

HERM.IO ARAŞTIRMA • TÜRKİYE SEYAHAT SEKTÖRÜ

AI Görünürlük Raporu

Türkiye seyahat sektörünün ilk AI görünürlük fotoğrafı: büyük dil modelleri tur acentelerini ve araç kiralama markalarını nasıl adlandırıyor ve sıralıyor?

750

Toplam Yanıt

30

Analiz Edilen Soru

177

Takip Edilen Marka

52

Sıralamaya Giren Marka

Bir bakışta

Bu rapor, tüketicilerin AI asistanlarına gerçekten sorduğu Türkçe seyahat sorularını yeniden üretir ve beş büyük dil modelinin her seyahat markasını ne sıklıkla, hangi sırada ve kaç farklı modelde adlandırdığını ölçer. Tur acenteleri ve araç kiralama iki ayrı pazar olduğu için ayrı ayrı sıralanmıştır.

- 1 AI görünürlüğü iki pazara ayrılıyor: **Jolly Tur** tur acentelerinde (93,2), **Avis** araç kiralamada (93,2) lider.
- 2 İki pazar menşei açısından zıt görünüyor: tur ilk beşi **tamamen Türk**; araç kiralama **uluslararası zincirlerin** liderliğinde, 3. sıradaki Garenta en güçlü Türk marka.
- 3 Takip edilen 177 markadan **52'si sıralamaya girdi** — 21 tur acentesi ve 31 araç kiralama firması %5 eşikliğini geçti.
- 4 **Arama neredeyse evrensel** (yanıtların ~%98'i web kaynaklı); bu nedenle bu edisyonda web-hafıza ayrımı yer almıyor.
- 5 Açık pazar güçlü biçimde Türk markalarına kayıyor: anımlar **%81,4 Türk / %18,6 yabancı**, yabancı görünürlük araç kiralama rafında yoğunlaşıyor.

KAPSAM & YÖNTEM

Dikey: Seyahat — tur acenteleri ve araç kiralama — Türkiye. Yöntem: 750 yanıt üzerinden tek bir zaman noktasında yapılan çalışma; beş büyük dil modeli (GPT-4o-mini, Gemini, Claude, Perplexity, Grok), her birine Türkçe 30 soru beşer kez soruldu. Veri toplama tarihi: 12 Haziran 2026.

BU RAPOR NASIL OKUNMALI – GÖRÜNÜRLÜK KALİTE DEĞİLDİR

Bu rapor tek bir şeyi ölçer: insanlar Türkiye’de seyahat hakkında soru sorduğunda bir markanın AI asistanları tarafından ne sıklıkla, ne kadar öne çıkarılarak ve kaç farklı asistanda adlandırıldığı. Yüksek bir skor, bu sistemlerin şu anda marka hakkında çok fazla bilgiye eriştiğini ve markayı kolayca öne çıkardığını gösterir; markanın daha iyi, daha güvenli, daha ucuz veya daha güvenilir olduğu anlamına gelmez. AI görünürlüğü bilgi erişilebilirliğini ve keşfedilebilirliği yansıtır; hizmet kalitesini, fiyatı veya güvenilirliği değil.

Anahtar terimler: AI görünürlüğü, AI Görünürlük Skoru, seyahat markaları, Türkiye’deki tur acenteleri, Türkiye araç kiralama, yerli seyahat markaları, LLM marka önerileri, ChatGPT/Gemini/Claude/Perplexity/Grok marka önerileri, Generative Engine Optimization (GEO).

İÇİNDEKİLER

Rapor içeriği

01	Genel Özet	04
02	Metodoloji	06
03	Genel Görünürlük Liderlik Tabloları	09
04	Modeller Arasındaki Farklar	13
05	Web Araması ve Hafıza	16
06	Kategori Sahipliği	18
07	Açık Pazar: Türk ve Yabancı	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 seyahat sektöründe AI görünürlüğü iki farklı pazara ayrılıyor: neredeyse tamamen Türk markalarının öne çıktığı ve Jolly Tur liderliğindeki tur acenteleri; Garenta'nın en güçlü Türk marka olduğu, ancak uluslararası zincirlerin liderliğindeki araç kiralama.

GENEL ÖZET

İki pazar, iki farklı raf

TEK CÜMLELİK ÖZET

Türkiye seyahat sektöründe AI görünürlüğü iki farklı pazara ayrılıyor: neredeyse tamamen Türk markalarının öne çıktığı ve Jolly Tur liderliğindeki tur acenteleri; Garenta'nın en güçlü Türk marka olduğu, ancak uluslararası zincirlerin liderliğindeki araç kiralama.

- 1 Tur acentelerinde Jolly Tur, araç kiralamada Avis lider.** Jolly Tur beş modelin tamamında tur yanıtlarının %70'inde görünüyor; 93,2 skorla ilk sırada ve ikinci sıradaki Setur'a (80,4) 12,8 puan fark atıyor. Araç kiralamada Avis 93,2 skorla başta (yanıtların %51'i).
- 2 İki pazar menşei açısından zıt.** Tur ilk beşi — Jolly Tur, Setur, ETS Tur, Prontotour, MNG Turizm — tamamen Türk. Araç kiralama ilk beşi uluslararası zincirlerin liderliğinde (Avis, Sixt, ardından 3. sırada en güçlü Türk marka Garenta, Enterprise, Budget).
- 3 52 marka sıralamaya girdi.** Takip edilen 177 markadan 21 tur acentesi ve 31 araç kiralama firması kendi pazarındaki %5 eşliğini geçti. Ortalama skorlar: 49,1 (tur) ve 52,1 (araç kiralama).
- 4 Modeller genişlik açısından ayrışıyor.** Grok yanıt başına ~9,5 marka listeliyor; GPT-4o-mini ve Claude Haiku ~4,2. Her iki tablonun üst sırasında modeller genel olarak uzlaşıyor.
- 5 Arama neredeyse evrensel.** Yanıtların yaklaşık %98'i web kaynaklıydı; anlamlı bir yalnızca-hafıza segmenti yok, bu yüzden bu edisyon web-hafıza karşılaştırmasını atlıyor (Bölüm 5).
- 6 Açık pazar güçlü biçimde Türk markalarına kayıyor.** 20 açık soru genelinde (500 yanıt) anımlar %81,4 Türk / %18,6 yabancı; yabancı görünürlük neredeyse tamamen araç kiralama rafında.
- 7 Kaynaklar parçalı değil, markalara ait.** Atıfların %48'i markaların kendi siteleri (jollytur.com, setur.com.tr, avis.com.tr önde).

Neden önemli?

Gezginler keşif davranışını arama motorlarından AI asistanlarına kaydırıyor. Bu rapor, Türkiye seyahat sektörü için bu yeni "görünürlük rafının" ilk baz çizgisini sunuyor. Sayılar görünürlüğü ve bilgi erişilebilirliğini tanımlar — hangi markaların en iyi olduğunu değil.

02

BÖLÜM 02

Metodoloji

Beş büyük dil modeline 30 Türkçe soru beşer kez — sistem prompt'u olmadan — soruldu ve 750 yanıt üretildi; markalar otomatik çıkarım ve insan doğrulamasıyla belirlendi, iki pazar için ayrı hesaplanan üç bileşenli (45/30/25) skorla sıralandı.

Çalışma nasıl yürütüldü

TEK CÜMLELİK ÖZET

Beş büyük dil modeline 30 Türkçe soru beşer kez — sistem prompt'u olmadan — soruldu ve 750 yanıt üretildi; markalar otomatik çıkarım ve insan doğrulamasıyla belirlendi, iki pazar için ayrı hesaplanan üç bileşenli (45/30/25) skorla sıralandı.

2.1 KAPSAM VE MODELLER

Tüm modeller yalnızca kullanıcı sorusunu aldı — sistem prompt'u kullanılmadı, sağlayıcı varsayılan sıcaklığı kullanıldı, bölge/yerel ayar tanımlanmadı. Sorular Türkçe olduğu için modeller Türkiye pazarını yalnızca dilden çıkarsıyor.

Model	Sürüm	Web araması	Arama 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 Search grounding	%90,7
Claude Haiku 4.5	anthropic/claude-haiku-4.5	Etkin — web arama aracı	%100,0
Perplexity Sonar	perplexity/sonar	Her zaman arama kaynaklı	%100,0
Grok 4.3	x-ai/grok-4.3	Etkin — web arama aracı	%100,0

Ölçek: 30 soru x 5 tekrar x 5 model = 750 yanıt, tamamı sonuçlandı. Tek çalışma, 12 Haziran 2026. İki pazar: tur acenteleri (18 soru → 450 yanıt) ve araç kiralama (12 soru → 300 yanıt). Nihai sözlük: 177 marka.

2.2 WEB ARAMASI YAPILANDIRMASI

Web araması beş modelin tamamına sunuldu (Perplexity Sonar tasarımı gereği arama kaynaklıdır); sağlayıcı herhangi bir atıf/kaynak döndürdüyse yanıt “web kaynaklı” kabul edildi. Bu doğrudan kanıt değil, makul bir vekil göstergedir. Yanıtların ~%98'i kaynaklıydı.

2.3 SORULAR

30 soru iki adımda üretildi: (1) LLM'ler Türk kullanıcıların tur ve araç kiralama hakkında sorabileceği aday soru ve anahtar kelimeleri önerdi; (2) bu tohumlar Google, YouTube ve Ekşi Sözlük üzerinde gerçek taleple, ayrıca Google “People also ask”, alsoasked.com ve answerthepublic.com ile doğrulandı. Birleştirilen listeler görülme sıklığına göre sıralandı ve her pazardan ilk 15 soru seçildi. 30 sorunun 10'u kısıtlı (Türk/yerli sağlayıcı isteyen), 20'si açıktır (menşei kısıtı yok).

2.4 MARKA ÇIKARIMI VE DOĞRULAMA

Markalar otomatik çıkarıldı (vurgulanan adlar + atıf alan adları, alias'lar birleştirildi), ardından elle doğrulandı — gerçek markalar onaylandı, marka olmayanlar filtrelendi, menşei etiketlendi. Aggregator/OTA'lar (Enuygun, Yolcu360, Tatilsepeti, Tatilbudur, Gruppal) çalışma kapsamı gereği marka olarak dahil edildi. Anılmalar yanıt başına bir kez, kelime sınırına duyarlı, büyük/küçük ve aksan farkına duyarsız, en uzun alias öncelikli sayıldı. Bir marka Türkiye'de kurulu ve merkezliyse Türk, değilse yabancıdır (ör. Avis, Sixt yerelde faaliyet gösterir ama yabancı kökenlidir).

2.5 AI GÖRÜNÜRLÜK SKORU (0-100)

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

Bileşen	Ağırlık	Temel
Anılma	%45	pazar içindeki anılma oranı
Konum	%30	MRR (markanın ne kadar erken adlandırıldığı)
Kapsama	%25	markayı kapsayan model sayısı (0-5)

Her bileşen, kendi pazarındaki lider sıralamaya giren marka = 100 olacak şekilde ölçeklendi. Yalnızca kendi pazarının yanıtlarının $\geq 5\%$ 'inde anılan markalar sıralandı (21 tur, 31 araç kiralama).

2.6 TARAFSIZLIK

Odak markası olmayan, pazar genelini kapsayan tarafsız bir çalışma. Herm.io'nun kendi alan adlarına yapılan tüm atıflar analiz öncesinde kaynak verisinden çıkarıldı.

03

BÖLÜM 03

Genel Görünürlük Liderlik Tabloları

Her pazarın ikinciyle net farkı olan bir lideri var — tur acentelerinde Jolly Tur (93,2), araç kiralamada Avis (93,2) — ama iki pazar menşei açısından keskin biçimde ayrışıyor. Bu sıralamalar görünürlüğü ölçer, kaliteyi değil.

GENEL GÖRÜNÜRLÜK LİDERLİK TABLOLARI

Her pazarda net bir lider

3.1 Tur acenteleri — sıralamaya giren 21 marka

TABLO 1 — TUR ACENTELERİ

ortalama skor 49,1

#	Marka	Menşe	AI Skoru	Anılma	Kapsama
1	Jolly Tur	Türk	93.2	70.0%	5
2	Setur	Türk	80.4	55.6%	5
3	ETS Tur	Türk	76.8	49.6%	5
4	Prontotour	Türk	75.3	50.4%	5
5	MNG Turizm	Türk	63.6	40.4%	5
6	Tatilsepeti	Türk	59.3	30.0%	5
7	Jetset	Türk	58.6	5.6%	5
8	Touristica	Türk	57.3	32.0%	5
9	Vizesiz Rotalar	Türk	53.3	5.3%	5
10	Avrupa Rüyası	Türk	52.7	20.4%	5
11	Tatilbudur	Türk	47.3	17.1%	5
12	Tourbalance	Türk	46.7	13.8%	5
13	Turkish Airlines Holidays	Türk	42.1	6.4%	5
14	SiamTur	Türk	40.8	6.7%	3
15	Kappa Tur	Türk	40.3	9.8%	5
16	Coral Travel	Yabancı	32.5	13.3%	3
17	Deepnature Travel	Türk	30.1	6.9%	3
18	Gruppal	Türk	28.7	7.1%	3
19	Tatil.com	Türk	26.0	5.1%	3
20	Bellima Tur	Türk	24.5	8.0%	3
21	Daniel Tours	Türk	12.9	6.2%	1

Jolly Tur anılma ve kapsama bileşenlerini en üst düzeye çıkarıyor (yanıtların %70'i). Bazı markalar %5 eşliğini çoğunlukla konum ve kapsama sayesinde geçiyor (ör. Jetset, Vizesiz Rotalar); sıraları dikkatle okunmalı (Bölüm 10). İlk beş — Jolly Tur, Setur, ETS Tur, Prontotour, MNG Turizm — tamamen Türk.

3.2 Araç kiralama — sıralamaya giren 31 marka

TABLO 2 — ARAÇ KİRALAMA

ortalama skor 52,1

#	Marka	Menşe	AI Skoru	Anılma	Kapsama
● 1	Avis	Yabancı	93.2	51.0%	5
2	Sixt	Yabancı	77.6	45.3%	5
3	Garenta	Türk	76.7	39.3%	5
4	Enterprise	Yabancı	73.2	36.3%	5
5	Budget	Yabancı	70.8	34.0%	5
6	Enuygun	Türk	64.1	27.7%	5
7	Ziraat Filo	Türk	56.8	15.7%	5
8	Yolcu360	Türk	56.5	23.7%	5
9	Rent Go	Türk	56.2	22.7%	5
10	Biwatt	Türk	55.9	6.7%	4
11	Metafleet	Türk	54.8	6.3%	4
12	Goldcar	Yabancı	54.0	11.7%	4
13	Hedef Filo	Türk	53.8	11.7%	5
14	Devrecar	Türk	52.2	9.3%	5
15	Voltify	Türk	48.3	7.7%	5
16	TikTak	Türk	48.3	6.0%	4
17	Europcar	Yabancı	46.3	15.3%	5
18	Berse Rent A Car	Türk	45.3	9.0%	2
19	Cizgi Rent a Car	Türk	45.2	7.7%	5
20	Vision Rent a Car	Türk	44.7	5.7%	5
21	QCAR	Türk	44.2	8.7%	4
22	Green Fleet	Türk	43.8	6.7%	5
23	Hertz	Yabancı	43.8	9.3%	5
24	QCAR Mobilite	Türk	43.7	5.3%	3
25	TURKRENT	Türk	42.5	9.3%	4
26	AVEC Rent a Car	Türk	42.0	12.3%	4
27	Zeplin Car	Türk	40.1	7.0%	4
28	Mengerler Kiralama	Türk	38.2	5.0%	3
29	Avis Filo	Türk	37.4	8.0%	3
30	WindyCar	Türk	34.9	8.0%	4
31	Turna	Türk	30.2	8.3%	3

Uluslararası zincirlerin liderliğinde: Avis, Sixt, ardından 3. sırada en görünür Türk marka Garenta, Enterprise ve Budget. Tur acentesi pazarının ayna görüntüsü. Birkaç düşük anımlı Türk filo markası (ör. Biwatt, Metafleet) konum ve kapsama sayesinde üst sıralarda yer alıyor — dikkatle okuyun.

04

BÖLÜM 04

Modeller Arasındaki Farklar

Beş model de her pazarın üst sırasında genel olarak uzlaşıyor, ancak kapsama genişliğinde belirgin biçimde ayrışıyor — Grok ~9,5 marka/yanıt, GPT-4o-mini ve Claude Haiku ~4,2.

MODELLER ARASINDAKİ FARKLAR

Aynı pazarlar, beş farklı bakış

TABLO 3 – MODEL BAZINDA WEB ARAMASI VE GENİŞLİK

her biri 150 yanıt

Model	Web arama oranı	Yanıt başına marka
GPT-4o-mini	100.0%	4.2
Gemini 2.5 Flash-Lite	90.7%	6.1
Claude Haiku 4.5	100.0%	4.2
Perplexity Sonar	100.0%	5.9
Grok 4.3	100.0%	9.5

Beş model de her pazarın üst sırasında genel olarak uzlaşıyor ama kaç marka listeledikleri çok farklı: Grok yanıt başına ~9,5, GPT-4o-mini ve Claude Haiku ~4,2 marka adlandırıyor. Genişlik, bir modelin her pazarın uzun kuyruğunda ne kadar derine indiğini belirler.

4.2 Her modelin en çok adlandırdığı markalar

Her modelin 150 yanıtı içinde ilk 6, iki pazar genelinde.

GPT-4O-MINI

#	Marka	Anılma	Oran
1	Jolly Tur	48	32.0%
2	Setur	28	18.7%
3	MNG Turizm	25	16.7%
4	Prontotour	25	16.7%
5	Avis	24	16.0%
6	Sixt	23	15.3%

GEMINI 2.5 FLASH-LITE

#	Marka	Anılma	Oran
1	Jolly Tur	68	45.3%
2	ETS Tur	62	41.3%
3	MNG Turizm	55	36.7%
4	Prontotour	53	35.3%
5	Setur	48	32.0%
6	Touristica	34	22.7%

CLAUDE HAIKU 4.5

#	Marka	Anılma	Oran
1	Jolly Tur	46	30.7%
2	Setur	30	20.0%
3	MNG Turizm	26	17.3%
4	Prontotour	22	14.7%
5	Avis	22	14.7%
6	Sixt	21	14.0%

PERPLEXITY SONAR

#	Marka	Anılma	Oran
1	Jolly Tur	69	46.0%
2	Setur	62	41.3%
3	Prontotour	52	34.7%
4	ETS Tur	51	34.0%
5	Tatilsepeti	31	20.7%
6	Garenta	29	19.3%

GROK 4.3

#	Marka	Anılma	Oran
1	Jolly Tur	84	56.0%
2	ETS Tur	82	54.7%
3	Setur	82	54.7%
4	Prontotour	75	50.0%
5	Enuygun	65	43.3%
6	Tatilsepeti	58	38.7%

4.3 Üst sırada dikkate değer bir uzlaş

Jolly Tur her modelde lider — üst sırada dikkate değer bir uzlaş — ve Avis/Sixt araç kiralama rafını her görüldüğü yerde sabitliyor. Kaç markanın yüzeye çıktığı büyük ölçüde modele bağlı: Grok'un genişliği Enuygun ve Tatilsepeti'yi ilk altıya taşıırken, daha dar GPT-4o-mini ve Claude listeleri pazar liderlerine yakın kalıyor.

05

BÖLÜM 05

Web Araması ve Hafıza

Yanıtların neredeyse tamamı web araması kullandı;
karşılaştırılabilecek anlamlı bir yalnızca-hafıza segmenti yok — bu
da başlı başına bir bulgu.

— WEB ARAMASI VE HAFIZA — BU EDİSYONDA NEDEN AYRIM YOK

Bu edisyon neden ayrımı atlıyor

TEK CÜMLELİK ÖZET

Yanıtların neredeyse tamamı web araması kullandı; karşılaştırılabilecek anlamlı bir yalnızca-hafıza segmenti yok — bu da başlı başına bir bulgu.

750 yanıtın yaklaşık %98'i en az bir atıf veya arama sonucu döndürdü; yalnızca-hafıza segmenti yaklaşık bir düzine yanıt — karşılaştırma için çok küçük. Perplexity tasarımı gereği arama kaynaklı; GPT-4o-mini, Claude Haiku ve Grok yanıtların ~%100'ünde, Gemini ~%91'inde arama yaptı.

NEDEN ÖNEMLİ

Türkçe seyahat 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. Yalnızca-hafıza segmenti büyürse karşılaştırma gelecek edisyonlarda geri dönecek.

06

BÖLÜM 06

Kategori Sahipliği

Her pazarda liderler soru tiplerine göre büyük ölçüde sabit, ancak kullanım senaryosu soruları araç kiralamayı yeniden sıralıyor — genel lider Avis olsa da Garenta kullanım senaryolarında lider.

Soru tipine göre liderler

6.1 Tur acenteleri — soru tipine göre

TABLO 4 — TUR ACENTELERİ: SORU TİPİNE GÖRE EN GÖRÜNÜR

#	keşif	özellik	kullanım senaryosu
1	Jolly Tur — 70.9%	Jolly Tur — 68.0%	Jolly Tur — 70.7%
2	Prontotour — 69.7%	Prontotour — 48.8%	Setur — 58.7%
3	Setur — 64.0%	MNG Turizm — 43.2%	ETS Tur — 45.3%
4	ETS Tur — 58.3%	ETS Tur — 42.4%	Tatilsepeti — 38.7%

Tur acenteleri sabit: Jolly Tur üç soru tipinin de zirvesinde, arkasında aynı avuç dolusu Türk marka — Prontotour, Setur, ETS Tur — yer değiştiriyor.

6.2 Araç kiralama — soru tipine göre

TABLO 5 — ARAÇ KİRALAMA: SORU TİPİNE GÖRE EN GÖRÜNÜR

#	keşif	özellik	kullanım senaryosu
1	Avis — 74.7%	Avis — 48.8%	Garenta — 46.0%
2	Sixt — 69.3%	Sixt — 32.8%	Sixt — 43.0%
3	Budget — 66.7%	Garenta — 27.2%	Enterprise — 42.0%
4	Rent Go — 52.0%	Enterprise — 24.0%	Enuygun — 37.0%

Araç kiralama soru tipine göre değişiyor. Avis keşif ve özellik sorularında lider, ancak en güçlü Türk marka Garenta kullanım senaryosu sorularında (46,0%) lider; uzun yol, aile, uzun dönem gibi pratik senaryolar yerel filoları ve Enuygun gibi aggregator'ları yüzeye çıkarıyor.

07

BÖLÜM 07

Açık Pazar: Türk ve Yabancı

Menşei tarafsız sorularda anılmaların %81,4'ü Türk, %18,6'sı yabancı markalara gidiyor — ama bu başlık ikiye bölünmüş pazarı gizliyor: tur acenteleri neredeyse tamamen Türk, yabancı markalar araç kiralama rafında yoğunlaşıyor.

AÇIK PAZAR: TÜRK VE YABANCI MARKALAR

Genelde güçlü Türk, araç kiralama rafında yabancı

20 açık soruya dayanır (500 yanıt). Anımların menşei payı: **Türk %81,4 • Yabancı %18,6**.

7.2 Açık pazarda ilk 15 marka (tüm menşeler)

#	Marka	Menşe	Pazar	Oran
1	Jolly Tur	Türk	Tur acenteleri	42.0%
2	ETS Tur	Türk	Tur acenteleri	32.8%
3	Prontotour	Türk	Tur acenteleri	32.6%
4	Setur	Türk	Tur acenteleri	28.8%
5	MNG Turizm	Türk	Tur acenteleri	27.4%
6	Avis	Yabancı	Araç kiralama	25.0%
7	Touristica	Türk	Tur acenteleri	21.6%
8	Sixt	Yabancı	Araç kiralama	21.2%
9	Budget	Yabancı	Araç kiralama	17.8%
10	Enterprise	Yabancı	Araç kiralama	17.6%
11	Avrupa Rüyası	Türk	Tur acenteleri	16.8%
12	Garenta	Türk	Araç kiralama	16.4%
13	Tatilsepeti	Türk	Tur acenteleri	15.2%
14	Enuygun	Türk	Araç kiralama	15.0%
15	Tourbalance	Türk	Tur acenteleri	10.6%

Açık pazarda en görünür markalar Türk tur acenteleri; üst kademedeki tek yabancı markalar araç kiralama zincirleri (Avis, Sixt, Budget, Enterprise). Toplam %81/19 oranı kutuplaşmış bir yapıyı gizliyor — tur acenteleri neredeyse tamamen Türk, yabancı görünürlük araç kiralama rafında yoğunlaşmış.



BÖLÜM 08

Keşif Ekosistemi

AI'nın Türk seyahat markaları resmi büyük ölçüde markaların kendi sitelerine dayanıyor — tüm atıfların neredeyse yarısı — buna OTA'lar ve editoryal/forum içeriğinin uzun kuyruğu eşlik ediyor.

Marka sahipli siteler baskın

Çalışma genelinde 484 farklı alan adı atıf aldı.

8.1 EN ÇOK KAYNAK GÖSTERİLEN 9 ALAN ADI

#	Alan adı	Atıf	Kaynak türü
1	jollytur.com	230	Marka sahipli site
2	onedio.com	174	Editoryal / medya
3	setur.com.tr	170	Marka sahipli site
4	avis.com.tr	150	Marka sahipli site
5	prontotour.com	148	Marka sahipli site
6	enuygun.com	136	OTA / Aggregator
7	mngturizm.com	126	Marka sahipli site
8	eksisozluk.com	117	Forum / UGC
9	oteltavsiyeleri.com	109	Editoryal / medya

EN ÇOK ATIF

En çok atıf alan üç alan adı — jollytur.com, onedio.com, setur.com.tr — iki marka sahipli site ve bir editoryal yayın. Marka sahipli alan adları ilk dokuzun beşini alıyor.

8.2 KAYNAK TÜRÜ DAĞILIMI

Kaynak türü	Pay
Marka sahipli site	48.0%
Diğer / düşük hacimli	31.5%
OTA / Aggregator	8.7%
Editoryal / medya	7.1%
Forum / UGC	4.3%
Sosyal medya	0.5%

8.3 Marka sahipli site bulgusu

Atıfların %48'i markaların kendi alan adlarına, bir başka %8,7'si OTA/aggregator'lara gidiyor — parçalı bir uzun kuyruktan oldukça farklı. Bu sektörde güncel ve makine tarafından okunabilir bir marka sitesi, AI görünülüğüyle yakından ilişkili görünüyor (tavsiye değil, gözlem).

09

BÖLÜM 09

Örüntüler Ne Gösteriyor?

Yüksek görünürlüklü seyahat markaları üç ortak özellik taşıyor — beş modelin tamamında kapsanma, güçlü kendi-site web varlığı ve kendi pazarında/soru tipinde net liderlik.

Beş yapısal örüntü

Bu, verinin tarafsız bir okumasıdır, tavsiye değil; görünürlük kaliteden ayrı kalır.

- 1 Kapsama temel koşul.** Her iki pazardaki üst markalar beş modelin tamamında görünüyor.
- 2 Anılma ve konum farklı şeyler.** Bazı markalar sık ama geç; bazıları nadir ama erken adlandırılıyor.
- 3 Web varlığı baskın senaryoya örtüşüyor.** Yanıtların ~%98'i web kaynaklı, en büyük kaynak türü marka sahipli siteler.
- 4 İki pazar gerçekten farklı.** Türk hâkimiyetinde, sabit turlar; zincir liderliğinde, kullanım senaryosuyla değişen araç kiralama.
- 5 Görünürlük pazar bazında bölünüyor, her yerde kazanılmıyor.** Hiçbir marka iki pazara birden liderlik etmiyor.

10

BÖLÜM 10

Sınırlamalar ve Notlar

Tüm bulgular aşağıdaki sınırlılıklar çerçevesinde okunmalıdır.

Bulgular nasıl okunmalı

- **Tek, zaman noktasına ait ölçüm** (12 Haziran 2026) — trend değil, fotoğraf; ilk baz çizgisi edisyonu.
- **Küçük örnekleimde konum şişmesi.** Bazı markalar %5 eşiğini çoğunlukla konum/kapsama ile geçiyor (ör. turda Jetset, Vizesiz Rotalar); sıraları dikkatle okuyun.
- **Küçük skor farkları anlamlı değildir** — her tablonun yoğun orta bölümünde.
- **Görünürlük kalite değildir.** Duygu, doğruluk, fiyat veya hizmet değerlendirmesi yok. Skor bir onay değildir.
- **Modeller olasılıksaldır;** beş tekrar değişkenliği azaltır ama yok etmez.
- Web araması anlık koşullara bağlıdır; “web ve kendi bilgisi” ayrımı atıf temelli bir vekildir.
- Hatırlamadan çok kesinlik; dolaylı anımlar eksik sayılmış olabilir.
- Kaynak türü dağılımı sezgiseldir (marka sahipli, alan adını markayla eşleştirerek belirlendi); kapsama modele göre değişir.
- Menşei sınıflandırması yargı içerir; yabancı sahipli ama yerelde işletilen operatörler için (ör. Avis, Budget) tartışmaya açıktır.
- Aggregator/OTA'lar çalışma kapsamı gereği marka olarak dahildir; doğrudan sağlayıcılardan farklı rekabet ederler.
- Bir tekrar birleştirildi: “Enuygun.com/arac-kiralama” Enuygun’a katlandı (her geçişi onunla birlikte oluştu).
- Çıktı uzunluğu limitleri ve model versiyonları farklıdır ve hızla eskir; bulgular Haziran 2026 sürümlerine özgüdür.



BÖLÜM 11

Ek & Veri

Çalışmanın 30 sorusu, iki pazardaki tüm takip edilen markalar, veri erişilebilirliği ve Herm.io hakkında.

11.1 Tüm sorular (30) ve kategorileri

#	Pazar	Kategori	Kapsam	Soru (Türkçe)
1	Tur	özellik	açık	uygun fiyatlı yurt dışı turu hangi firmadan alınır
2	Tur	özellik	açık	iptal iadesi kolay tatil acentesi
3	Tur	özellik	açık	yorumları iyi olan tur şirketi hangisi
4	Tur	özellik	kısıtlı	uygun fiyatlı yerli tatil acentesi arıyorum
5	Tur	özellik	kısıtlı	vizesiz turlarda iyi bir Türk acente var mı
6	Araç	özellik	açık	depozitosu düşük araç kiralama firması
7	Araç	özellik	açık	km sınırı daha esnek araç kiralama şirketi
8	Araç	özellik	açık	tam sigortalı araç kiralama nereden yapılır
9	Araç	özellik	açık	genç sürücü paketi olan araç kiralama firmaları
10	Araç	özellik	kısıtlı	elektrikli aracı olan yerli araç kiralama şirketi arıyorum
11	Tur	keşif	açık	en iyi tur şirketi hangisi
12	Tur	keşif	açık	güvenilir tur şirketi önerisi
13	Tur	keşif	açık	yurt dışı turu için hangi acente daha iyi
14	Tur	keşif	açık	en iyi yurtdışı tur şirketleri
15	Tur	keşif	açık	lüks tur şirketi önerir misin
16	Tur	keşif	kısıtlı	iyi bir yerli tur şirketi var mı
17	Tur	keşif	kısıtlı	Türkiye’de güvenilir yerli tatil acentesi önerisi
18	Araç	keşif	açık	en iyi araç kiralama firması hangisi
19	Araç	keşif	açık	güvenilir rent a car önerisi
20	Araç	keşif	kısıtlı	yerli araç kiralama firması önerir misin
21	Tur	kullanım	açık	ilk kez yurt dışına çıkacağım hangi tur şirketiyle gitmeliyim
22	Tur	kullanım	açık	balayı tatili için hangi acente iyi
23	Tur	kullanım	açık	vizesiz yurt dışı turu için firma önerisi
24	Tur	kullanım	açık	aileyle yaz tatili için güvenilir tatil sitesi hangisi
25	Tur	kullanım	kısıtlı	annem babamla kültür turuna gideceğiz yerli tur şirketi önerisi
26	Tur	kullanım	kısıtlı	Yerli bir acenteye balayı paketi almak mantıklı mı, hangisi iyi
27	Araç	kullanım	açık	uzun yol için geniş araç filosu olan kiralama firması
28	Araç	kullanım	açık	çocuklu aile için araç kiralama nereden yapılır
29	Araç	kullanım	kısıtlı	şehir dışı tatil için yerli rent a car tavsiyesi

(devam)

#	Pazar	Kategori	Kapsam	Soru (Türkçe)
30	Araç	kullanım	kısıtlı	uzun dönem araç kiralamada iyi bir yerli firma var mı

Dağılım: 10 keşif, 10 özellik, 10 kullanım senaryosu; 10 kısıtlı (yalnızca Türk/yerli) ve 20 açık (menşei kısıtsız). 18 soru tur acentelerini, 12 soru araç kiralamayı kapsıyor.

11.2 Takip edilen tüm tur acentesi markaları

Oran bu pazara göredir (450 yanıt); ≥%5 markalar “Sıralamada” olarak işaretlidir. Anılma sayısına göre azalan sırada.

Marka	Menşe	Anılma	Oran	Model	Durum
Jolly Tur	Türk	315	70.00%	5	Sıralamada
Setur	Türk	250	55.56%	5	Sıralamada
Prontotour	Türk	227	50.44%	5	Sıralamada
ETS Tur	Türk	223	49.56%	5	Sıralamada
MNG Turizm	Türk	182	40.44%	5	Sıralamada
Touristica	Türk	144	32.00%	5	Sıralamada
Tatilsepeti	Türk	135	30.00%	5	Sıralamada
Avrupa Rüyası	Türk	92	20.44%	5	Sıralamada
Tatilbudur	Türk	77	17.11%	5	Sıralamada
Tourbalance	Türk	62	13.78%	5	Sıralamada
Coral Travel	Yabancı	60	13.33%	3	Sıralamada
Kappa Tur	Türk	44	9.78%	5	Sıralamada
Bellima Tur	Türk	36	8.00%	3	Sıralamada
Gruppall	Türk	32	7.11%	3	Sıralamada
Deepnature Travel	Türk	31	6.89%	3	Sıralamada
SiamTur	Türk	30	6.67%	3	Sıralamada
Turkish Airlines Holidays	Türk	29	6.44%	5	Sıralamada
Daniel Tours	Türk	28	6.22%	1	Sıralamada
Jetset	Türk	25	5.56%	5	Sıralamada
Vizesiz Rotalar	Türk	24	5.33%	5	Sıralamada
Tatil.com	Türk	23	5.11%	3	Sıralamada
Gazella Turizm	Türk	22	4.89%	3	Takip
WTS	Türk	19	4.22%	2	Takip
SSC Tur	Türk	18	4.00%	3	Takip

(devam)

Marka	Menş e	Anılma	Oran	Model	Durum
Gez Turizm	Türk	15	3.33%	2	Takip
Gündönümü Tour	Türk	14	3.11%	3	Takip
ECC Tur	Türk	14	3.11%	3	Takip
Güven Travel	Türk	14	3.11%	3	Takip
Cruisera	Türk	13	2.89%	3	Takip
Malitur	Türk	13	2.89%	4	Takip
Valstur	Türk	12	2.67%	4	Takip
Booking.com	Yabancı	12	2.67%	2	Takip
GÖMÜTUR	Türk	12	2.67%	3	Takip
TSV Tour	Türk	12	2.67%	3	Takip
Eksen Turizm	Türk	12	2.67%	4	Takip
Sille Turizm	Türk	12	2.67%	3	Takip
Ema Tur	Türk	11	2.44%	4	Takip
trivago.com.tr	Yabancı	11	2.44%	2	Takip
Egetur	Türk	10	2.22%	3	Takip
Tripventura Türkiye	Türk	10	2.22%	3	Takip
Tempo Tur	Türk	10	2.22%	3	Takip
Otelz	Türk	10	2.22%	3	Takip
Gezgin Tayfa	Türk	10	2.22%	2	Takip
Alterego Tur	Türk	8	1.78%	3	Takip
Ayala Tour	Türk	8	1.78%	2	Takip
Gezimall	Türk	8	1.78%	1	Takip
Balentur	Türk	8	1.78%	3	Takip
World Travel Service	Türk	8	1.78%	2	Takip
Golden Of Tur	Türk	7	1.56%	3	Takip
Vigo Tours	Türk	7	1.56%	3	Takip
Tatil Başlasın	Türk	7	1.56%	2	Takip
Esen Tour	Türk	7	1.56%	2	Takip
Royal Tur	Türk	7	1.56%	3	Takip
Academic Tour	Türk	6	1.33%	2	Takip
Evcetur	Türk	6	1.33%	2	Takip

(devam)

Marka	Menşe	Anılma	Oran	Model	Durum
Gezinomi	Türk	6	1.33%	3	Takip
Tatil Villası	Türk	6	1.33%	2	Takip
Tatil Tur	Türk	6	1.33%	2	Takip
Dreams Tur	Türk	6	1.33%	1	Takip
Turkuaz Holiday	Türk	6	1.33%	1	Takip
Abercrombie & Kent	Yabancı	6	1.33%	2	Takip
Jules Verne Business MICE Travel	Türk	5	1.11%	1	Takip
Lisinya Tur	Türk	5	1.11%	2	Takip
TUI Group	Türk	5	1.11%	3	Takip
Yüzyıl Turizm	Türk	5	1.11%	3	Takip
Black Tomato	Türk	5	1.11%	2	Takip
Quo Vadis	Türk	5	1.11%	3	Takip
Coral Tatil	Türk	5	1.11%	2	Takip
Villacınız	Türk	4	0.89%	2	Takip
Ayanis Turizm	Türk	4	0.89%	2	Takip
METUR	Türk	4	0.89%	2	Takip
Gezimall Turizm	Türk	4	0.89%	1	Takip
More and More Travel	Türk	4	0.89%	2	Takip
Tercih Tur	Türk	3	0.67%	3	Takip
Yurtgez Turizm	Türk	3	0.67%	2	Takip
WTS Turizm	Türk	3	0.67%	2	Takip
Miltur	Türk	3	0.67%	2	Takip
Nokta Turizm	Türk	3	0.67%	2	Takip
Anıl Tur	Türk	3	0.67%	2	Takip
Ferfergez.com	Türk	3	0.67%	2	Takip
Nasip Turizm	Türk	3	0.67%	2	Takip
Çağıl Turizm	Türk	3	0.67%	2	Takip
Hisar Turizm	Türk	3	0.67%	1	Takip
Şerif Yenen Kültür Gezileri	Türk	3	0.67%	1	Takip
Club Med	Türk	3	0.67%	1	Takip
Gündönümü Turizm	Türk	3	0.67%	1	Takip

(devam)

Marka	Menşe	Anılma	Oran	Model	Durum
Coral Travel / Coral Tatil	Türk	3	0.67%	1	Takip

11.3 Takip edilen tüm araç kiralama markaları

Oran bu pazara göredir (300 yanıt); ≥%5 markalar “Sıralamada” olarak işaretlidir. Anılma sayısına göre azalan sırada.

Marka	Menşe	Anılma	Oran	Model	Durum
Avis	Yabancı	153	51.00%	5	Sıralamada
Sixt	Yabancı	136	45.33%	5	Sıralamada
Garenta	Türk	118	39.33%	5	Sıralamada
Enterprise	Yabancı	109	36.33%	5	Sıralamada
Budget	Yabancı	102	34.00%	5	Sıralamada
Enuygun	Türk	83	27.67%	5	Sıralamada
Yolcu360	Türk	71	23.67%	5	Sıralamada
Rent Go	Türk	68	22.67%	5	Sıralamada
Ziraat Filo	Türk	47	15.67%	5	Sıralamada
Europcar	Yabancı	46	15.33%	5	Sıralamada
AVEC Rent a Car	Türk	37	12.33%	4	Sıralamada
Goldcar	Yabancı	35	11.67%	4	Sıralamada
Hedef Filo	Türk	35	11.67%	5	Sıralamada
Hertz	Yabancı	28	9.33%	5	Sıralamada
Devrecar	Türk	28	9.33%	5	Sıralamada
TURKRENT	Türk	28	9.33%	4	Sıralamada
Berse Rent A Car	Türk	27	9.00%	2	Sıralamada
QCAR	Türk	26	8.67%	4	Sıralamada
Turna	Türk	25	8.33%	3	Sıralamada
Avis Filo	Türk	24	8.00%	3	Sıralamada
WindyCar	Türk	24	8.00%	4	Sıralamada
Cizgi Rent a Car	Türk	23	7.67%	5	Sıralamada
Voltify	Türk	23	7.67%	5	Sıralamada
Zeplin Car	Türk	21	7.00%	4	Sıralamada
Green Fleet	Türk	20	6.67%	5	Sıralamada
Biwatt	Türk	20	6.67%	4	Sıralamada

(devam)

Marka	Menşe	Anılma	Oran	Model	Durum
Metafleet	Türk	19	6.33%	4	Sıralamada
TikTak	Türk	18	6.00%	4	Sıralamada
Vision Rent a Car	Türk	17	5.67%	5	Sıralamada
QCAR Mobilite	Türk	16	5.33%	3	Sıralamada
Mengerler Kiralama	Türk	15	5.00%	3	Sıralamada
Miniyol	Türk	14	4.67%	3	Takip
A Filo	Türk	13	4.33%	2	Takip
Avis / Budget	Türk	12	4.00%	2	Takip
Otorento	Türk	11	3.67%	3	Takip
Filomingo	Türk	11	3.67%	2	Takip
GetirAraç	Türk	11	3.67%	4	Takip
TanFilo	Türk	10	3.33%	3	Takip
Yolcu360.com/arac-kiralama	Türk	10	3.33%	2	Takip
Binsal Turizm	Türk	9	3.00%	2	Takip
RentiCar	Türk	9	3.00%	3	Takip
Makro Rent a Car	Türk	9	3.00%	2	Takip
Supcar Rent a Car	Türk	9	3.00%	2	Takip
Kar Rent A Car	Türk	9	3.00%	4	Takip
DRD	Türk	8	2.67%	4	Takip
Localrent	Türk	8	2.67%	2	Takip
Gri Rent	Türk	8	2.67%	3	Takip
Ferancar Rental	Türk	8	2.67%	3	Takip
Yocar	Türk	8	2.67%	2	Takip
dailydrive	Türk	7	2.33%	3	Takip
Gündüz Rent A Car	Türk	7	2.33%	4	Takip
VIPCars	Türk	7	2.33%	2	Takip
Uzun Filo	Türk	7	2.33%	2	Takip
LUNACAR-RENTAL	Türk	7	2.33%	3	Takip
Yavuz Rent A Car	Türk	7	2.33%	3	Takip
Wish Car Rental	Türk	6	2.00%	2	Takip
Eurauto Car Rental	Türk	6	2.00%	3	Takip

(devam)

Marka	Menşe	Anılma	Oran	Model	Durum
Ferancar	Türk	6	2.00%	2	Takip
Fleet Intelligence	Türk	6	2.00%	2	Takip
Central	Türk	6	2.00%	2	Takip
HeeyCar	Türk	6	2.00%	2	Takip
Auto Europe	Türk	6	2.00%	2	Takip
Uçar Rent a Car	Türk	6	2.00%	2	Takip
Besa Rent A Car	Türk	5	1.67%	2	Takip
BND Rent A Car	Türk	5	1.67%	1	Takip
Fores Car Rental	Türk	5	1.67%	3	Takip
Redcar	Türk	5	1.67%	1	Takip
5s Carrental	Türk	5	1.67%	2	Takip
CarJet	Türk	5	1.67%	2	Takip
Borlease	Türk	5	1.67%	2	Takip
RentCarFy	Türk	4	1.33%	1	Takip
Ayder Rent A Car	Türk	4	1.33%	3	Takip
Everyday Rent a Car	Türk	4	1.33%	2	Takip
Turna.com/arac-kiralama	Türk	4	1.33%	1	Takip
DRD Filo	Türk	4	1.33%	1	Takip
Payless Rent a Car	Türk	4	1.33%	2	Takip
Seaside Car Rental	Türk	4	1.33%	2	Takip
RosCar.tr	Türk	3	1.00%	3	Takip
Varan Rent A Car	Türk	3	1.00%	2	Takip
DemeterCar	Türk	3	1.00%	1	Takip
RosCar	Türk	3	1.00%	1	Takip
Kaya Turizm	Türk	3	1.00%	1	Takip
TakeCars.com	Türk	3	1.00%	2	Takip
HDY Everyday	Türk	3	1.00%	1	Takip
Optimum Rent A Car	Türk	3	1.00%	2	Takip
Kayalı Filo	Türk	3	1.00%	1	Takip
Optimum Araç Kiralama	Türk	3	1.00%	1	Takip
EKAN Turizm	Türk	3	1.00%	1	Takip

(devam)

Marka	Menşe	Anılma	Oran	Model	Durum
Netfilo	Türk	3	1.00%	1	Takip

11.4 Veri erişilebilirliği

Çalışma 177 markayı takip etti; 52'si %5 eşliğini geçti (21 tur, 31 araç kiralama). Temel veri talep üzerine erişilebilir: yanıt düzeyinde anılmalar, iki liderlik tablosu, filtrelenmemiş tüm metrikler, model ve kategori kırımları, açık pazar kırılımı, en çok atıf alan alan adları, metodoloji ve veri sözlüğü.

Tüm rakamlar tek bir çalışmayı yansıtır (12 Haziran 2026) ve 10. Bölüm'deki sınırlılıklara tabidir. Bu ilk baz çizgisi edisyonudur; çalışma çeyreklik olarak tekrarlanır.

11.5 Herm.io hakkında & açıklama

Herm.io bir tüketici davranışı ve pazarlama verisi şirketidir. SEO veya GEO hizmeti satmaz ve bu rapor hiçbirini önermez. Hiçbir marka dahil edilmek veya sıralanmak için ödeme yapmadı; bir markanın skoru görünürlük ölçüsüdür — onay veya kalite hükmü değil. Herm.io'nun kendi alan adlarına yapılan tüm atıflar kaynak verisinden çıkarıldı.

AÇIKLAMA & TARAFSIZLIK

Herm.io SEO veya GEO (arama/AI sıralama) hizmeti satmaz ve bu rapor hiçbirini önermez. Hiçbir marka bu raporda dahil edilmek, sıralanmak veya anlatılmak için ödeme yapmadı; bir markanın skoru onay veya kalite hükmü değil, yalnızca görünürlük ölçüsüdür.

RAPOR DÖNEMİ

Haziran 2026 • Çeyreklik serinin 1. (baz çizgisi) edisyonu.