

TÜM
İNDİRİMLER
EŞİTTİR;
BAZILARI
DAHA EŞİT

-50%

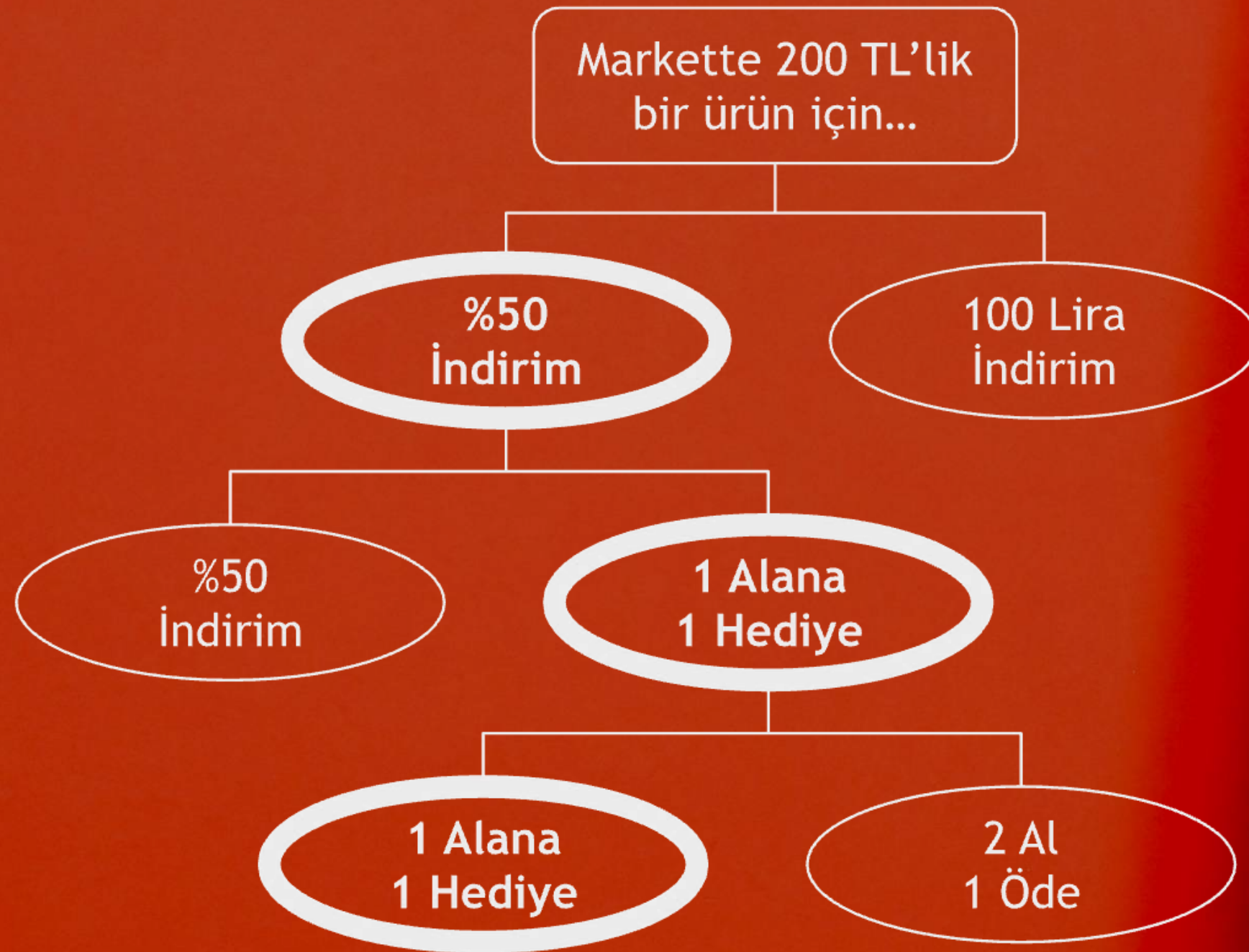
SALE

SALE

-50%

-50%

Her alışverişçi için kırmızı etiketlerin cazibesi yadsınamaz. Ama hangi kampanya, tüketicilerin kalbini kazanıyor? Bu çalışmada, birbirine eşit veya çok yakın farklı kampanya seçenekleri arasındaki tercihleri anlamaya çalıştık. Bunun için rassal eleme yolunu seçtik. Her katılımcı farklı bir ikili karşılaştırma ile başladı ve en beğenilen kampanya türüne ulaştık; tabii ki nedenleriyle birlikte.



Kampanya	Avantajlar	Dezavantajlar	Tüketici Görüşleri
Yüzde 50 İndirim	Daha büyük bir indirim hissi Tek ürün almak isteyenler için uygun Hesap yapmaya gerek olmaması	Tek ürün alımlarında daha etkili.	"Gördüğün ürünün yarı parasını ödemiyor olmak insana cazip geliyor" (Erkek, 39) "Yüzde elli indirim her zaman uygun fiyatı sunar." (Kadın, 29)
100 Lira İndirim	Net bir indirim, hesaplaması kolay Tek ürünlük alışverişlerde avantajlı	Daha büyük alımlarda yüzde indirimler kadar cazip değil. Ürünün kendi fiyatına göre indirimin boyutu değişiyor	"100 lira indirim tercih ederim, kulağa daha cazip geliyor." (Erkek, 23). "Kesin bir fiyat belli. Bu yüzden her şey daha açık." (Erkek, 22).
2 al 1 öde	Fazladan ürün alma avantajı Stok yapmayı düşünenler için maliyet tasarrufu	İhtiyaç fazlası ürün almak istemeyenler için uygun değil. Genellikle daha fazla para harcamaya yönlendirir.	"Stok yapabilme ve ürünün fiyatının yarıya gelmesi çok cazip geliyor bana." (Kadın, 42).
1 alana 1 bedava	İki ürün alırken tek fiyat ödeme imkanı kulağa hoş geliyor Stok için ideal	İhtiyaç fazlası ürün almak istemeyenler için uygun değil.	"Bir ürün parasıyla iki tane alınıyor ekonomik." (Erkek, 49). "Aynı üründen iki tane alabilmek hem de bir tane fiyatına." (Kadın, 27).

Avantajlar

Dezavantajlar

**%50
İndirim**

Daha büyük bir indirim
hissi
Tek ürün için uygun
Fiyat üzerinden hesaba
gerek yok

Tek ürünlük alışverişlerde
etkili olduğu düşünülüyor

**100 Lira
İndirim**

Net bir büyüklük
Cepte kalan paranın
hesabı kolay
Tek ürün için uygun

Daha büyük alımlarda
yüzde indirimler kadar
cazip görülüyor

**2 Al
1 Öde**

Fazladan ürün alma
avantajı
Stok yapmayı
düşünenler için ideal

İhtiyaçtan fazlasına
yönlendirebilir

**1 Alana
1 Bedava**

İki ürün alırken tek fiyat
ödeme imkanı kulağa
hoş geliyor
Stok için ideal

İhtiyaçtan fazlasına
yönlendirebilir

50% SALE

YARIMIN CAZİBESİ: %50 İNDİRİM

Yüzde 50 indirim, tüketicilere hem ekonomik hem de psikolojik bir avantaj sunuyor. Fiyatın yarıya düşmesi, tüketicilere büyük bir tasarruf hissi veriyor. Bu tür indirimler, özellikle yüksek fiyat etiketine sahip ürünlerde daha cazip bulunuyor.

"Yüzde 50 indirim çünkü olası zamlara karşı indirim tutarını da artırma olanağı olur." (Erkek, 23)

"Yarı fiyatına almak bana daha cazip geliyor, çünkü zaten mağazaya ya da markete stok yapmak için gitmiyorum." (Kadın, 20)

"Yüzde 50 indirimi seçerim çünkü tek ürün yeterli ve yarı fiyatına alacağım." (Kadın, 41)

50% SALE

HESAP YAPMAYA GEREK YOK!

Yüzde 50 indirim, hesap yapma ihtiyacını kaldırması veya çok daha kolay hesaplanabilmesi ile tüketicilerin gönlünü kazanıyor.

"Yüzde 50 indirimi tercih ederim çünkü etiket fiyatının yarısı olduğunu bildiğim için anlamak daha kolay oluyor benim için." (Erkek, 39)

"Yüzde 50 indirimi. Çünkü ihtiyacım olan ürünü en uygun fiyata alma. Önemli olan cebimden kaç para çıkacağı." (Erkek, 40)

YARI FİYATIN ÇEKİCİLİĞİ

Oransal indirimde indirimin büyüklüğünü ürünün fiyatını düşünmeye gerek kalmadan değerlendirme imkanı kampanyanın ilgi çekiciliğini de artırıyor. Ambalaj büyüklüğünde de benzer şekilde oransal olarak daha büyük olma gram veya litre hediyelerinden daha kolay anlaşılıyor.

"Yüzde 50 indirim gördüğümde ihtiyacım olmasa da uygun fiyat onu da alma isteği uyandırıyor." (Kadın, 46)

"Alışveriş yaparken genelde ihtiyaç odaklı giderim ama yüzde 50 indirim gördüğümde ihtiyacım olmasa da uygun fiyat onu da alma isteği uyandırıyor." (Kadın, 29)

"Yüzde 50 indirimi tercih ederim çünkü etiket fiyatının yarısı olduğunu bildiğim için anlamak daha kolay oluyor benim için." (Erkek, 39)

NETLİK VE ŞEFFAFLIK

100 lira indirim, net bir indirim sunarak tüketicilerin rahatça hesap yapabilmesine olanak tanıyor. Tüketiciler, bu tür indirimlerle hesaplamalar yapmadan doğrudan tasarruf miktarını bilmenin rahatlığını yaşıyor.

"100 lira indirimi seçerim aslında %50 indirimde de 100 lira indirim oluyor ama 100 lira indirim net, kafa karıştırmıyor."
(Kadın, 46)

"100 lira indirimi. Çünkü kesin bir fiyat belli." (Erkek, 22)

-100 TRY

CEPTEKİ PARANIN DOSTU

100 lira indirim belli bir bütçe ile alışverişe giden tüketici için kaç paralık fazladan alışveriş yapabileceğini veya cebinden ne kadar para kalacağını kolayca görme avantajı sağlıyor. Özellikle dar bütçelerle alışveriş yapan tüketiciler için önemli bir cazibe sunuyor.

"100 lira tercih ederim çünkü cebimden daha az para çıkar." (Kadın, 33)

"100 lira indirimi. Çünkü ihtiyacım olan ürünü alırken cebimde daha fazla para kalır." (Kadın, 26)

-100 TRY

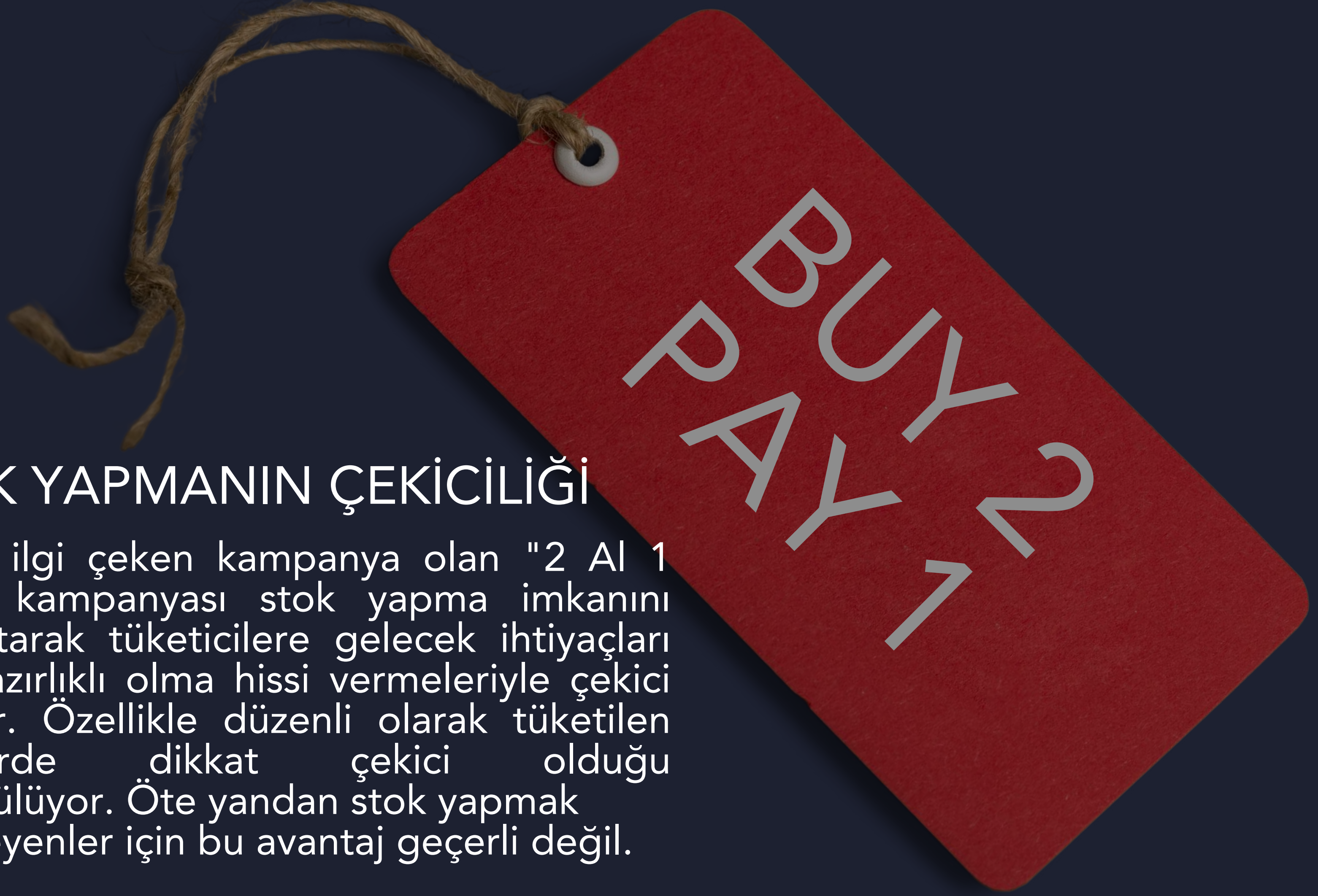
GÜVEN VEREN İNDİRİM

İndirim miktarı olarak net olması, belirsizlikleri ortadan kaldırarak tüketicilere kendilerini güvende hissettiriyor.

"100 lira indirim. Çünkü ne kadar tasarruf edeceğimi biliyorum ve bu beni güvende hissettiriyor." (Erkek, 23)

"100 lira indirim tercih ederim, çünkü alışveriş yaparken belirsizlik istemem." (Erkek, 42)

-100 TRY



STOK YAPMANIN ÇEKİCİLİĞİ

En az ilgi çeken kampanya olan "2 Al 1 Öde" kampanyası stok yapma imkanını hatırlatarak tüketicilere gelecek ihtiyaçları için hazırlıklı olma hissi vermeleriyle çekici geliyor. Özellikle düzenli olarak tüketilen ürünlerde dikkat çekici olduğu düşünülüyor. Öte yandan stok yapmak istemeyenler için bu avantaj geçerli değil.

"Stok yapabilme ve ürünün fiyatının yarıya gelmesi çok cazip geliyor bana." (Kadın, 42)

"2 al 1 öde ürüne para bağlamak istemem; ihtiyacım belki 1 tane. Artan para ile başka bir ihtiyacı karşılarım." (Erkek, 40)

STOK YAPMANIN ÇEKİCİLİĞİ

Tüketicilerin alışveriş kararları, çoğu zaman ürünün sunduğu değerin ötesine geçiyor. Bir şeyleri ucuza "çok" alma isteği tetiklendiği için bu tür söylemler tüketicilerin dikkatini çekiyor.

"Alışveriş yaparken genelde ihtiyaç odaklı giderim ama 2 al 1 öde gördüğümde uygun fiyat onu da alma isteği uyandırıyor." (Kadın, 29)

"Hele ki SKT'si uzun bir ürünse mesela şampuan falan direkt elim gidiveriyor." (Kadın, 37)

PSİKOLOJİK TATMİN

"1 Alana 1 Bedava" kampanyası, tüketicilere ürünleri tek fiyatına almanın ötesinde, bir hediye kazanmanın mutluluğunu sunuyor. Tüketiciler, bu kampanyayla "hediye" almanın veya "bedavaya" ürün almış olmanın duygusal tatmini de ayrıca seviyor.

"Bir alana bir bedava kulağa daha iyi geliyor, çünkü bir ürün parasıyla iki tane alınıyor ekonomik." (Kadın, 20)

"Bir ürün parasıyla iki tane almanın verdiği mutluluk başka bir şeyde yok!" (Erkek, 49)



STOKÇULUĞA DEVAM

Tüketiciler, bir ürünü alırken bir diğerini bedavaya almanın verdiği avantajla hem bütçelerini koruyor hem de daha fazla ürüne sahip oluyor. Özellikle sık tüketilen ürünlerde, bu kampanya daha fazla dikkat çekiyor. "1 Alana 1 Bedava" kampanyası, tüketicilere gelecek ihtiyaçları için stok yapma fırsatı tanıyor.

"1 alana 1 bedava seçeneği stok yapmak için ideal." (Kadın, 24)

"Gelecek ihtiyaçlar için hazırlıklı olmak önemli, bu kampanya bunu sağlıyor." (Kadın, 29)



İNDİRİM ALGISINDA ARZU VE PRATİKLİK DENGESİ

Bu çalışma, tüketicilerin indirim kampanyalarını değerlendirirken hem rasyonel hem de duygusal faktörleri göz önünde bulundurduğunu ortaya koyuyor. Yüzde 50 indirim, kolay anlaşılır olması ve tek ürün alımında daha cazip bulunmasıyla öne çıkarken, 1 alana 1 bedava kampanyası, tüketicilere "kazandım" hissi vermesi ve stok yapma fırsatı sunmasıyla güçlü bir alternatif olarak öne çıkıyor. 100 lira indirim, netlik ve şeffaflık sunarak özellikle belli bir bütçe ile alışveriş yapan tüketicilere güven verirken, 2 al 1 öde kampanyası ise daha çok büyük alımlara yönelik bir fırsat olarak değerlendiriliyor. Ancak ihtiyaç fazlası harcamayı teşvik ettiği düşünüldüğü için diğer seçeneklere kıyasla daha az tercih ediliyor.

Sonuç olarak, tüketiciler için en cazip indirim formatı; anlaşılır, doğrudan tasarruf hissi veren ve ihtiyaca en uygun olan seçenek olarak öne çıkıyor. Yüzde 50 indirim ve 1 alana 1 bedava kampanyalarının başa baş gitmesi, bir yandan net fiyat indiriminin psikolojik etkisini, diğer yandan ise bedava ürün almanın cazibesini gözler önüne seriyor.

TÜM İNDİRİMLER EŞİTTİR; BAZILARI DAHA EŞİT

Daha fazlası için...

www.twentify.com/alisverisgunlukleri

