

Üçüncü parti çerezler neden aşamalı olarak kaldırılıyor? Ve siz nasıl hazırlanmalısınız? Sık Sorulan Sorular (SSS) ile bu alandaki temel sorulara yanıt bulabilirsiniz.

1. Dijital reklamcılık neden üçüncü parti tanımlayıcılardan uzaklaşıyor?

Üçüncü taraf çerezlerin ve tanımlayıcıların kullanımının azaltılmasının sıkça dile getirilen nedenlerinden biri, daha gizlilik odaklı çevrimiçi ortamlar oluşturma isteğidir. Ancak, 'gizlilik' çok subjektif bir terim olduğunu anlamak önemlidir. Temel olarak, çerezlerin (ve benzeri cihaz tabanlı bilgi veya tanımlayıcıların) veya kişisel verilerin kullanımı, veri koruma ve gizlilik yasalarına uygun olmalıdır.

Çerezlerin kaybıyla ilgili çok konuşulurken, IAB olarak endüstrimizin büyük bir fırsata sahip olduğuna inanıyoruz. Mevcut veri koruma yasalarına uygun hedefleme ve ölçüm çözümleri oluşturarak, önceden var olan stratejileri değişen bu alanda uyum sağlamak için geriye dönük olarak yeniden tasarlamak yerine, tüm taraflar (tüketiciler, reklam verenler ve medya) için daha işlevsel bir dijital ekosistem yaratabiliriz. Üçüncü taraf çerezlerin kaybına odaklanmak yerine, endüstriyi çevrimiçi hedefleme ve ölçme konusunda yeni yolları öncü olarak keşfetmeye teşvik ediyoruz. Zorluk, dijital ekosistemimizin reklam destekli, çeşitli ve herkese açık kalmasını sağlamak ve çevrimiçi reklamları hedefleme ve ölçmenin ekonomik sağlamlığını zayıflatmayan alternatif yollar geliştirmektir.

2. Ne zaman?

Apple'ın Safari ve Mozilla'nın Firefox tarayıcıları tarayıcılarında üçüncü taraf çerezlerini kullanmayı bıraktılar. Google Chrome'u şu ana kadar en büyük web tarayıcısı olarak 2020'nin başında üçüncü taraf çerezlerini 2022'nin başına kadar kaldıracağını duyurmuştu. Bu zaman çizelgesi sonradan 2024'e uzatılmıştı - daha fazla bilgiye [buradan](#) ulaşabilirsiniz. 2024'de ise Chrome kullanıcılarının %1'inde çerezlerin kullanımını devre dışı bıraktı ve kademeli olarak yıl sonuna kadar çerez kullanımını kaldıracağını bildirdi.

Mobil cihazlarda Apple, 2021 yılında Reklamverenler için Tanımlayıcı (IDFA) [yaklaşımını değiştirerek](#) reklamlar için uygulama içi izlemeyi varsayılan olarak isteğe bağlı hale getirdi. Bu arada Google, "kullanıcı verilerinin üçüncü taraflarla paylaşımını sınırlayacak ve reklam kimliği dahil olmak üzere uygulamalar arası tanımlayıcılar olmadan çalışacak" "yeni, daha özel reklamcılık çözümleri" geliştirmek için 2022'nin başında [mobil odaklı bir Privacy Sandbox](#) başlattı. Bunu "çok yıllık bir girişim" olarak tanımlayarak, başlatıldığında "mevcut reklam platformu özelliklerini en az iki yıl boyunca desteklemeyi" planladığını söyledi.

3. Kullanımdan kaldırılanlar sadece üçüncü parti çerezler, birinci parti kaldırılmıyor değil mi?

Evet, birinci taraf çerezler tüm tarayıcılarda işlemeye devam edecek. Bunlar, bir kişinin ziyaret ettiği site tarafından yerleştirilen çerezlerdir ve sadece o siteyi ziyaret ettiğiniz sürece işlerler. Birinci taraf çerezler, gördüğünüz reklamları bilgilendirmeye yardımcı olurken, dil tercihlerinizi hatırlamanın yanı sıra bir perakende sitesindeyseniz sepetinize kaydedilenleri hatırlamaya yardımcı olur. Üçüncü taraf çerezler ise, ziyaret edilen web sitesinden ziyade üçüncü taraf bir şirket tarafından ayarlanır. Şu anda dijital ekosistemde hedef kitlelere reklam göstermek ve kampanyaların performansını ölçmek gibi işlevler için kullanılmaktadır.

4. Öne çıkan bir çözüm var mı?

Hayır, bu tek bir çözümün kazanacağı ve dolayısıyla herkes tarafından kullanılacak bir yarışma değil. Bu yeni dijital çağda, üçüncü taraf çerezlerin şu anda sunduğu işlevler yelpazesini doldurmak için herkese uyan tek bir yaklaşım olması pek olası değildir. Bunun yerine, internet genelinde bir erişilebilir (adreslenebilir) alanlar olacak; bazı ortamlarda insanlar tamamen anonim, bazılarında tamamen erişilebilir, bazılarında ise her ikisinin bir karışımı olacak. Yayıncıların ve pazarlamacıların sunulan tüm çözümleri ve hangilerinin kendileri için en iyi sonucu vereceğini anlamaları çok önemli.

5. İnteraktif Reklamcılık Derneği (IAB)'nin rolü nedir?

Bir reklam veren için işe yarayan çözüm bir başka reklam veren için doğru olmadığından herhangi bir çözümü desteklemiyoruz. Çözümler hedeflerinize ve kullanabileceğiniz kullanıcı verilerine bağlıdır. Pazardaki çözüm türlerini yapacağımız etkinliklerle üyelerimize ulaştırmayı ve ihtiyaç duydukları bilgileri sağlamayı amaçladık.

6. Diğer faydalı kaynakları nerede bulabilirim?

- [KVKK Çerez Uygulamaları Hakkında Rehber](#)
- [IAB Europe Üçüncü Parti Çerezler Sonrası Dönem Rehberi](#)
- [IAB Europe Kimlik Rehberi: Teknik Standartlar ve Temel Konular](#)
- [IAB Avustralya önerileri](#)
- [IAB Avustralya Birinci Parti Veri El Kitabı](#)
- [IAB UK Post Cookie Hub](#)