

İŞARETLER

20.Sayı

07 Ocak 2021

GAME CHANGERS



GİRİŞ – İŞARETLER 20.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 20.SAYISINDA NELERİ BULACAKSINIZ?

KORONAVİRÜS SALGINI VE TOPLUM ARAŞTIRMASI: 37. DÖNEM SONUÇLARI

Koronavirüs Salgını ve Toplum araştırmamızın 37. döneminde; aşı yaptırmayı düşünenlerin oranında bir değişim olup olmadığını araştırdık.

GÜÇLENEN ALIŞVERİŞÇİ & EVCİLLEŞEN ALIŞVERİŞ

Şu an hep birlikte, bu yıl yaşadığımız salgının da hızlandırıcı etkisiyle, alışverişi **evcilleştiriyoruz!** Nasıl mı? Gelin birlikte okuyalım.

COVID-19 SALGINI YILINDA MÜŞTERİ DENEYİMİ

Ipsos'un müşteri deneyimi ekiplerinde görev yapan uzman araştırmacılar ile gerçekleştirdiği araştırmanın sonuçlarına birlikte bakalım.

FARKLI BAŞLIKLARDA 2021 YILINA DAİR TAHMİNLER

31 ülkeden 23.000'den fazla katılımcıyla online yöntemle gerçekleştirdiğimiz çalışmada, vatandaşların 2021 yılına dair tahminlerini aldık.

OLAĞAN DIŞI BİR YILI TANIMLAMAYA YARDIMCI OLAN 8 TEMA

Kaotik ve olağan dışı bir dönemde, sekiz tema; insanların 2020'de birden fazla krize nasıl uyum sağladığı hakkında değerli ipuçları sunuyor.

KORONAVİRÜS SALGINI VE TOPLUM ARAŞTIRMASI: 37. DÖNEM SONUÇLARI

Özet

Ülkemizde gerçekleştirdiğimiz Koronavirüs Salgını ve Toplum Araştırmamızın 37.dönem verilerine göre;

- Aşı yaptırmayı düşünenlerin oranının %38'den tekrar %44 seviyesine yükseldiği belirlenmiştir.
- Bireylerin %19'u aşı hazır olduğunda hemen aşı olmayı düşünmektedir. %41'i ilk üç ay içinde aşı olacağını söylerken, toplumun beşte biri (%23) ise ne zaman aşı yaptıracağı konusunda henüz bir fikir beyan edememektedir.
- Ancak, toplumda ne kadar süre geçerse geçsin kesin bir şekilde aşı olmayı reddeden %14'lük bir kesim vardır.

YAZININ TAMAMI İÇİN



COVID-19 SALGINI YILINDA MÜŞTERİ DENEYİMİ

Özet

Ipsos'un müşteri deneyimi ekiplerinde görev yapan uzman araştırmacılar ile gerçekleştirdiği araştırmanın sonuçlarına birlikte bakalım.

2020 yılının Temmuz-Ağustos aylarında yapılan araştırmanın en önemli bulgusu;

- Müşteri deneyiminde rakiplerden daha iyi performans göstermenin önemli olduğunun ve deneyim iyileştirmelerinin finansal performansla doğrudan ilişkili olduğunun ortaya çıkmasıdır.

Gelin devamını yazımızın tamamından inceleyin...

YAZININ TAMAMI İÇİN



GÜÇLENEN ALIŞVERİŞÇİ & EVCİLLEŞEN ALIŞVERİŞ

Özet

“Market alışverişi”, günümüzde en temel ihtiyaçlarımızı karşılama yöntemimiz. Tüm davranışlar gibi market alışverişi davranışları da hayatın doğal akışında değişiyor.

Aslında alışverişin bu değişimi, yer yer “dönüşüm”ünde gördüğümüz ana hatlar, insanlığın var oluşundan bu yana geçerli, çok daha eski bir dönüşümle büyük benzerlik gösteriyor: Şu an Türkiye’de, belki de kar küresi kadar küçük bir ölçekte insanların avcı-toplayıcı dönemden yerleşik hayata geçişinin bir kesitine yaşayarak şahit oluyoruz!

Şu an hep birlikte, bu yıl yaşadığımız salgının da hızlandırıcı etkisiyle, alışverişi **evcilleştiriyoruz!**

YAZININ TAMAMI İÇİN



FARKLI BAŞLIKLARDA 2021 YILINA DAİR TAHMİNLER

Özet

31 ÷lkeden 23.000'den fazla katılımcıyla online yöntemle gerçekleştirdiğimiz çalışmada, vatandaşların 2021 yılına dair tahminlerini aldık. Konu başlıkları olarak aşağıdaki unsurları inceledik:

- Covid-19,
- Ekonomi,
- Toplum ve k÷lt÷r,
- Teknoloji,
- K÷resel tehditler,
- 2021 için genel beklentiler.

YAZININ TAMAMI İÇİN



OLAĞAN DIŞI BİR YILI TANIMLAMAYA YARDIMCI OLAN 8 TEMA

Özet

Söz konusu 8 temayı 2020 yılı için incelerken, 2021 yılı için bize neler katacağına da bakmanın faydalı olacağını düşünüyoruz:

Tüm olumsuzluklara rağmen 2020 yılı yine de insanların olumlu ve umut dolu bir bakış açısı geliştirmesini sağladı. Yakın tarihli Ipsos Fresh Lab Sendikal araştırmasına katılanların %91'inin; «tüketicilerin bir markadan ne istediğini / ne beklediğini dinlemenin»; «harika bir marka» olmaktan daha önemli olduğunu düşündüğü görülmüştür.

2021'de müşteriler dünyanın yeniden şekillendiğini görecekler. Markalar; tüketicilerin güvendikleri markalardan beklediği eylemlere ve yeniliklere rehberlik etmeye önem vermeliler.

YAZININ TAMAMI İÇİN



**BE
SURE.
ACT
SMARTER.**



@IpsosTurkiye

GAME CHANGERS

