



RAPORT

OMNI
CHA
NNEL
2022

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.

Po długim czasie lockdownów oraz problemów związanych z łańcuchami dostaw, kiedy branża ecommerce rosta dynamicznie, pojawił się nowy problem, jakim jest szybko rosnąca inflacja. Problem który sprawia, że klienci dłużej zastanawiają się nad zakupem, zwłaszcza jeśli dany produkt nie jest dla nich niezbędny. Uwzględniając te wszystkie niekorzystne aspekty jeszcze ważniejsze jest zadbanie o pozytywne doświadczenia związane z zakupami, aby Klienci chcieli wracać właśnie do tych podmiotów, u których już byli i nie szukali ofert u konkurencji.

Dzięki temu, że badanie OMNICHANNEL powstaje cyklicznie, możemy porównać wyniki nawet do pięciu 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 OMNICHANNEL2022. 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 **2 500 000 konsumentów** uzyskany dzięki partnerom badania;
 - ➔ Ponad **230 000 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 2022**;
 - ➔ Wybrane segmenty e-commerce odzwierciedlają branże kluczowych projektów realizowanych przez YourCX;
 - ➔ **Partnerzy badania:** Audioteka, CCC, Leroy Merlin, LubimyCzytac.pl, Multikino, 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

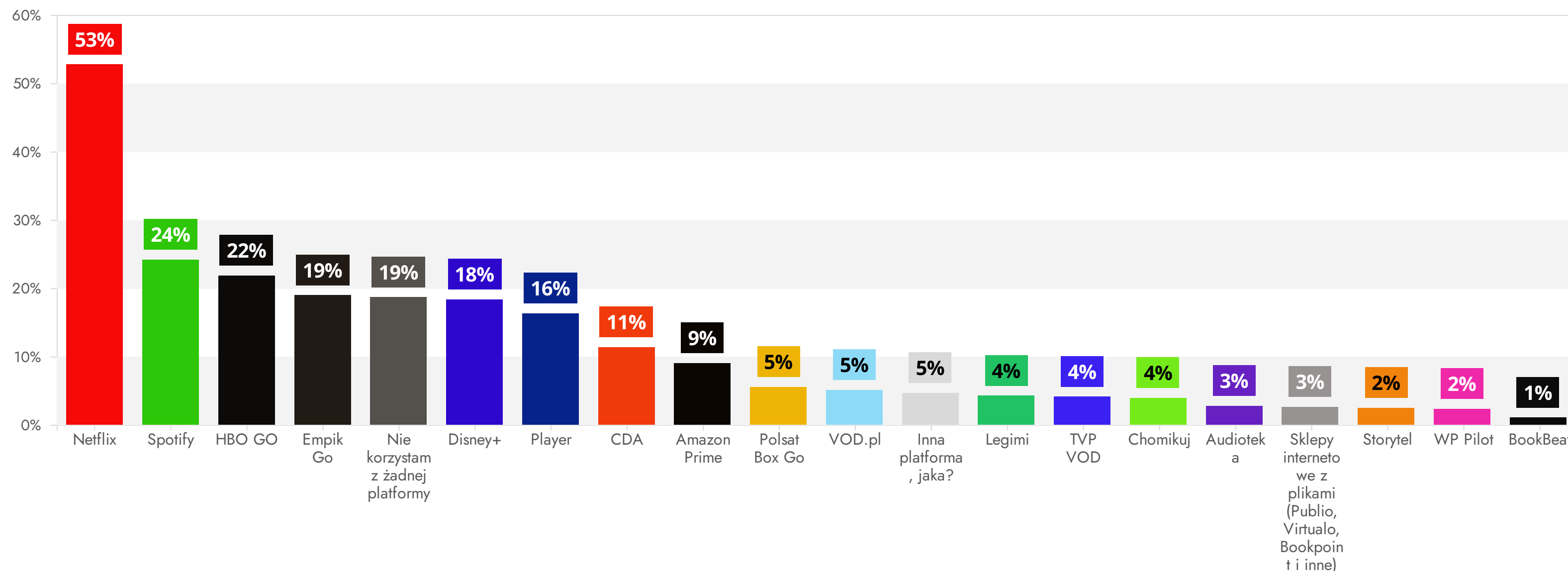
PRZYKŁADY WYLICZEŃ DLA FIRMY XYZ

	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 = 11205



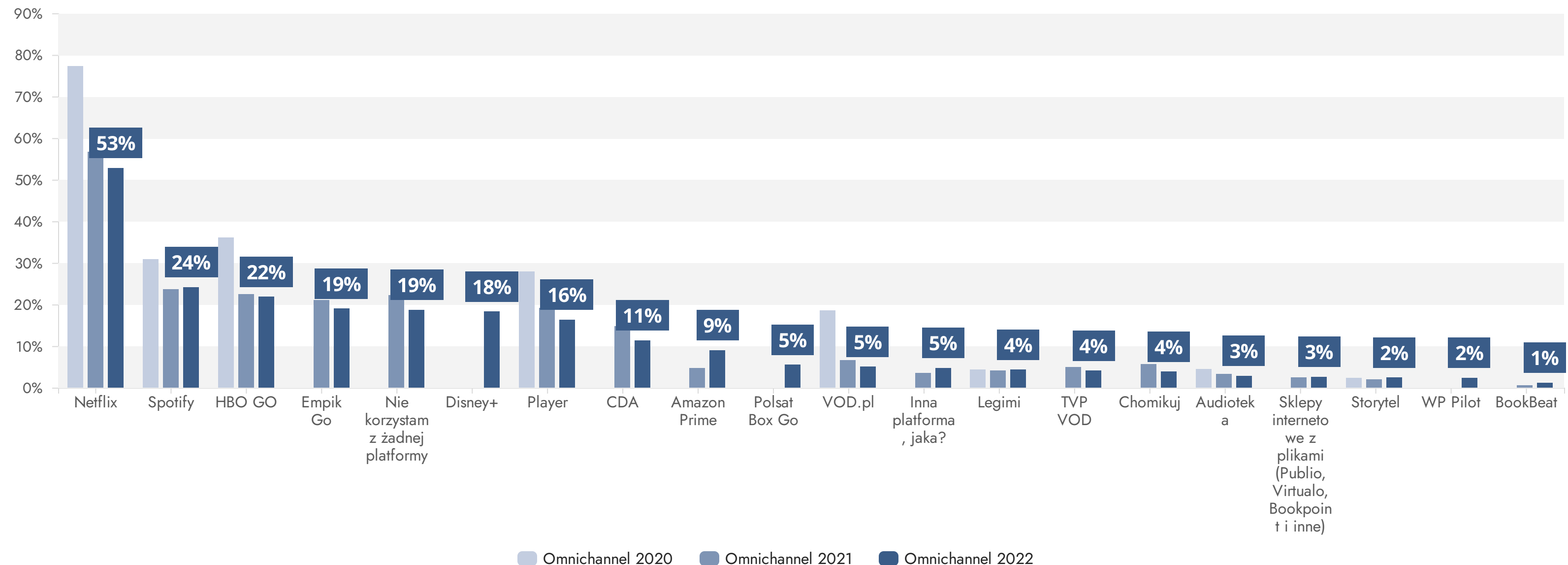
str. 6

Ponad połowa respondentów ma wykupioną subskrypcję na Netflixie, prawie co czwarty korzysta ze Spotify, niewiele mniej z HBO GO. 18% 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, 2022 = 11205



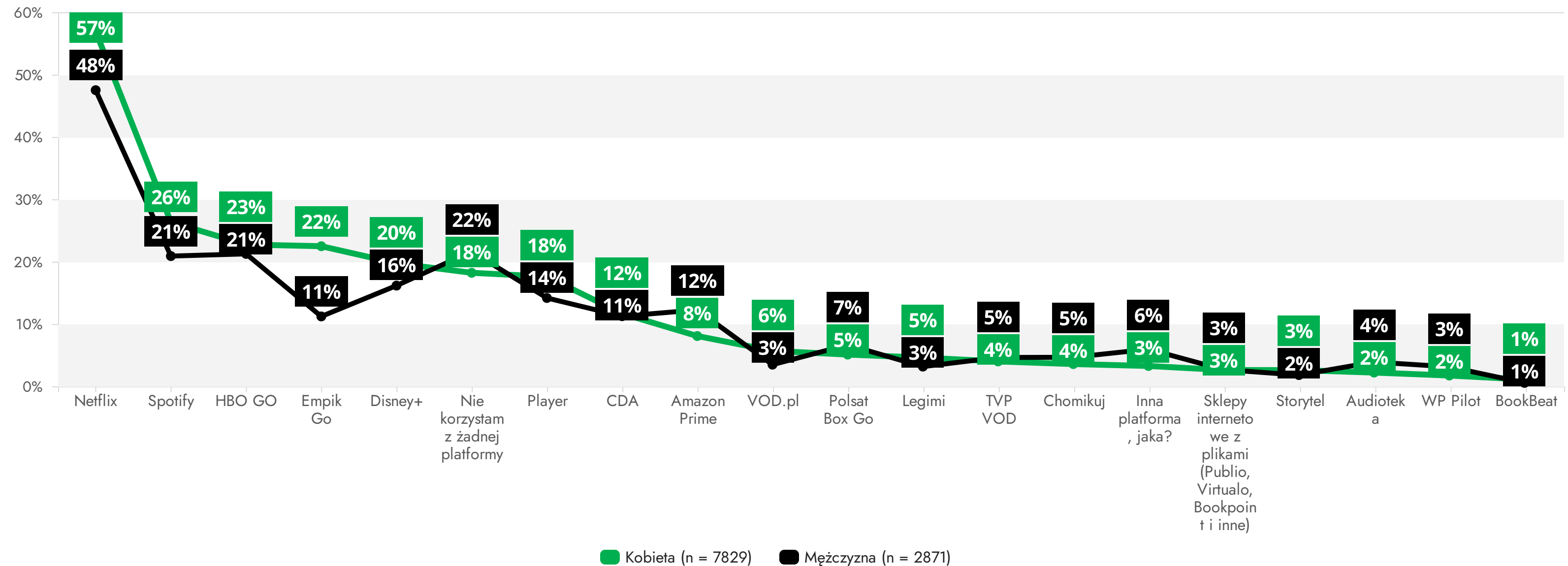
str. 7

Zestawiając wyniki Omnichannel 2022 z zeszłoroczną edycją badania, widzimy spadki udziału wskazań na większość z platform, wyjątkiem są Spotify oraz Amazon Prime. Prawdopodobnie wynika to z mnogości nowych rozwiązań, dzięki czemu każdy może znaleźć najbardziej odpowiadającą mu platformę.

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

Analiza według płci

n = 10700



str. 8

Mężczyźni częściej wskazywali, że nie korzystają z żadnej platformy oraz że mają wykupioną subskrypcję na Amazon Prime (4 p.p. różnicy). Kobiety zdecydowanie częściej deklarują korzystanie z Netflix, Spotify oraz Empik Go.

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

Analiza według wieku wraz z porównaniem z rokiem poprzednim

n 2021 = 7392, 2022 = 10563

	Netflix	Spotify	HB GO	Empik Go	Nie korzystam z żadnej platformy	Disney+	Play	CD A	Amazon Prime	Polsat Box Go	VO D. pl	Inna platforma, jaka?	Legimi	TVP VO D	Chomikuj	Audioteka	Sklepy internetowe z plikami (Publio, Virtualo, Bookpoint i inne)	Sto rytel	W P Pilot	BookBeat	L. wyników
Poniżej 18 lat	62% -7pp	53% +4pp	23% +4pp	21% -1pp	11% +1pp	30%	13% -2pp	26% -6pp	6% +2pp	2%	5% -1pp	5% -2pp	4% +3pp	4%	2% -2pp	3% -1pp	2%	1% -1pp	0%	3% +1pp	253
18-24	73% -5pp	49% +2pp	31% +3pp	18% -3pp	7% -2pp	36%	20% -7pp	21% -4pp	10% +5pp	6%	5% -3pp	3% -1pp	3% -1pp	3%	3% -1pp	1%	2% +1pp	1%	2%	1% +1pp	1520
25-29	68% -4pp	32% +2pp	28% -1pp	18% +1pp	10% -1pp	26%	21% -6pp	12% -8pp	11% +5pp	5%	5% -3pp	4% -1pp	5% +1pp	4%	4% -3pp	2%	2%	2% -1pp	3%	1%	1226
30-34	59% -5pp	25% +2pp	26% +1pp	17% -2pp	15% -2pp	20%	20% -2pp	12% -6pp	10% +4pp	6%	6% -3pp	4% +1pp	5%	5%	4% -3pp	2% -1pp	2%	3% +2pp	2%	1%	1415
35-44	55% -2pp	21% +2pp	22%	21%	20% -2pp	17%	16% -3pp	10% -3pp	10% +6pp	6%	5% -1pp	4% +1pp	5% +1pp	3% -1pp	4% -3pp	3% -1pp	3% +1pp	3% +1pp	2%	1% +1pp	2928
45-54	47% +1pp	17%	18% -1pp	22% -2pp	25% -5pp	12%	16% +2pp	8% -1pp	8% +4pp	5%	5%	3%	5% +1pp	4% -1pp	4% -1pp	4%	3%	3% +1pp	2%	1% +1pp	1900
55-64	35% +6pp	9% -1pp	15% +1pp	19% -5pp	34% -8pp	6%	12% +2pp	6% +1pp	6% +3pp	6%	6% +1pp	3% +1pp	3%	8% +2pp	4%	3% -1pp	5% +1pp	1%	1%	0%	812
65 lat i więcej	21%	6% -2pp	10% -1pp	20% +1pp	42% -11pp	3%	8%	4% -1pp	5% -1pp	3%	4% -2pp	5% +2pp	3%	8% +2pp	3% -1pp	3% -2pp	4%	1%	3%	1% -1pp	509

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

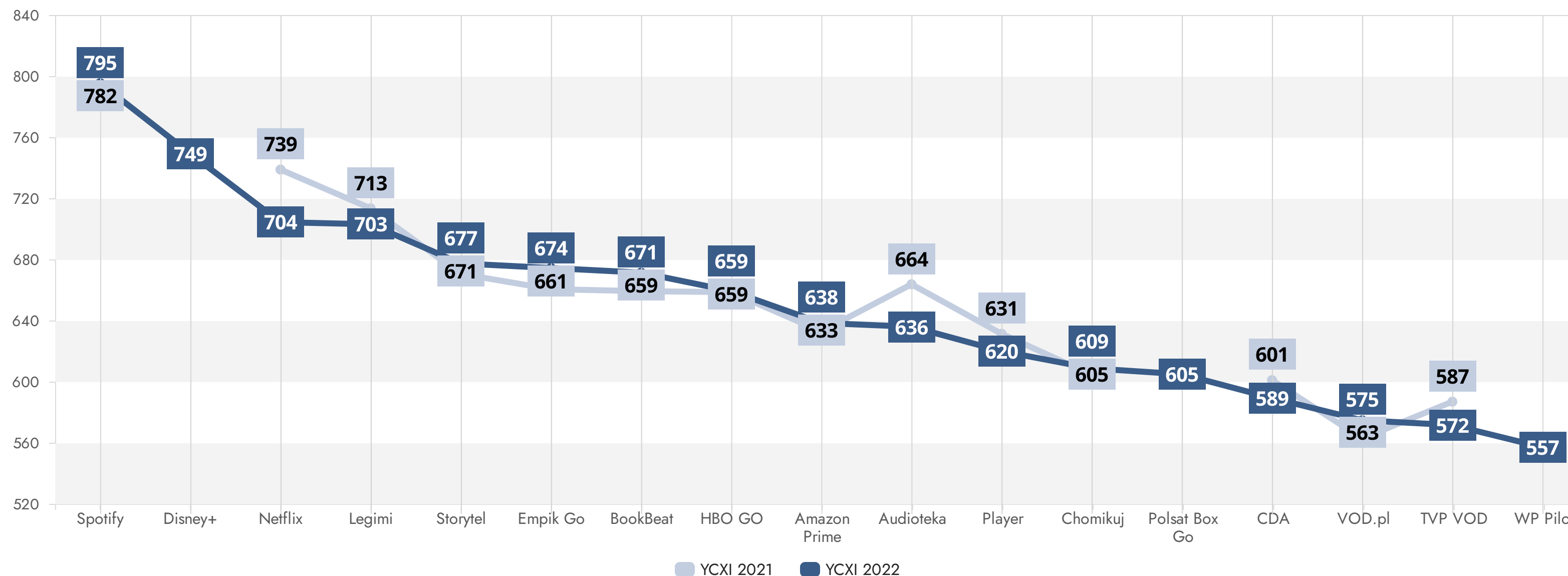
Z jakich platform jeszcze korzystają klienci poszczególnych marek?

n = 8301

	Spotify	Netflix	HBO GO	Player	TVP VOD	Polsat Box	VOD.pl	Audioteka	Legimi	Storytel	BookBeat	Empik Go	Amazon Prime	Chomikuj	CDA	Disney+	WP Pilot	Sklepy internetowe z plikami	L. wyników
Spotify		81%	44%	27%	5%	7%	7%	4%	8%	5%	2%	28%	19%	5%	19%	38%	3%	4%	2706
Netflix	37%		35%	24%	5%	7%	6%	3%	6%	3%	1%	22%	14%	5%	17%	31%	2%	3%	5912
HBO GO	49%	86%		32%	6%	11%	8%	5%	8%	5%	2%	29%	26%	6%	19%	48%	3%	4%	2445
Player	40%	79%	42%		11%	14%	14%	4%	7%	4%	2%	26%	15%	7%	23%	34%	5%	2%	1821
TVP VOD	28%	63%	34%	43%		20%	32%	6%	7%	3%	2%	24%	16%	10%	30%	23%	8%	3%	460
Polsat Box	32%	69%	45%	42%	15%		16%	4%	7%	3%	3%	24%	16%	7%	19%	32%	7%	3%	616
VOD.pl	35%	67%	36%	44%	26%	17%		6%	7%	4%	2%	25%	12%	8%	33%	24%	6%	4%	570
Audioteka	38%	59%	38%	24%	9%	8%	11%		15%	14%	6%	38%	23%	7%	17%	25%	4%	7%	308
Legimi	45%	71%	40%	26%	6%	9%	8%	10%		11%	5%	35%	21%	11%	17%	36%	4%	10%	478
Storytel	49%	69%	46%	25%	6%	7%	9%	16%	19%		6%	34%	23%	9%	19%	34%	4%	8%	274
BookBeat	44%	54%	39%	28%	7%	13%	11%	15%	18%	13%		30%	20%	11%	19%	35%	9%	7%	122
Empik Go	36%	61%	33%	22%	5%	7%	7%	6%	8%	4%	2%		14%	6%	14%	26%	2%	5%	2128
Amazon Prime	52%	82%	63%	28%	7%	10%	7%	7%	10%	6%	2%	31%		8%	16%	53%	4%	7%	1004
Chomikuj	34%	67%	34%	28%	11%	10%	11%	5%	12%	6%	3%	28%	18%		32%	25%	7%	6%	436
CDA	41%	77%	37%	33%	11%	9%	15%	4%	6%	4%	2%	24%	13%	11%		31%	5%	3%	1268
Disney+	50%	88%	57%	30%	5%	10%	7%	4%	8%	5%	2%	26%	26%	5%	19%		3%	4%	2052
WP Pilot	30%	57%	32%	34%	15%	17%	13%	5%	8%	4%	4%	17%	16%	13%	23%	21%		4%	253

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

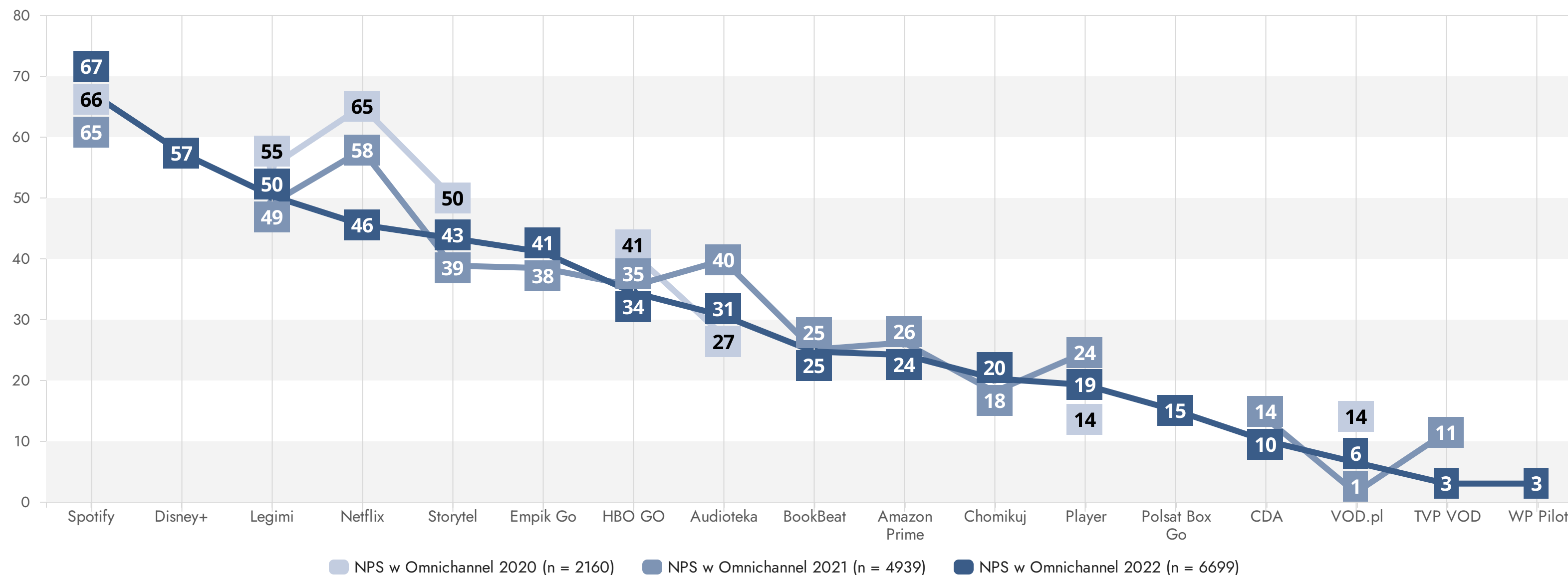


str. 12

Wskaźnik jakości Your Customer Experience Index ma na celu łatwiejsze zróżnicowanie firm osiągających podobne do siebie wyniki w pytaniach częściowych 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

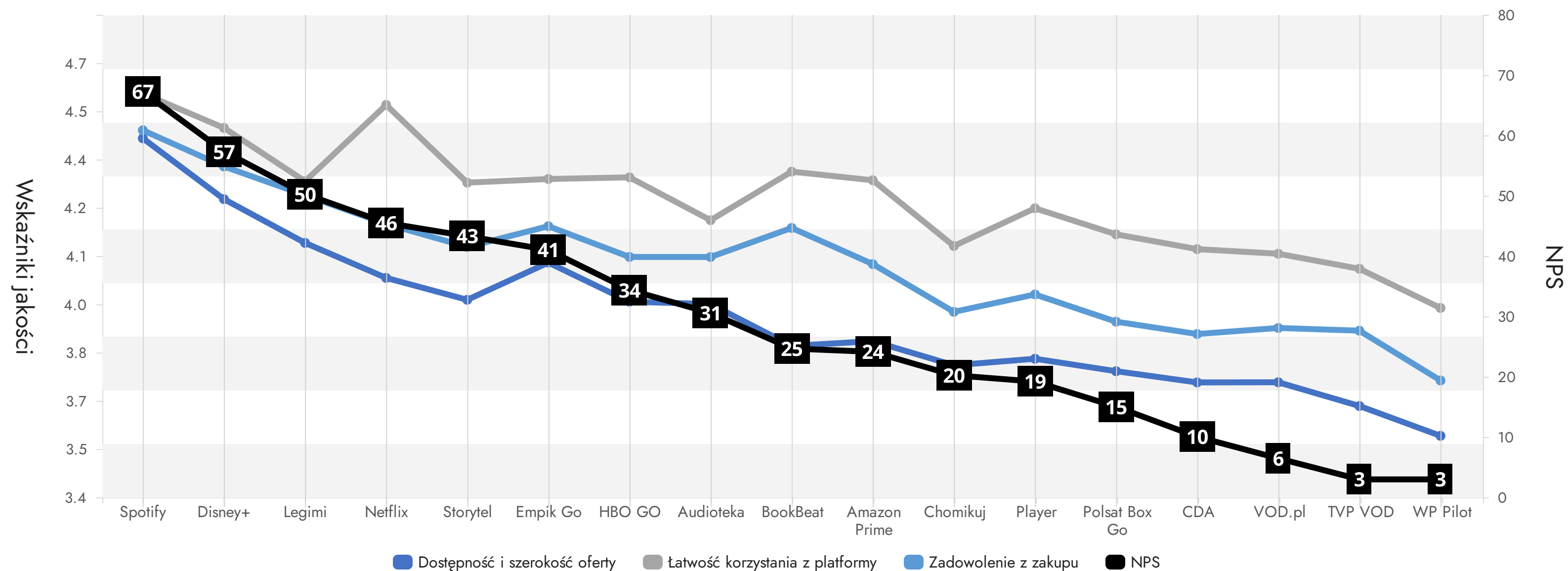


str. 13

Niezmiennie liderem pozostaje Spotify, najwyższą wartość z polskich firm osiągnęło Legimi. Warto zwrócić uwagę na 12 punktowy spadek wartości dla Netflix.

OCENY JAKOŚCI DOŚWIADCZEŃ

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



Analizując poszczególne aspekty doświadczeń w zestawieniu ze wskaźnikiem NPS obserwujemy siłę marki Spotify, gdzie wysoka ocena łatwości korzystania z platformy, ale również innych doświadczeń skorelowane są z wysokim prawdopodobieństwem polecenia marki znajomym.

OCENY JAKOŚCI DOŚWIADCZEŃ

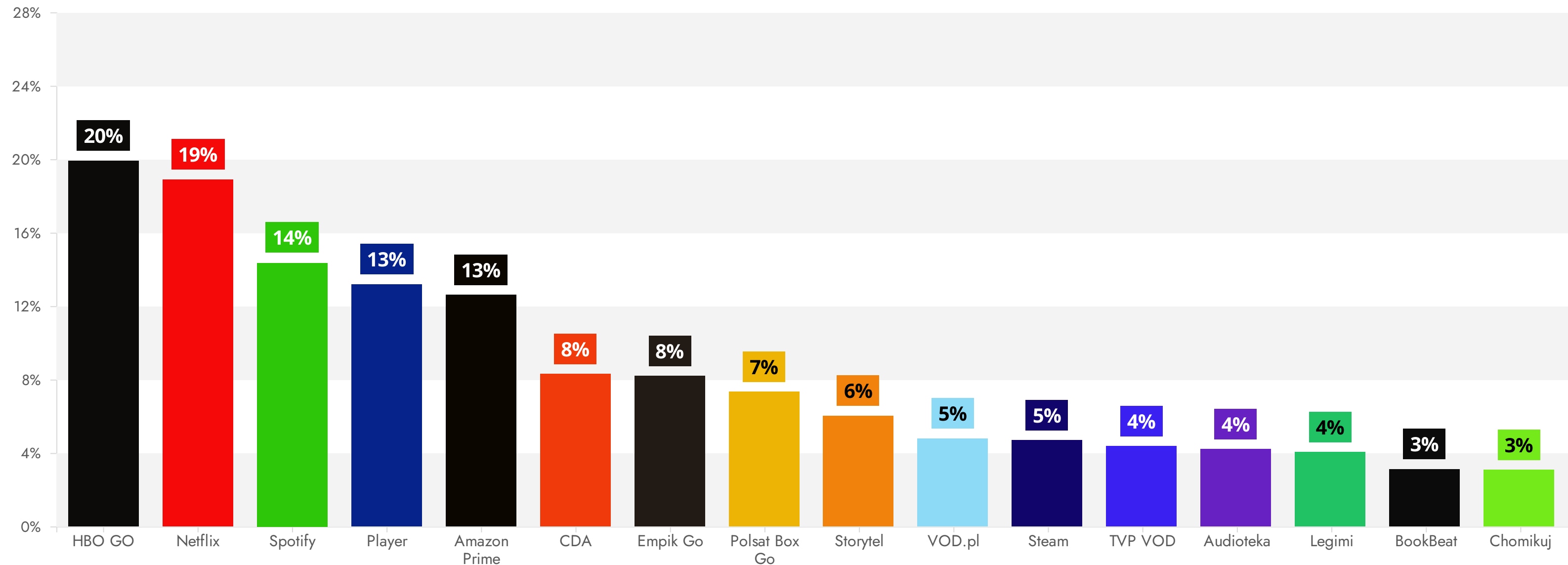
Oceny jakości w skali od 1 do 5 oraz wskaźnik NPS w skali od -100 do 100. Omnichannel 2022 ze zmianami względem 2021.

	Spotify	Disney+	Legimi	Netflix	Storytel	EmpikGo	HBO GO	AudioteKa	BookBeat	Amazon Prime	Chomikuj	Player	Polsat Box Go	CD A	VOD .pl	TVP VOD	WP Pilot
Dostępność i szerokość oferty	4.45 +0.04	4.27	4.14 -0.01	4.04 -0.13	3.98 +0.06	4.09 +0.03	3.97 +0.03	3.97 -0.03	3.84 +0.2	3.86 +0.02	3.79 -0.02	3.81 -0.04	3.77	3.74 -0.06	3.74 +0.1	3.67 -0.03	3.58
Łatwość korzystania z platformy	4.58 +0.15	4.48	4.32 +0.05	4.54 +0.23	4.32 +0.2	4.33 +0.18	4.33 +0.22	4.21 +0.05	4.35 +0.4	4.33 +0.31	4.13 +0.2	4.24 +0.23	4.17	4.13 +0.26	4.11 +0.29	4.07 +0.22	3.95
Zadowolenie z zakupu	4.47 -0.1	4.37	4.28 -0.07	4.2 -0.35	4.13 -0.31	4.19 -0.1	4.1 -0.2	4.1 -0.18	4.19 -0.13	4.08 -0.18	3.94 -0.15	3.99 -0.25	3.91	3.88 -0.33	3.9 -0.21	3.89 -0.24	3.74
NPS	67.22 +2.61	57.36	50.27 +1.24	45.51 -12.28	43.3 +4.51	41.01 +2.61	34.39 -1.07	30.57 -9.13	24.68 -0.32	24.12 -2.03	20.24 +2.16	19.19 -5.3	15.03	10.04 -3.76	6.46 +4.98	2.98 -8.4	2.98

KTÓRĄ PLATFORMĘ PRAWDOPODOBNIĘ PRZETESTUJESZ W NAJBLIŻSZYM CZASIE?

Pytanie wielokrotnego wyboru

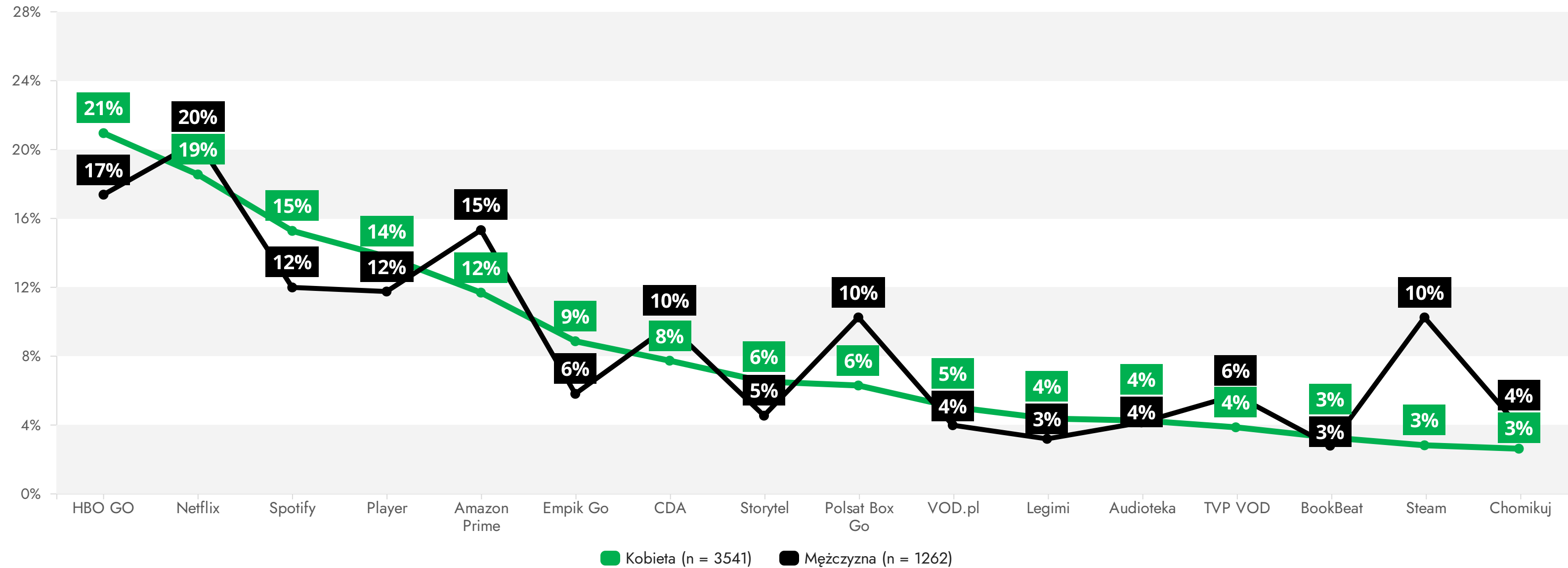
n = 4885



KTÓRĄ PLATFORMĘ PRAWDOPODOBNIIE PRZETESTUJESZ W NAJBLIŻSZYM CZASIE?

Analiza według płci

n = 4803



KTÓRĄ PLATFORMĘ PRAWDOPODOBNIIE PRZETESTUJESZ W NAJBLIŻSZYM CZASIE?

Analiza według wieku. Omnichannel 2022 ze zmianami względem 2021.

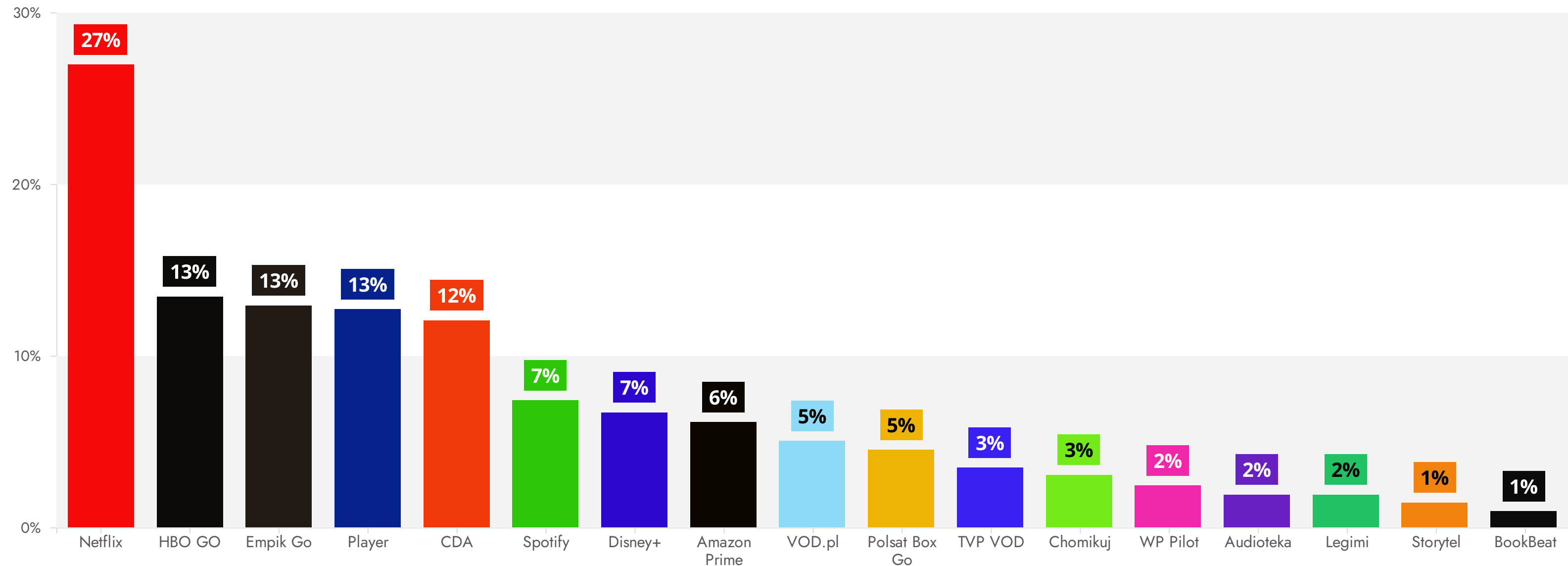
n 2021 = 3699, 2022 = 4767

	HBO GO	Netflix	Spotify	Player	Amazon Prime	CD A	Empik Go	Polsat Box Go	Storytel	VOD.pl	Steam	TVP VOD	Audioteka	Legimi	BookBeat	Chomikuj	L. wyników
Poniżej 18 lat	19% -6pp	14% -4pp	18% -1pp	16% -2pp	9% -7pp	9%	12% -5pp	4%	9% +1pp	4%	14% +2pp	1% -4pp	2% -4pp	5% -3pp	4%	1% -3pp	140
18-24	29% +4pp	10% -4pp	14% -2pp	13%	13% +3pp	9% -5pp	9% +3pp	6%	5%	3% -3pp	6% -1pp	3%	4% +3pp	3%	5% +2pp	1% -1pp	838
25-29	23% +3pp	15%	17% +6pp	11%	11%	8%	6% -2pp	6%	6% -1pp	3% -3pp	5% +1pp	3% -1pp	4%	5% +2pp	3% -1pp	3% +2pp	547
30-34	17% -1pp	19% -3pp	16% +2pp	11%	14% +4pp	9% -1pp	6%	6%	6%	5%	5% +2pp	4% +1pp	4% +1pp	4% +1pp	3% +2pp	3% +1pp	654
35-44	18% +2pp	21% -6pp	15% +2pp	13%	13% +4pp	7% -1pp	8% +1pp	7%	7%	5%	4% +1pp	4% +1pp	4% +1pp	5% +2pp	2% +1pp	3% +1pp	1200
45-54	18% +3pp	23% -4pp	14% +2pp	14% -2pp	14% +5pp	10% +1pp	8% +1pp	7%	7%	6% +2pp	3% +1pp	6% +2pp	5%	4% +1pp	2% +1pp	3%	822
55-64	17% +3pp	29% -6pp	8% +1pp	15% +3pp	13% +6pp	7%	9% +3pp	11%	4% -1pp	8% +1pp	2%	6%	6% +3pp	3% +2pp	1% -1pp	4% -1pp	336
65 lat i więcej	14% +5pp	25% -4pp	10% +3pp	22% +3pp	10% +4pp	7% +1pp	15% +8pp	15%	3% +1pp	5% -5pp	4% +1pp	10% +4pp	8% +4pp	2% -1pp	3% +1pp	7% +4pp	230

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

Pytanie wielokrotnego wyboru

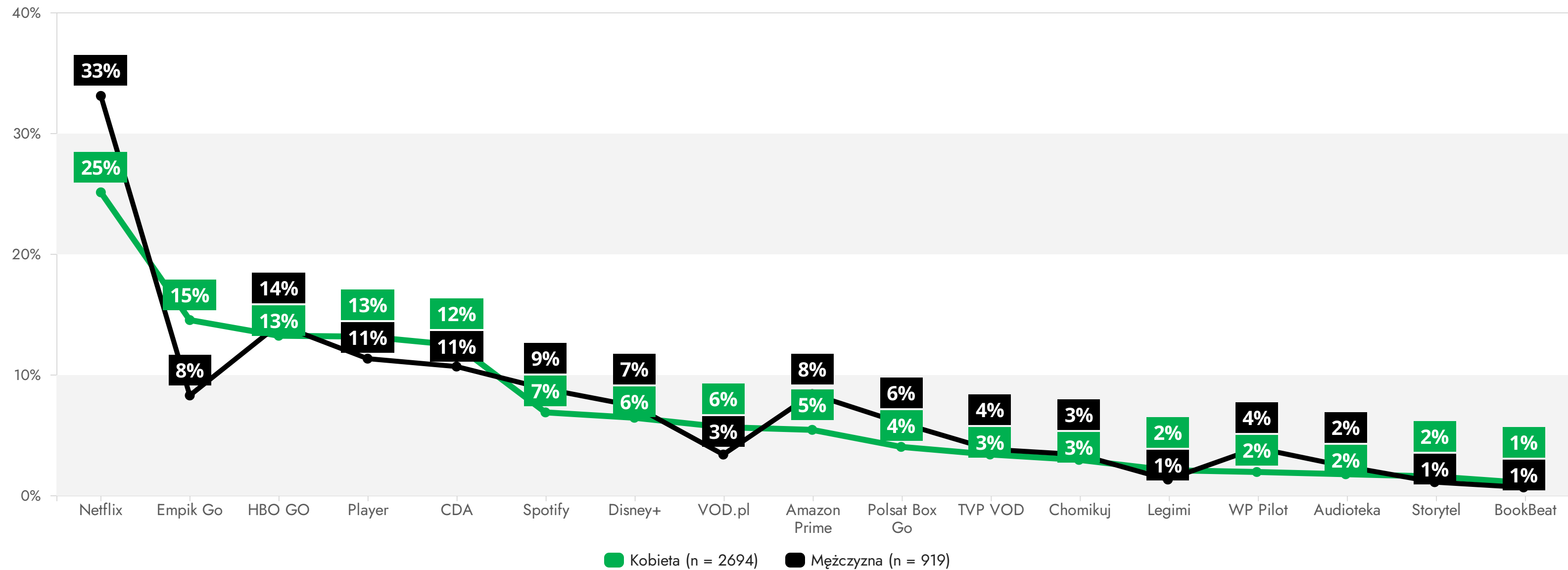
n = 3646



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

Analiza według płci

n = 3613



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

Analiza według wieku. Omnichannel 2022 ze zmianami względem 2021.

n 2021 = 2485, 2022 = 3597

	Netflix	HBO GO	Empik Go	Player	CD A	Spotify	Disney+	Amazon Prime	VOD .pl	Polsat Box Go	TVP VOD	Chomikuj	WP Pilot	Audioteka	Legimi	Storytel	BookBeat	L. wyników
Ponżej 18 lat	20% -4pp	14% +7pp	14% -1pp	12% +5pp	27% +5pp	13% +2pp	8%	2%	6%	2%	4%	3% -1pp	0%	2% -4pp	1% +1pp	0%	2%	130
18-24	29% +13pp	15% +2pp	11% -6pp	13% -5pp	17% -1pp	9%	8%	5% +2pp	4% -4pp	3%	3%	1% -2pp	2%	1%	1% -1pp	0% -1pp	1% +1pp	751
25-29	31% +14pp	13% -7pp	12% -1pp	13% -6pp	11% -5pp	7% +2pp	7%	6% +2pp	5% -4pp	4%	2% -2pp	3% -2pp	2%	1%	2% +1pp	1%	1%	509
30-34	26% +5pp	12% -4pp	10% -3pp	15%	11% -3pp	7% +2pp	5%	7% +2pp	5% -4pp	5%	5% +3pp	4%	2%	2% -1pp	3%	2% +1pp	1%	532
35-44	29% +10pp	14% -5pp	14% -1pp	11% -5pp	9% -4pp	7%	7%	6% +2pp	5% -2pp	6%	2% -1pp	3% -3pp	3%	2% -1pp	2% -1pp	1%	1% +1pp	923
45-54	23% +6pp	11% -7pp	17%	12% +1pp	10% -3pp	6% -3pp	5%	7% +2pp	5% -1pp	5%	3%	4% -1pp	3%	2%	2%	2%	1%	494
55-64	22% +6pp	13% -5pp	12% -9pp	9% +2pp	8% +2pp	6% -1pp	6%	6% +4pp	9% +1pp	6%	8%	5% -3pp	2%	4% -5pp	2% +2pp	3% +1pp	1%	172
65 lat i więcej	16% +2pp	14% +4pp	19% -5pp	12%	8% -2pp	5% -1pp	6%	13% +7pp	6% -12pp	7%	13% +3pp	6% -4pp	8%	3% +1pp	2% +2pp	1% -1pp	6%	86

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

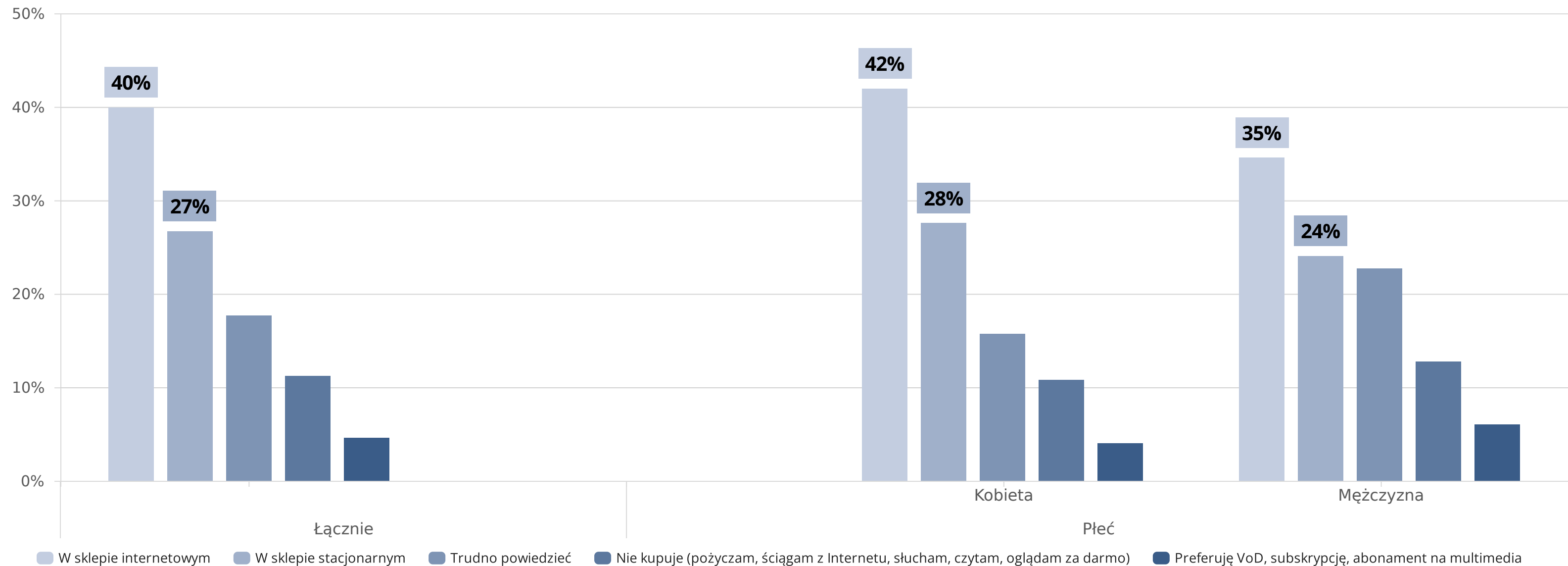
Pytanie wielokrotnego wyboru.

	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	37.9%	6.3%	41.1%	10.3%	3.6%	21.9%	9.4%	7.6%	224
Netflix	37.1%	2.2%	27.9%	3.9%	1.4%	56%	3.8%	7.1%	789
HBO GO	24.9%	2.3%	36%	10.2%	3.6%	47.7%	12%	5.2%	442
Player	19.9%	6.3%	34.6%	8.4%	2.6%	50.7%	15.2%	4%	428
TVP VOD	12.1%	5.2%	48.3%	13.8%	1.7%	31%	8.6%	4.3%	116
Polsat Box Go	30.6%	4.8%	27.9%	18.4%	2.7%	37.4%	12.9%	6.1%	147
VOD.pl	16.5%	7%	45.6%	9.5%	5.7%	45.6%	7.6%	5.7%	158
Audioteka	34.4%	14.1%	45.3%	9.4%	6.3%	26.6%	10.9%	10.9%	64
Legimi	41.9%	9.7%	37.1%	11.3%	3.2%	30.6%	11.3%	4.8%	62
Storytel	37.3%	11.8%	29.4%	9.8%	5.9%	35.3%	7.8%	11.8%	51
BookBeat	30.3%	6.1%	42.4%	3%	12.1%	24.2%	12.1%	6.1%	33
Empik Go	24.1%	5.7%	48.9%	6.5%	4.3%	23.2%	7.8%	4.6%	370
Amazon Prime	17.2%	3%	37.9%	3.4%	2.5%	59.1%	9.9%	4.4%	203
Chomikuj	10.2%	5.1%	43.9%	12.2%	9.2%	31.6%	17.3%	4.1%	98
CDA	17.3%	4.3%	41.1%	14%	4.3%	35.5%	14%	4.3%	392
Disney+	23.4%	2.8%	35.5%	3.7%	6.1%	47.2%	7%	6.1%	214
WP Pilot	27.5%	7.5%	27.5%	22.5%	5%	27.5%	11.3%	8.8%	80

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

Pytanie jednokrotnego wyboru. Analiza według płci i sposobu pracy.

n = 7222



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

Pytanie jednokrotnego wyboru. Analiza według płci i wieku. Omnichannel 2022 ze zmianami względem 2021.

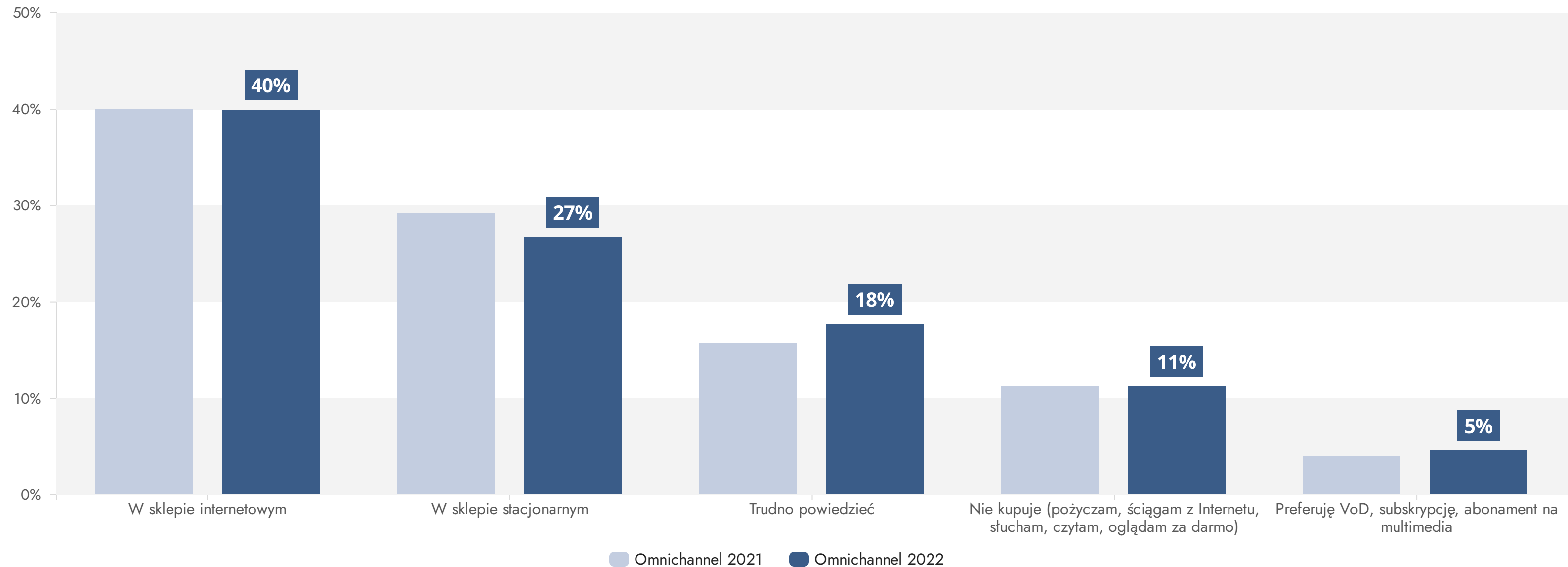
n 2021 = 5896, 2022 = 7222

		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	41.9% +0.5pp	27.6% -2.4pp	15.7% +1.6pp	10.8% -0.4pp	4% +0.7pp	5217
Płeć	Mężczyzna	34.5% -2.2pp	24% -3pp	22.7% +3pp	12.7% +1.5pp	6% +0.6pp	1911
Wiek	Ponizej 18 lat	40% +9.5pp	29.7% +1.3pp	11.6% -9.5pp	14.2% -3.7pp	4.5% +2.4pp	155
Wiek	18-24	34.8% +2.6pp	30% -1.6pp	16.3% +0.6pp	14.4% -0.2pp	4.5% -1.4pp	947
Wiek	25-29	40.3% -0.8pp	25.7% -2pp	16.6% +2.4pp	11.6% -0.8pp	5.8% +1.3pp	742
Wiek	30-34	43.3% -1.6pp	22.4% -2pp	17.3% +2.8pp	10.9% -0.2pp	6.1% +1pp	901
Wiek	35-44	45.7% +2.5pp	22.8% -4.7pp	17.2% +2.3pp	9.8% -0.5pp	4.4% +0.3pp	1919
Wiek	45-54	39.9% -1.9pp	29% -1.2pp	17.2% +1.2pp	9.3%	4.6% +1.9pp	1405
Wiek	55-64	32.7% -2.3pp	30.9% -4.6pp	21.3% +4.8pp	12.2% +1.3pp	2.8% +0.7pp	614

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

Porównanie z rozkładem odpowiedzi w ubiegłej edycji badania

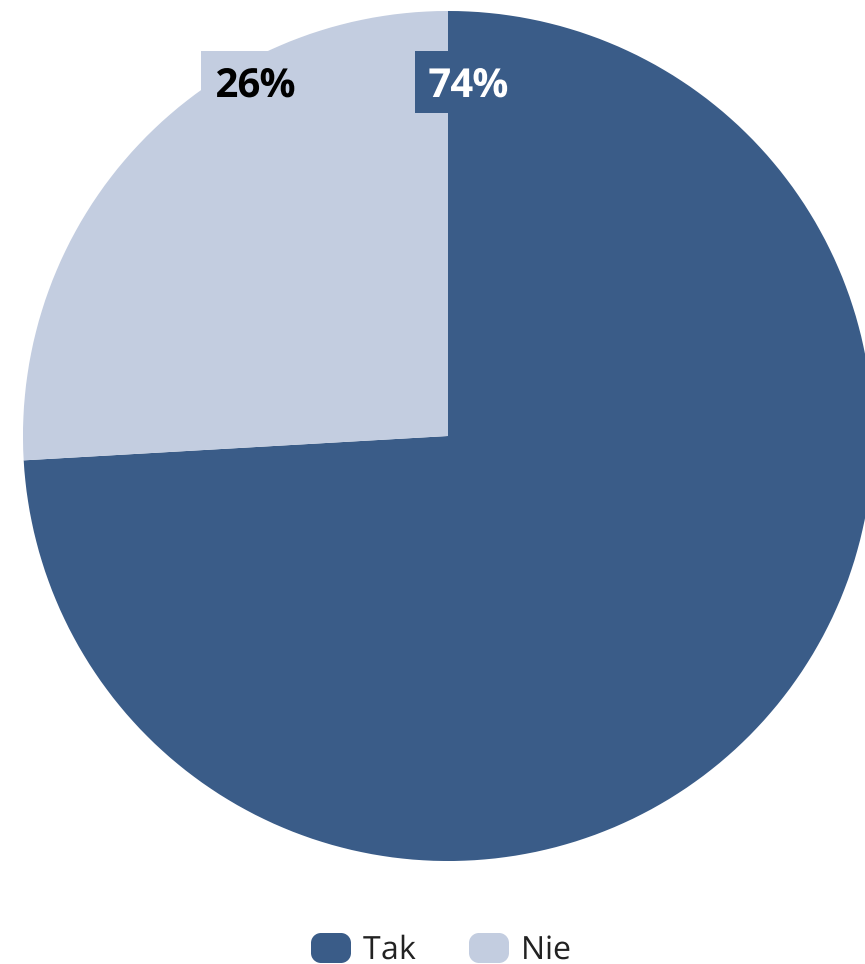
n 2021 = 5896, 2022 = 7222



CZYTELNICTWO

Pytania jednokrotnego wyboru

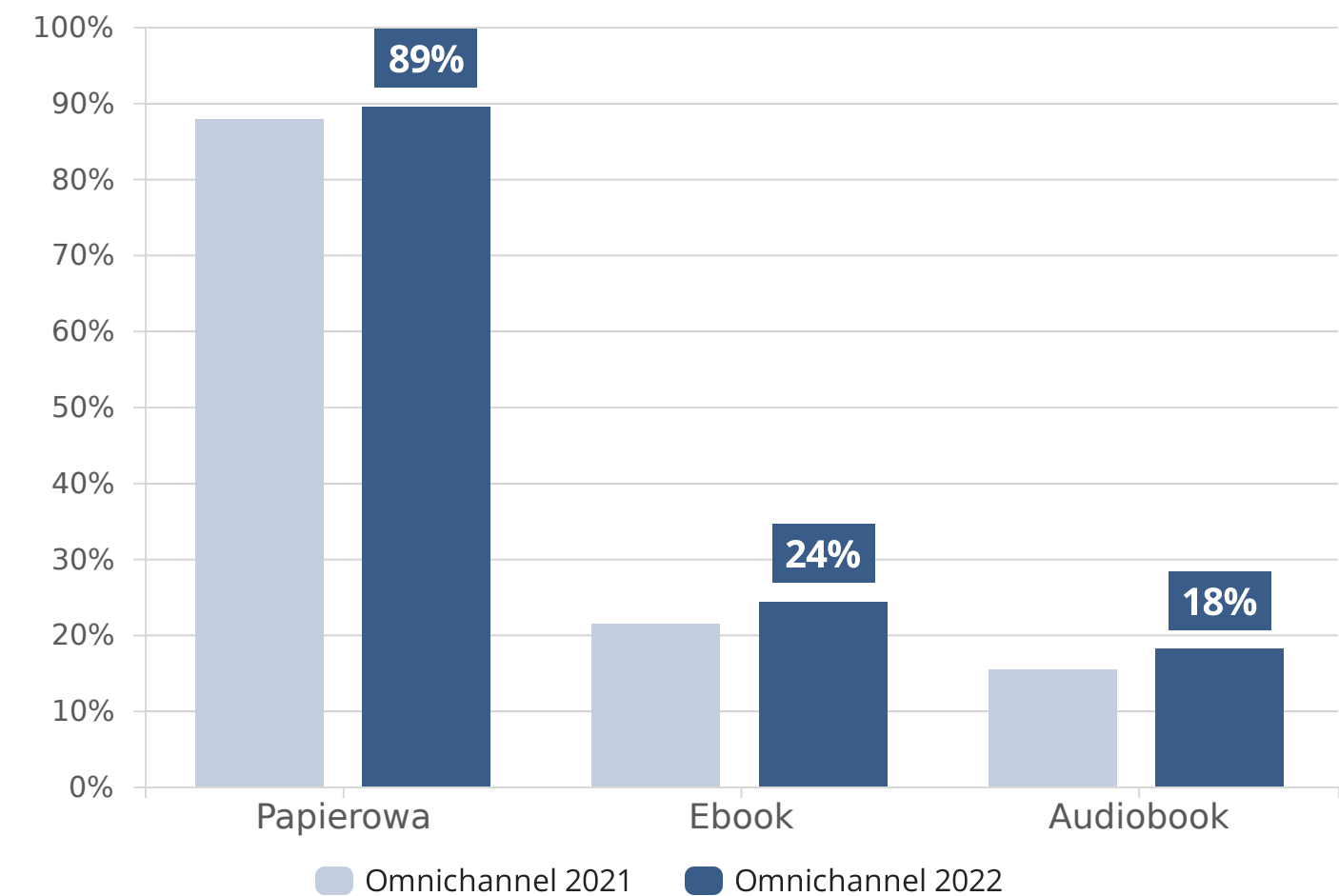
Czy w tym roku przeczytałeś/aś lub słuchałeś/aś jakąkolwiek książkę?



n = 9011

Pytania wielokrotnego wyboru

W jakich formach to były książki? Porównanie z rozkładem odpowiedzi w ubiegłej edycji badania

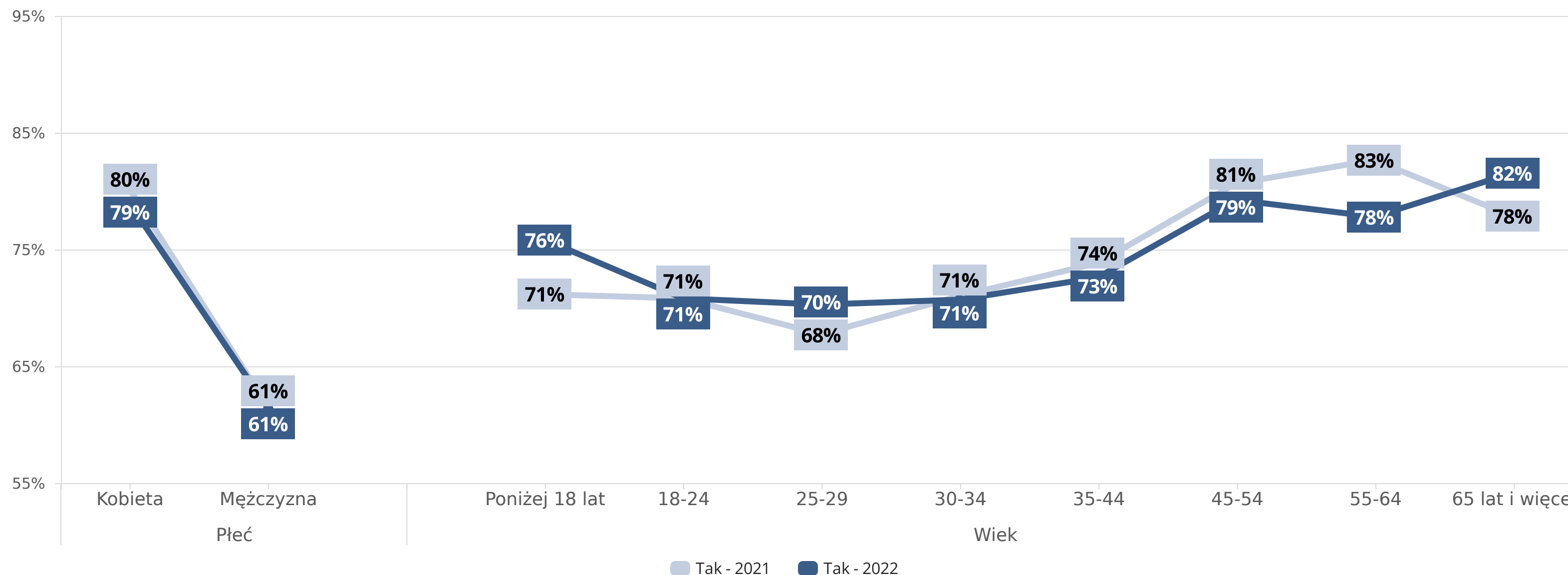


n 2021 = 4673, 2022 = 6365

CZY W TYM (2022) ROKU PRZECZYTAŁEŚ/AŚ LUB SŁUCHAŁEŚ/AŚ JAKĄKOLWIEK KSIĄŻKĘ?

Pytania jednokrotnego wyboru. Udział odpowiedzi tak. Porównanie z rozkładem odpowiedzi w ubiegłej edycji badania

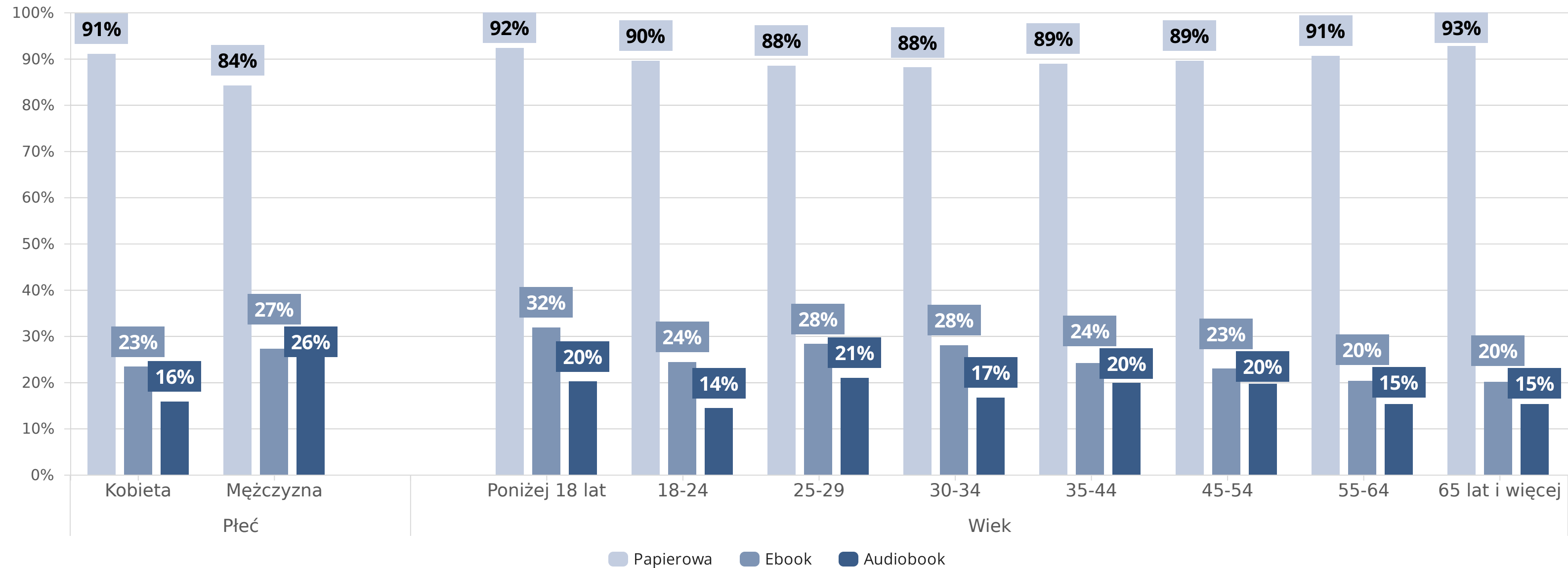
n 2021 = 6349, 2022 = 8898



W JAKICH FORMACH TO BYŁY KSIĄŻKI?

Pytania wielokrotnego wyboru

n = 6286



W JAKICH FORMACH TO BYŁY KSIĄŻKI?

Pytania wielokrotnego wyboru. Dane za rok 2022 z wyliczoną różnicą z 2021

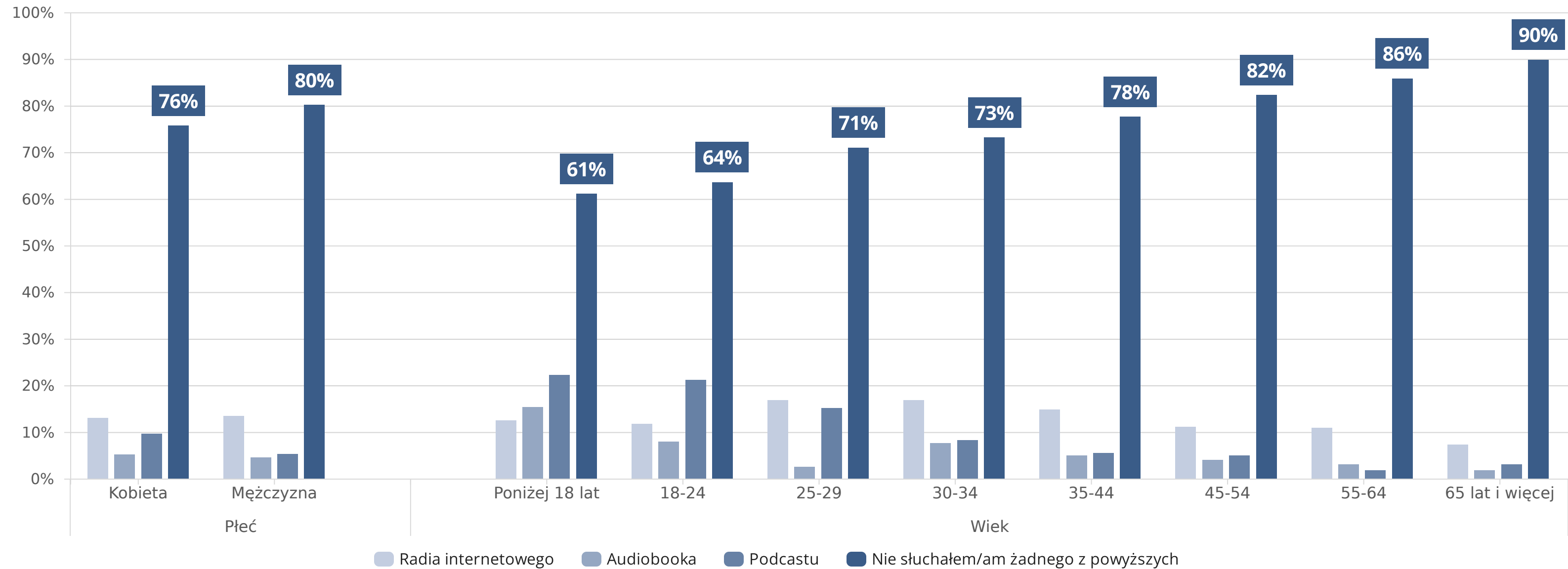
n 2021 = 4651, 2022 = 6286

		Papierowa	Ebook	Audiobook	L. wyników
Płeć	Kobieta	91% +1.2pp	23.3% +2.1pp	15.8% +2.7pp	4864
Płeć	Mężczyzna	84.2% +2.5pp	27.2% +5.4pp	25.9% +3.5pp	1422
Wiek	Ponizej 18 lat	92.2% +1.4pp	31.8% +16pp	20.1% +4.3pp	154
Wiek	18-24	89.5% +0.9pp	24.3% -2.1pp	14.3% +2.7pp	810
Wiek	25-29	88.4% +4.2pp	28.2% +0.8pp	20.9% +6.4pp	613
Wiek	30-34	88.1% +1.5pp	28% +3.4pp	16.6% +0.6pp	758
Wiek	35-44	88.8% +1.3pp	24.1% +5.3pp	19.8% +3.3pp	1680
Wiek	45-54	89.5% +1.5pp	22.9% +3.1pp	19.6% +3.2pp	1299
Wiek	55-64	90.5% -1pp	20.3% +1.5pp	15.2% +3.1pp	558
Wiek	65 lat i więcej	92.6% +1.9pp	20% +2.4pp	15.3% -0.9pp	380

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

Pytania wielokrotnego wyboru.

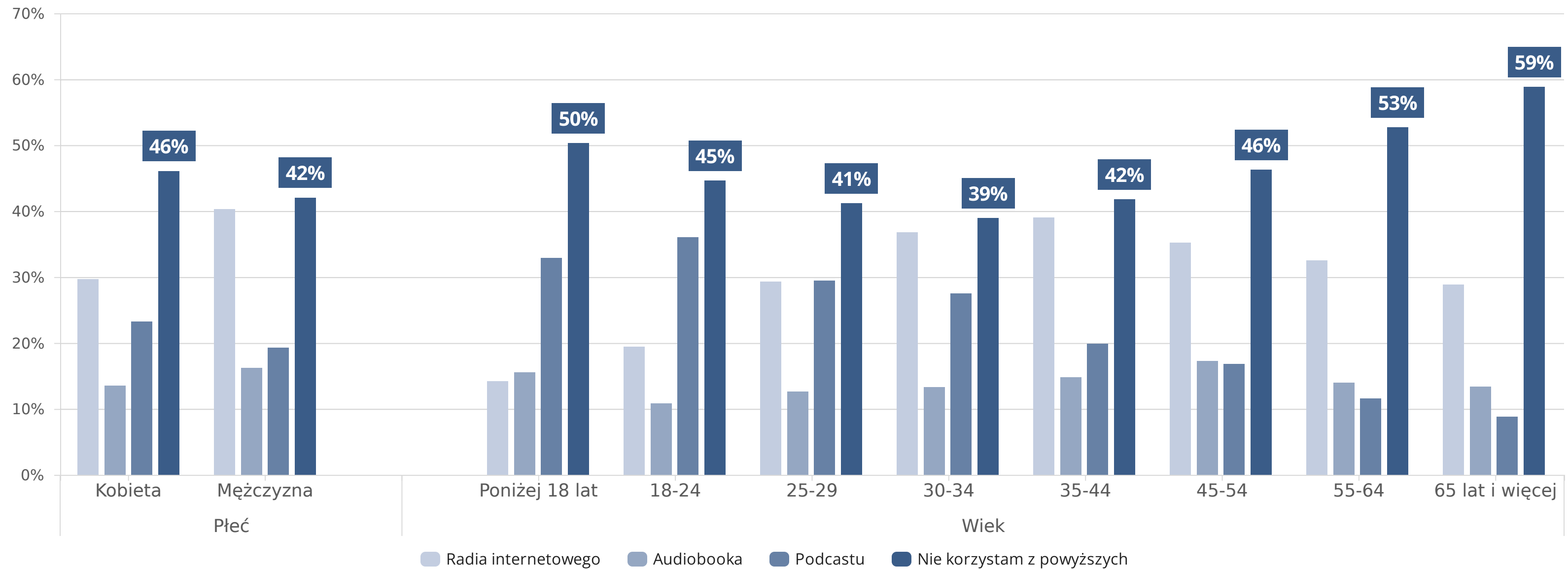
n = 2937



CZEGO SLUCHAŁEŚ/AŚ W CIĄGU OSTATNIEGO MIESIĄCA?

Pytania wielokrotnego wyboru.

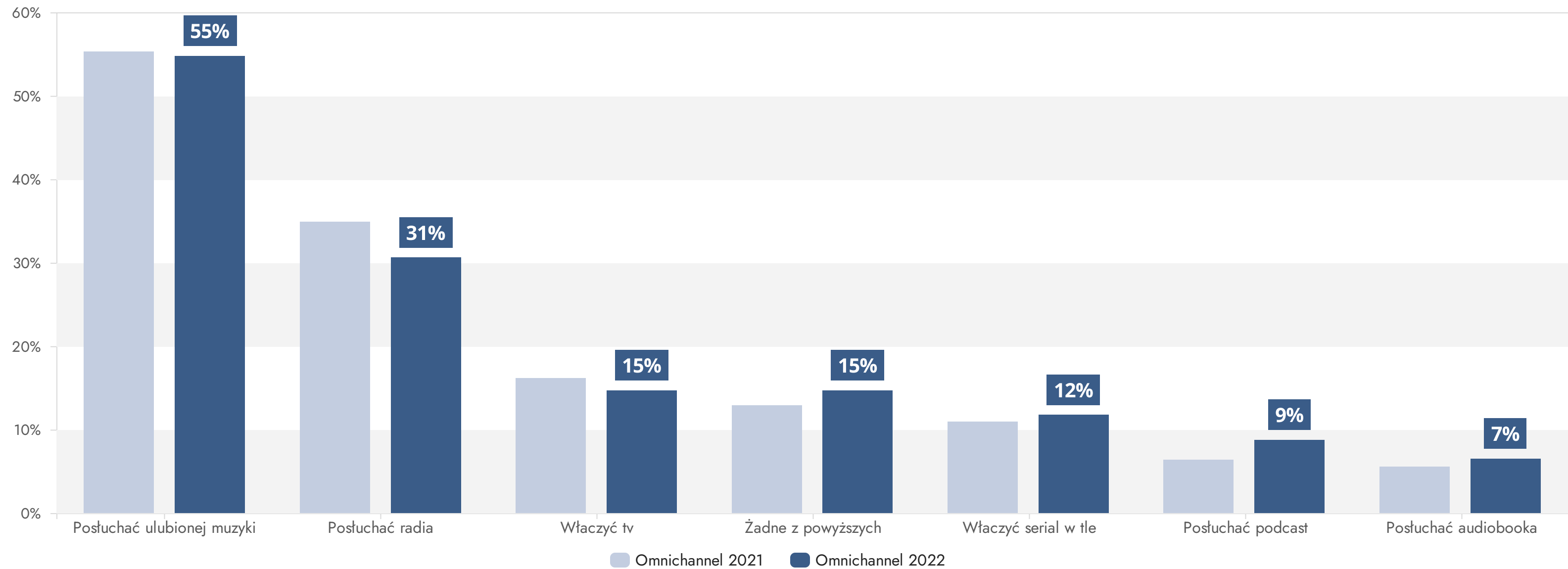
n = 7053



CO LUBISZ W TRAKCIE SPRZĄTANIA DOMU?

Pytanie wielokrotnego wyboru

n 2021 = 5566, 2022 = 6868



CO LUBISZ W TRAKCIE SPRZĄTANIA DOMU?

Analiza według płci i wieku. Omnichannel 2022 ze zmianami względem 2021.

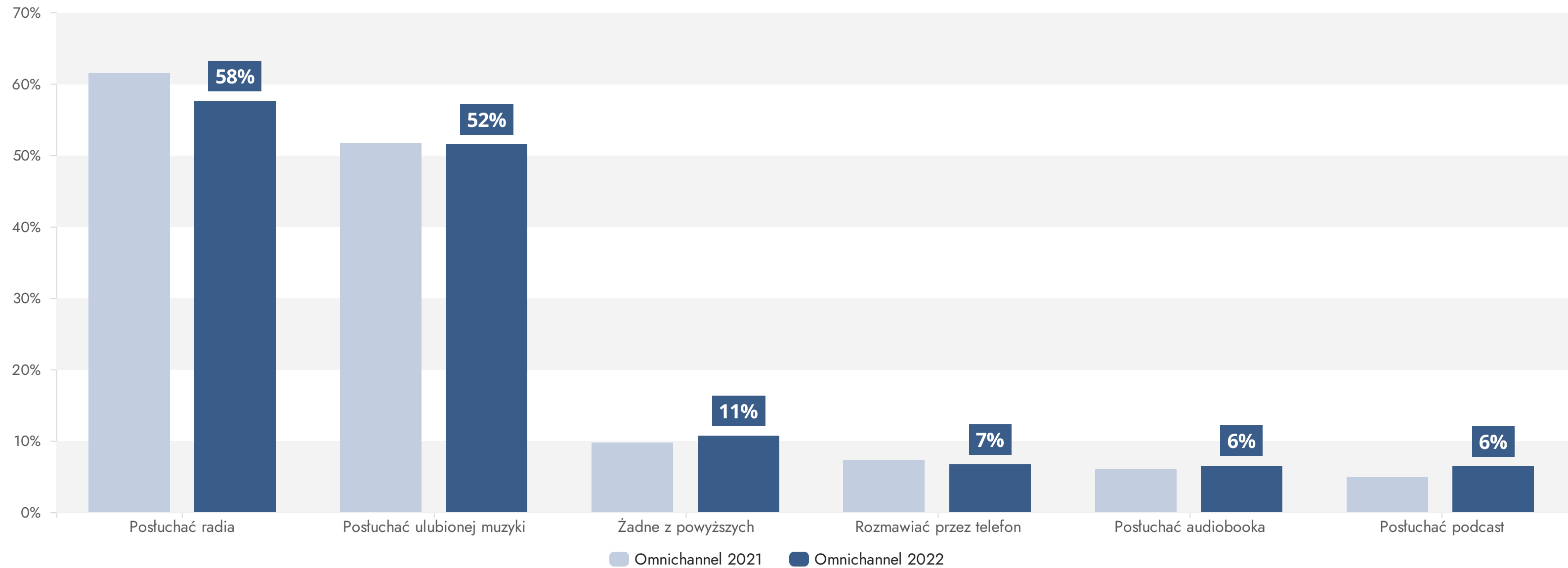
n 2021 = 5539, 2022 = 6772

		Posłuchać radia	Włączyć serial w tle	Posłuchać audiobooka	Posłuchać podcast	Posłuchać ulubionej muzyki	Włączyć tv	Żadne z powyższych	L. wyników
Płeć	Kobieta	30% -4pp	14% +1pp	7% +1pp	9% +2pp	58% +1pp	15% -2pp	12%	4973
Płeć	Męczyzna	33% -4pp	5% -1pp	6% +1pp	7% +2pp	47% -4pp	14% -1pp	20% +4pp	1799
Wiek	Ponizej 18 lat	11% -7pp	22% -4pp	8% +4pp	20% +9pp	74% -7pp	13% +6pp	9% +2pp	152
Wiek	18-24	14% -6pp	26% +6pp	6% +2pp	15% +2pp	81% -2pp	16%	5% -1pp	883
Wiek	25-29	24% -3pp	21% +2pp	8% +3pp	14% +2pp	68% -1pp	15% -2pp	9% +2pp	704
Wiek	30-34	30% -3pp	15%	8% +1pp	12% +4pp	61% +4pp	14% -5pp	11%	837
Wiek	35-44	34% -3pp	9% +1pp	7% +1pp	7% +2pp	51% -2pp	16%	16% +1pp	1830
Wiek	45-54	37% -6pp	5% -1pp	7% +1pp	5% +2pp	46% -1pp	13% -5pp	18% +3pp	1338
Wiek	55-64	37% -11pp	5% +1pp	6% +2pp	4% +2pp	37% +4pp	15% +2pp	24% +3pp	590
Wiek	65 lat i więcej	41% -2pp	4% +3pp	4%	3%	31% +1pp	13% -2pp	25% +3pp	408

CO LUBISZ W TRAKCIE JAZDY SAMOCHODEM?

Pytanie wielokrotnego wyboru

n 2021 = 5490, 2022 = 6741



CO LUBISZ W TRAKCIE JAZDY SAMOCHODEM?

Analiza według płci i wieku. Omnichannel 2022 ze zmianami względem 2021.

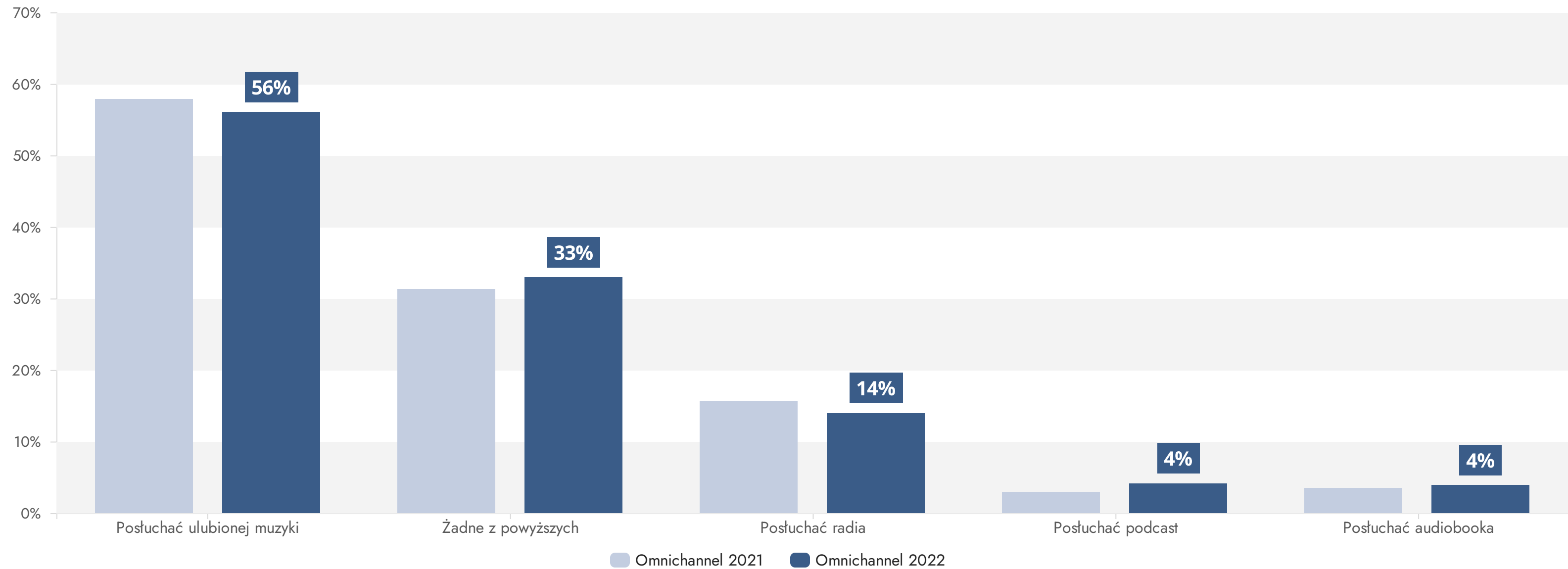
n 2021 = 5468, 2022 = 6655

		Posłuchać radia	Posłuchać audiobooka	Posłuchać podcast	Posłuchać ulubionej muzyki	Rozmawiać przez telefon	Żadne z powyższych	L. wyników
Płeć	Kobieta	58% -4pp	6% +1pp	6% +1pp	52%	7%	10% +1pp	4883
Płeć	Mężczyzna	57% -2pp	9% +1pp	7% +2pp	50%	6% -1pp	12% +1pp	1772
Wiek	Ponizej 18 lat	39% -7pp	7% +5pp	11% +5pp	72% +2pp	10% -2pp	10%	145
Wiek	18-24	37% -5pp	4% +1pp	9% +1pp	80%	6% -1pp	6%	872
Wiek	25-29	52% -5pp	5%	9%	66% +1pp	8% -3pp	9% +1pp	684
Wiek	30-34	56% -6pp	8%	11% +3pp	57% +4pp	10% +2pp	10% +1pp	831
Wiek	35-44	65% -2pp	7% +1pp	6% +2pp	46% +1pp	9% +1pp	10% +1pp	1803
Wiek	45-54	65% -3pp	8%	5% +2pp	41% -4pp	4% -2pp	11% +2pp	1320
Wiek	55-64	61% -6pp	5%	2% +1pp	35%	3% +1pp	17% +3pp	586
Wiek	65 lat i więcej	60% -1pp	5% +1pp	1% +1pp	33%	3%	18% -2pp	387

CO LUBISZ W TRAKCIE UPRAWIANIA SPORTU?

Pytanie wielokrotnego wyboru

n 2021 = 5306, 2022 = 6549



CO LUBISZ W TRAKCIE UPRAWIANIA SPORTU?

Analiza według płci i wieku. Omnichannel 2022 ze zmianami względem 2021.

n 2021 = 5284, 2022 = 6472

		Posłuchać radia	Posłuchać audiobooka	Posłuchać podcast	Posłuchać ulubionej muzyki	Żadne z powyższych	L. wyników
Płeć	Kobieta	13% -1pp	4% +1pp	4% +1pp	60% -1pp	30% +1pp	4759
Płeć	Mężczyzna	16% -3pp	4%	4% +1pp	46% -3pp	41% +5pp	1713
Wiek	Ponżej 18 lat	7% -5pp	4%	7% +2pp	79% -3pp	16% +2pp	145
Wiek	18-24	7% -4pp	2%	6% +2pp	80% -1pp	14%	859
Wiek	25-29	14%	4% +1pp	6% +1pp	73% +1pp	20%	677
Wiek	30-34	14% -1pp	4% +1pp	6% +2pp	66% +1pp	24% -1pp	807
Wiek	35-44	17% -1pp	5% +1pp	3% +1pp	54% -3pp	33% +2pp	1744
Wiek	45-54	15% -2pp	5% +1pp	3% +1pp	45% -1pp	42% +1pp	1285
Wiek	55-64	14% -2pp	3% -2pp	2% +1pp	34% -3pp	52% +4pp	557
Wiek	65 lat i więcej	13% -3pp	1% -1pp	1%	21% -4pp	67% +5pp	370

PODSUMOWANIE BADANIA

08-09
2022

Badanie zrealizowane
w sierpniu i wrześniu
2022

230
tys.

Badanie wypełniło
ponad 230 000 osób

9

Przebadaliśmy dziewięć
segmentów produktowych

str. 39



Kina



Ubrania



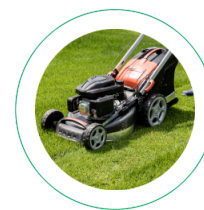
Drogerie



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.