

SOSYAL MEDYA HESAPLARININ TASARIMI VE REKLAMCILIK FAALİYETLERİNE İLİŞKİN HİZMETLERDE KDV TEVKİFATI

Ufuk ÜNLÜ*

ÖZ

Sosyal medya; kişi ve kurumların etkileşim kurmasına yardımcı olarak hedef kitle ile sürekli iletişim halinde olmasına fayda sağlayan bir yapıdır. Özellikle mobil cihazlar, tabletler ve bilgisayarlar vasıtası ile günün hemen her anında aktif olunan sosyal medya mecraları (Instagram, Facebook ve Twitter gibi) ve buralarda açılmış hesaplarda oldukça fazla sayıda işlem yapılmaktadır. Milyonlarca insanın yer aldığı, çok sayıda içeriğin anlık olarak akıp gittiği sosyal medya hesaplarının tasarımı ve burada tanıtılan/pazarlanan ürünlere ilişkin fotoğraf ve video çekimi faaliyetlerinde bulunan firmalar tarafından bu hizmetler karşılığında alınan bedel üzerinden Katma Değer Vergisi (KDV) tevkifatı yapılması, çalışmamızın inceleme konusunu oluşturmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Sosyal Medya, Tasarım, Reklamcılık, Tevkifat.

1. GİRİŞ

Gerçek ve tüzel kişiler için sosyal medyaya zaman ayırabilmek ayrı bir iş yükü gerektirmektedir. Bu anlamda sosyal medya hesaplarının tasarlanması ve burada sergilenen ürünlerin reklamları için fotoğraf ve video çekimi yapılması, alanında uzman firmalarca profesyonel bir şekilde gerçekleştirilmektedir. Özellikle ürün tanıtımı için sosyal medya hesapları olmazsa olmazlar arasında yer alırken, bu hesapları şirket bünyesinde profesyonel olarak yönetecek kişilerden ya da bu yönetimi yapacak sosyal medya ajanslarından yararlanmak, algı yaratan anahtar kelimeler seçmek, kaliteli bir hesap tasarımı yapmak önem teşkil etmektedir.

Sosyal medya ajanslarınca veya bu alanda faaliyet gösteren diğer firmalarca, müşterilerin sosyal medya hesaplarında tanıtım ve pazarlamasını yaptıkları ürünlere yönelik gerçekleştirilen fotoğraf ve video çekimi hizmetleri ile yine müşterilerin sosyal medya hesaplarına ait sayfa tasarımının hazırlanması, paylaşım yapılması ve takip edilmesi faaliyetlerine ilişkin faturalarda KDV tevkifatı uygulaması, çalışmamız kapsamında incelenecektir.

* Başbakanlık Başmüfettişi

2. SOSYAL MEDYA HESAPLARININ YÖNETİMİ

Sosyal medya hızla gelişimini sürdürmektedir ve kendine yeni özellikler katarak çok hızlı yayılmaktadır. Birçok platform aracılığıyla insanlar, dünya çapında iletişim ve etkileşim halindedir. Sosyal medya, kullanıcılarına herhangi bir sınırlama koymadığı herkesin söz hakkı olduğu bir platform olduğundan doğru kullanıldığında güçlü ve etkili bir konuma sahiptir.

Sosyal medya, kullanıcısının kendi ürettiği içeriği yayınladığı ve paylaştığı çevrimiçi bir ağıdır. Sosyal medya birçok kişi ve kurum tarafından aktif olarak kullanılmaktadır. Bu sayede hızlı erişim kolaylaşmakta, kullanıcılar içerikleri, makaleleri, haberleri, düşünceleri, günlük yaşanan olayları, fotoğrafları sosyal medya aracılığı ile görebilmekte görüşlerini yine bu sosyal ağ ile yansıtabilmektedir. Sosyal medya platformlarının genel mantığı paylaşmaktır, böylece insanlar kolayca görüşlerini, fikirlerini, fotoğraflarını, videolarını veya nerede olduklarını İnternet ortamından paylaşabilirler. Ayrıca kişiler yine bu mecralarda işletme reklamlarını, çeşitli haberleri veya görüşlerini belirttikleri yorumlar yapabilirler. Günümüzde çok büyük bir güç haline gelen sosyal mecralar, insanlar hızlı bir şekilde olaylardan haberdar olarak tepkilerini veya beğenilerini sunabildikleri gibi, yardım kampanyaları düzenleyerek sosyal sorumluluk projeleri yürütebilmektedir.

Sosyal medya hesapları, sosyalleşmenin yanı sıra önemli reklam ve tanıtım araçlarından biridir. Sosyal medyanın bu ve benzeri amaçlarla kullanılması ilgili hesabın profesyonel bir şekilde yönetilmesinin gerektirir. Profesyonel Sosyal medya hesap yönetimi, markanın temellerini atmak, satışları artırmak, web sitelerin trafiğini artırmak, potansiyel müşterilere ulaşmak için sosyal medya platformlarının yönetilmesidir. Sosyal medya yönetim hizmeti hesaplarda özgün içerik yayınlamayı, takipçilerle ilgilenmeyi ve onlarla etkileşim kurmayı, sonuçları analiz etmeyi ve sosyal medya reklamları yayınlamayı gerektirir.

Sosyal medya araçlarının yönetilmesi işi sadece mesajlara cevap vermek ve paylaşım yapmak değildir. Profilin tasarlanması, belirli bir anlayış oturarak paylaşımların gerçekleştirilmesi ve çeşitli pazarlama tekniklerini kullanarak hedef kitle ile iletişime geçilmesi sosyal medya yönetimini tanımlamakta kullanılabilir. Aslında bu süreç düzenli bir şekilde yürütülmesi gereken ve süreklilik yakalandığında başarının geldiği bir durumdur. Ancak düzensiz aralıklarla yapılan paylaşımlar ve etkileşimin arttırılamaması sosyal medyada başarısızlığın ortaya çıkmasına neden olur. Sosyal medya yönetimi sırasında

kullanılan dile de dikkat edilmelidir. Bazı özel durumlarda kurumların ürün veya hizmetlerinden bahsetmeyi bırakarak, toplumsal meseleler gibi konulara değinilmesi gerekir. Örneğin bir afet, facia, özel bir gün ya da ulusal yas günleri gibi önemli günleri dikkate alarak hesabın duyarlı bir dille yönetilmesi fayda sağlayacaktır.

Sosyal medya yönetiminde tasarım oldukça önemli bir yer tutar. Zira, çok sayıda kullanıcının yer aldığı Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn ve Pinterest gibi sosyal medya platformları birbirinden farklıdır ve içerikleri bu farklılığa uygun olarak üretilmelidir. Hangi sosyal medya mecrasında paylaşım yapılacaksa o platformun ölçülerine ve konseptine uygun post tasarımı yapılmalıdır. Örnekle açıklamak gerekirse; Facebook gönderileri kare boyuttayken, Instagram stories dikey boyutta çalışılmalıdır. Ölçünün yanı sıra tasarımı belirleyen kriterlerden biri de sosyal medya platformunun kullanım amacı ve konseptidir. Sözgelimi; LinkedIn kurumsal ve iş odaklı içerik akışının olduğu bir sosyal medya mecrası olduğu için kurumsal bir tasarım dili kullanılabilir. Dolayısıyla her sosyal medya mecrasının yansıttığı ruh farklıdır. Öte yandan, sosyal medya tasarımları profilde bütünlük sağlaması ve marka imajını yansıtması için birbirleriyle bağlantılı şekilde tasarlanmalıdır. Görseller için aynı veya birbiri ile uyumlu template'ler hazırlanmalı, markanın kurumsal kimliğini yansıtmalıdır.

Sosyal medya hesabı kullananlar için çok önemli olan bir diğer konu da reklam yönetimidir. Doğru reklam sayesinde internet üzerinden düşük bütçe ile milyonlarca kişiye kısa sürede ulaşmak mümkün olmaktadır. Görsellerden, videolardan faydalanarak kısa fakat etkili reklamlar yaratmak işe yaramaktadır ancak sürekli reklam yapmaktan da kaçınmak gerekmektedir. Her daim reklam içeren paylaşımlar, keyifli vakit geçirmek için sosyal medyada var olan kişileri rahatsız ederek takibi bırakmalarına sebep olacaktır. Yapılan araştırmalar gösteriyor ki fotoğraflı içerikler, fotoğrafsız olanlara göre %70'in üzerinde daha fazla etkileşim yaratmaktadır. Mobilde de fotoğraflı olan sosyal medya içerikleri, ekranda daha fazla yer kaplayarak daha çok dikkat çekmektedir. Dolayısıyla sosyal medya yönetimi, metinlerin yanında fotoğraflarla eş zamanlı olarak desteklenmelidir.

Sosyal medya yönetimi sırasında birçok firmanın birden fazla sosyal ağda hesabı bulunmaktadır. Bu hesapların tek bir uygulama üzerinden kontrol edilmesini sağlayan uygulamalar vardır. Bu uygulamalar yapılacak işleri her ne kadar kolaylaştırıyor gibi dursa da bazı dezavantajları da bulunmaktadır.

Öncelikle, her ağda bulunan kişilerin ilgi alanları ve orada bulunma sebepleri farklılık göstermektedir. Bir sosyal medya platformu için uygun olan içerik diğeri için uygun olmayabilir. Fotoğraf boyutları, yazı karakter sınırları da her bir platform için farklıdır. Bu nedenle her bir ağ için farklı içerikler üretip, paylaşım için her birinin etkileşim aldığı saate göre ayarlanma yapılmalıdır.

3. SOSYAL MEDYA HESAPLARININ TASARIMI VE REKLAMCILIK FAALİYETLERİNE İLİŞKİN HİZMETLERDE KDV TEVKİFATI

3065 sayılı KDV Kanununun;

-1/1 inci maddesinde, Türkiye’de ticari, sınai, zirai faaliyet ve serbest meslek faaliyeti çerçevesinde yapılan teslim ve hizmetlerin KDV’ye tabi olduğu,

-9/1 inci maddesinde, vergi alacağının emniyet altına alınması amacıyla vergiye tabi işlemlere taraf olanları vergi alacağının ödenmesinden sorumlu tutma konusunda Hazine ve Maliye Bakanlığına yetki verildiği

Hüküm altına alınmıştır.

KDV Genel Uygulama Tebliğinin;

- “Ticari Reklam Hizmetleri” başlıklı (I/C-2.1.3.2.15.) bölümünün;

- (I/C-2.1.3.2.15.1.) alt bölümünde,

“Tebliğ’in (I/C-2.1.3.1/a ve b) bölümünde sayılanların, Tebliğ’in (I/C-2.1.3.2.15.2.) bölümü kapsamındaki reklam hizmeti alımlarında (3/10) oranında KDV tevkifatı uygulanır.”,

- (I/C-2.1.3.2.15.2.) alt bölümünde;

“Ticari reklam, ticaret, iş, zanaat veya bir meslekle bağlantılı olarak; bir mal veya hizmetin satışını ya da kiralanmasını sağlamak, hedef kitleyi oluşturanları bilgilendirmek veya ikna etmek amacıyla reklam verenler tarafından herhangi bir mecrada yazılı, görsel, işitsel ve benzeri yollarla gerçekleştirilen pazarlama iletişimi niteliğindeki duyurulardır.

Tevkifat kapsamına, mal veya hizmetlerin tanıtım ve pazarlamasına yönelik her türlü ticari reklam hizmeti alımları (reklama ilişkin danışmanlık, reklamın planlanması, reklam içeriğinin hazırlanması ve tasarımı, reklamın yayımlanması gibi reklama yönelik hizmetler dahil) girmektedir. Yüklenicileri tarafından tamamen veya kısmen alt yüklenicilere veya daha alt yüklenicilere

devredilen ticari reklam hizmetlerinde, işi devreden her yüklenici tarafından, kendisine ifa edilen hizmete ait KDV üzerinden tevkifat yapılır. Reklam hizmetinin, reklam ajansları üzerinden alınması, söz konusu ajansların bu kapsamda alacakları yayın, prodüksiyon gibi reklama yönelik hizmetlerin tevkifata tabi tutulmasına engel teşkil etmez...”

Açıklamaları yer almaktadır.

Buna göre, Tebliğin (I/C-2.1.3.1/a ve b) bölümü kapsamında yer alan müşterilerin sosyal medya hesaplarında tanıtımını ve pazarlamasını yaptığı ürünlere yönelik ilgili firmalar tarafından verilen fotoğraf ve video çekimi hizmeti ile müşterilerin sosyal medya hesaplarına ait sayfa tasarımının hazırlanması, paylaşım yapılması ve takip edilmesi hizmetine ilişkin düzenlenecek faturalarda Tebliğin (I/C-2.1.3.2.15.) bölümü gereğince (3/10) oranında KDV tevkifatı uygulanması gerekmektedir.

4. SONUÇ

Sosyal medya, insanlar arasında erişim, dönüşüm, etkileşim ve bağlantı kurmanın (Haberleşmek, paylaşmak, mesajlaşmak, bilgi alışverişi, tanıtım, reklam vb.) basit, kolay ve dijital yoludur. Sosyal paylaşım siteleri, sosyalleşmenin yanı sıra önemli reklam ve tanıtım araçlarından biridir. Bu platformların genel mantığı paylaşmaktır, böylece insanlar kolayca görüşlerini, fikirlerini, fotoğraflarını, videolarını veya nerede olduklarını İnternet ortamından paylaşabilirler. Ayrıca kişiler yine bu mecralarda işletme reklamlarını, çeşitli haberleri veya görüşlerini belirttikleri yorumlar yapabilirler.

Sosyal medya yönetimi ise hedef kitlenizin analizini yapan, belirli pazarlama stratejileri uygulayan, hatta marka bilinirliği gibi profesyonel bilgi gerektiren bir uzmanlık alanıdır. İyi bir tasarım sosyal medya hesaplarının olmazsa olmazlarından. Çok sayıda kullanıcının yer aldığı sosyal medya platformları genel olarak birbirinden farklıdır ve içerikleri bu farklılığa uygun olarak üretilmelidir. Bu hesaplarda yapılan doğru reklam sayesinde internet üzerinden düşük bütçe ile milyonlarca kişiye kısa sürede ulaşmak mümkün olmaktadır. Görsellerden, videolardan faydalanarak kısa fakat etkili reklamlar yaratmak işe yaramaktadır ancak sürekli reklam yapmaktan da kaçınmak gerekmektedir.

Makalemizin konusu kapsamında sosyal medya hesaplarının tasarımı ve reklam hizmetleriyle uğraşan firmalara ait müşterilerin sosyal medya hesaplarında tanıtımını ve pazarlamasını yaptığı ürünlere yönelik ilgili firmalar tarafından verilen fotoğraf ve video çekimi hizmeti ile müşterilerin sosyal medya hesaplarına ait sayfa tasarımının hazırlanması, paylaşım yapılması ve takip edilmesi hizmetine ilişkin düzenlenecek faturalarda (3/10) oranında KDV tevkifatı uygulanması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

3065 sayılı KDV Kanunu (1984, 02 Kasım) Resmi Gazete (Sayı: 18563)
KDV Genel Uygulama Tebliği (2014, 26 Nisan). Resmi Gazete (Sayı: 28983)