

HERM.IO ARAŞTIRMA · TÜRKİYE KOZMETİK PAZARI

AI Görünürlük Raporu

Türkiye kozmetik pazarının ilk AI görünürlük fotoğrafı: yapay zekâ modelleri markaları nasıl görüyor, nasıl sıralıyor?

540

Toplam Yanıt

27

Analiz Edilen Soru

138

Takip Edilen Marka

31

Sıralamaya Giren Marka

Bir bakışta

Bu rapor, tüketicilerin AI asistanlarına sorduğu gerçek Türkçe soruları yeniden üretir ve dört büyük dil modelinin her kozmetik markasını ne sıklıkla, hangi sırada ve kaç farklı modelde bahsettiğini ölçer.

- 1 The Purest Solutions**, 540 yanıtın %54,4'ünde ve dört modelin tamamında görünerek 96,3 skorla lider.
- 138 markadan yalnızca **31 Türk markası** %5 bahsedilme eşiğini geçti; ortalama skor 52,2.
- Grok** en geniş repertuvara sahip (~9,7 marka/yanıt); **Claude** en dar (~5,7) ve Farmasi'yi birinci yapan tek model.
- Web aramalı yanıtlarda The Purest Solutions; yalnızca hafızaya dayalı yanıtlarda **Farmasi** lider.
- Açık pazarda bahsedilmeler neredeyse başa baş: **%50,9 yabancı / %49,1 Türk**.

KAPSAM & YÖNTEM

Dikey: Kozmetik, cilt bakımı, makyaj ve kişisel bakım — Türkiye. Yöntem: 540 yanıt üzerinden tek seferlik bir çalışma; dört büyük dil modeli (Gemini, ChatGPT, Claude, Grok), her birine Türkçe 27 soru beşer kez soruldu. Veri toplama tarihi: 24–25 Mayıs 2026.

BU RAPOR NASIL OKUNMALI — GÖRÜNÜRLÜK KALİTE DEĞİLDİR

Bu rapor tek bir şeyi ölçer: İnsanlar Türkiye'de kozmetik hakkında soru sorduğunda, bir markanın AI asistanları tarafından ne sıklıkla, ne kadar öne çıkarılarak ve kaç farklı asistanda bahsedildiği. Yüksek veya düşük görünürlük; ürün kalitesi, güvenliği veya etkisi hakkında nihai hüküm değildir.

Anahtar terimler: AI görünürlüğü, AI Görünürlük Skoru, kozmetik markaları, Türkiye kozmetik pazarı, Türk (yerli) kozmetik markaları, LLM marka önerileri, ChatGPT/Gemini/Claude/Grok marka önerisi, Generative Engine Optimization (GEO).

Rapor içeriği

01	Genel Özet	04
02	Metodoloji	06
03	Genel Liderlik Tablosu	09
04	Modeller Arasındaki Farklar	12
05	Web Araması mı, Model Hafızası mı?	15
06	Kategori Sahipliği	18
07	Açık Pazar: Türk ve Yabancı Markalar	20
08	Keşif Ekosistemi	22
09	Örüntüler Ne Gösteriyor?	24
10	Sınırlamalar ve Notlar	26
11	Ek & Veri	28

01

BÖLÜM 01

Genel Özet

Türkiye kozmetik pazarında AI görünürlüğü az sayıda markada yoğunlaşıyor; lider marka The Purest Solutions, tüm yanıtların yarısından fazlasında ve dört modelin tamamında görünüyor.

GENEL ÖZET

AI görünürlüğü az sayıda markada yoğunlaşıyor

TEK CÜMLELİK ÖZET

Türkiye kozmetik pazarında AI görünürlüğü az sayıda markada yoğunlaşıyor; lider marka The Purest Solutions, tüm yanıtların yarısından fazlasında ve dört modelin tamamında görünürken, makyaj ve dermokozmetik segmentleri farklı markalar tarafından temsil ediliyor.

- 1 The Purest Solutions açık ara lider.** 540 yanıtın %54,4'ünde yer aldı, dört modelin tamamında göründü ve 96,3 Görünürlük Skoruyla tabloyu zirvede tamamlıyor. İkinci sıradaki Golden Rose'a (85,6) net bir açık var.
- 2 İlk beşin tamamı köklü, yaygın bilinen markalar.** Golden Rose (85,6), Flormar (78,6), Pastel (75,3) ve Farmasi (68,3) ilk beşi tamamlıyor; hepsi dört modelde de görünüyor.
- 3 31 Türk markası sıralamaya girdi.** Takip edilen 138 markadan (100 Türk, 38 yabancı) yalnızca 31'i %5 bahsedilme eşliğini geçti. Sıralamaya giren markaların ortalama skoru 52,2.
- 4 Modeller aynı pazarı farklı görüyor.** Grok en geniş repertuvara sahip (~9,7 marka/yanıt); Claude en dar olan (~5,7). Daha da çarpıcısı: Farmasi'yi en çok öne çıkaran tek model Claude.
- 5 Web araması liderleri değiştiriyor.** Kaynak gösteren yanıtlarda The Purest Solutions lider; modelin kendi hafızasına dayanan yanıtlarda ise Farmasi zirveye çıkıyor. Bulgu küçük hafıza segmenti nedeniyle yönlendirici okunmalıdır.
- 6 Açık pazar dengeli.** Menşei açısından tarafsız 5 soru genelinde bahsedilmeler %50,9 yabancı / %49,1 Türk; buna rağmen ilk dört bireysel markanın tamamı Türk.
- 7 Kategoriler farklı markalarca temsil ediliyor.** Makyaj keşfinde Pastel/Flormar/Golden Rose; temiz/vegan niteliklerde The Purest Solutions; cilt/saç bakımında Dermoskin/Cosmed/Maruderm/Bioxcin öne çıkıyor.
- 8 Kaynaklar parçalı.** Modellerin alıntıladığı kaynakların ~%46'sı yüzlerce küçük siteden oluşan bir uzun kuyruk; bunu e-ticaret/perakende (%15,9) ve editoryal güzellik medyası izliyor.

Neden önemli?

Tüketiciler ürün keşfini arama motorlarından AI asistanlarına kaydırıyor. Bir markanın bu asistanların yanıtlarında yer alıp almaması, başlı başına bir keşif kanalına dönüşüyor. Bu rapor, Türkiye kozmetik pazarı için bu yeni "görünürlük rafının" ilk fotoğrafını (baz çizgisi) sunuyor.

02

BÖLÜM 02

Metodoloji

Dört büyük dil modeline 27 Türkçe soru beşer kez soruldu ve 540 yanıt üretildi; markalar otomatik çıkarım ve insan doğrulamasıyla belirlendi, ardından üç bileşenli skorla sıralandı.

METODOLOJİ

Çalışma nasıl yürütüldü?

TEK CÜMLELİK ÖZET

Dört büyük dil modeline 27 Türkçe soru beşer kez (sistem prompt'u olmadan) soruldu ve 540 yanıt üretildi; markalar otomatik çıkarım ve insan doğrulamasıyla belirlendi, ardından üç bileşenli (45/30/25) skorla sıralandı.

2.1 KAPSAM VE MODELLER

Çalışma, dört büyük dil modelini aynı sorularla doğrudan API üzerinden sorguladı. Her model sağlayıcısının resmi API'si aracılığıyla çağrıldı; tüm modeller yalnızca kullanıcı sorusunu aldı, sistem prompt'u kullanılmadı, sıcaklık elle ayarlanmadı ve bölge/yerel ayar parametresi tanımlanmadı.

Model	Versiyon	Web araması	Maks. token
Gemini	gemini-3.5-flash	Etkin (Google Search grounding)	2048
ChatGPT	gpt-5.5	Etkin (Responses API web_search)	1024
Claude	claude-sonnet-4-6	Etkin (maks. 5 arama)	1024
Grok	grok-4.3	Etkin (Responses API web_search)	1024

Ölçek: 27 soru × 5 tekrar × 4 model = 540 yanıt, tamamı tamamlandı. Tek çalışma, 24–25 Mayıs 2026. Takip edilen markalar: 138 (100 Türk, 38 yabancı). 540 yanıtın 521'inde toplam 4.111 marka bahsedilmesi kaydedildi.

2.2 WEB ARAMASI YAPILANDIRMASI

Web araması dört modelin tamamına etkin bir araç olarak sunuldu; ancak her model, belirli bir soruyu yanıtlarken bunu kullanıp kullanmayacağına kendisi karar verdi. Bir yanıtın web aramasına mı yoksa modelin kendi bilgisine mi dayandığı, sağlayıcının herhangi bir atıf/kaynak döndürüp döndürmediğine bakılarak belirlendi.

2.3 SORULAR

27 soru; gerçek arama sorgularından, anahtar kelime araştırmasından ve kullanıcı araştırmasından oluşturuldu ve üç davranışsal kategoriye eşit dağıtıldı: keşif, özellik ve kullanım_alanı. Soruların 22'si kısıtlı, 5'i açıktır.

2.4 MARKA ÇIKARIMI VE DOĞRULAMA

Markalar iki aşamada çıkarıldı: otomatik çıkarım ve insan doğrulaması. Nihai sözlük 138 markadan oluşur. Bir marka, Türkiye'de kurulmuş ve merkezi Türkiye'de ise Türk; yabancı menşeli ise, Türkiye'de üretilse veya yaygın satılsa bile yabancı olarak etiketlendi.

2.5 AI GÖRÜNÜRLÜK SKORU (0-100)

$$\text{Skor} = 0,45 \times \text{Bahsedilme} + 0,30 \times \text{Konum} + 0,25 \times \text{Kapsama}$$

Bileşen	Ağırlık	Dayanak
Bahsedilme	%45	bahsedilme oranı
Konum	%30	MRR (markanın ne kadar yukarıda anıldığı)
Kapsama	%25	kapsayan model sayısı (0-4)

Her bileşen, sıralamaya giren lider marka = 100 olacak şekilde ölçeklenir, ardından ağırlıklarla birleştirilir. Sıralamaya giriş için yalnızca 540 yanıtın en az %5'inde bahsedilen Türk markaları sıralanır.

2.6 TARAFSIZLIK VE ÖZ-DIŞLAMA

Herhangi bir çıkar çatışmasını önlemek için, analiz öncesinde Herm.io'nun kendi alan adlarına yapılan tüm atıflar veri setinden çıkarıldı.

03

BÖLÜM 03

Genel Liderlik Tablosu

The Purest Solutions tartışmasız 10,7 puanlık bir farkla lider; ilk on, köklü makyaj markalarıyla orta segment dermokozmetiği harmanlıyor ve liste hızla uzun kuyruğa iniyor.

AI Görünürlük Skoru — sıralamaya giren 31 marka

TABLO 1 — AI GÖRÜNÜRLÜK SKORU

0-100 ölçeği

#	Marka	AI Skoru
1	The Purest Solutions	96.3
2	Golden Rose	85.6
3	Flormar	78.6
4	Pastel	75.3
5	Farmasi	68.3
6	Dermoskin	64.8
7	Cosmed	63.1
8	Maruderm	61.1
9	Gülsha	59.3
10	Rosece	57.9
11	Bioxcin	57.5
12	Note Cosmetics	53.6
13	Otacı	53.3
14	Cream Co.	52.0
15	Atelier Rebul	51.6
16	Bioblas	48.1
17	Sinoz	46.9
18	Misbahçe	46.1
19	Homemade Aromaterapi	43.9
20	Urban Care	43.7
21	Bade Naturel	43.6
22	New Well	41.0
23	Ashley Joy	40.7
24	Eyüp Sabri Tuncer	40.3
25	Dermokil	40.2
26	Abtira	39.4
27	Cecile	38.8
28	Ecowell	37.3
29	Herbaderm	36.0

(devam)

#	Marka	AI Skoru
30	Beaulis	31.2
31	Bionnex	23.6

ORTALAMA

Sıralamaya giren 31 markanın ortalama skoru: 52,2.

3.1 Katman anlatısı

Açık ara lider (96,3). The Purest Solutions hem bahsedilme hem de kapsama bileşenini en üst düzeye çıkarıyor; konum bileşeni de çok güçlü. Tüm yanıtların %54'ünde görünüyor.

Köklü makyaj markaları (2-5). Golden Rose, Flormar, Pastel ve Farmasi Türkiye'nin yerleşik renkli kozmetik markaları olarak öne çıkıyor.

Dermokozmetik orta segment (6-11). Dermoskin, Cosmed, Maruderm, Gülsha, Rosece ve Bioxcin cilt bakımı ve eczane kozmetiğinin omurgası. Bioxcin düşük bahsedilme oranına rağmen anıldığında çok yukarıda görünüyor.

Uzun kuyruk (12-31). Skorlar 53,6'dan 23,6'ya düşüyor. Buradaki düşük sıra, AI sistemlerine şu anki düşük görünürlüğü ifade eder; marka kalitesinin düşüklüğünü değil.

04

BÖLÜM 04

Modeller Arasındaki Farklar

Dört model aynı pazarı farklı genişliklerde ve farklı liderlerle görüyor; Grok en geniş listeyi sunarken Claude hem en dar listeyi veriyor hem de Farmasi'yi 1 numaraya çıkaran tek model.

Aynı pazar, dört farklı bakış

TABLO 2 – MODEL BAZINDA WEB ARAMASI VE REPERTUVAR

her model 135 yanıt

Model	Web arama	TR marka	TR/yanıt	Yabancı	Toplam/yanıt
Gemini	84.4%	63	5.6	14	5.8
ChatGPT	97.8%	65	6.9	29	8.3
Claude	74.8%	58	5.7	31	6.4
Grok	100.0%	79	9.7	26	10.8

Web araması kullanımı belirgin biçimde değişiyor: Grok her yanıtta arama yaptı (%100), Claude ise yanıtlarının yaklaşık dörtte birinde hiç arama yapmadı (%74,8).

4.2 Her modelin ilk 8 markası

GEMİNİ

#	Marka	Bahsedilme	Oran
1	The Purest Solutions	74	54.8%
2	Cosmed	41	30.4%
3	Cream Co.	40	29.6%
4	Maruderm	37	27.4%
5	Pastel	34	25.2%
6	Dermoskin	32	23.7%
7	Golden Rose	28	20.7%
8	Gülsha	24	17.8%

CHATGPT

#	Marka	Bahsedilme	Oran
1	The Purest Solutions	77	57.0%
2	Flormar	63	46.7%
3	Pastel	63	46.7%
4	Golden Rose	62	45.9%
5	Maruderm	47	34.8%
6	Dermoskin	46	34.1%
7	Farmasi	41	30.4%
8	Cosmed	37	27.4%

CLAUDE

#	Marka	Bahsedilme	Oran
1	Farmasi	73	54.1%
2	Flormar	60	44.4%
3	Golden Rose	57	42.2%
4	The Purest Solutions	54	40.0%
5	Pastel	53	39.3%
6	Atelier Rebul	36	26.7%
7	Gülsha	30	22.2%
8	Bioxcin	28	20.7%

GROK

#	Marka	Bahsedilme	Oran
1	The Purest Solutions	89	65.9%
2	Rosece	71	52.6%
3	Gülsha	70	51.9%
4	Pastel	59	43.7%
5	Farmasi	57	42.2%
6	Dermoskin	56	41.5%
7	Misbahçe	56	41.5%
8	Golden Rose	53	39.3%

4.3 Ayrışmaların hikâyesi

İki bulgu öne çıkıyor. Birincisi, **Claude'un farklı lideri**: dört modelin üçü The Purest Solutions'ı zirveye koyarken Claude'da lider Farmasi. İkincisi, **Grok'un genişliği niş markaları yükseltiyor**; Grok her yanıtta arama yaptığı ve ortalama ~9,7 marka listelediği için, düşük hacimli kaynakların markalarının yakalanma olasılığı bu modelde artıyor.

05

BÖLÜM 05

Web Araması mı, Model Hafızası mı?

Web'e dayalı yanıtlar yeni nesil dijital markaları yükseltiyor; modelin kendi hafızasından gelen yanıtlar ise yerleşik hafıza markalarını öne çıkarıyor.

Kaynak gösterildiğinde lider değişiyor

TEK CÜMLELİK ÖZET

Web'e dayalı yanıtlar yeni nesil dijital markaları yükseltiyor; modelin kendi hafızasından gelen yanıtlar ise yerleşik hafıza markalarını öne çıkarıyor. Hafıza segmenti küçük ve bu örüntü ileride doğrulanmalı.

540 yanıt iki segmente ayrıldı: atıf taşıyan web araması yanıtları (**482 yanıt**) ve atıf taşımayan kendi bilgisi yanıtları (**58 yanıt**).

WEB ARAMASI YANITLARI – İLK 8

482 yanıt

#	Marka	Oran
1	The Purest Solutions	60.2%
2	Pastel	40.7%
3	Golden Rose	37.8%
4	Flormar	36.3%
5	Farmasi	32.2%
6	Dermoskin	30.9%
7	Cosmed	30.7%
8	Gülsha	27.0%

KENDİ HAFIZASI YANITLARI – İLK 8

58 yanıt

#	Marka	Oran
1	Farmasi	44.8%
2	Flormar	31.0%
3	Golden Rose	31.0%
4	Atelier Rebul	22.4%
5	Pastel	22.4%
6	Bioblas	17.2%
7	Bioxcin	17.2%
8	Note Cosmetics	15.5%

5.1 Liderler yer değiştiriyor

Web araması yanıtlarında The Purest Solutions net lider (%60,2). Hafızaya dayalı yanıtlarda ise aynı marka %6,9'a düşüyor ve zirveyi Farmasi (%44,8) alıyor. Yalnızca 58 hafıza tabanlı yanıtla kesin oranlar geniş belirsizlik taşır; çıkarılacak sonuç etkinin yönüdür.

5.2 “Yerleşik” ve “yeni nesil” markalar

Yeni nesil/dijital doğumlu markalar güncel web içeriğinde güçlü bir ayak izine sahip olduğunda arama açıkken öne çıkıyor. Farmasi, Atelier Rebul ve Eyüp Sabri Tuncer gibi köklü markalar ise modellerin eğitim verisinde güçlü biçimde temsil ediliyor ve arama olmadan da hatırlanıyor.

06

BÖLÜM 06

Kategori Sahipliği

Tek bir “kazanan” yok: makyaj keşfine Pastel/Flormar/Golden Rose, nitelik/temiz sorularına The Purest Solutions, cilt/saç bakımı senaryolarına ise dermokozmetik markaları liderlik ediyor.

Her kategorinin kendi lideri var

TABLO 3 – KATEGORİ BAZINDA İLK 8 MARKA

#	Keşif	Özellik	Kullanım alanı
1	Pastel — 65.0%	The Purest Solutions — 57.2%	The Purest Solutions — 51.1%
2	Flormar — 61.1%	Pastel — 51.1%	Dermoskin — 38.9%
3	Golden Rose — 61.1%	Golden Rose — 50.0%	Cosmed — 33.3%
4	The Purest Solutions — 55.0%	Flormar — 43.3%	Maruderm — 32.2%
5	Farmasi — 42.8%	Farmasi — 38.9%	Bioxcin — 25.0%
6	Gülsha — 30.0%	Gülsha — 34.4%	Farmasi — 18.9%
7	Atelier Rebul — 27.8%	Cosmed — 26.7%	Otacı — 17.2%
8	Note Cosmetics — 27.8%	Cream Co. — 25.6%	Atelier Rebul — 12.8%

Keşif kategorisinde makyaj markaları önde. Özellik ve kullanım_alanı kategorilerinde zirveyi The Purest Solutions alıyor; özellikle kullanım senaryolarında dermokozmetik markaları ilk beşi dolduruyor.

6.1 Belirli özellik ve kullanım senaryolarında en görünür markalar

Tema (soru)	1. marka	2. marka	3. marka
Vegan makyaj (S5)	Pastel — 90%	Note Cosmetics — 55%	Flormar — 55%
Hayvan dostu (S8)	Note Cosmetics — 94%	The Purest Solutions — 94%	Pastel — 83%
Uygun fiyatlı (S13)	Golden Rose — 100%	Pastel — 95%	Farmasi — 95%
Doğal içerikli (S10)	Bade Naturel — 80%	Homemade Aromaterapi — 80%	Rosece — 75%
Erkek bakımı (S15)	The Purest Solutions — 63%	Maruderm — 53%	Dermoskin — 42%
Yağlı saç şampuanı (S9)	Bioblas — 80%	Bioxcin — 75%	Otacı — 70%
Yağlı/akneye meyilli cilt (S7)	The Purest Solutions — 100%	Dermoskin — 65%	Maruderm — 45%
Hassas cilt (S25)	The Purest Solutions — 58%	Dermoskin — 53%	Maruderm — 47%
Yaşlanma karşıtı (S26)	Maruderm — 55%	Cosmed — 50%	Bioxcin — 45%

- Vegan ve hayvan dostu niteliklerde **Pastel** ve **Note Cosmetics** en görünür olanlar; temiz tarafta The Purest Solutions çok güçlü.
- Uygun fiyat gündeme geldiğinde **Golden Rose** her yanıtta görünüyor (%100).
- Doğal içerik nişi **Bade Naturel**, **Homemade Aromaterapi** ve **Rosece** gibi farklı bir grubu öne çıkarıyor.
- Yağlı saç soruları **Bioblas/Bioxcin/Otacı** üçlüsünün hâkimiyetinde.
- Cilt bakımı senaryolarında The Purest Solutions ve dermokozmetik markaları tabloyu paylaşıyor.

07

BÖLÜM 07

Açık Pazar: Türk ve Yabancı Markalar

Menşei tarafsız sorularda bahsedilmeler Türk ve yabancı arasında neredeyse eşit bölünüyor; buna rağmen en görünür dört marka tamamen Türk, yabancı markalar dermokozmetik rafında daha görünür.

AÇIK PAZAR: TÜRK VE YABANCI MARKALAR

Dengeli toplam, kutuplaşmış raflar

Bu bölüm yalnızca menşe kısıtı olmayan 5 açık soruya (100 yanıt) dayanıyor. Menşe payı: **Yabancı %50,9; Türk %49,1**.

7.2 Açık pazarda ilk 15 marka (tüm menşeler)

#	Marka	Menşe	Bahsedilme	Oran
1	Flormar	Türk	53	53.0%
2	Pastel	Türk	51	51.0%
3	Golden Rose	Türk	46	46.0%
4	The Purest Solutions	Türk	44	44.0%
5	La Roche-Posay	Yabancı	33	33.0%
6	L'Oréal Paris	Yabancı	33	33.0%
7	Bioderma	Yabancı	32	32.0%
8	Maybelline New York	Yabancı	32	32.0%
9	Farmasi	Türk	29	29.0%
10	MAC Cosmetics	Yabancı	28	28.0%
11	The Ordinary	Yabancı	26	26.0%
12	Avène	Yabancı	22	22.0%
13	CeraVe	Yabancı	22	22.0%
14	NYX	Yabancı	22	22.0%
15	Gülsha	Türk	22	22.0%

7.3 Türk markaları makyajda, yabancı markalar dermada önde

Bireysel sıralama, toplam dengenin gizlediği bir örüntüyü ortaya koyuyor: en görünür dört marka tamamen Türk (Flormar, Pastel, Golden Rose, The Purest Solutions) ve üçü makyaj markası. Buna karşılık yabancı markalar dermokozmetik rafında kümeleniyor: La Roche-Posay, Bioderma, The Ordinary, CeraVe ve Avène.



BÖLÜM 08

Keşif Ekosistemi

AI'nın kozmetik markalarına dair resmi tek bir otorite tarafından değil; yüzlerce küçük güzellik sitesi, e-ticaret/perakende listelemesi ve markaların kendi siteleri tarafından birlikte şekilleniyor.

KEŞİF EKOSİSTEMİ – AI MARKALARI NEREDEN ÖĞRENİYOR?

Otorite yok, parçalı bir kaynak ağı var

8.1 EN ÇOK KAYNAK GÖSTERİLEN 9 WEB SİTESİ

#	Alan adı	Atıf	Kaynak türü
1	oggusto.com	149	Editoryal / Güzellik medyası
2	hopi.com.tr	131	E-ticaret / Perakende
3	dermoeczanem.com	106	E-ticaret / Perakende
4	youtube.com	93	Sosyal medya
5	wonderflaw.com	88	Editoryal / Güzellik medyası
6	watsons.com.tr	79	E-ticaret / Perakende
7	thepurestsolutions.com	75	Marka sitesi
8	mmag.com.tr	69	Editoryal / Güzellik medyası
9	trendyol.com	67	E-ticaret / Perakende

EN ÇOK ATIF

En çok atıf alan üç alan adı: oggusto.com, hopi.com.tr, dermoeczanem.com.

8.2 KAYNAK TÜRÜ DAĞILIMI

Kaynak türü	Pay
Diğer / Düşük hacimli kaynaklar	46.1%
E-ticaret / Perakende	15.9%
Editoryal / Güzellik medyası	13.4%
Marka sitesi	11.7%
Sosyal medya	4.0%
Forum / UGC	3.0%
Editoryal / Sektör medyası	2.9%
Editoryal / Haber	2.2%
Rehber / Listeleme	0.9%

8.3 Dağınıklık bulgusu

En çarpıcı bulgu parçalılık: tüm atıfların %46,1'i, hiçbirisi tek başına baskın olmayan yaklaşık 395 küçük siteden geliyor. En görünür markalar; çok sayıda Türk güzellik sitesi ve editoryal liste, büyük perakende/e-ticaret platformları ve yapılandırılmış, güncel bir web sitesi gibi üç ayakta da görünme eğiliminde.

09

BÖLÜM 09

Örüntüler Ne Gösteriyor?

Verideki beş örüntü ve bir markanın AI görünürlüğü içinde kendini nasıl konumlandırabileceği.

Beş yapısal örüntü

- 1 Kapsama temel bir koşul.** İlk 29 markanın tamamı dört modelde de görünüyor; Beaulis ve Bionnex düşük kapsama nedeniyle geride kalıyor.
- 2 Bahsedilme ve konum farklı şeyler.** Pastel sık anılıyor ama daha aşağı konumda; Golden Rose ve Bioxcin daha az anılıyor ama anıldıklarında zirveye yakın görünüyor.
- 3 Web varlığı çoğunluk senaryosuyla örtüşüyor.** 540 yanıtın 482'si web aramasına dayandı.
- 4 Görünürlük nişlerde kazanılıyor.** Doğal içerik, yağlı saç ve yaşlanma karşıtı gibi alanlarda genel liderlerin yok olduğu boşluklar var.
- 5 Kaynak ayak izi çok kanallı.** Tek bir kanal görünürlüğü tek başına sürüklemiyor.

Bir marka veride neyi okumalı?

Bir marka kendini konumlandırmak için dört şeyi okuyabilir: dört modelde de görünüp görünmediği; ne sıklıkla anıldığı; anıldığında ne kadar yukarıda sıralandığı; ve hangi model veya kategoride en zayıf olduğu.

10

BÖLÜM 10

Sınırlamalar ve Notlar

Tüm bulgular, aşağıdaki sınırlılıklar çerçevesinde okunmalıdır.

Bulguları nasıl okumalı

- **Tek seferlik, belirli bir andaki ölçüm.** Veriler 24–25 Mayıs 2026’da toplandı; bir trend veya zaman serisi değil.
- **Küçük alt örneklem gerçekte belirsizlik taşır:** açık pazar karşılaştırması 100 yanıt, hafıza ayrımı 58 yanıtı dayanır.
- **Küçük skor farkları anlamlı değildir;** liderin 10,7 puanlık farkı gibi büyük farklar daha sağlam okunabilir.
- **Görünürlük kalite değildir.** Rapor olumlu/olumsuz duygu, öneri doğruluğu veya ürün etkisini ölçmez.
- **Modeller olasılıksaldır.** 5 tekrar değişkenliği azaltır ama ortadan kaldırmaz.
- Web araması anlık koşullara bağlıdır.
- Web araması ile kendi bilgisi ayrımı bir vekil göstergedir.
- Kesinlik, kapsamanın önünde tutuldu; dolaylı veya örtük anılan markalar eksik sayılmış olabilir.
- Kaynak kapsamı modele göre değişir.
- Menşe sınıflandırması yargı içerir.
- Çıktı uzunluğu sınırları modele göre farklıdır; model versiyonları hızla eskir.



BÖLÜM 11

Ek & Veri

Çalışmanın 27 sorusu, takip edilen 138 markanın tamamı, veri erişimi ve Herm.io hakkında.

11.1 Tüm sorular (27) ve kategorileri

#	Kategori	Kapsam	Soru (Türkçe)
1	özellik	kısıtlı	Yerli kozmetik markalarından hangileri alınır ve neden
2	keşif	kısıtlı	Türkiye’de bilinmesi gereken yerli kozmetik markaları
3	kullanım	kısıtlı	Erkekler için yerli cilt bakım önerisi
4	kullanım	kısıtlı	Olgun cilt için uygun Türk bakım markaları
5	özellik	kısıtlı	Uygun fiyatlı ama performansı iyi Türk makyaj markaları listesi
6	özellik	kısıtlı	Kaliteli ve yerli cilt bakımı markaları arıyorum, hangilerini önerirsin?
7	keşif	kısıtlı	Son zamanlarda öne çıkan yerli kozmetik firmaları neler?
8	özellik	kısıtlı	Türk bakım ürünleri markası önerisi
9	özellik	kısıtlı	Vegan Türk makyaj markaları var mı?
10	özellik	kısıtlı	Uygun fiyatlı yerli kozmetik markaları hangileri?
11	keşif	açık	Türkiye’de satın alabileceğim en iyi kozmetik markaları nelerdir ve neden
12	kullanım	kısıtlı	Olgun ciltler için kırışıklık karşıtı en etkili yerli kremler hangileri?
13	özellik	kısıtlı	Hayvanlar üzerinde test yapmayan Türk kozmetik markaları
14	kullanım	kısıtlı	Hassas cilt için Türk kozmetik önerisi
15	kullanım	kısıtlı	Yağlı saçlar için hangi Türk şampuanları iyi?
16	keşif	açık	Türkiye’de satın alabileceğim en iyi cilt bakım markaları hangileri ve neden
17	kullanım	kısıtlı	Erkekler için bakım ürünü üreten Türk kozmetik markası var mı?
18	keşif	kısıtlı	Son zamanlarda popüler Türk kozmetik markaları
19	keşif	kısıtlı	Popüler Türk makyaj markalarının bir listesini çıkarır mısın?
20	keşif	açık	Makyaj markası önerebilir misin ve neden önerdiğini yazar mısın
21	kullanım	kısıtlı	Yağlı ve akneye meyilli ciltler için en iyi Türk cilt bakım ürünleri
22	kullanım	kısıtlı	Kuru ve hassas ciltler için hangi yerli markaları kullanmalıyım?
23	kullanım	kısıtlı	Sivilceye yatkın cilt için yerli ürünler
24	özellik	kısıtlı	Doğal içerikli Türk cilt bakım markaları
25	keşif	kısıtlı	En iyi Türk kozmetik markaları hangileri? Önerir misin?
26	keşif	açık	Son dönemde Türkiye’de çok satan ve popüler olan kozmetik markaları neler?
27	özellik	açık	Türkiye’deki en başarılı e-ticaret kozmetik markaları hangileridir?

Dağılım: 9 keşif, 9 özellik, 9 kullanım_alanı; 22 kısıtlı ve 5 açık.

11.2 Takip edilen tüm markalar (138)

Aşağıdaki tablo, çalışmada takip edilen 138 markanın tamamını listeler (100 Türk, 38 yabancı) ve %5 bahsedilme eşiğini geçerek sıralamaya giren 31 markayı işaretler. Liste bahsedilme sayısına göre azalan sırada verilmiştir.

Marka	Menşe	Bahs.	Oran	Model	Durum
The Purest Solutions	Türk	294	54.44%	4	Sıralamada
Pastel	Türk	209	38.70%	4	Sıralamada
Golden Rose	Türk	200	37.04%	4	Sıralamada
Flormar	Türk	193	35.74%	4	Sıralamada
Farmasi	Türk	181	33.52%	4	Sıralamada
Dermoskin	Türk	152	28.15%	4	Sıralamada
Cosmed	Türk	151	27.96%	4	Sıralamada
Gülsha	Türk	130	24.07%	4	Sıralamada
Maruderm	Türk	129	23.89%	4	Sıralamada
Atelier Rebul	Türk	110	20.37%	4	Sıralamada
Otacı	Türk	107	19.81%	4	Sıralamada
Rosece	Türk	103	19.07%	4	Sıralamada
Cream Co.	Türk	96	17.78%	4	Sıralamada
Note Cosmetics	Türk	96	17.78%	4	Sıralamada
Misbahçe	Türk	75	13.89%	4	Sıralamada
Sinoz	Türk	70	12.96%	4	Sıralamada
Homemade Aromaterapi	Türk	70	12.96%	4	Sıralamada
Bioxcin	Türk	64	11.85%	4	Sıralamada
Bade Naturel	Türk	58	10.74%	4	Sıralamada
Urban Care	Türk	54	10.00%	4	Sıralamada
Ashley Joy	Türk	50	9.26%	4	Sıralamada
The Ordinary	Yabancı	50	9.26%	4	Takip
Ecowell	Türk	46	8.52%	4	Sıralamada
New Well	Türk	43	7.96%	4	Sıralamada
La Roche-Posay	Yabancı	41	7.59%	4	Takip
Abtira	Türk	39	7.22%	4	Sıralamada
Eyüp Sabri Tuncer	Türk	38	7.04%	4	Sıralamada
Bioderma	Yabancı	35	6.48%	4	Takip

(devam)

Marka	Menşe	Bahs.	Oran	Model	Durum
Maybelline New York	Yabancı	35	6.48%	4	Takip
L'Oréal Paris	Yabancı	34	6.30%	4	Takip
Cecile	Türk	34	6.30%	4	Sıralamada
Dermokil	Türk	31	5.74%	4	Sıralamada
NYX	Yabancı	31	5.74%	4	Takip
Beaulis	Türk	30	5.56%	3	Sıralamada
Bioblas	Türk	30	5.56%	4	Sıralamada
MAC Cosmetics	Yabancı	28	5.19%	4	Takip
Herbaderm	Türk	28	5.19%	4	Sıralamada
Bionnex	Türk	28	5.19%	2	Sıralamada
Siveno	Türk	26	4.81%	4	Takip
Rosense	Türk	24	4.44%	3	Takip
Arko Men	Türk	24	4.44%	4	Takip
Vichy	Yabancı	24	4.44%	3	Takip
Evyap	Türk	24	4.44%	4	Takip
CeraVe	Yabancı	23	4.26%	4	Takip
Bee Beauty	Türk	23	4.26%	3	Takip
Avène	Yabancı	23	4.26%	3	Takip
COSRX	Yabancı	22	4.07%	3	Takip
Ersağ	Türk	22	4.07%	1	Takip
Cyrène	Türk	22	4.07%	3	Takip
Atopia	Türk	21	3.89%	3	Takip
Simya Evi	Türk	20	3.70%	2	Takip
NARS	Yabancı	18	3.33%	3	Takip
Duru	Türk	17	3.15%	3	Takip
Rare Beauty	Yabancı	17	3.15%	3	Takip
Fenty Beauty	Yabancı	17	3.15%	4	Takip
Estée Lauder	Yabancı	17	3.15%	3	Takip
Beauty of Joseon	Yabancı	16	2.96%	3	Takip
Revolution	Yabancı	16	2.96%	4	Takip
LYKD	Türk	15	2.78%	2	Takip

(devam)

Marka	Menşee	Bahs.	Oran	Model	Durum
Charlotte Tilbury	Yabancı	14	2.59%	3	Takip
INCI	Türk	14	2.59%	4	Takip
She Vec	Türk	14	2.59%	2	Takip
Agarta	Türk	13	2.41%	3	Takip
Gabrini	Türk	13	2.41%	3	Takip
Mia Klinika	Türk	13	2.41%	2	Takip
Dermabien	Türk	13	2.41%	4	Takip
Procsin	Türk	13	2.41%	3	Takip
Kiko Milano	Yabancı	12	2.22%	4	Takip
Pelcare	Türk	11	2.04%	2	Takip
Alix Avien	Türk	10	1.85%	4	Takip
Lalive	Türk	10	1.85%	3	Takip
Green Up	Türk	10	1.85%	3	Takip
ADVB	Türk	9	1.67%	2	Takip
Bebak	Türk	9	1.67%	3	Takip
Thalia	Türk	9	1.67%	3	Takip
Laneige	Yabancı	9	1.67%	3	Takip
Mavili Kapı	Türk	8	1.48%	2	Takip
Essence	Yabancı	8	1.48%	2	Takip
Mabinu	Türk	8	1.48%	3	Takip
Morfose	Türk	8	1.48%	4	Takip
Nishman	Türk	8	1.48%	2	Takip
Luv it!	Türk	8	1.48%	3	Takip
Dermaderm	Türk	8	1.48%	2	Takip
Garnier	Yabancı	8	1.48%	2	Takip
Celenes	Türk	7	1.30%	3	Takip
Bepanthol	Yabancı	7	1.30%	1	Takip
Callista	Türk	7	1.30%	1	Takip
e.l.f. Cosmetics	Yabancı	7	1.30%	2	Takip
Miss Selene	Türk	7	1.30%	2	Takip
Biota Botanicals	Türk	7	1.30%	1	Takip

(devam)

Marka	Menşe	Bahs.	Oran	Model	Durum
Beauty & More	Türk	6	1.11%	1	Takip
Naturalive	Türk	6	1.11%	2	Takip
Marmara Barber	Türk	6	1.11%	2	Takip
Drop by Organics	Türk	6	1.11%	3	Takip
Pantene	Yabancı	6	1.11%	3	Takip
Skin1004	Yabancı	6	1.11%	2	Takip
Sakal Baba	Türk	5	0.93%	1	Takip
Agiva	Türk	5	0.93%	2	Takip
BIOFIN Cosmetics	Türk	5	0.93%	1	Takip
Derby	Türk	5	0.93%	3	Takip
Innisfree	Yabancı	5	0.93%	2	Takip
The New Lab	Türk	5	0.93%	1	Takip
Pure Choice	Türk	5	0.93%	1	Takip
SebaMed	Yabancı	5	0.93%	2	Takip
Kudra	Türk	5	0.93%	2	Takip
Soapy Cosmetics	Türk	5	0.93%	1	Takip
Soulqin	Türk	5	0.93%	3	Takip
AveSeena	Türk	4	0.74%	1	Takip
SkinCeuticals	Yabancı	4	0.74%	2	Takip
Miseca	Türk	4	0.74%	1	Takip
Madecassol	Yabancı	4	0.74%	1	Takip
Eucerin	Yabancı	4	0.74%	2	Takip
IVA Natura	Türk	4	0.74%	2	Takip
HC Care	Türk	4	0.74%	2	Takip
Eda Taşpınar	Türk	4	0.74%	1	Takip
Elidor	Yabancı	4	0.74%	2	Takip
Dalin	Türk	4	0.74%	1	Takip
Bern+Lab	Türk	4	0.74%	1	Takip
Catrice	Yabancı	3	0.56%	1	Takip
Mineaderm	Türk	3	0.56%	1	Takip
Diora Kimya	Türk	3	0.56%	2	Takip

(devam)

Marka	Menşe	Bahs.	Oran	Model	Durum
Ducray	Yabancı	3	0.56%	1	Takip
U Green Clean	Türk	3	0.56%	1	Takip
Sopure	Türk	3	0.56%	1	Takip
Sheida	Türk	3	0.56%	1	Takip
Pure Project Skincare	Türk	3	0.56%	1	Takip
Luis Bien	Türk	3	0.56%	1	Takip
Kai Beauty	Yabancı	3	0.56%	1	Takip
Blendax	Yabancı	2	0.37%	1	Takip
Bionaturca	Türk	2	0.37%	1	Takip
From Natura	Türk	2	0.37%	1	Takip
G&Z Organic Cosmetics	Türk	2	0.37%	1	Takip
Eveline	Yabancı	2	0.37%	1	Takip
Catherine Arley	Türk	2	0.37%	1	Takip
Jiyu	Türk	2	0.37%	1	Takip
Raqun	Türk	2	0.37%	1	Takip
Pupa Milano	Yabancı	2	0.37%	1	Takip
So Fly	Türk	2	0.37%	2	Takip

11.3 Veri erişilebilirliği

Çalışma 138 markayı (100 Türk, 38 yabancı) takip etti; bunlardan 31 Türk markası %5 eşikliğini geçti. İncelemeyi ve yeniden üretimi desteklemek amacıyla temel veri talep üzerine erişilebilir: yanıt düzeyinde marka bahsedilmeleri, sıralama tablosu, filtrelenmemiş tam marka metrikleri, model ve kategori kırılımları, web-araması-vs-hafıza ve açık-pazar kırılımları, en çok atıf alan kaynak alan adları ve metodoloji ile veri sözlüğü.

Tüm rakamlar tek seferlik bir çalışmayı (24–25 Mayıs 2026) yansıtır ve 10. Bölüm'deki sınırlılıklara tabidir. Bu, ilk (baz) ölçümdür; çalışma çeyreklik olarak tekrarlanacaktır.

11.4 Herm.io hakkında & açıklama

Herm.io bir tüketici davranışı ve pazarlama verisi şirketidir. İnsanların markaları nasıl keşfedip seçtiğini inceler. Bu rapor, kamuya açık araştırmanın bir parçası ve çeyreklik yayımlanan tekrarlı bir çalışmadır.

AÇIKLAMA & TARAFSIZLIK

Herm.io, SEO veya GEO (arama/AI sıralama) hizmeti satmaz ve bu rapor hiçbirini önermez. Hiçbir marka bu raporda yer almak, sıralanmak veya tanımlanmak için ödeme yapmadı; bir markanın skoru bir onay ya da kalite hükmü değildir, yalnızca görünürlüğün ölçüsüdür.

RAPOR DÖNEMİ

Mayıs 2026 · Versiyon 1 (baz) — çeyreklik bir serinin ilki.