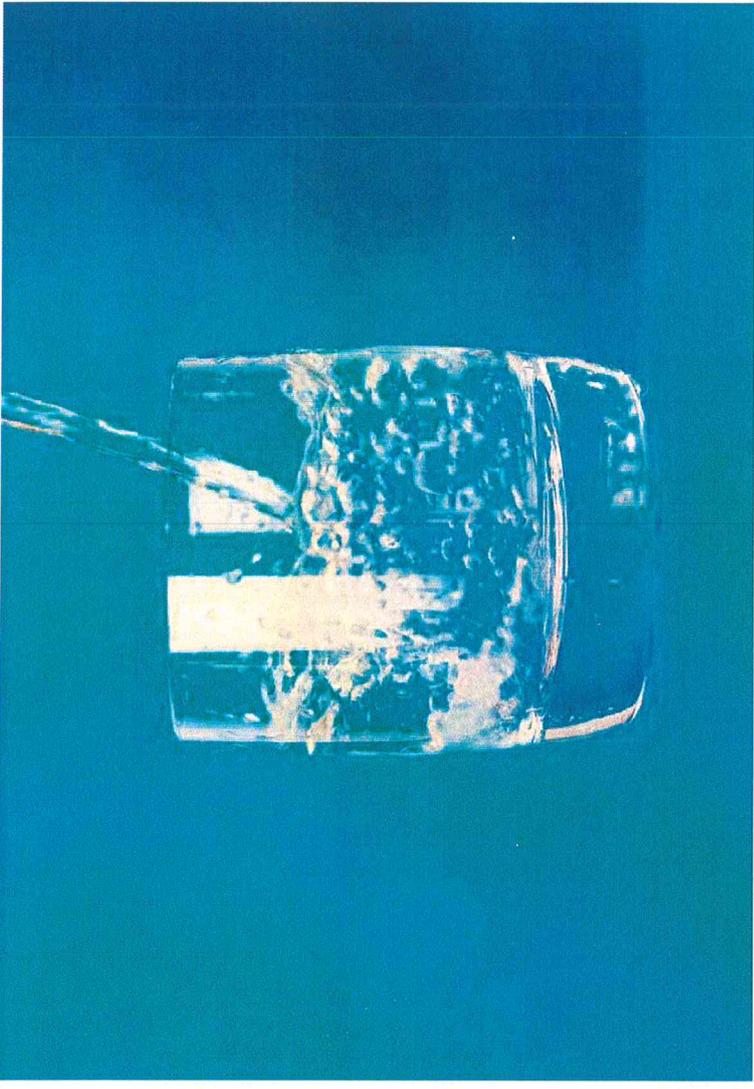


**SU ARITMA
SİSTEMLERİ ve
TEMİZLİK ROBOTU
PENETRASYON
ARAŞTIRMASI**



Haziran 2018

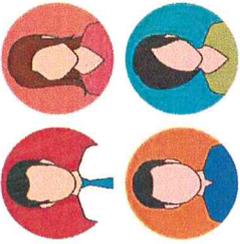


için hazırlanmıştır



GAME CHANGERS

Araştırma Tasarımı



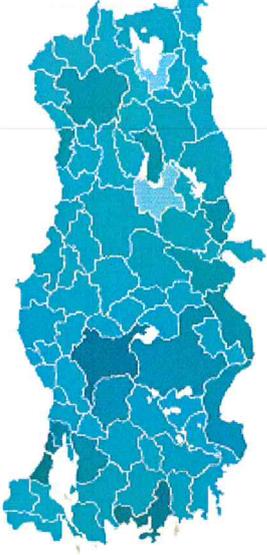
Hedef Kitle

Araştırma kapsamında;

- Türkiye temsili ABC1C2DE SES grubuna mensup haneler ile

toplam 2440 görüşme gerçekleştirilmiştir.

Nerede?



✓ 81 ilde görüşmeler yapılarak, bölge kotası tutulmuştur



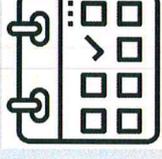
Görüşme süresi

Maks. 12 dakika



**CATI yöntemi ile
telefon görüşmeleri**

(Computer Assisted Telephone Interviews)



Saha Tarihleri

06.04.2018 - 04.05.2018

Görüşmeci Profili



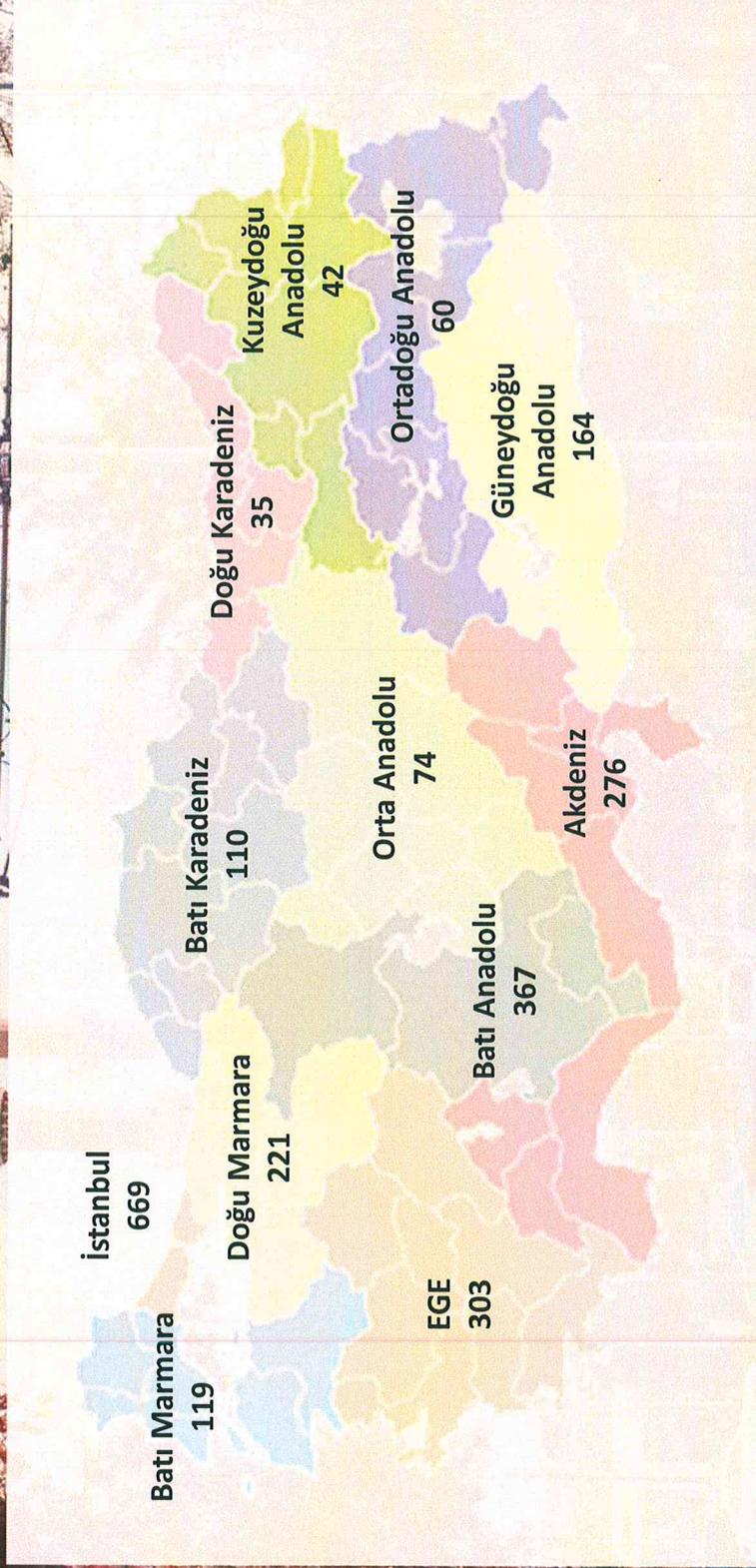
Görüşmecilerin Yaş Ortalaması **41,84**



Baz: Tüm Katılımcılar (n:2440)

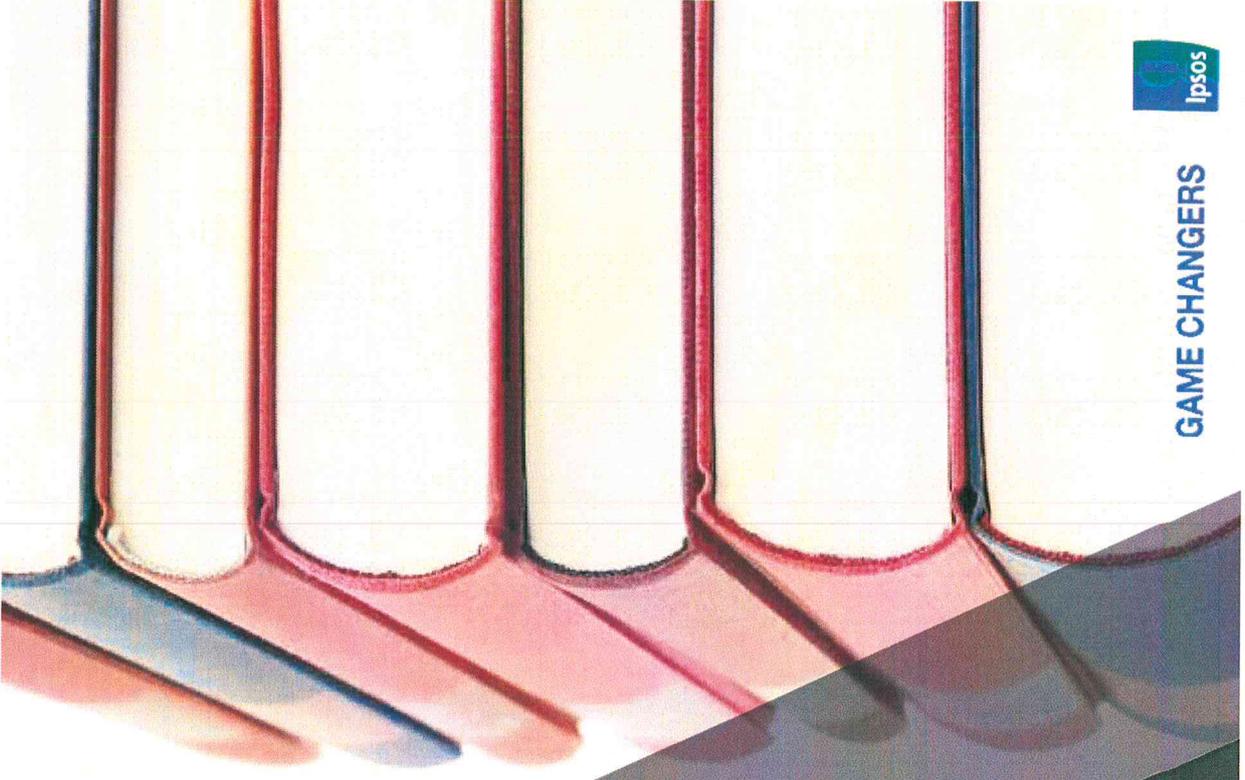


Coğrafi Dağılım - Görüşme Sayısı



YÖNETİCİ ÖZETİ

GAME CHANGERS



YÖNETİCİ ÖZETİ (1/3)

Araştırma kapsamında Türkiye temsili nüfus ile, 81 ilde toplam 2440 adet hane ile görüşmeler gerçekleştirilmiş ve hanelerdeki su arıtma sistemleri ve temizlik robotu penetrasyonu tahminlenmiştir.

Çalışma sonucunda elde edilen veriler doğrultusunda, +/-2% hata payı ile tezgah altına monte edilen su arıtma sistemleri penetrasyonu 20%, temizlik robotu penetrasyonu ise 13% olarak tahmin edilmiştir. Türkiye genelinde TUIK tarafından yayınlanan veriler doğrultusunda, mevcut durumda yaklaşık 22,6 milyon hane bulunmaktadır. Bu haneler içerisinde kırda yer alan haneleri çıkardığınızda kentte yer alan hane sayısı 19,4 milyon olmaktadır. Bu hane sayısı göz önüne alındığında,

- Su arıtma sistemleri kullanan hane sayısının yaklaşık 3,5 milyon ile 4,3 milyon arasında
- Temizlik robotu kullanan hane sayısının ise yaklaşık 2.1 milyon ile 2,9 milyon arasında olduğu tahmin edilmiştir.

Çalışma bulgularına istinaden İhlas Aura'nın, su arıtma sistemleri kullanan hanelerdeki toplam marka payının 46%, temizlik robotu kullanan hanelerdeki marka payının ise 73% olduğu öngörülmektedir. Bu verilerden hareket ile;

- İhlas / Aura su arıtma sistemleri kullanan hane sayısının yaklaşık 1,6 milyon ile 2 milyon arasında
- İhlas Aura temizlik robotu kullanan hane sayısının ise yaklaşık 1.5 milyon ile 2,1 milyon arasında olduğu tahmin edilmiştir.

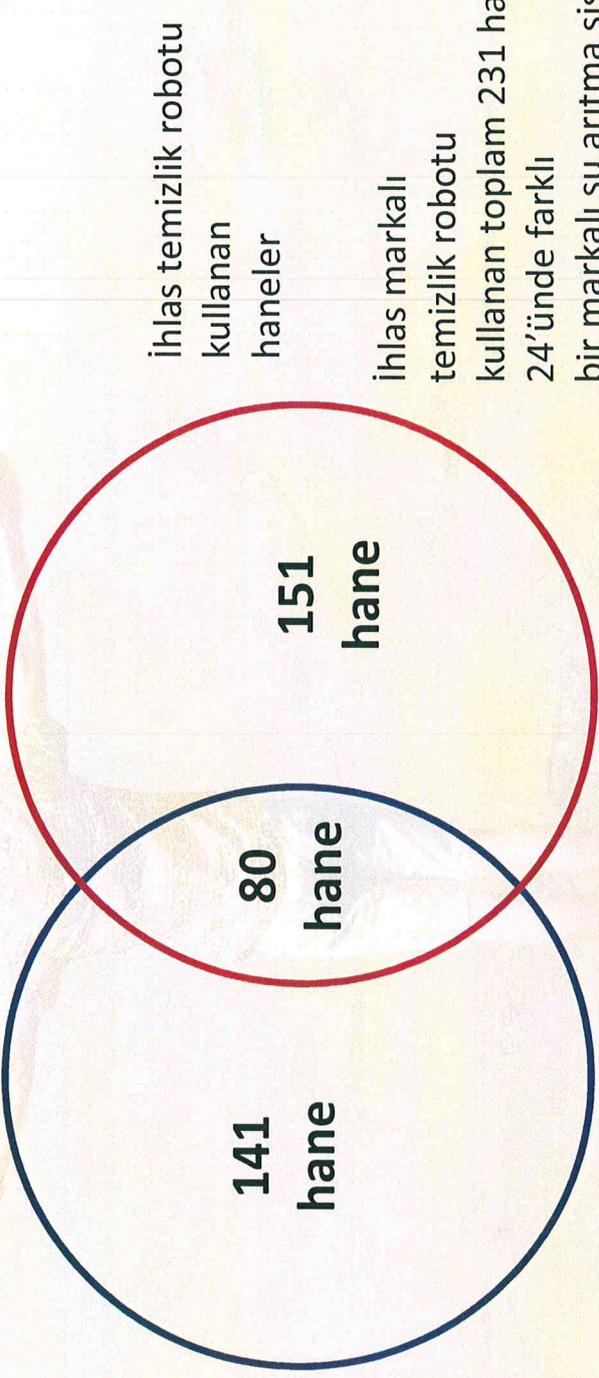
Su arıtma sistemleri pazarında, İhlas Aura oldukça dominant bir konuma sahipken, İhlas Aura'yı takip eden ve görece küçük olan diğer markalar Waterbox ve Waternet'tir.

Temizlik robotu pazarında ise, İhlas Aura marka payı 73% 'lük bir oranda kategoriye domine ederken, Libelle/Lura ve Rainbow, İhlas'ı takip eden ve görece küçük diğer markalar olarak karşımıza çıkıyor.

YÖNETİCİ ÖZETİ (2/3)

Çalışma kapsamında görüşme yapılan toplam 2440 hanenin 372 tanesinde İhlas / Aura markalı bir su arıtma sistemi ve/veya temizlik robotuna rastlanmıştır.

Bu 372 hanenin ise 80 tanesinde İhlas markalı hem su arıtma sistemi hem de temizlik robotu bulunmaktadır. Bu veriler ışığında İhlas markalı su arıtma sistemi veya temizlik robotu bulunan hanelerin 22%'sinde her iki ürünün de çapraz satışının yapıldığı belirtilebilir.



İhlas su arıtma sistemi kullanan haneler

141 hane

80 hane

151 hane

İhlas markalı su arıtma sistemi kullanan toplam 221 hanenin 4'ünde farklı bir markalı temizlik robotu bulunmaktadır.

İhlas markalı temizlik robotu kullanan toplam 231 hanenin 24'ünde farklı bir markalı su arıtma sistemi bulunmaktadır.

YÖNETİCİ ÖZETİ (3/3)

İhlas markalı su arıtma sistemi ve temizlik robotunun, kullanıcıları nezdinde çok yüksek bir memnuniyet ve tavsiye skoruna sahip olduğu görülmüştür. Hem su arıtma sistemi hem de temizlik robotunun mevcut satın alım kanalı olarak kapıdan kapağa pazarlama öne çıkıyor. Az sayıda da olsa ailem/akrabalarım/arkadaşlarım aldı-hediye etti gibi cevaplar da satın alım kanalı olarak belirtilmiştir.

Katılımcılara şu an su arıtma sistemi veya temizlik robotu satın alacak olsalar tercih edecekleri satış kanalları sorulduğunda, çok yüksek oranda fiziksel bir mağazadan satın almayı istediklerini belirtiyorlar. Kapıdan kapağa pazarlama ve internetten satın alım, en az tercih edilen satış kanalları olarak karşımıza çıkıyor.

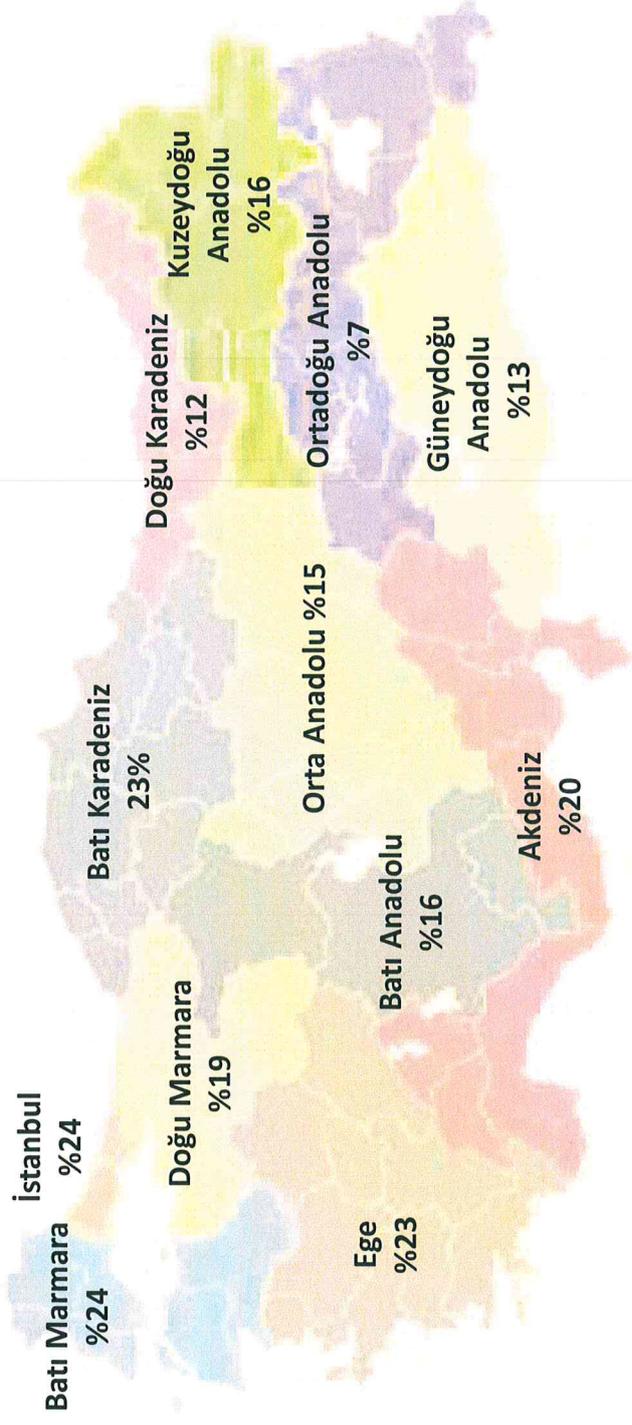
Araştırma Bulguları



Penetrasyon – Su Aritma Sistemleri

Türkiye genelinde, hanelerde su arıtma sistemi kullanım penetrasyonu %20 olarak tahmin edilmektedir. Bölgesel dağılım incelendiğinde, su arıtma sistemi kullanım penetrasyonunun İstanbul (%24), Batı Marmara (%24) ve Ege’de (%23) daha yüksek, Ortadoğu Anadolu’da (%7) daha düşük olduğu görülmektedir.

Türkiye genelinde hanelerde su arıtma sistemi kullanım penetrasyonu



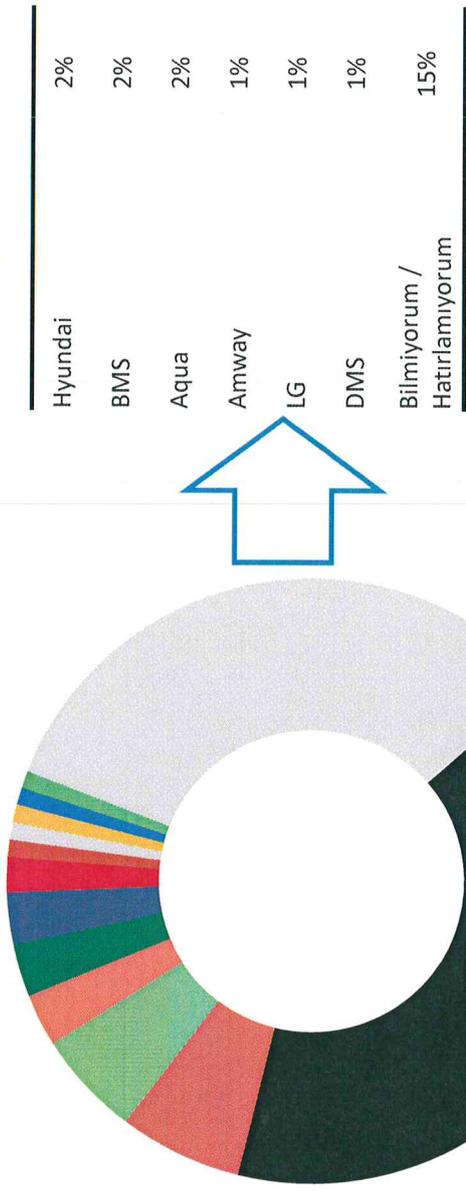
Baz: Tüm Katılımcılar (n:2440)

Su Arıtma Sistemleri Marka Payları

İhlas / Aura Türkiye genelinde, su arıtma sistemi kullanılan hanelerin %46'sında yer alıyor. İhlas'tan sonra en çok kullanılan su arıtma sistemleri markaları Waterbox (%7) ve Waternet (%6) olarak belirtiliyor.

Marka	Marka Payı
İhlas/Aura	46%
Waterbox	7%
Waternet	6%
Arçelik	3%
Espring	3%
Rainwater	2%
Brita	1%
Conax	1%
BMB	1%
AO Smith	1%
Rainsoft	1%
Hayzek	1%
Ariston Hotpoint	0%
Diğer / Bilmiyorum-hatırlamıyorum	39%

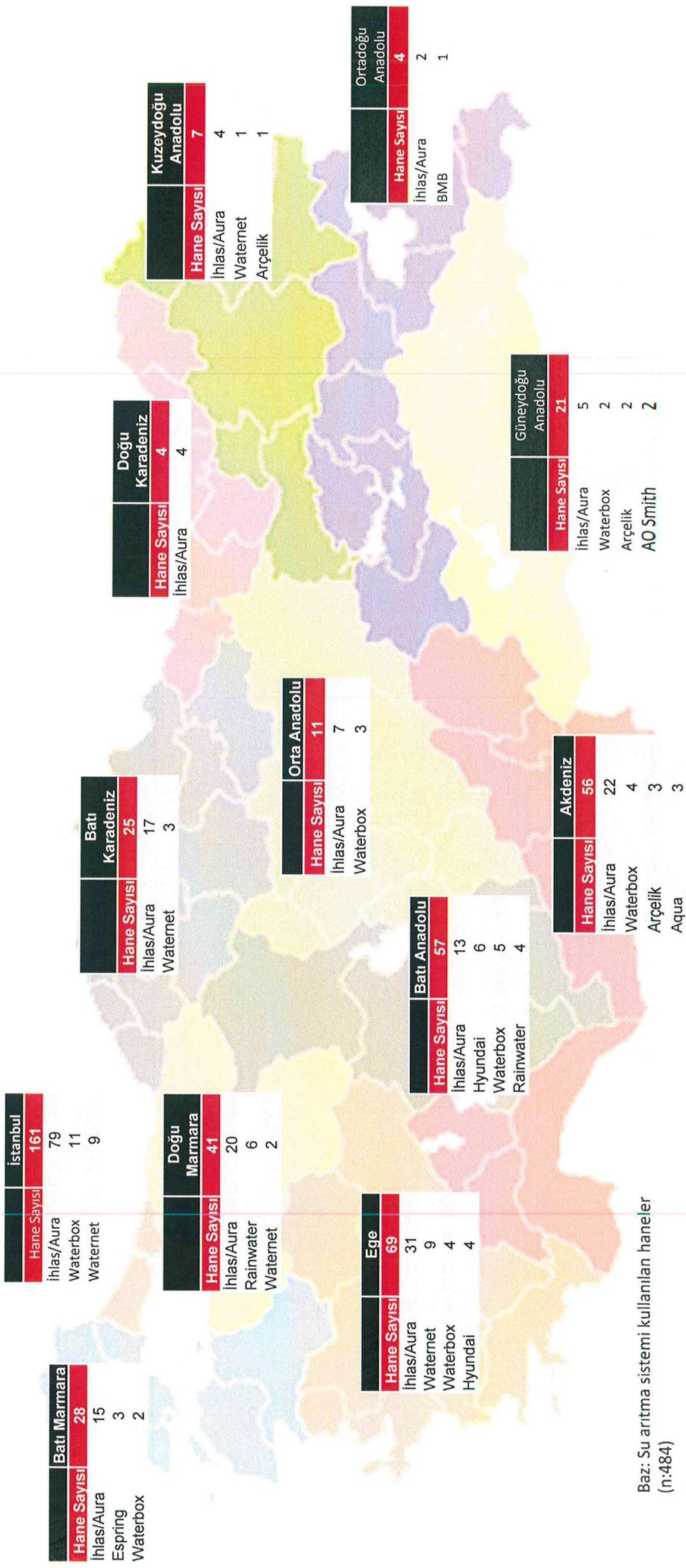
Baz: Su arıtma sistemi kullanılan haneler (n:484)



Hyundai	2%
BMS	2%
Aqua	2%
Amway	1%
LG	1%
DMS	1%
Bilmiyorum / Hatırlamıyorum	15%

Bölge Bazında En Çok Kullanılan Su Arıtma Sistemleri Markaları

İhlas / Aura tüm bölgelerde en çok kullanılan su arıtma sistemi markası olarak belirtiliyor. İhlas dışında «Waterbox» özellikle İstanbul, Batı Anadolu, Akdeniz, Orta Anadolu bölgelerinde, en çok belirtilen 2. marka olarak öne çıkıyor.

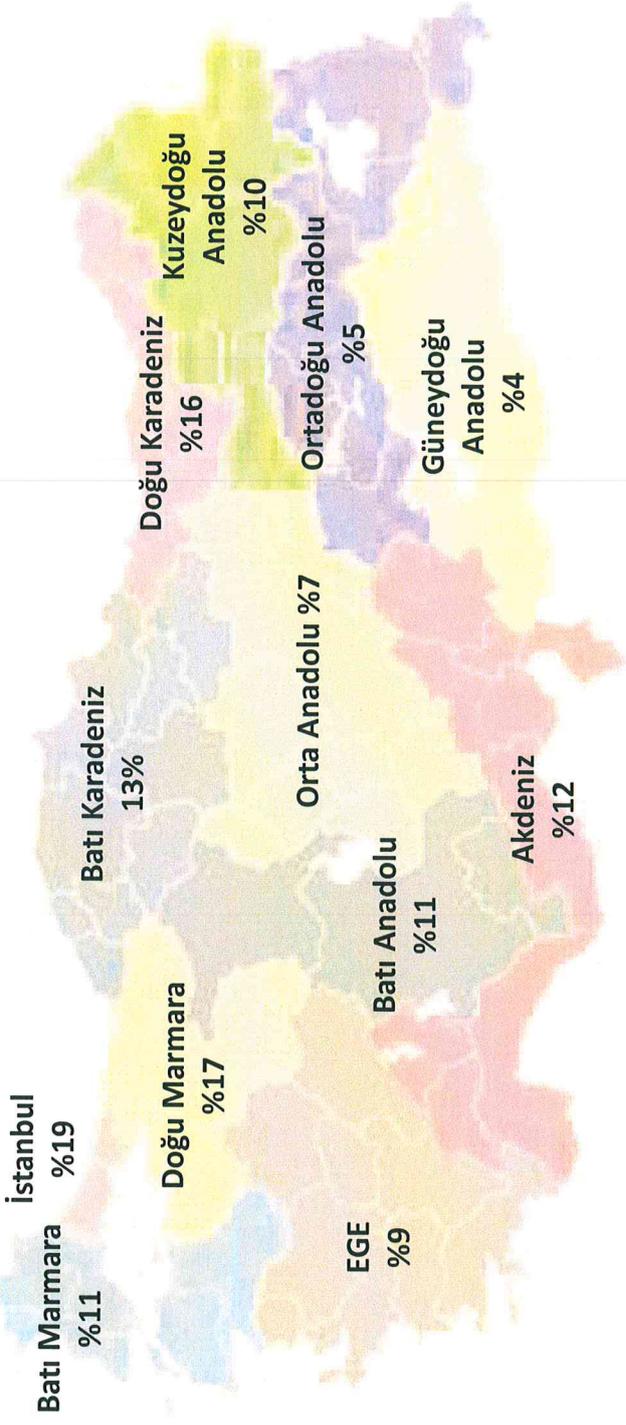
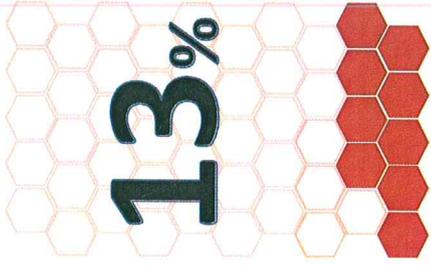


Baz: Su arıtma sistemi kullanılan haneler (n:484)

Penetrasyon – Temizlik Robotu

Türkiye genelinde , hanelerde temizlik robotu kullanım penetrasyonu %13 olarak tahmin edilmektedir. Bölgesel dağılım incelendiğinde, temizlik robotu kullanım penetrasyonunun İstanbul (19%) ile Doğu Marmara'da daha yüksek (%17) ve Ortadoğu Anadolu (%5) ile Güneydoğu Anadolu'da (%4) daha düşük olduğu görülmektedir.

Türkiye genelinde hanelerde temizlik robotu kullanım penetrasyonu

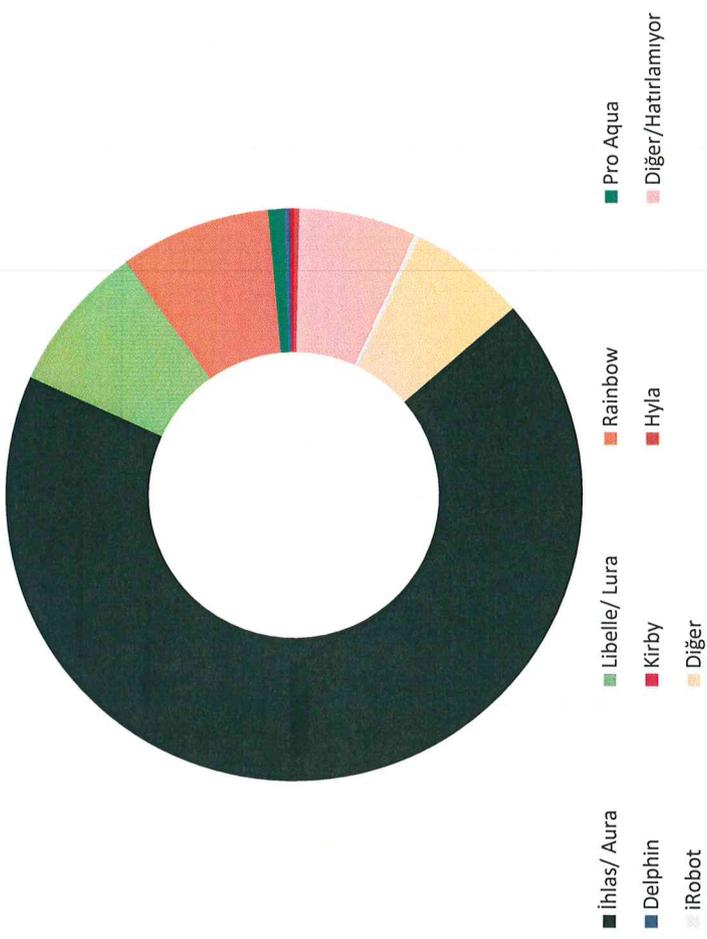


Baz: Tüm Katılımcılar (n:2440)

Temizlik Robotu Marka Payları

İhlas / Aura Türkiye genelinde, temizlik robotu kullanılan hanelerin %73'ünde yer alıyor. İhlas'tan sonra en çok kullanılan temizlik robotu markaları Libelle / Lura (%9) ve Rainbow (%9) olarak belirtiliyor.

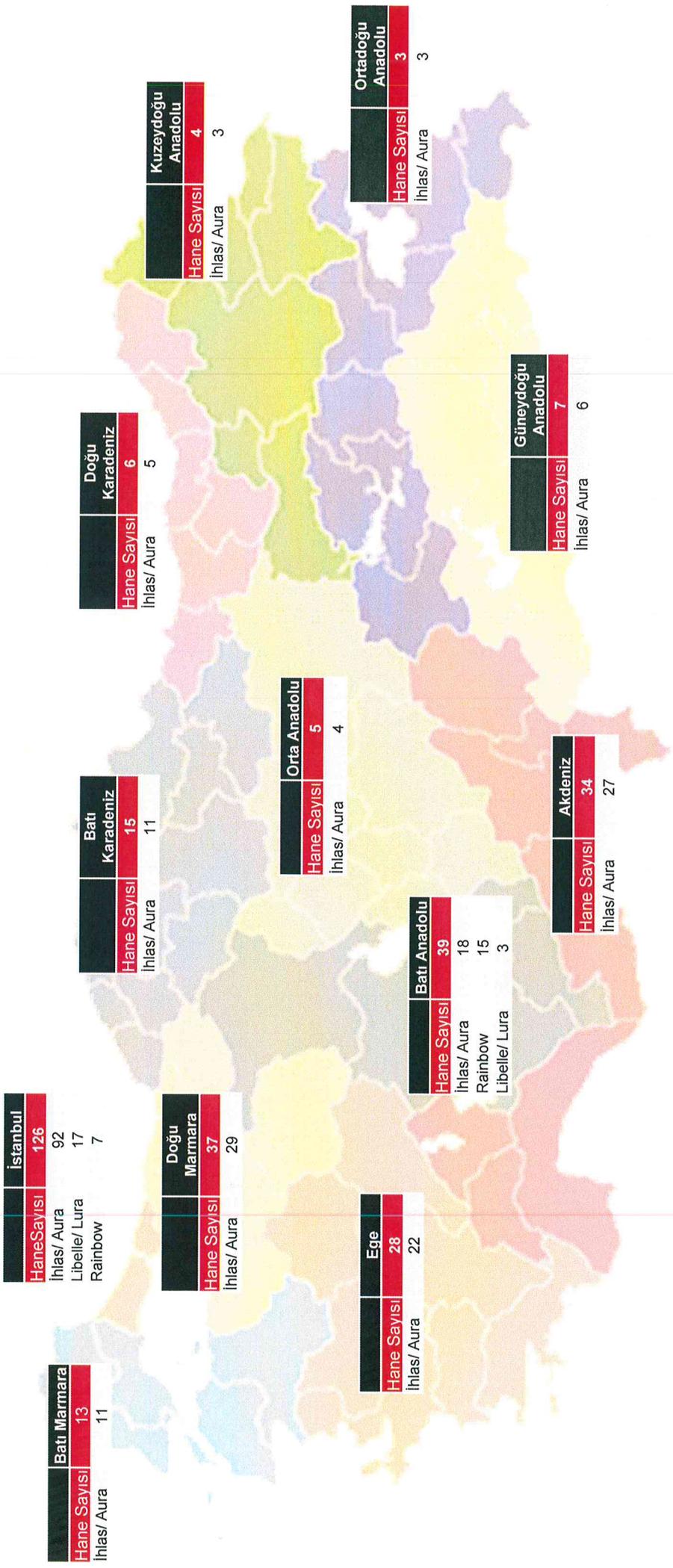
Marka	Marka Payı
İhlas/Aura	73%
Libelle/ Lura	9%
Rainbow	9%
Pro Aqua	1%
Delphin	0,3%
Kirby	0,3%
Hyla	0,3%
Diğer/Hatırlamıyor	7%



Baz: Temizlik Robotu kullanan haneler
(n:317)

Bölge Bazında En Çok Kullanılan Temizlik Robotu Markaları

İhlas / Aura tüm bölgelerde en çok kullanılan temizlik robotu markası olarak belirtiliyor. İhlas Aura , temizlik robotu markaları içerisindeki payı ile oldukça dominant. İhlas/Aura dışında İstanbul ve Batı Anadolu'da farklı rakip markalarında kullanıldığı gözlenmiştir.



İhlas Aura Kullanıcı Profili*

Cinsiyet	Genel	İhlas Su Artırma Sistemi Kullanan Katılımcılar	İhlas Temizlik Robotu Kullanan Katılımcılar	Rainbow Temizlik Robotu Kullanan Katılımcılar
Baz	2440	240	231	27*düşük baz (#katılımcı sayısı)
KADIN	85%	87%	91%	22
ERKEK	15%	13%	9%	5
Yaş				
18-24	8%	9%	3%	0
25-34	24%	16%	16%	1
35-44	26%	29%	28%	6
45-54	23%	28%	31%	7
55-64	14%	14%	17%	10
65+	5%	4%	5%	3
Medeni Durum				
Evlü	72%	77%	76%	19
Bekar	18%	14%	13%	5
Dul, boşanmış	10%	10%	11%	3
Sosyo Ekonomik Statü				
A	4%	5%	2%	4
B	10%	6%	4%	6
C1	24%	25%	26%	6
C2	41%	46%	52%	9
D	18%	17%	13%	2
E	2%	1%	2%	0

*Su artırma sistemi ve temizlik robotu penetrasyon çalışmasının birincil amacı Türkiye genelindeki penetrasyonu ölçümlemek olduğu için, çalışmanın ana hedef kitlesi Türkiye'deki hanalar olup, temsil yet Sosyo Ekonomik Statü baz alınarak sağlanmıştır. Demografik dağılımda birebir Türkiye temsil yeti Sosyo Ekonomik Statü için geçerlidir.

Su Arıtma Sistemleri ve Temizlik Robotu Marka Payı Gelişimi

Su Arıtma Sistemleri	2014 Öncesi	2014 - 2016	2017 - 2018
İhlas/Aura	55%	38%	28%
Waternet	6%	6%	8%
Espring	2%	4%	2%
Arçelik	1%	3%	9%
Rainwater/Rainbow	1%	5%	2%
AO Smith	1%	2%	0%
Rainsoft	1%	0%	0%
Hayzek	1%	1%	0%
Conax	0%	1%	5%
Ariston Hotpoint	0%	0%	0%
Brita	0%	1%	2%
BMB	0%	3%	2%
Diğer	26%	35%	42%

Temizlik Robotu	2014 Öncesi	2014 - 2016	2017 - 2018
İhlas/Aura	72%	77%	77%
Libelle/ Lura	11%	4%	8%
Pro Aqua	1%	2%	0%
Delphin	0%	0%	0%
Kirby	0%	0%	0%
Hyla	0%	0%	0%
Rainbow	9%	9%	0%
Diğer	6%	7%	15%

Su Arıtma Sistemleri ve Temizlik Robotu Marka Payı Gelişimi

Su arıtma cihazını kaç yıldır kullanıyorsunuz?

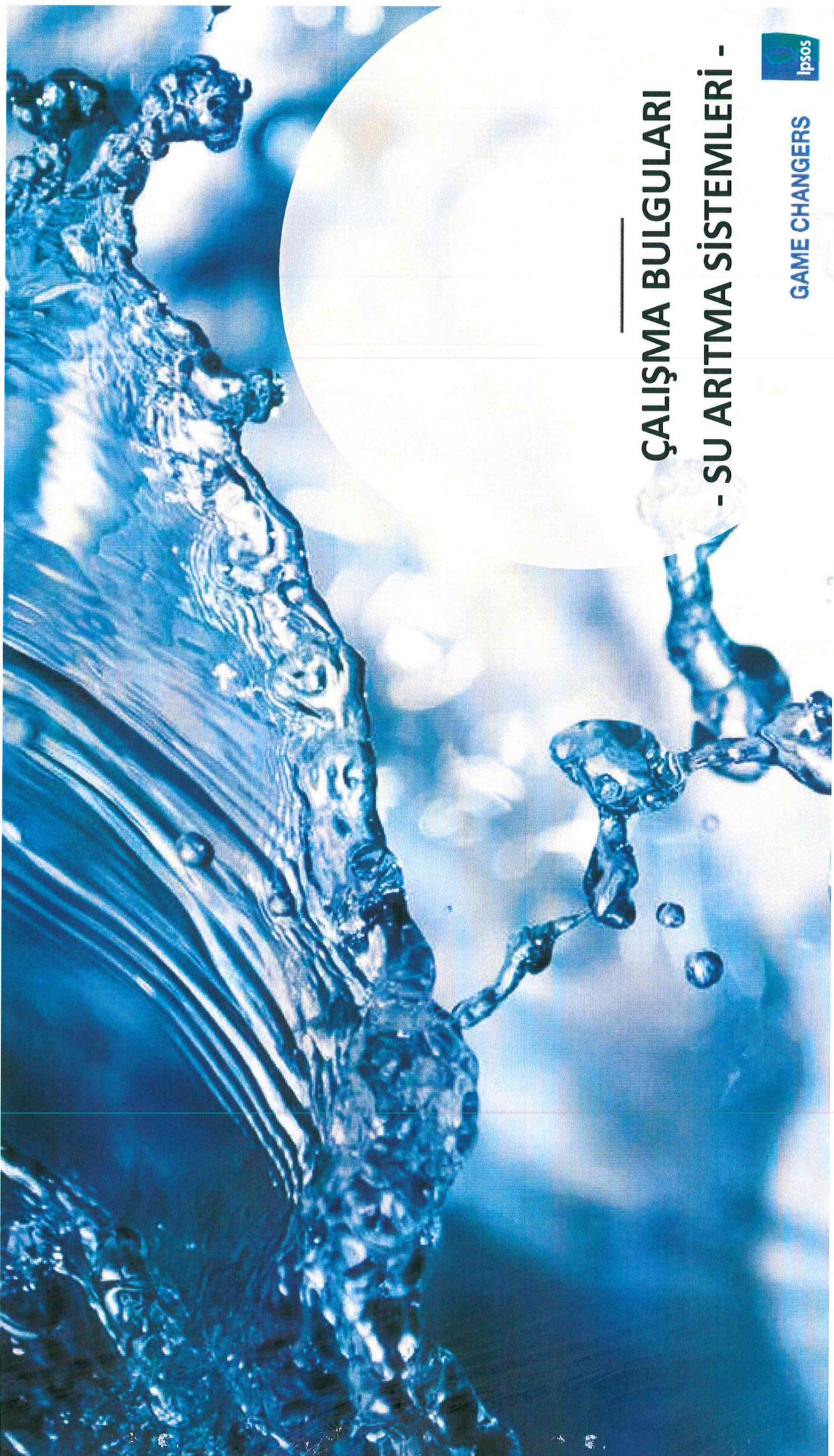
	Rainwater	Arçelik	İhlas/Aura	Ariston Hotpoint	Brita	Waternet	Conax	BMB	AO Smith	Rainsoft	Hayzek	Espring
Baz	11	13	221	1	3	28	7	5	6	3	6	13
0-1 yıl	8%	45%	8%	0%	37%	16%	51%	21%	0%	0%	0%	6%
2-4 yıl	67%	33%	27%	0%	63%	32%	37%	79%	50%	0%	40%	50%
4 yıldan fazla	25%	22%	65%	100%	0%	52%	12%	0%	50%	100%	60%	44%

Temizlik Robotu cihazını kaç yıldır kullanıyorsunuz?

	İhlas/ Aura	Libelle/ Lura	Pro Aqua	Delphin	Kirby	Hyla	Rainbow
Base	231	30	3	1	1	1	27
0-1 yıl	4%	3%	0%	0%	0%	0%	0%
2-4 yıl	19%	7%	33%	0%	0%	0%	17%
4 yıldan fazla	76%	91%	67%	100%	100%	100%	83%

ÇALIŞMA BULGULARI - SU ARITMA SİSTEMLERİ -

GAME CHANGERS



Su Arıtma Sistemleri ve Çeşitleri Bilinirliği

Türkiye genelinde , su arıtma sistemlerinin bilinirliği 89%.

En fazla bilinen su arıtma sistemleri ise, «tezgah altına monte edilen cihazlar» (86%) ve «sadece musluğun ucuna takılabilen cihazlar» (70%)

Su Arıtma Sistemleri Bilinirliği



Su Arıtma Sistemleri Çeşitleri Bilinirliği



Baz: Tüm Katılımcılar (n:2440)

Su Arıtma Sistemleri ve Çeşitleri Bilinirliği (%)

Su Arıtma Sistemleri Bilinirliği	Toplam	İstanbul	Batı Marmara	Ege	Doğu Marmara	Batı Anadolu	Akdeniz	Orta Anadolu	Batı Karadeniz	Doğu Karadeniz	Kuzeydoğu Anadolu	Ortadoğu Anadolu	Güneydoğu Anadolu
Base	2440	669	119	303	221	367	276	74	110	35	42	60	164
Evet, duydum	89	90	90	89	91	90	91	90	86	93	80	72	80
Hayır, duymadım	11	10	10	11	9	9	9	10	13	7	18	28	20
Belki, emin değilim	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	2	0	0

Su Arıtma Sistemleri Çeşitleri Bilinirliği	Toplam	İstanbul	Batı Marmara	Ege	Doğu Marmara	Batı Anadolu	Akdeniz	Orta Anadolu	Batı Karadeniz	Doğu Karadeniz	Kuzeydoğu Anadolu	Ortadoğu Anadolu	Güneydoğu Anadolu
Base	2440	669	119	303	221	367	276	74	110	35	42	60	164
Filtreli su sürahisi	58	63	61	59	58	55	61	58	58	67	48	33	42
Sadece musluğun ucuna takılabilen filtre	70	69	72	73	71	71	68	66	74	76	77	64	69
Tezgaah altına monte edilen arıtma cihazı	86	90	83	91	87	82	88	83	87	82	66	63	85
Bütün evin kullanımını için arıtma cihazı	38	35	36	45	35	42	46	30	33	36	33	32	30

Diğer bölgelere göre anlamlı olarak düşük
Diğer bölgelere göre anlamlı olarak yüksek

Baz: Tüm Katılımcılar (n:2440)

Kullanılan Su Arıtma Cihazı Çeşitleri

Haihazırda kullanılan su arıtma sistemi, tezgah altına monte edilen arıtma cihazları, ortalama 5,6 yıldır kullanılıyor.



Tezgah altına monte edilen arıtma cihazı

Baz: Su arıtma sistemi kullanılan haneler
(n:484)

Su arıtma sistemleri ortalama

5,6 yıldır kullanılıyor.

Görüşme yapılan hanelerin

53%'ü su arıtma sistemlerinin 4 yıl ve daha uzun zamandır kullandıklarını belirtiyorlar.

Kullanım Süresi

0-1 yıl	14%
2-4 yıl	33%
4 yıldan fazla	53%

Kullanılan Su Aritma Cihazı Satın Alım Noktası (%)

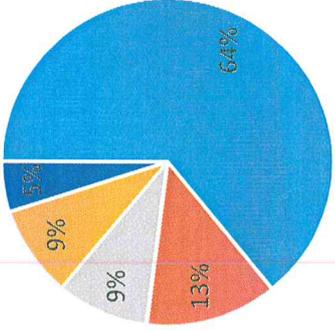
Kullanılan Su Aritma Cihazı Satın Alım Noktası	Toplam	İstanbul	Batı Marmara	Ege	Doğu Marmara	Batı Anadolu	Akdeniz	Orta Anadolu	Batı Karadeniz	Doğu Karadeniz	Kuzeydoğu Anadolu	Ortadoğu Anadolu	Güneydoğu Anadolu
Baz	484	161	28*düşük baz	69	41	57	56	11*düşük baz	25	4*düşük baz	7*düşük baz	4*düşük baz	21*düşük baz
İnternette	3%	3%	0%	4%	0%	8%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Teknoloji mağazaları	3%	1%	4%	3%	7%	2%	5%	0%	5%	0%	0%	0%	11%
Ev aletleri satan mağazalar(evkur vb.)	3%	3%	3%	5%	4%	3%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Markanın kendi mağazası	26%	17%	38%	28%	31%	28%	35%	10%	41%	46%	12%	21%	31%
Kapıda kapıya veya Evde tanıtım yoluyla pazarlama	49%	58%	41%	42%	47%	42%	42%	70%	51%	27%	71%	29%	34%
Diğer/Bilmiyorum / Hatırlamıyorum	18%	18%	17%	18%	11%	20%	14%	38%	3%	54%	34%	50%	23%

Diğer bölgelere göre anlamlı olarak düşük

Diğer bölgelere göre anlamlı olarak yüksek

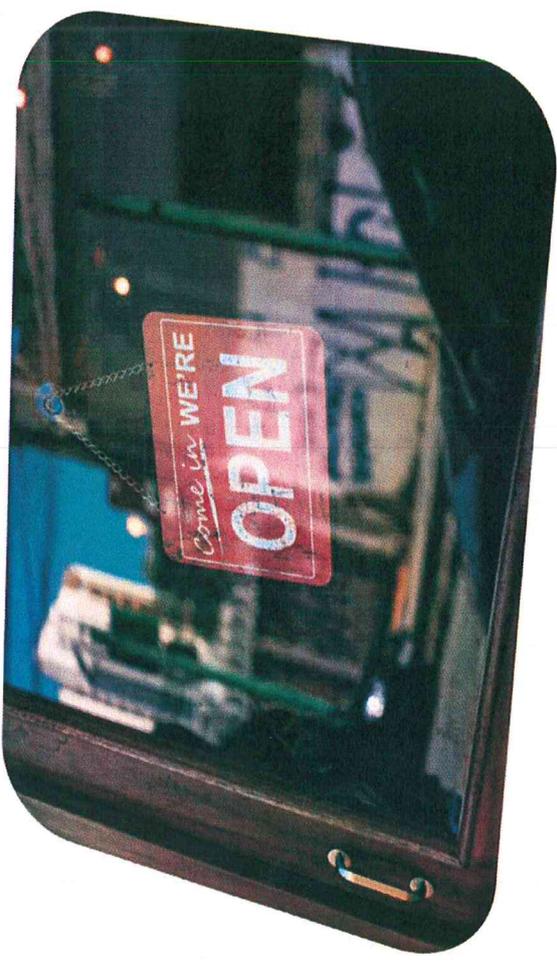
Su Arıtma Cihazı Satın Alım Noktası Tercihi

Katılımcıların çok büyük bölümü şu anda bir su arıtma sistemi alacak olsalar, mağazadan almayı tercih edeceklerini belirtiyorlar. Kapıdan kapiya pazarlama veya evde tanıtım yoluyla pazarlama tüm bölgelerde internet ile birlikte en az tercih edilen satış noktası olarak belirtiliyor.



- Markanın kendi mağazası
- Teknoloji mağazaları (teknosa, mediamarkt vb.)
- İnternette
- Ev aletleri satan mağazalar (evkur vb.)
- Kapıdan kapiya veya Evde tanıtım yoluyla pazarlama

Baz: Tüm Katılımcılar (n:2440)



Su Arıtma Sistemleri Kullanımı

Hazır su / Damacana ve kaynak suyu kullanıyor olmak ve su arıtma cihazlarının pahalı olması su arıtma cihazı kullanımının öündeki en büyük engel. Halihazırda su arıtma sistemi kullanan hanelerin 26%'sı hiçbir şekilde su arıtma cihazı almayı düşünmediğini, gerek duymadığını belirtiyorlar.

Su Arıtma Sistemi Kullanmama Nedenleri

Hazır su / Damacana / Kaynak suyu kullanıyorum	36%
Fiyatı yüksek olduğu için / Maddi durumum elvermediği için	12%
Gerek / İhtiyaç duymuyorum	10%
Kiracı olduğum için	8%
Kullandığım su daha temiz / Arıtma suyunun temiz olmaması	7%
Güvenilir gelmemesi / Diğerleri daha güvenilir	3%
Tadı güzel değil / Kullandığım suyun tadı güzel, lezzetli	3%

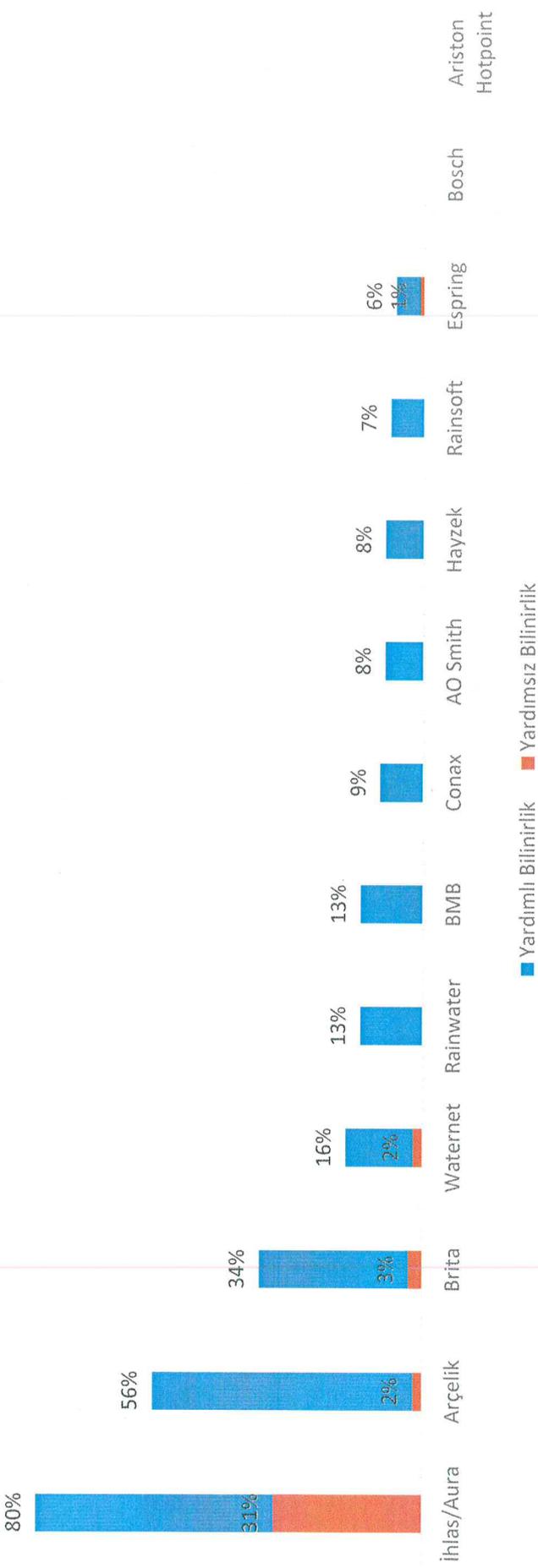
Ne Olsa Su Arıtma Sistemleri Kullanma Niyeti

Hiçbir şekilde düşünmüyorum / Gerek duymuyorum	26%
Fiyatı uygun olursa / Maddi gücüm yeterse	16%
Şehrin / Çeşme / Şebeke suları pislenirse / tamamen kullanılmaz hale geldiğinde	10%
Kullandığım suyun tadı değişirse / kalitesi düşerse / üründen vazgeçersem	9%
Fikrim yok	7%
Kendim evim olursa	7%
Sularda aşırı kireçlenme olursa	4%
Markası iyi / kaliteli olursa	3%

Baz: Su arıtma sistemi kullanan haneler (n:1.884)

Su Aritma Sistemleri Marka Bilinirliği

İhlas / Aura en yüksek marka bilinirliğine sahip su aritma sistemi markası. Her 10 hane'den 3'ü yardımsız olarak, 8'i ise yardımlı olarak İhlas/Aura'yı bildiğini belirtiyor.

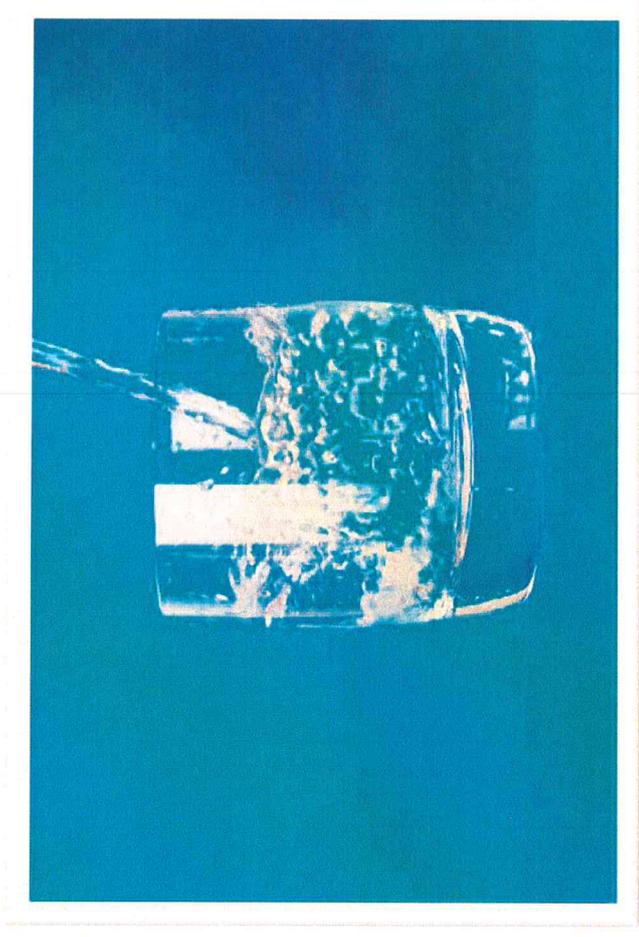
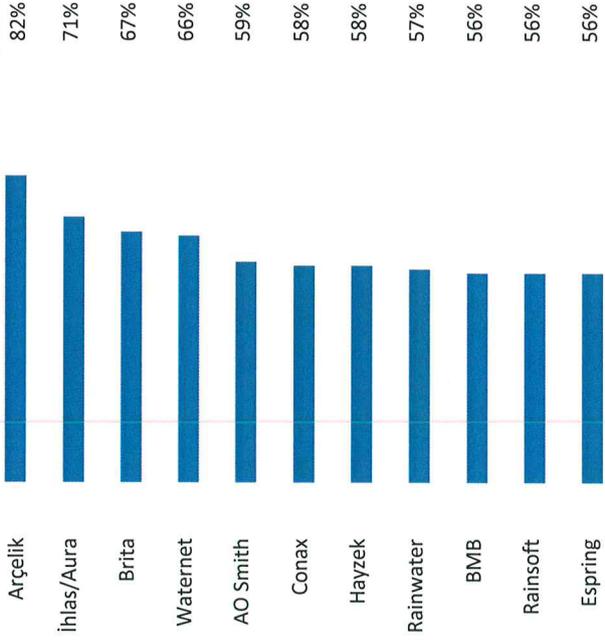


Baz: Tüm Katılımcılar (n:2440)

Su Arıtma Sistemleri Marka Tercihleri

Markayı bilenler nezdinde Arçelik en yüksek tercih oranına sahip marka.

Marka Tercihleri (T2B – Kesinlikle Satın Alırım + Satın Alırım)



Baz: Markayı Bilen Katılımcılar

ihlas Aura Memnuniyet ve Tavsiye

ihlas / Aura kullanıcıları nezdinde çok yüksek memnuniyet ve tavsiye skoruna sahip.

Memnuniyet

ortalama

8,7/10

Tavsiye

Net Promoter
Score

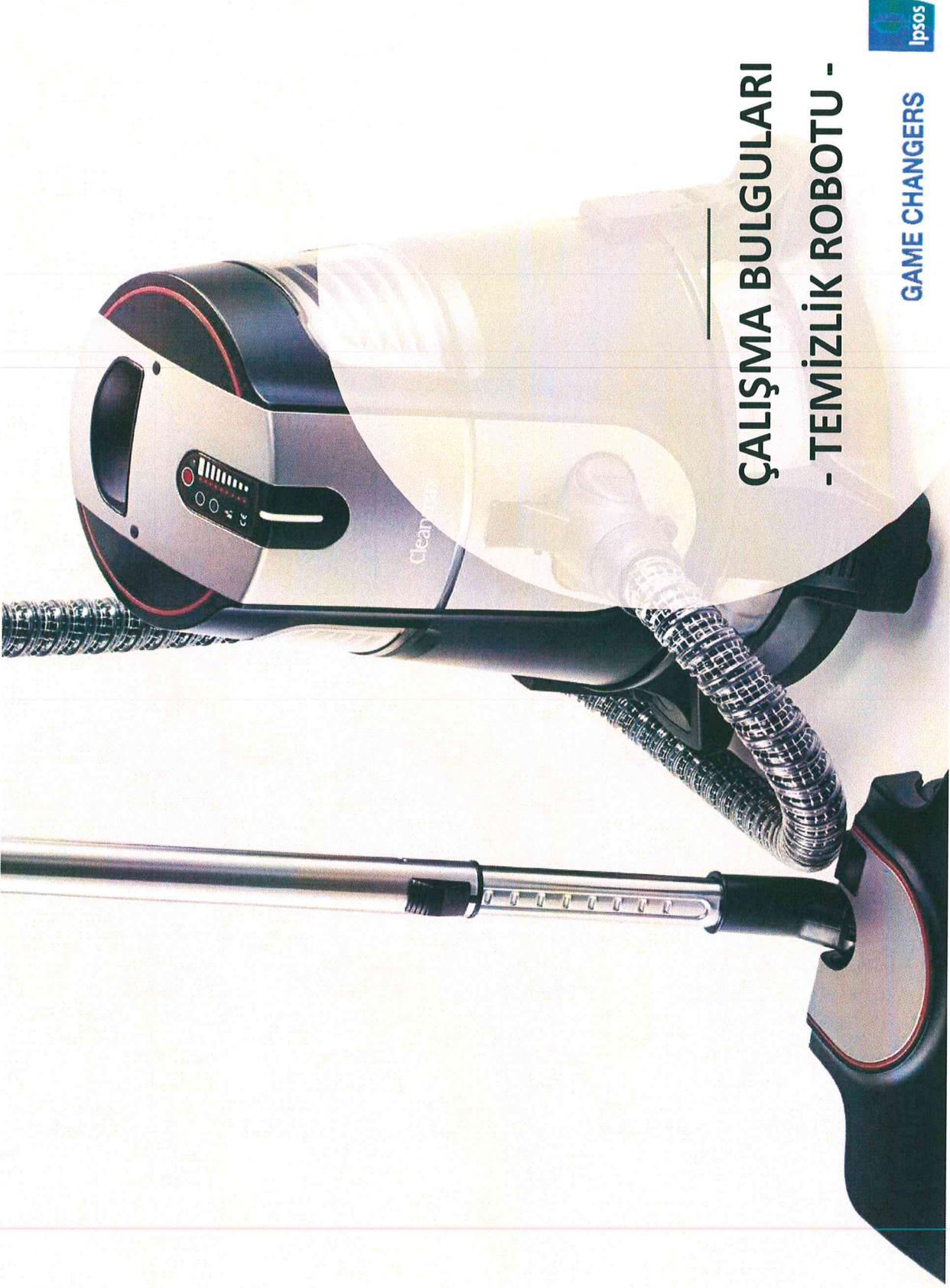
49

Baz: ihlas Aura kullanan Haneler

Memnuniyet Nedenleri

Tadı güzel / lezzetli / Suyu tatlı	28%
Bakımlarının sürekli yapılıyor olması	19%
Suyun temiz olması	12%
Suyu iyi arıtması	11%
Servis hizmet kalitesi iyi	9%
Memnunum / Hiçbir sıkıntı yaşamadım	8%
Kireçlenme yapmaması / önlemesi	8%
Ürünleri iyi / kaliteli	7%
Suyun kalitesi çok iyi	7%
İlgili / Alakalı olmaları	7%
Dayanıklı / Sağlam olması	6%
Kullanımı kolay / pratik	6%

ihlas Aura'dan memnun olmadığını belirten 3 hanelerin memnun olmama nedenleri «pahalı bulunması», «güvenilir gelmemesi» ve «sürekli bakım yapmak zorunluluğu» olarak belirtiliyor.



ÇALIŞMA BULGULARI - TEMİZLİK ROBOTU -

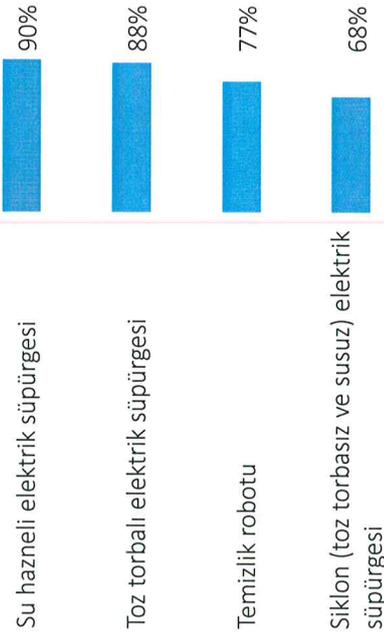
GAME CHANGERS



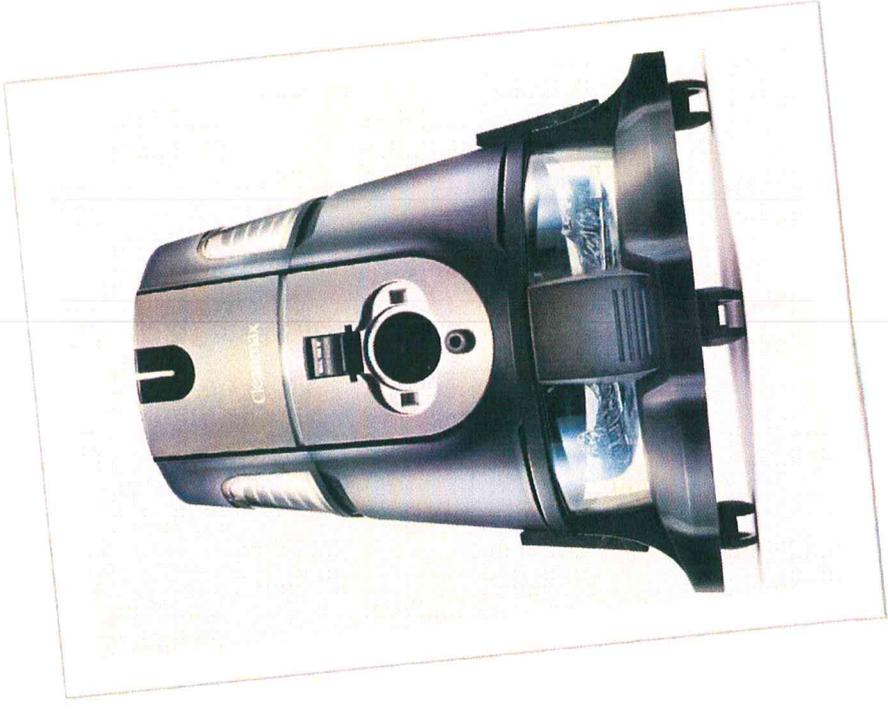
Temizlik Robotu / Elektrik Süpürgesi Çeşitleri Bilinirliği

Türkiye’de elektrik süpürgesi çeşitleri bilinirliği oldukça yüksek. Görüşülen her 4 hane’nin 3’ü «temizlik robotu» nun ne olduğunu bildiğini beyan ediyor.

Temizlik Robotu / Elektrik Süpürgesi Çeşitleri Bilinirliği



Baz: Tüm Katılımcılar (n:2440)



Temizlik Robotu / Elektrik Süpürgesi Çeşitleri Bilinirliği

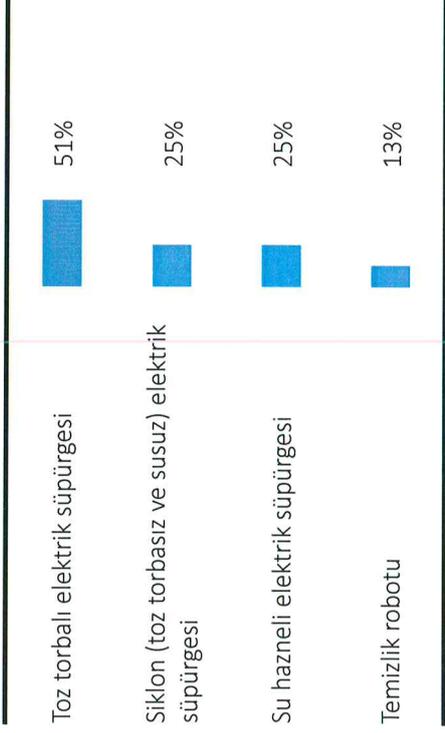
Temizlik Robotu / Elektrik Süpürgesi Çeşitleri Bilinirliği	Toplam	İstanbul	Batı Marmara	Ege	Doğu Marmara	Batı Anadolu	Akdeniz	Orta Anadolu	Batı Karadeniz	Doğu Karadeniz	Kuzeydoğu Anadolu	Ortadoğu Anadolu	Güneydoğu Anadolu
Base	2440	669	119	303	221	367	276	74	110	35	42	60	164
Toz torballı elektrik süpürgesi	88%	91%	92%	88%	86%	87%	88%	92%	90%	90%	83%	84%	85%
Siklon (toz torbasız ve susuz) elektrik süpürgesi	68%	68%	69%	71%	70%	70%	68%	60%	70%	75%	79%	67%	60%
Su hazneli elektrik süpürgesi	90%	93%	92%	91%	90%	90%	88%	88%	95%	86%	89%	93%	77%
Temizlik robotu	77%	83%	80%	72%	84%	73%	80%	82%	86%	84%	79%	61%	53%

Diğer bölgelere göre anlamlı olarak düşük
Diğer bölgelere göre anlamlı olarak yüksek

Baz: Tüm Katılımcılar (n:2440)

Kullanılan Elektrik Süpürgesi / Temizlik Robotu Çeşitleri

Hanelerde en çok kullanılan temizlik cihazı 51% oranı ile toz torbalı elektrik süpürgesidir.



Temizlik cihazları ortalama **9,0** yıldır kullanılıyor.

Görüşme yapılan hanelerin **78%**'i temizlik cihazını 4 yıl ve daha uzun zamandır kullandıklarını belirtiyorlar.

Kullanım Süresi

0-1 yıl	4%
2-4 yıl	14%
4 yıldan fazla	78%

Baz: Elektrik Süpürgesi / Temizlik Robotu kullanılan haneler (n:2440)

Temizlik Robotu Satın Alım Noktası (%)

Temizlik robotu satın alım noktası olarak en çok «kapıdan kapiya pazarlama veya evde tanıtım yoluyla pazarlama» ile belirtiliyor.

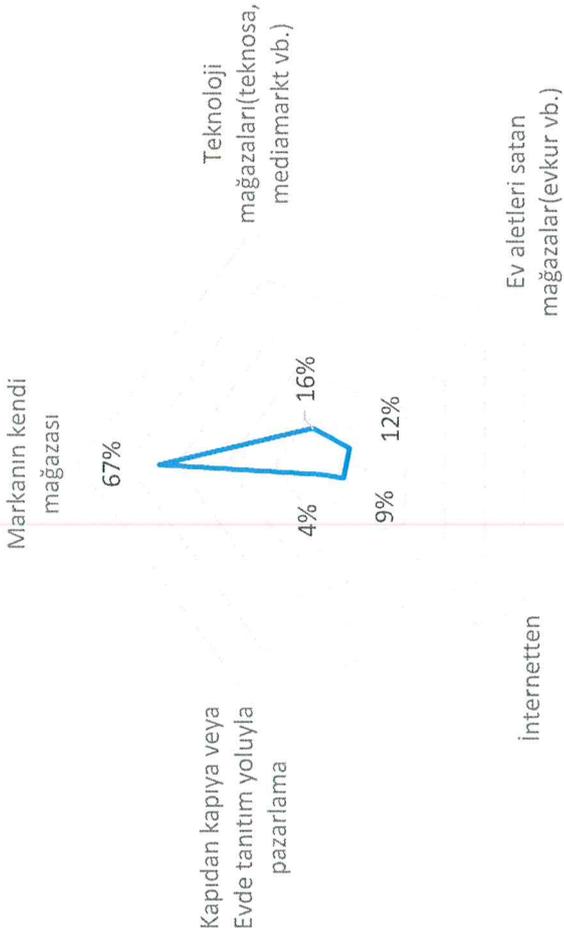
Temizlik Robotu Satın Alım Noktası	Toplam	İstanbul	Batı Marmara	Ege	Doğu Marmara	Batı Anadolu	Akdeniz	Orta Anadolu	Batı Karadeniz	Doğu Karadeniz	Kuzye-doğu Anadolu	Orta-doğu Anadolu	Güney-doğu Anadolu
Baz	317	126	13*düşük baz 28*düşük baz	37	39	34	5*düşük baz 15*düşük baz	6*düşük baz	3*düşük baz	4*düşük baz	7*düşük baz		
İnternette	2%	2%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	20%	0%	0%
Teknoloji mağazaları	2%	2%	0%	3%	6%	0%	0%	0%	0%	0%	20%	0%	0%
Ev aletleri satan mağazalar(evkur vb.)	2%	2%	0%	4%	2%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Markanın kendi mağazası	24%	15%	27%	27%	24%	23%	23%	47%	44%	20%	100%	16%	
Kapıdan kapiya veya Evde tanıtım yoluyla pazarlama	64%	75%	55%	48%	60%	69%	77%	46%	56%	40%	0%	73%	
Diğer/Bilmiyorum / Hatırlamıyorum	9%	8%	17%	10%	11%	3%	23%	8%	0%	0%	0%	30%	11%

Diğer bölgelere göre anlamlı olarak düşük

Diğer bölgelere göre anlamlı olarak yüksek

Temizlik Robotu Satın Alım Noktası Tercihi

Katılımcıların çok büyük bölümü şu anda bir temizlik robotu alacak olsalar, mağazadan almayı tercih edeceklerini belirtiyorlar. Kapıdan kapiya pazarlama veya evde tanıtım yoluyla pazarlama tüm bölgelerde internet ile birlikte en az tercih edilen satış noktası olarak belirtiliyor.



Baz: Tüm Katılımcılar (n:2440)

Temizlik Robotu Kullanımı

Yüksek fiyat, gerek / ihtiyaç olmaması ve mevcut elektrik süpürgesinin yeterli olması, temizlik robotu kullanmamanın en büyük nedenleri.

Temizlik Robotu Kullanmama Nedenleri

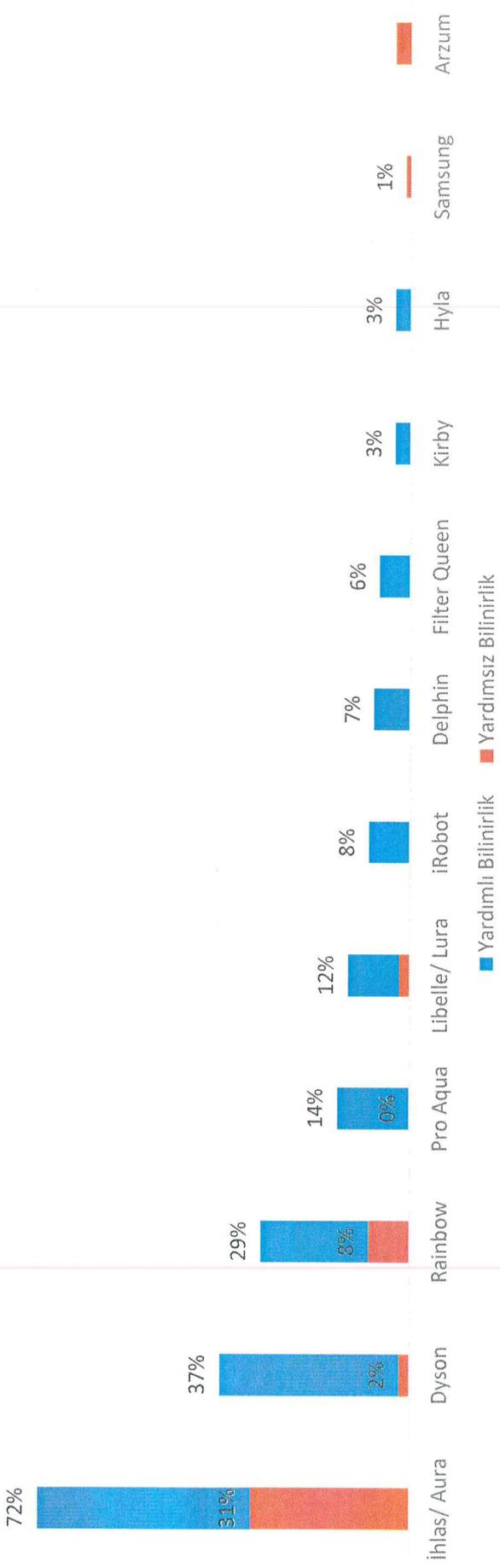
Fiyatı yüksek olduğu için / Maddi durumum elvermediği için	30%
Özel bir nedeni yok / Gerek / İhtiyaç duymuyorum	18%
Makinem / Elektrikli süpürge bana yetiyor	17%
Dışardan destek alıyorum / Yardımcı geliyor / Halıları yıkamaya veriyorum	11%
Aklıma gelmedi	4%
Kendim temizlik yapmayı tercih ediyorum	4%
Zamanım / Vaktim olmadığ için	4%
Kullanımı zor / pratik olmadığı için	3%

Baz: Temizlik robotu kullanmayan haneler (n:1377)



Temizlik Robotu Marka Bilinirliği

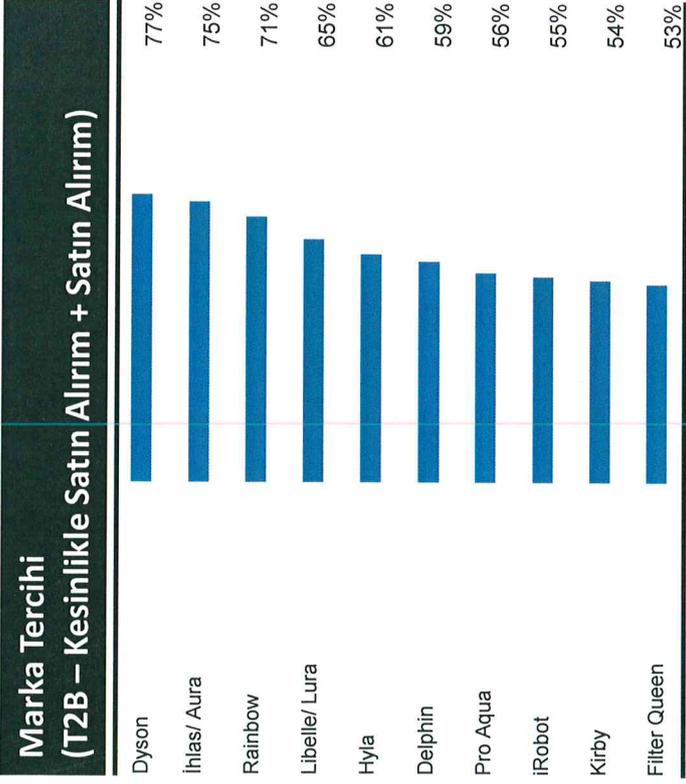
İhlas / Aura en yüksek marka bilinirliğine sahip temizlik robotu markası. Her 10 hane'den 3'ü yardımcısız olarak, 7'si ise yardımcı olarak İhlas/Aura'yı bildiğini belirtiyor.



Baz: Tüm katılımcılar (n:2440)

Temizlik Robotu Marka Tercihi

Markayı bilenler nezdinde Dyson en yüksek tercih oranına sahip marka.



Baz: Markayı Bilen Katılımcılar

İhlas Aura Memnuniyet ve Tavsiye

İhlas / Aura kullanıcıları nezdinde çok yüksek memnuniyet ve tavsiye skoruna sahip.

Memnuniyet

ortalama

9,8/ 10

Tavsiye

Net Promoter

Score

65

Baz: İhlas Aura kullanan Haneler

Memnuniyet Nedenleri

Temizliğinden / Yıkamasından memnunum	47%
Tozu / Tüyü yok etmesi / toz yapmaması	20%
Çekiş gücü çok iyi	13%
Dayanıklı / Sağlam olması	10%
Kullanımı kolay / pratik	8%
Ürünleri iyi / kaliteli	7%
Kullanışlı olduğu için	7%
Halı / Koltuk yıkama özelliği çok iyi / Halıları,koltukları temizlemesi	7%

İhlas Aura'dan memnun olmadığını belirten tek bir hanelerin memnun olmama nedeni «ürünün dayanıklı / sağlam olması» olarak belirtiliyor.

Başarınız için
yanınızdayız...

