

SEKTÖR RAPORU · EMLAK · 2026

Emlak Ofisleri İçin Dijital Büyüme Çerçevesi

Türkiye konut pazarının güncel görünümü, gerçekçi lead maliyet aralıkları ve 90 günlük bir yatırım planı — pazarlamacı olmanıza gerek kalmadan.

950.529

Oca-Ağu 2026 konut satışı

6.532

İzmir konut satışı

%25

yıllık konut fiyat artışı

● 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 dönüşüne 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

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

127.410

Ağustos 2026 Türkiye konut
satışı — yıllık -%14,7

TÜİK, aktaran Karar.com, 17 Eylül
2026

950.529

Ocak-Ağustos 2026 toplam
konut satışı — yıllık -%6,8

TÜİK, aktaran Karar.com, 17 Eylül
2026

6.532

İzmir konut satışı (Ağustos
2026) — yıllık -%17, Türkiye'de
3. sırada

TÜİK, aktaran Gazetem İzmir, 17
Eylül 2026

%25

Türkiye geneli yıllık konut fiyat
artışı (İzmir %23,1)

TCMB Konut Fiyat Endeksi, Temmuz
2026

Kategori: Real Estate (ABD/global)**VERİ DÖNEMİ: NİSAN 2025 – MART 2026****%7,61**

CTR

\$3,22

CPC

%3,70

CVR

\$102,51

CPL

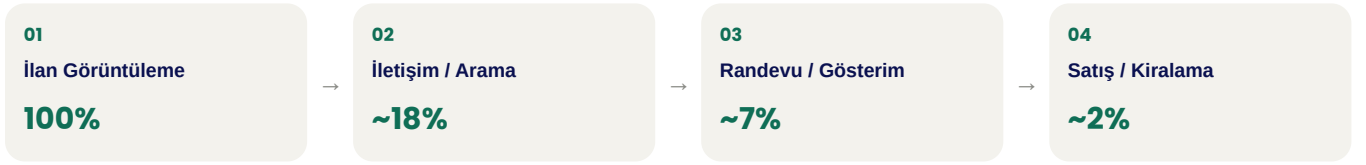
YoY +%27,27 CPC artışı — 23 sektör arasında en yüksek (WordStream, aynı rapor)

Kaynak: WordStream, "2026 Google Ads Benchmarks", 19 Mayıs 2026. ABD/global veri; Türkiye'ye özgü resmi bir Google/Meta Ads emlak benchmarkı bulunamadı. TL bütçeye doğrudan çevrilmemelidir — sadece dijital reklam ekosisteminin genel yönü için referanstır.

● BÖLÜM 02

Dönüşüm Ekonomisi

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



Örnek model: 1.000 ilan görüntüleme → ~180 iletişim/arama → ~70 randevu/gösterim → ~20 tamamlanan işlem. Bu oranlar portföy segmentine (kiralık/satılık, fiyat aralığı) göre ciddi farklılık gösterir; bir garanti değil, planlama varsayımdır.

● BÖLÜM 03 · HYPPO PLANNİNG RANGE

Türkiye Yatırım Modeli

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

AŞAMA	AYLIK BÜTÇE	BEKLENEN LEAD MALİYETİ	AYLIK LEAD HACMİ
Keşif	30.000 – 60.000 TL/ay	300 – 450 TL	70 – 140 lead/ay
Büyüme	60.000 – 180.000 TL/ay	240 – 360 TL	200 – 500 lead/ay
Ölçek	180.000 – 500.000 TL/ay	200 – 320 TL	600 – 1.600 lead/ay

Not: Lead başı satışa dönüşüm tipik olarak %2-6 aralığındadır; portföy kalitesine ve fiyat segmentine bağlıdır, reklam bütçesinden bağımsızdır.

● 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: Real Estate (ABD/global)

VERİ DÖNEMİ: NİSAN 2025 – MART 2026

%7,61

CTR

\$3,22

CPC

%3,70

CVR

\$102,51

CPL

Kaynak: WordStream, "2026 Google Ads Benchmarks", 19 Mayıs 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

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

S**Sahibinden.com**

Türkiye'de ~111 milyon ziyaret/3 ay ile genel sıralamada 4., ilan (classifieds) kategorisinde 1. sırada — emlak aramalarının büyük kısmı hâlâ burada başlıyor.

Kaynak: SimilarWeb, Ağustos 2026

E**Emlakjet.com**

Kendi kategorisinde (emlak portalı) Türkiye'de 1. sırada, 7,3 milyon ziyaret/3 ay — Sahibinden'e alternatif/tamamlayıcı bir kanal.

Kaynak: SimilarWeb, Ağustos 2026

F**Fiyat artışının etkisi**

Yıllık %25'lik konut fiyat artışı, alıcıların karar süresini uzatıyor; tek bir ilanla değil, sürekli bir içerik/güven ilişkisiyle (yeniden pazarlama) takip gerekiyor.

Kaynak: TCMB, Temmuz 2026

Fırsat: Satış hacmi yıllık bazda daralırken (-%14,7) ipotekli satış tek artan kalem (+%7,2) — bankalarla/kredi danışmanlarıyla iş birliği içeren içerik, daralan pazarda öne çıkma fırsatı sunuyor.

● BÖLÜM 06

Ölçüm ve 90 Günlük Yol Haritası

Bir kampanyanın ilk 90 günü genelde şu üç aşamadan geçer.

1

0-30 GÜN

Temel Kurulum

Portföy takibinin (CRM) kurulumu, en yüksek talep gören bölge/segmentler için arama ve Meta kampanyalarının başlatılması.

2

31-60 GÜN

Optimizasyon

İlan bazlı yeniden pazarlama (retargeting), en iyi performans gösteren bölge/fiyat aralığına bütçe kaydırma.

3

61-90 GÜN

Ölçeklendirme

Sahibinden/Emlakjet ilan stratejisiyle dijital reklamın senkronize edilmesi, danışman başına lead dağıtımının optimize edilmesi.

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 TÜİK konut satış istatistikleri, aktaran Karar.com / Gazetem İzmir, 17 Eylül 2026
- 02 TCMB Konut Fiyat Endeksi, Temmuz 2026, aktaran Haber Gündemim, 14 Eylül 2026
- 03 WordStream, "2026 Google Ads Benchmarks", 19 Mayıs 2026
- 04 SimilarWeb, Sahibinden.com ve Emlakjet.com trafik verisi, Ağustos 2026

SIRADA NE VAR?

Bu Rakamları Emlak 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