

İş Dünyası Profesyonelleri Gözünden Medya

Hitay Yatırım Holding firmalarından Türkiye'nin en büyük izinli veritabanına sahip online araştırma şirketi **DORinsight** tarafından "**İş Dünyası Profesyonelleri Gözünden Medya Kullanımı Araştırması**" gerçekleştirildi. 11-12 Temmuz 2013 tarihleri arasında online olarak yapılan araştırmaya; 18 yaş ve üzeri **180 profesyonel** katıldı.

İnternet, televizyon dahil tüm mecraları geride bırakarak sektörel haber alımında zirveye oturdu.

İş dünyası profesyonellerinin yüzde 87'si sektörel haberleri öncelikle internet üzerinden takip ederken, internetin bilgi kaynağı olarak diğer mecraları, özellikle televizyonu (yüzde 62) açık ara geride bıraktığı anlaşılıyor. Görüşülen kitlenin yaklaşık yarısı (yüzde 46) sosyal medyadan sektörel haber aldığını belirtirken, geleneksel bir mecra olan gazete de yaklaşık yüzde 56'lık bir kesimin haber kaynağı olarak dikkat çekiyor.

Cinsiyetlere göre dağılıma bakılacak olursa kadın profesyonellerin, sosyal medyadan sektörel haber alma oranları (yüzde 60), TV'den haber alma oranlarından (yüzde 45) daha yüksek olduğu görülüyor.

Öte yandan kadınlar, sektörel haberleri ortalama 4 farklı mecradan takip ederken; erkekler, sektörel haberleri ortalama 2 farklı mecradan takip ediyor. Kısacası iş dünyasındaki kadın profesyoneller sektörel haber takibinde mecra çeşitliliğinden yana...

Gündem takibinde de internet ilk sırada, televizyon ise onu takip ediyor

Gündemin takip edilmesi denildiğinde, internet yine yüzde 87'lik bir oranla ilk sırayı korurken, televizyonun da gündem takibinde internet ile benzer mertebeyi koruduğunu görüyoruz (yüzde 85). Sektörel haberler söz konusu olduğunda yüzde 28'lik bir kitle tarafından takip edilen "dergi" mecrasının ise gündem takibinde oldukça gerilerde kalan bir kaynak olduğunu belirtmek mümkün (yüzde 5).

Kadın profesyonellerin gazeteye olan güvenleri azalıyor

Haber yayınları konusunda iş dünyasındaki kadınların yüzde 73'ünün gazeteye olan güvenleri eskisine kıyasla azalmış durumda. İş dünyası profesyonellerinin yaklaşık yarısının gerek sektörel haber gerekse gündem takibinde ilk başvurulan haber kaynağı internete olan güven eskisine kıyasla artarken (yüzde 49), televizyona olan güvenin ise giderek azaldığı görülüyor (yüzde 51).

Sosyal medyaya duyulan güven sorgulandığında, iş dünyası profesyonellerinin net bir karara varamadıkları gözlemlenebilir.

İnternet ve sosyal medyada yapılan harcamalardan duyulan memnuniyet yüksek

Harcamalar, göz önünde bulundurulduğunda hemen hemen tüm mecralardan ortalamanın altında bir memnuniyet söz konusudur. Tüm mecralar incelendiğinde en fazla memnuniyet yaratan mecra 5 üzerinden 3,8'lik ortalama ile internet olurken; sosyal medya da yapılan harcamadan duyulan memnuniyetin yüksek olduğu ikinci mecradır (3,28). En az memnuniyet yaratan mecra ise gazete olmaktadır (2,5).

Önümüzdeki 3 yıl en fazla mecra yatırımı yine internete olacak

İş dünyası çalışanlarının geçmiş 1 yılda yaptıkları mecra harcamaları ile gelecekteki 3 yılda öngördükleri mecra harcamaları arasında belirgin farklar görülüyor. Geçmişte olduğu gibi gelecekte de en fazla yatırım yapılacak mecra internet olacaktır. Önümüzdeki 3 yılda internetin toplam mecra yatırımından alması planlanan pay, geçtiğimiz 1 yıla kıyasla 2 puan artarak yüzde 37 olarak öngörülüyor.

Televizyon ve yazılı basın, toplam harcamadan yaklaşık yüzde 20'lik pay alarak 2'nci sıradaki yerlerini koruyor.

Satışlar açısından eksikliği en çok hissedilecek mecra internet

Her 10 iş dünyası profesyonelinden 9'unun satışları açısından eksikliğini en fazla hissedeceği mecra internet (yüzde 91). Yayın hayatına son verse en fazla eksikliği hissedilecek diğer mecralar ise sırasıyla televizyon (yüzde 74) ve sosyal medya (yüzde 72).

Öte yandan internet hedef kitleye kolay ulaşım sağlaması, fiyat avantajı sağlaması, pazarı iyi yansıtmaması, müşterilere güven vermesi ve satışlara en büyük etkiyi yapması unsurları açısından kuruma en optimum faydayı sağlayan mecra olarak belirtiliyor.

İnternet kanalları arasında ise tüketicileri en fazla satışa yönlendiren kanallar ise sosyal ağlar ve arama motorlarıdır (yüzde 70).

İş dünyası profesyonelleri gelecek yıldan umutlu

İş dünyası profesyonellerine şirketlerinin mevcut ve gelecek gelir durumları sorulduğunda gelecekle ilgili pozitif bir tavır sergiledikleri görülüyor. Her 10 iş dünyası çalışanından 5'i bu yıl geçen yıla kıyasla daha iyi olduklarını belirtirken, önümüzdeki yıl için bu rakam 10'da 7'ye yükseliyor.