

Dijital Pazarlama İletişimi Sektörü Çift Haneli Rakamlarla Büyümeyi Sürdürüyor.

IAB TÜRKİYE ADEX-TR RAPORUNA GÖRE DİJİTAL REKLAM YATIRIMLARI %24 BÜYÜDÜ, 2013'Ü 1.17 MİLYARLA TAMAMLADI!

IAB Çin'in de kurulmasıyla birlikte dünyada 43 ülkede dijital pazarlama iletişimi endüstrisinin gelişmesi için faaliyet gösteren IAB'nin (Interactive Advertising Bureau) Türkiye merkezi, IAB Türkiye'nin açıklamasına göre dijital reklam yatırımları 2013'te geçen yıla göre %24'lük büyümeyle 1.17 milyar TL'na ulaştı ve toplam medya yatırımları içindeki payı %20'ye çıktı.

IAB Türkiye Dijital Reklam Harcamaları // AdEx-TR 2013 Raporu'na göre;

- Display, arama raporu, mobil reklam, ilan sayfaları, e-posta, oyun içi reklam gibi uygulamalardan oluşan internet reklam yatırımları toplamı; 1.169 milyon TL,
- Gösterim/tıklanma bazlı reklam, video, sponsorluk ve gelir paylaşımli reklam yatırımlarından oluşan "Display Reklam Yatırımları"; 446.5 milyon TL,
- Ücretli sıralama, arama motoru görüntülü reklam açısından oluşan "Arama Motoru Reklam Yatırımları"; 587.3 milyon TL,
- Mobil gösterim ve mobil opt-in SMS/MMS'den oluşan "Mobil Reklam Yatırımları" 44.8 milyon TL,
- İlan sayfaları reklam yatırımları 79.3 milyon TL olurken, e-posta ve oyun içi reklam yatırımları toplamı 11.3 milyon TL olarak gerçekleşti.

IAB Türkiye 2013 Dijital Reklam Yatırımları*

	Milyon TL
İnternet Reklam Yatırımları Toplamı	1,169.2*
Display Reklam Yatırımları	446.5
Gösterim ya da tıklama bazlı reklam yatırımları	319.2
Video reklam yatırımları	69.5
Sponsorluk yatırımları	35.5
Gelir paylaşımı reklam yatırımları	22.2
Arama Motoru Reklam Yatırımları	587.3
Kelime bazlı reklam yatırımları	401.5
Arama motoru görüntülü reklam ağı yatırımları	185.8
Mobil Reklam Yatırımları	44.8
Mobil gösterim reklam yatırımları	16.4
Mobil opt-in SMS/MMS yatırımı	28.4
İlan Sayfaları Reklam Yatırımları	79.3
Diğer	11.3
E-posta	5.9
Oyun içi reklam	5.4

Tüm rakamlar IAB Türkiye tahminidir. Yaratıcı işler, CRM çalışmaları, SEO yatırımları hariçtir.



IAB Türkiye Başkanı Ahmet Pura dijitalin milyar TL sınırını aştığını vurgulayarak, “PwC Outlook 2013 raporu, küresel reklam endüstrisinin 2012 ile 2017 arasında %5.7 büyüyerek 461 milyar \$’dan 609 milyar \$’a çıkacağını öngörüyor. Toplamın içinde özel bir yere sahip olan mecra ise her zamanki gibi internet. Zira bu dönemde internetin büyüme oranının %13 olması bekleniyor. Aralarında Türkiye’nin de bulunduğu 46 ülkenin, 2017’ye kadar çift haneli rakamlarla büyüyeceği de raporda öngörülenler arasında. Türkiye, 2013’te %24’lük bir büyüme oranı yakalayarak beklentileri doğruladı.” dedi. Sözlerini, “Her yıl internet reklam yatırımlarını açıklarken içinde bulunduğumuz dönemde öne çıkacak konuları dile getiriyorum. 2014 için yapılan araştırmalardan hareketle bu yıl sektörün mobil, içerik pazarlaması, insan kaynağı ihtiyacı ve dijital kanalların entegrasyonu üzerine yoğunlaşacağını söyleyebilirim.” diyerek tamamladı.

IAB Türkiye

43 ülkede faaliyet gösteren IAB (Interactive Advertisement 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, 2011 Temmuz ayında ise dernekleşme sürecini tamamladı. IAB Türkiye’nin şu an 189 üyesi bulunuyor. Ayrıntılı bilgi için; www.iab-turkiye.org