



effie

Türkiye

EFFIE TÜRKİYE 2026

NELER YENİ?



EFFIE TÜRKİYE 2025'TE NELER YENİ?

1. KATEGORİ DEĞİŞİKLİKLERİ

👉 Yeni Kategoriler

👉 İsim & Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler

👉 Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler

👉 İsim Değişikliği Yapılan Kategoriler



EFFIE TÜRKİYE 2026



KATEGORİ DEĞİŞİKLİKLERİ

YENİ KATEGORİLER



Yeni Kategoriler



Tüm kategorilere ait detaylı açıklamalar için **Kategori Dokümanı**'nı inceleyebilirsiniz.

ÖZEL KATEGORİLER:

- 👉 İçerik Üreticisi Ekonomisi ile Büyüyenler
- 👉 Birlikte Daha Güçlüler
- 👉 Kültürden Beslenenler
- 👉 Sınır Ötesinde Koşanlar









KATEGORİ DEĞİŞİKLİKLERİ
İSİM & KATEGORİ AÇIKLAMASI
DEĞİŞİKLİĞİ YAPILAN KATEGORİLER





Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler

Tüm kategorilere ait detaylı açıklamalar için **Kategori Dokümanı**'ni inceleyebilirsiniz.

SEKTÖREL KATEGORİLER:

-  İçecek
-  Kozmetik ve Kişisel Bakım Ürünleri
-  Sağlık Destek Ürünleri
-  Temel Gıda

ÖZEL KATEGORİLER:

-  Küçük Bütçeyle Büyük Başarı
-  Reklamda Toplumsal Cinsiyet Eşitlięi



EFFIE TÜRKİYE 2026



KATEGORİ DEĞİŞİMLERİ

KATEGORİ AÇIKLAMA DEĞİŞİKLİĞİ YAPILAN

KATEGORİLER



Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler

SEKTÖREL KATEGORİLER:

Banka ve Finans Kuruluşları

2026:

Kredi kartı dışında tüm bankacılık ürün ve hizmetleri (Kurumsal bankacılık, bireysel bankacılık, **esnaf-KOBİ-işletmeler odaklı ticari bankacılık, özel bankacılık, banka kartları, ATM'ler**, internet ve mobil bankacılığı ürünleri ve hizmetleri); **Kredi** Kart dışında katılım bankacılığı ürün ve hizmetleri, **finans hizmeti veren Fintechler ve** diğer finansal hizmetler (Menkul değerler, yatırım, danışmanlık hizmetleri, leasing, **factoring**, kredi derecelendirme hizmetleri, **forex** aracı kuruluşları, **kripto yatırım platformları**) bu kategoriden başvurmalıdır.

2025:

Kart dışında tüm bankacılık ürün ve hizmetleri (Kurumsal bankacılık; bireysel bankacılık, internet ve mobil bankacılığı ürünleri ve hizmetleri). Kart dışında katılım bankacılığı ürün ve hizmetleri. Diğer finansal hizmetler (Menkul değerler, yatırım, danışmanlık hizmetleri, halka açılma, özelleştirme, leasing, **factoring**, kredi derecelendirme hizmetleri, **forex** aracı kuruluşları).



Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler

SEKTÖREL KATEGORİLER:

Anne-Bebek Sağlığı ve Bakımı Ürünleri

2026:

Bebek maması, devam sütü vb. bebek beslenmesi odaklı gıdalar, paketli ürünler; bebek bezi, ıslak mendil, pişik kremi, bebek şampuanı vb. bebek bakım ürünleri bu kategoride yarışır. Ayrıca doğum öncesi, anı ve sonrası için ebeveynlere özel geliştirilmiş takviye gıdalar, hamilelik odaklı ürünler ve ebeveynlere yönelik **anne**-bebek sağlığı ve bakımı odaklı uygulamalar (aplikasyonlar), **websiteleri ve tek marka odaklı online-offline satış kampanyaları da** bu kategoriye başvurmalıdır.

2025:

Bebek maması, devam sütü vb. bebek beslenmesi odaklı gıdalar, paketli ürünler; bebek bezi, ıslak mendil, pişik kremi, bebek şampuanı vb. bebek bakım ürünleri bu kategoride yarışır. Ayrıca doğum öncesi, anı ve sonrası için ebeveynlere özel geliştirilmiş takviye gıdalar, hamilelik odaklı ürünler ve ebeveynlere yönelik bebek sağlığı ve bakımı odaklı uygulamalar (aplikasyonlar) da bu kategoriye başvurmalıdır.



Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler

SEKTÖREL KATEGORİLER:

Çoklu Perakende ve Pazar Yeri

2026:

Birden fazla kategoriye ve/veya markayı aynı çatı altında sunan tüm online ve offline, fiziksel ve dijital perakendeciler, birden fazla satıcıyı aynı çatı altında sunan e-ticaret siteleri, her türlü pazar yerleri, ikinci el alış-satış platformları, çoklu sigorta markası satan, giyim satışı yapanlar vb. birden fazla kategoride, birden çok markanın ürününü adrese teslim eden kuruluşlar ve yemek sipariş siteleri bu kategoride değerlendirilir.

Tüm zincir gıda marketleri & indirim marketleri ve bu marketlerin private label veya diğer ürün tanıtımlarının yanında, alışveriş merkezleri, çok katlı mağazalar bu grupta ele alınmalıdır.

Bu kategori sadece kendi markası ve alt markalarını satan perakendecileri kapsamaz.

2025:

Birden fazla kategoriye ve/veya markayı aynı çatı altında sunan tüm online ve offline, fiziksel ve dijital perakendeciler, birden fazla satıcıyı aynı çatı altında sunan e-ticaret siteleri, her türlü pazar yerleri, ikinci el araç, giyim satışı yapanlar vb. Birden fazla kategoride, birden çok markanın ürününü adrese teslim eden kuruluşlar ve yemek sipariş siteleri bu kategoride değerlendirilir.

Tüm zincir gıda marketleri & indirim marketleri ve bu marketlerin private label veya diğer ürün tanıtımları. Alışveriş merkezleri, çok katlı mağazalar bu grupta ele alınmalıdır.

Bu kategori sadece kendi markası ve alt markalarını satan perakendecileri kapsamaz.



Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler

SEKTÖREL KATEGORİLER:

👉 Kredi Kartları, Alternatif Ödeme Yöntemleri ve Sadakat Programları

2026:

Bankaların sunduğu tüm kredi kartları (ana kredi kartı markaları, segmente edilen kredi kartları ve ilgi alanı odaklı tematik kredi kartları), kredi kartı altyapısı sunan markalar, temassız ödeme, ödeme aksesuarları gibi alternatif ödeme sistemleri, telekom ve e-ticaret gibi farklı sektörlerin alternatif ödeme sistemleri ve sadakat & avantaj programları bu kategoriden başvurmalıdır.

2025:

Bankaların sunduğu tüm kredi kartları, banka kartları vb. Kart şemaları, alternatif ödeme sistemleri ve bir markaya ait olmayan, bağımsız sadakat ve avantaj programları.



Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler

SEKTÖREL KATEGORİLER:

 Kültür Sanat

2026:

Festivaller, müzeler ve sanat galerileri, müzik etkinlikleri, **online ve offline** kültür-sanat platformları, etkinlik alanları, bilet satışı yapan kuruluşlar bu kategoride yer alır.

2025:

Festivaller, müzeler ve sanat galerileri, müzik etkinlikleri, kültür-sanat platformları, etkinlik alanları, bilet satışı yapan kuruluşlar.



Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler

SEKTÖREL KATEGORİLER:

Otomotiv ve Mobilite Araçları

2026:

Her tür binek otomobil ve ticari araç, (tır, kamyon, minibüs, otobüs) mopet, motosiklet gibi motorlu araçlar **ve elektrikli scooter, elektrikli bisiklet gibi mobilite araçlarına ait model ve marka iletişim çalışmalarının yanında yetkili servisleri de bu kategoride yer alır.**

2025:

Her tür binek otomobil ve ticari araç, (tır, kamyon, minibüs, otobüs) mopet, motosiklet vs. motorlu araçlara ait model ve marka iletişim çalışmaları.



Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler

SEKTÖREL KATEGORİLER:

 Otomotiv Ürün ve Hizmetleri

2026:

Lastik, motor yağı, akaryakıt, akü, araç bakım hizmetleri, **araç yıkama hizmetleri**, otomotiv aksesuarları, **elektrikli şarj istasyonu markaları ve şarj istasyonu bulmayı/rezerve etmeyi sağlayan çatı uygulamalar bu kategoride yarışır. – yetkili servisler çıkarıldı.**

2025:

Lastik, motor yağı, akaryakıt, akü, yetkili servisler, araç bakım hizmetleri, otomotiv aksesuarları, satış sonrası ürün ve hizmetler.



Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler

SEKTÖREL KATEGORİLER:

Restoran & Cafe

2026:

Hızlı servis restoranları, bağımsız restoran, **pastane, caféler ve zincirleri, hayalet mutfaklar gibi yiyecek/içecek servisi yapan online ve offline mekanlar**, bu mekân markalarının ürün, hizmet, servis iletişimleri **ve tek markanın web sitesi, uygulama üzerinden online satış iletişimi bu kategoride yer alır. Online yemek / içecek servisi yapan mekanlar tek marka için hizmet veren mekanlar olmalıdır, çoklu marka için hizmet verenler bu kategoride yer almaz.**

2025:

Hızlı servis restoranları, bağımsız restoranlar ve restoran zincirlerinin ürün, hizmet, online servis. vs her türlü iletişimi.



Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler

SEKTÖREL KATEGORİLER:

 Sigorta ve Bireysel Emeklilik

2026:

Sigorta ve Bireysel Emeklilik şirketlerinin kendi markaları, acenteleri, bankalar veya katılım bankaları aracılığıyla sundukları tüm sigortacılık ve bireysel emeklilik sistemi hizmetleri (hayat sigortaları, sağlık sigortaları, eğitim sigortası, trafik sigortası, kasko, bireysel emeklilik paketleri, mobil uygulama iletişimleri vb.) bu kategoride yer alır. Birden fazla sigorta ve bireysel emeklilik hizmeti ürünü satan platformlar bu kategoride yarışmaz.

2025:

Sigorta şirketlerinin kendi acenteleri, bankalar veya katılım bankaları aracılığıyla sundukları tüm sigortacılık hizmetleri (hayat sigortaları, sağlık sigortaları, bireysel emeklilik sigortası, eğitim sigortası, trafik sigortası, kasko vb.). Birden fazla sigorta markasının ürünlerini satan şirketler.



Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler

ÖZEL KATEGORİLER:

B2B Pazarlama

2026:

Hedef kitlesi doğrudan bireyler değil, **işletmeler** olan pazarlama ve iletişim uygulamaları bu kategoride yer alır. **İşletmeler odaklı, finansman, kart, dijital dönüşüm - yeşil dönüşüm, üçüz dönüşüm programları, yazılım, tedarik, stok takip/yönetim, İK, lojistik, eğitim, telefon, data hizmeti, araç kiralama, hammadde gibi her alanda kurumdan kuruma yapılan iletişim ve doğrudan pazarlama aktiviteleri bu kategoriden başvurabilir.**

2025:

Hedef kitlesi doğrudan bireyler değil, şirketler olan pazarlama uygulamaları. Şirketlere, mal ve hizmet üretim aşamasında ihtiyaç duydukları ürün ve hizmetleri sağlayan firmalar, yaptıkları iletişim ve doğrudan pazarlama aktiviteleri ile bu kategoriden başvurabilir. Ticari araçlar, kurumsal bankacılık, yazılım hizmetleri, üreticilere yönelik hammadde, tedarik hizmetleri, toptancı marketleri, işletmelere yönelik telefon ve data hizmetleri, lojistik hizmetleri, kurumsal filo kiralama hizmetleri gibi her alanda kurumdan kuruma iletişim çalışmalarını kapsar.



Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler

ÖZEL KATEGORİLER:

B2B Pazarlama

2026:

Hedef kitlesi doğrudan bireyler değil, **işletmeler** olan pazarlama ve iletişim uygulamaları bu kategoride yer alır. **İşletmeler odaklı, finansman, kart, dijital dönüşüm - yeşil dönüşüm, üçüz dönüşüm programları, yazılım, tedarik, stok takip/yönetim, İK, lojistik, eğitim, telefon, data hizmeti, araç kiralama, hammadde gibi her alanda kurumdan kuruma yapılan iletişim ve doğrudan pazarlama aktiviteleri bu kategoriden başvurabilir.**

2025:

Hedef kitlesi doğrudan bireyler değil, şirketler olan pazarlama uygulamaları. Şirketlere, mal ve hizmet üretim aşamasında ihtiyaç duydukları ürün ve hizmetleri sağlayan firmalar, yaptıkları iletişim ve doğrudan pazarlama aktiviteleri ile bu kategoriden başvurabilir. Ticari araçlar, kurumsal bankacılık, yazılım hizmetleri, üreticilere yönelik hammadde, tedarik hizmetleri, toptancı marketleri, işletmelere yönelik telefon ve data hizmetleri, lojistik hizmetleri, kurumsal filo kiralama hizmetleri gibi her alanda kurumdan kuruma iletişim çalışmalarını kapsar.



Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler

ÖZEL KATEGORİLER:

Lansmanın Hakkını Verenler

2026:

Yeni bir ürün ya da hizmeti tüketiciyle ilk kez buluşturan kampanyalar bu kategoride yarışır. Lansman kampanyası ile kastedilen halihazırda pazarda faaliyet gösteren bir markanın yeni bir varyantını pazara sunması, yeni bir alt marka yaratması ya da bir reklamverenin yeni bir marka ile pazara girmesidir. Örneğin bir otomobil markasının yeni bir model ya da model gamını tanıtmayı, küresel bir marka grubunun yurtdışında var olan markasını ilk kez Türkiye'ye getirmesi ya da yerel bir markanın yeni bir alt markasını duyurması lansman olarak kabul edilir. Lansman kampanyasının TV, radyo, açık hava, dijital, satış noktası vb. mecraların en az 5'ini kapsayan entegre bir iletişim olması gerekir.

Pazarda var olan bir markanın aynı marka ile farklı bir iş koluna girdiği vakaların Marka Genişlemesi kategorisine, daha önce hiçbir şekilde reklam yatırımı yapmamış bir markanın tüketiciyle ilk kez buluştuğu vakaların ise Taze Reklamverenler kategorisine başvurmaları önerilir. Ek olarak Lansmanın Hakkını Verenler kategorisinden başvuran vakaların ilgili sektörel kategoriden de başvurmaları önerilir.

2025:

Yeni bir ürün ya da hizmeti tüketiciyle ilk kez buluşturan kampanyalar bu kategoride yarışır. Lansman kampanyası ile kastedilen halihazırda pazarda faaliyet gösteren bir markanın yeni bir varyantını pazara sunması, yeni bir alt marka yaratması ya da bir reklamverenin yeni bir marka ile pazara girmesidir. Örneğin bir otomobil markasının yeni bir model ya da model gamını tanıtmayı, küresel bir marka grubunun yurtdışında var olan markasını ilk kez Türkiye'ye getirmesi ya da yerel bir markanın yeni bir alt markasını duyurması lansman olarak kabul edilir. Lansman kampanyasının TV, radyo, açık hava, dijital, satış noktası vb. mecraların en az 5'ini kapsayan entegre bir iletişim olması gerekir. **Ayrıca lansman kampanyasının toplam medya yatırımının 100 Milyon TL ve üzeri olması beklenir.**

Pazarda var olan bir markanın aynı marka ile farklı bir iş koluna girdiği vakaların Marka Genişlemesi kategorisine, daha önce hiçbir şekilde reklam yatırımı yapmamış bir markanın tüketiciyle ilk kez buluştuğu vakaların ise Taze Reklamverenler kategorisine başvurmaları önerilir. Ek olarak Lansmanın Hakkını Verenler kategorisinden başvuran vakaların ilgili sektörel kategoriden de başvurmaları önerilir.

Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler

ÖZEL KATEGORİLER:

Yapay Zeka

2026:

Bu kategori, pazarlama ve iletişim çalışmalarında yapay zekâ teknolojilerinin stratejik ve etkili kullanımını gösteren kampanya ve girişimleri ödüllendirir. Başvuruların; yapay zekânın hedef kitleyi anlamak, tüketici davranışını etkilemek, deneyimleri kişiselleştirmek veya operasyonları optimize etmek gibi alanlarda kampanya stratejisinin önemli bir parçası olarak nasıl kullanıldığını ortaya koyması beklenir. Çalışmalar; yapay zekânın hedefleme, veri analizi, içerik üretimi, programatik medya, otomasyon, etkileşimli deneyimler veya müşteri etkileşimi gibi süreçlerde nasıl uygulandığını açıklamalıdır. Ayrıca yapay zekâ kullanımının iş ve pazarlama sonuçlarına sağladığı somut katkı açık biçimde gösterilmelidir. Bu katkı; satış artışı, marka büyümesi, verimlilik, müşteri etkileşimi veya davranış değişimi gibi ölçülebilir metrikler ve verilerle desteklenmelidir. Başvurular; pazardaki zorluk veya fırsatı, geliştirilen stratejik yaklaşımı, yapay zekânın bu sürece nasıl entegre edildiğini ve elde edilen sonuçları net bir şekilde ortaya koymalıdır. Jüri değerlendirmesinde teknolojinin üstünlüğünden ziyade vakanın yapay destekli çözümlerle ne kadar uyumlu olduğu dikkate alınır.

2025:

Bu kategorinin amacı, reklam etkinliğini arttırmakta yapay zeka teknolojilerinin kullanımını desteklemektir. Katılımcılar yapay zekanın hedef kitleyi motive etmekten, tüketici davranışını değiştirmeye kadar hangi adımlarda etkili olduğunu açıklamalı; bu teknolojilerin kullanımının hedefleme, etkileşimli deneyimler, programatik, içerik üretimi ve inovasyon gibi alanlardaki rakamsal etkisini ortaya koymalıdır. Vaka, pazardaki zorluk/fırsat, geliştirilen çözüm gibi başlıkları diğer Effie kategorilerindeki gibi detaylıca ele almalı, yapay zekanın bu zorluk/fırsata hangi noktada çözüm getirdiğini net bir biçimde ifade etmelidir.



EFFIE TÜRKİYE 2026



KATEGORİ DEĞİŞİMLERİ

İSİM DEĞİŞİKLİĞİ YAPILAN KATEGORİLER



İsim Değişikliği Yapılan Kategoriler


Tüm kategorilere ait detaylı açıklamalar için **Kategori Dokümanı**'nı inceleyebilirsiniz.

SEKTÖREL KATEGORİLER:

 **Anne - Bebek Sağlığı ve Bakım Ürünleri**

 (2025: Banka ve Finans Kuruluşları)

 **Kredi Kartları, Alternatif Ödeme Sistemleri ve Sadakat Programları**

 (2025: Kartlar, Alternatif Ödeme Sistemleri ve Sadakat Programları)



İsim Değişikliği Yapılan Kategoriler

Tüm kategorilere ait detaylı açıklamalar için **Kategori Dokümanı**'nı inceleyebilirsiniz.

SEKTÖREL KATEGORİLER:

Otomotiv ve Mobilite Araçları

 (2025: Otomotiv)

Otomotiv Ürün ve Hizmetleri

** (2025: Otomotiv Ürün ve Hizmetleri, Satış
Sonrası Ürün ve Hizmetler)**



İsim Değişikliği Yapılan Kategoriler

Tüm kategorilere ait detaylı açıklamalar için **Kategori Dokümanı**'nı inceleyebilirsiniz.

ÖZEL KATEGORİLER:

-  **Performans Pazarlaması (Datayla Kazananlar)**
-  (2025: Datayla Kazananlar)

