

# REPID Veri ve Yeni Teknolojiler Yürütme Kurulu İnovasyon Bülteni

Ekim - Aralık 2024 döneminde öne çıkan teknolojik gelişmeleri, ölçümleme ve optimizasyon yaklaşımlarını, oyun sektöründeki güncel durumu ve 2025'e dair öngörülerini bu raporda bulabilirsiniz..

**repid**  
BEKLAM VE  
PAZARLAMA  
İLETİŞİMİ DERNEĞİ





# Ekonomik Cihaz Hamleleri

## ■ Uygun Fiyatlı Donanımlar

Tüketiciler ve kurumlar maliyet açısından daha erişilebilir cihazlara yöneliyor.

## ■ Öne Çıkan Ürünler

Apple Mac Mini ve Meta Quest 3S VR başlığı dikkat çekiyor.

## ■ Pazar Rekabeti

"Yüksek performans / uygun fiyat" dengesi önem kazanıyor.

(Kaynak: [Wired - Apple Intelligence](#))

# Perakende (Retail) Medya ve Veri Paylaşım Modelleri

## Perakende (Retail) Medya Ölçümü

E-ticaret ve perakende platformları, reklam ölçümünde önemli avantaj sağlıyor. Kapalı döngü ölçüm özelliği, reklam yatırım getirilerini daha şeffaf gösteriyor.

## Veri İşbirliği

"Temiz oda" (Clean Room) teknolojileri, veri gizliliği ve mevzuatın katıldığı dönemde markalar arası veri paylaşımında önem kazanıyor.

Kaynak: [LiveRamp Ad Measurement Trends H2 2024](#)

# Rakamlarla Perakende Medya

3.4B

Walmart Connect Geliri  
2024 mali yılında reklam ile sağlanan gelir

Kaynak: [Walmart Annual Report](#)

Kaynak: [Amazon YE Prediction](#)

50B

Amazon Reklam Geliri  
2024 yılı tahmini yıllık reklam geliri.



# Oyun Sektörüne Genel Bakış

1

## Ekonomik Belirsizlik

Oyun sektöründe Ekim-Aralık 2024 döneminde, yüksek enflasyon ve belirsizlik ortamı nedeniyle şirketler kemer sıkma politikaları uyguluyor. Büyük oyun stüdyolarının toplu işten çıkarmaları ve yaratıcı işlerde yaşanan durgunluk, sektördeki istihdamı olumsuz etkiledi. Bağımsız oyun stüdyolarının ise görece daha hareketli bir dönemde olduğu, düşük bütçeli ancak yenilikçi projelerin ilgi çektiği gözlemleniyor.

2

## Taşınabilir Konsol Trendi

Yeni nesil konsolların çıkışına dair beklenti devam ederken, Steam Deck öncülüğünde gelişen **taşınabilir güçlü el konsolları** yükselişte. Bu durum, oyuncuların taşınabilirliğe verdiği önemin arttığını gösteriyor. Aynı zamanda "E-spor kışı" olarak adlandırılan düşük yatırımlı dönem sürüyor; pek çok espor organizasyonu küçülmeye giderken, Suudi Arabistan gibi yeni aktörler devasa ödül havuzlarıyla sektöre yatırım yapıyor.

3

## Yayın Platformları Rekabeti

Kick ve Twitch arasındaki rekabet büyürken, Discord'un Türkiye'de yasaklanması oyuncular ve topluluklar için ciddi zorluk oluşturuyor. Canlı yayıncıların önemli bir kısmının Kick'e geçmesi ve Twitch'te izleyici kayıpları yaşanması, marka harcamalarının da yeni platformlara kaymasına neden oluyor.

Kaynak: **OPing - Oyun Sektörü Q4 Update**



# AR ve CGI Teknolojilerinde Gelişmeler



## Karma Gerçeklik Cihazları

Meta'nın Quest 3S başlığı ve Apple'ın artırılmış gerçeklik (AR) yatırımları, "gerçek ve dijital dünyayı birleştiren" kullanıcı deneyimlerine olan ilgiyi yükseltiyor. Gartner'ın "Spatial Computing" trendine göre, bu teknolojilerin perakende, mimarlık, eğitim gibi birçok sektörde devrim etkisi yaratması bekleniyor. Özellikle AR destekli mağaza deneyimleri ya da endüstriyel tasarımlarda AR tabanlı prototipleme yaygınlaşacak.



## CGI İçerik Üretimi

Markaların ürün tanıtımından etkinlik organizasyonlarına kadar pek çok alanda CGI (Computer-Generated Imagery) teknolojilerine yöneldikleri görülüyor. Bu durum, özellikle Metaverse benzeri sanal platformlarda markaların daha sürükleyici ve etkileşimli deneyimler sunmasını sağlıyor. Reklam yaratıcıları ve ajanslar için bu alanda yeni uzmanlıklar oluşurken, hukuki ve fikrî mülkiyet boyutunda da güncel tartışmalar gündeme geliyor.



## Uzamsal (Spatial) Deneyimler

Markaların ürün tanıtımından etkinlik organizasyonlarına kadar pek çok alanda CGI (Computer-Generated Imagery) teknolojilerine yöneldikleri görülüyor. Bu durum, özellikle Metaverse benzeri sanal platformlarda markaların daha sürükleyici ve etkileşimli deneyimler sunmasını sağlıyor. Reklam yaratıcıları ve ajanslar için bu alanda yeni uzmanlıklar oluşurken, hukuki ve fikrî mülkiyet boyutunda da güncel tartışmalar gündeme geliyor.

Kaynak: [Gartner - 2025 Top Tech Trends eBook](#)

# 2025 Trendleri

1

## Dikkat ve Kreatif Ölçümü

2025 yılında, dijital reklamcılık ve pazarlamada dikkat (attention) ölçümü ve kreatif optimizasyonu hızla önem kazanıyor. Büyük markalar artık çoklu formatta (video, görsel, metin) gerçek zamanlı yapay zekâ destekli ölçüm araçları kullanarak marka güvenliğini ve görünürlüğünü artırmaya çalışıyor. "Attention" bazlı ölçümlemenin reklamın hedef kitle üzerindeki gerçek etkisini anlamada kilit rol oynayacağı vurgulanıyor.

(Kaynak: [IAS - The 2025 Industry Pulse Report](#))

2

## Omnichannel Stratejiler

Müşteriler, markalarla hem çevrimiçi hem de mağaza içi/ fiziki noktada bütünleşik etkileşim bekliyor. Bu beklentiye cevap verebilmek için yapay zekâdan yararlanan çok kanallı kişiselleştirme ve anlık veri işleme araçlarının artacağı tahmin ediliyor. Özellikle perakende, bankacılık ve telekom gibi alanlarda "müşteri deneyimi odaklı" omnichannel dönüşümlerin hız kazanması bekleniyor.

(Kaynak: [Gartner - 2025 Top Tech Trends eBook](#))

3

## Sürdürülebilirlik

Enerji verimliliği yüksek bilişim alt yapılarının (energy-efficient computing) ve karbon ayak izini düşürecek teknolojik çözümlerin markalar için daha fazla gündeme geleceği öngörülüyor. Sadece veri merkezleri değil, uç (edge) cihazların tasarımında da sürdürülebilirlik yaklaşımlarının öncelikli hale gelmesi bekleniyor.

(Kaynak: [Gartner - 2025 Top Tech Trends eBook](#))



# Sonuç ve Öngörüler

## Dikkat Bazlı Ölçüm

Hem perakende medyada hem de sosyal platformlarda, dikkat bazlı ölçüm ve kreatif optimizasyonu tümleşik bir yaklaşım olarak öne çıkıyor.

## Omnichannel Yönetim

Markalar, çoklu kanal yönetimini ve kapalı döngü (closed-loop) atıflarla gerçek zamanlı optimizasyonu daha fazla benimsiyor.

## Sürdürülebilirlik ve enerji verimliliği

Bilişim Teknolojileri ve reklamcılık altyapılarında giderek önem kazanan sürdürülebilirlik, 2025'te stratejik rekabet alanlarından biri olacak

## AR ve Oyun Deneyimleri

Taşınabilir cihazlara ve AR tabanlı uygulamalara yatırım artarken, oyun sektörü hem kriz döneminden çıkış yolları hem de yeni büyüme fırsatları arıyor.