

esaslaks





PERAKENDEDE BÜYÜK PARADİGMA DEĞİŞİMİ

Mayıs 2024



esas
GAYRİMENKUL

esaslabs

Esas Varlık Yönetimi Platformu

/ Platform as a Service

Yaşlanan sektörün yapısal sorunlarına kalıcı çözümler bulabilmek, değişen müşteri, kiracı ve yatırımcı beklentilerini karşılayabilecek için Esas Varlık Yönetimi Platformu kurulmuştur.



Esas Varlık Yönetimi Platformu

/ Platform as a Service

Dönüşen sektörün yapısal sorunlarına kalıcı çözümler bulabilmek, değişen müşteri, kiracı ve yatırımcı beklentilerini karşılayabilmek için Esas Varlık Yönetimi Platformu büyümeye devam etmektedir.



20 Proje



1M Bin m²
Kiralanabilir Alan



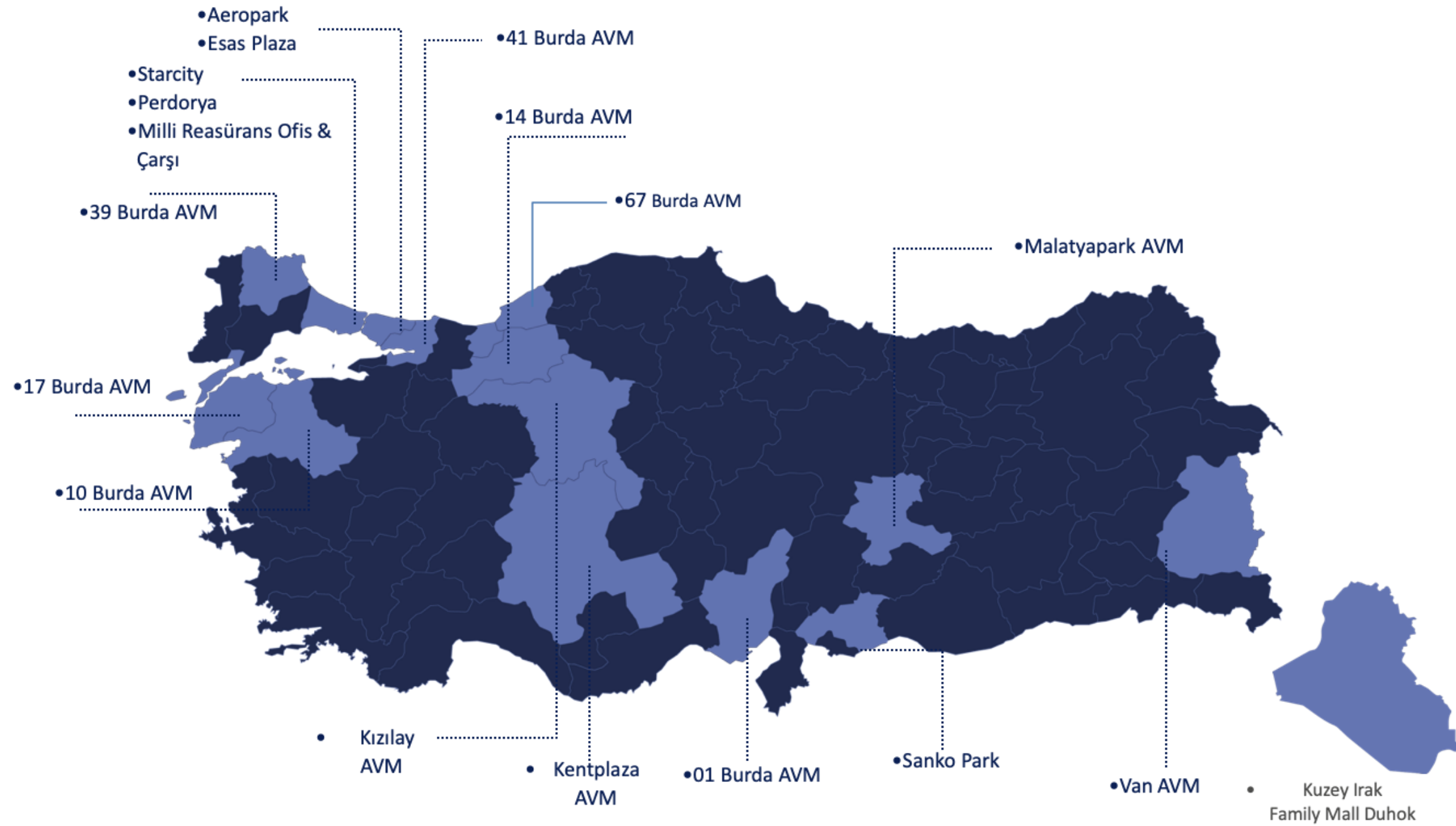
5 Güneş Enerjisi
Santrali



%80
Yenilenebilir Enerji



3 PropTech
Assetify
Visitify
Shopla

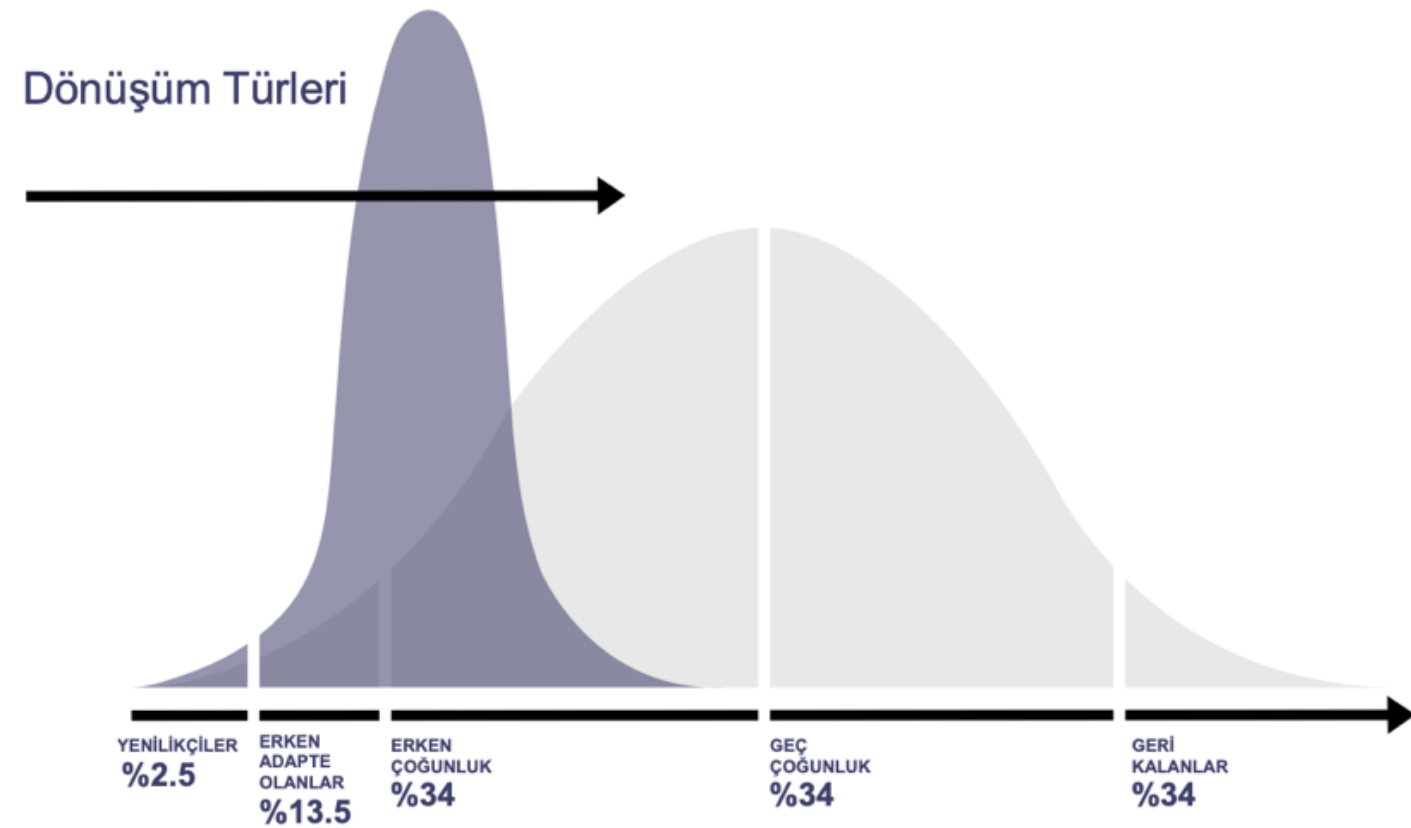


esaslabs

Esas Varlık Yönetimi Platformu

/ Platform as a Service

Farkındalık içinde sürekli kendimizi sorgulamak ve yıkıcı etkilere doğru yanıtı vermek önemlidir.



esaslabs

Dönüşüme Yanıt Vermenin Dört Yolu

SALDIRI	TAMAMEN ODAKLANMAK FAYDA: Eldeki varlıkları etkin kullanmak RİSK: Bu varlıklar zamanla anlamsız kalabilir	SAVAŞMAK FAYDA: Hızlı davranarak yeni gelenleri oyun dışında tutmak RİSK: İcra etmesi kolay değil, zamanlama hatası ihtimali yüksek
	ENGELLEMEK FAYDA: Ölçek ve lobi gücünü kullanarak yeni gelenleri engellemek RİSK: Paydaşları ikna etmesi kolay değil, uzun vadede düşüş getirir	UZAKLAŞMAK FAYDA: Yeni pazarlarda fırsatlar aramak RİSK: Çeşitlendirme her zaman işe yaramayabilir ve geri dönmesi zordur
SAVUNMA	MEVCUT SEGMENTLERE VE PAZARA ODAKLANMA	YENİ SEGMENTLERE VE PAZARA ODAKLANMA

esaslabs

Esas Varlık Yönetimi Platformu

/ Platform as a Service

Esas Gayrimenkul olarak tüketiciye ilişkin beklentileri anlamak ve sektörle ilgili konuları derinlemesine incelemek ve sektöre yararlı çıktılar oluşturmak için çalışıyoruz.



Tüketicinin
Motivasyonel
İhtiyaçları



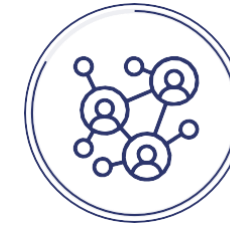
Tüketici
Beklenti ve
Eğilimleri



Davranış
Araştırmaları



Değişen Tüketici
Segmentleri



Markaların Dönüşüm
ve Büyüme Fırsatları



Sektörün Değişim
Haritası
Sektörün Katma
Değer Analizi

ESAS LABS ARAŞTIRMALARI

Future Bright, Esas Gayrimenkul

E&Y, Esas Gayrimenkul

Konda, Esas Gayrimenkul

Future Bright, Esas Gayrimenkul

E&Y, Esas Gayrimenkul

Esas Gayrimenkul

E&Y, Esas Gayrimenkul

Future Bright, Esas Gayrimenkul

Gayrimenkul

Sürdürülebilir Büyüme İçin Müşteriyi Tanımak, 2022

AVM Sektörü Finansal Sorunlarına Yaklaşımlar ve Çözüm Önerileri, 2022 Future Bright,

Türkiye Alışverişçi Profilinin Hayat Tarzları Araştırması, 2023

Orta Yaş Türkiye'si ve Perakende, 2023

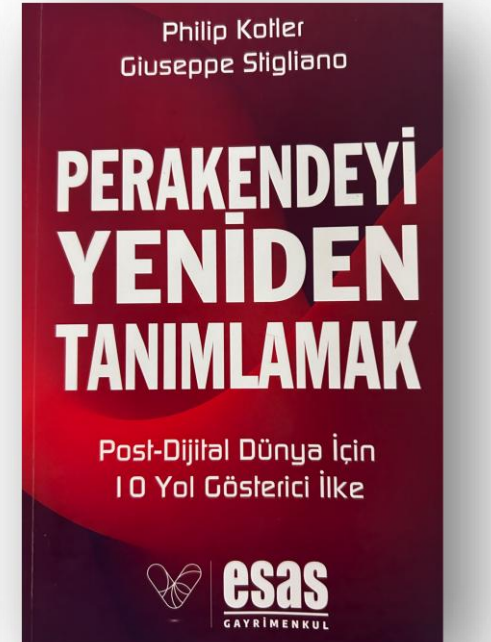
Alışveriş Merkezleri Sürdürülebilir Bir Gelecek İçin Hazır mı?, 2023

Geleceğe Hazır Perakende, 2023

Sektörel Sürdürülebilirlik Haritası, 2024

Yapay Zeka Aracılığıyla Tüketici Davranışlarını Tahmin Etmek, 2024 Esas

Perakendeyi Yeniden Tanımlamak, 2024



esaslabs

EsasLabs'in Ana Odağı / Mega Şehirleşme

Çok hızlı şekilde kentleşiyoruz:

10 yıl içinde ülkenin %70'i 15 mega şehirde sıkışmış olacak.

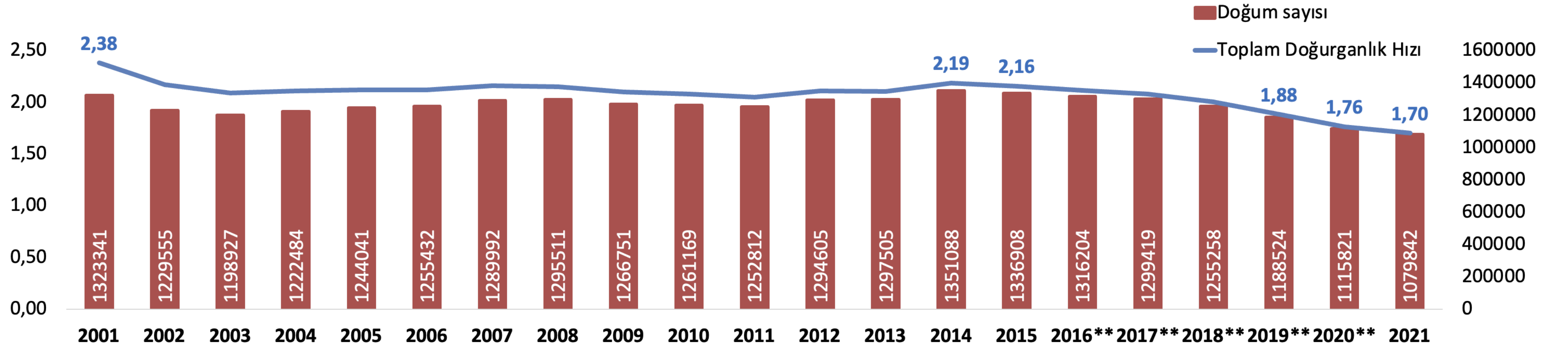
Besleyecek nüfus artarken, tarım alanları azalıyor:

Kentleşmenin tarım üzerindeki çok ciddi etkileri söz konusu.

Son 10 yılda çiftçi sayısı %35'i azaldı ve tarım alanlarımız küçüldü.

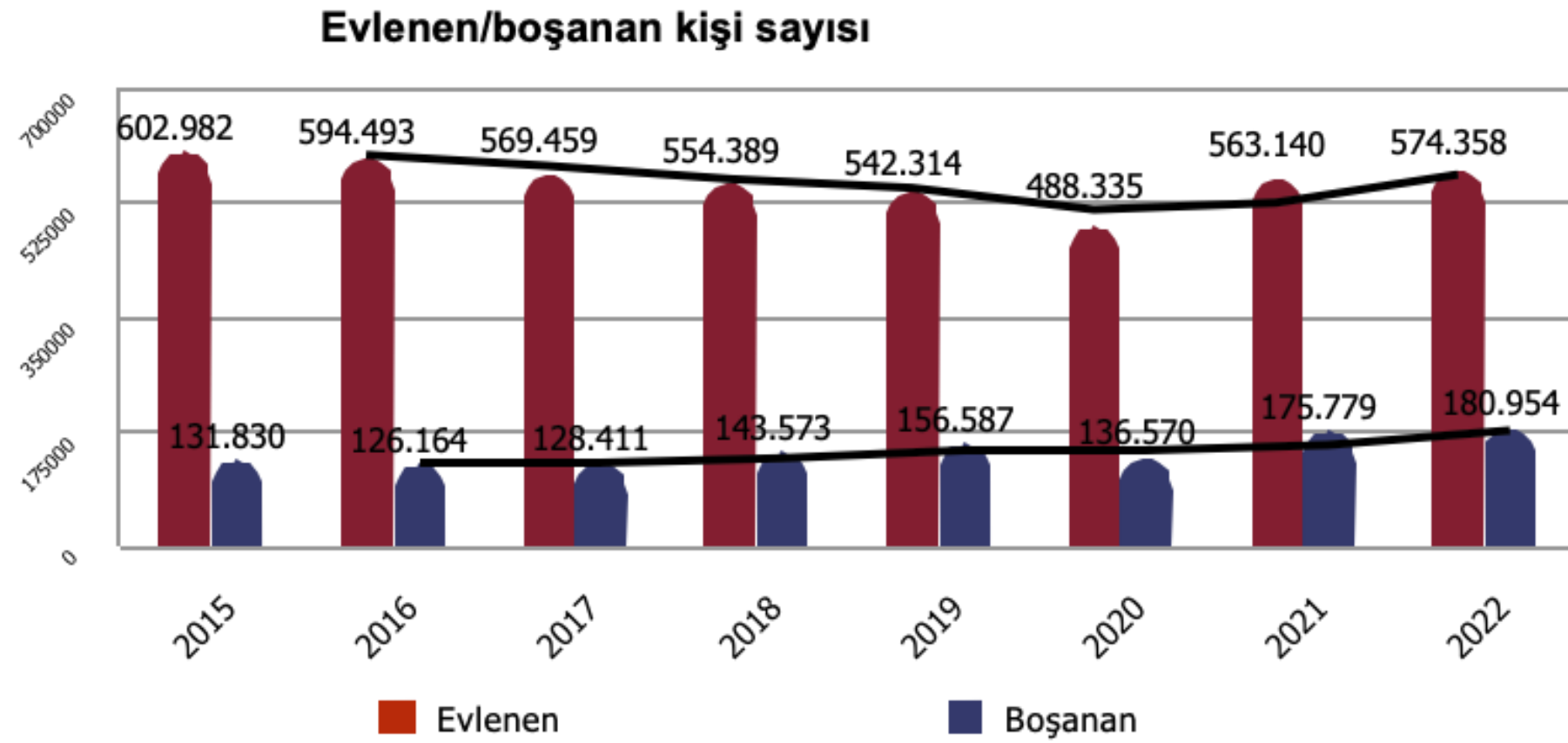
Sıra No.	İller	Nüfus (Bin Kişi)			% Nüfus Değişim			% Mevduat Değişim			% Mevduat Dağılım			% Mevduat Kümülatif		
		2007	2012	2017	2012 vs 2007	2017 vs 2012	2017 vs 2007	2012 vs 2007	2017 vs 2012	2017 vs 2007	2007	2012	2017	2007	2012	2017
1	İstanbul	12,574	13,855	15,029	10%	8%	20%	140%	131%	455%	43.5%	47.8%	48.9%	43.5%	47.8%	48.9%
2	Ankara	4,467	4,966	5,445	11%	10%	22%	87%	95%	266%	19.2%	16.5%	14.3%	62.8%	64.2%	63.2%
3	İzmir	3,739	4,005	4,280	7%	7%	14%	107%	123%	361%	6.1%	5.7%	5.7%	68.8%	70.0%	68.9%
4	Antalya	1,789	2,093	2,364	17%	13%	32%	138%	122%	430%	2.4%	2.6%	2.5%	71.2%	72.6%	71.4%
5	Bursa	2,440	2,688	2,937	10%	9%	20%	95%	145%	378%	2.6%	2.3%	2.5%	73.8%	74.9%	73.9%
6	Kocaeli (İzmit)	1,438	1,635	1,883	14%	15%	31%	140%	143%	484%	1.4%	1.5%	1.6%	75.1%	76.4%	75.5%
7	Adana	2,007	2,126	2,216	6%	4%	10%	94%	107%	302%	1.8%	1.6%	1.5%	77.0%	78.0%	77.0%
8	Muğla	766	851	939	11%	10%	23%	111%	134%	393%	1.2%	1.1%	1.2%	78.2%	79.1%	78.2%
9	İçel (Mersin)	1,596	1,683	1,794	5%	7%	12%	87%	138%	344%	1.3%	1.1%	1.2%	79.5%	80.2%	79.3%
10	Konya	1,959	2,052	2,180	5%	6%	11%	126%	131%	422%	1.0%	1.1%	1.1%	80.5%	81.3%	80.4%
11	Kayseri	1,165	1,275	1,377	9%	8%	18%	131%	140%	453%	0.9%	0.9%	1.0%	81.4%	82.2%	81.4%
12	Gaziantep	1,560	1,800	2,006	15%	11%	29%	163%	195%	675%	0.6%	0.7%	1.0%	82.0%	83.0%	82.4%
13	Balıkesir	1,118	1,161	1,205	4%	4%	8%	92%	135%	350%	1.0%	0.9%	1.0%	83.0%	83.9%	83.3%
14	Denizli	907	951	1,019	5%	7%	12%	115%	135%	405%	0.9%	0.9%	0.9%	83.9%	84.8%	84.3%
15	Aydın	947	1,007	1,081	6%	7%	14%	102%	135%	375%	0.9%	0.9%	0.9%	84.9%	85.7%	85.2%

Mega Şehirleşme / Türkiye’de Çocuk Sayısı Düşüyor

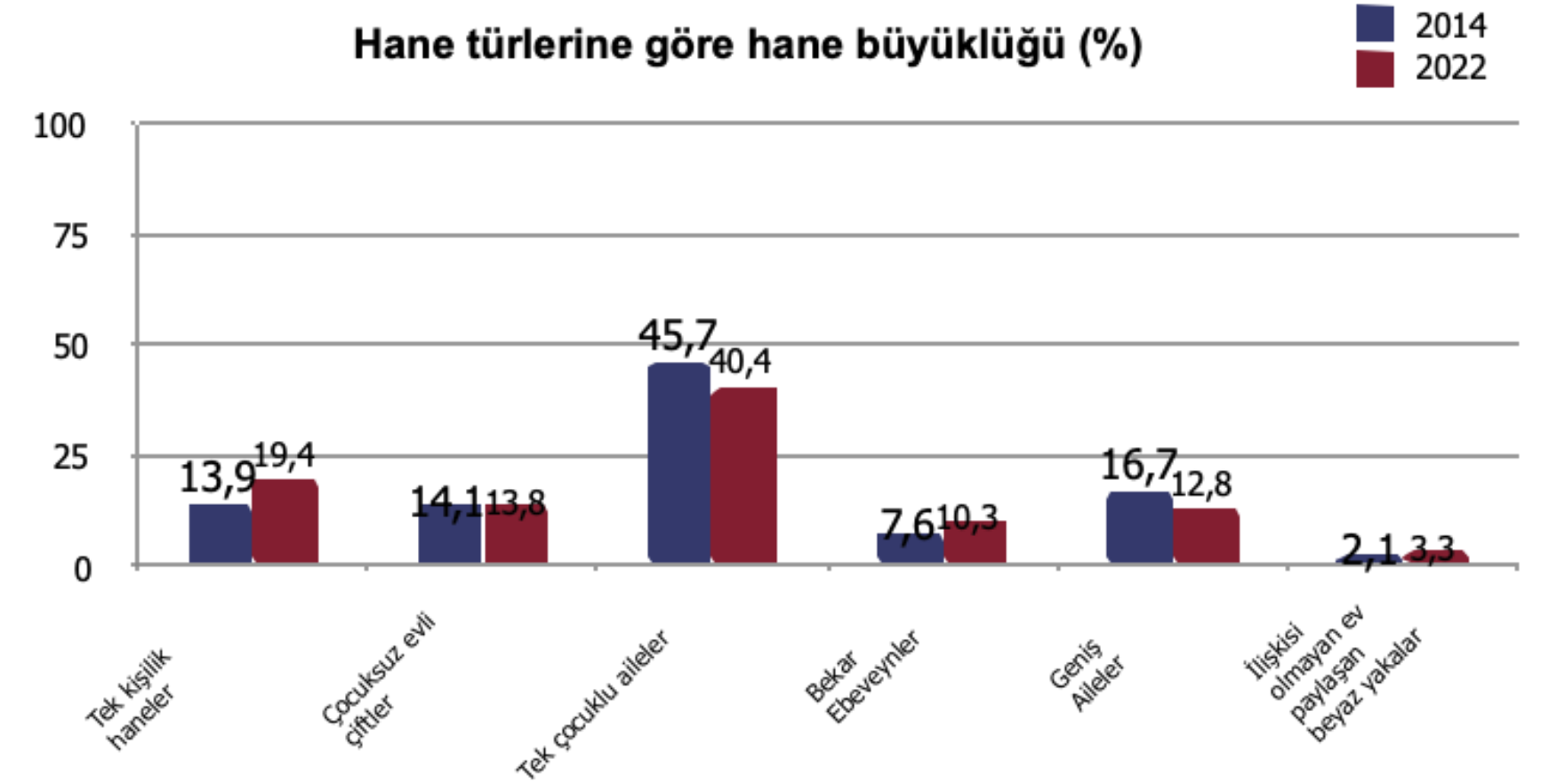


Mega Şehirleşme / Bekar Kalmak veya Boşanmak

ORTALAMA
HANE BÜYÜKLÜĞÜ
3,17



Boşanma oranları arttı.



Türkiye artık tüm zamanların en yüksek tek ebeveyn oranlarına sahip.

Tek Kişi
Haneler
5.2 M



Bağılantısız Beyaz
Yakalar
3,3% (+2) ↑



Evli,
Çocuksuz
Çiftler 13%



Geniş
Aileler
12,8% (-8) ↓



Mikro Aileler
40,4%



Bekar
Anneler
10,3% (+3) ↑



Yeni Nesil Aileler / Mega Şehirleşme

esaslabs

Mega Şehirleşme / Çok Hızlı Yaşlanma

65 yaş ve üstü nüfusun 0-64 yaş arasındaki nüfusa oranının %7'den %14'e geçiş süresi

ÜLKELER	%7 Oranına Ulaşılan Yıl	%14 Oranına Ulaşılan Yıl	Geçiş Süresi (Yıl)
Fransa	1865	1980	115
Almanya	1930	1975	45
İsveç	1890	1975	85
İngiltere	1930	1975	45
ABD	1945	2020	75
Türkiye	2012	2039	27

Türkiye, Avrupa'nın
en hızlı yaşlanan
nüfuslarından birine sahip

Nüfus gittikçe yaşlanıyor olsa da,
bekarların oranı giderek artıyor.
Evlenme yaşı ortalaması gittikçe yükseliyor.

Kaynak: T. C. Başbakanlık (2005), Kamu Yönetiminde Yeniden
Yapılanma 9- Sosyal Güvenlik Reformu.



15,2 milyon

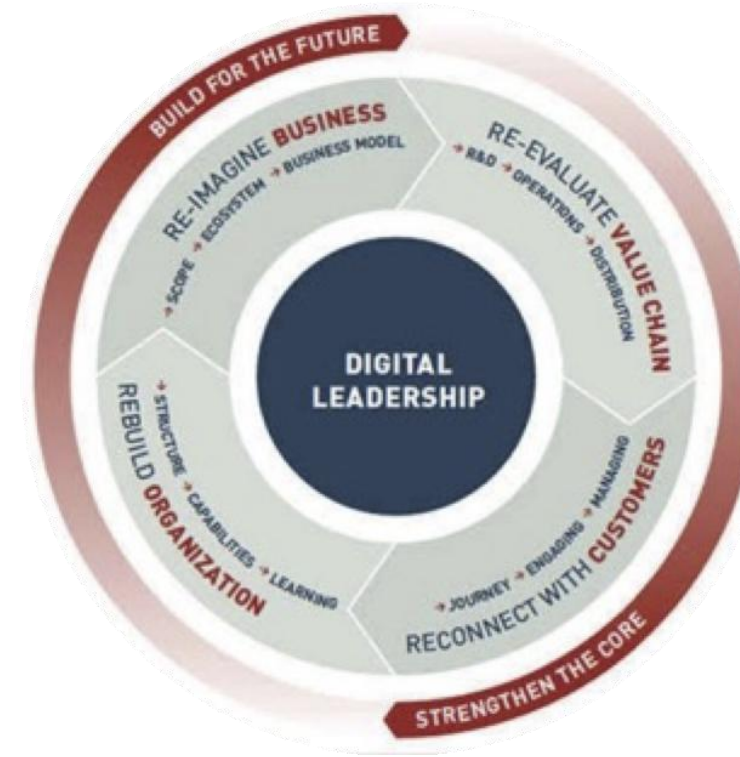
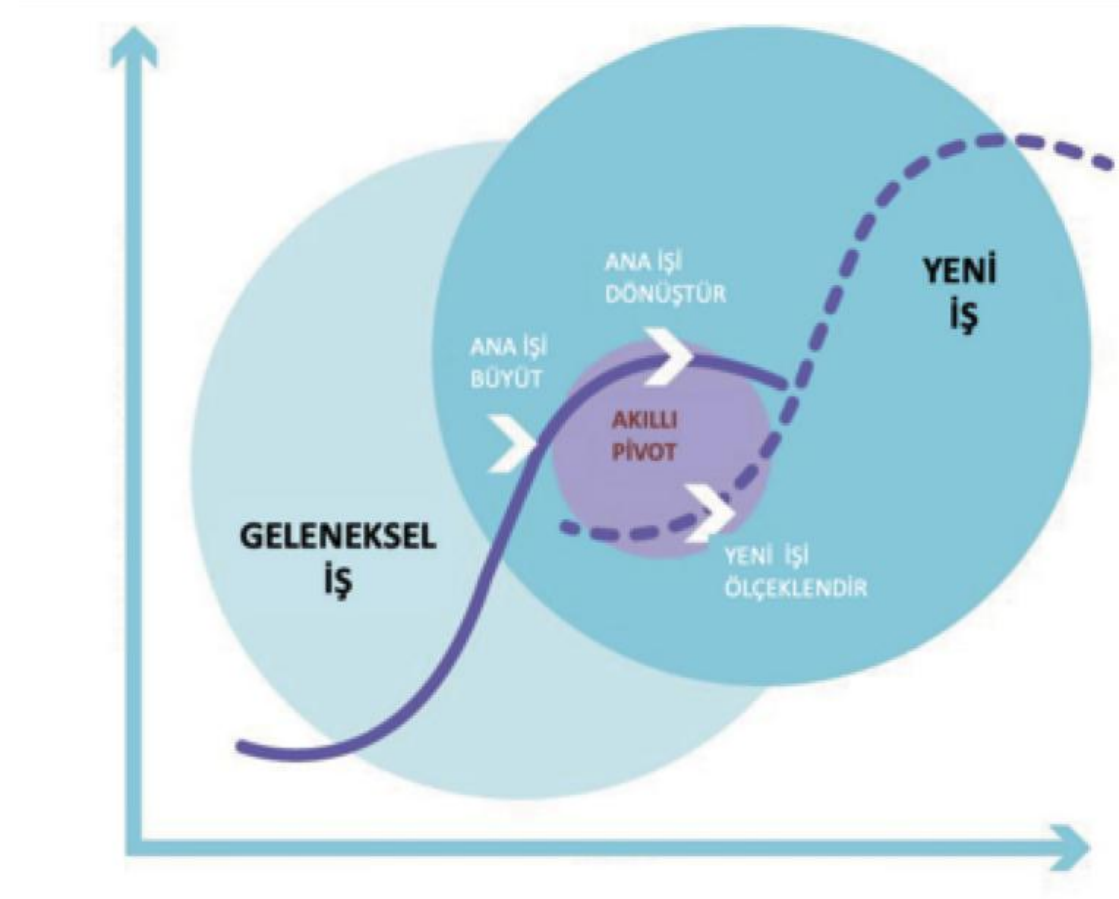


Perakendede Derinleşmeye
İhtiyaç Var

esaslabs

Gelecek, Yeni İş Modellerinde

Özellikle yazılım temelli iş modellerinde iki zamanda yaşamak gerekir. Bir yandan bugünkü özellikleri güçlendirmek ve diğer yandan geleceğe dair kurguyu oluşturmak. Sonra bir zaman gelir, geçmişe dair modelleri ve süreçleri çekirdekten çıkarıp yerine yenilerini koymak gerekir. Bu »akıllı pivotu« zamanında ve doğru yapan kazanır.

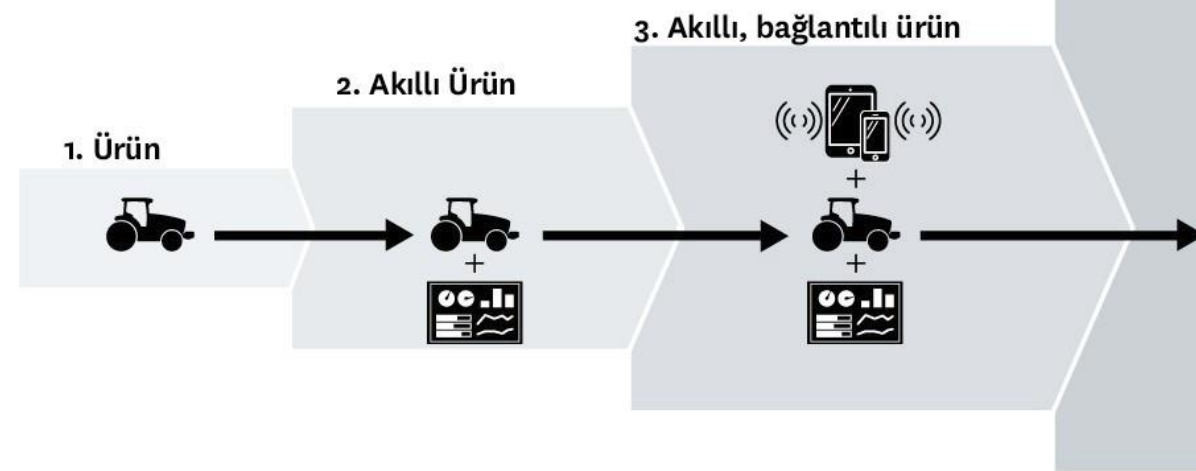
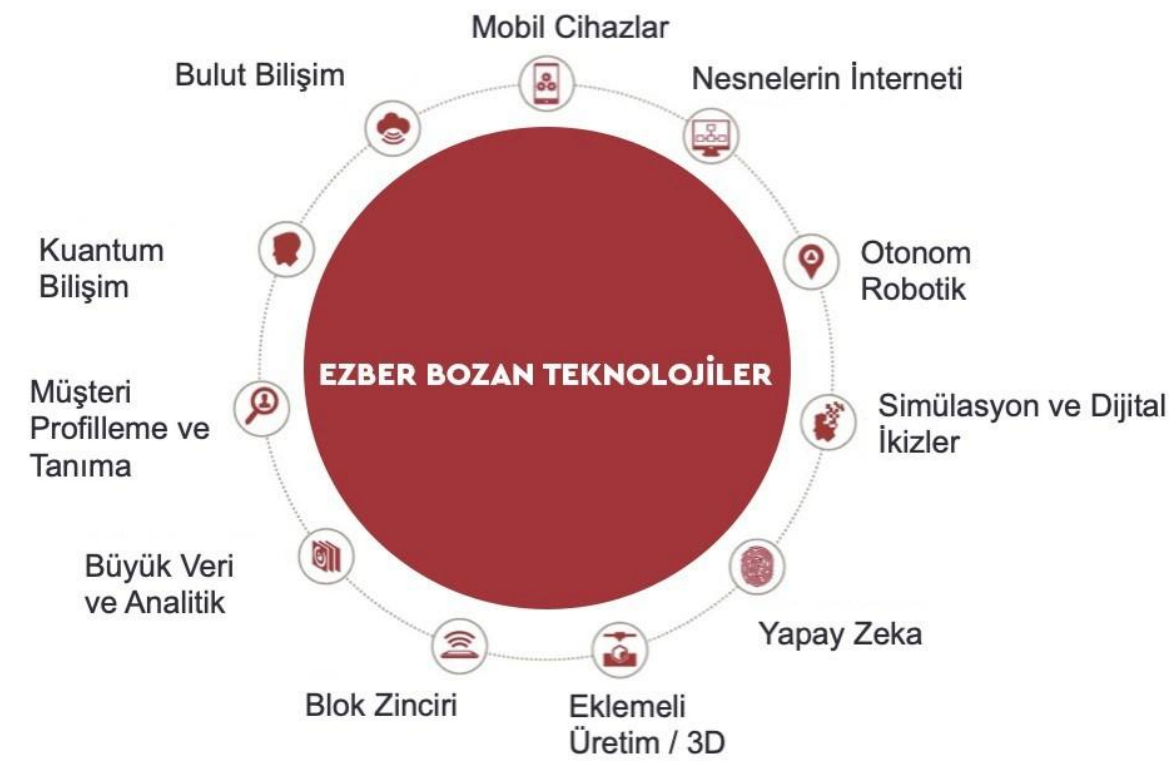
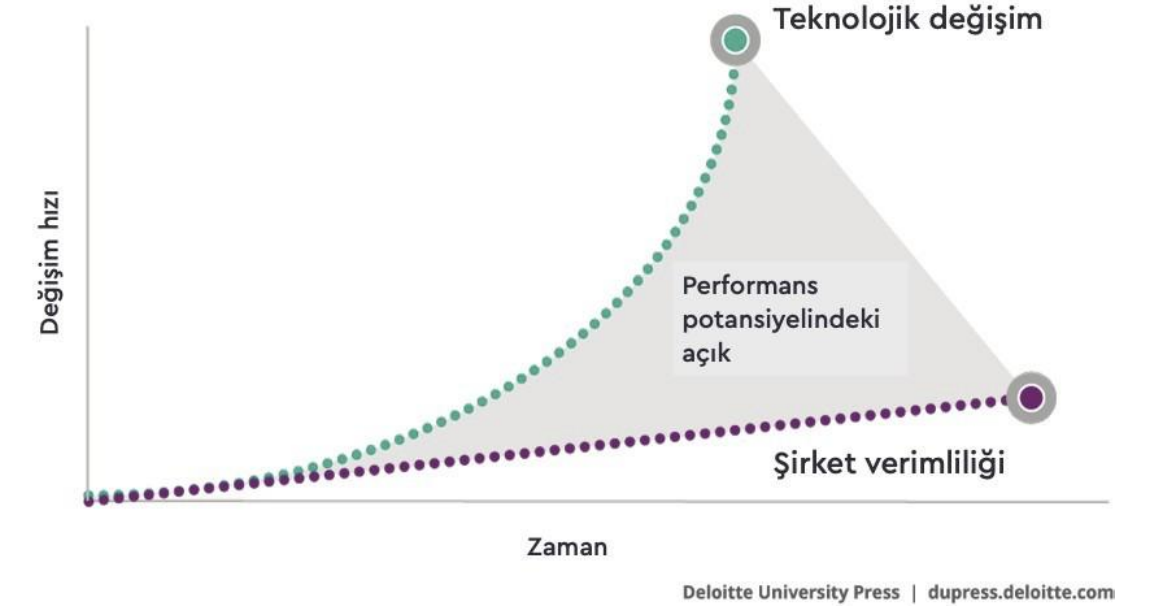


Teknoloji Devrimi = Yapay Zekâ

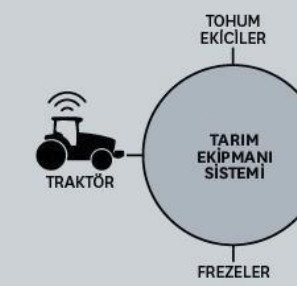
Ezber Bozan (Disruptive) Teknolojiler ile Bir Sektörü Baştan Aşağı Dönüştürme, İş Modellerini Değiştirme Gücüne Sahibiz.

Teknolojiyle gelen büyüme verimliliğe kıyasla üstse gerçekleşiyor ve makas hızla açılıyor. Öyle ki, teknolojiyle zenginleşen modeller bir sistemin bütününe dönüştürebiliyor.

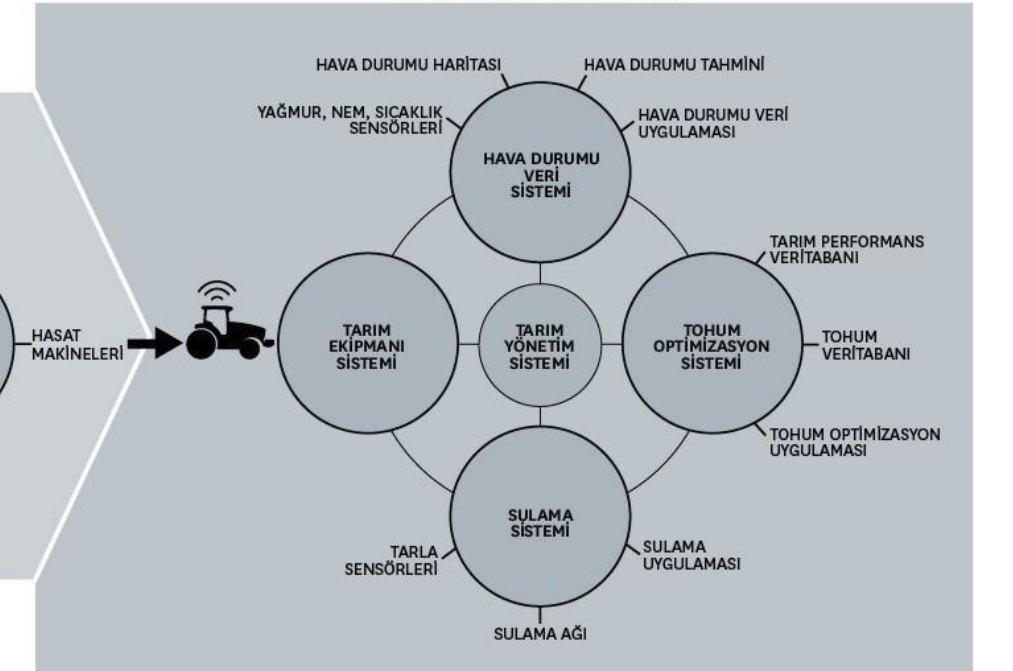
Teknoloji ve Geleneksel Büyüme



4. Ürün sistemi



5. Sistemlerin Sistemi



Sosyal Ağ Haritaları

Yüz binlerce bağlantı, milyonlarca ilgi alanını görebiliyoruz artık

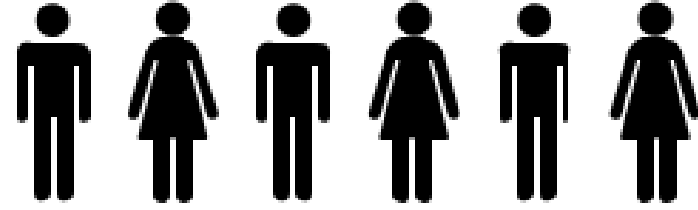
KOCAELİ

41 Burda AVM Müşterisini Yapay Zekâ İle Tarayalım

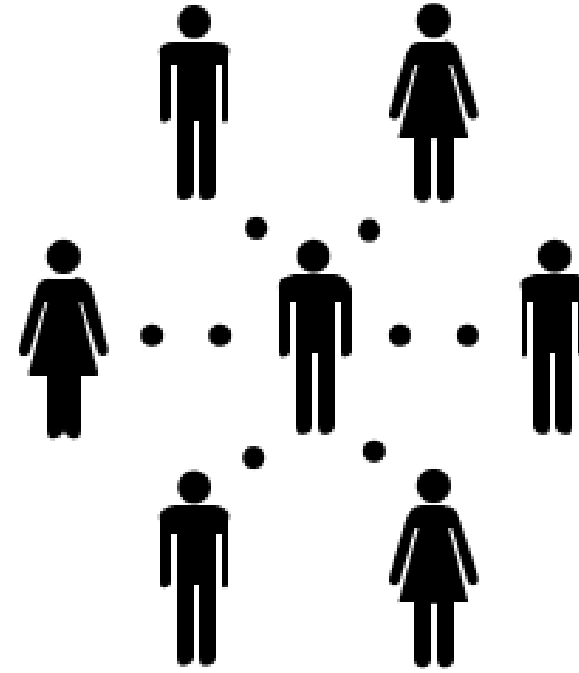


YAPAY ZEKÂ İLE TARANAN DATA SETİ

Müşteri Sayısı
12.446



Bağlantı Sayısı
22.402



Oluşturulan
Veri Noktası
246.430



Target/ Yaş, Cinsiyet, Lokasyon,
Eğitim Durumu vb.



41
burda

Müşteri
Profili

%30

FIRSAT AVCISI AİLELER

%26

DENEYİMLİ ŞEHİRLİLER

%23

ORTAM MÜDAVİMLERİ

%21

TARZ SİLÜETLERİ

esaslabs

Deneyimli Şehirliler

NASIL BİR PROFİL?

"Deneyimli Şehirliler" segmenti, 20-45 yaş arasındaki, Kocaeli'nin kültürel ve doğal zenginliklerini aktif olarak keşfedenlerden oluşur.

Bu grup, 41 Burda AVM'de yer alan yeni açılan restoran ve kafeleri denemeyi, alışveriş merkezinin düzenlediği kültürel ve sosyal etkinliklere katılmayı sever. Aynı zamanda teknolojiyi aktif olarak kullanarak en yeni trendleri takip eder ve yaşadıkları şehrin sunduğu olanakları maksimum düzeyde değerlendirir.

41 Burda'nın merkezi konumu ve sunduğu çeşitli imkânlar bu dinamik ve sosyal segmentin sürekli olarak ilgisini çeken özellikler arasında yer alır.



Segmenti oluşturan binlerce insanın görüntüsü anonimleştirilerek, yapay zekâ ve derin öğrenme tabanlı yüz sentezi modeli kullanılarak ortak bir insan görüntüsüne dönüştürülmüştür.

Deneyimli Şehirli

%26

- 20 - 45 ya arasında.
- Sosyal bir yetişkin.
- Keşfetmeyi sever.
- Moda ve trendlere hakimdir.
- Doğal zenginliklerini keşfeder.
- Deneyime açıktır.
- Trendleri takip eder.
- Dışgörünüştü önemlidir.
- Gastronomiye meraklıdır.
- Yeni lezzetleri keşfetmeye isteklidir.
- Tiyatro, sergi vb. Kültürel etkinlikler önemlidir.
- Müzik dinlemekten hoşlanır.
- Arkadaşları ile sosyalleşir.

3 Önemli Konu

İnsanların dijital ayak izlerini oluşturan binlerce veri noktası incelenmiştir. İncelenen veriler insanları tanımlamaya yönelik oluşturduğumuz makine öğrenmesi algoritmaları ve yapay zeka algoritmaları kullanılarak personalar hakkında detaylı bilgiler elde edilmiştir.

Yeme-İçme Kültürüne Meraklı:

Bu grup, sürekli yeni restoranlar, kafeler ve barlar keşfetmeyi sever. Farklı mutfakları deneyimlemekten ve yeni lezzetler araştırmaktan keyif alırlar.

Bu ilgi alanı altında şehrin popüler yeme içme mekanlarının sosyal medya hesaplarıyla yerel gurme bloggerlar ve yiyecek içecek ile ilgili influencer'larla etkileşime girerler.

Kültür ve Sanat Tutkunu

Kültürel etkinliklere, sergilere, tiyatro oyunlarına ve konserlere büyük ilgi gösterirler. Bu ilgi alanı çerçevesinde, sanat galerilerinin, müzelerin ve sanatçıların sosyal medya hesaplarını takip edebilir, etkinlik organizasyonları ve sanat toplulukları ile etkileşimde bulunabilirler.

Moda ve Alışverişe İlgili

En son moda trendlerini takip eder ve stil sahibi olmayı önemserler. Bu ilgi alanı altında popüler giyim markalarının, yerel butiklerin ve moda influencer'larının sosyal medya hesaplarıyla etkileşime geçerler. Kocaeli ve çevresindeki alışveriş merkezlerinin sosyal medya kampanyalarını takip edebilirler.



KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ

- Eğlenmeyi seven, sosyal, rahat, sevecen
- Kaygılı, duygusal, stresli
- Meraklı, hayal gücü geniş, özgürlükçü, değişimi seven
- Sabırsız, işleri yarım bırakmaya yatkın, amaçsız
- Çabuk sinirlenen, negatif davranmaya yatkın

	FAKTÖR			
Mesafeli, çekingen, sessiz ve yalnızlığı seven	İçedönüklük	DIŞADÖNÜKLÜK	DIŞADÖNÜKLÜK	Eğlenmeyi seven, sosyal, rahat, sevecen
Tepkileri çok olmayan, sakin, uyumlu, stresle rahat baş edebilen	Tutarlı Duygusal Durum	NEVROTİKLİK	Tutarsız Duygusal Durum	Kaygılı, duygusal, stresli, dengesiz duygulara sahip
Geleneksel, tutucu, değişimi sevmeyen, sıkılgan	Deneyime Kapalı	DENEYİME AÇIKLIK	Deneyime Açık	Meraklı, hayal gücü geniş, özgürlükçü, değişimi seven
Sabırsız, işleri yarım bırakmaya yatkın, amaçsız	Düşük Sorumluluk	SORUMLULUK	Yüksek Sorumluluk	Disiplinli, kontrollü, hırslı, azimli, görev bilinci yüksek
Çabuk sinirlenen, negatif davranmaya yatkın	Düşük Uyumluluk	UYUMLULUK	Yüksek Uyumluluk	İnsancıl, hoşgörülü, yardımsever, cömert

Yeni açılan restoranları, kafeleri ve mekanları denemeyi severler.

- **Yeni Restoran Tanıtımları:** AVM içindeki yeni açılan restoran ve kafeler için özel tanıtım günleri düzenleyin. Açılışlara özel indirimler veya tadım menüleri sunarak müşterileri cezbedin.
- **Yemek Festivali Düzenleme:** Yerel ve uluslararası mutfakları tanıtmak için yemek festivalleri düzenleyin. Bu festivallerde müşterilerin lezzetleri denemesini sağlayacak etkinlikler planlayın.
- **Sosyal Medya Kampanyaları:** Restoranların ve kafelerin popüler menü öğelerini ve müşteri yorumlarını sosyal medya üzerinden paylaşarak ziyaretçilerin ilgisini çekin.

Son moda ürünleri takip eder ve stil sahibi olmayı önemserler.

- **Moda Gösterileri:** AVM içinde düzenli moda gösterileri ve stil atölyeleri organize ederek en son moda trendlerini tanıttın. Yerel tasarımcılarla iş birliği yaparak onların ürünlerini sergileyin.
- **Özel Alışveriş Günleri:** İndirimler, mağaza içi etkinlikler ve VIP alışveriş deneyimleri sunarak moda meraklılarını cezbedin.

Sergiler, tiyatro oyunları, konserler ve festivaller gibi kültürel etkinliklere aktif olarak katılırlar.

- **Sanat Sergileri ve Performanslar:** Yerel sanatçıları desteklemek için sanat sergileri ve canlı performanslar düzenleyin. Bu tür etkinlikler için AVM'nin merkezi alanlarını kullanarak sanatseverleri çekin.
- **Kültürel Etkinlikler:** Özel günlerde örneğin; ulusal bayramlarda veya şehir festivallerinde, kültürel performanslar ve etkinlikler düzenleyerek geniş kitlelere ulaşın.

Şehir içi ve şehir dışı gezilere çıkmaktan hoşlanırlar, yeni yerler keşfetmeye ve farklı deneyimler yaşamaya açıktırlar.

- **Gezi Organizasyonları:** Şehir içi ve şehir dışı geziler düzenleyerek bu meraklı grubu hedefleyin. Özel indirimler veya grup paketleri sunarak katılımı teşvik edin.
- **AVM Rehberleri:** AVM'nin farklı katlarında yer alan özel mağazaları ve mekanları keşfetmek için rehberli turlar düzenleyin.

Hafta sonlarını ve boş zamanlarını değerlendirirken eğlence ve dinlenme aktivitelerine önem verirler.

- **Tema Etkinlikleri:** Hafta sonları ve özel günlerde çeşitli eğlence aktiviteleri düzenleyin. Canlı müzik, stand-up komedi geceleri ve interaktif oyun alanları oluşturarak ziyaretçilerin ilgisini çekin.

Görünümlerine önem verir ve bu alanda sürekli kendini geliştirmeyi amaçlar.

- **Güzellik ve Bakım Atölyeleri:** Güzellik salonları ve spa merkezleri ile iş birliği yaparak kişisel bakım atölyeleri ve ürün tanıtım günleri düzenleyin. Müşterilere özel indirimler ve deneme paketleri sunarak ilgilerini çekin.



İlgi Alanlarına Göre Aksiyonlar

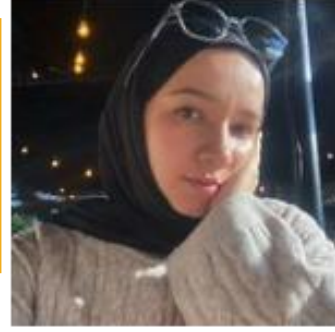
1

Yeni açılan restoranları, kafeleri ve mekanları denemeyi severler.

"Deneyimli Şehirliler" segmenti, yeme-içme kültürüne büyük bir ilgi gösterir. Bu grup, yeni açılan restoranları, kafeleri ve barları deneyimlemeyi ve bu mekanlardaki farklı lezzetleri keşfetmeyi sever. Çeşitli mutfakları deneyerek gastronomik bir macera yaşamaktan keyif alırlar. Bu, onların sürekli olarak yeni tatlar arayışında olduğunu ve yiyecek içecek sektöründeki trendleri yakından takip ettiğini gösterir. Ayrıca sosyal aktivitelerini bu tür mekanlarda gerçekleştirmeyi tercih ederler bu da yeme-içme deneyimlerini sosyal bir etkinlik hâline getirir.

%13

"Şehri Yaşayanlar" olarak adlandırılan grubun %13'ü **Büşra Çınar(kitabinyesiltonu)** ile etkileşime geçiyor.



2

Şehir içi ve şehir dışı gezilere çıkmaktan hoşlanırlar, yeni yerler keşfetmeye ve farklı deneyimler yaşamaya açıktırlar.

"Deneyimli Şehirliler" segmenti, gezi ve keşif faaliyetlerine büyük bir ilgi göstermektedir. Bu grup, hem şehir içindeki gizli kalmış noktaları keşfetmekten hem de şehir dışına çıkarak yeni yerler görmekten ve farklı kültürel deneyimler yaşamaktan keyif alır. Aktif ve meraklı bu yapıları, onları sürekli yeni yerler araştırmaya ve farklı maceralar deneyimlemeye teşvik eder.

%14

"Şehri Yaşayanlar" olarak adlandırılan grubun %14'ü **Betül Taşkiran** ile etkileşime geçiyor.



Asena Yaşar Çiftci
39K takipçi

<https://www.instagram.com/negezersenkendine>



Kocaelide Napsak?
53K takipçi

<https://www.instagram.com/kocaelidenapsak>



Sümeyra Çalık
41K takipçi

<https://www.instagram.com/sumeyracalik/>

Kocaeli
Gezgince
158K takipçi

<https://www.instagram.com/kocaeligezgince>



Sakarya Gezi
ve Mekan
Rehberi
229K takipçi

<https://www.instagram.com/sakaryayi.kesfet>



İzmit'i Gez
184K takipçi

<https://www.instagram.com/izmitigez>

3

Son moda ürünleri takip eder ve stil sahibi olmayı önemserler.

"Deneyimli Şehirli" segmenti, moda ve alışverişe büyük bir tutkuyla bağlıdır. Bu grup, en son moda trendlerini yakından takip eder ve kendi kişisel stillerini sürekli olarak güncellemeyi önemser. Stil sahibi olmak için gereken özeni gösterirler ve bu nedenle sıklıkla alışveriş yaparlar. Yeni sezon ürünlerini, özel koleksiyonları ve popüler markaları keşfetmek, onların modayı yakından izlemelerini ve trendleri kendi tarzlarına entegre etmelerini sağlar. Bu süreç hem kişisel imajlarını hem de yaşam tarzlarını zenginleştirmekte önemli bir rol oynar.

%12

"Şehri Yaşayanlar" olarak adlandırılan grubun %12'si **Yasemin Ögün** ile etkileşime geçiyor.



4

Hafta sonlarını ve boş zamanlarını değerlendirirken eğlence ve dinlenme aktivitelerine önem verirler.

"Deneyimli Şehirli" segmenti, boş zamanlarını ve hafta sonlarını değerlendirirken eğlence ve dinlenme aktivitelerine büyük önem verir. Bu grup, yoğun iş ve sosyal hayatlarının stresini atmak ve yeniden enerji toplamak için çeşitli aktivitelerle vakit geçirir. Sinema, tiyatro, konser gibi kültürel etkinlikler, spor yapma, doğa yürüyüşleri, piknikler veya sadece arkadaşlarla ve aileyle geçirilen kaliteli zaman onların tercih ettiği dinlenme ve eğlence yöntemleri arasındadır. Bu etkinlikler, onların hem fiziksel hem de zihinsel sağlıklarını desteklerken sosyal bağlarını da güçlendirir böylece daha mutlu ve dengeli bir yaşam sürdürmelerine yardımcı olur.

%15

"Şehri Yaşayanlar" olarak adlandırılan grubun %15'i **Kamp Yeri** ile etkileşime geçiyor.



Stil Magazine
260K takipçi

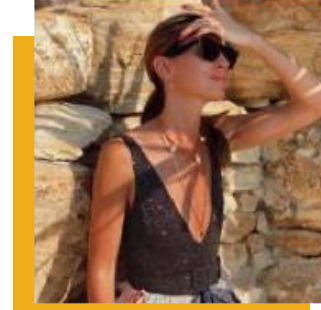
<https://www.instagram.com/stilmagazine/>

stil
magazine

ZARA

Zara
61.7M takipçi

<https://www.instagram.com/zara/>



Hande Can
226K takipçi

<https://www.instagram.com/gardiropgurusu/>

Aytepe Park
42K takipçi

<https://www.instagram.com/aytepepark>



Sedat Karaaslan
163K takipçi

<https://www.instagram.com/karaaslankamping/>



Marangoz Bahçe Kafe
112K takipçi

<https://www.instagram.com/marangozbahcekafe/>

5

Sergiler, tiyatro oyunları, konserler ve festivaller gibi kültürel etkinliklere aktif olarak katılırlar.

"Deneyimli Şehirliler" segmenti, kültür ve sanata derin bir ilgi duyar ve bu alandaki etkinliklere aktif olarak katılım gösterir. Bu grup sergiler, tiyatro oyunları, konserler ve çeşitli festivaller gibi kültürel aktiviteleri sıkça ziyaret eder bu tür etkinlikler onlar için hem bilgi edinme hem de eğlence kaynağıdır. Kültürel etkinliklere olan bu tutkuları onların sosyal çevrelerini genişletmelerine ve farklı sanatsal perspektifler edinmelerine olanak tanır, aynı zamanda şehirlerinin kültürel yaşamına aktif katkıda bulunmalarını sağlar. Bu aktiviteler, onların yaşam kalitelerini artırır ve zengin bir sosyal hayat sürmelerine yardımcı olur.

%17

"Şehri Yaşayanlar" olarak adlandırılan grubun %17'si **Hayal Kahvesi Kocaeli** ile etkileşime geçiyor.



6

Görünümlerine önem verir ve bu alanda sürekli kendini geliştirmeyi amaçlar.

"Deneyimli Şehirliler" segmenti, kişisel bakımına ve görünümüne büyük önem verir, bu alanda kendini sürekli geliştirmeyi hedefler. Bu grup estetik ve sağlıklı bir yaşam tarzını benimseyerek düzenli cilt bakım rutinleri, saç bakımı ve dengeli diyet programlarına özen gösterir. Kişisel bakım ürünlerine ve güzellik hizmetlerine yatırım yaparlar, en yeni güzellik trendlerini ve sağlık ürünlerini denemekten çekinmezler. Bu ilgi onların hem fiziksel hem de ruhsal olarak kendilerini iyi hissetmelerini sağlar ve toplum içinde kendine güvenen ve bakımlı bireyler olarak görünmelerine katkıda bulunur.

%14

"Şehri Yaşayanlar" olarak adlandırılan grubun %14'ü **Cemile Kalyoncu** ile etkileşime geçiyor.



Kocaeli Şehir
Tiyatroları
23K takipçi

<https://www.instagram.com/kocaelisehirtiyatrosu>



Kocaeli Konser
26K takipçi

<https://www.instagram.com/kocaelikonser>

Jolly Joker Kocaeli
25K takipçi

<https://www.instagram.com/kocaeli.jollyjoker>

Nurgül Altuntaş
24,6K takipçi

<https://www.instagram.com/drnurgulaltuntas>



Serval Hair
Design
Studio
109K takipçi

<https://www.instagram.com/servalhairdesignstudio>

Zeliha Yıldız Alagöz
35K takipçi

<https://www.instagram.com/dytzelihaalagöz>



Deneyimli Şehirliler / Kilit Etkiliyiciler

HEDEF KİTLENİN
ETKİLEŞİM ORANLARI

 **Enis Arıkan**
@enisarikan Türkiye

%22

 **Eylül Öztürk Özkan**
@eylulonline Türkiye

%20

 **Arda Türkmen**
@ardaturkmen Türkiye

%19

 **Gezen Oğlak**
@gezenoglak Türkiye

%18

 **Ezgi Köse**
@peppycook Türkiye

%17

HEDEF KİTLENİN
ETKİLEŞİM ORANLARI

 **Korzay Koçak**
@korzaykocak Türkiye

%17

 **Feyza Başar**
@eyzahakyemez Türkiye

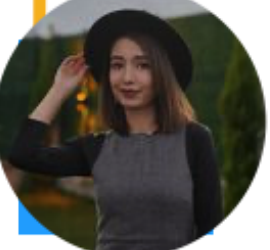
%16

 **Tahsin Küçük**
@tahsinkucukofficial Türkiye

%15

 **Musa ~ Burcu**
@gezen1cift Türkiye

%15

 **Betül Taşkiran**
@dahacokgezicez Türkiye

%14

Değerler yuvarlanmıştır.

Deneyimli Şehirliler

Medya



Netflix	%24
Bbc Türkçe	%20
Natgeo	%18
Gzt	%17
Gazete Magazın	%16

Alışveriş



Trendyol	%20
Gratis	%18
Watsons	%16
İkea	%15
Hepsiburada	%13

Moda



Zara	%18
Koton	%15
Penti	%15
Boyner	%14
H&M	%13



DESCRIPTIVE



PREDICTIVE



PRESCRIPTIVE

İTEŞEKKÜRLER

esaslabs