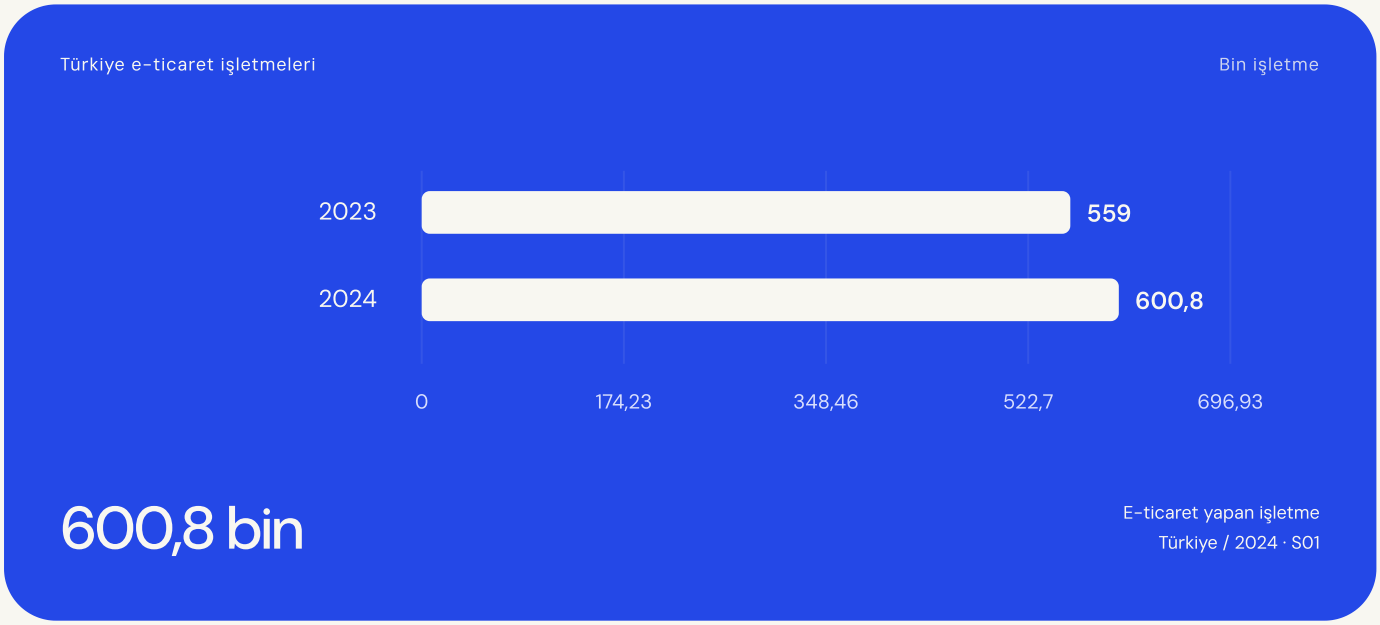
SEKTÖREL PAZAR ARAŞTIRMASI

EKİM 2026 SAYISI

Dijital pazarlama ajansları

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.

Dijital pazarlama müşterisi ararken firmanın neyi tanıtmak istediğini anlamak gerekir. Ürün tanıtımı, yeni pazara giriş ve şube açılışı farklı çalışmalar gerektirir.

600,8 bin
E-ticaret yapan işletme
Türkiye / 2024 [S01]

1,619 trilyon ₺
Perakende e-ticaret hacmi
Türkiye / 2024 / nominal [S01]

%19,1
Genel ticarette e-ticaretin payı
Türkiye / 2024 [S01]

01 Ne sunabilirsiniz?

Deneyimli olduğunuz bir müşteri grubuna, amacı ve kapsamı belli bir kampanya hizmeti sunabilirsiniz.

02 Nereden başlayabilirsiniz?

Daha önce iş yaptığınız bir sektörden başlayın.

03 İlk görüşmede ne sormalısınız?

İlk görüşmede kampanyanın amacını ve kimin yöneteceğini 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?

E-ticaret yapan işletmeler, çevrim içi satışla bağlantılı hizmetler için araştırılabilecek bir müşteri grubudur. Firmaları sattıkları ürün ve ihtiyaç duyabilecekleri iş türüne göre ayırmak gerekir.

E-ticaret yapan işletme

Türkiye / 2024 [S01]

600,8 bin

Perakende e-ticaret hacmi

Türkiye / 2024 / nominal [S01]

1,619 trilyon ₺

Genel ticarette e-ticaretin payı

Türkiye / 2024 [S01]

%19,1

Bu rakamlar neyi kapsıyor?

İşletme sayısı tüm e-ticaret işletmelerini, parasal tutar perakende e-ticareti ölçer. %19,1 ise e-ticaretin genel ticaretteki payıdır. Bunlar ajans veya stüdyo geliri değildir.

Dış müşterileri de değerlendirin

1,19 trilyon $ · Reklam harcaması tahmini

Global / 2025 tahmini [S03]

Türkiye'deki müşterilerin yanında yabancı marka ve ajanslar da hedeflenebilir. İhracatçı markaların ülkeye özel kampanyaları ikinci bir yoldur.

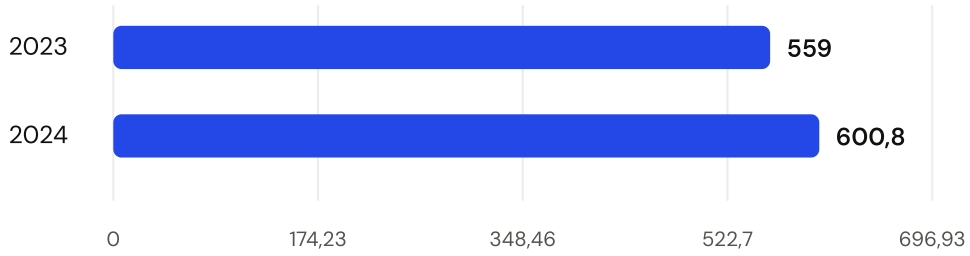
03 / GRAFİKLER VE PAZARA ERİŞİM

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 e-ticaret işletmeleri

Bin işletme



Şekil 01 · Kaynak: [S01]

01 / İLK MÜŞTERİ GRUBU

Belirli bir işle başlayın

Daha önce iş yaptığınız bir sektörden başlayın. Firmanın ürünlerini ve mevcut tanıtımını inceleyerek somut bir görüşme konusu bulun.

02 / DIŞ PAZAR BAĞLANTISI

Dış müşterileri de değerlendirin

Türkiye'deki müşterilerin yanında yabancı marka ve ajanslar da hedeflenebilir. İhracatçı markaların ülkeye özel kampanyaları ikinci bir yoldur.

İşletme sayısı tüm e-ticaret işletmelerini, parasal tutar perakende e-ticareti ölçer. %19,1 ise e-ticaretin genel ticaretteki payıdır. Bunlar ajans veya stüdyo geliri değildir.

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

Tüketici markaları

Ne konuşabilirsiniz?

Yeni ürünlerini tanıtan markalara, ürün grubunu bildiğiniz bir kampanya çalışması önerebilirsiniz.

Kiminle görüşebilirsiniz?

Pazarlama sorumlusu veya işletme sahibi

PROFİL 02
Olası müşteri

B2B üreticiler

Ne konuşabilirsiniz?

Üreticilerin teknik ürünlerini müşterilerinin anlayacağı içerik ve tanıtım çalışmalarına dönüştürmelerine yardımcı olabilirsiniz.

Kiminle görüşebilirsiniz?

Pazarlama sorumlusu veya işletme sahibi

PROFİL 03
Olası müşteri

Çok şubeli hizmet firmaları

Ne konuşabilirsiniz?

Birden fazla şubesi olan işletmelerle, şubelerin ortak ve yerel tanıtım ihtiyaçlarını konuşabilirsiniz.

Kiminle görüşebilirsiniz?

Pazarlama sorumlusu veya işletme sahibi

PROFİL 04
Olası müşteri

E-ticaret işletmeleri

Ne konuşabilirsiniz?

Çevrim içi mağazaların ürün sunumu ve kampanya içerikleri için belirli bir çalışma önerebilirsiniz.

Kiminle görüşebilirsiniz?

Pazarlama sorumlusu veya işletme sahibi

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

Daha önce iş yaptığınız bir sektörden başlayın. Firmanın ürünlerini ve mevcut tanıtımını inceleyerek somut bir görüşme konusu bulun.

Sonraki adım

Uygun firmalardan küçük bir grup seçin.

02

İşi birlikte netleştirin

İlk görüşmede kampanyanın amacını ve kimin yöneteceğini öğrenin. Teklifinizi içerik, reklam yönetimi veya başka bir belirli hizmet etrafında hazırlayın.

Sonraki adım

Üzerinde anlaştığınız ihtiyaçları yazın.

03

Dış pazarı araştırın

Türkiye'deki müşterilerin yanında yabancı marka ve ajanslar da hedeflenebilir. İhracatçı markaların ülkeye özel kampanyaları ikinci bir yoldur.

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 Türkiye'de E-Ticaretin Görünümü Raporu Yayınlandı
T.C. Ticaret Bakanlığı · 6 May 2025
ticaret.gov.tr ↗

S02 Türkiye'de e-ticaret hacmi 2025'te 4,6 trilyon liraya ulaştı
T.C. Ticaret Bakanlığı · May 2026
ticaret.gov.tr ↗

S03 Global ad market prospects upgraded to 8.9% (US$1.19trn)
WARC · 11 December 2025
www.warc.com ↗

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/digital-marketing-agencies/

Kaynak erişimi: 29 Ekim 2026 · EKİM 2026 SAYISI