

Anket Modülü

2025

19 Milyon kişinin cebinde hopi var.

Hopi Genel Rakamlar



2025 Tahmini **TRY 66BN** İşlem hacmi

2024 **TRY 43BN** İşlem hacmi

Günlük işlem adedi **80K**

Günlük Tekil Kullanıcı **150K**

- Toplam **3,5K** farklı mikro segment
- **Persona:** Beauty, Zorunlu Dijital, Pet Lover, Gamer vb.
- **İlgi Alanı:** Koşu Sever, Çanta Sever, Ayakkabı Sever, Dekorasyon Sever vb.

Son 1 yıl Aktif Müşterilerin Bölge Dağılımı

TR’de bulunan 50.000+ mahallede kullanıcıların demografik özelliklerine ve alışveriş eğilimlerine hakimiz



Örnek Segmentler

Anneler
266K

Ev Alışverişi Sever
924K

Bakımlı Kadınlar
539K

Bakımlı Erkekler
396K

Gamer
1.5M

Beyaz Yakalı
294K

Özel Günleri Kutlar
1.4M

Lüks Sever
233K

Aksesuar Sever
535K

Genç Kızlar
1.1M

Hedef kitlenize soru sorarak iç görü elde edebilirsiniz.

Farkımız:

- Anket sonuçlarını **davranışsal veri (alışveriş, lokasyon, sepet) ile beraber analiz edebilme yeteneğimiz**
- **Daha hızlı ve daha az maliyetle** yapabilmemiz



- Performans ölçümleme
- Markanızın kampanya başarısını artıracak içgörüler
- Hedef kitle tespiti ve stratejik karar almada pozitif etki
- Hızlı ve kısa sürede ölçülebilir sonuçlar
- Oyunlaştırma ve ödüllendirme ile dönüşüm oranı artırma

💡 Sadece fikir değil, davranışa dayalı insight
🎯 Sadece kime değil, neden o kişiye sorusunun cevabı
🔄 İhtiyaç > Anket > Data > Aksiyon > Satış

hopi YIL

📊 Hopi vs Sektördeki Araştırma & Veri Şirketleri Karşılaştırması

	Hopi Anket Modülü	Klasik Araştırma Şirketleri
🎯 Hedef Kitleye Erişim	Doğrudan **gerçek kullanıcıya** erişim (19M kullanıcı, alışveriş datası mevcut)	Yalnızca panele kayıtlı kitle
🧠 Veri Derinliği	Anket + **davranışsal veri (alışveriş, lokasyon, sepet)**	Yanıtlar sınırlı, alışveriş datası genellikle yok
⏱️ Hızlı Geri Dönüş	**10 günde sonuç, 14 günde rapor**	Minimum 6–8 hafta
💰 Maliyet	Esnek ve **uygun bütçeli** (Hopi ekosistemine entegre)	Yüksek operasyon maliyeti (örneklem, saha ekibi, analiz)
🛍️ Alışverişe Etkisi	Anket sonrası **doğrudan satış tetikleyebilir**	Satışa etkisi dolaylı ve çoğunlukla ölçülemez
🔗 Segmentasyon Yetkinliği	**3.500+ mikro segment**, yaşam tarzı, gelir seviyesi, ürün tercihi, lokasyon kırılımı	Genellikle demografik, TGI (target group index)
🧩 Oyunlaştırma & Katılım	**Katılım oranı yüksek**	Saha görüşmeleri / telefon / online panel → motivasyon sınırlı
📈 Kampanya Entegrasyonu	Çıkan içgörülerle **aynı anda** yeni kampanya başlatılabilir	Kampanya süreçlerine entegre değil / ayrı ekipler gerekir
TR Türkiye Özelinde Temsil	**50.000+** mahallede aktif kullanıcı datası	Genellikle şehir, bölge bazlı; alt kırılım zayıf

Türkiye Demografisini Yansıtan Müşteri İç Görüsü - Anket

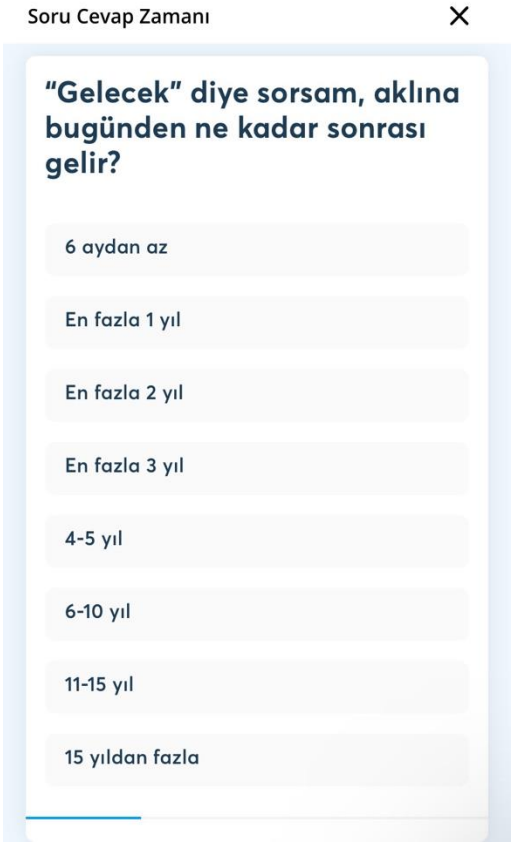
Veri Enstitüsü danışmanlığında yapılan Türkiye temsiliyeti testi anket sonucuna göre;

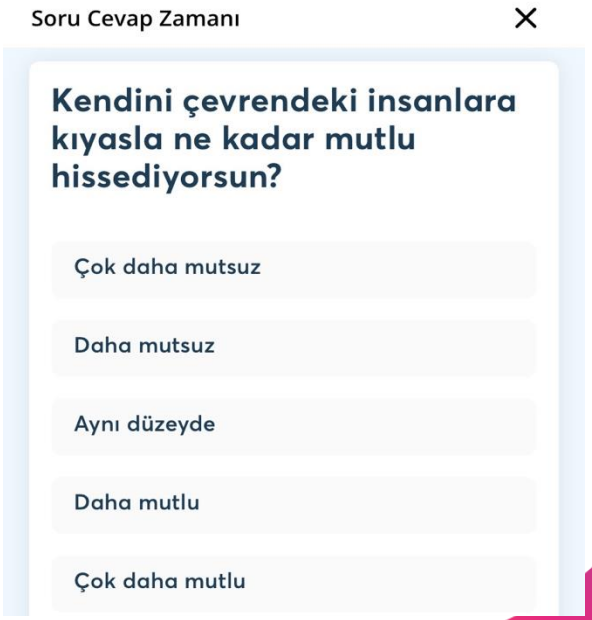
Hopi anket kitlesi, yaş, şehir, cinsiyet, gelir ve eğitim düzeyi gibi temel parametrelerde Türkiye'yi anlamlı şekilde temsil ediyor.

- **Veri Enstitüsü** "*Gelecek*" ve "*Mutluluk*" temalı bir POC anketi çalışıldı.
- Yaş, cinsiyet, şehir, gelir, eğitim gibi kırılımlar incelendi.

Sonuçlar;

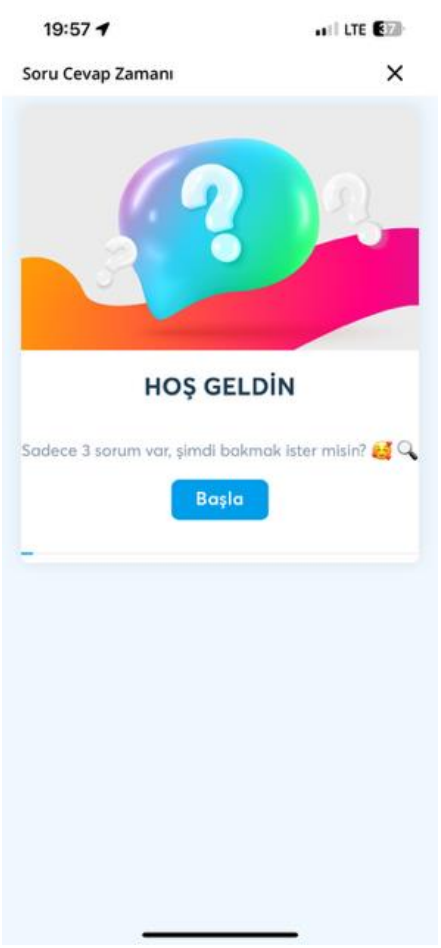
- **Yaş ve mutluluk**: Yaş arttıkça mutluluk da artıyor.
- **En mutsuz grup**: 18-25 yaş arası gençler.
- **Gelecek vizyonu**: Gençler kısa vadeli, yaşlılar uzun vadeli düşünüyor.
- **Şehir farkı**: Büyük şehirler orta vadeli, küçük şehirler uzun vadeli plan yapıyor; mutluluk farkı yok.
- **Cinsiyet**: Mutlulukta fark yok, erkekler daha uzun vadeli düşünüyor.
- **Gelir ve statü**: İstikrarlı geliri olanlar daha mutlu, öğrenciler belirsiz.
- **Eğitim**: Eğitim arttıkça hem mutluluk hem de geleceği uzun vadeli görme artıyor.
- **Zihinsel yaklaşım**: Uzun vadeli düşünenler daha mutlu.

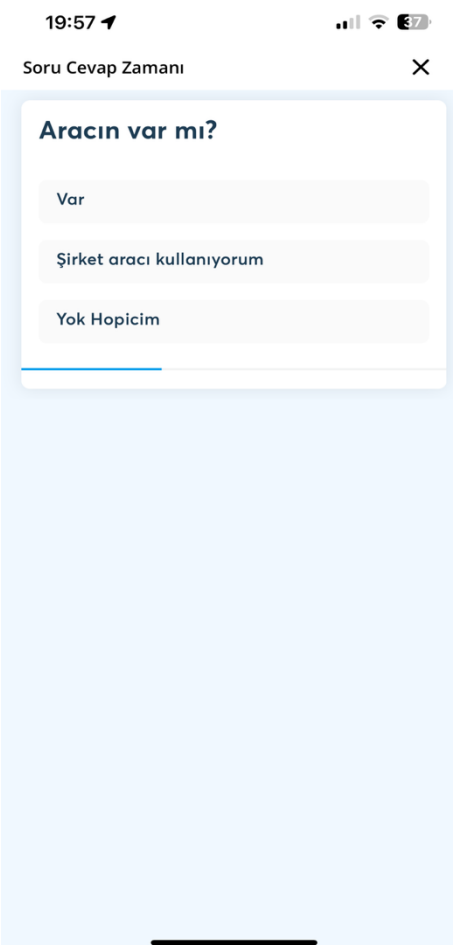


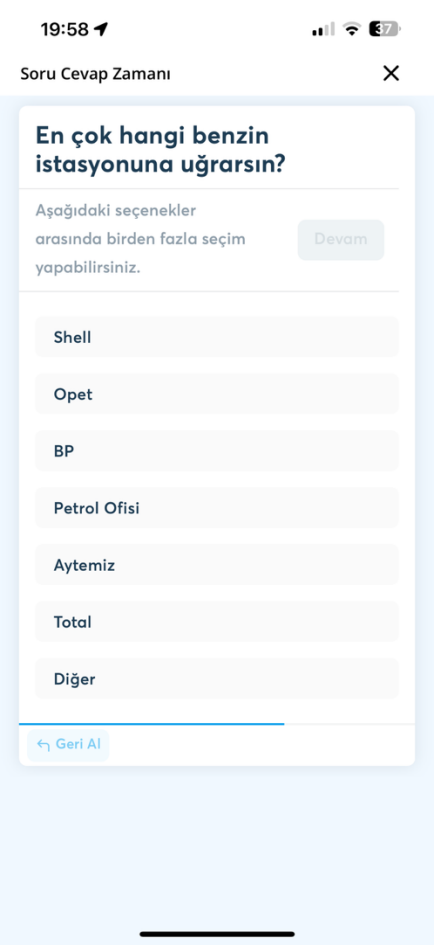


Farklı Sektörlerde Örnekler











Anket ile Müşteri Öngörüsü Örnekleri

Marka aksiyonu

1 günlük: 4K katılımcı



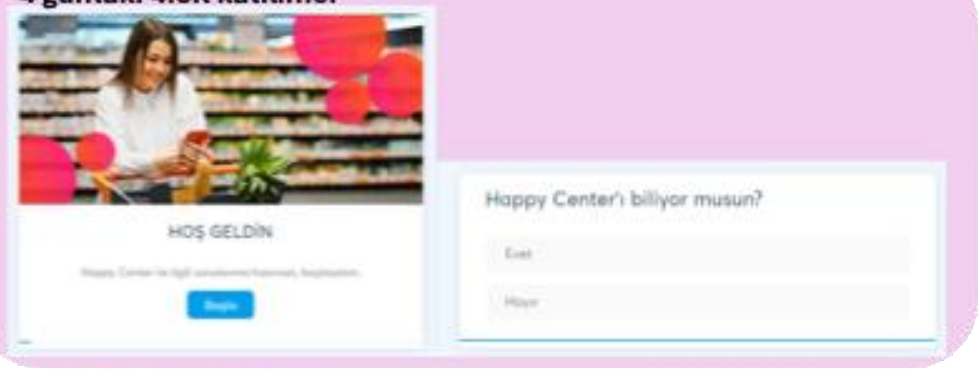
Veri derinleşme

3 günlük: 3.1K katılımcı



Bilinirlik ölçme

4 günlük: 4.5K katılımcı



Kampanya aracı

2 günlük: 2K katılımcı



Fiyatlandırma

HopiSights
Anket Modülü

150K TL
her 1.000
kişi için

1. Talep edilen soru ve kişi sayısına göre **tamamlanma süresinin belirlenmesi**

2. Müşteriden gelen **ihtiyaca yönelik soruların Hopi diline** uyarlanması

3. Ulaşmak istenen kriterlerdeki hedef **kitlenin belirlenmesi**

4. **Pop-up** ve **push** iletişimleri

5. Hedef kitleye ulaşılması sonrası **5 gün** içerisinde sonuçların **Hopi datasıyla (davranış) zenginleştirilerek insight** çıkarılması

TEŞEKKÜRLER

MİLYONLARIN ALIŞVERİŞ GÜCÜ

hopi YIL