KOMBİ AVI BAŞLIYOR!

Sonbahara adım attığımız bugünlerde kış hazırlıklarıyla iklimlendirme sektörü de hareketlenmeye başladı. Markaları, özellikle kombi sektöründe kıran kırana bir rekabet bekliyor. Peki, tüketiciler kombilerini hangi kriterlerle, nereden alıyor? Kombi pazarının yükselen trendleri neler? İşte yanıtlar...

Haber: Nafizcan Önder
nafizcan.onder@marketingturkiye.com

Kombi sektörü Eylül ayıyla birlikte hareketlenecek sektörlerin başında geliyor. Pazarda havaların soğumasıyla başlayacak rekabetin bu yıl daha da çetin geçeceği öngörülüyor. Bir yandan sektörde hakimiyeti hızla artan yoğuşmalı kombiler, diğer yandan pandemiyle birlikte evde kalma sürelerinin uzaması ve üstüne bir de düşen kredilerle hareketlenen konut sektörü eklenince sektörün oldukça sıcak bir kış geçireceği ortada. Peki, böylesi zorlu bir pazarda tüketiciler kombilerini hangi kriterlere göre satın alıyor? Kullanıcıların satın alma davranışları nasıl şekilleniyor? Yeni nesil kombiler tüketicide nasıl bir karşılık buldu? Yanıtlar Marketing Türkiye için PRAGMA Araştırma'nın gerçekleştirdiği "Kombi Araştırması"nda...

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Marketing Türkiye için Pragma Araştırma'nın üç büyük ilde rassal olarak 15-55 yaş arasından 500 görüşmeciyle gerçekleştirdiği "Kombi Sektörü Araştırması"nın saha çalışması 11-14 Temmuz tarihleri arasında toplum sağlığı gözetilerek, online araştırma metodolojisiyle gerçekleştirildi.

ALARKO KOMBİ
ADI GİBİ
SÜPER KOMBİ

TÜRKİYE'NİN
EN SESSİZ
KOMBİSİ

ALARKO SERADENS SÜPER
ALARKO SERADENS SÜPER PLUS
ALARKO SÜPER FİT

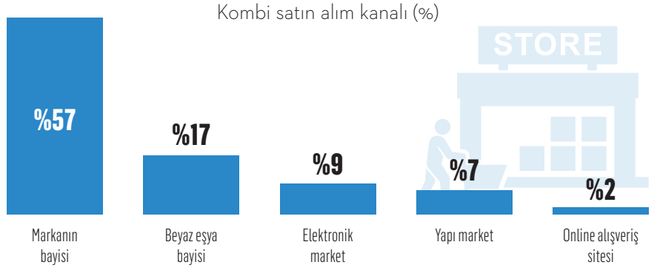
*39-42 dB aralığındaki ses gücü seviyesi ile Alarko Seradens Süper ve Seradens Süper Plus kombileri Türkiye'nin ses gücü seviyesi en düşük kombileridir.

444 0 128
Ayrıntılı bilgi: alarko-carrier.com.tr

ALARKO Carrier

BAYİLER, GÜVENİLİRLİĞİYLE ÖNDE

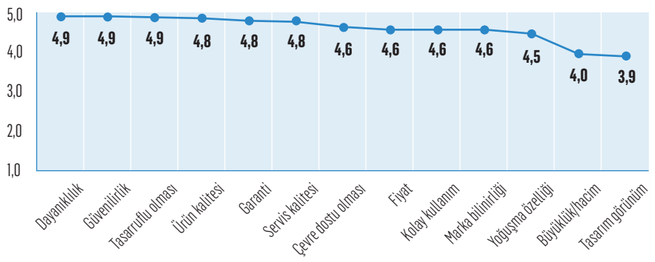
Kombi satın alım kanalı (%)



PRAGMA Araştırma'nın Marketing Türkiye için gerçekleştirdiği araştırmaya göre tüketiciler kombilerini 7-8 yılda bir değiştiriyor. Tüketicilerin bu denli uzun süreli kullanılacak bir ısıtma cihazı satın alımındaki en büyük kriteri ise "güvenilirlik". Zira tüketicilerin yarısından fazlası kombilerini bizzat markanın bayisinden (yüzde 57) ya da beyaz eşya bayisinden (yüzde 17) satın almayı tercih ediyor. Tüketiciler, ürünlerini uzman satıcılardan gözle görerek ve böylece ürünün kalitesinden emin olarak satın almayı tercih ediyor. Özellikle 50 yaş üstü tüm tüketiciler kombisini markanın bayisinden almayı tercih ederken yalnızca genç erkeklerin kombiyi online platformlardan almayı tercih ettiği de araştırmanın ilgi çekici sonuçlarından biri.

DAYANIKLI, GÜVENİLİR VE TASARRUFLU OLMALI

Kombi satın alımında önem kriterleri

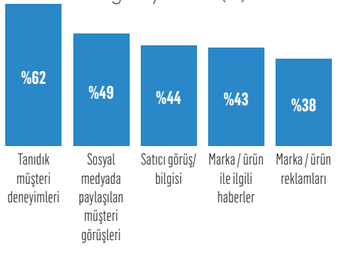


Araştırma sonuçlarına göre kombi satın alımında öne çıkan en önemli kriterler dayanıklılık, güvenilirlik ve tasarruflu olarak sıralanıyor. Tasarım ise önem sıralamasının en sonunda kendine yer alıyor. Buna karşın tüketicilerin tüm kriterleri birbirine yakın oranlarda önemsediği de çalışmanın bulguları arasında.

MÜŞTERİ DENEYİMİ, KOMBİ SATIN ALIMINDA EN ETKİLİ BİLGİ KAYNAĞI

Müşteri deneyimi sadece hizmet satın alımında değil, ürün satın alımında da şüphesiz en önemli etkenlerden biri. "Kombi Araştırması"nda da katılımcılar kombi satın alımlarında en çok tanıdık müşteri deneyimlerinden ve sosyal medyadaki müşteri görüşlerinden etkilendiğini belirtiyor. Markanın kendi reklam ve tanıtımlarını kadınlar markanın referans alırken erkekler satıcı görüşüne daha fazla önem veriyor.

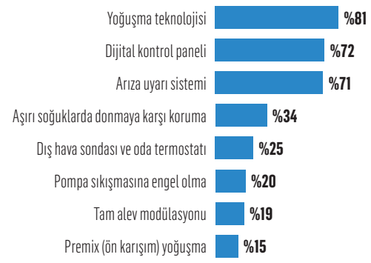
Kombi satın alım kararını etkileyen bilgi kaynakları (%)



YENİ NESİL KOMBİ ÖZELLİKLERİNDEN EN ÇOK BİLİNENİ YOĞUŞMA TEKNOLOJİSİ

Tüketiciler arasında yeni nesil kombi özelliklerinden en fazla bilinen de, en çok tercih edilen de "yoğuşma" oluyor. Önem sıralamasında ilk üç yeni nesil kombi özelliği arasında arıza uyarı sistemi ve dijital kontrol paneli de kendine yer buluyor. Çalışmaya göre yeni kombi kullanıcıları yoğuşma dışında rahat kullanabilecekleri ve olası arızalara karşı uyarı sistemleri olan kombileri tercih ediyor. Ancak araştırmaya göre tüketicilerin kombi satın alım davranışında yoğuşma özelliği diğer kriterlere göre önem ortalamasının altında kalıyor. Yani yeni nesil özellikler, tüketicilerin satın alma kriterleri arasında daha az önem teşkil ediyor diyebiliriz.

Bilinen yeni nesil kombi özellikleri (%)



MALİYETLER ARASINDA EN ÇOK FİYAT ETKİLİ

Kombi tercihinde maliyet etkisi

Çalışmada tüketicilerin kombi maliyetleri arasından en fazla satın alma tutarına dikkat ettiği gözlemleniyor. Özellikle daha düşük SES grubundaki tüketiciler kombinin satış fiyatına diğer gruplara göre daha fazla dikkat ediyor. İkinci sırada olan ürün kullanım bedeli, yani enerji kullanım maliyeti ise 50 yaş üzeri tüketiciler tarafından daha çok önemseniyor.

Kaynak: **PRAGMA Araştırma**

Farkında olmak ayrıcalıktır.

Kombinin mucidi Vaillant olarak sizlerin ve dünyanın ihtiyaçlarının farkındayız.

146 yıllık deneyimimizle, yaşamın kıymetini bilen, doğanın ve geleceğin farkında olanlar, sadece akıllı seçimler yapanlar için Yeni Vaillant Green iQ'yu ürettik.

Hayatın farkında olun, sınırlı sayıda Vaillant Green iQ ile ayrıcalıklı yaşayın.

GREEN iQ

- A+ Sistem Verimliliği* • Multi Yoğuşma • Aqua Konfor ile Anında Sıcak Su
- XXL Sıcak Su Kapasitesi • Cep Telefonu ile Uzaktan Erişim
- Uzaktan Servis Edilebilirlik • Yüksek Seviyede Geri Dönüştürülebilir

*Green iQ, VRC 720 f cihazı ile birlikte kullanıldığında, sistem sezonsal verimi %98 ve A+ enerji sınıfına sahip olmaktadır. Green iQ tekil olarak %94 sezonsal verim ve A enerji sınıfına sahiptir.

farkindaolmakayricaliktir.com

Vaillant
evimin konforu