



TÜAD 21. ARAŞTIRMA ZİRVESİ
DEĞERLENDİRMELERİ
«*DERİN ETKİ*»

Nisan, 2018

SİA INSIGHT ÜYELİKLERİMİZ VE KALİTE BELGELERİMİZ



BUREAU
VERITAS

Güvenilir Araştırma Belgesi

Türkiye Araştırmacılar Derneği tarafından belirlenen standartlara uyan Bureau Veritas tarafından denetlenen araştırma şirketlerine verilen resmi belgedir.

ISO 20252
BUREAU VERITAS
Certification



NAVIGA
CERTIFICATION

ISO 27001:2013

NAVIGA
CERTIFICATION

ISO 9001:2008

NAVIGA
CERTIFICATION

ISO 10002:2004

Müşteri Memnuniyeti
Yönetim Sistemi



8 YILDIR 250'NİN ÜZERİNDE MARKA
SiA İLE ÇALIŞMAYI TERCİH EDİYOR...
PEKİ NEDEN?



YÜKSEK
ENTELEKTÜEL
SERMAYEYE SAHİP
BİR EKİPTİR



ARAŞTIRMANIN
ÖTESİNİ
KEŞFETMEK İÇİN
BAKAR



RAPORLARI
ORTAK
AKIL SÜZGECİNDEN
GEÇİRİR



STRATEJİK
DANIŞMANLIK
SUNAR



HAZIR
MODELLERE
DEĞİL ANLAMLI
ÇÖZÜMLERE
İNANIR



HER
ANKETÖRÜN
ANKETİNİN
%33'ÜNÜ
KONTROL
EDER



İLETİŞİM BİLGİSİ
OLMAYAN ANKETİ
GEÇERSİZ SAYAR



1 YIL İÇİNDE
GRUBA KATILMIŞ
KİŞİYİ YENİDEN
KABUL ETMEZ



GRUPLARA
AYNI KATEGORİDEN
PROJEDE YER ALMIŞ
KATILIMCI KABUL
ETMEZ



PROJE TASARIMI

PROJENİN AMACI



Bu proje, 27-28 Mart 2018 tarihinde Conrad Oteli'nde gerçekleşen '**Derin Etki**' temalı Türkiye Araştırmacılar Derneği 21. Araştırma Zirvesi'nin katılımcılar tarafından nasıl değerlendirildiğini ölçmek amacıyla yapılmıştır. Proje kapsamında, TÜAD tarafından sağlanan **535** kişilik katılımcı listesine online olarak anket gönderilmiştir. Araştırma sonunda **117'si** pazar araştırma şirketlerinde; **36'sı** araştırma veren şirketlerde, **20'si** ise diğer sektörlerde çalışan **173** kişi anketi tamamlamıştır. (%**32** katılım oranı).

Araştırmada, katılımcıların zirveyi / organizasyonu beğeni düzeyleri- tavsiye eğilimleri, hangi oturumlara katıldıkları ve bu oturumları ne derece beğendikleri ve 2019'da düzenlenecek olan zirveye katılım eğilimleri sorgulanmıştır.

Anketin sonunda katılımcılara zirve hakkındaki olumlu-olumsuz düşünceleri açık uçlu olarak sorulmuş, elde edilen veriler raporda ilgili yerlerde paylaşılmıştır.

SAHA ÇALIŞMASI ve RAPORLAMA

► Araştırmanın saha çalışması WAPI (Web Assisted Personal Interview) yöntemi ile gerçekleştirilmiştir.



27-28 Mart 2018



SAHA ÇALIŞMASI
3 – 12 NİSAN 2018



Araştırmaya katılım oranını arttırmak amacı ile Sia Insight ve TÜAD tarafından katılımcılara 2 kez hatırlatma e-maili gönderilmiştir.



ANALİZ
16 – 17 NİSAN
2018



RAPORLAMA

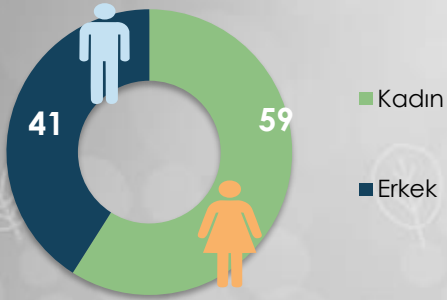
20 NİSAN 2018



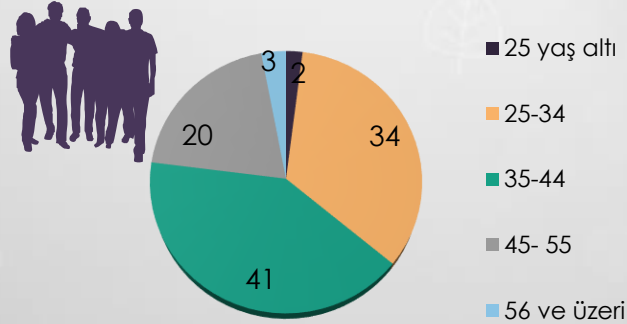
KATILIMCI PROFİLİ

KATILIMCI PROFİLİ (%)

CİNSİYET

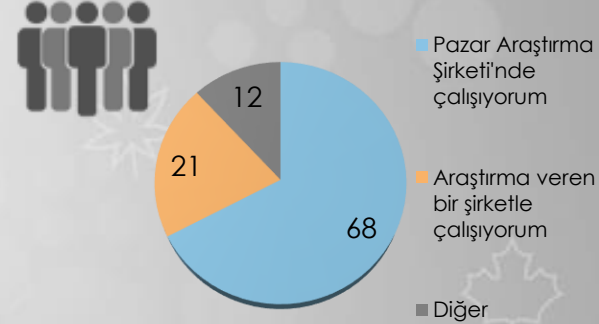


YAŞ DAĞILIMI



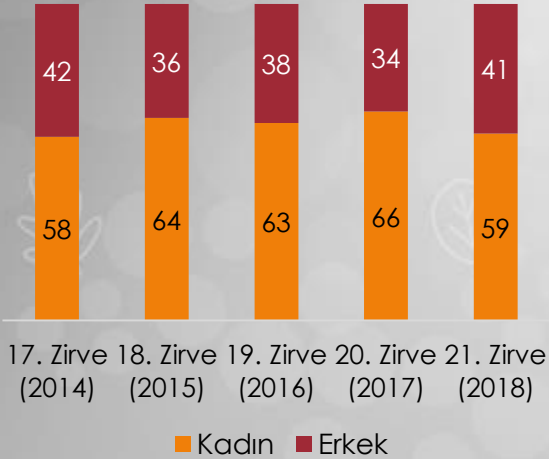
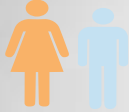
Ortalama yaş: 38,3

ŞİRKET TANIMI

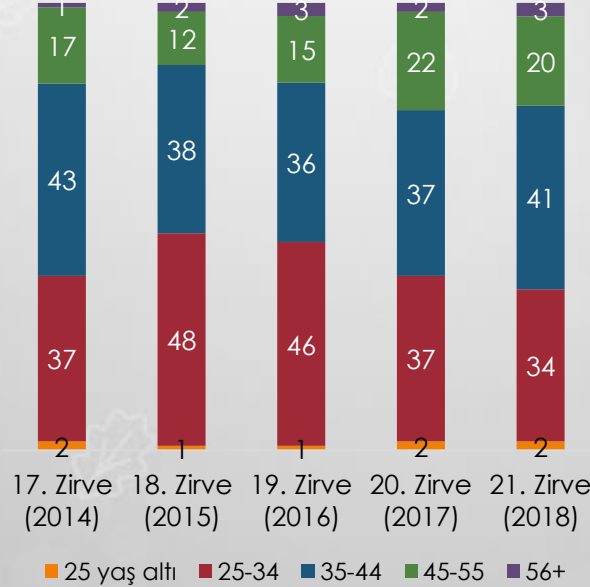


KATILIMCI PROFİLİ ÖNCEKİ YILLARLA KARŞILAŞTIRMALI (%)

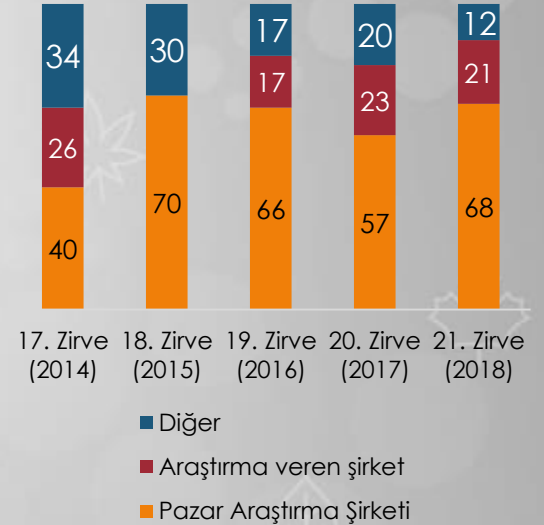
CİNSİYET



YAŞ DAĞILIMI

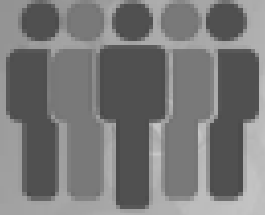


ŞİRKET TANIMI



*18. Zirve'de araştırma araştırma veren ve pazar araştırma şirketi olarak ayrı sorulmadığı için o skor topluca verilmiştir.

KATILIMCI PROFİLİ (%)



SEKTÖR n:56

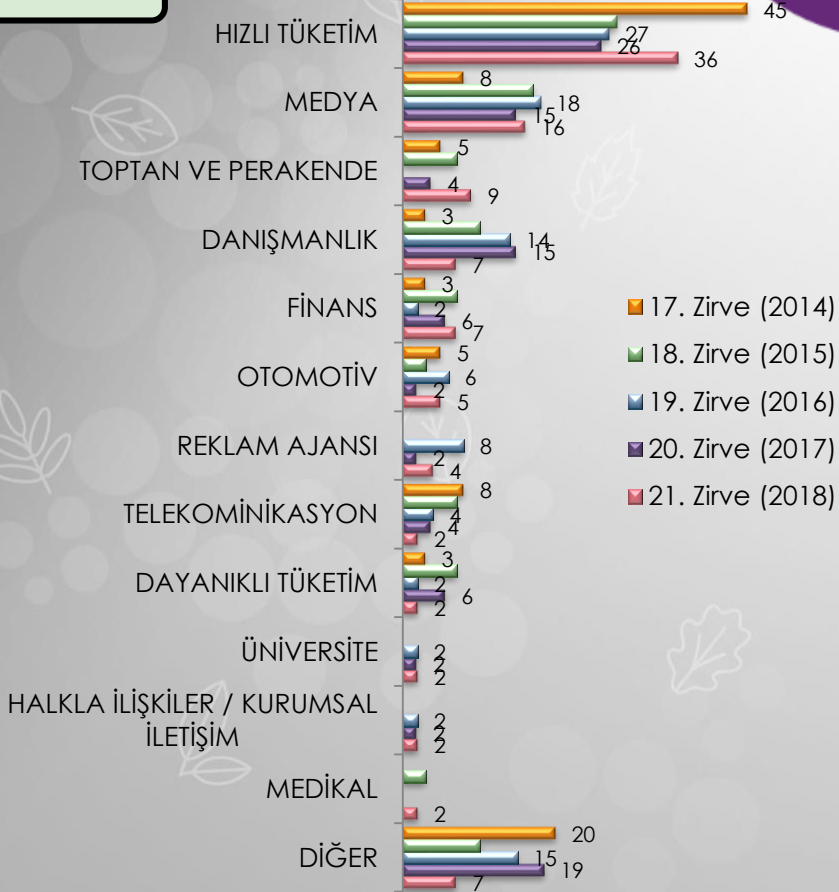


POZİSYON n: 173

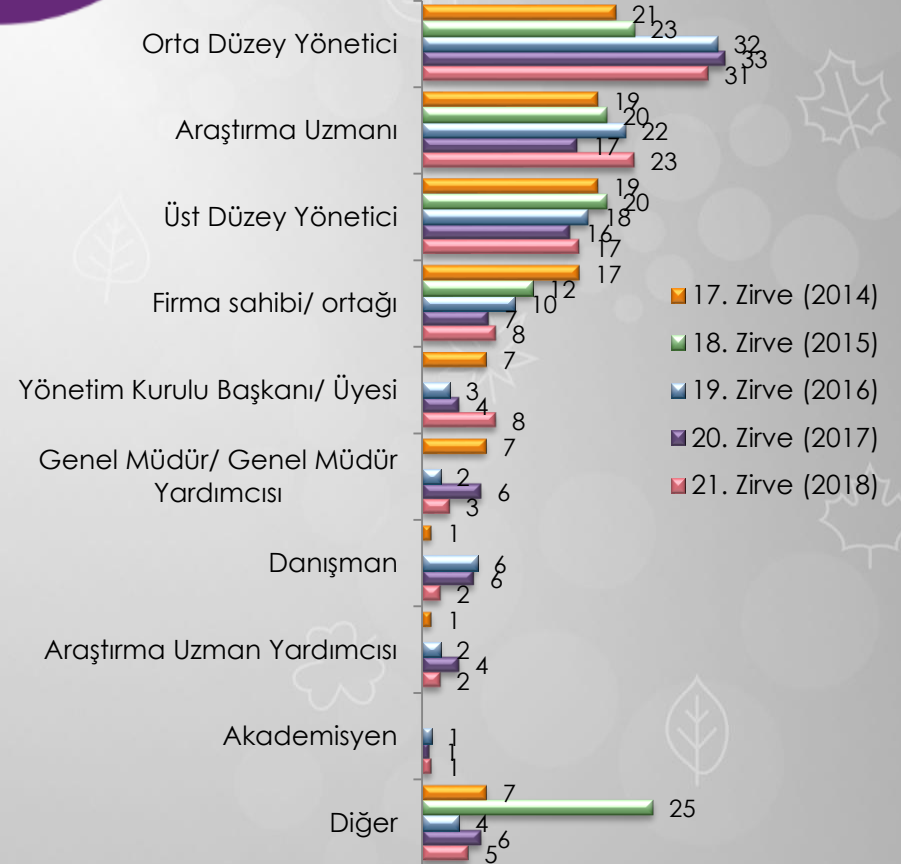




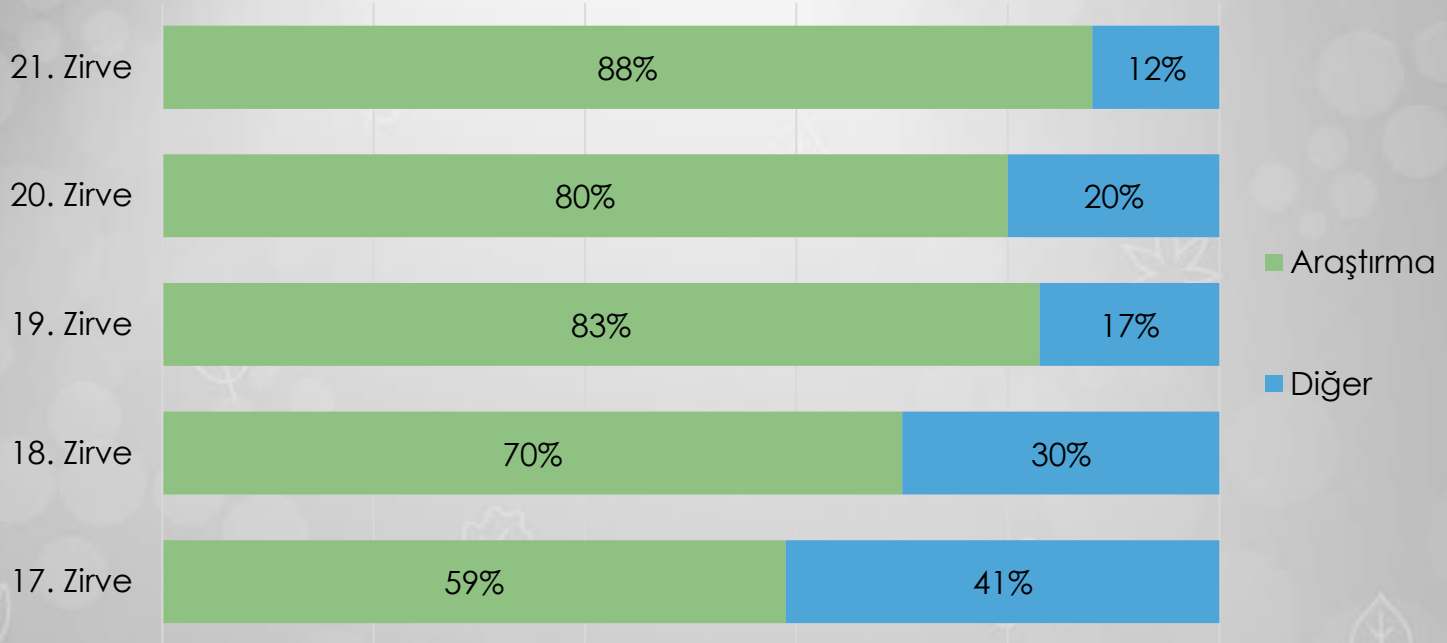
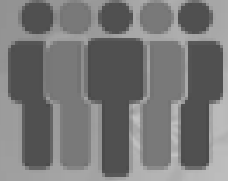
SEKTÖR



POZİSYON



KATILIMCI PROFİLİ -KARŞILAŞTIRMA-

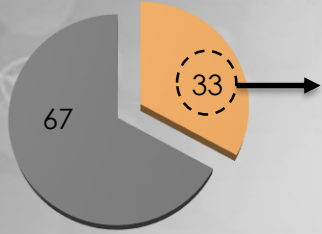


*Araştırma sektörü, araştırma ve veri toplama şirketleri çalışanlarını kapsamaktadır.

17. zirve n: 95, 18. zirve n: 184 19. zirve n: 144, 20. Zirve n: 125, 21. Zirve n: 173

ZİRVE ÜYELİĞİ & ZİRVEYE KATILIM

TÜAD ÜYELİĞİ

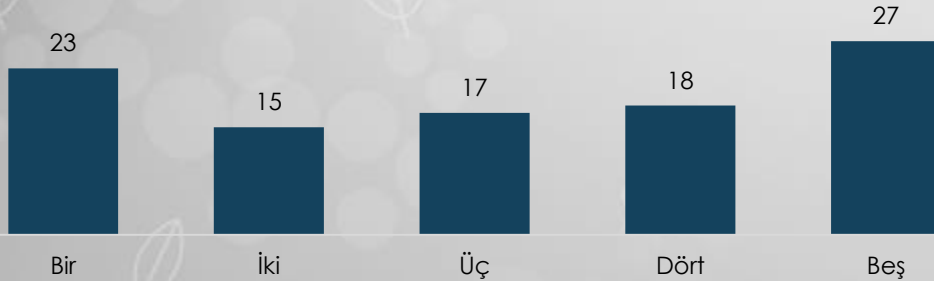


| Ne kadar süredir üyesiniz? | |
|----------------------------|-----|
| Baz: 57 | |
| 10 yıl ve daha fazla | %60 |
| 5 – 9 yıl | %21 |
| 3 – 4 yıl | %9 |
| Bir yıldan az | %7 |
| 1 – 2 yıl | %4 |

■ Evet, üyeyim ■ Hayır, üye değilim

SON 5 YILDA KATILIM ORANI

Ortalama katılım:
3.13



ZİRVEDEN HABERDAR OLMA



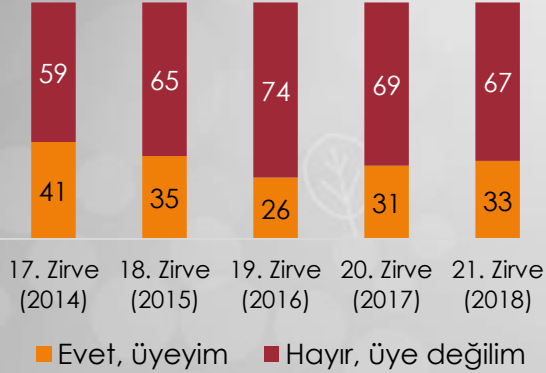
14b - Kaç yıldır TÜAD üyesisiniz ?

16. 20. Araştırma Zirvesi'nden nasıl haberdar oldunuz?

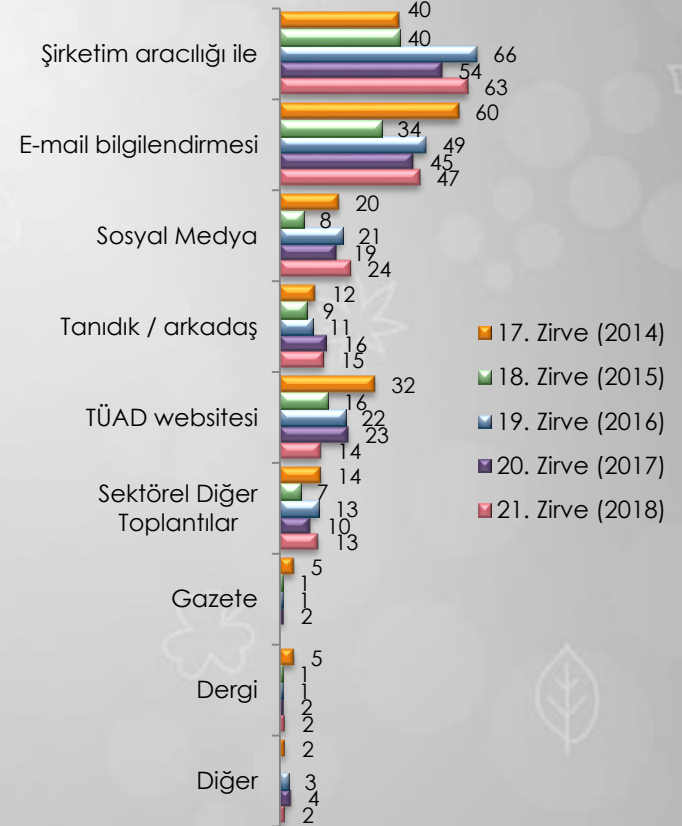
15. 20. Araştırma Zirvesi de dahil olmak üzere son 5 yılda kaç kez Araştırma Zirvesi'ne katıldınız?

ZİRVE ÜYELİĞİ & ZİRVEYE KATILIM GEÇEN YILLARLA KARŞILAŞTIRMA

TÜAD ÜYELİĞİ



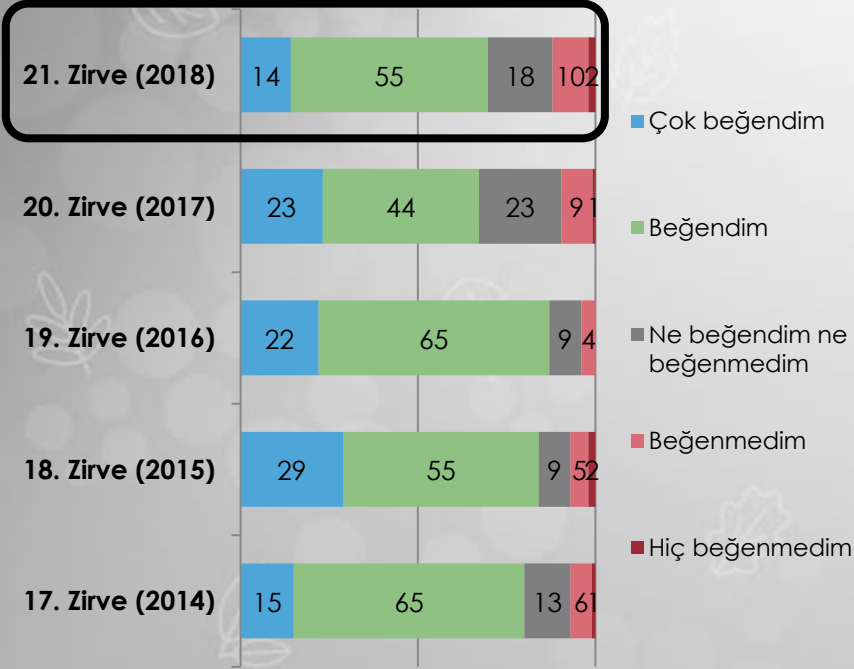
ZİRVEDEN HABERDAR OLMA



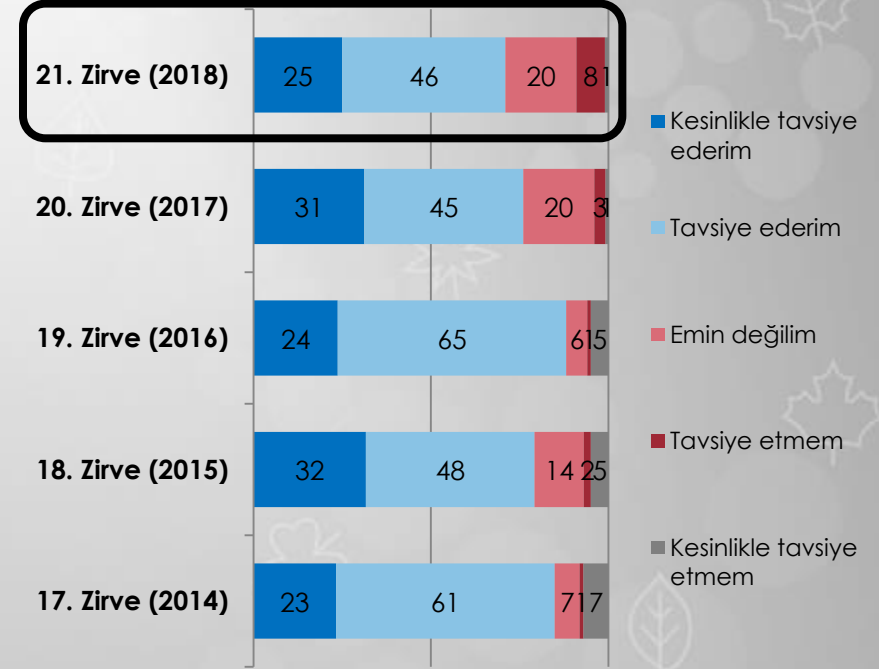


GENEL DEĞERLENDİRMELER

BEĞENİ (%)



TAVSİYE (%)



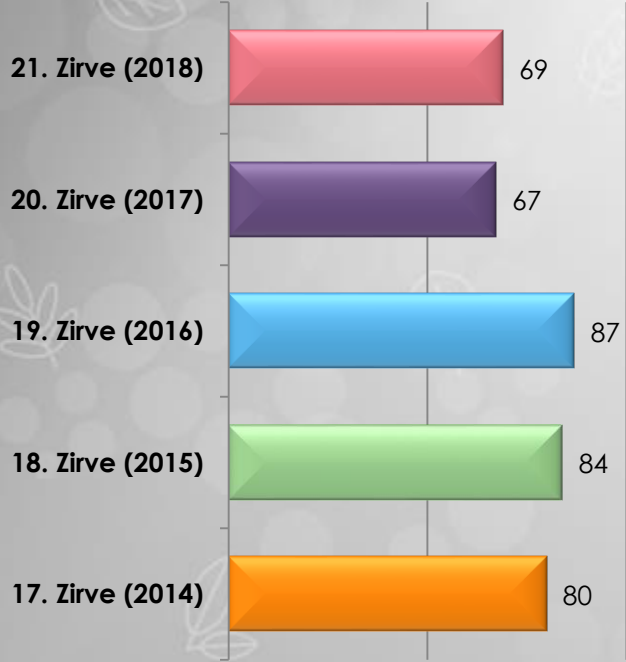
17. zirve n: 95, 18. zirve n: 184 19. zirve n: 144, 20. Zirve n: 125, 21. Zirve n: 173

QZ1.21. Araştırma Zirvesi'ni genel olarak ne kadar beğendiniz?

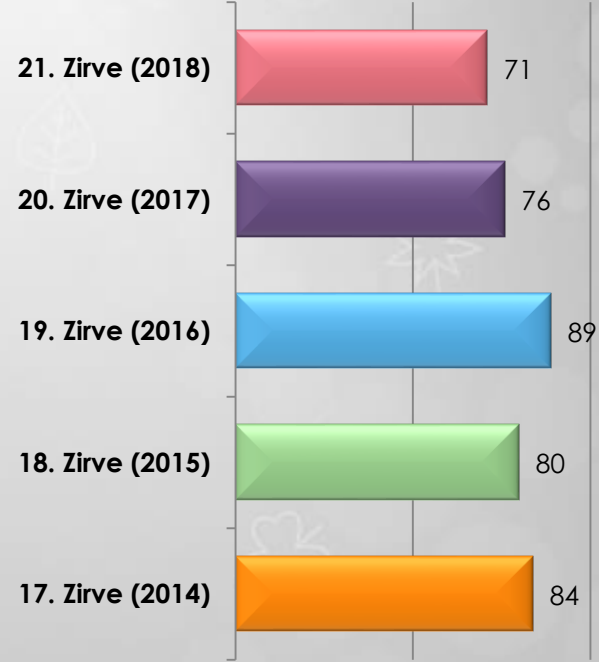
QZ2. Bu Zirve'yi iş arkadaşlarınıza ve çevrenize ne kadar tavsiyeye değer buluyorsunuz?

BEĞENİ & TAVSİYE (%)

ÇOK BEĞENDİM + BEĞENDİM (%T2B)



KESİNLİKLE TAVSİYE EDERİM + TAVSİYE EDERİM (T2B%)



17. zirve n: 95, 18. zirve n: 184 19. zirve n: 144, 20. Zirve n: 125, 21. Zirve n: 173

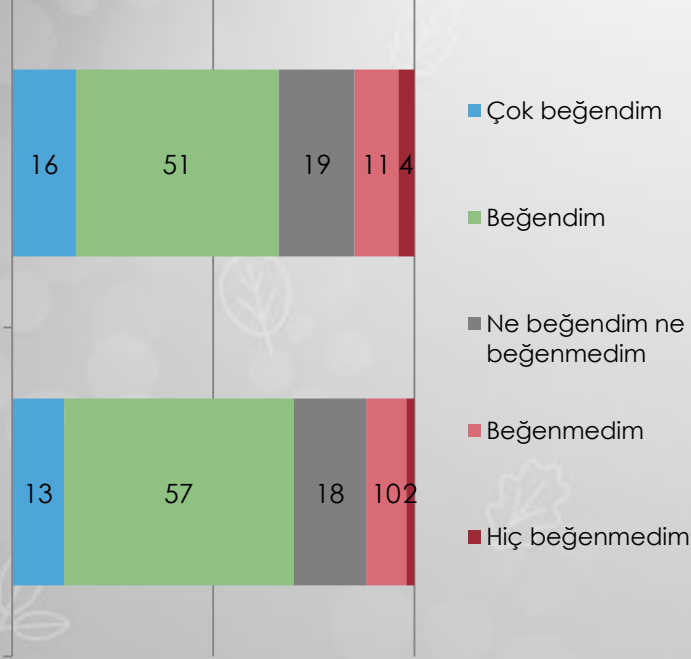
QZ1.21. Araştırma Zirvesi'ni genel olarak ne kadar beğendiniz?

QZ2. Bu Zirve'yi iş arkadaşlarınıza ve çevrenize ne kadar tavsiyeye değer buluyorsunuz?

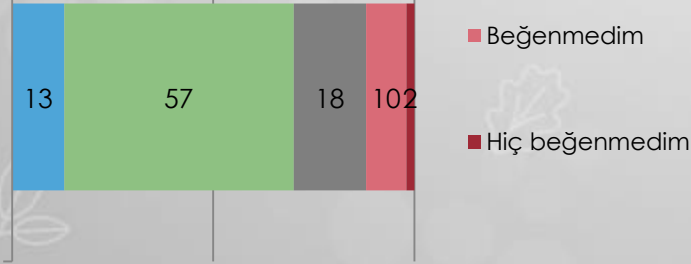
BEĞENİ & TAVSİYE (%)

BEĞENİ (%)

TÜAD üyeleri
n:57

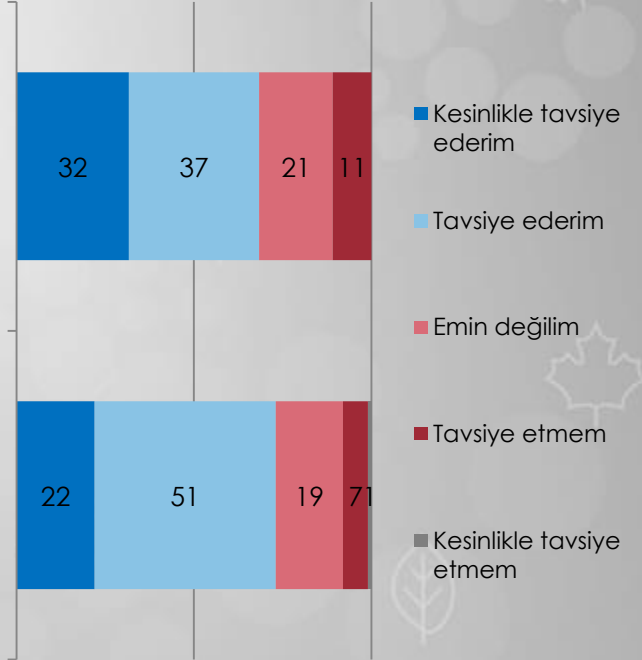


TÜAD üyesi
olmayanlar
n:116

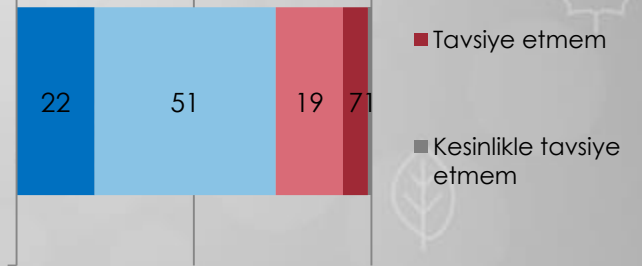


TAVSİYE (%)

TÜAD üyeleri
n:57



TÜAD üyesi
olmayanlar
n:116



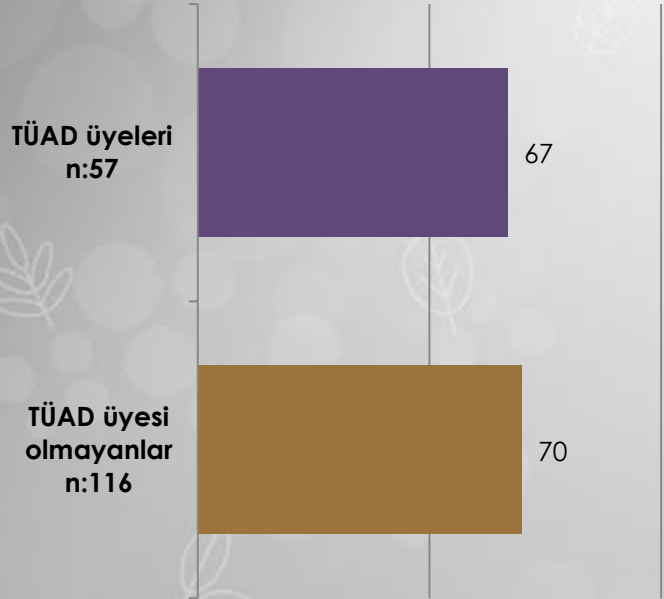
21. Zirve TÜAD üyeleri n: 57 / 21. Zirve TÜAD üyesi olmayanlar n: 116

QZ1.21. Araştırma Zirvesi'ni genel olarak ne kadar beğendiniz?

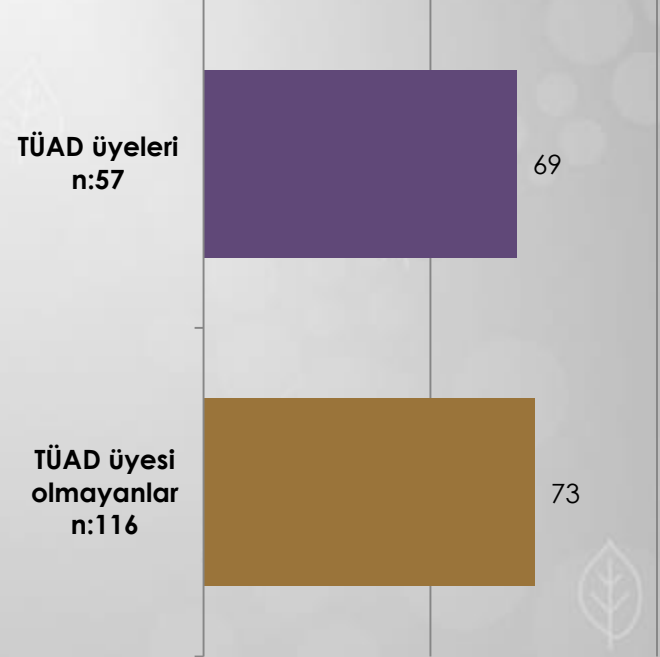
QZ2. Bu Zirve'yi iş arkadaşlarınıza ve çevrenize ne kadar tavsiyeye değer buluyorsunuz?

BEĞENİ & TAVSİYE (%)

ÇOK BEĞENDİM + BEĞENDİM (%T2B)



KESİNLİKLE TAVSİYE EDERİM + TAVSİYE EDERİM (T2B%)



21. Zirve TÜAD üyeleri n: 57 / 21. Zirve TÜAD üyesi olmayanlar n: 116

QZ1.21. Araştırma Zirvesi'ni genel olarak ne kadar beğendiniz?

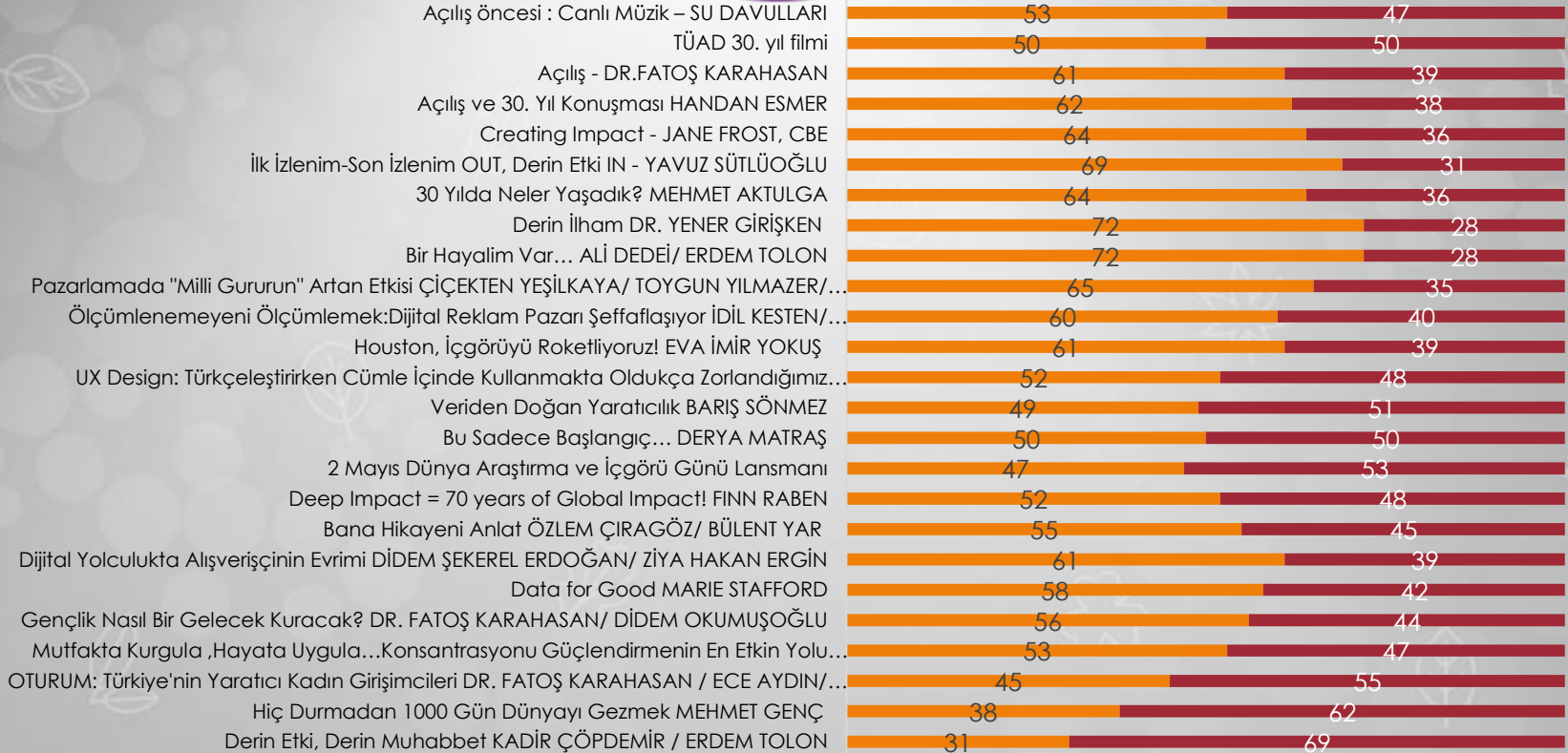
QZ2. Bu Zirve'yi iş arkadaşlarınıza ve çevrenize ne kadar tavsiyeye değer buluyorsunuz?



OTURUM DEĞERLENDİRMELERİ

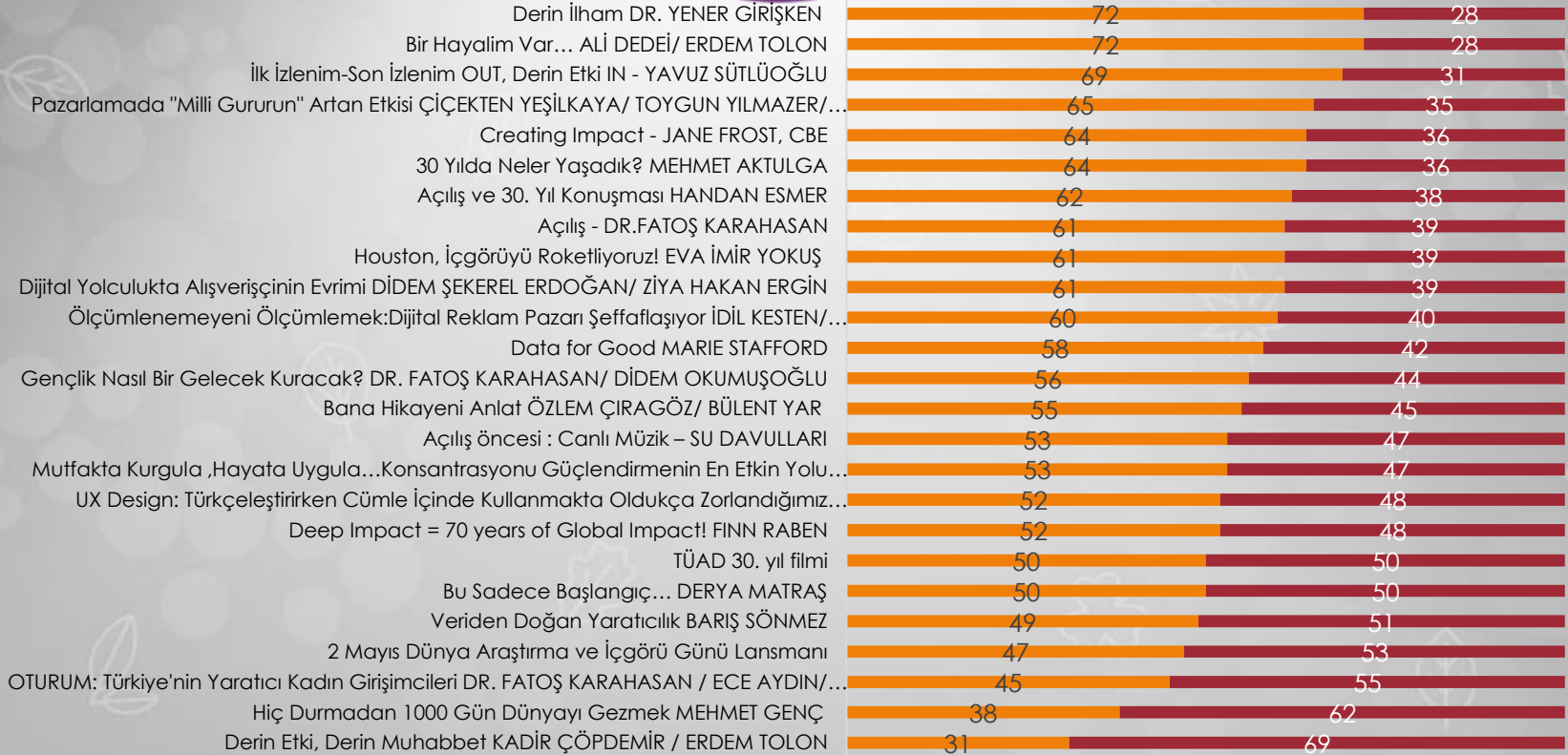
Bir önceki Zirve'de oturlara katılım oranları daha yüksektir.

OTURUMLARA KATILMA ORANLARI (%)



■ Katıldım ■ Katılmadım

OTURUMLARA KATILMA ORANLARI (%)



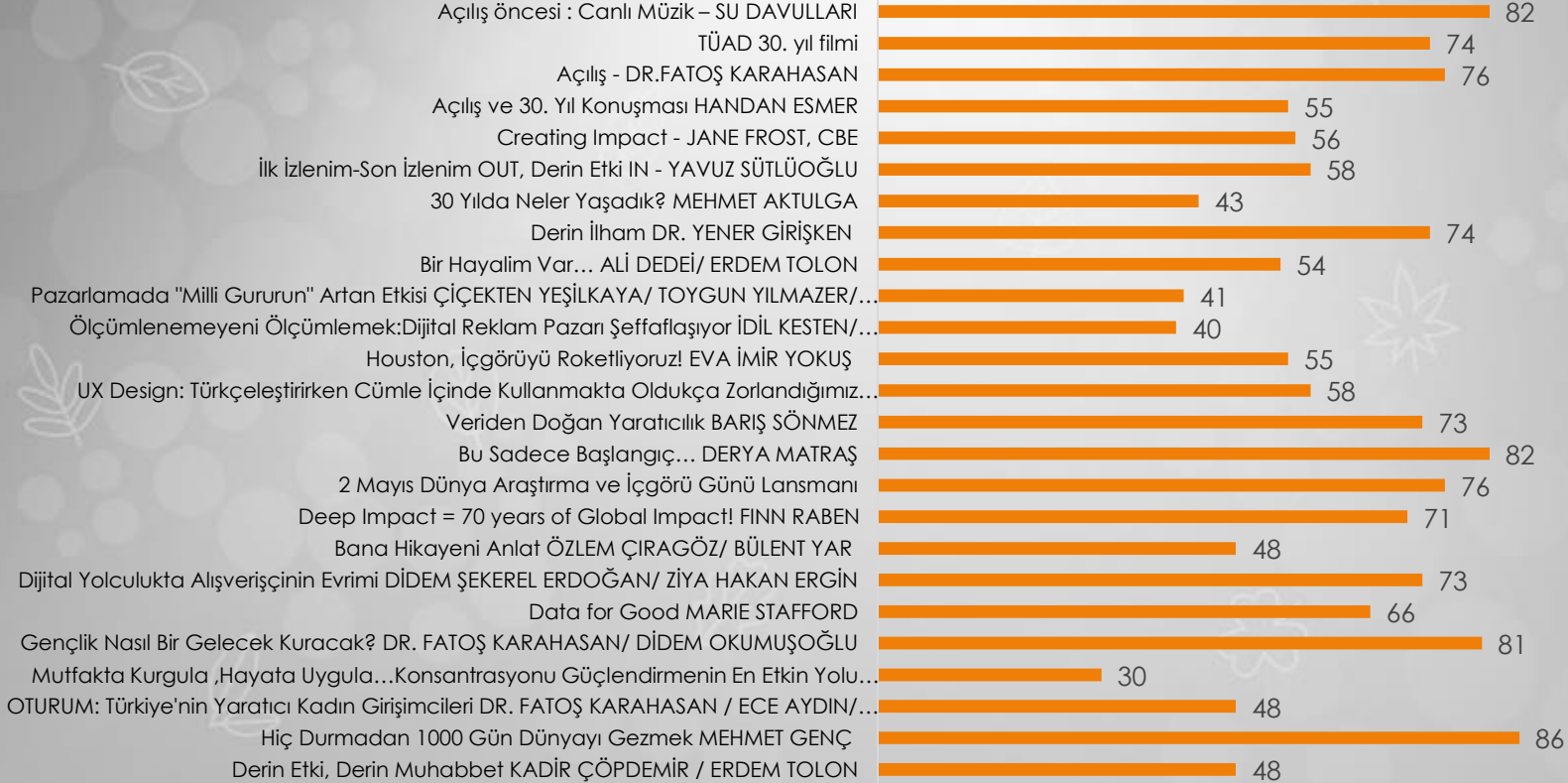
■ Katıldım ■ Katılmadım

Oturuma katılan kişilerin beğeni oranını yansıtmaktadır

OTURUM BEĞENİ ORANLARI (%T2B)



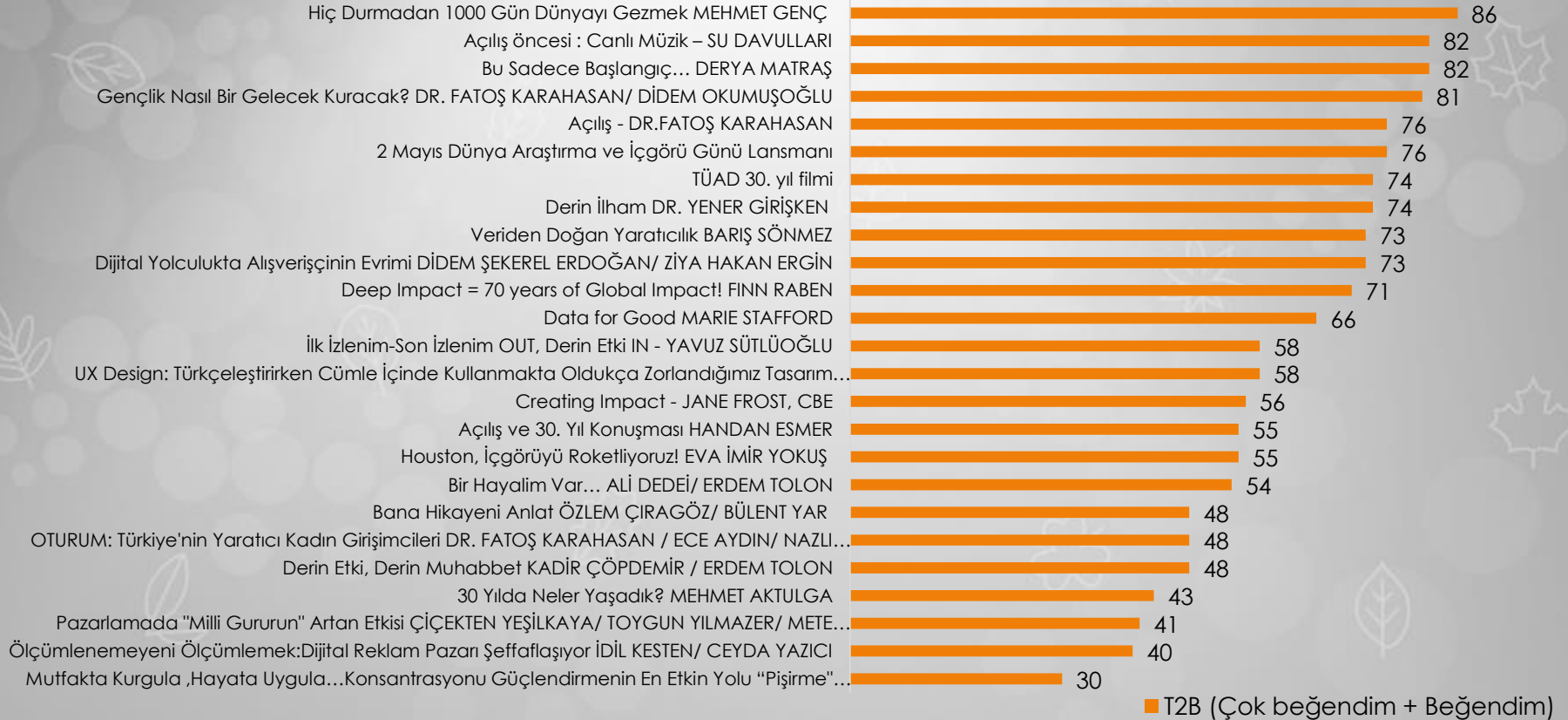
Katılım Oranı



| |
|-----|
| %53 |
| %50 |
| %61 |
| %62 |
| %64 |
| %69 |
| %64 |
| %72 |
| %72 |
| %65 |
| %60 |
| %61 |
| %52 |
| %49 |
| %50 |
| %47 |
| %52 |
| %55 |
| %61 |
| %58 |
| %56 |
| %53 |
| %45 |
| %38 |
| %31 |

Z.3. Araştırma Zirvesi'nde hangi oturumlara katıldınız ve katıldığınız oturumları ne kadar beğendiniz?

OTURUM BEĞENİ ORANLARI KATILIMDAN BAĞIMSIZ



■ T2B (Çok beğendim + Beğendim)

Zirvenin ilk günü gerçekleşen oturumlara katılım oranı ikinci günkü oturumlara kıyasla daha yüksektir.

En yüksek katılımı alan bölümler sırasıyla; Derin İlham DR. YENER GİRİŞKEN, Bir Hayalim Var... ALİ DEDEİ/ ERDEM TOLON ve İlk İzlenim-Son İzlenim OUT, Derin Etki IN - YAVUZ SÜTLÜOĞLU oturumları olmuştur.

En çok beğenilen bölümler sırasıyla; Hiç Durmadan 1000 Gün Dünyayı Gezmek MEHMET GENÇ, Açılış öncesi : Canlı Müzik – SU DAVULLARI, Bu Sadece Başlangıç... DERYA MATRAŞ ve Gençlik Nasıl Bir Gelecek Kuracak? DR. FATOŞ KARAHASAN/ DİDEM OKUMUŞOĞLU olmuştur.

En az beğenilen bölüm; *Mutfakta Kurgula ,Hayata Uygula...Konsantrasyonu Güçlendirmenin En Etkin Yolu "Pişirme" SEDEF İYBAR* olmuştur.



ORGANİZASYON DEĞERLENDİRMELERİ

ORGANİZASYON BEĞENİ ORANLARI (%)



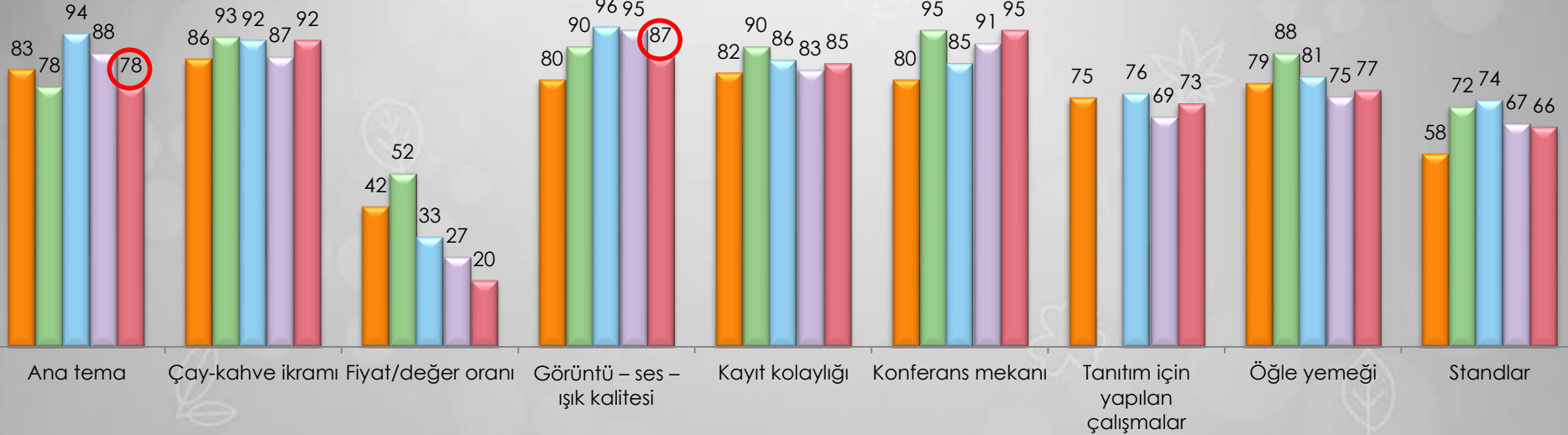
■ T2B (Çok Beğendim & Beğendim)

ORGANİZASYON DEĞERLENDİRMELERİ KARŞILAŞTIRMA (%T2B)

Organizasyonlar geçtiğimiz yıllarda gerçekleştirilen zirve değerlendirmeleri ile karşılaştırmalı incelenmiştir.

20. Araştırma Zirvesi ile karşılaştırıldığında 21. Araştırma Zirvesindeki ana tema ve görüntü-ses-ışık kalitesi değerlendirmelerinde skorlar göreceli olarak azalmıştır. Diğer tüm konular önceki sene ile benzer skorlar almıştır.

17.Zirve 18. Zirve 19. Zirve 20. Zirve 21. Zirve



17. zirve n: 95, 18. zirve n: 184 19. zirve n: 144, 20. Zirve n: 125, 21. Zirve n: 173

○ / ● Önceki döneme kıyasla significant değişim

ORGANİZASYONDA EN ÇOK BEĞENİLENLER

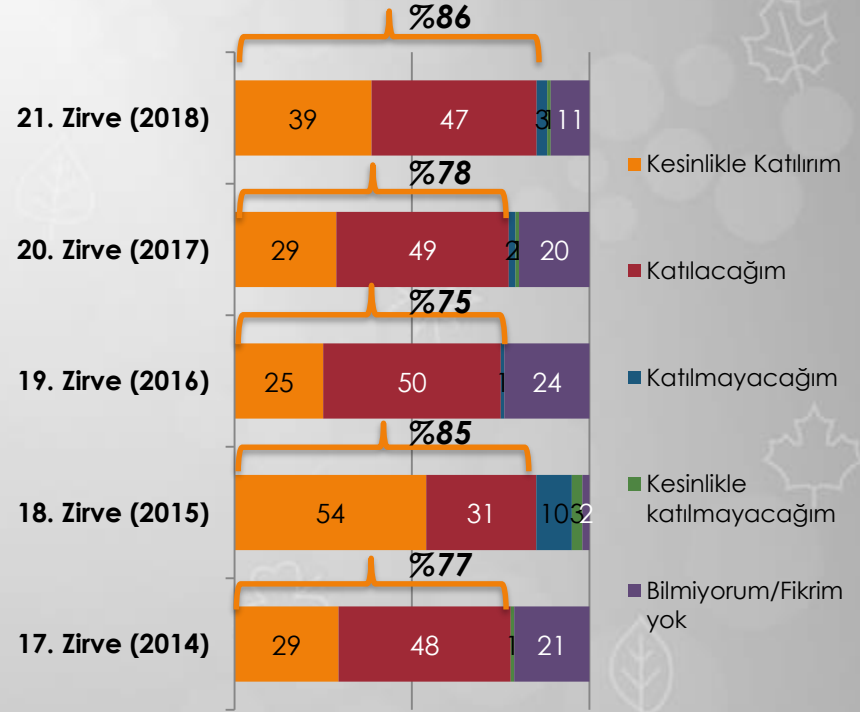
| | 17. Zirve | 18. Zirve | 19. Zirve | 20. Zirve | 21. Zirve |
|---|------------------|------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| 1 | Sahne Düzeni | Konferans mekanı | Görüntü – ses – ışık kalitesi | Görüntü – ses – ışık kalitesi | Konferans mekanı |
| 2 | Kahve-Çay ikramı | Kahve-Çay ikramı | Zirvenin Teması | Konferans Mekanı | Kahve-Çay ikramı |
| 3 | Zirvenin Teması | Kayıt kolaylığı | Çay-kahve ikramı | Çay-kahve ikramı | Görüntü – ses – ışık kalitesi |

ORGANİZASYON DEĞERLENDİRMELERİ (%)

ORGANİZASYON DEĞERLENDİRMELERİ



BİR SONRAKİ ZİRVEYE KATILIM EĞİLİMİ



17. zirve n: 95, 18. zirve n: 184 19. zirve n: 144, 20. Zirve n: 125, 21. Zirve n: 173

QZ.6. Araştırma Zirvesi ile ilgili olarak aşağıdaki konu başlıklarını dikkate aldığınızda Zirve'yi ne kadar başarılı buldunuz?

QZ.11. 2019 yılında yapılacak Zirve'ye katılma eğiliminiz nedir?

↑ 20. ve 21. zirve arasındaki anlamlı farklılığı göstermektedir.



ZİRVE İLE İLGİLİ BEĞENİLEN YÖNLER



- Sektörden insanlarla bir arada olmak, uzun süredir görüşülmeyen kişilerle buluşmak ve yeni müşteri ilişkileri kurabilmek
- Türk konuşmacıların yanı sıra yabancı konuşmacıların da olması
- Konuşmacı seçimleri ve bahsettikleri hepsi birbirinden farklı konular
- Mesleki olarak vizyon katan sunumlar
- Organizasyonun başarısı ve sunumların kararında süresi
- Performans gösterileri
- Zirveyi hazırlayanların titizliği ve özverili çalışmaları

ZİRVE İLE İLGİLİ BEĞENİLMİYEN YÖNLER

- Sunumların bir kısmının “reklam” içerikli olması
- Bazı konukların sektör ile ilgili olmaması
- Ücretin yüksek olması
- Canlı müzik çeşitliliğinin az olması, kapalı alanda çok yüksek sesli olması
- Oturumların ve sunumların zirve içeriği ile paralel olmaması
- Bazı sunumların temadan uzaklaşması ve içerdikleri verilerin güncel olmaması

GELECEK YIL İÇİN ÖNERİLER

Sektörün
gelecek
kaygıları

Dijital
araştırmalar

Kuşak değişimi
ve yeni
kuşakları
anlama

Artificial
Intelligence
(Yapay Zeka)

Teknoloji ve
eđitim ile ilgili
workshoplar

Veri kalitesinin
önemini anlatan
konuşmalar

KATILIMCILARDAN GÖRÜŞLER



- Sürpriz şovlar bu seneki gibi devam etmeli. Sektörel dergiler ve iş hayatında kullanılacak türde eşyalar (flash bellek vs) verilebilir. Derneğe üye olunabilecek bir stand ön planda tutulabilir.
- Oturumlarda konuşulan başlıklar hakkında görüş belirtilebilecek küçük tartışma grupları yapılabilir.
- Networking için ayrılmış özel alanlar konuşmacılarla tanışmak ve soru sormak için daha fazla fırsat yaratılabilir.
- Zirvelerin genel olarak birbirine benzediğini düşünüyorum, farklı yaklaşımlar denenmeli. Şirketler tanıtım sunumu yapmamalı. Bilgilendirici olmalı.
- Daha iyi bir tema seçilerek, katılımcıların bu temaya bağlı kalması. Temaya bağlı kalarak sektör ile ilgili daha ilintili içerikler üretmelerini dinlemeyi isterdim.
- Arada kapalı alanda canlı müzik sesinin çok yüksek olması ve konuşulanların duyulamaması sebebiyle beğenmedim. Herkes ya konferans alanına ya da dışarı çıktı bu sebeple. Reklam reklam olan sunumları beğenmedim, ürün tanıtımı da olmalı ancak bir yere kadar veya en azından çok bariz olmayacak şekilde olursa daha iyi olabilir düşüncesindeyim.
- Organizasyon her sene kendini geliştiriyor, etkinlikler ve sunumlar farklılaşıyor, daha kaliteli oluyor :)
- Katılabildiğim konuşmalardan bazılarını hem içerikle hem de organizasyonla çok ilişkili bulmadım, önceki senelere kıyasla sanki seçimde biraz zorlanmış gibi geldi. Sektörden kişilere, case study'lere, yeni teknoloji ve tekniklere, bireysel başarılarla daha fazla yer verilebilir.
- 21. Araştırma Zirvesi, geçmiş zirvelere göre daha başarılı idi. Özellikle ilk gün daha dolu geçti; konuşmalar ve konuşmacılar daha iyi seçilmişti.
- Yurtdışından konuşmacıların yer alması vizyon geliştirme açısından başarılıydı. Araştırmacılar Günü tanıtımı ve lansmanı başarılı bir fikir. Araştırma kullanan firmaların sunum programına dahil edilmesi artarak ve farklı sektörleri de katarak sağlanmalı.
- İçerik olarak başarılı bulmuyorum. Hem sektörde deneyimli ve hem de yeni yetişen araştırmacıları da düşündüğümde kimseyi geliştirecek bir içerik olmadığını düşünüyorum. Gençlik ile ilgili sunumda olduğu gibi, çarpıcı gerçekleri aktaran araştırma bulguları daha çokça paylaşılmalı. Belki de sadece zirveye özgü, gündemi ve tüm araştırma verenleri etkileyen genel konularda önden araştırmalar yapılarak sonuçlar paylaşılmalı (marka ve araştırma şirketlerinin desteği ile)

GELECEK YIL İÇİN KONUŞMACI ÖNERİLERİ

- İlber Ortaylı
- Yavuz Sütüođlu
- Serdar Kuzuođlu
- Üstün Dökmen
- Ünlü markaların globalde de deneyime sahip temsilcileri
- Temel Aksoy
- Erdem Tolon
- Akademisyenler
- Mehmet Turgut
- Araştırma sektöründe deneyimli yabancı konuşmacılar



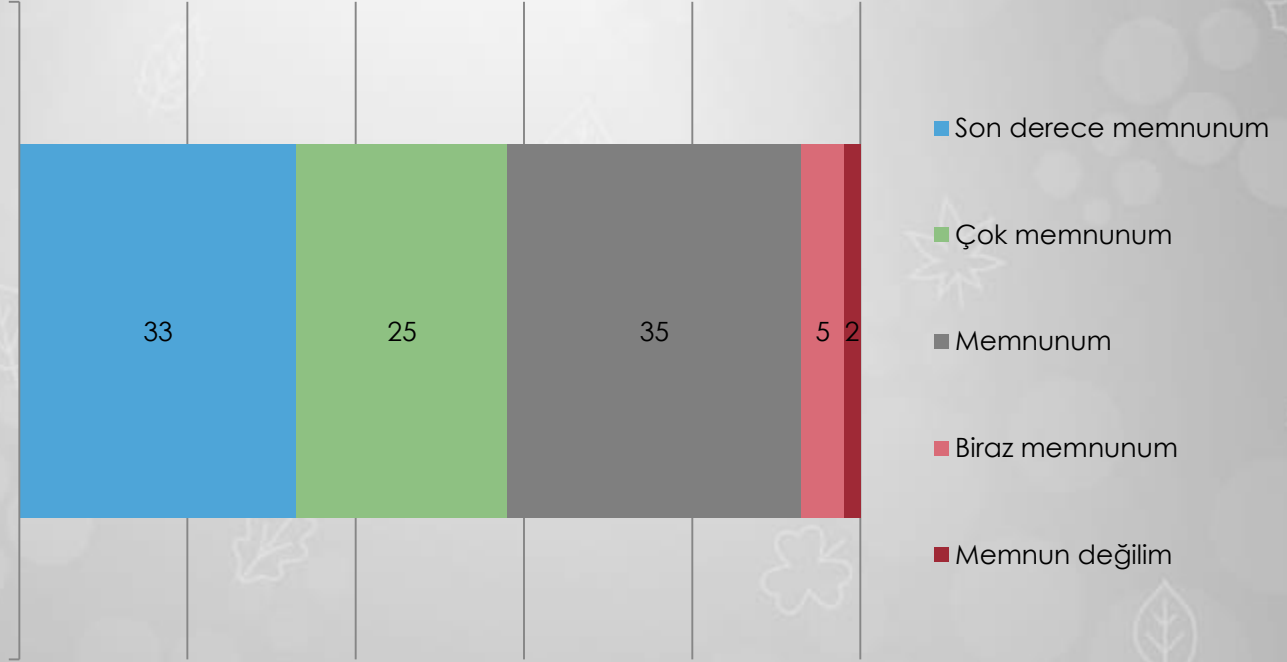
TÜAD İLE İLGİLİ DEĞERLENDİRMELER

Zirve'ye katılan TÜAD üyelerinin %58'i TÜAD'a üye olmaktan memnundur.

TÜAD ÜYELİĞİ MEMNUNİYETİ (%)



TÜAD üyeleri
n:57



21. Zirve TÜAD üyeleri n: 57

Q14c - TÜAD üyesi olmaktan ne kadar memnun olduğunuzu işaretler misiniz lütfen?

TÜAD İLE İLGİLİ İFADELER

%T2B



↑ Kırımlar arasındaki anlamlı farklılığı göstermektedir.



olarak





Mahir İz Caddesi No.26/1 34662
Altunizade - Üsküdar / İstanbul

Tel: (216) 325 97 95

Fax: (216) 325 85 11

www.sia-insight.com

www.facebook.com/siainsight

www.twitter.com/siainsight

İLETİŞİM İÇİN

e-mail: info@sia-insight.com