

Beta Enerji Marka Bilinirliđi Araştırması

Nisan 2023



Rapor Akışı

01	Metodoloji.....	3-4
02	Yönetici Özeti.....	5
03	Araştırma Bulguları.....	6-23
04	Twentify Hakkında....	24-32

Metodoloji



araştırma süreci



Amaç

Araştırmanın amacı; Beta Enerji marka algısını görmek, potansiyel müşteri kitlesini tanımak, rekabeti, kategori kullanım alışkanlıklarını ölçmektir.



Hedef kitle

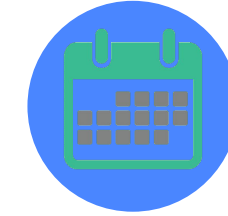
(Güven Düzeyi: % 95, Güven Aralığı: %4,37)

200 Katılımcı
Beta Enerji Listeli Çalışma



Yöntem

Çalışma listeli CATI ve Yüz yüze yöntemleri ile yapılmıştır.



Zamanlama

	Beginning	End
Field Beginning & End Dates	16.01.2023	27.03.2023
Data Check / Analysis	28.03.2023	30.03.2023
Report	31.03.2023	05.04.2023

Araştırma Bulguları



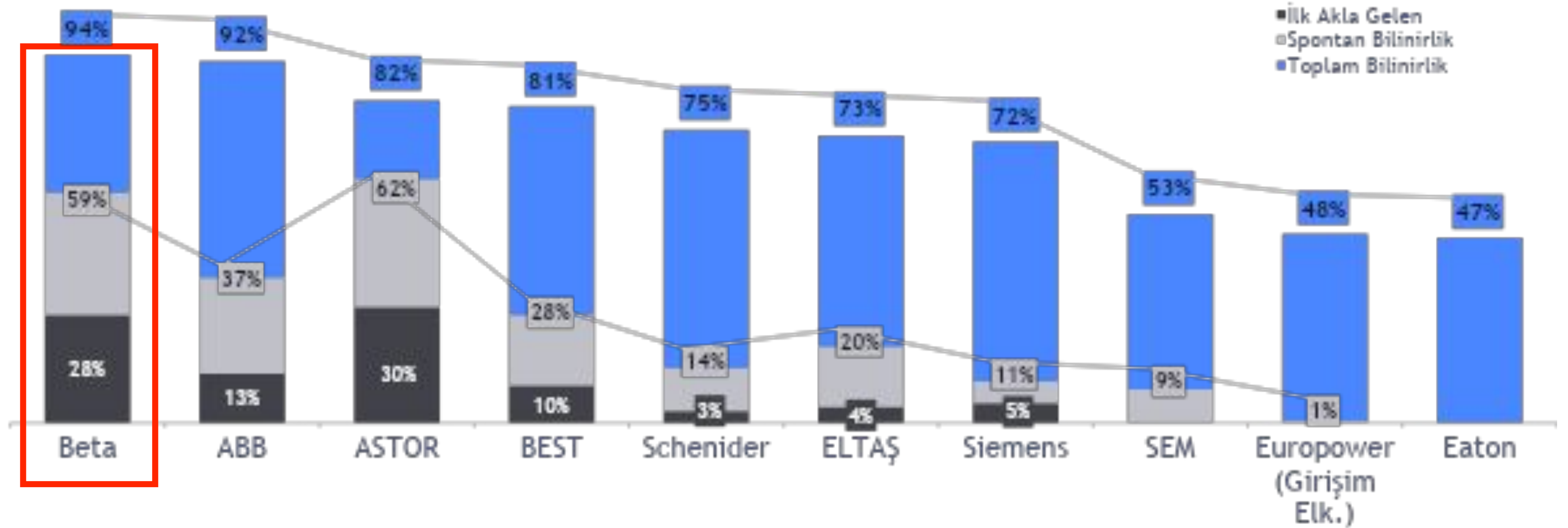
Marka Pramiti



marka bilinirliđi



Beta, trafo markaları arasında toplam bilinirliği en yüksek marka. İkinci sırada ise ABB geliyor. Spontan bilinirlikte ve ilk akla gelmede ASTOR, Beta'nın önüne geçerek ilk sıraya yerleşiyor.



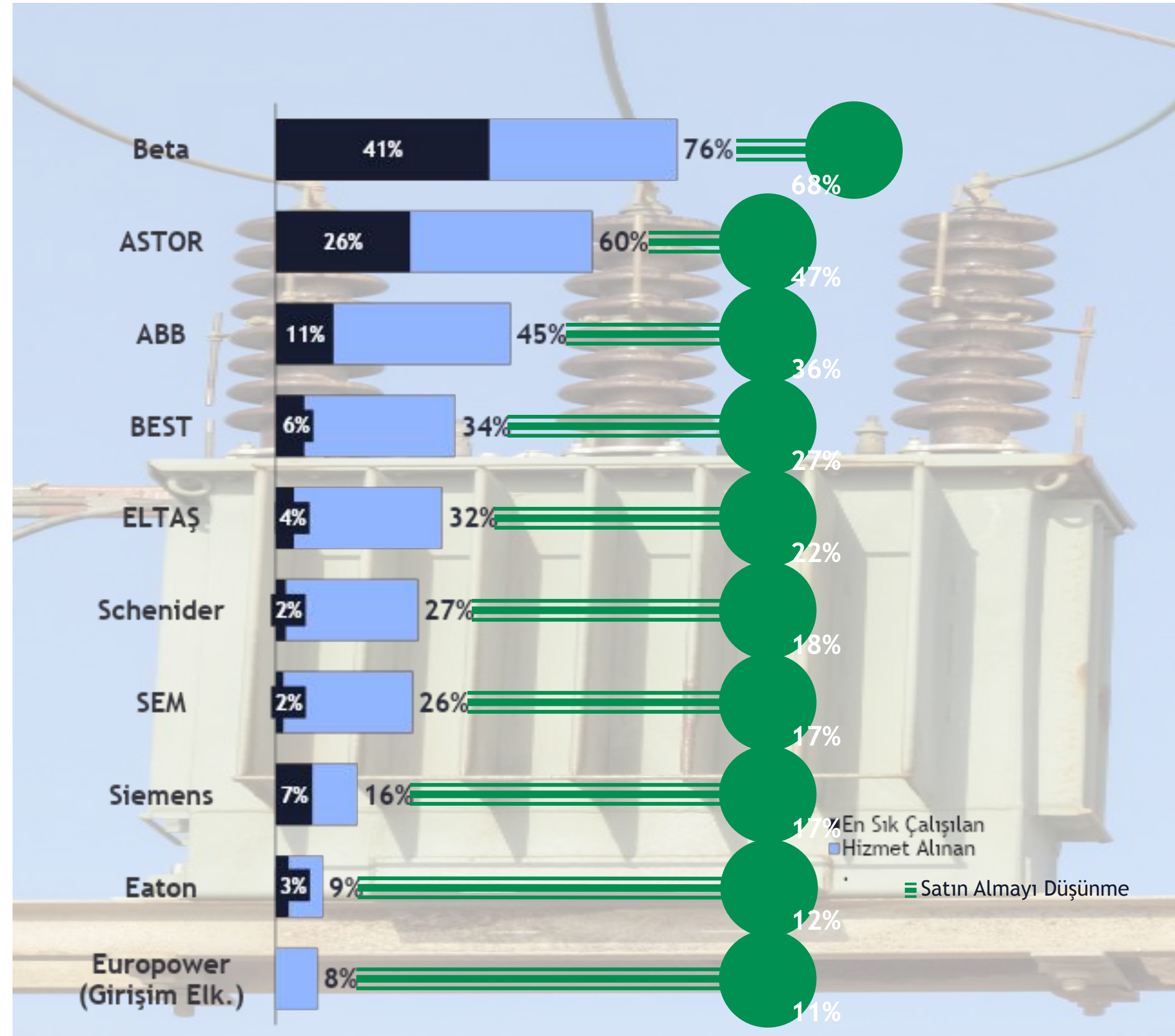
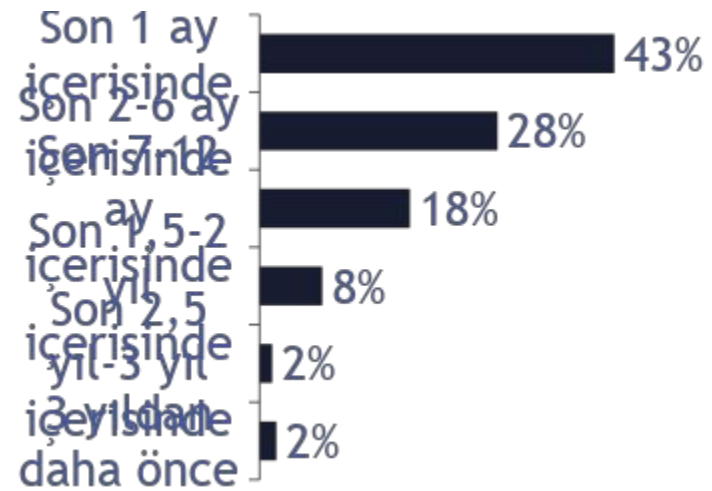
marka tercihi



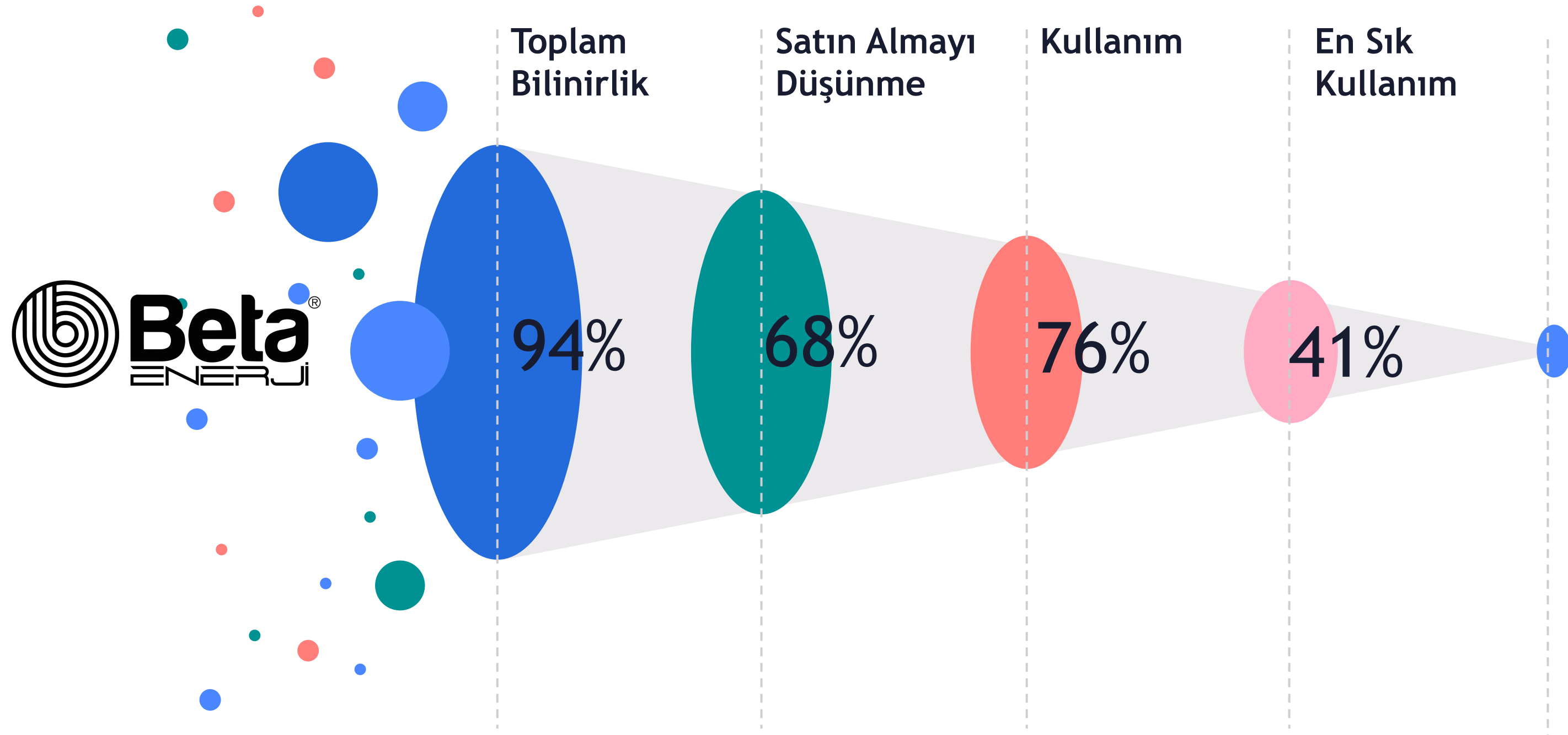
Daha önce trafo şirketleri arasında en çok hizmet alınan marka Beta (%76). İkinci sırada ASTOR geliyor. En sık çalışılan markalar arasında da Beta açık ara önde (%41). Hizmet alanların %89'u (%76'nın %68'i) gelecekte de Beta'dan hizmet almayı düşünüyor.

Katılımcıların %43'ü son 1 ay içerisinde trafo üreten bir markadan hizmet almış.

En son Trafo üreten Bir Firmadan Hizmet Alma Zamanı



marka pramiti

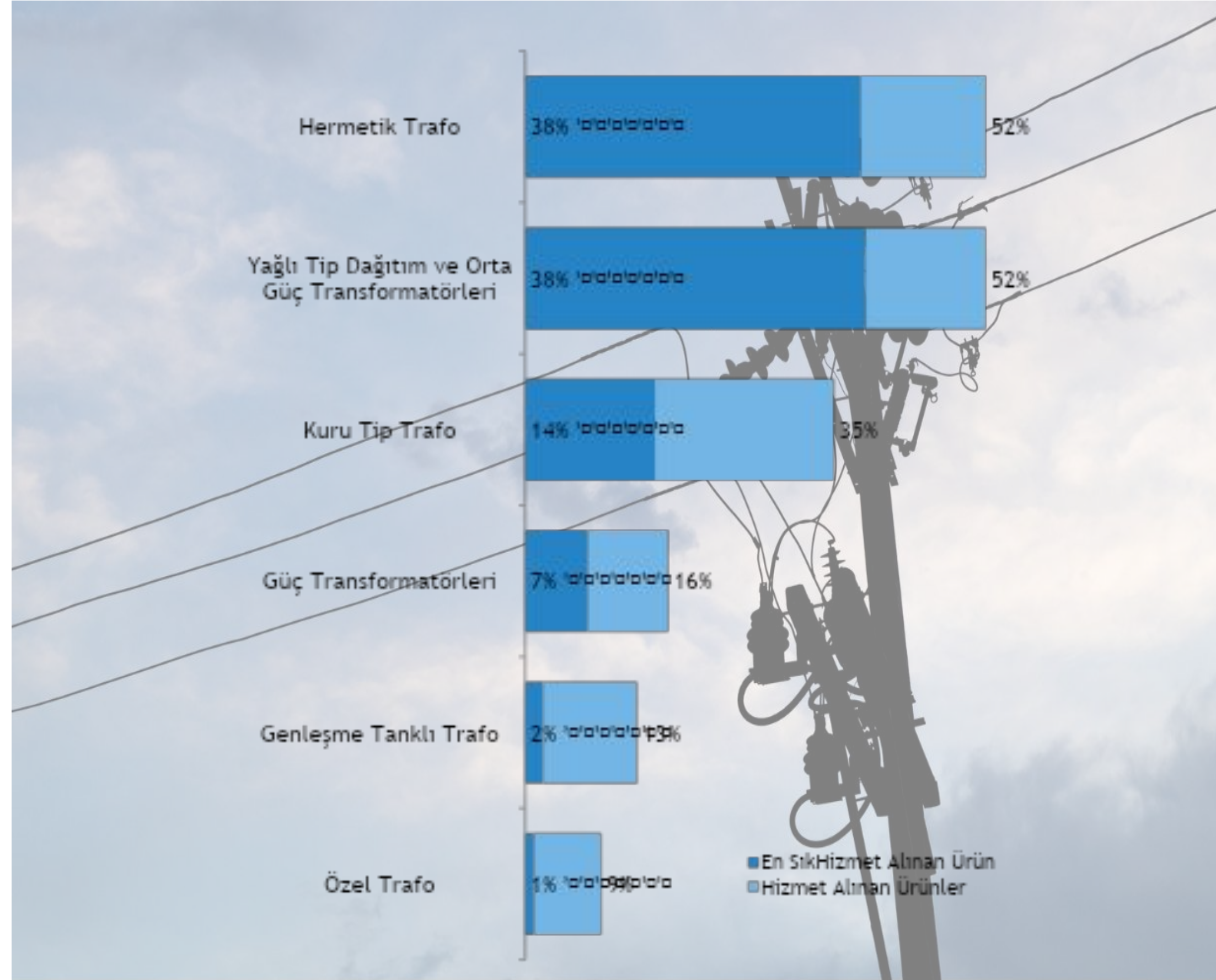
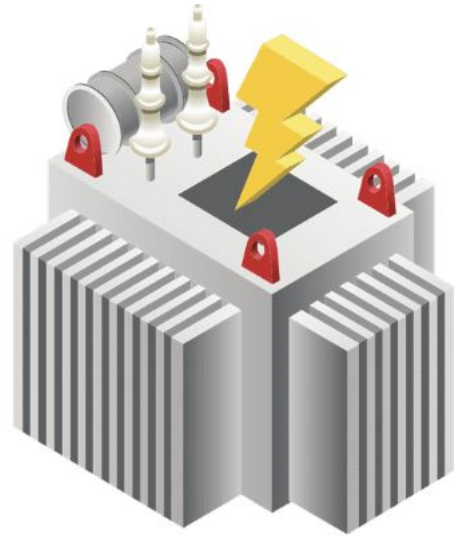


hizmet alınan ürünler - tüm sektör



En çok Hermetik Trafo ve Yağlı Tip Dağıtım ve Orta Güç Transformatörleri ürün türlerinde hizmet alınıyor (%52). En sık hizmet alınan ürünlerde de en başta aynı ürünler geliyor (%38).

Kuru Tip Trafolar ise üçüncü sırada geliyor (%35).



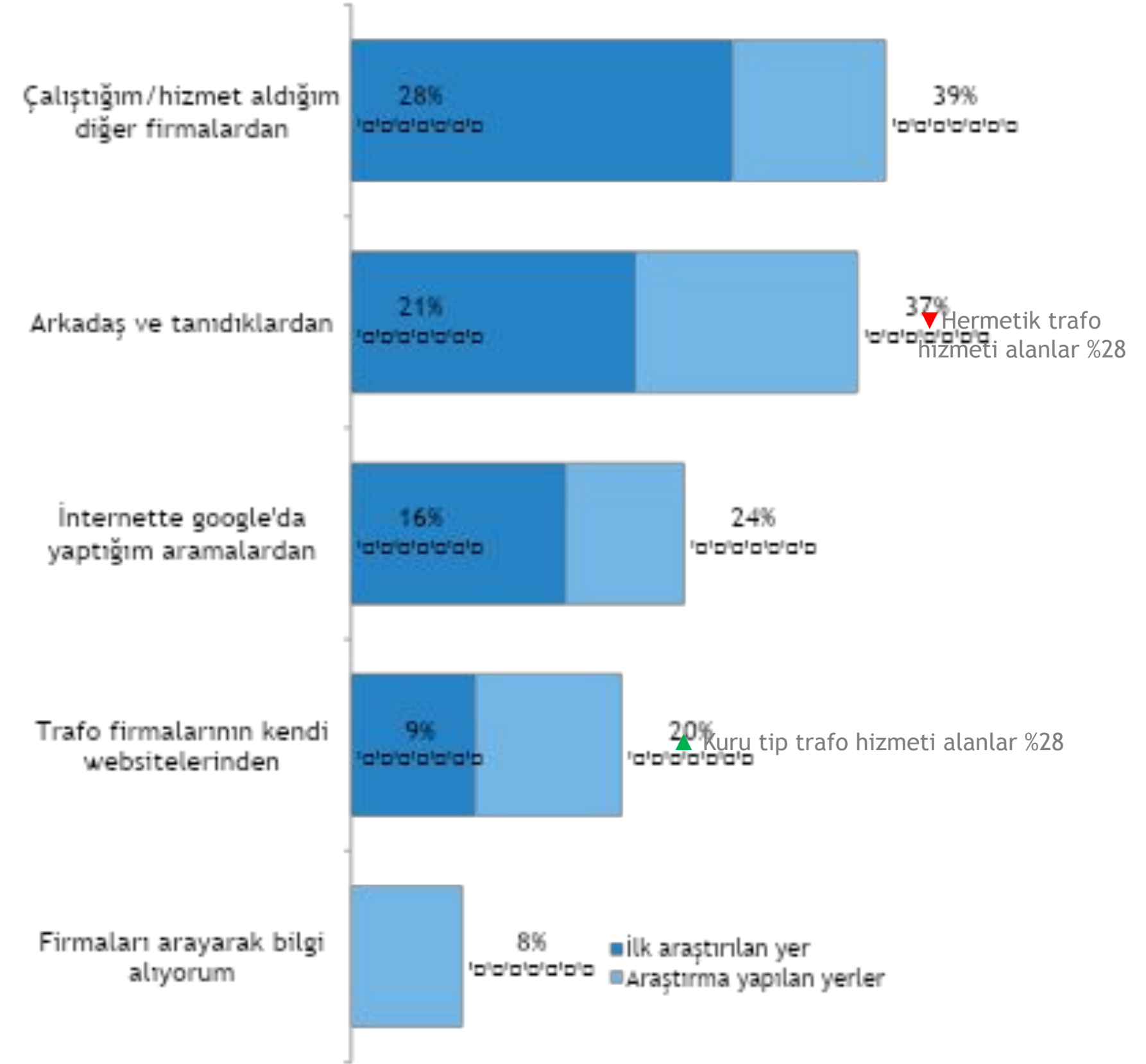
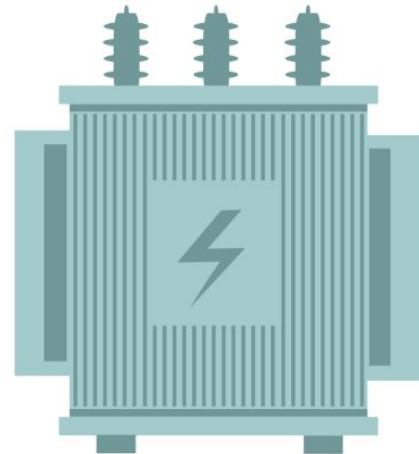
firma araştırması



Katılımcılar trafo üreten bir firmadan hizmet almadan önce en çok çalıştıkları/hizmet aldıkları diğer yerlerden bilgi alıyorlar (%39). İlk olarak bilgi almak için başvurdukları yer de çalışılan/hizmet alınan diğer firmalar (%28).

İkinci sırada ise arkadaş ve tanıdıklardan bilgi alma geliyor (%38). Hermetik trafo hizmeti alanların arkadaş ve tanıdıklarından bilgi alma oranları daha düşük.

Kuru tip trafo hizmeti alanlar ise trafo firmalarının kendi web sitelerinden bilgi almaya daha eğilimli (%28).



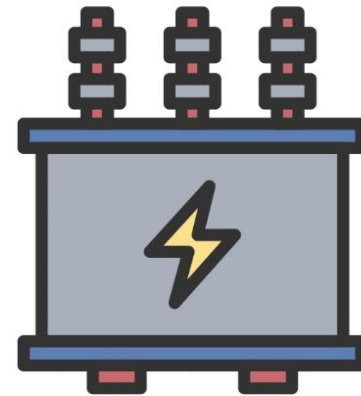
firma beklentileri



Katılımcıların trafo üreten bir markadan en önemli beklentisi ürünlerinin kaliteli olması (%38). Diğer özellikler ile arasında oldukça fark var.

İkinci sırada ise uygun fiyatlı olması geliyor (%13). Satış sonrası hizmetlerinin iyi olması, güvenilir bir marka olması takip ediyor (%11).

Özel trafo hizmeti alanlar satış sonrası hizmetlerinin iyi olmasını daha çok önemsiyor. Kuru tip trafo hizmeti alanlar ise yerli üretim olmasına daha çok dikkat ediyor.



Marka İmajı



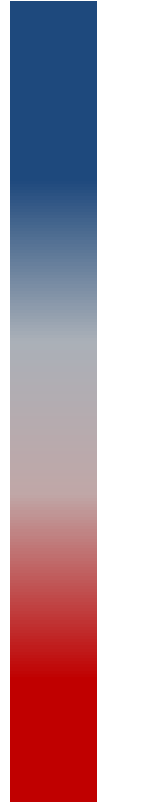
marka imajı



Beta Enerji, genel olarak en çok övgüyü toplayan marka. Özellikle uygun fiyatlı olması, ödenen paraya değmesi, uygun fiyata kaliteli ürünler sunması, ödeme koşullarının iyi olmasıyla ön plana çıkıyor. Ayrıca katılımcılar markayı kendilerine yakın hissediyor. ABB markası ürün kalitesinde ve herkes tarafından bilinirlikte Beta'nın önüne geçiyor.

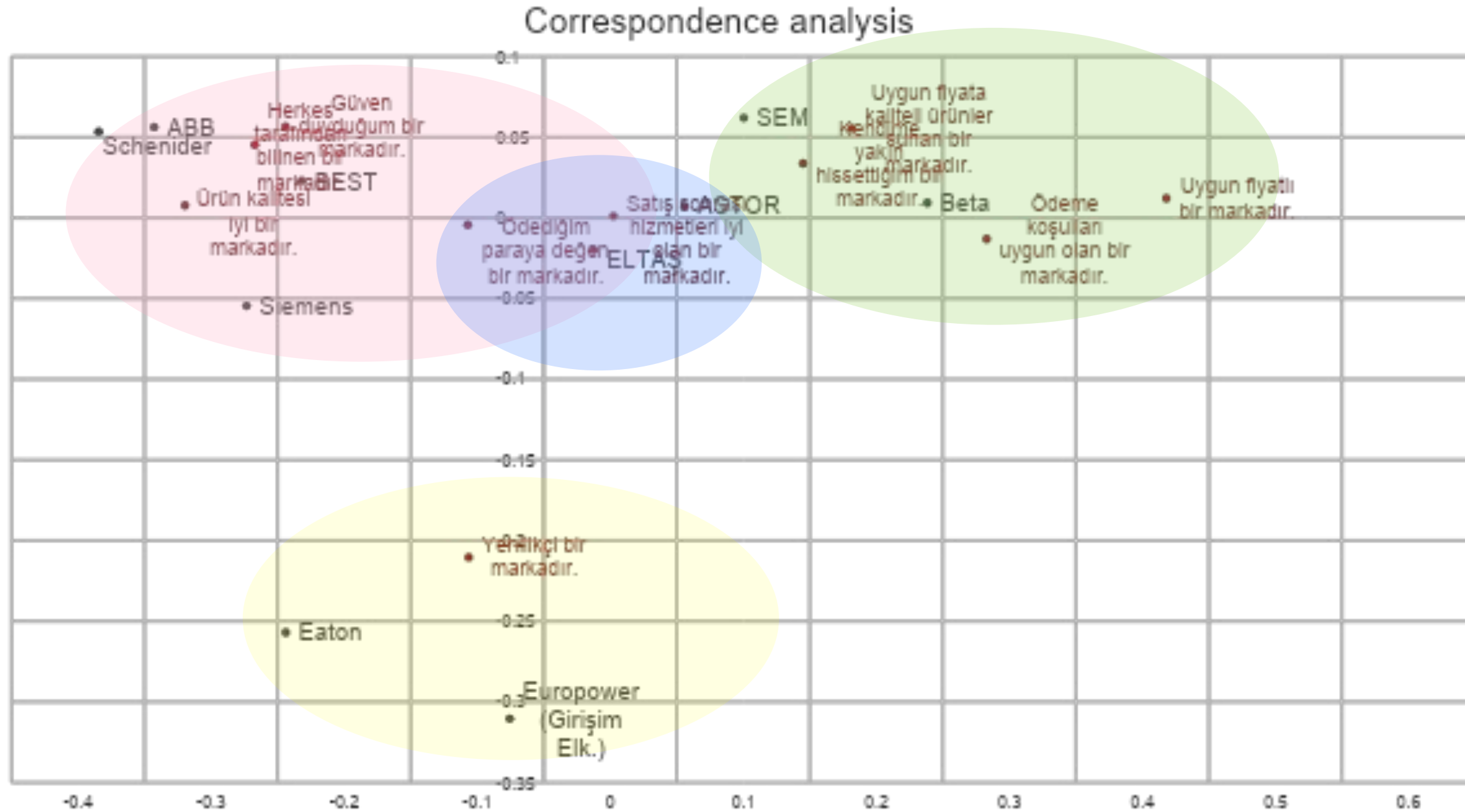
	Ürün kalitesi iyi bir markadır	Güven duyduğum bir markadır	Ödediğim paraya değer bir markadır	Yenilikçi bir markadır	Uygun fiyatlı bir markadır	Satış sonrası hizmetleri iyi olan bir markadır	Herkes tarafından bilinen bir markadır	Uygun fiyata kaliteli ürünler sunan bir markadır	Kendime yakın hissettiğim bir markadır	Ödeme koşulları uygun olan bir markadır
n:	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Beta	49%	52%	54%	46%	59%	57%	43%	57%	55%	58%
ASTOR	46%	40%	35%	36%	35%	38%	49%	36%	31%	35%
ABB	52%	44%	32%	25%	10%	24%	46%	16%	17%	12%
BEST	31%	27%	17%	16%	7%	17%	20%	14%	11%	10%
Schneider	32%	24%	17%	14%	3%	16%	25%	9%	10%	7%
Siemens	22%	22%	20%	18%	4%	14%	23%	10%	11%	8%
ELTAS	19%	17%	17%	16%	13%	16%	19%	16%	9%	10%
SEM	12%	11%	11%	7%	10%	9%	10%	9%	6%	10%
Eaton	12%	9%	9%	12%	3%	7%	7%	4%	4%	4%
Europower (Girişim Elk.)	7%	3%	3%	7%	3%	4%	5%	2%	3%	4%

Güçlü



Zayıf

Marka Correspondence analysis



Listedeki markalar bir arada değerlendirildiğinde

Beta 'nın sahiplendiği özellikler;

- Yakın hissedilen
- Uygun fiyatlı ve kaliteli ürünler sunan
- Uygun fiyatlı
- Ödeme koşulları uygun olan

Uzak Kaldığı sıfatlar;

- Yenilikçi
- Herkes tarafından bilinir
- Güven duyulan
- Kaliteli ürün

marka sıfatları



Beta Enerji markası, güvenilir ve ucuz sıfatlarında en çok oyu alan marka. ASTOR fonksiyonelliği, dinamikliği ve trendliğiyle ön plana çıkarken, BEST, uzman, pahalı, köklü, kaliteli ve eski sıfatlarını, ELTAŞ ise sıradan sıfatını üstleniyor.

	BETA	Astor	BEST	ELTAŞ	SEM	EUROPOWER GİRİŞİM ELK
n:	187	164	161	146	106	96
Estetik	28%	22%	18%	35%	29%	32%
Fonksiyonel	30%	39%	21%	16%	26%	30%
Uzman	26%	24%	42%	17%	25%	21%
Pahalı	17%	28%	37%	23%	8%	32%
Köklü	30%	24%	44%	31%	6%	8%
Dinamik	25%	34%	21%	16%	14%	22%
Kaliteli	25%	24%	32%	18%	11%	21%
Modern	24%	32%	22%	18%	10%	22%
Güvenilir	35%	28%	20%	22%	15%	6%
Eski	19%	13%	37%	29%	16%	5%
Ucuz	30%	23%	12%	18%	24%	10%
Trend	27%	40%	14%	12%	8%	13%
Farklı	24%	20%	19%	20%	9%	20%
Geleneksel	26%	23%	20%	15%	20%	7%
Sıradan	13%	12%	14%	16%	29%	22%
Ulaşılmaz	14%	9%	12%	14%	13%	15%

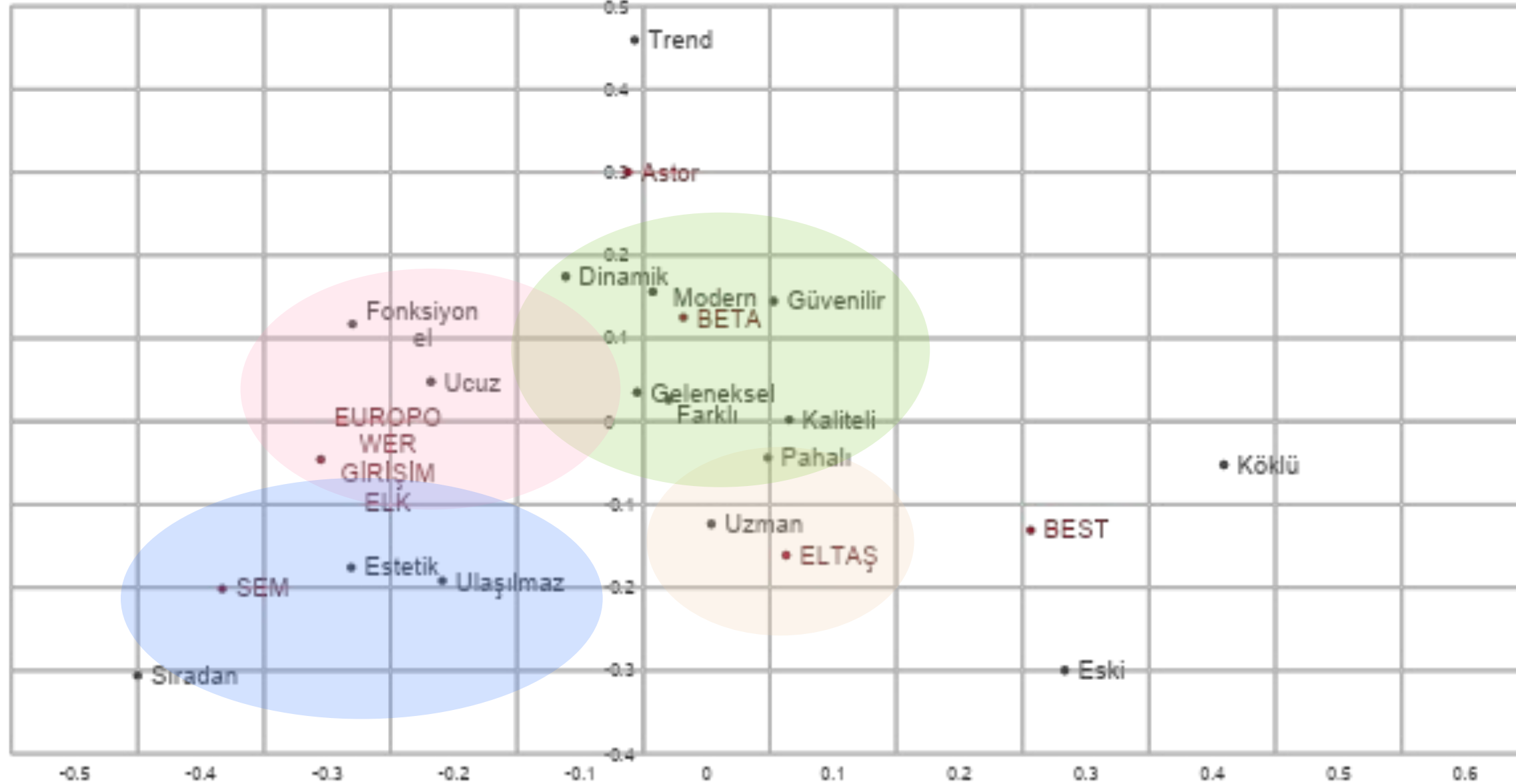
Güçlü

Zayıf



marka sıfatları correspondence analysis

Correspondence analysis



Listedeki markalar bir arada değerlendirildiğinde

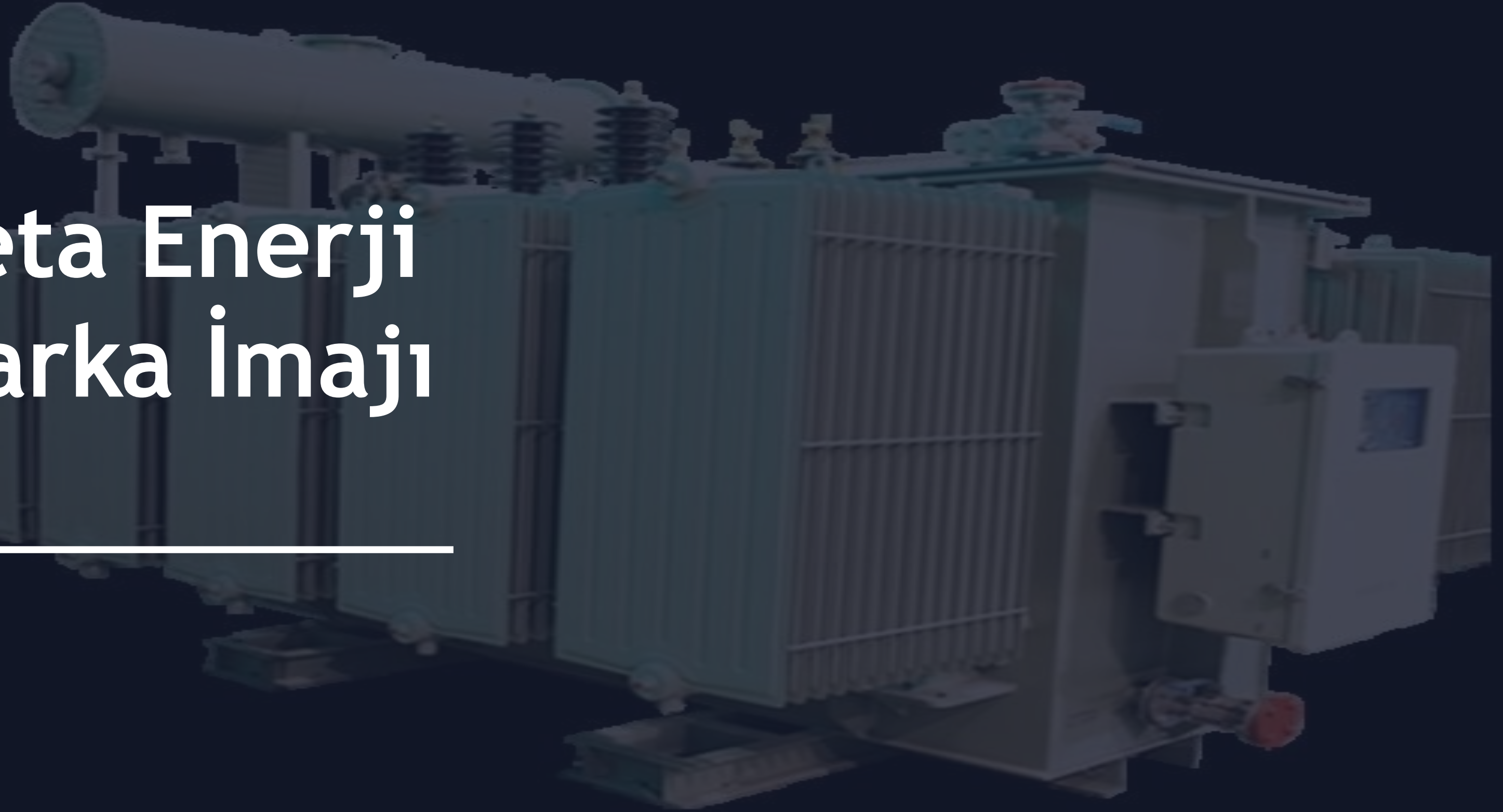
Beta 'ın sahiplendiği sıfatlar;

- Dinamik
- Modern
- Güvenilir
- Geleneksel
- Farklı
- Kaliteli

Uzak Kaldığı sıfatlar;

- Sıradan
- Eski
- Trend

Beta Enerji Marka İmajı



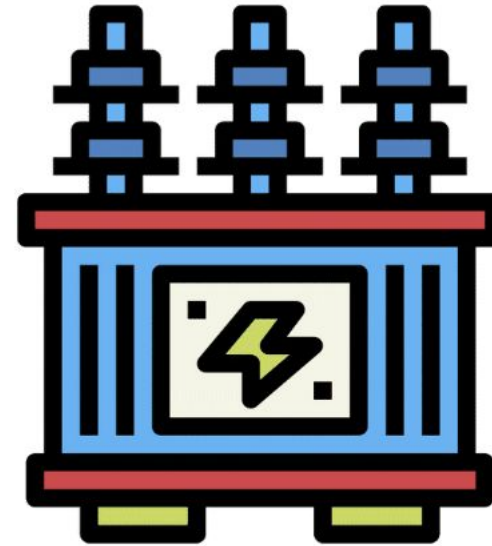
Beta Enerji hizmet alma



Beta Enerji'den hizmet almayanların başlıca nedenleri fiyatlarını yüksek bulmaları (%19), ödeme koşullarını uygun bulmamaları (%17) ve kampanya olmaması (%15). En yaygın hizmet alma kriteri ise ürünlerinin daha kaliteli olması (%37). İkinci sırada ise fiyatlarının daha uygun olması geliyor (%27). *Beta Enerji'nin kampanyalar yapması potansiyel müşterileri etkileyebilir.*

Hizmet Almama Nedenleri

n:48*



Hizmet Alma Kriterleri

n:48*



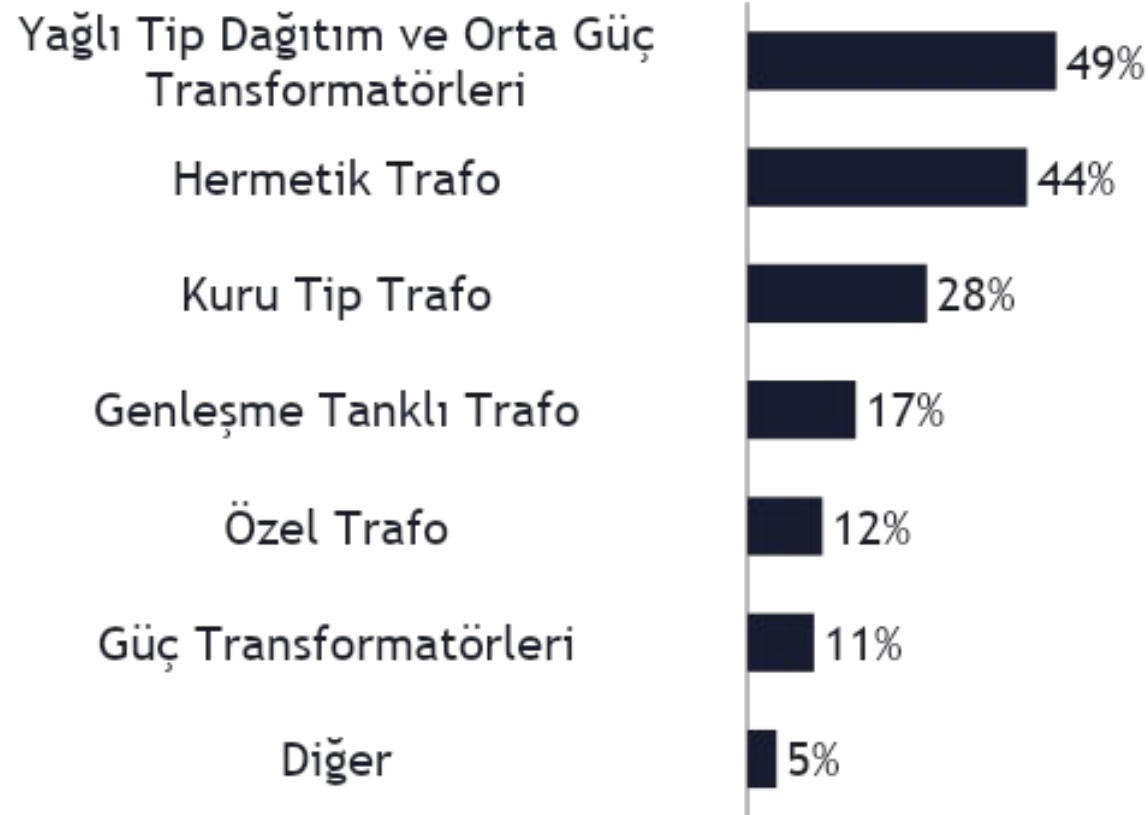
Beta Enerji ürün



Beta Enerji'tan en çok satın alınan ürün yağlı tip dağıtım ve orta güç transformatörleri (%49). İkinci sırada ise Hermetik trafo geliyor (%44). Beta Enerji'tan ürün alanların büyük bir çoğunluğu üründen memnun kaldığını belirtiyor (%91). Memnun kaldıkları özelliklerin başında kaliteli olması geliyor (%42). Problem yaşanmaması (%33), teknik destek (%26) özellikleri takip ediyor.

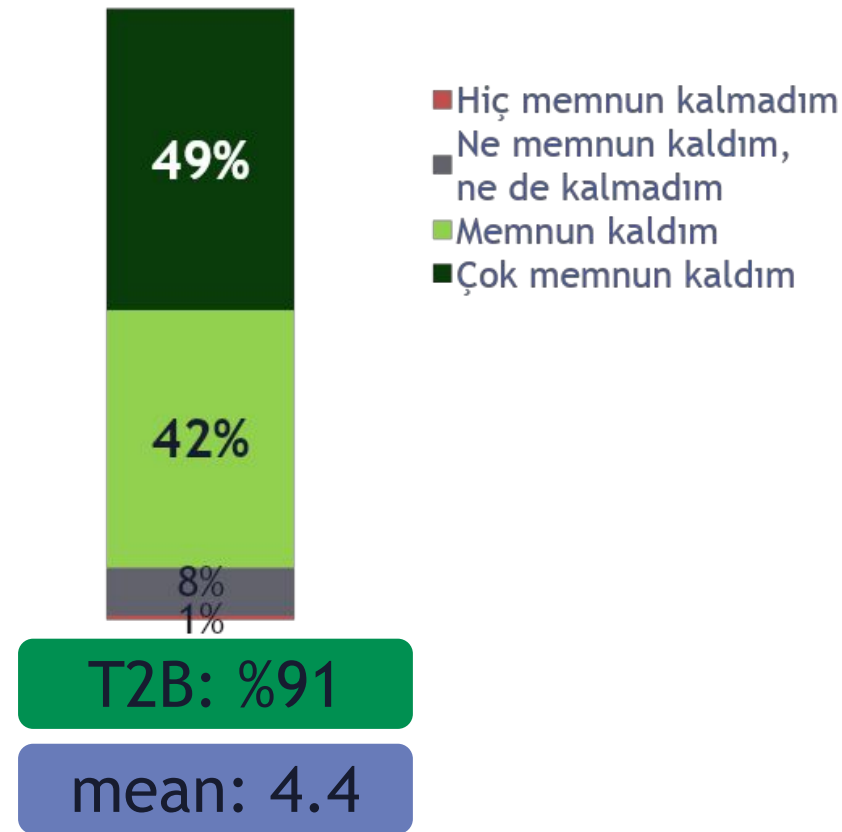
Satın Alınan Ürünler

n:152



Ürün Memnuniyeti

n:152



Memnun Kalınan Özellikler

n:138



Beta Enerji

NPS (Net Tavsiye Skoru)



$$\text{NPS} = \% \text{DESTEKLEYENLER} - \% \text{KÖTÜLEYENLER}$$



Kötüleyenler	%9
Pasifler	%30
Destekleyenler	%61

Tavsiye Etme Nedenleri



n:92

Tavsiye Etmeme Nedenleri



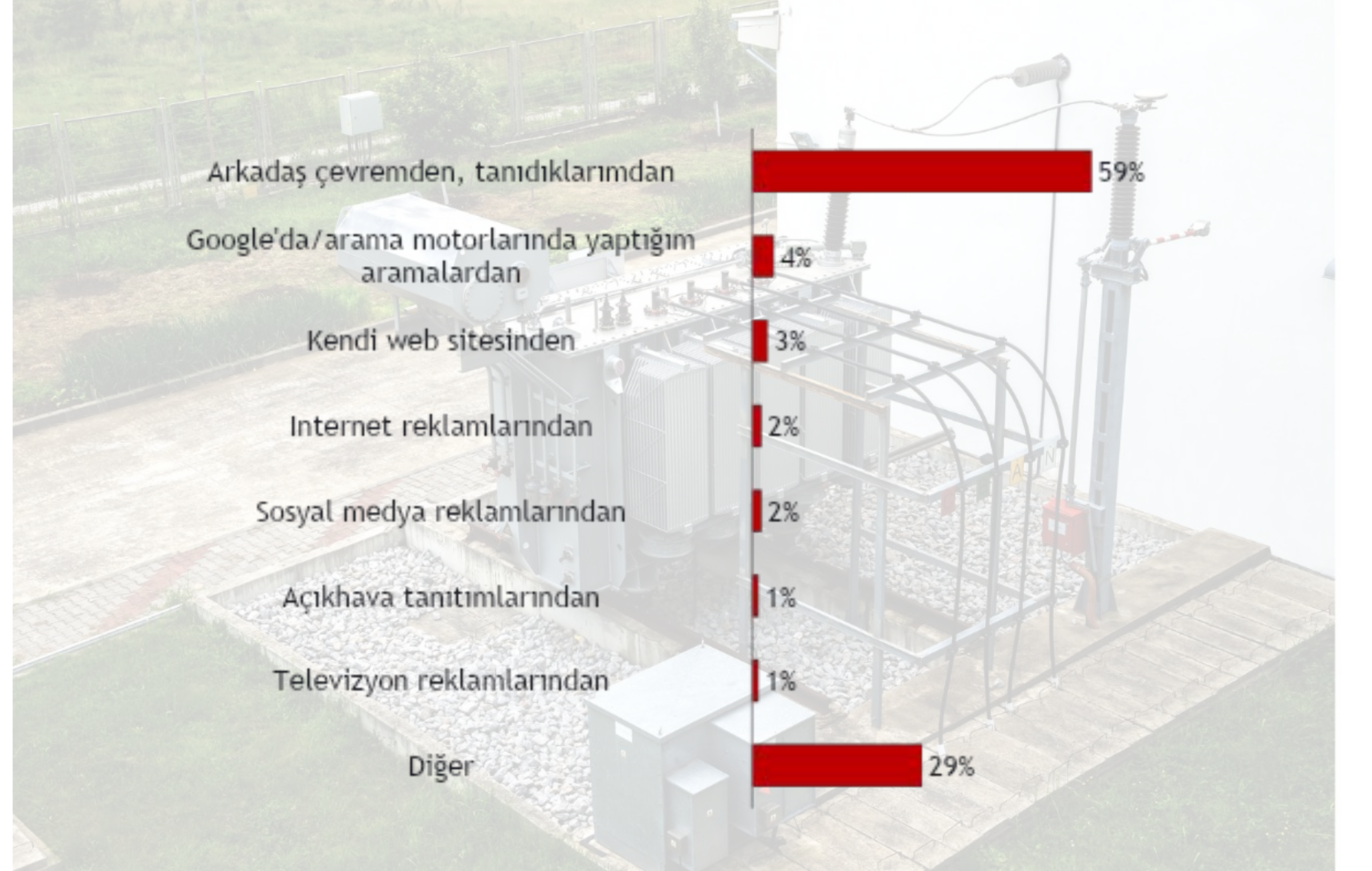
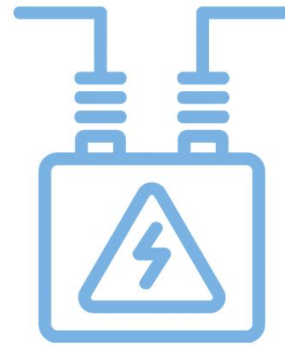
n:14

Beta Enerji duyma kanalı



Katılımcıların çoğunluğu Beta Enerji'ı arkadaş çevrelerinden, tanıdıklarından duymuş. Bu noktada *Beta Enerji'in kulaktan kulağa bilinirliğini arttırması için çalışmalar yapması önemli.*

Diğer duyma kanallarının oranları oldukça düşük. *Katılımcıların trafo gibi bir ihtiyacı olduğunda birinin tavsiyesiyle hareket etme eğiliminde olduğu görülüyor.*





Twentify Proje Ekibi



Ezgi Sönmez Özcan
Research Partner



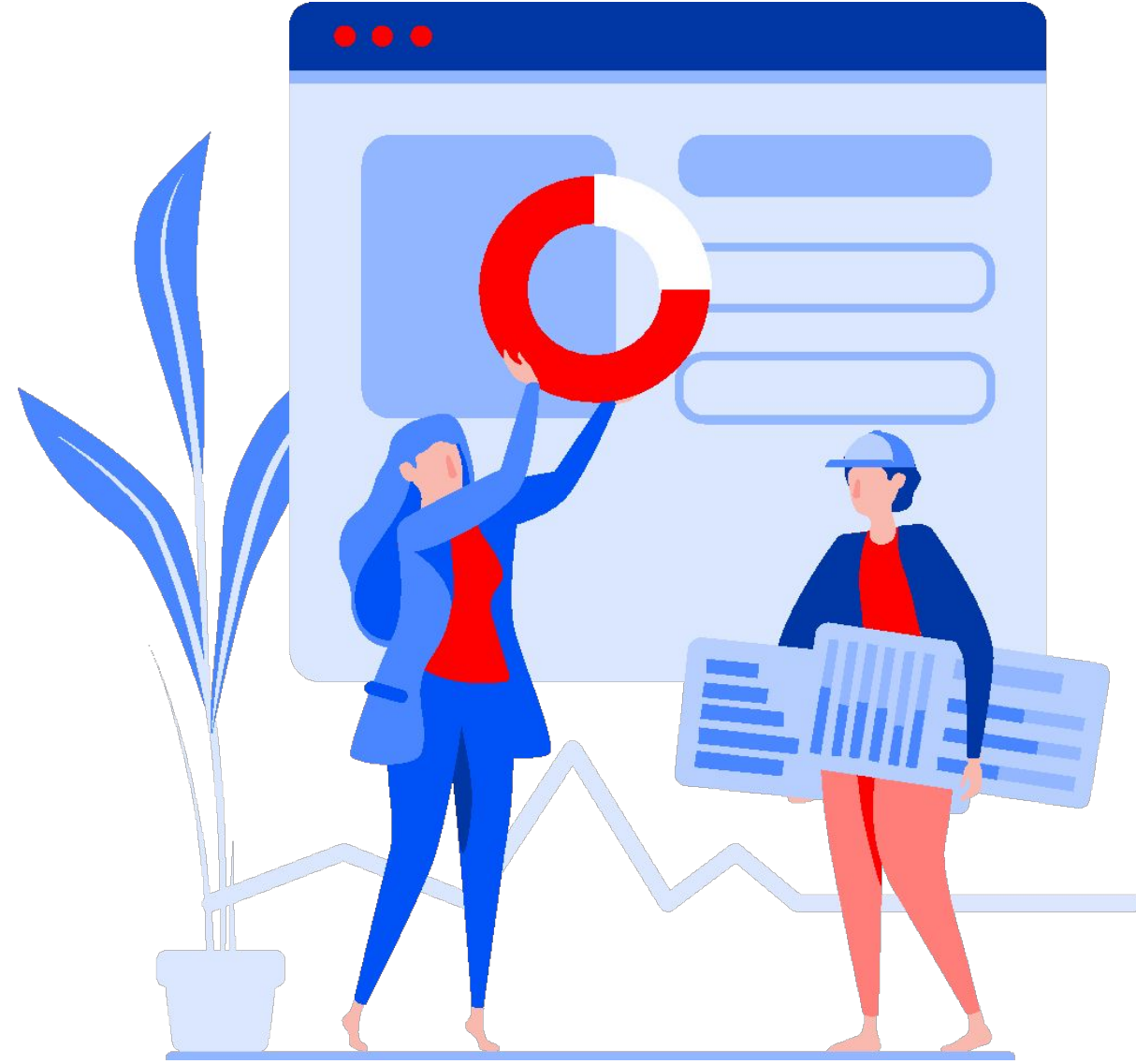
Serdar Göç
Project Manager



Duygu Nural
Reporting Specialist

ESOMAR
member





İletişim için;
Can Kablan
Client Director
can.kablan@twentify.com

ESOMAR
member

tüad
Türkiye Araştırmacılar Derneği



ISO
International
Organization for
Standardization
ISO 20252

Beta
ENERJİ

Twentify

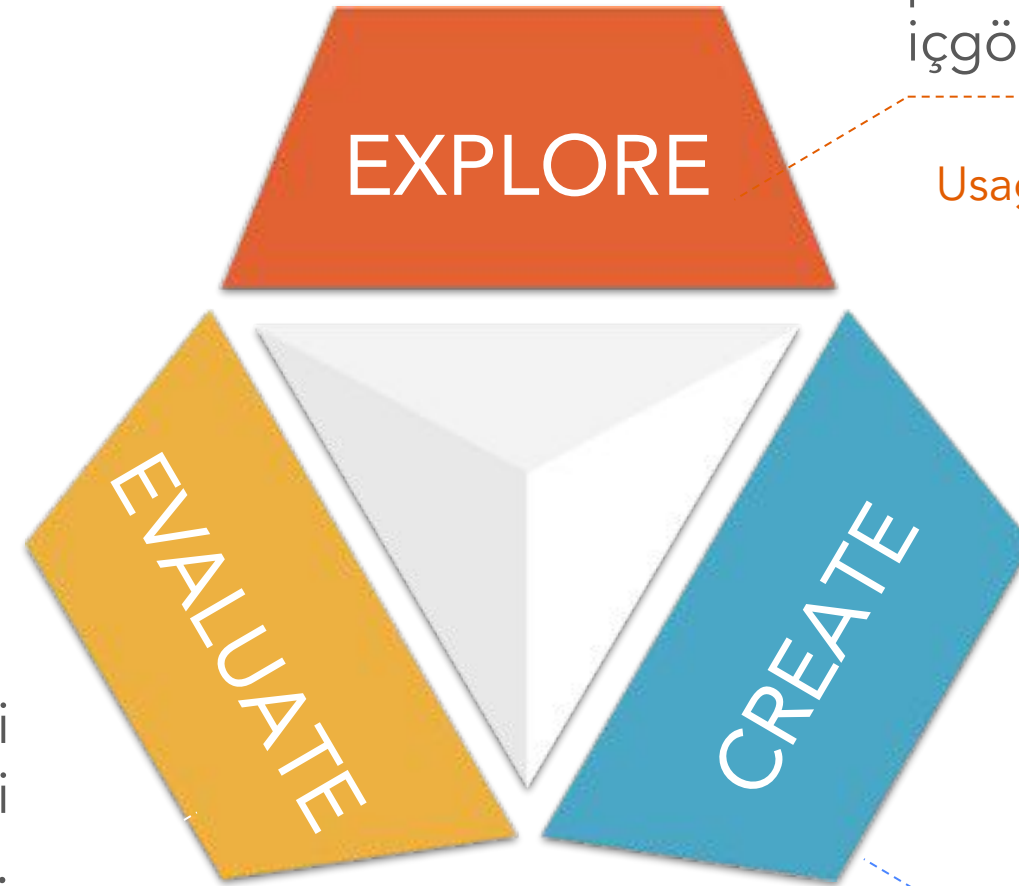
Twentify Hakkında

Twentify, Dünya çapında milyonlarca tüketiciye saatler içinde ulaşarak, büyüme odaklı içgörüler elde edebileceğiniz bir tüketici araştırması şirkettir. Twentify mobil tüketici platformu ile, hedef kitlenizin davranışlarını öğrenebilir, ürünleriniz, pazarlama ve marka çalışmalarınız ile ilgili geri bildirimlere ve düşüncelere ulaşabilirsiniz. Twentify hakkında daha fazla bilgi alın.

TAKİP EDİN

Her hafta yeni içerikler paylaşıyoruz. Eğer yeni içerikler ile ilgili akıllı bildirimler almak isterseniz, Twentify Blog'a abone olun, kariyerinize ve ilgi alanlarınıza göre en iyi içeriklerimizi sizlerle paylaşalım.

Twentify Araştırma Çözümleri



Kategorinizdeki fırsatları, tüketicilerin tüketim ve satın alma alışkanlıklarını ve pazardaki değişimleri tespit edin, derin içgörülerle aksiyonlarınızı tanımlayın.

Usage & Attitude Segmentation Social Awareness
Lifestyle & Trends Occasion Understanding



Marka, iletişim ve kullanıcı deneyimi aktivitelerinizi ölçün, değerlendirmesini yapın ve gelişme alanlarını belirleyin.

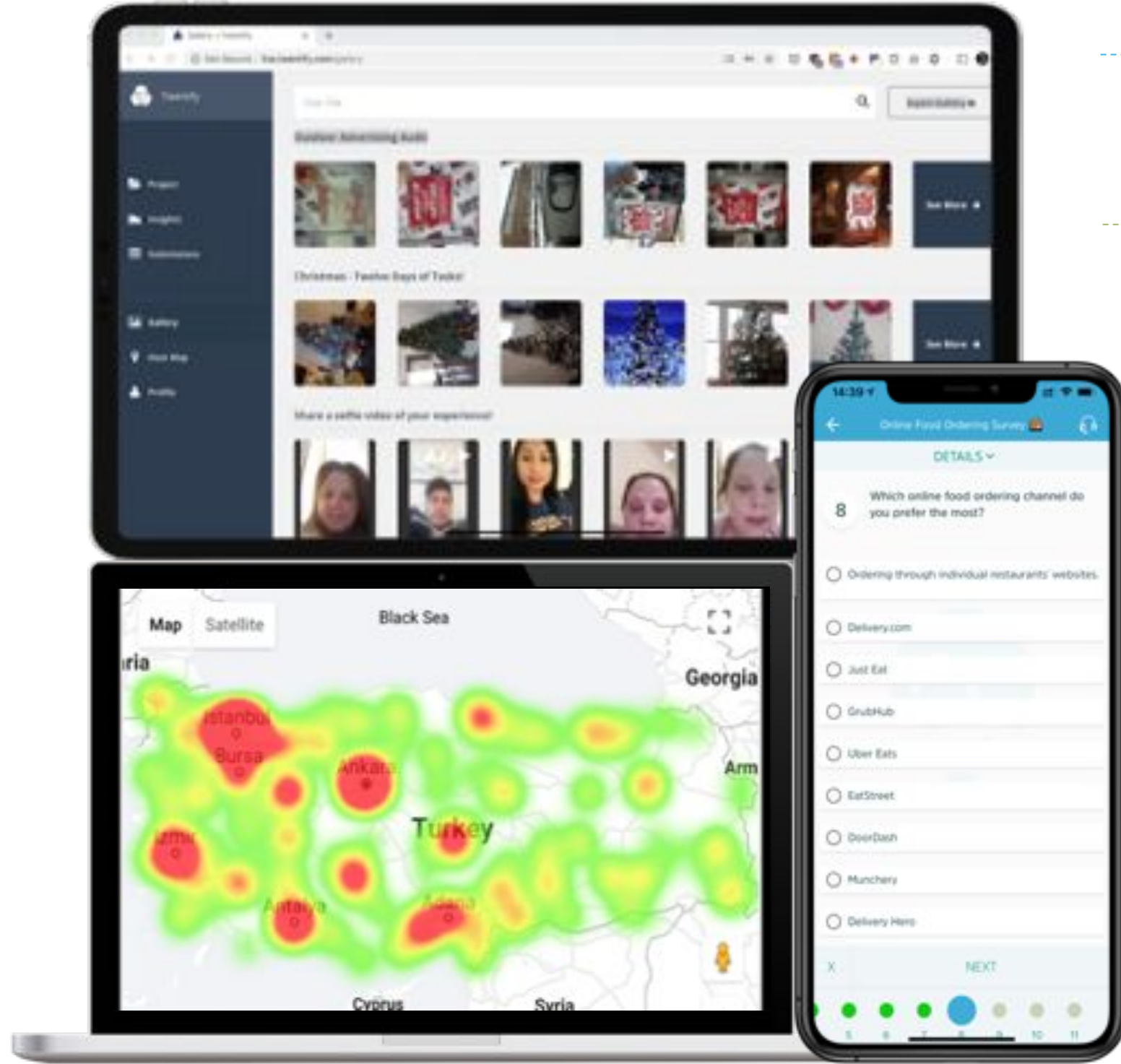
Brand Awareness Brand Image Brand Uplift
Brand Health Tracking CX Research Shopper Research

Üretilen içgörülerle en etkili ürün/hizmet, iletişim ve reklam kampanyalarını belirleyin, test edin, yeniden tasarlayın.

Idea Test Communication Concept Test
Creative Test Claim Test Products Test

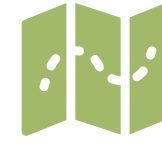


Twentify Araştırma Teknolojileri



Mobile Consumer Platform

+1.3M tüketici havuzu sayesinde Dünyanın 9 ülkesinde tüketicilere doğal ortamlarında, hızlı ve maliyet etkin şekilde ulaşabilirsiniz.



Multidimensional Data

Kantitatif soruları destekleyen videolar, fotoğraflar, ses kayıtları, lokasyon verileri ve açık uçlu sorular ile etnografik çıkarımlar yapabilir, araştırma kapsamını zenginleştirebilirsiniz.



Precision Location Data

Lokasyon bazlı tetikleyiciler ile (geo-triggering) anketinizi belli noktaları ziyaret eden tüketicilere, ziyaret anında uygulayabilirsiniz.



Precision Digital Targeting

Araştırmaya katılan tüketicileri toplanan Advertising ID'leri ile Facebook, Google ve diğer data havuzları içerisinde hedefleyerek hassas pazarlama aktiviteleri planlayabilirsiniz.



Re-Contact

Daha önce Bounty'de araştırma ya da Precision Digital Targeting ile eriştiğiniz kişilere tekrar tekrar erişebilir, çalışmalarınızın kapsamını genişletebilir ya da derinleştirebilirsiniz.



Tailor-Made Dashboard

İş ihtiyaçlarınıza yönelik özel olarak tasarlanan dashboard'lar ile araştırma sonuçlarını ve analizlerini anlık olarak takip edebilirsiniz.

Twentify Araştırma Modelleri

Moment of Consumption Okazyon Anlama ve Takip Araştırmaları

Human Story Consumer Vlog ile Tüketicinin Kendinden İçgörüler

Live Ad Test Ad-ID ile Gerçek Ortamda Reklam Testi

Constant Touch Mobil Tüketici Topluluğu Araştırmaları

Journey Decoder Tüketici Yolculuğu Araştırmaları

Segmentation+ Davranışsal Ekonomi Yaklaşımı ile Tüketici Segmentasyon Araştırmaları

Qualitative Research Mobil Kalitatif Araştırmalar

AdScore Pasif Dinleme ile Reklam Takibi ve Brand Uplift Ölümü



TEŐEKKÜRLER

