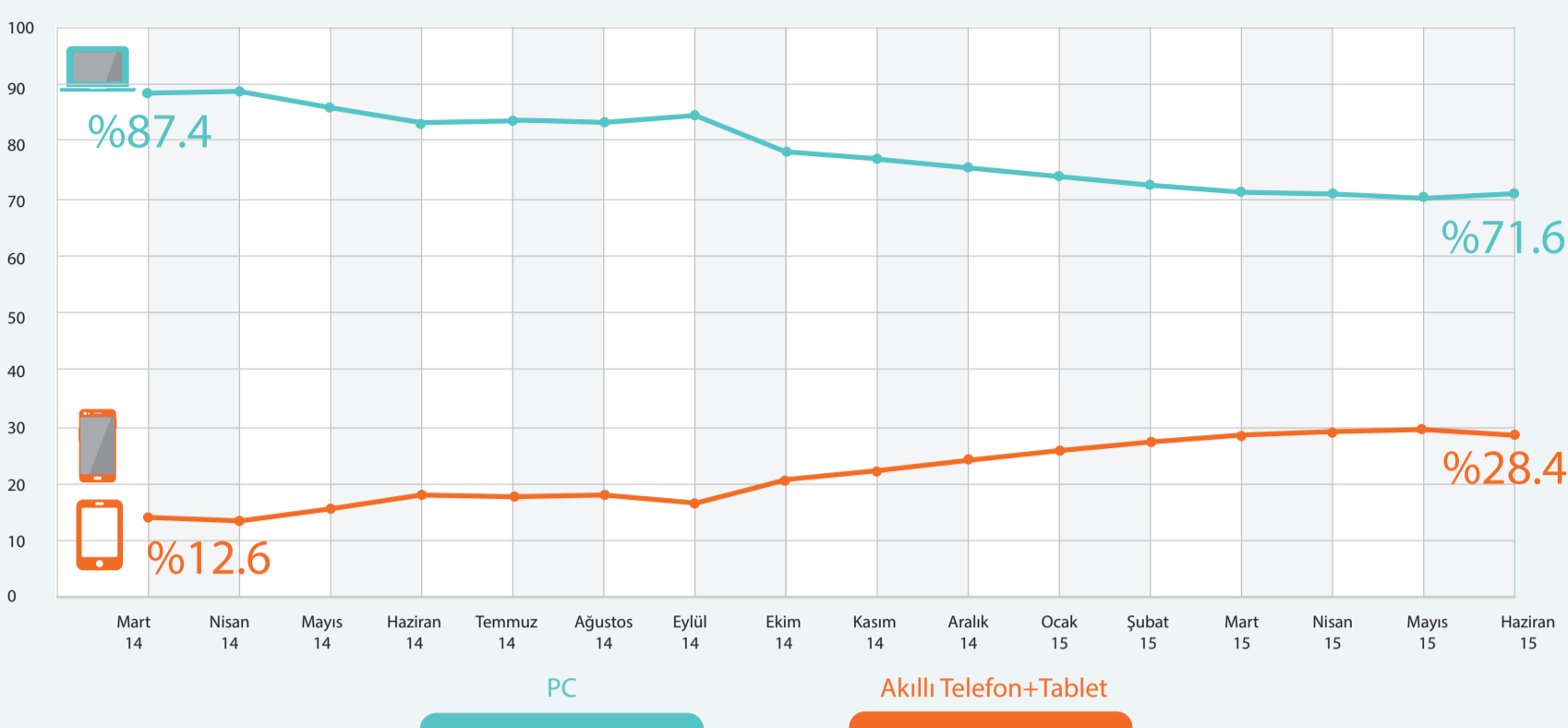


## Trafik Artışının Lokomotifi: Mobil

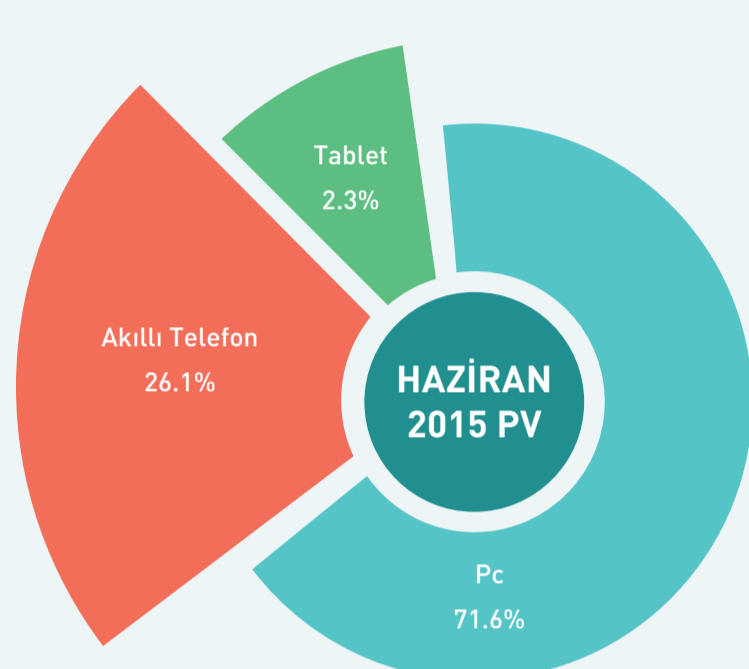
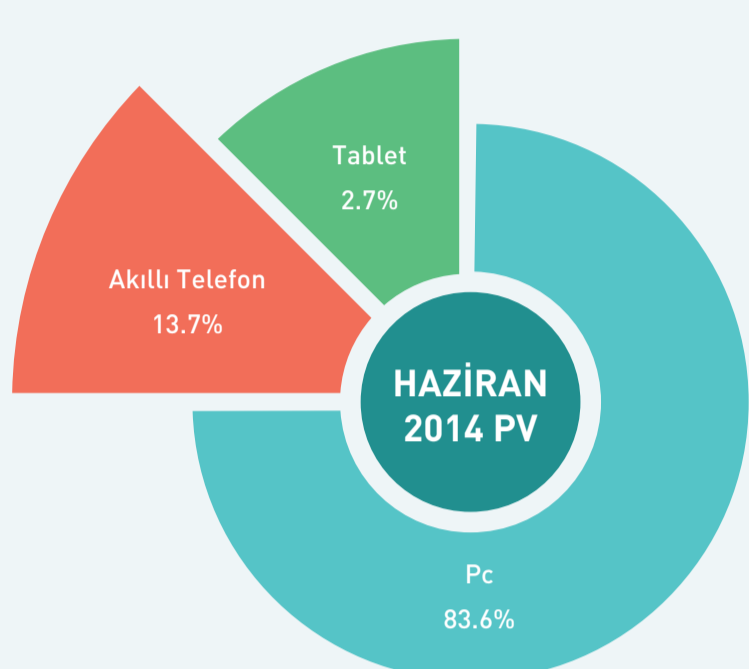
IAB Türkiye İnternet Ölçümleme Araştırması kapsamında kodlu siteler üzerinde yapılan platform analizine göre sitelerin toplam trafiğinde PC'nin payı düşerken yerini büyük bir hızla mobil trafikler alıyor.



### Platform Bazlı Trafik Payları Değişimi

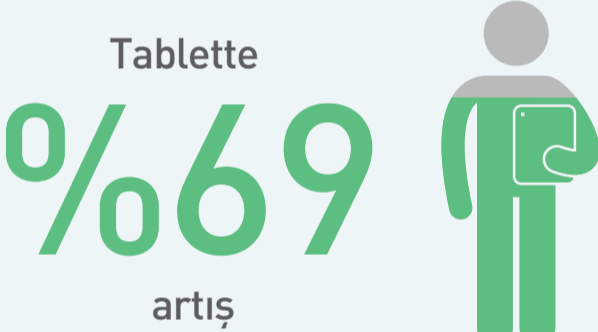


### Platform bazlı page view (PV) dağılımındaki değişim



### Platformlara Göre Süre Payları

## Site Bazlı İnceleme Haziran 2014 – Haziran 2015



PC'de geçirilen süre 6,1 Milyon saat düşerken Akıllı Telefon ve Tablette toplam geçirilen süre 18,4 Milyon saat artmış



- PC**  
Sitelerin **%61**'inde PC'de geçirilen süre düşmüş
- AKILLI TELEFON**  
Sitelerin **%83**'ünde akıllı telefonda süre artmış geçirilen
- TABLET**  
Sitelerin **%77**'sinde Tablette geçirilen süre artmış

### Akıllı Telefon + Tablet



Platformlarda Geçirilen Süreler (Saat)				
Platform	Haziran 2014	Haziran 2015	Fark	Fark
PC	128.962.942	122.822.013	-6.140.928	-5%
Akıllı Telefon	14.751.766	31.728.114	16.976.347	115%
Tablet	2.029.789	3.434.429	1.404.640	69%
Diğer	84.259	58.885	-25.374	-30%
<b>Toplam</b>	<b>145.828.757</b>	<b>158.043.441</b>	<b>12.214.685</b>	<b>8%</b>

### İnternet kullanıcıları platformları ne amaçla tercih ediyor?\*

**%80**  
Arama Motorları

**%72**  
E-posta

**%70**  
Marka

**PC**  
Bilgisayarda yaklaşık %80'i arama motorları, %72'si e-posta ve %70 markalar hakkında bilgi toplamak için online oluyor.

**%64**  
Arama Motorları

**%64**  
Harita Lokasyon

**%64**  
Sosyal Medya

**Akıllı Telefon**  
Cep telefonlarında harita gibi lokasyon bazlı hizmetler, [%64] sosyal medya [%64] ve arama motorları [%64]

**%49**  
Arama Motorları

**%39**  
Makale Takibi

**%38**  
Video İzleme

**Tablet**  
Arama motorları [%49], makale takibi [%39] ve video izleme [%38]

"DigitalSCOPE 2014 Araştırması Bulgaristan, Makedonya, Polonya, Romanya, Sırbistan, Slovakya, Slovenya ve Türkiye'de bölgesel IAB merkezleri tarafından internet kullanıcılarının online davranışları incelenmek amacıyla tasarlanmıştır. Araştırmanın Türkiye'de yapılan saha çalışması Ipsos Türkiye tarafından bilgisayar destekli web anketi (CAWI) yöntemiyle 17 Ekim - 29 Kasım 2014 tarihleri arasında yürütülmüştür. Araştırmanın örnekleme, 15 yaş üstü 896 internet kullanıcıdır."