

Tüketici Panorama



nielsen
.....



nielsen
.....

Tüketici Panorama

Ekim 2009

Confidential & Proprietary
Copyright © 2009 The Nielsen Company

Hızlı Tüketimden Göstergeler

- Krizde bakkal

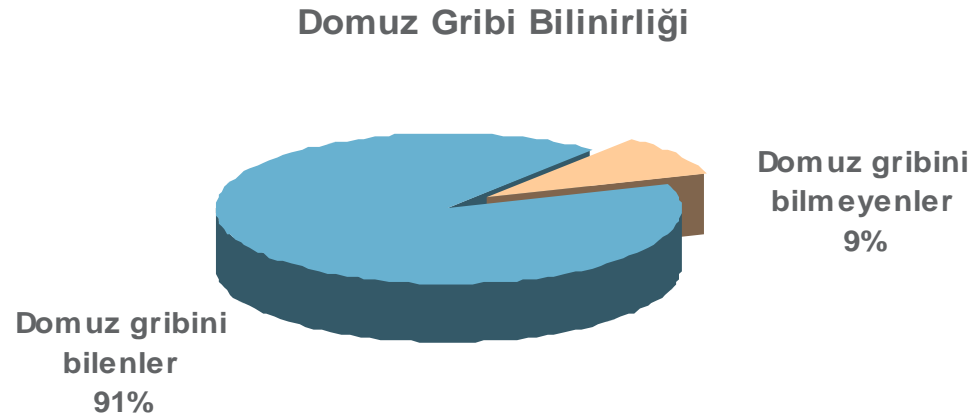
Derin Mevzu –Domuz Gribi

Domuz gribinden korkuyor aşı istiyoruz!

Nielsen'in Türkiye çapında gerçekleştirdiği araştırmanın sonuçlarına göre Türkiye'de domuz gribine ilişkin bir bilinç oluşmuş durumda. Kentli nüfusun büyük çoğunluğu domuz gribinden haberdarken, hastalığı bilenlerin üçte biri nasıl bulaştığının farkında değil.

Derin Mevzu –Domuz Gribi

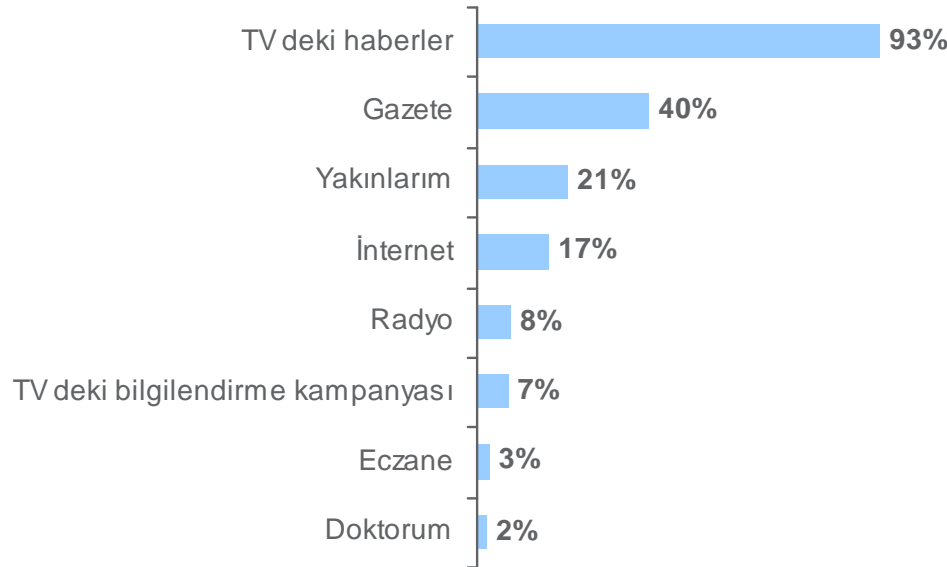
- “Şuanda mevcut olan, dünyada ilk kez Meksika ve ABD’de ortaya çıkan ve daha sonra pek çok ülkeye yayılmış olan salgın hastalık nedir?” diye sorulan **tüketicilerin %81’i “Domuz gribi”**, %4’ü ise “H1N1 virüsü” cevabını herhangi bir hatırlatma yapılmadan veriyor.
- Bu cevaplardan herhangi birini belirtmeyenlere “*Domuz gribini duyup duymadığı*” sorulduğunda ise domuz gribi bilinme oranı tüm tüketiciler nezdinde %91’e yükseliyor. Geçtiğimiz sene gündemin en sıcak konularından olan **Kırım-Kongo Kanamalı Ateşi (Kene)** ise akıllara gelmiyor.



Derin Mevzu –Domuz Gribi

- Domuz gribini bilen tüketicilerin dörtte biri domuz gribine neden olan H1N1 virüsünü de herhangi bir hatırlatma olmaksızın ismen söyleyebiliyor. Domuz gribine ilişkin bilinci arttıran en önemli unsur **televizyondaki haberler (%93)**. %40'lık bir kesim *gazetelerden*, %21'lik bir kesim *yakınlarından*, %17'lik bir kesim ise *İnternet'ten* bilgi edindiğini belirtiyor. *Radyo* (%8) ve *TV'deki bilgilendirme kampanyası* (%7) etkisi daha düşük olan diğer kaynaklar. Ancak hatırlatma yapıldığında %38'lik bir kesim TV'deki bilgilendirme kampanyalarını hatırladığını söylüyor.

Domuz Gribi Bilgi Kaynakları

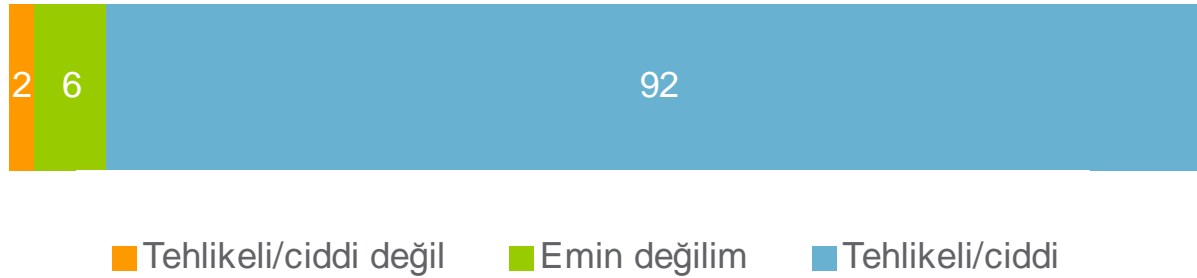


Derin Mevzu –Domuz Gribi

Domuz gribi ciddi ve ölümcül bir hastalık olarak görülüyor ve kentli halkı korkutuyor:

- Hastalığı bilen Türk tüketicilerinin %92'si hastalığı **tehlikeli ve ciddi**, %89'u ise **ölümcül** bir hastalık olarak görüyor; ancak aynı zamanda bu hastalığın **önlenebilir** (%91) olduğunu düşünüyorlar. Hastalığı bilenlerin %72'si **bu hastalığa yakalanmaktan korkuyor** ama %50'lik bir kesim de **“Türkiye’de domuz gribi olduğunu düşünmüyorum”** ifadesine katılıyor.

Domuz Gribinin Ciddi/Tehlikeli Bulunma Durumu

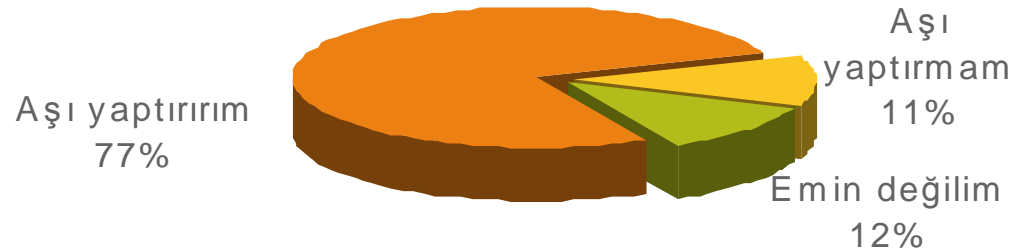


Derin Mevzu –Domuz Gribi

Domuz gribi korkusundan dolayı kentli halk aşıya sıcak bakıyor:

- Hastalığı bilenlerin dörtte üçünden fazlası (%77) domuz gribinden korunmak için bir aşı geliştirilirse bu aşığı yaptırmak isteyeceklerini belirtiyor. Bu oran Marmara, Karadeniz ve Doğu/Güneydoğu Anadolu bölgelerinde Ege, İç Anadolu ve Akdeniz bölgelerine kıyasla daha yüksek. Böyle bir aşığı yaptırmayı düşünmeyeceğini söyleyen %11'lik kesim ise sebep olarak “*gerek duymadıklarını, Türkiye’de domuz gribi olmadığını, kendisine bulaşacağını düşünmediğini, aşı ile korunmaya inanmadığını, aşılarla güvenmediğini veya aşı olmaktan korktuğunu*” belirtiyor.

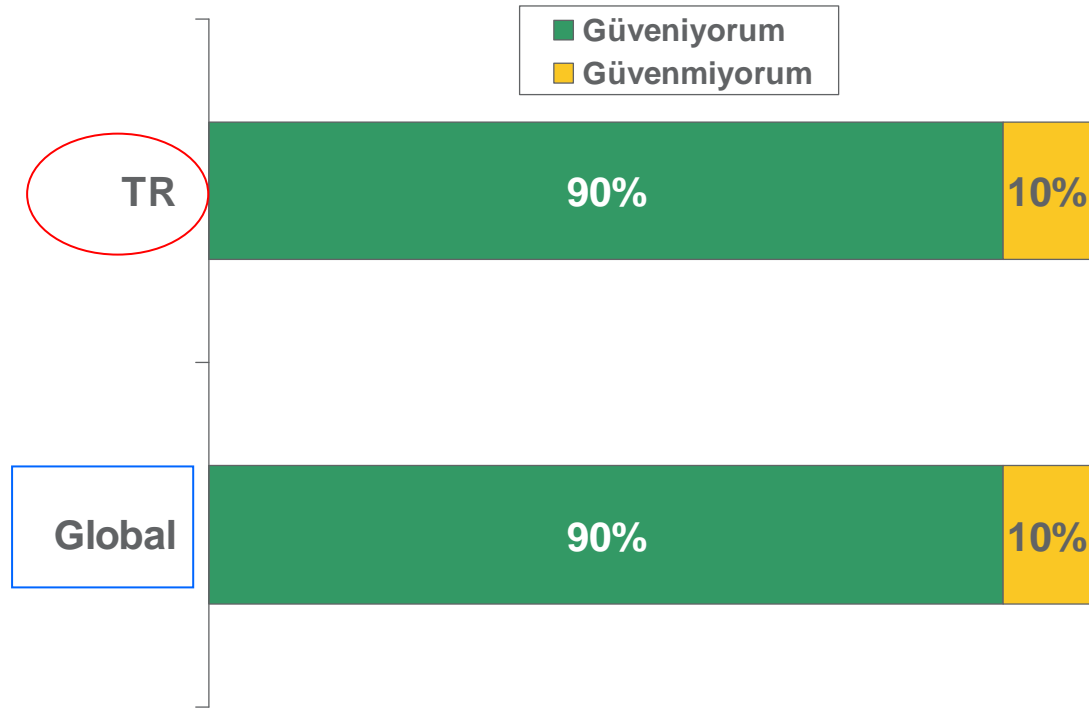
İleride Domuz Gribi Aşısı Yaptırma İhtimali



Dünyadan Veriler

Hangi reklam mecralarına güveniyoruz?

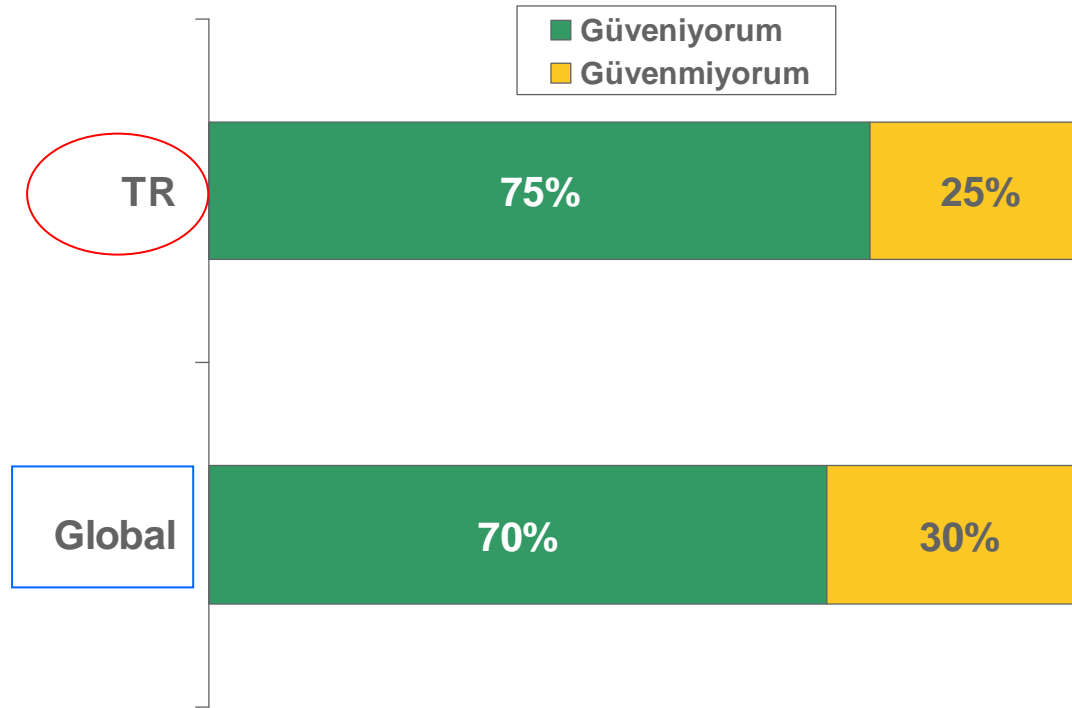
1. Sırada: Tanıdık Tavsiyesi



Dünyadan Veriler

Hangi reklam mecralarına güveniyoruz?

2. Sırada: İnternette paylaşılan görüşler



Dünyadan Veriler

Hangi reklam mecralarına güveniyoruz?

Gazeteler

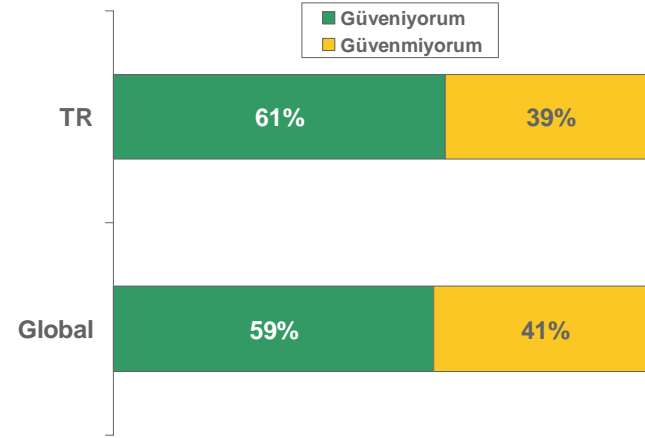
TV



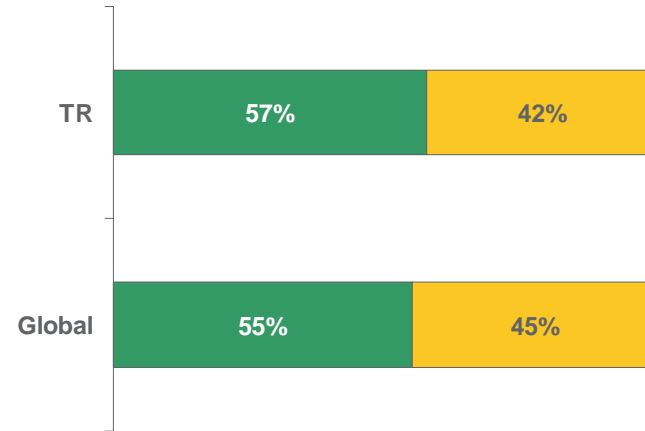
Dünyadan Veriler

Hangi reklam mecralarına güveniyoruz?

Dergiler



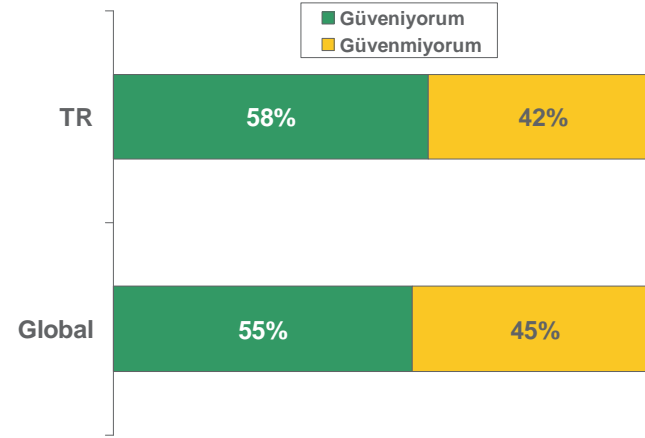
Açık hava



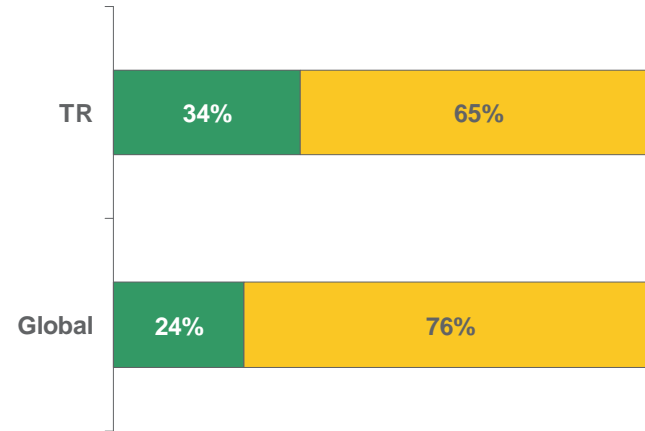
Dünyadan Veriler

Hangi reklam mecralarına güveniyoruz?

Radyo



Mobil Telefon



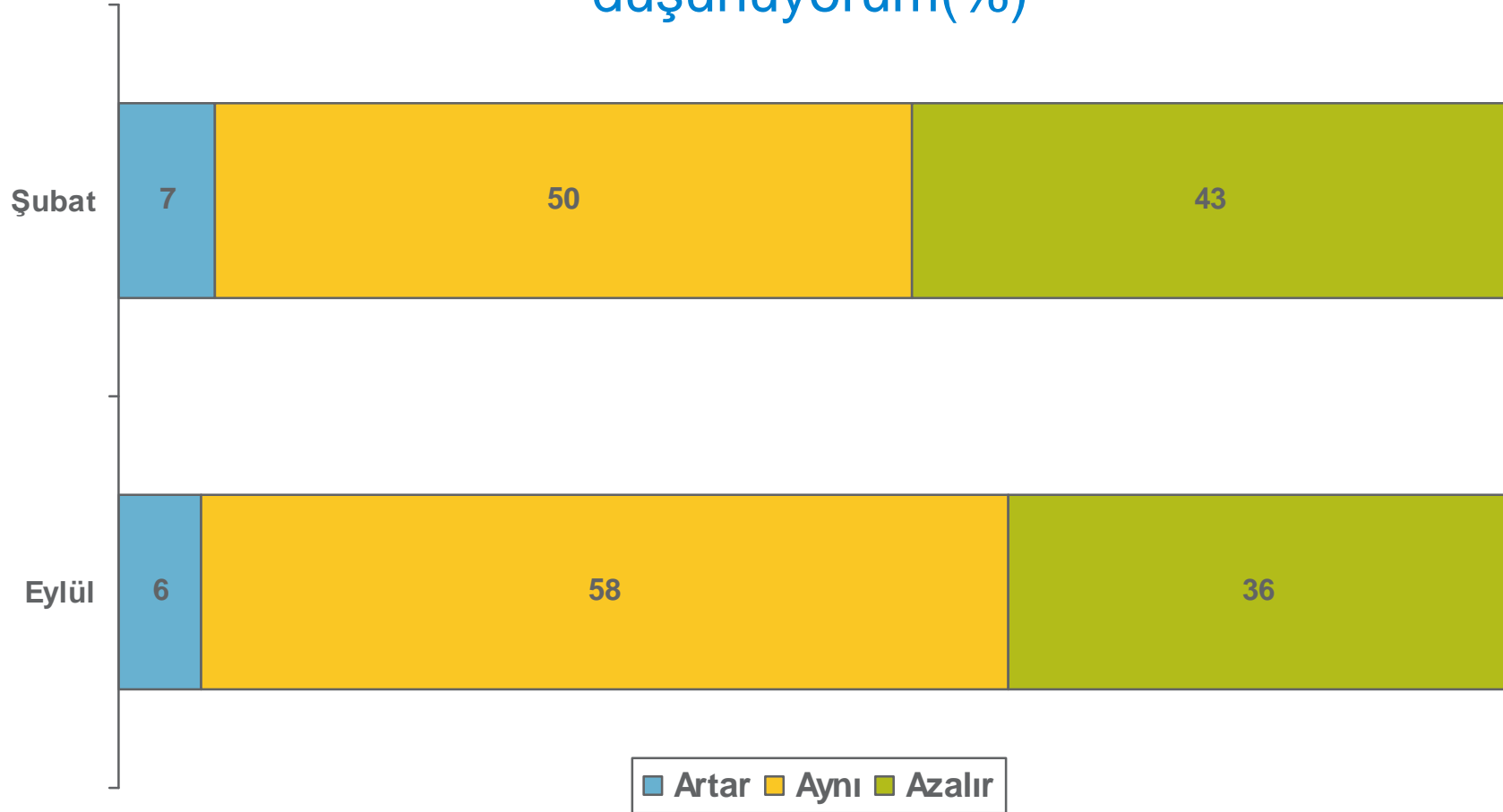
Geleneksel Kanalın (Bakkal, orta market, kuruyemişçi, benzin istasyonu, parfürmeri, eczane) Krizle ilgili görüşlerini araştırdık

- Şubat ayında ilk etabını düzenlediğimiz araştırmamızı Eylül ayında tekrarladık.
- Gördüğümüz başlıca değişimler:
- Satışlarınının (geçtiğimiz yıl aynı aya göre) düştüğünü belirten perakendecilerin oranı azaldı. Şubat ayına göre düşmekle birlikte bu oran yine de % 76'yı buluyor.

Geleneksel Kanalın Krizle ilgili görüşlerini araştırdık

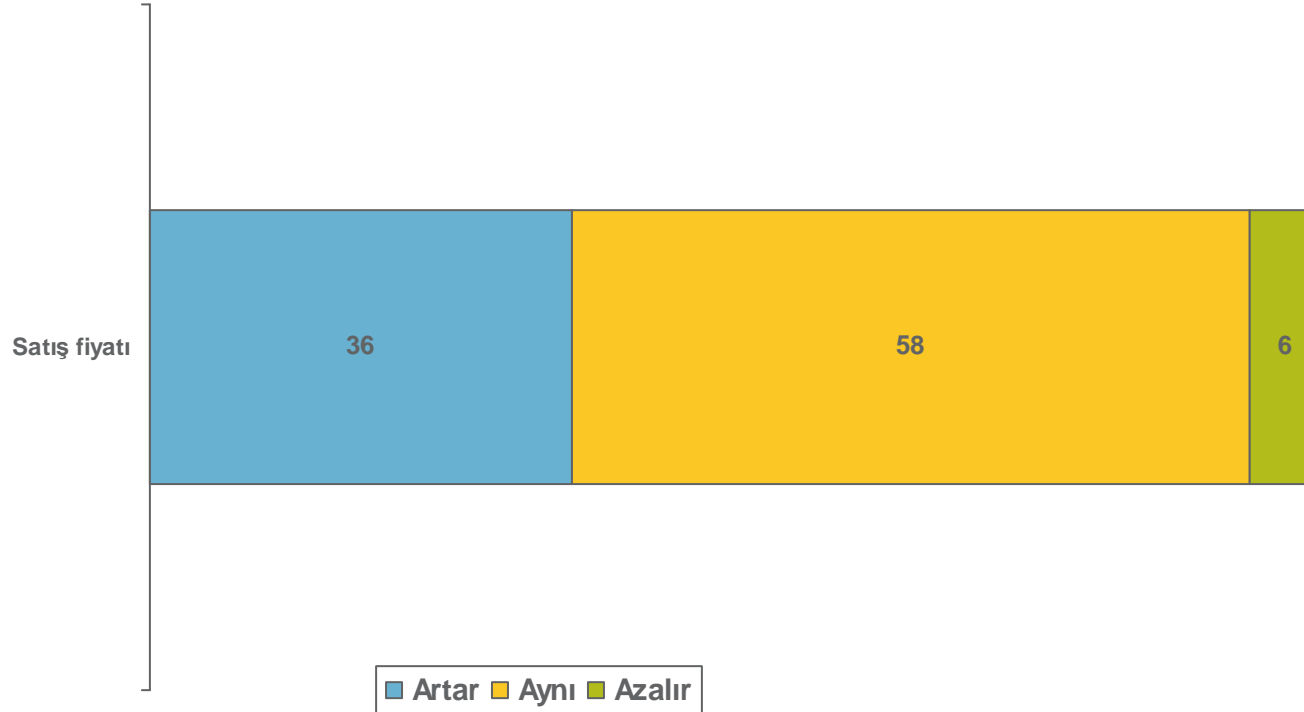
- **Gelecek 3 ayda Tedarikçilerden mal siparişlerini azaltacaklarını belirten perakendecilerin oranı düşüş gösteriyor.**
- **Geleneksel perakendecilerin çoğunluğu fiyat beklentisi açısından iyimser değil. % 36'sı gelecek 3 ayda satış fiyatlarının artacağını, %58'i de aynı kalacağını düşünüyor.**

Gelecek 3 aylık dönemde tedarikçi siparişlerimi azaltmayı düşünüyorum(%)



Nielsen Geleneksel Perakendeciler Araştırması Eylül 09

Gelecek 3 aylık dönemde fiyatların artacağını düşünüyorum(%)



Nielsen Geleneksel Perakendeciler Araştırması Eylül 09

- **Geleneksel perakendeciler krizle beraber müşterilerinin alışveriş alışkanlıklarında da değişim gözlemliyorlar. Geleneksel perakendecilerin %50'sinden fazlası müşterilerinin daha az sıklıkla alışverişe geldiklerini ve daha çok veresiye alışveriş talep ettiklerini belirtiyor.**

Son altı aylık dönemde müşterilerinizin alışveriş alışkanlıklarını gözlemlediğinizde geçerli olan ifadeler...(%)

