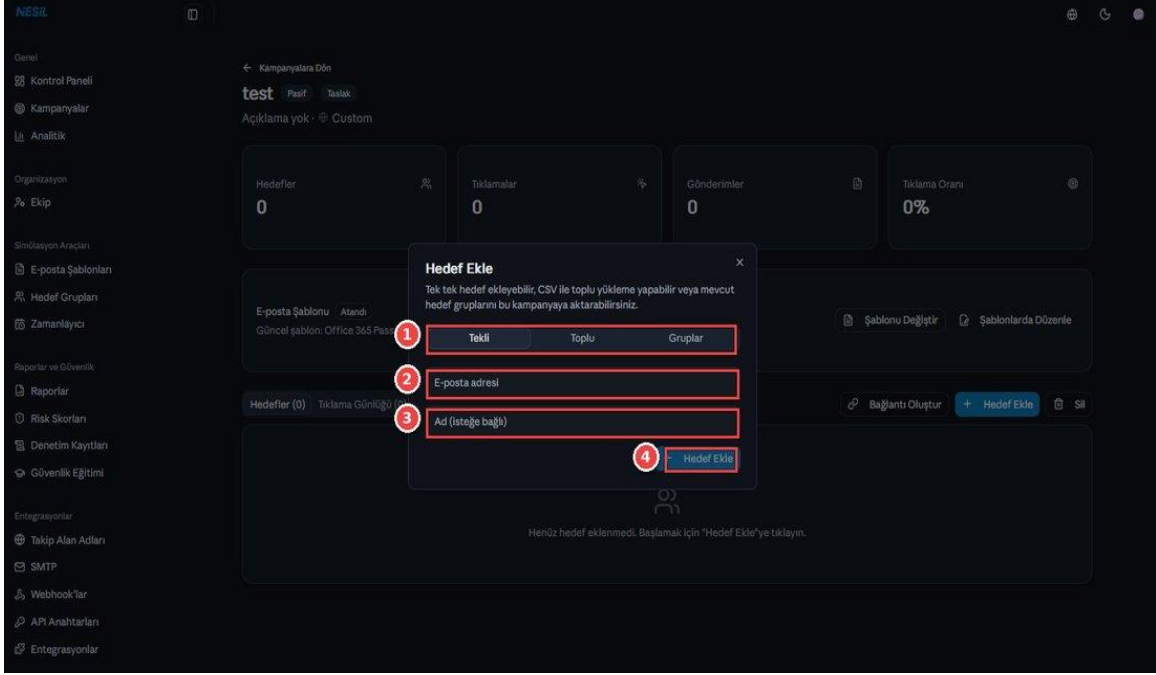
Sekme parantez içindeki sayılar: (0), (1), (5) — o sekmedeki toplam kayıt sayısını gösterir. Bir bakışta kampanya performansını anlamak için parantezlere bakın.

Gönderimler parantezindeki sayı "kaç kişi kimlik verdi" demektir; bu kişilere acil eğitim atanması önerilir.

## 9. Hedef Ekleme

Kampanyanız hazır, şablonunuz seçildi; şimdi kime göndereceğinizi belirleme zamanı. Nesil size üç yöntem sunar: tek tek elle ekleme, yapıştırarak toplu ekleme ve önceden oluşturulmuş bir hedef grubunu içe aktarma.

### Yöntem 1: Tekli hedef ekleme



*Tekli sekmesi — hızlı bir test veya tek bir eksik hedefi eklemek için idealdir.*

1

**Sekme şeridi** Tekli / Toplu / Gruplar arasında geçiş yapın. Şu an "Tekli" aktif.

2

**E-posta adresi** Zorunlu alan. Geçerli bir e-posta formatında olmalıdır.

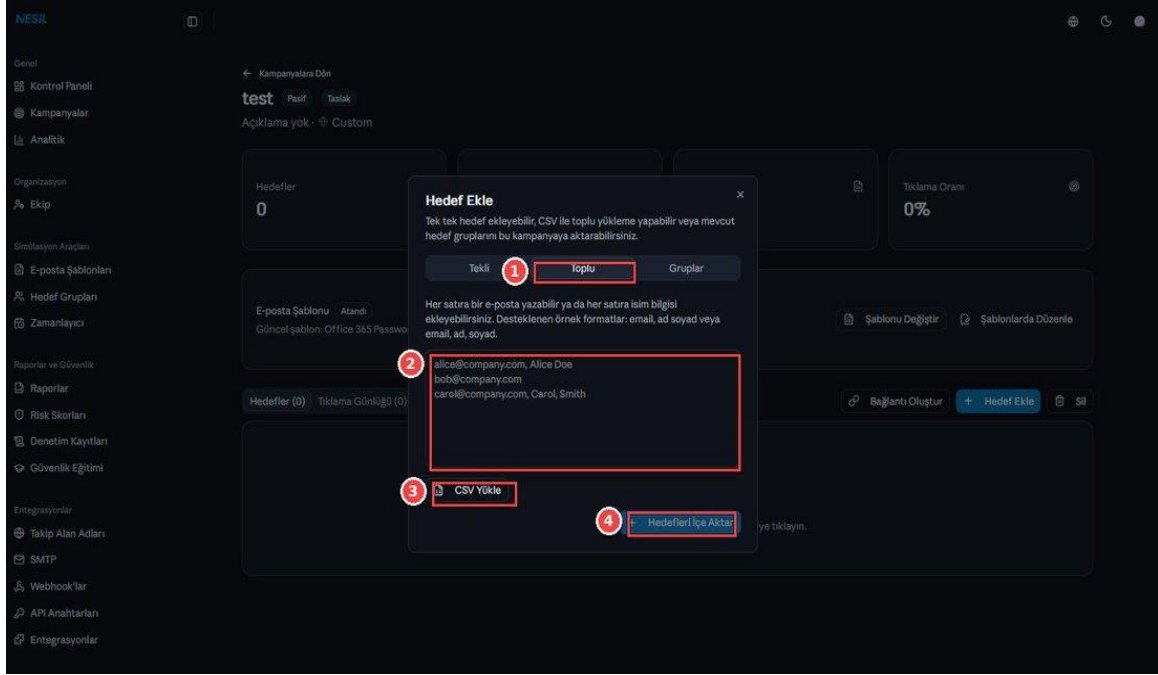
3

**Ad (isteğe bağlı)** Kişisel e-posta göndermek için kullanılır. Yazarsanız şablonlardaki {{name}} değişkeninde bu ad görünür.

4

**Hedef Ekle** Hedef listeye eklenir ve modal açık kalır — arka arkaya birkaç hedef ekleyebilirsiniz.

## Yöntem 2: Toplu yapıştırma



*Toplu sekmesi — büyük Excel listelerini birkaç saniyede içe aktarmak için kullanılır.*

1

**Toplu sekmesini seçin** Sekme şeridinden "Toplu" sekmesine geçin.

2

**Listeyi yapıştırın** Her satıra bir hedef yazın. Desteklenen formatlar: sadece e-posta; e-posta ve isim; e-posta, ad, soyad. Örnekler metin kutusunun altındaki açıklamada gösterilir.

3

**CSV Yükle** Çok uzun bir listeniz varsa Excel veya CSV dosyasını doğrudan yükleyebilirsiniz. Sistem başlıkları (email, name, surname) otomatik tanır.

4

**Hedefleri İçer Aktar** Tüm satırlar tek seferde kampanyaya eklenir. Geçersiz formatlar uyarı ile reddedilir.

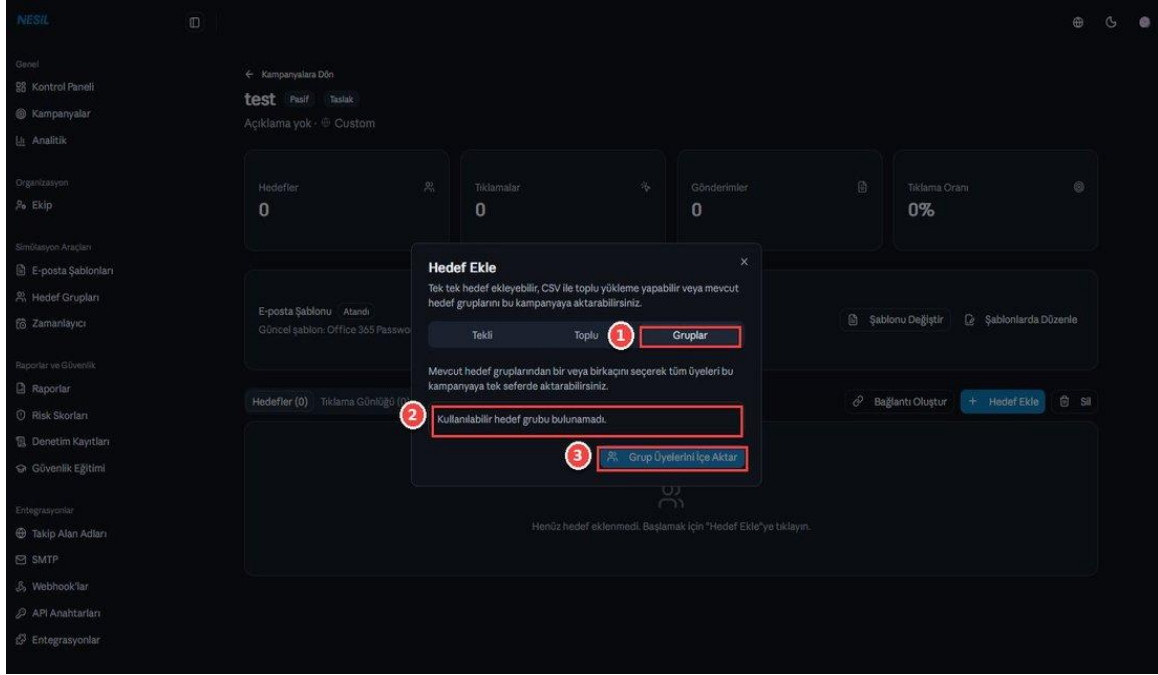
### CSV dosyası nasıl olmalı?

İlk satır başlık olmalı: email, name (veya first\_name), surname (veya last\_name).

Sütunları virgül ile ayırın, e-posta adreslerinin başında/sonunda boşluk olmasın.

UTF-8 kodlamada kaydedin — Türkçe karakterlerin bozulmaması için önemlidir.

## Yöntem 3: Hazır gruplardan içe aktarma



Gruplar sekmesi. Önceden "Hedef Grupları" menüsünde tanımlanmış listelerden toplu aktarım yapar. Departman bazlı kampanyalar için vazgeçilmezdir.

1

**Gruplar sekmesini seçin** Sekme şeridinden "Gruplar"a geçin.

2

**Grup seçin** Açılır listede önceden oluşturduğunuz tüm gruplar görünür. Birden fazla seçilebilir.

3

**Grup Üyelerini İçe Aktar** Seçilen grubun/grupların tüm üyeleri kampanyaya tek seferde eklenir. Aynı e-posta birden fazla grupta varsa sistem otomatik olarak tekillleştirir.

### Daha önce kaydedilmiş grup yoksa

Bu sekmede "Kullanılabilir hedef grubu bulunamadı" yazısı görünür. Önce sol menüden "Hedef Grupları"na girip bir grup oluşturmanız gerekir. İlerleyen bölümlerde bu işlemi tüm detaylarıyla anlatacağız.

## Hangi yöntemi ne zaman kullanmalı?

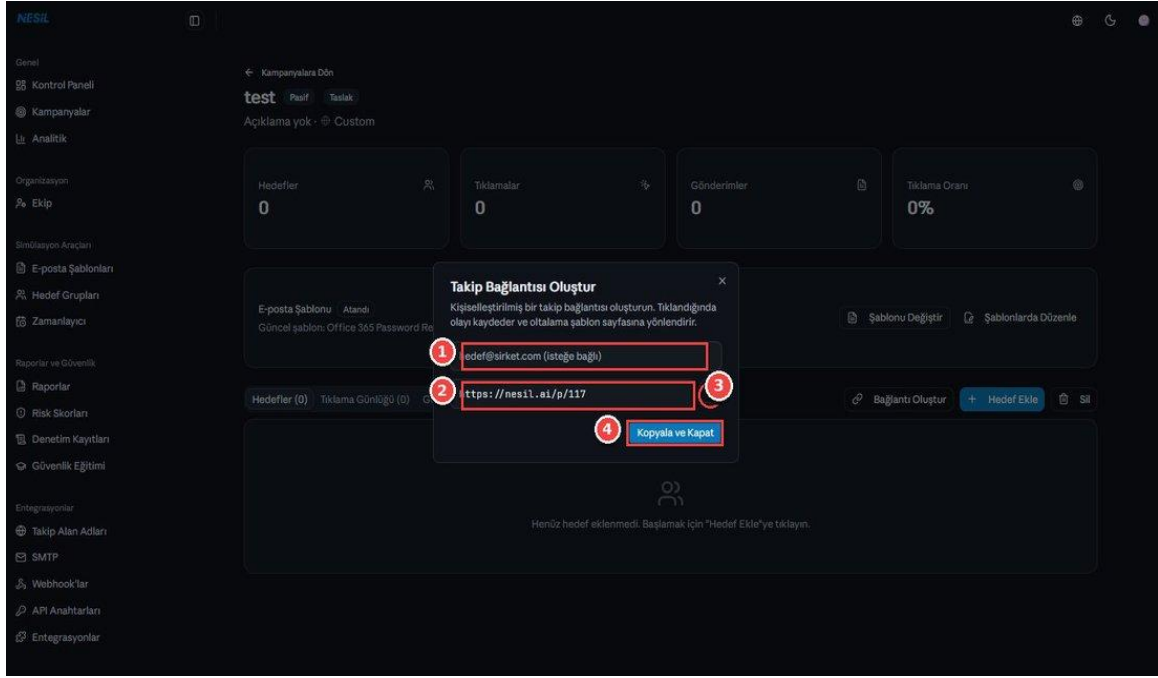
- Tekli: Hızlı bir test veya listesini unuttuğunuz tek bir hedefi eklemek için.

- Toplu: Hazır bir Excel listeniz varsa ve kampanyaya özel bir grup oluşturmayacaksınız.
- Gruplar: Aynı listeyi birçok kampanyada kullanacaksınız — örn. "Satış departmanı" listesi dört ayrı kampanyada tekrar kullanılacaksa.

## 10. Takip Bağlantıları

Her hedef için ayrı bir "takip bağlantısı" üretilir. Bu bağlantı, kampanya e-postası içindeki ortalama bağlantıdır; tıkladığında sistem kimin, ne zaman, hangi IP'den tıkladığını kaydeder ve hedefi sahte form sayfasına yönlendirir.

Sistem bağlantıları otomatik olarak oluşturur ama bazen bunu manuel yapmanız gerekir — örneğin bir test hedefi için, ya da belirli bir kişiye elinizle vermek istediğinizde. İşte o zaman "Bağlantı Oluştur" butonu devreye girer.



### Alan alan açıklamalar

1

**Hedef e-posta (isteğe bağlı)** Bu bağlantıyı kime vereceğinizi belirtirsiniz. Yazarsanız, kimin tıkladığı log'da isim olarak görünür.

2

**URL** Sistem tarafından üretilen takip bağlantısı. Örnek: <https://nesil.ai/p/117> — p/ kısmı platformun kısa yolu, 117 ise kampanyanın iç numarasıdır.

3

**Kopyala ikonu** Sağdaki ikona tıklayarak bağlantıyı panoya alabilirsiniz.

4

**Kopyala ve Kapat** Tek tuşla hem bağlantıyı kopyalar hem modalı kapatır.

### **Takip bağlantıları nasıl çalışır?**

Her bağlantı benzersizdir. İki farklı hedefe aynı e-posta gönderseniz bile, her birine farklı bir tekil bağlantı verirsiniz. Bu sayede "Ali mi tıkladı, Ayşe mi?" diye ayırt edebilirsiniz.

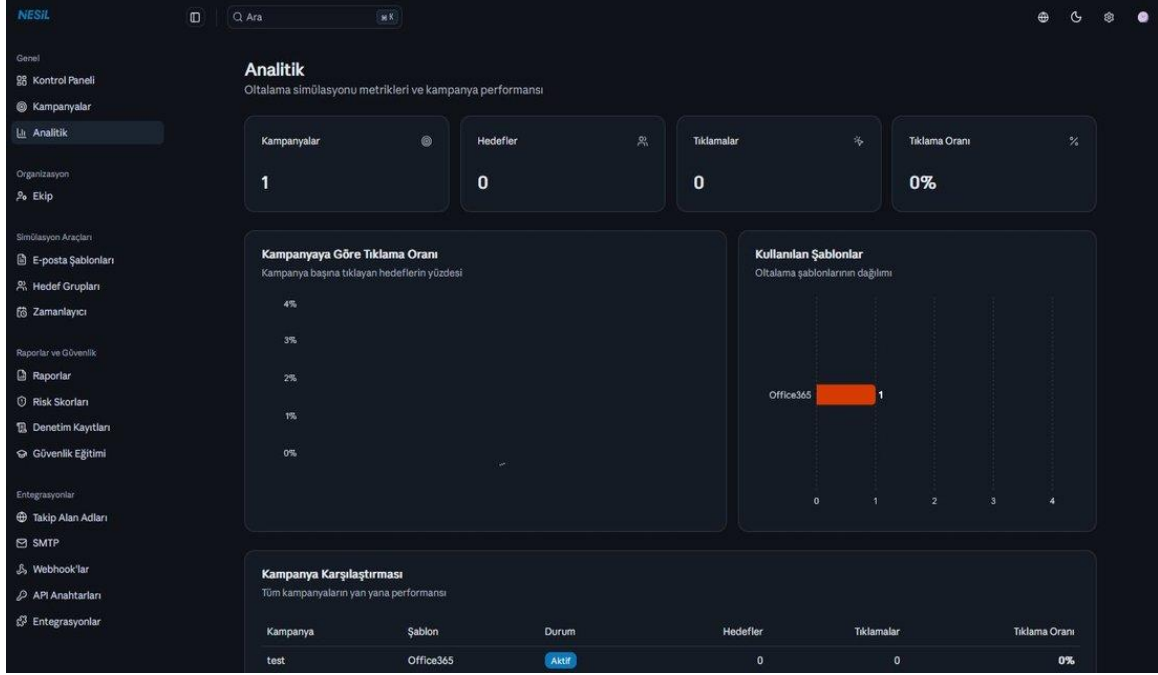
Bağlantı sonunda genellikle ?email=... gibi bir parametre bulunur. Bu parametre, tıklayanı tanımak için kullanılır — manuel düzenlemeye çalışmayın, bağlantı bozulur.

### **Markalı bağlantılar için**

Varsayılan olarak bağlantılar "nesil.ai/p/..." formatında gelir. Bunun yerine kendi markalı adresiniz (örn. "security.sirketiniz.com/p/...") kullanılsın isterseniz, sol menüdeki "Takip Alan Adları" sayfasından kendi DNS kaydınızı yapılandırmanız gerekir. Bu kılavuzun 23. bölümünde detaylı anlatılmıştır.

# 11. Analitik

Kontrol Paneli size "şu an ne durumdayım" sorusunun cevabını verir. Analitik menüsü ise daha derin bir bakış sunar: "kampanyalarım arasında hangi senaryo daha etkili oldu?", "tıklama oranım zamanla nasıl değişti?", "hangi şablon en çok ilgi çekti?" gibi stratejik soruların yanıtlarını burada bulursunuz.



## Ekranın dört ana bölgesi

1

**KPI şeridi** Toplam Kampanyalar, Hedefler, Tıklamalar ve Tıklama Oranı. Kontrol panelindekilerle aynı ama burada sadece seçilen kampanyalara göre filtrelenmiş olarak görünür.

2

**Kampanyaya Göre Tıklama Oranı** Her bir kampanyanın tıklama oranını çubuk veya çizgi halinde gösterir. En dikkat çekici kampanyayı hemen fark edersiniz.

3

**Kullanılan Şablonlar** Hangi şablonun kaç kampanyada kullanıldığını gösteren yatay çubuk grafik. Örn. "Office365" şablonu 1 kampanyada kullanılmış — grafik bunu bir tek çubukla gösterir.

**Kampanya Karşılaştırması tablosu** Tüm kampanyalarınızı yan yana sunan detaylı bir tablo. Kampanya adı, şablon, durum, hedef sayısı, tıklama ve tıklama oranı tek bir satırda görünür.

## Kampanya Karşılaştırması tablosu

Tablo şu kolonları içerir:

- Kampanya — Adı; tıklandığında o kampanyanın detayına gidilir.
- Şablon — Kullanılan e-posta şablonunun kodu.
- Durum — Aktif / Pasif / Taslak / Tamamlandı.
- Hedefler — Toplam hedef sayısı.
- Tıklamalar — Toplam tıklama sayısı.
- Tıklama Oranı — İki sayının bölümü. Sıralamak için kolon başlığına tıklayabilirsiniz.

### Analitiği ekip toplantısında kullanmak

Bu ekran kurumsal farkındalık raporlarının temelidir. Üç ayda bir ekran görüntüsü alıp yönetime sunum yapmanız, kuruluşun güvenlik olgunluğunun arttığını veri ile göstermenizin en kolay yoludur.

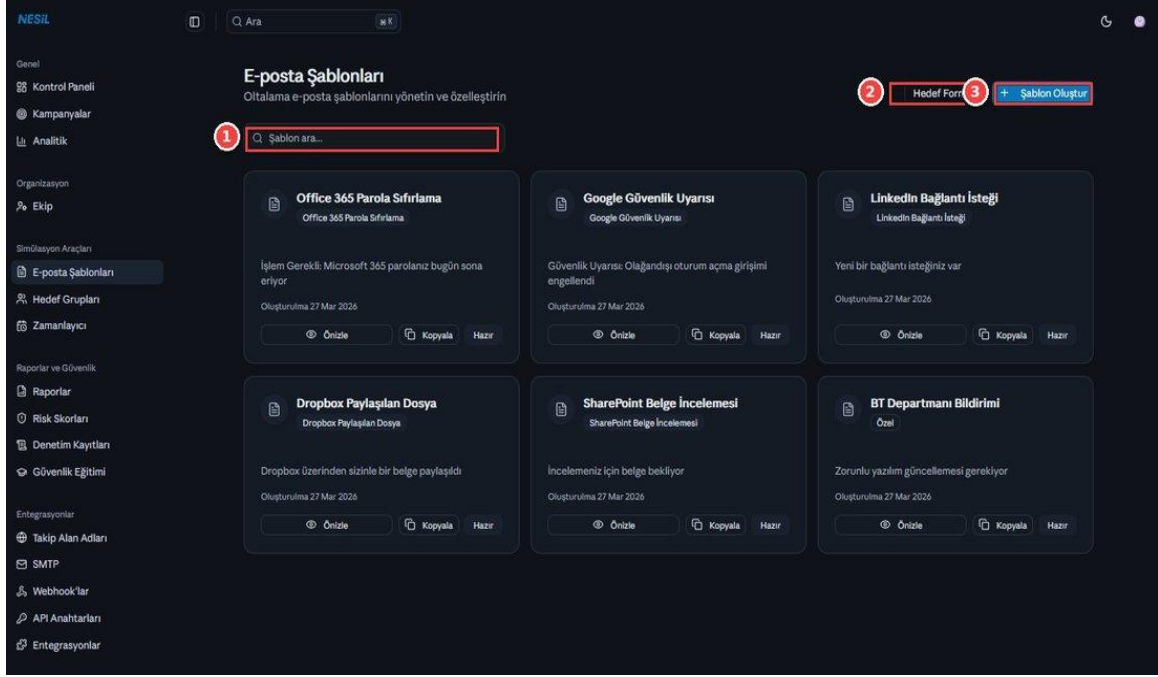
Tıklama oranı 6 ay içinde %15'ten %4'e düştüyse, bu sizin stratejinizin işe yaradığının en net kanıtıdır.

### Bir kampanya yoksa grafik boş kalır

Analitik ekranı en az bir kampanya ve en az bir hedef olduğunda dolar. Yeni bir kuruluşta ilk haftalarda boş veya kısmen dolu görünmesi normaldir — birkaç kampanya çalıştırdıktan sonra grafik anlamlı hale gelir.

## 12. E-posta Şablonları

E-posta Şablonları, kampanyalarınızın "sesi" ve "yüzü"dür. İyi bir şablon, gerçek bir ortalama saldırısından ayırt edilemeyecek kadar inandırıcı olmalı ama aynı zamanda yasal ve etik sınırlar içinde kalmalıdır. Nesil, hem hazır galeri şablonları sunar hem de sıfırdan özel şablon oluşturmanıza izin verir.



E-posta Şablonları ekranı. Hazır galeride çeşitli senaryolar (Office 365, Google, LinkedIn, Dropbox, SharePoint, BT departmanı bildirimi) tek tıkla kullanıma hazır.

### Ekrandaki kontroller

1

**Şablon ara** Şablon adlarında arama yapar. Liste büyüdükçe vazgeçilmez olur.

2

**Hedef Formlar** Sahte formların (giriş sayfaları) yönetim ekranını açar. Hazır formları düzenleyebilir, yenisini oluşturabilirsiniz.

3

**Şablon Oluştur** Sıfırdan özel bir e-posta şablonu oluşturma modalını açar.

4

**Önizle** Şablonun e-posta + hedef form önizlemesini ayrı modalda gösterir — kampanyada kullanmadan önce kontrol için ideal.

**Kopyala** Mevcut şablonu klonlar ve sizi bir kopyası üzerinde düzenleme moduna alır. Hazır şablonları bozmadan üzerinde özelleştirme yapmanın en güvenli yolu.

## Şablon kartlarının anatomisi

Her şablon kartında:

- Üst satır: şablonun adı (başlık) ve alt satırında kategori kodu (office365, google, linkedin, vb.)
- Orta: e-postanın konusu veya kısa açıklaması
- Alt: oluşturulma tarihi ve "Hazır" rozeti
- En alt: Önizle / Kopyala / Hazır işlem butonları

### Neden hazır şablonlardan başlamalısınız?

Hazır şablonlar, dünya genelinde en yaygın ortalama saldırılarından esinlenerek hazırlanmıştır. Bir kampanyaya başlamadan önce bu galerideki senaryolara göz atmak, hem ilham verir hem zaman kazandırır.

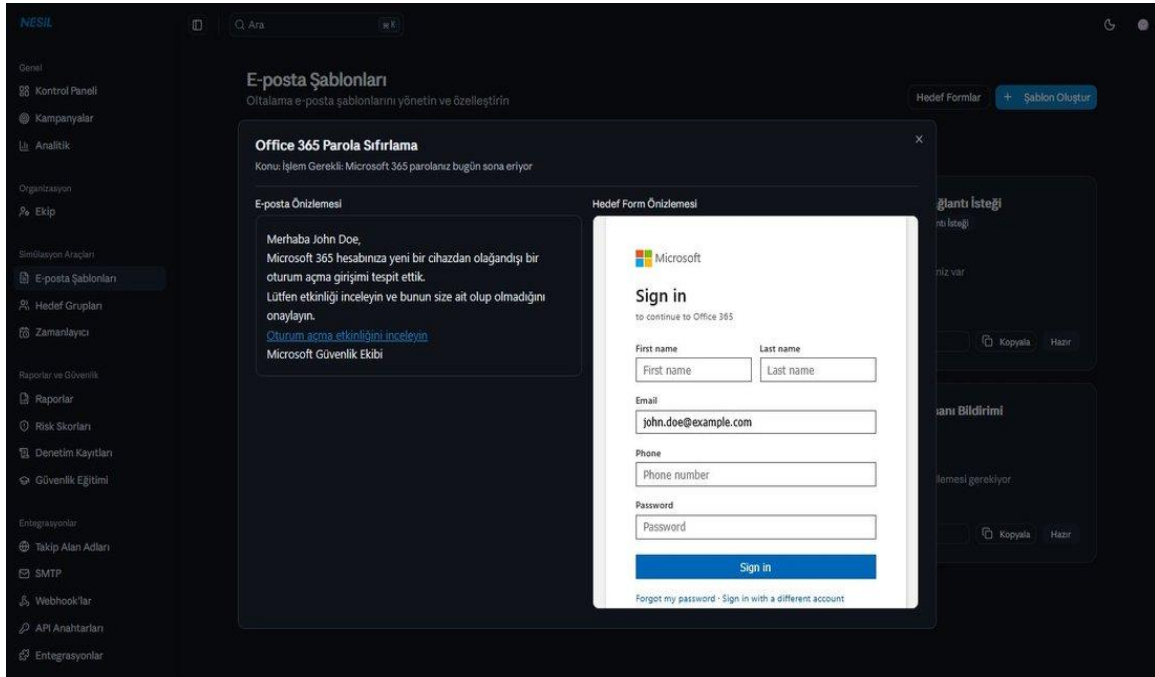
Kendi senaryonuzu yazacaksanız bile, hazır bir şablonu "Kopyala" ile çoğaltıp üzerinde değişiklik yapmak en güvenli yoldur — HTML yapısı ve değişkenler (örn. `{{tracking_link}}`) doğru kurulmuş olarak gelir.

## 13. Hazır Şablon Galerisi

Nesil, en yaygın ortalama senaryolarını ücretsiz hazır şablonlar olarak sunar. Her şablon, hem e-posta metni hem de hedef form birlikte gelecek şekilde tasarlanmıştır. Bu bölümde her bir şablonu ayrı ayrı inceleyeceğiz.

### 13.1 Office 365 Parola Sıfırlama

"Microsoft 365 parolanız bugün sona eriyor" gibi bir konu başlığıyla gelen, kullanıcıyı hemen Office 365 giriş sayfasına benzeyen bir formu doldurmaya yönlendiren klasik senaryo. Türkiye'deki ve dünyadaki en yaygın ortalama senaryolarından biridir.

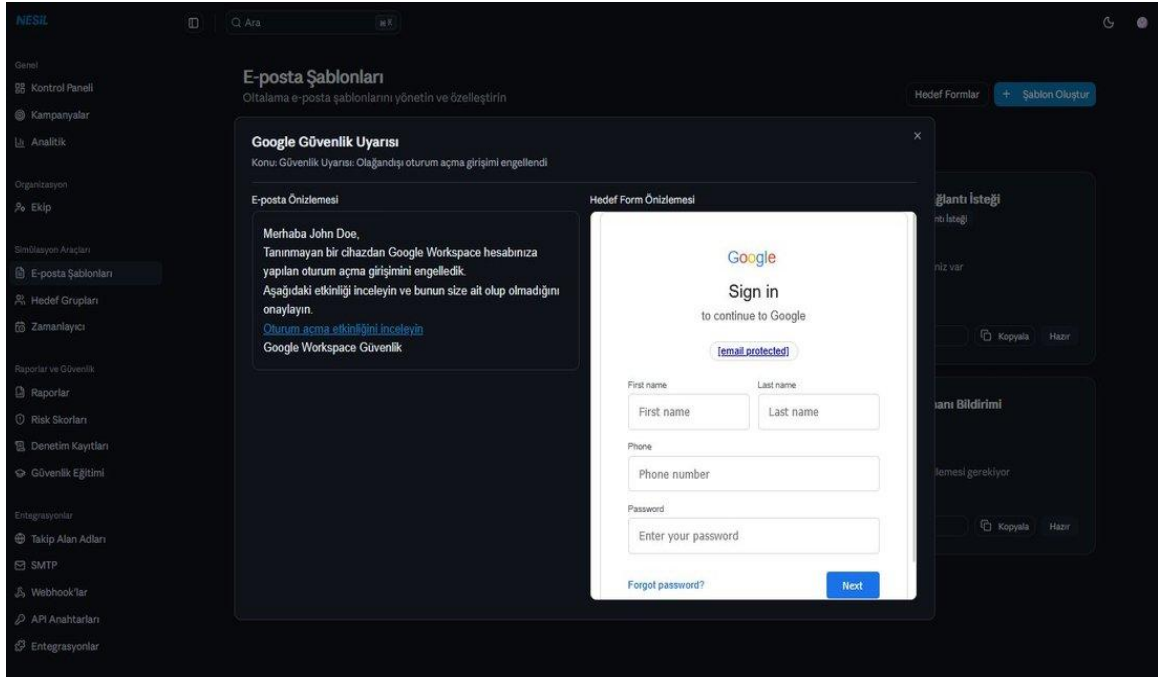


*Sol: e-posta önizlemesi. Sağ: hedef form — Microsoft'un gerçek giriş ekranına neredeyse birebir benzer. Kullanıcılar bu formu çok sık gördükleri için şüphe duymadan bilgi girebilirler.*

- Kime uygun: Hemen herkese. Özellikle Microsoft 365 kullanan kuruluşlarda ilk test için birebir.
- Değişkenler: {{name}} (kişinin adı), {{tracking\_link}} (tekil takip bağlantısı).
- Beklenen tıklama oranı: İlk tatbikatta genelde %15-25 arası.

### 13.2 Google Güvenlik Uyarısı

"Olağandışı oturum açma girişimi engellendi" konusuyla gelen, kullanıcıyı Google hesabına hemen müdahale etmeye teşvik eden senaryo. Google Workspace kullanan kuruluşlar için birebir.

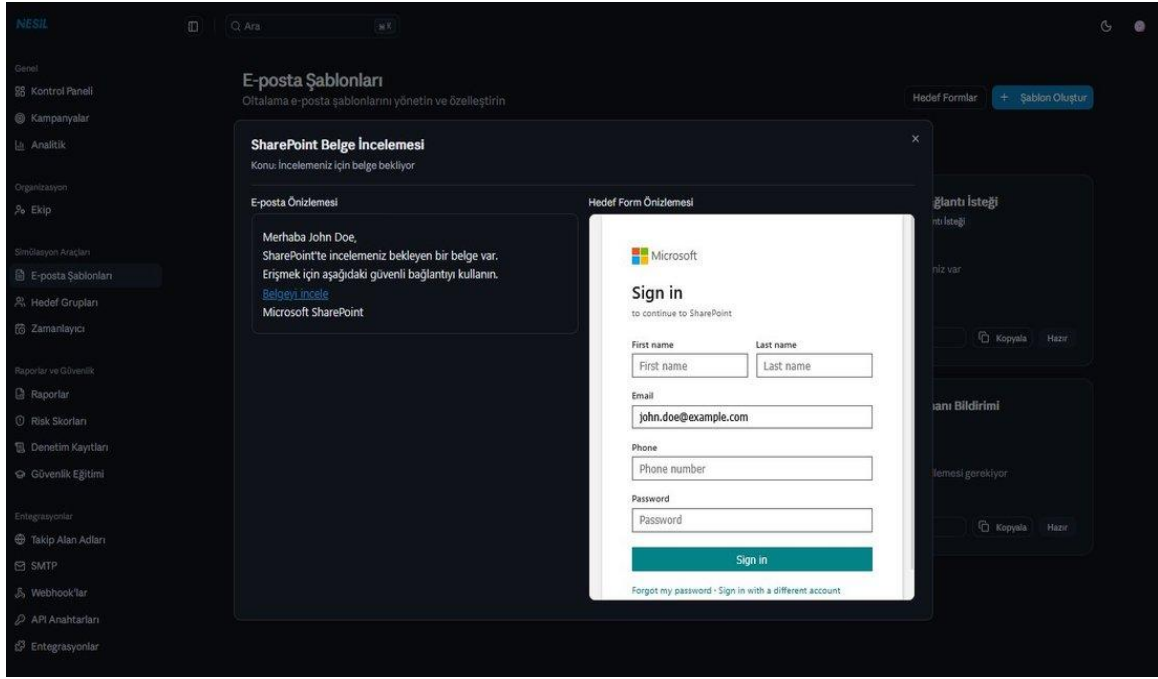


*E-posta, Google'ın gerçek güvenlik uyarılarının diline çok yakındır: "Tanınmayan bir cihazdan Google Workspace hesabınıza yapılan oturum açma girişimini engelledik."*

- Kime uygun: Google Workspace (G Suite) kullanan kuruluşlar.
- Dikkat: Google'ın gerçek uyarıları çok özgün görünür; bu şablon nispeten zorlu bir senaryodur — tıklama oranı Office 365'e kıyasla genelde daha düşüktür (~%10-15).

### 13.3 SharePoint Belge İncelemesi

"İncelemeniz için belge bekliyor" konusyla gelen, kullanıcıyı iş akışı içinde doğal görünen bir bildirimle tuzağa çeken senaryo. Kurumsal ortamlarda en etkili olanlardan biridir.

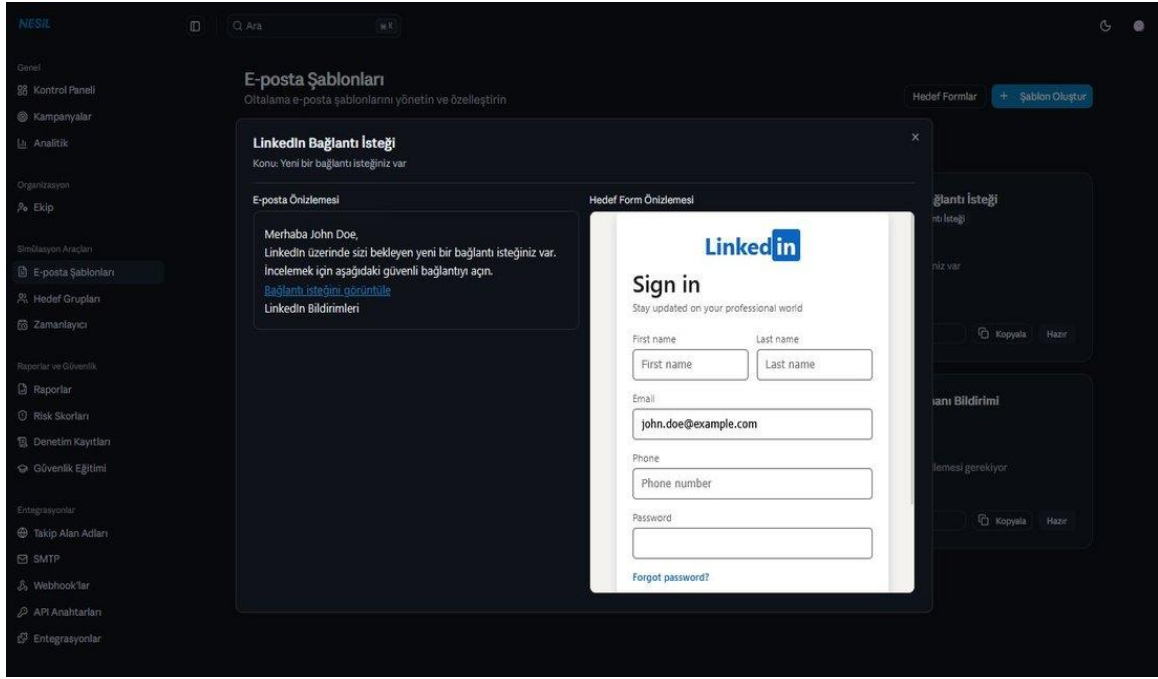


Form, Microsoft'un gerçek SharePoint giriş deneyimini taklit eder. Kullanıcı "belgeyi görmek için" giriş yapar — ve bilgisini göndermiş olur.

- Kime uygun: SharePoint / OneDrive kullanan tüm kurumlar. Özellikle iş belgelerini sık paylaşan departmanlar.
- Etkili olduğu kesim: Hukuk, İK, finans ekipleri — çünkü gerçek bir belge incelemesini hemen her gün yaparlar.

## 13.4 LinkedIn Bağlantı İsteği

"Yeni bir bağlantı isteğiniz var" konusuyla gelen, profesyonel merak duygusunu tetikleyen senaryo. Kullanıcı "kim o?" diye bağlantıya tıklar ve LinkedIn giriş ekranına benzeyen bir forma düşer.

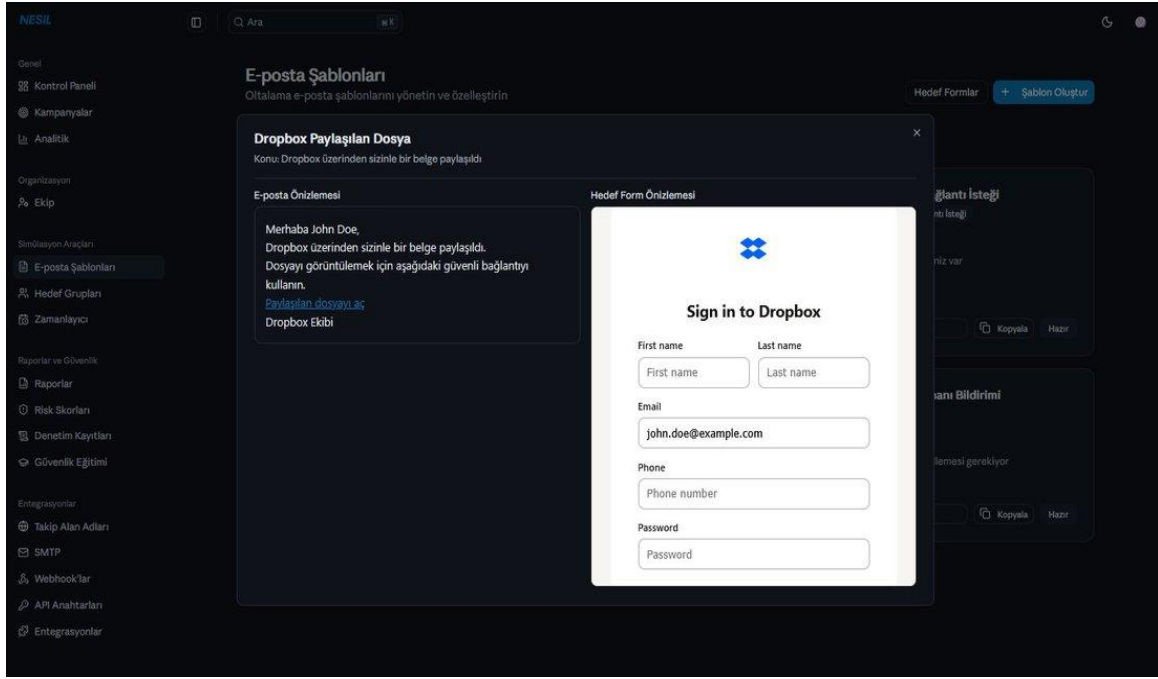


Kimlik doğrulama sayfası LinkedIn'in gerçek tasarımını andırır. Kariyer yapan çalışanlar için özellikle çekici bir tuzaktır.

- Kime uygun: Satış, pazarlama ve üst düzey yöneticiler — LinkedIn'i aktif kullananlar.
- Risk noktası: Kurumsal olmayan bir platform hakkında kurumsal testte kullanıldığı için, iletişimde açıklama yapılması önerilir.

## 13.5 Dropbox Paylaşılan Dosya

"Dropbox üzerinden sizinle bir belge paylaşıldı" konusyla gelen, özellikle yaratıcı ve pazarlama ekiplerinde çok etkili olan senaryo.

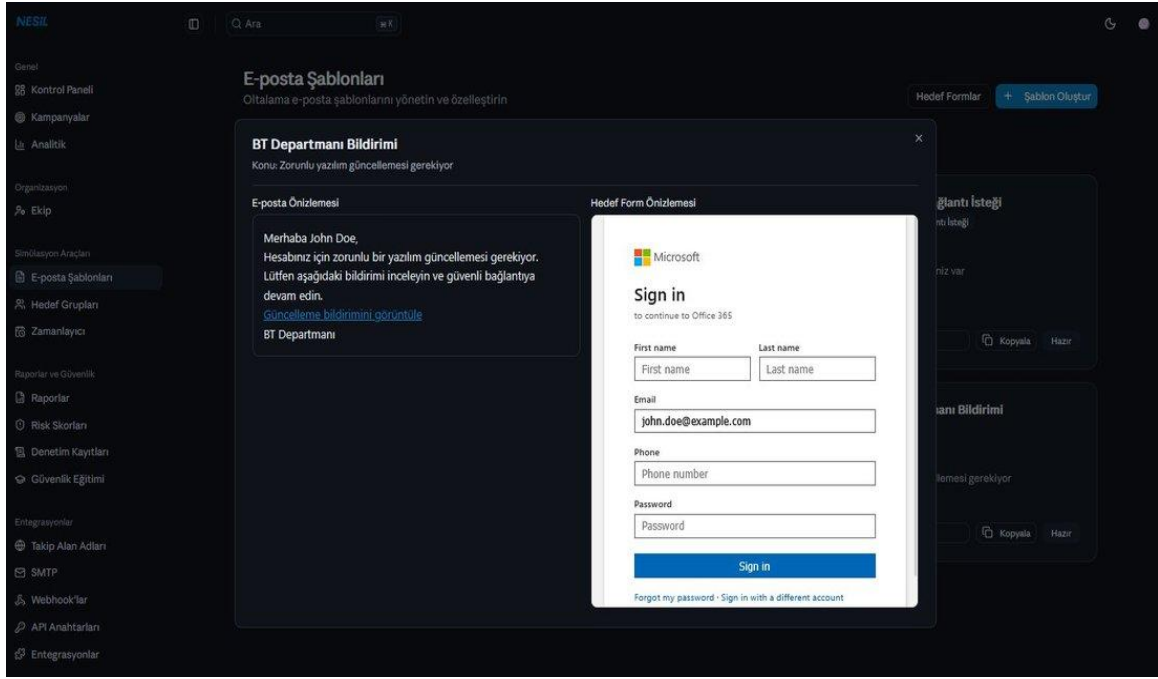


*Hedef form, Dropbox'ın klasik giriş ekranını yeniden yaratır. Mavi "Sign in to Dropbox" başlığı, formun hemen tanınmasını sağlar.*

- Kime uygun: Dropbox veya benzeri dosya paylaşım hizmetlerini kullanan kuruluşlar. Yaratıcı ve ajans ekipleri için birebir.

## 13.6 BT Departmanı Bildirimi

"Zorunlu yazılım güncellemesi gerekiyor" konusuyla gelen, kullanıcının kendi BT ekibinden gelmiş gibi görünen iç kaynaklı bir ortalama senaryosudur. Çalışanlar BT biriminden gelen mesajlara çoğunlukla hızlı tepki verir — bu şablon da bu güveni test eder.



E-posta "BT Departmanı" tarafından gönderilmiş gibi görünür. Hedef form ise Microsoft'un giriş ekranına benzer ve "to continue to Office 365" yazısını içerir.

- Kime uygun: Her kuruluş — özellikle merkezi BT hizmeti olan büyük şirketler.
- Etik not: Kuruluş içi güveni test ettiği için önceden üst yönetim onayı ile çalıştırılması tavsiye edilir.

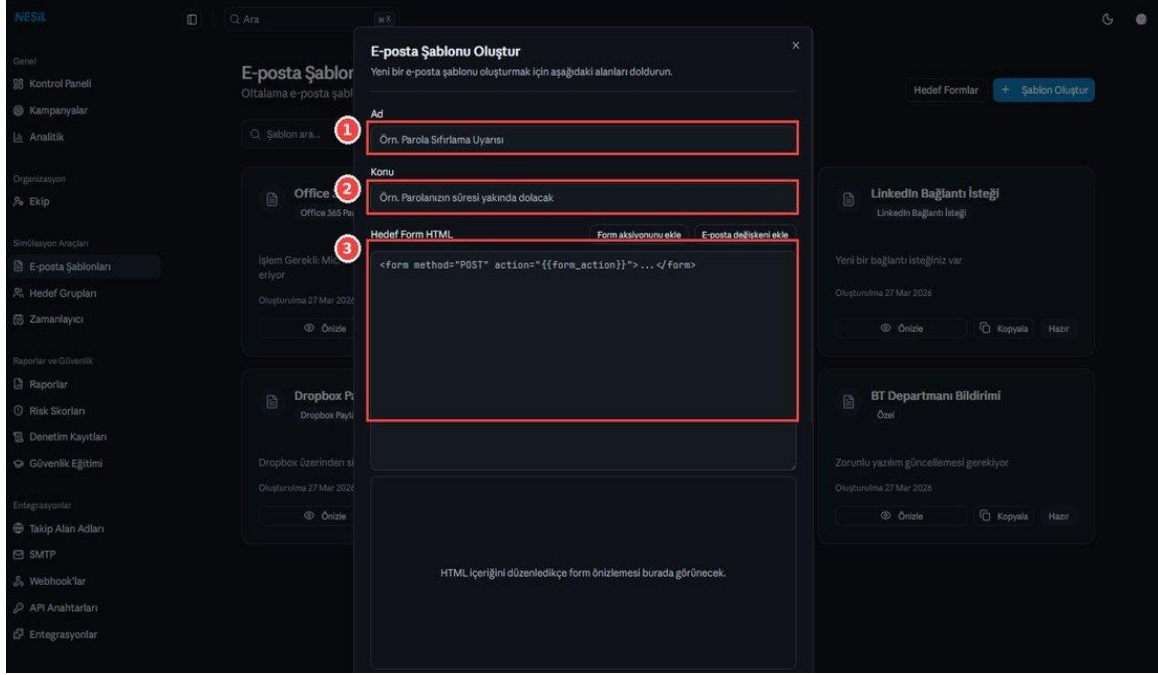
### Birden fazla şablonu sırayla denemek

Farklı departmanlara farklı senaryolar yollamak, kuruluşunuzun hangi alanlarda daha savunmasız olduğunu anlamanın en hızlı yoludur. Örneğin: Finans departmanına "BT Bildirimi", pazarlama ekibine "Dropbox", satış ekibine "LinkedIn" şablonu — ve ardından tıklama oranlarını karşılaştırın.

## 14. Özel Şablon Oluşturma

Hazır galeri her senaryoyu kapsamaz. Kuruluşunuza özel bir durum (örn. kendi İK portalınızı taklit eden bir form, özel bir iç duyuru) için özel şablon oluşturmanız gerekir. Nesil bunu iki panelli bir editör ile kolaylaştırır: üstte e-posta bilgileri, altta HTML içeriği.

### Üst bölüm: temel bilgiler ve form HTML'i



1

**Ad** Şablonunuzun iç adı. Galeride ve kampanya seçim listesinde bu isimle görünür. Örn: "Şirket İçi Maaş Bordrosu Uyarısı".

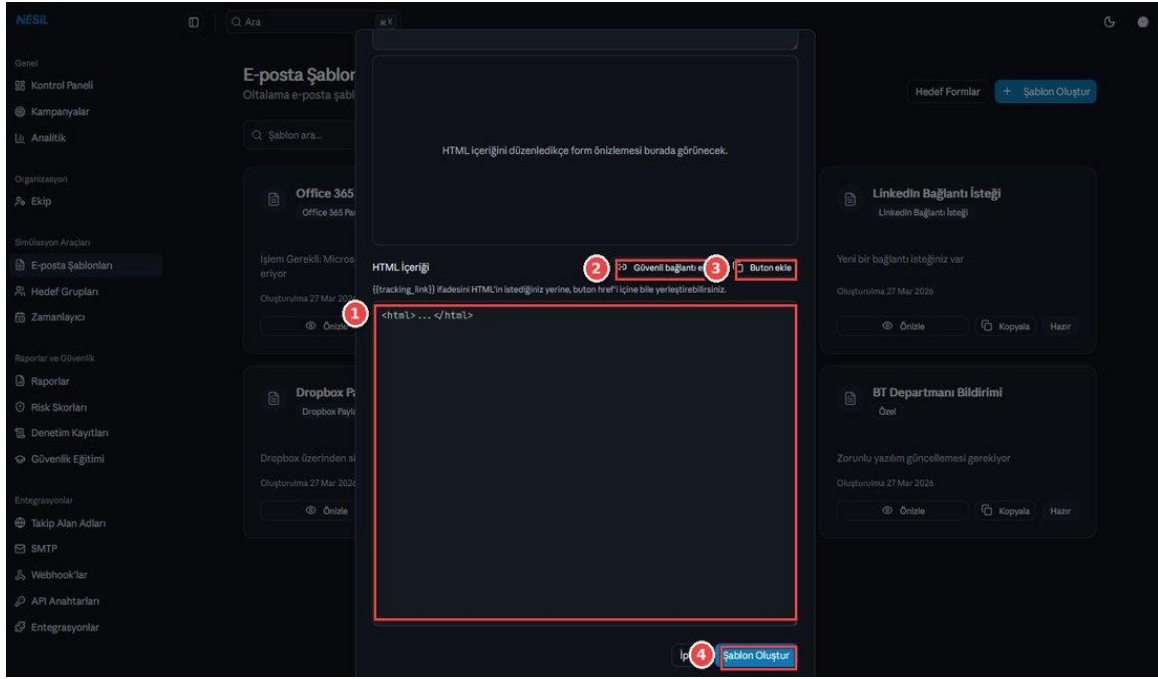
2

**Konu** Hedefin gelen kutusunda göreceği e-posta başlığı. Kısa, eylem çağrısı içeren bir cümle olmalı.

3

**Hedef Form HTML** Kullanıcı bağlantıya tıkladığında açılacak olan formun HTML kodu. Sistem {{form\_action}} değişkenini otomatik olarak gerçek takip adresiyle değiştirir.

### Alt bölüm: e-posta HTML içeriği



**1 HTML İçeriği** Asıl e-posta gövdesi. Zengin HTML yazabilirsiniz: başlıklar, resimler, butonlar.

**2 Güvenli bağlantı ekle** Butona bastığınızda imleç konumuna `{{tracking_link}}` değişkenini ekler. Bu değişken gönderim sırasında her hedef için tekil bir adrese dönüşür.

**3 Buton ekle** Hazır bir çağrı butonu HTML kodu ekler. İsterseniz CSS stillemesini düzenleyebilirsiniz.

**4 Şablon Oluştur** Tüm alanları doldurduktan sonra kaydedin. Şablon galeriye düşer ve her kampanyada kullanılabilir hale gelir.

## Kullanabileceğiniz değişkenler

- `{{name}}` — Hedefin adı (varsa).
- `{{email}}` — Hedefin e-posta adresi.
- `{{tracking_link}}` — Tekil takip bağlantısı. Gönderim sırasında her hedef için farklı bir URL'ye dönüşür.
- `{{form_action}}` — Sadece Hedef Form HTML'inde kullanılır; formun action özneteliğinde yer alır.

### **HTML hataları sessizce kaydedilebilir**

Sistem HTML'inizi doğrulamaz — kapanmayan etiketler veya bozuk tırnaklar kampanyayı başlatana kadar fark edilmeyebilir.

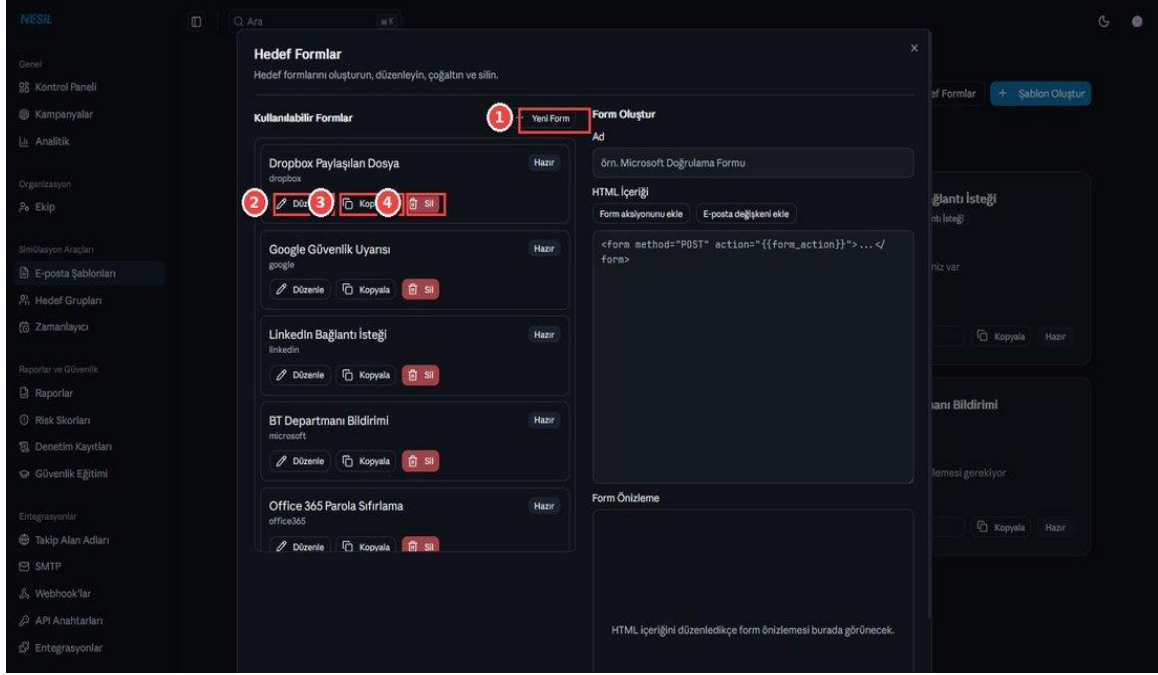
En güvenli yaklaşım: Kaydetmeden önce "Önizleme" alanında e-postanın ve formun nasıl görüldüğünü kontrol edin. Önizleme yoksa, küçük bir test kampanyasını kendinize göndermeyi deneyin.

### **Kopyala ile başlayın**

Sıfırdan HTML yazmaktansa, E-posta Şablonları ekranında galerideki hazır bir şablonun "Kopyala" butonuna basın ve üzerine yazın. Hem değişkenler (tracking\_link, name) yerli yerinde hem de HTML yapısı hazır gelir.

## 15. Hedef Formlar

Hedef formlar, kullanıcının ortalama bağlantısına tıkladıktan sonra karşılaştığı sahte giriş sayfalarıdır. Nesil bunları e-posta şablonlarından bağımsız bir modülde yönetir — böylece aynı formu birden fazla şablonda kullanabilirsiniz.



Hedef Formlar yönetim paneli. Solda mevcut formların listesi, sağda seçili formun içerik düzenleyicisi.

### Ekrandaki kontroller

1

**Yeni Form** Sıfırdan bir hedef form oluşturur. Sağdaki editör temizlenir ve yeni bir form düzenlemeye başlarsınız.

2

**Düzenle** Listedeki bir formu sağ panelde açar. HTML'ini değiştirebilirsiniz.

3

**Kopyala** Mevcut formu klonlar. Hazır bir formu bozmadan üzerine variant oluşturmak için kullanın.

4

**Sil** Formu kalıcı olarak siler. Bu formu kullanan kampanyalar varsa sistem uyarır.

5

**Form Adı** Formun iç adı. Kampanya oluştururken bu isimle seçilecektir.

**HTML İçeriği** Formun görsel ve yapısal tasarımı. `{{form_action}}` özel değişkeni, formun nereye gönderileceğini sistem tarafından doldurulur.

## Hazır formlar

- Dropbox Paylaşılan Dosya — Dropbox giriş ekranı
- Google Güvenlik Uyarısı — Google hesap giriş formu
- LinkedIn Bağlantı İsteği — LinkedIn giriş ekranı
- BT Departmanı Bildirimi — Microsoft / Office 365 giriş
- Office 365 Parola Sıfırlama — Microsoft parola onayı

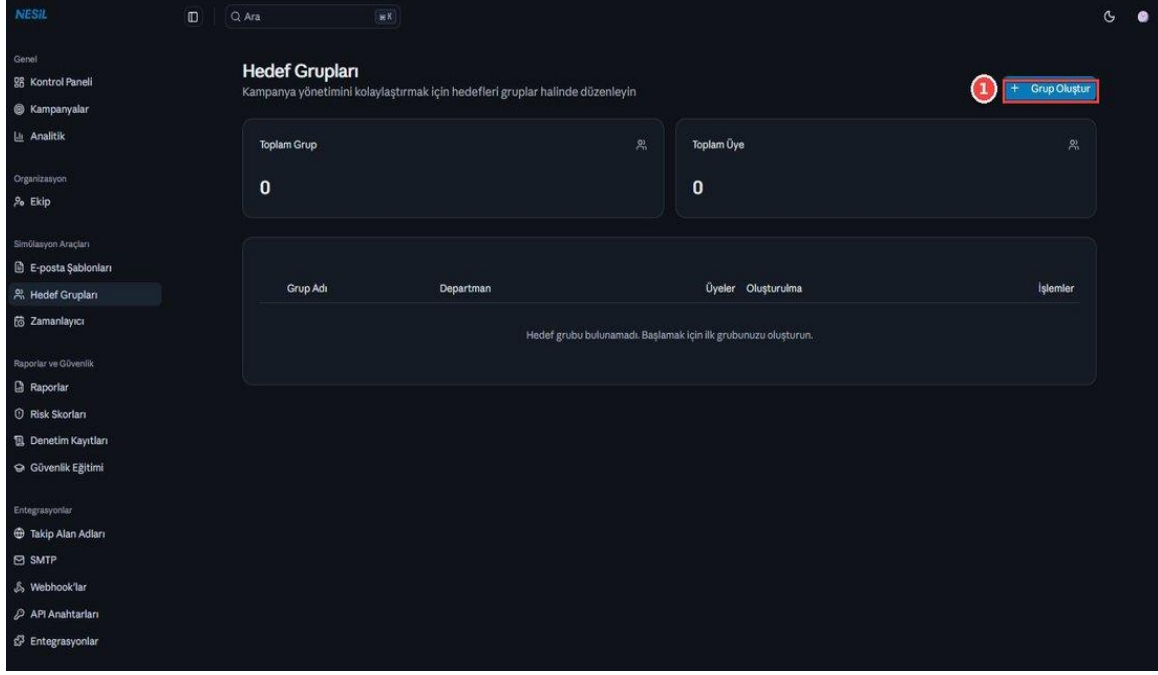
### E-posta ile form eşleşmesi

Bir e-posta şablonunun içerdiği senaryo ile hedef form görselinin tutarlı olması kritiktir. "Dropbox'tan bir belge geldi" diyen e-posta, tıklanıldığında Microsoft giriş formu açarsa, kullanıcının şüphesi bir anda artar.

Nesil bunu bilir ve kampanya oluştur modalında şablon değiştirildiğinde form seçimini otomatik sıfırlayarak uyarır.

## 16. Hedef Grupları

Hedef grupları, kampanyalarda tekrar tekrar kullanacağınız kişi listelerini kaydetmenizi sağlar. Örneğin "Satış Departmanı" grubu oluşturup içine 20 kişi ekleyin; her yeni satış kampanyasında tek tıkla bu listeyi aktarabilirsiniz. Departman bazlı risk analizinin de temelidir — raporlarda grup adı, departman olarak kullanılır.

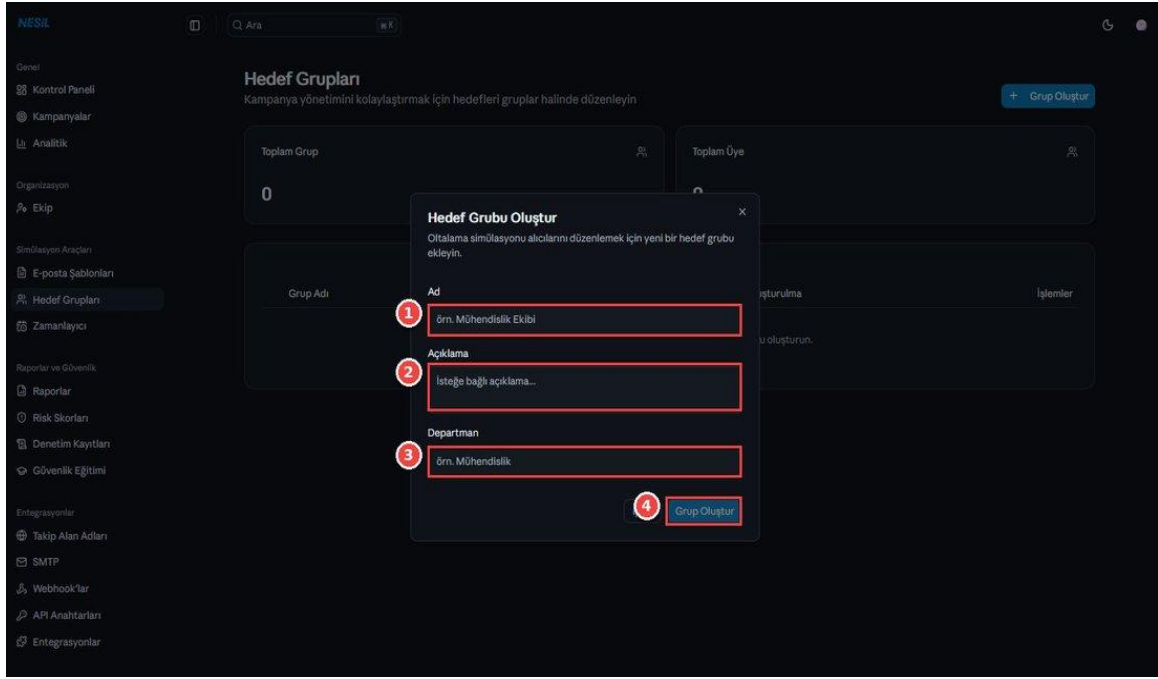


Boş Hedef Grupları ekranı. İki özet kart (Toplam Grup / Toplam Üye) ve altta liste tablosu bulunur.

### İlk grubu oluşturma

1

**Grup Oluştur butonuna basın** Sağ üstteki mavi buton ile modalı açın.



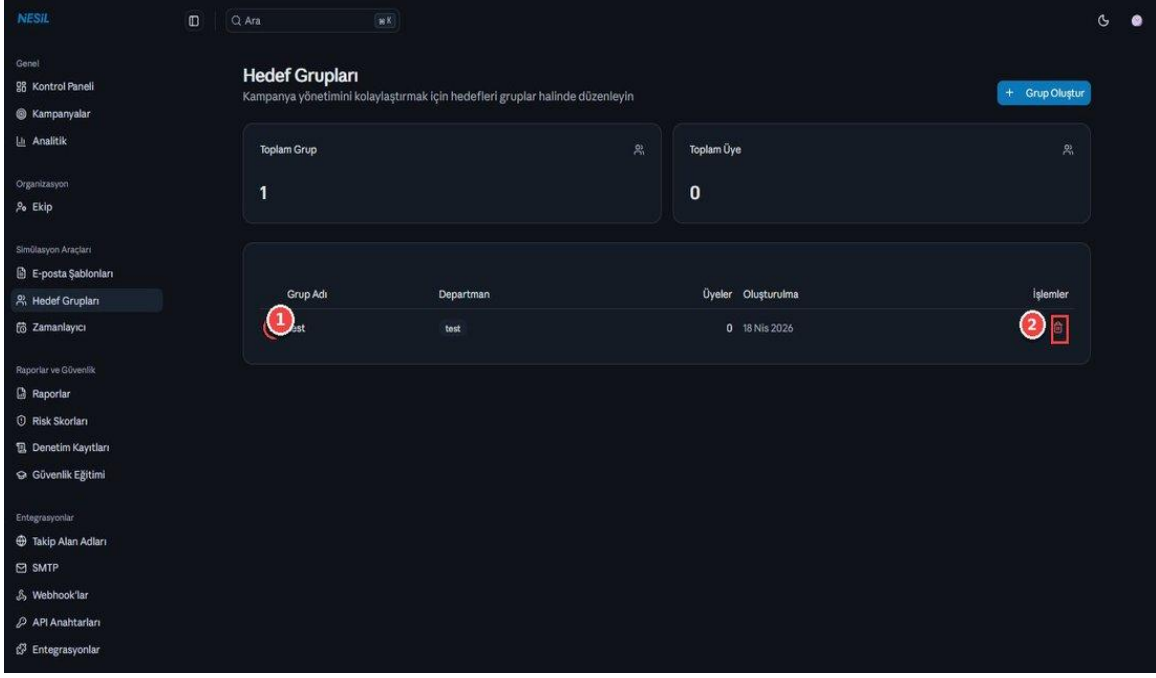
**1 Ad** Grubun görünen adı. Örn: "Satış Departmanı", "Yeni Başlayanlar 2026".

**2 Açıklama (isteğe bağlı)** Bu grubu kimler oluşturur, hangi amaca hizmet eder? Serbest metin.

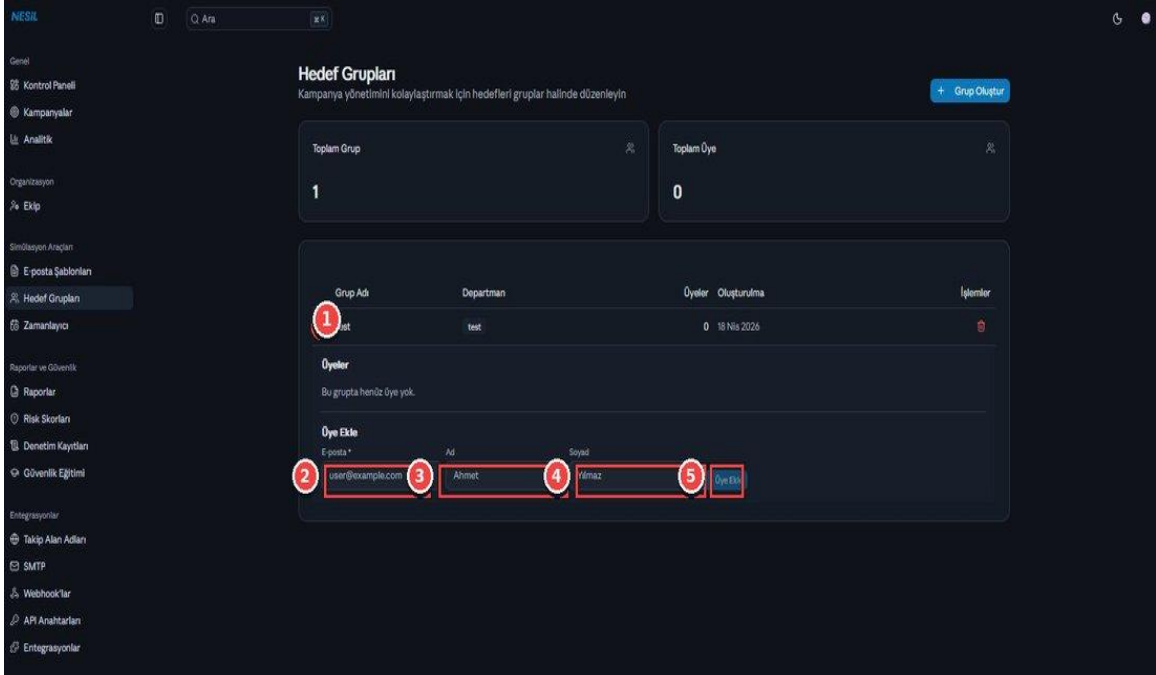
**3 Departman** Risk raporlarında bu grubun hangi departman olarak sayılacağı. Tek bir kelime yeterli (örn. "finans", "ik").

**4 Grup Oluştur** Grup oluşturulur ve listede görünmeye başlar.

## Gruba üye ekleme



Grup oluşturulduktan sonra liste görünümü. Sol başındaki ok (>) ile grubu genişletebilirsiniz.



Genişletilmiş bir grup. Alt kısımda üye ekleme formu belirir.

**1** **Genişlet oku** Grup satırının sol başındaki ok simgesine tıklayın. Grup detayı aşağı açılır.

**2** **E-posta** Eklenecek kişinin e-posta adresi. Zorunlu alandır.

3

**Ad** Kişinin adı. E-postalarda {{name}} değişkeninde görünür.

4

**Soyad** Soyadı. İsteğe bağlı.

5

**Üye Ekle** Kişiyi gruba ekler. Alanlar otomatik temizlenir, arka arkaya birkaç kişi ekleyebilirsiniz.

### Grupları departman mantığıyla kurun

Departman alanı, Raporlar ve Risk Skorları ekranlarında bağımsız bir eksen olarak kullanılır. Bu yüzden "satış" grubunu "pazarlama" ile birleştirmek yerine ayrı tutmak, raporlama gücünüzü artırır.

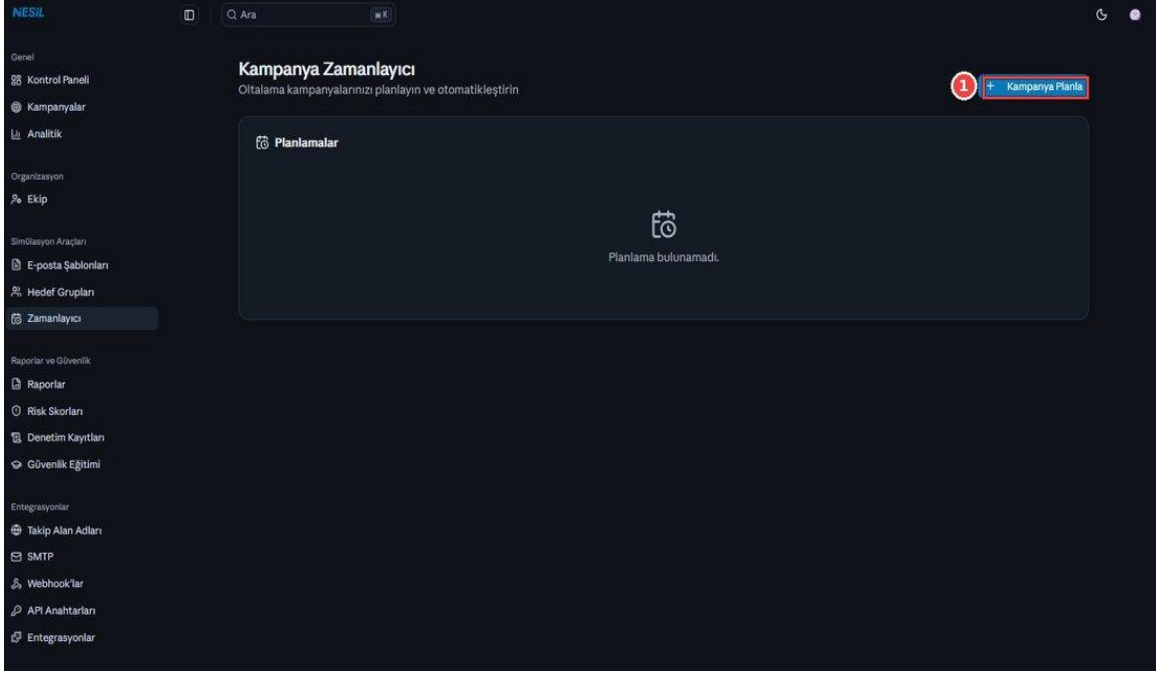
İsim standardını baştan koyun: hepsi küçük harf, aralara tire koyun (örn. "bilgi-teknolojileri"). Sonradan değiştirmek zor.

### CSV yükleme yok mu?

Bu ekran tekil üye eklemeye odaklıdır. Toplu yükleme yapmak istiyorsanız, ilk başta kampanyaya toplu hedef ekleyip sonra o hedefleri bir grup altında tutmak daha pratiktir.

## 17. Zamanlayıcı

Zamanlayıcı, kampanyalarınızı elle başlatmak yerine belirli bir tarih ve saatte otomatik çalıştırmanızı sağlar. Türkiye'de saat 09:30'da ofis yoğunluğu yakalamak ya da cuma öğleden sonra dikkat dağınıklığını test etmek gibi stratejik anlar için birebir.

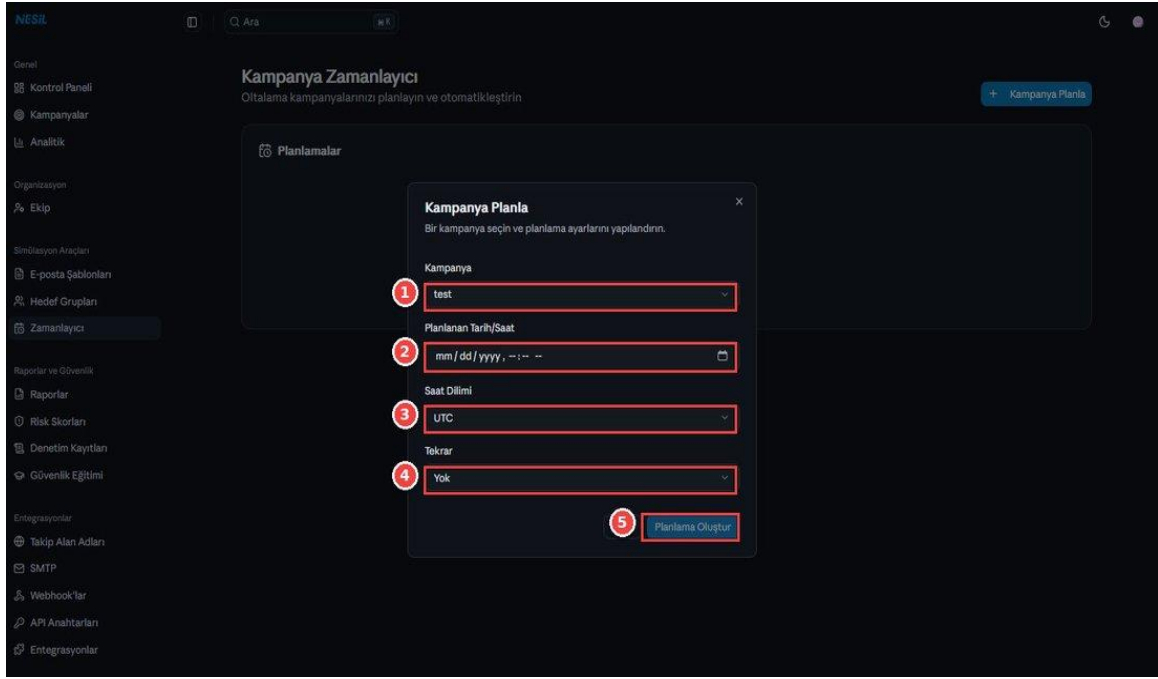


Boş Zamanlayıcı ekranı. Henüz planlanmış kampanya yok.

## Planlama oluşturma

1

**Kampanya Planla butonuna basın** Sağ üstteki buton modali açar.



1

**Kampanya** Daha önce oluşturduğunuz kampanyalardan birini seçin. Taslak durumundakilerden seçebilirsiniz.

2

**Planlanan Tarih/Saat** Gönderimin başlayacağı an. Tarih seçici sayesinde takvimden kolayca belirleyebilirsiniz.

3

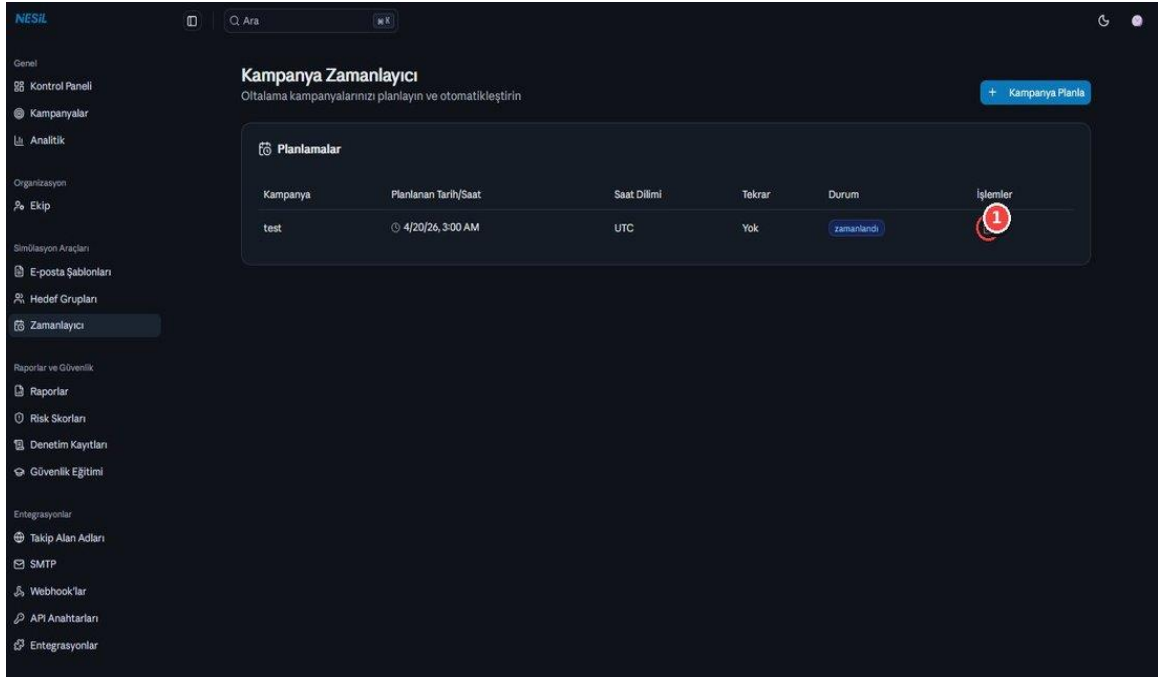
**Saat Dilimi** Planlamanın hangi saat diliminde geçerli olacağı. Varsayılan UTC'dir; Türkiye için "Europe/Istanbul" veya UTC+3 seçin.

4

**Tekrar** Kampanyanın haftalık, aylık veya bir kez çalışması. "Yok" seçilirse sadece bir kez başlatılır.

5

**Planlama Oluştur** Planlama kaydedilir ve listeye düşer.



Planlanmış bir kampanya. Durum rozeti "zamanlandı" gösterir. Gönderim anında otomatik olarak "aktif"e döner.

### Saat dilimi hatalarına dikkat

UTC ile yerel saat arasındaki karışıklık, kampanyaların beklenenden saatler önce veya sonra çalışmasına yol açabilir. Türkiye'de saat 14:00'te başlatmak isterseniz, dropdown'dan Europe/Istanbul dilimini seçtiğinizden emin olun.

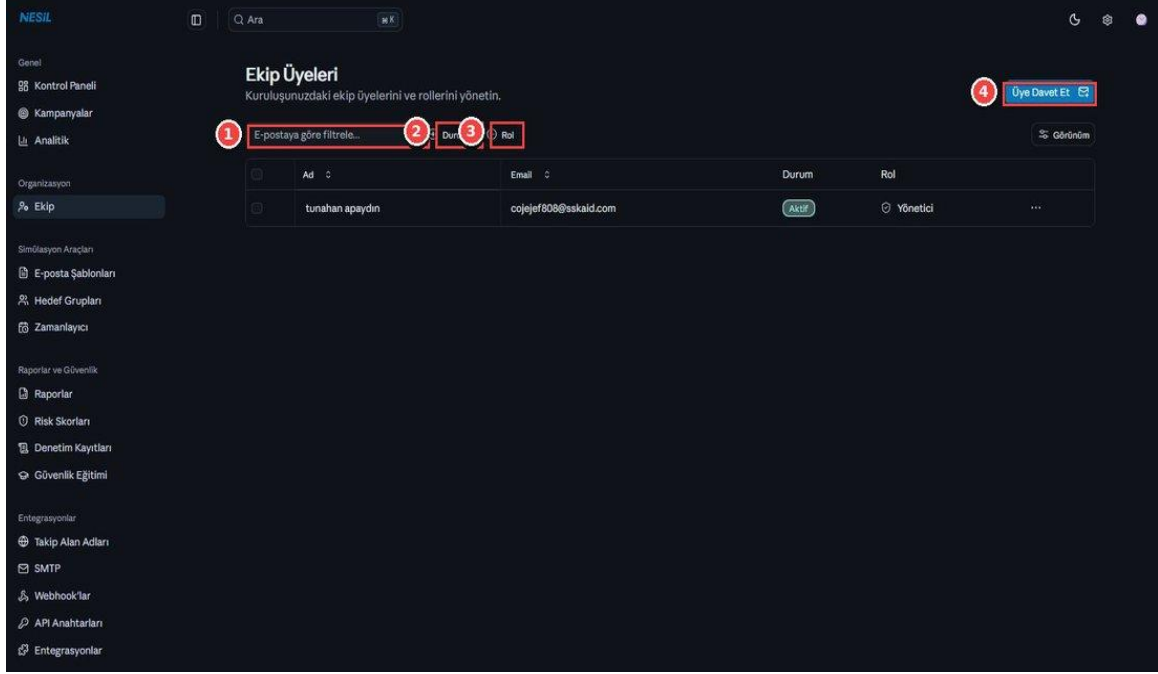
Yazın saat değişimi yok (Türkiye sabit UTC+3); yurt dışı ekiplerle çalışıyorsanız onların saat dilimini de kontrol edin.

### Planı iptal etmek

Liste görünümünde her satırın en sağında kırmızı sil ikonu vardır. Buna basarak planlamayı iptal edebilirsiniz. Zaten başlatılmış bir kampanya varsa iptal durdurmaz — yeni gönderimleri engeller.

# 18. Ekip Yönetimi

Platforma kuruluşunuzdan birden fazla kişinin erişmesi gerektiğinde Ekip menüsü devreye girer. Buradan yeni üyeler davet edebilir, rollerini atayabilir ve hesaplarının durumunu yönetebilirsiniz.



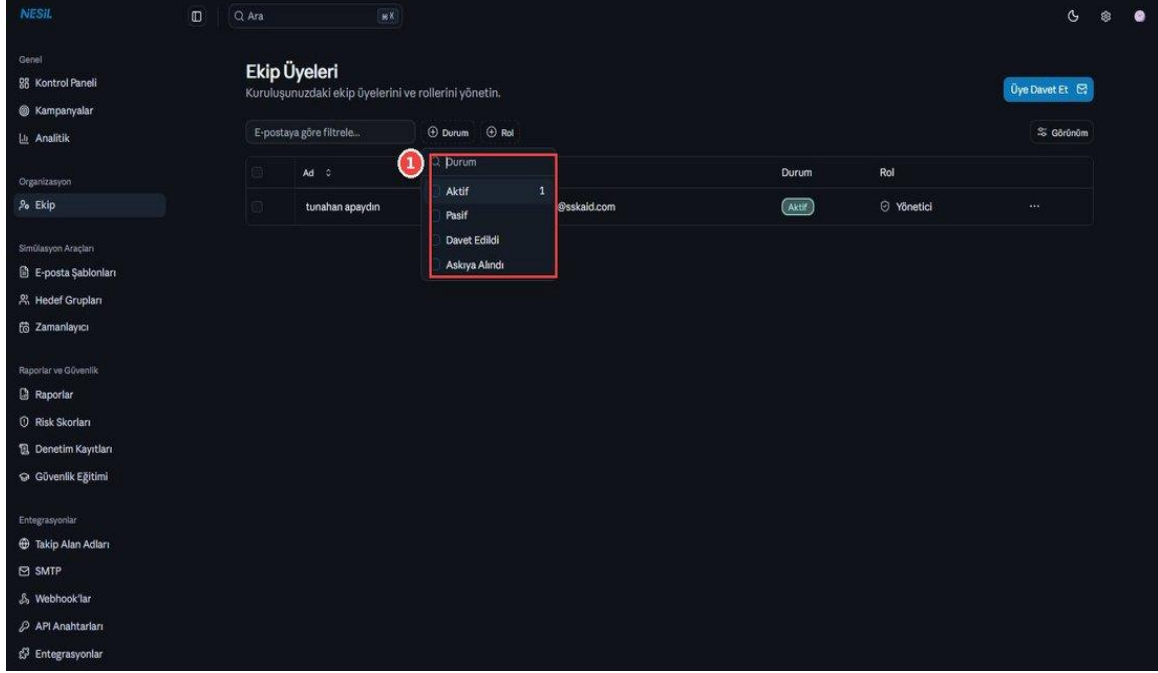
Ekip Üyeleri ekranı. Mevcut üyelerin listesi, filtreler ve "Üye Davet Et" butonu üst satırda bulunur.

## Ekrandaki kontroller

- 1 E-postaya göre filtrele** Liste büyüdükçe belirli bir kişiyi hızla bulmak için kullanın.
- 2 Durum filtresi** Aktif, Pasif, Davet Edildi veya Askıya Alındı durumlarına göre liste daraltma.
- 3 Rol filtresi** Yönetici, Müdür veya Üye rolüne göre süzme.
- 4 Üye Davet Et** Yeni bir kullanıcı davet etme modalını açar.
- 5 Satır eylemleri (...)** Rol değiştirme, askıya alma, silme gibi üye bazlı işlemler için menü.

**Görünüm** Tablo kolonlarını seçme / gizleme. Büyük ekiplerde kompakt görünüm için kullanışlı.

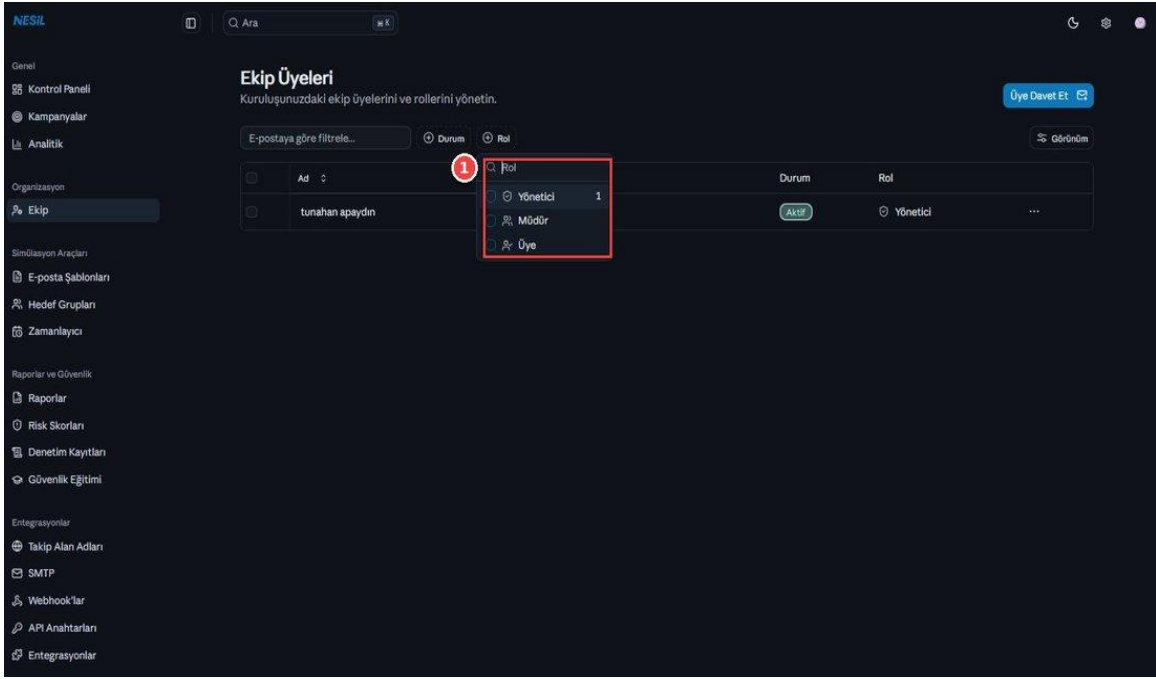
## Durum filtresinin seçenekleri



The screenshot shows the 'Ekip Üyeleri' (Team Members) page in the NESİL system. The page has a dark theme and a sidebar on the left with various navigation options. The main content area shows a table of team members. The table has columns for 'Ad', 'Durum', and 'Rol'. A dropdown menu is open over the 'Durum' column, showing options: 'Aktif', 'Pasif', 'Davet Edildi', and 'Askıya Alındı'. The 'Aktif' option is selected, and the count '1' is shown next to it. The table shows one member: 'tunahan apaydın' with the role 'Yönetici'.

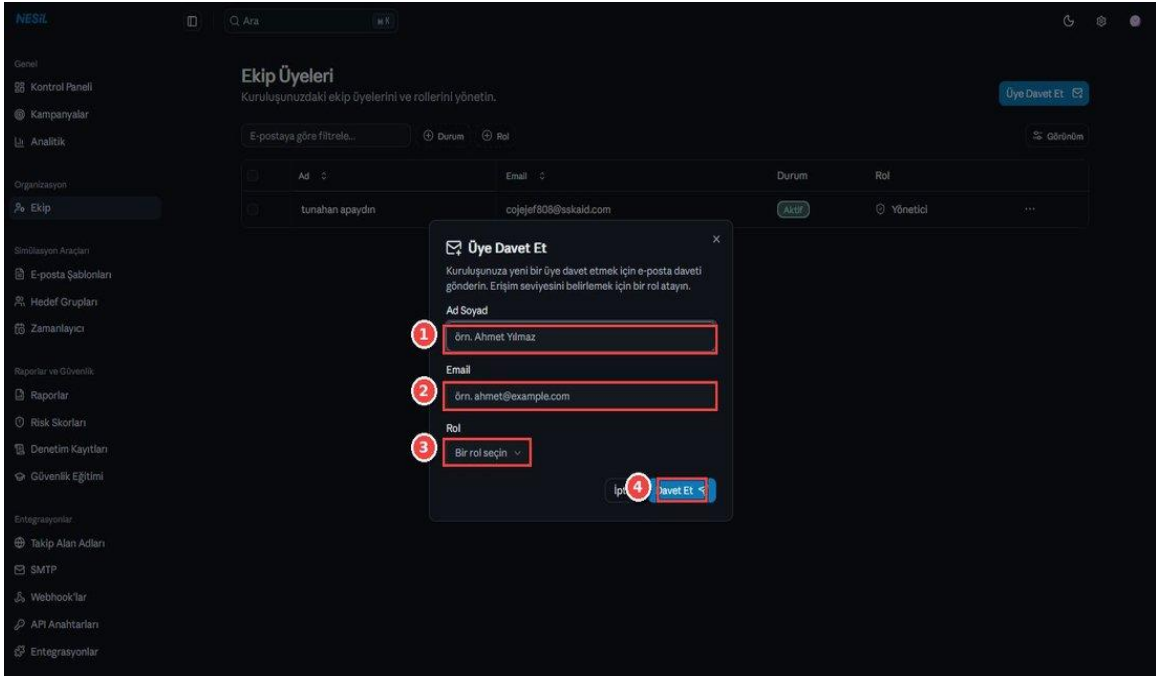
- Aktif — Normal çalışan hesap.
- Pasif — Manuel olarak devre dışı bırakılmış; oturum açamaz.
- Davet Edildi — Davet gönderilmiş ama kabul edilmemiş.
- Askıya Alındı — Güvenlik nedeniyle geçici dondurulmuş.

## Rol filtresinin seçenekleri



- Yönetici — Tüm ayarlara ve faturaya erişimi olan, rolleri değiştirebilen en üst rol.
- Müdür — Kampanya ve ekip üzerinde geniş yetki; fatura erişimi yok.
- Üye — Sadece kendisine atanmış kampanyaları görüp düzenleyebilir.

## Yeni üye davet etme



1

**Ad Soyad** Davet edilen kişinin adı. E-posta şablonlarında {{name}} değişkeninde görünür.

2

**Email** Davet bağlantısının gönderileceği e-posta adresi.

3

**Rol** Yönetici / Müdür / Üye arasından seçim.

4

**Davet Et** Davet e-postası gönderilir. Kullanıcı bağlantıyı kabul edip parolasını oluşturduğunda hesabı aktif olur.

### Rolleri dikkatli dağıtın

Yönetici rolü çok güçlüdür — fatura, SMTP, API anahtarı gibi kritik alanlara erişim verir. Kuruluş içinde en fazla 1-2 kişiye Yönetici verin.

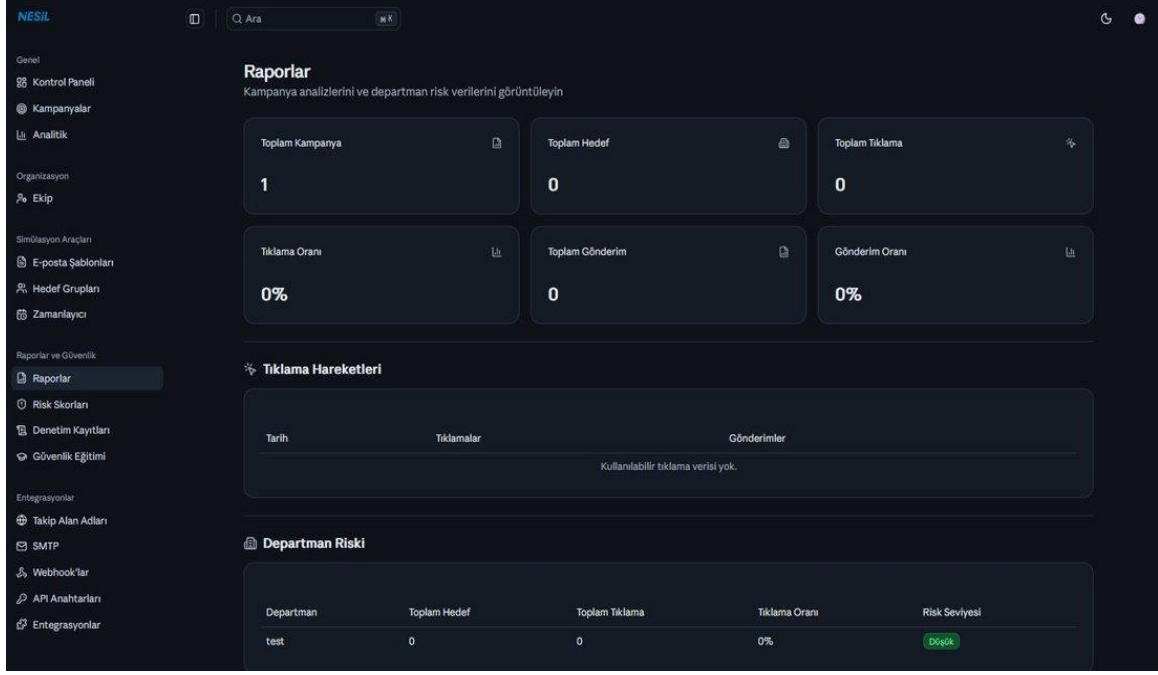
Günlük kampanya yöneticileri için Müdür, görevlendirme üzerinden çalışacak dış ekip için Üye rolü idealdir.

### Davet süresi dolabilir

Davet e-postası belirli bir süre sonra geçersiz hale gelir. Eğer kullanıcı zamanında kabul etmezse, listede "Davet Edildi" olarak kalır ve davetin yenilenmesi gerekir. Satır eylemleri menüsünden "Daveti Yeniden Gönder" seçeneğini kullanın.

# 19. Raporlar

Raporlar ekranı, kampanya ve departman performansını bir arada gösteren yönetim görünümüdür. Kontrol Paneli ve Analitik daha "anlılık" bakışlar verirken, Raporlar kuruluşunuzun uzun vadeli risk profilini ortaya koyar.



## Üç ana bölge

1

**KPI şeridi (6 kart)** Toplam Kampanya, Hedef, Tıklama, Tıklama Oranı, Gönderim ve Gönderim Oranı. Altı metriğin birarada olması, raporlamada "tek bakış" avantajı sağlar.

2

**Tıklama Hareketleri** Zamana göre tıklama ve gönderim sayılarını gösterir. Yeni veri geldiğinde tablo canlı güncellenir.

3

**Departman Riski** Her departmanın (yani her Hedef Grubunun) kendi tıklama sayısı, hedef toplamı ve hesaplanmış risk seviyesi (Düşük / Orta / Yüksek) buradadır.

## Tıklama oranı ile gönderim oranının farkı

İki metrik kolayca karıştırılabilir:

- Tıklama Oranı — Kampanyadaki hedeflerin yüzde kaçını ortalama bağlantısına tıkladı? Bu "ilk farkındalık" göstergesidir.
- Gönderim Oranı — Kaç hedef, sahte formu doldurup gönderdi? Bu "gerçekten tuzağa düşen" göstergesidir.

### İki metriği birlikte okumak

Bir kampanyada tıklama oranı %20 ama gönderim oranı %3 ise: kullanıcıların çoğu bağlantıya tıklayıp merakla incelemiş ama "bu form şüpheli" diye durmuşlar. Bu iyi bir sinyal; "duraklama" refleksi eğitim ile geliştirilebilir.

Tersi, tıklama %5 ama gönderim %5 ise daha vahim — tıklayan herkes formu doldurmuş. Bu kesim acil eğitim gerektirir.

## Departman risk seviyesi nasıl hesaplanır?

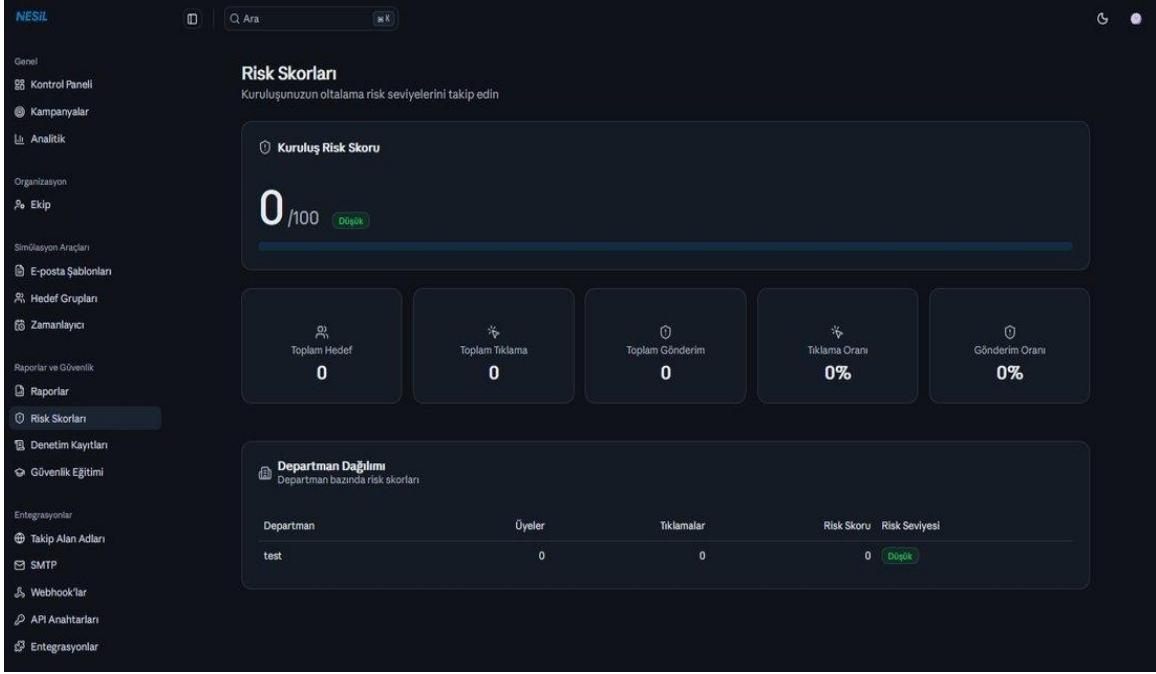
Sistem, departmanın tıklama oranına göre otomatik bir seviye atar:

- Düşük — %5 altı tıklama oranı.
- Orta — %5–%15 arası.
- Yüksek — %15'in üzeri.

Bu eşikler zaman içinde kuruluşunuza özgü değişebilir; başlangıç değerleri olarak kullanın.

## 20. Risk Skorları

Risk Skorları, tüm kampanya sonuçlarından türetilen tek bir sayı ile kuruluşunuzun güvenlik farkındalığını özetler. Bu skor 0-100 arasındadır; düşük olması iyiye işarettir.



### Kuruluş Risk Skoru

En üstte yer alan büyük sayı, kuruluşunuzun bütüncül risk seviyesini gösterir. Arkasındaki renkli bant, skorunuzun hangi aralıkta olduğunu görsel olarak işaret eder.

- 0-20: Düşük risk (yeşil)
- 21-50: Orta risk (sarı)
- 51-80: Yüksek risk (turuncu)
- 81-100: Kritik risk (kırmızı)

### Ayrıntı metrikleri

Alt satırda beş özet kart bulunur: Toplam Hedef, Toplam Tıklama, Toplam Gönderim, Tıklama Oranı ve Gönderim Oranı. Bu değerler kuruluş geneli için hesaplanır.

### Departman Dağılımı

Her departman için ayrı satır gösterir: üye sayısı, tıklama sayısı, hesaplanmış risk skoru ve risk seviyesi rozeti. Bu liste, hangi departmanlara öncelikli eğitim yatırımı yapmanız gerektiğini net şekilde ortaya koyar.

### **Risk skorunu zaman içinde izlemek**

Skor tek bir veri noktasından ziyade trend olarak değerlidir. Aynı skoru üç ay üst üste alıyorsanız farkındalık çalışmalarınız yetersiz kalmış demektir; bir önceki çeyrekte %20 düşüş ise stratejinizin işe yaradığının kanıtıdır.

Yönetime sunum yaparken grafiği ayda bir kez kaydetmek ve zamana göre karşılaştırmak güçlü bir pratik.

## 21. Denetim Kayıtları

Denetim Kayıtları, platformda yapılan her yönetim işlemini değişmez bir günlüğe kaydeder. Bir kullanıcı kampanya oluşturduğunda, bir ayarı değiştirdiğinde, bir hedef sildiğinde — hepsi buraya yazılır. KVKK, ISO 27001 ve GDPR gibi uyumluluk standartlarının gerektirdiği "ne oldu, kim yaptı, ne zaman?" sorularının cevabını bu ekranda bulursunuz.

The screenshot displays the 'Denetim Kayıtları' (Audit Logs) section of the NESIL platform. The interface includes a sidebar with navigation options like 'Genel', 'Kontrol Paneli', 'Kampanyalar', 'Analitik', 'Organizasyon', 'Ekip', 'Sınırlayıcılar', 'E-posta Şablonları', 'Hedef Grupları', 'Zamanlayıcı', 'Raporlar ve Güvenlik', 'Raporlar', 'Risk Skorları', 'Denetim Kayıtları', 'Güvenlik Eğitimi', 'Entegrasyonlar', 'Takip Alan Adları', 'SMTP', 'Webhooklar', 'API Anahtarları', and 'Entegrasyonlar'. The main content area is titled 'Denetim Kayıtları' and contains a table of operations. The table has columns for 'Zaman', 'Kullanıcı', 'İşlem', 'Kaynak Türü', 'Kaynak Kimliği', and 'IP Adresi'. The table lists three operations: 'schedule.created', 'campaign.created', and 'user.register'. Three callouts are present: 1. 'Tüm İşlemler' (All Operations) filter, 2. 'Yenile' (Refresh) button, and 3. 'CSV Dışa Aktar' (Export to CSV) button.

### Ekrandaki kontroller

1

**İşlem filtresi** "Tüm İşlemler" yerine belirli bir olay türünü (ör. sadece "campaign.created") seçerek liste daraltma.

2

**Yenile** Son olayları anlık çekmek için kullanın — sayfa otomatik güncellenmez.

3

**CSV Dışa Aktar** Seçili filtreye uygun tüm olayları CSV olarak indirir. Uyumluluk dönemlerinde arşivleme için çok kullanışlı.

4

**İşlem Geçmişi tablosu** Zaman, kullanıcı, işlem rozeti, kaynak türü, kaynak ID ve IP adresi kolonları ile olay listesi.

## Yaygın işlem türleri

- user.register — Yeni kullanıcı kaydı
- user.login — Başarılı oturum açma
- campaign.created — Yeni kampanya oluşturuldu
- campaign.started — Kampanya başlatıldı
- campaign.deleted — Kampanya silindi
- schedule.created — Zamanlanmış gönderim planlandı
- target.added — Kampanyaya hedef eklendi
- smtp.updated — SMTP ayarları değiştirildi
- api\_key.created — Yeni API anahtarı üretildi

### KVKK / ISO 27001 uyum desteği

Denetim kaydı, bir uyumluluk denetçisinin kuruluşunuzdan ilk isteyeceği belgelerden biridir. CSV dışa aktarım özelliğini dönemsel olarak (örn. her çeyrek sonu) çalıştırıp yedekleyin — platform dışında da bir kopyası olması uygundur.

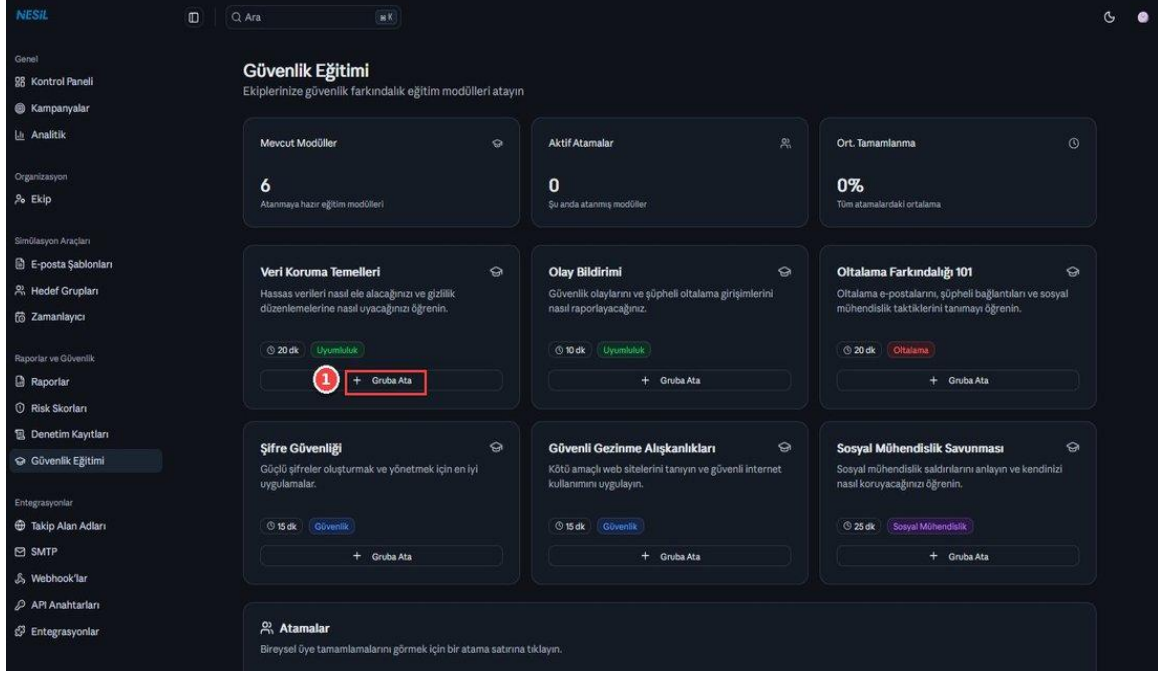
Kaydın "değişmez" olması, mevcut kayıtların sonradan düzenlenememesi anlamına gelir; bu özellik delilliliğin temelidir.

### Hangi IP'den geldi sorusu

Her olay, hangi IP adresinden yapıldığını kaydeder. Eğer kuruluşunuzda VPN veya proxy kullanılıyorsa bu IP sabit olabilir. Şüpheli bir işlem gördüğünüzde IP'yi BT ekibinizle paylaşarak kimin o oturumdan bağlandığını doğrulayabilirsiniz.

## 22. Güvenlik Eğitimi

Oltalama tatbikatı sadece testin yarısıdır. Diğer yarısı, tuzağa düşen kullanıcılara (ve genel olarak tüm çalışanlara) hem tatbikat sonrası hem de proaktif olarak doğru eğitimi vermektir. Güvenlik Eğitimi menüsü, hazır eğitim modüllerini ekiplerinize atamanızı sağlar.



Güvenlik Eğitimi ana ekranı. Üç özet kart ve altında atanabilir modül kartları.

### Üst KPI şeridi

- Mevcut Modüller — Kullanabileceğiniz hazır modül sayısı (varsayılan olarak 6).
- Aktif Atamalar — Şu anda bir gruba atanmış ve hâlâ devam eden atama sayısı.
- Ort. Tamamlanma — Atamaların ortalama tamamlanma yüzdesi.

### Hazır modüller

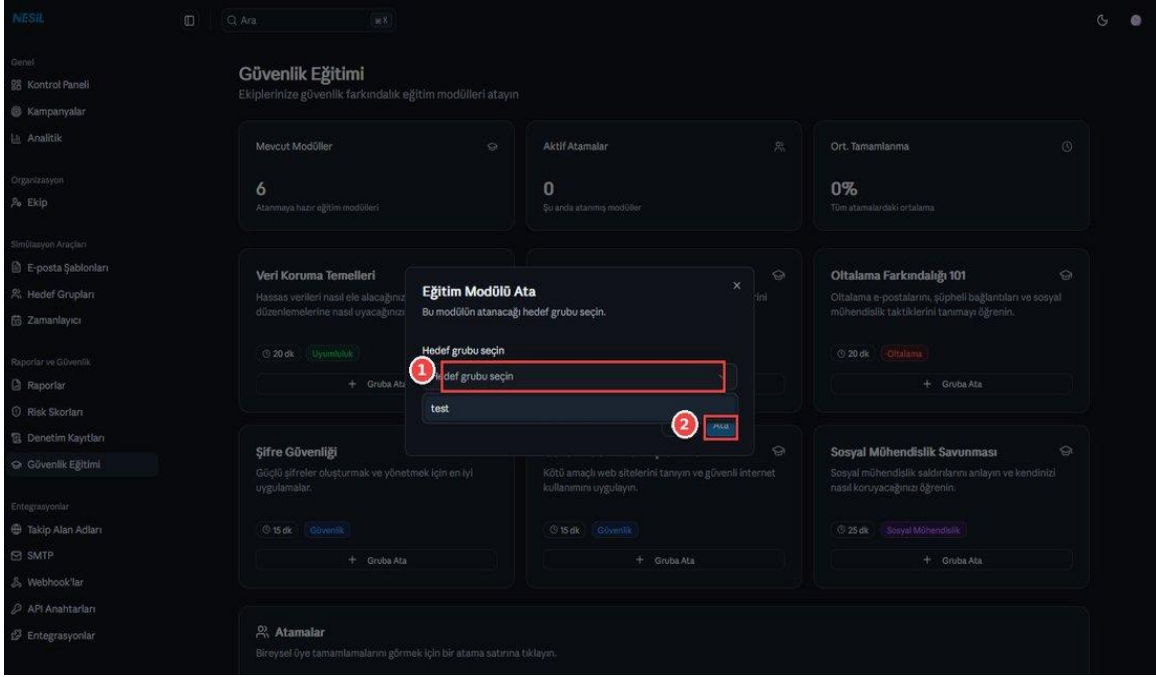
- Veri Koruma Temelleri — Hassas verilerin ele alınması ve gizlilik düzenlemeleri (20 dk, "Uyumluluk" etiketi).
- Olay Bildirimi — Güvenlik olaylarının nasıl raporlanacağı (10 dk, "Uyumluluk").
- Ortalama Farkındalığı 101 — Şüpheli bağlantı ve sosyal mühendislik taktikleri (20 dk, "Ortalama").
- Şifre Güvenliği — Güçlü parola oluşturma ve yönetme (15 dk, "Güvenlik").
- Güvenli Gezinme Alışkanlıkları — İnternet kullanımı ve kötü amaçlı site tanıma (15 dk, "Güvenlik").

- Sosyal Mühendislik Savunması — Psikolojik manipülasyon tekniklerini tanıma (25 dk, "Sosyal Mühendislik").

## Bir modülü gruba atama

1

**İlgili modülün kartında "Gruha Ata" butonuna basın** Her modül kartının altında bu buton yer alır.



1

**Hedef grubu seçin** Açılır listeden önceden oluşturulmuş gruplarınızdan birini seçin.

2

**Ata** Modül o grubun tüm üyelerine atanır. Sistem otomatik olarak her üyeye eğitim başlatma bağlantısı içeren bir e-posta gönderir.

## Atamaları izleme

The screenshot displays the NESIL dashboard with a sidebar on the left containing navigation options like 'Genel', 'Kontrol Paneli', 'Kampanyalar', 'Analitik', 'Organizasyon', 'Ekip', 'Simülasyon Araçları', 'E-posta Şablonları', 'Hedef Grupları', 'Zamanlayıcı', 'Raporlar ve Güvenlik', 'Raporlar', 'Risk Skorları', 'Denetim Kayıtları', 'Güvenlik Eğitimi', 'Entegrasyonlar', 'Takip Alan Adları', 'SMTP', 'Webhook'lar, 'API Anahtarları', and 'Entegrasyonlar'. The main content area features a grid of training modules, each with a title, description, duration, and a 'Gruba Ata' button. The modules include 'Veri Koruma Temelleri', 'Olay Bildirimi', 'Ortalama Farkındalığı 101', 'Şifre Güvenliği', 'Güvenli Gezime Alışkanlıkları', and 'Sosyal Mühendislik Savunması'. Below the grid is the 'Atamalar' section, which shows a notification: 'Assignment created successfully. "Veri Koruma Temelleri" was assigned to "test". The new assignment is highlighted below.' The table below the notification has columns for 'Modül', 'Grup', 'İlerleme', and 'Atanma Tarihi'. The first row shows 'Veri Koruma Temelleri' assigned to the 'test' group, with 0/1 completion and a date of 4/18/2026. A note at the bottom states 'Henüz hiçbir üye bu eğitimi tamamlamamış.'

Atama sonrası görünüm. Sayfa sonunda yeşil bir onay mesajı ve altında atama satırı belirir.

Her atama satırı şunları gösterir:

- Modül — Atanan eğitim adı
- Grup — Hangi gruba atandığı
- İlerleme — "0/1, 2/5" gibi tamamlayan üye sayısı / toplam üye sayısı
- Atanma Tarihi — Atamanın yapıldığı tarih

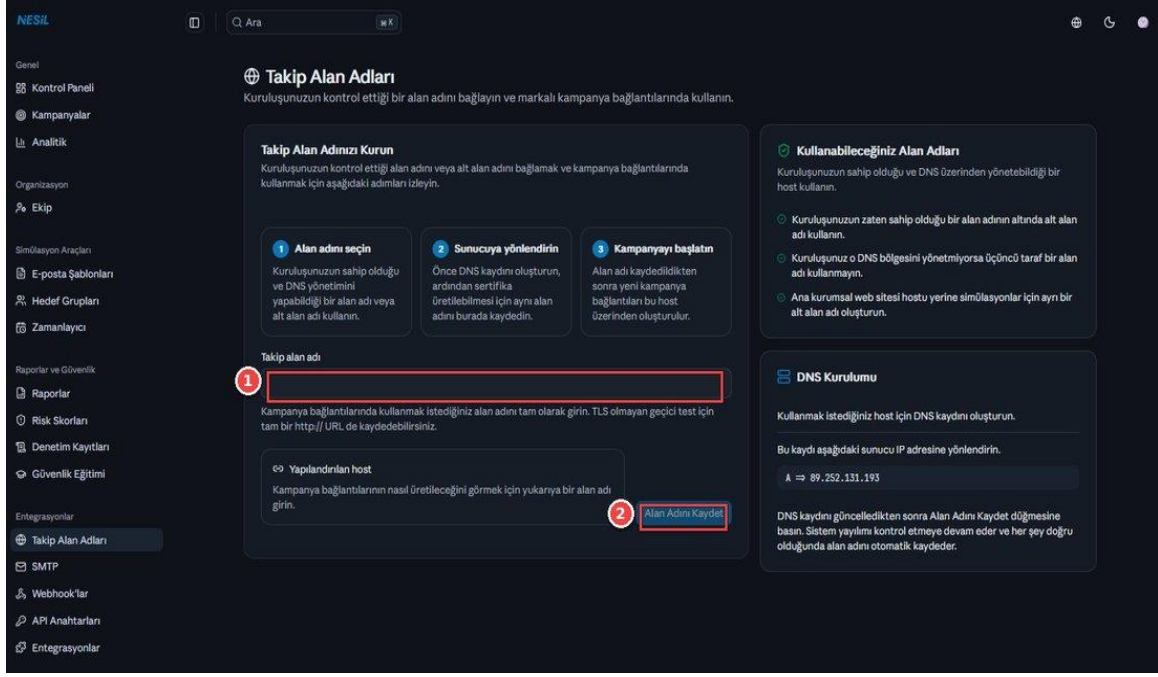
### Eğitim atamasının en iyi zamanı

Bir ortalama simülasyonundan hemen sonra, tıklayan kişilere ilgili modülü atayın. "Ortalama Farkındalığı 101"i tuzağa düşen kullanıcılara anında göndermek, davranışa bağlı öğrenmeyi pekiştirir.

Yıllık olarak tüm çalışanlara en az bir "Veri Koruma Temelleri" ataması yapmanız, uyumluluk denetimlerinde işinizi kolaylaştırır.

## 23. Takip Alan Adları

Varsayılan olarak Nesil, takip bağlantılarını "nesil.ai/p/..." formatında üretir. Ancak kurumsal kampanyalarda bu bağlantıların sizin markanızla bağlantılı (örn. "mail-security.sirketiniz.com/p/...") görünmesi hem inandırıcılığı hem de filtre geçişini artırır. Bu bölüm, kendi alan adınızı nasıl bağlayacağınızı anlatır.



### Üç adımda alan adı bağlama

1

**Alan adını seçin** Kuruluşunuzun sahip olduğu ve DNS yönetimini yapabildiği bir alan adı veya alt alan adı kullanın. (Panelin sol bölümündeki adım 1 kutusu.)

2

**Sunucuya yönlendirin** Öncelikle DNS kaydı oluşturun; ardından sertifika üretilebilmesi için aynı alan adını burada kaydedin. (Adım 2 kutusu.)

3

**Kampanyayı başlatın** Alan adı kaydedildikten sonra yeni kampanya bağlantıları bu host üzerinden oluşturulur. (Adım 3 kutusu.)

### Ekran üzerindeki alanlar

1

**Takip alan adı input** Kullanmak istediğiniz alan adını tam olarak yazın. TLS olmayan geçici test için http:// URL'si de kaydedilebilir.

2

**Alan Adını Kaydet** Butona bastığınızda sistem DNS'i kontrol eder, her şey doğruysa alan adı otomatik olarak aktifleşir.

Sayfanın sağ tarafındaki "DNS Kurulumu" paneli ise A kaydınızı hangi IP'ye yönlendirmeniz gerektiğini gösterir — örnekteki değerler sistem tarafından her kuruluş için otomatik üretilir.

## Doğru host seçimi

- Kuruluşunuzun zaten sahip olduğu bir alan adının altında alt alan adı kullanın (örn. şirketiniz.com domaini varsa, mail-check.şirketiniz.com).
- Kuruluşunuz o DNS bölgesini yönetmiyorsa üçüncü taraf bir alan adı kullanmayın.
- Ana kurumsal web sitesi hostu yerine simülasyonlar için ayrı bir alt alan adı oluşturun — böylece canlı siteyi etkileme riskini ortadan kaldırırsınız.

### DNS yayılımı zaman alır

DNS kaydı ekledikten sonra yayılımı bazen birkaç dakika, bazen saatler alabilir. Sistem ilk kontrolde hata verirse endişelenmeyin — bir süre bekleyip "Alan Adını Kaydet" butonuna tekrar basın.

Kayıt sonunda sertifika otomatik olarak üretilir; ekstra bir adım gerekmez.

## 24. SMTP Yapılandırması

Ortalama simülasyon e-postalarınızın hedeflerin gelen kutusuna düşebilmesi için bir SMTP sunucusu üzerinden gönderilmesi gerekir. Nesil, kendi gönderim sunucunuzu (ya da Sendgrid, AWS SES, Mailgun gibi bir hizmeti) bağlamanıza izin verir.

### Sunucu Ayarları bölümü

1

**SMTP Sunucusu** Gönderim yapılacak sunucunun ana bilgisayar adı veya IP adresi (örn. smtp.sendgrid.net, mail.sirketiniz.com).

2

**Port** Yaygın portlar: 587 (TLS) — önerilen; 465 (SSL); 25 (Şifresiz) — genellikle kapalıdır.

3

**Şifreleme** TLS (önerilen), SSL veya şifresiz arasından seçim. Güvenli gönderim için TLS kullanın.

### Kimlik Doğrulama bölümü

4

**Kullanıcı Adı / E-posta** SMTP sunucusuna giriş yapmak için kullanılan kullanıcı adı veya e-posta.

5

**Şifre** SMTP parolanız veya uygulamaya özel parola. Dikkat: burası çok hassastır.

## Gönderen Kimliği bölümü

6

**Gönderen Adı** Alıcıların gelen kutusunda "Kimden" alanında göreceği isim. Örn: "BT Departmanı", "İK Güvenlik".

7

**Gönderen E-posta** Gönderen adresi. SMTP'nizin DKIM/SPF onayladığı bir adres olmalı.

## Kaydetme ve test

8

**Yapılandırmayı Kaydet** Girdiklerinizi saklar.

9

**Bağlantıyı Test Et** Sistem, ayarları kullanarak sunucuya test bağlantısı açar ve sonucu size bildirir.

### Gerçek bir kullanıcıya e-posta yollanmaz

"Bağlantıyı Test Et" gerçek e-posta göndermez — sadece SMTP sunucusuna bağlanıp kimlik doğrular. Gerçek teslim testi için küçük bir test kampanyası oluşturup kendi e-postanıza yollamanız önerilir.

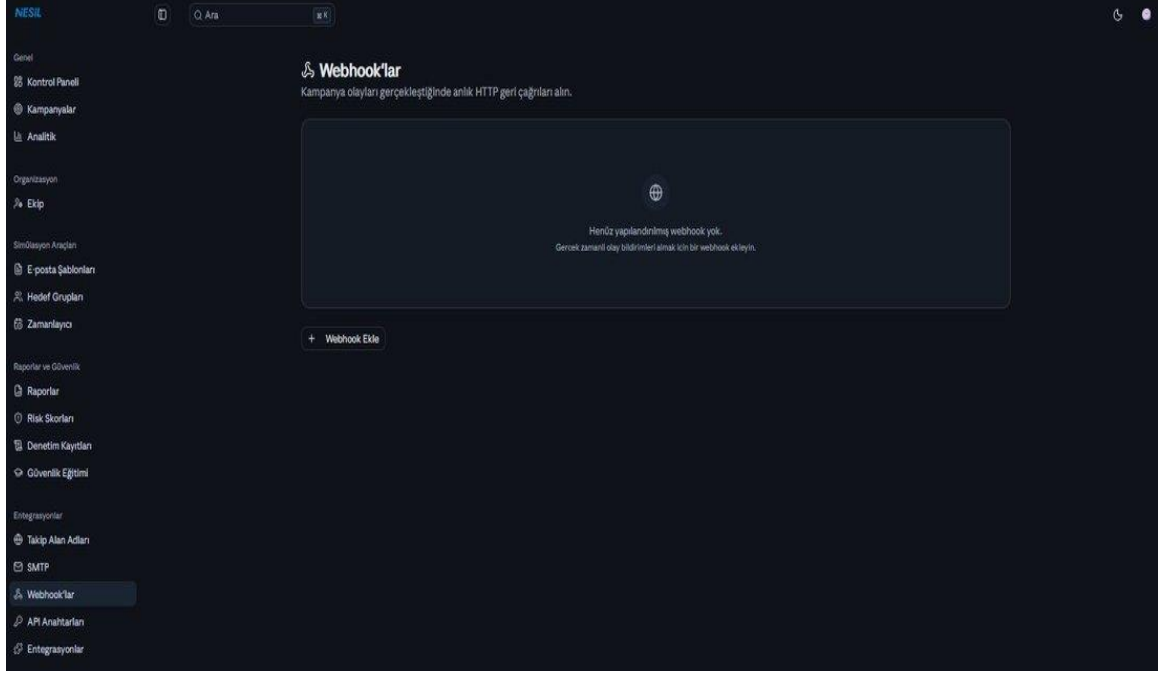
### DKIM, SPF, DMARC önemli

Kullandığınız gönderen e-posta adresinin DKIM ve SPF kayıtları doğru yapılandırılmalıdır — aksi halde e-postalar hedeflerin spam klasörüne düşer ve tatbikatınız eksik ölçüm yapar.

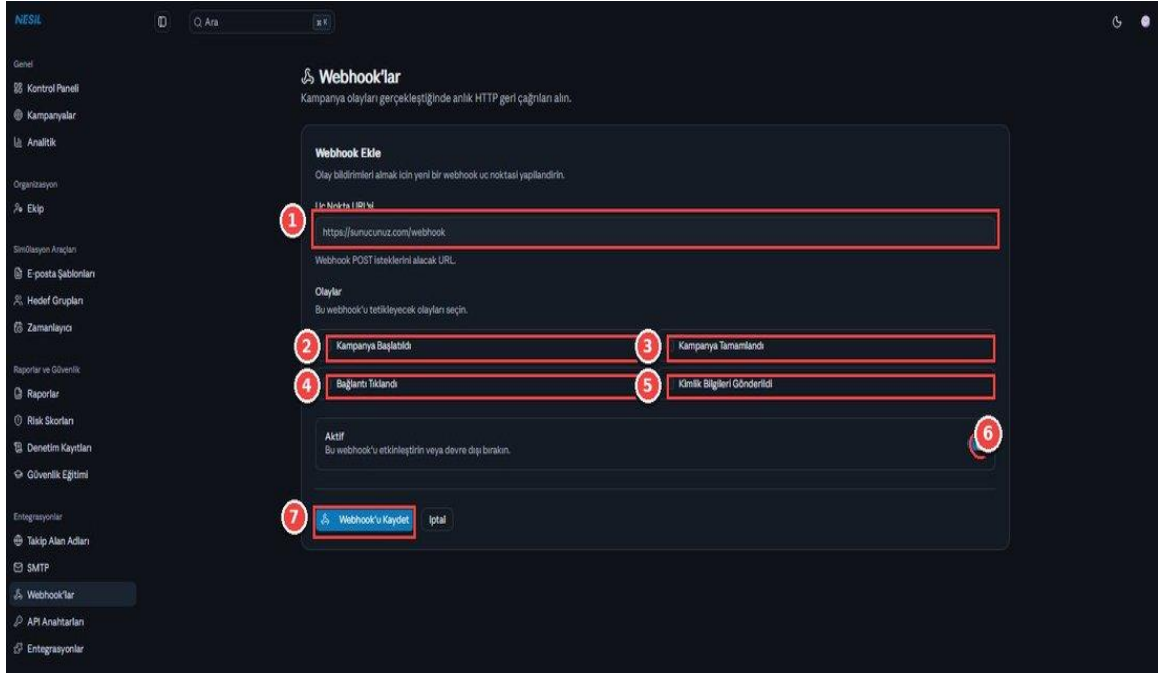
BT ekibinizden DNS kayıtlarını doğrulamalarını isteyin. Sendgrid / Mailgun gibi servisler size kendi DKIM/SPF kayıtlarını sağlar.

## 25. Webhook'lar

Webhook'lar, platformda olan biteni gerçek zamanlı olarak başka sistemlere iletmenizi sağlar. Kampanya başlatıldığında SIEM'inizi bilgilendirmek, hedef tıkladığında ticketing sisteminize bir kayıt açmak gibi otomasyonlar webhook'larla kurulur.



Boş Webhook'lar ekranı. "Webhook Ekle" butonu ile ilk yapılandırmaya başlayabilirsiniz.



Yeni bir webhook ekleme formu.

## Form alanları

1

**Uç Nokta URL'si** Nesil'in POST isteği göndereceği URL. Örn:  
https://sunucunuz.com/webhook.

2

**Kampanya Başlatıldı** Gönderim akışı başladığında tetiklenecek olayı seçin.

3

**Kampanya Tamamlandı** Tüm gönderimler tamamlandığında.

4

**Bağlantı Tıklandı** Bir hedef ortalama bağlantısına tıkladığında — muhtemelen en çok kullanacağınız olay.

5

**Kimlik Bilgileri Gönderildi** Hedef form sahte bilgiyi gönderdiğinde — en kritik uyarı.

6

**Aktif toggle** Webhook'u geçici olarak kapatmak için kullanın; silmek yerine devre dışı bırakmak daha güvenli.

7

**Webhook'u Kaydet** Yapılandırmayı saklar. Bundan sonra seçili olaylar webhook URL'nize gönderilmeye başlar.

## Payload yapısı

Her webhook çağrısında POST gövdesi JSON olarak gelir ve olay türü, kampanya bilgisi, hedef bilgisi ve zaman damgası içerir. Alıcı sunucunuz 2xx HTTP yanıtı vermezse Nesil yeniden deneme yapar.

### Hangi sistemlere bağlamalıyım?

SIEM (Splunk, Elasticsearch) — Tüm olayları loglamak için.

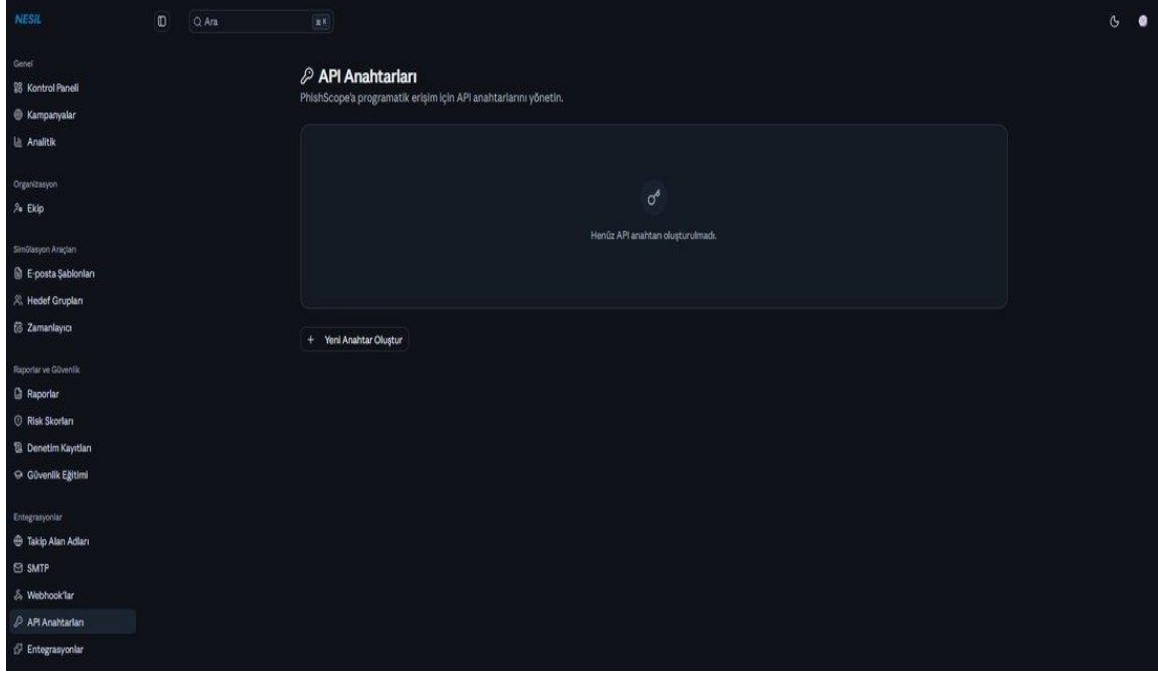
Chat (Slack, Teams) — "Bağlantı Tıklandı" bildirimlerini anlık çekmek için.

Ticketing (Jira, ServiceNow) — "Kimlik Bilgileri Gönderildi" olayı otomatik ticket açmalı.

Kendi otomasyonunuz (Zapier, n8n, özel backend) — istediğiniz herhangi bir akışa bağlanabilir.

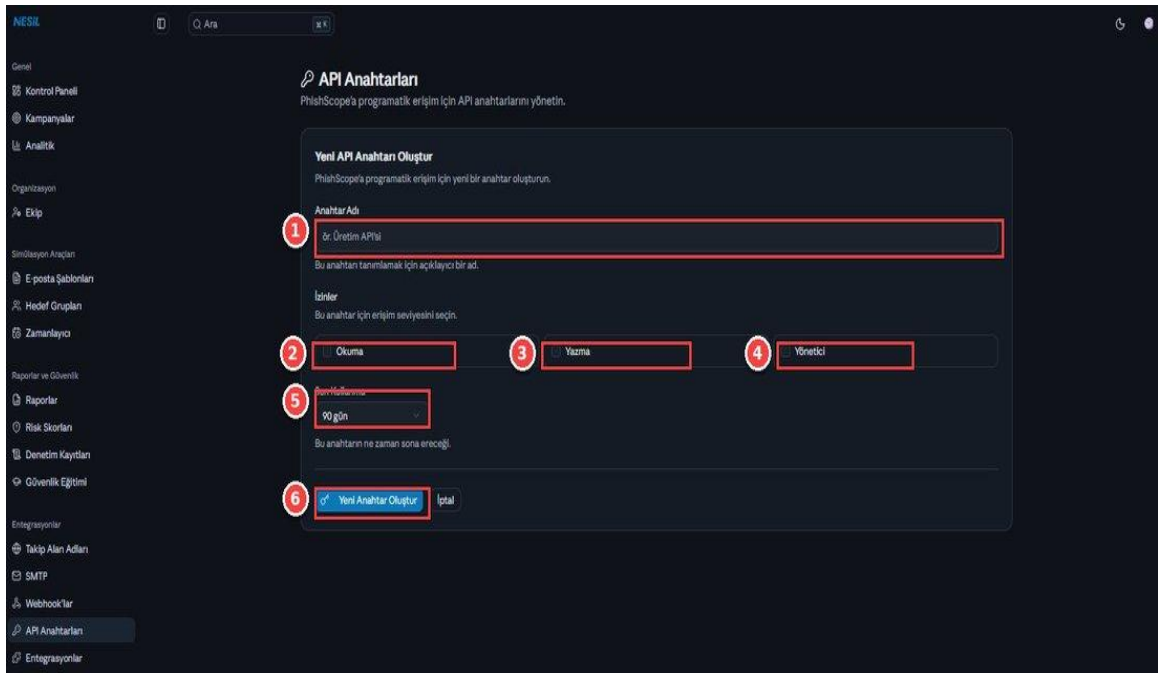
## 26. API Anahtarları

Nesil'in tüm yeteneklerine programatik erişim için API anahtarları kullanılır. Kendi BT ekibiniz bir otomasyon yazabilir, mevcut bir araçla (ör. ServiceNow, Jira) entegrasyon kurabilir ya da kampanyaları CI/CD pipeline'larından tetikleyebilir.



Boş API Anahtarları ekranı.

## Yeni bir anahtar oluşturma



1

**Anahtar Adı** Anahtarın iç adı — nerede kullanıldığını hatırlamanızı sağlar. Örn: "Üretim API'si", "Jenkins Test Pipeline".

2

**Okuma izni** Kampanya listesi, raporlar gibi salt okunur uç noktalara erişim.

3

**Yazma izni** Kampanya oluşturma, hedef ekleme gibi yazma işlemleri.

4

**Yönetici izni** Ayarlar, ekip ve fatura gibi kritik uç noktalara erişim. Sadece gerçekten gerekliyse verin.

5

**Son Kullanma** Anahtarın otomatik olarak geçersiz olacağı süre. Varsayılan 90 gündür. Güvenlik için uzun sürelerden kaçınin.

6

**Yeni Anahtar Oluştur** Anahtar üretilir ve size bir kez gösterilir. Not almayı unutmayın — tekrar göremezsiniz.

### Anahtarı saklamak sizin sorumluluğunuzdadır

API anahtarı oluşturulduktan sonra bir kez gösterilir ve ardından sadece ilk birkaç karakteri görünür. Kaybederseniz sıfırlamak zorunda kalırsınız. Git repo'sunda, Slack mesajında veya e-postada paylaşmayın; bir secret manager (HashiCorp Vault, AWS Secrets Manager, 1Password) kullanın.

Her kullanım senaryosu için ayrı anahtar oluşturun — böylece biri sızsa dahi hızla iptal edebilirsiniz.

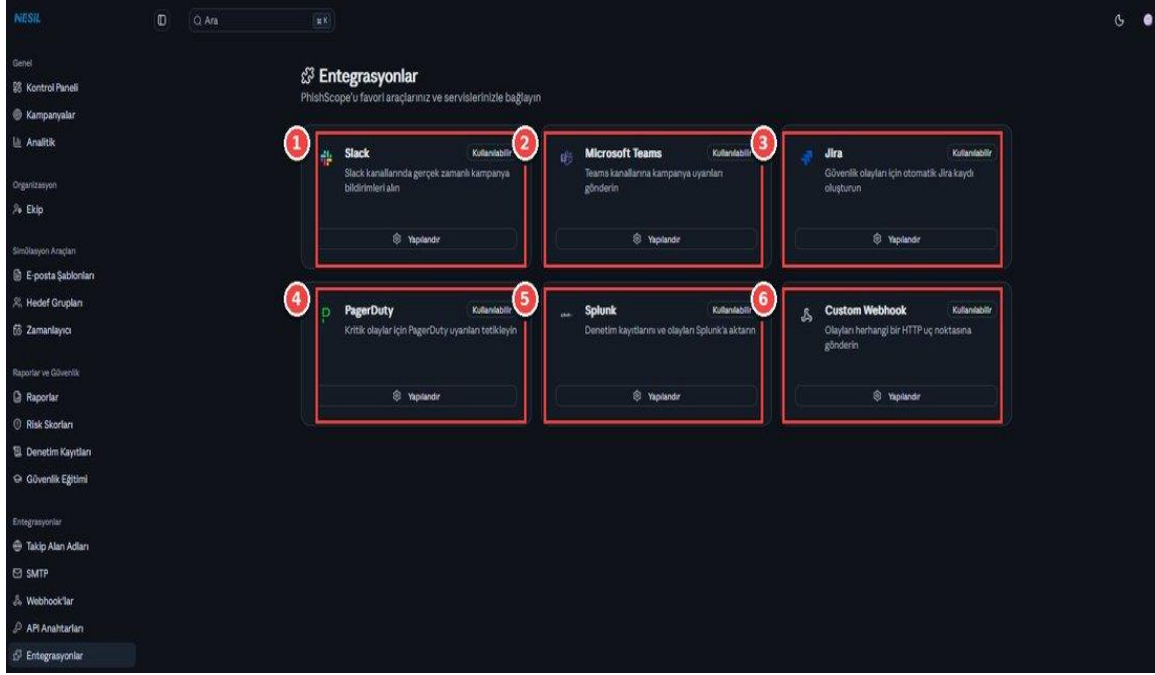
### Anahtar iptali

Sızıntı şüphesi varsa listeden anahtarı hemen silin. Yeni bir anahtar oluşturup entegrasyonunuzu güncelleyin.

Son kullanma tarihi yaklaşan anahtarlar için önceden uyarı almak isterseniz "Ayarlar > Bildirimler" menüsünden ilgili seçeneği açabilirsiniz.

## 27. Entegrasyonlar

Webhook'lar özel olarak kendi uç noktanıza veri göndermek için iyidir; ancak popüler araçlarla (Slack, Microsoft Teams, Jira gibi) tek tıkla entegrasyon kurmak için Entegrasyonlar menüsünü kullanın. Bu menü, hazır konektörleri listeler.



### Hazır entegrasyonlar

1

**Slack** Kanallarınıza gerçek zamanlı kampanya bildirimleri. "Kimlik bilgisi gönderildi" olayında güvenlik kanalına anlık ping.

2

**Microsoft Teams** Teams kanallarına kampanya uyarıları. BT ekipleriniz Teams'i birincil iletişim kanalı olarak kullanıyorsa ideal.

3

**Jira** Güvenlik olayları için otomatik Jira kaydı. Tuzağa düşen her kullanıcı için ayrı ticket açarak takip süreci otomatik başlar.

4

**PagerDuty** Kritik olaylar için PagerDuty uyarıları. Büyük çaplı tıklama patlaması durumlarında nöbetçi ekibi uyandırmak için.

5

**Splunk** Denetim kayıtlarını ve olayları Splunk'a aktarım. SIEM tabanlı uyumluluk raporlaması için.

6

**Custom Webhook** Olayları herhangi bir HTTP uç noktasına gönderir. Yukarıdaki hazır konektörlerden hiçbiri ihtiyaca uymuyorsa buradan kendi sisteminize bağlanabilirsiniz.

### Nereden başlamalıyım?

Küçük kuruluşlar için Slack veya Teams entegrasyonu ilk adım olarak idealdir; tuzağa düşme anlarını ekibinizle hızlı paylaşmanızı sağlar.

Büyük kuruluşlarda önce Splunk + Jira kombinasyonu kurulur: Splunk her olayı loglar, Jira her olay için takip kaydı açar.

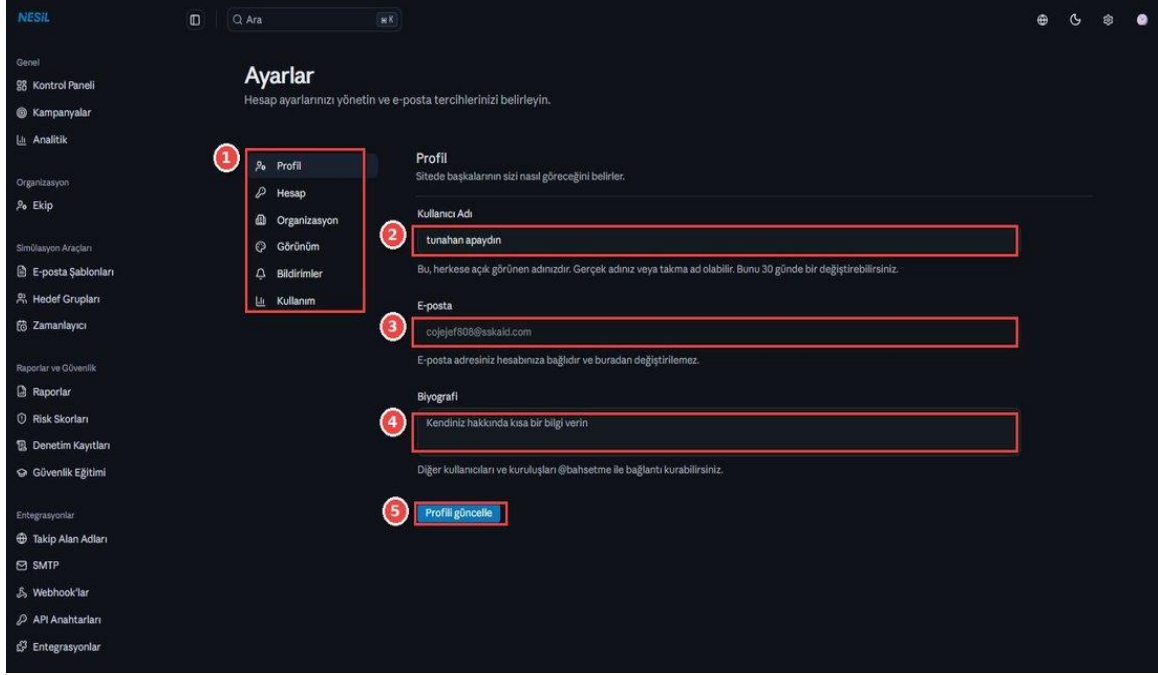
### Her entegrasyon "Kullanılabilir" rozeti ile gelir

Mevcut planınız (Enterprise) tüm entegrasyonları destekler. Daha alt planlarda bazıları kullanılamaz olabilir; plan bilgilerinizi Ayarlar > Kullanım sayfasından kontrol edebilirsiniz.

## 28. Ayarlar

Sağ üstteki dişli simgesine tıkladığınızda açılan Ayarlar menüsü, hesap seviyesi ve kuruluş seviyesi tercihleri tek bir yerde toplar. Altı sekme vardır: Profil, Hesap, Organizasyon, Görünüm, Bildirimler ve Kullanım.

### 28.1 Profil



1

**Sekme menüsü** Altı ayar sekmesi arasında geçiş yapın.

2

**Kullanıcı Adı** Sitede başkalarının sizi nasıl göreceğini belirler. 30 günde bir değiştirilebilir.

3

**E-posta** Hesabınıza bağlı e-posta adresi. Bu alandan değiştirilemez; destek ekibine başvurmanız gerekir.

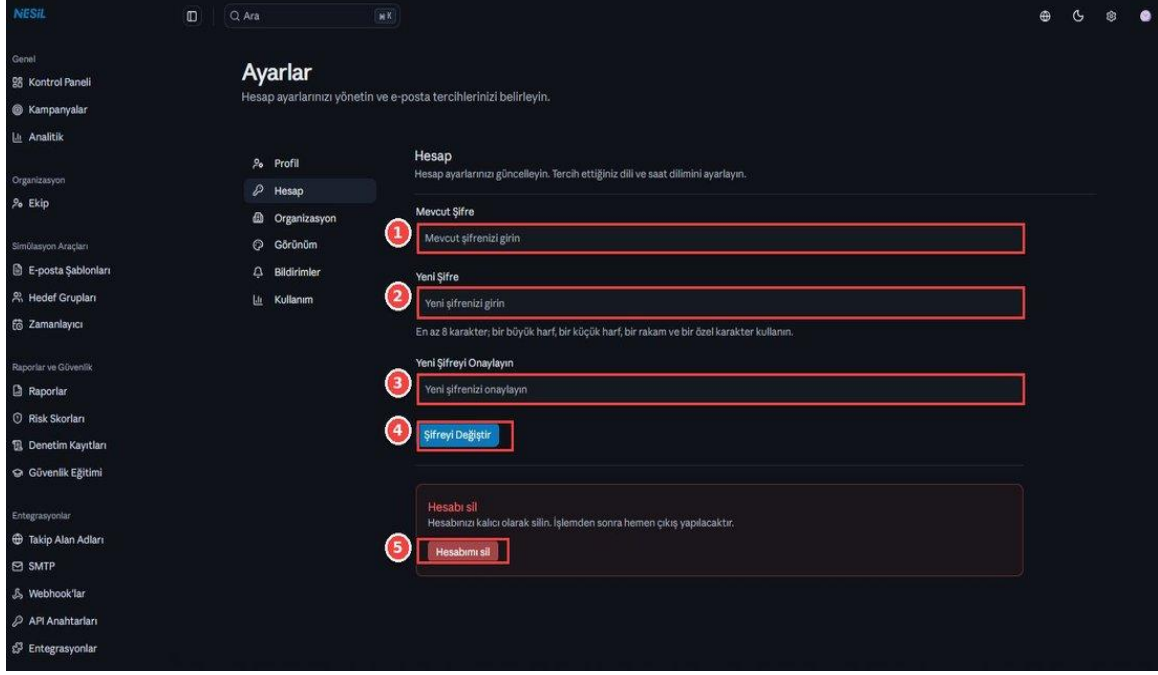
4

**Biyografi** Kendiniz hakkında kısa açıklama. @bahsetme fonksiyonu bu alanda kullanılır.

5

**Profili güncelle** Değişikliklerinizi kaydedin.

## 28.2 Hesap



1 **Mevcut Şifre** Güvenlik için mevcut parolanızı yazın.

2 **Yeni Şifre** En az 8 karakterli, büyük harf, küçük harf, rakam ve özel karakter içermeli.

3 **Onaylayın** Yeni parolanızı birebir tekrar girin.

4 **Şifreyi Değiştir** Parola güncellenir; oturumunuz bozulmaz.

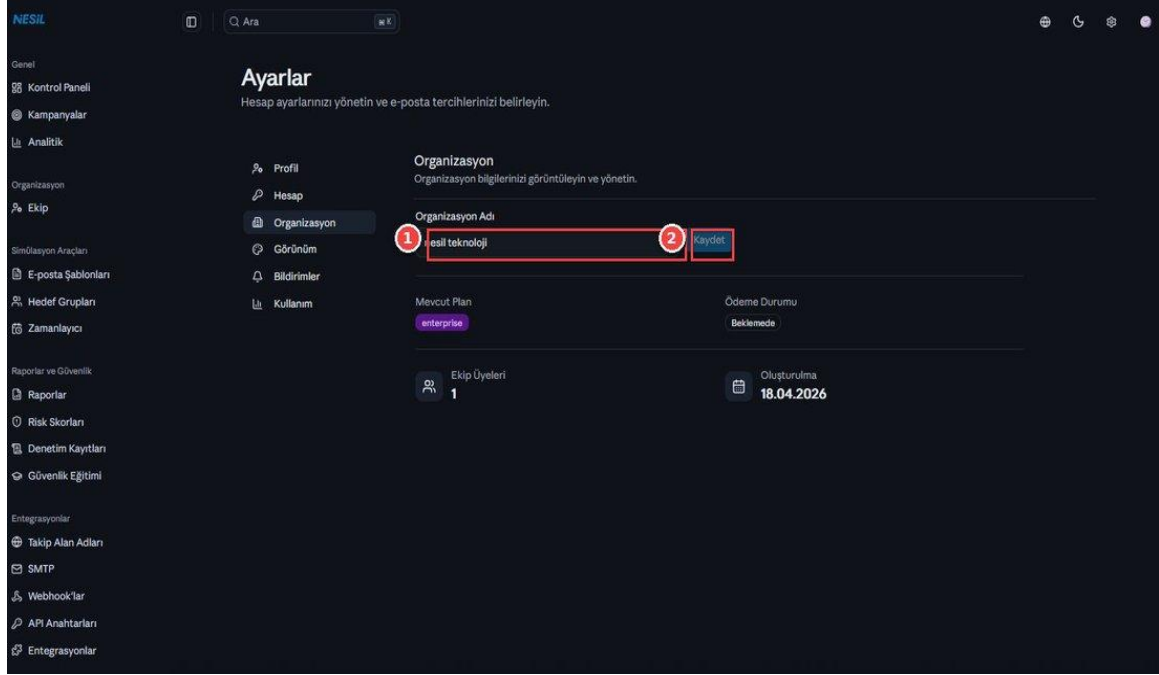
5 **Hesabımı sil** Kalıcı hesap silme. Dikkat: geri alınamaz, tüm kampanyalarınız ve verileriniz silinir.

### Hesap silme kalıcıdır

Bu işlem geri alınamaz. Kampanyalar, şablonlar, hedef grupları, raporlar, denetim kayıtları — hepsi silinir.

Eğer yalnızca ayrılıyorsanız, Yönetici rolündeki başka bir üyeyi atayıp kendi hesabınızı pasif bıraktırmamız daha güvenli bir yoldur.

## 28.3 Organizasyon



1

**Organizasyon Adı** Kuruluş adını buradan düzenleyebilirsiniz.

2

**Kaydet** Değişikliği onaylar.

3

**Mevcut Plan** İçinde bulunduğunuz abonelik planı.

4

**Ödeme Durumu** Fatura durumu: Ödendi, Beklemede, Başarısız gibi.

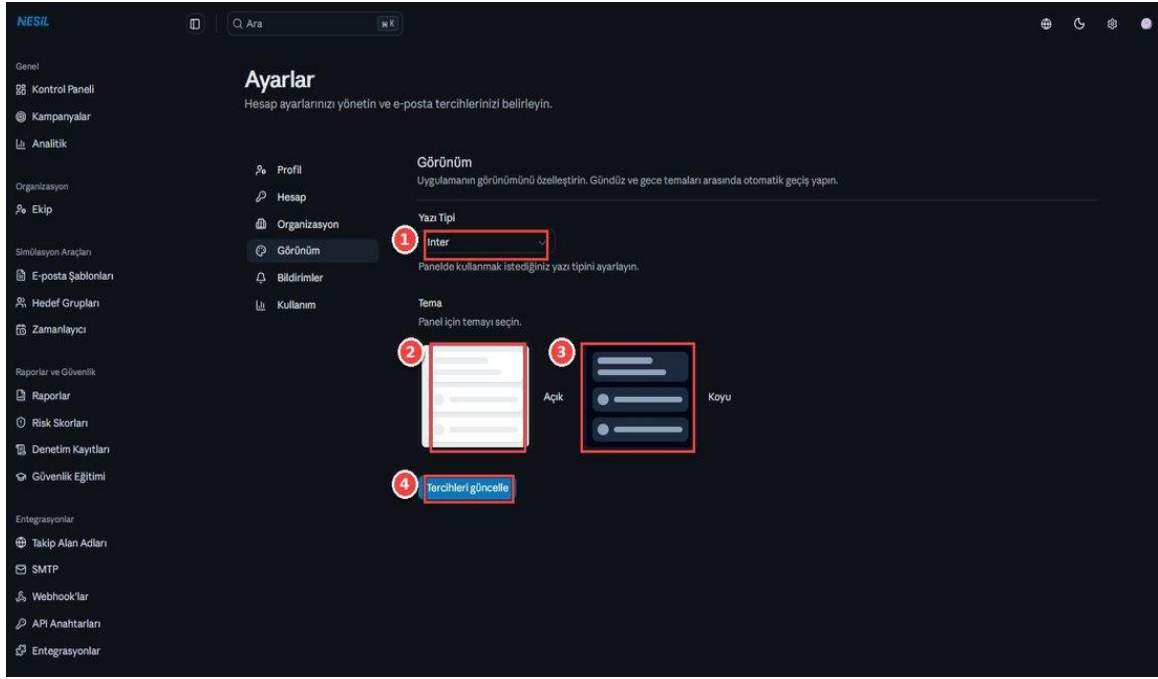
5

**Ekip Üyeleri** Toplam aktif üye sayısı.

6

**Oluşturulma tarihi** Organizasyonun açılış tarihi.

## 28.4 Görünüm



1

**Yazı tipi** Panelde kullanılacak yazı tipini seçin (varsayılan Inter).

2

**Açık tema** Beyaz arka planlı, parlak ortamlar için ideal.

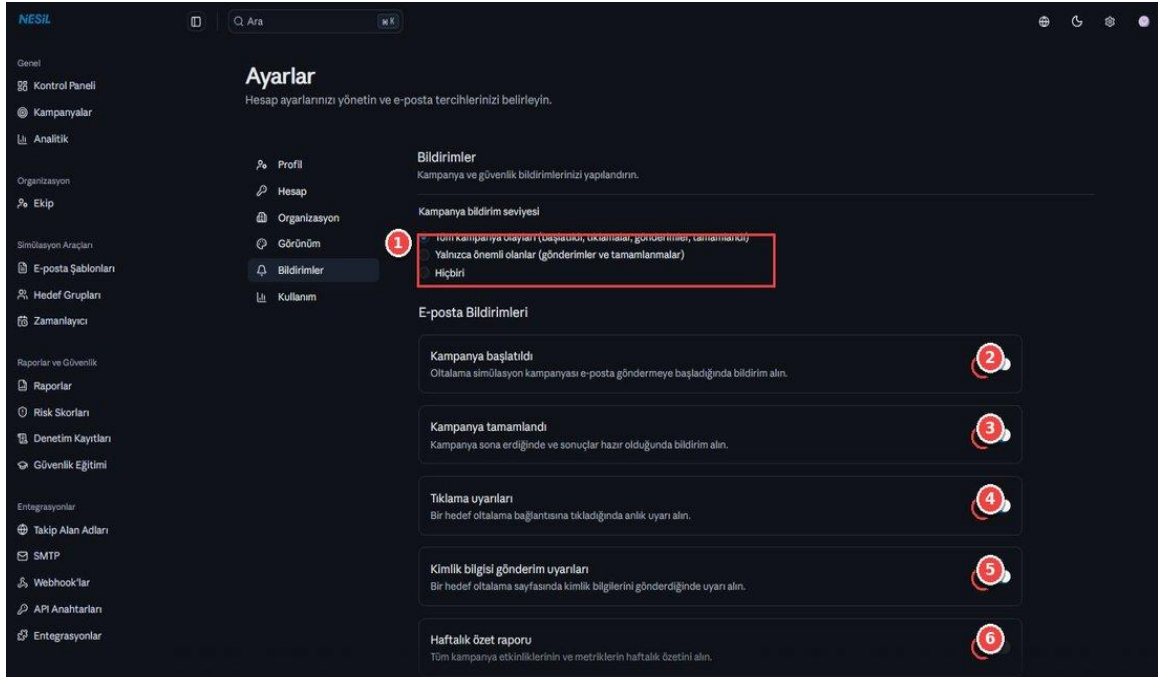
3

**Koyu tema** Siyah arka planlı, gece kullanımı için idealdir ve tüm ekran görüntülerimizde gördüğümüz temadır.

4

**Tercihleri güncelle** Seçimlerinizi kaydeder.

## 28.5 Bildirimler



1

**Kampanya bildirim seviyesi** Tüm olaylar / Yalnızca önemliler / Hiçbiri — ne kadar sıklıkta mail almak istediğinizi belirler.

2

**Kampanya başlatıldı** Bir kampanya gönderime başladığında haber verir.

3

**Kampanya tamamlandı** Tüm gönderimler bittiğinde haber verir.

4

**Tıklama uyarıları** Bir hedef tıkladığında anlık uyarı.

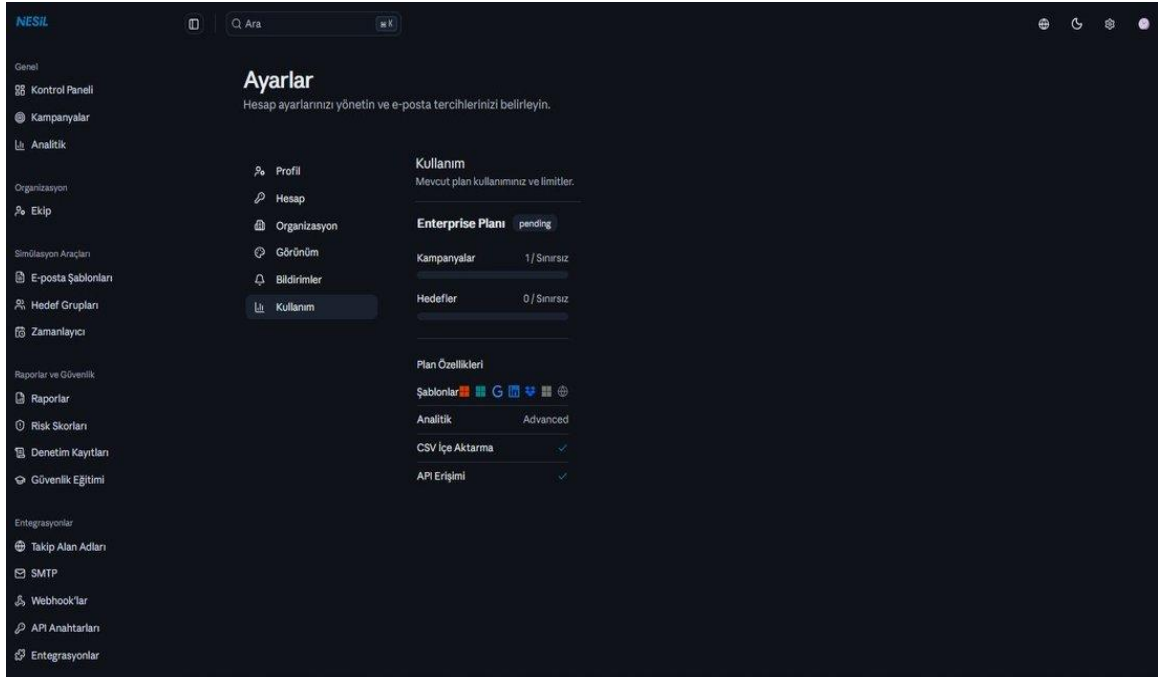
5

**Kimlik bilgisi gönderim uyarıları** Hedef form sahte bilgi gönderdiğinde — en önemli uyarı.

6

**Haftalık özet raporu** Her pazartesi geçen haftanın özetini e-posta ile alın.

## 28.6 Kullanım



Mevcut planınızın kullanım limitleri ve özellikleri burada özetlenir:

- Kampanyalar — Kaç kampanya oluşturduğunuz ve limitinizdeki yüzde.
- Hedefler — Toplam hedef sayısı.
- Plan Özellikleri — Sahip olduğunuz özel özelliklerin listesi (şablon sayısı, gelişmiş analitik, CSV aktarım, API erişimi).

### **Bildirimleri olduğu gibi açık bırakmayın**

Özellikle büyük kampanyalarda tıklama uyarılarını açık bırakırsanız gelen kutunuz dolar. Bizim önerimiz: "Yalnızca önemli olanlar" seçeneğini seçmek ve kritik olayları webhook/Slack entegrasyonu ile takip etmek.

## 29. Hızlı Referans ve Sıkça Sorulanlar

### Hızlı başlangıç: 15 dakikada ilk kampanyanız

Platformu tanıdıktan sonra ilk kampanyanızı kurmak şaşırtıcı derecede hızlıdır. İşte sıralı adımlar:

- 1 Hesap oluşturun** Hesap Oluştur ekranından kuruluş bilgilerinizi girin.
- 2 SMTP ayarlarını yapın** Ayarlar > SMTP menüsünden gönderim sunucunuzu bağlayın.
- 3 Hazır bir şablon seçin** E-posta Şablonları > Office 365 Parola Sıfırlama galerisinden bir tanesine tıklayın.
- 4 Bir hedef grubu oluşturun** Hedef Grupları > Grup Oluştur → içine 3-5 test hedefi ekleyin.
- 5 Kampanya oluşturun** Kampanyalar > Yeni Kampanya → adı yazın, şablonu seçin.
- 6 Hedefleri ekleyin** Kampanya detayında Hedef Ekle > Gruplar sekmesi → grubunuzu seçin.
- 7 Kampanyayı başlatın** "Kampanyayı Başlat" butonuna basın. Sistem gönderimi başlatır.

### En çok sorulanlar

#### Tıklama oranım çok yüksek — normal mi?

İlk tatbikatlarda %15-25 oranları son derece normaldir. Hatta bir kuruluşun güvenlik farkındalığı ortalamasının dünya çapında %30 civarında olduğu söylenir. Bu oranları 3-6 ay içerisinde tekrarlı eğitim ve simülasyonlarla %5'in altına düşürmek mümkündür.

#### Hedeflerim e-posta almıyor

Birkaç olası sebep vardır: SMTP yapılandırması hatalı; DKIM/SPF kayıtları eksik; alıcı gelen kutusundaki spam filtresi engelledi. Önce Ayarlar > SMTP > Bağlantıyı Test Et ile sunucu bağlantısını kontrol edin. Ardından kendi e-postanıza bir test kampanyası göndererek teslim alma durumunu doğrulayın.

## Bir hedefi kampanyadan çıkarmak istiyorum

Kampanya detay sayfasında Hedefler sekmesine gidin. İlgili satırın sağındaki kırmızı sil ikonuna tıklayın. Kampanya başlatılmış olsa bile bu hedefe artık gönderim yapılmaz — ama zaten gönderilmiş e-posta geri alınamaz.

## API dokümantasyonu nerede?

API anahtarları üretildikten sonra, her anahtarın yanında detaylı bir dokümantasyon bağlantısı bulunur. Uç noktalar REST tabanlıdır ve çoğu modern programlama dilinde kolayca tüketilebilir.

## Eski kampanyaları silmem gerekiyor mu?

Plan limitinize yaklaşmıyorsanız silmenize gerek yok. Eski kampanyalar raporlama ve karşılaştırma için değerlidir — "6 ay önce tıklama oranım %20'ydi, şimdi %8" gibi karşılaştırmalar ancak veriler korunduğunda mümkündür.

## Birden fazla kuruluşu nasıl yönetirim?

Nesil her e-posta adresine bir organizasyon atar. Birden fazla kuruluşu yönetmek istiyorsanız ya farklı e-posta adresleri ile farklı organizasyonlar açabilirsiniz ya da MSP planını değerlendirebilirsiniz — tek hesap altında birden fazla müşteri organizasyonunu destekler.

## Klavye kısayolları

- ⌘K veya Ctrl+K — Arama kutusuna odaklan
- Esc — Açık modalı kapat
- G sonra D — Kontrol Paneline git (menüde gezinme kısayolu)

## Destek ve iletişim

Herhangi bir teknik sorunla karşılaştığınızda ilk adım Denetim Kayıtları'nda olayı bulup zaman damgası ile desteğe bildirmektir. Bu, destek ekibinin sorunu hızla izlemesini sağlar.

- Ana site: nesil.ai
- Destek: platform arayüzünden iletilebilir (sağ üst > Yardım > Destek Talebi)

*Bu kılavuz, platformu etkin kullanmanız için hazırlanmış kapsamlı bir referanstır. Yeni sürümlerle birlikte güncellenir; en güncel halini her zaman platform içinden erişilebilir durumda tutarız.*

**Güvenli ve bilinçli bir kuruluş için — iyi çalışmalar.**