

# TRENDS UPDATE

## İç Basın ve Trend Özeti

### Yurtdışı şirket satın almaya yeni destekler geldi.

*Kaynak: 11007 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı ile değiştirilen 5973 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı ile yürürlüğe konulan İhracat Destekleri Hakkında Karar*

- Satın alınan yurt dışında yerleşik şirketlerin/markaların kira giderleri yıllık 7.500.000 TL'ye kadar %50 oranında desteklenir.
- Satın alınan yurt dışında yerleşik şirketler/markalar ile ilgili yurt dışında gerçekleştirilen tanıtım ve pazarlama giderleri; %50 oranında ve yıllık 9.500.000 TL'ye kadar desteklenir.
- Satın alınan yurt dışında yerleşik şirketler/markalar ile ilgili olarak yurtdışı birimin olmadığı ülkelerdeki tanıtım, pazarlama giderleri de %50 oranında ve yıllık en fazla 9.500.000 TL'ye kadar desteklenir.
- Bir yurt içi markanın tanıtım yapacağı ülkede marka tescil belgesine sahip şirketlerce satın alınan yurt dışında yerleşik şirketler/markalar ile ilgili olarak yurt dışında gerçekleştirilen tanıtım ve pazarlama giderleri %50 oranında ve yıllık en fazla 15.000.000 TL'ye kadar desteklenir.
- Yurt dışında yerleşik ileri teknolojiye sahip ve teknoloji transferi sağlayacak nitelikte şirketlerin

alımına yönelik mali ve hukuki danışmanlık hizmetlerine ilişkin giderler %50 oranında ve yıllık 28.000.000 TL'ye kadar desteklenir.

- İleri teknolojiye sahip ve teknoloji transferi sağlayacak yurt dışında yerleşik şirketlerin alımında kullanılan kredi faiz giderlerinin Türk Lirası cinsi kredilerde 5 puanı, döviz kredileri ve dövize endeksli kredilerde 2 puanı toplam 171.000.000 TL'ye kadar desteklenir. Faiz desteği miktarı ödenen faiz giderinin %50'sini aşamaz. Faiz desteği verilecek kredi ileri teknolojiye sahip şirketlerin/markaların alım bedelinin azami % 50'si ni geçemez.



## Petrol fiyatlarında korkunç artış.

*Kaynak: Veriler trendeconomics*

Bugün Brent petrol varil fiyatı yaklaşık 116 USD seviyesinde, WTI ise 115 USD civarında seyrediyor. Bir ay öncesi (9 Şubat 2026) Brent yaklaşık 69 USD, WTI ise 64 USD idi. Bu dönemde Brent'te %68 civarı, WTI'da ise %80'e yakın artış gözlemlendi.

Eşel mobil siteminde motorin için yaklaşık 14 lira ÖTV'den geriye sadece 3 lira bir pay kalmış olduğundan yurtiçinde büyük oranlı bir artış kaçınılmaz görünüyor. Maalesef ülkemizde benzine yapılan zam ile asgari ücret zammının "genel bir zam talimatı" olarak algılanması söz

konusu. Örnek olarak; 4 ay önce aldığı malı satanlar bile benzin zammı oranında zam yapacaktır.

*Kaynak: Mahfi Eğilmez (X.com)*

Brent petrolün varil fiyatı çok yükseldi. Önümüzdeki dönem cari dengenin giderek bozulduğu, enflasyonun yükseldiği, bütçe açıklarının arttığı, büyümenin düştüğü bir dönem olacak. 2025 kötü bir yıldır. Ne yazık ki gelen gideni aratacak.

*Kaynak: ALİ AĞAOĞLU, Hakan GÜLDAĞ Nasil Bir Ekonomi (NBE)*

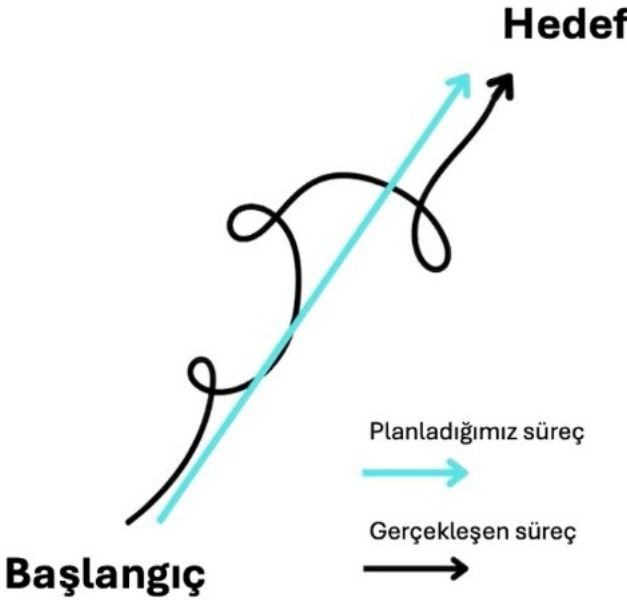
petrolde her 10 dolarlık artışın yüzde 1,5 gibi bir enflasyon etkisi olacağına işaret eden farklı hesaplamalar var. Hürmüz'den sadece petrol değil, gıda da geçiyor. Başta tahıl. Buğday fiyatları da yükseldi. Şu anda 616 dolarda. Savaşın daha uzayacağı endişesi güçlenirse 700'e dahi çıkabilir. Türkiye'deki fiyatlara da yansiyacaktır. Basra Körfezi birçok gübre türünün ham maddelerini üreten fabrikalarla dolu. Buradaki kesintiler fiyatları, fiyatlar tarımı vuracak. Dünyada da gıda fiyatları artacak.





Kanters Law:

**Her şey ortasında  
sanki başarısızlıkmiş  
gibi görünür.**



## Yeni yetkinlikler ve yaklaşımlar

Bilişsel	
<b>Sorgulayıcı düşünme</b> Yapısal sorun çözme Anlamlandırma Yanlılıkları anlama Bilgi arama	<b>Planlama ve çalışma</b> İş planı oluşturma Zaman yönetimi ve öncelik Çevik düşünme
<b>İletişim</b> Hikâye anlatma ve konuşma Soru sorma Sentezleme Aktif dinleme	<b>Zihinsel esneklik</b> Yaratıcılık Bilgi bağlamı Adaptasyon Farklı perspektif Öğrenme becerisi

## Kendini yönetmek

**Öz farkındalık ve öz yönetim**

Kendi duygularını ve itkilerini anlamak  
 Kendini kontrol  
 Kendi güçlü yönlerini fark etmek  
 Kendini motive etmek  
 Özgüven

**Girişimcilik**

Cesaret ve risk alma  
 Değişimi ve inovasyonu yönetme  
 Enerji, tutku ve umut  
 Genel kabulleri reddetme

**Hedefleri başarma**

Sorumluluk ve kararlılık  
 Başarı odaklılık  
 Dayanıklılık  
 Gelişim tutkusu

## İlişkisel

### Sistem mobillizasyonu

Yeniden modelleme  
Kazan-kazan  
İlham veren vizyon  
Kurumsal farkındalık

### İlişki geliştirme

Empati  
Güven  
Tevazu  
Sosyallik

### Etkin ekip yönetimi

Empati  
Kapsayıcılığı teşkil etmek  
Farklı kişileri motive edebilmek  
Çatışmaları çözümlmek  
İşbirliği  
Koçluk  
Yetkilendirme

## Dijital

### Dijital bilgi ve okuryazarlık

Dijital okuryazarlık  
Dijital öğrenme  
Dijital işbirliği  
Dijital etik

### Yazılım kullanımı ve geliştirme

Programlama okuryazarlığı  
Veri analitiği  
Bilişimsel ve algoritmik düşünme

### Dijital sistemleri anlamak

Veri okuryazarlığı  
Akıllı sistem kurgulama  
Siber güvenlik okuryazarlığı  
Teknolojik bilgi birikimi



## Pazarlamada influencer kullanımı.

Kaynak: Furkan Bakış (x.com)

500.000 takipçili bir influencer'a 40.000 TL ödedik. Gönderi 120.000 kişiye ulaştı, 3.400 beğeni aldı, 87 yorum geldi. Sipariş sayısı: 4. Dört. Elli bin liraya dört sipariş.

Sonra deneme amaçlı 8.000 takipçili niş bir içerik üreticisiyle çalıştık. Ürün karşılığı, ek ödeme yok. Gönderi 2.100 kişiye ulaştı, 190 beğeni geldi ama 47 sipariş aldık. Aynı ürün, aynı fiyat, aynı dönem. Bu bir istisna değil. Influencer pazarlamasının en büyük yanılgısı takipçi sayısının satışa dönüştüğünü varsaymak. Dönüşmüyor. Veriler bunu çok net gösteriyor.

StackInfluence'ın 2025 araştırmasına göre nano influencer'ların (10K altı takipçi) etkileşimlerinin %7'si satışa dönüşüyor. Makro influencer'larda (500K+) bu oran %3. Yani küçük hesaptan gelen bir etkileşimin satışa dönme olasılığı, büyük hesabın iki katından fazla. Neden? Çünkü 8.000 kişilik bir toplulukta herkes birbirini tanıyor. O influencer bir ürün önerdiğinde arkadaş tavsiyesi gibi geliyor. 500K'lık hesapta ise takipçilerin büyük kısmı o kişiyi tanımıyor bile sadece içerik tüketiyor, reklam olduğunu biliyor ve geçiyor.

Instagram verilerine bak: nano influencer'ların ortalama etkileşim oranı %4-6, mikro influencer'ların %2-4, makro influencer'ların %0.6-1.2. Takipçi sayısı arttıkça etkileşim oranı düşüyor bu her platformda, her sektörde tutarlı bir patern. Social Cat'in 17.715 gönderi üzerinden yaptığı araştırma bunu teyit ediyor: mikro influencer'lar, orta segment influencer'lardan %46 daha yüksek etkileşim oranı üretiliyor.

Ve en çarpıcı veri: mikro influencer'lar toplam influencer harcamalarının sadece %15'ini alıyor ama influencer kaynaklı satışların %60'ını üretiliyor. Yani paranın %85'i büyük isimlere gidiyor, satışın %60'ı küçük isimlerden geliyor. Bu kadar açık bir verimsizlik başka hiçbir pazarlama kanalında kabul edilmez.

Alman aksesuar markası Handyhuellen tam da bunu yaşadı. Makro influencer'larla çalışırken yüksek gösterim maliyeti ve düşük dönüşüm alıyorlardı. Orta segment içerik üreticilerine performans bazlı anlaşmayla geçtiklerinde müşteri edinme maliyeti %40 düştü satış hacmi aynı kaldı. Amerikan temizlik markası Blueland, 211 mikro influencer ile kampanya yürüttü ve Amazon'daki aylık satışlarını 4,7 kata çıkardı.

Peki neden hâlâ büyük isimlere para akıyor?

Birincisi, ego. "500K takipçili biriyle çalıştık" demek toplantıda iyi duyuluyor. "8K takipçili 15 kişiyle çalıştık" demek heyecan vermiyor. İkincisi, ölçüm eksikliği. Çoğu marka influencer kampanyasının gerçek ROI'sini hesaplamıyor. Beğeni ve erişim rakamlarına bakıp "iyi gitti" diyor. Üçüncüsü, sektördeki şeffaflık sorunu. Influencer Marketing Hub'ın 2026 benchmark raporuna göre, ROI ölçümü ve attribution karmaşıklığı markaların bildirdiği zorlukların %15,84'ünü oluşturuyor. Yani para harcıyorsun ama ne kadar geri döndüğünü ölçemiyorsun bile.

Benim uyguladığım model şu: büyük bütçeyi 1 makro influencer'a vermek yerine, o bütçeyle 15-20 niş mikro influencer'la çalışıyorum. Her biriyle performans bazlı anlaşma yapıyorum sabit ücret yerine satış komisyonu veya ürün karşılığı. Social Cat verilerine göre ürün karşılığı yapılan işbirlikleri ücretli olanlara göre %12,9 daha yüksek etkileşim üretiyor çünkü içerik daha samimi çıkıyor.

Ve her kampanyada UTM link ve kupon kodu kullanıyorum. Hangi influencer'dan kaç tıklama, kaç sepet, kaç satış geldiğini ölçmeden influencer bütçesi ayırmak, parayı karanlığa atmak demek. Influencer pazarlaması ölmedi ama takipçi sayısına göre para dağıtma dönemi bitmeli.



## Denetim şirketlerine yaptırımlar devam ediyor.

*Kaynak: SPK, 4 Mart 2026 tarihli kararı*

Hatırlarsanız konkordato konusunun çok zorlaştığını, çünkü kolayca ve hızla rapor veren denetim şirketlerinin cezalandırıldığını ve artık denetim raporu almanın son derece zor olduğunu ifade etmiştik. Bu kez SPK; Finansal Eksen Bağımsız Denetim ve Danışmanlık A.Ş. adlı denetim şirketini "Yetkili Kuruluşlar Listesi"nden çıkardı. Şirketin denetimlerinde kalite kontrolüne yönelik mevzuata aykırılıklar (örneğin mesleki özen, etik ilkeler ve çalışma kağıtları) tespit edildi. Şirket geçen yıl da 1,9 milyon TL ceza almıştı.



## Çeşme turizmi ağır yaralı... Satılık otel sayısı 130'a çıktı.

*Kaynak: Sinan Doğan, Tekreferans*

Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği Başkan Yardımcısı Bülent Tercan:

- Çeşme ve Alaçatı'da en az 130 otel satılık. Herkes otellerini satıp bir an önce kaçmak istiyor. Bölgemizde sezon çok kısa.

- Halkın alım gücünün düşmesi yerli misafire dayalı Çeşme turizmüne darbe vuruyor.
- Beklentilerin çok altında geçen 2025 turizm sezonundan sonra Orta Doğu'da başlayan savaş, yeni sezon öncesi turizm sektöründe endişeleri artırdı.
- Son dönemde birçok müteahhit otel imarı aldıkları ve otel olarak inşa ettikleri yapıları rezidansa çevirdi ancak rezidanslarda da satışlar durdu. Müteahhitler otelde her gün müşteri ile uğraşmaktansa otel odasını 300-400 bin Euro'ya satıp sıcak parayı tak diye ceplerine koyuyorlar. Sonuçta Türkiye'nin en güzel tatil yöresi Çeşmemiz rezidans çöplüğüne döndü. Ancak son dönemde rezidans satışları da durdu. Bu tip yapıların modası geçti. Müteahhitler ellerindeki odaları satamıyorlar. Devlet rezidanslar nedeniyle vergi kaybına uğruyor. İmar hakkı kötüye kullanılıyor.



## ISO 500 şirketlerinde ücretler.

*Kaynak: Dr. İbrahim Can, CPA*

ISO 500 şirketlerinin ücret profilini, geçen yılın verilerini reel enflasyonla düzelterek 2026 için güncelledim.

Yönetim Kurulu Başkanı	750.000 – 3.000.000 TL
Yönetim Kurulu Üyesi	600.000 – 2.250.000 TL
Genel Müdür	300.000 – 1.800.000 TL
Genel Müdür Yardımcısı	225.000 – 900.000 TL

Finans Direktörü	260.000 – 900.000 TL
Mali İşler Müdürü	180.000 – 675.000 TL
Mali İşler Yöneticisi	120.000 – 490.000 TL
Muhasebe Müdürü	113.500 – 405.000 TL
Muhasebe Uzmanı	75.000 – 185.000 TL

İnsan Kaynakları Direktörü	225.000 – 600.000 TL
İnsan Kaynakları Müdürü	150.000 – 450.000 TL
Yetenek Gelişim Yöneticisi	112.500 – 375.000 TL
İnsan Kaynakları Uzmanı	67.000 – 210.000 TL

Hukuk Müşaviri	225.000 – 900.000 TL
Kıdemli Avukat	150.000 – 600.000 TL
Avukat	75.000 – 600.000 TL
İdari İşler Müdürü	195.000 – 300.000 TL
Kalite Yöneticisi	90.000 – 270.000 TL
İdari İşler Uzmanı	52.500 – 175.500 TL

Üretim Direktörü	150.000 – 600.000 TL
Üretim Müdürü	135.000 – 450.000 TL
Üretim Planlama Müdürü	105.000 – 330.000 TL
Üretim Mühendisi	67.500 – 165.000 TL
Üretim Planlama Uzmanı	52.500 – 150.000 TL

Satın Alma / Lojs. Direktörü	315.000 – 900.000 TL
Satın Alma Müdürü	210.000 – 675.000 TL
Tedarik Yöneticisi	165.000 – 480.000 TL
Lojistik Müdürü	135.000 – 405.000 TL
Lojistik Uzmanı	67.500 – 142.500 TL

Pazarlama Direktörü	255.000 – 900.000 TL
Müşteri İlişkileri Yöneticisi	176.000 – 210.000 TL
Pazarlama Müdürü	67.500 – 185.000 TL
Pazarlama Uzmanı	52.500 – 145.000 TL

BT Direktörü	270.000 – 1.050.000 TL
Bilgi İşlem Müdürü	165.000 – 600.000 TL
Üst Düzey Sistem Programcısı	157.500 – 420.000 TL
Sistem Analisti	82.500 – 255.000 TL
Network Mühendisi	82.500 – 180.000 TL