

İŞARETLER

17.Sayı

19 Kasım 2020

GAME CHANGERS



GİRİŞ – İŞARETLER 17.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 17.SAYISINDA NELERİ BULACAKSINIZ?

KORONAVİRÜS SALGINI VE TOPLUM ARAŞTIRMASI: 30. DÖNEM SONUÇLARI

30.dönemini tamamladığımız araştırmamızda vatandaşların yakın veya uzak tanıdıklarından Covid-19 pozitif haberleri aldığını tespit ettik.

KRİZ DÖNEMİNDE İLETİŞİM: HABER TAKİPÇİLERİNİN İHTİYAÇLARI

Kriz döneminde birçoğumuz haberlerle olan ilişkimizi analiz etmeye ve haberlere harcadığımız zamanı sorgulamaya başladık.

İNGİLTERE'DE 2020 YILINDAKİ KUTLAMA GÜNLERİNE YÖNELİK ALGI

Bu sene İngilizlerin %85'i Noel'i, %66'sı ise yeni yılı kutlamayı umuyor. Söz konusu oranlar, geçmiş yıllardaki oranların gerisinde kalıyor.

PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN GÜCÜNE YENİ BİR SOLUK: BLACK FRIDAY

2020 yılındaki Black Friday geçmiş yıllara hiç benzemeyecek. Covid-19 etkisi altındaki bu alışveriş festivalinde tüketiciler nasıl davranır?

GÜNÜMÜZÜN VE GELECEĞİN ÇÖZÜM BEKLEYEN SORUNU: ATIKLAR

Atıklar, insanlığın karşılaştığı tek çevresel sorun değil elbette ama pazar araştırması tarafından ele alınmaya oldukça uygun bir konudur.

KORONAVİRÜS SALGINI VE TOPLUM ARAŞTIRMASI: 30. DÖNEM SONUÇLARI

Özet

Gerçekleştirdiğimiz «Koronavirüs Salgını ve Toplum» Araştırmasının 30. döneminde;

- Olması durumunda hafta sonu sokağa çıkma yasakları,
- Yakın ya da uzak tanıdıklarda vaka görülümü,
- Cafe, restoran gibi işletmelerin gece 22:00'den sonra kapatılması

konularında kamuoyunun nabzını tuttuk.

Gelin tüm bu konulara dair detaylı verilerimizi raporumuzdan inceleyelim.

YAZININ TAMAMI İÇİN



İNGİLTERE'DE 2020 YILINDAKİ KUTLAMA GÜNLERİNE YÖNELİK ALGI

Özet

Bu sene İngilizlerin %85'i Noel'i, %66'sı ise yeni yılı kutlamayı umuyor. Söz konusu oranlar, geçmiş yıllardaki oranların gerisinde kalıyor.

Katılımcıların dörtte birinden azı bu yıl Noel'de aile ve arkadaşlarını ziyaret etmeyi ümit ediyor, ancak bu oran normal kutlama zamanına kıyasla yarı yarıya azalmış durumda.

Normalde Noel'i evlerinin dışında kutlayan İngilizlerin sadece yarısı bu yıl aynı şeyi yapmayı bekliyor (%54).

YAZININ TAMAMI İÇİN



KRİZ DÖNEMİNDE İLETİŞİM: HABER TAKİPÇİLERİNİN İHTİYAÇLARI

Özet

Kriz döneminde birçoğumuz haberlerle olan ilişkimizi analiz etmeye ve haberlere harcadığımız zamanı sorgulamaya başladık.

Bu dinamik süreç, haber içerikleri ile ilişkimizi uzun vadede etkileyebilecek ve şekillendirebilecek karmaşık, incelikli ve hatta duygusal bir ilişki yarattı.

Haber markalarının faaliyet gösterdikleri bağlamı anlamaları ve hızla gelişen ihtiyaçları karşılamak için izleyicilerine yakın olmaları, her zamankinden daha gerekli hale geldi.

YAZININ TAMAMI İÇİN



PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN GÜCÜNE YENİ BİR SOLUK: BLACK FRIDAY

Özet

2020 yılındaki Black Friday geçmiş yıllara hiç benzemeyecek. Covid-19 etkisi altındaki bu alışveriş festivalinde tüketiciler nasıl davranır?

Geçmiş yıllarda gözlemlenen bazı başarılı uygulamalar bu sefer geçerli olmayacak. Bu yıl karantina uygulamaları veya erişim kısıtlamaları nedeniyle; «Black Friday»in ağırlık merkezi çevrimiçi kanal olacak.

Tüketicileri mağazalara çekmek, kalabalık çılgınlıkları kışkırtmak ve zamanla sınırlı-yalnızca mağazaya özel promosyonlar sunmak, 2020 yılının büyük kampanya hedefleri olarak öne çıkmayacaktır.

[YAZININ TAMAMI İÇİN](#)

*Thank
You for
Shopping
With us!*

(online)

GÜNÜMÜZÜN VE GELECEĞİN ÇÖZÜM BEKLEYEN SORUNU: ATIKLAR

Özet

Atıklar, insanlığın karşılaştığı tek çevresel sorun değil elbette ama pazar araştırması tarafından ele alınmaya oldukça uygun bir konudur.

Raporumuzda aşağıdaki sorulara yönelik yanıtları inceleyebilirsiniz:

- Markalar, daha sürdürülebilir bir dünyaya giden yolda liderlik etmeli mi?
- İnsanların daha az atık üretmesi için en etkili yol nedir?
- Daha az zaman kaybedersek, daha az israf edebilir miyiz?

YAZININ TAMAMI İÇİN



**BE
SURE.
ACT
SMARTER.**



@IpsosTurkiye

GAME CHANGERS

