

Panel Postası

Büyük Kelime: Büyüme

Sayı 11

Ipsos

Markalar Gerçekte Ne Kadar Büyüdü?

Yeni yıl, markalarla çalışan herkes için hep şu cümleyle başlar:
“... şu kadar büyüdük / büyüyemedik”

Peki markalar nasıl ve ne kadar büyüdü ya da büyüyemedi?

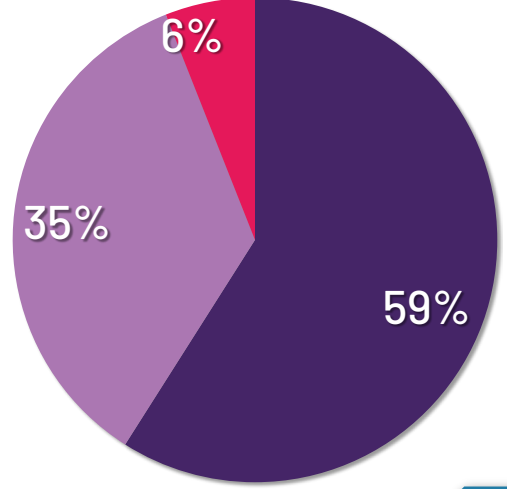
Kaynak: Ipsos Hane Paneli



2025'te Markaların %59'u Enflasyonun Üzerinde Büyüdü

2025 yılında markaların %59'u yıllık ortalama **enflasyonun** üzerinde büyüdü. Markaların %35'i bu oranın altında kalsa da **pozitif değişimle** yılı kapatırken, %6'sı küçüldü.

- Yıllık ortalama enflasyonun üzerinde büyüyenler
- Maksimum yıllık ortalama enflasyon kadar büyüyenler
- Daralanlar



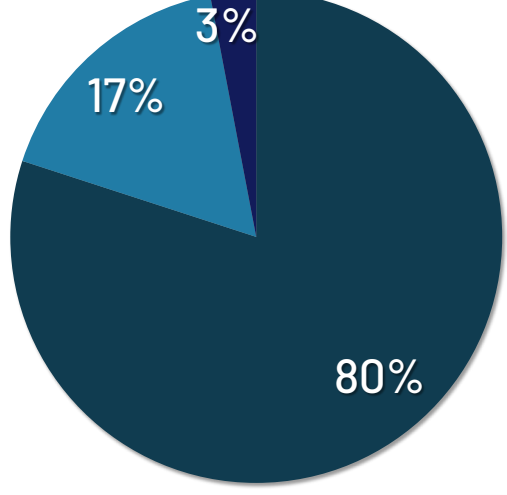
Kaynak: Ipsos Hane Paneli

Yüksek Enflasyon Ortamında Büyüme Fiyattan Geldi

Yüksek enflasyonlu pazarlarda, beklendiği üzere **büyüme** daha çok fiyat artışlarıyla gerçekleşti. **100** markadan **80'i** için ana büyüme kaynağı **fiyat artışı** oldu.

Ipsos Hane Paneli'ne göre, Ekim ile biten **son iki yılın** kıyaslamasına bakılmış; iki dönemde de piyasada bulunan ve hane erişim oranı **%3'ün** üzerinde olan **490** markanın ciro büyümesi üzerinden analiz yapılmıştır.

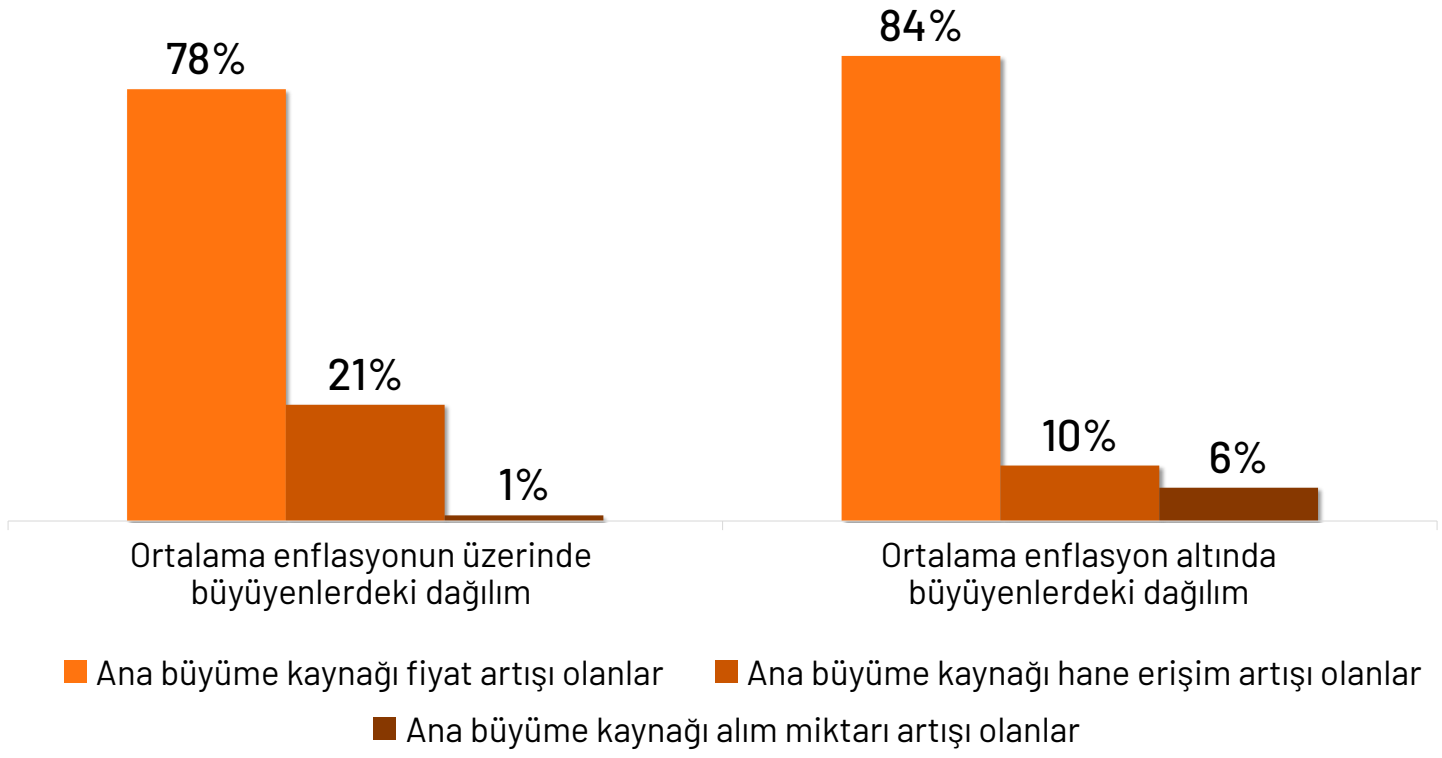
- Ana büyüme kaynağı fiyat artışı olanlar
- Ana büyüme kaynağı hane erişim artışı olanlar
- Ana büyüme kaynağı alım miktarı artışı olanlar



Kaynak: Ipsos Hane Paneli

Daha Fazla Büyümenin Anahtarı: Hane Erişimi

Ancak **daha fazla büyüme** elde edebilmenin yolu, **hane erişiminde** daha fazla büyüme sağlamaktan geçiyor: Büyümesi daha yüksek markalarda hane erişimi (penetrasyon) artışının daha fazla olduğu görülüyor.

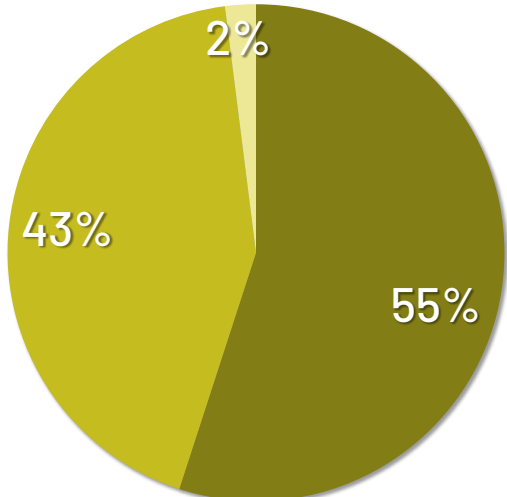


Kaynak: Ipsos Hane Paneli

En Hızlı Büyüyen Markalarda Farkı Hane Kazanımı Yaratıyor

Büyümesi en yüksek **%10'luk** dilimde yer alan markaların büyümesinde ise **hane erişimi (penetrasyon)** artışı, fiyat artışının önüne geçiyor: Hane kazanmak büyümede büyük fark yaratıyor.

- Ana büyüme kaynağı hane erişimi artışı olanlar
- Ana büyüme kaynağı fiyat artışı olanlar
- Ana büyüme kaynağı alım miktarı artışı olanlar



Kaynak: Ipsos Hane Paneli

Fiyat Dışı Büyüme Çok Daha Güçlü

Ana büyümesini fiyat dışı göstergelerden sağlayan markalar, fiyat artışıyla büyüyenlere göre ortalama **%72** daha yüksek büyüme gösteriyor.

Ana büyüme kaynağı hane erişimi veya alım miktarı artışı olan markaların ortalama büyüme endeksi
(Ana büyüme kaynağı fiyat artışı olan markaların ortalama büyüme oranının 100 olduğu kabulüyle)

Kaynak: Ipsos Hane Paneli



Detaylı bilgi için TR-ConsumerPanel@ipsos.com adresinden bize ulaşabilirsiniz.