

# Forum 2016

Dijital İtibar ve Markaların Dijital Sınavı

#repmanforum2016

## Dijital Ayak İzimiz Araştırma Sunumu

İstanbul, 3 Mart 2016

RepMan Forum 2016

# Araştırma Kurgusu

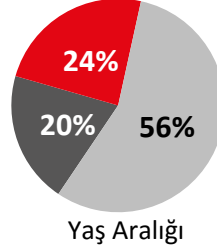


Dor Insight saha desteği ile ZENNA Araştırma ve Danışmanlık tarafından yürütüldü  
10-17 Şubat 2016 / CAWI  
(Bilgisayar destekli web görüşme)

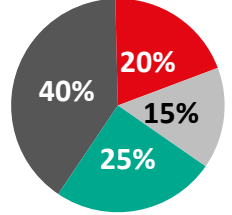


18 yaş ve üzeri dijital dünya kullanıcıları / 1.004 görüşme

■ 18-24  
■ 25-34  
■ 35+



■ AB  
■ C1  
■ C2  
■ DE



Dijital dünyadaki yaşamı tanımlayabilmek ve dijital insanın markalar üzerindeki etkisini ortaya çıkartmak

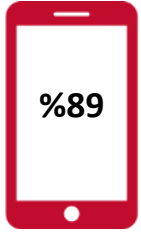


- ✓ Dijital dünya alışkanlarımız ve dijital dünyanın etki gücü
- ✓ Dijital dünyada markalarla etkileşim ve bu etkileşimin davranışa yansması



# Dijital İnsan

## İnternete bağlanma aracı



## İnterneti kullanma amacı



Öğrenme  
%83



Eğlence  
%82



Alışveriş  
%70



Facebook kullanıcısı  
%96



593

Ortalama takipçi sayısı



64

Ortalama yakın takipçi sayısı



İnternette alışveriş yapanlar  
%96



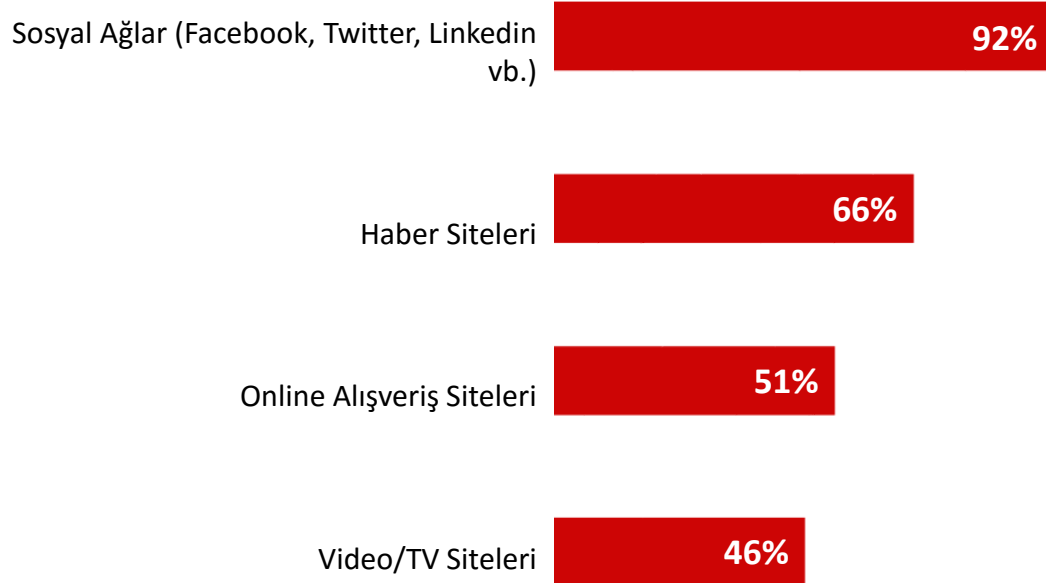
İnternette eğlence ve sosyalleşme amaçlı günde ortalama geçirilen süre

**3,7 saat**



# “Rahatlamak için internetteyiz”

## En çok zaman geçirilen mecralar



**Baz:1.004**



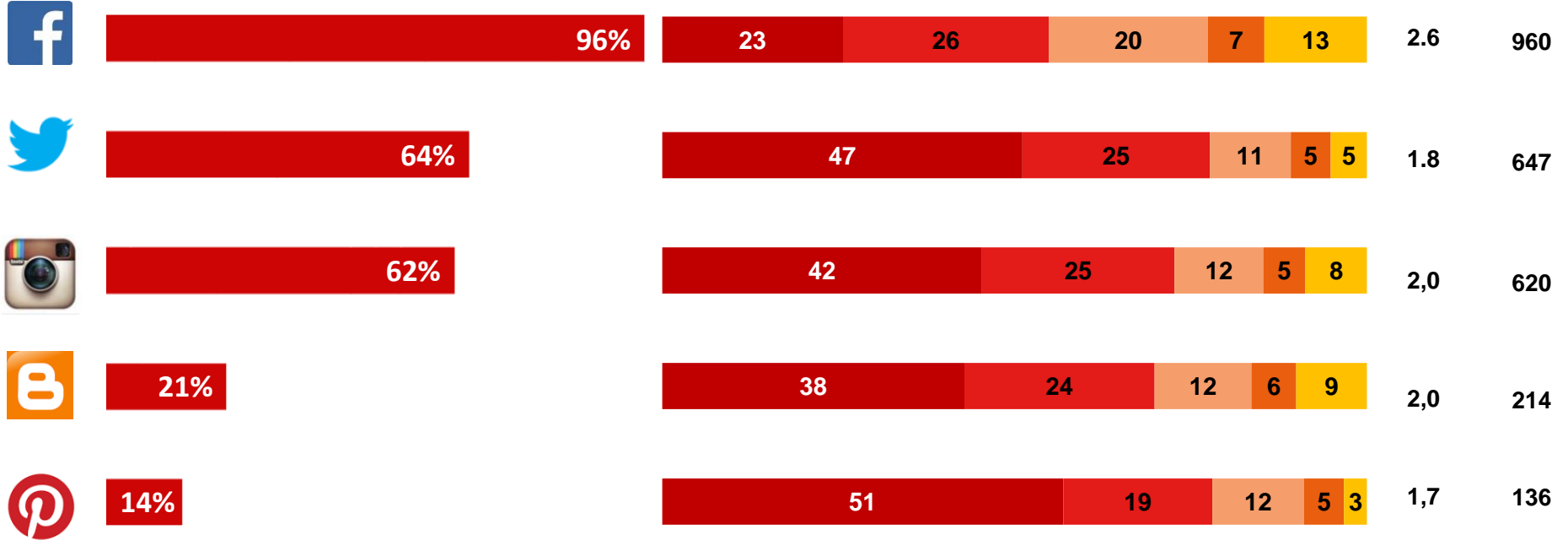
## Harcanan saat / gün

### Kullanılan sosyal mecralar

■ En fazla 1 saat ■ 1-2 saat ■ 2-3 saat  
■ 4-5 saat ■ 5 saat ve üzeri

Ort.  
Saat

Cevap  
sayısı



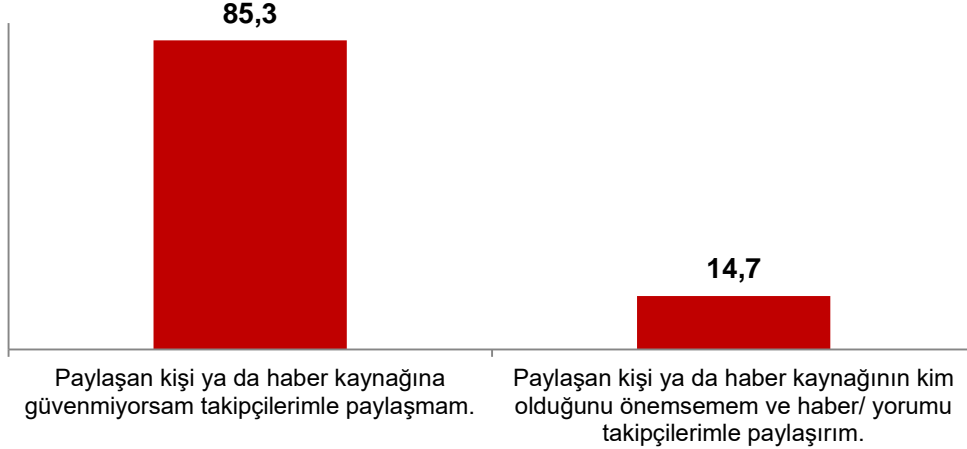
Baz: 1.004



# Dijital İnsan ve Markalar

➤ «İnternette 1 kişi kaç kişiyi etkiler?»

İnternette markalarla ilgili paylaşılan olumlu / olumsuz bir haber ya da yorum gördüğümde,



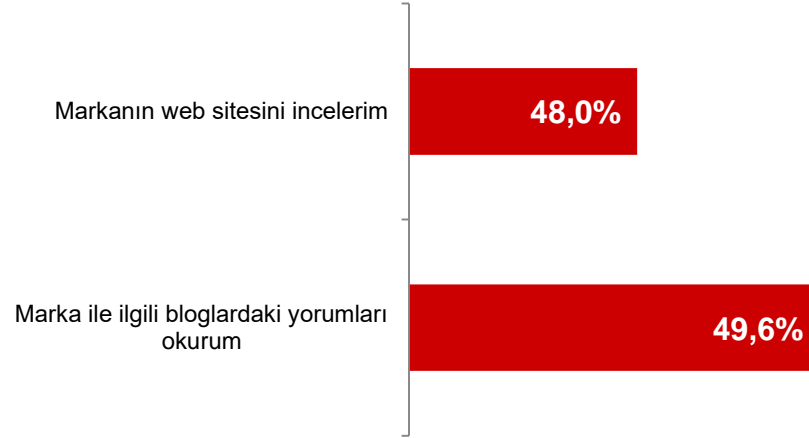
Baz: 1.004





## “Dijital Kimliğımız 24 saat ayakta”

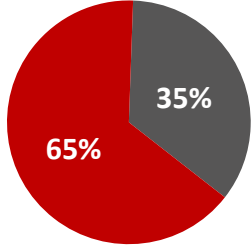
### Bir ürün/ hizmet satın almadan önce...



- Her 3 kişiden biri herhangi bir markayla ilgili sorun yaşıyor ve bu kişilerin %75'i yaşanan sorunu internet üzerinde paylaşıyor.



Herhangi bir markayla ilgili sorun yaşadınız mı?

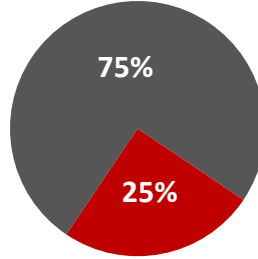


■ Evet ■ Hayır

Baz: 1.004



Yaşadığınız bu sorunu internet üzerinde paylaştınız mı?

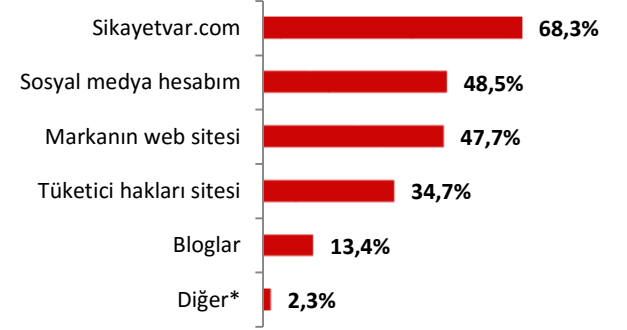


■ Evet ■ Hayır

Baz: 349



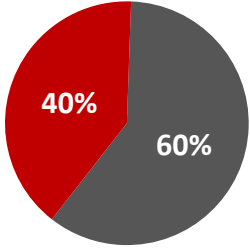
Yaşadığınız bu sorunu internet üzerinde hangi mecrada paylaştınız?



Baz: 262

- Arkadaşlar tarafından kişisel sosyal hesapları aracılığıyla paylaşılan olumsuz haber/ bilgiler, tüketicilerin %37'sinin markaları terk etmesine neden oluyor.

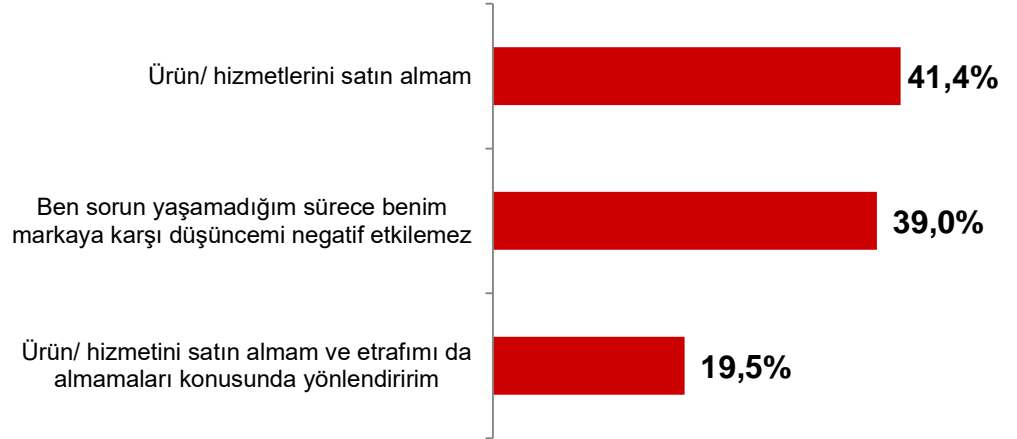
Arkadaş / tanıdıklarınızın herhangi bir markayla ilgili olumsuz paylaşımı ile karşılaştınız mı?



■ Evet ■ Hayır

Baz: 1.004

Sosyal medya üzerinden bir marka ile ilgili gördüğünüz olumsuz haber/ paylaşımlar, o markaya yönelik davranışınızı nasıl etkiler?

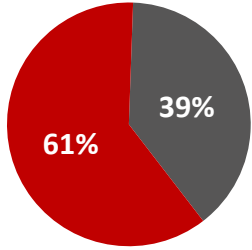


Baz: 606



➤ «Sosyal medya müşteri potansiyelini destekler»

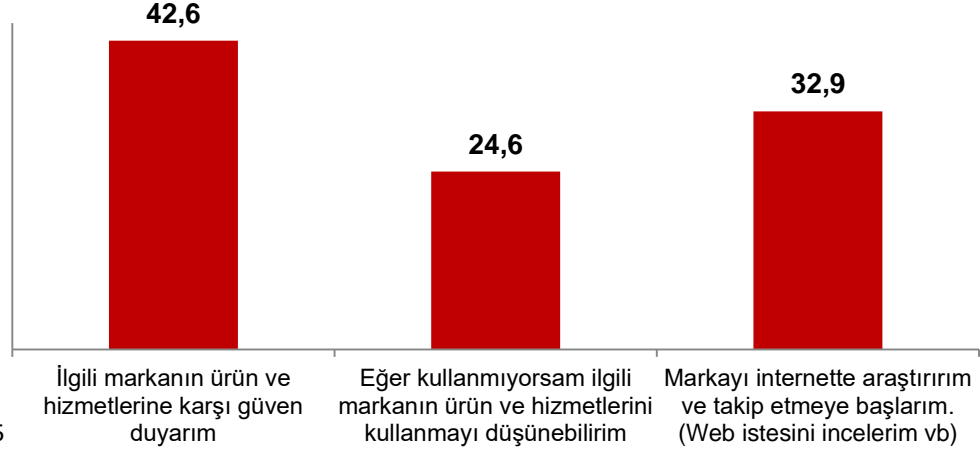
Markalarla ilgili sosyal medyalarda olumlu paylaşımda buldunuz mu?



■ Evet ■ Hayır

Baz: 1.004

İnternet üzerinde takip ettiğiniz birinin herhangi bir markaya yönelik olumlu ifadeler veya övgü içeren bir paylaşımda bulunması ilgili markaya yönelik tutumunuz nasıl olur?



Baz: 615



# Forum 2016

Dijital İtibar ve Markaların Dijital Sınavı

#repmanforum2016

## Teşekkürler

İstanbul, 3 Mart 2016

RepMan Forum 2016