



IAB TÜRKİYE 2017 YILI DİJİTAL REKLAM YATIRIMLARINI AÇIKLADI

DİJİTAL 2017'DE YÜZDE 15,5 BÜYÜYEREK 2.163 MİLYON TL'LİK BİR BÜYÜKLÜĞE ULAŞTI

2017 yılı Dijital Reklam Yatırımları IAB Türkiye tarafından açıklandı. IAB Türkiye AdEx-TR sonuçlarına göre dijital reklam yatırımları, 2016 yılına göre yüzde 15,5 oranında artarak 2.163 Milyon TL'ye ulaştı.

IAB Türkiye'nin yaptığı açıklamaya göre, display (görüntülü) reklam yatırımları 2017'de yüzde 16 büyüyerek 1.228 milyon TL oldu. Display (görüntülü) reklamlar kategorisinde en büyük payı 879,7 milyon TL ile Gösterim ya da Tıklama Bazlı Reklam Yatırımları aldı. Video reklam yatırımları yüzde 50'lik büyümeyle 269,5 milyon TL olarak gerçekleşirken, Native (doğal reklam) 78,6 milyon TL'ye ulaştı.

Arama Motoru Reklam Yatırımlarının büyüklüğü 815 milyon TL olurken, İlan Sayfaları Reklam Yatırımları 103 milyon TL'ye çıktı. E-posta, küçülmeyi sürdürdü ve 5,2 milyon TL oldu. Buna karşılık Oyun İçi reklamlar 13 milyon TL'lik büyüklüğe erişti.

2.163 milyon TL'lik toplam dijital reklam yatırımlarının 1.093 milyon TL'si display (görüntülü reklam), arama motoru, ilan sayfaları, e-posta ve oyun içi reklam dahil olmak üzere mobil platformlarda gerçekleşti. 340 milyon TL'lik büyüklüğe ulaşan Sosyal Medya reklamlarının yüzde 76'sı mobil cihazlarda yer aldı. 2017'de programatik satın almanın artışı sürdü ve büyüklüğü 1.411 milyon TL'ye çıktı.

IAB Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Mahmut Kurşun 2017 yılını değerlendirirken şunları söyledi: "IAB Türkiye olarak yaptırdığımız Dijitalin Ekonomiye Katkısı Araştırmasının verilerine göre, 1 TL'lik dijital reklam yatırımı Milli Gelire 17,2 kat olarak yansıyor. Bu veriyi dikkate aldığımızda yüzde 15,5'lik büyümenin hem sektör hem de ekonomi açısından önemi anlaşılıyor. Bu yıl ve devamında büyümeyle birlikte çok daha önemli bir kavram gündemimizde olacak: Dolaysız Ekonomi Devrimi.

Dolaysız Ekonomi, sanayi devrimi ve IT devrimi kadar büyük bir olay. Bu ekonomi sonsuz sayıda mağaza ve raf barındırıyor. Üretim kapasitesinin de sonsuz olduğu bu ortamda dilediğiniz her şey 7/24 kapınıza geliyor. Küçük işletmeler devlerle rekabet edebiliyor. Dolaysız Ekonomide bulut teknolojisi, veri ve doğru içgörü kapitalden daha önemli ekonomik değerler olarak kabul ediliyor. Dijital reklam endüstrisi Dolaysız Ekonomiyi tam kalbinde yer alıyor ve tüm ezberleri bozan radikal bir değişimin öncülüğünü üstleniyor. Dolaysız Ekonominin Dolaysız Markalarını bekleyen çok iş var. IAB olarak görevimiz internetin ana dil olduğu bu düzende markaların başarısına destek vermek olacak."

	2016	2017	Değişim
Dijital Reklam Yatırım Toplamı	1.872,42	2.162,56	15,50%

Display Reklam Yatırımları	1.059,14	1.227,76	15,92%
Gösterim ya da tıklama bazlı	821,37	879,66	7,10%
Video reklam yatırımları	179,80	269,50	49,89%
Native	57,97	78,59	35,59%
Arama Motoru Reklam Yatırımları	706,62	814,49	15,27%
Ücretli sıralama yatırımları	706,62	814,49	15,27%
İlan Sayfaları Reklam Yatırımları	91,06	102,51	12,57%
Diğerleri	15,60	17,80	14,08%
E-posta	5,64	5,13	-9,10%
In-gameadvertising	9,96	12,67	27,21%

***Yaratıcı işler, mevcut müşterilere yapılan CRM çalışmaları, SEO yatırımları dahil değildir.**

Sosyal Medya Reklam Yatırımları	262,43	340,29	29,67%
Sosyal medya reklam yatırımları	262,43	340,29	29,67%
Mobil	601,02	1.093,16	81,89%
Programatik	993,79	1.410,58	41,94%

****Sosyal Medya, Mobil ve Programatik,Format Bazlı Dijital Reklam Yatırımları içinde yer aldığından ayrıca toplama eklenmemelidir.**

IAB Türkiye Hakkında

45 ülkede faaliyet gösteren IAB (Interactive AdvertisingBureau), tüm dünyada interaktif reklamcılığın gelişmesi, reklam yatırımlarından daha fazla pay alması için çalışıyor. Bu amaç doğrultusunda reklamverenlere, ajanslara ve medya ajanslarına interaktif iletişimin katma değerini anlatıyor. Kamu nezdinde yürüttüğü çeşitli faaliyetlerle endüstrinin doğru ve nitelikli biçimde büyümesine katkı sağlıyor. Merkezi Amerika da bulunan IAB'nin, Avrupa'daki ülke bazlı örgütlenmesi IAB Europe tarafından koordine ediliyor. IAB Türkiye, dijital endüstride reklam ve pazarlama alanlarında düzenleme yapmak üzere 23 sektör temsilcisi tarafından, 2007'de bir platform olarak kuruldu ve 2011 Temmuz ayında dernekleşme sürecini tamamladı. IAB Türkiye'nin şu an 160 üyesi bulunuyor.