

HERM.IO ARAŞTIRMASI · TÜRKİYE HAZIR GİYİM

AI Görünürlük Raporu

Türkiye hazır giyim (ready-to-wear) pazarının ilk yapay zekâ görünürlük fotoğrafı: beş büyük dil modeli kadın, erkek ve çocuk/bebek giyim markalarını nasıl görüyor ve sıralıyor — ve raf neden tek bir kazanan tanımıyor.

1.500

Toplam Yanıt

60

İncelenen Soru

730

Takip Edilen Marka

28

Barajı Geçen (Ana)

Bir bakışta

Bu rapor, tüketicilerin Türkiye’de giyim hakkında yapay zekâ asistanlarına sorduğu gerçek Türkçe soruları yeniden üretir ve beş büyük dil modelinin her markayı ne sıklıkla, hangi sırayla ve kaç model genelinde andığını altı bağımsız pazar kesitinde ölçer.

- 1 Pazarın tek bir kazananı yok.** Her segmentin lideri başka: kadın giyimde Koton (88,5), erkek giyimde Kiğılı (91,5), çocuk/bebekte LC Waikiki (92,7). En az bir segmentte barajı geçen 80 markadan yalnızca 8’i üç segmentin tamamında, 63’ü ise yalnızca tek bir segmentte görünüyor.
- 2 Ana kesit tam bir fotofiniş.** Pazaryeri Trendyol 85,8 puanla lider ve LC Waikiki’nin (85,7) yalnızca onda bir puan önünde. Pazaryerleri ve perakendeciler çıkarıldığında yalnızca-marka ilk dördü LC Waikiki, Koton, DeFacto ve Mavi.
- 3 Yabancı markalar erkek giyimde yaşıyor.** Erkek giyimde barajı geçen 39 markanın 14’ü yabancı; çocukta 32’de 9, kadında 34’te yalnızca 5. Yerli sorularda ise barajı geçen 28 markanın tamamı Türk; tek bir sızıntı yok.
- 4 Beş model tek bir lider üzerinde anlaşamıyor.** Koton’u Perplexity, Gemini ve GPT-4o-mini birinci sıraya koyuyor; Claude Haiku Mavi’yi; Grok ise yanıtlarının %85’inde andığı Trendyol’u. Grok yanıt başına 11,74 marka sayarken GPT-4o-mini 4,42’de kalıyor.
- 5 Yapay zekâ markaların kendi sitelerini okuyor.** Gösterilen kaynakların %62,9’u markalara ait siteler; 850 farklı alan adı içinde en çok gösterilen trendyol.com (yanıtların %27,3’ü).

KAPSAM & YÖNTEM

Dikey: Hazır giyim, Türkiye — kadın, erkek ve çocuk/bebek giyim. Yöntem: 1.500 yanıtlık tek seferlik/anlık bir çalışma; beş büyük dil modeli (GPT-4o-mini, Gemini, Claude, Perplexity, Grok), her biri 60 Türkçe soruyla beşer kez sorgulandı. Toplama: 10–11 Temmuz 2026; yeniden yazılan 16 soru 14 Temmuz 2026’da tekrar soruldu.

BU RAPOR NASIL OKUNMALI — GÖRÜNÜRLÜK KALİTE DEMEK DEĞİLDİR

Bu rapor tek bir şeyi ölçer: Türkiye’de giyim hakkında soru sorulduğunda bir markanın ne sıklıkta, ne kadar öne çıkarak ve kaç yapay zekâ asistanı genelinde anıldığını. Yüksek bir puan, bu sistemlerin markayı şu anda kolayca öne çıkardığını gösterir; markanın daha iyi, daha ucuz ya da bedeninize daha uygun olduğu anlamına gelmez. Yapay zekâ görünürlüğü bilginin erişilebilirliğini ve keşfedilebilirliğini yansıtır; ürün kalitesini, kalıbı, fiyatı veya güvenilirliği değil.

Anahtar terimler: yapay zekâ görünürlüğü, Yapay Zekâ Görünürlük Puanı, hazır giyim markaları, yerli giyim markaları, kadın / erkek / çocuk giyim, LLM marka önerileri, ChatGPT/Gemini/Claude/Perplexity/Grok marka önerisi, Üretken Motor Optimizasyonu (GEO).

Rapor içeriği

01	Genel Özet	04
02	Yöntem	06
03	Ana Sıralama Tablosu	10
04	Üç Segment	15
05	Modeller Arasındaki Farklar	22
06	Web Araması mı, Yerleşik Bilgi mi	25
07	Soru Tipi Sahipliği	27
08	Global Pazar: Yerli ve Yabancı	30
09	Keşif Ekosistemi	33
10	Örüntüler Ne Söylüyor	36
11	Kısıtlar ve Notlar	38
12	Ek ve Veri	41

01

BÖLÜM 01

Genel Özet

Türkiye'nin hazır giyim rafında tek bir kazanan yok: kadın giyimde Koton, erkek giyimde Kiğılı, çocuk/bebekte LC Waikiki lider; ana kesitte pazaryeri Trendyol onda bir puanla önde ve yabancı markalar asıl alanı yalnızca erkek giyimde tutuyor.

GENEL ÖZET

Bir pazar mı, üç pazar mı?

TEK CÜMLELİK ÇIKARIM

Türkiye'nin hazır giyim rafında tek bir kazanan yok: kadın giyimde Koton, erkek giyimde Kiğılı, çocuk/bebekte LC Waikiki lider; ana kesitte pazaryeri Trendyol onda bir puanla önde ve yabancı markalar asıl alanı yalnızca erkek giyimde tutuyor.

- 1 Pazarın tek bir kazananı yok.** Her segmentin lideri başka: kadın giyimde Koton (88,5), erkek giyimde Kiğılı (91,5), çocuk/bebekte LC Waikiki (92,7). En az bir segmentte barajı geçen 80 markadan yalnızca 8'i üç segmentin tamamında, 63'ü ise yalnızca tek bir segmentte görünüyor. "Türk hazır giyiminin lideri kim?" sorusunun yanıtı, tamamen kimin giydirildiğine bağlı.
- 2 Ana kesit tam bir fotofiniş.** 60 sorunun tamamında pazaryeri Trendyol 85,8 puanla lider ve tüm yanıtların %31,1'inde görünüyor; LC Waikiki'nin (85,7) yalnızca 0,1 puan önünde. Koton (82,9), DeFacto (80,6) ve Mavi (79,0) sıkışık bir ilk beşi tamamlıyor. Takip edilen 730 markadan yalnızca 28'i 1.500 yanıtın tamamında %5 barajını geçebiliyor.
- 3 Manşet tablodaki iki isim marka değil, pazaryeri.** Trendyol ve Hepsiburada (ayrıca perakendeciler Beymen ve Boyner) sıralamada tutuluyor; çünkü alışveriş yapan kişi rafla tam olarak böyle karşılaşıyor. Bunlar çıkarıldığında yalnızca-marka ilk dördü LC Waikiki, Koton, DeFacto, Mavi; Kiğılı beşinci sırada.
- 4 Yabancı markalar erkek giyimde yaşıyor.** Erkek giyimde barajı geçen 39 markanın 14'ü yabancı; çocuk/bebekte 32'de 9, kadında ise 34'te yalnızca 5. Köken kısıtı olmayan global kesitte barajı geçen markaların bahsedilmeleri %70,2 yerli / %29,8 yabancı olarak bölünüyor ve ilk yabancı isim #8'deki Marks & Spencer.
- 5 Yerli raf tamamen Türk.** Açıkça yerli marka isteyen 30 soruda barajı geçen 28 markanın tamamı Türk. Tek bir yabancı isim bile filtreyi geçemiyor; yani asistanlar "yerli" ifadesini üsluba dair bir ima olarak değil, gerçek bir kısıt olarak okuyor.
- 6 Modeller lider konusunda anlaşamıyor.** Koton, Perplexity (%38,3), Gemini (%30,7) ve GPT-4o-mini (%15,3) için en çok anılan marka; Claude Haiku Mavi'yi (%18,3) öne çıkarıyor; Grok ise Trendyol'u yanıtlarının %85'inde anıyor. Genişlik de aynı ölçüde ayrışıyor: Grok yanıt başına 11,74 marka listelerken GPT-4o-mini 4,42'de kalıyor.
- 7 Arama neredeyse evrensel.** Yanıtların %97,0'si web temelliydi; yalnızca Gemini bunun altında kaldı (%88,3). Anlamlı bir "yalnızca yerleşik bilgi" segmenti kalmadığı için bu baskıda web araması / yerleşik bilgi karşılaştırması yapılmadı (6. Bölüm).
- 8 Kaynakların ağırlığı markaların kendi sitelerinde.** Gösterilen kaynakların %62,9'u markaların kendi web siteleri; toplam 850 farklı alan adı gösterildi. En çok gösterilen tekil alan adı trendyol.com (yanıtların %27,3'ü); onu iki pazaryeri daha ve ardından uzun bir marka sitesi dizisi izliyor.

Neden önemli?

Alışveriş yapanlar keşif sürecini arama motorlarından ve pazaryerlerinden yapay zekâ asistanlarına kaydırıyor. Bir giyim markasının bu yanıtlarda görünüp görünmemesi, başlı başına yeni bir keşif kanalına dönüşüyor. Bu rapor, Türkiye hazır giyimi için bu rafın ilk fotoğrafını (referans/başlangıç ölçümü) çekiyor. **Bir hatırlatma:** aşağıdaki rakamlar görünürlüğü ve bilginin erişilebilirliğini anlatır; hangi markanın en iyi olduğunu değil.

02

BÖLÜM 02

Yöntem

Beş modele 60 Türkçe soru beşer kez soruldu; üç segmentte 1.500 yanıt üretildi ve iki eşleştirme hatası ayıklandıktan sonra markalar üç bileşenli (45/30/25) puanla sıralandı.

YÖNTEM

Çalışma nasıl yürütüldü

TEK CÜMLELİK ÇIKARIM

Beş modele 60 Türkçe soru beşer kez soruldu; üç segmentte 1.500 yanıt üretildi ve iki eşleştirme hatası ayıklandıktan sonra markalar üç bileşenli (45/30/25) puanla sıralandı.

2.1 KAPSAM VE MODELLER

Çalışma, beş büyük dil modelini özdeş sorularla doğrudan API üzerinden sorguladı. Tüm modellere yalnızca kullanıcı sorusu verildi; sistem komutu kullanılmadı, sıcaklık (temperature) elle ayarlanmadı (sağlayıcı varsayımı) ve bölge/yerel ayar parametresi tanımlanmadı. Sorular Türkçe olduğundan, modeller Türk pazarını yalnızca soru dilinden hareketle çıkarımlıyor.

Model	Sürüm	Web araması	Web araması oranı
GPT-4o-mini	openai/gpt-4o-mini	Etkin — web arama aracı	%100,0
Gemini 2.5 Flash-Lite	gemini-2.5-flash-lite	Etkin — Google Arama temellendirmesi	%88,3
Claude Haiku 4.5	anthropic/claude-haiku-4.5	Etkin — web arama aracı	%100,0
Perplexity Sonar	perplexity/sonar	Her zaman arama temelli	%100,0
Grok 4.3	x-ai/grok-4.3	Etkin — web arama aracı	%96,7

Ölçek: 60 soru × 5 tekrar × 5 model = 1.500 yanıt; hepsi tamamlandı, her model-soru çifti için tam olarak 5 yanıt alındı, hiçbirini hariç tutulmadı. Nihai marka sözlüğü 730 marka içeriyor — 479 yerli, 217 yabancı, 34 kökeni bilinmeyen.

TEMELLENDİRME

Web araması beş modelin tamamına etkin bir araç olarak sunuldu; her model bunu kullanıp kullanmayacağına kendisi karar verdi (Perplexity'nin Sonar'ı tasarım gereği arama temellidir). Bir yanıtın web aramasına dayanıp dayanmadığı, sağlayıcının herhangi bir atıf döndürüp döndürmediğine bakılarak çıkarıldı. Temellendirme neredeyse evrenseldi — yanıtların %97,0'si en az bir kaynak taşıdı; yalnızca Gemini kısmen kendi yerleşik bilgisinden yanıtladı (%88,3). Bölünme çok tek yönlü olduğu için bu baskıda "web araması / yerleşik bilgi" bölümü yer almıyor (6. Bölüm).

2.2 SORULAR, SEGMENTLER VE ALTI KESİT

60 soru, insanların bir asistana giyim hakkında yönelttiği gerçek Türkçe sorguları yeniden üretir: açık uçlu keşif ("kadın giyim markaları nelerdir?"), belirli özellikler (tüylenmeyen kazak, terletmeyen keten gömlek, çatlamayan baskı) ve kullanım senaryoları (ilk ofis işi, damatlık/takım elbise, kreşe başlayan çocuk, bayramlık). Sorular 20'şerlik üç segmente ayrıldı; her segment ise 10 **yerli** soru (açıkça Türk marka isteyen) ve 10 **global** soru (köken kısıtı olmayan) olarak bölündü. Her soru hedef kitlesini açıkça belirtiyor.

SORU TASARIMI

her soru hedef kitlesini belirtir

Segment	Soru	Yanıt	Yerli / Global	Keşif	Özellik	Kul. sen.
Kadın	20	500	10 / 10	7	7	6
Erkek	20	500	10 / 10	7	6	7
Çocuk / Bebek	20	500	10 / 10	6	7	7

Aynı 1.500 yanıt üzerinde markalar **altı kesitte** sıralanır: her segment için birer kesit ve üç genel kesit.

Kesit	Sorular	Yanıt	Baraj	Neyi yanıtlar
Ana	60 (tümü)	1.500	28	Dikeyin tamamında toplam görünürlük
Kadın Giyim	20	500	34	Alışveriş yapan bir kadın olduğunda kimler anılıyor
Erkek Giyim	20	500	39	Alışveriş yapan bir erkek olduğunda kimler anılıyor
Çocuk / Bebek	20	500	32	Bir çocuk için alışveriş yapıldığında kimler anılıyor
Yerli	30 (yalnızca Türk)	750	28	Soru yerli marka istediğinde kimler anılıyor
Global	30 (köken kısıtı yok)	750	35	Adil yerli-yabancı karşılaştırması

NOT

Üç segment 1.500 yanıtı bölüştürür; yerli ve global kesitler bu segmentleri köken kapsamına göre keser. 8. Bölümdeki yerli-yabancı karşılaştırması yalnızca 30 global soruya dayanır; çünkü yerli sorular tasarım gereği yabancı markaları ortaya çıkaramaz.

2.3 SIRALAMADAN ÖNCE DÜZELTTİKLERİMİZ

Denetim sırasında iki eşleştirme hatası bulundu ve hiçbir puan hesaplanmadan önce ayıklandı. İkisi de burada belgeleniyor; çünkü her biri kendinden emin ama yanlış sıralamalar üretti.

(a) Hedef kitle düzeltmesi

İlk turda 60 sorunun 16'sı hedef kitlesini hiç adlandırmıyordu. "Tüylenemeyen kazak yapan yerli marka var mı?" sorusu kadın giyim segmentine kayıtlıydı, ama metinde kadına dair tek bir kelime yok. Modeller bu soruları belirsiz bir yetişkin alıcı için yanıtladı ve sık sık erkek giyime savruldu; bu da bir erkek giyim markası olan Altınyıldız Classics'i kadın giyim sıralamasında #12'ye taşıdı. Bu 16 soru hedef kitleyi açıkça söyleyecek biçimde yeniden yazıldı ve 14 Temmuz 2026'da yeniden soruldu (400 yeni yanıt); diğer 44 sorunun 1.100 yanıtı değişmedi.

Düzeltilmenin işe yaradığı yanıtların kendi metninden görülebiliyor. Keten gömlek sorusunda özgün yanıtlarda *erkek* kelimesi 43 kez, *kadın* 5 kez geçiyordu; yeniden yazılmış hâlinde *erkek* 0, *kadın* 50 kez geçiyor. Altınyıldız Classics'in kadın kesitindeki bahsedilme oranı %7,0'den %1,8'e düştü (artık barajı geçmiyor) ve marka, ait olduğu yere — erkek giyimde #4'e — yerleşti.

(b) Marka adına bürünen bir stil terimi

Modada marka eşleştirmesinin kendine özgü bir tuzağı var: stil etiketleri ile marka adları çakışıyor. *Old money*, Türkçe moda yazısında yaygın kullanılan bir estetik terim; aynı zamanda birkaç gerçek markanın adının parçası. 27. soru doğrudan "yerli **old money tarzı** erkek giyim" istiyor; dolayısıyla her yanıt bu ifadeyi, çoğu zaman ilk başlığında geri yansıtıyor. Çıplak "Old Money" markası bu 26 yanıtın tamamıyla eşleşti ve hiçbir gerçek bir marka göndermesi değildi: eşleşmelerin %96'sı başlıkta yer aldığı için 1. sıradaydı; bu da markaya gerçek markaların 0,55–0,58 aralığına karşılık 0,98'lik bir MRR kazandırdı — bir önerinin değil, bir ifadenin eşleştiğinin klasik parmak izi.

Bu kayıt silindi. Üçü de Türk olan gerçek markalar — *Old Money Türkiye*, *Atelier Old Money* ve *Prime Old Money* — etkilenmedi; çünkü en uzun eşleşme önce kuralı, çıplak ifadenin bu adları yutmasını engelliyor. Hata sessizce erkek kesitindeki diğer tüm markaları da bozuyordu: her bileşen barajı geçen markalar içindeki en yüksek değere göre yeniden ölçeklendiği için, bu şişkin MRR herkesin konum puanının paydası hâline gelmişti. Kayıt kaldırılınca meşru puanlar yükseldi; örneğin Hatemoğlu 76,0'dan 81,5'e çıktı.

ARTIK HER DİKEYDE UYGULANAN DENETİM

Bir marka adının sorunun kendi metninde geçip geçmediğine bakın (geçiyorsa her yanıtta yansır); barajı geçen bir markanın MRR'si kabaca 0,80'in üzerindeyse şüphelenin (gerçek bir marka nadiren hep birinci çıkar); ve bir markanın tüm bahsedilmelerinin tek bir sorudan gelip gelmediğini kontrol edin.

2.4 MARKA ÇIKARIMI VE EŞLEŞTİRME

Markalar iki aşamada çıkarıldı: otomatik çıkartım (öne çıkan marka adları ve atıf alan adları toplandı, yazım ve format varyantları tek bir kanonik ada birleştirildi) ve hiçbir metrik hesaplanmadan önce insan doğrulaması — gerçek markalar onaylandı, marka olmayanlar elendi, alternatif adlar birleştirildi ve her marka yerli, yabancı veya bilinmiyor olarak etiketlendi. Eşleşme yanıt başına ikili (var/yok, frekans değil), sözcük sınırına duyarlı, aksan farkından bağımsız ve **en uzun eşleşme önce** çalışır; böylece kısa bir ad uzun bir adın içinde yutulmaz ("Little Gusto" içindeki "Gusto", "Beymen Club" içindeki "Beymen"). Yaklaşık 25 marka sıradan Türkçe/İngilizce kelimelerden oluşuyor — Only, Next, GAP, Roman, Civil, Network, Mudo, Tween — ve büyük/küçük harfe duyarlı eşleştiriliyor; böylece Türkçedeki *roman* kelimesi hiçbir zaman Roman markası olarak sayılmıyor.

MARKALAR & KÖKEN

Bir marka Türkiye'de kurulduysa ve merkezi Türkiye'deyse yerli, aksi hâlde yabancıdır — Türkiye'de yaygın satılsa bile (Zara, H&M, Mango); .com.tr uzantısı Türk kökenin kanıtı değildir. Pazaryerleri (Trendyol, Hepsiburada) ve perakendeciler (Beymen, Boyner) sıralamada tutuldu; çünkü raf, alışveriş yapanın gördüğü biçimiyle anlatılmalı; yalnızca-marka görünümü §3.2'dedir. Kendi etiketi ve mağaza ağı olan dikey entegre zincirler (LC Waikiki, Koton, DeFacto, Mavi) marka olarak ele alındı.

2.5 YAPAY ZEKÂ GÖRÜNÜRLÜK PUANI (0-100)

$$\text{Puan} = 0,45 \times \text{Bahsedilme} + 0,30 \times \text{Konum} + 0,25 \times \text{Kapsam}$$

Bileşen	Ağırlık	Dayanak
Bahsedilme	%45	kesit içindeki bahsedilme oranı
Konum	%30	MRR (markanın ne kadar erken anıldığı)
Kapsam	%25	markayı anan model sayısı (0-5)

Her bileşen, ilgili kesitte barajı geçen lider marka = 100 olacak şekilde ölçeklenir, sonra ağırlıklarla birleştirilir. **Baraj (≥%5 kuralı)**: yalnızca o kesitin yanıtlarının en az %5'inde anılan markalar sıralanır. Bir yan etki: bir segment 500 yanıtta olduğu için tek bir soru (25 yanıt) tam olarak %5'e denk gelir. Yani tek bir sorunun her yanıtında anılan niş bir marka, sırf o soru sayesinde barajı geçebilir. Üç marka bu konumda — Zülays, SIRRI ve Supreme — ve geçtikleri yerlerde işaretlendiler. 730 markanın filtrelenmemiş ölçümleri 12. Bölümdedir.

2.6 TARAFSIZLIK VE KENDİNİ HARIÇ TUTMA

Bu, belirli bir odak markası olmayan, pazar geneline yönelik tarafsız bir çalışmadır. Olası çıkar çatışmasını önlemek için Herm.io'nun kendi alan adlarına yapılan tüm atıflar, analizden önce kaynak verisinden çıkarıldı; böylece şirketin kendi içeriği en çok gösterilen alan adları arasında yer almaz ve hiçbir rakamı etkilemez.

03

BÖLÜM 03

Ana Sıralama Tablosu

60 sorunun tamamında pazaryeri Trendyol, LC Waikiki'yi onda bir puanla geçiyor; raf o kadar düz ki barajı geçen tüm kadro 45 puanlık bir aralığa sığıyor.

ANA SIRALAMA TABLOSU – 60 SORUNUN TAMAMI

Bir fotofiniş, ardından uzun bir daralma

TEK CÜMLELİK ÇIKARIM

60 sorunun tamamında pazaryeri Trendyol, LC Waikiki'yi onda bir puanla geçiyor; raf o kadar düz ki barajı geçen tüm kadro 45 puanlık bir aralığa sığıyor.

Aşağıdaki liste, 60 sorunun tamamında (1.500 yanıt) %5 barajını geçen 28 markayı Yapay Zekâ Görünürlük Puanı'na göre sıralar. Hatırlatma: bu tablolar ürün kalitesini, kalıbı, fiyatı ya da güvenilirliği değil, görünürlüğü sıralar.

TABLO 1 – GÖRÜNÜRLÜK PUANI (ANA KESİT)

60 soru · 1.500 yanıt · barajı geçen 28

#	Marka	Köken	Bahsedilme	MRR	Görünürlük Puanı
1	Trendyol	TR	%31,1	0,335	85,8
2	LC Waikiki	TR	%28,9	0,400	85,7
3	Koton	TR	%28,5	0,355	82,9
4	DeFacto	TR	%25,8	0,389	80,6
5	Mavi	TR	%25,6	0,360	79,0
6	Kiğılı	TR	%12,7	0,512	67,4
7	Little Gusto	TR	%7,5	0,638	65,9
8	Vakko	TR	%11,5	0,513	65,8
9	Hepsiburada	TR	%18,9	0,241	63,7
10	The Nest Kids	TR	%8,0	0,572	63,5
11	Hatemoğlu	TR	%10,3	0,480	62,5
12	Altınyıldız Classics	TR	%9,4	0,387	56,8
13	İpekyol	TR	%9,7	0,372	56,5
14	Sarar	TR	%7,6	0,354	52,7
15	Panço	TR	%6,5	0,384	52,4
16	Civil	TR	%7,7	0,318	51,1
17	Zara	Yabancı	%9,7	0,239	50,3
18	D'S Damat	TR	%5,2	0,359	49,4
19	H&M	Yabancı	%9,0	0,208	47,8
20	Nike	Yabancı	%6,1	0,284	47,2
21	Colin's	TR	%6,1	0,252	45,7
22	Cigit	TR	%5,3	0,267	45,3
23	Boyner	TR	%6,0	0,245	45,2
24	DeFacto	TR	%7,2	0,140	42,0

(devam)

#	Marka	Köken	Bahsedilme	MRR	Görünürlük Puanı
25	Kitikate	TR	%5,3	0,324	42,9
26	Machka	TR	%5,4	0,210	42,7
27	GAP	Yabancı	%5,2	0,214	42,6
28	Network	TR	%6,3	0,141	40,8

ORTALAMA

Barajı geçen 28 markanın ortalama puanı: 57,7. 24'ü yerli, 4'ü yabancı (Zara #17, H&M #19, Nike #20, GAP #27). 28'in 27'si beş modelin tamamında anılıyor — bu seviyede modeller kimin var olduğu konusunda değil, sıralama konusunda ayrışıyor.

GÖRÜNÜRLÜK PUANI – İLK 15 MARKA (ANA KESİT)

Trendyol	85,8
LC Waikiki	85,7
Koton	82,9
DeFacto	80,6
Mavi	79,0
Kiğılı	67,4
Little Gusto	65,9
Vakko	65,8
Hepsiburada	63,7
The Nest Kids	63,5
Hatemoğlu	62,5
Altınyıldız Classics	56,8
İpekyol	56,5
Sarar	52,7
Panço	52,4

3.1 Fotofiniş ve rafın uzmanlaşmaya döndüğü an

Zirvede onda bir puan. Trendyol (85,8; tüm yanıtların %31,1'inde anılıyor), LC Waikiki'yi (85,7) çalışmanın en dar farkıyla geçiyor; Koton (82,9), DeFacto (80,6) ve Mavi (79,0) hemen arkada. Bu beş isim, soru ne olursa olsun asistanların uzandığı genel amaçlı markalar. Trendyol öne çıkmayla değil, sıklıkla kazanıyor — MRR'si 0,335 ile orta karar — ama daha sık ve her model tarafından anılıyor.

Tek gerçek kopuş (6. sıra). Tablodaki en büyük tekil kopuş hemen ilk beşin ardından geliyor: Mavi ile Kiğılı (67,4) arasındaki 11,6 puan. Rafın “genel” olmaktan çıkıp uzmanlaşmaya başladığı yer tam da burası: Kiğılı ve Hatemoğlu (#11) klasik erkek giyim, Little Gusto (#7) ve The Nest Kids (#10) çocuk giyim, Vakko (#8) ise premium. Her biri tek bir segmentin içinde güçlü, dışında ise neredeyse görünmez.

3.2 Yalnızca-marka görünümü

Yukarıdaki tablodaki dört isim marka değil: pazaryerleri Trendyol ve Hepsiburada, perakendeciler Beymen ve Boyner. Bunlar manşet sıralamada tutuluyor; çünkü alışveriş yapanlar rafla bu şekilde karşılaşılıyor. Çıkarıldıklarında saf marka-markaya görünüm ortaya çıkıyor.

YALNIZCA-MARKA İLK 10 (ANA KESİT)

pazaryerleri ve perakendeciler kenara alınmış

#	Marka	Köken	Bahsedilme	MRR	Görünürlük Puanı
● 1	LC Waikiki	TR	%28,9	0,400	85,7
2	Koton	TR	%28,5	0,355	82,9
3	DeFacto	TR	%25,8	0,389	80,6
4	Mavi	TR	%25,6	0,360	79,0
5	Kiğılı	TR	%12,7	0,512	67,4
6	Little Gusto	TR	%7,5	0,638	65,9
7	Vakko	TR	%11,5	0,513	65,8
8	The Nest Kids	TR	%8,0	0,572	63,5
9	Hatemoğlu	TR	%10,3	0,480	62,5
10	Altınyıldız Classics	TR	%9,4	0,387	56,8

Aracılar kenara alındığında pazarın dört genel amaçlı Türk zinciri — LC Waikiki, Koton, DeFacto ve Mavi — ilk dört sırayı alıyor ve aralarındaki fark yalnızca 6,7 puan; onları Kiğılı, Little Gusto ve Vakko izliyor. Hiçbir bağımsız markanın pazaryerlerini geçemediği dikeylerden farklı olarak burada en görünür marka, Trendyol ile fiilen aynı seviyede.

3.3 Yerli raf: barajı geçen 28 markanın tamamı Türk

Açıkça yerli marka isteyen 30 soru izole edildiğinde (750 yanıt) raf tamamen yerleşiyor: **barajı geçen 28 markanın hepsi Türk. Tek bir yabancı isim filtreyi geçemiyor.**

TABLO 2 – GÖRÜNÜRLÜK PUANI (YERLİ)

30 soru · 750 yanıt · barajı geçen herkes Türk

#	Marka	Köken	Bahsedilme	MRR	Görünürlük Puanı
● 1	Kiğılı	TR	%17,9	0,525	84,1
2	Trendyol	TR	%24,9	0,255	83,0
3	Mavi	TR	%19,5	0,428	82,1
4	LC Waikiki	TR	%19,9	0,404	81,5
5	DeFacto	TR	%19,1	0,422	81,0
6	Hatemoğlu	TR	%14,4	0,514	77,4
7	Vakko	TR	%14,8	0,494	77,0
8	The Nest Kids	TR	%11,5	0,571	75,0
9	Koton	TR	%18,1	0,333	74,8
10	Little Gusto	TR	%10,3	0,586	73,5
11	Altınyıldız Classics	TR	%10,9	0,396	65,0
12	Sarar	TR	%10,8	0,372	63,5
13	Hepsiburada	TR	%15,7	0,195	63,4
14	...	TR	...	...	...

(devam)

#	Marka	Köken	Bahsedilme	MRR	Görünürlük Puanı
15	Zincir Wear	TR	%5,5	0,485	59,7
16	Manuka	TR	%5,5	0,418	56,3
17	İpekyol	TR	%9,7	0,447	55,4
18	Boyner	TR	%6,7	0,325	53,7
19	Colin's	TR	%6,8	0,264	50,8
20	Panço	TR	%5,6	0,377	49,4
21	Kitikate	TR	%6,3	0,343	48,9
22	Ramsey	TR	%5,2	0,241	46,7
23	Civil	TR	%5,5	0,383	44,5
24	Cigit	TR	%5,5	0,315	41,0
25	Beymen	TR	%5,5	0,157	37,9
26	Machka	TR	%5,2	0,236	36,5
27	Piece of White	TR	%5,1	0,179	33,3
28	one square meter	TR	%5,1	0,168	32,7

ORTALAMA

Yerli kesitte barajı geçen 28 markanın ortalama puanı: 60,3 — tüm kesitlerin en yükseği. 28'inin tamamı Türk. Ama kapsam inceliyor: yalnızca 19'u beş modelin tamamında görünüyor (ana kesitte 28'de 27'ydi).

Yerli kesit pazarı yeniden diziıyor. Zirvede Trendyol (83,0) değil, Kiğılı (84,1) var; Hatemoğlu (#6), Vakko (#7) ve The Nest Kids (#8) yükseliyor: alışveriş yapan kişi yerli marka istediğinde asistanlar genel amaçlı zincirlerin ötesine, uzmanlara uzanıyor. Yabancı isimlerin tamamen yokluğu üzerinde durmaya değer. Haziran ayındaki mobilya baskısında IKEA, soruları açıkça Türk markası istediği hâlde yerli kesitte #17'de barajı geçmişti. Burada ise en ufak bir sızıntı yok: hazır giyimde asistanlar *yerli* ifadesini üsluba dair bir ima değil, sert bir kısıt olarak okuyor.

04

BÖLÜM 04

Üç Segment

Hazır giyim tek bir pazar değil: kadında Koton, erkekte Kiğılı, çocukta LC Waikiki lider ve barajı geçen 80 markanın yalnızca 8'i üç segmentin tamamında görünüyor.

ÜÇ SEGMENT

Üç raf, üç lider

TEK CÜMLELİK ÇIKARIM

Hazır giyim tek bir pazar değil: kadında Koton, erkekte Kiğılı, çocukta LC Waikiki lider ve barajı geçen 80 markanın yalnızca 8'i üç segmentin tamamında görünüyor.

Her segment 20 soru ve 500 yanıttan oluşur ve bağımsız olarak sıralanır. Pazarın gerçekte davrandığı düzey burasıdır; üç sıralama tablosu birbirinden hayli farklı görünüyor.

ÜÇ SEGMENTE BAKIŞ

her biri kendi 500 yanıtı üzerinden

Segment	Baraj	Yerli	Yabancı	Ort.	Lider	Puan
Kadın Giyim	34	29	5	55,1	Koton	88,5
Erkek Giyim	39	25	14	52,4	Kiğılı	91,5
Çocuk / Bebek	32	23	9	54,0	LC Waikiki	92,7

4.1 Kadın Giyim: barajı geçen 34 marka

TABLO 3 – KADIN GİYİM

20 soru · 500 yanıt · barajı geçen 34

#	Marka	Köken	Tür	Bahsedilme	MRR	Görünürlük Puanı
1	Koton	TR	Marka	%35,4	0,356	88,5
2	Trendyol	TR	Pazaryeri	%32,6	0,383	86,3
3	Vakko	TR	Marka	%23,4	0,561	83,9
4	Mavi	TR	Marka	%31,0	0,371	83,7
5	İpekyol	TR	Marka	%28,4	0,379	80,7
6	DeFacto	TR	Marka	%29,0	0,331	79,0
7	LC Waikiki	TR	Marka	%26,6	0,262	72,4
8	adL	TR	Marka	%7,4	0,578	64,4
9	Levi's	Yabancı	Marka	%5,8	0,575	62,2
10	Manuka	TR	Marka	%12,8	0,378	60,9
11	Oxxo	TR	Marka	%7,6	0,472	59,2
12	Hepsiburada	TR	Pazaryeri	%15,6	0,233	56,9
13	Machka	TR	Marka	%16,2	0,210	56,5
14	Aker	TR	Marka	%5,4	0,561	56,0
15	Roman	TR	Marka	%10,4	0,320	54,8
16	Zülays	TR	Marka	%5,2	0,404	52,6
17	Farren	TR	Marka	%6,0	0,571	52,3

(devam)

#	Marka	Köken	Tür	Bahsedilme	MRR	Görünürlük Puanı
19	Mudo	TR	Marka	%10,2	0,255	51,2
20	Tüzün	TR	Marka	%9,4	0,264	50,6
21	Ekol	TR	Marka	%7,8	0,299	50,4
22	Trendyolmilla	TR	Marka	%7,8	0,287	49,8
23	Network	TR	Marka	%12,2	0,149	48,3
24	Zara	Yabancı	Marka	%11,4	0,361	48,3
25	Stradivarius	Yabancı	Marka	%5,0	0,234	43,5
26	Beymen	TR	Perakendeci	%8,2	0,136	42,5
27	Mango	Yabancı	Marka	%9,6	0,266	41,0
28	Twist	TR	Marka	%5,6	0,251	40,2
29	Boyner	TR	Perakendeci	%7,0	0,214	40,0
30	H&M	Yabancı	Marka	%8,8	0,196	36,4
31	Piece of White	TR	Marka	%7,0	0,177	33,1
32	one square meter	TR	Marka	%7,0	0,164	32,4
33	Sarar	TR	Marka	%5,4	0,193	31,9
34	Mehry Mu	TR	Marka	%6,0	0,151	30,5

ORTALAMA

Barajı geçen 34 markanın ortalama puanı: 55,1. 29'u yerli, 5'i yabancı — çalışmanın yabancı markalarca en az sıkıştırılan segmenti.

Koton 88,5 puanla lider, kadın giyim yanıtlarının %35,4'ünde anılıyor; Trendyol (86,3) ikinci. Üçüncülük Vakko'nun (83,9) ve oraya farklı bir yoldan geliyor: yanıtların yalnızca %23,4'ünde anılıyor — Koton'un epey gerisinde — ama anıldığında çok erken çıkıyor (MRR 0,561; çevresindeki markalarda 0,33–0,38). Bu, modellerin bir markayı listedeki maddelerden biri olarak değil, doğrudan cevap olarak gördüğünün imzası. Aynı örüntü daha keskin biçimde adL'yi #8'e (%7,4 bahsedilme, MRR 0,578) ve Oxxo'yu #11'e taşıyor. En yüksek sıradaki yabancı isim Levi's, %5,8'lik ince bir oranla #9'da; Zara ancak #24'te görünüyor.

TEMKİNLİ OKUYUN

Zülays (#16), 26 bahsedilmesinin 25'ini tek bir tesettür sorusundan alıyor. Nişini gerçekten domine eden gerçek bir marka; ancak sırası tek bir soruya dayanıyor ve kadın giyim genelinde geniş bir görünürlük olarak okunmamalı (bkz. §2.5 ve 11. Bölüm).

4.2 Erkek Giyim: barajı geçen 39 marka

TABLO 4 – ERKEK GİYİM

20 soru · 500 yanıt · barajı geçen 39

#	Marka	Köken	Tür	Bahsedilme	MRR	Görünürlük Puanı
1	Kiğılı	TR	Marka	%37,4	0,518	91,5
2	Hatemoğlu	TR	Marka	%30,2	0,488	81,5
3	Mavi	TR	Marka	%32,2	0,402	80,4
4	Altinyıldız Classics	TR	Marka	%25,4	0,389	71,7
5	Koton	TR	Marka	%23,6	0,425	71,0
6	Trendyol	TR	Pazaryeri	%27,4	0,315	71,0
7	DeFacto	TR	Marka	%23,0	0,382	68,5
8	LC Waikiki	TR	Marka	%21,2	0,387	66,6
9	Sarar	TR	Marka	%17,2	0,407	62,6
10	Supreme	Yabancı	Marka	%5,2	0,724	61,3
11	D'S Damat	TR	Marka	%15,4	0,363	58,6
12	Hepsiburada	TR	Pazaryeri	%18,0	0,242	56,7
13	Marks & Spencer	Yabancı	Marka	%7,2	0,674	56,6
14	KAFT	TR	Marka	%6,6	0,567	56,4
15	Vakko	TR	Marka	%11,2	0,415	55,6
16	Zincir Wear	TR	Marka	%5,6	0,533	53,8
17	Colin's	TR	Marka	%14,0	0,262	52,7
18	Süvari	TR	Marka	%7,8	0,397	50,8
19	Nike	Yabancı	Marka	%8,4	0,359	50,0
20	Boyner	TR	Perakendeci	%9,4	0,296	48,6
21	Avva	TR	Marka	%9,4	0,276	47,7
22	Fear of God	Yabancı	Marka	%5,2	0,356	46,0
23	Decathlon	Yabancı	Marka	%6,4	0,309	45,5
24	Ramsey	TR	Marka	%8,6	0,234	45,0
25	Uniqlo	Yabancı	Marka	%6,6	0,291	45,0
26	H&M	Yabancı	Marka	%7,4	0,263	44,8
27	Beymen	TR	Perakendeci	%10,6	0,158	44,3
28	Havan	TR	Marka	%6,8	0,389	44,3
29	Adidas	Yabancı	Marka	%6,8	0,264	44,1
30	GAP	Yabancı	Marka	%5,8	0,291	44,0
31	Tudor	TR	Marka	%6,6	0,226	42,1

(devam)

#	Marka	Köken	Tür	Bahsedilme	MRR	Görünürlük Puanı
32	Zara	Yabancı	Marka	%8,4	0,165	42,0
33	Carhartt WIP	Yabancı	Marka	%5,0	0,245	41,2
34	LTB	TR	Marka	%6,8	0,345	37,5
35	Jack & Jones	Yabancı	Marka	%7,2	0,278	35,2
36	Pierre Cardin	Yabancı	Marka	%6,4	0,177	35,0
37	Levi's	Yabancı	Marka	%6,4	0,289	34,7
38	Lufian	TR	Marka	%6,4	0,212	31,5
39	Network	TR	Marka	%6,6	0,128	28,2

ORTALAMA

Barajı geçen 39 markanın ortalama puanı: 52,4. 25'i yerli, 14'ü yabancı — en çok yabancı-çekişmeli ve en kalabalık segment.

Erkek giyim, net bir lideri olan tek segment: Kişili (91,5), yanıtların %37,4'ünde ve erken anılıyor (MRR 0,518), Hatemoğlu'nun (81,5) tam 10 puan önünde. Arkalarında alışılmadık ölçüde tutarlı bir küme var — Altınyıldız Classics (#4), Sarar (#9), D'S Damat (#11), Süvari (#18) — hepsi klasik takım elbise ve gömlek. Soru erkek giyim olduğunda asistanların aklına önce takım elbise geliyor. Nike, Uniqlo, Adidas, GAP, Carhartt WIP, Levi's ve Jack & Jones Türkiye pazarında asıl burada karşılık buluyor.

TEMKİNLİ OKUYUN

Supreme (#10), %5,2'lik bahsedilme oranına rağmen çalışmanın en yüksek konum puanını taşıyor (MRR 0,724) ve bunun neredeyse tamamı tek bir streetwear sorusundan geliyor. Supreme anıldığında ilk sırada anılıyor — ama yalnızca tek bir bağlamda; #10 sırası markanın erkek giyimdeki genel varlığını olduğundan büyük gösteriyor.

4.3 Çocuk / Bebek: barajı geçen 32 marka

TABLO 5 – ÇOCUK / BEBEK

20 soru · 500 yanıt · barajı geçen 32

#	Marka	Köken	Tür	Bahsedilme	MRR	Görünürlük Puanı
1	LC Waikiki	TR	Marka	%39,0	0,502	92,7
2	Little Gusto	TR	Marka	%22,6	0,638	80,0
3	The Nest Kids	TR	Marka	%24,0	0,572	78,6
4	Trendyol	TR	Pazaryeri	%33,2	0,305	77,1
5	DeFacto	TR	Marka	%25,4	0,463	75,3
6	Koton	TR	Marka	%26,4	0,293	68,8
7	Civil	TR	Marka	%23,0	0,318	66,0
8	Panço	TR	Marka	%19,4	0,384	64,8
9	Hepsiburada	TR	Pazaryeri	%23,2	0,246	62,9

(devam)

#	Marka	Köken	Tür	Bahsedilme	MRR	Görünürlük Puanı
10	SIRRI	Yabancı	Marka	%5,0	0,551	55,8
11	Cigit	TR	Marka	%16,0	0,267	55,6
12	Organickid	TR	Marka	%11,0	0,350	53,6
13	Carter's	Yabancı	Marka	%13,0	0,290	53,2
14	Kitikate	TR	Marka	%15,8	0,324	52,9
15	Cemi Kids	TR	Marka	%5,8	0,662	51,7
16	Mavi	TR	Marka	%13,6	0,234	51,3
17	TinyLamb	TR	Marka	%9,8	0,268	48,4
18	Biorganic	TR	Marka	%7,8	0,313	48,2
19	Breeze	TR	Marka	%9,4	0,252	47,3
20	U.S. Polo Assn	Yabancı	Marka	%6,4	0,323	47,0
21	Chicco	Yabancı	Marka	%9,0	0,255	47,0
22	Adidas	Yabancı	Marka	%6,2	0,298	45,7
23	H&M	Yabancı	Marka	%10,8	0,179	45,6
24	Nike	Yabancı	Marka	%8,0	0,235	44,9
25	Perendi	TR	Marka	%6,6	0,485	44,6
26	Zara	Yabancı	Marka	%9,4	0,156	42,9
27	GAP	Yabancı	Marka	%7,8	0,182	42,2
28	İdilbaby & Mamino	TR	Marka	%7,0	0,200	42,1
29	Mini Born	TR	Marka	%5,0	0,245	41,9
30	Little Yucca	TR	Marka	%5,2	0,371	37,8
31	Goose	TR	Marka	%5,0	0,172	33,5
32	B&G Store	TR	Marka	%6,0	0,136	28,1

ORTALAMA

Barajı geçen 32 markanın ortalama puanı: 54,0. 23'ü yerli, 9'u yabancı — yabancı payı orta düzeyde ve çoğunlukla bebek giyime özgü.

LC Waikiki segmenti domine ediyor (92,7), yanıtların %39,0'unda anılıyor — çalışmadaki en yüksek bahsedilme oranı. Asıl ilginç olan arkasındaki iki isim: Little Gusto (80,0) ve The Nest Kids (78,6) birer zincir değil, uzman marka; ve hacim kadar konum sayesinde yükseliyorlar (MRR 0,638 ve 0,572). Çocuk giyim, asistanların büyük zincirleri bırakıp uzman bir etikete en kolay uzandığı segment. İkinci bir küme aynı mantığı izliyor: Organickid (#12), Kitikate (#14), Biorganic (#18) ve TinyLamb (#17) organik pamuk uzmanları — sorular hassas cilt, organik kumaş ve yenidoğan üzerine olduğu için görünür oluyorlar. Yabancı markaların başında Carter's (#13), Chicco (#21) ve U.S. Polo Assn (#20) geliyor.

TEMKİNLİ OKUYUN

SIRRI (#10), 25 bahsedilmesinin 24'ünü erkek çocuk damatlık/takım elbise sorusundan alıyor. Ayrıca çalışmanın tek çözülmemiş köken çelişkisini taşıyor: SIRRI yabancı, "Sirri Giyim" ise yerli olarak doğrulandı; birleşik kayıt yabancı olarak işaretli (11. Bölüm).

4.4 Segmentleri aşan ne, aşamayan ne

Seksen ayrı marka en az bir segmentte barajı geçiyor. **Yalnızca 8'i üç segmentin tamamında; 63'ü ise yalnızca birinde.**

TABLO 6 – ÜÇ SEGMENTİN TAMAMINDA BARAJI GEÇEN MARKALAR

her kesit için segment sırası

Marka	Köken	Tür	Kadın	Erkek	Çocuk	Ana
Trendyol	TR	Pazaryeri	#2	#6	#4	85,8
LC Waikiki	TR	Marka	#7	#8	#1	85,7
Koton	TR	Marka	#1	#5	#6	82,9
DeFacto	TR	Marka	#6	#7	#5	80,6
Mavi	TR	Marka	#4	#3	#16	79,0
Hepsiburada	TR	Pazaryeri	#12	#12	#9	63,7
Zara	Yabancı	Marka	#24	#32	#26	50,3
H&M	Yabancı	Marka	#30	#26	#23	47,8

Bu sekizli: dört genel amaçlı Türk zinciri (LC Waikiki, Koton, DeFacto, Mavi), iki pazaryeri (Trendyol, Hepsiburada) ve her segmente yetecek kadar geniş olan tek iki yabancı marka (Zara, H&M) — ki ikisi de her tablonun alt sıralarında barajı geçiyor. Pazarın tamamına yayılan başka hiçbir isim yok. Pratik okuma şu: **hazır giyimde yapay zekâ görünürlüğü hedef kitle başına kazanılıyor**. Kişili erkeklerde #1, kadın ve çocuk tablolarında ise hiç yok. Vakko kadında #3, erkekte #15. Little Gusto çocukta #2, başka hiçbir yerde yok. Bir segmentte görünmeyen marka pazarda görünmez değildir; sadece başka bir soruyu yanıtlıyordur.

05

BÖLÜM 05

Modeller Arasındaki Farklar

Beş model liderin kim olduğunda bile anlaşıyor — Koton üçünde, Mavi Claude'da, Trendyol Grok'ta birinci — ve yanıt başına kaç marka saydıkları neredeyse üç kat farklılaşıyor.

Ortak bir lider yok

TEK CÜMLELİK ÇIKARIM

Beş model liderin kim olduğunda bile anlaşıyor — Koton üçünde, Mavi Claude'da, Trendyol Grok'ta birinci — ve yanıt başına kaç marka saydıkları neredeyse üç kat farklılaşıyor.

5.1 MODEL BAZINDA DAVRANIŞ

TABLO 7 — MODEL BAZINDA WEB ARAMASI & DAĞARCIK

her biri 300 yanıt

Model	Yanıt	Web	Farklı	Marka/yanıt	En çok anılan marka
Claude Haiku 4.5	300	%100	275	4,74	Mavi(%18,3)
Gemini 2.5 Flash-Lite	300	%88,3	462	9,7	Koton(%30,7)
GPT-4o-mini	300	%100	254	4,42	Koton(%15,3)
Perplexity Sonar	300	%100	399	8,87	Koton(%38,3)
Grok 4.3	300	%96,7	382	11,74	Trendyol(%85)

MODEL BAZINDA YANIT BAŞINA ANILAN MARKA SAYISI

Claude Haiku 4.5	4,74
Gemini 2.5 Flash-Lite	9,7
GPT-4o-mini	4,42
Perplexity Sonar	8,87
Grok 4.3	11,74

Konuşkanlık neredeyse 3 kat değişiyor. Grok 4.3 yanıt başına 11,74 marka listeliyor, GPT-4o-mini 4,42 — birinin yanıtı kısa liste, diğerinki katalog. En geniş sözcük dağarcığı Gemini'de (300 yanıtta 462 farklı marka), en dar olanı ise GPT-4o-mini'de (254). Bir markanın hiç anılıp anılmaması, alışveriş yapan kişinin hangi asistanı kullandığına ciddi biçimde bağlı.

5.2 HER MODELİN EN ÇOK ANDIĞI MARKALAR

GPT-4o-MINI

300 yanıt içinde ilk 5

#	Marka	Bahsedilme	Oran
1	Koton	46	%15,3
2	LC Waikiki	40	%13,3
3	Mavi	33	%11
4	Kiğılı	32	%10,7
5	Trendyol	27	%9

GEMINI 2.5 FLASH-LITE

300 yanıt içinde ilk 5

#	Marka	Bahsedilme	Oran
1	Koton	92	%30,7
2	LC Waikiki	90	%30
3	DeFacto	86	%28,7

(devam)

#	Marka	Bahsedilme	Oran
4	Trendyol	82	%27,3
5	Mavi	79	%26,3

CLAUDE HAIKU 4.5

300 yanıt içinde ilk 5

#	Marka	Bahsedilme	Oran
1	Mavi	55	%18,3
2	Koton	49	%16,3
3	LC Waikiki	33	%11
4	Kiğılı	32	%10,7
5	Trendyol	26	%8,7

PERPLEXITY SONAR

300 yanıt içinde ilk 5

#	Marka	Bahsedilme	Oran
1	Koton	115	%38,3
2	LC Waikiki	95	%31,7
3	Mavi	91	%30,3
4	DeFacto	91	%30,3
5	Trendyol	76	%25,3

GROK 4.3

300 yanıt içinde ilk 5

#	Marka	Bahsedilme	Oran
1	Trendyol	255	%85
2	Hepsiburada	179	%59,7
3	LC Waikiki	176	%58,7
4	DeFacto	165	%55
5	Mavi	126	%42

5.3 AYRIŞMANIN HİKÂYESİ

Tek bir markanın her modelde birinci olduğu önceki Herm.io baskılarından farklı olarak, **burada ortak bir lider yok**. Koton, Perplexity (%38,3), Gemini (%30,7) ve GPT-4o-mini (%15,3) için en çok anılan marka. Claude Haiku ilk sıraya Mavi'yi koyuyor (%18,3). Grok ise Trendyol'u birinci yapıyor ve yanıtlarının %85'inde anıyor — Claude Haiku'nun Trendyol'u yalnızca %8,7 oranında andığı düşünülürse, aradaki uçurum çarpıcı.

Bu tek karşıtlık, raporun modellere dair en önemli bulgusu. Bir markanın ölçülen görünürlüğü, alışveriş yapan kişinin hangi asistanı kullandığına ciddi biçimde bağlı; ve bir yanıtın pazaryeri-marka dengesi neredeyse bir ev üslubu gibi çalışıyor: Grok refleks olarak Trendyol ve Hepsiburada'ya uzanıyor, Claude ve GPT-4o-mini ise doğrudan markanın adını vermeyi tercih ediyor. Bahsedilme temelli her rakamı bu bilinçle okuyun.

06

BÖLÜM 06

Web Araması mı, Yerleşik Bilgi mi

Bu türdaki yanıtların neredeyse tamamı web araması kullandığı için karşılaştırılacak anlamlı bir “yalnızca yerleşik bilgi” segmenti yok; bu durumun kendisi de bir bulgu.

İşin neredeyse tamamını web yaptı

TEK CÜMLELİK ÇIKARIM

Bu turdaki yanıtların neredeyse tamamı web araması kullandığı için karşılaştırılacak anlamlı bir “yalnızca yerleşik bilgi” segmenti yok; bu durumun kendisi de bir bulgu.

Herm.io'nun bazı önceki baskılarında yanıtlar web temelli ve yalnızca yerleşik bilgiye dayalı olarak ikiye ayrılıyor ve bu iki grup farklı liderler üretiyordu. Bu turda böyle bir ayrım yok. 1.500 yanıtın %97,0'si en az bir kaynak ya da arama sonucu döndürdü. Beş modelin dördü yanıtlarının %96,7–100'ünde arama yaptı; yalnızca Gemini %88,3 ile bunun altında kaldı.

Ayrı bir bölüm, yaklaşık 1.455 temellendirilmiş yanıtı yaklaşık 45 temellendirilmemiş yanıtla karşılaştırmak anlamına gelirdi; bu anlamlı bir kontrast üretmez. Bu yüzden bu baskıda bilerek atlandı. Çıkarım şu: Türkçe giyim sorularında bu asistanlar neredeyse her seferinde canlı web içeriğine yöneliyor. Bu da güncel ve iyi yapılandırılmış bir web varlığını burada görünürlükle özellikle yakından ilişkili kılıyor (bkz. 9. Bölüm). Temellendirme oranını her baskıda ölçmeye devam edeceğiz; yerleşik bilgi segmenti büyürse bu karşılaştırma geri dönecek.

07

BÖLÜM 07

Soru Tipi Sahipliği

Bir segmenti kimin sahiplendiği, neyin sorulduğuna bağlı: keşif soruları uzmanları, kullanım senaryosu soruları pazaryerlerini öne çıkarıyor; özellik soruları ise ikisinin arasında duruyor.

SORU TİPİ SAHİPLİĞİ

Keşif markayı, kullanım senaryosu pazaryerini anıyor

TEK CÜMLELİK ÇIKARIM

Bir segmenti kimin sahiplendiği, neyin sorulduğuna bağlı: keşif soruları uzmanları, kullanım senaryosu soruları pazaryerlerini öne çıkarıyor; özellik soruları ise ikisinin arasında duruyor.

Her segmentin 20 sorusu üç davranışsal türe dağıtıldı: **keşif** (açık uçlu “hangi markalar / öneri ver”), **özellik** (belirli bir nitelik: tüylenmeyen kumaş, buruşmayan gömlek, organik pamuk, formunu koruyan kalıp) ve **kullanım senaryosu** (bir durum ya da ihtiyaç: düşün, ilk ofis işi, kreş, hızlı büyüyen çocuk). Aşağıdaki tablolar her tipte en görünür beş markayı verir; oran, o tipin yanıtları içindeki paydır.

TABLO 8 – KADIN GİYİM, SORU TİPİNE GÖRE

tip başına ilk 5

#	Keşif	Özellik	Kullanım senaryosu
1	İpekyol (%54,3)	Trendyol (%32,6)	Trendyol (%42)
2	Koton (%49,7)	Koton (%30,9)	Koton (%24)
3	Mavi (%49,1)	Mavi (%28)	DeFacto (%22)
4	Vakko (%46,3)	DeFacto (%22,3)	LC Waikiki (%20)
5	DeFacto (%41,7)	LC Waikiki (%20,6)	adL (%20)

TABLO 9 – ERKEK GİYİM, SORU TİPİNE GÖRE

tip başına ilk 5

#	Keşif	Özellik	Kullanım senaryosu
1	Hatemoğlu (%60,6)	Mavi (%32,7)	Trendyol (%40,6)
2	Kiğılı (%46,3)	Altınyıldız Classics (%30)	Kiğılı (%38,3)
3	Mavi (%32)	Koton (%26,7)	DeFacto (%33,7)
4	LC Waikiki (%22,3)	Kiğılı (%26)	Mavi (%32)
5	Altınyıldız Classics (%18,9)	Trendyol (%25,3)	Sarar (%29,1)

TABLO 10 – ÇOCUK / BEBEK, SORU TİPİNE GÖRE

tip başına ilk 5

#	Keşif	Özellik	Kullanım senaryosu
1	LC Waikiki (%51,3)	Little Gusto (%37,7)	Trendyol (%50,3)
2	Civil (%39,3)	Organickid (%29,7)	LC Waikiki (%44)
3	Panço (%39,3)	The Nest Kids (%28,6)	Hepsiburada (%37,1)
4	Carter's (%33,3)	Trendyol (%27,4)	DeFacto (%32)
5	The Nest Kids (%33,3)	Koton (%24,6)	Civil (%26,3)

Keşif soruları uzmanları öne çıkarıyor. “Hangi kadın giyim markalarına bakmalıyım?” gibi sade bir soruda asistanlar zincirlerle değil, İpekyol (%54,3) ve Vakko ile başlıyor. Erkeklerde keşif sorularının sahibi Hatemoğlu (%60,6) ve Kiğılı; çocukta ise LC Waikiki, Civil ve Panço. Trendyol üç keşif tablosunun hiçbirinde ilk beşe giremiyor.

Kullanım senaryosu soruları pazaryerlerini öne çıkarıyor. Soru bir durumu tarif ettiği anda — bir düşün, kreş, ilk ofis işi — Trendyol üç segmentin de zirvesine oturuyor (kadın %42,0, erkek %40,6, çocuk %50,3); çocukta ona Hepsiburada da eşlik ediyor (%37,1). Asistan bir marka adı vermek yerine bir sorunu çözmek zorunda kaldığında, kullanıcıyı her şeyin stokta olduğu yere gönderiyor.

Özellik soruları tartışmalı orta alan. Burada teknik bir hikâyesi olan markalar tutunuyor: erkekte Mavi ve Altınyıldız, kadında Koton ve Mavi; çocukta ise organik uzmanları Little Gusto (%37,7) ve Organickid (%29,7) hiçbir zincire ya da pazaryerine yer bırakmadan liderliği alıyor. Bir markanın modellerin bir soruya bağlayabileceği bir kumaş ya da kalıp iddiası varsa, görünürlüğünü kazandığı yer burası.



BÖLÜM 08

Global Pazar: Yerli ve Yabancı

Köken kısıtı olmayan sorularda, barajı geçen markalara ait bahsedilmelerin %70,2'si yerli, %29,8'i yabancı markalara gidiyor; yabancı görünürlük pazara yayılmıyor, erkek giyimde yoğunlaşıyor.

GLOBAL PAZAR – YERLİ VE YABANCI

Yerli çoğunluk, kenarlarda çekişme

TEK CÜMLELİK ÇIKARIM

Köken kısıtı olmayan sorularda, barajı geçen markalara ait bahsedilmelerin %70,2'si yerli, %29,8'i yabancı markalara gidiyor; yabancı görünürlük pazara yayılmıyor, erkek giyimde yoğunlaşıyor.

Bu bölüm yalnızca köken kısıtı olmayan 30 global soruya dayanır (750 yanıt) — yerli ve yabancı markaları adil biçimde karşılaştırmanın tek zemini budur. Barajı geçen 35 marka var: 21 yerli, 14 yabancı.

BAHSEDİLMELERİN KÖKEN PAYI – GLOBAL PAZAR (%)

Yerli (TR) markalar	70,2%
Yabancı markalar	29,8%

BU METRİĞİ DİKKATLE OKUYUN

Global kesitte barajı geçen 35 marka içinde yerli isimler 2.316 bahsedilme, yabancı markalar 985 bahsedilme alıyor: %70,2 / %29,8'lik bir bölüşüm. Bu, aynı zeminde ölçülen abiye baskısından (%82,4 / %17,6) belirgin biçimde daha çekişmeli bir raf. En az bir kez görünen tüm markalar sayıldığında (barajı geçsin geçmesin) yabancı payı daha da büyür (%61,6 / %38,4; 292 yerli ve 203 yabancı farklı isim) — buradaki yabancı uzun kuyruk, zirvede ince görünse bile derin.

TABLO 11 – GLOBAL PAZAR (HER KÖKEN)

30 köken-nötr soru · 750 yanıt · barajı geçen 35'in ilk 15'i

#	Marka	Köken	Tür	Bahsedilme	MRR	Görünürlük Puanı
1	LC Waikiki	TR	Marka	%38,0	0,399	90,9
2	Koton	TR	Marka	%38,8	0,366	90,0
3	Trendyol	TR	Pazaryeri	%37,2	0,389	89,5
4	DeFacto	TR	Marka	%32,5	0,370	83,0
5	Mavi	TR	Marka	%31,7	0,318	79,2
6	Hepsiburada	TR	Pazaryeri	%22,1	0,274	65,6
7	Vakko	TR	Marka	%8,3	0,548	64,6
8	Marks & Spencer	Yabancı	Marka	%8,5	0,508	62,7
9	Kiğılı	TR	Marka	%7,5	0,483	60,1
10	Zara	Yabancı	Marka	%18,8	0,241	60,0
11	Levi's	Yabancı	Marka	%7,2	0,451	58,1
12	H&M	Yabancı	Marka	%17,3	0,211	56,7
13	Panço	TR	Marka	%7,3	0,389	54,8
14	Altınyıldız Classics	TR	Marka	%7,9	0,375	54,6
15	Nike	Yabancı	Marka	%11,9	0,284	54,3
16	Hatemoğlu	TR	Marka	%6,1	0,402	54,1
17	İpekyol	TR	Marka	%9,6	0,297	52,4

(devam)

#	Marka	Köken	Tür	Bahsedilme	MRR	Görünürlük Puanı
18	Civil	TR	Marka	%9,9	0,281	51,8
19	Carter's	Yabancı	Marka	%8,3	0,300	51,0
20	Adidas	Yabancı	Marka	%9,7	0,256	50,3
21	Mudo	TR	Marka	%7,1	0,296	49,4
22	Calvin Klein	Yabancı	Marka	%6,0	0,315	49,2
23	Decathlon	Yabancı	Marka	%6,3	0,309	49,2
24	U.S. Polo Assn	Yabancı	Marka	%7,3	0,271	48,4
25	Mango	Yabancı	Marka	%9,3	0,224	48,0
26	Trendyolmilla	TR	Marka	%6,3	0,284	47,9
27	GAP	Yabancı	Marka	%8,7	0,222	47,2
28	Uniqlo	Yabancı	Marka	%6,4	0,268	47,1
29	Chicco	Yabancı	Marka	%5,6	0,267	46,1
30	Colin's	TR	Marka	%5,5	0,236	44,3
31	Beymen	TR	Perakendeci	%8,9	0,161	44,2
32	Cigit	TR	Marka	%5,2	0,217	42,9
33	Network	TR	Marka	%8,0	0,135	41,7
34	Machka	TR	Marka	%5,6	0,186	41,7
35	Boyner	TR	Perakendeci	%5,3	0,144	34,0

İlk yedi sıra yerli. LC Waikiki, Koton, Trendyol, DeFacto, Mavi, Hepsiburada ve Vakko tablonun başını tutuyor; ilk yabancı isim **#8'deki Marks & Spencer** — global yanıtların yalnızca %8,5'inde ama çok erken anılıyor (MRR 0,508), modellerin varsayılan bir seçenek değil, belirli bir öneri olarak gördüğü markanın klasik profili. Zara (#10) ve H&M (#12) tam tersi profile: sık anılıyor, geç anılıyor.

Asimetri, asıl hikâye. Yabancı markalar erkek giyimde barajı geçen 39 yerin 14'ünü alırken kadında 34 yerin yalnızca 5'ini alıyor. Kadın giyimde Zara, Mango ve H&M'in tutabileceği alanı Türk markaları — Koton, İpekyol, Vakko, Machka, Mudo, Network — dolduruyor; erkek giyimde ise asistanlar Kiğılı ve Hatemoğlu'nun yanına Nike, Uniqlo, Adidas, GAP, Levi's ve Carhartt WIP'i rahatlıkla ekliyor. Bu asimetrisinin daralıp daralmayacağı, tam da üç aylık bir referans ölçümün izlemek için kurulduğu türden bir hareket.

09

BÖLÜM 09

Keşif Ekosistemi

Yapay zekânın bu pazara dair görüntüsü öncelikle markaların kendi web sitelerine dayanıyor (gösterilen kaynakların %62,9'u); en çok gösterilen tekil alan adını pazaryerleri veriyor, editöryel içeriğin payı ise küçük.

Önce markaya ait siteler, zirvede pazaryerleri

TEK CÜMLELİK ÇIKARIM

Yapay zekânın bu pazara dair görüntüsü öncelikle markaların kendi web sitelerine dayanıyor (gösterilen kaynakların %62,9'u); en çok gösterilen tekil alan adını pazaryerleri veriyor, editöryel içeriğin payı ise küçük.

Bir asistan web aramasıyla yanıt verdiğinde, o anda erişebildiği içerikten yararlanır. Modellerin döndürdüğü kaynak adreslerini topladık, alan adına indirdik ve her alan adını kaç farklı yanıtın gösterdiğine göre sıraladık. Tur genelinde modeller **850 farklı alan adı** gösterdi.

9.1 EN ÇOK GÖSTERİLEN ALAN ADLARI

TABLO 12 – EN ÇOK GÖSTERİLEN 15 ALAN ADI

850 farklı alan adı içinden

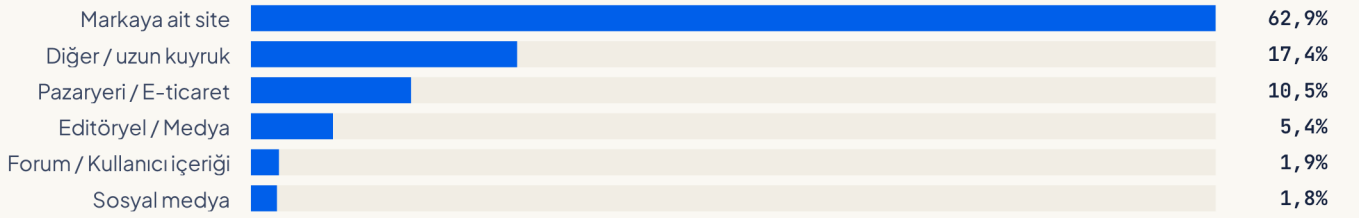
#	Alan adı	Gösteren	Pay	Kaynak türü
1	trendyol.com	410	%27,3	Pazaryeri / E-ticaret
2	ciceksepeti.com	197	%13,1	Pazaryeri / E-ticaret
3	hepsiburada.com	196	%13,1	Pazaryeri / E-ticaret
4	lcw.com	188	%12,5	Markaya ait site
5	koton.com	183	%12,2	Markaya ait site
6	defacto.com.tr	149	%9,9	Markaya ait site
7	hatemoglu.com	149	%9,9	Markaya ait site
8	thenestkids.com.tr	134	%8,9	Markaya ait site
9	kigili.com	133	%8,9	Markaya ait site
10	bifikir.com	126	%8,4	Editöryel / Medya
11	oggusto.com	119	%7,9	Editöryel / Medya
12	beymen.com	114	%7,6	Markaya ait site
13	littlegusto.com.tr	114	%7,6	Markaya ait site
14	arzukaprol.com	90	%6	Markaya ait site
15	gap.com.tr	82	%5,5	Markaya ait site

En çok gösterilen alan adı pazaryeri **trendyol.com** (yanıtların %27,3'ünde); onu iki pazaryeri daha (ciceksepeti.com, hepsiburada.com) ve ardından uzun bir markaya ait site dizisi izliyor: lcw.com, koton.com, defacto.com.tr, hatemoglu.com, thenestkids.com.tr, kigili.com. Araya yalnızca iki editöryel alan adı sızabiliyor (bifikir.com, oggusto.com) ve bunlar istisna. Bu tablo ile sıralama tabloları arasında doğrudan bir hat var: en çok gösterilen marka siteleri — LC Waikiki, Koton, DeFacto, Hatemoğlu, The Nest Kids, Kiğılı — neredeyse istisnasız, rekabet ettikleri kesitlerin zirvesindeki markalar.

9.2 KAYNAK TÜRÜ DAĞILIMI

Kaynak türü	Alan adı	Atıf	Pay
Markaya ait site	385	5.886	%62,9
Diğer / uzun kuyruk	381	1.631	%17,4
Pazaryeri / E-ticaret	16	978	%10,5
Editöryel / Medya	44	507	%5,4
Forum / Kullanıcı içeriği	8	182	%1,9
Sosyal medya	16	172	%1,8

KAYNAK TÜRÜNE GÖRE ATIF PAYI (%)



9.3 Markaya ait site bulgusu

Dağılıma resmî siteler hâkim: atıfların **%62,9'u** markaların kendi alan adlarına gidiyor ve bunlar 385 farklı marka sitesinden oluşuyor; pazaryerleri buna %10,5 ekliyor. Editöryel/medya (%5,4), forumlar (%1,9) ve sosyal medya (%1,8) marjinal kalıyor; %17,4'lük pay ise 381 farklı alan adından oluşan uzun kuyrukta. Bunu bir tavsiye olarak değil, bir tespit olarak okuyun: bu pazarda güncel ve makine tarafından okunabilir bir marka sitesi — modellerin ürün gamını gerçekten okuyabildiği bir site — yapay zekâ görünülüğüyle basın haberlerinden veya yorumlardan çok daha yakından ilişkili görünüyor.

10

BÖLÜM 10

Örüntüler Ne Söylüyor

Buradaki görünürlük hedef kitle ve soru tipi başına kazanılıyor; temelinde okunabilir bir kendi-site varlığı ve beş modelin tamamında kapsanmak yatıyor.

Beş yapısal örüntü

Bu bölüm veriye tarafsız bir okuma getirir. Görünürlükle ilişkili örüntüleri tarif eder; tavsiye, hizmet ya da öneri değildir. Görünürlük kaliteden ayrı bir şeydir.

- 1 “Türk hazır giyim rafı” diye tek bir raf yok — üç tane var.** Barajı geçen 80 markadan yalnızca 8'i üç segmentin tamamında, 63'ü yalnızca birinde görünüyor. Bir markanın ana kesitteki sırası, esas olarak kaç farklı hedef kitleye hitap ettiğini gösteriyor; herhangi birine ne kadar güçlü hitap ettiğini değil. Kişili erkeklerde #1, ana kesitte #6; bu bir gerileme değil, giydirmediği alıcılar üzerinden ortalaması alınan bir uzmanın nasıl görüldüğüdür.
- 2 Bahsedilme ve konum farklı sinyaller.** Bazı markalar sık ama geç anılıyor (Trendyol, Hepsiburada, Network); bazıları nadir ama ilk sırada anılıyor (Supreme 0,72; Marks & Spencer 0,67; Cemi Kids 0,66; adL 0,58). Bir marka barajı yalnızca konum ve kapsam sayesinde geçebilir. En güçlü konum puanları, modellerin dar bir sorunun cevabı olarak gördüğü markalara ait — gerçek bir görünürlük biçimi, ama dar bir görünürlük.
- 3 Soru tipi pazarı segmentten daha fazla yeniden diziyo.** Aynı segment, kullanıcının gezinip gezinmediğine (keşif → uzmanlar), bir sorun çözüp çözmediğine (kullanım senaryosu → pazaryerleri) veya bir özellik sorgulayıp sorgulamadığına (özellik → kumaş hikâyesi olan markalar) göre farklı kazananlar üretiyor. Bulunmak isteyen bir marka, bu üçünden hangisini kazandığını bilmeli.
- 4 Kapsam zirvede temel koşul, aşağıda ise gerçek bir fark yaratıyor.** Ana kesitte barajı geçen 28 markanın 27'si beş modelin tamamında anılıyor; yerli kesitte bu oran 28'de 19'a düşüyor. Her asistan tarafından görülmek, liderler için giriş bileti; aşağıya inildikçe bir ayrışma kaynağı: üç ya da dört modelde görünen markalar (Farren, Mehry Mu, Piece of White, Lufian) büyük ölçüde bu nedenle aşağıda kalıyor.
- 5 Web varlığı, ürün açıklamasının kendisi.** Yanıtların %97,0'si web temelli ve atıfların %62,9'u markaların kendi alan adlarını gösterdiğine göre, asistanlar fiilen markaların kendi sitelerini yüksek sesle okuyor. Sitesi en çok gösterilen markalar, tabloların zirvesindeki markalar.

Bir marka veride kendini nasıl konumlandırabilir?

Veri seti (talep üzerine paylaşılr) üzerinden bir marka sırayla dört şeye bakabilir: beş modelin tamamında görünüp görünmediği; ana kesitte değil, *kendi segmentinde* ne sıklıkla anıldığı; anıldığında ne kadar erken çıktığı; ve hangi soru tipinde en zayıf olduğu. Bu okumalar görünürlük açığının nerede olduğunu gösterir; ürünün iyi olup olmadığı hakkında hiçbir şey söylemez.



BÖLÜM 11

Kısıtlar ve Notlar

Bu, tek bir Türkçe dikeyin tek bir zamandaki fotoğrafıdır; rakamlar aşağıdaki kısıtlarla birlikte okunmalıdır.

Rakamlar nasıl okunmalı

TEK CÜMLELİK ÇIKARIM

Bu, tek bir Türkçe dikeyin tek bir zamandaki fotoğrafıdır; rakamlar aşağıdaki kısıtlarla birlikte okunmalıdır.

- **%5'lik baraj tam olarak bir soruya eşit.** Bir segment 500 yanıtta olduğu için tek bir soru (25 yanıt) tam olarak eşiğe denk gelir. Üç marka bu konuda — Zülays (tesettür), SIRRI (erkek çocuk damatlık) ve Supreme (streetwear). Nişlerini gerçekten domine eden gerçek markalar, birer hata değiller; ama sıraları tek bir soruya dayanıyor ve geniş pazar görünürlüğü anlamına gelmiyor.
- **Karma toplama penceresi.** 1.100 yanıt 10–11 Temmuz 2026'da, 400 yanıt ise 14 Temmuz 2026'da (yeniden yazılan 16 sorunun tekrarı) toplandı. Model sürümleri ve web indeksleri iki tarih arasında bir miktar değişmiş olabilir.
- **Modelin konuşkanlığı bahsedilme sayısını şişiriyor.** Grok yanıt başına 11,74 marka sayarken GPT-4o-mini 4,42'de kalıyor. Kapsam bileşeni bunu kısmen dengeler; ancak konuşkan bir modelin gözdesi olan marka yapısal bir avantaj taşımaya devam eder.
- **19 yeni marka doğrulanmadı.** Tekrar turu, kökeni bilinmiyor olarak işaretlenen küçük etiketleri ortaya çıkardı (Gençwear, LOUX, Wheraver, Jihangir, Zeyder, MegaButik ve diğerleri). Hepsi barajın çok altında olduğu için hiçbir sıralamayı etkilemiyor; ancak takip edilen 730 marka içinde sayılıyorlar.
- **Bir köken çelişkisi çözülmedi.** SIRRI yabancı, "Sirri Giyim" ise yerli olarak doğrulandı; birleşik kayıt yabancı taşıyor ve bu, çocuk segmentindeki yabancı marka sayısını bir birim etkiliyor.
- **Küçük puan farkları anlamlı değildir.** Bu düz bir pazar — Trendyol, LC Waikiki'yi 0,1 puanla geçiyor — ve herhangi bir sıralamanın sıkışık orta bölümündeki bir-iki puanlık farklar fazla yorumlanmamalıdır.
- **Tek seferlik/anlık ölçüm.** Trend değil, anlık fotoğraf. Bu ilk (referans) baskıdır; üç aylık baskılar trend analizini mümkün kılacaktır.
- **Görünürlük kalite değildir.** Bu rapor yalnızca bahsedilme ve konumu ölçer. Bir markanın olumlu anlatılıp anlatılmadığını, önerinin doğru olup olmadığını veya ürünün iyi olup olmadığını değerlendirmez. Puan bir onay değildir.
- **Modeller olasılıksaldır.** Aynı soru farklı yanıtlar üretebilir; beş tekrar bu oynaklığı azaltır ama ortadan kaldırmaz.
- **Web araması anlık koşullara bağlıdır** — ölçüm anında indekslenen ve sunulan içerik sonucu etkiler. "Web araması / yerleşik bilgi" ayrımı, yanıtla birlikte kaynak dönüp dönmediğine dayalı yaklaşık bir göstergedir.
- **Hatırlama yerine hassasiyet öncelendi.** Marka eşleştirmesi yanlış pozitifleri önleyecek şekilde temkinli yapıldı (bkz. §2.3–2.4); dolayısıyla dolaylı anılan markalar eksik sayılmış olabilir. Duygu/sentiment katmanı yoktur; çalışma yalnızca niceldir.
- **Kaynak türü dağılımı heuristikdir.** Alan adı türleri otomatik sınıflandırıldı; dağılımı gösterge niteliğinde okuyun. Kaynak kapsamı modele göre de değişir.
- **Pazaryerleri ve perakendeciler kapsam gereği dahil edildi** (Trendyol, Hepsiburada, Beymen, Boyner); doğrudan markalardan farklı biçimde rekabet ederler, bu yüzden §3.2 yalnızca-marka görünümünü verir.

Sık sorulan sorular

Yapay zekâ en çok hangi Türk giyim markalarını öneriyor?

Kimin giydirildiğine bağlı. Kadın giyimde Koton (88,5), erkek giyimde Kiğılı (91,5), çocuk ve bebek giyimde LC Waikiki (92,7) lider. 60 sorunun tamamında ise pazaryeri Trendyol 85,8 puanla ana kesitin zirvesinde; LC Waikiki onda bir puan geride.

Yapay zekâ asistanları Türkiye’de yabancı giyim markaları öneriyor mu?

Erkek giyimde evet. Köken kısıtı olmayan sorularda bahsedilmeler %70,2 yerli, %29,8 yabancı olarak bölünüyor. Yabancı markalar erkek giyimde barajı geçen 39 yerin 14’ünü alırken kadında 34 yerin yalnızca 5’ini alıyor. Soru açıkça yerli marka istediğinde ise barajı geçen 28 markanın tamamı Türk.

Yapay Zekâ Görünürlük Puanı nasıl hesaplanıyor?

Üç bileşeni birleştirir: markanın ne sıklıkla anıldığı (%45), yanıtın ne kadar başında görüldüğü (%30) ve beş modelden kaçının onu andığı (%25). Her bileşen, ilgili kesitte lider marka 100 olacak şekilde ölçeklenir. Yalnızca o kesitin yanıtlarının en az %5’inde anılan markalar sıralanır.

Beş yapay zekâ asistanı birbiriyle aynı fikirde mi?

Hayır ve bu, raporun en net bulgularından biri. Koton, Perplexity, Gemini ve GPT-4o-mini için en çok anılan marka; Claude Haiku ilk sıraya Mavi’yi koyuyor; Grok ise Trendyol’u yanıtlarının %85’inde anıyor — Claude’da bu oran %9’un altında. Ayrıca Grok yanıt başına 11,74 marka listelerken GPT-4o-mini 4,42’de kalıyor.

Yapay zekâ asistanları giyim markaları hakkındaki bilgiyi nereden alıyor?

Yanıtların neredeyse tamamı (%97,0) canlı web araması kullandı ve 850 farklı alan adı gösterildi. Gösterilen kaynakların yaklaşık %62,9’u markaların kendi siteleri; en çok gösterilen tekil alan adı ise pazaryeri trendyol.com (yanıtların %27,3’ü).

Yüksek puan, markanın diğerlerinden daha iyi olduğu anlamına mı geliyor?

Hayır. Puan yalnızca bir markanın beş asistan genelinde ne sıklıkta ve ne kadar öne çıkarak anıldığını ölçer. Kaliteyi, kalıbı, fiyatı, doğruluğu ya da duygusal tonu değerlendirmez; dolayısıyla puan bir görünürlük ölçüsüdür, bir onay değil.

12

BÖLÜM 12

Ek ve Veri

Çalışmanın 60 sorusu, takip edilen tüm markalar, veri erişilebilirliği ve Herm.io hakkında.

12.1 Tüm sorular (60)

Çalışmada kullanılan 60 sorunun tamamı; segmenti, davranışsal tipi ve köken kesiti ile. Her segmentte 20 soru var; 10'u yerli (yerli marka ister), 10'u global (köken kısıtı yok). “Yeniden yazıldı” sütunu, hedef kitlesini açıkça belirtecek biçimde değiştirilip 14 Temmuz 2026’da tekrar sorulan 16 soruyu işaretler (bkz. §2.3).

#	Segment	Tip	Kapsam	Soru (Türkçe)	Yen.
1	Kadın	Keşif	Global	Kadın giyim markaları nelerdir?	—
2	Kadın	Keşif	Global	kadın giyimde şu sıralar hangi markalar iyi?	—
3	Kadın	Keşif	Global	orta fiyatlı kadın giyim markası önerisi	—
4	Kadın	Keşif	Global	yeni sezon için hangi kadın giyim markalarına bakayım?	—
5	Kadın	Keşif	Yerli	iyi bir yerli kadın giyim markası var mı	—
6	Kadın	Keşif	Yerli	çok bilinmeyen Türk kadın moda markaları	—
7	Kadın	Keşif	Yerli	yerli kadın giyimde nerelere bakayım?	—
8	Kadın	Özellik	Global	uygun fiyatlı ama iki yıkamada bozulmayan kadın tişörtü	—
9	Kadın	Özellik	Global	kalıpları tutarlı kadın jean markaları	—
10	Kadın	Özellik	Global	sıcakta terletmeyen kadın keten gömleği hangi markada bulurum	Evet
11	Kadın	Özellik	Yerli	kumaşı güzel yerli elbise markası önerir misin	—
12	Kadın	Özellik	Yerli	kadınlar için Türk malı, iç göstermeyen beyaz gömleği hangi markada bulabilirim?	Evet
13	Kadın	Özellik	Yerli	kadınlar için tüylenmeyen kazak yapan yerli marka var mı?	Evet
14	Kadın	Özellik	Yerli	yerli markalardan büyük beden kadın giyimde kalıbı düzgün olan hangisi?	Evet
15	Kadın	Kullanım senaryosu	Global	ofise giyilecek rahat şık kadın parçaları için nerelere bakayım	Evet
16	Kadın	Kullanım senaryosu	Global	mezuniyet için çok abartılı olmayan elbise hangi markada bulunur?	—
17	Kadın	Kullanım senaryosu	Global	genç işi günlük tesettür giyim nereden alınır?	—
18	Kadın	Kullanım senaryosu	Yerli	düğün için abartısız şık elbise yapan Türk markası	—
19	Kadın	Kullanım senaryosu	Yerli	anneme hediye alacağım, kaliteli yerli bir kadın giyim markası önerir misin?	—
20	Kadın	Kullanım senaryosu	Yerli	kısa boylu kadınlara uygun pantolon yapan yerli marka var mı?	Evet
21	Erkek	Keşif	Global	En iyi erkek giyim markası hangisi?	—
22	Erkek	Keşif	Global	erkek giyimde fiyat performans neresi	—
23	Erkek	Keşif	Global	şu ara popüler erkek streetwear markaları neler?	—

(devam)

#	Segment	Tip	Kapsam	Soru (Türkçe)	Yen.
24	Erkek	Keşif	Yerli	çok bilinmeyen kaliteli yerli erkek giyim markası var mı	—
25	Erkek	Keşif	Yerli	yerli erkek giyimde nerelere bakayım?	—
26	Erkek	Keşif	Yerli	iyi bir Türk erkek klasik giyim markası önerir misin?	Evet
27	Erkek	Keşif	Yerli	yerli old money tarzı erkek giyim yapan marka var mı?	Evet
28	Erkek	Özellik	Global	çekmeyen düz erkek tişörtü markası	Evet
29	Erkek	Özellik	Global	yazın terletmeyen erkek tişörtü hangi marka iyi?	—
30	Erkek	Özellik	Global	kalıbı düzgün erkek için keten gömleği nereden alınır?	Evet
31	Erkek	Özellik	Yerli	Türk malı kaliteli erkek kot pantolonu önerisi	Evet
32	Erkek	Özellik	Yerli	logosu bağırmayan yerli erkek sweatshirt markası	Evet
33	Erkek	Özellik	Yerli	yerli markalarda erkekler için tüylenmeyen polo yaka tişört var mı?	Evet
34	Erkek	Kullanım senaryosu	Global	ilk işe başlayacağım, erkekler için uygun bütçeli ofis kıyafetlerini nereden alayım	Evet
35	Erkek	Kullanım senaryosu	Global	göbekli erkekler için iyi kalıp pantolon hangi markada var?	—
36	Erkek	Kullanım senaryosu	Global	1,70 boy erkek için paçası çok uzun olmayan pantolon markası	—
37	Erkek	Kullanım senaryosu	Global	kışın sıcak tutan ama kaba durmayan erkek montu nereden alınır?	—
38	Erkek	Kullanım senaryosu	Yerli	düğün için yerli takım elbise markası önerir misin	—
39	Erkek	Kullanım senaryosu	Yerli	uzun boylu erkekler için paçası kısa kalmayan yerli pantolon markası	—
40	Erkek	Kullanım senaryosu	Yerli	babaya hediye için kaliteli bir Türk gömlek markası	—
41	Çocuk / Bebek	Keşif	Global	Çocuk giyim markaları nelerdir?	—
42	Çocuk / Bebek	Keşif	Global	bebek kıyafetinde hangi markalar güvenilir?	—
43	Çocuk / Bebek	Keşif	Global	genç giyimde şu an hangi markalar popüler?	—
44	Çocuk / Bebek	Keşif	Yerli	iyi bir yerli çocuk giyim markası var mı	—
45	Çocuk / Bebek	Keşif	Yerli	çok bilinmeyen Türk bebek giyim markaları	—
46	Çocuk / Bebek	Keşif	Yerli	gençler için yerli unisex streetwear önerisi	Evet
47	Çocuk / Bebek	Özellik	Global	sık yıkamada bozulmayan çocuk eşofman takımı hangi marka iyi?	—

(devam)

#	Segment	Tip	Kapsam	Soru (Türkçe)	Yen.
48	Çocuk / Bebek	Özellik	Global	organik pamuklu bebek kıyafeti markası	—
49	Çocuk / Bebek	Özellik	Global	çocuk montunda sıcak tutan ama ağır olmayan marka önerisi	—
50	Çocuk / Bebek	Özellik	Global	baskısı çatlamayan çocuk için oversize tişörtü nereden alınır?	Evet
51	Çocuk / Bebek	Özellik	Yerli	organik pamuklu Türk çocuk giyim markası	—
52	Çocuk / Bebek	Özellik	Yerli	yerli markalardan hassas ciltli çocuk için pamuklu kıyafet	—
53	Çocuk / Bebek	Özellik	Yerli	Türk malı çocuk pijaması, terletmeyen hangi marka var?	—
54	Çocuk / Bebek	Kullanım senaryosu	Global	kreşe başlayacak çocuk için dayanıklı günlük kıyafet markası	—
55	Çocuk / Bebek	Kullanım senaryosu	Global	okul gösterisi için kız çocuk elbisesi nereden alınır?	—
56	Çocuk / Bebek	Kullanım senaryosu	Global	anne baba çocuk aynı tarz giyebileceğimiz bir marka var mı?	—
57	Çocuk / Bebek	Kullanım senaryosu	Yerli	bayramlık çocuk kıyafeti yapan yerli marka önerisi	—
58	Çocuk / Bebek	Kullanım senaryosu	Yerli	erkek çocuk düğün takımı için Türk markası var mı?	—
59	Çocuk / Bebek	Kullanım senaryosu	Yerli	ergenler için uygun fiyatlı yerli oversize giyim önerisi	—
60	Çocuk / Bebek	Kullanım senaryosu	Yerli	yeni doğan alışverişinde yerli ve güvenilir hangi markalara bakılır?	—

12.2 Takip edilen tüm markalar (730)

Çalışmada takip edilen her marka, ana kesit (1.500 yanıt). Oran ana kesit içindedir. %5 ve üzerindeki markalar **Sıralamada** olarak işaretlenir (puan yalnızca sıralamaya giren markalar için tanımlıdır, çünkü bileşenler barajı geçen lidere göre ölçeklenir); geri kalanı **Takip edilen**. Bahsedilme sayısına göre sıralı.

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Trendyol	TR	466	%31,07	5	Sıralamada
LC Waikiki	TR	434	%28,93	5	Sıralamada
Koton	TR	427	%28,47	5	Sıralamada
DeFacto	TR	387	%25,80	5	Sıralamada
Mavi	TR	384	%25,60	5	Sıralamada
Hepsiburada	TR	284	%18,93	5	Sıralamada
Kiğılı	TR	190	%12,67	5	Sıralamada

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Vakko	TR	173	%11,53	5	Sıralamada
Hatemoğlu	TR	154	%10,27	5	Sıralamada
Zara	Yabancı	146	%9,73	5	Sıralamada
İpekyol	TR	145	%9,67	5	Sıralamada
Altınyıldız Classics	TR	141	%9,40	5	Sıralamada
H&M	Yabancı	135	%9,00	5	Sıralamada
The Nest Kids	TR	120	%8,00	5	Sıralamada
Civil	TR	115	%7,67	5	Sıralamada
Sarar	TR	114	%7,60	5	Sıralamada
Little Gusto	TR	113	%7,53	5	Sıralamada
Beymen	TR	108	%7,20	5	Sıralamada
Panço	TR	97	%6,47	5	Sıralamada
Network	TR	95	%6,33	5	Sıralamada
Nike	Yabancı	92	%6,13	5	Sıralamada
Colin's	TR	92	%6,13	5	Sıralamada
Boyner	TR	90	%6,00	5	Sıralamada
Machka	TR	81	%5,40	5	Sıralamada
Cigit	TR	80	%5,33	5	Sıralamada
Kitikate	TR	79	%5,27	4	Sıralamada
D'S Damat	TR	78	%5,20	5	Sıralamada
GAP	Yabancı	78	%5,20	5	Sıralamada
Adidas	Yabancı	74	%4,93	5	Takip edilen
Mango	Yabancı	72	%4,80	5	Takip edilen
Marks & Spencer	Yabancı	67	%4,47	5	Takip edilen
Mudo	TR	66	%4,40	5	Takip edilen
Carter's	Yabancı	65	%4,33	5	Takip edilen
Manuka	TR	64	%4,27	5	Takip edilen
Levi's	Yabancı	61	%4,07	5	Takip edilen
Trendyolmilla	TR	60	%4,00	5	Takip edilen
U.S. Polo Assn	Yabancı	58	%3,87	5	Takip edilen
Zincir Wear	TR	56	%3,73	5	Takip edilen

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Organickid	TR	55	%3,67	5	Takip edilen
Avva	TR	54	%3,60	5	Takip edilen
LTB	TR	53	%3,53	3	Takip edilen
Beymen Club	TR	53	%3,53	5	Takip edilen
Roman	TR	52	%3,47	5	Takip edilen
TinyLamb	TR	49	%3,27	5	Takip edilen
KAFT	TR	48	%3,20	5	Takip edilen
Decathlon	Yabancı	48	%3,20	5	Takip edilen
Uniqlo	Yabancı	48	%3,20	5	Takip edilen
Calvin Klein	Yabancı	47	%3,13	5	Takip edilen
Pierre Cardin	Yabancı	47	%3,13	4	Takip edilen
Tüzün	TR	47	%3,13	5	Takip edilen
Breeze	TR	47	%3,13	5	Takip edilen
Chicco	Yabancı	45	%3,00	5	Takip edilen
Lufian	TR	44	%2,93	3	Takip edilen
Ramsey	TR	43	%2,87	5	Takip edilen
Piece of White	TR	43	%2,87	3	Takip edilen
one square meter	TR	43	%2,87	3	Takip edilen
adL	TR	41	%2,73	5	Takip edilen
Süvari	TR	40	%2,67	5	Takip edilen
Ekol	TR	40	%2,67	5	Takip edilen
Oxxo	TR	39	%2,60	5	Takip edilen
Biorganic	TR	39	%2,60	5	Takip edilen
Tudors	TR	38	%2,53	5	Takip edilen
Lee Cooper	Yabancı	38	%2,53	5	Takip edilen
GANT	Yabancı	37	%2,47	4	Takip edilen
Columbia	Yabancı	36	%2,40	3	Takip edilen
Jack & Jones	Yabancı	36	%2,40	3	Takip edilen
Tommy Hilfiger	Yabancı	35	%2,33	5	Takip edilen
İdilbaby & Mamino	TR	35	%2,33	5	Takip edilen
Havan	TR	34	%2,27	4	Takip edilen

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Perendi	TR	33	%2,20	3	Takip edilen
Supreme	Yabancı	32	%2,13	5	Takip edilen
Fear of God	Yabancı	31	%2,07	5	Takip edilen
Les Benjamins	TR	31	%2,07	3	Takip edilen
Penti	TR	31	%2,07	5	Takip edilen
Mehry Mu	TR	31	%2,07	3	Takip edilen
Pull&Bear	Yabancı	31	%2,07	3	Takip edilen
Farren	TR	30	%2,00	3	Takip edilen
The North Face	Yabancı	30	%2,00	5	Takip edilen
Under Armour	Yabancı	30	%2,00	5	Takip edilen
İmza	TR	30	%2,00	5	Takip edilen
B&G Store	TR	30	%2,00	3	Takip edilen
Cemi Kids	TR	29	%1,93	3	Takip edilen
Stüssy	TR	28	%1,87	5	Takip edilen
Wrangler	Yabancı	28	%1,87	5	Takip edilen
Twist	TR	28	%1,87	4	Takip edilen
Stradivarius	Yabancı	28	%1,87	5	Takip edilen
Aker	TR	27	%1,80	4	Takip edilen
Hummel	Yabancı	27	%1,80	5	Takip edilen
Kith	Yabancı	27	%1,80	5	Takip edilen
Puma	Yabancı	27	%1,80	4	Takip edilen
Quechua	Yabancı	27	%1,80	3	Takip edilen
Zülays	TR	26	%1,73	5	Takip edilen
Little Yucca	TR	26	%1,73	3	Takip edilen
Beyyoğlu	TR	26	%1,73	4	Takip edilen
Goose	TR	26	%1,73	4	Takip edilen
Palace	Yabancı	26	%1,73	5	Takip edilen
FOX ANGER	TR	25	%1,67	3	Takip edilen
SIRRI	Yabancı	25	%1,67	5	Takip edilen
Carhartt WIP	Yabancı	25	%1,67	5	Takip edilen
Mini Born	TR	25	%1,67	5	Takip edilen

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Hemington	TR	24	%1,60	4	Takip edilen
Teveddud	TR	24	%1,60	3	Takip edilen
VOID TR	TR	24	%1,60	4	Takip edilen
Melike Tatar	TR	24	%1,60	5	Takip edilen
Massimo Dutti	Yabancı	24	%1,60	3	Takip edilen
Reflect Studio	TR	24	%1,60	2	Takip edilen
Giyi	TR	24	%1,60	3	Takip edilen
Domoda	TR	23	%1,53	3	Takip edilen
KidZee	TR	23	%1,53	5	Takip edilen
Mehtap Elaidi	TR	23	%1,53	5	Takip edilen
Nautica	Yabancı	23	%1,53	5	Takip edilen
Bisse	TR	23	%1,53	3	Takip edilen
Grimelange	TR	23	%1,53	5	Takip edilen
Prime Old Money	TR	22	%1,47	5	Takip edilen
RMG Büyük Beden	TR	22	%1,47	5	Takip edilen
Shout	Yabancı	22	%1,47	3	Takip edilen
Loft	TR	22	%1,47	3	Takip edilen
Armani	Yabancı	22	%1,47	3	Takip edilen
Modanisa	TR	21	%1,40	5	Takip edilen
Anisa Diko	TR	21	%1,40	3	Takip edilen
Tofisa	TR	21	%1,40	5	Takip edilen
Carmen	TR	21	%1,40	5	Takip edilen
Kanz	Yabancı	21	%1,40	5	Takip edilen
COS	Yabancı	21	%1,40	3	Takip edilen
Jimmy Key	Yabancı	21	%1,40	3	Takip edilen
Chanel	Yabancı	21	%1,40	3	Takip edilen
Yargıcı	TR	21	%1,40	4	Takip edilen
Benetton	Yabancı	21	%1,40	4	Takip edilen
Prada	Yabancı	21	%1,40	3	Takip edilen
Machinist	TR	20	%1,33	5	Takip edilen
Bebeaen	TR	20	%1,33	5	Takip edilen

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Pazarium	TR	20	%1,33	4	Takip edilen
BlumiKids	TR	20	%1,33	5	Takip edilen
Faik Sönmez	TR	20	%1,33	5	Takip edilen
Gusto	TR	20	%1,33	5	Takip edilen
Deno Kids	TR	20	%1,33	5	Takip edilen
Kostümce	TR	19	%1,27	5	Takip edilen
UNIQVIBE	TR	19	%1,27	3	Takip edilen
Helly Hansen	Yabancı	19	%1,27	5	Takip edilen
Buldans	TR	19	%1,27	3	Takip edilen
Elbista	Bilinmiyor	19	%1,27	3	Takip edilen
Lolly Babies	TR	19	%1,27	5	Takip edilen
Sefamerve	TR	19	%1,27	5	Takip edilen
Sporthink	TR	19	%1,27	4	Takip edilen
Lee	Yabancı	19	%1,27	5	Takip edilen
Veksora	TR	19	%1,27	3	Takip edilen
Carter's/OshKosh B'gosh	Yabancı	19	%1,27	5	Takip edilen
Organicera	TR	19	%1,27	4	Takip edilen
BAPE (A Bathing Ape)	Yabancı	19	%1,27	5	Takip edilen
Louis Vuitton	Yabancı	19	%1,27	3	Takip edilen
Bershka	Yabancı	19	%1,27	3	Takip edilen
Hypetr	TR	18	%1,20	3	Takip edilen
PeraModa	TR	18	%1,20	5	Takip edilen
ISAORA	Yabancı	18	%1,20	3	Takip edilen
Nalan Alageyik	TR	18	%1,20	3	Takip edilen
Le Mabelle	TR	18	%1,20	3	Takip edilen
Catch	TR	18	%1,20	3	Takip edilen
Armine	TR	18	%1,20	5	Takip edilen
Little Star	TR	18	%1,20	5	Takip edilen
Hanezza	TR	17	%1,13	4	Takip edilen
Fatma Atasoy	TR	17	%1,13	5	Takip edilen
Mıstık Bebe	TR	17	%1,13	4	Takip edilen

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Atelier Old Money	TR	17	%1,13	5	Takip edilen
Off-White	Yabancı	17	%1,13	5	Takip edilen
Lacrima	TR	16	%1,07	4	Takip edilen
Nergal	Yabancı	16	%1,07	3	Takip edilen
Vena	TR	16	%1,07	3	Takip edilen
Tubibebé	TR	16	%1,07	3	Takip edilen
Baby Turco	TR	16	%1,07	3	Takip edilen
Gizia	TR	16	%1,07	3	Takip edilen
Guess	Yabancı	16	%1,07	3	Takip edilen
Elku Moda	TR	15	%1,00	3	Takip edilen
Zeyder	Bilinmiyor	15	%1,00	3	Takip edilen
Tight Lady	TR	15	%1,00	3	Takip edilen
Gliki	TR	15	%1,00	3	Takip edilen
WEMSEY	TR	15	%1,00	3	Takip edilen
SELMACILEK	TR	15	%1,00	4	Takip edilen
Eskil	TR	15	%1,00	3	Takip edilen
Dadan Bebe	TR	15	%1,00	3	Takip edilen
Maiyko	TR	15	%1,00	3	Takip edilen
Giorgio Armani	Yabancı	15	%1,00	3	Takip edilen
LOUX	Bilinmiyor	15	%1,00	3	Takip edilen
Gençwear	Bilinmiyor	15	%1,00	3	Takip edilen
Mothercare	Yabancı	15	%1,00	5	Takip edilen
MegaButik	Bilinmiyor	14	%0,93	3	Takip edilen
BabyNest	TR	14	%0,93	4	Takip edilen
Freedom of Space	TR	14	%0,93	3	Takip edilen
YSF	TR	14	%0,93	3	Takip edilen
Epenye	TR	14	%0,93	3	Takip edilen
KENZEL	TR	14	%0,93	5	Takip edilen
Corteiz	Yabancı	14	%0,93	4	Takip edilen
Slazenger	Yabancı	14	%0,93	4	Takip edilen
Jacadi	Yabancı	14	%0,93	3	Takip edilen

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Loco Loco Kids	TR	14	%0,93	3	Takip edilen
Wheraver	Bilinmiyor	14	%0,93	3	Takip edilen
Ralph Lauren	Yabancı	14	%0,93	3	Takip edilen
Dilvin	TR	14	%0,93	3	Takip edilen
ebebek	TR	14	%0,93	3	Takip edilen
Gucci	Yabancı	14	%0,93	2	Takip edilen
Diablo34	Bilinmiyor	14	%0,93	3	Takip edilen
Nammu	TR	14	%0,93	1	Takip edilen
Aşkın Kaya	TR	13	%0,87	3	Takip edilen
Sandro	Yabancı	13	%0,87	4	Takip edilen
Jihangir	Bilinmiyor	13	%0,87	3	Takip edilen
Old Money Türkiye	TR	13	%0,87	3	Takip edilen
Saint Laurent	Yabancı	13	%0,87	3	Takip edilen
Can Baby	TR	13	%0,87	3	Takip edilen
PodyumPlus	TR	13	%0,87	4	Takip edilen
Morhipo	TR	13	%0,87	3	Takip edilen
Cuckoo Cotton	TR	13	%0,87	3	Takip edilen
Minicity	TR	13	%0,87	2	Takip edilen
Siren Ertan	TR	13	%0,87	2	Takip edilen
Podyem	TR	12	%0,80	3	Takip edilen
MuMenim	TR	12	%0,80	3	Takip edilen
Babylcon	TR	12	%0,80	3	Takip edilen
Patagonia	Yabancı	12	%0,80	2	Takip edilen
Dior	Yabancı	12	%0,80	2	Takip edilen
Damat & Tween	TR	12	%0,80	3	Takip edilen
Evermade	TR	12	%0,80	3	Takip edilen
Lacoste	Yabancı	12	%0,80	3	Takip edilen
Everlane	Yabancı	12	%0,80	2	Takip edilen
Stone Island	Yabancı	12	%0,80	4	Takip edilen
ALLSOME	TR	12	%0,80	2	Takip edilen
Tuăba	TR	12	%0,80	1	Takip edilen

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Yeşim Gelinlik	TR	11	%0,73	3	Takip edilen
Kapitex	TR	11	%0,73	3	Takip edilen
Eyce Butik	TR	11	%0,73	3	Takip edilen
Ölçer Bebe	TR	11	%0,73	3	Takip edilen
Dockers	Yabancı	11	%0,73	5	Takip edilen
YSF Giyim	TR	11	%0,73	5	Takip edilen
Amazon.com.tr	Yabancı	11	%0,73	1	Takip edilen
Machinist Clothing	TR	11	%0,73	4	Takip edilen
Büyük Moda	TR	11	%0,73	3	Takip edilen
Gül Hürgel	TR	11	%0,73	3	Takip edilen
Gianni Soprano	Bilinmiyor	11	%0,73	2	Takip edilen
Nuss Triko	TR	11	%0,73	3	Takip edilen
Antioch Men	TR	11	%0,73	3	Takip edilen
Esas Tekstil	TR	11	%0,73	5	Takip edilen
Hermès	Yabancı	11	%0,73	2	Takip edilen
Bassigue	TR	11	%0,73	2	Takip edilen
Hugo Boss	Yabancı	11	%0,73	3	Takip edilen
Mayoral	Yabancı	11	%0,73	3	Takip edilen
Faraway	TR	11	%0,73	1	Takip edilen
Cool & Sexy	Bilinmiyor	10	%0,67	3	Takip edilen
Mısırlı	Bilinmiyor	10	%0,67	4	Takip edilen
Ucuz Kostüm	TR	10	%0,67	3	Takip edilen
Eyce	TR	10	%0,67	2	Takip edilen
Ceocuk	TR	10	%0,67	5	Takip edilen
DeepSEA	TR	10	%0,67	4	Takip edilen
Abluka	TR	10	%0,67	2	Takip edilen
Molfix	Yabancı	10	%0,67	3	Takip edilen
Naynes	TR	10	%0,67	3	Takip edilen
Savorzy	TR	10	%0,67	3	Takip edilen
Timberland	Yabancı	10	%0,67	2	Takip edilen
BabvGap	Yabancı	10	%0,67	4	Takip edilen

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Only	Yabancı	10	%0,67	3	Takip edilen
Tchibo	Yabancı	10	%0,67	3	Takip edilen
Babytoly	TR	10	%0,67	4	Takip edilen
Versace	Yabancı	10	%0,67	3	Takip edilen
Tbasic	TR	9	%0,60	3	Takip edilen
Neva Style	TR	9	%0,60	3	Takip edilen
HaydiGiy	TR	9	%0,60	2	Takip edilen
Evy Baby	TR	9	%0,60	3	Takip edilen
Aimé Leon Dore (ALD)	Yabancı	9	%0,60	4	Takip edilen
Allday	TR	9	%0,60	3	Takip edilen
Efor	TR	9	%0,60	2	Takip edilen
Cansın Mini	TR	9	%0,60	2	Takip edilen
Addax	Yabancı	9	%0,60	3	Takip edilen
Kapbula Organik	TR	9	%0,60	4	Takip edilen
Tot's And More	Yabancı	9	%0,60	3	Takip edilen
Doraydan	TR	9	%0,60	3	Takip edilen
Muji	Yabancı	9	%0,60	3	Takip edilen
Uki	TR	9	%0,60	2	Takip edilen
Soobe	TR	9	%0,60	3	Takip edilen
Copurs	TR	9	%0,60	2	Takip edilen
Frea	TR	9	%0,60	1	Takip edilen
Muun	TR	9	%0,60	1	Takip edilen
Paulmark	TR	8	%0,53	2	Takip edilen
Sementa	TR	8	%0,53	5	Takip edilen
Arzu Kaprol	TR	8	%0,53	4	Takip edilen
E-Balarısı	TR	8	%0,53	2	Takip edilen
TuvidXXL	TR	8	%0,53	2	Takip edilen
NGN Boutique	TR	8	%0,53	2	Takip edilen
Senanur	TR	8	%0,53	3	Takip edilen
Fullamoda	TR	8	%0,53	2	Takip edilen
C&A	Yabancı	8	%0,53	2	Takip edilen

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Ninna Kids	TR	8	%0,53	2	Takip edilen
N11	TR	8	%0,53	3	Takip edilen
Zeynep Giyim	TR	8	%0,53	1	Takip edilen
Reformation	Yabancı	8	%0,53	2	Takip edilen
Burberry	Yabancı	8	%0,53	2	Takip edilen
Carhartt	Yabancı	8	%0,53	4	Takip edilen
Anne Kız Store	TR	7	%0,47	3	Takip edilen
Simpleqloth	TR	7	%0,47	3	Takip edilen
Everé Kids	TR	7	%0,47	2	Takip edilen
Doray	TR	7	%0,47	3	Takip edilen
Modaselvim	TR	7	%0,47	4	Takip edilen
Nirvoda	TR	7	%0,47	4	Takip edilen
Large Moda	Bilinmiyor	7	%0,47	2	Takip edilen
Zepplin Giyim	TR	7	%0,47	2	Takip edilen
Sokakbutik	TR	7	%0,47	3	Takip edilen
Mizalle	Bilinmiyor	7	%0,47	4	Takip edilen
KİP	TR	7	%0,47	3	Takip edilen
Valentino	Yabancı	7	%0,47	3	Takip edilen
Bebem Natural	TR	7	%0,47	2	Takip edilen
Etilus	Bilinmiyor	7	%0,47	3	Takip edilen
Tom Ford	Yabancı	7	%0,47	3	Takip edilen
Bad Bear	TR	7	%0,47	2	Takip edilen
Joker	TR	7	%0,47	3	Takip edilen
Pacco Baby	TR	7	%0,47	3	Takip edilen
Nagihan Bilgin	TR	7	%0,47	2	Takip edilen
Arket	Yabancı	7	%0,47	2	Takip edilen
The Slash	TR	7	%0,47	3	Takip edilen
Nature Baby	Yabancı	7	%0,47	3	Takip edilen
Shein	Yabancı	7	%0,47	2	Takip edilen
GAP Kids	Yabancı	7	%0,47	3	Takip edilen
In The Mood For Love	TR	7	%0,47	2	Takip edilen

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Anatolian Craft	TR	7	%0,47	1	Takip edilen
Tozlu	TR	6	%0,40	1	Takip edilen
Miniğimin Cicileri	TR	6	%0,40	3	Takip edilen
Germirli	TR	6	%0,40	4	Takip edilen
Morven	TR	6	%0,40	4	Takip edilen
Zegna	Yabancı	6	%0,40	2	Takip edilen
Elelebaby	TR	6	%0,40	3	Takip edilen
Kostüm Sarayı	TR	6	%0,40	5	Takip edilen
Rengin	TR	6	%0,40	3	Takip edilen
Alfa Beta	TR	6	%0,40	3	Takip edilen
House of Silk	TR	6	%0,40	2	Takip edilen
İpekçi Otantik	TR	6	%0,40	3	Takip edilen
Jack Wolfskin	Yabancı	6	%0,40	3	Takip edilen
Balenciaga	Yabancı	6	%0,40	2	Takip edilen
Ka Hijab	TR	6	%0,40	4	Takip edilen
Setre	TR	6	%0,40	2	Takip edilen
Patta	Yabancı	6	%0,40	2	Takip edilen
Popolini	Yabancı	6	%0,40	3	Takip edilen
Siedrés	Yabancı	6	%0,40	1	Takip edilen
Madewell	Yabancı	6	%0,40	2	Takip edilen
The Children's Place	Yabancı	6	%0,40	1	Takip edilen
Alo Yoga	Yabancı	6	%0,40	2	Takip edilen
Lumberjack	Yabancı	6	%0,40	3	Takip edilen
Organico	Yabancı	6	%0,40	3	Takip edilen
Fabrika	TR	6	%0,40	2	Takip edilen
Chakra	TR	6	%0,40	3	Takip edilen
Milarda	Yabancı	6	%0,40	3	Takip edilen
Anthropologie	Yabancı	6	%0,40	1	Takip edilen
Amiri	Yabancı	6	%0,40	3	Takip edilen
Fendi	Yabancı	6	%0,40	1	Takip edilen
Herita	TR	6	%0,40	1	Takip edilen

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Arnetta	TR	5	%0,33	4	Takip edilen
Slatra	TR	5	%0,33	1	Takip edilen
Almira Bebek	TR	5	%0,33	2	Takip edilen
upstairs.com	TR	5	%0,33	2	Takip edilen
Abiyefon.com	TR	5	%0,33	1	Takip edilen
Los Banditos	TR	5	%0,33	2	Takip edilen
Denim Tears	Yabancı	5	%0,33	1	Takip edilen
Knitology	TR	5	%0,33	2	Takip edilen
HC Men Classic	Bilinmiyor	5	%0,33	2	Takip edilen
Modavals	TR	5	%0,33	1	Takip edilen
Trend Bebe Butik	TR	5	%0,33	3	Takip edilen
The Nest Kids ve Biorganic	TR	5	%0,33	1	Takip edilen
Reima	Yabancı	5	%0,33	1	Takip edilen
North Sails	Yabancı	5	%0,33	2	Takip edilen
Arda New Line	TR	5	%0,33	1	Takip edilen
Bella + Canvas	Yabancı	5	%0,33	4	Takip edilen
Zezig	TR	5	%0,33	1	Takip edilen
Arslanlı	TR	5	%0,33	2	Takip edilen
Phoca	TR	5	%0,33	1	Takip edilen
tinytrends	Yabancı	5	%0,33	1	Takip edilen
Nuss	Bilinmiyor	5	%0,33	2	Takip edilen
Vero Moda	Yabancı	5	%0,33	2	Takip edilen
Cengiz Aktürk	TR	5	%0,33	2	Takip edilen
Merdia Kids	TR	5	%0,33	1	Takip edilen
Tiffany & Tomato	TR	5	%0,33	2	Takip edilen
Tony Bruno	TR	5	%0,33	3	Takip edilen
Bigdart	TR	5	%0,33	2	Takip edilen
Abercrombie & Fitch	Yabancı	5	%0,33	2	Takip edilen
Loewe	Yabancı	5	%0,33	3	Takip edilen
BabyBEK Collection	TR	5	%0,33	1	Takip edilen
Happiness İstanbul	TR	5	%0,33	2	Takip edilen

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Desa	TR	5	%0,33	1	Takip edilen
UNDERCOVER	Yabancı	5	%0,33	2	Takip edilen
Acne Studios	Yabancı	5	%0,33	2	Takip edilen
Kayra	TR	5	%0,33	2	Takip edilen
Bonprix	Yabancı	5	%0,33	1	Takip edilen
Nihan	TR	5	%0,33	2	Takip edilen
Sp5der	Yabancı	5	%0,33	1	Takip edilen
Gigii's	TR	5	%0,33	1	Takip edilen
Ted Baker	Yabancı	5	%0,33	1	Takip edilen
Kolay Giyim	Bilinmiyor	4	%0,27	3	Takip edilen
Doctor Junior	TR	4	%0,27	2	Takip edilen
Hunter	Yabancı	4	%0,27	3	Takip edilen
Roosac	TR	4	%0,27	2	Takip edilen
tiny	Bilinmiyor	4	%0,27	3	Takip edilen
NGN Butik	TR	4	%0,27	2	Takip edilen
The Moose Bay	TR	4	%0,27	1	Takip edilen
Myline Moda	Bilinmiyor	4	%0,27	2	Takip edilen
Love My Body	TR	4	%0,27	3	Takip edilen
Dufy	TR	4	%0,27	2	Takip edilen
JayJayJumpie	TR	4	%0,27	3	Takip edilen
Özge Özgenç	Bilinmiyor	4	%0,27	2	Takip edilen
ILMIO	TR	4	%0,27	1	Takip edilen
HVN	Yabancı	4	%0,27	2	Takip edilen
Cacharel	Yabancı	4	%0,27	3	Takip edilen
Turkuaz Baby	TR	4	%0,27	3	Takip edilen
Grisette	TR	4	%0,27	1	Takip edilen
BSL	TR	4	%0,27	2	Takip edilen
Baboo	TR	4	%0,27	3	Takip edilen
FLAW Wear	TR	4	%0,27	2	Takip edilen
Reebok	Yabancı	4	%0,27	1	Takip edilen
Buck Mason	Yabancı	4	%0,27	1	Takip edilen

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Canned Clothing Studio	Bilinmiyor	4	%0,27	3	Takip edilen
Woolona	TR	4	%0,27	3	Takip edilen
Aksesuarix	TR	4	%0,27	2	Takip edilen
Xo Kids	TR	4	%0,27	1	Takip edilen
Skechers	Yabancı	4	%0,27	2	Takip edilen
Femponiq	Yabancı	4	%0,27	2	Takip edilen
Hobby Concept	Bilinmiyor	4	%0,27	1	Takip edilen
Andy Wawa	TR	4	%0,27	2	Takip edilen
XINT	TR	4	%0,27	2	Takip edilen
Flo	TR	4	%0,27	2	Takip edilen
Koalav	TR	4	%0,27	2	Takip edilen
Nur Karaata	TR	4	%0,27	1	Takip edilen
Markafoni	TR	4	%0,27	2	Takip edilen
Zühre	TR	4	%0,27	1	Takip edilen
New Balance	Yabancı	4	%0,27	2	Takip edilen
PatPat	Yabancı	4	%0,27	1	Takip edilen
Free People	Yabancı	4	%0,27	1	Takip edilen
Citizens of Humanity	Yabancı	4	%0,27	1	Takip edilen
NOMARC	TR	4	%0,27	2	Takip edilen
Buratti	TR	4	%0,27	2	Takip edilen
Lumoths	TR	4	%0,27	2	Takip edilen
ASOS	Yabancı	4	%0,27	2	Takip edilen
Yeni Koza	TR	4	%0,27	1	Takip edilen
Awake NY	Yabancı	4	%0,27	2	Takip edilen
Deniz Butik	TR	4	%0,27	1	Takip edilen
Hanna Andersson	Yabancı	4	%0,27	1	Takip edilen
Nocturne	TR	4	%0,27	2	Takip edilen
Littlely	TR	4	%0,27	2	Takip edilen
Derimod	TR	4	%0,27	2	Takip edilen
Oysho	Yabancı	4	%0,27	1	Takip edilen
Armani Kids	Yabancı	4	%0,27	1	Takip edilen

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Nihan Peker	TR	3	%0,20	1	Takip edilen
Miraggio	TR	3	%0,20	2	Takip edilen
House of Zarif	TR	3	%0,20	1	Takip edilen
OZMOZ	TR	3	%0,20	2	Takip edilen
KEY Kids Shop	TR	3	%0,20	2	Takip edilen
Barçın	TR	3	%0,20	1	Takip edilen
Ash & Erie	Yabancı	3	%0,20	2	Takip edilen
Müsemma	TR	3	%0,20	1	Takip edilen
Berox	Bilinmiyor	3	%0,20	2	Takip edilen
Martin	Bilinmiyor	3	%0,20	2	Takip edilen
Beyoğlu	TR	3	%0,20	2	Takip edilen
Espeki	TR	3	%0,20	2	Takip edilen
Tişörthane	TR	3	%0,20	2	Takip edilen
Kalviera	TR	3	%0,20	2	Takip edilen
12LUNES	Yabancı	3	%0,20	2	Takip edilen
Luokk	TR	3	%0,20	1	Takip edilen
M10 Streetwear	Bilinmiyor	3	%0,20	2	Takip edilen
Pikinini	Yabancı	3	%0,20	1	Takip edilen
Vatka Co	TR	3	%0,20	2	Takip edilen
Dagi	TR	3	%0,20	1	Takip edilen
OlurButik	TR	3	%0,20	1	Takip edilen
Aydoğan Home Wear	TR	3	%0,20	1	Takip edilen
Aysa Tekin	TR	3	%0,20	1	Takip edilen
Milo Kids	TR	3	%0,20	1	Takip edilen
The ZKS	TR	3	%0,20	1	Takip edilen
Çetinkaya	TR	3	%0,20	3	Takip edilen
Kind Babywear	TR	3	%0,20	2	Takip edilen
Ksubi	Yabancı	3	%0,20	1	Takip edilen
Tontini	TR	3	%0,20	1	Takip edilen
İpekton	TR	3	%0,20	1	Takip edilen
Pine Kids	Bilinmiyor	3	%0,20	2	Takip edilen

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Lar Studio	Yabancı	3	%0,20	2	Takip edilen
Vavinor	TR	3	%0,20	3	Takip edilen
Elsima	TR	3	%0,20	1	Takip edilen
Givenchy	Yabancı	3	%0,20	2	Takip edilen
W Collection	TR	3	%0,20	1	Takip edilen
Ghisa	TR	3	%0,20	1	Takip edilen
Posh Peanut	Yabancı	3	%0,20	1	Takip edilen
American Eagle	Yabancı	3	%0,20	1	Takip edilen
Fakemood	TR	3	%0,20	1	Takip edilen
Bebe Chocolate	TR	3	%0,20	1	Takip edilen
Hollister	Yabancı	3	%0,20	1	Takip edilen
Hülya Keser	TR	3	%0,20	2	Takip edilen
Mooi Butik	TR	3	%0,20	1	Takip edilen
Tot's & More	TR	3	%0,20	3	Takip edilen
Lug Von Siga	TR	3	%0,20	2	Takip edilen
Diesel	Yabancı	3	%0,20	2	Takip edilen
NEIGHBORHOOD	Yabancı	3	%0,20	2	Takip edilen
Bade Butik	TR	3	%0,20	2	Takip edilen
NOAH	Yabancı	3	%0,20	2	Takip edilen
Sandshaped	TR	3	%0,20	1	Takip edilen
Anim	TR	3	%0,20	1	Takip edilen
KostümPartim	TR	3	%0,20	2	Takip edilen
Stella McCartney	Yabancı	3	%0,20	1	Takip edilen
Join Us	TR	3	%0,20	1	Takip edilen
Burt's Bees	Yabancı	3	%0,20	2	Takip edilen
Döen	Yabancı	3	%0,20	1	Takip edilen
Primary	Yabancı	3	%0,20	2	Takip edilen
Vans	Yabancı	3	%0,20	2	Takip edilen
Tory Burch	Yabancı	3	%0,20	3	Takip edilen
Vicco	TR	3	%0,20	1	Takip edilen
İmmanoor	TR	3	%0,20	2	Takip edilen

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Jerf	TR	3	%0,20	2	Takip edilen
Dilara Findikoğlu	Yabancı	2	%0,13	1	Takip edilen
Etikmen	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Hyman	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
AnniMom	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
BedrinXXL	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Momaia	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Tambattal	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Aslı Odyakmaz	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Modacix	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
ModeXL	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Valiberta	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Zafoni	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Titiz Baskı	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Seçil Store	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Lela	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
İğne	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Semay Tekstil	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
BabyCosy Organic Wear	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Atelier Babbi	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Fitmens	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Elif Cıgızoğlu	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Kiton	Yabancı	2	%0,13	1	Takip edilen
Redline Man	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Mother	Yabancı	2	%0,13	2	Takip edilen
Mojo Bebek	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Sudi Etuz	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Parilico	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Aslı Türkoğlu	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Atelier Feyy	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Celile Butik	TR	2	%0,13	1	Takip edilen

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Gerusta	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Bianco Lucci	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Zeynep Tosun	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Trend Tesettür	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Modamızbir	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Fifty Butik	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Meltem Özbek	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
AYR	Yabancı	2	%0,13	2	Takip edilen
Chaton D'or	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Madmext	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Anıl Kids	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
iGS	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Setrms	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Babyline	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Zayfa	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Black Project	Bilinmiyor	2	%0,13	1	Takip edilen
Tuvid	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Baz Design Studio	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Guisse	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Malkoç Bebe	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Nacar Store	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Touché Privé	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Qanu	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Tuğba Butik	Bilinmiyor	2	%0,13	1	Takip edilen
Monereal	Bilinmiyor	2	%0,13	2	Takip edilen
Loco Loco	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Roberto Milano	Yabancı	2	%0,13	2	Takip edilen
Welcome Baby	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
BabyCosy Organic	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Forever 21	Yabancı	2	%0,13	2	Takip edilen
Mamino	TR	2	%0,13	2	Takip edilen

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
IDLT Basics	Yabancı	2	%0,13	1	Takip edilen
Agolde	Yabancı	2	%0,13	2	Takip edilen
Flaw Wears	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Banana Republic	Yabancı	2	%0,13	1	Takip edilen
Mnkbaby	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Else	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Tesettür Dünyası	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Lescon	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Heartbreak Hotel	Yabancı	2	%0,13	1	Takip edilen
MiaBaby	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Chloé	Yabancı	2	%0,13	2	Takip edilen
Modailgi	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Loro Piana	Yabancı	2	%0,13	2	Takip edilen
Name it	Yabancı	2	%0,13	2	Takip edilen
Mazura	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Toffers Baby	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
WTAPS	Yabancı	2	%0,13	1	Takip edilen
United Colors of Benetton	Yabancı	2	%0,13	2	Takip edilen
Next	Yabancı	2	%0,13	1	Takip edilen
Blind/No Plan	Yabancı	2	%0,13	1	Takip edilen
Milyway	Bilinmiyor	2	%0,13	1	Takip edilen
Hanthis	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Havoş	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Alo Yoga, Lululemon	Yabancı	2	%0,13	1	Takip edilen
Copping Zone	Yabancı	2	%0,13	1	Takip edilen
Turana Atash London	Yabancı	2	%0,13	1	Takip edilen
Lara	Bilinmiyor	2	%0,13	1	Takip edilen
FUNKID	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Burcumay	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
PDF Channel	Yabancı	2	%0,13	1	Takip edilen
caracasmerch.com	Yabancı	2	%0,13	2	Takip edilen

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Mybestfriends	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Beverly Hills Polo Club	Yabancı	2	%0,13	1	Takip edilen
Modinyo	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Holly Lolly	TR	2	%0,13	2	Takip edilen
Suud Collection	TR	2	%0,13	1	Takip edilen
Brioni	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Clandestino	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
İlays Mabel	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Pan-Ko	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Rest 147	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Trend Baby Kids	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Yusa Baby Kids	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Aydınlar Bebe	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Natural Baby	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Outfit-Man	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
SEEN	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Staff Store	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Amine Store Kids	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Anhelo Couture	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Duluth Trading	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Eser Giyim	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Gildan	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Iconas Line	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Isaia	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Okul Tekstili	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Wessi	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Cambel Tekstil	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Dilebebe.com	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Fokus	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Hause Kids	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
istetisort.com	TR	1	%0,07	1	Takip edilen

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Minnola	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Never More	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Pinnababy	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Sorbe	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Terzi Adem Altun	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
WWF Market	Bilinmiyor	1	%0,07	1	Takip edilen
Zidaya	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Divonette	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Duluth Trading Co.	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Eyyo	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Giyinse	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Intersport	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Kar Spor	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Manovam	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Minipomes	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
More Büyük Beden	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Nefise Tekstil	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Wanex	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Alvina	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Brooks Brothers	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Didustore	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Eminos Butik	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Lescon, Slazenger	Bilinmiyor	1	%0,07	1	Takip edilen
Mutlu Kids	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
PacSun	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
TOMMYLIFE	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Wholeskop	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Alisa Baby	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
BYBASICMAN	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Falconeri	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Good American	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Kidello Kids	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Momercy	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Pact	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Regatta	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Uniprom	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Walkiddy	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Aries	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Bibaby	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
BIRFIL	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Bombas	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Dikaid	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Ducksday	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
ilo and friends	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Lilas Xxl	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
MadreNino	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
My Tailor	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Nakkaş Gömlek	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
& Other Stories	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Şirinbebe	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
BabyJem	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
BAREZ KOSTÜM	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Ceren Ocak	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Exxeselection	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Frame, Everlane	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Hoogie	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Nahmias	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Al Tatari	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Kadıköy Kostüm	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Minice Bebe	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Miniço	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Muse for All	TR	1	%0,07	1	Takip edilen

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Nihal Yazgan	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Polarn O. Pyret	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Standout	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Chrome Hearts	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Elele Tekstil	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Escabel	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Gökhan Yavaş	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Haknur Bebe	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Kuaybe Gider	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Nude Project	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Tank Air	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Bebek House	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Cs Butik	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
FiveFourFive	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Maje	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Dormen	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Face To Face	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Free People, Madewell, Everlane	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Greedy Unit	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Lemaye	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Paşahan	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Qooq	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Raşit Bağzıbağlı	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Argue Culture	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Tuba Ergin	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Tween	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Dilek Hanif	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Yards	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Orkide	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Gerber	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Puane	TR	1	%0,07	1	Takip edilen

(devam)

Marka	Köken	Bahsedilme	Oran	Model	Durum
Barbour	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Janie and Jack	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Boden	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
DKNY	Yabancı	1	%0,07	1	Takip edilen
Svesta	Bilinmiyor	1	%0,07	1	Takip edilen
Jorbinol	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Marfa İstanbul	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Love on Friday	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Naia İstanbul	TR	1	%0,07	1	Takip edilen
Mai Studios	TR	1	%0,07	1	Takip edilen

12.3 Veri erişilebilirliği

Çalışma 730 markayı takip etti (479 yerli, 217 yabancı, 34 kökeni bilinmeyen); ana kesitte 28 marka %5 eşiğini geçti. Kadında 34, erkekte 39, çocukta 32, yerli kesitte 28 ve global kesitte 35 marka barajı geçti. İnceleme ve yeniden üretilebilirliği desteklemek için temel veri talep üzerine paylaşılabilir: yanıt düzeyinde marka bahsedilmeleri, altı kesitin barajı geçen sıralamaları, filtrelenmemiş marka metrikleri, model ve soru tipi kırılımları, global pazar kırılımı, en çok gösterilen kaynak alan adları, soru revizyon kaydı ile yöntem ve veri sözlüğü.

Tüm rakamlar tek bir anlık çalışmayı yansıtır (10–11 Temmuz 2026; yeniden yazılan 16 soru 14 Temmuz 2026'da tekrar soruldu) ve 11. Bölümdeki kısıtlara tabidir. Bu, ilk (referans) ölçümdür; çalışma üç ayda bir tekrarlanacaktır.

12.4 Herm.io hakkında ve açıklama

Herm.io bir tüketici davranışı ve pazarlama verisi şirketidir. İnsanların markaları nasıl keşfettiğini ve seçtiğini inceler; böylece markaların doğru müşterilere ulaşmasına yardımcı olur. Bu rapor kamuya açık araştırmalarımızın parçasıdır ve üç ayda bir tekrarlanan bir çalışmadır.

AÇIKLAMA & TARAFSIZLIK

Herm.io SEO veya GEO (arama/yapay zekâ sıralama) hizmeti satmaz ve bu rapor böyle bir hizmet önermez. Hiçbir marka rapora dahil edilmek, sıralanmak veya anlatılmak için ödeme yapmadı; bir markanın puanı bir onay ya da kalite hükmü değildir — yalnızca görünürlük ölçüsüdür. Analizin nesnel kalması için Herm.io'nun kendi alan adlarına yapılan tüm atıflar kaynak verisinden çıkarıldı.

RAPOR DÖNEMİ

Temmuz 2026 · 1. Baskı (referans), üç aylık serinin ilki.