

— HERM.IO ARAŞTIRMA · TÜRKİYE İÇ GİYİM PAZARI

AI Görünürlük Raporu

Türkiye iç giyim, çorap ve plaj giyimi pazarının ilk AI görünürlük fotoğrafı: büyük dil modelleri markaları nasıl görüyor ve sıralıyor?

1.117

Toplam Yanıt

45

İncelenen Soru

189

Takip Edilen Marka

28

Barajı Geçen Marka

ÖNEMLİ BULGULAR

Bir bakışta

Bu rapor, tüketicilerin iç çamaşırı, çorap, külotlu çorap ve mayo hakkında AI asistanlarına sorduğu gerçek Türkçe soruları yeniden üretir ve beş büyük dil modelinin her markayı ne sıklıkla, hangi sırayla ve kaç model genelinde andığını ölçer.

- 1** **Penti** ana sıralamada 94,91 puanla lider; beş modelin tüm yanıtlarının %41,3'ünde görünüyor ve Ayyıldız'ın (86,56) 8,35 puan önünde.
- 2** Takip edilen 189 markadan **28'i** ana pazarda %5 bahsedilme eşliğini geçti — 19 yerli ve 9 yabancı; ilk ondaki iki yabancı isim Marks & Spencer (#7) ve OYE Swimwear (#10).
- 3** Pazar yerli markaların liderliğinde ama yalnızca yerli değil: köken-nötr/global sorularda bahsedilmeler **%59,3 yerli / %40,7 yabancı** olarak bölünüyor — Herm.io'nun bugüne kadarki en dengeli köken dağılımı.
- 4** **Grok** açık ara en geniş repertuvara sahip (yanıt başına 9,4 marka); GPT-4o-mini ve Claude Haiku en dar (3,43 ve 3,64). Arama neredeyse evrenseldi — tüm yanıtların %98,7'si web temelliydi.
- 5** Farklı markalar farklı rafların sahibi: iç giyimde **Penti**, çorapta **Dündar Çorap**, mayo/plaj giyiminde **Ayyıldız** lider.

KAPSAM & YÖNTEM

Dikey: İç giyim, çorap ve plaj giyimi — Türkiye. Yöntem: 1.117 yanıt içeren tek seferlik/anlık bir çalışma; beş büyük dil modeli (GPT-4o-mini, Gemini, Claude, Perplexity, Grok), her biri 45 Türkçe soruyla beşer kez sorgulandı. Toplama tarihleri: 19–20 Haziran 2026.

BU RAPOR NASIL OKUNMALI — GÖRÜNÜRLÜK KALİTE DEĞİLDİR

Bu rapor tek bir şeyi ölçer: Türkiye'de iç giyim, çorap ve plaj giyimi hakkında soru sorulduğunda bir markanın ne sıklıkta, ne kadar öne çıkarak ve kaç AI asistanı genelinde anıldığı. Yüksek bir puan, bu sistemlerin şu anda o marka hakkında erişilebilir çok sayıda bilgiye sahip olduğu ve markayı kolayca öne çıkardığı anlamına gelir; markanın daha iyi, daha rahat, daha ucuz ya da daha kaliteli olduğu anlamına gelmez. AI görünürlüğü bilginin erişilebilirliğini ve keşfedilebilirliğini yansıtır; ürün kalitesini, kalıp uyumunu, fiyatı veya güvenilirliği değil.

Anahtar terimler: AI görünürlüğü, AI Görünürlük Puanı, iç giyim markaları, çorap markaları, plaj giyimi markaları, yerli iç giyim/plaj giyimi markaları, LLM marka önerileri, ChatGPT/Gemini/Claude/Perplexity/Grok marka önerileri, Üretken Motor Optimizasyonu (GEO).

Rapor içeriği

01	Yönetici Özeti	04
02	Yöntem	06
03	Genel Görünürlük Sıralama Tabloları	09
04	Modeller Arasındaki Farklar	14
05	Web Araması mı, Yerleşik Bilgi mi: Bu Baskı Ayrımı Neden Atlıyor	17
06	Kategori Sahipliği	19
07	Global Pazar: Yerli ve Yabancı	21
08	Keşif Ekosistemi	24
09	Örüntüler Ne Söylüyor	27
10	Kısıtlar ve Notlar	29
11	Ek ve Veri	31

01

BÖLÜM 01

Yönetici Özeti

Türkiye'nin iç giyim, çorap ve plaj giyimi pazarında AI görünürlüğü açık biçimde Penti ve Ayyıldız liderliğinde; Türk markalarının çoğunlukta olduğu ama gerçek anlamda rekabetçi bir rafta konumlanıyor ve alt kategorilere göre net biçimde ayrışıyor.

YÖNETİCİ ÖZETİ

İki lider, üç raf, rekabetçi bir pazar

TEK CÜMLELİK ÖZET

Türkiye'nin iç giyim, çorap ve plaj giyimi pazarında AI görünürlüğü açık biçimde Penti ve Ayyıldız liderliğinde şekilleniyor; Türk markalarının çoğunlukta olduğu ama gerçek anlamda rekabetçi bir görünürlük rafında konumlanıyor ve alt kategorilere göre net biçimde ayrışıyor: iç çamaşırı, çorap ve mayoda farklı bir marka lider.

- 1 Penti lider; Ayyıldız net ikinci.** Penti, ana sıralamanın zirvesinde 94,91 ile yer alıyor; beş modelin tüm yanıtlarının %41,3'ünde görünüyor ve Ayyıldız'ın (86,56) 8,35 puan önünde. Trendyol (75,9), Dagi (68,92) ve Dünder Çorap (68,67) ilk beşi tamamlıyor.
- 2 Ana sıralamaya 28 marka girdi.** Takip edilen 189 markadan 28'i, 45 sorunun tamamında %5'lik bahsedilme eşiğini aştı — 19 yerli ve 9 yabancı. İlk ondaki iki yabancı isim Marks & Spencer (#7) ve OYE Swimwear (#10). Barajı geçen 28 markanın ortalama puanı 56,1.
- 3 Pazar Türk markaları liderliğinde ama yalnızca Türk markalarından ibaret değil.** 22 köken-nötr/global soruda bahsedilmeler %59,3 yerli / %40,7 yabancı olarak bölünüyor — Herm.io'nun herhangi bir dikeyde kaydettiği en dengeli köken dağılımı. Buradaki yabancı görünürlük gerçek ve geniş, tek bir nişe sıkışmış değil.
- 4 Yerli raf büyük ölçüde Türk markalarından oluşuyor.** Sorular açıkça Türk/yerli markaları istediğinde (23 yerli soru), barajı geçen 36 markadan yalnızca 4'ü yabancı (OYE Swimwear, Sand&Blue, Moeva London, Marks & Spencer). Asistanlar "yerli" kısıtını net biçimde tanıyıp domestik isimlerle yanıtlıyor.
- 5 Alt kategori liderliği üçe bölünmüş.** İç giyimde Penti (alt kategori içinde %52,6), çorapta Dünder Çorap (%37,7), mayo/plaj giyiminde Ayyıldız (%58,5) lider. Üç rafın tamamında lider olan tek bir marka yok.
- 6 Modeller aynı pazarı çok farklı genişliklerde görüyor.** Grok yanıt başına ~9,4 farklı marka sıralıyor; GPT-4o-mini (3,43) ve Claude Haiku (3,64) en seçici olanlar. Buna rağmen Penti ve Ayyıldız modeller genelinde lider.
- 7 Arama neredeyse evrensel.** Tüm yanıtların %98,7'si web temelliydi; beş modelin dördü yanıtların ~%100'ünde arama yaptı, yalnızca Gemini bunun altında kaldı (%93,1). Anlamlı bir "yalnızca-hafıza" segmenti olmadığından bu baskı web-hafıza karşılaştırması içermiyor (Bölüm 5).
- 8 Kaynaklar önce markaların kendi sitelerinde.** Gösterilen kaynakların %45,3'ü markaların kendi web siteleri; en çok gösterilen tekil alan adı pazaryeri trendyol.com (yanıtların %40,4'ü), ardından marka siteleri ayyildiz.com.tr ve penti.com.

Neden önemli?

Alişveriş yapanlar keşif sürecini arama motorları ve pazaryerlerinden AI asistanlarına kaydırıyor. Bir iç çamaşırı, çorap ya da mayo markasının bu asistanların yanıtlarında görünüp görünmemesi, başlı başına yeni bir keşif kanalına dönüşüyor. Bu rapor, Türkiye'nin iç giyim, çorap ve plaj giyimi sektörü için bu yeni "görünürlük rafının" ilk anlık görüntüsünü (referans/başlangıç) yakalıyor. Bir hatırlatma: rakamlar görünürlüğü ve bilginin erişilebilirliğini anlatır — hangi markaların en iyi olduğunu değil.

02

BÖLÜM 02

Yöntem

Beş büyük dil modeline 45 Türkçe soru beşer kez — sistem komutu olmadan — soruldu ve 1.117 kullanılabilir yanıt üretildi; markalar üç bileşenli (45/30/25) bir puanla, ana, yerli ve global kesitler için ayrı ayrı sıralandı.

YÖNTEM

Çalışma nasıl yürütüldü

TEK CÜMLELİK ÖZET

Beş büyük dil modeline 45 Türkçe soru beşer kez — sistem komutu olmadan — soruldu ve 1.117 kullanılabilir yanıt üretildi; markalar otomatik çıkarım ve insan doğrulamasıyla belirlendi, üç bileşenli (45/30/25) bir puanla ana, yerli ve global kesitler için ayrı ayrı 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 varsayılanı) ve bölge/yerel ayar parametresi tanımlanmadı. Sorular Türkçe olduğundan, modeller Türk pazarını yalnızca soru dilinden hareketle çıkarımlıyor.

Model	Sürüm	Web araması	Oran
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	93,1%
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	100,0%

Ölçek: 45 soru × 5 tekrar × 5 model = 1.125 yanıt; 8 yanıt hariç tutuldu (7 boş Gemini üretimi ve 1 takılı kalmış Perplexity satırı), geriye 1.117 kullanılabilir yanıt kaldı. Tek tur, 19–20 Haziran 2026. 45 soru üç alt kategoriye eşit dağıtıldı — iç giyim, çorap ve mayo/bikini, her birinden 15 — ve üç davranışsal türe ayrıldı — keşif, özellik ve kullanım senaryosu, her birinden 15. Nihai marka sözlüğü: 189 marka (130 yerli, 59 yabancı).

2.2 ÜÇ PAZAR KESİTİ

Yan yana iki pazar yerine, bu dikey aynı soruların üç kesitiyle okunur.

Kesit	Soru	Yanıt	Baraj	Neyi yanıtlar
Ana	45 (tümü)	1.117	28	Tüm sorular genelinde toplam görünürlük
Yerli	23 (yalnızca TR)	571	36	Soru yerli marka istediğinde kimler anılıyor
Global	22 (köken-nötr)	546	26	Adil yerli-yabancı karşılaştırması (köken kısıtı yok)

NOT

Yerli + global = 45 sorunun tamamı; ana kesit her ikisini de kapsar.

2.3 WEB ARAMASI YAPILANDIRMASI

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 mı yoksa modelin kendi yerleşik bilgisine mi dayandığı, sağlayıcının herhangi bir alıntı/kaynak döndürüp döndürmediğine bakılarak çıkarsandı: alıntı varsa “web araması”, yoksa “yerleşik bilgi”. Bu, makul bir yaklaşık göstergedir; modelin iç sürecinin doğrudan kanıtı değildir. Bu turda yanıtların %98,7'si temellendirilmişti (Bölüm 5).

2.4 SORULAR

45 soru iki adımda üretildi — LLM tohumlaması, ardından Google, YouTube ve Ekşi Sözlük ile (Google'ın “Bunları da sordular,” alsoasked.com ve answerthepublic.com üzerinden) gerçek arama talebiyle doğrulama — ve alt kategori başına ilk 15 görülme sıklığına göre seçildi. 45 sorunun 23'ü yerli (açıkça Türk/yerli markaları soruyor) ve 22'si global (köken kısıtı yok). 7. Bölümdeki yerli-yabancı karşılaştırması yalnızca 22 global soruya dayanır.

2.5 MARKA ÇIKARIMI VE DOĞRULAMASI

Markalar iki aşamada çıkarıldı: otomatik çıkartım (öne çıkarılan adlar ve kaynak alan adları, varyantlar tek bir kanonik ada birleştirilmiş) ve insan doğrulaması (gerçek markalar onaylanmış, marka olmayanlar elenmiş, takma adlar birleştirilmiş, her marka yerli/yabancı olarak etiketlenmiş). Nihai sözlük: 189 marka. Çalışma kapsamı gereği perakendeciler ve pazaryerleri (Trendyol, Hepsiburada) birer varlık olarak korundu; yalnızca marka görünümü §3.2'de verilmiştir.

KÖKEN KURALI

Bir marka Türkiye'de kurulduysa ve merkezi Türkiye'deyse yerli; aksi hâlde, Türkiye'de yaygın satılsa bile yabancıdır (ör. Marks & Spencer, Calzedonia, Intimissimi, Victoria's Secret). Bahsedilme yanıt başına bir kez sayılır (varlık, sıklık değil); konum, ilk görünmenin ortalama karşılıklı sırasıdır; kapsam, markayı anan model sayısıdır (5 model içinden).

2.6 AI 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	pazar 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 ve ardından ağırlıklarla birleştirilir. Baraj (≥%5 kuralı): yalnızca o kesitin yanıtlarının en az %5'inde anılan markalar sıralanır (ana 28, yerli 36, global 26). 189 markanın tamamına ait filtrelenmemiş ölçümler 11. Bölümdedir.

2.7 TARAFSIZLIK VE KENDİNİ HARIÇ TUTMA

Bu, belirli bir odak markası olmayan, pazar geneline yönelik tarafsız bir çalışmadır. Herhangi bir çıkar çatışmasını önlemek için, Herm.io'nun kendi alan adlarına yapılan tüm atıflar analizden önce kaynak verisinden çıkarıldı; böylece şirketin kendi içeriği ne en çok gösterilen alan adları arasında yer alır ne de herhangi bir rakamı etkiler.

03

BÖLÜM 03

Genel Görünürlük Sıralama Tabloları

Penti ve Ayyıldız her kesitte pazara liderlik ediyor; kesitler arasındaki fark, onların arkasındaki sıralamada — yerli raf neredeyse tamamen Türk markalarından oluşuyor, global rafta ise yabancı markalar gerçekten rekabet ediyor.

GENEL GÖRÜNÜRLÜK SIRALAMA TABLOLARI

Penti ve Ayyıldız her kesitte lider

TEK CÜMLELİK ÖZET

Penti ve Ayyıldız her kesitte pazara liderlik ediyor; kesitler arasındaki fark, onların arkasındaki sıralamada — yerli raf neredeyse tamamen Türk markalarından, global raf ise gerçek anlamda yabancı markaların rekabetinden oluşuyor. Hatırlatma: bu tablolar ürün kalitesini, kalıp uyumunu, fiyatı ya da güvenilirliği değil, görünürlüğü sıralar.

3.1 Ana sıralama tablosu — barajı geçen 28 marka

TABLO 1 — AI GÖRÜNÜRLÜK PUANI (ANA)

45 soru · 1.117 yanıt

#	Marka	Köken	YZ Puanı
● 1	Penti	Yerli	94,91
2	Ayyıldız	Yerli	86,56
3	Trendyol	Yerli	75,90
4	Dagi	Yerli	68,92
5	Dündar Çorap	Yerli	68,67
6	Suwen	Yerli	63,90
7	Marks & Spencer	Yabancı	59,09
8	Mısırlı	Yerli	57,92
9	Bolero	Yerli	56,92
10	OYE Swimwear	Yabancı	56,46
11	DeFacto	Yerli	55,47
12	Intimissimi	Yabancı	55,07
13	Adidas	Yabancı	51,29
14	Kral Çorap	Yerli	50,98
15	Calzedonia	Yabancı	50,32
16	Hepsiburada	Yerli	49,69
17	Tutku	Yerli	49,38
18	Blackspade	Yerli	49,24
19	Loya	Yerli	49,21
20	Calvin Klein	Yabancı	49,06
21	Hemington	Yerli	48,70
22	Sand&Blue	Yabancı	47,85

(devam)

#	Marka	Köken	YZ Puanı
23	LC Waikiki	Yerli	47,48
24	Cabani	Yerli	47,01
25	Victoria's Secret	Yabancı	46,56
26	Decathlon	Yabancı	45,02
27	Cottonhill	Yerli	44,49
28	Kom	Yerli	44,42

ORTALAMA

Barajı geçen 28 markanın ortalama puanı: 56,1. 28 markanın 25'i beş modelin tamamınca görülüyor; ilk onda yalnızca iki yabancı marka var — Marks & Spencer (#7) ve OYE Swimwear (#10).

Yorum. Penti, bahsedilme ve kapsam bileşenlerinde en üst seviyeye ulaşıyor ve tablonun zirvesinde 94,91 ile yer alıyor; yanıtların %41,3'ünde görünüyor. Ayyıldız (86,56), en yüksek konum puanının (MRR 0,61) etkisiyle ikinci. Ardından Trendyol, Dagi ve Dünder Çorap geliyor — dikkat çekici bir örnek: Dünder yanıtların yalnızca %12,5'inde anılıyor ama anıldığında neredeyse her zaman ilk sırada (MRR 0,66, herhangi bir markanın en yüksek konum bileşeni), bu yüzden zayıf bahsedilmeye rağmen beşinci sırada.

3.2 Yalnızca marka görünümü (pazaryerleri çıkarılmış)

Yukarıdaki iki varlık markadan çok pazaryeri — Trendyol ve Hepsiburada. Alışveriş yapanlar rafı böyle gördüğü için manşet sıralamada tutuluyorlar; ancak çıkarıldıklarında saf bir marka-markaya karşılaştırma elde edilir. (DeFacto ve Koton pazaryeri değil marka olarak ele alınır ve iki görünümde de kalır.)

YALNIZCA-MARKA İLK 10 (ANA)

pazaryerleri çıkarılmış

#	Marka	Köken	YZ Puanı
● 1	Penti	Yerli	94,91
2	Ayyıldız	Yerli	86,56
3	Dagi	Yerli	68,92
4	Dünder Çorap	Yerli	68,67
5	Suwen	Yerli	63,90
6	Marks & Spencer	Yabancı	59,09
7	Mısırlı	Yerli	57,92
8	Bolero	Yerli	56,92
9	OYE Swimwear	Yabancı	56,46
10	DeFacto	Yerli	55,47

Trendyol ve Hepsiburada bir kenara konduğunda pazarın zirvesi Penti, Ayyıldız, Dagi, Dünder Çorap ve Suwen — tamamı yerli — Marks & Spencer ve OYE Swimwear ise en yüksek sıradaki yabancı isimler.

3.3 Yerli sıralama tablosu — barajı geçen 36 marka (yalnızca Türk soruları)

Açıkça Türk/yerli markaları isteyen 23 soru ayrıştırıldığında raf uzuyor (36 marka barajı geçiyor) ve neredeyse tamamen yerli hâle geliyor.

TABLO 2 — AI GÖRÜNÜRLÜK PUANI (YERLİ)

23 soru · 571 yanıt

#	Marka	Köken	YZ Puanı
● 1	Penti	Yerli	93,55
2	Ayyıldız	Yerli	88,36
3	Dündar Çorap	Yerli	75,27
4	Trendyol	Yerli	75,25
5	Dagi	Yerli	68,84
6	Haşema	Yerli	61,82
7	Woolona	Yerli	60,53
8	DeFacto	Yerli	59,67
9	Remsa Mayo	Yerli	59,43
10	Suwen	Yerli	59,32
11	OYE Swimwear	Yabancı	57,96
12	Bolero	Yerli	56,81
13	Mısırlı	Yerli	54,00
14	Kral Çorap	Yerli	54,00
15	Tutku	Yerli	53,67
16	Loya	Yerli	52,70
17	Hepsiburada	Yerli	52,15
18	Sand&Blue	Yabancı	51,80
19	Blackspade	Yerli	51,03
20	Aytuğ	Yerli	49,89
21	Kom	Yerli	47,99
22	LC Waikiki	Yerli	47,76
23	Marina Mayo	Yerli	47,52
24	Zeki Triko	Yerli	47,32
25	Movom	Yerli	44,53
26	Moeva London	Yabancı	43,41
27	Berrak	Yerli	42,40

(devam)

#	Marka	Köken	YZ Puanı
28	Koton	Yerli	42,01
29	Hemington	Yerli	41,68
30	Minca	Yerli	41,11
31	Dayco Çorap	Yerli	39,81
32	Marks & Spencer	Yabancı	39,40
33	Cottonhill	Yerli	38,79
34	Kiğılı	Yerli	31,79
35	Cabani	Yerli	30,97
36	Kompedan	Yerli	30,24

ORTALAMA

Barajı geçen 36 yerli markanın ortalama puanı: 52,6. 36 markadan yalnızca 4'ü yabancı (OYE Swimwear, Sand&Blue, Moeva London, Marks & Spencer) — hepsi alt yarıda.

Yorum. Penti (93,55) ve Ayyıldız (88,36) yine lider, ancak yerli kesit uzmanlaşmış yerli markaları yukarı taşıyor: Dünder Çorap #3'e (75,27) yükseliyor ve Haşema (#6, yanıtların %5,6'sında anılıyor ama MRR 0,79) ile Woolona (#7, %5,1, MRR 0,78) gibi küçük fakat konumu güçlü markalar barajı esas olarak erken ve geniş model kapsamıyla anıldıkları için aşıyor. Sıralamalarını temkinli okuyun (Bölüm 10).

04

BÖLÜM 04

Modeller Arasındaki Farklar

Beş model liderler konusunda büyük ölçüde hemfikir, ancak kapsam genişliği açısından ciddi biçimde farklılaşıyor — Grok yanıt başına neredeyse 9,4 marka anıyor, GPT-4o-mini ve Claude Haiku ise 3,5'e daha yakın.

MODELLER ARASINDAKİ FARKLAR

Aynı liderler, çok farklı genişlik

TABLO 3 – MODEL BAZINDA WEB ARAMASI & REPERTUVAR

her biri ~224-225 yanıt

Model	Web araması	Farklı marka	Yanıt başına
GPT-4o-mini	100,0%	109	3,43
Gemini 2.5 Flash-Lite	93,1%	137	6,25
Claude Haiku 4.5	100,0%	112	3,64
Perplexity Sonar	100,0%	127	5,35
Grok 4.3	100,0%	127	9,4

Web araması neredeyse evrenseldi: beş modelin dördü esasen her yanıtta arama yaptı; Gemini %93,1'inde. En belirgin fark kapsam genişliğinde: Grok yanıt başına ~9,4 marka sıralıyor ve en uzun kuyruğa ulaşıyor; GPT-4o-mini (3,43) ve Claude Haiku (3,64) çok daha seçici bir küme anıyor. Grok'un en çok andığı varlıkların tek bir marka değil pazaryerleri (Trendyol, Hepsiburada) olduğuna dikkat — diğerlerinden farklı bir yanıt biçimi.

4.2 Her modelin en çok andığı markalar

Her tablo, bir modelin ~225 yanıtı genelinde en çok andığı beş varlığı verir (oran = o modelin markayı anan yanıtlarının yüzdesi). Beş modelin dördünde Penti veya Ayyıldız zirvede; istisna, Trendyol liderliğindeki Grok.

GPT-4O-MINI

#	Marka	Bahsedilme	Oran
1	Penti	68	30,2%
2	Ayyıldız	52	23,1%
3	Marks & Spencer	34	15,1%
4	Trendyol	22	9,8%
5	Dagi	18	8,0%

GEMINI 2.5 FLASH-LITE

#	Marka	Bahsedilme	Oran
1	Penti	94	43,1%
2	Suwen	72	33,0%
3	Dagi	69	31,7%
4	Trendyol	61	28,0%
5	Ayyıldız	60	27,5%

CLAUDE HAIKU 4.5

#	Marka	Bahsedilme	Oran
1	Penti	69	30,7%
2	Ayyıldız	62	27,6%
3	Trendyol	33	14,7%
4	Marks & Spencer	25	11,1%
5	Sand&Blue	18	8,0%

PERPLEXITY SONAR

#	Marka	Bahsedilme	Oran
1	Penti	106	47,3%
2	Ayyıldız	80	35,7%
3	Dagi	73	32,6%
4	Mısırlı	36	16,1%
5	Marks & Spencer	36	16,1%

GROK 4.3

#	Marka	Bahsedilme	Oran
1	Trendyol	223	99,1%
2	Hepsiburada	175	77,8%
3	Penti	124	55,1%
4	Dagi	103	45,8%
5	Ayyıldız	94	41,8%

4.3 Pratik yorum

En tepede hangi markaların yer aldığı oldukça tutarlı; ancak bir yanıtın kaç marka içerdiği — ve önce bir pazaryerinin mi yoksa bir markanın mı anıldığı — büyük ölçüde modele bağlı. Uzun kuyruktaki bir markanın anılma şansı, Grok'ta, daha seçici GPT-4o-mini veya Claude Haiku'ya kıyasla çok daha yüksek.

05

BÖLÜM 05

Web Araması mı, Yerleşik Bilgi mi: Bu Baskı Ayrımı Neden Atlıyor

Bu turda neredeyse her yanıt web araması kullandığından, karşılaştırılabilecek anlamlı bir “yalnızca-hafıza” segmenti yok — bu da başlı başına bir bulgu.

— WEB ARAMASI MI, YERLEŞİK BİLGİ Mİ

Karşılaştırılacak bir yalnızca–hafıza segmenti yok

TEK CÜMLELİK ÖZET

Bu turda neredeyse her yanıt web araması kullandığından, karşılaştırılabilecek anlamlı bir “yalnızca–hafıza” segmenti yok — bu da başlı başına bir bulgu.

Bazı önceki Herm.io baskıları yanıtları web–temelli ve yalnızca–hafıza segmentlerine ayırıyor ve bunlar farklı liderler ürettiyordu. Bu turda böyle bir ayırım yok. 1.117 yanıtın yaklaşık %98,7’si en az bir alıntı veya arama sonucu döndürdü; “yerleşik bilgi” segmenti yalnızca birkaç yanıtta ibaret — bir karşılaştırmayı destekleyemeyecek kadar küçük. Beş modelin dördü (GPT-4o–mini, Claude Haiku, Perplexity, Grok) yanıtların ~%100’ünde arama yaptı; yalnızca Gemini %100’ün altında kaldı, %93,1.

Neredeyse tüm sorgular web araması kullandığından, ayrı bir web–hafıza bölümü ~1.102 temellendirilmiş yanıtı ~15 temelsiz yanıtla karşılaştırırdı — anlamlı bir karşıtlık değil — bu yüzden bu baskıda bilinçli olarak atlanmıştır. Çıkarım: Türk iç giyim, çorap ve plaj giyimi sorularında bu asistanlar neredeyse her seferinde canlı web içeriğine başvuruyor. Bu da güncel ve iyi yapılandırılmış bir web varlığını burada görünürlikle özellikle yakından ilişkili kılıyor (Bölüm 8).

TEMELLENDİRME ORANI

Temellendirme oranını her baskıda ölçmeye devam edeceğiz; yalnızca–hafıza segmenti büyürse karşılaştırma geri gelecek.

06

BÖLÜM 06

Kategori Sahipliği

Hiçbir marka dikeyin tamamına sahip değil — iç giyimde Penti, çorapta Dünder Çorap, mayo/plaj giyiminde Ayyıldız lider — ve soru türü sıralamayı yeniden şekillendiriyor.

Üç raf, üç lider

TEK CÜMLELİK ÖZET

Hiçbir marka dikeyin tamamına sahip değil — iç giyimde Penti, çorapta Dünder Çorap, mayo/plaj giyiminde Ayyıldız lider — ve soru türü sıralamayı yeniden şekillendiriyor; pazaryerleri özellik ve kullanım senaryosu sorularında daha çok öne çıkıyor.

6.1 Alt kategoriye göre

TABLO 4 — ALT KATEGORİYE GÖRE EN GÖRÜNÜR MARKALAR

ilk 5 · alt kategori içindeki oran

#	İç giyim	Çorap	Mayo/Bikini
1	Penti — %52,55	Dünder Çorap — %37,74	Ayyıldız — %58,45
2	Dagi — %41,55	Trendyol — %36,39	Penti — %42,9
3	Ayyıldız — %34,85	Penti — %28,3	Trendyol — %33,78
4	Trendyol — %28,95	Bolero — %28,3	Dagi — %29,49
5	Suwen — %26,54	Mısırlı — %27,49	Suwen — %26,54

Yorum. Üç rafın üç farklı lideri var. Penti iç giyimde (%52,6), Dagi (%41,6) ve Ayyıldız'ın (%34,9) önünde baskın. Dünder Çorap çorapta (%37,7), pazaryeri Trendyol'un (%36,4) ve Penti'nin (%28,3) az farkla önünde lider — bir uzmanın tek başına sahip olduğu yegâne alt kategori. Ayyıldız mayo/plaj giyiminde (%58,5), Penti'nin (%42,9) önünde lider; yabancı markaların da en görünür olduğu yer burası (Marks & Spencer, Calzedonia, OYE Swimwear, Sand&Blue alt kategorinin ilk onunda).

6.2 Soru türüne göre

TABLO 5 — SORU TÜRÜNE GÖRE EN GÖRÜNÜR MARKALAR

ilk 4

#	keşif	özellik	kullanım senaryosu
1	Penti — %47,43	Trendyol — %40,11	Penti — %40,11
2	Ayyıldız — %41,19	Penti — %36,36	Trendyol — %33,69
3	Dagi — %32,52	Ayyıldız — %29,41	Dagi — %23,53
4	Trendyol — %25,2	Suwen — %21,93	Ayyıldız — %22,99

Yorum. Penti keşif (%47,4) ve kullanım senaryosu (%40,1) sorularında lider; pazaryeri Trendyol ise özellik sorularında (%40,1) lider — alışveriş yapanlar belirli bir özellik istediğinde asistanlar pazaryerinin geniş ürün yelpazesine dayanıyor. Hepsiburada da özellik ve kullanım senaryosu sorularında yükseliyor; aynı örüntü: soru genel bir “marka öner”den çok belirli olduğunda pazaryerleri öne çıkıyor.

07

BÖLÜM 07

Global Pazar: Yerli ve Yabancı

Köken-nötr sorularda bahsedilmelerin %59,3'ü yerli markalara, %40,7'si yabancı markalara gidiyor — Herm.io'nun ölçtüğü en dengeli dağılım, yabancı markalar her alanda rekabetçi.

GLOBAL PAZAR: YERLİ VE YABANCI

Yerli önde, yabancı hiç uzakta değil

TEK CÜMLELİK ÖZET

Köken-nötr sorularda bahsedilmelerin %59,3'ü yerli markalara, %40,7'si yabancı markalara gidiyor — Herm.io'nun ölçtüğü en dengeli dağılım; yabancı markalar tek bir nişe sıkışmak yerine her alanda rekabetçi.

Bu bölüm yalnızca köken kısıtı olmayan 22 global soruya dayanır (546 yanıt) — yerli ve yabancı markaları karşılaştırmanın tek adil zemini.

7.1 Köken payı

BAHSEDİLMELERİN KÖKEN PAYI

global pazar · 546 yanıt

Köken	Pay	Bahsedilme	Farklı marka
Yerli (TR)	%59,3	1.742	78
Yabancı	%40,7	1.195	55

Yerli üstünlük gerçek ama ölçülü: 1.742 yerli bahsedilmeye karşı 1.195 yabancı; global pazarda 78 farklı yerli markaya karşı 55 yabancı marka beliriyor. Yerli markaların köken-nötr sorularda baskın olduğu dikeylere kıyasla bu pazar gerçek anlamda rekabete açık: yabancı iç giyim ve mayo isimleri, soru onları davet etmese bile kolayca hatırlanıyor.

7.2 Global pazar ilk 15 marka (her köken)

TABLO 6 – GLOBAL PAZAR İLK 15

22 soru · 546 yanıt

#	Marka	Köken	Oran	Puan
1	Penti	Yerli	%45,79	93,16
2	Ayyıldız	Yerli	%30,59	81,63
3	Trendyol	Yerli	%32,42	76,63
4	Marks & Spencer	Yabancı	%27,11	69,31
5	Dagi	Yerli	%25,64	67,39
6	Suwen	Yerli	%20,33	66,42
7	Intimissimi	Yabancı	%12,82	61,26
8	Vilebrequin	Yabancı	%5,31	60,22
9	Adidas	Yabancı	%12,09	58,00
10	Calzedonia	Yabancı	%14,1	56,78
11	Bolero	Yerli	%7,14	55,51
12	Mısırlı	Yerli	%8,42	54,98
13	Hemington	Yerli	%6,04	54,04

(devam)

#	Marka	Köken	Oran	Puan
14	Victoria's Secret	Yabancı	%12,27	51,97
15	Skechers	Yabancı	%7,69	51,83

7.3 Örüntü: yerli önde, yabancı hiç uzakta değil

Bireysel sıralama, toplamın gizlediği yapıyı gösteriyor. Global pazar ilk üçü yerli — Penti, Ayyıldız, Trendyol — ancak Marks & Spencer #4'te, Dagi'nin önünde yer alıyor; yabancı isimler (Intimissimi, Vilebrequin, Adidas, Calzedonia, Victoria's Secret) ilk on beşin geri kalanını dolduruyor. Yani bir alışverişçi köken-nötr bir soru sorduğunda yanıt yerli markalarla başlıyor ama düzenli olarak yabancı markaları da içeriyor — özellikle iç giyimde (Intimissimi, Victoria's Secret, Chantelle) ve premium mayoda (Vilebrequin, OYE Swimwear). Bu dengenin değişip değişmediği, tam olarak üç aylık bir baz çizgisinin izlemek için kurulduğu türden bir hareket.



BÖLÜM 08

Keşif Ekosistemi

AI'nın bu pazara ilişkin algısı önce markaların kendi web sitelerine (gösterilen kaynakların %45,3'ü) ve büyük bir pazaryeri varlığına — başında trendyol.com — dayanıyor; editöryel ya da inceleme içeriğine değil.

KEŞİF EKOSİSTEMİ – AI MARKALARI NEREDEN ÖĞRENİYOR

Önce markaya ait ve pazaryeri

TEK CÜMLELİK ÖZET

Al'ın bu pazara ilişkin algısı önce markaların kendi web sitelerine (gösterilen kaynakların %45,3'ü) ve büyük bir pazaryeri varlığına — başında trendyol.com — dayanıyor; editöryel ya da inceleme içeriğine değil.

8.1 EN ÇOK GÖSTERİLEN 9 ALAN ADI

#	Alan adı	Gösteren	Kaynak türü
1	trendyol.com	451	Perakendeci/pazaryeri
2	ayyildiz.com.tr	361	Markaya ait
3	penti.com	276	Markaya ait
4	marksandspencer.com.tr	210	Markaya ait
5	dagi.com.tr	206	Markaya ait
6	hepsiburada.com	177	Perakendeci/pazaryeri
7	glingerie.com.tr	170	Diğer (marka/bağımsız)
8	suwen.com.tr	141	Markaya ait
9	dundarcorap.com	137	Markaya ait

EN ÇOK GÖSTERİLEN

En çok gösterilen tekil alan adı trendyol.com (yanıtların %40,4'üne gösterildi); ardından markalara ait bir site duvarı — ayyildiz.com.tr, penti.com, marksandspencer.com.tr, dagi.com.tr, suwen.com.tr, dundarcorap.com — ikinci bir pazaryeri (hepsiburada.com), alışveriş/editöryel siteler (glingerie.com.tr, oggusto.com, onedio.com) ve forumlarla (eksisozluk.com, reddit.com) iç içe geçiyor.

8.2 KAYNAK TÜRÜ DAĞILIMI

Kaynak türü	Pay
Markaya ait	%45,33
Diğer (marka/bağımsız)	%37,05
Perakendeci/pazaryeri	%12,1
Sosyal/UGC	%3,68
Editöryel/haber/blog	%1,84

8.3 Markaya–ait bulgusu

En çarpıcı örüntü, resmi ve pazaryeri sitelerindeki yoğunlaşma: atıfların %45,3'ü markaların kendi alan adlarına, bir %12,1'i de perakendeci/pazaryerlerine işaret ediyor; büyük bir %37,0'lik “diğer” kümesi (sözlükte yer almayan marka/bağımsız siteler) ve sosyal/UGC (%3,7) ile editöryel/haber/blog (%1,8) için yalnızca küçük paylar var. Pratik okuma (tavsiye değil, bir betimleme): bu pazarda güncel ve makinece okunabilir bir marka sitesi — büyük pazaryerlerindeki varlıkla birlikte — editöryel veya inceleme içeriğinden daha çok AI görünürlüğüyle yakından ilişkili görünüyor.

09

BÖLÜM 09

Örüntüler Ne Söylüyor

En görünür markalar genellikle üç şeyi paylaşıyor: beş modelin tamamında kapsanmak, güçlü bir kendi-sitesi ve pazaryeri web varlığı ve en az bir alt kategoride net liderlik.

Beş yapısal örüntü

Bu bölüm, verinin tarafsız bir okumasıdır. Görünürlükle ilişkili örüntüleri betimler; bir tavsiye, hizmet veya öneri değildir ve görünürlük kaliteden ayrı kalır.

- 1 Genişlik temel bir koşuldur.** Ana pazarda barajı geçen 28 markanın 25'i beş modelin tamamında görünüyor. Yalnızca üç ya da dört modelde görülen markalar büyük ölçüde bu nedenle aşağıda yer alıyor — en görünür markaların paylaştığı şey geniş model kapsamı.
- 2 Bahsedilme ve konum farklı şeylerdir.** Bazı markalar sık ama geç anılıyor (Trendyol, Hepsiburada — yüksek bahsedilme, düşük MRR); bazıları nadir ama erken (Dündar Çorap, Haşema, Woolona — zayıf bahsedilme, çok yüksek MRR). “Sık anılmak” ve “erken anılmak” bağımsız sinyallerdir.
- 3 Web varlığı baskın senaryoya örtüşüyor.** Yanıtların %98,7'si web aramasına dayanırken ve en büyük kaynak türleri markaya ait ile pazaryeri siteleri, güncel ve yapılandırılmış bir web varlığı burada görünürlükle en yakından ilişkili etken.
- 4 Liderlik asıl alt kategoride kazanılıyor.** Hiçbir marka üç rafın tamamında lider değil. İç giyimin sahibi Penti, çorabın Dündar Çorap, mayo/plaj giyiminin Ayyıldız. Bir markanın bağlamı — hangi alt kategori, hangi soru türü, hangi kesit — genel sırası kadar önemli.
- 5 Köken rekabetçi, kapanmış değil.** Yabancı iç giyim ve mayo markaları açık pazarda kolayca hatırlanıyor (bahsedilmelerin %40,7'si). Yerli/global farkı, asistanların “yerli” taleplerini ayırt edebildiğini gösteriyor — dolayısıyla açık pazardaki denge gerçek bir rekabet sinyali, bir yapay sonuç değil.

Bir marka kendini veride nasıl konumlandırabilir

Veri kümesini kullanarak (talep üzerine erişilebilir) bir marka dört şeyi sırayla okuyabilir: beş modelin tamamında görünüp görünmediği; kendi alt kategorisi ve kesitinde ne sıklıkta anıldığı; anıldığında ne kadar erken adlandırıldığı; ve hangi model ya da soru türünde en zayıf olduğu. Bu okumalar bir görünürlük açığının nerede olduğunu gösterir — ürünün iyi olup olmadığı hakkında hiçbir şey söylemeden.

10

BÖLÜM 10

Kısıtlar ve Notlar

Bu, tek bir Türk dikeyinin tek seferlik, anlık bir görüntüsüdür; rakamları aşağıdaki kısıtlar çerçevesinde okuyun.

Bulgular nasıl okunmalı

- **Tek seferlik, anlık ölçüm.** 19–20 Haziran 2026’da tek turda toplandı — bir anlık görüntü, bir eğilim değil. Bu ilk (referans/başlangıç) baskıdır; üç ayda bir yapılacak baskılar eğilim analizine olanak tanıyacak.
- **Küçük örneklemede konum şişmesi.** Birkaç marka %5 barajını zayıf bahsedilmeye rağmen esas olarak konum ve kapsam sayesinde aşıyor (ör. Dünder Çorap, Haşema, Woolona). Sıralamalarını temkinli okuyun.
- **Küçük puan farkları anlamlı değildir.** Her tablonun kalabalık ortasında bir-iki puanlık farklar aşırı yorumlanmamalı; yalnızca büyük farklar (Penti’nin üstünlüğü gibi) sağlamdır.
- **Görünürlük kalite değildir.** Bu rapor yalnızca bahsedilme ve konumu ölçer. Bir markanın olumlu anlatılıp anlatılmadığını, bir önerinin doğru olup olmadığını veya bir ürünün iyi olup olmadığını değerlendirmez. Bir puan bir onay değildir.
- **Modeller olasılıksaldır.** Aynı soru farklı yanıtlar üretebilir; beş tekrar bunu azaltır ama ortadan kaldırmaz.
- Web araması anlık koşullara bağlıdır — ölçüm anında dizinlenen ve sunulan içeriğe. “Web araması mı, yerleşik bilgi mi” yanıtı bir alıntının eşlik edip etmediğine dayanan bir yaklaşık göstergedir.
- **Kesinlik (precision), kapsama/geri çağırma (recall) önüne konuldu.** Yanlış pozitiflerden kaçınmak için marka eşleştirmesi temkinli yapıldı; dolaylı anılan markalar eksik sayılmış olabilir. Duygu tonu (sentiment) katmanı yok — çalışma yalnızca niceliksel.
- **Kaynak türü dağılımı sezgiseldir (heuristik).** Alan adı türleri otomatik sınıflandırıldı (markaya ait, alan adının bir markayla eşleşmesiyle saptandı); büyük “diğer” kümesi sözlükte yer almayan marka/bağımsız sitelerdir, dolayısıyla dağılımı gösterge niteliğinde okuyun. Kaynak kapsamı da modele göre değişir.
- **Köken sınıflandırması yargı içerir.** Bir marka yalnızca Türkiye’de kurulmuş ve merkezi Türkiye’deyse yerlidir; yaygın satılan bazı isimler büyük yerel varlığa rağmen yabancı kökenlidir.
- **Perakendeciler/pazaryerleri birer varlık olarak dâhil edildi** (çalışma kapsamı gereği Trendyol, Hepsiburada); doğrudan markalardan farklı rekabet ettikleri için §3.2 yalnızca-marka görünümü verir. DeFacto ve Koton marka olarak ele alınır.
- **Çıktı uzunluğu sınırları ve model sürümleri** farklılık gösterir ve hızla güncelliğini yitirir; bulgular 2. Bölümdeki Haziran 2026 itibarıyla geçerli sürümlere özgüdür.



BÖLÜM 11

Ek ve Veri

Çalışmanın 45 sorusu, takip edilen 189 markanın tamamı, veri erişilebilirliği ve Herm.io hakkında.

11.1 Tüm sorular (45) ve kategorileri

Çalışmada kullanılan 45 sorunun tamamı (15 iç giyim, 15 çorap, 15 mayo/bikini). Kapsam: 23 yerli (yerli marka soruyor), 22 global (köken-nötr).

#	Alt kat.	Tür	Kapsam	Soru (Türkçe)
1	İç giyim	keşif	global	en iyi iç giyim markaları
2	İç giyim	keşif	global	rahat sütyen hangi marka iyi
3	İç giyim	keşif	yerli	iyi bir yerli iç giyim markası var mı
4	İç giyim	keşif	yerli	türk malı kadın iç giyim önerir misin
5	İç giyim	keşif	yerli	erkek iç giyimde yerli kaliteli ne var
6	İç giyim	özellik	global	uygun fiyatlı kaliteli iç çamaşırı markası
7	İç giyim	özellik	global	dikişsiz belli olmayan külot önerisi
8	İç giyim	özellik	yerli	pamuklu yerli külot hangi marka iyi
9	İç giyim	özellik	yerli	türk malı kaliteli boxer arıyorum
10	İç giyim	özellik	yerli	yerli toparlayıcı sütyen önerisi
11	İç giyim	kullanım senaryosu	global	gelinlik altına belli olmayan iç çamaşırı hangi marka
12	İç giyim	kullanım senaryosu	global	emzirme sonrası toparlayan sütyen tavsiyesi
13	İç giyim	kullanım senaryosu	global	kışın sıcak tutan içlik önerisi
14	İç giyim	kullanım senaryosu	yerli	rahat yerli sütyen hangi marka iyi
15	İç giyim	kullanım senaryosu	yerli	kışın üşütmeyen türk malı içlik önerisi
16	Çorap	keşif	global	çorapta hangi markalar daha kaliteli
17	Çorap	keşif	global	en rahat erkek çorabı markası
18	Çorap	keşif	yerli	yerli çorap markası önerisi
19	Çorap	keşif	yerli	türk malı günlük çorap hangi marka iyi
20	Çorap	keşif	yerli	kaliteli yerli kadın çorabı var mı
21	Çorap	özellik	global	terletmeyen pamuklu çorap
22	Çorap	özellik	global	lastiği iz yapmayan çorap önerisi
23	Çorap	özellik	yerli	türk malı bambu çorap hangi marka iyi
24	Çorap	özellik	yerli	yerli dikişsiz çorap var mı
25	Çorap	özellik	yerli	kaliteli ama uygun fiyatlı yerli çorap
26	Çorap	kullanım senaryosu	global	yazın ayak terletmeyen çorap önerisi

(devam)

#	Alt kat.	Tür	Kapsam	Soru (Türkçe)
27	Çorap	kullanım senaryosu	global	spor yaparken ayağı yakmayan çorap hangi marka
28	Çorap	kullanım senaryosu	global	bot içinde kaymayan kalın çorap önerisi
29	Çorap	kullanım senaryosu	yerli	çocuğa rahat yerli okul çorabı önerisi
30	Çorap	kullanım senaryosu	yerli	kışın sıcak tutan türk malı çorap önerisi
31	Mayo/Bikini	keşif	global	mayo bikini tavsiyesi
32	Mayo/Bikini	keşif	global	toparlayıcı mayo hangi marka iyi
33	Mayo/Bikini	keşif	global	plaj giyim markası önerisi
34	Mayo/Bikini	keşif	yerli	türk malı mayo bikini önerir misin
35	Mayo/Bikini	keşif	yerli	iyi bir yerli plaj giyim markası var mı
36	Mayo/Bikini	özellik	global	iç göstermeyen kaliteli bikini markası
37	Mayo/Bikini	özellik	global	büyük beden toparlayıcı mayo önerisi
38	Mayo/Bikini	özellik	global	hızlı kuruyan mayo hangi marka iyi
39	Mayo/Bikini	özellik	yerli	yerli toparlayıcı mayo önerisi
40	Mayo/Bikini	özellik	yerli	türk malı tesettür mayo kaliteli olan var mı
41	Mayo/Bikini	kullanım senaryosu	global	göbek toparlayan mayo arıyorum hangi marka bakayım
42	Mayo/Bikini	kullanım senaryosu	global	doğum sonrası toparlayıcı mayo tavsiyesi
43	Mayo/Bikini	kullanım senaryosu	yerli	bu sezonda popüler olan bikinileri alabileceğim marka
44	Mayo/Bikini	kullanım senaryosu	yerli	muhafazakâr plaj için türk malı mayo önerisi
45	Mayo/Bikini	kullanım senaryosu	yerli	yaz tatiline giderken yerli bikini mayo bakıyorum, ne önerirsin

Dağılım: 15 keşif, 15 özellik, 15 kullanım senaryosu; 23 yerli (yalnızca Türk) ve 22 global (köken-nötr); iç giyim, çorap ve mayo/bikini alt kategorilerinin her birinde 15 soru.

11.2 Takip edilen tüm markalar (189)

Aşağıdaki tablo, çalışmada takip edilen 189 markanın tamamını listeler (130 yerli, 59 yabancı), ana pazardaki bahsedilme sayısına göre sıralanmıştır. Oran ana pazar içindedir; ≥ 5 markalar “Sıralamada” olarak işaretlenir.

Marka	Köken	Bahs.	Oran	Model	Durum
Penti	Yerli	461	41.27%	5	Sıralamada
Ayyıldız	Yerli	348	31.15%	5	Sıralamada
Trendyol	Yerli	369	33.03%	5	Sıralamada
Dagi	Yerli	280	25.07%	5	Sıralamada

(devam)

Marka	Köken	Bahs.	Oran	Model	Durum
Dündar Çorap	Yerli	140	12.53%	5	Sıralamada
Suwen	Yerli	207	18.53%	5	Sıralamada
Marks & Spencer	Yabancı	178	15.94%	5	Sıralamada
Mısırlı	Yerli	123	11.01%	5	Sıralamada
Bolero	Yerli	105	9.40%	5	Sıralamada
OYE Swimwear	Yabancı	84	7.52%	5	Sıralamada
DeFacto	Yerli	96	8.59%	5	Sıralamada
Intimissimi	Yabancı	79	7.07%	5	Sıralamada
Adidas	Yabancı	69	6.18%	5	Sıralamada
Kral Çorap	Yerli	77	6.89%	5	Sıralamada
Calzedonia	Yabancı	91	8.15%	5	Sıralamada
Hepsiburada	Yerli	209	18.71%	4	Sıralamada
Tutku	Yerli	66	5.91%	5	Sıralamada
Blackspade	Yerli	58	5.19%	5	Sıralamada
Loya	Yerli	59	5.28%	5	Sıralamada
Calvin Klein	Yabancı	79	7.07%	5	Sıralamada
Hemington	Yerli	62	5.55%	5	Sıralamada
Sand&Blue	Yabancı	76	6.80%	5	Sıralamada
LC Waikiki	Yerli	93	8.33%	5	Sıralamada
Cabani	Yerli	62	5.55%	5	Sıralamada
Victoria's Secret	Yabancı	80	7.16%	5	Sıralamada
Decathlon	Yabancı	63	5.64%	4	Sıralamada
Cottonhill	Yerli	85	7.61%	4	Sıralamada
Kom	Yerli	63	5.64%	5	Sıralamada
Chantelle	Yabancı	52	4.66%	5	Takip
Movom	Yerli	52	4.66%	5	Takip
Remsa Mayo	Yerli	50	4.48%	5	Takip
Dayco Çorap	Yerli	48	4.30%	5	Takip
Marina Mayo	Yerli	48	4.30%	5	Takip

(devam)

Marka	Köken	Bahs.	Oran	Model	Durum
Woolona	Yerli	47	4.21%	5	Takip
Pierre Cardin	Yabancı	46	4.12%	5	Takip
Koton	Yerli	46	4.12%	5	Takip
Kiğılı	Yerli	45	4.03%	3	Takip
Zeki Triko	Yerli	43	3.85%	5	Takip
Kompedan	Yerli	42	3.76%	4	Takip
Skechers	Yabancı	42	3.76%	5	Takip
Minca	Yerli	41	3.67%	5	Takip
Moeva London	Yabancı	41	3.67%	5	Takip
Beymen	Yerli	40	3.58%	3	Takip
Aytuğ	Yerli	39	3.49%	5	Takip
Nike	Yabancı	38	3.40%	5	Takip
Altınyıldız	Yerli	37	3.31%	5	Takip
Berrak	Yerli	35	3.13%	5	Takip
Haşema	Yerli	32	2.86%	5	Takip
Oysho	Yabancı	32	2.86%	4	Takip
Mayovera	Yerli	30	2.69%	5	Takip
ÖTS İç Giyim	Yerli	29	2.60%	5	Takip
The Beach	Yerli	29	2.60%	5	Takip
Vilebrequin	Yabancı	29	2.60%	5	Takip
Hummel	Yabancı	28	2.51%	5	Takip
Thermoform	Yerli	27	2.42%	3	Takip
NBB	Yerli	27	2.42%	5	Takip
Darn Tough	Yabancı	27	2.42%	2	Takip
Malabadi	Yerli	24	2.15%	3	Takip
Erdem İç Giyim	Yerli	24	2.15%	3	Takip
Smartwool	Yabancı	23	2.06%	2	Takip
Maira Swimwear	Yerli	23	2.06%	4	Takip
Triumph	Yabancı	23	2.06%	3	Takip

(devam)

Marka	Köken	Bahs.	Oran	Model	Durum
Salomon	Yabancı	23	2.06%	5	Takip
Chetic	Yerli	22	1.97%	3	Takip
Yeni İnci	Yerli	21	1.88%	4	Takip
Sefamerve	Yerli	21	1.88%	5	Takip
Kardeşler Çorap	Yerli	21	1.88%	5	Takip
Katia & Bony	Yerli	20	1.79%	3	Takip
The Socks Company	Yerli	20	1.79%	3	Takip
Adasea	Yerli	20	1.79%	5	Takip
Spanx	Yabancı	19	1.70%	3	Takip
Angelsin	Yerli	19	1.70%	5	Takip
Magic Form	Yerli	19	1.70%	4	Takip
Jiber	Yerli	19	1.70%	3	Takip
Baff	Yerli	19	1.70%	3	Takip
Levi's	Yabancı	19	1.70%	5	Takip
H&M	Yabancı	19	1.70%	4	Takip
Anıl	Yerli	18	1.61%	5	Takip
Lovable	Yerli	18	1.61%	4	Takip
Seher Yıldızı	Yerli	17	1.52%	3	Takip
Arena	Yabancı	17	1.52%	5	Takip
GladUnder	Yerli	16	1.43%	3	Takip
BRNCY	Yerli	16	1.43%	3	Takip
Dore Çorap	Yerli	15	1.34%	4	Takip
Endeep	Yerli	15	1.34%	5	Takip
My Beachy Side	Yerli	15	1.34%	2	Takip
Summersalt	Yabancı	15	1.34%	1	Takip
Under Armour	Yabancı	15	1.34%	3	Takip
Tesmay	Yerli	15	1.34%	4	Takip
Simone Perele	Yabancı	15	1.34%	4	Takip
Türen	Yerli	14	1.25%	5	Takip

(devam)

Marka	Köken	Bahs.	Oran	Model	Durum
Shikoo	Yerli	14	1.25%	2	Takip
GoWith	Yerli	13	1.16%	3	Takip
Onay Çorap	Yerli	13	1.16%	3	Takip
Jerf	Yerli	13	1.16%	2	Takip
SeaBubbles	Yerli	13	1.16%	3	Takip
He-Qa	Yerli	13	1.16%	2	Takip
Sans Complexe	Yabancı	13	1.16%	3	Takip
BGK Çorap	Yerli	12	1.07%	2	Takip
Don Joy	Yerli	12	1.07%	3	Takip
Egs Çorap	Yerli	12	1.07%	3	Takip
Quiksilver	Yabancı	12	1.07%	3	Takip
Bombas	Yabancı	12	1.07%	2	Takip
Alkatek Çorap	Yerli	12	1.07%	4	Takip
Pelse Çorap	Yerli	12	1.07%	2	Takip
5thPosition	Yerli	12	1.07%	2	Takip
Tchibo	Yabancı	12	1.07%	3	Takip
Manuka	Yerli	12	1.07%	3	Takip
ThirdLove	Yabancı	12	1.07%	3	Takip
Hunza G	Yabancı	11	0.98%	3	Takip
Vakre Çorap	Yerli	11	0.98%	4	Takip
Trendyolmilla	Yerli	11	0.98%	3	Takip
Seamark	Yerli	11	0.98%	2	Takip
Çorap Sepeti	Yerli	11	0.98%	3	Takip
La Perla	Yabancı	11	0.98%	2	Takip
Speedo	Yabancı	11	0.98%	3	Takip
Norma Swimwear	Yerli	11	0.98%	2	Takip
Filyos	Yerli	11	0.98%	3	Takip
Bonesta	Yerli	10	0.90%	2	Takip
DIM	Yabancı	10	0.90%	4	Takip

(devam)

Marka	Köken	Bahs.	Oran	Model	Durum
Mahal Tekstil	Yerli	10	0.90%	4	Takip
Narince	Yerli	10	0.90%	2	Takip
Solid & Striped	Yabancı	9	0.81%	1	Takip
Cupshe	Yabancı	9	0.81%	1	Takip
Doreanse	Yerli	9	0.81%	2	Takip
Mango	Yabancı	9	0.81%	2	Takip
Thivalen	Yerli	9	0.81%	2	Takip
Jojomia	Yerli	9	0.81%	3	Takip
DRESSY LIFE	Yerli	9	0.81%	3	Takip
Gipaş Tekstil	Yerli	9	0.81%	2	Takip
Müjde Çorap	Yerli	9	0.81%	4	Takip
Akay Çorap	Yerli	8	0.72%	3	Takip
Less is More	Yerli	8	0.72%	2	Takip
Puma	Yabancı	8	0.72%	5	Takip
Skims	Yabancı	8	0.72%	2	Takip
Falke	Yabancı	8	0.72%	2	Takip
Mai Collection	Yerli	8	0.72%	1	Takip
Gama Socks	Yerli	8	0.72%	2	Takip
Commando	Yabancı	7	0.63%	2	Takip
Beks	Yerli	7	0.63%	1	Takip
Uniqlo	Yabancı	7	0.63%	1	Takip
Starinci	Yerli	7	0.63%	2	Takip
Ema Korse	Yerli	7	0.63%	2	Takip
Sloggi	Yabancı	7	0.63%	2	Takip
Atlas Çorap	Yerli	7	0.63%	2	Takip
Erdal Çorap	Yerli	7	0.63%	2	Takip
Frankies Bikinis	Yabancı	6	0.54%	3	Takip
Kifidis	Yerli	6	0.54%	3	Takip
Jack & Jones	Yabancı	6	0.54%	3	Takip

(devam)

Marka	Köken	Bahs.	Oran	Model	Durum
Lacoste	Yabancı	6	0.54%	2	Takip
Cotonella	Yabancı	6	0.54%	3	Takip
BAFK	Yerli	6	0.54%	2	Takip
Şahinler Tekstil	Yerli	5	0.45%	1	Takip
The Bra Diva	Yabancı	5	0.45%	1	Takip
Gap	Yabancı	5	0.45%	3	Takip
Alvina	Yabancı	5	0.45%	2	Takip
Tony Bruno	Yerli	5	0.45%	1	Takip
Hass Çorap	Yerli	5	0.45%	2	Takip
Network	Yerli	5	0.45%	2	Takip
J.Crew	Yabancı	5	0.45%	1	Takip
Gost Liria	Yerli	5	0.45%	2	Takip
Alpakora	Yerli	5	0.45%	3	Takip
Yaşar Underwear	Yerli	5	0.45%	2	Takip
Kadriye Baştürk	Yerli	5	0.45%	2	Takip
Alfasa	Yerli	5	0.45%	2	Takip
Özge Çorap	Yerli	5	0.45%	1	Takip
Lapieno	Yerli	4	0.36%	2	Takip
ANKEL	Yerli	4	0.36%	2	Takip
Rivus	Yerli	4	0.36%	2	Takip
Saúde İstanbul	Yerli	4	0.36%	1	Takip
Luna İntim	Yerli	4	0.36%	2	Takip
Wacoal	Yabancı	4	0.36%	2	Takip
Matteau	Yabancı	4	0.36%	2	Takip
Kenn Paul	Yerli	4	0.36%	3	Takip
Kiini	Yabancı	4	0.36%	1	Takip
Cosabella	Yabancı	4	0.36%	2	Takip
LaMoria	Yerli	4	0.36%	1	Takip
Papatya Lingerie	Yerli	4	0.36%	2	Takip

(devam)

Marka	Köken	Bahs.	Oran	Model	Durum
DeepSEA	Yerli	4	0.36%	1	Takip
Argento Beachwear	Yerli	4	0.36%	1	Takip
Nicoletta	Yerli	3	0.27%	1	Takip
Satenia Lingerie	Yerli	3	0.27%	2	Takip
Jenes	Yerli	3	0.27%	2	Takip
İKİKIZ	Yerli	3	0.27%	2	Takip
Bellisa Tekstil Ürünleri	Yerli	3	0.27%	1	Takip
Else	Yerli	3	0.27%	1	Takip
Hatemoğlu	Yerli	3	0.27%	2	Takip
Laplaya	Yerli	3	0.27%	1	Takip
Kuloğlu Tekstil	Yerli	3	0.27%	2	Takip

11.3 Veri erişilebilirliği

Çalışma 189 markayı takip etti; bunlardan 28'i ana pazarda %5 eşiğini geçti (yerli kesitte 36, global kesitte 26 marka barajı geçti). İncelemeyi ve yeniden üretimi desteklemek amacıyla temel veri talep üzerine erişilebilir: yanıt düzeyinde marka bahsedilmeleri, barajı geçen üç sıralama tablosu, tüm filtrelenmemiş marka ölçümleri, model ve alt kategori kırımları, global pazar kırılımı, en çok gösterilen kaynak alan adları ile yöntem ve veri sözlüğü.

Tüm rakamlar tek seferlik bir turu (19–20 Haziran 2026) yansıtır ve 10. Bölümdeki kısıtlara tabidir. Bu, ilk (referans/başlangıç) ölçümdür; çalışma üç ayda bir tekrarlanacaktır.

11.4 Herm.io hakkında & açıklama

Herm.io, tüketici davranışı ve pazarlama verisi alanında çalışan bir şirkettir. İnsanların markaları nasıl keşfedip seçtiğini inceleriz; böylece markalar doğru müşterilere ulaşabilir. Bu rapor, kamuya açık araştırmamızın bir parçasıdır ve üç ayda bir yinelenen bir çalışmadır.

AÇIKLAMA & TARAFSIZLIK

Herm.io, SEO veya GEO (arama/AI-sıralama) hizmeti satmaz ve bu rapor hiçbir markayı önermez. Hiçbir marka listeye girmek, sıralanmak veya anlatılmak için ödeme yapmadı; bir markanın puanı bir onay ya da kalite yargısı değil, yalnızca görünürlük ölçüsüdür. Analizi tarafsız tutmak için Herm.io'nun kendi alan adlarına yapılan tüm atıflar kaynak verisinden çıkarıldı.

RAPOR DÖNEMİ

Haziran 2026 · Üç aylık bir serinin 1. Baskısı (referans/başlangıç).