

## Basın Bülteni

### Her 2 akıllı telefon sahibinden biri uyurken telefonunu yakınında tuttuğunu belirtiyor.

10 Kasım 2017

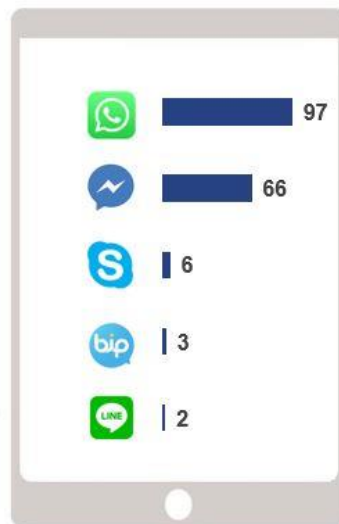
Naz Şakar  
Pazarlama ve İletişim  
Tel +902123680700  
Faks +902123680799  
[naz.sakar@gfk.com](mailto:naz.sakar@gfk.com)

GfK ve DigitalTalks iş birliğiyle, Türkiye’de kent temsili 15 ilde 15 yaş ve üzeri 1166 akıllı telefon sahibiyle görüşülerek kişilerin akıllı telefonlarında kullandıkları mesajlaşma ve sosyal medya uygulamaları, bu uygulamaları kontrol etme sıklıkları ve akıllı telefon kullanımı ile ilgili ifadelerle katılım düzeyi sorgulandı.

Akıllı telefon sahibi olanların neredeyse tamamı (%97) telefonlarında mesajlaşma uygulaması olarak WhatsApp’i kullanıyor. WhatsApp’i %66 ile Messenger takip ediyor. Her 3 akıllı telefon sahibinden ikisi ise akıllı telefonları olmasına rağmen hala SMS kullanmaya devam ettiklerini belirtiyor.

Skype, Bip ve Line, WhatsApp ve Messenger’a oranla çok daha az kullanılıyor.

#### Akıllı telefonda kullanılan mesajlaşma uygulamaları (%)

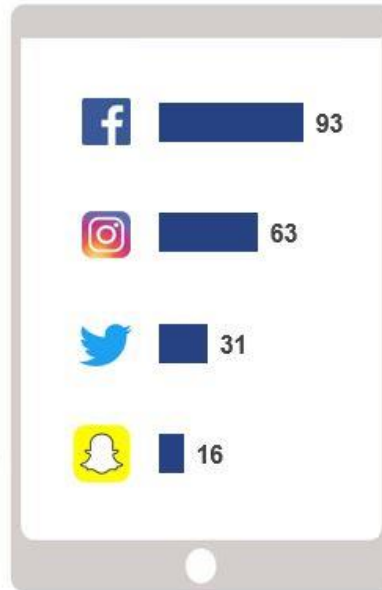


Bu mesajlaşma uygulamalarını kullananlara ne sıklıkla kontrol ettikleri sorulduğunda ise, yaklaşık her 4 kişiden üçü (%72) sürekli ya da sık sık kontrol ettiğini belirtiyor.

Akıllı telefon sahibi olanların büyük çoğunluğu telefonlarında sosyal medya uygulaması olarak Facebook'u kullanıyor. (%93) Telefonlarında Facebook kullanan erkeklerin oranı kadınlara göre anlamlı olarak farklılaşmıştır. ( Erkek: %95, Kadın: %91)

Aralarında açık ara fark olmasına rağmen Facebook'tan sonra telefonda en çok kullanılan uygulama ise %63 ile Instagram'dır. Instagram'ı %31 ile Twitter ve %16 ile Snapchat takip etmektedir.

### Akıllı telefonda kullanılan sosyal medya uygulamaları (%)



Akıllı telefonunda sosyal medya uygulamalarını kullanan yaklaşık her 4 kişiden üçü (%73) bu uygulamaları sürekli veya sık sık kontrol ettiğini belirtiyor.

### Akıllı telefon sosyal hayatımızı etkiliyor

Akıllı telefon kullanımı ile ilgili ifadeler katılımlı düzeyde sorgulandığında akıllı telefon sahiplerinin %59'u telefonun hayatlarının önemli bir parçası olduğunu ancak dozunda kullandıklarını düşündüklerini belirtiyor. %44'ü gün içinde akıllı telefonlarına bakmadıklarında kendilerini huzursuz hissettiğini, %38'i ise sabah uyanınca ilk yaptıkları şeyin akıllı telefonlarından sosyal medya ve mesajları kontrol etmek olduğunu söylüyor.

Her 3 akıllı telefon sahibinden biri (%37) telefonuyla çok sık ilgilendiği için ailesinin ve arkadaşlarının kızdıklarını belirtiyor. "Arkadaşlarımla yemekten akıllı telefonumla çok oynadığımı hissediyorum." diyenlerin oranı ise %34.

Akıllı telefon sahiplerinin %28'i gece telefona bakmak için uyandığını ve çoğu zaman tuvalete bile telefonuyla gittiğini söylüyor. Her iki kişiden biri de uyurken telefonunu yakınında tuttuğunu belirtiyor. (%51)

Akıllı telefonum hayatımın önemli bir parçası. Dozunda kullandığımı düşünüyorum.	<b>%59</b>
Telefonum gece uyurken çoğu zaman yakınımda olur.	<b>%51</b>
Gün içinde telefonuma bakamazsam kendimi huzursuz hissedirim.	<b>%44</b>
Televizyonda film/dizi izlerken dayanamayıp yine de telefonuma bakıyorum.	<b>%39</b>
Sabah uyanınca ilk yaptığım şey akıllı telefonumdan sosyal medya ve mesajlarımı kontrol etmek olur.	<b>%38</b>
Akıllı telefonumla çok sık ilgilendiğim için ailem / arkadaşlarım bana kızıyor.	<b>%37</b>
Arkadaşlarla yemekten telefonla çok oynadığımı hissediyorum.	<b>%34</b>
Gece telefonuma bakmak için uyanıyorum.	<b>%28</b>
Tuvalate çoğu zaman telefonumla gidiyorum.	<b>%28</b>

### Araştırma Hakkında

Araştırma GfK tarafından 3 ayda bir düzenli olarak gerçekleştirilmekte olan yüz yüze Omnibus çalışmaları kapsamında 27 Eylül 2017 – 18 Ekim 2017 tarihleri arasında Türkiye'de 15 ilde (Adana, Ankara, Antalya, Balıkesir, Bursa, Diyarbakır, Erzurum, Gaziantep, İstanbul, İzmir, Kayseri, Konya, Malatya, Samsun ve Trabzon) 15 yaş ve üzeri 1166 akıllı telefon sahibi kişi ile görüşülerek gerçekleştirilmiştir.

### GfK

GfK, müşterilerinin daha akıllı kararlar almalarını sağlayan pazar ve tüketici bilgileri alanında güvenilir bir kaynaktır. 13,000'i aşkın pazar araştırma uzmanı, işlerine duydukları tutkuyu, GfK'nın veri bilimi alanında uzun yıllara dayanan deneyimiyle birleştirmektedir. Böylelikle GfK, 100'ün üzerinde ülkeden topladığı yerel pazar bilgileri ile eşleştğinde son derece önemli sonuçlar veren küresel iç görüler sunabilmektedir. Kullandığı yenilikçi teknolojiler ve veri bilimi sayesinde GfK, büyük verileri akıllı verilere dönüştürerek, müşterilerinin daha rekabetçi olmasına ve tüketici deneyimi ve seçeneklerini zenginleştirmesine olanak tanımaktadır.

[www.gfk.com/tr](http://www.gfk.com/tr) , <https://twitter.com/gfkturkiye>

### **DigitalTalks**

Dört yıldır düzenlediği dijital odaklı etkinliklerde Őimdiye kadar 6.000'den fazla dinleyiciyi onlarca değerli profesyonel ve giriŐimci ile buluŐturan DigitalTalks, ayrıca sitesinde yayıncılık alanında çalıŐmalar yűrűyor ve her ay binlerce okuyucuya ulaŐıyor.

DigitalTalks; Tűrkiye'nin, teknoloji ile birlikte hızla dűnűŐen dűnyada, sađlıklı bir dijital ekosisteme ve geliŐmiŐ bir bilince sahip olması için kendi űstűne dűŐeni yapmayı, bu yűnde katkı sađlamayı bir gűrev olarak biliyor.

[www.digitaltalks.org](http://www.digitaltalks.org), <https://twitter.com/digitaltalks>