

İŞARETLER

Koronavirüs Krizini
Anlamak

2.Sayı

1 Nisan 2020

GAME CHANGERS



GİRİŞ – İŞARETLER 2.SAYI

2020, řu ana kadar gelineen dönemde hiç şüphesiz ki Yeni Koronavirüs (COVID-19) salgını ile akıllarda kalacak bir yıl.

Salgın nedeni ile hkmetler, şirketler ve bireyler yakın zamanda benzeri görülmemiş bir dizi zorluğa yanıt vermek durumu ile karşı karşıyalar. Hkmetler, 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 kısa ve uzun vadede tutum ve davranış değişikliklerinin yaşanması bekleniyor.

Ipsos olarak 2.sayısını ürettiğimiz «İşaretler» yazı dizimizde; gerek ülkemizden gerekse diğer Ipsos ülkelerinden ekiplerin Koronavirüsle ilgili gerçekleştirdiği son araştırmalara ve analizlere yer vermeye devam ediyoruz. İlerleyen sayfalarda farklı konu başlıklarına dair ieriklerimize ulaşabilirsiniz.

Ipsos'un bu alandaki yayınlarına açılan bir kapı görevi gören bu dosyada, sizler için derlediğimiz kısa özetlere göz atıp sonra da dilerseviz «YAZININ TAMAMI İÇİN» ifadesine tıklayarak kapsamlı dökümana ulaşabilirsiniz.

İŞARETLER YAYINININ 2.SAYISINDA NELERİ BULACAKSINIZ?

GLOBAL ARAŞTIRMA: TOPLUM VE KORONAVİRÜS

Araştırmanın 5.dönem sonuçlarının basın bülteni içeriğini inceleyerek; farklı ülkelerde yaşayan vatandaşların salgının yayılmasını engellemek adına uygulanan politikalar hakkındaki görüşlerini öğrenebilirsiniz.

İTALYA'YI MERCEK ALTINA ALALIM: COVID-19 ZAMANINDA İTALYA

İtalya'da yaşayanlar, koronavirüs krizinin en yüksek seviyeye ulaşmış-ulaşmadığı konusunda ne düşünüyor? Duygusal açıdan kendilerini nasıl hissediyorlar?

SAĞLIK ÇALIŞANLARINDAN BİLDİRİYORUZ: DOKTORLARIN SESİ

Doktorlar; deneyimlerini, tedavi çalışmalarını ve görüşlerini paylaşıyorlar. Peki doktorlara göre en öncelikli konular neler?

TÜRKİYE'DE HANELERE GİREN ÜRÜNLERDE NE GİBİ DEĞİŞİKLİKLER OLDU?

Ipsos Hane Tüketim Paneli dijital hanelerinden akan kayıtlara göre salgının ikinci haftasında en çok büyüyen kategorilerin 3'ü atıştırmalık ürünler!

KRİZ DÖNEMLERİNDE İNOVASYON ARAŞTIRMALARI

Kriz dönemlerinde inovasyon araştırmalarına yaklaşımı ve krizlerin araştırma çıktılarına olası etkilerini merak ediyorsanız bu yazımızı inceleyin.

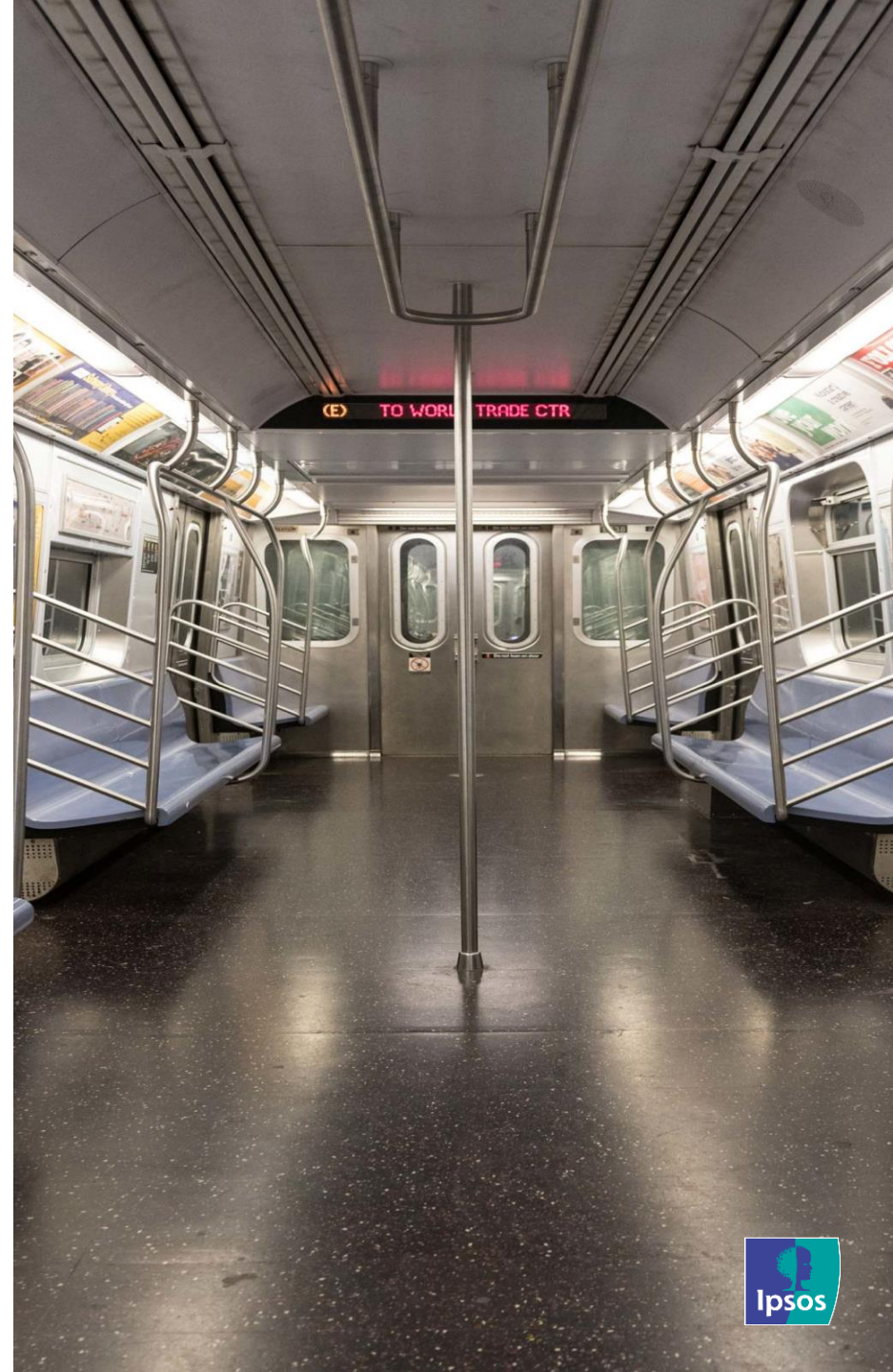
GLOBAL ARAşTIRMA: TOPLUM VE KORONAVİRÜS

Özet

14 ÷lkede yaklaşık 14.000 kişi ile online yöntemle gerçekleştirilen araştırmada, insanların COVID 19'un yayılmasını engellemek adına uygulanan politikaları nasıl yorumladıklarına mercek tuttuk.

- Pek çok büyük ÷lkede, görüş bildiren kişilerin yarısından fazlası seyahatle ilgili kısıtlamaların ve kendi kendini tecrit etme yönteminin koronavirüsün yayılmasını durdurmayacağını düşünüyor.
- Koronavirüsün, işleri açısından yüksek bir tehdit oluşturduğunu düşünenlerin sayısında belirgin bir artış söz konusu.
- Özellikle dört ÷lkede, salgından kaynaklanan enfeksiyonun sağlıkları üzerinde çok ciddi bir etkiye sahip olabileceğine inanan insan sayısında önemli bir sıçrama var.

[YAZININ TAMAMI İÇİN](#)



İTALYA'YI MERCEK ALTINA ALALIM: COVID-19 ZAMANINDA İTALYA

Özet

İtalya'da yaşayanlar, koronavirüs krizinin en yüksek seviyeye ulaşp-ulaşmadığı konusunda ne düşünüyor? Duygusal açıdan kendilerini nasıl hissediyorlar?

- %55'i, salgının henüz en yüksek seviyeye ulaşmadığını düşünüyor.
- %69'u kaygı ve endişe duyduğunu belirtiyor.
- %77'si kendilerinin veya ailelerinin/akrabalarının hastalığa yakalanmasından endişe ediyor.

[YAZININ TAMAMI İÇİN](#)



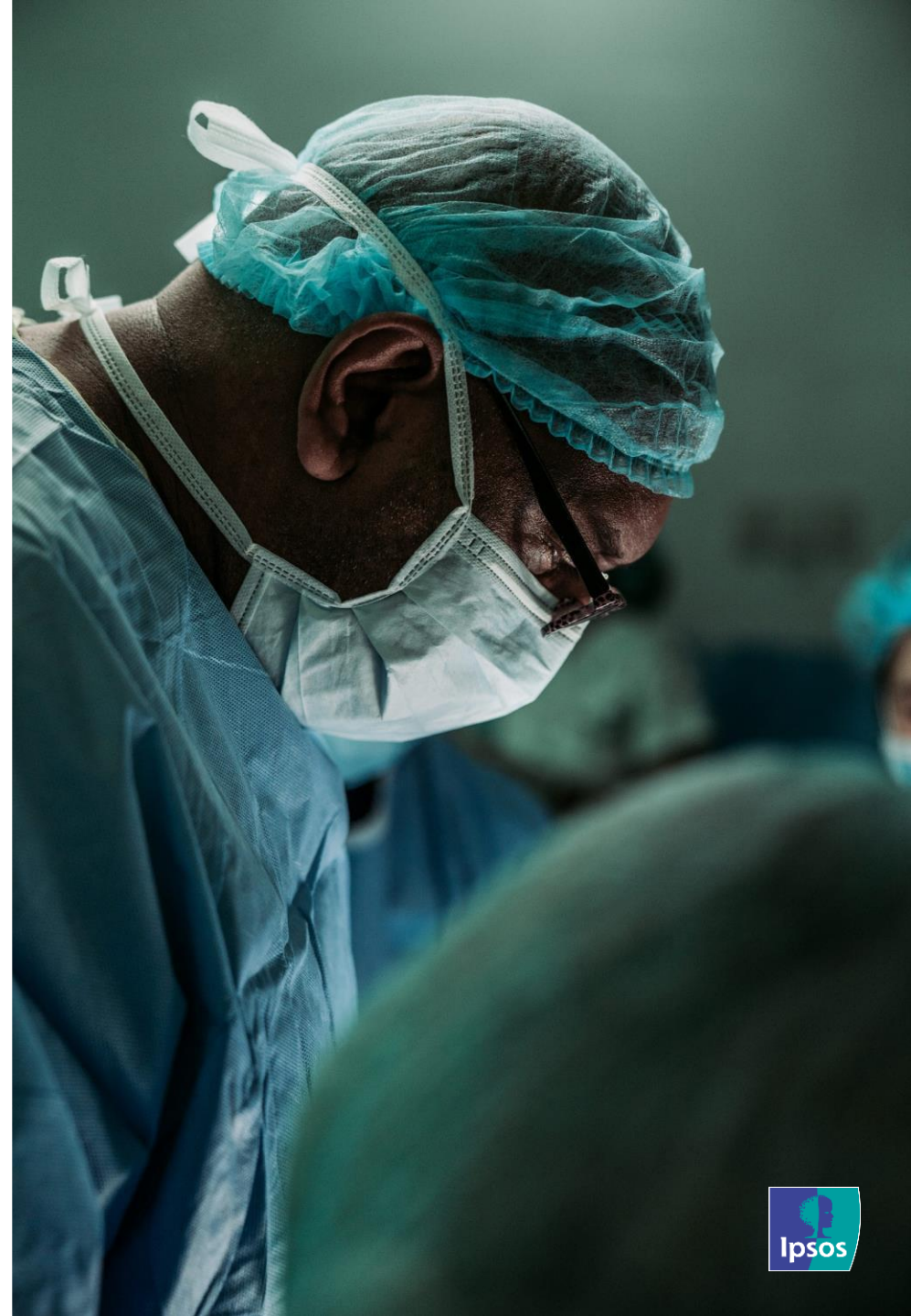
SAĞLIK ÇALIŞANLARINDAN BİLDİRİYORUZ: DOKTORLARIN SESİ

Özet

Doktorlar bu süreçte neleri tartışıyorlar? Doktorlara göre en öncelikli konular neler?

- Öncelikli olarak salgını detaylıca anlamamanın ve virüsü tanımanın gerekliliğini düşünüyorlar.
- Kamunun aldığı kararları eleştirebiliyorlar çünkü uygulanan politikaları henüz yetersiz buluyorlar.
- Kendilerini ve hastaneleri artması muhtemel vakalara karşı hazırlamaları gerektiğini düşünüyorlar.
- Yaşadıkları deneyimleri ve uyguladıkları tedavileri paylaşmanın önemini vurguluyorlar.

[YAZININ TAMAMI İÇİN](#)



TÜRKİYE'DE HANELERE GİREN ÜRÜNLERDE NE GİBİ DEĞİŞİKLİKLER OLDU?

Özet

Ipsos Hane Tüketim Paneli dijital hanelerinden akan kayıtlara göre salgının ikinci haftasında en çok büyüyen kategorilerin 3'ü atıştırmalık ürünler oldu.

- Haneler Sağlık Bakanlığının açıklamasından sonra zaruri ihtiyaçlarını marketlerden alırken ikinci hafta en çok büyüyen kategorilerin 3'ü atıştırmalık ürünler oldu.
- Eksiklerin tamamlandığı alışverişlerden sonra içecekler de sepete girmeye başladı.

[YAZININ TAMAMI İÇİN](#)



KRİZ DÖNEMLERİNDE İNOVASYON ARAŞTIRMALARI

Özet

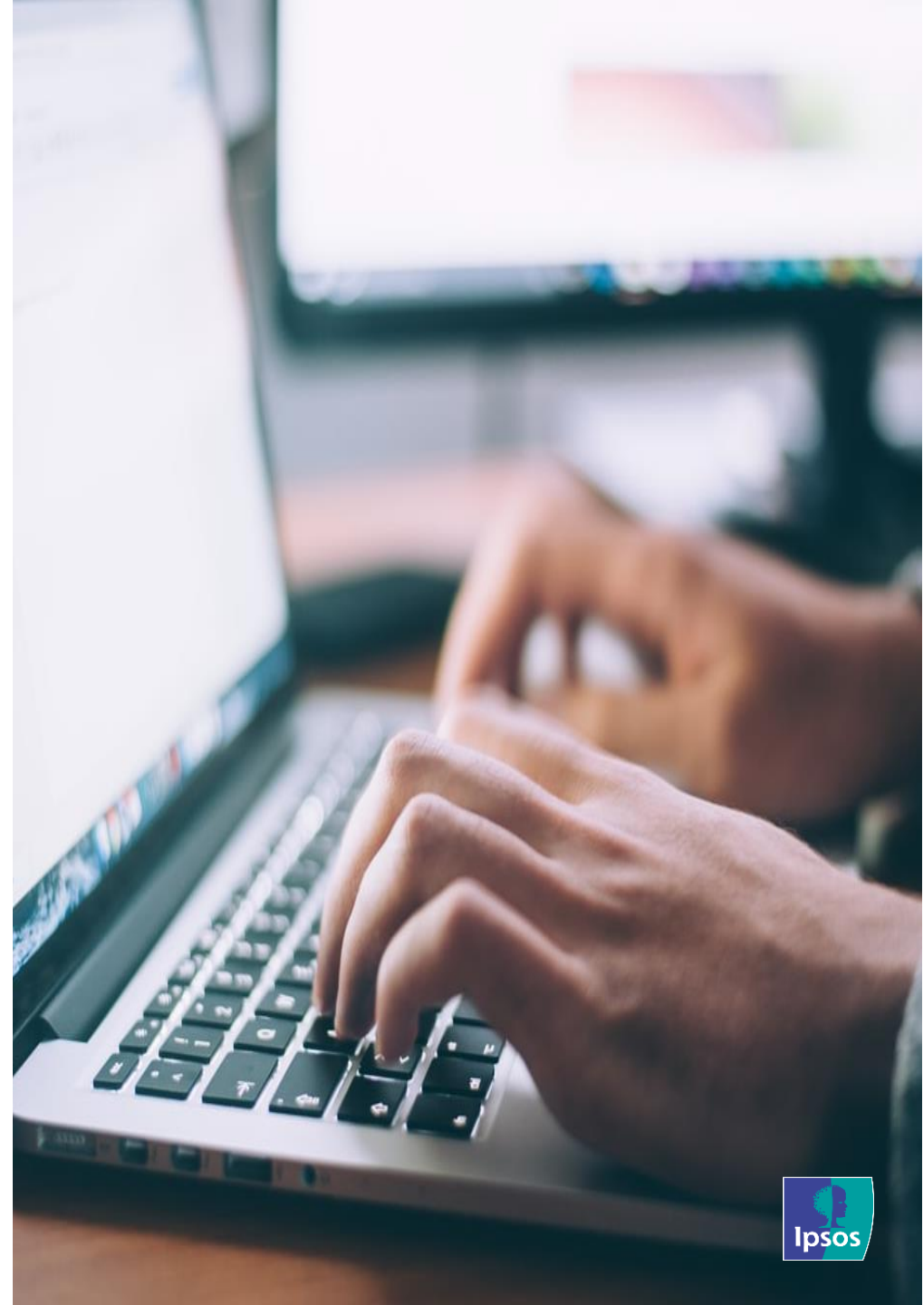
COVID-19 salgın dönemi, müşterilerimizin bizlere araştırmalarını devam ettirip ettirmeme konusunda fikir danıştığı eşi görülmemiş bir dönem.

Ipsos olarak, bu konudaki nihai kararın;

- ürün kategorisi,
- araştırma zamanlaması,
- aksiyon alınacak tarih (lansman tarihi) gibi

birçok faktörün göz önüne alınarak verilmesi gerektiğine inanıyoruz.

YAZININ TAMAMI İÇİN



BE SURE. ACT SMARTER.



@IpsosTurkiye

© 2020 Ipsos. Tüm hakları saklıdır. Ipsos'un telif hakları olan bilgileri içermektedir ve Ipsos'un ön yazılı izni olmadan paylaşılamaz, kopyalanamaz veya yeniden üretilemez.

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

GAME CHANGERS

