

İŞARETLER

54. SAYI



Halet-i Ruhiye Magazin 1. Sayı: MANİFEST

Ipsos'un küresel ve yerel bilgi birikimini, farklı uzmanlık alanlarından gelen içgörülerle harmanlayan **Halet-i Ruhiye Magazin** ile her ay topluma ve insana dair yenilikçi ve dinamik bir pencere aralıyoruz.

Ipsos UU ekibimizin derinlemesine analizleri ve insanı merkeze alan bakış açısıyla zenginleşen Halet-i Ruhiye Magazin, üretken yapay zekâyı da işin içine katarak gündemi farklı bir perspektiften okumayı mümkün kılıyor.

Merak uyandıran hikayeler ve taze içgörülerle dolu **Halet-i Ruhiye Magazin**, ilk sayısı **"MANİFEST"** ile sizlerle!

Ipsos UU

Halet-i Ruhiye Magazin

Sayı 1: Manifest



Yazının tamamı için ▲

Türkiye’de Yaşayan Yabancıları Anlama Araştırması Raporumuz Hazır!

Bu araştırma ile Türkiye’deki yabancı nüfusun demografik yapısından günlük yaşamlarına, tüketim alışkanlıklarından marka tercihlerine farklı alanlara ışık tutuyoruz! **En az 1 yıldır** ülkemizde yaşamını sürdüren farklı milletlerden **1000 kişi** ile gerçekleştirdiğimiz bu araştırma, toplum içinde giderek daha fazla yer edinen bu kitlenin tutum, davranış ve alışkanlıklarını anlamana yardımcı olacak.

Detaylı bilgi almak veya raporu satın almak için yasemin.mutlulu@ipsos.com ile iletişime geçebilirsiniz.

Türkiye’de Yaşayan Yabancıları Anlama Araştırması

Yazının tamamı için ▲



Ev Sahibi Olmak ya da Olmamak

CEO'muz Sidar Gedik, "Ev Sahibi Olmak ya da Olmamak"

başlıklı makalesi Bloomberg Businessweek Türkiye için kaleme aldı.

Hem ev sahibi olmak hem de kiralari ödemek, Türkiye'de yaşayan bireyler için maddi boyutuyla da psikolojik olarak da zorlayıcı bir ortam oluşturuyor. Yakın gelecekte fiyatların düşeceğine dair umut da düşük; konut piyasasındaki bu belirsizlik, bireylerin gelecek planlarını yapmasını zorlaştırıyor."

Ev Sahibi Olmak ya da Olmamak



Yazının tamamı için ▲

Ülkemizde “Hakikaten” Sürdürülebilirlik Nabzı Atıyor mu?

Hakikaten’in bu bölümünde **CEO’muz Sidar Gedik**, **Bahçeşehir Üniversitesi İletişim Fakültesi’nden Prof. Dr. Haluk Gürgen** ve **Ipsos Türkiye’den Sezi Peynirci Bıçakhan’ı** konuk ediyor.

Podcast yayınında, sürdürülebilirlik kavramları ve bireylerin bu konudaki farklı davranışları üzerine bir tartışma gerçekleştiriliyor.



Yazının tamamı için ▲

2024'te Hızlı Tüketim Ürünleri Pazarı

Ipsos **Hane Paneli**'ne göre, 2024'te hanelerin hızlı tüketim ürünleri **alışveriş sıklığı arttı** ve tüketiciler her alışverişte **daha fazla harcama yaptı**. Atıştırmalık ve **içecek** gibi kategorilerde sadece fiyat artışları değil hanelerin daha fazla miktarda alım yapması da büyümeye katkı sağladı. **İndirim marketleri**, hızlı tüketim harcamalarından **en fazla pay alan kanal** olmaya devam etti.

2024'te Hızlı Tüketim Ürünleri Pazarı

Yazının tamamı için ▲

2024 E-Ticaret Pazarı Değerlendirmesi

Ipsos **E-Ticaret Paneli**'ne göre, 2024'te Türkiye'de online alışveriş harcamaları, geçen yıla göre **iki katına çıktı!** Alışveriş sıklığı arttı, ortalama **her 13 günde bir** alışveriş yapıldı. Hızlı tüketim ürünleri arasında **cilt bakım ürünleri**, en çok harcama yapılan kategori olmaya devam etti. Kampanyaların etkisiyle **Aralık**'ta online harcama arttı.

E-Ticaret Pazarı 2024 Değerlendirmesi



Yazının tamamı için ▲

Yatırımlar 'His ve Deneyimle' Değil Araştırmayla Yapılmalı

CEO'muz Sidar Gedik, "Yatırımlar 'his ve deneyimle' değil araştırmayla yapılmalı" başlıklı makalesi **Marketing Türkiye** için kaleme aldı.

"**Ipsos Gündeme Dair Araştırması** sonuçlarına göre Türkiye'de **her 10 kişiden 7'si** önümüzdeki dönemde enflasyonun düşmeyeceğine inanıyor. İşte tam da bu noktada araştırma sektörünün öneminden bahsetmek elzem. Bu mücadele süreci boyunca tüketicinin nabzını tutacak, güven seviyesini ölçecek, eğilimlerini, tercihlerini tespit edecek ve buradan hareketle markalara strateji üretecek olan araştırma sektörüdür."

"Yatırımlar 'his ve deneyimle' değil araştırmayla yapılmalı."

Sidar Gedik
Ipsos Türkiye CEO'su



Yazının tamamı için ▲

Alışveriş Yıllığı Webinarına Davetlisiniz!

Sizi 2024 yılına dair gözlemlerimizi uzmanlarımızın zengin yorumlarıyla canlı olarak sunacağı webinarımıza davet ediyoruz!

Araştırmada Yenilikler Konferansı kapsamında iş birliği yapacağımız **Payda Derneği**'ne **minimum 2.000 TL bağış yapmanızı rica ederiz**. Aşağıdaki hesap numarasından bağışınızı gerçekleştirerek dekontunuzu **ipsos.kurumsaliletisim@ipsos.com** adresimize ilettiğinizde katılım linkimizi sizinle paylaşacağız.

Hesap Sahibi: PAYDA DERNEĞİ / **Hesap Numarası:** 0645 - 0319946

Banka ve Şube: Akbank - Maslak

IBAN Numarası: TR03 0004 6006 4588 8000 3199 46

Açıklama: IPSOS Webinar 2025

Alışveriş Yıllığı 2024

