

IAB INFLUENCER PAZARLAMA ARAŐTIRMASI

EKİM 2020



iab TR

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



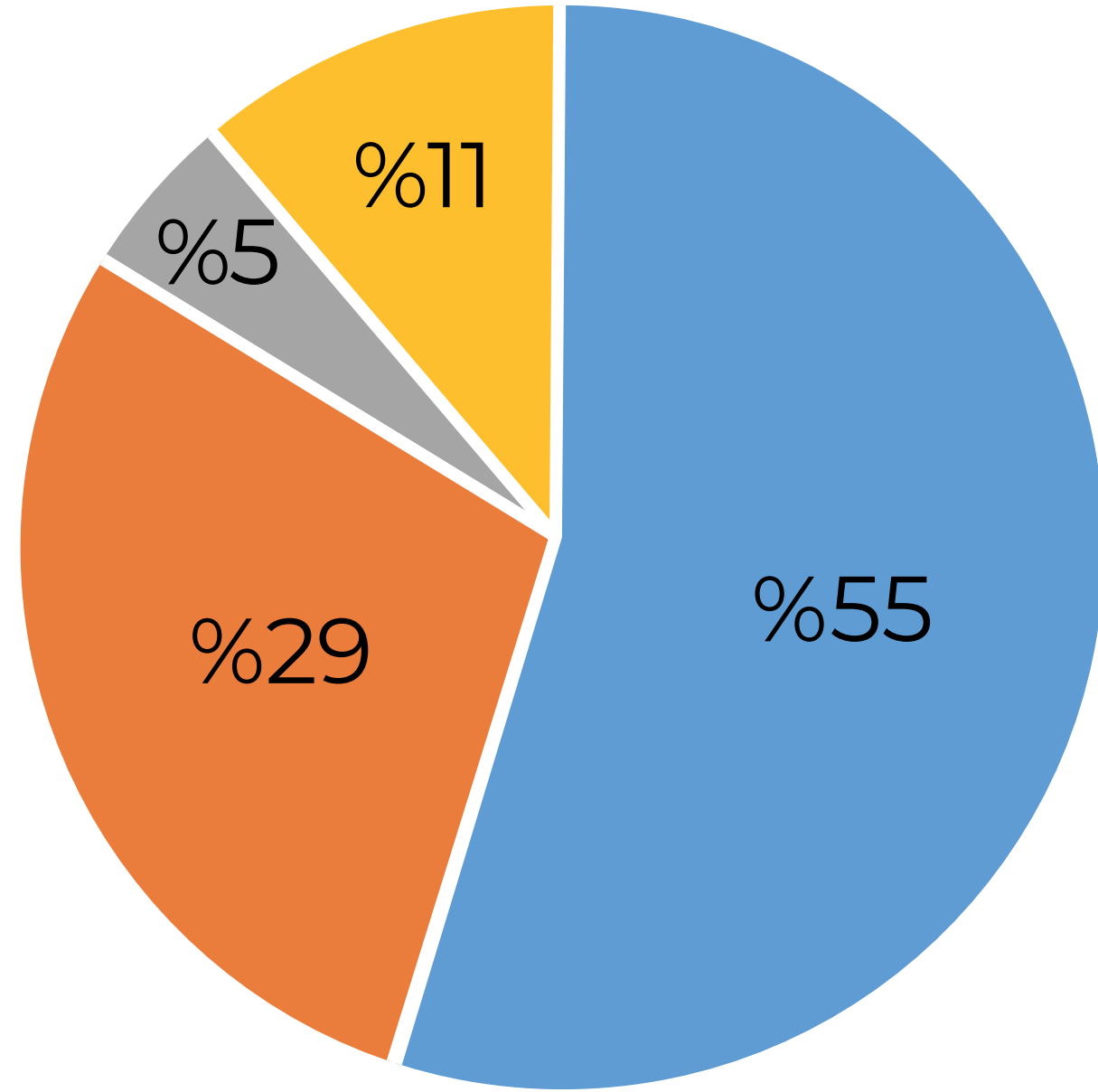
REKLAMVERENLER



REKLAMVERENLER

Markaların 2020 Influencer Pazarlama Kampanyaları

%84 kampanya gerçekleştirdi
2020'de Gerçekleřtirilen Kampanya Sayısı

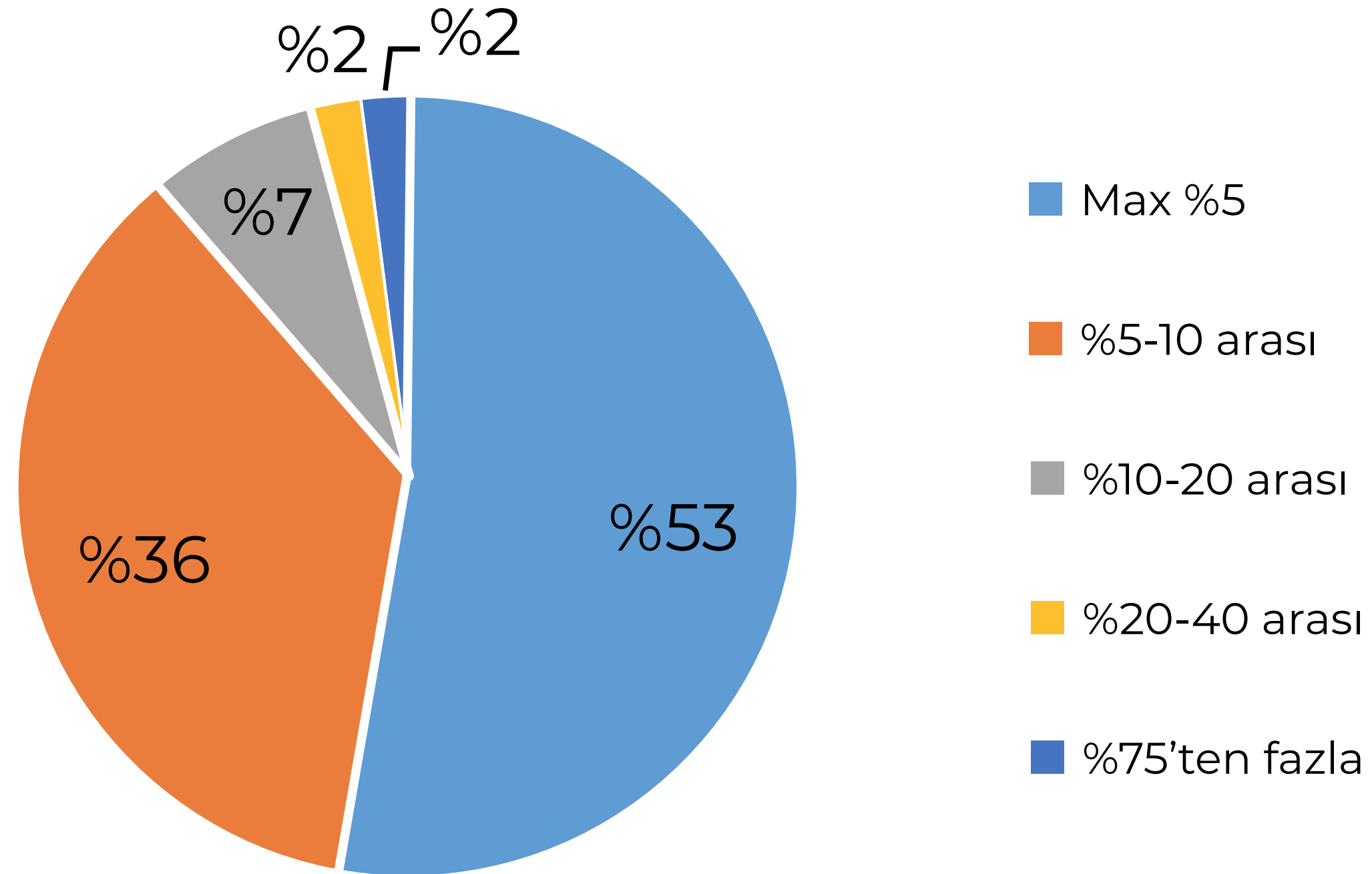


■ 0-10 adet ■ 10-30 adet ■ 30-50 adet ■ 50+ adet

REKLAMVERENLER

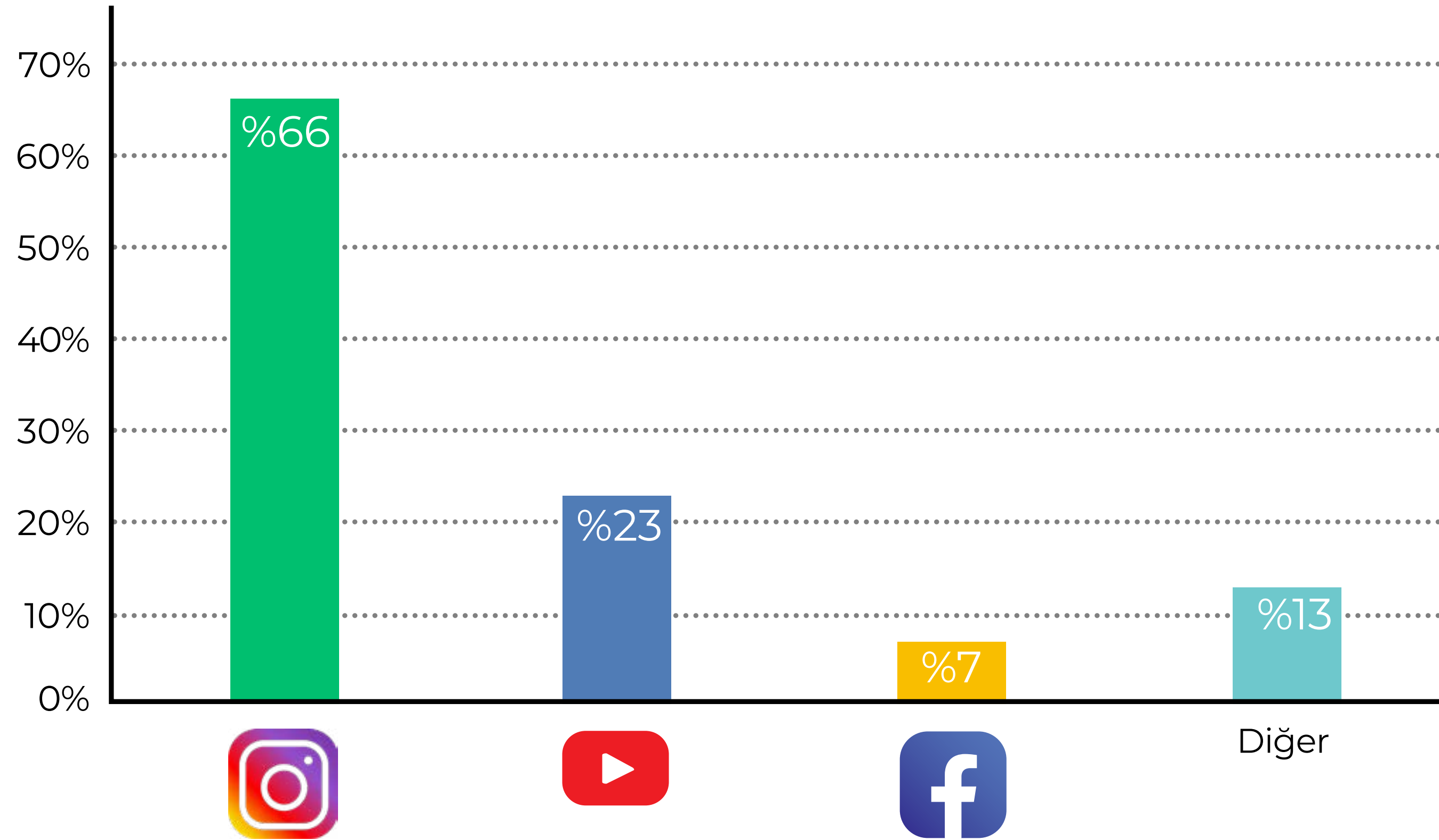
Markaların Influencer Pazarlama Bütçeleri

Markaların büyük bir çoğunluğu dijital pazarlama bütçelerinin maksimum %5'ini Influencer Pazarlamasına 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.

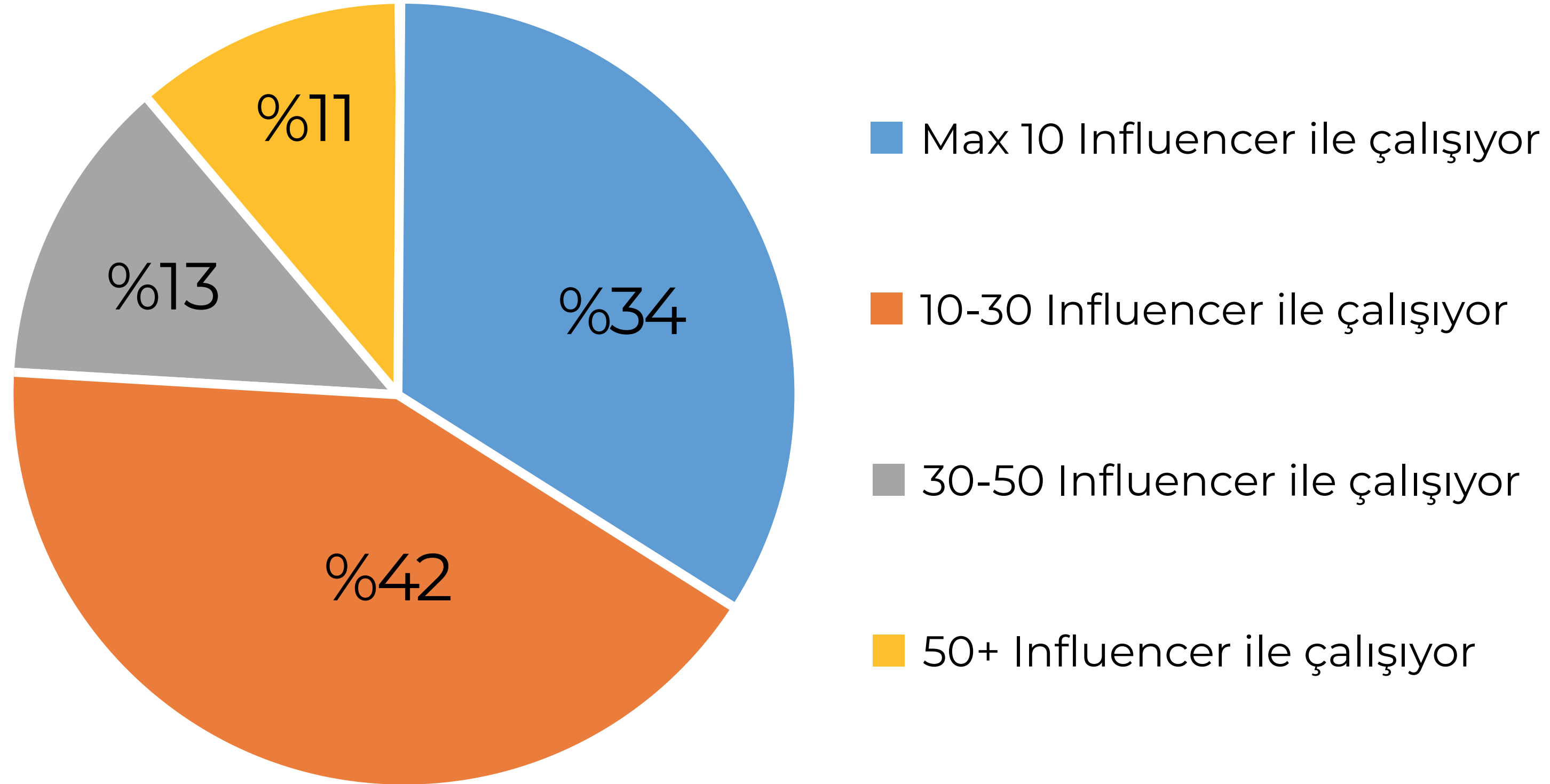
%10 Düzenli iletişim / her ay belirli bir sayıda farklı influencer.

%67 Düzensiz iletişim / Kampanya bazlı iletişim.

%15 Düzensiz iletişim / Belirli bir takvimde yapılmıyor.

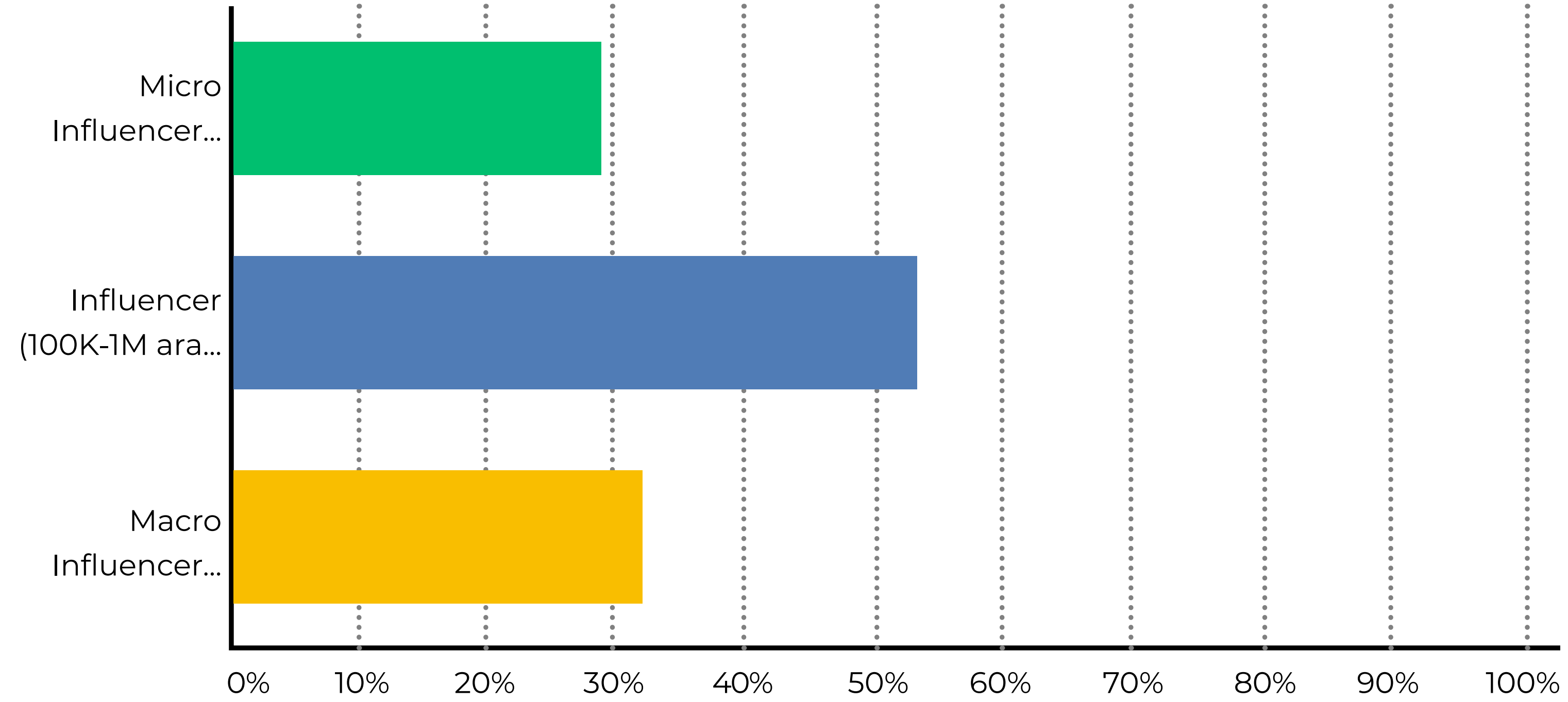
REKLAMVERENLER

Çalışılan Influencer Sayısı



REKLAMVERENLER

Çalışılan Influencerların dağılımı



REKLAMVERENLER

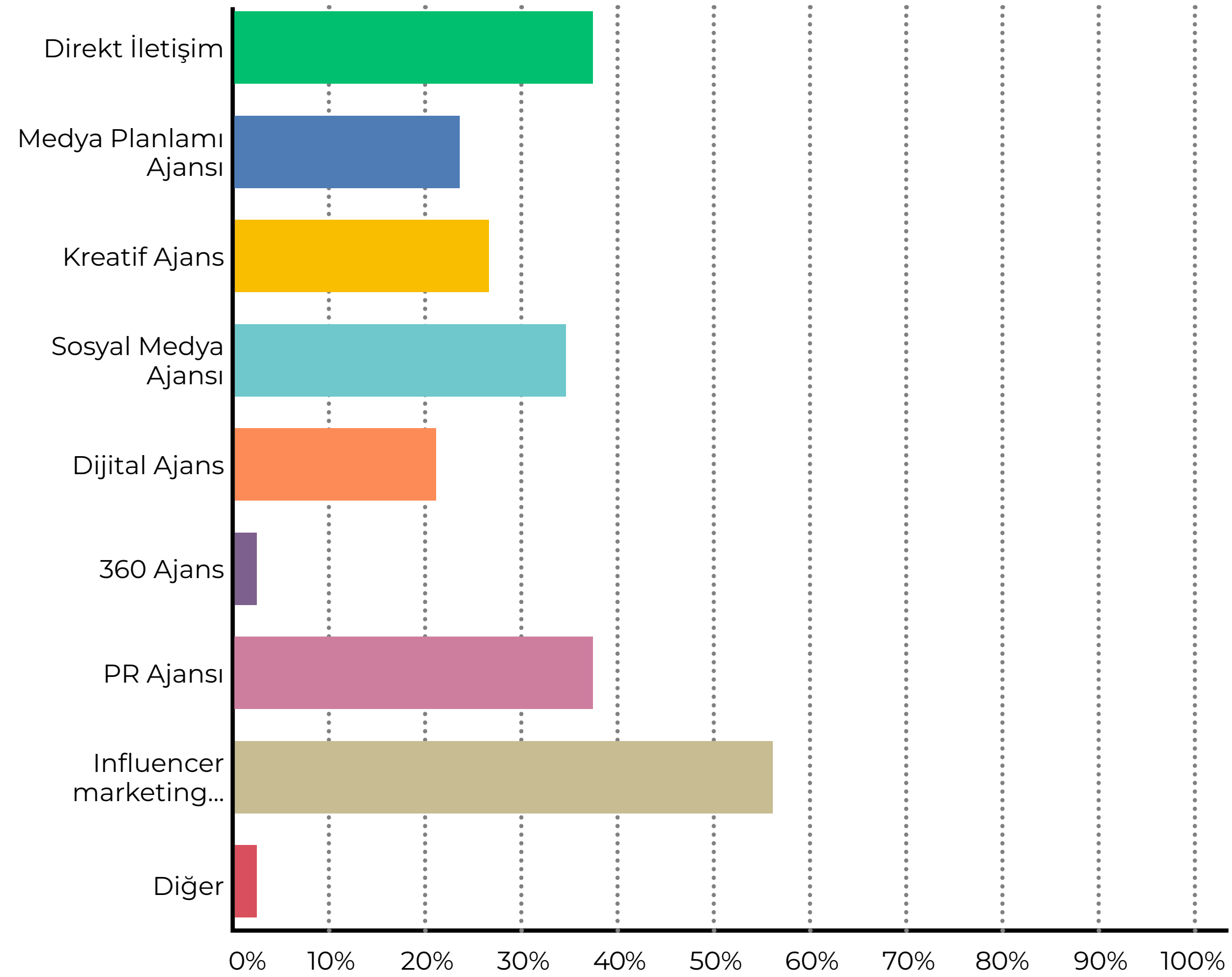
İletişim

%57 Influencer Pazarlama Ajansı

%38 PR Ajansı

%38 Direkt

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

En çok bütçe ayıran sektörler

En çok bütçe ayıran sektörler:

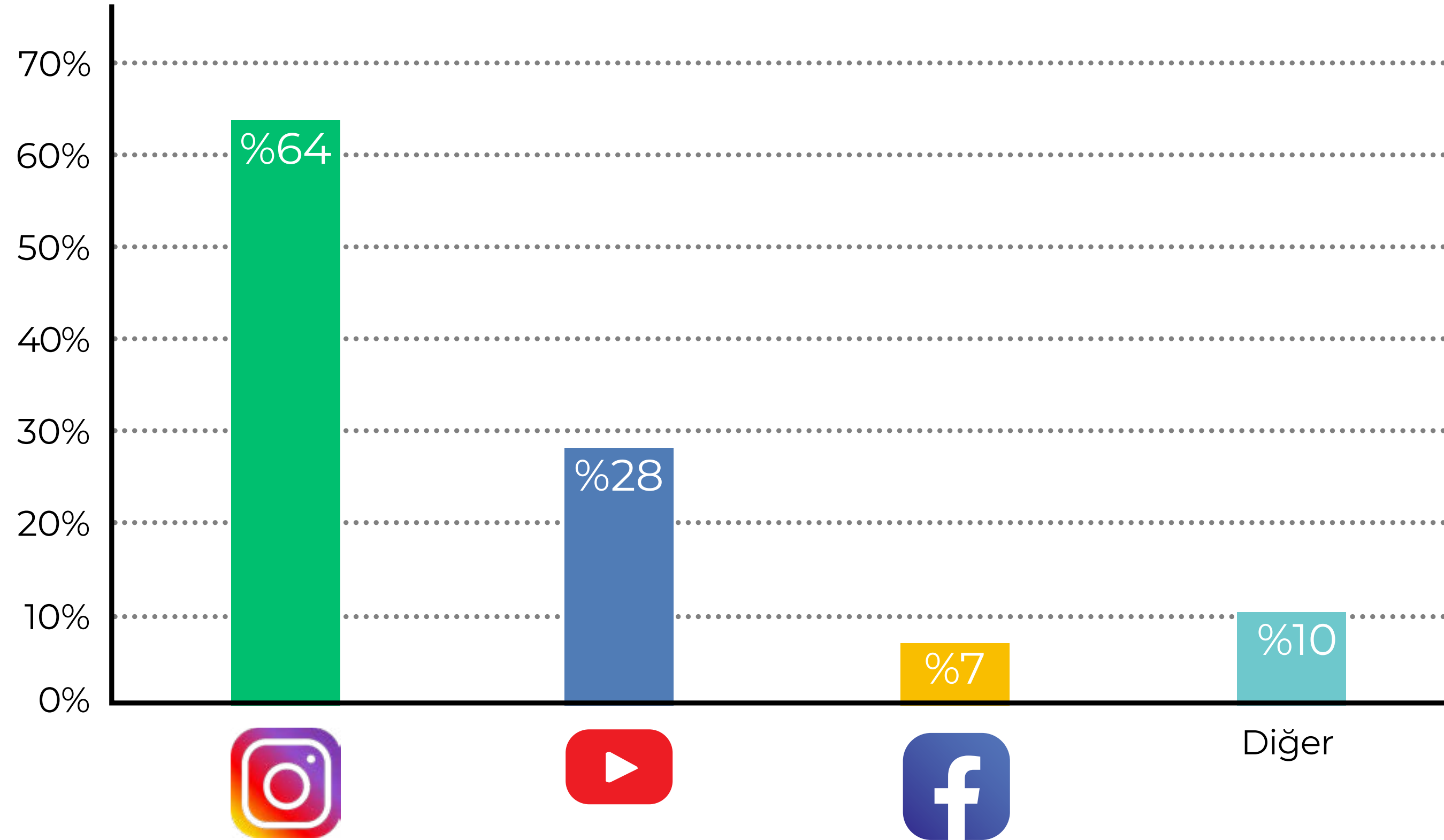
Sağlık

E-ticaret

Telco

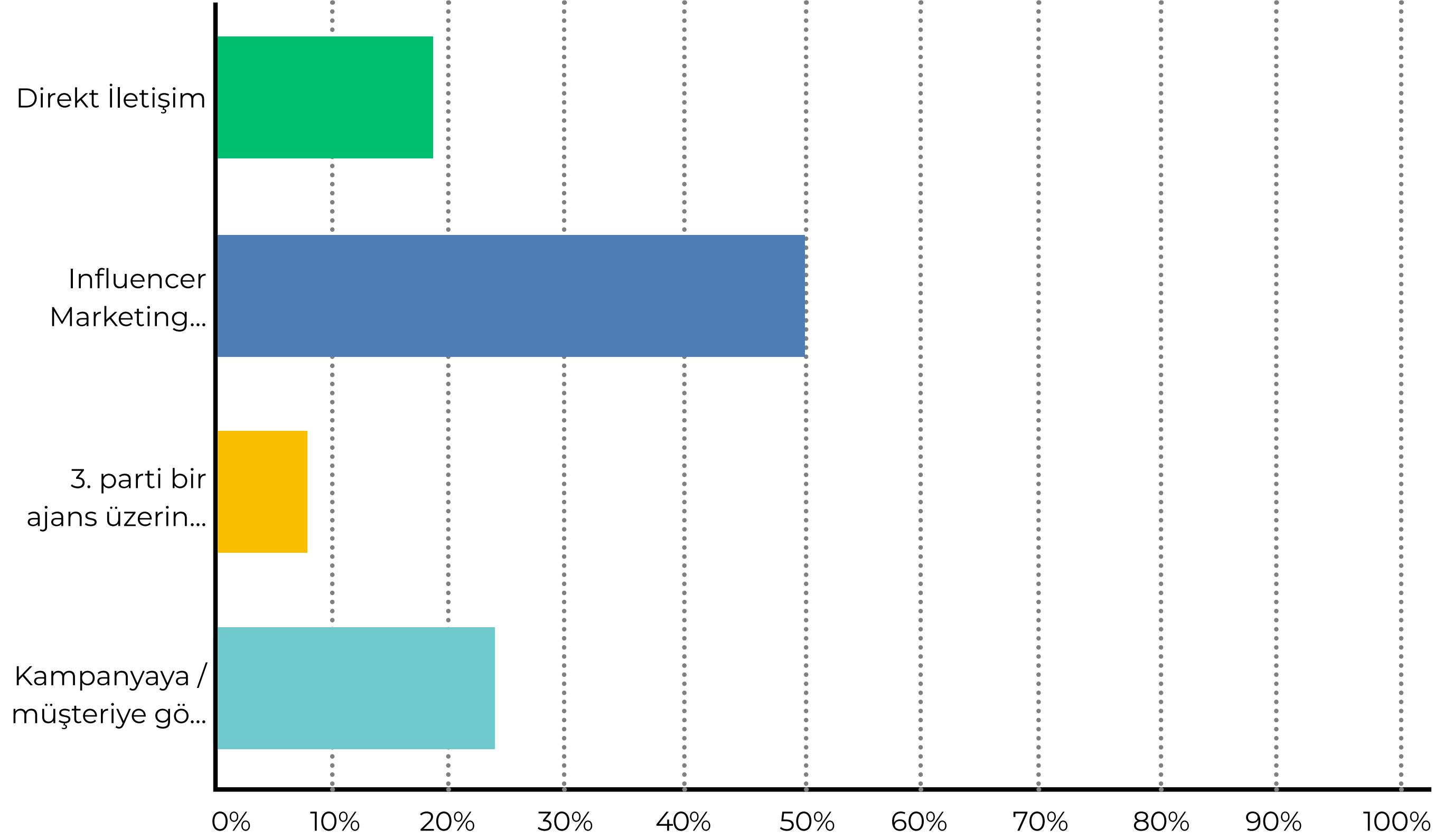
AJANSLAR

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

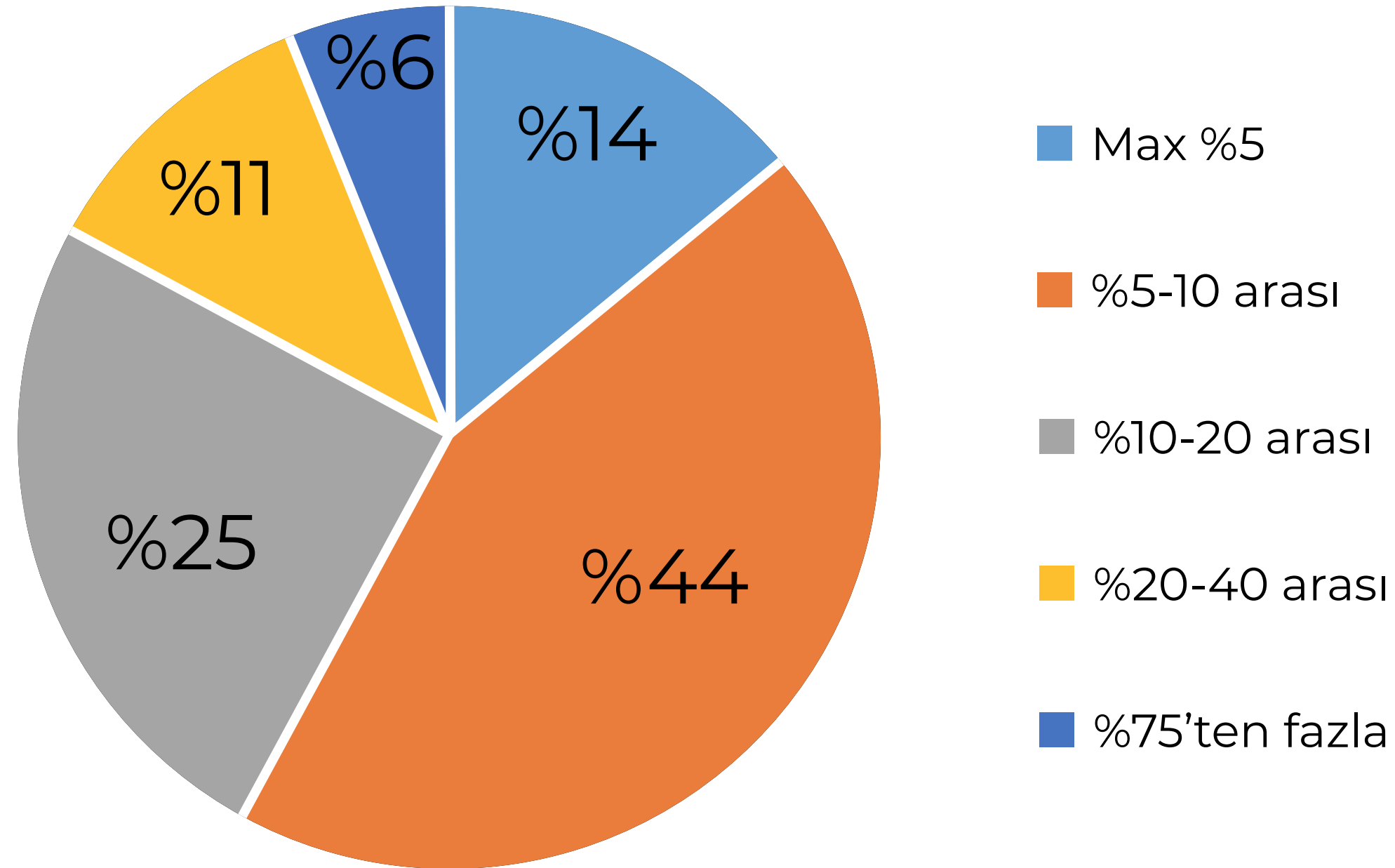
Ajansların **%36**'sı şu ana kadar müşterilerin **%10-30**'u için Influencer Pazarlaması kampanyası gerçekleştirdi.

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

AJANSLAR

Marka bütçesi

Markaların büyük bir çoğunluğu dijital pazarlama bütçesinin maksimum %5'ini Influencer Pazarlamasına 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 Büyük Zorluklar

Influencerı yönetmek.

Kampanyanın etkisini ölçümlemek.

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.

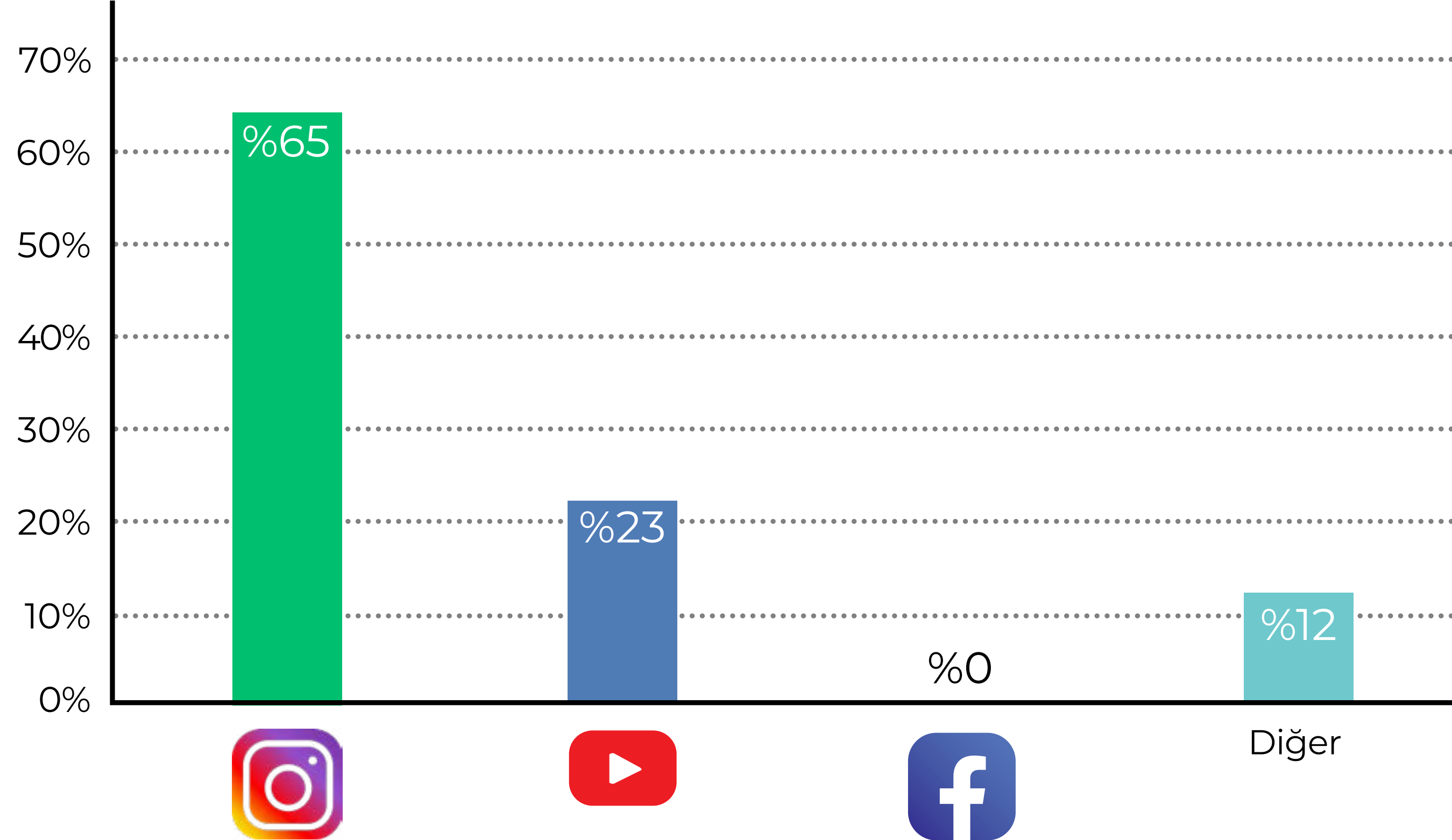
%40 Düzenli iletişim / her ay belirli bir sayıda farklı influencer.

%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

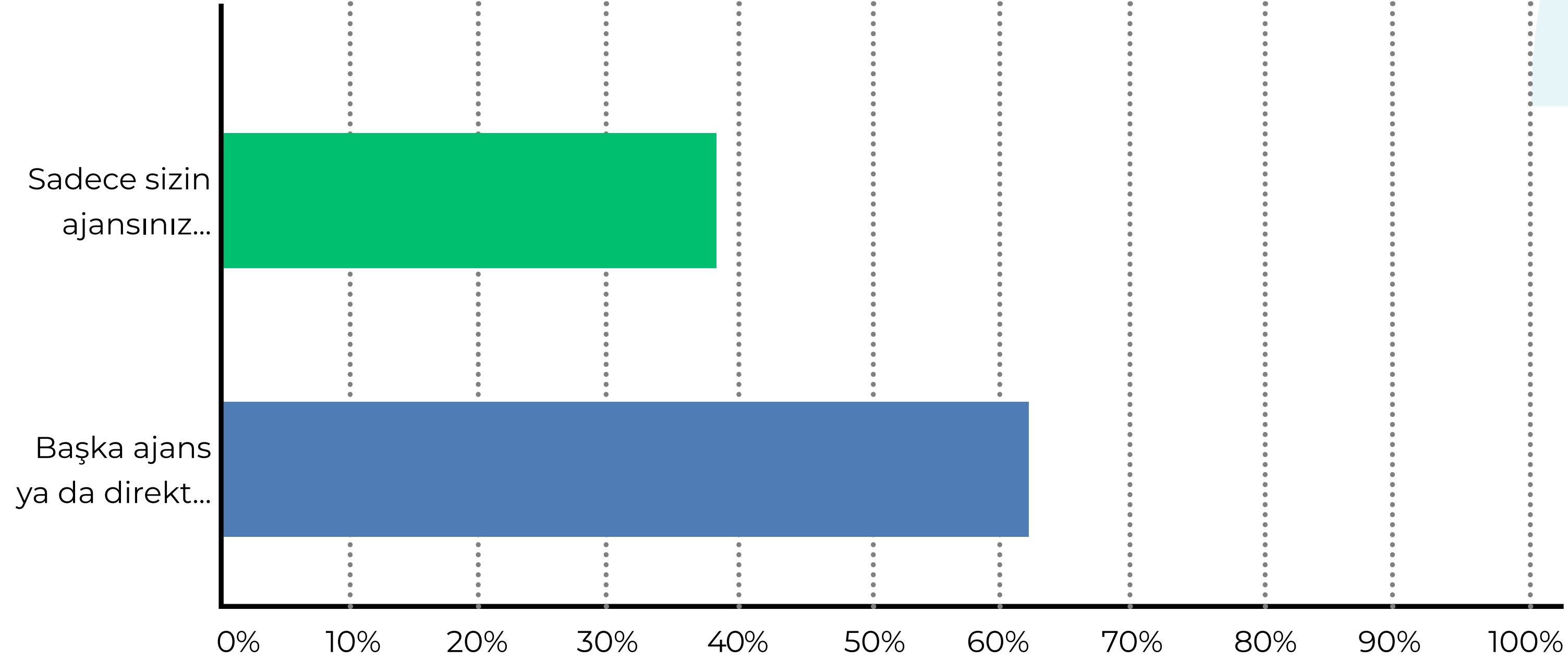
Etkileşim oranı.

Influencer takipçi kitlesi - marka uyumu.

Ürettiği içeriklerin kalitesi.

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

INFLUENCER PAZARLAMA AJANSLARI



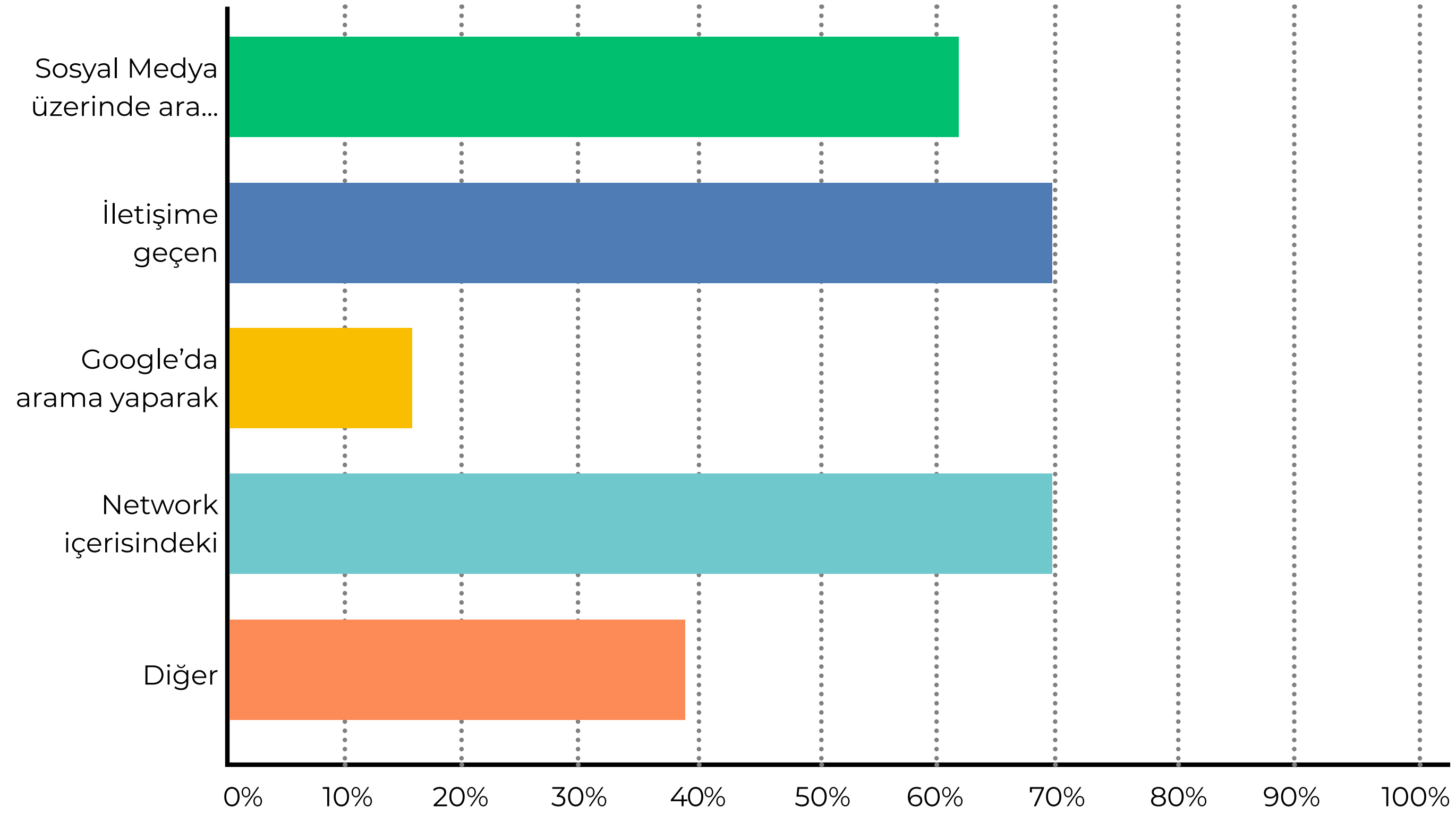
Influencerların çalışma şekli

Sadece sizin ajansınız üzerinden iş birliği yapan influencer oranı

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

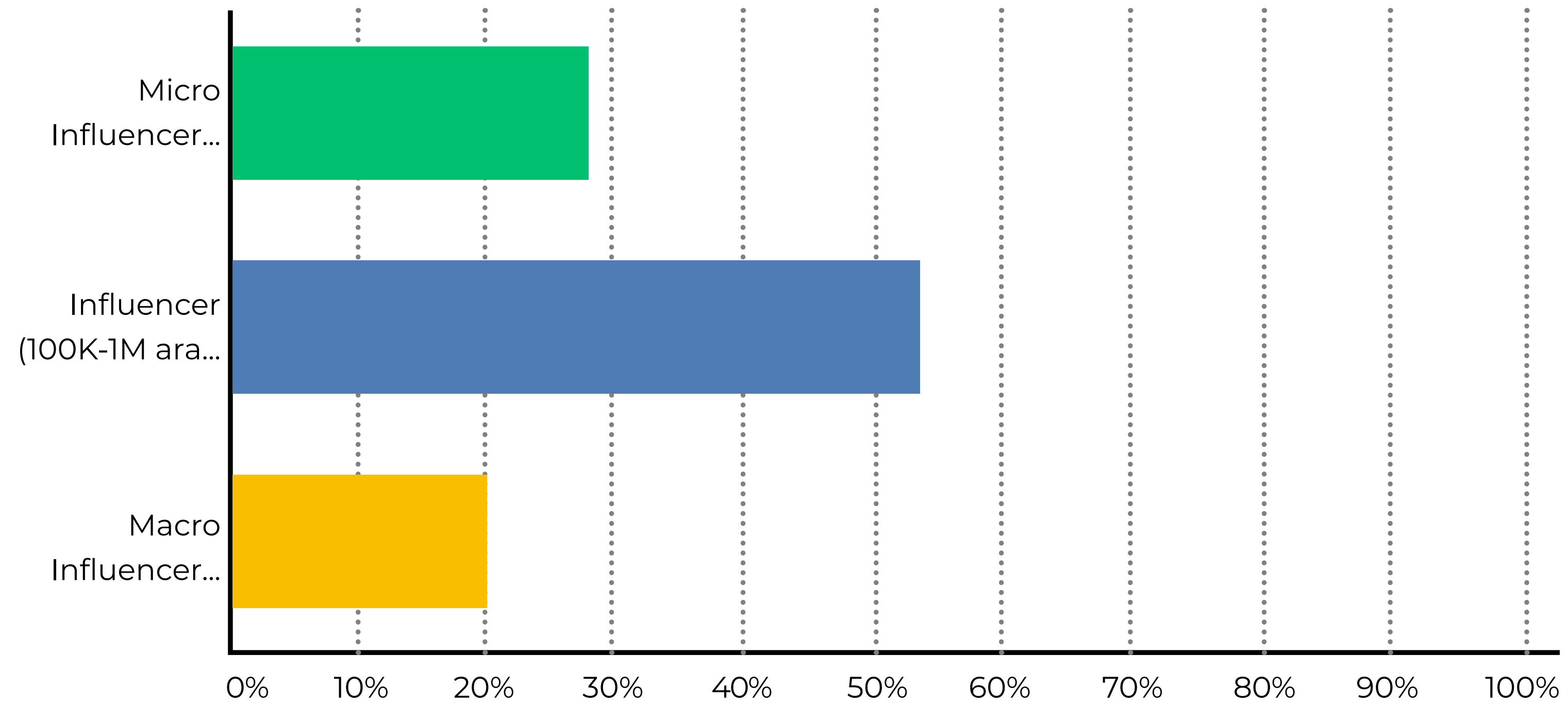
INFLUENCER PAZARLAMA AJANSLARI

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@iabtr.org

