

YOLCU360°



YOLLAR, YÖNLER, İKLİMLER FARK ETMEZ. BİZ DAİMA SİZİNLEYİZ!

Gidilecek yolların güzelliği, o yolculukta yaşanacak anıları ve yolcuların memnuniyetini hayal ettikçe seçeneklerimiz, hedeflerimiz ve yolumuz daha da güzelleşmeye başladı.

Şu zamana kadar "Türkiye'nin En Hızlı Büyüyen Teknoloji Şirketi" unvanını almış olmamız ve Türkiye'nin en çok tercih edilen araç kiralama platformu oluşumuz; dünyaya açılma ve unicorn olma yolculuğumuzda daha büyük bir özveri, daha güçlü bir hevesle çalışma isteği uyandırdı.

"Müşteri değil misafir deneyimi" yaklaşımımızı artık 110'dan fazla ülkede sunuyor ve dünyanın dört bir yanında bizi tercih eden misafirlerimize de: "Araç kiralamak ne kolaymış!" dedirtiyoruz.

ARAŞTIRMA

DEMİR MASKEYE TALEP ARTIYOR

Bir tarafta küresel salgın nedeniyle ulaşımda teması en aza indirme isteği diğer tarafta çip krizi ve yükselen döviz kurları olunca tüketicinin imdadına "kiralık araçlar" yetişti. Rekabetin hayli çetin olduğu sektörde fark yaratabilenler içinse fırsat işte tam da burada hazır bekliyordu. Marketing Türkiye için PRAGMA Araştırma ve Danışmanlık'ın gerçekleştirdiği kapsamlı "Araç Kiralama Sektör Araştırması" tüm bu rekabete ışık tutarken sektörde değişen ezberleri de gözler önüne seriyor. Çalışmaya göre en çok tercih edilen marka Avis olurken araç kiralama platformları tarafında öne çıkan marka Yolcu360 oluyor...

Pandemi koşulları kimi sektörlerde ağır hasarlar yaratsa da demir maskelere dönüşen otomobillere olan ihtiyacın artmasıyla birlikte araç kiralama sektörüne ivme kazandırdı... Küresel sağlık krizinin akabinde gelen küresel çip krizi ve yükselen döviz kurları dengeleri değiştirerek sektöre yüksek talep ve rekabet olarak yansıdı. Peki, bu süreçte sektörün öne çıkan markaları hangileri oldu? Rekabette farklılaşma noktaları neler? Tüketiciler araç kiralama platformlarında en çok nelere dikkat ediyor ve sektörden neler bekliyor? Tüm bu soruların yanıtları Marketing Türkiye için PRAGMA Araştırma ve Danışmanlık'ın gerçekleştirdiği Araç Kiralama Sektör Araştırması'nda...

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Marketing Türkiye için PRAGMA Araştırma ve Danışmanlık'ın 10-14 Ocak 2022 tarihleri arasında online araştırma metodolojisiyle gerçekleştirdiği Araç Kiralama Sektör Araştırması'nda üç büyük ilde rassal olarak 18-55 yaş arası bugüne kadar araç kiralama deneyimi yaşamış aktif araç sürücülerine ulaşıldı. Çalışmaya toplamda 400 kişi katıldı.

24 SAAT AÇIK DESTEK HATTI
0850 360 5 360

Araç kiralamak ne kolaymış!
www.yolcu360.com

App Store'dan
İNDİRİN

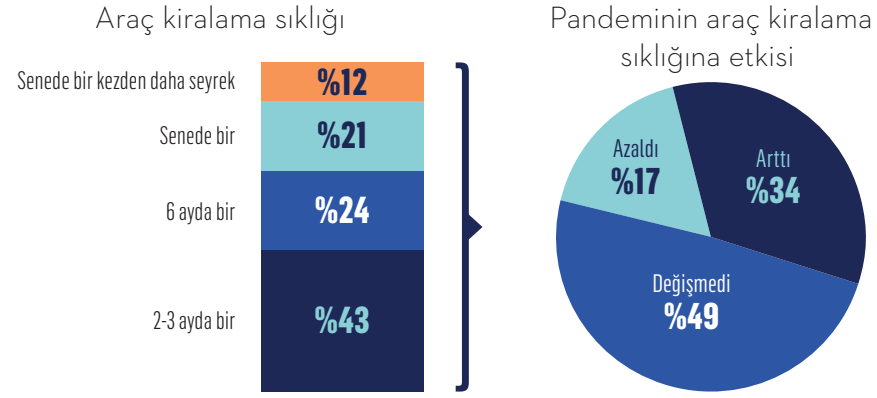
Google Play
DEN ALIN

AppGallery
İLE KEŞFEDİN





PANDEMİ ARAÇ KİRALAMA SEKTÖRÜNE HAREKET KATTI!



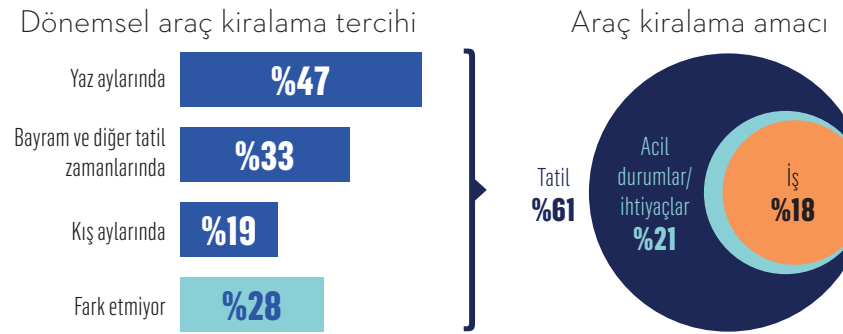
Araştırma katılımcılarının yüzde 67'si son altı ayda en az bir kez araç kiraladığını belirtiyor. 35-44 yaş arası kitlenin diğer yaş gruplarına nazaran anlamlı düzeyde daha sık araç kiralyor oluşu ise öne çıkan bulgulardan. Katılımcıların yüzde 17'si pandemi nedeniyle araç kiralama sıklığının azaldığını belirtmesine karşın yüzde 34'ü araç kiralama sıklığının arttığını ifade ediyor...

AKLA GELEN TEK ARAÇ KİRALAMA PLATFORMU: YOLCU360



Marketing Türkiye için PRAGMA Araştırma'nın gerçekleştirdiği ve araç kiralama acentelerinin sorgulandığı araştırmada öne çıkan tek araç kiralama platformu ise Yolcu360 oluyor. Bir platform olduğu için acenteler sorulduğunda anket katılımcılarına bir seçenek olarak sunulmamasına karşın Yolcu360'ın tüketiciler tarafından dile getirilmesi, Avis, Budget, Europcar, Green Motion, Goldcar, Rent Go, Avec ve Central gibi 100'ü aşkın iş ortağıyla hizmet veren Yolcu360'ın baskın iletişim çalışmalarının sonuç verdiğinin de bir göstergesi. Ayrıca bu sonuç bize araç kiralyanlar gözünde acente ile platform ayrımının henüz net olarak yapılamadığını da gösteriyor.

ARABASIZ "TATİL" OLMAZ



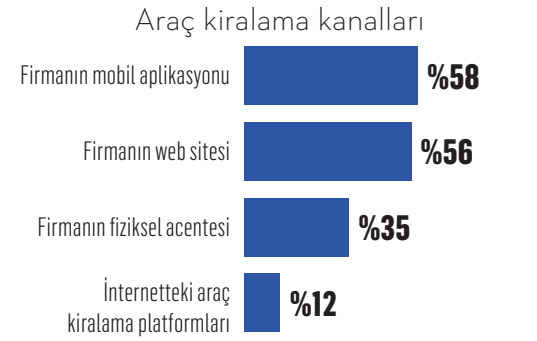
Hedef kitlenin araç kiralama için tercih ettiği dönemlerin başında yaz ayları ve özel günler geliyor. Özellikle "tatil" araç kiralama temel motivasyon olarak karşımıza çıkıyor. Kış aylarında araç kiralama tercih eden kitlede 6 ayda bir ve daha sık araç kiralyanların anlamlı düzeyde öne çıktığı görülüyor (yüzde 50).

Acil durumlar ya da ihtiyaçlar için araç kiralama oranının yüzde 21'de kalmasıysa genel olarak araç kiralama planlı olarak gerçekleştirildiğini ortaya koyuyor.



DİJİTALDE FARK YARATANLAR BİR ADIM ÖNDE

Katılımcılara araç kiralama işlemleri için tercih ettiği kanallar sorulduğunda online kanalların öne çıktığı görülüyor. En fazla tercih edilen kanallarsa mobil uygulamalar (yüzde 58) ve web siteleri (yüzde 56). Araç kiralama platformlarını tercih eden kitle arasında kadınların oranının (yüzde 12) erkeklere (yüzde 5) nazaran anlamlı düzeyde daha yüksek oluşu ise dikkat çekiyor. Ayrıca tam zamanlı çalışanlar online platformlar üzerinden araç kiralyarken düzenli bir çalışma hayatı olmayan katılımcılar firmaların fiziksel acentesine giderek araç kiralydıklarını belirtiyor. Firma tercihinde en önemli unsur olarak karşımıza "deneyim" çıkıyor. Katılımcılar kendilerinin deneyimlediği firmalar için de müşteri yorumlarına ve geri bildirimlerine bakarak karar verdiklerini ifade ediyor.



Kaynak: PRAGMA Araştırma ve Danışmanlık

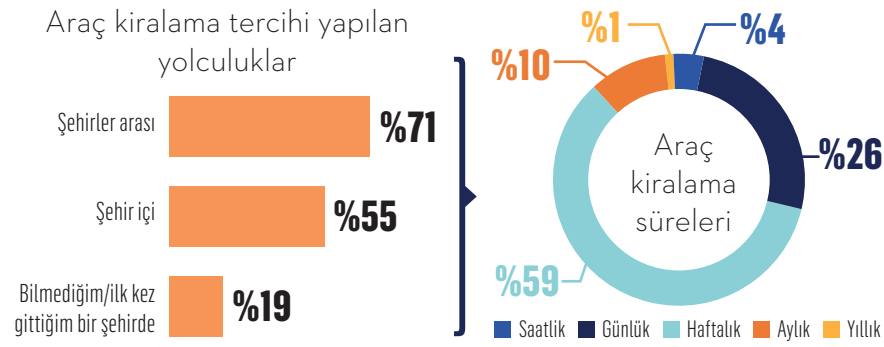
Turkcell'le tekno atıklarını eğitime dönüştür, çevreyi koru.



Eğitime Dönüştür Projesi kapsamında Turkcell mağazalarındaki geri dönüşüm kutularına getirilen tekno atıklar (cep telefonu, bilgisayar, tablet ve aksesuarları vb.), atıkların geri dönüştürülmesi alanında yetkili olan Bilişim Sanayicileri Derneği (TÜBİSAD) iş birliği ile geri dönüşüme gönderilir. Geri dönüşümden elde edilen gelirin tamamı çocuklarımızın nitelikli eğitiminde kullanılmak üzere Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı'na (TEGV) bağlanmaktadır.

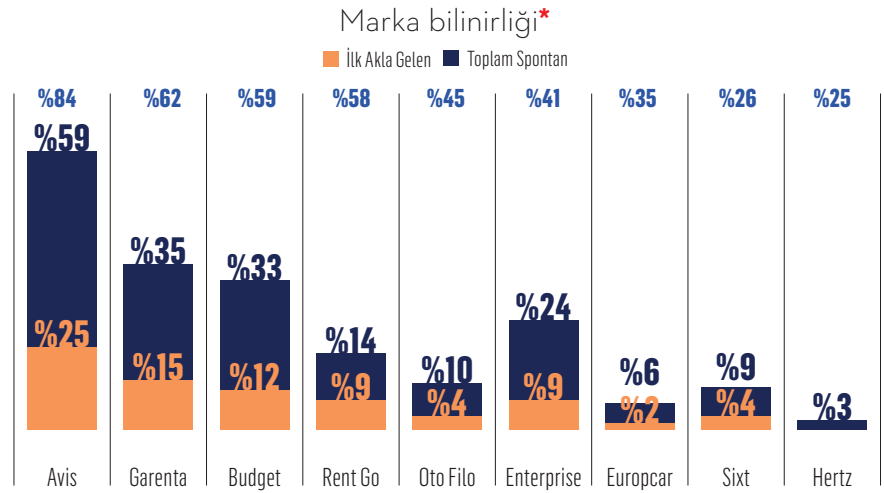


ŞEHİRLER ARASI ULAŞIMIN CAN SİMİDİ

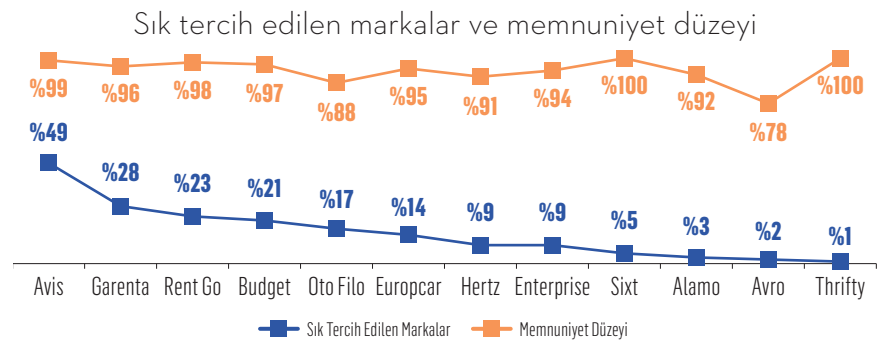


Her 10 katılımcıdan 7'sinin şehirler arası yapacağı yolculuklarda araç kiralamayı tercih etmesiyle birlikte; genel eğilimin haftalık araç kiralama yönünde (yüzde 59) olduğu görülüyor. Aylık ve yıllık gibi uzun dönemli araç kiralama davranışlarının yüzde 11'de kalıyor oluşu ise araştırmanın dikkat çeken verilerinden.

AVIS FARK YARATIYOR

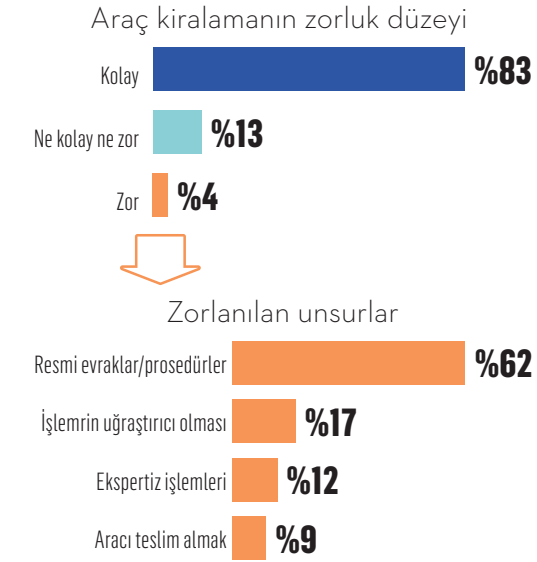


Araç kiralama acentesi denildiğinde katılımcılar ilk olarak Avis'i (yüzde 59) hemen akabinde ise Garenta (yüzde 35) ve Budget (yüzde 33) markalarını hatırlıyor. Toplam bilinirlik oranında yüzde 84'e ulaşan Avis ciddi bir farkla rakiplerinden ayrışıyor.



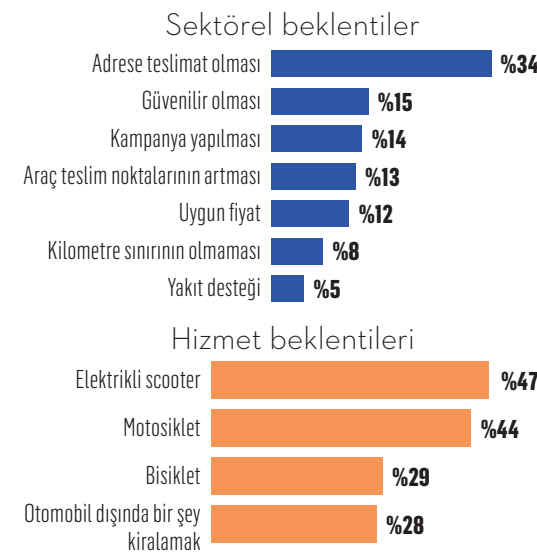
Katılımcılara araç kiralama için hangi acenteyi tercih ettikleri sorulduğunda ise marka bilinirliğine paralel olarak zirvede yine Avis (yüzde 49) yer alırken onu Garenta (yüzde 28) takip ediyor. Sektörde müşteri memnuniyet oranına bakıldığında ise yüzde 94 gibi yüksek bir ortalamayla karşılaşıyoruz. En çok tercih edilen dört acenteye baktığımızda da her birinin ortalama üzerinde memnuniyet oranına sahip olduğu gözlemleniyor.

RESMİ EVRAKLAR CAN SIKIYOR



Araç kiralama işlemleri katılımcıların çok büyük bir kısmında kolay bulunurken (yüzde 83), katılımcıların işlemleri zor bulma düzeyinin yaşa bağlı anlamlı farklılık gösterdiği görülüyor. Katılımcıların yaşı arttıkça araç kiralama işlemlerinde zorlanma düzeyi düşüş gösteriyor. Katılımcılar araç kiralama yolculuğunda yüzde 62 oranla en çok prosedürlerde/resmi evraklarda zorlandığını ifade ediyor.

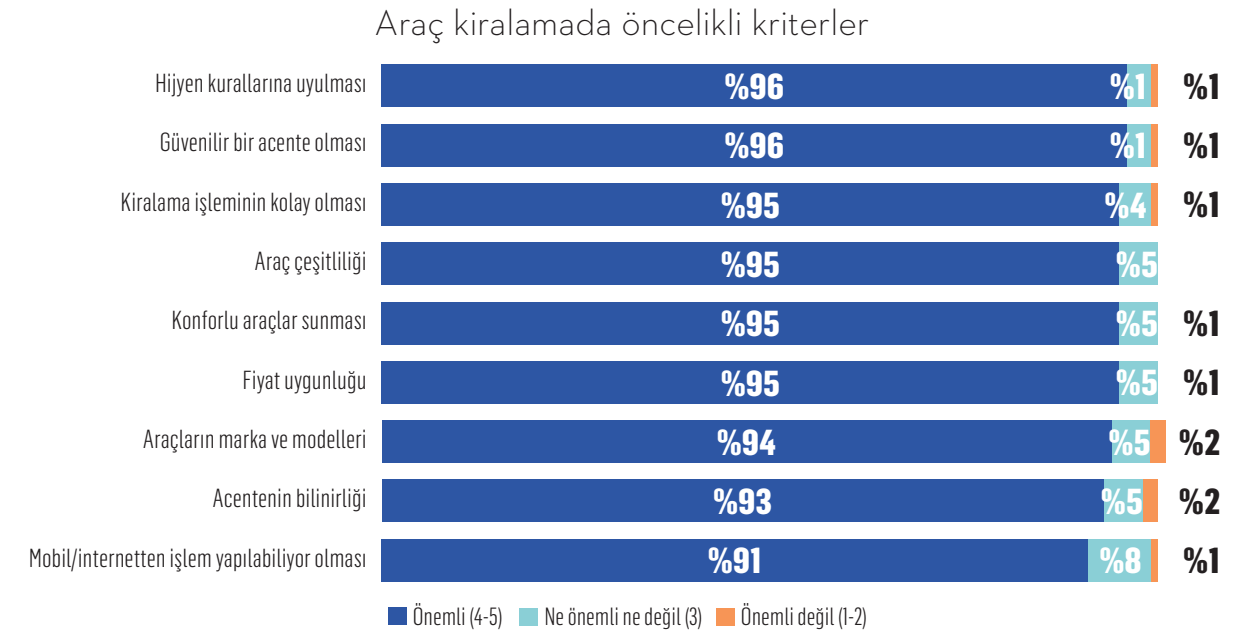
TEMEL BEKLENTİ "ARAÇ TESLİMİNİN" KOLAYLAŞTIRILMASI



Kullanıcıların araç kiralama şirketlerinden temel beklentisi incelendiğinde araç teslimine dayalı kolaylıklar ön plana çıkıyor. Özellikle adrese teslim olanağının sağlanması en fazla vurgulanan beklenti (yüzde 34). Ayrıca kampanyaya duyarlı bir kesimin varlığına da dikkat çekmek gerekiyor.

Kaynak: PRAGMA Araştırma ve Danışmanlık

DENEYİM "FİYATTAN" DAHA ÖNEMLİ



Pandemiyle birlikte artan hijyen kaygısının araç kiralama sektöründe de en önemli kriter haline geldiği araştırma verilerine yansıyor. Kullanıcı deneyiminde önem kriterlerine bakıldığında "acente güvenilirliği" sektörün temel bir kriteri olarak karşımıza çıkıyor. Öte yandan işlemlerin kolaylığı, sunulan araçların çeşitliliği ve konforu müşteri deneyiminde odaklanılması gereken diğer unsurlar.

MİSAFİR MUTLULUĞU SAPLANTIMIZ VAR

✓ Yolcu360, araç kiralamayı herkes için ulaşılabilir ve kolay kılma hedefiyle hayata geçirilmiş, misafirlerine 100 binden fazla aracı tek bir platformda sunacak teknolojik olanaklara sahip, tutkulu, misafir mutluluğu saplantılı ve kusursuz bir iş fikri.

✓ Yolcu360 olarak misafirlerimize bir dakikadan daha kısa bir sürede rezervasyon yapma olanağı sağlıyoruz. Araç kiralama sektöründe Türkiye'nin ve dünyanın da en büyüklerinin yer aldığı iş ortaklarımızla birlikte Yolcu360'ı kullanan tüm misafirlerimize uçtan uca en iyi deneyimi sunma iddiasındayız. Ötesi, B2B tarafında geliştirdiğimiz yeni ürünümüzle aynı hizmet ve kaliteyi şirketlere ve acentelere de sunmaya başladık. Tüm misafirlerimiz, mobil uygulama ve web sitesi üzerinden binlerce aracı, istedikleri kriterlerle filtreleyerek kolay ve hızlı karar alabiliyorlar.

✓ Bizi daha da heyecanlandıranı, yeni nesil misafirlerimiz, eğilimleriyle yenilikçilik yaklaşımımızın karşılığını veriyor olmaları. "Efsane Yolcu360 Günleri" sektöre getirdiğimiz yeniliklerden biriydi. Genellikle konaklama alanında kullanılan erken rezervasyon sistemini araç kiralamaya taşıdık. Yolcu360'ın kampanya ve iletişim gücüyle birlikte, izjico'nun Efsane Cuma dönemine yönelik yaptığı araştırmada araç kiralama sektörü, en çok alışveriş yapılan sektörler arasında üçüncü sıraya yerleşti. Gerçekleştirdiği "Efsane Yolcu360 Günleri" kampanyasıyla toplamda 18 milyon kişiye ulaştı. "Efsane Yolcu360 Günleri"nde platform üzerinden araç kiralayanların yüzde 43'ü daha önce Yolcu360 kullanırken, yüzde 8'i ise ilk defa bu kampanya sayesinde araç kiraladı.



Samet Ensar Sarı
Yolcu360 Chief Brand Officer'ı (CBO'su)

✓ Misafirlerimize ülkemizde yaşattığımız deneyimi sadece Türkiye'de değil dünyanın farklı noktalarında da yaşatmaya başladığımız bir döneme girdik. Bu yüzden çeşitlenen ürün ve hizmet kapsamımızı anlatmaya ve yeni misafirlerimizle buluşturmaya devam edeceğiz.