

# İŞARETLER

26.Sayı

24 Haziran 2021

GAME CHANGERS



# GİRİŞ – İŞARETLER 26.SAYI

Koronavirüs (COVID-19) salgını; hükümetleri, şirketleri ve bireyleri bir dizi zorluğa yanıt vermek durumu ile karşı karşıya bıraktı ki bahsedilen zorluklar «yüzyılda bir» oluşacak zorluklar olarak tanımlanıyor.

Önümüzde ise; izlenmesi ve ölçümlenmesi gereken pek çok konu ile karşı karşıya olduğumuz süreç halen devam ediyor. Hükümetler, krizi yönetme ve kamuoyunu bilgilendirme baskısına yönelik hareket ederken; büyük ve küçük ölçekli işletmeler, çalışanları ve müşterileri için doğru kararları vermenin yollarını arıyorlar. Bireylerde ise tutum ve davranış değişiklikleri gözlemleniyor.

Ipsos olarak pandeminin başlangıcında üretmeye başladığımız «İşaretler» yazı dizimizi yeni normal olarak da adlandırılan bu süreçte devam ettiriyoruz. Ipsos'un Türkiye'den ve farklı ülkelerden deneyimli araştırmacı kadroları tarafından hazırlanan bilgileri, analizleri ve önerileri İşaretler'de paylaşmayı sürdüreceğiz.

Ipsos'un yayınlarına açılan bir kapı görevi gören bu dosyada, derlediğimiz kısa özetlere göz atıp ardından derseniz «YAZININ TAMAMI İÇİN» ifadesine tıklayarak kapsamlı dökümana erişebilirsiniz.

# İŞARETLER 26.SAYISINDA NELER BULACAKSINIZ?

## PANDEMİ UZAKTAN ÇALIŞMA UYGULAMASINA GEÇİŞİ ARTIRDI

İşte Gelecek Araştırmamıza göre; salgın öncesinde %13 olan uzaktan çalışma uygulaması, mevcut durumda %59'a gelmiş durumda.

## GERÇEK OL, YARATICI OL

Gerçek olmanın dört farklı boyutunu makalemizde irdeliyoruz. Ödüllü, sihirli ve sıradışı bir reklam geliştirmek istiyorsanız bu dört boyutu anlamak önemli.

## MÜLTECİLER KONUSUNDA KARIŞIK BİR RESİMLE KARŞI KARŞIYAYIZ

Küresel kamuoyu savaş ve zulüm nedeniyle ülkelerini terk edip sığınma talebinde bulunanlara hak veriyor fakat pratikte ülkelere daha fazla mülteci kabul edilmesi konusuna onay verenlerin oranı çok az.

## EBEVEYNLER ÇOCUKLARI NEDENİYLE YARGILANDIKLARINI HİSSEDİYOR

Türkiye dahil 28 ülkeyi kapsayan küresel araştırmamıza göre 0-17 yaş çocuğu olan ebeveynlerin %82'si çocuklarının davranışları nedeniyle yargıldıklarını hissediyor.

## ALİŞVERİŞ KARARLARIMIZ AKILDIŞI KARARLAR MI?

Akıldışı kararları anlamaya yönelik akılla hazırlanan yapay öğrenme modelleri



# PANDEMİ UZAKTAN ÇALIŞMA UYGULAMASINA GEÇİŞİ ARTIRDI

## Özet

Türkiye'nin önde gelen kurumlarının yetkilileri ile pandeminin iş hayatındaki etkilerini araştırdık. Pandemi döneminde yaşanan uzaktan çalışma uygulaması, beraberinde şirketlerin pek çok konuda kararlar alması, teknolojinin beyaz yaka çalışanlarda yarattığı yoğunluk gibi görüş, ifade ve değerlendirmeleri bu haberde derledik.

Salgın öncesinde %13 olan uzaktan çalışma uygulaması, mevcut durumda %59'a gelmiş durumda. Farklı alanlarda faaliyet gösteren veya çok uluslu şirketlerde ise uzaktan çalışmanın %21'den %94'e geldiğini görüyoruz.

## YAZININ TAMAMI İÇİN



# MÜLTECİLER KONUSUNDA KARIŞIK BİR RESİMLE KARŞI KARŞIYAYIZ

## Özet

Dünya Mülteci Gününe özel gerçekleştirdiğimiz küresel araştırmaya göre; mültecilere karşı tutumlarda kamuoyunda karışık bir resim çiziliyor.

Araştırmanın yapıldığı ülkelerde kişilerin savaş ve zulüm nedeniyle sığınma talebi haklarının olması konusunda yüksek oranda destek görülüyor. Öte yandan pratikte ise insanların ülkelere daha fazla mülteci kabul edilmesi konusunda o kadar da istekli olmadıkları belirtiliyor. Sığınma talebinde bulunanların gerçekten sığınmacı olup olmadığı konusunda da geniş çaplı bir şüphe de küresel kamuoyunda görülüyor.

## YAZININ TAMAMI İÇİN



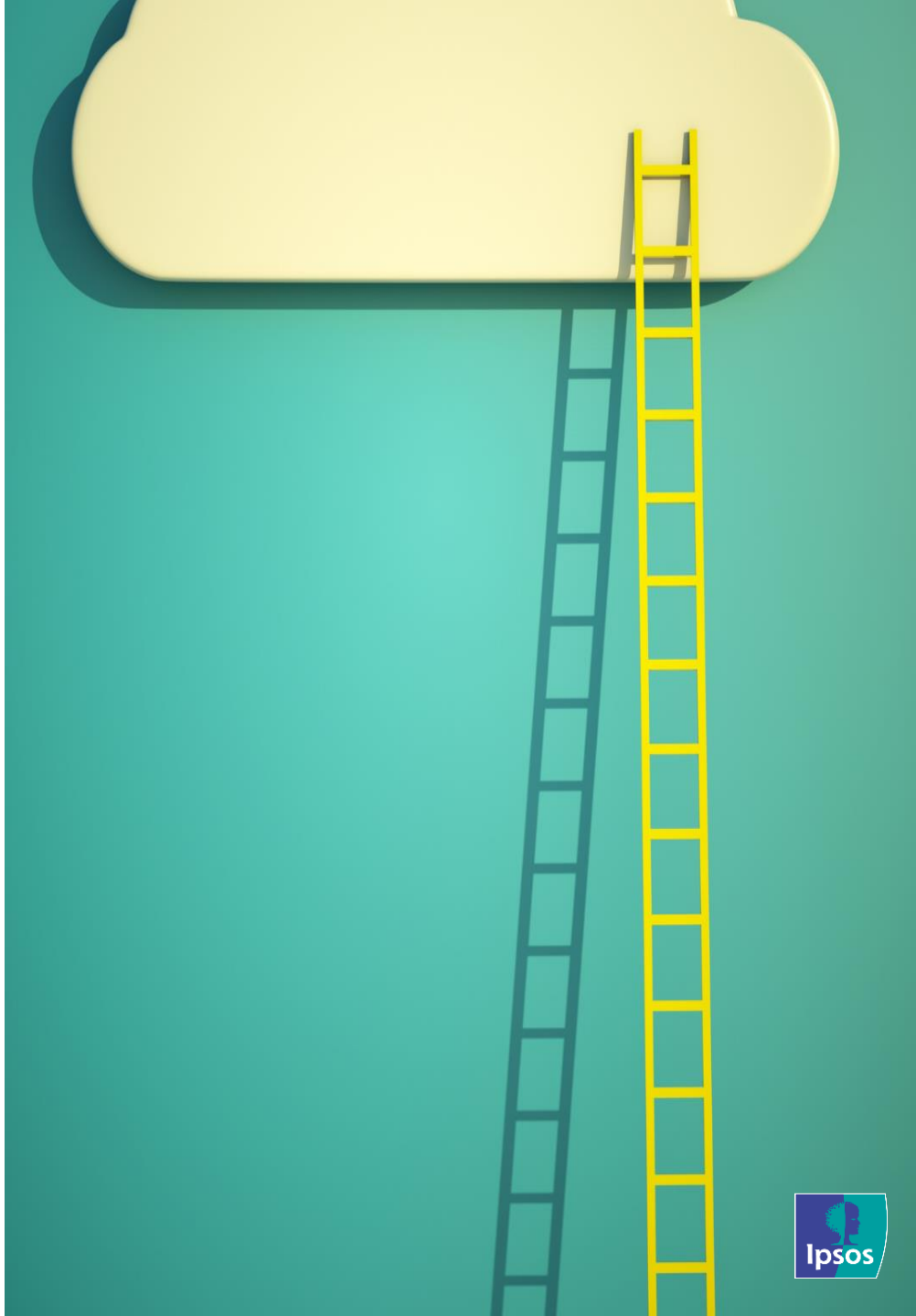
# GERÇEK OL, YARATICI OL

## Özet

Yaratıcılık üzerine dünya çapında yapılan araştırmalardan edindiğimiz tecrübemiz, yaratıcılık ve etkinliğe giden birçok farklı yol olmakla birlikte, zamanla tekrar tekrar öğrenerek geliştirdiğimiz bir kasın yaratıcı ilhamın bel kemiği olarak belirgin bir fark yarattığını ispatlıyor: "gerçek olmak".

Peki, 'gerçek olmak' nedir? Bu makalede, 'gerçek olma' nın 4 farklı boyutunu irdeledik. Yaratıcılık ve etkinlik merdivenlerini tırmanmak ve ödüllü, sihirli ve sıradışı bir reklam geliştirmek isteyenler için bu dört boyutu anlamak önemli.

## YAZININ TAMAMI İÇİN





# EBEVEYNLER ÇOCUKLARI NEDENİYLE YARGILANDIKLARINI HİSSEDİYOR

## Özet

Türkiye dahil 28 ülkeyi kapsayan küresel araştırmamıza göre 0-17 yaş çocuğu olan ebeveynlerin %82'si çocuklarının davranışları nedeniyle yargıldıklarını hissediyor.

Ebeveynlerin algıladığı yargılanma gerçek, hayal değil. Benzer çoğunlukta anne-baba olmayanlar da ebeveynleri çocuklarının davranışları nedeni ile yargıldıklarını belirtiyor.

Ebeveyn olmayanların ebeveynleri çocuklarının davranışlarıyla ilgili en çok yargıldıkları konu ise; çocuk ya da çocuklarının davranışlarını yönetme şekilleriyle (%59) ve çocuk/çocuklarının davranış şekilleriyle (%57) ilgili.

## YAZININ TAMAMI İÇİN



# ALİŞVERİŞ KARARLARIMIZ AKILDIŞI KARARLAR MI?

## Özet

Davranışsal iktisatçı Dan Ariely'nin de vurguladığı gibi insanlar alışveriş kararlarını verirken, rasyonel olduklarını düşünmelerine rağmen, irrasyonel(akıldışı) ve çelişkili davranma eğilimi gösterirler. Hızlı tüketim ürünleri sektörü benzeri sık ve çok sayıda karar vermeyi gerektiren sektörlerde de bu durum, sektörde faaliyet gösteren şirket ve kurumları rasyonel davranarak müşteriyi en iyi şekilde anlayıp uygun adımlar atmaya ve stratejiler belirlemeye itmektedir. Tüketiciyi doğru ve isabetli bir şekilde anlayabilmek için de alışveriş anında nasıl davranacaklarını ortaya çıkaracak, ustalıkla hazırlanmış anketler & analizler aracılığıyla ve/ya davranışlarını doğrudan gözlemleyerek elde edilen bulgular önemli yol göstericilerdir.

## YAZININ TAMAMI İÇİN





**BE  
SURE.  
ACT  
SMARTER.**



@IpsosTurkiye

GAME CHANGERS

