**Badania nad Post Purchase Experience w polskim e-commerce - nowy trend, który zmieni oblicze branży**

**To oczywiste, że w dzisiejszych czasach większość zakupów dokonywana jest przez internet. Koszyki zakupowe zawierają niemal wszystko: od kosmetyków, elektronikę, ubrania, po artykuły chemiczne, a nawet spożywcze. Jest to łatwy i szybki sposób na zaspokojenie potrzeb konsumenckich. Szczególnie czas pandemii mocno ten trend przyśpieszył, a e-sklepy mocno podchwyciły modę na zakupy online. Jednak wszystko, co dobre, szybko się kończy.**

To oczywiste, że w dzisiejszych czasach większość zakupów dokonywana jest przez internet. Koszyki zakupowe zawierają niemal wszystko: od kosmetyków, elektronikę, ubrania, po artykuły chemiczne, a nawet spożywcze. Jest to łatwy i szybki sposób na zaspokojenie potrzeb konsumenckich. Szczególnie czas pandemii mocno ten trend przyśpieszył, a e-sklepy mocno podchwyciły modę na zakupy online. Jednak wszystko, co dobre, szybko się kończy. Podobnie jest z branżą e-commerce. Według prognoz Dun&Bradstreet Poland, na koniec 2023 r. liczba e-sklepów przekroczyła w naszym kraju 65 tyś. To naprawdę spora liczba. Niestety, jest też druga strona szybkiego rozwoju branży e-commerce w Polsce. I nie jest ona optymistyczna. Według różnych źródeł od 80 do 90% nowych e-commerce’ów upada w ciągu kilku pierwszych miesięcy funkcjonowania. O czym to świadczy? Otóż rynek zakupów internetowych jest co prawda mocno odnawialny, ale też mało stabilny. Jeśli nie masz dobrego produktu i przemyślanego pomysłu na komunikację oraz marketing, to marne szanse, że odniesiesz sukces.

**Rola Customer Experience w sukcesie e-commerce**

Co w takim razie sprawia, że pozostałe 10% do 20% marek przetrwały i stale rozwijają swoją działalność? Oprócz sprzedaży robią coś jeszcze. Co takiego? W bardzo wielu przypadkach sklepy internetowe przykładają dużą rolę do dobrze zaprojektowanych doświadczeń klienta. Badania przeprowadzone w tym zakresie przez np. Forrester, McKinsey&Company, Statista i Deloitte wskazują na nieocenioną wartość działań customer experience. Co prawda wiele marek wprowadza już do swojej strategii przemyślane ścieżki klientów, ale zazwyczaj kończą się one z chwilą zakupu. Bardzo rzadko e-sklepy dbają o doświadczenia pozakupowe klientów. Nie budują też z odbiorcami długotrwałych relacji. A szkoda! Jestem zdania, iż to właśnie stali klienci są największą wartością marek. To oni napędzają rozwój sklepów, budują zaufanie do marki i stabilną pozycję na rynku. Dlatego wspólnie z Wyższą Szkołą Informatyki i Zarządzania pracujemy nad badaniami dotyczącymi Post-Purchase Experience w polskim e-commerce 2024. Widzimy, jak dużo jest do zrobienia, by rynek zakupów internetowych nabrał zupełnie nowego kształtu.

**Innowacyjne badania nad pozakupowymi doświadczeniami klientów**

Naszą misją jest sukcesywna przemiana polskiego e-commerce. Brzmi górnolotnie? Być może. Jednak ogromny odsetek upadłości w tej branży nie wziął się znikąd. Czasy, w których wystarczyło założyć sklep internetowy, dodać zdjęcia produktów wraz z opisem oraz informować o promocjach za pośrednictwem profilu na Facebooku, dawno już minęły. Dziś to nie wystarcza, by zaspokoić popyt. Obecnie weszliśmy w erę jakości, czyli odpowiedniego podejścia do klienta, budowania pozycji marki, zaufania, społeczności i wszelkich innych aspektów wpływających na sprzedaż, a zawierających się w zwrocie Customer Experience. Rynek wymaga szeroko zakrojonych przemian i rewolucji dostosowanych do potrzeb klientów. Doskonale to rozumiemy. Uważamy, że kluczem do sukcesu tej nieuchronnej rewolucji jest właśnie doświadczenie klienta.

Celem projektu jest zbadanie działań polskich sklepów internetowych w zakresie posprzedażowych doświadczeń klientów i dopasowanie dostępnych narzędzi marketingowych w taki sposób, aby pomogły one w tworzeniu stabilnych marek na rynku.

Projekt badania zakłada także szeroką analizę czynników wpływających na sukcesy i niepowodzenia polskich e-sklepów. Wyniki badań pozwolą określić kroki, które sklepy internetowe powinny podjąć, jeśli chcą osiągnąć prawdziwy, stabilny i długotrwały sukces!

Wypełnij ankietę: <https://badania.natalianietupska.pl/cx/>

**Dlaczego warto wziąć udział w badaniach Post-Customer Experience?**

Pewnie teraz zastanawiasz się, co w takim razie wyróżnia nasze badanie i dlaczego każdy przedsiębiorca z branży e-commerce powinien wziąć w nim udział? Oto kilka z najważniejszych powodów:

 **OGROMNA SKALA**

Nasze założenia sugerują, że badanie dotrze do około 1 000 000 miliona osób, co jest naprawdę imponującą liczbą. Jesteś tutaj, ponieważ bardzo zależy nam na tym, abyś Ty również stał się częścią tego ogromnego projektu.

**INNOWACYJNOŚĆ**

Na naszym rodzimym rynku e-commerce nie było jeszcze tak ogromnego przedsięwzięcia badawczego, którego celem byłaby pomoc przedsiębiorcom i odwrócenie złej passy e-sklepów, które nie radzą sobie z koniecznymi zmianami na rynku.

**PREZENTY**

Od początku realizacji tego przedsięwzięcia chcieliśmy, aby udział w badaniu wiązał się z realnymi profitami oraz korzyściami materialnymi.

**PRESTIŻ**

Ogromna skala, innowacyjność, bonusy dla uczestników i rozpoznawalność sprawiają, że respondenci stają przed szansą wzięcia udziału w prestiżowym i pionierskim projekcie, o którym z pewnością wkrótce będzie głośno.

**Szansa na rozwój Twojego e-commerce**

Wobec rosnącej liczby e-sklepów w Polsce, niepewności związanej z ich przyszłością i wyjątkowych wyzwań, jakie niesie ze sobą rynek e-commerce, nasze badania nad Post-Purchase Experience nabierają szczególnego znaczenia. Świadomość, że sukces w dzisiejszym e-commerce to nie tylko kwestia skutecznej sprzedaży i konkurencyjnej ceny, ale przede wszystkim budowania trwałych relacji z klientami, rozumienie oraz rozwiązywanie ich problemów, może pomóc w budowaniu skutecznych przewag konkurencyjnych.

Obecnie, gdy większość e-commerce'ów skupia się jedynie na pozyskiwaniu nowych klientów i pierwszym etapie transakcji, nasza misja kieruje się ku kompleksowemu zrozumieniu i ulepszeniu doświadczeń klienta na etapie posprzedażowym. Wierzymy, że stali i wierni klienci to klucz do sukcesu, dlatego badamy, analizujemy i proponujemy innowacyjne podejścia do budowania długotrwałych relacji z klientami. Realizowany projekt badawczy ma na celu nie tylko diagnozę obecnej sytuacji, ale również stworzenie narzędzi i strategii, które pomogą polskim e-sklepom przetrwać i rozwijać się na zmieniającym się i niestabilnym rynku.

Wypełnij ankietę: <https://badania.natalianietupska.pl/cx/>

Zachęcamy każdego przedsiębiorcę z branży e-commerce do wzięcia udziału w naszym badaniu. Nasze podejście opiera się na ogromnej skali, innowacyjności, konkretnych profitach dla uczestników oraz prestiżu związanego z udziałem w pionierskim projekcie. Razem możemy zdefiniować nowe standardy i kierunki rozwoju e-commerce w Polsce. Dołącz do naszej misji przemiany polskiego e-commerce i wspólnie stwórzmy lepszą przyszłość dla branży.

Autor

**Natalia Nietupska**

*Specjalistka ds. CX, badaczka, doktorantka WSIiZ*

Właścicielka firmy marketingowo-szkoleniowej Leart Studio. Od 2016 roku prowadzi działania związane ze światem eventowym oraz marketingowym. Pomaga firmom i markom osobistym w zakresie komunikacji, marketingu oraz projektowania pozytywnych doświadczeń klientów. Organizuje Ecommerce Event. Jest autorką badań nad pozakupowymi doświadczeniami klientów w polskim e-commersie oraz doktorantką z zakresu CX. Wierzy, że Customer Experience to przyszłość e-sklepów. A my – konsumenci – skorzystamy z tej wartościowej zmiany!