HYPPO DIGITAL

SEKTÖR RAPORU · HİZMET İŞLETMELERİ · 2026

Yerel Hizmet İşletmeleri İçin Dijital Büyüme Çerçevesi

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

%3,0
hizmet üretimi büyümesi (reel)

1,94 Mn
hizmet sektörü girişimi

%48,4
toplam girişim içindeki pay

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

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

+%3,0

Hizmet Üretim Endeksi yıllık değişim (Temmuz 2026) — hacim bazlı, reel

TÜİK, aktaran Sabah, 15 Eylül 2026

+%34,5

Hizmet Ciro Endeksi yıllık değişim (Temmuz 2026) — nominal, enflasyona göre düzeltilmemiş

TÜİK, aktaran Forbes Türkiye, 11 Eylül 2026

1.940.000

Hizmet sektöründeki girişim sayısı — toplam 4.016.059 girişimin %48,4'ü

TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri, 27 Ağustos 2026

Kategori: Business Services / Personal Services (ABD/global)

VERİ DÖNEMİ: NİSAN 2025 – MART 2026

%7,16	$7,17	%12,34	$54,60
CTR (Personal Svc.)	CPC (Personal Svc.)	CVR (Personal Svc.)	CPL (Personal Svc.)

$93,69 CPL — Business Services (kurumsal hizmet) · **%4,85** CVR — Business Services *(LocaliQ, aynı rapor)*

Kaynak: LocaliQ, "2026 Search Advertising Benchmarks", Haziran 2026. İki alt kategori verilmiştir çünkü "hizmet işletmeleri" geniş bir şemsiye: kişisel bakım/onarım gibi işler "Personal Services"e, danışmanlık/B2B hizmetler "Business Services"e daha yakın. ABD/global veridir, TL bütçeye çevrilmemelidir.

BÖLÜM 02

Dönüşüm Ekonomisi

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

01	→	02	→	03	→	04
Arama / Ziyaret		İletişim Formu / Arama		Teklif / Randevu		Anlaşma
100%		~14%		~7%		~2,5%

Örnek model: 1.000 ziyaret → ~140 iletişim → ~70 teklif/randevu → ~25 tamamlanan anlaşma. Lead'in müşteriye dönüşme hızı, hizmetin fiyatına ve karar süresine göre büyük farklılık gösterir; bir garanti değildir.

BÖLÜM 03 · HYPPO PLANNİNG RANGE

Türkiye Yatırım Modeli

Hyppo'nun hizmet işletmeleri 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	**20.000 – 40.000 TL/ay**	250 – 400 TL	60 – 120 lead/ay
Büyüme	**40.000 – 100.000 TL/ay**	200 – 320 TL	150 – 350 lead/ay
Ölçek	**100.000 – 300.000 TL/ay**	170 – 280 TL	450 – 1.150 lead/ay

Not: Lead başı müşteriye dönüşüm tipik olarak %20-40 aralığındadır; bu oran satış sürecine ve hizmet fiyatına 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: Business Services / Personal Services (ABD/global)

VERİ DÖNEMİ: NİSAN 2025 – MART 2026

%7,16	$7,17	%12,34	$54,60
CTR (Personal Svc.)	CPC (Personal Svc.)	CVR (Personal Svc.)	CPL (Personal Svc.)

Kaynak: LocaliQ, "2026 Search Advertising Benchmarks", 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

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

G **Google İşletme Profili / Haritalar**

Yerel hizmet aramalarının büyük bölümü “yakınımda” aramalarıyla başlıyor; eksiksiz ve düzenli güncellenen bir işletme profili, ücretli reklamdan önce gelen temel bir görünürlük katmanı.

Kaynak: Genel sektör gözlemi

W **WhatsApp Business**

Form doldurmaktansa doğrudan mesajlaşmayı tercih eden müşteriler için WhatsApp, özellikle hızlı yanıt gerektiren hizmetlerde (tesisatçı, kuaför, danışmanlık) form kadar önemli bir dönüşüm kanalı haline geldi.

Kaynak: Genel sektör gözlemi

E **Enflasyon farkındalığı**

Ciro artışının (+%34,5 nominal) çoğu fiyat artışından kaynaklanıyor olabilir (TÜFE yıllık %31,51) — “büyüme” hikayesini kurarken gerçek (reel) performansı nominal rakamla karıştırmamak gerekir.

Kaynak: TÜİK, 3 Eylül 2026

Fırsat: Hizmet sektöründe rakiplerin çoğu Google İşletme Profili'ni pasif tutuyor; düzenli fotoğraf/yanıt/güncelleme, ücretli reklama göre çok daha düşük maliyetle görünürlük kazandırıyor.

BÖLÜM 06

Ölçüm ve 90 Günlük Yol Haritası

Bir kampanyanın ilk 90 günü genelde şu üç aşamadan geçer.

1

0-30 GÜN

Temel Kurulum

Google İşletme Profili optimizasyonu, arama takibi kurulumu, en yüksek talep gören hizmet için arama kampanyası başlatma.

2

31-60 GÜN

Optimizasyon

WhatsApp Business entegrasyonu, düşük performanslı anahtar kelime/hedeflemenin kırpılması, müşteri yorumlarının aktif toplanması.

3

61-90 GÜN

Ölçeklendirme

En iyi performans gösteren hizmet/bölgeye bütçe kaydırma, tekrarlayan müşteri için hatırlatma 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 TÜİK Hizmet Üretim ve Ciro Endeksi, aktaran Sabah / Forbes Türkiye, Eylül 2026

02 TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri, 27 Ağustos 2026

03 TÜİK TÜFE, 3 Eylül 2026

04 LocaliQ, “2026 Search Advertising Benchmarks”, Haziran 2026

SIRADA NE VAR?

Bu Rakamları Hizmet İşletmeleri 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