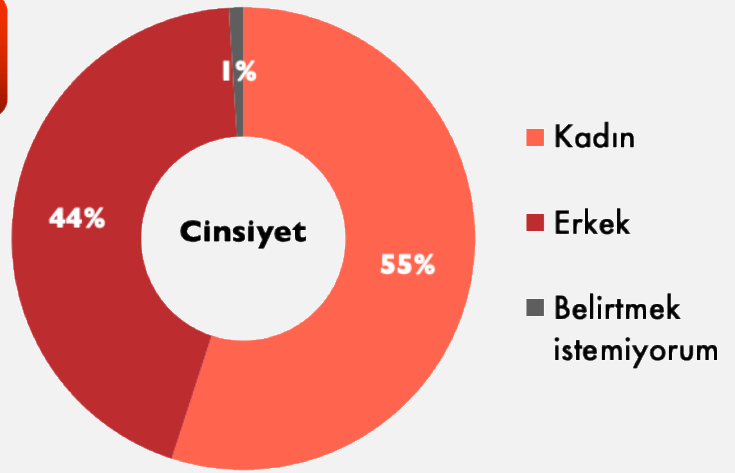
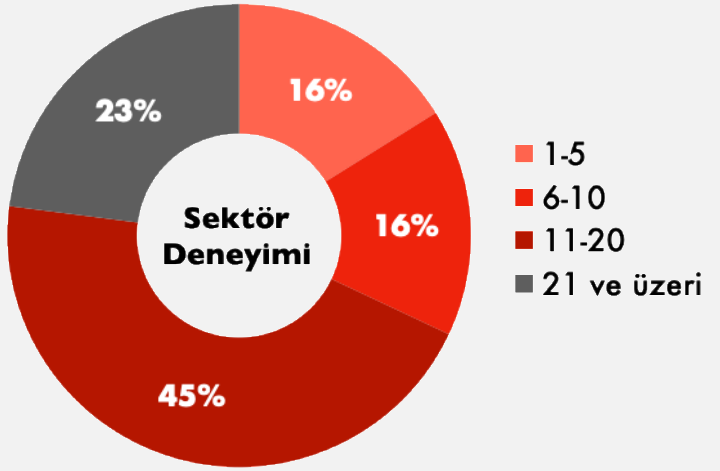
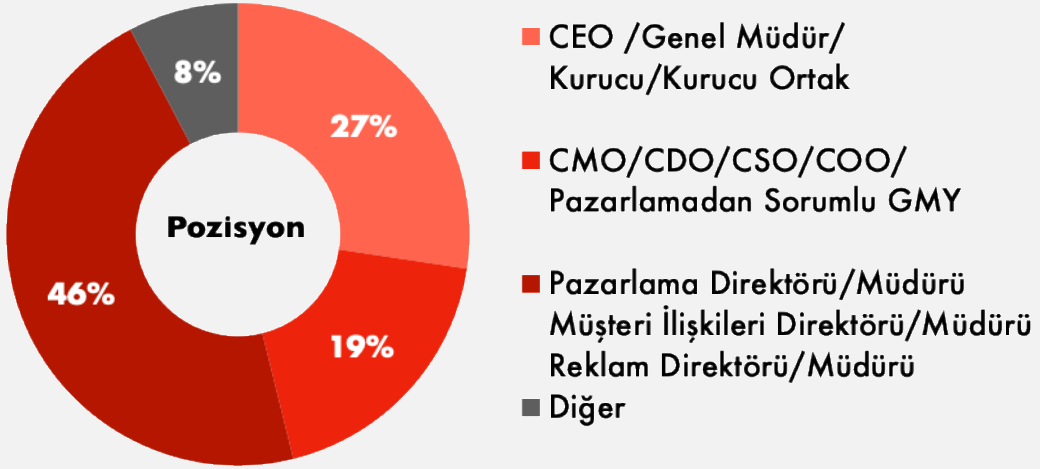
# Türkiye'nin Pazarlama Liderleri Eğilimler Araştırması 2026 - 2027

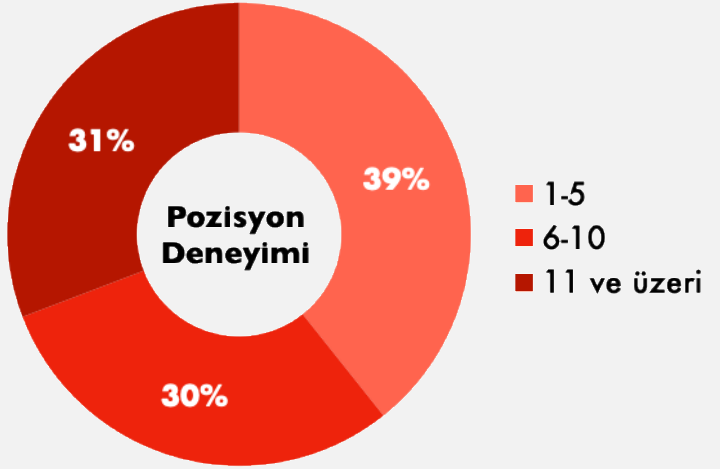
20 Ekim 2026

## Katılımcı Profili



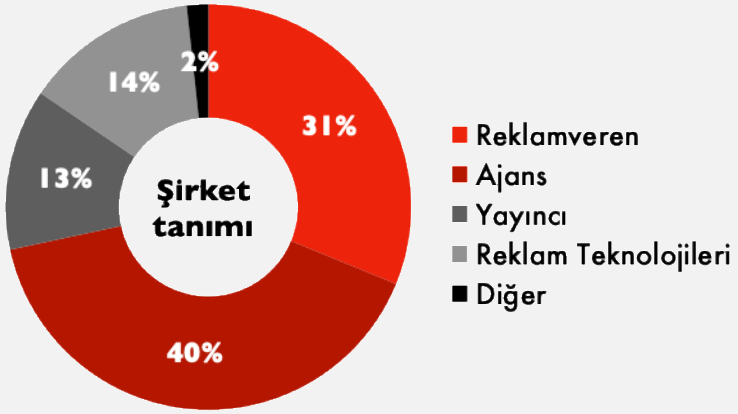



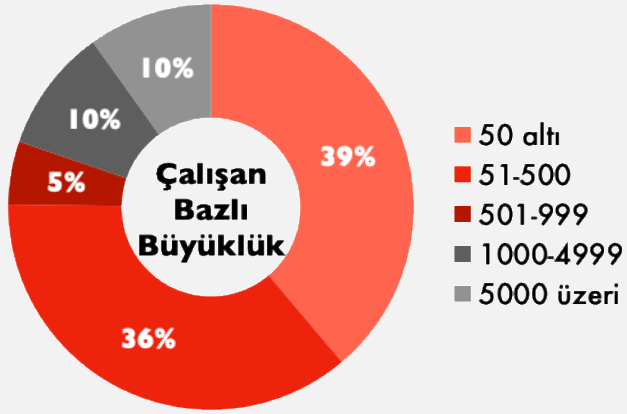



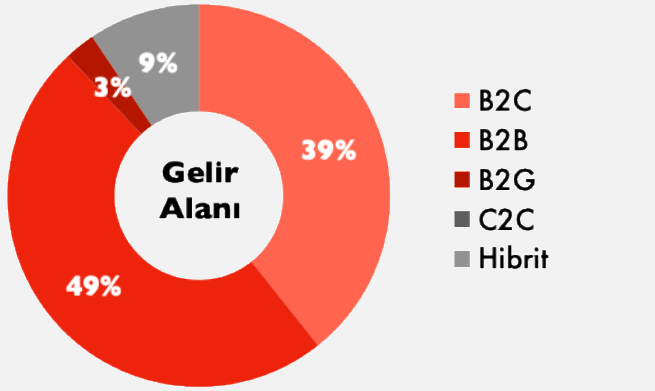



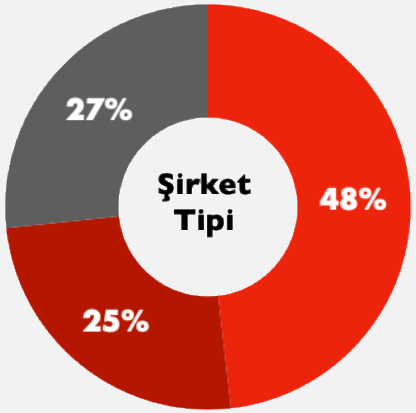

n=117

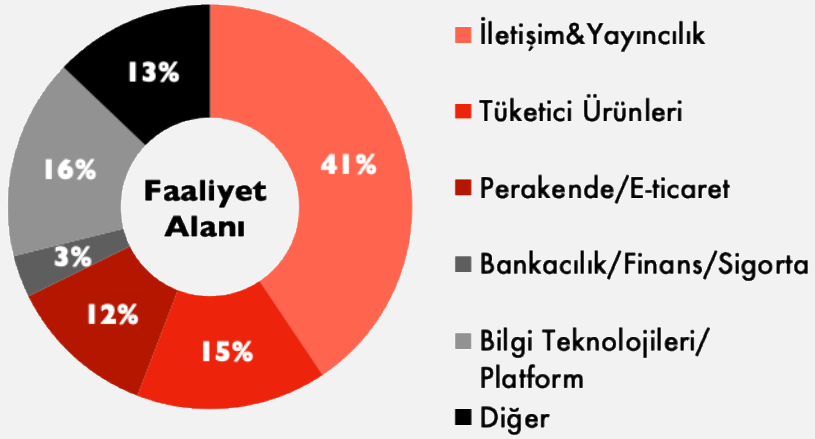
## Katılımcı Şirket Profili

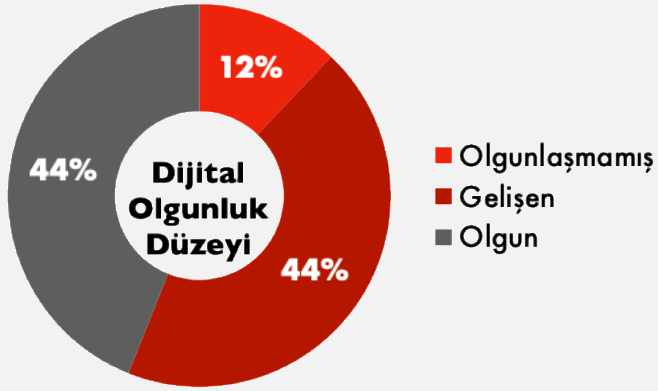


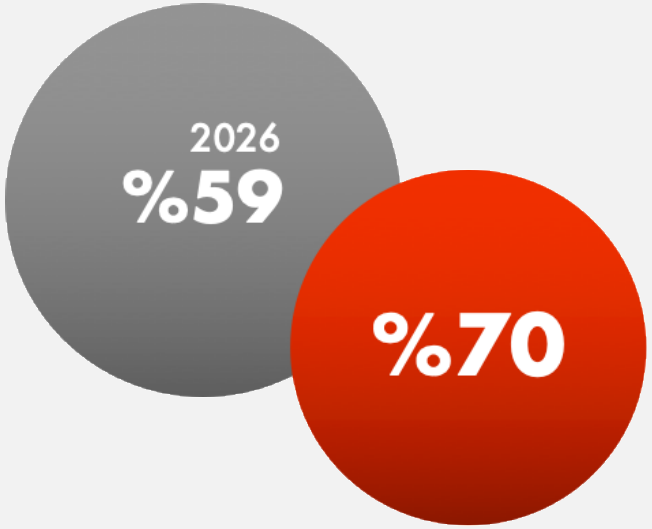



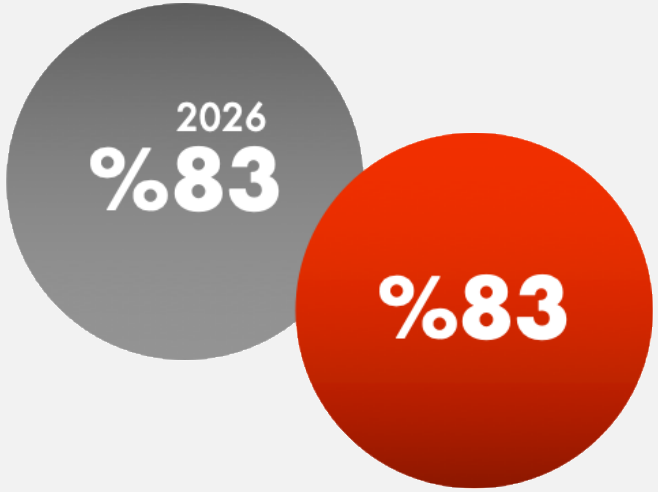




n=117

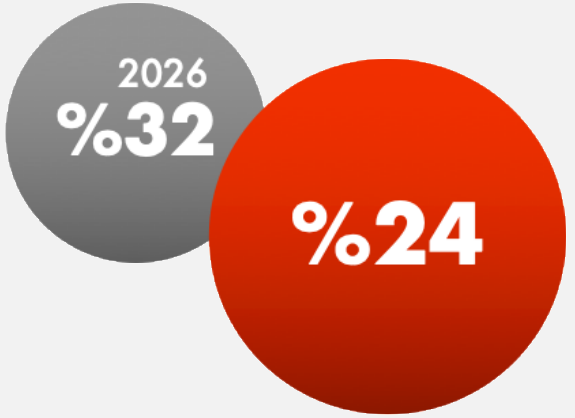
# Ekonomik Beklentiler & Bütçe Öngörüleri




Geçen çeyreğe göre
Türkiye ekonomisine dair düşüncem
**daha kötümser** diyor.




Güncel ekonomik dinamiklerin
şirketin pazarlama yatırımlarını
**olumsuz etkilediğini** düşünüyor.




2027'nin iş/ticaret açısından
bu seneden **daha iyi**
olacağına inanıyor.

n=117

## 2027 pazarlama bütçenizde TL bazında değişim beklentiniz nedir?

n=117

iab TR 15

BAU BAHÇEŞEHİR UNIVERSITY

Türkiye'nin Pazarlama Liderleri
Eğilimler Araştırması 2026–2027

# Pazarlama Stratejisi ve Yatırımı Eğilimleri

## 2027 yılında pazarlama bütçesinde önceliklendirilecek alanlar*

**2026 Top Box**

- Marka Değeri %15
- Müşteri Kazanımı %14
- Veri Analitiği & Yapay Zeka %13

n=322 *Çoklu cevap işaretlenmiştir.

## Önümüzdeki 12 ay içerisinde pazarlama stratejisi bağlamında ilk 3 öncelik alanı*

### 2026 Top Box

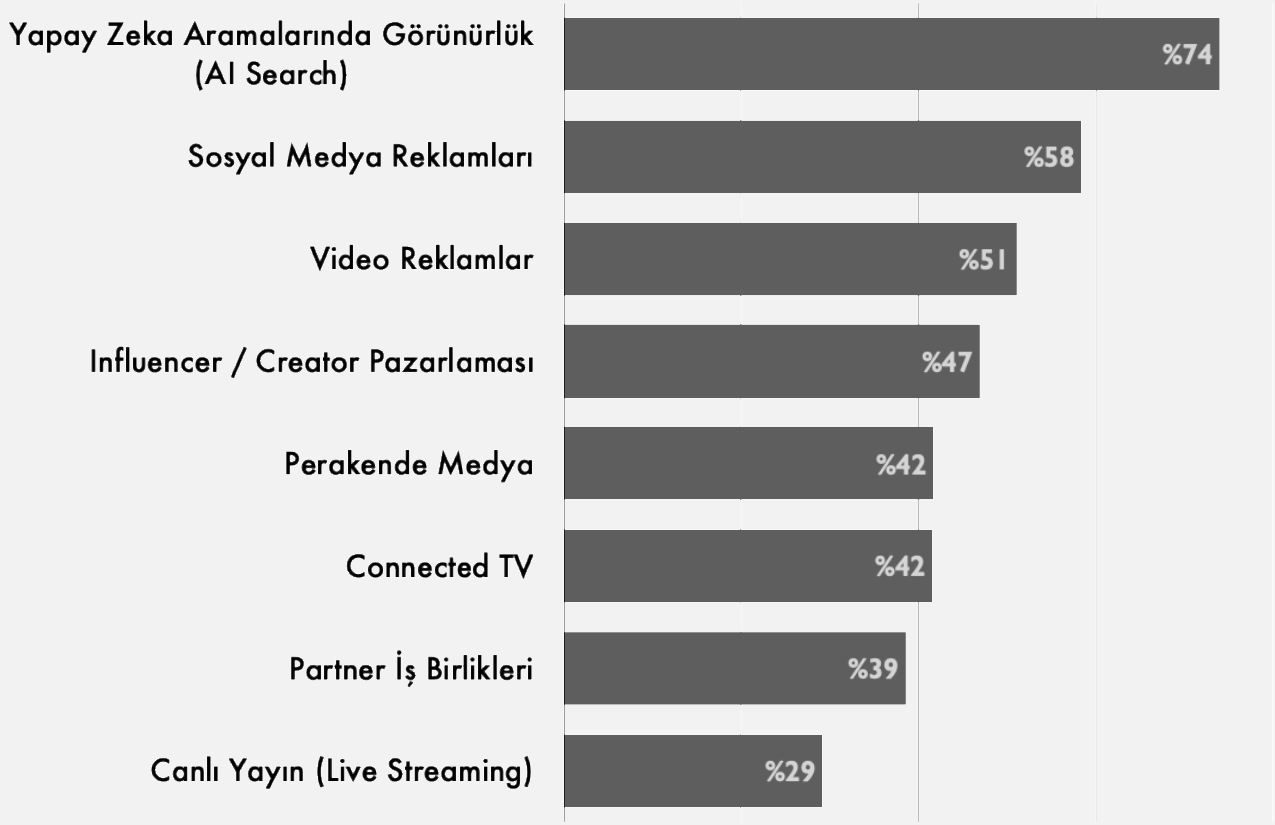
**Veri odaklı pazarlama**
**%47**

**Yapay zeka destekli içerik üretimi & otomasyon**
**%35**

**Etkin Fiyatlandırma**
**%25**

n=231 *Düplikasyonlu veridir.

## 2027 yılında pazarlama yatırımının artacağı öngörülen mecralar/alanlar*



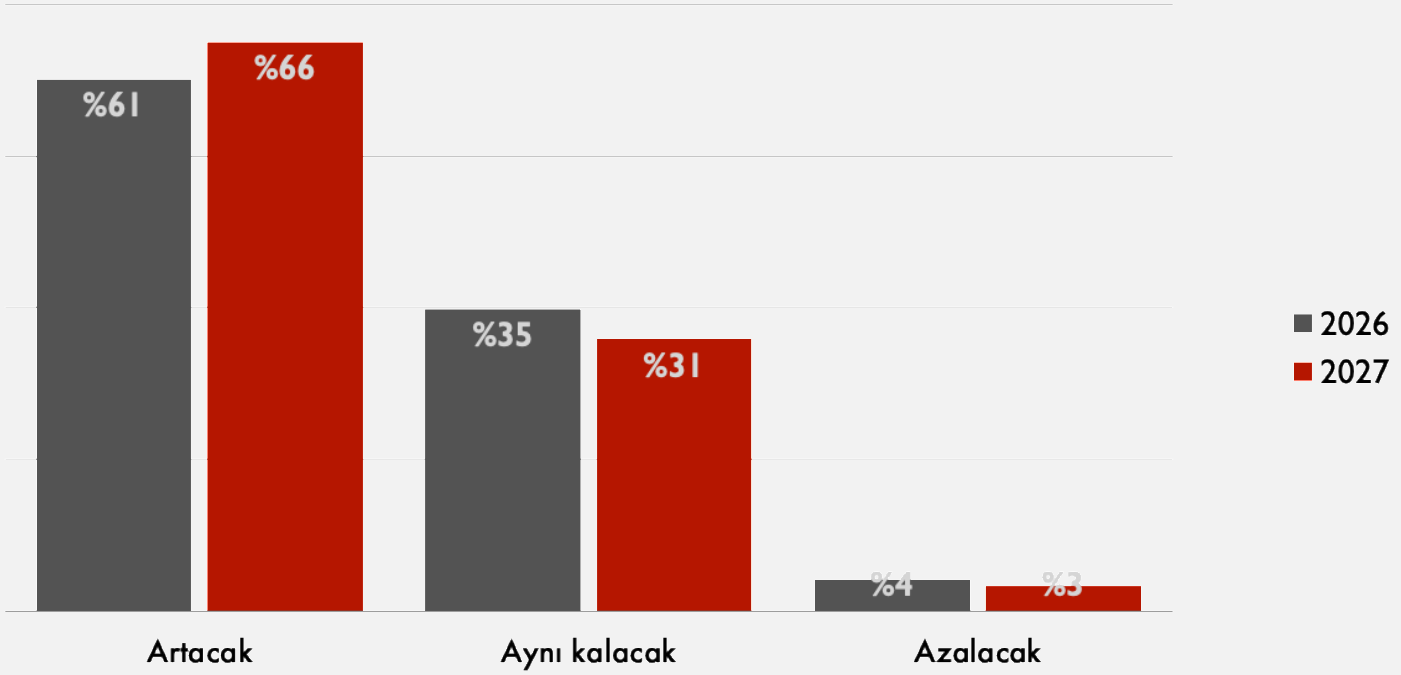

**2026 Top Box**

- Sosyal Medya Reklamları %58
- Video Reklamlar %66
- Partner İş Birlikleri %51
- Açıkhava (Dijital) %48
- Influencer Pazarlaması %48

n=96

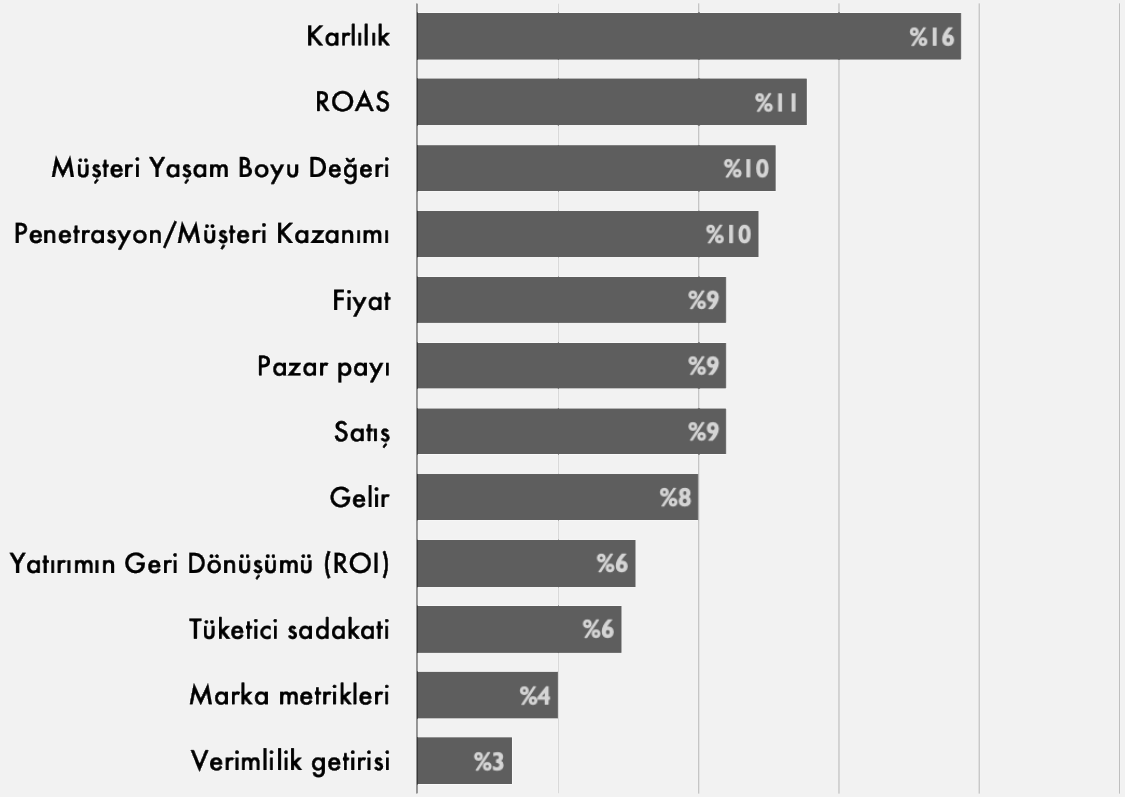
*Çoklu cevap işaretlenmiştir. Artacak ve azalacak yanıtları arasındaki % oranında fark raporlanmıştır. Aynı kalacak diyenlerin oranı net artış oranının üzerinde olanlar raporlanmamıştır.

## Önümüzdeki 12 ay içerisinde pazarlama teknolojilerine (Martech) yatırımlarınız...




n=70

## Pazarlama stratejisi üzerinde en fazla etkiye sahip olduğu düşünülen etkinlik ölçütleri*




**2026 Top Box**

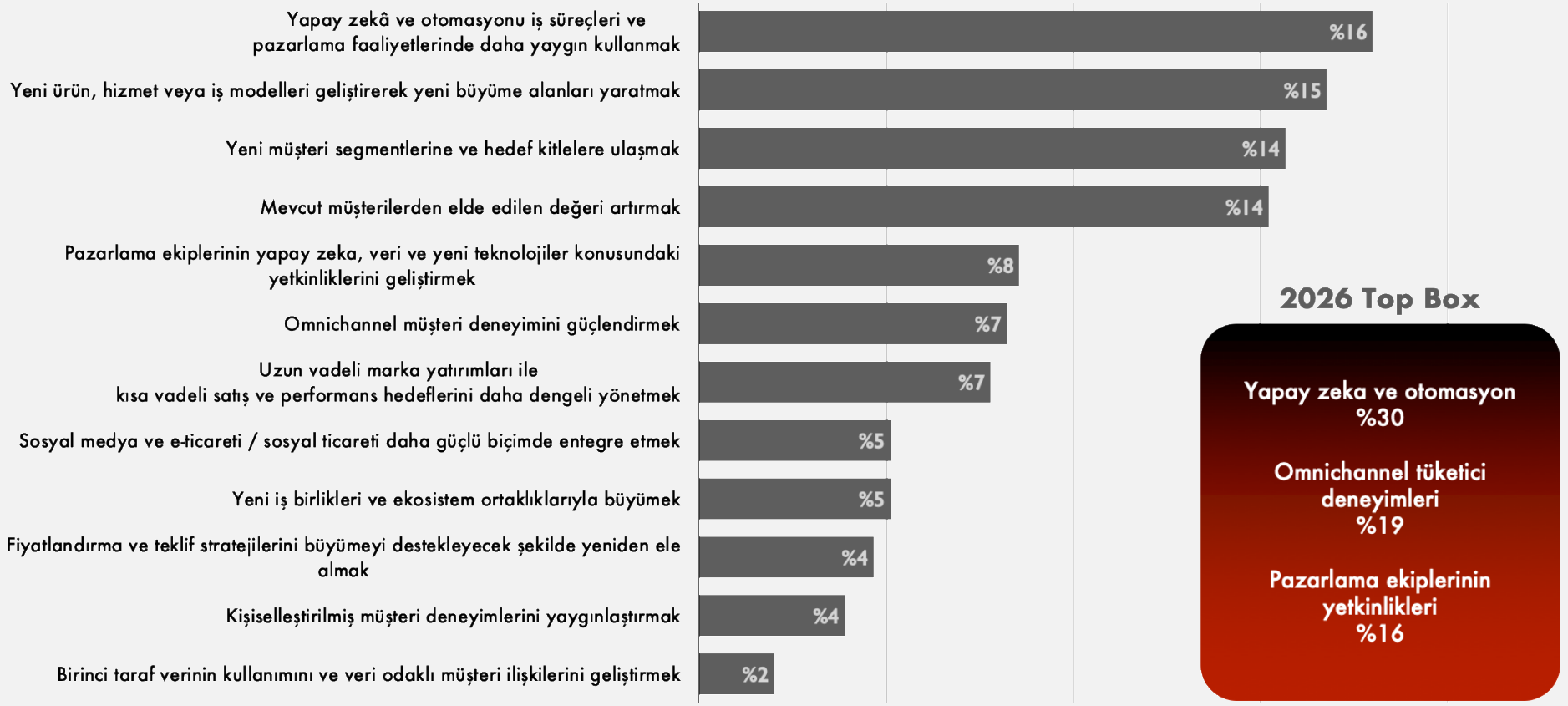
Karlılık
%18

Penetrasyon
/Müşteri Kazanımı
%13

ROAS
%13

n=226 *Çoklu cevap işaretlenmiştir.

## 2027 pazarlama stratejisinde öncelik verilmesi planlanan büyüme trendleri*




**2026 Top Box**

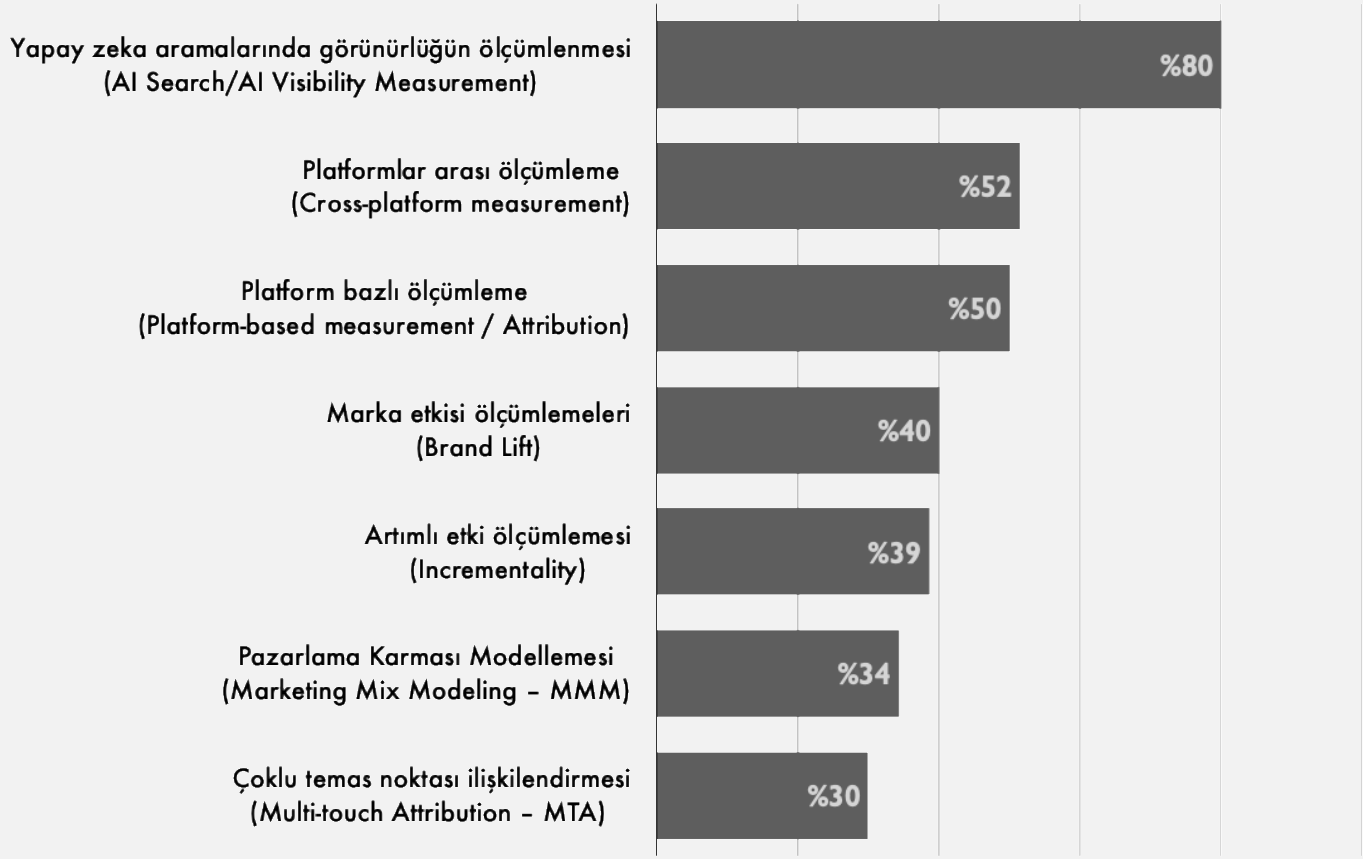
Yapay zeka ve otomasyon
%30

Omnichannel tüketici deneyimleri
%19

Pazarlama ekiplerinin yetkinlikleri
%16

n=284 *Çoklu cevap işaretlenmiştir.

## 2027 yılında artacağı öngörülen pazarlama ölçümleme yaklaşımları*




n=70 *Çoklu cevap işaretlenmiştir. Artacak ve azalacak yanıtları arasındaki % oranında fark raporlanmıştır.

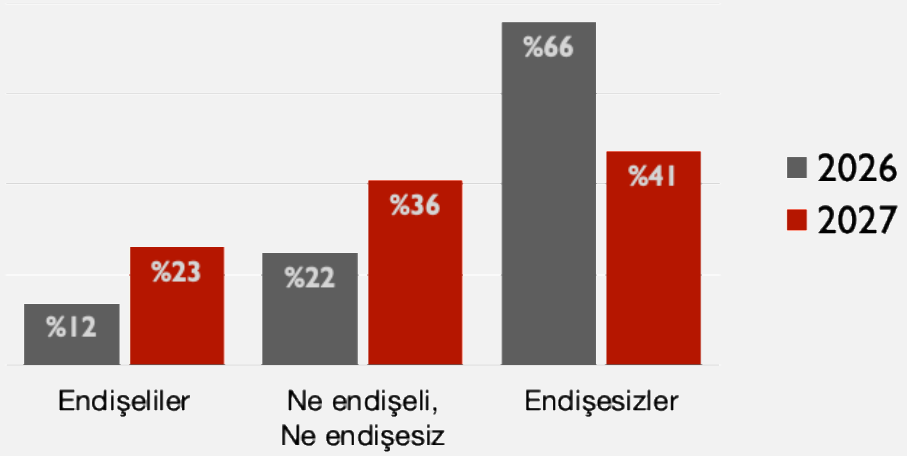
iab TR 15

BAU BAHÇEŞEHİR UNIVERSITY

Türkiye'nin Pazarlama Liderleri
Eğilimler Araştırması 2026–2027

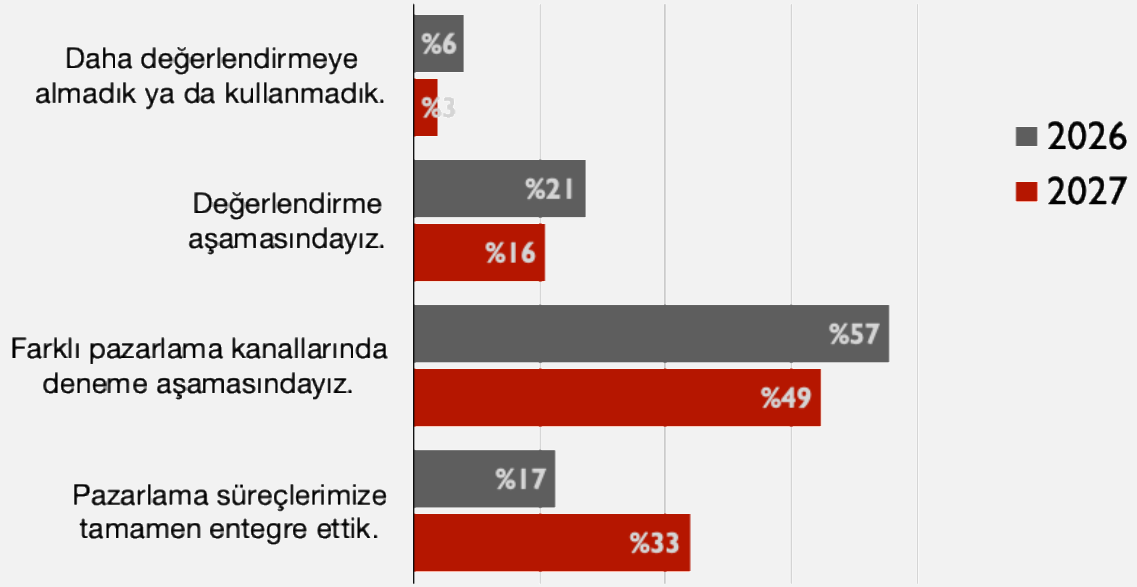
# Pazarlamada Yapay Zeka

## Yapay zekanın pazarlamada insan işlevini değiştireceğine yönelik endişeler

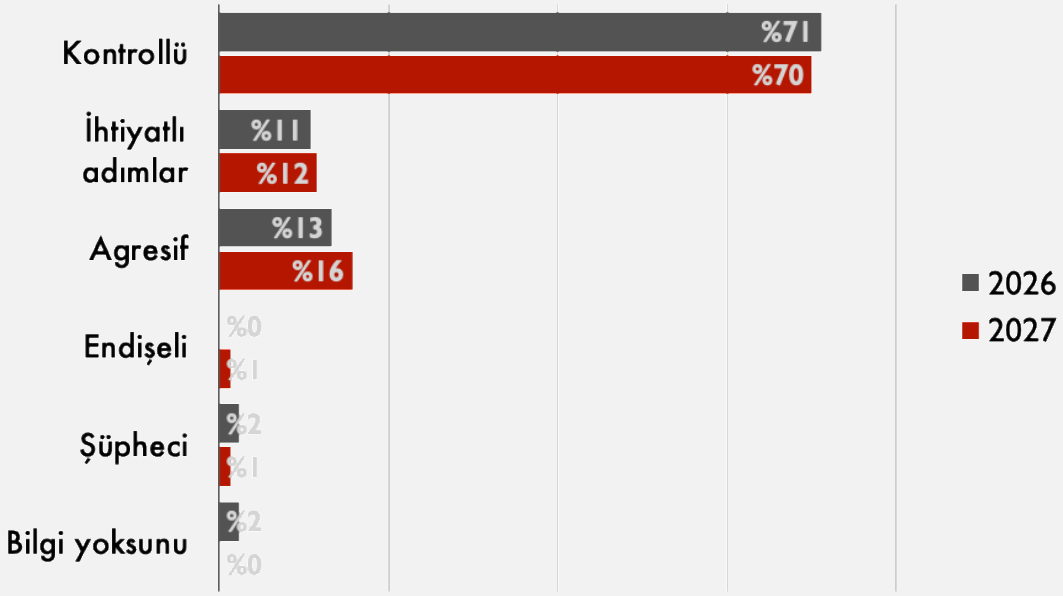



n=70

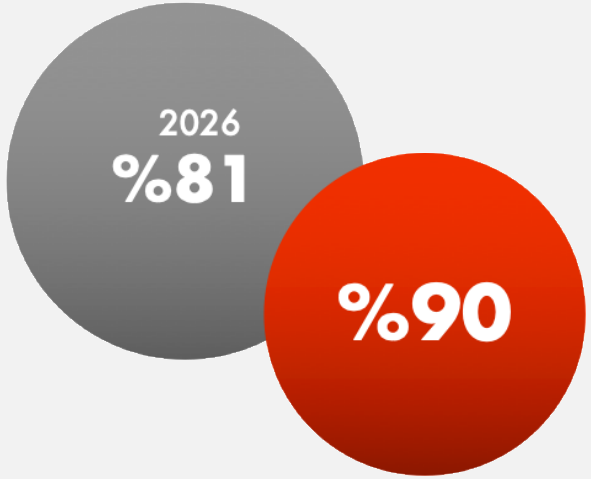
## Yapay zeka temelli araçları kullanma durumu



## Önümüzdeki 12 ay içerisinde pazarlama faaliyetlerinde yapay zeka kullanma planlarınızı nasıl tanımlarsınız?

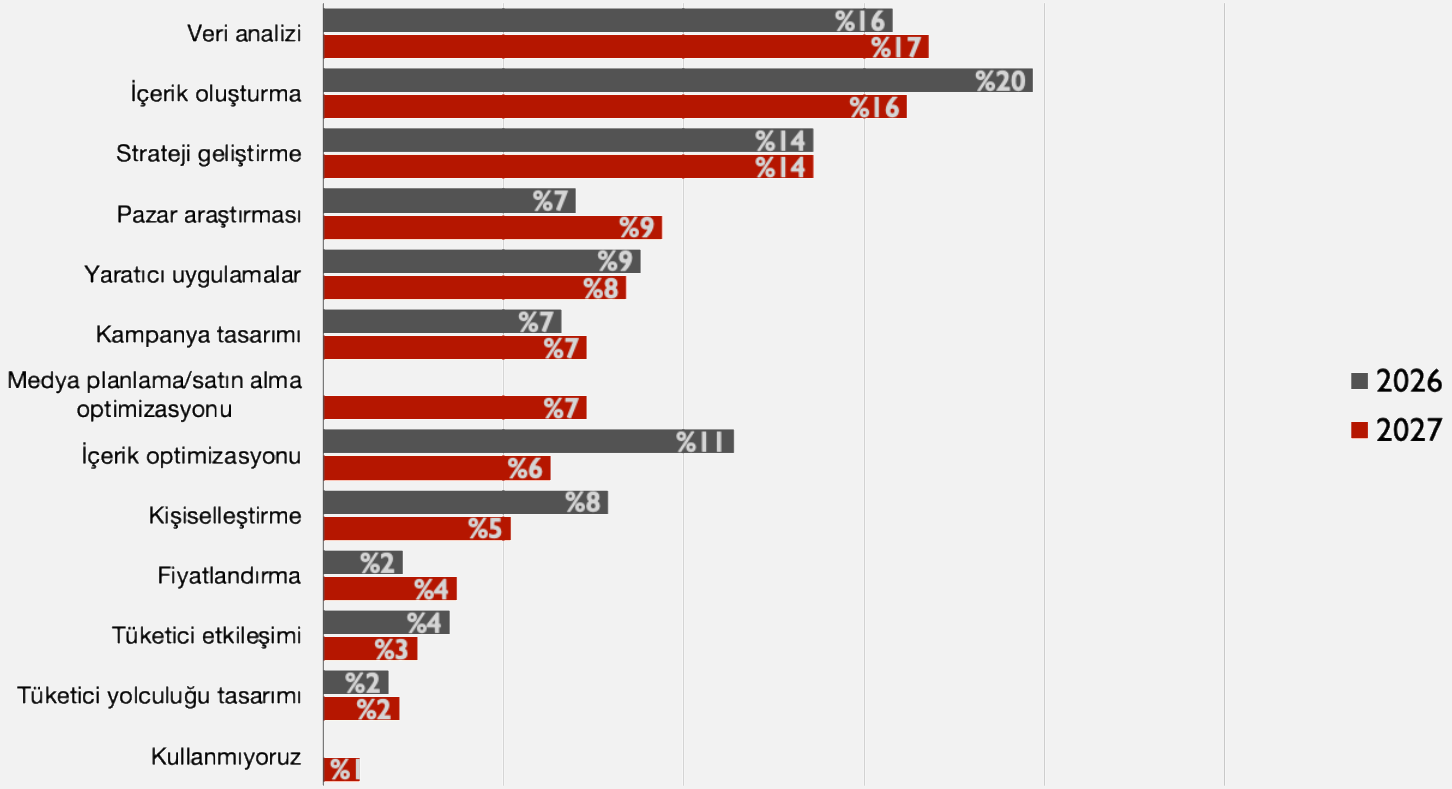



n=70



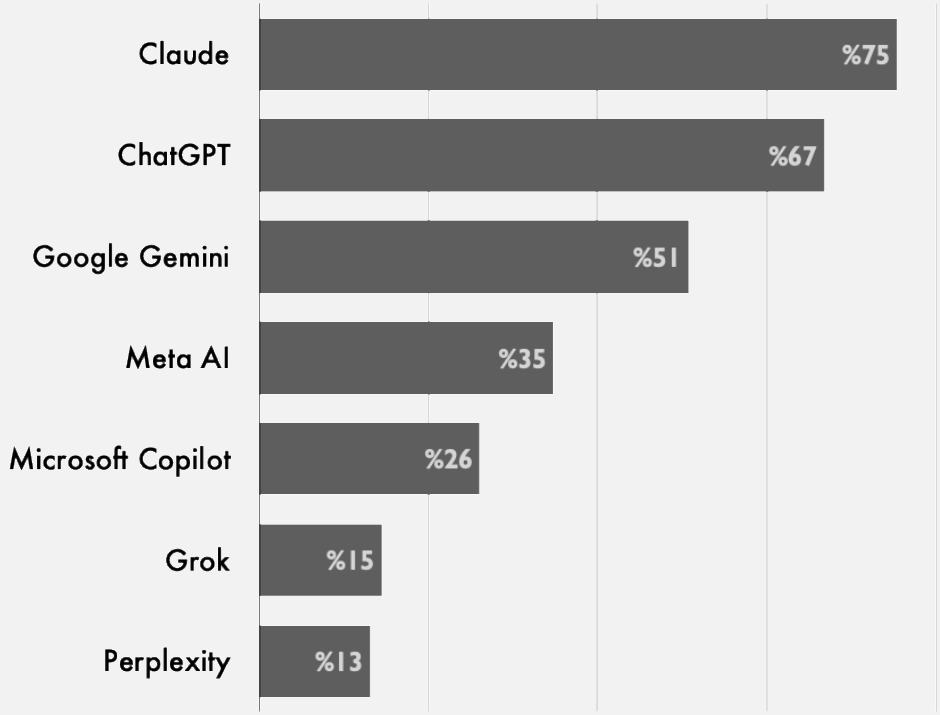

2027 yılında **yapay zekâ temelli kampanya yatırımlarının artacağını** düşünüyor

## Yapay zeka temelli araçların öncelikli kullanım alanları*




n=191 *Çoklu cevap işaretlenmiştir.

## 2027 yılında yapay zeka tabanlı keşif ve etkileşim platformlarının marka görünürlüğü bağlamında kullanımında artış öngörüleri*




*Çoklu cevap işaretlenmiştir. Artacak ve azalacak yanıtları arasındaki % oranında fark raporlanmıştır.

n=69

## Yapay zekanın pazarlamada kullanımının önündeki bariyerler*

**2026 Top Box**

Eğitimli ve uzmanlaşmış işgücü eksikliği
%28

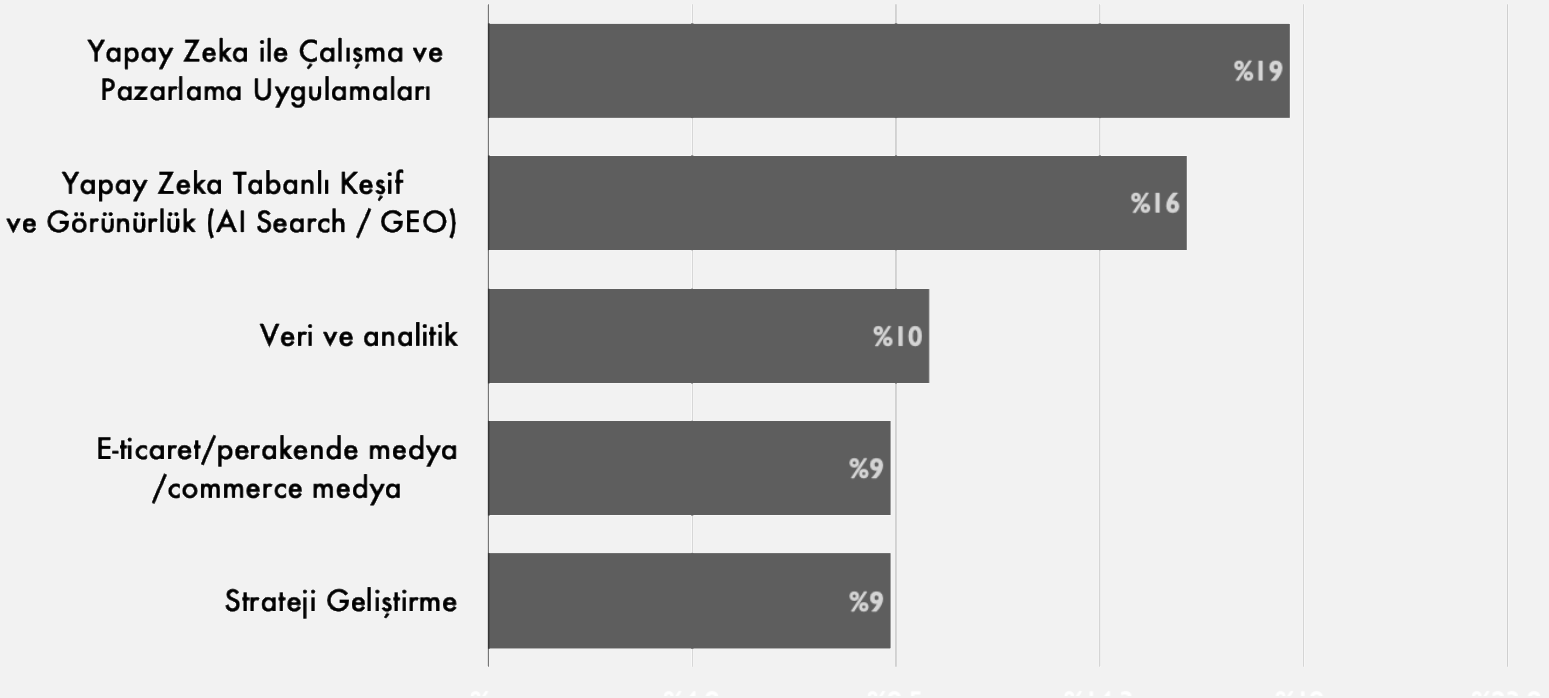
Altyapı gereksinimleri ve maliyet
%19

Veri güvenliğine yönelik endişeler
%16

n=189 *Çoklu cevap işaretlenmiştir.

# Yetenekler

## 2 sene içerisinde iş gücündeki önemi en fazla artacak ilk 5 yetkinlik alanı*




**2026 Top Box**

Veri ve analitik
%16

Omnichannel planlama
%14

E-ticaret/perakende medya /commerce medya
%13

n=203 *Çoklu cevap işaretlenmiştir.

# Teşekkürler