

KASA ARKASI ÜRÜNLER: KAPIDAN ÇIKMADAN SON BİR İNDİRİM



Alışveriş sırasında kasa arkası indirim ürünleri, birçok tüketici için cazip hale gelebiliyor. Katılımcılar, bu ürünleri genellikle ihtiyaçlarına göre değerlendiriyor ve indirimler, alışveriş planlarından sapmalarına neden olabiliyor. Katılımcılar, temizlik ve gıda ürünlerinde indirimleri daha fazla takip ederken, kozmetik ve abur cubur gibi ürünlere daha az ilgi gösteriyorlar.

Kasiyerlerin önerileri ve kuyrukta bekleyen diğer müşterilerin varlığı, bazı katılımcılar üzerinde sosyal baskı yaratabiliyor ancak genel olarak kararları fazla etkilemiyor.

KARAR ANI

Tüketicilerin çoğu için kasa arkası indirim ürünleri alışverişin sonunda gelen tatlı bir sürpriz. Alışveriş öncesinde bu ürünler düşünülüyor, kasaya gelindiğinde anlık kararlarla hareket ediliyor. Ancak bazıları, ekonomik sıkıntılar nedeniyle indirimli ürünleri önceden takip ediyor.

Tüketicilerin kasa arkası indirimlerine dair tutumları, genellikle anlık ve ihtiyaç odaklı. Alışveriş öncesi planlama nadiren yapılırken, alışveriş sırasında ürünlerin fiyat avantajı, kalitesi ve görsel çekiciliği dikkat çekiyor. Kasa sırasındaki bekleyiş, kimi zaman detaylı incelemelere olanak sağlarken, kimi zaman da hızlı karar almayı gerektiriyor.

"Alışverişe başlamadan önce kasa arkası ürünler hakkında düşüncem olmaz. Bu ürünleri önceden planlamam." (Kadın, 24)

"Önceden plan yapmıyorum ama alışveriş sırasında beğendiğim bir şey olursa almayı tercih ediyorum." (Erkek, 28)

KASA ARKASINDAN SEPETE

İndirim ürünlerinde en önemli etken indirimin "gerçeklik" algısı, yani indirimin yeterli bulunması. Bunu ürüne olan ihtiyaç takip ediyor. İhtiyacın aciliyeti ürünün saklama süresinin uzunluğu ve stoklanabilmesi ile birlikte değerlendiriliyor. Saklanabilen ürünler hakkında nasıl olsa bir zaman ihtiyaç duyulacağı fikriyle daha kolay karar veriliyor.

"Fiyatta gerçek indirim varsa sepete ekliyorum, eğer ihtiyaç varsa ve indirimde ise alıyorum."
(Erkek, 35)

"Sepete eklemem neden olan faktör uygun fiyatlı olması beni cezbeder. Fiyat promosyonu ve yanına hediye veren ürünler dikkatimi çeker."
(Kadın, 24)

KASA ARKASINDAN SEPETE

Katılımcılar, kasa arkası indirim ürünlerini genellikle temizlik ürünleri ve kişisel bakım ürünleri gibi kategorilerde daha dikkatli inceliyor. Bu kategoriler, sık tüketilen ve yüksek maliyetli olduğu düşünülen ürünleri içeriyor. Tüketiciler, indirimli fiyatlarla bu ürünleri stoklayarak uzun vadede tasarruf etmeyi hedefliyor.

"Genellikle şampuan gibi kozmetik ürünlerine dikkat ederim. Çünkü evde stok yapmayı seviyorum, uygun fiyatta görünce hemen alma eğiliminde olurum." (Kadın, 24)

"Temizlik ürünleri özellikle. Çünkü evde en çok onlar tükeniyor." (Kadın, 45)

"Deterjanlar fiyatları bana biraz yüksek geldiği için indirimleri kovalamak zorunda kalıyorum." (Kadın, 38)

GÖRMEZDEN GELİNER KATEGORİLER

Alışveriş sırasında dikkatimizi çeken her şey cazip olmayabilir. Bu kategorilerin başında genellikle yiyecek ve içecek geliyor. Bu ürünlerin genellikle sağlıksız veya gereksiz bulunması tercih edilmemelerinde etkili.

"Genellikle kuru bakliyat ürünlerine dikkat etmem, zaten bu kategori ürünler genellikle indirim girer." (Kadın, 24)

"Sağlıklı beslenmeye dikkat ediyorum ve abur cubur fazla tüketmemeye özen gösteriyorum." (Kadın, 23)

GÖRMEZDEN GELİNER KATEGORİLER

Ayrıca genellikle zaten sık sık indirim girmesi ve markette gezerken zaten görülmeleri özel bir çekiciliğe sahip olmamalarına sebep oluyor. Bunlarla birlikte son tüketim tarihinin yaklaşması nedeniyle kasa arkası indirim alındığı düşüncesi yiyecek ürünlerinin bu noktada ilgi görmemesine neden olabiliyor.

"Dedim ya kasa arkası ürünler bana son kullanma tarihi geçmeye yakın ürünler olduğunu düşünüyorum." (Kadın, 26)

"Son tüketim tarihleri yaklaşmış ürünleri almıyorum, çünkü kalitesinden emin olamıyorum." (Erkek, 34)

"Evde yeterince varsa ya da son kullanım tarihi yakınsa, almıyorum." (Erkek, 42)

İNDİRİM VARSA PLANLAR BİR KENARA!

Alışveriş planı yapmak çoğumuz için rutin bir durum olsa da, kasa arkası indirimleri bu planları altüst edebiliyor. Katılımcılar, kasa arkasında indirimli bir ürün gördüklerinde planlarından nasıl saptıklarını çeşitli şekillerde açıklıyorlar. İndirimli ürünlerin cazibesi, alışveriş listelerini yeniden düzenlemelerine neden oluyor. Özellikle ihtiyaç dışı ürünler bile cazip bir fiyata gelince sepete eklenebiliyor.

"Eğer gerekli bir ürünü raftan aldıysam ama kasa arkasında daha indirimli ise onu tercih ediyorum." (Kadın, 33)

"İndirimli bir şey gördüğümde o an planlarımda yoksa bile alıyorum." (Erkek, 42)

"Planlarımda olmayan ama indirimde gördüğüm bir ürünü almak beni mutlu eder." (Kadın, 38)

KASA ARKASI ÜRÜNLERDE
%70 İNDİRİM

YENİLİKLERE AÇILAN KAPI

İndirim ürünleri incelenirken bilindik bir marka olması sepete ekleme ihtimalini artırıyor. Ancak kasa arkası indirimlerinde daha önce hiç denemediği bir ürün veya markayı görmek, birçok katılımcıyı deneme konusunda teşvik ediyor. İndirim, yeni ürünleri denemek için bir fırsat olarak görülüyor. Özellikle yeni ürün bilindik bir markaninsa.

"Daha önce denemediğim bir ürünü indirimde görürsem, fiyatı da uygunsa alırım." (Kadın, 30)

"Ürünün markası güvenilirse ve fiyatı da uygunsa tabii ki denemek isterim." (Erkek, 30)

"Denemeye teşvik eder, uygun fiyatlı olduğu için o ürünü satın alıp kullanarak deneyim yaşamış olurum." (Erkek, 39)

HANGİ KATEGORİLERDE YENİLİKLERE AÇIĞIZ?

Özellikle temizlik ürünleri ve kişisel bakım ürünleri gibi kategoriler, tüketicilerin daha önce denemediği markaları keşfetmeleri için cazip fırsatlar sunuyor. Bu kategorilerdeki ürünler, sık tüketilmeleri ve genellikle fiyatlarının yüksek olması nedeniyle tüketicilerin ilgisini çekiyor.

"Kozmetik kategorisinde denemek isterim çünkü marka fark etmeksizin bu ürünleri seviyorum." (Kadın, 39)

"Şampuan, sabun, saç bakım kremi gibi kişisel bakım ürünlerine her zaman bir şans veririm." (Kadın, 24)

KASA ARKASI ÜRÜNLER, ANLIK KARARLARIN VE YENİ DENEYİMLERİN MERKEZİ

Kasa arkası indirim ürünleri, tüketicilerin alışveriş sürecinde önceden planlamadıkları ama sepete ekleme eğiliminde oldukları bir alan olarak öne çıkıyor. Çoğu tüketici için bu ürünler, anlık kararların, fırsatları değerlendirme refleksinin ve bazen de sosyal baskının etkisiyle satın alınıyor.

Temizlik ve kişisel bakım ürünleri, fiyat avantajı ve stok yapma imkanı sunduğu için ilgi çekerken, gıda ve abur cubur ürünleri sağlıksız bulunması veya son kullanım tarihiyle ilgili endişeler nedeniyle geri planda kalıyor.

İndirimlerin cazibesi, alışveriş planlarını değiştirme gücüne sahipken, güvenilir markalar veya daha önce denenmemiş ürünler indirim sayesinde tüketicilere yeni deneyimler sunabiliyor.

Kasa arkası ürünlerin konumlandırılması ve sunulan fırsatlar, tüketici davranışlarını önemli ölçüde etkileyerek, alışveriş deneyimini tamamlayan son dokunuşlardan biri haline geliyor.

KASA ARKASI ÜRÜNLER: KAPIDAN ÇIKMADAN SON BİR İNDİRİM

Daha fazlası için...

www.twentify.com/alisverisgunlukleri