

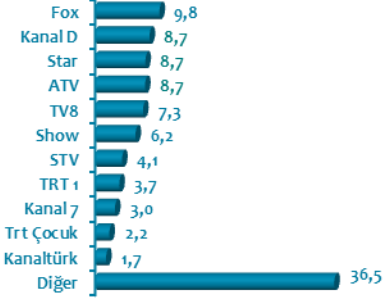


# HAFTALIK VOLTAJ

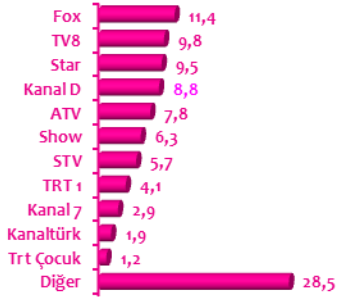
02 – 08 Mart 2015

## TV İzlenme Payları (Hedef Kitle: Tüm Kişiler)

Tüm Gün - 02:00-25:59



Prime Time- 18:00-23:59



## TV İlk 10 Reklamveren (Hedef Kitle: Tüm Kişiler)

No	Reklamveren	GRP	30* GRP	SOV
1	Unilever	3.558	2.845	10%
2	Ülker	2.509	1.358	5%
3	Turkcell	1.335	1.302	5%
4	Benckiser	1.491	1.256	5%
5	P&G	1.637	1.083	4%
6	Coca Cola	1.632	1.028	4%
7	Nestle	1.048	882	3%
8	Eti	1.025	847	3%
9	Frito Lay	978	729	3%
10	Glaxo Smith Kline	993	698	3%
	Diğer	22.288	15.683	57%
	Toplam	38.492	27.710	100%

## TV İlk 10 Program (Hedef Kitle: Tüm Kişiler)

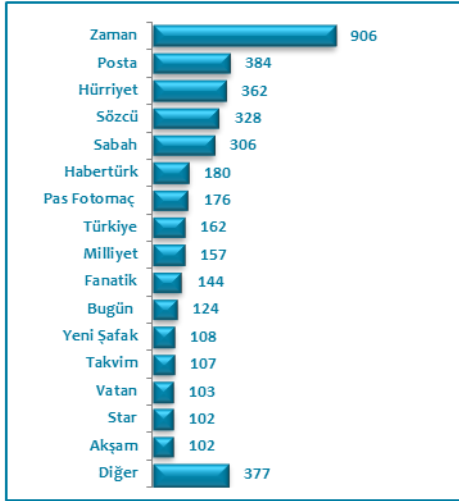
No	Kanal	Gün	Program	Rating	Share
1	Star	Pazartesi	Paramparça	9%	22%
2	Fox	Cuma	Karagöl	8%	21%
3	Fox	Salı	Aşk Yeniden	8%	18%
4	Knl D	Perşembe	Kurtlar Vadisi Pusu	7%	18%
5	Tv8	Pazar	Survivor All Star	7%	17%
6	Fox	Perşembe	Kocamın Ailesi	7%	16%
7	Fox	Cumartesi	Kiraz Mevsimi	6%	15%
8	Atv	Pazartesi	Karadayı	6%	14%
9	Star	Salı	Kaderimin Yazıldığı Gün	6%	14%
10	Star	Çarşamba	Güzel Köylü	5%	13%

## ReklamaBak! En çok hatırlanıp aynı zamanda beğenilen reklamlar

02 Şubat - 01 Mart Dönemi	Hatırlanma	30* GRP (tüm kişiler)	* Beğeni Etkileşimli Reklam Anımsama Endeksi
1. İŞ BANKASI-Maximum Card-Cem Yılmaz-Sinema	7,3	1.270	163
2. SÜTAŞ-Süt Aşkı-40. Yıl-Çiflikten Sofralara	6,1	1.310	104
3. ANADOLU HAYAT- Bana Amca Dediler	4,3	0	94
4. ANADOLU HAYAT- Bana Teyze Dediler	3,4	0	73
5. AKBANK-Kıvanç Tatlıtuğ&İker Ayrik-Direkt Mobil	3,0	1.184	65

\* Listeye giremeyen kampanyalar istatistiki olarak raporlanabilir bazın altında kaldığından dolayı tabloda yer almamıştır.  
\*\* Endeks 100'ün üzerinde ise reklam ortalamasının üzerinde performans göstermiş demektir.

## Gazete Net Satışlar ('000)



## Haberler

### Instagram, Facebook'u geçti

L2 araştırma şirketinin son analizlerine göre; **Instagram, Facebook'un önüne geçti** ve markaların daha çok mesaj paylaştığı mecra haline geldi.

Markalar, bütün sosyal mecralarda etkin olabilmek ve tüketicileri kendi safına çekmek amacıyla kıyasıya yarışıyor. Hangi kanalın ya da sosyal medya platformunun markalar açısından avantajlı olduğu ise tartışılmaya devam ediyor. Bu sosyal mecraların en önemlilerinden birisi de Facebook. Markaların pazarlama faaliyetlerinde ve bu faaliyetlerin stratejilerini oluşturma süreçlerinde **Facebook'un** büyük rolü bulunuyor. Ancak Facebook'a reklam vermek ve kullanıcıların ilgisini çezebilmek de bedava değil. Yarışı önde götürmek için de bazı ödemeler yapmak ve öne çıkmak gerekiyor. Bir diğer sosyal mecra **Instagram'da** ise markaların hesaplarından gönderi paylaşmaları ya da kampanyalarını duyurularını bedava. Bu durum Instagram'ın daha çok tercih edilmesi sonucunu doğurdu. Ayrıca, Instagram'ın fotoğraf paylaşım mecrası olması nedeniyle, markaların görsel yönden zengin mesajlarla tüketicileri etkilemeye çalıştığı görülüyor.

L2 araştırma şirketinin 250 global markayı inceleyerek oluşturduğu analizine göre, markalar Instagram'da daha çok ileti paylaşma eğilimindedir. Araştırma sonuçlarına göre, Instagram'ın bedava olması bu sonuçta büyük bir etken. Facebook'ta gönderilen iletilerin belirli bir kronolojiye göre gösterilmemesi, ancak Instagram'daki iletilerin zamana göre sıralanması ve takipçilerin bütün gönderileri rahatça inceleyebilmeleri de Instagram'ın avantajı olarak gösteriliyor.

2014'ün son çeyreğinde yapılan araştırmaya göre 250 marka, haftada 9.3 kez Instagram'da gönderi paylaşıırken, Facebook'ta bu sayı 8.8 kez. Markalar, 2013'ün aynı döneminde Facebook'ta haftalık 11.1 kez gönderi paylaşıyorken, Instagram'da ise bu sayı 7.5'ti. Yani Instagram, bu dönemde markalar tarafından yüzde 23 daha çok tercih edilen bir mecra oldu ve Facebook'u geride bıraktı. Fotoğraf aracılığıyla ileti paylaşımı videolardan daha etkili. Kullanıcılar yüzde 1.03 oranında fotoğraflarla ilgilenirken, yüzde 0.79 oranında videolara zaman ayırıyorlar.

## Gazete İlk 10 Reklamveren (StxCm)

No	Reklamveren	StxCm	SOV
1	Turkcell	36.969	4%
2	A101	19.521	2%
3	ŞOK	15.710	2%
4	BİM	13.454	2%
5	ETS	10.395	1%
6	Vodafone	10.027	1%
7	Anı Tur	9.453	1%
8	Bimeks	8.883	1%
9	Migros	8.757	1%
10	Carrefoursa	8.613	1%
	Diğer	717.810	84%
	Toplam	859.590	100%

## Sinema İlk 5 Film (27 Şubat – 05 Mart 2015)

No	Film	Haftalık İzleyici Sayısı	Toplam İzleyici Sayısı	Yayın Haftası
1	Çarşı Pazar	241.813	241.813	1
2	8 Saniye	163.930	163.930	1
3	Ali Kundilli	127.574	381.559	2
4	Grinin Elli Tonu	110.073	811.029	3
5	Sevimli Tehlike	108.374	821.817	4