

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, **hızlı tüketim markaları** nasıl ve ne kadar büyüdü ya da büyüyemedi?

Kaynak: Ipsos Hane Paneli

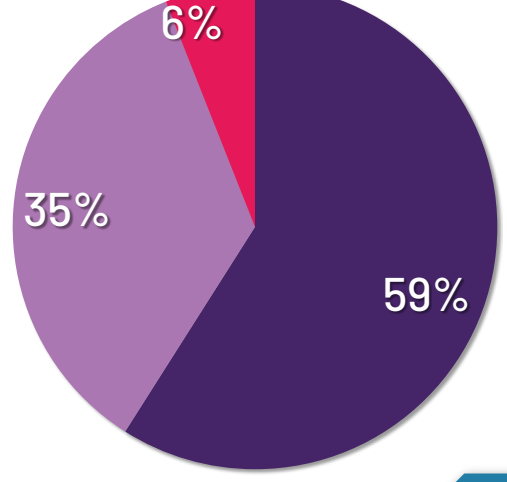
2025'te Markaların %59'u Enflasyonun Üzerinde Büyüdü

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

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.

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

Kaynak: Ipsos Hane Paneli

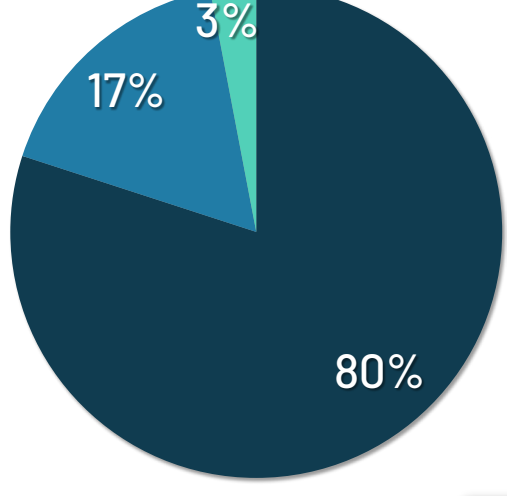


Yüksek Enflasyon Ortamında Büyüme Fiyattan Geldi

Yüksek enflasyonlu pazarlarda, bekleneceği doğrultuda büyüme daha çok fiyat artışıyla geldi: **100** hızlı tüketim markasından **80'i** için ana büyüme kaynağı **fiyat artışı** oldu.

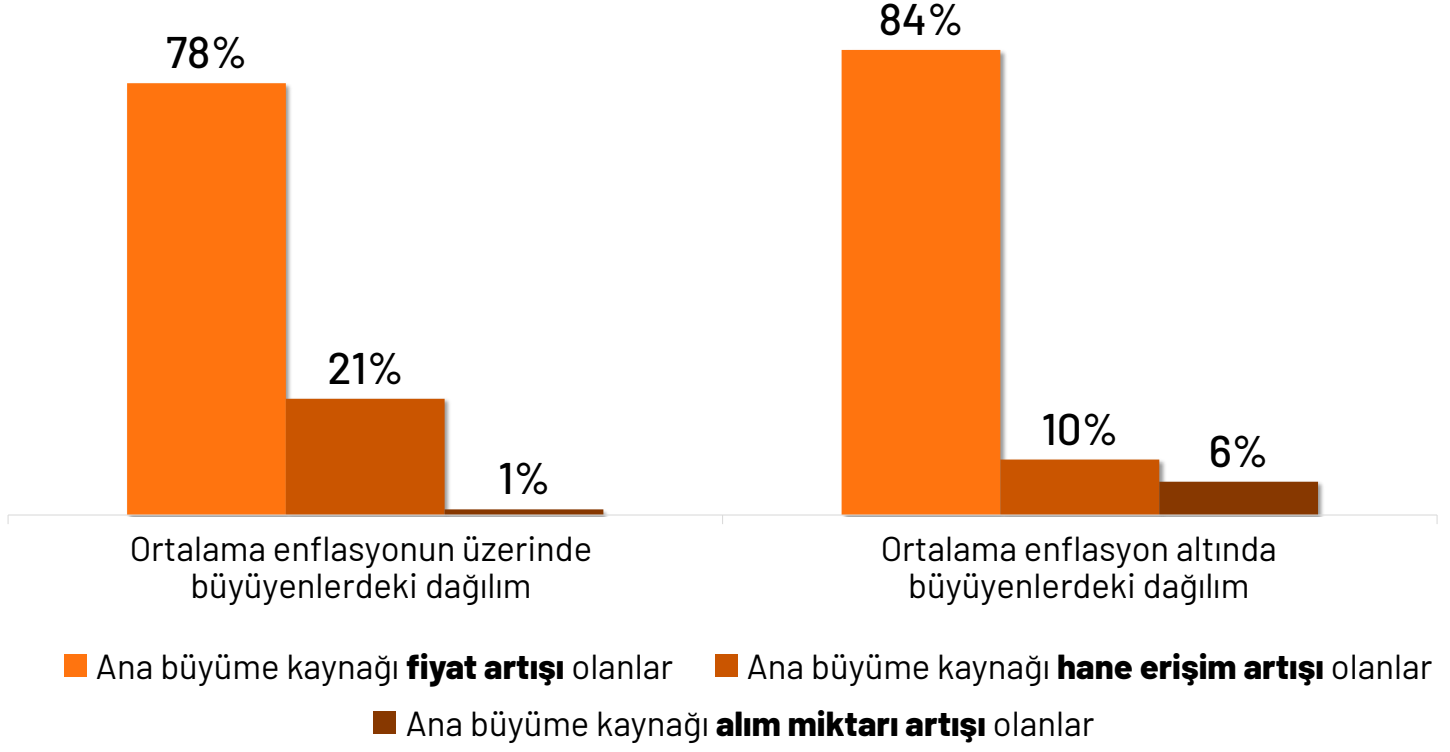
- Ana büyüme kaynağı **fiyat artışı** olanlar
- Ana büyüme kaynağı **hane erişim artışı** olanlar
- Ana büyüme kaynağı **alım miktarı artışı** olanlar

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.



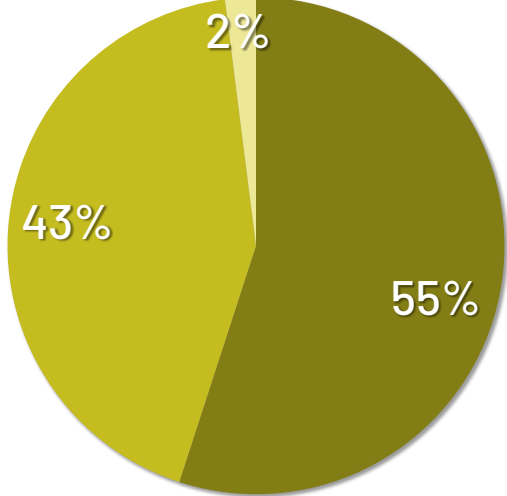
Kaynak: Ipsos Hane Paneli

En Hızlı Büyüyen Markalarda Farkı Hane Kazanımı Yaratıyor

Büyümesi en yüksek **%10'luk** dilimde yer alan **hızlı tüketim markalarının** 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 hızlı tüketim markalarının büyümesi, fiyatla büyüyenlerden ortalama **%72** daha fazla.

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.