**HAYATIMIZDAKİ TEKNOLOJİLER!**

“Tüketiciler son 10 yılda ortalama 4 telefon değiştirmiş”

“Kahve makinesi (%17) ve blender (%15) evimizin vazgeçilmezleri”

Günlük yaşantımızda önemli rol oynayan ve neredeyse vazgeçilmezimiz olan teknoloji, hayatımıza sayısız imkân getiriyor. Teknolojinin nimetlerinden olan elektronik aletler, hayatın her alanında elimizde altında yer alıyor. Peki, bu kadar elimiz ayağımız olan elektronik eşyaları alırken tercihlerimizi neler belirliyor?

Araştırma firması [Twentify](https://www.twentify.com/tr/), tüketicilerin teknolojiye bakış açısını ortaya koyan, elektronik ürün ihtiyaçları ve satın alma davranışlarını gösteren ve farklı kategorilerde en çok tercih edilen markaların yer aldığı bir [rapor](https://www.twentify.com/tr/raporlar/teknoloji-ve-elektronik-urunler-arastirmasi-2021) yayınladı.

TEKNOLOJİ İLGİSİ

Eylül 2021’de 1.040 kişi ile Bounty mobil uygulaması üzerinden gerçekleştirilen araştırmada, katılımcıların teknolojiye ilgi düzeyi endeks ortalamasına göre 60,5 olarak belirlendi. Genel olarak teknolojik gelişmeler yakından takip ediliyor, ancak satın alma söz konusu olduğunda tüketici daha çok hayatı kolaylaştıracak ürünlere yönelme eğilimi gösteriyor.

Yeni bir ürün çıktığında herkesten önce sahip olma fikrinin ise benimsenmediği gözleniyor.

HANGİ ELEKTRONİK ALET EN ÇOK TERCİH EDİLİYOR?

Katılımcıların olmazsa olmazı %83 oranda televizyon.

Akıllı saat (%28) ve akıllı bileklik (%21)en az sahip olunan elektronikler ürünler arasında yer alıyor.

Teknolojiye meraklı tüketicilerin masaüstü bilgisayar (%31) ve akıllı saatlere (%28) ilgisinin yüksek olduğu gözlemleniyor. Dizüstü bilgisayar ve tablet sahipliği teknolojiye ilgi düzeyine göre farklılaşmıyor.

EVİN VAZGEÇİLMEZLERİ!

Kahve makinesi (%17) ve blender (%15) evde hayatı en çok kolaylaştıran ev aletlerinin başında geliyor. %13’lük oranla sırayı su ısıtıcı ve robot süpürge takip ediyor.

YENİLİK ÜRÜN ALIMI VE TAKİBİ

Konu yenilik takibi olduğunda küçük ev aletleri, televizyon ve beyaz eşyanın önüne geçiyor.

Küçük Ev Aletleri

Kahve makinesi ve blender son iki yılda en çok satın alınan küçük ev eşyaları olurken, tüketicilerin gelecek 6 ayda satın almayı düşündüğü ürünlerin başında robot süpürge geliyor. Robot süpürgelere gösterilen ilginin önemli sebepleri arasında pratik kullanımı ve zaman tasarrufu sağlaması geliyor. Kullananlar genel olarak memnun olsa da henüz satın almayanlar için fiyat önemli bir bariyer. Robot süpürge için tercih edilecek markaların başında Xiaomi (%54) geliyor. Marka tercihindeki en önemli motivasyon ise markanın güven oluşturması (%35). Kullananların %87’si robot süpürgeden memnun olduğunu ifade ediyor.

Evde en sık bulunan küçük ev aletlerinin başında tost makinesi (%79) ve blender (%73) geliyor.

Tüketici küçük ev aletlerini genellikle kendi kullanımı için (%92) satın alıyor, hediye etme eğilimi ise oldukça düşük(%5).

Televizyon

Televizyon yenileme motivasyonlarında ise yeni bir modele sahip olmak, performans kriterinin önüne geçiyor. Tercih edilecek markaların başında % 44’lük oranla Samsung geliyor.

Telefon

Son 10 yılda ortalama 4 telefon değiştirildiği görülüyor. Katılımcıların %48’i son telefonlarını yaklaşık 1-2 yıl önce aldıkları ifade ediyor. Telefon değiştirme kararı genellikle ihtiyaç duyulmasına dayanıyor. Ancak tüketici telefon tamamen bozulmadan, kısmi sorunlar yaşadığında telefonunu değiştirmeye daha çok eğilimli.

Tablet ve Bilgisayar

Hem tablet hem de bilgisayar alışverişlerinde, teknolojiye ilgi seviyesi yüksek katılımcıların güncellemeleri kaldırmayan bir cihazı yenileme eğiliminin daha yüksek olduğu görülüyor.

Tüketici tabletin bozulmasını beklemiyor, performans düştüğünde ya da yeni modeller çıktığında tabletini değiştirmeyi düşünebileceğini ifade ediyor. Satın alınması düşünülen markaların başında Apple (%41) ve Samsung (%40) geliyor. Lider konumdaki iki markanın kategorideki diğer markalara kıyasla büyük fark oluşturduğu gözlemleniyor. Sırayla gelen Lenovo, Huawei, Casper ve diğer markalar %6 ve altında bir oran ile tercih ediliyor. Katılımcıların %33’ü önümüzdeki altı ay içinde tabletini yenilemeyi düşünüyor.

Bilgisayarda ise satın alma oranı ortalama 3 yılda bir şeklinde ortaya çıkıyor. Son bilgisayarın satın alma motivasyonlarının başında ihtiyaçlar geliyor. Katılımcıların %39’u bilgisayar performansından memnun olmamaya başladığında, %30’u ise bilgisayarı tamamen bozulduğunda yeni bir bilgisayar satın aldıklarını belirtiyor. Tablet alışkanlıklarında görüldüğü gibi, teknolojiye yakın ilgi duyanların, güncellemeleri kaldırmadığı için bilgisayarını yenileme eğilimi yüksek.

Satın alınması düşünülen bilgisayar markaların başında Apple (%26) geliyor. Apple’ı takip eden bilgisayar markası ise Lenova (%17) oluyor.

SATIN ALMA KANALLARI

Elektrikli cihaz alışverişlerinde tüketici fiziksel mağazalara (%48) ve online platformlara (%51) eşit mesafede yaklaşıyor.

Online satış kanalları arasında farklı ürünler sunan platformlar (%29) markaların web sitelerinden (%19) daha çok tercih ediliyor.

Teknoloji ilgi düzeyi düşük katılımcıların fiziksel mağazaları daha çok tercih ettikleri görülüyor. Geçmiş araştırmalar göz önünde bulundurulduğunda bu durumun sebebini, tüketicinin fiziksel mağazaları sorularına ayrıntılı ve net yanıtlar alabilmek için daha çok tercih etmesine dayandırabiliriz.

[**Buradaki bağlantıya**](https://www.twentify.com/tr/raporlar/teknoloji-ve-elektronik-urunler-arastirmasi-2021) **tıklayarak raporu indirebilirsiniz.**

**Bilgi İçin:**

**Tuğçe Oral / Müşteri Grup Direktörü –** [tugce.oral@goodworks.com.tr](mailto:tugce.oral@goodworks.com.tr) – 0532 413 12 24

**Nilay Aydoğan / Müşteri Direktörü** – [nilay.aydogan@goodworks.com.tr](mailto:nilay.aydogan@goodworks.com.tr) - 0536 229 16 08

**Twentify Hakkında**

2014 yılında kurulan Twentify, geliştirdiği teknolojilerle tüketicilere kendi ortamlarında ulaşarak, markalarla olan etkileşim anlarını çözümleyen ve markalara içgörü temelli büyüme fırsatları yaratan bir tüketici araştırma şirketidir. Kitle kaynaklı mobil araştırma paneli Bounty ile dünya çapında 1.3 milyondan fazla tüketiciye saatler içerisinde erişebilmektedir.