2027
INSTAGRAM
STRATEJİLERİ

Hesap büyütme · Etkileşim · Markalaşma · Satış



E-KİTAP

İNTERNET MÜHENDİSİ

İÇİNDEKİLER

Bu kitapta



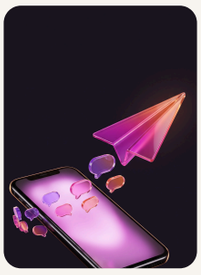
01
Algoritma neye bakıyor?
Sayfa 7



02
Kopyalayan kaybediyor
Sayfa 11



03
Hesap büyütme
Sayfa 16



04
Etkileşim DM'de
Sayfa 21



05
Markalaşma
Sayfa 27



06
Satış
Sayfa 31



07
Reklam
Sayfa 37



08
Para kazanma
Sayfa 42



09
2027'de Türkiye kuralları
Sayfa 47



10
Tek sepete yumurta koyma
Sayfa 51



11
Yapay zekâyla Instagram
Sayfa 54



✓
2027 kontrol listesi
Sayfa 58

Türkiye Instagram'da yaşıyor

Bu kitap 2027'de Instagram'da büyümek, konuşmak ve satmak isteyenler için. Her madde Instagram'ın, Meta'nın ya da resmî kurumların kendi açıklamasına dayanıyor; tarihi ve kaynağı yanında.



60,2 milyon

Türkiye'de Instagram reklamlarının ulaşabildiği kişi

%68,4

Nüfusun Instagram reklamlarıyla ulaşılabilen kısmı.

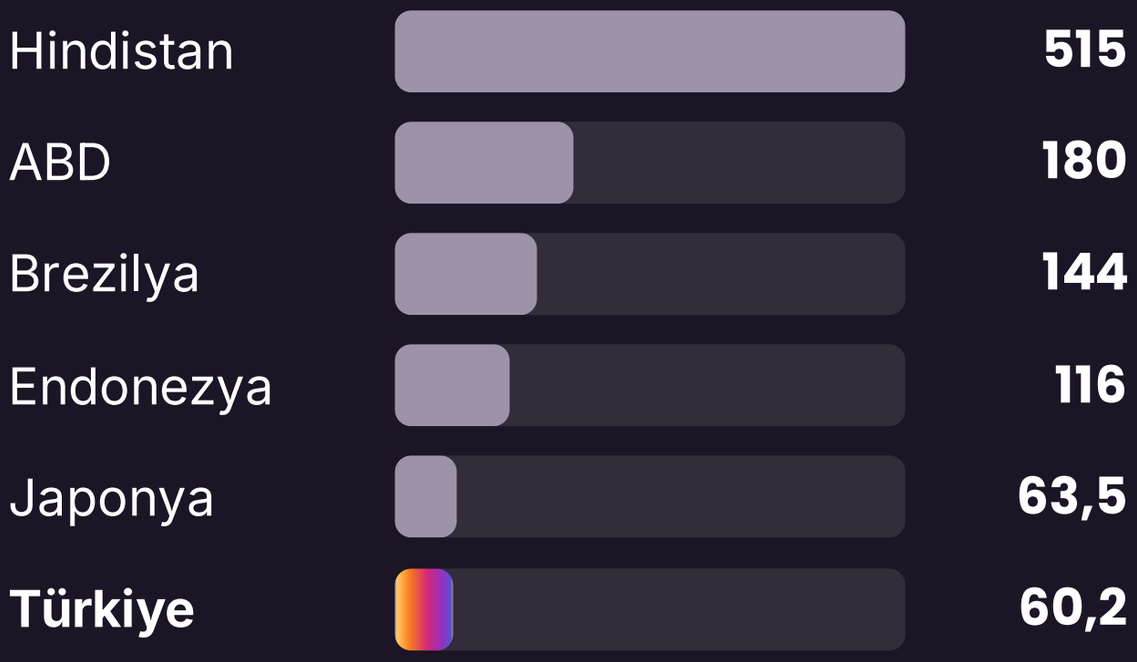
DataReportal ↗

%89,2

16 yaş üstü internet kullanıcılarından Instagram kullananlar. Türkiye'nin 1 numarası.

DataReportal ↗

Dünyada 6. sıradayız: Instagram reklamlarının ulaşabildiği kişi (milyon, Ekim 2026)



DataReportal ↗



3 milyar

Instagram'ı her ay kullanan kişi, dünya genelinde. Mark Zuckerberg, Eylül 2025. Fotoğraf: Jeff Sainlar, Meta / Wikimedia Commons, CC BY-SA 4.0. Threads ↗

2025–2026'da neler değişti?

Ocak 2025

Üç sinyal açıklandı, Reels 3 dakikaya çıktı

Mosseri sıralamada izlenme süresine, beğeniye ve gönderilmeye baktıklarını söyledi. Instagram ↗

Ağustos 2025

Yeniden paylaşma geldi

Canlı yayına da 1.000 takipçi şartı kondu. Instagram ↗

Aralık 2025

Hashtag sınırı: 5

Açıklamaya en çok 5 hashtag yazılabiliyor.

Threads ↗

Nisan 2026

Özgünlük kuralı sertleşti

Kopya içerik paylaşan hesap önerilerden çıkıyor; fotoğraf ve karuseller de dahil. Instagram Creators ↗

Kasım 2026

Direct Türkiye'de denemede

Instagram'ın ayrı mesaj uygulaması yalnız Türkiye ve Tayland'da deneniyor. Meta ↗



Instagram'da büyümenin sırrı yok. *Ölçüsü var.*

Bu kitapta o ölçüleri tek tek anlatıyorum: Instagram'ın neye baktığını, Türkiye'de neyin işe yaradığını, satışın nerede kapandığını. Hepsi kaynaklı, hepsi 2027 için.

CAN KARABAYIR

01

BÖLÜM 01

Algoritma neye bakıyor?

Instagram'ın başı Adam Mosseri sıralamada en çok üç şeye baktıklarını açıkça söyledi.



- İzlenme süresi
- Erişim başına beğeni
- Erişim başına gönderilme

Fotoğraf: Anthony Quintano / Wikimedia Commons, CC BY 2.0

Üç ölçü, gerisi hikâye

İzlenme süresi
Videonun ortalama ne kadar izlendiği. İstatistiklerde "ortalama izlenme süresi" diye duruyor.

Beğeni / erişim
Gösterildiği her kişiden kaçının beğendiği. Takipçilerinde daha çok ağır basıyor.

Gönderilme / erişim
Kaçının videoyu DM'den birine yolladığı. Seni tanımayanlara ulaşmada daha çok ağır basıyor.

01 Yeni kitle istiyorsan gönderilmeye oyna

Mosseri üç sinyali Ocak 2025'te açıkladı ve istatistiklerde bu üç orana bakmayı önerdi. Yeni kitle istiyorsan "bunu birine göndermeliyim" dedirten içerik yap: birine sorduracak bir bilgi, bir uyarı, bir karşılaştırma. Instagram ↗

%45

Önerilen Reels'lerin yaklaşık %45'i bir günden yeni. Bir çeyrekte 11 puan arttı.

Meta bilanço ↗

02 Bugünün içeriği kazanıyor

Güncel konuyu bekletme. Kampanya videosunu önceden yükleyip saklama, kampanya günü paylaş.

03 Hashtag en çok 5 ve erişim getirmiyor

Aralık 2025'ten beri açıklamaya en çok 5 hashtag yazılabiliyor. Mosseri hashtag'in erişimi artırmadığını söylüyor. Hakkının birini kendi serine ayır: etikete dokunan bütün bölümleri görsün. Threads ↗



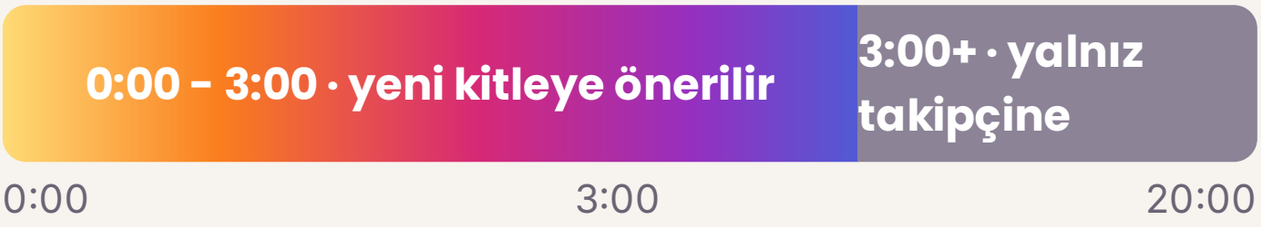
04 Google'da çıkıyorsun

18 yaş üstü, herkese açık profesyonel hesapların Reels ve gönderileri Google'da çıkabiliyor. Açıklamanın ilk cümlesini insanların arama kutusuna yazdığı soru gibi kur: "Instagram'da DM'den nasıl satış yapılır?" Ayarlardan kapatılabiliyor; seninki açık mı, bak.

Instagram Yardım ↗

05 Keşif için 3 dakikayı geçme

Reels 3 dakikaya kadar yeni kitleye öneriliyor; daha uzunu yalnız takipçine gidiyor. Uygulamada 20 dakikaya kadar çekilebiliyor ama keşfedilmek istediğin videoyu 2:59'da bitir. Threads ↗



Algoritma seni değil, **insanların sana ne yaptığını** *ölçer.*



02

BÖLÜM 02

Kopyalayan kaybediyor

Instagram 2026'da özgünlük kuralını sertleştirdi. Başkasının içeriğiyle büyüme devri kapanıyor.



01 Kural artık fotoğraf ve karuselde de

30 Nisan 2026'dan beri son 30 günde paylaştıklarının önemli bir kısmı özgün değilse hesabın önerilerden çıkarılıyor. Takipçilerin seni görmeye devam ediyor, yeni kitle gelmiyor. Çerçeve, filigran, altyazı ya da "kaynak: @..." yazmak özgünlük sayılmıyor.

Instagram Creators ↗

Instagram'ın özgünlük testi

Başkasının içeriği
video, fotoğraf, ekran görüntüsü

Senin katkın
yorum, ölçüm, kurgu

Katkını çıkar
geriye ne kalıyor?

Aynı kalıyorsa
özgün sayılmaz

02 Hesap durumuna bak

Ayarlar > Hesap durumu ekranı, önerilere uygun olup olmadığını gösteriyor. Haksız kısıtlamaya itiraz buradan. Instagram Creators ↗

03 Başka uygulamanın filigranı görünmezlik demek

Görünür filigranlı Reels önerilmiyor. Kendi logon sorun değil, başka bir uygulamanın logosu sorun. Aynı videonun kopyaları arasında Instagram orijinali öne çıkarıyor: videonu önce Instagram'a yükle, sonra öteki platformlara. Instagram Creators ↗

04 İndirip yükleme, yeniden paylaş

Herkese açık gönderi ve Reels yeniden paylaşılabiliyor. Yeniden paylaşım senin takipçilerine de önerilebiliyor ve profilinde ayrı sekmede duruyor. Seni anan bir videoyu indirip yüklemek yerine yeniden paylaş; özgünlük cezası almazsın.

Instagram ↗

05 Kopyalarına sahip çık

Kasım 2026'da gelen içerik koruma aracı videolarının kopyalarını Instagram ve Facebook'ta tarıyor: izle, gizle, "orijinali" bağlantısı ekle ya da bırak. Viral olmuş kopyayı gizleme; bağlantı ekle, onun izleyicisi sana gelsin. TechCrunch ↗

06 Yapay zekâ karakterin varsa etiketi sen aç

Yapay zekâyla üretilmiş bir kişiyi öne çıkaran profil "AI-generated profile" etiketini kendisi açmazsa erişimi kısılıyor. Yalnız yapay zekâ araçlarıyla düzenleme yapanın etiket koyması gerekmiyor. Instagram Creators ↗

%75

ABD'de Instagram önerilerinin özgün gönderilerden gelen payı.

Instagram Creators ↗

30 gün

Instagram'ın özgünlüğe baktığı süre. Bir ayda düzelirsin.

Instagram Creators ↗

Kopyalarsan görünmezsin. **Katkı koyarsan önerilirsin.**

Fotoğraf: Anthony Quintano / Wikimedia Commons, CC BY 2.0



Cilalı akış öldü.

Adam Mosseri Instagram'ın başı, 2026 notundan (özet)

Threads ↗

Mosseri'ye göre insanlar kişisel anlarını yıllardır akışta değil, DM'de paylaşıyor. Yapay zekâ her şeyi kusursuz yapınca, ham ve kusurlu görüntü gerçek bir insan olduğunun kanıtı oluyor. Yüzün ve sesin kopyalanamayan tek şey.

03

BÖLÜM 03

Hesap büyütme

Yeni takipçi seni henüz tanımayan insanlardan gelir.



01 Önce yabancıda dene

Deneme Reels'i önce yalnız seni takip etmeyenlere gösteriliyor; ilk 72 saatte iyi giderse takipçilerine de açılabiliyor. Artık planlanabiliyor da. Aynı videonun iki farklı açılışını deneme olarak at, gönderilme oranı yüksek olanı herkese aç.

Instagram Creators ↗



Takipçi olmayanlar
deneme yalnız onlara gider



72 saat
izlenme ölçülür



İyi giderse
otomatik ya da elle



Takipçilerine
herkese açılır

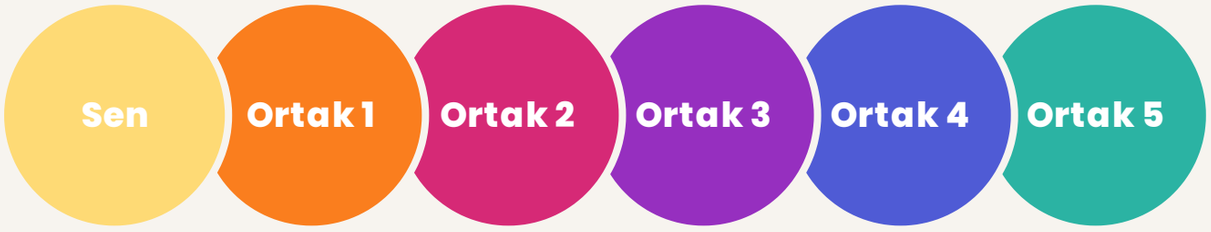
02 Yayından önce Edits'te test et

Instagram'ın ücretsiz video uygulaması Edits, kitlenin yaşını, en etkin saatlerini ve yayından önce birkaç sürümü denemeyi gösteriyor. Meta'ya göre Edits'te yapılan içerik %10 daha çok kaydediliyor. Kasım 2026'dan beri Mac'te de var: 4K, filigransız. Edits ↗

03 Altı hesabın sayfasına birden düş

Ortak gönderiye en çok 5 ortak eklenebiliyor; gönderi 6 hesabın profilinde ve takipçisinde aynı anda çıkıyor. Birbirine rakip olmayan, aynı kitleye konuşan hesaplarla ortak seri yap.

Meta Geliştirici ↗



Önce yabancıya göster. **Beğenirse takipçine aç.**

Altı hesap, tek gönderi: **en ucuz büyüme ortaklıktır.**



04 Izgara artık 3:4

Profil ızgarası dikey 3:4. Kapakları 1080×1440 tasarla; kare ya da 4:5 kapakların kenarı ızgarada kesiliyor. Yandaki ızgara bizim kapaklarımız. Threads ↗

05 Karusele müzik ekle

Müzik eklenmiş fotoğraf ve karuseller Reels sekmesinde de gösterilebiliyor. Karusel en çok 20 sayfa. Instagram Creators ↗

06 Canlı yayın için 1.000 takipçi

Canlı yayın açmak için herkese açık hesap ve en az 1.000 takipçi gerekiyor. Daha azsan lansmanı Reels ve yayın kanalıyla yap.

Instagram Yardım ↗



04

BÖLÜM 04

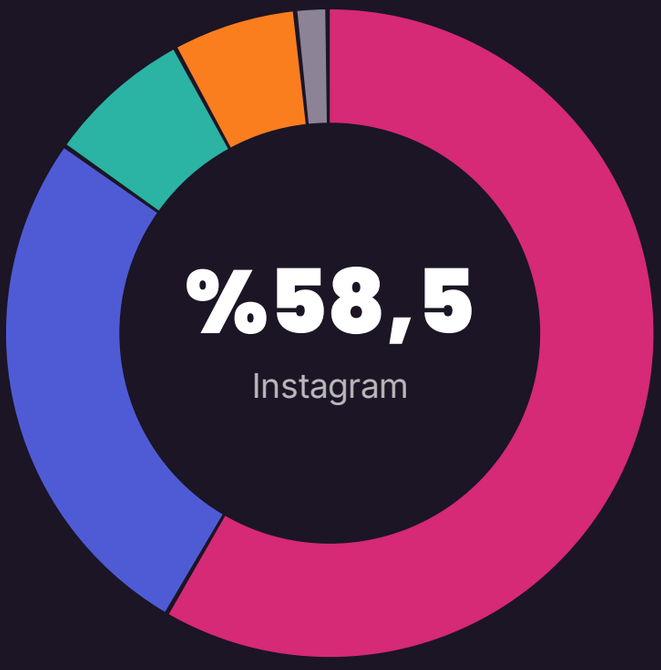
Etkileşim DM'de

Mosseri'ye göre büyümenin neredeyse tamamı DM'den, Reels'ten ve önerilerden geliyor.



Türkiye'de mesajlaşma Instagram'da

Anlık mesajlaşma uygulamalarının veri trafiği (Türkiye, 2026 1. çeyrek)



Instagram	%58,5
Facebook	%26,4
WhatsApp	%7,3
Telegram	%6,2
Diğer	%1,6

Kullanıcı sayısı değil, veri hacmi: video ve fotoğraf da sayılıyor.
BTK ↗

01 Yorumdan DM'in gerçek sınırları

Her yoruma özel mesajla yalnız 1 kez, yorumdan sonraki 7 gün içinde yanıt verilebiliyor; saatte en çok 750. 3.000 yorum alan videonun mesajları yaklaşık 4 saatte gider. Seni takip etmeyenin mesajı İstekler klasörüne düşer: açıklamaya "gelmediyse İstekler'e bak" yaz.

Meta Geliştirici ↗



Yorum
anahtar kelime



1 özel mesaj
7 gün içinde



Yanıt verirse
konuşma açılır



24 saat
satış mesajı serbest

02 İlk mesaj soruyla bitsin

Kullanıcı yanıt verirse 24 saatlik konuşma penceresi açılır ve o pencerede satış mesajı serbesttir. Bağlantıyı gönderdiğin ilk mesajı bir soruyla bitir. Meta Geliştirici ↗

03 Takip şartı koyma

"Takip et, bağlantıyı göndereyim" Meta'nın topluluk kurallarında spam sayılıyor. Mesaj herkese gitsin, sonunda takip çağrısı olsun.

Meta Kuralları ↗

04 PDF'i doğrudan DM'den gönder

Aralık 2025'ten beri mesaj otomasyonu DM'den PDF gönderebiliyor. Rehber, katalog ya da fiyat listesi bağlantısız, tek dokunuşla gider. Meta Geliştirici ↗

05 Mesajı zamanla, sabitle

DM'de mesaj zamanlama, sohbet başına 3 sabit mesaj ve çeviri var; işletme hesaplarında da. Teslimattan 3 gün sonra gidecek "nasıl buldun?" mesajını şimdiden zamanla. Meta ↗

06 15 dakikalık düzeltme hakkı

Hikâyenin yazısı, müziği ve çıkartması yayından sonraki 15 dakika içinde düzenlenebiliyor; yorumlar da öyle. Yanlış fiyatı silmeden düzelt, ilk izlenmeler kaybolmasın. Instagram ↗

Takipçi kalabalıktır. DM'deki kişi müşteridir.

07 Direct: Instagram'sız Instagram DM'i

Meta, 16 Kasım 2026'dan beri Instagram'ın ayrı mesaj uygulaması Direct'i yalnız Türkiye ve Tayland'da deniyor; Instagram hesabı olmadan da açılabiliyor. Müşterin seni Direct'ten yazabilir: yanıtın fotoğrafıyla, fiyatıyla kendi içinde tam olsun, "gönderiye bak" deme. Meta ↗



CAN'IN NOTU

DM'de uçtan uca şifreleme Mayıs 2026'da kalktı. IBAN, kimlik, sözleşme gibi bilgileri DM'de isteme; WhatsApp Business'a taşı.

Beğeni alkıştır.
Gönderilme tavsiyedir.



05

BÖLÜM 05

Markalaşma

Algoritma seni yeni insanlara gösterir.
Seni hatırlatan şey markan.



01 Ham içerik güven veriyor

Yapay zekâ içeriği çoğaldıkça telefonla çekilmiş, kusurlu, gerçek görüntü "burada gerçek bir insan var" demek oluyor. Yüzün ve sesin markanın en zor kopyalanan parçası.

Threads ↗

02 İlk 9 kare vitrinin

Profilini açan kişi önce ızgaranın üst sıralarını görür. Kim olduğunu, ne sattığını ve neden takip edilmen gerektiğini bu kareler anlatsın; en iyi gönderilerini sabitle. Threads ↗

Marka logo değil.
İnsanların senden söz ederken kullandığı cümle.

03 Seri yap, adı olsun

Aynı adla tekrar eden format markayı hatırlatır. Instagram bölümlü Reels serilerini deniyor; bölümleri şimdiden numaralı başlıkla paylaş, hashtag hakkının birini seriye ayır. TechCrunch ↗

04 Tek sayfalık marka belgesi

Meta reklam yapay zekâsına markanın kurallarını yüklemeyi deniyor. Bu belgeyi şimdiden yaz: ton, kullanmadığın sözler, fiyat ve iade politikası. Aynı belgeyi ekibine, ajansa ve yapay zekâ araçlarına ver. Meta İşletme ↗

Örnek: tek sayfalık marka belgesi

Biz kimiz	El yapımı deri çanta; tek kişilik atölye, 10 yıllık usta.
Ton	Samimi ve net. "Sen" diye konuşuruz, abartı yok.
Kullanmadığımız sözler	"En ucuz", "mucize", "son şans".
Fiyat	Fiyat açıklamada yazar, DM'de saklanmaz.
İade	14 gün içinde, sorusuz.

Logo hatırlanmaz.
His hatırlanır.

5

Biyografide bağlantı

Ücretsiz hesapta. Meta'nın denediği ücretli paket Meta One'da 20 bağlantı ve gönderi ile Reels'te tıklanabilir bağlantı var. Meta ↗

48 saat

Instagram Plus hikâyesi

Aylık ücretli Plus'ta birden çok hikâye kitlesi, 48 saatlik hikâye ve akışa düşmeden yalnız profile paylaşma var. Toptancıya ve perakende müşterine ayrı hikâye anlatabilirsin.

Meta ↗



CAN'IN NOTU

O cümleyi sen seç ve her içerikte tekrar et. İnsanlar seni o cümleyle anlatmaya başladığında markan oldu demektir.


BÖLÜM 06 · SATIŞ
Satış
DM'de kapanır.
Türkiye'de Instagram'da "Satın al"
düğmesi yok.

Satışın yolu



Reels

seni tanımayan görür



Profil

ilk 9 kare ikna eder



DM

soru, fiyat, güven



WhatsApp ya da site

ödeme burada

01 Instagram mağazası Türkiye'de yok

Instagram mağazası ve ürün etiketi Türkiye'de desteklenmiyor; uygulama içi ödeme hiçbir ülkede kalmadı. Mağaza kurmaya uğraşma, ürün kataloğunu reklamda kullan. Meta İşletme ↗

02 DM'e yönlendiren reklam 7 gün konuşturur

Reklamdan DM'e gelen ilk mesajla 7 güne kadar açık bir konuşma penceresi açılıyor (normalde 24 saat). Mobilya, eğitim gibi geç karar verilen ürünlerde gönderiyi öne çıkarmak yerine DM'e yönlendiren reklam kullan. Meta Geliştirici ↗

03 WhatsApp listen ve Instagram aynı kampanyada

WhatsApp pazarlama mesajı, reklam yöneticisinde Instagram reklamıyla aynı kampanyada seçilebiliyor; bütçeyi sistem dağıtıyor. Listeni bir kez yükle, iki kanaldan birden hatırlat. Meta ↗

04 Gece gelen soruya yapay zekâ

Meta Business Agent WhatsApp ve Messenger'da dünya çapında açıldı, Instagram'a yayılıyor; başlamak ücretsiz. Gece gelen soruları sabah özetliyor: en çok sorulan soru bir sonraki videonun konusu.

Meta ↗

Müşterinin çektiği fotoğraf, **senin reklamından inandırıcıdır.**

İndirim fiyatı düşürür. **Teklif sepeti büyütür.**

İndirim değil, teklif kur

Fiyatı düşürmeden sepeti büyüten beş teklif.

Paket
Laptop + çanta, tek fiyat.

Tamamlayıcı
Makineyle birlikte kapsül.

Tavsiye
Arkadaşını getir, ikinize de hediye.

Sadakat
Beşinci alışverişte hediye.

Çıpa fiyat
Pahalı modelin yanında standart model ucuz görünür.

Satış sonrası
Kullanım rehberi, ikinci alışverişe kargo hediyesi, doğum günü kuponu.

05 Müşterinin fotoğrafı en güçlü reklamın

Ürününü kullanırken çektiği fotoğrafı izin isteyip hikâyende paylaş, öne çıkanlara sabitle. Yeni gelen için en güçlü güven bu.



CAN'IN NOTU

Instagram satış yeri değil, güven yeri. Satış DM'de kapanıyor; DM'e cevap vermeyen işletme reklamına para yakıyor.

Instagram vitrindir.
Kasa DM'dedir.



07

BÖLÜM 07

Reklam

Meta reklamı adım adım yapay zekâya devrediyor. Senin işin hedeflemek değil, sisteme doğru malzemeyi vermek.



01 Hedeflemeyi sistem yapıyor

Satış kampanyaları baştan Advantage+ (otomatik kitle, bütçe ve yerleşim) açık geliyor. Mevcut müşterini ayrı bir setle dışarıda tut; yoksa reklam parasını zaten alacak olana harcarsın. Meta Geliştirici ↗

02 Benzer reklamlar tek reklam sayılıyor

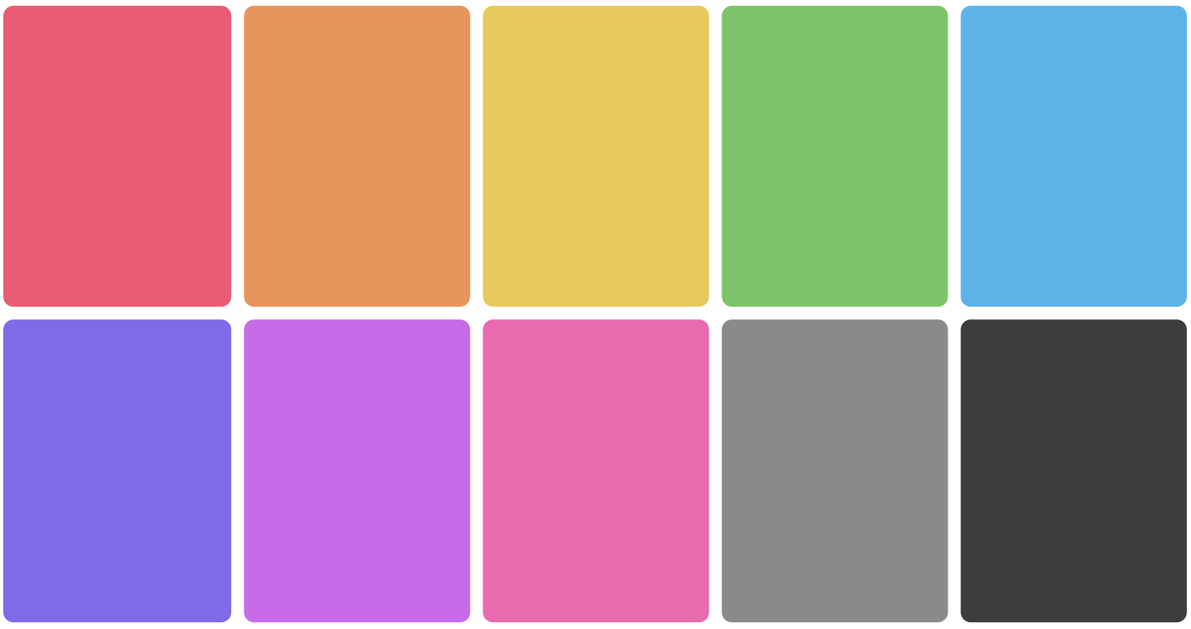
Meta görünüşü ve teması birbirine benzeyen reklamları aynı reklamın varyasyonu sayıyor. Alım nedenine göre ayrı hikâyeler çek.

Meta İşletme ↗

Reklam büyüteçtir: iyiyi de kötüyü de büyütür.

On renk tek reklamdır. Dört hikâye dört kitledir.

Aynı ürünün 10 rengi



Meta'nın gözünde tek reklam.

≠

Alım nedenine göre 4 hikâye

Kargo ve iade kaygısı

Hediye senaryosu

Üretim atölyesi

Önce ve sonra

Dört ayrı reklam, dört ayrı kitle.

03 Tek fotoğraftan video

Reklam yöneticisi tek ürün fotoğrafından video üretiyor; Meta'ya göre video üretimi dönüşüm oranını %3'ün üstünde artırdı. Kreatif iyileştirmeler varsayılan açık geliyor: renk ve kumaş gibi doğruluk isteyen üründe yayından önce bak, yapay zekânın değiştirdiği ürün iade getirir. Meta İşletme ↗

%19

İş ortaklığı reklamlarında daha düşük edinme maliyeti (Meta).

Meta İşletme ↗

%13

İş ortaklığı reklamlarında daha yüksek tıklama oranı (Meta).

Meta İşletme ↗

04 Üreticinin hesabından reklam

Mikro üreticiye yeni video ısmarlamak yerine var olan Reels'inin reklam kodunu ve izin süresini satın al; reklam senin hedeflemenle, onun adıyla döner.

05 Videona Arapça ses

Reklam videoları yapay zekâyla 11 dile seslendirilebiliyor; Türkçe ve Arapça dahil. Aynı Türkçe videoyu Körfez'e Arapça göster. Meta ↗

Türkiye'deki kitleye 1.000 TL'lik reklam

Reklam bütçen	**1.000 TL**
Konum ücreti (%5, bütçenin dışında)	**+50 TL**
KDV (%20, reklam hesabında vergi numarası yoksa)	**+KDV**

Konum ücreti faturada ayrı satır. Kâr hesabını buna göre yap.

Meta İşletme ↗

06 Hesabın kısıtlandıysa önce asistan

Reklam yöneticisindeki Meta AI asistanı herkese açık; Meta'ya göre hesap sorunlarını %20 daha yüksek oranda çözüyor. Yardım sayfasındaki "Start chat" düğmesinden başla. Meta bilanço ↗



08

BÖLÜM 08

Para kazanma

Instagram'da para yalnız markadan gelmiyor. Türkiye'de açık olan yollar ve nasıl kullanılacakları.



Takipçi merdiveni

500
takipçi

Hediyeler

İzleyici Reels'te yıldız gönderir; yıldız başına 0,01 dolar.

1.000
takipçi

Canlı yayın

Herkese açık hesap şartıyla.

10.000
takipçi

Abonelik

Abonelere özel içerik ve grup sohbeti.

01 Hediyeler ortak gönderide yok

18 yaş ve 500 takipçi şartı var, Türkiye'de açık. Ortak gönderilerde hediye çıkmıyor: hediye çağrılı videoyu tek başına paylaş.

Instagram Yardım ↗

02 Telegram grubu yerine abone grubu

Abonelik Türkiye'de açık. Ücretli Telegram grubu yerine Instagram içinde abone grubu kur, tahsilatı uygulama mağazası yapsın. Instagram Yardım ↗

03 Markalar seni dünyadan buluyor

Creator Marketplace Ocak 2026'dan beri dünyadaki bütün markalara açık ve Türk üreticiler listede. Teklif götürmeden önce hedef markayı birkaç hafta kendiliğinden etiketle; öneri rafı bunu sayıyor. Meta İşletme ↗

04 Reklam iznini ayrı sat

Üretici reklam kodunu kendisi paylaşabiliyor. Fiyat listene "gönderi + 30 günlük reklam izni" diye ayrı bir kalem ekle. Meta İşletme ↗

05 Bonus davetini kaçırma

Bonuslar artık fotoğraf ve karuselleri de ödüllendiriyor; yalnız davetle ve süreli. Profesyonel Pano > Para kazanma ekranına her hafta bak. Instagram Creators ↗

Önce değer ver. Sonra fiyat söyle.

Kazancın vergisi 09. bölümde: sosyal medya geliri için özel bir istisna var.



CAN'IN NOTU

Takipçi sayısı para değil, güven ölçüsü. Para, o güveni bir teklife çevirdiğinde geliyor.


Her gün bir
basamak.
2027 bu
merdivenle çıkılır.

09

BÖLÜM 09

2027'de Türkiye kuralları

Instagram'da iş yapanın bilmesi gereken kurallar, resmî kaynaklarıyla.



Takvim

1 Ağustos 2026

İndirim ve iş birliği kuralları

İndirimde eski fiyat son 10 günün en düşüğü; iş birliği paylaşımında "Reklam" ya da "Tanıtım" yazısı.

Ticaret Bakanlığı ↗

1 Kasım 2026

15 yaş sınırı başladı

Yeni hesaplar e-Devlet yaş doğrulamasıyla açılıyor.

Resmî Gazete ↗

1 Ocak 2027

Kâğıt fatura bitiyor

Basit usul ve işletme defteri tutanlar bütün faturaları e-Arşiv'le kesiyor. GİB ↗

31 Mart 2027

Mevcut hesaplarda son gün

Her hesap en az bir kez doğrulanmış olacak; 15 yaş altı hesaplar kapanacak. Resmî Gazete ↗

01

15-17 yaşa ulaşmak zorlaşıyor

15-17 yaş hesapları gizli, başkalarına önerilmiyor, canlı yayın açamıyor, kişiye özel reklam görmüyor; onlara yalnız takip ettikleri mesaj atabiliyor. Kitlen gençse seni takip etmeleri tek yol. Resmî Gazete ↗

02 İndirimde eski fiyat

İndirimden önceki fiyat, indirimden önceki 10 günün en düşük fiyatı. Bir satış kanalındaki fiyat başka kanaldaki indirime referans olamaz. Ceza 108.370 TL'den 39,9 milyon TL'ye kadar. Ticaret Bakanlığı ↗

03 İş birliği paylaşımı

Para, ürün, indirim ya da davet karşılığı her paylaşımda ilk ekranda "Reklam" ya da "Tanıtım" yazısı ve marka adı gerekiyor; tek başına #işbirliği yetmiyor. Yapay zekâ karakterli reklamda bu da açıkça yazılıyor.

Ticaret Bakanlığı ↗

5,3 milyon TL

İçerik üreticisi istisnası, 2026. Sosyal medya geliri %15 kesintiyle vergiden istisna; Türkiye'de banka hesabı ve istisna belgesi gerekiyor.

GİB ↗

1,9 milyon TL

Evde kendi emeğiyle üretip yalnız internetten satanlara esnaf muafiyeti, 2026 (%4 kesinti). Hazır ürün alıp satan yararlanamıyor.

GİB ↗

04 Kayıt

Yalnız sosyal medyadan satanın ETBİS kaydı zorunlu değil; kendi sitesi varsa zorunlu. 2027 istisna sınırı Aralık sonunda açıklanacak.

Ticaret Bakanlığı ↗

Kuralı bilmek, ceza yemeden büyümenin en ucuz yolu.



CAN'IN NOTU

Bu bölüm hukuki danışmanlık değil, resmî metinlerin özeti. Kendi durumun için mali müşavirine sor.

10

BÖLÜM 10

Tek sepete yumurta koyma

Instagram senin değil. Hesabın da, kitlen de bir kararla kapanabilir.



9 gün

2-10 Ağustos 2024'te Instagram Türkiye'de kapalı kaldı. 2025'te sosyal medya iki kez saatlerce yavaşlatıldı.

NTV ↗

1,9 milyar TL

Sektörün tahminine göre o günlerde e-ticarette etkilenen günlük hacim.

NTV ↗

Kitleni dört yere yay

E-posta listesi

Kitlenin sana ait tek kopyası. Ayda bir yaz, soğumasın.

WhatsApp kanalı

Takipçini tek mesajla ikinci kanala taşı.



Kendi siten

Instagram kapanınca bütün bağlantıların gideceği yer.

En az iki yönetici

Hesabın tek kişinin Facebook hesabına bağlı olmasın.

01 Bizim başımıza geldi

Yönetici Facebook hesabımız kapanınca Meta bağlantılarımız kilitlendi, her şeyi yeni bir işletme hesabıyla yeniden kurduk. Şimdi her hesapta en az iki yönetici var.

Tek yönetici, tek arıza noktası.

Instagram kapanınca seni nerede bulacaklar? Cevabı bugün kur.



CAN'IN NOTU

Takipçi sayısı kira kontratı gibidir; ev sahibi istediği gün çıkarabilir. E-posta listesi tapudur.

11

BÖLÜM 11

Yapay zekâyla Instagram

Bu kitabı ve hesaplarımızın günlük işini yapay zekâyla yürütüyoruz. Nasıl yaptığımızı saklamadan anlatıyoruz.



Bizim sistemimiz

Araştırma
kaynaklı

Metin taslağı
bizim ağzımızdan

Görsel ve kesit
tek tek denetlenir

Takvim
saatinde yayın

Ölçüm
neyin tuttuğu

Konu seçimi, son metin ve onay bizde. Bu kitabın araştırması, metni, görselleri ve tasarımı da böyle yapıldı.

01 Her platform ayrı kart

Altı kanalın bütün paylaşımları tek takvimde. Her videonun her platformu ayrı kart; saati gelen kart kendiliğinden yayına gidiyor.

02 Sunucudan değil, kendi bilgisayarımızdan

Sunucudan yüklediğimiz TikTok videoları gösterim almadı. Şimdi Instagram ve TikTok paylaşımlarını her sabah kendi bilgisayarımızdaki tarayıcıdan, platformun planlama özelliğiyle kuruyoruz.

03 Kurallarımız

Bir hesapta günde en çok 2 paylaşım (karusel varsa 3), iki paylaşım arası en az 4 saat, aynı gün aynı konu yok. İki paylaşımın aynı dakikada çıktığı bir sabah öğrendik.

04 Her görsel denetimden geçiyor

Yapay zekâ görselinde parmak sayısı, el, yüz, yazı ve ekrandaki içerik tek tek kontrol ediliyor; hatalı görsel yayına girmiyor.

05 Instagram da kapıyı açtı

Edits'in Mac sürümüne yapay zekâ ajanları bağlanabiliyor (MCP). Kesit, altyazı ve dışa aktarma işini bir ajana devretmek artık Instagram'ın kendi aracında mümkün.

Edits ↗



Yapay zekâ seni tembelleştirmesin, *hızlandırsın.*

Bu kitabı yapay zekâyla birlikte hazırladım: araştırmayı, taslağı, görselleri o yaptı; her kararı ben verdim. Senden de bunu istiyorum: ona iş ver, kararı sende tut. Yazdığını kendi sesinle okumadan yayınlama.

CAN KARABAYIR

KONTROL LİSTESİ

2027 kontrol listesi

- [ ] İstatistiklerde izlenme süresini, beğeni ve gönderilme oranını izliyor musun?
- [ ] Güncel içeriği aynı gün paylaşıyor musun?
- [ ] Açıklamada en çok 5 hashtag var, biri serine mi ait?
- [ ] Açıklamanın ilk cümlesi bir arama sorusu gibi mi?
- [ ] Keşfedilmesini istediğin Reels 3 dakikanın altında mı?
- [ ] Son 30 günde paylaştıklarının çoğu kendi üretimin mi?
- [ ] Hesap durumu ekranında önerilere uygun görünüyor musun?
- [ ] Videolarında başka uygulamanın filigranı yok mu?
- [ ] Seni anan videoları indirmek yerine yeniden paylaşıyor musun?
- [ ] Deneme Reels'iyle farklı açılışları test ediyor musun?
- [ ] Yayından önce Edits'te sürüm denedin mi?
- [ ] Aynı kitleye konuşan hesaplarla ortak gönderi yapıyor musun?
- [ ] Kapakların 3:4 ızgaraya göre mi?
- [ ] Yorumdan DM'in ilk mesajı soruyla bitiyor mu?
- [ ] Mesajında takip şartı yok, takip çağrısı var mı?
- [ ] Açıklamada "İstekler'e bak" notu var mı?
- [ ] Sık soruların için sabit mesajların hazır mı?

KONTROL LİSTESİ

- [ ] Hassas bilgileri DM yerine WhatsApp Business'ta mı istiyorsun?
- [ ] Izgaranın ilk 9 karesi kim olduğunu anlatıyor mu?
- [ ] Adı olan, tekrar eden bir serin var mı?
- [ ] Tek sayfalık marka belgen yazılı mı?
- [ ] Satış DM'den sonra nereye gidiyor, yol net mi?
- [ ] Fiyat düşürmek yerine paket ve tamamlayıcı teklifin var mı?
- [ ] Reklamlarında mevcut müşterini dışarıda tutuyor musun?
- [ ] Aynı ürün için 3-4 farklı hikâyede reklamın var mı?
- [ ] Kâr hesabında %5 konum ücretini ve KDV'yi saydın mı?
- [ ] İş birliği paylaşımlarında "Reklam" yazısı ilk ekranda mı?
- [ ] İçerik üreticisi istisna belgen ve banka hesabın hazır mı?
- [ ] E-posta listen ve WhatsApp kanalın var mı?
- [ ] Hesabında en az iki yönetici var mı?



Bu rehberi beğendiysen takip et

Her hafta internetten iş yapmanın işe yarayan tarafını anlatıyoruz.

internetmuhendisi	TAKİP ET
internetmuhendisi	TAKİP ET
internetmhnds	TAKİP ET
cankarabayir	TAKİP ET
internetmuhendisi.com.tr	ZİYARET ET