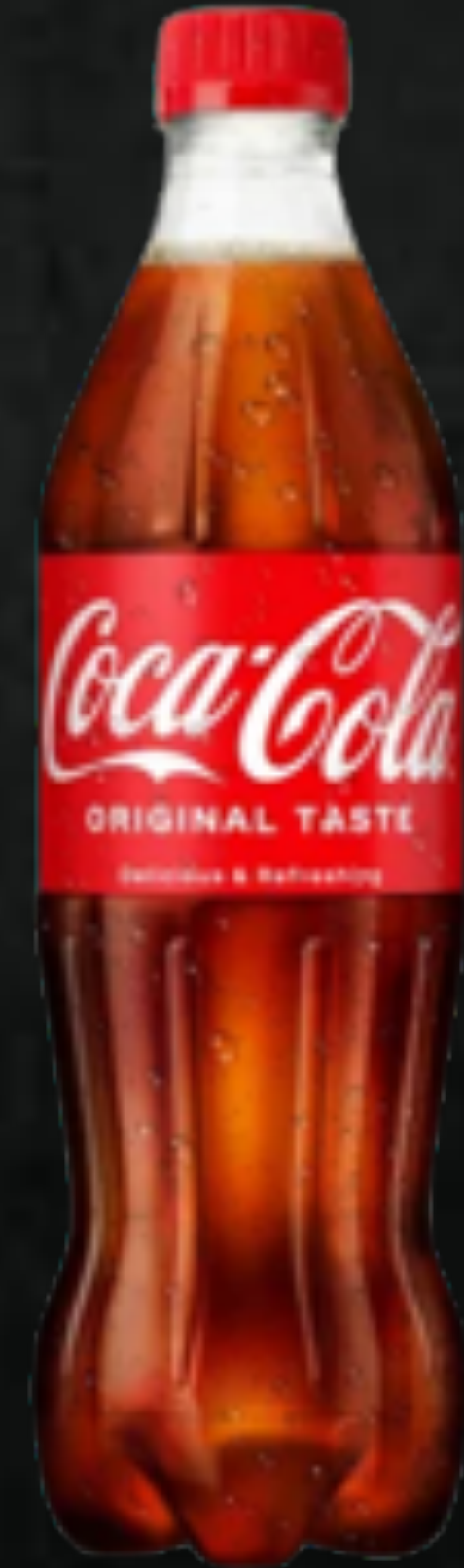


ÖĞÜN FIRSATI: HIZLI PRATİK EKONOMİK



İngiltere’de süpermarketlerin vazgeçilmezlerinden biri haline gelen “meal deal” konsepti, özellikle çalışan kesim ve öğrenciler arasında büyük bir popülariteye sahip. Tek bir fiyatla sandviç, içecek ve atıştırmalıktan oluşan bir üçlü kombinasyonu sunan bu sistem, tüketiciye hem zaman hem de bütçe avantajı sağlıyor.

Peki, bu pratik tüketim modeli Türkiye’de nasıl karşılanıyor?



ÖĞÜN FIRSATI: HIZLI, PRATİK, EKONOMİK

"Öğün Fırsatı" konsepti, tüketicilerin zaman ve bütçe yönetimi zorluklarına çözüm sunan yenilikçi bir yaklaşım olarak büyük ilgi görüyor. Konsept, hem pratik hem de ekonomik bulunuyor.

"Aradığım ürünleri tek bir arada bulacağım harika bir fırsat." (Kadın, 24)

"Gerçekten çok cazip bir fikir. Marketlerin bir nevi restoran işlevi görmesi gibi bir şey bu." (Erkek, 24)

"Bu tarz kampanyalar para israfını önler, ekonomi oldukça pahalı ve bu tür uygulamalar çok mantıklı." (Kadın, 18)

ÖĞÜN FIRSATI

1 Ana Yemek
1 Atıştırmalık
1 İçecek

ÖĞÜN FIRSATI'NIN SIRRI

Ürün çeşitliliği, uygun fiyat, kolay erişim ve hızlı tüketim imkanı dikkat çekiyor. Tüketicilerin dikkatini çeken bu özellikler, "Öğün Fırsatı"nın hızla popüler hale gelebileceğine işaret ediyor.

"Farklı ürünlerin bulunması. Ana öğün ve atıştırmalıkların bir arada olması da çok iyi." (Erkek, 23)

"Çeşitlilik, farklı tatlar tatma imkanı sunuyor. Sürekli aynı ürünleri tüketmek hoşuma gitmez." (Kadın, 28)

"Daha az parayla daha çok yemek hem öğünü tamamlıyorsunuz hem de ne yiyeceğim sorusunu çözüm buluyor." (Erkek, 50)

İLGİ UYANDIRAN ÖZELLİKLER VE TEREDDÜTLER

Ürün Çeşitliliği: Farklı lezzetler deneme ve öğünleri pratik bir şekilde tamamlama imkanı.

Uygun Fiyat: Tek tek alımlara göre daha uygun fiyat bütçe dostu bir seçenek sunuyor.

Kolay Erişim ve Hızlı Tüketim: Özellikle yoğun iş temposunda hızlı şekilde temin ve tüketim avantajı.

Endişeler genellikle sağlık, hijyen ve ürün kalitesi konularında yoğunlaşıyor.

"Öğün fırsatındaki ürünler taze mi? Öğün fırsatındaki ürünler bayat kalmış ise sağlığıma etkiler mi?" (Erkek, 46)

"İçeriği ve üretim şekli güvenilirliği için önemli etkenler. Taze olması ve günlük üretim sağlaması güvenimi artırır." (Kadın, 28)

"Sağlık açısından güvenilirliğin artırılması için hijyen standartlarına uyulması ve sağlık sertifikalarının sağlanması beni rahatlatır." (Kadın, 50)

İDEAL ÖĞÜN FIRSATI PAKETİ

"Öğün Fırsatı"nın doyurucu ve çeşitli olması bekleniyor. Bu beklenti, tüketicilere sadece fiziksel doygunluk sağlamıyor; aynı zamanda tatmin edici ve keyif verici bir deneyim sunuyor.

"Öğün fırsatı çeşitli olarak en az 3 veya dört çeşit olması lazım. Doyurucu olması lazım, fiyat olarak da avantajlı olması lazım." (Erkek, 41)

"Sıcak çorba, sebze, salata, meyve gibi bir kombinasyon iyi olurdu." (Erkek, 46)

Çeşitlilik, tüketicilere farklı tatlar deneme imkanı sunarak, tekdüzelikten kaçmalarını sağlıyor. Çeşitliliğin çorba gibi yerel alışkanlıkları da kapsamaması gibi öneriler de var.

"Paket olarak alacağım için diğer tekli alacağım ürünlerden farkı olması lazım." (Erkek, 41)

"Farklı farklı kombinasyonların olması, paket içeriğinin daha da zenginleştirilmesi cazibesini bayağı artırır." (Erkek, 23)

HAYATIN İÇİNDE ÖĞÜN FIRSATI

"Öğün Fırsatı"nın zaman kısıtı yaşayan, acil durumlarla karşılaşan ya da pratik çözümler arayan tüketicilere daha çok hitap ettiği görülüyor. Öte yandan evde tüketim için dahi düşünülmesi online teslimat uygulamalarında da yer bulabileceğine işaret ediyor.

"Yolculuklarda, işyerinde, evde vs. birçok ortamda tercih edilir. Çünkü paket olarak alınacağı için çok tercih edilir." (Erkek, 41)

"Dışarda olduğum zaman acıktığımda almayı düşünüyorum. Bir de evde yemek yoksa pratik olarak yine almayı düşünürdüm." (Kadın, 18)

"Yemek yapmaya vakit ayıramadım zamanlarda ya da acilen bir yere ulaşmam gerekiyorsa çok vakit kaybetmemek için öğün fırsatını kullanabilirim." (Kadın, 50)



HANGI MARKETTEN, NEDEN?

Tüketicilerin öğün fırsatı için akıllarına gelen markaların başında Migros ve BİM geliyor. Ancak tüm zincirlerin kendilerine göre avantajları da belirtiliyor.

Migros: Geniş ürün yelpazesi, kaliteli ve taze ürünleri ile tüketicilerin güvenini kazanması.

CarrefourSA: Hem yerel hem de ithal ürün çeşitliliği.

"Migros ve Carrefour aklıma geliyor. Kaliteli ürün sunmaları ve kampanyalı fiyatlar sunmaları benim için önemli." (Kadın, 30)

Bim: Uygun fiyat politikası ve yaygın şube ağı.

A101: Geniş şube ağı ve uygun fiyatlı ürünleri.

Şok: Ekonomik fiyatları ve sık sık yaptığı kampanyalar.

"A101 ve Bim tercih ederim. Çünkü evime yakınlar ve her zaman gidebileceğim yerler." (Kadın, 32)

"Bim, A101, Migros olabilir ya da Getir. Her yerde şubesi olan, ulaşılması kolay marketleri tercih ederim." (Kadın, 23)

HANGI İÇECEK, NEDEN?

Coca-Cola: Yemeklerle iyi bir ikili oluşturuyor.

"Coca cola, Sütaş ayran, Fuse tea. Yemeklerle iyi bir ikili oluyor." (Kadın, 42)

Sütaş Ayran: Doğal ve lezzetli. Sağlıklı beslenmeye dikkat eden tüketiciler özellikle belirtiyor.

"Ayran tercihim olur genelde sütaş, eker gibi. Güvenilir olması ve tadını sevmem." (Erkek, 50)

Sprite: Hafif ve limonlu tadı ile yemeklerin yanında tercih ediliyor, ferahlatıcı özelliği, tüketicilerin ilgisini çekiyor.

"Çünkü içecek markaları arasında en çok tercih edilenlerden biri ve yemeklerle uyumlu." (Kadın, 18)

Fuse Tea: Sağlıklı ve lezzetli bir içecek alternatifi olarak görülüyor. Yemeklerin yanında hafif bir içecek arayanlar için ideal görülüyor.

"Fuse tea, çünkü tadı güzel ve diğer içeceklerle iyi gidiyor." (Kadın, 30)



HANGI ATIŞTIRMALIK, NEDEN?

Ülker: Geniş ürün yelpazesi ve yıllardır süregelen güvenilirliği ile tanınıyor. Çikolata, bisküvi ve kraker gibi atıştırmalık seçeneklerinin paketten beklenen ürün çeşitliliğini sağlayacağı düşünülüyor.

Eti: Kalite ve lezzet açısından tüketicilerin beğenisine göre şekillenen ürünleri ile tercih ediliyor.

Torku: Torku, yerli üretim olması ve kaliteli içerik sunması ile tüketicilerin ilgisini çekiyor.

Doritos: Özellikle cips severler için popüler ve güvenilir bulunuyor.

"Eti, Ülker. Çok sevilen ve tanınan markalar. İnsanlar bu markaları çok seviyor. Aynı zamanda atıştırmalıkları çok lezzetli ve bir sürü çeşitleri var."
(Kadın, 18)

"Ülker, Eti, Torku... Güveniyorum." (Erkek, 46)

"Ülker, Torku, Doritos gibi kaliteli, premium, güvenilir, prestijli ve toplum tarafından genel kabul görmüş markaları tercih ederim." (Erkek, 50)

GÜVEN İNŞASI: GÜVENİLİRLİĞİ ARTIRAN ÜNSURLAR

Sandviçlere olan güveni artırmanın yolu, ürünlerde kalite standartlarını korumaktan geçiyor. Özellikle tazeliğe yönelik düzenli raf denetimi ve sertifikalama gibi çözümler öneriliyor. Raf ömrünü uzatacak katkı maddeleri de ayrı bir endişe unsuru.

"Sandviçlerin taze olması, herhangi bir kural gelebilir ve marketler sandviçleri birkaç günden fazla rafta tutmayabilir." (Erkek, 19)

"Süpermarket markalarının kendilerini ispatlamaları, düzenli denetim ve kalite kontrol süreçleri güveni artırır." (Erkek, 39)

"İçerikte sağlıksız katkı maddeleri olmadan, taze ve kaliteli ürünler kullanılması güveni artırır." (Kadın, 28)

MOTİVASYON KAYNAKLARI

Tüketicilerin "Öğün Fırsatı" gibi paketleri denemeye karar vermesini sağlayan motivasyonlar da dikkat çekici. Çeşitlilik ve uygun fiyat başta geliyor. Bu çeşitlilik beklentisi markalara yeni ürünlerini tanııtma fırsatı da sunuyor.

"Çeşitli ve avantajlı fiyatları olması beni motive ediyor." (Kadın, 23)

"Yeni bir şey denemek ve keşfetmek ilgi çekici." (Erkek, 24)

"Fiyat performansı ve zaman kazancı sağlaması." (Erkek, 23)

"Çeşitlilik, farklı tatlar tatma imkanı sunuyor." (Kadın, 28)

“Öğün Fırsatı” konsepti, Türkiye’deki tüketicilerin günlük yaşam pratiklerine ve ekonomik hassasiyetlerine güçlü bir şekilde hitap ediyor. Tüketiciler, bu tür paketlerde sadece fiyat avantajı değil; çeşitlilik, güvenilirlik ve kolay erişim gibi birçok farklı faydayı da arıyor. Özellikle yoğun şehir hayatında zaman kazandırması, alışveriş kararlarında önemli bir motivasyon kaynağı oluyor.

Ancak uzun vadeli başarı, sadece cazip fiyatlarla değil, güven veren kaliteyle mümkün. Markaların tazelik, hijyen ve içerik konusunda şeffaf olması, bilinir ve güvenilir ürünlerle kombinasyonlar sunması bu güveni pekiştirebilir. “Öğün Fırsatı”, sadece pratik bir alışveriş modeli değil; aynı zamanda tüketiciyle kurulan bir güven ilişkisi. Bu ilişki doğru yönetildiğinde konseptin Türkiye pazarında kalıcı bir yer edinmemesi için hiçbir neden yok.



ÖĞÜN FIRSATI: HIZLI PRATİK EKONOMİK



Daha fazlası için...

www.twentify.com/alisverisgunlukleri