

NIEZADOWOLONY KLIENT

ILE OSÓB POINFORMUJE I DLACZEGO? CZY WRÓCI?

Wyniki badania Puzzle Research. Wrzesień 2018.





niezadowolonych Klientów dzieli się opinią o swoim negatywnym doświadczeniu z produktem lub usługą z innymi osobami.

Częściej robią tak osoby w wieku 25-50 lat. Stosunkowo najrzadziej osoby starsze (60+) oraz osoby młode (wiek 16-25 lat).

! Wśród Klientów zadowolonych, doświadczeniem dzieli się zbliżony odsetek osób.

**Co najmniej
20 osób**

miało dostęp do opinii przeciętnego niezadowolonego Klienta który podzielił się tym negatywnym doświadczeniem. Z tego **5 osób Klient poinformował osobiście** (rozmowa, telefon), a dodatkowe 15 osób mogło dowiedzieć się o negatywnym doświadczeniu Klienta z jego kont na portalach społecznościowych.

Najwięcej osób informują osoby w wieku 21-30 lat. Najmniej osoby starsze (60+).

! Liczba osób, która miała dostęp do negatywnej opinii była większa, gdyż część osób umieszczała dodatkowo opinię w „otwartym” Internecie (fora, oceny sklepów).

! Wśród Klientów zadowolonych, średnia liczba informowanych osób jest o połowę niższa, niż w wypadku Klientów niezadowolonych.

**Skarżymy się
i tradycyjnie i
nowocześnie**

Dzieląc się swoim negatywnym doświadczeniem z produktem lub usługą robimy to głównie tradycyjnie, czyli w trakcie rozmowy lub przez telefon. Niemniej blisko połowa osób, skarżyła się zarówno tradycyjnie, jak i w Internecie.

Rozmowa lub telefon

81%

Opinia w Internecie

44%

Media społecznościowe

28%

Wpis na forum dyskusyjnym

22%

SMS / MMS

15%



INFORMACJA O BADANIU



600 wywiadów online oraz osobistych wśród osób w wieku 16+, po 100 na kategorię produktu / usługi. Wywiady realizowane w okresie sierpień-wrzesień 2018.

Ostrzeżenie innych oraz irytacja

Trzeba informować innych,
żeby uniknęli problemów,
takich jak mój

90%

Był(a)m
zdeenerowany(a), zły(a)
na produkt lub usługę

57%

Dzięki temu poprawi się
jakość zakupów / usług w
przyszłości

32%

Tego typu sytuacje
powinno się piętnować /
karać

17%

Aktywnie dochodzimy swego

Dwie trzecie (68%) niezadowolonych z zakupu produktu lub usługi kontaktuje się z dostawcą i zgłasza zastrzeżenia. 37% formalnie zgłaszało reklamację, a dodatkowe 31% zgłaszało zastrzeżenia, ale bez formalnej reklamacji.

38% nie satysfakcjonuje sposob, w jaki została rozpatrzona i załatwiona reklamacja lub skarga.

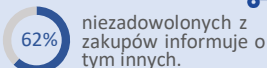
O ponowny zakup może być trudno

Jedynie 5% niezadowolonych wyraża opinię, że mimo negatywnego doświadczenia, **na pewno ponowi zakup** u tego samego dostawcy (lub kupi taki sam produkt).

Z drugiej strony 26% ocenia prawdopodobieństwo ponownego zakupu tylko na 1 lub 2 w skali 1-10. Jeśli zgłoszenie lub reklamacja jest załatwiona niewłaściwie, to **odsetek bardzo niechętnych do ponownego zakupu rośnie aż do 58%!**

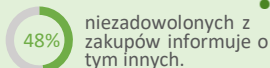
Ogólne wyniki wg typów produktów/ usług

Super / hipermarkety online



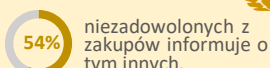
- Średnio 14 osób ma dostęp do negatywnej opinii, w tym 4 osoby poinformowano osobiście.
- 74% niezadowolonych zgłasza reklamację / zastrzeżenia, a 33% nie jest zadowolonych ze sposobu jej załatwienia.
- 26% nie rozważy ponownego zakupu z powodu negatywnego doświadczenia.

Tradycyjne sklepy, super/hiper/dyskonty



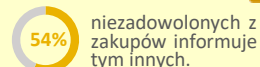
- Średnio 6 osób ma dostęp do negatywnej opinii, w tym 4 osoby poinformowano osobiście.
- 52% niezadowolonych zgłasza reklamację / zastrzeżenia, a 34% nie jest zadowolonych ze sposobu jej załatwienia.
- 22% nie rozważy ponownego zakupu z powodu negatywnego doświadczenia.

Auto serwis lub zakup części, akcesoriów



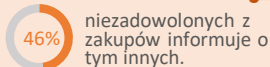
- Średnio 37 osób ma dostęp do negatywnej opinii, w tym 6 osób poinformowano osobiście.
- 68% niezadowolonych zgłasza reklamację / zastrzeżenia, a 50% nie jest zadowolonych ze sposobu jej załatwienia.
- 28% nie rozważy ponownego zakupu z powodu negatywnego doświadczenia.

Produkty trwałe, elektronika użytkowa



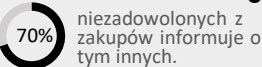
- Średnio 19 osób ma dostęp do negatywnej opinii, w tym 4 osoby poinformowano osobiście.
- 74% niezadowolonych zgłasza reklamację / zastrzeżenia, a 25% nie jest zadowolonych ze sposobu jej załatwienia.
- 22% nie rozważy ponownego zakupu z powodu negatywnego doświadczenia.

Usługi montażu, instalacji w domu



- Średnio 32 osoby mają dostęp do negatywnej opinii, w tym 4 osoby poinformowano osobiście.
- 64% niezadowolonych zgłasza reklamację / zastrzeżenia, a 47% nie jest zadowolonych ze sposobu jej załatwienia.
- 32% nie rozważy ponownego zakupu z powodu negatywnego doświadczenia.

Usługi transportu, dostawy



- Średnio 17 osób ma dostęp do negatywnej opinii, w tym 5 osób poinformowano osobiście.
- 78% niezadowolonych zgłasza reklamację / zastrzeżenia, a 44% nie jest zadowolonych ze sposobu jej załatwienia.
- 26% nie rozważy ponownego zakupu z powodu negatywnego doświadczenia.

W jaki sposób informujemy o negatywnym doświadczeniu, zależnie od typu produktu / usługi?



Super /
hipermarkety
online



Tradycyjne
sklepy,
super/hiper/
dyskonty



Auto serwis
lub zakup
części,
akcesoriów



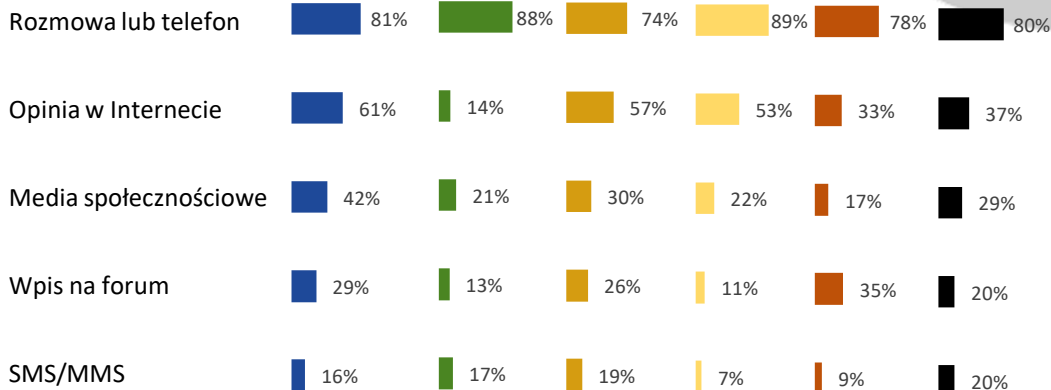
Produkty
trwałe,
elektronika
użytkowa



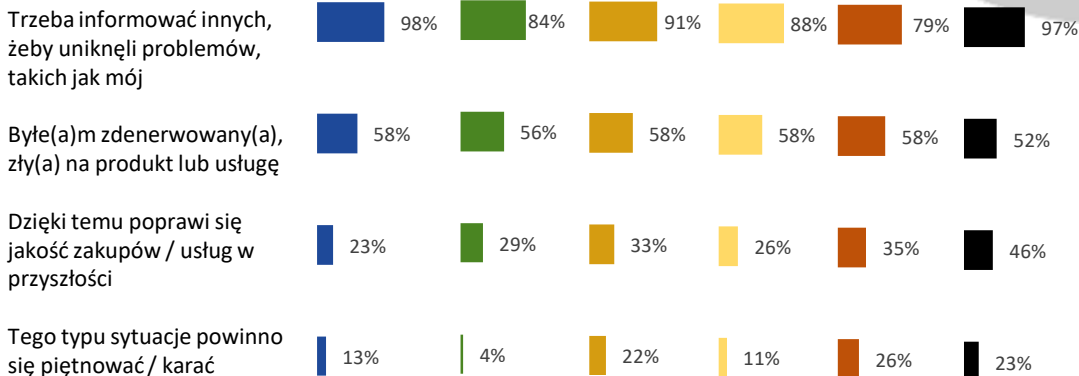
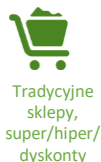
Usługi
montażu,
instalacji w
domu



Usługi
transportu,
dostawy



Co motywuje do informowania innych o negatywnym doświadczeniu, zależnie od typu produktu / usługi?



Polscy konsumenci częściej informują innych o negatywnym doświadczeniu, niż nasi sąsiedzi z Europy środkowo-wschodniej.

Odsetek Klientów dzielących się opinią o swoim negatywnym doświadczeniu z produktem lub usługą z innymi osobami.

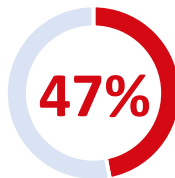


N=600, badanie online & F2F



Węgry

N=216, badanie online



Czechy

N=210, badanie online

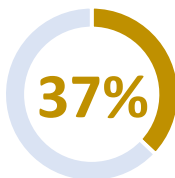


Polscy konsumenci składają reklamację równie często jak Czesi, a wyraźnie częściej niż Węgrzy.

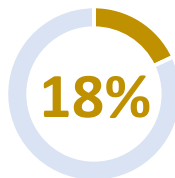
Odsetek Klientów zgłaszający formalną reklamację, gdy są niezadowoleni z zakupu produktu lub usługi.



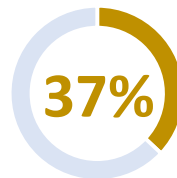
N=600, badanie online & F2F



N=216, badanie online



N=210, badanie online



www.puzzleresearch.pl

kontakt@puzzleresearch.pl
roman.baszun@puzzleresearch.pl | adam.zamecki@puzzleresearch.pl

+48 697 992305

- **Puzzle Research** to agencja badań marketingowych i rynkowych.
- Specjalizujemy się zarówno w badaniach konsumenckich, jak i B2B, realizujemy projekty dla wiodących firm.
- Puzzle to badacze z 20 letnim doświadczeniem.