

ADINTERACTIVE EN İNTERAKTİF TÜRK'Ü BELİRLEDİ!

adinteractive, 600 bini aşkın katılımcının bilgilerini analiz ederek en interaktif Türk'ün profilini çıkarttı. Türkiye'nin en geniş katılımcılı online araştırması olma özelliğini taşıyan rapor Türk internet kullanıcıları hakkında çarpıcı veriler ortaya koyuyor.

2 Haziran 2009, İstanbul

Türkiye'nin en büyük dijital pazarlama ajansı **adinteractive**, interaktif pazarlama kampanyalarına katılan kişilerin davranış alışkanlıklarına ışık tutan araştırması İnteraktif Türkler'in detaylı sonuçlarını açıkladı. Türkiye'nin en kapsamlı online araştırması İnteraktif Türkler, interaktif pazarlama kampanyalarında aktif katılımcı rolü oynayan kesimi araştırmak ve sektöre ışık tutmak amacıyla ortaya çıkmış herhangi bir kâr amacı gütmeyen gerçekleştirilen bağımsız bir çalışmadır.

2008'den bu yana 637 bin 236 kişiden oluşan dev bir veri havuzuyla gerçekleştirilen araştırma Türkiye'deki internet kullanım alışkanlıkları hakkında ipuçları veriyor. Türk internet kullanıcıları hangi sitelere giriyor, ilgilerini ne çekiyor, kaç yaşındalar, meslek ve eğitim durumları nelerdir? **adinteractive**'in gerçekleştirdiği araştırma bu ve benzer sorulara çarpıcı cevaplar veriyor.



Araştırmanın sonuçlarına göre “En İnteraktif Türk”;

- Kadın
- 26 yaşında
- Üst-orta gelir düzeyinde
- Üniversite mezunu
- İstanbullu

olarak belirmektedir.

%52'lik bir payla interaktif pazarlama kampanyalarına en yüksek katılımı gösteren kadınların genel ilgi alanları ise;

- Seyahat
- Kültür-sanat
- Sağlık
- Güzellik ve kişisel bakım
- Kişisel gelişim
- Yeme-içme
- Astroloji

şeklinde sıralanmaktadır. Araştırmaya göre erkeklerin ilgi alanları;

- Haber
- Spor
- Arkadaşlık
- Oyun

şeklinde sıralanıyor.

Öte yandan araştırma büyük şehirler dışında kalan illerin internet kullanım alışkanlıklarına da ışık tutuyor. Bu şehirlerde kadınlar %58 katılımı Türkiye ortalamasının da üzerinde bir oranla erkeklerden daha aktif olarak görünmektedir. Küçük şehirlerdeki kadın internet kullanıcıları;

- Ortalama 30 yaşında
- Sitelerde kalış süreleri Türkiye ortalamasının üzerinde
- Ev hanımı
- Haftada 36 saat online

olarak görünmektedir.

Türk internet kullanıcıları hakkında derinlemesine bilgiler veren araştırma en interaktif şehirleri de gözler önüne seriyor. Buna göre Türkiye'nin en interaktif şehirleri;

- İstanbul
- Ankara
- İzmir
- Eskişehir
- Bursa

olarak sıralanırken, Eskişehir nüfusuna oranla en yüksek katılımı gösteren şehir olarak beliriyor. Büyük şehirler dışında en interaktif iller ise;

- Isparta
- Tekirdağ
- Çanakkale
- Hatay
- Iğdır

olarak belirlemektedir. Türkiye'nin interaktif kampanyalara en düşük katılım gösteren şehirleri ise;

- Muş
- Tunceli
- Gümüşhane
- Bayburt
- Hakkari

şeklinde sıralanmaktadır. Ayrıca küçük şehirlerde kullanıcıların eğitim durumları yüzde %41 oranında lisans iken %35 oranında da lise olarak görünüyor. Küçük şehirlerde ziyaret saatleri büyük şehirlere oranla daha homojen bir dağılım gösteriyor. Büyük şehirlerdeki mesai saatlerine bağlı gözlemlenen; sabah 09:00, öğleden sonra 14:00 ve akşam 22:00 dağılımı küçük şehirlerde gözlemlenmiyor. Öte yandan küçük şehirlerde hem sitelerde kalış süreleri hem de banner tıklama oranları Türkiye ortalamasının gözle görülür şekilde üstünde görünmektedir.

Coğrafi bölgeler bazında da önemli bilgiler sunan araştırmaya göre en yüksek katılım Marmara Bölgesi'nde gözlemleniyor. En düşük katılımı Doğu Anadolu Bölgesi gösterirken Ege, Akdeniz ve İç Anadolu bölgeleri Türkiye ortalamasına yakın rakamlar veriyor. Karadeniz Bölgesi ise doğuya gidildikçe yükselen bir profil çiziyor.

Araştırmanın ışık tuttuğu bir başka konu ise kullanıcıların yaş dağılımı ve bunun internet kullanımına yaptığı etki olarak göze çarpmaktadır. İnteraktif Türkler araştırmasına göre tüketimin en yoğun olduğu 18-35 yaş aralığındaki kullanıcılar %78'lik bir katılımı ile en interaktif yaş grubunu oluşturmaktadır. 50 yaş üstü kullanıcılar ise yoğunlukla Ege ve Marmara bölgesinde görülürken, doğuda bu oran oldukça düşüyor. En az 50 yaş üstü katılım ise;

- Ardahan
- Gümüşhane
- Hakkari
- Bayburt
- Muş

şehirlerinde görülüyor. Ayrıca 50 yaş üstü kullanıcıların ilgi alanları;

- Sağlık
- Haber
- SGK
- Seyahat

olarak sıralanırken, bu kullanıcılar içerik ve bilgi alabilecekleri adresleri daha yoğun bir şekilde ziyaret ediyorlar.

İnteraktif kampanyaların trafik kaynakları hakkında da önemli bilgiler veren araştırmaya göre Google yönlendirmede en önemli rolü oynarken, banner'lar da önemli trafik kaynakları arasında görünüyor. Araştırmaya göre banner tıklanma oranları;

- Haber sitelerinde
Ana sayfada: % 0.10
Alt sayfalarda: % 0.60
- Sosyal Ağlarda
% 0.45
- MSN Messenger
% 0.65
- Portallar
% 0.40 -% 1.5
- Life Style
% 0.50
- Paylaşım Siteleri
% 0.10 -% 0.40
- Kadın Siteleri
% 1.10

şeklinde belirirken, kadınlara yönelik içeriklere sahip banner'larda tıklanma oranları %5'e kadar çıkabilmektedir.

İnteraktif Türkler araştırmasının gerçekleştiren **adinteractive**, geleneksel pazarlama pastasının dramatik oranda küçüldüğü 2009'un birinci çeyreğinde yüzde 85 gibi rekor bir oranda büyüme gösterdi. Uzun süredir global pazardaki uluslararası firmaların da dikkatini çeken **adinteractive**, global ajanslardan gelen ortaklık tekliflerini değerlendiriyor. **adinteractive** hakkında www.adinteractive.com.tr adresinden bilgi alınabiliyor.

adinteractive Hakkında:

adinteractive 1996 yılında kurulan Türkiye'nin ilk interaktif ajansıdır. Dijital dünyadaki 13 yılı aşkın deneyimini sektörde standartları belirleyen interaktif pazarlama çözümlerine dönüştüren **adinteractive** aynı zamanda Türkiye'nin ilk "yeni nesil" reklam ajansıdır. **adinteracitve** kendi bünyesinde bulundurduğu "akıllı" online medya planlama birimi **adsmart**, marka odaklı özgün içerik yaratım birimi **addplus** ve basılı mecralara yönelik tasarım birimi **adworks** ile müşterilerine başta WEB olmak üzere birçok mecrayı kapsayan 360° hizmet ve çözümler üretmektedir. **adinteractive** sektördeki eşsiz deneyimiyle müşterilerine özel online pazarlama ve stratejik danışmanlık hizmetleri de sunmaktadır. Bunun yanısıra dünya standartlarında web siteleri ve e-ticaret çözümleri, interaktif video ve 3D dijital prodüksiyon, mobil pazarlama çözümleri, interaktif TV ve dijital outdoor platformlarına yönelik prodüksiyonlar **adinetractive**'in yetenekleri arasında yer almaktadır. Türkiye'nin ilk ve öncü interaktif ajansı olma özelliğine sahip olan **adinteractive**, teknik kadrosu, birikimi ve know-how'ının doğal bir sonucu olarak müşteri memnuniyeti, hizmet kalitesi ve 50'yi aşkın yerel ve uluslararası ödülle birlikte sektörün lider kuruluşu konumundadır. **adinteractive** hizmetlerinden yararlanabilmek ve daha fazla bilgiye sahip olmak için www.adinteractive.com.tr adresini ziyaret edebilirsiniz.