



# 2025 Yılı

# İhracat Trendleri

# 2025 Yılı İhracat Trendleri

Türkiye'nin ihracat ajansı BAZ Girişim olarak ihracata ilişkin bilgilendirici içeriklere devam ediyoruz.

Bu rehberimizde, dünyanın içinden geçtiği sert ve iniş çıkışlı bir dönem olan 2025 yılına ilişkin öngörülerimizi ele alacağız.

Rehberimizde ele alacağımız konular aşağıdaki başlıklar oluyor.

- Dijitalleşmenin ihracata etkileri
- Pazarlamada chatbot devrimi
- Trump sonrası sürdürülebilirliğin krizi
- Tedarik zincirlerinde yaşanan kritik dönüşümler
- İhracat teşviklerinden yararlanan 27 bin firmadan biri olabilmek için yapmanız gerekenler
- B2B pazarlamada LinkedIn ve içerik pazarlamasına ne kadar hazırız?

Hazırsanız başlayalım.

## 1. Dijitalleşmenin ihracata etkileri

Aile şirketimizle ilk fuara gittiğim anı unutamıyorum. Pazar arabalarıyla market sepetleriyle taşınan kataloglar ve broşürler, dağıtılan birçok eşantyon malzeme, fuar alanında dolanan ve bedava bir şeyler toplamaya çalışan insanlar.

O günlerden bugüne çok şey değişti. Dijital pazarlama gündemimize girdi. Öncesinde soyut olan yazılımları satmada B2B dijital pazarlama yerini aldı. Pandemi sonrasında ise adım adım B2B dijital pazarlamanın mal ihracatında da yerini aldığını gördük.

Artık modern bir ihracat pazarlaması geleneksel ihracat pazarlamasından çok ama çok farklı. Geleneksel ihracat pazarlaması temelde üç ayaktan oluşuyordu:

- Fuarlar
- Pazar araştırmaları
- Ticaret heyetleri

Bu hususları ele aldığımız diyagramımız bağlantıda.

<https://whimsical.com/b2b-ihracat-pazarlamas-WDPvQqT7HiU3WpuJ3aYPQw>

Şimdi ise modern b2b pazarlamasında aşğıdaki ayakların tümünün olması ve potansiyel alıcı firmaya ihracat yapmak isteyen firmanın değer önerilerinin bütünleşik bir şekilde sunulmasına ihtiyaç duyuluyor. Bunun altyapısı da kabaca aşğıdaki gibi.



Bu altyapıyı layıkıyla kurmak ve etkili bir şekilde işletmek en az altı aylık bir zaman alıyor. Başarıncı ise katma değerli ihracat katlanıyor. Buna ilişkin BAZ Girişim olarak daha önce birçok farklı blog yazısı hazırlamıştık.

<https://www.bazgirisim.com/seo-uyumlu-b2b-web-sitesi-rehberi/>

<https://www.bazgirisim.com/yayinlarimiz/>

Dijital pazarlamayla ilgili ayrıca bir de eğitim hazırladık.

<https://www.novarge.com.tr/kurs/e-ticaret-ve-dijital-pazarlama-uzmanligi-egitimi>

## 2.Pazarlamada chatbot devrimi

Dijitalleşme bir taraftan yapay zeka devrimi diğer taraftan dünyayı kasıp kavuruyor. Şirketlerin önümüzdeki dönemde promptları kadar değerli olacağı bir döneme giriliyor. Yapay zeka, herkesin diline dolanmış olsa da, potansiyelini anlayabilen ve işine etkili bir şekilde uyarlayabilen hala sayılı. Tek bildiğimiz, artık yapay zekanın da pazarlama bağlamında otorite sitelere trafik gönderdiği.

Yapay zekayla ilgili de danışmanlığını yaptığımız Türkiye'nin en büyük uzaktan eğitim merkezi Novarge bünyesinde Prompt Mühendisliği Eğitimini kamuda üst düzey yönetici Buğra Ayan ile çekmiştik.

<https://www.novarge.com.tr/kurs/prompt-sufle-yoneticiligi-egitimi>

**Yapay zeka destekli ihracat sanal asistanı** oluşturma çabalarımız da son hız devam ediyor. [www.bazbilisim.com](http://www.bazbilisim.com) bu sürecin ürünü. Bu süreçte oldukça fazla yapay zeka ve dijital dönüşümle ilgili know-how da biriktirdik. Bunları da firmalarımızla paylaşmaya devam ediyoruz. Dileyen firmalarla bu süreçte deneyimlerimizi paylaşmaya da hazırız.

Burada artık robot yetiştirmek önemli bir kavram olmaya başladı. ChatGpt'yi Google gibi kullanmayı bırakıp, Standart İş Süreçlerini, otomatize işleri yaptırabiliriz. Sitemizde yapay zeka destekli satış ve pazarlamaya dönük robotlar yetiştirebiliriz. Mühendislik, tasarım, sesli, görüntülü veya yazılı işleme yaptırabiliriz.

B2B pazarlama bakımından baktığımızda ChatGpt'de veya başka bir yapay zeka aracında yetiştirdiğimiz robotu nasıl sitemize aktaracağımız konusunda da önemli deneyimler edindik. Süreç biraz karışık ama BAZ Girişim'e ulaştığınızda bu süreçleri de söz veriyoruz sizler için anlaşılır ve anlamlı kılacağız.



*Çin'in yapay zeka aracı DeepSeek, daha uygun maliyetle, daha etkili sonuçlar çıkarıyor diye övülüyor. ABD Hegemonyasının Çin tarafından sorgulanmasında süreç başka bir faza girdi: Kur Savaşları, Ticaret Savaşları, en sonunda ise Çip Savaşları. Çin'in DeepSeek'in lansmanını Trump'ın seçilmesinin hemen ertesinde yapması ise rekabette yeni bir boyutta varım bağlamında oldukça manidar oldu.*

### 3.Trump sonrası sürdürülebilirliğin krizi

Trump'ın seçilmesi sonrasında dünya toz duman. En büyük tartışmalar ticaret savaşlarında dönecek gibi görünüyor. 2. Dünya Savaşı sonrasında kurulan, 1994'te Dünya Ticaret Örgütü'nün şekillenmesiyle zirvesini yaşayan altın çağın sonuna gelmiş gibi.

Trump'ın seçilmesinin temelde iki ana etkisi var.

- **Ticaret savaşları:** Kanada, Meksika, Çin, Avrupa Birliği aklınıza gelebilecek her ülke, Trump'ın hedefinde. Hepsi için bambaşka gerekçeler var. ABD artık dünyanın hem jandarması hem ithalatçısı rolünü oynamak istemiyor. Savunma harcamalarını azaltmak, azaltamasa bile müttefiklerinin katkısını artırmak istiyor. ABD ayrıca yükselen Çin'i dengelemek için siyasi ve ticari ittifaklarını ve hamlelerini gözden geçiriyor. Bunların Türkiye için, Türk ihracatçısı için fırsat mı, tehdit mi olduğu sorusu ise hala sis bulutu arkasında. ABD mesela Türkiye'ye yapay zeka için en önemli girdi olan çip ihracatında izin vermiyor.
- **Sürdürülebilirliğin Krizi:** Trump'ın seçilmesinin diğer bir etkisi ise sürdürülebilirliğin krize girmesi. Trump, AB'nin uzatmalı sevgilisi yeşil alanına ölümcül darbeler indiriyor. Çin'in rekabetçi üstünlük sağladığı elektrikli araçlara yönelik teşvikleri kaldırıyor. Özelde Trump, genelde Cumhuriyetçiler iklim krizinin kaynağının insan olmadığını düşünüyor. Bu durum, dünyanın içinde bulunduğu sürdürülebilirlik krizini perçinliyor.

Önümüzdeki dönemde son birkaç yıldır AB Yeşil Mutabakatı ile gündemimize iyice giren yeşilleşme döngüsü ivme kaybedecek gibi görünüyor. AB'nin içinde bile AB'nin bu süreçlere olan aşırı vurgusuna rahatsızlık düzeyinde tepkiler yükseliyor. Yaşlı kıta, savunmasızca ABD ve Yükselen Asya arasındaki rekabette sendeliyor.



## 4. Tedarik zincirlerinde yaşanan kritik dönüşümler

Pandemide uzun uzun tartıştığımız ama sonrasında hızla unuttuğumuz bazı kavramlar hala hükümetlerin gündeminde. Hızlıca şu üç kavrama bakalım.

- **Offshoring (Dış Kaynak Kullanımı):** Bir şirketin üretim veya hizmet operasyonlarını daha düşük işçilik maliyetleri, vergi avantajları veya hammaddeye yakınlık gibi nedenlerle başka bir ülkeye taşıması. Örneğin, ABD merkezli bir firmanın üretimi Çin'e kaydırması.
- **Reshoring (Yeniden Yerelleştirme):** Önceden başka bir ülkeye taşınmış üretim veya hizmet operasyonlarının, çeşitli ekonomik, lojistik ve politik sebeplerle tekrar ana ülkeye geri getirilmesi sürecidir. Örneğin, ABD merkezli bir firmanın üretimi Çin'den ABD'ye geri taşıması reshoring'dir.
- **Nearshoring (Yakın Kıyı Üretimi):** Üretim veya hizmet operasyonlarının tamamen uzak bir ülkeye taşınması yerine, ana ülkeye coğrafi olarak daha yakın bir ülkeye kaydırılmasıdır. Örneğin, ABD merkezli bir firmanın üretimi Çin yerine Meksika'ya taşıması nearshoring'e örnektir.

Son yıllarda küresel tedarik zincirindeki belirsizlikler, pandemi, gıda güvenliği, jeopolitik krizler ve lojistik maliyetler nedeniyle reshoring ve nearshoring stratejileri daha fazla ön plana çıkıyor. Görüştüğümüz firmalar, lojistik maliyetlerinin artık işgücünden sonra en önemli maliyet kalemi olduğunu dile getiriyor. Hegemonyanın Çin tarafından sorgulanması, dijital dünyanın getirdiği işsiz büyüme gibi kavramlar, dünya ticaretinde bölgeselleşme eğilimlerinin artması, yükselen ve giderek kuralsız hale gelen gümrük vergileri bu süreçteki ana belirleyiciler.

Asya'da Çin'in dışında üretim hub'ları, merkezleri oluşmaya başlıyor. Çin'e en önemli alternatif yıllardır Hindistan dense de, Hindistan'da şirketlerin büyümesinin sınırının akrabalık ilişkilerinin ötesine geçememesi bu ülkeyi istenen rotaya bir türlü sokamıyor.



Hindistan'ın yerine öne çıkan ülkeler ise, Vietnam, Laos, Tayland, Kamboçya gibi diğer ülkeler. Özellikle Vietnam son on yıldaki performansı ile göz dolduruyor.

Vietnam'a ilişkin [Ömer Şahin](#), LinkedIn'de harika paylaşımlar yapıyor. Takipte kalınası.

Bu görüngüden bize kalan ne mi? Çin, kendisine karşı yükselen korumacılıkla başa çıkmaya çalışıyor. Çin'in bir diğer sorunu da ülke içinde tüketimi Covid sonrasında her türlü teşviğe rağmen artıramaması. Çin Devleti, Çinli firmaların bu süreçten çıkması için yoğun teşvikler veriyor. Bu noktada Türkiye, Çinli firmalar için önemli bir yatırım noktası haline gelebilir. Çinli firmalar Türkiye'de üretici firmalarla ortaklıklar kurarak, menşe kazanıp Avrupa pazarına kıyasından köşesinden tutduğumuz Gümrük Birliği Anlaşmasıyla girmeye dönük çalışmalarını artırabilir.





BAZ Girişim olarak yüzlerce firmayla temasta kalıyoruz. Türkiye temelde sermaye ithal eden bir ülke. BİST ilk 500'deki firmalarımızın sermayelerinin yüzde 70'i yabancı. Eskiden ülkemize sermaye Batılı ülkelerden gelirdi. Şimdi ise Çin başta olmak üzere yükselen Asya'dan geliyor. Burada firmalarımıza en önemli üç tavsiyemiz:

- Dijital varlıklarınızı optimize edin.
- Cironuzu ülke içi ve dışı dengeli şekilde dağıtın.
- İkinci nesilde yabancı yatırımcı olarak uluslararasılaşın.

Aksi durumda, kapitalist sistemin doğasında yer alan "Büyü ya da öl." döngüsünde firmalarımızın bir açmaza saplanıp kalması olası. Hatta hükümetin firmalarımız için "Merger and Acquisition" Birleşme ve Satınalma anlaşmalarında destekler sunması üzerine de düşünmekte fayda var.

**[Murat Kocabaş](#)**, Çin'den ülkemize özellikle OEM alanında birçok yatırımcı firmayı getiriyor. Takipte kalınası.

## **5.İhracat teşviklerinden yararlanan 27 bin firmadan biri olabilmek için yapmanız gerekenler**

Ticaret Bakanı Sn. Ömer BOLAT, geçtiğimiz günlerde ihracata yönelik finansal destekleri açıkladı. Açıklamasında Sayın Bakan bu yıl 27-28 bin firmanın ihracat teşviklerinden yararlanacağını dile getirdi. Hala birçok firma bu desteklerden yararlanıp yararlanmamakta kararsız veya destekleri alabileceğine inanmıyor.

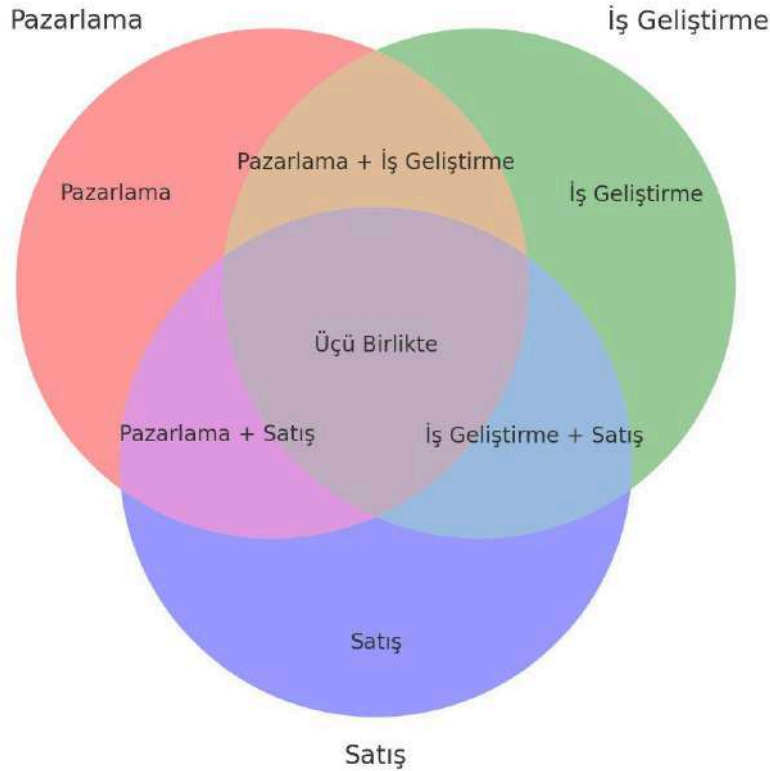


Bizler Türkiye'nin ihracat ajansı BAZ Girişim'de "Ticaretin 3D'sinde" çalışıyoruz. Dış ticaret, dijital pazarlama, devlet destekleri. Bunu da yaptığımız çalışmalar ve anketlerle belirledik. Burada ihracat desteklerine ilişkin çıkarımda bulunursak.

- İhracata yönelik destekler oldukça geniş.
- Mal ihracatına, e-ihracata, hizmet sektörlerine yönelik destekler var.
- Dahilde işleme gibi muafiyetler oldukça hacimli.
- Küresel Tedarik Zinciri, Marka ve Turquality gibi programlar var.

Bizler BAZ Girişim'de bir işletmede ihracata yönelik modern bir **B2B Pazarlama, İş Geliştirme ve Satış Altyapısını** oturtuyoruz.

### Pazarlama, İş Geliştirme ve Satış Venn Şeması



Firmalar ihracata açılırken yeni bir iş kurmak gibi yatırımlar yapmak zorunda. Olgun ihracatçı dediğimiz ihracatçılar 7 yıl üst üste ihracat yapabilen firmalar. Bu noktaya gelmek kolay değil. Ticaret Bakanlığı işletme sermayesi haricinde birçok destek veriyor. Mal ihracatında 14 ayrı destek kalemi var. Kabaca bu destekleri, ve desteklerden nasıl yararlanabileceğinizi özetlersek:

İhracat desteklerinden limited, anonim, kolektif ve komandit şirketler yararlanabilir. Şahıs şirketleri desteklerden faydalanamaz. Ayrıca,

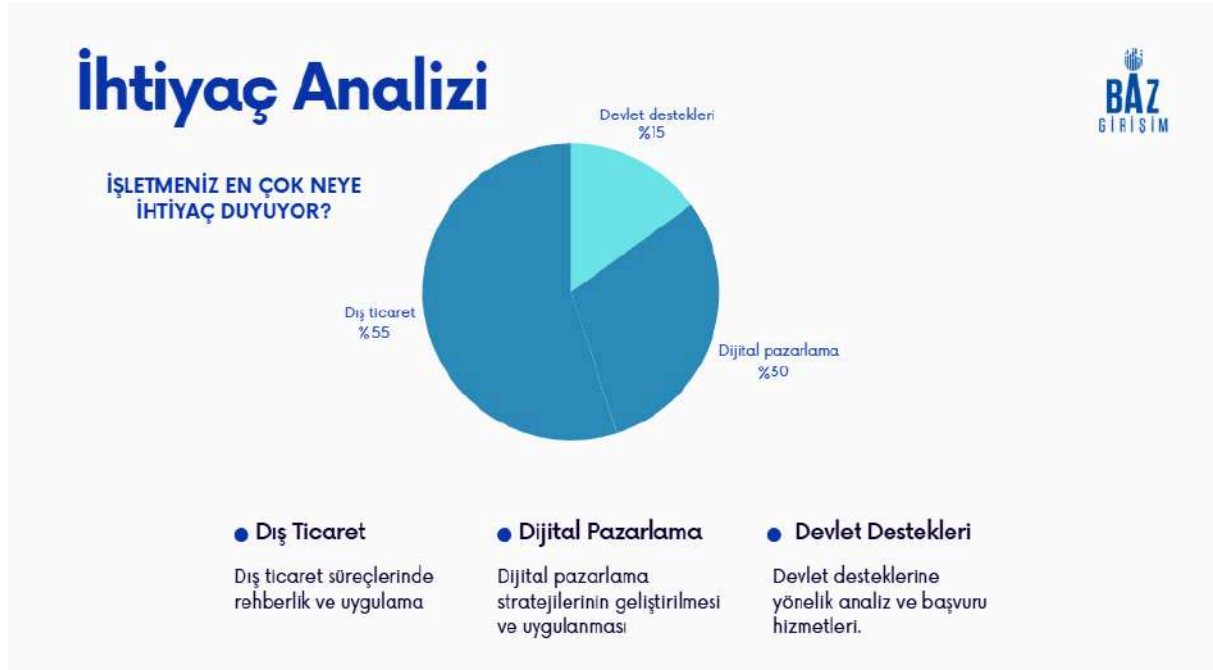
- Türkiye'de marka tescili olmayan firmalar desteklerden yararlanamaz.

- Hedef ülke ve sektör kriterlerine uygunluk, ek destek oranları için önemlidir.
- 2025 yılında 55 hedef ülkede artı 20 puan, 5 hedef sektörde ise artı 5 puan destek oranı artırılıyor.
- Destekler geri ödemesizdir ancak harcamalar belgelerle kanıtlanmalıdır.

Bu noktada, yurtdışına yönelik yaptığınız hemen her harcamada birçok destek kaleminden çok etkili bir şekilde yararlanabileceğinizi unutmayın. İlk aşamada genel desteklerden yararlanın. Sonrasında ise ara malı üretiyorsanız Küresel Tedarik Zinciri Yetkinlik Programı, nihai ürün üretiyorsanız ise Marka ve Turquality Programlarından yararlanabileceğinizi bilin.

Mal ihracatındaki bu desteklerin dışında e-ihracat desteklerinden de yararlanabilirsiniz.

Destekler oldukça teknik ve detaylı ama sizler için basitleştirdik. Detaylar için [bazbilisim.com](http://bazbilisim.com) sayfamızı ziyaret edebilirsiniz.



## 6. B2B pazarlamada LinkedIn ve içerik pazarlamasına ne kadar hazırız?

LinkedIn dünyada B2B pazarlamada en etkili platform. Ülkemizde ise hala kendini bulmaya çalışıyor ama bir taraftan da etkisini giderek artırıyor. LinkedIn, patronlar tarafından genelde beyaz yakanın kendini parlattığı platform olarak görülse de, LinkedIn neymiş bir bakalım.



Biz de BAZ Girişim olarak LinkedIn'i ihracatta etkili bir şekilde kullanıyoruz. Hatta rakiplerimizden ayrıştığımız en önemli mecra LinkedIn. LinkedIn ile ilgili daha önce onlarca kez eğitimler verdik, birçok rehber ve video hazırladık. Bu rehberleri aşağıda paylaşıyoruz ama öncesinde Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri ile birlikte düzenlediğimiz aşağıdaki eğitim duyurusunu da sizlerle paylaşalım.

**12 Şubat 2025 saat 14.00 - 17.00 arası GAİB'te LinkedIn İle Sosyal Satış Eğitimimiz var.**

<https://www.gaib.org.tr/tr/f/712.html>



Diğer rehber ve videolarımızsa aşağıda.

[LinkedIn İle İhracat Rehberi](#)

[LinkedIn Social Selling Rehberi](#)

[LinkedIn İle İhracat Videosu](#)

[İhracat İçin LinkedIn Sayfası](#)

[LinkedIn Profilinizi Optimize Etme Videosu](#)

[İhracat İçin LinkedIn Otomasyonlarını Etkili Kullanmak](#)



## 7.Sonuç

Dünya çok hızlı bir dönüşümden geçiyor. Hızlı giden bir trenin içinde biz de koşturuyoruz. İşte böyle bir ortamda etkili danışmanlıklarla işi işletme kılmak mümkün.

Siz de Türkiye'nin İhracat Ajansı BAZ Girişim'e ulaşın, fark yaratın. Ücretsiz İhracat Check-up Hizmetimiz İçin [Tıklayın.](#)

BAZ GİRİŞİM

## Ücretsiz İhracat Check-up

🕒 30 min

📄 Web conferencing details provided upon confirmation.

- İhracata İlişkin Altyapı
- İhracat Desteklerine İlişkin Altyapı
- Dijital İhracat Pazarlamasına İlişkin Altyapı

### Select a Date & Time

< February 2025 >

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28		

#### Time zone

🌐 Turkey Time (23:15) ▾

Powered by  
Calendarly



# BAZ Girişim

İhracat Mentorunuz BAZ Girişim, küresel pazarları kazanmada devlet destekleri, dijital pazarlama ve ihracat danışmanlığıyla yanınızda.

[bazgirisim.com](http://bazgirisim.com)



[info@bazgirisim.com](mailto:info@bazgirisim.com)



+90 312 418 46 58