

senfonico

Koronavirüs Gündem Değerlendirmesi

13 Mart 2020



Yönetici Özeti



1. Twitter'dan Salgın Döneminde Markalara İletişim Tavsiyeleri



2. Corona Virüs Hakkındaki Videolardan Gelir Elde Edilemeyecek



3. Salgın Süresince Markaların Dijital İletişimlerine Devam Edeceği Öngörülüyor



4. Salgın ile Değişmesi Beklenen Tüketim Alışkanlıkları



Twitter'dan Salgın Döneminde Markalara İletişim Tavsiyeleri

Twitter Next Global Başkanı Alex Josephson ve Twitter Next Direktörü Eimear Lambe tarafından kaleme alınan blog yazısında, Corona virüs tehdidinin istifade edilecek bir pazarlama fırsatı olmadığı ve hiçbir markanın, fırsatçı bir biçimde kendisini herhangi bir sağlık duyurusuyla ilişkilendirmemesi gerektiği özellikle vurgulandı.

DAHA FAZLA BİLGİ [➤](#)

Twitter'ın Önerileri

- 1 Marka olarak insanların hayatında oynadığınız özgün rolü anlayarak tüketicilere nasıl yardımcı olmanız gerektiği belirleyin.
- 2 Şartlara bağlı olarak iletişim dilinde farklılıklardan çekinmeyin. Empati, anlayış ve hatta mizah bile yerine göre değerlendirilebilir.
- 3 Haberlerin ve önerilerin çok hızlı bir şekilde güncelliğini yitirebileceğini unutmayın.
- 4 Tüketici davranışlarında değişimler yaşanabileceğini unutmayın.
- 5 Gerektiğinde stok durumu gibi insanları belirsizlikten kurtaracak bilgileri paylaşmaktan çekinmeyin.
- 6 Şirket çalışanlarında hastalığın görülmesi durumunda şeffaf bir şekilde bu bilgiyi paylaşmayı göz önünde bulundurun.
- 7 Kriz dönemine uygun politikalar oluşturarak çalışanlara liderlik edebilir, diğer markalara yol gösterebilirsiniz.



Corona Virüs Hakkındaki Videolardan Gelir Elde Edilemeyecek

YouTube, Corona virüs hakkında dolaşan asılsız haberler ve yanlış bilgilerle mücadele etmek için harekete geçti. Buna göre içerik üreticileri, YouTube'da Corona virüsten herhangi bir şekilde bahseden videolarından reklam geliri elde edemeyecek.

DAHA FAZLA BİLGİ [➔](#)



Salgın Süresince Markaların Dijital İletişimlerine Devam Edeceği Öngörülüyor

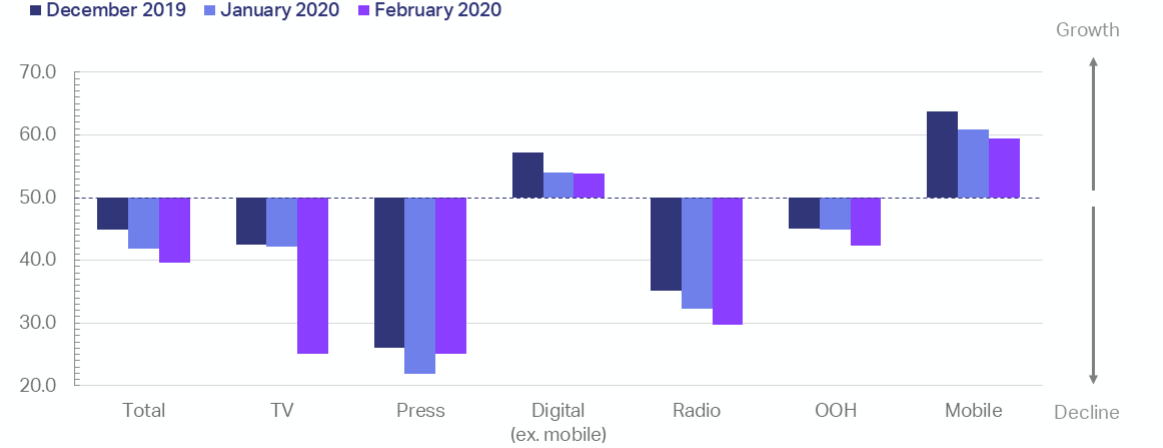
WARC Global Marketing Index'inde (WARC'un pazarlama uzmanlarının eğilimlerine, bütçe değişimlerine yer veren aylık raporu) yer alan bilgilere göre, salgının ilk etkilediği bölge olan APAC'ta pazarlama bütçelerinin salgın nedeniyle önemli ölçüde azaltıldığı belirtildi. Rapor verileri 7 yıl içerisindeki en düşük rakamlara ulaşırken; dijital ve mobil reklam harcamaları ise salgından en az etkilenen alan oldu.

DAHA FAZLA BİLGİ [➤](#)

Asia, Marketing Budgets Index

WARC[^]Data

Above 50 signals growth, below 50 signals decline



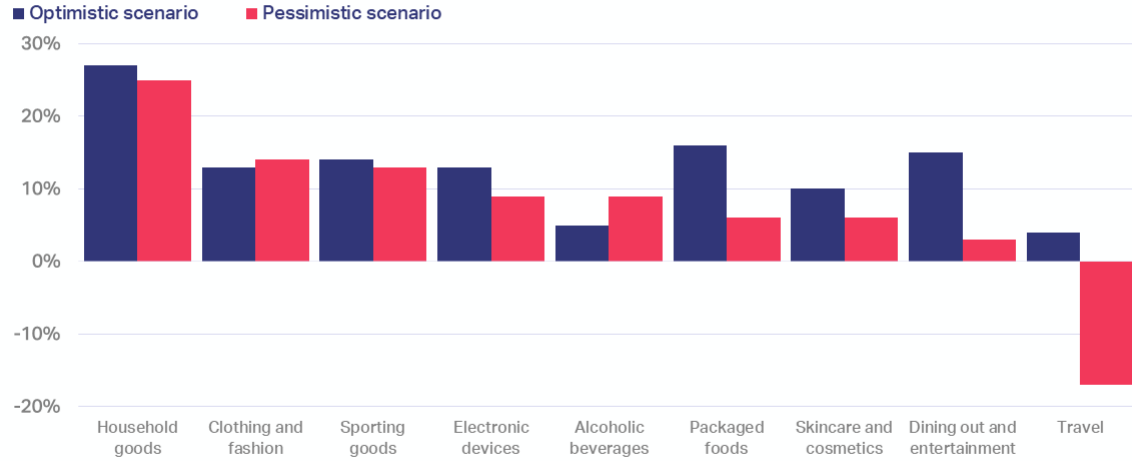
SOURCE › WARC Data, Global Marketing Index



China and COVID-19, Consumer demand

Year-on-year % change in spend for next three months

WARC[^]Data



Note: Based on survey of consumers in Beijing, Shanghai and Guangzhou under different outbreak scenarios (n=900), weighted for age and gender, Feb-2020. Question: What is the change in your budget for spending on these consumer product categories for the next 3 months compared to the same period last year?

SOURCE › Re-Hub and Zectr, *Consumers in Crisis: Understanding the Effect of the Coronavirus on China Consumers*

Salgın ile Değişmesi Beklenen Tüketim Alışkanlıkları

Corona virüs salgınının en yoğun hissedildiği Çin'de, önümüzdeki 3 ayda tüketicilerin harcamalarındaki olası yönelimlerini ölçümleyen araştırma; salgının şiddetini diğer ülkelerde de artırması durumunda tüketici önceliklerinin nasıl değişeceğine yönelik fikir vermesi açısından değerli.

Araştırmaya göre en büyük düşüşün seyahat sektöründe gözlenmesi tahmin edilirken, eğlence ve restoran sektöründe de etkilerini hissettirmesi olasılıklar dahilinde.

DAHA FAZLA BİLGİ [➤](#)

Tüketici Davranışlarında Öngörülen Değişiklikler

Konu hakkında gerçek verilere dayanan araştırmaların azlığına rağmen; tüketicilerin salgın döneminde izole olması, okulların tatili ve evden çalışmaya başlayan kişilerin sayısının günden güne artmasıyla birlikte tüketici davranışlarında kısa vadede öngörülen değişiklikler:



Sosyal Medyada Geçirilen Zamanın Artması



Televizyon İzlenme Oranlarında Artış



Online Video, Müzik ve Oyunlara Olan İlginin Artması



Tüketicilerin Gıda ve Gıda Dışı Alışverişlerde E-ticarete Yönelmesi

Teşekkürler

+90 533 063 9905

info@senfoni.co

Kolektif House Levent
Esentepe Mah. Talatpaşa Cad. 5

34394 Şişli/ İstanbul, Turkey

senfonico

