



Kombi Tercihi Araştırma Raporu



Araştırmanın Amacı & Metodoloji



ARAŞTIRMANIN AMACI

Yapılan araştırmada, Türkiye’de bireylerin kombi tercihlerini ölçmek için Xsights Araştırma ve Danışmanlık A.Ş., Marketing Türkiye adına araştırma gerçekleştirmiştir.

Söz konusu araştırma 8-12 Ağustos 2022 tarihleri arasında online araştırma yöntemiyle Xsights’ın online araştırma platformu olan Türkiye’nin Sesi Paneli’nde (www.turkiyeninsesipaneli.com) gerçekleştirilmiştir.

‘Kombi Tercihi’ araştırmasına saha süresi içerisinde 500 kişi katılmıştır.

Araştırma kapsamında veriler %95 güven düzeyinde anlamlılık testine tabi tutulmuştur.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

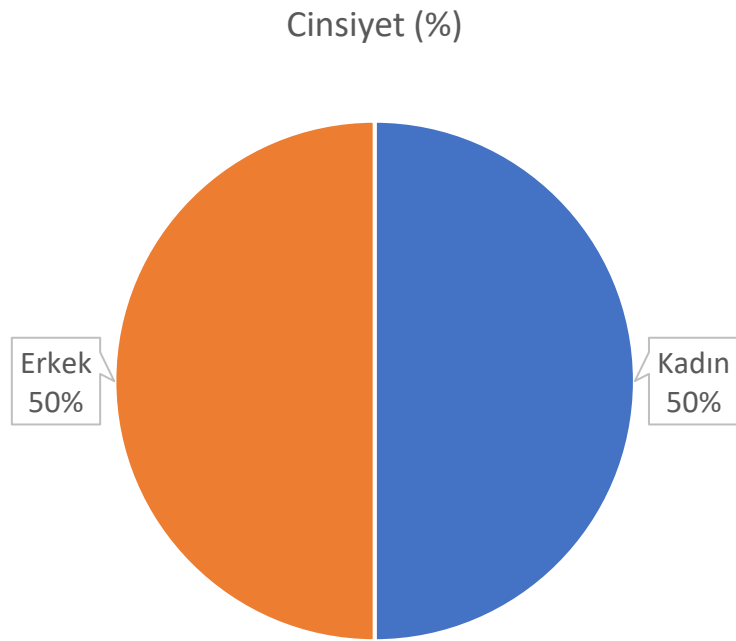
Kombi Tercih Araştırması	
Araştırma Yöntemi:	Kantitatif Araştırma
Veri Toplama Tekniği:	Online Görüşme
Saha Çalışması:	8-12 Ağustos 2022
Veri Kontrol ve Analizleri:	12 Ağustos 2022
Raporlama:	16 Ağustos 2022

Örnekleme

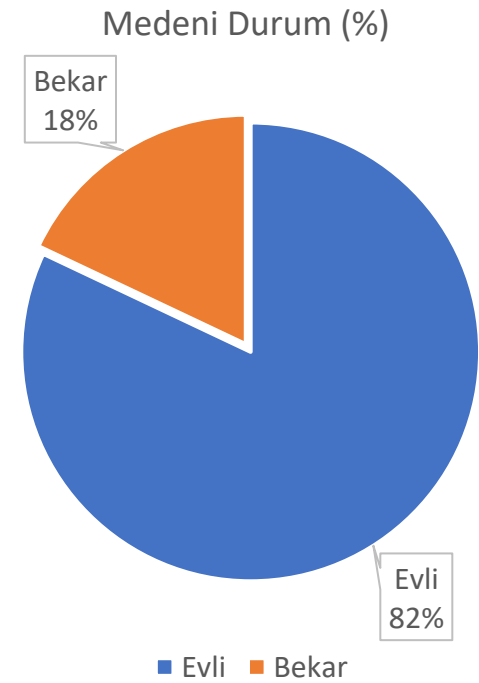
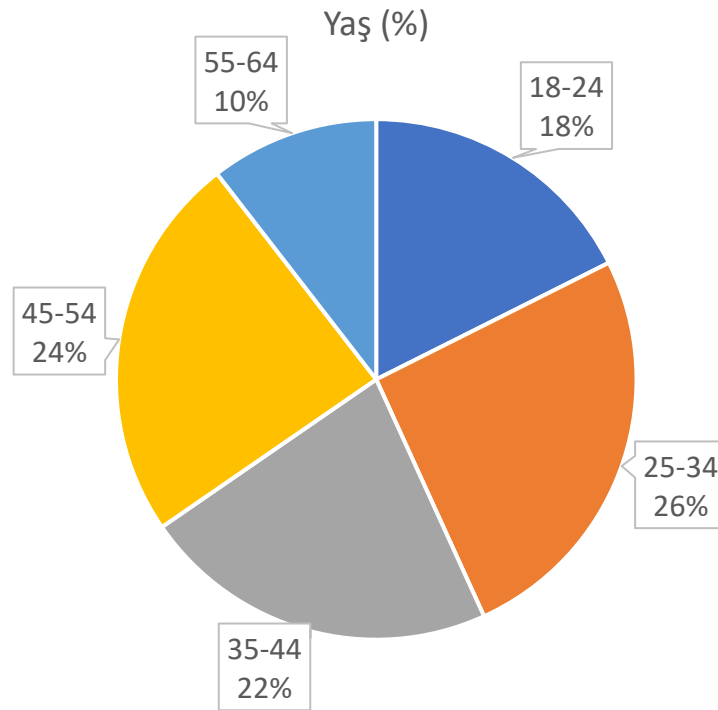


Demografik Özellikler

Katılımcıların %18'i 18-24 yaşında, %26'sı 25-34 yaşında, %22'si 35-44 yaşında ve %34'ü 45-54 yaşında ve %10'u 55-64 yaş aralığındadır.

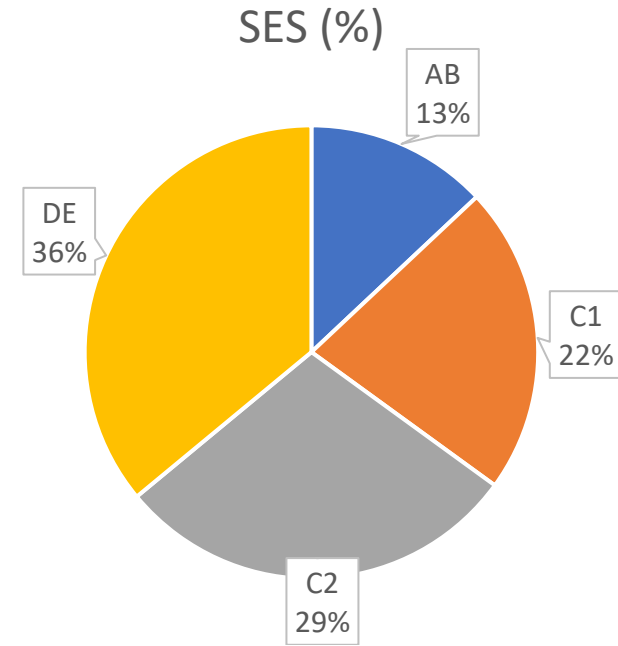
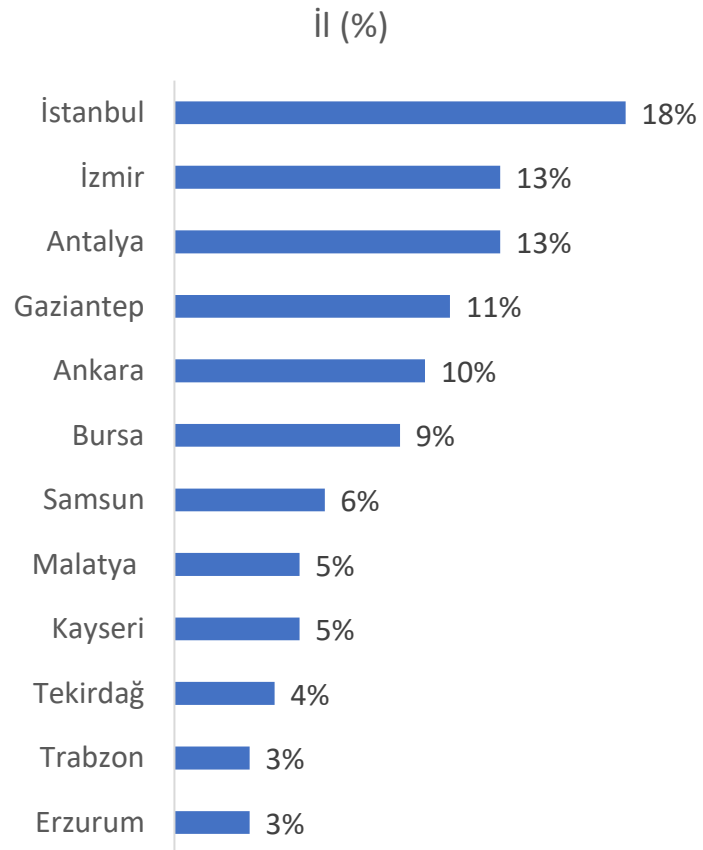


N: 500



Demografik Özellikler

Katılımcıların %18'i İstanbul'da, %13'ü İzmir ve Antalya'da, %11'i Gaziantep'de, %10'u Ankara'da ikamet etmektedir. Katılımcıların %13'ü AB, %22'si C1 ve %29'u C2 ve %36'sı DE SES kotasındadır.



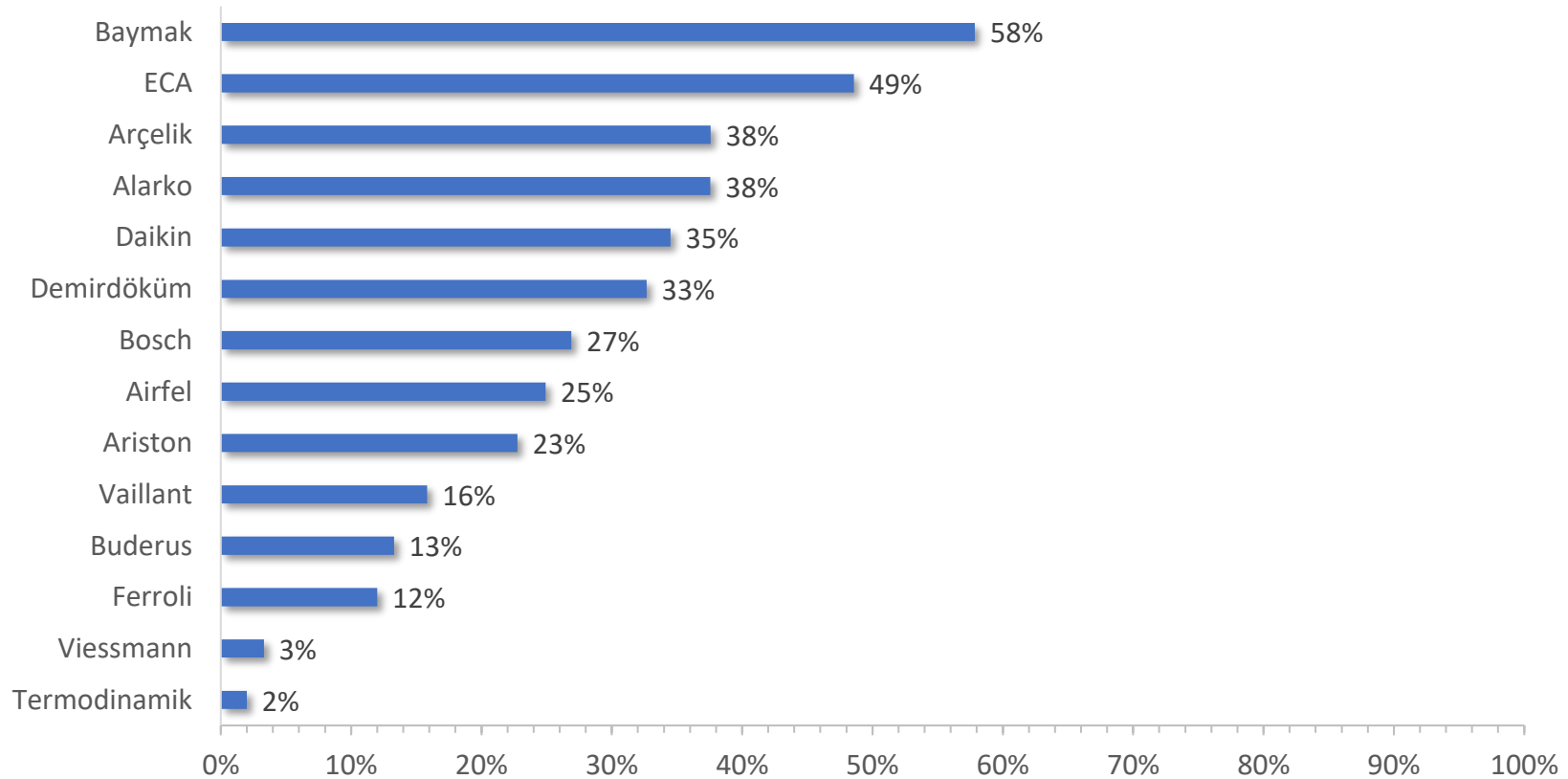
Bulgular



Türkiye’de kombi denince akla gelen marka «Baymak»

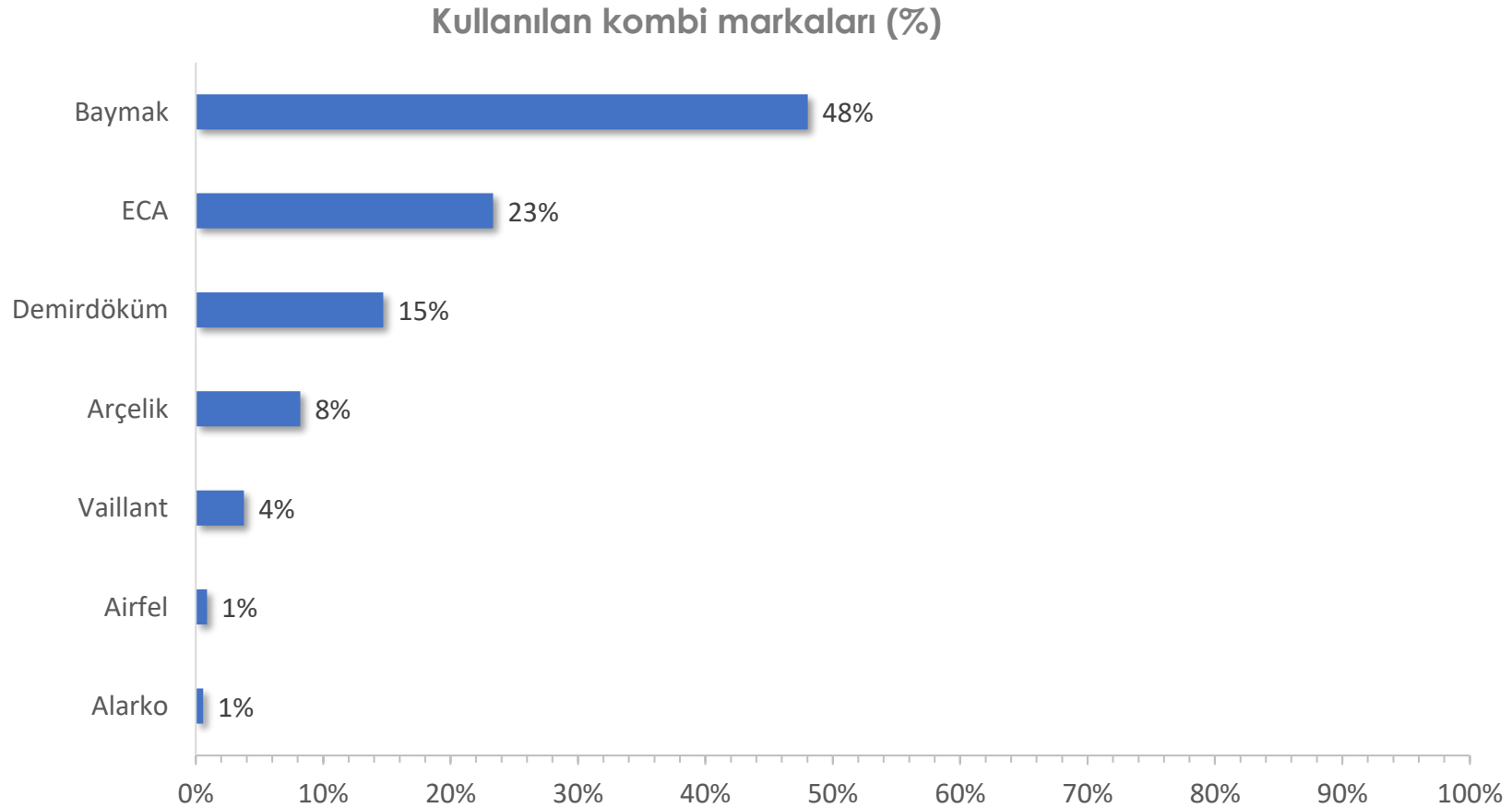
Katılımcıların kombi deyince akıllarına gelen marka Baymak (%58) olmuştur. Bunu sırasıyla ECA (%49), Arçelik (%38) ve Alarko (38) takip etmiştir. İstanbul ve İzmir’de kombi denince akla en çok gelen marka Baymak, Ankara’da Alarko olmuştur. Kombi deyince akla gelen markalar sorulduğunda kadınlar %74 ve erkekler %41 oranında Baymak markasını dile getirmiştir.

Kombi deyince akla gelen markalar (%)



Türkiye'de en çok kullanılan kombi markası «Baymak»

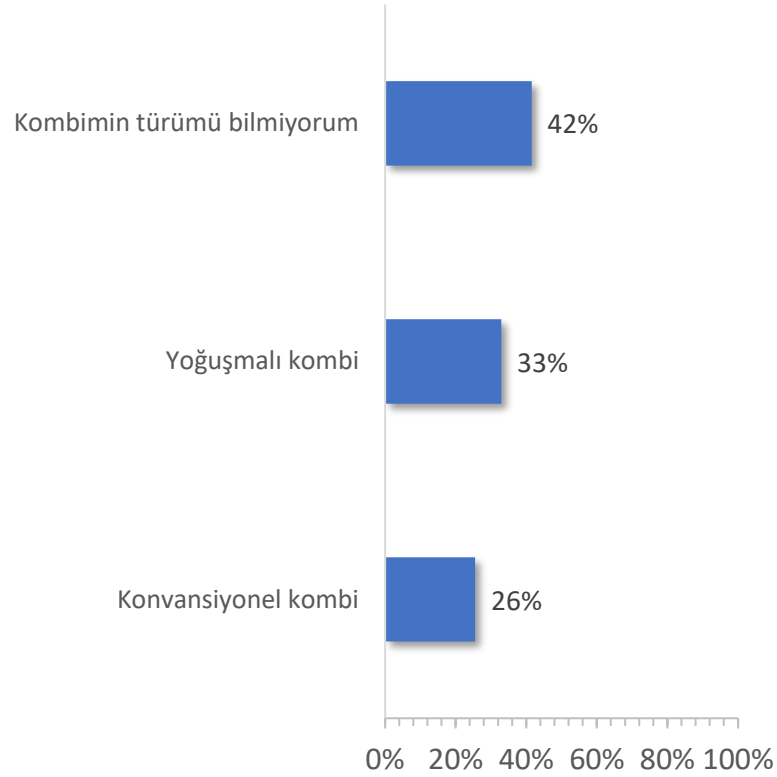
Katılımcılara kullandıkları kombi markaları sorulduğunda ilk 3 sırasıyla; Baymak (%48), ECA (%23) ve Demirdöküm (%15) olmuştur.



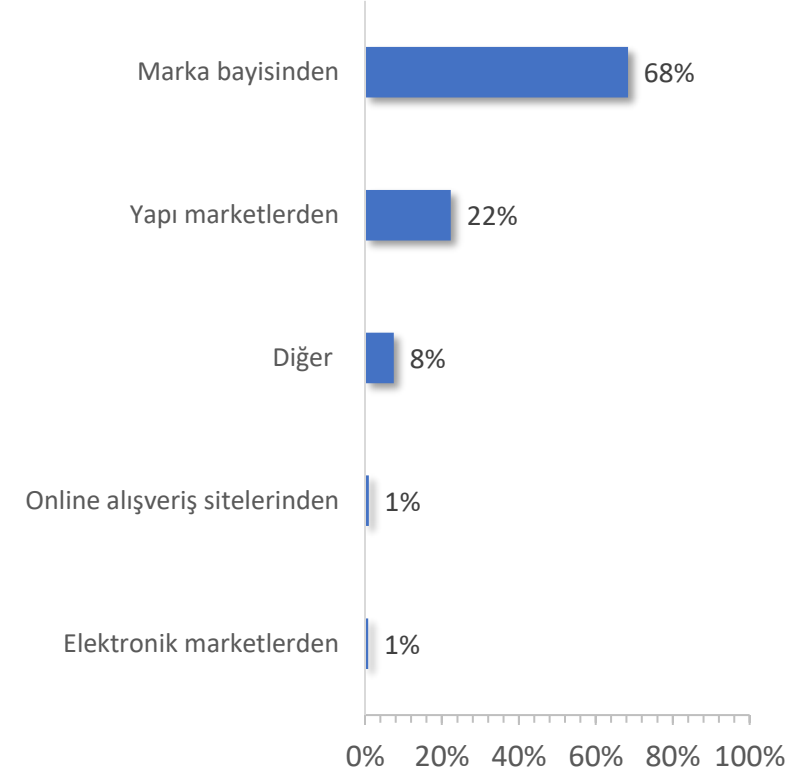
Kombi türü bilinmiyor!

Katılımcıların %33'ü yoğunmalı kombi, %26'sı konvansiyonel kombi kullandıklarını belirtmişlerdir. Yine katılımcıların %43'si, kullandıkları kombinin türünü bilmediklerini dile getirmişlerdir. Kombi türünü bilmeyenlerin %33'ü kadın, %67'si erkektir. Kombi satın alınan yer ağırlıklı olarak marka bayisidir. Katılımcıların %8'i kombilerinin evde hazır olduğundan dolayı nereden alındığını bilmediklerini ifade etmiştir.

Kullanılan kombi türü (%)



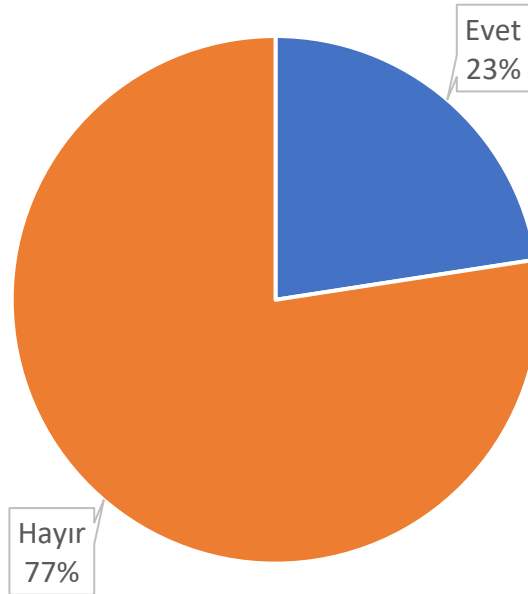
Kombi satın alınan yerler (%)



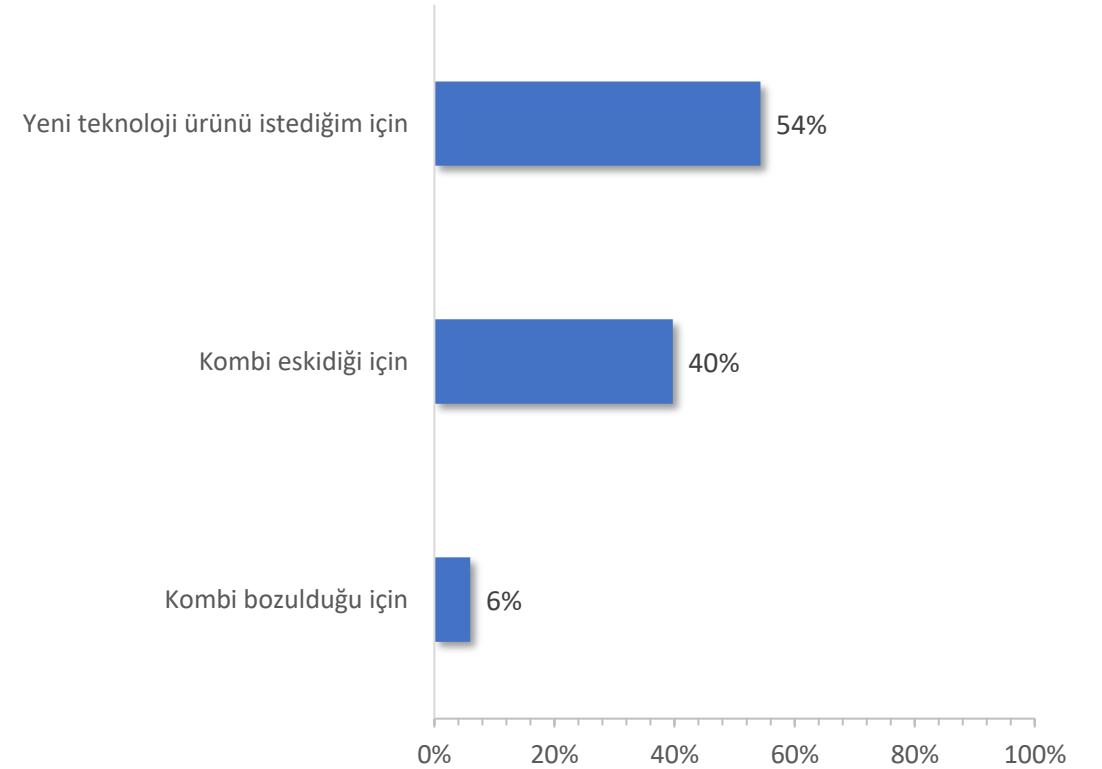
Yeni teknoloji ürün tercih sebebi

Mevcut kombilerini değiştirmeyi düşünenlerin oranı %23'dür. Değiştirme sebepleri ise, «yeni teknoloji ürün isteme» %54, «k»ombi eskidiği için» %40 ve «kombi bozulduğu için» %6 olarak tespit edilmiştir.

Mevcut kombilerini değiştirmeyi düşünenler (%)



Değiştirmeyi düşünme nedenleri (%)

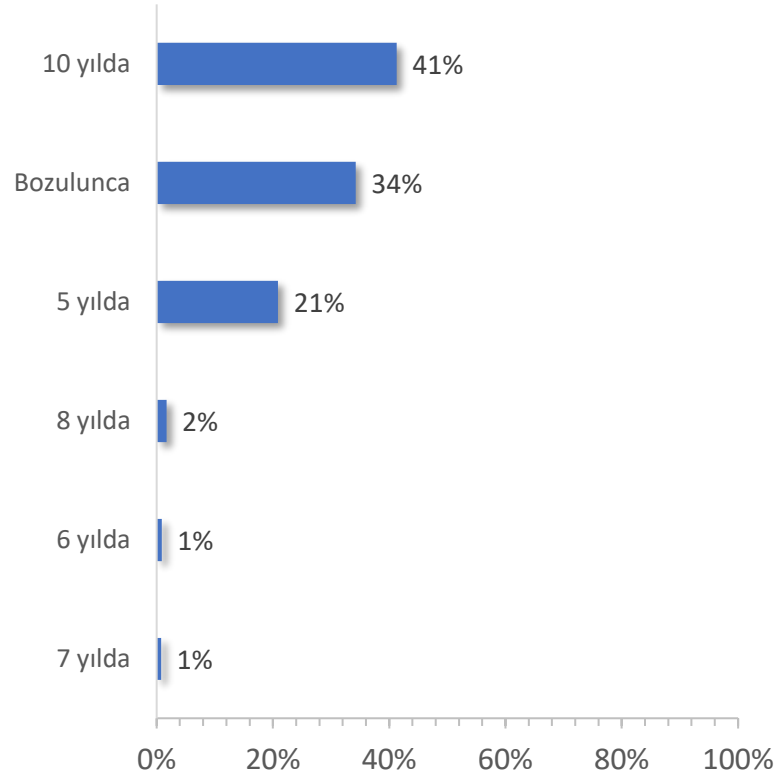


Kombiler, bozulunca değiştiriliyor...

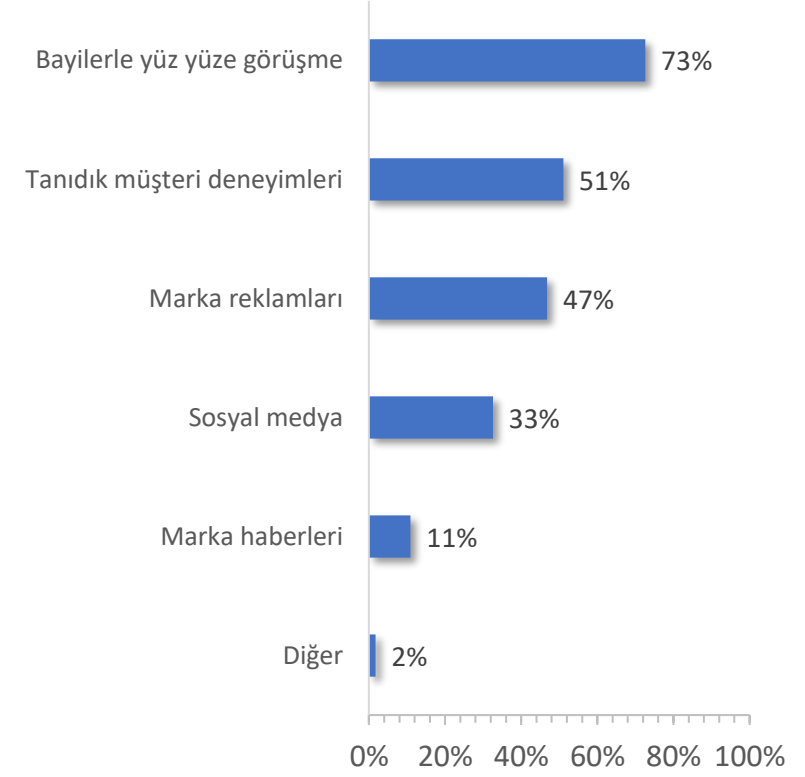
Katılımcıların %41'i kombilerini «10 yılda» bir değiştirdiklerini ifade etmiştir. Bununla beraber bozulunca kombilerini değiştirenlerin oranı %34'tür.

Yeni kombi araştırması yaparken en çok tercih edilen yöntem «bayilerle yüz yüze görüşme» dir.

Kombi değiştirme sıklığı (%)



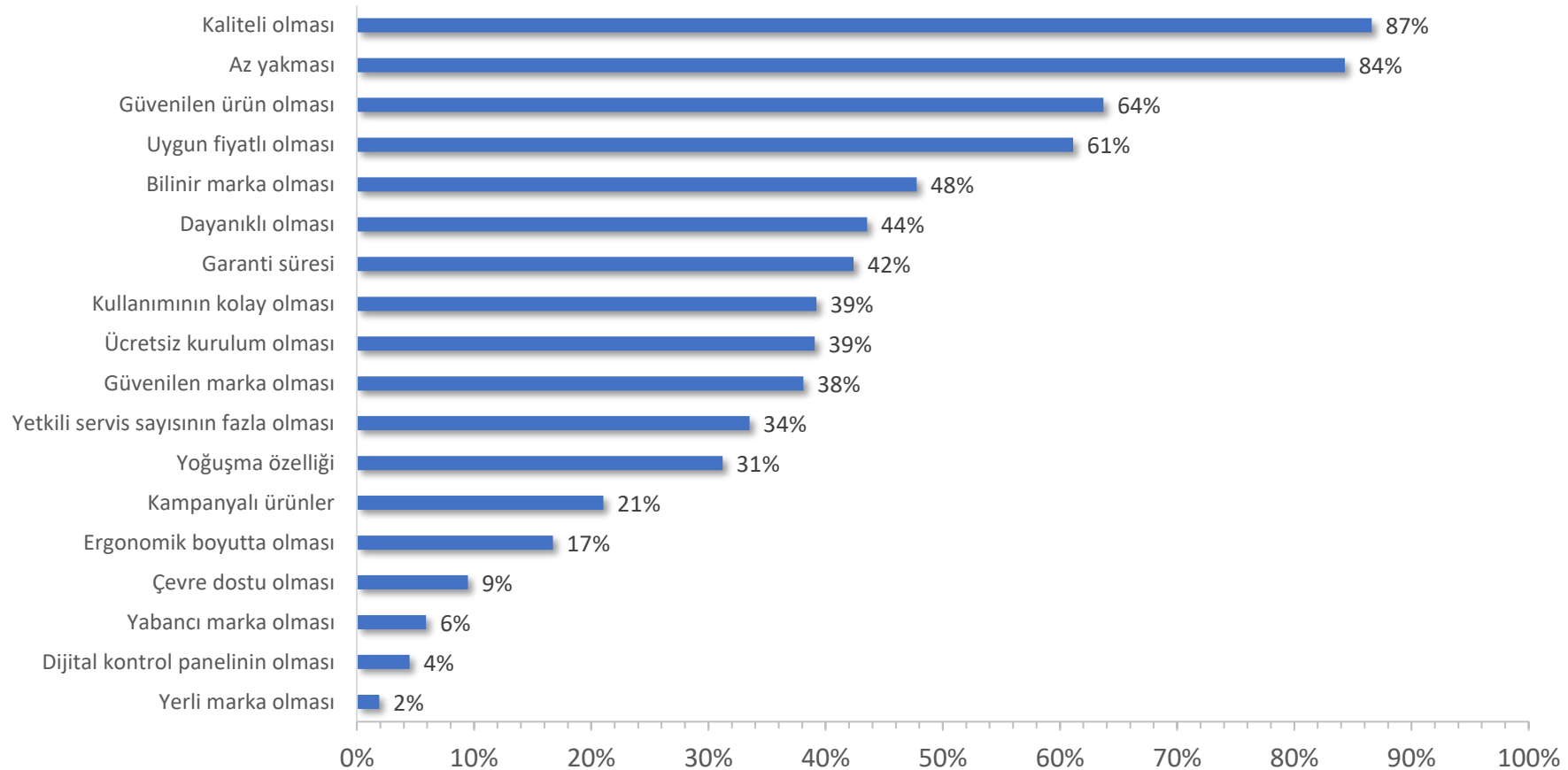
Yeni kombi araştırması yaparken kullanılan kanallar (%)



Kalite & tasarruf & güven kombi tercihinde ilk sırada

Kombi satın alırken; kaliteli olması (%87), az yakması (%84), güvenilen ürün olması (%64), uygun fiyatlı olması (%61) en çok dikkat çeken kriterler olmuştur.

Kombi satın alırken dikkat edilen kriterler (%)

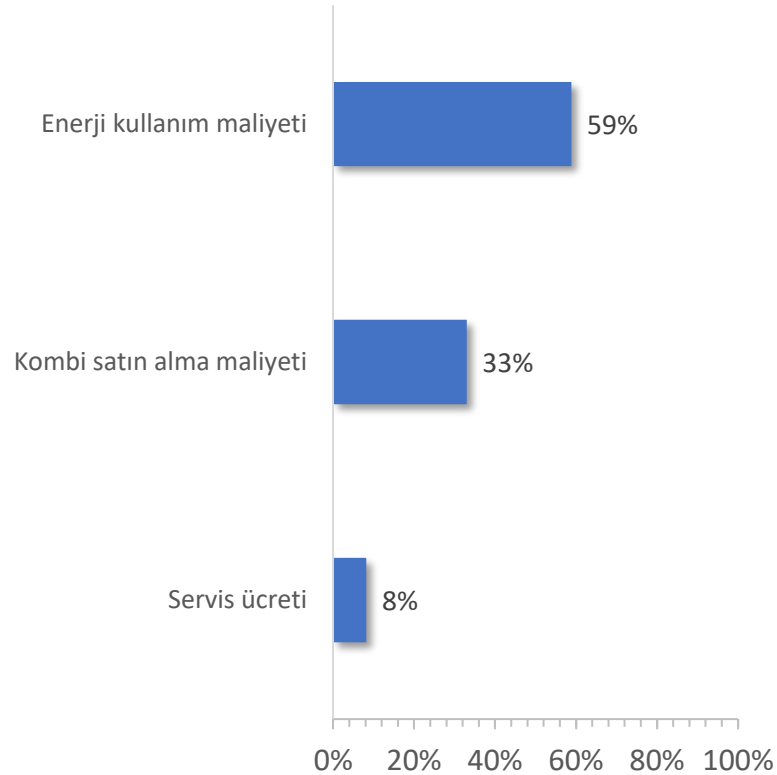


10 kişiden 5'i kombisi bozulunca bakım yaptırıyor.

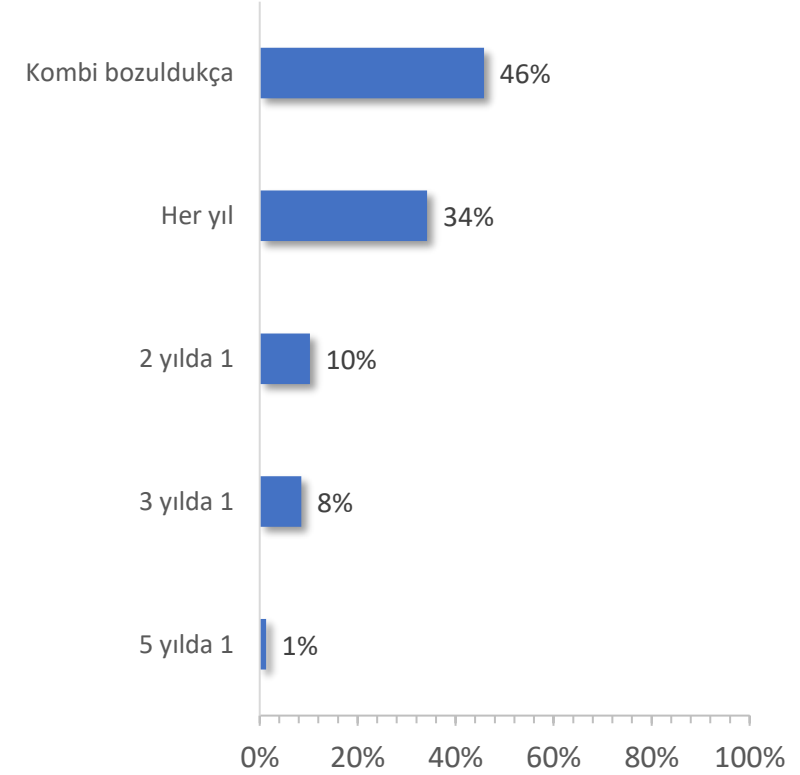
Kombi maliyetinde en çok dikkat edilen kriterin, enerji kullanım maliyeti (%59) olduğu görülmüştür. Servis ücreti, kombi maliyetinde en az dikkat edilen kriter olarak tespit edilmiştir (%8).

Kombi bakımı için sadece %34'lük bir kısım her yıl bakım yaptırdığını ifade etmiştir. Her 10 kişiden 5'i kombisi bozulduğunda bakım yaptırdıklarını ifade etmiştir.

Kombi maliyetlerinde dikkat edilenler (%)



Kombi bakımı yaptırma sıklığı (%)



Çiğdem PENN, Genel Müdür
cigdempenn@xsights.co.uk

Nuray ÖZÇELİK GÜLER, Kıdemli Müşteri Çözümleri Danışmanı
nuray@xsights.co.uk

Marketing
Türkiye

XSIGHTS
Araştırma ve Danışmanlık A.Ş.