

2012 YILI TÜKETİCİ DEĞERLENDİRMELERİ ARAŞTIRMASI

Hitay Yatırım Holding firmalarından Türkiye'nin en büyük online araştırma şirketi **DORinsight** tarafından **"2012 yılı Tüketici Değerlendirmeleri Araştırması"** gerçekleştirildi. 6-12 Aralık 2012 tarihleri arasında online olarak yapılan araştırma 75 ilden %50'si kadın, %50'si erkek **1639 tüketicinin** katılımı ile gerçekleştirildi.

TV Reklamlarıyla En Çok Akıllarda Kalan Marka Turkcell

Araştırmaya katılan tüketicilere göre; bu yıl TV reklamlarıyla en çok akıllarda kalan marka %15 ile Turkcell. Turkcell'i, %5 ile Vodafone ve Avea takip ediyor. Ardından %4 ile Coca-Cola ve Ülker, %3 ile Pınar, Arçelik ve İş Bankası sıralanıyor. Sektör olarak bakıldığında ise reklamları en çok akıllarda kalan GSM operatörleri iken, daha sonra gıda, dayanıklı tüketim ve bankacılık sektörü geliyor.

Turkcell'in hatırlanırılığının, yaş ile doğru orantılı bir şekilde arttığı göze çarpıyor. Öyle ki; Turkcell 18-24 yaş arası gençler arasında %11'lik bir hatırlanma oranına sahipken, 45 yaş ve üzerinde bu oran %21 seviyesine kadar çıkıyor.

Vodafone ve Coca-Cola'yı hatırlayan kesimde ise, Turkcell'in aksine, gençlerin payının daha fazla olduğu gözlemleniyor. Ayrıca, sonuçlara göre 45 yaş üzeri grup diğer yaş gruplarına göre Avea'yı daha çok hatırlıyor.

Ülker reklamlarının daha çok erkekler, Pınar reklamlarının ise daha çok kadınlar tarafından hatırlanıyor olması ise bir başka dikkat çeken ayrıntı.

Bankacılık sektöründe İş Bankası, Denizbank ve Garanti'nin Reklamları Başta Çekiyor...

2012'nin en çok beğenilen banka reklamlarında İş Bankası, Denizbank ve Garanti'nin reklamları %18'lik beğeni oranları ile başta çekiyor. Bunları, %9 ile ING Bank, %8 ile TEB ve %7 ile Ziraat Bankası takip ediyor.

İş Bankası ve Ziraat Bankası reklamları daha çok 18-24 yaş arası gençler tarafından beğenilirken, Denizbank'ın reklamlarının ise 25 yaş üzeri grup tarafından daha çok beğenildiği göze çarpıyor. Ayrıca, ING Bank'ın reklamlarını erkekler kadınlara göre

daha çok beğenirken, Denizbank ve Garanti'nin reklamlarını beğenenlerin içinde ise kadınların ağırlığı dikkat çekiyor.

Reklamları En Çok Beğenilen GSM Operatörü Turkcell...

2012 yılında reklamları en çok beğenilen GSM Operatörü ise %44 ile Turkcell. Avea %28 ile ikinci sırada yer alırken Vodafone'un %27 ile üçüncü sırada yer aldığı gözlemleniyor. Turkcell reklamlarını beğenenler içinde kadınların ve 35 yaş üzeri grubun ağırlığı dikkat çekiyor. Avea reklamları genç kesim tarafından beğeni ile izlenirken, Vodafone reklamlarının ise daha çok erkeklerin ilgisini çektiği görülüyor.

En Beğenilen Otomobil Reklamlarında Dacia ve Toyota En Önde...

Bu yılın en beğenilen otomobil reklamları %16 ile Dacia ve Toyota'ya ait. Bunları %14 ile Volkswagen, %10 ile Renault takip ediyor. Nissan %7, Ford %6, Fiat ve Opel ise %5'erlik bir beğeni oranına sahip. Dacia reklamları kadınlar tarafından beğenilirken, Renault, Nissan ve Fiat'ın reklamları ağırlıklı olarak erkeklerce beğeniliyor. Volkswagen reklamlarını beğenenler içinde ise 25-34 yaş arası genç-orta yaş grubunun ağırlığı dikkat çekiyor.

Bu Yılın En Başarılı Bulunan Online Alışveriş Sitesi

Hepsiburada.com...

%25 ile Hepsiburada.com 2012 yılının en başarılı bulunan online alışveriş sitesi. Hepsiburada.com'u, %18 ile Markafoni, %14 ile Gittigidiyor.com takip ediyor. Trendyol %9, Morhipo %7, Yemeksepeti ise %5'lik beğeni oranlarına sahip.

Hepsiburada.com 35 yaş ve üzeri kesim tarafından daha çok beğeniliyor. Gittigidiyor.com ise 45 yaş ve üzeri kesim tarafından diğer yaş gruplarına görece daha başarılı bulunuyor. Yemeksepeti ise daha çok 18-24 yaş arası genç kesim tarafından beğeniliyor. Hepsiburada.com ve Gittigidiyor.com ağırlıklı olarak erkeklerin favorisiyken, Trendyol ve Markafoni'nin daha çok kadınlarca başarılı bulunduğu göze çarpıyor.

En Başarılı Fırsat Sitesi ise Şehir Fırsatı/Groupon...

İnternet kullanıcılarına göre 2012'nin en başarılı fırsat sitesi %26 ile Şehir Fırsatı/Groupon. Bunu %16 ile Markapon ve %15 ile Grupanya takip ediyor. Yakala.co %12, Fırsat bu Fırsat ise %10'luk bir kesimce başarılı bulunuyor. Şehir Fırsatı/Groupon

daha çok kadınlar ve 25-44 yaş arası orta-geç yaş grubu tarafından beğeniliyor. Markapon ise ağırlıklı olarak erkeklerin favorisi. Grupanya da 35-44 yaş arası orta yaş grubu tarafından beğeniliyor.

Bu Yıl Giyim Alanında En Başarılı Bulunan Reklamlar Mavi'ye Ait...

Bu yıl giyim alanında %22 ile en çok Mavi'nin reklamları beğeniliyor. Bunu, %18 ile DeFacto takip ederken, LC Waikiki ve RodiMood %10'luk bir kesim tarafından başarılı bulunuyor. Kiğil'i'nin reklamları ise %5'le ilk dört markayı takip ediyor. Mavi, 25-44 yaş arası orta-geç yaş grubu ve kadınlar tarafından görece daha çok beğeniliyor. DeFacto'nun reklamları ise 35-44 yaş arası orta yaş grubunun favorisi konumunda. RodiMood reklamını beğenenler erkekler ve 25-44 yaş arası grup. Kiğil'i'nin reklamlarını ise ağırlıklı olarak erkekler ve 45 yaş üzeri grup başarılı buluyor.

Diğer Sektörlerde Reklamları En Başarılı Bulunan Firmalar ise...

Dayanıklı tüketim malları kategorisinde tüketicilere göre en başarılı reklamlar %28 ile Arçelik'e ait. Arçelik'i, %15 ile Samsung, %14 ile Vestel ve %13 ile Bosch izliyor. Arçelik, kadınların reklamlarını görece daha başarılı bulduğu bir firmayken, Samsung ve Vestel reklamları ağırlıklı olarak erkekler tarafından beğeniliyor. Ayrıca, Arçelik'in reklamları 25-44 yaş arası orta-geç yaş grubu tarafından daha başarılı bulunurken, Vestel reklamları çoğunlukla 45 yaş ve üzeri grubun ilgisini çekiyor. Samsung reklamları ise 18-24 yaş arası gençlerin favorisi.

Küçük ev aletleri kategorisinde Tefal %17 ile birinci sırada. Bunu, %16 ile Arçelik, %15 ile Arzum izliyor. Vestel ve Arnica reklamları ise %10'arlık bir beğeni oranıyla dördüncü ve beşinci sıradalar. 35 yaş ve üzeri grup Tefal reklamlarını diğer yaş gruplarına oranla daha çok beğeniyor. Arçelik reklamlarını başarılı bulanlar ise ağırlıklı olarak 45 yaş ve üzeri grup. Arzum reklamlarını beğenenler ise genellikle 25-34 yaş arası kesim. Ayrıca, Arnica'nın reklamları da tıpkı Tefal gibi 35 yaş ve üzeri grup tarafından daha başarılı bulunuyor.

Atıştırmalık/Çerez grubunda ise Doritos %27 ile birinci, Lay's %24 ile ikinci sırada. Ruffles %7 ile, Cheetos %6 ile, Tadım ise %5'le takip ediyor. İleri yaş gruplarına doğru gittikçe, Doritos reklamlarının başarılı bulunma oranının düştüğü göze çarpıyor. Şöyle ki, 18-24 yaş arası gençlerde Doritos reklamlarını başarılı bulma oranı %31 iken, 45 yaş ve üzeri grupta bu oran %21 seviyelerine kadar iniyor. Lay's reklamları ise Doritos'un

aksine 45 yaş ve üzeri grup tarafından daha başarılı bulunuyor. Cheetos reklamlarını ise %2 ile en az başarılı bulan grubun 18-24 yaş arası gençler olması dikkat çeken bir başka ayrıntı.

Çikolata kategorisinde Ülker reklamları %40 ile birinci. Ülker'i, %21 ile Eti ve %18 ile Nestle, takip ediyor. Ülker reklamları erkekler, Nestle reklamları ise kadınlar tarafından görece daha başarılı bulunuyor. Bu kategoride reklamlarını en başarılı buldukları markaya Nestle diyenler 35 yaş ve üzeri, Eti diyenler ise ağırlıklı olarak 45 yaş ve üzeri grup.

Makarnada ise Nuh'un Ankara Makarnası %28 ile birinci, Filiz %20 ile ikinci. Bunları %8'erlik başarılı bulma oranlarıyla Barilla ve Pastavilla takip ediyor. Barilla erkeklere nazaran kadınlar tarafından daha başarılı bulunuyor. Filiz ise 35 yaş ve üzeri grubun favorisi.

Bisküvi kategorisinde ise Eti %45 ile birinci, Ülker %43 ile ikinci sırada, %4 ile de Biscolata üçüncü sırada.

Süt ve süt ürünlerinde ise Pınar reklamları %39 ile zirvede. Bunu %23 ile Sütaş takip ediyor. Ülker İçim %10, SEK ise %7'lik bir kesimce reklamları en başarılı bulunan firma. Pınar reklamlarını kadınlar ve 35-44 yaş arası orta yaş grubu daha başarılı buluyor. Ülker İçim reklamlarının ise ağırlıklı olarak erkeklerin ilgisini çektiği gözlemleniyor.

Hazır çorba reklamlarında ise Knorr %66 ile ilk sırada. Ülker Bizim Mutfak ise Knorr'u %13 ile takip ediyor. Knorr reklamlarını başarılı bulanlar ağırlıklı olarak 45 yaş ve üzeri grup. Ülker Bizim Mutfak reklamları ise erkekler tarafından kadınlara nazaran daha çok beğeniliyor.

Beyaz et ürünlerinde reklamları en çok beğenilen marka %28 ile Banvit. %13 ile Şen Piliç ikinci sırada. Bunları %7 ile Bey Piliç, %6 ile CP Piliç ve %5 ile Keskinoglu takip ediyor. Banvit reklamlarını 25-44 yaş arası kişiler 18-24 yaş grubuna göre daha başarılı bulmaktadır. Şen Piliç reklamlarını ise, ağırlıklı olarak 18-24 yaş arası gençler beğeniyor.

Kırmızı et kategorisinde Pınar %15 ile ilk sırada. Bunu %13 ile Banvit takip ediyor. %8'erlik başarılı bulunma oranlarıyla Maret ve Şahin Sucukları üçüncü ve dördüncü

sıradalar. Bunları %6 ile Aytaç takip ediyor. Yaş ilerledikçe Pınar'ı başarılı bulanların sayısının arttığı gözlemleniyor. Şöyle ki; 18-24 yaş arası gençlerde Pınar'ın reklamlarını başarılı bulanların oranı %7'ye, 45 yaş ve üzeri grupta bu oran %20 seviyelerine kadar çıkıyor.

Kırmızı et kategorisinde de, tıpkı beyaz ette olduğu gibi, Banvit'i başarılı bulanlar genellikle 35-44 yaş arası grup. Şahin Sucukları ise, Pınar'ın aksine, gençlere doğru gidildikçe başarı oranı yükseliyor. 45 yaş ve üzeri grupta Şahin Sucukları reklamlarını başarılı bulanların oranı yalnızca %5'ken, 18-24 yaş arası gençlerde bu oran %11. Ayrıca, Şahin Sucukları reklamlarının, erkeklerin görece daha çok ilgisini çektiği gözlemleniyor.

Reklamlarıyla başarılı bulunan içecek markası %33 ile Coca-Cola. Bunu %9 ile Uludağ takip ediyor. Pepsi'nin oranı %8. Cappy %6, Dimes ve Fanta ise %5'erlik başarılı bulunma oranına sahip. 35 yaş ve üzeri grubun Uludağ reklamlarını daha çok beğendikleri göze çarpıyor. Dimes reklamlarını beğenenler ise ağırlıklı olarak 25-34 yaş grubu.

Tüketicilere Göre Bu Yılın En Başarılı Kampanyasını Turkcell Gerçekleştirdi...

Tüketicilere göre bu yılın başarılı kampanyasını %8 ile Turkcell gerçekleştirdi. Bunu %5 ile Avea ve %3'erlik oranlarla Coca-Cola ve Vodafone takip ediyor. Avea'nın kampanyalarını başarılı bulanlar ağırlıklı olarak 25-34 yaş grubu. Coca-Cola kampanyalarını ise 18-24 yaş arası gençler başarılı buluyor. Vodafone kampanyalarını başarılı bulanlar içinde ise erkeklerin ağırlığı göze çarpıyor.

Bu Yıl Billboardlarda En Çok Görülen Marka Turkcell...

Tüketiciler bu yıl %10 ile billboardlarda en çok Turkcell markasını gördüklerini belirtiyorlar. Turkcell'i %4 ile Vodafone ve %3 ile Avea ve DeFacto takip ediyor. Ülker, Mango, Samsung ve Coca-Cola ise %2'lik oranlarla bu markaların ardından geliyorlar. Vodafone afişlerinin en çok 45 yaş ve üzeri grup tarafından görüldüğü göze çarpıyor. Ülker afişleri daha çok erkekler tarafından, Mango afişleri ise ağırlıklı olarak kadınlar ve 35-44 yaş grubu tarafından görülüyor. Ayrıca, Samsung'u billboardlarda görenlerin ise ağırlıklı olarak 25-34 yaş grubu olduğu göze çarpıyor.

Bu Yılın En Başarılı Bulunan İnşaat Firması Ağaoğlu...

Tüketicilere göre bu yılın en başarılı inşaat firması %35 ile Ağaoğlu. Bunu %15 ile Sinpaş GYO, %14 ile TOKİ ve %5'erlik oranlarla Fi Yapı ve Dumankaya İnşaat takip ediyor. Bu yıl inşaat sektöründe yapılan agresif reklamların ve sponsorlukların firmaların başarılı bulunmasına ve algısına da etki ettiği bu bulgu ile dikkat çekmekte. Ağaoğlu'nu en başarılı bulanlar ağırlıklı olarak 35-44 yaş arası grup. Sinpaş GYO ise kadınlar ve 25-34 yaş arası kesim tarafından daha çok başarılı bulunuyor.

Tüketiciler Bu Yılın En Başarılı Telefon Markasının Samsung Olduğunu Belirtiyorlar...

Tüketicilere göre bu yıl faaliyetleriyle en başarılı bulunan telefon markası %42 ile Samsung. Bunu %18 ile Apple, %15 ile Nokia takip ediyor. HTC %6, Sony Ericsson ve Blackberry ise %4'erlik başarılı bulunma oranlarına sahip. Samsung erkekler tarafından daha başarılı bulunuyor. Apple'ı başarılı bulanlar ise kadınlar ve 25-34 yaş arası kesim. Nokia, 35 yaş ve üzeri grup tarafından diğer yaş gruplarına görece daha başarılı bulunuyor. HTC'yi en başarılı bulanlar genel olarak 25-34 yaş arası kesimken, 45 yaş ve üzeri grup diğer yaş gruplarına görece HTC'yi az başarılı buluyor. Sony Ericsson ise daha çok erkeklerin favorisi konumunda.

Banka İşlemleri Bu Yıl En Çok İnternet Bankacılığı Aracılığı ile Yapıldı...

İnterneti kullanan tüketicilerin %65 bu yıl bankacılık işlemlerini internet bankacılığı ile gerçekleştirmiştir. Bunu %26 ile şube bankacılığı takip ediyor. Mobil bankacılık %4, telefon bankacılığı ise %3 ile en sık kullanılan kanallar arasında.

İnternet bankacılığı, erkekler ve 25 yaşın üzerindeki grup tarafından daha çok kullanılıyor. 18-24 yaş arası gençlerin internet bankacılığı kullanım oranı, diğer yaş gruplarına görece oldukça az. Söz konusu genç kesim, şube bankacılığını daha yoğun kullandığını belirtiyor. Mobil bankacılığı ve telefon bankacılığını en çok kullanan kesim de sırasıyla %10 ve %7 ile 18-24 yaş arası genç kesim. Ayrıca, şube bankacılığı kadınlar tarafından, mobil bankacılığın ise erkekler tarafından görece daha çok benimsendiği göze çarpıyor.

Halk Bu Yılın En Önemli Olayı Olarak Suriye ile Yaşanan Siyasi Gerilimi Görüyor...

Halkın %18'i bu yılın en önemli olayı olarak Suriye ile yaşanan siyasi gerilimi görüyor. Akdeniz Üniversitesi'nde yapılan, Türkiye'de ilk kez gerçekleştirilen yüz nakli operasyonu ise %12 ile ikinci sırada. Daha sonra ise %11 ile Türk jetinin Akdeniz'e düşürülmesi geliyor. Okullardaki kıyafet yönetmeliğinin değiştirilmesi diyenler ise %8 düzeyinde. Ardından, %5'erlik oranlarla Felix Baumgartner'in 39 km yükseklikten Dünya'ya atlayışı ve ABD'de gösterilen ve Hz. Muhammed'e hakaret içeren filmin müslüman dünyası tarafından yoğun tepkiyle karşılanması geliyor. Obama'nın 4 yıl daha ABD başkanlığına seçilmesi ve PSY'nin Gangnam Style şarkısı ise %4 seviyesinde. Suriye ile yaşanan siyasi gerilimi yılın olayı olarak görenler 35 yaş ve üzer. Akdeniz Üniversitesi'nde yapılan ve Türkiye'de ilk kez gerçekleştirilen yüz nakli operasyonunu yılın olayı olarak görenler ise ağırlıklı olarak 45 yaş ve üzeri grup. PSY'nin Gangnam Style şarkısı ise genellikle 18-24 yaş arası gençler tarafından yılın olayı olarak görülüyor.

Bu Yılın En Başarılı Bulunan TV Kanalı Star TV...

Bu yılın en başarılı bulunan TV kanalı %19 ile Star TV. Star TV'yi %16 ile Kanal D ve %10 ile TRT 1 takip ediyor. ATV'yi başarılı bulanlar ise %8 seviyesinde. Bu dördünlüyü %5'erlik oranlarla, CNBC-e, NTV ve NTV Spor kanalları takip ediyor. Star TV ve Kanal D'yi başarılı bulanlar genellikle kadınlar ve 25-34 yaş arası grup. TRT 1 ise daha çok erkekler tarafından başarılı bulunuyor. NTVSpor da erkekler ve 25-34 yaş arası grup tarafından ağırlıklı en başarılı bulunan kanal. NTV ise 25 yaşın üzerindeki kitle tarafından daha başarılı bulunuyor.

Yılın En Beğenilen Dizisi Muhteşem Yüzyıl...

Muhteşem Yüzyıl %15 ile bu yılın en beğenilen dizisi. %10 ile Seksenler ikinci sırada. Ardından %8 ile Kurtlar Vadisi Pusu ve %7 ile İşler Güçler ve Yalan Dünya geliyor. Bu alanda Karadayı %6, Behzat Ç. ve Kuzey Güney ise %5'erlik oranlara sahipler. Bunları %4 ile Leyla ile Mecnun ve Öyle Bir Geçer Zaman Ki takip ediyor. Muhteşem Yüzyıl daha çok kadınlar ve 25 yaş üzeri kitlenin favorisi. Seksenler'in ise ağırlıklı erkekler ve 35 yaş üzeri kitleye hitap ettiği görülüyor. Kurtlar Vadisi Pusu ise erkeklerin ve 25-34 yaş arası kitlenin tercihi. İşler Güçler 18-24 ve 25-34 yaş arası görece genç kitlenin en beğendiği dizi konumunda. Karadayı ağırlıklı olarak 25-34 yaş arası kitlenin tercihi. Kuzey Güney'i ise genellikle kadınlar en başarılı dizi olarak görüyorlar. Leyla ile Mecnun

erkeklerin ve 18-24 yaş arası gençlerin favorisi. Öyle Bir Geçer Zaman Ki ise kadınlar ve 45 yaş üzeri grup tarafından ağırlıklı olarak beğeniliyor.

Tüketicilere Göre Bu Yılın En Başarılı Yarışma/Eğlence Programı Ben Bilmem Eşim Bilir...

Tüketicilere göre bu yılın en başarılı yarışma/eğlence programı %28 ile Ben Bilmem Eşim Bilir. Kim Milyoner Olmak İster ise %20 ile ikinci sırada. Yetenek Sizensiz Türkiye %11, O Ses Türkiye %9'luk oranlara sahip. Bu grubu %6 ile Kelime Oyunu, %4 ile Büyük Risk ve %3'erlik oranlarla Survivor ve Eyvah Düşüyorum takip ediyor. Ben Bilmem Eşim Bilir 25-44 yaş arası genç orta yaş grubunun favorisi konumunda. Kim Milyoner Olmak İster ise daha çok erkeklerin, 18-24 yaş arası gençlerin ve 45 yaş ve üzeri grubun en başarılı bulduğu yarışma/eğlence programı. Yetenek Sizensiz Türkiye de tıpkı Kim Milyoner Olmak İster gibi erkeklerin ağırlıklı en başarılı bulduğu program. O Ses Türkiye ise büyük çoğunlukla kadınların favorisi. Eyvah Düşüyorum'un ise çoğunlukla 25-44 yaş arası, genç orta yaş grubuna hitap ettiği görülüyor.