

Türkiye İnternet Kullanıcısı Değişiyor

IAB Türkiye İnternet Ölçümleme Araştırması'nın sosyo demografik verisini baz alarak yılın başından beri ürettiğimiz infografiklerde, çeşitli hedef kitleleri ele aldık. İnternetin, markaların hedeflediği hemen tüm kitleleri kendine çektiğini reklamveren için daha da belirginleştirmeye çalıştık.

İlk infografiği yayınladığımız günden bu yana 6 ay geçti. Bu süre içinde, araştırmanın erişimi arttı, Türkiye İnternet kullanıcısının sosyo demografisinde ve kullanım alışkanlıklarında bazı değişiklikler oldu. Bunları görmek için 6 ay öncesine ve bugüne bakalım dedik.

Türkiye İnternet kullanıcısı profilinde en dikkat çeken değişiklikler, alışverişten sorumlu kitlenin yüzdesinde, üniversite ve üstü eğitilmiş kullanıcıların sayısında, cep telefonundan İnternet kullanımında ve online alışverişteki artış.

İnternet bir mass mecra ama "niş"lerin toplamı bir mass mecra. Mecranın bu özelliğini en iyi şekilde kullanan markalar, "niş"lere yönelik pazarlama taktiklerini toplam iletişim stratejilerine entegre etmeyi başaranlar olacak.

Hazırlayan: Oya Öneş Yaşayan
IAB Türkiye Teknik Komite Üyesi /
IAB Europe Mobil Komite Üyesi

IAB Türkiye İnternet Ölçümleme Araştırması

IAB Türkiye İnternet Ölçümleme Araştırması'na göre Türkiye'de 12 yaş üstü 24.375.000 İnternet kullanıcısı var. Araştırma bu kullanıcıların %84'ünü kapsıyor. Araştırmanın Haziran 2011 verilerine göre dikkat çekici bazı istatistikler şöyle:

Ocak 2011

Haziran 2011



25 + Alışverişten Sorumlu Kitle

6,6 Milyon Gerçek Kişi...%34

25 + Alışverişten Sorumlu Kitle

10,2 Milyon Gerçek Kişi...%42

Ocak 2011

Haziran 2011



Online Alışveriş Yapanlar

875.297 Gerçek Kişi...%4

Online Alışveriş Yapanlar

2,5 Milyon Gerçek Kişi...%10

Ocak 2011

Haziran 2011



Cep Telefonundan İnternet Kullanımı

6.5 Milyon Gerçek Kişi...%32

Cep Telefonundan İnternet Kullanımı

8,2 Milyon Gerçek Kişi...%34

Ocak 2011

Haziran 2011



Üniversite ve Üstü Eğitilmiş Kullanıcılar

1,1 Milyon Gerçek Kişi...%5

Üniversite ve Üstü Eğitilmiş Kullanıcılar

3,5 Milyon Gerçek Kişi...%14

Cinsiyet Dağılımı

%43 Kadın

%57 Erkek



Ses Grupları

AB %20
C1C2 %56
DE %15



Yaş Grupları %

12 - 17 Yaş 22%
18 - 24 Yaş 25%
25 - 34 Yaş 26%
35 - 44 Yaş 15%
45 - 54 Yaş 8%
55+ Yaş 4%



IAB Türkiye

33 ülkede faaliyet gösteren IAB (Interactive Advertisement Bureau), tüm dünyada interaktif reklamcılığın gelişmesi, reklam yatırımlarından daha fazla pay alması için çalışıyor. Bu amaç doğrultusunda reklamverenlere ve ajanslara interaktif iletişimin katma değerini anlatıyor. Kamu nezdinde yürüttüğü çeşitli faaliyetlerle endüstrinin doğru ve nitelikli biçimde, uluslararası kurallar ve standartlar çerçevesinde büyümesine katkı sağlıyor. Merkezi Amerika'da bulunan IAB'nin, Avrupadaki ülke bazı örgütlenmesi IAB Europe tarafından koordine ediliyor. Türkiye'de 23 firmanın işbirliğiyle 2007 yılında kurulan IAB'nin bugün itibarıyla 119 üyesi var. IAB Türkiye'de İnternet ölçümleme Araştırması, Mixx Awards, Yoğun İnteraktivite seminer dizisi gibi faaliyetleri yürütüyor, diğer IAB'lerle ortak çalışmalar yapıyor.