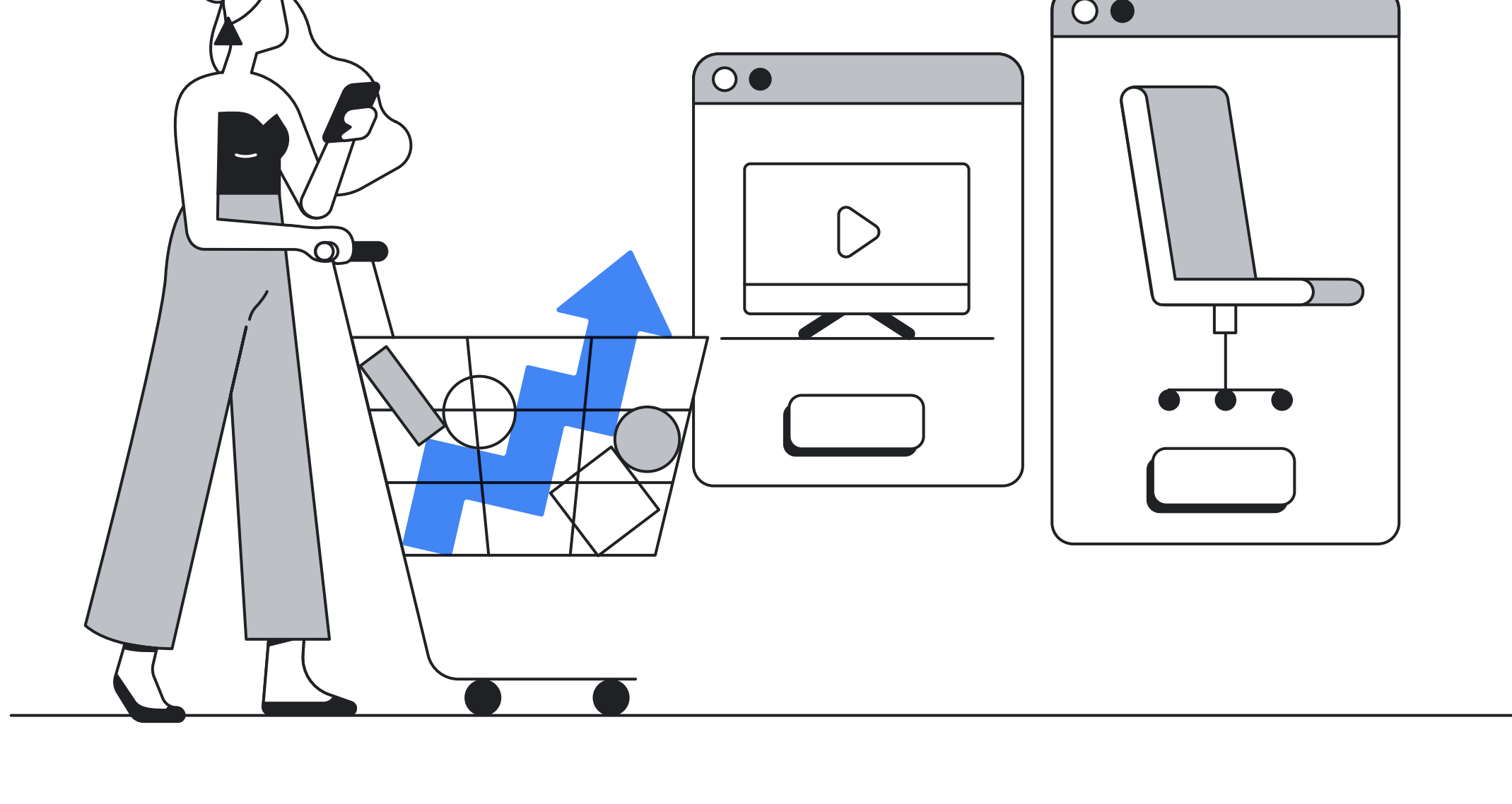


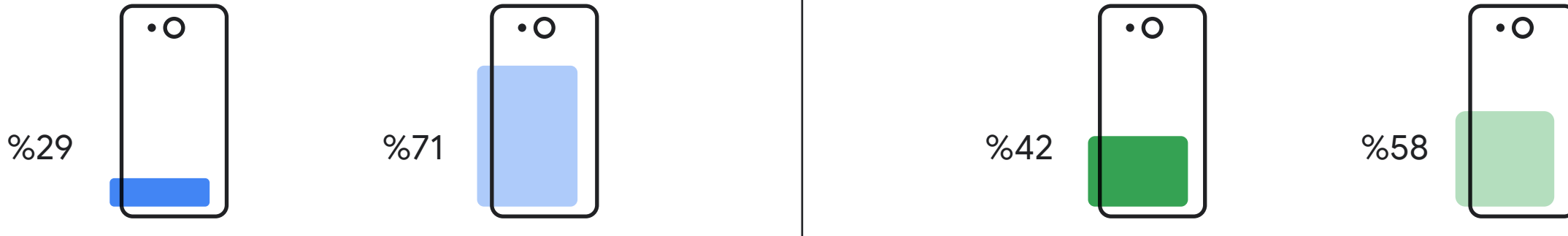
Türkiye'deki tüketicilerin bu yıl alışveriş yolculuklarında benimsedikleri 8 davranış

Perakendeciler bu alışveriş sezonunda koronavirüsün yarattığı zorluklarla nasıl başa çıkabilir? Google ve KANTAR tarafından 2020 yılında gerçekleştirilen bu araştırma, pandeminin tüketiciler üzerinde yarattığı etkiye ve alışveriş alışkanlıklarındaki değişikliklere ışık tutuyor.

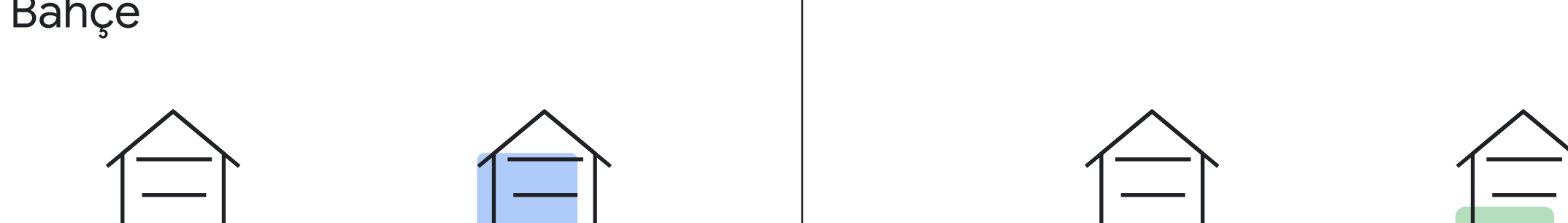


Satın alımların pek çoğu farklı kategorilerde online'da gerçekleşiyor

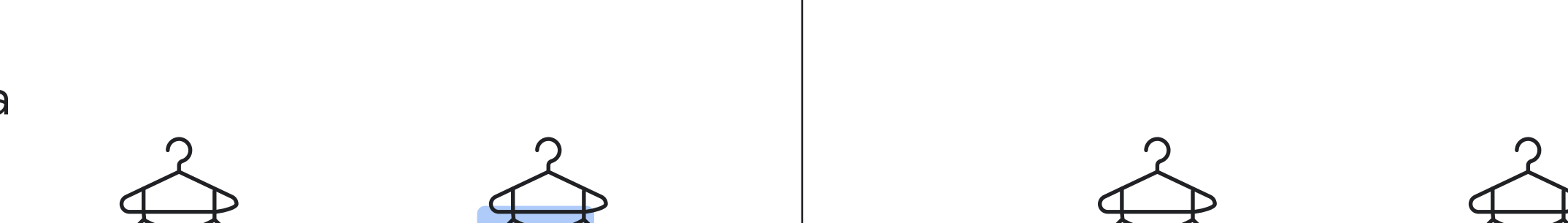
Tüketici Elektronikleri



Ev ve Bahçe



Moda



Tüketiciler hem online hem offline kanallarda alışveriş yapıyor

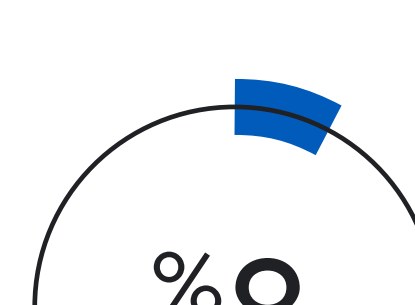
Her zaman offline alışveriş yapanlar



İki kanalı da kullananlar

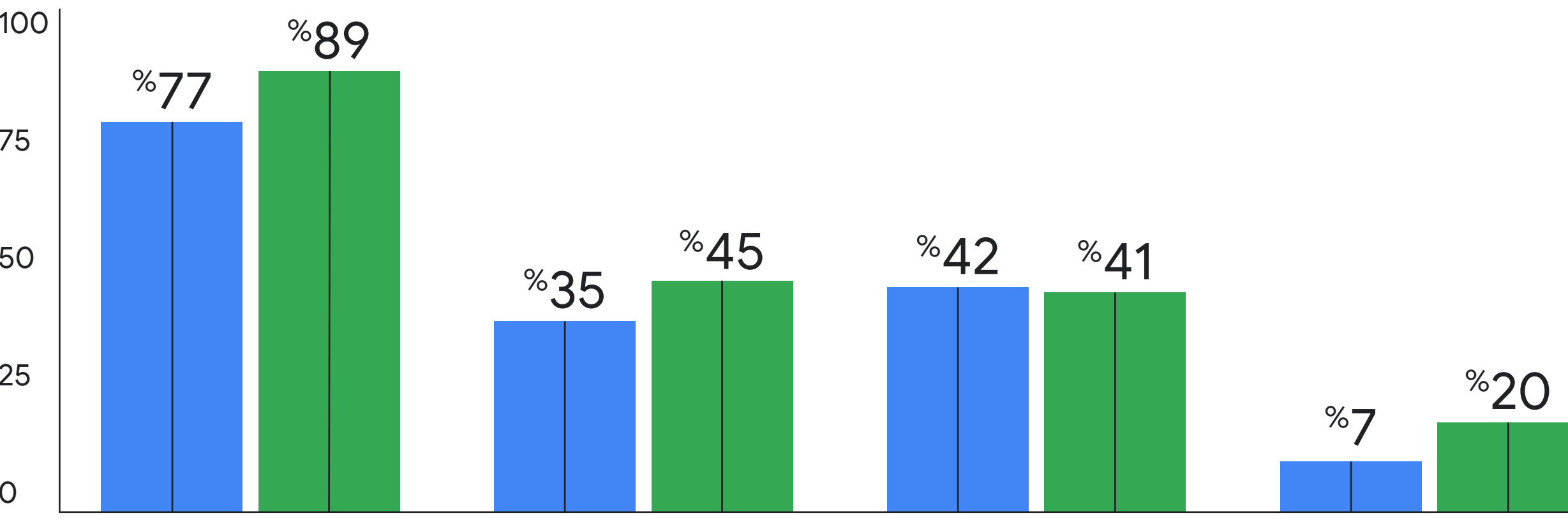


Çoğunlukla online kanalı kullananlar

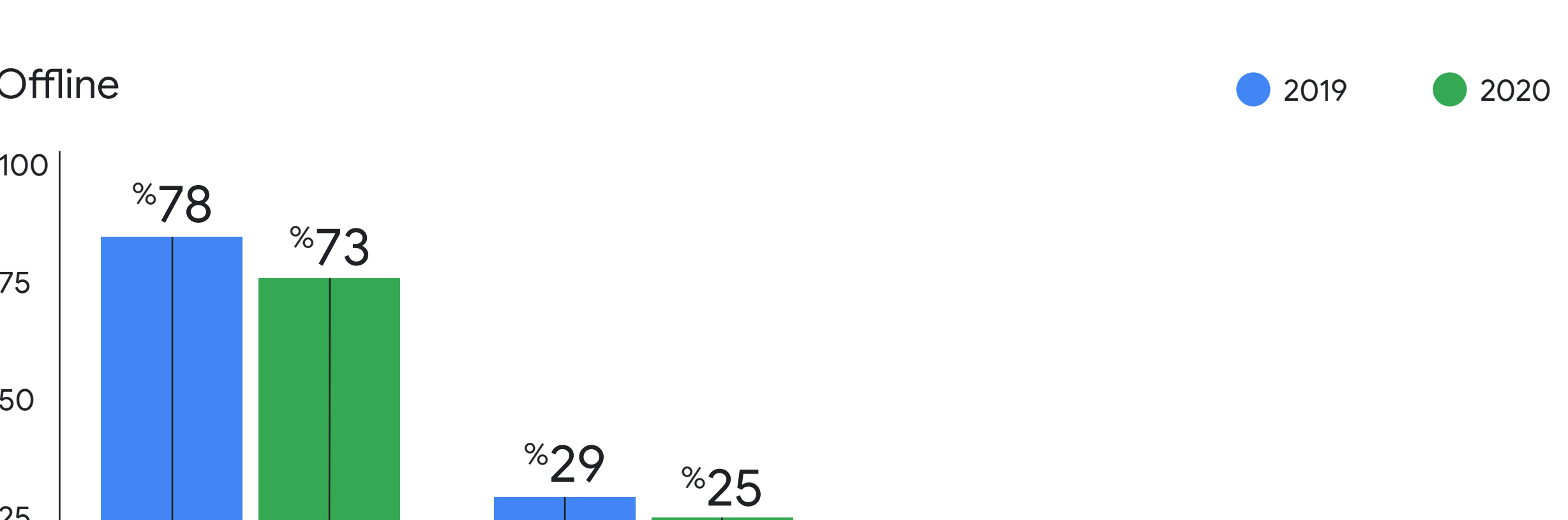


Satın alımda pek çok faktör kararı etkiliyor

Online

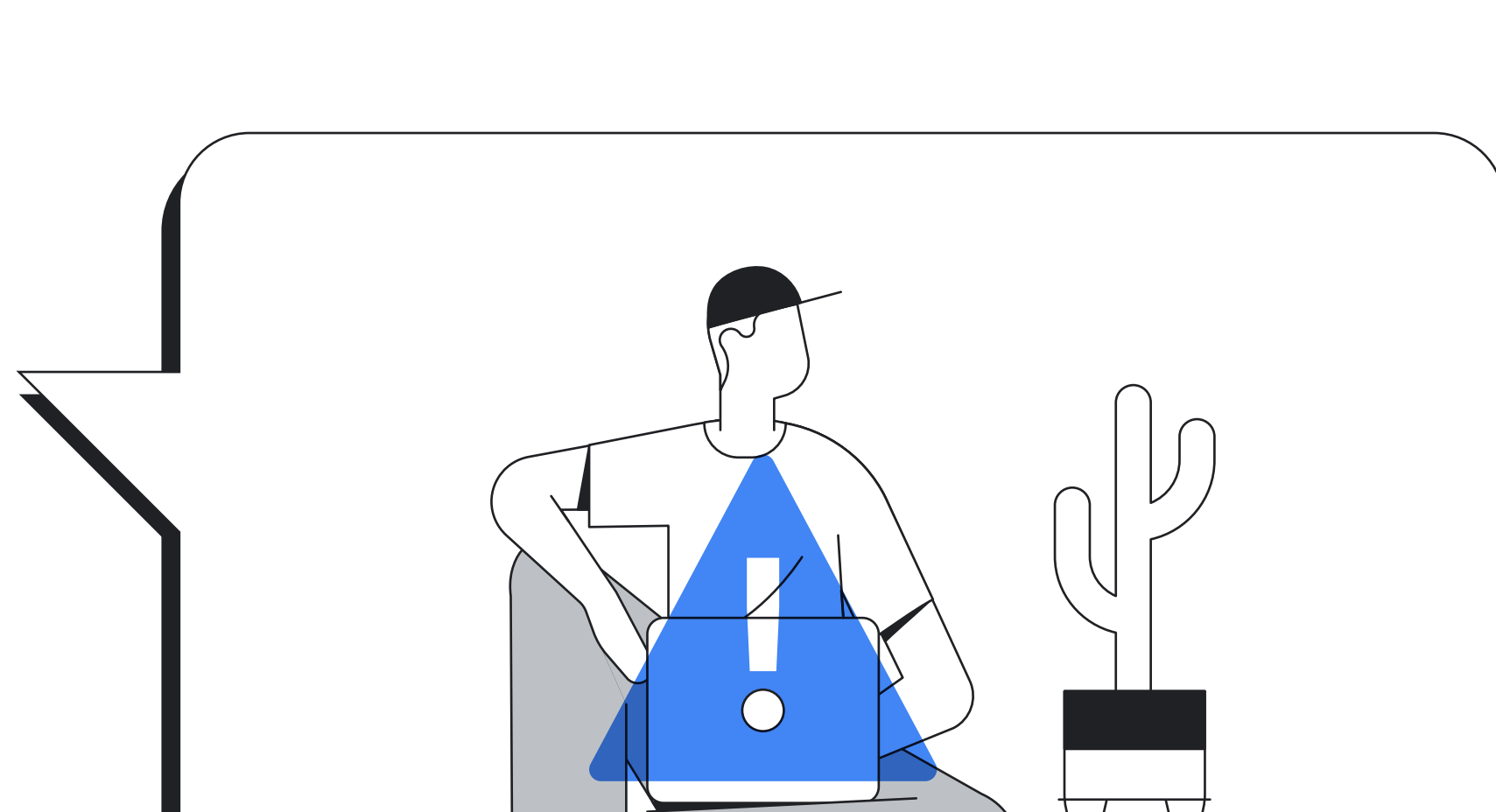
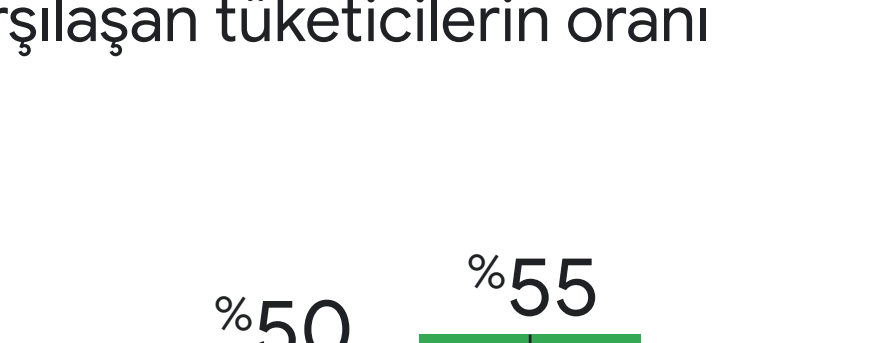


Offline



Daha çok online alışveriş, daha çok sorunlu nokta demek

Online alışveriş yaparken sorunla karşılaşan tüketicilerin oranı



Tüketici Elektronikleri



Ev ve Bahçe



Moda



Arama motoru tüketicilerin alışveriş yaparken en çok başvurduğu yer

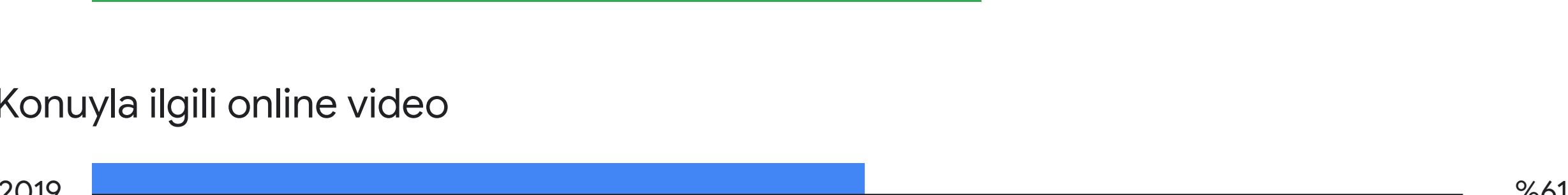
Arama motoru



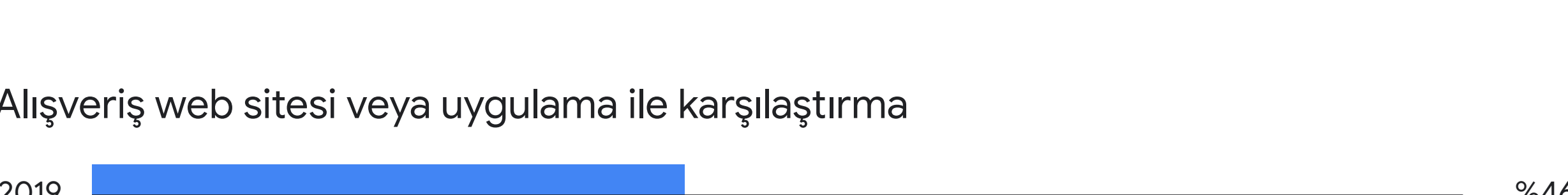
Perakende web sitesi veya uygulaması



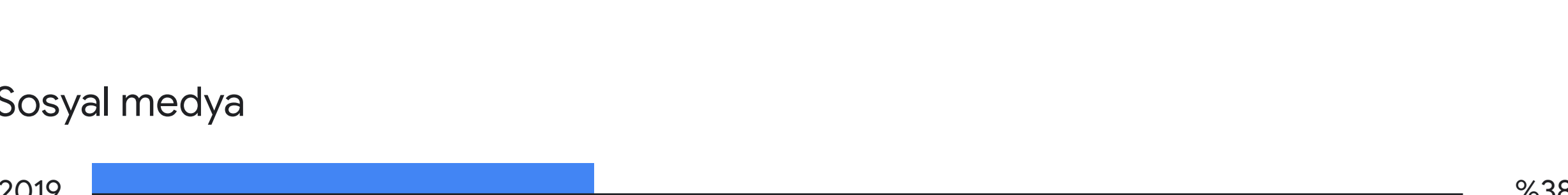
Konuyla ilgili online video



Alışveriş web sitesi veya uygulama ile karşılaştırma

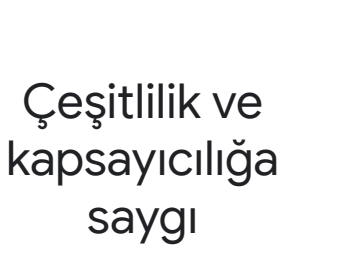


Sosyal medya

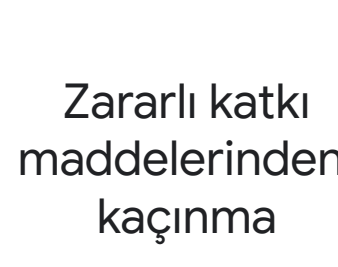


Tüketiciler markaların sürdürülebilirlik ve sosyal konulara önem vermesini bekliyor

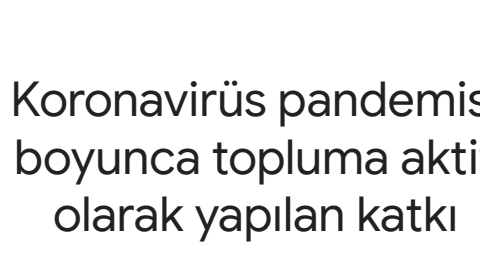
Çeşitlilik ve kapsayıcılığa saygı



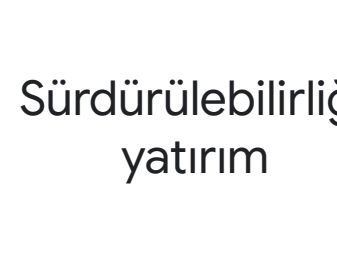
Zararlı katkı maddelerinden kaçınma



Koronavirüs pandemisi boyunca topluma aktif olarak yapılan katkı



Sürdürülebilirliğe yatırım



Adil çalışma koşulları

