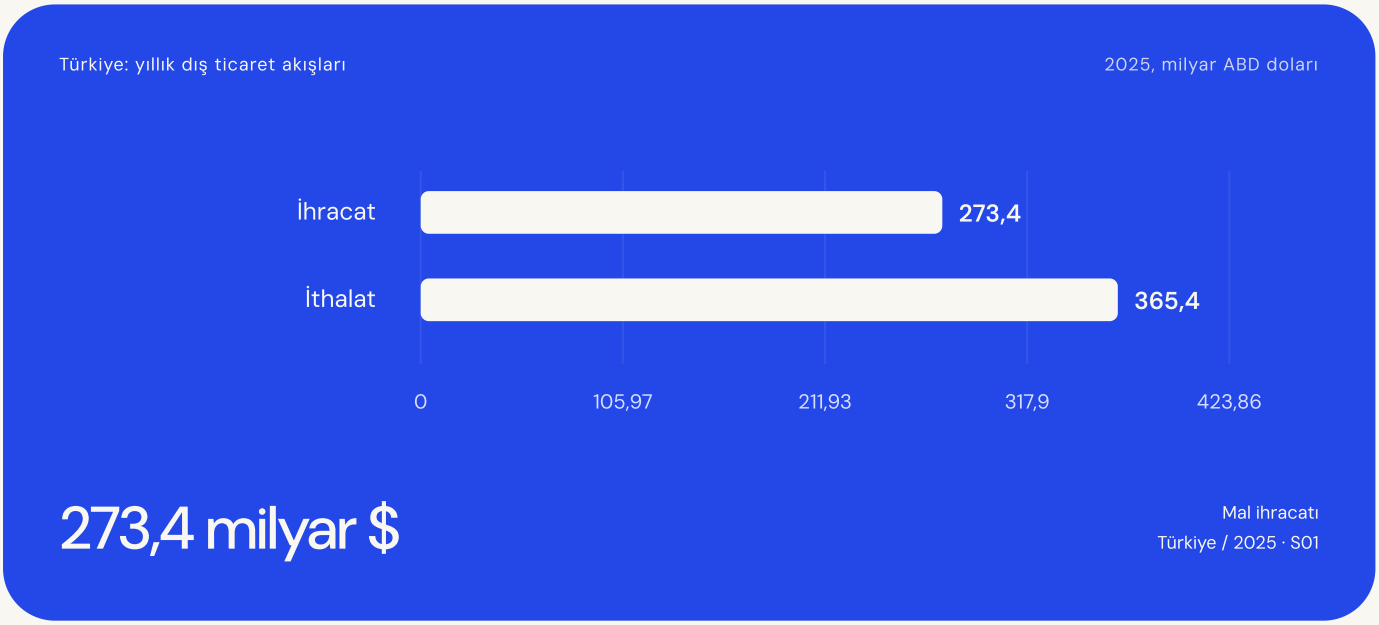
SEKTÖREL PAZAR ARAŞTIRMASI

EKİM 2026 SAYISI

B2B satış ekipleri

Pazarın görünümü, potansiyel müşteriler ve yeni iş fırsatları.
Türkiye ve dış pazar.



KAMUYA AÇIK KAYNAKLAR / SEKTÖREL RAPOR SERİSİ

Pazarı anlamak, uygun müşteri gruplarını seçmek ve ilk görüşmeye hazırlanmak için kısa bir rehber. Rakamların dönemi ve kapsamı ilgili sayfalarda açıklanır.

29 EKİM 2026
Türkiye ve dış pazar

01 / YÖNETİCİ ÖZETİ

Pazarı anlayın.
Müşterinizi seçin.

B2B satışta geniş bir firma listesi tek başına yol göstermez. Ürünü kullanan işletmeyle ürünü yeniden satan işletmenin satın alma nedenleri farklıdır.

273,4 milyar $

Mal ihracatı

Türkiye / 2025 [S01]

365,4 milyar $

Mal ithalatı

Türkiye / 2025 [S01]

+%4,4

Yıllık ihracat artışı

Türkiye / 2025 / resmî oran [S01]

01 Ne sunabilirsiniz?

Teklifinizi firmanın yaptığı işe bağlayın. Görüşmenin amacı, ürününüzün hangi ihtiyaca uyabileceğini öğrenmek olsun.

02 Nereden başlayabilirsiniz?

Önce tek bir ürün veya hizmet seçin.

03 İlk görüşmede ne sormalısınız?

Firmanın ürünü kendisi için mi yoksa satmak için mi aldığını öğrenin.

Rapor hakkında

Pazar
Türkiye ve dış pazar

Veri dönemleri
Her göstergenin yanında belirtilmiştir.

Amaç
Pazarı anlamak ve hizmetinize uygun müşteri grubunu seçmek.

Bir sonraki adımınız

Rapordaki müşteri gruplarından birini seçin. Bu gruba ne sunabileceğinizi ve ilk görüşmede neyi öğrenmek istediğinizi yazın.

02 / PAZAR GÖSTERGELERİ

Rakamlar ne anlatıyor?

Türkiye'nin mal ihracatı ve ithalatı, hem yabancı alıcılara hem de Türkiye'deki ithalatçılara yönelik ayrı araştırma yolları sunuyor. Başlangıç noktası genel ticaret toplamı değil, kendi ürününüz ve hedef ülkeniz olmalıdır.

Mal ihracatı

Türkiye / 2025 [S01]

273,4 milyar $

Mal ithalatı

Türkiye / 2025 [S01]

365,4 milyar $

Yıllık ihracat artışı

Türkiye / 2025 / resmî oran [S01]

+%4,4

Bu rakamlar neyi kapsıyor?

Tutarlar tüm mal ticaretini kapsar; belirli bir ürünün pazarı değildir. İhracat artışı resmi, yuvarlanmamış veriden hesaplanmıştır. İthalat ve ihracat ayrı yönlerdeki akışlardır.

Dış müşterileri de değerlendirin

24,43 trilyon $ · Dünya mal ticareti

2024 / cari ABD doları [S02]

İç pazarın yanında doğrudan yabancı alıcılar ve distribütörler araştırılabilir. Ürünü kullanan firma ile yeniden satan firmayı ayırın.

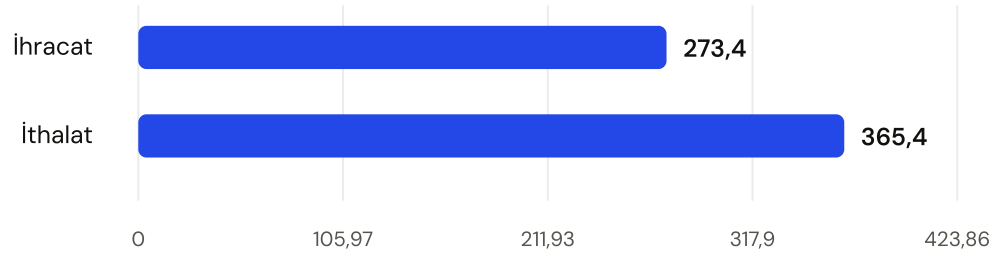
03 / GRAFİKLER VE PAZARA ERİŞİM

Pazarı karşılaştırın.
Başlangıç noktanızı seçin.

Grafik, yayımlanmış verileri bir arada gösteriyor. Altındaki iki öneri ise bu bilgiyi daha dar bir müşteri araştırmasına dönüştürmenize yardımcı oluyor.

Türkiye: yıllık dış ticaret akışları

2025, milyar ABD doları



Şekil 01 · Kaynak: [S01]

01 / İLK MÜŞTERİ GRUBU

Belirli bir işle başlayın

Önce tek bir ürün veya hizmet seçin. Sonra bunu kullanabilecek firma türünü, ülkeyi ve görüşmek istediğiniz bölümü belirleyin.

02 / DIŞ PAZAR BAĞLANTISI

Dış müşterileri de değerlendirin

İç pazarın yanında doğrudan yabancı alıcılar ve distribütörler araştırılabilir. Ürünü kullanan firma ile yeniden satan firmayı ayırın.

Tutarlar tüm mal ticaretini kapsar; belirli bir ürünün pazarı değildir. İhracat artışı resmi, yuvarlanmamış veriden hesaplanmıştır. İthalat ve ihracat ayrı yönlerdeki akışlardır.

04 / POTANSİYEL MÜŞTERİ GRUPLARI

Kimlerle görüşebilirsiniz?

Aşağıdaki dört grup farklı başlangıç seçenekleri sunuyor. Deneyiminize uyan birini seçin; önerilen görüşme konusuyla firmanın ihtiyacını anlamaya çalışın.

PROFİL 01
Olası müşteri

Üreticiler

Ne konuşabilirsiniz?
Üreticilerle ürününüzün hangi üretim veya işletme işinde kullanılabileceğini değerlendirebilirsiniz.

Kiminle görüşebilirsiniz?
İlgili bölüm yöneticisi veya satın alma sorumlusu

PROFİL 02
Olası müşteri

Toptancılar

Ne konuşabilirsiniz?
Toptancılarla ürün grubunun müşterilerine ve mevcut satış düzenine uyup uymadığını konuşabilirsiniz.

Kiminle görüşebilirsiniz?
İlgili bölüm yöneticisi veya satın alma sorumlusu

PROFİL 03
Olası müşteri

Kurumsal hizmet firmaları

Ne konuşabilirsiniz?
Hizmet firmalarıyla teklifinizin günlük çalışmalarında hangi işi destekleyeceğini netleştirebilirsiniz.

Kiminle görüşebilirsiniz?
İlgili bölüm yöneticisi veya satın alma sorumlusu

PROFİL 04
Olası müşteri

Kanal ortakları

Ne konuşabilirsiniz?
Kanal ortaklarıyla satış yapacakları müşteri grubunu ve karşılıklı sorumlulukları görüşebilirsiniz.

Kiminle görüşebilirsiniz?
İlgili bölüm yöneticisi veya satın alma sorumlusu

Bunlar önerilen müşteri gruplarıdır. Teklif hazırlamadan önce firmanın güncel ihtiyacını ve doğru görüşme kişisini öğrenin.

05 / SEKTÖREL FIRSATLAR

Bilgiyi görüşmeye dönüştürün.

Bu üç yaklaşım, görüşmeyi somut bir iş etrafında başlatmanıza yardımcı olur. Teklif vermeye karar vermeden önce müşterinin neye ihtiyacı olduğunu öğrenin.

01

Başlangıç noktanızı seçin

Önce tek bir ürün veya hizmet seçin. Sonra bunu kullanabilecek firma türünü, ülkeyi ve görüşmek istediğiniz bölümü belirleyin.

Sonraki adım

Uygun firmalardan küçük bir grup seçin.

02

İşi birlikte netleştirin

Firmanın ürünü kendisi için mi yoksa satmak için mi aldığını öğrenin. Miktar, karar süreci ve teslim beklentisini buna göre konuşun.

Sonraki adım

Üzerinde anlaştığınız ihtiyaçları yazın.

03

Dış pazarı araştırın

İç pazarın yanında doğrudan yabancı alıcılar ve distribütörler araştırılabilir. Ürünü kullanan firma ile yeniden satan firmayı ayırın.

Sonraki adım

İşi nasıl sunacağınızı planlayın.

ANIVO / ÖRNEK İŞ AKIŞI

Araştırmadan ilk görüşmeye.

1. **Aramayı tarif edin.** Anivo'ya hizmetinizi, hedef müşteri grubunu ve pazarı yazın.
2. **Planı inceleyin.** Araştırma başlamadan önce önerilen yaklaşımı kontrol edin.
3. **Firmaları değerlendirin.** Firma bilgilerini inceleyin. Uygun firmaları seçim notlarınızla CRM'e kaydedin.
4. **Tanıtımı hazırlayın.** E-posta taslağını göndermeden önce okuyun. Yanıtları ve sonraki adımı firma kaydından takip edin.

Tanıtımı firmaya göre yazın

İlk mesajda neden bu firmayla iletişim kurduğunuzu ve hangi işine destek olabileceğinizi açıklayın. Karşı tarafın yanıtlayabileceği tek, açık bir soruyla görüşmeyi başlatın.

06 / KAYNAKLAR VE NOTLAR

Verilerin kaynaklarına ulaşın.

Özgün yayınlara aşağıdaki bağlantılardan ulaşabilirsiniz. Her rakamın yanında yazan dönem, bu raporun yayımlanma tarihinden daha eski olabilir.

S01 2025 yılı Aralık ayı Dış Ticaret Verileri açıklandı
T.C. Cumhurbaşkanlığı SBB · 30 January 2026
www.sbb.gov.tr ↗

S02 Annual Report 2025, pp. 12–14
WTO · 2025
www.wto.org ↗

Bu raporu nasıl hazırladık?

Pazarın genel durumunu açıklayan yayımlanmış göstergeleri seçtik. Müşteri grupları ve önerilen yaklaşımlar, Anivo'nun bu bilgilerden hareketle hazırladığı pratik önerilerdir.

Rakamları kullanırken

Bir rakamı paylaşırken dönemini ve coğrafyasını da belirtin. Geniş sektör verileri her uzmanlık alanını ayrı ölçmez. Kaynaklar güncellendiğinde değerler değişebilir.

Bir grup seçin. İlk görüşmeyi başlatın.

Müşteri profillerinden yönetebileceğiniz bir başlangıç grubu seçin. Firmanın ihtiyacını öğrenin; ardından hizmetinizin bu işe uyup uymadığını değerlendirin.

İlgili sektör iş akışı · anivoapp.com/tr/for/b2b-sales-teams/

Kaynak erişimi: 29 Ekim 2026 · EKİM 2026 SAYISI