

Türkiye Araştırmacılar Derneği tarafından düzenlenen Baykuş Ödülleri töreninde GfK 5 baykuş ile ödüllendirildi...

5 Eylül 2019

Hande Diker
Pazarlama ve İletişim
Tel +902123680700
Faks +902123680799
hande.diker@gfk.com

Türkiye Araştırmacılar Derneği'nin, araştırma sektöründeki başarılı pazarlama ve sosyal araştırma projelerini ödüllendirmek için bu yıl yedinci kez düzenlediği **Baykuş Ödülleri Töreni** 3 Eylül 2019 akşamı Four Seasons Hotel Bosphorus'ta gerçekleştirildi. Geceye araştırma şirketleri, araştırma veren şirketler, reklam, medya planlama, danışmanlık şirketleri ve basından toplam 354 davetli katıldı. Baykuş Ödüllerine başvurular araştırma şirketleri tarafından Temmuz 2019'da yapıldı. Başvurular alanlarında uzman bir jüri tarafından Ağustos 2019'da değerlendirildi.

GfK 4 iş ortağı ile birlikte Alışverişçi, Sosyal, Metodik, Usta ve Vizyoner olmak üzere toplam beş kategoride 3 altın ve 2 bronz ödüle layık görüldü.

Ödüllerimiz;

Kategori	Araştırma Türü	Araştırma Veren	Projenin Adı	Ödül
Alışverişçi Baykuş	Adhoc (özel araştırma)	KARACA	Estetik Mağazalardan Davetkar Sofralara	ALTIN
Sosyal Baykuş	Adhoc (özel araştırma)	TOHUM OTİZM VAKFI	%100'e az kaldı	ALTIN
Metodik Baykuş	Adhoc (özel araştırma)		Kantitatif Yöntem altında araştırma şirketine verilen bir ödüdür.	ALTIN
Usta Baykuş	Perakende Paneli	PHILIPS	100 ektim 1000 biçtim	BRONZ
Vizyoner Baykuş	Adhoc (özel araştırma)	TEMSA	Pick-up'ımla yaşarım, maceraya doyarım.	BRONZ

Bu yıl ödül kazanan projeler yenilikçi ve yatırımın geri dönüşünü ölçmeyi hedefleyen analitikler kullanan modeller olarak öne çıktı. Projelerde geleneksel kantitatif ve kalitatif veri toplama yöntemlerinin yanısıra eye tracking, marketing mix modelling gibi metodlardan yararlandı. Projeler

yatırımların markalara sağladığı faydaları da ortaya koyan ölçümlenmeler içerdikleri için ödül almaya hak kazandılar.

Bu yıl ilk kez verilen Metodik Baykuş ödülü kantitatif, kalitatif, karma ve neuro yöntemler için birer altın ödül olarak verildi. GfK kantitatif alanda Altın Metodik Baykuş ile ödüllendirildi.

GfK Genel Müdürü Kıvanç Bilgeman konuyla ilgili aşağıdaki değerlendirmeyi yaptı;

“Baykuş Ödüllerinin araştırma sektöründe çitayı her geçen gün daha da yukarı taşıdığını görüyoruz. Biz de GfK olarak müşterilerimizle beraber detaylı bir ön hazırlık sonrası başvurularımızı gerçekleştirdik. Elde ettiğimiz sonuçtan memnunuz. Araştırmanın markalara sağladığı katma değeri somut olarak ortaya koyan projelerle önümüzdeki yıllarda da bu platformda yer almaya devam edeceğiz.”

GfK

GfK veri ve bilimi birleştirir. İnovatif araştırma çözümleri, şimdi ve gelecekte, tüketiciler, pazarlar, markalar ve medya ile ilgili temel iş sorularına yanıtlar sağlar. Bir araştırma ve analitik ortağı olarak GfK, tüm dünyadaki müşterilerine "Bilgiden Gelen Büyüme" vaat ediyor. Daha fazla bilgi için www.gfk.com/tr adresini ziyaret edin ya da GfK'yı Twitter'da takip edin: <https://twitter.com/GfKTurkiye>