

IPSOS DİJİTAL ÇÖZÜMLER

13.04.2020

GAME CHANGERS



ÖNCE «İNSAN SAĞLIĞI»

Sağlık boyutu başta olmak üzere sosyal ve ekonomik etkileri ile tarihe geçecek ve belki de düzeni değiştirecek bir dönem yaşıyoruz. Yeni Koronavirüs /COVID-19 salgını toplumda tutum ve davranış değişikliklerine neden olabilir, oluyor ve olacaktır.

Ne kadar süreceğini henüz kestiremediğimiz bu dönemde biz Ipsos olarak güvenli yöntemler ile yapacağımız bilimsel araştırmalar ile kamuoyunun ve tüketici davranışlarının nabzını tutuyoruz.

Kendimizi sürekli yenileyerek, geliştirerek ve içinde bulunduğumuz koşullara hızla adapte olarak sizlerin yanında olmaya devam ediyoruz.

Bu süreçte oldukça yoğun bir biçimde devreye aldığımız «Dijital Çözümlerimiz» hakkında hazırladığımız içeriğimizi keyifle okumanızı dileriz.



**DİJİTAL ÇÖZÜMLERİMİZ
SAYESİNDE,
SALGIN DÖNEMİNDE DE
BİLGİYE KESİNTİSİZ
ERİŞEBİLİRSİNİZ**

ONLINE İNOVASYON PANELİ

1

Online Inovasyon Paneli

İçinden geçmekte olduğumuz bu dönemde sizlere inovasyon araştırmalarınız için daha hızlı, esnek ve ekonomik online çözümler sunmak istiyoruz

Peki nedir bu inovasyon paneli?

Inovasyon paneli, mevcut online database'imizde bulunan görüşmeciler arasından özel olarak seçilmiş 500 kişiyi 1 ay boyunca tamamen inovasyon çalışmalarına katılacak şekilde rezerve ettiğimiz bir sistem. Bu kişiler gizlilikle ilgili tüm kısıtlamaları da kabul ediyorlar.

Ön Tarama yöntemi ile bir araya getirilmiş Online Inovasyon Paneli ile;

Sorularınıza
daha hızlı
cevap
alabilecek

Aynı ay içinde
aynı panelistler
ile çalışma
imkanı bulacak

Bu süreçte
tüketicilerin yeni
fikirlere/
ürünlere bakış
açısını yakından
takip
edebileceksiniz



NELER YAPILABİLİR?

**Konsept & Fikir & İddia
Testleri**



**Paket ve Raf
Testleri**



**Conjoint & Maxdiff
Çalışmaları**



Ürün Testleri

Ürün Testi çalışmalarında ürünler görüşmecilere kargo yoluyla gönderilecektir, görüşmecilerin ürünü tükettiğine dair teyit, fotoğraf yoluyla alınacaktır*



**İsim ve Logo
Testleri**



Ürün Testleri Nasıl Yapılıyor?



1

Öncelikle çalışmaya katılacak görüşmecileri tarama yöntemi ile belirliyoruz ve kendilerine ürünü göndereceğimizi söylüyoruz



2

Sizden, ürünleri kodlanmış bir şekilde, anlaşmalı olduğumuz kargo firmasına göndermenizi rica ediyoruz



3

Firma ürünleri bizim belirlediğimiz standartta paketliyor ve adreslere teslim ediyor



4

Görüşmeciler paketi aldığı anda bize onay mesajı atıyor



6

Tüm bu süreçlerden sonra ürün testi anketini kendilerine gönderiyoruz ve anketi doldurmalarını istiyoruz.

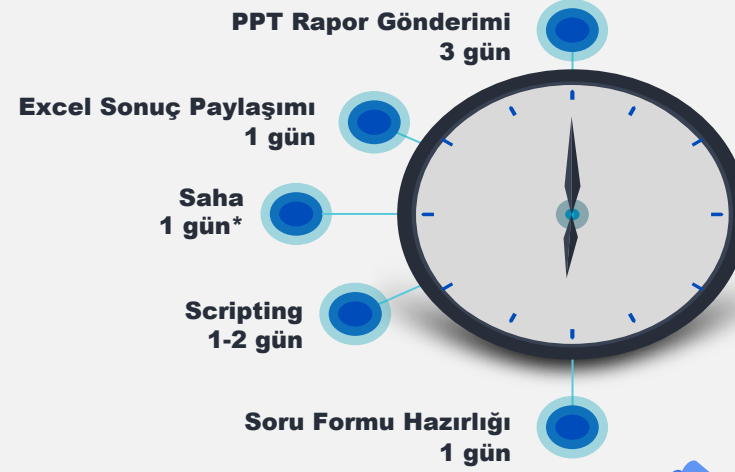


5



Ürünü kendilerine verilen talimatlar doğrultusunda tüketiyorlar ve bunu yaparken bize resim gönderiyorlar (eğer birden fazla ürün test edilecekse ürün kodlarına göre tüketilmesini ve buna göre değerlendirme yapılması gerektiğini baştan belirtmiş oluyoruz)

ZAMANLAMA



Görüşmecilere anket sırasında ayrıca ilgili kategoriye ilişkin tüketim davranışları da sorulacaktır. Kategoriyi reddeden kişilerle görüşme yapılmayacaktır.

Görüşmeciler panelde 1 ay kalacak ve 1 ayın sonunda tüm panel katılımcıları değiştirilecektir. Ay ortasında ayrılanların olması durumunda, ayrılan kişinin profilinde yeni katılımcı panele dahil edilecektir.

- İstanbul'da yaşayan
- ABC1C2 (ABC1 Ağırlıklı)
- 18-45 Yaş arası
- Ayda en az bir defa paketlenmiş gıda ve içecek tüketen
- Marka kararından sorumlu
- Kadın / Erkek
- 500 kişi



KATILIMCI PROFİLİ

*Gelecek dönemlerde katılımcı sayıları talebe göre arttırılabilir, gerekli olması durumunda datada ağırlıklandırma yapılabilir

(Detaylar için Asli.Altinel@Ipsos.com ve Gozde.Kucuk@Ipsos.com)



E-TİCARET PANELİ

2

Internet kullananların %54'ü ALIŞVERİŞ yapıyor!

Evet Diyenler Arasından Uzayımızı Belirledik →
4000 ÖRNEKLEM İLE YOLA ÇIKTIK



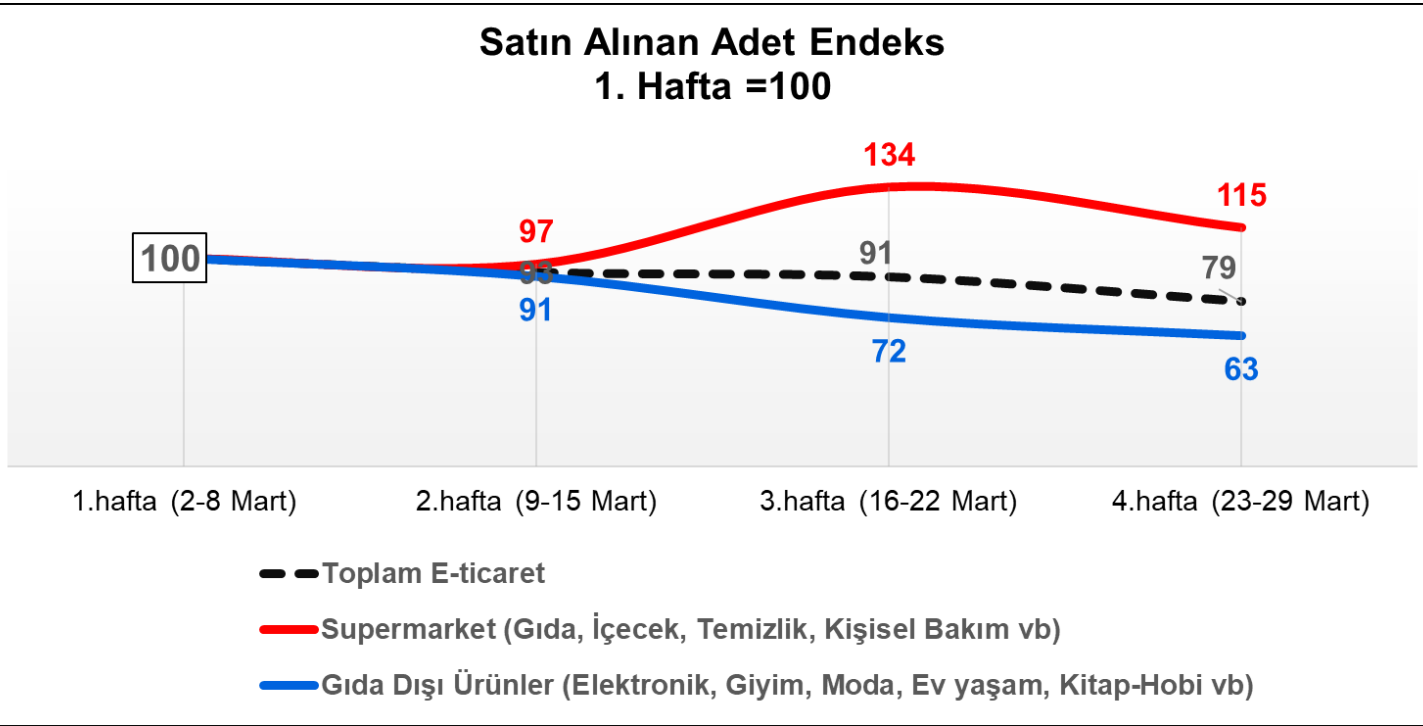
SES, Yaş, Cinsiyet, Bölge Açısından
Türkiye Temsili 4000 Kişi Seçtik

Ve Onlar İçin Tasarladığımız
Mobil Uygulamamız ile Yola
Çıktık

Bireyler Yaptıkları Alışverişleri Bu
Uygulamaya Girdiler..



E-Ticaret panelinde Koronavirüs etkisi nasıl oldu!!



Ipsos E-Ticaret Mart ayı sonuçlarına göre; Satın alınan adet bazında kayıtlara bakıldığında 16 Mart haftasında «Süpermarket» alışverişlerinin ciddi arttığını görüyoruz. Diğer alışverişler ise endeks olarak azalmakta.

Endekslere son hafta «Süpermarket» özelinde bakıldığında artış ivmesi azalıyor ama hala büyüme trendinde. Diğer alışverişlerde ise endeks düşmeye devam ediyor!

Toplam E-Ticaret satış adetinde «Süpermarket»'in payı %31'den %45'e kadar yükseldi.

E-Ticaret Paneli: Türkiye temsili internetten alışveriş yapan 16 yaş üstü 4000 birey ile online alışveriş dinamiklerini ölçümlüyor.

(Detaylar için Ceyhan.Demiray@Ipsos.com)

MEDIA4SIGHT DIGITAL

3

Hep tüketicilerimizin hayatlarını yakından takip etmek istiyoruz, onlara daha yakın olmak.

Tüketicilerimizin hayatları her gün biraz daha fazla dijitalleşiyor.

Ve her an tüketicilerimiz hayatlarını arkalarında dijital ayakizleri bırakarak yaşıyor.

Şimdi **IPSOS TÜKETİCİ PANELİ** ile;

Tüketicilerimizin **dijital ayakizlerini satın alım verileriyle birlikte** takip etme zamanı!



Media4Sight Digital Çalışması, haftalık olarak App ve Web ayrımında hanede alışverişten sorumlu 1000 kadından toplanan dijital ayakizlerini;

- Demografik kırılımlarda
 - SES,
 - Yaş,
 - Bölge ve
- Kategori kullanım yoğunluğu, marka kullanımı, marka değiştirme davranışı

gibi filtrelerle inceleyerek geri kazanma hedefiyle yaklaşılan markayı bırakanlar, penetrasyon kazanma odağındaki marka hedef kitlesi, kategori kullanımının ya da marka denemenin artırılmasının hedefleneceği kitleler gibi stratejik kitlelerde aksiyon planlama imkanı sunuyor.

(Detaylar için Pelin.Halacoglu@Ipsos.com ve Gulin.Eraydin@Ipsos.com)



BE SURE. ACT SMARTER.

Centrum Plaza A Blok Aydinevler Sanayi Cad. No:3
34854 Küçükyalı – İstanbul / TÜRKİYE

T : +90 [216] 587 1111
F : +90 [216] 417 6565
www.ipsos.com/tr-tr



@IpsosTurkiye

GAME CHANGERS

