

İŞARETLER

21.Sayı

23 Şubat 2021

GAME CHANGERS



GİRİŞ – İŞARETLER 21.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 YAYINININ 21.SAYISINDA NELERİ BULACAKSINIZ?

KORONAVİRÜS SALGINI VE TOPLUM ARAŞTIRMASI: 44. DÖNEM SONUÇLARI

Koronavirüs Salgını ve Toplum araştırmamızın 44. döneminde; vatandaşların salgınla beraber İnternet kullanımları, görüntülü görüşmeler, dijital alışverişleri izlendi. Ayrıca; zorunlu olmayan ihtiyaçlar için dışarı çıkma trendine bakıldı.

2025 VE SONRASI NASIL ŞEKİLLENECEK?

Shaping 2025 & Beyond Raporu, şirketlere, hükümetlere ve topluma geleceğe bakmaları için bir dürbün sunuyor ve gelecek beş yıla dönük stratejilerini oluşturmalarına yardımcı oluyor.

DEĞİŞEN TÜKETİCİ DÜNYASINDA BAŞARILI İNOVASYON TESTLERİNİN SIRRI

Veri tabanı analizleri ile tespit ettiğimiz ambalajlı ürünlere yönelik değişen tüketici tepkilerini ve bunların ışığında inovasyon testlerinde dikkate alınması gereken gerçekleri bu makalemizde ele alıyoruz.

PANDEMİNİN DİYETE VE SAĞLIĞA OLAN ETKİLERİ

Türkiye dahil 30 ülkede gerçekleştirilen araştırmamıza göre; küresel olarak her üç kişiden biri pandemi döneminde kilo aldığını belirtiyor.

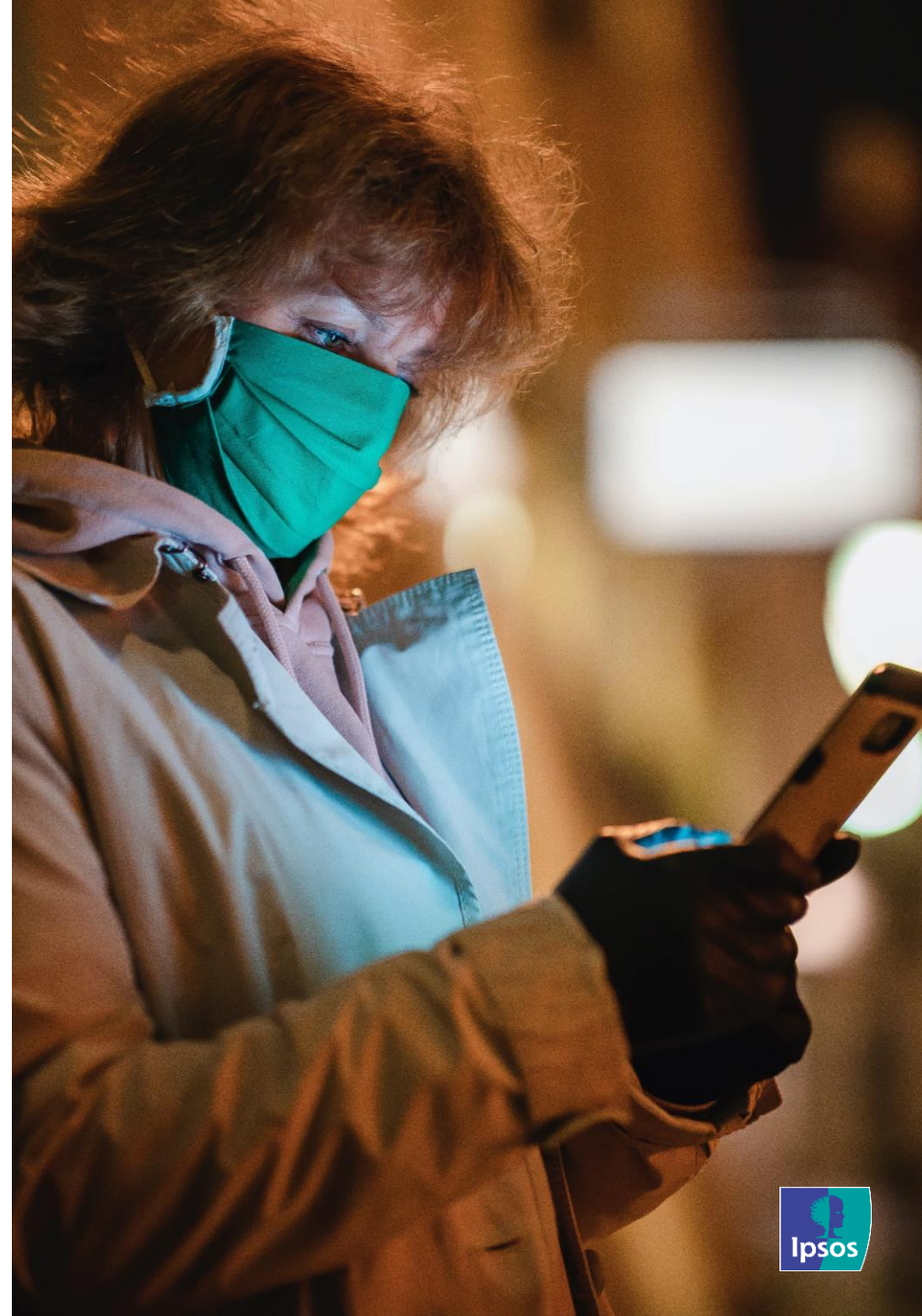
KORONAVİRÜS SALGINI VE TOPLUM ARAŞTIRMASI: 44. DÖNEM SONUÇLARI

Özet

Ülkemizde gerçekleştirdiğimiz Koronavirüs Salgını ve Toplum Araştırmamızın 44.dönem verilerine göre;

- Toplumun neredeyse yarısı (%46) internetsiz bir hayatı düşünemiyor. Bu oran yükseköğretim mezunları arasında daha yüksek (%57).
- Vatandaşların yarısı salgın başladığından bu yana genel olarak internet kullanımlarının ciddi derecede arttığını ifade ederken (%50), dörtte birinin ise internet kullanımı kısmen artış göstermiş (%28).
- Zorunlu olmayan ihtiyaçlar için dışarı çıkanların oranı, Ocak başından bu yana 7 puanlık bir artışla %38 olarak gerçekleşti.

YAZININ TAMAMI İÇİN



DEĞİŞEN TÜKETİCİ DÜNYASINDA BAŞARILI İNOVASYON TESTLERİNİN SIRRI

Özet

Yeni ürün başarısını etkileyen çok sayıda ve iç içe geçmiş değişken varken sistematik yeni ürün geliştirme sürecine sahip firmalar lansmanlarının başarı şansını artırıyor. İnovasyon veri tabanları bu sistematik ölçümleme süreçlerinde tüketicilerin ürünlere yönelik beklentilerini gösteren en kritik baskı noktalarını belirlemenin yanı sıra beklentilerin zaman içinde değiştiğini de ortaya koyuyor.

Makalemizde; veri tabanı analizleri ile tespit ettiğimiz ambalajlı ürünlere yönelik değişen tüketici tepkilerini ve bunların ışığında inovasyon testlerinde dikkate alınması gereken gerçekleri ele alıyoruz.

YAZININ TAMAMI İÇİN





PANDEMİNİN DİYETE VE SAĞLIĞA OLAN ETKİLERİ

Özet

Türkiye dahil 30 ülkede gerçekleştirilen araştırmamıza göre; küresel olarak her üç kişiden biri pandemi döneminde kilo aldığını belirtiyor. Araştırmada ayrıca şu başlıklar öne çıkıyor:

- Kilo aldım diyenlerin ortalama 6.1kg aldığı belirtiliyor.
- Birçok kişi (%45) obezlik ve Covid-19'un zor geçirilmesi arasında bir bağlantı olduğunu düşünüyor.
- Covid-19'un muhtemelen zorlayıcı olan semptomlarını gidermek için çoğu kişi (%38) egzersiz yapmayı önemli buluyor.

YAZININ TAMAMI İÇİN



**BE
SURE.
ACT
SMARTER.**



@IpsosTurkiye

GAME CHANGERS

