



Dstil Tasarım Superbrands Araştırması 2024-2025 Raporu

Şubat 2025

NIQ



İçerik

Araştırmanın amacı

Araştırma tasarımı

Bulgular

Superbrands

Superbrands logo algısı

Araştırmanın amacı

Araştırmanın amacı Türkiye'nin önde gelen sektör liderlerinin, farklı kategoriler içinde yer alan markaları değerlendirmeleri sonucu kısa listeye girmiş olan 300 marka için tüketici değerlendirmelerini almak ve Türkiye'nin en süper markalarını belirlemektir.

Araştırma kapsamında, 100 üzerinden yapılan değerlendirme sonucunda ortalamanın üzerinde kalan markalar **Superbrands** olarak belirlenmiştir.

Sonraki sayfalarda **NielsenIQ** tarafından yürütülen kantitatif araştırmanın bulguları yer almaktadır.



Araştırma tasarımı



Araştırma metodu

- Görüşmeler **CAPI** (*Bilgisayar destekli yüzyüze görüşme*) metodu ile gerçekleştirilmiştir.
- Ortalama anket süresi **15 dakika** kadardır.



Hedef kitle

- Kadın – Erkek
- 18-55 yaş grubu
- Tüm sosyo-ekonomik statü grupları (ABC1C2DE)



Örneklem

- Toplam **2001** kişiyle görüşülmüştür.
- Araştırma kapsamında her katılımcı tarafından 60'ar marka rotasyonlu olarak 100'lü skalada değerlendirilmiştir.
- Toplamda her bir markanın minimum 400 kişi tarafından değerlendirilmesi sağlanmıştır.
- Cinsiyet, yaş, il ve sosyo-ekonomik statü için kota takip edilmiştir.



Saha tarihleri

30.12.2024 – 31.01.2025

Örneklem dağılımı



Cinsiyet

Kadın	50%
Erkek	50%



İl

İstanbul	57%
Ankara	23%
İzmir	20%



SES

AB	25%
C1	30%
C2	24%
DE	21%



Yaş

18-30 yaş	46%
31-43 yaş	33%
44-55 yaş	21%
Ortalama yaş	33.68

Puanlama sorusu

Soru

Şimdi size sıra ile bazı markalar okuyacağım ve bu markalara puan vermenizi rica edeceğiz. Puanlamayı yaparken kartta gördüğünüz tanımları dikkate almanızı istiyoruz.

Bir Süpermarka, kendi alanında en iyi şöhrete sahip bir markadır. Buna göre, tüketicilerin (bilinçli veya bilinçaltı) arzuladıkları, tanıdıkları ve bir ücret ödeyerek sahip olmak istedikleri duygusal ve/veya fiziksel avantajları rakip markalara göre çok daha yüksek oranda sunabilen markadır.

Bu tanımları dikkate alarak, şimdi size okuyacağım markalara, sizin için Süpermarka olmaya yatkınlığına göre 1 (en düşük) ile 100 (en yüksek) arasında bir puan vermenizi istiyorum. Birden fazla markaya aynı puanı verebilirsiniz.

Yabancı kökenli markalar için, öncelikli olarak her markanın “Türkiye’de” ulaşmış olduğu konumu göz önüne alınız.

Herhangi bir markaya puan verebilecek kadar bilgi sahibi değilseniz, puan vermeyiniz.

Süpermarka denildiğinde ortalama **86.36** puanla ilk sıraya yerleşen marka **Google** olmuştur.

85.88 puanla **Mercedes Benz** ve 82.52 puanla **Volkswagen** Google'ı en yakından takip eden markalardır.

Araştırma sonucuna göre ortalama puan **67.79**'dur.

"Superbrands" listesinde **159** marka ortalamanın üzerinde puan almıştır.



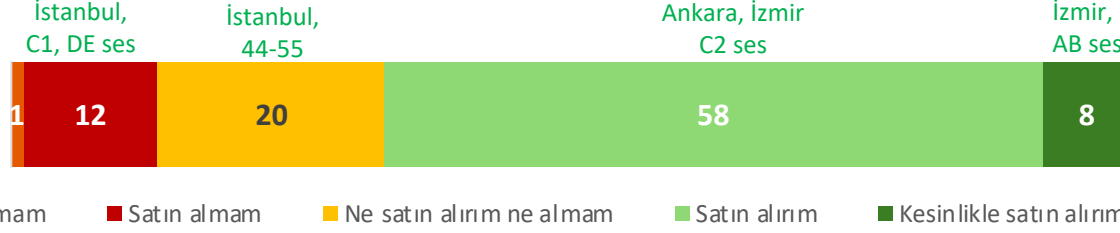
Superbrands logo algısı



Superbrands logo etkisi



Satın alma eğilimi



T2B

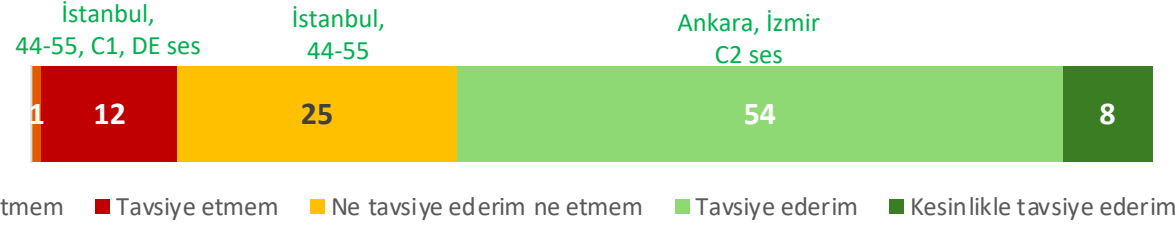
Ortalama

Ankara, İzmir, AB, C2 ses

66

3.59

Tavsiye etme eğilimi



Ankara, İzmir, C2 ses

62

3.55

Superbrands logolu ürün gördüğüm zaman ürüne/servise güvenirim

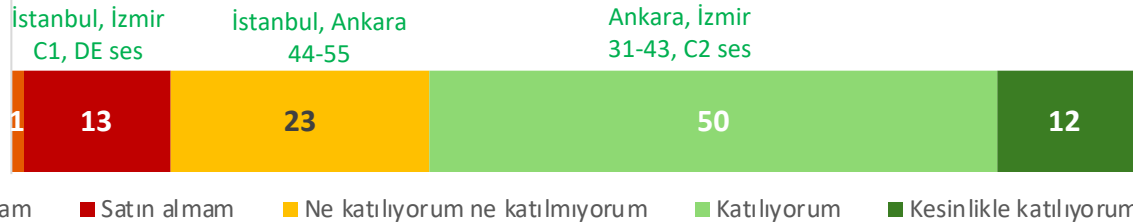


Ankara, İzmir, AB, C2 ses

61

3.52

Superbrands logolu ürünü/servisi denemeye meyilli olurum



Ankara, İzmir, AB, C2 ses

62

3.58

ANKETÖR: LOGOYU VE SKALAYI GÖSTERİN. SKALAYI OKUYUN (5'li skala)

Q13. Superbrands logolu ürünleri satın alma davranışınızı ekrandaki ifadelerden hangisi en iyi açıklar?

Q14. Superbrands logolu ürünleri başkalarına tavsiye etme durumunuzu ekrandaki ifadelerden hangisi en iyi açıklar?

Q15. Ekrandaki ifadelere ne derece katılıp katılmadığınızı öğrenebilir miyiz? I. Superbrands logolu ürün gördüğüm zaman ürüne/servise güvenirim. II. Superbrands logolu ürünü/servisi denemeye meyilli olurum