

BROSÜR TAKİP ARAŞTIRMASI

Tüketici broşürleri hala geleneksel yöntemler ile takip ediyor!

Dijital hayatımızın her alanında kendini git gide daha fazla hissettiriyor. Tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarını da dönüştürüyor. Fakat Roamler Türkiye mobil uygulaması üzerinden gerçekleştirilen “Broşür Takip Araştırması”na göre tüketiciler market broşürlerini hala geleneksel yöntemler ile takip ediyor.

Tüketicilerin büyük çoğunluğu market broşürlerini takip ettiğini söylerken broşür takibi yapanların %76’sı markete gittiğinde marketin broşürünü de alıyor. Kitlenin %63’ü kapısına gelen broşürleri de alıp incelerken internetten broşür araştırması yapanlar ise kitlenin %48’i. Bu yöntemler arasında en az tercih edilen %43 ile akıllı telefon uygulamaları üzerinden broşür takibi yapmak

%76

Insert takip ediyor.



%76



%63



%48



%43

Marketlerin akıllı telefon uygulamaları değil broşürleri takip ediliyor

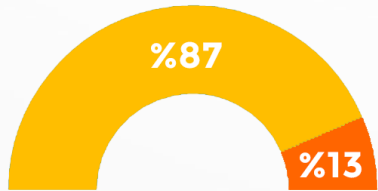
Birçok süpermarket ve marka mobilin yükselişini değerlendirerek mobil sadakat programlarını yürütüyor. Fakat indirimleri aktif şekilde takip eden araştırma kitlesi marketlerin mobil uygulamalarını takip etmiyor. Marketlerin akıllı telefon uygulamalarını takip edenlerin oranı %30 iken broşürleri takip edenlerin oranının %76 olması tüketici yönünde hala ibrenin geleneksel yöntemleri gösterdiğini işaret ediyor.

Ayrıca broşürleri takip etmek için en çok tercih edilen akıllı telefon uygulaması da “indirimler” adlı uygulama.

İndirimlerin paylaşımında WOM etkisi

Açık bir şekilde görülüyor ki bir indirim/promosyon gördüğümüzde bunu çevremizdekiler ile paylaşmak istiyoruz. Yani bir indirim haberi tüketici içerisinde kendi kendine yayılıyor. İndirim/promosyonu başkaları ile paylaşma yöntemlerine bakıldığında ise WOM (Word of Mouth) etkisi dikkat çekiyor. Tüketicilerin %61'i yüz yüze aktarımı indirimleri/promosyonları başkaları ile paylaşmanın en ideal yolu olarak görüyor. İndirimler konusunda bu sonuç da geleneksel yöntemlere bağlılığı net biçimde gösteriyor.

Marketlerde gördüğün indirim, promosyon ve aktiviteleri ailenle, arkadaşlarınla ve akrabalarınla paylaşıyor musun?

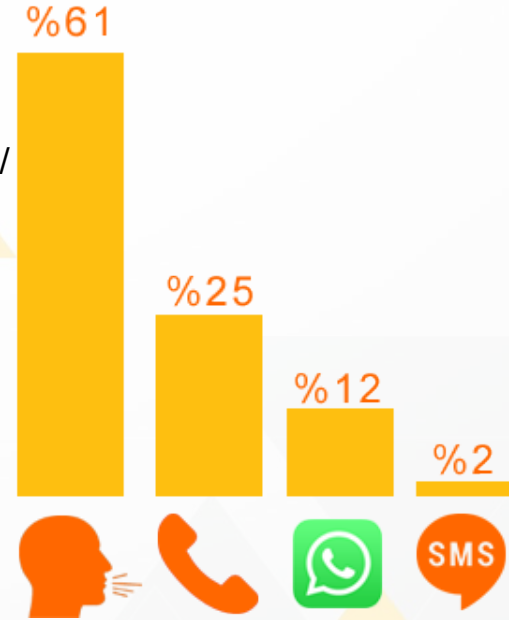


● Evet ● Hayır



■ Evet ■ Hayır

Akıllı telefon uygulaması takip oranları



İndirim takip edenlerin en çok tercih ettiği market BİM



Bu bilgilerin yanı sıra araştırma katılımcıların market tercihlerini de inceliyor. Katılımcılardan market listesi içerisinde düzenli olarak alışveriş yaptıkları marketleri seçmeleri istendiğinde en çok işaretlenen seçenek %68 ile BİM. BİM'in ardından %67 ile Migros gelirken en çok tercih edilen diğer 2 market BİM gibi indirim marketleri A101 (%59) ve Şok (%35).

Katılımcılardan en sık tercih ettikleri marketi seçmeleri istendiğinde ise sonuçlar biraz değişiyor. En sık tercih edilen Migros %24 ile en popüler cevap olurken BİM bu soruya verilen cevaplarda %18 ile ikinci sırada. Yine ilk 4 cevap bir önceki soru ile aynı olurken A101'i cevap olarak işaretleyenlerin oranı %12, Şok'un ise %8.

