

## **MOBİL TİCARETTE TÜRKİYE BAŞI ÇEKİYOR**

**Mobil kullanıcıların dörtte üçü satın almalarını mobil cihazlar üzerinden yapıyor. Mobil reklamlar ve sosyal medya alışverişi tetikliyor ve kullanıcıların dörtte biri haftada bir satın alma gerçekleştiriyor.**

IAB ABD'nin 19 ülkeyi kapsayan Mobil e-Ticaret-Global Perspektif Araştırması'na göre, mobil alışveriş tüm dünyada yeni bir norm olmaya başladı. Araştırmaya göre tablet ve akıllı telefon kullanıcılarının dörtte üçü son altı ayda akıllı telefonlarından veya tabletlerinden ürün veya hizmet satın aldı. Satın alanların yüzde 23'ü mobil cihazlarından her hafta alışveriş yapıyor. Akıllı telefon ve tabletler üzerinden aylık mobil alışveriş yüzdelerinin en yüksek olduğu ülkelerin başında Türkiye (%44) ve Çin (%42) geliyor. İngiltere, Singapur ve Avustralya'daki mobil kullanıcılar da alışverişlilerin büyük bir kısmını mobil ekranları üzerinden yapıyor.

Araştırmaya katılanların yüzde 57'si bir yıldan fazla bir süredir mobilde satın alma yapmalarını dikkat çekiyor. Avusturya, Peru ve Kolombiya ise mobil pazarı yeni benimseyen ülkeler arasındaki yer alırken, son bir sene içinde ilk mobil alışveriş deneyimini yaşayan ülkeleri Meksika, Fransa, Türkiye ve Şili takip ediyor.

**IAB Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı Mahmut Kurşun** mobilin Türkiye'deki gelişimini *"Mobil Türkiye'de de hızla büyüyor. IAB Türkiye olarak açıkladığımız AdEx-TR 2016 ilk yarı Dijital Reklam Yatırımları raporuna göre, mobil display reklam yatırımları 145 milyon TL'ye ulaştı. Araştırmada Türkiye'nin aylık mobil alışverişte %44 ile birinci olması ülkenin potansiyelini ortaya koyan önemli bir göstergedir. Doğal olarak bu gelişmeler iş yapma yöntemlerimizde de değişime neden olacaktır"* sözleriyle değerlendirdi.

Mobil alışveriş deneyimi, rahatlık, zaman ve fiyat tasarrufu sağlamasından dolayı ankete katılanların %80'inden yüksek not aldı. Ayrıca, katılımcıların yüzde 62'si gelecek altı ayda akıllı telefon ve tabletlerinden daha fazla alışveriş yapmayı planlıyor. Araştırmada İngiltere, Brezilya, Fransa, İrlanda ve Peru gibi ülkelerin mobil alışveriş oranlarını artırma eğiliminde olduğu gözlemlendi.

Mobilde alışveriş yapanların yüzde 76'sı son altı ayda mobil reklamlarla etkileşime geçtiklerini belirtti. Yüzde 33'lük kesim daha fazla bilgi almak için reklamları tıklarken, yüzde 28'i reklamveren web sitesini ziyaret ettiğini belirtti. Yüzde 21'i ise satın alma için tıklama yaptı.

Araştırmada sosyal medyanın mobil ticarete oynadığı öneme de vurgu yapılıyor. Dünya genelinde mobil satın alma gerçekleştirenlerin yüzde 60'ı satın aldıkları ürünleri sosyal platformlarda keşfettiklerini söyledi.

**IAB Mobil ve Video Başkan Yardımcısı Anna Bager**, *"Mobil cihazlarda 'satın al' butonuna basmak artık dünyada normal bir durum. Pazarlamacıların ve medya ajanslarının mobil*



*kullanıcılar ile anlamlı bir ilişki kurmak, her türlü alışveriş aktivitelerini ve yatırımlarını artırmak için akıllı telefon ve tabletleri önemli bir araç olarak benimsemeleri gerekiyor.” dedi.*

Araştırmada kredi/banka kartları ve mobil cüzdan %40 ve % 37’lik oranlarla mobilde en çok kullanılan ödeme sistemleri olarak göze çarptı.

Mobil cüzdan kullanıcılarının mobil ticareti diğer mobil alışverişçilere göre daha yoğun kullandığı gözlemlendi (%36’ya %23 oranla). Ek olarak mobil cüzdan kullanıcılarının diğerlerine göre mobil reklamlar ile daha çok ilgilendikleri ortaya çıktı. (%82’ye %76 oranla). Araştırmaya katılanların %18’i son altı ayda mobil cüzdanları satın alma kolaylığı sağladığı için kullandıklarını belirtti. %47 ile en çok mobil cüzdan uygulamalarını kullanan ülke Çin olurken, onu %42 ile Norveç, % 24 ile İngiltere ve %20 ile Japonya takip etti. Çevrimiçi ve çevrimdışı mobil cüzdan kullanıcıları da dahil edildiğinde teknolojinin ödeme sistemlerinde önemli bir yeri olduğu görülüyor. Mobil cüzdan kullanımının en fazla olduğu alanlar ise şöyle:

- Mobil uygulama ve güncellemeleri için %43
- Film ve müzik gibi dijital içerikler için %42
- Web sitesi veya uygulamalardan ürün siparişi için %41
- Kafe, bar veya marketlerden yiyecek içecek ödemeleri için %40.

**İnfografik için:** <http://bit.ly/2dpmY2Z>

**Rapor için:** <http://www.iab.com/wp-content/uploads/2016/09/2016-IAB-Global-Mobile-Commerce-Report-FINAL-092216.pdf>

## **Metodoloji**

[OnDevice Research](#) tarafından hazırlanan 22 soru 19 ülkede (ABD, Avustralya, Avusturya, Brezilya, Kanada, Şili, Çin Kolombiya, Fransa, İngiltere, İrlanda, İsveç, Japonya, Meksika, Norveç, Peru, Türkiye, Singapur, Yeni Zelanda) 22 Temmuz – 17 Ağustos 2016 tarihlerinde araştırmaya katılanlara soruldu. Tüm katılımcılara satın alma sıklığı, satın alınan ürünler, nereden alındığı, ne kadar harcandığı gibi aynı sorular soruldu. IAB ABD’nin yapmış olduğu bu araştırma IAB Avusturya, IAB Brezilya, IAB Çin, IAB Fransa, IAB İngiltere, IAB İrlanda, IAB İsveç, IAB Kanada, IAB Kolombiya, IAB Meksika, IAB Norveç, IAB Peru, IAB Singapur, IAB Şili, IAB Türkiye, IAB Yeni Zelanda ve Japonya İnteraktif Reklamcılık Derneği’nin destekleri ile gerçekleştirildi.