

SOSYAL MEDYA YASASI HAKKINDA BİLİNMESİ GEREKENLER



Sosyal Medya Yasası Nedir?

2 Ekim 2020 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan ve yürürlüğe giren “**Sosyal Ağ Sağlayıcı Hakkında Usul ve Esaslar**”ı kapsayan, sosyal medya şirketlerine bir dizi yaptırım ve yükümlülük öngören düzenlemedir.

Bu yeni kanun ile birlikte; Internet kullanıcılarının kişisel başvurularında veya kamu kurumlarının bildirimlerinde yaşanan zorlukları engellemek için sosyal ağ sağlayıcıları ile muhataplık ilişkisi kurulması hedefleniyor.

Sosyal Medya Yasası Kimleri Etkiler?

Bu yasa ile Türkiye'den günlük erişimi 1 milyondan fazla olan yurt dışı kaynaklı Facebook, Instagram, Youtube, WhatsApp, Twitter, TikTok ve Twitch gibi sosyal ağ sağlayıcıları ve bu sosyal ağ sağlayıcıları üzerinden reklam veren kurumlar etkilenecek.

Sosyal Medya Yasası ile Neler Değişiyor?

- Yasa kapsamında Facebook, Instagram, Youtube, WhatsApp, TikTok, Twitch ve Twitter gibi sosyal ağ sağlayıcıları, en az 1 kişi olmak üzere Türkiye’de temsilci bulunduracak.
- Bu temsilcinin Türk vatandaşı olması zorunlu olacak.
- Temsilci bulundurmayan sosyal ağ sağlayıcılarına kademeli olarak para cezası verilecek.
- Erişim Sağlayıcıları Birliği tarafından kaldırılması istenen içerik, sosyal ağlar tarafından 4 saat içinde kaldırılacak.

YouTube - Son Geliřmeler

YouTube 16 Aralık 2020 tarihinde yaptığı açıklama ile Türkiye’de temsilci atama sürecini başlattığını duyurdu.

YouTube olarak şeffaflığa, ifade özgürlüğüne ve bilgi erişimine olan bağlılığımızı korurken, faaliyet gösterdiğimiz ölkelerdeki yerel yasa ve düzenlemelere uymak için her zaman özen gösteriyoruz. Kısa bir süre önce düzenlenen 5651 sayılı kanunla sosyal ađ platformları için getirilen yeni yükümlölükleri son bir kaç aydır bütün boyutları ile inceledik. YouTube’un Türkiye’deki içerik üreticileri ve kullanıcılar için ne kadar önemli olduğunu biliyor, her gün on binlerce içerik üreticisinin YouTube’ta yarattığı çok sesli özgün dünyayı ilgiyle takip ediyoruz. Bunun bilinciyle ve ilkelerimize bağlı kalarak YouTube için yerel bir tüzel kişi temsilci atama sürecini başlatma kararı aldık. Türkiye’deki yetkililerle de paylaştığımız bu kararı almış olmaktan memnuniyet duyuyoruz. Kararımızı, siz iř ortaklarımızla da paylaşarak işinizi büyütmenize yardımcı olmak için bugüne kadar süre gelen desteğimizin aynı şekilde devam edeceğini yinelemek isteriz.

Yükümlülükler Yerine Getirilmezse Ne Olacak?

- Sosyal ağ sağlayıcı ilk etapta temsilci bulundurmaz ise 1 ila 10 milyon TL arası idari para cezasına,
- 10 gün içerisinde temsilci bulundurmaz ise 30 milyon TL idari para cezasına çarptırılacak.
- 2. kez verilen idari para cezasının tebliğinden itibaren 30 gün içinde temsilci belirlenmemesi halinde, vergi mükellefi olan gerçek ve tüzel kişilerin, ilgili sosyal ağ sağlayıcısına yeni reklam vermesi yasaklanacak.

Yükümlülükler Yerine Getirilmezse Ne Olacak?

- Reklam yasağı kararının verildiği tarihten itibaren, 3 ay içinde bu yükümlülüğün yerine getirilmemesi halinde, sosyal ağ sağlayıcısının internet trafiği bant genişliği yüzde 50 oranında daraltılacak.
- 30 gün içinde söz konusu yükümlülüğün yerine getirilmemesi halinde, sosyal ağ sağlayıcısının internet trafiği bant genişliği yüzde 90 oranında daraltılacak.
- Temsilci belirleme ve bildirme yükümlülüğünün yerine getirilmesi halinde, verilen idari para cezalarının dörtte biri tahsil edilecek, reklam yasağı kaldırılacak.

Süreç Nasıl İşleyecek?

1

Temsilci
bulundurma
zorunluluğu
bildirimi son
günü

2 KASIM 2020

2

İlk idari para
cezası:
10 M TL

KASIM 2020

3

İkinci idari
para cezası:
30 M TL

ARALIK 2020

4

Platformlara
reklam
verilmesinin
engellenmesi

OCAK 2021

5

%50 bant
genişliğinin
daraltılması

NİSAN 2021

6

%90 bant
genişliğinin
daraltılması

MAYIS 2021

Markalarımıza Neler Öneriyoruz?

Branding Odaklı Kampanyalar için Önerilerimiz

- Performans odaklı kampanyalar için en kritik platformlardan biri olan Arama Reklamları, yasadan etkilenmeyecektir. Bu alanda rekabetin artacağını öngörüyoruz. Arama ağı reklamlarında görünürlüğü artırmak, sosyal medya platformlarından kaybedilecek trafiği dengeleyecektir.
- Sosyal medya platformlarından trafik elde edememe durumunda, Google Display ve Programatik kullanımları daha da önemli hale gelecektir. Bu platformlarda daha yoğun iletişim yapmak, sosyal medya platformlarından kaybedilecek trafiği dengeleyecektir.

Markalarımıza Neler Öneriyoruz?

Branding Odaklı Kampanyalar için Önerilerimiz

■ Influencer Marketing ve Native Advertising, olası sosyal medya trafik kaybı durumunda daha fazla önem kazanacaktır. Yasadan olumsuz etkilenmeyen platformlarda, senaryo ve içeriğe entegre edilmiş reklam ve pazarlama çalışmalarına ağırlık verilmelidir.

■ Onedio ve Ekşisözlük gibi yüksek ziyaretçisi olan platformlar, tüketiciyle iletişim ve etkileşim kurmak adına daha yoğun değerlendirilebilir. Bu platformlarda, içeriğe özel projeler ve sonuç odaklı maliyetlendirmeler düşünülmelidir.

Markalarımıza Neler Öneriyoruz?

E-Ticaret Kampanyaları için Önerilerimiz

- E-ticaret kampanyaları için, Hepsiburada, Trendyol, Gittigidiyor gibi platformlarda direkt satın alma modellerini öneriyoruz.
- Cimri.com, akakce.com gibi platformların önemi artacak. Bu platformlarda native reklam modellerini kullanmayı öneriyoruz.
- Criteo, RTB House, AdMatic gibi çoğunlukla “yeniden hedefleme” özellikleriyle çalışan platformlarda, azalan trafiğin tekrar geri kazanımında kritik rol oynayacak.
- Adjust, Appsflyer, Mixpanel gibi veri işleme ve takip platformlarını etkin kullanmak, etkili veri segmentasyonu yapabilmek ve dönüşüm oranını artırmak adına önemli rol oynayacak.

Markalarımıza Neler Öneriyoruz?

Medya ve Reklam Çalışmalarını Destekleyici Ek Önerilerimiz

- Sosyal medya yasasının yürürlüğe girmesi halinde, medya envanteri daralacak ve erişimler azalacaktır. Bu sebeple diğer reklamlar arasında fark edilir olmak daha da önemli olacak. Tüm reklam görsellerinde marka logosu ve Call-To-Action mesajı ilk andan itibaren görünür olmalıdır
- Sosyal medya yasasının yürürlüğe girmesi halinde, organik trafik daha da önemli hale gelecektir. Bu sebeple teknik ve içerik çalışmalarına önem verilmelidir. Sadece Google değil, YouTube, App Store, Play Store gibi platformlarda optimizasyon çalışmalarını pazarlama aktivitelerine dahil etmek gerekir. Organik trafiğinizi artırmak için Veri ve Teknoloji Direktörümüz Alper Yaramanoğlu (alper@hype.com.tr) ile iletişime geçebilirsiniz.
- Siteye gelen trafiğin azalması riski ile karşı karşıyayız. Bu durumda elde edilen trafikten daha yüksek dönüşüm elde etmek önem kazanacak ve UX - dönüşüm optimizasyonu çalışmaları daha da önemli hale gelecek. Dijital platformlarınızda daha yüksek dönüşümler elde etmek için Dönüşüm Optimizasyonu takım lideri Cavide Pala (cavide@hype.com.tr) ile iletişime geçebilirsiniz.

Daha Detaylı Bilgi İçin Bize Ulaşabilirsiniz

Umut Toka

Reklam Yönetimi
umut@hype.com.tr
+90 535 270 8107



Alper Yaramanoğlu

Veri ve Teknoloji
alper@hype.com.tr
+90 553 251 1133



Gökhan Akdağ

İş Geliştirme
gokhan@hype.com.tr
+90 541 226 84 27



Gözde Onay

Stratejik Planlama
gozde@hype.com.tr
+90 532 607 87 43



Cavide Pala

Dönüşüm Optimizasyonu
cavide@hype.com.tr
+90 555 572 71 24



Mert Ceylan

Stratejik Planlama
mert@hype.com.tr
+90 537 795 47 39

