



MERAKLISINA NİSAN23

PIO PAZARLAMA İLETİŞİMİ OKULU

Meraklısına, PIO Pazarlama İletişimi Okulu'nun takip ettiği kaynaklardan derlediği bülten.

NISANTASI UNIVERSITY



INFORMATION DESK

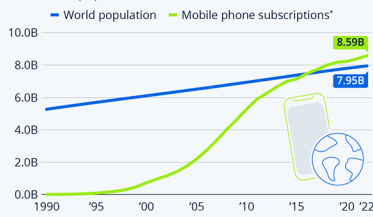
İNSANDAN FAZLA MOBİL ABONELİĞİ VAR.

03 Nisan 2023, ilk mobil aramanın yapılmasının 50. yılı olarak tarihe geçti. Tam 50 yıl önce 3 Nisan 1973'te Motorola mühendisi Martin Cooper ilk mobil aramasını yapmıştı ve bu arama iletişimde yeni bir devri, mobil iletişimi başlatan hareket olmuştu. Bugün mobil kullanımın ulaştığı sayılar belki 50 yıl önce tahmin edilemeyecek kadar fazla. GSM'a göre dünyada en az bir mobil aboneliği bulunan kişi sayısı 5.4 milyar üzerinde. Hatta 2016 sonrasında yapılan araştırmalara bakıldığında mobil abonelik sayısının gezegendeki insan sayısından da fazla olduğu görülmüştür. Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (ITU) tarafından yayınlanan verilere göre 2022 yılında abonelik sayısının 8.59 milyar olduğu ve bu sırada dünya popülasyonunun yalnız 7.95 milyar olduğu görülmüştür. Statista tarafından yayınlanan bu haber ile birlikte günümüzde mobil aboneliklerin var olan popülasyon sayısını geçtiğini görmemiz kişilerin bu abonelikleri kullanım amaçlarını ve deneyim yollarını düşünmemize sebep oluyor. Haberin tamamına aşağıdaki linkten ulaşabilirsiniz.

Araştırmanın Kaynağı

More Phones Than People

Estimated number of mobile-cellular phone subscriptions vs. world population estimates



* Includes postpaid and active prepaid subscriptions that offer voice communications; excludes subscriptions via data cards or USB modems, radio paging and telemetry services

Sources: ITU, World Bank, UN Population Division

statista

İklim krizinin farkındayız, harekete geçmeye hazırız!

yuvam dünya KONDA

Yuvam Dünya Türkiye İklim Krizi Algısı Araştırması

İKLİM KRİZİNİN FARKINDA MIYIZ?

Yuvam Dünya tarafından gerçekleştirilen yıl da gerçekleştirilen Türkiye İklim Krizi Algısı Araştırması Konda İş birliğiyle 2023 yılında yayınlandı. Raporun en başında belirtildiği üzere araştırma 2022 yıl Ekim ayında gerçekleştirilmiş ve o nedenle ortaya çıkan sonuçlar Şubat ayında gerçekleşen deprem felaketinin etkileri dahil olmamış durumdur. Araştırma sonuçlarından bahsetmeden önce kısaca araştırma kapsamına bakıldığında toplumun farklı kesimlerinin iklim krizinin nedenlerine, etkilerine ve bu krize mucadele biçimlerine yönelik düşünce ve algılar; örneklem olarak ülkedeki 15 yaş üzerindeki 75 ilde yaşayan 2215 kişiyi kapsadığını görüyoruz. Katılımcıların cinsiyet dengesinin neredeyse eşit, çoğunluğun ortalamasının üzerinde eğitime sahip olduğu ve çekirdek ailelerde yaşadığı araştırmanın demografik bilgilerine de detaylı şekilde yer veriliyor. İklim krizi farkındalığı ve iklim krizinin ilişkili olduğu meselelere bakıldığında bu yıl %78 oran ile hava kirliliği en ilişkili bulunan olay olarak ortaya çıkmış, sel, kuraklık gibi afetlerin artması, olağan dışı mevsim olaylarının çoğalması, bitki ve hayvan çeşitliliğinin azalması gibi konuların iklim kriziyi ilişkilendirilmesi oranının arttığı görülmüştür. İklim değişikliği ile ilişkilerinden ikinci konu %63'ü ile olağan dışı mevsim olaylarının artması, iklim kriziyi yorumlanan bir başka ilgi çelici cevap ise gıda fiyatlarındaki artışlar oldu. Katılımcıların %41'i gıda fiyatlarını artmasını iklim değişikliği ile ilişkilendiriyor. Bu cevabı verenlerin çoğunluğunu ise kasabada yaşayanlar, işçi, emsal, çiftçiler ile üst gelir sahip kişiler olarak görülmüştür. Araştırmanın devamında salgın hastalıkların iklim kriziyi ilişkilendirildiğinden; iklim krizinin yıl açtığı / açacağı düşünülen sağlık problemlerinden; iklim krizinin sebep olacağı kayıpların ve iklim değişikliği etkisinden; sorumluluk bilincinden söz ediliyor. Oldukça çarpıcı sonuçların yer aldığı ve arttığı görülen sorumluluk bilinci ile geleceğe dair umut yeşerten araştırmanın tamamına aşağıdan ulaşabilirsiniz.

Araştırmanın Kaynağı

SHOPIFY'DAN 2023 TİCARET TRENDLERİ

Yıllardır büyüyen e-ticaret kategorisi ile birlikte hayatımızda bir şekilde aşına olduğumuz Shopify, sadece e-ticaret altyapısı sunmakla kalmıyor aynı zamanda hem kullanıcılarına hem de bu sektörde yer alan herkese yol gösterici olacak nitelikte araştırmalar yapıyor ve paylaşıyor. 2023 yılı için Ticaret Trendlerini yayınlayan Shopify, sektörde sadece e-ticaret ile sınırlanmıyor ve kategoriyi çok daha genel bir perspektiften bakıyor. Oldukça geniş bir içerige sahip olan rapordaki başlıklara bakıldığında tedarik zinciri, para, pazarlama, perakende ve e-ticaret olmak üzere 2023 trendleri ayrı ayrı incelenmiş. Her başlığın sonunda ise bahsedilen trendlere Shopify olarak nasıl yardımcı olabileceklere yer vermişler. Genel olarak trendlere göz atıldığında tedarik zincirinde tüketici beklentilerinin gittikçe yükseldiği ve bu beklentilerin arasında artık hızlı ve ücretsiz kargonun yeni standart olduğu, lojistik alanında dönüşümün başladığı görülmüştür. Para ile ilgili trendlerde ise elbette ilk olarak enflasyon etkisi görülmüştür. Hem tedarikçiler hem de tüketiciler enflasyonun etkisini fazlasıyla hissediyor. Buradan da yola çıkarak ekonomik belirsizliğe adapte olacak bir strateji izlemek tek çözüm yolu olarak görülmüştür. Bütün bu belirsizlik ve negatif etkilerin olduğu yerde tüketici tarafında sadakat oluşturmak kazanmak için önemli bir rol oynuyor. Pazarlama trendlerinde baktığımızda aslında tüketici tarafında son zamanlarda daha da gündeme gelen konular görüyoruz. İlk olarak veri gizliliği hakkında tüketicinin artan bilinci çerezler artık konu dışı hale getiriyor. Markaların da kendi datalarını kullanarak tüketicilerini anlamaya çalıştığı ve daha kişiselleştirilmiş içeriklere dönmesi gerektiği görülmüştür. Perakende ve e-ticarete ise trendler arasında sosyal medya ve dijitalin etkisi birçok farklı şekilde ele alınmış. Özellikle sosyal ticaret kavramının sektörde kalıcı bir yer edinecek gibi görüldüğü raporun tamamına aşağıdaki linkten ulaşabilirsiniz.

Araştırmanın Kaynağı

shopifyplus

Commerce Trends 2023

Last modified: 02/23

EUROMONITOR DİJİTAL ALIŞVERİŞÇİ 2023 REHBERİ

Euromonitor International Şubat ayında 2023 yılı için Dijital Alışverişçi Trendleri raporunu yayınladı. 62%'lik bir popülasyonun interneti kullandığı ve bunun da 4.8 milyar kullanıcıya denk geldiği görülmüştür. Küresel olarak ürün ve hizmetlerin dijital ortamın için öngörülen harcaması ise 10 trilyon dolar olarak belirtilmiştir. Raporunda 2023 yılı e-ticaret trendlerini belirleyecek ve şekillendirecek 5 farklı başlığa yer veriliyor. "Online Savers" olarak adlandırılan kategori, bütçesini dijital ile kontrol eden, biriktirme eğiliminde olan tüketici grubunu kapsıyor. Burada dijital ile biten farklı yollar var. İkinci el alım-satımların artması, dijitaldeki toplulukların alışveriş için de olguya başlaması bunun destekleyen davranış türlerinden. "Crowdsourced Creation" olarak adlandırılan trend ise şirketlerin günümüzde teknolojiyi daha da geliştirmeleri gerektiği ve alışveriş yapan kesim ile daha fazla entegre olmaları gerekliliğini ortaya çıkarıyor. Bu trend ile birlikte markaların artık tüketici odaklı ürünleri ön plana çıkarması gerekliliğini söylemek mümkün. Bir diğer trend ise "Customization" olarak yer veriliyor. Bu trend dijital ile sağlanacak kişiselleştirmelerin perakendecilere ve diğer kanallara dijital tüketici kitlesi yaratacak ve yeni bir gelir kanalı oluşturacak. "Game Changers" olarak bahsedilen trendde ise aslında e-ticaret deneyiminin ayınsallaştırılarak ölü, yangi gibi sistemlerle uygulama etkileşimlerinin, sadakatini ve satın artmasını sağlanmayı kast ediyor. Son trend ise "Sensory Shopping" olarak adlandırılıyor. Hayatımıza girdiği günden bu yana gelişmeye devam eden ve her alana adapte olmaya başlayan Web 3.0 ile birlikte markaların bu gibi teknolojik gelişmeleri de takip etmesi gerektiği ve bütün etkileşim alanlarını değerlendirerek dijital deneyimi üst seviyeye taşımaları gerektiğinden bahsediliyor. Bahsedilen tüm bu trendleri verileri destekleyen raporun tamamına aşağıdaki linkten ulaşabilirsiniz.

Araştırmanın Kaynağı

DOĞRU SÖZ:

"AI sizin yerinizi almayacak. AI kullanmayı bilen kişi sizin yerinizi alacak"

ChatGPT

OKUNMASI GEREKEN KİTAP:

Karar Fabrikası
Richard Shotton

PIO Pazarlama İletişimi Okulu

PIO Pazarlama ve İletişim Okulu'nda yaşanan yeniliklerden haberdar olmak için bizi sosyal medyadan takip edip websitemizi ziyaret edebilirsiniz.

Siteye git