

ANTI KRİZ MONİTÖRÜ II

Aralık 2021

YARINI ŞEKİLLENDİRMEK İÇİN ...

Kurdaki dalgalanmalar ve yüksek enflasyon son aylarda Türk lirasının hızla değer kaybına uğramasına neden oldu. Bu durum ürün ve hizmet fiyatlarına dolayısıyla da tüketicinin cebine yansıdı ve 2022’de yansımaya devam edeceği de öngörülüyor.

Böyle bir ortamda satış ve pazarlama ekipleri hızlı ve zamanında karar almak zorundalar. Tüketici artan fiyatları nasıl karşılıyor? Ne hissediyor? Kendini gelecek dönem için nasıl hazırlıyor? Parasını nasıl ve neye harcıyor? Nelerden kısıyor nelere “yatırım” yapıyor? sorularının yanıtları da karar sürecinde etkili konular.

Araştırmamızda tüketicinin günü, bugünü ve yakın geleceğini nasıl yaşayacağını konuşacağız. Nedensellik ve panel verileri ile zenginleştirilmiş verileri haftalık bazda sıkı takip ederek, pazarlama ve satış ekiplerine doğru aksiyonlar almaları için destek olacağız.



ANTI KRİZ MONİTÖRÜ II



Ipsos olarak ekonomik dalgalanma süreçlerinde tüketicinin nabzını daha yakından tutmak için gerçekleştirdiğimiz Anti Kriz Monitörü araştırma serimizin ikinci versiyonunu başlatıyoruz.

Çalışmanın amacı Türkiye’nin sıcak gündemini yakından takip etmek, toplumun memnuniyet ve beklentilerini anlamak, tüketim ve yatırım davranışlarını ve gündeme ilişkin düşüncelerini ölçmektir.

-İÇERİK-

- Türkiye ve Ekonomi
- Bireysel Ekonomik Durum ve Beklentiler
- Finansal Davranışlar ve Borçlanma
- Alışveriş Davranışları
- Sosyal Hayat
- Koronavirüs Salgını



TEKNİK DETAYLAR



- TR NUTS1 / haftalık 800 kişi / 18+ bireyler/ CAWI görüşmesi
- Çıkan verilerin nedenselliğinin Komünite Panel ile irdelenmesi
- Hane Paneli haftalık kategori geneli trendleri

Bütçe:

Haftalık saha, 2 haftada bir rapor (ayda 2 rapor) – 40.000TL + KDV
Her hafta kendi sorularınızı da sorabilirsiniz. Soru başı – 2.000TL + KDV

SORU KABULÜ : HER AYIN 1. VE 3. HAFTASI
RAPOR TESLİMİ: HER AYIN 2. VE 4. HAFTASI

Sorularınız için;
Ece Ertük (ece.erturk@ipsos.com)
Şeyma Kuroğlu (seyma.kuroglu@ipsos.com) .