
zeo

Sigorta Sektörü

Q1 Raporu



Giriş

Güncel gelişmelerden doğrudan etkilenerek sürekli bir değişim içinde olan veri odaklı dijital pazarlama, içinden geçilen dönemin doğru anlamlandırılmasına ve sürdürülebilir stratejiler geliştirilmesine olanak tanır.

Sigorta sektörünü 2019 ve 2020 yıllarının ilk çeyrek verilerini karşılaştırarak incelediğimiz raporumuz; web sitelerinin trafik hacimlerindeki, anahtar kelime aramalarındaki ve marka görünürlüklerindeki değişimlere odaklanarak pazardaki kullanıcı bazlı hareketleri okunur kılıyor. COVID-19 etkisinin başlıca yansımalarıyla birlikte, sektöre artan ilginin dağılımı ve markaların bu dönemde benimsediği stratejiler hakkında çıktılar içeriyor.



Mehmet Aktuğ
Sales & Marketing Director
mehmet@zeo.org

İçindekiler

1. Araştırmanın Amacı
2. Araştırmanın Yöntemi
3. Faydalanılan Araçlar
4. 2019-2020 Q1 Site Bazlı Sektör Değerlendirmesi
    - 4.1. Toplam Ziyaretçi Karşılaştırması
    - 4.2. Sektörde Platform Kullanımı
    - 4.3. 2019 Q1: Sektörde En fazla Trafik Alan Siteler
        - 4.3.1. 2020 Q1: Sektörde En fazla Trafik Alan Siteler
    - 4.4. Trafik Kanallarının Kullanımı
        - 4.4.1. Trafik Kanallarının Q1 Karşılaştırmaları
    - 4.5. Sektörde Aylık Ziyaretçi Ortalamalarının Q1 Karşılaştırması
        - 4.5.1. Başlıca Sitelerde Aylık Ziyaretçi Ortalamalarının Q1 Karşılaştırması
    - 4.6. Sektörde Ziyaretçilerin Geçirdiği Ortalama Süre Karşılaştırması
        - 4.6.1. Başlıca Sitelerde Ziyaretçilerin Geçirdiği Ortalama Süreler
    - 4.7. Sektörde Ortalama Ziyaret Edilen Sayfa Sayılarının Karşılaştırması
    - 4.8. Sektörde Ortalama Hemen Çıkma Oranlarının Karşılaştırması

İçindekiler

5. 2019-2020 Q1 Anahtar Kelime Bazlı Sektör Değerlendirmesi
    - 5.1. Araştırmanın Yöntemi
    - 5.2. Aranma Hacim Eğilimlerinin Karşılaştırılması
        - 5.2.1 Aranma Hacim Eğilimlerinin Değişim Oranları
    - 5.3. Platformlara Göre Dağılım Karşılaştırması
    - 5.4. Konumlara Göre Dağılım Karşılaştırması
    - 5.5. 2019 Q1'de En Çok Aranan Kelimeler
        - 5.5.1. 2020 Q1'de En Çok Aranan Kelimeler
    - 5.6. 2019 Q1'den 2020 Q1'e En Fazla Artış Yaşayan Kelimeler
        - 5.6.1. 2019 Q1'den 2020 Q1'e En Çok Dikkat Çeken Kelimeler
            - 5.6.1.1. Deprem ile İlgili Aramaların Konumlara Göre Dağılımı
    - 5.7. 2019 Q1'den 2020 Q1'e En Fazla Düşüş Yaşayan Kelimeler
    - 5.8. 2019 Q1'de Sektör Liderlerinin Marka İsimlerinin Aranma Trendleri
        - 5.8.1. 2020 Q1'de Sektör Liderlerinin Marka İsimlerinin Aranma Trendleri
6. Bulgular ve Yorumlar
7. Sektöre Dair Öngörüler ve Sektörde Yapılan Yenilikler

1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma;

- Türkiye'de Sigorta sektörünün 2019 Q1 dönemi hacminin 2020 Q1 dönemi kıyaslamasını yapmak,
- Sektördeki web sitelerinin hacim değişikliklerini gözlemlemek,
- Sektörde aranan veya değişiklik yaşayan kelimeleri saptamak,
- Potansiyeli anlamlandırıp içgörüler elde etmek için oluşturulmuştur.

2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada izlenen adımlar aşağıdaki gibidir:

- Sektöre ait web sitelerinin araçlar yoluyla saptanması
- Bulunan **60 web sitenin** kategori haline getirilerek araçlar yardımıyla monitor edilmesi
- Site bazlı iki çeyrek karşılaştırmasının yapılması
- Sektör liderlerinin en fazla hacme sahip **10.000 organik anahtar** kelimesinin araçlar yoluyla bulunması ve bu kelimelerin çeyrekler arası kıyaslamalarının yapılması
- Sektördeki lider **10 firma** saptanarak marka aramalarının geçen çeyrek ile karşılaştırılması
- Sektöre dair öngörüler ve 2020'de eklenen katma değerlerin saptanması

3. Faydalanılan Araçlar

2019 ve 2020 yıllarının ilk çeyreklerini kıyaslamak ve COVID-19 etkisini ölçümlemek için oluşturulan bu raporda faydalanılan market analiz araçları aşağıdadır:



Ahrefs



Searchmetrics



Google Trends



SEOmonitor



SimilarWeb

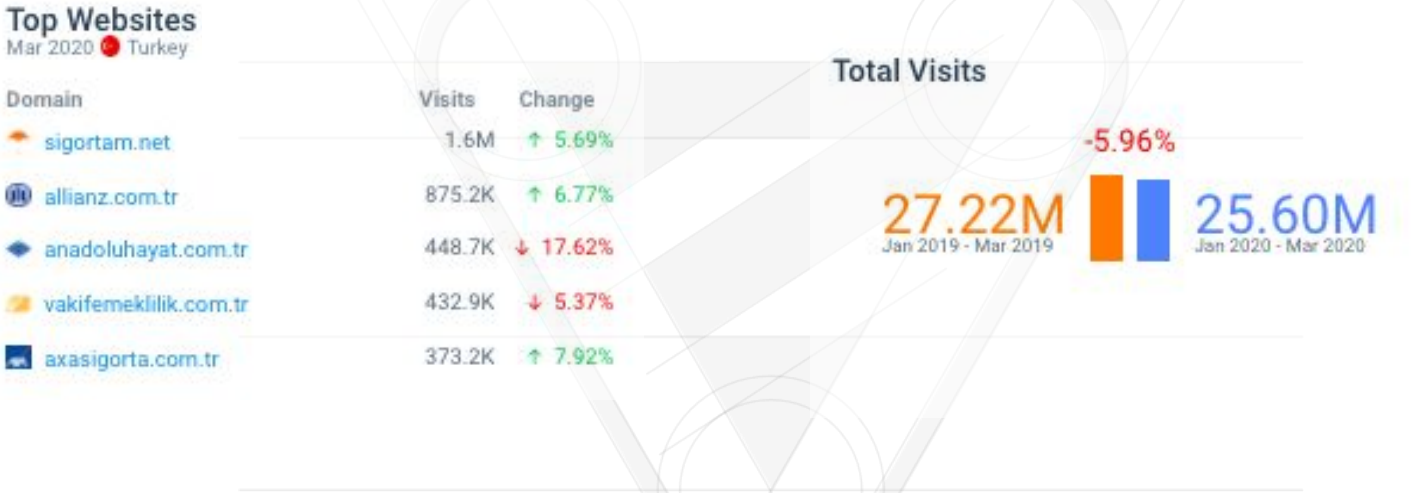


Google Ads Keyword Planner

2019 - 2020 Q1

Site Bazlı Sektör Değerlendirmesi

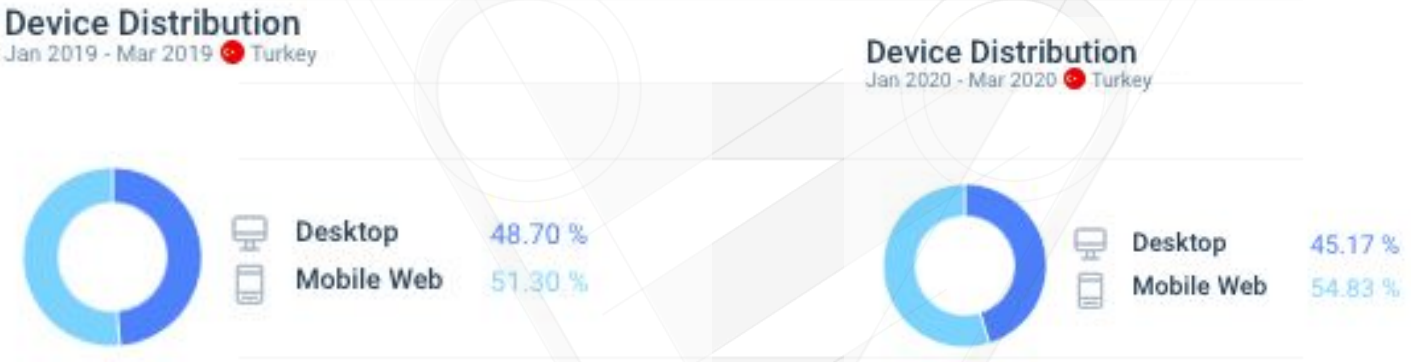
4.1 Toplam Ziyaretçi Karşılaştırması



Sigorta Firmaları kategorisi altında Mart ayında en çok trafik alan 5 web sitesi listelenmektedir.

Toplam ziyaretçi ortalamasında Sigorta sektörünü oluşturan 60 web sitesinin **%5.96** fark ile **2020 yılında düşüşe g**eçtiği anlaşılmaktadır.

4.2 Sektörde Platform Kullanımı



Web sitelerine gelen ziyaretçilerin cihaz kullanım ortalamaları geçtiğimiz sene ile karşılaştırıldığında, mobil cihaz kullanımının **yaklaşık %3 arttığı** gözükmektedir.

Google 2020 itibariyle Türkiye'de Mobil Öncelikli İndeksleme sistemine geçtiğini duyurdu. Sitelerin sıralanmasında mobil versiyonlarının tam verimle çalışması önemini arttırdı. Bu gelişme, sektörün mobil payının artmasıyla beraber değerlendirildiğinde mobil versiyonların önemini bizlere göstermektedir.

4.3 2019 Q1: Sektörde En Fazla Trafik Alan Siteler



Web sitelerine gelen 2019 yılı ilk çeyreğinin ziyaretçi grafiği yukarıdaki gibidir.
Bu grafiğe göre; Sigortam.net, Allianz ve Anadolu Hayat Emeklilik'in sektörde en fazla ziyaretçi payını alan siteler olduğu gözlemlenmektedir.

4.3.1 2020 Q1: Sektörde En Fazla Trafik Alan Siteler



2020 yılının ilk çeyreğinde ise; yine ilk 3 dominant sitenin geçen sene ile aynı olmakla birlikte Allianz ve Sigortam.net'in pazardaki trafik paylarında artış olduğu görülmektedir.

4.4 Trafik Kanallarının Kullanımları

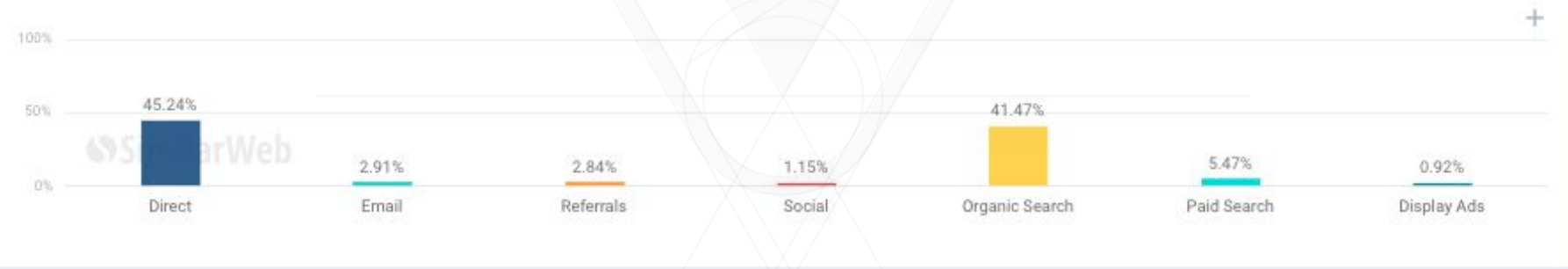
Traffic Share

Ocak - Mart 2019



Traffic Share

Ocak - Mart 2020



4.4.1 Trafik Kanal Kullanımlarının Q1 Karşılaştırmaları

Trafik Kanalları	Direkt Trafik 2019	Direkt Trafik 2020
Kullanım Oranı	43,57%	45,24%
2019 - 2020 Q1 Değişim	1,67%	

Trafik Kanalları	Email 2019	Email 2020
Kullanım Oranı	4,37%	2,91%
2019 - 2020 Q1 Değişim	-1,46%	

Trafik Kanalları	Referanslar 2019	Referanslar 2020
Kullanım Oranı	4,13%	2,84%
2019 - 2020 Q1 Değişim	-1,29%	

Web sitelerin aldığı trafik değerlerine bakıldığında, kanalların birçoğunda artış olduğunu gözlemlenmektedir.

Direkt trafik, web sitemizin tarayıcılara yazılarak direkt olarak web sitesine aldığı trafiktir. Marka bilinirliğinin göstergesi olarak yorumlanır. Geçtiğimiz senenin ilk çeyreğinde **%43,57** iken bu sene %45.24 olarak karşımıza çıkmaktadır. Marka bilinirliğinin sektör genelinde arttığını göstermektedir.

E-mail sütunu sektöre mailinglerden gelen trafiği işaret eder. Geçtiğimiz sene toplam trafiğin **%4.37**'sini buradan alan Sigorta sektörü bu sene **%2.91**'ini bu kanaldan almıştır.

Referanslar sütunu, farklı web sayfalardan gelen trafik olarak yorumlanır. Geçtiğimiz sene ilk çeyrekte **%4.13**'lik orana sahipken bu sene **%2.84**'lük bir trafik payına sahip olmuştur.

4.4.1 Trafik Kanal Kullanımlarının Q1 Karşılaştırmaları

Trafik Kanalları	Paid & Display Ads 2019	Paid & Display Ads 2020
Kullanım Oranı	8,37%	6,39%
2019 - 2020 Q1 Değişim	-1,98%	

Trafik Kanalları	Organik Trafik 2019	Organik Trafik 2020
Kullanım Oranı	37,65%	41,47%
2019 - 2020 Q1 Değişim	3,82%	

Trafik Kanalları	Sosyal 2019	Sosyal 2020
Kullanım Oranı	1,90%	1,15%
2019 - 2020 Q1 Değişim	-0,75%	

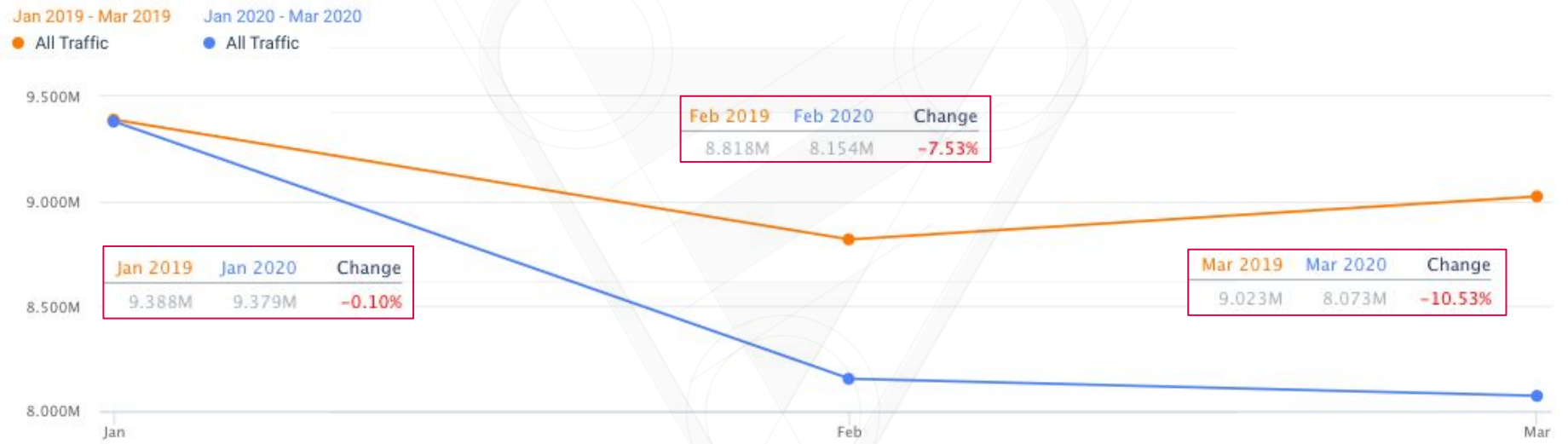
Paid Search ve Display Ads iki ana reklam mecrasından gelen trafiği göstermektedir. Geçtiğimiz çeyrekte bu ikisinin toplamı **%8.37** iken bu sene **%6.39**'luk trafiğin sektöre reklam kanalıyla geldiği söylenebilir.

Organik trafik SEO çalışmalarıyla hedeflenen, reklam dışı organik aramalar ile arama motorlarından siteye gelen trafik yüzdesini göstermektedir. Geçtiğimiz yılın ilk çeyreğinde **%37.65** iken bu yıl **%41.47**'ye yükselmiştir.

Sosyal sütunu, sosyal medya kanallarından gelen trafiğin oranını göstermektedir. Geçtiğimiz yıl **%1.90** iken bu yıl **%1.15**'e gerilemiştir.

Özellikle Organik Trafik oranında gerçekleşen artışın SEO için yapılan yatırımların geçtiğimiz yıla oranla artmış olduğunu göstermektedir.

4.5 Sektörde Aylık Ziyaretçi Ortalamalarının Q1 Karşılaştırması



Bu grafikte ise sektördeki 60 siteye gelen aylık ziyaretçi ortalamasının 2019'un ilk çeyreğine göre değerlendirmesi görülüyor.

Aylık ziyaretçi ortalamalarına bakıldığında sektörde web site ziyaretçilerinin azaldığı ve bu azalışın Mart itibariyle yükselerek %10 seviyelerine geldiği net bir şekilde gözlemleniyor.

4.5.1 Başlıca Sitelerde Aylık Ziyaretçi Ortalamalarının Q1 Karşılaştırması

Domain 2020	Traffic Share - 2019	Traffic Share - 2020	Avg. Monthly Visits - 2019	Avg. Monthly Visits - 2020	Avg. Monthly Visits Change
sigortam.net	16,52%	18,31%	1.499.251	1.562.755	4,24%
allianz.com.tr	9,95%	10,06%	903.196	859.028	-4,89%
anadoluhayat.com.tr	7,14%	6,51%	647.881	555.527	-14,25%
vakifemeklilik.com.tr	6,29%	5,56%	570.753	474.747	-16,82%
koalay.com	5,86%	4,67%	375.905	398.309	5,96%
axasigorta.com.tr	4,54%	4,34%	412.432	370.646	-10,13%
anadolusigorta.com.tr	4,14%	4,27%	531.613	364.735	-31,39%
aksigorta.com.tr	4,03%	3,65%	256.177	311.215	21,48%
avivasa.com.tr	4,00%	3,24%	359.222	276.418	-23,05%
mapfre.com.tr	3,96%	3,10%	306.523	264.814	-13,61%
ziraatemeklilik.com.tr	3,59%	2,87%	365.539	244.991	-32,98%
neova.com.tr	3,38%	2,79%	325.616	237.899	-26,94%
generali.com.tr	2,82%	2,57%	362.675	219.274	-39,54%
hdisigorta.com.tr	2,46%	2,46%	111.393	210.001	88,52%
quicksigorta.com	2,06%	2,11%	140.088	180.501	28,85%
garantibbvaemeklilik.com.tr	0,00%	1,94%	0	165.270	16526965,50%
garantiemeklilik.com.tr	3,98%	0,00%	389.062,92	0	-38906291,58%
metlife.com.tr	1,61%	1,79%	223.370	152.666	-31,65%
sigortam360.com	1,54%	1,69%	146.118	144.022	-1,43%
nnhayatemeklilik.com.tr	1,23%	1,65%	152.623	141.133	-7,53%
dogasigorta.com	1,06%	1,59%	186.591	135.334	-27,47%
groupama.com.tr	0,86%	1,37%	78.399	116.973	49,20%
somposigorta.com.tr	0,00%	1,22%	0	104.556	10455645,29%
sompojapan.com.tr	3,28%	0,00%	321.300,13	0	-32130013,36%
sigortaladim.com	0,85%	0,88%	19.513	75.392	286,36%
gunessigorta.com.tr	0,81%	0,85%	76.957	72.840	-5,35%
aegondirekt.com.tr	0,75%	0,80%	73.813	68.190	-7,62%
ethicasigorta.com.tr	0,69%	0,71%	7.693	60.918	691,83%
segem.org.tr	0,60%	0,66%	96.143	56.588	-41,14%
ziraatsigorta.com.tr	0,59%	0,62%	62.630	53.021	-15,34%
eurekosigorta.com.tr	0,49%	0,54%	68.131	46.273	-32,08%
corpussigorta.com.tr	0,45%	0,53%	297	45.063	15076,09%

Web sitelerinin aldığı trafik değerleri ve bu değer değişimlerinin yanı sıra, siteyi ziyaret eden kullanıcı oranları yukarıda karşılaştırılmıştır. Burada, Garanti BBVA ve Sompo Sigorta'nın 2020'de domain değiştirmeleri sebebiyle yüksek bir artış yüzdesine sahip olduğu görülürken sektörde genel anlamda bir düşüş yaşanmıştır. İncelemeniz üzere her iki domain için de veri sunulmuştur.

4.6 Sektörde Ziyaretçilerin Geçirdiği Ortalama Süre Karşılaştırması



Bu tabloda geçtiğimiz yıl sektördeki 60 web sitesinde geçirilen ortalama süre ile bu yılın ilk çeyreğinin karşılaştırması görüntülenmektedir.
Geçtiğimiz ocak ayına göre süre %0.60 artarken, şubat ayında %3.02'lik bir azalma yaşanmış ve bu azalma ise mart ayında %4.89'luk bir oran ile devam etmiştir.

4.6.1 Başlıca Sitelerde Ziyaretçilerin Geçirdiği Ortalama Süreler

Domain 2020	Traffic Share - 2019	Traffic Share - 2020	Traffic Share Change	Avg Visit Duration - 2019	Avg Visit Duration - 2020
sigortam.net	16,52%	18,31%	1,79%	00:02:10	00:02:27
allianz.com.tr	9,95%	10,06%	0,11%	00:08:07	00:06:46
anadoluhayat.com.tr	7,14%	6,51%	-0,63%	00:05:26	00:04:35
vakifemeklilik.com.tr	6,29%	5,56%	-0,73%	00:03:43	00:02:55
koalay.com	5,86%	4,67%	-1,19%	00:02:03	00:01:35
axasigorta.com.tr	4,54%	4,34%	-0,20%	00:13:51	00:21:02
anadolusigorta.com.tr	4,14%	4,27%	0,13%	00:06:00	00:06:30
aksigorta.com.tr	4,03%	3,65%	-0,38%	00:13:45	00:12:43
avivasa.com.tr	4,00%	3,24%	-0,76%	00:05:24	00:05:11
mapfre.com.tr	3,96%	3,10%	-0,86%	00:02:46	00:08:06
ziraatemeklilik.com.tr	3,59%	2,87%	-0,72%	00:06:35	00:05:15
neova.com.tr	3,38%	2,79%	-0,59%	00:15:10	00:10:54
generali.com.tr	2,82%	2,57%	-0,25%	00:01:45	00:01:26
hdisigorta.com.tr	2,46%	2,46%	0,00%	00:07:23	00:11:40
quicksigorta.com	2,06%	2,11%	0,06%	00:06:02	00:07:59
garantibbvaemeklilik.com.tr	0,00%	1,94%	1,94%	00:00:00	00:04:39
garantiemeklilik.com.tr	3,98%	0,00%	-3,98%	00:06:50	00:00:00
metlife.com.tr	1,61%	1,79%	0,18%	00:02:43	00:02:47
sigortam360.com	1,54%	1,69%	0,14%	00:03:22	00:03:15
nnhayatemeklilik.com.tr	1,23%	1,65%	0,43%	00:02:35	00:02:44
dogasigorta.com	1,06%	1,59%	0,53%	00:14:50	00:11:11
groupama.com.tr	0,86%	1,37%	0,51%	00:03:51	00:06:41
somposigorta.com.tr	0,86%	1,22%	0,36%	00:00:00	00:03:31
sompojapan.com.tr	3,28%	0,00%	-3,28%	00:09:36	00:00:00
sigortaladim.com	0,85%	0,88%	0,04%	00:00:49	00:00:59
gunessigorta.com.tr	0,81%	0,85%	0,04%	00:11:25	00:16:29
aegondirekt.com.tr	0,75%	0,80%	0,05%	00:00:38	00:00:58
ethicasigorta.com.tr	0,69%	0,71%	0,02%	00:02:31	00:02:08
segem.org.tr	0,60%	0,66%	0,07%	00:04:25	00:04:22
ziraatsigorta.com.tr	0,59%	0,62%	0,03%	00:04:09	00:02:48
eurekosigorta.com.tr	0,49%	0,54%	0,06%	00:06:36	00:07:38
corpussigorta.com.tr	0,45%	0,53%	0,07%	00:06:10	00:04:29

Geçtiğimiz yıl ve bu yıl trafik pazar payında en yüksek oranlara sahip olan web sitelerinde ziyaretçilerin geçirdiği ortalama süreler yandaki gibidir.

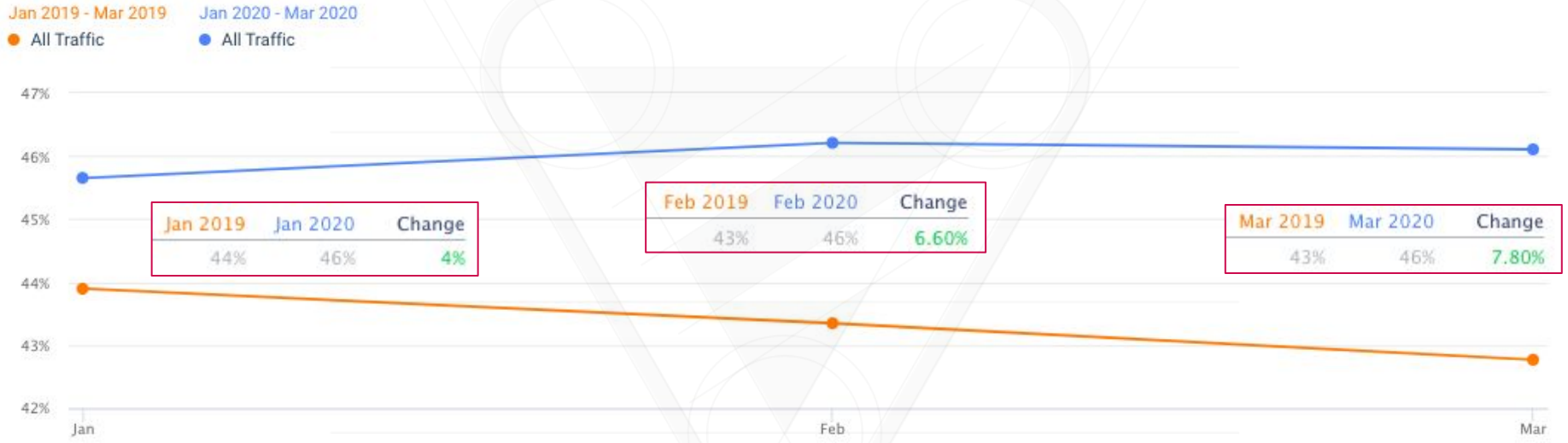
Garanti BBVA ve Sompo Sigorta domain değişikliği gerçekleştirmiştir ve incelemeniz üzere her iki domain içinde veriler eklenmiştir.

4.7 Sektörde Ortalama Ziyaret Edilen Sayfa Sayılarının Karşılaştırması



Yukarıdaki tabloda geçtiğimiz yıl bu 60 siteden herhangi bir web sitesine giren ziyaretçinin gezdiği ortalama sayfa sayısı yer almaktadır. 2019 Ocak ayında ziyaretçiler **5** sayfa gezinirken, 2020 Ocak ayında bu sayı **5** sayfanın biraz üzerine çıkmıştır. 2019-2020 Mart ve Nisan aylarında ise yine küçük bir artış ile beraber kullanıcılar ortalama **5**'in üstünde sayfayı ziyaret ederek siteyi terk etmişlerdir.

4.8 Sektörde Ortalama Hemen Çıkma Oranlarının Karşılaştırması



Yukarıdaki tabloda sektöre ait 60 siteden herhangi bir web sitesine giren ziyaretçinin ortalama hemen çıkma oranları görüntülenmektedir.

Bir kullanıcı web sitenize herhangi bir trafik kanalı vasıtasıyla belirli bir sayfadan giriş yapar ve herhangi bir etkileşimde bulunmadan sayfadan ayrılırsa, bu durumda hemen çıkma durumu gerçekleşir. Buradaki yüzdenin yüksek olması, ziyaretçilerin siteden hemen ayrıldığı anlamına gelmektedir.

Sektör deneyimli danışmanımız Ezgi yorumladı:

“Ekonomik gelişmelerden direkt etkilenen sektörlerden biri olan sigorta sektöründe, performans takibini düzenli ve sık aralıklarla yapmak oldukça önemli. Kelimeler, aranma hacimleri ve trafikler bizlere ileriye yönelik birçok ipucu verebiliyor.

Bununla birlikte bu sektör birçok güçlü oyuncuyu barındırıyor. Rakipleri yakından takip etmek, en az kendi performansımızı takip etmek kadar önemli.”



Ezgi Gülsen Yaylı
SEO Team Lead
ezgi@zeo.org

2019 - 2020 Q1

Anahtar Kelime Bazlı Sektör Değerlendirmesi

5.1 Araştırmanın Yöntemi

Sektörün en fazla trafik alan 10 web sitesi aşağıdaki gibidir:

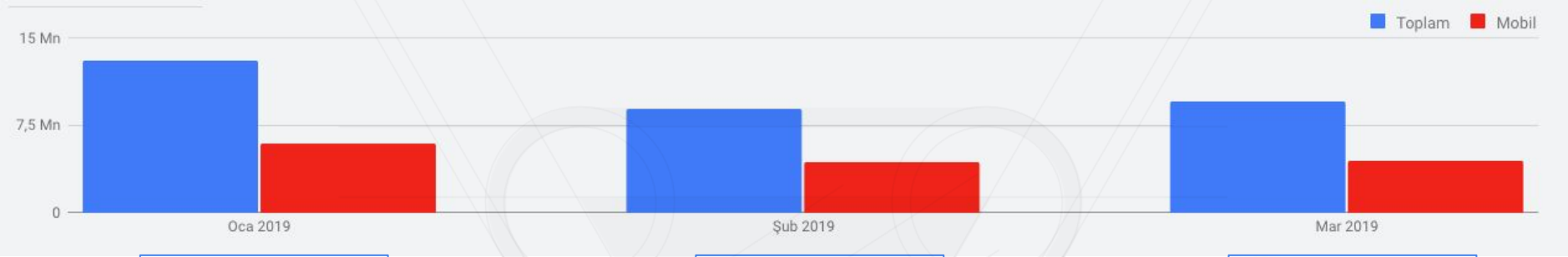
- sigortam.net
- allianz.com.tr
- anadoluhayat.com.tr
- vakifemeklilik.com.tr
- koalay.com
- axasigorta.com.tr
- anadolusigorta.com.tr
- aksigorta.com.tr
- avivasa.com.tr
- Mapfre.com.tr

Bu web sitelerinin en az 3'ünün sıralandığı **10.400** ortak kelime mevcuttur.

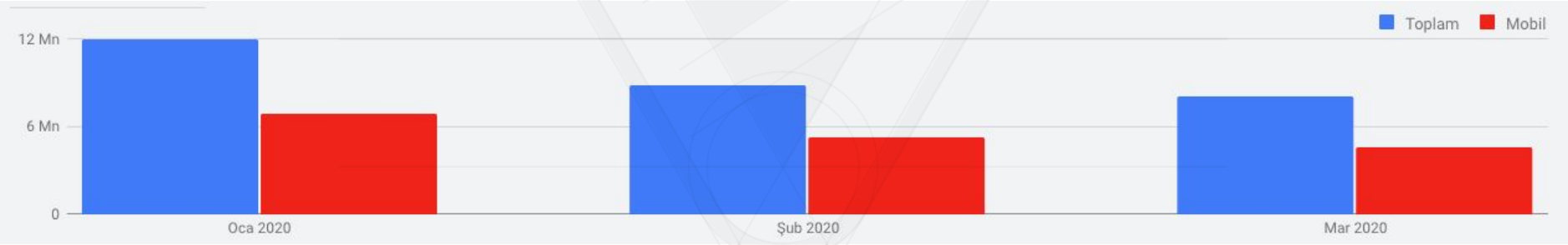
10.400 anahtar kelimenin en fazla hacme sahip 10.000 kelimesi alınarak, 2019'un ilk çeyreğine göre 2020 yılında aranma hacim değişimleri, platformlarla oransal karşılaştırmaları ve ülke içinde trafik aldığı lokasyonların değişimi incelenmiştir.

Ardından her iki yılın ilk çeyreğinde en fazla aranan kelimelerle, en fazla artış ve düşüş yaşayan kelimelerin örneklemleri yer almaktadır ve son olarak güncel olaylarla ilgili bulgulara değinilmiştir.

5.2 Aranma Hacim Eğilimleri Karşılaştırması



	Toplam	Mobil
Oca 2019	13.066.150	5.873.747
Şub 2019	8.871.430	4.358.517
Mar 2019	9.521.970	4.383.516



	Toplam	Mobil
Oca 2020	11.924.650	6.881.584
Şub 2020	8.842.470	5.252.752
Mar 2020	8.007.340	4.576.248

5.2.1 Aranma Hacim Eğilimlerinin Değişim Oranları

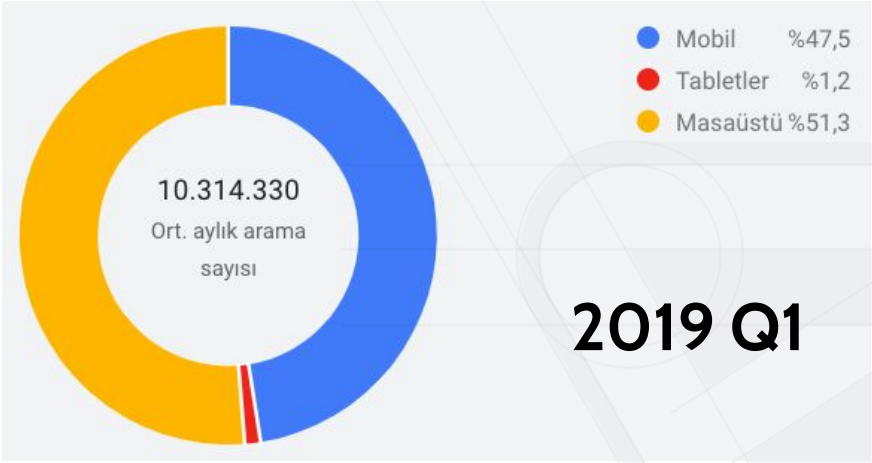
Aranma Hacimleri	Ocak 19	Ocak 20
Toplam	13.066.150	11.924.650
Mobil	5.873.747	6.881.584
Toplam Büyüme Oranı - Ocak	-8,74%	
Mobil Büyüme Oranı - Ocak	17,16%	

Aranma Hacimleri	Şubat 19	Şubat 20
Toplam	8.871.430	8.842.430
Mobil	4.358.517	5.252.752
Toplam Büyüme Oranı - Şubat	-0,33%	
Mobil Büyüme Oranı - Şubat	20,52%	

Aranma Hacimleri	Mart 19	Mart 20
Toplam	9.521.970	8.007.340
Mobil	4.383.516	4.576.248
Toplam Büyüme Oranı - Mart	-15,91%	
Mobil Büyüme Oranı - Mart	4,40%	

2020 Q1 dönemi boyunca sektördeki kelimelerin aranma hacimlerinde 2019 Q1 dönemine kıyasla dalgalı bir düşüş eğilimine sahip olduğu gözlenmiştir.
Ocak ayında %8 düşüş yaşanırken COVID-19 öncesi dönemde Şubat ayında düşüş oranının minimum seviyede olduğu gözlenmiştir.
Mart ayı itibariyle ise %15'i geçen toplam aranma hacminde düşüş yaşanırken kullanıcıların mobil tarafa yöneldiği görülmüştür.

5.3 Platformlara Göre Dağılım Karşılaştırması



2019 Q1



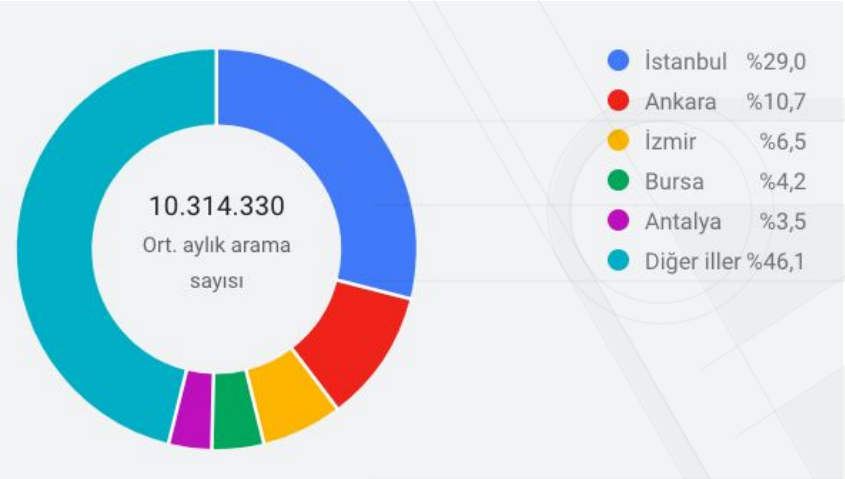
2020 Q1

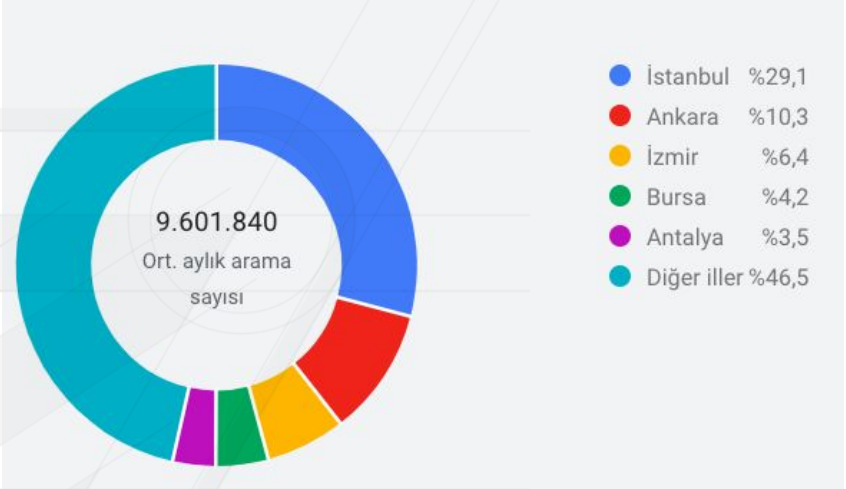
Sigorta sektörü kullanıcılarının sektörel bazlı kelime arama trafiğine ve ziyaretçi cihaz kullanım dağılımına bakıldığında;

- Kullanıcıların, ortalama aylık arama sayısının 2020 Q1 sürecinde **düşüş** yaşadığı görülürken,

- Ziyaretçi cihaz kullanım dağılımına bakıldığında ise; **mobil cihazlarda artış** yaşandığı görülmektedir. Masaüstü kullanımında **%11** kadar düşüş meydana gelirken, hızlı ve çabuk ulaşılabilir olması nedeniyle mobil cihaz kullanımının tercih edildiği görülüyor.

5.4 Konumlara Göre Dağılım Karşılaştırması





2019 Q1 **2020 Q1**

Sektör kullanıcılarının konum dağılımına bakıldığında, Sigorta içerikli kelimelerin aranma hacimlerinde çeyrek boyunca genel bir düşüş gözükmektedir.

Bu düşüş oranının az olduğu görülürken genel anlamda il bazında büyük bir değişime rastlanmamıştır.

5.5 2019 Q1'de En Çok Aranan Kelimeler

Kelime	Aranma Hacmi - 2019
mtv ödemesi	450000
motorlu taşıt vergisi	301000
motorlu taşıtlar vergisi hesaplama	201000
tramer	165000
oks	135000
adres kodu	90500
mtv sorgula	90500
bireysel emeklilik	60500
kasko değer listesi	60500
plaka sorgulama	60500
kasko değer	49500
sigorta sorgulama	49500
bes	40500
dask	40500
dask sorgulama	40500
hasar kaydı sorgulama	40500
mtv hesaplama ve ödeme	40500
tramer sorgula	40500
bireysel emeklilik iptal	33100
hasar sorgulama	33100
trafik sigorta	33100
araç sigorta sorgulama	27100
bes iptal	27100
sigorta	27100
araç vergi hesaplama	22200
trafik sigortası sorgulama	22200
arac ceza sorgula	18100
araç hasar sorgulama	18100
tamamlayıcı sağlık sigortası	18100
trafik sigortası fiyatları	18100
özel sağlık sigortası	18100
araç kasko değeri	14800
araç plaka sorgulama	14800
araç vergisi	14800
araçların kasko değeri	14800
dask adres	14800
kaza tespit tutanağı sorgulama	14800
plakadan araç sorgulama	14800
dask poliçe sorgulama	12100
guvencehesabi	12100

2019 yılının ilk çeyreğinde **Sigorta** sektöründeki **60** web sitesinin en az üçünde listelenen kelimelerde en yüksek aranma hacmine sahip **10.000** kelimenin ilk **40** tanesi tablolaştırılmıştır.

5.5.1 2020 Q1'de En Çok Aranan Kelimeler

Kelime	Aranma Hacmi - 2020
mtv ödemesi	450000
motorlu taşıt vergisi	201000
motorlu taşıtlar vergisi hesaplama	201000
mtv sorgula	135000
oks	110000
kasko değer listesi	110000
tramer	74000
kasko değer	74000
plaka sorgulama	60500
dask	60500
dask sorgulama	60500
hasar sorgulama	60500
bireysel emeklilik	49500
hasar kaydı sorgulama	40500
tramer sorgula	40500
bes	33100
trafik sigorta	33100
sigorta	33100
bireysel emeklilik iptal	22200
araç sigorta sorgulama	22200
araç hasar sorgulama	22200
tamamlayıcı sağlık sigortası	22200
araçların kasko değeri	22200
özel sağlık sigortası	18100
araç vergisi	18100
dask poliçe sorgulama	18100
araç değer	18100
arac ceza sorgula	14800
araç plaka sorgulama	14800
araç vergi hesaplama	12100
dask adres	12100
arac vergi sorgulama	12100
mtv hesaplama ve ödeme	9900
kasko	9900
sağlık sigortası	9900
yol yardım	9900
sigorta şirketleri	9900
plakadan hasar sorgulama	9900
dask nedir	9900
tramer nedir	9900

2020'nin ilk çeyreğinde en fazla aranan kelimelerin ilk **40**'ı yandaki tabloda görülmektedir.

Mtv, tramer, kasko ve dask gibi kelimeler iki sene de listeye girmeyi başarmıştır.

5.6 2019 Q1'den 2020 Q1'e En Fazla Artış Yaşayan Kelimeler

Kelime	Aranma Hacmi - 2019	Aranma Hacmi - 2020	Aranma Hacmi Değişim	Yüzdesel Değişim
15 yaş üstü araç kasko değer listesi	110	1300	1190	1081,82%
araç hasar sorgulama ücretsiz	170	1300	1130	664,71%
hasar kaydı öğrenme	720	5400	4680	650,00%
tramer ne demek	1300	6600	5300	407,69%
kasko değeri öğrenme	320	1600	1280	400,00%
konut kredisi hayat sigortası hesaplama	110	480	370	336,36%
sadece plakadan borç sorgulama	1300	5400	4100	315,38%
hasar sorgulama 5664	2400	9900	7500	312,50%
araç değer	4400	18100	13700	311,36%
bireysel emeklilik erken çıkış hesaplama	390	1600	1210	310,26%
deprem sigortası nedir	320	1300	980	306,25%
sigorta şirketlerinden az hasarlı satılan araçlar	1000	3600	2600	260,00%
araç hasar sorgulama nasıl yapılır	110	390	280	254,55%
dask ne işe yarar	110	390	280	254,55%
sigortasız araç kullanmanın cezası	110	390	280	254,55%
arac kasko bedeli	140	480	340	242,86%
hasar kaydı sorgulama nasıl yapılır	140	480	340	242,86%
kasko bedeli öğrenme	140	480	340	242,86%
deprem sigortası	2900	9900	7000	241,38%
bes fon getirileri	260	880	620	238,46%
hasar sorgulama nasıl yapılır	260	880	620	238,46%
plakadan mtv sorgulama	2400	8100	5700	237,50%
araç sigortası fiyatları	880	2900	2020	229,55%
deprem sigortası ne kadar	880	2900	2020	229,55%
araç sigortası yapma	110	320	210	190,91%
kayseri sigorta acenteleri	110	320	210	190,91%
sigorta olup olmadığını öğrenme	110	320	210	190,91%
sigortanın olup olmadığını öğrenme	110	320	210	190,91%
bireysel emeklilik iptali para iadesi	1000	2900	1900	190,00%
deprem sonrasında neler yapmalıyız	170	480	310	182,35%
araç kasko bedeli sorgulama	210	590	380	180,95%
deprem sigortası hesaplama	210	590	380	180,95%
hasar durumu sorgulama	210	590	380	180,95%
araç detay sorgulama	140	390	250	178,57%
hasar sorgulama şase	140	390	250	178,57%
kasko değer cetveli	140	390	250	178,57%
sigorta teklif alma	3600	9900	6300	175,00%
hasar sorgulama mesaj	880	2400	1520	172,73%
tramer giriş	880	2400	1520	172,73%
deprem sigortası fiyatları	590	1600	1010	171,19%

2019'un ilk çeyreğine göre 2020 ilk çeyrekte 10.000 kelimenin 2.967 tanesi **artış** yaşamıştır.

En fazla artış oranına sahip olan **40** kelime tablolaştırılmıştır.

5.6.1 2019 Q1'den 2020 Q1'e En Çok Dikkat Çeken Kelimeler

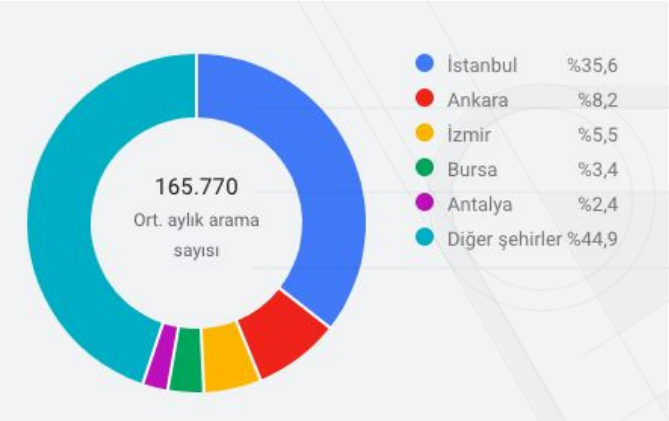
Kelime	Aranma Hacmi - 2019	Aranma Hacmi - 2020	Yüzdesel Değişim
deprem de yapılması gerekenler	70	720	928,57%
depremde yapılmaması gerekenler	40	260	550,00%
deprem sigortası nedir	320	1300	306,25%
depremden nasıl korunmalıyız	70	260	271,43%
deprem sigortası için gerekli evraklar	30	110	266,67%
deprem sigortası	2900	9900	241,38%
deprem sigortası ne kadar	880	2900	229,55%
deprem sonrasında neler yapmalıyız	170	480	182,35%
deprem sigortası hesaplama	210	590	180,95%
depremin zararları nelerdir	50	140	180,00%
deprem sigortası fiyatları	590	1600	171,19%
depremden korunmanın yolları nelerdir	20	50	150,00%
depreme karşı önlemler	90	210	133,33%
dask ve konut sigortası fiyatları	30	70	133,33%
depremden önce yapılması gerekenler	210	480	128,57%
deprem sigortası kaç para	260	590	126,92%
konut sigortası fiyatları	390	880	125,64%
deprem aninda yapılması gerekenler	4400	9900	125,00%
deprem anında	320	720	125,00%
deprem anında neler yapılır	320	720	125,00%
deprem sigortası nasıl yapılır	320	720	125,00%
deprem sigortası için gerekli belgeler	40	90	125,00%
deprem çantasında olması gerekenler nelerdir	50	110	120,00%
deprem çantasına neler koymalıyız	480	1000	108,33%
türkiye de depreme karşı alınan önlemler	10	20	100,00%

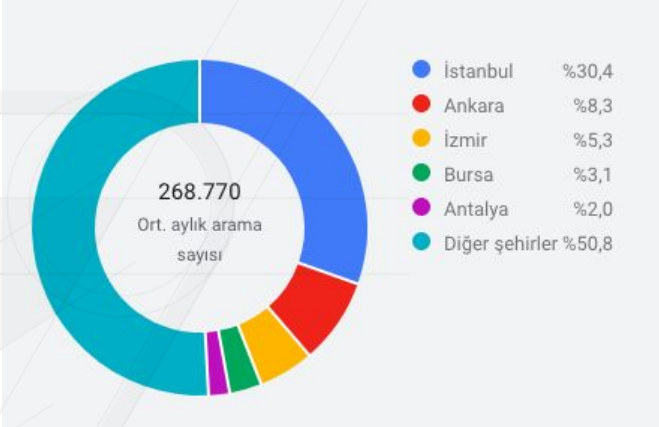
2019'un ilk çeyreğine göre 2020 ilk çeyrekte gerçekleşen aramalar incelendiğinde deprem ve deprem ile alakalı olan 62 kelimenin aranma hacimlerinde **artış** meydana geldiği tespit edilmiştir. Bu kelimelerden en fazla artış yaşayan 25 tanesini yandaki tabloda gösterilmiştir.

Elazığ'da 24 Ocak 2020'de gerçekleşen depremin yarattığı paniğin bu aramalarda etkisi olduğu düşünülmektedir. Sigorta bazlı aramalarda kullanıcılar deprem sigortası ve depremden korunma başlığı altında aramalar gerçekleştirmiştir.

DASK aramalarının bu rapora dahil edilmemesinin sebebi, zorunlu bir sigorta çeşidi olmasıdır. Hassas dönemin yarattığı ekstra talep DASK harici kelimelerde incelenmiştir.

5.6.1.1 Deprem ile İlgili Aramaların Konumlara Göre Dağılımı





2019 Q1

2020 Q1

Sigorta web sitelerinin listelendiği kelimelerden deprem ile ilgili olanlarını konum bazında geçtiğimiz yıl ile karşılaştırdığımızda, büyükşehirler dışında yaklaşık **%6**'lık bir artış gözlemlenmiştir.

2020 Ocak ayında yaşanan Elazığ Depremi'nin ve ardından gelen Manisa depremlerinin bu artışta etkisi olabileceği düşünülmektedir.

5.7 2019 Q1'den 2020 Q1'e En Fazla Düşüş Yaşayan Kelimeler

Kelime	Aranma Hacmi - 2019	Aranma Hacmi - 2020	Aranma Hacmi Değişim	Yüzdesel Değişim
antalya trafik sigortası	4400	10	-4390	-99,77%
sigortada param varmı	720	10	-710	-98,61%
oto sigorta sorgulama	3600	210	-3390	-94,17%
agir hasar kayitli arac alinir mi	590	50	-540	-91,53%
araç hasar değer kaybı	880	90	-790	-89,77%
araç sigorta fiyat sorgulama	3600	390	-3210	-89,17%
bireysel emeklilik nasıl iptal ettirilir	590	70	-520	-88,14%
eksper rapor sorgulama	720	90	-630	-87,50%
tramer police sorgulama	4400	590	-3810	-86,59%
otomatik bes iptali telefon numarası	1000	140	-860	-86,00%
sigorta parası sorgulama	1900	320	-1580	-83,16%
tamamlayıcı trafik sigortası	880	170	-710	-80,68%
tramer kasko sorgulama	720	140	-580	-80,56%
eksper raporu sorgula	6600	1300	-5300	-80,30%
eksper raporu sorgulama	6600	1300	-5300	-80,30%
mtv hesaplama ve ödeme	40500	9900	-30600	-75,56%
hasar değer kaybı	1000	260	-740	-74,00%
en uygun kasko fiyatları	590	170	-420	-71,19%
araç sigortası sorgulama plakadan	720	210	-510	-70,83%
kasko poliçesi sorgulama	720	210	-510	-70,83%
zorunlu bes	8100	2400	-5700	-70,37%
tespit muayenesi nedir	1600	480	-1120	-70,00%
bes iptali telefon numarası	1000	320	-680	-68,00%
bireysel emeklilik zorunlu mu	1000	320	-680	-68,00%
hasar kaydı sorgulama ücretsiz	5400	1900	-3500	-64,81%
otomatik bes	3600	1300	-2300	-63,89%
plakadan arac sorgula	720	260	-460	-63,89%
plakadan arac sorgulama	720	260	-460	-63,89%
trafik sigortası fiyatları	18100	6600	-11500	-63,54%
zorunlu bireysel emeklilik	2400	880	-1520	-63,33%
mtv sorgulama plaka	1300	480	-820	-63,08%
emekliliğe	1000	390	-610	-61,00%
ahe kurumsal	590	260	-330	-55,93%
araç sorgulama plaka	880	390	-490	-55,68%
bes iptali telefonu	880	390	-490	-55,68%
kasko poliçe sorgulama	3600	1600	-2000	-55,56%
trafik poliçe sorgulama	3600	1600	-2000	-55,56%
araç muayenesi için gerekenler	720	320	-400	-55,56%
mtv ödemesi nedir	720	320	-400	-55,56%

2019'un ilk çeyreğine göre 2020 ilk çeyrekte 10.000 kelimenin 2.841 tanesi **düşüş** yaşamıştır.

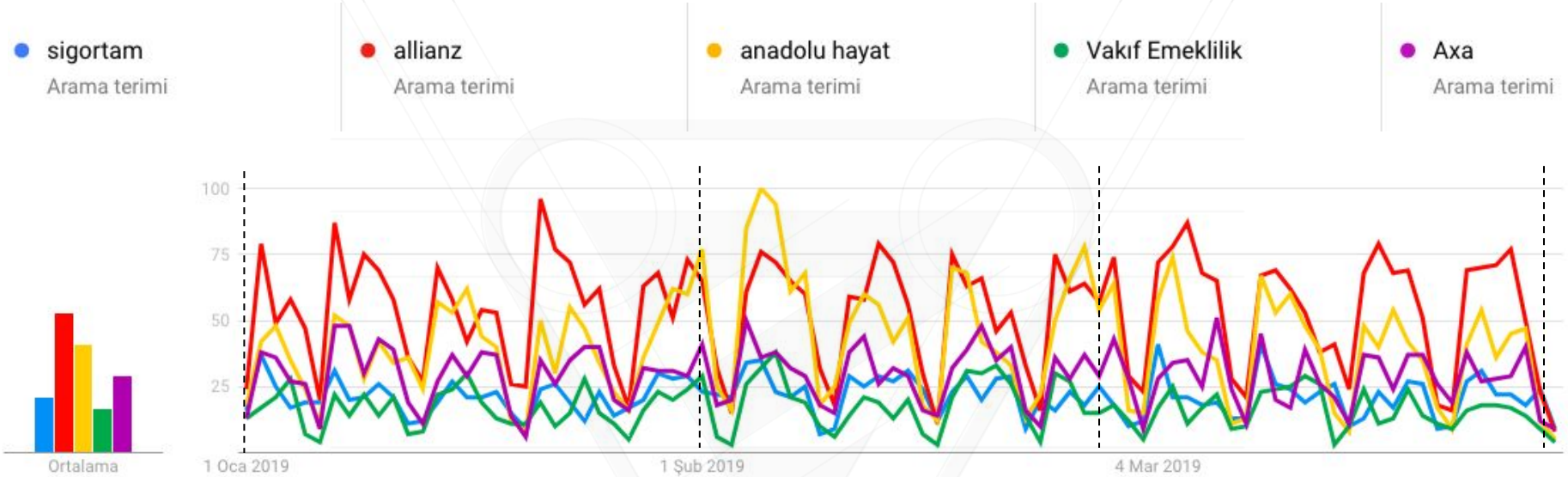
En fazla düşüş oranına sahip olan 40 kelime tablolaştırılmıştır.

Bu kelimeler içerisinde araç ile alakalı aramalarda ekstra bir düşüş yaşandığı dikkat çekmektedir. Bu durumun sebebinin ise COVID-19 ile alakalı gelen yasaklar ve araç kullanımının azalmasıyle ilgili olabileceği düşünülmektedir.

Evde kalınan bu günlerde zorunlu araç sigorta ödemeleri diğer sigortalara nazaran daha az risk taşıdığından sigorta şirketleri de bu süreci kapsayan iyileştirme aksiyonlarını duyurmuştur.*

*İlgili haber 'Sektörde Yapılan Yenilikler' başlığı altında 42. Sayfada yer almaktadır.

5.8 2019 Q1 Sektör Liderlerinin Marka İsimlerinin Aranma Trendleri



1 Ocak 2019	
sigortam	16
allianz	24
Anadolu Hayat	18
Vakıf Emeklilik	13
Axa	13

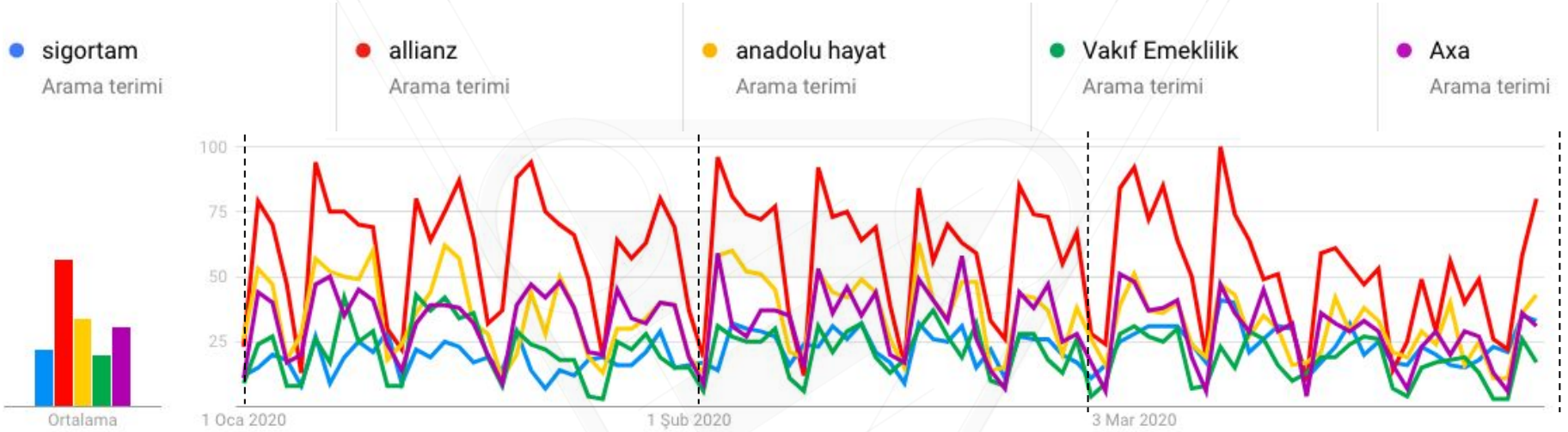
1 Şubat 2019	
sigortam	23
allianz	65
Anadolu Hayat	77
Vakıf Emeklilik	29
Axa	41

1 Mart 2019	
sigortam	18
allianz	74
Anadolu Hayat	64
Vakıf Emeklilik	18
Axa	43

31 Mart 2019	
sigortam	9
allianz	8
Anadolu Hayat	5
Vakıf Emeklilik	4
Axa	9

Değerler, arama ilgisini belirli bir bölge ve zaman için grafikteki en yüksek noktayla göreli olarak gösterir.
100 değeri, aranan terimin en yüksek popülerliğe sahip olduğu değerdir.
0 değeri ise bu terim için yeterince veri olmadığı anlamına gelir.

5.8.1 2020 Q1 Sektör Liderlerinin Marka İsimlerinin Aranma Trendleri



1 Ocak 2020	
sigortam	12
allianz	23
Anadolu Hayat	26
Vakıf Emeklilik	9
Axa	11

1 Şubat 2020	
sigortam	16
allianz	37
Anadolu Hayat	19
Vakıf Emeklilik	15
Axa	19

1 Mart 2020	
sigortam	16
allianz	24
Anadolu Hayat	16
Vakıf Emeklilik	9
Axa	6

31 Mart 2020	
sigortam	33
allianz	80
Anadolu Hayat	43
Vakıf Emeklilik	17
Axa	31

2019'un ilk çeyreği ile kıyaslandığında Ocak ve Şubat aylarında marka aramalarında popülaritenin azaldığı gözlemlenirken, Mart ayının sonlarına doğru ciddi bir **artış** görülmektedir. Bu noktada **COVID-19'un** etkisinin başladığı söylenebilir. Özellikle 31 Mart 2019 tarihine göre kıyaslandığında aramalardaki artışı görülebiliyor ve bu artışın Nisan ve Mayıs ile de beraber devam edeceği öngörülmektedir.



Tevfik Mert Azizoğlu
SEO Team Lead
mert@zeo.org

Sektör deneyimli danışmanımız Mert yorumladı:

“SEO gibi oldukça dinamik bir ekosistemde kullanıcı davranışlarındaki değişimlerden en hızlı etkilenen sektörlerden bir tanesi özellikle Sigorta sektörü olarak karşımıza çıkıyor.

Trendleri aktif olarak takip ederek mevcut ve potansiyel anahtar kelimelerdeki arama sonuç sayfalarını düzenli incelemek, trendlerden etkilenen kullanıcıların arama niyetlerindeki değişimi doğru analiz etmek oldukça önemli. Son dönemde yaşadığımız deprem ve pandemi gibi konular bunun en büyük örnekleri.

Bunlara dikkat eden Sigorta markalarının hem ürün sayfaları özelinde hem de holistik açıdan SEO stratejilerini çevik bir şekilde güncellemeleri, organik taraftaki fırsatları her zaman yakalayacaklarını gösteriyor.”

6. Bulgular ve Yorumlar

Sigorta sektöründe incelenen 60 web sitesinin 2019 Q1 ile 2020 Q1 arasında site bazlı trafiklerinin düştüğü ancak Mart ayında dramatik bir şekilde arttığı gözlemlenmiştir. Özellikle Mart sonuna doğru bu artış ciddi şekilde yükselirken Nisan ve Mayıs dönemlerinde de bu artışın devam edeceğini öngörülmektedir.

Bu kelimelerin özellikle 2020 Mart ayında daha fazla aranmasında COVID-19 etkisi olduğu düşünülmektedir.
Kelime bazlı inceleme yapıldığında ise sigorta sektöründe özellikle deprem kelimesi ile ilgili aranma hacimlerinde artış yaşandığı fark edilmiştir. Bu durum, deprem ülkesi olmamız ile beraber yaşadığımız deprem felaketi ve insanların bununla beraber önlem alma isteği sonucunda ortaya çıkmış olabilir.

Trafik sigortası ise zorunlu sigortalar arasında karantina sürecinde en risksiz alan sayılabileceğinden öteleme ile talepler artarken, ödeme konusundaki aramaların azaldığını gözlemlenmektedir. Bu noktada sigorta şirketlerinin öteleme ve destek haberlerini de duymaya başladığımızı söyleyebiliriz.

Sektörde kullanıcı davranışlarına uygun ve gündeme göre planlama yapan firmaların trafiklerini koruduğu ve arttırdığı gözlemlenmiştir. Bu konuda ise uygun SEO çalışmalarının site trafik ve aranma hacimlerine kattığı faydanın çok önemli olduğunu görülmektedir.

2019 - 2020 Q1

Sektörel Gelişme ve Yenilikler

7. Sektöre Dair Öngörüler

PwC, 2010 yılından beri dünya çapında görüşmeler yaparak sigorta sektörünü şekillendiren trendleri raporlaştırmaktadır. Her sene olduğu gibi 2020 için de sektörde ne gibi değişiklikler olacağına dair senaryo analizini içeren bir rapor hazırlamıştır.

Bu raporda 2020 trendleri;

- **Müşteride köklü değişiklik**
- **Dijitalleşme**
- **Analizler**
- **Yeni iş modelleri**

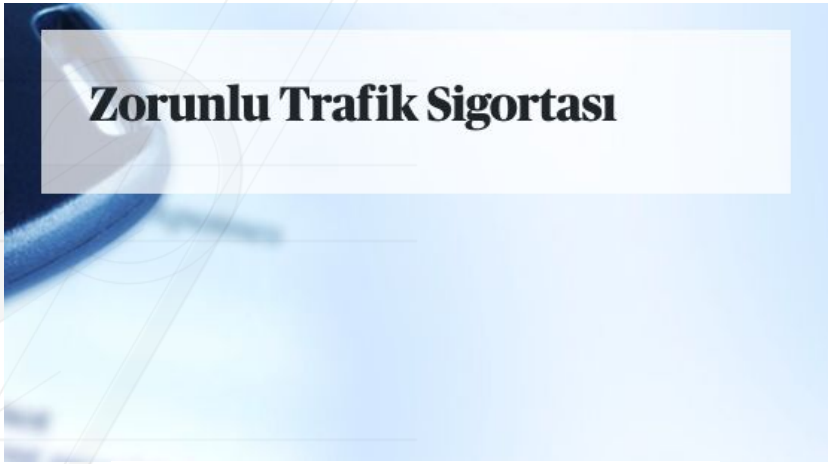
başlıkları altında toplanmıştır.

Raporu buradan inceleyebilirsiniz.



7. 2020'de Sektörde Yapılan Yenilikler

Axa Sigorta, Hazine Müsteşarlığı'nın Riskli Sigortalar Havuzu için zorunlu kıldığı 1 ay ücretsiz sigorta uygulamasını tüm araçlar için geçerli hale getirdi. Axa evlerimizde kaldığımız bu günlerde Zorunlu Trafik Sigortası müşterilerinin bir aylık primini yıllık poliçe tutarına indirim olarak yansıtıyor.



Axa Sigorta Satış ve Pazarlama Başkanı ve İcra Kurulu Üyesi Firuzan İşcan "Bir Ay Bedava" kampanyamızla içinden geçtiğimiz bu olağanüstü dönemde sigortalılarımız güvenle evlerinde kalsınlar diye zorunlu trafik poliçelerinde onlara destek olmak ve tüm imkanlarımızı kullanarak hayatlarında kolaylık sağlamak istedik" şeklinde bir açıklama ile bu kampanyayı duyurdu.

AXA SİGORTA

İlgili habere buradan ulaşabilirsiniz.

7. 2020'de Sektörde Yapılan Yenilikler

What's Next adlı yeni bir canlı yayın serisi düzenleyen **Pazarlamasyon**, bu yayınların 4.sünde Sigorta sektörü ve sektörün geleceğini ele aldı.



AvivaSA Müşteri Yönetimi ve Dijital Dönüşüm Grup Müdürü Emek Akbal ve **AvivaSA Marka ve Kurumsal İletişim Yöneticisi Özgecan Okay'**ın katıldığı yayında COVID-19'un etkisiyle ilgili yapılan çıkarımlardan bazıları aşağıdadır;

- Hayat dışı (elementer) sigortacılığı **-%17** kötüleşmiş, bireysel emeklilik sigortacılığı ise **-%5.8** olarak etkilenmiş durumda.
- Sağlık sigortası ve hayat sigortasının kıymeti daha fazla anlaşılıyor. Çin'de yapılan bir araştırmaya göre, "COVID-19'dan sonra mutlaka bir sağlık sigortası alacağım." diyenlerin oranı **%38** civarındaydı.
- Salgın süresince çalışanlarına yeterince destek vermeyen şirketler ellerindeki yetenekleri bu süreçten sonra kaybedecek. Aynı zamanda güven algısının geliştirilme zorunluluğu olan sigorta sektöründe, güven sağlayacak hamleler üzerine eğilinmesi gereken bir nokta olarak karşımıza çıkıyor.
- Seyahat sigortası, kasko gibi anlatılması daha kolay başlıkların tamamen dijitale dönüşmesi ancak bireysel emeklilik gibi daha karmaşık sigortacılık alanlarında yine insanların daha fazla konuşarak ve bireysel iletişime girerek görece daha az dijital ilerleyeceği öngörülmektedir.

ARAŞTIRMALARIMIZ HAKKINDA
DAHA DETAYLI BİLGİ ALMAK İÇİN
İLETİŞİME GEÇİN!

Veri analizi araçlarımız yardımıyla belirlenen markalara dair analizlere yer veren raporlarımız, sizin firmanızın verilerini içermiyor olabilir.

30 dakikanızı ayırarak rapor hakkında bilgi alabilir ve markanızın detaylı analizi için bize ulaşabilirsiniz.



İrem Topal
Sales and Marketing Consultant
irem@zeo.org



Mehmet Cemre Çetin
Sales Ops Manager
cemre@zeo.org

Bize Ulaşın

Uluslararası ödüllere sahip SEO ve dijital pazarlama ajansı Zeo Agency, her yıl Doğu Avrupa ile MENA bölgesinin en büyük dijital pazarlama etkinliği olan Digitalzone'u organize ediyor.



facebook.com/zeoagency

linkedin.com/company/zeo-agency

twitter.com/zeoagency

youtube.com/zeoagency

instagram.com/zeoagency

+90 216 336 90 37

hello@zeo.org


zeo