

STYCZEŃ 2021



FIXIT
customer experience
company

RAPORT

**Z BADAŃ POZIOMU
CUSTOMER EXPERIENCE
NA RYNKU NAPRAW ELEKTRONIKI
UŻYTKOWEJ W POLSCE**

1. Spis treści





01. WSTĘP

1.1. Cel badania

1.2. Wnioski

1.2.1. Przejrzystość strony

1.2.2. Telefoniczny kontakt z serwisem

1.2.3. Czas naprawy

1.2.4. Sprawna obsługa logistyczna

1.3. O marce Fixit

2. METODOLOGIA

2.1. Emisja kwestionariuszy

2.2. Opis demograficzny

3. BADANIA WŚRÓD KLIENTÓW

3.1. Zgłoszenie awarii sprzętu

3.2. Czas naprawy

3.3. Rozwiązanie problemu ze sprzętem

3.4. Ponowne problemy z naprawionym sprzętem

3.5. Ocena kontaktu z kurierem

3.6. Działanie strony internetowej

3.7. Funkcje strony internetowej

3.8. Doświadczenia z serwisem

3.9. Ocena jakości napraw urządzeń

3.10. Ostateczna ocena kontaktu z serwisem

3.11. Kontakt z serwisem

4. BADANIA WŚRÓD SPRZEDAWCÓW

4.1. Zgłaszanie awarii sprzętu

4.2. Czas naprawy

4.3. Rozwiązanie problemów ze sprzętem

4.4. Ponowne problemy z naprawionym sprzętem

4.5. Ocena standardów opakowania odsyłanych sprzętów

4.6. Ocena usług serwisowych

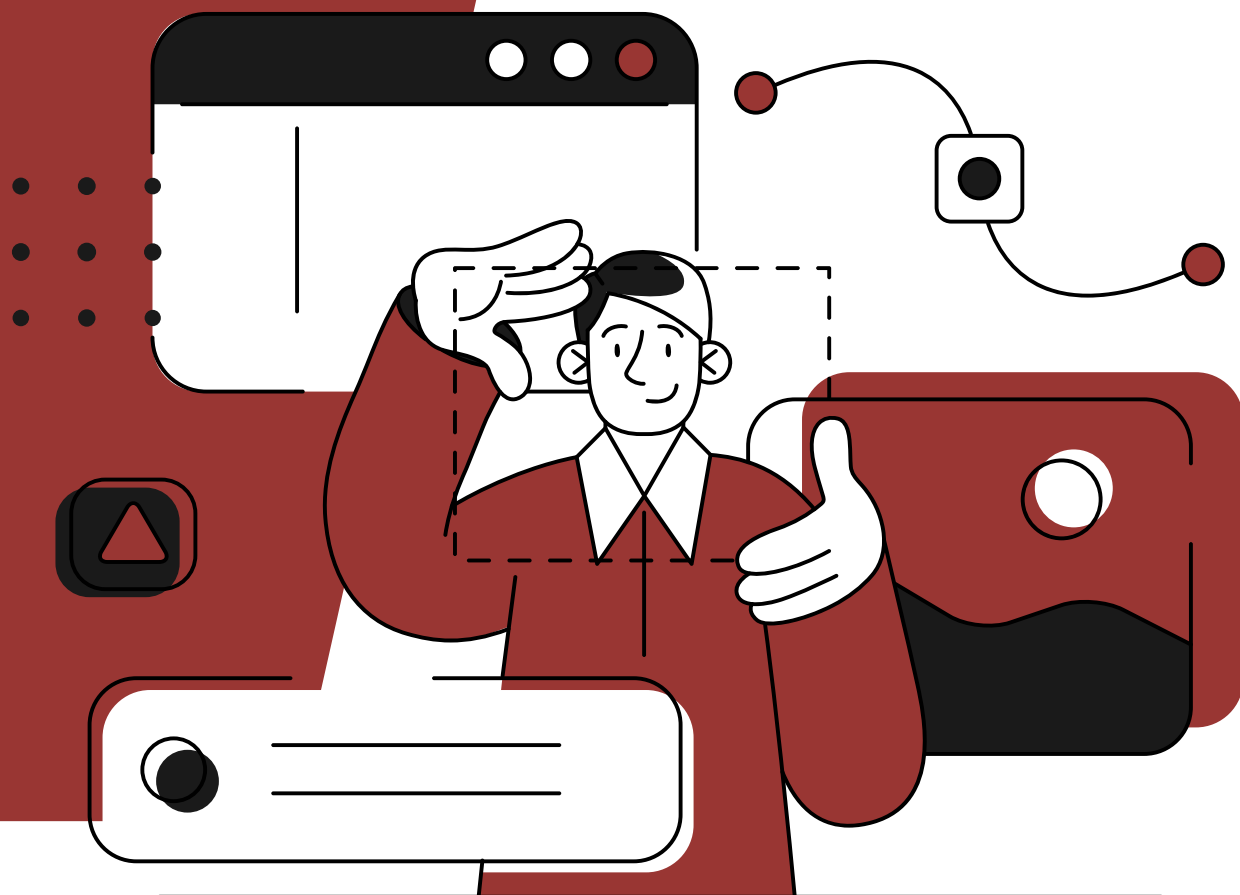
4.7. Kontakt z serwisem

5. WNIOSKI

6. ZAKOŃCZENIE

5	22
6	23
7	24
8	25
9	26
10	27
11	28
13	
14	31
15	33
	34
	35
	36
	37
	38
18	
19	40
20	
21	41

1. Wstep





1. Wstęp

1.1. Cel badania

W dobie dynamicznych zmian związanych z rosnącymi potrzebami konsumentów oraz wpływu pandemii na ich postrzeganie marki, zmuszone są nie tylko do dostarczania konsumentom wysokiej jakości produktów, ale również do spełnienia ich oczekiwań w kwestii obsługi.

Ma to istotne znaczenie zwłaszcza w trakcie panującej pandemii, gdzie utrata stałych klientów może wiązać się z upadkiem działalności. Marka Fixit dostrzegła brak na polskim rynku badań, które umożliwiłyby poznanie doświadczeń zarówno klientów, jak i sprzedawców w zakresie kontaktów z serwisami napraw urządzeń. Chcąc wypełnić tę lukę na jej zlecenie agencja SW RESEARCH przeprowadziła pierwsze w Polsce badania, na podstawie których powstał poniższy raport.





1. Wstęp

1.2. Wnioski

Wśród najważniejszych wniosków, które nasuwają się przy analizie raportu przede wszystkim należy podkreślić pokrywające się w niektórych aspektach perspektywy obu badanych grup.

Najistotniejszy jest fakt, że zarówno klienci, jak i sprzedawcy w większości przypadków pozytywnie oceniają swoje doświadczenia z serwisem specjalizującym się w naprawach urządzeń. Na podstawie badań przeprowadzonych wśród sprzedawców można zauważyć, że respondenci pozytywnie oceniają działalność serwisów we wszystkich aspektach branych pod uwagę w badaniach - ponad 70% pozytywnych odpowiedzi. Oznacza to, że serwisy dokładają wszelkich starań, aby spełnić oczekiwania klientów, co przekłada się na ich zadowolenie z dostarczanych usług i pozytywny wizerunek serwisowanych marek.





1.2. Wnioski

1.2.1.

Przejrzystość strony

Zdecydowana większość, bo aż 84% badanych klientów, którzy kontaktowali się z serwisem przez jego stronę internetową pozytywnie oceniło jej prostotę działania oraz intuicyjny sposób poruszania się po niej.

W dalszej części raportu znajdują się informacje dotyczące funkcjonalności stron, z którymi spotykali się respondenci.

84% BADANYCH KLIENTÓW
KONTAKTOWAŁO SIĘ
Z SERWISEM PRZEZ WWW



1.2. Wnioski

1.2.2.

Telefoniczny kontakt z serwisem

Na duże uznanie zasługuje możliwość telefonicznego kontaktu z serwisem. Forma ta pozwala m.in. na uzyskanie szybkich odpowiedzi na pytania dotyczące zgłoszonej reklamacji. Warto zaznaczyć, że w przypadku klientów 40% respondentów zgłaszało usterkę telefonicznie.

Natomiast wśród sprzedawców na telefoniczne zgłoszenia decydowało się blisko 65% badanych.

40%

**RESPONDENTÓW
ZGŁASZAŁO USTERKĘ
TELEFONICZNIE**



1.2. Wnioski

1.2.3.

Czas naprawy

Na podstawie badań można również zauważyć, że zarówno klienci, jak i sprzedawcy dość szybko otrzymywali naprawiony sprzęt.

W przypadku klientów 75% respondentów otrzymało sprawny sprzęt do tygodnia, z czego 25% badanych zadeklarowało, że wrócił do nich po maksymalnie dwóch dniach. Wśród badanych sprzedawców ponad 33% respondentów zadeklarowało, że czas naprawy trwał nie więcej niż tydzień, a blisko 60% badanych wskazało, że czas naprawy zamknął się w dwóch tygodniach.

75%

**RESPONDENTÓW
OTRZYMAŁO SPRAWNY
SPRZĘT W CIĄGU
TYGODNIA**



1.2. Wnioski

1.2.4.

Sprawna obsługa logistyczna

Z badań przeprowadzonych wśród sprzedawców wynika, że ponad 90% respondentów pozytywnie ocenia standardy zapakowania odsyłanego przez serwis urządzenia.

Istotne jest również to, że żaden sprzedawca nie ocenił tej kwestii negatywnie. Natomiast w przypadku klientów pozytywne oceny standardów zapakowania wystawiło prawie 60% badanych. Niestety pojawiły się również negatywne opinie. Wśród klientów, którzy korzystali z usług kuriera, odebranie w terminie urządzenia do naprawy 56% badanych oceniło pozytywnie.

60% **BADANYCH
POZYTYWNE OCENIŁO
STANDARDY PAKOWANIA**



1. Wstęp

1.3. O marce FIXIT

Firma Fixit od początku swojej działalności, czyli od 2003 roku wyprzedza stale zmieniające się oczekiwania klientów (producenci z branży zaawansowanych technologii oraz ich użytkownicy) w ramach obsługi przed – i posprzedażowej.

Kluczowymi wartościami dla marki są partnerstwo oraz satysfakcja konsumentów, stąd też ponad 80 pracowników firmy dokłada wszelkich starań, aby sprostać rosnącym oczekiwaniom klientów oraz producentów, z którymi współpracuje. Fixit od wielu lat w ramach swojej strategii biznesowej kładzie silny nacisk na unikalny Customer Experience, co przyczynia się do stałego poszerzania grona zadowolonych klientów, którzy skorzystali z usług oferowanych przez markę. Zakres działalności firmy wychodzi poza granice naszego kraju - obecnie marka posiada 6 oddziałów zlokalizowanych w Niemczech, Polsce (Kraków, Krosno), Czechach, Słowacji i na Węgrzech.

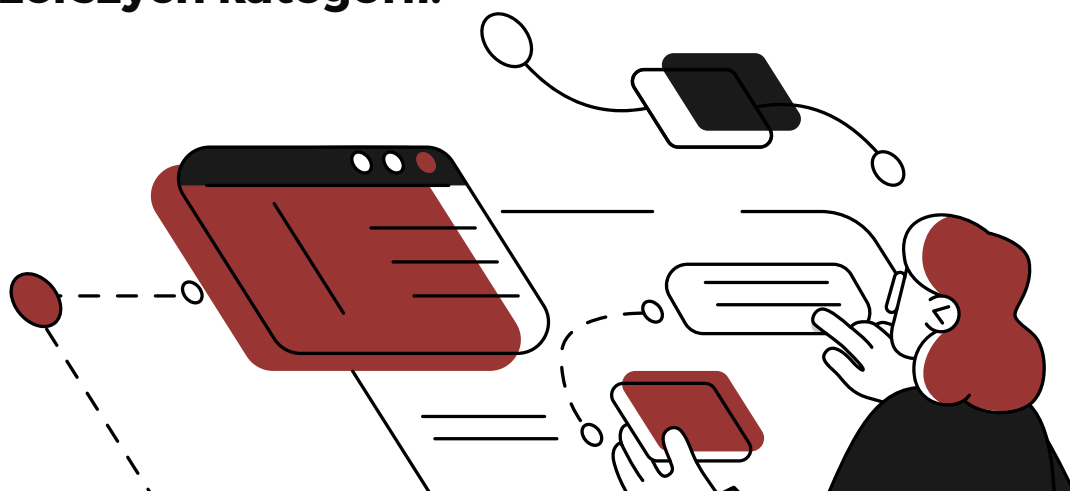


2. Metodologia



2. Metodologia

Badania zostały przeprowadzone metodą wywiadów online (CAWI) na panelu internetowym SW Panel. Przygotowane kwestionariusze składały się w większości z pytań zamkniętych oraz z jednego pytania otwartego, w przypadku kwestionariusza opracowanego dla sprzedawców, i dwóch pytań otwartych w kwestionariuszu dedykowanym klientom. Pytania otwarte miały na celu zbadanie najważniejszych kwestii, czyli doświadczeń z serwisem urządzeń. Odpowiedzi zamknięte zostały poddane analizie statystycznej metodą ilościową. Natomiast odpowiedzi z pytań otwartych zostały poddane ilościowej analizie danych jakościowych tzn., że udzielone odpowiedzi zostały przydzielone do szerszych kategorii.



2. Metodologia

2.1. Emisja kwestionariuszy

Emisja kwestionariusza “Badań komunikacyjnych dot. Customer Experience w branży usług opieki posprzedażowej elektroniki - badania klientów¹” odbywała się w dniach 23.11.2020–2.12.2020 r.

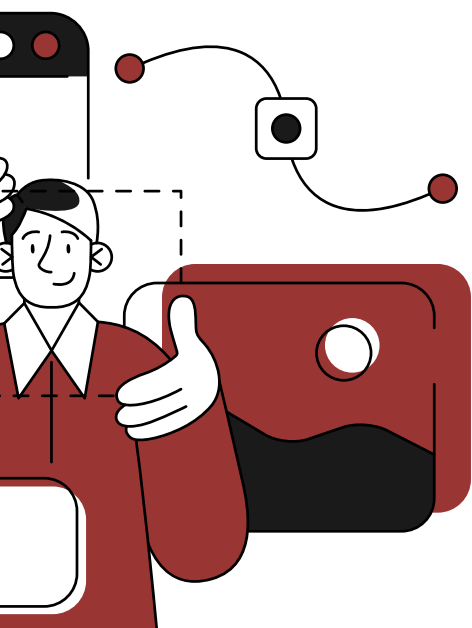
W badaniu wzięło udział 506 respondentów, którzy mieli doświadczenie z oddawaniem urządzeń do serwisów. Natomiast kwestionariusz “Badań komunikacyjnych dot. Customer Experience w branży usług opieki posprzedażowej elektroniki - badania sprzedawców” był emitowany w dniach 22.11.2020-13.12.2020 r.

W ramach badania przeprowadzono 54 ankiety ze sprzedawcami² elektroniki, którzy kontaktują się z serwisami napraw urządzeń.

Badania zostały przygotowane i opracowane we współpracy z agencją SW RESEARCH.

¹ Osoby, które miały awarię smartfona, monitora, drukarki lub skanera i zgłosiły się z tym problemem do serwisu

² Sprzedawcy smartfonów lub laptopów pracujący w marketach lub mniejszych sklepach.



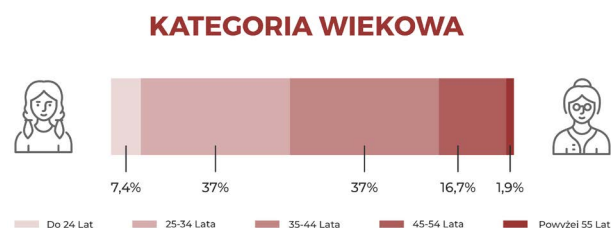
2. Metodologia

2.2. Opis demograficzny

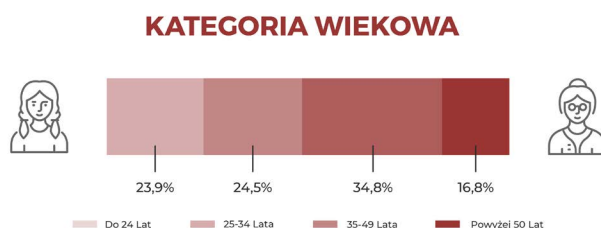
Respondenci, którzy wzięli udział w obu badaniach, są zróżnicowani pod względem wieku oraz miejsca zamieszkania.

Przedział wiekowy ankietowanych biorących udział w badaniach okazał się być dość szeroki – najmłodsze osoby wśród badanych miały mniej niż 24 lata. Natomiast najstarsi ankietowani to osoby powyżej 50 roku życia.

Badania dot. sprzedawców

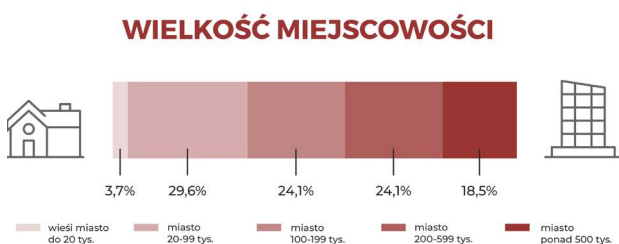


Badania dot. klientów

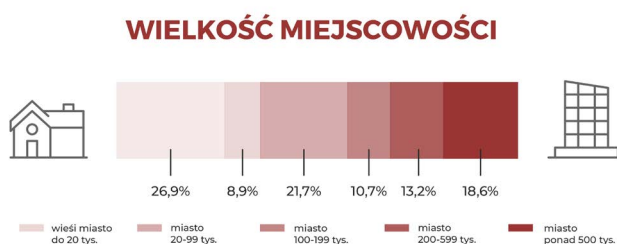


W kwestii miejsca zamieszkania - najliczniejszą grupę wśród badanych klientów stanowiły osoby mieszkające na wsi. Natomiast w przypadku sprzedawców najliczniejszą grupę stanowili badani zamieszkujący miasta od 20 do 99 tys.

Badania dot. sprzedawców



Badania dot. klientów

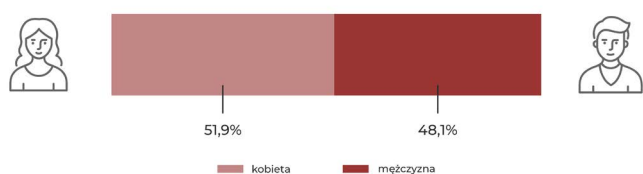


Analizując dane demograficzne respondentów biorących udział w badaniach można zauważyć niewielką przewagę kobiet zarówno w badaniach dot. sprzedawców, jak i klientów.

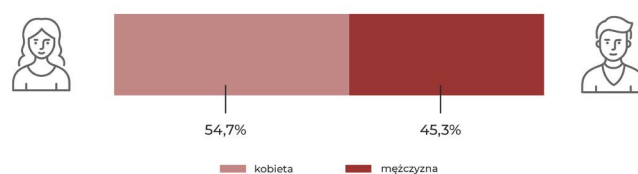
Badania dot. sprzedawców

Badania dot. klientów

PŁEĆ

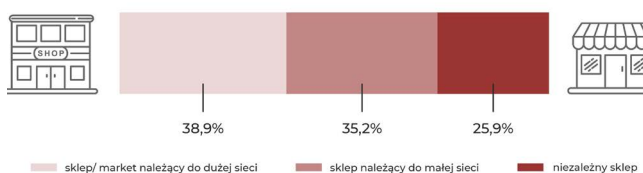


PŁEĆ

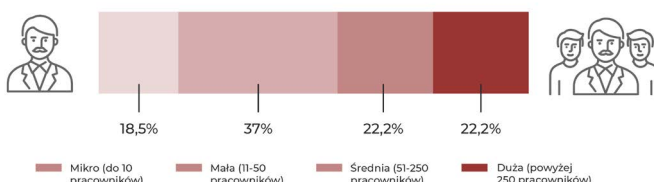


Wśród ankietowanych sprzedawców najliczniejszą grupę stanowili pracownicy sklepów lub marketów należących do dużych sieci. Natomiast nieco ponad 1/4 ankietowanych pracuje w niezależnym sklepie. Jeśli chodzi o wielkość firmy to wśród ankietowanych najliczniejszą grupę stanowiły osoby pracujące w firmie zatrudniającej od 11 do 50 pracowników, a najmniejszą badani pracujący w mikro firmach zatrudniających do 10 pracowników.

RODZAJ SKLEPU

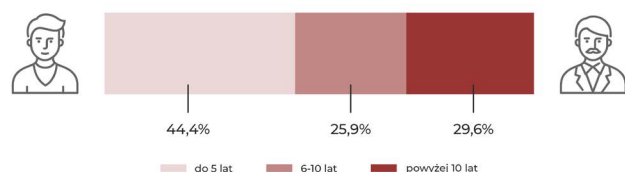


WIELKOŚĆ FIRMY

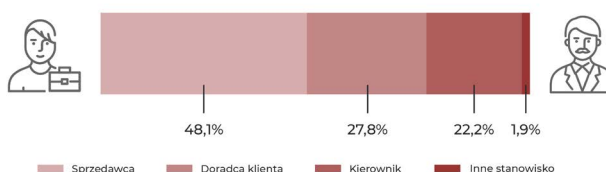


Analizując doświadczenie badanych sprzedawców można zauważyć, że najliczniejszą grupę stanowiły osoby, które mają nie więcej niż 5 lat doświadczenia. Ciekawy jest również fakt, że wśród ankietowanych było najwięcej osób na stanowisku sprzedawcy.

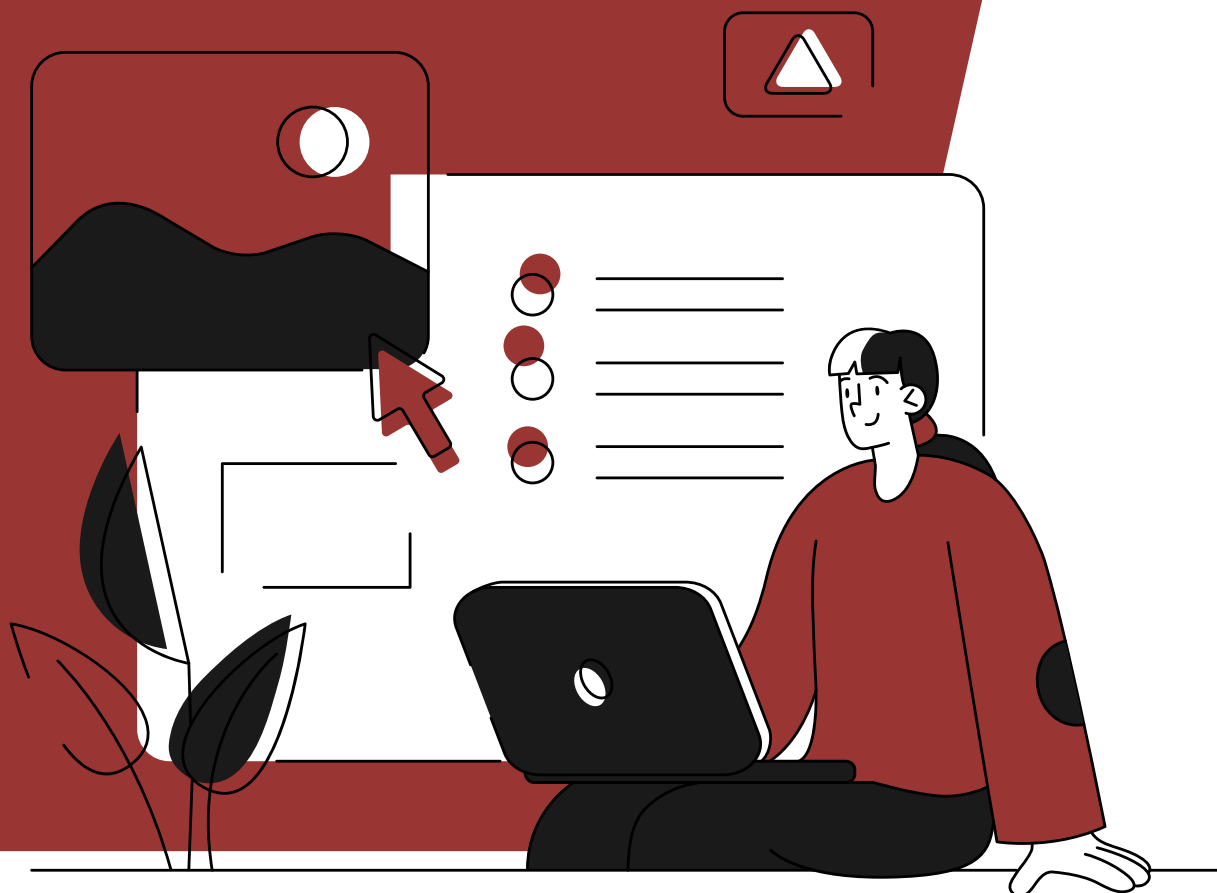
DOŚWIADCZENIE



STANOWISKO



3. Badania wśród klientów

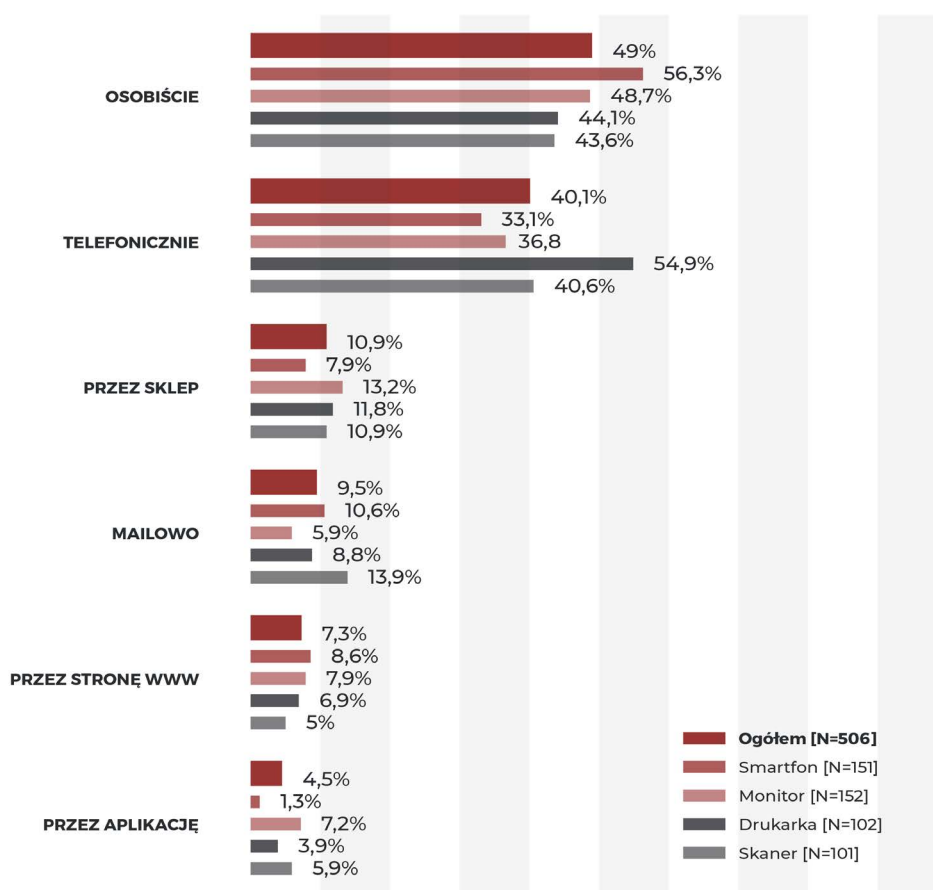


3. Badania wśród klientów

3.1. Zgłoszenie awarii sprzętu

Na podstawie badań prowadzonych wśród klientów można zauważyć, że prawie połowa respondentów awarię sprzętu zgłaszała osobiście w miejscu zakupu lub serwisie. Natomiast 40% badanych kontaktowało się w tej sprawie z serwisem telefonicznie. Zgłoszenia mailowe zadeklarowało prawie 10% badanych, a za pośrednictwem strony internetowej ponad 7%. Najmniej zgłoszeń było wysyłanych za pomocą aplikacji, co zadeklarowało mniej niż 5% badanych.

SPOSÓB ZGŁASZANIA AWARII

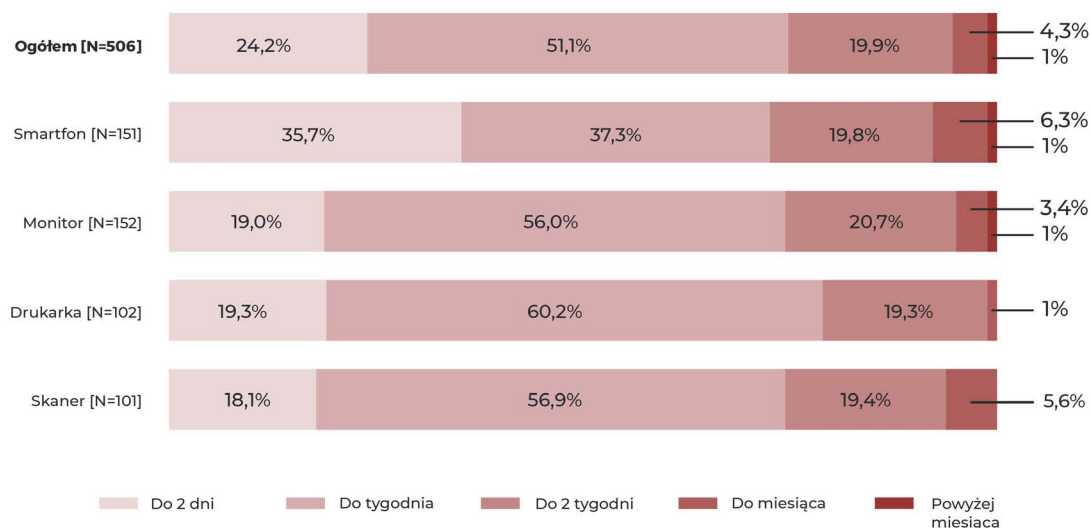


3. Badania wśród klientów

3.2. Czas naprawy

Ponad połowa respondentów (51%) zadeklarowała, że do tygodnia otrzymała naprawiony sprzęt. Naprawa smartfonów była najkrótsza w zestawieniu z pozostałymi urządzeniami - w 36% trwała do dwóch dni, a w 37% do tygodnia.

CZAS NAPRAWY



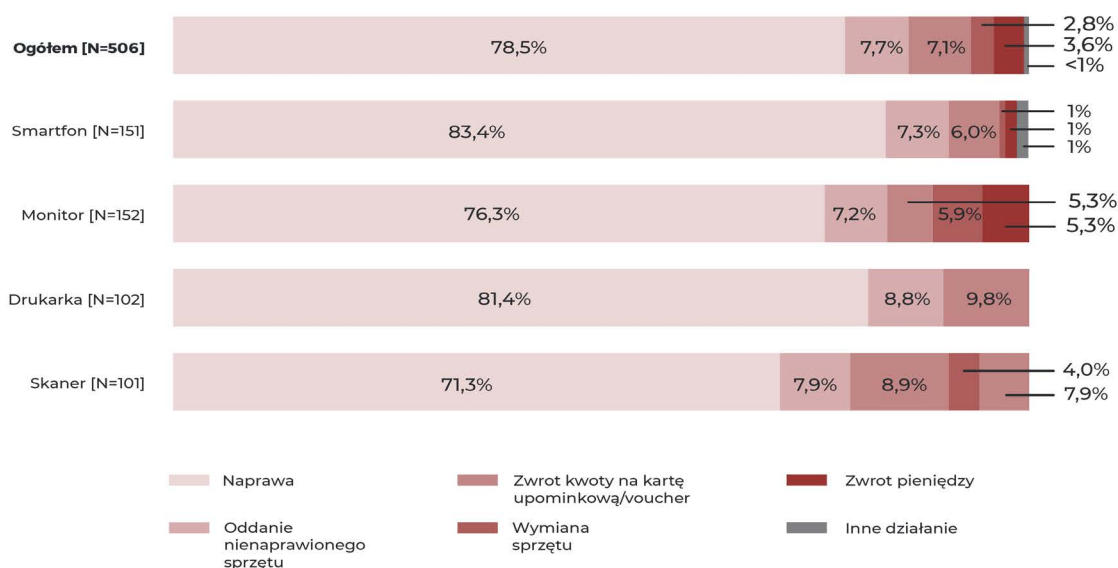
3. Badania wśród klientów

3.3. Rozwiązanie problemu ze sprzętem

W kwestii rozwiązania problemów ze sprzętem w większości przypadków oddanie urządzenia do serwisu zakończyło się naprawą - blisko 80% deklarowało takie rozwiązanie.

Natomiast niespełna 8% badanych oświadczyło, że po zgłoszeniu awarii otrzymało nowy sprzęt. Niestety zdarzyły się również przypadki, w których klient otrzymał nienaprawiony sprzęt, co wskazało 7% respondentów. Warto zwrócić uwagę, że wymiana sprzętu na nowy najczęściej była stosowana w przypadku drukarek. Co ciekawe również drukarki najczęściej wracały do klienta nienaprawione - wskazał to prawie co dziesiąty ankietowany.

SPOSÓB ROZWIĄZANIA PROBLEMU

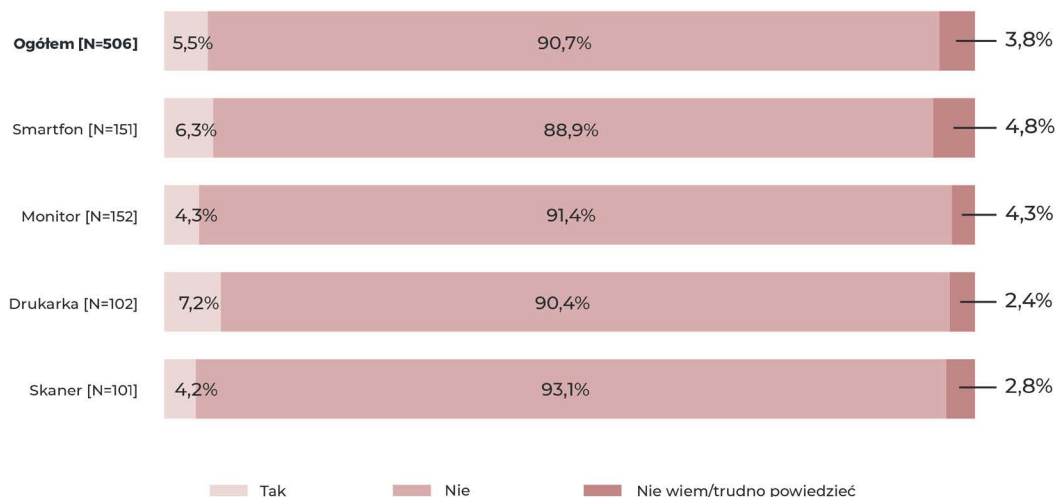


3. Badania wśród klientów

3.4. Ponowne problemy z naprawionym sprzętem

Zdecydowana większość badanych - ponad 90% zadeklarowała, że po powrocie do domu z serwisu nie pojawił się nowy problem z urządzeniem, które było zgłoszone do naprawy. Warto również zwrócić uwagę, że nie ma istotnych statystycznie różnic wśród odpowiedzi w podziale na urządzenia.

PONOWNE PROBLEMY Z URZĄDZENIEM

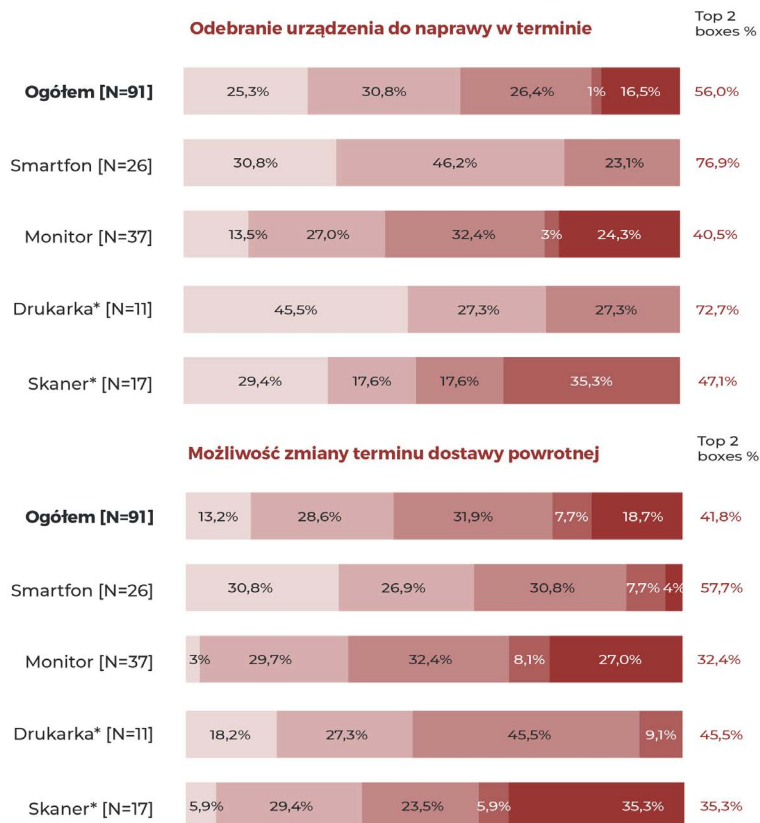


3. Badania wśród klientów

3.5. Ocena kontaktu z kurierem

Wśród osób, które przy realizacji naprawy korzystały z usług kuriera, 56% ankietowanych pozytywnie oceniło terminowość odebrania sprzętu. Najczęściej pozytywnie oceniali odbiór urządzenia do naprawy w terminie ci, którzy oddawali do naprawy smartfon (77%). Możliwość zmiany terminu dostawy powrotnej 42% badanych oceniło pozytywnie i również najczęściej dotyczyło to smartfonów (58%).

JAK OCENIASZ PONIŻSZE ASPEKTY KONTAKTU Z KURIEREM?

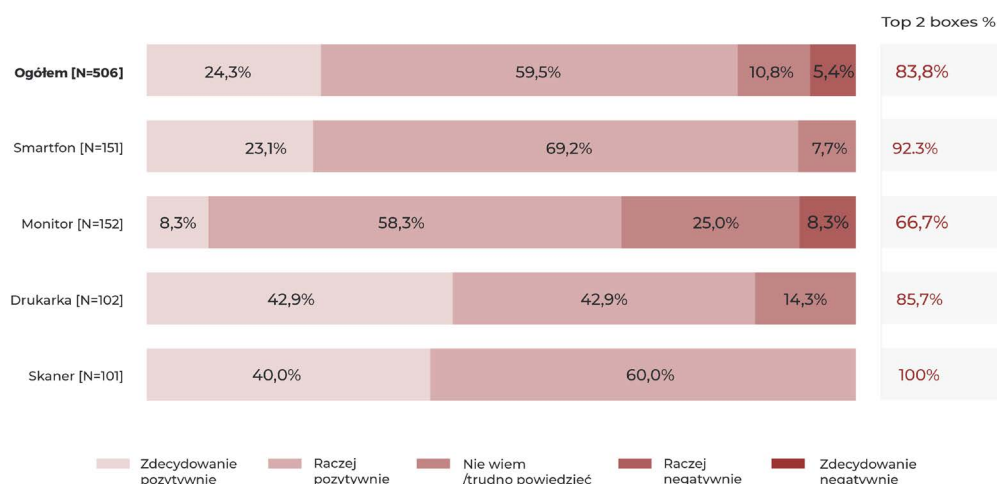


3. Badania wśród klientów

3.6. Działanie strony internetowej

Wśród ankietowanych klientów, którzy kontaktowali się z serwisem przez jego stronę internetową, zdecydowana większość, bo aż 84% badanych pozytywnie oceniła prostotę strony i intuicyjne poruszanie się po niej. Warto zauważyć, że osoby, które za pośrednictwem strony internetowej zgłaszały naprawę skanera, powyższe aspekty oceniły w 100% pozytywnie.

WSKAŹ JAK OCENIASZ PROSTOTĘ DZIAŁANIA STRONY WWW SERWISU I ŁATWOŚĆ PORUSZANIA SIĘ PO NIEJ

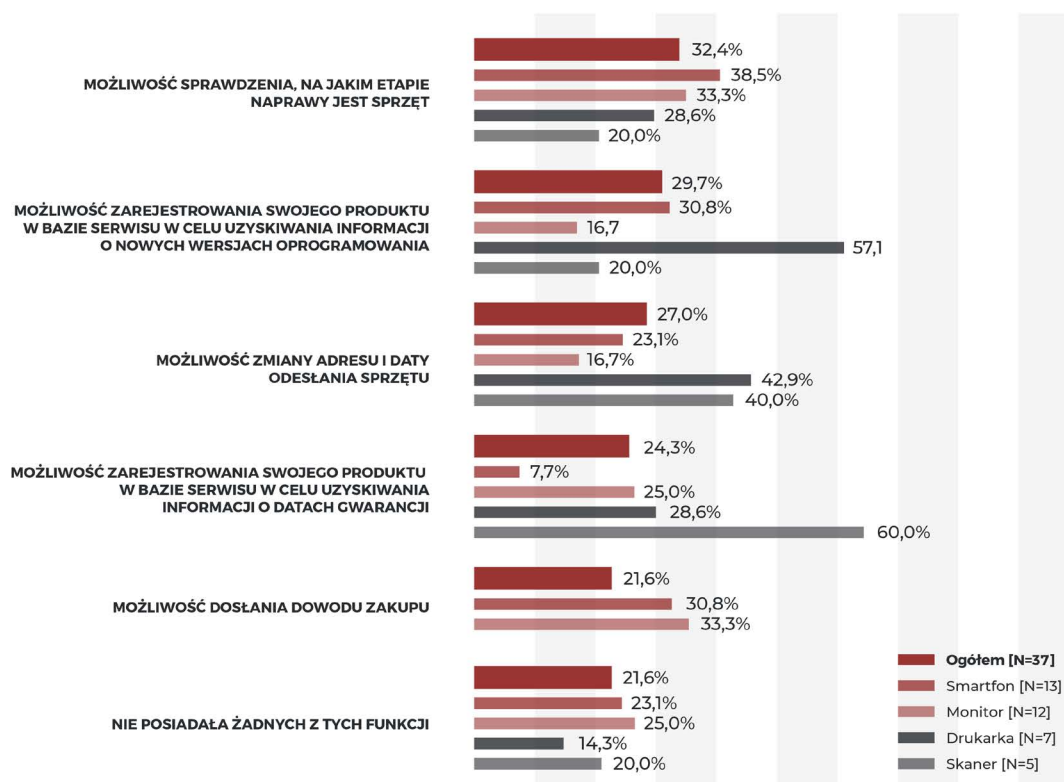


3. Badania wśród klientów

3.7. Funkcje strony internetowej

Co trzeci ankietowany korzystający ze strony internetowej serwisu wskazał, że strona posiadała możliwość sprawdzenia, na jakim etapie naprawy jest sprzęt lub możliwość zarejestrowania swojego produktu w bazie serwisu w celu uzyskiwania informacji o nowych wersjach oprogramowania. Natomiast co czwarty respondent spotkał się z możliwością zmiany adresu i daty odesłania sprzętu. Ciekawe jest również to, że ponad 20% badanych wskazało, że strona serwisu, z której korzystano, nie posiadała żadnych z wymienionych funkcji.

FUNKCJE STRONY INTERNETOWEJ

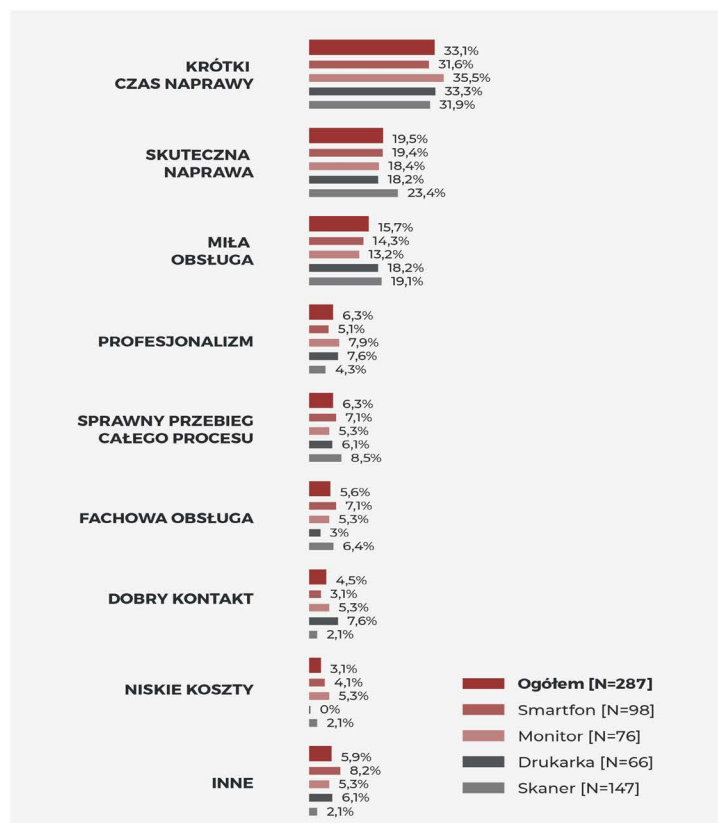
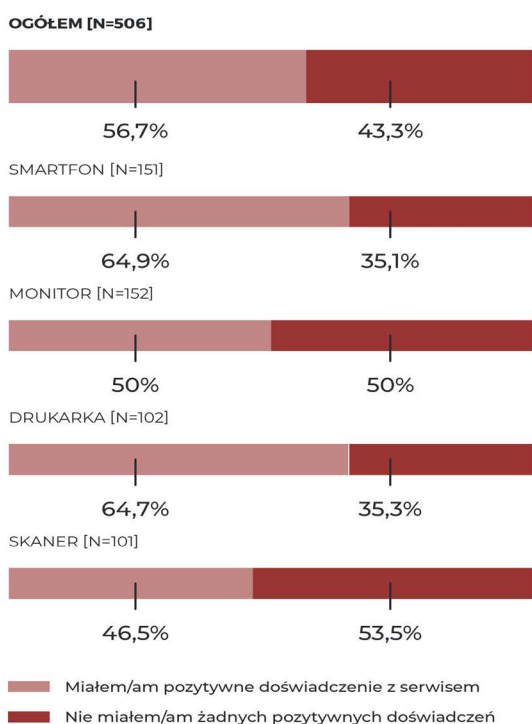


3. Badania wśród klientów

3.8. Doświadczenia z serwisem

Ponad połowa respondentów, a dokładnie 60% badanych pozytywnie oceniło kontakt z serwisem urzędzeń. Ponad 33% respondentów doceniło krótki czas naprawy, 20% badanych doceniło skuteczną naprawę, a 16% miłą obsługą.

JAKI BYŁY TWOJE POZYTYWNE DOŚWIADCZENIA ZWIĄZANE Z ODDANIEM URZĄDZENIA DO SERWISU

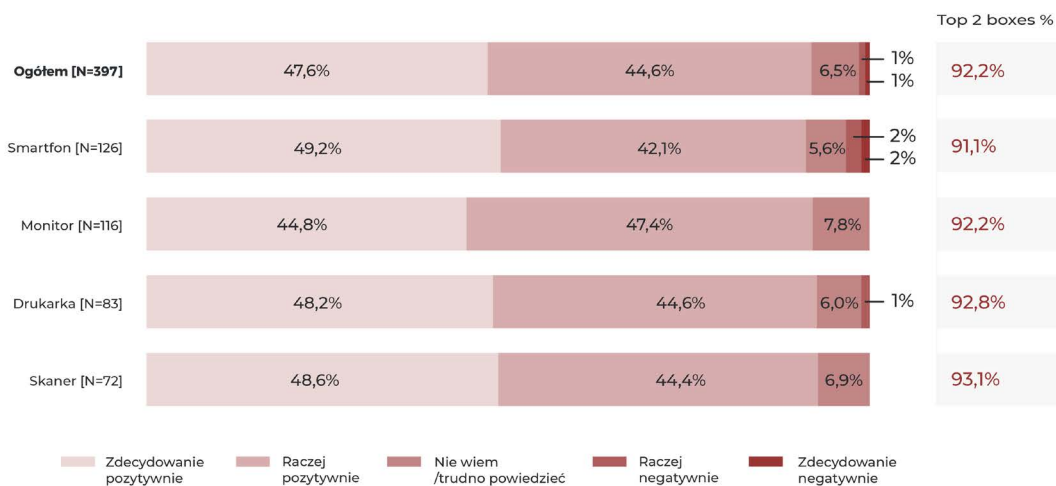


3. Badania wśród klientów

3.9. Ocena jakości napraw urządzeń

Ponad 90% badanych pozytywnie oceniła jakość naprawy urządzenia. Warto zwrócić uwagę, że pozytywne oceny nie były zależne od sprzętu, który był zgłaszany do naprawy.

OCENA JAKOŚCI NAPRAWY URZĄDZENIA

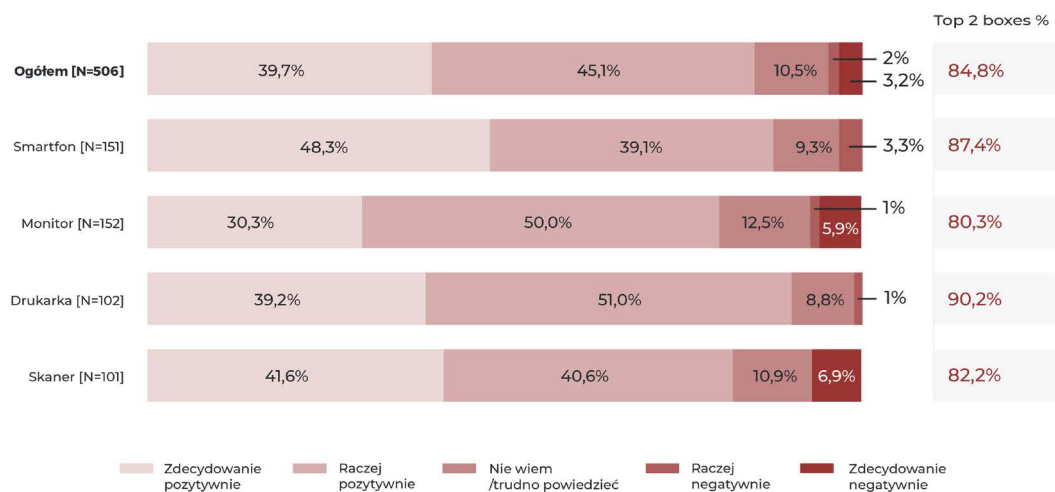


3. Badania wśród klientów

3.10. Ostateczna ocena kontaktu z serwisem

Ostatecznie kontakt z serwisem został pozytywnie oceniony przez 85% ankietowanych. W przypadku każdego z analizowanych urządzeń kontakt z serwisem został oceniony na ponad 80%. Najwięcej pozytywnych ocen wystawiły osoby, które zleciły naprawę drukarki.

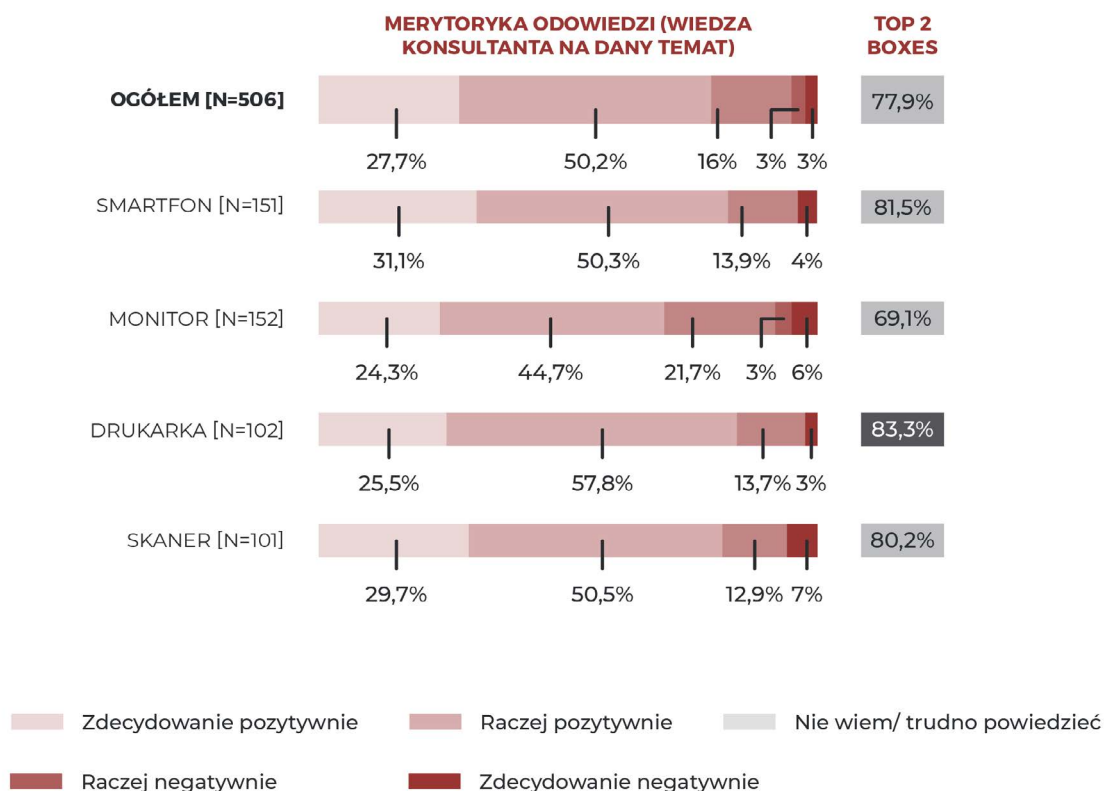
OCENA KONTAKTU Z SERWISEM

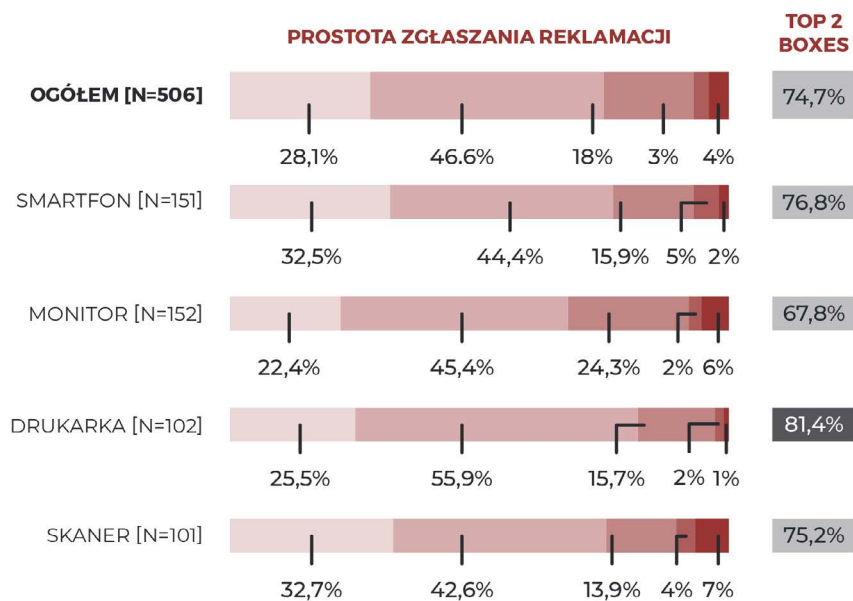
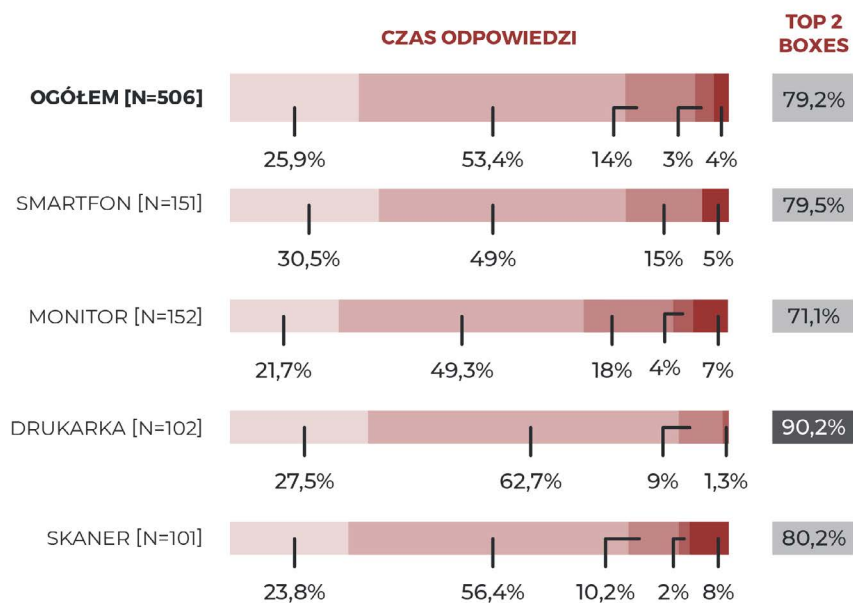


3. Badania wśród klientów

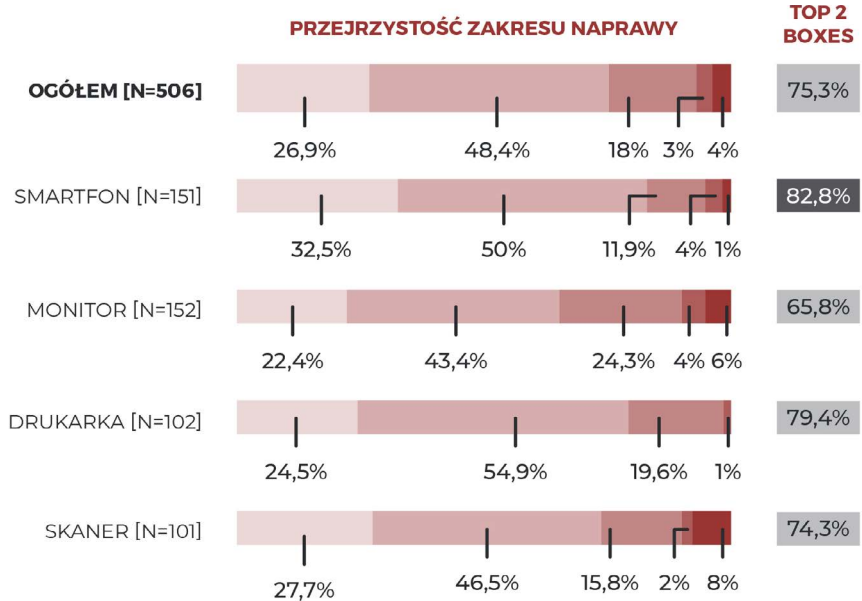
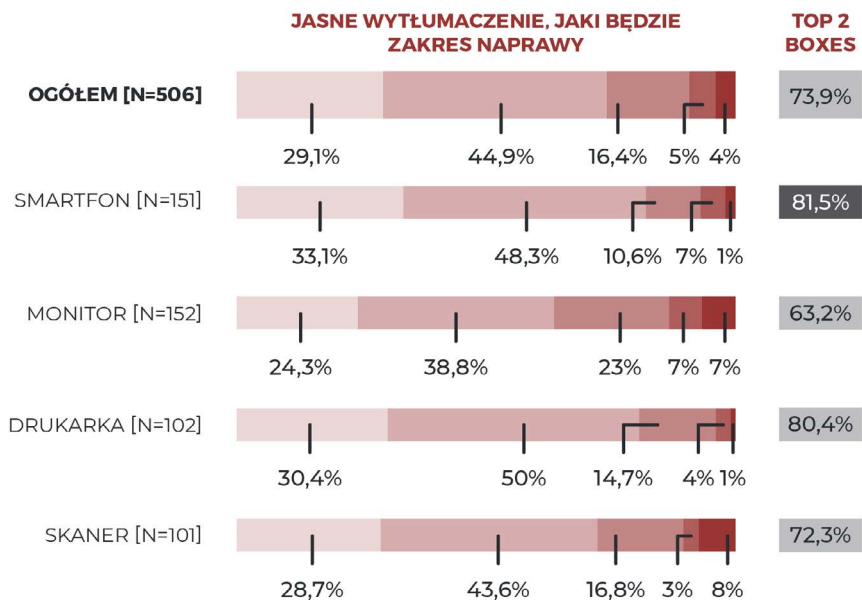
3.11. Kontakt z serwisem

Czas odpowiedzi, przejrzystość informacji o kosztach naprawy i merytoryka odpowiedzi to aspekty, które były najlepiej oceniane przez respondentów. Większość z wymienionych aspektów została pozytywnie oceniona przez osoby, które udawały się do serwisu w celu naprawy drukarki. Natomiast w przypadku respondentów, którzy oczekiwali na naprawę smartfona, najlepiej ocenione zostały elementy dotyczące informowania o: zakresie naprawy (82%), ewentualnych opóźnieniach / zmianach w planowanej naprawie (82%) oraz przejrzystość zakresu naprawy (83%).

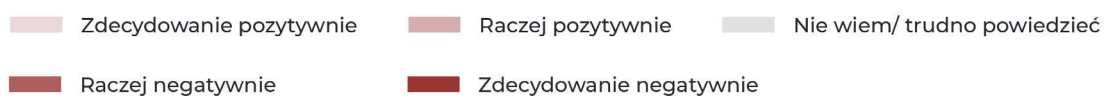
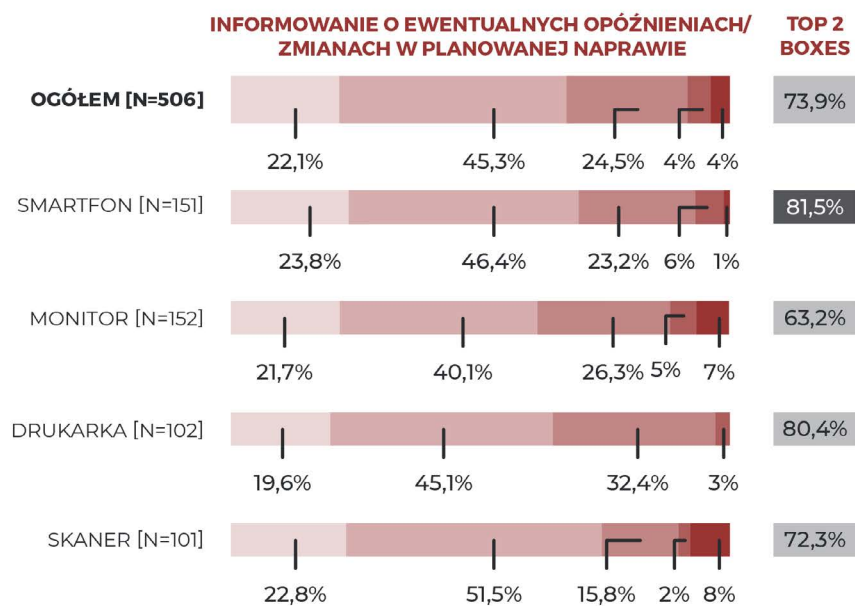
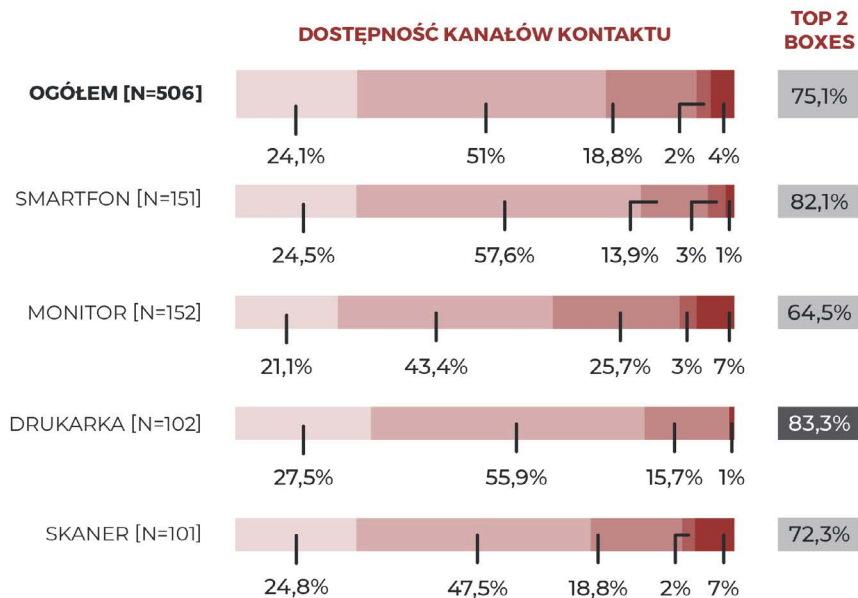


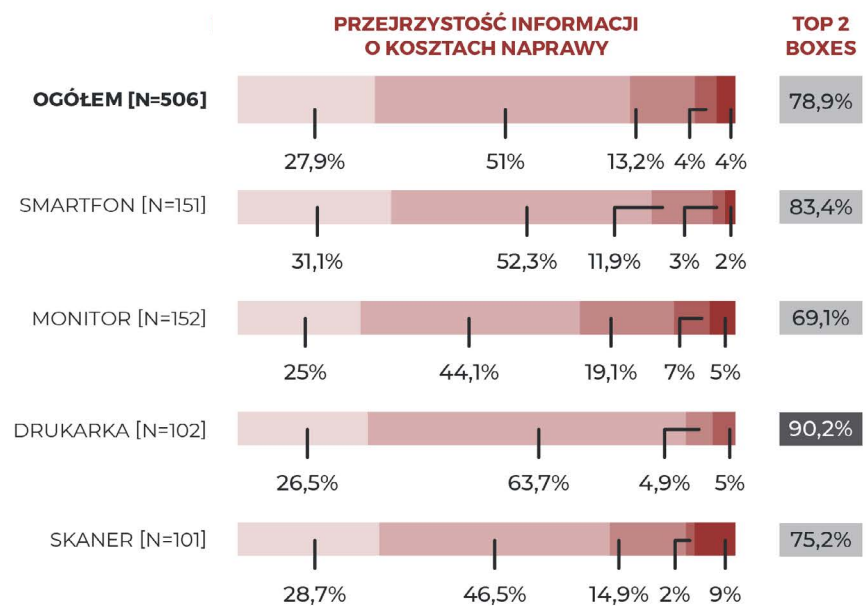
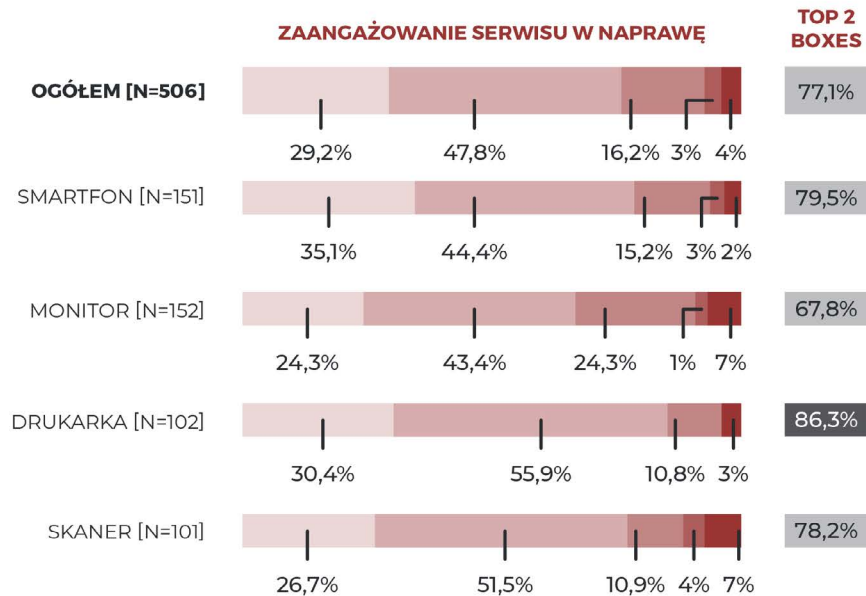


Zdecydowanie pozytywnie
 Raczej pozytywnie
 Nie wiem/trudno powiedzieć
 Raczej negatywnie
 Zdecydowanie negatywnie



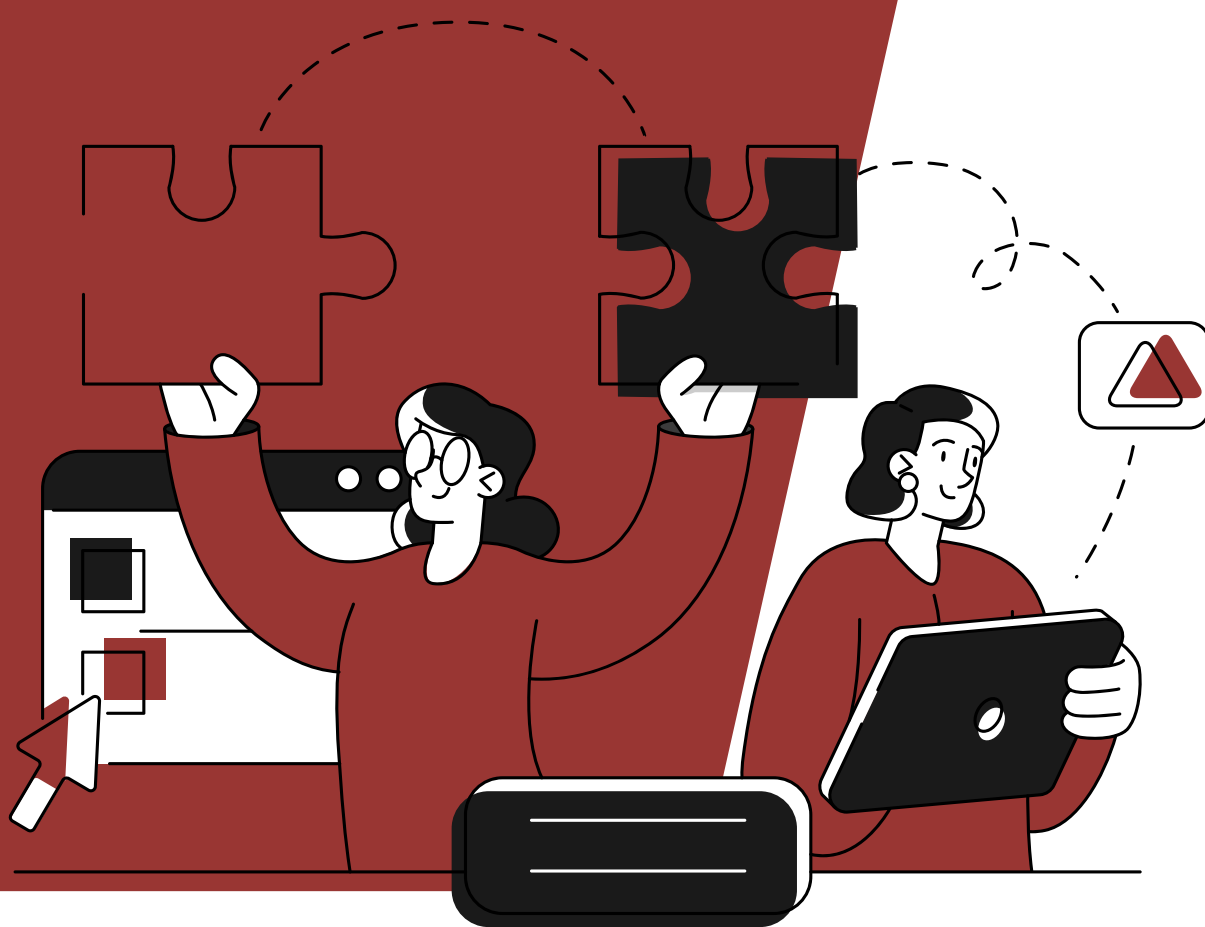
Zdecydowanie pozytywnie
 Raczej pozytywnie
 Nie wiem/trudno powiedzieć
 Raczej negatywnie
 Zdecydowanie negatywnie





Zdecydowanie pozytywnie
 Raczej pozytywnie
 Nie wiem/ trudno powiedzieć
 Raczej negatywnie
 Zdecydowanie negatywnie

4. Badania wśród sprzedawców

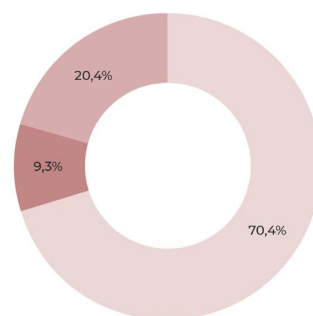


4. Badania wśród sprzedawców

4.1. Zgłaszanie awarii sprzętu

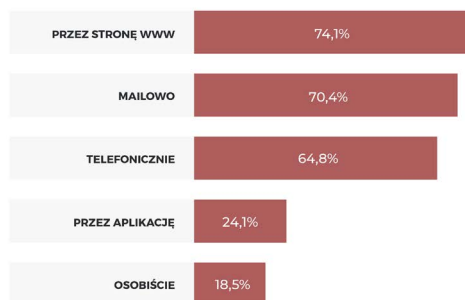
Wśród badanych sprzedawców 70% deklaruje, że w firmie, w której pracują istnieje możliwość automatycznego wysyłania zgłoszeń urządzeń do naprawy poprzez interfejsy informatyczne. W co piątym przypadku nie ma takiej możliwości, a co dziesiąta osoba nie wie, czy w jej miejscu pracy istnieje taka możliwość.

AUTOMATYCZNE WYSYŁANIE ZGŁOSZEŃ



■ Tak
 ■ Nie
 ■ Nie wiem/ trudno powiedzieć

METODY ZGŁOSZENIA AWARII SPRZĘTU

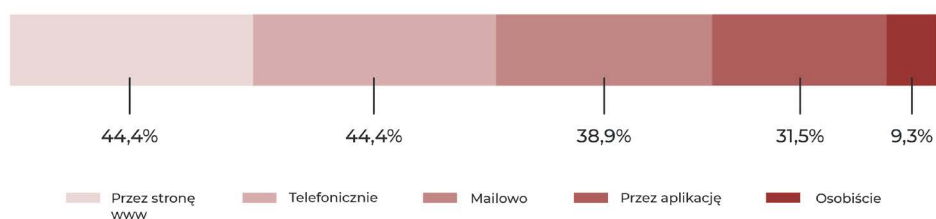


Zdecydowana większość ankietowanych w celu zgłoszenia awarii kontaktuje się z serwisem drogą elektroniczną. Prawie $\frac{3}{4}$ badanych do kontaktu wykorzystuje stronę internetową, a 70% robi to mailowo. Najmniej ankietowanych, bo niewiele więcej niż 18% wybiera kontakt bezpośredni.



Wśród preferowanych form zgłaszania awarii do serwisu najczęściej sprzedawców wskazywało na kontakt przez telefon lub za pośrednictwem strony internetowej. Na drugim biegunie znalazł się kontakt osobisty, który wybiera niemal co 10. respondent. Wysoko plasuje się również kontakt mailowy oraz za pośrednictwem dedykowanej aplikacji.

W JAKI SPOSÓB NAJCHĘTNIEJ CHCIAŁ(A)BYŚ SIĘ KONTAKTOWAĆ Z SERWISEM W CELU ZGŁOSZENIA AWARII SPRZĘTU?

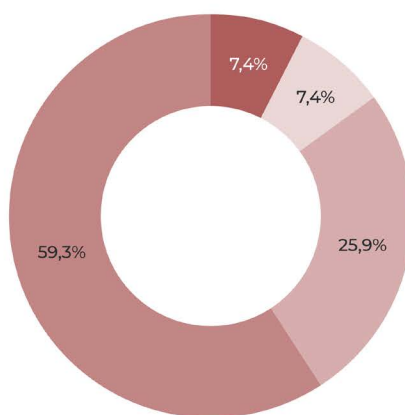


4. Badania wśród sprzedawców

4.2. Czas naprawy

Blisko 60% badanych zadeklarowało, że czas naprawy zamyka się do dwóch tygodni. W co czwartym przypadku okres ten trwa maksymalnie tydzień. Z kolei 7% badanych wskazało, że średni czas naprawy urządzenia nie przekracza 2 dni. Także 7% respondentów wskazało, że naprawa sprzętu jest realizowana w ciągu miesiąca.

ŚREDNI CZAS NAPRAWY URZĄDZEŃ



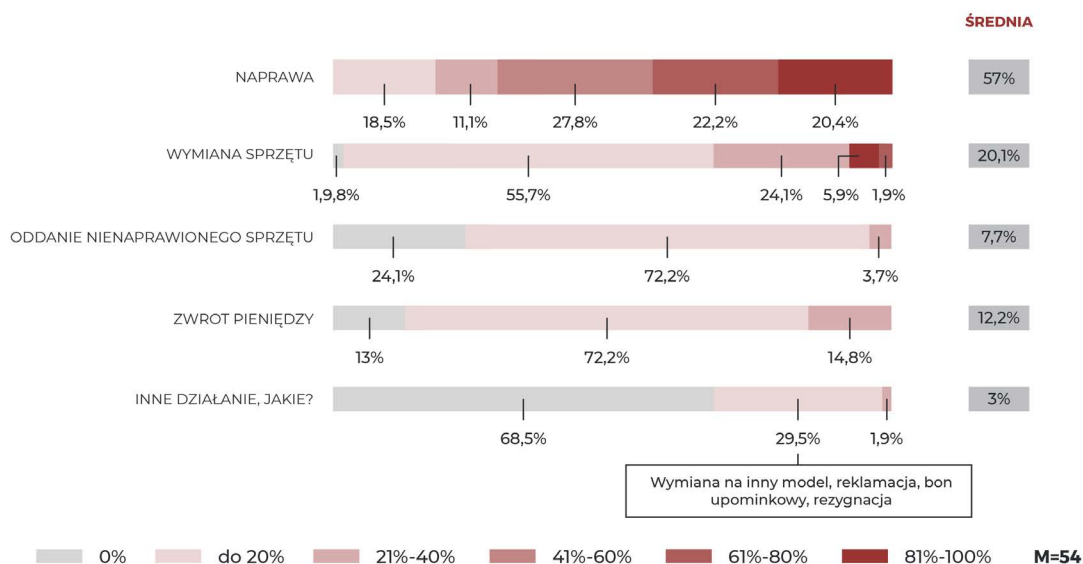
Do 2 dni Do tygodnia Do 2 tygodni Do miesiąca Powyżej miesiąca

4. Badania wśród sprzedawców

4.3. Rozwiązanie problemów ze sprzętem

Respondenci zapytani o sposób rozwiązania problemów ze sprzętem zadeklarowali, że średnio blisko 60% zgłoszeń kończy się jego naprawą. Co piąta sprawa rozwiązywana jest poprzez wymianę sprzętu na nowy, a w przypadku 12% kończy się zwrotem pieniędzy. Niestety zdarzają się również przypadki - blisko 8%, ze zwrotami nienaprawionego sprzętu.

ROZWIĄZYWANIE PROBLEMÓW ZE SPRZĘTEM



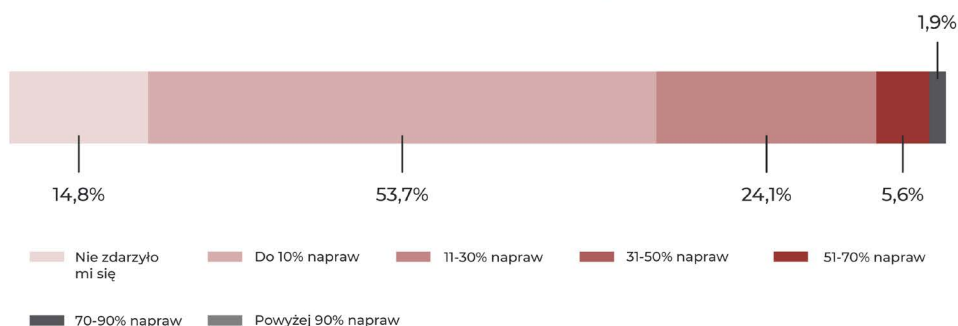
Przykładowo, 72,2% badanych sprzedawców wskazało, że do 20% przypadków oddawania do serwisów urządzeń kończy się zwrotem przez serwisy nienaprawionego sprzętu.

4. Badania wśród sprzedawców

4.4. Ponowne problemy z naprawionym sprzętem

Ponad połowa badanych zadeklarowała, że z ponownym problemem dotyczącym naprawianego urządzenia powraca 10% klientów. Co czwarty respondent twierdził, że z nowym problemem powraca od 11% do 30% klientów. Natomiast blisko 15% ankietowanych odpowiedziało, że nigdy nie zdarzyło się im, aby klient wrócił z nowym problemem w serwisowanym urządzeniu.

OSZACUJ, JAK CZĘSTO PO POWROCIE URZĄDZENIA Z SERWISU KLIENCI WRACAJĄ Z NOWYM PROBLEMEM W TYM SAMYM URZĄDZENIU

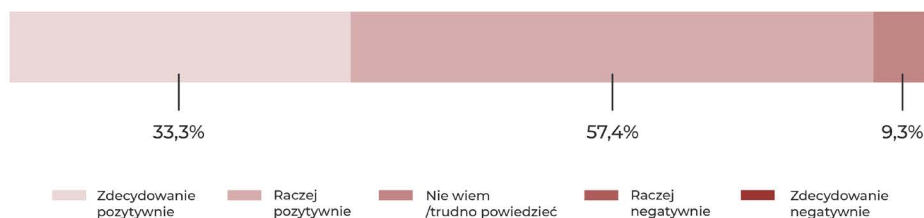


4. Badania wśród sprzedawców

4.5. Ocena standardów opakowania odesyłanych sprzętów

Zdecydowana większość - ponad 90% badanych pozytywnie ocenia standardy zapakowania odesyłanego przez serwis urządzenia. Warto zauważyć, że nikt spośród respondentów nie ocenił negatywnie tej kwestii, jedynie 9% ankietowanych nie ma zdania na ten temat.

JAK OCENIASZ STANDARD ZAPAKOWANIA ODSYŁANEGO PRZEZ SERWIS URZĄDZENIA (ODPOWIEDNIE ZABEZPIECZENIE DO TRANSPORTU)



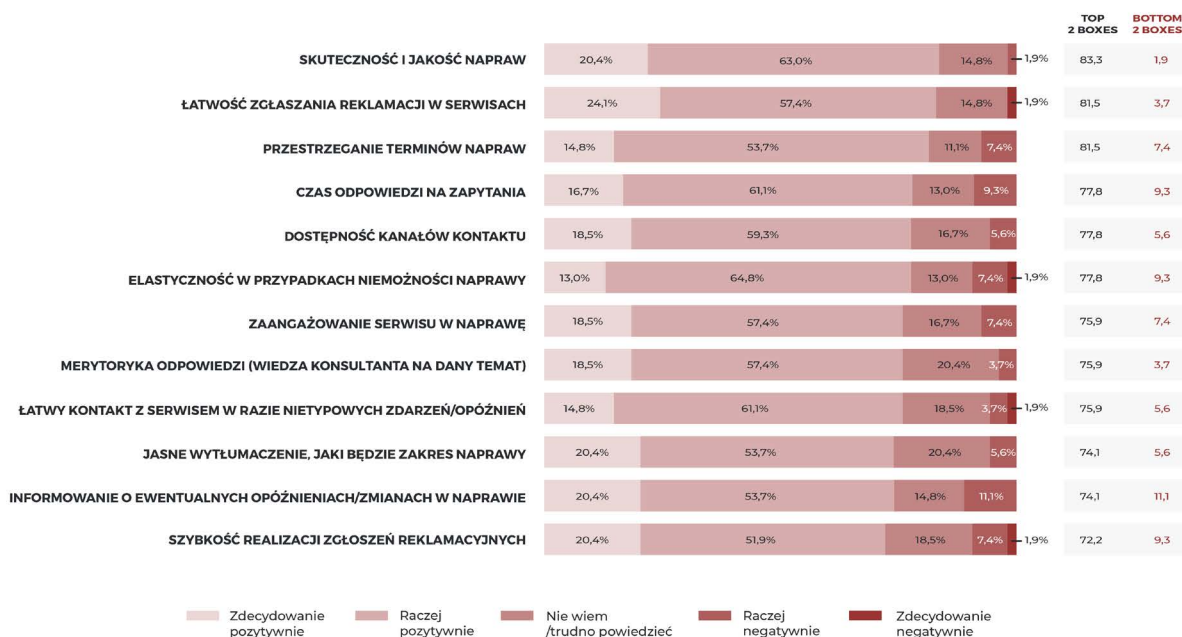
4. Badania wśród sprzedawców

4.6. Ocena usług serwisowych

Zdecydowana większość respondentów pozytywnie ocenia działalność serwisów we wszystkich aspektach branych pod uwagę w badaniach - ponad 70% pozytywnych odpowiedzi.

Ankietowane osoby najbardziej doceniają skuteczność i jakość naprawy, ale również wysoko łatwość zgłaszania reklamacji i przestrzeganie terminów napraw. Natomiast najwięcej negatywnych opinii dotyczyło informacji o ewentualnych opóźnieniach lub zmianach w planowanej naprawie, co zadeklarowało ponad 11% badanych.

JAK OCENIASZ PONIŻSZE ASPEKTY DZIAŁALNOŚCI SERWISÓW NAPRAW

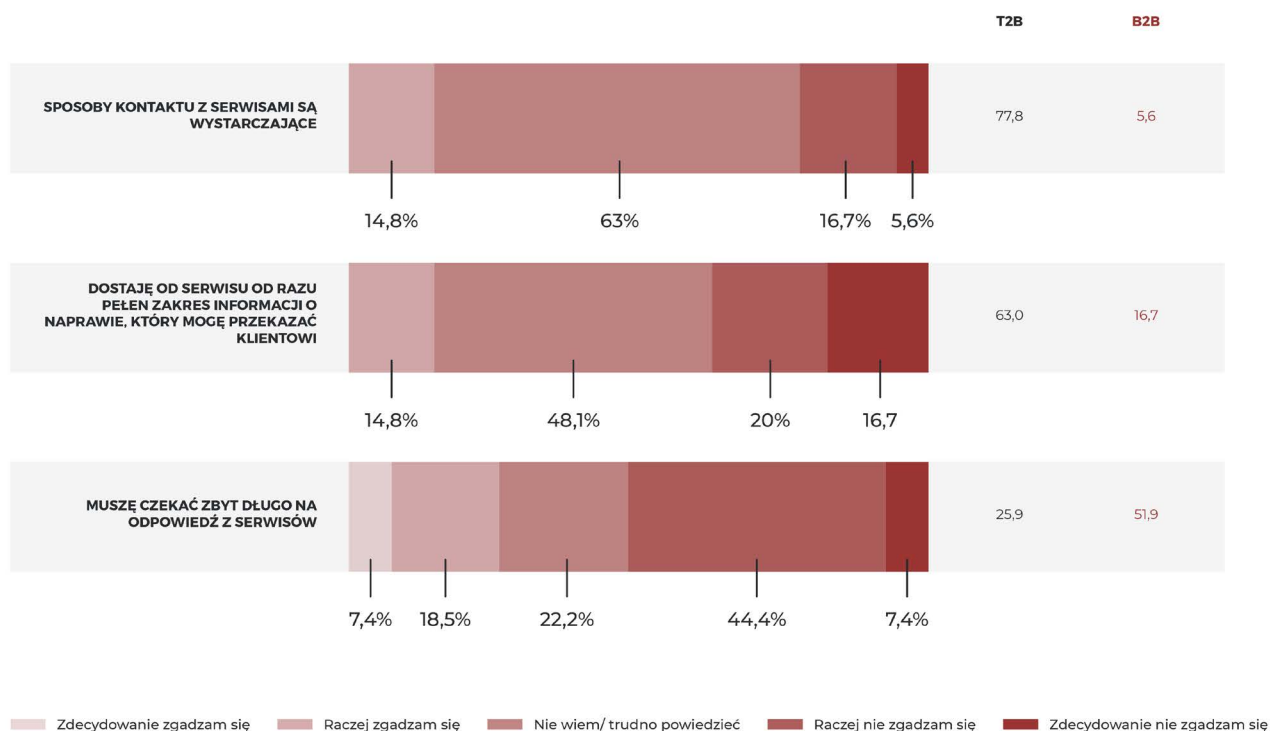


4. Badania wśród sprzedawców

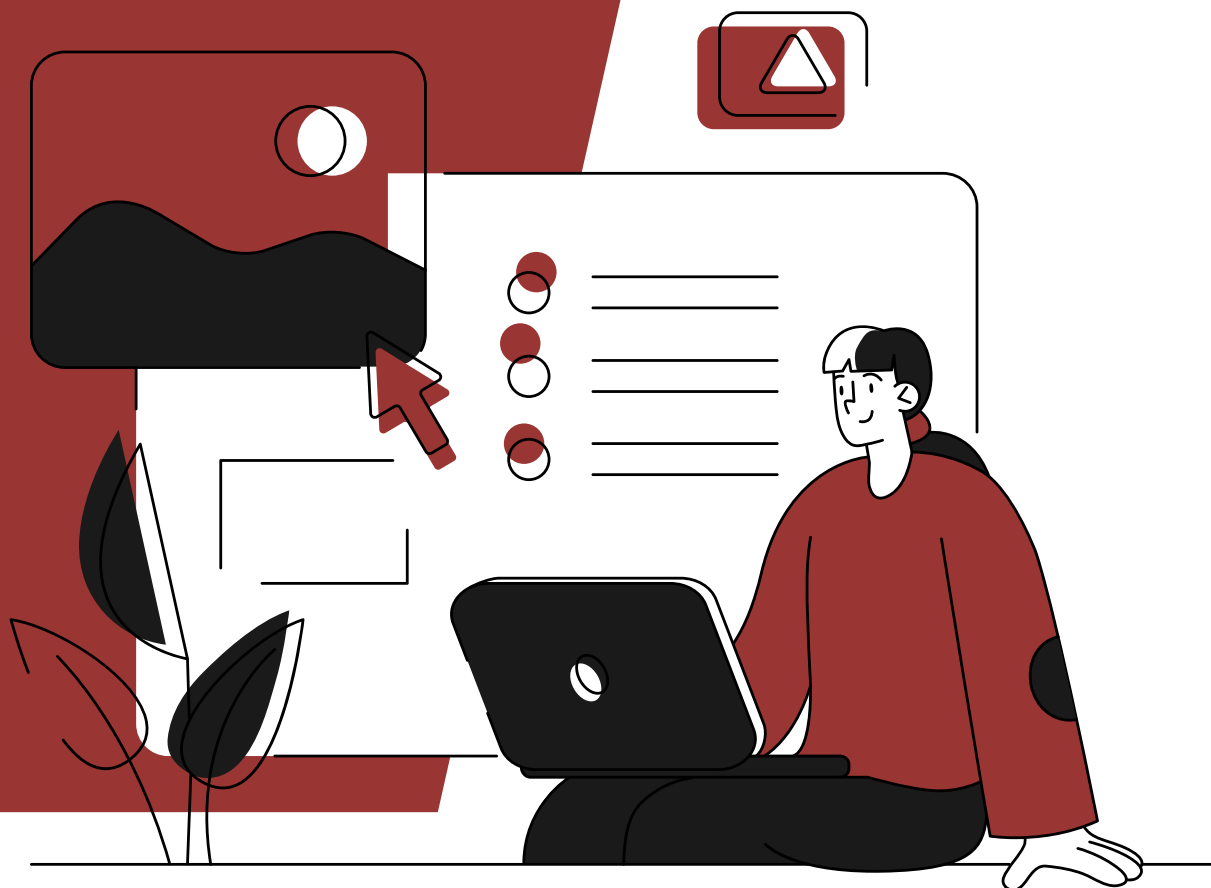
4.7. Kontakt z serwisem

Analizując wyniki badań można zauważyć, że co czwarta osoba uważa, że zbyt długo czeka na odpowiedź ze strony serwisu napraw. Innego zdania jest połowa respondentów, dla których kontakt z serwisem jest na zadowalającym poziomie.

WSKAŹ, NA ILE ZGADZASZ SIĘ Z PONIŻSZYMI STWIERDZENIAMI DOTYCZĄCYMI KONTAKTÓW Z SERWISEM.



5. Wnioski

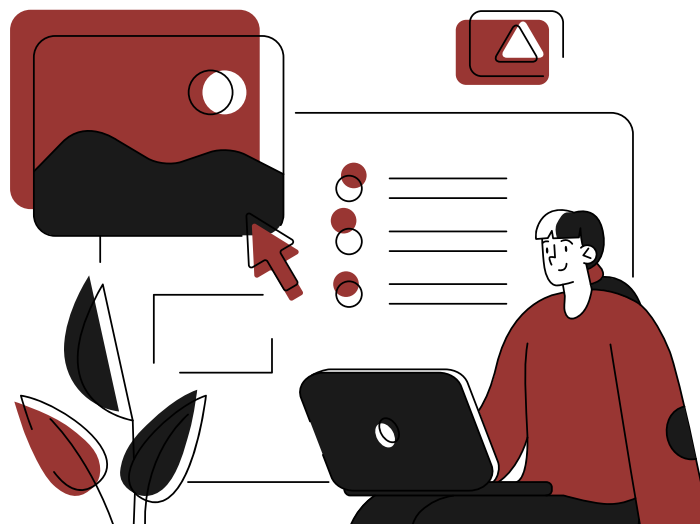


5. Wnioski

Niniejszy raport powstał na podstawie pierwszych w Polsce badań, które miały na celu zweryfikowanie doświadczeń klientów i sprzedawców w zakresie kontaktów z serwisami napraw urządzeń.

Analizując badania nasuwa się najważniejszy wniosek, że zarówno sprzedawcy, jak i klienci w zdecydowanej większości pozytywnie oceniają doświadczenia z serwisami. Ostatecznie prawie 85% badanych klientów pozytywnie oceniło kontakt z serwisem. Nieco mniej, bo 81,4% pozytywnych ocen wystawili sprzedawcy. Jak widać, wyniki badań w najważniejszym aspekcie prawie się pokrywają, co oznacza, że serwisy dokładają wszelkich starań, aby spełnić oczekiwania obu grup poprzez dostarczanie najwyższej jakości oferowanych usług.

Warto zaznaczyć, że badani pozytywnie oceniali istotne aspekty obsługi serwisowej. Przykładowo, krótki czas odpowiedzi spotkał się z uznaniem ponad 79% klientów i blisko 78% sprzedawców. Obie grupy pozytywnie oceniły również merytoryczne przygotowanie konsultantów - 77,9% klientów i 75,9% sprzedawców. Wysoką jakość usług oferowanych przez serwisy napraw urządzeń potwierdza również fakt, że ponad $\frac{3}{4}$ badanych pozytywnie oceniło zaangażowanie serwisów przy rozwiązywaniu problemów ze sprzętem.



6. Zakończenie

Dziękujemy za zainteresowanie raportem,
zapraszamy do kontaktu.

