

Çalışan İnsanın Hali Başka...

Ocak ayında İnternet kitlesel mecradır dedik, Şubat'ta uyku dışında her an online olan gençleri ele aldık, Mart'ta kadın, Nisan'da erkek kullanıcıların sosyo demografisini dökümledik. Bu ayki hedef kitemiz ise, çalışanlar. IAB Türkiye İnternet Ölçümleme Araştırması, 11.6 Milyon Türkiye'li çalışanın sosyo demografisini yansıtıyor. Bu kitlenin İnternet'te yaptıkları işlemlere baktığımızda en önemli motivasyonlarının "pratiklik" olduğunu görüyoruz. Çalışanlarımızın %54'ü bankacılık veya E-Devlet işlemlerini, %58'i ulaşım, tatil ve kültürel etkinlik rezervasyonlarını İnternet'ten yapıyor. Hafta içi, %51'i gazete ve haberleri İnternet'ten takip ederek sabah çaylarını yudumlıyor. Çalışanlar %82 oranında hergün veya haftada birkaç kez İnternete giriyor. Bu kitle mobil İnternet'i de kullanıyor. Oran erkeklerde %31, kadınlarda ise %43. Mesleklerde %37 ile işçiler önde geliyor, %26 oranında özel sektör çalışanı ve devlet memuru var. İşveren oranı ise %23. Bu rakama, serbest çalışanlar ve KOBİ'ler dahil. Türkiye İnternet kullanıcılarının büyük bölümünü oluşturan satın alma gücü yüksek, karar verici çalışan kesimin İnternet'te nasıl zaman geçirdikleri ve onlara ulaşma yöntemleri, biz reklamcılar için çok önemli.

Hazırlayan: Oya Öneş Yaşayan

(IAB Türkiye Yönetim Kurulu Üyesi / Teknik Komite Başkanı / IAB Europe Mobil Komite Üyesi)



Hane SES Grupları

| | |
|----|-----|
| AB | %26 |
| C | %67 |
| DE | %7 |

Çalışanlarda Hane Büyüklüğü

| | |
|----|-----|
| 1 | %5 |
| 2 | %10 |
| 3 | %32 |
| 4 | %27 |
| 5+ | %26 |



Çalışan Kesimde Aile Yapısı

| | | |
|----------|-----------|-----|
| Çocuklu | 6,680,461 | %58 |
| Çocuksuz | 4,899,710 | %42 |



Cep Telefonundan İnternet'e Girenler

Erkeklerin %31'i ve kadınların %43'ü olmak üzere çalışanların %35'i cep telefonlarından İnternet'e giriyor. 4.056.521 Gerçek Kişi



Kadınlar



%24



Otomobil Sahipliği
4.665.176 Gerçek Kişi

%48

Erkekler

%40



Meslek

| | | |
|-------------------------------------------|-----------|-----|
| İşçi | 4,239,683 | %37 |
| Özel Sektör Çalışanı | 1,897,727 | %16 |
| Serbest (5'ten az kişi çalıştıran) | 1,643,411 | %14 |
| Orta Seviye Yönetici (Bölüm Md, Direktör) | 1,298,320 | %11 |
| Devlet Memuru | 1,132,689 | %10 |
| İşveren (5'ten fazla kişi çalıştıran) | 903,588 | %8 |
| Üst Düzey Yönetici | 250,903 | %2 |
| Nitelikli Serbest (Avukat, Dişçi) | 213,849 | %2 |

Yaş Grupları

| | | |
|---------|-----------|-----|
| - 24 | 2,586,707 | %22 |
| 25 - 34 | 4,722,984 | %41 |
| 35 - 44 | 2,861,429 | %25 |
| 45+ | 1,409,053 | %12 |

Cinsiyet

| | |
|-------|-----|
| Erkek | %69 |
| Kadın | %31 |



Eğitim Durumu

| | |
|--------------------|-----|
| İlkokul ve Altı | %21 |
| Ortaokul | %20 |
| Lise | %37 |
| Üniversite ve Üstü | %22 |



Çalışanların İnternette Yaptığı İşlemler



E-Devlet ve Bankacılık İşlemleri Yapmak

Çalışanların %40'ı Bankacılık ve E-Devlet işlemlerini İnternet'ten yapıyor.



Arkadaşlarla Haberleşmek

Erkeklerin %59'u ve kadınların %67'si olmak üzere çalışan kesimin %61'i İnternet'i arkadaşlarıyla haberleşmek için kullanıyor.



Rezervasyon Yaptırmak

Erkeklerin %29'u ve kadınların %44'ü olmak üzere çalışanların %34'ü ulaşım, tatil ve kültürel etkinlik rezervasyonlarını İnternet'ten yapıyor.



TV, Video, Müzik İçeriklerini Tüketmek

Çalışanların %43'ü TV, video, film ve müzik içeriklerini İnternet'ten tüketiyor.



Gazete ve Haber Okumak

Erkek %50, kadın kitle %53 olmak üzere çalışan kesimin %51'i gazete ve haberleri İnternet'ten takip ediyor 5.904.425 Gerçek Kişi.

Hergün Veya Haftada Bir Kaç Kere İnternet'e Girenler

Erkeklerin %83'ü ve kadınların %79'u olmak üzere çalışanların %82'si her gün veya haftada bir kaç kez İnternet'e giriyor. 9.455.569 Gerçek Kişi

Bağlanma Noktası

| | | |
|------------------|-----------|-----|
| Evden | 7.940.113 | %55 |
| İşten | 4.904.501 | %34 |
| İnternet Kafeden | 770.024 | %5 |



IAB Türkiye

33 ülkede faaliyet gösteren IAB (Interactive Advertisement Bureau), tüm dünyada interaktif reklamcılığın gelişmesi, reklam yatırımlarından daha fazla pay alması için çalışıyor. Bu amaç doğrultusunda reklamverenlere ve ajanslara interaktif iletişimin katma değerini anlatıyor. Kamu nezdinde yürüttüğü çeşitli faaliyetlerle endüstrinin doğru ve nitelikli biçimde, uluslararası kurallar ve standartlar çerçevesinde büyümesine katkı sağlıyor.

Merkezi Amerika'da bulunan IAB'nin, Avrupa'daki ülke bazlı örgütlenmesi IAB Europe tarafından koordine ediliyor.

Türkiye'de 23 firmanın işbirliğiyle 2007 yılında kurulan IAB'nin, bugün itibarıyla 119 üyesi var. IAB Türkiye'de İnternet Ölçümleme Araştırması, Mixx Awards, Yoğun İnteraktivite seminer dizisi gibi faaliyetleri yürütüyor, diğer IAB'lerle ortak çalışmalar yapıyor.