

Panel Postası

Giyim, Aksesuar ve Ayakkabı Pazarından Haberler

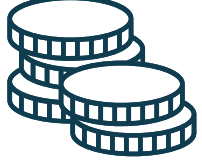
Sayı 3



Alışveriş sıklığındaki artış, giyim, aksesuar ve ayakkabı harcamalarını artırıyor.

Giyim, aksesuar ve ayakkabı harcamaları geçen yılın aynı dönemine kıyasla **%58** arttı.

Temmuz 2024-Haziran 2025 döneminde bir birey **kendisi** ya da **yakınları** için ortalama **42 adet giyim, aksesuar ve ayakkabı** satın alırken, bu ürünler için ortalama **23,363 TL** harcadı. Ayda yaklaşık **2 kez** alışveriş yapılırken tek seferde ortalama **835 TL** ödendi.



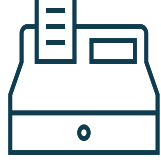
23,363 TL



42 adet ürün



28 kere



835 TL

Kaynak: Ipsos Giyim, Aksesuar ve Ayakkabı Paneli

Harcamalarda giyim öne çıkıyor, ayakkabı ve aksesuar geriden geliyor.

Giyim, aksesuar ve ayakkabı alışverişçileri her **100 TL**'sinin **74**'ünü giyim, **19 TL**'sini ayakkabı, **7 TL**'sini ise aksesuar ürünlerine harcadı.

Ciro Payı %, 2024

%74

%19

%7



■ Giyim



■ Ayakkabı

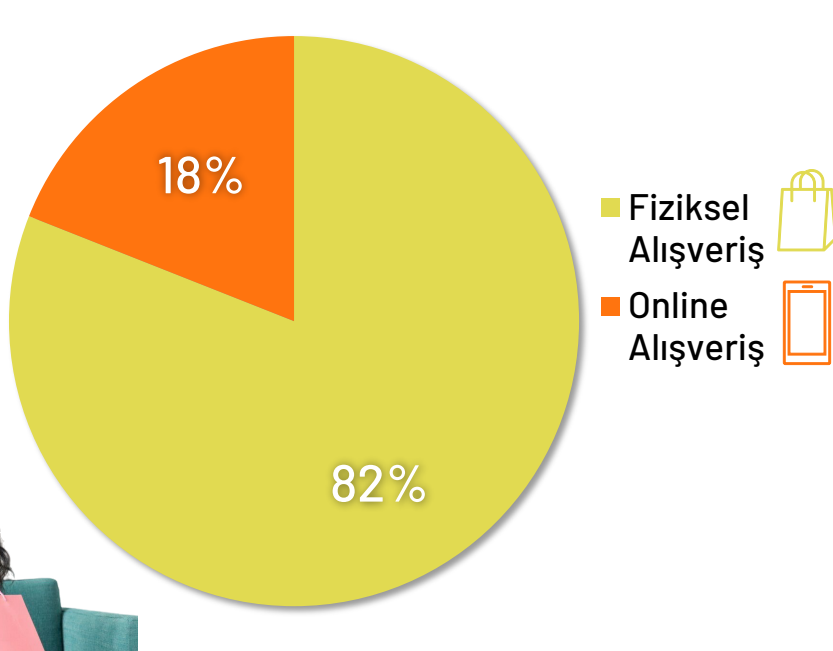


■ Aksesuar

Kaynak: Ipsos Giyim, Aksesuar ve Ayakkabı Paneli

Giyim, aksesuar ve ayakkabı alışverişinde fiziksel mağazalar önde.

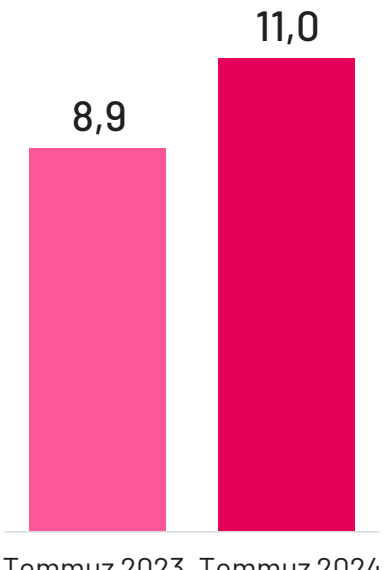
Türkiye'de her **100 TL**'lik giyim, aksesuar, ayakkabı harcamasının yaklaşık **82 TL**'si **fiziksel mağazalarda**, **18 TL**'si ise **online kanallarda** yapıldı.



Giyim, aksesuar ve ayakkabı alışverişçilerinin satın aldığı marka sayısı artıyor!

Temmuz 2024-Haziran 2025 döneminde **hazır giyim, aksesuar ve ayakkabı** kategorilerinde satın alınan marka sayısı geçen yıla kıyasla **2 adet artış** gösterdi.

Satın Alınan Giyim, Aksesuar ve Ayakkabı Adedi

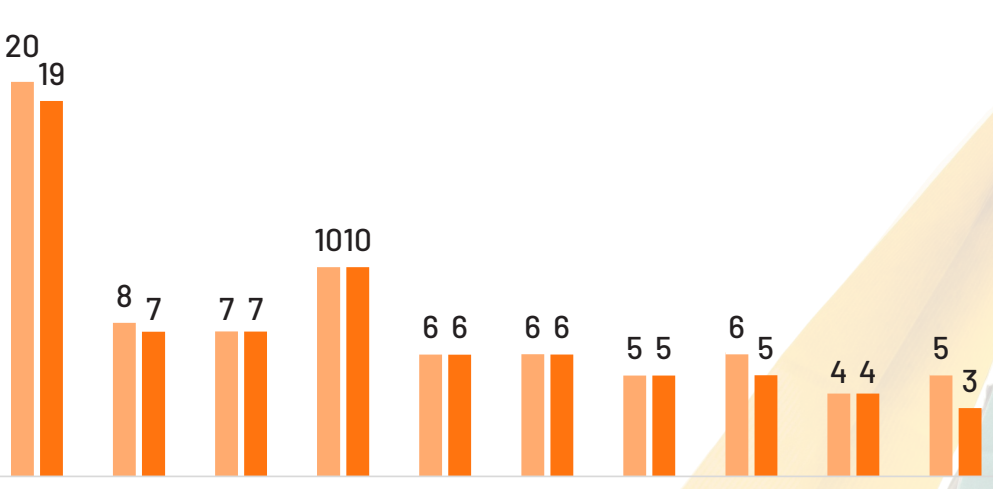


Kaynak: Ipsos Giyim, Aksesuar ve Ayakkabı Paneli

Satın alınan marka sayısı artarken sadakat düşüyor!

Giyim, ayakkabı ve aksesuar kategorilerinde **satın alınan marka sayısı** artarken pazar payı en yüksek olan 10 markanın **sadakat seviyeleri** düşüş gösteriyor. Bu pazarda mevcut müşteriden daha fazla pay almak her zamankinden zor, rekabet artıyor!

Marka Sadakat Oranı (%)



Kaynak: Ipsos Giyim, Aksesuar ve Ayakkabı Paneli

Kombinli ürünler, giyim alışverişinde harcamayı yukarı çekiyor.

Türkiye'de son 1 yılda **1.2 milyar** giyim, aksesuar ve ayakkabı sepeti yapıldı.

Bu sepetlerin **%11**'inde kombinli (takım olarak alınan) ürünler yer aldı ve pazardaki toplam harcamanın **%20**'sini oluşturdu!



Kaynak: Ipsos Giyim, Aksesuar ve Ayakkabı Paneli

Kombin alışverişlerinde çeşitlenen renk paleti dikkat çekiyor.

Siyah ve beyaz tüm sepetlerde en çok tercih edilen renkler olsa da ikili kombin içeren sepetlerde **lacivert, krem, mavi, yeşil** renkler de öne çıkıyor.



Kaynak: Ipsos Giyim, Aksesuar ve Ayakkabı Paneli

Bu dosyada paylaşılan bulgular Ipsos tarafından gerçekleştirilen Giyim, Aksesuar ve Ayakkabı Paneli verilerinden derlenmiştir.

Ipsos Giyim, Aksesuar ve Ayakkabı Paneli:

- Araştırma Türkiye **15 yaş ve üzeri giyim, aksesuar, ayakkabı** alışverişçilerini temsil edecek şekilde seçilmiş **5,000 bireyden** oluşan bir örneklem olup, bireylerin giyim, aksesuar, ayakkabı satın alım verilerini içermektedir.
- Çalışma kapsamında yer alan 15 yaş ve üstü bireylerin senede **2 kere** ve üzeri giyim, aksesuar, ayakkabı alışverişçisi olma durumuna göre temsiliyet **"Cinsiyet, yaş, SES ve bölge"** detayında belirlenmiştir.
- Bu dosya Temmuz 2023- Haziran 2024 ve Temmuz 2024 - Haziran 2025 dönemi verilerini içermektedir.

Detaylı bilgi için TR-ConsumerPanel@ipsos.com adresinden bize ulaşabilirsiniz.