



Twentify

ENFLASYON GÜNLÜKLERİ

fiyat algısı

dost markalar

sosyalliğin bedeli

kötü hizmet

sadakat yolculuğu

yön bulma çabaları

duygusal etkiler

kolay para

19 KASIM 2024
ENFLASYON GÜNLÜKLERİ



Quals.ai

iyi fiyat = dost marka

Enflasyonist dönemde tüketicilere destek veren markalar arasında en çok öne çıkanlar, uygun fiyat politikaları ve kampanyalarıyla dikkat çekiyor. Bu markalar, tüketicilerin bütçelerini daha etkin yönetmelerine imkân tanıyor ve böylece sadakatlerini artırıyorlar.



Twentify



Quals.ai

iyi fiyat = dost marka

“Tam ihtiyacım olan anda indirim, kupon, vb. sağlıyor. Uygun fiyatlı alışveriş yapmış oluyorum.”

45 yaş, Kadın

“Giyim konusunda hep uygun fiyat sunuyor, bu da tercih sebebi oluyor.”

35 yaş, Kadın



Twentify



Quals.ai



marketler, indirim marketleri...

İndirim marketleri ve bazı ulusal zincir marketler uygun fiyat ve avantaj sundukları için tüketicinin gözünde en destekleyici markalar.

Tüketicinin gözünde bazı giyim perakendecilerinin algısı da "giyim indirim marketi" gibi bir noktaya taşınmış durumda. Bu marka için önemli bir güç olsa da kategori dinamiklerinden ötürü risk taşıyor.



Twentify



Quals.ai

marketler, indirim marketleri...

"Kendi ismiyle çıkardığı ürünler kaliteli ve uygun fiyatlı."

41 yaşı, Erkek

"Daha düşük fiyatlı ürünler satarak alım gücünü olumlu etkiliyor."

34 yaşı, Erkek

"İndirim marketleri bu enflasyonist ortamda en önemli destekçimiz."

54 yaşı, Erkek



Twentify



Quals.ai

Kampanyalar ve indirimler, tüketicilerin markalara olan bağlılıklarını güçlendiriyor.

Özellikle belirgin fayda sağladığı tüketici tarafından hissedilen sadakat programları ve özel indirimler, tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarını kalıcı olarak etkiliyor.



“Bu sitenin sadakat programıyla
ücretsiz kargo fırsatım var.”

41 yaş, Kadın

“Giyim için mağazadan aldığım
kupon ve indirimlerle uygun fiyatlı
alışveriş yapıyorum.”

26 yaş, Kadın

“Hızlı market gönderimleri yapan
bu uygulamanın indirimli alışveriş
sunması sadakatimi artırıyor.”

45 yaş, Kadın



Enflasyon, tüketicilerin marka algısını önemli ölçüde etkiliyor. Fiyat artışlarını fırsat olarak gördüğü düşünölen markalar, tüketiciler tarafından daha az tercih ediliyor ve sadakat kaybı yaşıyorlar.



“Markalar enflasyonu fırsata çeviriyor, bu da soğumama neden oluyor.”

34 yaş, Erkek

“Fiyat artışları nedeniyle sadakat kayboluyor, daha ucuz markalara yöneliyoruz.”

50 yaş, Erkek

“Fırsatçılık şeklinde fiyat artışı yapan markalardan uzaklaşıyorum.”

41 yaş, Kadın



Yerli markaların, özellikle fiyat istikrarı ve yerli ürüne verdikleri destek ile tüketicilerin gönlünü kazandığı düşüncesi hakim. Bu markalar, tüketiciye **yerli üretimle ilgili gurur hissi** yaşıyor.



“Bu kadar kaliteli ürünlerin yerli ürün oluşu gurur verici.”

40 yaş, Erkek

“Yerli markalar şu ekonomik koşullarda bize destek olunca gurur duyuyorum.”

50 yaş, Kadın

“Yerli markalar, özellikle fiyatlarını artırmadığında bizim için çok değerli hale geliyor.”

51 yaş, Erkek



Markaların kriz yönetimindeki başarısı, tüketici algısını uzun vadede etkiliyor. Kriz dönemlerinde tutarlı ve şeffaf davranan markalar, tüketicinin güvenini kazanıyor.



“Kriz zamanında fiyatını artırmayan markalara güvenim artıyor.”

41 yaş, Kadın

“Karından fedakarlık edip tüketiciyi destekleyerek kriz yönetimi yapan markaların sadakat kazanma şansı yüksek.”

34 yaş, Kadın



Müşteri ilişkileri, tüketicinin markaya olan duygusal bağlılığını artırıyor. İyi bir müşteri hizmeti, tüketicinin markayla olan ilişkisini olumlu yönde etkiliyor.

Tüketici sorun yaşadığında ya da bilgi almak istediğinde karşısında gerçek bir kişi bulmak istiyor. Bu kişiye erişim hızlandıkça ve doğru şekilde destek aldıkça sadakat ve bağlılık artıyor.



“Müşteri destek hizmetleri güven duygumu pekiştiriyor.”

31 yaş, Erkek

“Müşteri memnuniyetine yönelik çabalar beni düşündüklerini hissettiriyor. Duygusal bir bağ oluşturuyor.”

22 yaş, Kadın

“Müşteri hizmetleri kaliteli olunca markaya güvenim artıyor.”

24 yaş, Erkek



Enflasyonist dönemde tüketiciler, belirgin ve inandırıcı şekilde uygun fiyat politikaları uygulayan ve kaliteli ürünler sunan markalara yöneliyor.

Tüketici güveni, fiyat istikrarı ve müşteri hizmetleri ile güçlenirken, sadakat programlarıyla sunulan belirgin faydalar uzun vadeli bağ oluşturuyor. Yerli markalar, özellikle yerli üretime verdikleri destek ile tüketicilerin gururunu okşuyor ve bağlılıklarını artırıyor. Kriz yönetiminde başarılı olan markalar, tüketici sadakatini ve güvenini kazanma şansını artırıyor.



daha fazlası için

twentyfy.com/enflasyongunlukleri

 Twentyfy
**ENFLASYON
GÜNLÜKLERİ**

fiyat algısı

dost markalar

kart borcu

kötü hizmet

sadakat yolculuğu

yön bulma çabaları

duygusal etkiler

kolay para

19 KASIM 2024
ENFLASYON GÜNLÜKLERİ



 **Quals.ai**