HYPPO DIGITAL

SEKTÖR RAPORU · EĞİTİM KURUMLARI · 2026

Özel Eğitim Kurumları İçin Dijital Büyüme Çerçevesi

Türkiye eğitim pazarının güncel büyüklüğü, veli/öğrenci kazanımında gerçekçi maliyet aralıkları ve 90 günlük bir yatırım planı — pazarlamacı olmanıza gerek kalmadan.

17,96 Mn
örgün öğrenci

1,54 Mn
özel kurum öğrencisi

12.149
özel okul sayısı

Dijital Büyüme Raporu 2026

Hyppo Digital Growth Agency · İzmir, Türkiye

BAŞLARKEN

Bu Raporu Nasıl Okumalısınız?

Pazarlamacı olmanıza gerek yok — aşağıdaki 8 terimi bilmeniz, raporun geri kalanını takip etmeniz için yeterli.

CTR
Tıklama Oranı — reklamı görenlerin yüzde kaçının tıkladığı.

CPC
Tıklama Başı Maliyet — bir tıklama için ortalama ödenen tutar.

CVR
Dönüşüm Oranı — tıklayanların yüzde kaçının hedef eylemi (sipariş, form, arama) tamamladığı.

CPL
Lead Başı Maliyet — bir potansiyel müşteri (form/arama) elde etmenin ortalama maliyeti.

CPA
Dönüşüm Başı Maliyet — bir sipariş ya da satışın ortalama maliyeti.

CAC
Müşteri Edinme Maliyeti — bir müşteriyi kazanmanın toplam pazarlama maliyeti.

ROAS
Reklam Harcaması Getirisi — harcanan her 1 TL'nin kaç TL satışa dönüştüğü.

Huni (Funnel)
Bir ziyaretçinin müşteriye dönüşene kadar geçtiği aşamalar dizisi.

Bu rapordaki tüm pazar verileri kamuya açık, kaynağı belirtilen resmi/sektörel kayıtlara dayanır (**TÜİK, T.C. Ticaret Bakanlığı, ilgili sektör birlikleri**). Reklam performans verileri (CTR/CPC/CVR/CPL) büyük ölçekli ABD/global kampanya havuzlarından derlenir ve **doğrudan Türkiye bütçesine çevrilecek bir gösterge değil**, dijital reklam ekosisteminin genel yönünü gösteren bir referanstır. “Hyppo Planning Range” olarak etiketlenen bütçe/CPL aralıkları ise Ticaret Bakanlığı verisiyle veya dış kaynakla karıştırılmamalıdır — bunlar Hyppo'nun kendi planlama modelidir, garanti değildir.

BÖLÜM 01

Pazar ve Reklam Benchmark'ları

Eğitim Kurumları sektöründe Türkiye pazarının güncel büyüklüğü ve dijital reklamda gerçekçi maliyet beklentileri.

17.956.523

Toplam örgün eğitim öğrenci sayısı (okul öncesinden liseye)

MEB, "2024-2025 Örgün Eğitim İstatistikleri", 30 Eylül 2025

1.539.579

Özel öğretim kurumlarındaki öğrenci sayısı — toplamın %9,1'i (okul öncesinde %18,8'e çıkıyor)

MEB, 30 Eylül 2025

12.149

Özel okul sayısı — 2002'de 2.395 idi, ~5 kat artış

TBMM tutanakları, aktaran PervinKaplan.com, 1 Şubat 2025

Kategori: Education (ABD/global)

VERİ DÖNEMİ: NİSAN 2025 – MART 2026

%7,56	$4,81	%13,14	$77,48
CTR	CPC	CVR	CPL

YoY +%31,71 CTR değişimi · **YoY -%22,79** CPC değişimi *(Aynı kaynak, yıllık değişim)*

Kaynak: WordStream / LocaliQ, "2026 Google Ads Benchmarks", 19 Mayıs – 1 Haziran 2026. Bu rakamlar ABD/global kampanya havuzundan; Meta Ads için eğitim kategorisine özel, aynı güvenilirlikte bir kaynak bulunamadı. Türkiye'ye özgü resmi bir benchmark yok, TL bütçeye doğrudan çevrilmemelidir.

BÖLÜM 02

Dönüşüm Ekonomisi

Bir ziyaretçinin/adayın müşteriye dönüşene kadar geçtiği tipik aşamalar ve örnek bir hesap.

01	→	02	→	03	→	04
Başvuru / İletişim		Nitelikli Aday		Görüşme / Kampüs Ziyareti		Kayıt
100%		~55%		~30%		~12%

Örnek model: 100 başvuru → ~55 nitelikli aday (bütçe/program uyumlu) → ~30 görüşme/ziyaret → ~12 kayıt. Kayıda dönüşüm oranı danışman kapasitesine ve dönemselliğe (kayıt sezonu) bağlı olarak değişir; bu bir taahhüt değil, planlama varsayımıdır.

BÖLÜM 03 · HYPPO PLANNİNG RANGE

Türkiye Yatırım Modeli

Hyppo'nun eğitim kurumları sektöründeki müşteri deneyiminden türettiği, aşamalı bir bütçe planlama çerçevesi. Bu bir dış kaynak verisi değil, Hyppo'nun kendi planlama modelidir.

AŞAMA	AYLIK BÜTÇE	BEKLENEN NİTELİKLİ ADAY MALİYETİ	AYLIK NİTELİKLİ ADAY HACMİ
Keşif	**40.000 – 80.000 TL/ay**	350 – 550 TL	90 – 160 aday/ay
Büyüme	**80.000 – 200.000 TL/ay**	280 – 420 TL	220 – 500 aday/ay
Ölçek	**200.000 – 500.000 TL/ay**	240 – 380 TL	600 – 1.500 aday/ay

Not: Nitelikli adayın kayda dönüşüm oranı tipik olarak %10-18 aralığındadır; bu oran esas olarak danışman/kampüs kapasitesine bağlıdır, reklam bütçesiyle otomatik iyileşmez.

BÖLÜM 04 · BAĞLAM

Global Benchmark Karşılaştırması

Türkiye'ye özgü bir Google/Meta Ads sektör benchmark'ı henüz kamuya açık olarak yayınlanmıyor. Aşağıdaki rakamlar olgun (ABD/global) bir pazardan geliyor — **bütçe planlaması için değil, dijital reklam ekosisteminin genel yönünü anlamak için** referans alınmalıdır.

Kategori: Education (ABD/global)

VERİ DÖNEMİ: NİSAN 2025 – MART 2026

%7,56	$4,81	%13,14	$77,48
CTR	CPC	CVR	CPL

Kaynak: WordStream / LocaliQ, "2026 Google Ads Benchmarks", 19 Mayıs – 1 Haziran 2026.

Neden TL'ye çevrilmiyor? Reklam açık artırma dinamikleri (rekabet yoğunluğu, ortalama tıklama fiyatı, kullanıcı satın alma gücü) ülkeden ülkeye kökten farklıdır. $1'lık bir CPC'yi güncel kurla TL'ye çevirip Türkiye bütçesi çıkarmak yanıltıcı bir sonuç verir — bu yüzden Türkiye planlaması bir önceki sayfadaki Hyppo Planning Range'e dayanır, bu sayfaya değil.

BÖLÜM 05

Sektöre Özgü Fırsatlar ve Kanallar

Eğitim Kurumları sektöründe Google/Meta'nın ötesinde dikkate alınması gereken, Türkiye'ye özgü dinamikler.

S **Sektörün hızlı büyümesi**
Özel okul sayısı 23 yılda ~5 kat arttı — bu rekabetin de aynı hızda arttığı, marka farklılaşmasının artık isteğe bağlı değil zorunlu olduğu anlamına geliyor.
Kaynak: TBMM/PervinKaplan.com, 1 Şubat 2025

K **Kayıt sezonu yoğunlaşması**
Talep, akademik takvime bağlı olarak yıl içinde belirli dönemlerde (özellikle bahar-yaz) yoğunlaşır; bütçenin bu dönemlere göre ağırlıklandırılması verimliliği artırır.
Kaynak: Genel sektör gözlemi

R **Referans/tavsiye etkisi**
Eğitim kararı yüksek güven gerektiren bir karardır; mevcut veli memnuniyetini (yorum, referans) dijital kanallarda görünür kılmak maliyetli reklamdan daha ucuz bir güven kaynağıdır.
Kaynak: Genel sektör gözlemi

Fırsat: Rekabet arttıkça “program farkı” anlatan somut içerik (kampüs turu videosu, mezun başarı hikayeleri) genel marka reklamından daha ucuz ve daha ikna edici lead üretir.

BÖLÜM 06

Ölçüm ve 90 Günlük Yol Haritası

Bir kampanyanın ilk 90 günü genelde şu üç aşamadan geçer.

1

0-30 GÜN

Temel Kurulum

Kayıt formu/arama takibinin kurulumu, kampüs/program tanıtım içeriklerinin hazırlanması, arama + sosyal kampanyaların başlatılması.

2

31-60 GÜN

Optimizasyon

Hangi program/kampanyanın en nitelikli adayı getirdiğinin analizi, düşük performanslı hedeflemenin kırpılması, veli referans içeriklerinin devreye alınması.

3

61-90 GÜN

Ölçeklendirme

Kayıt sezonuna göre bütçe ağırlıklandırma, en iyi performans gösteren kanallara ölçeklenme, CRM/takip sürecinin otomasyonu.

Ölçüm önerisi: Kanal bazlı dönüşüm takibi (Google Ads + Meta Ads dönüşüm etiketleri) olmadan bu rapordaki hiçbir rakam anlamlı şekilde doğrulanamaz — ilk 30 günün önceliği bütçe değil, doğru ölçümdür.

BÖLÜM 07

Metodoloji ve Kaynaklar

Nasıl hazırlandı: Bu rapordaki pazar verileri kamuya açık resmi/sektörel kaynaklardan derlenmiştir. Doğrulanamayan hiçbir rakam rapora dahil edilmemiştir. “Hyppo Planning Range” olarak etiketlenen bütçe aralıkları Hyppo'nun kendi müşteri deneyiminden türetilen bir planlama modelidir; bir garanti ya da dış kaynaklı veri değildir. Son güncelleme: Eylül 2026.

01 MEB, “2024-2025 Örgün Eğitim İstatistikleri Açıklandı”, 30 Eylül 2025

02 TBMM tutanakları, aktaran PervinKaplan.com, “Özel okullar: Sayıları 23 yılda rekor kırdı”, 1 Şubat 2025

03 WordStream, “2026 Google Ads Benchmarks”, 19 Mayıs 2026

04 LocaliQ, “Search Advertising Benchmarks for Every Industry”, 1 Haziran 2026

SIRADA NE VAR?

Bu Rakamları Eğitim Kurumları İşinize Uygulayalım

Bu rapor bir başlangıç noktası. Sizin bütçenize, mevcut dönüşüm oranlarınıza ve hedeflerinize göre kişiselleştirilmiş bir plan için 20 dakikalık ücretsiz bir görüşme ayarlayalım — satış konuşması değil, doğrudan sayılarla ilerleyen bir değerlendirme.

Ücretsiz Büyüme Görüşmesi İçin Yazın

E-POSTA
support@hyppodigital.com

WEB
hyppodigital.com

ÜCRETSİZ SİTE SKORU
hyppodigital.com/araclar/website-skoru

INSTAGRAM
@hyppodigital