

GÜZELLİK MARKETLERİ: İÇİMİZDEN BİRİ



BİR MAĞAZA, BİR SIFAT...

Bugün bambaşka bir dünyaya adım atıyoruz. Gratis, Watsons ve Rossmann'ı düşündüğünüzde, onları sadece birer mağaza olarak mı hayal ediyorsunuz? Durun, bir de onları birey olarak düşünün. Güzellik ürünleri satan bu dev zincirlerin birer insan olduğunu hayal edin. Nasıl insanlar olurlardı? Önce siz düşünün, sonra diğer katılımcıların ne düşündüğüne bakalım!

"Gratis canlı, çünkü her zaman indirimli ürünler bulabiliyorum." (Kadın, 20)

"Watsons'a yenilikçi derim, çünkü hep yeni ürünler yer alıyor raflarda." (Kadın, 34)

"Rossmann ürünleri gerçekten kaliteli ve güven verici." (Kadın, 25)

"Gratis her zaman dolu ve kalabalık. Dinamik bir mağaza" (Kadın, 33)

"Watsons: Soğuk, dizaynı karışık ama faydalı." (Kadın, 45)

Mağaza	Sıfatlar	Neden
	Canlı	Ürün Çeşitliliği ve Kampanyalar
	Dinamik	
	Ulaşılabilir	Çalışanların cana yakın ve yardımcı tavırları
	Yenilikçi	Raflarında sürekli yeni ve farklı ürünlerin yer alması
	Soğuk	Aradığını bulmanın zor olması
	Sevecen	Çalışanların cana yakın ve yardımcı tavırları
	Kaliteli	Yüksek kaliteli ürünler
	Elit	
	Yabancı	Mağazalarının yaygın olmaması

gratis

GRATİS: AİLENİN ELİ BOL SEVECEN ANNESİ

Her ihtiyacımızı karşılayan, sürekli indirim ve kampanyalarla bizi sevindiren bir anne figürü. Gratis'in indirim ve kampanyaları, tüketiciler için bir tür destek ve şefkat kaynağı olarak değerlendiriliyor.

"Ailemizde herkesin ihtiyacını düşünen anne gibi, sürekli her şey var." (Kadın, 44)

"Gratis hep kampanyalar yapar, annem de hep bizi düşünür." (Kadın, 39)



WATSONS: AİLENİN MACERACI KARDEŞİ

Watsons ailemizin genç ve yenilikçi kardeşi olarak hayal ediliyor. Her zaman yeni ürünler peşinde koşan ve bizi şaşırtmayı seven bir kardeşimiz olarak karşımıza çıkıyor.

"Maceracı ve yenilikçi bir kardeş... Watsons bu!" (Kadın, 25)

"Karışık ama sevimli, tıpkı küçük kardeşim gibi." (Kadın, 45)

"Her zaman farklı bir şey sunan, enerjik bir kardeş." (Kadın, 32)



ROSSMANN: AİLENİN GÜVENİLİR BABASI

Rossmann ise ailenin güvenilir ve kaliteli baba figürü olarak nitelendiriliyor. Her zaman düzenli, istikrarlı ve güven veren bir marka olarak algılanıyor.

"Baba gibi, her zaman sağlam ve güvenilir."
(Kadın, 53)

"Ailemizin güçlü ve güven veren babası."
(Kadın, 37)

Pozisyon: İndirim ve Kampanya Uzmanı
E-posta: fiyat_avcisi@indirim.com



Kendini geniş bir ürün yelpazesi ve uygun fiyat politikaları ile kanıtlamış bir marka olarak, hem müşteri memnuniyeti hem de bütçe dostu alışveriş deneyimi sunmaktayım. Uygun fiyatlı, kaliteli ve çeşitli ürünlerle tüketicilerimize her zaman en iyisini sağlama hedefindeyim.

Perakende Yönetimi Sertifikası - Güzellik ve Kişisel Bakım Akademisi, 2015
İndirim Stratejileri Atölyesi - Tüketici Davranışları Enstitüsü, 2017

İndirim ve Kampanya Planlayıcısı

Sürekli yenilenen indirim günleri ve kampanyaların yaratıcısı.

Her yıl, binlerce müşterimize kaliteli ürünleri uygun fiyatlarla sağladık.

Çeşitlilik ve Ürün Yönetimi Uzmanı

Geniş ürün yelpazesi ile her ihtiyaca yönelik alışveriş imkânı.

Her daim yenilikçi ürünler sunarak müşteri memnuniyetini artırdık.

"Gratis'in CV'sinde kesinlikle indirimler ve kampanyalar öne çıkar, fiyat avcısı gibi." (Kadın, 33)

"Uygun fiyatla kaliteli ürün sunmak, Gratis'in en güçlü tarafı olurdu." (Kadın, 20)

"Her daim uygun fiyatlar ve müşteri memnuniyeti, CV'de öne çıkar." (Kadın, 34)

Pozisyon: Yenilikçi Bakım ve Güzellik Uzmanı
E-posta: bakim_uzmani@yenilik.com



Yenilikçi ürün yelpazesi ve trendleri yakından takip eden bir marka olarak, müşterilerimize modayı ve kaliteyi bir arada sunmayı hedefliyorum. Her yaş grubuna hitap eden çeşitlilikle, bakım ve güzellikte fark yaratmayı sürdürüyorum.

Güzellik ve Moda Yönetimi Sertifikası - Uluslararası Güzellik Enstitüsü, 2016
Trend Analizi ve Yenilikçilik Atölyesi - Moda ve Güzellik Akademisi, 2018

Yenilikçi Ürün Geliştiricisi

Sürekli yenilenen ürün yelpazesi ile modayı ve trendleri takip etme.
Her sezon, müşterilerimize en yeni ve kaliteli ürünleri sunma.

Çeşitlilik ve Moda Takipçisi

Farklı yaş ve yaşam tarzlarına hitap eden geniş ürün seçenekleri.
Moda dünyasındaki yenilikleri hızlı bir şekilde müşterilere ulaştırma.

"Bir adım önde olmayı hedefleyen, trend avcısı bir CV olurdu." (Kadın, 34)

"Watsons, CV'sinde çeşitlilikten bahseder ve modayı takip ettiğini belirtirdi."
(Kadın, 32)

"Bakım ve güzellikte yenilikçi bir marka olarak kendini tanıttı." (Kadın, 25)

Pozisyon: Kalite ve Güven Uzmanı
E-posta: kalitenin_adresi@guven.com

ROSSMANN



Yüksek kaliteli ürünleri ve güvenilir hizmet anlayışı ile tanınan bir marka olarak, müşteri memnuniyetini ve istikrarı ön planda tutuyorum. Ürün çeşitliliği ve düzenli mağaza yapısıyla tüketicilerimize her zaman güven sağlıyorum.

Perakende Kalite Yönetimi Sertifikası - Avrupa Perakende Akademisi, 2015
Müşteri Güven Yönetimi Eğitimi - Güvenilir Hizmet Enstitüsü, 2017

Kalite Kontrol ve Ürün Denetimi Uzmanı

Ürün kalitesini sürekli kontrol altında tutarak, müşteri beklentilerine uygun hizmet sunma.

Her yıl müşterilerimize güvenilir ve kaliteli ürünler sağlama.

Güven ve İstikrar Temsilcisi

Düzenli ve yapılandırılmış mağaza düzeni ile alışveriş deneyimini iyileştirme.
Müşteri memnuniyetini artırmak için sürekli geri bildirimlerle gelişme sağlama.

"RRRossmannCV'sinde kalite ve güvenilirliği ön plana çıkarır." (Kadın, 45)

"Kaliteyi ve müşteri memnuniyetini vurgulayarak kendini tanıttı." (Kadın, 53)

"İstikrarlı ve güvenilir hizmet sunmak, RoRoRossmannne çıkarırdı." (Kadın, 34)

GRATİS: UYGUN FİYATLAR VE ÇEŞİTLİLİK

Gratis, sunduğu uygun fiyatlar ve sık indirim kampanyaları ile tüketicilerin tercih sebebi oluyor. Ayrıca geniş ürün yelpazesi, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılama konusunda avantaj sağlıyor.

"Gratis'i tercih etmemdeki en büyük motivasyon indirimler ve uygun fiyatlar." (Kadın, 25)

"Ürün çeşitliliği benim için önemli, bu yüzden Gratis'i tercih ediyorum." (Kadın, 33)

Bazı tüketiciler, ürün bulamama veya yoğunluk gibi sorunlarla karşılaşabiliyor, bu da tereddüt yaratabiliyor.

"Bazen kalabalık dönemlerde Gratis'e girmekten kaçınıyorum." (Kadın, 25)



WATSONS: YENİLİKÇİLİK VE TREND ÜRÜNLER

Motivasyonlar: Watsons, özellikle yenilikçi ve trend ürünleriyle öne çıkıyor. Moda ve güzellik dünyasının öncüsü olarak kabul edilen Watsons, müşterilerine geniş bir ürün yelpazesi sunuyor.

"Watsons'u tercih ediyorum çünkü her zaman trend ürünleri bulabiliyorum." (Kadın, 45)

"Watsons'un sunduğu yenilikçi ürünler beni hep cezbediyor." (Kadın, 34)

Fiyatlar bazen rekabetçi olmayabiliyor ve ürün yelpazesi karışık olabiliyor, bu da bazı tüketicileri düşündürebiliyor.

"Watsons bazen fiyat konusunda fazla kaçabiliyor, bu yüzden tereddüt ediyorum." (Kadın, 20)

"Watsons'ta ürün yelpazesi karışık olabiliyor." (Kadın, 32)



ROSSMANN: KALİTE VE GÜVEN

Rossmann, yüksek kaliteli ürünleri ve güvenilir hizmeti ile tüketicileri çekiyor. Kalite ve güven arayan müşteriler için çekici bir seçenek.

"Rossmann'da alışveriş yaparken kalitenin farkını hissediyorum." (Kadın, 45)

Mağaza erişilebilirliği konusunda sorunlar yaşanabiliyor. Bazı bölgelerde mağaza azlığı, tüketicilerin tercihlerini etkileyebiliyor.

"Rossmann her yerde olmadığından ulaşım da sıkıntı yaşıyorum." (Kadın, 34)



MAĞAZALARIN DUYGUSAL ÇEKİCİLİĞİ VE TÜKETİCİ TERCİHLERİ

Özetle, Gratis, Watsons ve Rossmann, tüketicilerin hayatında yalnızca alışveriş değil, aynı zamanda duygusal deneyimler ve anılar sağlıyor. Üç mağaza da farklı avantajlar ve engellerle öne çıkarken, tüketicilerin alışveriş motivasyonları ve karşılaştıkları engeller onların mağaza tercihlerini şekillendiriyor. Unutulmaz deneyimler ve duygusal bağlar, tüketicilerin mağazalara olan sadakatine ve tercihinə yön veriyor.

Bu mağazaların her biri, tüketici beklentilerini karşılamak ve alışveriş deneyimini daha cazip hale getirmek için kendini sürekli yeniliyor. Artık hangi mağazayı seçtiğinize karar vermek ve unutulmaz alışveriş anıları biriktirmek sizin elinizde! Alışveriş keyfi ve duygusal bağlar dolu günler dileriz!

GÜZELLİK MARKETLERİ: İÇİMİZDEN BİRİ



Daha fazlası için...
www.twentify.com/alisverisgunlukleri