



Twentify ENFLASYON GÜNLÜKLERİ

fiyat algısı

değer arayışı

sosyalliğin bedeli

kötü hizmet

sadakat yolculuğu

yön bulma çabaları

duygusal etkiler

kolay para



5 KASIM 2024
ENFLASYON GÜNLÜKLERİ

yüksek fiyat = kalite

Birçok tüketici, yüksek fiyatlı ürünlerin daha üstün kalite ve dayanıklılık sunduğuna inanarak bu ürünleri tercih ediyor. Bu algı, genellikle erken yaşam derslerinden ve fiyat ile kaliteyi ilişkilendiren toplumsal normlardan kaynaklanıyor.



Twentify



Quals.ai

yüksek fiyat = kalite

“Pahalının daha iyi olduğu gibi bir algı çocukluğumdan beri var. Babam hep ucuz etin yahnisi yavan olur derdi.”

34 yaş, Kadın

“Kaliteli ürün almaya her zaman öncelik veririm, fiyatı ne olursa olsun kullanacağım bir ürün uzun süre dayanmalı.”

61 yaş, Kadın



Twentify



Quals.ai

kalite, dayanıklılık, güven...

Satın alma tercihleri ürün kalitesi, marka itibarı ve kişisel deneyimlere göre şekilleniyor. Karar süreci, uzun vadeli faydalar ve güvenilirliği değerlendirmeyi içeriyor.

Kalite ve marka itibarı uzun ömürlülük veya dayanıklılık ile eşleştiriliyor. Marka, vaatlerini uzun vadede tutarlı şekilde sağlıyorsa itibar kazanıyor.



Twentify



Quals.ai

kalite, dayanıklılık, güven...

“Ürün yüksek fiyatlıysa, firmanın kendini kabul ettiren bir firma olup olmadığına bakarım.”

55 yaş, Erkek

“Bazı ürünler görünümüyle, rengiyle, kalitesiyle ayrışıyor.”

53 yaş, Kadın



Twentify



Quals.ai

Yüksek fiyatlı ürünler satın almak, genellikle heyecan ve beklentiyle dolu bir duygu deneyimi olsa da, finansal etkileri konusunda tereddüt ve kaygı da yaratabiliyor. Duygusal tepkiler, ürünün algılanan gerekliliği ve değeri ile şekilleniyor.



“Kaliteli ürünün fiyatı konusunda kararsız kalıyorsunuz, çünkü pahalı oluyorlar.”

38 yaş, Kadın

“Satın almadan önce kararsız ve çelişkide hissediyorum.”

34 yaş, Kadın

“Pahalı bir ürünü almadan önce çok düşünüyorum, genellikle bütçemi zorluyor ama uzun vadede değeceğini umuyorum.”

33 yaş, Erkek



performans ve dayanıklılık

Satın alma sonrası tüketiciler, beklentiler karşılandığında tatmin yaşarken, finansal yükün haksız görüldüğü durumlarda pişmanlık duyabiliyorlar. Memnuniyet, ürünün performansı ve uzun ömürlülüğüne bağlı.



Twentify



Quals.ai

performans ve dayanıklılık

“Ürünü alıp kullanmaya başladıktan sonra almış olduğum haz duygusu memnuniyetimi arttırdı.”

39 yaş, Erkek

“Ürünü aldığımda mutluluk ve haz duyuyorum. Pahalı bir ürün tercih ettiğimde ödediğim paraya değerse pişmanlık duymuyorum.”

31 yaş, Erkek

“Aldığım ürünün performansı güzelse verdiğim paraya asla acımam.”

30 yaş, Kadın



Twentify



Quals.ai

Tüketiciler, verilen sözleri tutan ve kişisel değerlerle uyumlu markaları değerli buluyor. Bu da ekonomik değişimlere rağmen tekrar eden satın alımlara yol açıyor.



sözünü tutan marka

“Aldığım ürünün arıza vermemesi, uzun vadede kullanmış olmam ve kullandığım sürede arıza çıkarmamış olması ileride de o markayı tercih etmemi sağlıyor.”

45 yaş, Erkek

“Bir markanın müşteri hizmetleri hızlı ve etkili ise, bana verdiği sözleri tutuyorsa, o markaya güvenim artıyor ve sadakat gelişiyor.”

34 yaş, Kadın



Twentify



Quals.ai

İnsanlar satın alma kararlarında enerji verimliliği ve çevresel sürdürülebilirliğe giderek daha fazla değer veriyor.

Başlangıçtaki daha yüksek maliyetleri, uzun vadeli tasarruflar ve çevresel faydalar olarak görüyorlar.



“Enerji tasarrufu veya uzun vadede maliyet düşüşü için daha fazla ödeme yapma fikri benim için mükemmel.”

34 yaş, Erkek

“Enerji tasarrufu için yüksek fiyat öderim, çünkü bu uzun vadede tasarruf sağlayacaktır.”

55 yaş, Erkek

“Uzun vadede enerji tasarrufu sağlayacak ürünler, hem doğaya hem de cebime dost.”

61 yaş, Kadın



Tüketiciler, değişen ekonomik durumu ve marka vaatlerini değerlendirmeye devam ediyor. Satın alma alışkanlıkları kişisel ve çevresel sürdürülebilirlik, ürün ömrü ve maliyet arasındaki denge çevresinde şekilleniyor. Yüksek fiyatlı ürünler genellikle daha üstün kalite ve dayanıklılık algısı ile tercih ediliyor. Bu eğilim, erken yaşam dersleri ve toplumsal normlardan besleniyor. Karar verme süreci, duygusal ve ekonomik faktörlerin ve marka değeri ile karmaşık bir etkileşiminden ibaret.

Ekonomik kısıtlamalar, satın alma davranışında düzenlemeleri gerektirse de, tüketiciler kalite standartlarını korumaya çalışıyor. Kaliteli tercihlerin, sürdürülebilirliği ve enerji verimliliğini getireceğini bunun da uzun vadede kişisel faydayı ve yaşam kalitesini sağlayacağı düşüncesi hakim.

quality



daha fazlası için

twentyfy.com/enflasyongunlukleri

 Twentyfy
**ENFLASYON
GÜNLÜKLERİ**

fiyat algısı

değer arayışı

kart borcu

kötü hizmet

sadakat yolculuğu

yön bulma çabaları

duygusal etkiler

kolay para

CLOTH
for real life

ready to wear

5 KASIM 2024
ENFLASYON GÜNLÜKLERİ



 **Quals.ai**