

**PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN İTİBAR YÖNETİMİ PERFORMANSI  
EN YÜKSEK 3 ŞİRKETİ YENİ SENEYE BAŞARILI BİR YÜKSELİŞLE  
GİRİYOR..**

**“Perakende sektöründe ilk 3 sıralamasında yer alan şirketlerin ortalama 4 puan yükselme eğilimi göstermeleri ve itibar yönetimi performansındaki iyileşme göze çarpmaktadır.”**

Aralık ayında itibar yönetimi performansı değerlendirdiğimiz sektör Perakende Sektörü.

The Brand Age ile 2012 senesinde başlattığımız ve her ay bir sektörün halk nezdinde detaylı itibar yönetimi performansını masaya yatırdığımız RepMan Araştırması'nın bu ay incelenen sektörü “Perakende)”.

Araştırma, Perakende sektörünü ve pazarının gücünü %70'den fazla oranda temsil edebilecek şirketleri inceleyerek gerçekleştirilmiştir. Bir sektörün itibarını parçalarının yani o sektörü oluşturan şirketlerin algı ve itibarının oluşturduğu baz alınarak önce şirketlerin algısı ve itibarı bulunmuş, şirketlerin oluşturduğu algı ve itibar yönetimi performansı ortalaması ile sektör itibarı bulunmuştur.

2013 senesi Perakende sektörü itibar yönetimi araştırması, Kasım 2013 döneminde Türkiye'nin 7 coğrafi bölgesini temsilen seçilmiş, 15 ilde Türkiye halk genelinde 1.239 kişi ile yüz yüze görüşme yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Perakende sektörü içerisinde sektör benchmarkı ile birlikte aşağıda isimleri yer alan şirketler sorgulanmıştır.

<b>Araştırma kapsamında Yeralan Şirketler</b>
BİM
Bauhaus
Carrefour
Kiler
Koçtaş
Metro Hipermarket
Migros
Perakende Benchmark
Praktiker
Real
TESCO-Kipa

Benchmark ütopik bir şirkettir. Tek bir şirket değildir. Görüşülen her bireyin kendi algısında “en beğendiği” şirketi ifade eder. Her birey tarafından belirtilen şirket değerlendirmeye alınır ve benchmark skorları bu şirketlerin ortalamasıyla elde edilir. Perakende sektörü benchmarkını bulmak için soru aşağıdaki içerikte sorulmuştur.

“Lütfen Türkiye’de veya dünyada bildiğiniz tüm **perakende sektöründeki şirketleri** düşününüz. En çok beğendiğiniz/ takdir ettiğiniz perakende sektörü şirketinin hangisi olduğunu lütfen söyleyebilir misiniz?”

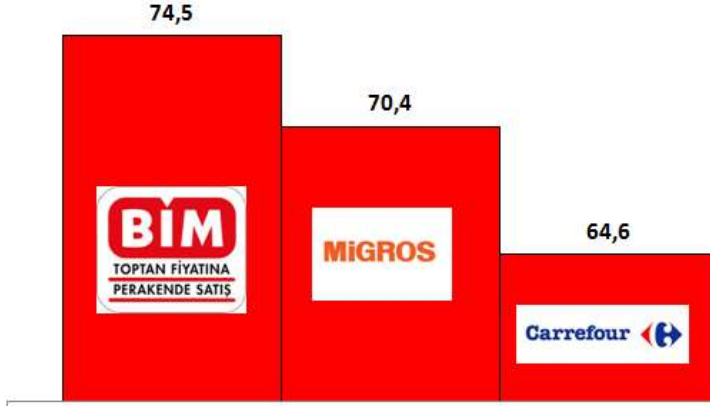
*Şirketler alfabetik sıraya göre sıralanmıştır. 2013 senesi sektör ortalamasına Praktiker dahil edilmiştir.*

## Perakende Sektörünün İtibar Yönetimi Performansı En Yüksek 3 Şirketi

### “BİM, MİGROS, CARREFOUR”

Perakende sektöründe incelenen şirketler içerisinde itibar yönetimi performansı (RMS)en yüksek ilk 3 şirket; BİM, Migros, Carrefour şeklinde sıralanırken bu şirketlerin tanınma boyutunda başarılı bir performans gösterdikleri farkedilmektedir. İtibar yönetimi performansında bu dereceyi alırken, tanınmanın altında halk nezdinde yaratılan en önemli algı başarısının; “Yönetim Kalitesi”, “Çalışan Markası” ve “Ürün/ Hizmet Kalitesi” boyutlarında elde edilen performanstan kaynaklı olduğu görülmektedir.

### Perakende Sektörü 2013 senesi İtibar Yönetimi Performansı En Yüksek İlk 3 Şirket

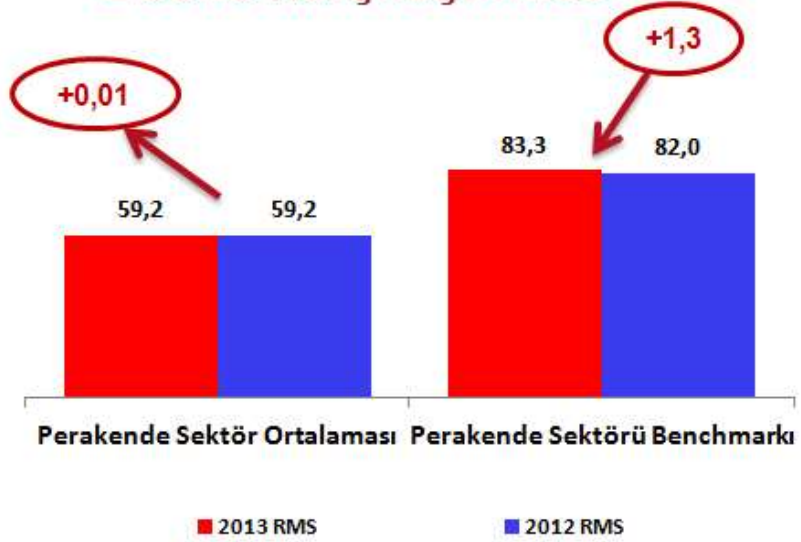


Sektör içerisinde ilk 3 sıralamasını paylaşan şirketlerin itibar yönetimi performanslarını geçen seneye göre ortalama 4 puan artırmaları öne çıkan bir diğer konudur.

## “SEKTÖR İTİBAR YÖNETİMİ PERFORMANSI AYNI KALDI”

Perakende sektörü itibar yönetimi performansını incelediğimizde 2013 senesinde, geçen sene elde ettiği performans ile paralel gittiği görülmektedir.

### Perakende Sektörü İtibar Yönetimi Performansı 2 sene Karşılaştırması



*RMS: İtibar Yönetimi Skoru*

□ 2013-2012 senesi karşılaştırması, her iki sene de araştırma içerisinde yer alan 10 şirket üzerinden hazırlanmıştır.

## “18-25 yaş arasındaki gençlere ve Ege Bölgesi’ne dikkat”

Sektörün itibar yönetimi performansını değişik gruplar ltında incelediğimizde ilginç sonuçlarla karşılaşmaktayız.

Gerçekleştirdiğimiz tüm itibar yönetimi sektör araştırmalarında Güney Doğu Anadolu Bölgesi’nin Türkiye’deki diğer tüm bölgelerden farklı bir algılamaya içerisinde olduğunu hep görüyorduk. Perakende sektörünü incelerken diğer bazı kırılımlarda da ilgi çekici bazı sonuçlarla karşılaştık;

- 18-25 yaş grubunda yer alan halk genelinin diğer yaş gruplarından farklılaştığı
- Ege Bölgesi’nde yaşayan halkın diğer bölgelerden farklılaştığı

## 2013 senesi Perakende Sektörü Demografik Kırılımlar Bazında Değerlendirme



\* Sorgulanan şirketlerin (RMS) itibar yönetimi skorlarının aritmetik ortalamasını ifade etmektedir.

## “Perakende Sektöründe “Tanınma” ve “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” Performans Alanlarında İyileşme”

Sektörün itibar yönetimi performansı geçen sene ile aynı kalırken ve bazı itibar yönetimi performans alanlarında performansı düşerken özellikle 2 alanda iyileşme olduğu göze çarpmakta;

- Tanınma
- Kurumsal Sosyal Sorumluluk

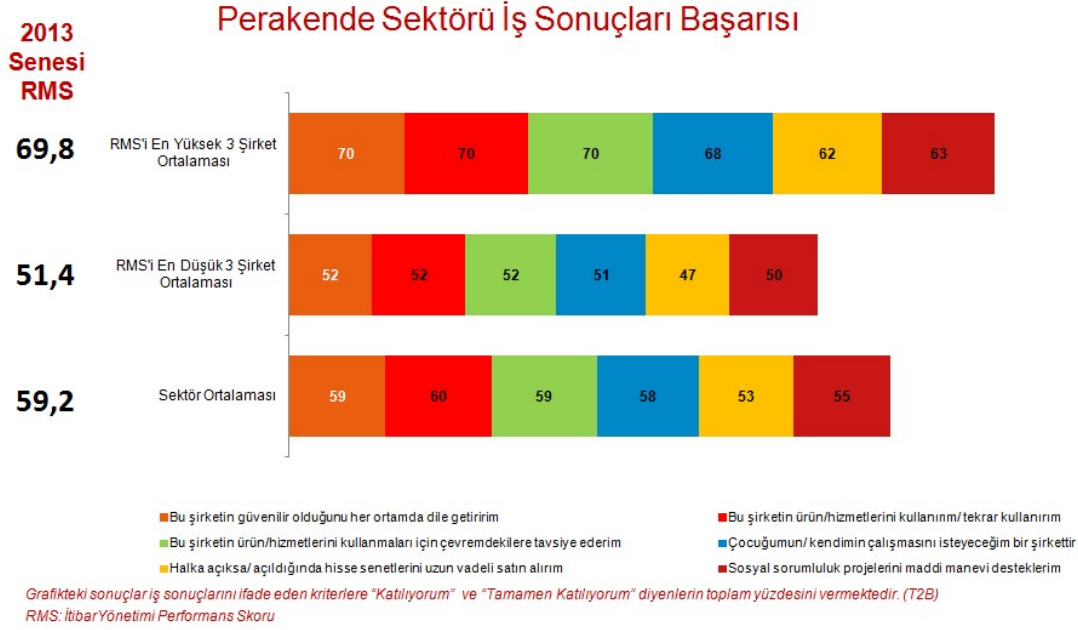
### 2013 - 2012 senesi Perakende Sektörü İtibar Yönetimi Detay Performans Değerlendirmesi

İtibar Yönetimi Ana Performans Alanları	Perakende Sektörü Performans Skoru - 2013	Perakende Sektörü Performans Skoru - 2012		Perakende Sektörü Benchmark Performans Skoru - 2013
		FARK		
Yönetim Kalitesi	62,9	-0,9	63,8	86,4
Ürün / Hizmet Kalitesi	62,6	-0,4	63,0	84,6
Çalışan Markası	62,6	-0,2	62,7	85,0
Finansal Sağlamlık	62,0	-1,5	63,5	84,0
Kurumsal Sorumluluk	59,5	1,1	58,4	79,1
Duygusal Bağlılık	58,9	-0,6	59,5	80,9
Tanınma	56,4	1,4	55,0	88,3

## “SEKTÖRÜN İŞ SONUÇLARINDA BAŞARILI OLABİLMESİ İÇİN İTİBARINI GÜÇLENDİRMESİ GEREKLİ”

Sektörün elde ettiği itibar yönetimi performansı ile elde ettiği iş sonuçları başarısını incelediğimizde sahip olunan ortalamanın altındaki itibar yönetimi performansının, halk nezdinde iş sonuçlarına da yansdığı görülmektedir.

En yüksek itibar yönetimi performansına sahip şirketlerin dahi özellikle “İnsan Kaynakları” ve “Sosyal Sorumluluk projelerinin desteklenmesi” iş sonuçlarında güçlü skor elde edemediği göze çarpmaktadır.



## Araştırmaya Yönelik Genel Bilgiler

RepMan İtibar Araştırmaları Merkezi ([www.repman.com.tr](http://www.repman.com.tr)) tarafından GfK Araştırma Şirketi'nin (www.gfk.com) ana sponsorluğunda 2011 senesinden beri gerçekleştirilen Türkiye Halk Geneli nezdinde Sektörler İtibar Araştırması 2013 senesinde de devam etmektedir.

## RepMan İtibar Yönetimi Skoru (RMS)

RepMan İtibar Yönetimi skoru (RMS), kurumların yedi ana alandaki performanslarının ölçülmesi ile hesaplanmaktadır.



Yukarıda kutuların içerisinde yer alan ana boyutlar olmak üzere 7 faktörde şirketlerin gösterdiği performansları ile hesaplanan bir takdir-güven göstergesidir. İtibar düzeyi, endeks puanı olarak hesaplanmakta olup 0 - 100 arasında ifade edilmektedir.

## RepMan İtibar Yönetimi Skoru (RMS) nasıl okunmalıdır?

İtibar Skoru	0-49	50-59	60-69	70-79	80-89	90-100
İtibarı...	Çok zayıf	Zayıf	Orta	Güçlü	Çok güçlü	Mükemmel

65-70 arasında alınan itibar skoru "Kurum İtibar Yönetimi" için başlangıç noktası kabul edilebilir

Güçlü bir kurum itibar algısı için itibar skorunuzun en az 70 olması gerekmektedir

Türkiye'de ve dünyada "Benchmark" şirketlerin aldığı en yüksek itibar skoru 82-86 aralığındadır

.....

***Detaylı bilgi almak istemeniz halinde araştırma ekibi olarak bizlerle her zaman iletişime geçebilirsiniz.***

### Kontaklar:

Nuran AKSU - Araştırma Danışmanı – RepMan İtibar Araştırmaları Merkezi Danışma Kurulu Üyesi