

OTOMOTİV SEKTÖRÜ VE MOBİL KULLANIMLAR



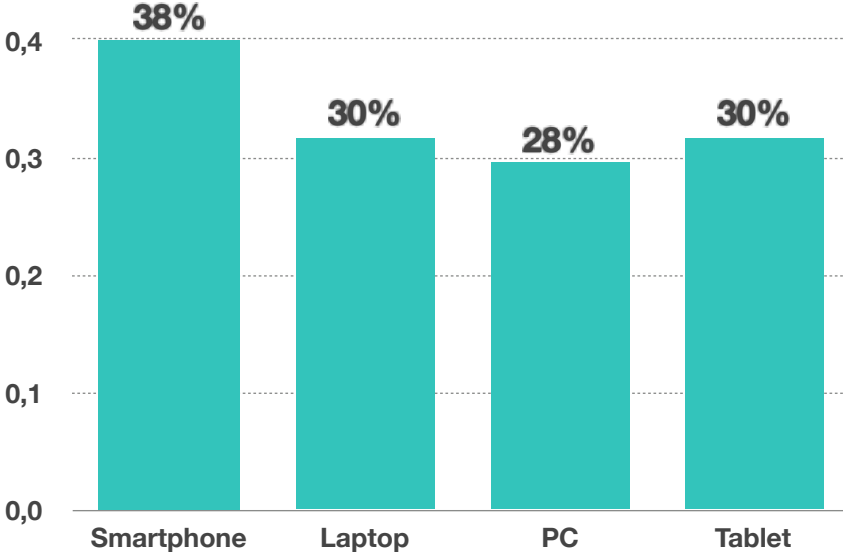
Sektöre Genel Bakış ve Mobil Datalar

Yapılan araştırmalara göre global nüfusun %67,2'si otomobil sahibi, %11,1'i ise önümüzdeki 6 ay içinde otomobil almayı düşünüyor. Türkiye'de ise nüfusun %50,1 araç sahibi, %39,6'sı ise 6 ay içinde otomobil almayı düşünüyor.

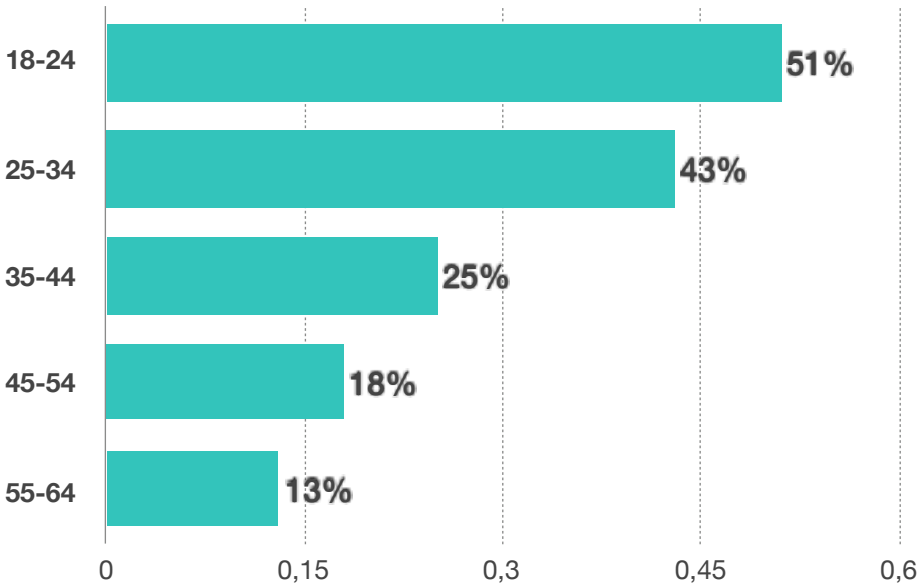
Otomobil sahiplerinin %86'sı PC, %87'si ise akıllı telefona sahip. Mobil kullanım oranları ise araç sahipleri arasında hızla yükseliyor. Kullanıcılar, en iyi online olma yolunun mobilden geçtiği söylüyorlar ve günde ortalama **2 saat 52 dakikalarını** mobilde online olarak geçiriyorlar.

Otomobil kullanıcılarının **%64'ü** telefonlarını **ikinci ekran** olarak da kullanıyor.

Bunun yanında araç sahipleri, **%38** oranla en önem verdikleri cihazlarının akıllı telefonları olduğunu söylüyor.



Bu oran; 18-24 yaş arası otomobil kullanıcılarında **%51**, 25-34 yaş arası kullanıcılarında ise **%43** seviyesine çıkıyor.



- Global verilere göre otomobil sahipleri **%58** oranında **Android**, **%16** oranında ise **iOS** işletim sistemli telefonları tercih ediyor.
- IAB tarafından açıklanan rakamlara göre Türkiye'deki otomotiv markalarının **%56'sının iOS**, **%36'sının Android** uygulamaları var.
- Mobil uyumlu siteye sahip otomotiv markalarının oranı ise **%68** seviyesine erişti.

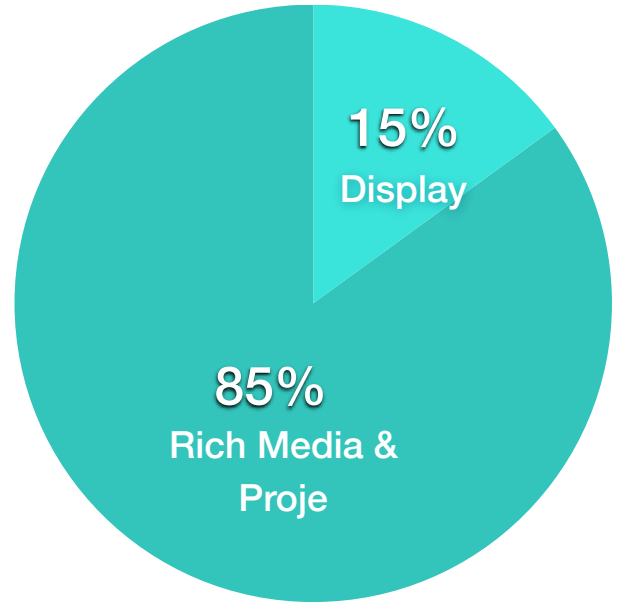
Otomobil almayı düşünen kullanıcıların %39'u mobil cihazları üzerinden araştırma yapıyor. 2015 yılında bu rakam %20'lik bir artış göstermiş durumda.

Araç incelemek için showrooma giden kişilerin %69'u aracı aynı zamanda mobil telefonları üzerinden de inceliyor.

Otomotiv firmalarının mobil reklam kullanım alışkanlıkları

Otomotiv markaları %15'lik bir oranla marka ve model bilinirliği sağlamak için **display**, %85'lik bir oranla ise **rich media** reklamlarını ve özel projeleri tercih ediyorlar.

Markaların en çok tercih ettikleri mobil reklam modeli ise %30'luk bir oranla 320X50 boyutlu standart banner olarak görülüyor.



Bunun yanında otomotiv markaları yaptıkları kampanyaların %80'ninde kullanıcıları **test sürüşüne** yönlendiriyorlar.

2016 yılı otomotiv sektörü reklam trendlerine göre markaların mobil kampanyalarında, kullanıcılara ulaşması ve farklılık yaratması için lokasyon hedefli mobil reklamlar ile ilerlemesi bekleniyor.

Kaynaklar:

- **GWI** Audience report (Q1 2016)
- **Thinknear** Mobile Marketers Quick Guide to Automotive (2015)
- **IAB** Europe Advertiser Mobile Audit Report (2015)
- **9Clouds** Lead Tracking for Auto Dealers (2015)
- **Linkdex** Why Mobile-First Marketing Matters To Automotive Dealers (2015)