SEKTÖREL PAZAR ARAŞTIRMASI

EKİM 2026 SAYISI

Fuar standı tasarım ve yapım firmaları

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.

Fuar standı işi, firma adından çok etkinlik ve stand ihtiyacıyla şekillenir. Katılımcının gideceği fuarı, alanını ve ne sergileyeceğini öğrenmek gerekir.

356
Planlanan fuar
Türkiye / ilk 2025 takvimi [S01]

111
Uluslararası fuar
Türkiye / ilk 2025 takvimi [S01]

201
İstanbul'da planlanan fuar
Türkiye / ilk 2025 takvimi [S01]

01 Ne sunabilirsiniz?

Yapım kapasitenize uygun bir standı, tasarım ve saha uygulamasının sorumluluklarıyla birlikte sunabilirsiniz.

02 Nereden başlayabilirsiniz?

Hizmet verebildiğiniz bir fuarı seçin.

03 İlk görüşmede ne sormalısınız?

Stand alanını, salon kurallarını ve kurulacak ürünleri 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?

Onaylı fuar takvimi, hangi şehir ve etkinliklerde müşteri araştırması yapılabileceğini planlamaya yardımcı olur. Tedarikçi için sonraki adım, ilgili fuarın güncel bilgilerini ve gerçek katılımcılarını incelemektir.

Planlanan fuar

Türkiye / ilk 2025 takvimi [S01]

356

Uluslararası fuar

Türkiye / ilk 2025 takvimi [S01]

111

İstanbul'da planlanan fuar

Türkiye / ilk 2025 takvimi [S01]

201

Bu rakamlar neyi kapsıyor?

Bunlar 2025 için ilk onaylanan takvimdeki planlardır; gerçekleşen etkinlik sayısı değildir. Uluslararası fuarlar ve İstanbul fuarları toplamın içindedir; ayrıca toplanmaz.

Dış müşterileri de değerlendirin

150 milyar € · Doğrudan fuar harcaması

Global / 2024 [S02]

Türkiye'de fuara katılan yabancı markalar önemli bir dış müşteri kanalıdır. Yurt dışı fuarlarda ise nakliye, salon kuralları ve yerel yapım sorumluluğunu netleştirin.

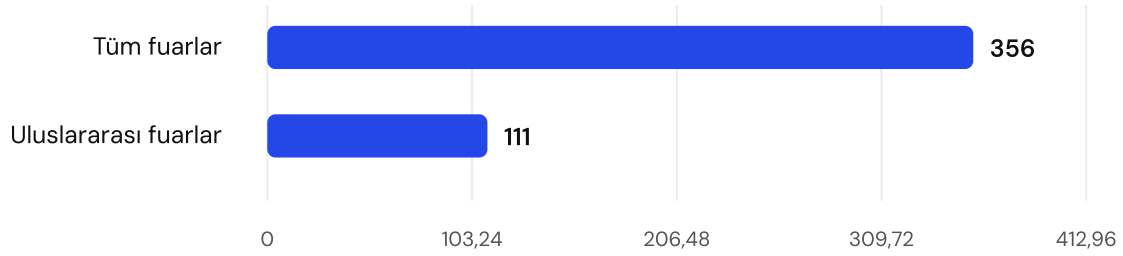
03 / GRAFİKLER VE PAZARA ERİŞİM

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: ilk 2025 fuar takvimi

Planlanan fuar / gerçekleşme değildir



Şekil 01 · Kaynak: [S01]

01 / İLK MÜŞTERİ GRUBU

Belirli bir işle başlayın

Hizmet verebildiğiniz bir fuarı seçin. O fuarda yer alacağını açıklayan firmalarla stand hazırlığını kimin yürüttüğünü görüşün.

02 / DIŞ PAZAR BAĞLANTISI

Dış müşterileri de değerlendirin

Türkiye'de fuara katılan yabancı markalar önemli bir dış müşteri kanalıdır. Yurt dışı fuarlarda ise nakliye, salon kuralları ve yerel yapım sorumluluğunu netleştirin.

Bunlar 2025 için ilk onaylanan takvimdeki planlardır; gerçekleşen etkinlik sayısı değildir. Uluslararası fuarlar ve İstanbul fuarları toplamın içindedir; ayrıca toplanmaz.

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

Katılımcı üreticiler

Ne konuşabilirsiniz?
Üreticilerle fuarda hangi ürünleri sergileyeceklerini ve standın nasıl kullanılacağını konuşabilirsiniz.

Kiminle görüşebilirsiniz?
Fuar sorumlusu veya etkinlik ajansı

PROFİL 02
Olası müşteri

İhracatçı markalar

Ne konuşabilirsiniz?
İhracatçı markalarda standı hedef pazar, ürün sunumu ve görüşme alanı ihtiyacıyla birlikte ele alın.

Kiminle görüşebilirsiniz?
Fuar sorumlusu veya etkinlik ajansı

PROFİL 03
Olası müşteri

Etkinlik ajansları

Ne konuşabilirsiniz?
Etkinlik ajanslarına, belirli fuarlarda üretim ve kurulum desteği sunabilirsiniz.

Kiminle görüşebilirsiniz?
Fuar sorumlusu veya etkinlik ajansı

PROFİL 04
Olası müşteri

Yabancı katılımcılar

Ne konuşabilirsiniz?
Yabancı katılımcılarla yerel salon kuralları, nakliye ve kurulum koordinasyonu üzerine görüşebilirsiniz.

Kiminle görüşebilirsiniz?
Fuar sorumlusu veya etkinlik ajansı

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

Hizmet verebildiğiniz bir fuarı seçin. O fuarda yer alacağını açıklayan firmalarla stand hazırlığını kimin yürüttüğünü görüşün.

Sonraki adım

Uygun firmalardan küçük bir grup seçin.

02

İşi birlikte netleştirin

Stand alanını, salon kurallarını ve kurulacak ürünleri öğrenin. Tasarım, üretim, nakliye ve söküm işlerini teklifte açıkça ayırın.

Sonraki adım

Üzerinde anlaştığınız ihtiyaçları yazın.

03

Dış pazarı araştırın

Türkiye'de fuara katılan yabancı markalar önemli bir dış müşteri kanalıdır. Yurt dışı fuarlarda ise nakliye, salon kuralları ve yerel yapım sorumluluğunu netleştirin.

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 yılında 356 fuar düzenlenecek
TOBB · 23 August 2024
tobb.org.tr ↗

S02 Moving towards reusable stands together, p. 5
UFI / Better Stands · 6 June 2025
member.ufi.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/exhibition-stand-builders/

Kaynak erişimi: 29 Ekim 2026 · EKİM 2026 SAYISI