

Mart 2015

**Bugün kadın ve erkeğin daha eşit
olacağı bir toplumda yaşamak için sen
ne yapacaksın?**

Çözüm Analizi

Araştırma Hakkında

Kadın ve Erkeğin Eşit Olduğu Bir Toplum

Dünyada ve ülkemizde hemen hemen tüm kurumsal yapılar, anlamlı ve özel günleri kutlar ve bunları farklı paydaşlarına ulaştırmak, duruşlarını sergilemek, konumlandırmalarını güçlendirmek için kullanırlar. İçinde bulunduğumuz iletişim çağında bu çok ama çok sıradan bir uygulama... İletişim 101. Xsights olarak, bizler de birçok gün, dini, milli bayramı kutluyor, mevcut ya da potansiyel müşterilerimize özlü sözler gönderiyor, iyi dileklerimizi paylaşıyor, çalışanlarımıza hediyeler veriyoruz. Bunu da severek, özenerek, tüm işlerimizdeki gibi yüksek kalite ve yaratıcı bir enerji ile taçlandırıyoruz. – 8 Mart Dünya Emekçi Kadınlar günü HARIÇ ...

Özgecan vakası, ülkemizde artan kadına şiddet, namus cinayetleri, çocuk gelinler, kadın istihdamı oranlarına baktıktan sonra, 8 Mart' ta kadın olmayı kutlayan bir mesaj yazmak, ne bir araştırmacı olarak, ne de çoğunluğun kadın olduğu bir şirket olarak içimizden hiç gelmedi doğrusu.. Diğer tüm mesajlarınızı okuduk, paylaştık beğendik ama biz farklı bir şey yapalım istedik; 9 Mart ' ta yani tüm özlü sözlerin yarıştığı, retoriklerin ortalara saçıldığı, yaşların döküldüğü günden tam bir gün sonra veri tabanımızdaki profesyonellere sorduk; **Bugün kadın ve erkeğin daha eşit olduğu bir toplumda yaşamak için ne yapacaksın ?** Basit, açık uçlu, sade bir soru ...Soruları cevaplayanlara da sonuçları özetleyen bu raporu söz verdik.

İşte sonuçlar...



XSIGHTS
RESEARCH AND CONSULTANCY

9 MART 2015

Bugün kadın ve erkeğin daha eşit olduğu
bir toplumu yaratmak için ne yapacaksınız?
AÇIK UÇLU.

31 Mart 2015 tarihine kadar,
daha eşit bir toplum için neler yapabilirsiniz,
cevaplarınızı linke tıklayarak yazın,
tüm cevaplardan derlediğimiz raporu size iletelim.

**Zor sorular;
gerçek cevaplar.**

XSIGHTS
RESEARCH AND CONSULTANCY
www.xsights.co.uk

Öğrenilmiş Çaresizlik

Öncelikle sorduğumuz soruya geri dönüş oranına bakalım istiyorum. Bizim veri tabanımızda yaklaşık 9,000 tane profesyonel var, bunlar her zaman güncel olarak tutuluyorlar; yani geçersiz ya da eski tek bir e-posta adresi , iletişim bilgisi yok.. Bu 9,000 kişinin yarısı yabancı / uluslararası kontaklarımız diğer yarısı ise Türkiye' den. Bu soruyu sadece Türkiye' deki kontaklarımıza yani toplamda 4,500 kadar profesyonele sorunun cevaplarını girebilecekleri bir link ile yönlendirdik.. Euromessage' ın gönderdiği istatistiklere göre mesajımızı alıcıların % 20' si okumuş yani tam 900 kişiye sorduğumuz basit bir soru ile dokunmuşuz...

Bir gün öncesinde Kadın Haklarını gönüllerinin en derin köşesinde hissetmiş, sayısız mesaja boğulmuş, toplumsal duyarlılığın yüksek olduğu bir dönemden geçerken, soruya cevap verenlerin sayısı 18; minicik % 2' lik bir dönüş... Evet bir kısmınız çok meşgul, bir kısmımız anketlerden pek hoşlanmıyor, bir kısım ise kendini yazılı ifade etmek istemiyor...Acaba bir kısım ne yapacağını bilmiyor ya da kendi aksiyonlarının toplumsal bir faydaya dönüşeceğine ya da toplum nezdinde bir fark yaratabileceğine inanamıyor mu acaba diye şüphelendik... Sonra bize cevap vermeyenleri aradık, aldığımız cevaplar şüphelerimizi teyit etti. ' Biz ne yapabiliriz ki ! ' en sık aldığımız geri bildirim idi... Biz buna öğrenilmiş çaresizlik diyoruz, Psikoloji 101...

Ama şimdi dilerseniz bize cevap verenlere bakalım ne demişler?

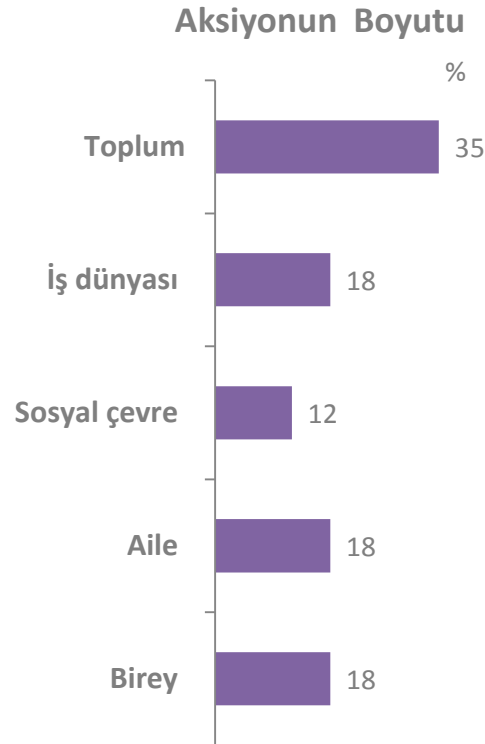
Eğitim, eğitim, eğitim

Katılımcıların almak istedikleri aksiyon noktalarını kodladığımızda en sıklıkla karşılaştığımız cevabın kadınların eğitimlerine destek olduğunu, bunu çocukluk yaşlarından başlayan kadın-erkek eşitliği kültürünün desteklenmesinin takip ettiğini gözlemliyoruz. Katılımcıların bundan başka fırsat eşitliği için çalışmak, şiddet karşıtı tavır sergilemek ve semantik farkındalık kazanmaya hazır olduklarını gözlemliyoruz.



Bireyden Topluma

Kadın ve erkeğin daha eşit olduğu bir toplum için katılımcıların almayı düşündükleri aksiyonları farklı boyutlara bölmek mümkün, bireyselden toplumsala uzayan bu spektruma baktığımızda en çok alınacak aksiyonun toplumsal boyutta olduğunu görüyoruz. Kadın erkek eşitliği konusunda ki sosyal girişimler, bu alanda çalışan STK'lar ve kurumlarımızı, KSS projelerini bu potansiyeli ortaya çıkarmaya davet ediyoruz.



Daha eşit bir toplum için...

"Bu erkek isi, boş ver, sen bunlara o güzel kafanı yorma," gibi teoride "centilmenlik" yapılan ama aslında karşındakini "o kadın o bu işlerden anlamaz" kalıbına sokan cümlelerden vazgeçtim...'

' Kadın çalışma şartlarının iyileştirilmesi, erkekler için tasarlanmış çalışma hayatına kadın gerçeklerinin - çocuk sahibi olma, emzirme, regl dönemleri, fiziksel kondisyonlara dayanıklılık gibi - entegre edilmesi için çalışan kadın hakları savunucusu olacağım.. '

' Ailemdeki kadınlardan başlayarak, özellikle çocuklardan, onlara değer vererek kendi ayakları üzerinde durmalarına ve eğitim seviyelerini yükseltmelerine destek vereceğim.'

'Sadece bugün değil her gün, 2 oğlumu kadının 2. sınıf olmadığı bilinciyle yetiştiriyorum.'

Xsights Hakkında

Kurumsal Değerlerimiz





Vizyonumuz

Vizyonumuz bulunduğumuz coğrafi bölgede ve Türkiye’de araştırma sektörünün en güvenilir şirketi olmaktır.



Misyonumuz

Misyonumuz müşterilerimizin doğru kararlar almalarını ve yüksek ticari sonuçlara ulaşmalarını sağlamaktır.

**Güvenilir
Araştırma
Yüksek
Performans**

Xsights'ın Kurucusu



Çiğdem Penn
Genel Müdür

Boğaziçi Üniversitesi'nden mezun olduktan sonra, eğitimine **London School of Economics'** de Sosyal Psikoloji eğitimiyle devam etmiştir. Değişim Yönetimi üzerine Master tezi yayınlanmıştır. Londra'da uluslararası araştırma şirketlerinde yöneticilik deneyimi kazanmıştır. Çiğdem Penn pazarlama, satış, iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk ve insan

kaynakları konularında birçok proje yönetmiş ve bu konularda çeşitli kurum ve kuruluşlara **araştırma sonuçlarına dayanan, stratejik, sonuç odaklı danışmanlık** vermiştir. Bugüne kadar birçok sektörden hem ulusal hem de uluslararası firmalar için araştırma projeleri yapmış, toplanan verilerin ticari sonuçlara dönüştürülmesinde rol

almıştır. Çiğdem Penn, DEİK İş Konseyi Başkanı, TÜGİAD, ESOMAR, TÜAD, TurkishWIN ve BÜMED üyesidir. Xsights'ın saha, proje yönetimi, analiz ve idari departmanları tüm projeleri destekler.

Uluslararası Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri



Xsights ESOMAR, MRS ve TÜAD üyesidir.

Xsights 2004 yılında Londra' da kuruldu. Xsights adındaki 'X' matematik formüllerindeki bilinmeyi, 'sights' da öngörüü temsil eder. Xsights bir çok sektörde çeşitli araştırmalar yapmış, yürüttüğü araştırmaların başından sonuna kadar, müşterilerine kaliteli hizmet vermeyi görev edinmiş bir şirkettir.

Bu güne kadar şirket bünyesinde beş farklı kıtada seksenin üzerinde ülkede araştırma ve danışmanlık projeleri yürütmüştür.

Xsights Türkiye Araştırmacılar Derneği, ESOMAR ve Market Research Society üyesidir. Araştırmadaki tüm süreçler bu kurum ve kuruluşların standartları doğrultusunda gerçekleştirilir.

Xsights hakkında daha fazla bilgi için www.xsights.co.uk 'yi ziyaret ediniz.

Uluslararası Kalite Standartları



Xsights, ISO 20252 ve GAB kalite belgelerine sahiptir.

Xsights Araştırma ve Danışmanlık yürüttüğü süreçleri ISO 20252 Pazar, Kamuoyu ve Sosyal Araştırma Yönetim Sistemi çerçevesinde yönetir. Xsights, buna ek olarak Türkiye Araştırmacılar Derneği tarafından

belirlenen standartlara uyan ve Bureau Veritas tarafından denetlenen “Güvenilir Araştırma Standartları” belgesini almaya hak kazanmıştır.

Öncü Araştırma Şirketi

Xsights' ın 2010 yılından bu yana devam ettirdiği Türkiye' nin Sesi Paneli adında bir online paneli bulunmaktadır. Mevcut 68,000 ' in üzerinde üyesi olan bu panel sadece araştırma amaçlı kullanılmaktadır.



+68.000 *online üye*

Türkiye' nin Sesi Paneli ESOMAR tarafından online araştırma alanında belirlenmiş tüm 28 kurala uygun bir şekilde kurulmuş ve yönetilmekte olan bir araştırma platformudur. Üyeleri bağımsız olarak kazanılmıştır ve başka herhangi bir veri tabanına ait değildir. Bu nedenle içinde herhangi bir sapma / bias barındırmamaktadır. Türkiye' nin Sesi Paneli üyeleri düzenli olarak aranmakta, demografik bilgileri kontrol edilmektedir. Bundan başka, farklı araştırmalarda verdikleri cevaplar

karşılaştırılmakta, veri kalitesi en yüksek seviyede tutulmaktadır. **Türkiye' nin Sesi Panel üyeleri cevapladıkları anket karşılığında puan kazanırlar, bu puanlarla ister telekom hediyesi (ücretsiz konuşma/SMS/data) ister elektrik ve elektronik aletler alabilirler.** Panel yönetimi hem panel platformu hem de sosyal mecralar üzerinden yapılmakta, panelistler arasında yarışmalar düzenlenmekte ve bazında çıkan araştırma sonuçları onlarla da paylaşılmaktadır.



Bilimsel Yaklaşım: Endeks Çalışması

Xsights Araştırma ve Danışmanlık şirketlerin kurumsal itibarını ölçümlemeye yönelik Türkiye İtibar Endeksi'ni başlatmış, 2011-2014 yılları arasında başarıyla yönetmiştir.

Üst Yönetim Katılımı



Xsights'in gerçekleştirdiği tüm projeler üst yönetimin denetiminden geçerek, öneri ve tavsiyeleri ile zenginleştirilmektedir. Projelerin tüm anahtar aşamalarında, kontrollerde, workshoplarda ve sunumlarda üst yönetim yer alarak, projeye birinci derecede katkıda bulunmaktadır.

Xsights yürüttüğü tüm araştırma ve danışmanlık projelerinde

1 Gerçekçi

2 Uygulanabilir

3 Geri dönüşü hızlı ve yüksek

öneriler sunar; araştırma verileri ile sektör gerçeklerini birleştirerek araştırmaya yapılan yatırımları yüksek ticari sonuçlara çevirir.

Xsights Analizleri



Xsights **analitik düşünce ve sadeliğe** inanan bir araştırma şirketidir. Xsights'ın önerileri en sade ve uygulanabilir olmasıyla öne çıkmaktadır. Yapılan tüm analizler, müşterilerimize en faydalı iç görüleri sağlamak için, en uygun istatistiksel yöntemlerden faydalanılarak yapılmaktadır. Xsights elde edilen verilerden maksimum faydayı sağlamak için, toplanan

verilerin dışında, sektör şartları ve makro seviyedeki değişkenleri de hesaba katarak, **veriye dayanan önerilerde** bulunur. Ulusal ve uluslararası deneyimine dayanarak mevcut gereken eksikliklerin giderilmesi ve güçlü yanların daha fazla öne çıkarılması için yol haritası çıkarılmaktadır. Xsights, hemen hemen tüm sektörlerde **benchmark verilerine sahiptir.**

Xsights ulaşılan sonuçların farklı paydaşlara iletilmesi noktasında müşterilerine destek vermekte, araştırma sonuçlarının uygulanabilmesi için çözüm önerileri sunmaktadır.



Xsights'ın Pazarlama Yaklaşımı

Xsights, Bütünleşik Pazarlama İletişimi akımını hem müşterileri hem de kendisi için uygular.

Bütünleşik Pazarlama İletişimi (BPI), çeşitli iletişim uygulamalarının; yani genel reklamcılık, doğrudan satış, satış tutundurma ve halkla ilişkiler gibi faaliyetleri stratejik bir rol olarak değerlendirir.

Bu uygulamalar Xsights müşterilerine,

- 1 Açıklık
- 2 Tutarlılık ve
- 3 Maksimum iletişim etkisi sağlar.

Bu amaçla inandırıcı bir mesaj ulaştırarak şekilde çeşitli iletişim kanallarını dikkatle bütünleştirip koordine edileceği bir plan hazırlanır ya da hazırlanmasına destek olunur.

Xsights'ın Pazarlama Yaklaşımı

Anlam Pazarlaması

Entegre Pazarlama İletişimi'ndeki en son trend 'Anlam Yaratma Yoluyla pazarlama' yaklaşımıdır. Bu yaklaşım pazarlama ve iletişimin ürün ya da hizmetten başka bir temayla konumlandırılması gerektiğini ortaya koyar.



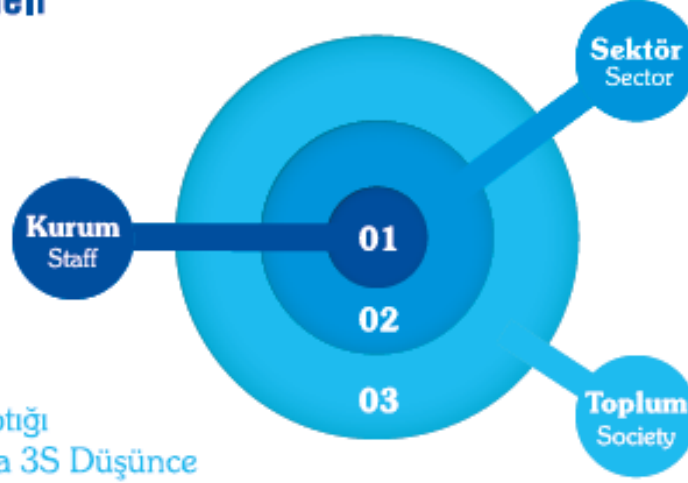
Çözüme Pazarlaması; Bunlar temel ihtiyaçları karşılamaya yönelik çözümlerdir; indirimler, ödülleri gibi.

Bağ Oluşturma Yoluyla Pazarlama: Bu yaklaşım, tüketiciyle bir bağ oluşturma, deneyim yaratma üzerine kurulu bir yöntemdir; sosyal aktiviteler, yarışmalar gibi.

Anlam Yaratma Yoluyla Pazarlama: Bu yaklaşımda Maslow' un kişinin kendini gerçekleştirme ihtiyacına yönelik, kişinin kendiyile gurur duymasını, hayatına anlam katmasını sağlayacak pazarlama teknikleridir.

*Gibreath, B. The Next Evolution of Marketing.

● 3S Modeli



Xsights'ın Düşünce Disiplini

Xsights, yaptığı çalışmalarda 3S Düşünce Çerçevesini uygular, bu çerçeve dahilinde ele alınan konu, toplum paydaşı, sektör paydaşları ve iç paydaşlar olarak üç farklı katmanda ele alınır. Her araştırma projesinde bu üç açıdan gelen verilerle veri üçlemesi yapılmasına dikkat edilir.

Referanslarımız

► Ulusal



Referanslarımız

► Uluslararası



Teşekkürler

Xsights Araştırma ve Danışmanlık
Divanyolu Caddesi, Hoca Rüstem Sokak, Kader
Han, Kat: 3-4, Sultanahmet, İstanbul

0212 213 60 02

0212 213 60 03

www.xsights.co.uk