

RAPORT Z BADANIA

Need4Shopping

ANALIZA DOŚWIADCZEŃ KLIENTÓW SKLEPÓW ODZIEŻOWYCH
W KANAŁACH SPRZEDAŻY ONLINE I OFFLINE

pbs[®]
Partner in
Business
Strategies

2019

Cyfrowa innowacja, rosnąca globalizacja i zmiany w zwyczajach konsumenckich spowodowały, że branża modowa znalazła się pośród zmian sejsmicznych. Obserwujemy coraz większy udział zakupów dokonywanych w dwóch lub więcej kanałach sprzedaży. Na rynku, w którym już coraz mniej można konkurować produktem, gdzie zawsze znajdzie się porównywalna jakościowo i cenowo oferta, wyróżnikiem powinno być doświadczenie zakupowe.

Zdaniem specjalistów PBS badających jakość obsługi klienta, zakupy online są coraz powszechniejsze, łatwiejsze i dostosowane do potrzeb klienta. Jak wynika z naszych badań w ciągu ostatnich 12 miesięcy 72% Polaków dokonało zakupów odzieży, obuwia przez internet*. Jednak mimo rozwijającego się e-commerce sklepy stacjonarne zdecydowanie nie znikną, bo nadal lubimy ten kanał sprzedaży i zaczynamy z niego korzystać jako mix kanału online i offline.

Oczekiwaniem dzisiejszego konsumenta jest pozytywne doświadczenie zakupowe, szczególnie ważne przy przechodzeniu w procesie zakupowym między kanałami (e-commerce + sklep stacjonarny), dlatego nawet najlepiej zaprojektowany e-commerce w połączeniu z nieskuteczną dostawą, złą obsługą klienta w sklepie stacjonarnym, utrudnionym procesem zwrotu towaru może sprawić, że całościowe doświadczenie zakupowe będzie niezadowolające.

W badaniu Need4shopping zestawiliśmy ze sobą pozytywne i negatywne odczucia klientów, które zaobserwowaliśmy podczas realizacji badania na różnych etapach kontaktu z daną marką odzieżową. Następnie poddaliśmy je analizie i wyciągnęliśmy najważniejsze wnioski.

Zachęcamy do zapoznania się z wynikami badania...

* Źródło: Badanie realizowane na panelu badawczym PBS Poznaj.to, próba 2900 osób, metoda CAWI, 2019 r.



73%
klientów

spędziłoby więcej czasu w sklepie i wydało więcej pieniędzy, gdyby sklep oferował im lepsze doświadczenia.**

**Źródło: <http://www.retailtimes.co.uk/73-of-uk-shoppers-would-spend-more-time-and-money-in-stores-that-offer-up-experiences-research-from-retailexpo-reveals/>

PBS będąc agencją badawczą i zauważając nowe trendy w sprzedaży, zrealizował projekt badawczy „Need4Shopping” oparty na metodzie Customer Journey Map i tajemniczego klienta, gdzie analizie zostały poddane poniższe obszary kontaktu klienta z daną marką odzieżową.

Dzięki badaniu „Need4Shopping” spojrzeliśmy na obsługę klienta dotykając jednocześnie 3 znaczących obszarów kontaktu z daną marką (mix kanału online i offline). Pozwoliło nam to precyzyjnie spojrzeć na obsługę klienta, zbadać oczekiwania i doświadczenia klienta z procesu zakupu.

ZAMÓWIENIE ONLINE → ODBIÓR W SKLEPIE → REZYGNACJA Z ZAMÓWIENIA



**MARKI
ODZIEŻOWE
POSIADAJĄCE
SKLEPY
STACJONARNE**

- ZARA
- RESERVED
- STRADIVARIUS
- MOHITO
- MANGO
- DIVERSE
- ORSAY
- H&M

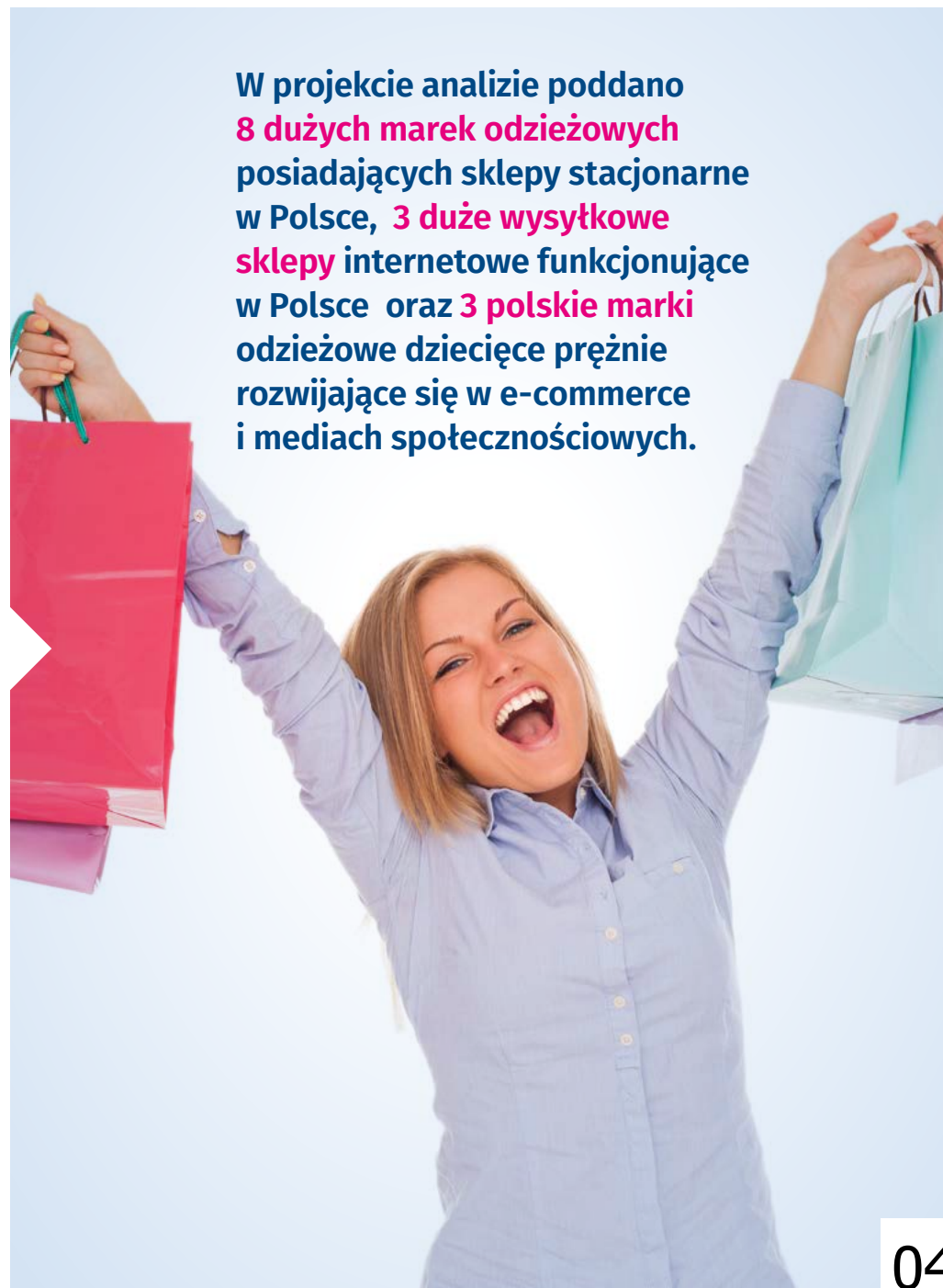
**MULTI-
BRANDOWE
SKLEPY
INTERNETOWE**

- ZALANDO
- ABOUT YOU
- ANSWEAR

**DZIECIĘCE
MARKI
ODZIEŻOWE**

- KUKUKID
- BOOSO
- ZOMBIE DASH

W projekcie analizie poddano **8 dużych marek odzieżowych** posiadających sklepy stacjonarne w Polsce, **3 duże wysyłkowe sklepy** internetowe funkcjonujące w Polsce oraz **3 polskie marki** odzieżowe dziecięce prężnie rozwijające się w e-commerce i mediach społecznościowych.



Nasze wieloletnie doświadczenie pozwala nam świadczyć usługi podnoszenia jakości obsługi w kilku obszarach i technikach:

DIAGNOZA SYTUACJI OBECNEJ

- Warsztaty
- Audyty Ekspertkie
- Customer Journey



KREACJA NOWYCH ROZWIĄZAŃ

- Grupy kreatywne
- Customer Experience



KONTROLA STANDARDÓW

- Mystery Shopping
- Jawny Klient
- Time and motion





Centrala
81-812 Sopot
ul. Junaków 2
Tel.: (48-58) 550 60 70
Fax: (48-58) 550 66 70



Biuro w Warszawie
00-654 Warszawa
al. Jerozolimskie 101
Tel.: (48-58) 555 45 98

Bezpośredni opiekun klienta
Kierownik Zespołu Badawczego

**Aleksandra
Morawska-Wagner**

t. 600 833 009

e: aleksandra.morawska@pbs.pl



**Jesteśmy elastyczni
i cały czas dostępni dla Klienta**

Telefon i mail nie wystarczy?

Umówmy się na telekonferencję lub spotkanie!

pbs[®]
Partner in
Business
Strategies