

2015'in en başarılı teknoloji markaları

ARAŞTIRMASI

Türkiye'nin ilk ve en büyük ağızdan ağıza pazarlama ajansı ve araştırma firması FikriMühim, Digital Age için 2015 yılında Türk tüketicisinin en başarılı bulduğu ve satın aldığı teknoloji markalarını araştırdı



Yapılan geniş çaplı araştırmaya Türkiye'nin Türkiye'nin 72 ilinden, 2 bin 500 internet kullanıcısı dâhil edildi. Yüzde 50'si kadın, yüzde 50'si erkek, 18 yaş ve üzerinde yer alan kişilerin katılımı ile gerçekleşen araştırmanın görüşmeleri 2-7 Aralık 2015 tarihleri arasında yürütüldü. Katılımcıların yüzde 49'unun 26-34 yaş arası yani çalışan kesim olma oranlarının en yüksek olduğu yaş grubu olması dikkat çekiciydi. Bir diğer detay deneklerin yüzde 57'sinin üniversite mezunu olması. Yine katılımcı grubunun yüzde 70'inin İstanbul, Ankara ve İzmir şehirlerinden olduğunu eklemeliyiz.

2015 yılında akıllı telefonlar yenilendi

Katılımcılara ilk olarak 2015 yılında yeniledikleri teknoloji cihazları soruldu. Verilen cevaplar arasında yüzde 60 gibi yüksek bir oranla akıllı telefon ilk sırada yer aldı. Bu

grup içerisinde ise 40 yaş üstü erkeklerin yüzde 63 gibi yüksek bir oranla akıllı telefonlarını yenilediklerini gözlemledik. Otomobil ise bu yıl tüketicinin çok fazla değiştirmedeği bir kategori olarak karşımıza çıktı.

En başarılı bulunan markalar: Apple ve Samsung

2015 yılı içerisinde tüketicilerin teknolojiye harcadıkları rakamlara baktığımızda; 2 bin 3 bin TL arasındaki harcamalarının toplam harcamaların yüzde 16'sına, 5 bin ile 20 bin arasındaki harcamaların ise toplam harcamaların yüzde 17'sine denk geldiğini görüyoruz. Teknolojiye en fazla para harcayan grubun ise ortalama 8 bin 867 TL ile 30-34 yaş arası kesimin olduğunu ekleyebiliriz. Tüketicilere en başarılı buldukları teknoloji markası sorulduğunda ise ağırlıklı olarak iki markanın öne çıktığını görüyoruz. Bunlar yüzde 33 ile Apple, yüzde 30 ile Samsung. Apple'in en fazla tercih edenler

25-29 yaş arası grup iken, Samsung'u başarılı bulan grup içerisinde 40 yaş üstü tüketici grubu yüzde 34 ile öne çıkıyor.

Şimdi 10 farklı kategoride; akıllı telefon, diz üstü bilgisayar, tablet, beyaz eşya, otomobil, teknoloji market, TV, küçük ev aletleri ve e-ticaret kategorilerinde 2015

yılında tüketicilerin en başarılı buldukları ve para harcadıkları markalara daha yakından bakalım.

AKILLI TELEFON	KULLANILAN (%)	BAŞARILI BULUNAN (%)	ALINAN (%)
Samsung	39	30	26
Apple/iPhone	32	46	23
LG	9	9	8
Sony	4	4	4
HTC	3	3	2
Nokia	2	1	1
BlackBerry	0	1	0
Diğer	9	4	8
Akıllı telefon kullanmıyorum	2		
Hiçbirini başarılı bulmadım		1	
Fikrim yok		2	
Akıllı telefon satın almadım			29
Baz	2500	2500	2500

DİZ ÜSTÜ BİLGİSAYAR	KULLANILAN (%)	BAŞARILI BULUNAN (%)	ALINAN
Asus	14	13	6
HP	12	6	3
Lenovo	11	13	6
Toshiba	9	8	3
Samsung	8	5	3
Acer	8	3	2
Dell	7	4	2
Apple/Mac	6	25	5
Casper	6	4	2
Sony	4	3	1
LG	1	1	1
Diğer	4	1	1
Diz üstü bilgisayar kullanmıyorum	8		
Hiçbirini başarılı bulmadım		1	
Fikrim yok		12	
Diz üstü bilgisayar satın almadım			66
Baz	2500	2500	2500

TABLET	KULLANILAN (%)	BAŞARILI BULUNAN (%)	ALINAN (%)
Apple/iPad	24	48	10
Samsung	21	21	12
Asus	4	3	2
Casper	2	1	1
Vestel	1	1	1
Toshiba	1	1	1
Diğer	9	2	4
Tablet kullanmıyorum	37		
Hiçbirini başarılı bulmadım		1	
Fikrim yok		21	
Tablet satın almadım			67
Baz	2500	2500	2500

BEYAZ EŞYA	KULLANILAN (%)	BAŞARILI BULUNAN (%)	ALINAN
Arçelik	51	17	15
Bosch	40	24	12
Samsung	24	13	9
Beko	21	5	5
Siemens	18	12	5
Vestel	17	5	5
LG	14	6	5
Ariston / Hotpoint	10	4	3
Profilo	5	2	2
Diğer	11	1	5
Beyaz eşya kullanmıyorum	0		
Hiçbirini başarılı bulmadım		1	
Fikrim yok		9	
Beyaz eşya satın almadım			47
Baz	2500	2500	2500

OTOMOBİL	KULLANILAN (%)	BAŞARILI BULUNAN (%)	ALINAN
Renault	9	2	2
Ford	7	4	3
Opel	6	3	2
Volkswagen	6	9	2
Fiat	6	3	2
Hyundai	5	3	1
Toyota	4	3	1
Honda	4	3	1
Peugeot	4	2	1
Citroen	2	1	1
BMW	2	14	2
Nissan	2	2	1
Audi	2	12	1
Chevrolet	1	1	0
Mercedes	1	10	1
Seat	1	1	1
Kia	1	1	1

Dacia	1	2	0
Alfa Romeo	1	1	0
Volvo	0	4	0
Diğer	3	1	1
Otomobilim yok	32		
Hiçbirini başarılı bulmadım		1	
Fikrim yok		15	
Otomobil satın almadım			75
Baz	2500	2500	2500

Sunny	1	0	0
SEG	1	0	0
Siemens	1	1	0
Sharp	0	1	0
Diğer	4	0	1
Televizyonum yok	2		
Hiçbirini başarılı bulmadım		1	
Fikrim yok		10	
TV satın almadım			68
Baz	2500	2500	2500

TEKNOLOJİ MARKET	KULLANILAN (%)	BAŞARILI BULUNAN (%)	ALINAN (%)
Teknosa	24	21	10
Media Markt	19	20	12
Vatan Bilgisayar	14	14	2
Bimeks	11	10	1
Apple Store	7	11	1
Gold Bilgisayar	3	2	1
Samsung	2	2	0
İstanbul Bilişim	2	3	4
Diğer	4	1	
Hiçbirini başarılı bulmadım		6	67
Fikrim yok		9	2500
Teknoloji marketinden alışveriş yapmadım	14		
Baz	2500	2500	

KÜÇÜK EV ALETİ	KULLANILAN (%)	BAŞARILI BULUNAN (%)	ALINAN (%)
Arçelik	43	15	17
Tefal	35	13	12
Arzum	31	8	11
Philips	28	11	11
Braun	21	6	6
Fakir	19	5	8
Bosch	17	7	6
Sinbo	16	2	6
Beko	12	2	3
Rowenta	10	2	4
King	8	1	2
Homend	7	4	4
Siemens	7	3	2
Arnica	7	2	3
Kenwood	7	1	2
Vestel	6	1	3
Goldmaster	2	0	1
Altus	2	0	1
Diğer	9	2	4
Küçük ev aleti kullanmıyorum	3		
Hiçbirini başarılı bulmadım		1	
Fikrim yok		15	

TV	KULLANILAN (%)	BAŞARILI BULUNAN (%)	ALINAN (%)
LG	28	31	11
Samsung	27	36	9
Vestel	10	4	4
Philips	9	5	3
Sony	6	6	1
Arçelik	6	2	2
Beko	3	1	1
Panasonic	2	1	0

Küçük ev aleti almadım			35
Baz	2500	2500	2500

DİJİTAL BANKACILIK	KULLANILAN (%)	BAŞARILI BULUNAN (%)
Garanti Bankası	32	22
İş Bankası	28	17
Yapı Kredi Bankası	21	10
Akbank	17	9
Finansbank	14	7
Ziraat Bankası	11	4
Vakıfbank	11	4
Halkbank	8	2
TEB	7	4
Denizbank	6	2
ING Bank	5	2
HSBC	4	1
Diğer	5	2
Hiçbirini başarılı bulmadım		3
Fikrim yok		10
Dijital bankacılık kullanmıyorum	8	
Baz	2500	2500

E-TİCARET SİTESİ	KULLANILAN (%)	BAŞARILI BULUNAN (%)
HepsiBurada	43	17
Gitti Gidiyor	33	8
Yemek Sepeti	28	7
n11	27	8
Markafoni	24	4
Trendyol	24	5
Çiçek Sepeti	21	3
Sahibinden.com	18	7
Morhipo	18	5
aliexpress	18	8

D&R	17	2
Kitapyurdu	14	3
Biletix	12	1
Hızlıal	11	1
LCW	11	2
Migros Sanal Market	10	2
Grupanya	10	1
Boyner	8	1
ebebek	7	1
1v1y	7	1
Grupon	6	0
ebay	6	1
Tozlu	4	1
Pasolig	3	0
Diğer	7	1
Hiçbirini başarılı bulmadım		2
Fikrim yok		7
Hiçbirinden alışveriş yapmadım	7	
Baz	2500	2500

FikriMühim'in araştırması 2-7 Aralık 2015 tarihleri arasında yürütüldü. Katılımcıların yüzde 49'unun 26-34 yaş arası yani çalışan kesim olma oranlarının en yüksek olduğu yaş grubu olması dikkat çekiciydi. Bir diğer detay deneklerin yüzde 57'sinin üniversite mezunu olması. Yine katılımcı grubunun yüzde 70'nin İstanbul, Ankara ve İzmir şehirlerinden olduğunu eklemek gerekiyor.

2015 yılı içerisinde tüketicilerin teknolojiye harcadıkları rakamlara bakıldığında; 2 bin-3 bin TL arasındaki harcamalarının toplam harcamaların yüzde 16'sına, 5 bin ile 20 bin arasındaki harcamaların ise toplam harcamaların yüzde 17'sine denk geldiğini görüyoruz.