

Z kuşağının gözdesi samimi markalar

Beykoz Üniversitesi ve Türkiye İtibar Akademisi (TİA) tarafından bu yıl ikincisi gerçekleştirilen Gençlik Endeksi G-250 sonuçları açıklandı. Genç nüfusun zihninde ve gönlünde en çok yer edinen markaların belirlendiği araştırma Türkiye’de yaşayan 18-24 yaş arası Z kuşağının marka tercihlerini ortaya koyuyor.

Türkiye İstatistik Kurumu’nun (TÜİK) verilerine göre Türkiye’nin yüzde 15’inden fazlasını oluşturan genç nüfusun zihninde ve gönlünde en çok yer edinen markalar Beykoz Üniversitesi ve İtibar Akademisi iş birliği ile gerçekleştirilen Gençlik Endeksi G-250 ile belirlendi. 18 Nisan – 13 Mayıs tarihleri arasında yapılan araştırma Türkiye’de 18-24 yaş arası gençlerin marka tercihlerini ortaya koyuyor. Bilgisayar destekli telefonla arama ile CATİ yöntemi kullanılarak yapılan araştırmada 4 bin 800 üzerinde genç ile görüşüldü. Bu yıl ikinci kez gerçekleştirilen G-250 Endeksi’nde gençlerin en çok itibar ettiği, güvendiği ve tercih ettiği 250 marka sıralandı. Endekste, 50’ye yakın farklı sektörde faaliyet gösteren şirket ve kurumların gençlerin gönlündeki değerleri ölçümlendi. G-250 araştırması dijitalleşmeye önem veren, daha çok kurumsal sosyal sorumluluk sergileyen, sosyal medya mecraları başta olmak üzere pek çok iletişim kanalından gençlere daha çok dokunan markaların 18 – 24 yaş arası genç kuşakta daha çok güven algısı oluşturduğunu gösterdi. Araştırmanın sonucuna göre, ilk 10’da yer alan markaların sektör dağılımına bakıldığında ise pizza sektörü, e-ticaret, spor ayakkabı, tekstil, gazlı içecek, bankacılık, fast food ve bebek bakım ürünlerinin yer aldığı görüldü.

“Gençler; dinamik, yenilikçi, teknolojiye yatırım yapan markalara güveniyor”

TÜİK’in “Türkiye örnekleme” kabul ettiği 26 bölge ve 72 ilde geçtiğimiz aylarda 18 – 24 yaş arası 4 bin 800 kişinin üzerinde genç ile görüşülen araştırma hakkında konuşan TİA Başkan Yardımcısı Özüm Dilek Acar, “Araştırmada gördük ki; gençler, samimi, kendilerine fayda sağlayan ve yenilikçi buldukları, dijital alana yatırım yapmış markalara daha çok güveniyor ve tercih ediyorlar. G-250 Araştırması’nda örneklem tamamen genç kuşak olduğundan sonuçlarda kamuoyunun gündeminde daha çok yer bulan ve sosyal medyada başarılı, daha çok kurumsal sosyal sorumluluk sergileyen, iletişim kanallarından gençlere daha çok dokunan markaların 18 – 24 yaş arası genç kuşakta daha çok telaffuz edildiğini görüyoruz. Gençler vaatlere değil markanın samimiyetine ve teknolojiye ne kadar yatırım yapıp yapmadığına bakıyor. Özetle; gençler, dinamik ve yenilikçi buldukları, teknolojiye yatırım yapmış markalara daha çok güveniyor ve onlardan alışverişe daha sıcak bakıyor. Gençlerin internet kullanım oranlarının yüzde 97’ye ulaştığı günümüzde en çok tercih edilen markalarda da başarılı sosyal medya faaliyetlerinin etkili olduğu görülüyor. Bu çerçevede gelecekte varlığını sürdürmeye

devam edecek markaların dijital yatırımlara önem vermesi gerektiği sonucu ortaya konuyor” diye konuştu.

“Gençlerin tercih nedenlerini önemsiyoruz”

G-250 Araştırması’na ilişkin görüşlerini aktaran Beykoz Üniversitesi İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi Dekan Vekili Prof. Dr. Sinan Alçın şunları söyledi:

“Aslında Z kuşağının tercihlerine odaklanan bu çalışma gösteriyor ki; gençler sosyal medyayı aktif kullanan, yenilikçi ve inovatif çözümler üreten, dijitalleşmeye önem veren, sosyal sorumluluk bilincine sahip ve kendilerini önemseyen markalara sempati duyuyor ve bu markaları tercih ediyor. Üniversitede gençlerle bir arada olduğumuz için elbette onların tercih nedenlerini önemsiyoruz. İtibar Akademisi ile iş birliğimizi gençlerimize temas etmesinden dolayı da oldukça değerli buluyoruz.”

Sektör bazında ilk üç sıraya giren markalar

G-250 araştırması sonuçlarına göre sektör bazında ilk üç sıraya giren markalar ise aşağıdaki şekilde açıklandı:

- Akaryakıt:** Opet, Petrol Ofisi, Shell
- Aksesuar:** Casio, So Chic, Pandora
- Atıştırmalık:** Doritos, Lay’s, Pringles
- Ayakkabı:** Adidas, Flo, Nike
- Bankacılık:** Garanti Bankası, İş Bankası, Ziraat Bankası
- Beyaz Eşya:** Arçelik, Beko, Bosch
- Beyaz Et:** Banvit, Beypiliç, Şenpiliç
- Elektrikli Ev Aletleri:** Arçelik, Beko, Bosch
- Elektronik Perakende:** Media Markt, Samsung, Teknosa
- Enerji:** Enerjisa, Limak, Sepaş
- E Ticaret:** Hepsiburada, Trendyol, Yemeksepeti
- Fast Food:** Burger King, MC Donald’s, Popeyes
- Hazır Giyim:** Defacto, Mavi, LC Waikiki
- Holdingle:** KoçHoldingle, Sabancı Holding, Zorlu Holding
- Gazlı İçecek:** Coca Cola, Pepsi, Sprite
- İnşaat:** Ağaoğlu, Rönesans, Sur Yapı
- İnşaat Malzemeleri-Boya:** DYO, Filli Boya, Marshall
- İnşaat Sektörü Perakende:** DK Yapı, Koçtaş, Praktiker
- İnşaat Sektörü Seramik:** Ege Seramik, Kale Seramik, Kütahya Seramik
- İşlenmiş Gıda:** Eti, Torku, Ülker
- Kahve:** Gloria Jeans, Kahve Dünyası, Starbucks
- Kargo ve Lojistik:** Aras Kargo, PTT Kargo, Yurtiçi Kargo
- Kozmetik:** Avon, Gratis, Watsons
- Kripto Para Borsası:** Binance, BTC Türk, Paribu

Mobilya: Bellona, Çilek Mobilya, İstikbal
Otomobil: BMW, Mercedes, Volkswagen
Otomobil Lastiği: Lassa, Michelin, Petlas
Pizza: Dominos, Pasaport Pizza, Pizza Bulls
Poselen Züccaciye: Karaca, Kütahya Porselen, Paşabahçe
Sigorta: Anadolu Sigorta, Axa Sigorta, HDİ Sigorta
Süpermarket: Bim, Migros, Şok
Süt Ürünleri: Dost, Pınar, Sütaş
Tekstil: Defacto, Mavi, LC Waikiki
Ticari Araç: Fiat, Ford, Renault
Turizm Operatörü: Etstur, Jolly, Trivago
Ulaşım: Kamil Koç, Pegasus, Türk Hava Yolları