

# WEBINAR SORU VE CEVAPLAR - 1

## Koronavirüs Salgın Döneminde Toplumun Nabızı ve Alışverişçi Davranışlarına Yansıması – 21 Nisan

| SORU                                                                                                                                                | YANIT                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Perakende kanallarının birbiriyle etkileşimlerini düşünürsek, kanallar arası kayış nasıl gözüküyor?                                                 | Kanallar arasındaki kayış FMCG kategorileri özelinde indirim marketleri yönünde görüyoruz. Ancak , online alışverişi de takip etmek oldukça önemli. Bu konuda e-ticaret panelimiz yol gösterici olacaktır. Detaylar için Ceyhan Demiray- ceyhan.demiray@ipsos.com ile iletişime geçebilirsiniz                                                                         |
| Bu ramazan döneminde hem corona süreci içerisinde hem de geçmiş ramazan dönemlerine göre öngördüğünüz tüketici davranış farklılıkları ne olacaktır? | Ramazana hazırlık yaptığımız 20 Nisan haftasındaki hane içi tüketimin seyrine bakmak bu konuda önemli olacaktır. Özet bilgileri bu linkten inceleyebilirsiniz. <a href="https://www.ipsos.com/tr-tr/hafta-sonu-sokaga-cikma-yasagi-cuma-gunleri-alisverisi-etkiliyor">https://www.ipsos.com/tr-tr/hafta-sonu-sokaga-cikma-yasagi-cuma-gunleri-alisverisi-etkiliyor</a> |
| Evde çalışma koronavirüs sonrasında da yaygın olacak mı sizce?                                                                                      | Bu konuda öngörülerini içeren bir araştırma raporu hazırlıyoruz. Ya Sonra adını verdiğimiz bu çalışmada bu başlığı da yine verilerle birlikte değerlendireceğiz. Bizi takipte kalın.                                                                                                                                                                                   |
| çalışma koşullarında nasıl bir değişiklik olacağını öngörüyorsunuz?                                                                                 | Bu konuda öngörülerini içeren bir araştırma raporu hazırlıyoruz. Ya Sonra adını verdiğimiz bu çalışmada bu başlığı da yine verilerle birlikte değerlendireceğiz. Bizi takipte kalın.                                                                                                                                                                                   |
| Bonus ya da hediye kartı vb alışverişlerle ilgili veri var mı?                                                                                      | Bu konu henüz ele alınmadı ancak Ipsos Hane Tüketim Paneli üzerinden alışveriş karar vericileri ile haftalık anketler gerçekleştiriyoruz, bu ankete bu konu da dahil edilebilir. Detaylar için Ceren Akyol (ceren.akyol@ipsos.com) ile iletişime geçebilirsiniz                                                                                                        |

# WEBINAR SORU VE CEVAPLAR - 2

## Koronavirüs Salgın Döneminde Toplumun Nabızı ve Alışverişçi Davranışlarına Yansıması – 21 Nisan

| SORU                                                                                                                                                                                                                                                          | YANIT                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tüketicilerin artık bir hizmet alırken önceliklerinde bir değişiklik var mı? Sosyal mesafe, hijyen kurallarına uyulup uyulmadığı ya da dijital platformlardaki kabiliyeti gibi . Bu her hangi bir yer için soruyorum.Banka, market, kıyafet mağazası vb.      | Bu konu henüz ele alınmadı ancak Ipsos Hane Tüketim Paneli üzerinden alışveriş karar vericileri ile haftalık anketler gerçekleştiriyoruz, bu ankete bu konu da dahil edilebilir. Detaylar için Ceren Akyol (ceren.akyol@ipsos.com) ile iletişime geçebilirsiniz |
| Stok yapma ve harcama kalemleri üzerinden istanbul için konuşursak bölgesel bir araştırmanız var mı? Mesela Fatih ilçesinin davranışı ile Ataşehir ilçesinin davranış analizini yaptınız mı?                                                                  | ESOMAR kuralları gereği örneklem dağılımını ortaya çıkaracağı için Hane Tüketim Paneli üzerinden ilçe bazında bir raporlama yapılamamaktadır. AdHoc bir araştırma gerçekleştirilebilir. Detaylar için ozlem.tekintas@ipsos.com ile iletişime geçebilirsiniz.    |
| Haftalık alışverişe çıkma sıklığında bir değişiklik var mı? Genel ve bölgesel olarak                                                                                                                                                                          | evet, alışveriş sıklığında azalma var. Ipsos Hane Tüketim Paneli verilerimize göre salgın döneminde alışveriş sıklığında bütün bölgelerde düşüş gözlemlenmekle beraber en belirgin şekilde Marmara ve Doğu bölgelerinde düşüş görüldü                           |
| Dayanıklı tüketim ürünleri kategorileri ile ilgili paylaşabileceğiniz genel bir veri var mıdır? Tasarruf algısının biraz daha ön plana çıktığı bu dönemde, sıklıkla evde de bulduğumuz için orta vadede ev içi yenileme gibi konularda eğilimleri nasıl olur? | Ya Sonra adlı Raporumuzda bu konular da ele alınacak. Hali hazırda Ipsos E-ticaret Panelimizden sonuçlar da bu konuda bir gösterge olabilir.                                                                                                                    |

# WEBINAR SORU VE CEVAPLAR - 3

## Koronavirüs Salgın Döneminde Toplumun Nabzı ve Alışverişçi Davranışlarına Yansıması – 21 Nisan

| SORU                                                                                                                                                                                                                 | YANIT                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Hane harcamaları içindeki market harcamaları veya gıda harcamalarının oranı konusunda bilgi var mı ?                                                                                                                 | Ipsos Hane Tüketim Paneli verisine göre kategoriler 3 ana başlıkta inceleniyor: Gıda&İçecek, Kişisel Bakım ve Ev temizliği; Gıda&İçecek de bu toplamın ciro bakımından %85'ini oluşturuyor.                                                                                                                                                                         |
| Sokağa çıkma yasağı ilan edildikten sonra stoklama yasak gününe kadar nasıl bir artış eğiliminde? Algı, önceden duyurulsa da stoklama 1 gün kala yoğunlaşıyor gibi.                                                  | İlk sokağa çıkma yasağı duyurulduğu gece hanede ağırlıklı olarak temel gıda ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla hanelerin %12si alışveriş yaptı. Daha detaylı bilgi için: <a href="https://www.ipsos.com/tr-tr/hanelerin-12si-10-nisan-aksami-sokaga-alisveris-icin-cikti">https://www.ipsos.com/tr-tr/hanelerin-12si-10-nisan-aksami-sokaga-alisveris-icin-cikti</a> |
| 23-29 Mart haftası zincir marketlerde radikal düşüş var genelde bu ölçüde düşüş yokken, sebebi nedir?                                                                                                                | Evdeki stoğun tamamlanması sonrası daha eve yakın kanallara yönelim artmış görünüyor, daha detaylı analiz edilebilir.                                                                                                                                                                                                                                               |
| Fiyat segmentleri anlamında bir geçiş görüyor musunuz? (Tüketicilerin daha uygun fiyata geçmesi gib?)Görüyorsanız bu geçiş covid sonrasında da devam eder mi? Marka bağlılıklarını etkileyeceğini düşünüyor musunuz? | Bu dönemde fiyattan çok bulunurluk ön planda, kategori bazlı analiz edilebilir. Bazı kategorilerde fiyat kasıtlı açık ürün/ market markalarına yönelim iken bazı markalarda keyif yönünde markalı ürünlere kayış olabiliyor.                                                                                                                                        |
| Kişisel bakım ürünlerinin neredeyse tamamında gümrük vergisi %40 civarında arttırıldı. Azalan trend de göz önüne alındığında bu ürünlerin talebinde daha da azalma bekleyebilir miyiz?                               | Kişisel bakım ürünlerinde özellikle Gratis-Watsons gibi kanalların mağaza olarak kapatılması/ online devam etmesi bir yavaşlık olarak yansıdı ancak öte yandan bireylerin bakım ihtiyaçlarını evde kendi çözümleri ile karşılamaları bir artışa neden oldu o nedenle kısa vadede anlamlı bir düşüş görmedik                                                         |

# WEBINAR SORU VE CEVAPLAR - 4

## Koronavirüs Salgın Döneminde Toplumun Nabzı ve Alışverişçi Davranışlarına Yansıması – 21 Nisan

| SORU                                                                                                                                                                                                                                                                    | YANIT                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Stoksuzluk sebebiyle tüketicilerin farklı markalar deniyorlar mı? Bu dönemde yeni markalar denemeye daha açık hale gelmişler diyebilir miyiz?                                                                                                                           | Marka tercihlerindeki öncelikli tercih "her zaman kullandığım marka olması" şeklinde belirtiliyor, bazı kategorilerde "markette bulduğum için aldım" deme eğilimi görece daha yüksek.                                                                                                                                                                          |
| Tüketicilerin açık pazarlardan alışveriş yapma davranışı nasıl değişti? hangi kategorilerde belirgin değişimler oldu?                                                                                                                                                   | Açık pazarlar küçülüyor.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| İçecek grubunda artışlarda kahve grubu ile spesifik bir bilgi var mıdır? Coffee Corner'ların kapalı olması tüketicileri kahve satış noktalarına yönlendirmekte midir?                                                                                                   | Kahvelerde genel olarak artış gözlemliyoruz.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Açık gıdaya yönelim yükselmeye başlamıştı ve bu tür konseptler "tazelik" "el yapımı" "doğal" gibi kavramlarla evlenmişti, moda haline dönmüştü. thirdway bakery ler artıyordu. pandemi sonrası bu trendlerde azalma paketli gıda da normal üstü artış bekliyor musunuz. | Evet, hem tedarik hem de tüketici tercihi anlamında açık ürünlerde bir daralma beklenebilir. Ya da hanelerde ev yapımı ürünler bir trend haline gelip bireyler daha çok ev yapımına ağırlık verebilirler. Bütün bu davranışları "Ya Sonra" raporumuzda irdeleyeceğiz.                                                                                          |
| Haftasonları sokağa çıkma yasağının düzenli hale gelmesi öngörüldüğünde 7 günlük alışverişin 5 güne düşmesi ve normal bir baza oturmasını mı öngörüyorsunuz yoksa stoklu alım devam edecek mi? normalde haftasonu olan yeni bulk alışveriş günleri hangi günler olacak? | Hafta sonu sokağa çıkma yasakları özellikle Cuma günleri alışverişinde artışa neden olmuş gözüküyor. Bu konudaki özet bilgiye buradan ulaşabilirsiniz. <a href="https://www.ipsos.com/tr-tr/hafta-sonu-sokaga-cikma-yasagi-cuma-gunleri-alisverisi-etkiliyor">https://www.ipsos.com/tr-tr/hafta-sonu-sokaga-cikma-yasagi-cuma-gunleri-alisverisi-etkiliyor</a> |

# BE SURE. ACT SMARTER.

**GAME CHANGERS**  
**IPSOS.COM**

© 2020 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.

