

Segmentacja analogowo-cyfrowa, czyli z jakich ekosystemów pochodzą klienci?

Segmentacja polskich konsumentów

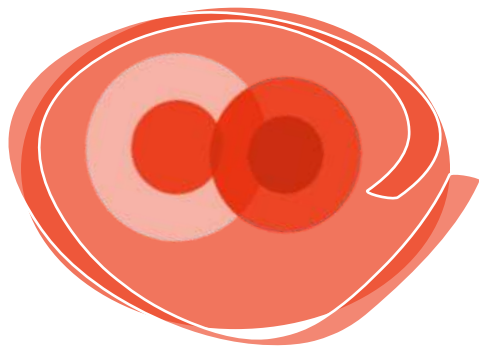


Polska – czarno na białym



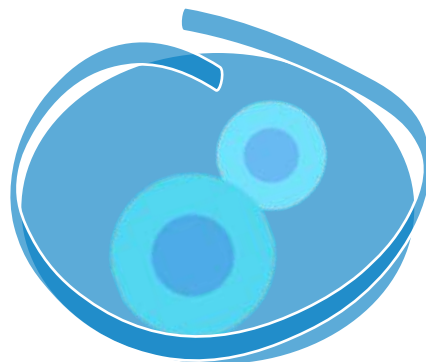
- **22%** gospodarstw domowych nie posiada dostępu do Internetu
- **68%** PKB per capita w Polsce niższy niż średnia UE (UE28 = 100 %)
- **40%** Polaków mieszka na wsi

Ile i jakie segmenty klientów wyróżniamy w Polsce ze względu na użytkowanie Internetu?



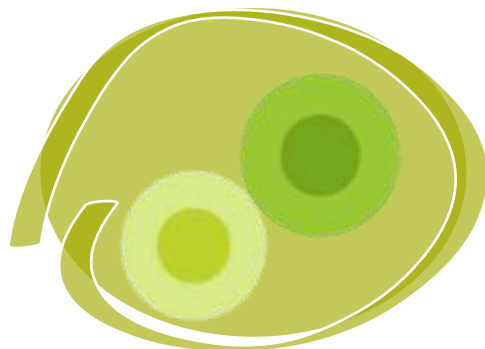
Rodzina
Analogowa

Tradycjonaści
Zaciekawieni



Rodzina
Cyfrowa

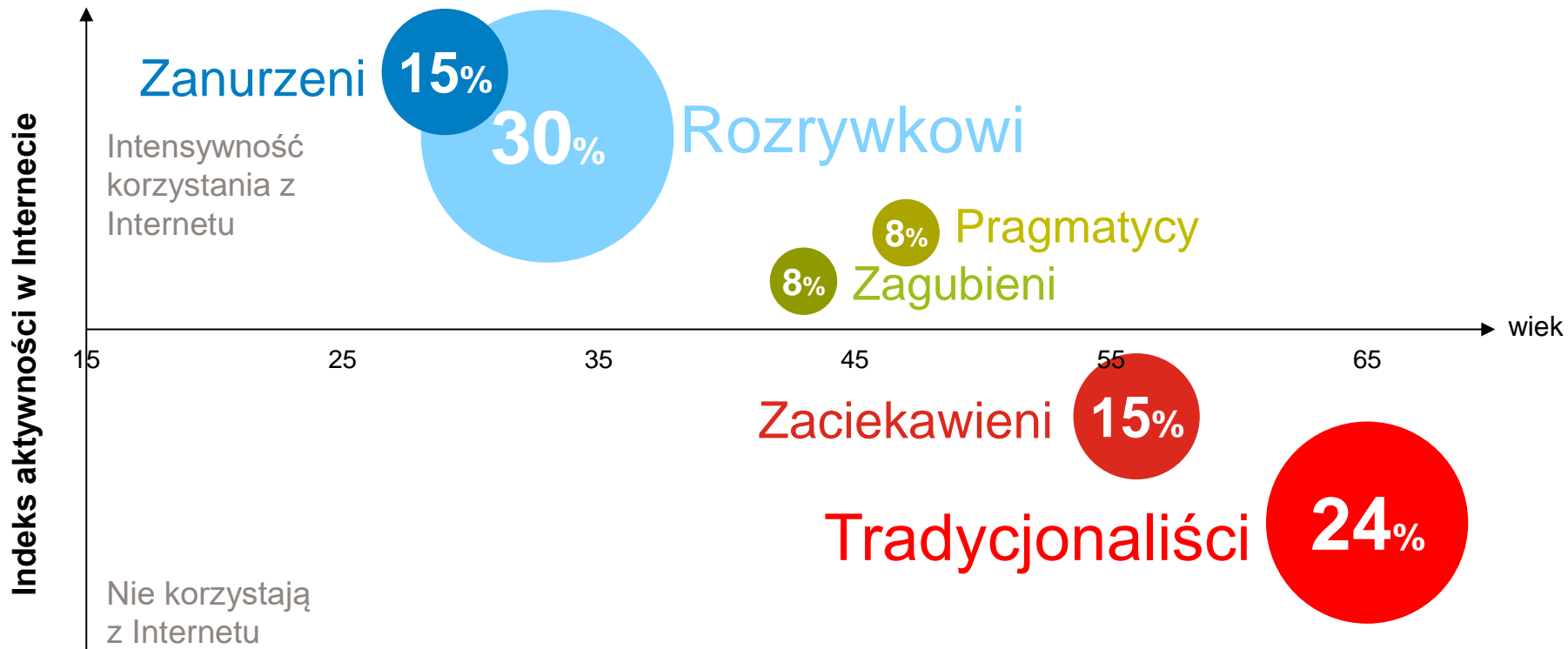
Rozrywkowi
Zanurzeni



Rodzina
Analogowo-Cyfrowa

Zagubieni
Pragmatycy

Gdzie przebiegają linie podziału między klientami analogowymi i cyfrowymi w kontekście komunikacji marketingowej na rynku remontowo-budowlanym?



Czym charakteryzuje się każdy z segmentów i jaki może mieć to wpływ na zakupy remontowo-budowlane?



← 0 Intensywność korzystania z Internetu → 100



tradycjoniści 24%

„Bezpieczni na swoim”

- niska potrzeba bycia na czasie z technologią
- unikanie nowoczesnej elektroniki
- prostota telefonu komórkowego
- Internet – „coś bardzo odległego”

W tradycyjnym świecie ... postawy



zaciekawieni 15%

„Chciało by się mieć”

- lubią modne i nowoczesne urządzenia
- Internet - źródło możliwości, nowinka, ale też obawa lub niezrozumienie
- znajomości z Internetu są ryzykowne



zagubieni 8%

„Aspirujący, początkujący”

- najmniej zaawansowani
- technologie to nie jest ich środowisko
- Internet jako źródło rozrywki
- nie chcą być do tyłu z technologią

W połowie drogi ... postawy



pragmatyczni 8%

„Zorientowani, ale sceptyczni”

- cenią przydatne funkcje Internetu
- zdystansowani
- to nie jest ich tożsamość
- kupują w Internecie



rozrywkowi 30%

„Świat glamour”

- podejście do elektroniki – „na pokaz”
- Internet: źródło rozrywki
- grają online
- miłośnicy komórek – nowe aplikacje

W świecie online ... postawy



zanurzeni 15%

„Mieszkańcy wirtualnego świata”

- aktywne formy uczestnictwa w sieci
- fascynacja i rozumienie zasad
- krytyczność wobec zasad
- ściągają aplikacje

Rodzina analogowa – w procentach ...



tradycjoniści
średnia wieku



65 lat

43%

<2500 zł

2500<

90%

24% 15%



zaciekawieni
średnia wieku

56 lat

48%

<2500 zł

2500<

86%

Dochód gospodarstwa



Dochód respondenta



Postawy:



korzysta z telefonu komórkowego

54%

100%

ma zwykły telefon – nie smartphone

94%

87%

telefon ma służyć do dzwonienia, inne funkcje nie są potrzebne

71%

Rodzina analogowa – w procentach ...



tradycjoniści

24% 15%



zaciekawieni

Korzystanie/ zachowania:

32%



Internet w gospodarstwie:

22%

82%

brak zainteresowania korzystaniem z usług banku przez Internet

59%

60%

robiąc zakupy w Internecie łatwo można zostać oszukanym

63%

48%

Internet daje wiele cennych możliwości, które wcześniej nie były dostępne

58%

44%

Internet to bardzo użyteczny wynalazek, ale obawiam się, co może przynieść jego dalszy rozwój

46%

Nowe koncepcje ewolucji



Analogowi →

Analogowo-cyfrowi →

Cyfrowi

Rytuał przejścia:
Internet – narzędzie

Rodzina analogowo-cyfrowa – w procentach ...



zagubieni
średnia wieku

43 lat

22%

<2500 zł

2500<

69%



8% 8%



pragmatyczni
średnia wieku

47 lat

16%

<2500 zł

2500<

66%

Dochód gospodarstwa



Dochód respondenta



Postawy:



korzysta z telefonu komórkowego

99%

100%

78%

ma zwykły telefon – nie smartphone

93%

77%

telefon ma służyć do dzwonienia,
inne funkcje nie są potrzebne

79%

Rodzina analogowo-cyfrowa – w procentach ...



zagubieni

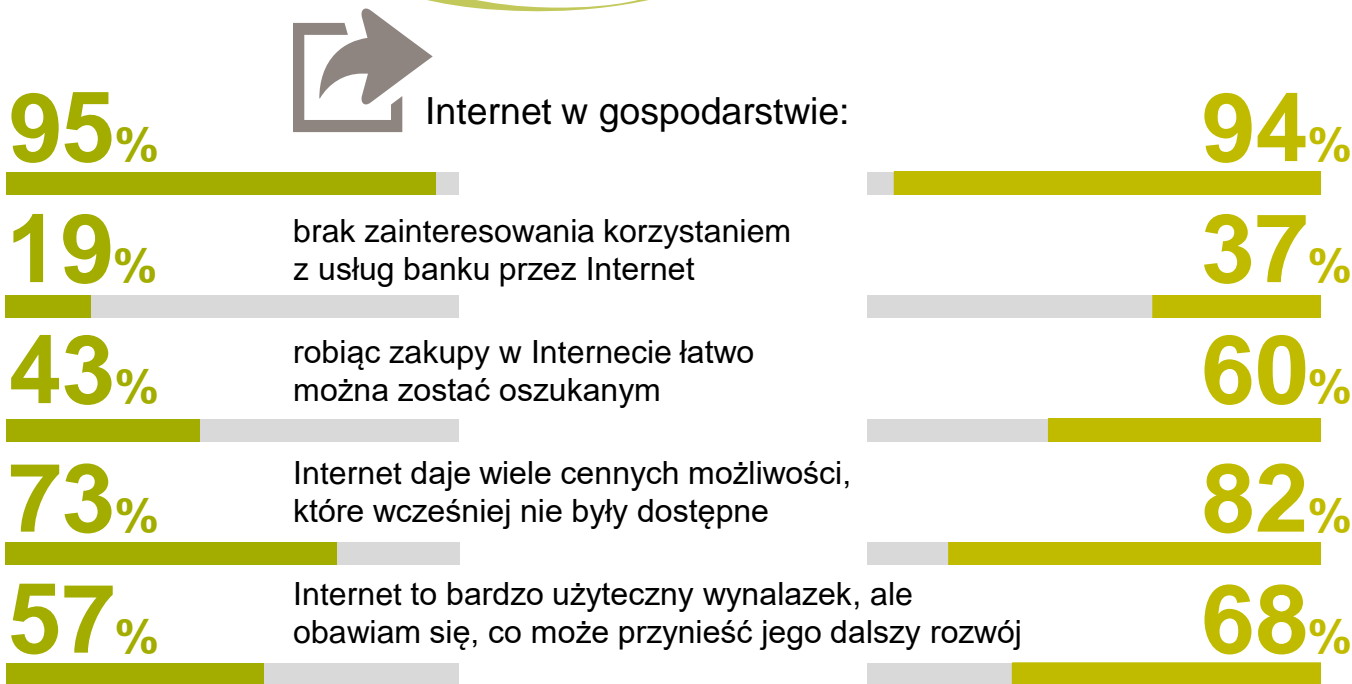


8% 8%



pragmatyczni

Korzystanie/ zachowania:



Rodzina analogowo-cyfrowa – w procentach ...



zagubieni



8% 8%



pragmatyczni



Internet - zastosowanie:

Korzystanie/ zachowania:

21%

Internet dostarcza mi więcej rozrywki niż cokolwiek innego

36%

47%

jeśli potrzebuję informacji na jakiś temat, w pierwszej kolejności szukam ich w Internecie

65%

31%

Internet umożliwia mi intensywniejsze kontakty z moimi znajomymi/rodziną

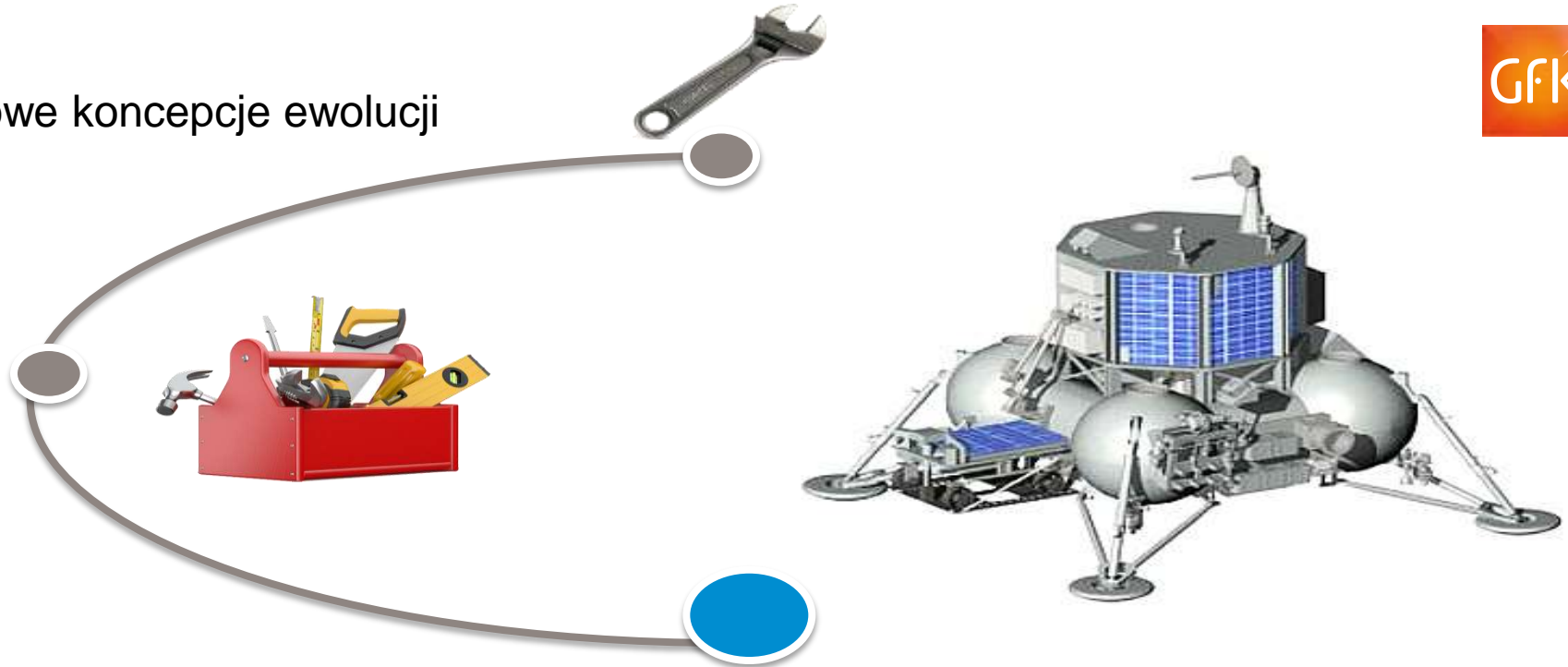
25%

17%

czuję się niekomfortowo, jeśli nie mogę sprawdzić poczty e-mail czy wejść na swój profil w serwisie społecznościowym

15%

Nowe koncepcje ewolucji



Analogowo-cyfrowi → Cyfrowi

Rytuał przejścia:
Internet - kultura

Rodzina cyfrowa – w procentach ...



rozrywkowi
średnia wieku

33 lata



zanurzeni
średnia wieku

29 lat

18%



Dochód gospodarstwa



Dochód respondenta



12%



65%



71%



Postawy:



95%



korzysta z telefonu komórkowego

100%



63%



ma smartphone - nie zwykły telefon

81%



48%



telefon komórkowy to więcej niż narzędzie do dzwonienia - to "centrum" rozrywki i komunikacji

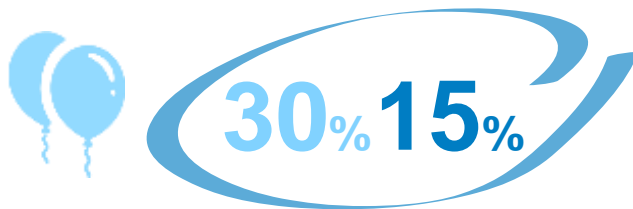
78%



Rodzina cyfrowa – w procentach ...

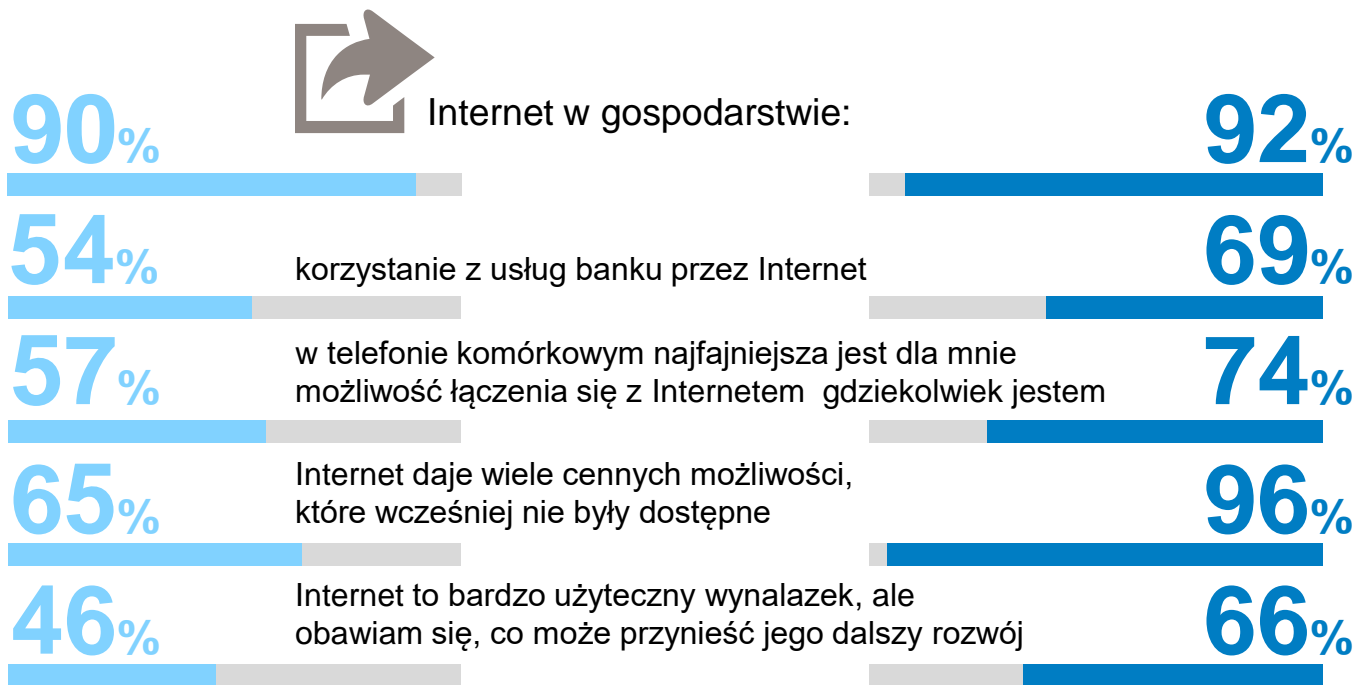


rozrywkowi



zanurzeni

Korzystanie/ zachowania:



Rodzina cyfrowa – w procentach ...



rozrywkowi

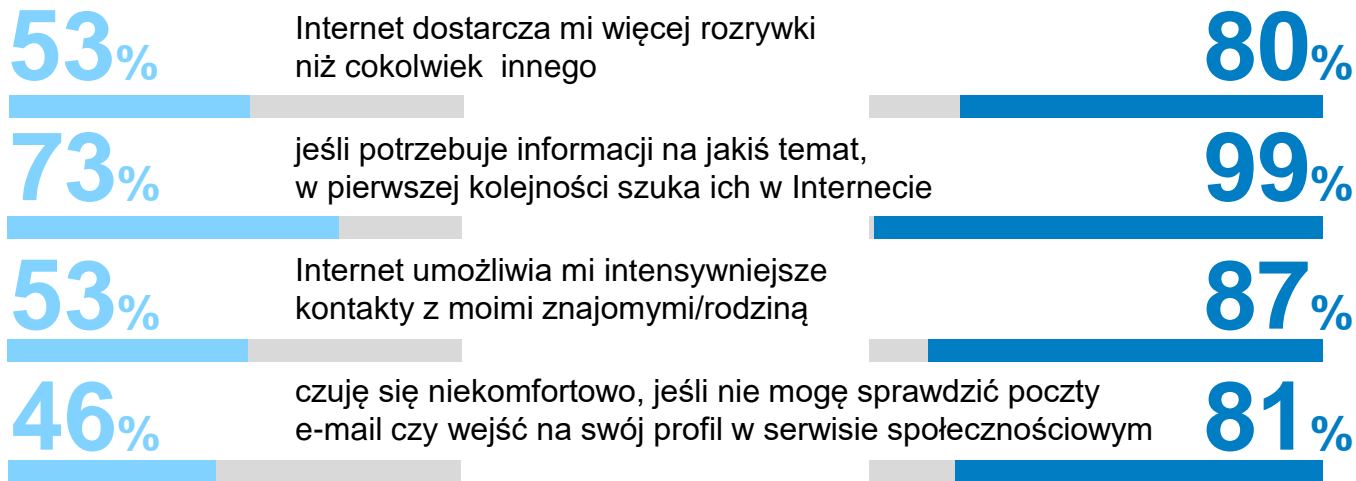


zanurzeni



Internet - zastosowanie:

Korzystanie/ zachowania:



Ekosystem analogowo-cyfrowy

Status quo



Ogólna charakterystyka – profil rodzin

Analogowa

Tradycjoniści i zaciekawieni

39%

Rodzina druga pod względem wielkości. Internet, nowości, urządzenia wielofunkcyjne wciąż postrzegane jako coś obcego, na pograniczu zagrożenia – niechęci, wrogości. Najstarsza z rodzin.

Analogowo-cyfrowa

Zagubieni i pragmatyczni

16%

Rodzina nieliczna, w fazie przejściowej – jeszcze nie w pełni cyfrowi a już nie analogowi. Ostrożni i świadomi możliwości i zagrożeń wynikających z korzystania z Internetu. Duża skłonność do robienia zakupów przez Internet i pragmatycznego korzystania z tego medium jako źródła wiedzy.

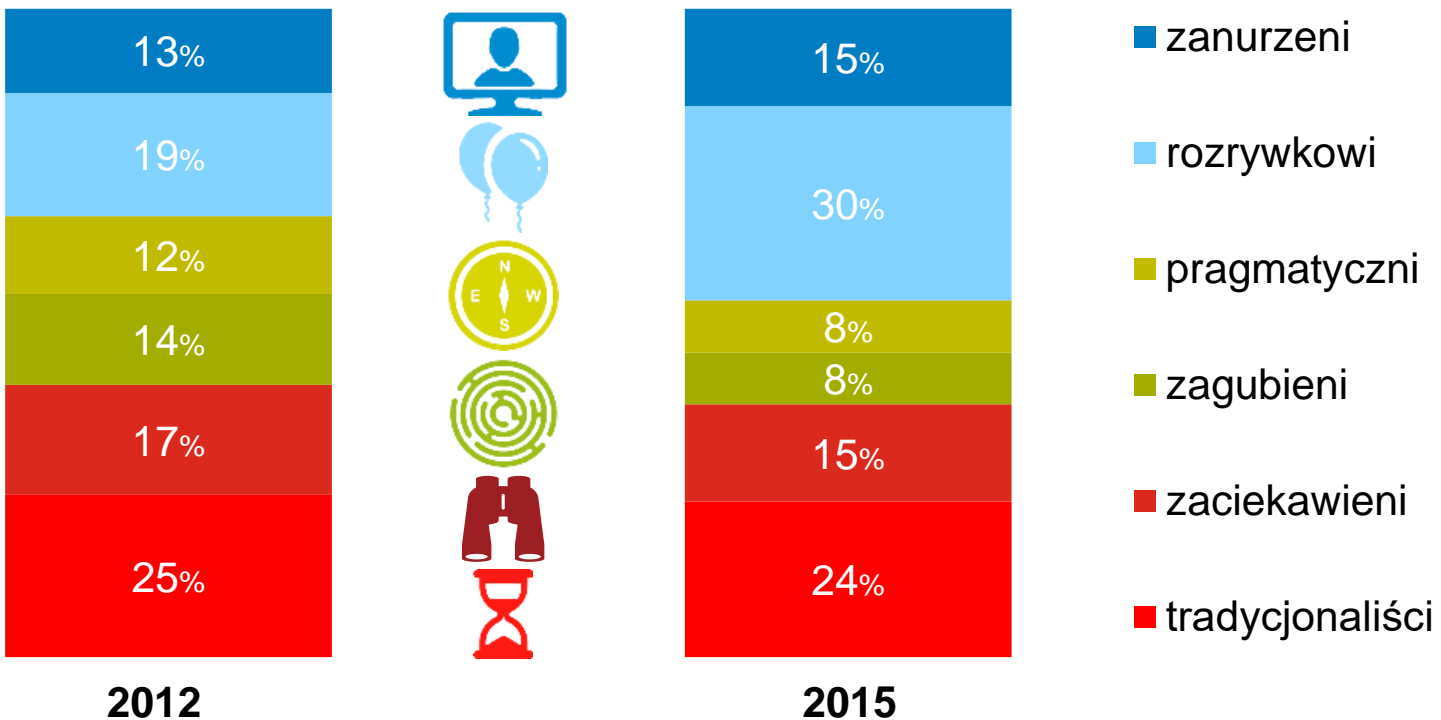
Cyfrowa

Zanurzeni i rozrywkowi

45%

Największa z rodzin z dużą perspektywą dalszego rozwoju i wzrostu zainteresowania Internetem, światem wirtualnym, czy byciem on-line - szczególnie jako źródło i forma rozrywki, nawiązywania znajomości. Najmłodsza rodzina dorastająca wraz z rozwojem Internetu.

Jaka jest dynamika i kierunki zmian segmentów analogowo-cyfrowych – wyniki badań 2012-2015 r.



tradycjoniści

- **Zaciera się ostrość różnic** między segmentami analogowymi.
- Wzrosła średnia wieku tego segmentu i skłonność do **postrzegania telefonu komórkowego** jedynie jako urządzenia, które ma służyć **wyłącznie do dzwonienia**.
- Utrzymał się **negatywny stosunek do nowoczesnych** urządzeń.
- **Nasilił się poziom obaw o bezpieczeństwo** zakupów w Internecie i dalszy rozwój Internetu.

Rodzina Analogowa

zaciekawieni

- **Wzrosła średnia wieku** dla segmentu, spadł odsetek korzystających z telefonii komórkowej.
- **Opinie na temat Internetu stały się mniej krytyczne**, szczególnie **w aspekcie znajomości** zawieranych online oraz osłabiania więzi w realu

zagubieni

- Wzrósł **odsetek korzystających ze smartfonów**, przy utrzymującym się obojętnym stosunku do nowoczesnych urządzeń – w postawach **zbliżają się do tradycjonalistów**.
- Umocniła się **rola Internetu jako źródła rozrywki** oraz nowych i cennych możliwości, ale **nie jako źródła informacji**.

Rodzina Analogowo-Cyfrowa

pragmatyczni

- Wzrósł odsetek unikających nowych urządzeń - wszyscy korzystają z telefonii komórkowej, ale **nie używają smartfonów pomimo niewielkiego wzrostu zainteresowania wielofunkcyjnością i Internetem w komórce**.
- Internet to wciąż **przede wszystkim źródło informacji i możliwości**, choć **wzrosła znacząco rola rozrywki** przy utrzymującym się najwyższym poziomie **dostrzegania zagrożenia w Internecie** (przy zawieraniu znajomości, robieniu zakupów, oraz dla więzi w realu).

rozrywkowi

- Znacząco **wzrósł odsetek korzystających ze smartfonów**, ze szczególnym uwzględnieniem możliwości wykorzystania jego funkcji ułatwiającej **stały dostęp do Internetu**.
- Postawy wobec Internetu nie uległy zmianom – nieznacznie rzadziej używają Internet do intensywnych kontaktów z bliskimi, i **mniej obawiają się zakupów online**.
- Zdystansowani przez Zanurzonych pod względem **zamiłowania do nowinek**.

Rodzina Cyfrowa

zanurzeni

- Segment, w którym zaszły największe zmiany - **wzrósł odsetek korzystających ze smartfonów i zainteresowanie nowościami i trendami w telefonii komórkowej**, w tym oczekiwanie wobec wielofunkcyjności komórki.
- Wzrósł odsetek postrzegających Internet jako **najważniejsze źródło rozrywki, medium dla życia towarzyskiego**, oraz czujących **lęk przed brakiem dostępu do Internetu**.
- Bez zmian jest większa krytyczność i obawy przed negatywnymi konsekwencjami korzystania i dalszego rozwoju Internetu.

Ekosystem analogowo-cyfrowy a budownictwo

Jakie korzyści dla branży budowlanej ma rosnąca rola Internetu?

1. Internet - źródło informacji i kontaktu z klientem
2. Internet - coraz szerszy zasięg, sposób dotarcia
3. Internet - źródło zakupów, sklepy internetowe, aukcje
4. Internet - źródło możliwości, cenny wynalazek



Ekosystem analogowo-cyfrowy a budownictwo

Jakie konsekwencje dla branży budowlanej mają poszczególne segmenty?

zaciekawieni

- Dystrybucja tradycyjna vs nowoczesna on-line
- Skłonność do próbowania nowości – łącznik pomiędzy rodziną analogową a cyfrową

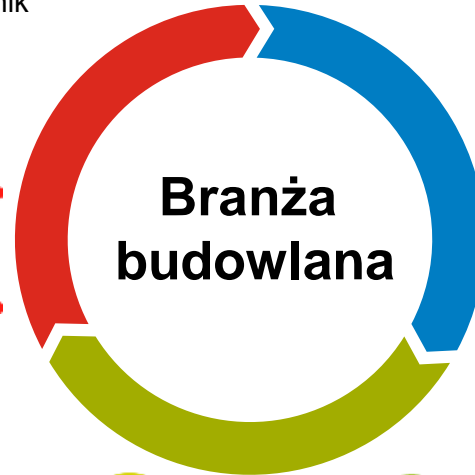


rozrywkowi

- Duża umiejętność posługiwania się i praktycznego wykorzystywania różnych aplikacji w urządzeniach wielofunkcyjnych
- Edukatorzy rynku analogowo-cyfrowego

tradycjoniści

- Utrzymywanie tradycyjnych kanałów dystrybucji wciąż ma sens ;-).
- Równowaga – hamulec dla owczego pędu, opozycja dla mainstreamu.



**Branża
budowlana**



zanurzeni

- Rosnąca potrzeba bycia permanentnie on-line.
- Duże prawdopodobieństwo zauważenia i reagowania na nowości w Internecie

pragmatyczni

- Praktyczne wykorzystanie Internetu do pozyskiwania informacji i wiedzy o zmianach na rynku (budowlanym)
- Dystrybucja tradycyjna i nowoczesna oraz on-line ma równoprawną rację bytu



zagubieni

- Skłonność do owczego pędu zarówno w konsumpcji dóbr jak i mediów
- Ostrożność i nieufność wobec Internetu, ale dostrzegający jego rosnącą rolę

Ekosystem analogowo-cyfrowy a budownictwo w Polsce



78,7%

Penetracja
(na gospodarstwa domowe)
usługami Internetu w Polsce
w 2015 r.

Liczba wydanych pozwoleń na
budowę mieszkań i zgłoszeń z
projektem budowlanym w 2015 r.
wg GUS

188 822



o **20,5%**
więcej niż
w 2014 r.



+ 40,6%

Wzrost udziału rodziny
Cyfrowej w ekosystemie
analogowo-cyfrowym w ciągu
2012-2015

- Wskaźniki penetracji Internetu oraz uczestników **ekosystemu cyfrowego sukcesywnie rosną**.
- Poziom i styl życia Polaków oraz ich oczekiwań wobec urządzeń wielofunkcyjnych umożliwiających dostęp do Internetu rosną, a **Internet staje się najważniejszym źródłem rozrywki, informacji i kontaktu ze znajomymi/rodziną, światem i producentami materiałów budowlanych**.
- Rola cyfryzacji i Internetu istotnie wpływa na życie codzienne Polaków, w tym na sektor budowlany. **Spada udział postrzegających Internet jako źródło zagrożeń** przy zawieraniu znajomości, robieniu zakupów itp. a Internet postrzegany jest jako **źródło możliwości oraz cenny wynalazek**.

Dziękuję za uwagę i zapraszam do
współpracy!

MARCELIN MATUSIAK

Industrial Team Manager

Business & Social Research | Consumer Experiences

GfK | Ludna 2 | 00-406 Warszawa | Polska

marcelin.matusiak@gfk.com

T +48 22 43 41 520 | M +48 502 19 60 74

www.gfk.com/pl