

**BELİRSİZLİK ÇAĞININ PUSULASI**  
**2025'E DENEYİMLE YOL BULMAK**



**esaslabs**



# ESAS VARLIK YÖNETİMİ BÜYÜMEYE DEVAM EDİYOR

**€ 1.4B**

Yönetilen Portföy Değeri

**18**

Farklı Şehir

**1500+**

Yönetilen sözleşme sayısı

**%90**

Ortak Alanlarda Kullanılan  
Yenilenebilir Enerji

**100M+**

Yıllık Ziyaretçi Sayısı

**1 Milyon+ m<sup>2</sup>**

Kiralanabilir Alan (GLA)

**24**

Proje

**6**

Güneş Enerjisi Santrali

**esaslabs**

esaslabs

# SEKTÖRE IŞIK TUTAN VERİ GÜCÜ

**EsasLabs olarak,** perakende ve ticari gayrimenkul sektörlerinde nitelikli veri üretiyoruz. Yenilikçi yaklaşımımızla sektöre ışık tutarak, sadece bugünün değil, yarının da ihtiyaçlarına yönelik çözümler geliştiriyoruz.

**Geleceğin Dinamiklerini Şimdiden Öngören Çalışmalarımız,  
İş Ortaklarımıza Stratejik Bir Yol Haritası Sunuyor.**





Esas Gayrimenkul olarak tüketiciye ilişkin beklentileri anlamak ve sektörle ilgili konuları derinlemesine incelemek ve sektöre yararlı çıktılar oluşturmak için çalışıyoruz.



Tüketicilerin,  
Motivasyonel İhtiyaçları



Tüketici Beklentileri  
ve Trendler



Değişen Tüketici  
Segmentleri



Markaların Dönüşüm  
ve Büyüme Fırsatları



Sektör Değişim Haritası ve  
Sektör Katma Değer Analizi



Davranış  
Araştırmaları



## ESASLABS ARAŞTIRMA ALANLARI

- ✓ Future Bright, Esas Gayrimenkul
- ✓ E&Y, Esas Gayrimenkul
- ✓ Future Bright, Konda, Esas Gayrimenkul
- ✓ Future Bright, Esas Gayrimenkul
- ✓ E&Y, Esas Gayrimenkul
- ✓ Esas Gayrimenkul
- ✓ E&Y, Esas Gayrimenkul
- ✓ Future Bright, Esas Gayrimenkul
- ✓ Esas Gayrimenkul
- ✓ Sürdürülebilir Büyüme İçin Müşteriyi Tanımak, 2022
- ✓ AVM Sektörü Finansal Sorunlarına Yaklaşımlar ve Çözüm Önerileri, 2022
- ✓ Türkiye Alışverişçi Profiline Hayat Tarzları Araştırması, 2023
- ✓ Orta Yaş Türkiye'si ve Perakende, 2023
- ✓ Alışveriş Merkezleri Sürdürülebilir Bir Gelecek İçin Hazır mı?, 2023
- ✓ Geleceğe Hazır Perakende, 2023
- ✓ Sektörel Sürdürülebilirlik Haritası, 2024
- ✓ Yapay Zeka Aracılığıyla Tüketici Davranışlarını Tahmin Etmek, 2024
- ✓ Perakendeyi Yeniden Tanımlamak, 2024

**ESASLABS 2025**

**PERAKENDE VE TÜKETİCİ ÖNGÖRÜLERİ**



**esaslabs**



# TÜRKİYE 2025 YILINDA DA KÖTÜCÜL SORUNLAR İLE BOĞUŞACAK



**İklim Krizi, Gelir Dağılımı  
Adaletsizliği, Tek Başımıza  
Çözmeyeceğimiz Sorunlarla Karşı  
Karşıyayız...**



**esaslabs**

# TÜRKİYE 2025 YILINDA DA KÖTÜCÜL SORUNLAR İLE BOĞUŞACAK

## 2025'E HAZIRLANMAMIZ GEREKİYOR

(Ama Hangi Geleceğe?)

Tek ve lineer bir gelecek yok maalesef. Geleceğe dair farklı yaklaşımlarla farklı senaryolar üretmek, bunları proaktif olarak tahminlemek ve gelişmelere göre pivot etmek zorundayız.



ÖNGÖRÜLEBİLİR GELECEK



ALTERNATİF GELECEKLER

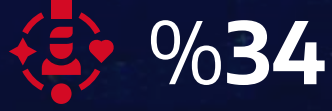


2025 YILINDA...  
MARUZ KALANLAR  
> BİLİNİRLİK

esaslabs



# KRİZE RAĞMEN TÜRKİYE 6 TEMEL MÜŞTERİ PROFİLİ DEĞİŞMİYOR



## Deneyim Kaşifleri

Söylediklerini unutacağım, yaptıklarını unutacağım ama bana neler hissettirdiğini asla unutmayacağım.



## Teknolojik Çokbilmişler

Benim için teknoloji keşfedeceğim her yeni şey sihirden farksız



## Sofistike Bilgiçler

Zarafet benim için caba yakınlık, denge ve uyum ile eş anlamlıdır ve tüm boyutların birbiriyle orantılı olmasıyla oluşur



## Hedonistler

Yüz yaşına kadar yaşamak istememe neden olan tüm zevklerden vazgeçersem, Yüz yaşına kadar yaşayabilirim. Galiba uzun yaşam abartılıyor.



## Evnhamlı Simyaçılar

Her şeyi birbiri ile karıştırırım, büyük büyük dönüştürürüm. İnanılmaz bir değer oluştururum..



## Marifetli Muhtarlar

Marifetlinin en önemli makamı daha çok bilmektir. Beni kimse kandıramaz.

esaslabs

# BİRAZ DENEYİM VERİSİ

Markaların **%34'ü** müşteri yolculuk haritalamasını yaptırmış durumda

Şirketlerin **%18'i** müşteri deneyimini tam olarak ölçebiliyor

Tüketicilerin **%72'si** 6 veya daha fazla kişi ile olumlu deneyimini paylaşıyor.

Şirketlerin sadece **%12'si** yeni müşteriye çapraz satış yapabiliyor

Tüketicilerin **%55'i** garanti iyi bir deneyim için daha fazla ödemeye istekli.

Markaların **%75'i** deneyimin ne anlama geldiğini bilmesede mutlaka ölçüyor

Müşteri kaybının **%11'i** basit bir şirket ilgisi ile önlenabiliyor

Markaların sadece **< %1** gerçek bir omni-channel stratejisine geçebilmiş durumda

esaslabs



# DENEYİMDE İLİM ÖNCE KENDİNİ BİLMEKTİR

Kendimizi anlamak, farkındalığımızı yükseltmek çok önemli. Biz kendimizi ne kadar tanıyoruz, dışarıdan bizi nasıl tanıyorlar? Bu farkındalık alanlarını nasıl genişletebiliriz?

Başkalarından kendimize dair birçok şey öğrenebiliriz. Kendimizi dışı daha da açarak başkalarının bizi daha iyi anlamasını sağlayabiliriz.

**DIĞERLERİ**

Bildikleri

Bilmedikleri

**AÇIK ALAN**



**ANLAT**

**GİZLİ ALAN**

Bildikleri

**KENDİSİ**

**SOR**

**KÖR ALAN**



**BİLİNMEYEN ALAN**

Bilmedikleri

**esaslabs**

# DENEYİMİ STRATEJİSİ 4 FARKLI KOLON ÜZERİNE OTURTUYORUZ

## DOKUNMA NOKTASI



esaslabs

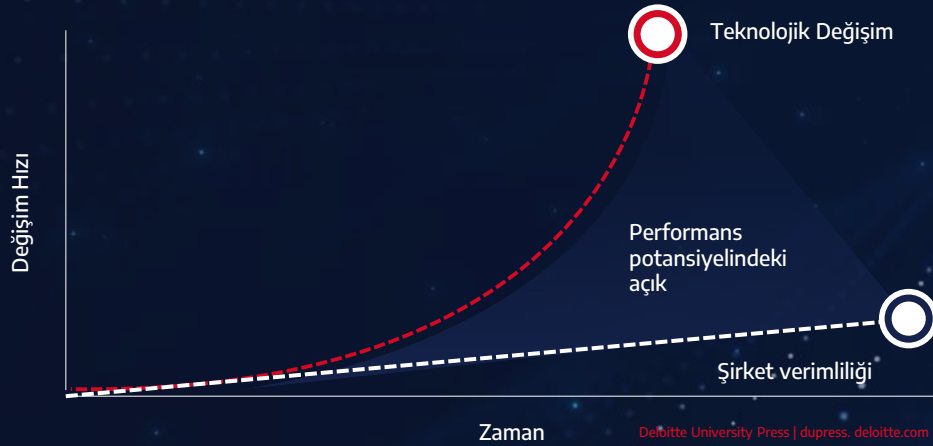


# BENZERSİZ DENEYİM ÖNERMELERİMİZİN ÖMRÜ 4,5 YIL

Teknoloji Devrimini Göz Ardı Etmeden Değişmeliyiz  
Ezber Bozan (Disruptive) Teknolojiler ile Bir Sektörü  
Baştan Aşağı Dönüştürme, İş Modellerini Değiştirme  
Gücüne Sahip. Bunlar araç değil, adeta cihazlar.

Teknolojiyle gelen büyüme verimliliğe kıyasla  
üstsel gerçekleşiyor ve makas hızla açılıyor.  
Öyle ki, teknolojiyle zenginleşen modeller bir  
sistemin bütününe dönüştürebiliyor.

## Teknoloji ve Geleneksel Büyüme



# BİLDİĞİMİZ HER ŞEY DEĞİŞİRKEN, GİG EKONOMİSİNE UYUM SAĞLAYACAĞIZ

Dünya Bankası'nın 2023'te yayınladığı "Working Without Borders: The Promise and Peril of Online Gig Work" (Sınırlar Olmadan Çalışmak: Online Çalışmanın Vaatleri ve Tehlikeleri) Raporu'na göre gig ekonomisine katkıda bulunan bağımsız çalışanların sayısı 2023 yılında 435 milyona kadar çıktı. Esnek çalışmalara olan talep de 2016 ile 2023'ün ilk çeyreğinde **%41** oranında artış gösterdi.

## Sanayi Devrimi

Tarım toplumundan sanayi ekonomisine geçiş sırasında ortaya çıkan resmi iş gücü uygulamaları modern yetenek yönetimi kavramının da temelini attı.



## Bilimsel Yönetim

Frederick Taylor'ın 20. Yüzyıl başlarında ortaya attığı bilimsel yönetim ilkeleri, erken dönem yetenek yönetimi uygulamalarını etkileyerek, işgücü verimliliği konusuna sistematik yaklaşımlar getirdi.



## 2. Dünya Savaşı

Savaş zamanı seferberlik girişimleri, stratejik yetenek edinme, eğitim ve geliştirmenin önemini gözler önüne serdi. Bu dönemde standart testlerin ve yapılandırılmış eğitim programlarının yükselişine tanık olundu.



## Sivil Haklar Hareketi

1950'li ve 1960'lı yıllardaki Sivil Haklar Hareketi, işyerlerindeki ayrımcı uygulamalara meydan okuyarak, eşit istihdam fırsatı politikalarının ve çeşitlilik girişimlerinin benimsenmesine yol açtı.



## Bilim Çağı & Teknoloji

20. yüzyılın sonlarında bilgi çağının başlaması ve hızlı teknolojik gelişmeler, yetenek yönetimi uygulamalarını dönüştürdü. Başvuru takip sistemleri ve performans yönetimi yazılımı gibi İK teknolojileri, yetenek yönetimi süreçlerinin ayrılmaz bir parçası haline geldi.



## Küreselleşme

Ekonomilerin birbirleriyle etkileşimlerinin artışı ve çok uluslu şirketlerin yükselişi, yetenek yönetimine küresel bir yaklaşımı zorunlu kıldı. Kuruluşlar yeteneklerin bulunması, geliştirilmesi ve elde tutulması için küresel ölçekte stratejiler geliştirmeye başladı.



## Gig Ekonomisi

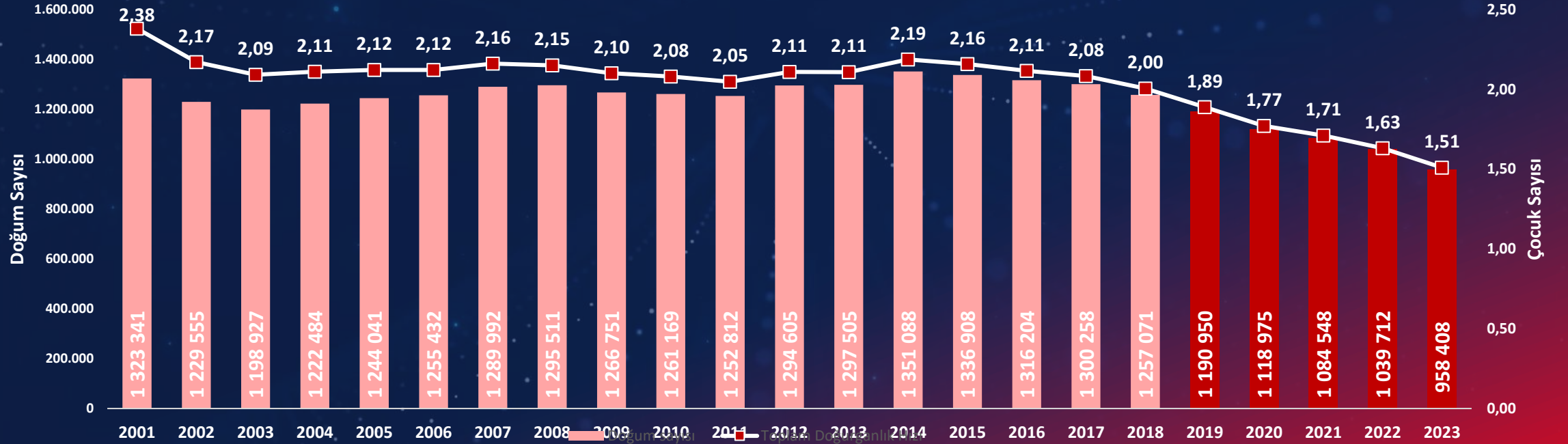
21. yüzyılda gig (esnek) ekonominin yükselişi ve uzaktan çalışma düzenlemelerinin yaygın biçimde benimsenmesi, geleneksel yetenek yönetimi uygulamalarına meydan okudu. Şirketler uzaktan çalışma politikaları uygulayarak, sanal iş birliği ve iletişim için teknolojiden yararlanarak uyum sağladı.





# YAŞ ALAN BİR TÜRKİYE VE DAHA RAFİNE TÜKETİMİN YÜKSELİŞİ

Türkiye hızla yaşlanmaya devam ediyor. Toplam doğurganlık hızı, 2001 yılında **2,38** çocuk iken 2023 yılında **1,51** çocuk olarak gerçekleşti., Bu durum, doğurganlığın nüfusun yenilenme düzeyi olan **2,10'un** altında kaldığını gösterdi.

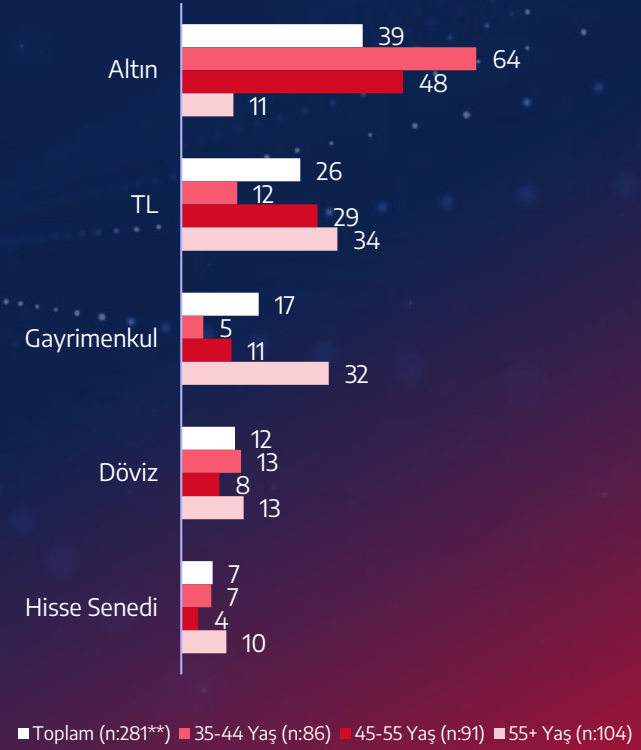


# YAŞ ALAN BİR TÜRKİYE VE DAHA RAFİNE TÜKETİMİN YÜKSELİŞİ

## Birikim Sahipliği %



## Birikim Tercihleri %





# BİLDİĞİMİZ HER ŞEY DEĞİŞİRKEN, YENİ HEDEF KİTLELERİ KONUŞACAĞIZ



Tek Kişi Haneler  
5,2M



Boşanmış Anneler  
%10,3 (+3)



Geniş Aileler  
%12,8 (-8)



Mikro Aileler  
%40,4



Evli, Çocuksuz Çiftler  
%13



Bağlantısız Beyaz Yakalar  
%3,3 (+2)

esaslabs

# GEÇTİĞİMİZ SENE İLE BU ZAMANI KARŞILAŞTIRDIĞINIZDA;



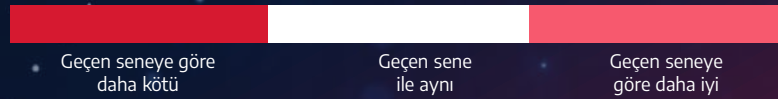
## TÜRKİYE'DE EKONOMİ...



## HANEDE EKONOMİ...



Baz: 800 (Her dönem tüm görüşülenler)



↑ Bir önceki döneme göre anlamlı farklılık

esaslabs



# GEÇTİĞİMİZ SENE İLE BU ZAMANI KARŞILAŞTIRDIĞINIZDA;

	Nisan 2023	Temmuz 2023	Ekim 2023	Ocak 2024	Nisan 2024	Temmuz 2024	Ekim 2024
Yatırım yapmakta zorlanıyorum	57	57	52 ↓	58 ↑	51 ↓	60 ↑	61
Ev ekonomisini idare etme noktasında geçmişe kıyasla daha zorlanıyorum	59	56	53	54	48 ↓	55	56

# TÜRKİYE 2025 YILINDA DA KÖTÜCÜL SORUNLAR İLE BOĞUŞACAK

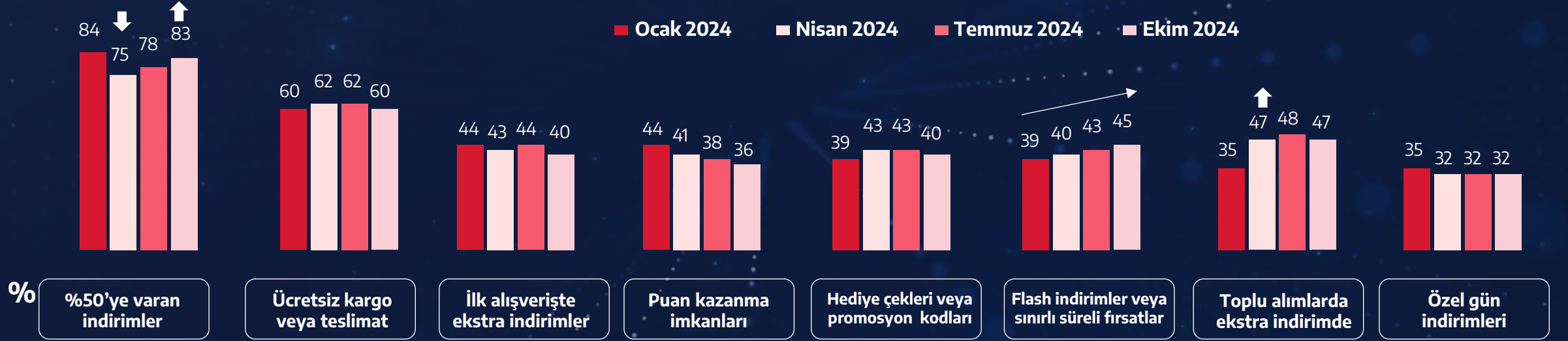
## Kesinlikle Katılıyorum Diyenler (%)

	Nisan 2023	Temmuz 2023	Ekim 2023	Ocak 2024	Nisan 2024	Temmuz 2024	Ekim 2024
Market alışverişi yaparken ürün fiyatlarına artık daha çok dikkat ediyorum.	65	69	62 ↓	65	62	64	66
İndirim ve kampanyaları daha sık takip ediyorum.	58	59	53 ↓	56	52	60 ↑	62
Market alışverişlerinde daha fazla indirim market tercih etmeye başladım.	54	57	51 ↓	55	51	59 ↑	58
Alışverişlerimde yeni çıkan ya da daha önce kullanmadığım markaları ucuz olduğu için denemeye açtım.	43	44	38 ↓	44 ↑	39	47 ↑	45
Eskisine göre daha sık online alışveriş tercih ediyorum.	38	37	31 ↓	38	31 ↓	35	31

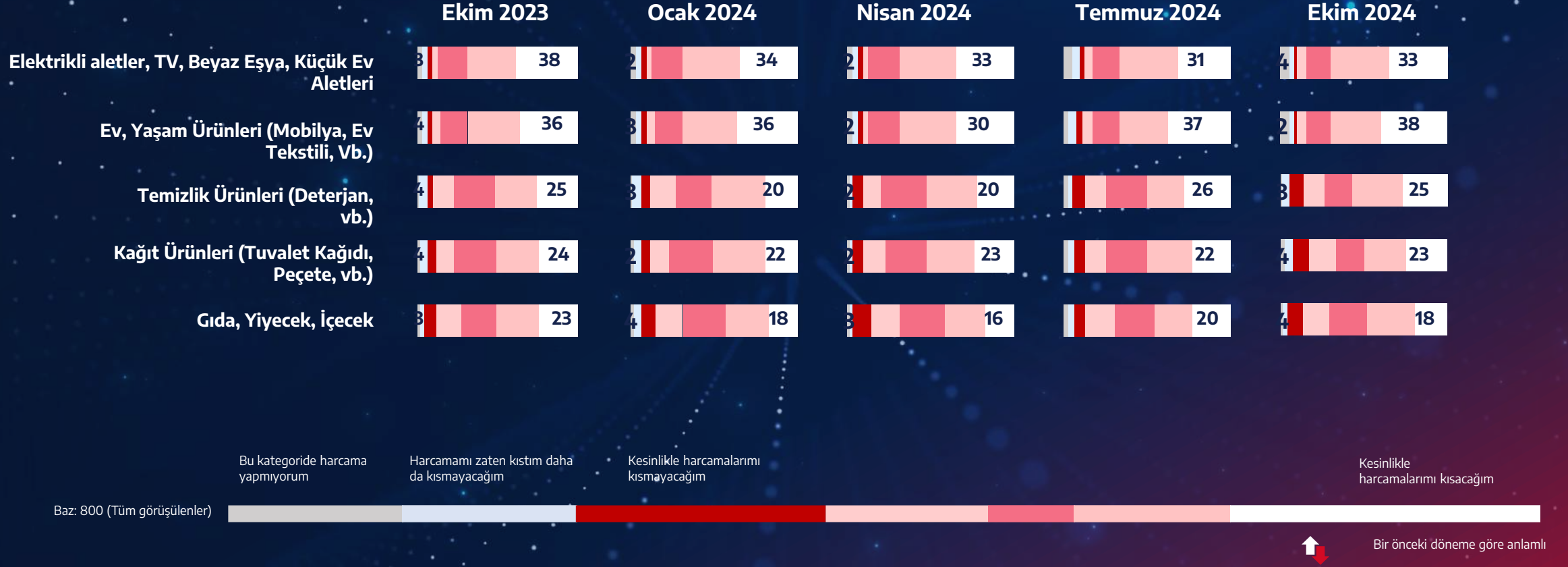


# TÜRKİYE 2025 YILINDA DA KÖTÜCÜL SORUNLAR İLE BOĞUŞACAK

## Alışveriş yaparken hangi tip kampanyalar size daha çok cazip geliyor?



# TÜRKİYE 2025 YILINDA DA KÖTÜCÜL SORUNLAR İLE BOĞUŞACAK





# TÜRKİYE 2025 YILINDA DA KÖTÜCÜL SORUNLAR İLE BOĞUŞACAK



Bu kategoride harcama yapmıyorum

Harcamamı zaten kıstım daha da kıstımayacağım

Kesinlikle harcamalarımı kıstımayacağım

Kesinlikle harcamalarımı kıstımayacağım

Baz: 800 (Tüm görüşülenler)

'Şans Oyunları' ifadesi Temmuz 2024'ten itibaren soruluyor.

↑ Bir önceki döneme göre anlamlı

esaslabs

# Özetlemek Gerekirse:



- Ortya yaş müşteri grubu büyümeye devam ediyor.
- Fiyata odaklı müşteriye odaklanmaya devam etmeliyiz.
- Kişiselleştirilmiş, anlık ve odaklı teklif teklifler çıkartmalıyız.
- Deneyim odaklı müşteri beklentileri kuvvetlenerek artıyor.
- GIG ekonomisi büyüyor, bu potansiyeli değerlendirmeliyiz



# TEŞEKKÜRLER

esaslabs