

Adjust'ın İş Ortakları Değerlendirme Raporu, Uygulama Ekonomisinin Dünya Çapında Büyüdüğünü ve Büyüme Faktörlerinin Bölgelere Göre Değiştiğini Gösteriyor

İnteraktif İş Ortakları Değerlendirme Raporu, Veri Odaklı Pazarlamacılara, Ağ, Pazar ve Sektör Bazlı Performans İçgörülerini Sunuyor

İSTANBUL, 29 Eylül 2021 — Mobil pazarlama analitik platformu [Adjust](http://Adjust.com) bugün, büyüme faktörleri bölgeden bölgeye değişse bile uygulama ekonomisinin dünya çapında genişlediğini gösteren, küresel odaklı hazırladığı, Karşılaştırmalı [İş Ortakları Değerlendirme raporunun](#) sonuçlarını duyurdu. **Bu küresel çalışmada, yaklaşık 250 ülke ve 12 sektörde, 5.000'den fazla uygulamadan 6 milyar ücretli yükleme ile 270'den fazla reklam ağı analiz edildi.**

Adjust COO'su Andrey Kazakov, "Uygulama ekosistemindeki küresel büyümenin hızla arttığını görüyoruz ve bu yıl yapılacak toplam reklam harcamasındaki aslan payının [%75](#) ile mobil alanda yapılacağı öngörülüyor. Bunu olabildiğince etkili bir şekilde kullanmak için UA(user acquisition) yöneticilerinin bölgeler ve sektörler özelinde en iyi stratejilere sahip olması gerekiyor." diyor. "Adjust'ın İş Ortakları Değerlendirme Raporu mobil reklamcılık sektörünün perde arkasını gösteriyor. Rapor, hangi ağların en yaygın şekilde kullanıldığını, hangi reklam kanallarının birlikte kullanıldığında verimli olduğunu ve hangi kullanıcı gruplarının nerede olduğunu belirlemek için o bölgelerde ve sektörlerdeki diğer şirketlerin verilerinden yararlanıyor ve verimliliği baz alıyor."

Adjust'ın İş Ortakları Değerlendirme Raporundaki ana bulgulardan birkaçı:

Türkiye'deki büyümenin kaynağı büyük ölçüde oyun dışı sektörlerden.

- **Küresel uygulama ekonomisi büyüme rekorları kırıyor, ancak bu büyümeyi sağlayan faktörler bölgeden bölgeye değişiklik gösteriyor.** Örneğin, APAC(Asya-Pasifik) bölgesindeki büyüme hala mobil oyunlar tarafından desteklenirken, Türkiye'deki büyüme, [kaynağını büyük ölçüde oyun dışı sektörlerden alıyor](#). Facebook, Google, AppLovin ve Unity, Türkiye'deki tüm sektörlerde hakim durumda. APAC bölgesinde Facebook ve Google Ads, çoğu sektör ve pazarda reklam harcaması açısından listelerin en üst sıralarında yer alıyor, ancak bölgesel ağlar basamakları tırmanmaya devam ediyor.

- **Oyunlar, en büyük kullanıcı kazanımı odaklı kategori olmaya devam ediyor ve bu kategorinin başını APAC bölgesi çekiyor.** Adjust'ın küresel verilerine göre oyunlar, tüm sektörlerdeki toplam UA reklam harcamasının %50'sini oluşturuyor. Operasyonlarını APAC bölgesinde sürdüren şirketler, oyunlardaki UA çalışmalarına %64'e kadar yüksek bir oranla en çok harcamayı yapıyor ve bunu Kuzey Amerika (%57) ve EMEA (%39) izliyor. AppLovin ve IronSource, bu sektörde lider konumunda ve Facebook, Google Ads, TikTok, Unity ve Mintegral de önemli bir pazar payına sahip.

Güneydoğu Asya e-ticaret'te Çin Ve Hindistan'ı geride bıraktı.

- **Güneydoğu Asya (SEA), m-ticaret sektöründeki güçlü büyümeye öncülük ediyor.** Adjust verileri, Güneydoğu Asya bölgesindeki e-ticaret kuruluşlarının 2021'in ilk yarısında %18 büyüdüğünü gösteriyor ve bu rakamlar şu anda [Çin ve Hindistan'daki dijital perakendeyi geride bırakıyor](#). Google ve Facebook hala en yaygın pazarlama kanalları olsa da TikTok, Affle, Naver, InMobi ve Appier gibi ağlar güç kazanıyor ve reklam satın alma stratejileri için çok iyi seçenekler sunuyorlar.
- **Yemek siparişi uygulamaları, pandeminin de etkisiyle gerçekleşen güçlü büyümenin ardından gelişimine devam ediyor.** Adjust'ın verileri, yemek siparişi sektöründeki büyümenin artık karantina uygulanmayan pazarlarda bile tutarlı bir yükseliş trendi içinde olduğunu gösteriyor. Uygulamaların küresel bazda kuruluşları 2020'de yıllık %19 arttı ve şu ana kadar 2021'de %20 yükseliş gösterdi. Oturumlardaki büyüme daha da çarpıcı; 2020'deki %71'lik büyümeye kıyasla 2021'de şimdiden %34 arttı. Google Ads, Facebook ve Apple Search Ads, büyümeyi destekleyen en iyi ağlar, ancak Snap ve TikTok ilk beşe girmeyi başardı ve onları AppLovin, Headway ve Digital Turbine izledi.
- **Sosyal medyanın yeni bir büyüme faktörü var: kısa formatlı videolar.** Kısa formatlı videoların izlenmesine harcanan toplam süre hızla artmaya devam ettikçe, bu format sosyal ticarete büyük bir oyuncuya dönüştü. Sürpriz olmayan bir şekilde Google Ads, TikTok, Snap, Apple Search Ads ve Facebook, tüm sektörlerde lider konumdayken, sosyal medya sektöründe ise hem iOS hem de Android platformlarında sıralamaların zirvesinde yer alıyorlar.

Partner Karşılaştırmaları raporundaki detaylı bulguları [burada](#) bulabilirsiniz.

###

Metodoloji

Adjust'ın Partner Karşılaştırmaları raporu, şirketin 272 ağda, Adjust'ın müşterileri arasında yer alan 5.460 uygulamadan 6 milyardan fazla ücretli kurulumu ve 160 milyar oturumu takip ettiği 2021'in ilk yarısındaki analitik verilerine dayanmaktadır. Adjust'ın müşterileri faaliyetlerini 246 ülkede sürdürüyor ve özellikle Kuzey Amerika, EMEA ve APAC bölgelerinde güçlü bir konumda bulunuyorlar. Temel bulgularımız, sektör genelindeki trendlerin altını çiziyor ve sektör raporları ile Adjust'ın [Mobil Uygulama Trendleri Raporu 2021](#) ile karşılaştırmalar içeriyor.

Adjust Hakkında

[Adjust](#), dünyanın dört bir yanındaki büyüme odaklı pazarlamacılara kullanıcı verilerini koruma, kampanya optimizasyonu ve ölçümlemesi çözümleri sunan bir mobil pazarlama analitik platformudur. Binlerce uygulama Adjust'ın iş zekası ve otomasyon çözümlerini kullanırken, küresel müşteri desteğinden yararlanıyor.

Adjust, 2021'de geliştiricilere mobil uygulamalarını büyütmek için güçlü ve entegre çözümler sunan, alanında öncü pazarlama platformu AppLovin'in (Nasdaq: APP) bünyesine katıldı. Adjust hakkında daha fazla bilgi için www.adjust.com adresini ziyaret edebilirsiniz.

İletişim bilgileri:

tugce.kangal@prk2.com

Tugce Kangal