

Yeni Ekonominin Gerçek Patronları: Tüketiciler

12 28 TEMMUZ 2013 PAZAR

Ekonomi - Finans

SABAH

Seçenek çok salaklık yok

- 1 Kuşaklı müşterisi ile marka arasındaki ilişkiyi araştırdık. 23 liden 310 kişinin katıldığı anket. Y kuşağının alışveriş tercihlerini ortaya koydu
- 2 Ankete katılanların % 50'si markaya ilişkin satın alışıyla ilgili soruları yanıtladı. Y kuşağının alışveriş tercihlerini ortaya koydu
- 3 Kendisini önemseyip, anlayan markaya yüksek ücret ödemeye hazır. %10 pahalı da olsa o firmann ürününi tercih ediyor

YETER Kİ SEVEYİM, PAHALI DA OLABİLİR



Yeni ekonominin gerçek patronları... Tüketiciler... Marka... İlişki... Seçenek çok salaklık yok...

Velinimet!

Çok değil, ancak az da olsa... Velinimet!... Tüketiciler... Marka... Seçenek çok salaklık yok...

Serel'in önemli olan yüksek teknoloji ürünleri / Hizmetleri alışverişlerinde çevredekilerden farklı fikirleri ne derece önemsiyor?

Yeni ekonominin gerçek patronları: Tüketiciler

Y kuşağı müşteri ile markaların sadakat ilişkisi kurması zor. Markalara duygusal bağ kurmaya hazır ama natı davranıyorlar

HATIRLATILACAKSINIZ, geçmişte halkın (da kurumu) ele alması. Yeni ekonominin yeni çözümleri ve onlara bir edilecek uyumunda olmaları... Tüketiciler... Marka... Seçenek çok salaklık yok...

Müşteriyi duygusal bağ kurmak önemli

TÜKETİCİLERİN para harcamada davranışları... Tüketiciler... Marka... Seçenek çok salaklık yok...



Flört ediyor ama nikah kıymıyor

Yeni ekonomi müşterileri analiz etmek için odak grup çalışması yapıldı. Tüketicinin marka tercihlerini neye göre belirlediğini soruldu. Y kuşağı tüketici markaya flört ediyor ama nikah kıymıyor

Hasan Palancıoğlu (İlginç) Mükemmeltir. İlaçları kullanırsınız mı? % 10... Tüketiciler... Marka... Seçenek çok salaklık yok...