



Ağustos 2022

Google ekosisteminin Türkiye'de oluşturduğu sosyo-ekonomik değer

2021 yılı verilerini inceleyen sosyo-ekonomik etki analizi raporu



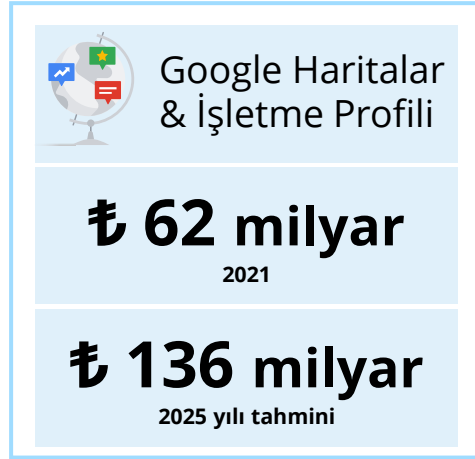
Rapor İçeriği

- 01 Raporun zeti
- 02 Giriş
- 03 Ekonomik büyümenin desteklenmesi
- 04 Sosyal refaha katkı sağlanması
- 05 Çevresel hedeflerin desteklenmesi
- 06 Sürdürülebilir kalkınma amaçları

Google'ın 2021 yılında dört temel ürün ve hizmet kategorisiyle oluşturduğu ekonomik değer, 476 Milyar TL'ye ulaşarak GSYH'nin %6,6'sına denk gelmiştir

GOOGLE TÜRKİYE'NİN EKONOMİK ETKİLERİ | 2021

DiĞER ETKİLER | 2021



"Google ekosisteminin Türkiye'de oluşturduğu sosyo-ekonomik değer (2022)" raporunun ana çıktılarına yer verilmiştir

3 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.

Giriş

Google ürünleri, sağladığı hizmetlerle kullanıcılarına ve işletmelere katma değer sunmaktadır

Google ürünleri işletmelerin verimliliğini, üretkenliğini artırarak ve maliyet tasarrufları sağlayarak ekonomik büyümeye katkı sağlarken, tüketicilere sağladığı zaman tasarrufu, kolaylık ve eğlence gibi özelliklerle de sosyal refahı artırmaktadır



GOOGLE REKLAM ÜRÜNLERİ

- Google'ın reklam ürünleri; reklam verenleri doğru müşteri kitlesine ulaştırıp reklam verenlere ürün ve hizmetlerinin bilinirliğini, değerlendirilmesini ve satışını artırma ve yeni müşteriler kazanma imkanı sağlar
- Yayıncı iş ortakları, Google reklamları aracılığıyla gelirlerini artırır
- Yaratıcı ajanslar, prodüksiyon şirketleri gibi reklam ekosisteminin değer zinciri oyuncuları Google reklamları ile iş imkanı yaratır



GOOGLE HARİTALAR & İŞLETME PROFİLİ

- Google İşletme Profili ve Google Haritalar, işletmelere konumlarını harita üzerinde belirtme (veya etiketleme) ve kendilerini potansiyel müşterilere tanıtmaya ayrıcalığı sunar. Bu avantajlara ek olarak, işletmelere ve tüketicilere ulaşmak istedikleri konumlara en kolay, uygun ve az maliyetli yoldan ulaşma imkanı sunar



GOOGLE CLOUD & WORKSPACE

- Google Cloud Platform (GCP), büyük yazılım ve donanım yatırımları gerektirmeden her boyuttaki işletmelere en son teknoloji imkanlarını ve ölçeklenebilirliği sağlar
- Google Workspace'in office uygulamaları ve depolama işlevleri, tüketicilere ve işletmelere verileri depolamak, üzerinde çalışmak ve paylaşmak için daha verimli ve uygun maliyetli bir seçenek sunar



ANDROID & GOOGLE PLAY

- Android, mevcut ve potansiyel tüm kullanıcılar için eşit bilgi erişimi fırsatları sağlamayı amaçlayan bir işletim sistemidir
- Google Play sayesinde, Android kullanıcıları farklı kategorilerden milyonlarca farklı uygulamaya erişebilmektedir



DiĞER GOOGLE ÜRÜNLERİ & GİRİŞİMLERİ

- Google (YouTube, Google Arama, Gmail, Grow with Google vb.) uygulamaları ve hizmetleri sayesinde büyük perakendecilerden küçük girişimcilere, teknoloji meraklısı gençlerden emeklilere kadar her türlü tüketici grubuna büyük kolaylıklar ve etkili gelişim fırsatları sunar

Proje kapsamı ve metodoloji

KAPSAM

Amaç

Bu çalışma Google ürünlerinin aşağıda belirtilen üç başlıktaki etkilerini ortaya koymak ve anlamak amacıyla yapılmıştır:

Ekonomik büyüme; Türkiye ekonomisinde Google ürünlerinin sağladığı tasarruf ve üretkenlik kazancı gibi etkilerle oluşturduğu katma değer olarak tanımlanmış ve dört ana ürün ve hizmet kategorisi özelinde hesaplanmıştır:

Google Reklam Ürünleri

Google Haritalar & İşletme Profili

Google Cloud & Workspace

Android & Google Play

Sosyal refah; Google ürünlerinin tüketici refahına sağladığı katkı, bilgiye erişimin kolaylaşması, bağlantı ve eğlence olanaklarının artması gibi kanallarla tanımlanmıştır.

Çevresel etkiler, Google ürünleri ile tüketicilerin ve işletmelerin sürdürülebilir seçeneklere ulaşımının kolaylaştırılması olarak tanımlanmıştır.

METODOLOJİ

Ekonomik modeller

Belirlenen dört ana ürün ve hizmet kategorisi için ekonomik modeller oluşturulmuştur. Modellere girdi sağlayan kaynaklar:

- TÜİK, Euromonitor, OECD, IMF, Gartner, IAB, Zenith, Eurostat, Statista, BTK, BKM, TBB, Maliye ve Hazine Bakanlığı vb. gibi kamuya açık veri kaynakları
- Google'ın Türkiye Ekonomisi'ne Katkıları, 2019 Raporu
- Akademetre tarafından Türkiye'de yürütülen işletme ve tüketici anketleri
- Birebir mülakatlarla elde edilen sektör uzmanlarının fikir ve içgöruları

Şirket görüşmeleri

- Google ürünlerinin şirketlerin operasyonel süreçleri, büyüme performansları ve stratejilerindeki etkilerini daha iyi gözlemleyebilmek amacıyla 8 farklı sektörden, 12 şirketle görüşmeler yapılmış ve vaka incelemeleri gerçekleştirilmiştir
- Yerel pazar ve trendlere yönelik toplanan bilgi ve içgörüler ile ekonomik modellere girdiler sağlanmıştır

Akademetre tarafından yürütülen anket çalışmaları

İşletme Anketleri

- Google'ın dört temel ürün ve hizmet kategorisinin sağladığı nitel ve nicel yararlarını belirlemeye yönelik anket çalışması 400 işletmeyle Nisan – Mayıs 2022 tarihlerinde gerçekleştirilmiştir

Tüketici Anketleri

- Google ürünlerinin toplumsal refaha olan katkısını anlamaya yönelik anket çalışması 1.000 tüketiciyle Nisan – Mayıs 2022 tarihlerinde gerçekleştirilmiştir



Raporumuz,
Google'ın Türkiye'de
ekonomik büyümeye,
sosyal refaha ve
çevresel hedeflere
katkılarını
somutlaştıran üç ana
alanı incelemektedir

Ekonomik büyümenin
desteklenmesi



- İşletmelerin büyümelerinin hızlanması
üretkenliklerinin artması
- Eşit fırsatlar sunulması
- Küresel erişimin sağlanması
- Girişimciliğin ve inovasyonun
desteklenmesi
- Dijital dönüşümün sağlanması

Sosyal refaha katkı
sağlanması



- Tüketici refahına katkıda bulunulması
- Bilgiye erişimin kolaylaştırılması
- Eğlence ve iletişimin sağlanması

Çevresel hedeflerin
desteklenmesi



- Kullanıcılara ve işletmelere
sürdürülebilir seçenekler sunulması

Ekonomik büyümenin desteklenmesi



Google'ın yerel ekonomiye ve işletmelere sağladığı faydalar 5 başlıkta gruplandırılmaktadır

Google ürünlerinin işletmelere sunduğu faydalar beş ana başlıkta özetlenebilir. Örneğin Google reklam ürünleri firmaların büyümesini hızlandırabilirken, Google Play uygulama geliştiricilere eşit fırsatlar sunabilmekte, Google Arama firmaların uluslararası tanıtımına katkıda bulunabilmektedir

Hızlı büyüme ve artan üretkenlik

Yeni iş kollarının oluşturulması
Yeni gelir kanallarının yaratılması
Üretkenliğin artırılarak odağın daha katma değerli aktivitelere çevrilmesi
Mevcut büyüme performansının etkin ve etkili reklamlarla desteklenmesi
Yeni müşteri segmentlerine erişim sağlanması
Tüketiciler için uygun ve kolay erişimin sağlanması
Etkili reklamlar, otomasyon ve bulut kullanımı ile maliyetlerin azaltılması

Eşit fırsatlar

Her ölçekteki paydaşa eşit fırsatlar sunulması
Rekabetçiliğin artırılması ve geliştirilmesi
Girişimcilere ücretsiz mobil uygulama ve bulut altyapısı desteği sağlanması
Ücretsiz eğitimlerle KOBİ'lerin yetenek setlerinin düzenlenmesi ve yetkinlik eksikliklerinin giderilmesine imkan sağlanması

Küresel erişim

Yeni pazarlara girişte engellerin kaldırılması ve pazarlara ilişkin içgörü sağlanması
Dünyadaki 2,5 milyardan fazla Android kullanıcılarına Google Play aracılığıyla erişim imkanı sağlanması
İçerik üreticiler için YouTube üzerinden milyonlarca izleyiciye erişim sağlanması
Sınır ötesi ticaretin kolaylaştırılması

Girişimcilik ve inovasyon

Donanım ve yazılım yatırımı açısından pazara giriş engellerinin kaldırılması
Girişimcilerin katılım sağladığı Sivil Toplum Kuruluşlarına destek verilmesi
Girişimcilik ve programlama/kodlama konularında çeşitli etkinliklerin ve eğitim programlarının düzenlenmesi
Bilginin ve yeni teknolojilerin yayılımının sağlanması
İçerik üreticilerinin YouTube aracılığıyla gelir elde etmesi ve yaratıcı girişimcilik ekosisteminin desteklenmesi

Dijital dönüşüm

İşletmelere faaliyet ve çıktılarını ölçebilme ve bu faaliyetlerle ilgili içgörü elde etme imkanı sağlanması
Tüm müşteri gruplarının dijital işletmeler için hedef kitle haline gelmesi
Müşteri deneyimi süreçlerinin daha iyi anlaşılması
Bulut ürünleriyle birlikte düşük maliyetli, etkili, ölçeklenebilir altyapı ve depolama çözümleri sunulması



Google ürün ve hizmetleri, Google'ın ekonomik değer önerileriyle eşleştirildiğinde...

Çalışma kapsamında düzenlenen işletme anketi ile Türkiye'deki iş dünyasının Google'ın 4 ana ürün ve hizmet kategorisinden fayda sağladığı kanallar incelenmiştir. Google ürünlerini kullanan her 5 işletmeden 4'ü bu ürünler aracılığıyla işlerini büyüttüğünü, üretkenliklerini artırdığını ve onlara bu ürünler aracılığıyla eşit fırsatlar sunulduğunu belirtmektedir

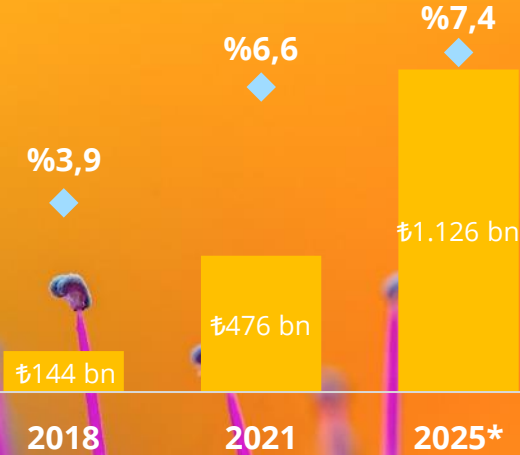
Değer önerisi matrisi*	GOOGLE ÜRÜNLERİ			
	GOOGLE REKLAM ÜRÜNLERİ	GOOGLE HARİTALAR & İŞLETME PROFİLİ	GOOGLE CLOUD & WORKSPACE	ANDROID & GOOGLE PLAY
HIZLI BÜYÜME VE ARTAN ÜRETKENLİK	●	●	●	●
EŞİT FIRSATLAR	●	●	●	●
KÜRESEL ERİŞİM	●	●	●	●
GİRİŞİMCİLİK VE İNOVASYON	●	●	●	●
DİJİTAL DÖNÜŞÜM	●	●	●	●

*İlgili kategori ve ana değer önerisine denk gelen "tam daire", işletmelere göre ürün kategorisinin en çok hizmet ettiği değer önerisini ifade etmektedir



Google ekosisteminin ekonomiye olan katkısı 2018'den 2021'e 3,3 katına çıkmıştır ve 2025'te 1,1 trilyon TL'yi aşması beklenmektedir

Google ekosistemi (milyar TL) ◆ GSYH'deki payı (%)







Not: 2018 – 2021 yılları arasında Google ekosistemindeki büyüme enflasyondan arındırıldığında reel büyüme %96,4 olarak hesaplanmıştır.

Kaynak: Google'ın Türkiye Ekonomisi'ne Katkıları, 2019 Raporu, Deloitte analizi

11 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.

GOOGLE, 2021 YILINDA TÜRKİYE EKONOMİSİNE YAKLAŞIK 476 MİLYAR TL KATKI SAĞLAMIŞTIR. BU DEĞER GSYH'NİN %6,6'SINA TEKABÜL ETMEKTEDİR

	2021	2025*
 GOOGLE REKLAM ÜRÜNLERİ	193 milyar GSYH'nin %2,7'si	422 milyar GSYH'nin %2,8'i
 GOOGLE HARİTALAR & İŞLETME PROFİLİ	62 milyar GSYH'nin %0,9'u	136 milyar GSYH'nin %0,9'u
 GOOGLE CLOUD & WORKSPACE	12 milyar GSYH'nin %0,1'i	33 milyar GSYH'nin %0,2'si
 ANDROID & GOOGLE PLAY	210 milyar GSYH'nin %2,9'u	535 milyar GSYH'nin %3,5'i

Not: İlgili yıllar için yapılan hesaplamalar cari fiyatlar üzerinden gerçekleştirilmiştir. Gelecek yıllara ilişkin tahminler döviz kuru, enflasyon gibi çeşitli faktörler baz alınarak hesaplanmıştır. *2025 yılı için tahmini değerleri ifade etmektedir.



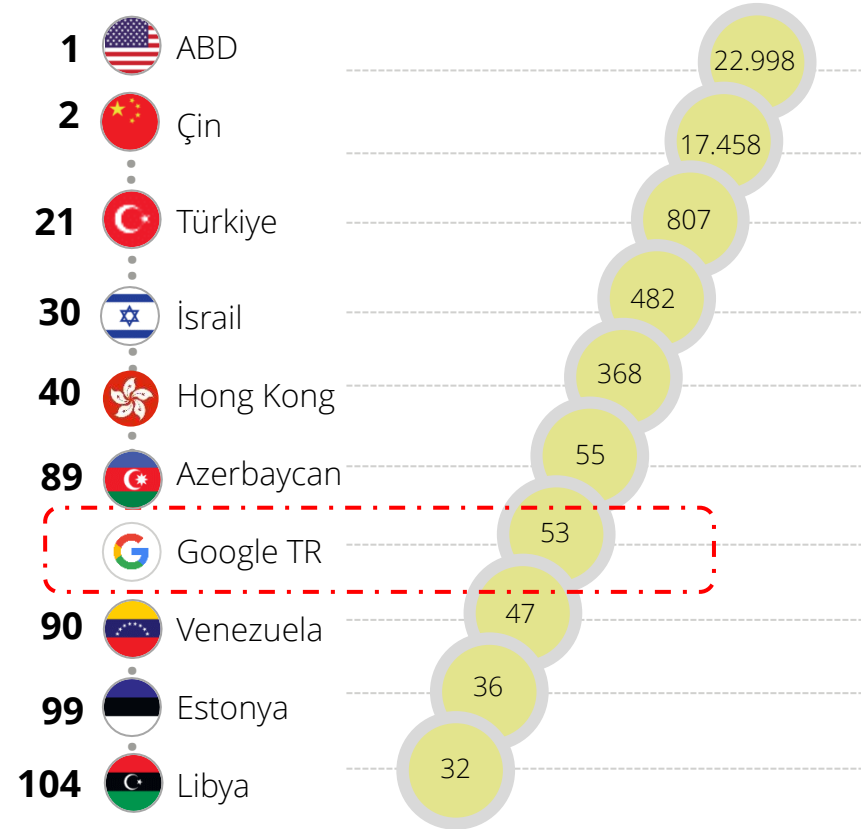
Türkiye'deki Google ekosistemi, çok sayıda ülkenin GSYH'si ile karşılaştırılabilecek ölçekte ekonomik değer üretmektedir

2021 yılında Google, Türkiye'de 476 milyar TL'lik bir ekonomik değer üretmiştir. 2021 yılı Dolar/TL kuru ortalaması* kullanıldığında bu rakam 53,5 milyar USD değerine yaklaşmaktadır. Şayet Google Türkiye çevrelediği ekosistem ile bir ülke olsaydı dünyada en büyük 90. ekonomi olacak ve neredeyse Azerbaycan ekonomisinin tamamı kadar ekonomik aktivite üretecekti.

Google Türkiye'nin 2018 yılı için yaptırdığı ekonomik etki çalışmasının sonuçlarına göre Türkiye'deki Google ekosistemi dünyanın 102. büyük ekonomisi konumundaydı. 3 yıllık süreçte Google ekosisteminin Türkiye'de gösterdiği büyüme ile sıralamada 12 basamak yükseldiği görülmektedir.

*Kaynak: TCMB, 2021 yılı Dolar/TL kuru ortalaması 8,89 olarak alınmıştır.
12 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.

GSYH'ye göre ülkeler, 2021 (milyar \$, güncel)

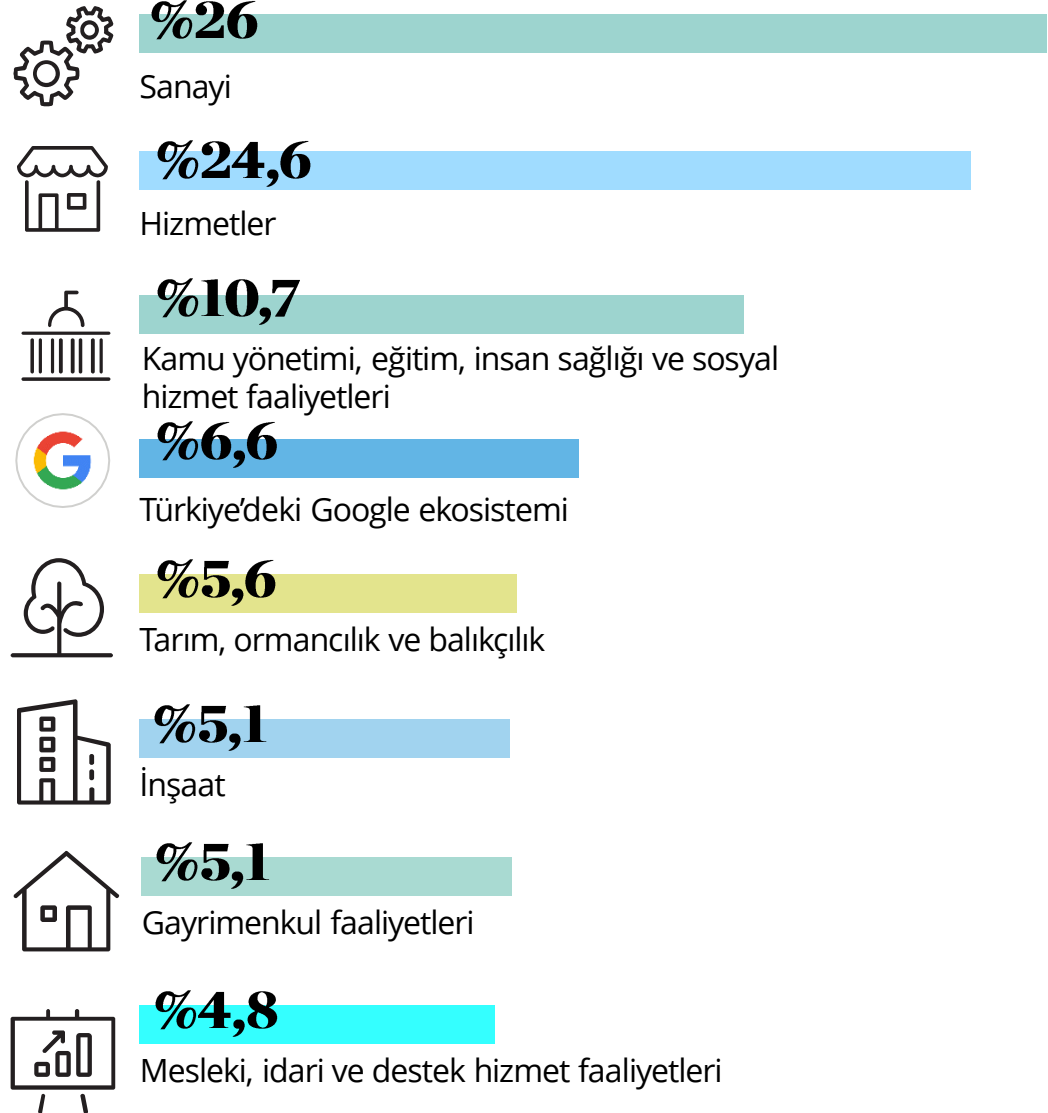


Kaynak: Google, IMF, Deloitte analizi

Türkiye'deki Google ekosistemi, yıllık ekonomik faaliyetlerin çoğunluğunu oluşturan ana sektörlere benzer bir ekonomik büyüklük oluşturmaktadır

Google ekosistemi, 2021 yılında Türkiye'nin GSYH'sine tarım, ormancılık, balıkçılık ve inşaat sektörlerinden daha fazla katkıda bulunmuştur.

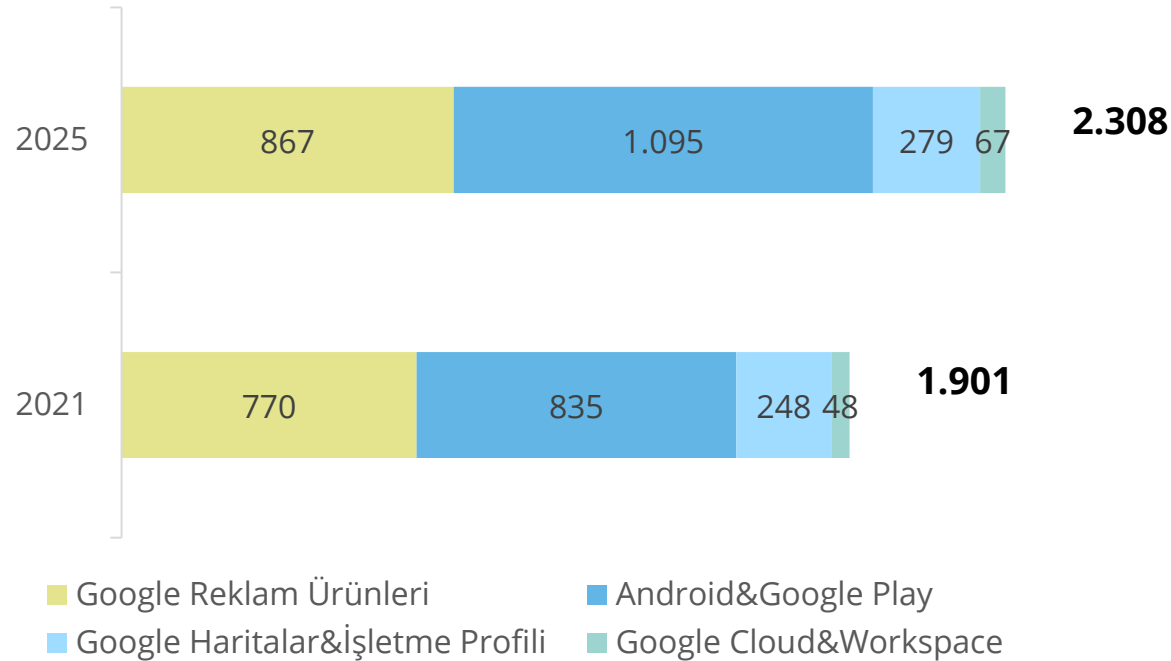
Ana ekonomik faaliyetlerin GSYH'deki payı, 2021



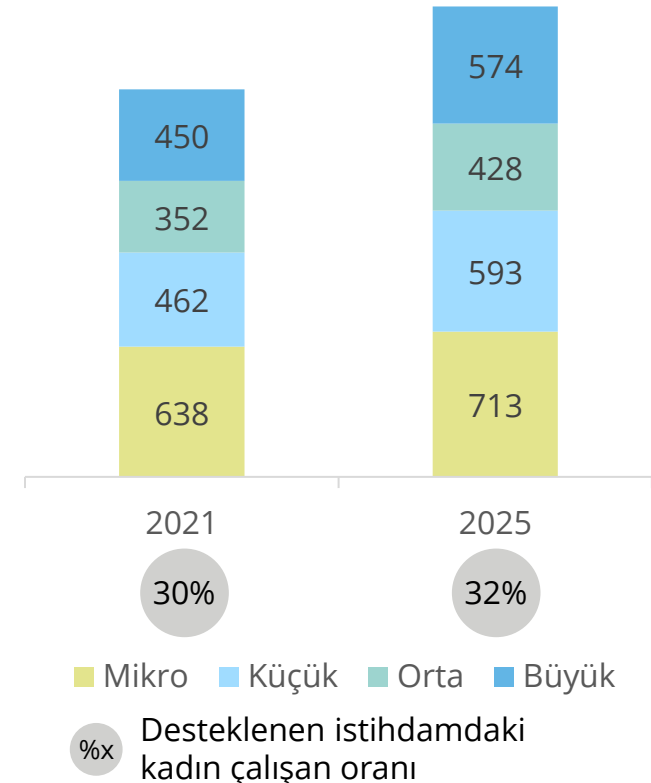
2021 yılında Google ekosistemiyle Türkiye’de oluşan istihdam 1,9 milyonu aşmış ve toplam ülke istihdamının %6’sından fazlasına karşılık gelmiştir

Google ekosistemi aracılığıyla oluşturulan ekonomik faaliyetlerin 2021’de 1,9 milyon tam zamanlı iş imkanı oluşturduğu tahmin edilmektedir. Ekonomik etkilerinin büyüklükleriyle de orantılı olarak Google ürünlerinin istihdama katkıları sırasıyla Android & Google Play, Google Reklam ürünleri, Google Haritalar & İşletme Profili ve Google Cloud & Workspace kategorileriyle sağlanmıştır. Desteklenen istihdamın %58’ini mikro ve küçük işletmeler üstlenirken, toplam istihdamın %30’unu kadınların oluşturduğu tahmin edilmektedir

Google ürünleri aracılığıyla desteklenen istihdam, bin



İş büyüklüğüne göre desteklenen istihdam, bin



Google reklam
ürünlerinin ekonomik katkısı



Google Ads



Google AdSense



Google Ad Manager



Google AdMob



Google Marketing Platform



YouTube

İşletmeler, dijital reklamlardan çeşitli formatlar için farklı düzeylerde faydalanır

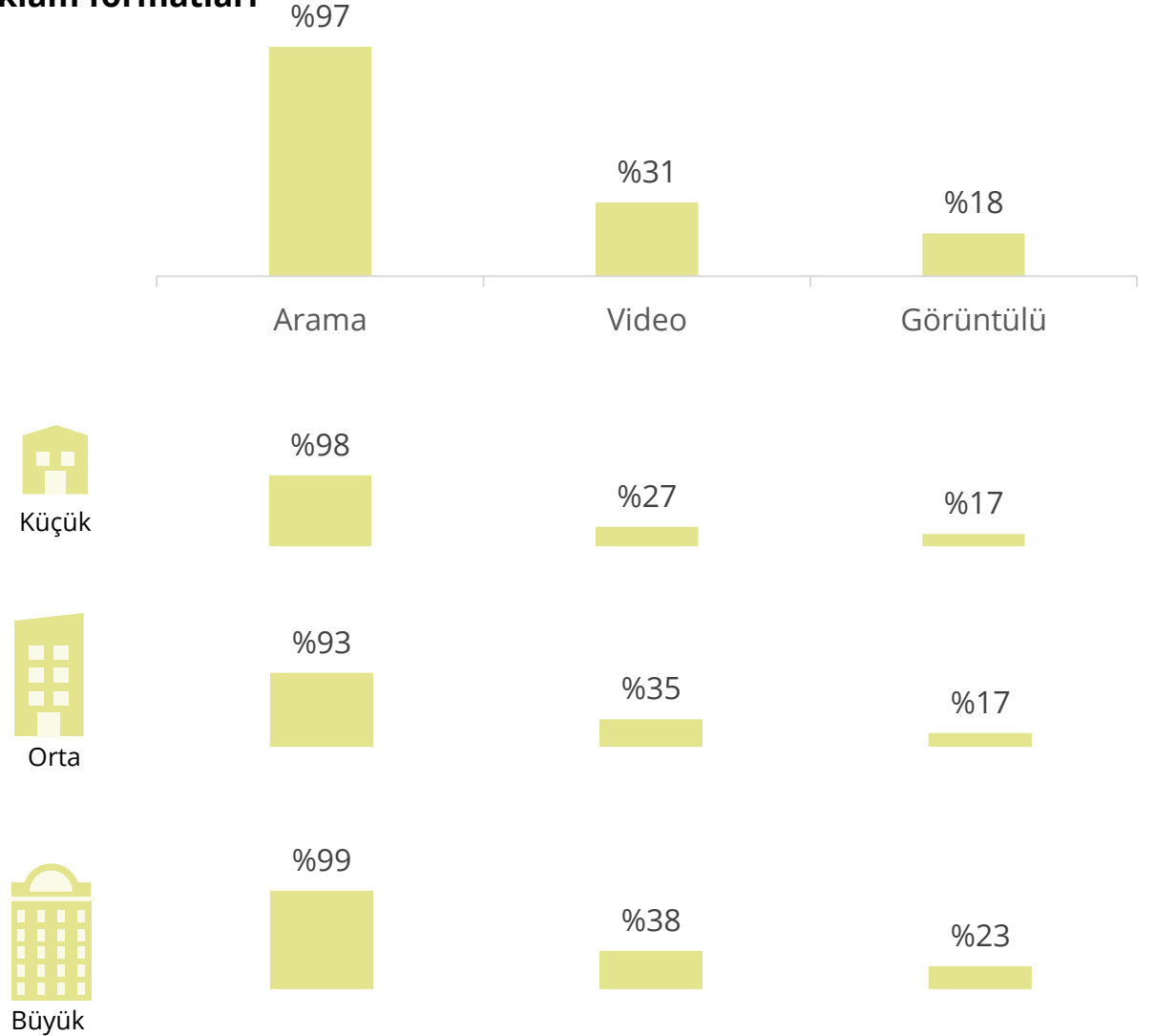
Ankete katılan her 10 işletmeden 4'ü dijital reklamcılık ürünlerinden yararlanırken farklı büyüklükteki işletmeler için dijital reklam ürünü kullanma oranı benzer seviyelerdedir.

Arama motoru reklamları en popüler dijital reklam formatıdır ve dijital reklam ürününden faydalanan büyük işletmelerin neredeyse tamamı bu formatı kullanmaktadır.



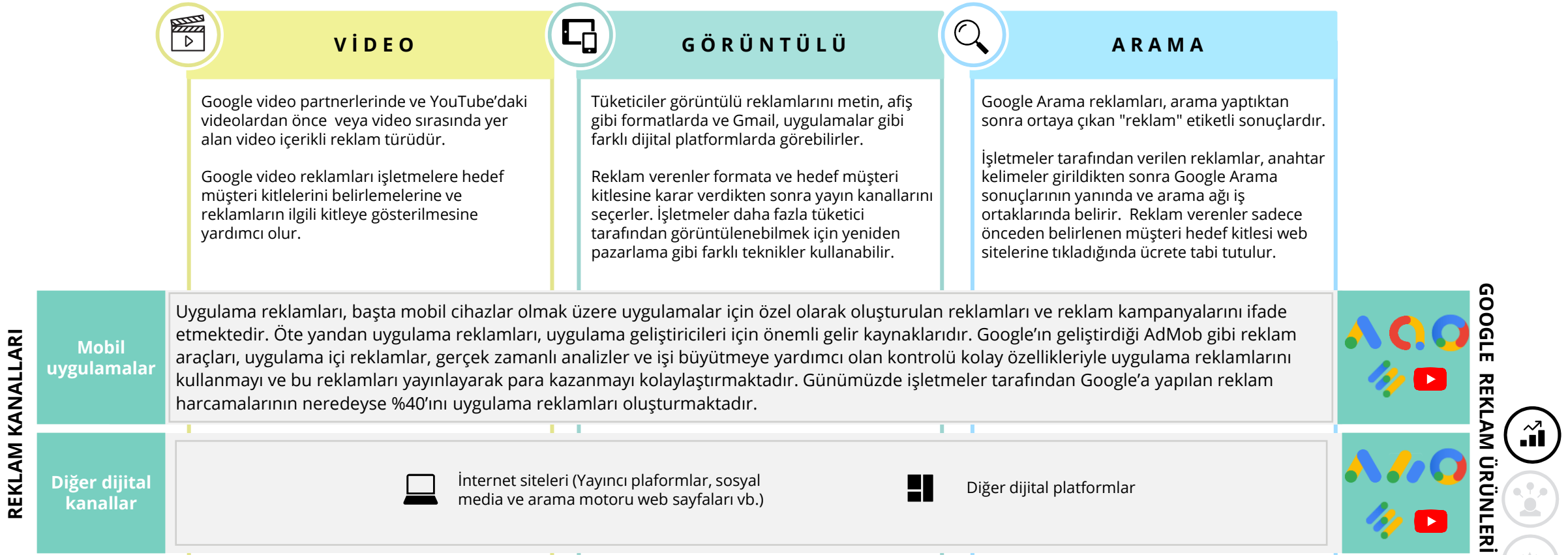
Kaynak: Akademetre işletme anketi, Deloitte analizi
16 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.

Dijital reklam ürünü kullanan işletmeler tarafından tercih edilen reklam formatları



Google reklam ürünleri üç ana kategoride kullanıcıya özel tasarlanmış çözümler sunar

Google reklam ürünleri ile yapılan pazarlama kampanyaları, işletmelerin hedeflenen tüketici gruplarına ulaşmasına, tüketici davranışları ve trafik verisi hakkında içgörü edinmelerine yardımcı olur. Google Arama reklamları bu ürünlerden faydalanan işletmeler tarafından en çok tercih edilen format türü olarak öne çıkmaktadır



GOOGLE REKLAM ÜRÜNLERİ

Google reklam ürünleri, tüm işletme türleri için en popüler dijital reklam platformudur

Dijital reklam platformlarını kullanan işletmeler arasında en çok tercih edilen servis sağlayıcısı Google reklam ürünleridir. Bu sonuç, büyük ölçüde Google arama reklamlarının yüksek penetrasyon oranından kaynaklanmaktadır.

Büyük işletmeler, küçük ve orta ölçekli işletmelere göre dijital reklamcılık ürünlerinden daha geniş seviyede faydalanmaktadır.

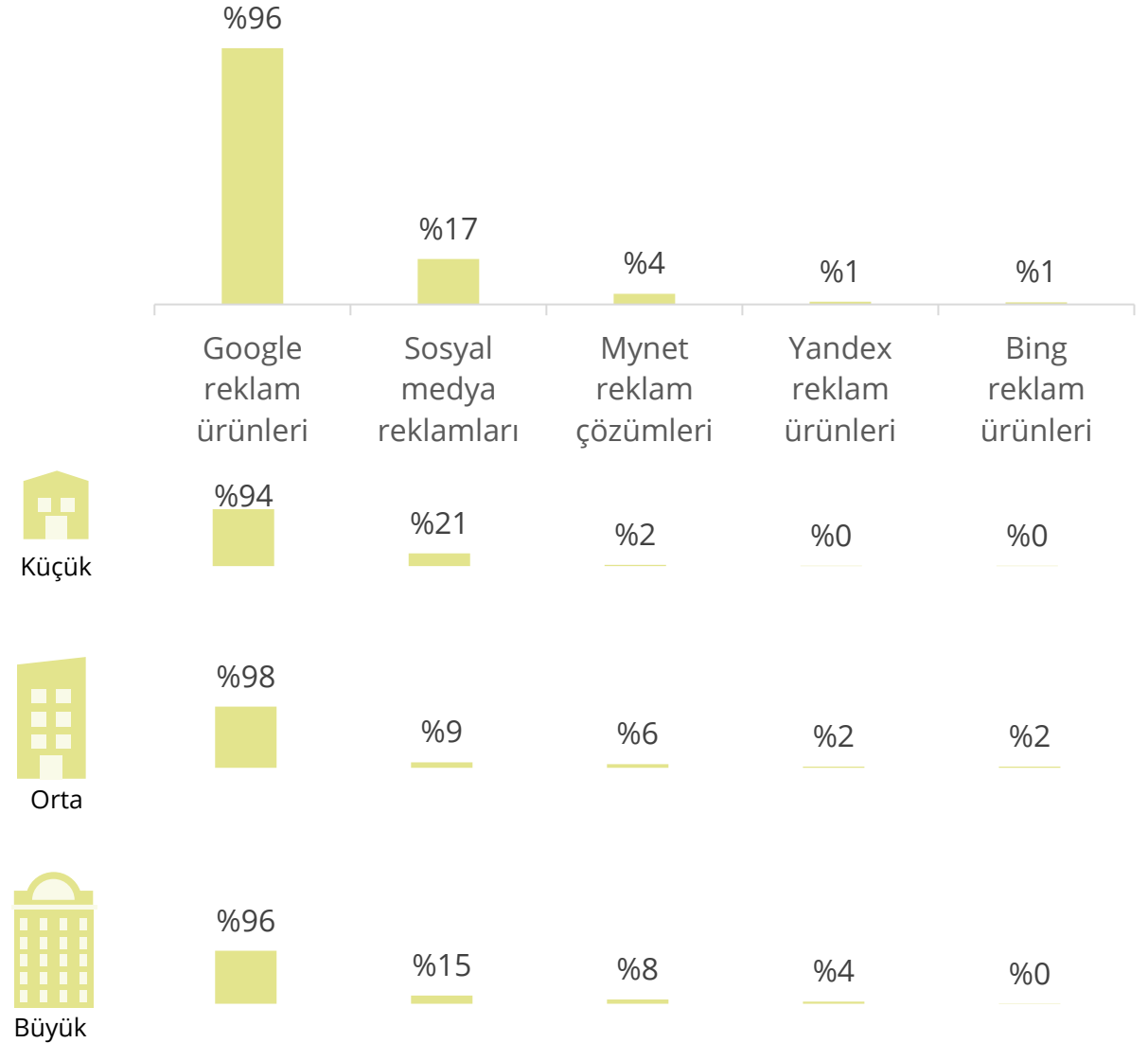


*İşletmeler birden fazla dijital reklam ürünü kullanabilmektedir. Bu nedenle ilgili işletme kategorilerinin kullandığı ürün paylarının toplamı %100'ü aşabilmektedir.

Kaynak: Akademetre işletme anketi, Deloitte analizi

18 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.

Dijital reklam ürünü kullanan işletmelerde platformların tercih oranı*



Google reklam ürünleri, verimliliği artırarak ve fırsatları çoğaltarak yeni gelir kaynakları oluşturmaya ve rekabeti geliştirmeye yardımcı olur

İşletmeler büyümek için Google reklam ürünlerinden faydalanırken, en çok bu ürünler ile gelir artışı yaşadıklarını, verimliliklerinin arttığını ve eşit bir düzlemde rakipleri ile rekabet edebildiklerini belirtmektedirler

Hızlı büyüme ve artan üretkenlik	Google reklam ürünleri yeni gelir kaynakları oluşturmaya yardımcı olur	%76
	Google reklam ürünleri, işletmelerin dijital görünürlüklerini ve verimliliklerini artırmasını sağlar	%67
Eşit fırsatlar	Google reklam ürünleri, her büyüklükteki farklı paydaşlar için eşit fırsatlar sunar	%78
	Google reklam ürünleri, kilit dijitalleşme alanlarında ücretsiz eğitim sağlayarak rekabet edebilirliği geliştirir	%71
Küresel erişim	Google reklam ürünleri, yeni pazarlara dair içgörüler sunar ve pazarlama stratejilerinin geliştirilmesine yardımcı olur	%67
	Google reklam ürünleri, şu anda faaliyette bulunulmayan pazarlar için doğru müşteri kitlesine ulaşmaya yardımcı olur	%45
Girişimcilik ve inovasyon	Google reklam ürünleri, donanım ve yazılım açısından pazara giriş engellerini kaldırır	%72
	Google reklam ürünleri, birçok girişime ücretsiz reklam paketleri sunarak onları girişimciliğin ilk aşamalarında destekler	%64
Dijital dönüşüm	Google reklam ürünleri, iş faaliyetleri ile çıktıların ölçülebilirliğini ve eyleme geçirilebilirliğini artırır	%73
	Google reklam ürünleri, işletmeler için farklı tüketici gruplarının hedeflenmesine yardımcı olur	%64

*Google Reklam ürünü kullanıp ilgili soruya "Kesinlikle katılıyorum" ve "Katılıyorum" cevabı veren işletmelerin oranı, %

Kaynak: Akademetre işletme anketi, Deloitte analizi

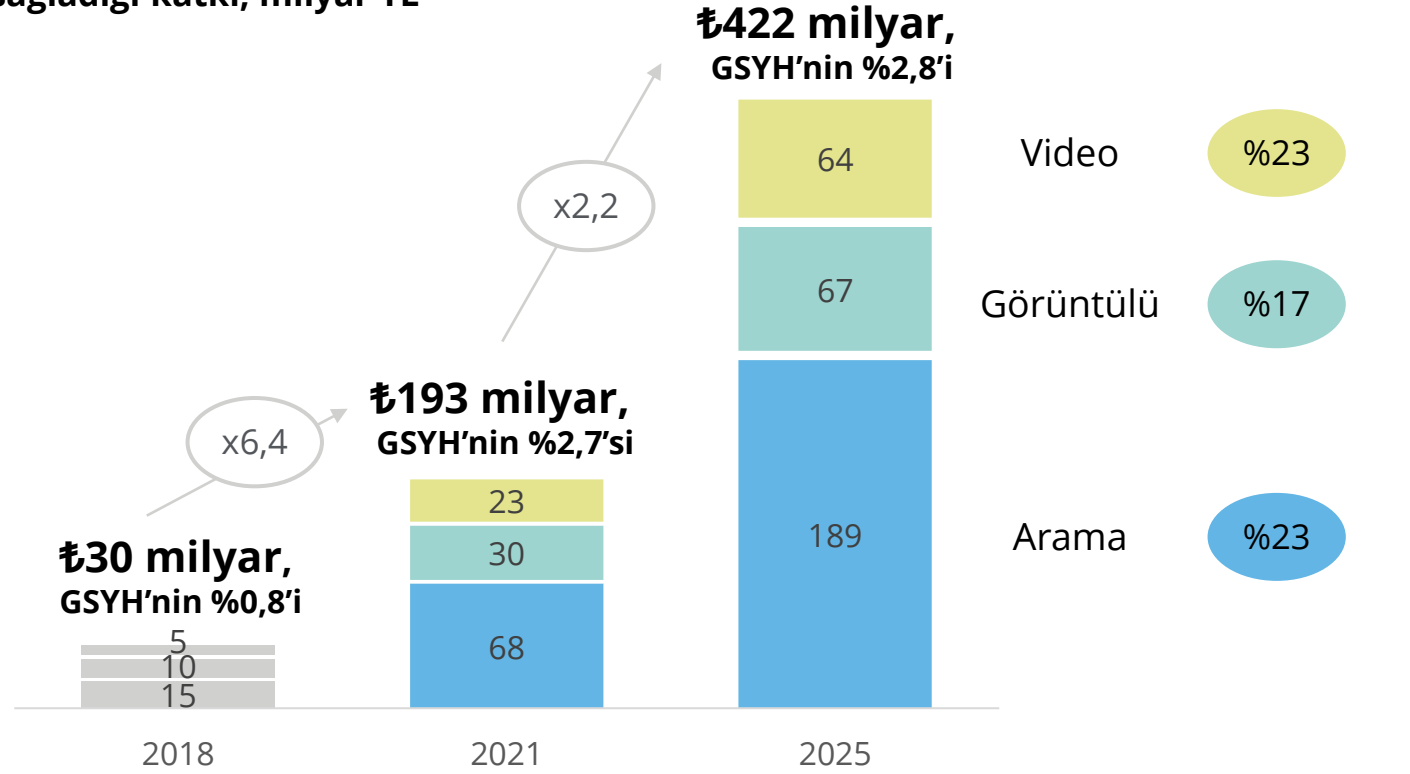
19 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.



Google reklam ekosisteminin oluşturduğu ekonomik katkının önümüzdeki 4 yıl içinde Türkiye'de iki katından fazla artması beklenmektedir

2018 yılında Google reklam ürünleri ekosisteminin oluşturduğu 30 milyar TL'lik ekonomik katkı 2021 yılında 6,4 katına çıkarak 193 milyar TL'ye ulaşmıştır. Artan internet kullanıcı sayısı ve mikro/küçük işletmelerin dijital pazarlama faaliyetlerine daha çok yönelmesi ile bu katkının 2025 yılında 2,2 katına çıkarak 422 milyar TL'ye ulaşacağı ve gayri safi yurt içi hasılanın (GSYH) yaklaşık yüzde 2,8'ine denk geleceği tahmin edilmektedir

Google reklam ürünleri ekosisteminin ekonomiye sağladığı katkı, milyar TL



PAZAR DİNAMİKLERİ

- Mikro ve küçük işletmeler daha yüksek reklam harcama getirisinden yararlanarak dijital pazarlama faaliyetlerini artırmaya devam edecektir
- Dijital reklamların getirisindeki yükselme beklentisiyle işletmelerin dijital bütçelerini artırması beklenmektedir
- Dijital reklamların küçük bütçelerle bile etkin pazarlama kampanyası yapabilmeye olanak tanınması, daha önce reklam vermemiş işletmeleri dijital reklam pazarına dahil etmektedir
- Turizm, perakende ve finans sektörünün başı çekeceği bu dönüşümde daha fazla işletme, faaliyetleri için dijital, çok kanallı ve O2O gibi stratejileri benimseyecektir

Not: 2018 - 2021 yılları arasındaki büyüme enflasyondan arındırıldığında, Google reklamları ile tetiklenen ekonomik etkinin 3,8 katına çıktığı görülmektedir.

Kaynak: Statista, TÜİK, EIU, Deloitte analizi

20 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.



Google bireysel girişimcilere eşit fırsatlar sunmaktadır

İŞİN MUMCU
artısan

İşin Mumcu; kurşunsuz, su bazlı, çocuk ürünlerinde de kullanıma uygun "Chalk" boya üretimi ve satışı yapan işletmesini 2018 yılında sadece emekli ikramiyesini kullanarak kurmuştur. İstanbul'daki mağazası ve websitesi üzerinden satış faaliyetlerini sürdüren işletmenin farklı şehirlerde 6 bayiliği de bulunmaktadır

"Google Reklamları müşterilerle ilk temasımızı sağlamış oldu. 50 - 100 lira gibi küçük miktarlar harcayarak büyük oyuncuların arasına adeta paraşütle indik."

İşletmesini küçük bir sermaye ile kuran İşin Mumcu bir süre sonra Google reklam ürünlerini kullanmaya başlamıştır. Arama, görüntüleme ve video formatlarının hepsinde reklamlarını yayınlayan Mumcu, Google İşletme Profili'yle de fiziksel müşterilerine ulaşmayı hedeflemiştir. Google ile sürdürülen bu işbirliği sonucunda firma ülkenin her köşesinden talep alarak tanınırlığını artmıştır. Şirket web sayfasının görüntülenme sayısı 2020'de 413 bin iken 2021 yılında 1,6 milyona çıkmıştır. Aynı dönemde satışlar ise 3 kat artış göstermiştir.

Google firmanın hızlı büyümesine yardımcı oldu

Pandemi sürecinde evde daha fazla vakit geçiren insanların yaşam alanlarını yenileme istekleri artmıştır. Bu dönemde fiziksel mağazalar kapalı olsa da İşin Mumcu pazarlama faaliyetlerini Google platformları sayesinde sürdürerek büyümesini hızlandırmıştır.

"Yurt dışına ancak Google rüzgarıyla açılabiliriz."

Şirket benimsediği "Kendin yap" konsepti için uygulamaya talimatlarını kullanıcılara videolarla ulaştırmaktadır. Boya kutularının üzerine yapıştırılan QR kodları müşterileri uygulama talimatlarının olduğu YouTube videolarına yönlendirmektedir. Mumcu, YouTube videolarının yurt dışına açılma planlarında kritik önemi olduğunu vurgulamaktadır.

Müşterilerin tamamına yakını Google Haritalar ile mağazaya ulaşmaktadır

İşin Mumcu'nun Maslak'taki atölyesi erişimin kolay olmadığı bir muhittedir. Bu atölyede hem satış yapan hem workshoplar düzenleyen Mumcu'nun müşterileri Google Haritalar ile konumlarına ulaşabilmektedir.

2 müşteriden 1'i marka hakkında Google İşletme Profili aracılığıyla bilgi sahibi olmakta

İşin Mumcu'nun gözlemlerine göre insanlar yaşam alanlarına yönelik kararlarda karşılarında direkt olarak iletişime geçebilecekleri satıcılar aramaktadırlar. Potansiyel müşteriler aradıklarını Google İşletme Profili'nde listelenen iletişim bilgileri, çalışma saatleri ve yorumlar sayesinde bulabilmektedirler.

%50

Daha fazla bilgi için Google İşletme Profili kullanan müşteri oranı

x3

2021 yılında satışlardaki artış

1

Girişimcilik ve inovasyon

2

Eşit fırsatlar

3

Hızlı büyüme ve artan üretkenlik

Dijital reklamlar “Çevrimiçiden Mağazaya (O2O)” iş stratejisini desteklemektedir



+%25

Google reklam ürünleri sayesinde fiziksel mağaza müşterilerinde yaşanan artış

Google reklamları fiziksel mağazaların satışlarını nasıl artırmaktadır?

Tüketicilerin alışveriş tercihleri, e-ticaret veya fiziksel mağazalar arasında ayrılmış bir mekanizmadan ibaret değildir. Nitekim Türkiye’deki internet kullanıcısı her 4 müşteriden 3’ü hem fiziksel mağazadan hem de dijitalden alışveriş yapmaktadır. Mağaza içi gerçekleşen ziyaretlerin yaklaşık %75’i dijital ortamlardaki etkileşim ile tetiklenmektedir. Bunun yanında elektronik eşya gibi bazı kategoriler için müşteriler mağazadan alışverişi daha çok tercih edebilmektedir. Bu nedenle dijital reklamların etkisi ile “Çevrimiçiden Mağazaya (O2O)” stratejisini benimsemek satışları artıracak diğer bir yol olarak görülmektedir.

Google’ın arama, reklam ürünleri, haritalar ve işletme profili gibi uygulamalarla desteklediği çok kanallı ve yerel kampanyaları işletmelerin daha yüksek reklam harcaması getirisine (ROAS) sahip olmasına yardımcı olmaktadır. Bu çalışma için yapılan işletme anketi, perakendecilerin mağaza müşteri tabanlarında yaşanan %25’lik artışı Google’a yapılan reklam harcamalarına atfettiğini ortaya koymaktadır.



Google dijital reklamlarla Karaca mağazalarının satışlarını artırmaktadır

Yarım asırlık tecrübesiyle ev ve yaşam kategorisinde faaliyet gösteren Karaca yüksek kalitedeki ürünleri, köklü mağaza ağı ve güçlü e-ticaret uygulamalarıyla öne çıkmaktadır. Karaca, çok kanallı iş modelinin optimizasyonunda Google ile işbirliği halinde çalışmaktadır

Google, çevrimiçiden mağazaya yönlenen satışların ana sağlayıcısıdır

Dijitalleşmenin artmasıyla değişen tüketici alışkanlıkları, geleneksel mağazaları da satış ve reklam kanallarını dijital tarafa çeşitlendirmeye itmektedir. Bu trendler ve yakın zamanda yaşanan pandemi ile birlikte Karaca'nın reklam ve satış stratejisi de dijital yöne evrilmiştir. Uzun yıllar sonunda şirketin reklam harcamalarında dijital kanallar çoğunluğa ulaşmıştır ve Karaca'nın bu alanda en çok tercih ettiği platform Google olmuştur. Geniş ve köklü fiziksel mağaza ağının avantajının farkında olan Karaca çevrimiçi kanalların fiziksel mağaza satışlarını da ciddi ölçüde beslediğini gözlemlemektedir. Ev&yaşam kategorisinde tüketiciler genellikle ürünleri dijital mecralardan inceleyip alışverişlerini mağazalardan tamamlamayı tercih etmektedir. Bu noktada Karaca'nın dijital dönüşüm direktörü: "Google bizim en önemli trafik kaynağımız. Satışa dönüşen trafikte Google'ın performansı çok üst seviyede." diyerek işbirliklerinin önemini vurgulamaktadır. Reklamların fiziksel mağaza satışlarına dönüşme oranına yönelik Google'ın hazırladığı analizler şirketin bütçe ve pazarlama stratejilerinde önemli rol oynamaktadır.

1

Girişimcilik ve inovasyon

2

Dijital dönüşüm

3

Hızlı büyüme ve artan üretkenlik

Karaca Google reklam ürünleriyle başarılı kampanyalar yürütmektedir

Karaca yetkilileri, Google Reklam ürünlerinin sunduğu yeni teknolojiler sayesinde reklamlarında ürünlerle ilgili özellik ve indirimlerin yanında şirketin değer önerilerini de öne çıkarabildiklerini belirtmektedirler. Google reklamlarıyla belirli ürünlerde 14 gün içinde koşulsuz iade kampanyasını vurgulayan şirket bu ürünlerde ortalamanın da altında iade oranları yakalamıştır. Ayrıca şirket Google reklamları üzerinden stratejik "internetten al, mağazadan iade et" politikasını da duyurmuştur. Mağazalarını ve çevrimiçi kanalları başarılı şekilde birleştiren uygulamalarıyla Karaca iade taleplerinin %30'unu değişimle, değişim taleplerinin %30'unu ise daha fazla satışla sonuçlandırmayı başarmıştır.

Google dış pazar hedefleri için önemli bir partnerdir

Karaca uzun vadede kendi kategorisinde dünyada en çok tanınan 3 markadan biri olmayı hedeflemektedir. Firma, Türkiye'de iyi bir marka bilinirliğine sahip olsa da, dış pazarlarda varlık gösterebilmek için güçlü dijital pazarlama stratejilerini vazgeçilmez görmektedir. Google Reklam ürünleri ise kendine koyduğu global hedeflerde Karaca'nın önemli bir iş ortağı olarak görünmektedir.

 karaca®

#1

Google en çok tercih edilen dijital reklam platformu

%30

Değişim taleplerinin daha fazla satışla sonuçlanma oranı

Yeni nesil medya ve yayıncı platformları dijital reklamcılık ekosisteminin sunduğu fırsatlardan faydalanmaktadır



~%50

Dijital reklam yayıncısı işletmelerin yaklaşık yarısı, Google reklam ürünleri ile elde ettikleri gelirlerin işletmeleri için hayati öneme sahip olduğunu belirtmektedir

Google reklam ürünleri yayıncı iş ortakları için nasıl gelir kanalı oluşturmaktadır?

Dijital reklamlar satıcılar ve reklam ajanslarının yanı sıra reklam yayınlayan platformlar aracılığıyla da ekonomik faaliyetleri tetiklemektedir. Dijital medya platformları, web siteleri ve mobil uygulamalar gibi sahip oldukları mecralarda Google reklamları yayınlayarak ek gelir elde etmektedir. Google aracılığıyla elde edilen reklam gelirleri özellikle yeni nesil haber/eğlence platformlarının sürdürülebilirliğine katkıda bulunmakta ve bu platformların içerik üretmeye devam etmesine destek olmaktadır.

Türkiye'de faaliyet gösteren yayıncı iş ortaklarının 2021 yılında Google reklamları aracılığıyla yaklaşık olarak 300 milyon TL reklam geliri elde ettiği tahmin edilmektedir. Bu rapor için gerçekleştirilen işletme anketine göre, dijital bir platforma sahip olan şirketlerin yaklaşık yarısı Google reklamları aracılığıyla elde ettikleri gelirlerin kendi işletmelerinin sürdürülebilirliği için hayati bir öneme sahip olduğunu belirtmektedir.



Google Ciner Medya için yeni gelir kaynakları oluşturmaktadır

Ciner Yayın Holding, 2007 yılında kurulmuş ve Habertürk gazetesi, Habertürk TV, Show TV gibi birçok medya platformunu bünyesinde barındıran bir medya holdingidir. Ciner, yeni gelir akışları elde etmek, daha geniş bir kitleye ulaşmak ve odaklanmış izleyici kitlesi elde etmek için Google ürün ve hizmetlerini kullanmaktadır

Dijital reklam yayıncısı Ciner, reklam gelirinin her ₺2'sinden ₺1'ini Google Reklamları aracılığıyla elde etmektedir

Ciner reklam gelirlerini artırmak, daha işlevsel öngörüler elde etmek, ve müşteri deneyimini geliştirmek için Google Ad Manager, Google Data Studio, ve Google Analytics gibi çeşitli Google ürünlerinden yararlanmaktadır. Google ürünleri ve hizmetleri, Ciner'in müşteri başına ortalama gelir, müşteri yaşam boyu değeri ve kullanıcı oturumu analizi gibi anahtar belirteçleri hesaplamasına yardımcı olmaktadır.

YouTube, Ciner'i yurt dışındaki kitlelere ulaştırarak yeni pazarlara erişim stratejisini desteklemektedir

YouTube ek gelir akışı sağladığı ve yeni tüketici kitlelerine ulaşımı kolaylaştırdığı için Ciner tarafından kullanılan çok önemli bir platform haline gelmiştir. YouTube, Ciner'in gelişmekte olan farklı pazarlara girmesine ve hali hazırda bulunan içerikleri Urduca, Arapça vb. gibi farklı dillerde düzenleyerek yeni kitlelere ulaşmasına yardımcı olmaktadır. Ciner, YouTube gelirlerinin neredeyse %80'nin Almanya ve ABD gibi ülkelerden gelen uluslararası izleyicilerden oluştuğunu belirtmektedir.

Google Arama, şirketin dijital kanalları için ana veri sağlayıcısıdır

Ciner sahip olduğu çeşitli medya platformları için Google Arama'nın web trafiğini tetikleyen en önemli kaynak olduğunu belirtmektedir. Şirketin dijital platformlarını ziyaret eden kullanıcıların neredeyse yarısı Google Arama üzerinden yönlendirilmektedir. Bu nedenle, Ciner Medya ekipleri dijital platformlara gelen ziyaretçi sayısını artırmak için SEO (Arama Motoru Optimizasyonu) faaliyetlerine büyük çaba sarf etmektedir.



+%50

Toplam dijital reklam gelirleri içerisinde Google Reklam ürünlerinin payı

%80

Yurt dışındaki izleyicilerin YouTube gelirlerindeki payı

1

Hızlı büyüme ve artan üretkenlik

2

Dijital dönüşüm

3

Küresel erişim

Dijital pazarlama işletmelerin küresel pazarlara ulaşmasına yardımcı olmaktadır



Google reklamlarına harcanan her ₺1, işletmelere ₺3 ihracat geliri olarak dönmektedir



2021 yılında oluşmuş tahmini ihracat geliri

Türkiye, Google reklam ürünleri aracılığıyla nasıl ihracat geliri elde etmektedir?

Türkiye'nin sınır ötesi dijital ticareti gün geçtikte artarken perakende ve oyun sektörleri bu konuda liderlik etmektedir. Bu işletmelerdeki girişimciler küresel pazarlama faaliyetlerinde Google reklam ürünlerini kullanmakta ve çoğunlukla Google Arama reklamları aracılığıyla tüketicileri cezbetmektedir. Örneğin, Türk oyun endüstrisi 2021 yılında 2,5 milyar dolar ihracat yapmayı başarırken, aynı dönemde e-ticaret sektörü 1,5 milyar dolar değerinde bir ihracata ulaşmıştır. Bu iki sektör Türkiye'nin toplam ihracatının %2'sini oluştururken yakın gelecekte ihracattaki paylarını daha da artırma potansiyeline sahiptir.

Oyun ve e-ticaret şirketlerinin 2021 yılında yaptıkları küresel boyutta Google'a yapılan reklam harcamalarının tahminlenmesi ve ihracat değerleriyle karşılaştırılması sonucu global çapta Google reklamlarına harcanan her ₺1'in ₺3 ihracat geliri sağlaması beklenmektedir. Sonuç olarak, Google'ın global reklamları ile Türkiye'nin ihracat gelirlerinin 2021'de 2,3 milyar dolar (₺20 milyar) artış gösterdiği tahmin edilmektedir.

Cari açık dikkate alınarak yapılan ekonomik modelleme sonucunda küresel Google reklam harcamalarının tetiklediği ihracatın GSYH'ye katkısı 6,4 milyar TL olarak hesaplanmaktadır. Böylece ihracat gelirleri dikkate alınarak hesaplanmış Google reklam ekosisteminin toplam ekonomik katkısı 2021 yılında 200 milyar TL'ye ulaşmaktadır.





Google Maps



Google Business Profile

Google Haritalar ve İşletme
Profili ürünlerinin ekonomik
katkısı

Türkiye’de her 2 işletmeden 1’i harita uygulaması kullanmaktadır

Harita uygulamaları tüketicilerin aradıkları adresi bulmalarına, zaman kazanmak için en iyi rotayı çizmelerine ve farklı amaçlar için alternatif yollar keşfetmelerine yardımcı olarak gezinme kolaylığı sağlamaktadır. Türkiye’de faaliyet gösteren **işletmelerin yaklaşık yarısı** herhangi bir harita uygulamasını kullanmaktadır.



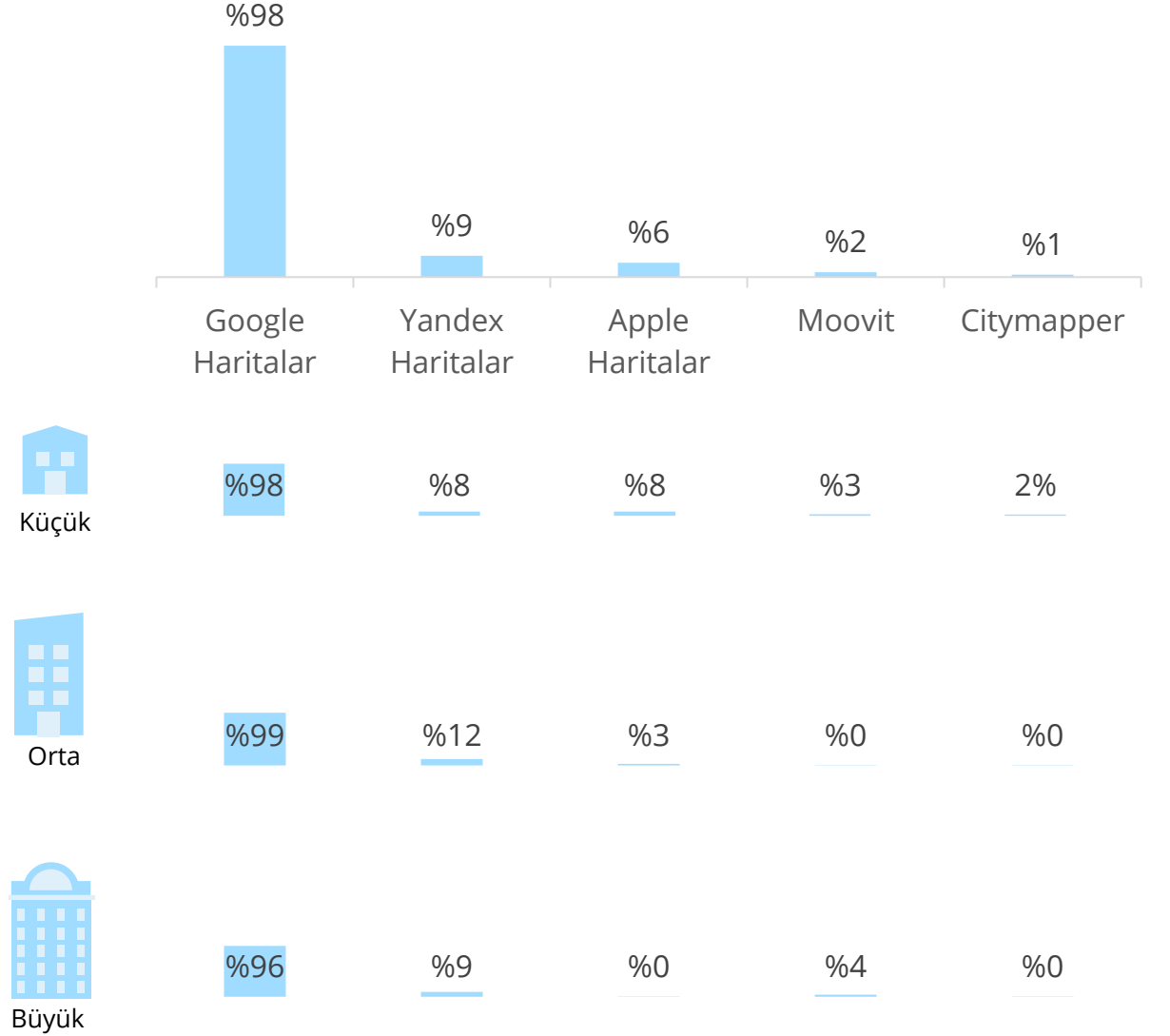
Google Haritalar, tüm işletmeler arasında en yaygın kullanılan navigasyon uygulamasıdır. Akademetre işletme anketine göre 3,4 milyon işletmeden **yaklaşık 1,7 milyonu** Google Haritalar’ı aktif olarak kullanmaktadır.

*İşletmeler birden fazla harita uygulaması kullanabilmektedir. Bu nedenle ilgili işletme kategorilerinin kullandığı ürün paylarının toplamı %100’ü aşabilmektedir.

Kaynak: Akademetre işletme anketi, Deloitte analizi

28 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.

Bir harita uygulaması kullanan işletmelerde platform tercihi*



Google Haritalar bilgi güvenilirliği ve kullanıcı dostu tasarım gibi çeşitli özellikleri nedeniyle en çok tercih edilen harita platformudur

Google Haritalar ürün ve hizmetlere erişilebilirliği artırarak, gelirleri yükselterek, kaynak verimliliği ile daha pek çok yararlı uygulamayı etkinleştirerek işletmeleri desteklemektedir

Google Haritalar'ı diğer uygulamalardan ayıran özellikler

- 1 Daha güvenilir bilgi vermesi
- 2 Daha kullanıcı dostu olması
- 3 Farklı cihazlar ile kullanım kolaylığı sağlaması
- 4 Yeni teknoloji ve güncellemelerin daha hızlı ve sorunsuz uyarlanması
- 5 Daha geniş müşteri tabanına ulaşılabilmesi

Google Haritalar'ın işletmeler için avantajları

Google Haritalar hizmetlerin ve ürünlerin erişilebilirliğini artırarak **gelirlerin artmasına** yardımcı olmaktadır

Google Haritalar, ürünlere ve hizmetlere **daha kolay erişilebilirlik** sağlamaktadır

İşletmeler **Google Haritalar'ı başka bir uygulamaya** tercih etmeyeceklerini ifade etmektedir

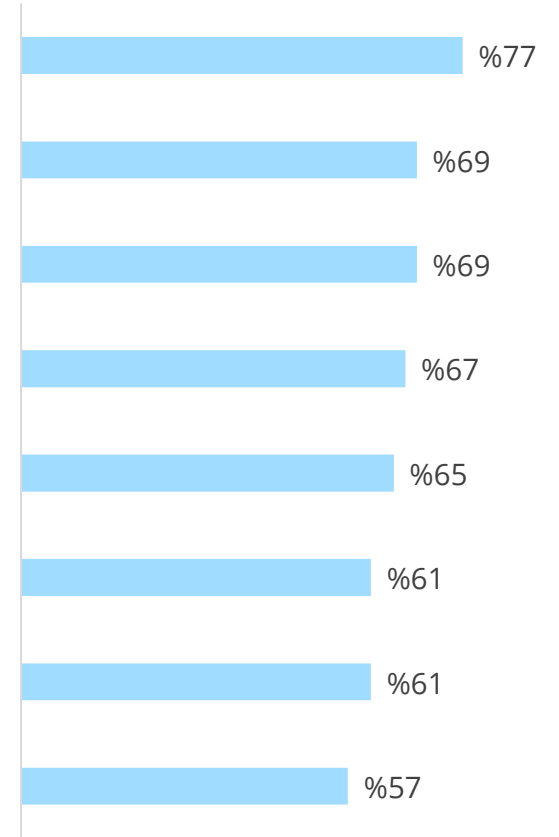
Google Haritalar olmadan müşterilere ulaşmak **daha çok zaman** almaktadır.

Google Haritalar işletmeleri güncel **teknolojik gelişmelerden** haberdar etmektedir

Google Haritalar **taban müşteri kitlesinin** büyümesine yardımcı olmaktadır

Google Haritalar olmasaydı müşterilerle iletişime geçmek için **daha fazla kaynak harcanması** gerekecekti

Google Haritalar ile iş faaliyetlerinde **verimlilik** artmaktadır



Türkiye’de her 4 işletmeden 1’i firma tanıtım ürünlerinden faydalanmaktadır

Firma tanıtım ürünleri işletmelere **yüksek dijital görünürlük, daha fazla müşteri etkileşimi, artan marka bilinirliği** gibi birçok avantaj sunmaktadır. Türkiye’de faaliyet gösteren işletmelerin dörtte birinden fazlası bu ürünleri ticari faaliyetleri için kullanmaktadır.



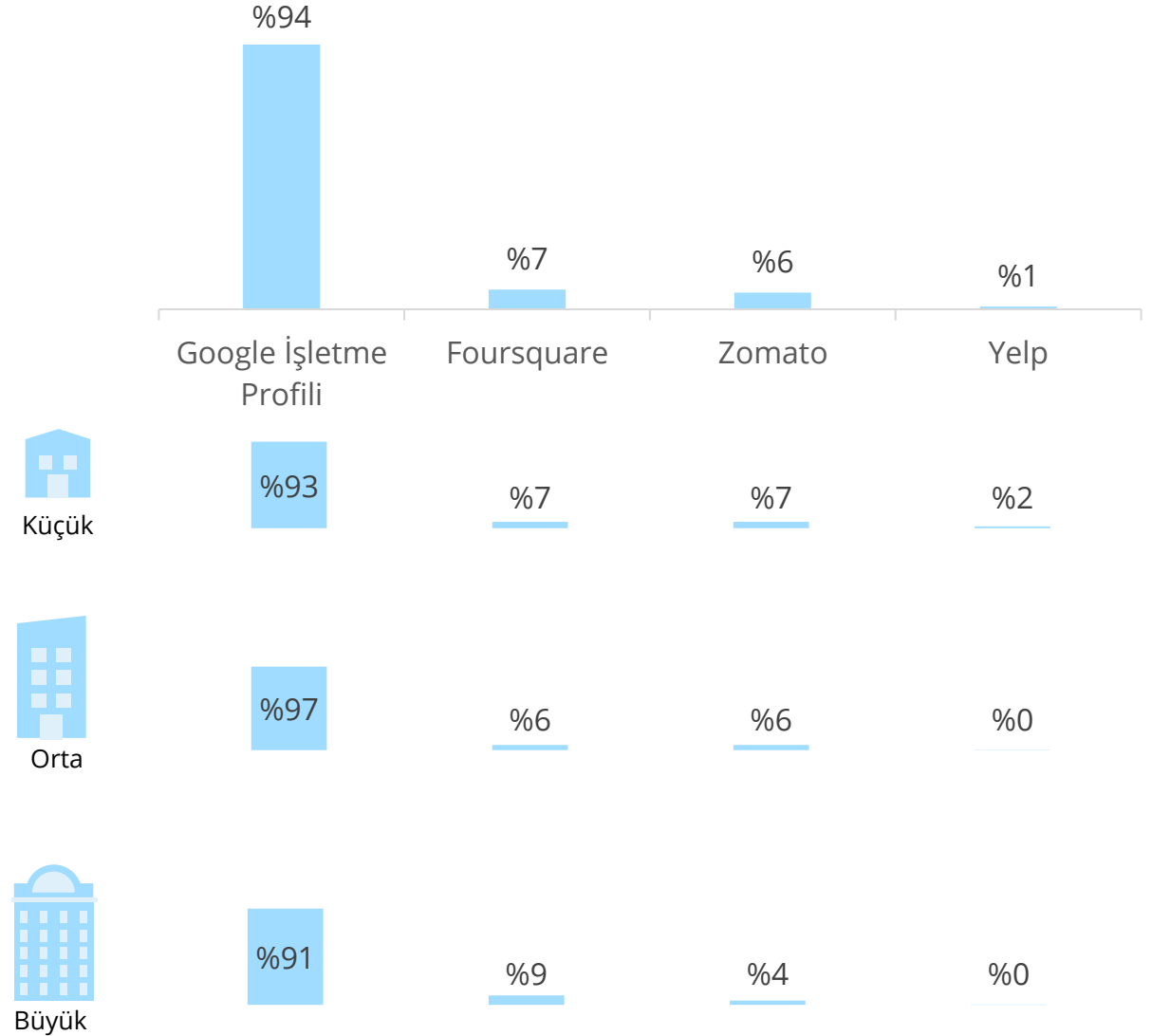
Firma tanıtım ürünleri arasında en çok tercih edilen uygulama **%94 kullanım oranı** ile Google İşletme Profili (eski adıyla Google Benim İşletmem)’dir. İşletme anketinin sonuçlarına göre Türkiye’de yaklaşık **900 bin işletme** Google İşletme Profili uygulamasından aktif olarak yararlanmaktadır.

*İşletmeler birden fazla tanıtım ürünü kullanabilmektedir. Bu nedenle ilgili işletme kategorilerinin kullandığı ürün paylarının toplamı %100’ü aşabilmektedir.

Kaynak: Akademetre İşletme anketi, Deloitte analizi

30 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.

Tanıtım uygulaması kullanan işletmelerde platformların tercih oranı*



Google Haritalar ve Google İşletme Profili işletmelerin marka bilinirliklerini artırmalarına ve yeni gelir kaynakları oluşturmalarına yardımcı olmaktadır

Ankete katılan işletmeler Google Haritalar ve Google İşletme Profili uygulamaları ile daha çok büyüme ve üretkenlik konularında artış gözlemlediklerini belirtmişlerdir

Hızlı büyüme ve artan üretkenlik	Marka bilinirliğini artırmaktadır	%83
	Yeni gelir akışları oluşturmaya yardımcı olmaktadır	%82
Eşit fırsatlar	Küçük ve orta ölçekteki işletmelerin dijital dönüşümüne katkı sağlamaktadır	%70
	Küçük ve orta ölçekteki işletmelerin marka bilinirliğini artırmaktadır	%70
Küresel erişim	İşletmeler yeni pazarlara girerken onlara pazar hakkında içgörüler sunar	%70
	Sınır ötesi ticareti desteklemektedir	%65
Girişimcilik ve inovasyon	Donanım ve yazılım açısından pazara giriş engellerini ortadan kaldırmaktadır	%67
	Mikro ve küçük işletmelerin potansiyel müşterilerle güven ilişkisi oluşturmasını ve kolay erişim sunmasını büyük bir yatırım yapılmadan sağlamaktadır	%65
Dijital dönüşüm	Çevrimiçi deneyim ile çevrim dışı müşteri yolculuğunun daha iyi anlaşılmasını sağlamaktadır	%67
	İş faaliyetleri ile çıktılarının ölçülebilirliğini ve eyleme geçirilebilirliğini artırmaktadır	%67

*Google Haritalar ve Google İşletme Profili ürünlerini kullanıp ilgili soruya "Kesinlikle katılıyorum" ve "Katılıyorum" cevabı veren işletmelerin oranı, %

Kaynak: Akademetre işletme anketi, Deloitte analizi

31 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.



Google İşletme Profili işletmelerin yeni müşteri kazanmasına yardımcı olurken, Google Haritalar zaman ve yakıt tasarrufu yoluyla üretkenliği artırır

Google İşletme Profili işletmeler için konum ve iletişim adresi, müşteri yorum ve incelemeleri, açılış ve kapanış saatleri gibi bir çok bilgi sağlamaktadır. Bu nedenle uygulama özellikle mikro ve küçük işletmelerin dijital ortamda kendilerini öne çıkarmaları için oldukça yararlıdır. Öte yandan Google Haritalar operasyonel faaliyetler için rota optimizasyonu sağlayarak işletmelerin zamandan ve yakıttan tasarruf etmelerine yardımcı olur

KANALLAR



Katma değer artışı

NASIL KATKIDA BULUNURLAR?

Tüketiciler, işletmeleri destekleyerek onlara ek katkı sağlayan Google İşletme Profili ve Haritalar uygulamalarından faydalanarak fiziksel mağaza ve dükkanları kolaylıkla bulabilmektedir. İşletme Profili sağladığı yüksek dijital görünürlük, artan ziyaretçi sayısı ve toplam gelir üzerinde sağladığı ek katkı gibi olumlu etkileri nedeniyle özellikle küçük ve mikro işletmeler için oldukça önemlidir. İşletme anketine göre 2021 yılında **700 binden fazla mikro ve küçük işletme** İşletme Profili kullanımı ile ek gelir artışı elde etmiştir.



Zaman tasarrufu

İşletmeler anlık trafik hakkında en güncel bilgiyi alarak hızlı rota oluşturmak ve zamandan tasarruf etmek için Google Haritalar uygulamasından faydalanmaktadır. Ankete katılan işletmeler Google Haritalar sayesinde operasyonel faaliyetleri için **haftada ortalama 3,6 saat** tasarruf ettiklerini belirtmişlerdir.



Yakıt tasarrufu

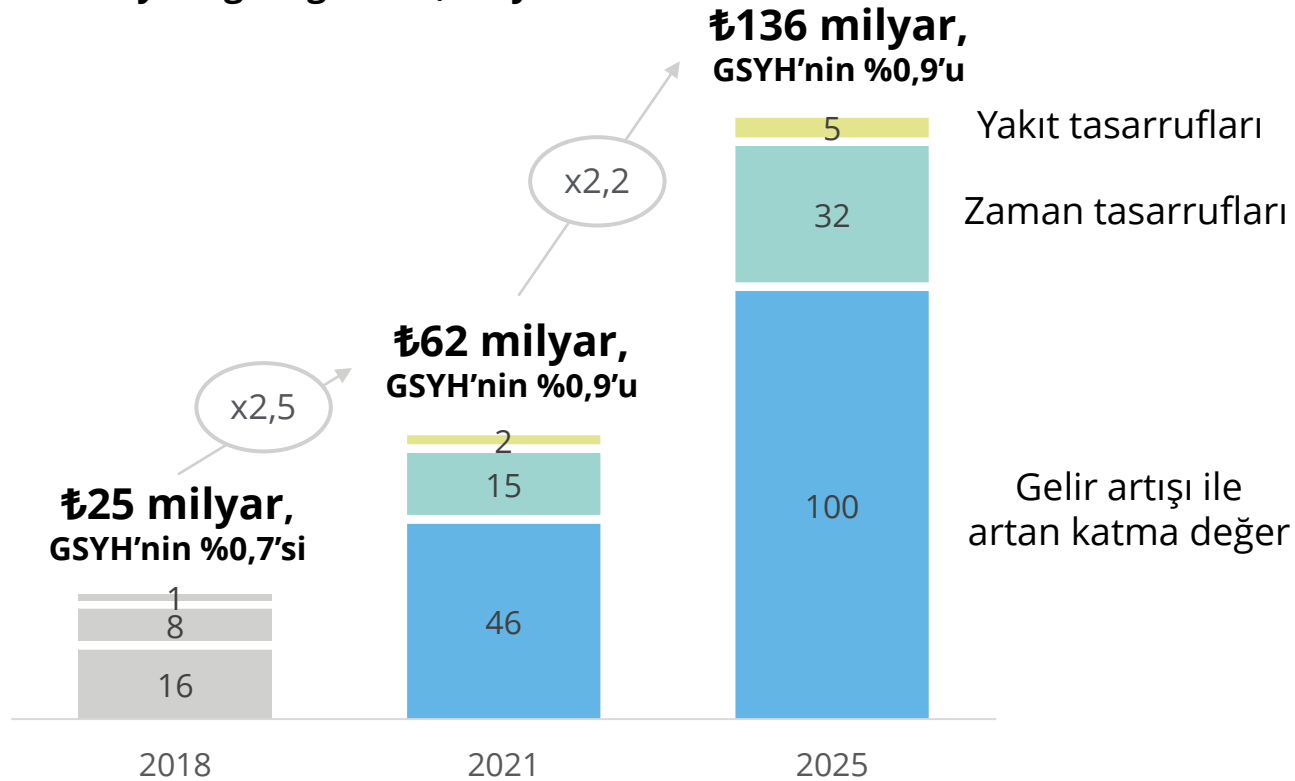
Google Haritalar, yolculuk esnasında en hızlı rotayı göstererek trafikte harcanan süreyi azaltmaktadır. Bunun sonucu olarak uygulamayı kullanan işletmeler litrelerce yakıt tasarrufu yapma şansına sahip olmaktadır. Sağlanan yakıt tasarrufları işletmelerin genel giderlerini azaltmakta ve kârlılığını artırmaktadır. Yapılan hesaplamalara göre Türkiye'de faaliyet gösteren işletmeler Google Haritalar sayesinde toplamda yıllık **6 milyar kilometre daha az yol** katetmektedir.



Google Haritalar ve İşletme Profili ürünlerinin ekonomik katkısı 2018 yılına göre 2 kattan fazla artmış ve 2021 yılında 62 milyar TL'ye ulaşmıştır

2018 yılında Google Haritalar ve İşletme Profili ile desteklenen 25 milyar TL'lik ekonomik katkı 2021 yılında 2,5 katına çıkarak 62 milyar TL'ye ulaşmıştır. Artan kullanıcı sayısı ve dijitalleşme ile bu katkının 2025 yılında 2,2 katına çıkarak 136 milyar TL'ye ulaşacağı ve gayri safi yurt içi hasılanın (GSYH) yaklaşık yüzde 1'ine denk geleceği tahmin edilmektedir

Google Haritalar & İşletme Profili ekosisteminin ekonomiye sağladığı katkı, milyar TL



Not: 2018 - 2021 yılları arasındaki büyüme enflasyondan arındırıldığında, Google Haritalar & İşletme Profili ekosistemi ile desteklenen ekonomik etkinin %47 oranında büyüdüğü görülmektedir.

Kaynak: EIU, Statista, Deloitte analizi
33 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.

PAZAR DİNAMİKLERİ

- Türkiye ekonomisi için beklenen büyüme 2021-2025 yılları arasında ABD doları bazında yıllık ortalama %3 civarındadır.
- Akıllı telefon kullanıcı sayısının nüfusa oranının 2025 yılı itibariyle %74'ü geçmesi beklenmektedir.
- Son kilometre teslimatı gibi yenilikçi çözümlerin tercihi daha da yaygınlaşacak ve bu durum yerel kafeler ile restoranlar gibi çeşitli işletmelerin dijitalleşmesini destekleyecektir.
- Özellikle mikro ve küçük işletmelerin gelir akışlarını güçlendirebilmesi için online (çevrimiçi) varlık daha önemli hale gelecektir.
- Artan kentleşme, tüketicilerin açık hava etkinliklerine yönelik davranış ve tercihlerini şekillendirmektedir.





Google, küçük işletmelerin finansal destekçisi rolünü üstlenmektedir

Terzi Polat, Sultan ve Hüseyin Polat çifti tarafından 2012 yılında Bomonti'de kurulmuş ve müşterilerine sunduğu kaliteli el işçiliğine vurgu yapmak için "Giysi Hastanesi" sloganını benimsemiştir

"Google'ı bir pazarlama partnerinden öte işletmemizin finansal destekçisi olarak görüyoruz."

Polat çifti, işletmelerini faaliyete geçirdikleri ilk günlerde reklam faaliyetlerine geleneksel yöntemlerle el broşürleri dağıtarak başlamıştır. Bu yöntemlerle etki alanlarının sadece yakın çevreleriyle kısıtlı kaldığını farkederek çift 2019 yılında Google İşletme Profili'ni kullanmaya başlamıştır. Bu sayede hızlı bir şekilde diğer bölgelerden de müşteri çekmeye başlayan Terzi Polat müşteri sayısını ve iş hacmini 4 kat artırmıştır. Hüseyin Polat mevcut müşteri trafiğinin %50'sinin Google İşletme Profili üzerinden sağlandığını tahmin etmektedir. Google ile işbirliğinin faydasını yakından hisseden çift Google'ı yalnızca bir altyapı hizmet sağlayıcısı olarak değil işletmelerinin finansal açıdan en büyük destekçisi olarak görmektedir.

"Google müşteri profilimizin şekillenmesinde önemli rol oynadı."

Polat çiftinin terzi atölyesi Google İşletme Profili'nde 5 üzerinden aldığı 4,9 puan ve olumlu müşteri yorumlarıyla öne çıkmaktadır. Hüseyin Polat'a göre tadilat, dikiş ve kesim işlerinde kaliteye önem veren müşteriler ilk olarak Google üzerinden bir terzi aramaktadırlar. Bu aramalarda yüksek puanıyla öne çıkan Terzi Polat dolayısıyla kaliteye önem veren müşterileri çektiğini ve böylelikle üst segment terzi olarak kendini konumlandırabildiğini belirtmektedir. Bunların yanında Google'ın yorumlar için sunduğu çeviri imkanı turistlerin ve yabancı sakinlerin de burayı tercih etmesini sağlamaktadır.

x4

Müşteri sayısı ve iş hacmindeki artış

%50

Mevcut müşteri trafiğinde Google İşletme Profili'nin payı

1

Hızlı büyüme ve artan üretkenlik

2

Girişimcilik ve inovasyon

3

Eşit fırsatlar

Google Cloud ve Workspace
ürünlerinin ekonomik katkısı



Her geçen gün daha fazla işletme bulut hizmetleriyle dijitalleşme hedeflerine ulaşmaktadır



İşletmeler arasında yaygınlaşan bulut tabanlı hizmet kullanımı, bulut bağlantısının önünü açmaktadır

Artan esneklik, görünürlük ve uyumluluk, operasyonlarda kalite artışı, maliyet uygunluğu gibi bir çok avantaj bulutun işletmeler tarafından benimsenmesini sağlamaktadır

ESNEK İŞ

Geleneksel BT şirket içi (on-premise) operasyonlarından ve dağıtım yöntemlerinden bulut uygulamalarına geçiş, operasyonel yükü ve pazara giriş süresini azaltır, ölçeklenebilirlik ve dağıtım kolaylığı sağlar ve doğru performans seviyesine ulaşılmasına yardımcı olur

ARTAN ÖLÇEKLENEBİLİRLİK YENİ DAĞITIMLARIN KOLAYLAŞTIRILMASI



OTOMASYONDAN YARARLANMA

GÖRÜNÜRLÜK & UYUMLULUK

Ağ genelinde tam kapsamlı bir görünüm sunan bulut uygulamaları, sıfır risk yaklaşımıyla güvenlik mekanizmalarını geliştirirken aynı zamanda eski uygulamalarla uyumluluğu da sağlar

360° GÖRÜNÜRLÜK SIFIR RİSK YAKLAŞIMI

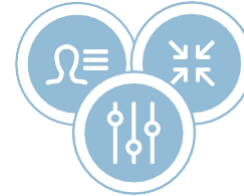


POLİTİKA UYUMLULUĞU

GELİŞTİRİLMİŞ KALİTE

Teslim edilen işin kalite standartlarını iyileştiren bulut uygulamaları, iş ve teknik alanlar arasındaki boşluğu doldurur, yeni teknolojik özellikler kazandırır ve sürekli optimizasyon sağlar.

DOĞRU BECERİYİ ELDE ETME TEKNOLOJİ - İŞ AÇIĞINI KAPATMA



SÜREKLİ OPTİMİZASYON

MALİYET UYGUNLUĞU

Ağ genelinde maliyet uygunluğu ve operasyonel istikrara ulaşan bulut uygulamaları güvenlik işlevlerini buluta aktarır, maliyetli bağlantı ilişkilerini minimize eder ve yeni yazılım tanımlı/bulut trendlerini benimser

YAZILIMLAŞTIRMAYI BENİMSEME GÜVENLİK İŞLEVİNİ BULUTA AKTARMA



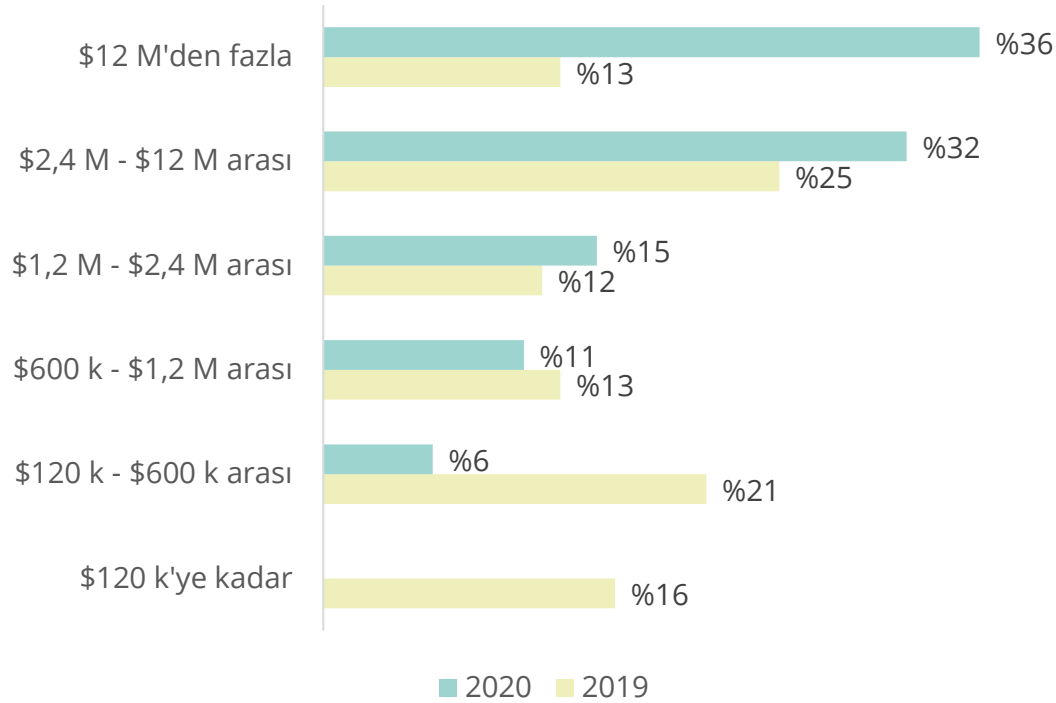
MALİYETLİ BAĞLANTILARIN AZALTILMASI



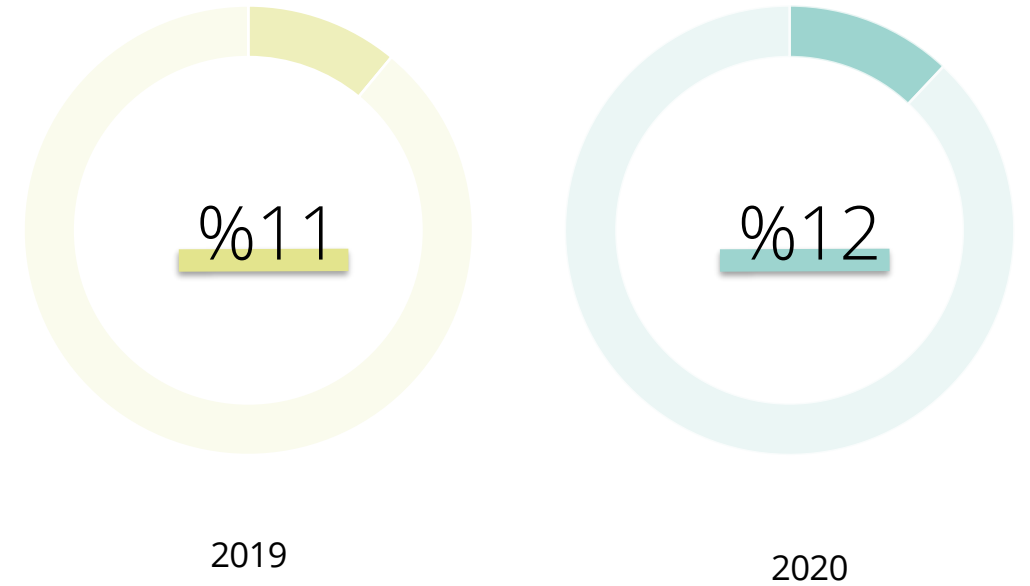
Bulut bilişimin faydaları daha belirgin hale geldikçe şirketlerin bulut harcamaları artmaktadır

Dünyadaki şirketler arasında \$1,2 milyonun üzerinde bulut harcaması yapan şirketlerin payı yükselmiş ve 2020 yılında şirketlerin %83'ü bulut teknolojileri için \$1,2 milyonun üzerinde harcama yapmıştır. Türkiye'de ise bilişim teknolojileri pazarı içerisinde bulutun payı görece durağan kalmıştır

Dünyada işletmelerin yıllık genel bulut harcamaları, 2019-2020



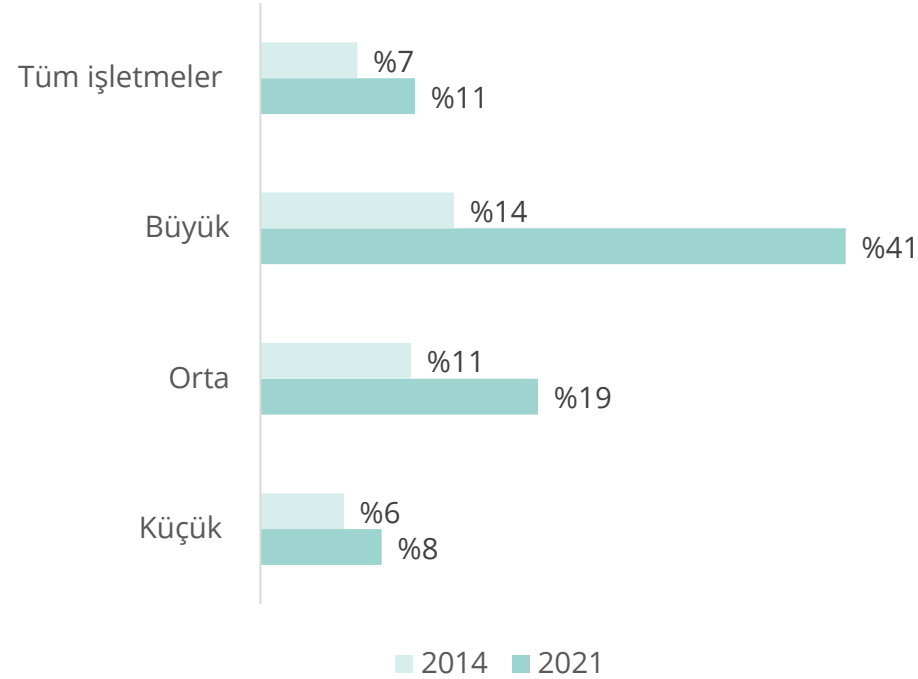
Türkiye bilişim teknolojileri pazar büyüklüğü içerisinde bulut teknolojilerinin payı, 2019-2020 (%)



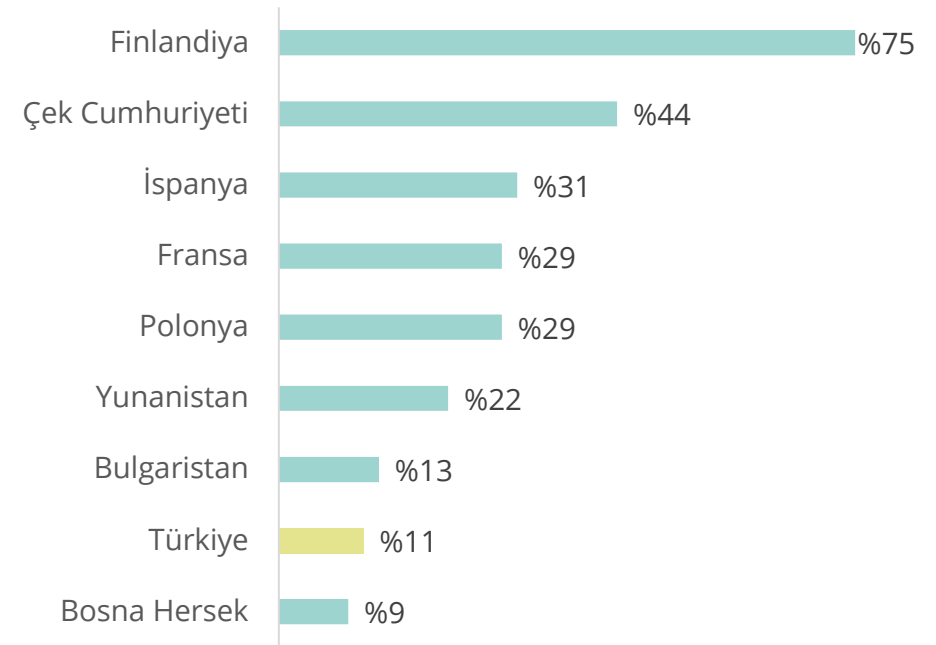
Türkiye’de bulut kullanımı son yıllarda artmış, ancak ülkemiz gelişmiş ülkelerdeki bulut kullanım oranlarına henüz ulaşamamıştır

Türkiye’de özellikle büyük şirketlerin bulut kullanımı son yıllarda artmış ve neredeyse her iki şirketten biri bulut hizmetlerini kullanır hale gelmiştir. Ancak Kuzey Avrupa bölgesinde faaliyet gösteren her 4 şirketten neredeyse 3’ünün bulut hizmetlerinden faydalandığı düşünülürse, Türkiye’nin bulut kullanımı yolculuğunda kat etmesi gereken uzun bir yolun olduğu görülmektedir

Türkiye’de bulut penetrasyonu , 2014-2021 (%)



Dünyada bulut penetrasyonu, 2021 (%)



İşletmeler güvenlik, performans, kullanım kolaylığı ve maliyet açısından Google Cloud'u rakiplerinden üstün bulmaktadır

Kullanıcı işletmelerin %64'ü Google Cloud'u daha güvenli bulurken, %76'sı daha iyi performans gösterdiğini, %74'ü daha düşük maliyetli olduğunu ve %62'si ürünün daha kullanıcı dostu olduğunu düşünmektedir

Google Cloud'un sunduğu olanaklar..

Kimlik & güvenlik

Google Cloud, kaynaklara erişim ve görünürlük sağlar

API platformu ve ekosistemleri

Google Cloud işletmelerin verilerden değer elde etmesine ve modern uygulamalar sunmasına olanak tanır

Bulut tabanlı yapay zeka

Google Cloud hızlı, büyük ölçekli ve kullanımı kolay yapay zeka hizmetleri sunar

Büyük veri & hesaplama becerileri

Google Cloud, tamamen yönetilebilen bir uygulama geliştirme platformu ile büyük veri kabiliyetlerine olanak sağlar



Güvenlik

Kullanıcıların **%64'ü**, Google Cloud ürününün bulut güvenliğinde rakiplerine göre daha üstün olduğu konusunda hemfikir



Düşük maliyet

Kullanıcıların **%74'ü**, Google Cloud'dan aldıkları hizmetlerin benzerlerini başka yerlerden alabilmek için daha fazla ödemeleri gerektiğini düşünüyor



Performans

Kullanıcıların **%76'sı**, Google Cloud'un işletmeleri için daha yüksek performans sağladığını kabul ediyor



Kullanıcı dostu

Kullanıcıların **%62'si**, Google Cloud'un rakiplerine kıyasla daha kullanıcı dostu olduğu konusunda hemfikir



İşletmeler, Google Cloud'un yeni müşterilere ulaşmayı kolaylaştırdığını ve eşit fırsatlar sunarak rekabet gücünü artırdığını düşünmektedir

Şirketler ekonomik büyümenin tüm kanallarında Google Cloud'tan faydalanırken ürünün daha fazla yeni müşteriye ulaşmalarını sağladığı, altyapı yatırımlarına ihtiyaç duymadan büyümelerini hızlandırdığı ve faaliyet gösterdikleri alanda rekabet güçlerini artırdığı konusunda çoğunlukla olumlu fikir belirtmektedir

Hızlı büyüme ve artan üretkenlik	Google Cloud hizmetleri, yeni müşteri segmentlerine erişimi kolaylaştırmaktadır	%75
	Google Cloud, işletmemin ön yatırıma ihtiyaç duymadan daha hızlı bir şekilde büyümesini sağlamaktadır	%68
Eşit fırsatlar	Google Cloud, her büyüklükteki farklı paydaşlar için eşit fırsatlar sunar	%75
	Google Cloud kilit dijitalleşme alanlarında ücretsiz eğitim sağlayarak rekabet edebilirliği geliştirir	%69
Küresel erişim	Google Cloud işletmelerin gerçek zamanlı veri ve bilgileri kolay ve efektif bir şekilde paylaşmasına olanak tanır	%56
	Google Cloud sınır ötesi ticareti desteklemektedir	%44
Girişimcilik ve inovasyon	Google Cloud pazara giriş engellerini ortadan kaldırmaktadır	%56
	Google Cloud inovasyonu desteklemekte ve bizleri yeni teknolojilerle tanıştırmaktadır	%44
Dijital dönüşüm	Google Cloud, düşük maliyetli, verimli, ölçeklenebilir altyapı ve depolama hizmetleri sunmaktadır	%56
	Google Cloud, iş faaliyetleri ile çıktılarının ölçülebilirliğini ve eyleme geçirilebilirliğini artırmaktadır	%56

*Google Cloud ürünlerini kullanıp ilgili soruya "Kesinlikle katılıyorum" ve "Katılıyorum" cevabı veren işletmelerin oranı, %

Kaynak: Akademetre işletme anketi, Deloitte analizi

41 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.



Açık ve entegre platformuyla Google Workspace üretkenliği artırmakta ve ortak çalışmayı kolaylaştırmaktadır

Google, **Google Workspace** adıyla yazılım ve ağ işlemlerini kapsayan ve yaklaşık 1 milyar kullanıcı için 9 farklı hizmeti destekleyen bir alt yapı kurmuştur



Kurumsal müşteriler, Google'ın Gmail, YouTube, Chrome gibi çeşitli ürünlerini çalıştırmak için oluşturduğu, yüz binlerce kilometrelik fiber optik kablo ağı ve yedi denizaltı kablosu yatırımıyla desteklenen, sektör lideri güvenlik düzeyinde bulut teknolojilerinin gücünden yararlanabilir. Şirketler Google Workspace ile maliyetleri azaltmak ve dayanıklılık ile güvenliği artırmak için mevcut bilgi işlem faaliyetlerini buluta taşıyabilmektedirler.



Açık & esnek

Açık kaynak, hibrit ve çoklu bulut çözümleriyle seçim özgürlüğü ve esneklik



İşbirliği & üretkenlik

Üretme, iletişim kurma ve işbirliği yapma imkanı



Akıllı

Verileri gerçek zamanlı içgörülere dönüştürme



Maliyet tasarrufu

En yüksek değeri sunma



Sürdürülebilir

Sektördeki en temiz bulut uygulaması



Endüstri çözümleri

En zorlu problemleri çözmek için özelleştirilmiş endüstri çözümleri



Güvenlik

Verilerin güvende olduğu bilinciyle rahat çalışma



Google Cloud, işletmelerin üretkenliğini artırmanın yanı sıra donanım ve yazılım gibi BT maliyetlerinden tasarruf etmelerini sağlamaktadır

İşletmeler Google Cloud sayesinde yeni bir veri merkezi açmak ve bu merkezi yönetmek gibi maliyetli yatırımlardan kaçınabilmektedirler. Ayrıca Google Cloud, her düzeydeki çalışanın verilere erişmesini ve bu verileri analiz etmesini sağlayarak genel iş gücünün üretkenliğini artırmaktadır

KANALLAR

NASIL KATKIDA BULUNURLAR?



Mali tasarruf

Google Cloud, işletmelerin cihaz, yazılım, bilgi teknolojileri ve altyapı harcamalarından tasarruf etmelerini sağlamaktadır. Mali tasarruflar, Google Cloud'u kullanan işletmelerin yaptığı tasarrufların ekonomik etkisini ifade etmektedir.



Üretkenlik artışı

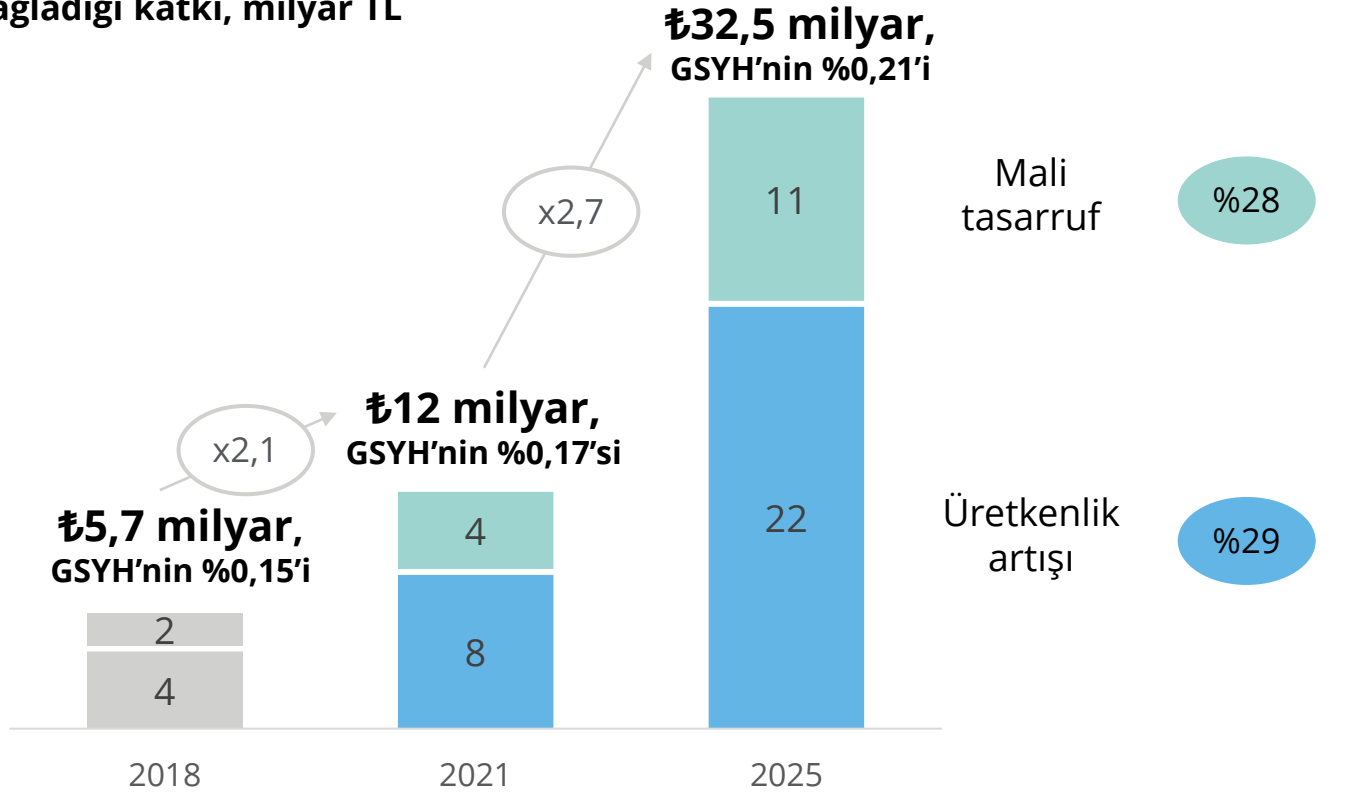
Google Cloud, veri analizini ve yönetimini geliştirmekte, geniş bir kullanıcı havuzuna erişim imkanı sağlamakta ve karar alma süreçlerini geliştirmektedir. Çalışanlarda gözlemlenen üretkenlik artışı, Google Cloud sayesinde elde edilen verimlilik artışının ekonomik etkisini ifade etmektedir.



Google Cloud'un Türkiye ekonomisi üzerindeki etkisi 2018 yılına göre 2 kat artmış ve 2021 yılında 12 milyar TL'ye ulaşmıştır

2021 yılında 12 milyar TL'ye ulaşan Google Cloud'un ekonomik katkısının, artan bulut kullanımı ve Google Cloud uygulamalarından yararlanan çalışan sayısındaki artışla birlikte %28'lik bir CAGR ile büyümesi ve 2025 yılına kadar 32,5 milyar TL'ye ulaşması beklenmektedir

Google Cloud ekosisteminin ekonomiye sağladığı katkı, milyar TL



PAZAR DİNAMİKLERİ

- 2018-2021 yılları arasında %27'lik bir CAGR ile artış gösteren Google Cloud'un ekonomik katkısının, 2021-2025 yılları arasında %28'lik bir CAGR ile büyümesi beklenmektedir.
- Bu artışın şu anda %10,8 olan ve TÜİK verilerine göre 2025 yılında %14'e ulaşacak olan bulut kullanım oranı artışından kaynaklanacağı tahmin edilmektedir.
- Tasarruflardaki artış, işletmelerin giderlerindeki düşüşler sayesinde gerçekleşirken üretkenlik artışı Google Cloud kullanan çalışan sayısındaki artıştan kaynaklanacaktır. Bulut kullanımı her iki kanal için de itici güç olarak konumlanmaktadır.

Not: 2018 - 2021 yılları arasındaki büyüme enflasyondan arındırıldığında, Google Cloud ekosistemi ile tetiklenen ekonomik etkinin %25 oranında büyüdüğü görülmektedir.
Kaynak: TÜİK, Deloitte analizi



Google, dijital doğan e-ticaret şirketlerinin ana partneri olarak öne çıkmaktadır

Hepsiburada, 33 kategoride, 111 milyon ürün seçeneği ve aylık 250 milyon ziyaretçisiyle Türkiye'nin önde gelen pazar yerlerinden biridir. Google ise Hepsiburada'nın dijital iş ortağı rolünü üstlenerek şirketin verimliliğini ve büyümesini desteklemektedir

Google Cloud diğer platformlarla entegre çalışarak verimliliği artırmaktadır

Hepsiburada yetkilileri, bulut kullanımına hakim olmayan bir kullanıcının bile Google sayesinde 4 – 5 adımda API kurulumunu yapabileceğini belirtmektedir. Bunun yanında Google Cloud platformunun diğer platformlarla entegre çalışmasıyla veri sorguları platformlara bağlanılarak hızlıca gerçekleştirilebilmektedir. Verileri transfer etme ve birleştirme aşamalarında Google Cloud ile oldukça verimli sonuçlar elde eden Hepsiburada veri transferi veya depolanmasında ekstra maliyet yaratmamasıyla Google Cloud'un daha uygun çözümler sunduğunu belirtmektedir.

"Google Cloud esnek ve etkili hedefleme yapma imkanı sunmaktadır."

Hepsiburada Google Cloud'ü yoğunlukla büyük boyutlu sorgularla veri madenciliği yapmak için kullanmaktadır. Şirket; verileri taşıma ve birleştirme, ürün ve marka bazlı puanlama yapma, fiyat bilgisi toplama ve trend analizi yapma aşamalarında üründen yararlanmaktadır. Google Cloud kullanımıyla şirket büyük veriyi daha hızlı yöneterek müşterilerine daha iyi hizmet sağlamaktadır.

"Elektronik kategorisinin pazarlama bütçesinde %80'lik pay Google'a ayrılmaktadır."

Hepsiburada'ya göre Google Reklam ürünleri için yapılan harcamalar daha kısa sürede getiri sağlamaktadır. Google Reklam ürünleri özellikle belirli kategorilerde optimum tıklama başına maliyet ile maksimum miktarda işlem hacmi getirmektedir. Bu kategoriler arasında öne çıkan elektronik ürünler kategorisindeki pazarlama bütçesinin büyük çoğunluğu Google Reklam ürünlerine ayrılmıştır

"Hepsiburada dijital reklamlarının yaklaşık %70'inde Google ile işbirliği halindedir."

Hepsiburada dijital reklam bütçesinde YouTube hariç Google Reklam ürünlerine %60 – %65 oranında yer vermektedir. YouTube video reklamları da dahil edildiğinde bu rakam %70'i aşan seviyelere ulaşmaktadır. Hepsiburada,, dijital reklam ürünleri arasında %40'tan fazla pay ile en çok tercih edilen formatın Google Arama olduğunu ve Google üzerinden verilen alışveriş ve görüntüleme bazlı reklam harcamalarının getiri performansının oldukça yüksek olduğunu belirtmektedir.

hepsiburada

Türkiye'deki e-ticaret harcamaları 2021 yılında %69'luk artışla 381,5 milyar TL'ye ulaşmıştır. Dahası, Türkiye e-ticarette 2025'e kadar en çok büyüme göstermesi beklenen 5 ülkeden biridir. E-ticaret yapan satıcıların %97'sinden fazlasını içinde barındıran çevrimiçi pazar yerleri ise e-ticaretteki bu büyümenin ana kaynağı olmaktadır. Google'ın sunduğu teknolojiler ve pazarlama fırsatları e-ticaret satıcılarının sınır ötesi satış kapasitesini artırarak Türkiye'nin e-ihracat stratejisine katkıda bulunmaktadır

%70

Veri analizlerinin %70'i Google Cloud üzerinden yapılmaktadır

+%40

Dijital pazarlamada Google Arama'nın payı

1 Hızlı büyüme ve artan üretkenlik

2 Dijital dönüşüm

3 Girişimcilik ve inovasyon

Google, tedarik zinciri oyuncularına esnek ve sürdürülebilir çözümler sunmaktadır

Ekol lojistik sektördeki 30 yılı aşkın tecrübesiyle uluslararası nakliye, ulusal dağıtım, depo yönetimi, lojistik gibi ana hizmet alanlarında faaliyet göstermektedir. Şirket 13 ülkedeki tesisleri, 150'den fazla ülkedeki operasyonları ve 8 bin çalışanıyla 2021 yılında 616 milyon Euro gelir elde etmiştir

Ekol bulut kullanımını önceliklendirmektedir

Şirket veritabanlarının depolanmasında hibrit bir yapı izlese de yeni uygulamaları için Google Cloud'u tercih etmektedir. Operasyonlar Türkiye merkezli yönetilmekte ancak şirketin 13 ülkeye dağılmış bir mimarisi bulunmaktadır. Bu sebeple, ülkelere özel verilen servis gereksinimlerinde bulut kullanımı şirket için önemli avantaj sağlamaktadır.

Google Cloud operasyonel çeviklik sağlamaktadır

Google Cloud yurt dışında yeni bir ofis açmanın getirdiği zorlukları ortadan kaldırmaktadır. Çalışanlar herhangi bir ülkeden buluttaki veritabanı ve araçlara kullanıcı adı ve şifreleriyle erişim sağlayarak çalışabilmektedirler. Bu imkanları Google Cloud'tan hizmet olarak alan Ekol daha düşük sermaye yatırımlarıyla esnek bir yapıya ulaşmaktadır.

Google Workspace ekiplere verimli bir çalışma ortamı sunmaktadır

Ekol Lojistik 2019 yılından itibaren 4.300 çalışanına Google Workspace ile ortak çalışma ortamı sunmaktadır. Ekipler Google Drive, Sheets ve Docs üzerinden kararları daha hızlı ve kolay şekilde vererek, dosya ve döküman paylaşımı yaparak verimli bir ortak çalışma ortamı elde etmektedir. Şirketin sahip olduğu uluslararası ağ ve Covid-19 salgınınin zorunlu kıldığı uzaktan çalışma ortamında toplantıların büyük çoğunluğu Google Meet üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bunların yanında teknik ekiplerin iş yükü de önemli ölçüde hafiflemiştir. *2019 yılında yapılan çalışmaya göre, Ekol Google Workspace sayesinde toplam altyapı yönetim maliyetlerinde %50'lik tasarruf elde etmiştir. Verilerin yedeklenmesi, depolanması ve yönetilmesi, Gmail ve ERP sisteminin entegrasyonu ekiplerin verimliliğini artırmıştır.

Bulut teknolojisi ile şirketler enerjiden tasarruf etmektedir

Bulut kullanımı mevcut kaynakları kullanıcılara daha verimli şekilde dağıtılarak enerji tüketimini azaltmaktadır. Sürdürülebilirliği temel değeri ve şirket stratejisi olarak benimseyen ve lojistik operasyonlarını da bu çerçevede şekillendiren Ekol, Google'ın bulut tabanlı ürünleriyle daha çevreci bir yapıya ulaşmaktadır. Ekol, her ay 850 futbol sahası büyüklüğündeki ormanı kurtaracak veya dünya çevresini 365 kez dolaşacak kadar yakıt tasarrufu yapmaktadır.

1 Dijital dönüşüm

2 Küresel erişim

3 Hızlı büyüme ve artan üretkenlik

4.300

Google Workspace
üzerinden ortak
çalışma ortamı
sunulan çalışan
sayısı

%50*

Google
Workspace ile
altyapı yönetim
maliyetlerinden
elde edilen
tasarruf oranı

android 



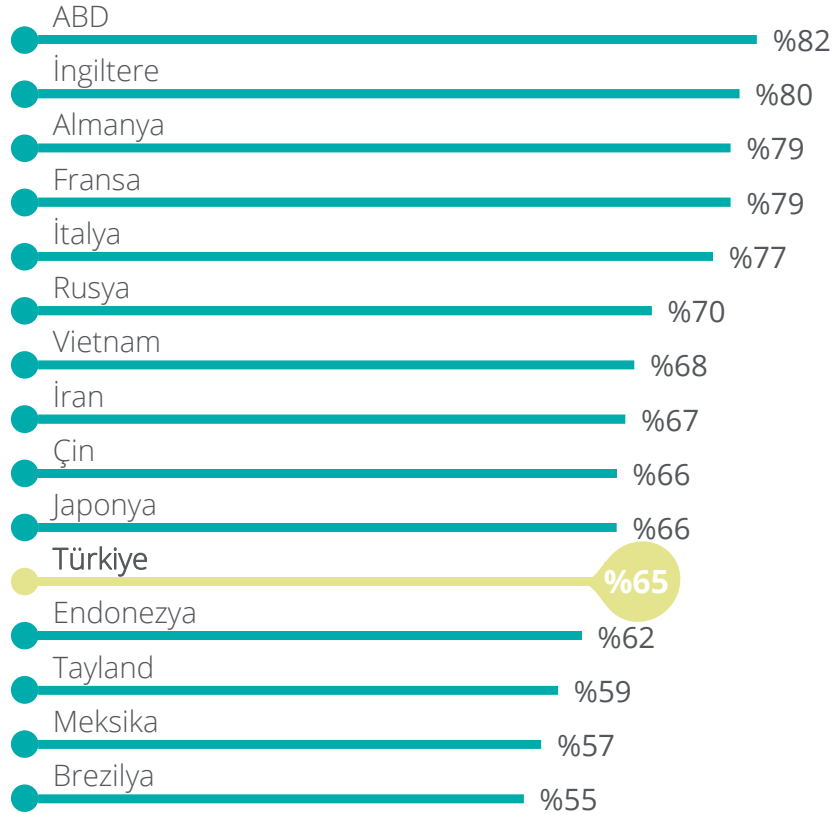
Google Play

Android ve Google Play
ekosisteminin ekonomik katkısı

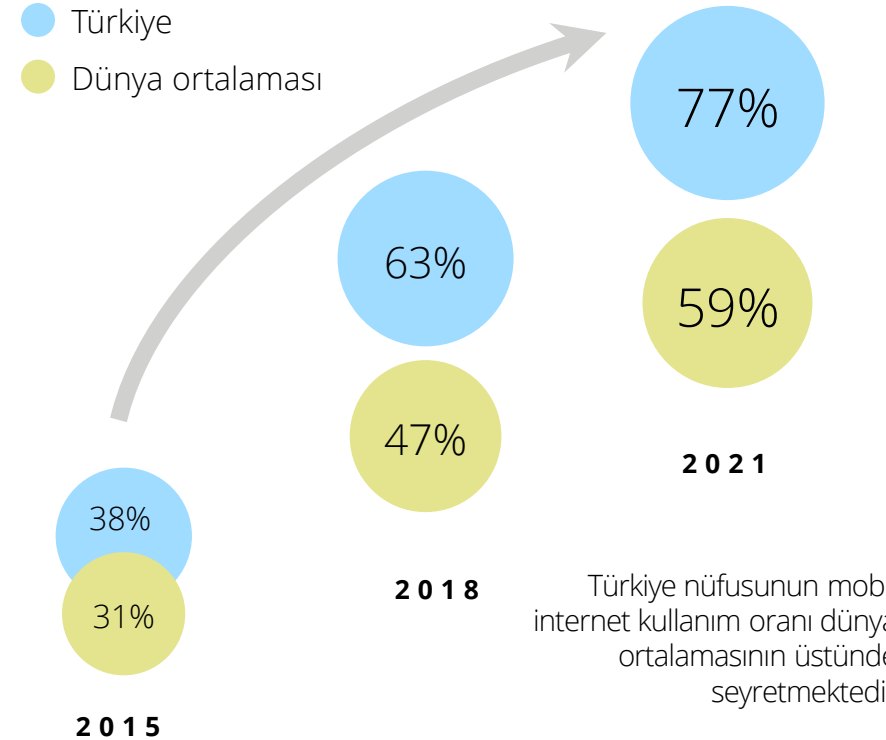
Akıllı telefon kullanım oranı sıralamasında ilk 10'u zorlayan Türkiye, mobil internet kullanımında dünya ortalamasının üstündedir

Akıllı telefon sahipliğinin nüfusa oranı en yüksek 11. ülke olan Türkiye, her geçen yıl artan mobil internet kullanım oranıyla birlikte mobil cihazlar açısından önemli bir pazar olarak büyümeye devam etmektedir

Ülkeler bazında akıllı telefon kullanım oranı, 2021, % nüfus



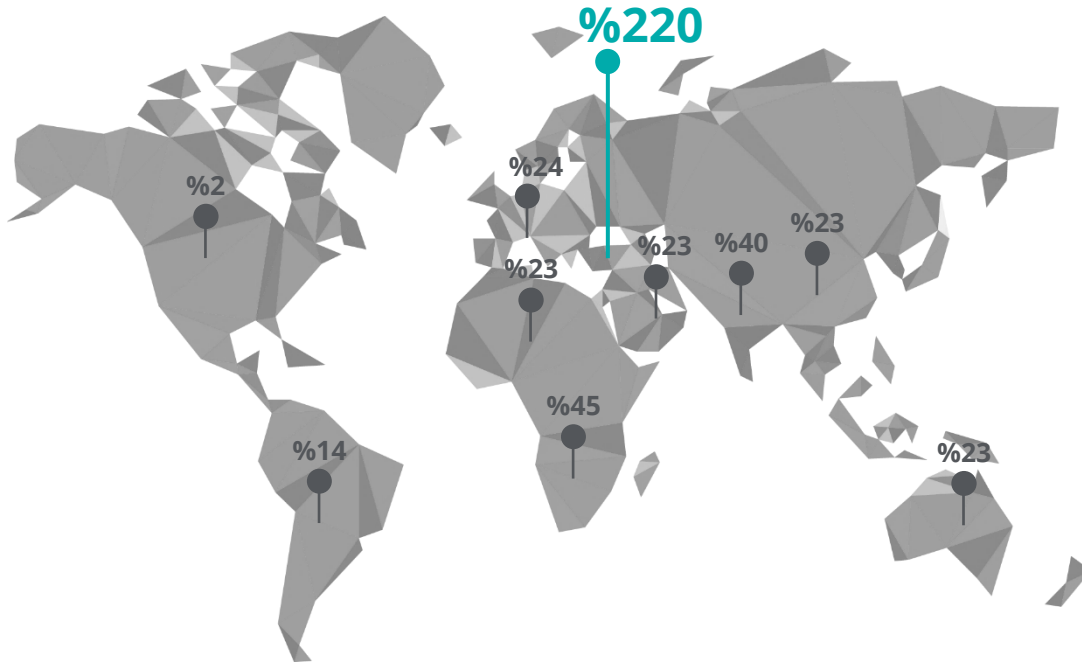
Mobil internet kullanım oranı, 2015 - 2021, % nüfus



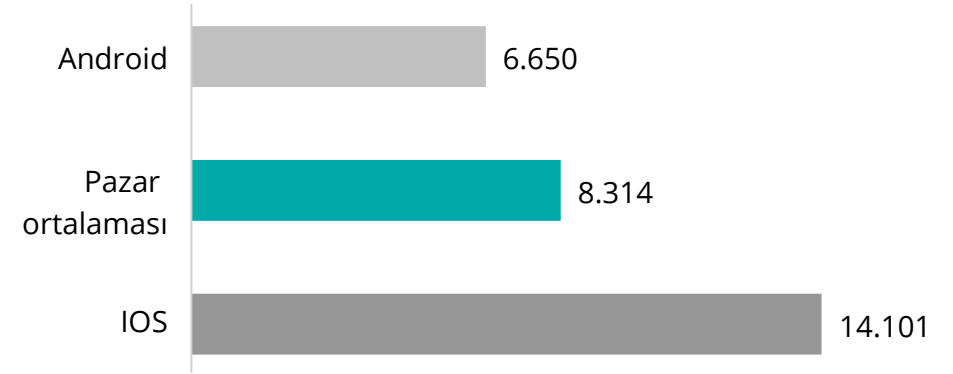
Android akıllı telefonlar, Türkiye'deki tüketicilere uygun fiyatlı seçenekler sunmaktadır

Dünya geneline bakıldığında ortalama olarak akıllı telefon fiyatlarının aylık gelire oranı %2 - %45 arasında seyretmektedir. Bu oran Türkiye'de aylık ortalama gelirin 2,2 katına ulaşmaktadır. Akıllı telefon talebinin yüksek olduğu ancak fiyatların ortalama gelirlerin üzerinde seyrettiği pazar şartlarında, Android tüketicilere uygun seçenekler sunmaktadır

Bölgelere göre ortalama akıllı telefon fiyatının aylık ortalama gelire oranı, 2021



Türkiye'de ortalama akıllı telefon fiyatları, ₺, 2021



PAZAR DİNAMİKLERİ

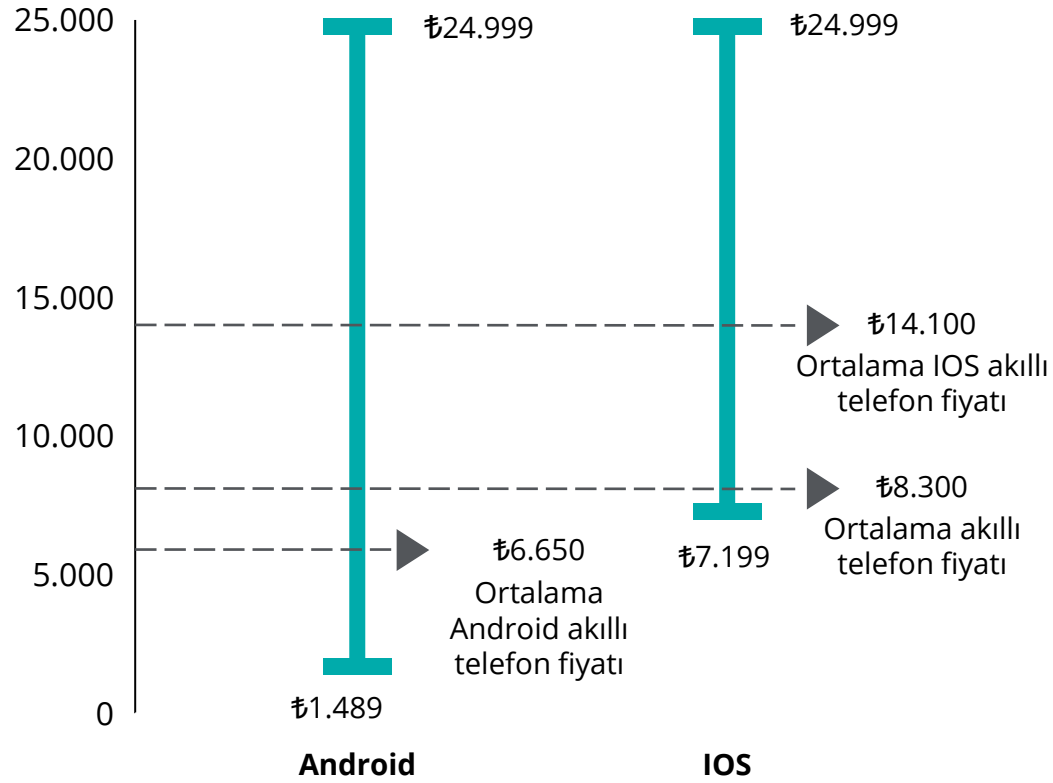
Dünyanın diğer bölgeleriyle karşılaştırıldığında Türkiye'deki tüketicilerin akıllı telefon alım gücü oldukça düşük bir seviyede kalmaktadır. Buna rağmen, artan genç nüfus ve değişen tüketici tercihleri ile geçtiğimiz 5 yılda her yıl 10 milyondan fazla akıllı telefon satışı gerçekleşmiştir. Bu şartlar altında Android akıllı telefonlarının sunduğu ekonomi dostu seçeneklerin, akıllı telefon kullanım oranının artışında önemli katkısı olmaktadır.



Son yıllarda artan fiyatlara rağmen, Android işletim sistemine sahip akıllı telefonların fiyat artışı pazar ortalamasının altında kalmıştır

2021 yılında ortalama bir akıllı telefonun fiyatı her ay %1,9 artış göstermekteyken, bu oran Android akıllı telefonlarında ortalama %0,9 seviyesinde kalmıştır. Bu farkın oluşumunda, Android telefonlarının sahip olduğu geniş fiyat aralığı ve yerli üretimdeki artış etkili olmuştur

İşletim sistemine göre akıllı telefonların fiyat aralıkları, 2021, ₺



PAZAR DİNAMİKLERİ

Yüksek fiyat artışlarından daha az etkilenen Android akıllı telefon fiyatlarının dengede kalmasında:



Pazardaki tüm müşteri segmentlerini hedef alan geniş fiyat aralığı ve marka çeşitliliği



Android işletim sistemini kullanan yerli üretim akıllı telefonların pazardaki payının artması

sebepleri etkili olmuştur.

2021 yılında akıllı telefon fiyatlarındaki aylık ortalama fiyat artış oranları

Android
ortalaması
%0,8

Pazar
ortalaması
%1,9

iOS
ortalaması
%4,5



İşletmeler, Android ve Google Play'in müşterilerine erişimi kolaylaştırarak daha hızlı büyümelerine katkı sağladığını vurgulamaktadır

Bu çalışma kapsamında düzenlediğimiz ankete göre mobil kolu olan işletmeler; Android ve Google Play hizmetlerinin birçok başlıkta verimliliklerine katkı sağladığını belirtmektedir. Sağlanan faydaların arasında özellikle Android'in akıllı telefon yaygınlığını artırarak müşterileri dijital olgunluğa erişirmesi öne çıkmaktadır

Hızlı büyüme ve artan üretkenlik	Akıllı telefon sahipliğinin artmasını destekleyerek müşterilerin dijital olgunluğunu artırmaktadır	%92
	İş verimliliğini artırıp katma değeri yüksek faaliyetlere odaklanmayı mümkün kılmaktadır	%74
Eşit fırsatlar	Açık kaynak yapısıyla ekosisteme giriş engellerini azaltmaktadır	%81
	Küçük ve orta ölçekli işletmelerin dijital dönüşümünü sağlamaktadır	%76
Küresel erişim	Sınır ötesi ticareti desteklemektedir	%73
	Dünya çapında 2 milyardan fazla kullanıcıya erişim sağlayarak uluslararası pazarlara ulaşmayı kolaylaştırmaktadır	%66
Girişimcilik ve inovasyon	Yeni teknolojileri tanıtarak, inovasyon çalışmalarını desteklemektedir	%77
	Yeni kurulan işletmelere/girişimlere sürekli destek sağlayarak girişimcilik ekosistemini desteklemektedir	%68
Dijital dönüşüm	Tüketici ihtiyaçlarını daha iyi anlamaya, doğrudan geri bildirim almaya yardımcı olmaktadır	%75
	Tüm müşteri gruplarının dijital işletmeler için hedef kitle haline gelmesini sağlamaktadır	%70



Android ekosistemi, mobil teknolojilerle ilişki halinde olan her iş kolu üzerinden ekonomiye katkıda bulunmaktadır

Telekom operatörleri akıllı telefonlar aracılığıyla mobil hizmetler sunmakta ve mobil gelirlerinin %65'inden fazlasını Android akıllı telefon kullanıcıları aracılığıyla elde etmektedir. Orijinal ekipman üreticisi (OEM) ve perakendeciler Android akıllı telefonların satışıyla gelir elde ederken Android; ekosisteminde barındırdığı uygulama geliştiricilere, girişimcilere ve mobil uzantısı olan işletmelere büyüme fırsatı sunmaktadır

KANALLAR



Telekom operatörleri

NASIL KATKIDA BULUNURLAR?

Mobil hizmet (veri, ses, SMS) satışları, operatör tedarikçilerinin katkıları, genişbant satışları, ağ ve altyapı yatırımlarındaki mobil kullanım payı, tüketici ve kurum vergileri telekom operatörleri üzerinden Android ekonomisinde meydana gelen ekonomik katkıyı oluşturmaktadır. Android&Google Play ekosistemi yaygın akıllı telefon kullanımını, uygulama ve içerik geliştirilmesini destekleyerek mobil veri kullanımının artmasını sağlamaktadır. Ayrıca Android, uygulamalar ve cihaz paketleri aracılığıyla operatörlerin hizmet portföyünü çeşitlendirmektedir.



OEM & Perakendeciler

Perakendeciler, distribütörler ve yerel cihaz üreticilerinin gerçekleştirdiği mobil cihaz satışları, tedarikçi giderleri, tüketici ve kurum vergileri bu kanalın Android ekonomisinde meydana getirdiği katkıyı oluşturmaktadır. Android; cihaz çeşitliliğiyle geniş fiyat aralığı sunarak, cihaz üreticilerini inovasyona teşvik ederek, işletim sistemi maliyetlerini azaltarak, yerel üretimi destekleyerek, üretimdeki entegrasyon problemlerini en aza indirerek firmaların kârlarını artırmaktadır.



Uygulamalar, girişimler ve işletmeler

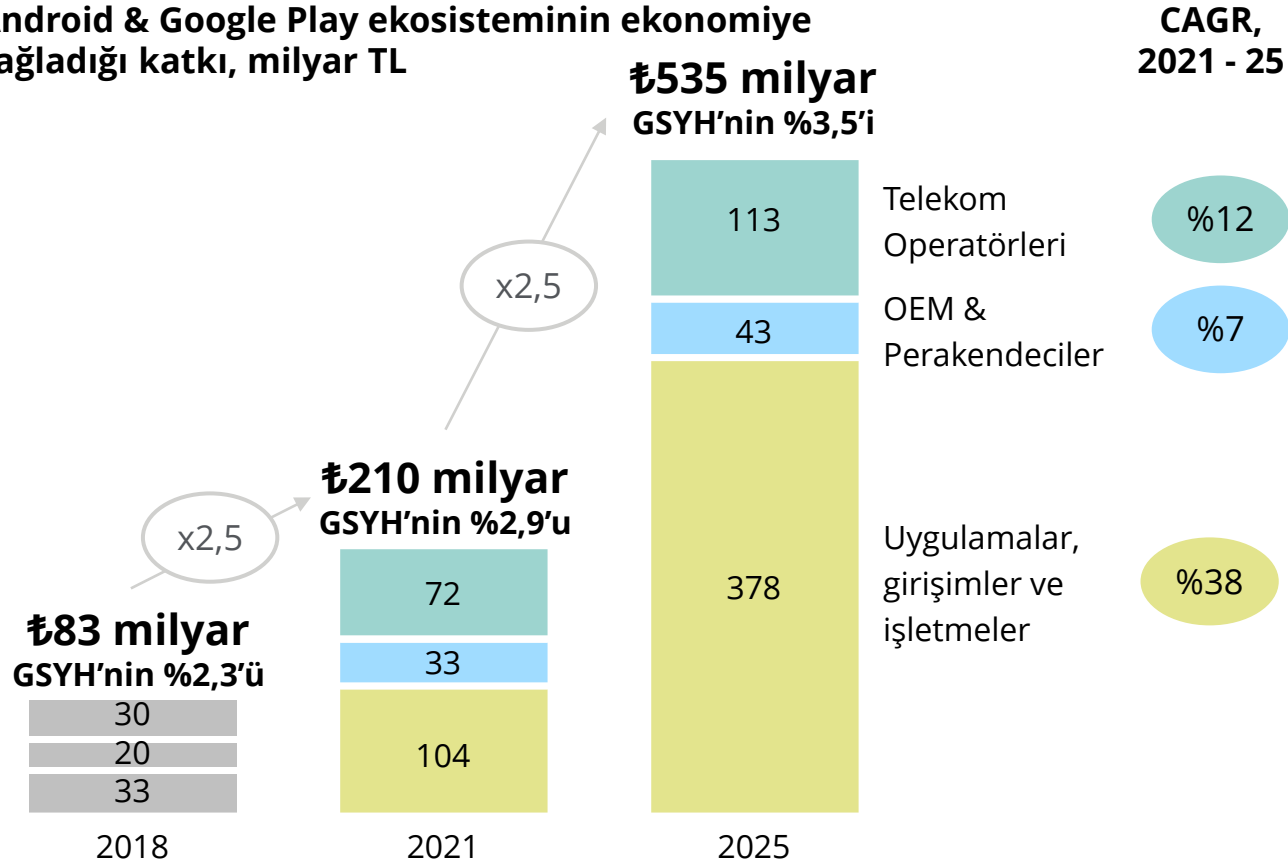
Yerel geliştiricilerin uygulama gelirleri (uygulama içi reklamlar hariç), m-ticaret satışları (mobil cihazlar yoluyla yapılan e-ticaret), tüketici ve kurum vergileri, kuryecilik hizmetleri, araç paylaşımı, mobil ödeme, e-hizmetler vb. gibi mobil iş modelleri tarafından yaratılan gelirler bu kanalın Android ekonomisinde meydana getirdiği katkıyı oluşturmaktadır. Android; işletmelerin tüketici tabanını genişleterek, güvenilir ve standartlaştırılmış bir platform sunarak, eğitim, mentörlük ve tecrübe aktarımı sağlayarak buradaki oyuncuların işletme kârlarına katkıda bulunmaktadır.



Android ekosisteminin Türkiye ekonomisi üzerindeki etkisi 2018 yılına göre 2,5 katına çıkararak 2021 yılında 210 milyar TL'ye ulaşmıştır

Android ekonomisi 2018 - 2021 yılları arasında %36'lık CAGR ile hızlı bir büyüme göstermiş ve 2021 yılında GSYH'nin %2,9'una varan bir büyüklüğe ulaşmıştır. Önümüzdeki 4 yılda 2,5 kat daha büyümesi beklenen ekosistemin 2025 yılında GSYH'nin %3,5'ine ulaşacağı beklenmektedir

Android & Google Play ekosisteminin ekonomiye sağladığı katkı, milyar TL



PAZAR DİNAMİKLERİ

- Türkiye ekonomisi için beklenen büyüme 2021-2025 yılları arasında ABD doları bazında yıllık ortalama %3 civarındadır.
- Mobil iş modellerinin yaygınlaşması, gelişen dijital perakendecilikle büyüyen mobil ticaret hacmi, mobil uygulama pazarının özellikle oyun endüstrisi ve perakende koluyla büyümesi, mobil girişimlerin artması gibi faktörlerle ekosistemin giderek büyüyeceği beklenmektedir.
- Telekom operatörleri, cihaz üretici ve perakendecilerinin büyüme fırsatlarının limitli kalarak toplam Android ekonomisi içindeki paylarının azalması beklenmektedir.

Not: 2018 - 2021 yılları arasındaki büyüme enflasyondan arındırıldığında, Android & Google Play ekosistemi ile tetiklenen ekonomik etkinin %50 oranında büyüdüğü görülmektedir.

Kaynak: EIU, TCMB, Global Payments Report, Telekom operatörleri yıllık raporları, Digital 2022: Turkey raporu, BTK Pazar Verileri, Google'in Türkiye Ekonomisi'ne Katkıları (2019) Raporu, Uzman görüşleri, Deloitte analizi
53 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.



Android'in düşük maliyetli iş modeli, yerel üreticileri desteklemektedir

General Mobile (GM), Türkiye'nin ilk ve en büyük yerli akıllı telefon üreticisidir. 2021 yılında gerçekleştirdiği 450 bin akıllı telefon satışı ve ulaştığı %5,5'lik pazar payı ile Türkiye'de Android işletim sistemi kullanan en büyük dördüncü markadır

Android ile cihaz üreticileri işletim sistemi maliyetlerini minimum düzeyde tutmaktadır

İşletim sistemini sıfırdan geliştirmek, devamlılığını sağlamak ve düzenli güncellemelere tabi tutmak büyük maliyetler oluşturmakta ve yüksek donanımlı işgücü gerektirmektedir. General Mobile, Android işletim sistemini cihazlarında kullanarak işletim sistemi maliyetlerinden %60'dan fazla tasarruf sağlamakta ve bu sayede işletim sistemi giderleri toplam giderlerin sadece %10'una denk gelmektedir. Android'in verimli şekilde çalışan teknik destek ve sorun takip sistemi, GM'in işletim sistemiyle ilgili karşılaştığı problemleri 1 - 2 gün içerisinde çözüme kavuşturabilmektedir. Dahası, Google ekipleri globalde çok sayıda müşteriyle çalışmanın verdiği tecrübeyle GM Ar-Ge ekiplerini sorunlar daha ortaya çıkmadan sundukları uyarılarla önlem almaya yönlendirmektedir. Sonuç olarak, GM ve Android ekiplerinin arasındaki yüksek işbirliği ve iletişim, General Mobile'in uzmanlığını ve yetenek setlerini geliştirmesine katkı sağlamaktadır.

Android entegrasyonu kolaylaştırarak süreçleri hızlandırmaktadır

GM yetkilileri; "Çip üreticilerinin neredeyse tamamı Android'le entegre halde çalıştığı için yeni bir çip piyasa sürülmeden çok öncesinde işletim sistemiyle ilgili entegrasyon çalışmaları tamamlanmış oluyor. Bu durum bizim gibi bu çipleri donanımına entegre edecek firmalara ciddi ivme kazandırıyor." diyerek Android'in önemini vurgulamaktadır. Bu sayede, donanıma yeni bir çip entegre edileceğinde GM büyük bir hız ve esneklikle aksiyon alabilmektedir. Bunlara ek olarak, Android işletim sistemi kullanan cihazların, cihaz güvenliğini ve bakımını sağlayan çok sayıda yazılım güncellemesine tabi tutulması cihazlarının sürdürülebilirliğini sağlamaktadır.

+%60

Android OS
kullanılarak işletim
sistemi
maliyetlerinden
edilen tasarruf

1

Hızlı büyüme ve artan üretkenlik

2

Girişimcilik ve inovasyon

3

Eşit fırsatlar

Google, yerel üreticilerin akıllı ürünlere yatırım yapmasını kolaylaştırmaktadır

Android ekosistemi, lider beyaz eşya üreticilerinden olan Vestel'in mobil cihazlar ve yeni nesil televizyonlar gibi akıllı cihaz üretimine yardımcı olarak şirketin kurumsal düzeydeki stratejisini desteklemektedir

"Android TV, şirketimizin akıllı televizyon portföyü içerisinde yer alan en popüler partner platformudur."

Televizyon üretiminde köklü bir deneyime sahip olan Vestel hem yerel hem küresel pazarlarda bu ürün grubu ile istikrarlı bir şekilde başarı elde etmiştir. Google ile 2019 yılında başlayan ortaklık şirketin ürün çeşitliliğine büyük katkı sağlamaktadır. Bu ortaklık özellikle gelişmekte olan pazarlara girişte ortaya çıkan lisans, entegrasyon, özelleştirme gibi çeşitli maliyetleri Vestel adına ortadan kaldırarak önemli kazanımlar getirmektedir. Bu avantajlar, Vestel'in ihracat hedeflerine büyük katkıda bulunmaktadır.

Vestel'in Google ile sürdürdüğü işbirliği şirketin kurumsal düzeydeki stratejilerine katkıda bulunmaktadır

Şirket, "perakendecilerin perakendecisi" olma stratejisi ile orjinal ekipman üreticisi (OEM) ve orjinal dizayn imalatçısı (ODM) iş modeli altında diğer markalar için de ürünler üretmektedir. Bu bağlamda Google ile olan kurulan ortaklık Vestel'in ilgili ürün portföyünde ölçeklenebilirliğini güçlendirerek kurumsal düzeydeki stratejisine katkı sağlamaktadır. Vestel'in akıllı telefondan TV'ye kadar geniş bir ürün yelpazesinde Android ile yaptığı ortaklık, birçok perakendeciye Vestel ile işbirliğine çekmekte ve farklı odak alanlarındaki ürün çeşitliliğini zenginleştirmesine imkan sağlamaktadır.

Vestel, akıllı televizyon ve tablet ürünleri ile Google işbirliğini sürdürmektedir

Şu anda 158 farklı ülkeye ihracat yapan Vestel, 19 binden fazla istihdam sağlarken 23 yıldır sektörün ihracat liderliğini üstlenmektedir. Şirket raporlarına göre gelirlerin %80'inin ihracat faaliyetlerinden geldiği görülmektedir. Vestel, "Akıllı Ev" konseptine odaklanmaya başlamış ve Wi-fi teknolojisi ile birçok ürün üretmiştir. Bu kapsamda Vestel, yaratıcı ürün portföyü ve sağlam üretim altyapısı özelliklerinin yanında Google ile işbirliğine giderek değişen tüketici beklentilerine (akıllı tablet, televizyon gibi akıllı ürünler) uyum sağlamıştır.

VESTEL

1

Küresel Erişim

2

Hızlı büyüme ve artan üretkenlik



Google teknoloji girişimlerine yol arkadaşlığı yapmaktadır

LIBRA
SOFTWARES

Türkiye'nin genç ve önde gelen oyun geliştirici şirketlerinden olan Libra Softworks, 2017'de kurulmuş ve şimdiye kadar farklı kategorilerde 7 mobil oyun yayınlamıştır. Geliştirdiği oyunlar ile Türkiye'de en çok oynanan mobil oyunlar kategorisindeki güçlü varlığını sürdürmektedir

Google, geliştiricilere kuruluşlarından itibaren destek olmaktadır

Türkiye'deki mobil oyun ekosistemi yetenekli, üretken, bilinçli, tecrübeli ve eğitilmiş geliştiricileriyle öne çıkmaktadır. Temel oyun geliştirme araçları, pazarlama ve gelir elde etme modelleri üzerine Google'ın verdiği kapsamlı eğitim programları Libra gibi birçok geliştiriciye kuruluşundan itibaren katkıda bulunmaktadır. Farklı kategorilerde iyi uygulama örneklerini bu eğitimlerde görebilmek Libra'nın altını çizdiği önemli kazanımlardan biridir ve bu kazanımlar şirket stratejisinin ve hedeflerinin oluşumunda belirleyici bir unsur olmuştur. Libra, Google'ın bu süreçte düzenli olarak sürdürdüğü destek ve danışmanlık hizmetlerinden faydalandığını belirtmektedir.

Android kullanıcıları Libra kullanıcılarının çoğunluğunu oluşturmaktadır

Libra'nın kurucusu Dişli'ye göre doğru kullanıcı kitlesine ulaşmak oyun sektörü için kritik öneme sahiptir. Libra, Google sayesinde doğru kitleyi verimli şekilde hedefleyebildiği için odağını Android kullanıcılarına kaydırmaktadır. Mevcut durumda yeni kullanıcı kazanımının %90'ı Android kullanıcılarıdır. Şirket verileri, 2019 - 2022 yılları arasındaki süreçte Google'ın Libra'ya 1,6 milyon kullanıcı sağladığını göstermektedir. Şirket gelirlerinin %97'sinin uygulama içi satınalmalardan oluştuğu göz önünde bulundurulduğunda Google'ın kullanıcı tabanına ve dolayısıyla şirketin gelirlerine katkısı önemli ölçüdedir.

Google; geliştiricilere düşük maliyetli çözümler sunmaktadır

Libra'nın kurucusu Enes Dişli; "Google'ın uygulama geliştirme araçlarından daha çok verim almaktayız." diye belirtmektedir. Oyunların yaşam döngüsüne bakıldığında içeriklere sürekli olarak gelen geliştirme ve güncellemeler kullanıcı testlerinin sıklıkla yapılmasını gerektirmekte ve büyük bir maliyet yükü oluşturmaktadır. Libra ekibi Google Play sayesinde çok geniş bir kitle üzerinde sürdürdükleri testlerle kişi başına daha az maliyetle daha doğru test sonuçları elde ettiklerini belirtmektedirler. İkon, ekran görüntüsü ve içerik gibi düzenlemelerini Google Play üzerinden test eden Libra; pazar potansiyelini en yükseğe taşıyacak seçimleri yapabilmektedir.

Öte yandan, Google'ın küçük ölçekli şirketlere uyguladığı daha düşük komisyon oranları Libra gibi girişimcilerin büyümelerini desteklemektedir.

+1,6 m

Google Reklamları aracılığıyla kazanılan kullanıcı sayısı

%90

Reklam aktiviteleriyle hedeflenen kitle içinde Android kullanıcılarının payı

1

Girişimcilik ve inovasyon

2

Eşit imkanlar

3

Küresel erişim

Google sağladığı eşit imkanlarla uygulama geliştiricilerini destekler

Oyun sektörünün önde gelen beş deneyimli ismi tarafından 2020 yılında kurulan mobil oyun şirketi Spyke Games 50 çalışanıyla büyümeye devam etmektedir. “Casual” oyun kategorisine odaklanan şirketin değerlemesi 2022 yılında \$250 milyona ulaşmıştır

Google ürünleri kapsayıcı çözümleriyle oyun geliştiricilerine önemli kolaylıklar sağlamaktadır

Google, geniş ürün yelpazesıyla geliştirici ekosisteminin ürün geliştirme aşamasından başlayarak tüm süreçlerindeki ihtiyaçlarına yönelik çözümler sunmaktadır. Spyke Games; uygulama geliştirme sürecinin erken fazlarındaki test versiyonlarının dağıtımında Google Firebase, sonuçların takibi ve analizinde Google Analytics, interaktif kontrol panelleriyle verilerin görselleştirilmesinde Google Big Data Studio ürününü aktif olarak kullanmaktadır. Kuruculardan Rina Onur Şirinoğlu Google’ın önemini şöyle belirtmektedir: “Google kullanımı kolay, güçlü ve entegrasyon gerekliliğini ortadan kaldıran ürünleri tüm ihtiyaçlara yönelik kapsamlı paket çözümler halinde geliştiricilere sunmaktadır.”

Google reklamları uygunluk seviyesindeki uygulamalarda etkili sonuçlar vermektedir

Geliştirilen oyunlar hayat döngülerinin farklı evrelerinde farklı performans ölçütleriyle değerlendirilmektedirler. Optimizasyon evresinde müşteri kaybı, bağlılığı, satışa dönüşme ölçütleri önem arz ederken; uygunluğa ulaştıkça odak reklam harcamalarının getirisi gibi ölçütlere yönelmektedir. Google’ın etkili ve gelişmiş algoritmaları Spyke Games’in de ilgisini önemli ölçüde çekmekte ve reklam bütçelerinde giderek daha fazla yer edinmektedir. Spyke Games’in kullanıcılarının %60’ı Android işletim sistemi kullanmakta ve bu kitle uygulama içi satınalmalar üzerinden elde edilen gelirin %50’sini oluşturmaktadır.

Türkiye’deki geliştiriciler için Android ve Google Play ekosistemi erişilebilir bir çözüm merkezi olmaktadır

Şirinoğlu, Google ve Türkiye oyun ekosistemi işbirliğini şöyle özetlemektedir: “İstanbul’un bir “gaming hub”a dönüştüğü artık bağımsız kaynaklar tarafından da resmi olarak zikredilmeye ve bu alanda söz sahibi olan Tel Aviv, Helsinki ve Londra gibi merkezlerle eşdeğer tutulmaya başlandı. Google’ın bu ekosisteme yaklaşımı ise gelir elde etmekten çok gelecek vadeden ortamı daha da büyütme yönünde.” Android ve Google Play yapılanması müşteri sorumlularıyla sağlanan yakın insan desteği sayesinde yerli geliştiriciler için erişilebilir ve çözüm odaklı bir ortam yaratmaktadır. Oyun geliştirme sürecinde yaşanan kritik problemlerde Spyke açık, takip edilebilir ve sorunsuz çözüm süreçleri yaşadıklarını belirtmektedir. Oyunun platformlarda yayınlanmasına yönelik kural ve dokümantasyondaki açık yönergeler ve Google ekiplerinin desteği süreçleri Spyke için oldukça kolaylaştırmıştır.

1 Girişimcilik ve inovasyon

2 Hızlı büyüme ve artan üretkenlik

3 Küresel erişim

SPYKE

%60

Android işletim sistemi kullanıcılarının payı

%50

Uygulama içi satınalmalarda Android kullanıcılarının payı



Android, Türkiye'nin fintech ekosistemindeki yenilikleri ve büyümeyi destekler

2015 yılında Turkcell tarafından kurulan Paycell, BDDK'dan e-para ve ödeme hizmeti lisansı alan ilk operator iştiraki olmuştur. Paycell bireysel ve kurumsal müşterilerine ödeme hizmetleri sunarak finansal işlemlerini hızlı ve güvenli şekilde sürdürmelerini sağlamaktadır

Google, artan işlem hacminin en büyük katkı sağlayıcılarından

Paycell sunduğu mobil ödeme hizmetiyle, Android ile işbirliği kapsamında Turkcell müşterilerinin Google Play Store üzerinden uygulama satın alımlarında sadece cep telefonu bilgilerini kullanarak faturalı ve faturasız hatları üzerinden ödeme yapmalarını sağlamakta ve kredi kartı ihtiyacını ortadan kaldırmaktadır. Şirket yetkililerine göre harcamaların Turkcell faturasına yansıtıldığı "Sonra Öde" hizmetinin işlem hacmi (grup dışı) yıllık bazda iki katına çıkarak 718 milyon TL'ye yükselmiştir. İşlem hacmindeki bu artışta Google Play Store servisi kullanılarak yapılan mobil ödemelerdeki işlem hacminin son 2 yılda yaklaşık 2,3 katına çıkmasının payının oldukça büyük olduğu belirtilmektedir. Google Play Store Paycell'in toplam dijital işlem hacminde yaklaşık %45'lik bir paya sahiptir. Buna paralel olarak, Google Play Store üzerinden aylık ortalama işlem yapan müşteri sayısı son 2 yılda yaklaşık %70 artış göstermiştir.

Paycell Google ile sürdürdüğü önemli işbirliğinden şöyle bahsetmektedir: "Google, Paycell mobil ödeme olarak müşteri aktifliğini en fazla artırdığımız servislerden bir tanesi haline geldi. Google ile birlikte gerek kullanıcı deneyimini iyileştirici aksiyonlar olarak, gerekse müşteri odaklı kampanyalar yaparak buradaki işbirliğimizi güçlendirmeye devam ediyoruz."

Google yeni teknolojilerin kullanımını kolaylaştırmaktadır

Paycell ürün portfolyosuna Android POS'u ekleyerek Türkiye'de tescillenmiş ve ilgili mevzuatla uyumlu ilk Android POS cihaz kullanımını 2020 yılında başlatmıştır. Bankaların ödeme altyapılarıyla uyumlu olarak çalışan bu cihaz kullanıcılarına çeşitli kurulum ve komisyon avantajları sağlamaktadır. Bunun yanında Paycell Android POS cihazı üye işyerlerine tahsilat, stok takibi ve e-fatura süreçlerini tek platform üzerinden gerçekleştirebilme imkanı sunmaktadır. Şirketin 2021 Entegre Faaliyet Raporu'na göre 2021 yılında 1.500 KOBİ Android POS cihazını kullanmaya başlamıştır. 2021 yılında kullanımda olan Android POS cihazı sayısı 6 bine ulaşmış ve 30 milyon TL'lik aylık işlem hacmi gerçekleştirmiştir.

%45

Google Play Store'un toplam dijital işlem hacmindeki payı

6.000

2021 yılı itibarıyla kullanımda olan toplam Android POS cihaz sayısı

1

Dijital dönüşüm

2

Hızlı büyüme ve artan üretkenlik

3

Eşit imkanlar

Google içerik sağlayıcılarının daha fazla izleyiciye ulaşmasını sağlar

Türkiye'nin yeni jenerasyon yayın platformu olan TV+ dizi, film, belgesel, spor, çocuk içerikleri ve TV kanallarına erişim sağlayarak kullanıcılarına alternatif bir televizyon deneyimi sunmaktadır

Google, içerik sağlayıcılarına belirlenmiş standartlar çerçevesinde kolay geliştirme ortamı sunmaktadır

Turkcell'in iştiraki olan TV+ 2014 yılında mobil uygulama olarak geliştirildi. Tüketicilerin video içerikleri için büyük ekranları tercih etmeye başlamasıyla TV+ fiber altyapıyı kullanan IPTV hizmetini piyasaya sürdü. Akıllı televizyonların yaygınlaşmasıyla TV+ bu cihazlarda da hizmete başlamıştır. Akıllı TV pazarının ilk dönemlerdeki dağınık yapısı TV+ gibi içerik sağlayıcılarını aynı markanın farklı modelleri için dahi özel geliştirme yapmaya zorlamakta idi. Android işletim sistemine sahip akıllı TV'lerin pazarda yaygınlaşmasıyla TV+ geliştirmeleri daha istikrarlı bir platformda kısa sürede, az eforla yapma imkanı kazandı. Bunun yanında Android TV, TV+ hizmetlerinin daha geniş müşteri kitlesine daha sorunsuz bir kullanıcı deneyimiyle ulaşmasını sağlamıştır. Conviva'nın "State of Streaming Q4 2021" raporuna göre, Android TV 2021 yılındaki izlenme süresini dünya genelinde %42 artırarak en hızlı büyüyen TV platformu olmuştur. Bu sebeple, Android ekosistemi TV+ gibi içerik yayıncıları için kritik bir rol oynamaya devam edecektir.

Google operatörlerin girişimlerini desteklemektedir

TV+ 2020 yılında piyasaya sürdüğü TV+ Ready ürünüyle Türkiye'de Android TV set üstü kutusu çözümü sunan ilk ve tek operator girişimi olmuştur. TV+ Ready ürünü kolay kurulabilen, taşınabilir ve takılabildiği her televizyonu fiber altyapıya ihtiyaç duymadan akıllı TV'ye dönüştürebilen bir cihazdır. Şirket, Google'ın sunduğu kişiselleştirme seçenekleriyle cihaza TV+ uygulamasının ön yüklemesini sağlamakta ve cihaz kumandasında uygulamaya direkt erişim sağlayan tuş yerleştirebilmektedir. TV+ bu hizmet alanıyla büyük ekran pazarındaki hedef müşteri kitlesine akıllı olmayan cihazları da ekleyerek potansiyel kullanıcı tabanını maksimum seviyeye ulaştırmaktadır.

1

Hızlı büyüme ve artan üretkenlik

2

Girişimcilik ve inovasyon

3

Eşit imkanlar

*OTT TV (Set üstü kutu) ve IPTV kullanıcıları toplamı olarak hesaplanmıştır.

59 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.



1,9 m*

2022 1. çeyrek itibarıyla toplam TV+ kullanıcı sayısı

%23

2022 1. çeyrek itibarıyla TV+ kullanıcı sayısındaki yıllık büyüme oranı

Sosyal refaha katkı sağlanması

Google, ürünleriyle sosyal refaha katkı sağlamaktadır



TÜKETİCİ
REFAHINI
ARTIRMAK



BİLGİYE ERIŞİMİ
KOLAYLAŞTIRMAK



EĞLENCE VE
İLETİŞİMİ
SAĞLAMAK



Google kullanıcılarına zaman tasarrufu sağladığı, onların üretkenliğini artırdığı ve ortak çalışmalarını kolaylaştırdığı ürünleriyle tüketici refahını artırmaktadır. Tüketiciler, Google ürünlerini ücretsiz şekilde kullanarak çeşitli konularda bilgi sahibi olma, çevreleriyle iletişim kurma ve eğlendirici platformlara erişme imkanı elde etmektedir.



Google, tüketici refahını artırmakta, bilgiye erişimi kolaylaştırmakta, eğlence ve iletişimi sağlamaktadır

Deloitte.
Digital

Tüketici refahı

Google Arama ve Google Haritalar ile tüketici refahının artması

Nicel Etkiler

Daha fazla seçeneğe daha kolay erişim sağlanması

Gündelik aktivitelerdeki üretkenliğin artması

Bilgiye erişim

Grow with Google ile kullanıcılara dijital becerilerini geliştirme ve istihdamı artırma fırsatı sunulması

Google Akademik ve YouTube ile araştırmacıların ve öğrencilerin ilgili materyallere kolay erişim sağlaması

YouTube, Google Arama, Google Akademik vb. gibi hizmetlerle bilgiye erişimin artması ve bilgi asimetrisinin azalması

Google Arts & Culture ve YouTube sayesinde kültürel ve sanatsal etkinliklere erişimin artması

YouTube, Google Çeviri vb. gibi araçlarla dil yetkinliklerinin desteklenmesi

Eğlence ve iletişim

YouTube, Android ve Google Play aracılığıyla eğlence içeriklerine erişim sağlanması

YouTube, Google Arama vb. aracılığıyla Türk kültür ve eğlence endüstrisinin tanıtılması

Google Meet, Android ve Google Play ile bireyler ve topluluklar için bir araya gelme fırsatı sunulması



Türkiye’de internet kullanan yetişkinlerin %98’i tarafından kullanılan Google ürünleri, bilgiye kolay ve hızlı erişimin sağlanmasında, günlük aktivitelerin kolaylaştırılmasında ve eğlenceli kılınmasında önemli bir rol üstlenmektedir

Çalışma kapsamında yapılan tüketici anketi internet kullanıcılarıyla yürütülmüştür. Rapor içeriğinde geçen “tüketici” ifadeleri internet kullanıcılarını temsil ederken, “kullanıcı” ifadeleri ise bahsi geçen Google ürününü kullanan kişilere karşılık gelmektedir.

Kaynak: Deloitte analizi, Akademetre tüketici anketi
63 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.



Türkiye’deki tüketicilerin %95’i aradıkları bilgiye, Google’ın ilk ürünü olan Google Arama ürünü üzerinden kolaylıkla ulaşmaktadır



Google Lens, kullanıcılarına sağladığı konforlu bir görsel tanıma teknolojisi deneyimiyle, yeni ve daha kolay arama yapma yöntemi sunmaktadır



Tüketicilerin %50’si tarafından kullanılmakta olan Google Haritalar, kullanıcıların günlük hayatlarında gitmek istedikleri lokasyonlara ulaşmalarına yardımcı olmaktadır



Ortak çalışma platformu kullananların %94’ünün tercihi olan Google Workspace; Gmail, Google Drive ve Google Meet ürünleriyle birlikte, iş ve eğitimin önemli bir parçası haline gelmektedir





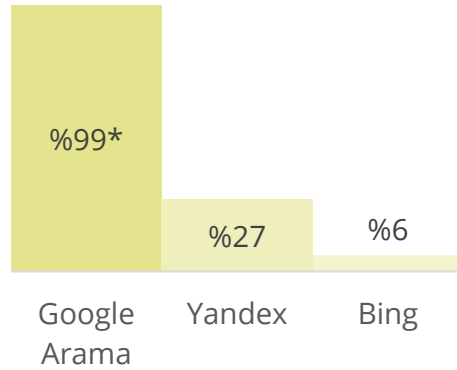
Her 100 arama motoru kullanıcısından 99'unun tercih ettiği Google Arama her gün binlerce kişinin hayatını kolaylaştırmaktadır

Kullanıcılar Google Arama'ya günde ortalama 5 soru yönelmekte ve sorularının %75'ine cevap bulabilmektedir. En merak edilen konular ise haberler, sağlık, alışveriş, hava durumu, video ve müzikle ilgili olmaktadır

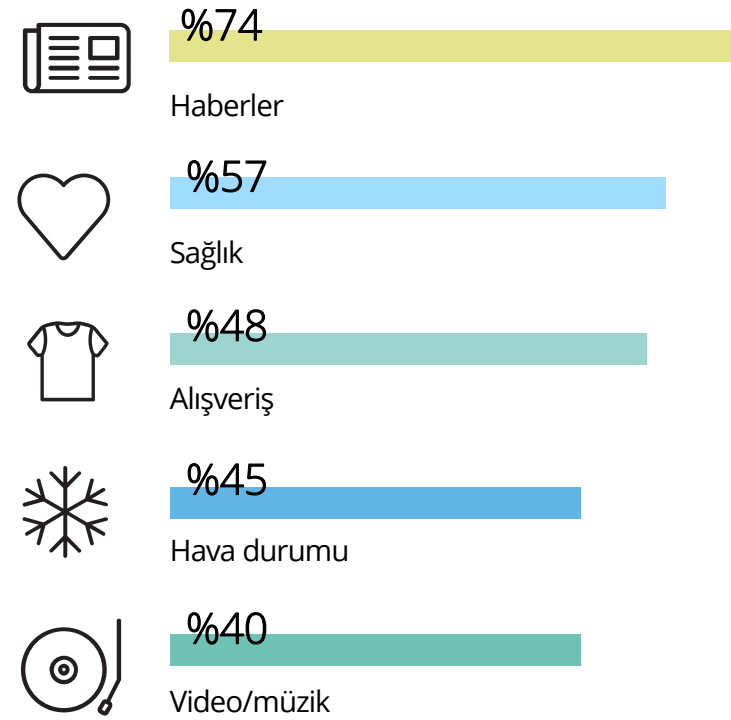
Biliyor muydunuz...

%99

çevrimiçi arama yapan kullanıcıların Google Arama'yı tercih etme oranı



İnsanlar geçtiğimiz ay Google Arama'da hangi konuları aradı...



Kullanıcılar Google Arama'ya günde ortalama 5 soru sorarken...



...sorulan soruların %75'i cevaplanmaktadır.

Ücretsiz uygulamalardan edilen tüketici refah artışı 21 milyar TL



Türkiye'de **50 milyondan fazla** kişi Google Arama'yı kullanmaktadır.



Kullanıcılar, Google Arama'ya ücretsiz erişerek 2021 yılında toplam **21 milyar TL**'ye karşılık refah artışı yaşamışlardır.

*Anket katılımcıları birden fazla arama motorunu tercih edebilecekleri için oranların toplamı %100 etmemektedir.

Kaynak: Deloitte analizi, Akademetre tüketici anketi

64 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.





Kullanıcılar Google Arama'ya doğru bilgiye hızlı, kolay ve ücretsiz şekilde erişmelerini sağladığı için değer vermektedir

Google Arama'yı kullanan 4 kişiden 3'ü, bu sayede zaman kazandığını, günlük işlerini rahatlattığını ve araştırma yapmayı kolaylaştırdığını düşünmektedir

Google Arama kullanıcıları için doğru bilgiye hızlı şekilde ulaşmak ve bu sayede üretkenliği artırmak önem arz etmektedir*

-  Google Arama araştırma yaparken en çok kullandığım araçlardan biridir %78
-  Google Arama ile aradığım doğru bilgiye hızla ulaşabiliyorum %75
-  Google Arama olmasaydı günlük işlerim sekteye uğrardı %75
-  Google Arama olmasaydı günlük işlerimde çok zaman kaybı yaşırdım %75
-  Google Arama hayatımı en çok kolaylaştıran araçlardan biridir %57

Türkiye'deki bütün Google Arama kullanıcılarının yıllık zaman tasarrufu 2,3 milyar saate ulaşmış, uygulamanın ücretsiz kullanımı ile tüketici refahında 21 milyar TL'lik artış gerçekleşmiştir



Google Arama sayesinde Türkiye'deki kullanıcıların bir yılda elde ettiği zaman tasarrufu



Uygulamanın ücretsiz kullanımından elde edilen yıllık toplam tüketici refahı

*Google Arama'yı kullananlar arasında ilgili soruya "Kesinlikle katılıyorum" ve "Katılıyorum" cevabı verenlerin oranı
Kaynak: Deloitte analizi, Akademetre tüketici anketi, Economic Value of Google, Hal Varian (2011)
65 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.





Türkiye'de **50** milyondan fazla kişi Google Arama'yı kullanmaktadır. 2021 yılında kullanıcıların tüketici refahındaki artış **21 milyar TL**'ye ulaşmıştır.*

* Talep eğrisi ve elde edilen toplam tüketici refahı, Akademetre tüketici anketine göre kullanıcıların Google Arama kullanımı karşılığında ödemeyi kabul ettikleri rakam/miktar üzerinden hesaplanmıştır.



Kullanıcılarına güvenilir ve ücretsiz kılavuzluk hizmeti veren Google Haritalar, zaman tasarrufu ve kolaylık sağlamaktadır

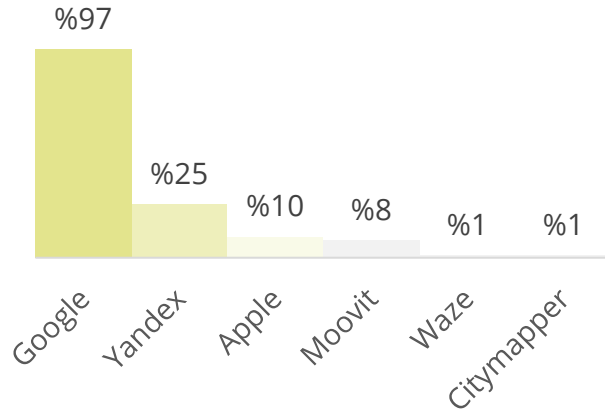


Farklı cihazlarda ve uygulama içindeki kullanım kolaylığı, güvenilir ve doğru sonuç vermesi, güncellemeleri ve sunduğu seçenekler sebebiyle çevrimiçi harita kullanıcıların %97'si Google Haritalar'ı tercih etmektedir. Google Haritalar kullanıcıların %66'sı uygulamayı haftada en az 2-3 kez kullanmakta ve günde yaklaşık 24 dakika kazanmaktadır

Biliyor muydunuz...

%97

çevrimiçi harita uygulaması kullanıcıları içinde Google Haritalar'ın kullanım oranı



Google Haritalar kullanıcılarının uygulamayı tercih etme sebepleri*...

Daha doğru bilgi vermesi ve yönlendirmesi

%58

Farklı cihazlarla kullanımının daha kolay olması

%54

Daha kullanıcı dostu olması

%53

Yeni teknoloji ve güncellemelerin sorunsuz şekilde yüklenmesi

%47

Daha çok seçenek görüntülenmesi

%43

Daha çeşitli toplu taşıma seçeneği sunması

%24

Google Haritalar'ın kullanıcılarına sunduğu kazanımlar...

%66

Kullanıcıların %66'sı uygulamayı haftada en az 2-3 kez kullanmaktadır

24 dk

Kullanıcılar uygulama sayesinde sürüş esnasında, yürürken, toplu taşıma kullanırken veya alışveriş yaparken günde ortalama 24 dakika kazanmaktadır

34 TL

Uygulama ücretsiz olarak sunulsa da, ücretli olması halinde kullanıcılar ayda ortalama 34 TL ödemeyi kabul etmektedirler

*Anket katılımcıları uygulamayı birden fazla sebeple tercih edebildikleri için oranların toplamı %100 etmemektedir.

Kaynak: Deloitte analizi, Akademetre tüketici anketi

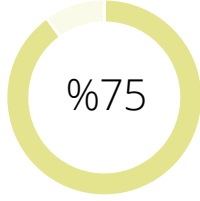
67 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.





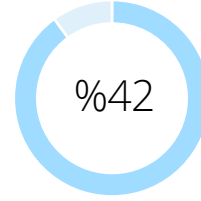
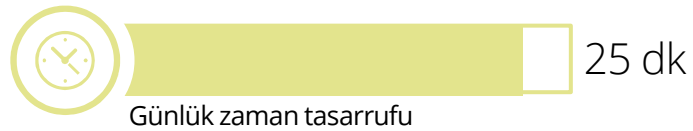
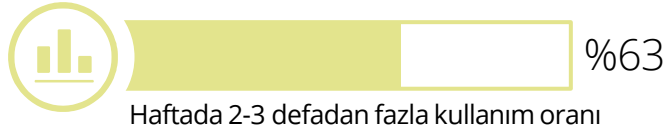
Kullanıcılar; Google Haritalar uygulamasından sürüş esnasında, yürürken ve toplu taşıma araçlarını kullanırken faydalanmaktadır

Google Haritalar kullanıcılarına sorulduğunda her 4 kullanıcıdan 3'ü uygulamayı sürüş esnasında kullandığını, yaklaşık %40'ı ise yürürken veya toplu taşıma kullanırken uygulamadan faydalandığını belirtmiştir



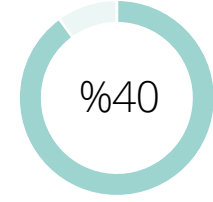
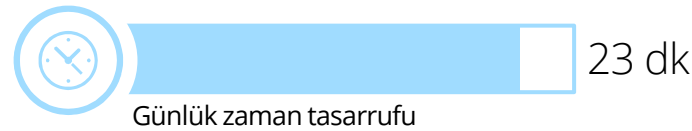
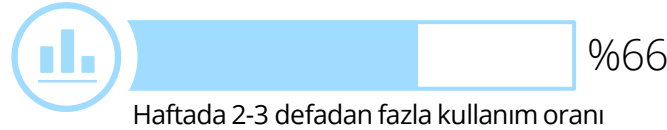
Araç sürüşü

Google Haritalar kullanıcılarının %75'i uygulamayı araç sürerken kullanmaktadır. Araç sürerken kullananların %63'ü uygulamayı haftada 2-3 defadan fazla kullanarak, günlük ortalama 25 dakika zaman tasarrufu elde etmektedir



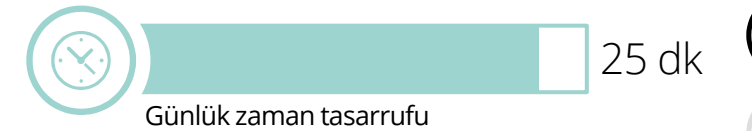
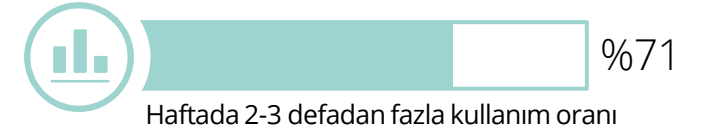
Yürüme

Google Haritalar kullanıcılarının %42'si uygulamayı yürüyerek ulaşım sağlarken kullanmaktadır. Yürürken kullananların %66'sı uygulamayı haftada 2-3 defadan fazla kullanarak, günlük ortalama 23 dakika zaman kazandıklarını tahmin etmektedirler



Toplu Taşıma

Google Haritalar kullanıcılarının %40'ı uygulamayı toplu taşıma araçlarıyla ulaşım sağlamak amacıyla kullanmaktadır. Toplu taşıma için kullananların %71'i uygulamayı haftada 2-3 defadan fazla kullanarak, günlük ortalama 25 dakika zaman tasarrufu elde etmektedirler



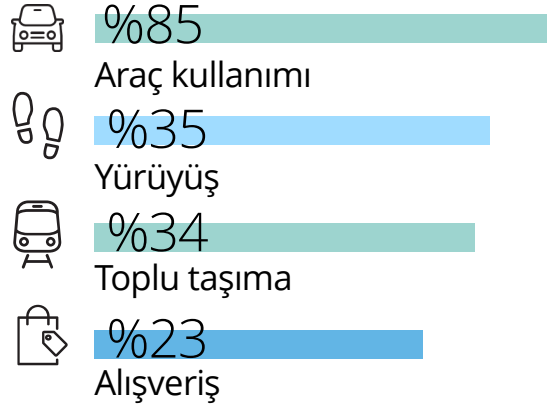


Hanehalkları Google Haritalar ile tasarruf sağlamaktadır

Çeşitli amaçlar için Google Haritalar'ı tercih eden kullanıcılar zaman ve yakıttan tasarruf etmektedirler. Trafığı yoğun metropollerimizdeki tüm kullanıcıların zaman tasarrufunun ve sürücülerin yakıt tasarrufunun toplam değeri 2021 yılında 39 milyar TL olarak gerçekleşmiştir

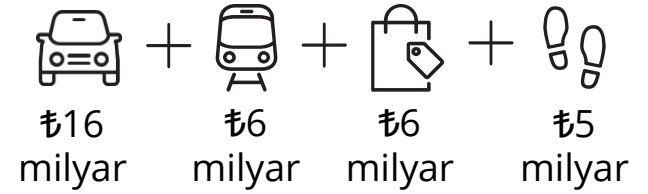
Zaman tasarrufu

Belirli bir amaç için Haritalar'ı kullanan kişilerin oranı*



Bir kullanıcının yıllık ortalama zaman tasarrufu

- ✓ Araç kullanımında 31 saat
- ✓ Yürürken 12 saat
- ✓ Toplu taşıma kullanımında 12 saat
- ✓ Alışveriş kullanımında 9 saat



33 milyar

Yakıt tasarrufu



Google Haritalar'ı kullanan bir sürücü yılda ortalama **1,832 km** tasarruf sağlamaktadır



Google Haritalar'ı kullanan bir sürücü yılda ortalama **31 saat zaman** tasarrufu sağlamaktadır



6 milyar

İstanbul, Ankara ve İzmir'deki Google Haritalar'ı kullanan tüm sürücüler 2021 yılında **6 milyar TL'den fazla** yakıt tasarrufu sağlamıştır

*Google Haritalar'ı kullananlar uygulamayı birden fazla amaç için (örn; sürüş ve toplu taşıma) kullanabilmektedirler. Bu nedenle ilgili kullanımlar için belirtilen tercih oranlarının toplamı %100'ü aşabilmektedir.

Kaynak: Deloitte analizi, Akademetre tüketici anketi

69 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.



Türkiye’de yaklaşık **36** milyon kişi Google Haritalar’ı kullanmaktadır. Bu sayede 2021 yılında **15** milyar TL’lik tüketici refahı artışı oluşmuştur.*

* Talep eğrisi ve elde edilen toplam tüketici refahı, Akademetre tüketici anketine göre kullanıcıların Google Haritalar kullanımı karşılığında ödemeyi kabul ettikleri rakam/miktar üzerinden hesaplanmıştır.

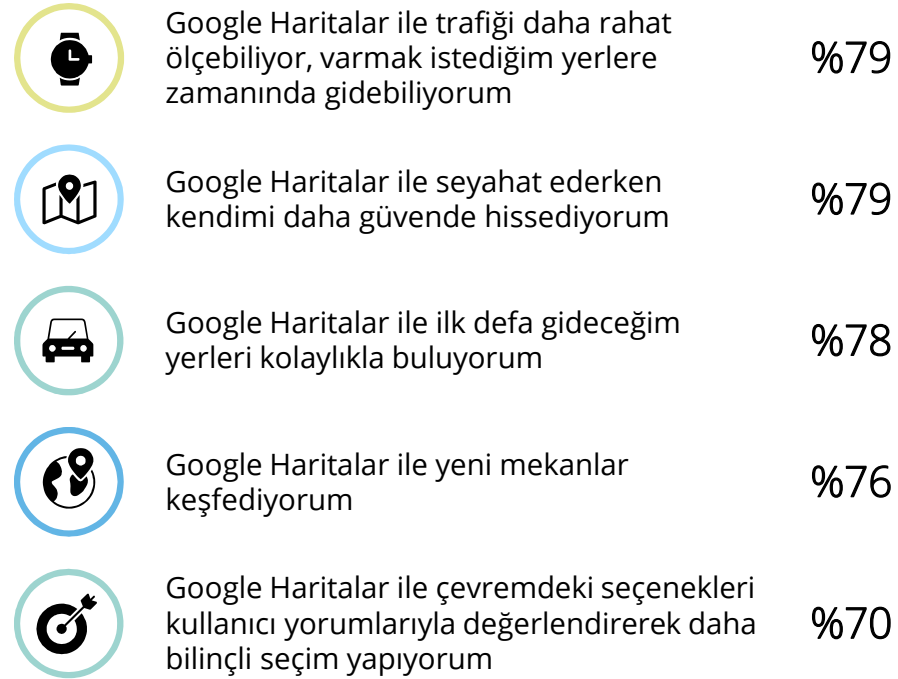




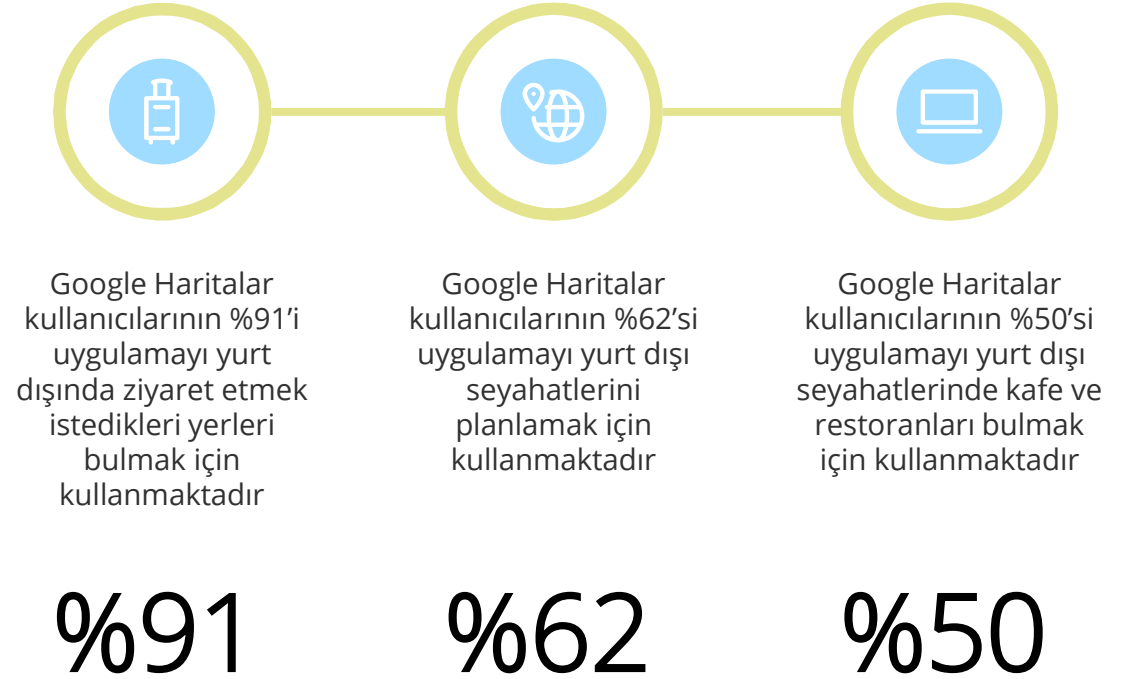
Kullanıcılar seyahatlerini planlarken de Google Haritalar'dan faydalanmakta ve daha hızlı, güvenli ve kolay seyahat edebilmektedir

Google Haritalar kullanıcıları uygulama sayesinde trafik yoğunluğunu ölçmekte, gitmek istedikleri yerlere zamanında ve güvenli şekilde ulaşmakta, yeni yerler keşfetmekte, kullanıcı yorumlarıyla farklı yerleri değerlendirmektedir. Kullanıcılar uygulamayı yurt dışında ve seyahat planlamalarında da kullanmaktadırlar

Kullanıcılar, Google Haritalar ile daha güvenli ve kolay şekilde seyahat etmektedir



Google Haritalar kullanıcılarının %44'ü uygulamayı yurt dışı seyahatlerini planlarken ve seyahatleri boyunca kullanmaktadır



*Google Haritalar uygulamasını kullananlar arasında ilgili soruya "Kesinlikle katılıyorum" ve "Katılıyorum" cevabı verenlerin oranı

Kaynak: Deloitte analizi, Akademetre tüketici anketi

71 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.



Google Arama ve Google Haritalar Türkiye'de tüketici refahını artırmaktadır



Google Arama ve Google Haritalar aracılığıyla Türkiye'de 2021 yılında tetiklenen tüketici refahı 36 milyar TL'yi bulmaktadır. Buna ek olarak büyük şehirlerdeki kullanıcılar Google Haritalar sayesinde 33 milyar TL değerinde zaman ve 6 milyar TL değerinde yakıt tasarrufu sağlamaktadır



GOOGLE ARAMA İLE TETİKLENEN TÜKETİCİ REFAHI



₺21 milyar

2021 yılında Türkiye'de 50 milyondan fazla kullanıcının Google Arama'yı tercih etmesi ile tüketici refahında 21 milyar TL'lik artış oluşmuştur.

YAKIT TASARRUFU



₺6 milyar

Google Haritalar'ı büyük şehirlerde (İstanbul, Ankara, İzmir) kullanan sürücüler 2021 yılında 18 milyar km yol ve 884 milyon litre yakıt tasarrufu sağlamıştır. Yakıt tasarrufunun yaklaşık değeri 6 milyar TL civarındadır.

GOOGLE HARİTALAR İLE TETİKLENEN TÜKETİCİ REFAHI



₺15 milyar

2021 yılında Türkiye'de 36 milyondan fazla kullanıcısı olan Google Haritalar, tüketici refahında 15 milyar TL değerinde ilave bir artışa yol açmıştır.

ZAMAN TASARRUFU



₺33 milyar

Büyük şehirlerde (İstanbul, Ankara, İzmir) Google Haritalar'ı kullanan bir kişi 2021 yılında ortalama 31 saat tasarruf etmiştir. Bu şehirlerdeki bütün kullanıcıların toplam zaman kazanımının ekonomik değeri 33 milyar TL olmuştur.



Google Lens, kullanıcılarına görsel arama teknolojisini bir uygulama kullanımını kolaylığında sunmaktadır



Google Lens kullanıcıları metin içeren görüntüleri anlık olarak metin biçimine çevirme, bu metinleri kopyalama, anlık olarak çevirisini yapma ve herhangi bir ürünü, bitkiyi veya cismi görüntü biçiminde arama imkanını oldukça faydalı bulmaktadır

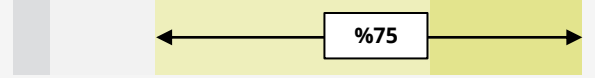
Google Lens uygulaması neleri mümkün kılar...



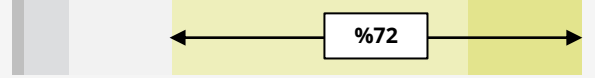
Bir tabela veya el broşürü üzerindeki metinleri cihaza kopyalarken kaydetme veya anlık olarak çevirisini yapma

...kullanıcıları Google Lens'i en çok metinleri kopyalayıp çevirmek için ve satın alacakları ürünleri araştırmak için kullanmaktadır

Google Lens ile fotoğrafını çektiğim metinleri hızla bilgisayara/bilgisayardan aktarabiliyorum

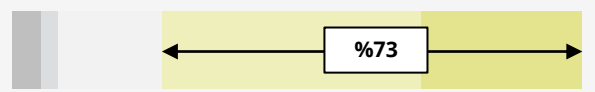


Google Lens ile yabancı dildeki metinleri hızla istediğim dile çevirebiliyorum



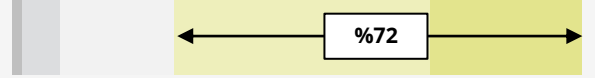
Satın almak için bir ürünü araştırma veya diğer seçeneklerle karşılaştırma

Google Lens ile beğendiğim ürünleri hızla bulabiliyorum

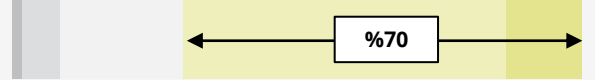


Bir bitki veya hayvanın cinsi veya özellikleri hakkında arama yapma

Google Lens içinde bulunduğum çevreyi daha iyi tanımamı sağlıyor

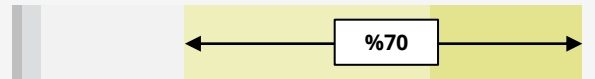


Google Lens ile çevremdeki bitki, çiçek ve ağaçları tanımaya başladım

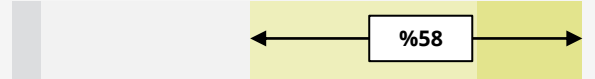


Denklemleri, formülleri, tarihi olayları kopyalama; açıklamalarını araştırma ve hatta çözümlerini bulma

Google Lens eğitim hayatımda verimimi artırıyor



Google Lens matematik, fen vb. ödevlerimde bana yardımcı oluyor



Kaynak: Deloitte analizi, Akademetre tüketici anketi

73 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.

Kesinlikle katılmıyorum Katılmıyorum Ne katılmıyorum ne katılmıyorum Katılmıyorum Kesinlikle katılıyorum



Takımlar halinde, verimli ve işbirliği içinde çalışma ortamı sunan Google Workspace en çok tercih edilen ortak çalışma platformudur

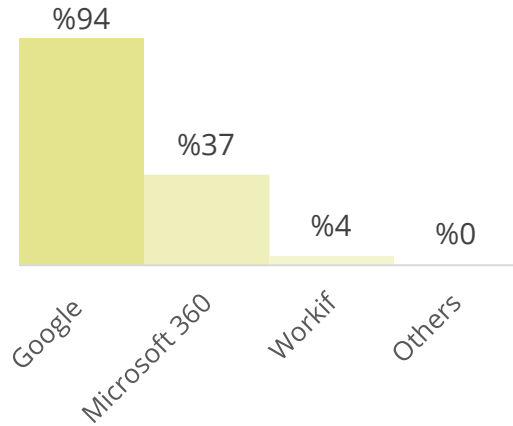


Google Workspace çok fonksiyonlu ve kullanıcı dostu ve birlikte çalışmaya daha uygun olmasıyla öne çıkarken kullanıcıların sıkça kullandıkları Gmail ürünü ücretsiz oluşu ve sağladığı depolama alanıyla öne çıkmaktadır. Google Meet ise yüksek hizmet kalitesini kolay kullanım ile birleştirerek kullanıcılara sunmaktadır

Biliyor muydunuz...

%94

Bir ortak çalışma platformu kullanan tüketiciler arasında Google Workspace'ı kullananların oranı



Google Cloud ve Workspace kullanıcılarının ürünleri tercih etme sebepleri...

Çok fonksiyonlu **%65**

Daha kullanıcı dostu **%58**

Birlikte çalışmaya daha uygun **%54**

Farklı cihazlardan kullanımı daha kolay **%43**

Google Workspace ürünleri arasında en çok kullanılan Gmail, kullanıcılar için geniş depolama alanı ve ücretsiz kullanımıyla öne çıkmaktadır...

%75
Ücretsiz kullanım

%57
Depolama alanı

Google Meet, kullanıcıları için kolay kullanımı ve hizmet kalitesiyle öne çıkmaktadır...

%68
Çoklu kullanıcılar için kullanım kolaylığı

%61
Ücretsiz kullanım



Google'in entegre çalışan Google Cloud ve Workspace platformları, kullanıcılarına kapsamlı bir ortak çalışma deneyimi sunmaktadır



Google Cloud ve Workspace kullanıcıları özel ve profesyonel hayatlarında e-maileşme, planlama yapma, görüntülü konuşma, döküman paylaşma ve depolama gibi birçok alanda uygulamalardan faydalanmaktadır

%94 ortak çalışma platformu kullanıcıları arasında Google Workspace'i tercih edenlerin oranı



%77

Google Workspace kullanıcılarının %77'si, Gmail'i iş, eğitim veya kişisel iletişimi için vazgeçilmez görmektedir



%72

Google Workspace kullanıcılarının %72'si, Google Drive'ı paylaşım gerektiren dosyaları için kullandığı önemli bir uygulama olarak tanımlamaktadır



%68

Google Workspace kullanıcılarının %68'i için Google Takvim, günlük işlerini takip etmeleri için vazgeçilmez bir uygulamadır



%59

Google Workspace kullanıcılarının %59'u, Google Meet'i aile ve arkadaşlarıyla haberleşmek için kullanmaktadır



%55

Google Workspace kullanıcılarının %55'i, Google E-tablolar, Google Dokümanlar ve Google Slaytlar'ı tek dosya üzerinde birlikte çalışma imkanı sunan en iyi ücretsiz uygulama olarak değerlendirmektedir

%66

Kullanıcıların %66'sı Google Workspace'i iş amaçlı kullanmaktadır

%66

Kullanıcıların %66'sı Google Workspace'i kişisel planlamalar için kullanmaktadır

%32

Kullanıcıların %32'si Google Workspace'i eğitim amaçlı kullanmaktadır

*Bahsi geçen ürünler tüm Workspace ürünlerini kapsamamaktadır. Kullanıcıların sıklıkla kullandığı ürünlere yer verilmiştir.

Kaynak: Deloitte analizi, Akademetre tüketici anketi

75 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.



Google'ın ücretsiz çeviri, araştırma ve öğrenim uygulamaları her koşuldaki kullanıcının bilgiye ulaşabilmesini sağlamaktadır



Dijital çeviri platformu kullanıcılarının %83'ü tarafından kullanılan Google Çeviri, birçok dil seçeneğinde kullanıcı dostu arayüzüyle doğru ve hızlı çeviri hizmeti vermektedir



Araştırma yapan kullanıcıların %60'dan fazlası tarafından kullanılan Google Akademik, kullanıcılarına araştırma yapabilecekleri geniş bir kaynak havuzu, kişiselleştirilmiş bildirimler ve verimliliği artıran kullanım seçenekleri sunmaktadır



Google Arts & Culture kullanıcılarının %68'i uygulama sayesinde fiziksel olarak gidemedikleri müze ve şehirleri sanal olarak gezebilme imkanı yakalamaktadır



Grow with Google kullanıcılarının %84'ü katıldıkları programlar sayesinde farklı iş alanlarına yönelmekte ve kariyer yolculuklarında kendilerini geliştirmektedirler





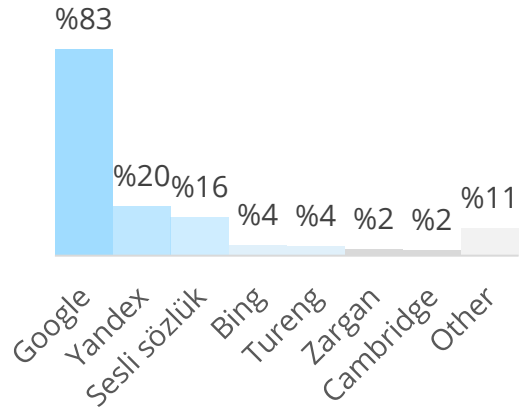
En çok tercih edilen çeviri platformu Google Çeviri, kullanıcılarına hızlı ve doğru çeviri hizmeti sunarak günlük hayatlarını kolaylaştırmaktadır

Daha hızlı ve doğru çevirileri, daha fazla dil seçeneği ve kullanıcı dostu oluşuyla çeviri platformu kullanıcılarının %84'ü tarafından tercih edilen Google Çeviri; eğitim, iş ve iletişim amaçlı kullanımlar sunmaktadır

Biliyor muydunuz...

%83

Çevrimiçi çeviri platformu kullanıcıları arasında Google Çeviri'yi tercih edenlerin oranı



Google Çeviri kullanıcılarının ürünleri tercih etme sebepleri...

Daha hızlı çeviri	<u>%67</u>
Daha doğru çeviri	<u>%62</u>
Daha fazla dil seçeneği	<u>%46</u>
Daha kullanıcı dostu	<u>%40</u>

Google Çeviri kullanıcıları uygulamayı eğitim, iş veya iletişim amaçlı kullanmaktadır

<u>%57</u>	Kullanıcıların %57'si Google Çeviri'yi iş amaçlı kullanmaktadır
<u>%47</u>	Kullanıcıların %47'si Google Çeviri'yi yeni bir dil öğrenme amacıyla kullanmaktadır
<u>%40</u>	Kullanıcıların %40'ı Google Çeviri'yi eğitim amaçlı kullanmaktadır
<u>%13</u>	Kullanıcıların %13'ü Google Çeviri'yi yurt dışında iletişim kurabilmek için kullanmaktadır





Google Çeviri; kullanıcılarına yeni dilleri ve kültürleri keşfetme imkanı sunmakta, bilgi kaynaklarına erişimi kolaylaştırmaktadır

Kullanıcıların %69'u yaptıkları her çeviride Google Çeviri'yi kullandıklarını belirtirken, kullanıcıların çoğunluğu e-posta, makale veya belge hazırlarken Google Çeviri'yi kullanmaktadır. Kullanıcılar uygulamanın zamandan tasarruf sağladığını belirtirken, aynı zamanda yeni bir dil öğrenme veya farklı bir ülkede iletişim kurma konusunda yardımcı olduğunu ifade etmektedirler

Google Çeviri, kullanıcılarına iki ana konuda destek olmaktadır:

Belgeleri çevirmek veya yabancı bir dilde araştırma yapmak

Google Çeviri, kullanıcılarına:

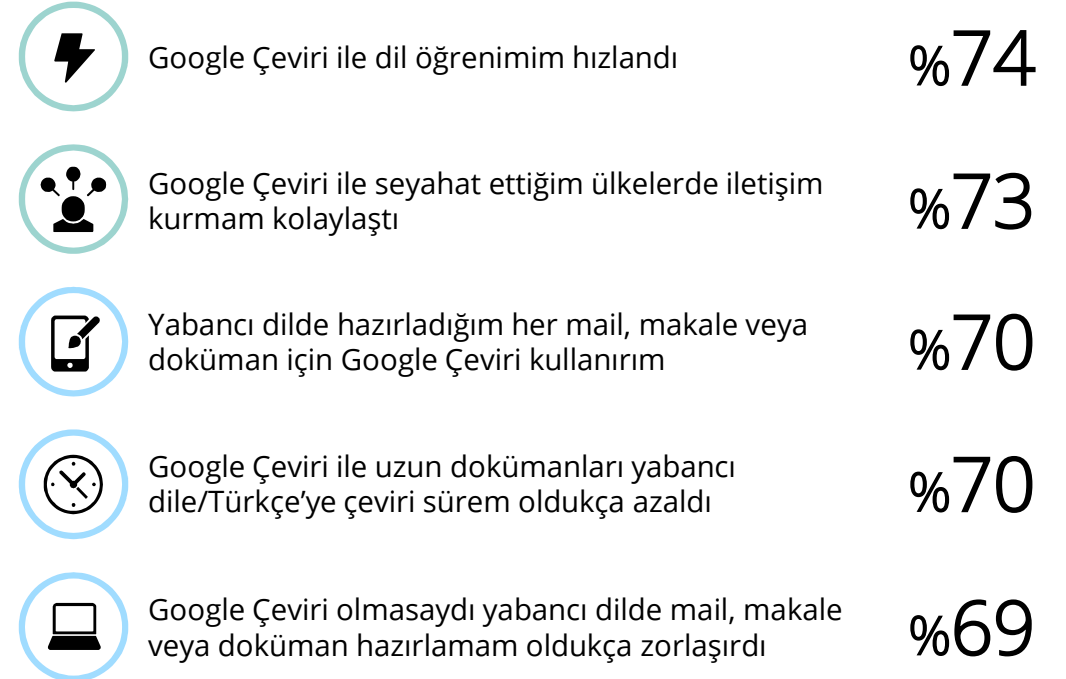
- Doğrudan belge çevirisi ile uzun metinlerin çevirisi
- Web sitelerinin direkt çevirisi
- Farklı dildeki bir bilgiye saniyeler içinde sağlanan erişim
- Doğru ve hızlı çeviri ile araştırma havuzunu genişletme konusunda destek olmaktadır

Yeni bir dil öğrenmek veya o dilde iletişim kurmak

Google Çeviri, kullanıcılarına:

- Sunduğu çeşitli dil seçenekleri arasında yeni bir dil öğrenme
- Anında çeviri ve seslendirme özelliği ile yurt dışında etkili iletişim kurabilme
- Kullanılan kelimelerin gramer yapısının ve doğruluğunun kontrolü konularında destek olmaktadır

Google Çeviri kullanıcıları uygulamayı günlük hayattaki çeviri ihtiyaçları ve dil öğreniminde etkili bulmaktadır...

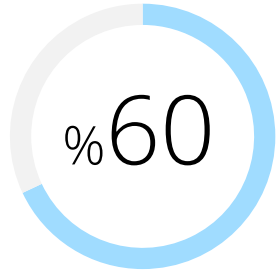


Google Akademik'i kullanan araştırmacılar geniş bir dijital kütüphaneye erişerek araştırmalarını verimli ve etkili şekilde sürdürmektedirler



Kullanıcılarının %60'ının araştırmalarında en önemli araç olarak gördüğü Google Akademik, sunduğu geniş kaynak havuzu, gelişmiş arama yapma ve kişiselleştirme seçenekleriyle kullanıcılarına iş, eğitim ve kişisel hayatlarında yardımcı olmaktadır

Kullanıcılar Google Akademik'ten, iş, eğitim ve kişisel hayatlarında yararlanmaktadır



Google Akademik kullanıcılarının %60'ı uygulamanın iş ve eğitimleri için kritik olduğunu belirtmektedir

Kullanıcıların %61'i uygulamayı kişisel ilgi alanları için

%52'si işle ilgili araştırmalar için

%47'si eğitimleri için kullanmaktadır

Kapsamlı bir kütüphane

Google Akademik, bir dijital kütüphane olarak, kullanıcılarına çok çeşitli makale, araştırma ve dokümanı ücretsiz olarak sunmaktadır

Gelişmiş arama özellikleri

Google Akademik, kullanıcılarına öğrenmek istedikleri konuya özel gelişmiş arama yapma imkanı sunmaktadır

Kişiselleştirilmiş kullanım

Google Akademik, kullanıcılara kendi kütüphanelerini oluşturma, bildirim uyarıları oluşturma, kendi akademik geçmişleriyle alakalı makaleleri takip etme olanağı sağlamaktadır

*Google Akademik uygulamasını kullananlar arasında ilgili soruya "Katılıyorum" cevabı verenlerin oranı
Kaynak: Deloitte analizi, Akademetre tüketici anketi

79 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.

Google Akademik kullanıcıları geniş kaynak havuzuna erişerek daha hızlı ve kolay araştırma yapmaktadırlar*



Google Akademik araştırmalarım için gerekli olan kapsamlı makale çeşitliliğini sunuyor

%60



Google Akademik gelişmiş arama seçenekleriyle araştırma süremi önemli ölçüde azaltıyor

%58



Google Akademik araştırmalarım için kullandığım en önemli kaynaktır

%58



Google Akademik olmasaydı araştırmalarım dijital ortamda devam edemezdim

%56



Google Akademik olmasaydı araştırmalarım ulaştığım sonuca varamazdım

%54



Google Akademik olmasaydı araştırmalarım yeterli kapsama ulaşamazdım

%53



Google Arts & Culture; sanat, kültür ve tarih konularını herkes için erişebilir hale getirmektedir

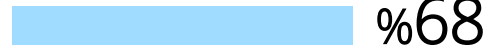


Kullanıcılarına sanat, tarih ve kültür içeriklerini dijital ortamda interaktif şekilde sağlayan Google Arts & Culture sayesinde kullanıcılar sanat, tarih ve kültür alanlarındaki ilgi ve bilgilerini artırmakta, fiziksel olarak gidemedikleri müze ve şehirleri sanal olarak ziyaret etme imkanı bulmaktadır

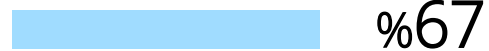
Sanat

Google Arts & Culture, sanatçıları ve resimlerini kronolojik sıraya, renk paletlerine ve sanat akımına göre düzenlemekte ve kullanıcılara sanatçı, resim veya akımlar hakkında önemli bilgiler vermektedir

Google Arts & Culture kullanıcılarının %68'i uygulama olmasaydı sanat ve tarih hakkında daha az bilgi sahibi olacağını düşünmektedir



Google Arts & Culture kullanıcılarının %67'si uygulama sayesinde sanat ve tarih bilgilerinin arttığını belirtmektedir



Tarih

Google Arts & Culture, tarihsel olayları ve figürleri keşfetmek isteyen kullanıcılarına gelişmeleri kronolojik sırayla sunmakta ve görsellerle destekleyerek kullanıcıların olayları zihinlerinde canlandırmalarına yardımcı olmaktadır

Google Arts & Culture kullanıcılarının %64'ü uygulama olmasaydı sanat ve tarihle daha az ilgileneceklerini düşünmektedir



Google Arts & Culture kullanıcılarının %62'si uygulama sayesinde sanat ve tarihe ilgilerinin arttığını belirtmektedir



Mekanlar ve Kültür

Google Arts & Culture, kullanıcıların müzeleri sanal olarak ziyaret etmelerini sağlamak ve sokak görünümü özelliği ile sokaklarda gezinme imkanı sağlamaktadır. Uygulama ile kullanıcılar diğer ülkelerin yemeklerini, kıyafetlerini ve sokaklarını tanıyarak yeni kültürler hakkında bilgi sahibi olmaktadır

Google Arts & Culture kullanıcılarının %68'i yurt dışındaki müzeleri sanal olarak ziyaret etme fırsatı bulmaktadır



Google Arts & Culture kullanıcılarının %68'i yurt dışındaki şehirlerin sokaklarında sanal olarak gezinme fırsatı bulmaktadır



360° GEZİNTİ

OYUNLAR

SANAL ZİYARETLER

GÖRSELLERİ YAKINLAŞTIRMA

ETKİNLİK BİLDİRİMLERİ

Kaynak: Deloitte analizi, Akademetre tüketici anketi

80 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.

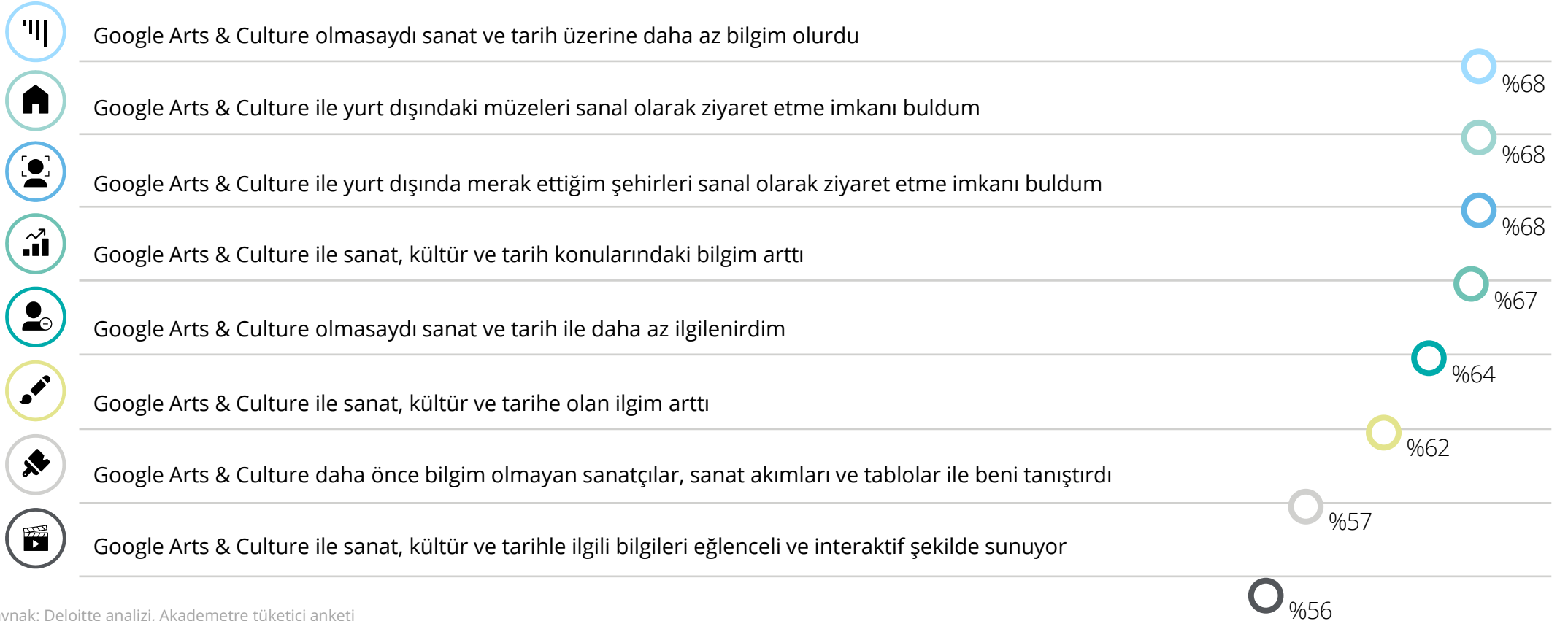




Google Arts & Culture uygulamasıyla kullanıcıların sanat, tarih ve kültür konularındaki bilgi birikimi artmaktadır

Kullanıcılar uygulamayı kullanarak sanat, kültür ve tarih konularında ilgi ve bilgilerini artırmakta, fiziksel olarak gidemedikleri müze ve şehirleri sanal olarak ziyaret etme imkanı yakalamaktadır

Google Arts & Culture kullanıcıları arasında aşağıdaki ifadelere katılıyorum/kesinlikle katılıyorum cevabı veren kullanıcıların oranı



Grow with Google programları, kullanıcıların yeteneklerini dijital dünyanın gerektirdiği yönde şekillendirmelerini sağlamaktadır

Grow with Google uygulaması sayesinde insanlar mevcut kariyerlerinde daha ileri gidebilmekte veya yenilerine yönelebilmekte, farklı işleri deneyimleyebilmekteyken işletmeler, girişimler, STK'lar, geliştiriciler ve öğretmenler kendi alanlarında gerekli olan önemli dijital yetkinliklere ulaşabilmektedir

Kişisel gelişim

Grow with Google, kullanıcıların kariyerlerinde ihtiyaç duydukları becerileri geliştirmelerine yardımcı olmakta, günlük işlerini dijital araçlar sunarak kolaylaştırmaktadır

İşletmeler

Grow with Google ile işletmeler, ihtiyaç duydukları dijital becerilerle ilgili dersler alabilmekte, Google Reklam ürünlerini kullanmayı öğrenebilmekte ve pazarlama stratejileri hakkında bilgi edinebilmektedir

Girişimler

Girişimler, Google tarafından düzenlenen hızlandırıcı ve eğitici programlardan; bulut altyapısı ve veri analitiği eğitimlerinden yararlanabilmektedir

Öğretmenler

Grow with Google ile öğretmenler öğrencilerine sanal öğrenme deneyimi yaşatabilmekte, başlangıç seviye kodlama eğitim verebilmektedirler

YouTube içerik üreticileri

İçerik oluşturucuları, Creator Academy sayesinde yeni kitlelere ulaşabilmekte, videoları için yeni fikirler üretebilmekte ve daha fazla ilgi çeken içerikler oluşturabilmektedir

Android geliştiriciler

Android geliştiricileri için çeşitli programlar sunan Google, geliştiricilere bir geliştirici ekosisteminin parçası olma fırsatı sunmanın yanı sıra farklı seviyelerde eğitimler de vermektedir

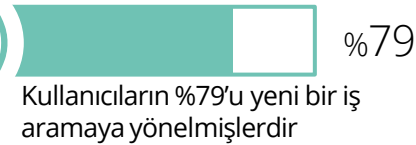
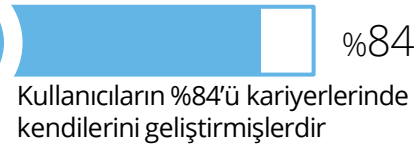
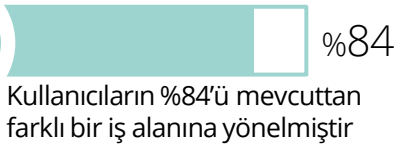
Sivil toplum kuruluşları

YouTube Kâr Amacı Gütmeyen Kuruluş Programı, Google Reklam Bağışları ile bağış reklamlarını ön plana çıkararak daha fazla bağışçıya ulaşma imkanı sunmaktadır. Ayrıca bu organizasyonlara sunduğu Workspace ürünü ile verimlilik artışı da sağlamaktadır

Kültürel kuruluşlar

Google kültürel kuruluşları; dijital atölyeler, Google Reklam ürünleri ve Analytics Akademisi ile desteklemenin yanı sıra Google Arts & Culture ile öne çıkmalarını sağlamaktadır

Grow with Google ile...



+304 bin

Google Dijital Atölye ile geleceğin meslekleri için gerekli beceriler konusunda eğitim alan kişi sayısı

+84 bin

Kariyerlerini dijital alanda geliştirmeleri için desteklenen kişi sayısı

+25 bin

İşlerini Google Dijital Atölye ile büyüten işletme sayısı



Google; Google Fotoğraflar, Seyahat, YouTube ve Google Play ile kullanıcılarına iletişim ve eğlence ortamı sağlamaktadır



İnternet kullanıcılarının %38'i tarafından kullanılan Google Fotoğraflar, kullanıcılara fotoğraflarını düzenleyip dosyalayarak depolama imkanı sunmakta ve anılarını kaydetmelerine yardımcı olmaktadır



Google Seyahat, keşfedilecek rotalar, uygun fiyatlı biletler ve kalınabilecek yerler hakkında kullanıcılarına bilgi sağlamaktadır



İnternet kullanıcılarının %81'i tarafından kullanılan YouTube, farklı içerikleriyle eğlenmeyi ve öğrenmeyi kolaylaştıran zengin bir video arşivi sunmaktadır



Türkiye'deki akıllı telefon sahiplerinin yaklaşık %83'ü tarafından kullanılan ve Android işletim sisteminin çevrimiçi uygulama mağazası Google Play, kullanıcılarına oyun, alışveriş, sosyal medya gibi birçok uygulamaya erişim imkanı sağlamaktadır





Fotoğrafları saklamayı, düzenlemeyi ve paylaşmayı kolaylaştıran Google Fotoğraflar, kullanıcılarının %74'ü için günlük hayatta en çok kullanılan uygulamalardan biridir

Google Fotoğraflar ile kullanıcılar...

herhangi bir cihazdan fotoğraflarına erişebilir istedikleri fotoğrafları hızlı ve kolayca bulabilir fotoğrafları istedikleri şekilde klasörleyebilir ve kaydedebilir fotoğrafları filtreleyebilir ve düzenleyebilir fotoğrafları uyumlu cihazlar ile görüntüleyebilir ve yazdırabilir fotoğrafları istedikleri klasörde diledikleri kadar kişiyle paylaşabilir

Google Fotoğraflar kullanıcıları...

Google Fotoğraflar'ın kıymetli anılarını saklamalarına yardımcı olduğunu düşünüyor

%74

Google Fotoğraflar'ın telefonlarını ücretsiz depolama ile verimli bir şekilde kullanma imkanı sağladığına inanıyor

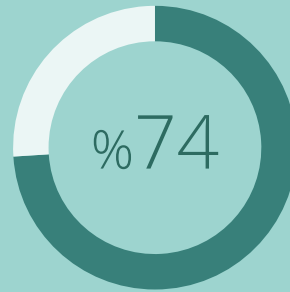
%67

Google Fotoğraflar'ın aile ve arkadaşlarıyla kolay fotoğraf paylaşım imkanı sağladığını belirtiyor

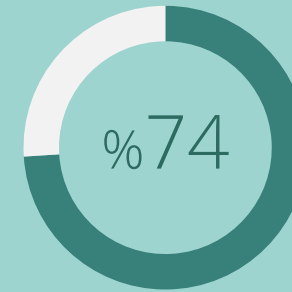
%65

Google Fotoğraflar kullanıcıları diyor ki...

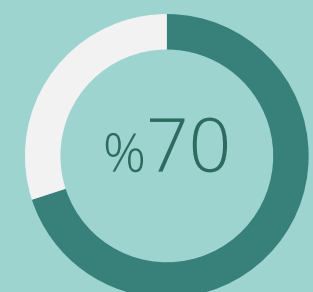
Google Fotoğraflar kullandığım en önemli araçlardan biridir



Google Fotoğraflar olmasaydı fotoğraflarımı düzenleyemezdim



Google Fotoğraflar olmasaydı, istediğim fotoğraflara anında ulaşamazdım



Google Seyahat uçuşlar, ziyaret edilecek ve konaklanacak mekânlar hakkında bilgi sağlayarak varış yeri seçimine yardımcı olmaktadır



Google Seyahat kullanıcılarının %80'i uygulamayı ziyaret edilecek yerleri görmek için kullanmaktadır. Uygulama, kullanıcı dostu arayüzü ve birçok filtreleme seçeneği ile gidilecek ve konaklanacak yerlerin ve uçak bileti seçeneklerinin listesini özelleştirilmiş bir şekilde kullanıcılarına ücretsiz olarak sunmaktadır

Google Seyahat ziyaret edilecek yerleri tanıtırken uçuş ve konaklama yerleri bulmaya yardımcı olmaktadır

Seyahat planlama, ziyaret noktalarını takip etme ve yeni yerler keşfetme

Google Seyahat, popüler rotaları ve kişisel seyahat geçmişlerini derleyerek kullanıcıların yeni seyahatlerini planlamalarına yardımcı olmaktadır

Uçuş ayarlama

Google Seyahat ile kişiye en uygun uçuşlar görüntülenebilmekte; seçenekler transfer, süre, bagaj ve karbon emisyonu kriterlerine göre sıralanabilmektedir

Konaklayacak yerler bulma

Google Seyahat gidilecek yerdeki otelleri fiyat, yıldız ve puanlarına göre sıralayarak kişi için en iyi konaklama yerini bulmaya yardımcı olmaktadır

Google Seyahat kullanıcılarının...

%80'i ziyaretlerini takip etmek ve yeni yerler keşfetmek için

%40'ı uçuş rezervasyonları yapmak için

%30'u konaklama yeri bulmak için uygulamayı kullanmaktadır

Kullanıcıların %80'inden fazlası ziyaret edilecek yere karar vermek, yeni yerler keşfetmek ve daha ucuz uçak bileti bulabilmek için Google Seyahat'i kullanmaktadır*



Google Seyahat, ziyaret edeceğim yerlere karar vermeme yardımcı olmaktadır

%87



Google Seyahat sayesinde ziyaret edeceğim ülkelerde yeni gezilecek yerler öğrenmekteyim

%85



Google Seyahat ile ziyaret edeceğim ülkeler hakkında kapsamlı bilgi alabilmekteyim

%75



Google Seyahat ile bütçeme uygun uçak bileti bulabilmekteyim

%81



Google Seyahat ile daha uygun fiyatlı ve kaliteli konaklama seçenekleri bulabilmekteyim

%75



Google Seyahat uçuş rezervasyon işlemlerini kolaylaştırmaktadır

%61

*Google Seyahat uygulamasını kullananlar arasında ilgili soruya "Katılıyorum" cevabı verenlerin oranı
Kaynak: Deloitte analizi, Akademetre tüketici anketi
85 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.



Türkiye'deki internet kullanıcılarının %80'inin kullandığı YouTube, kullanıcılarını eğitici ve eğlendirici içeriklerle buluşturmaktadır

YouTube 57,4 milyon kullanıcı ile Türkiye'nin en çok ziyaret edilen ikinci web sitesi olarak öne çıkmaktadır. Kullanıcılar; müzik dinlemek, yeni beceriler edinmek, eğitim ve haber içerikli videolara erişim sağlamak ve buna benzer birçok amaçla YouTube'da ayda ortalama 18,5 saat geçirmektedir

Biliyor muydunuz...

57,4 milyon

2022 yılbaşı itibarıyla Türkiye'deki YouTube kullanıcı sayısı

18,5 saat

Kullanıcıların YouTube'da geçirdikleri aylık ortalama zaman

#2

YouTube, Google'dan sonra en çok ziyaret edilen 2. web sitesi

YouTube kullanıcıları platform üzerinden müzik dinlemekte; eğitim, haber ve spor içeriklerini takip etmektedirler*



YouTube yeni beceriler kazanmam ve yeni konular öğrenmem için etkili bir platformdur

%79



Müzik dinlemeyi en çok sevdiğim mecra YouTube'dur

%76



YouTube ile haber akışı ve medya takibi yapmaya başladım

%61



YouTube'un edebiyat, sanat, kültür ve tarih konularında bilgi edinmemdeki payı büyüktür

%56



YouTube ile spora başladım

%53

*Yüzdeler YouTube kullanıcıları içinde ilgili ifadeye katılanların oranını göstermektedir

Kaynak: Deloitte Analizi, Akademetre tüketici anketi, Data Reportal, App Annie

86 | Copyright © 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş. Her hakkı saklıdır.



Akıllı telefon sahiplerinin %83'ü Google Play kullanırken yaklaşık 2,5 milyon uygulamaya erişebilmektedirler



Kullanıcılar; Android işletim sisteminin çevrimiçi uygulama mağazası olan Google Play'deki içerikleri daha uygun fiyatlı bulmakta ve Google Play üzerinden uygulamaların daha erişilebilir olduğunu düşünmektedir. Kullanıcıların, Google Play'de en çok indirdikleri uygulamalar arasında oyun, sosyal medya, fotoğraf ve video araçları, medya/eğlence uygulamaları gibi çeşitli ürünler yer almaktadır

Biliyor muydunuz...

%83

Android/Google Play kullanan mobil kullanıcıların oranı

2,5 milyon

Google Play'de mevcut uygulama sayısı

21 bin

Google Play'de aktif Türk yayıncı sayısı

Kullanıcıların en çok indirdiği uygulama türleri...

- 1 Oyunlar
- 2 Araçlar
- 3 Sosyal
- 4 Fotoğraf & video
- 5 Eğlence
- 6 Finans
- 7 Alışveriş
- 8 Üretkenlik
- 9 Müzik
- 10 Yaşam stili

Kullanıcıların Google Play'i rakiplerinden üstün bulma sebepleri...

Ücretsiz kullanım	%70
Kullanım kolaylığı	%59
Uygulama çeşitliliği	%54

Google Play kullanıcılarının...

- %76'si** Google Play ile uygulamalara ücretsiz olarak erişebildiğini belirtmektedir
- %75'i** Google Play ile uygulamalara daha uygun fiyata erişebildiğini ifade etmektedir
- %74'ü** Android işletim sistemi olmasaydı akıllı telefon ve tabletlere erişimin daha zor olacağını belirtmektedir



Çevresel hedeflerin desteklenmesi

Google ürünleri, kullanıcılarını çevreye duyarlı olmaya teşvik etmektedir

Google Haritalar ve Google Cloud gibi çeşitli Google ürünleri, işletmelerin ve bireysel kullanıcıların enerji verimliliğini artırarak daha fazla sera gazı salımının önlenmesine yardımcı olmaktadır. Bunun yanı sıra, Android işletim sistemi akıllı telefonların geri dönüşümüne uygun tasarlanarak enerji tüketimini azaltmaya ve elektronik atıkları kontrol etmeye yardımcı olmaktadır

Google Haritalar'ın kullanımı, yollarda geçirilen süreyi ve dolayısıyla trafik sıkışıklığını azaltarak, özellikle trafiğin sorun olduğu metropollerde, araçların neden olduğu hava kirliliğinin azalmasına katkıda bulunmaktadır.

884 milyon

litre yakıt tüketim tasarrufu, 2021

2 milyon

ton CO₂ salımında azalma, 2021

250 bin

hanenin bir yıllık toplam enerji tüketimine eşdeğer miktarda CO₂ salımını engelleme

Google Cloud, tekil veri merkezlerini birleştirerek ve veriyi kendi ana merkezlerinde depolayarak, işletmelerin daha verimli enerji kullanımını desteklemektedir. Böylelikle tekil veri merkezlerinin oluşturduğu çevresel problemlerin boyutu azaltılmaktadır.

%87

elektrik tüketimindeki tasarruf

x2

Veri merkezlerinin enerji verimliliğinde artış

1,1

elektrik kullanımında gerçekleşen etkinlik artışı

Android, mobil cihazlardaki yazılım desteğini sürdürürerek cihazların kullanım ömrünü artırmaktadır. Mobil cihazların yenilenmiş ve lisanslı olarak yeniden satımını destekleyen atık toplama kampanyaları ile Android, atık yönetimi ve sera gazı salımını azaltma hususlarında Türkiye'ye destek olmaktadır.

+1 milyon

yenilenmiş Android telefonun 2025 yılına kadar satılacağı tahmin edilmektedir

64 bin

ton CO₂ salımının bu vesileyle azaltılacağı tahmin edilmektedir

15 bin

dönüm orman, bu süreçte aynı seviyede karbonu sentezleyebilir



Sürdürülebilir kalkınma amaçları

Google; dünyadaki bilgiyi organize etme, bilgiyi evrensel olarak erişilebilir ve kullanışlı hale getirme misyonuyla, BM'nin 10 sürdürülebilir kalkınma hedefine doğrudan katkıda bulunmaktadır

Ekonomik büyümenin güçlendirilmesi



Toplumsal refaha katkı sağlanması



Çevresel hedeflerin desteklenmesi



Google yerel işletmelerle ortaklık kurarak, inovasyonu ve ihracatı destekleyerek, Türkiye'deki ekonomik büyümenin destekçisi rolündedir

EKONOMİK KALKINMA



Google, işletmelerin büyümesini hızlandırmakta ve üretkenliği artırmaktadır

2021'de Google'ın, Google Reklam ürünleri, Haritalar, Cloud, Google Play ve Android ile ekonomiye toplam katkısı **476 milyar TL'ye** ulaşmıştır

Google ürünleri 2021'de **1,9 milyon** istihdamı desteklemiştir

2021'de Google Cloud ile işletmelerdeki üretkenlik artışı **8,0 milyar TL** değerine ulaşmıştır

İşletmeler, 2021 yılında Google Cloud ile maliyetlerinden **4,0 milyar TL** tasarruf etmiştir

İşletmeler, yeni müşterilerinin **%17'sini** Google Reklam ürünlerine, **%23'ünü** ise Google İşletme Profili'ne borçludur

Google işletmelere içgörü sağlamaktadır

%25'lik çevrimiçiden mağazaya (O2O) oranıyla Google Reklam ürünleri, işletmelerin müşteri deneyimlerini daha iyi anlamalarına olanak tanımaktadır

İşletmeler Google Cloud'u kullanarak **110 terabayttan** fazla veriyi ve saniyede **2 milyardan** fazla isteği analiz edebilmektedir



Google, tüm paydaşlara eşit fırsatlar sunmaktadır

Google, Cloud ve Workspace araçları ile Türkiye'de bulut ürünü kullanan işletmelerin **%86'sının** gelişimini desteklemektedir

Google Dijital Atölye sayesinde **304 binden** fazla insan geleceğin meslekleri için gereken beceriler konusunda eğitim almıştır

Google girişimciliği ve inovasyonu desteklemektedir.

Google Cloud kullanan işletmelerin yatırım maliyetlerinden **4,0 milyar TL** tasarruf ederek Google Cloud'un altyapısından yararlanmışlardır

Google oyun endüstrisindeki yetenek açığını kapatmaya yardımcı olmak için Game Art & Game Design Bootcamp'e ev sahipliği yapmaktadır

Google Oyun ve Uygulama Akademisi, 2021-2022 eğitim öğretim yılında **2000 öğrenciye** burs vermiştir

Google küresel erişim sağlamaktadır

Google, Google Play ile **2,5 milyardan** fazla Android kullanıcılarına erişim sunmaktadır

Google Reklam ürünleri aracılığıyla 2021 yılında ihracatın **20 milyar TL** arttığı tahmin edilmektedir



Google, kullanıcılarına sunduğu fırsatlarla sosyal refahı artırmakta ve kullanıcılarına sürdürülebilir seçenekler sunmaktadır

TOPLUMSAL REFAH



Google kullanıcılarının sağlıklı kalmasını desteklemektedir

Google, pandemi sırasında **%33'ü** aşan kullanım oranına ulaşan temas bildirimleri ve topluluk hareketliliği raporlarıyla tüm illerdeki kullanıcılarını Covid-19 risklerine karşı uyarmıştır

Google Fit tüketicilerin sağlıklarına dikkat etmelerine yardımcı olmakta ve kullanıcılarının **%41'i** Google Fit sayesinde daha sağlıklı olduklarını belirtmektedir

Google STEM eğitimini desteklemektedir

Google ve Milli Eğitim Bakanlığı ortaklığında hazırlanan bilişim teknolojileri müfredatından her eğitim-öğretim yılında, **5 milyon** 5. ve 6. sınıf öğrencisi yararlanmaktadır

Google Dijital Atölye, **84 bin iş arayan** kişiye, kariyerlerini dijital alanda geliştirmeleri için destek vermiştir

Google Türkiye, Google Developer gruplarının, uzmanlarının, bu alandaki kadınların ve öğrenci klüplerinin gelişimini desteklemektedir



Google ürünleri kullanıcılarına fırsat eşitliği sunmaktadır

2021 yılında işletmeler, Google ürünleriyle **570 binden fazla** kadın çalışanı desteklemiştir

Google, lyzico'nun **Kadın Girişimciler için Biz de Varız** programına destek çıkararak, kadın girişimcilere ücretsiz eğitim vermiştir

Google, pandeminin etkilerini hafifletmek için KOBİ'lere **15 milyon dolar** destek vermiştir

Google Meet ve Dijital Atölye, engelli bireylerin işini kolaylaştırmakta ve uzaktan çalışmayı mümkün kılmaktadır

Google halkın bilgiye erişimini sağlamakta ve dolayısıyla temel özgürlük bilincini artırmaktadır

Tüketicilerin **%77'si** bilgiye erişmek için Google'ın ücretsiz ve herkese açık olan ürünlerini (Google Arama, YouTube, Google Arts & Culture, Grow with Google) kullanmaktadır



ÇEVRE



Google, işletmeleri ve tüketicileri sürdürülebilir şekilde hareket etmeleri için desteklemektedir

Tüketiciler, Google Haritalar'da geri dönüşüm kutularının gösterilmesiyle daha çevreci davranışlarda bulunmaya teşvik edilmektedir

Google Flights, tüketicilere CO₂ salımına göre uçak biletlerini seçme fırsatı vermektedir



2021'de, Google Haritalar sayesinde Türkiye'de **884 milyon L** benzin tasarrufu sağlanırken, **2 milyon ton** sera gazı salımının önüne geçilmiştir

Google Cloud, işletmelere **%87** enerji tasarrufu ve **2 kat** daha verimli veri merkezleri sunarak, işletmelerin verimli çalışmasına olanak tanımaktadır

Teşekkür Ederiz.

Hakan Göl
Danışmanlık lideri
İletişim: hgol@deloitte.com

Yasemin Satır Çilingir
Kıdemli müdür
İletişim: ysatir@deloitte.com

Nazemin Erkinay
Danışman
İletişim: nerkinay@deloitte.com

Türker Türkeköle
Kıdemli danışman
İletişim: tturkekole@deloitte.com

Emre Ateş
Danışman
İletişim: eates@deloitte.com

Deloitte; İngiltere mevzuatına göre kurulmuş olan Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL") şirketini, üye firma ağındaki şirketlerden ve ilişkili tüzel kişiliklerden bir veya birden fazlasını ifade etmektedir. DTTL ve üye firmalarının her biri ayrı ve bağımsız birer tüzel kişiliktir. DTTL ("Deloitte Global" olarak da anılmaktadır) müşterilere hizmet sunmamaktadır. Daha fazla bilgi almak için www.deloitte.com/about adresini ziyaret ediniz.

Deloitte dünya çapında farklı bölgelerde ve 150'den fazla ülkede yer alan global üye firma ağı ile, her beş Fortune Global 500® şirketinden dördüne hizmet vermektedir. Deloitte'un yaklaşık 330.000 kişilik uzman kadrosunun iz bırakan bir etkiyi nasıl yarattığı konusunda daha fazla bilgi almak için websitemiz www.deloitte.com adresini veya Facebook, LinkedIn ya da Twitter sayfalarımızı ziyaret ediniz.

Bu belgede yer alan bilgiler sadece genel bilgilendirme amaçlıdır ve Deloitte Touche Tohmatsu Limited, onun üye firmaları veya ilişkili kuruluşları (birlikte, "Deloitte Network" olarak anılacaktır) tarafından profesyonel bağlamda herhangi bir tavsiye veya hizmet sunmayı amaçlamamaktadır. Şirketinizi, işinizi, finansmanınızı ya da mali durumunuzu etkileyecek herhangi bir karar ya da aksiyon almadan, yetkin bir profesyonel uzmana danışın.

Deloitte Network bünyesinde bulunan hiçbir kuruluş, bu belgede yer alan bilgilerin üçüncü kişiler tarafından kullanılması sonucunda ortaya çıkabilecek zarar veya ziyandan sorumlu değildir.
© 2022. Daha fazla bilgi için Deloitte Türkiye (Deloitte Touche Tohmatsu Limited üye şirketi) ile iletişime geçiniz.



Deloitte.

Digital