

NPS

Badanie klientów Y

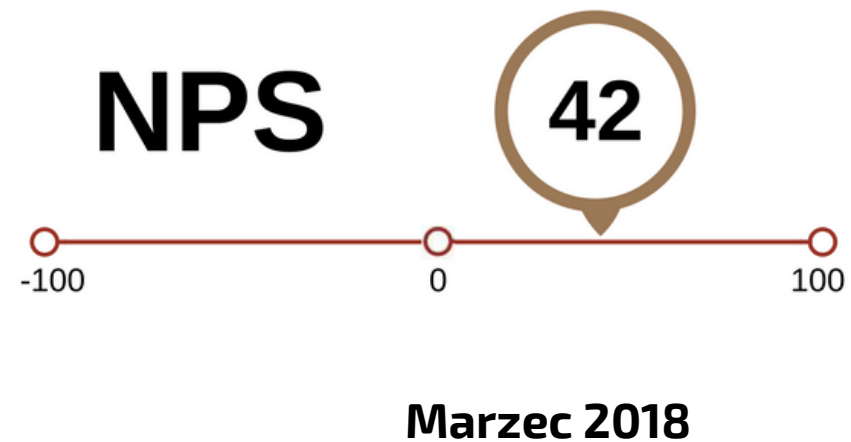
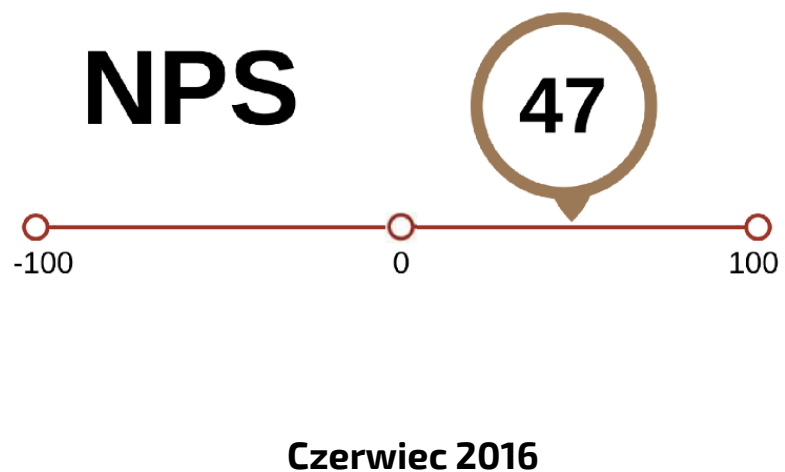
Raport 2018

0 badaniu

- W drugiej edycji badania NPS **wzięto udział 389 osób** przedstawicieli dystrybutorów i Klientów firmy Y.

	Liczba badanych
Dystrybutorzy Polska	39
Dystrybutorzy zagraniczni	39
Związki	40
Klienci indywidualni (badani też w 2016)	141
Klienci indywidualni (nowi)	130
Suma	389

NPS – nieznaczny spadek



NPS 2018 w grupach klientów

	NPS 2016	NPS 2018	Różnica 2016-2018
Dystrybutorzy Polska	87	56	-31
Dystrybutorzy zagraniczni	69	77	8
Związki	41	45	4
Klienci indywidualni (badani też w 2016)	39	28	-11
Klienci indywidualni (nowi)	-	40	-

Główna konkluzja

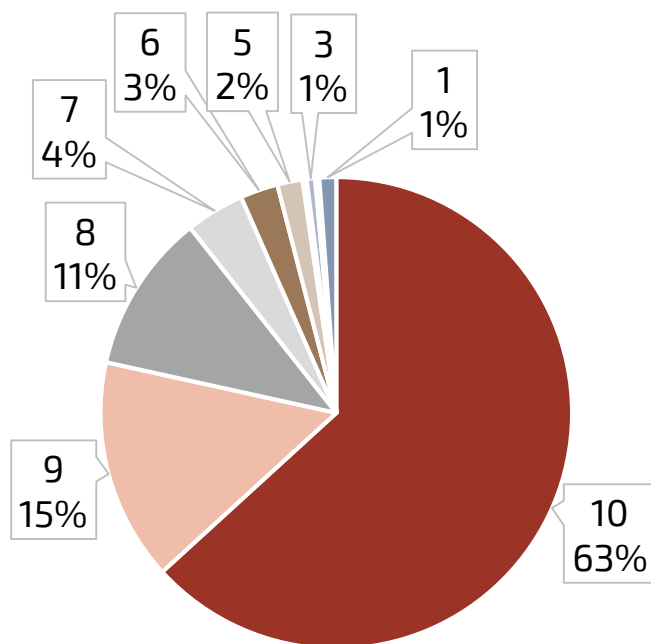
W porównaniu do badania z 2016 można dostrzec, że **rozwiązano problem długich terminów dostaw i niskiej jakości obsługi klienta**, na które wówczas skarżyli się dystrybutorzy.

W badaniu z 2018 we wszystkich grupy badanych najczęściej narzekano na **wzrost cen i spadek jakości produktów**.

Za co Klienci chwala firmę Y?

- **52%** badanych wypowiada **pozytywne uwagi** o firmie Y
- **41%** badanych docenia **jakość produktów** firmy Y (20% krytykuje)
- **31%** badanych chwaliło **jakość i szybkość obsługi klienta**
- **15%** badanych zwracało uwagę na **szeroki asortyment, innowacje i nowości w ofercie** firmy Y

Ocena obsługi klienta – 80% bardzo zadowolonych!



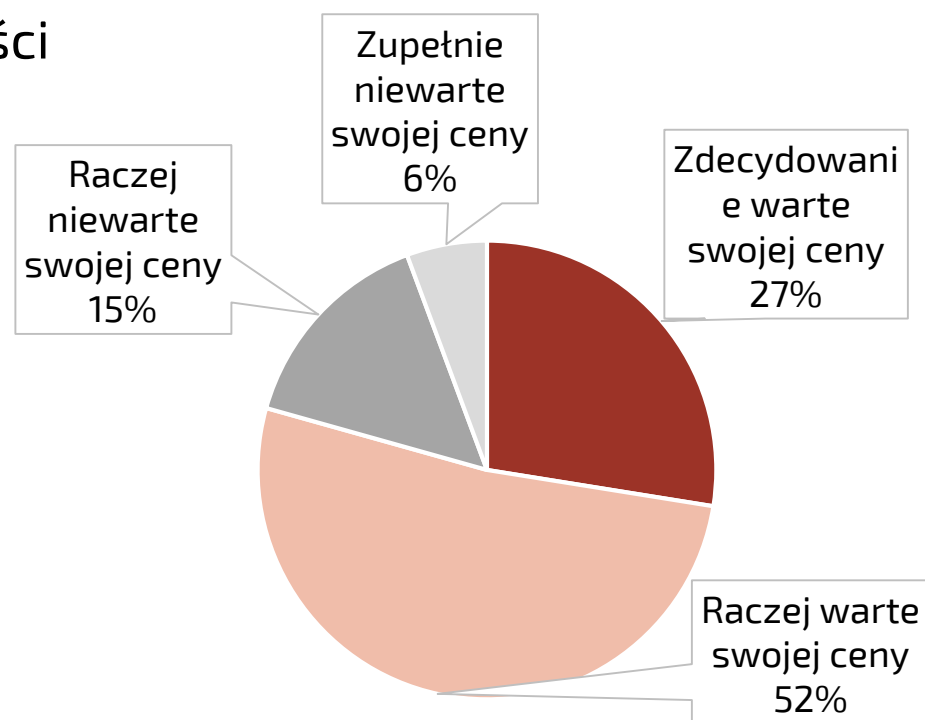
Na skali 1-10
gdzie 1
oznacza
bardzo źle,
a 10 wybitnie
dobrze

■ 10 ■ 9 ■ 8 ■ 7 ■ 6 ■ 5 ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1

- 78% badanych daje najwyższe oceny (9 i 10), tylko 7% „krytyków”
- Średnia ocena = 9
- 31% badanych chwaliło jakość i szybkość obsługi klienta
- Najwięcej pochwał od związków (53%!), tylko 3% uwag krytycznych.
- Uwagi krytyczne pojawiły się w grupach:
 - dystrybutorów zagranicznych 23%, ale pochwał 46% (o 13% więcej)
 - nowych klientów indywidualnych 14%, ale pochwał 28% (2x więcej)

Ocena poziomu cen – 75% akceptuje ceny!

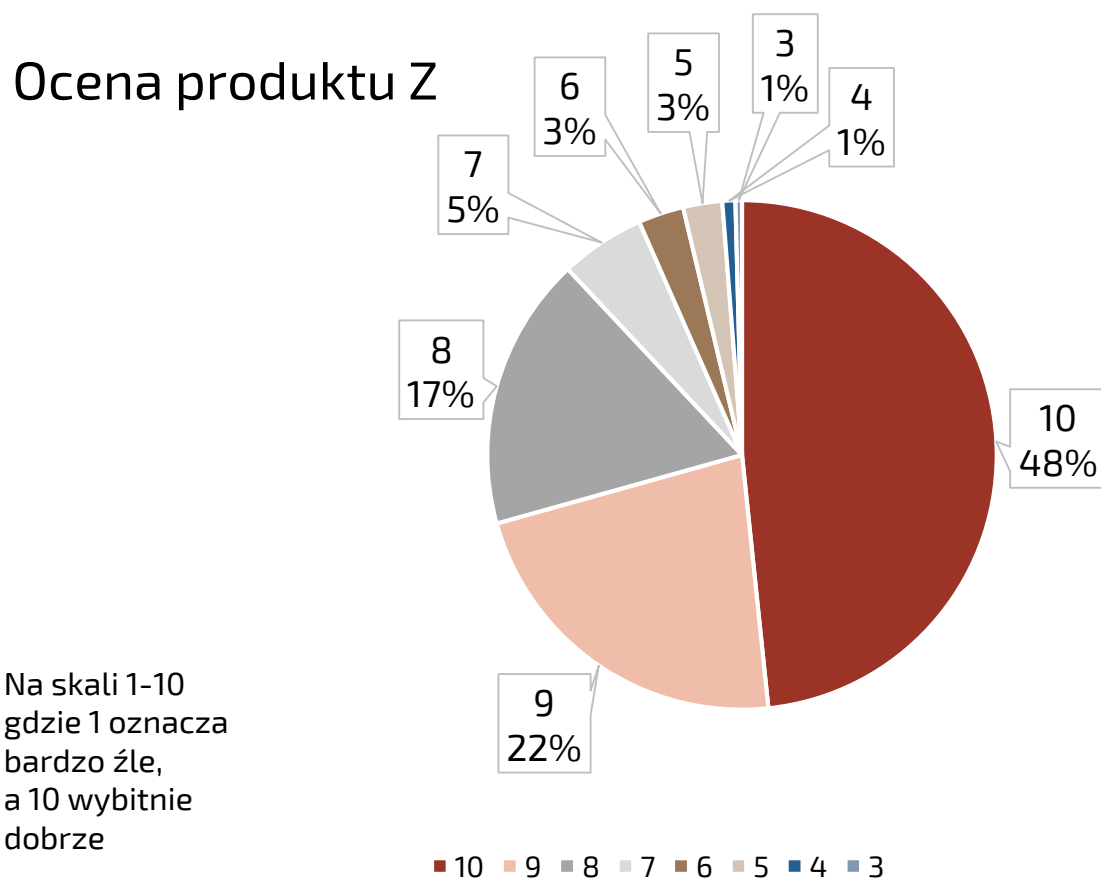
Detaliści



- Zdecydowanie wartę swojej ceny
- Raczej wartę swojej ceny
- Raczej niewartę swojej ceny
- Zupełnie niewartę swojej ceny

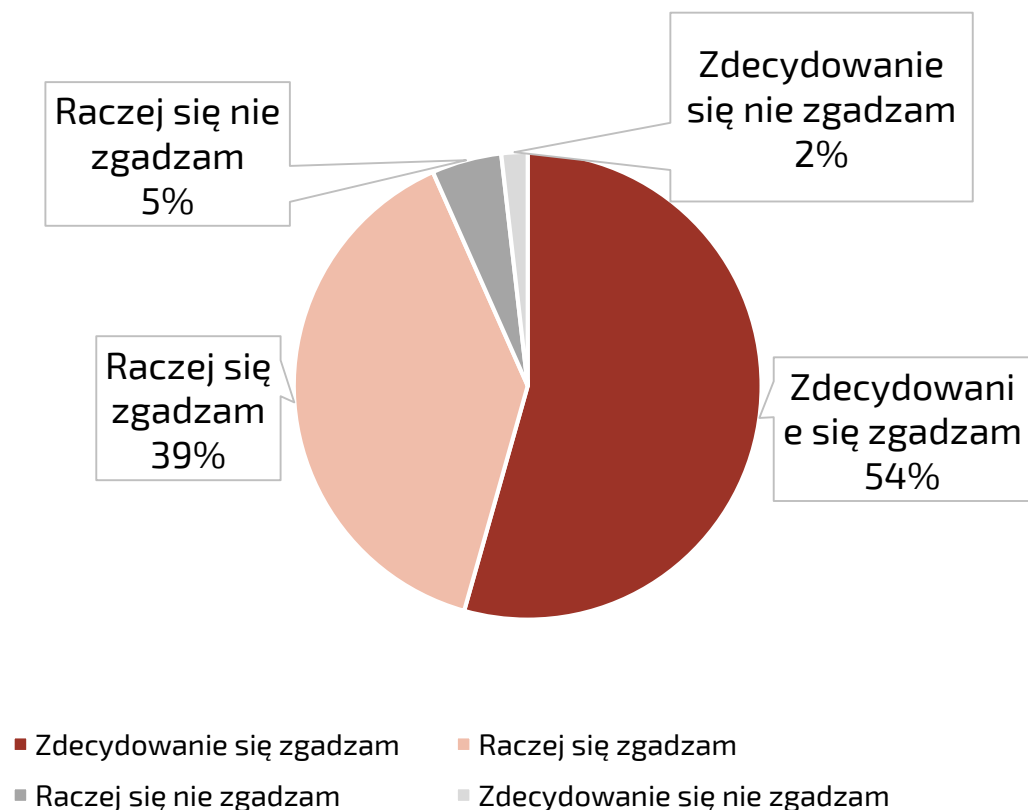
- 79% detalistów uważa, że produkty Y są warte swojej ceny, a 21% krytykuje ceny
- Dla ponad 80% detalistów oferta Y jest atrakcyjna w porównaniu do konkurencji
- Tylko 1/4 klientów (dystrybutorów polskich, detalistów i związków pszczelarskich) krytykowało poziom cen (NPS)
- 10% dystrybutorów zagranicznych wypowiadało się pozytywnie o cenach.

Jakość produktów – 70% jest zadowolonych



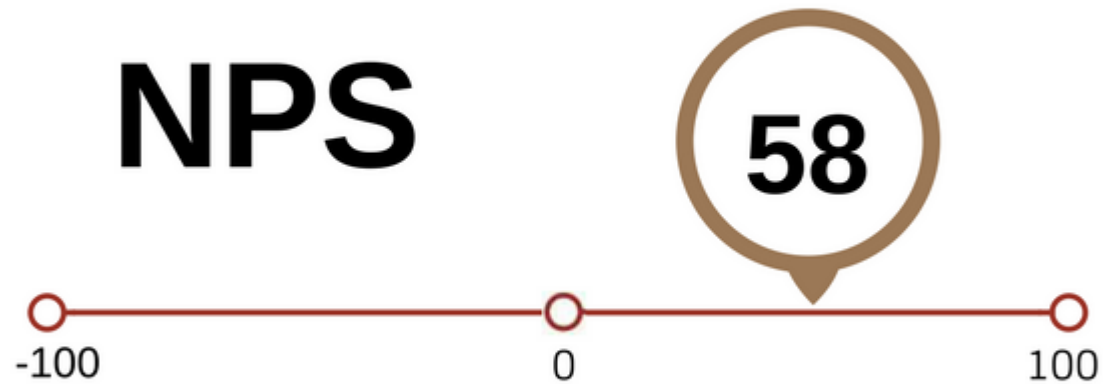
- 70% badanych daje najwyższe oceny produktowi Z (9 i 10), tylko 8% „krytyków”
- Średnia ocena produktów = 9
- Średnia ocena jakości produktu A = 8
- 41% badanych chwaliło jakość produktów, a 20% krytykowało
- Uwagi pozytywne przeważały we wszystkich grupach klientów, najczęściej (aż 45%!) w grupie nowych detalistów.
- Najwięcej uwag krytycznych – 30% – mieli klienci indywidualni badani też w 2016. Produkty oceniali średnio na 8. Jednak pochwały wypowiadało 44% (więcej o 14%).

Ocena wprowadzania innowacji – zdecydowanie TAK!



- 93% badanych popiera produkcję nowych modeli, tylko 7% „krytyków”
- Prawie wszyscy klienci (95%) dostrzegają wprowadzanie nowych ulepszonych produktów
- Zdecydowana większość detalistów nie ma problemów z nowym sprzętem (85%)
- 15% badanych chwaliło innowacje, nowości i szeroki asortyment
- Najwięcej pozytywnych uwag o innowacjach wypowiedzieli dystrybutorzy zagraniczni (26%) i polscy (21%)

Klienci indywidualni (nowi) – NPS strony www



Badani korzystający ze strony www Y z dużym prawdopodobieństwem poleciliby ją znajomym lub rodzinie.

Dystrybutorzy Polska

NPS 56

Spadek aż o 31 punktów od 2016!

Dystrybutorzy Polska – obszary zmian

- **26%** badanych wypowiada **negatywne uwagi o cenach**
- **8%** badanych krytykowało **jakość produktów**

Większa **stabilność cenowa**. Np z początkiem roku znowu te ceny lekko poszły w górę.

Nie podoba mi się nowa polityka firmy Y. Coraz częściej zabierają sklepom takim jak nasze upusty, podnoszą ceny. Kiedyś oferowali nam lepsze warunki współpracy, obecnie **przystają nas szanować**.

Popsuły się moje relacje z firmą Y. Y **zmienił taryfę dla handlowców**. Przestaje mi się optacać zamawiać od nich towar. Od kiedy podnieśli ceny, zmniejszyli mój upust muszę drożej oferować towar klientom i odchodzą. **Składam się coraz bardziej ku konkurencji**, która oferuje lepsze ceny i np. moi klienci wolą ule od firmy **Babik**, gdyż są **jakościowo lepsze**.

Klienci narzekają, że **styropian jest za słaby, szybko się niszczy, styropian jest mało utwardzony**.

Z wykonaniem czasami bywa różnie, **klienci czasami się skarżą na jakość materiałów**.

Nowe ceny troszkę nas zdołowały, zwłaszcza, że koniec ubiegłego roku był dla nas ciężkim okresem.

Niższe ceny, klienci ostatnio zaczęli narzekać, że za drogo.

Dystrybutorzy Polska – za co chwala firmę Y?

- **67%** badanych wypowiada **pozytywne uwagi** o firmie Y (w 2016 tylko 27% - **wzrost o 40%!**)
- **Po 33%** badanych doceniało **jakość produktów i jakość obsługi**
- **21%** badanych chwaliło **szeroki asortyment i innowacje**

Wszystkie wyroby są **bardzo dobrej jakości**. Bardzo **dobry kontakt**. Fajnie, że **stale wprowadzają coś nowego**.

Terminowość, współpracę, doskonałą logistykę, sumienność, świetny kontakt z firmą. Mogłabym mówić w samych superlatywach porównując z konkurencją.

Cenię sobie **obsługę klienta**, jest pomocna. **Szeroki asortyment produktów**.

Produkty są **świetnej jakości**, nigdy nie mieliśmy z nimi problemów, klienci zachwalają. Doceniam też **innowacyjność firmy**, stale się rozwijają, dopytują, czy coś jeszcze powinni zmienić, wprowadzić.

Za **profesjonalizm** w każdym tego słowa znaczeniu. Świetny, dobrej jakości sprzęt, szybka dostawa, dobry kontakt z firmą.

Jest to firma rodzinna, produkuje **solidne wyroby pochodzące z pewnego źródła**.

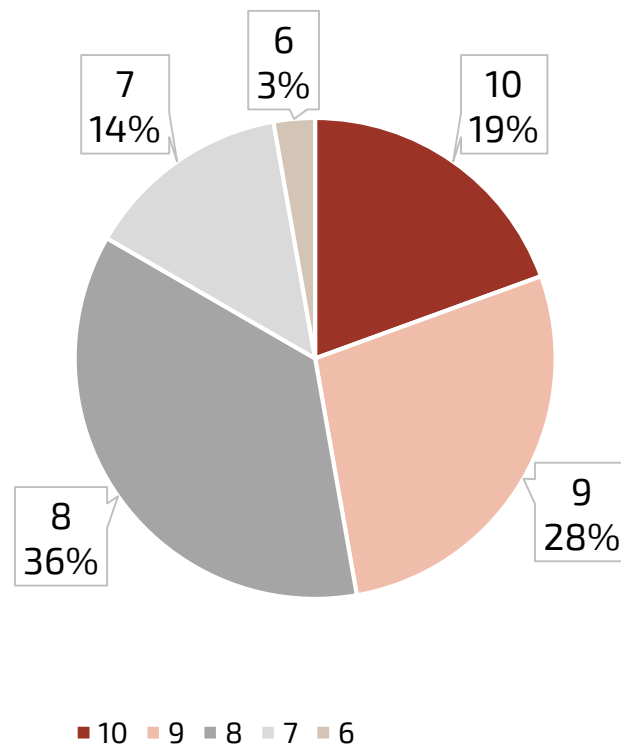
Szybkość transportu, możliwość bezproblemowego dodzwonienia się do firmy i domówienia jakiś produktów.

Doceniam ich podążanie za trendami, **wprowadzanie nowości**, szukanie luk, produktów, które można by było jeszcze wprowadzić. Fajnie, że ciągle coś się u nich dzieje, są zmiany. Doceniam też **ich spójną estetykę produktów**.

Dystrybutorzy Polska – jakość A

Ocena jakości A produkowanych przez firmę Y

Na skali 1-10
gdzie 1 oznacza bardzo źle,
a 10 wybitnie dobrze



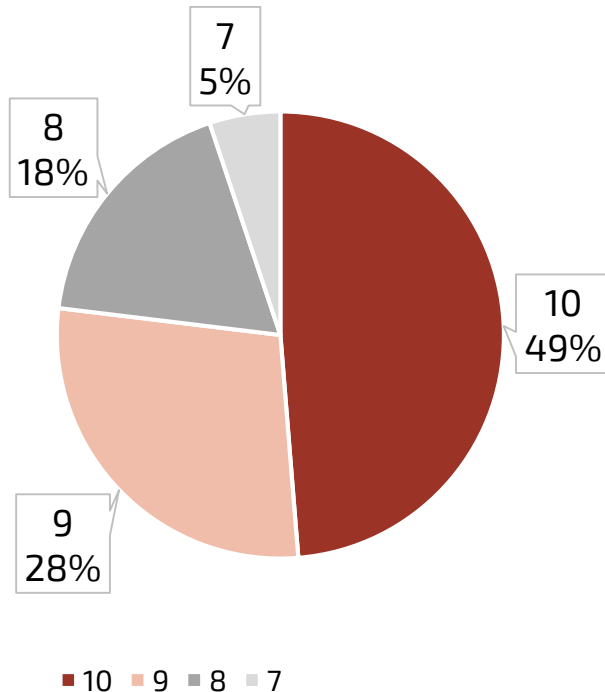
Średnia ocena = 8

Blisko połowa badanych dała
najwyższe oceny (9 i 10)

Dystrybutorzy Polska – jakość Z

Ocena jakości Z produkowanych przez firmę Y

Na skali 1-10
gdzie 1 oznacza bardzo źle,
a 10 wybitnie dobrze



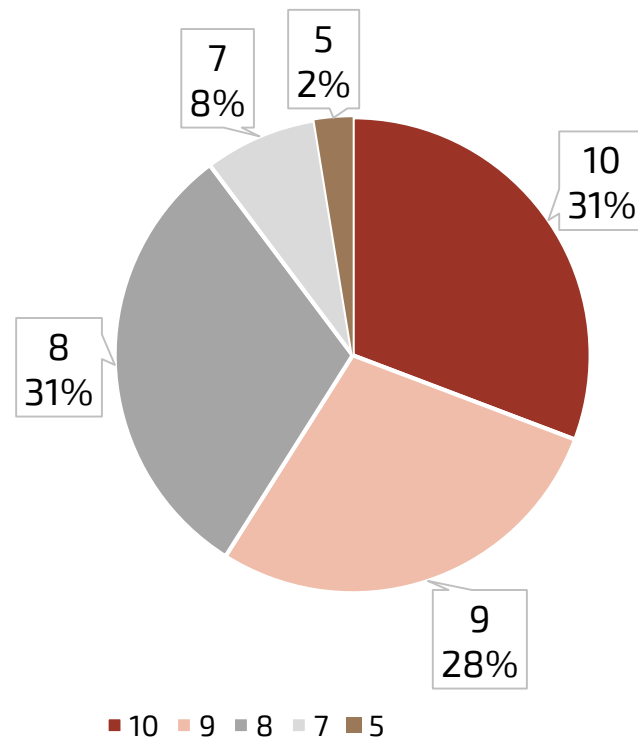
Średnia ocena = 9

Ponad 3/4 badanych dało
najwyższe oceny (9 i 10)

Dystrybutorzy Polska – pozostałe produkty

Ocena jakości pozostałych produktów produkowanych przez firmę Y

Na skali 1-10
gdzie 1 oznacza bardzo źle,
a 10 wybitnie dobrze



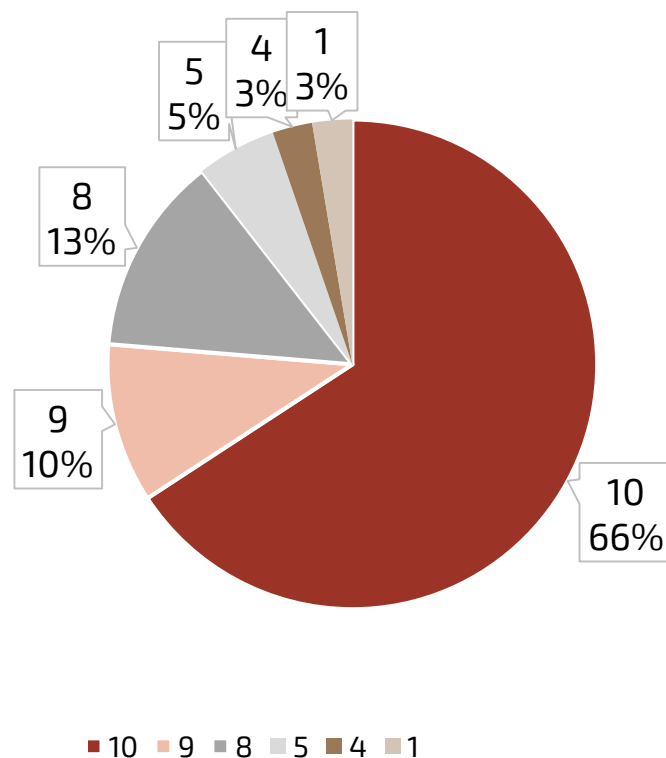
Średnia ocena = 9

Ponad połowa badanych dała
najwyższe oceny (9 i 10)

Dystrybutorzy Polska – współpraca z opiekunem

Ocena współpracy z opiekunem w firmie Y

Na skali 1-10
gdzie 1 oznacza bardzo źle,
a 10 wybitnie dobrze

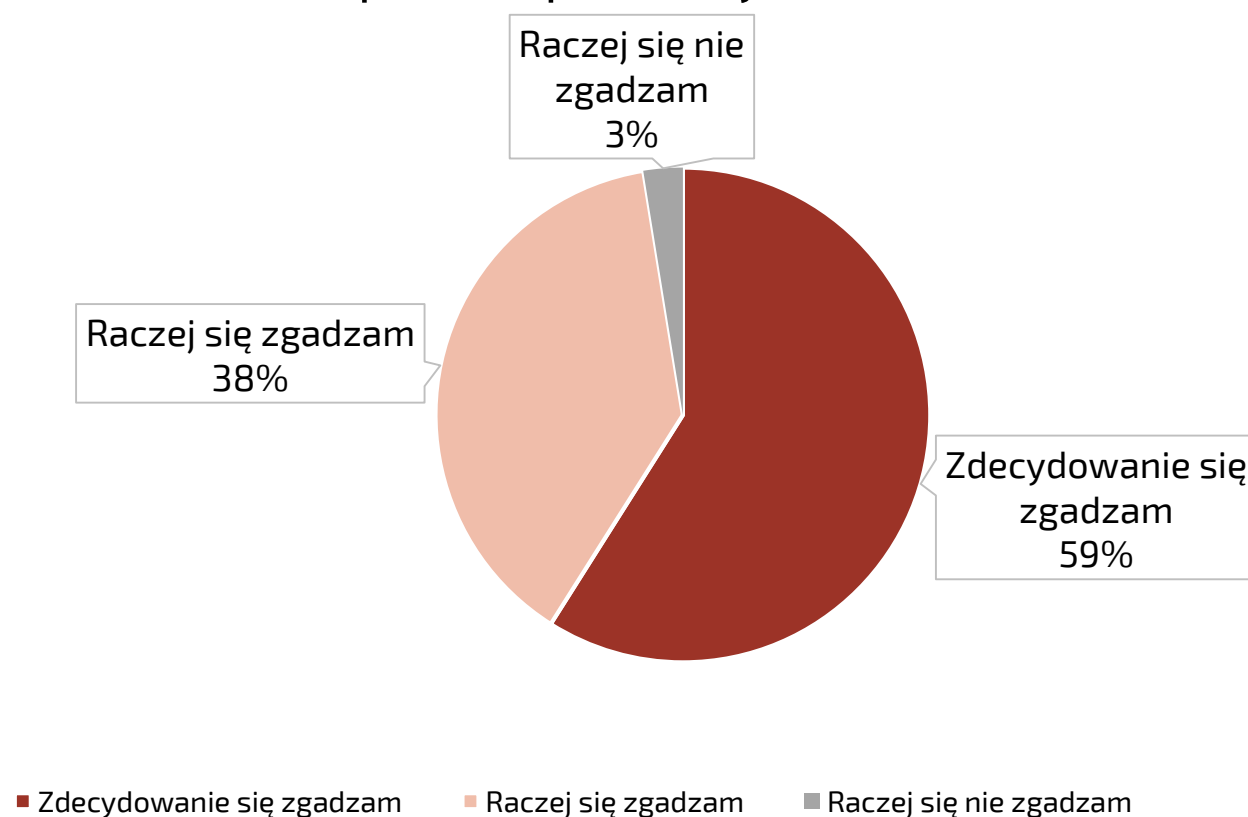


Średnia ocena = 9

Ponad 3/4 badanych dało
najwyższe oceny (9 i 10)

Dystrybutorzy Polska – nowe produkty

Zgoda ze stwierdzeniem "Y ciągle wypuszcza nowe, ulepszone produkty"

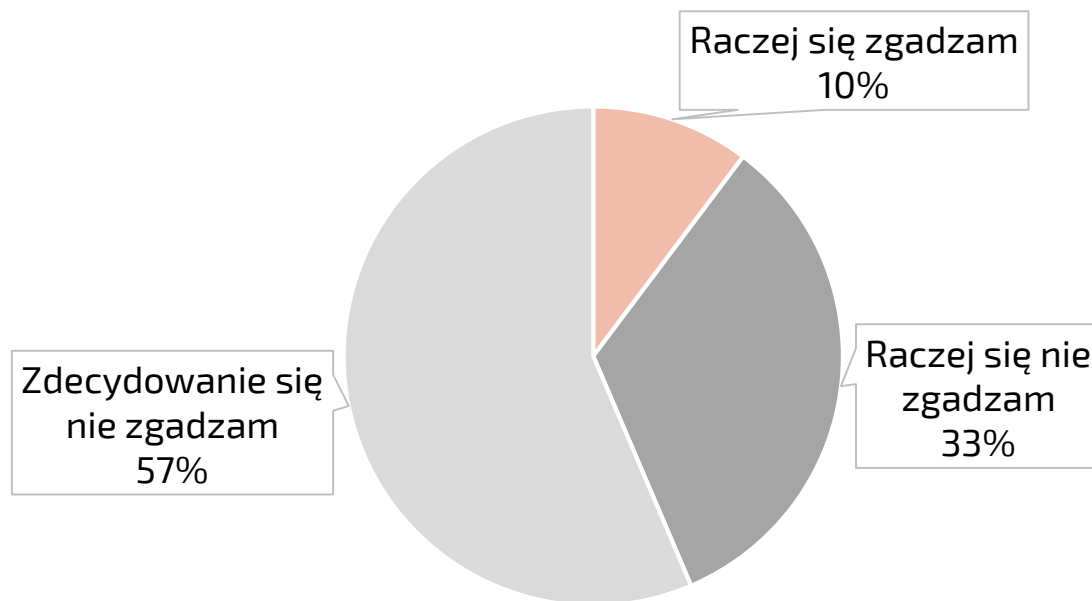


97% badanych zgadza się ze stwierdzeniem, że Y ciągle wypuszcza nowe, ulepszone produkty.

Dystrybutorzy Polska – starsze modele

Zgoda ze stwierdzeniem "Wolałbym aby Y produkował wyłącznie starsze, dopracowane modele produktów"

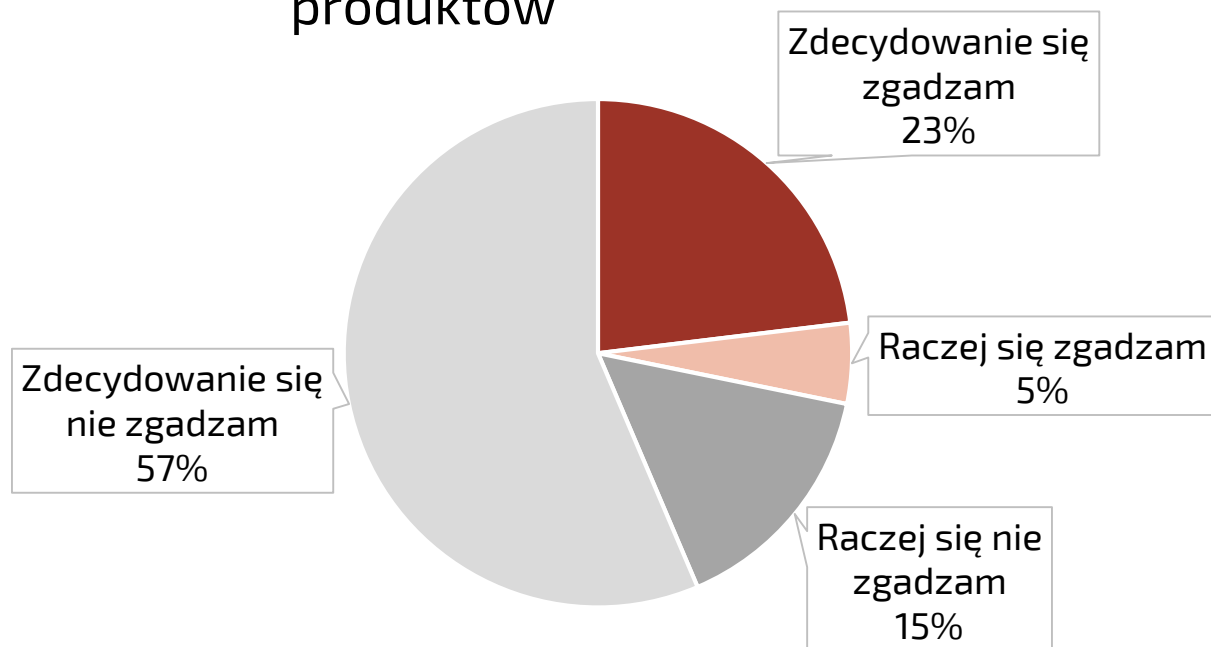
90% popiera produkcję nowych modeli.



■ Raczej się zgadzam ■ Raczej się nie zgadzam ■ Zdecydowanie się nie zgadzam

Dystrybutorzy Polska – trudności

Zgoda ze stwierdzeniem "Co najmniej raz miałem trudności w korzystaniu z nowych, ulepszonych produktów"

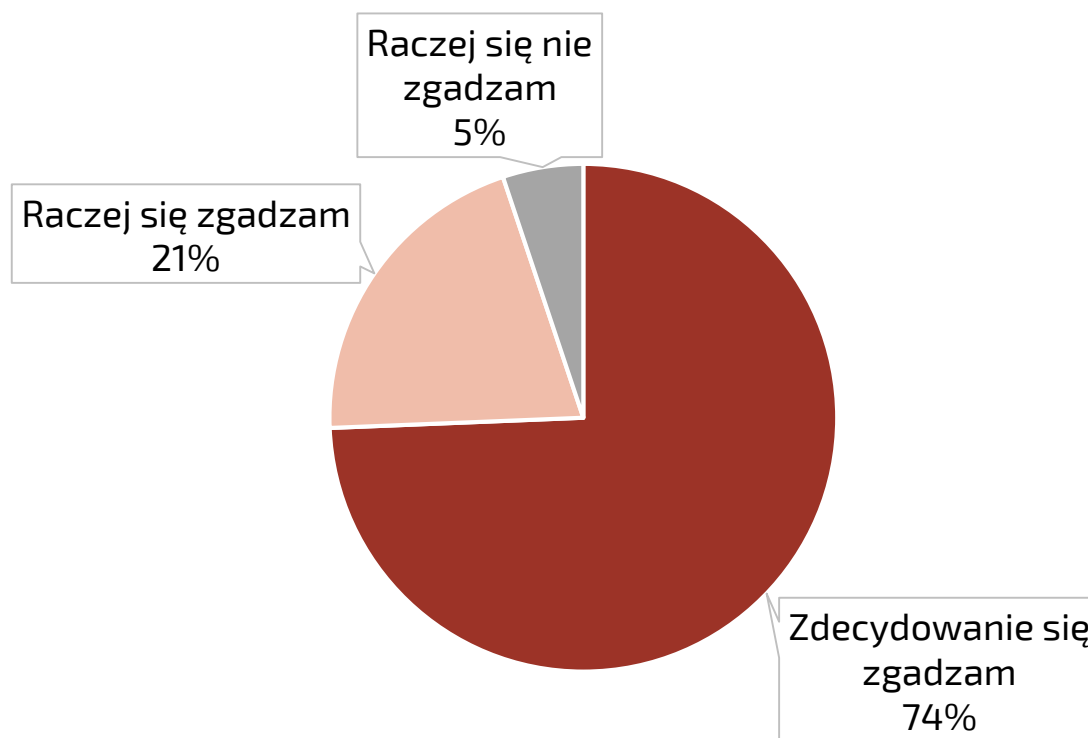


Blisko 3/4 badanych nie miało trudności w korzystaniu z nowych, ulepszonych produktów.

■ Zdecydowanie się zgadzam ■ Raczej się zgadzam ■ Raczej się nie zgadzam ■ Zdecydowanie się nie zgadzam

Dystrybutorzy Polska – wady nowych produktów

Zgoda z "Jest więcej zalet niż wad wypuszczania przez Y nowych, ulepszonych produktów"

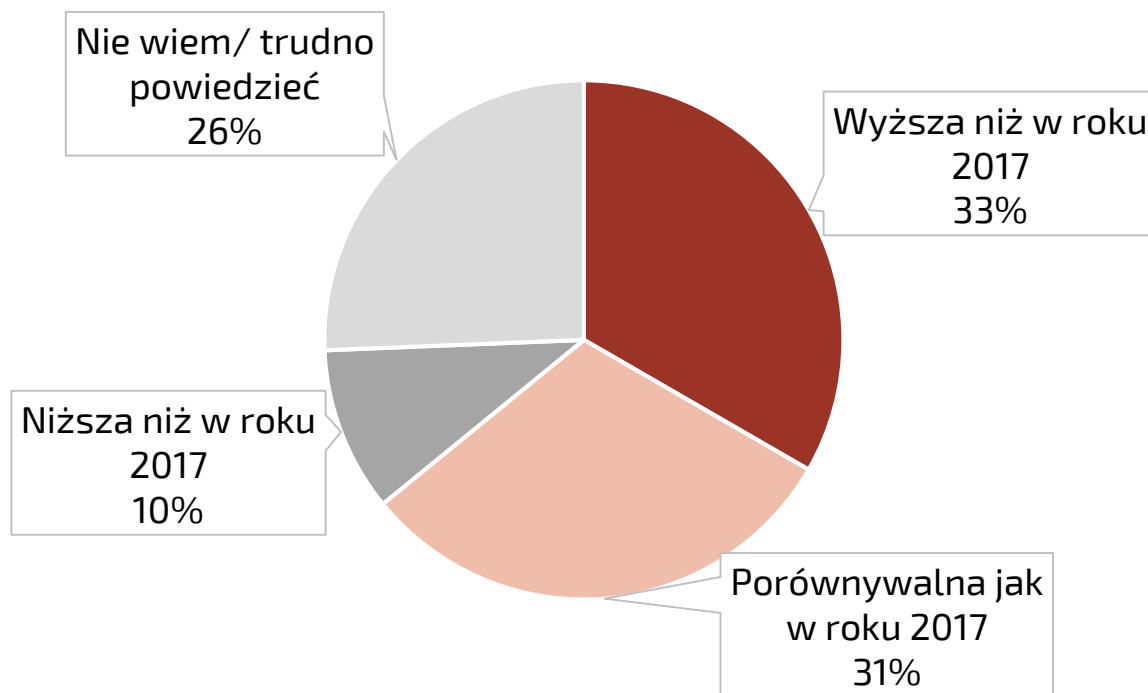


■ Zdecydowanie się zgadzam ■ Raczej się zgadzam ■ Raczej się nie zgadzam

95% badanych popiera wypuszczanie przez Y nowych, ulepszonych produktów.

Dystrybutorzy Polska – współpraca 2018

Gdy myśli Pan o roku 2018 to w bieżącym roku współpraca z firmą Y mierzona wartością sprzedaży i terminowością Pana zdaniem będzie:



Ponad 1/3 badanych przewiduje w 2018 roku wyższą współpracę z firmą Y.

■ Wyższa niż w roku 2017 ■ Porównywalna jak w roku 2017 ■ Niższa niż w roku 2017 ■ Nie wiem/ trudno powiedzieć

Wnioski – Dystrybutorzy Polska

- **Poziom NPS znacząco spadł** w tej grupie od poprzedniego badania – z **87** na **56**.
- **Główny obszar niezadowolenia to ceny**. Wielu badanych polskich dystrybutorów uważało jednak, że **ceny** produktów Y są **adekwatne do jakości**, jednak skarżyło się na **niskie rabaty**, które utrudniają im przekonanie swoich klientów do zakupu.
- Badani chwalili wysoką **jakość kontaktu z pracownikami i poprawę w tym zakresie**, akcentowali też **zaufanie** wynikające z długotrwałej współpracy.
- Większość badanych wysoko (**średnia 9**) oceniała **jakość produktów**.
- Badani pozytywnie (**74%**) odnosili się do **poszerzania asortymentu** o nowe produkty.

Wnioski

- Poziom wskaźnika NPS nieznacznie spadł z 47 w 2016 roku na **42 w 2018. Czy to duży spadek przy takim wzroście produkcji?**
- Na spadek NPS wpłynęły przede wszystkim **liczniejsze negatywne uwagi odnośnie do cen**, które badani uważali za wyższe niż u konkurencji. Przybyło jednocześnie skarg na **pogorszenie jakości produktów** (np. A, Z).
- W wypowiedziach badanych Klientów firmy Y **zdecydowanie przeważają pozytywne opinie** o jakości produktów i dostępnym asortymencie. Klienci **dostrzegają i doceniają wprowadzane innowacje**.
- W porównaniu do wcześniejszej edycji badania **przybyło pozytywnych uwag o obsłudze klienta** – klienci dostrzegli poprawę, zwłaszcza w **szybkości reakcji pracowników i czasie dostawy**.

Rekomendacje

- Zmiana sposobu **komunikowania zmian cen** dystrybutorom i związkom – uprzedzanie o planowanych zmianach, dbałość o utrzymanie dobrych relacji (np. podczas targów, spotkań, prezentacji).
- **Poprawa instrukcji w języku angielskim** – więcej szczegółów, lepsza jakość tłumaczenia.
- Zapewnienie **dystrybutorom zagranicznym obsługi na takim poziomie, jak polskim** – stali opiekunowie klienta, odpowiedź na e-mail tego samego dnia, płynne wprowadzanie nowych pracowników.
- Zdecydowane utrzymanie prowadzenia **prezentacji i szkoleń** dla związków i wykorzystanie ich do komunikacji zmian.
- Kontynuowanie **organizacji targów i dni otwartych**, jako okazji do utrzymywania kontaktów z klientami i prezentacji produktów.

Rekomendacje

- Dbłość o **utrzymanie zadowolenia nowych klientów indywidualnych**, by nie spadało ono z czasem – badanie opinii nowych klientów po rozpoczęciu użytkowania produktów (zwłaszcza innowacyjnych – **badanie NPS transakcyjny**), kontrola przebiegu reklamacji od nowych klientów.
- Dalsze mocne **rozwijanie nowych i innowacyjnych produktów**, ale z dbałością o zapewnienie akceptowalnego poziomu jakości. Weryfikacja procesów jakości w firmie!
- Dalsza dbłość o **spójną estetykę** produktów. Weryfikacja procesów jakości w firmie!
- **Analiza uwag detalistów** odnośnie do jakości produktów: A, Z itd. i wyciągnięcie wniosków.
- Promowanie wśród klientów **korzystania z zakupów za pomocą strony www**. Jaki jest udział zakupów za pomocą aplikacji?
- Ponowna kontrola **poziomu NPS** po dwóch latach.



ProOptima Sp. z o.o.
ul. Lwowska 2/7
30-548 Kraków
tel. +48 12 397 79 51

biuro@prooptima.pl
www.prooptima.pl