

İŞARETLER

55. SAYI



Ipsos Ramazan Dosyası

Her yıl olduğu gibi, **Gündeme Dair** araştırmamızda Ramazan ayı özelinde tüketici davranışlarının nasıl şekillendiğine yakından baktık.

Oruç tutma alışkanlıkları büyük ölçüde değişmedi, ancak Ramazan ayında giderlerin artacağına dair endişeler, geğen yıla kıyasla **daha yüksek**. Ekonomik nedenlerle Ramazan’a özel alışveriş yapmaktan çekinenler olsa da, alışveriş yapan veya yapmayı düşünen tüketicilerin en çok tercih edeceği kanal ise **indirim marketleri**.



Yazının tamamı için ▲

2024'te Türkiye'de Reklam Sektörü

2024'te Adwatch, online veri toplama yöntemiyle reklam hatırlanmasında çeşitliliği artırdı! **Dijital mecralar** ve **GRP** yatırımları, hatırlanmayı şekillendiren önemli faktörler oldu.

Özellikle **Yemek Sepeti**'nin yaratıcı kampanyaları, **Türk Telekom**'un milli duyguları tetikleyen reklamları ve **İş Bankası**'nın 100. yıl kutlaması, yılın en çok hatırlanan reklamları arasında!



Yazının tamamı için ▲

8 Mart Dünya Kadınlar Günü Dosyası

Ipsos'un 8 Mart Dünya Emekçi Kadınlar Günü için 30 ülkede 23 binden fazla kişi ile gerçekleştirdiği Global Advisor araştırmasına göre **her üç kişiden ikisi**, kadınlar ve erkekler arasında eşitliğin sağlanmasını önemli bulduğunu belirtiyor. Türkiye'de ise bu ifadeye katılanların oranı **%78**.

Türkiye'de gerçekleştirdiğimiz Gündeme Dair araştırması sonuçlarına göre her beş kişiden biri ülkemizde genel olarak kadınlara ve erkeklere eşit davranıldığını düşünüyor.



Yazının tamamı için ▲

Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Dair Tutumlar

CEO'muz Sıdar Gedik, **"Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Dair Tutumlar"** başlıklı makalesini **Marketing Türkiye** için kaleme aldı.

"Gerçek bir değişim yaratabilmek için hem iş hem de aile hayatında kadının yerine ve rolüne odaklanmak gerekiyor. Kadına yönelik şiddetle mücadele, ev içinde eşit iş bölümü, toplumsal yaşama ve karar alma süreçlerine eşit katılım, çocuklarda ve gençlerde eşitlik bilincinin güçlenmesi gibi birçok konunun ele alınması kritik."



Sıdar Gedik
Ipsos Türkiye CEO'su

Yazının tamamı için ▲

Halet-i Ruhiye Magazin 2. Sayı: KOLEKTİF ANTİDEPRESAN

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, ikinci sayısı **"KOLEKTİF ANTİDEPRESAN"** ile sizlerle!

Ipsos UU

Halet-i Ruhiye Magazin

Sayı 2: Kolektif Antidepresan

Yazının tamamı için ▲