

Erkek Giyiminde LC Waikiki En Çok Benimsenen Marka

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 hazır giyim sektöründe, "LC Waikiki" erkeklerin en çok benimsediği marka oldu.

Araştırma sonuçlarına göre, erkek giyim ve aksesuar kategorisinde yüzde 48 ile LC Waikiki birinci olurken, Kiğılı yüzde 37 ve Colin's yüzde 28 paylarla ikinci ve üçüncü oldu. Collezione yüzde 25, Koton ve Beymen yüzde 23'lük paylarla bu markaları izlediler. Demografik alt kırılımlar incelendiğinde ise, Colin's ve Koton'un 18-24 yaş grubu tarafından, (sırasıyla yüzde 48 ve yüzde 45) LC Waikiki'nin de DE SES grubuna mensup kişilerce daha çok benimsendiği (yüzde 65) görüldü.

En yakın bulunan tek bir giyim ve aksesuar markası seçilmesi istendiğinde, sıralamada ilk iki marka olan LC Waikiki yüzde 32 ve Kiğılı yüzde 20'lik paylarla yerlerini korurken, Beymen yüzde 7 ile üçüncü sırayı aldı. Bu üçlüyü yüzde 6'lık paylarla Koton, Collezione ve Colin's izledi. Beymen markasının daha çok 45 yaş ve üstü grup tarafından benimsenmesi (yüzde 17) dikkat çeken bir diğer bulgu oldu.

DORinsight Hakkında;

Hitay Yatırım Holding bünyesinde kurulan DORinsight, 1.2 milyon 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 Birliğı (ESOMAR) ve Türkiye Araştırmacılar Birliğı (TÜAD) üyesidir. Tüm araştırma çalışmaları ESOMAR ve TÜAD'ın kurallarına, kalite standartlarına, etik düzenlemelerine ve bilimsel metodlarına uygun olarak yürütölmektedir.