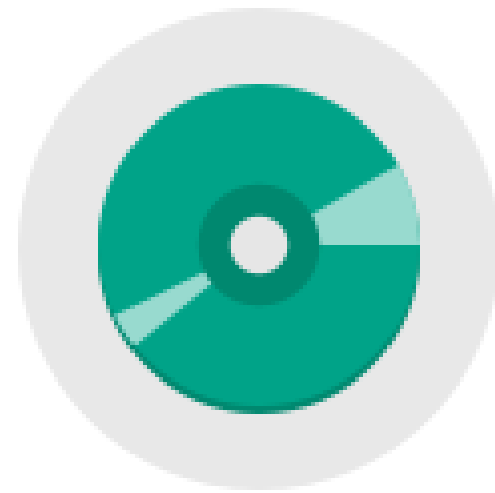


Raport Omnichannel 2019



7/8 - muzyka, książki, multimedia

YourCX

Badanie Omnichannel 2019

Z roku na rok coraz powszechniej zauważana jest potrzeba analizowania i dbania o doświadczenia klientów. Coraz mniej istotnymi czynnikami są same w sobie produkty bądź ich cena, ale istotne jest wszystko to, co spotyka klienta na drodze do pozyskania produktu bądź realizacji usługi. Jak to jednak realnie wygląda?

W związku z bardzo dużym zainteresowaniem wnioskami z badania Omnichannel 2018, w tym roku przeprowadziliśmy kolejną edycję badania z kilkoma udoskonaleniami. W trakcie tegorocznej edycji przygotowaliśmy wskaźnik jakości doświadczeń Your Customer Experience Index mający na celu lepsze zróżnicowanie podmiotów na rynku i określenie prawdziwych liderów dostarczających wyjątkowo wysoką jakość docenianą przez klientów.

Chciałbym podziękować bardzo wszystkim osobom oraz Partnerom, którzy pomogli nam w realizacji badania. Mam nadzieję, że zebrane wyniki pomogą lepiej zrozumieć klientów jak i zachęcą wszystkich do dalszego rozwoju programów Customer Experience, które finalnie służą nam wszystkim.

Piotr Wojnarowicz

YourCX CEO



Metodologia badawcza

- Dane jakościowe o charakterze ilościowym zbierane **anonimowo i dobrowolnie**, bez gratyfikacji dla respondentów;
- Badanie możliwe do uczestnictwa i wypełniania wyłącznie **jednorazowo on-line**;
- Grupa docelowa badania odpowiadająca przekrojowemu profilowi użytkownika Internetu w Polsce;
- Zasięg ponad **1 400 000 konsumentów** uzyskany dzięki partnerom badania;
- Prawie **150 000 wypełnionych** ankiet;
- Ankieta **wielostronicowa**, składająca się z pytań kaskadowych, bez pytań obowiązkowych, z pytaniami demograficznymi na początku;
- **Znormalizowane** zestawy pytań dla każdego z segmentów z ograniczeniem do 2 segmentów na ankietę;
- Wspólna miara metodologii NPS dla zakupów offline i online;
- Realizacja badania: **czerwiec 2019**;
- Wybrane segmenty e-commerce odzwierciedlają branże kluczowych projektów realizowanych przez YourCX;
- **Partnerzy badania**: Leroy Merlin, Media Markt, Multikino, Play, Rossmann, T-Mobile, Travelplanet;
- Badanie zostanie podsumowane w formie osobnych raportów dla każdej z analizowanych branż;

Wskaźnik Your Customer Experience Index

Sposób wyliczenia wskaźnika

wartość pośrednia = %rewelacyjnie - %kiepsko - %fatalnie

wartość pośrednia NPS = NPS / 100

wartość finalna = (wartość pośrednia + 1) * 125

wynik finalny = \sum wartości finalnych

Celem powstania wskaźnika Your Customer Experience Index było lepsze zróżnicowanie firm o podobnych wynikach oraz wskazanie realnych liderów doświadczeń.

W związku z tym do wyliczeń wartości brane są tylko wyjątkowo dobre doświadczenia (ocena rewelacyjnie) jak i bardzo negatywne (fatalnie oraz kiepsko). W przypadku pytania NPS założenie mamy spełnione dzięki uwzględnianiu promotorów i krytyków.

Wszystkie cztery wskaźniki (dostępność produktów, łatwość zakupu, zadowolenie z zakupu, NPS) traktujemy jak równie ważne, dlatego każdy z nich ma taką samą wagę i został przeskalowany do wartości z przedziału [0, 250], aby finalny wynik miał wartość z przedziału [0, 1000]

Przykład wyliczeń dla firmy XYZ

	fatalnie	kiepsko	tak sobie	dobrze	rewelacyjnie	wartość pośrednia	wartość finalna
Dostępność produktów	10%	2%	40%	30%	18%	0,06	132,5
Łatwość zakupu	5%	9%	15%	49%	22%	0,08	135
Zadowolenie z zakupu	1%	3%	28%	31%	37%	0,33	166,25
NPS = 40						0,4	175
Wynik finalny							608,75

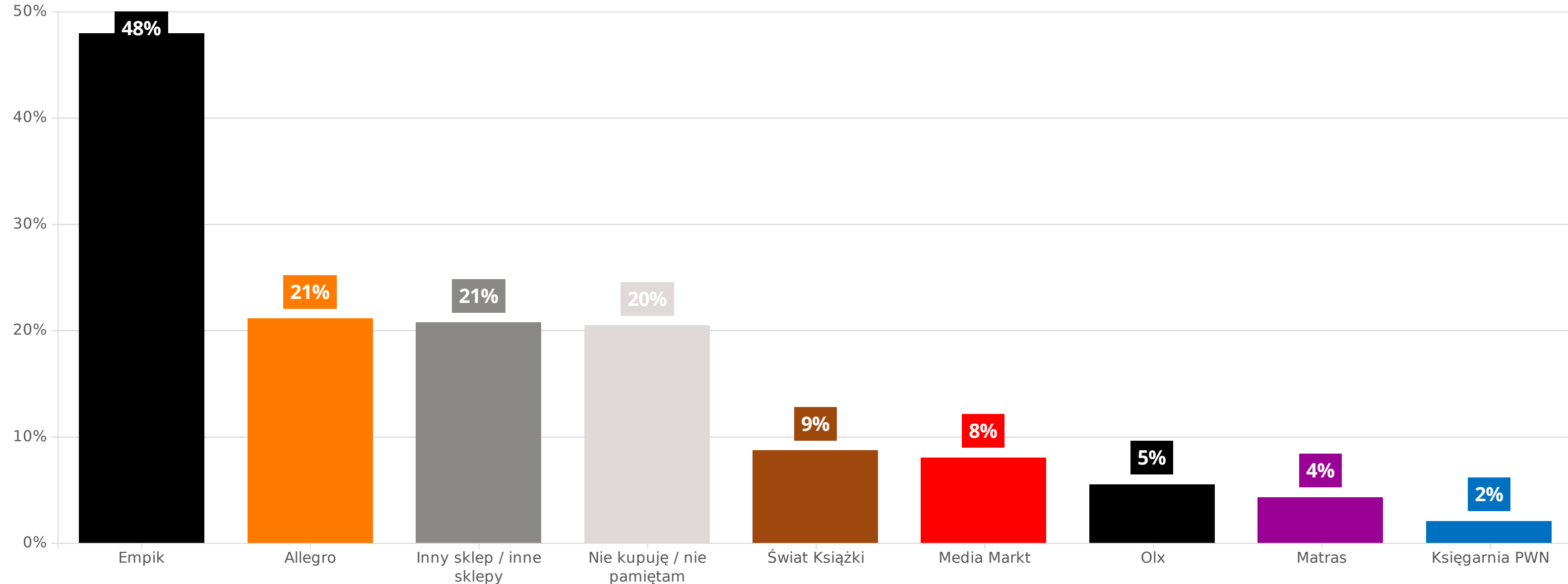
Omnichannel 2019



Gdzie i jak kupują respondenci?

Gdzie w ostatnim czasie kupiłeś/aś filmy, książki, muzykę lub inne multimedia?

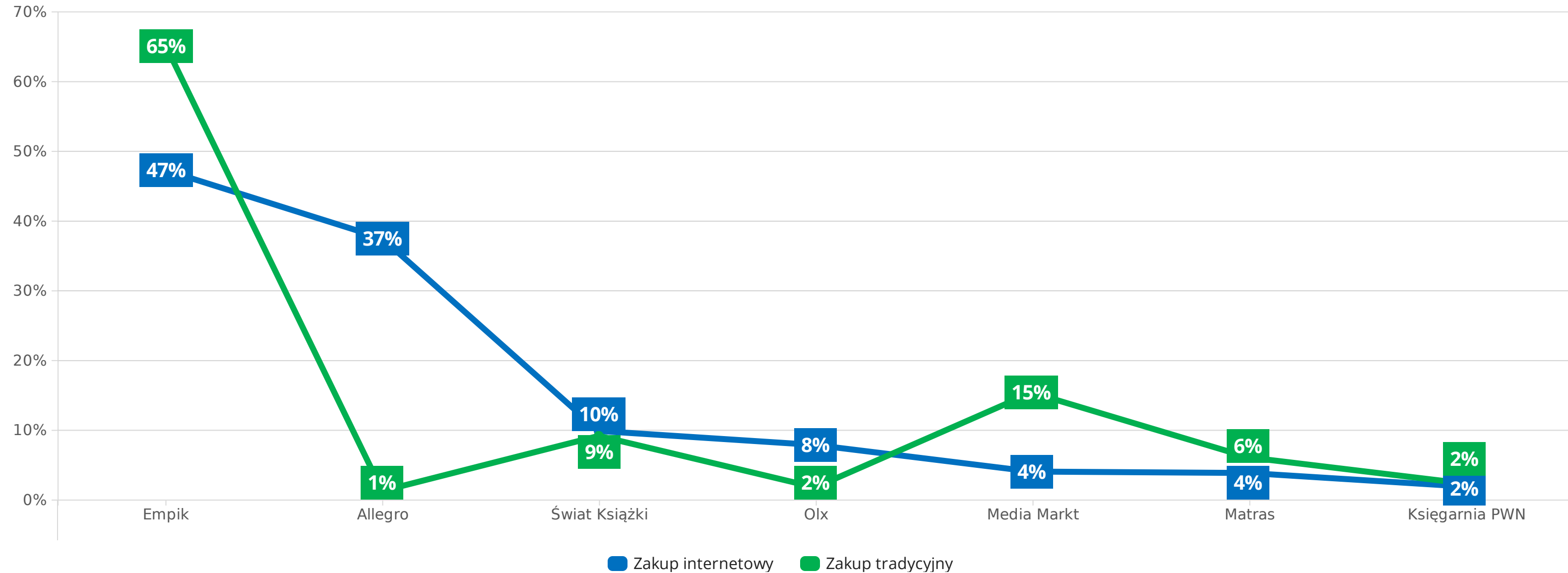
Pytanie wielokrotnego wyboru



Niekwestionowanym liderem tego segmentu jest Empik, gdzie połowa respondentów w ostatnim czasie kupowała książki, multimedia, muzykę. Na drugiej pozycji platforma Allegro, gdzie kupuje co piąty ankietowany. 21% kupuje w "innych sklepach", a 20% nie kupowało lubi nie pamięta zakupów takich produktów. Świat Książki oraz Media Markt zdobywają kolejno 9% i 8% udziałów rynkowych.

Gdzie w ostatnim czasie kupiłeś/aś filmy, książki, muzykę lub inne multimedia?

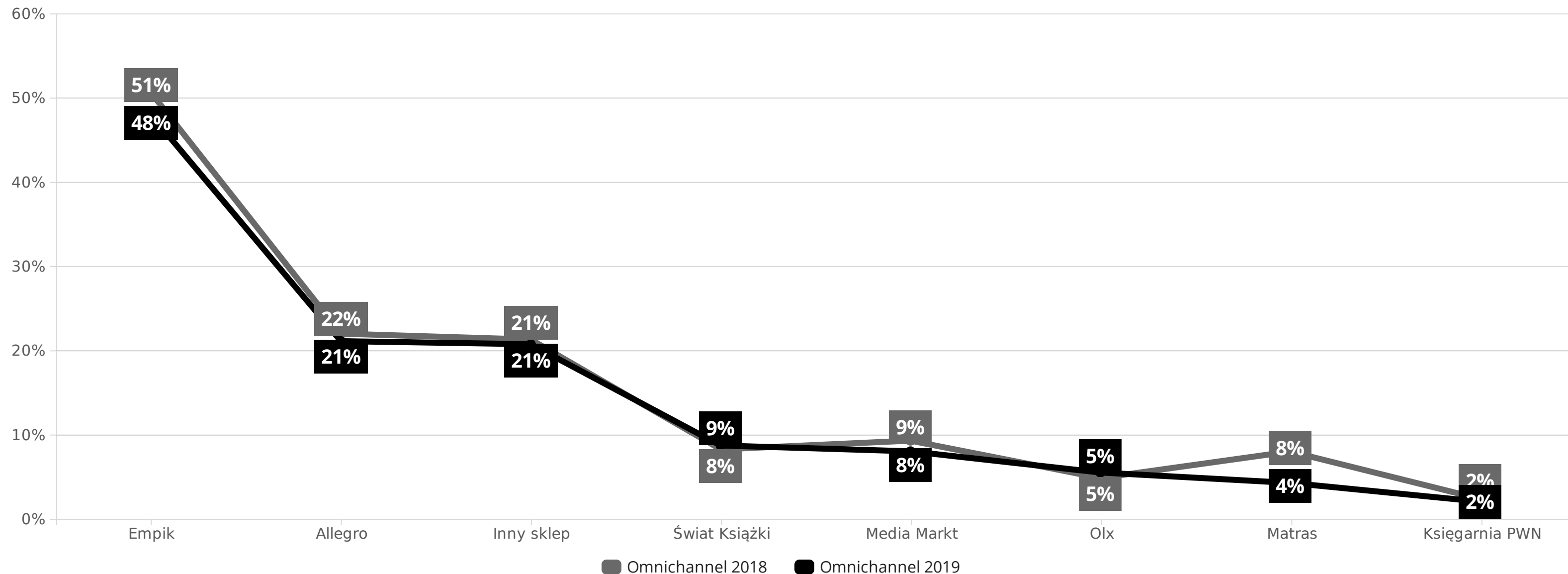
Udziały rynkowe według kanału zakupu



Empik ma trudną do zakwestionowania pozycję w kanale tradycyjnym - aż 65% respondentów kupujących książki i multimedia offline robiło to w sklepie tej sieci. 15% kupiło w Media Markt. Tuż za liderem w kanale online, jakim jest Empik, znajduje się Allegro mające udział 37%.

Gdzie w ostatnim czasie kupiłeś/aś filmy, książki, muzykę lub inne multimedia?

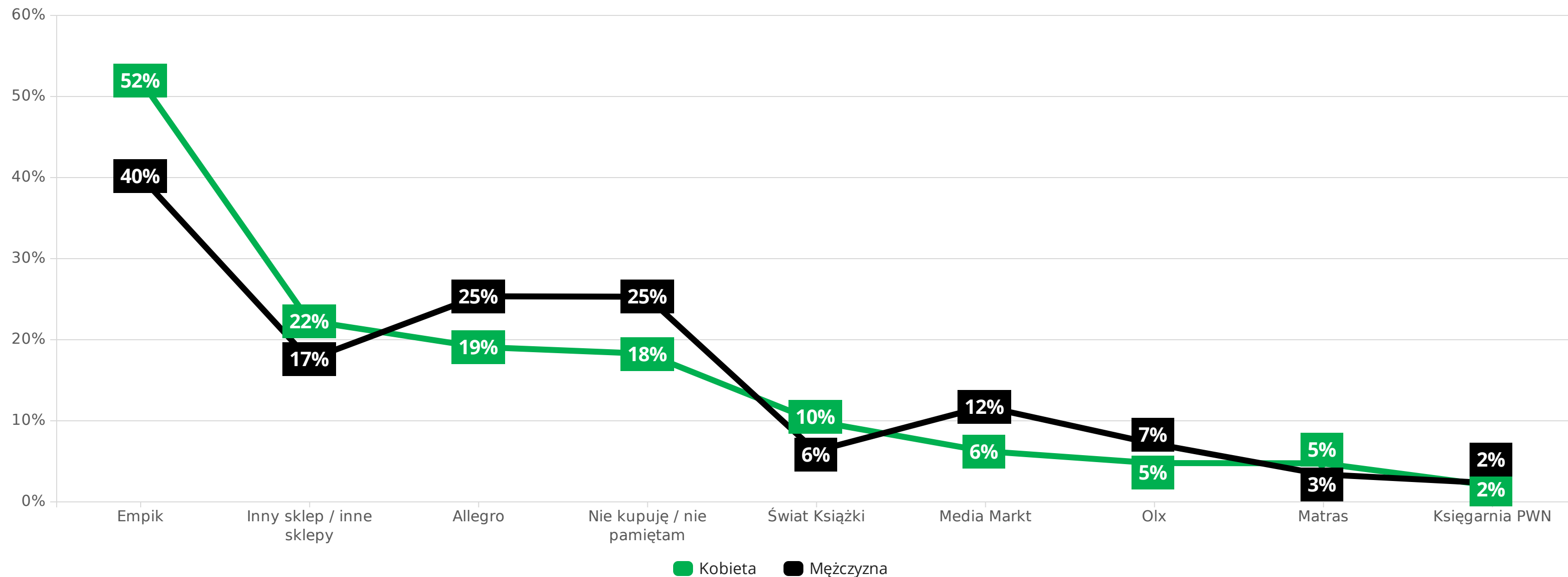
Porównanie łącznych udziałów rynkowych z wynikami z zeszłorocznej edycji badania



Nie notujemy właściwie żadnych różnic w porównaniu udziałów rynkowych z zeszłoroczną edycją badania.

Gdzie w ostatnim czasie kupiłeś/aś filmy, książki, muzykę lub inne multimedia?

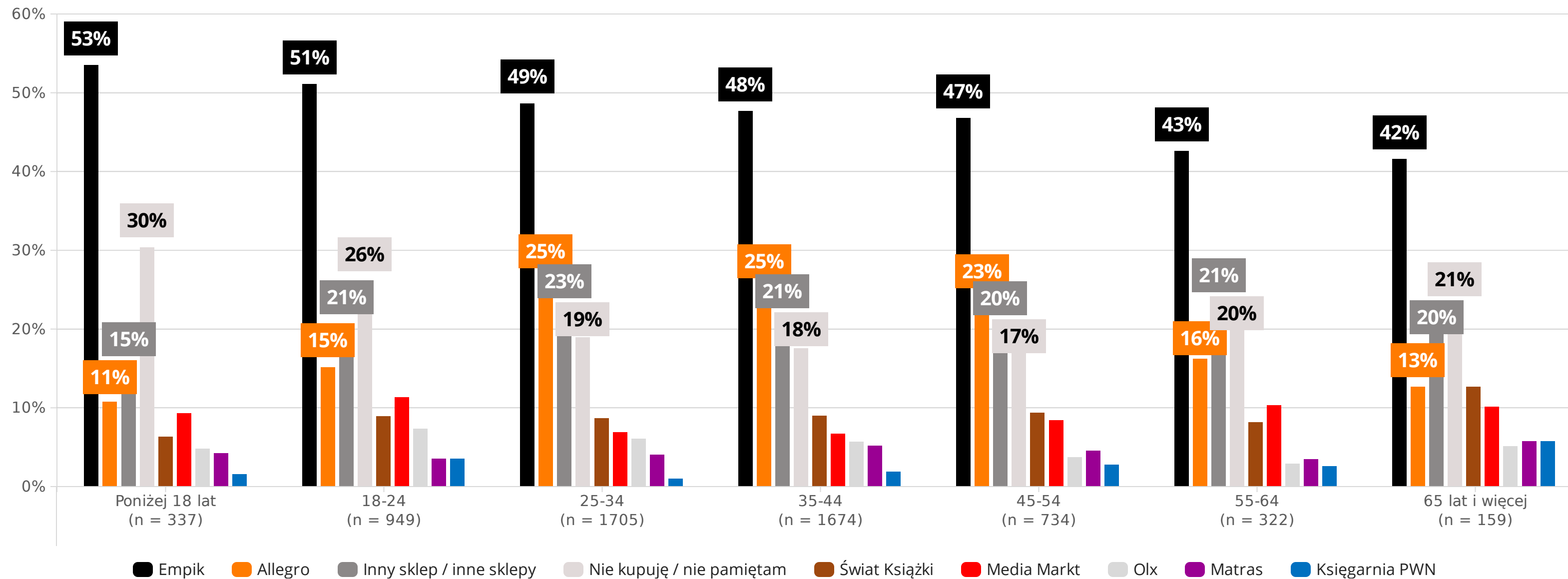
Analiza według płci



Empik, lider na rynku, jest zdecydowanie częściej odwiedzany przez kobiety (52%) niż mężczyzn (40%). Mężczyźni częściej niż kobiety wybierają platformę Allegro, sieć Media Markt oraz Olx. Mężczyźni częściej też nie pamiętają czy lub gdzie ostatnio robili takie zakupy.

Gdzie w ostatnim czasie kupiłeś/aś filmy, książki, muzykę lub inne multimedia?

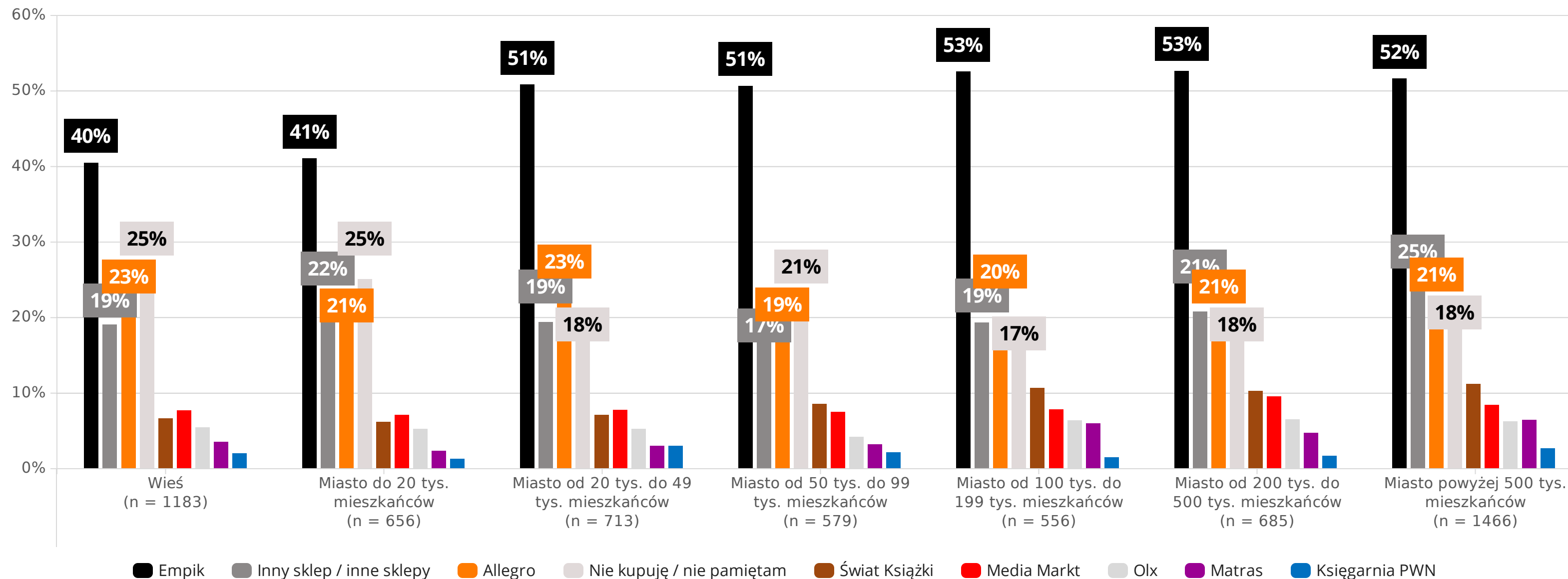
Analiza według wieku



Udział Empiku maleje wraz z wiekiem. Osoby młode najrzadziej spośród wszystkich grup wiekowych kupują książki, muzykę i multimedia (nie robi tego aż 30% osób poniżej 18 roku życia). Allegro jest bardzo popularne u co czwartego dwudziesto-, trzydziesto- i czterdziestolatka.

Gdzie w ostatnim czasie kupiłeś/aś filmy, książki, muzykę lub inne multimedia?

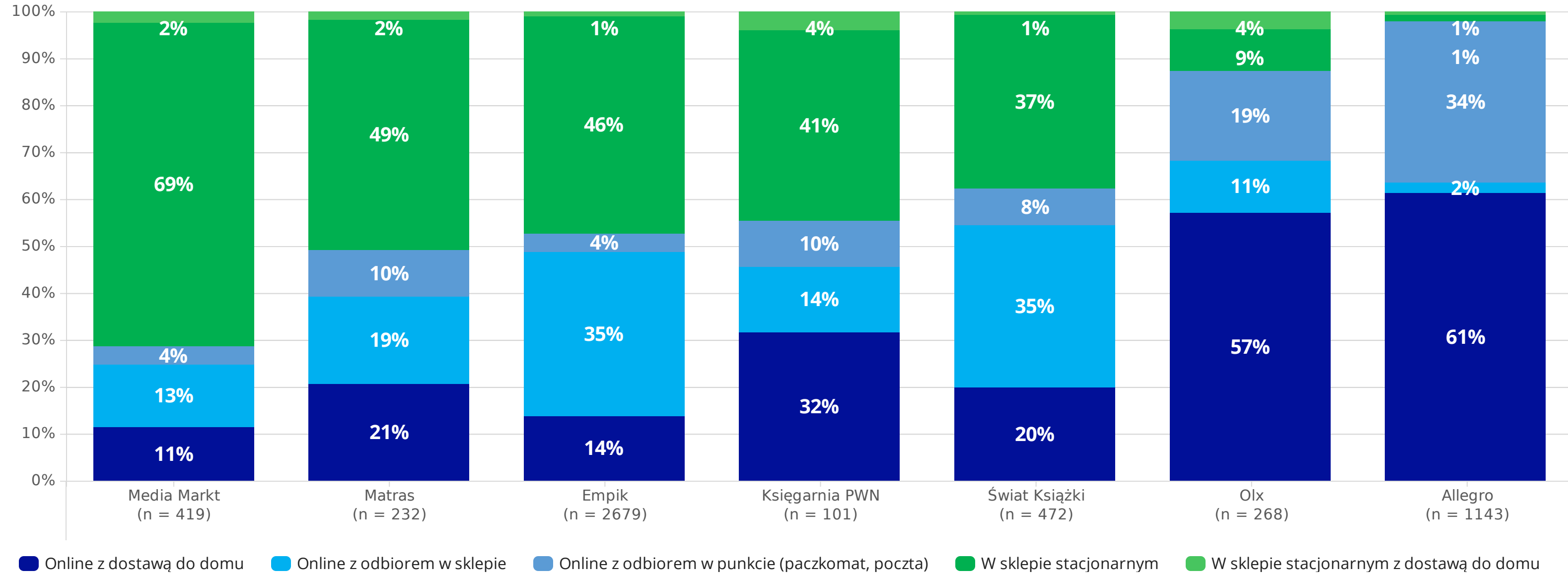
Analiza według miejsca zamieszkania



Na wsi i w mniejszych miejscowościach co czwarty respondent deklaruje, że nie kupował ostatnio tych produktów. Mniejszy jest tam też udział sieci Empik, która w miastach dominuje z udziałem na poziomie około 50%. Platforma Allegro cieszy się podobnym zainteresowaniem niezależnie od wielkości miejsca zamieszkania.

W jaki sposób kupiłeś/aś tam produkty?

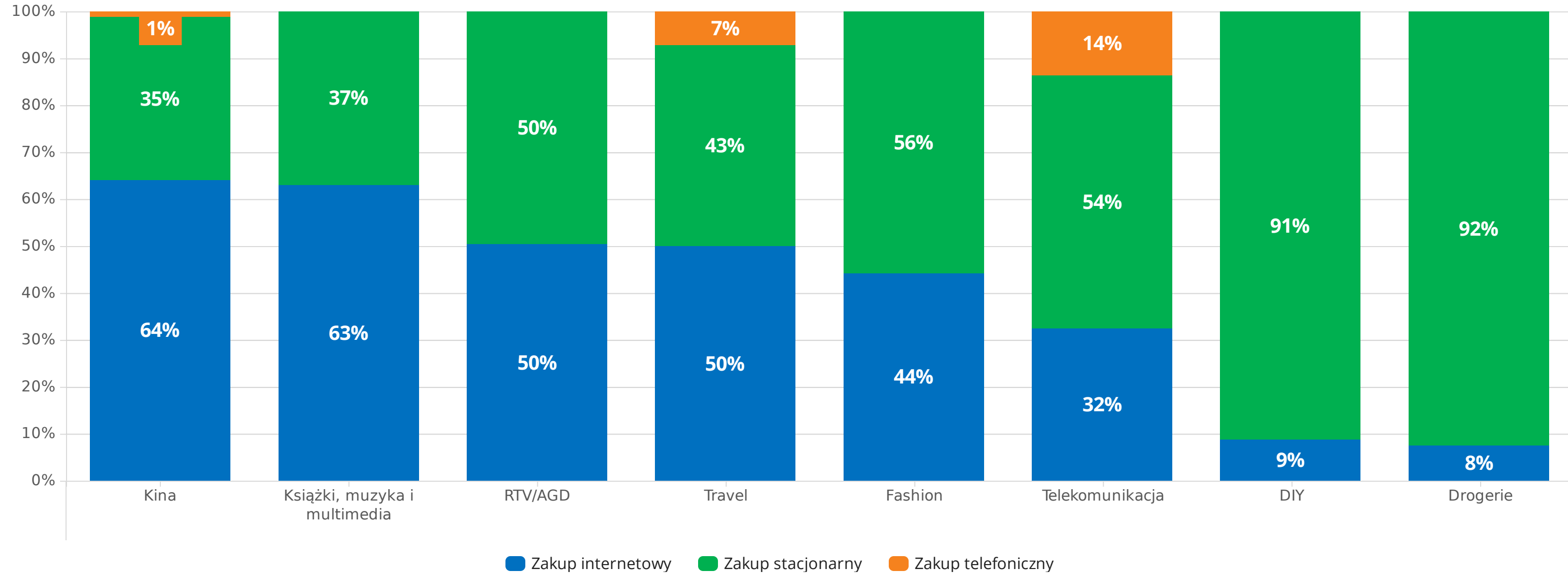
Wybierany kanał zakupu - pytanie jednokrotnego wyboru



69% klientów Media Markt zakupu dokonuje w sklepie tradycyjnym. W Matras jest to 49%, natomiast w sieci Empik - 46% wskazań. Oprócz platform stricte internetowych (Allegro i Olx) nie obserwujemy innych podmiotów z ostrą przewagą zakupów internetowych ponad tradycyjnymi. Internauci lubią wciąż kupować przez internet z odbiorem towaru w sklepie - aż 35% klientów Empika wybiera tę metodę. Rozbudowana sieć tradycyjnej sprzedaży jest więc w tym segmencie bardzo istotna.

W jaki sposób kupiłeś/aś tam produkty?

Porównanie wybieranych kanałów między branżami



Kupując produkt tej kategorii - książkę, płytę CD, grę komputerową - nastawiamy się na konkretny tytuł, nie porównujemy wielu parametrów. Nie czujemy potrzeby dotknięcia czy zmierzenia towaru na półce. Zakupy online z odbiorem w sklepie są więc bardzo popularne - do sklepu idziemy już odebrać zamówienie, nie musimy niczego szukać na półkach pełnych przeróżnych tytułów.

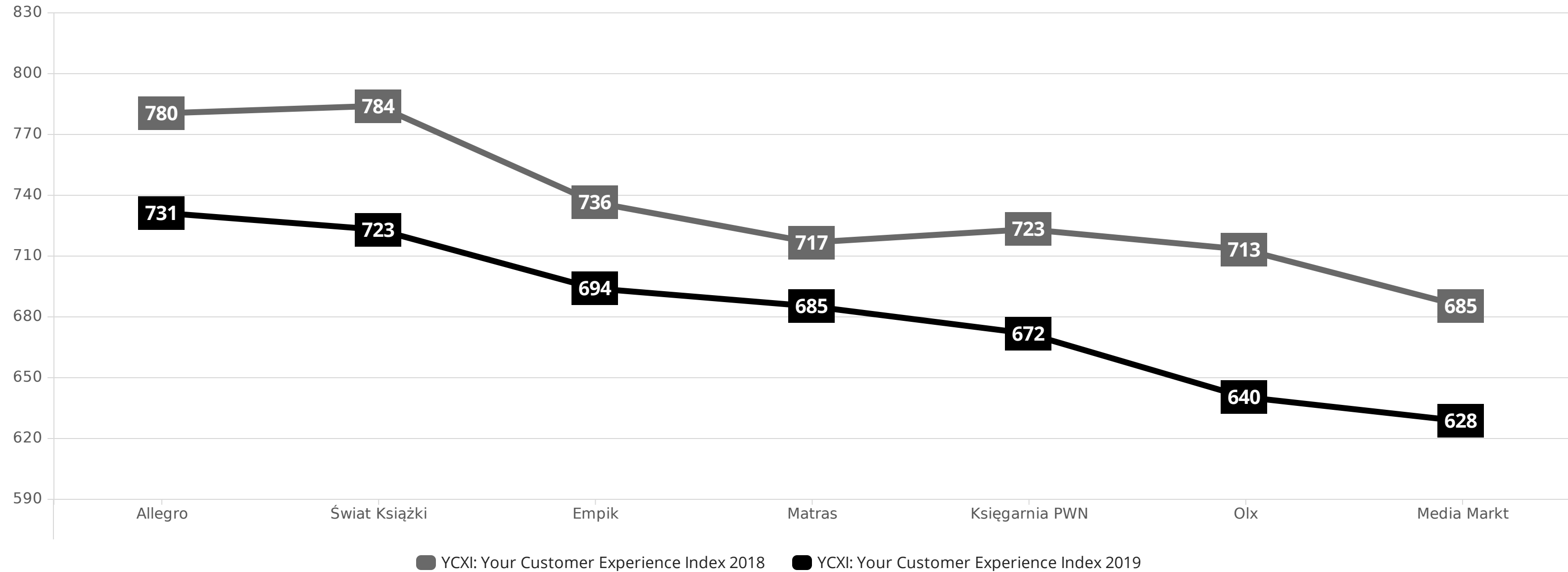
Omnichannel 2019



Wskaźniki jakości doświadczeń

Your Customer Experience Index

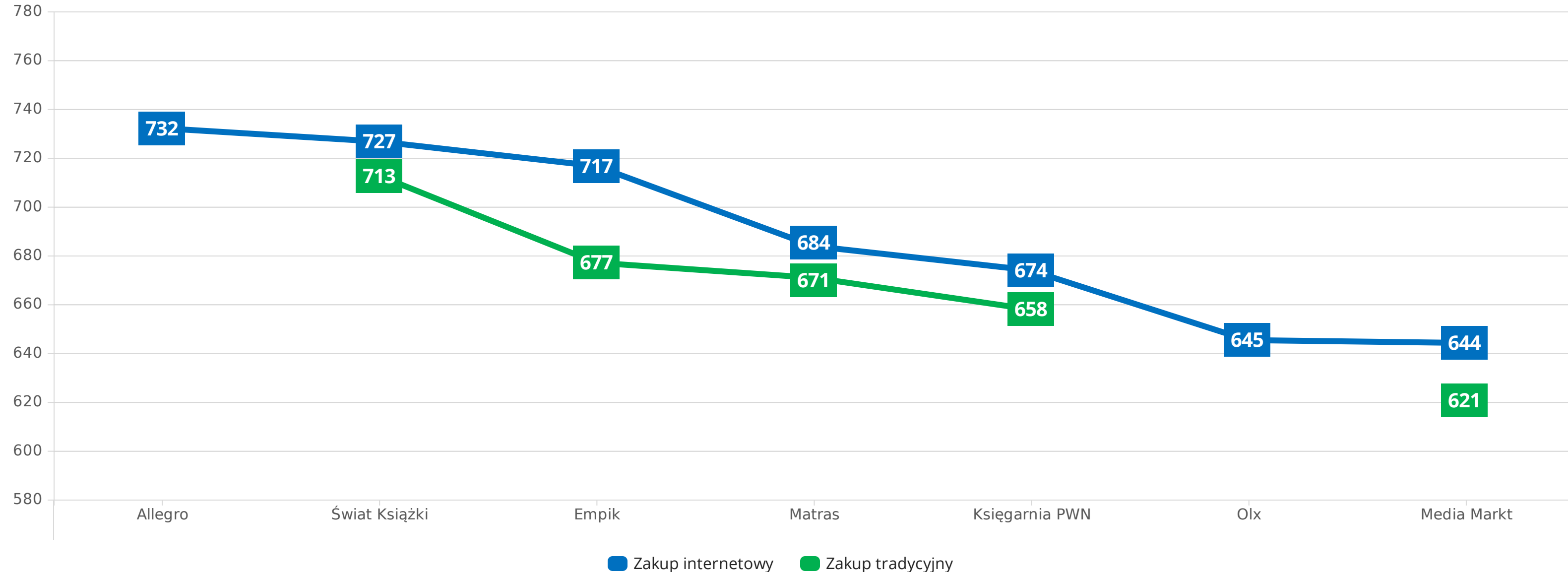
Wskaźnik jakości w skali od 0 do 1000 uwzględniający cztery czynniki satysfakcji: dostępność i wybór produktów, łatwość złożenia zamówienia, zadowolenie z zakupu, chęć polecenia sklepu znajomym



Wskaźnik jakości Your Customer Experience Index ma na celu łatwiejsze zróżnicowanie firm osiągających podobne do siebie wyniki w pytaniach cząstkowych jak i wskazywać realnych liderów jakości na skali od 0 do 1000. U wszystkich sprzedawców obserwujemy spadek oceny względem poprzedniego roku. Na rynku niewiele się zmienia, podczas gdy wymagania konsumentów rosną.

Your Customer Experience Index

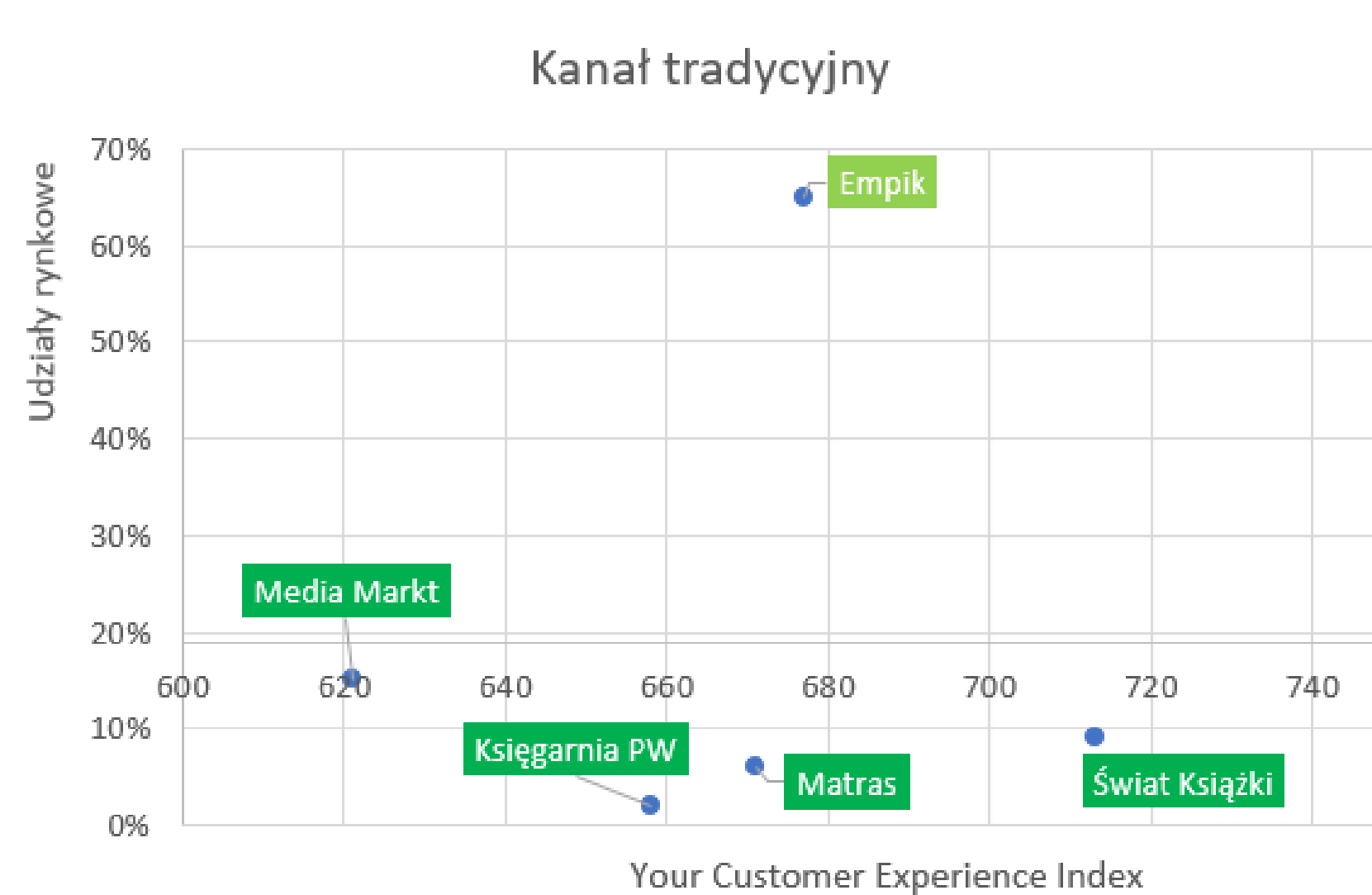
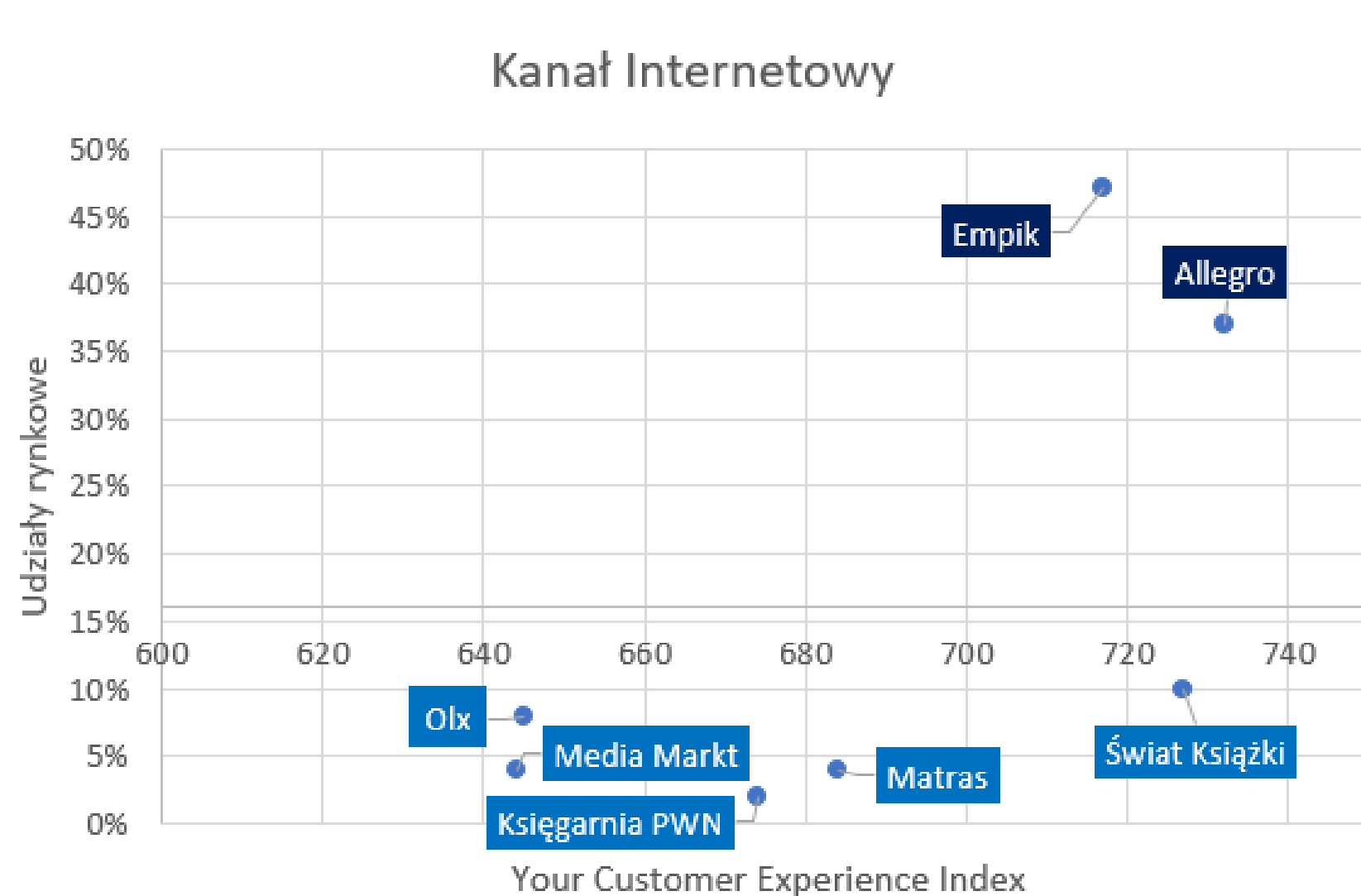
Wskaźnik jakości w skali od 0 do 1000 z podziałem według kanału zakupu



W kanale online liderem jakości jest platforma Allegro, która tak dobrą ocenę jakości doświadczeń zdobyła nie tylko w tej kategorii produktowej. Następnie bardzo dobry wynik uzyskuje Świat Książki - w obu kanałach zbliżony wynik znaczy o właściwej opiece nad wielokanałowymi doświadczeniami klientów. W przypadku sieci Empik dużo lepszy wynik notujemy dla zakupów internetowych.

Your Customer Experience Index

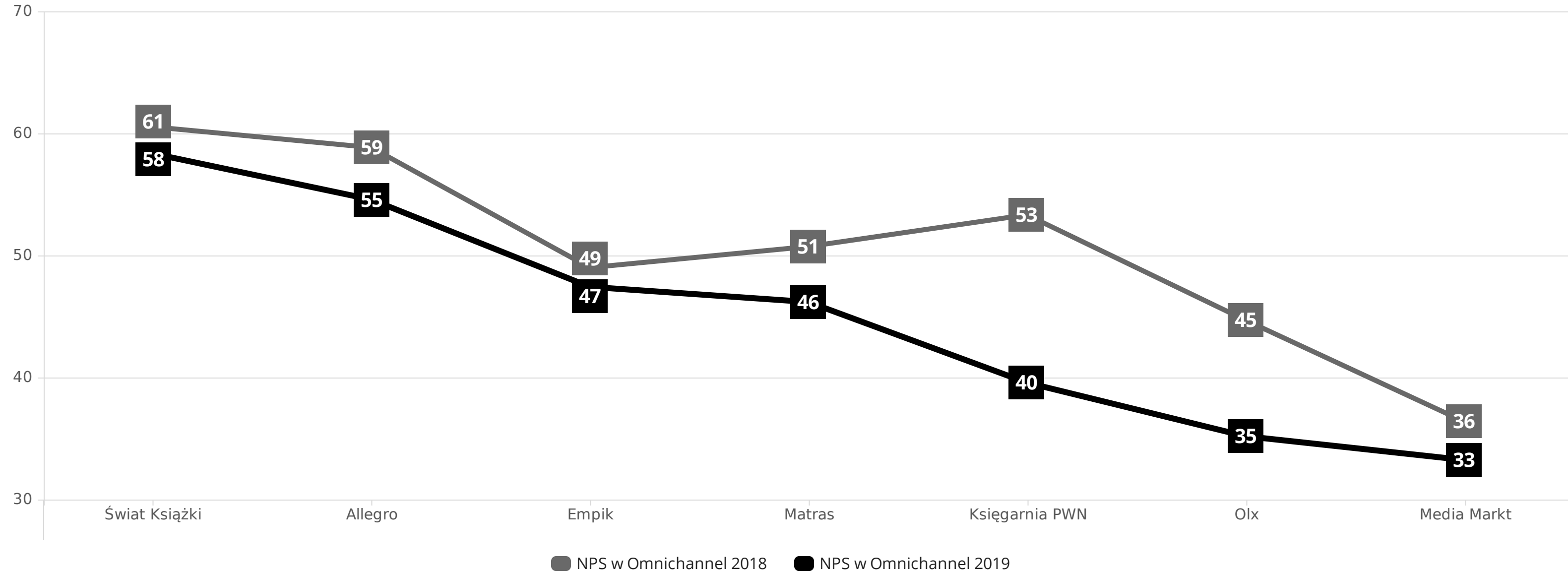
Wskaźnik Your Customer Experience Index porównany z udziałami rynkowymi dla poszczególnych kanałów sprzedaży



Im wyżej nazwa sieci znajduje się na wykresie, tym większy udział rynkowy posiada. Liderzy rynku są wysoko oceniani, ale widać też jak duży potencjał tkwi przed Światem Książki.

Na ile prawdopodobne jest, że polecisz te sklepy swoim znajomym?

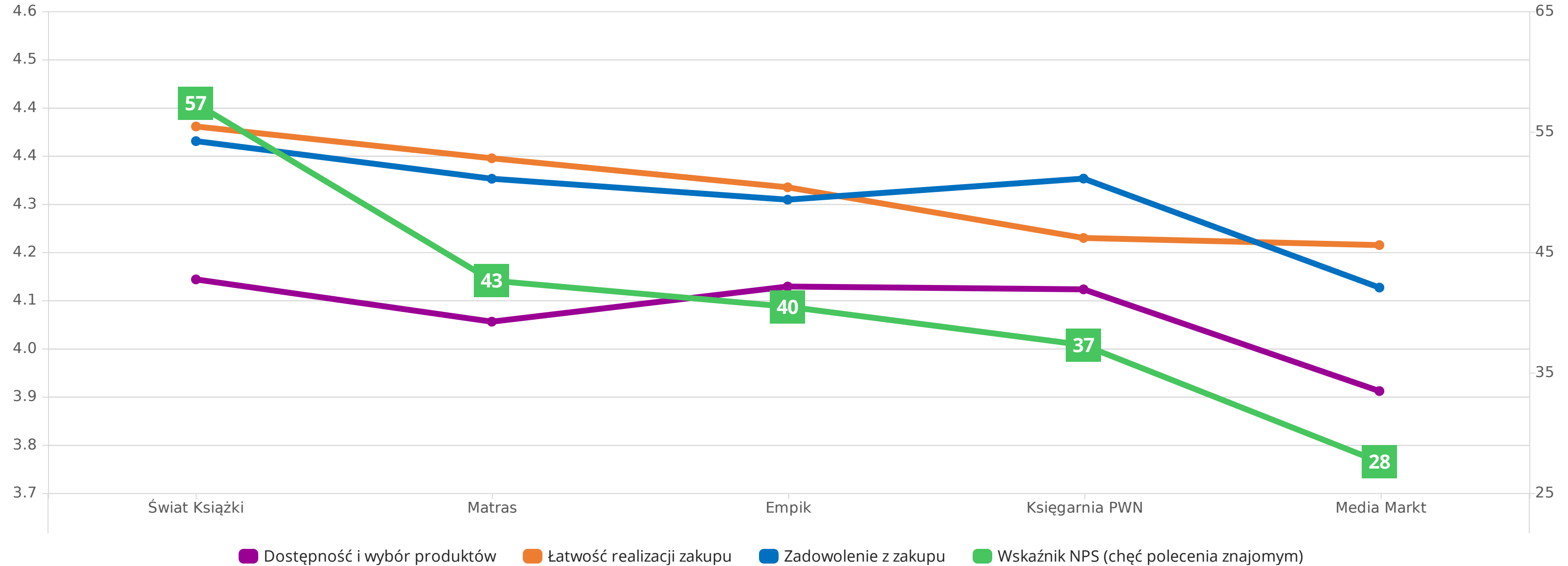
Porównanie wartości wskaźnika NPS względem zeszłorocznej edycji badania



Analizując indywidualne wskaźniki NPS (poziom chęci polecenia sklepu w skali od -100 do 100) w porównaniu rok do roku nie widzimy większych wahań. Znaczny spadek chęci polecenia notujemy w Księgarni PWN (z 53 na 40) i Olx (spadek o 10 punktów).

Kanał tradycyjny - oceny jakości doświadczeń

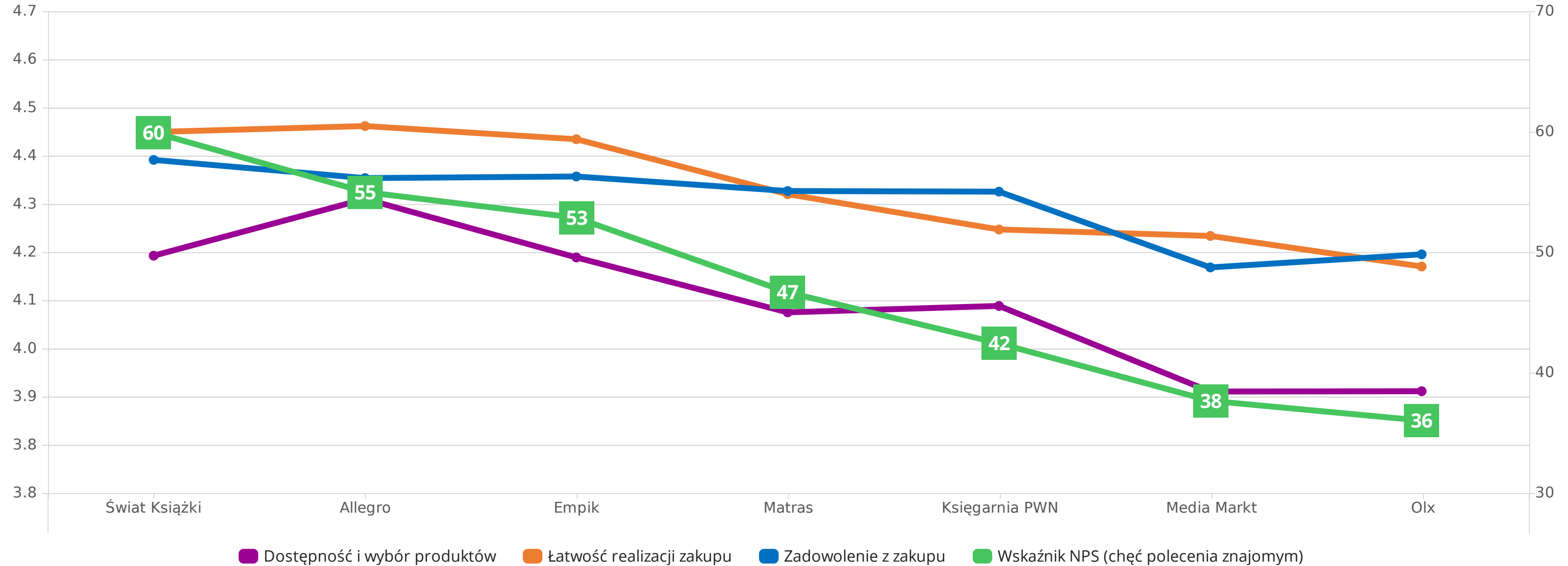
Oceny jakości w skali od 1 do 5 oraz wskaźnik NPS w skali od -100 do 100



Świat Książki cieszy się wysoką chęcią polecenia, czyli znaczną grupą Promotorów, lojalnych fanów marki gotowych ją polecać znajomym. Mimo to ich odczucia dotyczące jakości choć wysokie, to nie odstają też tak bardzo od średniej rynkowej (szczególnie w kontekście szerokości oferty). Media Markt wypada słabo - największą bolączką jest dostępność i wybór produktów.

Kanał internetowy - oceny jakości doświadczeń

Oceny jakości w skali od 1 do 5 oraz wskaźnik NPS w skali od -100 do 100



Choć Allegro otrzymało najwyższy wynik Your Customer Experience Index, to Świat Książki cieszy się najwyższym zadowoleniem z zakupów oraz łatwości zamówienia, a także bardzo wysoką chęcią polecenia zakupów internetowych (NPS: 60). Na obniżenie YCXI wpłynęła niska dostępność i wybór produktów (będąca największą zaletą platformy Allegro).

Omnichannel 2019

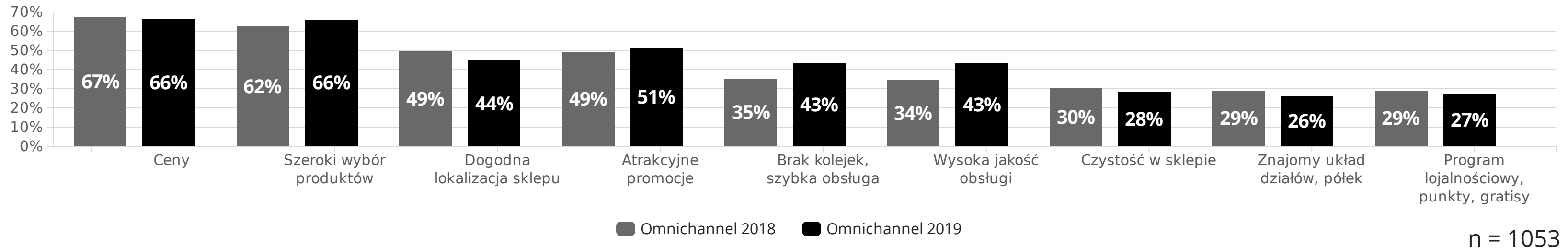


Wielokanałowe zwyczaje zakupowe

Kanał tradycyjny

Co jest dla Ciebie najważniejsze podczas zakupów w sklepie stacjonarnym?

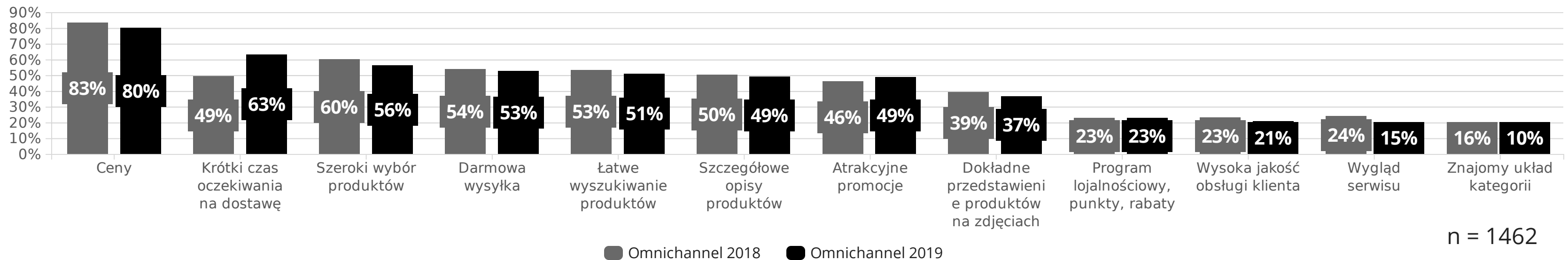
Pytanie wielokrotnego wyboru



Kanał internetowy

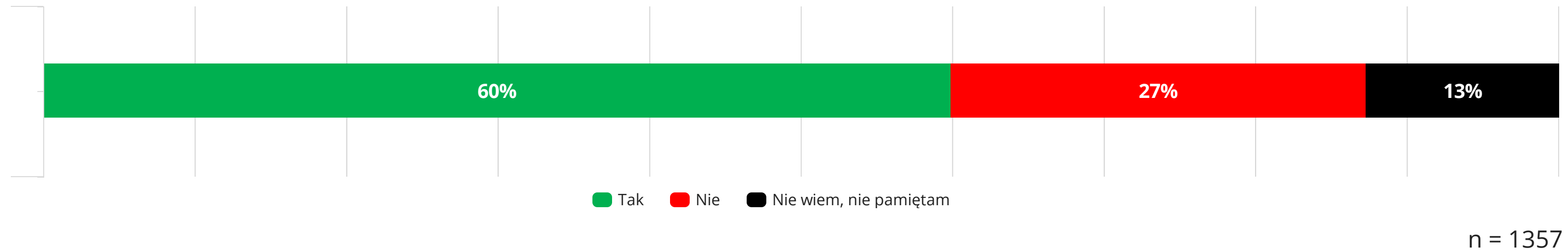
Co jest dla Ciebie najważniejsze podczas zakupów w sklepie internetowym?

Pytanie wielokrotnego wyboru



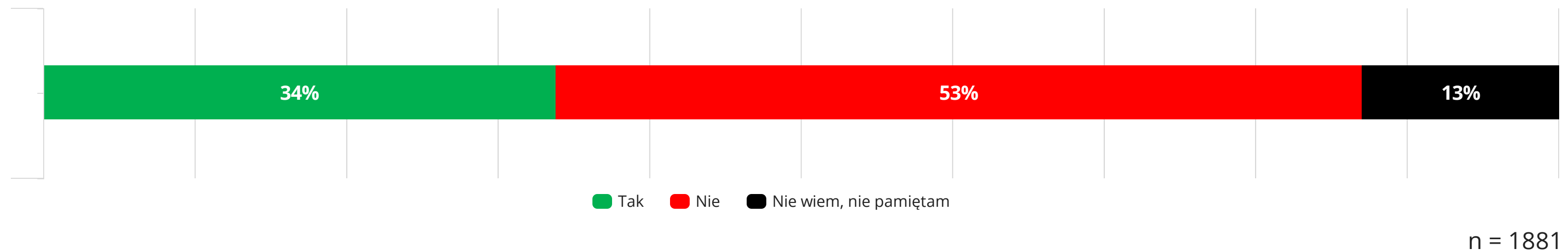
Kanał tradycyjny

Efekt ROPO: Czy przed ostatnim zakupem filmów, książek, muzyki lub innych multimediiów w sklepie stacjonarnym szukałeś/aś informacji w internecie? Pytanie jednokrotnego wyboru



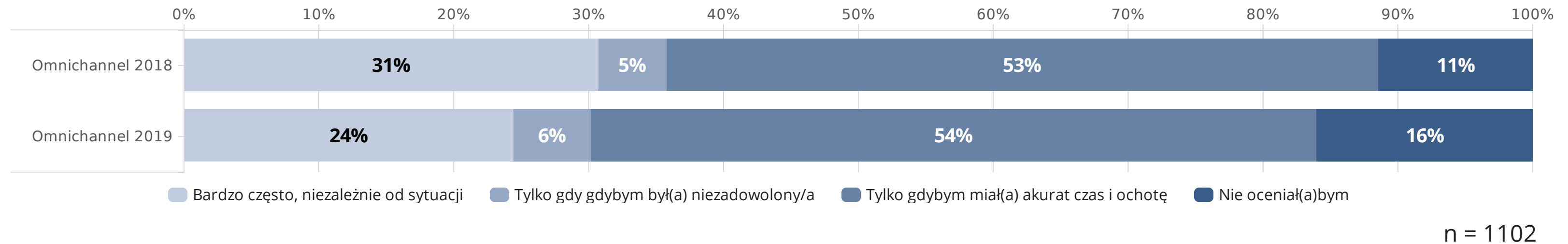
Kanał internetowy

Odwrócone ROPO: Czy przed ostatnim zakupem filmów, książek, muzyki lub innych multimediiów przez internet odwiedzałeś/aś sklepy stacjonarne aby zapoznać się z produktem? Pytanie jednokrotnego wyboru



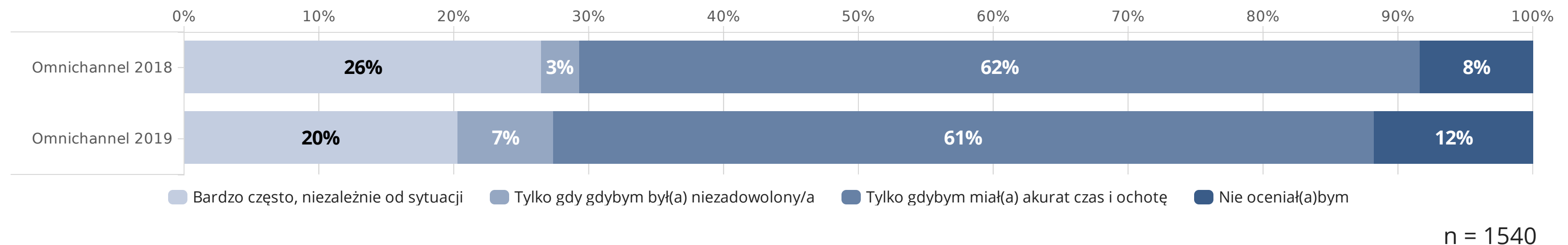
Kanał tradycyjny

Gdyby była taka możliwość, to czy oceniał(a)byś wizytę w sklepie stacjonarnym za pomocą ankiet, ekranów z oceną lub guzików z buźkami? Pytanie jednokrotnego wyboru



Kanał internetowy

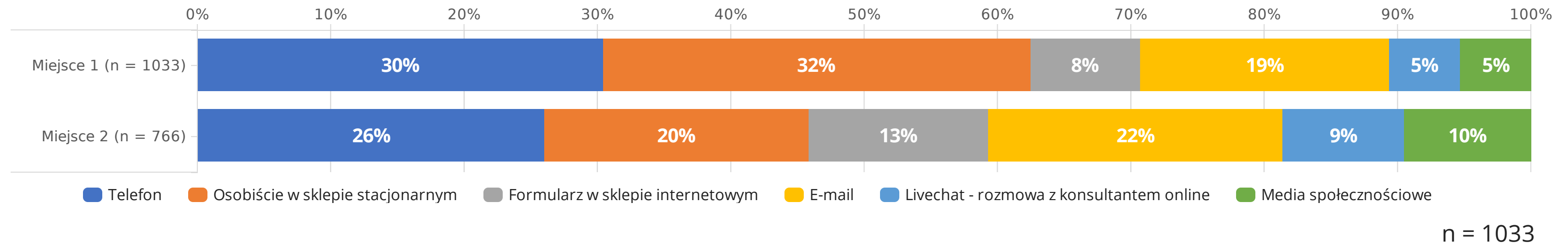
Gdyby była taka możliwość, to czy oceniał(a)byś swoje zadowolenie ze sklepu internetowego za pomocą ankiet? Pytanie jednokrotnego wyboru



Kanał tradycyjny

Gdyby było to konieczne, jak chciał(a)byś kontaktować się po zakupie ze sklepem stacjonarnym?

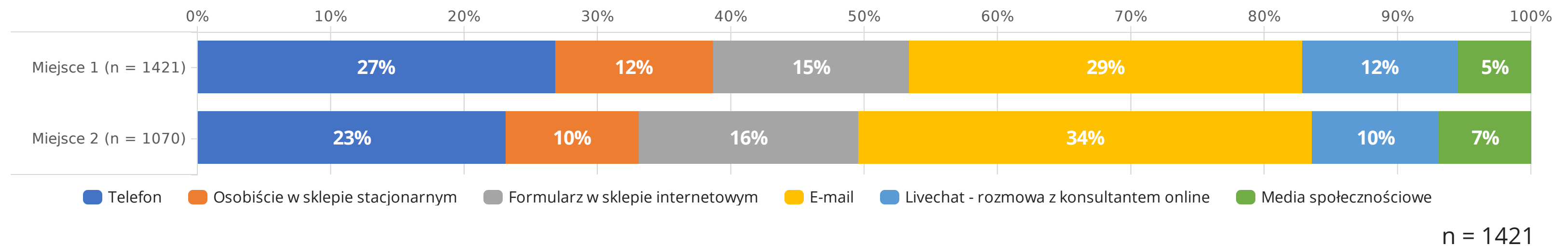
Pytanie rankingowe. Przetawiony jest rozkład metod kontaktu pierwszego oraz drugiego wyboru



Kanał internetowy

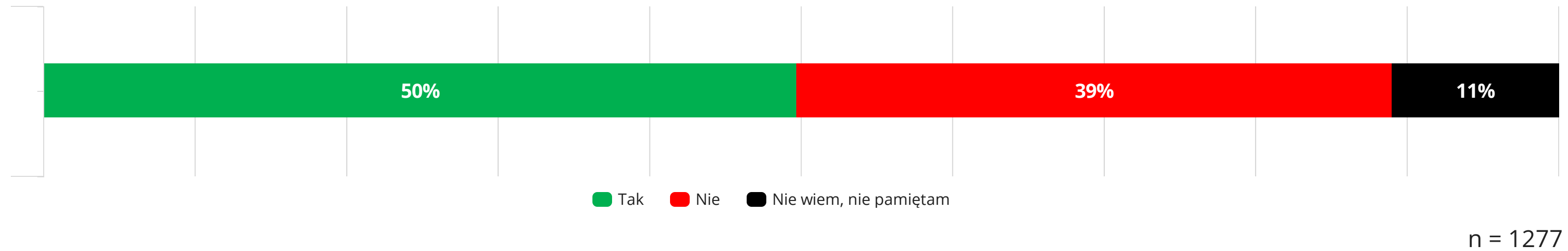
Gdyby było to konieczne, jak chciał(a)byś kontaktować się po zakupie ze sklepem internetowym?

Pytanie rankingowe. Przetawiony jest rozkład metod kontaktu pierwszego oraz drugiego wyboru

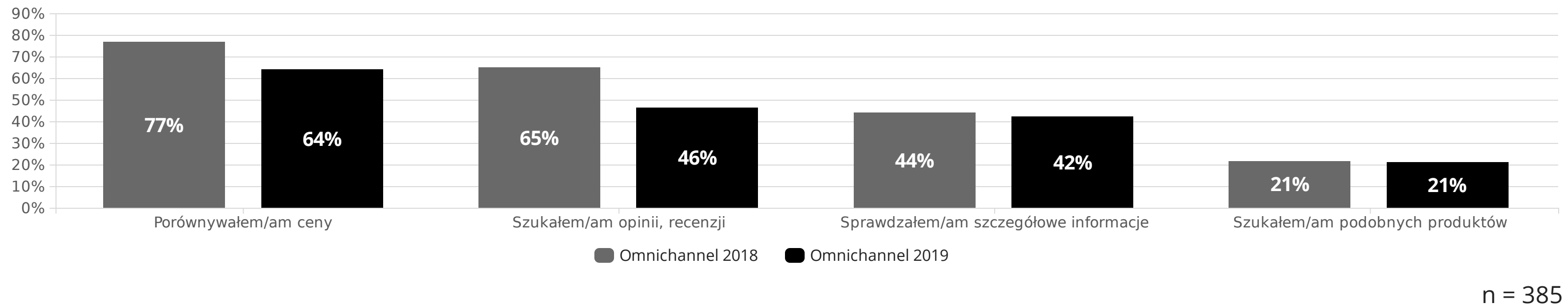


Kanał tradycyjny

Użycie smartfona w czasie zakupów: Czy w trakcie ostatnich zakupów w sklepie stacjonarnym szukałeś/aś na smartfonie informacji o ofercie? Pytanie jednokrotnego wyboru



Pytanie do tych, którzy korzystali: Jakich informacji szukałeś/aś?



Podsumowanie badania



Badanie zrealizowane
w **czerwcu 2019 r.**



Ankietę wypełniło
prawie **150 000 osób**



Przebadaliśmy **osiem**
segmentów produktowych



Kina



Fashion



Drogerie



Podróże



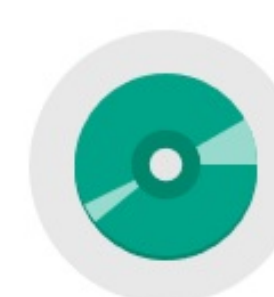
Telekomunikacja



Dom i ogród



RTV/AGD



Książki, multimedia

Kolejne raporty publikowane będą na stronie [YourCX](#)

**Zainteresowanych dodatkowymi
analizami i badaniami zapraszamy do
kontaktu i współpracy!**

Piotr Wojnarowicz

 **p.wojnarowicz@yourcx.io**

 **+48 661 627 620**

YourCX

Dystrybucja, kopiowanie i powielanie danych w jakiegokolwiek postaci jest możliwa tylko i wyłącznie po uzyskaniu pisemnej zgody ze strony YourCX sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu, 54-135 Wrocław, ul. Murarska 59, zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000636570, kapitał zakładowy 20 000 zł. Sąd rejestrowy: Sąd Rejonowy dla Wrocławia-Fabrycznej VI Wydział Gospodarczy KRS. NIP 8971828616. REGON 365372836.