

ÖZEL MARKALARDA PREMIUM ARAYIŞI: ERİŞİLEBİLİR GÜVEN



PREMIUM'UN TANIMI: GÜVEN ARAYIŞI

Premium kavramı, farklı ifadelerle açıklansa da ortak bir paydası bulunuyor: Kalite, güven ve tatmin; premiumun ardındaki üç sihirli kelime. Premium ürünler tanımlarken genellikle yüksek kalite, üstün içerik ve benzersiz deneyim vurgulanıyor.

"Premium kavramını birinci sınıf ürünler, daha kaliteli, ayrıcalıklı ürünler olarak görüyorum."
(Kadın, 47)

"Premium, diğer ürünlerden farklı olarak daha kaliteli, daha iyi özelliği olan ürün veya hizmettir." (Erkek, 55)

PREMIUM'UN TANIMI: GÜVEN ARAYIŞI

Premium ürünlerin en belirgin özelliği, kullanılan malzemelerin kalitesi ve ürün içeriklerinin üstün olması. Premium ürünlerde doğal ve katkısız içeriklerin kullanılmasının önemli olduğunu vurgulanıyor. Bu ürünler, sıradan ürünlerden daha kaliteli malzemelerle üretiliyor.

"Premium ürünün içeriği ise daha kaliteli malzeme kullanılması ve piyasadaki diğer ürünlerden daha farklı bir içeriğe sahip olması önemli." (Kadın, 37)

"Premium ürünlerde içeriğin daha temiz olması önemli." (Kadın, 31)

"Kullanılan malzeme katkısız ve lezzetli olmalı." (Kadın, 37)

GÜNLÜK HAYATIN KALİTESİNİ YÜKSELT

Premium ürünler, tüketiciler için tek başına birer ürün değil, aynı zamanda kendilerini özel hissettiren, günlük hayatın kalitesini artıran unsurlar olarak görülüyor.

Özellikle özel günlerde veya kendini ödüllendirme anlarında daha "değerli" ürünlerin tercih ediliyor. Bu değer, prestijden ziyade daha sağlıklı, temiz, kalitesi üstün içerikten ve bunların sağladığı güven hissinden kaynaklanıyor.

"Kendimi ve etrafımdaki insanların kendini değerli hissetmesini isterim." (Kadın, 31)

"Kaliteli ürün kullanmanın vermiş olduğu mutluluk ve güven duygusu hissettiriyor." (Erkek, 46)

"Premium ürünler, kaliteli düşündüğün için ruh olarak tatmin oluyorsun." (Erkek, 35)

PREMIUM ANLARI: HER DURUMDA FARK YARATAN ÜRÜNLER

Premium ürünler, birçok tüketici için günlük yaşamın bir parçası haline gelmiş durumda. Ancak bu ürünlerin tercih edilme sebepleri ve tüketildiği durumlar kişiden kişiye değişiklik gösteriyor. Kimisi için bu ürünler bir ödül mekanizması, kimisi içinse günlük ihtiyacın vazgeçilmez bir parçası.

"Premium ürünleri kendimi ödüllendirmek ve kendimi özel hissetmek istediğim zamanlarda tercih ediyorum." (Kadın, 37)

"Özel günlerde, kutlamalarda, akşam yemeklerinde tercih ederim. Kendimi ve etrafımdaki insanların kendini değerli hissetmesini isterim." (Kadın, 31)

"Genelde günlük kullanımlarda tercih ediyorum. Kızım için en temiz içerikleri almaya çalışırım." (Kadın, 35)

PREMIUM ANLARI: HER DURUMDA FARK YARATAN ÜRÜNLER

Katılımcıların motivasyonları arasında en sık karşılaşılan nedenler kalite, lezzet ve özel günlerde değerli hissetmek. Tüketiciler, premium ürünlerin yüksek standartlarını ve sağladıkları tatmini önemsiyorlar.

"Kaliteli bir ürün olması, kendim ve çocuklarım için en iyisini ve kalitelisini yemek isterim."
(Kadın, 31)

"Özel günlerde, kutlamalarda, akşam yemeklerinde tercih ederim. Kendimi ve etrafımdaki insanların kendini değerli hissetmesini isterim." (Kadın, 31)

ANLARIN KALİTESİNİ ARTIRMAK

Premium ürünler, yalnızca özel anlarda değil, günlük yaşamın içinde de sıklıkla tüketiliyor. Tüketiciler, premium ürünlerin günlük yaşamlarındaki kaliteyi artırdığına inanıyorlar.

"Günlük kullanım benim için daha önemli. Kendimi özel hissediyorum, birçok ürün yerine tek ürünü kullanmamı sağlar." (Kadın, 48)

"Premium ürünleri mutlu olduğumda, kendime değer verdiğimde tüketirim." (Kadın, 22)

"Kaliteli düşündüğün için ruh olarak tatmin oluyorsun." (Erkek, 35)

RAFLARDAKİ GİZLİ HAZİNELER: ÖZEL MARKALAR

Katılımcılar, süpermarket markalarını genellikle ekonomik bulsalar da, bazıları kalite konusunda şüphe duyuyor. Ancak, bazı marketlerin markaları, bilinirlikleri sayesinde tüketiciler tarafından daha çok tercih edilebiliyor.

"Market ürünlerini daha uygun fiyatlı olması benim için önemli çünkü daha az fiyata daha çok alışveriş yapabiliyorum." (Kadın, 47)

"Genellikle kendi isimleri altında başka firmalara ürettirdikleri için pek fazla güvenmiyorum." (Erkek, 40)

"Market markalarını da çoğu zaman köklü ya da isimli üreticiler üretiyor neden güvenmeyeyim." (Kadın, 35)

RAFLARDAKİ GİZLİ HAZİNELER: ÖZEL MARKALAR

Katılımcılar, genellikle markanın arkasındaki üretici firmaya göre güven duygularını şekillendiriyorlar. Güvenilir üreticilerin olduğu market markaları daha çok tercih ediliyor.

"Her markete girdiğimde merak ve kullanma isteği oluyor. Kaliteli olacağını düşündüğüm zaman alırım." (Kadın, 44)

"Market markalarını da çoğu zaman köklü ya da isimli üreticiler üretiyor neden güvenmeyeyim." (Kadın, 35)

"Süpermarketlerin kendi ürünlerini alırken özellikle Üretici firmanın kim olduğuna dikkat ediyorum." (Erkek, 34)

DENEYİMLER VE ALGI

Tüketicilerin market markalarını nasıl algıladıkları, genellikle yaşadıkları deneyimlere dayanıyor. Olumlu ya da olumsuz deneyimler, bu markalara karşı algıyı önemli ölçüde etkiliyor.

"A101'in xroll çikolatalı gofretini alıp yediğimde sanki ağızda çikolata değil kesme şeker çiğniyor gibiydim." (Kadın, 24)

"Şok marketteki mis sütlerin tarım kredi kooperitafi tarafından yaptırıldığını görünce şaşırmıştım. Dolayısıyla güvenim arttı." (Kadın, 42)

"Tavsiye üzerine aldığım ürünü kullandığımda beğendiysem o ürünü sürekli kullanmak isterim." (Kadın, 59)

DEVİR EKONOMİ DEVRİ

Katılımcılar, özel markaları tercih etmelerinin en önemli sebebi olarak ekonomikliği gösteriyor. Bunun yanı sıra, bu ürünlerin kalite açısından da tatmin edici olduğunu düşünüyorlar.

"Market ürünlerini daha uygun fiyatlı olması benim için önemli çünkü daha az fiyata daha çok alışveriş yapabiliyorum." (Kadın, 47)

"Migros ve Carrefour'un kendi ürünlerini beğeniyorum. Kaliteli, hijyenik ve organik buluyorum." (Erkek, 46)

"Marketin kendi ürünlerini almak fiyat avantajı sağlıyor, özellikle promosyonlar cazip geliyor." (Kadın, 31)

TEREDDÜTLER: GÜVEN VE ENDİŞE ARASINDA

Özel markalar, her ne kadar cazip olsa da, tüketicilerin bu ürünleri satın alırken bazı tereddütleri de bulunuyor. Katılımcılar, özel markalı ürünleri satın alırken genellikle ürünün kalitesi ve içeriği hakkında endişe duyuyorlar. Bu tereddütlerin giderilmesi için daha fazla şeffaflık ve güven arzusu olduğu görülüyor.

"Bilmediğim bir ürünü almak istemem, sağlıklı mı değil mi içeriği nedir?" (Kadın, 55)

"Market ürünlerini daha uygun fiyatlı olması benim için önemli ama kalitesinden emin olmam gerekiyor." (Kadın, 47)

"Özel markalı ürünlerin gerekli standartlara sahip olup olmadıklarına dair şüphelerim var." (Erkek, 35)

RAFLARDA GİZLİ LÜKS: PREMIUM ÖZEL MARKALAR

Katılımcılar, premium özel etiketlerin sıradan ürünlerden farkını kalite, doğallık ve tazelik gibi unsurlarla açıklıyorlar. Yorumlar ürünlerin sağlayacağı statüden ziyade içerik kalitesinin yüksekliğine odaklanıyor.

"Daha kaliteli ve daha çok özelliği olan, alma isteğim artıyor."
(Kadın, 44)

"Premium özel markalar, daha farklı, taze, doğal ve kaliteli olarak düşünüyorum." (Kadın, 31)

"Premium market markaları, yüksek kaliteli ürünler sunan, genellikle lüks bir imaja sahip." (Erkek, 27)

RAFLARDA GİZLİ LÜKS: PREMIUM ÖZEL MARKALAR

Katılımcıların çoğu, premium market markalı ürünlerin normal market ürünlerinden daha kaliteli olduğunu düşünmekle birlikte, gerçek anlamda premium olup olmadıkları konusunda şüpheleri bulunuyor. Marketin kendi markasıyla premium ürün sunmasının içeriklerinden ziyade pazarlama stratejisi olabileceği ifade ediliyor.

"Bence sadece pazarlama taktiğidir. Premium ifadesi bende ilk bakışta bir fark yaratmaz. Ancak kalitesi bariz bir şekilde yüksek ve de fiyatı makul ise günlerin satın alma için bir önemi yok her zaman satınabilirim." (Erkek, 57)

"Bana göre bazıları farklı. Daha öncede belirttiğim gibi ambalaj albenili olup fiyat yükseltilerek premium diye pazarlanıyor. Bir çeşit satış taktiği." (Kadın, 56)

"İçeriğine bakıyorum eğer gerçekten premium denecek kadar bir farklılık varsa satın alma sürecini etkiliyor ama maalesef birçok ürün premium yazmasına rağmen içerik olarak çok da pek farklı olmuyor." (Erkek, 34)

RAFLARDA GİZLİ LÜKS: PREMIUM ÖZEL MARKALAR

Ürünlerin her zaman beklentileri karşılamaması gibi tereddütler de var. Market markalı ürünlerin içeriklerinde farklılık olabileceği ve bu yüzden her zaman güvenilemeyebileceği belirtiliyor.

"Bazı ürünleri gerçekten güzel oluyor ve içeriğini okuyunca deneyebilirim. Ama her zaman aynı kaliteyi bulamıyorum, bu yüzden bazen tereddüt ediyorum." (Kadın, 31)

"Aldığım bir ürün bozuk çıktı, başka bir marketin ürünü kalitesizdi. Bu yüzden market markalı ürünlere karşı dikkatliyim. Üretici bilgisi yoksa güvenmiyorum." (Erkek, 55)

"Market ürünlerine yaklaşımım iyi değil açıkçası, alıyorum ama fazla almamaya da özen gösteriyorum çünkü bazen çok ucuz oluyor içinde ne olduğu belli değil, bu yüzden tereddüt ediyorum." (Erkek, 24)

RAFLARDA GİZLİ LÜKS: PREMIUM ÖZEL MARKALAR

Marketlerin kendi markalarıyla premium ürünler sunabilmesi için sadece ambalaj ve pazarlama stratejilerine değil, ürünün gerçek kalitesine odaklanmaları gerekiyor. Katılımcılar, premium algısının yalnızca yüksek fiyat veya "premium" etiketiyle oluşturulamayacağını, içerik kalitesinin somut şekilde tüketiciye yansıtılması gerektiğini vurguluyor.

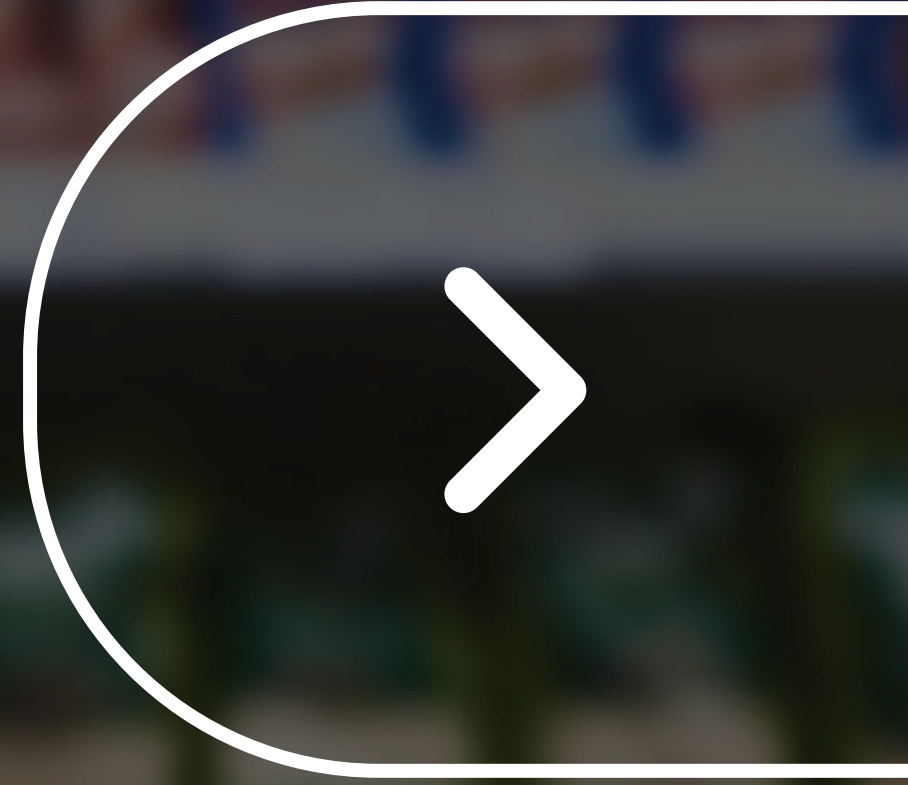
Doğal ve katkısız içerikler, yüksek kaliteli hammaddeler, istikrarlı kalite ve şeffaf üretici bilgisi premium özel markaların güven kazanmasını sağlayan en kritik unsurlar olarak öne çıkıyor. Ayrıca, tüketiciler ürünlerin gerçekten fark yarattığını hissettiklerinde, premium segmentte süpermarket markalarına da güven duyabileceklerini belirtiyor.

Marketlerin premium markaları, sadece statü değil, tüketicilere net bir kalite ve içerik farkı sunmalı ve bunu şeffaf bir şekilde anlatmalı.

LONDRA RADYOSUNDAN...

Türkiye’de premium ürün tanımı **güvenilir içerik, yüksek kalite ve lezzet** ile yapılırken, İngiltere’de buna ek olarak **lüks ürünlere özgü ayrıcalıklılık (exclusivity)** faktörü de ekleniyor. Türk tüketiciler için premium, **katkısız, sağlıklı ve güvenilir hammaddeler** ile üretilmiş ürünleri ifade ederken, İngiliz tüketiciler **sınırlı üretim, özel içerikler ve prestij hissi** sunan premium ürünlere daha fazla değer veriyor. Bu nedenle, Türkiye’de premium özel markalar **kalite ve güven vurgusuyla** başarılı olabilirken, İngiltere’de ise **ayrıcalıklı tasarım, özel üretim ve lüks hissini güçlendiren bir marka konumlandırması** daha etkili olacaktır.

ÖZEL MARKALARDA PREMIUM ARAYIŞI: ERİŞİLEBİLİR GÜVEN



Daha fazlası için...

www.twentify.com/alisverisgunlukleri