



BAYKUŞ
ÖDÜLLERİ
2016

		ARAŞTIRMA ŞİRKETİ	ARAŞTIRMA VEREN	VERİ TOPLAMA	PROJE ADI
ALTIN	MERAKLI	Vera	SMS-TORK	—	B2B Stratejik Pazarlama Tuali
GÜMÜŞ		Ipsos	Vodafone	—	Yarına Hazırlayan Çözümler – İletişim Değerlendirilmesi
BRONZ		Habitus	Ford Trucks	—	Gönüllere Giden Yol Uzun Yoldan Geçer: Lojistik Sektöründe Değer Kavramı Araştırması
BRONZ		Ipsos	Türk Telekom	—	Sorunu Fırsata Çevirmek: Müşteri Arıza Yaşasa da Memnun Edilebilir Mi?
ALTIN	USTA	Era	Dytech&StratejiCo.	—	Geçer Akçe; Para Değil, Değer Vermek
ALTIN		Era	GSK	Optimist	Türkiye'den Dünyaya Araştırma Modeli Çıkar Mı? Yeni Dünyada Segmentasyon
ALTIN		Habitus	Unilever Knorr	—	Tostoparlak Bir Domatesten Tam Olarak Beklentiniz Nedir Acaba?
ALTIN		Kalita	Penti	Maya	Bacakta Desen Baskısı
ALTIN		Ipsos	Unilever	—	Geleceğinizi Tahmin Edebilmenin En İyi Yolu, Onu Yaratmaktır
GÜMÜŞ		Ipsos	PepsiCo Türkiye	—	Yolculuk Nereye? Bir Pazar Büyüme Modellemesi Hikayesi
BRONZ		GfK	Vodafone	Metron	Faturalı Hatta Zahmetsizce Geçirelim
BRONZ		Nielsen	P&G	Bulgu	İstanbul'un Fethi 2015
ALTIN	VİZYONER	Ipsos	Kanal D	Aura	Dizinin Reytingini Kaderine Bırakma!
ALTIN		Nielsen	Unilever	—	Kuruşlarla Gelen Şampiyonluk Bozuk Para Deyip Geçmeyin Orada Servet Yatıyor!
ALTIN		ThinkNeuro	PepsiCo Türkiye	—	Adam Olacak Çocuk (Bir Çocuk Markasının Aile Markası Olma Yolundaki Hikayesi)
GÜMÜŞ		Ipsos	Unilever	—	Adam Olacak Lansman
GÜMÜŞ		Vera	Çekmeköy Bld.	—	Politik Pazarlamada Seçmen Beklentileri Ve Profiline Göre Fırsat Alanlarını Belirleyerek Relansman Sürecini Yürütmek
GÜMÜŞ		ThinkNeuro	Vodafone	—	Mobil (D)uygulama Nasıl Tasarlanır?
BRONZ		Sia Insight	Doğuş Marketing Services - Zubizu	—	Kodunu Okuttun Mu?
BRONZ		Ipsos	Vodafone	—	Kolaylık Kolay Mı Sandın?
BRONZ		Habitus	Capitol	—	Kimse Bize AVM Diyemez !
BRONZ		Habitus	Karaca	—	Bu Akşam Müsaitseniz Misafirlğe Paylaşmaya Bekliyoruz
ALTIN	İÇGÖRÜLÜ	Habitus	Abdi İbrahim	—	Sevişen Türkiye'nin Seks Etnografisi: Ne Olacak Bu Seksin Halleri?
GÜMÜŞ		ThinkNeuro	Unilever	—	"Duygusal Dondurma, Tamamen Duygusal"
BRONZ		Ipsos	L'oreal Paris Maybelline ve YNX	Survey	Tutkulu Bir İlişkinin Anatomisi; Türkiye'de Kadın Ve Makyaj - Bir Ruj Hikayesi
GÜMÜŞ	İNOVATİF	Estima	Stroer	Girişim	Medya Tüketiminde Değişen Trendler Araştırması
BRONZ		Ipsos	Unilever	—	Büyük Medya Veri Madeninde İnce Analitik İşçilik
ALTIN	SOSYAL	Method Research	Gaziosmanpaşa Bld.	—	Arafta Kaldım
GÜMÜŞ		Etik	Ege Üniversitesi	İletişim	Türkiye Akademisinde Toplumsal Cinsiyet Algısı Ve Yansımaları
BRONZ		Ipsos	Danone Nutricia Anne Bebek Beslenmesi	Survey	Çalışan Ebeveynlerin Çocuk Bakım İhtiyaçlarını Anlama Araştırmasının Kadın İstihdamına Olumlu Etkisi
GÜMÜŞ	GENÇ	Habitus	Ala Skateboards	—	Yerli Bir Kaykay Markasının Etnografisi: Beraber Kaydık Biz Bu Yollarda, Beraber Düştük Yüksek Rampalarda
ALTIN	İNATÇI	Ipsos	Unilever	—	Daha Büyük Pasta Daha Büyük Dilim
BRONZ		Millward Brown	Unilever	—	Çocuktan Aldık Haberi
ALTIN	AKADEMİK	Sabancı Üniversitesi-Emre Hatipoğlu			Twitter'daTürk Kamuoyunu Şekillendirenler