



TÜRK ARMATÖRLER BİRLİĞİ

Kabotaj Kanunu'nun Kabulünün 100. Yılı — Sosyal Medya Reklam Kampanyası Sonuç Raporu

Kampanyanın Amacı ve Kapsamı

1 Temmuz 1926 tarihinde kabul edilen Kabotaj Kanunu'nun 100. yıl dönümü vesilesiyle Türk Armatörler Birliği (TAB), Türk denizciliğinin bağımsızlık ve egemenlik mücadelesindeki bu tarihi dönüm noktasını kamuoyuna hatırlatmak ve Birliğin bu alandaki temsil gücünü güçlendirmek amacıyla çok platformlu bir sosyal medya reklam kampanyası yürütmüştür.

Kampanya; Meta (Facebook) ve Instagram reklam ağları üzerinden 30 Haziran – 5 Temmuz 2026 tarihleri arasında yürütülmüş, hedef kitleye geniş ölçekte ulaşarak Kabotaj Kanunu'nun anlam ve önemine dair farkındalığı Türkiye genelinde artırmayı hedeflemiştir. Çalışma; Meta paylaşımlarının yanı sıra LinkedIn, X, YouTube ve WhatsApp üzerinden yürütülen organik iletişim faaliyetleriyle de desteklenmiştir.

Genel Sonuçlar (Meta + Instagram + LinkedIn)

25-34 ve 18-24 Yaş En Yüksek Yaş Grubu Etkileşimi	3.716.420 Toplam Erişim (Platform Bazlı)	4.201.129 Toplam Görüntülenme
---	--	---

Not: Erişim rakamları platform bazında hesaplanmış olup, aynı kişinin birden fazla platformda reklamla karşılaşmış olabileceği (tekil olmayan) toplam değerleri yansıtmaktadır.

Meta Reklamları

Meta ağı üzerinde yürütülen reklam çalışması kapsamında toplam 1.482.570 kişiye erişim sağlanmıştır. Erişimin %53'ü erkek, %47'si kadın kullanıcılardan oluşmuş; **en yüksek etkileşim 25-34 ve 18-24 yaş gruplarında**, ayrıca 35-54 yaş aralığında da güçlü bir performans elde edilmiştir. Kampanya, 81 ilin tamamında kullanıcıya ulaşarak Türkiye genelinde dengeli bir yayılım göstermiştir.

İl	Erişim	Gösterim
İstanbul	201.752	201.752
Ankara	99.169	102.686
İzmir	71.625	72.292
Bursa	60.505	61.535
Konya	50.123	50.123

Instagram Reklamları

Instagram üzerinde yürütülen reklam çalışmalarıyla 2.713.328 görüntülenme ve 2.230.364 erişim elde edilmiştir. İçerikler toplam 48.722 etkileşim üretmiş; bu etkileşimin 45.576'sını beğeni, 1.163'ünü kaydetme, 746'sını paylaşım ve 218'ini yorum oluşturmuştur. Kullanıcıların hesaplara kurduğu etkileşim sonucunda ayrıca 2.195 profil hareketi gerçekleşmiştir.

Erişim, kadın ve erkek kullanıcılar arasında dengeli dağılmış (yaklaşık %50-%49), **en yüksek ilgi 25-34 (%25,4) ve 18-24 (%20,6) yaş gruplarında yoğunlaşmıştır**. Coğrafi dağılımda İstanbul (%35), Ankara (%18,7), İzmir (%16,4), Bursa (%9,4) ve Antalya (%6,7) öne çıkan iller olmuştur.

Gösterge	Değer
Görüntülenme	2.713.328
Erişim	2.230.364
Toplam Etkileşim	48.722
Beğeni	45.576
Kaydetme	1.163
Paylaşım	746
Yorum	218
Profil Hareketi	2.195

LinkedIn Organik Paylaşım Performansı

Kabotaj Kanunu'nun 100. yılına ilişkin paylaşım, TAB'ın LinkedIn kurumsal hesabı üzerinden organik olarak da duyurulmuştur. Paylaşım 5.231 gösterim elde etmiş ve 3.486 farklı üyeye ulaşmıştır; gösterimlerin %38'i takipçi ve bağlantılardan oluşan ağ içinden, %62'si ise ağ dışından gerçekleşmiştir. Bu durum, içeriğin TAB'ın mevcut takipçi kitlesinin ötesine geçerek organik biçimde yayıldığını göstermektedir.

Paylaşım ile birlikte kullanılan video 2.844 kez görüntülenmiş, toplam izlenme süresi 8 saat 24 dakikaya ulaşmış ve ortalama izlenme süresi 10 saniye olarak gerçekleşmiştir. Etkileşim tarafında paylaşım 192 sosyal etkileşim almış; bunun 162'si reaksiyon, 27'si yeniden paylaşım, 2'si yorum ve 1'i kaydetme olarak dağılmıştır.

Bu platformda videomuz hala etkileşim almaya devam etmektedir.

Gösterge	Değer
Gösterim Sayısı	5.231
Erişilen Üye Sayısı	3.486
Ağ İçi Gösterim Oranı	%38
Ağ Dışı Gösterim Oranı	%62
Video Görüntüleme Sayısı	2.844
Toplam İzlenme Süresi	8 sa 24 dk
Ortalama İzlenme Süresi	10 sn
Toplam Sosyal Etkileşim	192

LinkedIn'de etkileşimde bulunan kullanıcıların demografik profili incelendiğinde, kitlenin %53'ünün İstanbul merkezli, %43'ünün deniz taşımacılığı sektöründen ve %22'sinin kıdemli pozisyonundaki profesyonellerden oluştuğu görülmektedir. Bu dağılım, paylaşımın TAB'ın doğrudan hedef kitlesi olan denizcilik sektörü karar vericilerine isabetle ulaştığını ortaya koymaktadır.

LinkedIn'de en çok izleme ise **TURKON, AKAR Group, BEYKİM Denizcilik, Beşiktaş Denizcilik, ARKAS, STM ve Er Denizcilik çalışanlarınca yapılmıştır.**

Demografi Kategorisi	En Yüksek Pay
Konum	Greater Istanbul — %53
Sektör	Deniz Taşımacılığı — %43
Kıdem	Kıdemli — %22
Şirket Büyüklüğü	11–50 çalışan — %12
İş Unvanı	Satış Elemanı — %7
Şirket	Turkon Line — %1

Değerlendirme ve Sonuç

Kabotaj Kanunu'nun 100. yılı vesilesiyle yürütülen sosyal medya reklam kampanyası, Türkiye'nin 81 ilinde geniş kitlelere ulaşmış; Meta ve Instagram üzerinden toplam 4,1 milyonu aşkın görüntülenme sağlamıştır. **İçeriklerin özellikle 18-34 yaş aralığındaki genç ve orta yaş kullanıcılar da güçlü karşılık bulması, Birliğin gelecek nesillere yönelik farkındalık hedefiyle örtüşmektedir.**

İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya/Konya gibi denizcilik ve ticaretin yoğunlaştığı büyük şehirlerde elde edilen yüksek erişim, kampanyanın hedef kitleye isabetle ulaştığını göstermektedir. Instagram tarafında gözlenen yüksek

etkileşim oranı (beğeni, paylaşım ve yorum), kampanyanın yalnızca görünürlük değil, kullanıcı katılımı açısından da başarılı olduğuna işaret etmektedir.

Ayrıca LinkedIn üzerinden yürütülen organik paylaşım, sektörün karar vericilerine (denizcilik profesyonelleri, kıdemli yöneticiler) doğrudan ulaşarak kampanyanın kurumsal ve profesyonel ağlardaki görünürlüğünü tamamlayıcı biçimde güçlendirmiştir.

Tüm bunlarla birlikte sektörel gazetelerde ve birçok whatsapp grubunda da yayınlanarak doğrudan sektörel iletişim ve etkileşim sağlanmıştır.

Sonuç olarak kampanya, Kabotaj Kanunu'nun 100. yıl dönümünü geniş kitlelere duyurmuş, Türk Armatörler Birliği'nin dijital iletişim gücünü ve toplumsal görünürlüğünü artırmış, planlanan hedefler doğrultusunda başarıyla tamamlanmıştır.