



USTA

ALTIN ÖDÜL

Proje Adı: Marka Değerine Göre Dinamik Fiyat Stratejileri
Araştırma Şirketi: Vera Araştırma ve Analitik Danışmanlık Hiz.
Araştırma Veren: Ergo Türkiye
Veri Toplama Firması: Girişim

Araştırmanın Künyesi

ARAŞTIRMANIN KÜNYESİ			
Kullanılan yöntem (ler)	Kalitatif	Kantitatif	Diğer (açıklayınız)
		Kantitatif	
Araştırmanın evreni/ Hedef kitlesi	Araştırma Evreni, İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Adana, Konya, Samsun, Gaziantep, Erzurum ve Denizli’de ikamet eden, 20-54 yaş arası ABC1 SES grubuna mensup, önümüzdeki bir yıl içerisinde kasko ürünü satın alabilecek nitelikte olan Kadın ve Erkek tüketicilerin tamamıdır.		
Coğrafi kapsama alanı	İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Adana, Konya, Samsun, Gaziantep, Erzurum ve Denizli İllerinin Tamamı		
Örnekleme yöntemi	Kota Örneklemesi		
Veri toplama yöntemi	CAPI(Bilgisayar Destekli Yüzyüze Görüşme)Tekniği		
Veri toplama tarihleri	24 Ocak – 16 Şubat 2015		

İş Hedeflerimiz ve Araştırmamızın Amaçları;

1

Kasko ürünümüz rakip marklarla birlikte tüketici tercihine sunulduğunda, marka değerimizi koruyarak, tüketici tarafından seçilmemizi sağlayacak, optimum fiyat düzeyinin belirlenmesidir.

Tüketicilerin kasko ürünü kapsamında, marka tercihini etkileyen ana unsurların neler olduğunun ve ağırlıklarının belirlenmesidir.

2

Araştırma Bulguları;



1. Araştırmamızın birinci hedefi kapsamında, tüketicilerin farklı marka - fiyat alternatiflerinden değişen senaryolar kapsamında, birer seçim yapmaları istenerek kesikli seçim modelleri analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sayesinde oluşturulan fiyat simülatörüyle müşterimiz, pazarda oluşan farklı senaryolar kapsamında, marka değerini de koruyarak tüketici tarafından seçilecek optimum fiyat düzeyini belirlemiştir.

2. Araştırmamızın ikinci hedefi kapsamında, tüketicilerin marka tercihine etki eden ana unsurlar, ileri analitik ve sofistike bir yaklaşım olan Vera markalı bir analiz tekniğiyle belirlenmiştir.

*Araştırma bulguları, gizlilik ve rekabet unsurları gereği açıklanamamaktadır.

Araştırmanın İş Sonuçlarına Etkisi;

Alınan aksiyonlar sonucunda araştırmamızın yarattığı katma değer çok kısa bir sürede araştırma bütçesinin **yüzlerce** katı ciro artışı ile sonuçlanmıştır.

*Araştırma sonrası alınan aksiyonlar ve iş sonuçları, gizlilik ve rekabet unsurları gereği detaylı olarak açıklanamamaktadır.