

GLOBAL LUX MARKALAR ARAŞTIRMASI

Nielsen'in Global Lux Markalar Araştırması'na göre GUCCI En Fazla Arzu Edilen Marka.

Türk Tüketicilerinin İlk Tercih Yerel Tasarımcılar

Tasarımcılar için bir sonraki adım ne olacak?

Araştırma, tasarımcıların markalarıyla üretilen cep telefonları, dizüstü bilgisayarlar, LCD televizyonlar ve MP3 çalarlar açısından Gelişen Pazarların potansiyelini ortaya koyuyor.

Mart 2008 --- Nielsen'in global olarak gerçekleştirdiği lüks tasarım markaları araştırmasına göre güçlü tasarım markası Gucci, tüm dünyanın da en çok arzulanan markası.

Araştırma'ya göre her beş global tüketiciden biri, para bir belirleyici sayılmasa (diğer lüks tasarım markaları arasında) Gucci'yi tercih edeceklerini ifade ediyor.

Nielsen'in geçtiğimiz Kasım 2007'de 48 ülkede gerçekleştirdiği araştırmada Chanel ve Calvin Klein ikinci sırayı paylaştı. Üçüncü sırada Louis Vuitton ve onu takiben Giorgio Armani sıralamada yer alıyor.

Aynı araştırmanın iki yıl önce düzenlenen roundunda Gucci en üst sırayı Giorgio Armani ile paylaşmıştı. The Nielsen Company Gelişen Pazarlar Başkanı Lennart Bengtsson'a göre aradan geçen zamanda son derece rekabetçi ve hareketli olan tasarım sektöründe Gucci'nin marka değerini koruduğu ve hatta geliştirdiği gözleniyor. Gucci bu başarısını, parfümden güneş gözlüklerine, çantalara ve mücevherlere kadar markasını koyduğu tüm ürünlerde temel marka değerlerini sürekli ve tutarlı olarak koruması sayesinde yakalamış durumda.

Bölgesel Tercihler

Global olarak Gucci listenin en üst sırasında yer alırken bölgesel tercihlere bakıldığında moda ve yaşam tarzı açısından bazı farklı tercihler olduğu gözleniyor.

Gelişen Pazarlar (Doğu Avrupa, Orta Doğu ve Afrika) bölgesindeki tüketiciler halihazırda yerel markaları (%39) ve Calvin Klein ve Diesel markalarını (%29) satın aldıklarını bildiriyor. Ancak para bir belirleyici sayılmadığında %34'ü Gucci ve %32'si Christian Dior satın alacaklarını bildiriyor.

Gucci, Christian Dior ve Calvin Klein güçlü markaların karlı iş alanları olduğunun son derece farkında. Sadece moda satmıyor aynı zamanda "imaj" da satıyorlar ki tüketiciler de bu üstünlük farkı için gereken parayı ödemeye hazır. Özellikle Gelişen Pazarlar bölgesinde tüketiciler tasarım markalarının vaat ettikleri imaja karşılık para ödemeye istekli.

Nielsen'in araştırmasından çıkan bir başka sonuca göre; global tüketicilerin %25'i tasarım markalarının ürünlerinin standart ürünlerden daha yüksek kaliteye sahip olduğunu belirtirken, %60'ı insanların tasarım markalarını sosyal statü göstergesi olarak giydiğini ifade ediyor.

Önde gelen moda evlerinin gelecekteki varlığı büyük ölçüde markanın uzun ömürlü olmasına bağlı ve tasarımcı moda evleri gelecek için Orta Doğu, Latin Amerika ve Doğu Avrupa'ya yatırım yapıyor.

Araştırmadaki ilginç bulgulardan biri de önemli bir global bölge olan Kuzey Amerika'daki tüketicilerin %35'inin, para bir belirleyici olmasa dahi, lüks markalara ilgi duymadıklarını ifade etmeleri.

Tasarım Markalarını Kimler Satın Alıyor?

Halihazırda Birleşik Arap Emirlikleri (UAE) ve Hong Kong'daki tüketicilerin %31'i Gucci markalı ürünleri satın aldıklarını belirtiyor. Bengtsson'a göre; coğrafi açıdan Dubai'nin komşusu Suudi Arabistan'daki ve Hong Kong'un Çin'deki varlıklı kesimlerin alışveriş merkezleri olmaları açısından imaj odaklı lüks tüketime yönelen kitleleri çektiği biliniyor. Bu açıdan bu bölgelerde lüks tasarım markaları anahtar şekilde bile olsa kişisel gardırobun birer parçası konumunda.

Araştırmada tüketicilerin beyanına göre Calvin Klein, Ralph Lauren ve Diesel halihazırda global tüketiciler tarafından en fazla satın alınan markalar. Bu markalar lüks tasarım markalarını ilk defa alan kişilerin en fazla ulaşabildiği ve maddi açıdan karşılayabildiği markalar. Parfümden iç çamaşırına, bu markalar nispeten daha makul fiyata "tasarımcı imajını" sunabiliyor.

Bir başka ilginç bulgu da global tüketicilerin %21'inin, Türk tüketicilerinin de %46'sının yerel tasarım markalarını global markalara tercih edeceklerini ifade etmeleri. Bu oranla Türkiye dünyada yerel markaları tercih eden ülkeler arasında ilk sırada yer alıyor.

Tasarım Markaları İçin Ufukta Neler Görünüyor?

Nielsen'in araştırmasına göre global tüketicilerin %35'i tasarım markası altında sunulan bir cep telefonunu satın alabileceğini belirtiyor. Prada ve Armani bu alanda çalışmalarını çoktan başlatmış durumda.

Global tüketicilerin üçte biri, bir tasarım markasının sunacağı laptopu, dörtte biri de tasarım markalı bir TV'yi satın alacağını belirtiyor. Bengtsson'a göre ev ve iş dünyası tasarım markaları için büyük potansiyel taşıyor.