

Basın Bülteni

Günde ortalama 4 saatimiz sosyal medyada geçiyor!

2 Şubat 2019

Naz Şakar
Pazarlama ve İletişim
Tel +902123680700
Faks +902123680799
naz.sakar@gfk.com

GfK, Cereyan Medya iş birliği ile Türkiye’de kent temsili 15 ilde 15 yaş ve üzeri 2473 kişiyle görüşerek sosyal medya kullanımı ve sosyal medya fenomenlerinin etkisi ile ilgili değerlendirmeler alındı.

Araştırma bulgularına göre, her 10 kişiden sekizinin (%84) herhangi bir sosyal medya hesabı var ve sosyal medya hesabı olanlar günde ortalama 4 saatlerini sosyal medyada geçirdiklerini belirtiyorlar. 15-24 yaş grubu ise günde ortalama 5 saatlerini sosyal medyada harcıyor.

Sosyal medya hesabı olanların %91’i Facebook, %72’si Instagram ve %44’ü de YouTube üyesi olduğunu belirtiyor.

Hangi sosyal medya hesaplarına sahipsiniz?
Baz: 2068 (Sosyal medya hesabı olanlar)



GfK Araştırma Hizmetleri A.Ş.
Sultan Selim Mh. Hümeýra Sok.
NEF09 Plaza B Blok
Kat:4, 4. Levent
Kağıthane 34415
İstanbul - Türkiye

Tel. +902123680700
Fax +902123680799

Sosyal medya hesapları en çok fotoğraf paylaşma amacıyla kullanılıyor.

Sosyal medya hesabı olanların %88'i sosyal medyayı fotoğraf paylaşmak için kullandığını belirtiyor. %79'u takip ettiği kişilerin paylaşımlarına bakmak için, %69'u video paylaşmak için, %66'sı bilgi almak için, %45'i ise video / dizi / film izlemek için sosyal medya hesaplarını kullanıyor.

Sosyal medya hesabı olan her 4 kişiden biri fenomenlerin hesaplarını takip ettiğini belirtiyor. 15 -24 yaş grubunun (%35) ve 25-34 (%33) yaş grubunun oranı, 35- 44 yaş grubu (%22) ve 45 + yaş grubuna (%15) göre anlamlı olarak yüksektir.

Fenomenleri takip ettiğini belirtenlerin %28'i bu kişilerin tanıttığı ürün ve / veya hizmetleri satın aldığını belirtiyor. Satın alan her 3 kişiden biri fenomenlerin tekstil (giyim) kategorisinde satın almalarını sağladığını söylüyor. Daha sonra sırasıyla ayakkabı ve çanta (%56), kozmetik (%35), kişisel bakım (%27) ve aksesuar (%26) geliyor.

Araştırma Hakkında

Araştırma, GfK tarafından 3 ayda bir düzenli olarak gerçekleştirilmekte olan yüz yüze Omnibus çalışmaları kapsamında gerçekleştirilmiştir.

Araştırma kapsamında GfK, Türkiye'de 15 ilde 15 yaş ve üzeri ABC1C2DE SES grubuna mensup 2473 tüketici ile **bilgisayar destekli yüz yüze** görüşmüştür.

Haziran 2018'de 1235, Kasım 2018'de ise 1238 tüketici ile görüşülmüştür. Sonuçlar kümülatif olarak verilmiştir.

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>

Cereyan Medya

Eylül 2008'de, Türkiye reklam piyasasında hizmet veren bağımsız bir medya planlama ve satın alma ajansı olarak kuruldu. Bütün mecralarda stratejik medya planlama ve satın alma hizmeti veriyor. Aynı zamanda Local Planet Türkiye'nin ortağı. Daha fazla bilgi için www.cereyan.com.tr adresini ziyaret edin.