

Savaş Algısının Turizm Talebi Üzerindeki Etkisi

Yandex

Arama Verileri ile
Kriz Dönemi Stratejisi

ABD-İsrail x İran Savaşı Turizmi Nasıl Etkiledi?

*Bu analizde; Rus kullanıcıların savaş dönemindeki davranışlarını
Yandex verileri ile inceliyoruz.*

24 Saatlik Duraklama: 2 Mart 2026

Savaş haberlerinin zirveye ulaştığı gün, Antalya aramaları kısa süreliğine duraksadı. Ancak bu duraklama yalnızca bir gün sürdü; **ertesi gün talep yeniden hareketlendi.**



Bu tablo bir panik tepkisini değil, risk paametlerinin yeniden kalibre edilmesini gösteriyor.

Rus turistlerin talebi ortadan kalkmıyor.
Yalnızca koşullara göre yeniden şekilleniyor.

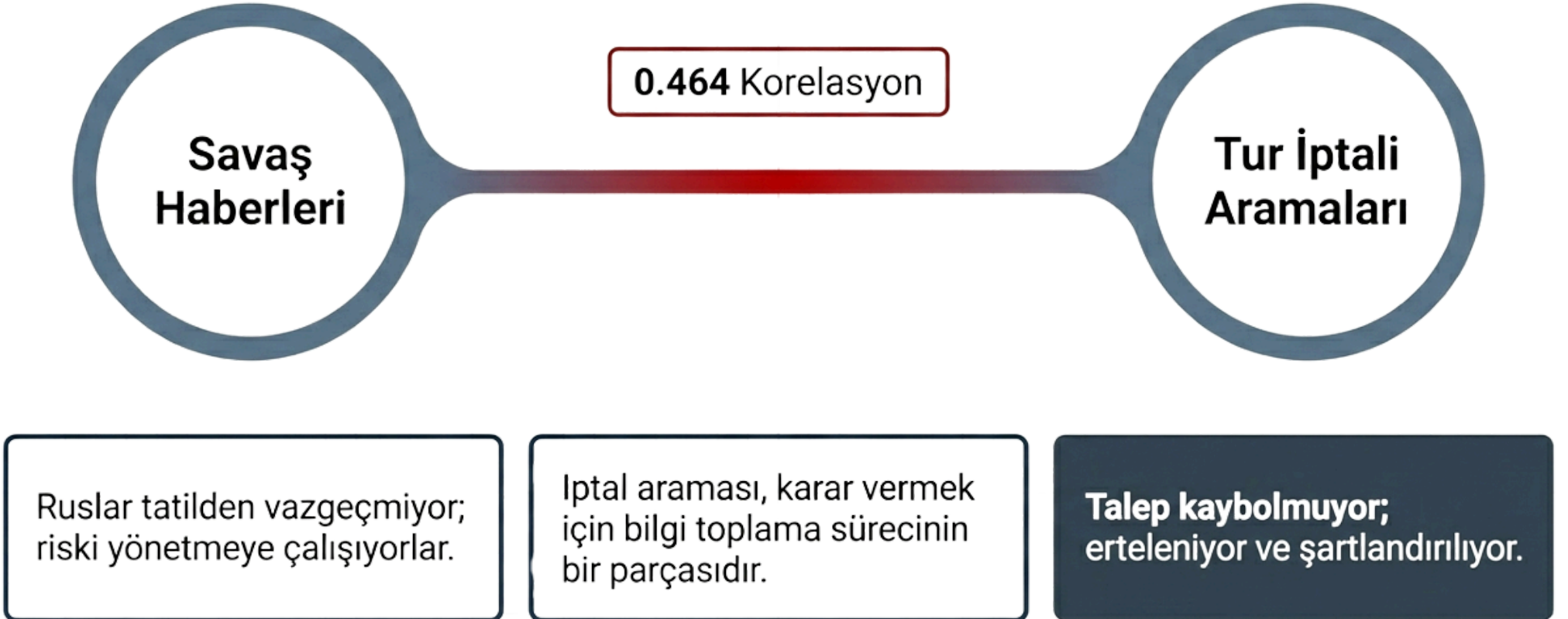
Korku mu, Kontrol mü?

Savaş haberlerinin yükselmesi ile tur iptali aramaları arasındaki bağ

0.46.

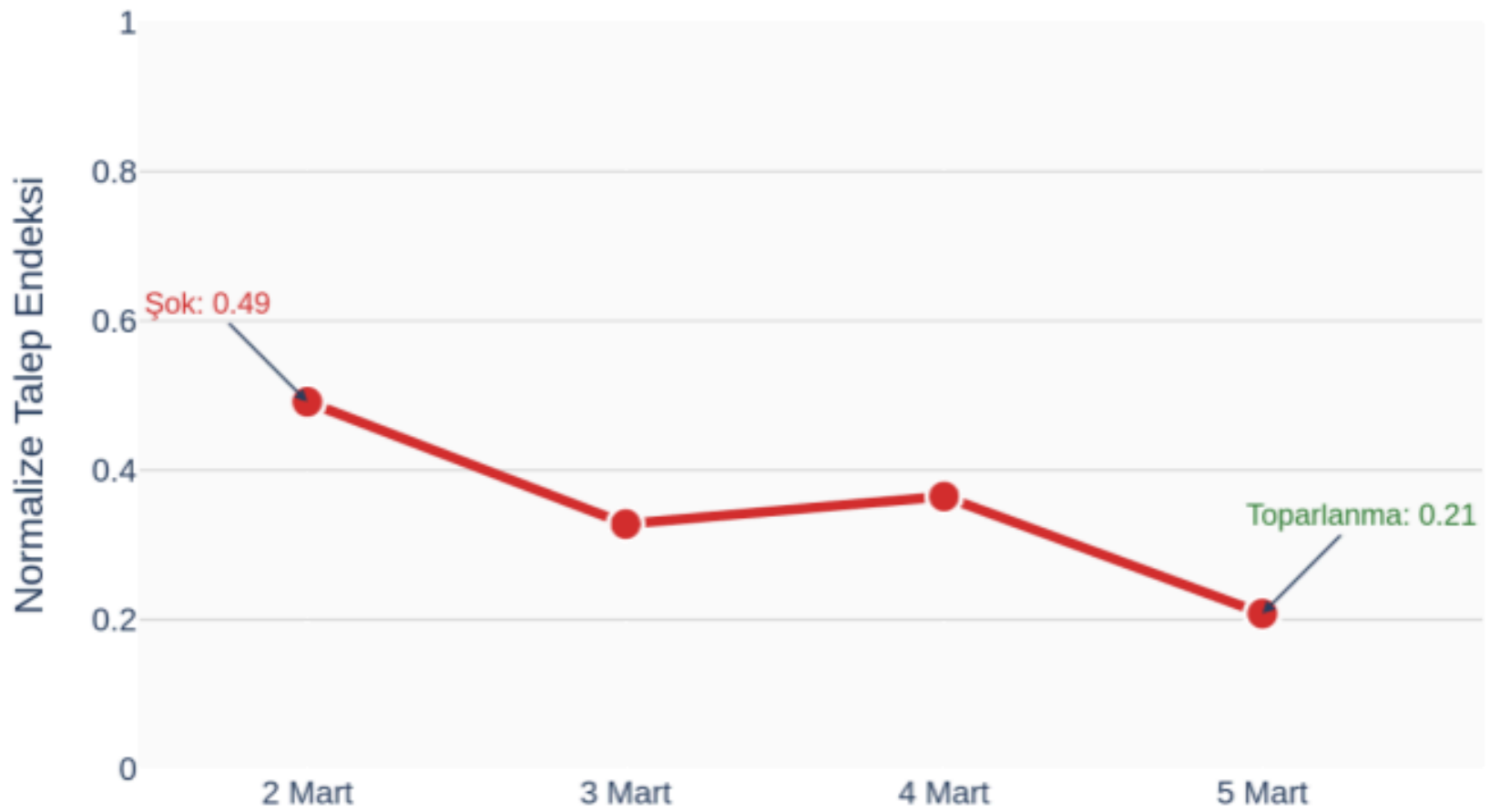
Bu sayı ne söylüyor?

İptal Aramaları Korkunun Değil, Kontrol İhtiyacının Kanıtıdır



Şoktan Toparlanma İçin Kritik 72 Saatlik Pencere

Antalya Talep Toparlanması (2-5 Mart 2026)



Veri Analizi: 2 Mart zirvesi sonrası, Antalya aramaları 3 gün içinde %40 toparlandı.

Stratejik Çıkarım: İlk şok geçtikten sonra kararlar geri alınmıyor; aksine, yoğun bir bilgi arayışı başlıyor.

Türkiye= Güvenin Doğal Karşılığı

"**Güvenli tatil**" arayan **Rus kullanıcılar** Türkiye'yi arıyor.

Turizm sektörü çoğu zaman ekonomik dalgalanmalara dayanıklı olarak görülür. Ancak savaş gibi yüksek belirsizlik yaratan krizler, yalnızca ekonomiyi değil, insanların zihnindeki "güven" algısını da doğrudan etkiler.

Güven Bir Reklam Kampanyası Değil, Zihinsel Bir Klasördür

0.578 'Güvenli Tatil = Türkiye' korelasyonu yıllardır inşa edilen bir refleksin sonucudur. Kriz anında turist daha ucuz rota aramaz, öngörülebilir rota arar.

Uçuşlar iptal olur mu?

Transfer güvenli mi?

Güvenli Liman:
Türkiye

İptal politikası esnek mi?

Satılan şey fiyat değil, güvencedir. Refleksif daralma döneminde operasyonel görünürlüğü artırın.

Veri bize şunu söylüyor: Rus kullanıcılar daha ucuz destinasyonlar aramıyor. Onlar, daha **öngörülebilir destinasyonlar** arıyorlar.

Destinasyon Direnci: Antalya Bir Şehir Değil, Turizm Sigortasıdır

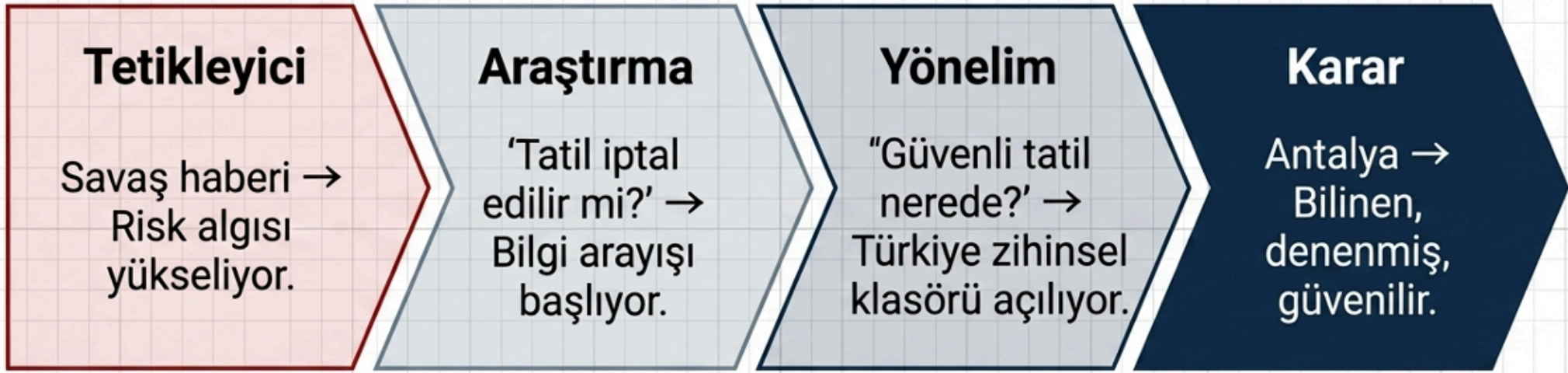
Savaş endeksi zirve yaparken bile aramaların üçte biri ayakta kalıyor. Antalya diğer rotalara kıyasla 3-6x daha güçlü bir direnç gösteriyor.



Antalya Dirençli Arama Endeksi: %33
(0.33 Korelasyon)

Alternatif Destinasyonlar: %5-10

Sayıların Arkasındaki İnsan: Karar Ağacı Haritası



Verinin gösterdiği net tablo: Talep kaybı değil, talep transformasyonu.

Kriz Bir Fırsat mı?

Hayır ancak direnç payı kazandırır.

Kriz Anında Reaktif Refleksler vs. Stratejik Yanıt

× Korku Refleksi	✓ Veri Odaklı Strateji
Fiyatları anında düşürmek	Operasyonel şeffaflığı artırmak
Tüm reklam kampanyalarını durdurmak	Ertesi gün hedeflemesine geçmek
Talebin tamamen öldüğünü varsaymak	Talebin bilgiye dönüştüğünü bilmek

Kriz Direncini Kodlamak: 3 Aşamalı Yol Haritası



Bilişsel Pazarlama

- Güven mesajlarını öne çıkar.
- Zihinsel klasörü güçlendir.



Çevik Yanıt

- Ertesi gün hedeflemesi yap.
- Kriz günleri kampanyayı durdurma; risk azaldığında agresif devreye gir.



Operasyonel Esneklik

- Esnek iptal politikaları sun.
- Güncel uçuş durumu ve transfer güvenliği iletişimini sağla.

IQUEEM

Digital | Performance Marketing Agency

ANTALYA | ISTANBUL | MUNICH

www.iqueem.com