



DİJİTAL 2021

DÜNYA İNTERNET, SOSYAL MEDYA, MOBİL KULLANIM, ALAN ADI VE E-TİCARET GÖSTERGELERİ

EKİM 2021

We are social ve Hootsuite'ın 'DiGiTAL 2021 3.ÇEYREK'' raporundan Türkçeye çeviri yapılmıştır.



KÜRESEL GENEL BAKIŞ



Toplam
Nüfus



7.89
MİLYAR

KENTLEŞME:

%56.6

Mobil Telefon
Kullanıcıları



5.29
MİLYAR

KULLANIM ORANI:

%67.1

İnternet
Kullanıcıları



4.88
MİLYAR

KULLANIM ORANI:

%61.8

Aktif Sosyal
Medya
Kullanıcıları



4.55
MİLYAR

KULLANIM ORANI:

%57.6

KÜRESEL YILLIK GELİŞİM

İSTATİSTİKİ GÖSTERGELERİN BİR YIL İÇİNDEKİ DEĞİŞİMİ



Toplam
Nüfus



+1.0%

EKİM
2020'DEN BERİ

**+80
MİLYON**

Mobil Telefon
Kullanıcıları



+1.9%

EKİM
2020'DEN BERİ

**+97
MİLYON**

İnternet
Kullanıcıları



+4.8%

EKİM
2020'DEN BERİ

**+222
MİLYON**

Aktif Sosyal
Medya
Kullanıcıları



+9.9%

EKİM
2020'DEN BERİ

**+409
MİLYON**

MEDYADA GÜNLÜK HARCANAN ZAMAN

16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ GÜN İÇERİSİNDE FARKLI ORTAM VE CİHAZLARLA HARCADIKLARI MİKTAR



İnternet Kullanımı



6 SAAT
58 DAKİKA

Televizyon Kullanımı



3 SAAT
21 DAKİKA

Sosyal Medya Kullanımı



2 SAAT
27 DAKİKA

Basılı Yayın Kullanımı



2 SAAT
05 DAKİKA

Müzik Dinleme



1 SAAT
35 DAKİKA

Radyo Dinleme



1 SAAT
01 DAKİKA

Podcast Dinleme



0 SAAT
57 DAKİKA

Oyun Konsolu Kullanımı



1 SAAT
13 DAKİKA



KÜRESEL İNTERNET KULLANIMI

İNTERNET KULLANIMI

DÜNYA ÇAPINDA İNTERNET KULLANIMI



Toplam Mobil
İnternet
Kullanıcıları



4.88
MİLYAR

Mobil İnternet
Kullanıcılarının
Toplam İnternet
Kullanıcılarına Oranı



%61.8

Toplam Akıllı
Telefonla Mobil
İnternet Erişimi Olan
Kullanıcılar



+4.8%

+222
MİLYON

Toplam Özellikli
Telefonla Mobil
İnternet Erişimi Olan
Kullanıcılar



6S
58DK

Mobil
Cihazlardan
Günlük Ortalama
Erişim Süresi



%90.9

İNTERNET KULLANIMI

DÜNYA ÇAPINDA FARKLI KAYNAKLARIN YAYINLADIĞI İNTERNET KULLANIMI



ITU Verisi



4.06
MİLYAR

KULLANIM ORANI:

%51.4

CIA WORLD
FACTBOOK Verisi



4.03
MİLYAR

KULLANIM ORANI:

%51.0

INTERNET WORLD
STATS Verisi



5.17
MİLYAR

KULLANIM ORANI:

%65.6

INTERNET LIVE
STATS Verisi



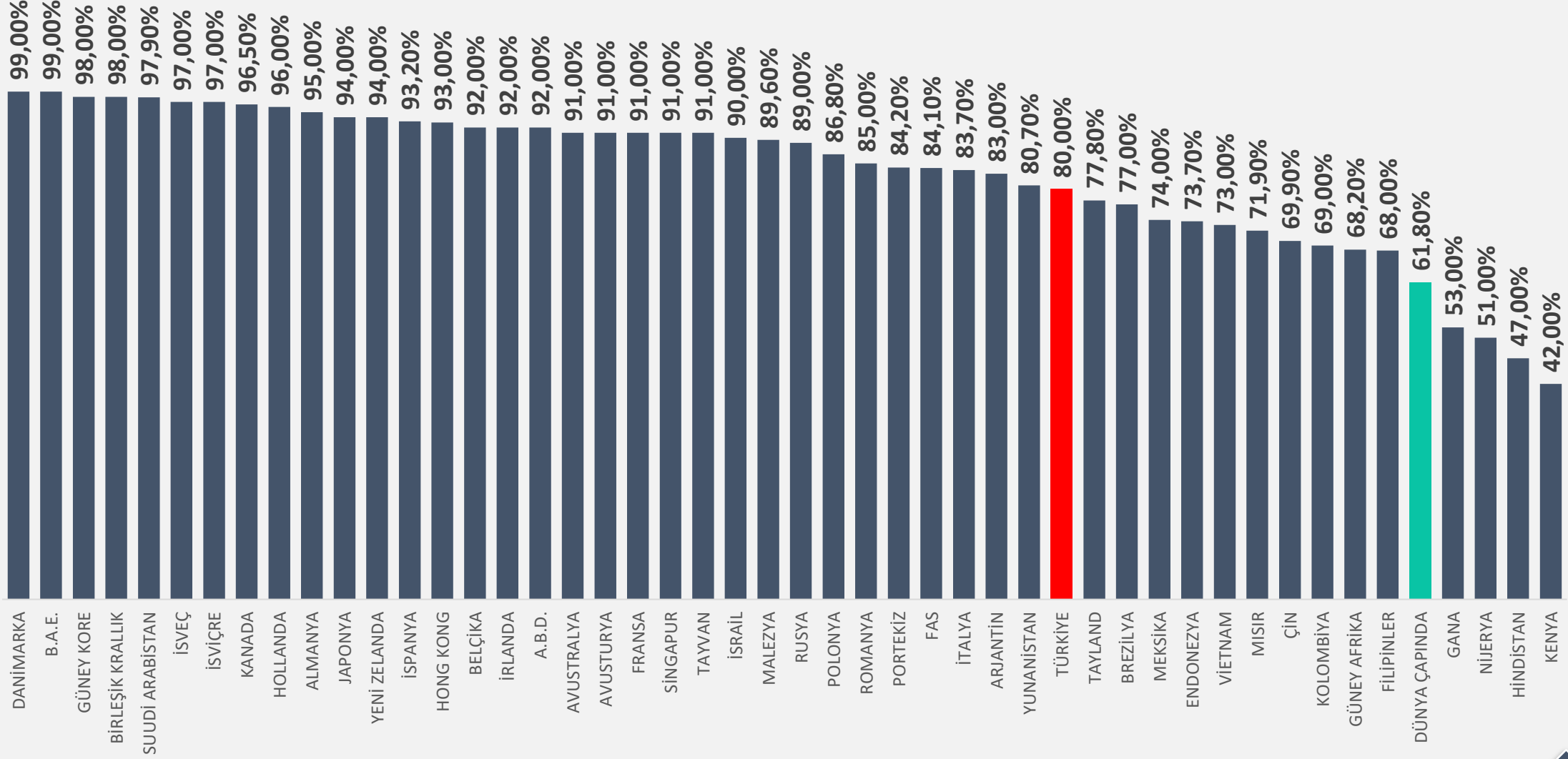
5.07
MİLYAR

KULLANIM ORANI:

%64.2

ÜLKELERE GÖRE İNTERNET KABULÜ

İNTERNET KULLANAN TOPLAM NÜFUSUN YÜZDESİ



MOBİL İNTERNET KULLANIMI

İNTERNETE MOBİL CİHAZLARLA ERİŞEN KULLANICILAR

Toplam Mobil
İnternet
Kullanıcıları



4.44
MİLYAR

Mobil İnternet
Kullanıcılarının
Toplam İnternet
Kullanıcılarına Oranı



%90.9

Toplam Akıllı
Telefonla Mobil
İnternet Erişimi Olan
Kullanıcılar



%89.6

Toplam Özellikli
Telefonla Mobil
İnternet Erişimi Olan
Kullanıcılar



%4.8

Mobil
Cihazlardan
Günlük Ortalama
Erişim Süresi



3S
37DK

İNTERNET BAĞLANTI HIZLARI

ORTALAMA MOBİL VE SABİT BAĞLANTI HIZLARI VE YIL İÇİNDEKİ DEĞİŞİMİ



Ortalama Mobil
Bağlantı Hızları



İNDİRME(MBPS):

56.74

YÜKLEME(MBPS):

12.61

GECİKME(MS):

37

Mobil Bağlantı
Hızının Yıl İçindeki
Değişimi



İNDİRME:

%+63

YÜKLEME:

%+15

GECİKME:

%-12

Ortalama Sabit
Bağlantı Hızları



İNDİRME(MBPS):

110.24

YÜKLEME(MBPS):

60.13

GECİKME(MS):

19

Ortalama Sabit
Bağlantı Hızlarının
Yıl İçindeki Değişimi



İNDİRME:

%+31

YÜKLEME:

%+36

GECİKME:

%-14

MOBİL BAĞLANTI HIZI SIRALAMALARI

EN HIZLI VE EN DÜŞÜK MOBİL İNTERNET BAĞLANTI HIZLARINA SAHİP ÜLKELER VE BÖLGELER



EN HIZLI MOBİL İNTERNET BAĞLANTILARI

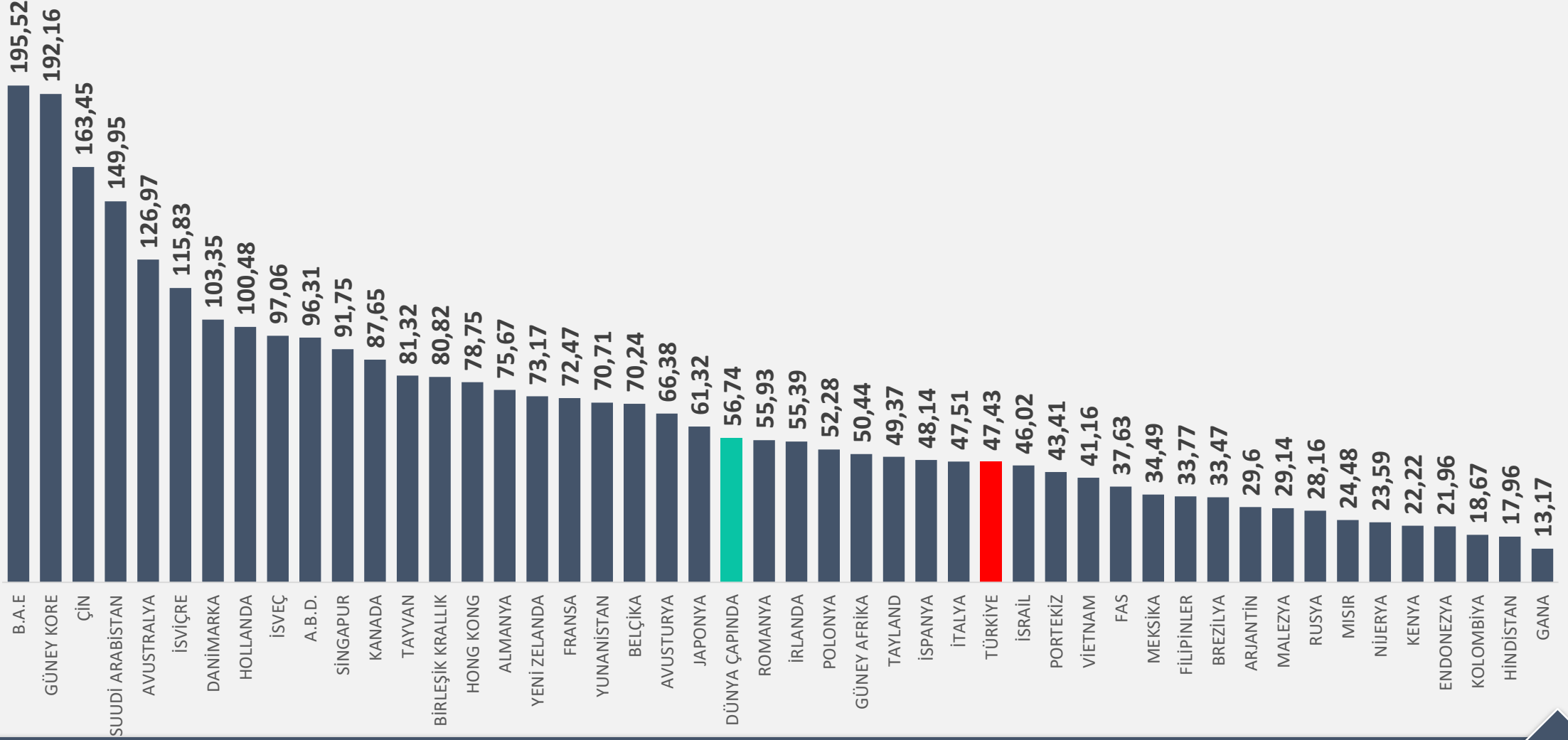
#	ÜLKE	MBPS	Y-O-Y
1	B.A.E.	195.52	%75.9
2	GÜNEY KORE	192.16	%70.0
3	NORVEÇ	173.54	%133.4
4	KATAR	169.17	%92.1
5	ÇİN	163.45	%46.9
6	SUUDİ ARABİSTAN	149.95	%93.4
7	KUVEYT	141.46	%150.6
8	KIBRIS	136.18	%207.1
9	AVUSTRALYA	126.97	%86.1
10	BULGARİSTAN	126.21	%86.2

EN YAVAŞ MOBİL İNTERNET BAĞLANTILARI

#	ÜLKE	MBPS	Y-O-Y
140	AFGANİSTAN	7.07	%3.8
139	VENEZUELA	7.41	%-7.6
138	FİLİSTİN	8.11	%14.1
137	BANGLADEŞ	12.92	%19.7
136	GANNA	13.17	%-13.5
135	ZİMBABVE	13.71	%18.6
134	SOMALİ	14.23	%44.0
133	TANZANYA	14.48	%11.9
132	SUDAN	15.66	%54.9
131	TACİKİSTAN	15.70	%29.2

MOBİL BAĞLANTI HIZI SIRALAMALARI

MBPS BAZINDA MOBİL İNTERNET İNDİRME HIZLARINA GÖRE ÜLKE SIRALAMALARI



SABİT BAĞLANTI HIZI SIRALAMALARI

MBPS BAZINDA SABİT İNTERNET İNDİRME HIZLARINA GÖRE ÜLKE SIRALAMALARI

EN HIZLI SABİT İNTERNET BAĞLANTILARI

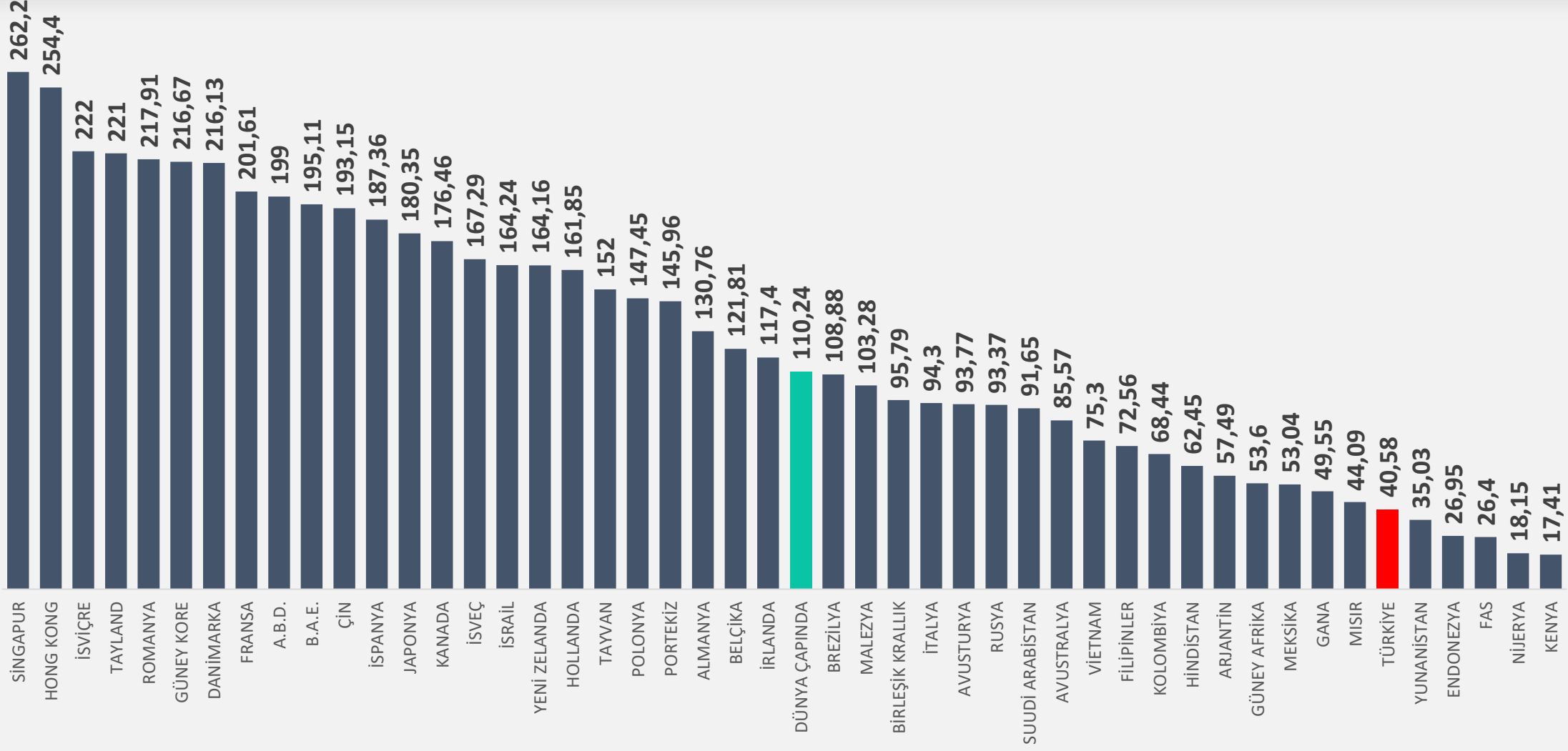
#	ÜLKE	MBPS	Y-O-Y
1	SİNGAPUR	262.20	%20.2
2	HONG KONG	254.20	%23.7
3	MONAKO	242.89	%47.8
4	İSVİÇRE	222.00	%30.1
5	TAYLAND	221.00	%27.4
6	ROMANYA	217.91	%24.2
7	GÜNEY KORE	216.67	%35.4
8	DANİMARKA	216.13	%42.9
9	ŞİLİ	209.83	%62.7
10	FRANSA	201.61	%27.2

EN YAVAŞ SABİT İNTERNET BAĞLANTILARI

#	ÜLKE	MBPS	Y-O-Y
180	KÜBA	3.46	%-32.0
179	TÜRKMENİSTAN	4.49	%26.1
178	YEMEN	5.95	%36.8
177	MOZAMBİK	8.84	%2.7
176	SUDAN	9.02	%44.1
175	AFGANİSTAN	9.23	%12.6
174	BURUNDİ	9.72	%23.2
173	CEZAYİR	9.95	%153.8
172	GAMBİA	10.09	%29.5
171	TUNUS	10.30	%8.2

SABİT BAĞLANTI HIZI SIRALAMALARI

MBPS BAZINDA SABİT İNTERNET İNDİRME HIZLARINA GÖRE ÜLKE SIRALAMALARI



WEB TRAFİĞİNİN CİHAZLAR ÜZERİNDEKİ PAYI

TOPLAM WEB TRAFİĞİNİN HERHANGİ BİR CİHAZ ÜZERİNDEKİ PAYI



Mobil Telefon



%54.56

YILLIK DEĞİŞİM

%+8.7

+438 BPS

Tablet



%2.52

YILLIK DEĞİŞİM

%-3.8

-10 BPS

Bilgisayar



%42.83

YILLIK DEĞİŞİM

%-9.1

-431 BPS

Diğer Cihazlar



%0.10

YILLIK DEĞİŞİM

%+67

+4 BPS

WEB TRAFİĞİNİN TARAYICILAR ÜZERİNDEKİ PAYI

HERHANGİ BİR CİHAZDA ÇALIŞAN WEB TARAYICILARINA HİZMET VERİLEN WEB SAYFALARINA DAYANARAK



Chrome



Safari



Firefox



Samsung İnternet



UC Browser



Opera



Microsoft Edge



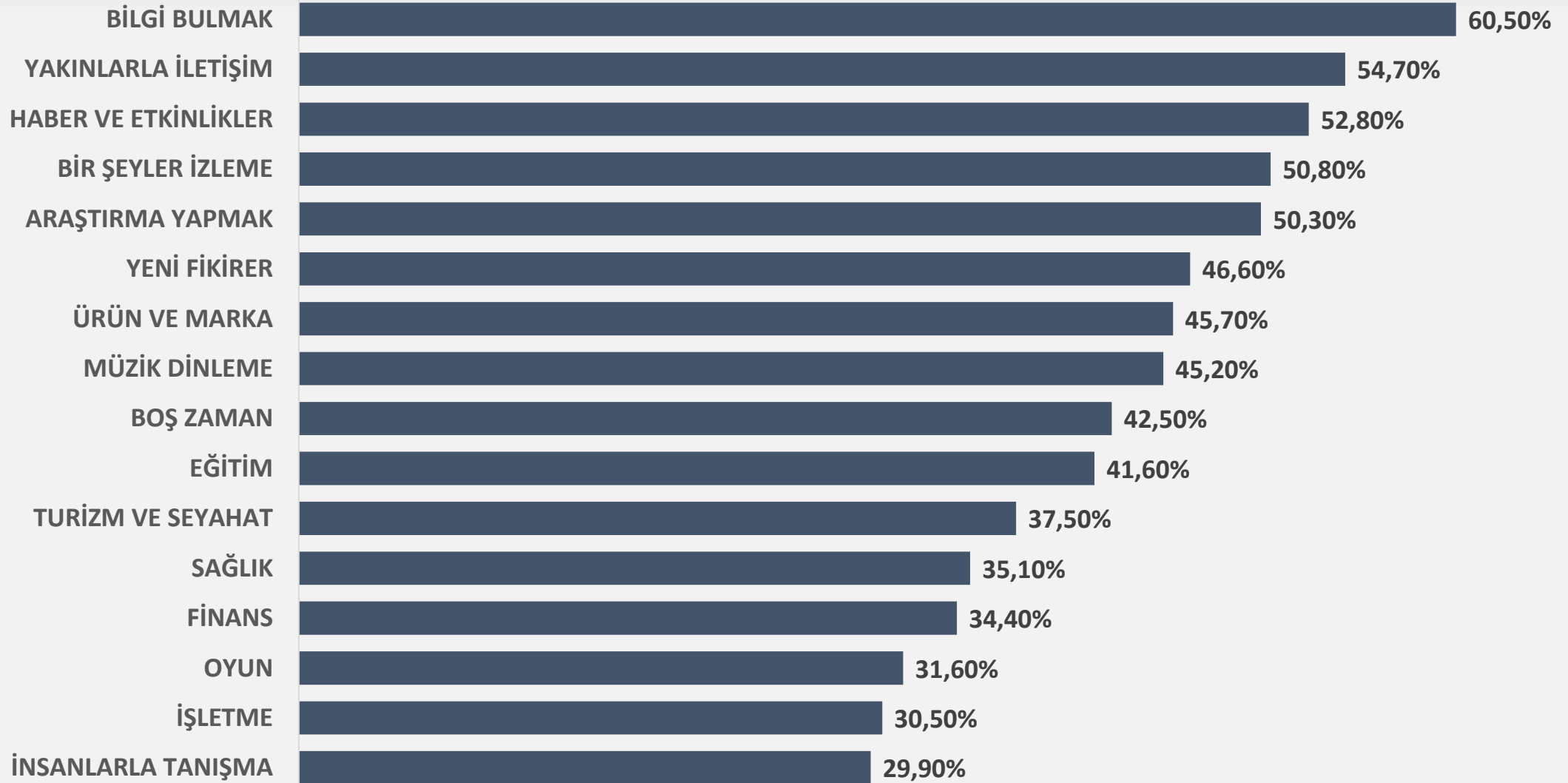
Diğer



İNTERNET KULLANMA NEDENLERİ



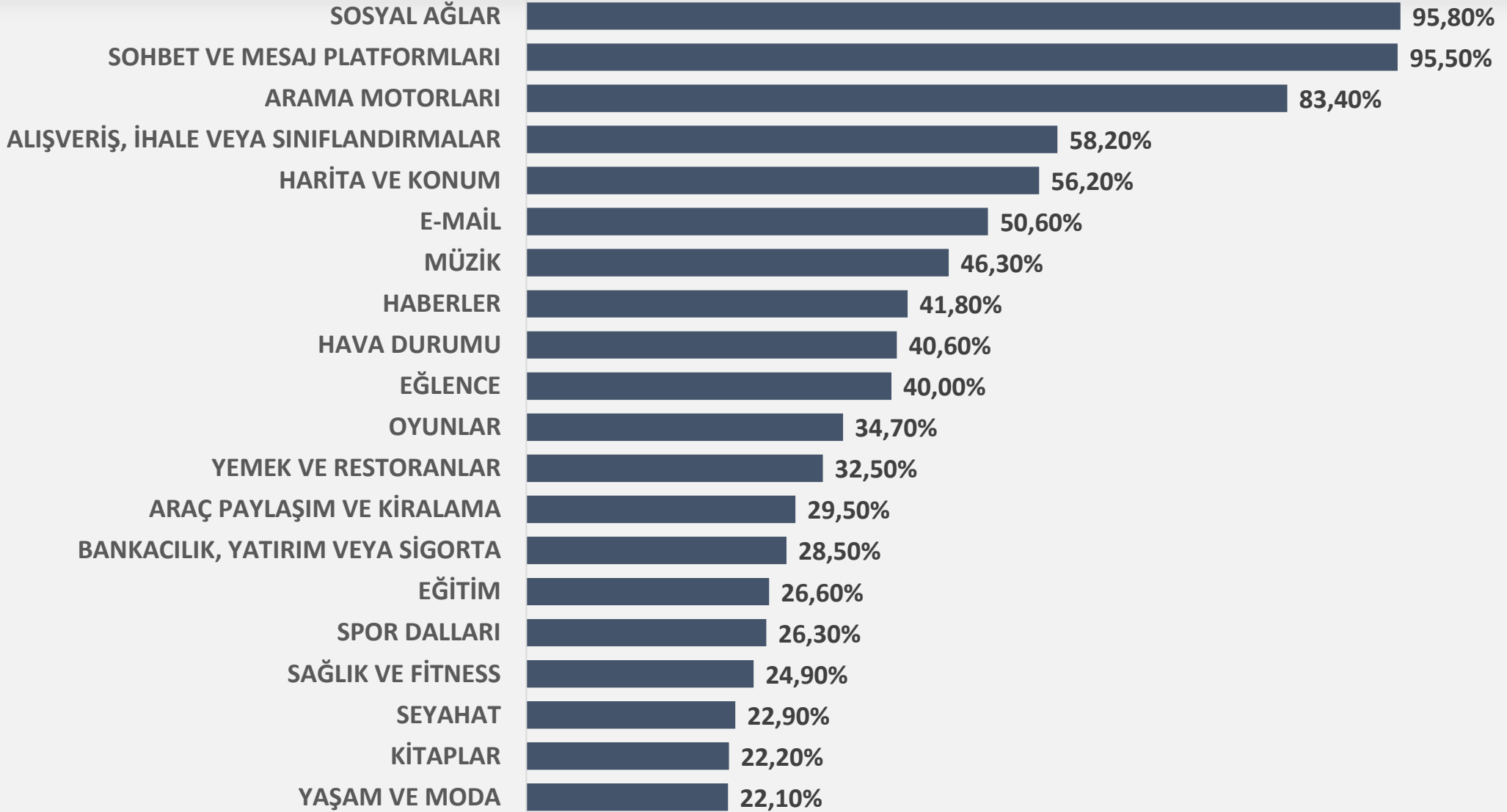
16-64 YAŞ ARASINDAKİ KÜRESEL İNTERNET KULLANICILARININ İNTERNET KULLANMASININ BAŞLICA NEDENLERİ



ZİYARET EDİLEN EN İYİ WEB SİTE TÜRLERİ VE KULLANILAN UYGULAMALAR



GEÇEN AYLARDA HER TÜR DİJİTAL MÜLKİYETİ ZİYARET EDEN VEYA KULLANAN 16-64 YAŞINDAKİ KÜRESEL İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



DÜNYADA EN ÇOK ZİYARET EDİLEN WEB SİTELER

EN ÇOK ZİYARET EDİLEN WEB SİTELERİNİN TRAFİĞİNE GÖRE SEMRUSH SIRLAMASI



#	WEBSİTE	SÜRE/ZİYARET	SAYFA/ZİYARET
1	GOOGLE.COM	21M 02S	5.78
2	YOUTUBE.COM	30M 56S	3.73
3	FACEBOOK.COM	21M 52S	6.03
4	WIKIPEDIA.ORG	10M 27S	2.11
5	AMAZON.COM	12M 23S	6.67
6	YAHOO.COM	17M 25S	4.07
7	INSTAGRAM.COM	17M 43S	5.05
8	TWITTER.COM	14M 34S	4.47
9	YANDEX.RU	22M 15S	6.54
10	PORNHUB.COM	15M 04S	8.43

#	WEBSİTE	SÜRE/ZİYARET	SAYFA/ZİYARET
11	NAVER.COM	33M 35S	11.04
12	XVIDEOS.COM	18M 34S	8.78
13	REDDIT.COM	21M 33S	4.30
14	VK.COM	23M 03S	9.92
15	LİVE.COM	9M 13S	4.06
16	XNXX.COM	18M 24S	8.54
17	YAHOO.CO.JP	14M 31S	6.53
18	FANDOM.COM	12M 13S	3.16
19	MICROSOFTONLINE.COM	4M 16S	1.96
20	TWITCH.TV	31M 09S	2.36

DÜNYADA EN ÇOK ZİYARET EDİLEN WEB SİTELER

ENÇOK ZİYARET EDİLEN WEB SİTELERİNİN TRAFİĞİNE GÖRE SIMILARWEB SIRALAMASI

#	WEBSİTE	ZAMAN/GÜN	SAYFA/GÜN
1	GOOGLE.COM	11M 24S	8.69
2	YOUTUBE.COM	21M 27S	11.18
3	FACEBOOK.COM	10M 06S	8.48
4	TWITTER.COM	10M 34S	11.15
5	INSTAGRAM.COM	7M 48S	11.27
6	BAİDU.COM	6M 01S	7.95
7	WIKIPEDIA.ORG	3M 48S	2.99
8	YANDEX.RU	10M 57S	9.57
9	YAHOO.COM	7M 37S	5.71
10	XVIDEOS.COM	9M 56S	9.19

#	WEBSİTE	ZAMAN/GÜN	SAYFA/GÜN
11	WHATSAPP.COM	3M 15S	1.55
12	NETFLIX.COM	8M 44S	4.05
13	XNXX.COM	8M 36S	11.30
14	AMAZON.COM	6M 56S	8.46
15	LIVE.COM	7M 27S	8.36
16	YAHOO.CO.JP	9M 05S	6.74
17	PORNHUB.COM	8M 05S	6.97
18	ZOOM.US	3M 35S	2.90
19	OFFICE.COM	9M 38S	7.67
20	REDDIT.COM	9M 38S	6.62

DÜNYADA EN ÇOK ZİYARET EDİLEN WEB SİTELER

ENÇOK ZİYARET EDİLEN WEB SİTELERİNİN TRAFİĞİNE GÖRE ALEXA SIRALAMASI

#	WEBSİTE	ZAMAN/GÜN	SAYFA/GÜN
1	GOOGLE.COM	17M 34S	18.4
2	YOUTUBE.COM	19M 40S	10.6
3	TMALL.COM	7M 01S	3.9
4	QQ.COM	3M 46S	3.9
5	BAIDU.COM	5M 16S	5.0
6	SOHU.COM	3M 40S	4.6
7	FACEBOOK.COM	18M 23S	8.8
8	TAOBAO.COM	4M 19S	3.5
9	360.CN	2M 15S	4.2
10	JD.COM	3M 32S	4.4

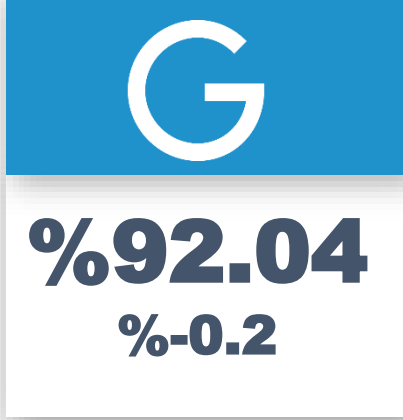
#	WEBSİTE	ZAMAN/GÜN	SAYFA/GÜN
11	AMAZON.COM	10M 54S	9.8
12	YAHOO.COM	5M 10S	4.7
13	WIKIPEDIA.ORG	3M 45S	3.1
14	WEIBO.COM	2M 59S	3.5
15	SINA.COM.CN	2M 51S	3.4
16	XINHUANET.COM	6M 54S	3.7
17	ZOOM.US	3M 00S	5.8
18	LIVE.COM	5M 31S	5.6
19	NETFLIX.COM	4M 49S	3.5
20	MICROSOFT.COM	4M 41S	3.4

ARAMA MOTORU PAZAR PAYI

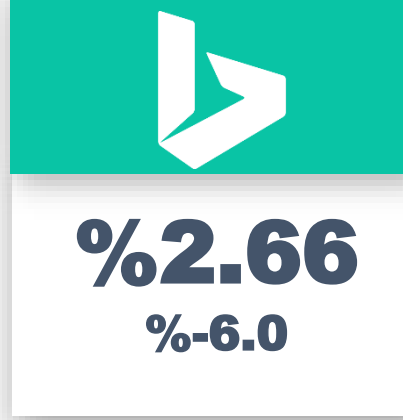
HER ARAMA MOTORUNUN WEB SİTESİNE GİDEN KÜRESEL WEB ARAMA TRAFİĞİNİN YÜZDESİ



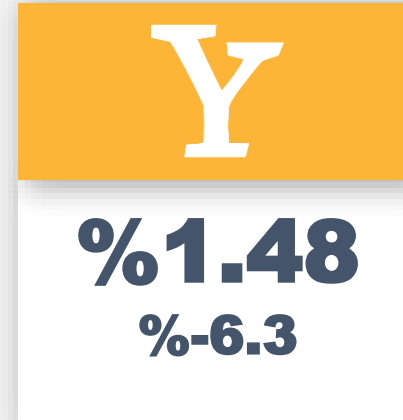
Google



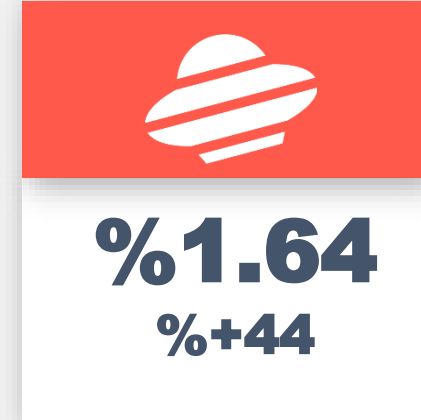
Bing



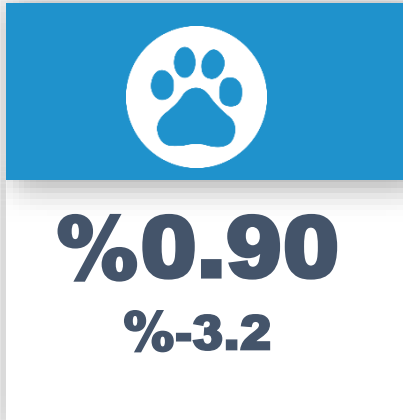
Yahoo!



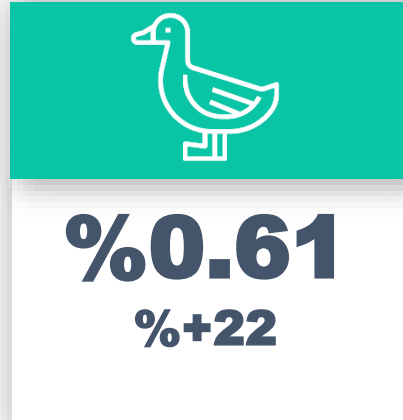
Yandex



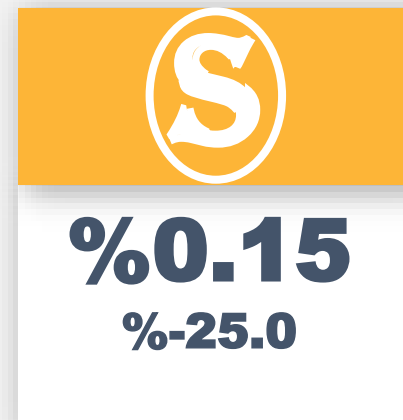
Baidu



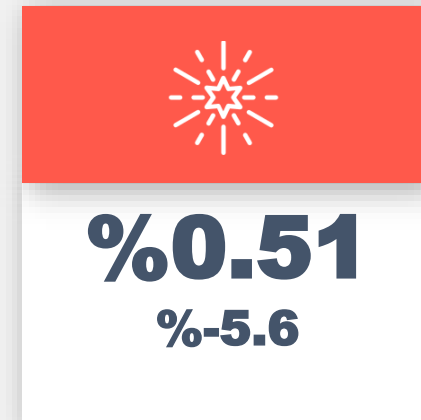
DuckDuckGo



Sogou



Diğer



ENÇOK YAPILAN GOOGLE ARAMALARI



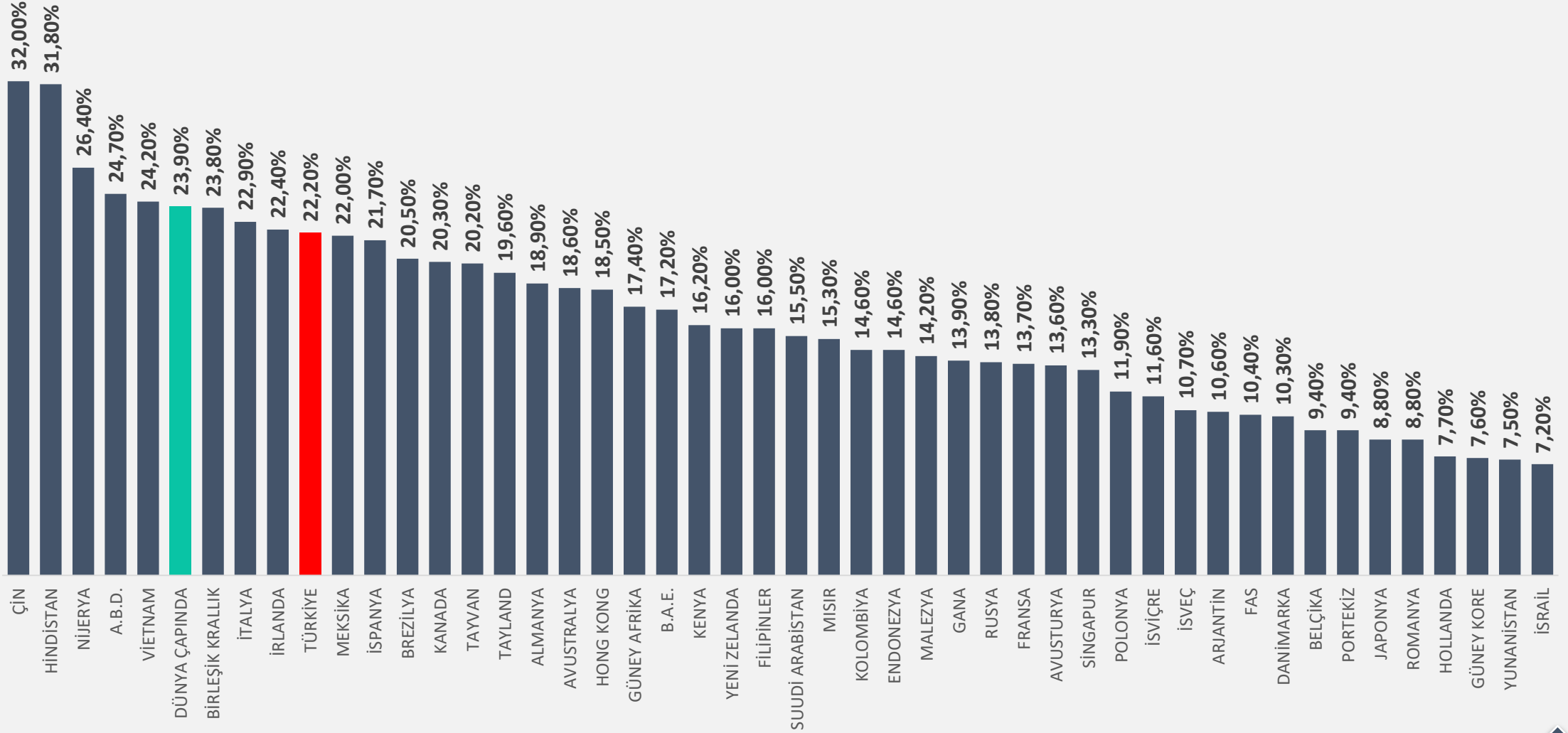
1 NİSAN – 30 HAZİRAN 2021 TARİHLERİ ARASINDA EN ÇOK YAPILAN GOOGLE ARAMALARI

#	WEBSİTE	DİZİN vs. ÜST SORGU
1	GOOGLE	100
2	YOUTUBE	84
3	FACEBOOK	77
4	HAVA DURUMU	68
5	HABERLER	47
6	WHATSAPP	44
7	ÇEVİRİ	39
8	AMAZON	38
9	İNSTAGRAM	36
10	VİDEOLAR	33

#	WEBSİTE	DİZİN vs. ÜST SORGU
11	WHATSAPP WEB	29
12	TİEMPO	26
13	GMAIL	24
14	TRADUCTOR	22
15	TWITTER	22
16	ПОГОДА	22
17	METEO	20
18	YAHOO	19
19	HOTMAIL	19
20	GOOGLE TRANSLATE	17

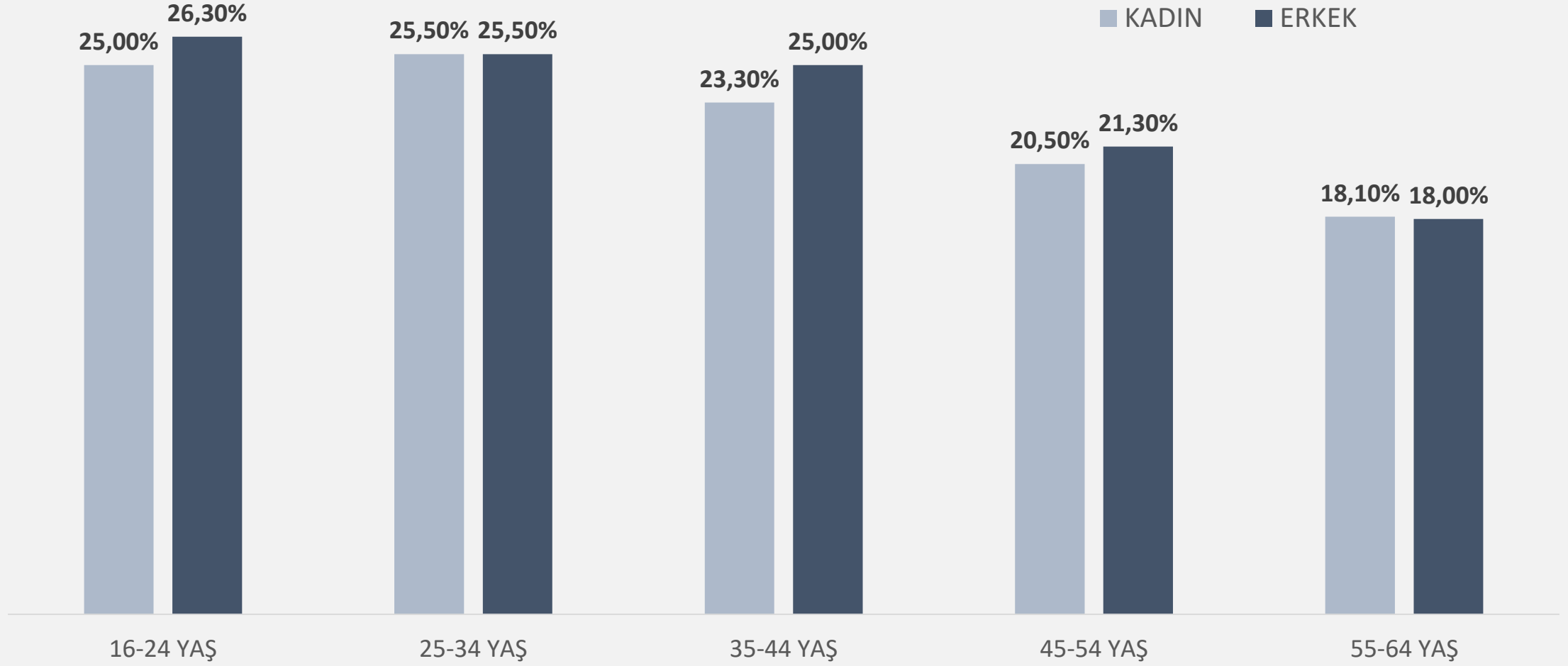
SESLİ ARAMA / YÖNLENDİRME İSTATİSTİKLERİ

15-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARI ARASINDA SESLİ KOMUT ÖZELLİĞİNİ KULLANANLARIN ÜLKERE GÖRE DAĞILIMI



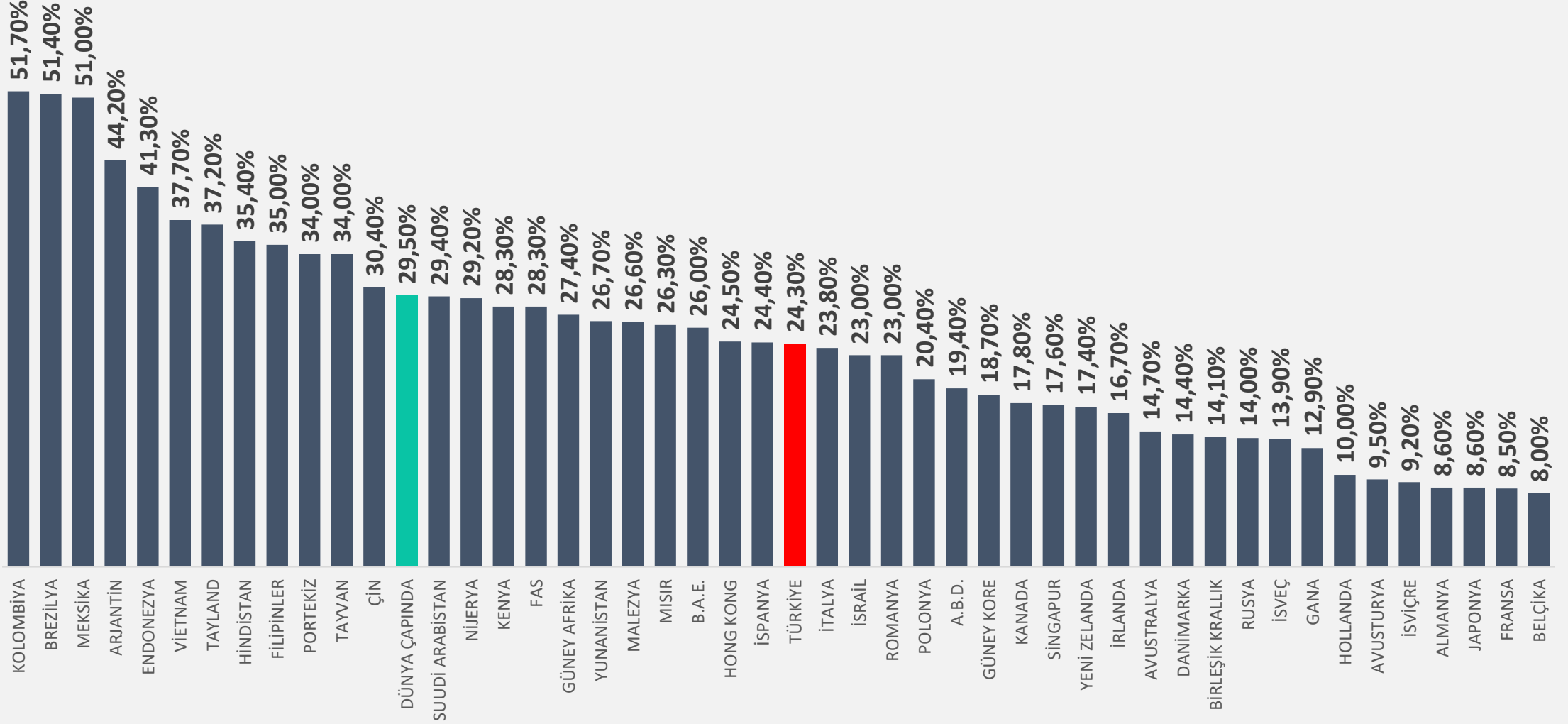
SESLİ ARAMA / YÖNLENDİRME İSTATİSTİKLERİ

HER AY (HERHANGİ BİR CİHAZ) SESLİ ARAMA VEYA SESLİ KOMUT KULLANAN GLOBAL İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



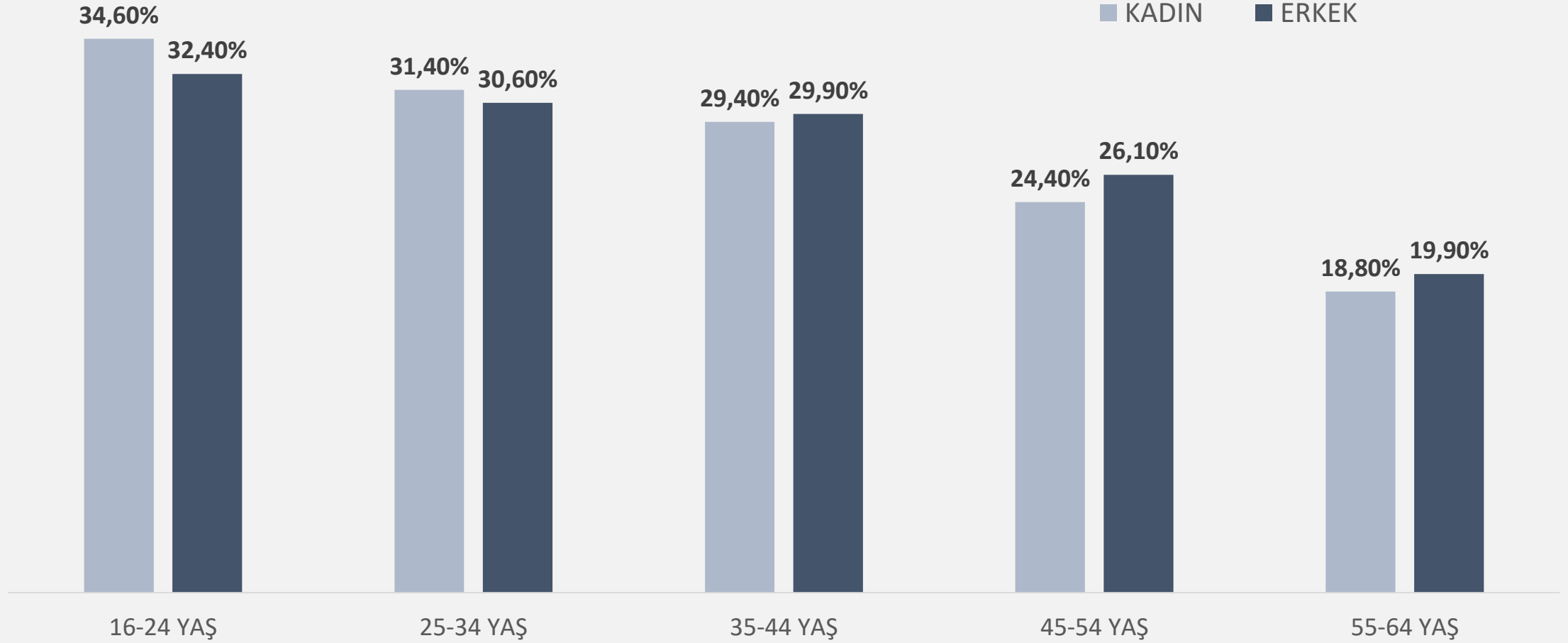
MOBİLDE GÖRÜNTÜ TANIMA ARAÇLARININ KULLANIMI

16-64 YAŞ ARASINDAKİ İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ HER AY MOBİLLERİNDE GÖRÜNTÜ TANIMA ARAÇLARI KULLANANLAR



MOBİLDE GÖRÜNTÜ TANIMA ARAÇLARININ KULLANIMI

GÖRÜNTÜ TANIMA ARAÇLARI KULLANAN KÜRESEL İNTERNET KULLANICILARININ HER AY MOBİL HALİNDE YÜZDESİ



HER HAFTA İZLENEN ÇEVİRİMİÇİ VIDEO İÇERİĞİ TÜRLERİ

GEÇEN HAFTA VLOG İZLEYEN 16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



Her Türlü
Video



%92.1

Müzik
Video



%51.5

Komedi veya Viral
Videolar



%36.7

Eğitim veya Nasıl
Yapılır Videoları



%31.6

Video Canlı
Yayınları



%30.1

Eğitim Videoları



%30.0

Ürün İnceleme
Videoları



%27.5

Oyun Videoları



%27.3

Spor Klipleri veya Öne
Çıkanlar Videosu



%26.6

Influencer Videoları
ve Vloglar



%26.0

NETFLIX'TE EN İYİ İÇERİK: EYLÜL 2021



FLIXPATROL'E GÖRE EYLÜL 2021'DE NETFLIX'TE (DÜNYA ÇAPINDA) EN POPÜLER TV ŞOVLARI VE FİMLERİ

NETFLIX'TE EN İYİ TV ŞOVLARI (DÜNYA ÇAPINDA)

#	TV ŞOVU ADI	ÜRETİLDİĞİ ÜLKE
1	MONEY HEIST	İSPANYA
2	LUCIFER	A.B.D.
3	SEX EDUCATION	A.B.D.
4	CLICKBAIT	A.B.D.
5	SQUID GAME	GÜNEY KORE
6	GOOG GIRLS	A.B.D.
7	TURNING POINT: 9/11 AND THE WAR OF TERROR	A.B.D.
8	THE GOOD DOCTOR	A.B.D.
9	HOMETOWN CHA-CHA-CHA	GÜNEY KORE
10	RIVERDALE	A.B.D.

NETFLIX'TE EN İYİ TV FİMLERİ (DÜNYA ÇAPINDA)

#	FİLM ADI YAPIMI	ÜRETİLDİĞİ ÜLKE
1	KATE	A.B.D.
2	AFTERLIFE OF THE PARTY	A.B.D.
3	HE'S ALL THAT	A.B.D.
4	MAN OF FIRE	A.B.D.
5	INTRUSION	A.B.D.
6	SCHUMAER	ALMANYA
7	SAS: RED NOTICE	BİRLEŞİK KRALLIK
8	NIGHTBOOKS	A.B.D.
9	PREY	ALMANYA
10	THE STRONGHOLD	FRANSA

DISNEY+'DA EN İYİ İÇERİK: EYLÜL 2021



FLIXPATROL'E GÖRE EYLÜL 2021'DE DISNEY+'DA (DÜNYA ÇAPINDA) EN POPÜLER TV ŞOVLARI VE FİMLERİ

DISNEY+ ÜZERİNDEKİ EN İYİ TV ŞOVLARI (DÜNYA ÇAPINDA)

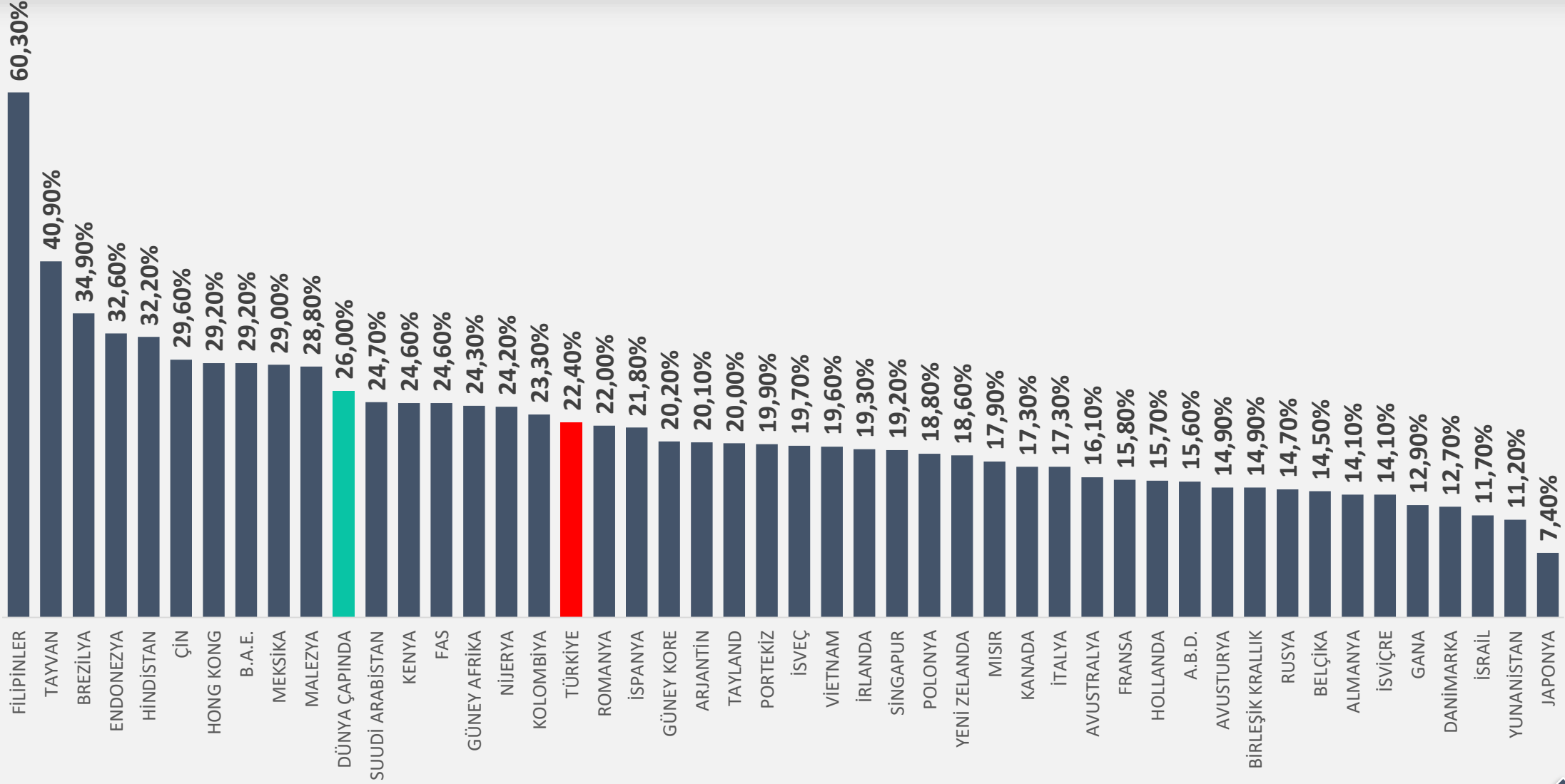
#	TV ŞOVU ADI	ÜRETİLDİĞİ ÜLKE
1	WHAT IF...?	A.B.D.
2	THE SIMPSONS	A.B.D.
3	GREY'S ANATOMY	A.B.D.
4	DUG DAYS	A.B.D.
5	BLUEY	A.B.D.
6	LOKI	A.B.D.
7	THE WALKING DEAD	A.B.D.
8	JESSIE	A.B.D.
9	DINOSAURS	A.B.D.
10	FAMILY GUY	A.B.D.

DISNEY+ ÜZERİNDEKİ EN İYİ FİMLER (DÜNYA ÇAPINDA)

#	FİLM ADI YAPIMI	ÜRETİLDİĞİ ÜLKE
1	CRUELLA	A.B.D.
2	LUCA	A.B.D.
3	MOANA	A.B.D.
4	BLACK WIDOW	A.B.D.
5	AVENGERS: ENDGAME	A.B.D.
6	RAYA AND THE LAST DRAGON	A.B.D.
7	NONA	A.B.D.
8	THE NEW MUTANTS	A.B.D.
9	FROZEN II	A.B.D.
10	COCO	A.B.D.

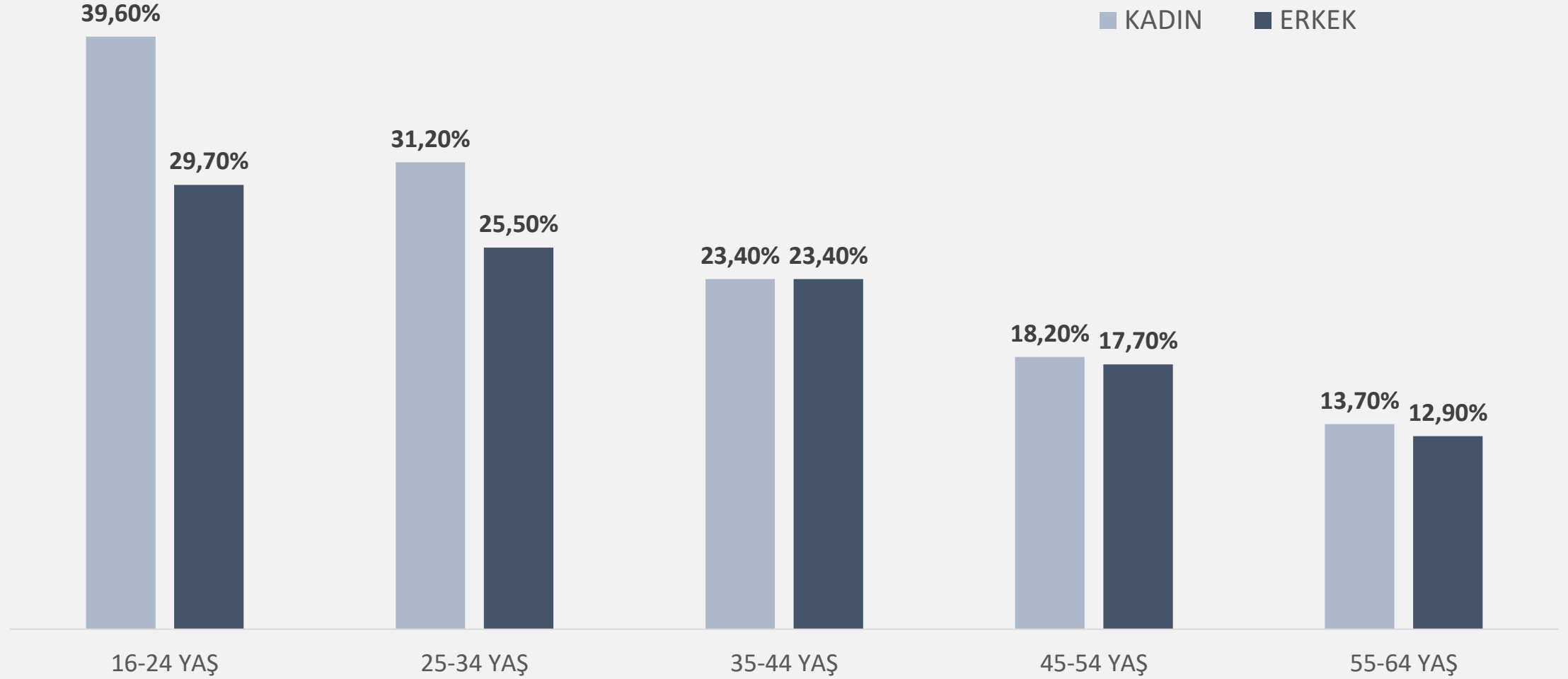
VLOGLARI İZLEME

GEÇEN AY İÇİNDE VLOG İZLENEN 16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



YAŞ VE CİNSİYETE GÖRE VLOG İZLEME

GEÇEN HAFTA VLOG İZLEYEN KÜRESEL İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



HER HAFTA ÇEVİRİMİÇİ SES DİNLEMEK

HER HAFTA İNTERNET ÜZERİNDEN HER TÜR SES İÇERİĞİ DİNLEYEN 16-64 YAŞ ARASI GLOBAL İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



Müzik Akış
Hizmetlerini Dinleme



%39.3

Çevrimiçi Radyo
Gösterilerini Veya
İstasyonları Dinleme



%22.9

Sesli Kitap
Dinleme



%19.9

Podcastleri
Dinleme



%20.1

KÜRESEL SPOTIFY GRAFİKLERİ: 14 EKİM 2021'DE BİTEN HAFTA



08-14 EKİM 2021 ARASINDAKİ SPOTIFY'DA (DÜNYA ÇAPINDA) EN POPÜLER PARÇALAR

SPOTIFY İLK 10

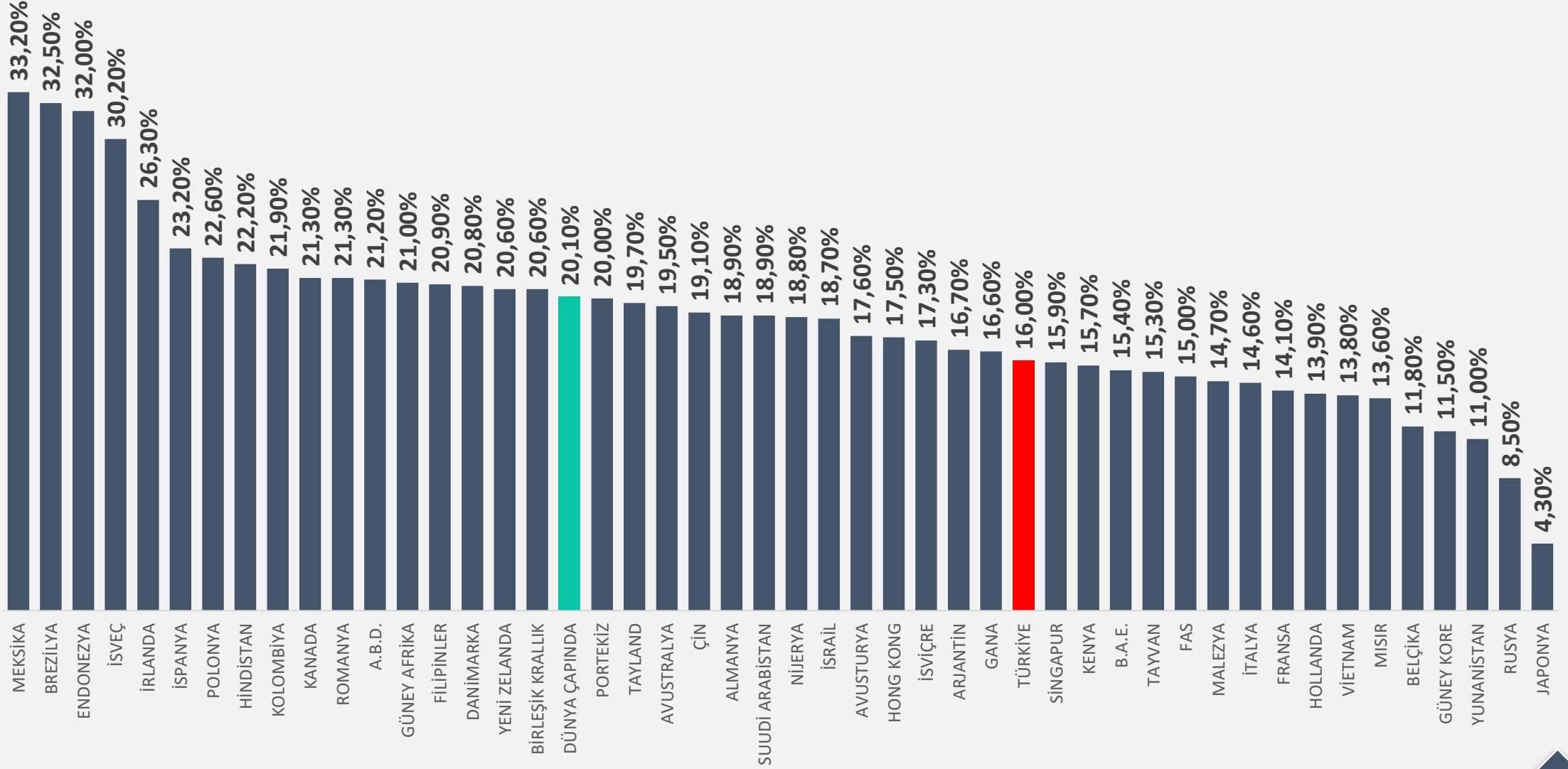
#	SANATÇI	PARÇA ADI
1	THE KID LAROI FEAT. JUSTIN BIEBER	STAY
2	LIL NAS FEAT. JACK HARLOW	INDUSTRY BABY
3	GLASS ANIMALS	HEAT WAVES
4	ED SHEERAN	BAD HABITS
5	FARRUKO	PEPAS
6	ED SHEERAN	SHIVERS
7	DOJA CAT	WOMAN
8	COLDPLAY, BTS	MY UNIVERSE
9	LISA	MONEY
10	ELTON JOHN, DUA LIPA	COLD HEART (PNAU REMIX)

SPOTIFY VİRAL ŞEMA

#	SANATÇI	PARÇA ADI
1	23	PINK SOLDIERS
2	IVAN CORNEJO	ESTÂ DANADA
3	CKAY FEAT. DJ YO! & AX'EL	LOVE NWANTITI (REMIX)
4	THE RARE OCCASIONS	NOTION
5	LISA	MONEY
6	MADDS BUCKLEY	THE RED MEANS I LOVE YOU
7	SIOUXXIE	MASQUERADE
8	CKAY	LOVE NWANTITI (AH AH AH)
9	JUNG JAEIL	WAY BACK THEN
10	CANKING, ESS2MAD	LEMME LAND?

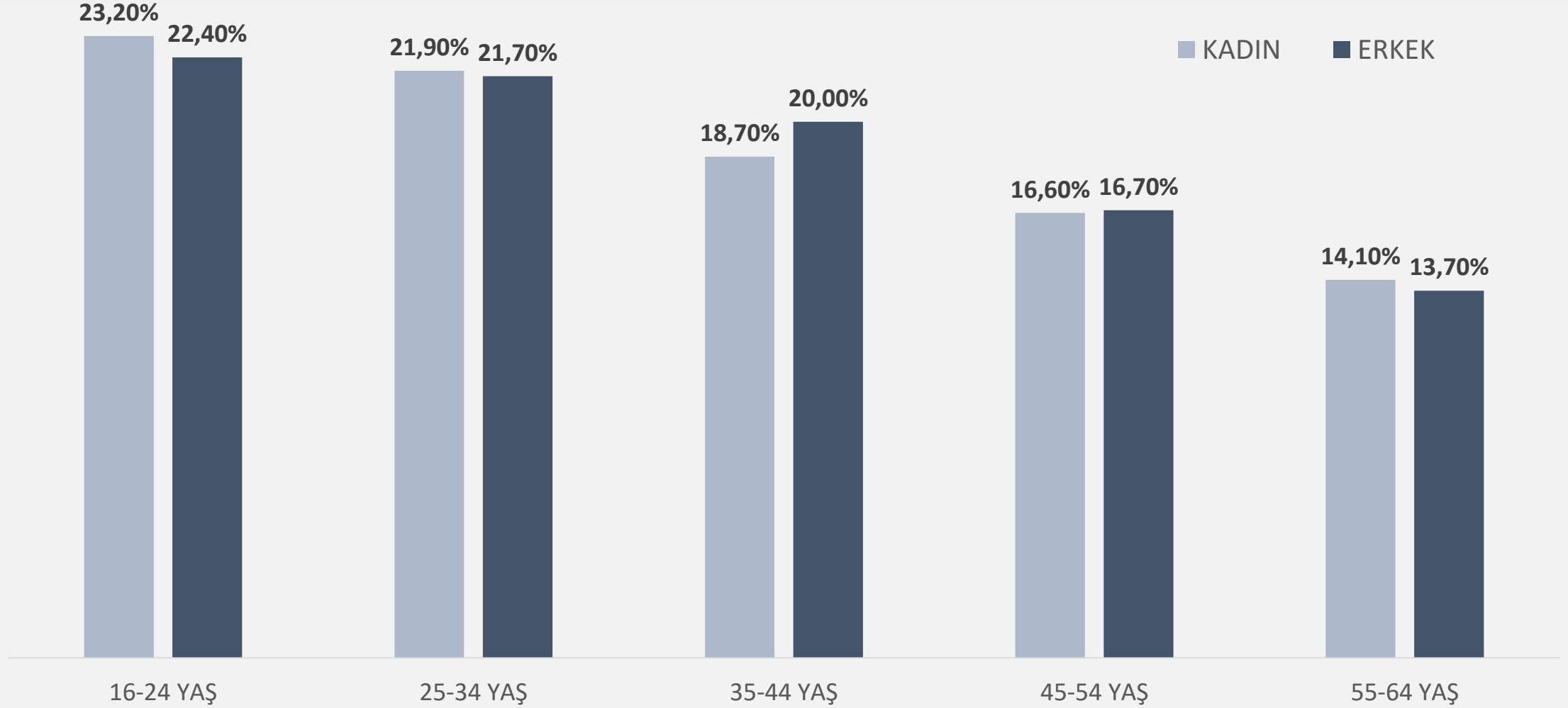
PODCASTLARI DİNLEME

GEÇEN AY İÇİNDE PODCAST'I DİNLEYEN VEYA İZLENEN 16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



YAŞ VE CİNSİYETE GÖRE PODCASTLARI DİNLEME

GEÇEN AY İÇİNDE PODCAST'I DİNLEMEN VEYA İZLENEN KÜRESEL İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



VIDEO OYUNLARI OYNATMA: CİHAZ BAKIŞ AÇISI

16-64 YAŞ ARASINDAKİ KÜRESEL İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ HER CİHAZDA VIDEO OYUNLARI OYNATIYOR



Herhangi Bir Cihaz



%84.9

Akıllı Telefon



%68.9

Laptop veya
Masaüstü Bilgisayar



%39.8

Oyun Konsolu



%27.5

Tablet



%17.5

Elde Taşınabilen
Oyun Cihazı



%14.0

Medya Akış Cihazı



%9.6

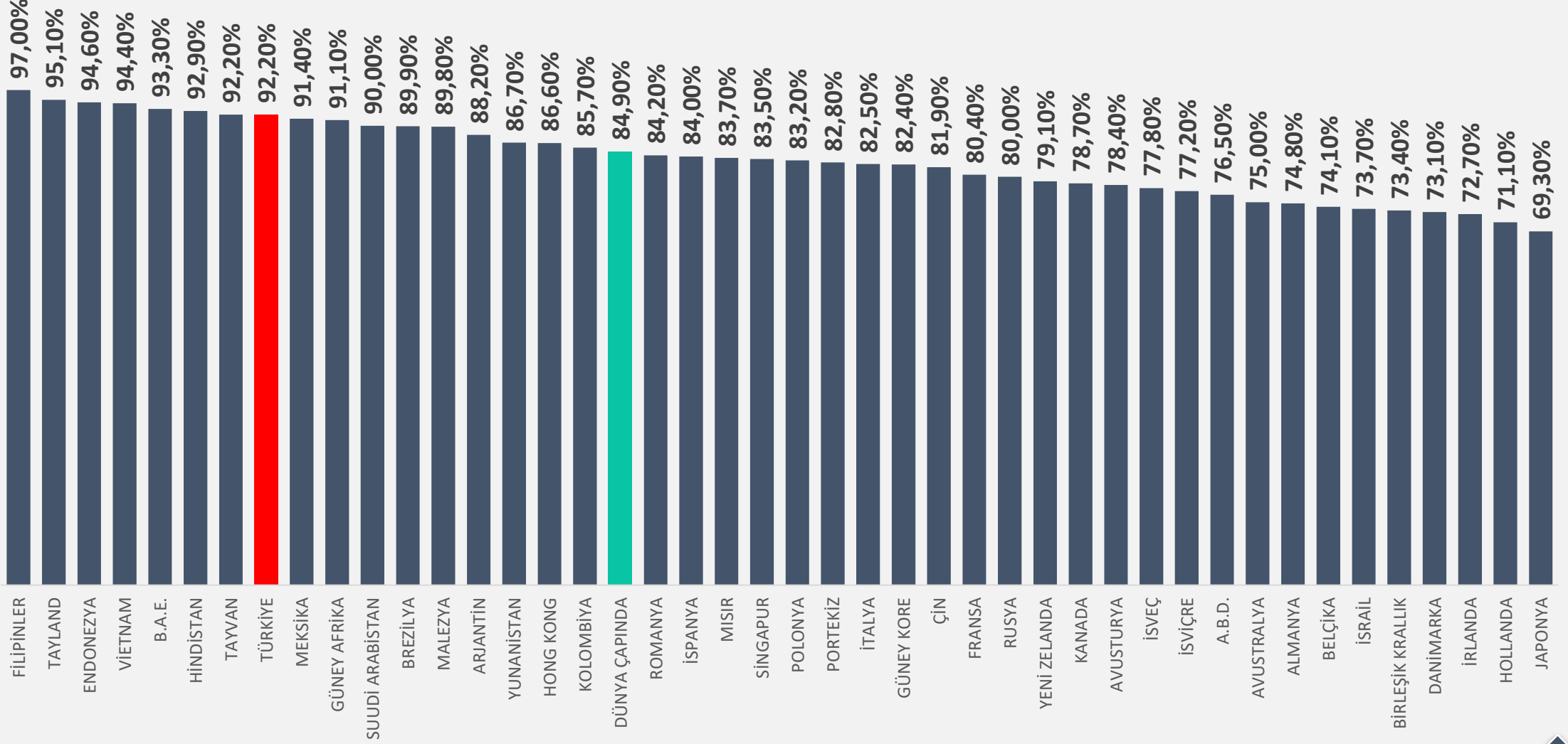
Sanal Gerçeklik



%8.8

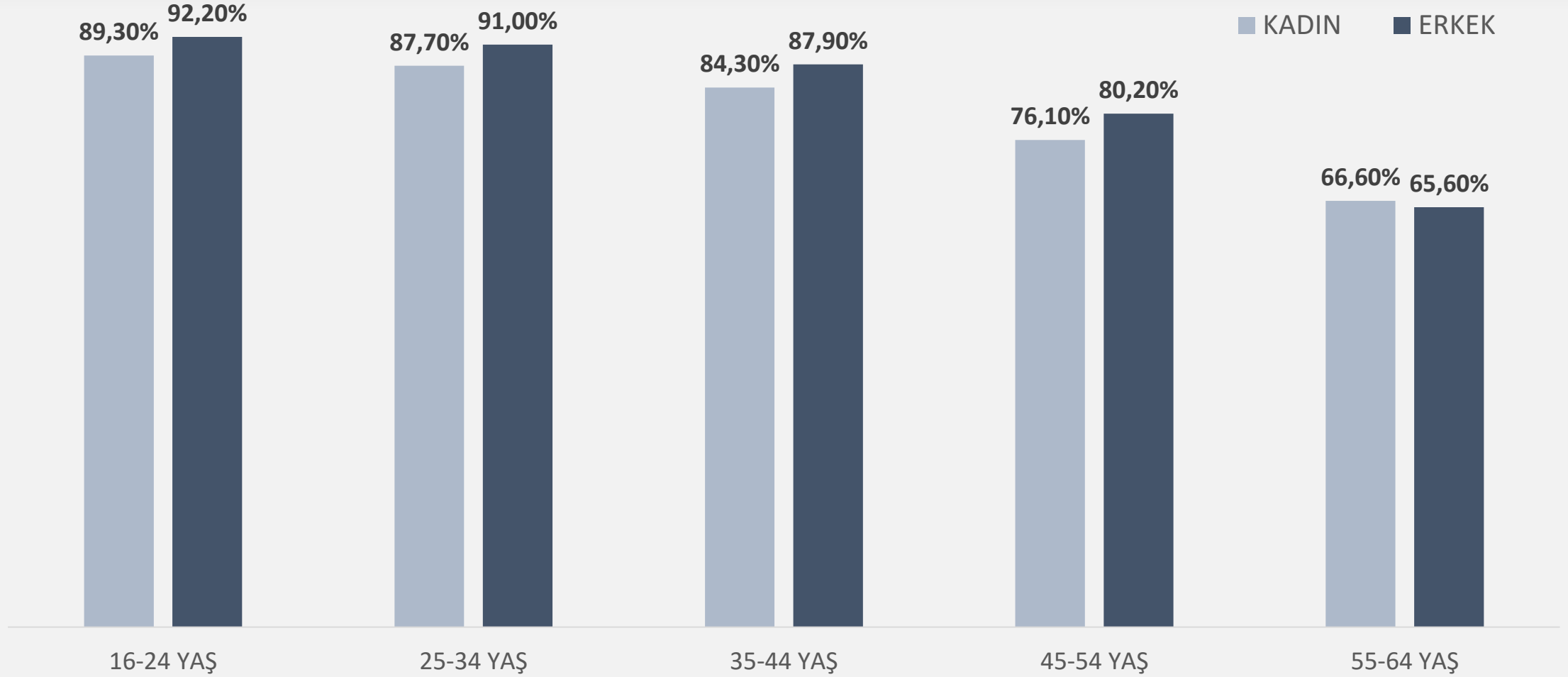
VİDEO OYUNLARI OYNAMAK

HERHANGİ BİR CİHAZDA VİDEO OYUN OYNATAN 16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



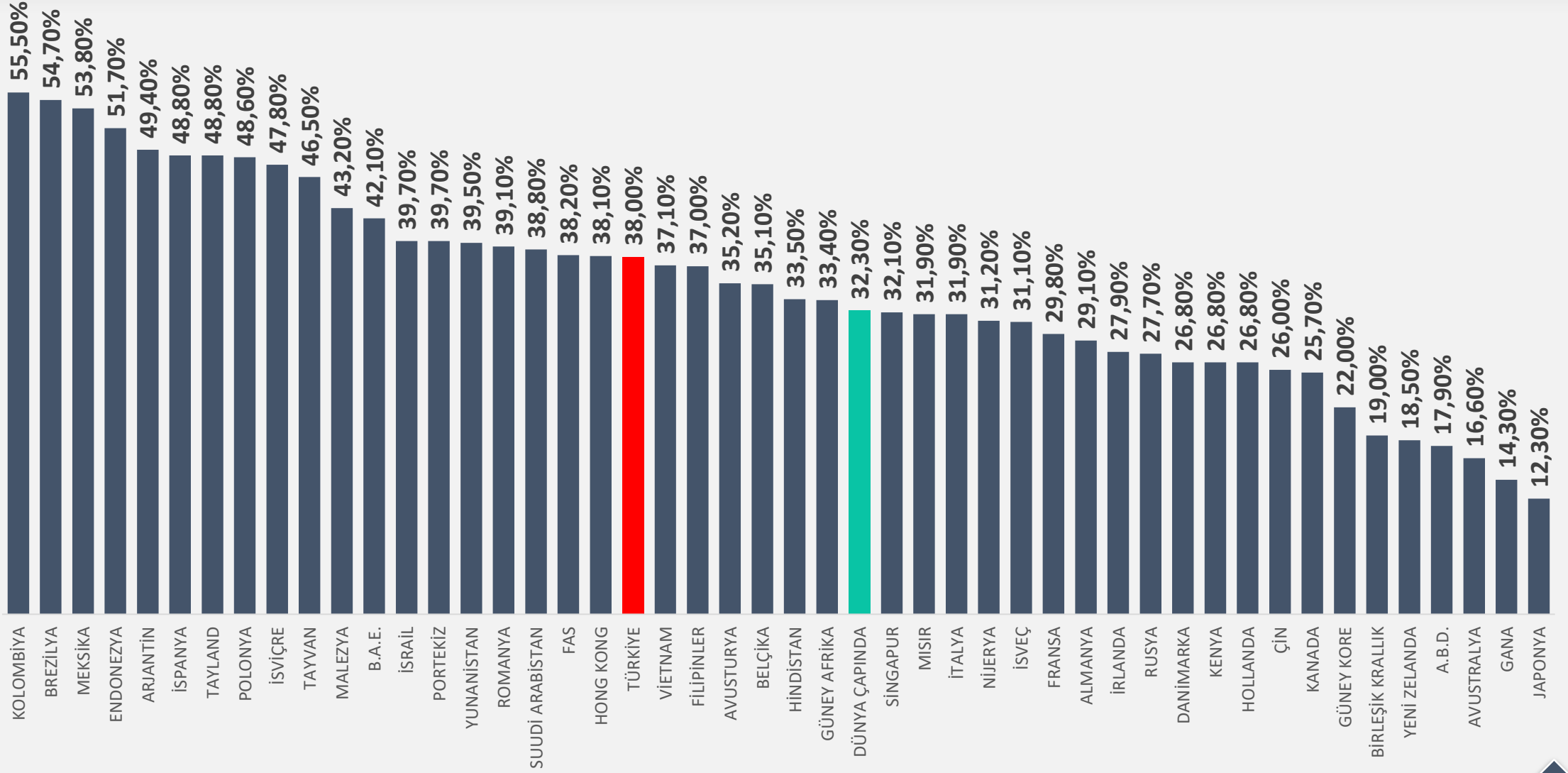
YAŞ VE CİNSİYETE GÖRE VİDEO OYUNLARI OYNAMA

HERHANGİ BİR CİHAZDA VİDEO OYUNLARI OYNAYAN KÜRESEL İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



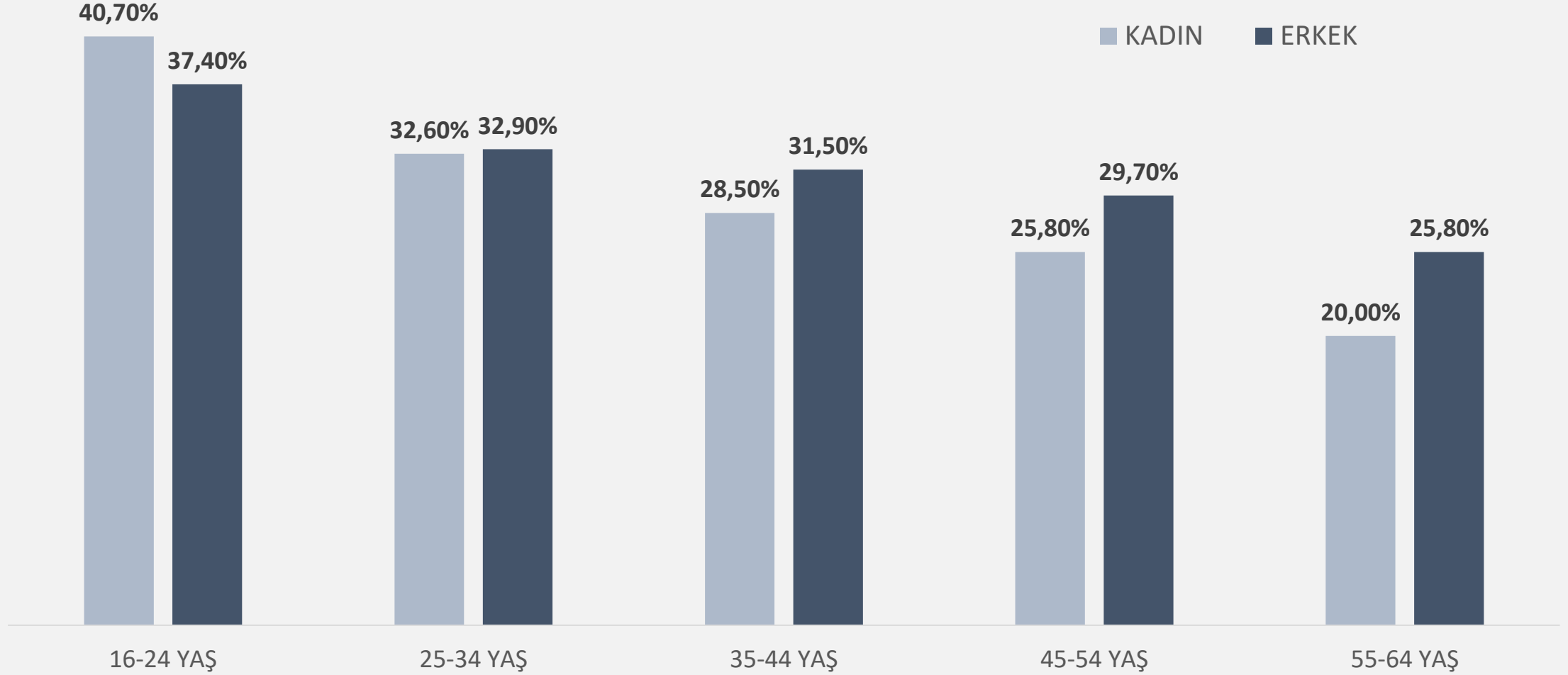
ÇEVİRİMİÇİ ÇEVİRİ ARAÇLARININ KULLANIMI

GEÇEN HAFTA İÇİNDE METİNLERİ FARKLI DİLLERE ÇEVİRMEK İÇİN ÇEVİRİMİÇİ ARAÇLARI KULLANAN 16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



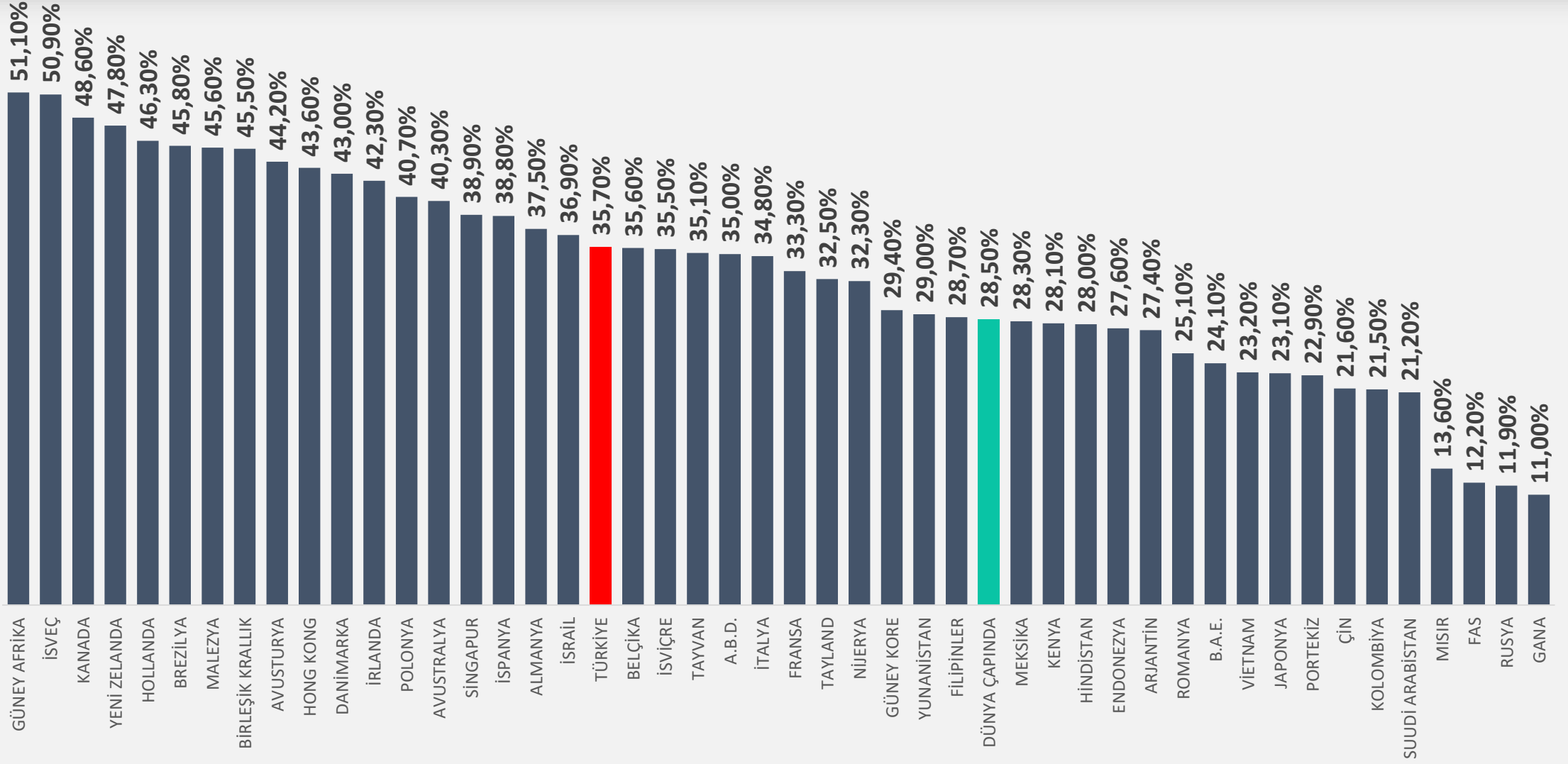
ÇEVİRİMİÇİ ÇEVİRİ ARAÇLARININ KULLANIMI

GEÇEN HAFTA İÇİNDE METİNİ FARKLI DİLLERE ÇEVİRMEK İÇİN ÇEVİRİMİÇİ ARAÇLARI KULLANAN KÜRESEL İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



ÇEVİRİMİÇİ FİNANSAL HİZMETLERİN KULLANIMI

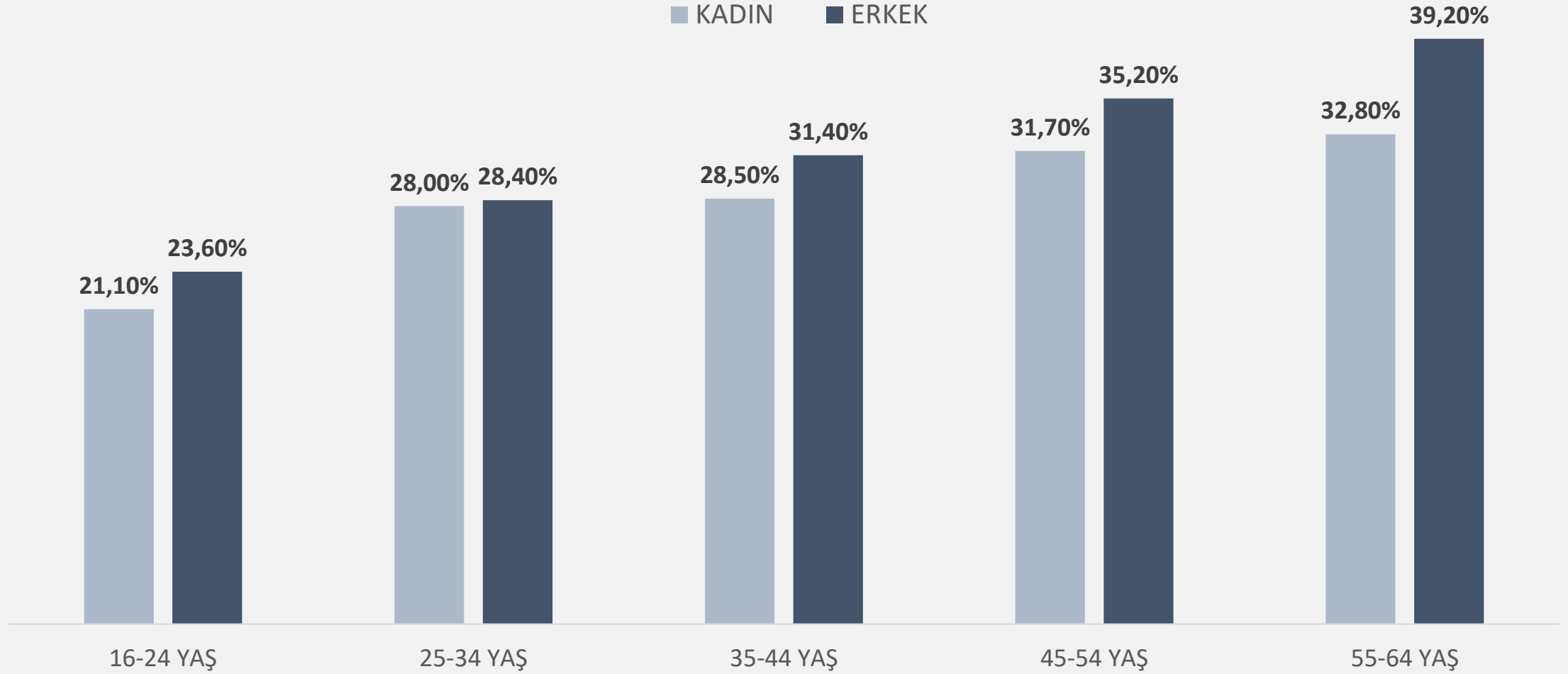
GEÇEN AYDA BANKACILIK, YATIRIM VEYA SİGORTA WEB SİTESİNİ VEYA UYGULAMASINI KULLANAN 16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



ÇEVİRİMİÇİ FİNANSAL HİZMETLERİN KULLANIMI

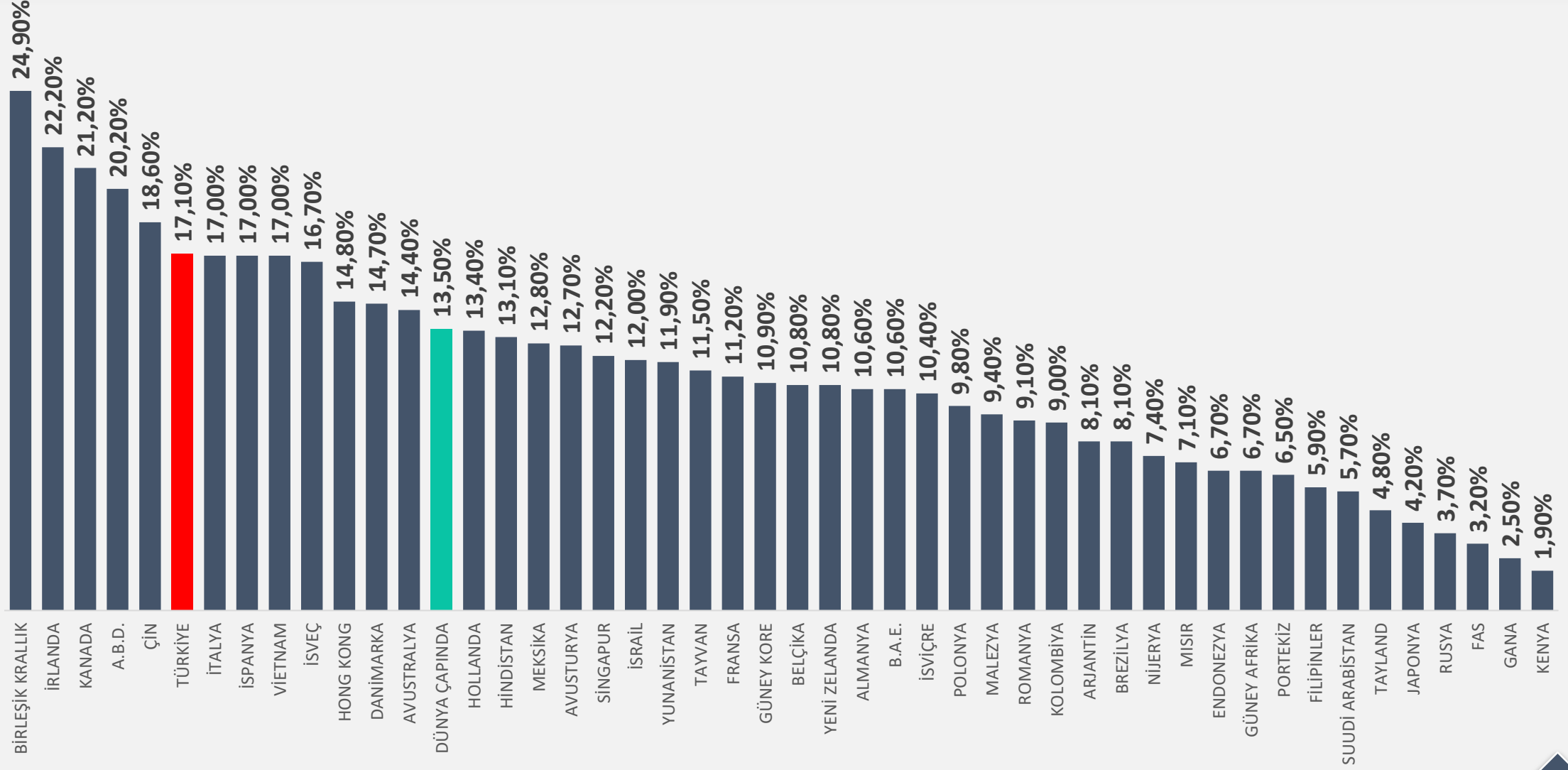


GEÇEN AYDA BANKACILIK, YATIRIM VEYA SİGORTA WEB SİTESİNİ VEYA UYGULAMASINI KULLANAN KÜRESEL İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



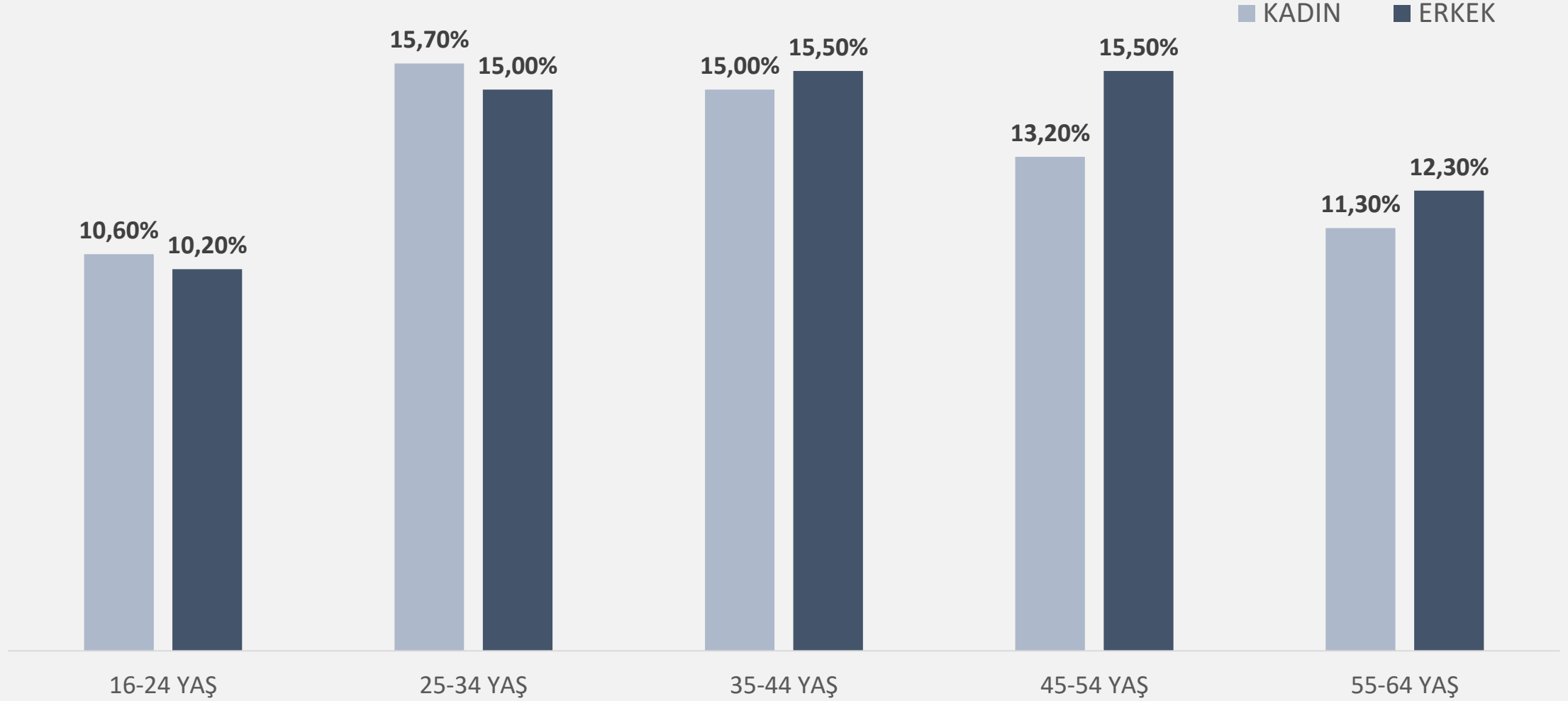
AKILLI EV CİHAZ SAHİPLİĞİ

16-64 YAŞ ARASI AKILLI EV CİHAZI KULLANICILARININ YÜZDESİ



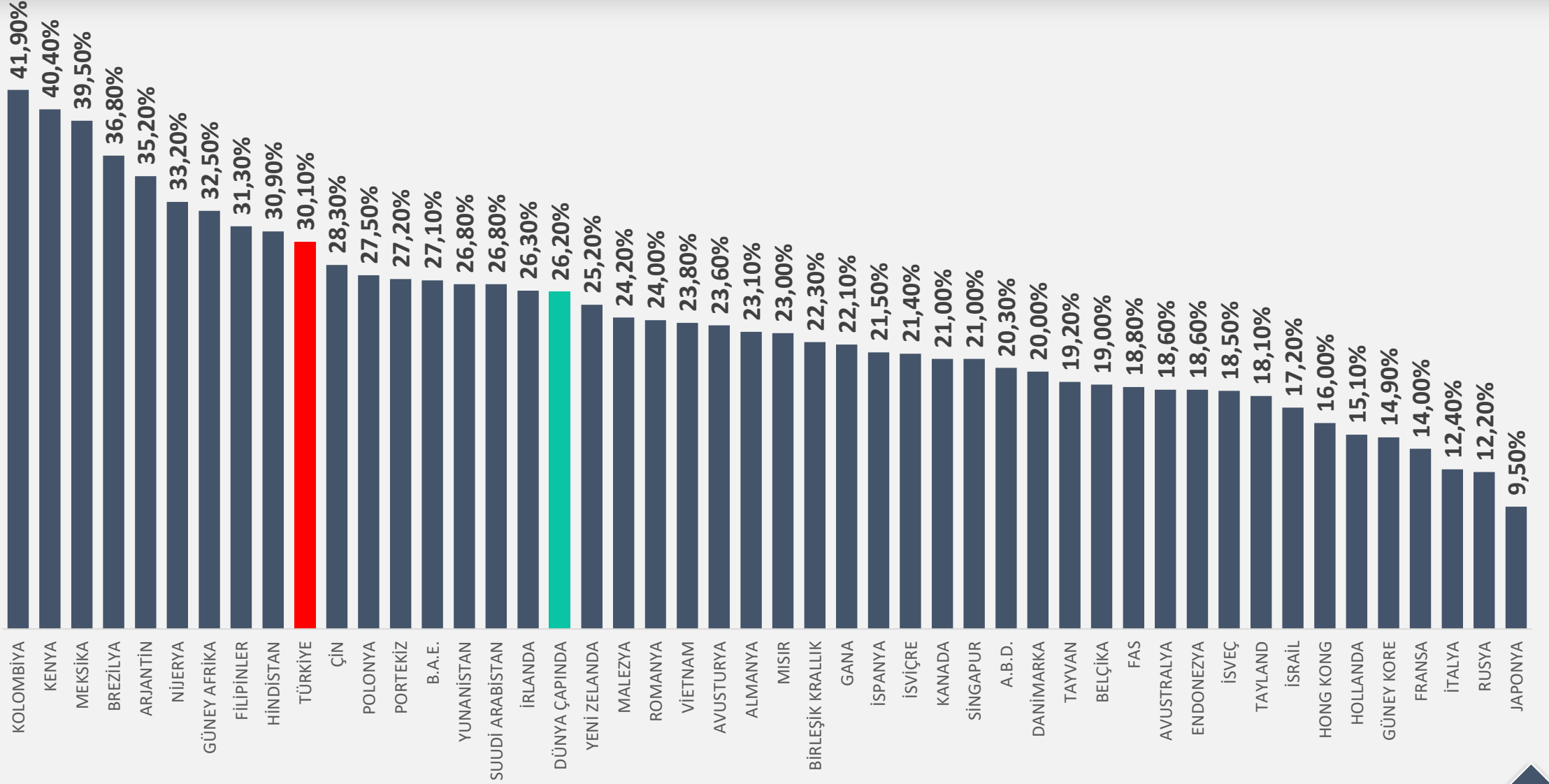
YAŞ VE CİNSİYETE GÖRE AKILLI EV CİHAZI SAHİPLİĞİ

BİR TÜR AKILLI EV CİHAZINA SAHİP OLDUĞUNU SÖYLEYEN KÜRESEL İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



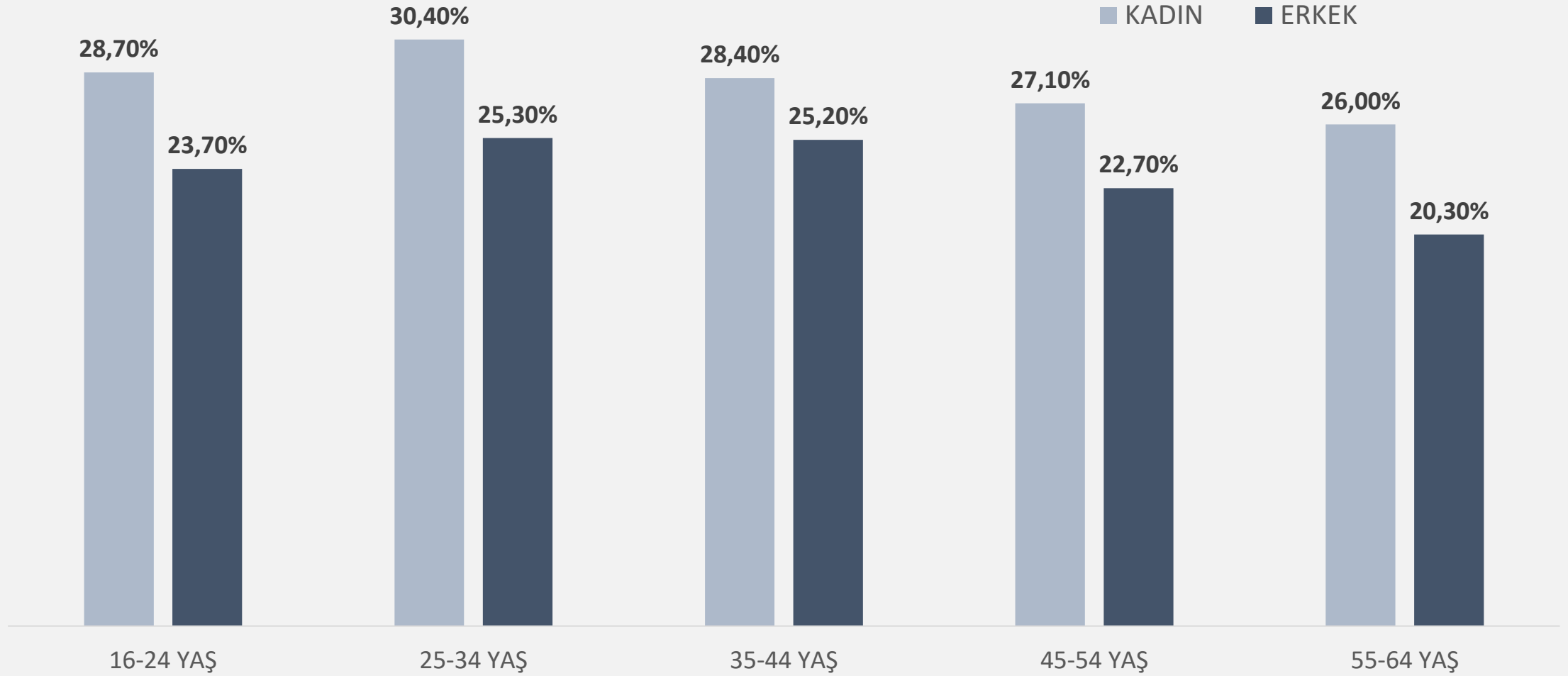
SAĞLIK BELİRTİLERİNİN ÇEVİRİMİÇİ KONTROLÜ

GEÇEN HAFTA SAĞLIK BELİRTİLERİNİ ÇEVİRİMİÇİ KONTROL EDEN 16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



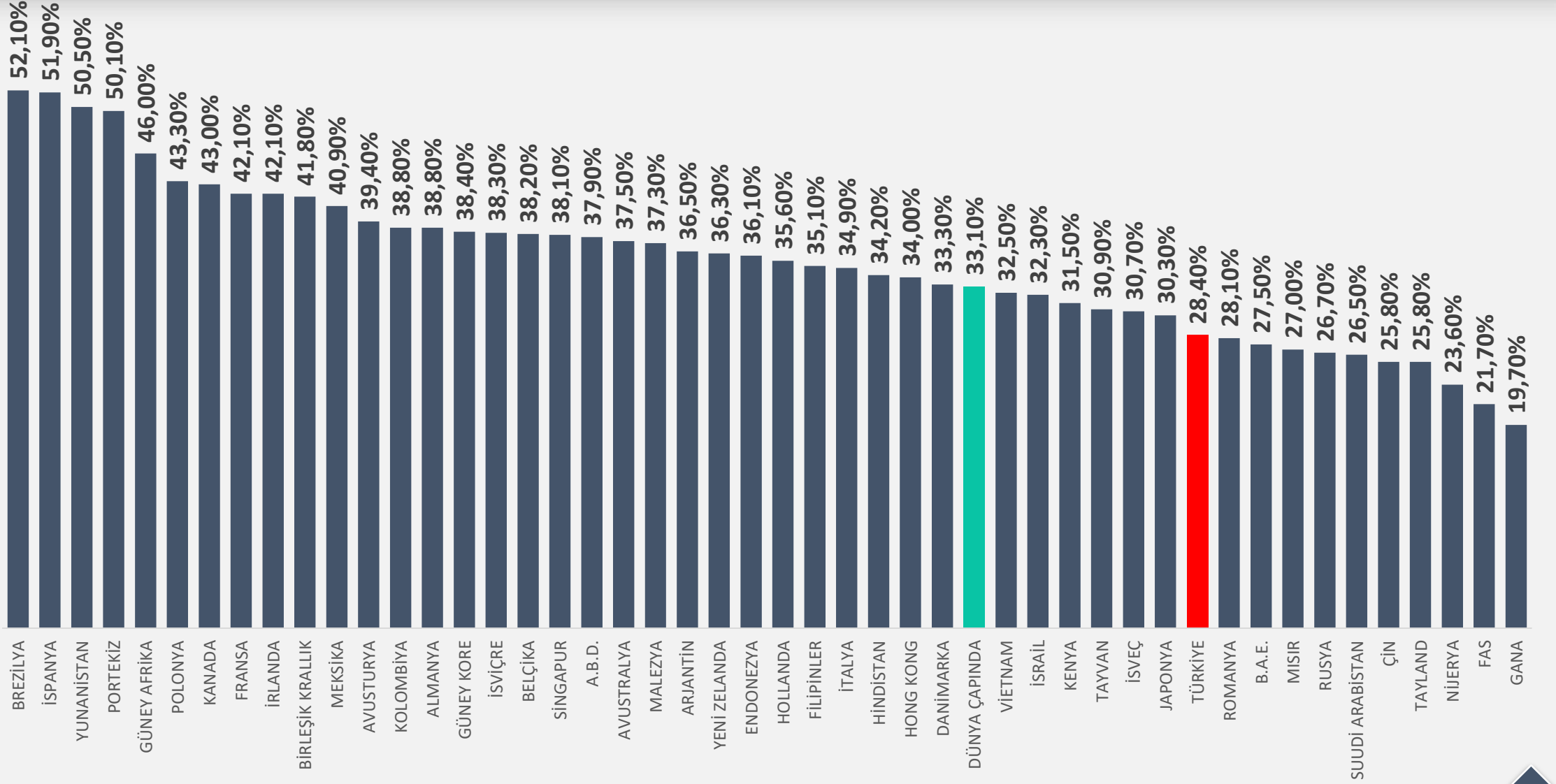
SAĞLIK BELİRTİLERİNİN ÇEVİRİMİÇİ KONTROLÜ

GEÇEN HAFTA SAĞLIK BELİRTİLERİNİ ÇEVİRİMİÇİ KONTROL EDEN 16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



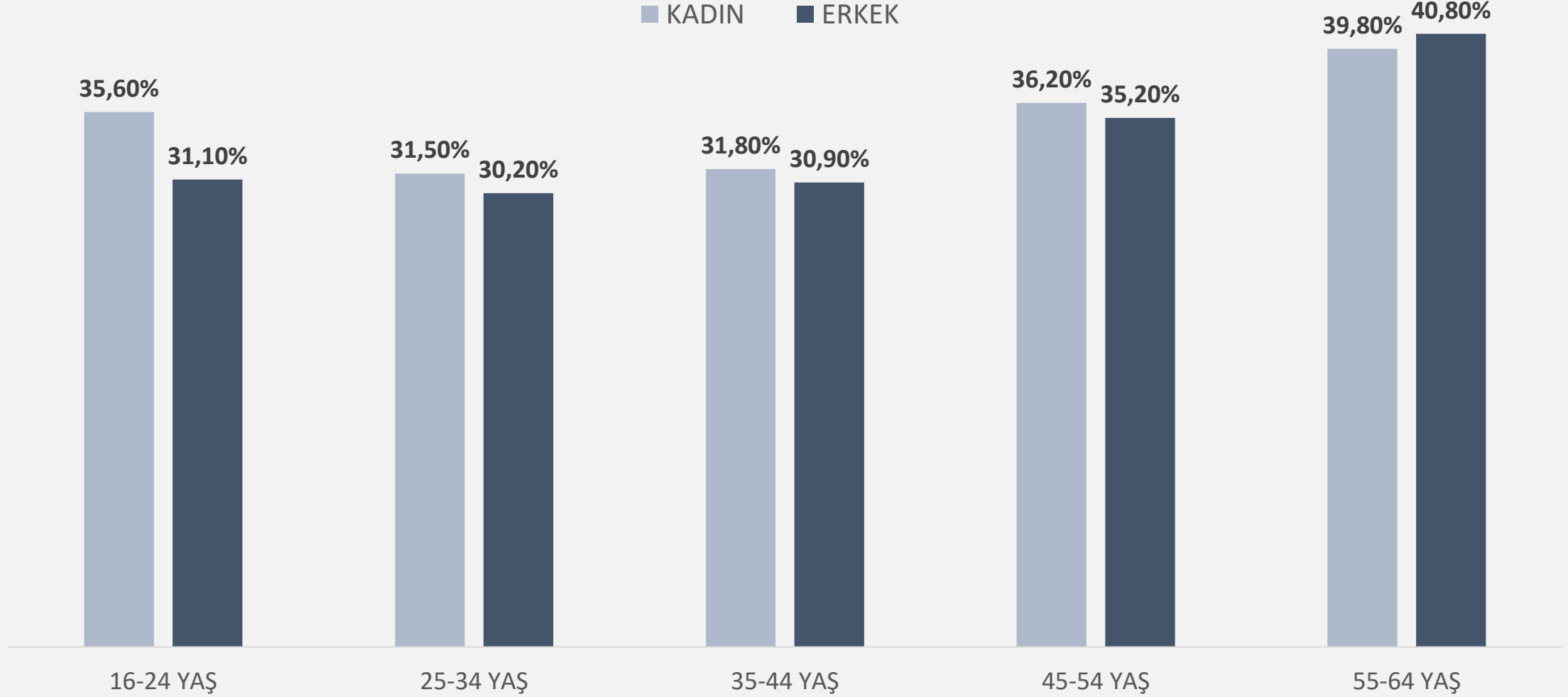
KİŞİSEL VERİLERİN YANLIŞ KULLANIMI İLE İLGİLİ ENDİŞELER

ŞİRKETLERİN KİŞİSEL VERİLERİNİ ÇEVİRİMİÇİNDE NASIL KULLANDIĞINA DİKKAT EDİLDİĞİNİ SÖYLEYEN 16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARI YÜZDESİ



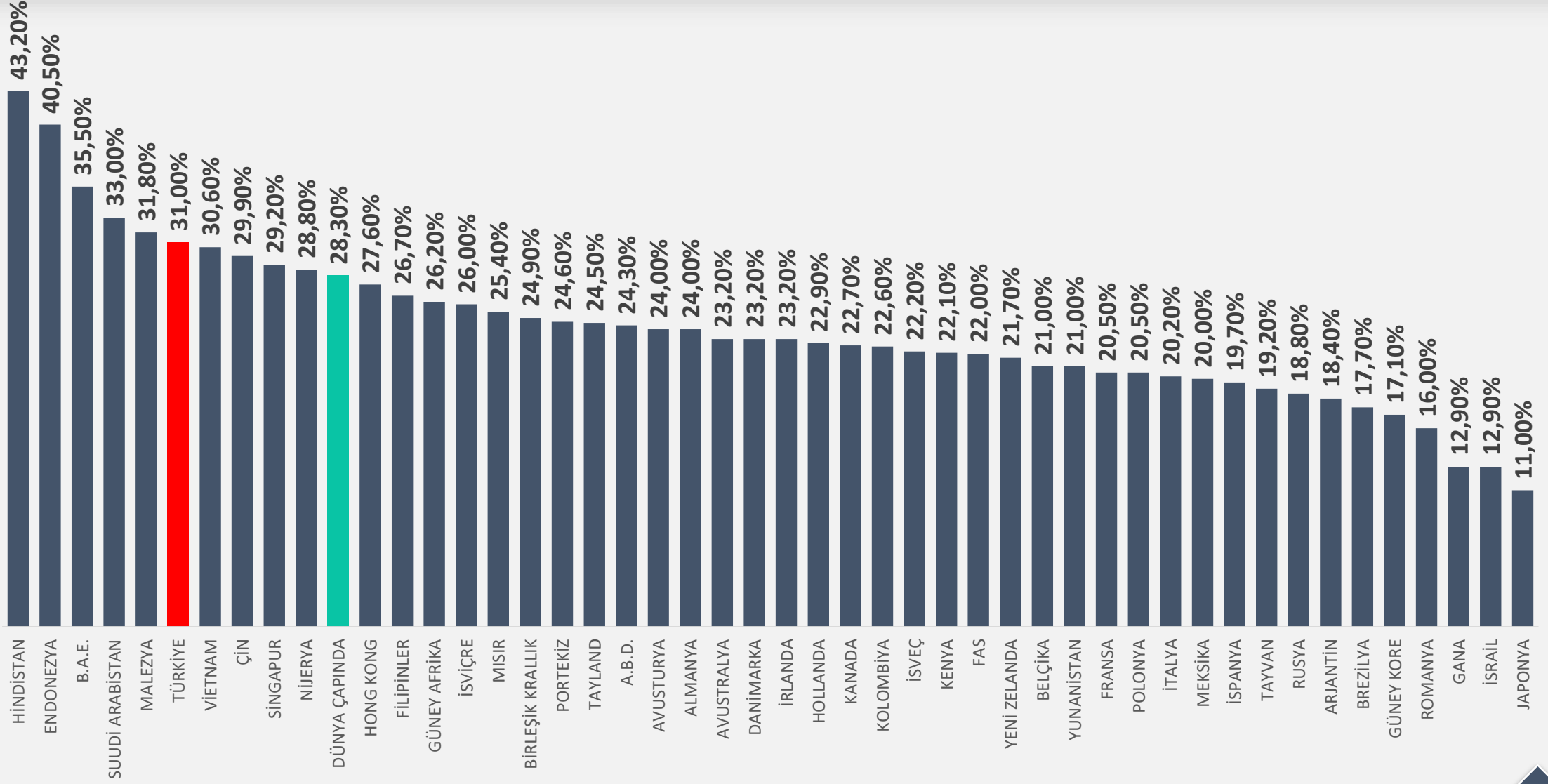
KİŞİSEL VERİLERİN YANLIŞ KULLANIMI İLE İLGİLİ ENDİŞELER

ŞİRKETLERİN KİŞİSEL VERİLERİNİ ÇEVİRİMİNDE NASIL KULLANDIĞINA DİKKAT EDİLDİĞİNİ SÖYLEYEN KÜRESEL İNTERNET KULLANICILARI YÜZDESİ



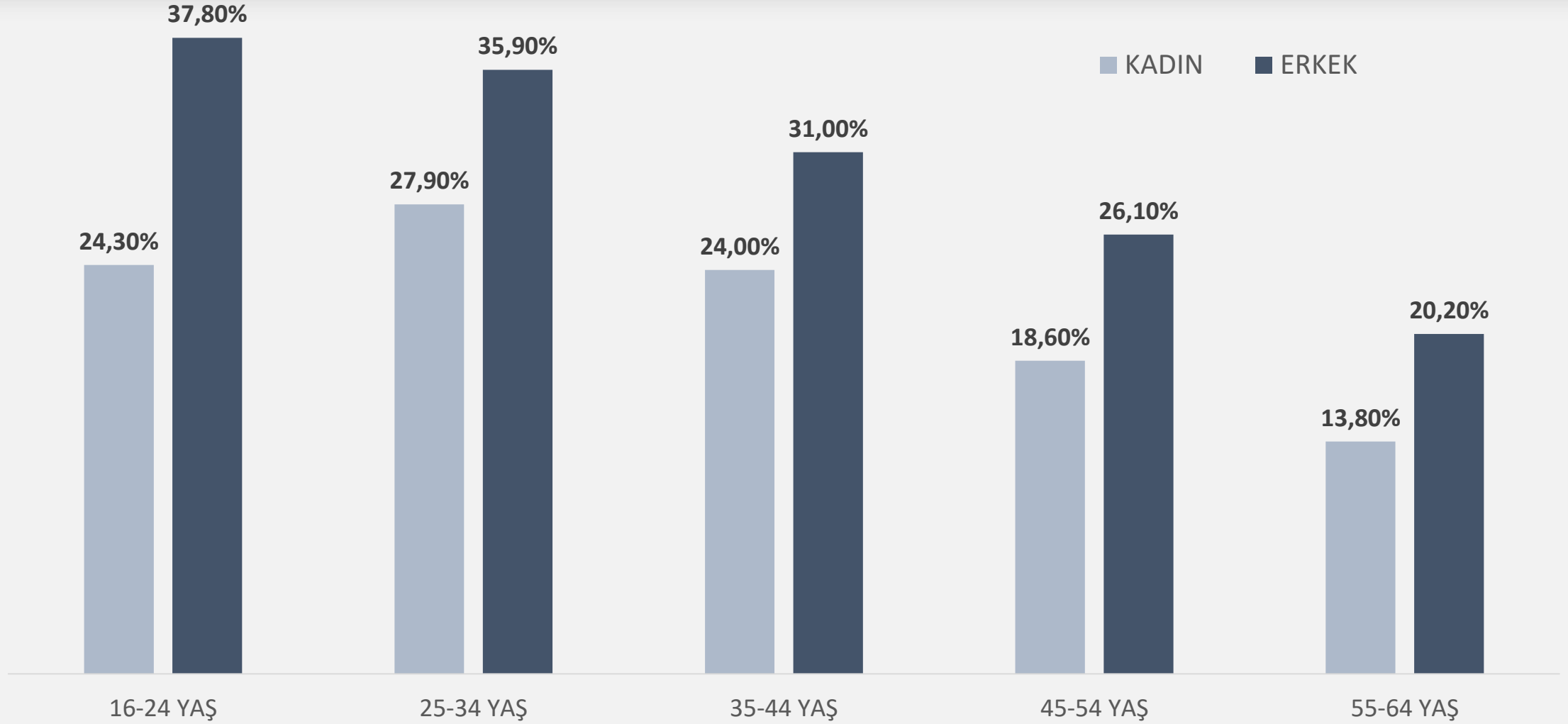
SANAL ÖZEL AĞ KULLANIMI (VPN)

ÇEVİRİMİÇİ ETKİNLİKLERİNİN EN AZ BAZILARI İÇİN VPN KULLANDIĞINI SÖYLEYEN 16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



SANAL ÖZEL AĞ KULLANIMI (VPN)

ÇEVİRİMİÇİ ETKİNLİKLERİNİN EN AZ BAZILARI İÇİN VPN KULLANDIKLARINI SÖYLEYEN KÜRESEL İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ





SOSYAL MEDYA KULLANIMI

DÜNYA ÇAPINDA SOSYAL MEDYA KULLANIMI

SOSYAL AĞLARIN VE MESAJLAŞMA SERVİSLERİNİN KULLANIMI



Aktif
Sosyal Medya
Kullanıcıları



4.55
MİLYAR

Toplam
Aktif Kullanıcı
Oranı



57.6%

Sosyal Medya
Kullanıcılarındaki
Yıllık Artış



+9.9%

+409
MİLYON

Bir İnternet
Kullanıcısına Düşen
Aylık Kullanılan
Platform Sayısı
Ortalaması



6,7

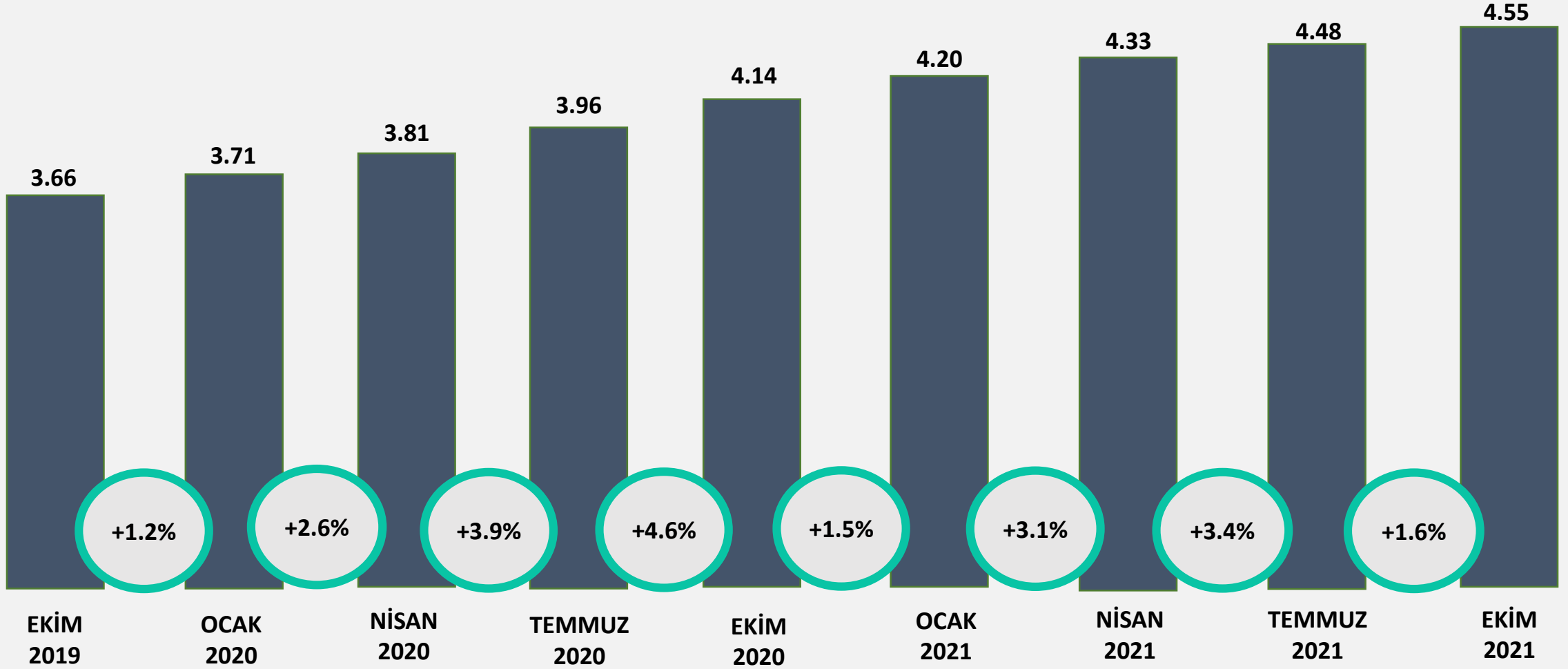
Sosyal Medyada
Günlük Harcanan
Ortalama Zaman



2S 27D

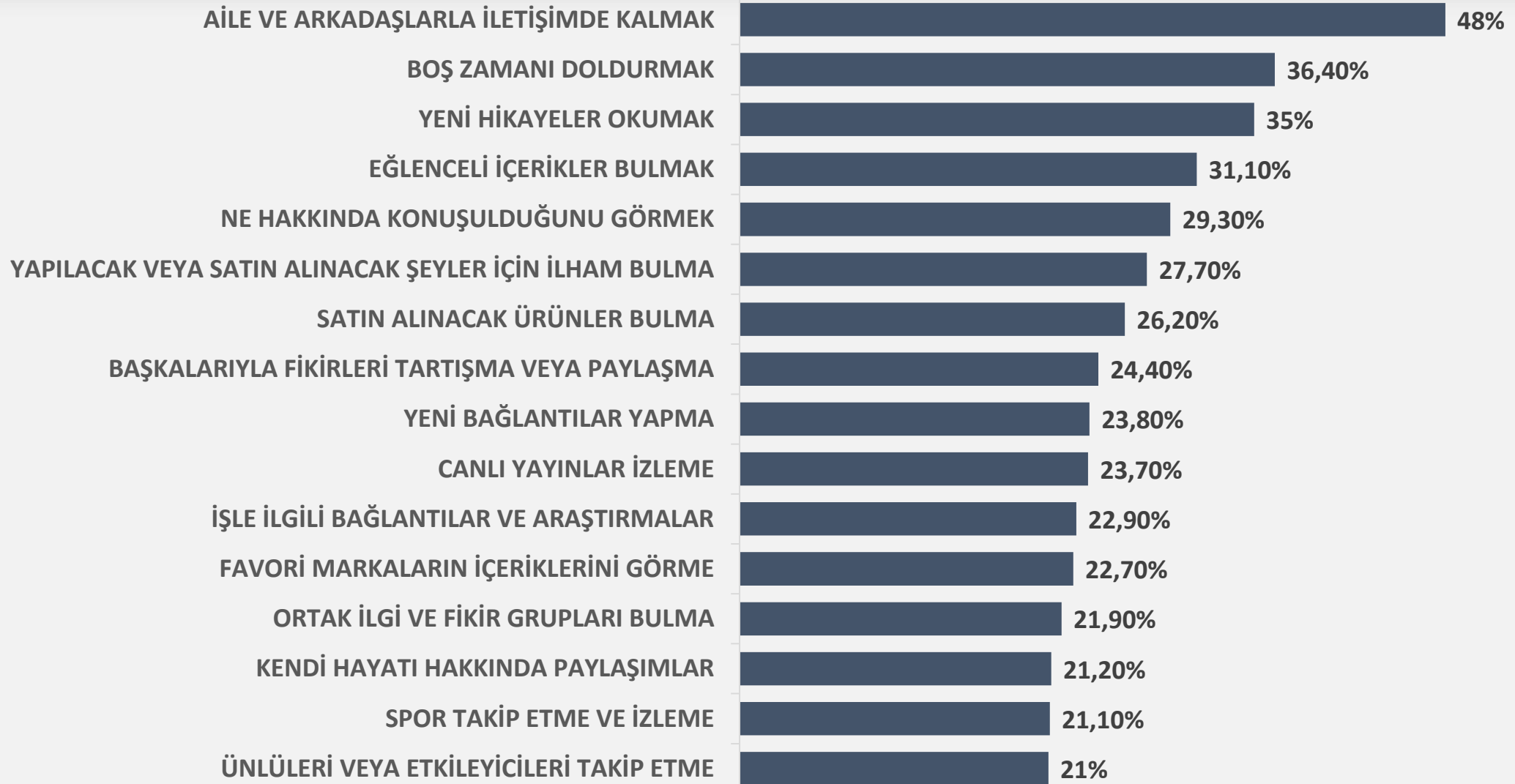
ZAMAN İÇİNDE KÜRESEL SOSYAL MEDYA KULLANICILARI

ÇEYREĞE GÖRE İLGİLİ ÇEYREK DEĞİŞİM İLE TOPLAM KÜRESEL SOSYAL MEDYA KULLANICISI SAYISI



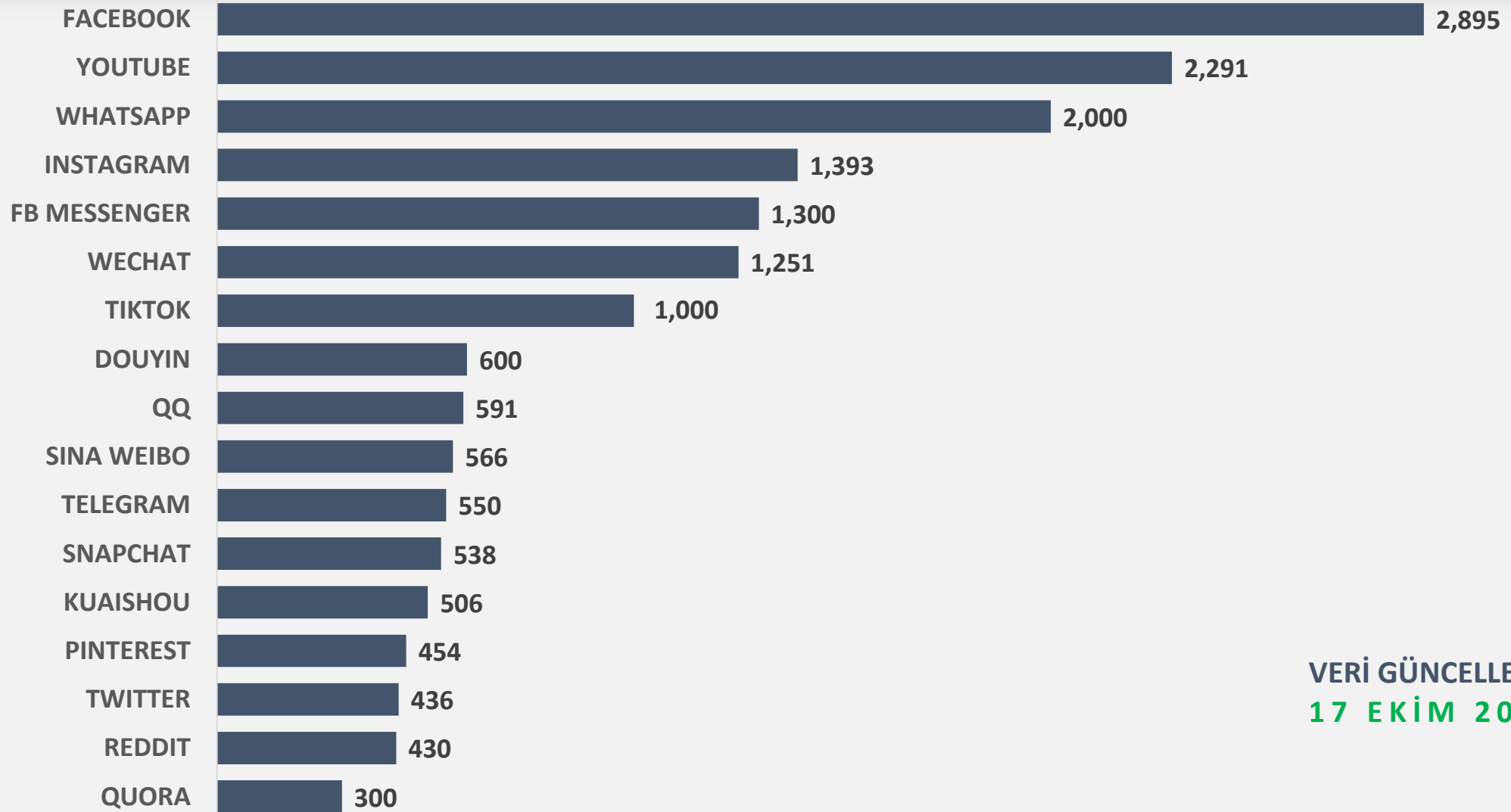
SOSYAL MEDYAYI KULLANMA NEDENLERİ

KÜRESEL ÇAPTA 16 – 64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ SOSYAL MEDYA BAŞLICA SOSYAL MEDYA KULLANMA AMAÇLARININ ORANI



DÜNYANIN EN ÇOK KULLANILAN SOSYAL PLATFORMLARININ AKTİF KULLANICISI

LİDER SOSYAL MEDYA PLATFORMLARININ AKTİF KULLANICI SAYISI (MİLYON)



VERİ GÜNCELLEME:
17 EKİM 2021

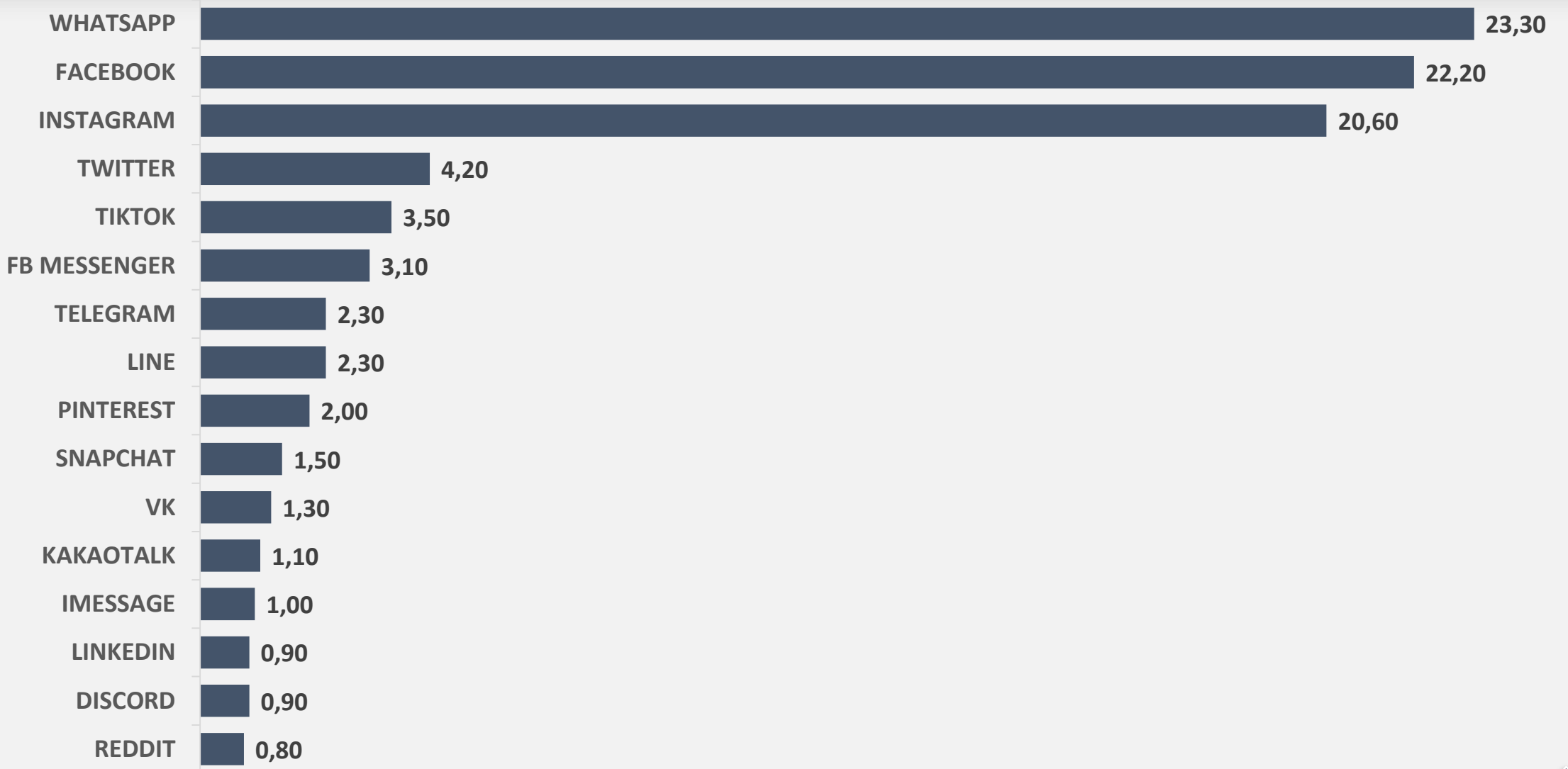
SOSYAL MEDYA PLATFORMLARI ARASINDAKİ KULLANICI GENEL BİLGİLERİ

BİR SOSYAL MEDYA PLATFORMUNU KULLANANLARIN DİĞER SOSYAL MEDYALARI KULLANMA ORANI (16 – 64 YAŞ GRUBU)

	SADECE BELİRTİLEN PLATFORM	AYRICA FACEBOOK KULLANANLAR	AYRICA YOUTUBE KULLANANLAR	AYRICA INSTAGRAM KULLANANLAR	AYRICA REDDIT KULLANANLAR	AYRICA SNAPCHAT KULLANANLAR	AYRICA TWITTER KULLANANLAR	AYRICA TIKTOK KULLANANLAR	AYRICA PINTEREST KULLANANLAR	AYRICA LINKEDİN KULLANANLAR
FACEBOOK KULLANICILARI	0.7%	100.0%	75.2%	77.6%	13.8%	32.2%	49.2%	44.9%	36.6%	31.9%
YOUTUBE KULLANICILARI	1.0%	79.9%	100.0%	77.8%	15.3%	29.9%	52.1%	42.6%	38.6%	31.9%
INSTAGRAM KULLANICILARI	0.1%	83.1%	78.8%	100.0%	14.9%	36.7%	55.0%	47.8%	40.7%	31.9%
REDDIT KULLANICILARI	0.1%	81.4%	79.2%	82.5%	100.0%	50.0%	73.0%	51.4%	59.4%	50.1%
SNAPCHAT KULLANICILARI	0.1%	83.7%	79.2%	88.9%	21.9%	100.0%	62.8%	58.4%	51.0%	38.9%
TWITTER KULLANICILARI	0.2%	83.8%	80.9%	87.5%	21.0%	41.2%	100.0%	51.9%	44.6%	40.2%
TIKTOK KULLANICILARI	0.1%	85.0%	81.3%	84.4%	16.4%	42.6%	57.7%	100.0%	44.4%	31.7%
PINTEREST KULLANICILARI	0.1%	83.0%	80.5%	86.3%	22.7%	44.5%	59.5%	53.2%	100.0%	42.2%
LİNKEDİN KULLANICILARI	0.3%	88.4%	78.3%	82.5%	23.4%	41.6%	65.4%	46.5%	51.5%	100.0%

FAVORİ SOSYAL MEDYA PLATFORMLARI

HER SEÇENEĞİN "FAVORİ" SOSYAL MEDYA PLATFORMU OLDUĞUNU SÖYLEYEN 16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ (ÇİN HARİÇ)



YAŞ VE CİNSİYETE GÖRE FAVORİ SOSYAL PLATFORMLAR

HER SEÇENEĞİN "FAVORİ" SOSYAL MEDYA PLATFORMU OLDUĞUNU SÖYLEYEN KÜRESEL İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ (ÇİN HARIÇ)

KADIN İNTERNET KULLANICILARI ARASINDA EN SEVİLEN SOSYAL PLATFORMLAR

SOSYAL PLATFORM	16-24 YAŞ	24-34 YAŞ	35-44 YAŞ	45-54 YAŞ	55-64 YAŞ
WHATSAPP	17.3%	22.2%	24.8%	25.0%	24.4%
FACEBOOK	11.8%	23.0%	26.3%	26.1%	25.3%
INSTAGRAM	37.6%	25.7%	15.8%	12.3%	8.2%
TWITTER	6.2%	3.6%	2.7%	2.7%	2.1%
FB MESSENGER	2.2%	3.0%	3.6%	3.6%	4.1%
TIKTOK	7.6%	3.9%	3.3%	2.3%	1.1%
LINE	1.0%	1.8%	3.0%	3.7%	5.6%
TELEGRAM	1.6%	1.9%	1.6%	1.3%	0.9%
PINTEREST	3.6%	2.2%	2.9%	3.8%	5.2%
SNAPCHAT	3.0%	1.4%	1.2%	0.5%	0.3%

ERKEK İNTERNET KULLANICILARI ARASINDA EN SEVİLEN SOSYAL PLATFORMLAR

SOSYAL PLATFORM	16-24 YAŞ	24-34 YAŞ	35-44 YAŞ	45-54 YAŞ	55-64 YAŞ
WHATSAPP	21.1%	24.7%	26.4%	27.4%	25.4%
FACEBOOK	16.2%	24.6%	28.1%	25.9%	24.6%
INSTAGRAM	31.2%	19.1%	11.6%	8.6%	4.7%
TWITTER	5.1%	4.4%	4.6%	4.5%	3.5%
FB MESSENGER	2.4%	3.1%	3.6%	3.5%	3.2%
TIKTOK	3.7%	3.0%	2.7%	2.1%	1.3%
LINE	1.2%	1.6%	2.5%	3.2%	4.5%
TELEGRAM	3.6%	3.3%	2.6%	2.1%	1.5%
PINTEREST	0.7%	0.9%	1.0%	1.3%	1.7%
SNAPCHAT	2.6%	1.3%	0.8%	0.5%	0.3%

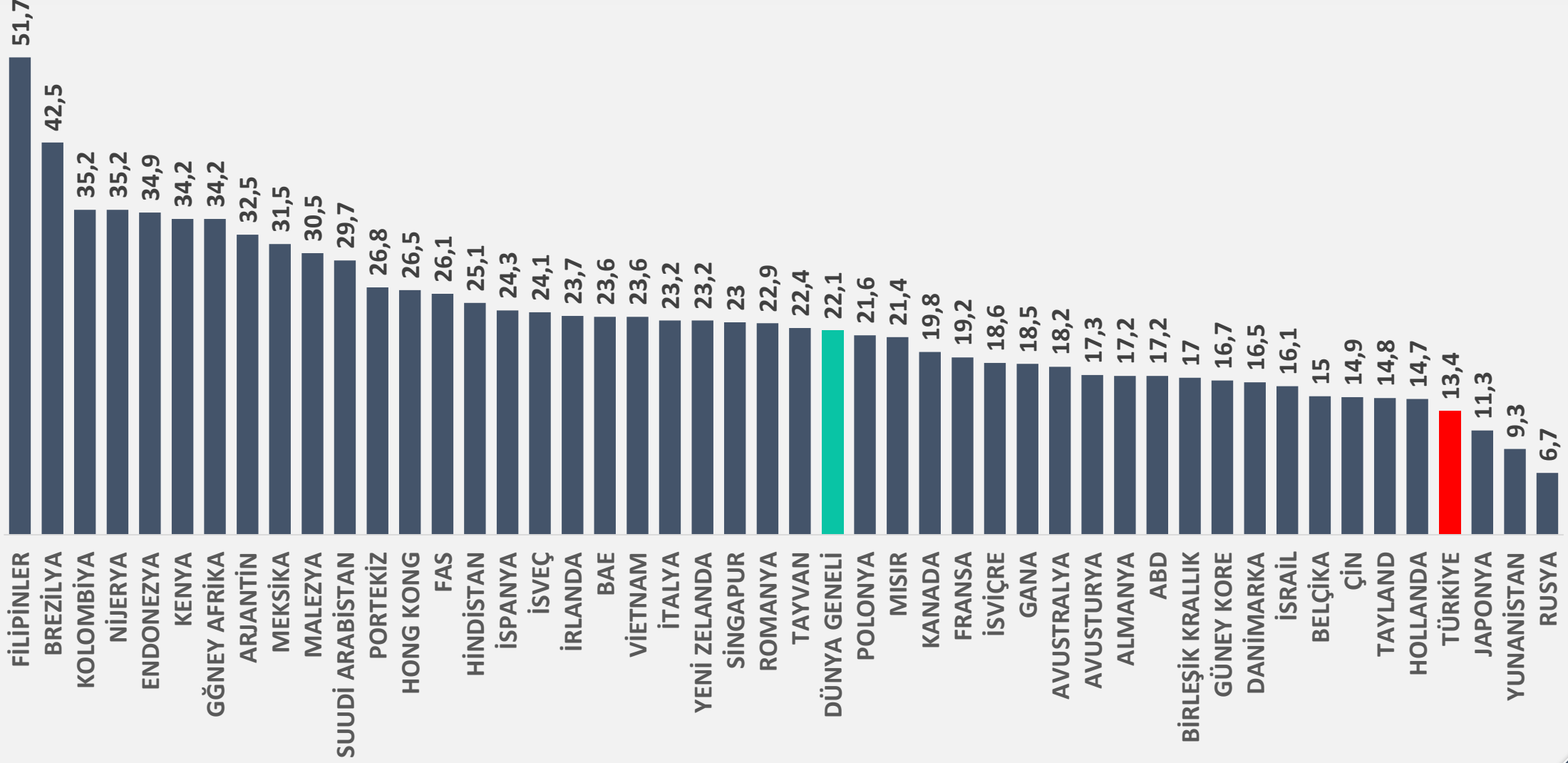
TAKİP EDİLEN SOSYAL MEDYA HESAP TÜRLERİ

16-64 YAŞ ARASINDAKİ KÜRESEL İNTERNET KULLANICILARININ SOSYAL MEDYADA TAKİP ETTİKLERİ HESAP TÜRLERİNİN YÜZDELERİ



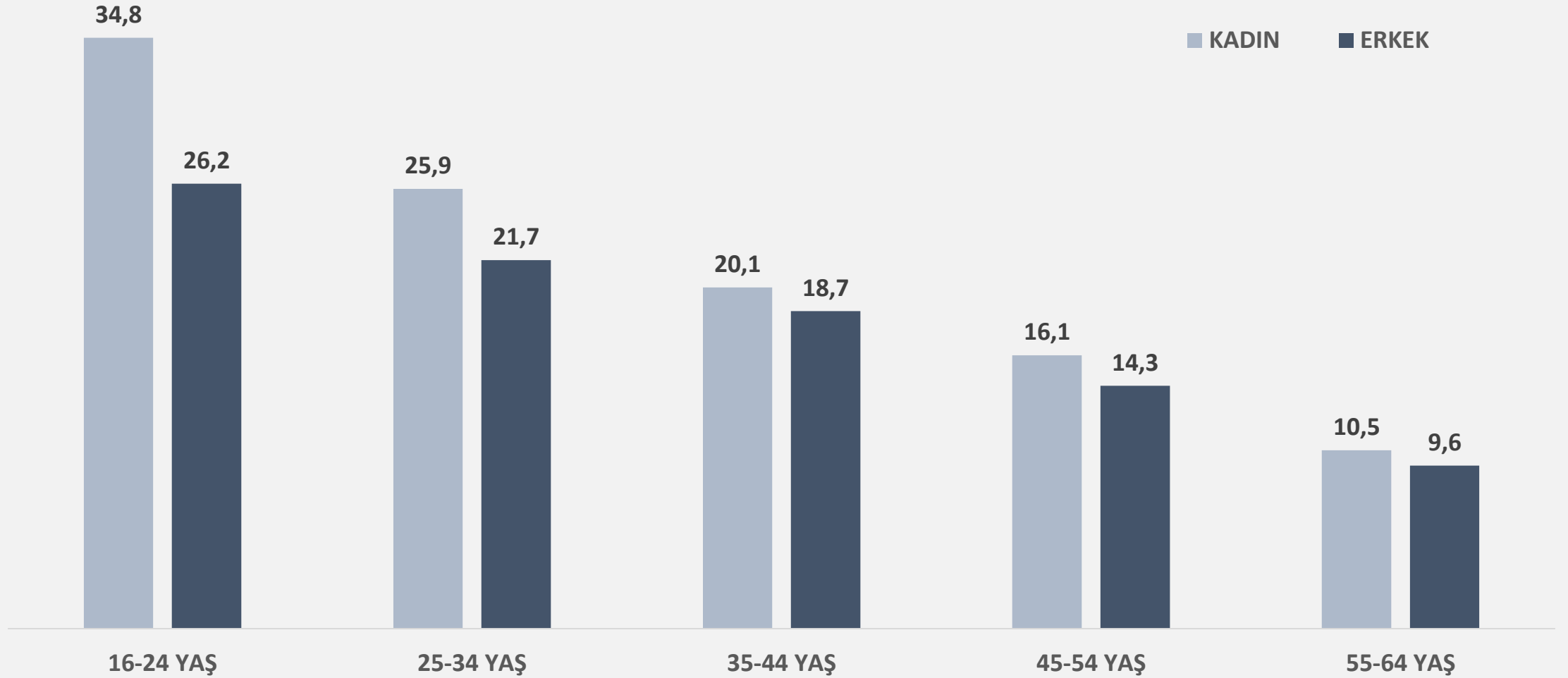
SOSYAL MEDYADA ETKİLEYİCİLERİ TAKİP ETMEK

SOSYAL MEDYADA ETKİLEYİCİLERİ VEYA DİĞER UZMANLARI TAKİP ETTİĞİNİ SÖYLENEN 16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



SOSYAL MEDYADA ETKİLEYİCİLERİ TAKİP ETMEK

SOSYAL MEDYADA ETKİLEYİCİLERİ VEYA DİĞER UZMANLARI TAKİP ETTİĞİNİ SÖYLENEN KÜRESEL İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



MARKALARI ARAŐTIRMAK İÇİN SOSYAL MEDYA KULLANIMI



MARKALARI ARAŐTIRIRKEN FARKLI SOSYAL MEDYA KULLANAN 16-64 YAŞ ARASI KÜRESEL İNTERNET KULLANICILARI YÜZDESİ

Her Türlü Sosyal
Medya Platformu



72.0%

Sosyal Ağlar



43.2%

Soru Cevap
Siteleri



20.8%

Forumlar ve
Mesaj Panoları



16.4%

Mesajlaşma ve Canlı
Sohbet Hizmetleri



15.4%

Mikro Bloglar



15.3%

Vloglar



14.1%

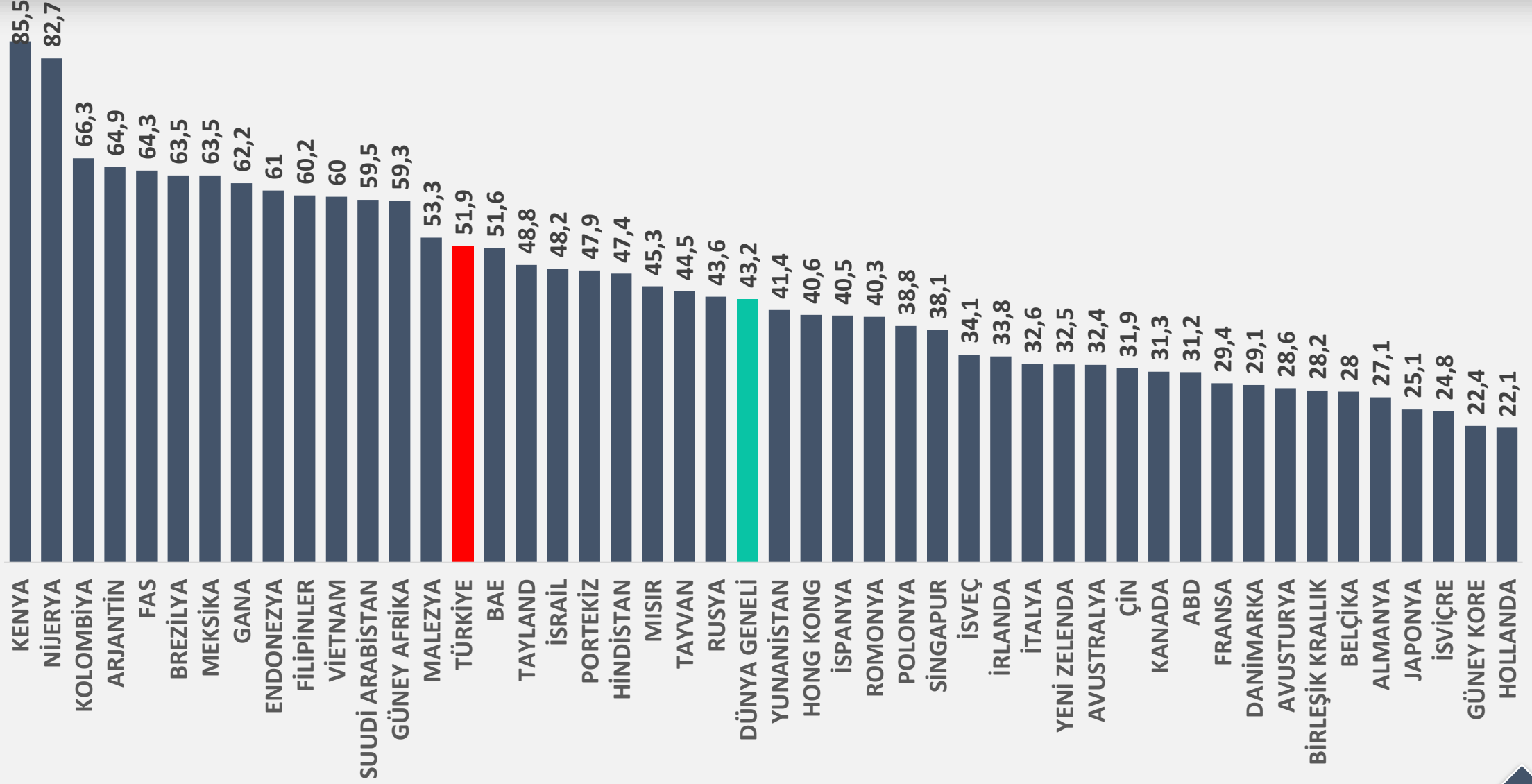
Çevrimiçi Kanallar



10.7%

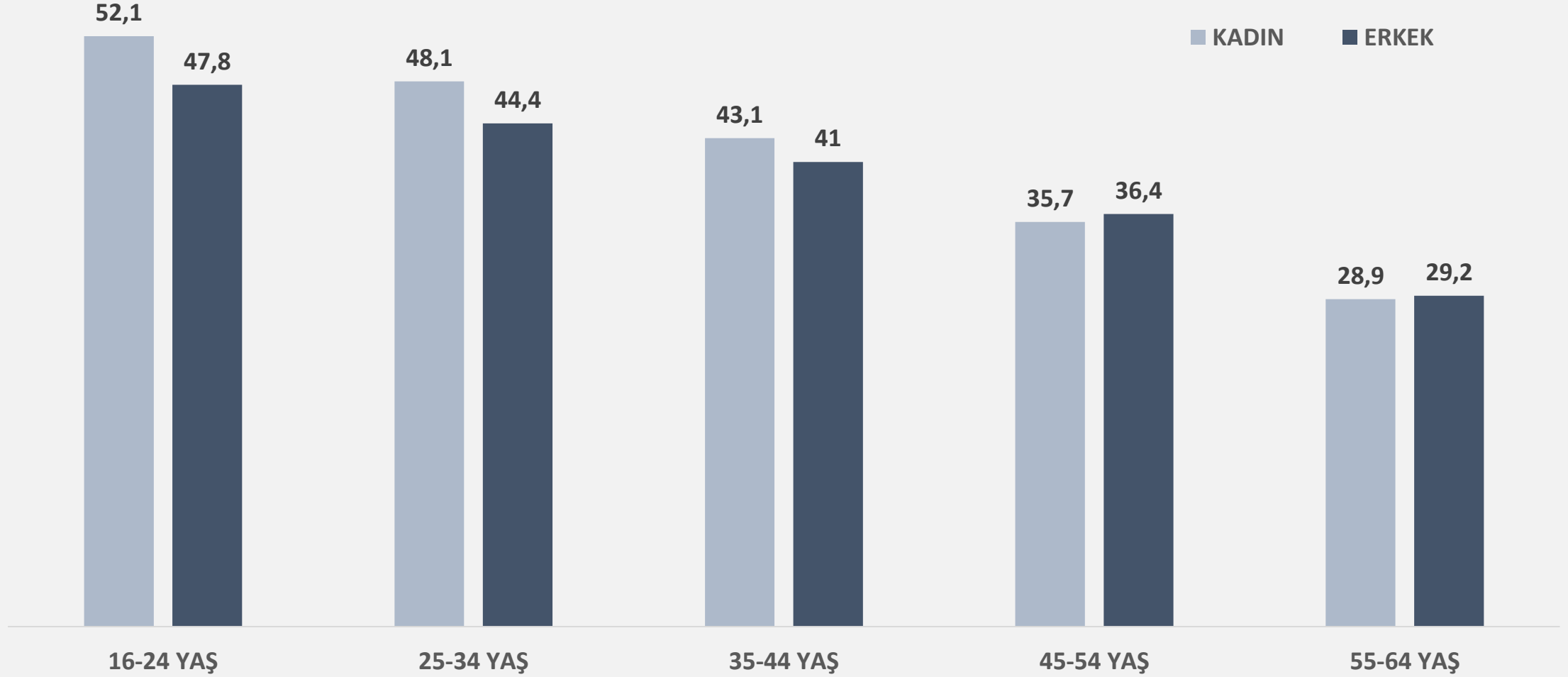
MARKA ARAŞTIRMASI İÇİN SOSYAL AĞLARIN KULLANIMI

MARKALAR HAKKINDA BİLGİ ARADIĞINDA SOSYAL AĞLARI ZİYARET EDEN 16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARI YÜZDESİ



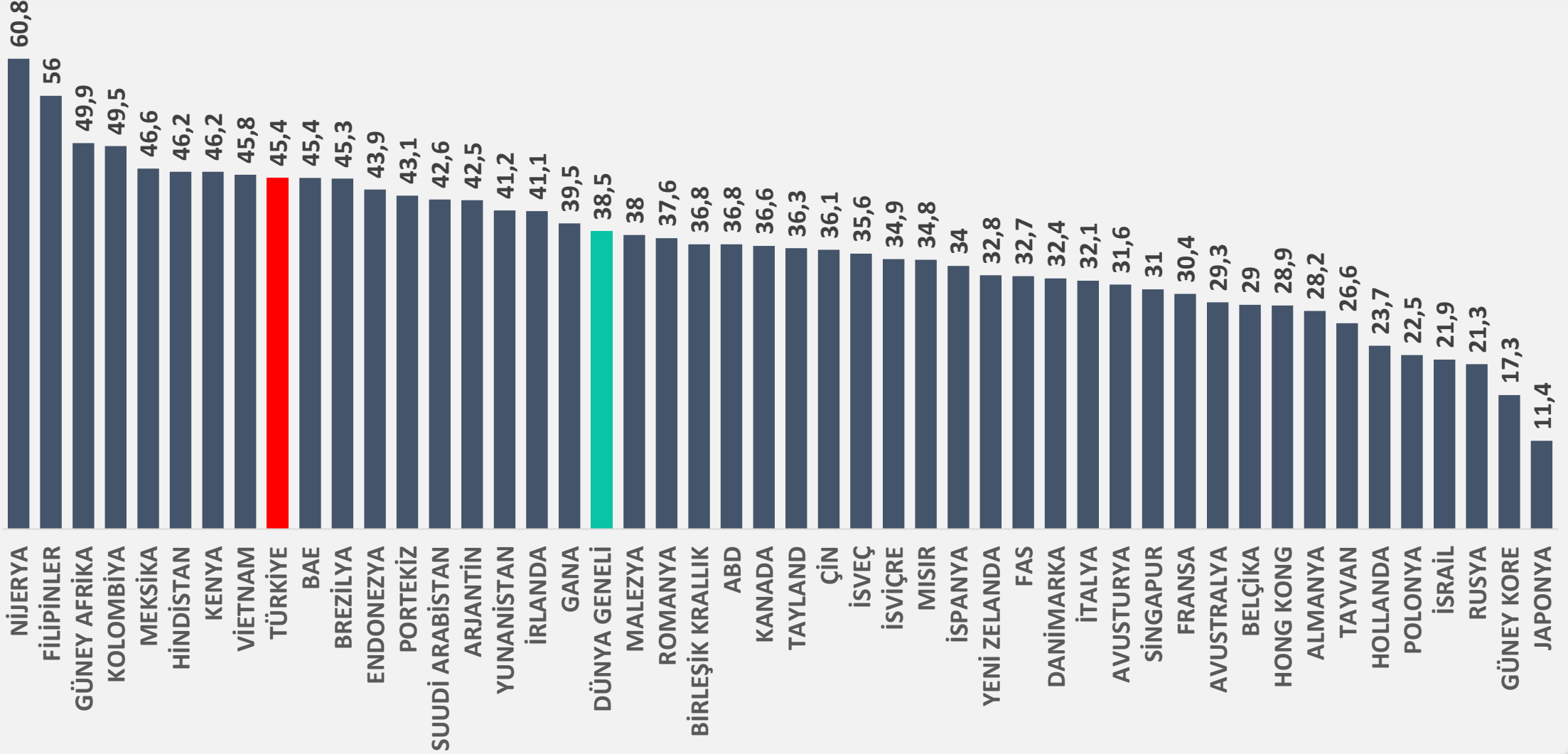
MARKA ARAŞTIRMASI İÇİN SOSYAL AĞLARIN KULLANIMI

MARKALAR HAKKINDA BİLGİ ARADIĞINDA SOSYAL AĞLARI ZİYARET EDEN KÜRESEL İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



MOBİL GÖRÜNTÜLÜ ARAMA

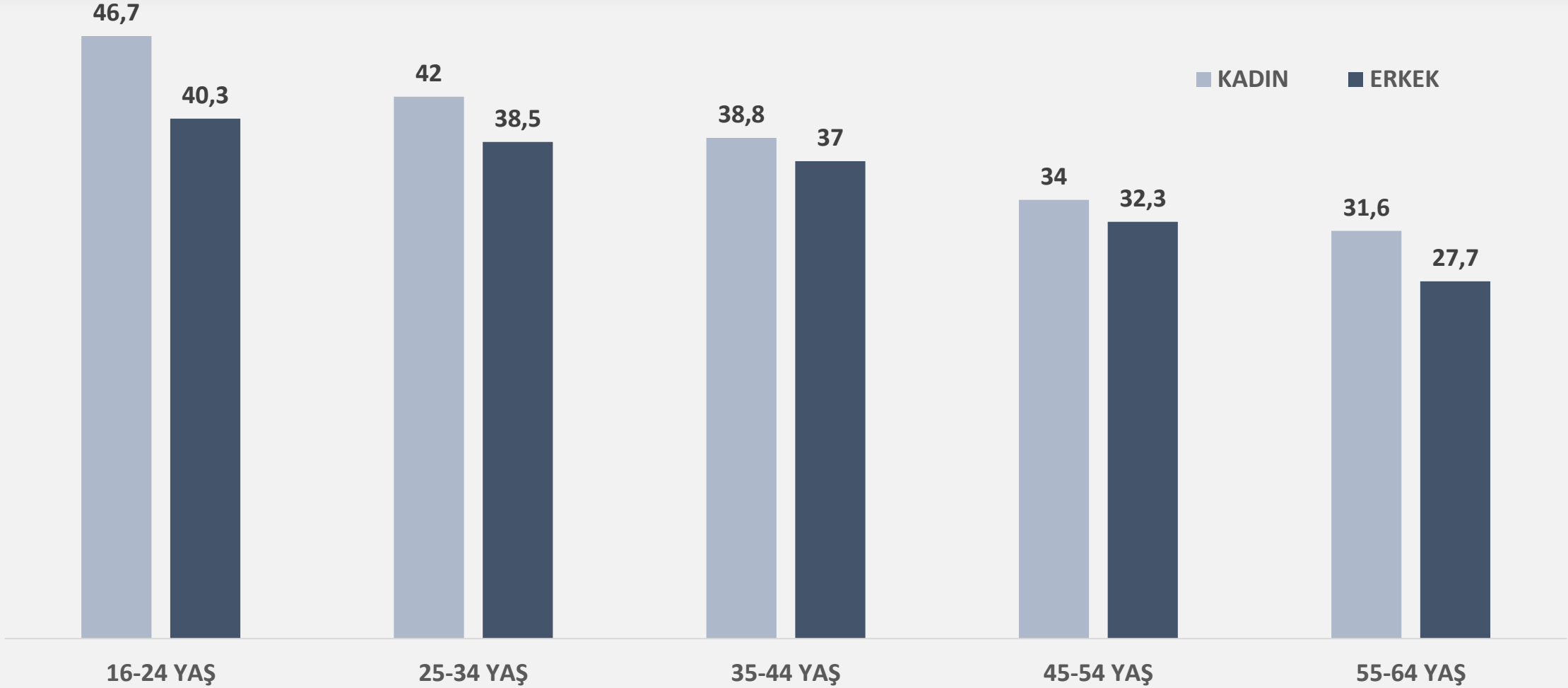
GEÇEN AYDA GERÇEKLEŞEN CEP TELEFONLARINDAN GÖRÜŞME YAPAN 16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



YAŞ VE CİNSİYETE GÖRE MOBİL GÖRÜŞME

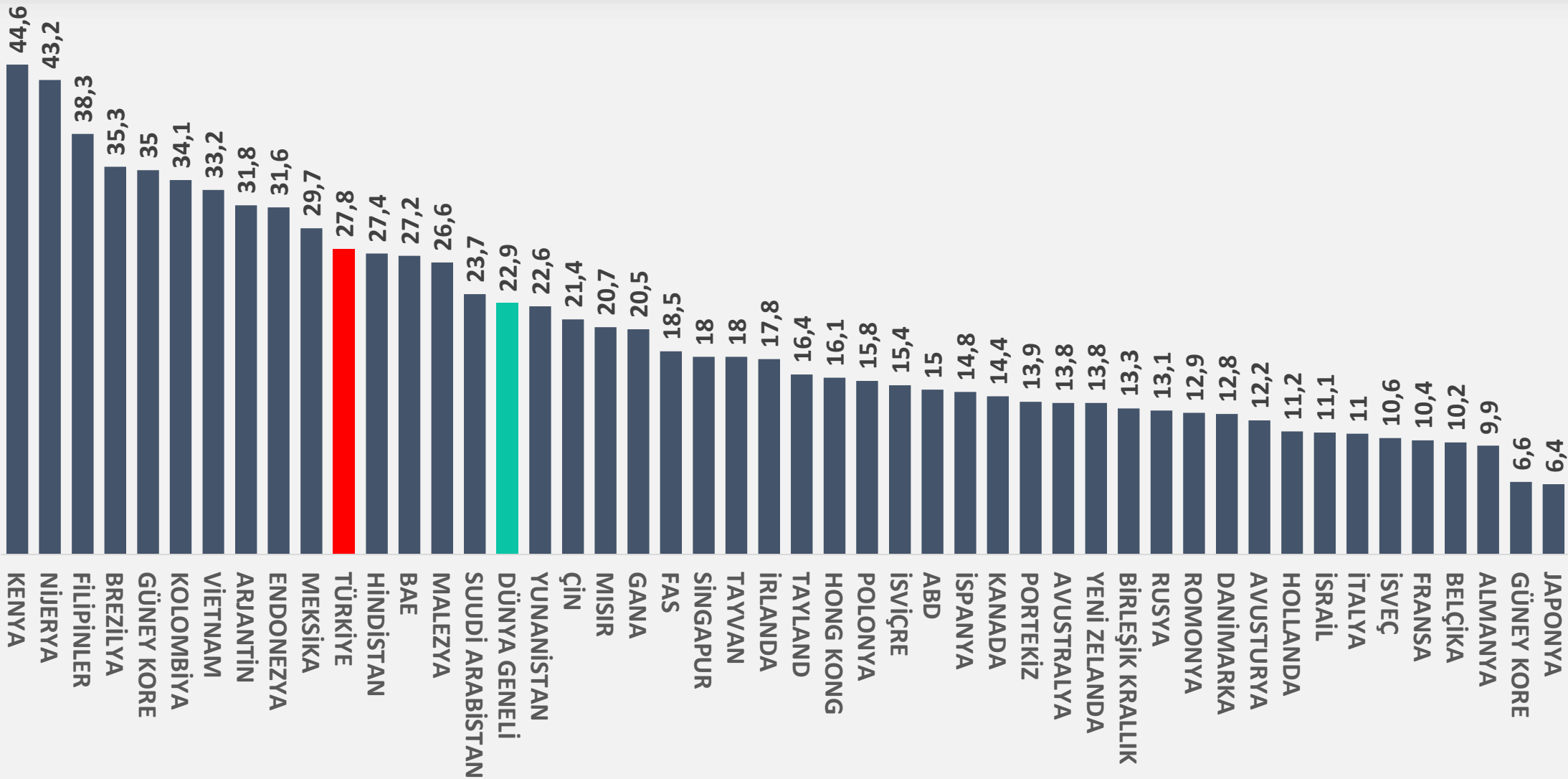


GEÇEN AYDA CEP TELEFONLARINDAN GÖRÜNTÜLÜ GÖRÜŞME YAPAN GLOBAL İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



İŞ AKTİVİTELERİ İÇİN SOSYAL MEDYA KULLANIMI

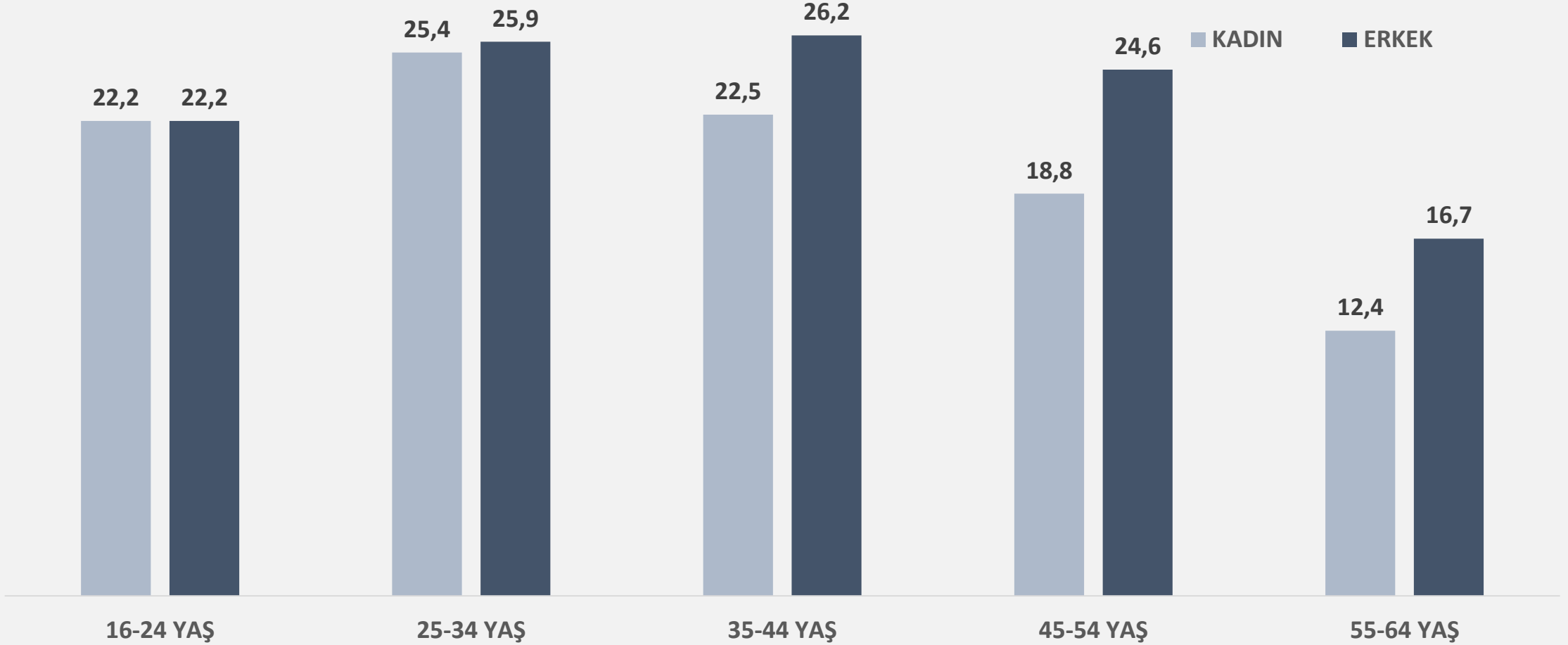
İŞLE İLGİLİ ARAŞTIRMA YAPMAK VE BAĞLANTI SAĞLAMAK AMAÇLI SOSYAL MEDYA KULLANIM ORANLARI



İŞ AKTİVİTELERİ İÇİN SOSYAL MEDYA KULLANIMI



İŞLE İLGİLİ ARAŞTIRMA YAPMAK VE BAĞLANTI SAĞLAMAK AMAÇLI SOSYAL MEDYA KULLANIM ORANLARI





FACEBOOK



FACEBOOK: REKLAM KİTLESİNE GENEL BAKIŞ

PAZARLAMACILARIN FACEBOOK REKLAMLARINI KULLANARAK ULAŞABİLECEĞİ POTANSİYEL KİTLE

Facebook'un
Toplam Reklam
Kıtesı (Aylık Aktif
Kullanıcı Sayısı)



2.28
MİLYAR

Facebook
Reklamları İle
Ulaşılan 13 Yaş Üzeri
Yetişkinlerin Oranı



37.0%

Çeyrek Dönemdeki
Facebook Reklam
Ulaşımının Artışı



+1.1%
+25 MİLYON

Kadın Reklam
Kıtesinin Oranı



43.5%

Erkek Reklam
Kıtesinin Oranı

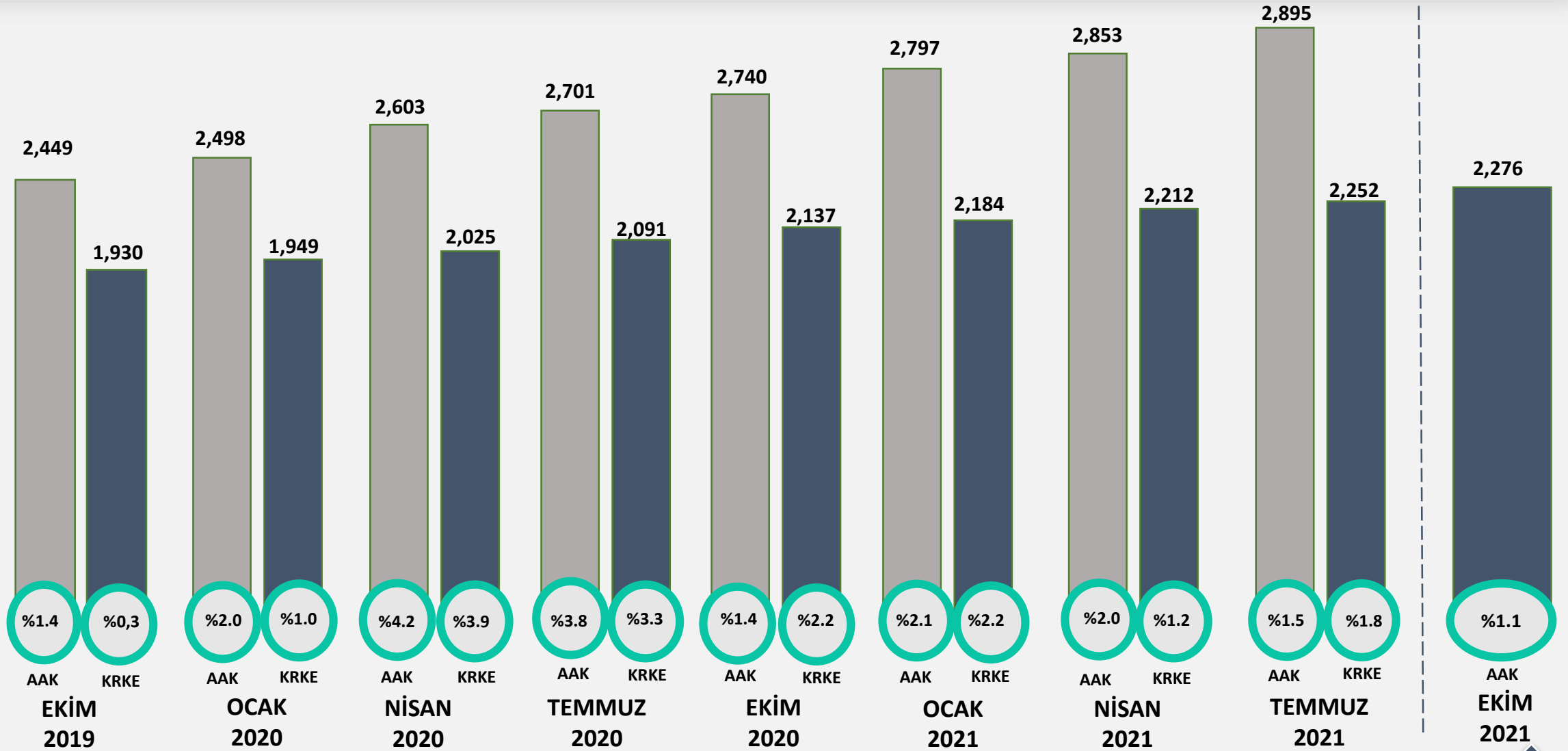


56.5%



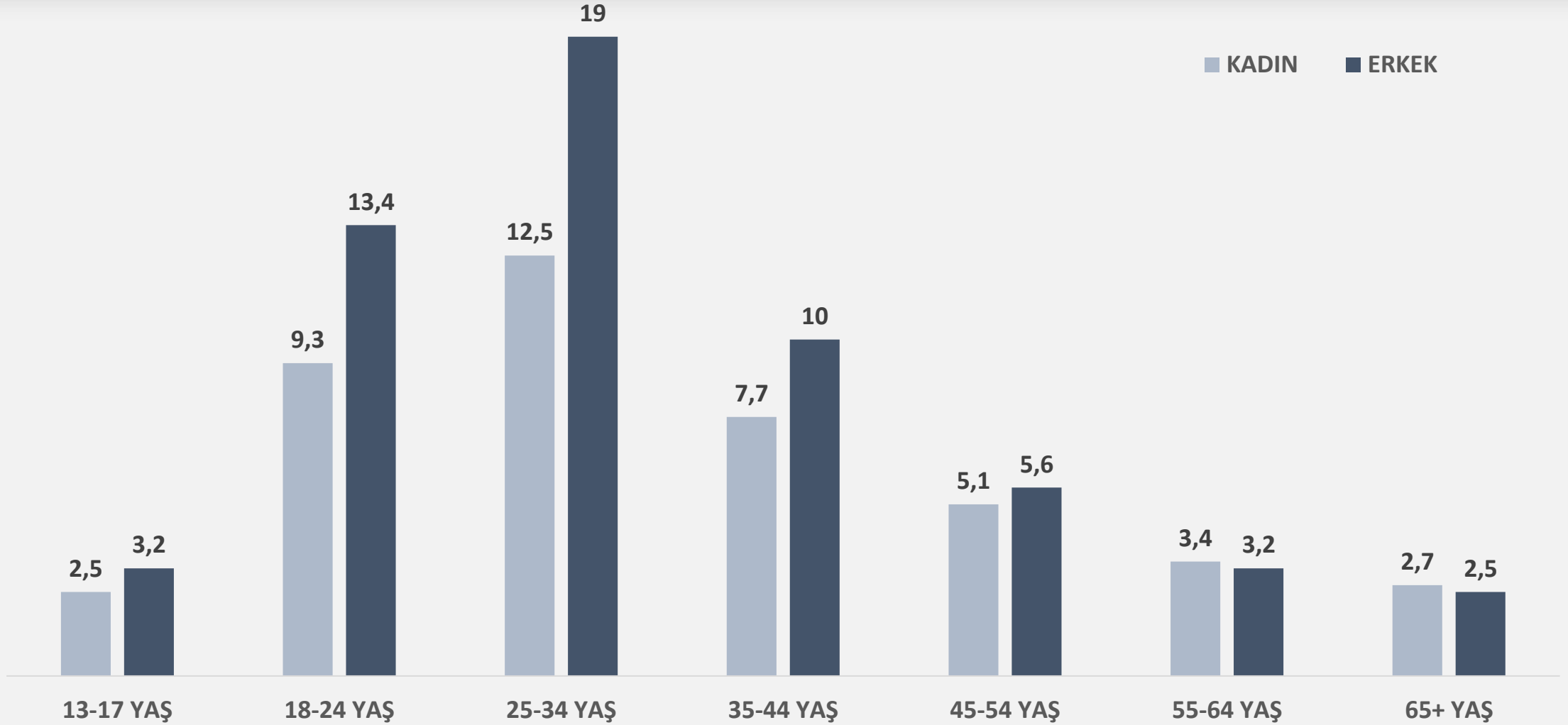
FACEBOOK'UN AKTİF KULLANICILARI VE ZAMAN İÇİ REKLAM KİTLESİ

ÇEYREKTEKİ DEĞİŞİM İLE FACEBOOK'UN AYLIK AKTİF KULLANICILARI (AAK) VE ZAMAN İÇİNDE KÜRESEL REKLAM KİTLE ERİŞİMİ (KRKE)



FACEBOOK'UN REKLAM KİTLESİNİN PROFİLİ

FACEBOOK'UN KÜRESEL REKLAM KİTLESİNİN YAŞ GRUPLARINA VE CİNSİYETE GÖRE DAĞILIM YÜZDESİ





FACEBOOK ERİŞİM SIRALAMALARI

EN BÜYÜK POTANSİYEL FACEBOOK REKLAM ERİŞİMİNE SAHİP ÜLKELER VE BÖLGELER

#	ÜLKE	ERİŞİM	SON ÇEYREKTE
1	HİNDİSTAN	349,200,000	+2.7%
2	ABD	193,900,000	-3.1%
3	ENDONEZYA	142,500,000	+1.8%
4	BREZİLYA	127,000,000	-2.3%
5	MEKSİKA	95,600,000	-2.4%
6	FİLİPİNLER	90,500,000	+2.8%
7	VIETNAM	74,100,000	+4.4%
8	TAYLAND	54,700,000	+1.3%
9	BANGLADEŞ	48,000,000	+4.3%
10	MISIR	47,800,000	+1.7%

#	ÜLKE	ERİŞİM	SON ÇEYREKTE
11	PAKİSTAN	46,900,000	+4.2%
12	BİRLEŞİK KRALLIK	38,900,000	+2.4%
13	KOLOMBİYA	37,800,000	-0.5%
14	TÜRKİYE	37,400,000	+1.1%
15	FRANSA	33,500,000	+1.5%
16	İTALYA	31,100,000	+0.3%
17	ARJANTİN	31,000,000	0%
18	NİJERYA	29,300,000	-5.5%
19	ALMANYA	28,000,000	0%
20	PERU	26,600,000	-1.5%



FACEBOOK UYGUN KİTLE ERİŞİM ORANI SIRALAMASI

13 YAŞ VE ÜSTÜ NÜFUSA KIYASLA FACEBOOK REKLAMLARININ EN YÜKSEK POTANSİYEL SEVİYESİNE SAHİP ÜLKELER VE BÖLGELER

#	ÜLKE	%13+	ERİŞİM	▲ SON ÇEYREKTE
1	MOĞOLİSTAN	112.1%	2,700,000	+3.8%
2	FİLİPİNLER	109.6%	90,500,000	+2.8%
3	LİBYA	109.4%	5,800,000	+1.8%
4	EKAVADOR	101.6%	13,900,000	-0.7%
5	PERU	101.3%	26,600,000	-1.5%
6	TONGA	101.1%	75,700	+0.9%
7	MALTA	99.9%	387,000	-0.8%
8	KAMBOÇYA	98.3%	12,200,000	+1.7%
9	ARUBA	97.6%	89,300	-0.8%
10	SAMOA	95.0%	128,300	-1.3%

#	ÜLKE	%13+	ERİŞİM	▲ SON ÇEYREKTE
11	VİETNAM	94.6%	74,100,000	+4.4%
12	MALEZYA	94.3%	24,700,000	+2.9%
13	MEKSİKA	94.1%	95,600,000	-2.4%
14	İZLANDA	92.3%	264,700	+1.8%
15	BOLİVYA	92.3%	8,100,000	0%
16	TAYLAND	90.9%	54,700,000	+1.3%
17	KOLOMBİYA	90.9%	37,800,000	-0.5%
18	BAE	90.8%	7,900,000	+1.3%
19	GRÖNLAND	90.6%	42,300	+0.7%
20	GUAM	89.7%	121,500	+1.3%

FACEBOOK GÖNDERİLERİNİN GÖNDERİ TÜRÜNE GÖRE PAYLAŞILMASI

HER GÖNDERİ TÜRÜNÜN FACEBOOK SAYFALARI TARAFINDAN YAPILAN TOPLAM GÖNDERİ SAYISINDAN PAYI



Sayfa
Gönderilerinin
Günlük Ortalama
Sayısı



1.60

Fotoğraf
Gönderilerinin
Toplam Sayfa
Gönderilerinde Payı



32.6%

Video
Gönderilerinin
Toplam Sayfa
Gönderilerinde Payı



16.7%

Bağlantı
Gönderilerinin
Toplam Sayfa
Gönderilerinde Payı



49.9%

Durum
Gönderilerinin
Toplam Sayfa
Gönderilerinde Payı



0.8%

FACEBOOK GÖNDERİ ETKİLEŞİM VERİLERİ

TOPLAM SAYFA HAYRAN SAYISINA KIYASLA FACEBOOK SAYFASI GÖNDERİLERİNİN SAYISI (TEPKİLER, YORUMLAR VE PAYLAŞIMLAR)

Toplam Ortalama
Gönderi Etkileşimleri
Vs Sayfa Hayranları :
Tüm Paylaşım Tipleri



%0.07

Toplam Ortalama
Gönderi Etkileşimleri
Vs Sayfa Hayranları :
Fotoğraf Paylaşımları



%0.12

Toplam Ortalama
Gönderi Etkileşimleri
Vs Sayfa Hayranları :
Video Paylaşımları



%0.09

Toplam Ortalama
Gönderi Etkileşimleri
Vs Sayfa Hayranları :
Link Paylaşımları



%0.04

Toplam Ortalama
Gönderi Etkileşimleri
Vs Sayfa Hayranları :
Durum Paylaşımları



%0.14



SAYFA BOYUTUNA GÖRE FACEBOOK GÖNDERİLERİNİN KATILIM ORANI

FARKLI SAYIDA KULLANICISI BULUNAN SAYFALAR ARASINDA ORTALAMA FACEBOOK SAYFASI YAYIN KATILIM ORANINI KARŞILAŞTIRMA

Ortalama Facebook Sayfası Gönderi Katılım Oranı: (10.000'den Az Hayranı Olan Sayfalar)



%0.29

Ortalama Facebook Sayfası Gönderi Katılım Oranı: (10.000 -100.000 Hayranı Olan Sayfalar)



%0.19

Ortalama Facebook Sayfası Gönderi Katılım Oranı: (100.000'den Fazla Hayranı Olan Sayfalar)



%0.05



YOUTUBE

YOUTUBE'A GENEL BAKIŞ

DÜNYA ÇAPINDA YOUTUBE KULLANIMI İÇİN TEMEL BAŞLIKLAR

Google Raporlarıyla
Ulaşılabilen
Youtube'daki
Reklamlar



2.29
MİLYAR

Youtube'da Her
Gün İzlenen
Video Süresi



1
MİLYAR

Toplam İzlenmenin
Mobil Cihazlardan
Gerçekleşen Kısmı



70%

Kadın Reklam
Kitlesinin Oranı



45.8%

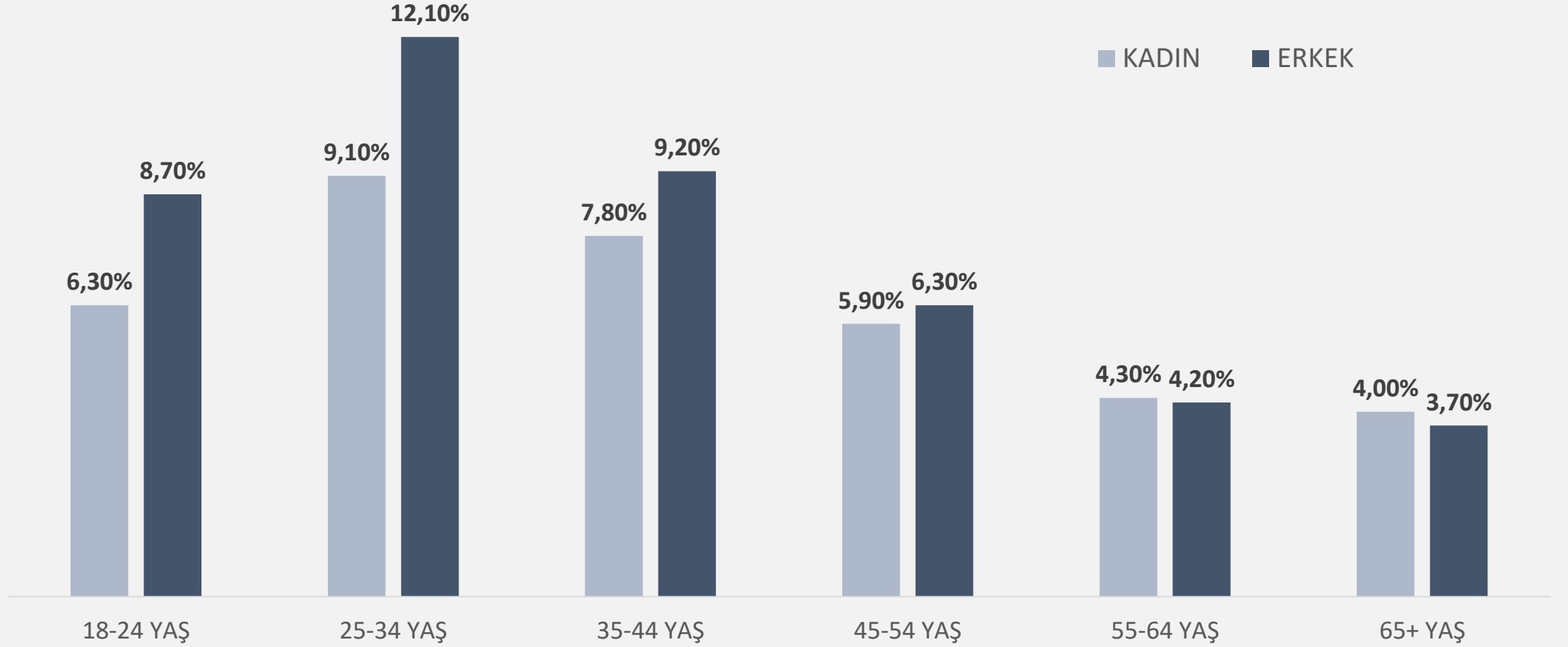
Erkek Reklam
Kitlesinin Oranı



54.2%

YOUTUBE'UN REKLAM KİTLESİNİN PROFİLİ

YOUTUBE'UN REKLAM KİTLESİNİN YAŞ GRUBUNA VE CİNSİYETE GÖRE DAĞILIM YÜZDESİ





YOUTUBE REKLAM ERİŞİM SIRALAMASI

YOUTUBE REKLAMCILIĞINA EN FAZLA ERİŞİM POTANSİYELİ OLAN ÜLKELER VE BÖLGELER

#	ÜLKE	ERİŞİM	18+ YAŞ KİTLESİ (%)
1	HİNDİSTAN	448,000,000	36.2%
2	A.B.D.	240,000,000	78.6%
3	BREZİLYA	127,000,000	64.5%
4	ENDONEZYA	107,000,000	42.4%
5	RUSYA	99,000,000	74.1%
6	JAPONYA	93,800,000	79.1%
7	MEKSİKA	74,100,000	63.0%
8	ALMANYA	66,000,000	82.4%
9	VİETNAM	55,700,000	61.4%
10	FİLİPİNLER	54,200,000	59.3%

#	ÜLKE	ERİŞİM	18+ YAŞ KİTLESİ (%)
11	BİRLEŞİK KRALLIK	53,000,000	83.8%
12	TÜRKİYE	50,600,000	64.6%
13	FRANSA	49,600,000	83.9%
14	GÜNEY KORE	43,100,000	86.3%
15	MISIR	40,500,000	47.5%
16	İTALYA	39,300,000	67.0%
17	İSPANYA	37,400,000	84.8%
18	TAYLAND	37,300,000	54.2%
19	PAKİSTAN	36,100,000	21.2%
20	KANADA	32,200,000	89.5%



INSTAGRAM

INSTAGRAM: REKLAM KİTLELERİNE GENEL BAKIŞ

PAZARLAMACILARIN İNSTAGRAM REKLAMLARINI KULLANARAK ULAŞABİLECEĞİ POTANSİYEL KİTLE

Facebook
Raporlarındaki
Instagram
Reklamlarıyla
Ulaşılan Reklam
Kitle



1.39
MİLYAR

Instagram
Reklamları İle
Ulaşılan 13 Yaş Üzeri
Yetişkinlerin Oranı



22.7%

Çeyrek Dönemdeki
Instagram Reklam
Ulaşımının Artışı



+0.5%
+7 MİLYON

Kadın Reklam
Kitlesinin Oranı



48.4%

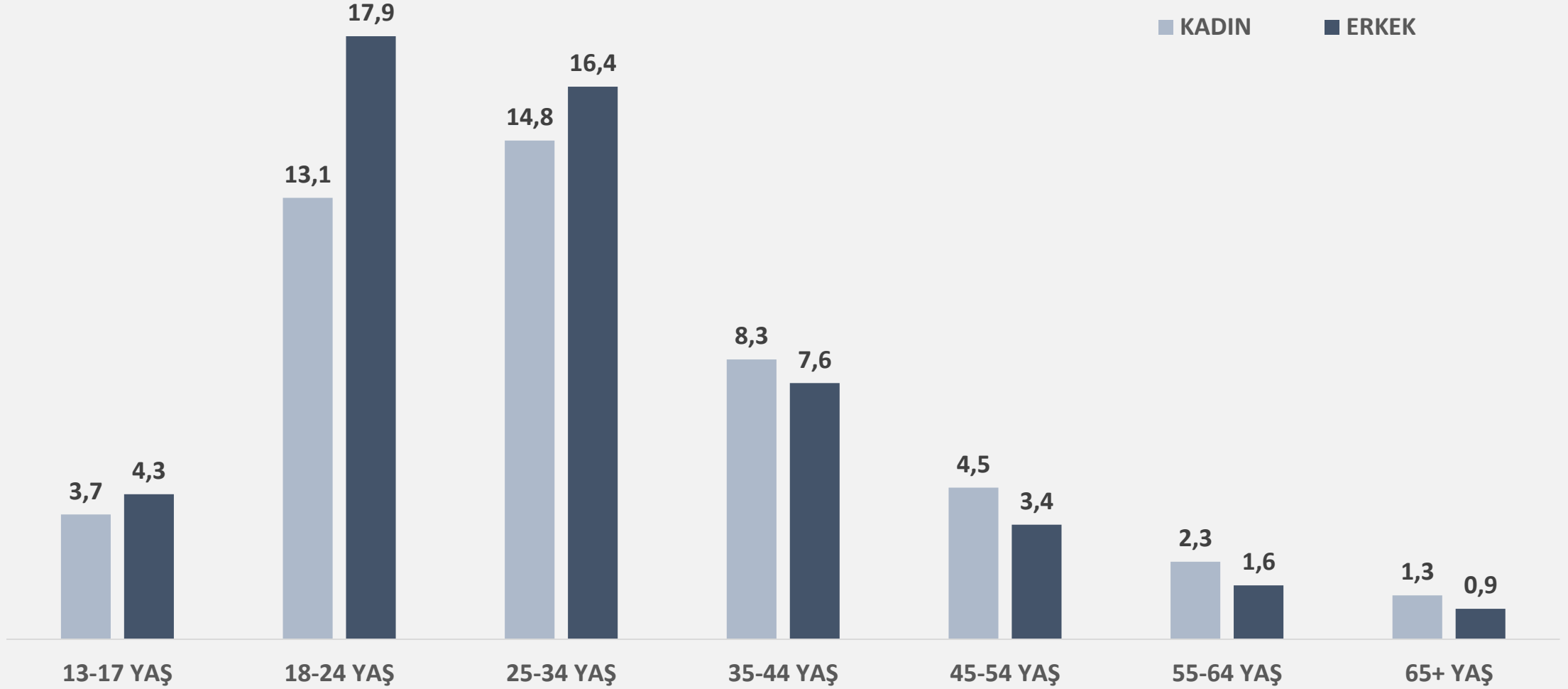
Erkek Reklam
Kitlesinin Oranı



51.6%

İNSTAGRAM'IN REKLAM KİTLESİNİN PROFİLİ

İNSTAGRAM'IN KÜRESEL REKLAM KİTLESİNİN YAŞ GRUBUNA VE CİNSİYETE GÖRE DAĞILIM YÜZDESİ





ÜLKE BAZINDA INSTAGRAM REKLAM ERİŞİM SIRALAMASI

İNSTAGRAM REKLAMCILIĞINA EN FAZLA ERİŞİM POTANSİYELİ OLAN ÜLKELER VE BÖLGELER

#	ÜLKE	ERİŞİM	SON ÇEYREK ARTIŞ ORANI	#	ÜLKE	ERİŞİM	SON ÇEYREK ARTIŞ ORANI
1	HİNDİSTAN	201,100,000	+11.7%	11	İTALYA	26,300,000	+5.2%
2	ABD	157,100,000	-7.6%	12	FRANSA	24,100,000	+0.4%
3	BREZİLYA	114,900,000	+4.5%	13	ARJANTİN	22,800,000	+3.6%
4	ENDONEZYA	94,200,000	+1.3%	14	İSPANYA	21,600,000	+2.9%
5	RUSYA	60,100,000	-1.5%	15	PHILIPPINES	18,800,000	+4.4%
6	TÜRKİYE	49,000,000	-2.0%	16	GÜNEY KORE	18,600,000	-7.0%
7	JAPONYA	48,700,000	+1.5%	17	TAYLAND	17,200,000	-9.5%
8	MEKSİKA	36,300,000	-1.9%	18	KOLOMBİYA	17,100,000	-5.0%
9	BİRLEŞİK KRALLIK	28,200,000	-2.8%	19	MISIR	16,100,000	+0.6%
10	ALMANYA	27,700,000	+2.6%	20	SUUDİA ARABİSTAN	15,900,000	-0.6%

İNSTAGRAM UYGUN KİTLE ERİŞİM ORANI SIRALAMASI

13 YAŞ VE ÜSTÜ NÜFUSA KIYASLA EN YÜKSEK POTANSİYEL İNSTAGRAM REKLAMCILIĞINA SAHİP ÜLKELER VE BÖLGELER



#	ÜLKE	%13+	ERİŞİM	▲ SON ÇEYREKTE ARTIŞ ORANI
1	BRUNEİ	92.0%	328,600	+9.5%
2	GUAM	79.2%	107,300	-2.5%
3	CAYMAN ADALARI	78.8%	44,500	+1.1%
4	KAZAKİSTAN	76.6%	10,800,000	-1.8%
5	İZLANDA	75.5%	216,700	-1.5%
6	KARADAĞ	74.5%	395,400	+9.8%
7	BARBADOS	73.4%	181,300	+13.3%
8	TÜRKİYE	72.4%	49,000,000	-2.0%
9	KUVEYT	70.7%	2,500,000	-3.8%
10	KIBRIS	69.8%	728,500	-5.4%

#	ÜLKE	%13+	ERİŞİM	▲ SON ÇEYREKTE ARTIŞ ORANI
11	ARUBA	68.7%	62,900	+1.5%
12	PANAMA	67.9%	2,300,000	0%
13	BAHREYN	67.8%	1,000,000	0%
14	BERMUDA	66.8%	35,500	-1.4%
15	URUGUAY	66.1%	1,900,000	0%
16	ŞİLİ	66.1%	10,600,000	-3.6%
17	BREZİLYA	65.2%	114,900,000	+4.5%
18	ANDORA	65.1%	44,900	+6.9%
19	KIRGIZİSTAN	63.7%	3,000,000	+7.1%
20	ARJANTİN	63.3%	22,800,000	+3.6%

INSTAGRAM İŞLETME HESABI KARŞILAŞTIRMALARI

INSTAGRAM İŞLETME HESAPLARI İÇİN ORTALAMA HESAP BÜYÜME VE YAYINLAMA KARŞILAŞTIRMASI



Hesap Takipçilerinde
Ortalama Aylık
Büyüme



+1.69%

Günlük
Ortalama Ana
Yayın Sayısı



1.6

Tüm Paylaşımların
Yüzdesi Olarak
Fotoğraf Gönderileri



62.7%

Tüm Paylaşımların
Yüzdesi Olarak
Video Gönderileri



16.3%

Tüm Paylaşımların
Yüzdesi Olarak Kolaj
Gönderileri



21.0%



INSTAGRAM ETKİLEŞİM KARŞILAŞTIRMALARI

INSTAGRAM İŞ HESAPLARI TARAFINDAN YAYINLANAN YAYINLAR İÇİN ORTALAMA ETKİLEŞİM ORANLARI

Tüm Paylaşım Türleri
İçin Ortalama Etkileşim
Oranı



%0.83

Fotoğraf Paylaşım
Türleri İçin Ortalama
Etkileşim Oranı



%0.81

Video Paylaşım Türleri
İçin Ortalama Etkileşim
Oranı



%0.61

Kolaj Paylaşım Türleri
İçin Ortalama Etkileşim
Oranı

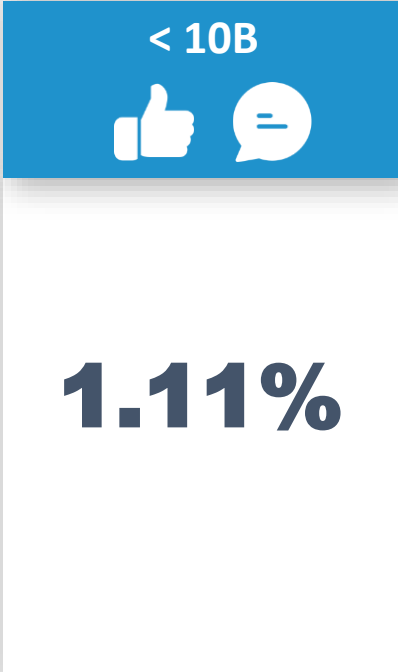


%1.08

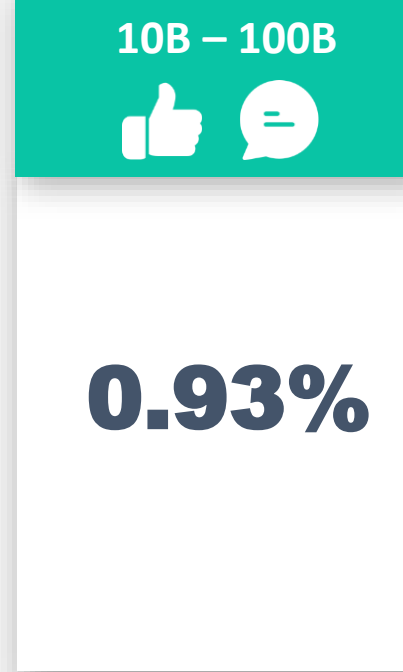
TAKİPÇİLERİN INSTAGRAM ETKİLEŞİM ORANLARI

FARKLI SAYIDA KULLANICISI BULUNAN SAYFALAR ARASINDA ORTALAMA INSTAGRAM SAYFASI YAYIN KATILIM ORANINI KARŞILAŞTIRMA

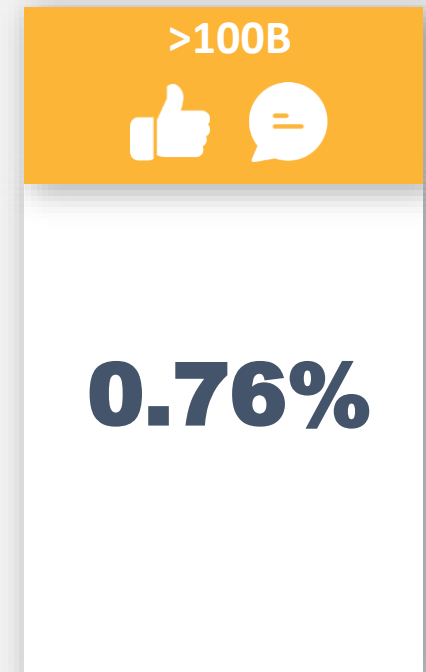
Ortalama Instagram Sayfası Gönderi Katılım Oranı: (10.000'den Az Hayranı Olan Sayfalar)



Ortalama Instagram Sayfası Gönderi Katılım Oranı: (10.000 -100.000 Hayranı Olan Sayfalar)



Ortalama Instagram Sayfası Gönderi Katılım Oranı: (100.000'den Fazla Hayranı Olan Sayfalar)





FACEBOOK MESSENGER

FACEBOOK MESSENGER:REKLAM KİTLESİNE GENEL BAKIŞ



PAZARLAMACILARIN FACEBOOK MESSENGER'DAKİ REKLAMLARI KULLANARAK ULAŞABİLECEĞİ POTANSİYEL KİTLE

Facebook
Raporlarına Göre
Kullanıcı Sayısı



1.09
MİLYAR

+13 Yaş Facebook
Messenger
Kullanıcılarının
Toplam Kullanıcıya
Oranı



17.7%

Son Çeyrekte
Facebook
Messenger Reklam
Kullanımı



+1.8%
+19 MİLYON

Kadın Reklam
Kitesinin Oranı



44.3%

Erkek Reklam
Kitesinin Oranı



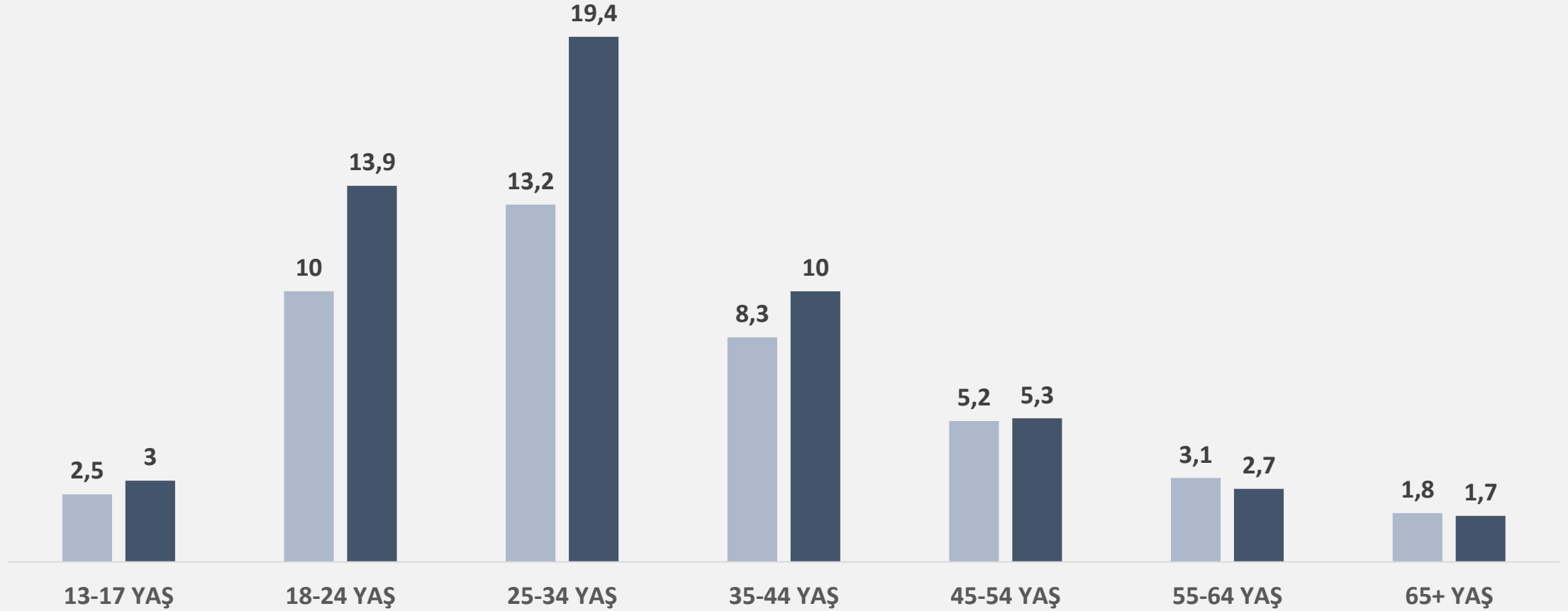
55.7%



FACEBOOK MESSENGER'IN REKLAM KİTLESİNİN PROFİLİ

FACEBOOK MESSENGER'IN REKLAM KİTLESİNİN YAŞ GRUPLARINA VE CİNSİYETE GÖRE DAĞILIM YÜZDESİ

■ KADIN ■ ERKEK





FACEBOOK MESSENGER ERİŞİM SIRALAMASI

ÜLKELER VE BÖLGELERE GÖRE EN BÜYÜK FACEBOOK MESSENGER REKLAM KİTLELERİ

#	ÜLKE	ERİŞİM	SON ÇEYREK BÜYÜME	#	ÜLKE	ERİŞİM	SON ÇEYREK BÜYÜME
1	HİNDİSTAN	138,300,000	-1.2%	11	KOLOMBİYA	22,900,000	+4.1%
2	BREZİLYA	73,700,000	+1.0%	12	İTALYA	19,500,000	+2.6%
3	MEKSİKA	68,800,000	-0.3%	13	TÜRKİYE	19,000,000	0%
4	VİETNAM	57,500,000	+2.7%	14	IRAK	17,400,000	-3.3%
5	FİLİPİNLER	54,100,000	+8.2%	15	POLONYA	16,800,000	+5.0%
6	TAYLAND	39,100,000	+0.3%	16	ALMANYA	15,900,000	-0.6%
7	MISIR	36,900,000	-0.3%	17	ARJANTİN	15,800,000	-1.3%
8	BANGLADEŞ	31,800,000	+6.0%	18	CEZAYİR	15,500,000	+3.3%
9	ENDONEZYA	31,300,000	+1.0%	19=	MYANMAR	15,300,000	+9.3%
10	BİRLEŞİK KRALLIK	29,800,000	+2.8%	19=	PERU	15,300,000	-4.4%



UYGUN KİTLE ERİŞİM HIZI SIRALAMASI: MESSENGER

13+ YAŞINDAKİ NÜFUSA GÖRE EN BÜYÜK FACEBOOK MESSENGER REKLAM KİTLELERİNE SAHİP ÜLKELER VE BÖLGELER

#	ÜLKE	%13+	ERİŞİM	▲ SON ÇEYREKTE ARTIŞ ORANI
1	MOĞOLİSTAN	95.5%	2,300,000	+4.5%
2	MALTA	85.6%	331,600	+0.5%
3	LİBYA	84.9%	4,500,000	+2.3%
4	İZLANDA	82.8%	237,500	+3.3%
5	GRÖNLAND	80.3%	37,500	+1.4%
6	TONGA	79.2%	59,300	+2.2%
7	GUAM	77.2%	104,600	-4.9%
8	FIJİ	74.6%	504,000	+0.8%
9	GÜRCİSTAN	73.4%	2,400,000	0%
10	VİETNAM	73.4%	57,500,000	+2.7%

#	ÜLKE	%13+	ERİŞİM	▲ SON ÇEYREKTE ARTIŞ ORANI
11	FRANSIZ POLONEZYASI	73.3%	168,300	+5.2%
12	ARUBA	72.8%	66,600	+0.9%
13	FİLİSTİN	71.8%	2,500,000	0%
14	KIBRIS	71.5%	746,800	+0.9%
15	YENİ ZELANDA	71.5%	2,900,000	+3.6%
16	BHUTAN	71.3%	439,000	+2.1%
17	LİTVANYA	69.2%	1,600,000	+6.7%
18	NORVEÇ	68.6%	3,200,000	+3.2%
19	YENİ KALEDONYA	68.0%	159,300	+6.2%
20	SAMOA	67.9%	91,700	-0.3%



TIKTOK

TİKTOK: REKLAM KİTLESİNE GENEL BAKIŞ

PAZARLAMACILARIN TİKTOK'TAKİ REKLAMLARI KULLANARAK ULAŞABİLECEĞİ POTANSİYEL KİTLE

Tiktok Reklamları İle
Ulaşılabilir
Potansiyel Kitle



825
MİLYON

Potansiyel Kitlenin
Toplam Nüfusa Oranı



14.9%

Aylık Aktif Tiktok
Kullanıcılarının Sayısı



1
MİLYAR

Kadın Tiktok Reklam
Kitlesinin Oranı



56.1%

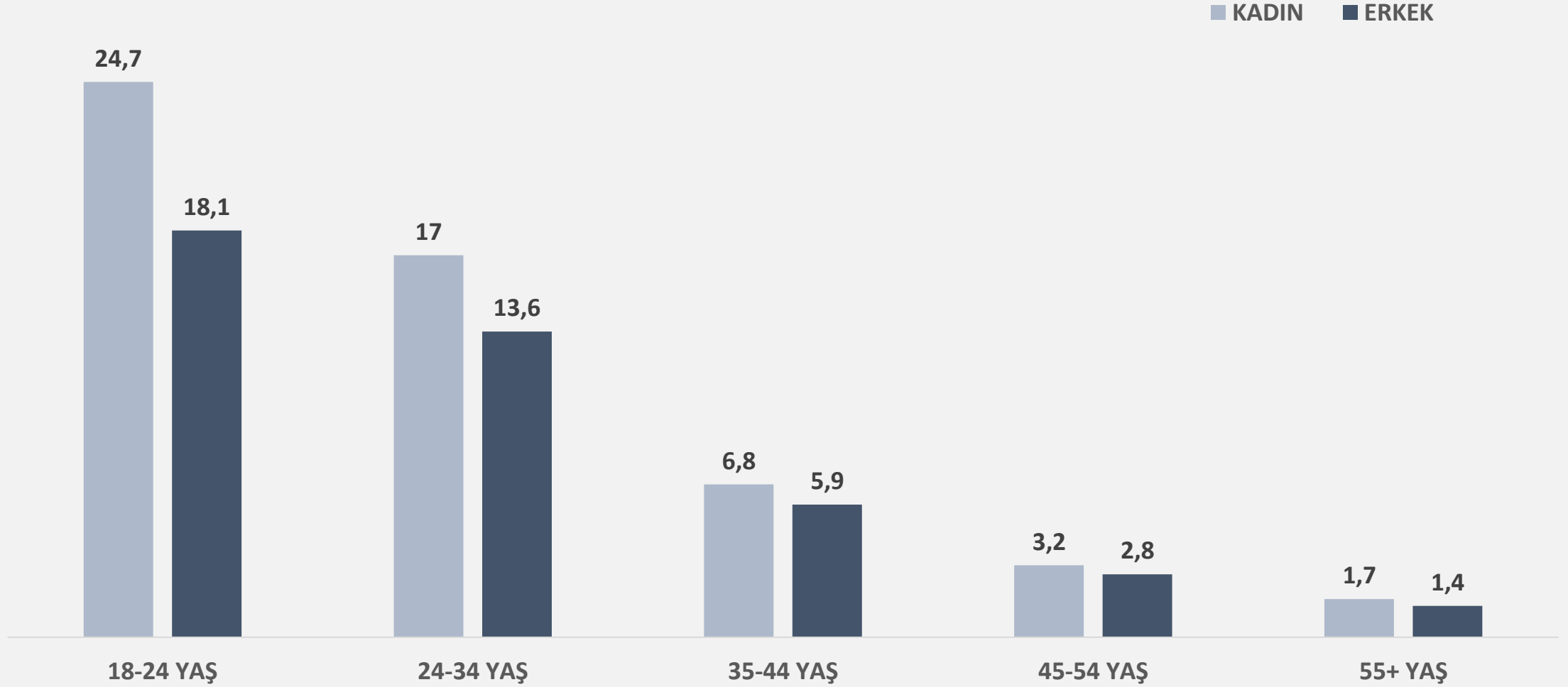
Erkek Tiktok Reklam
Kitlesinin Oranı



43.9%

TİKTOK'UN REKLAM KİTLESİNİN PROFİLİ

TİKTOK'UN REKLAM KİTLESİNİN YAŞ GRUPLARINA VE CİNSİYETE GÖRE DAĞILIM YÜZDESİ





TİKTOK ERİŞİM SIRALAMASI

ÜLKELER VE BÖLGELERE GÖRE EN BÜYÜK TİKTOK REKLAM KİTLELERİ

#	ÜLKE	ERİŞİM
1	ABD	120,768,500
2	ENDONEZYA	87,504,000
3	BREZİLYA	72,325,000
4	RUSYA	48,805,000
5	MEKSİKA	41,648,000
6	VİETNAM	39,652,000
7	TAYLAND	35,646,000
8	FİLİPİNLER	33,047,500
9	TÜRKİYE	24,599,500
10	BİRLEŞİK KRALLIK	20,062,000

#	ÜLKE	ERİŞİM
11	SUUDİ ARABİSTAN	19,825,500
12	MISIR	19,338,500
13	ALMANYA	16,071,500
14	FRANSA	15,925,000
15	JAPONYA	15,637,000
16	PAKİSTAN	14,576,000
17	MALEZYA	13,459,500
18	İSPANYA	12,936,000
19	KOLOMBİYA	12,730,500
20	İTALYA	12,414,000



UYGUN KİTLE ERİŞİM HIZI SIRALAMASI: TİKTOK

18+ YAŞINDAKİ NÜFUSA GÖRE EN BÜYÜK TİKTOK REKLAM KİTLELERİNE SAHİP ÜLKELER VE BÖLGELER

#	ÜLKE	%13+	ERİŞİM
1	SUUDİ ARABİSTAN	78.3%	19,825,500
2	KUVEYT	72.5%	2,367,500
3	BAE	68.6%	5,682,500
4	TAYKLAND	63.7%	35,646,000
5	KAMBOÇYA	60.3%	6,541,500
6	MALEZYA	57.0%	13,459,500
7	VİETNAM	55.4%	39,652,000
8	KATAR	55.0%	1,363,000
9	ŞİLİ	51.8%	7,662,000
10	KAZAKİSTAN	49.2%	6,272,500

#	ÜLKE	%13+	ERİŞİM
11	ABD	46.5%	120,768,500
12	İRLANDA	46.5%	1,751,500
13	PERU	46.4%	11,000,500
14	MEKSİKA	46.1%	41,648,000
15	FİLİPİNLER	46.0%	33,047,500
16	ENDONEZYA	45.7%	87,504,000
17	BREZİLYA	45.0%	72,325,000
18	BAHREYN	43.9%	606,000
19	RUSYA	42.6%	48,805,000
20	TÜRKİYE	40.4%	24,599,500



LINKEDIN

LINKEDIN: REKLAM KULLANICILARINA GENEL BAKIŞ

PAZARLAMCILARIN LINKEDIN'DEKİ REKLAMLARI KULLANARAK ULAŞABİLECEĞİ POTANSİYEL KİTLE

LinkedIn Raporlarının LinkedIn Üzerindeki Reklamlarla Ulaşılacağı Potansiyel Kitleler

in

790.0
MİLYON

LinkedIn Reklamları İle 18 Yaş Üzeri Kullanıcılara Ulaşma Oranı



14.3%

Çeyrek Dönemdeki LinkedIn Reklam Ulaşımının Artışı



+2.9%
+22 MİLYON

Kadın LinkedIn Profillerinin Oranı



%43.4

Erkek LinkedIn Profillerinin Oranı

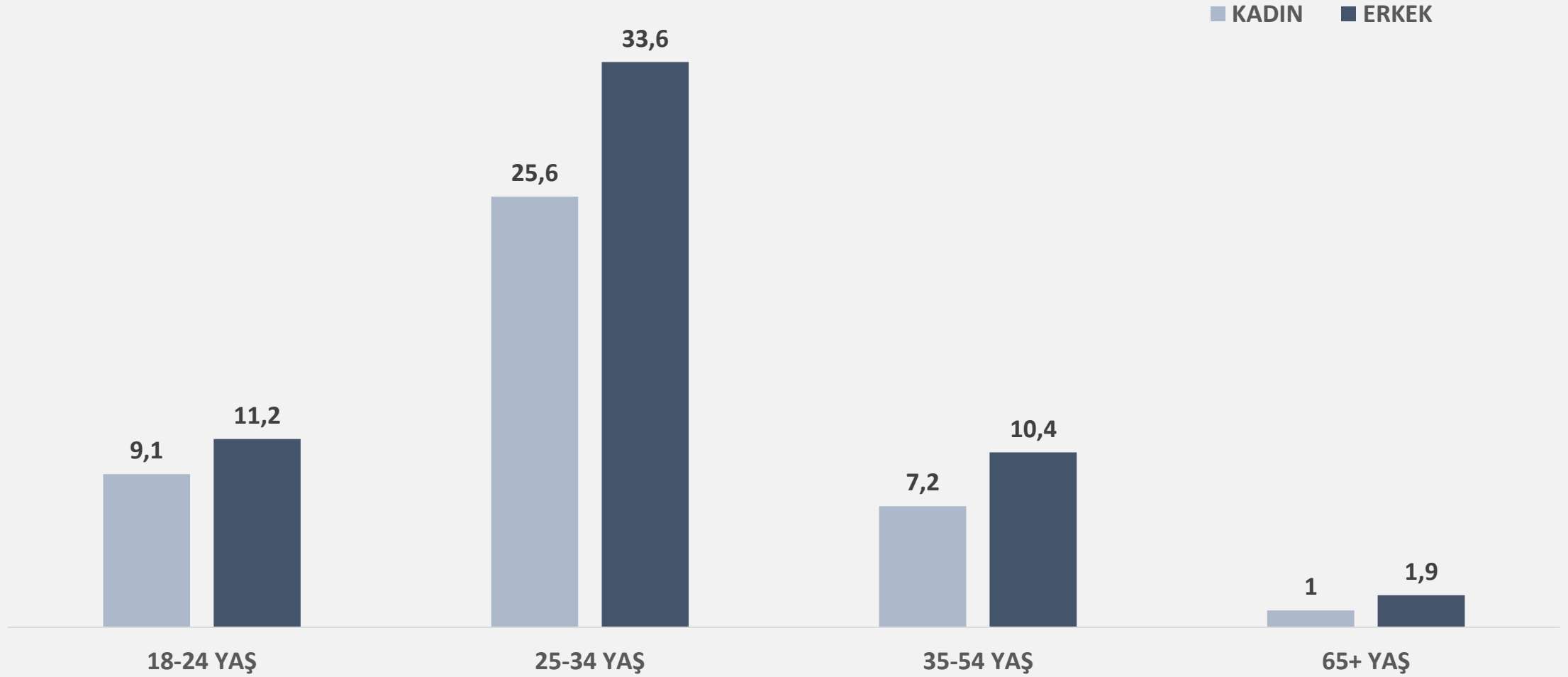


%56.6



LINKEDIN REKLAM İZLEYİCİ PROFİLLERİ

LINKEDIN KÜRESEL REKLAM KİTLESİNİN YAŞ VE CİNSİYETE GÖRE DAĞILIMI





LINKEDİN ERİŞİM SIRALAMASI

REKLAM ERİŞİMİNDE EN BÜYÜK POTANSİYELİ OLAN ÜLKELER VE BÖLGELER

#	ÜLKE	ERİŞİM	SON ÇEYREKTE ARTIŞ ORANI
1	ABD	180,000,000	0%
2	HİNDİSTAN	81,000,000	+3.8%
3	ÇİN	54,000,000	[N/A]
4	BREZİLYA	51,000,000	+4.1%
5	BİRLEŞİK KRALLIK	32,000,000	+3.2%
6	FRANSA	23,000,000	+4.5%
07=	KANADA	19,000,000	+5.6%
07=	ENDONEZYA	19,000,000	0%
9	MEKSİKA	17,000,000	0%
10	İTALYA	16,000,000	+6.7%

#	ÜLKE	ERİŞİM	SON ÇEYREKTE ARTIŞ ORANI
11	İSPANYA	15,000,000	+7.1%
12	ALMANYA	13,000,000	+8.3%
13	AVUSTRALYA	12,000,000	0%
14=	FİLİPİNLER	11,000,000	+10.0%
14=	TÜRKİYE	11,000,000	0%
16	KOLOMBİYA	10,000,000	+1.0%
17	HOLLANDA	9,500,000	+1.1%
18	ARJANTİN	9,200,000	+3.4%
19	GÜNEY AFRIKA	9,100,000	+2.2%
20	PAKİSTAN	7,500,000	+2.7%



LINKEDİN: UYGUN KİTLE ERİŞİM ORANI SIRALAMASI

LINKEDİN: 18 YAŞ VE ÜSTÜ EN BÜYÜK REKLAM KİTLESİNE SAHİP ÜLKELER VE BÖLGELERDE

#	ÜLKE	% 18+	ERİŞİM	▲ SON ÇEYREKTE YÜKSELİŞ ORANI
1	AMERİKAN SAMOASI	103.1%	38,000	0%
2	BERMUDA	102.8%	51,000	0%
3	İZLANDA	94.6%	250,000	0%
4	CAYMAN ADALARI	89.2%	47,000	+2.2%
5	ANDORRA	83.3%	54,000	+1.9%
6	ABD VİRJİN ADALARI	77.4%	62,000	+1.6%
7	ABD	69.3%	180,000,000	0%
8	HOLLANDA	68.4%	9,500,000	+1.1%
9	BAE	63.9%	5,300,000	+3.9%
10	İRLANDA	63.8%	2,400,000	0%

#	ÜLKE	% 18+	ERİŞİM	▲ SON ÇEYREKTE YÜKSELİŞ ORANI
11	SİNGAPUR	63.6%	3,200,000	+3.2%
12	ARUBA	62.8%	53,000	0%
13	MALTA	62.6%	230,000	0%
14	YENİ ZELANDA	61.5%	2,300,000	0%
15	KANADA	61.4%	19,000,000	+5.6%
16	AVUSTRALYA	60.2%	12,000,000	0%
17	DANİMARKA	60.0%	2,800,000	0%
18	LÜKSEMBURG	59.9%	310,000	+3.3%
19	BİRLEŞİK KRALLIK	59.3%	32,000,000	+3.2%
20	GUAM	57.5%	70,000	+1.4%



SNAPCHAT

SNAPCHAT: REKLAM KİTLESİNE GENEL BAKIŞ

TOPLAM KULLANICI SAYISI, CİNSİYET, MOBİL VE YILLIK BÜYÜMEYE GÖRE



Snapchat Raporlarındaki Toplam Ulaşılabilir Reklam Kitle



538
MİLYON

Snapchat Reklamları İle 13 Yaş Üzeri Kullanıcılara Ulaşma Oranı



8.8%

Çeyrek Dönemdeki Snapchat Reklam Ulaşımının Artışı



%4.7
24 MİLYON

Kadın Snapchat Profillerinin Oranı



%54.4

Erkek Snapchat Profillerinin Oranı

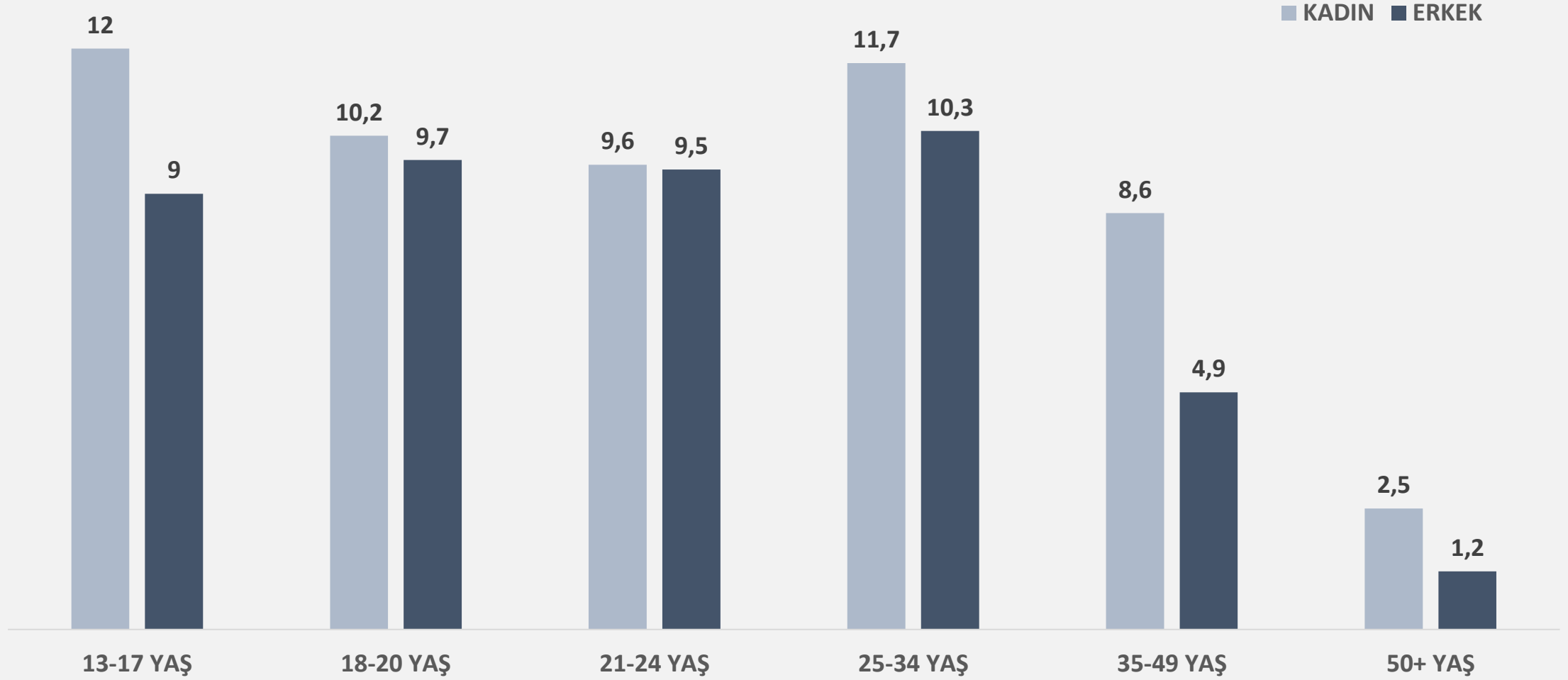


%44.6



SNAPCHAT REKLAM KİTLELESİ PROFİLLERİ

SNAPCHAT YAŞ VE CİNSİYET GRUPLARINA GÖRE KÜRESEL REKLAM KİTLELERİNİN YÜZDESİ





SNAPCHAT REKLAM ERİŞİM SIRALAMASI

ÜLKELER VE BÖLGELERDEKİ EN BÜYÜK SNAPCHAT REKLAM KİTLELERİ

#	ÜLKE	ERİŞİM	SON ÇEYREKTE YÜKSELİŞ ORANI
1	HİNDİSTAN	115,950,000	+16.2%
2	ABD	106,200,000	+0.9%
3	FRANSA	24,100,000	+3.0%
4	BİRLEŞİK KRALLIK	20,100,000	+1.5%
5	SUUDİ ARABİSTAN	19,700,000	+3.1%
6	PAKİSTAN	17,050,000	+15.2%
7	MEKSİKA	16,550,000	-6.2%
8	ALMANYA	15,000,000	+3.8%
9	IRAK	12,800,000	+5.3%
10	MISIR	12,750,000	+5.8%
11	TÜRKİYE	12,650,000	+8.1%

#	ÜLKE	ERİŞİM	SON ÇEYREKTE YÜKSELİŞ ORANI
12	FİLİPİNLER	11,300,000	-3.8%
13	KANADA	10,100,000	-1.5%
14	NIJERYA	8,600,000	+9.6%
15	BREZİLYA	8,500,000	-4.0%
16=	AVUSTRALYA	7,150,000	0%
16=	RUSYA	7,150,000	-2.7%
18	KOLOMBİYA	6,250,000	+0.8%
19	CEZAYİR	5,900,000	+9.3%
20=	HOLLANDA	5,800,000	+2.7%
20=	GÜNEY AFRIKA	5,800,000	+13.7%
22	FAS	5,650,000	+4.6%



SNAPCHAT: UYGUN KİTLE ERİŞİM ORANI SIRALAMASI

13+ YAŞ NÜFUSUNA GÖRE EN BÜYÜK SNAPCHAT REKLAM KİTLESİNE SAHİP ÜLKELER VE BÖLGELER

#	ÜLKE	% 13+	ERİŞİM	▲ SON ÇEYREKTE YÜKSELİŞ ORANI
1	LÜKSEMBURG	72.2%	397,500	-3.6%
2	SUUDİ ARABİSTAN	70.9%	19,700,000	+3.1%
3	NORVEÇ	69.7%	3,250,000	+1.6%
4	KUVEYT	55.1%	1,950,000	+5.4%
5	BAHREYN	51.9%	765,000	+24.4%
6	DANİMARKA	48.9%	2,450,000	0%
7	İSVEÇ	46.4%	4,000,000	+2.6%
8	İRAK	46.2%	12,800,000	+5.3%
9	İRLANDA	45.1%	1,850,000	+5.7%
10	FRANSA	43.4%	24,100,000	+3.0%

#	ÜLKE	% 13+	ERİŞİM	▲ SON ÇEYREKTE YÜKSELİŞ ORANI
11	ÜRDÜN	41.3%	3,050,000	+1.7%
12	HOLLANDA	39.0%	5,800,000	+2.7%
13	ABD	37.8%	106,200,000	+0.9%
14	BİRLEŞİK KRALLIK	34.8%	20,100,000	+1.5%
15	UMMAN	34.7%	1,450,000	+3.6%
16	YENİ ZELANDA	33.3%	1,350,000	0%
17	AVUSTRALYA	33.2%	7,150,000	0%
18	FİLİSTİN	33.0%	1,150,000	0%
19	BELÇİKA	32.7%	3,250,000	0%
20	BAE	31.6%	2,750,000	+3.8%



TWITTER

TWITTER: REKLAM KİTLESİNE GENEL BAKIŞ

PAZARLAMACILARIN TWİTTER'DAKİ REKLAMLARI KULLANARAK ULAŞABİLECEĞİ POTANSİYEL KİTLE



Twitter
Raporlarındaki
Toplam Ulaşılabilir
Reklam Kitle



463
MİLYON

Twitter Reklamları İle
Ulaşılan 13 Yaş Üzeri
Yetişkinlerin Oranı



7.1%

Çeyrek Dönemdeki
Twitter Reklam
Ulaşımının Artışı



N/A

Kadın Kitlesinin
Oranı



29.6%

Erkek Kitlesinin
Oranı



70.4%



TWITTER REKLAM ERİŞİM SIRALAMASI

ÜLKELER VE BÖLGELERDEKİ EN BÜYÜK TWITTER REKLAM KİTLELERİ

#	ÜLKE	ERİŞİM
1	ABD	77,750,000
2	JAPONYA	58,200,000
3	HİNDİSTAN	24,450,000
04=	BREZİLYA	19,050,000
04=	BİRLEŞİK KRALLIK	19,050,000
6	ENDONEZYA	17,550,000
7	TÜRKİYE	16,250,000
8	SUUDİ ARABİSTAN	14,200,000
9	MEKSİKA	14,000,000
10	TAYLAND	11,250,000

#	ÜLKE	ERİŞİM
11=	FRANSA	10,200,000
11=	FİLİPİNLER	10,200,000
13	İSPANYA	9,350,000
14	KANADA	8,000,000
15	ALMANYA	7,800,000
16	GÜNEY KORE	7,200,000
17	ARJANTİN	6,100,000
18	MISIR	5,250,000
19	MALEZYA	4,450,000
20	KOLOMBİYA	4,300,000



TWİTTER: UYGUN KİTLE ERİŞİM ORANI SIRALAMASI

13 YAŞ ÜSTÜ NÜFUSA GÖRE EN BÜYÜK TWİTTER REKLAM KİTLESİNE SAHİP ÜLKELER VE BÖLGELER

#	ÜLKE	% 13+	ERİŞİM
1	LÜKSEMBURG	52.6%	289,700
2	JAPONYA	51.7%	58,200,000
3	SİNGAPUR	51.2%	2,700,000
4	SAUDI	51.1%	14,200,000
5	ANDORRA	47.4%	32,650
6	KUVEYT	42.4%	1,500,000
7	GUERNSEY	42.2%	23,300
8	İZLANDA	36.1%	103,450
9	PORTO RİKO	35.7%	885,650
10	BAHREYN	33.4%	492,100

#	ÜLKE	% 13+	ERİŞİM
11	MAN ADALARI	33.0%	24,250
12	BİRLEŞİK KRALLIK	33.0%	19,050,000
13	İRLANAD	32.9%	1,350,000
14	HONG KONG	32.8%	2,200,000
15	ARUBA	29.1%	26,600
16	ANTIGUA VE BARBUDA	29.0%	23,250
17	JERSEY	28.9%	26,600
18	ABD	27.7%	77,750,000
19	HOLLANDA	27.6%	4,100,000
20	BERMUDA	26.1%	13,900



PINTEREST

PINTEREST: REKLAM KİTLESİNE GENEL BAKIŞ



PAZARLAMACILARIN PINTEREST'TE REKLAMLAR KULLANARAK ULAŞACAĞI POTANSİYEL KİTLE

Pinterest'te
TOPLAM
Ulaşılabilir Reklam
Kitlesi



233
MİLYON

Pinterest Reklamları
İle 18 Yaş Üzeri
Kullanıcılara Ulaşma
Oranı



%3.8

Çeyrek Dönemdeki
Pinterest Reklam
Ulaşımının Artışı



%+4.4
+10 MİLYON

Kadın Pinterest
Profillerinin Oranı



%77.1

Erkek Pinterest
Profillerinin Oranı



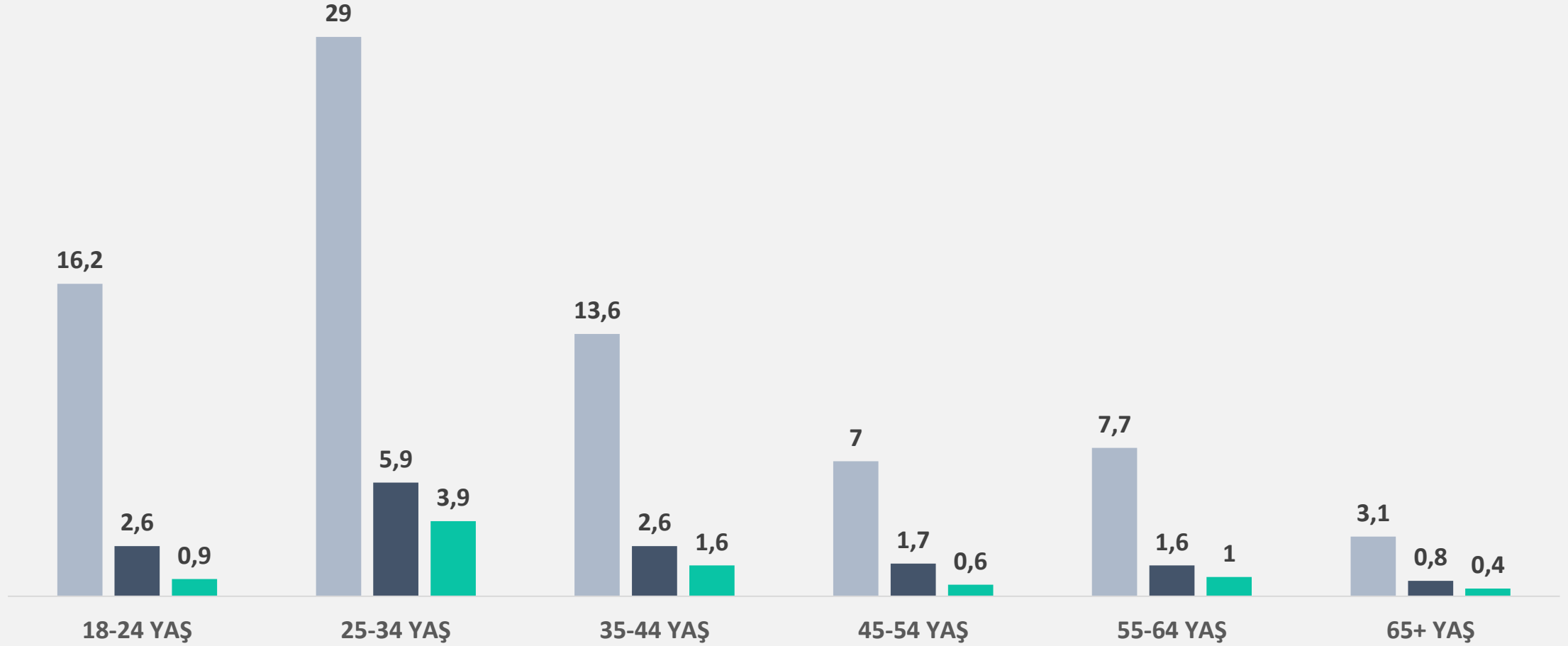
%14.8



PINTEREST'İN REKLAM KİTLESİNİN PROFİLİ

PINTEREST'İN KÜRESEL REKLAM KİTLESİNİN YAŞ GRUBU VE CİNSİYETE GÖRE YÜZDESİ

■ KADIN ■ ERKEK ■ BELİRTİLMEMİŞ





PINTEREST:UYGUN KİTLE ERİŞİM ORANI SIRALAMASI

PINTEREST:EN BÜYÜK REKLAM KİTLESİNE SAHİP ÜLKELER VE BÖLEGELER

#	ÜLKE	ERİŞİM	SON ÇEYREKTE ARTIŞ ORANI
1	ABD	90,450,000	+0.6%
2	BREZİLYA	30,650,000	+11.5%
3	MEKSİKA	16,650,000	+14.8%
4	ALMANYA	14,412,000	+2.2%
5	FRANSA	10,350,000	+5.8%
6	KANADA	9,700,000	+5.4%
7	BİRLEŞİK KRALLIK	9,035,000	-12.9%
8	İTALYA	8,675,000	+16.2%
9	İSPANYA	6,915,000	+5.7%
10	AVUSTRALYA	4,635,000	+1.3%

#	ÜLKE	ERİŞİM	SON ÇEYREKTE ARTIŞ ORANI
11	HOLLANDA	4,450,000	+1.7%
12	POLONYA	4,330,000	+14.1%
13	BELÇİKA	2,708,000	+15.7%
14	ROMANYA	1,855,000	+6.6%
15	PORTEKİZ	1,790,000	+4.7%
16	İSVEÇ	1,740,000	+7.4%
17	AVUSTURYA	1,688,000	-12.1%
18	YUNANİSTAN	1,627,500	+4.3%
19	MACARİSTAN	1,613,000	+11.9%
20	ÇEKYA	1,611,500	+18.5%

PINTEREST: UYGUN KİTLE ERİŞİM ORANI SIRALAMASI

13+ YAŞ NÜFUSUNA GÖRE EN BÜYÜK PINTEREST REKLAM KİTLELERİNE SAHİP ÜLKELER VE BÖLGELER



#	ÜLKE	% 13+	ERİŞİM	▲ SON ÇEYREKTE YÜKSELİŞ ORANI
1	ABD	32.2%	90,450,000	+0.6%
2	HOLLANDA	29.9%	4,450,000	+1.7%
3	KANADA	29.4%	9,700,000	+5.4%
4	GUAM	28.1%	38,000	-8.4%
5	LÜKSEMBURG	27.6%	152,000	+20.2%
6	BELÇİKA	27.3%	2,708,000	+15.7%
7	PORTO RİKO	23.1%	572,500	+11.1%
8	YENİ ZELANDA	23.0%	931,500	+3.0%
9	DANİMARKA	22.4%	1,123,000	+18.8%
10	MALTA	22.3%	86,500	-30.2%

#	ÜLKE	% 13+	ERİŞİM	▲ SON ÇEYREKTE YÜKSELİŞ ORANI
11	AVUSTRALYA	21.5%	4,635,000	+1.3%
12	AVUSTURYA	21.3%	1,688,000	-12.1%
13	İSVİÇRE	21.1%	1,603,000	-0.9%
14	İSVEÇ	20.2%	1,740,000	+7.4%
15	PORTEKİZ	19.8%	1,790,000	+4.7%
16	İRLANDA	19.8%	810,500	+3.4%
17	ALMANYA	19.6%	14,412,000	+2.2%
18	MACARİSTAN	19.1%	1,613,000	+11.9%
19	FİNLANDİYA	19.1%	917,000	+19.2%
20	SLOVAKYA	18.9%	890,500	+33.5%



DIĞER SOSYAL MEDYA PLATFORMLARI

WHATSAPP GENEL BAKIŞ

DÜNYA ÇAPINDA WHATSAPP KULLANIMI İÇİN TEMEL BAŞLIKLAR

Dünya Çapında Aylık
Whatsapp
Kullanıcıları Sayısı



2
MİLYAR

Aktif Whatsapp
Kullanan 13+
Yaşındaki Toplam
Nüfus Payı



32.5%

Dünya Çapında
Whatsapp Business
Kullanıcılarının Sayısı



50
MİLYON

Toplam Kullanıcıların
Arasında Kadın
Kullanıcı Oranı



45.9%

Toplam Kullanıcıların
Arasında Erkek
Kullanıcı Oranı



54.1%

WECHAT GENEL BAKIŞ

DÜNYA ÇAPINDA WECHAT KULLANIMI İÇİN TEMEL BAŞLIKLAR

Dünya Çapında Aylık Wechat Ve Weixin Kullanıcı Sayısı



1.25
MİLYAR

Aktif Wechat Veya Weixin Kullanan 13+ Yaşındaki Toplam Nüfus Payı



20.4%

Son Çeyrekte Wechat ve Weixin Kullanan Aylık Aktif Kullanıcı Sayısındaki Değişim



+0.8%
+39 MİLYON

Toplam Kullanıcıların Arasında Kadın Kullanıcı Oranı



47.7%

Toplam Kullanıcıların Arasında Erkek Kullanıcı Oranı



52.3%

QQ GENEL BAKIŞ

DÜNYA ÇAPINDA QQ KULLANIMI İÇİN TEMEL BAŞLIKLAR

Dünyada Akıllı Cihazlar Üzerinde Erişilen Aylık Aktif QQ Kullanıcı Sayısı



591
MİLYON

Akıllı Cihazlar Üzerinden QQ Kullanan 13+ Yaşındaki Toplam Nüfus Payı



9.6%

Her Ay Akıllı Cihazlarla Erişen QQ Kullanıcılarında Çeyrek Dönemdeki Değişim



-2.6%
-16 MİLYON

Toplam Kullanıcıların Arasında Kadın Kullanıcı Oranı



48%

Toplam Kullanıcıların Arasında Erkek Kullanıcı Oranı



52%

TELEGRAM GENEL BAKIŞ

DÜNYA ÇAPINDA TELEGRAM KULLANIMI İÇİN TEMEL BAŞLIKLAR

Dünya Çapında Aylık Aktif Telegram Kullanıcı Sayısı



550
MİLYON

Aktif Telegram Kullanan 16+ Yaşındaki Toplam Nüfus Payı



9.6%

Dünyada Çapında Telegram Uygulaması İndirme Ağustos 2021



28
MİLYON

Toplam Kullanıcıların Arasında Kadın Kullanıcı Oranı



41.5%

Toplam Kullanıcıların Arasında Erkek Kullanıcı Oranı



58.5%

SINA WEIBO GENEL BAKIŞ

DÜNYA ÇAPINDA SINA WEIBO KULLANIMI İÇİN TEMEL BAŞLIKLAR

Dünya Çapında Aylık Aktif Sina Weibo Kullanıcı Sayısı



566
MİLYON

Aylık Aktif Sina Weibo Kullanan 14+ Yaşındaki Toplam Nüfus Payı



9.4%

Sina Weibo Uygulamasının Yıllık Kullanıcı Sayısı Büyümesi



+6.8%
+36 MİLYON

Toplam Kullanıcıların Arasında Kadın Kullanıcı Oranı



%50.0

Toplam Kullanıcıların Arasında Erkek Kullanıcı Oranı



%50.0

REDDIT GENEL BAKIŞ

DÜNYA ÇAPINDA REDDIT KULLANIMI İÇİN TEMEL BAŞLIKLAR



Dünya Çapında Aylık Aktif Reddit Kullanıcı Sayısı



430
MİLYON

Aylık Aktif Reddit Kullanan 13+ Yaşındaki Toplam Nüfus Payı



7.0%

Dünya Çapında Reddit'te Günlük Aktif Kullanıcı Sayısı



52
MİLYON

Toplam Kullanıcıların Arasında Kadın Kullanıcı Oranı



37.2%

Toplam Kullanıcıların Arasında Erkek Kullanıcı Oranı



62.8%

QUORA GENEL BAKIŞ

DÜNYA ÇAPINDA QUORA KULLANIMI İÇİN TEMEL BAŞLIKLAR

Dünya Çapında Aylık Aktif Quora Kullanıcı Sayısı



300
MİLYON

Aylık Aktif Quora Kullanan 13+ Yaşındaki Toplam Nüfus Payı



4.9%

Kullanıcıların Quora Uygulamasında Harcadığı Ortalama Süre



9 DAKİKA
18 SANİYE

Toplam Kullanıcıların Arasında Kadın Kullanıcı Oranı

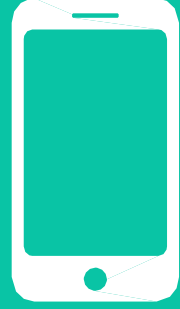


42.4%

Toplam Kullanıcıların Arasında Erkek Kullanıcı Oranı



57.6%



MOBİL KULLANIM İSTATİSTİKLERİ

KÜRESEL HÜCRESEL BAĞLANTILAR

KÜRESEL BENİMSEME VE HÜCRESEL AĞ BAĞLANTILARINDA CİHAZ KULANIMI



Telefon
Kullanıcıları (Birey
Bazında)



5.29
MİLYAR

Mobil Kullanım Oranı
(Birey Ve Nüfus
Bazında)



%67.1

Mobil
Abonelerin Yıllık
Değişimi



%+1.9
+97 MİLYON

Toplam Hücresel
Bağlantılar



10.45
MİLYAR

Hücresel Bağlantıların
Sayısındaki Değişim



%+6.4
+625 MİLYON

İNCELEME: MOBİL ABONELER VE HÜCRESEL BAĞLANTILAR



CEP TELEFONU KULLANAN EŞSİZ KİŞİ SAYISININ TOPLAM HÜCRESEL BAĞLANTI SAYISI İLE KARŞILAŞTIRILMASI

GSMA İstihbarat Verileri

Toplam Mobil
Kullanıcı Sayısı
(Farklı Kişiler)



5.29
MİLYAR

Toplam Mobil
Bağlantı
Sayısı



10.45
MİLYAR

Ericsson Mobilite Raporu Verileri

Toplam Mobil
Kullanıcı Sayısı
(Farklı Kişiler)



6.04
MİLYAR

Toplam Mobil
Bağlantı
Sayısı



10.05
MİLYAR

MOBİL BAĞLANTILARIN CİHAZLARA GÖRE DAĞILIMI

MOBİL BAĞLANTILARIN HERHANGİ BİR MOBİL ARACA GÖRE DAĞILIM ORANLARI



Mobil Bağlantıda
Akıllı Telefon
Kullanımı



%79

**6.40
MİLYAR CİHAZ**

Mobil Bağlantıda
Özellikli Telefon
Kullanımı



%17.2

**1.39
MİLYAR CİHAZ**

Mobil Bağlantıda
Tablet Ve Diğer
Cihazların Kullanımı

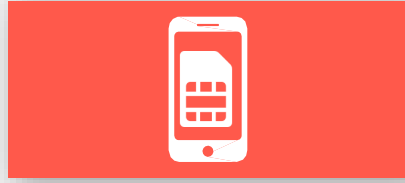


%3.8

**310
MİLYON CİHAZ**

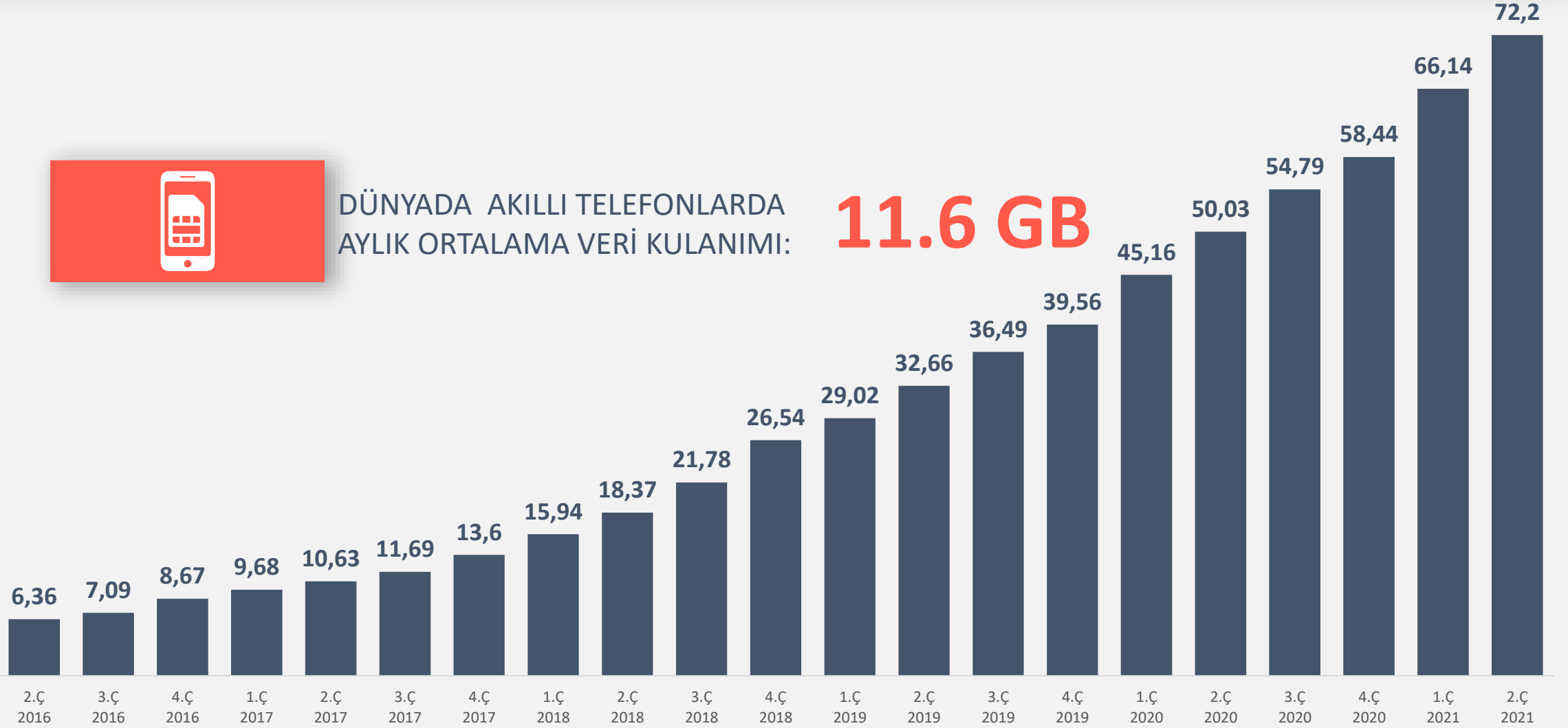
YILLARA GÖRE MOBİL İNTERNET TÜKETİM ORANLARI

TOPLAM AYLIK MOBİL VERİ TRAFİĞİ(İNİRME & YÜKLEME)



DÜNYADA AKILLI TELEFONLARDA
AYLIK ORTALAMA VERİ KULANIMI:

11.6 GB





Android Cihazlarındaki Payı



%72.44

Eylül 2021
Vs.
Eylül 2020:

% -2.7

Apple iOS Cihazlardaki Payı



%26.75

Eylül 2021
Vs.
Eylül 2020:

%+7.1

Diğer Mobil İşletim Sistemlerinin Yüzdelik Payı



%0.90

MOBİL UYGULAMA TRENDLERİ SENSORTOWER SIRALAMASI



DOLAR BAZINDA MOBİL UYGULAMALARIN KÜRESEL İNDİRİLME SAYILARI VE TÜKETİCİ HARCAMALARI (2. Çeyrek 2021'de)

Mobilden İndirilen
Toplam Uygulama
Sayısı (Global, Tüm
Platformlar)



35.7
MİLYAR

Mobilden İndirilen
Toplam Uygulama
Sayısı Büyüme
Oranı



-%1.9
-700 MİLYAR

Mobil
Uygulamalara
Yapılan Toplam
Harcama



\$33.6
MİLYAR

Mobil Uygulamalara
Yapılan Toplam
Harcama Büyüme
Oranı



+%15.1
+4.4 MİLYAR

Ortalama Akıllı
Telefon Başına
Yapılan Harcama
Miktarı



\$5.25

MOBİL UYGULAMA SIRALAMASI: HAFTALIK KULLANIM ORANI



19 – 25 EYLÜL TARİHLERİ ARASINDA KÜRESEL MOBİL UYGULAMALARIN KULLANIM ORANI SIRALAMASI

ANDROID TELEFONLARDA AYLIK AKTİF KULLANICI SAYISINA GÖRE

#	UYGULAMA ADI	ŞİRKET
1	GOOGLE CHROME	GOOGLE
2	YOUTUBE	GOOGLE
3	GOOGLE	GOOGLE
4	WHATSAPP	FACEBOOK
5	GOOGLE PLAY SERVICES	GOOGLE
6	FACEBOOK	FACEBOOK
7	GMAIL	GOOGLE
8	INSTAGRAM	FACEBOOK
9	GOOGLE MAPS	GOOGLE

IPHONE TELEFONLARDA AYLIK AKTİF KULLANICI SAYISINA GÖRE

#	OYUN ADI	ŞİRKET
1	CAMERA	APPLE
2	MAIL	APPLE
3	CALENDAR	APPLE
4	SAFARI	APPLE
5	PHONE	APPLE
6	MESSAGES	APPLE
7	SETTINGS	APPLE
8	MUSIC	APPLE
9	PHOTOS	APPLE
10	YOUTUBE	APPLE

MOBİL UYGULAMA SIRALAMASI: AKTİF KULLANICILAR



MOBİL UYGULAMA VE OYUNLARIN TEMMUZ AĞUSTOS AYLARINDAKİ AYLIK AKTİF KULLANICILARINA GÖRE SIRALAMASI (ÇİN HARİÇ)

MOBİL UYGULAMALARIN SIRALAMASI

#	UYGULAMA ADI	ŞİRKET
1	FACEBOOK	FACEBOOK
2	WHATSAPP	FACEBOOK
3	INSTAGRAM	FACEBOOK
4	FACEBOOK MESSENGER	FACEBOOK
5	TIKTOK (INC. DOUYIN)	BYTEDANCE
6	AMAZON	AMAZON
7	TELEGRAM	TELEGRAM
8	TWITTER	TWITTER
9	SPOTIFY	SPOTIFY
10	NETFLIX	NETFLIX

MOBİL OYUNLARIN SIRALAMASI

#	OYUN ADI	ŞİRKET
1	PUBG MOBILE	TENCENT
2	ROBLOX	ROBLOX
3	CANDY CRUSH SAGA	ACTIVISION BLIZZARD
4	FREE FIRE	SEA
5	LUDO KING	GAMETION
6	MINECRAFT POCKET EDITION	MOJANG
7	SUBWAY SURFERS	SYO
8	CALL OF DUTY: MOBILE	ACTIVISION BLIZZARD
9	AMONG US!	INNERSLOTH
10	POKÉMON GO	NIANTIC

MOBİL UYGULAMA SIRALAMASI: İNDİRMELER



MOBİL UYGULAMA VE OYUNLARIN İNDİRİLME SAYISINA GÖRE 3. ÇEYREK 2021 KÜRESEL SIRALAMASI

MOBİL UYGULAMALARIN SIRALAMASI

#	UYGULAMA ADI	ŞİRKET
1	TIKTOK (INC. DOUYIN)	BYTEDANCE
2	INSTAGRAM	FACEBOOK
3	FACEBOOK	FACEBOOK
4	WHATSAPP	FACEBOOK
5	FACEBOOK MESSENGER	FACEBOOK
6	SNAPCHAT	SNAP
7	TELEGRAM	TELEGRAM
8	ZOOM CLOUD MEETINGS	ZOOM
9	CAPCUT	BYTEDANCE
10	GOOGLE MEET	GOOGLE

MOBİL OYUNLARIN SIRALAMASI

#	OYUN ADI	ŞİRKET
1	MY TALKING ANGELA 2	OUTFIT7
2	COUNT MASTERS	ASCELLA MOBILE
3	FREE FIRE	SEA
4	BRIDGE RACE	IRONSOURCE
5	PUBG MOBILE	TENCENT
6	SUBWAY SURFERS	SYBO
7	FIDGET TOYS TRADING 3D	ASCELLA MOBILE
8	HAIR CHALLENGE	ZYNGA
9	ROBLOX	ROBLOX
10	CANDY CRUSH SAGA	ACTIVISION BLIZZARD

MOBİL UYGULAMA SIRALAMASI: TÜKETİCİ HARCAMALARI



MOBİL UYGULAMA VE OYUNLARIN TÜKETİCİ HARCAMALARINA GÖRE 3. ÇEYREK 2021 KÜRESEL SIRALAMASI

MOBİL UYGULAMALARIN SIRALAMASI

#	UYGULAMA ADI	ŞİRKET
1	TIKTOK (INC. DOUYIN)	BYTEDANCE
2	YOUTUBE	GOOGLE
3	TINDER	MATCH GROUP
4	DISNEY+	DISNEY
5	TENCENT VIDEO	TENCENT
6	PICCOMA	KAKAO JAPAN CORP
7	HBO MAX	AT&T
8	GOOGLE ONE	GOOGLE
9	TWITCH	AMAZON
10	BIGO LIVE	BIGO

MOBİL OYUNLARIN SIRALAMASI

#	OYUN ADI	ŞİRKET
1	ROBLOX	ROBLOX
2	GENSHIN IMPACT	MIHOYO
3	POKÉMON GO	NIANTIC
4	CANDY CRUSH SAGA	ACTIVISION BLIZZARD
5	UMA MUSUME PRETTY DERBY	CYBERAGENT
6	COIN MASTER	MOON ACTIVE
7	HONOUR OF KINGS	TENCENT
8	PUBG MOBILE	TENCENT
9	FATE / GRAND ORDER	ANIPLEX
10	GAME FOR PEACE	TENCENT

DÜNYA ÇAPINDA GELİŞİM GÖSTEREN MOBİL UYGULAMALAR: 3. ÇEYREK



ÇEYREKLİK DÖNEMDE EN ÇOK GELİŞİM GÖSTEREN MOBİL UYGULAMALARIN APP ANNİE'E GÖRE SIRALAMASI

AYLIK AKTİF KULLANICI SAYISINA GÖRE

#	UYGULAMA ADI
1	TIKTOK (INC. DOUYIN)
2	INSTAGRAM
3	FACEBOOK
4	UBER
5	BOOKİNG.COM
6	TELEGRAM
7	SNAPCHAT
8	HBO MAX
9	AMAZON
10	SHOPEE

İNDİRİLMESAYISINA GÖRE

#	UYGULAMA ADI
1	NIGHTOWL VPN
2	SHAPE VPN
3	MEESHO
4	TOP VPN
5	FAST VPN BY FIVE OCEANS ECOMMERCE
6	SMART CLEAN-BOOSTERCLEANER
7	SURF - FREE VPN FOR TIKTOK, CUTOUT...
8	VPN MASTER - FREE & FAST & SECURE...
9	PEDULILINDUNGI
10	INSTAGRAM

TÜKETİCİ HARCAMALARINA GÖRE

#	UYGULAMA ADI
1	DISNEY+
2	YOUTUBE
3	TINDER
4	TIKTOK
5	BUMBLE APP
6	STRAVA RUNNING AND CYCLING
7	VEVE
8	PEACOCK TV
9	FACEPLAY
10	PICCOMA

DÜNYA ÇAPINDA GELİŞİM GÖSTEREN MOBİL OYUNLAR: 3. ÇEYREK



ÇEYREKLİK DÖNEMDE EN ÇOK GELİŞİM GÖSTEREN MOBİL OYUNLARIN APP ANNİE'E GÖRE SIRALAMASI

AYLIK AKTİF KULLANICI SAYISINA GÖRE

#	UYGULAMA ADI
1	MY TALKING ANGELA 2
2	RUN RICH 3D
3	FIDGET TOYS TRADING 3D
4	ARROW FEST
5	TRADING MASTER 3D
6	2048 CUBE WINNER—AIM TO WIN...
7	JUDGMENT DAY
8	FIDGET TRADING 3D
9	SAUSAGE MAN
10	PLAY TOGETHER

İNDİRİLMESAYISINA GÖRE

#	UYGULAMA ADI
1	MY TALKING ANGELA 2
2	FIDGET TOYS TRADING 3D
3	TRADING MASTER 3D
4	RUN RICH 3D
5	ARROW FEST
6	DOLL DESIGNED
7	PUBG MOBILE
8	DESTINY RUN
9	FIDGET TRADING 3D
10	MUSCLE RACE 3D

TÜKETİCİ HARCAMALARINA GÖRE

#	UYGULAMA ADI
1	ODIN VALHALLA RISING
2	GENSHIN IMPACT
3	FATE / GRAND ORDER
4	DRAGON BALL Z DOKKAN BATTLE
5	POKÉMON GO
6	DOULA CONTINENT: SOUL MASTER DUEL
7	FANTASY NEW JADE DYNASTY
8	HARRY POTTER MAGIC AWAKENED
9	ROYAL MATCH
10	BATTLE OF GOLDEN SPATULA



E-TİCARET KULLANIMI

HAFTALIK ÇEVİRİMİÇİ ALIŞVERİŞ AKTİVİTELERİ

16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ GEÇEN HAFTA İÇİNDE GERÇEKLEŞTİRDİĞİ FAALİYETLER

Alışveriş Yapmak
Veya Çevrimiçi Bir
Ürünü Aramak



%57.8

Çevrimiçi Bir
Marketten Sipariş
Verme



%27.4

İkinci El Bir Ürün
Veya Daha Önce
Sahip Olunan Bir
Ürün Satılma



%14.4

Çevrimiçi Fiyat
Karşılaştırma Servisi
Kullanımı



%24.6

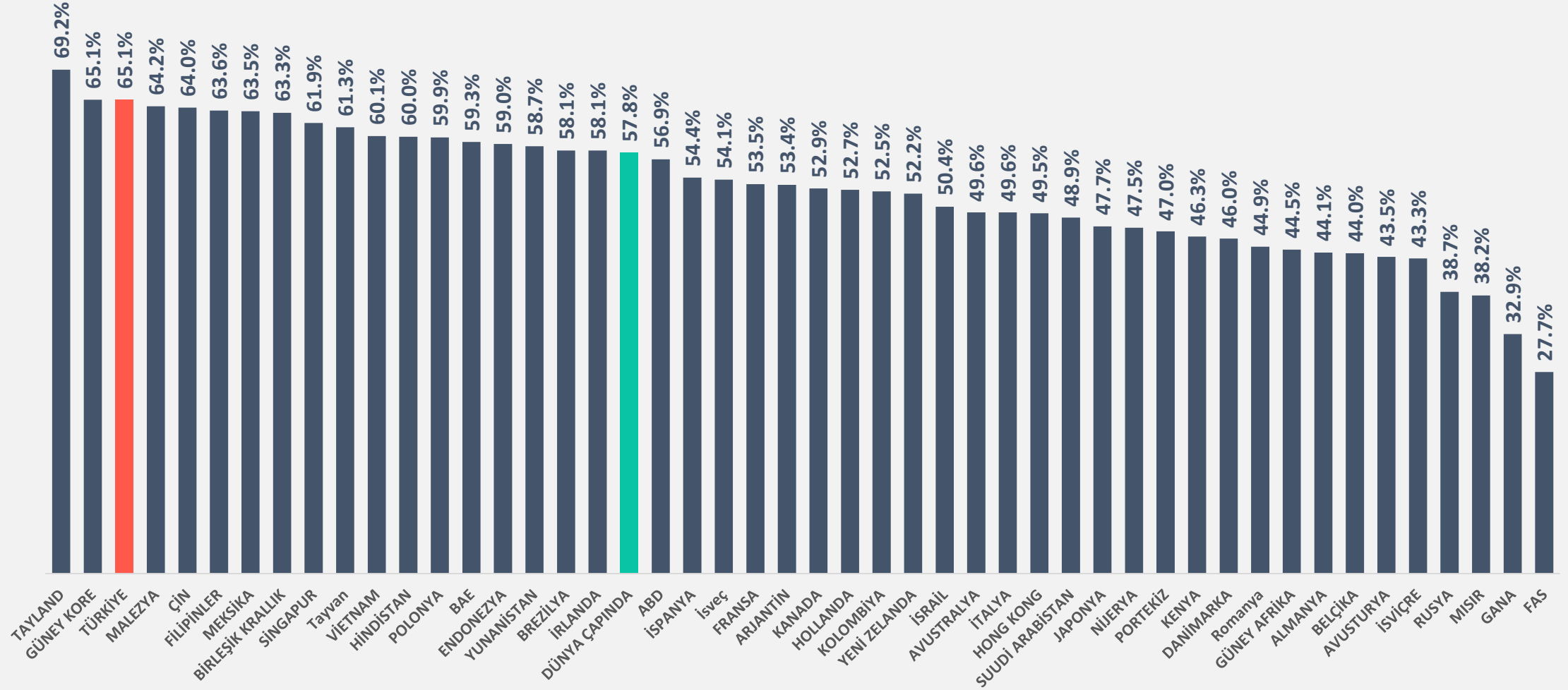
Şimdi Satın Al,
Sonra Ödeme
Hizmeti Kullanımı



%17.4

HAFTALIK ÇEVİRİMİÇİ SATINALMA

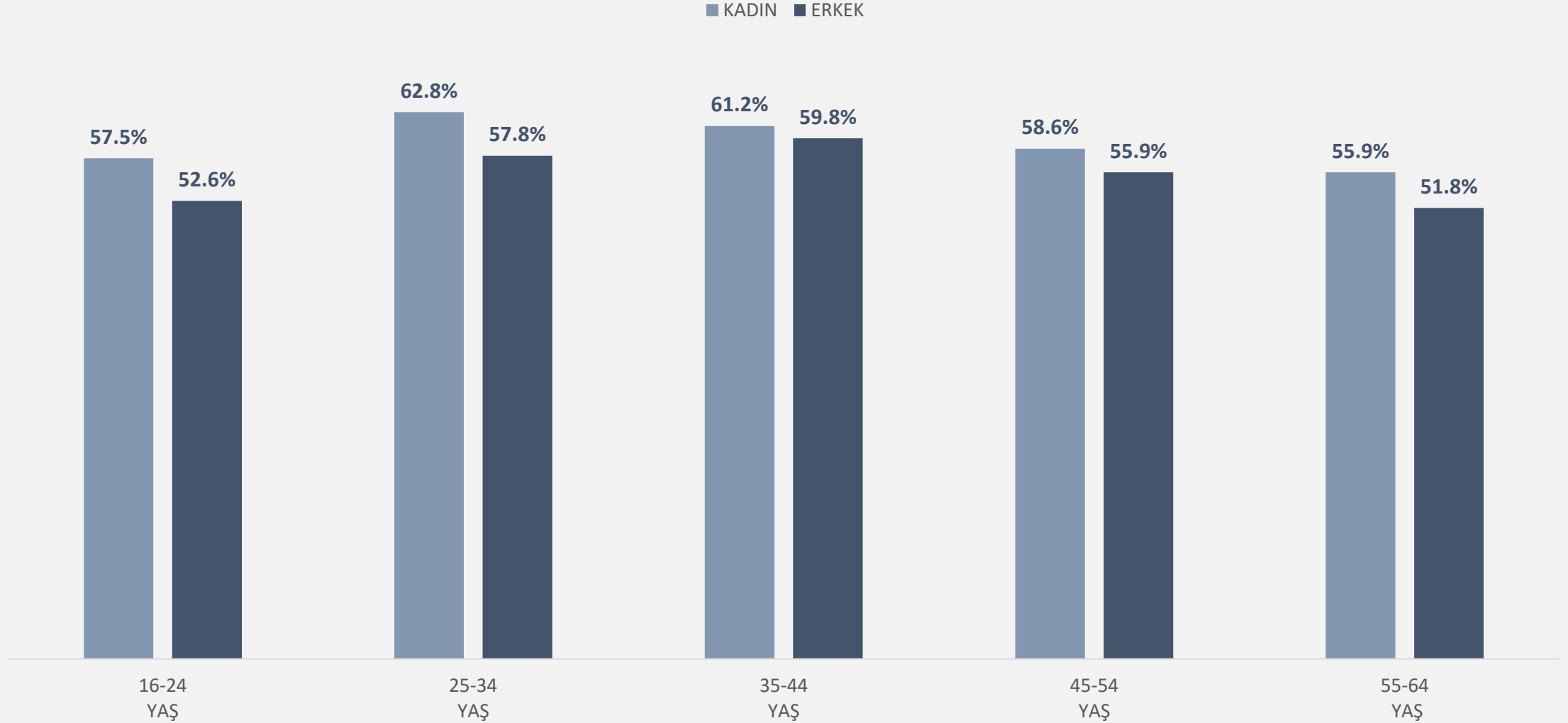
SON HAFTADA HERHANGİ BİR CİHAZ ÜZERİNDEN ÇEVİRİMİÇİ BİR ŞEY SATIN ALDIĞINI SÖYLEYEN 16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



YAŞ VE CİNSİYET GÖRE HAFTALIK SATINALMALAR

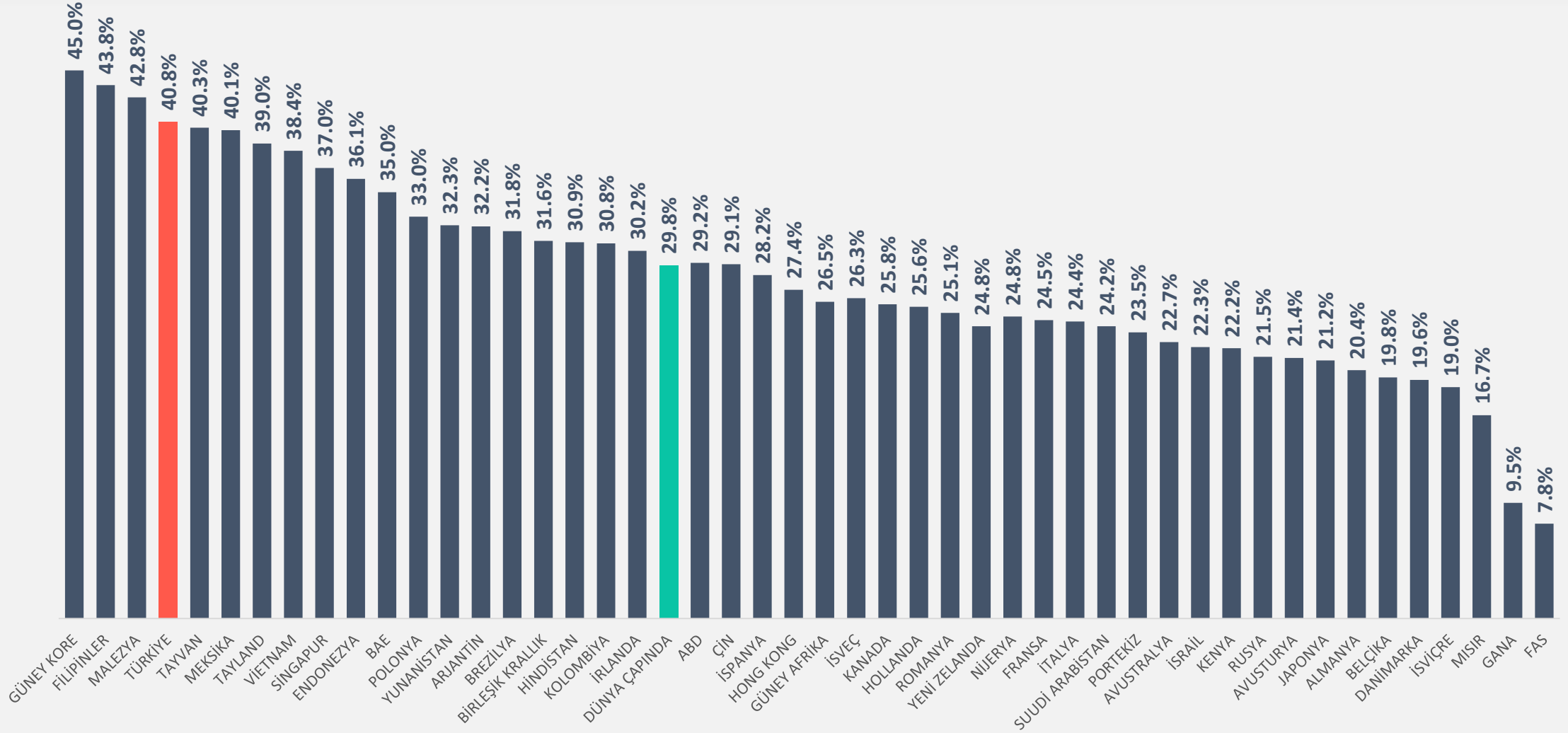


SON HAFTADA HERHANGİ BİR CİHAZ ÜZERİNDEN ÇEVİRİMİÇİ BİR ŞEY SATIN ALDIĞINI SÖYLENEN 16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



HAFTALIK MOBİL TİCARET SATIN ALIMLARI

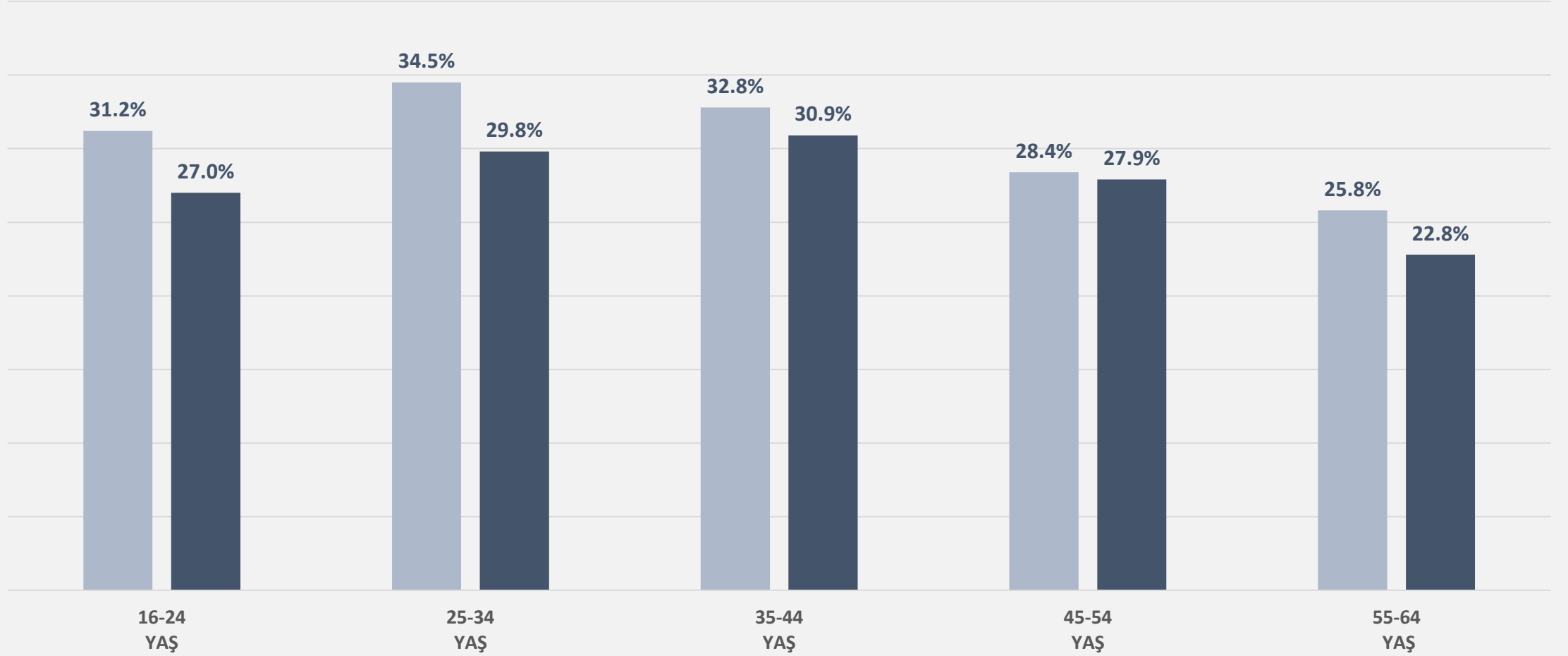
SON HAFTADA MOBİL BİR CİHAZ ÜZERİNDEN ÇEVİRİMİÇİ BİR ŞEY SATIN ALDIĞINI SÖYLENEN 16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ



HAFTALIK MOBİL TİCARET SATIN ALIMLARI

SON HAFTADA MOBİL BİR CİHAZ ÜZERİNDEN ÇEVİRİMİÇİ BİR ŞEY SATIN ALDIĞINI SÖYLENEN 16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ YÜZDESİ

■ KADIN ■ ERKEK





E-Ticaret Trafiğindeki
Değişim



%-6.5

E-Ticaret Sayfaları
Görüntüleme
Sayısındaki Değişim



%-7.8

E-Ticarette Oturum
Başına Harcanan
Zamandaki Değişim



%-16.3

E-Ticaret Dönüşüm
Oranındaki Değişim

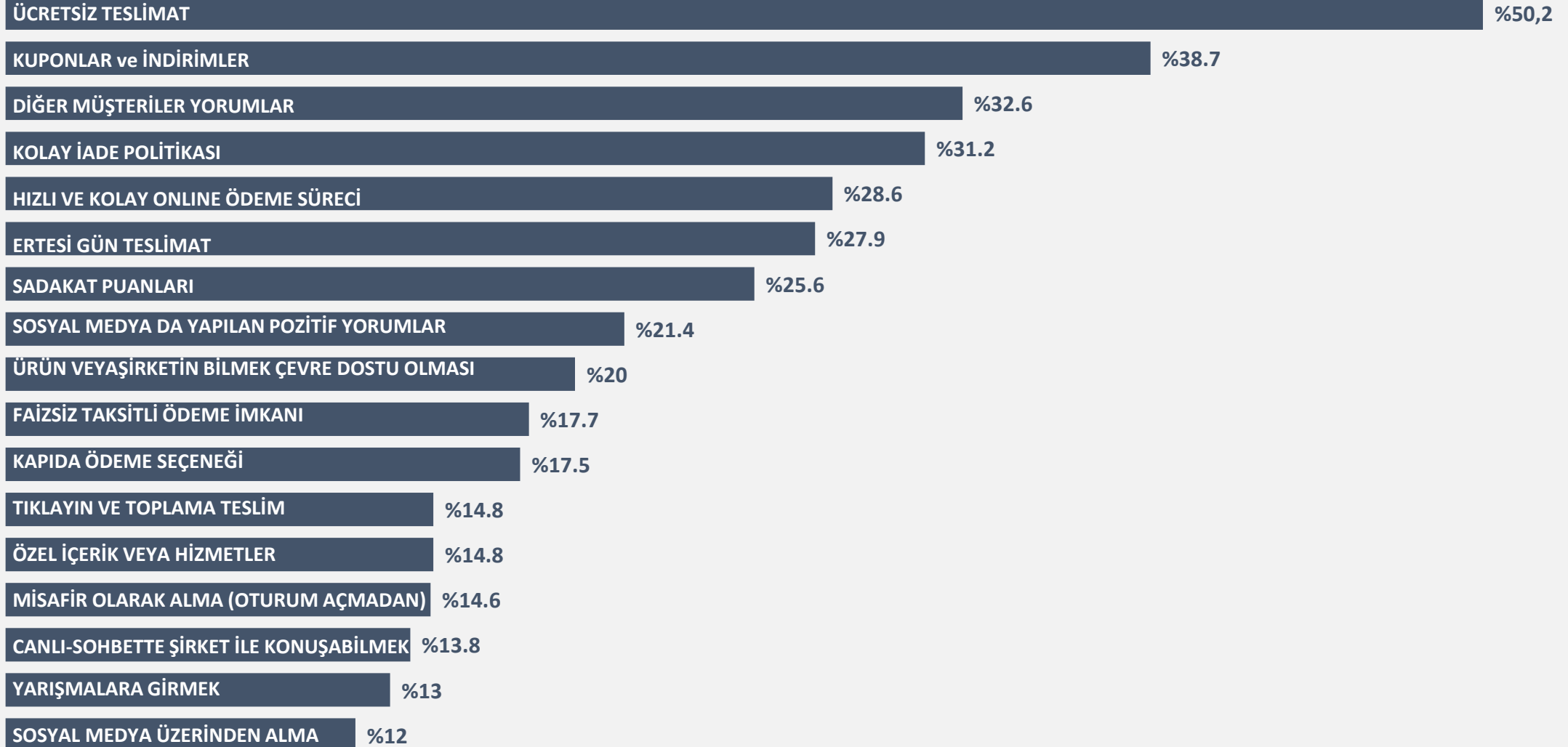


%+7.6

ÇEVİRİMİÇİ SATINALMA KISTASLARI

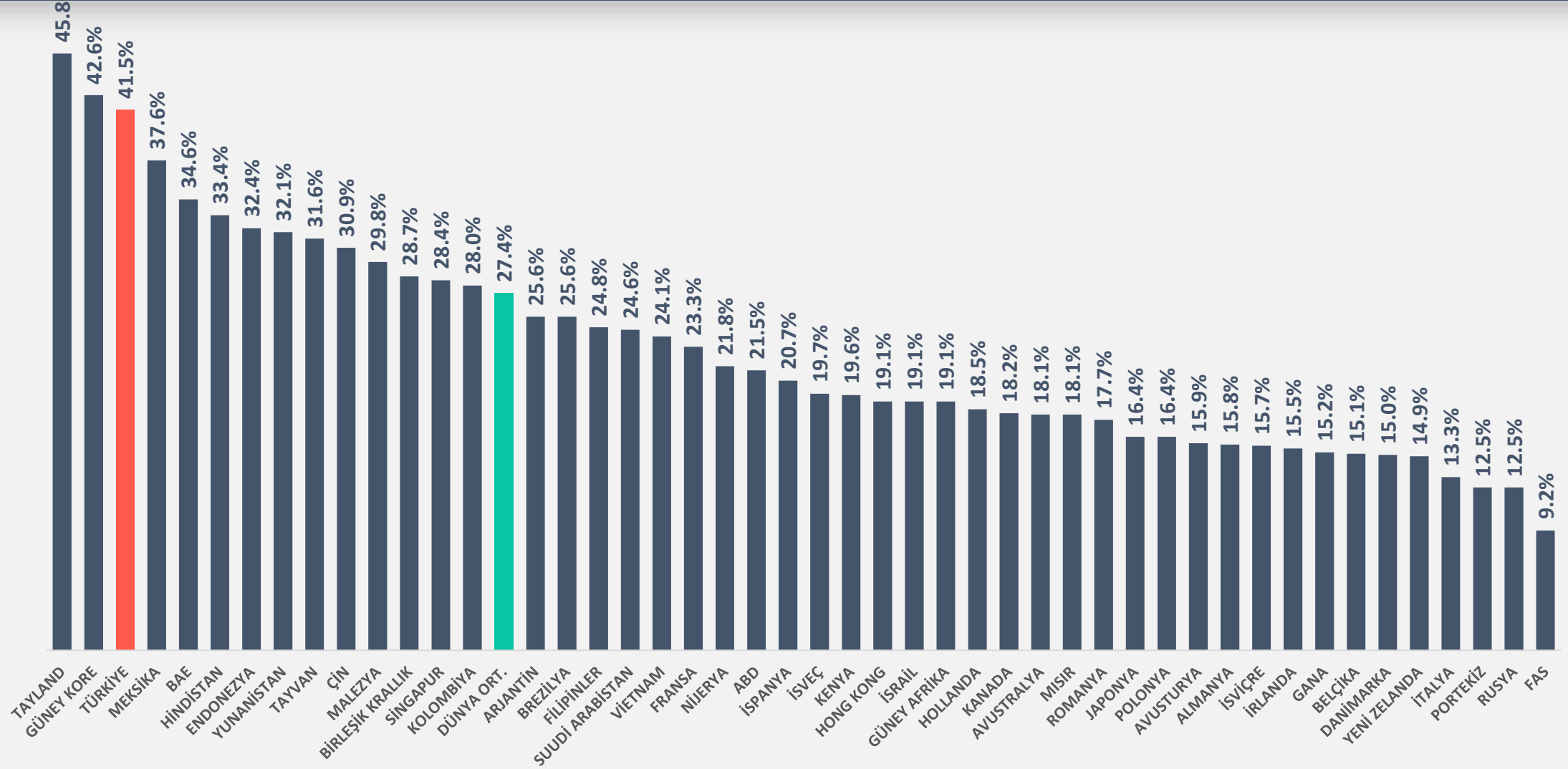


16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ BELİRLİ FAKTÖRLERE GÖRE ÜRÜN ALMA KISTASLARI



ÇEVİRİMİÇİ MARKET SİPARİŞİ VERME

GEÇEN HAFTADA ÇEVİRİMİÇİ MARKET SİPARİŞİ VEREN 16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ ORANI

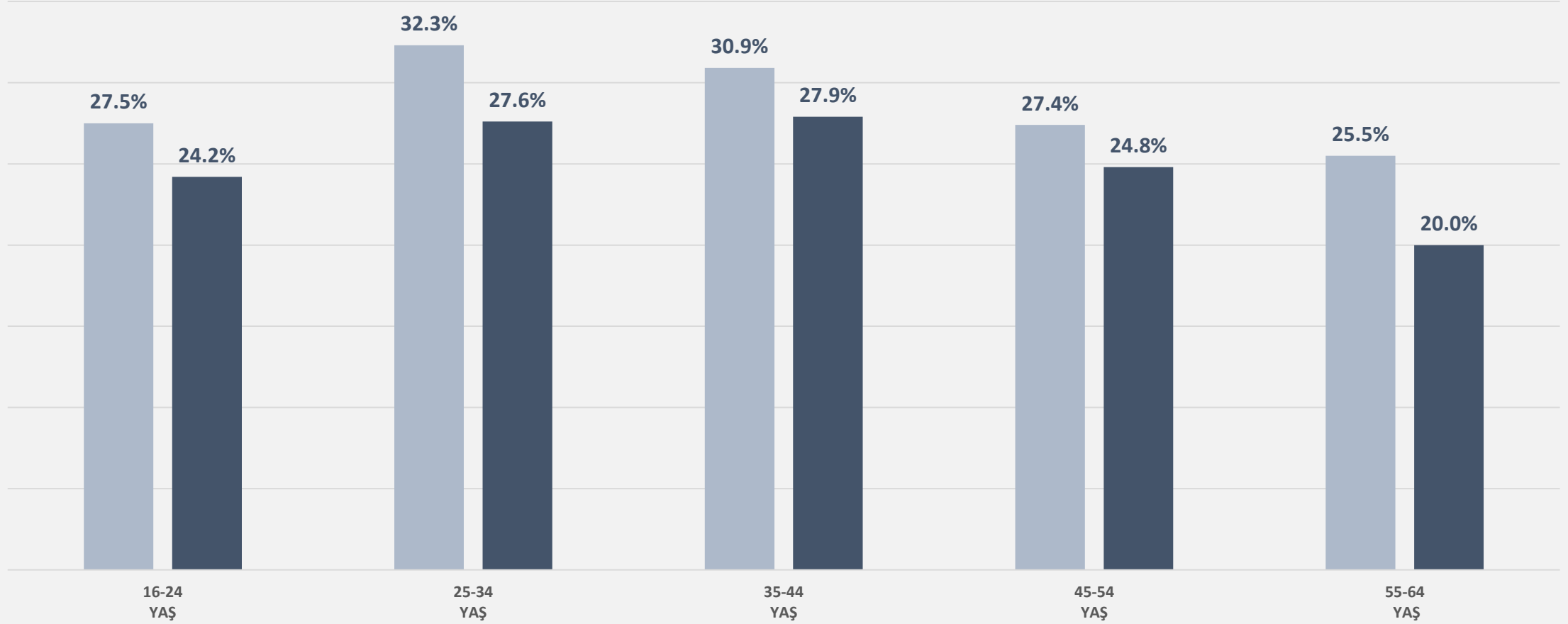


ÇEVİRİMİÇİ MARKET SİPARİŞİ VERME



GEÇEN HAFTADA ÇEVİRİMİÇİ MARKET SİPARİŞİ VEREN 16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ ORANI

■ KADIN ■ ERKEK



DİJİTAL İÇERİK SATINALMALARI

16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ DİJİTAL İÇERİKLERE GEÇEN AYDA YAPTIĞI ÖDEME ORANLARI

Film Veya Tv Yayın
Servisleri



%31.3

Müzik Yayın Servisleri



%23.3

Müzik İndirmeleri



%20.2

Mobil Uygulamalar



%17.1

Film Veya Tv
İndirmeleri



%17.6

Mobil Oyunlar



%16.4

Çalışma Programları Veya
Öğrenme Materyalleri



%14.2

E-kitap



%12.6

Uygulama İçi
Satınalma



%11.7

Çevrimiçi Haber
Servisleri



%10.9

ÖDEME YÖNTEMLERİNE GÖRE E TİCARET SATINALIMLARI



E TİCARET İŞLEMLERİNDE KULLANILAN ÖDEME YÖNTEMLERİNİN ORANI

E Cüzdan

Kredi Veya Banka
Kartı

Banka Transferleri

Peşin

Diğer



%44

%39

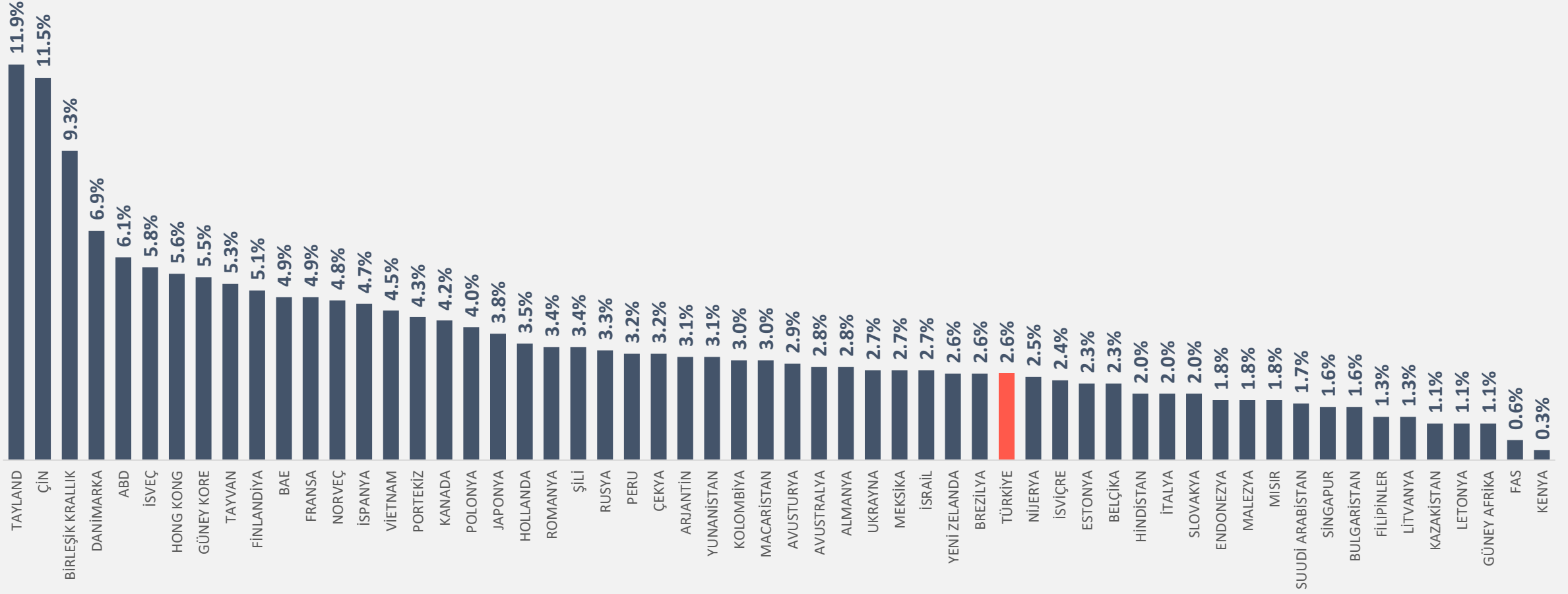
%10

%4

%3

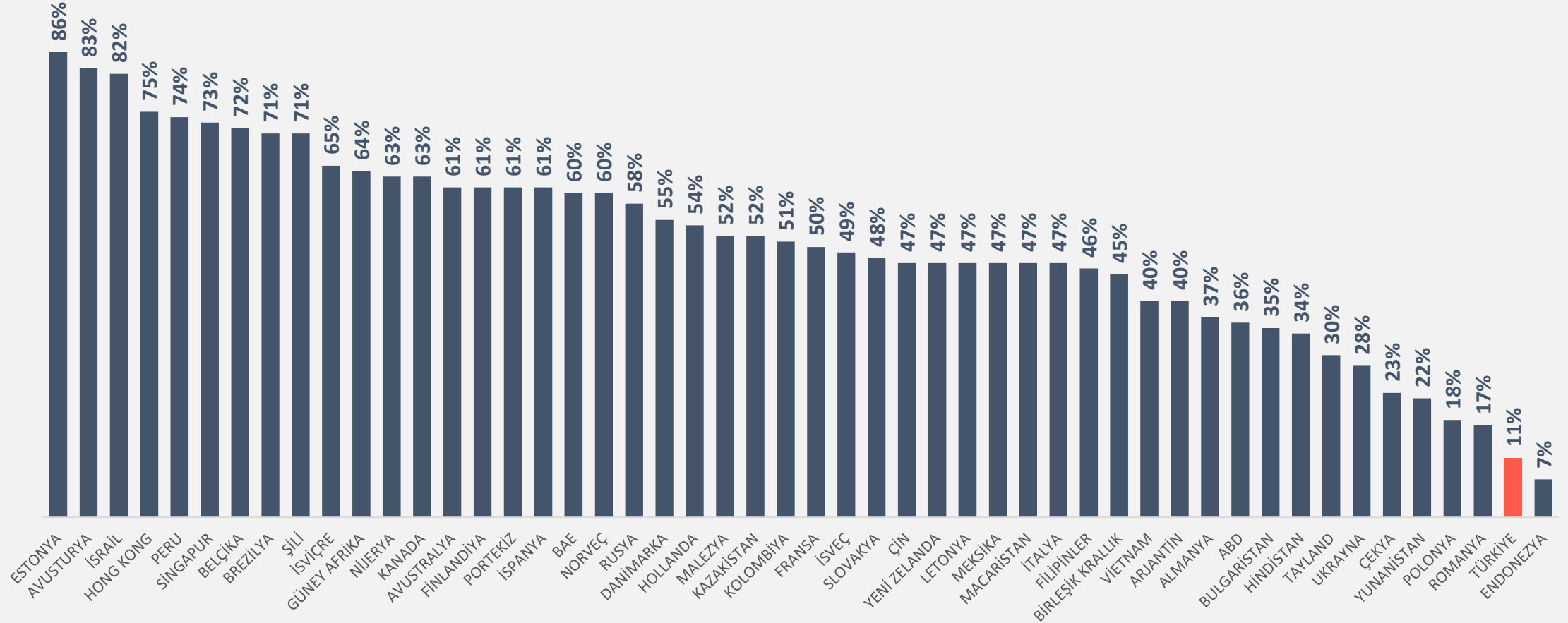
E TİCARETİN GSYİH ORANI

TOPLAM ULUSAL GSYİH'YE GÖRE TÜKETİCİ E-TİCARET HARCAMALARI (PPRO VERİLERİ)



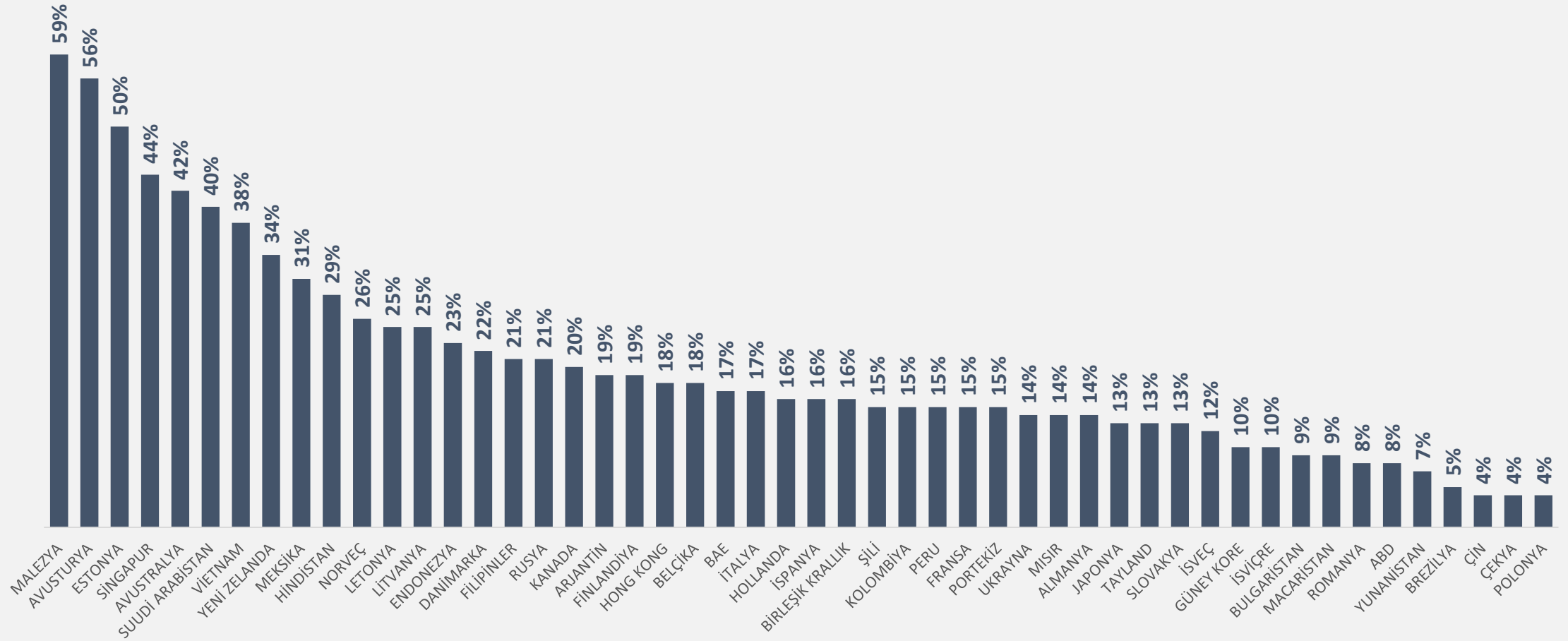
YURT DIŐI E TİCARET ALIŐVERİŐİ

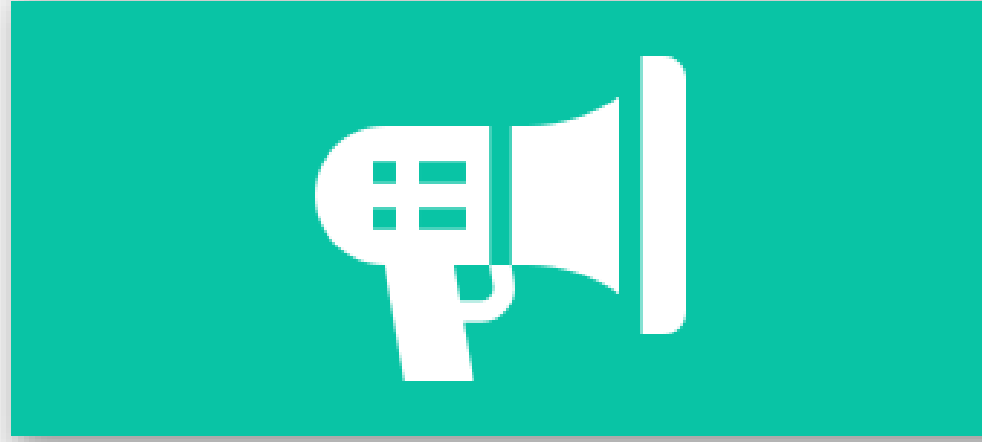
ANA ÜLKELERİ DIŐINDAKİ ÇEVİRİMİÇİ SATICILARDAN ALIŞVERİŞ YAPAN E-TİCARET ALIŐVERİŐLERİNİN YÜZDESİ



YURT DIŐI E TİCARET'İN TOPLAM E TİCARETTEKİ PAYI

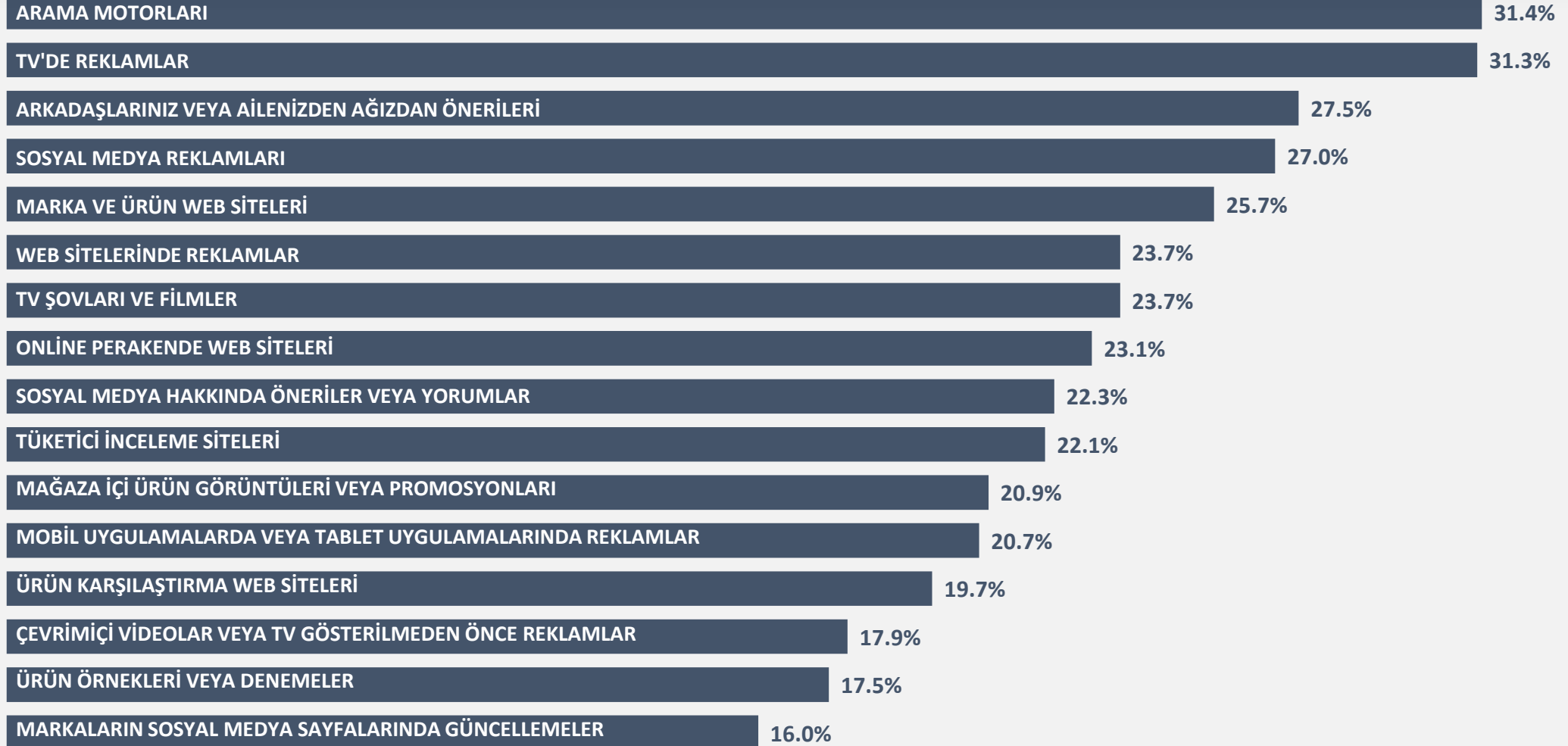
TOPLAM E TİCARET HARCAMALARINDA YURT DIŐI E TİCARETİN ORANI





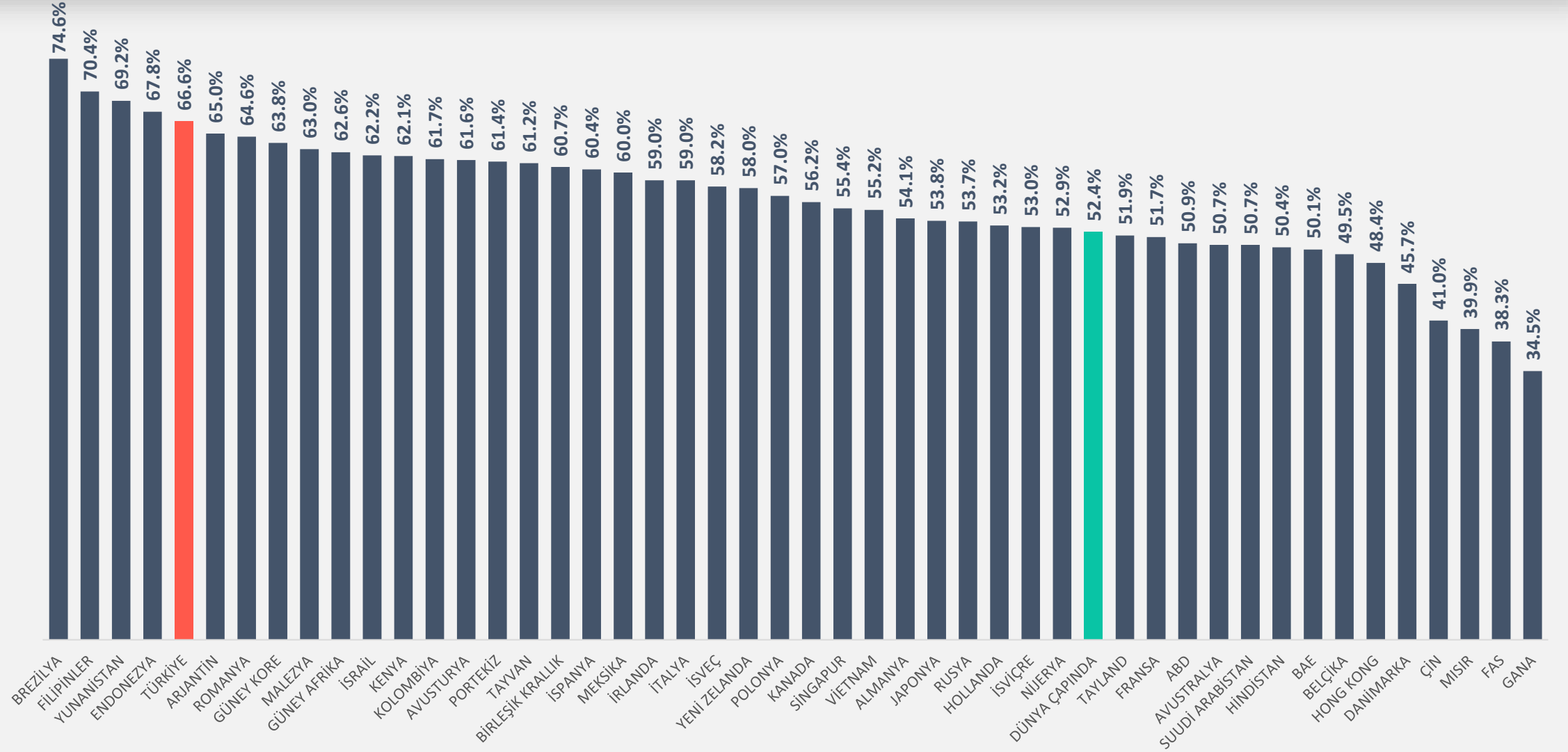
DİJİTAL PAZARLAMA

YENİ MARKA KEŞİFLERİNİN KAYNAKLARI



ÇEVİRİMİÇİ ÜRÜN ARAŞTIRMASI

16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ BİR ÜRÜNÜ SATIN ALMADAN ÖNCE ÇEVİRİMİÇİ OLARAK ARAŞTIRMA YAPMA ORANI

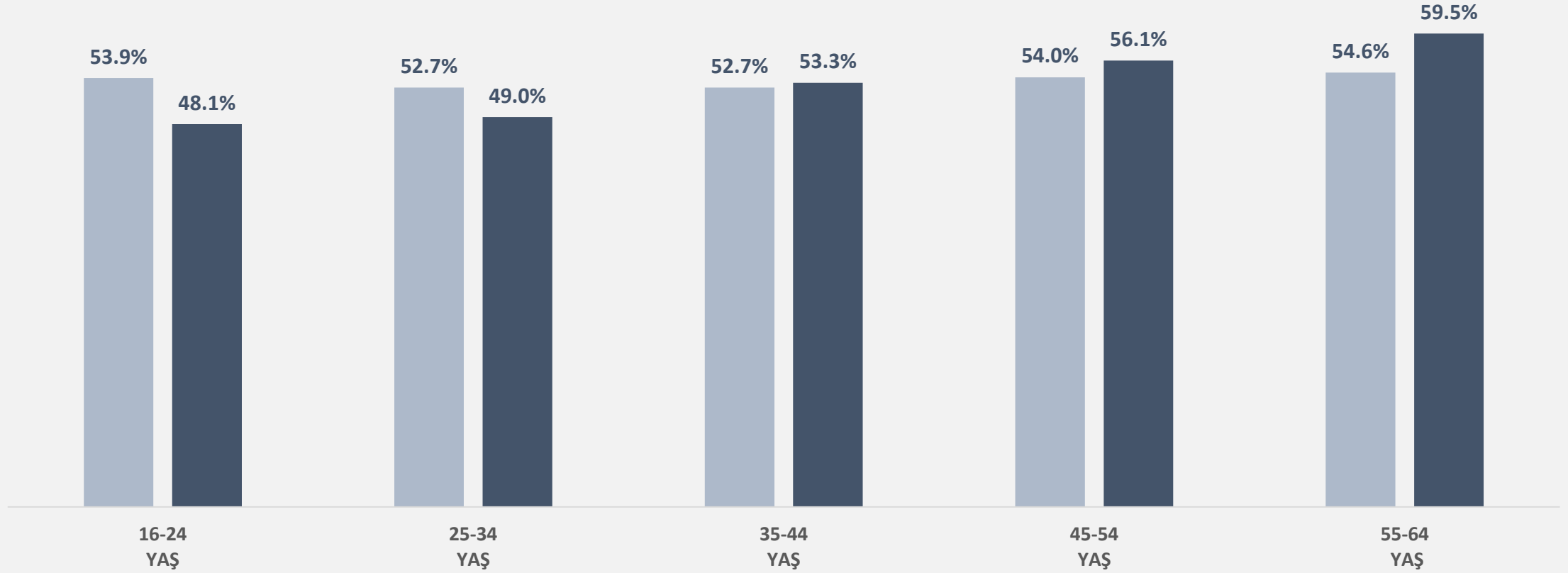


ÇEVİRİMİÇİ ÜRÜN ARAŞTIRMASI

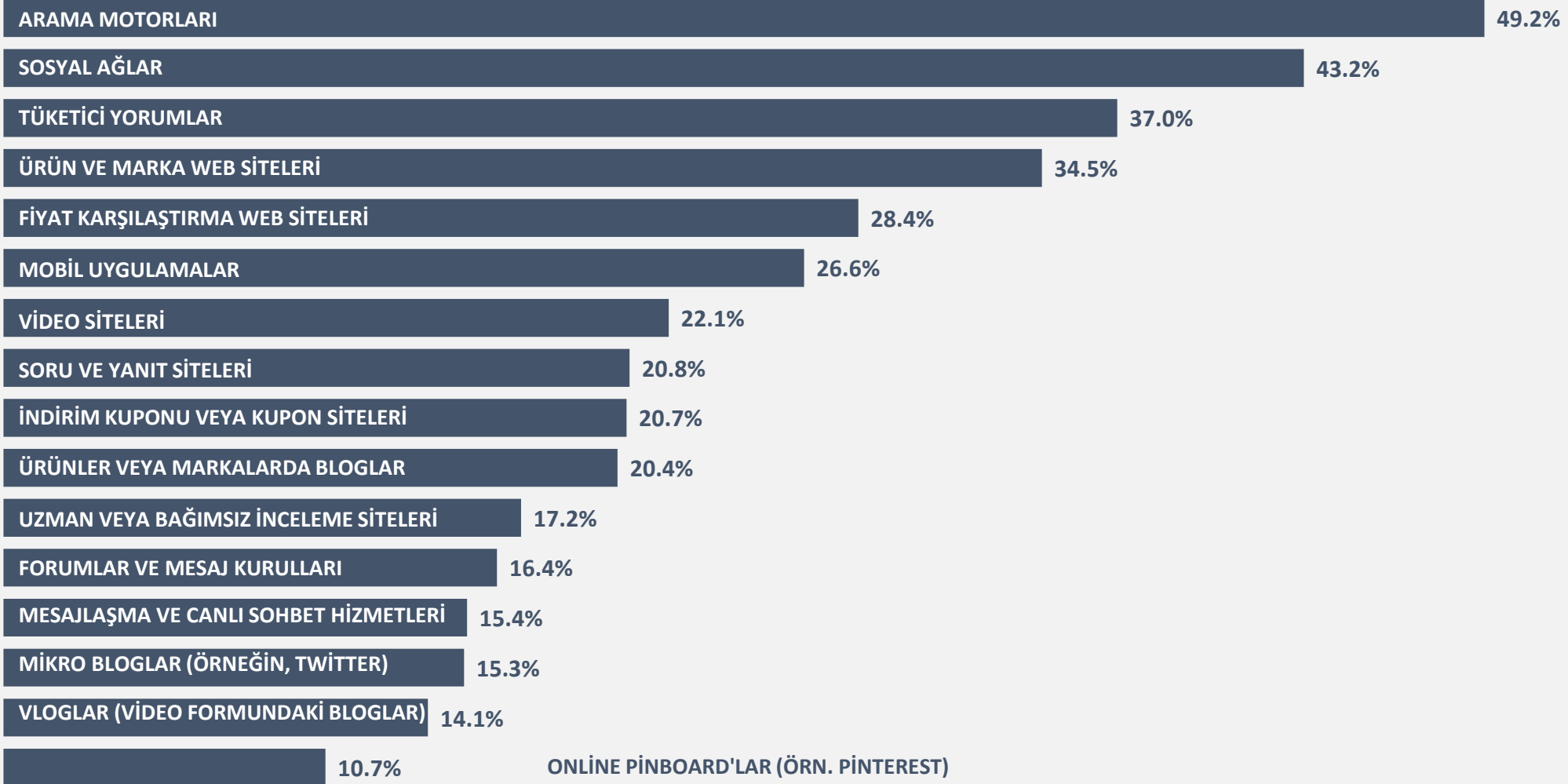


KÜRESEL İNTERNET KULLANICILARININ BİR ÜRÜNÜ SATIN ALMADAN ÖNCE ÇEVİRİMİÇİ OLARAK ARAŞTIRMA YAPMA ORANI (YAŞ GRUPLARINA GÖRE)

■ KADIN ■ ERKEK

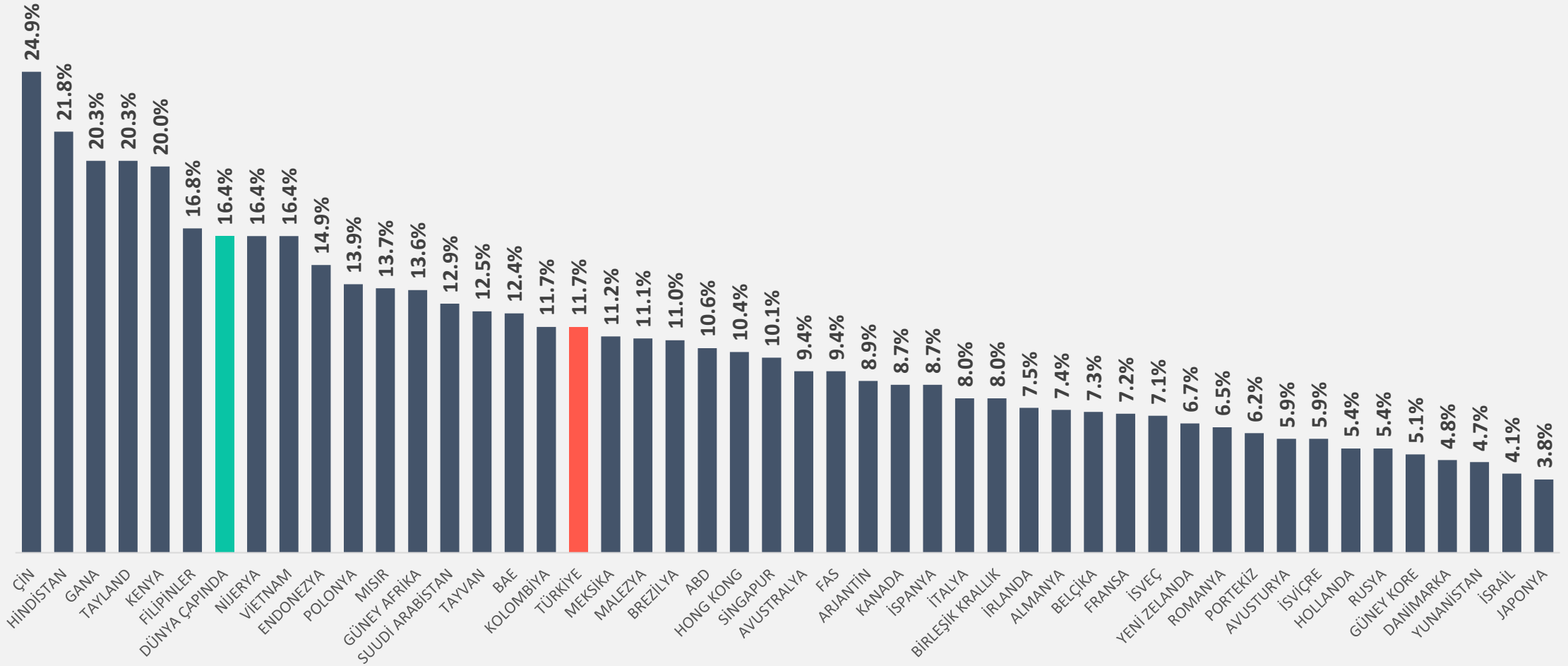


MARKA ARAŞTIRMASI İÇİN BİRİNCİL KANALLAR



REKLAMLAR KENDİ KİTLESİNİ Mİ TEMSİL EDİYOR?

REKLAMLARDA KENDİSİNİN TEMSİL EDİLDİĞİNİ SÖYLEYEN 16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ ORANI

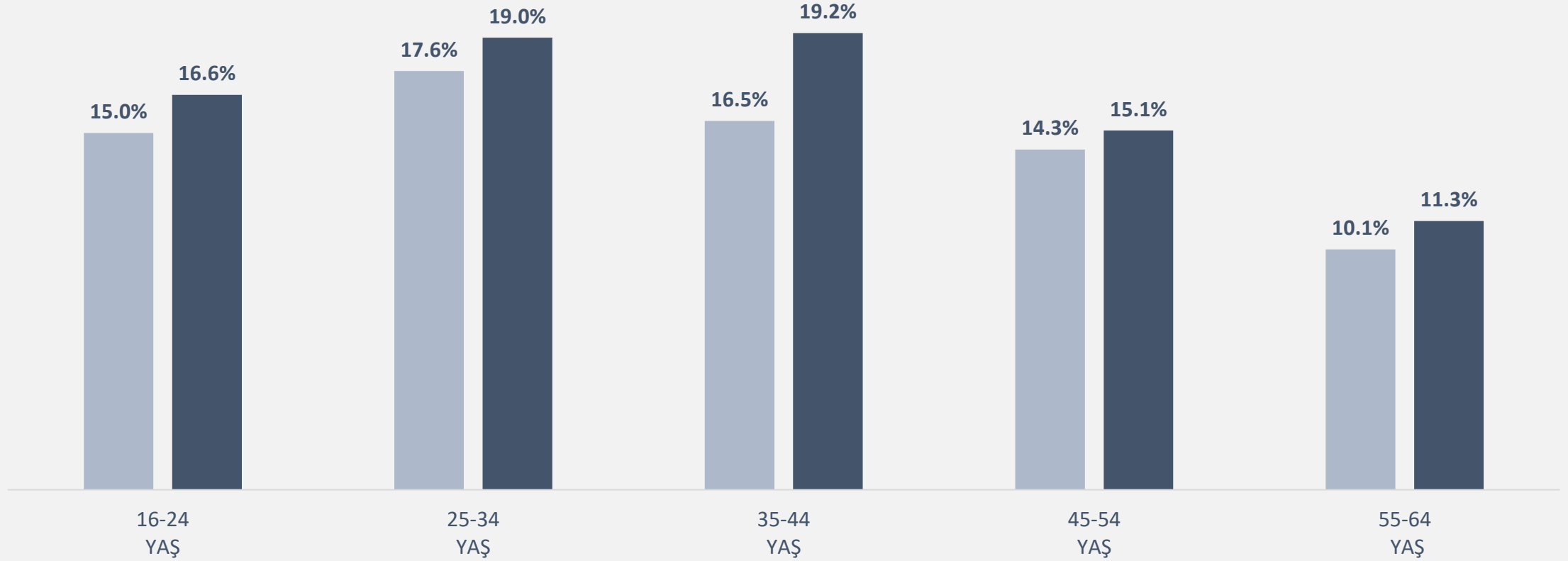


REKLAMLAR KENDİ KİTLESİNİ Mİ TEMSİL EDİYOR?



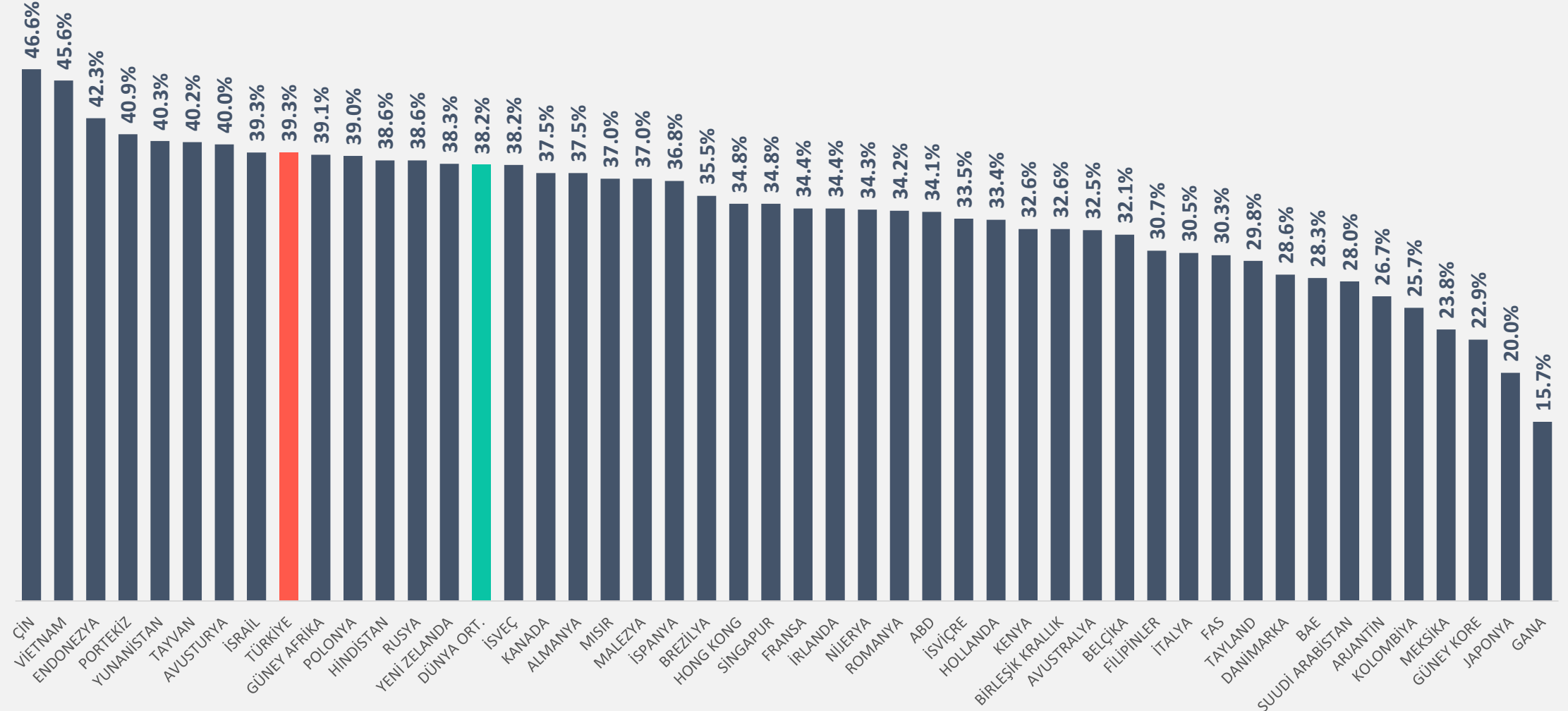
REKLAMLARDA KENDİSİNİN TEMSİL EDİLDİĞİNİ SÖYLEYEN 16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ ORANI

■ KADIN ■ ERKEK



REKLAM ENGELLEYİCİ KULLANIMI

16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ GEÇEN AYDA REKLAM ENGELLEME ARAÇLARI KULLANIMI

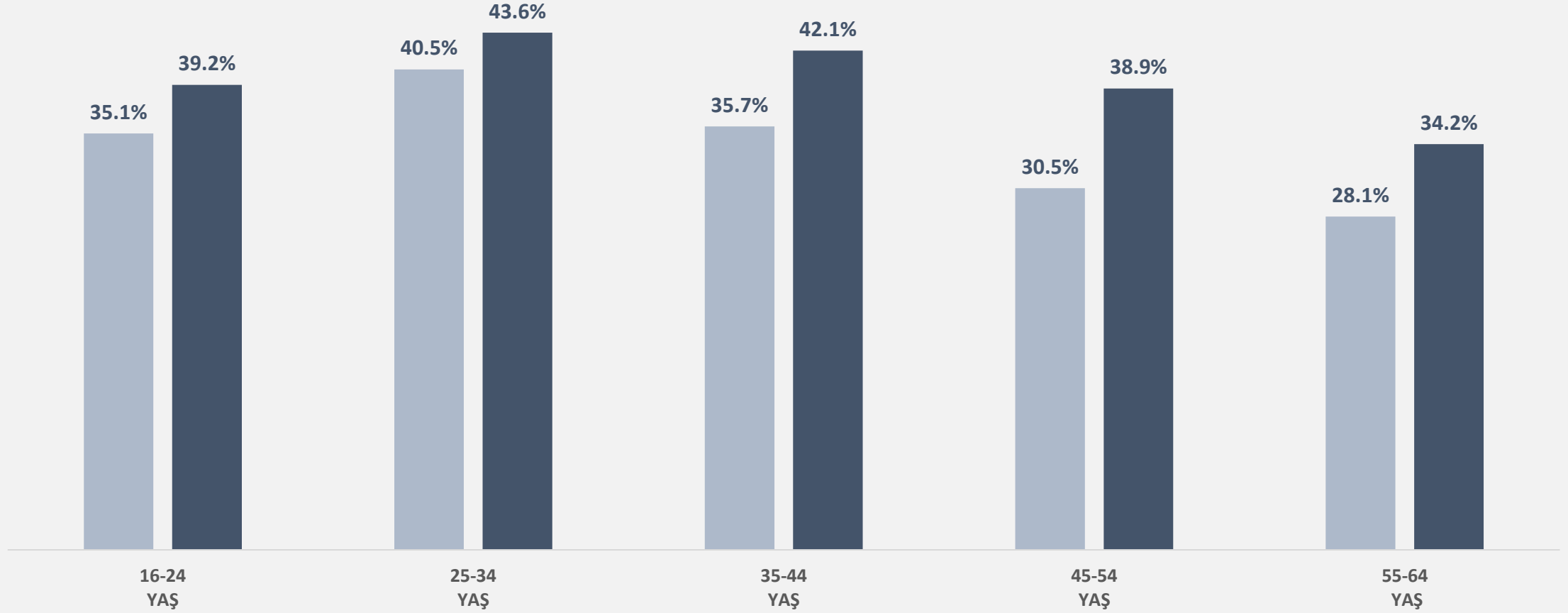


REKLAM ENGELLEYİCİ KULLANIMI

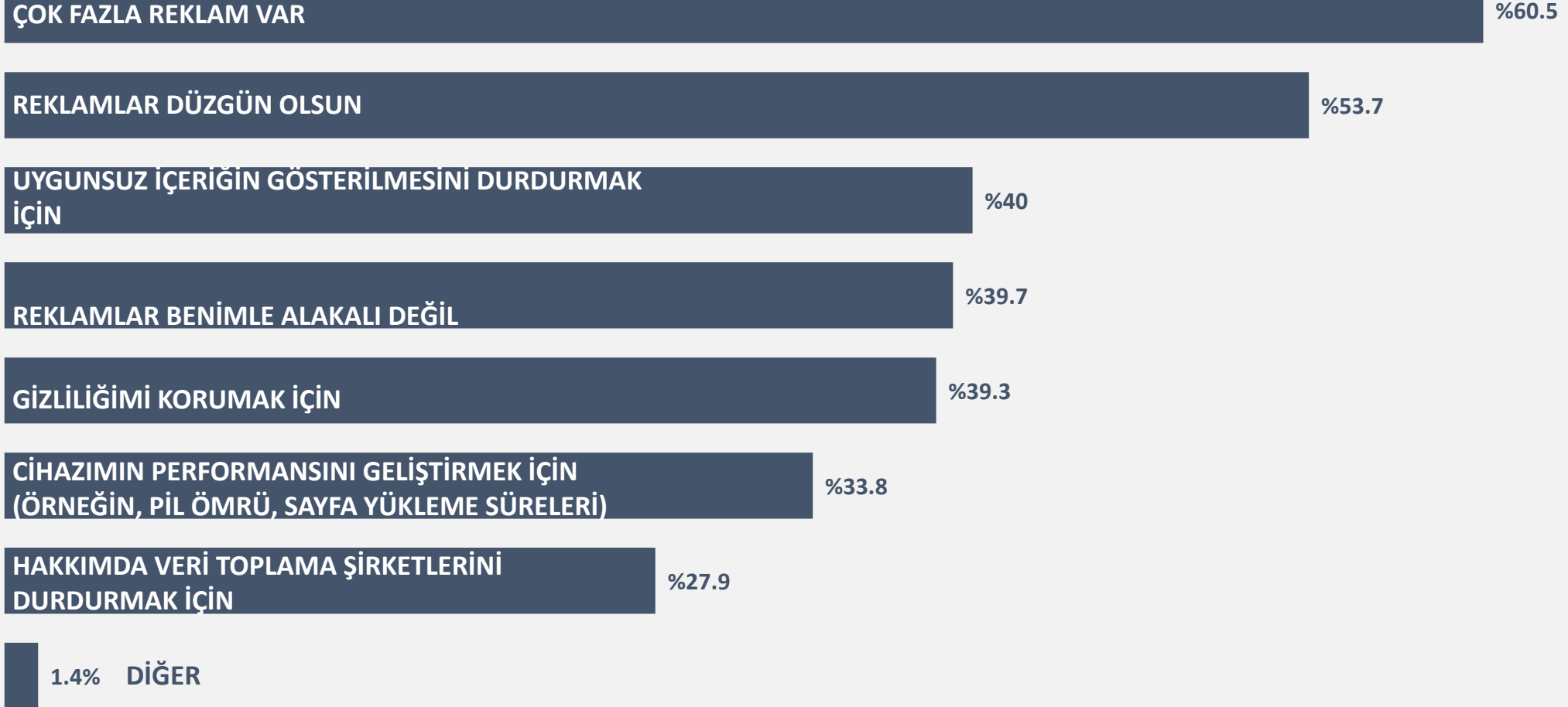


16-64 YAŞ ARASI İNTERNET KULLANICILARININ GEÇEN AYDA REKLAM ENGELLEME ARAÇLARI KULLANIMI

■ KADIN ■ ERKEK



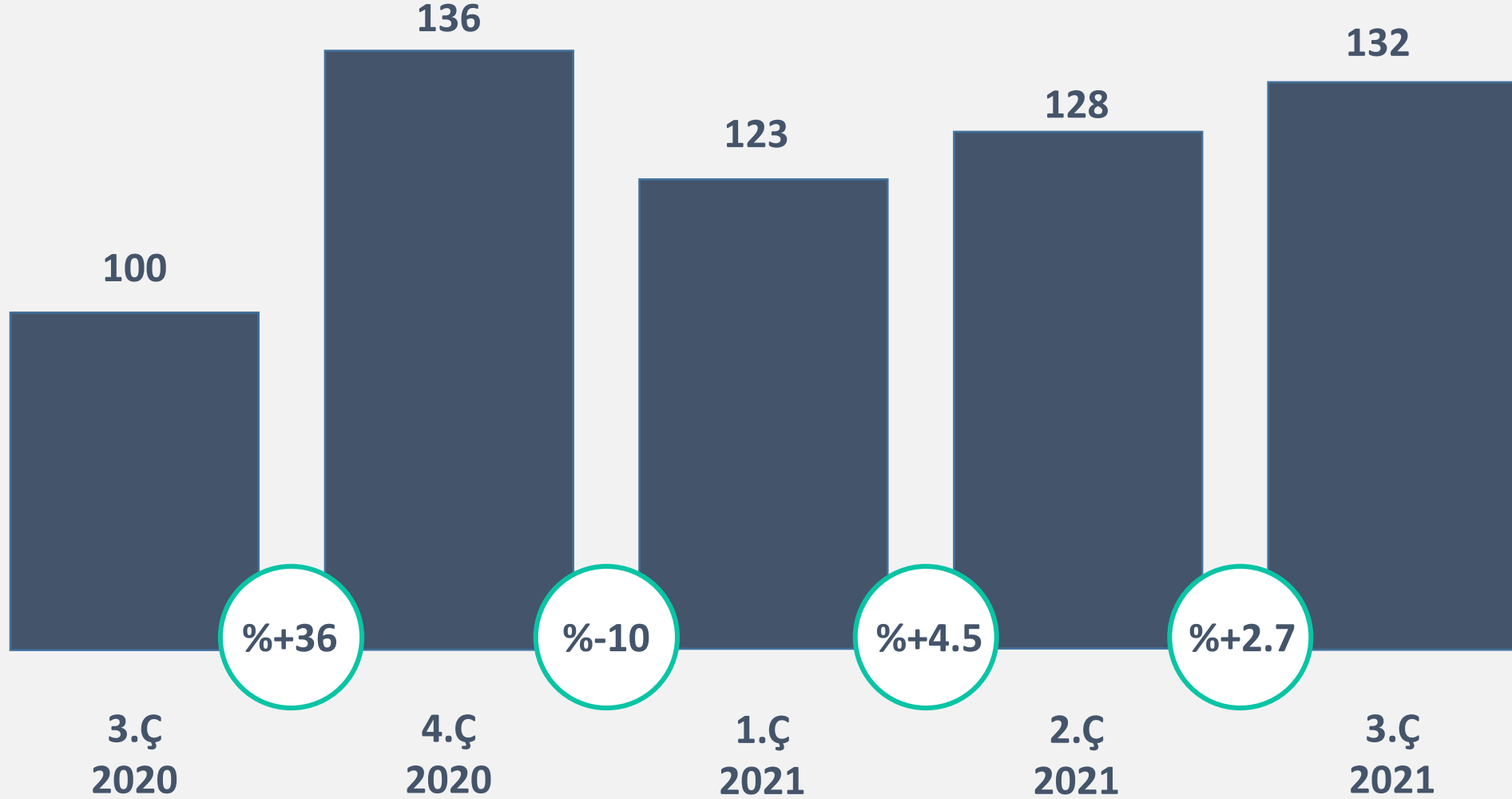
REKLAM ENGELLEYİCİ KULLANMANIN NEDENLERİ



ÜCRETLİ ARAMA REKLAM HARCAMALARINDA ÜÇ AYLIK DEĞİŞİM



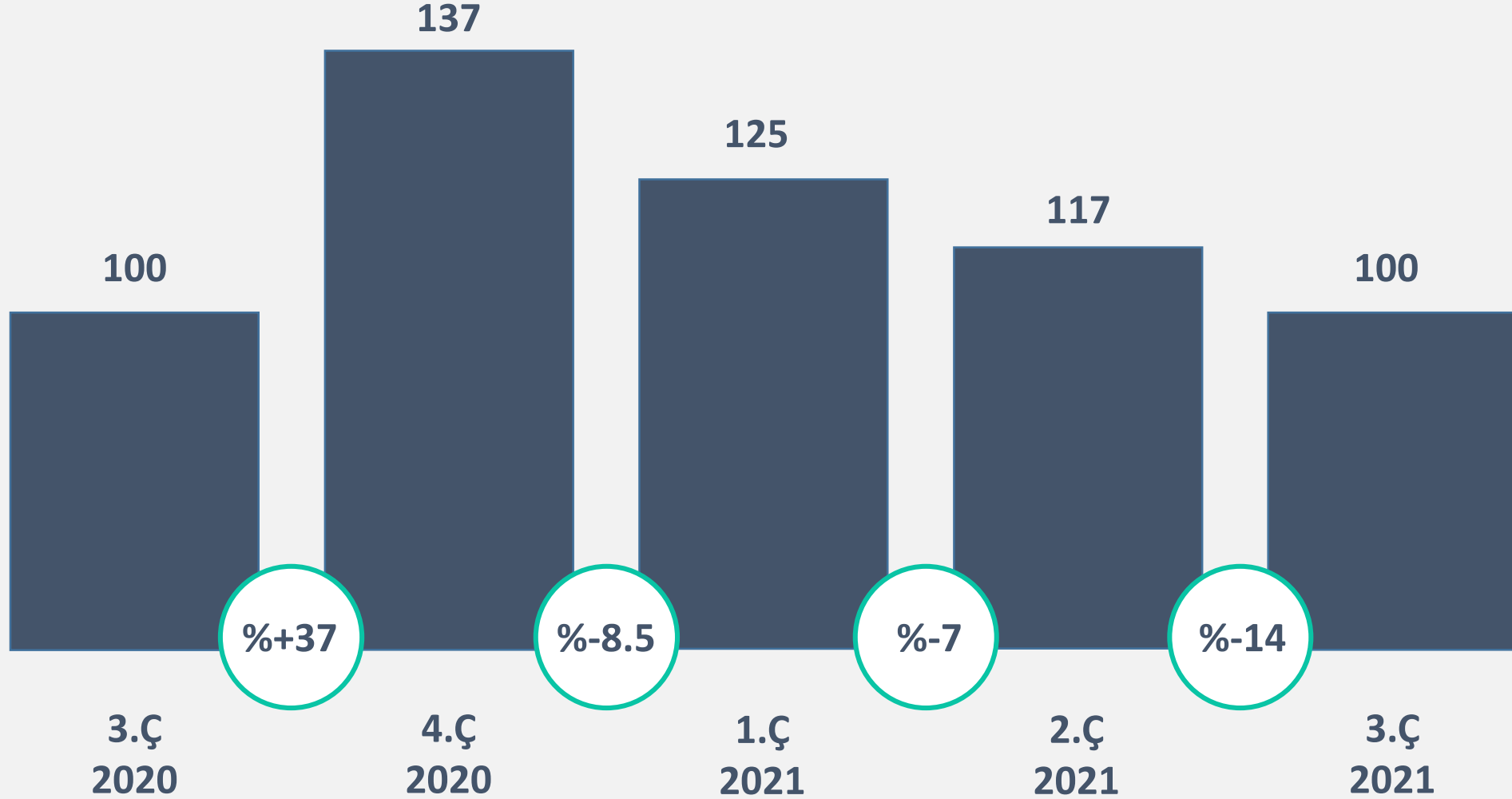
BİR DİZİN OLARAK BİLDİRİLEN, ÖDENEN ARAMA REKLAM HARCAMALARINDAKİ TOPLAM SAYISINDAKİ ÇEYREKTE DEĞİŞİM



ÜCRETLİ ARAMA REKLAM GÖSTERİMLERİNDE ÜÇ AYLIK DEĞİŞİM

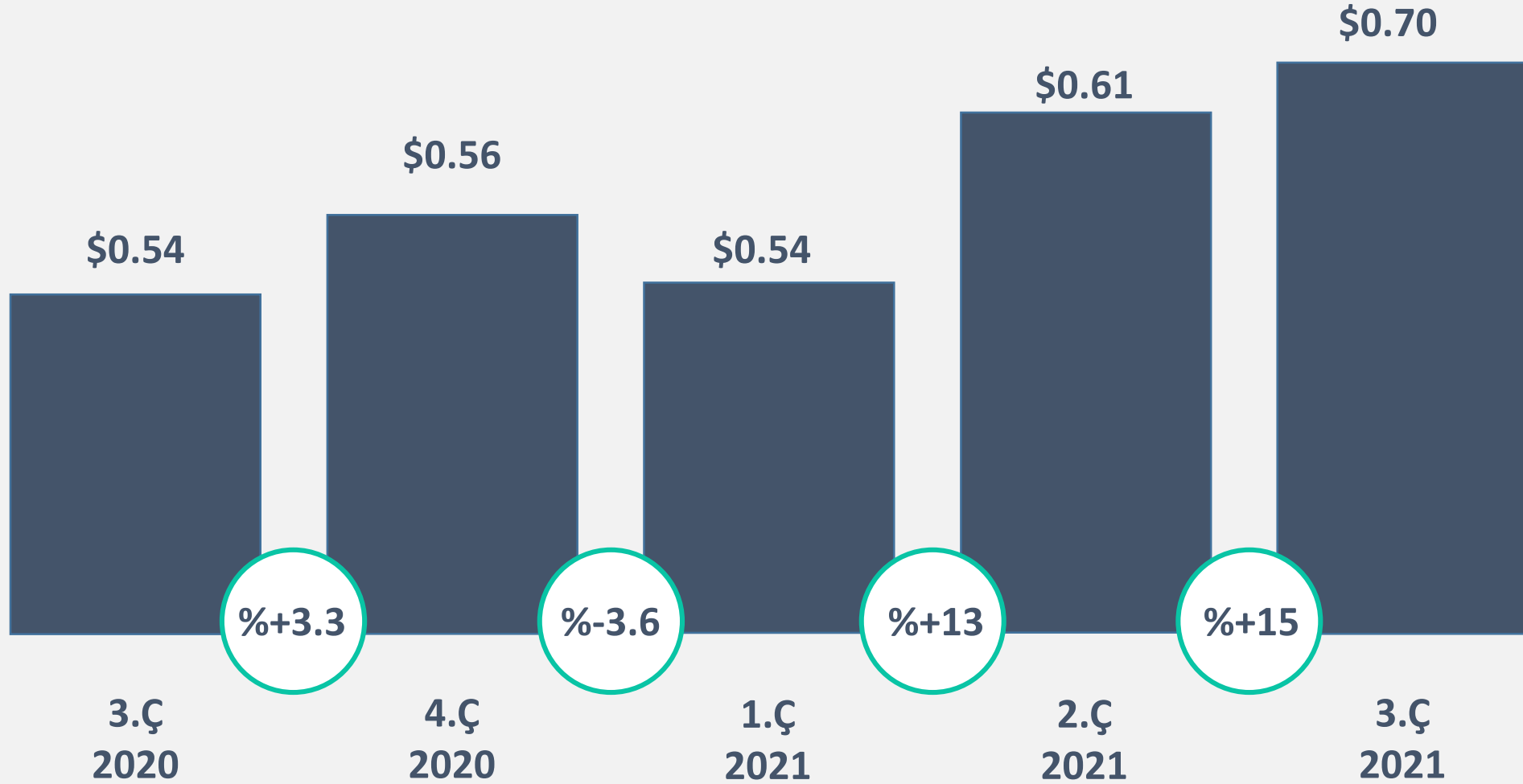


BİR DİZİN OLARAK BİLDİRİLEN, ÖDENEN ARAMA REKLAM GÖSTERİMLERİNİN TOPLAM SAYISINDAKİ ÇEYREKTE DEĞİŞİM



ÜCRETLİ ARAMA REKLAMLARINDA TIKLAMA BAŞINA MALİYETİNDEKİ DEĞİŞİM

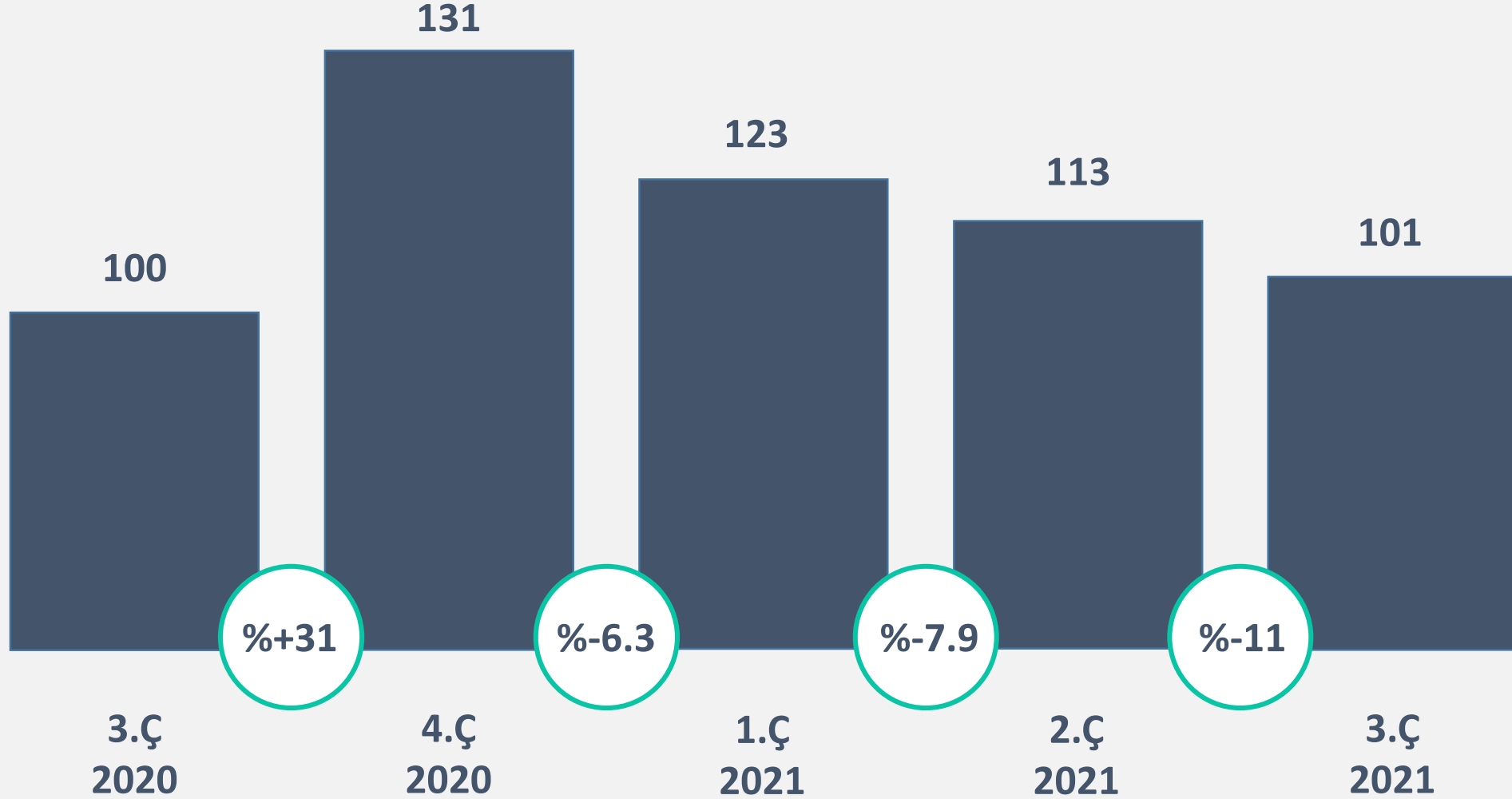
KÜRESEL ORTALAMA ÜCRETLİ ARAMA REKLAMI TIKLAMA BAŞINA MALİYETİNDEKİ ÇEYREK DÖNEMDEKİ DEĞİŞİM



ÜCRETLİ ARAMA REKLAM TIKLAMALARINDA ÜÇ AYLIK DEĞİŞİM



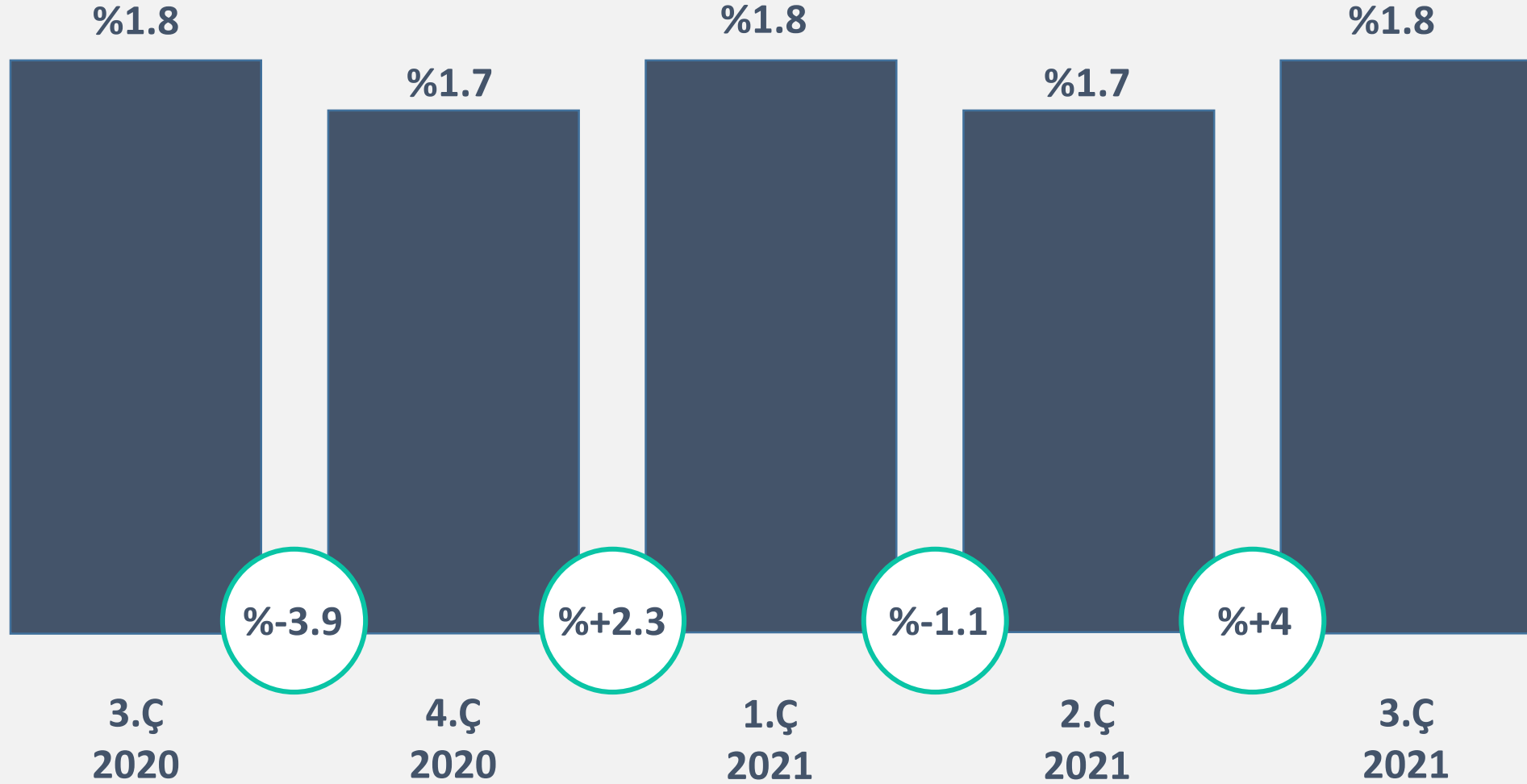
BİR DİZİN OLARAK BİLDİRİLEN, ÖDENEN ARAMA REKLAM TIKLAMALARININ TOPLAM SAYISINDAKİ ÇEYREKTE DEĞİŞİM



ÜCRETLİ ARAMA REKLAM TIKLAMA ORANLARINDAKİ ÜÇ AYLIK DEĞİŞİM



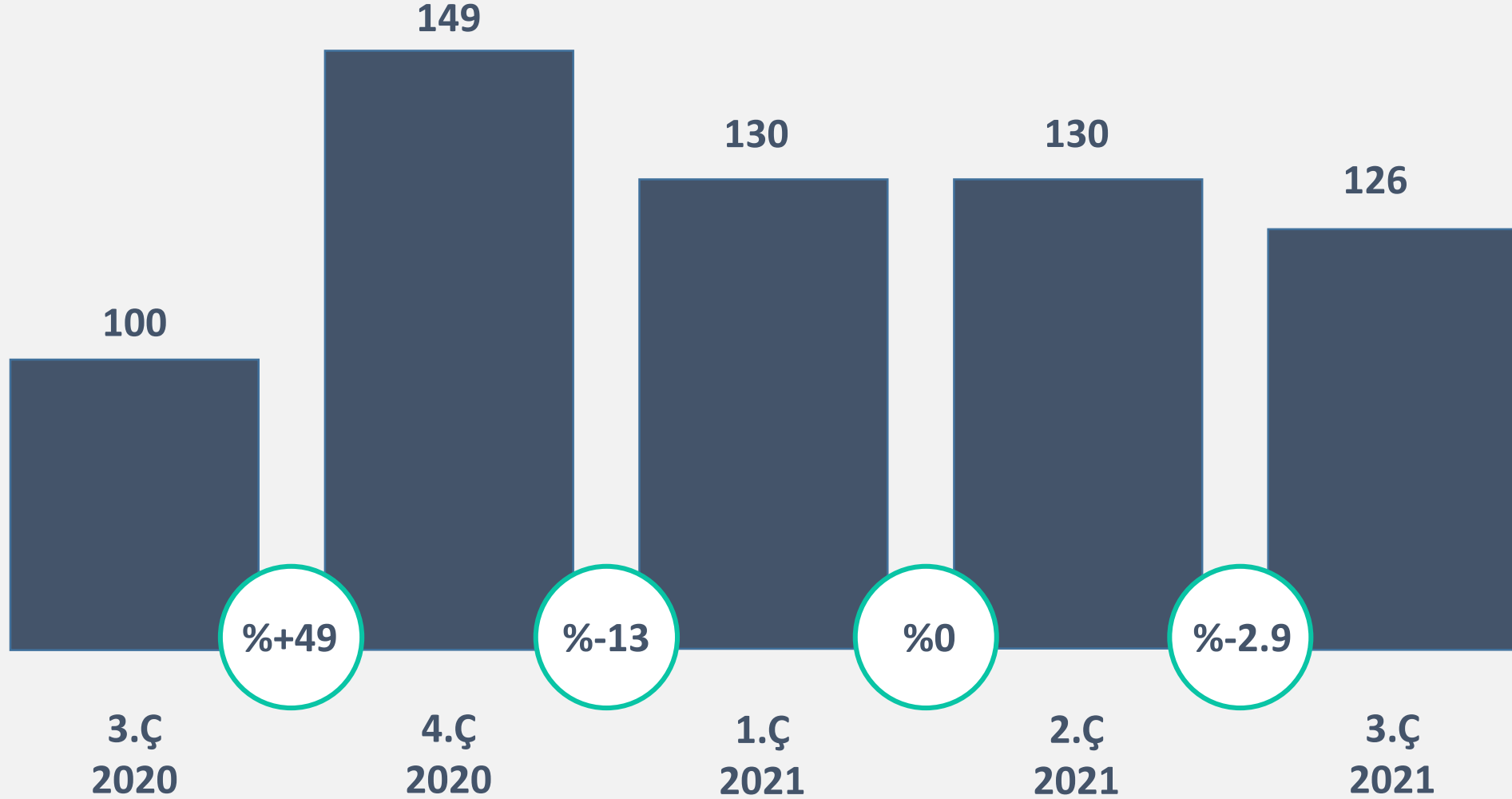
ÇEYREK DÖNEMDEKİ ORTALAMA KÜRESEL ÜCRETLİ ARAMA REKLAM TIKLAMA ORANLARI VE ÇEYREKTEKİ DEĞİŞİMİ



SOSYAL MEDYA REKLAM HARCAMALARINDAKİ ÇEYREKLİK DEĞİŞİM



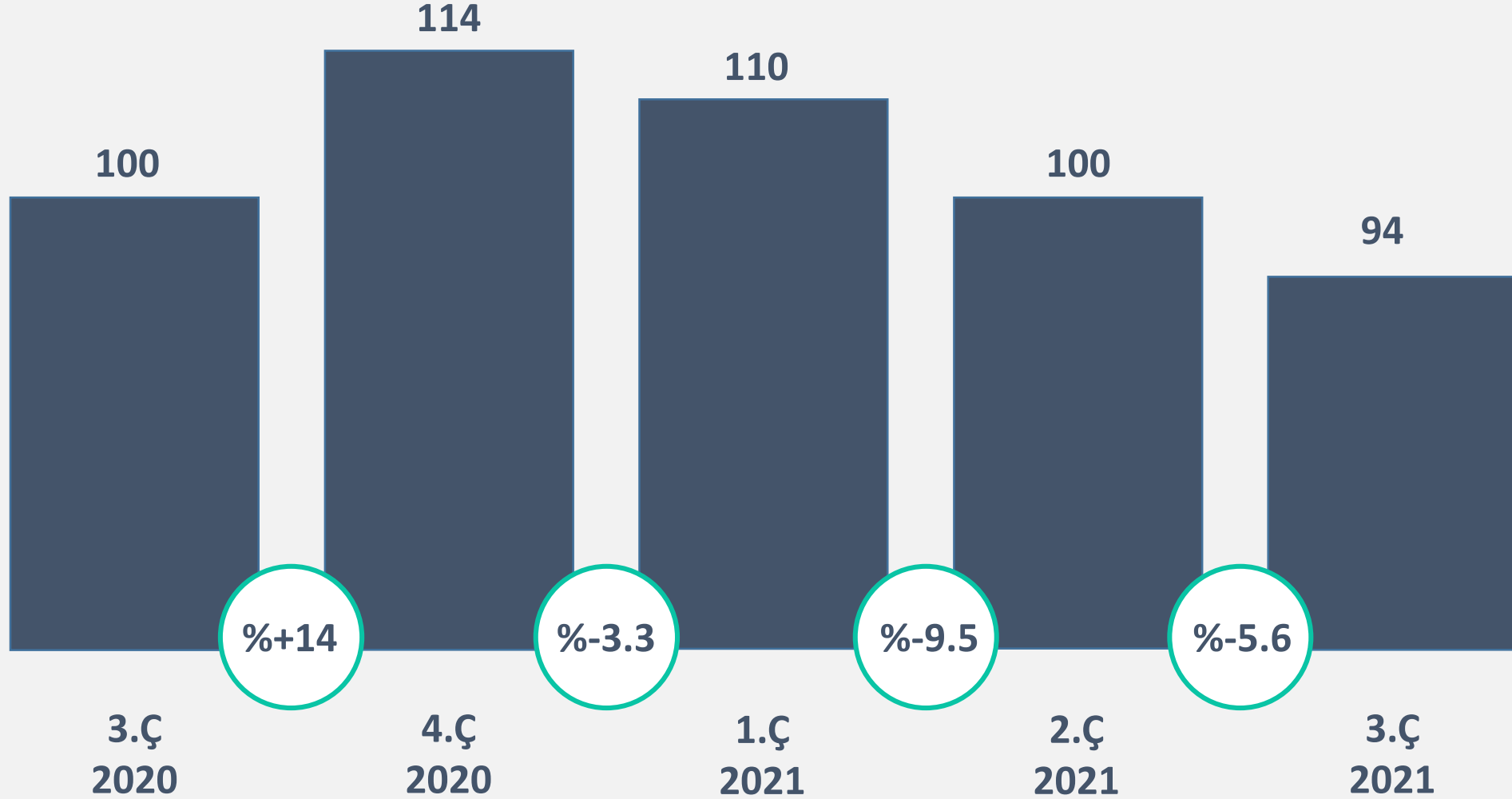
TOPLAM SOSYAL MEDYA REKLAM HARCAMALARINDAKİ ÇEYREK DÖNEMLİK DEĞİŞİM



SOSYAL MEDYA REKLAM GÖSTERİMLERİNDEKİ ÇEYREK DEĞİŞİM



SOSYAL MEDYA PLATFORMLARI ARACILIĞIYLA HİZMET VERİLEN TOPLAM REKLAM GÖSTERİMİ SAYISINDAKİ ÇEYREK DÖNEMDEKİ DEĞİŞİM



SOSYAL MEDYA REKLAM MİL BAŞINA MALİYETİNDEKİ ÇEYREK DEĞİŞİM



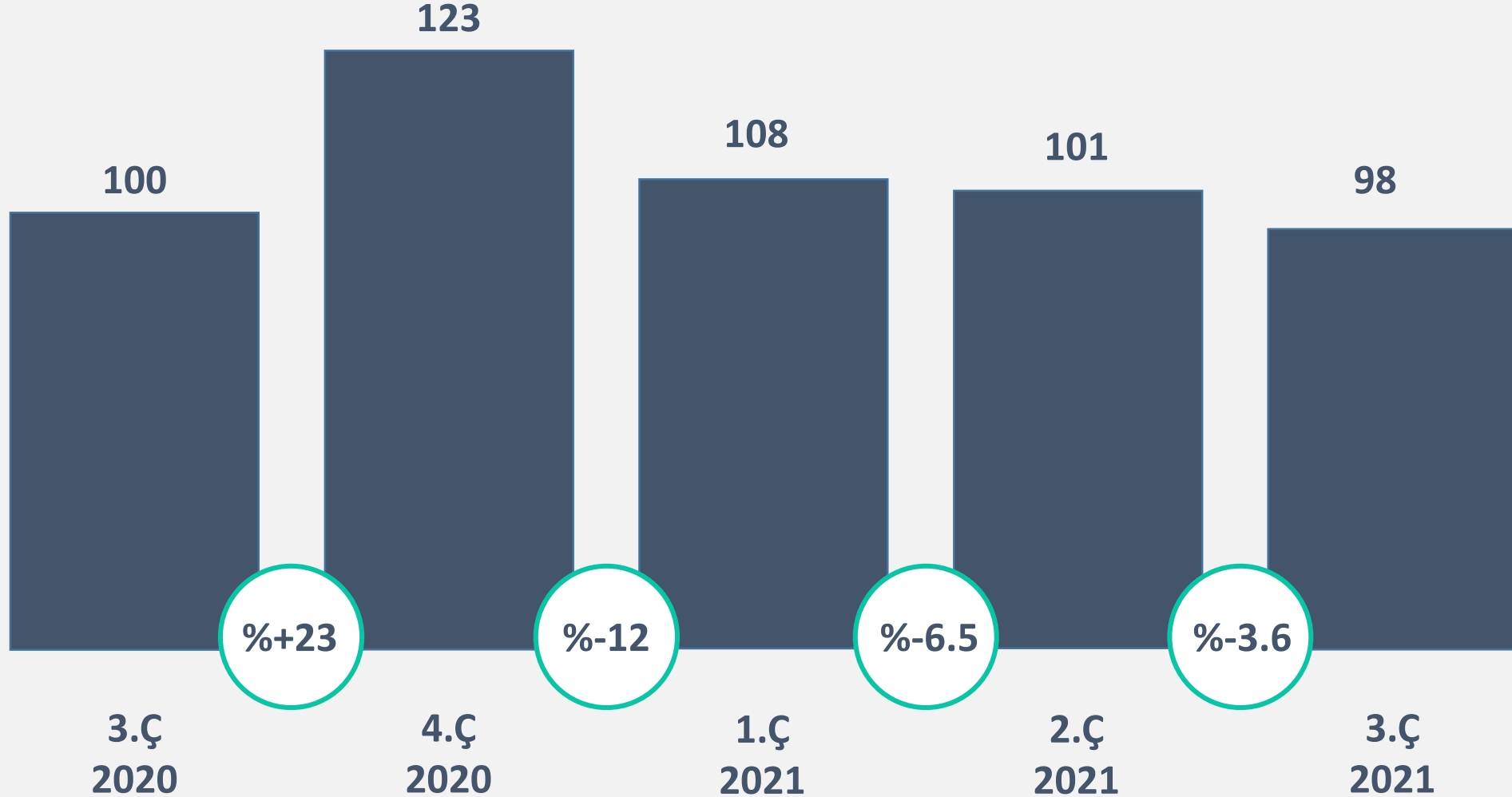
ÜCRETLİ SOSYAL MEDYA REKLAMLARI İÇİN ORTALAMA MİL BAŞINA MALİYETTE (1000 GÖSTERİM BAŞINA MALİYET) DÖNEMDE ÇEYREKTE DEĞİŞİM (ABD doları cinsinden)



SOSYAL MEDYA REKLAM TIKLAMALARINDA ÜÇ AYLIK DEĞİŞİM



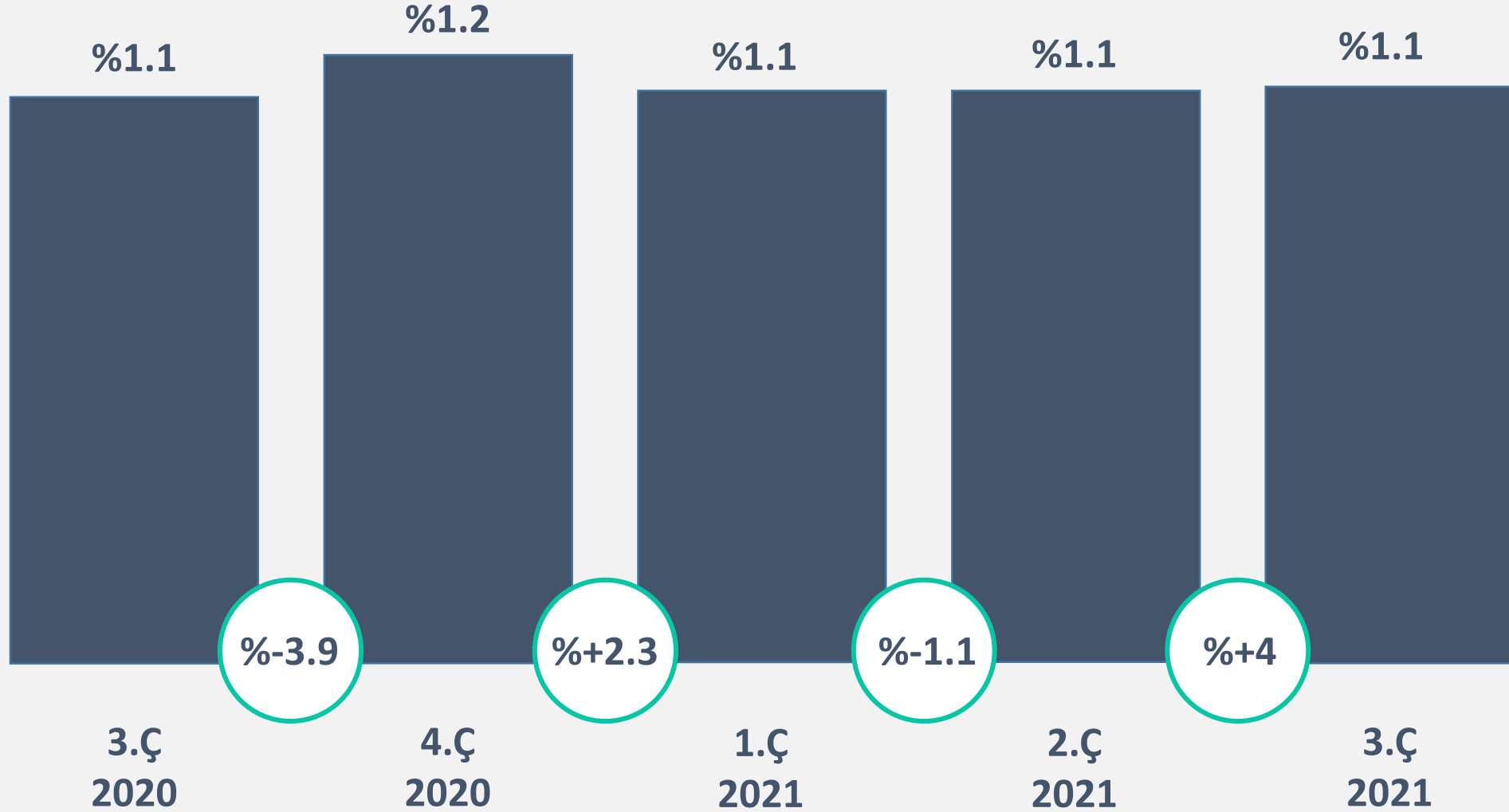
BİR DİZİN OLARAK BİLDİRİLEN, ÖDENEN SOSYAL MEDYA ARAMA REKLAM TIKLAMALARININ TOPLAM SAYISINDAKİ ÇEYREKTE DEĞİŞİM



SOSYAL MEDYA REKLAM TIKLAMA ORANLARINDAKİ ÜÇ AYLIK DEĞİŞİM



ÇEYREK DÖNEMDEKİ ORTALAMA KÜRESEL SOSYAL MEDYA REKLAM TIKLAMA ORANLARI VE ÇEYREKTEKİ DEĞİŞİMİ



TEŞEKKÜRLER