HYPPO DIGITAL

SEKTÖR RAPORU · SAĞLIK · 2026

Özel Sağlık Kuruluşları İçin Dijital Büyüme Çerçevesi

Klinikler, diş hekimleri, estetik merkezleri ve özel sağlık kuruluşları için Türkiye pazarının güncel görünümü, gerçekçi randevu maliyet aralıkları ve 90 günlük bir yatırım planı — pazarlamacı olmanıza gerek kalmadan.

552
özel hastane

1,5+ Mn
yabancı hasta (2024)

%23,9
özel sektör payı

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

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

2.359 Mr TL

Türkiye toplam sağlık harcaması (2024) — GSYH payı %5,3

TÜİK, Sağlık Harcamaları İstatistikleri, 4 Aralık 2025

442,4 Mr TL

Hanehalkı (cepten) sağlık harcaması — toplamın %18,8'i

TÜİK, 4 Aralık 2025

%23,9

Özel sektörün toplam sağlık harcaması içindeki payı (564,9 Mr TL) — kamu %76,1

TÜİK, 4 Aralık 2025

552

Özel hastane sayısı — toplam 1.562 aktif hastanenin ~%35'i

Sağlık Bakanlığı, Sağlık İstatistikleri Yıllığı 2024, 7 Ekim 2025

Kategori: Dentists & Dental / Physicians & Surgeons (ABD/global)

VERİ DÖNEMİ: NİSAN 2025 – MART 2026

%5,66	$8,00	%10,67	$72,97
CTR — Dental	CPC — Dental	CVR — Dental	CPL — Dental

%12,43 CVR — Physicians & Surgeons · **$40,04** CPL — Physicians & Surgeons *(WordStream, aynı rapor)*

Kaynak: WordStream, "2026 Google Ads Benchmarks", 19 Mayıs 2026. İki alt kategori: diş hekimliği/estetik ("Dental") çok daha yüksek tıklama maliyetine sahip ama buna rağmen güçlü bir dönüşüm oranı gösteriyor; genel klinik/hastane hizmetleri ("Physicians & Surgeons") daha ucuz. 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
Randevu Talebi		Nitelikli Aday		Konsültasyon / İlk Muayene		Tedavi Başlangıcı
100%		~58%		~32%		~14%

Örnek model: 100 randevu talebi → ~58 nitelikli aday → ~32 konsültasyon/ilk muayene → ~14 tedaviye başlayan hasta. Branşa (diş, estetik, genel klinik) göre bu oranlar ciddi farklılık gösterir; bir garanti değildir.

BÖLÜM 03 · HYPPO PLANNİNG RANGE

Türkiye Yatırım Modeli

Hyppo'nun sağlık 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	**35.000 – 70.000 TL/ay**	300 – 450 TL	80 – 160 lead/ay
Büyüme	**70.000 – 180.000 TL/ay**	240 – 360 TL	220 – 550 lead/ay
Ölçek	**180.000 – 500.000 TL/ay**	200 – 320 TL	650 – 1.700 lead/ay

Not: Nitelikli adayın tedaviye dönüşümü tipik olarak %15-30 aralığındadır; branşa ve klinik kapasitesine 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: Dentists & Dental / Physicians & Surgeons (ABD/global)

VERİ DÖNEMİ: NİSAN 2025 – MART 2026

%5,66	$8,00	%10,67	$72,97
CTR — Dental	CPC — Dental	CVR — Dental	CPL — Dental

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

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

R **Reklam düzenlemesi — dikkat gerektiren alan**

12 Kasım 2025'te yürürlüğe giren Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Yönetmeliği; hasta memnuniyeti içeriği, doğrudan tanıtım linki, indirim/kampanya reklamı ve onaysız hasta iletişimini yasaklıyor. Öncesi/sonrası fotoğraflar ancak tarih damgalı ve yasal ibareyle paylaşılabilir.

Kaynak: Resmi Gazete / CBC Law, Kasım 2025

M **Medikal turizm büyüklüğü**

2024'te 1,5 milyondan fazla yabancı hasta Türkiye'de tedavi gördü, ~3 milyar dolar gelir yarattı — özellikle diş/estetik/saç ekimi kliniklerinin çok dilli dijital varlığı için ciddi bir büyüme alanı.

Kaynak: AA, 24 Şubat 2025 (2024 gerçekleşen rakamlar)

H **Hekime müracaat hacmi**

2024'te Türkiye genelinde 1 milyar 47,9 milyon hekime müracaat kaydedildi — hastaların sağlık kararlarını nerede araştırdığı (arama, harita, yorum) klinik seçiminde belirleyici bir rol oynuyor.

Kaynak: Sağlık Bakanlığı, 7 Ekim 2025

Uyarı: Bu sektörde önce reklam metni/kreatifi hazırlamak değil, önce yönetmeliğe uygunluğu netleştirmek gerekir — hasta yorumu, öncesi/sonrası görsel ve indirim vurgusu gibi yaygın taktiklerin çoğu artık kısıtlı. Uyumlu bir mesajlaşma çerçevesiyle başlamak, sonradan ceza/erişim engeli riskini önler.

BÖLÜM 06

Ölçüm ve 90 Günlük Yol Haritası

Bir kampanyanın ilk 90 günü genelde şu üç aşamadan geçer.

1

0-30 GÜN

Temel Kurulum

Yönetmeliğe uygun mesajlaşma çerçevesinin belirlenmesi, randevu formunun takibinin kurulumu, marka/genel bilgilendirme odaklı kampanya başlatma.

2

31-60 GÜN

Optimizasyon

En çok talep gören branş/hizmet için içerik derinleştirme, Google İşletme Profili optimizasyonu, düşük performanslı hedeflemenin kırpılması.

3

61-90 GÜN

Ölçeklendirme

En iyi performans gösteren branşa bütçe kaydırma, medikal turizm hedefliyorsa çok dilli içerik testleri, randevu 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, Sağlık Harcamaları İstatistikleri 2024, 4 Aralık 2025
02 Sağlık Bakanlığı, Sağlık İstatistikleri Yıllığı 2024 Haber Bülteni, 7 Ekim 2025
03 AA (Anadolu Ajansı), medikal turizm 2024 verileri, 24 Şubat 2025
04 Resmi Gazete, Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Yönetmeliği, 12 Kasım 2025
05 WordStream, “2026 Google Ads Benchmarks”, 19 Mayıs 2026

SIRADA NE VAR?

Bu Rakamları Sağlık 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