



# Teknoloji Marketleri Sektörü

İtibar Değerlendirmesi  
Ocak 2012

## İçerik



- İtibar
- İyileştirme Alanları
- İletişim Yönetimi Değerlendirme
- Kurum İtibarı-İş Sonuçları İlişkisi

## Amaç ve Kapsam

- ❖ **RepMan İtibar Araştırmaları Merkezi** koordinasyonunda **GfK Türkiye** araştırma sponsorluğunda, halk nezdinde Türkiye temsiliyetine uygun olarak kantitatif araştırma yöntemi ile yüz yüze görüşme tekniği uygulanarak her ay farklı bir sektör incelenmektedir.
- ❖ Sektör değerlendirmelerinde, pazar hakimiyetini elinde bulunduran şirketler ele alınarak sektör temsiliyetine uygun bulgular elde edilmektedir.
- ❖ Bu kapsamda yapılan araştırmalar ile aylık sektör analizlerinin yanı sıra, Türkiye için lokomotif olan 12 sektörün itibar değerlendirmesi üzerinden her sene şubat ayında Türkiye geneline yönelik detaylı bulguların kamuoyu ile paylaşılması hedeflenmektedir.
- ❖ Yıl sonunda elde edilen bulgular Türkiye halk genelinin yanı sıra kanaat önderleri nezdinde de açıklanmaktadır;

### ❑ Türkiye halk geneli

Türkiye'nin 7 coğrafi bölgesini temsilen 15 ilde, Türkiye temsiliyetine uygun olan örneklem yapısında gerçekleştirilen görüşmelerdir.

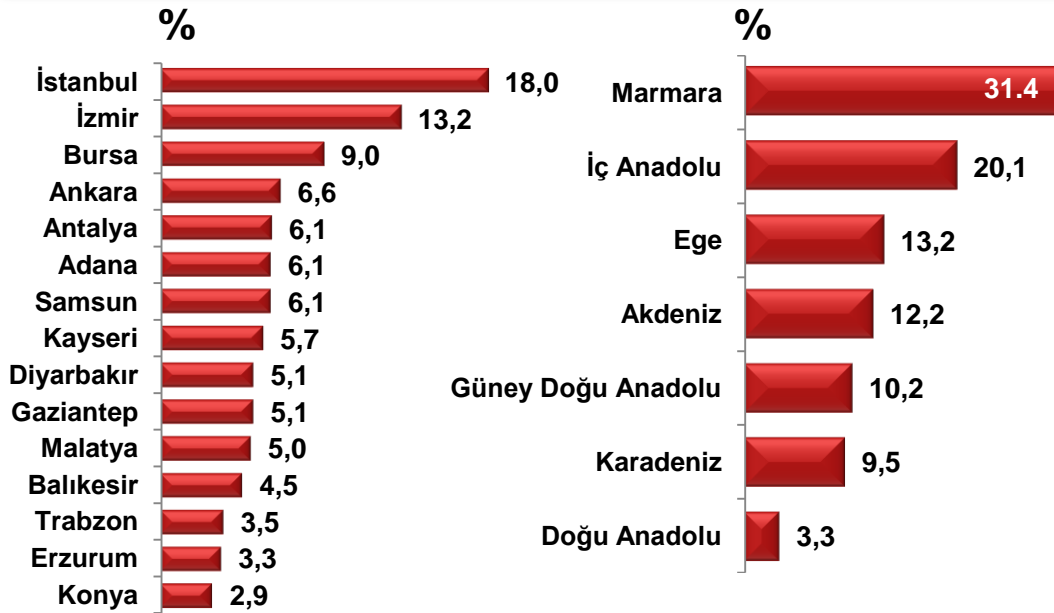
### ❑ Kanaat Önderleri

Medya mensupları, Sivil Toplum Kuruluşları, Akademisyenler, Bürokratlar, Milletvekilleri, Sendikalar, Ticari Odalar, Meslek Örgütleri ve İş Dünyası paydaşlarını temsil edebilme yetkinliğinde olan yöneticiler ile yapılan görüşmelerdir.

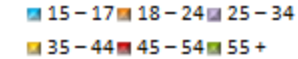
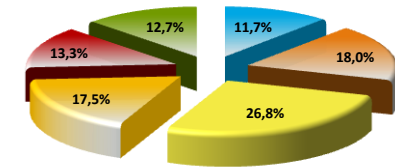
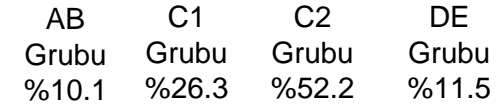
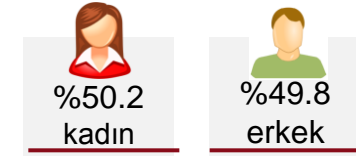
# Metodoloji

## Metodoloji

Araştırma, Ocak 2012 döneminde Türkiye'nin 7 coğrafi bölgesini temsilen seçilmiş, 15 ilde Türkiye halk genelinde 1.469 kişi ile yüz yüze görüşme yöntemi ile gerçekleştirilmiştir.



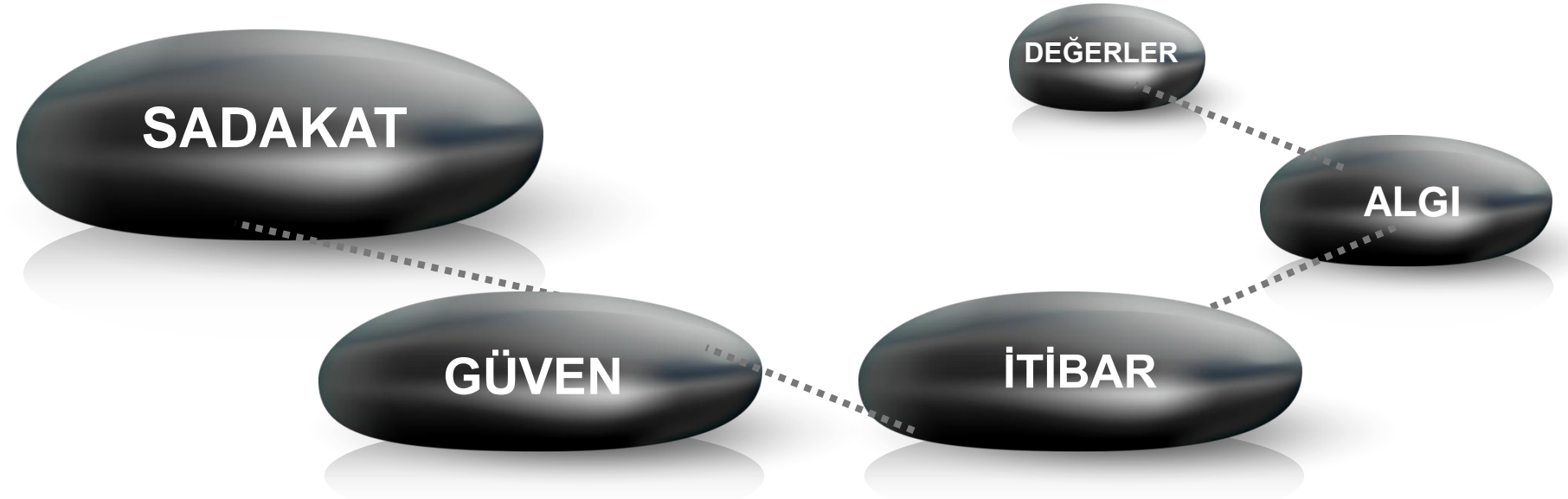
## Demografi



✓ Türkiye halk nezdinde Teknoloji Marketleri Sektörü itibar değerlendirmesi; Teknosa, Media Markt, Vatan Bilgisayar, Electro World, Bimeks, Darty, Gold, Saturn olmak üzere 8 teknoloji marketi sorgulanarak gerçekleştirilmiştir.

# İtibar Yönetimi

İtibar, “güven”, “takdir” ve “sadakat” göstergesidir.



**İtibar yönetimi** ise, bir yandan paydaşların beklentilerini diğer yandan da itibar risklerini yönetmektir.

## İTİBAR değerler üzerine inşaa edilir



İtibar, beğeniden oldukça farklı bir göstergedir. İtibar;

- Tanınma
- Yönetim Kalitesi
- Ürün / Hizmet Kalitesi
- Çalışan Markası
- Finansal Sağlıklılık
- Kurumsal Sorumluluk
- Duygusal Bağlılık

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.



# İtibar Skorunun Değerlendirilmesi

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 “**İtibar Yönetimi**” için başlangıç noktası kabul edilebilir
- **Güçlü bir itibar algısı** için itibar skorunuzun en az 70 olması gerekmektedir
- Türkiye’de ve dünyada “**Benchmark**” şirketlerin aldığı en yüksek itibar skoru 85-90 aralığındadır



# Benchmark Analizi

Benchmark ütopik bir şirkettir. 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.

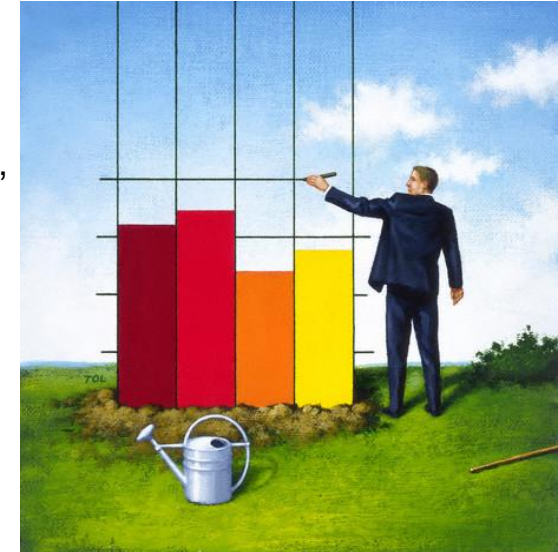
- Benchmark tek bir şirket değildir.
- Benchmark, en beğenilen şirketlerin dünyasını temsil eder
- Benchmark şirket spontan olarak sorulmaktadır ve herkes kendisi için en beğendiği şirketi belirtmektedir.
- Benchmark’ın aldığı skorlar araştırmada kullanılan ölçeğin hangi skorda maksimize edilebileceğini de göstermektedir. (Eğer 100 üzerinden olan bir ölçekte benchmark 85 alıyorsa ilgili sektörde ölçek 85’i geçemiyor anlamına da gelmektedir. Yani değerlendirmelerde maksimum skor 100 olarak değil 85 olarak düşünülmelidir.)

Benchmark’ı belirlemek için soru tekniği;

“Türkiye’de ya da dünyada en beğendiğiniz şirketi söyler misiniz?”

Sektör Benchmark’ını belirlemek için soru tekniği;

“Türkiye’de ya da dünyada teknoloji marketleri sektöründe, en beğendiğiniz şirketi söyler misiniz?”



# Yönetici Özeti

# Yönetici Özeti



- ✓ Teknoloji Marketleri Sektörünün 56.6'lık ortalaması Türkiye ortalamasının altında kalmaktadır ve sektörün itibarı zayıf olarak algılanmaktadır.
- ✓ Teknoloji Marketleri Sektör Benchmarkının aldığı 75.8'lik itibar skoru benchmark skorlarına göre düşük bir skordur. Bu durum sektörde yer alan şirketlerin itibar konusunda birlikte hareket etmesi gerektiğinin sinyalini de vermektedir.
- ✓ Demografik kırılımlarda sektörün itibar algısına bakıldığı zaman bölgesel algı dışında sektörün itibar algısında ciddi farklılıklar görülmemektedir. Karadeniz başta olmak üzere İç Anadolu, Güneydoğu Anadolu ve Doğu Anadolu bölgeleri sektörün itibarını aşağı çeken bölgeler konumundadır.
- ✓ Sektörü, itibarı oluşturan performans alanları kapsamında kendi içinde değerlendirdiğimizde özellikle “**Tanınma**” ve “**Yönetim Kalitesi**” boyutları öncelikli iyileştirme yapılması gereken alanlar olarak öne çıkmaktadır. Teknoloji Marketleri Benchmarkının nispeten zayıf olduğu “**Kurumsal Sorumluluk**” alanı sektörün itibarında hızlı farklılık yaratabilecek konumdadır.
- ✓ Teknoloji Marketleri Sektöründe yer alan şirketlerin tanınma düzeyine bakıldığında ise iki kişiden birinin sektördeki şirketleri tanımadığı görülmektedir. İlk stratejik iyileştirme yapılması gereken nokta **bilinirlik** yaratma olmalıdır.
- ✓ Sektörde yer alan şirketleri tanıyan kişiler arasında beğeni yaratabilme oranı % 49.6 gibi olumlu bir orandadır. Bu durum sektörün bilinirlik sorununu çözdüğü takdirde beğeni potansiyeli olduğunu göstermektedir.

# Türkiye'de Sektörlerin ve Şirketlerin İtibarı

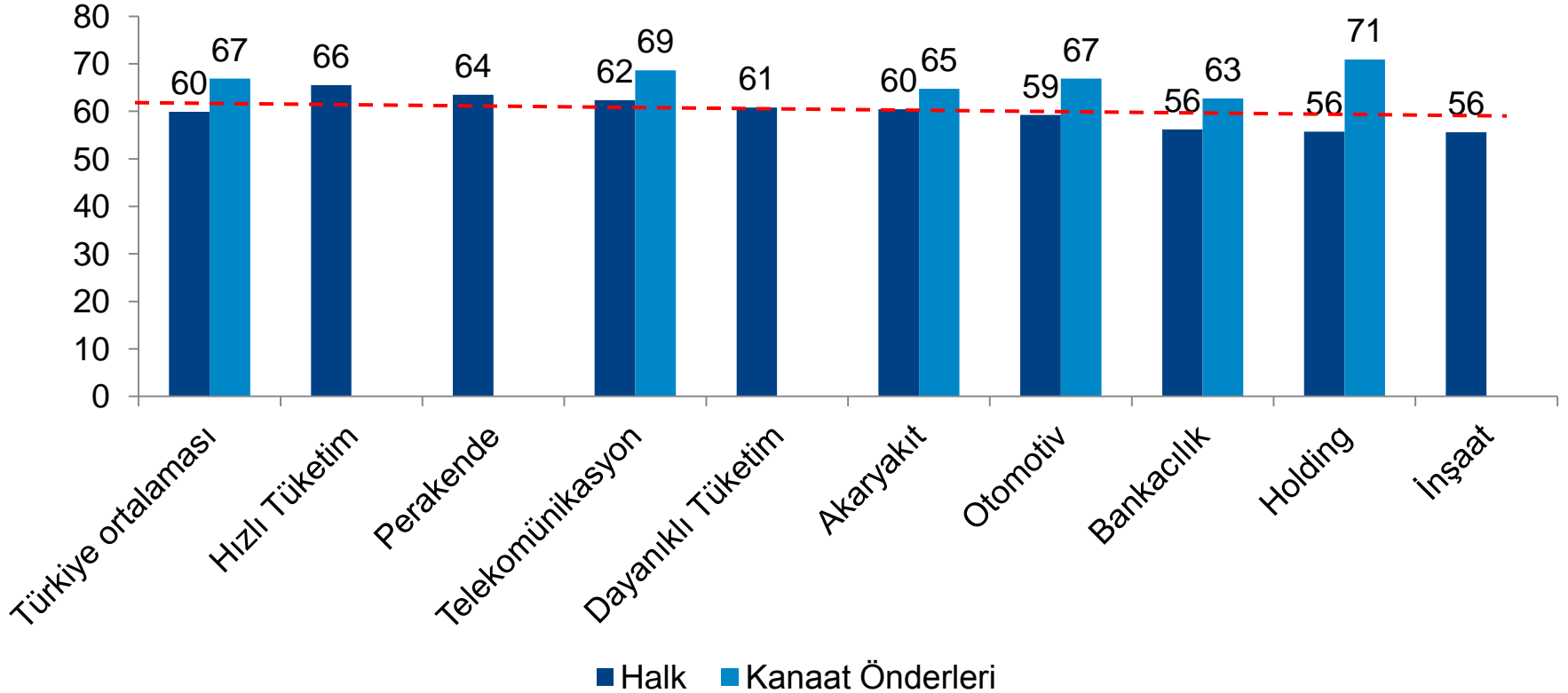
## En itibarlı şirketler - 2011 Senesi

HALK			KANAAT ÖNDERLERİ		
1	Mercedes Benz-Türk	80,7	1	Microsoft	80,9
2	Türk Hava Yolları	80,3	2	Mercedes Benz-Türk	79,3
3	Arçelik	79,1	3	Koç Holding	77,7
4	Ülker	78,6	4	Türk Hava Yolları	77,1
5	BMW	78,1	5	Eti	76,1
6	Sabancı Holding	75,1	6	Turkcell	75,9
7	Coca-Cola	74,7	7	Procter and Gamble	75,5
8	Pınar	74,5	8	BMW	74,5
9	Eti	74,1	9	Unilever	74,3
10	Koç Holding	72,4	10	Sabancı Holding	74,2

**Türkiye'nin en itibarlı şirketleri, 2011 senesinde halk nezdinde 13.247 görüşme ile 110 şirket sorgulanarak, Kanaat Önderleri nezdinde 978 görüşme ile 55 şirket sorgulanarak elde edilmiştir.**

# Sektörlerin İtibarı- 2011 Senesi

- ✓ Türkiye'deki şirketlerin "itibar yönetimi" için henüz yolun başında olduğu gözlemlenmektedir.
- ✓ Kanaat önderleri nezdinde Türkiye'deki sektörlerin itibar algısı daha güçlü konumlanmaktadır.



# TEKNOLOJİ MARKETLERİ SEKTÖRÜ İTİBAR DEĞERLENDİRMESİ



---

İtibar

---

# RepMan İtibar Skoru

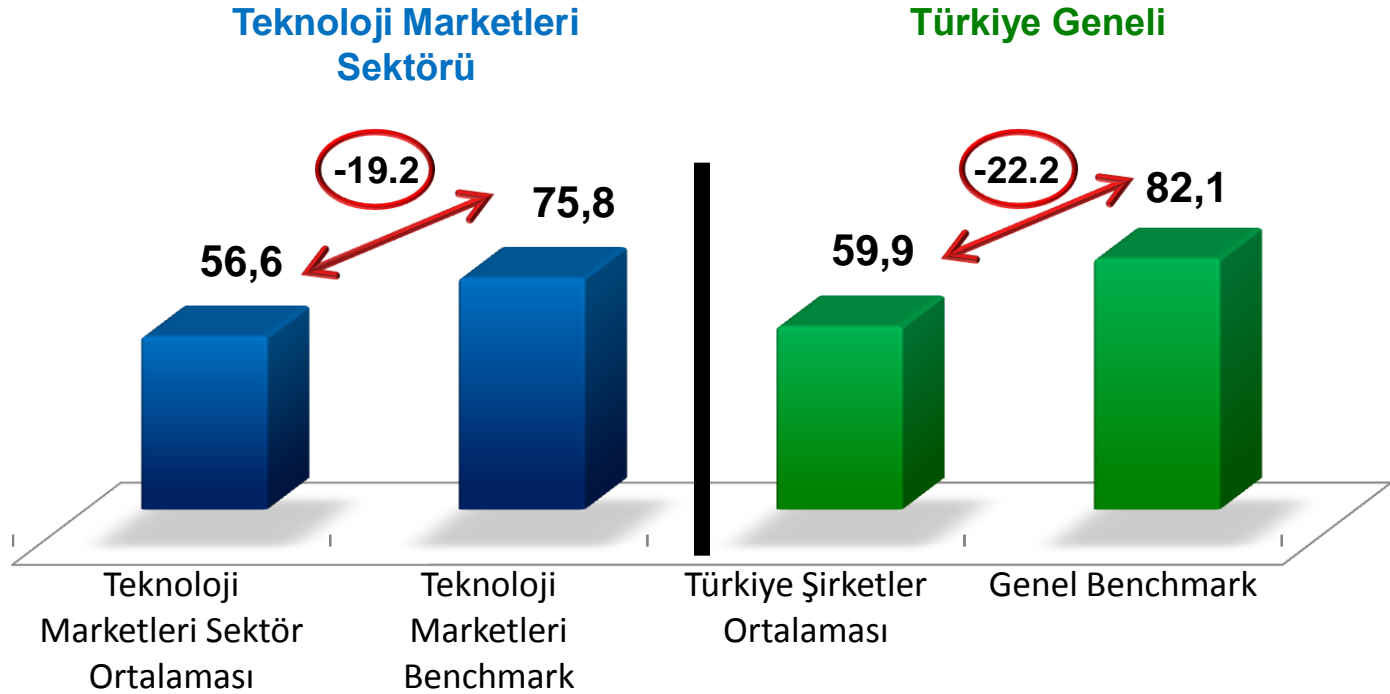
**İtibar**, beğeniden oldukça farklı bir göstergedir. RepMan İtibar Skoru ;

- **Tanınma**
- **Yönetim Kalitesi**
- **Ürün / Hizmet Kalitesi**
- **Çalışan Markası**
- **Finansal Sağlamlık**
- **Kurumsal Sorumluluk**
- **Duygusal Bağlılık**

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.

# “Teknoloji Marketleri Sektörü” itibar değerlendirmesi Türkiye halk geneli nezdinde - 2012 Senesi

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

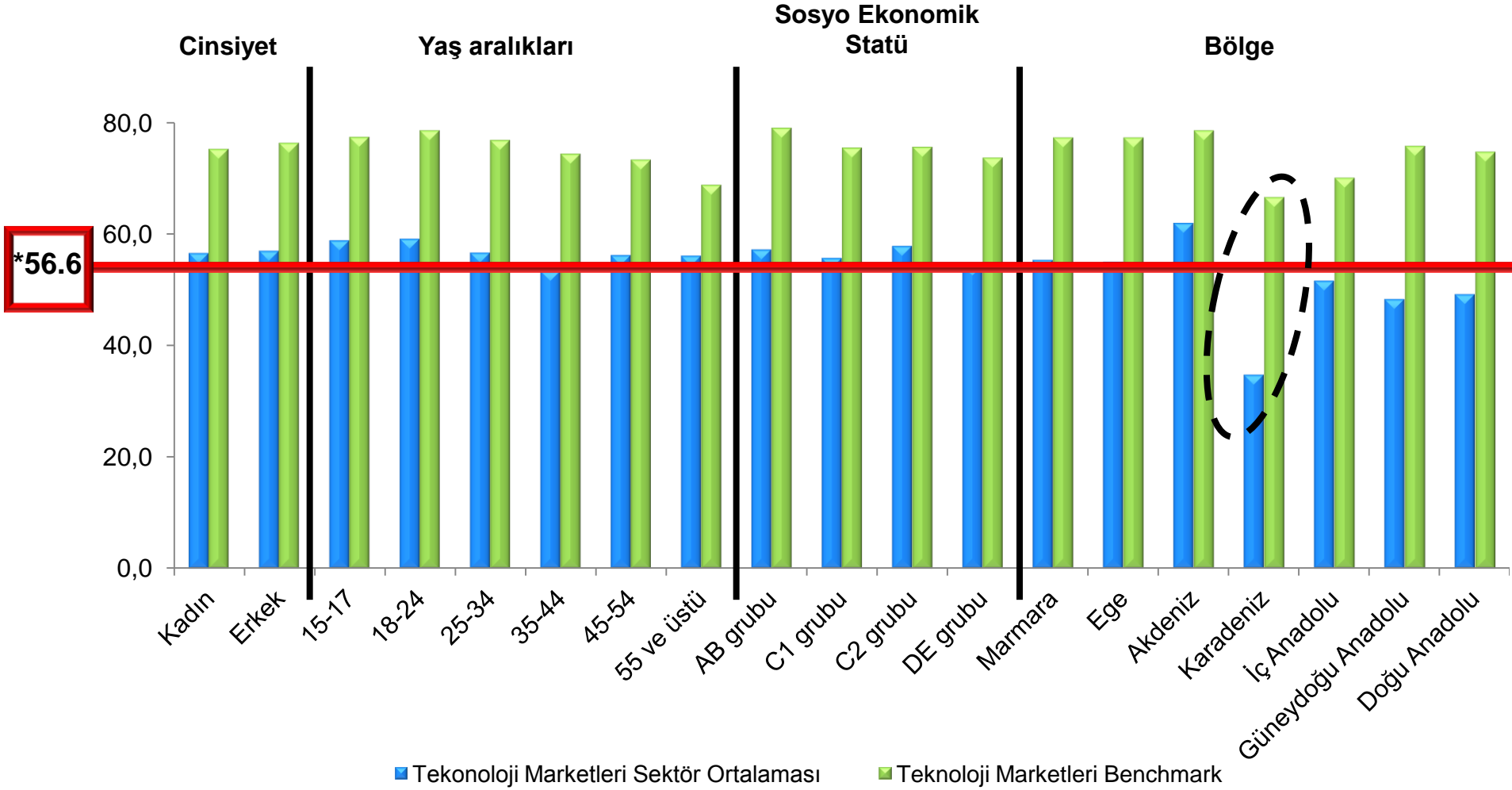


**Teknoloji Marketleri Sektör Ortalaması:** Teknosa, Darty, Electro World, Media Markt, Saturn, Vatan Bilgisayar, Bimeks, Gold'un almış olduğu RepMan İtibar Skorlarının aritmetik ortalamasını ifade etmektedir.

**Türkiye Şirketler Ortalaması:** 2011 senesinde Türkiye halk nezdinde yapılan 13.247 görüşmede sorgulanan 110 şirketin RepMan İtibar Skorlarının ortalamasından elde edilmiştir.

# Demografik Kırılımlarda “Teknoloji Marketleri Sektörü” İtibar Değerlendirmesi

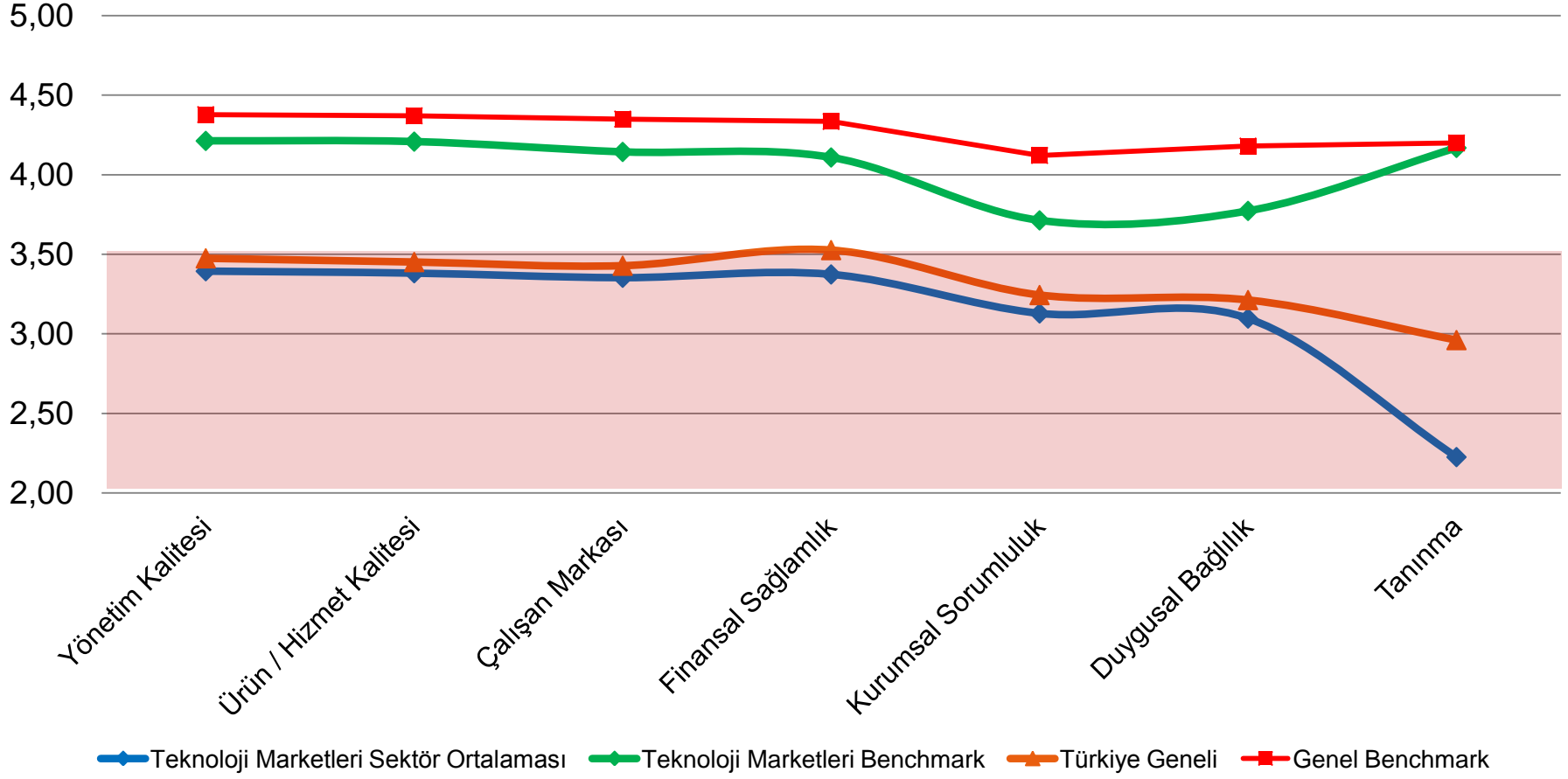
İtibar Skoru	0-49	50-59	60-69	70-79	80-89	90-100
İtibar...	Çok zayıf	Zayıf	Orta	Güçlü	Çok güçlü	Mükemmel



\*Teknoloji Marketleri Sektör Ortalama RepMan İtibar Skorunu ifade etmektedir.

## Türkiye halk geneli nezdinde performans karşılaştırması

	1	2	3	4	5
<b>Başarı Ölçeği</b>	Hiç başarılı değil	Başarılı değil	Biraz başarılı	Başarılı	Çok başarılı

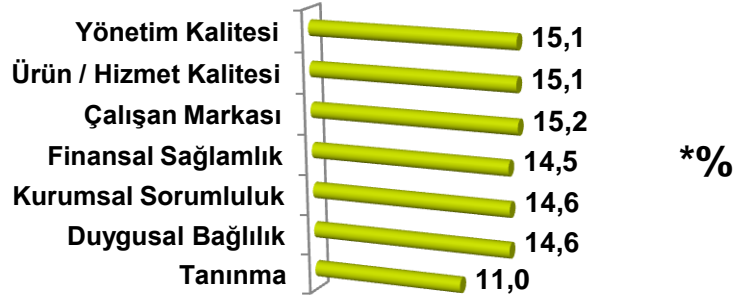


“İtibar” algısını oluşturan performans alanları

## Türkiye Geneli-Teknoloji Marketleri Sektörü Değerlendirmesi

	1	2	3	4	5
Başarı Ölçeği	Hiç başarılı değil	Başarılı değil	Biraz başarılı	Başarılı	Çok başarılı

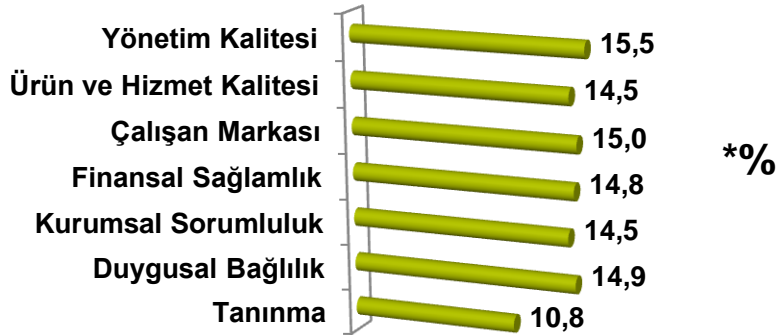
### Türkiye’deki Şirketler hakkında nasıl konuşuluyor?



#### Başarı ortalaması



### Türkiye’deki Şirketler Hakkında Ne, Ne Kadar Yoğun Konuşuluyor?



### Sektör Hakkında Nasıl Konuşuluyor?

#### Başarı ortalaması



### Sektör Hakkında Ne, Ne Kadar Yoğun Konuşuluyor?

\*% : İtibar ile itibar boyutları arasındaki ilişki gücünün yüzdesel gösterimidir.

---

# İyileştirme Alanları

---

# İyileştirme Alanları Analizi

Bu bölümde yer alan skorlar, **ilişki gücü ve performans analizi** ile elde edilmektedir.

**İlişki gücü:** iki değişken arasındaki ilişkinin yönü ve gücünü gösteren değerdir. İlişki gücü ne kadar yüksekse korelasyon değeri de o kadar yüksek olur. Korelasyon değeri (-1) ile (+1) arasında bir değer alır. İlişki gücü yüksek bir alanda eğer performansımız düşükse bu konu negatif algı oluşumuna gidildiğini göstermektedir. Eğer bu konu kurum içi ve dışında yapılan değerlendirmelerde itibar risklerimiz arasında da yer alıyorsa bu durumda öncelikli iyileştirme alanında yer almalıdır.

**Performans:** İtibar ana boyutlarına göre şirketlerin performansları ölçümlenirken aşağıda yer alan 1-5 skalasına göre “1=Hiç katılmıyorum”, “5= Tamamen katılıyorum” ölçeğinde değerlendirme yapılmaktadır.

Buna göre itibar ana boyutlarında bir şirketin/ sektörün almış olduğu performans skoru 3,5'ten yüksekse, söz konusu ana boyut nezdinde bu şirket/ sektör başarılı performans gösterme konumuna geçmeye başlamış olarak değerlendirilebilir.

Ancak yorumlama yapılırken sadece skalada alınan skorla şirketi/ sektörü değerlendirmek yeterli değildir. Rakip şirketlerin/ sektörlerin ve sektör benchmarkının aldığı performans skoru da göz önünde bulundurulmalıdır. Eğer rakiplerin aldığı ortalama skor 4'ün üzerinde ve bizim skorumuz 3,5-4 arasındaysa iyileştirme yapılması gerekmektedir. Yine aynı şekilde eğer benchmark dahil en yüksek skor 5'in altındaysa (örn; 4,3) bu durumda şirket/ sektör performans hedefi verirken skaladaki en yüksek başarıyı ifade eden “5” değil gerçekte alınabilen en yüksek skoru da baz almalıdır.

## 1-5 Skalası Örneği;

Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Biraz Katılıyorum	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1	2	3	4	5



# Türkiye halk geneli nezdinde 2012 senesi “Teknoloji Marketleri Sektörü” iyileştirme alanları

İtibar Skoru*	İlişki Gücü**	Teknoloji Marketleri Sektörü Performans Skoru	Teknoloji Marketleri Benchmark Performans Skoru	Performans Farkı***
<b>56.6</b>				
Tanınma	0.638	2.23	4.17	1.94
Yönetim Kalitesi	0.912	3.39	4.21	0.82
Ürün ve Hizmet Kalitesi	0.853	3.38	4.21	0.83
Çalışan Markası	0.883	3.35	4.14	0.79
Finansal Sağlamlık	0.873	3.37	4.11	0.74
Duygusal Bağlılık	0.880	3.10	3.77	0.68
Kurumsal Sorumluluk	0.851	3.13	3.71	0.58

\*İtibar Skoru, Teknoloji Marketleri Sektöründe yer alan şirketlerin almış olduğu RepMan İtibar Skoru ortalamasını ifade eder.

\*\* İlişki Gücü : İtibar ile itibar ana boyutları arasındaki ilişkinin yönü ve gücünü gösteren (-1) ile (+1) arasında bir korelasyon değeridir.

\*\*\*Performans Farkı = Teknoloji Marketleri Benchmark Performans Skoru - Teknoloji Marketleri Sektörü Performans Skoru

---

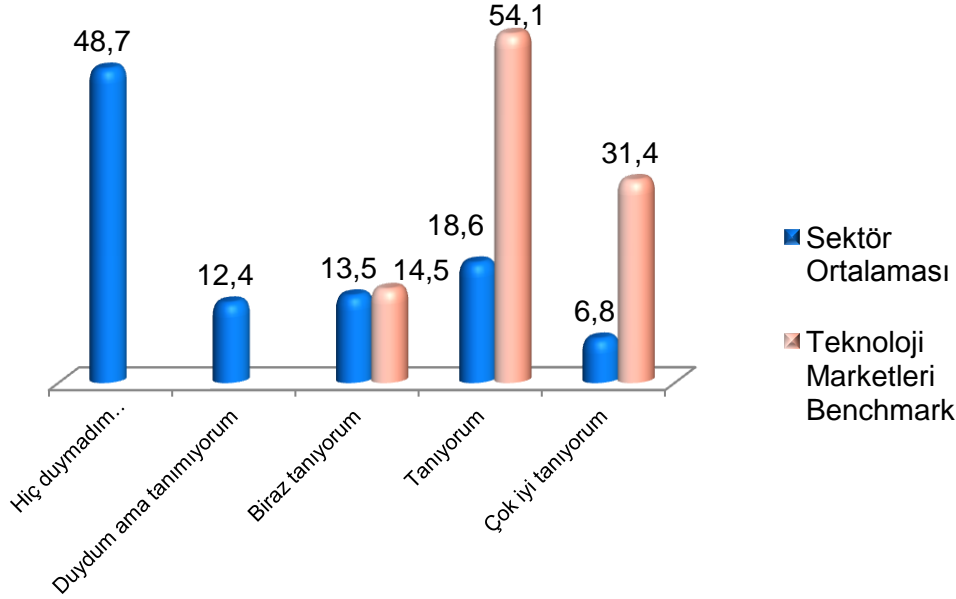
# İletişim Yönetimi Değerlendirme

---

# Teknoloji Marketleri Sektörü İletişim Tablosu

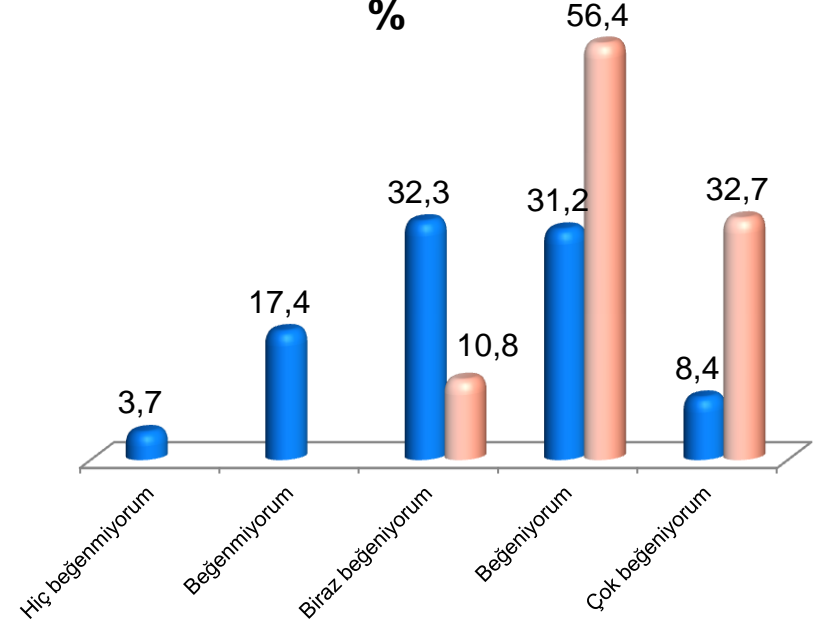
## Tanınma Beğeni Düzeyi

### Tanınma %



Baz:1469

### Beğeni %



Baz: Tanınma sorusuna "1-Hiç duymadım" yanıtı verenler haricinde kalan %51.3'lük kesimin değerlendirmesini ifade etmektedir.

### \*Tanınma Performansı

Sektör Ortalaması: 2.23

Teknoloji Marketleri Benchmark: 4.17

### \*\*Beğeni Performansı

Sektör Ortalaması: 3.24

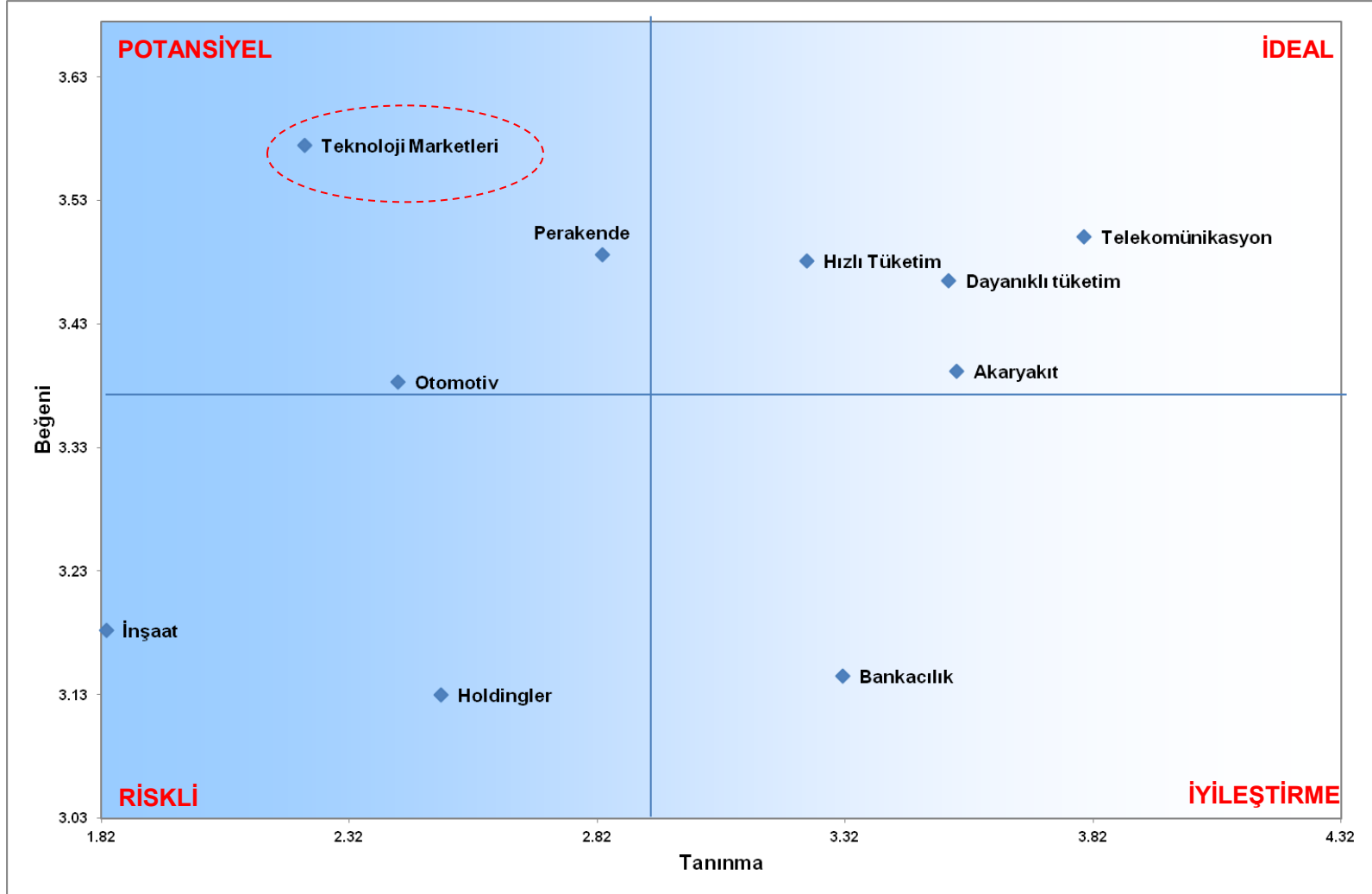
Teknoloji Marketleri Benchmark: 4.22

\*Tanınma Performansı; "1-Hiç duymadım (Tanımıyorum), 5-Çok iyi tanıyorum" 5'li ölçeği üzerinden alınan tanınma ortalamasını ifade etmektedir.

\*\*Beğeni Performansı; "1-Hiç beğenmiyorum, 5-Çok beğeniyorum" 5'li ölçeği üzerinden alınan beğeni ortalamasını ifade etmektedir

# Tüm Sektörler Genel Konumlandırma

## Halk Nezdinde



❖ Haritada yatay eksenle tanınma boyutu, dikey eksenle ise beğeni boyutu yer almaktadır. Tanınma derecesi "1=Hiç duymadım", "5=Çok iyi tanıyorum", beğeni derecesi ise "1=Hiç beğenmiyorum", "5=Çok beğeniyorum" ölçeğinde değerlendirilmiştir. Harita yer alan çizgiler tanınma ve beğeni boyutunda tüm sektörlerin almış olduğu skorların tanınma ve beğeni ortalamasını ifade eder.

---

# Kurum İtibarı-İş Sonuçları İlişkisi

---

# Kurum İtibarı-İş Sonuçları İlişkisi Analizi Açıklama

A

Şirketlerin ilgili kriterler nezdinde "1-Hiç katılmıyorum, 5-Tamamen katılıyorum" 5'li skalasında almış oldukları ortalama performans skorunu ifade eder.

B

İtibar ana boyutları ile iş sonuçları arasındaki ilişki gücünü ifade etmektedir.

C

İtibar ile itibar ana boyutları arasındaki ilişki gücünün yüzdesel gösterimini ifade eder.

## İtibarı etkileyen alanlar

%

Yönetim Kalitesi

%

Ürün / Hizmet Kalitesi

%

Çalışan Markası

%

Finansal Sağlamlık

%

Kurumsal Sorumluluk

%

Duygusal Bağlılık

## İş Sonuçları

Bu firmanın ürün/hizmetlerini kullanırım/ tekrar kullanırım/ tavsiye ederim

En çok çalışılmak istenen kurumlardan biridir

Halka açıksa/ açıldığında hisse senetlerini uzun vadeli satın alırım

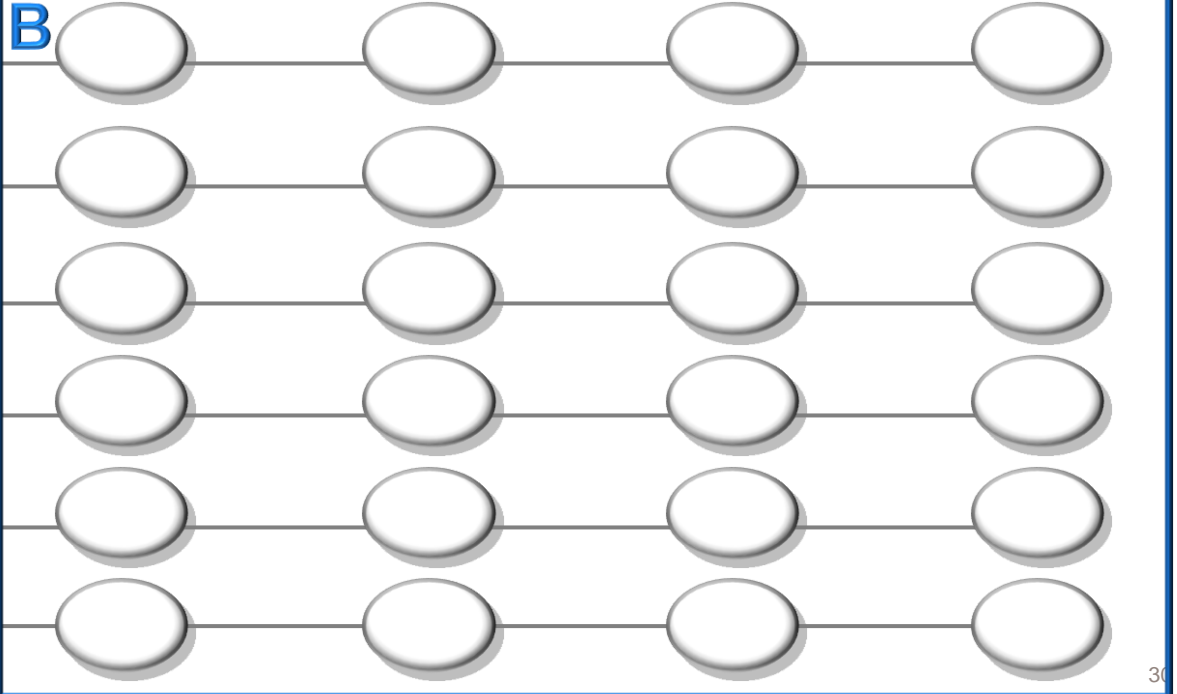
Sosyal sorumluluk projelerini maddi manevi desteklerim

Performans Skoru 1

Performans Skoru 1

Performans Skoru 1

Performans Skoru 1



# Teknoloji Marketleri Sektörü Kurum İtibarı ile İş Sonuçları Arasındaki İlişki

Türkiye Halk Nezdinde 2012 senesi değerlendirmesi

## İş Sonuçları



İtibar ana boyutları ile iş sonuçları arasındaki yüksek ilişki gücünü ifade etmektedir.

Bu firmanın ürün/hizmetlerini kullanırım/ tekrar kullanırım/ tavsiye ederim	En çok çalışılmak istenen kurumlardan biridir	Halka açıksa/ açıldığında hisse senetlerini uzun vadeli satın alırım	Sosyal sorumluluk projelerini maddi manevi desteklerim
3.58	3.45	2.84	3.22

## İtibarı etkileyen alanlar

%17.5	Yönetim Kalitesi	0.582	0.610	0.653	0.553
%16.3	Ürün / Hizmet Kalitesi	0.610	0.617	0.610	0.521
%16.9	Çalışan Markası	0.554	0.608	0.601	0.617
%16.7	Finansal Sağlamlık	0.618	0.586	0.587	0.631
%16.3	Kurumsal Sorumluluk	0.613	0.588	0.510	0.550
%16.3	Duygusal Bağlılık	0.571	0.553	0.608	0.558

# İletişim Bilgilerimiz

**Nuran Aksu**

GfK Türkiye

İtibar Yönetimi Danışmanı

Tel: 212 368 07 00 x 389

nuranaksu@gfk.com

**Sinem Koç**

RepMan İtibar Araştırmaları Merkezi

Koordinatör

sinem.koc@repman.com.tr

**GfK Türkiye**

<http://www.gfk.com/gfkturkiye/>

**RepMan İtibar Araştırmaları Merkezi**

[www.repman.com.tr](http://www.repman.com.tr)