

Erkekler “Volkswagen” Dedi

Hitay Yatırım Holding firmalarından Türkiye'nin en büyük izinli veri tabanına sahip online araştırma şirketi DORinsight tarafından, 19-20 Aralık 2013 tarihleri arasında “Erkekler Gözünden Markalar” araştırması gerçekleştirildi. 18 yaş üstü 287 erkek katılımcı ile online olarak yapılan araştırma kapsamında, otomotiv kategorisinde “Volkswagen” erkeklerin en beğendiği marka oldu.

Yapılan araştırma kapsamında Volkswagen, yüzde 41'lik bir oranla erkeklerin kendilerine en yakın buldukları ve en çok tercih edilen marka olurken, bunu yüzde 32'şerlik paylarla Ford, Opel, Mercedes-Benz, BMW ve Toyota izledi.

Ayrıca BMW'nin gençler tarafından daha çok benimsendiği (18-24 yaş grubunda yakın bulma oranı: yüzde 48) görülürken, Toyota'nın AB SES grubu tarafından diğer SES gruplarına mensup kişilere kıyasla daha fazla benimsendiği dikkat çekti (yüzde 42).

En yakın bulunan tek bir marka seçilmesi istendiğinde ise yüzde 12 ile Volkswagen birinci olurken, bunu yüzde 10 ile Mercedes-Benz ve BMW izledi. Tek bir marka seçilmesi istendiğinde tüketicilerin, beğendikleri ve ulaşmak istedikleri daha üst markaları seçtikleri dikkat çeken bir bulgu oldu.

DORinsight Hakkında;

Hitay Yatırım Holding bünyesinde kurulan DORinsight, 1.2 milyonun üzerinde kayıtlı üyesiyle Türkiye'nin en büyük izinli veritabanına sahip online pazar araştırma şirkettir. Online araştırmalar alanında uzmanlaşan DORinsight, dünyanın en büyük online araştırma gruplarıyla işbirliği yaparak, yurtiçi ve yurtdışı projeler için çözüm üretmektedir. DORinsight, Dünya Araştırmacılar Birliği (ESOMAR) ve Türkiye Araştırmacılar Birliği (TÜAD) üyesidir. Tüm araştırma çalışmaları ESOMAR ve TÜAD'ın kurallarına, kalite standartlarına, etik düzenlemelerine ve bilimsel metodlarına uygun olarak yürütülmektedir.