

## **2013 Yılında Giyim Alanında En Çok Beğenilen Reklamlar DeFacto'ya Ait**

**Hitay Yatırım Holding firmalarından Türkiye'nin en büyük izinli veritabanına sahip online araştırma şirketi DORinsight tarafından 11-17 Aralık 2013 tarihleri arasında "2013 yılı Tüketici Değerlendirmeleri Araştırması" gerçekleştirildi. 18 yaş üstü, tüm illerden yüzde 50'si kadın, yüzde 50'si erkek olmak üzere toplam 471 kişinin online olarak katıldığı araştırmada, bu yıl giyim alanında reklamları en çok beğenilen marka DeFacto oldu.**

2013 yılında giyim markaları arasında en çok yüzde 27 ile DeFacto'nun reklamları beğenildi. DeFacto'yu yüzde 19 ile Mavi ve yüzde 12 ile LC Waikiki takip etti. Derimod yüzde 5'lik bir kesim tarafından başarılı bulunurken, Kiğılı'nın reklamları ise yüzde 4 ile ilk dört markayı takip etti.

Mavi ve Derimod'un daha çok kadınlar tarafından (sırasıyla yüzde 24 ve yüzde 7) beğenildiği görüldü.

Mavi markasına ait reklamların, 18-34 yaş arası genç ve orta yaş grubu tarafından daha çok beğenildiği (yüzde 23) gözlemlenirken, DeFacto markasına ait reklamların 45 yaş ve üstü grubun beğenisini aldığı tespit edildi (yüzde33). LC Waikiki reklamlarını beğenen kitle ise ağırlıklı olarak 35 yaş üstü gruba mensup (yüzde 17).

### **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.