



CREATOR**DEN**

INFLUENCER PAZARLAMASINA
GENEL BAKIŞ
2024

www.creatorden.com

İÇİNDEKİLER

- 1 Yararıcı Ekonomisi Genel Bakış 2024 Raporu
- 2 Pazaryerleri/e-ticaret Platformları
- 3 Sosyal Medyada En Görünür Markalar
- 5 CreatorDen Etki Gücü Skorlarına Göre Influencerlar
- 10 2023 Yılında Takipçi Sayısına Göre Oynatma / İzlenme Sayısı
- 13 Yapay Zekanın Yükselişi: 2024 Influencer Marketing Trendleri
- 17 Uzun Dönem İş birlikleri
- 19 Özel Satış Kanalları ve Affiliate Programları
- 21 Kısa Videoların Hakimiyeti



CreatorDen, 2016 yılında kurulmuş bir influencer marketing ajansı ve teknoloji sağlayıcısı olup markaların veri odaklı, stratejik influencer marketing programları dizayn etmelerini sağlar.

Bu araştırmayı gerçekleştirirken 2023 yılında 168.468 influencer'ın paylaştığı 26.5 milyon Instagram paylaşımını, 57.996 influencer'ın paylaştığı 2.9 milyon TikTok paylaşımını ve 10.864 YouTube kanalının gerçekleştirdiği 1.7 milyon YouTube paylaşımını inceledik. Marka bahsedilmelerini analiz ederken sosyal medyada Türkiye için oluşturulmuş marka hesabı veya hashtag kullanımı olmayan markaları dahil etmedik.

En başarılı influencer seçimleri kişilerin her mecraya özel CreatorDen Skorları, Etkileşim Oranları ve mevcut işte İzlenme Oranları (Video/Reels paylaşımları var ise) üzerinden yapılmıştır.

CreatorDen Skoru, ortalama etkileşim, etkileşim oranı, paylaşım sıklığı, toplam etkileşim sayısı, izlenme ortalaması ve toplam izlenme metriklerinin bir araya gelerek oluşturduğu bir puanlama sistemidir.














PAZARYERLERİ/E-TİCARET PLATFORMLARI

Birçok pazaryeri özellikle Instagram Hikayeleri'ni kullanarak içerik üreticileri ile iş birliği gerçekleştiriyor.

Pazaryeri uygulamalarının kullanıcı sayısının yüksek oluşu, içerik üreticilerinden gelen trafiğin ölçülebilirliğini artırdığı gibi, satış ortaklığı modeli ile içerik üreticilerinden bu trafiğin süreklilik arz etmesi sağlanıyor.

Yıl içerisinde sektördeki büyük oyuncular bu alana yaptıkları yatırımı artıracaklarını belirttiler. Yeni trafik kaynakları arayışında içerik üreticilerinin güçlü performansı, bu alanda yapılan yatırımların artmasını sağlıyor. Ayrıca içerik üreticilerinin yarattığı kreatif içerikler, pazaryerlerinin müşterilerine sunduğu reklam iş birliklerini daha çekici hale getiriyor.

CreatorHub Monitor ile yaptığımız analiz sonucu pazaryerlerinin ve çevrimiçi mağazaların aldıkları paylar şu şekilde oldu:

Marka	İçerik Sayısı %	Share of Voice
	%48,1	%70,7
	%20,8	%16,2
	%11,1	%0,4
	%0,3	%0,3
	%0,3	%0,2
	%0,8	%0,2
	%0,1	%0,1
	%0,1	%0,1
	%0,7	%0,1
	%0,1	%0,04
	%0,1	%0,02
diğer	%27,0	%11,4

SOSYAL MEDYADA EN GÖRÜNÜR MARKALAR



CREATOR HUB

CreatorHub Monitor ile Instagram'da paylaşılan içeriklerin görüntülenme sayılarını tahmin algoritmaları ile belirlemek ve YouTube ve TikTok'ta ise izlenme sayıları üzerinden bir karşılaştırma yapmak mümkün. Bu şekilde rakip markalar arasında isabetli share of voice analizleri yaparak, sektörel raporlar oluşturuyoruz.



Marka	Toplam Tahmini Görüntülenme
philipsevurunleriturkiye	326m
sephoraturkiye	233m
watsonsturkiye	149m
maccosmeticsturkiye	116m
panteneturkiye	116m
netflixturkiye	102m
tefalturkiye	91m
avonturkiye	90m
nyxcosmetics_turkiye	81m
garnierturkiye	75m

2023'te Instagram, markalar tarafından en çok tercih edilen platform olmayı sürdürdü. Marka etiketlerine göre grupladığımızda hangi markaların yıl içerisinde ön plana çıktığını görmek mümkün hale geliyor. Monitor ürünümüzü kullanarak gerçekleştirdiğimiz analiz sonucu, Instagramda philipsevurunleriturkiye etiketi bulunan içeriklerin 326 milyondan fazla görüntüleme aldığını söyleyebiliriz. Hemen arkasından @sephoraturkiye ve @watsonsturkiye hesapları da 233 milyon ve 149 milyon görüntülenme ile takip ediyor. Bu sene de kozmetik markalarının Instagram'daki üstünlüğü göze çarpıyor. Netflix ise, rakip sayısının ciddi miktarda artmasına rağmen, kendi alanındaki en dikkat çekici Instagram performansına sahip olmayı sürdürüyor.

SOSYAL MEDYADA EN GÖRÜNÜR MARKALAR

2023 yılında TikTok, influencer iş birlikleri için gözde platformlardan biri olmayı sürdürdü. Geçtiğimiz senelere göre influencer medya planlamasındaki payını artırmayı başaran TikTok'un bu başarısını sürdüreceğini öngörüyoruz. TikTok mecrasında başarı sağlayan içerik üreticilerinin iş birliği anlamında olgunlaşma dönemine girmesi de bu alanda daha fazla yatırım yapılacağına bir göstergesi.



Marka	Toplam İzlenme Sayısı
azarturkiye	189m
naysaptr	176m
doritos.turkiye	173m
yemeksepeti	106m
sephoraturkiye	106m
neutrogenaturkiye	86m
cerezzatr	75m
penti	73m
nyxcosmetics_tr	70m
weplay_tr	66m
avonturkiye	65m

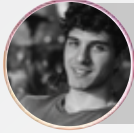
2023 YILINDA



CREATOR DEN ETKİ GÜCÜ SKORUNA GÖRE CELEBRITY LİSTESİ



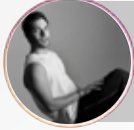
INSTAGRAM



1 eneskocak__
T.S:1m E.O: %87,5
★ 10



2 ardaguler
T.S:6,8m E.O: %72,0
★ 10



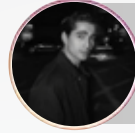
3 burakberkayakgul
T.S:667k E.O: %56,4
★ 10



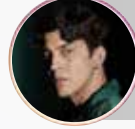
4 abreusmelisavargas
T.S:1,5m E.O: %43,2
★ 10



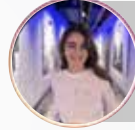
5 thisismertdemir
T.S:324k E.O: %34,3
★ 10



6 mertramazandemir
T.S:4,4m E.O: %20,4
★ 10



7 normenderonline
T.S:1,1m E.O: %19,9
★ 10



8 leyakirsan
T.S:1,2m E.O: %19,2
★ 10



9 alpakarofficial_
T.S:285k E.O: %17,9
★ 10



10 silaaturkoglu
T.S:2,3m E.O: %17,2
★ 10

TS: Takipçi Sayısı

EO: Etkileşim Oranı

2023 itibariyle Instagram içeriklerinin büyük bir kısmının Reels'a döndüğünü söylemek yanlış olmaz, 2023 yılında Instagram'da, Hikaye harici paylaşılan içeriklerin %70'i Reels içeriği oldu. Reels içeriklerinin Instagram tarafından ön plana çıkarılması, keşfet üzerinden yeni kitlelere ulaşma ihtimalinin kıyasla yüksek olması ve erişim potansiyelinin diğer formatlara daha yüksek olması bunu mümkün kılıyor. Instagram'ın TikTok kısa video formatına Reels ile cevap vermesi önümüzdeki dönemde paylaşılan içeriklerdeki Reels payının daha da artacağını bizlere gösteriyor.

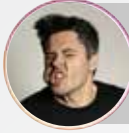
2023 YILINDA



CREATOR DEN ETKİ GÜCÜ SKORUNA GÖRE İÇERİK ÜRETİCİLER



INSTAGRAM

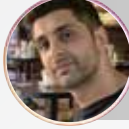


1 omersanli35

T.S:349k E.O: %80,9



10



2 mustafak

T.S:451k E.O: %54,5



10



3 kontravolta

T.S:552k E.O: %54,1



10



4 berkcecekgil

T.S:260k E.O: %51,8



10

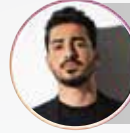


5 hamzaibac

T.S:272k E.O: %44,2



10



6 mehmetkahramanm

T.S:446k E.O: %42,1



10



7 arizadem

T.S:322k E.O: %42,0



10

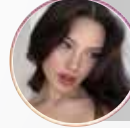


8 elifulgjp

T.S:386k E.O: %33,2



10



9 petekal

T.S:760k E.O: %26,3



10



10 mertcanbaharr

T.S:632k E.O: %25,7



10

TS: Takipçi Sayısı

EO: Etkileşim Oranı

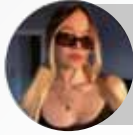
2023 yılında, diğer yıllardan farklı olarak, eğlence içerikleri üreten hesapların çok daha yüksek etkileşim oranlarına ve CreatorDen Etki Gücü Skorlarına sahip olduğunu gördük. Geçtiğimiz yıllarda Lifestyle içeriklerle ön plana çıkan Instagram için, Reels'ın köklü bir değişimin habercisi olduğunu söyleyebiliriz. Instagram'da etki gücü yüksek celebrity klasmanında ise birçok yeni yüzü ve önemli sporcularımızı görüyoruz.



TIKTOK

TikTok geçtiğimiz senelerde yarattığı özgün içerik üreticisi havuzunu genişletmeyi sürdürüyor. Bu sene etki günü en yüksek içerik üreticileri listemizde Twitch, Instagram ve YouTube'dan tanıdığımız isimleri görsek de her sene olduğu gibi ana mecrası TikTok olan birçok içerik üreticisini görüyoruz. Eğlence içeriklerinin yoğunlukta olduğunu söylemek mümkün, özellikle paylaşılabirliği yüksek içerikler, bu sene erişimin ve etki gücü artışının temel lokomotifidir.

TikTok Etki Gücü Skoru En Yüksek İçerik Üreticiler



1 gdemiral
T.S:117k E.O: %14,6
★ 10



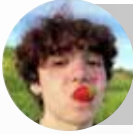
6 furkanustunsoy
T.S:269k E.O: %8,8
★ 10



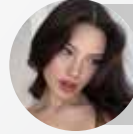
2 mamiserce
T.S:179k E.O: %11,0
★ 10



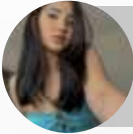
7 elifulgjp
T.S:339k E.O: %8,1
★ 10



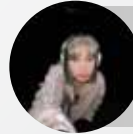
3 talhatuzcuoglu
T.S:103k E.O: %10,5
★ 10



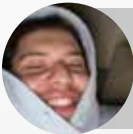
8 petekalemdar
T.S:2.2m E.O: %7,7
★ 10



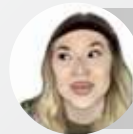
4 mmeryemgunduz
T.S:603k E.O: %10,2
★ 10



9 selinayalcin
T.S:2.7m E.O: %7,4
★ 10



5 emirkutlu30
T.S:125k E.O: %9,1
★ 10



10 cerennzi
T.S:457k E.O: %7,2
★ 10

TS: Takipçi Sayısı









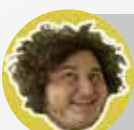

EO: Etkileşim Oranı



YOUTUBE

YouTube ülkemizde televizyonun boşalttığı özgün içerik alanını doldurmaya devam ediyor. Televizyon kanallarından alışık olduğumuz isimlerin bir bir YouTube'a göç ettiği bu dönemde, YouTube kanallarının genel yapısının gün geçtikçe televizyona benzediğini söylemek yanlış olmaz. Özellikle sundu/sunar ve içerik ürün yerleştirmelerinin yoğunlukla olduğu bir iş birliği mecrası olarak YouTube bu anlamda büyük bir değişim geçirdi. Talk show ve her alanda tartışma programı formatının adeta tüm YouTube platformunu ele geçirdiğini söylemek yanlış olmaz. Bu değişim içerisinde kendi özgün formatlarında ısrar eden kanalların büyük bir başarı potansiyeli olduğunu görüyoruz. Bu sene listemizde geçtiğimiz senelerden aşına olduğumuz isimler ile yeni nesil içerik üreticilerini bir arada görüyoruz.

YouTube Etki Gücü Skoru En Yüksek İçerik Üreticiler

 <p>1 @bakirkertenkele31 T.S:1.5m E.O: %7,2 ★ 10</p>	 <p>6 @cilemakar T.S:1.2m E.O: %5,1 ★ 10</p>
 <p>2 @eniskirazogluvideolar T.S:1.3m E.O: %5,6 ★ 10</p>	 <p>7 @bicimali T.S:2.1m E.O: %5,1 ★ 10</p>
 <p>3 @evrimagaci T.S:3.4m E.O: %5,5 ★ 10</p>	 <p>8 @balsak T.S:266k E.O: %4,7 ★ 10</p>
 <p>4 @muratsoner T.S:5.3m E.O: %5,5 ★ 10</p>	 <p>9 @noluyoyaa T.S:5.5m E.O: %4,6 ★ 10</p>
 <p>5 @mesutcantomay T.S:2.1m E.O: %5,3 ★ 10</p>	 <p>10 @cihanalbayrak T.S:1.2m E.O: %4,6 ★ 10</p>

TS: Takipçi Sayısı

EO: Etkileşim Oranı

2023 YILINDA



CREATOR DEN ETKİ GÜCÜ SKORUNA GÖRE TAKİPÇİ SAYISI ARTIŞLARI

Her sene olduğu gibi bu sene de geçtiğimiz yıl takipçi sayısını en fazla artıran içerik üreticilerini sizler için listeliyoruz. Önceki yıllarda paylaştığımız hesapların birçoğu, sonraki senelerde Etki Gücü Skoru listelerimizde tepe sıralarda karşımıza çıktı.Yeni iş birlikleri için gözden kaçırmamanızı şiddetle tavsiye ediyoruz!



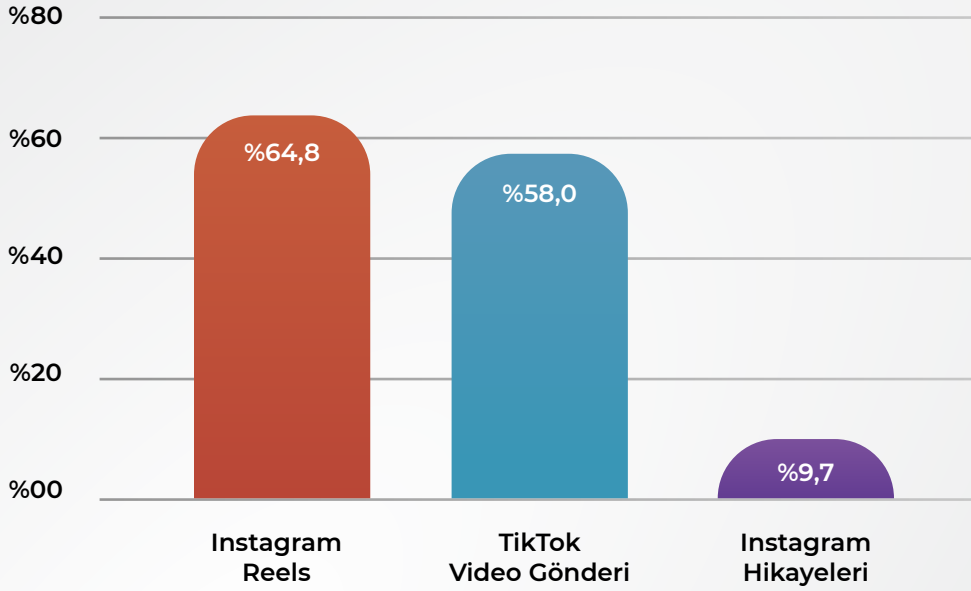
- 1 haytamustiii**
Başlangıç: 19k Güncel Takipçi: 982k
★ 50 kat artış
- 2 serayozkan**
Başlangıç: 3k Güncel Takipçi: 106k
★ 34 kat artış
- 3 semihmdemirkan**
Başlangıç: 3k Güncel Takipçi: 102k
★ 27 kat artış
- 4 batinbalcioglu**
Başlangıç: 6k Güncel Takipçi: 168k
★ 26 kat artış
- 5 teknotaci**
Başlangıç: 17k Güncel Takipçi: 406k
★ 23 kat artış
- 6 sihirbazbayan**
Başlangıç: 18k Güncel Takipçi: 395k
★ 21 kat artış
- 7 busezeynep**
Başlangıç : 249k Güncel Takipçi: 5.1m
★ 20 kat artış
- 8 aycanedman**
Başlangıç: 9k Güncel Takipçi: 156k
★ 16 kat artış
- 9 dicleipekoztaskin**
Başlangıç: 16k Güncel Takipçi: 246k
★ 14 kat artış
- 10 ozancankubila**
Başlangıç: 13k Güncel Takipçi: 190k
★ 13 kat artış



- 1 baranbolukbasi**
Başlangıç: 27k Güncel Takipçi: 247k
★ 80 kat artış
- 2 disneymusic**
Başlangıç: 986k Güncel Takipçi: 8.8m
★ 80 kat artış
- 3 zeynepberdibek1**
Başlangıç: 21k Güncel Takipçi: 164k
★ 70 kat artış
- 4 taaisback**
Başlangıç: 59k Güncel Takipçi: 342k
★ 50 kat artış
- 5 busezeynep**
Başlangıç: 452k Güncel Takipçi: 2.5m
★ 50 kat artış
- 6 ortamsardi**
Başlangıç: 89k Güncel Takipçi: 464k
★ 40 kat artış
- 7 sibelkarabas06**
Başlangıç : 66k Güncel Takipçi: 296k
★ 30 kat artış
- 8 ahmetduruk80**
Başlangıç: 93k Güncel Takipçi: 390k
★ 30 kat artış
- 9 gokhanunverben**
Başlangıç: 92k Güncel Takipçi: 353k
★ 30 kat artış
- 10 iambatuz**
Başlangıç: 65k Güncel Takipçi: 247k
★ 30 kat artış



- 1 Taha Demirhan**
2022 Başlangıç: 30k Güncel Takipçi: 126k
★ 400 kat artış
- 2 Güney Sustam**
2022 Başlangıç: 16k Güncel Takipçi: 347k
★ 220 kat artış
- 3 Turkuaz Kitchen**
2022 Başlangıç: 639k Güncel Takipçi:1.4m
★ 210 kat artış
- 4 Zübeyde Aymutlu**
Başlangıç: 5k Güncel Takipçi: 91k
★ 150 kat artış
- 5 Özlemlina Öz**
Başlangıç: 254k Güncel Takipçi: 3.5m
★ 130 kat artış
- 6 Murat Kurtaran**
Başlangıç: 54k Güncel Takipçi: 699k
★ 120 kat artış
- 7 Ada Ailesi**
Başlangıç : 7k Güncel Takipçi: 762k
★ 90 kat artış
- 8 The Arda**
Başlangıç: 37k Güncel Takipçi: 359k
★ 90 kat artış
- 9 Konsolog**
Başlangıç: 40k Güncel Takipçi: 361k
★ 80 kat artış
- 10 Dr. Artunç Kocabalkan**
Başlangıç: 7k Güncel Takipçi: 63k
★ 70 kat artış



2023 yılı, sosyal medya platformları Instagram ve TikTok üzerinde içerik üreticileri ve markalar arasındaki iş birliklerinin dinamiklerini önemli ölçüde değiştirdi. Artık, içeriklerin takipçi sayısına dayalı erişiminden ziyade, kullanıcıların ilgi ve etkileşimlerine bağlı olarak keşfedilmesi ön plana çıkıyor. Bu değişiklik, markaların ve influencerların, geniş kitlelere ulaşmak için içerik stratejilerini yeniden düşünmelerini gerektiriyor. Bu yazıda, 2023 yılında gerçekleştirilen bir araştırma çerçevesinde, Instagram Hikayeleri, TikTok ve Instagram Reels üzerinden yapılan marka iş birliklerinin, ilgili içerik üreticilerinin takipçi sayılarına göre yüzdesel izlenme oranları üzerine odaklanacağız.

Instagram ve TikTok'un keşfet odaklı içerik düzeni, takipçi sayısının ötesinde, içeriğin kendisine ve kullanıcıların bu içeriğe gösterdiği ilgiye büyük önem verilmesini sağladı. Bu, takipçi sayısı yüksek olan hesapların bile, eğer içerikleri kullanıcılar tarafından yeterince ilgi çekici bulunmazsa, beklenen erişimi elde edemeyeceği anlamına geliyor. Bu durum, markaların ve içerik üreticilerinin, geniş ve çeşitli kitlelere hitap edebilecek yaratıcı ve etkileşime dayalı içerikler üretmeleri gerektiğinin altını çiziyor.



Instagram Hikayeleri, bu yeni düzenin bir parçası olmakla birlikte, hala takipçi odaklı bir format olarak öne çıkıyor. Link paylaşımları ve anket gibi etkileşimli özellikler, bu formatı özellikle markalar için değerli kılıyor. Ancak, keşfet opsiyonlarının sınırlı olması, içeriklerin daha çok mevcut takipçilere ulaşmasına neden oluyor. Buna rağmen, bu formatın sağladığı doğrudan etkileşim imkanları, onu önemli bir pazarlama aracı olarak koruyor.





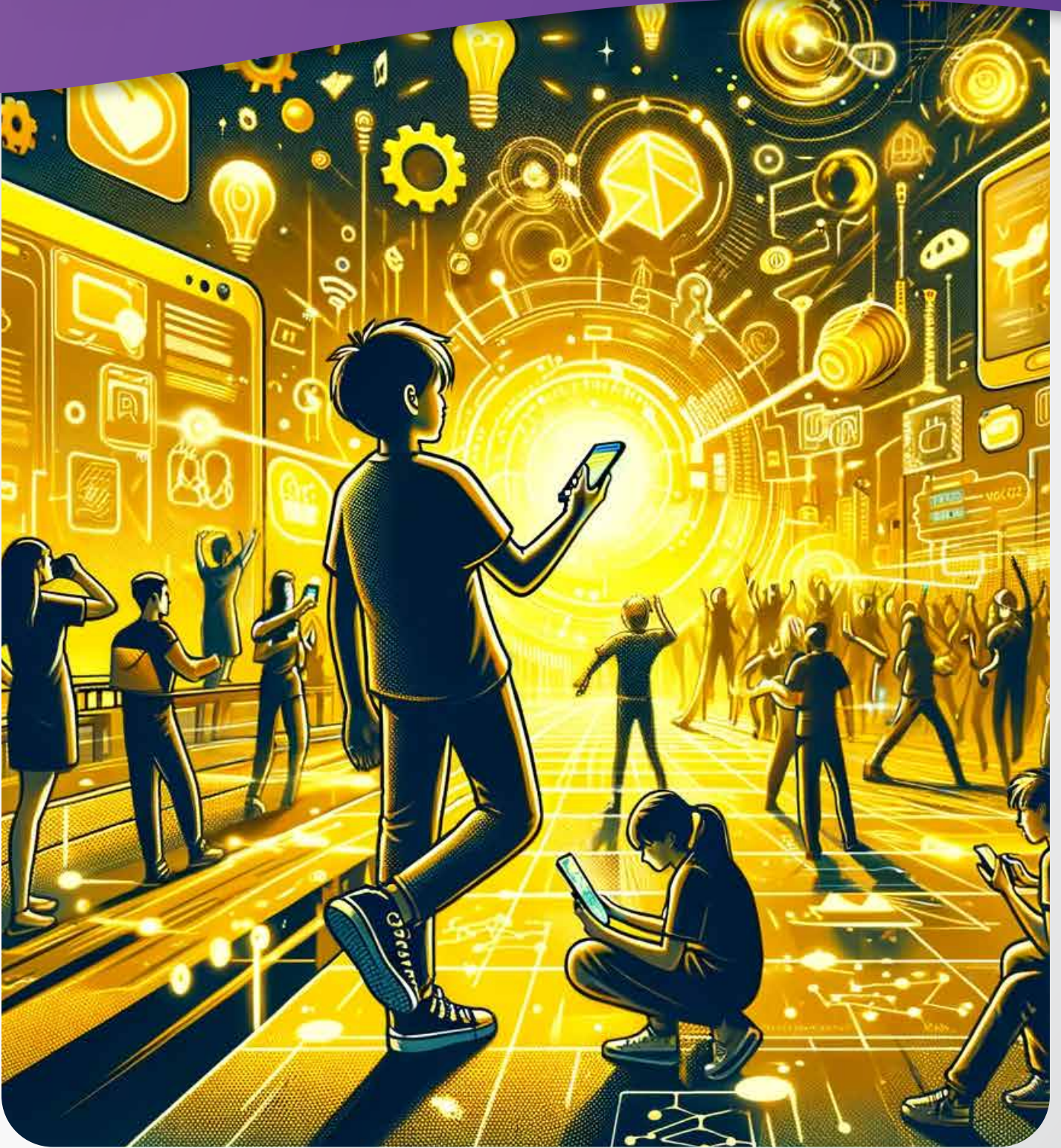
Diğer yandan, Instagram Reels ve TikTok'un keşfet odaklı yaklaşımı, içerik üreticilerine ve markalara, takipçi kitlesinin ötesinde geniş kitlelere ulaşma fırsatı sunuyor. Bu platformlarda başarılı olmak için içeriğin kendisinin ilgi çekici ve etkileşime açık olması gerekiyor. Bu, içerik stratejilerinin, genel takipçi kitlesine değil, potansiyel yeni takipçilere ve ilgili kitlelere nasıl hitap edebileceğine dair yeni bir bakış açısı sunuyor.



2023 yılında gerçekleştirdiğimiz araştırma kapsamında, binlerce Instagram Hikayesi, TikTok içeriği ve Instagram Reel içeriğini inceledik. Bu inceleme sonucunda, içerik üreticilerinin takipçi sayılarına göre ortalama izlenme oranlarını derledik. Bulgularımız, Instagram Reels içeriklerinin izlenme oranlarının, TikTok içeriklerini ilk kez geçtiğini gösteriyor. Instagram Hikayeleri ise %5-%10 izlenme oranı bandında sabit kalmıştır. İlginç bir şekilde, hikaye iş birliklerinin maliyeti genellikle düşük olmasına rağmen, erişim ve görüntülenme açısından yüksek maliyetlerle sonuçlanabiliyor.

Bu bulgular, içerik üreticileri ve markalar için önemli bir dönüm noktasını işaret ediyor. Takipçi sayısının, içeriklerin performansına olan etkisi giderek azalırken, yaratıcılık ve kullanıcı etkileşimi daha önemli hale geliyor. Aynı zamanda artık içeriğin tasarımı aslında bir hedefleme paratmetresi olarak görülmesi gereken bir konu. İşbirliği içeriklerinin kendisi hangi kitlelere erişeceğini belirleyecek. Bir diğer dikkat edilmesi gereken konu da içerik üreticileri ile yapılan iş birliklerinde daha sık medya desteği yapılması, bu geçişte önemli olacaktır. İlerleyen dönemde, başarılı ve başarısız içerikler arasındaki performans farkının daha da belirginleşeceği ve markaların, ilgi çekici ve etkileşime dayalı içerikler üretme konusunda daha stratejik olmaları gerektiği öngörülüyor. Bu yeni dönemde, marka iş birliklerinin başarısı, artık takipçi sayılarından çok, içeriğin platform genelinde ne kadar ilgi uyandırdığı ve güncel içeriklerle olan uyumuna bağlı olacak.

ETKİLEŞİM ORANLARI			
Takipçi Sayısı	Ortalama Etkileşim Oranı		
2.000-10.000	%3,0	%6,7	%2,9
10.000-20.000	%2,1	%7,0	%3,1
20.000-50.000	%1,2	%7,3	%3,3
50.000-100.000	%1,1	%7,4	%3,5
100.000-250.000	%1,0	%7,5	%3,8
250.000-1.000.000	%1,0	%7,9	%3,8
1.000.000-5.000.000	%1,0	%8,2	%3,4
5.000.000+	%1,0	%8,9	%3,4



2024, pazarlama dünyası için bir dönüm noktası olacak. Yapay zeka, uzun dönem iş birlikleri, özel satış kanalları ve çok daha fazlasıyla, bu yıl pazarlama stratejileri tamamen yeniden şekilleniyor. Hazırsanız, bu heyecan verici yolculuğa çıkalım!



CREATOR DEN

YAPAY ZEKANIN YÜKSELİŞİ: 2024 INFLUENCER MARKETING TRENDLERİ



Yapay Zekanın Yükselişi: 2024 Influencer Marketing Trendleri

2024 yılı, yapay zekanın içerik üretimi ve influencer marketing alanında önemli bir dönüm noktası olarak öne çıkacak. Gelişen teknolojiler, içerik üreticilerinin yapay zeka araçlarını daha etkin bir şekilde kullanmalarına olanak tanıyacak. Bu yeni dönemde, içerik üretiminin hızlanması, çeşitlenmesi ve dil bariyerlerinin kolayca aşılması gibi faydalar kendini gösterecek. Ancak, teknolojik ilerlemenin yanında içerik kalitesi ve özgünlüğünün korunması da büyük bir önem taşıyacak. Bu bağlamda, yapay zeka araçlarını ustalıkla kullanabilen ve özgün içerikler üretebilen içerik üreticileri, rekabette öne çıkacaklar.



CREATOR DEN

YAPAY ZEKANIN YÜKSELİŞİ: 2024 INFLUENCER MARKETING TRENDLERİ



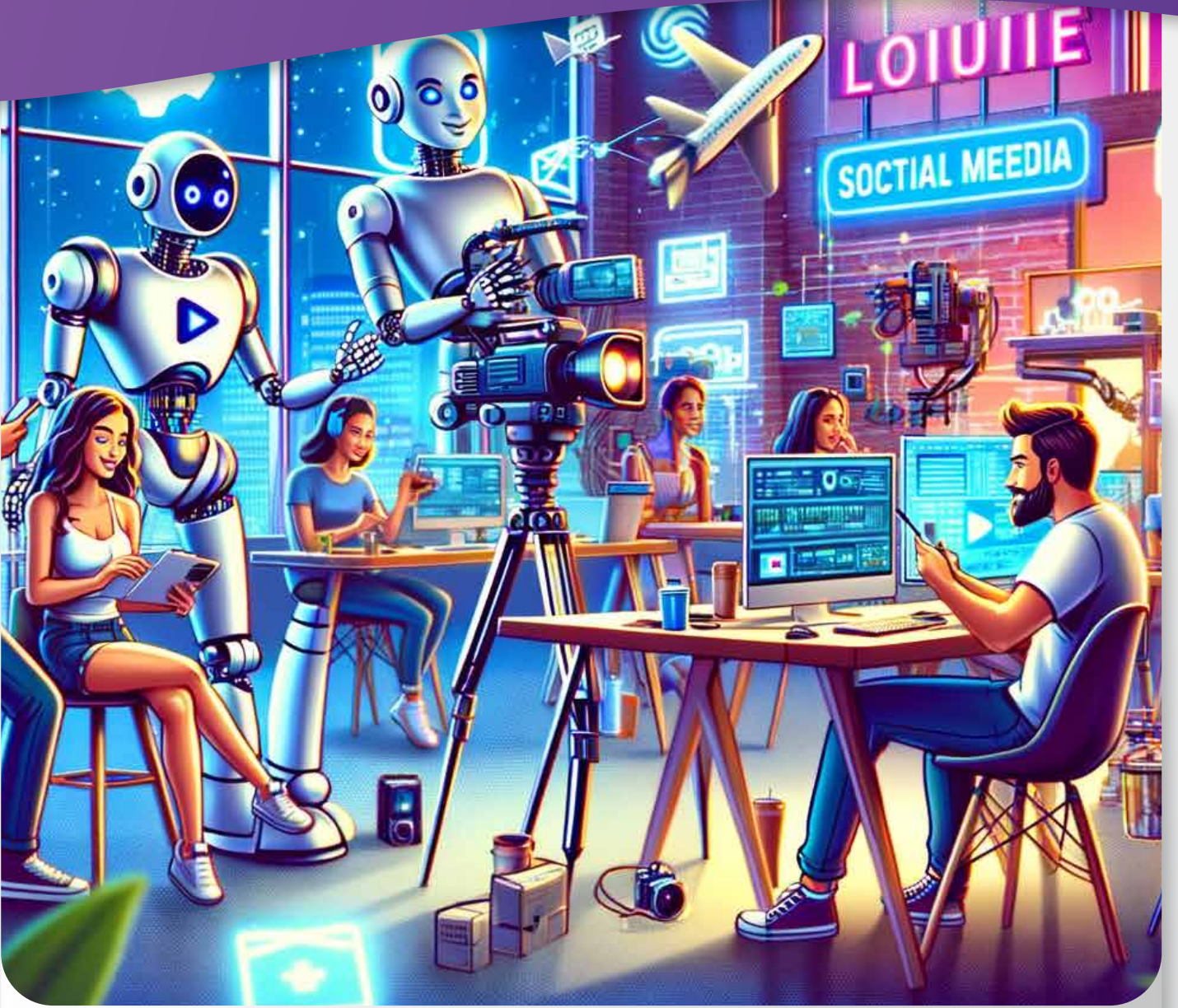
Yapay zekanın sağladığı imkanlar, içerik üreticilerine yeni formatlar ve üretim yöntemleri deneme fırsatı sunacak. Bu, özellikle uzun süredir içerik üretimi alanında faaliyet gösteren ve belirli bir doygunluk noktasına ulaşmış kanallar için önemli. Yapay zeka, bu kanalların içerik hacimlerini genişleterek yeni ve yenilikçi yollarla hedef kitleleriyle etkileşime geçmelerini sağlayacak. Bu gelişme, reklamverenler için de yeni ve çekici fırsatlar anlamına geliyor. Artan içerik hacmi ve çeşitliliği, markaların hedef kitlelerine daha etkili bir şekilde ulaşmalarını ve etkileşimlerini artırmalarını sağlayacak.

Kalite ve özgünlüğün korunması, yapay zeka destekli içerik üretiminin artmasıyla daha da önemli hale gelecek. Tüketicilerin özgün ve kaliteli içeriklere olan talebi, içerik üreticileri ve markaları, yapay zeka araçlarını sadece hızlı içerik üretimi için değil, aynı zamanda içeriklerinin kalitesini ve özgünlüğünü iyileştirmek için de kullanmaya teşvik edecek. Reklamverenlerin her geçen gün içerik yapısına ve stratejisine daha fazla odaklanacağını söylemek mümkün olur.



CREATOR DEN

YAPAY ZEKANIN YÜKSELİŞİ: 2024 INFLUENCER MARKETING TRENDLERİ



Sonuç olarak, 2024 yılında yapay zeka, influencer marketing dünyasında büyük bir rol oynayacak. İçerik üretimi süreçlerinin hızlanması ve içerik kalitesi ile özgünlüğünün korunması arasındaki denge, içerik üreticileri ve markalar için yeni zorluklar ve fırsatlar yaratacak. Yeni içerik formatları, üretim yöntemleri ve pazarlama stratejileri, bu teknolojik ilerlemenin doğal bir sonucu olarak ortaya çıkacak. Bu dönüşüm, tüm sektör oyuncularının adaptasyonunu ve sürekli öğrenmeyi gerektirecek, bu da influencer marketing alanını daha dinamik ve yenilikçi bir hale getirecek.



CREATOR DEN

UZUN DÖNEM İŞ BİRLİKLERİ



Uzun Dönem İş birlikleri:

Markaların uzun dönem iş birliklerine yönelmesi, son yıllarda influencer marketing alanında belirgin bir trend haline geldi ve 2024 yılında da bu eğilimin güçlenerek devam etmesi bekleniyor. Bu strateji, marka ve içerik üretici birlikteliklerinin tüketici nezdinde daha güçlü bir şekilde pekişmesine, içerik maliyetlerinin düşürülmesine, sosyal medya risklerinin azaltılmasına ve performans tahminlerinin kolaylaştırılmasına olanak tanıyor. Pandemi sonrası dönemde, dijitalde başlayan iş birliklerinin fiziksel dünyaya taşınması konusunda markaların giderek daha fazla istek gösterdiği görülmekte. Uzun dönem iş birlikleri, fiziksel etkinlikler, davetler ve aktivasyonlar gibi çeşitli faaliyetlerin planlanmasında, konsept belirlenmesinde ve başarısında olumlu bir etki yaratıyor.



CREATOR DEN

UZUN DÖNEM İŞ BİRLİKLERİ



Ölçümlene ve veriye dayalı karar alma süreçleri, bu tür iş birliklerinin başarısında kritik bir role sahip. Kampanya performanslarının sürekli olarak izlenmesi ve analiz edilmesi, stratejilerin gerçek zamanlı olarak ayarlanmasını ve kampanyaların etkinliğinin artırılmasını sağlıyor. Bu, yatırım getirisinin maksimize edilmesine yönelik önemli bir adım.

Uzun dönem iş birlikleri, markalar için yeni nesil pazarlama stratejilerini benimseme fırsatı da sunuyor. Bu stratejiler, tüketicilerle anlamlı ve sürekli bir diyalog kurmayı hedefleyerek, daha kişiselleştirilmiş ve etkileyici deneyimler sunmayı amaçlıyor. Aynı zamanda, sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk gibi değerler etrafında şekillenen projeler, markaların ve içerik üreticilerin ortak hedeflerine ulaşmalarını sağlıyor. Bu tür iş birlikleri, toplumsal fayda sağlayan ve çevresel etkiyi azaltan kampanyalar geliştirilmesine olanak tanırken, marka imajını güçlendiriyor ve tüketicilerin markaya olan bağlılığını artırıyor.

ÖZEL SATIŞ KANALLARI VE AFILLIATE PROGRAMLARI:



Özel Satış Kanalları ve Afilliate Programları:

Özel satış kanalları ve affiliate programlarının artan popülaritesi, 2024 yılının influencer marketing trendlerini şekillendirecek önemli faktörler arasında yer alıyor. Pazaryerlerinin başarısı, daha önce belki de bu alana girmemiş olan birçok markayı kendi affiliate programlarını başlatmaya teşvik ediyor. Bu durum, markaların pazaryeri iş birliklerini kendi lehine çevirme çabalarının artacağı anlamına geliyor. İçerik üreticileri ile satış ortaklığı kurmak için birçok şirketin çözüm geliştirmesi beklenirken, Türkiye’de bu alana özel olarak odaklanan markaların yeni ekipler kurması veya mevcut ekiplerini genişletmesi öngörülüyor.



CREATOR DEN

ÖZEL SATIŞ KANALLARI VE AFFILIATE PROGRAMLARI:



Bu trend, markaların kendi ürünlerini doğrudan tüketiciye ulaştırmak ve satış süreçlerinde daha fazla kontrol sahibi olmak istemelerinden kaynaklanıyor. Affiliate programları aracılığıyla, markalar içerik üreticileriyle doğrudan çalışarak, ürünlerinin tanıtımını ve satışını güçlendirme fırsatı buluyor. Bu iş birlikleri, tüketicilere markaların ürün ve hizmetlerini daha otantik ve güvenilir bir şekilde sunma avantajı sağlıyor.

2024'te, affiliate pazarlaması ve özel satış kanallarının geliştirilmesi, markaların pazarlama stratejilerinde merkezi bir rol oynayacak. Markalar, bu programlar aracılığıyla, içerik üreticileriyle olan ilişkilerini derinleştirecek ve onların sadık birer marka elçisi olarak potansiyellerini maksimize edecek. Bu süreçte, içerik üreticileri de kendi takipçi kitlesine daha alakalı ve kişiselleştirilmiş ürün önerilerinde bulunarak gelirlerini artırma fırsatı yakalayacak.



Kısa Videoların Hakimiyeti:

Kısa videoların hakimiyeti, son yıllarda dijital pazarlama ve influencer marketing dünyasını şekillendiren en önemli trendlerden biri haline geldi. Bu eğilim, platformların bu içerik türünü öne çıkararak desteklemesi ve yapay zeka çözümlerinin gelişimiyle daha da pekişiyor. Kısa video formatı, kullanıcıların dikkatini çekme ve mesajı hızlı bir şekilde iletebilme kabiliyeti sayesinde, pazarlama stratejilerinde vazgeçilmez bir araç olarak ön plana çıkıyor.

2024 yılında da kısa videoların pazarlama dünyasındaki etkisinin artarak devam edeceği öngörülüyor. Bu format, özellikle genç nesiller başta olmak üzere geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşma potansiyeli taşıyor. Yapay zeka çözümlerinin gelişimi, içerik üreticilerine ve markalara, kısa videoları daha hedefli ve kişiselleştirilmiş bir şekilde sunma imkanı veriyor. Bu da kullanıcı deneyimini zenginleştirerek, etkileşim oranlarını ve marka sadakatini artırma potansiyeli taşıyor.



Kısa video içeriklerinin başarısı, onların kısa sürede büyük bilgi ve eğlence değeri sunabilmesinden kaynaklanıyor. Ayrıca, bu videolar sosyal medya algoritmaları tarafından sıklıkla tercih edilerek, daha geniş kitlelere ulaşma şansı buluyor. Yapay zekanın sunduğu analitik araçlar ve içerik optimizasyon çözümleri ise, içerik üreticilerinin ve markaların kullanıcı davranışlarını daha iyi anlamalarına ve içeriklerini buna göre şekillendirmelerine olanak tanıyor.

Sonuç olarak, 2024 yılında kısa videolar, pazarlama dünyasında hala en etkili araçlardan biri olarak kalmaya devam edecek. Markalar ve içerik üreticileri için, bu formatı stratejik bir şekilde kullanmak, rekabet avantajı elde etmenin ve hedef kitleleriyle etkili bir şekilde iletişim kurmanın anahtarı olacak. Yapay zeka çözümleriyle desteklenen kısa video içerikleri, pazarlama stratejilerindeki yenilikçilik ve etkileşim odaklı yaklaşımları daha da ön plana çıkaracak. Bu da markaların, kullanıcılarla daha derin ve anlamlı bağlar kurmasına yardımcı olacak.



Bize Ulařın!

Eřsiz CreatorDen teknolojisiyle influencer marketing bütçenizden yüksek geri dönüş alın. Hedeflerinize göre, markanıza özel tasarlanan iş birliklerinizi adım adım takip edin ve ölçümleyin.

www.creatorden.com
team@creatorden.com