

FIRMA PRZYJAZNA KLIENTOWI

PODSUMOWANIE EDYCJI 2020



Rok 2020 kończymy, goszcząc wśród Laureatów programu Firma Przyjazna Klientowi 24 firmy, które zostały docenione przez swoich Klientów w badaniu satysfakcji.

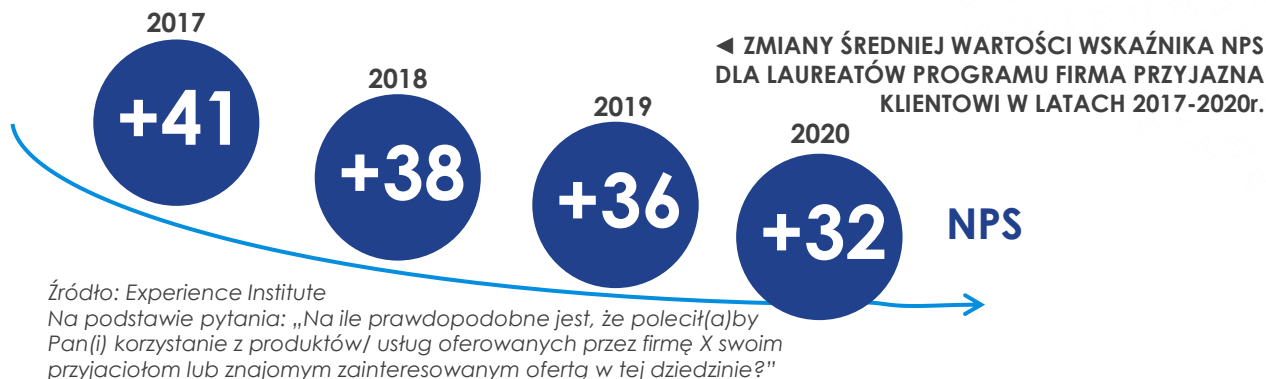


Łącznie przeprowadziliśmy wywiady z 8641 klientami tych firm. Poniższy raport przedstawia średnie wyniki dla Laureatów, które w 2021 roku będą funkcjonowały jako benchmarki w kolejnej edycji programu FPK.

FIRMA PRZYJAZNA KLIENTOWI

PODSUMOWANIE EDYCJI 2020

WNIOSKI PŁYNĄCE Z DANYCH ILOŚCIOWYCH OCZAMI BADACZA JAKOŚCIOWEGO



Fakt polecenia firmy zyskuje na znaczeniu w czasie kryzysu

W kilkuletniej perspektywie gotowość do rekomendacji produktów i usług firm Laureatów FPK spada. O ile sam fakt polecenia jest tylko hipotetycznym pytaniem, o tyle malejący NPS może być powiązany z ogólną konsumencką obserwowaną już od kilku lat postawą wspierania polskich marek i lokalnych, małych biznesów (np. poprzez polecenie) bardziej niż dużych firm, co dodatkowo nasiliło się w czasie pandemii. Trend ten jest szczególnie widoczny na portalach społecznościowych (popularność hashtagów #wspieramgastro, #wspierampolskiemarki itp.). Stąd deklaracja rekomendacji danej marki w czasie pandemii zyskała na znaczeniu w oczach konsumentów. Konsumenti zauważyli, jak bardzo ich pomoc w postaci polecenia jest ważna dla firm w czasie kryzysu i tym samym oznacza to, że na rekomendacje marka musi sobie jeszcze bardziej zasłużyć niż przed pandemią. Średni NPS dla Laureatów programu Inwestor w Kapitał Ludzki (drugi program certyfikacyjny prowadzony przez agencję badawczą Experience Institute, badający satysfakcję i zaangażowanie pracowników) także spadł. Zatem nie tylko klienci mniej chętnie polecają firmy, z których korzystają, ale także pracownicy pracujący dla danych firm.



**POLSKIE MARKI
NA PROŚBIE**



**RATUJMY
LOCAL HEROS**

◀ **TRENDY KONSUMENCKIE ZIDENTYFIKOWANE W BADANIU JAKOŚCIOWYM MAJĄCYM NA CELU OKREŚLENIE KIERUNKÓW ZMIAN ZACHOWAŃ KONSUMENCKICH W CZASIE PANDEMII:**

Wybieranie polskich marek. Umacnia się przeświadczenie, że polskie produkty są lepszej jakości; polskie = fair trade; polskie = zdrowsze, bardziej naturalne, mniej chemiczne (np. mniej nawozów sztucznych).

Dostępność polskich marek w sklepie może determinować również wybór dostawcy/ sklepu.

Większe wspieranie lokalnych, mniejszych biznesów (np. sklepik osiedlowy).

FIRMA PRZYJAZNA KLIENTOWI

PODSUMOWANIE EDYCJI 2020

WNIOSKI PŁYNĄCE Z DANYCH ILOŚCIOWYCH
OCZAMI BADACZA JAKOŚCIOWEGO

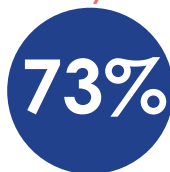


Ogólne zadowolenie z produktów lub/i usług na wysokim poziomie



Ogólne zadowolenie klientów z produktów/usług oferowanych przez Laureatów FPK 2020 nieco spadło w 2020 r., chociaż nadal jest na wysokim poziomie. W tegorocznej edycji badania 88% klientów różnych firm było zadowolonych z usług/produktów (w latach 2017-2019 wskaźnik ten wynosił niezmiennie 92%).

TOP2BOX
oceny 6-7



TOP3BOX
oceny 5-7



◀ UDZIAŁ KLIENTÓW ZADOWOLONYCH
Z USŁUG/ PRODUKTÓW OFEROWANYCH PRZEZ LAUREATÓW
PROGRAMU FIRMA PRZYJAZNA KLIENTOWI W 2020r.

Źródło: Experience Institute
Na podstawie pytania: „Jak ogólnie ocenia Pan/i
swoje zadowolenie z produktów/usług firmy X?”
(ocena na skali 1-7)

Poziom ogólnego zadowolenia z produktów/usług można rozpatrywać w kontekście oceny jakości. Wysoka jakość produktów i usług jest od lat wymieniana przez konsumentów jako najbardziej istotny aspekt podczas wyboru. Różnice jakości na przestrzeni czasu zacierają się, ponieważ większość firmy dąży do poprawy na tym wymiarze. Stąd należy pamiętać, że wysoka jakość staje się powoli rynkowym standardem. Ważną rolę zaczynają odgrywać czynniki uzasadniające owe abstrakcyjne pojęcie „jakość”, tj. eliminacja sztucznych substancji w składzie w przypadku produktów FMCG czy też indywidualne podejście do klienta w przypadku usług (np. dedykowany stały doradca).

Pandemia zmieniła również nieco samych konsumentów – stali się bardziej racjonalni w wydawaniu pieniędzy (tym samym większą uwagę przywiązując do jakości kupowanych produktów/ usług).

PRAKTYCZNE ZAKUPY



◀ TRENDY KONSUMENCKIE ZIDENTYFIKOWANE W BADANIU
JAKOŚCIOWYM MAJĄCYM NA CELU OKREŚLENIE KIERUNKÓW ZMIAN
ZACHOWAŃ KONSUMENCKICH W CZASIE PANDEMII:

Więcej czasu na racjonalne wybory. Nie kierowanie się tylko wizerunkiem czy stereotypowym, utartym myśleniem o konkretnych markach, ale cechami produktu, opiniami innych. Robienie bardziej przemyślanych, racjonalnych zakupów (zakupy z listą, zakupy online); mniej zakupów impulsowych.



FIRMA PRZYJAZNA KLIENTOWI

PODSUMOWANIE EDYCJI 2020

WNIOSKI PŁYNĄCE Z DANYCH ILOŚCIOWYCH
OCZAMI BADACZA JAKOŚCIOWEGO

Firma
Przyjazna
Klientowi



Podejście do klienta

▼ ODSETEK KLIENTÓW ZGADZAJĄCYCH SIĘ Z POSZCZEGÓLNYMI STWIERDZENIAMI



79%

Firma traktuje mnie uczciwie.



79%

Firma komunikuje się ze mną w jasny sposób.



74%

Firma dobrze zaspokaja moje potrzeby.



73%

Firma dba o mnie jako o jej klienta.



67%

Firma kieruje się moim dobrem jako jej klienta.

Wysoka ocena transparentności (uczciwości oraz jasnej komunikacji) Laureatów FPK 2020.

Klientocentryczne podejście firm jest relatywnie niżej oceniane niż pozostałe aspekty.

Źródło: Experience Institute

Ocena poszczególnych stwierdzeń na skali 1-7 (wyniki prezentują TOP2BOX - % odpowiedzi 6 i 7).

Oceny poszczególnych stwierdzeń znacznie różnią się w zależności od branży. Firmy, które dostarczają jednorodne, stałe usługi/produkty, działające w branżach o niskim stopniu konkurencyjności (tj. energia), z którymi klienci nie mają potrzeby często się kontaktować, są dużo wyżej oceniane (o ok. 5-10 p.p.) niż firmy działające na bardziej konkurencyjnym rynku (np. finanse, ubezpieczenia, retail, telekomunikacja). Im branża jest bardziej konkurencyjna, tym oczekiwania klientów są wyższe (w szczególności dotyczy to stwierdzenia odwołującego się pośrednio do kwestii CSR – kierowanie się dobrem klienta).

FIRMA PRZYJAZNA KLIENTOWI

PODSUMOWANIE EDYCJI 2020



WNIOSKI PŁYNĄCE Z DANYCH ILOŚCIOWYCH OCZAMI BADACZA JAKOŚCIOWEGO

4 Zapewnienie wygody załatwiania przez klientów spraw związanych z firmami (w tym dokonanie zakupu produktu czy też skorzystanie z usługi) to jedno z wyzwań, przed jakimi stanęły firmy w czasach pandemii i obostrzeń epidemiologicznych

TOP2BOX
oceny 6-7



TOP3BOX
oceny 5-7



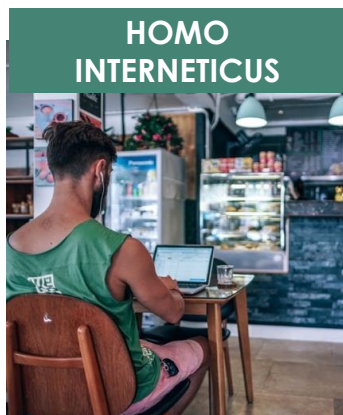
◀ UDZIAŁ KLIENTÓW POZYTYWNE OCENIAJĄCYCH WYGODĘ I ŁATWOŚĆ DOKONYWANIA ZAKUPU PRODUKTU/ SKORZYSTANIA Z USŁUGI/ ZAŁATWIENIA SPRAWY (OCENA KLIENTÓW FIRM BĘDĄCYCH LAUREATAMI PROGRAMU FIRMA PRZYJAZNA KLIENTOWI W 2020r.)

Źródło: Experience Institute

% klientów zgadzających się ze stwierdzeniem, że firma zrobiła wszystko, aby wysiłek klienta włożony w załatwienie ostatniej sprawy był jak najmniejszy (ocena na skali 1-7)

Jednym z utrudnień, jakie klienci różnych firm, niezależnie od branży, wymieniają spontanicznie jako zmniejszające komfort zakupów, są obostrzenia epidemiologiczne (zamknięte punkty obsługi, konieczność zakładania maseczki, przeciążone serwery w związku z przeniesieniem usług do internetu). Bywa, że te uciążliwości skutkują niezadowolaniem lub zupełną rezygnacją z zakupu.

Firmy stają przed wyzwaniem, aby wyeliminować wszelkie trudności, z jakimi spotkał się konsument w 2020r. w wyniku pandemii (która katapultowała większość firm w przyszłość co w szczególności dotyczy funkcjonowania firm w strefie online. tym bardziej, że homo interneticus przestaje być trendem, a staje się nową erą konsumentów.



◀ TRENDY KONSUMENCKIE ZIDENTYFIKOWANE W BADANIU JAKOŚCIOWYM MAJĄCYM NA CELU OKREŚLENIE KIERUNKÓW ZMIAN ZACHOWAŃ KONSUMENCKICH W CZASIE PANDEMII:

Nauka i przyzwyczajanie się do załatwiania wszystkich możliwych spraw online, z domu.

Przełamywanie bariery w stosunku do robienia zakupów internetowych.



FIRMA PRZYJAZNA KLIENTOWI

PODSUMOWANIE EDYCJI 2020

WNIOSKI PŁYNĄCE Z DANYCH ILOŚCIOWYCH
OCZAMI BADACZA JAKOŚCIOWEGO



Pracownicy niezmiennie od 6 lat najbardziej wartościowym „aktywem” firmy



95% klientów firm należących do grona Laureatów Programu FPK twierdzi, że pracownicy tych firm są uprzejmi, natomiast 92% klientów zgadza się ze stwierdzeniem, że są kompetentni.

TOP2BOX
oceny 6-7

90%

TOP3BOX
oceny 5-7

95%

▲ OCENA UPRZEJMOŚCI PRACOWNIKÓW
FIRM PRZYJAZNYCH KLIENTOWI

TOP2BOX
oceny 6-7

83%

TOP3BOX
oceny 5-7

92%

▲ OCENA KOMPETENCJI PRACOWNIKÓW
FIRM PRZYJAZNYCH KLIENTOWI

O ile nie ma wątpliwości co do bardzo wysokiego zadowolenia z uprzejmości pracowników, o tyle większe oczekiwania klienci mają co do ich kompetencji. Mimo rosnącej świadomości konsumentów i łatwego dostępu do informacji, niektóre branże wymagają przeprowadzenia klienta przez proces zakupu niemal „za rękę”. Szczególnie dotyczy to branż mających w swojej ofercie wiele produktów charakteryzujących się wieloma parametrami, które chcieliby porównać przez zakupem (np. telekomunikacja, retail).

Źródło: Experience Institute, wyniki 2020 (oceny na skali 1-7).

Nieco gorzej klienci oceniają szybkość rozwiązywania spraw zgłaszanych do firm. Na tym wymiarze pracownicy firm (ale również systemy i procesy) oceniane są na poziomie 76% (biorąc pod uwagę top2box, czyli najwyższe oceny: 6 i 7 na skali 1-7). Wynik ten jest poniekąd odzwierciedleniem potrzeb współczesnego konsumenta, dla którego szybkość często jest parametrem, na podstawie którego wybiera firmę (oczekiwanie wysyłki produktu natychmiast po zakupie, dostawy następnego dnia, czasu oczekiwania na Ubera niż dłuższego niż 5 minut, dostawy jedzenia z restauracji w ciągu 30 minut itd.).



FIRMA PRZYJAZNA KLIENTOWI

PODSUMOWANIE EDYCJI 2020

WNIOSKI PŁYNĄCE Z DANYCH ILOŚCIOWYCH
OCZAMI BADACZA JAKOŚCIOWEGO

Firma
Przyjazna
Klientowi



Proces zakupowy

Konsumenci deklarują, że w wyniku pandemii zmienił się czas robienia zakupów (oczekiwanie jak najkrótszego czasu przebywania w tłumie) oraz sposób (częstsze wybierania opcji zakupu produktu/ skorzystania z usługi online).

Ścieżki zakupowe/ decyzyjne znacznie różnią się w zależności od branży. Niektóre branże (tj. energetyka czy retail) wymagają większego zaangażowania firm na początku, natomiast inne (tj. finanse czy ubezpieczenia) – po zakupie produktu lub usługi. Wspólną natomiast właściwością dla wszystkich firm jest to, że nadal pozostaje obszar do poprawy w kontekście pomocy firmy przed i po zakupie.



▼ OCENA FIRM NA RÓŻNYCH ETAPACH PROCESU ZAKUPOWEGO (TOP2BOX)

OBSŁUGA/
WSPARCIE FIRMY
PRZED ZAKUPEM

79%

85%

FATWOŚĆ/ WYGODA
DOKONANIA ZAKUPU

SERWIS/ OBSŁUGA/
WSPARCIE FIRMY
PO ZAKUPIE

78%



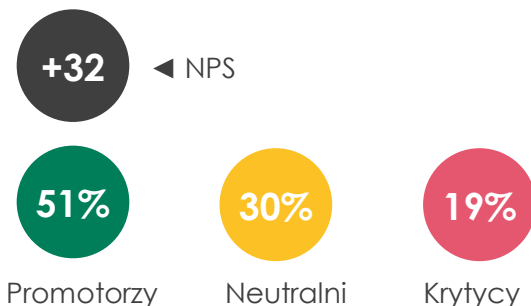
Źródło: Experience Institute, wyniki 2020 (oceny na skali 1-7).

Raport opracowany przez niezależną agencję badawczą **experience institute** na podstawie badań satysfakcji klientów oraz badania jakościowego dotyczącego zmian zachowań konsumentów i pracowników w wyniku pandemii – zrealizowanych w 2020 r.

BENCHMARKI 2020

GOTOWOŚĆ DO REKOMENDACJI

1	NPS	+32
2	Gotowość do rekomendacji (średnia)	8,0
3	NPS – Krytycy	19%
4	NPS – Neutralni	30%
5	NPS – Promotorzy	51%



PODEJŚCIE DO KLIENTA

6	Firma dba o mnie jako o jej klienta	73%
7	Firma dobrze zaspokaja moje potrzeby	74%
8	Firma kieruje się moim dobrem jako jej klienta	67%
9	Firma komunikuje się ze mną w jasny sposób	79%
10	Firma traktuje mnie uczciwie	79%

OGÓLNE ZADOWOLENIE

11	CSAT	73%
----	------	-----

CUSTOMER EFFORT SCORE

12	CES	72%
----	-----	-----

JAKOŚĆ OBSŁUGI

13	Kompetencje osób obsługujących klientów	83%
14	Uprzejmość osób obsługujących klientów	90%
15	Szybkość rozwiązywania spraw zgłaszanych do firm	76%

PROCES ZAKUPOWY

16	Obsługa/ wsparcie firmy przed zakupem produktu/ usługi	79%
17	Łatwość/ wygoda dokonania zakupu produktu/ usługi	85%
18	Serwis/ obsługa/ wsparcie firmy po zakupie produktu/ usługi	78%

Źródło: Experience Institute, wyniki 2020 (top2box – czyli suma ocen „6” i „7” na skali 1-7).

FIRMA PRZYJAZNA KLIENTOWI

PODSUMOWANIE EDYCJI 2020

Firma
Przyjazna
Klientowi



Czym jest projekt Firma Przyjazna Klientowi?

To niezależne badanie satysfakcji klienta.

Godło Firma Przyjazna Klientowi jest jedynym wyróżnieniem w zakresie satysfakcji ze współpracy z firmą, opartym na wynikach niezależnego badania satysfakcji klienta.

Wykorzystanie godła w działaniach promocyjnych wpływa pozytywnie na budowanie wizerunku firmy przyjaznej klientowi. Przekłada się to na jakość obsługi klientów, wzrost ich lojalności i prawdopodobieństwa rekomendacji oferowanych produktów oraz zwiększenie motywacji i zaangażowania pracowników firmy.



Więcej informacji na temat Programu: <https://firmaprzyjaznaklientowi.pl/>



Kontakt w sprawie Programu Firma Przyjazna Klientowi:



Ewelina Kapusta

Key account manager

ewelina.kapusta@expinstitute.pl



Błażej Małecki

Key account manager

blazej.malecki@expinstitute.pl