



VIZYONER

**ALTIN
ÖDÜL**

Proje Adı: Taksi Mobil Uygulaması Araştırması

Araştırma Şirketi: Xsights Araştırma ve Danışmanlık

Araştırma Veren: BiTaksi

Veri Toplama Firması: Xsights Araştırma ve Danışmanlık

Araştırmanın Künyesi



Bu araştırma, Türkiye’ de ilk defa başlatılacak olan bir mobil uygulamanın hayata en başarılı şekilde geçirilmesini sağlamak amacı ile gerçekleştirilmiştir.

Araştırma evreni mobil uygulamanın ilk aşamada lanse edileceği İstanbul’da çalışan taksi şoförleri olarak belirlenmiştir, İstanbul’da yaklaşık olarak 18,000 taksi olduğu bilinmektedir. Araştırmanın örnekleme 106 tane İstanbul’da çalışan taksi şoföründen oluşmuştur. Toplam örneklem, İstanbul’daki taksileri % 95 güven aralığında +/- 7.2 hata payı ile temsil etmektedir.

Taksi şoförleriyle yapılan bu çalışma için kotalı örnekleme yöntemi seçilmiştir, kotalı örnekleme yönteminin tercih edilmiş olmasının sebebi, araştırma için ayrılan sürenin kısıtlı olmasıdır. Kotalar çalışma saatleri ile bağlı olunan durağın coğrafi konumuna göre belirlenmiştir. Gündüz çalışan taksi şoförleri örneklemin % 70’ini oluştururken, örneklemin % 30’u gece çalışan taksi şoförleri arasından seçilmiştir. Örneklem ayrıca % 30 Anadolu yakası Taksi Şoförü; % 70 Avrupa yakası Taksi Şoförü olarak dağıtılmıştır.

Yöntem olarak yüz yüze anket yöntemi ile ilerlenmiştir, saha çalışması taksi duraklarında, taksilerin bekleme noktalarında uygulanmış, taksi şoförlerine yüz yüze ulaşmak, telefon ya da internet üzerinden ulaşmaktan daha kolay olacağından, bu yöntem tercih edilmiştir. Bu araştırmanın saha koşullarında, bilgisayar ya da tablet kullanımı için uygun şartlar olmadığından yüz yüze anketler kâğıt kalem yöntemiyle uygulanmıştır.

Araştırmanın saha çalışması 21-24 Ocak tarihleri arasında tamamlanmıştır.

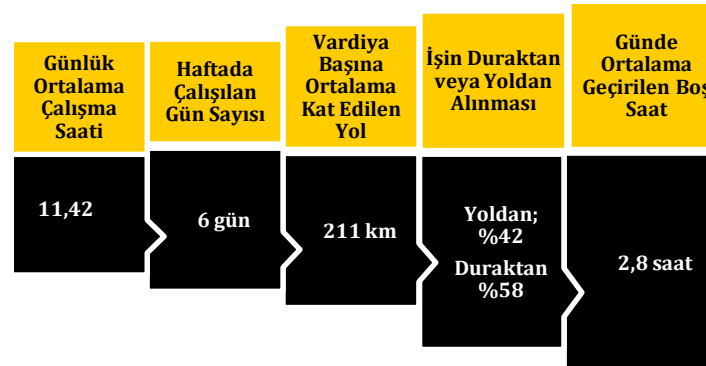
İş Hedefleri, Araştırmanın Hedefi ve Araştırma Bulguları



Türkiye’ de ilk defa kullanıma sunulacak bir mobil uygulama için gerçekleştirilen bu araştırmanın ana iş hedefleri, pazara girişi öncesi BiTaksi’nin kullanıcı verisine dayanan iç görülerden yararlanarak lansman stratejisini desteklemektir. Araştırmanın hedefi ise, İstanbul’daki taksi şoförlerinin çalışma koşulları, cep telefonu ve internet kullanma alışkanlıkları, taksi şoförlerinin yeni bir çalışma konseptine yaklaşımları, bu sistem için ödeyebilecekleri miktar ile medya alışkanlıkları ve dernek üyelikleri hakkında veri toplamak olarak belirlenmiştir.

Araştırmadan elde edilen ana bulgular şu şekilde özetlenebilir:

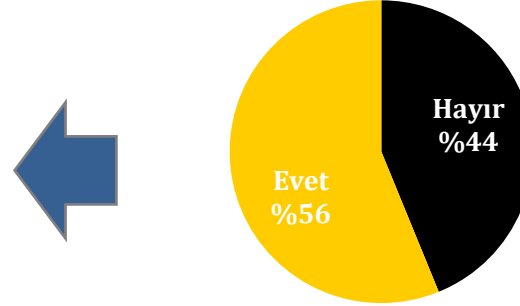
Taksiciler mesailerinin %24,5’ini «bekleyerek, boş» geçirdiklerini ifade etmişlerdir. Bu süreyi verimli bir şekilde doldurabilirlerse, taksiciler günde ortalama 51,8 km daha yapabilecek, gelirlerini $\frac{1}{4}$ oranında artıracaklardır. Bu potansiyel artış taksi şoförlerini üye yapma aşamasında ciddi bir motivasyon sağlamıştır.



İş Hedefleri, Araştırmanın Hedefi ve Araştırma Bulguları

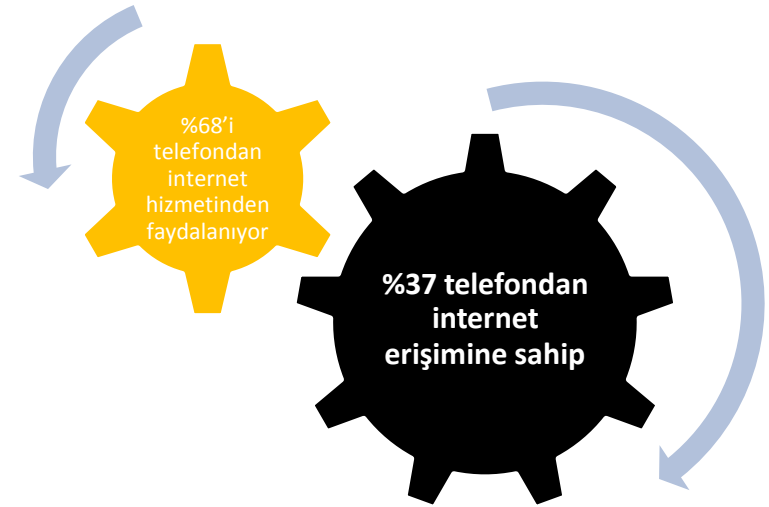
Sistem hakkında edindiğiniz bu bilgiler ardından, böyle bir sistemi kullanmak ister misiniz?

Taksicilerin %56'sı bu yeni taksi ağı sistemine sıcak bakmaktadır. Bu projenin taksi şoförleri arasında fizibil bir proje olarak kabul görme ihtimali yüksektir. Bu bulgu, araştırma verenimiz BiTaksi'nin projesine fon bulmasını desteklemiştir.



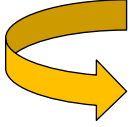
Araştırmada aynı zamanda taksi şoförlerinin cep telefonu kullanım alışkanlıkları, cep telefonundan internet kullanma düzeyleri tespit edilmiş, mevcut düzeylerin uygulamanın hızlı bir şekilde yayılması için yeterli olmadığı belirlenmiştir.

BiTaksi bu bulgu ışında öncelikle hedef taksi şoförlerine GSM operatörleri ile anlaşma yaparak, uygun paketler ile akıllı telefon edindirmiştir. Alınan bu aksiyon, stratejinin oldukça hızlı hayata geçmesini desteklemiştir.



Araştırma sonrası müşterimiz sonuçlarını şu şekilde kullanmıştır:

Projeye finansman bulunması



1. Projeye finansman bulma noktasındaki sunumlarda araştırma çıktıları kullanılmış, uygulamaya sıcak bakan taksi şoförlerinin düzeyi ve sayısını öne çıkarılmış, uygulamanın fizibilitesi yüksek bir yatırım olduğunun altı çizilmiştir.
2. Taksi şoförlerinin uygulamaya dâhil edilmesi noktasında, araştırma sonuçlarından çıkan potansiyel gelir artışının altı çizilmiş, satış takımıyla araştırmadan elde edilen veriler paylaşılarak, satış takımının taksi şoförlerini gerçekleriyle birebir tanınması ve onlarla aynı dili konuşmaları sağlamıştır.

Hedef Kitleye Özel Telefon Paketi



Telekom operatörleriyle birlikte, bu uygulamaya özel bir paket hazırlanmış, projeye katılan taksi şoförlerinin öncelikle akıllı telefona kavuşmalarını sağlamıştır. Bu uygulamaya özel indirimli bir internet paketi tanımlanmış, şoförlerin fatura/maliyet noktasındaki kaygıları giderilmiştir. Gerek duyan taksi şoförlerine satış takımı tarafından akıllı telefonda uygulamanın nasıl çalıştığının eğitimi detaylı olarak verilmiştir.

Güvenlik kaygısının giderilmesi



Güvenlik konusu özel olarak şoförlere açıklanmış, güvenlik endişesini gidermek üzere, taksi kullanıcılarının telefonlarının taksi şoförünün telefon ekranında gözüktüğünün, dilerse bu numaradan müşteriye direk ulaşabileceklerinin altı çizilmiştir

İletişim stratejisinin belirlenmesi



Taksi kullanıcılarına yönelik reklam kampanyası yapılmış, Açık hava ve radyo mecraları kullanılmış, medya planlamasında araştırmanın işaret ettiği radyo istasyonlarına ağırlık verilmiştir. Taksi şoförlerini bir topluluk olarak bir araya getiren piknik, kahvaltı gibi organizasyonlar yapılmış, uygulamaya taksi şoförlerini daha fazla dâhil edecek, onların katılımını yükseltecek oyunlaştırma modülleri eklenmiştir.

Taksicilerin bağlı olduğu derneklerle ilişkiler kurulmuş, bu doğrultuda yoğun mesai saatleri dışında düzenlenen çiğköfte partileri, aileleri ile katılabilecekleri piknikler ve ödüllü yarışmalarla taksicilerin uygulamaya olan bağlılığını arttırmıştır.

Uygulama mevcut durumda 7.000 taksici üyesi bulunan geniş bir platforma dönüşmüştür.