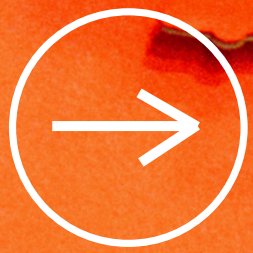




 Twentify
**ENFLASYON
GÜNLÜKLERİ**

fiyat algısı
sosyal fiyat
sosyalliğin bedeli
dost markalar
sadakat yolculuğu
yön bulma çabaları
duygusal etkiler
kolay para

26 KASIM 2022
ENFLASYON GÜNLÜKLERİ



fiyat algısı farklılıkları

Fiyat algısı, katılımcıların sosyal çevreleri ve ekonomik durumlarına göre değişiklik gösteriyor. Çoęu katılımcı, arkadaşlarının veya çevrelerinin kendilerinden farklı algılara sahip olduğunu belirtiyor.



Twentify



Quals.ai

fiyat algısı farklılıkları

“Arkadaşımın bir ürünü uygun fiyatlı bulması onun daha iyi bir ekonomik duruma sahip olmasından kaynaklanabilir.”

29 yaş, Kadın

“Çevrem fiyatlara adapte oldu, gelirleri benden daha fazla.”

47 yaş, Erkek



Twentify



Quals.ai

İnsanlar fiyat algıları yüzünden kendi gelirlerini sosyal çevreleriyle kıyaslama eğilimine giriyor. Sosyal çevreleri kendilerinin pahalı buldukları bir ürünü uygun fiyatlı olarak değerlendirdiğinde bu kişiler kendi gelirlerinin düşük olduğunu düşünüyorlar.



maddi durum kıyaslaması

“Arkadaşlarımın ekonomik durumu benden iyi diye düşünüyorum.”

36 yaş, Erkek

“Tek maaşla ev geçindiren bir insanım, dolayısıyla birçok ürün bana diğer insanlara geldiğinden daha pahalı geliyor.”

47 yaş, Erkek



Twentify



Quals.ai

Sosyal evre, katılımcıların harcama alışkanlıklarını ve ürün değerlendirmelerini etkileyebiliyor. Bazı katılımcılar, çevrelerinden etkilenerek harcama kararlarını değiştiriyor ya da sosyal çevrelerinden kopmaya başlıyor.



“Fiyat algımı değiştirdiklerini
düşünüyorum.”

19 yaş, Kadın

“Sosyal çevremden kopmaya
başladığımı hissediyorum.”

26 yaş, Kadın

“Arkadařarımla aramda ekonomik
farkların yarattığı mesafe,
sosyalleřme isteęimi de azaltıyor.”

36 yaş, Kadın



Sosyal çevrenin ürünlerin fiyatlarıyla ilgili algıları tüketicilerin zaman zaman içsel çatışmalar yaşamasına neden oluyor. Bu çatışma gelir seviyesinin gözden geçirilmesine, enflasyonun gerçek etkisinin anlaşılmasına ve ihtiyaca göre ürüne değer biçilmesine kadar birçok farkındalığı beraberinde getiriyor.



“İçsel çatışma yaşıyorum, bazen bas parayı al diyorum ama ay sonu zor geliyor. Herkes zengin bi ben mi fakirim? diyorum.”

32 yaş, Kadın

“Bazen neye ihtiyacım olduğunu gerçekten sorguluyorum ve kendimle çatışıyorum.”

27 yaş, Erkek

“Bazen bas parayı al diyorum ama sonra ay sonu zor geliyor.”

36 yaş, Kadın



Sosyal çevre, her yaş grubundan katılımcının harcama alışkanlıkları ve fiyat algıları üzerinde belirli bir etkiye sahip. Ancak, genç tüketiciler sosyal çevreden daha fazla etkilenme eğilimindeyken, yaşlı katılımcılar daha bağımsız davranma eğiliminde.



“Arkadaş çevremle daha fazla zaman geçirdikçe, algılarım onlara benzemeye başlıyor. Bu da bazen düşündüğümde daha fazla harcama yapmama neden oluyor.”

19 yaş, Kadın

“Çevrem fiyatlara adapte oldu, geliri daha fazla. Ben daha dikkatliyim, eskiden çıktığım sosyalleşmelere gidemiyorum. Daha önceki harcamalarımı azaltarak, kendi bütçemi korumaya çalışıyorum.”

47 yaş, Erkek



Sosyal evre ve özellikle yakın arkadaşların bir ürünün fiyatı üzerindeki yorumları tüketicilerin kararını etkiliyor gibi görünse de değerlendirmede en önemli kriter bütçe oluyor. Karar verme süreci kalite, uzun ömürlülük ve ihtiyaın önemi üzerinden killeniyor.



“Arkadaşlarım ucuz bulup al da dese,
bir ürünün değerini belirlerken, ne
kadar ihtiyacım olduğu ile orantılı
yorum yaparım.”

68 yaş, Kadın

“Fiyat performans açısından
belirliyorum ya da ihtiyacıma göre
şekilleniyor.”

36 yaş, Erkek



Tüketici fiyat algısını oturtmak, yapamadığı alışverişleri anlamlandırmak ya da yaptığı harcamaları meşrulaştırmak için sosyal destek arıyor. Sosyal çevrenin algısı her zaman beklendiği gibi olmadığından gelir durumuna dair özgüven kaybı, sosyal çevreden kopuş ve içsel çatışmalar ortaya çıkabiliyor. Yaşı daha ileri tüketici geçmiş tecrübeler sonucu daha sıkı durmaya çalışırken gençler bazen kontrolü kaybettiklerini belirtiyor. Sonuç olarak bütçeye uygun karar verilmediğinde yaşanan zorluklar acı bir gerçeklikle ayakları tekrar yere bastırıyor.



daha fazlası için

twentyfy.com/enflasyongunlukleri

 Twentyfy
**ENFLASYON
GÜNLÜKLERİ**

fiyat algısı

sosyal fiyat

kart borcu

dost markalar

sadakat yolculuğu

yön bulma çabaları

duygusal etkiler

kolay para

26 KASIM 2024
ENFLASYON GÜNLÜKLERİ



 **Quals.ai**