



RAPORT

OMNI
CHA
NNEL
2023



RAPORT

OMNI CHA NNEL 2023

Obserwując wzmacniający się trend zakupów online, dostrzegamy również intensyfikację rywalizacji w tej dziedzinie. Zastanawiamy się, jak przekonać klienta do wyboru właśnie naszego sklepu? Utrzymanie wzrostu udziału rynkowego staje się coraz większym wyzwaniem, ponieważ nie tylko sam produkt i jego cena wpływają na decyzję zakupową, ale również wszelkie towarzyszące mu okoliczności. Całość doświadczeń klienta na ścieżce zakupowej, czyli prezentacja, wygoda oraz bezpieczeństwo transakcji, opcja zwrotu/wymiany, a także jakość wsparcia po sprzedaży, wpływają na jego percepcję i skłonność do ponownego skorzystania lub polecenia danego sprzedawcy w swoim otoczeniu.

Analiza doświadczeń wielokanałowych klientów ukazuje kompleksowy obraz wyzwań, przed którymi stoją właściciele sklepów w dzisiejszym, silnie skoncentrowanym na kliencie środowisku. Jeden z kluczowych elementów takich doświadczeń to konieczność zapewnienia spójności i płynności między różnymi kanałami interakcji z klientem - zarówno online, jak i offline. Patrząc na rosnącą konkurencję każdy zastanawia się, jak dostarczyć jak najlepsze doświadczenia zakupowe swoim klientom, aby zbudować z nimi trwałą relację i zapewnić Ich lojalność.

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 OMNICHANNEL2023. Mam nadzieję, że zebrane wyniki pomogą lepiej zrozumieć kupujących 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 **2 600 000 konsumentów** uzyskany dzięki partnerom badania;
 - ➔ Ponad **250 000 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 2023**;
 - ➔ Wybrane segmenty e-commerce odzwierciedlają branże kluczowych projektów realizowanych przez YourCX;
 - ➔ **Partnerzy badania:** Apteka-Melissa, Audioteka, CCC, eobuwie, Leroy Merlin, Modivo, Multikino, Play, Sephora, Super-Pharm;
 - ➔ 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]

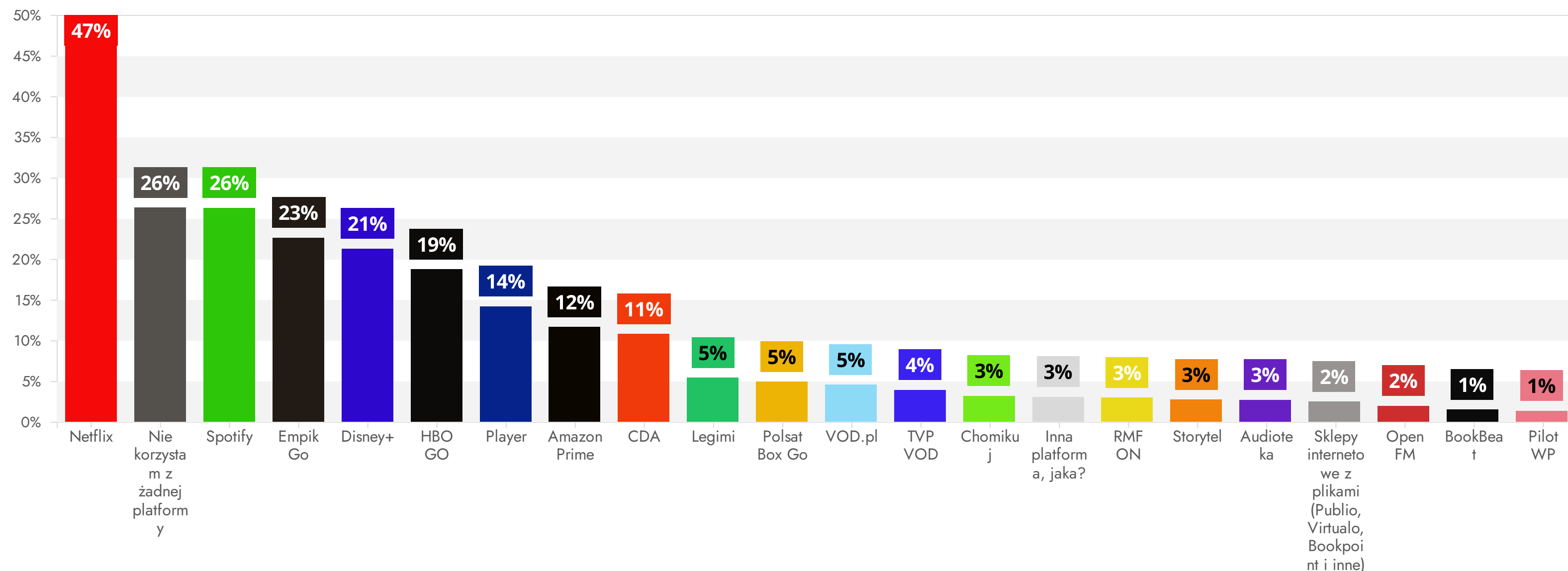
wartość pośrednia = %rewelacyjnie - %kiepsko - %fatalnie
 wartość pośrednia NPS = NPS / 100
 wartość finalna = (wartość pośrednia + 1) * 125
 wynik finalny = Σ wartości finalnych

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 LUB INNE MULTIMEDIA W FORMIE ELEKTRONICZNEJ?

Pytanie wielokrotnego wyboru

n = 10833



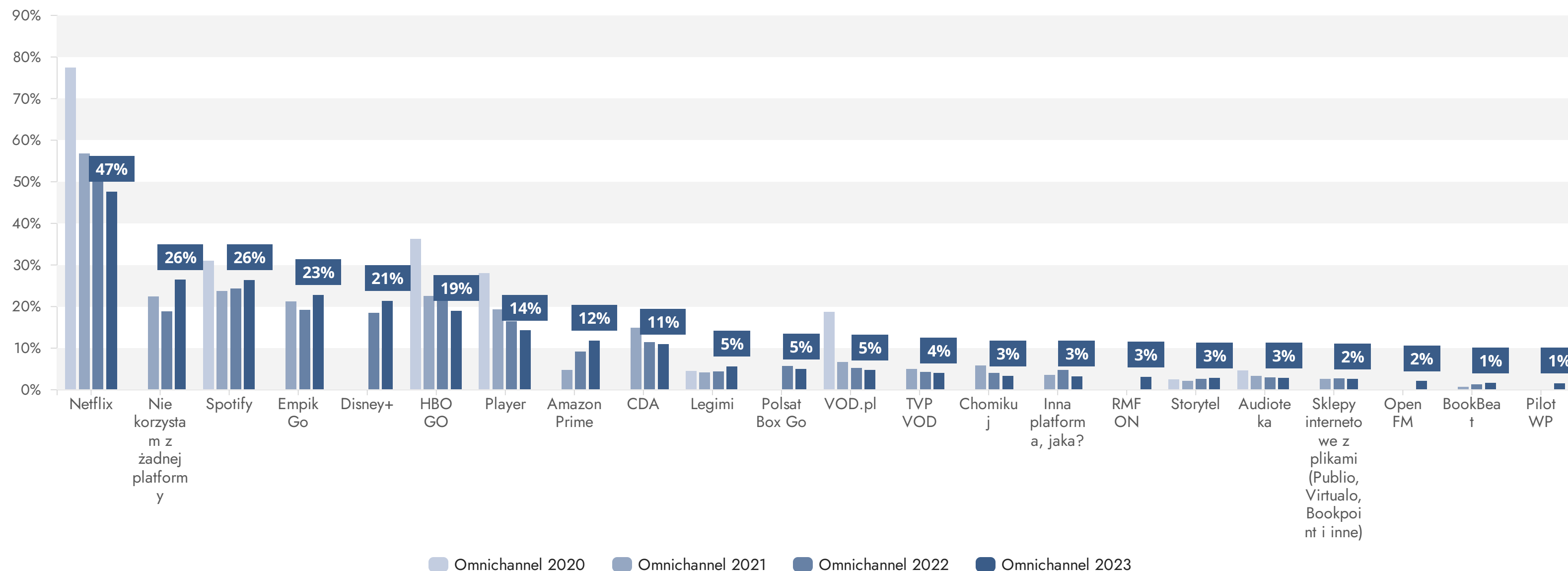
str. 6

Prawie połowa respondentów ma wykupioną subskrypcję na Netflixie, prawie co czwarty korzysta ze Spotify. 26% 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 LUB INNE MULTIMEDIA W FORMIE ELEKTRONICZNEJ?

Porównanie łącznych udziałów rynkowych z wynikami z zeszłorocznej edycji badania

n 2020 = 2438, 2021 = 7643, 2022 = 11205, 2023 = 10833



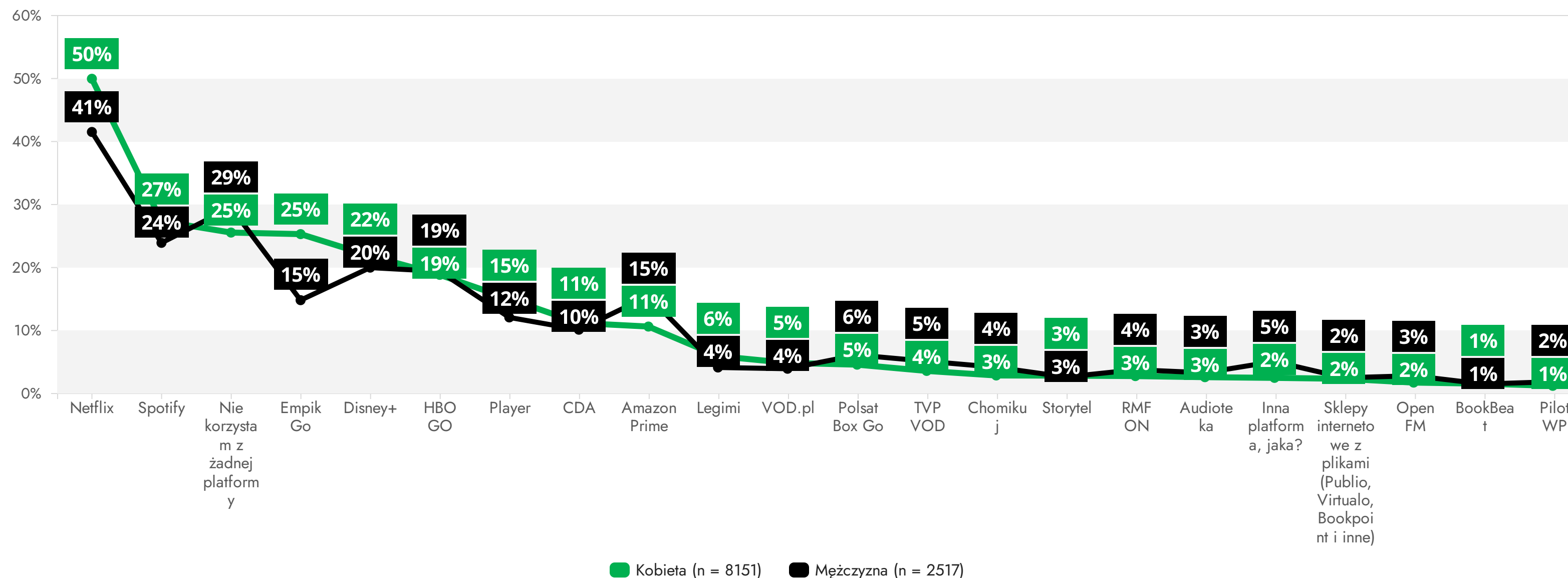
str. 7

Zestawiając wyniki Omnichannel 2023 z zeszłoroczną edycją badania, widzimy spadki udziału wskazań na Netflix, HBO GO, czy Player oraz wzrosty dla Spotify, Empik Go i Disney+. Warto zwrócić uwagę, że co czwarty badany nie korzysta z żadnej platformy, w tym wypadku obserwujemy wzrost o 7 p.p. względem 2022.

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

Analiza według płci

n = 10668



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 Netflixa, Spotify oraz Empik Go.

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

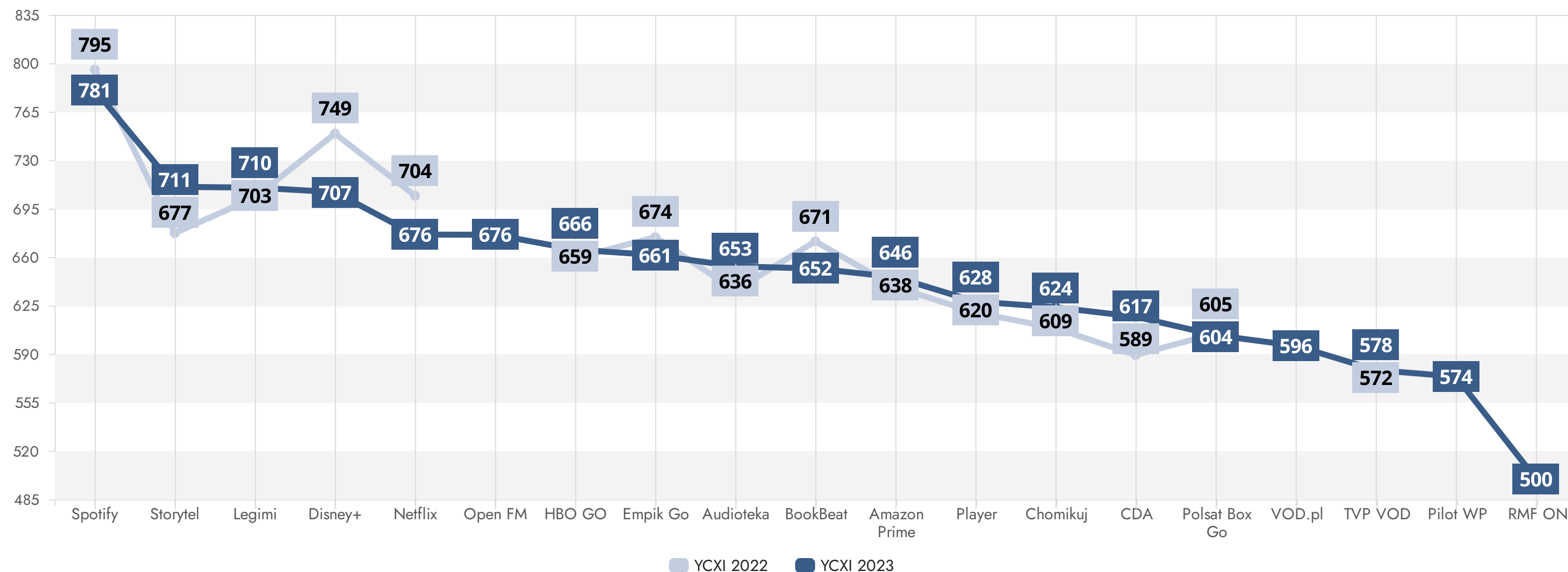
Analiza według wieku wraz z porównaniem z rokiem poprzednim

n 2022 = 10563, 2023 = 10341

	Netflix	Nie korzystam z żadnej platformy	Spotify	EmikoGo	Disney+	HB GO	Player	Amazon Prime	CD A	Legimi	Polsat Box Go	VO D. pl	TV P VO D	Chomiku j	Inna platforma, jaka?	R M F O N	Storitel	Audioteka	Sklepy internetowe z plikami (Publio, Virtualo, Bookpoint i inne)	Open FM	BookBeat	Pilot WP	L. wyników
Poniżej 18 lat	59% -3pp	18% +7pp	50% -3pp	23% +2pp	31% +1pp	16% -7pp	11% -2pp	12% +6pp	21% -5pp	6% +2pp	4% +2pp	3% -2pp	7% +3pp	3% +1pp	5%	1%	1%	1% -2pp	3% +1pp	1%	2% -1pp	1%	340
18-24	68% -5pp	13% +6pp	51% +2pp	22% +4pp	40% +4pp	27% -4pp	17% -3pp	14% +4pp	22% +1pp	6% +3pp	4% -2pp	4% -1pp	4% +1pp	2% -1pp	3%	2%	1%	2% +1pp	1% -1pp	1%	3% +2pp	1%	1294
25-29	59% -9pp	18% +8pp	36% +4pp	19% +1pp	31% +5pp	27% -1pp	24% +3pp	16% +5pp	14% +2pp	7% +2pp	6% +1pp	6% +1pp	5% +1pp	3% -1pp	3% -1pp	3%	3% +1pp	2%	2%	4%	3% +2pp	2%	1011
30-34	54% -5pp	23% +8pp	27% +2pp	20% +3pp	24% +4pp	22% -4pp	19% -1pp	13% +3pp	11% -1pp	6% +1pp	5% -1pp	5% -1pp	4% -1pp	4%	3% -1pp	3%	3%	2%	2%	3%	1%	2%	1240
35-44	48% -7pp	26% +6pp	22% +1pp	25% +4pp	21% +4pp	18% -4pp	13% -3pp	11% +1pp	9% -1pp	6% +1pp	5% -1pp	4% -1pp	3%	4%	3% -1pp	4%	3%	3%	2% -1pp	2%	1%	1%	3024
45-54	41% -6pp	32% +7pp	20% +3pp	24% +2pp	14% +2pp	16% -2pp	12% -4pp	11% +3pp	8%	5%	6% +1pp	5%	4%	3% -1pp	3%	3%	3%	4%	3%	1%	1%	1%	2143
55-64	30% -5pp	38% +4pp	14% +5pp	24% +5pp	9% +3pp	13% -2pp	10% -2pp	8% +2pp	6%	5% +2pp	4% -2pp	4% -2pp	3% -5pp	2% -2pp	2% -1pp	2%	2% +1pp	3%	3% -2pp	1%	0%	1%	867
65 lat i więcej	19% -2pp	51% +9pp	6%	20%	3%	6% -4pp	7% -1pp	4% -1pp	2% -2pp	2% -1pp	3%	3% -1pp	4% -4pp	2% -1pp	3% -2pp	3%	1%	3%	4%	1%	0% -1pp	1%	422

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

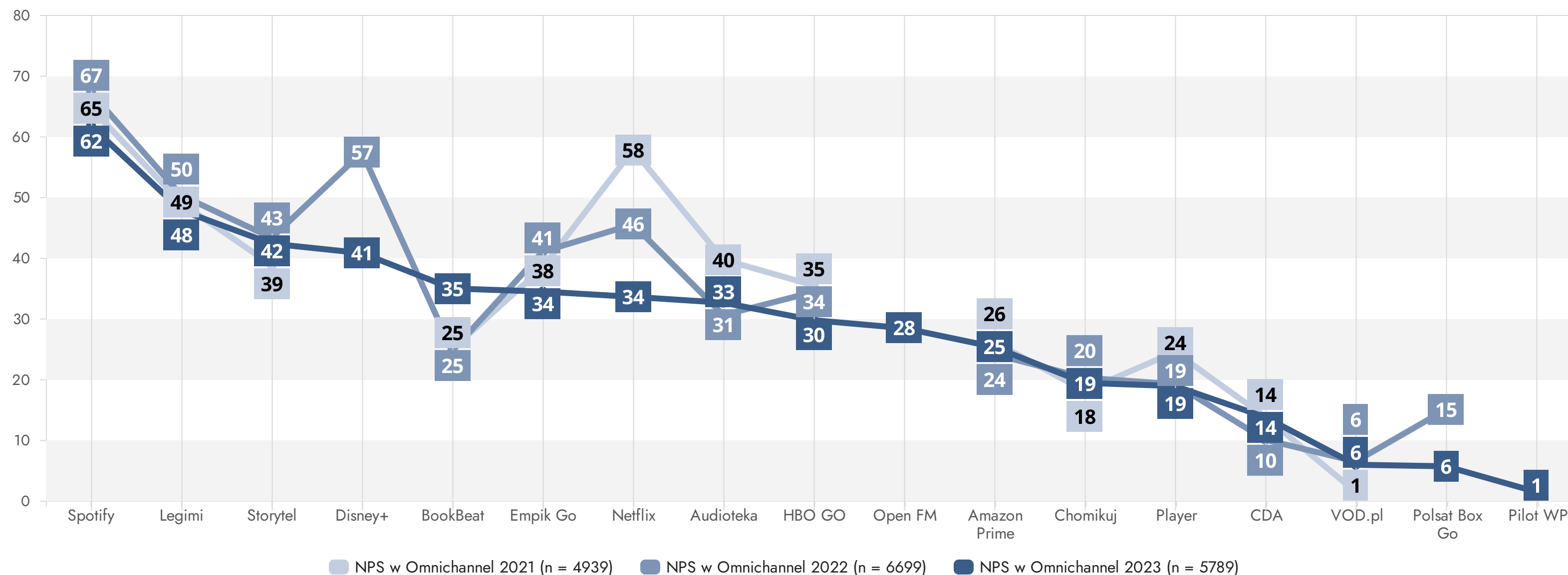


str. 11

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, mimo spadku wartości z 2022. 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

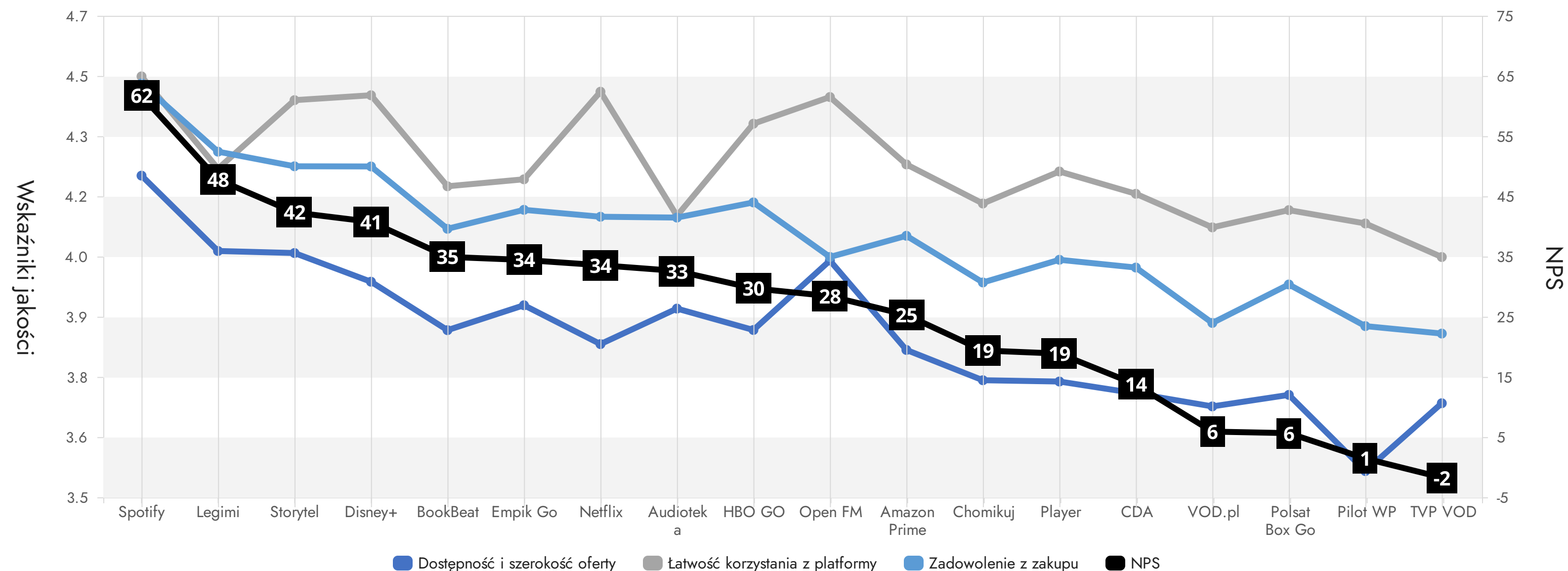


str. 12

Niezmiennie liderem pozostaje Spotify, najwyższą wartość z polskich firm osiągnęło Legimi. Warto zwrócić uwagę na 16 punktowy spadek wartości dla Disney+.

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

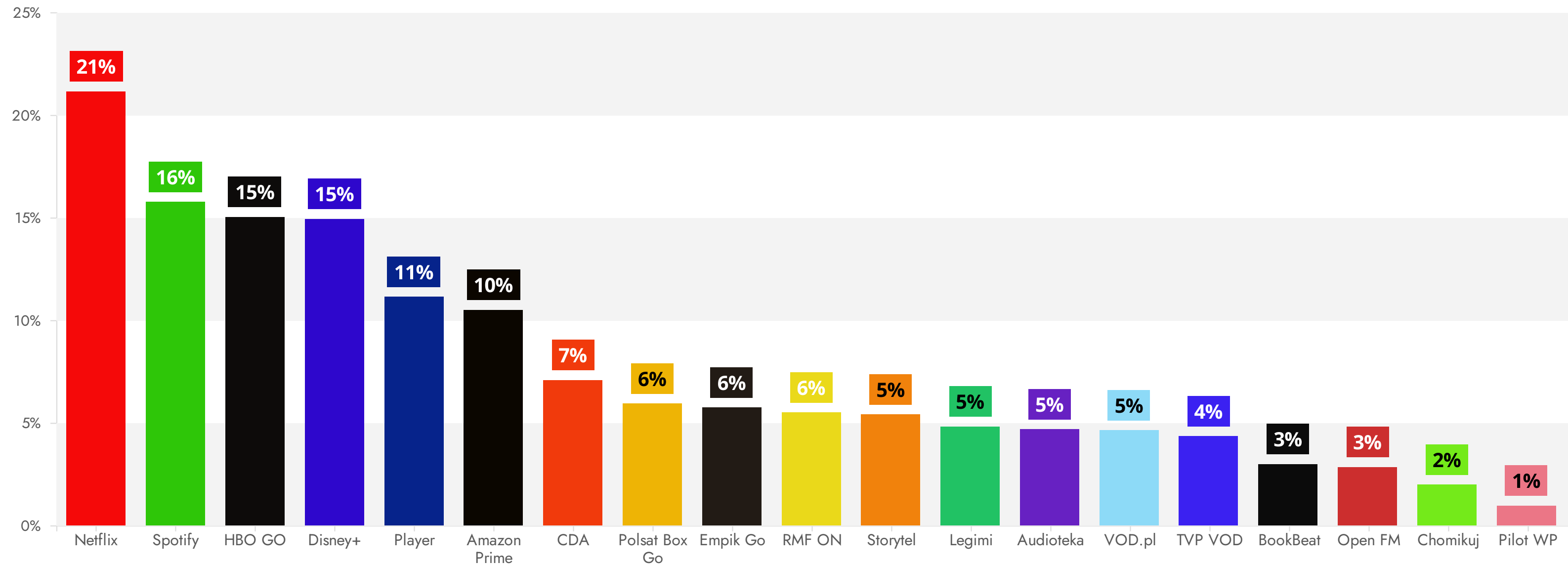
Oceny jakości w skali od 1 do 5 oraz wskaźnik NPS w skali od -100 do 100. Omnichannel 2023 ze zmianami względem 2022.

	Spotify	Legimi	Storytel	Disney+	BookBeat	EmpikGo	Netflix	Audioteka	HBO GO	Open FM	Amazon Prime	Chomikuj	Player	CD A	VOD.pl	Polsat Box Go	Pilot WP	TVP VOD
Dostępność i szerokość oferty	4.25 -0.2	4.06 -0.08	4.06 +0.08	3.99 -0.28	3.87 +0.03	3.93 -0.16	3.83 -0.21	3.92 -0.05	3.87 -0.1	4.04	3.82 -0.04	3.74 -0.05	3.74 -0.07	3.71 -0.03	3.68 -0.06	3.71 -0.06	3.52 -0.06	3.68 +0.01
Łatwość korzystania z platformy	4.5 +0.03	4.27 -0.01	4.44 +0.31	4.45 +0.08	4.23 +0.04	4.24 +0.05	4.46 +0.26	4.15 +0.05	4.38 +0.28	4.45	4.28 +0.2	4.18 +0.24	4.26 +0.27	4.21 +0.33	4.12 +0.22	4.17 +0.26	4.13 +0.39	4.05 +0.16
Zadowolenie z zakupu	4.48 -0.1	4.31 -0.01	4.28 -0.04	4.27 -0.21	4.12 -0.23	4.17 -0.16	4.15 -0.39	4.15 -0.06	4.18 -0.15	4.05	4.1 -0.23	3.99 -0.14	4.04 -0.2	4.02 -0.11	3.88 -0.23	3.98 -0.19	3.88 -0.07	3.86 -0.21
NPS	61.72 -5.5	47.8 -2.47	42.33 -0.97	40.77 -16.59	34.95 +10.27	34.44 -6.57	33.57 -11.94	32.61 +2.04	29.73 -4.66	28.42	25.3 +1.18	19.4 -0.84	18.88 -0.31	13.75 +3.71	5.92 -0.54	5.67 -9.36	1.45 -1.53	-1.72 -4.7

KTÓRĄ PLATFORMĘ PRAWDOPODOBNIIE PRZETESTUJESZ W NAJBLIŻSZYM CZASIE?

Pytanie wielokrotnego wyboru

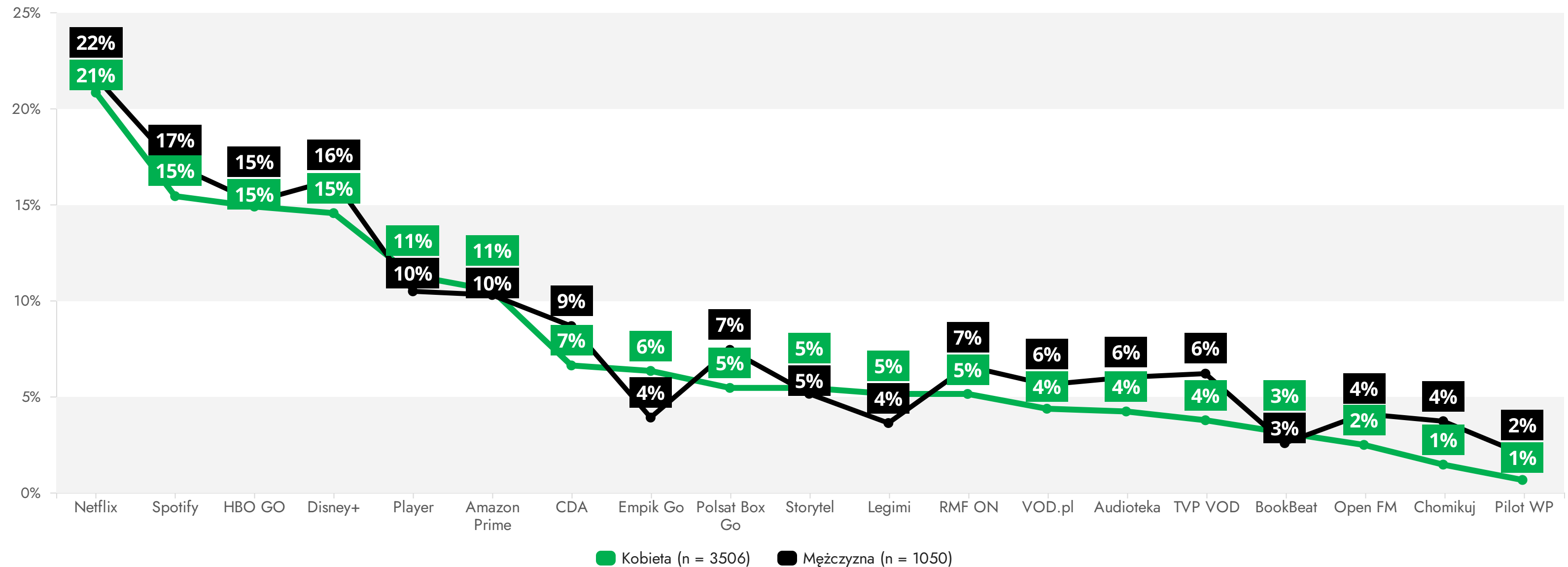
n = 4588



KTÓRĄ PLATFORMĘ PRAWDOPODOBNIIE PRZETESTUJESZ W NAJBLIŻSZYM CZASIE?

Analiza według płci

n = 4556



KTÓRĄ PLATFORMĘ PRAWDOPODOBNIIE PRZETESTUJESZ W NAJBLIŻSZYM CZASIE?

Analiza według wieku. Omnichannel 2023 ze zmianami względem 2022.

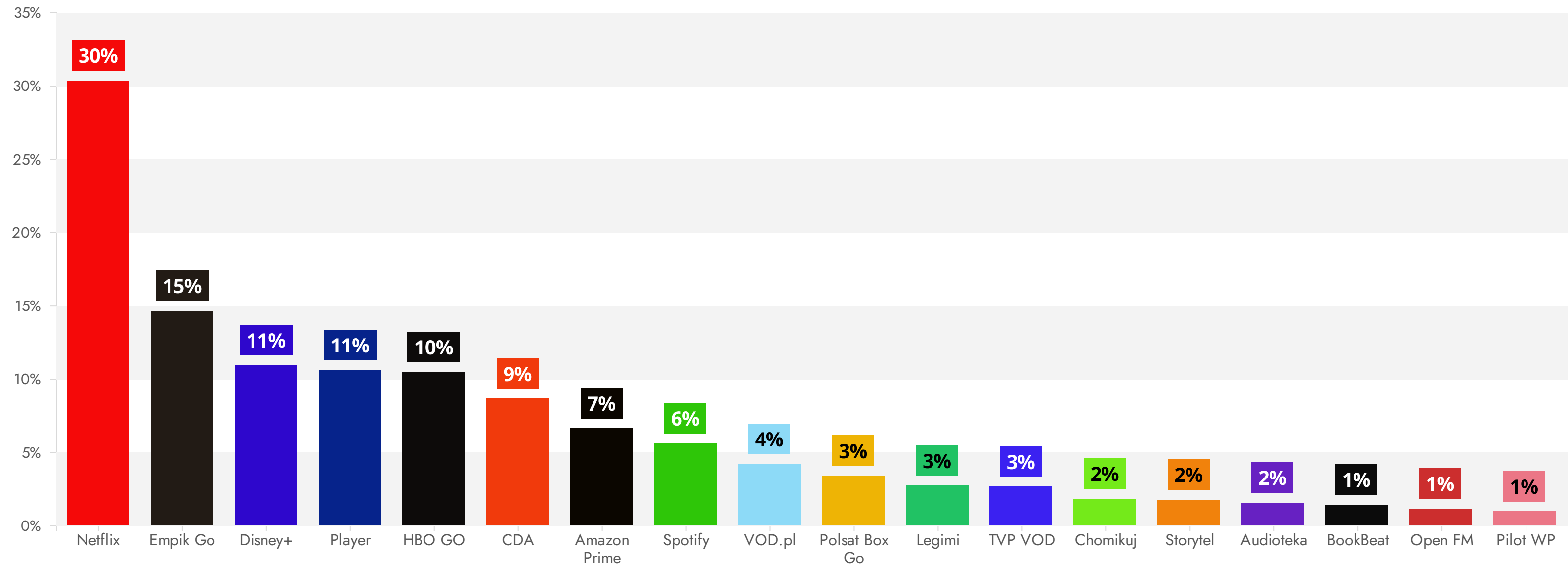
n 2022 = 4767, 2023 = 4447

	Net flix	Spo tify	HBO GO	Disn ey+	Pla yer	Amazon Prime	CD A	Polsat Box Go	Empik Go	RMF ON	Stor ytel	Leg imi	Audiot eka	VO D.pl	TVP VOD	Book Beat	Open FM	Chom ikuj	Pilot WP	L. wynikó w
Ponżej 18 lat	18% +4pp	18%	18% -1pp	22%	12% -4pp	8% -1pp	8% -1pp	2% -2pp	10% -2pp	3%	4% -5pp	6% +1pp	6% +4pp	2% -2pp	3% +2pp	5% +1pp	2%	2% +1pp	1%	170
18-24	14% +4pp	18% +4pp	23% -6pp	18%	12% -1pp	14% +1pp	7% -2pp	5% -1pp	8% -1pp	2%	3% -2pp	5% +2pp	3% -1pp	3%	4% +1pp	4% -1pp	1%	1%	0%	652
25-29	16% +1pp	17%	18% -5pp	17%	9% -2pp	11%	6% -2pp	6%	4% -2pp	6%	4% -2pp	5%	4%	5% +2pp	5% +2pp	5% +2pp	3%	0% -3pp	1%	465
30-34	22% +3pp	16%	17%	15%	12% +1pp	9% -5pp	7% -2pp	8% +2pp	3% -3pp	5%	6%	5% +1pp	4%	5%	4%	3%	4%	3%	1%	546
35-44	22% +1pp	16% +1pp	13% -5pp	16%	8% -5pp	11% -2pp	8% +1pp	5% -2pp	6% -1pp	5%	7%	5% +1pp	5% +1pp	4% -1pp	4%	3% +1pp	3%	2% -1pp	1%	1220
45-54	23%	16% +2pp	11% -7pp	14%	14%	10% -4pp	7% -3pp	5% -2pp	5% -3pp	7%	6% -1pp	5% +1pp	4% -1pp	5% -1pp	3% -3pp	2%	3%	2% -1pp	1%	860
55-64	30% +1pp	10% +2pp	12% -5pp	9%	11% -4pp	8% -5pp	8% +1pp	7% -4pp	6% -3pp	6%	5% +1pp	4% +1pp	6%	6% -2pp	6%	2% +1pp	2%	4%	3%	374
65 lat i więcej	27% +2pp	8% -2pp	10% -4pp	6%	16% -6pp	8% -2pp	5% -2pp	11% -4pp	9% -6pp	14%	4% +1pp	5% +3pp	9% +1pp	8% +3pp	11% +1pp	1% -2pp	1%	4% -3pp	1%	160

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

Pytanie wielokrotnego wyboru

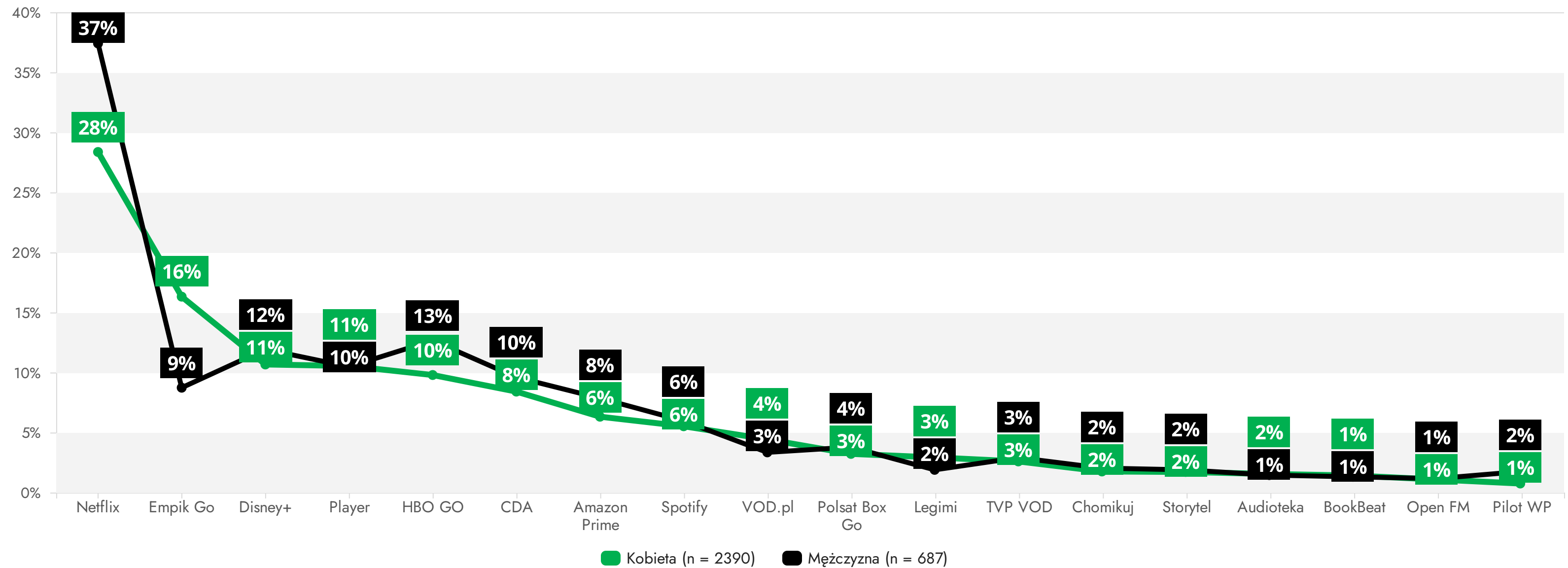
n = 3093



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

Analiza według płci

n = 3077



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

Analiza według wieku. Omnichannel 2023 ze zmianami względem 2022.

n 2022 = 3597, 2023 = 3023

	Netflix	Empik Go	Disney+	Player	HBO GO	CD A	Amazon Prime	Spotify	VOD .pl	Polsat Box Go	Legimi	TVP VOD	Chomikuj	Stortel	Audioteka	BookBeat	Open FM	Pilot WP	L. wyników
Ponżej 18 lat	28% +8pp	17% +3pp	10% +2pp	4% -8pp	13% -1pp	17% -10pp	3% +1pp	9% -4pp	2% -4pp	4% +2pp	6% +5pp	6% +2pp	2% -1pp	2% +2pp	1% -1pp	2%	1%	1% +1pp	127
18-24	34% +5pp	12% +1pp	13% +5pp	12% -1pp	10% -5pp	14% -3pp	7% +2pp	7% -2pp	3% -1pp	2% -1pp	2% +1pp	2% -1pp	1%	1% +1pp	1%	2% +1pp	0%	1% -1pp	583
25-29	30% -1pp	12%	8% +1pp	12% -1pp	10% -3pp	7% -4pp	11% +5pp	6% -1pp	7% +2pp	3% -1pp	3% +1pp	3% +1pp	1% -2pp	3% +2pp	1%	2% +1pp	2%	1% -1pp	373
30-34	28% +2pp	13% +3pp	11% +6pp	11% -4pp	12%	7% -4pp	6% -1pp	6% -1pp	5%	5%	1% -2pp	3% -2pp	3% -1pp	2%	1% -1pp	1%	1%	1% -1pp	407
35-44	31% +2pp	16% +2pp	12% +5pp	10% -1pp	10% -4pp	7% -2pp	6%	4% -3pp	3% -2pp	3% -3pp	3% +1pp	3% +1pp	2% -1pp	1%	2%	1%	2%	1% -2pp	838
45-54	31% +8pp	17%	10% +5pp	9% -3pp	11%	7% -3pp	6% -1pp	4% -2pp	4% -1pp	3% -2pp	2%	2% -1pp	2% -2pp	2%	2%	1%	0%	1% -2pp	498
55-64	22%	18% +6pp	10% +4pp	13% +4pp	12% -1pp	6% -2pp	7% +1pp	4% -2pp	5% -4pp	4% -2pp	4% +2pp	3% -5pp	2% -3pp	2% -1pp	3% -1pp	1%	1%	2%	152
65 lat i więcej	16%	9% -10pp	7% +1pp	11% -1pp	9% -5pp	4% -4pp	4% -9pp	9% +4pp	11% +5pp	2% -5pp	2%	2% -11pp	7% +1pp	2% +1pp	7% +4pp	0% -6pp	0%	2% -6pp	45

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

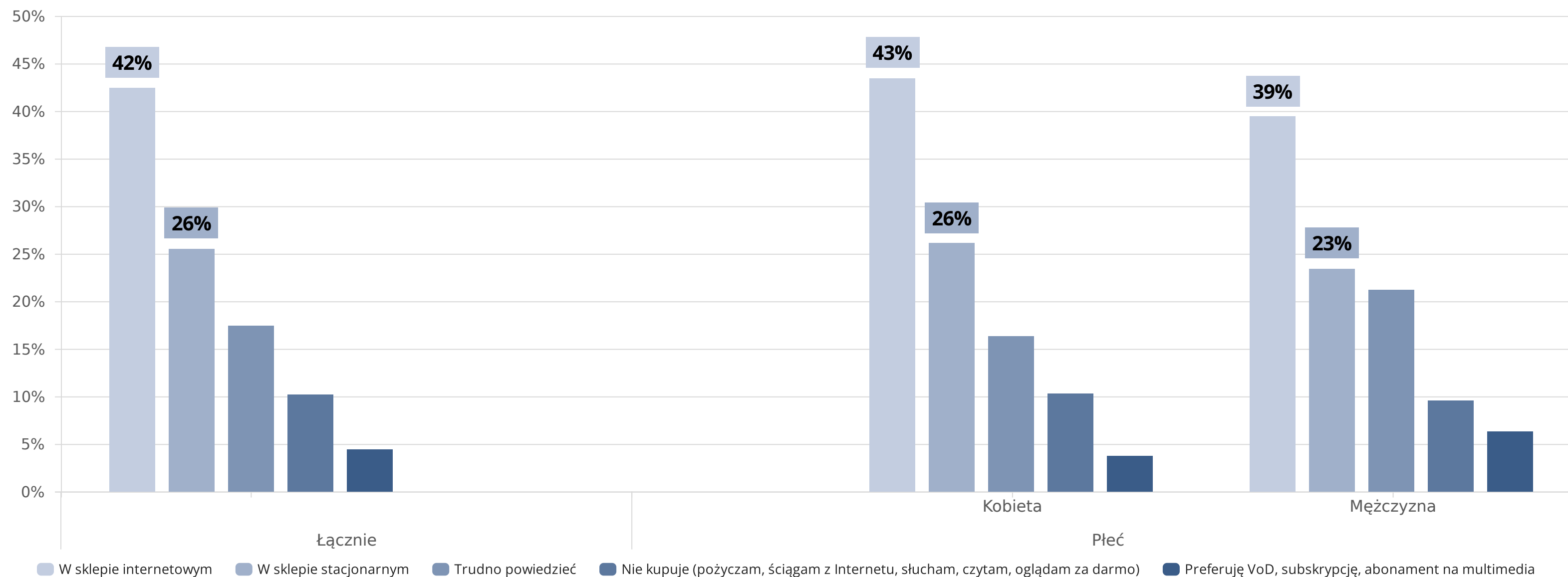
Pytanie wielokrotnego wyboru.

	Cena jest za wysoka	Sposób płatności jest dla mnie niejasny	Nie mam czasu	Problemy technicznie	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	31.9%	4.4%	40%	7.4%	2.2%	20.7%	15.6%	4.4%	135
Netflix	45.5%	3.3%	23.2%	6.9%	2.1%	52.3%	2.5%	2.1%	813
HBO GO	16.8%	1.3%	39.1%	7.7%	3%	48.5%	9.1%	2.7%	297
Player	20.7%	4.1%	40%	8.3%	2.8%	44.5%	12.8%	0.3%	290
TVP VOD	14.3%	7.1%	38.6%	5.7%	5.7%	54.3%	18.6%		70
Polsat Box	22%	6.6%	31.9%	22%	3.3%	37.4%	14.3%	2.2%	91
VOD.pl	14.5%	7.3%	49.1%	12.7%	3.6%	35.5%	13.6%		110
Audioteka	23.8%	7.1%	35.7%	7.1%	2.4%	31%	4.8%		42
Legimi	26.6%	5.1%	39.2%	8.9%	1.3%	26.6%	10.1%	3.8%	79
Storytel	24%	14%	48%	6%	2%	36%	4%	2%	50
BookBeat	27.8%	11.1%	44.4%	8.3%	8.3%	41.7%	11.1%	2.8%	36
Empik Go	20.1%	3.9%	45.5%	7.8%	2.8%	31%	8.7%	1.4%	358
Amazon Prime	14.6%	2.7%	29.7%	3.8%	2.7%	57.3%	10.3%	1.1%	185
Chomikuj	7.5%	3.8%	47.2%	13.2%	3.8%	35.8%	15.1%		53
CDA	14.9%	1.7%	37%	14.9%	4.3%	41.7%	14.5%	1.3%	235
Steam	24.9%	1.3%	36.3%	3.5%	3.8%	49.2%	4.7%	1.3%	317

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

Pytanie jednokrotnego wyboru. Analiza według płci.

n = 6582



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

Pytanie jednokrotnego wyboru. Analiza według płci i wieku. Omnichannel 2023 ze zmianami względem 2022.

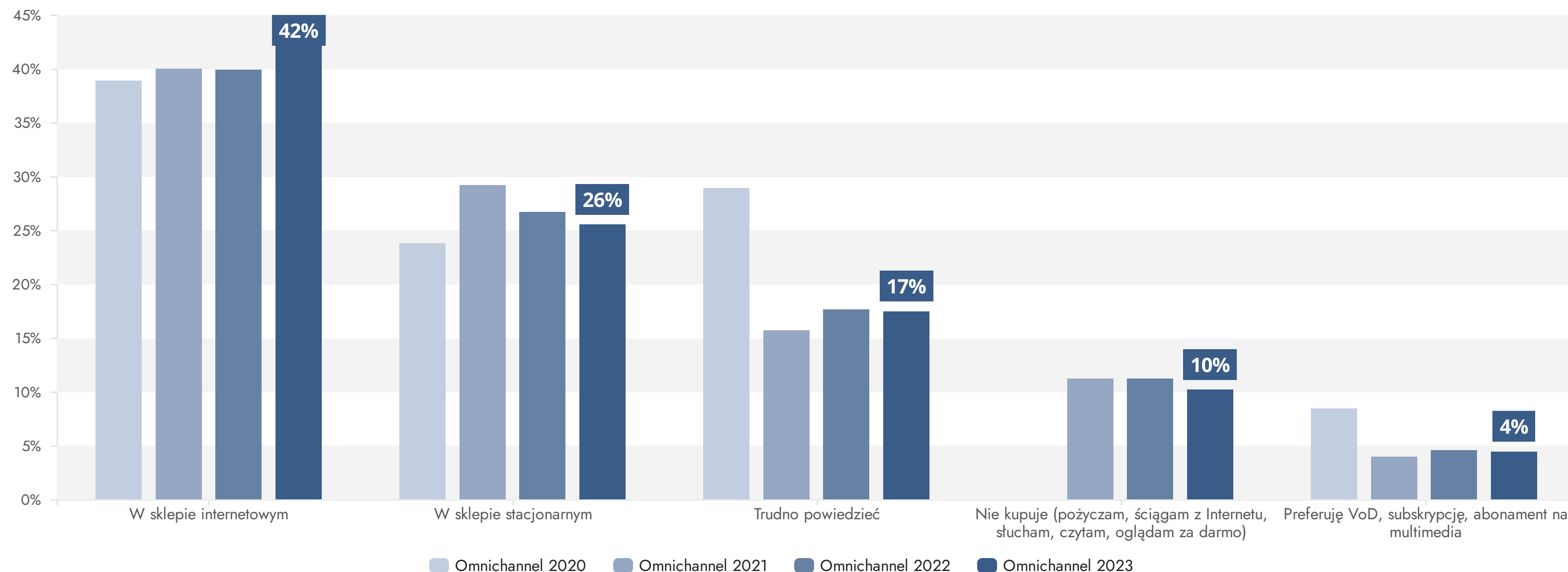
n 2022 = 7222, 2023 = 6582

		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	43.5% +1.6pp	26.1% -1.5pp	16.4% +0.7pp	10.3% -0.5pp	3.7% -0.3pp	5027
Płeć	Mężczyzna	39.5% +5pp	23.4% -0.6pp	21.2% -1.5pp	9.6% -3.1pp	6.3% +0.3pp	1503
Wiek	Ponizej 18 lat	40.7% +0.7pp	28.6% -1.1pp	18% +6.4pp	9.5% -4.7pp	3.2% -1.3pp	189
Wiek	18-24	36.8% +2pp	25.4% -4.6pp	15.6% -0.7pp	15.8% +1.4pp	6.4% +1.9pp	755
Wiek	25-29	39.4% -0.9pp	27.1% +1.4pp	16.4% -0.2pp	11.3% -0.3pp	5.8%	584
Wiek	30-34	44.7% +1.4pp	24.5% +2.1pp	15.1% -2.2pp	9% -1.9pp	6.7% +0.6pp	701
Wiek	35-44	46.7% +1pp	22.3% -0.5pp	18.2% +1pp	9.2% -0.6pp	3.6% -0.8pp	1871
Wiek	45-54	43.9% +4pp	25.9% -3.1pp	17.7% +0.5pp	9.4% +0.1pp	3.2% -1.4pp	1396
Wiek	55-64	36.8% +4.1pp	30.5% -0.4pp	20% -1.3pp	8.7% -3.5pp	3.9% +1.1pp	584

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

Porównanie z rozkładem odpowiedzi w ubiegłych edycjach badania

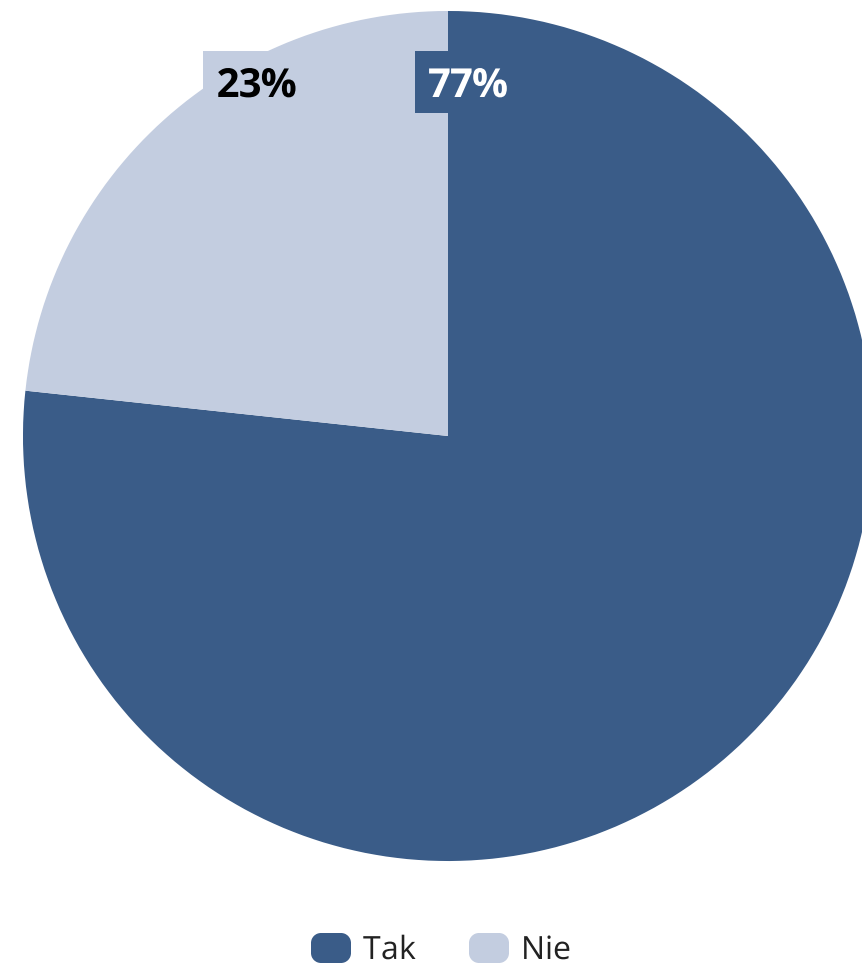
n 2020 = 5482, 2021 = 5896, 2022 = 7222, 2023 = 6582



CZYTELNICTWO

Pytania jednokrotnego wyboru

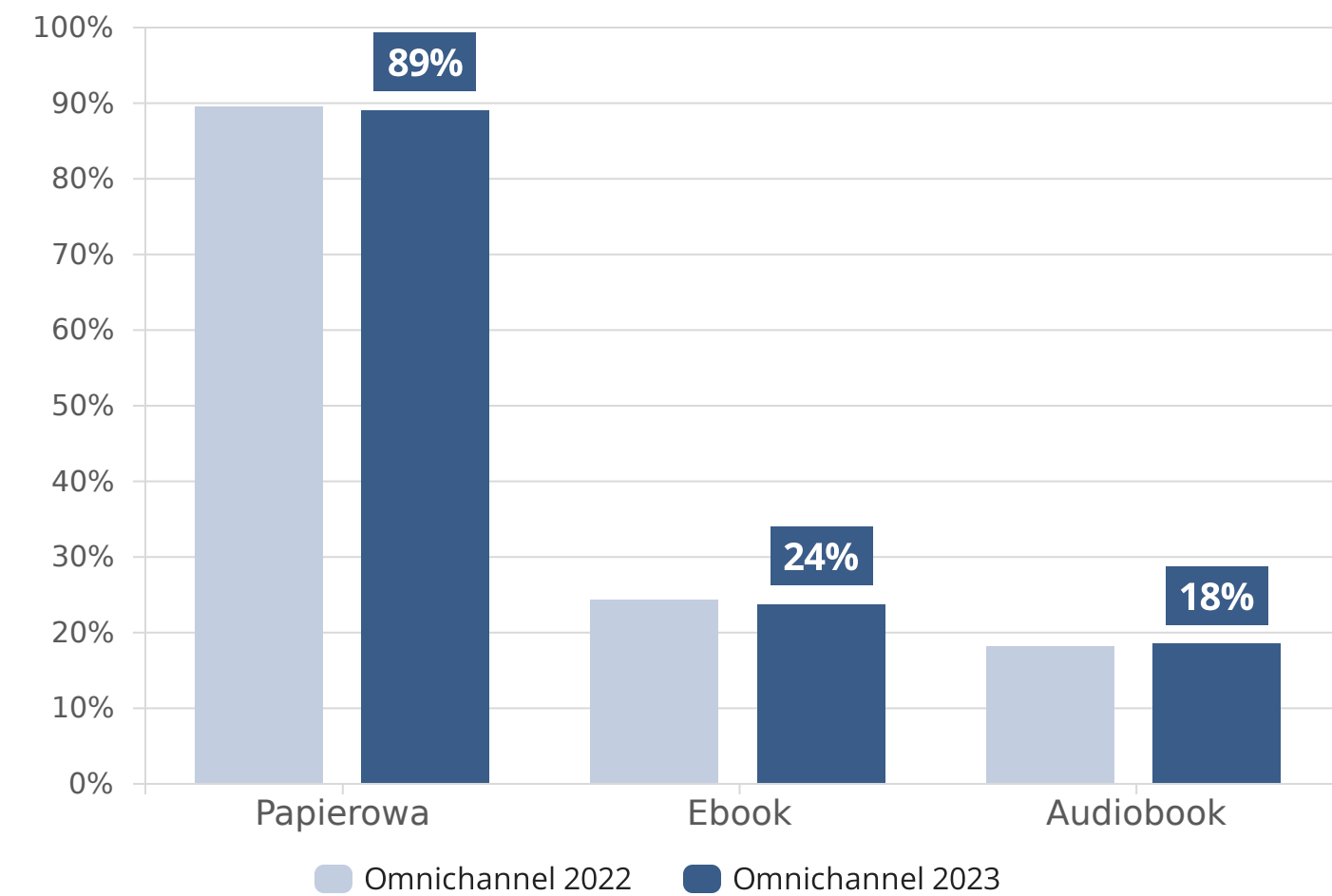
Czy w tym roku przeczytałeś/aś lub słuchałeś/aś jakąkolwiek książkę?



n = 8335

Pytania wielokrotnego wyboru

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

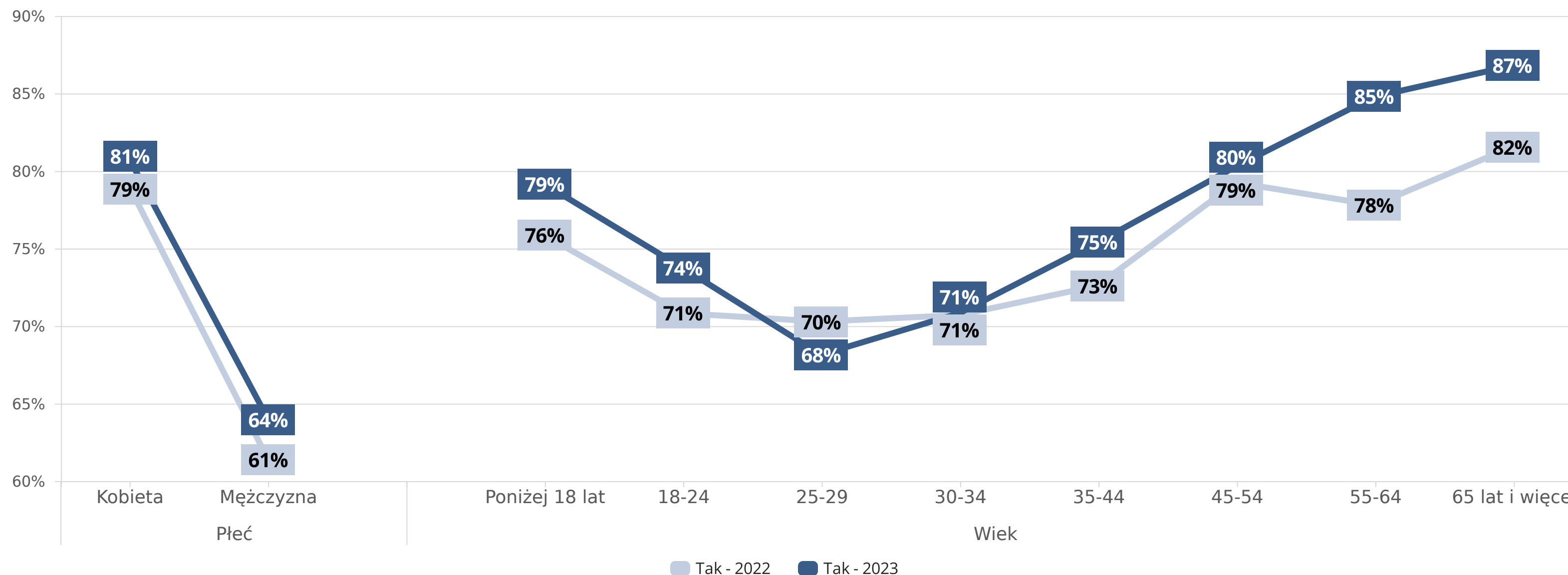


n 2022 = 6365, 2023 = 6081

CZY W TYM (2023) ROKU PRZECZYTAŁEŚ/AŚ LUB SŁUCHAŁEŚ/AŚ JAKĄKOLWIEK KSIĄŻKĘ?

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

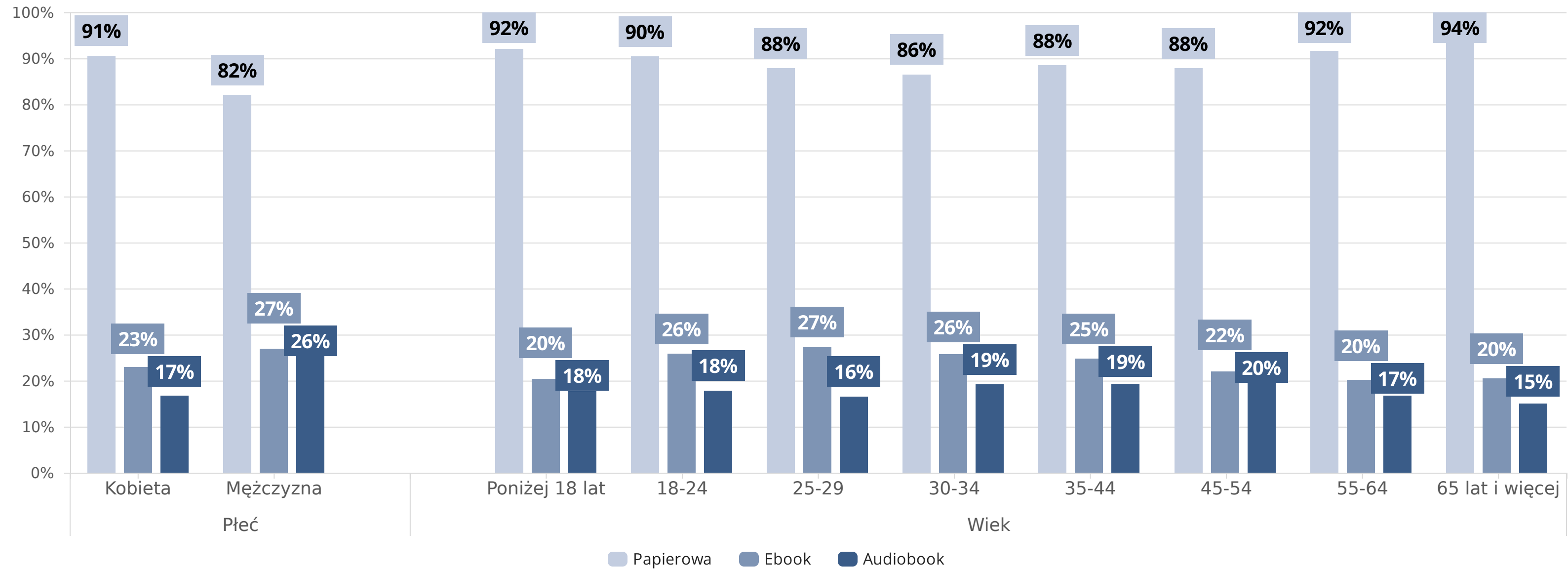
n 2022 = 8898, 2023 = 8262



W JAKICH FORMACH TO BYŁY KSIĄŻKI?

Pytania wielokrotnego wyboru

n = 6032



W JAKICH FORMACH TO BYŁY KSIĄŻKI?

Pytania wielokrotnego wyboru. Dane za rok 2023 z wyliczoną różnicą z 2022

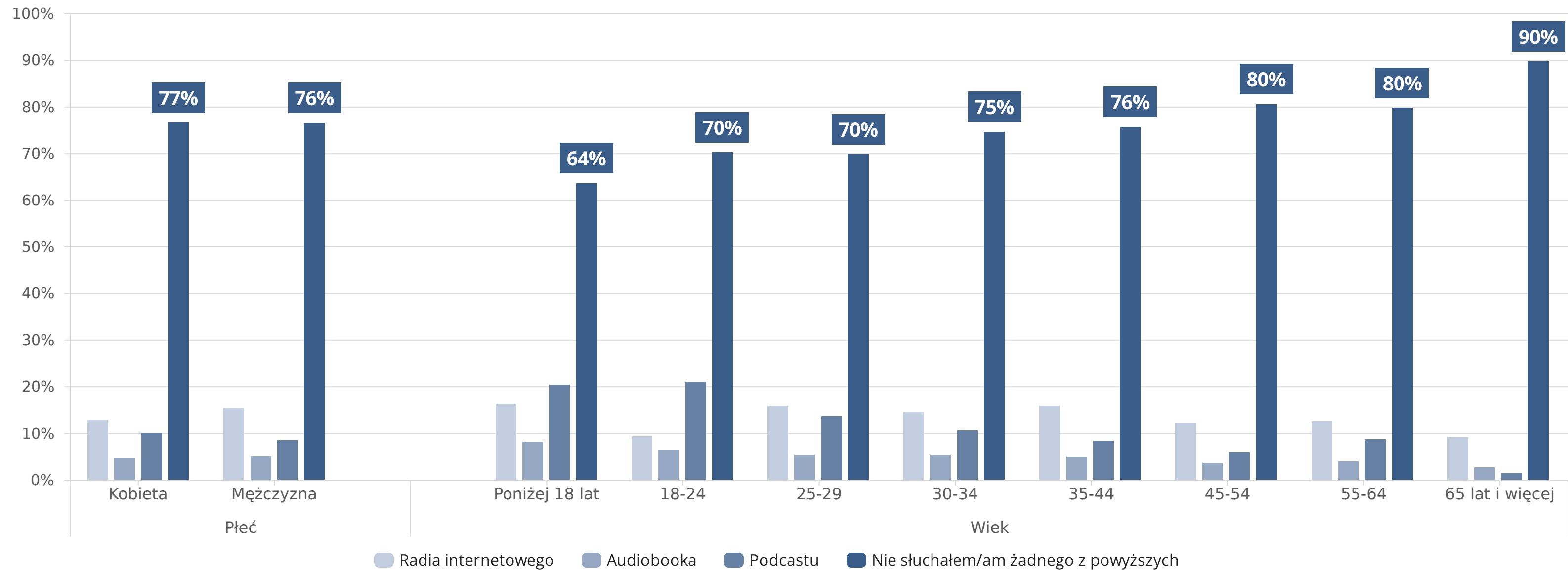
n 2022 = 6286, 2023 = 6032

		Papierowa	Ebook	Audiobook	L. wyników
Płeć	Kobieta	90.5% -0.5pp	22.9% -0.4pp	16.7% +0.9pp	4854
Płeć	Mężczyzna	82% -2.2pp	26.9% -0.3pp	25.9%	1178
Wiek	Ponizej 18 lat	92% -0.2pp	20.3% -11.5pp	17.6% -2.5pp	187
Wiek	18-24	90.4% +0.9pp	25.8% +1.5pp	17.7% +3.4pp	677
Wiek	25-29	87.8% -0.6pp	27.2% -1pp	16.5% -4.4pp	467
Wiek	30-34	86.4% -1.7pp	25.7% -2.3pp	19.2% +2.6pp	604
Wiek	35-44	88.4% -0.4pp	24.7% +0.6pp	19.3% -0.5pp	1687
Wiek	45-54	87.8% -1.7pp	22% -0.9pp	19.5% -0.1pp	1356
Wiek	55-64	91.6% +1.1pp	20.2% -0.1pp	16.7% +1.5pp	605
Wiek	65 lat i więcej	93.5% +0.9pp	20.4% +0.4pp	15% -0.3pp	294

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

Pytania wielokrotnego wyboru.

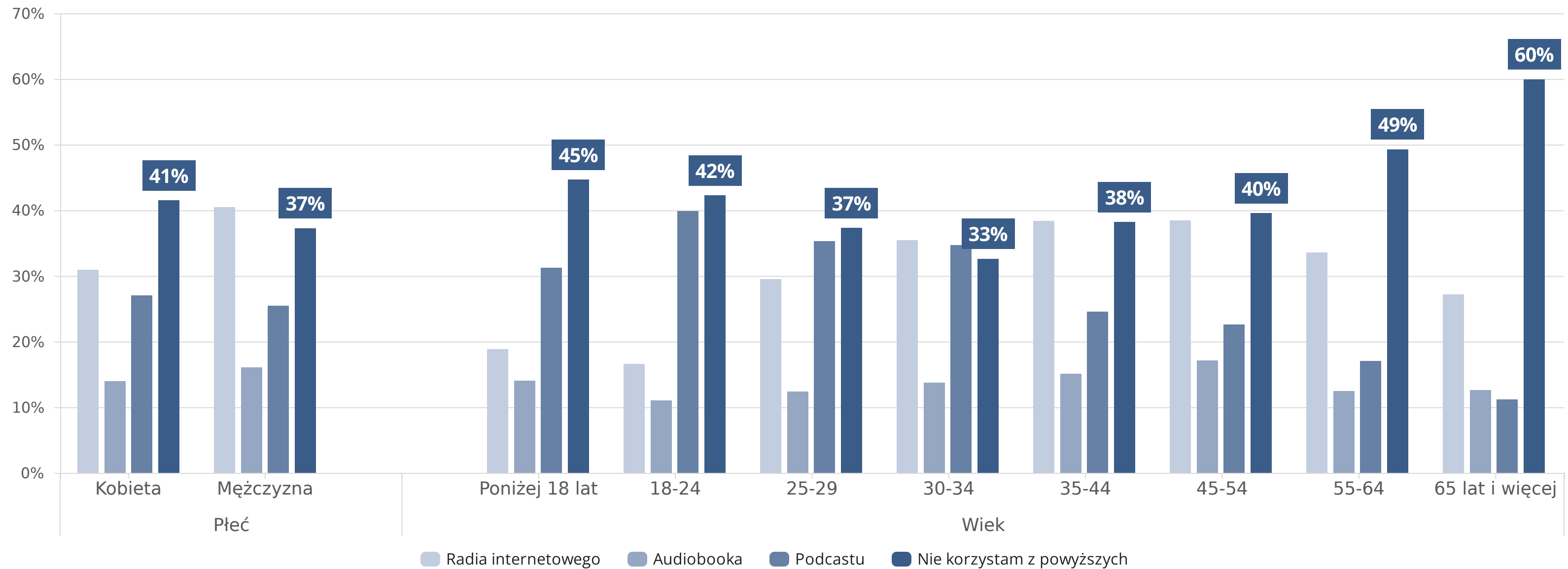
n = 2391



CZEGO SŁUCHAŁEŚ/AŚ W CIĄGU OSTATNIEGO MIESIĄCA?

Pytania wielokrotnego wyboru.

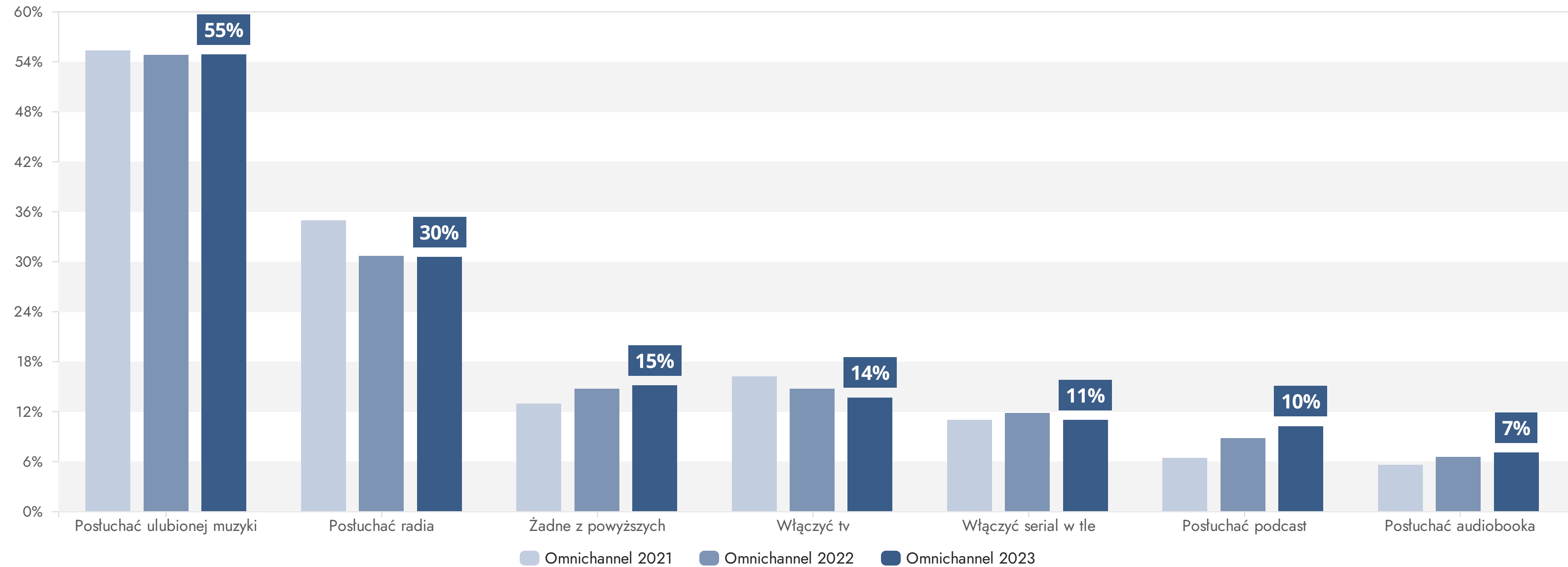
n = 6425



CO LUBISZ W TRAKCIE SPRZĄTANIA DOMU?

Pytanie wielokrotnego wyboru

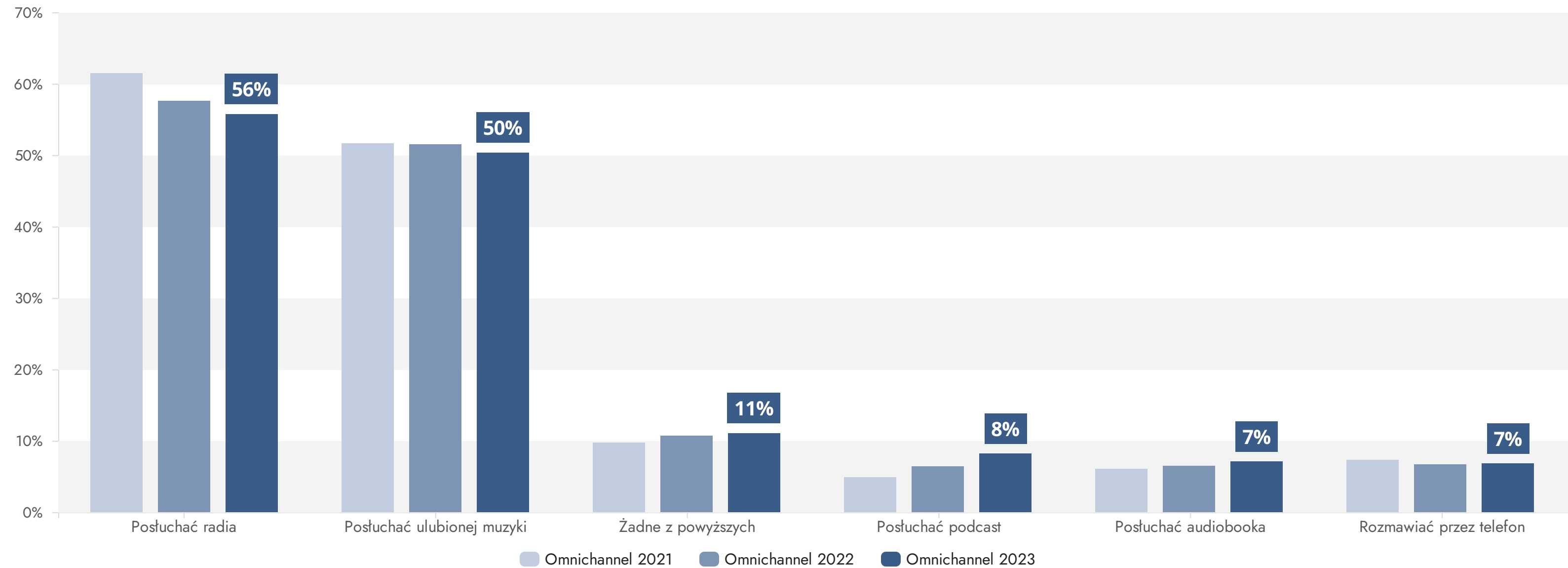
n 2021 = 5566, 2022 = 6868, 2023 = 6060



CO LUBISZ W TRAKCIE JAZDY SAMOCHODEM?

Pytanie wielokrotnego wyboru

n 2021 = 5490, 2022 = 6741, 2023 = 5950



CO LUBISZ W TRAKCIE JAZDY SAMOCHODEM?

Analiza według płci i wieku. Omnichannel 2023 ze zmianami względem 2022.

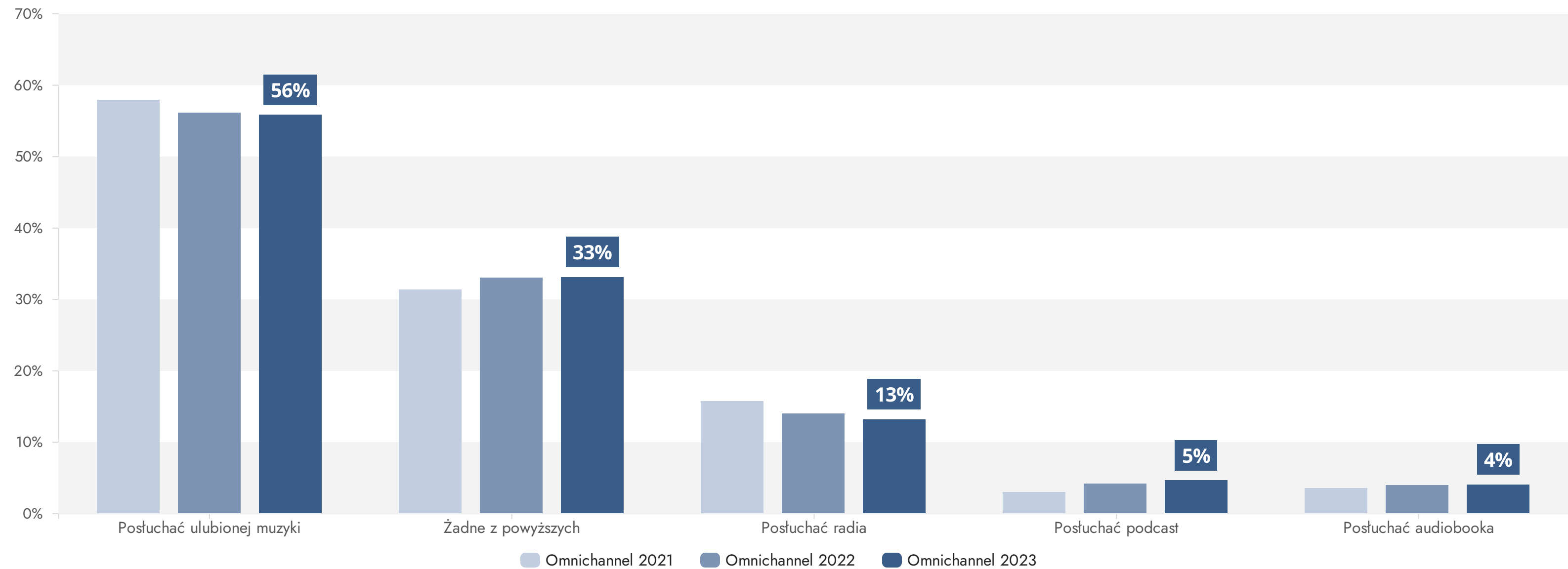
n 2022 = 6655, 2023 = 5910

		Posłuchać radia	Posłuchać audiobooka	Posłuchać podcast	Posłuchać ulubionej muzyki	Rozmawiać przez telefon	Żadne z powyższych	L. wyników
Płeć	Kobieta	56% -2pp	6%	7% +1pp	50% -2pp	6% -1pp	11% +1pp	4586
Płeć	Mężczyzna	55% -2pp	10% +1pp	11% +4pp	52% +2pp	8% +2pp	11% -1pp	1324
Wiek	Ponizej 18 lat	35% -4pp	6% -1pp	10% -1pp	77% +5pp	6% -4pp	6% -4pp	155
Wiek	18-24	32% -5pp	5% +1pp	11% +2pp	78% -2pp	8% +2pp	8% +2pp	661
Wiek	25-29	45% -7pp	7% +2pp	11% +2pp	65% -1pp	6% -2pp	8% -1pp	522
Wiek	30-34	56%	8%	14% +3pp	56% -1pp	11% +1pp	8% -2pp	609
Wiek	35-44	61% -4pp	7%	7% +1pp	46%	8% -1pp	11% +1pp	1711
Wiek	45-54	65%	9% +1pp	7% +2pp	42% +1pp	6% +2pp	11%	1290
Wiek	55-64	62% +1pp	6% +1pp	5% +3pp	35%	3%	16% -1pp	551
Wiek	65 lat i więcej	56% -4pp	4% -1pp	1%	34% +1pp	3%	23% +5pp	279

CO LUBISZ W TRAKCIE UPRAWIANIA SPORTU?

Pytanie wielokrotnego wyboru

n 2021 = 5306, 2022 = 6549, 2023 = 5770



CZY TYLKO TYLE UDAŁO SIĘ DOWIEDZIEĆ Z BADANIA?

Zdecydowanie nie! W raporcie zostały ujęte tylko wybrane obszary. Natomiast w całym badaniu poruszaliśmy jeszcze takie kwestie jak:

- Współwystępowanie marek wybieranych przez respondentów
- Przyczyny braku chęci polecenia poszczególnych marek
- Wykorzystanie aplikacji mobilnych poszczególnych marek
- Wpływ opinii i ocen na decyzje zakupowe
- Preferowane metody płatności

str. 36

Wszystkie wyniki możliwe są do analizy ze względu na każde inne pytanie ujęte w badaniu, zarówno te demograficzne (płeć, wiek, wykształcenie, pełna analiza geograficzna) jak i te preferencyjne czy też dowolne inne pytanie oceniające.

Zainteresowanych głębszymi analizami zapraszamy do naszego oceanu wiedzy po wydobyć tych najcenniejszych perełek.

PODSUMOWANIE BADANIA

08-09
2023

Badanie zrealizowane
w sierpniu i wrześniu
2023

250
tys.

Badanie wypełniło
ponad 250 000 osób

10

Przebadaliśmy dziesięć
segmentów produktowych



Kina



Ubrania



Drogerie



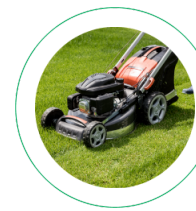
Obuwie



Apteki



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.