

Mindshare «New Normal Tracker» – Faz 5

Mindshare ekibi önümüzdeki aylar süresince, dünya genelindeki tüketici davranışlarında yaşanan büyük değişiklikleri izlemeye kararlı. Ülkelerin COVID-19 sürecindeki aşamalar arasındaki geçişleri iki haftalık süreçlerde takip edilecek.

(Aşamalar: Eve kapanma- Dışarıya çıkma - Durum değerlendirme ve son olarak da Yeni gerçekliğe geçiş)

Bu öğrenimler, her ülkenin nerede konumlandığını anlamamıza olanak sağlıyor, ancak daha da önemlisi, **Yeni Normal**'i neyin oluşturacağını da gösteriyor.

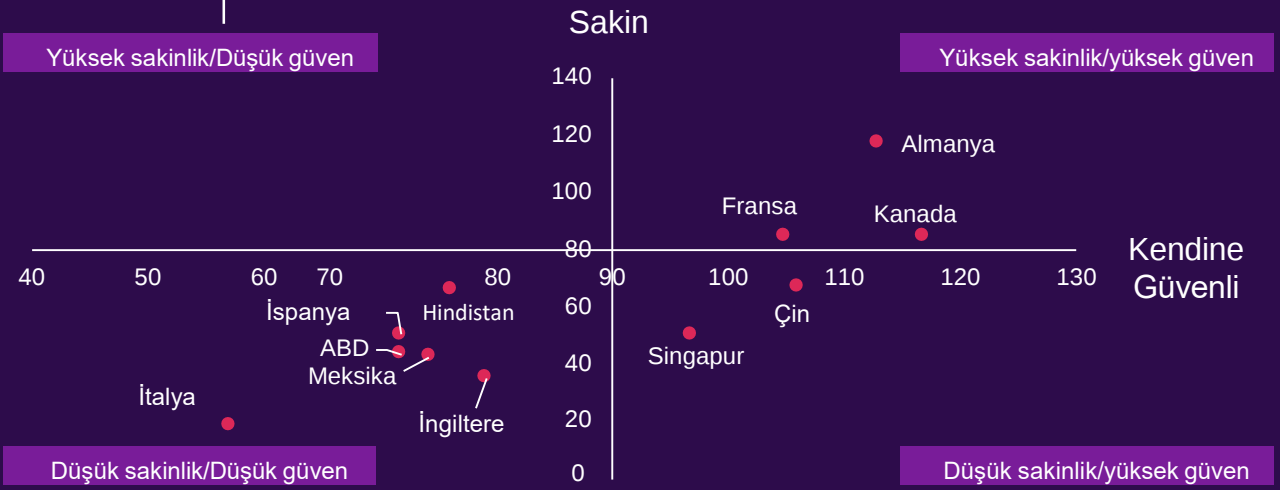
Aksi belirtilmedikçe bu rapor, ilgili pazarlar için;
Faz 1: 30 Mart 2020 haftası ve
Faz 2: 13 Nisan 2020 haftası
Faz 3: 27 Nisan 2020 haftası
Faz 4: 11 Mayıs 2020 haftası ve
Faz 5: 8 Haziran 2020 haftası verilerini içermektedir.

Çin, ABD, Almanya, İngiltere, Meksika, Hindistan, Singapur, Fransa, İspanya, İtalya ve Kanada.

Araştırma, her pazar için 1.000 örneklem ile gerçekleştirilmiştir.

DUYGU DURUMU

Her ülkenin yasaklarını esnetmesiyle birlikte, tüm ülkelerin aynı olduğu durumdan hepsinin farklılaştığı bir duruma geçildi. Almanya, en yüksek tüketici sakinliği ve güveni ile bu alanda öncülük ediyor.



S: Koronavirüs (COVID-19) ile ilgili nasıl hissediyorsunuz?

Bu data, her pazarın endekslerine göre normalleştirilmiştir.

ALIŞVERİŞ

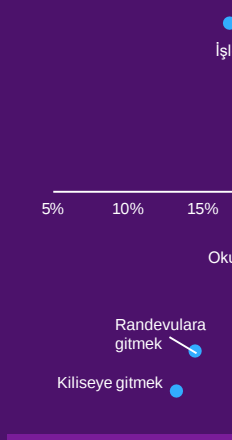
Yasakların esnediği ülkelerde, tüketicilerin tedbirli bir şekilde normal hayatlarına dönmeleri sağlanıyor. Tüketicilerden, eve kapanma döneminde yapmayı özledikleri şeyler ile kısıtlama sonrası yaptıkları şeyleri kıyaslamaları istendiğinde alışverişin lider bir rol oynadığı görülüyor.

Gelecekteki Satın Alma Davranışları



S. Gelecek ayki harcamalarınızı düşündüğünüzde, yukarıdakilerden hangisine harcama yapacağınızı düşünüyorsunuz?

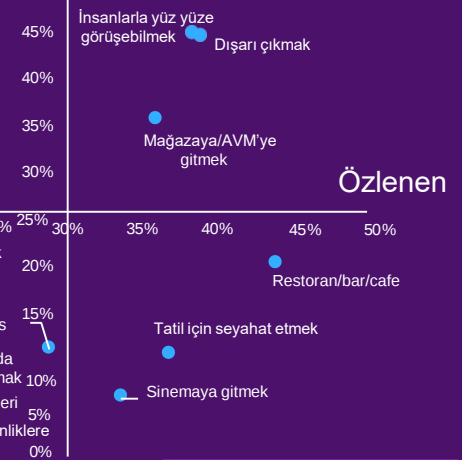
Az özlenen/Yüksek katılım



Az özlenen/Düşük katılım

S. COVID-19 pandemisinden beri, en çok hangi aktiviteleri yapmayı özlüyorsunuz?
S. Eve kapanma durumunun sona ermesiyle birlikte, hangi etkinliklerde yer aldınız?

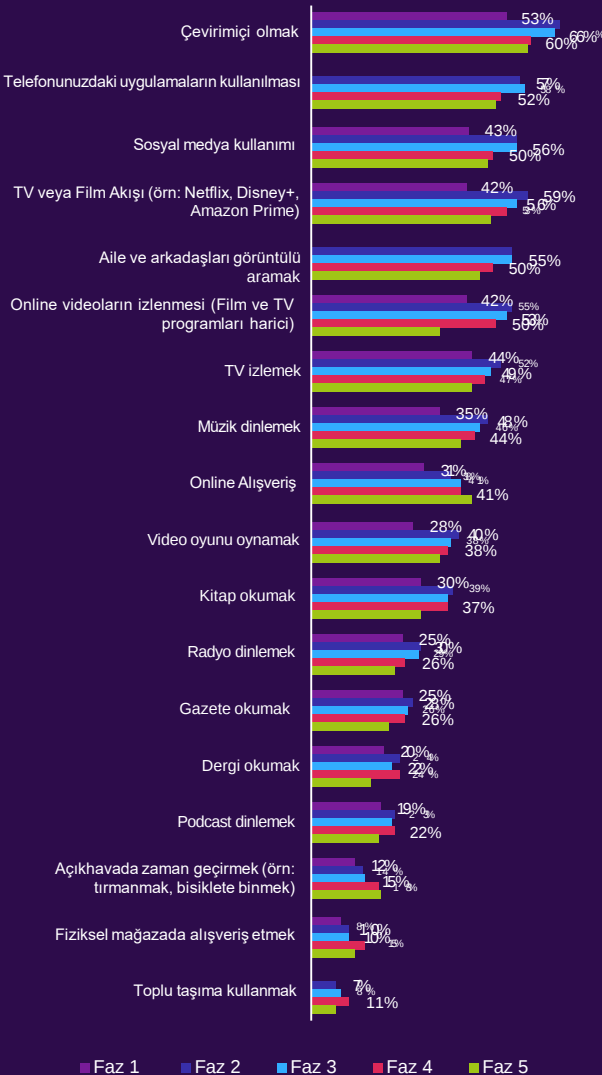
Katılım



Çok özlenen/Düşük katılım

MEDYA

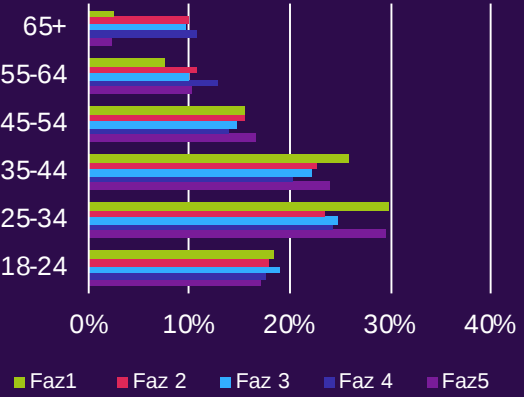
% Tüm pazarların anket sonuçlarındaki kullanımın artış yüzdesi



Q. İki hafta önceki davranışlarınız ile şimdiki davranışlarınızı karşılaştırarak, aşağıdakileri yapmak için daha fazla ya da daha az zaman harcadınız mı?

Yeni davranışlar, yeni hedef kitleler

Online davranışlardaki artış yavaşlıyor ancak, online alışveriş yükselmeye devam eden bir aktivite oluyor. Online satın alımları gerçekleştiren kişiler demografik olarak incelendiğinde, krizin önemli ölçüde yaşı ileri kişileri etkilediği gözlemleniyor.



Q. İki hafta önceki davranışlarınız ile şimdiki davranışlarınızı karşılaştırarak, aşağıdakileri yapmak için daha fazla ya da daha az zaman harcadınız mı? Online alışveriş

Krizin başlangıcından beri, oyun sektöründe önemli bir artış görüldü. Oyuncuların profil analizi, kadın oyuncuların sayısında bir artış olduğunu gösteriyor.



53%



47%

Q. İki hafta önceki davranışlarınız ile şimdiki davranışlarınızı karşılaştırarak, aşağıdakileri yapmak için daha fazla ya da daha az zaman harcadınız mı? Video oyunu oynamak