

Güler Sabancı: “İş dünyasının ihtiyacı, içgörü ve nitelikli bilgi”

10 – 11 Mart 2009 tarihlerinde Hilton Convention Center’da düzenlenen 12. Araştırma Zirvesi, Sabancı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Güler Sabancı’nın açılış konuşmasıyla başladı.

Güler Sabancı, “İş dünyası olarak değişen ekonomik ortamda daha fazla içgörüye ihtiyacımız var. Araştırmacıdan tüketiciyi ve toplumu en iyi şekilde anlamasını ve bize yön vermesini bekliyoruz” dedi.

Farklı sektörlerden duayenlerin katılımıyla gerçekleştirilen 12. Araştırma Zirvesi’nde, “Bilginin Gücü” ana konsepti çerçevesinde değişen pazar koşulları ve tüketici eğilimleri masaya yatırılıyor.

Araştirmacılar Derneği’nin her yıl hayata geçirdiği Araştırma Zirvesi, bu yıl 10-11 Mart 2009 tarihlerinde Hilton Convention Center’da düzenleniyor. Perakendeden medyaya, spordan hızlı tüketim ürünlerine kadar farklı sektörlerden duayenlere ve liderlere ev sahipliği yapan 12. Araştırma Zirvesi’nde; tüketim trendleri, değişen tüketici profillerini, medya, teknoloji ve internetteki global değişimler masaya yatırılıyor.

Temel Aksoy: Sektör %16 büyüdü,150 milyon dolar ciroya ulaştı

Araştırma Zirvesi’nin önemini gerçekleştirilen bir basın toplantısında aktaran **Araştirmacılar Derneği Başkanı Temel Aksoy**, araştırma sektörünün 2002 yılından bu yana yüzde 260 büyüdüğünü, 42 milyon dolardan 151 milyon dolar hacme ulaştığını söyledi. Aksoy konuşmasını şöyle sürdürdü: “Ekonomik dalgalanmalar, firmaları yatırım kararı alma aşamalarında araştırma kullanmalarını zorunlu kılmakta ve bu da araştırma kullanan firma sayısını artırmaktadır. Sektör 2008 yılında yüzde 16 büyüyerek 150 milyon

dolar ciroya ulaştı. Önümüzdeki yıllarda ise sektörümüzün çok daha hızlı büyüyeceğini öngörüyoruz.”

Türk tüketicisinin geçmiş yıllara göre çok daha bilgili ve bilinçli tüketim kalıpları sergilemeye başladığını belirten **Temel Aksoy** konuşmasını şöyle sürdürdü: “Gelişen piyasa koşullarında, tüketicilerin yaşam tarzları ve ihtiyaçları da değişim göstermeye başladı. Tüketici tercihlerinde kolaylık, hız, çok amaçlılık, sağlamlık, çevre dostu gibi daha güncel ve daha fonksiyonel özellikler ön plana çıkıyor. Bu kadar rasyonel kararların sergilendiği tercihlerde, firmalar, markalarına rekabet avantajı ve bağlılık yaratmak için, müşteri memnuniyeti amaçlı bir dizi uygulama ve stratejiler geliştiriyor. Tüketiciler hem kitlesel hem hedef odaklı iletişim araçları ile çember içine alınıyor.” Değişen tüketici eğilimleri ve pazar koşulları konularında, yönetici ve profesyonellerin bilgi alışverişinde bulunmaları için Araştırma Zirvesi’nin önemli bir platform olduğunu kaydeden Temel Aksoy, “Bu yıl Bilginin Gücü ana konseptiyle hayata geçirdiğimiz Araştırma Zirvesi’nde, araştırmacılar olarak, daha iyi iş sonuçlarının nitelikli bilgi ile anlatılabileceğini anlatmayı hedefliyoruz. Bilgisiz karar almak riskli ve geçmişte kaldı. Araştırma ve bilgiye her zamankinden daha fazla ihtiyacımız olan bir dönemdeyiz” dedi.

Güler Sabancı: “Araştırmacılar tüketicilerin aklını ve kalbini okumalı”

Zirve, Araştırmacılar Derneği Başkanı Temel Aksoy’un hoş geldiniz konuşması ve ardından **Hacı Ömer Sabancı Holding A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Güler Sabancı**’nın açılış konuşmasıyla başladı. Zirvenin de ana konsepti olan “Bilginin Gücü” çerçevesinde konuşmasını gerçekleştiren Güler Sabancı, belirsizliklerin daha da arttığı bir dönemde yaşadığımızı ve iş dünyasının araştırmadan beklentilerinin arttığını söyledi. Güler Sabancı konuşmasını şöyle sürdürdü: “İş dünyasının hiç olmadığı kadar pazarı anlamaya ihtiyacı var. İş dünyası olarak değişen ekonomik ortamda daha çok içgörüyeye ihtiyacımız var. Araştırmacılar tüketicilerimizin ve müşterilerimizin tanımlanmamış ihtiyaçlarını ve toplumu en iyi şekilde anlamalarını bekliyoruz. Araştırmacılar tüketicilerin aklını ve kalbini okumalarını bekliyoruz. Bizimle birlikte yönetim rolü üstlenerek iş dünyasına yön vermelerini istiyoruz. Sadece veriye değil, üzerinde karar alınabilecek bilgiye ihtiyacımız var. Yeni bakış açılarıyla, gelecek çağı yakalamamızı sağlayacak araştırma yöntemlerini geliştirmemiz gerekiyor.” 20 yıl önce rekabetin bu kadar şiddetli olmadığını hatırlatan Güler Sabancı, sadece bugünün ekonomik zorluklarını aşmak için değil her gün değişen pazar koşullarında başarılı olmak için nitelikli bilgiye, daha hızlı ve etkin karar alma yöntemlerine ihtiyaçları olduğunu kaydetti. Sabancı, araştırmacılara seslenerek “Buna çözüm getirecek olan siz araştırmacılarınsınız” dedi.

Güler Sabancı, araştırma sektöründe 25 yılını tamamlamış araştırmacılara; Temel Aksoy, Gülnür Özerman, Hilmi Alişanoğlu, Hayri Cem ve merhum Erkanı Keyman adına kızı Ceren Keyman Kırbas'a 25. yıl plaketlerini takdim etti.

İki gün boyunca alanında lider konuşmacılar; "Değişen Davranışlar", "Medyadaki Trendler", "Alışveriş Davranışları" ve "Dijital Tüketici" konularında bilgi birikimi ve deneyimlerini katılımcılara aktaracak.

Zirveye konuşmacı olarak katılan isimler şöyle: **Garanti Ödeme Sistemleri A.Ş. CEO'su Mehmet Sezgin**, *Phillip Morris / Sabancı Genel Müdürü Turhan Talu*, **Arçelik A.Ş. Pazarlama Direktörü Murad Şahin**, *Ciner Yayın Holding Yönetim Kurulu Üyesi Fatih Altaylı*, **Doğan TV Holding Kanal D Haber Grup Başkanı Mehmet Ali Birand**, *Coca Cola İçecek A.Ş. Türkiye Pazarlama Direktörü Seçil Kıpçak*, **Migros Türk T.A.Ş. Migros Club ve CRM Müdürü Kına Demirel Beskinazi**, *Teknosa İç ve Dış Ticaret A.Ş. Pazarlama Direktörü Kadircan Erkiralp*, **Türkiye Futbol Federasyonu Milli Takımlar Sorumlusu Fatih Terim**, *Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Lale Saral Develioğlu*, **Superonline A.Ş. Murahhas Üye Savaş Ünsal**, *Reklamcı Serdar Erener*, **Davranış Bilimleri Enstitüsü Kurucu Başkanı Emre Konuk**, *OMD Strateji Geliştirme Direktörü Neil Hurman*, **Mey İçki Sanayi ve Ticaret A.Ş. Pazarlama Direktörü Çiçekten Becel**, *Heksagon Danışmanlık ve Ticaret A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Jan Nahum*

Araştırmacılar Derneği'nin 1993 yılından bu yana düzenli olarak gerçekleştirdiği Araştırma Zirvesi, araştırmaya konu olan ve araştırma gerçekleştiren her konuda sektörün birikimini zenginleştirecek tartışmalara uygun bir platform yaratıyor. Araştırma Zirvesi; katılımcıların belirlenen tema etrafında, özellikle araştırma perspektifinden önemli kazanımlar edinmesi, kendi sektör ve kurumlarının karar alma sürecinde araştırmaya dair yeni ufuklar kazanmasını, araştırma gerçekleştiren kurumlarla araştırma hizmeti alanlar arasında etkileşim ortamı yaratmayı hedefliyor.

Araştırma Zirvesi ile ilgili detaylı bilgilere, www.arastirmazirvesi.com İnternet sitesinden erişilebilir.

Araştırmacılar Derneği Hakkında

Türkiye'de kamuoyu ve pazarlama araştırmaları konusunda çalışanları bir araya toplayan Araştırmacılar Derneği 1988 yılında kuruldu. 459 şahıs üyesi, 64 tüzel üyesi olan dernek, sektörde kalite standartlarını oluşturan, etik kuralları gözetken, konferanslar düzenleyen ve sertifikalı bir eğitim programını sürekli veren, sektörün tek kurumudur. Araştırmalarda **Güvenilir Araştırma Standartları'nı (GAB)** ve paralelinde ESOMAR (Dünya Kamuoyu ve Pazar Araştırması Topluluğu)

kodlarının uygulanmasını esas alan Dernek, EFAMRO (Avrupa Pazar Araştırmaları Organizasyonları Birliği) üyeliğinin yanı sıra Türkiye Tanıtım Konseyi'nin de kurucu üyesidir.

Bilgi İçin

Ebru Özdayı

Kutadgu Danışmanlık

0216 348 44 44

ebru.ozdayi@kutadgu.com.tr