

# Pazar & Rakip Analizi

Türkiye'nin market fırsatları ve fiyat karşılaştırma pazarındaki fırsat, retail media eğilimi, rekabet konumlandırması ve İntak'ın savunulabilir avantajları.

## PAZAR MANZARASI

Market harcaması her hanenin **tekrar eden** ve en büyük kalemlerinden biri. Yüksek enflasyonla tüketici aktif olarak en uygun fiyatı arıyor; ancak kampanyalar her zincirin kendi broşür ve uygulamasına dağılmış durumda. Aynı anda marketler de dijital tanıtıma (**retail media**) artan bütçe ayırıyor. İntak, fırsatları tek çatıda toplayarak hem tüketiciye tasarruf hem markalara nitelikli, ölçülebilir erişim sağlıyor.

₺3T+

Yıllık TR hızlı tüketim (FMCG) harcaması  
(tahmini TAM)

₺250B

İndirim-odaklı alışveriş + retail media  
(SAM)

**Tekrar**

Haftalık, yüksek frekanslı alışveriş  
davranışı

**6 dil**

Yerli + çok dilli kitleye erişim

⚠ Pazar büyüklükleri kamuya açık göstergelerden türetilmiş tahminlerdir; nihai sunumdan önce güncel kaynaklarla doğrulanmalıdır.

# Yapısal Rüzgârlar

Market fırsatları platformunu kalıcı kılan dört etken.

## Enflasyon & fiyat hassasiyeti

Tüketici her alışverişte en uygun fiyatı aktif olarak arıyor; tasarruf önceliği zirvede.

## Retail media yükselişi

Marketler ve markalar dijital tanıtım ve veriye giderek daha çok bütçe ayırıyor.

## Dijital fırsat alışkanlığı

Broşür ve kampanya takibi mobil ve online'a kayıyor; karşılaştırma talebi artıyor.

## Çok dilli kitle

Yerli tüketicinin yanı sıra geniş yabancı/çok dilli nüfus tasarruf arıyor.

## Hedef Segmentler

### Tasarruflu hane

Haftalık market alışverişinde en uygun fiyatı arayan tüketici.

### Zincir & marka

Kampanyasını duyurmak ve veri almak isteyen market & FMCG markası.

### Çok dilli kullanıcı

TR dışı dillerde fırsat arayan geniş yerli + yabancı kitle.

# Rekabet Konumlandırması

Tekil market uygulamaları yalnızca kendi kampanyasını gösterir; genel arama ve broşürler yüzeysel ve güncel değil. İntak çok-zincirli, fırsat-odaklı, kategori derinlikli ve çok dilli tek platform.

Kriter	Tekil market app	Genel arama / broşür	İntak
Çok zincir tek yerde	Sadece kendi	Dağınık	Hepsi
Fırsat & indirim odağı	Kısmi	Güncel değil	Çekirdek
Kategori & filtre	Sınırlı	—	14 kategori
Çok dilli erişim	Kısmi	—	6 dil
Marka için retail media	—	Genel reklam	Hedefli
Fiyat-rekabet verisi	—	—	Var

## Savunulabilir Avantajlar

### Çift taraflı ağ etkisi

Daha çok kullanıcı → markalar için daha değerli → daha çok fırsat → daha çok kullanıcı.

### Fiyat & fırsat verisi

Biriken fiyat-rekabet verisi, kopyalanması zor bir içgörü varlığı oluşturur.

### Kategori marka liderliği

"Market fırsatı" denince akla gelen ilk platform olma fırsatı.

### Çok dilli erişim

6 dil ile yerli + yabancı geniş kitle; rakiplerde nadir bir kapsama.