



BUSINESS
KNOWLEDGE
EVENTS



@REWOLUCJA BIZNESU^{5.0}

SKUTECZNOŚĆ PRZEZ
UŻYTECZNOŚĆ

ORGANIZATORZY



PARTNERZY



PARTNERZY MEDIALNI





Wstęp

Prezentujemy kolejny raport z badania dotyczącego polskiego internetu zrealizowanego przez Fundację Obserwatorium Zarządzania wspólnie z Partnerami. Jest to druga edycja badania przeprowadzonego w tej postaci. Kolejny rok przedmiotem naszych analiz jest użyteczność serwisów internetowych oraz wiedzą jaką w tym zakresie posiadają osoby na co dzień wykorzystujące serwisy www do generowania efektów marketingowych lub sprzedażowych. Badanie podobnie jak w poprzedniej edycji zostało przeprowadzone przy wsparciu największych polskich portali: onet.pl, wp.pl, o2.pl oraz sieci BizOnMedia. Osoby badane były rekrutowane za pomocą kreacji zapraszającej do udziału w badaniu. Całość próby stanowi 759 osób, spośród których 200 zadeklarowało, że wykorzystuje strony www do działań marketingowo-sprzedażowych i stanowi w naszym badaniu próbkę marketerów.

Zapraszamy do zapoznania się z wynikami badania!



BUSINESS
KNOWLEDGE
EVENTS

@REWOLUCJA BIZNESU^{5.0}
SKUTECZNOŚĆ PRZEZ UŻYTECZNOŚĆ

Metodologia i próba

Opis badania

➤ Próba:

- ✓ losowo-kwotowa, bez kontroli wg. kryteriów demograficznych
- ✓ osoby dobierane na podstawie deklaracji

➤ Osoby badane:

- ✓ Podpróba 1 N=759: użytkownicy internetu, korzystający z największych portali internetowych
- ✓ Podpróba 2 N=200: marketerzy wykorzystujący w swojej pracy strony internetowe do celów marketingowo-sprzedażowych

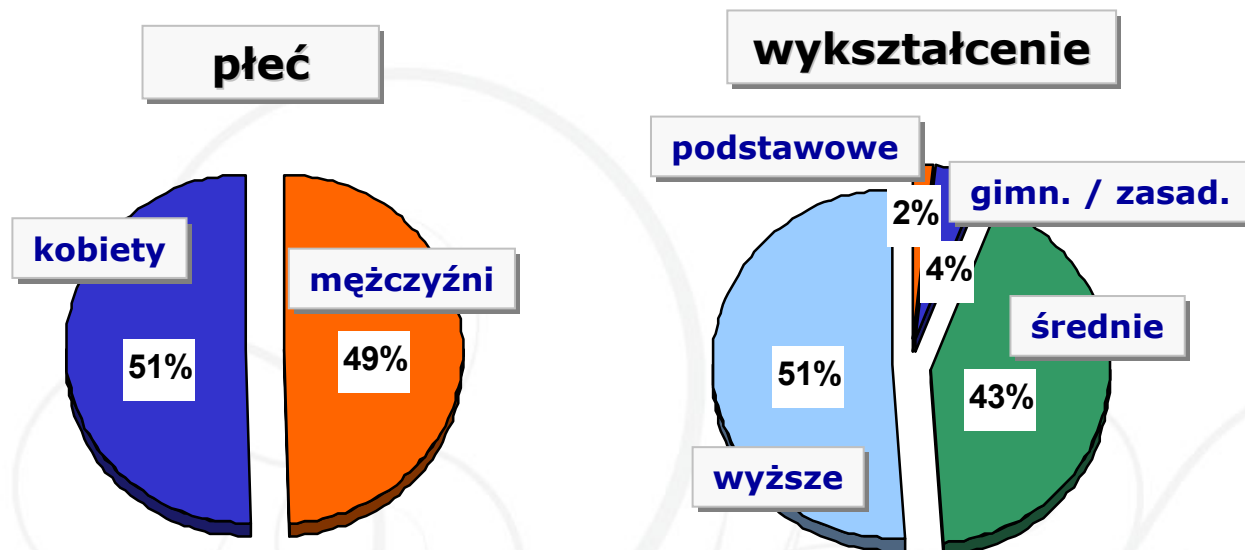
➤ Metoda:

- realizacja metodą CAWI – kwestionariusze do samodzielnego wypełnienia w internecie
- kreacje zapraszające do udziału emitowane przez 4 dni rano i po południu na 4 największych portalach internetowych

➤ Realizacja:

- 27-31.05.2010

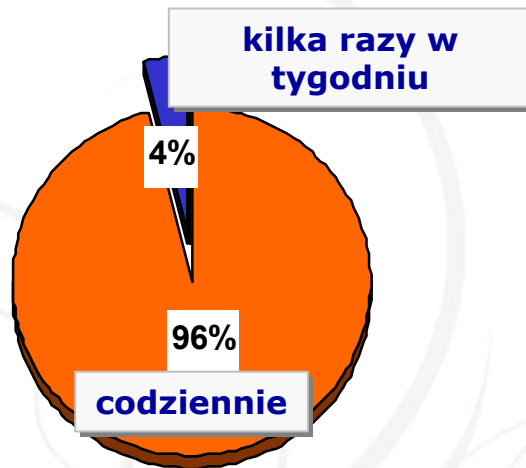
Struktura próby - demografia



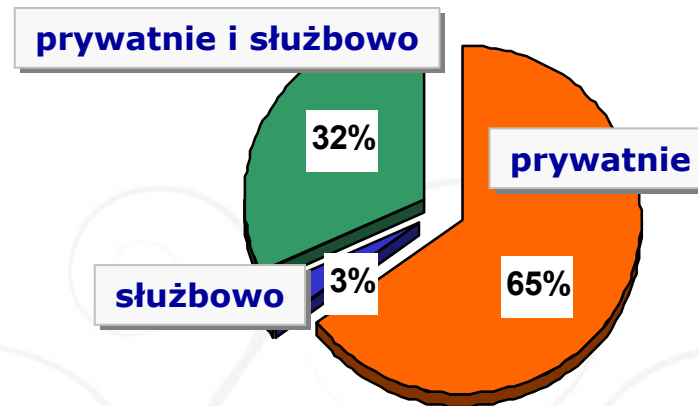
Osoby do badania rekrutowane dzięki wsparciu: onet.pl, wp.pl, o2.pl, BizOnMedia

Struktura próby – użytkowanie internetu

korzystanie z internetu



wykorzystanie internetu



Osoby do badania rekrutowane dzięki wsparciu: onet.pl, wp.pl, o2.pl, BizOnMedia



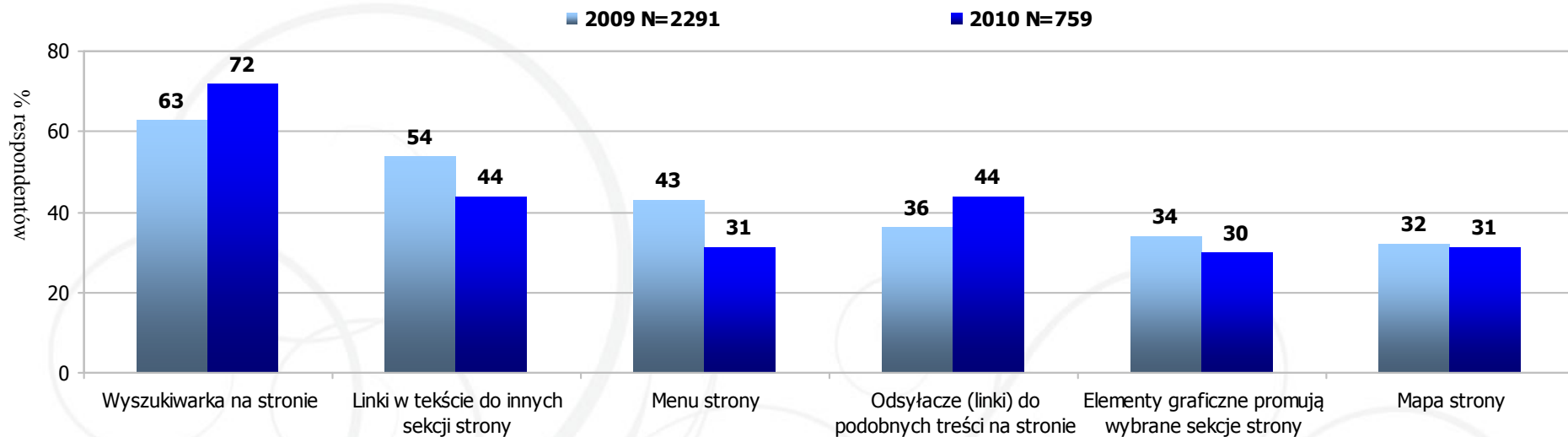
BUSINESS
KNOWLEDGE
EVENTS

@REWOLUCJA BIZNESU^{5.0}
SKUTECZNOŚĆ PRZEZ UŻYTECZNOŚĆ

Użyteczność stron w oczach internautów

Poszukiwanie informacji w internecie

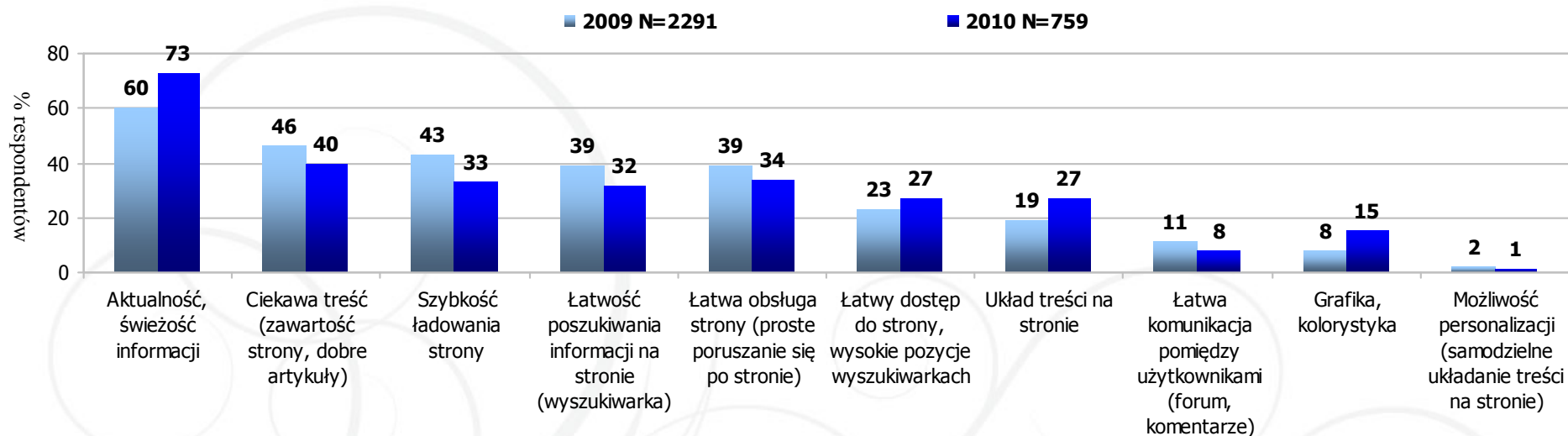
W jaki sposób zaczynasz poszukiwanie konkretnych informacji na stronie? – *możliwość max. 3 odpowiedzi*



- ✓ Podobnie jak w ubiegłym roku, najbardziej użytecznym źródłem poszukiwania informacji jest wyszukiwarka na stronie, dlatego warto aby nasza strona była wyposażona w sprawną wyszukiwarkę treści. Oprócz samej obecności wyszukiwarki, należy zadbać o jej odpowiednią lokalizację i widoczność. Ważnym elementem jest również opatrzenie wyszukiwarki symbolem wyszukiwania lub frazą „szukaj”. Są to drobne elementy, które w znakomity sposób wpływają na użyteczność.
- ✓ Niski wynik dla Menu strony wydaje się być efektem nieuświadomienia przez respondentów roli i korzystania z menu, które według badań użytkowania stron jest jednym z pierwszych elementów ułatwiających orientację na stronie.

Wygoda używania stron www

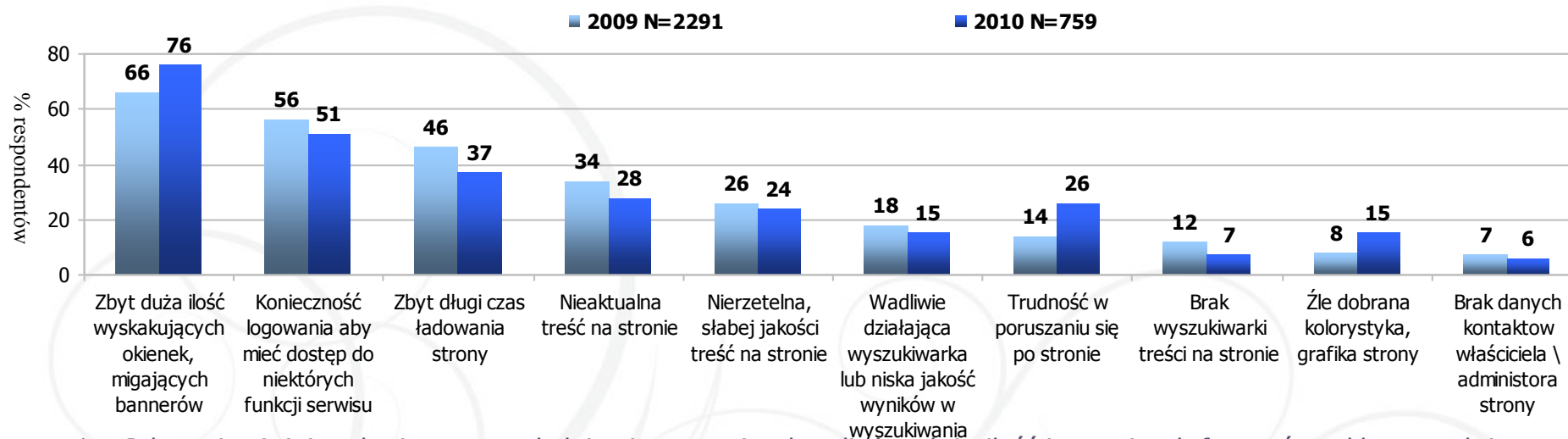
Czynniki najbardziej wpływające na wygodę korzystania ze strony – *możliwość max. 3 odpowiedzi*



- ✓ Jako najważniejsze czynniki wymieniano aktualną oraz ciekawą treść. Blisko dwukrotnie mniej badanych wskazało na układ treści na stronie. Czynniki te najwyraźniej pomimo swojej ogromnej wagi, co pokazują badania prowadzone w Programie Użyteczna Strona, jest mniej uświadamiany przez użytkowników.
- ✓ Warto zauważyć malejącą rolę szybkości ładowania strony, co wcale nie oznacza, że nie jest to czynnik kluczowy dla wygody korzystania z internetu. Coraz szybsze łącza internetowe sprawiają jednak, że respondenci nie odczuwają niedogodności związanych z ładowaniem nawet „ciężkich” serwisów i przez to czynnik ten staje się standardem, przestaje być postrzegany w kategoriach problemu.

Bariery w używaniu stron www

Bariery, które najbardziej przeszkadzają w korzystaniu ze strony w internecie – *możliwość max. 3 odpowiedzi*

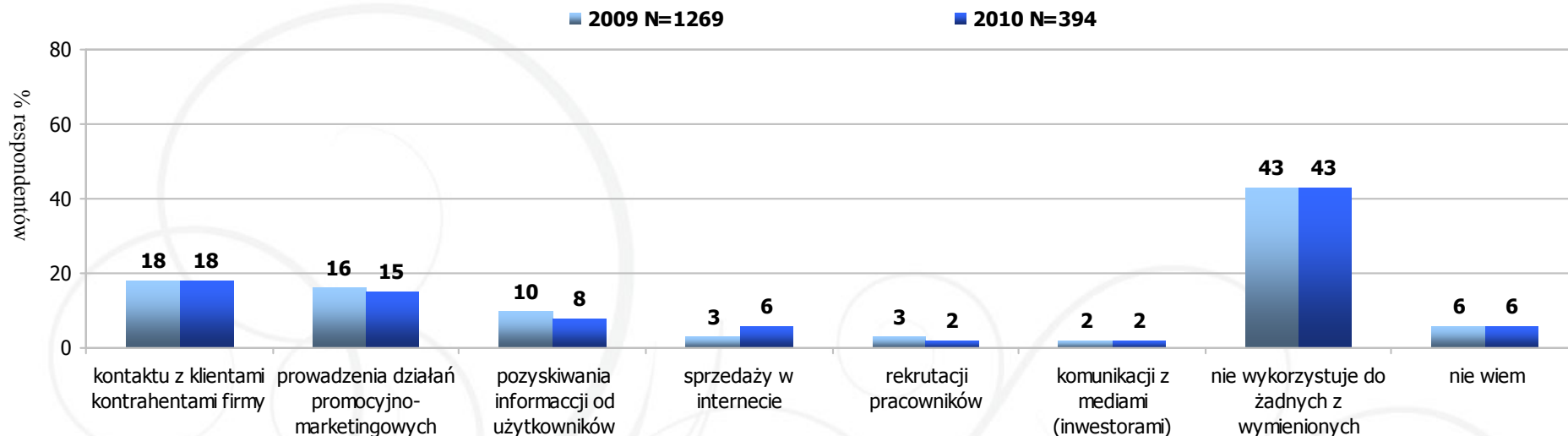


- ✓ Jako najważniejszą barierę po raz kolejny internauci wskazali zbyt dużą ilość inwazyjnych formatów reklamowych i promocyjnych.
- ✓ Dla ponad połowy respondentów problemem jest też *konieczność logowania w celu uzyskania dostępu do treści na stronie*. Rejestracja i logowanie może stanowić poważną barierę dalszej aktywności na stronie, co w przypadku e-sklepów bezpośrednio przekłada się na konwersję i sprzedaż. W takich przypadkach zawsze należy rozważyć rozwiązania maksymalizujące te parametry, nawet poprzez rezygnację z rejestracji i minimalizację zakresu zbieranych informacji o użytkowniku. Formularze rejestracyjne są bardzo szczegółowo analizowanym elementem w procesie audytu Programu Użyteczna Strona.

Użyteczność stron w oczach marketerów

Wykorzystanie stron firmowych

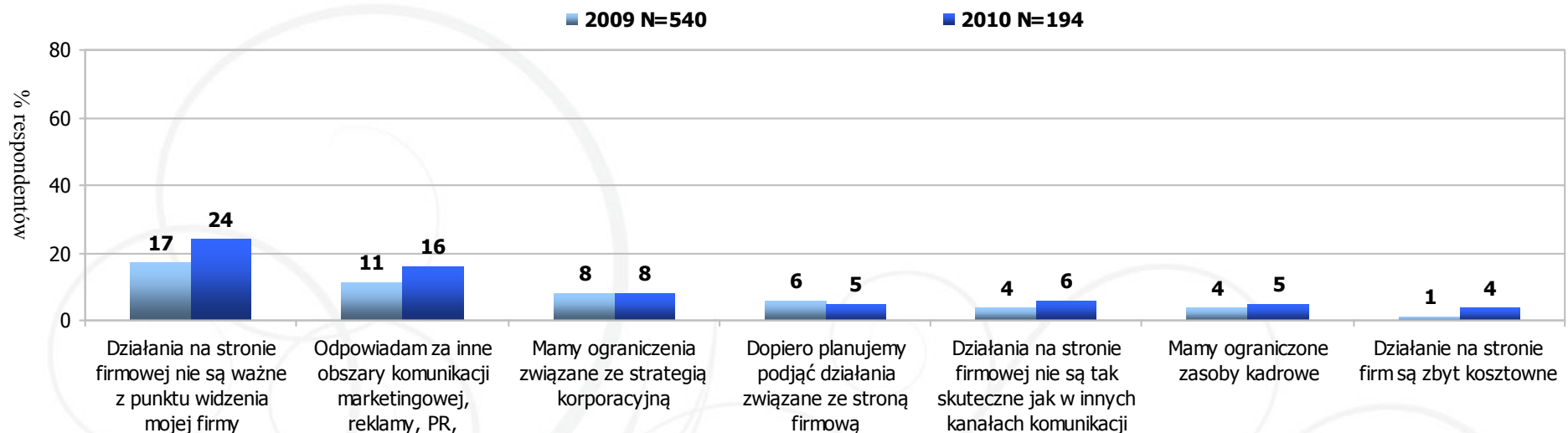
Czy w swojej pracy zawodowej wykorzystujesz firmową stronę internetową do: – 1 odpowiedź



- ✓ Nie zmienia się charakter korzystania ze stron firmowych wśród badanych internautów. Spośród wszystkich badanych wypełniających ankietę i deklarujących, że pracują na stałe lub dorywczo połowa zadeklarowała, że wykorzystuje stronę firmową do działań marketingowo-sprzedażowych (28% całości badanych). Należy przy tym zaznaczyć, że próba miała charakter losowy i nie była kontrolowana wg. kryteriów demograficznych oraz, co istotne, dobór polegał jedynie na deklaracjach respondentów.
- ✓ Jako pierwszy obszar wykorzystywania strony firmowej wskazywano *kontakt z klientami, kontrahentami*. Warto odnotować dwukrotny wzrost odsetka deklarujących prowadzenie sprzedaży w internecie (do 6%).

Wykorzystanie stron firmowych

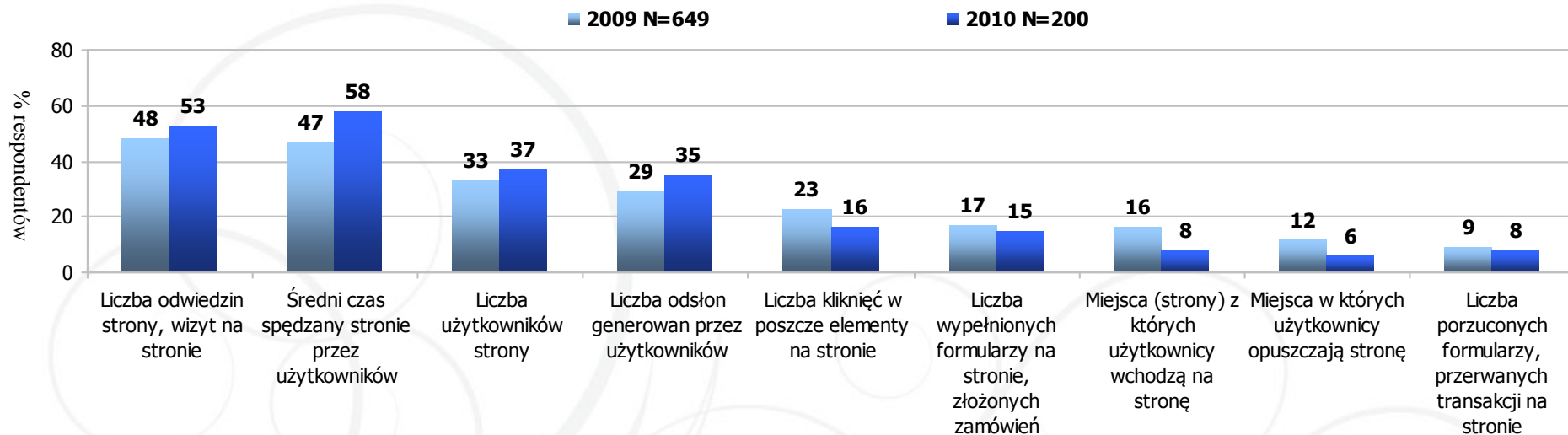
Dlaczego nie wykorzystujesz możliwości działań marketingowych na stronie firmowej? – 1 odpowiedź



- ✓ Najczęstszym czynnikiem nie korzystania z możliwości działań marketingowych na stronie firmowej jest subiektywne przekonanie marketerów o niskiej wadze takich działań z punktu widzenia ich organizacji.

Statystyki serwisów internetowych

Jakie informacje pochodzące ze statystyk świadczą o tym, że zależnie od celów serwisu jedna strona jest bardziej popularna od innej? – *max. 3 odpowiedzi*



- ✓ O popularności strony według badanych osób, wykorzystujących stronę jako narzędzie marketingowe, świadczy w pierwszej kolejności średni czas spędzany na stronie przez użytkowników, a w mniejszym stopniu liczba odwiedzin i liczba użytkowników.
- ✓ Niewątpliwie może to świadczyć o ograniczonej wiedzy marketerów odnośnie mierników efektywności działań mających na celu dotarcie do użytkowników w internecie.



BUSINESS
KNOWLEDGE
EVENTS

@REWOLUCJA BIZNESU^{5.0}
SKUTECZNOŚĆ PRZEZ UŻYTECZNOŚĆ

Dziękuję za uwagę

Fundacja Obserwatorium Zarządzania

www.uzytecznastrona.pl