



NİTELİKLİ ARAŞTIRMA ve VERİ HİZMETLERİ
11 TEMMUZ 2025 CUMA

ARAŞTIRMA-1

“11/07/2025 BUGÜN TARİHLİ RESMİ GAZETE”

ATAMA KARARLARI

— Cumhurbaşkanlığı Tarafından Yapılan Atamalar Hakkında Kararlar (Karar: 2025/247, 248, 249, 250, 251)

“10/07/2025 TARİHLİ RESMİ GAZETE”

TEBLİĞLER

— Milli Emlak Genel Tebliği (Sıra No: 422)

— Ticari Defterlere İlişkin Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ

ATAMA KARARLARI

— Cumhurbaşkanlığı Tarafından Yapılan Atamalar Hakkında Kararlar (Karar: 2025/245, 246)

ARAŞTIRMA-2

"EUREKA – SMART Kümesi 9. Çağrısı Açıldı" duyurusuna ulaşmak için lütfen

<https://tubitak.gov.tr/tr/duyuru/eureka-smart-kumesi-9-cagrisi-acildi> linkini tıklayınız.

Kaynak: TÜBİTAK

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposite Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)

www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



ARAŞTIRMA-3

"Net Sıfır Sanayi Yasası İkincil Mevzuatlar" duyurusuna ulaşmak için lütfen

<https://www.ithib.org.tr/bilgi-merkezi/duyuru/detay/net-sifir-sanayi-yasasi-ikincil-mevzuatlar-hk-6179> linkini tıklayınız.

Kaynak: İTHİB

ARAŞTIRMA-4

"AR-GE ve İnovasyon Ücretsiz Online Mini MBA Eğitim Programı - (16 Temmuz - 14 Ağustos 2025 / Saat 13:30) duyurusuna ulaşmak için lütfen

<https://eoda.iso.org.tr/Seminer/SeminerListesi?page1=2> linkini tıklayınız.

Kaynak: İSO

ARAŞTIRMA-5

"Dünya Nüfus Günü, 2025"

Türkiye, nüfus büyüklüğüne göre sıralamada 194 ülke arasında 18. sırada yer aldı.

<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Dunya-Nufus-Gunu-2025-54078&dil=1>

Kaynak: TÜİK

ARAŞTIRMA-6

"Belirsizlikler Çağında BRICS+ ve Yeni Küresel Düzen" yazısına ulaşmak için lütfen

<https://www.setav.org/uzmanlar-cevapliyor/belirsizlikler-caginda-brics-ve-yeni-kuresel-duzen-1> linkini tıklayınız.

Kaynak: SETA

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposite Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)

www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



ARAŞTIRMA-7

"Şirketiniz Sizin Fikirlerinizden Yararlanıyor Mu?" yazısına ulaşmak için lütfen <https://temelaksoy.com/sirketiniz-sizin-fikirlerinizden-yararlaniyor-mu/> linkini tıklayınız.

Yazar: Temel AKSOY

ARAŞTIRMA-8

"Aşk ve Evlilik Konusunda Yanılgılar" yazısına ulaşmak için lütfen <https://www.acarbaltas.com/ask-ve-evlilik-konusunda-yanilgilar/> linkini tıklayınız.

Yazar: Prof. Dr. Acar BALTAŞ

ARAŞTIRMA-9

"Performans Optimizasyonunun Gözden Kaçan Kahramanı: Ürün Veri Akışı"

E-ticarete rekabet her zamankinden daha çetin. Markalar, dijitalde kayan devasa reklam bütçeleriyle müşteriye ulaşmak için en yeni teknolojilere, özellikle de yapay zekâ ve derin öğrenmeye büyük yatırımlar yapıyor. Ancak bu karmaşık ve güçlü sistemlerin potansiyelini tam olarak ortaya çıkaramayan, çoğu zaman gözden kaçan kritik bir detay var: ürün veri akışının kalitesi. Bu teknik bir ayrıntı gibi görünse de aslında tüm pazarlama performansınızı sabote eden veya zirveye taşıyan stratejik bir unsurdur.

Peki, milyonlarca liralık teknoloji yatırımı yaparken, bu yatırımın temelini oluşturan veri akışını neden hâlâ "yeterince iyi" seviyesinde bırakıyoruz? Bu yaklaşım, en gelişmiş motoru paslı bir şanzımanla kullanmaya benzer. Gelin, bu göz ardı edilen kahramanın performans üzerindeki gerçek etkisini ve onu nasıl bir büyüme aracına dönüştürebileceğimizi inceleyelim.

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposite Arkası) İkitelli/İST **Tel:** 444 60 27 (pbx)
www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



Derin Öğrenme Sahneye Çıktığında Veri Neden Kral Olur?

Performansa odaklı bir kampanya başlattığınızı düşünün. Birinci taraf verilerinizi ve yeni nesil dinamik yeniden hedefleme teknolojisini devreye aldınız. Bu noktada derin öğrenme algoritmaları, en değerli müşterilerinizin davranışlarını analiz ederek beklenmedik dönüşüm potansiyeli taşıyan yeni kitleler belirler ve onlara kişiselleştirilmiş ürünler sunar. Tam da bu anda, ürün veri akışınız kampanyanın beyni haline gelir.

Ürün başlıkları, kategoriler, fiyatlar, stok durumu ve görseller gibi bilgileri barındıran bu akış, algoritmanın hangi ürünü kime göstereceğini belirleyen tek referans kaynağıdır. Bir ürün, akışta yer almıyorsa veya verisi eksikse, ne kadar potansiyelli olursa olsun görünmez kalır. Bu durum, yalnızca anlık bir satışı kaçırmak anlamına gelmez. McKinsey'in araştırmasına göre, etkili kişiselleştirme stratejileri, satışları yüzde beş ila 15 oranında artırabilirken, bu kişiselleştirmenin temelini oluşturan veri doğruluğu göz ardı edildiğinde fırsatlar da buharlaşır. Deneyimlerimize göre, satın alınan ürünlerin yüzde 60'ı, kullanıcıların daha önce hiç görüntülediği ürünlerden oluşuyor. Bu, teknolojinin yeni keşifler yaptırma gücünü kanıtıyor. Ancak bu keşif motorunun yakıtı eksikse, yani veri akışınız zayıfsa, hem anlık satışları hem de gelecekteki müşteri sadakatini riske atarsınız.

“Yeterince İyi” Tuzağı: Yüzde 80 Doğruluk Neden Yetersizdir?

Pek çok reklamveren, yüzde 80 doğrulukta bir ürün veri akışını "yeterince iyi" kabul ettiğine şahit oluyoruz. Ancak performans pazarlamasında her yüzde puanı, kârlılıkta devasa farklar yaratır. Verimli olması için doğruluk oranının yüzde 90'ın altına düşmemesi gerekir. Çünkü veri ne kadar temiz, eksiksiz ve güncelse, performans üzerindeki olumlu etkileri o kadar istikrarlı olur.

Bu durum yalnızca derin öğrenme için değil, klasik yeniden hedefleme stratejileri için de geçerlidir. Verinizin doğruluğu, kampanyanın başarısını doğrudan etkileyen en güçlü kaldıraçtır.

Mükemmel Bir Ürün Veri Akışının Anatomisi

Peki, "doğru veri akışı" neye benzer? Bunu üç maddelik basit bir kontrol listesi olarak düşünebilirsiniz:

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposite Arkası) İkitelli/İST **Tel: 444 60 27 (pbx)**

www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



1. **Gerçek zamanlı durumu yansıtmalı.** Stokta olmayan bir ürünün reklamını yapmak, sadece bütçenizi boşa harcamakla kalmaz, aynı zamanda müşteri güvenini de sarsar. Akışınız, katalog güncellemelerinizle eş zamanlı olarak yenilenmelidir.
2. **Fiyat tutarlılığı sağlamalı.** Reklamda farklı, açılış sayfasında farklı bir fiyat görmek, kullanıcıların sayfayı anında terk etme sebeplerinin başında gelir. Baymard Institute'e göre, beklenmedik maliyetler (fiyat tutarsızlığı dahil) e-ticarete sepet terk etmelerinin en önemli nedenlerinden biridir. Bu durumda en akıllı hedefleme bile kaçan fırsatı geri getiremez.
3. **Temel sorunlar giderilmiş olmalı.** Bozuk URL'ler, eksik ürün kimlikleri veya hatalı görseller, performansı sessizce baltalayan katillerdir. Bu hatalar, kullanıcı yolculuğunu kesintiye uğratır ve optimizasyonu besleyen değerli sinyalleri yok eder.

Bu temellerin ötesinde, akışınızı kullanıcı puanları, yorumlar, kampanya etiketleri veya "Sınırlı Stok" gibi dinamik rozetlerle zenginleştirmek, ürünlerinizin alaka düzeyini ve dönüşüm oranlarını önemli ölçüde artırabilir.

Teknolojiyi Güçlendirin, Akışı Mükemmelleştirin

Büyüme, fırsatları yakalamaya hazır olanlar için hâlâ ulaşılabilir bir hedef. Gerçek fark, doğru ürünün doğru kişiye doğru anda ulaştığı o "sihirli" anda ortaya çıkar. Ancak bu bir tesadüf değil, temelini sağlam veriyle beslenen yeni nesil teknolojinin yarattığı kusursuz bir eşleşmedir.

Unutmayın, teknoloji güçlü bir amplifikatördür; ona ne vererseniz onu büyütür. Detaylar artık yalnızca teknik bir mesele değil, dönüşümün ve sürdürülebilir büyümenin anahtarıdır. İşe, en değerli varlığınız olan ürün verilerinizin akışını mükemmelleştirerek başlayın.

Kaynak: HBR Türkiye

Not: Lütfen detaylar için kırmızı yazıların üzerini tıklayınız.

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposite Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)

www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com