

IAB  
INFLUENCER  
PAZARLAMASI  
ANKETİ



Dijital dünyanın zorlu rekabet ortamında markalar için influencer pazarlaması son yılların en etkili pazarlama araçlarından biri olmuştur. IAB olarak, influencer pazarlaması özelinde sektör genelini anlamak amacıyla yaptığımız anketin sonuçlarını sizlerle paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz. Anket kapsamında influencer pazarlamasının mevcut durumu ve trend tahminleri yer almaktadır.



## KATILIMCI PROFİLİ

Reklam Ajansları: 58

(%45'i Medya Ajansı)

Influencer Pazarlama Ajansları: 16

(30 Influencer Pazarlama Ajansına gönderildi)

Reklamverenler: 69



# REKLAMVERENLER

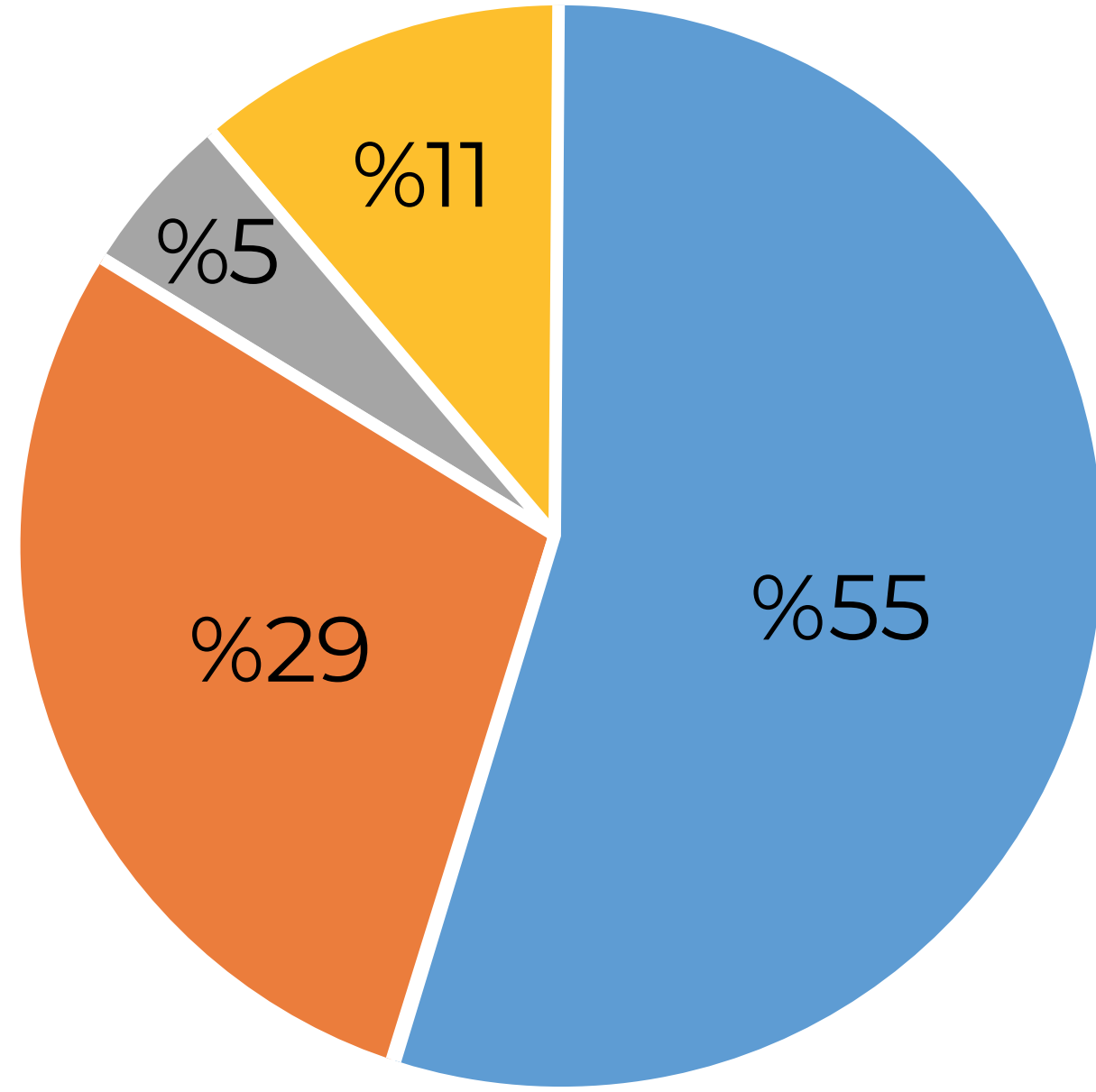
---



## REKLAMVERENLER

### Markaların 2020 Influencer pazarlama Kampanyaları

%84 kampanya gerçekleştirdi  
2020'de Gerçekleřtirilen Kampanya Sayısı

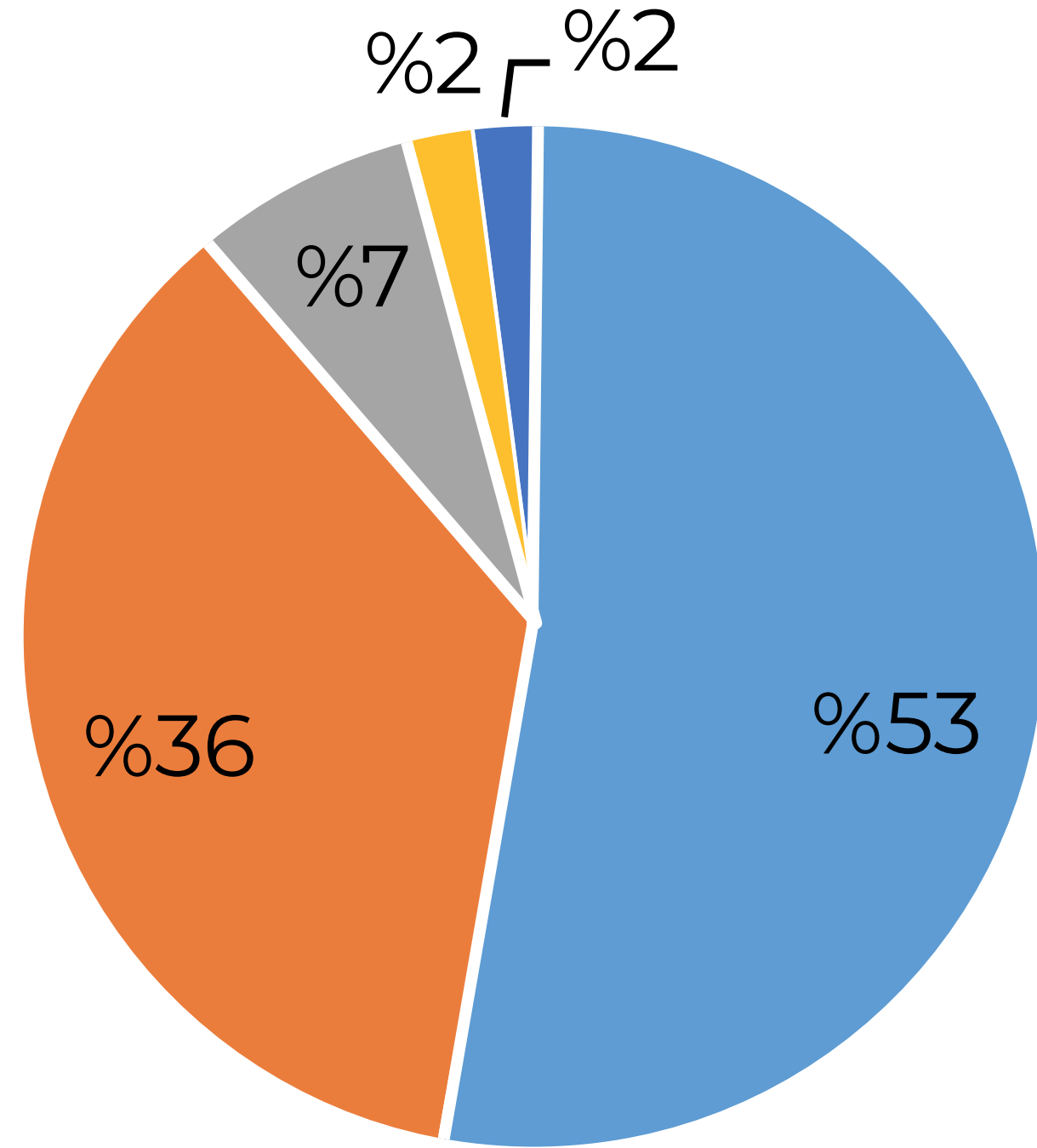


■ 0-10 adet ■ 10-10 adet ■ 30-50 adet ■ 50+ adet

## REKLAMVERENLER

### Markaların Influencer Pazarlama Bütçeleri

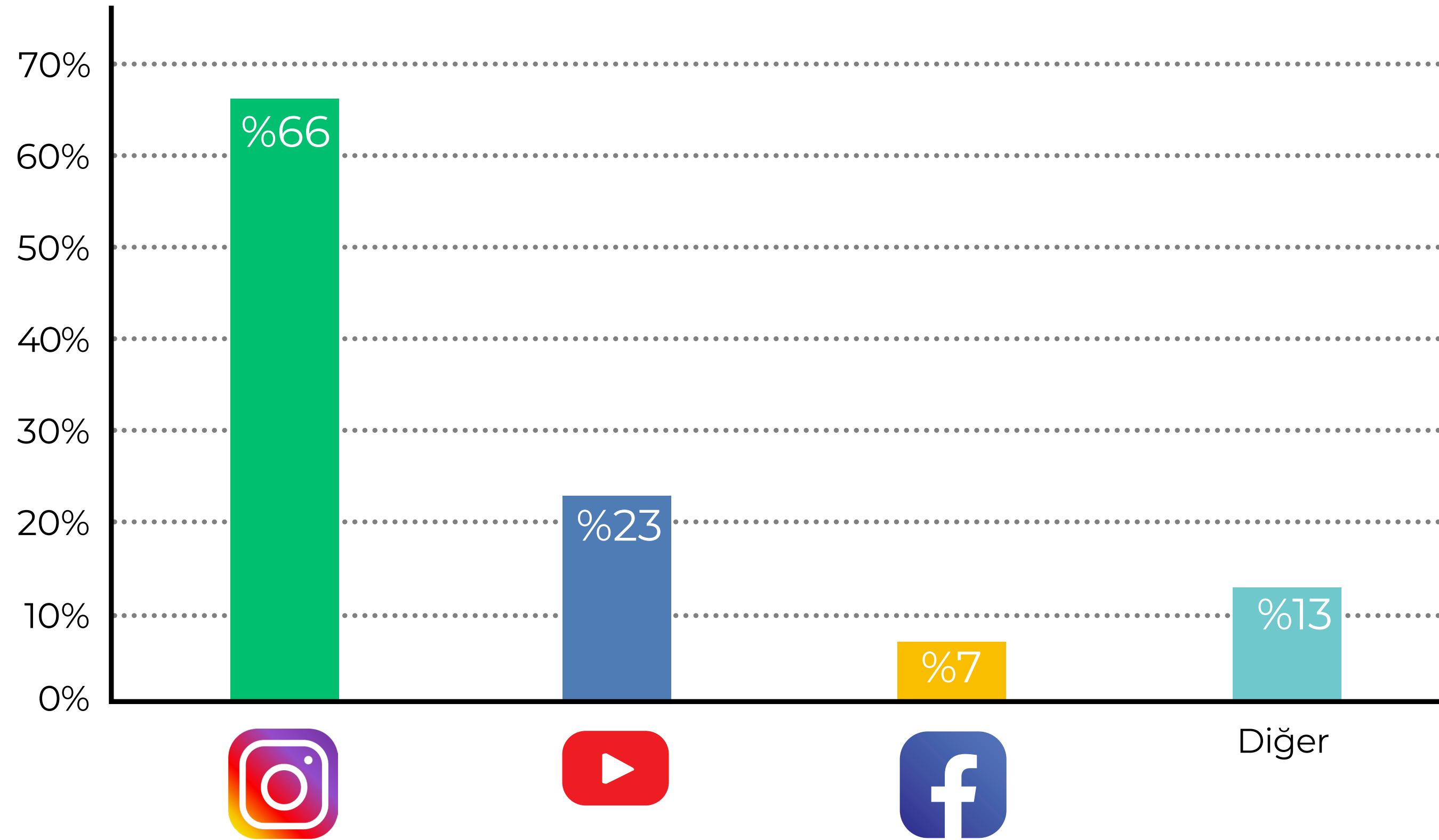
Markaların büyük bir çoğunluğu dijital pazarlama bütçelerinin %0-5'ini Influencer Pazarlamasına ayırıyor



- bütçenin %0-5'ini ayırıyor
- 5-bütçenin %10'unu ayırıyor
- bütçenin %10-20'sini ayırıyor
- bütçenin %20-40'ını ayırıyor
- bütçenin %75'ini ayırıyor

## REKLAMVERENLER

### Markaların Influencer Pazarlama Mecra Dağılımları



## REKLAMVERENLER

### Markaların kampanya sıklığı

**%82** Düzensiz iletişim yapıyor.

**%3** Düzenli iletişim / her ay belirli bir sayıda aynı influencer.

**%10** Düzenli iletişim / her ay belirli bir sayıda farklı influencer.

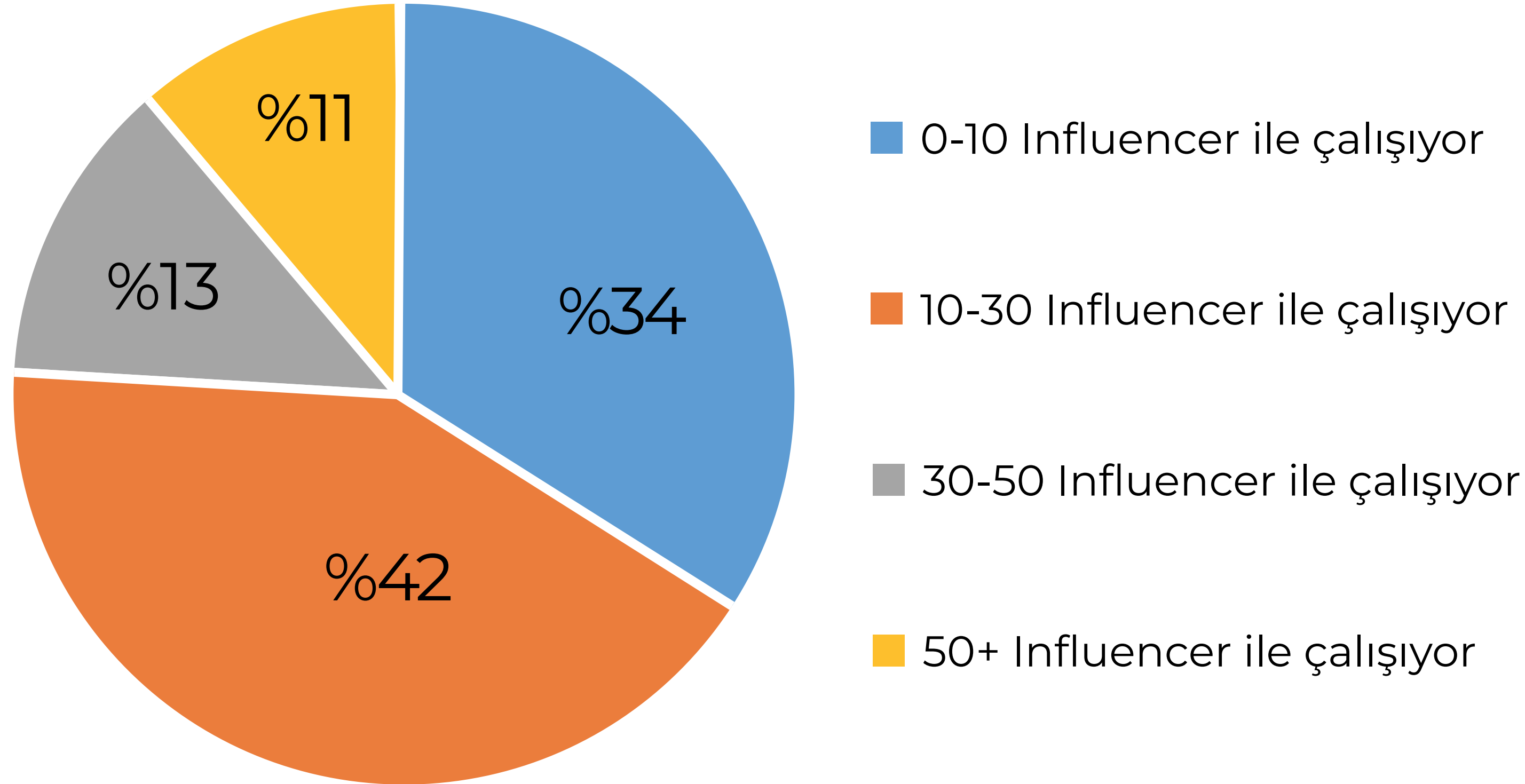
**%67** Düzensiz iletişim / Belirli bir takvimde yapılmıyor.

**%15** Düzensiz iletişim / Belirli bir takvimde yapılmıyor.



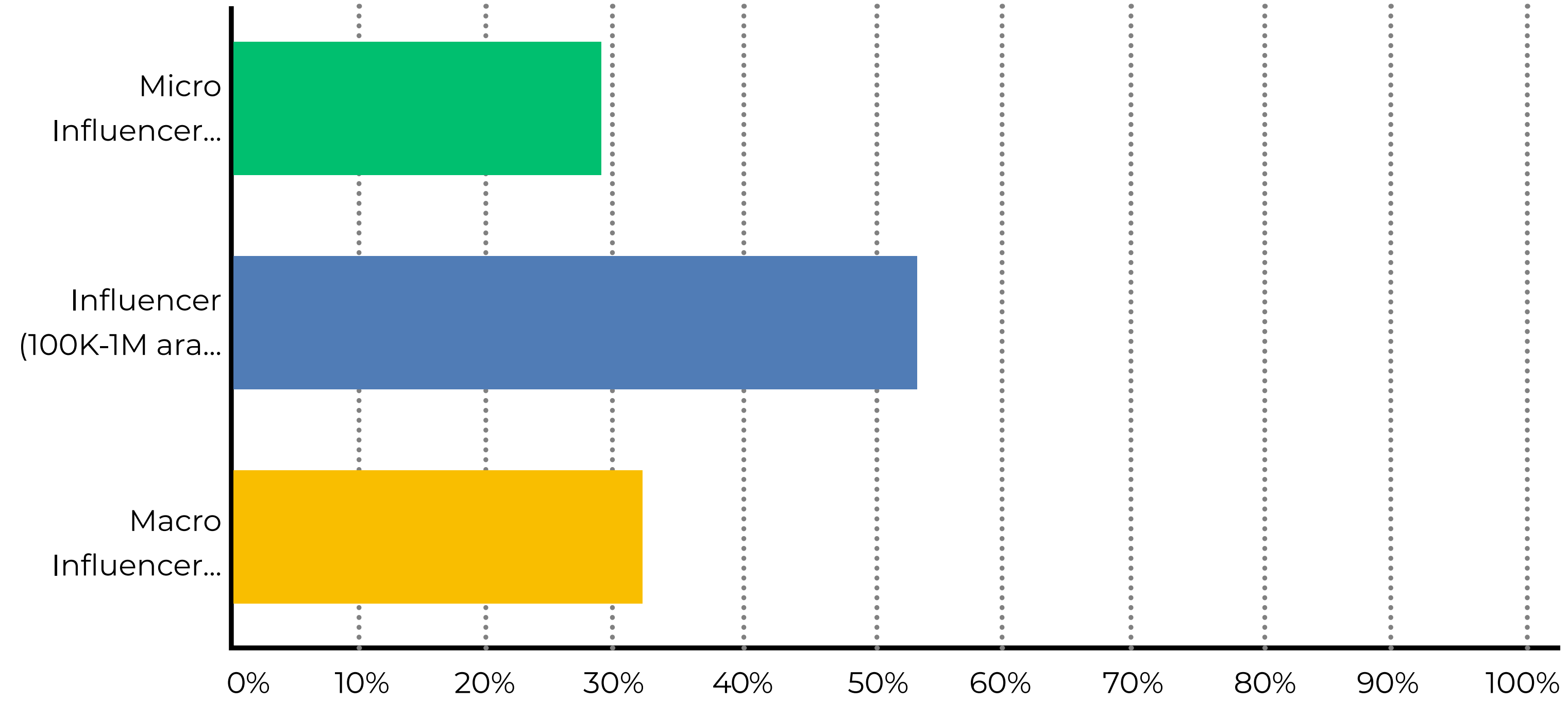
## REKLAMVERENLER

### Çalışılan Influencer Sayısı



## REKLAMVERENLER

### Çalışılan Influencerların dağılımı



## REKLAMVERENLER

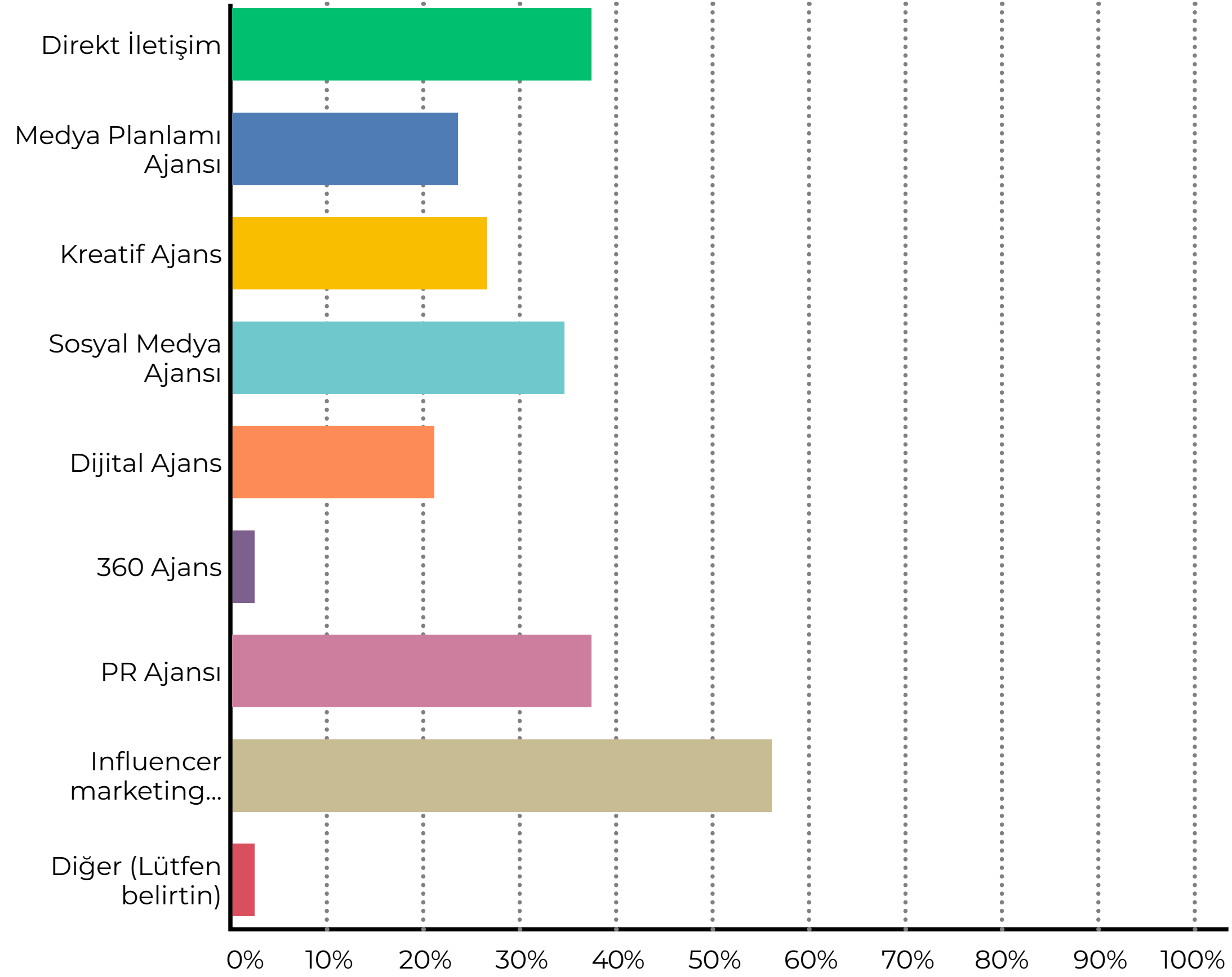
### İletişim

%57 Influencer Pazarlama Ajansı

%38 PR Ajansı

%38 Direk

# REKLAMVERENLER



## REKLAMVERENLER

### Influencer seçiminde en 3 kriter

- Ürettiği içeriklerin kalitesi.
- Etkileşim oranı.
- Influencer-Marka uyumu.

## REKLAMVERENLER

### Ölçümlene (ROI)

Toplam Erişim

Toplam Etkileşim (like, comment, share)

## REKLAMVERENLER

### 2021 Beklentisi

**%91** Markalarının influencer pazarlama kampanyalarına ayıracağı bütçenin artacağını ön görüyor.

**Tüm markalar Influencer pazarlamasını yararlı buluyor**

## REKLAMVERENLER

### Zorluklar

Dođru influencerı bulmak.  
Kampanya etkisini ölçümlemek.  
Influencerı yönetmek.



# AJANSLAR

---



## AJANSLAR

### Markaların 2020 Influencer pazarlama Kampanyaları

%91 kampanya gerçekleştirdi

## AJANSLAR

### Kampanya sıklığı

**%8** Düzenli iletişim / her ay belirli bir sayıda aynı influencer

**%19** Düzenli iletişim / her ay belirli bir sayıda farklı influencer

**%60** Düzensiz iletişim / Kampanya bazlı iletişim

**%13** Düzensiz iletişim / Belirli bir takvimde yapılmıyor

## AJANSLAR

### Sektör

En çok bütçe ayıran sektörler:

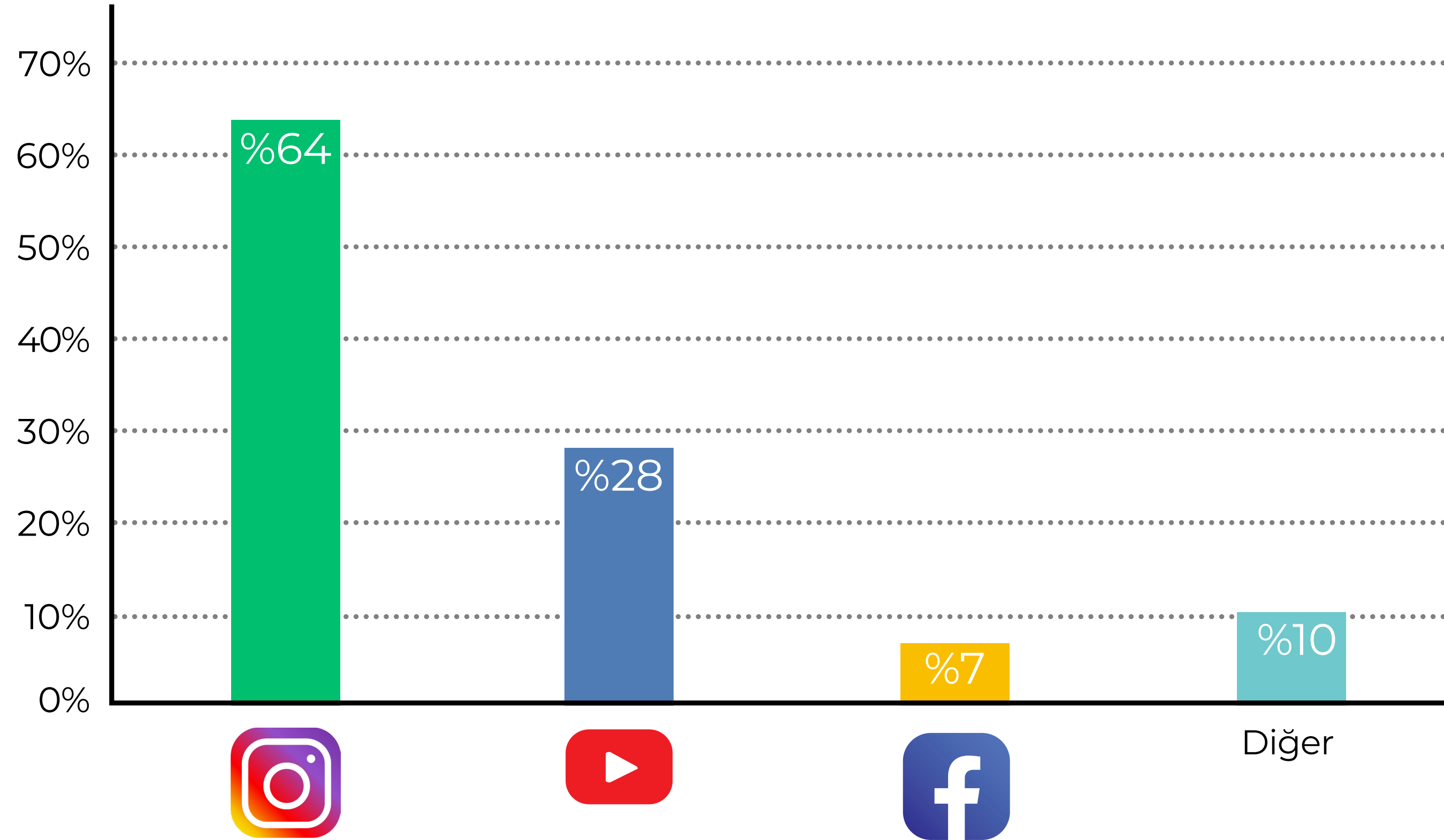
Sağlık

E-ticaret

Telco

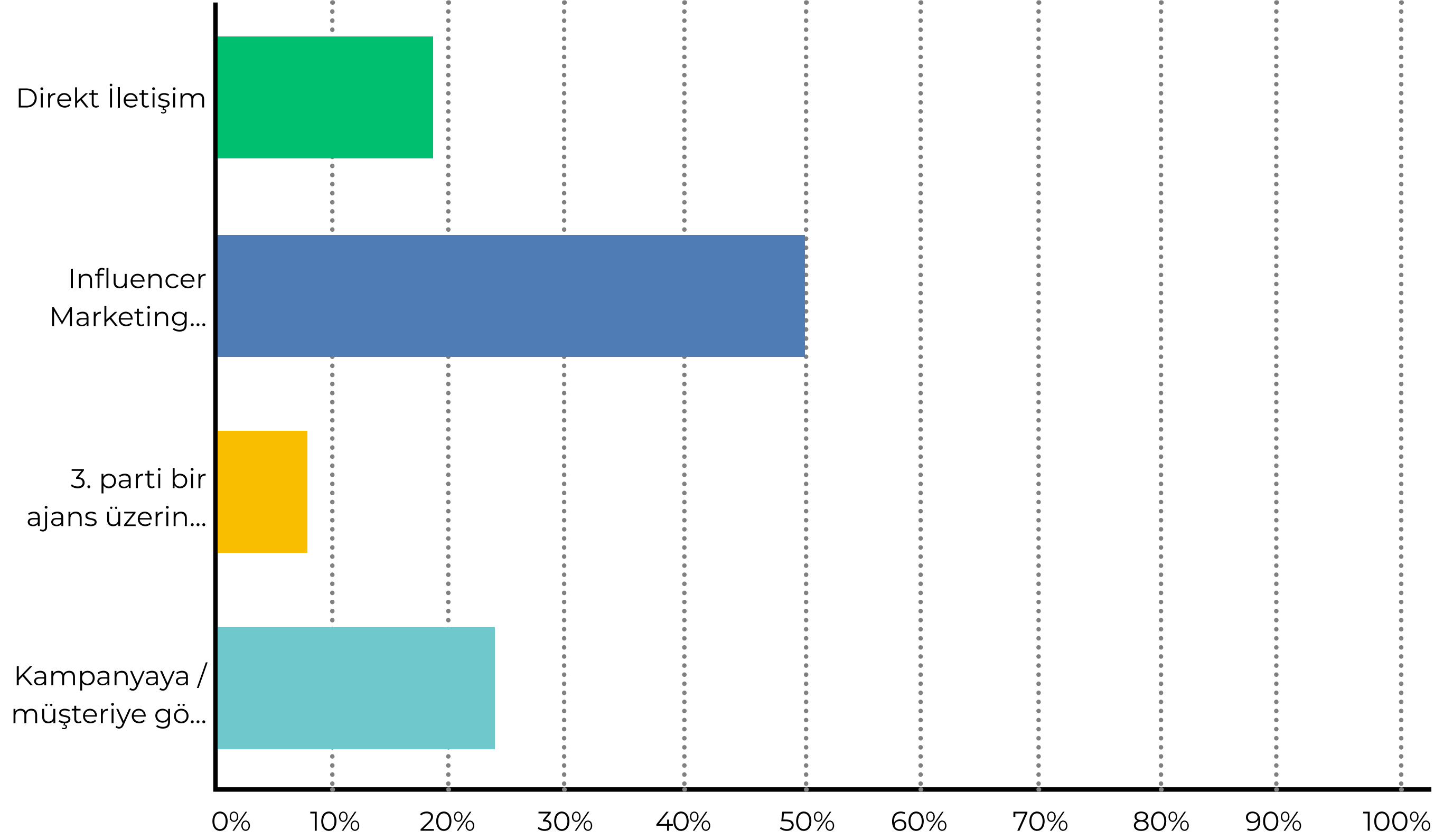
## AJANSLAR

### Ajansların Influencer Pazarlama Mecra Dağılımları



## AJANSLAR

### Influencerlarla İletişim



## AJANSLAR

### Influencer seçiminde en 3 kriter

- Etkileşim oranı
- Influencer-Marka uyumu
- Influencer takipçi kitlesi - marka uyumu

## AJANSLAR

### Influencer seçiminde en önemsiz 3 kriter

- Paylaşım sıklığı
- Pozitif ve negatif yorum oranı
- Influencerın daha önce gerçekleştirdiği kampanyaların performansı



## AJANSLAR

### İçerik nasıl belirleniyor?

**%3** İçerik üretimini ve kapsamını tamamen influencerlara bırakıyoruz.

**%61** İçerik üretimini ve kapsamını kısmen influencerlara bırakıyoruz, paylaşılacak içerik, kod, görsel ve metin tarafımızdan iletiliyor.

**%11** İçerik üretimini ve kapsamını tamamen biz müşteriyle belirliyoruz.

**%25** Müşteri talebine göre değişiyor.

## AJANSLAR

### Ölçümlene (ROI)

Toplam Erişim

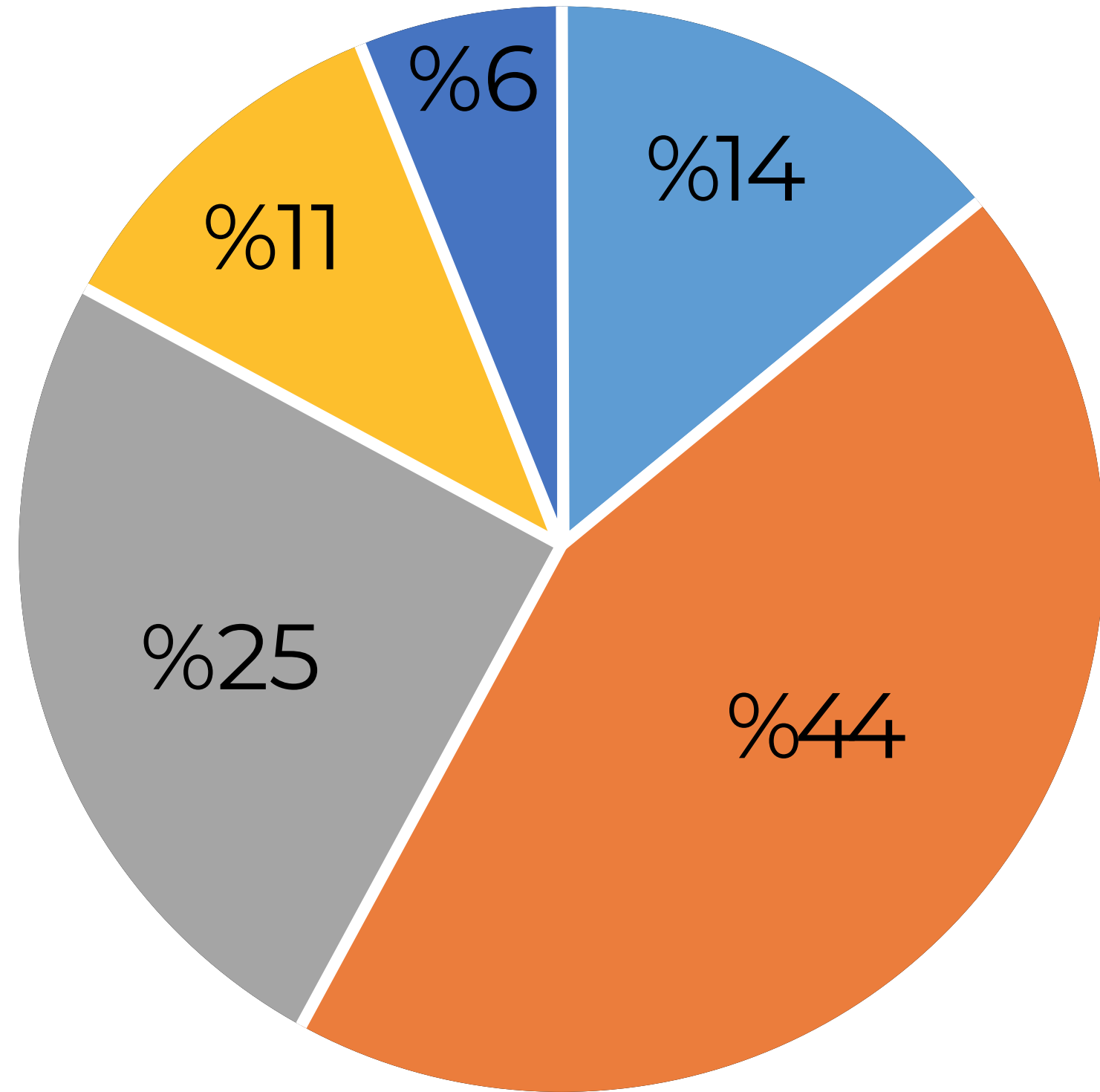
Toplam Etkileşim

Ajansların **%36**'sı şu ana kadar müşterilerin **%10-30**'u için Influencer Pazarlaması kampanyası gerçekleştirdi.

Ajansların **%17**'si şu ana kadar müşterilerin **%10**'undan azı için Influencer Pazarlaması kampanyası gerçekleştirdi.

## AJANSLAR

### Marka bütçesi



- dijital bütçenin %0-5'ini ayırıyor
- dijital bütçenin %10'unu ayırıyor
- dijital bütçenin %10-20'sini ayırıyor
- dijital bütçenin %20-40'ını ayırıyor
- dijital bütçenin %75'ini ayırıyor

## AJANSLAR

### 2021 Beklentisi

- **%86** Markalarının influencer pazarlama kampanyalarına ayıracağı bütçenin artacağını ön görüyor.
- **%64** Markalarının influencer pazarlama kampanyalarına ayıracağı bütçenin **%10-%30** artacağını ön görüyor.

**%98** Influencer Pazarlaması'nı yararlı buluyor

## AJANSLAR

### En Buyk Zorluklar

Influencerı yönetmek.

Kampanyanın etkisini lmlenmek.

# INFLUENCER PAZARLAMA AJANSLARI



## INFLUENCER PAZARLAMA AJANSLARI

### Çalışılan Influencer Sayısı

**%94** 50'den fazla influencer ile çalıştı.

### Sıklık

**%7** Düzenli iletişim / her ay belirli bir sayıda aynı influencer.

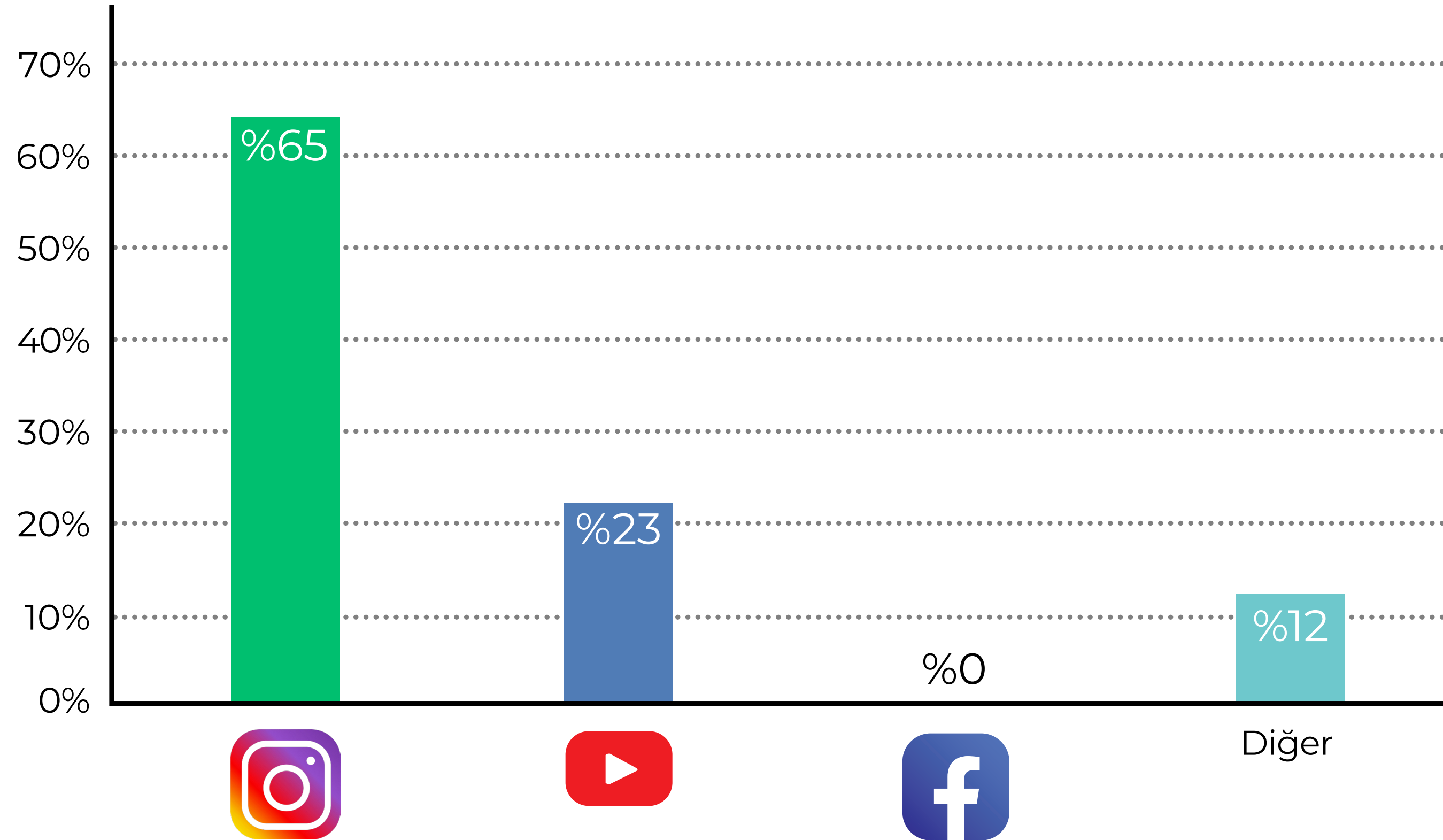
**%40** Düzenli iletişim / her ay belirli bir sayıda farklı influencer.

**%40** Düzensiz iletişim / Kampanya bazlı iletişim.

**%13** Düzensiz iletişim / Belirli bir takvimde yapılmıyor.

# INFLUENCER PAZARLAMA AJANSLARI

## Mecra





## INFLUENCER PAZARLAMA AJANSLARI

### En fazla influencer pazarlaması yapan sektörler

FMCG

E-ticaret

Tekstil

Perakende

Finans / Bankacılık

## INFLUENCER PAZARLAMA AJANSLARI

### En önemi 3 faktör

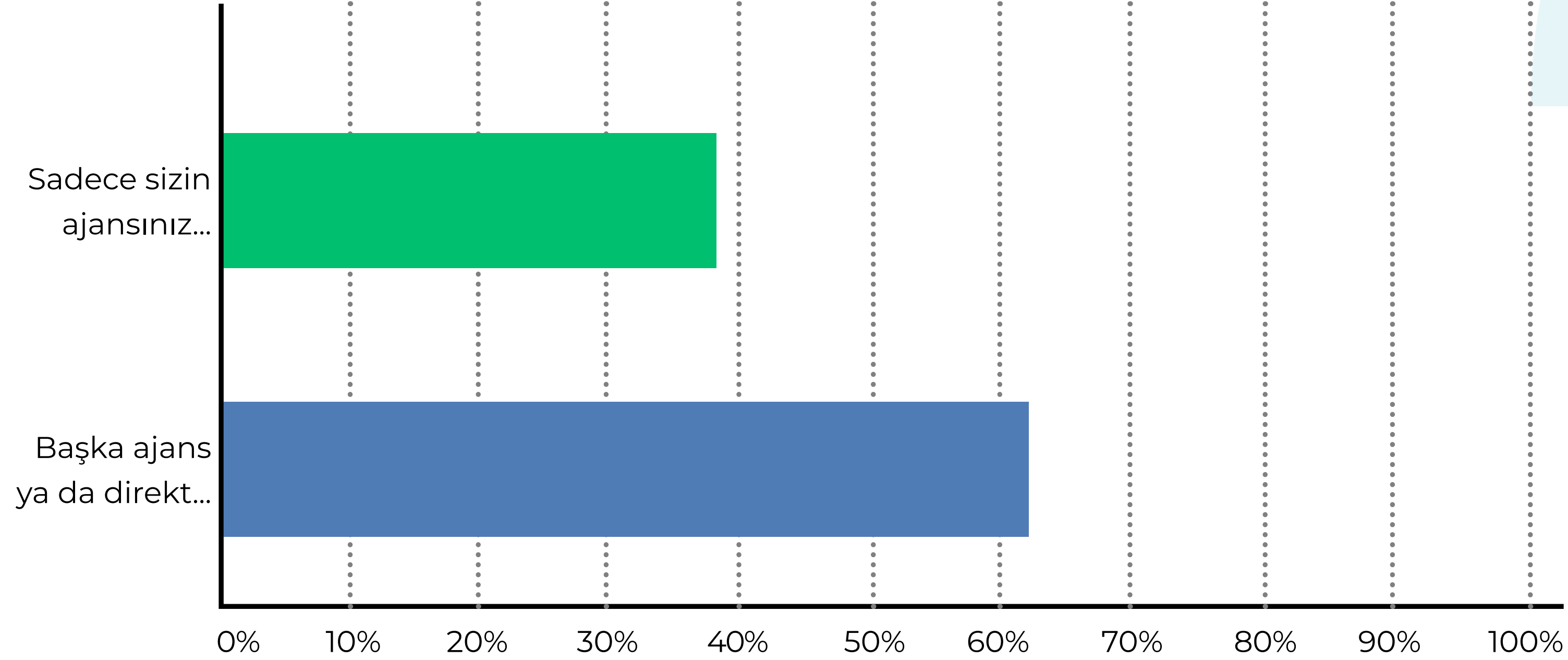
Etkileşim oranı.

Influencer takipçi kitlesi - marka uyumu.

Ürettiği içeriklerin kalitesi.

**2020'de %62 ajans 50'den fazla kampanya gerçekleştirdi.**

## INFLUENCER PAZARLAMA AJANSLARI



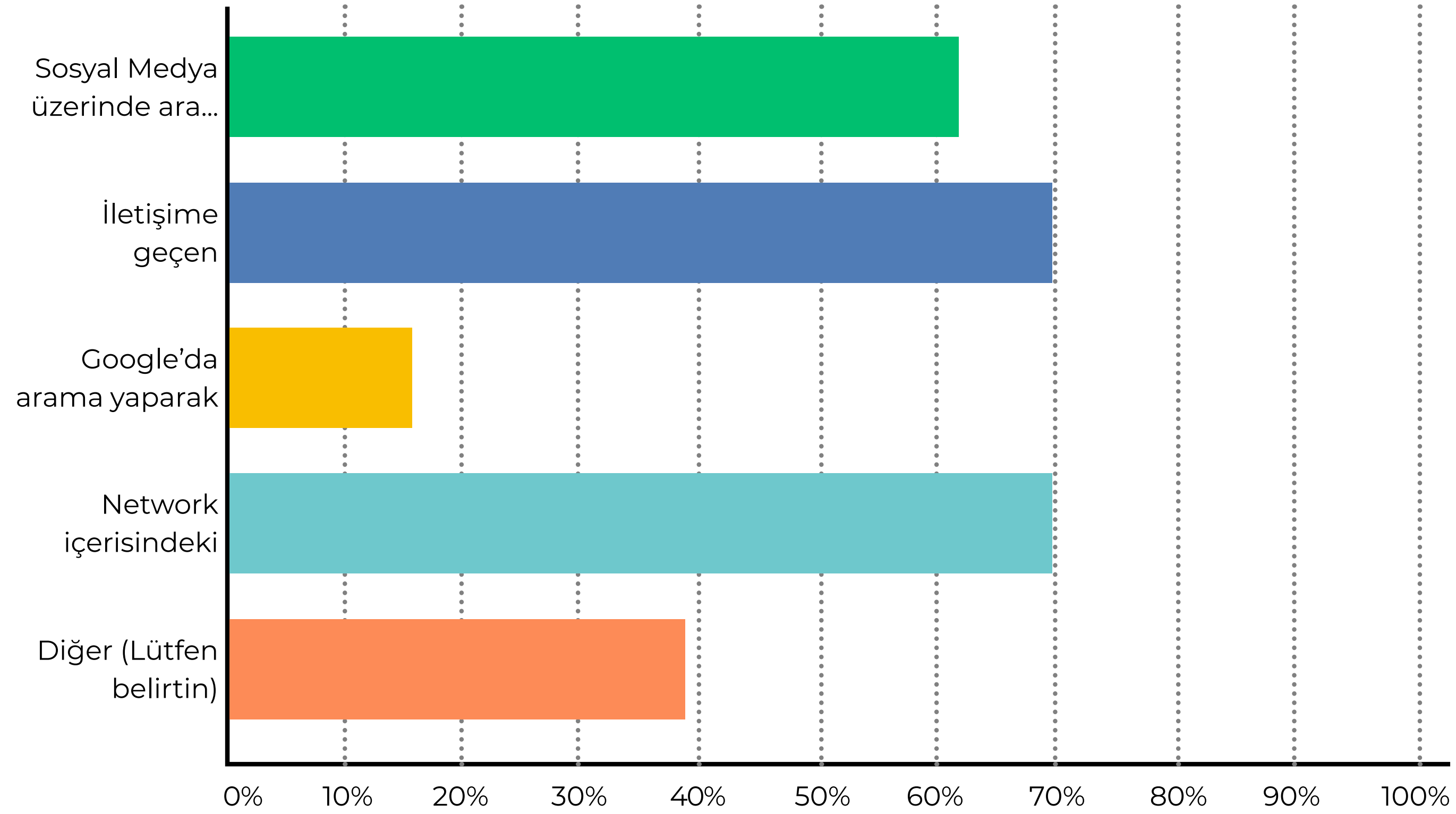
### Influencerların çalışma şekli

Sadece sizin ajansınız üzerinden iş birliği yapan influencer oranı

Başka ajans ya da direkt markalar ile iş birliği yapan influencer oranı

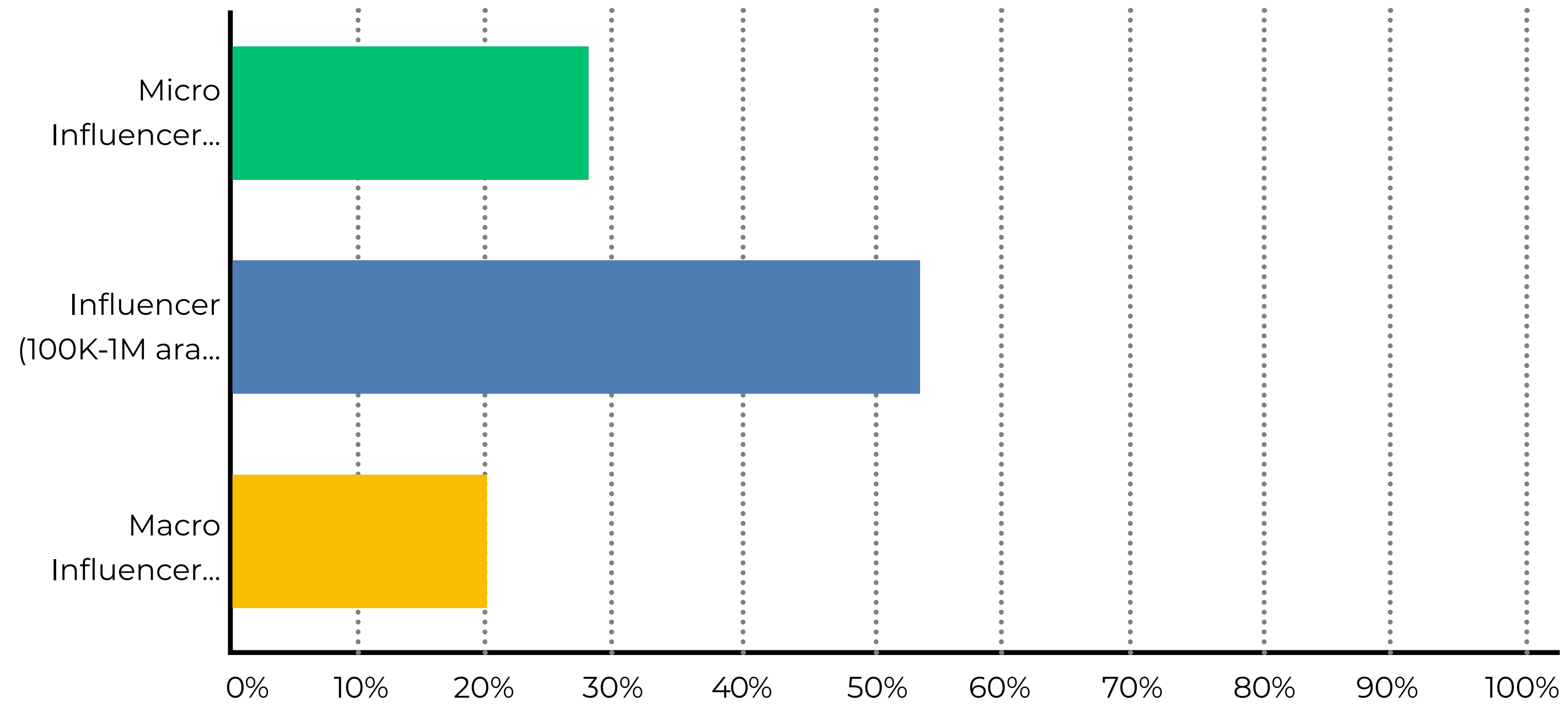
# INFLUENCER PAZARLAMA AJANSLARI

## Influencer'a erişim



# INFLUENCER PAZARLAMA AJANSLARI

## Influencerlar



## INFLUENCER PAZARLAMA AJANSLARI

### Influencerlar

Ölçümlenmede (ROI) en önemli bakılan faktör: Toplam Erişim.

Ajansların %92'si 2021'de markaların Influencer Pazarlama bütçelerini artıracacağını düşünüyor.

## INFLUENCER PAZARLAMA AJANSLARI

### Zorluklar

Ödeme ve diğer finansal süreçler.  
Sözleşme süreçleri.  
Influencer'ı yönetmek.

**Reklamverenler, Ajanslar ve  
Influencer Ajansları tarafından  
2020 yılında Influencer Pazarlama Stratejisini  
en beğenilen marka**





## TEŞEKKÜR

IAB Arařtırma Yürütme Kurulu üyeleri  
Ayla Koçtur ve Hande Aydın'a teşekkür ederiz.

## İLETİŞİM

Jale Karaveli

[jale.karaveli@iabturkiye.org](mailto:jale.karaveli@iabturkiye.org)

