



RAPORT

OMNI
CHA
NNEL
2021



RAPORT

OMNI
CHA
NNEL
2021

Po półtora roku od pierwszego lockdownu możemy stwierdzić z pełnym przekonaniem, że branża ecommerce jako jedna z nielicznych zyskała na pandemii koronawirusa i konieczności pozostawania w domach. Wzrosła ilość sklepów internetowych oraz osób w nich kupujących. W badaniu Accenture i Fashion Biznes opublikowanym już rok temu, widzieliśmy, że w trakcie lockdownu 20% Polaków robiło zakupu po raz pierwszy za pośrednictwem internetu, a co ważne uznali to na tyle wygodne, że chcą pozostać przy takiej formie zakupów.

Widząc wzrost zainteresowania zakupami online widzimy też wzrost konkurencji na tym polu, zatem co należy zrobić aby potencjalny klient wybrał właśnie ten konkretny sklep? Walka o kupujących jest coraz trudniejsza, bo już nie tylko sam w sobie produkt i jego cena determinują zakup, ale też wszystkie okoliczności towarzyszące. Wszystko co spotyka potencjalnego klienta na drodze do pozyskania produktu tj. prezentacja, łatwość, ale i bezpieczeństwo jego zakupu, możliwość zwrotu/wymiany, a w tym przypadku i jakość obsługi posprzedażowej. Wszystkie te i inne kroki wykonane do osiągnięcia celu jakim jest zakup wpływają na doświadczenia klienta i jego chęć powrotu i/lub polecenia konkretnego sprzedawcy rodzinie i znajomym.

Dzięki temu, że badanie OMNICHANNEL powstaje cyklicznie, możemy porównać wyniki nawet do czterech lat wstecz i wyciągać wnioski w oparciu o długofalowe trendy. Dodatkowo badanie przeprowadzane jest na dużym odsetku polskich internautów, co pozwala na szczegółowe pogłębienie analiz z zachowaniem istotności wyników oraz dużych prób.

Chciałbym bardzo podziękować naszym Partnerom oraz wszystkim, którzy brali udział w realizacji OMNICHANNEL2021. Mam nadzieję, że zebrane wyniki pomogą lepiej zrozumieć kupujących jak i zachęcać 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 **2 300 000 konsumentów** uzyskany dzięki partnerom badania;
 - ➔ Ponad **210 000 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: **sierpień-wrzesień 2021**;
 - ➔ Wybrane segmenty e-commerce odzwierciedlają branże kluczowych projektów realizowanych przez YourCX;
 - ➔ **Partnerzy badania:** Audioteka, CCC, Leroy Merlin, Multikino, Orange, Play, Sephora, Super-Pharm, T-Mobile;
 - ➔ Dane prezentowane w raporcie pochodzą ze stron innych partnerów badania niż partnera z tej branży;
- Badanie zostanie podsumowane w formie osobnych raportów dla każdej z analizowanych branż;

WSKAŹNIK YOUR CUSTOMER EXPERIENCE INDEX

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]

wartość pośrednia = %rewelacyjnie - %kiepsko - %fatalnie
 wartość pośrednia NPS = NPS / 100
 wartość finalna = (wartość pośrednia + 1) * 125
 wynik finalny = Σ wartości finalnych

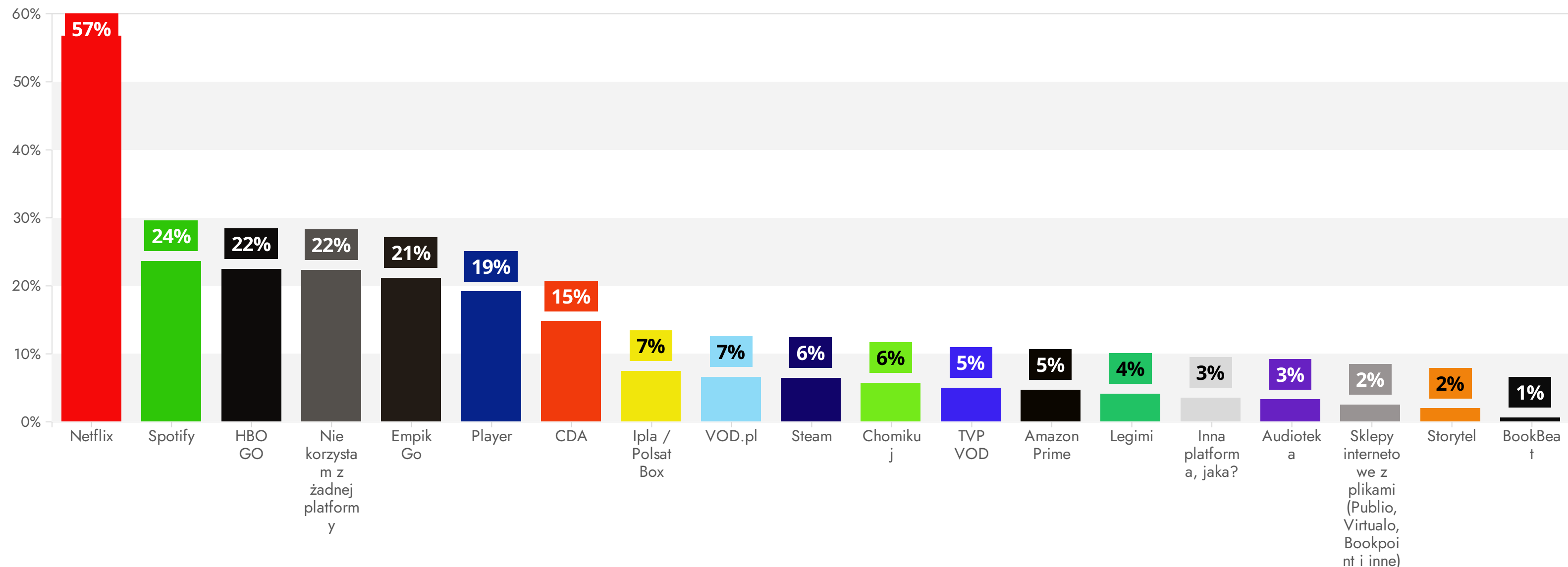
PRZYKŁADY WYLICZEŃ DLA FIRMY XYZ

	fatalnie	kiepsko	tak sobie	dobrze	rewelacyjnie	wartość pośrednia	wartość finalna
Dostępność produktów	11%	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

Z JAKICH PLATFORM KORZYSTASZ KUPUJĄC FILMY, KSIĄŻKI, MUZYKĘ, GRY LUB INNE MULTIMEDIA W FORMIE ELEKTRONICZNEJ?

Pytanie wielokrotnego wyboru

n = 7643



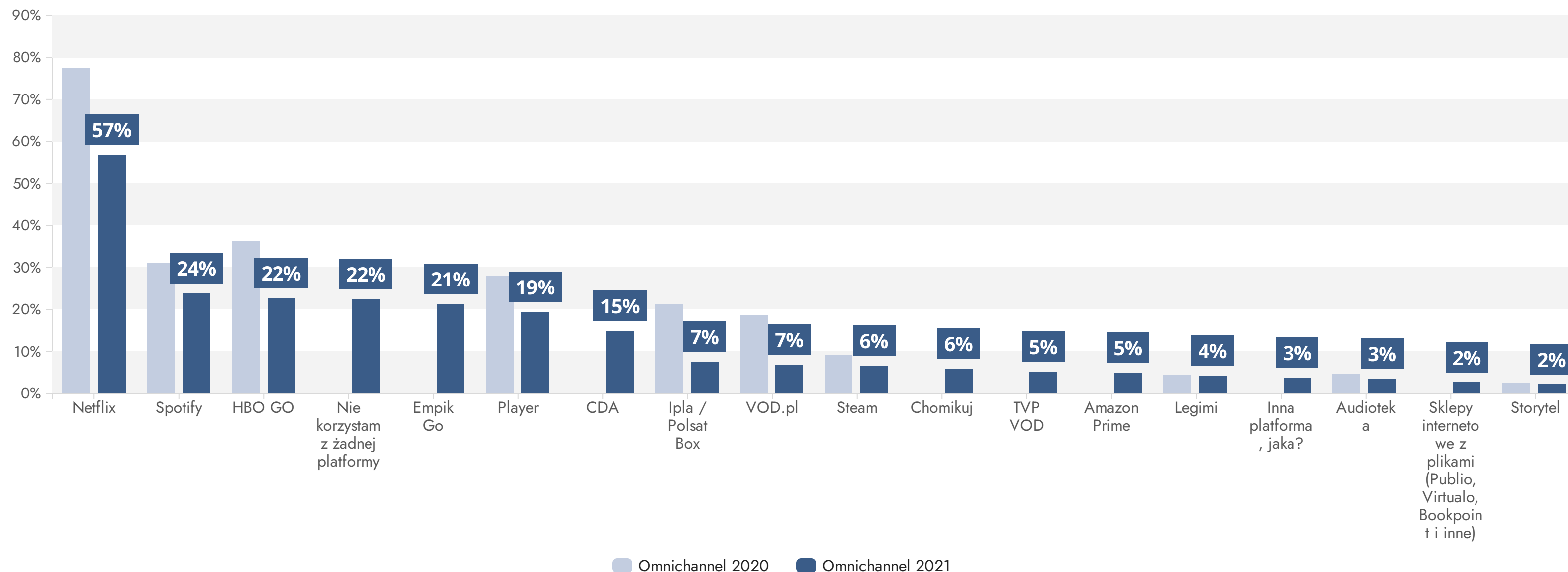
str. 6

Ponad połowa respondentów ma wykupioną subskrypcję na Netflixie, prawie co czwarty korzysta ze Spotify, niewiele mniej z HBO GO. Co piąty z badanych nie korzysta z żadnej platformy. Po rozkładzie odpowiedzi możemy stwierdzić, że wiele osób posiada więcej niż jedną wykupioną subskrypcję. Warto zwrócić uwagę, że najbardziej popularną polską subskrypcją jest Empik Go.

Z JAKICH PLATFORM KORZYSTASZ KUPUJĄC FILMY, KSIĄŻKI, MUZYKĘ, GRY LUB INNE MULTIMEDIA W FORMIE ELEKTRONICZNEJ?

Porównanie łącznych udziałów rynkowych z wynikami z zeszłorocznej edycji badania

n 2020 = 2438, 2021 = 7643



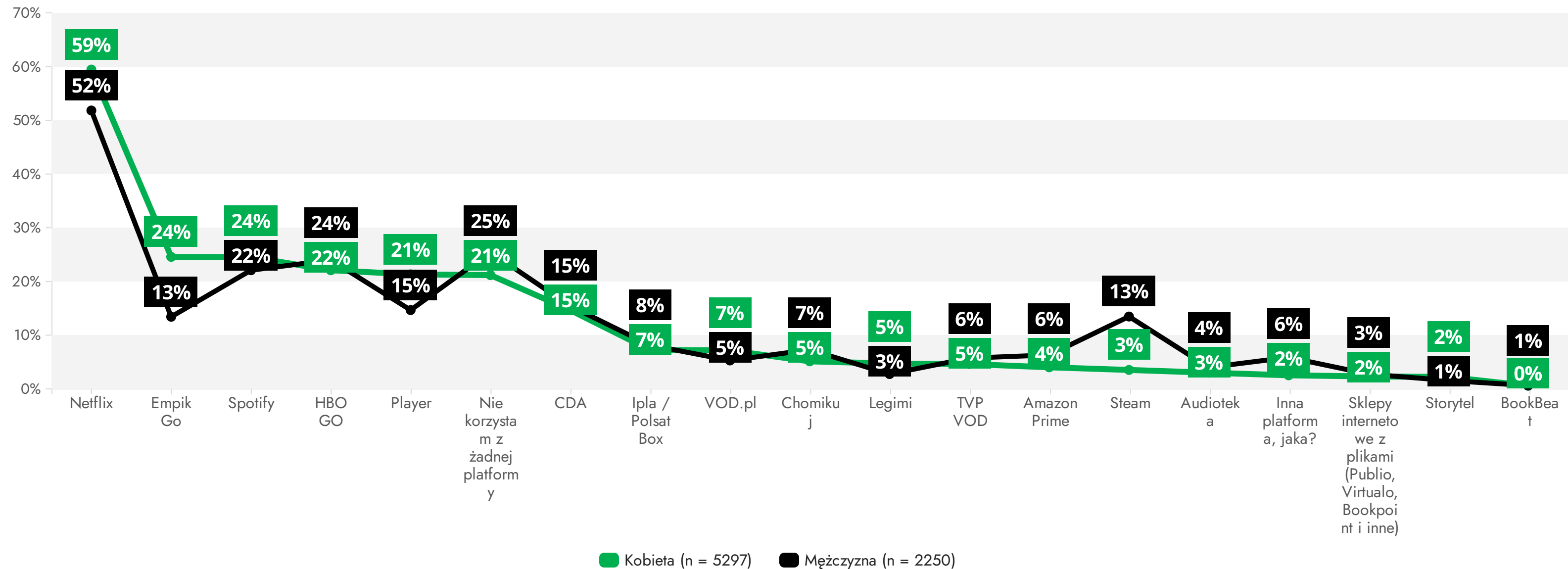
str. 7

Zestawiając wyniki Omnichannel 2021 z zeszłoroczną edycją badania, widzimy spadki udziału wskazań na każdą z platform. Prawdopodobnie wynika to z mnogością nowych rozwiązań, dzięki czemu każdy może znaleźć najbardziej odpowiadającą mu niszę.

Z JAKICH PLATFORM KORZYSTASZ KUPUJĄC FILMY, KSIĄŻKI, MUZYKĘ, GRY LUB INNE MULTIMEDIA W FORMIE ELEKTRONICZNEJ?

Analiza według płci

n = 7547



str. 8

Mężczyźni częściej wskazywali, że nie korzystają z żadnej platformy oraz że mają wykupioną subskrypcję na Steamie (10 p.p. różnicy). Kobiety zdecydowanie częściej deklarują (11 p.p. różnicy) korzystanie z Empik Go, Playera oraz Netflix.

Z JAKICH PLATFORM KORZYSTASZ KUPUJĄC FILMY, KSIĄŻKI, MUZYKĘ, GRY LUB INNE MULTIMEDIA W FORMIE ELEKTRONICZNEJ?

Analiza według wieku

n = 7392

	Netflix	Spotify	HB O G O	Nie korzystam z żadnej platformy	Empik Go	Play er	CD A	Ipla / Polsat Box	V O D. pl	St ea m	Ch om iku j	TV P VO D	Amaz on Prime	L e g i m i	Inna platform a, jaka?	Au dio tek a	Sklepy internetowe z plikami (Publio, Virtualo, Bookpoint i inne)	St or yt el	Bo ok Be at	L. wyn ikó w
Poniżej 18 lat	69%	49%	19%	10%	22%	15%	32%	7%	6%	13%	4%	4%	4%	1%	7%	4%	2%	2%	2%	136
18-24	78%	47%	28%	9%	21%	27%	25%	9%	8%	13%	4%	5%	5%	4%	4%	1%	1%	1%	0%	1069
25-29	72%	30%	29%	11%	17%	27%	20%	11%	8%	9%	7%	5%	6%	4%	5%	2%	2%	3%	1%	863
30-34	64%	23%	25%	17%	19%	22%	18%	10%	9%	9%	7%	5%	6%	5%	3%	3%	2%	1%	1%	1046
35-44	57%	19%	22%	22%	21%	19%	13%	6%	6%	5%	7%	4%	4%	4%	3%	4%	2%	2%	0%	2083
45-54	46%	17%	19%	30%	24%	14%	9%	6%	5%	3%	5%	5%	4%	4%	3%	4%	3%	2%	0%	1349
55-64	29%	10%	14%	42%	24%	10%	5%	4%	5%	1%	4%	6%	3%	3%	2%	4%	4%	1%	0%	540
65 lat i więcej	21%	8%	11%	53%	19%	8%	5%	8%	6%	2%	4%	6%	6%	3%	3%	5%	4%	1%	2%	306

Z JAKICH PLATFORM KORZYSTASZ KUPUJĄC FILMY, KSIĄŻKI, MUZYKĘ, GRY LUB INNE MULTIMEDIA W FORMIE ELEKTRONICZNEJ?

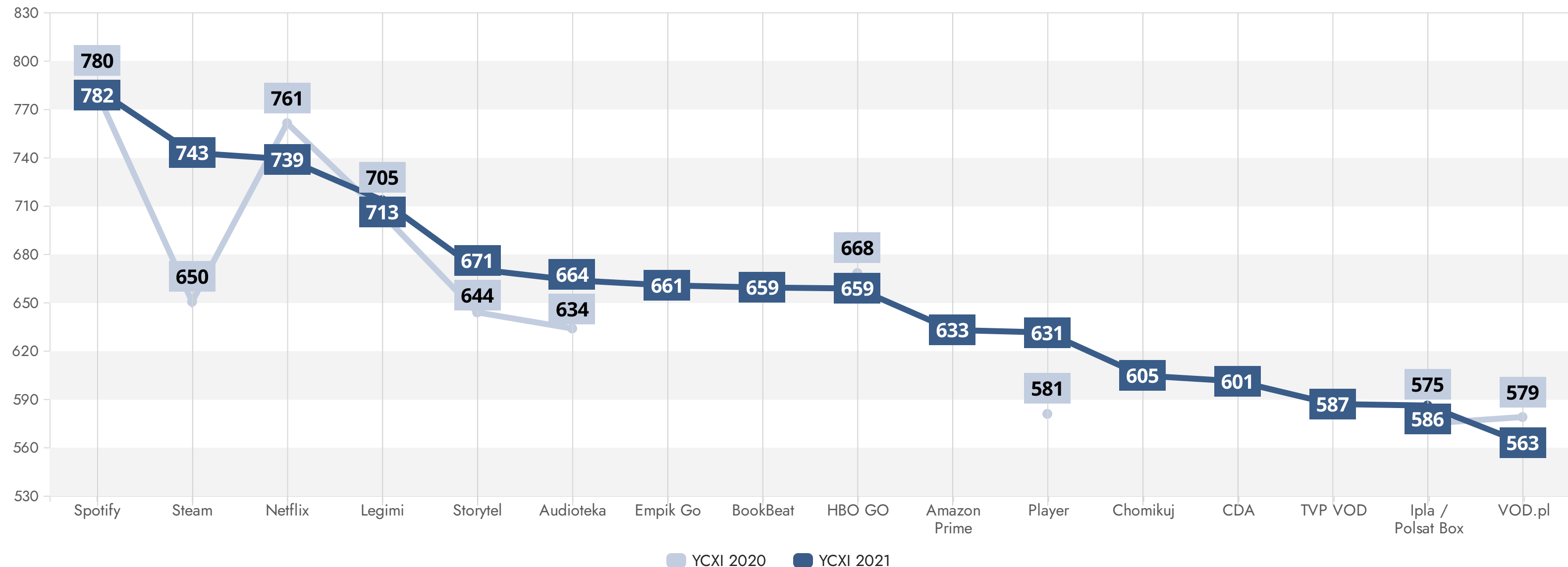
Z jakich platform jeszcze korzystają klienci poszczególnych marek?

n = 5681

	Spo tify	Net flix	HBO GO	Pla yer	TVP VOD	Polsat Box	VO D.pl	Audio teka	Leg imi	Stor ytel	Book Beat	Empik Go	Amazon Prime	Chom ikuj	CD A	Ste am	Sklepy internetowe z plikami	L. wynikó w
Spotify		85%	43%	32%	6%	11%	10%	6%	8%	4%	1%	30%	11%	8%	23%	14%	4%	1803
Netflix	36%		35%	27%	6%	10%	9%	4%	5%	3%	1%	24%	7%	7%	20%	9%	3%	4331
HBO GO	46%	88%		34%	8%	13%	12%	6%	8%	5%	1%	28%	12%	9%	24%	13%	4%	1712
Player	39%	81%	39%		13%	23%	19%	6%	7%	4%	1%	29%	7%	10%	28%	8%	4%	1460
TVP VOD	28%	66%	37%	50%		33%	40%	8%	8%	4%	2%	29%	7%	17%	40%	6%	5%	374
Polsat Box	35%	75%	41%	59%	22%		24%	7%	7%	4%	1%	29%	10%	17%	34%	8%	3%	564
VOD.pl	37%	76%	43%	54%	30%	27%		9%	9%	3%	2%	33%	8%	16%	40%	7%	5%	499
Audioteka	45%	68%	45%	35%	12%	16%	18%		14%	16%	4%	48%	13%	17%	23%	16%	13%	245
Legimi	45%	74%	43%	31%	10%	13%	15%	11%		11%	4%	38%	13%	13%	25%	12%	9%	309
Storytel	52%	78%	54%	39%	10%	15%	11%	26%	22%		9%	36%	13%	14%	21%	11%	13%	149
BookBeat	51%	63%	49%	34%	17%	17%	24%	24%	27%	34%		56%	24%	22%	37%	24%	24%	41
Empik Go	34%	64%	30%	26%	7%	10%	10%	7%	7%	3%	1%		8%	8%	17%	8%	4%	1610
Amazon Prime	55%	82%	60%	31%	8%	16%	11%	9%	11%	5%	3%	35%		12%	23%	22%	9%	354
Chomikuj	32%	70%	37%	35%	15%	22%	19%	10%	10%	5%	2%	29%	10%		43%	15%	7%	431

YOUR CUSTOMER EXPERIENCE INDEX

Wskaźnik jakości w skali od 0 do 1000 uwzględniający cztery czynniki satysfakcji: dostępność i szerokość oferty, łatwość korzystania z platformy, ogólne zadowolenie z zakupu oraz chęć polecenia platformy znajomym

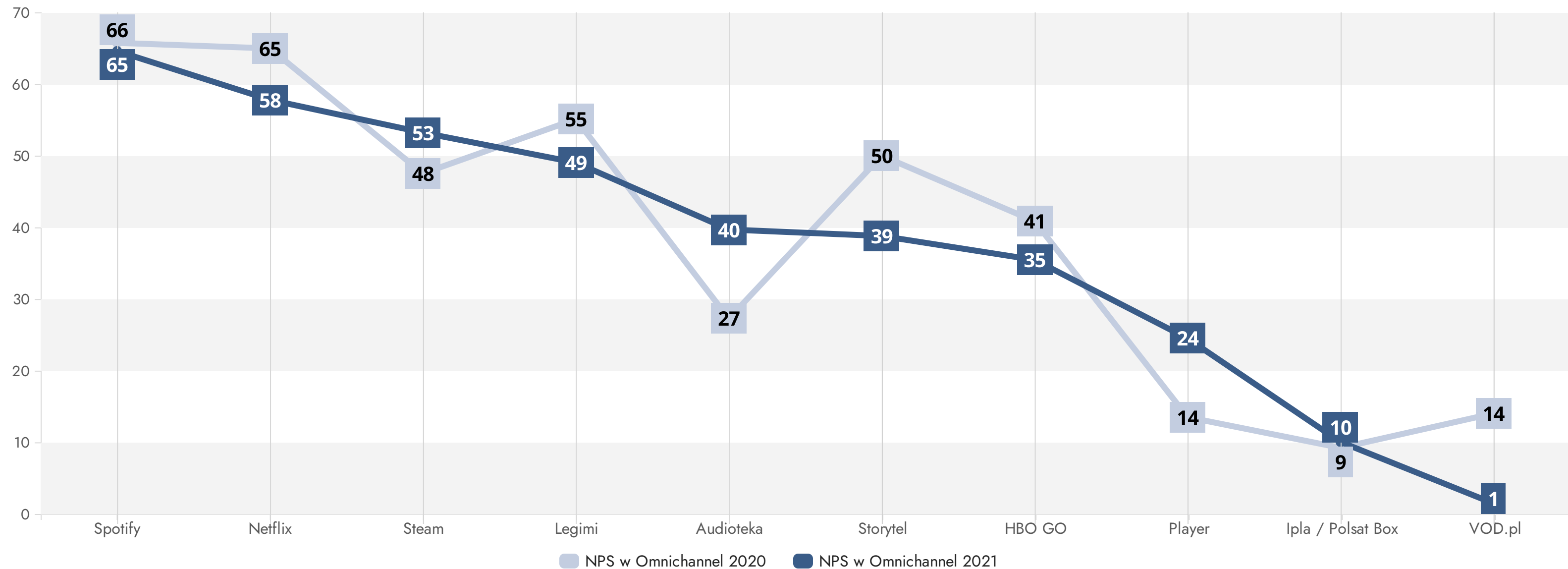


str. 12

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. Jak widać niekwestionowanym liderem jest Spotify którego wynik jest blisko wartości 800. Wyniki poszczególnych platform z Polski oscylują w granicach 600 - co świadczy o tym, że potencjalnie jest jeszcze dużo do zrobienia w obszarze doświadczeń klientów.

NA ILE PRAWDOPODOBNE JEST, ŻE POLECISZ TE SERWISY SWOIM ZNAJOMYM?

Wskaźnik NPS w skali od -100 do 100. Porównanie z rozkładem odpowiedzi w ubiegłej edycji badania



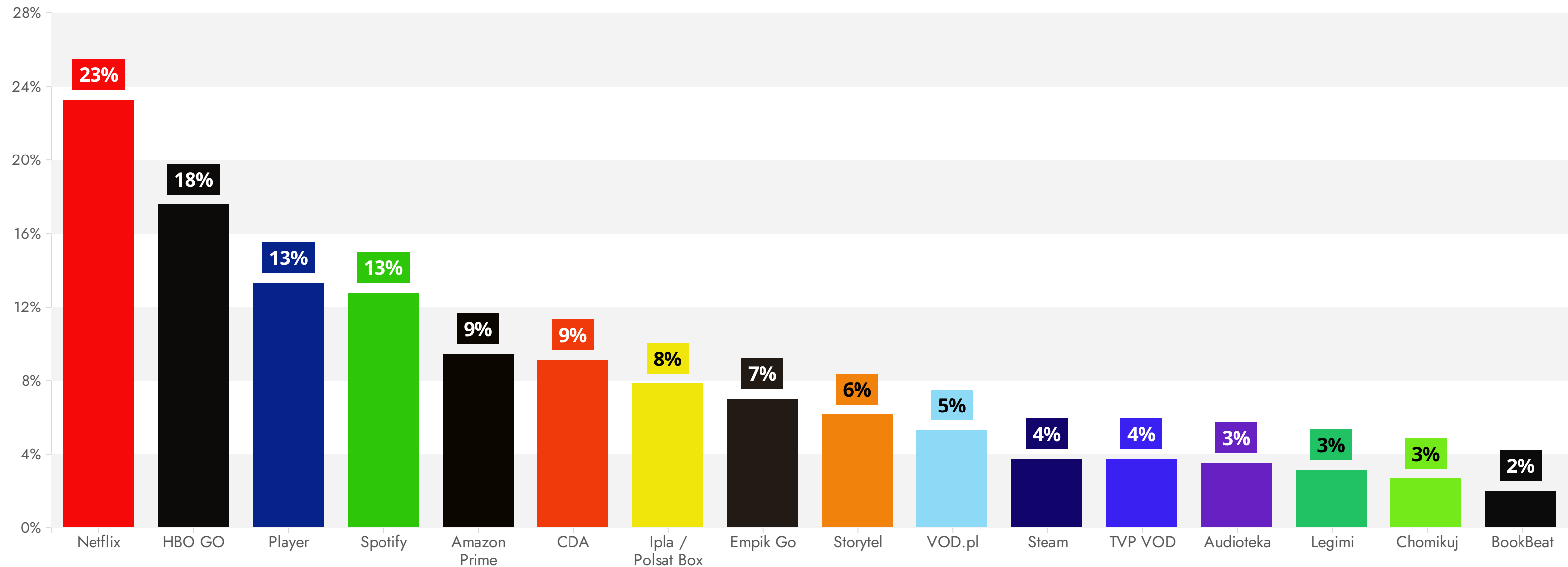
str. 13

Jedynie 4 marki poprawiły swój wynik względem zeszłego roku - największy postęp zanotowano u Audioteki, następnie plasuje się Player, Steam oraz Polsat Box. Warto zwrócić uwagę na 11 punktowy spadek wartości dla Storytel.

KTÓRĄ PLATFORMĘ PRAWDOPODOBNIIE PRZETESTUJESZ W NAJBLIŻSZYM CZASIE?

Pytanie wielokrotnego wyboru

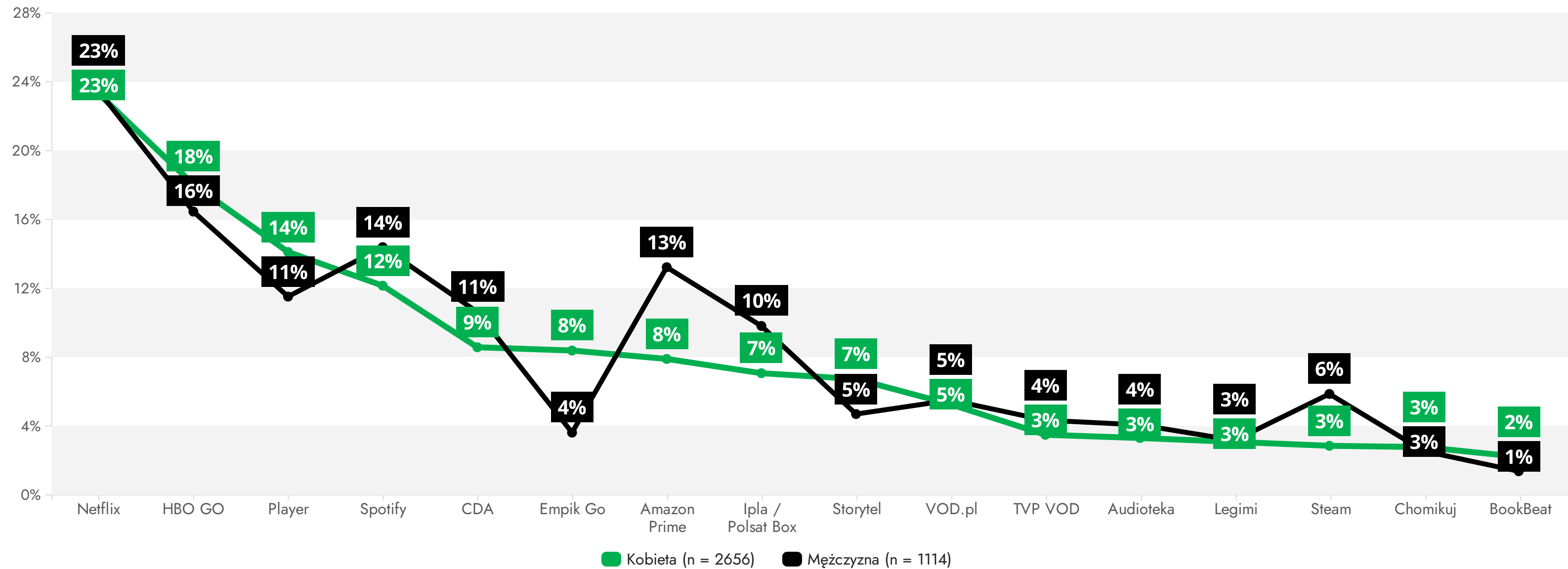
n = 3792



KTÓRĄ PLATFORMĘ PRAWDOPODOBNIIE PRZETESTUJESZ W NAJBLIŻSZYM CZASIE?

Analiza według płci

n = 3770



KTÓRĄ PLATFORMĘ PRAWDOPODOBNIIE PRZETESTUJESZ W NAJBLIŻSZYM CZASIE?

Analiza według wieku

n = 3699

	Nefflix	HBO GO	Player	Spotify	Amazon Prime	CD A	Ipla / Polsat Box	Empik Go	Storytel	VOD.pl	Steam	TVP VOD	Audioteka	Legimi	Chomikuj	BookBeat	L. wyników
Poniziej 18 lat	18%	25%	18%	19%	16%	9%	6%	17%	8%	4%	12%	5%	6%	8%	4%	4%	77
18-24	14%	25%	13%	16%	10%	14%	7%	6%	5%	6%	7%	3%	1%	3%	2%	3%	576
25-29	15%	20%	11%	11%	11%	8%	10%	8%	7%	6%	4%	4%	4%	3%	1%	4%	424
30-34	22%	18%	11%	14%	10%	10%	7%	6%	6%	5%	3%	3%	3%	3%	2%	1%	521
35-44	27%	16%	13%	13%	9%	8%	7%	7%	7%	5%	3%	3%	3%	3%	2%	1%	993
45-54	27%	15%	16%	12%	9%	9%	9%	7%	7%	4%	2%	4%	5%	3%	3%	1%	669
55-64	35%	14%	12%	7%	7%	7%	6%	6%	5%	7%	2%	6%	3%	1%	5%	2%	266
65 lat i więcej	29%	9%	19%	7%	6%	6%	12%	7%	2%	10%	3%	6%	4%	3%	3%	2%	173

str. 17

CO SKŁANIA CIEBIE DO PRZETESTOWANIA USŁUG POSZCZEGÓLNYCH PLATFORM?

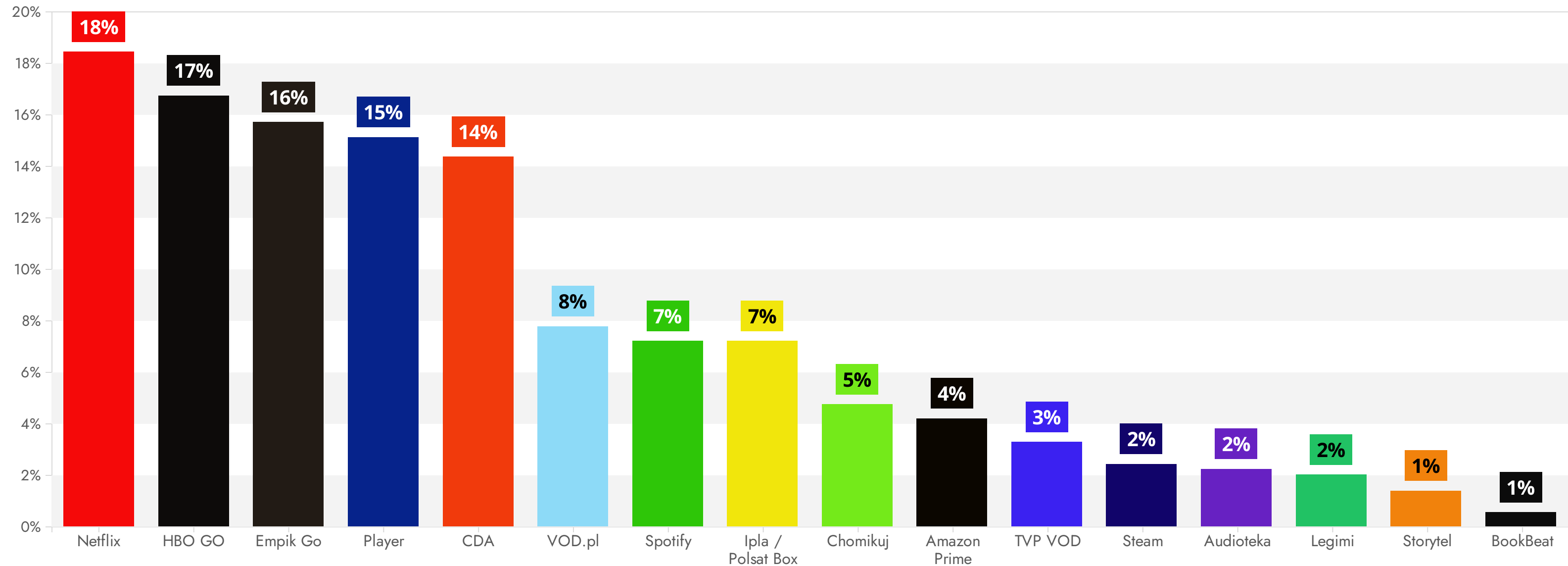
Pytanie wielokrotnego wyboru.

	Cena jest za wysoka	Model subskrypcyjny jest dla mnie niejasny	Nie mam czasu	Problemy techniczne	Brak aplikacji na moje urządzenie	Nie znajduję dla siebie interesujących treści	Słaba lub nieintuicyjna aplikacja bądź strona usługi	Planuje zmienić na inny, konkurencyjny serwis. Jaki?	L. wyników
Spotify	34.2%	4.8%	35.6%	8.2%	2.1%	22.6%	11%	13.7%	146
Netflix	36.1%	1.4%	34.4%	8.2%	2%	47.7%	4.3%	7.1%	352
HBO GO	24.3%	2.3%	30.4%	14.8%	3.3%	49.1%	15.1%	4.9%	391
Player	23.4%	5.8%	34.1%	14.7%	2.9%	46.2%	14.7%	3.2%	346
TVP VOD	9.3%	2.7%	36%	18.7%	6.7%	41.3%	20%	6.7%	75
Polsat Box	24.2%	6.8%	28.6%	15.5%	3.7%	49.1%	22.4%	0.6%	161
VOD.pl	14.5%	6.7%	45.3%	11.2%	0.6%	45.3%	9.5%	3.4%	179
Audioteka	36.5%	7.7%	40.4%	3.8%	5.8%	21.2%	9.6%	7.7%	52
Legimi	27.7%	8.5%	46.8%	4.3%	4.3%	19.1%	10.6%	6.4%	47
Storytel	28.1%		40.6%	6.3%	3.1%	25%	6.3%	6.3%	32
BookBeat	50%	8.3%	16.7%			33.3%		8.3%	12
Empik Go	22.9%	4.2%	47.9%	5.1%	2.7%	28.6%	8.7%	4.2%	332
Amazon Prime	17.7%	5.2%	38.5%	5.2%	5.2%	51%	7.3%	6.3%	96
Chomikuj	14.7%	3.7%	36.7%	10.1%	10.1%	41.3%	19.3%	6.4%	109

Z KTÓREJ PLATFORMY CHCIAŁ(A)BYĆ ZREZYGNOWAĆ W NAJBLIŻSZYM CZASIE?

Pytanie wielokrotnego wyboru

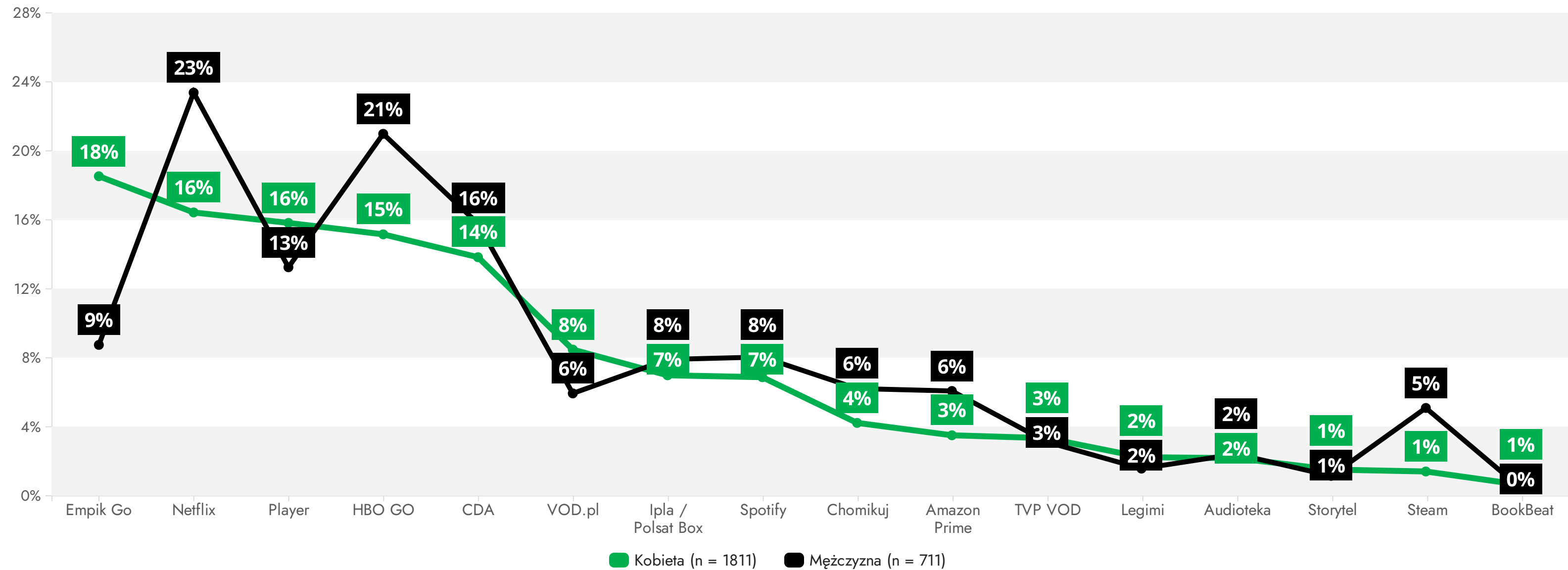
n = 2529



Z KTÓREJ PLATFORMY CHCIAŁ(A)BYĆ ZREZYGNOWAĆ W NAJBLIŻSZYM CZASIE?

Analiza według płci

n = 2522



Z KTÓREJ PLATFORMY CHCIAŁ(A)BYĆ ZREZYGNOWAĆ W NAJBLIŻSZYM CZASIE?

Analiza według wieku

n = 2485

	Netfl ix	HBO GO	Empik Go	Play er	CD A	VOD. pl	Spoti fy	Ipla / Polsat Box	Chomi kuj	Amazon Prime	TVP VOD	Stea m	Audiot e ka	Legi mi	Storyt el	BookBe at	L. wyników
Poniżej 18 lat	24%	7%	15%	7%	22%	6%	11%	4%	4%	2%	4%	7%	6%	0%	0%	2%	54
18-24	16%	13%	17%	18%	18%	8%	9%	7%	3%	3%	3%	3%	1%	2%	1%	0%	531
25-29	17%	20%	13%	19%	16%	9%	5%	7%	5%	4%	4%	2%	1%	1%	1%	1%	351
30-34	21%	16%	13%	15%	14%	9%	5%	11%	4%	5%	2%	4%	3%	3%	1%	1%	412
35-44	19%	19%	15%	16%	13%	7%	7%	5%	6%	4%	3%	1%	3%	3%	1%	0%	670
45-54	17%	18%	17%	11%	13%	6%	9%	7%	5%	5%	3%	2%	2%	2%	2%	1%	326
55-64	16%	18%	21%	7%	6%	8%	7%	8%	8%	2%	8%	1%	9%	0%	2%	1%	90
65 lat i więcej	14%	10%	24%	12%	10%	18%	6%	12%	10%	6%	10%	4%	2%	0%	2%	6%	51

str. 21

Z JAKIEGO POWODU CHCIAŁ(A)BYŚ ZREZYGNOWAĆ Z USŁUG POSZCZEGÓLNYCH PLATFORM?

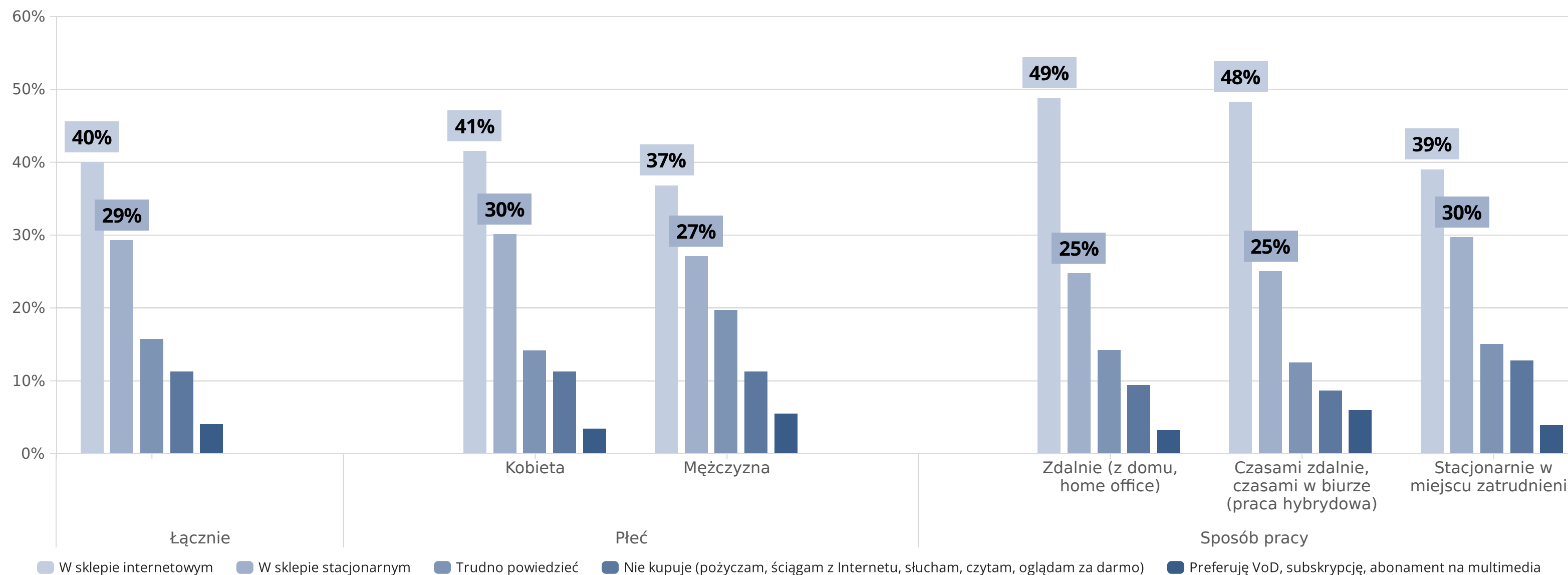
Pytanie wielokrotnego wyboru.

	Cena jest za wysoka	Model subskrypcyjny jest dla mnie niejasny	Nie mam czasu	Problemy techniczne	Brak aplikacji na moje urządzenie	Nie znajduję dla siebie interesujących treści	Słaba lub nieintuicyjna aplikacja bądź strona usługi	Planuje zmienić na inny, konkurencyjny serwis. Jaki?	L. wyników
Spotify	34.2%	4.8%	35.6%	8.2%	2.1%	22.6%	11%	13.7%	146
Netflix	36.1%	1.4%	34.4%	8.2%	2%	47.7%	4.3%	7.1%	352
HBO GO	24.3%	2.3%	30.4%	14.8%	3.3%	49.1%	15.1%	4.9%	391
Player	23.4%	5.8%	34.1%	14.7%	2.9%	46.2%	14.7%	3.2%	346
TVP VOD	9.3%	2.7%	36%	18.7%	6.7%	41.3%	20%	6.7%	75
Polsat Box	24.2%	6.8%	28.6%	15.5%	3.7%	49.1%	22.4%	0.6%	161
VOD.pl	14.5%	6.7%	45.3%	11.2%	0.6%	45.3%	9.5%	3.4%	179
Audioteka	36.5%	7.7%	40.4%	3.8%	5.8%	21.2%	9.6%	7.7%	52
Legimi	27.7%	8.5%	46.8%	4.3%	4.3%	19.1%	10.6%	6.4%	47
Storytel	28.1%		40.6%	6.3%	3.1%	25%	6.3%	6.3%	32
BookBeat	50%	8.3%	16.7%			33.3%		8.3%	12
Empik Go	22.9%	4.2%	47.9%	5.1%	2.7%	28.6%	8.7%	4.2%	332
Amazon Prime	17.7%	5.2%	38.5%	5.2%	5.2%	51%	7.3%	6.3%	96
Chomikuj	14.7%	3.7%	36.7%	10.1%	10.1%	41.3%	19.3%	6.4%	109

GDZIE PREFERUJESZ ROBIĆ ZAKUPY FILMÓW, KSIĄŻEK, MUZYKI, GIER LUB INNYCH MULTIMEDIÓW?

Pytanie jednokrotnego wyboru. Analiza według płci i sposobu pracy.

n = 5896



GDZIE PREFERUJESZ ROBIĆ ZAKUPY FILMÓW, KSIĄŻEK, MUZYKI, GIER LUB INNYCH MULTIMEDIÓW?

Pytanie jednokrotnego wyboru. Analiza według płci, wieku i sposobu pracy.

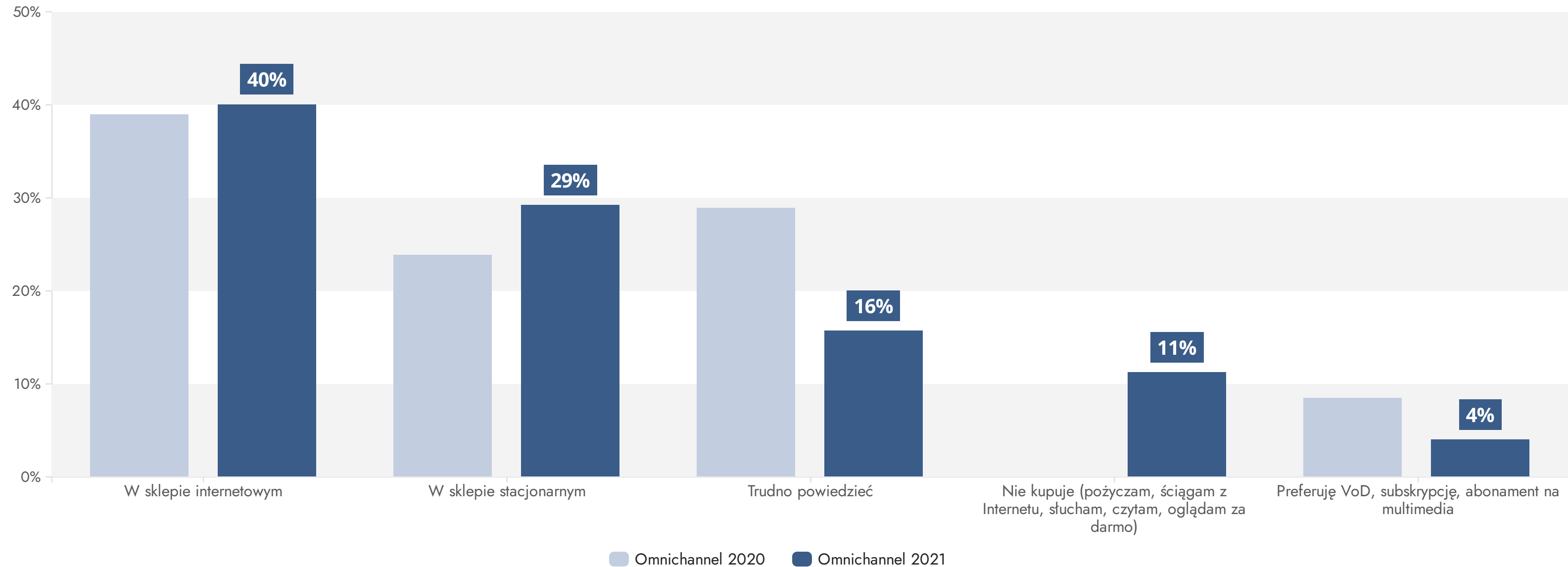
n = 5896

		W sklepie internetowym	W sklepie stacjonarnym	Trudno powiedzieć	Nie kupuje (pożyczam, ściągam z Internetu, słucham, czytam, oglądam za darmo)	Preferuję VoD, subskrypcję, abonament na multimedia	L. wyników
Płeć	Kobieta	41.4%	30%	14.1%	11.2%	3.3%	4132
Płeć	Męczyzna	36.7%	27%	19.7%	11.2%	5.4%	1735
Wiek	Ponizej 18 lat	30.5%	28.4%	21.1%	17.9%	2.1%	95
Wiek	18-24	32.2%	31.6%	15.7%	14.6%	5.9%	766
Wiek	25-29	41.1%	27.7%	14.2%	12.4%	4.5%	620
Wiek	30-34	44.9%	24.4%	14.5%	11.1%	5.1%	786
Wiek	35-44	43.2%	27.5%	14.9%	10.3%	4.1%	1645
Wiek	45-54	41.8%	30.2%	16%	9.3%	2.7%	1132
Wiek	55-64	35%	35.5%	16.5%	10.9%	2.1%	468
Wiek	65 lat i więcej	30.5%	34.1%	22.9%	11.2%	1.2%	249
Sposób pracy	Zdalnie (z domu, home office)	48.8%	24.7%	14.1%	9.3%	3.2%	730
Sposób pracy	Czasami zdalnie, czasami w biurze (praca hybrydowa)	48.2%	24.9%	12.4%	8.6%	5.9%	886
Sposób pracy	Stacjonarnie w miejscu zatrudnienia	38.9%	29.6%	14.9%	12.7%	3.8%	2216

GDZIE PREFERUJESZ ROBIĆ ZAKUPY FILMÓW, KSIĄŻEK, MUZYKI, GIER LUB INNYCH MULTIMEDIÓW?

Porównanie z rozkładem odpowiedzi w ubiegłej edycji badania

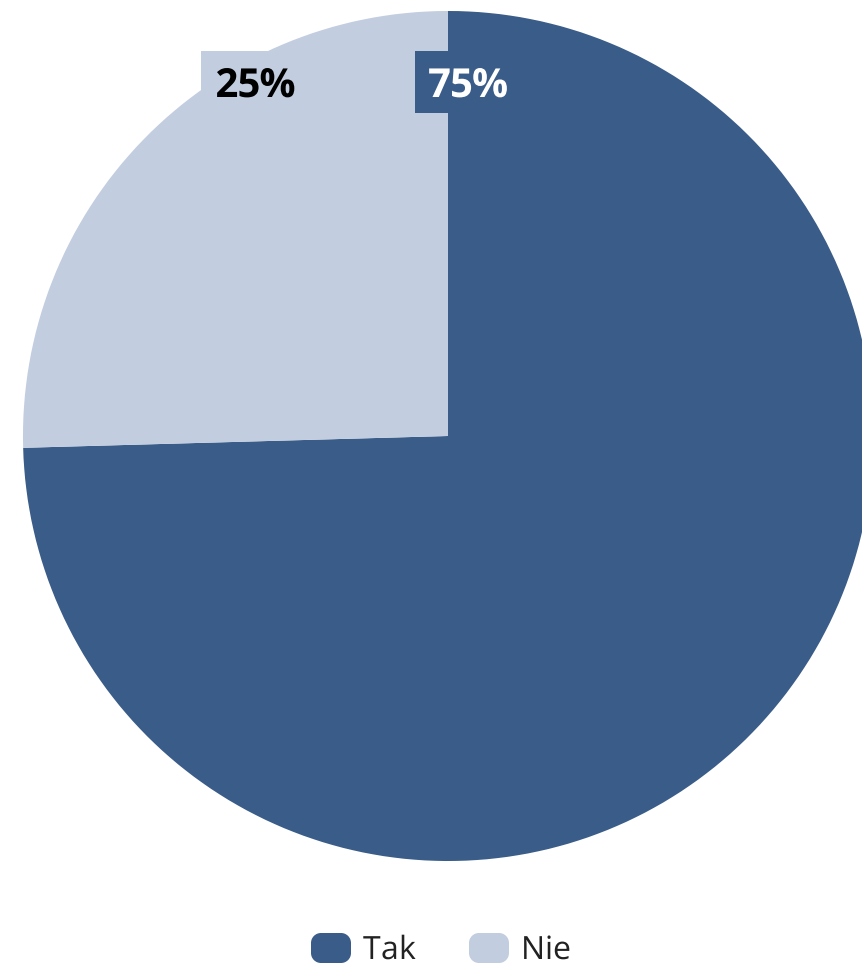
n 2020 = 5482, 2021 = 5896



CZYTELNICTWO W CZASACH PANDEMII

Pytania jednokrotnego wyboru

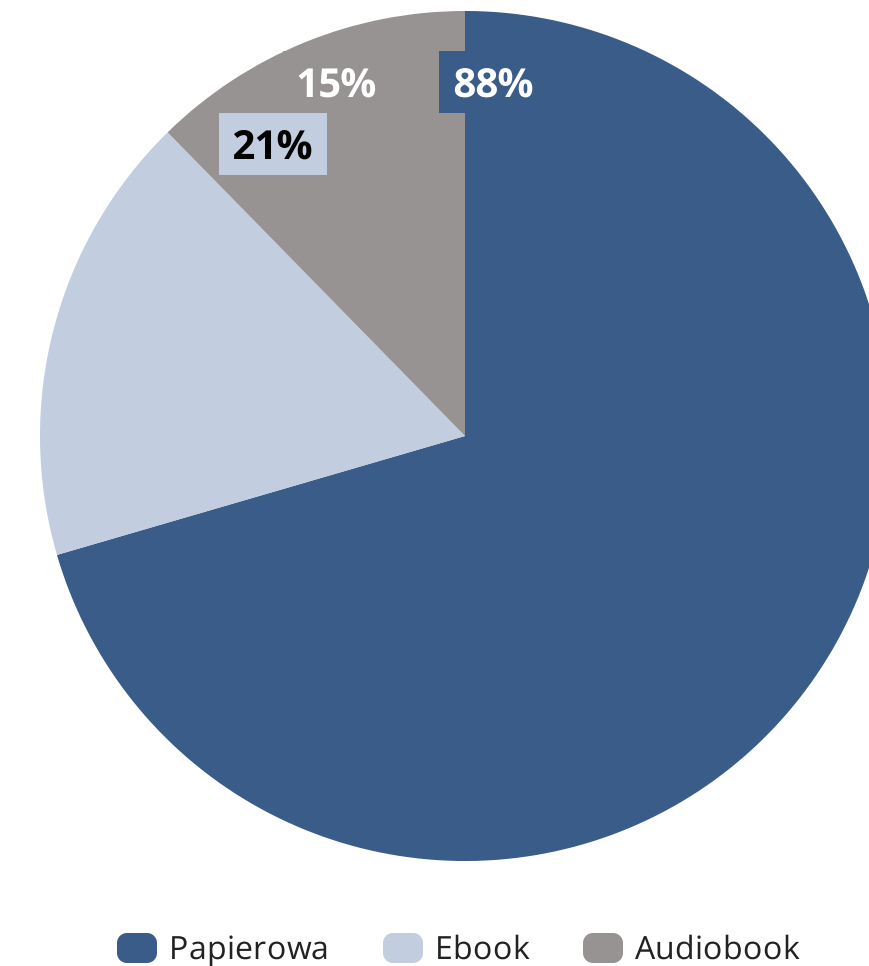
Czy w tym (2021) roku przeczytałeś/aś lub słuchałeś/aś jakąkolwiek książkę?



n = 6379

Pytania wielokrotnego wyboru

2021 - W jakich formach to były książki?

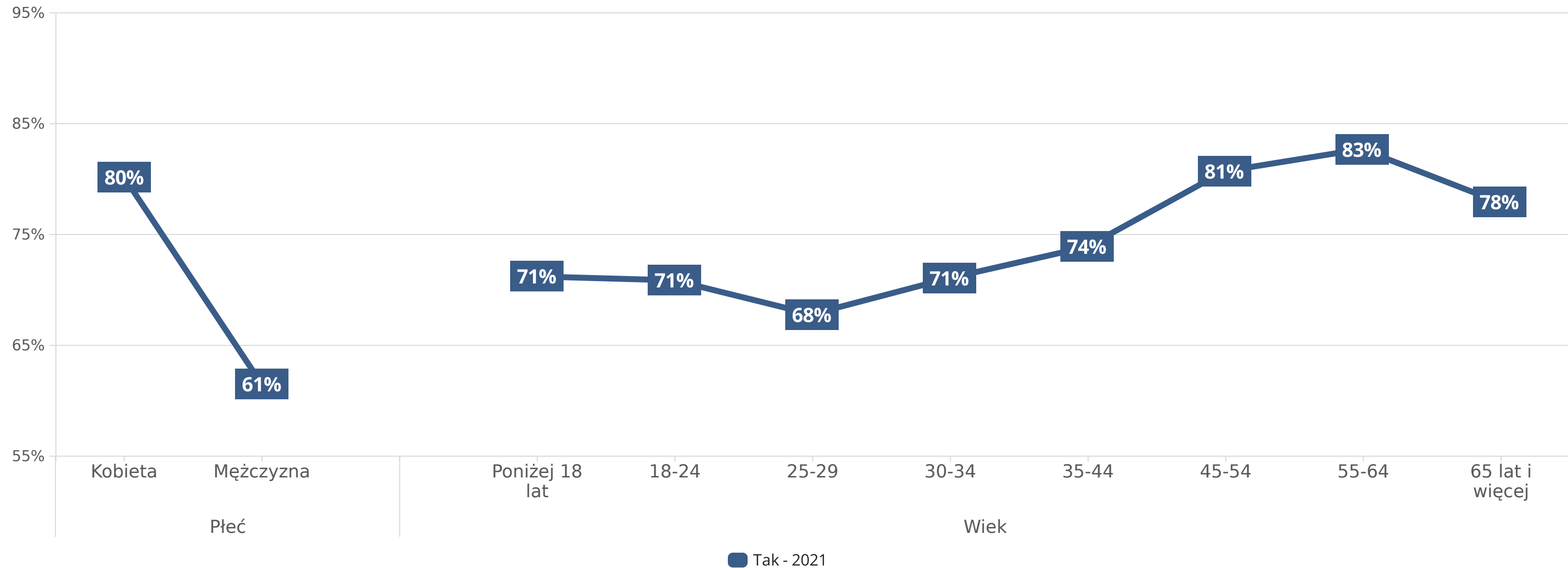


n = 4673

CZY W TYM (2021) ROKU PRZECZYTAŁEŚ/AŚ LUB SŁUCHAŁEŚ/AŚ JAKĄKOLWIEK KSIĄŻKĘ?

Pytania jednokrotnego wyboru. Udział odpowiedzi tak

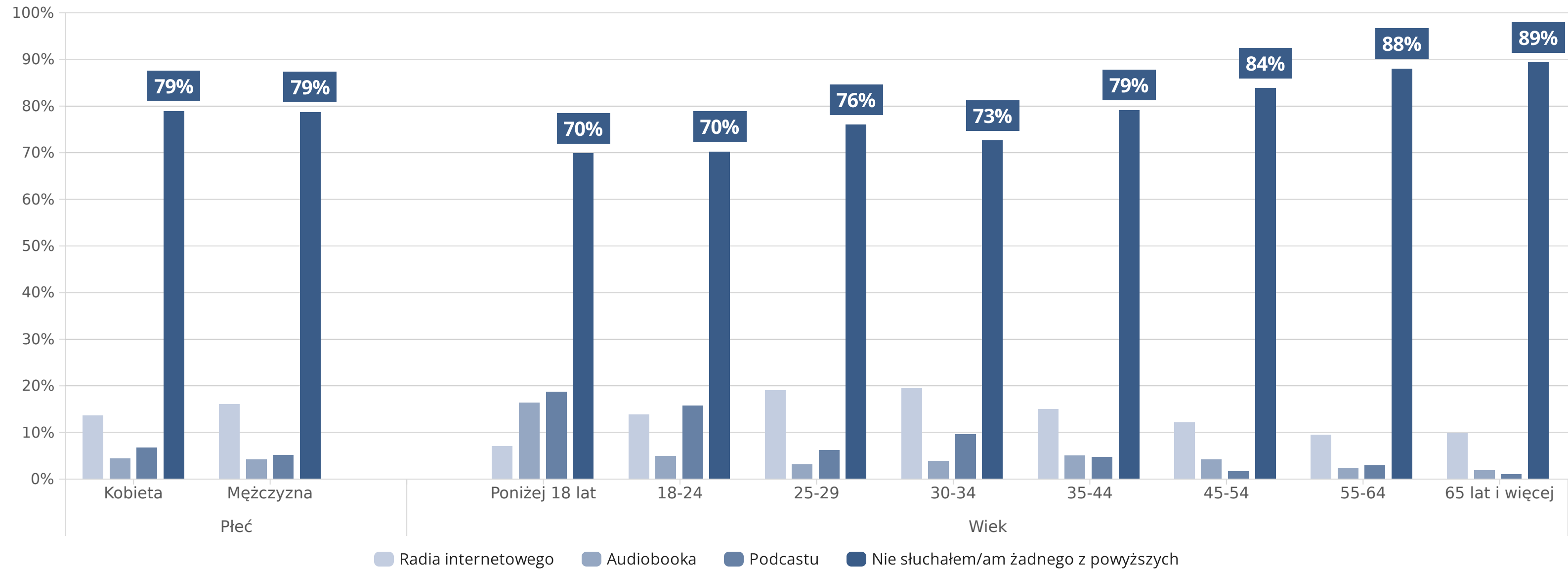
n 2020 = 1602, 2021 = 6349



CZY ZDARZYŁO SIĘ TOBIE SŁUCHAĆ KTÓREGOŚ Z TYCH 3 FORMATÓW W CIĄGU OSTATNIEGO ROKU?

Pytania wielokrotnego wyboru.

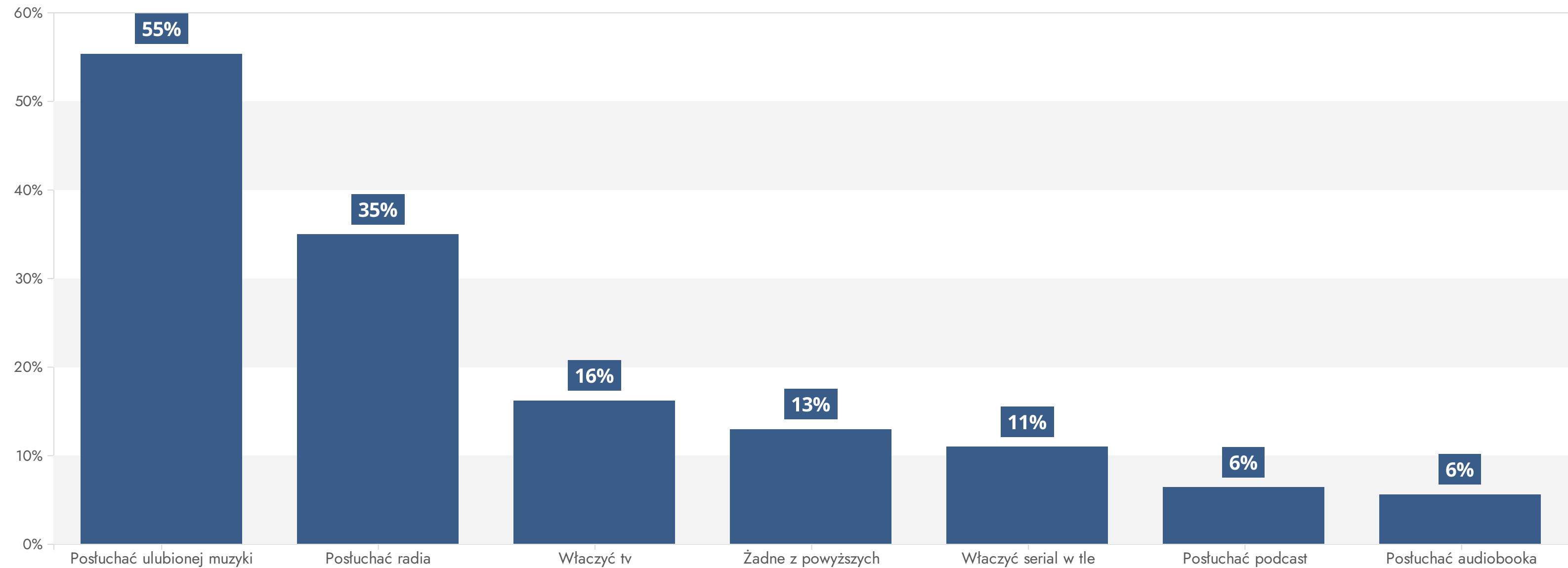
n = 2307



CO LUBISZ W TRAKCIE SPRZĄTANIA DOMU?

Pytanie wielokrotnego wyboru

n = 5566



CO LUBISZ W TRAKCIE SPRZĄTANIA DOMU?

Analiza według płci i wieku

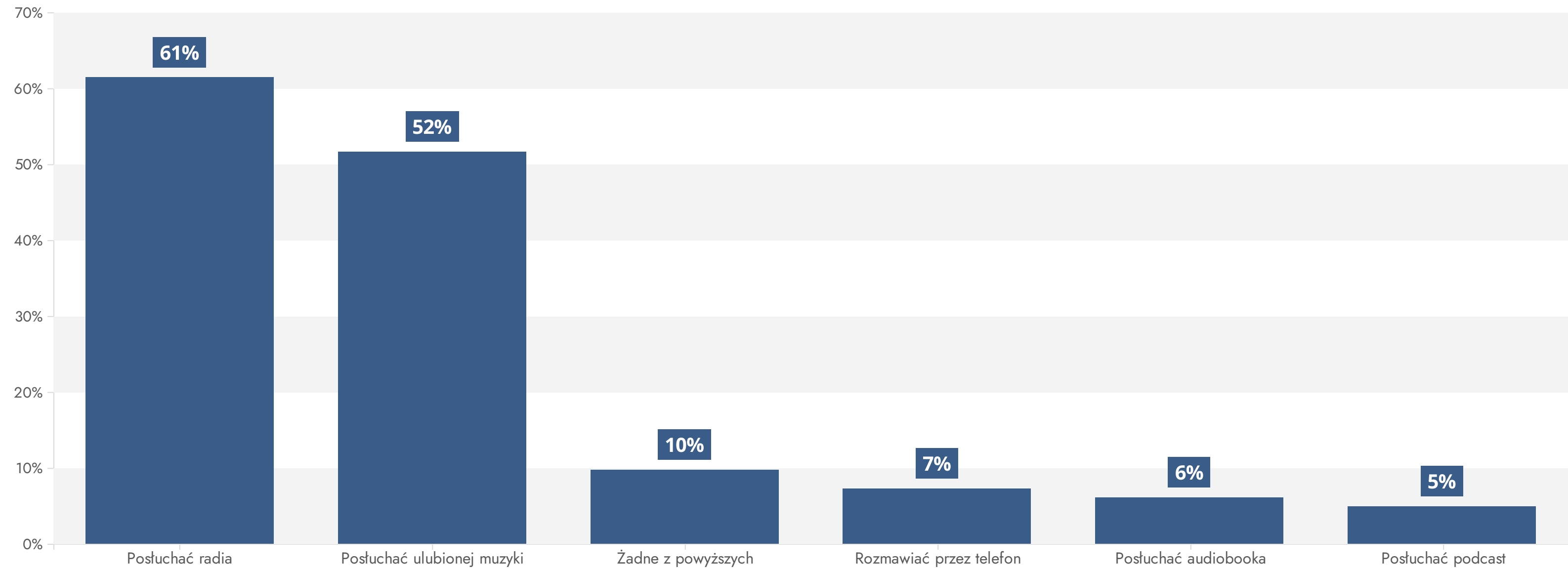
n = 5539

		Posłuchać radia	Włączyć serial w tle	Posłuchać audiobooka	Posłuchać podcast	Posłuchać ulubionej muzyki	Włączyć tv	Żadne z powyższych	L. wyników
Płeć	Kobieta	33.9%	13.2%	5.7%	7%	57.2%	16.8%	11.6%	3906
Płeć	Mężczyzna	37.2%	5.6%	5.1%	5%	50.8%	14.8%	16%	1633
Wiek	Ponizej 18 lat	17.6%	25.9%	3.5%	10.6%	81.2%	7.1%	7.1%	85
Wiek	18-24	19.7%	19.9%	3.5%	12.8%	82.7%	16.1%	6.1%	709
Wiek	25-29	26.8%	18.8%	4.9%	12.1%	68.8%	16.9%	7%	586
Wiek	30-34	33%	15.4%	7.2%	8.2%	56.8%	18.9%	10.7%	736
Wiek	35-44	36.7%	8.2%	6.1%	4.6%	52.5%	15.6%	14.7%	1561
Wiek	45-54	42.5%	5.9%	5.6%	2.7%	46.8%	17.7%	14.5%	1082
Wiek	55-64	48.2%	4%	4.5%	2%	33.4%	13.2%	20.6%	446
Wiek	65 lat i więcej	43.2%	0.8%	3.8%	2.5%	30.1%	14.8%	21.6%	236

CO LUBISZ W TRAKCIE JAZDY SAMOCHODEM?

Pytanie wielokrotnego wyboru

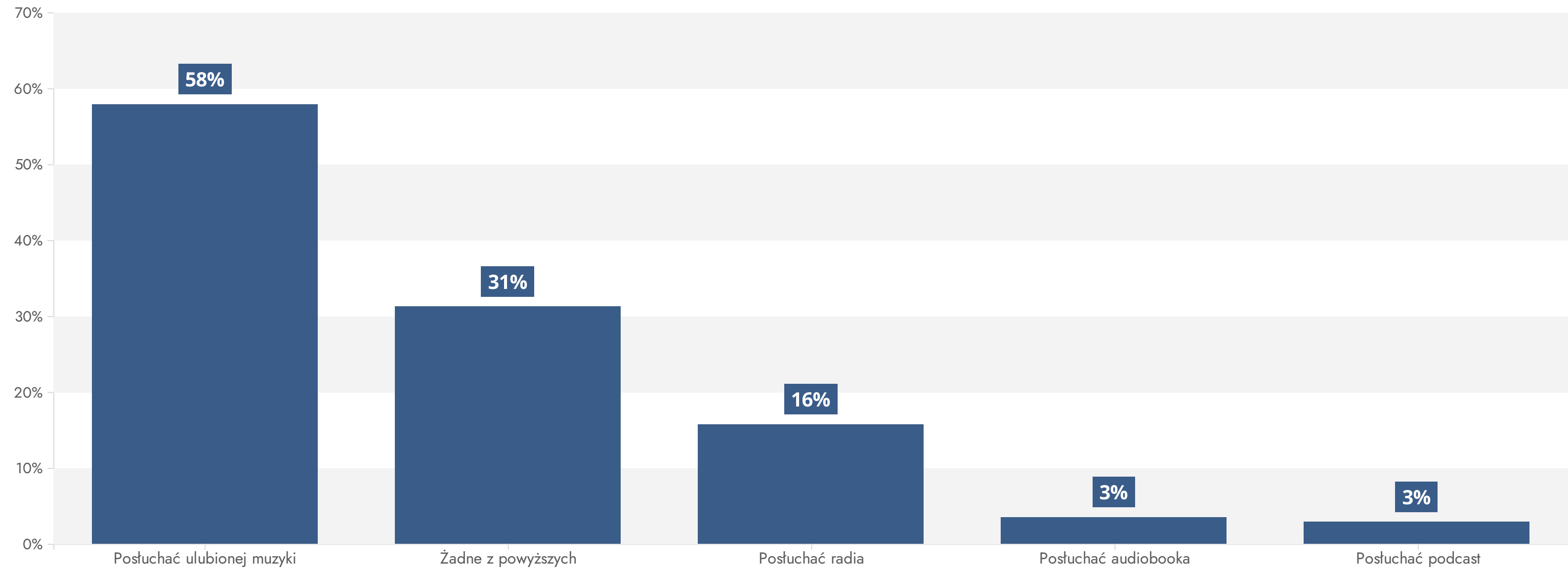
n = 5490



CO LUBISZ W TRAKCIE UPRAWIANIA SPORTU?

Pytanie wielokrotnego wyboru

n = 5306



PODSUMOWANIE BADANIA

08-09
2021

Badanie zrealizowane
w sierpniu i wrześniu
2021

210
tys.

Badanie wypełniło
ponad 210 000 osób

9

Przebadaliśmy dziewięć
segmentów produktowych

str. 33



Kina



Ubrania



Drogerie



Obuwie



Telekomunikacja



Dom i ogród



RTV/AGD



Książki, multimedia



Multimedia
subskrypcyjne
(Streaming, VOD,
Audiobooki)

Podziel się opinią o raporcie

Kolejne raporty publikowane będą na stronie YourCX

Zainteresowanych dodatkowymi analizami i badaniami zapraszamy do kontaktu oraz 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.