

Aylık bültenimizin Haziran sayısı ile sizlerle beraberiz. Yeni sayımızı keyifle okumanızı dileriz.

Sevgi ve saygılarımızla,

DORinsight

Online Ramazan Panelimiz ile Güzlem Fırsatı



Ramazan ayına sayılı günler kala çevremizdekilerin hayatındaki davranış ve tutum değişikliklerini mercek altına almak istedik. Tüketicilere Ramazan'a özel ürün ya da içerik sunan markaların, kullanıcılarını daha iyi anlamalarını sağlamak için insanların sofralarına, ev dışındaki yaşamlarına misafir olacağız.

Daha Fazla...

Türkiye'nin Küresel Marka Adayları Turizm Sektöründe



18 yaş üstü, Türkiye temsili, ABC1C2DE sosyo-ekonomik segmente mensup 506 kişi katıldığı Türkiye'nin küresel marka adayları ile ilgili olarak yaptığımız araştırmaya göre; katılan her 10 kişiden 7'si, gelecek 10 yıl içinde Türkiye'nin küresel marka çıkarabileceğine inandığını belirtti.

Araştırmaya katılanların çoğunluğu, Türkiye'nin küresel markasının turizm sektöründen çıkacağını düşündüğünü söyledi. Turizm sektörünü, giyim ve aksesuar ile tarım ürünleri sektörü takip etti.

Daha Fazla...

Müşteri Gözünden DORinsight

DORinsight



Uzun süreden beri "ürün testleri" gerçekleştirdiğimiz Hayat Kimya San. A.Ş. Deterjan AR-GE Grubu Test & Verifikasyon Takım Lideri Burcu Soysal "Araştırma projelerimizde ihtiyaçlarımızı doğru tespit ederek bu doğrultuda çözüm üreten ve gereken her türlü değişikliği araştırma sürecine oldukça hızlı ve etkin bir şekilde uyarlayabilen ve esnek bir firma olan DORinsight'a vermiş olduğu destekten dolayı teşekkür ederiz." diyerek görüşlerini bizlerle paylaştı.

Tüketicilerimizi Daha İyi Tanyabilmenin Farklı Bir Yolu: Sosyal Komünite



Günümüzde yeni nesil pazarlamacıların konuştuğu ilgi çekici bir konu var: İlgi gruplarının da işin içine girmesi ile demografiyi daha fazla boyutlandırmak ve hedef kitleyi daha yakından tanıyarak, daha hassas bir profileleme yapmak. Artık profilelemeye ikinci "ilgi grubu" şeklinde ikinci bir boyut eklemekten bahsediyoruz.

Bu konuda araştırmacı Johana Blakley de bunun altını çiziyor: "Eskiden müşterilerimizin yaşam biçimleri hakkında fazla bilgiye sahip değildik, elimizde demografik bilgileri vardı. Bu kalıplarla tercihlerini tahmin ederdik. Artık bize aracılık eden kalıplara ihtiyacımız yok. Çünkü sosyal komüniteler yaş ve cinsiyetten ziyade, sevdiği konular etrafında toplanıyor. Burada sosyo-ekonomik gruplar değil, ortak ilgilerin paylaşıldığı komüniteler var." Johana Blakley'in yorumları çok doğru çünkü hedef kitlenizin yaşından ziyade, sizin için daha anlamlı gelecek bilgileri, sevdiği ve sevmediği şeyleri sosyal komüniteler aracılığıyla kısa zamanda ulaşabilirsiniz.

Daha Fazla...

DORinsight'tan Anlamlı Destek



hayata destek
İNSANİ YARDIM DERNEĞİ

Her zaman sosyal sorumluluk projelerine destek vermeye çalışan DORinsight ekibi olarak, Hayata Destek projesinin marka bilinirlik çalışmasını gerçekleştirdik. Bu anlamlı projenin, küçük de olsa bir parçası olmaktan dolayı mutluluk duyuyoruz.

Daha Fazla...

Mutlu Üye

"İyi ki varsın Napolyon.com."

İsmail Ç. / İstanbul

Geçmiş Bültenler

Mayıs 2014 Bülteni

Nisan 2014 Bülteni

Mart 2014 Bülteni

Bize Ulaşın

www.dorinsight.com
www.napolyon.com

Telefon: 0 212 349 49 00

Adres: Eski Büyükdere Cad.
Özcan Sok. No:2 4. Levent
34416 İstanbul