



İŞARETLER

71. SAYI



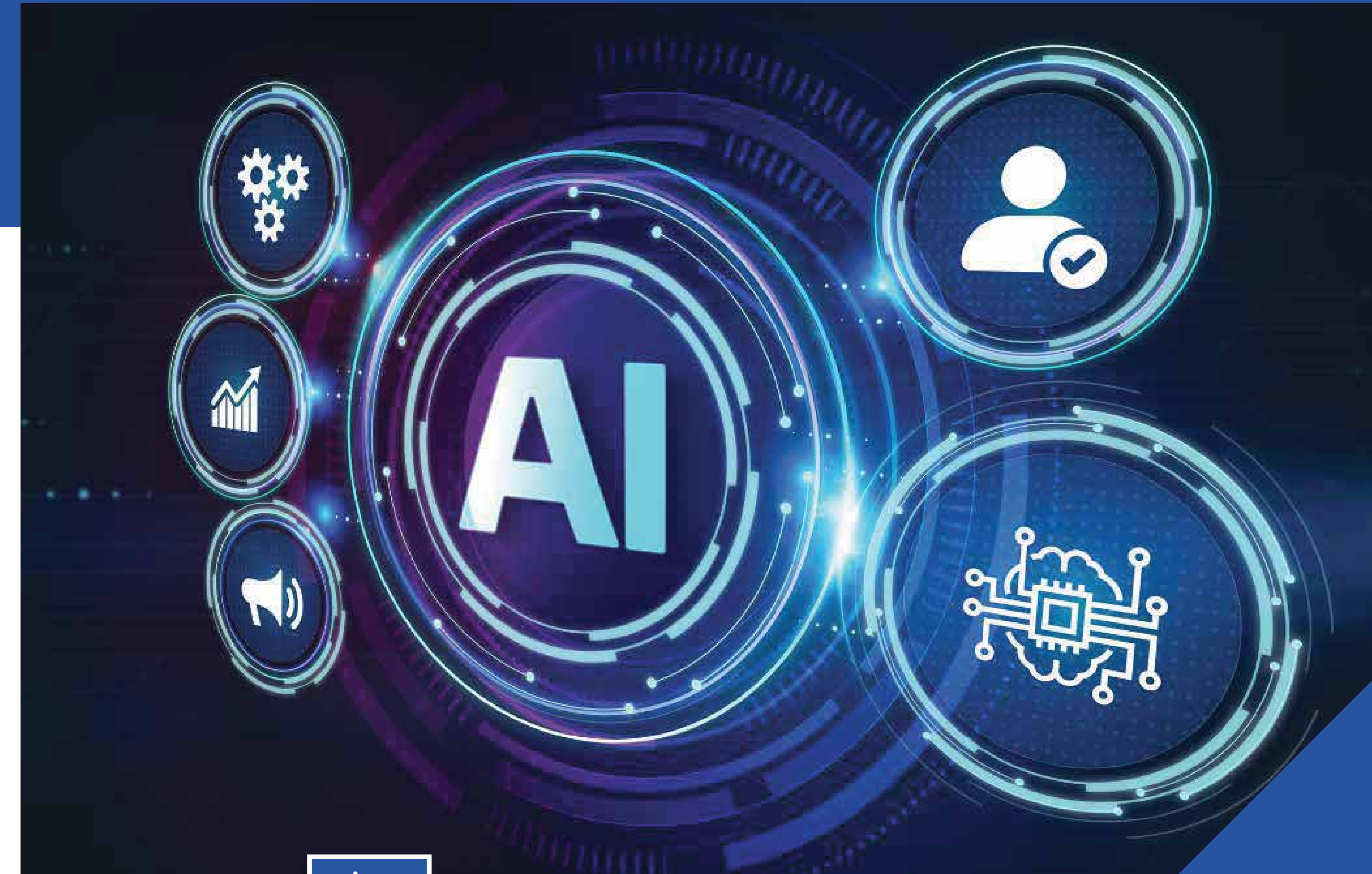
Ipsos AI Monitörü 2026

Yapay zekâ hayatımızı her geçen gün daha fazla dönüştürüyor. Kullanımı yaygınlaşıyor, üretken yapay zekâ daha fazla tanınıyor ve günlük yaşam üzerindeki etkisi giderek hissediliyor.

Ancak bu dönüşüm tek yönlü değil. Bir yanda sunduğu **fırsatlar** ve yarattığı **heyecan**, diğer yanda geleceğe dair **soru işaretleri** ve **endişeler** var. Türkiye’de yapay zekâya yönelik yaklaşım küresel ortalamaya göre daha olumlu olsa da, güven duygusunun tam anlamıyla oluşması için hâlâ bir yol var.

Ipsos AI Monitörü 2026 araştırmamızda, yapay zekâya yönelik algıları, beklentileri ve değişen eğilimleri mercek altına alıyoruz.

Detaylar için



CX Global Insights 2026

Bugün müşteriler yalnızca ürün veya hizmet satın almıyor; kendilerine sunulan deneyimi de değerlendiriyor. İyi bir deneyim sunan markalar ise tercih edilme konusunda önemli bir avantaj elde ediyor.

CX Global Insights 2026, 23 ülkeden ve 16 sektörden elde edilen global benchmark verilerini, **Türkiye**'ye özel içgörülerle bir araya getirerek müşteri deneyiminin bugünkü dinamiklerini kapsamlı bir bakış açısıyla ortaya koyuyor.

Raporda;

- Türkiye'deki sektörler arası karşılaştırmalar ve Türkiye'nin global benchmarklar karşısındaki performansı,
- Marka tercihini ve tavsiyeyi şekillendiren temel faktörler,
- Duygusal bağın müşteri sadakatindeki rolü,
- Yapay zekâ destekli deneyimlere yönelik beklentiler ve daha fazlası yer alıyor.



Detaylar için



Bütünsel Sağlık Tüketicisinin Doğuşu

Sağlık anlayışı dönüşüyor. Artık odak noktası yalnızca hastalıkların tedavisi değil; **fiziksel**, **zihinsel** ve **duygusal** iyilik halini kapsayan bütünsel bir yaşam yaklaşımı.

Ipsos'un global araştırmaları da bu dönüşümü ortaya koyuyor. Türkiye'de **bireylerin %82'si** fiziksel ve zihinsel sağlığı için daha fazlasını yapması gerektiğini düşünüyor; **%67'si** ise zihinsel ve fiziksel sağlığın eşit derecede önemli olduğuna inanıyor.

Fiziksel ve ruhsal sağlığının birbirinden ayrı değerlendirilemeyeceği bu dönemde; ruh sağlığı endişelerinin küresel çapta en önemli sağlık gündemi haline gelmesi ve stresin günlük yaşamı derinden etkileyen bir deneyime dönüşmesi dikkat çekiyor.

Veriler ışığında; **stres**, **ruh sağlığı** ve **yaşam kalitesi** ekseninde şekillenen yeni beklentileri, tüketici davranışlarındaki dönüşümü ve sağlık ekosistemine yansımalarını değerlendirdik.



Detaylar için



Zorlu On Yıldan Endişe On Yılına

Jeopolitik gerilimler, ekonomik belirsizlikler ve yapay zekânın hızlandığı dönüşüm...

Bugünün dünyasında tüketicilerin kararlarını yalnızca fiyat ya da ürün kalitesi şekillendirmiyor. Güven, istikrar ve insan odaklı deneyimler her zamankinden daha belirleyici hâle geliyor.

CEO'muz Sidar Gedik, "Zorlu On Yıldan Endişe On Yılına" başlıklı makalesini Bloomberg Businessweek Türkiye için kaleme aldı



SİDAR GEDİK
Ipsos Türkiye CEO

Detaylar için



İşte Araştırma'nın İlk Bölümü Yayında!

İşte Araştırma YouTube serimizde, araştırma dünyasının gündemindeki konuları, veri odaklı içgörülerini ve tüketici davranışlarını Ipsos'ta alanında uzman isimlerle birlikte ele al

Serimizin ilk bölümünde konuğumuz **Ipsos Türkiye Tüketici Panelleri Liderimiz Pelin Halaçoğlu** oldu.

Panel Postası verilerinden hareketle, tüketici davranışlarında öne çıkan değişimleri ve bu değişimlerin markalar için ne anlama geldiğini birlikte değerlendirdik.



PELİN HALAÇOĞLU
Ipsos Türkiye
Tüketici Panelleri Lideri

Detaylar için



Ipsos Update Temmuz 2026

Ipsos'un dünya çapındaki araştırmalarından ve uzmanlıklarından derlenen haber ve makalelerin düzenli olarak yayınlandığı
Ipsos Update'in **Temmuz 2026** sayısı yayında!



Detaylar için

