SEKTÖREL PAZAR ARAŞTIRMASI

EKİM 2026 SAYISI

Promosyon ürünleri tedarikçileri

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.

Promosyon ürünlerinde uygun teklif, ürün kataloğundan önce kullanım amacına dayanır. Çalışan paketi, fuar dağıtımı ve müşteri hediyesi farklı siparişler gerektirir.

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?

Alıcının etkinliğine veya çalışanlarına uygun ürünleri, numune ve teslim tarihiyle birlikte önerebilirsiniz.

02 Nereden başlayabilirsiniz?

Önce iyi tedarik edebildiğiniz bir ürün grubu seçin.

03 İlk görüşmede ne sormalısınız?

Ürünün kime ve ne zaman verileceğini 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]

Yurt dışındaki kurumsal alıcılar ve promosyon distribütörleri hedeflenebilir. Numune, ürün uygunluğu, ambalaj ve teslim süresini sipariş öncesinde doğrulayın.

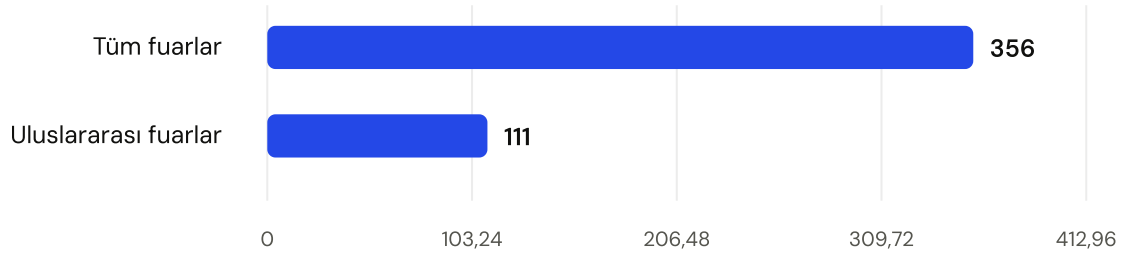
03 / GRAFİKLER VE PAZARA ERİŞİM

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

Önce iyi tedarik edebildiğiniz bir ürün grubu seçin. Bu ürünleri kullanabilecek kurumsal ekipleri veya ajansları araştırın.

02 / DIŞ PAZAR BAĞLANTISI

Dış müşterileri de değerlendirin

Yurt dışındaki kurumsal alıcılar ve promosyon distribütörleri hedeflenebilir. Numune, ürün uygunluğu, ambalaj ve teslim süresini sipariş öncesinde doğrulayın.

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

Kurumsal işverenler

Ne konuşabilirsiniz?
İşverenlerle çalışan karşılama paketleri veya kurum içi etkinliklerde kullanılacak ürünleri konuşabilirsiniz.

Kiminle görüşebilirsiniz?
Pazarlama, İK veya satın alma sorumlusu

PROFİL 02
Olası müşteri

Etkinlik ajansları

Ne konuşabilirsiniz?
Etkinlik ajanslarına, müşterilerinin organizasyonlarına uygun ürün ve set seçenekleri sunabilirsiniz.

Kiminle görüşebilirsiniz?
Pazarlama, İK veya satın alma sorumlusu

PROFİL 03
Olası müşteri

Fuar katılımcısı markalar

Ne konuşabilirsiniz?
Fuar katılımcılarıyla dağıtılacak ürünün amacını, miktarını ve fuar tarihine yetişmesini değerlendirin.

Kiminle görüşebilirsiniz?
Pazarlama, İK veya satın alma sorumlusu

PROFİL 04
Olası müşteri

Distribütör ağları

Ne konuşabilirsiniz?
Distribütörlerle tekrar satabilecekleri ürünleri, numune sürecini ve sipariş koşullarını görüşebilirsiniz.

Kiminle görüşebilirsiniz?
Pazarlama, İK 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 iyi tedarik edebildiğiniz bir ürün grubu seçin. Bu ürünleri kullanabilecek kurumsal ekipleri veya ajansları araştırın.

Sonraki adım

Uygun firmalardan küçük bir grup seçin.

02

İşi birlikte netleştirin

Ürünün kime ve ne zaman verileceğini öğrenin. Miktar, markalama, numune onayı ve teslim noktalarını buna göre netleştirin.

Sonraki adım

Üzerinde anlaştığınız ihtiyaçları yazın.

03

Dış pazarı araştırın

Yurt dışındaki kurumsal alıcılar ve promosyon distribütörleri hedeflenebilir. Numune, ürün uygunluğu, ambalaj ve teslim süresini sipariş öncesinde doğrulayın.

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/promotional-products-suppliers/

Kaynak erişimi: 29 Ekim 2026 · EKİM 2026 SAYISI