

Basın Bülteni

6 Mayıs 2020

Naz Şakar
Pazarlama ve İletişim
Tel +902123680700
Faks +902123680799
naz.sakar@gfk.com

Her 2 kişiden biri alışverişlerini AVM yerine cadde mağazalarından yapacağını belirtiyor..

GfK, 14-20 Nisan 2020 tarihleri arasında, Türkiye temsili 12 bölgede, ABC1 SES grubuna mensup 18-55 yaş arası 800 tüketici ile online olarak gerçekleştirdiği araştırma kapsamında, Covid-19 salgını sonrasında tüketici davranışlarının nasıl değişeceğini sorguladı.

11 Mayıs'ta kuaförler, güzellik salonları ve AVM'ler tekrar açılacak. Peki tüketiciler gitmeyi tercih edecek mi?

Yaklaşık her 2 kişiden biri (%48) corona salgını sona erdiğinde saç boyası, kesimi gibi kuaför ihtiyaçlarını evde kendilerinin karşılayacağını belirtiyor. Özellikle bu konuda kadınların erkeklere göre daha hassas olduğu görülüyor. Kadınların %55'i evde kendilerinin karşılayacağını belirtirken erkeklerin %40'ı bu ifadeye katılıyor.

Yine her 2 kişiden biri (%52) alışverişlerini artık AVM içerisindeki mağazalardan değil cadde üzerindeki mağazalardan yapmayı tercih edeceğini belirtiyor. Bu oranın özellikle kadınlarda daha yüksek olduğu görülüyor. Kadınların %56'sı cadde mağazalarını tercih edeceğini belirtirken erkeklerde bu oran %47. Bu ifadeye katılmadığını belirtenlerin oranı yalnızca %15.

Restoranlar ve spor salonları açıldığında, kültürel aktiviteler başladığında ne olacak?

Her 3 tüketiciden ikisi (%67) Corona salgını sona erdiğinde restoranlara, cafelere ve barlara daha seyrek gideceklerini düşündüklerini belirtiyorlar.

Salgın bittikten sonra spor salonuna gitmek yerine online kanallara üye olarak evden spor yapmayı veya açık havada spor yapmayı tercih edenlerin oranı %58. Bunu tercih etmeyeceğini belirtenlerin oranı ise %16. Özellikle 18-24 yaş grubunda (%23) bunu tercih etmeyeceğini belirtenler 35-55 yaş grubuna (%13) oranla daha yüksek.

Tiyatro, sinema ve konser gibi kültürel aktivitelere fiziksel olarak katılmaktansa uzaktan erişim ile katılmayı tercih edeceklerini belirtenlerin oranı %51. SES grupları kırılımında incelendiğinde özellikle A SES grubundaki (%61) kişiler, B (%48) ve C1 (%51) SES gruplarına oranla bu seçeneği daha çok tercih edeceklerini söylüyorlar.

GfK

Veri taşması, bozulması ve veriyi kötüye kullanmanın olduğu dünyada, "gürültünün içindeki doğru sinyalin" çıkarılması kazanmanın anahtarıdır. GfK olarak, doğru iş kararları vermenize yardımcı olmak için veri ve bilimi birleştirme konusunda 85 yılı aşkın deneyime sahip güvenilir iş ortağıyız. Ayrıntılara ve ileri Artırılmış Zekaya verdiğimiz önemle birlikte, yalnızca açıklayıcı veriler değil, her zaman parmaklarınızın ucunda aksiyona dönük öneriler sağlayan birinci sınıf analitikler sunuyoruz. Bunun sonucunda, satış, organizasyon ve pazarlama etkinliğini artırmanıza yardımcı olacak önemli iş kararlarınızı güvenle verebilirsiniz. Bütün bunları size "Bilgiden Gelen Büyüme" vaat ediyoruz. Daha fazla bilgi için www.gfk.com adresini ziyaret edin ya da GfK'yı Twitter'da takip edin: <https://twitter.com/GfKTurkiye>