






2018 Dijital Reklam Yatırımları

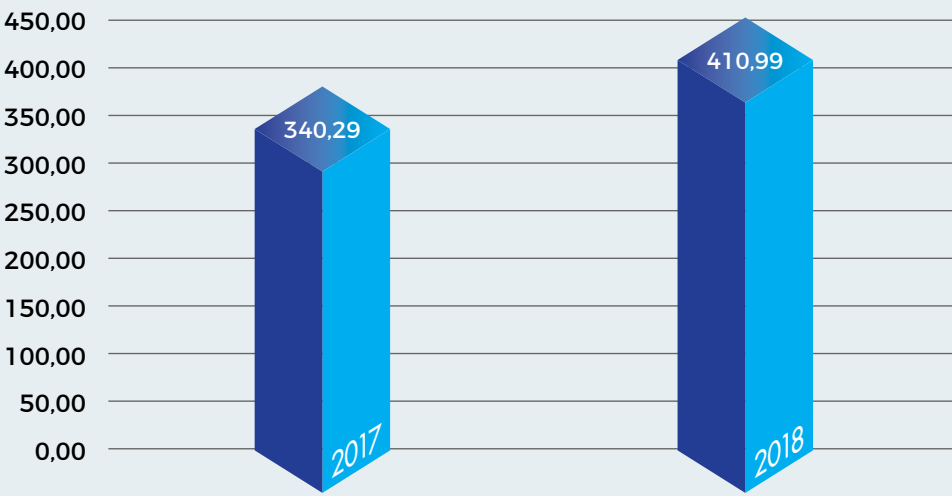


IAB TÜRKİYE 2018 DİJİTAL REKLAM YATIRIMLARINI AÇIKLADI.

**DİJİTAL 2018'DE %14,2 BÜYÜDÜ.
PAZAR 2,47 MİLYAR TL'LİK BİR BÜYÜKLÜĞE ULAŞTI.**

	2017 Mio TL	2018 Mio TL	Değişim
 Dijital Reklam Yatırım Toplamı	2.162,55	2.470,56	14,24%
 Display Reklam Yatırımları Gösterim ya da tıklama bazlı Video reklam yatırımları Native	1.227,75 879,66 269,50 78,59	1.412,75 958,85 352,65 101,26	15,07% 9,00% 30,85% 28,85%
 Arama Motoru Reklam Yatırımları Ücretli sıralama yatırımları	814,49 814,49	923,25 923,25	13,35% 13,35%
 İlan Sayfaları Reklam Yatırımları	102,51	112,97	10,21%
 Diğerleri E-posta In-game advertising	17,80 5,13 12,67	21,58 4,98 16,61	21,24% -3,02% 31,06%

Sosyal Medya Reklam Yatırımları



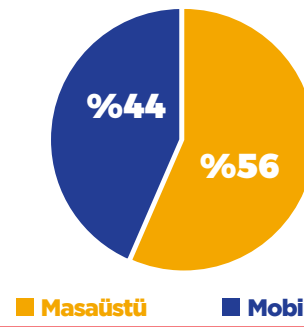
BÜYÜME

%21

2018 Dijital Reklam Yatırımları



2018 Dijital Reklam Yatırımları



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

Direkt satınalmalar rapor kapsamında değildir.

IAB Türkiye Hakkında

47 ülkede faaliyet gösteren IAB (Interactive Advertising Bureau), 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 152 üyesi bulunuyor.