

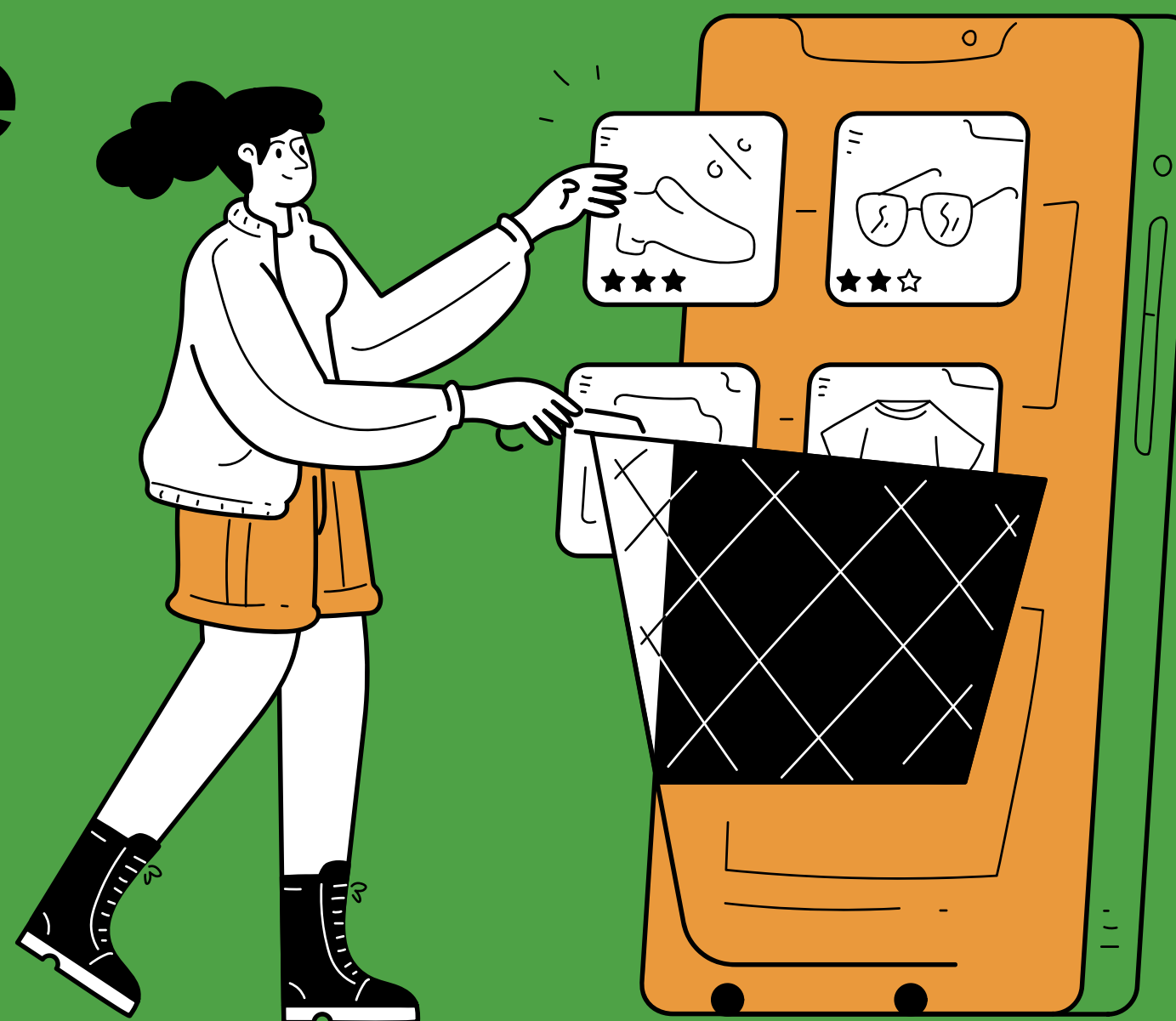


QUALITY WATCH
CUSTOMER EXPERIENCE COMPANY

Co Polacy myślą o dyrektywie Omnibus?

Wyniki badania

Marzec 2023 r.



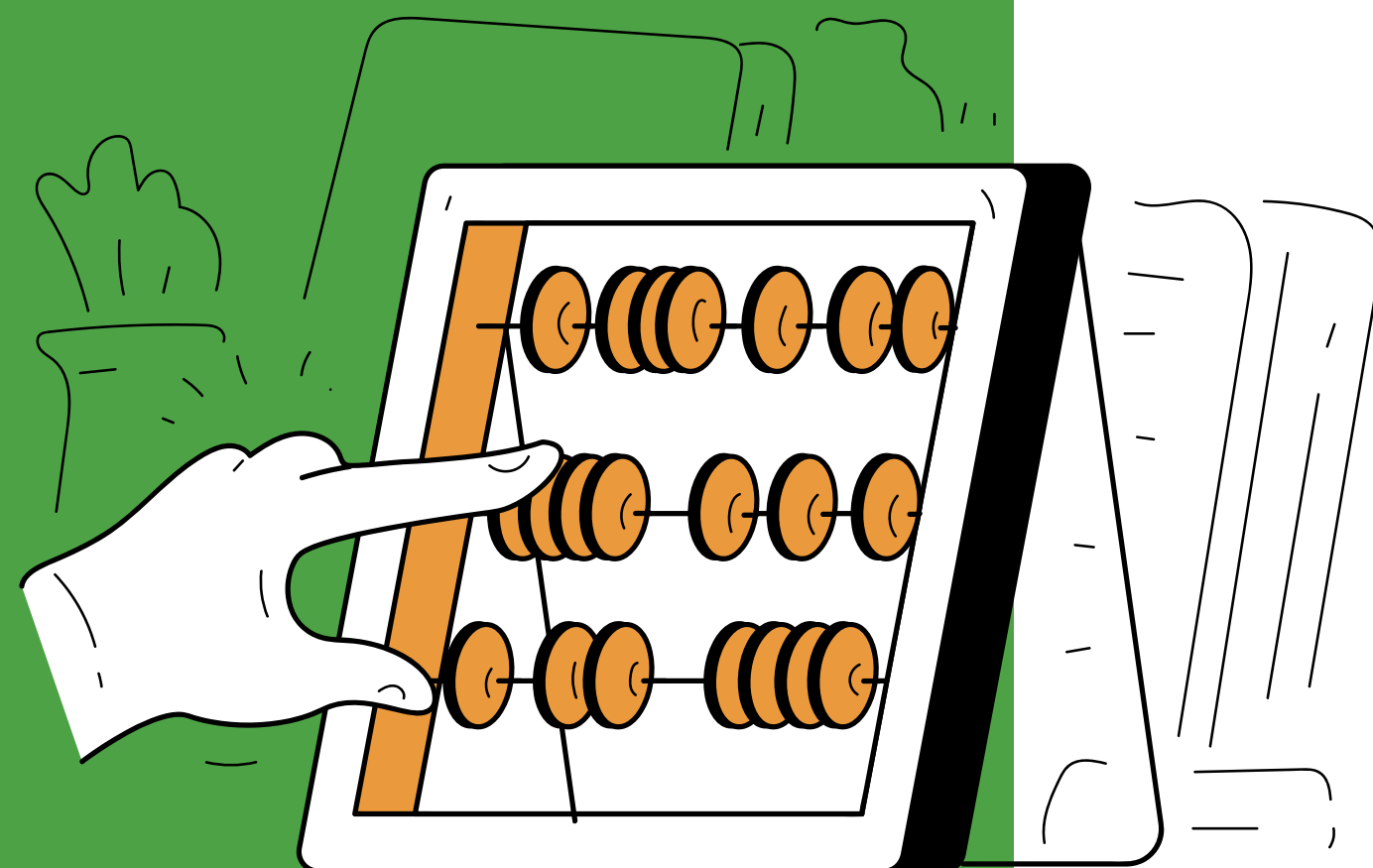
Co Polacy myślą o dyrektywie Omnibus?

Metodologia

Badanie przeprowadzone w **lutym 2023 roku** na reprezentatywnej ogólnopolskiej próbie dorosłych Polaków.

Próba o liczebności **1042 osób** została dobrana w sposób losowo-kwotowy uwzględniając reprezentatywność ze względu na płeć, wiek oraz wielkość miejscowości zamieszkania.

Badanie przeprowadzone metodą CAWI.



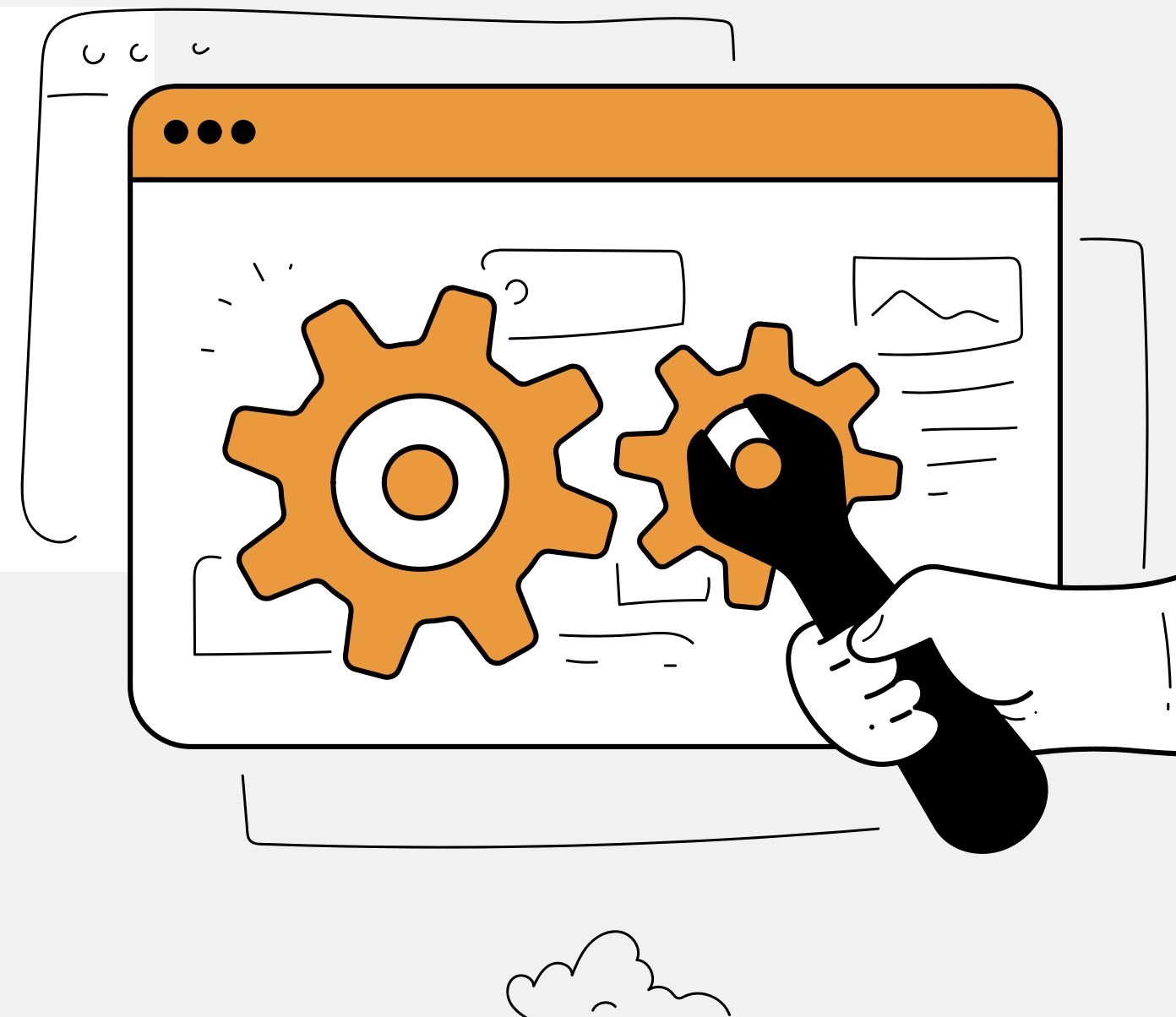


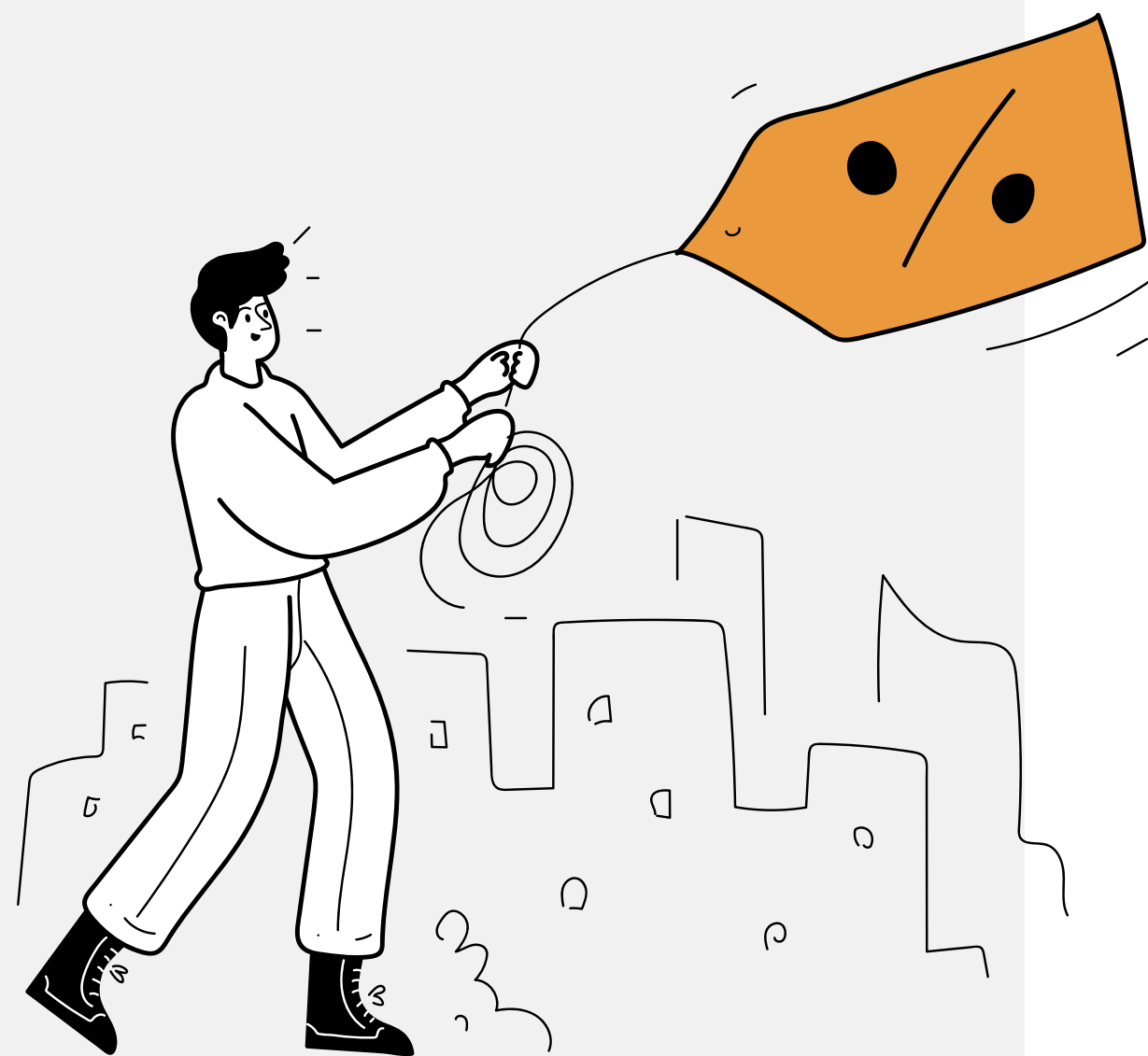
Blisko 64% Polaków zetknęło się z informacjami dotyczącymi nowych przepisów wynikających z dyrektywy Omnibus.

Badani dość dobrze orientują się kogo dotyczą przepisy wzmacniające ochronę konsumentów. **Aż 79% badanych słusznie wskazało, że dotyczą one zarówno sklepów internetowych jak i stacjonarnych.**

Co Polacy myślą o dyrektywie Omnibus?

Większość Polaków (56%) spotkała się już z podawaniem przez sprzedawców najniższej ceny z ostatnich 30 dni.





Polacy w zdecydowanej większości (75%) są zgodni, że nowe przepisy uniemożliwią sklepom przeprowadzanie fałszywych promocji.

75% badanych wskazało, że dokonując wyboru produktów kieruje się opiniami innych osób. Nowe przepisy w aspekcie przejrzystości opinii konsumenckich i eliminacją opinii sponsorowanych wychodzą naprzeciw oczekiwaniom konsumentów.

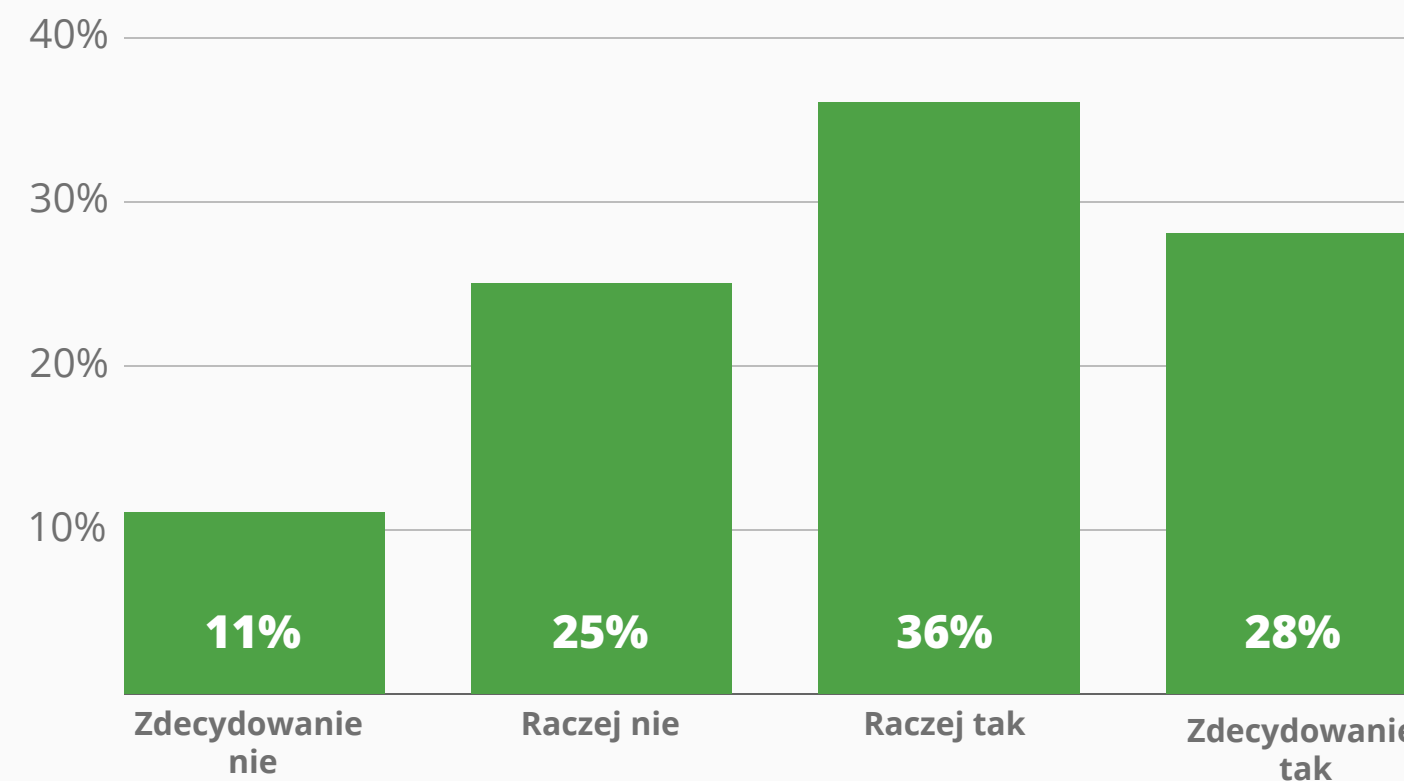
Świadomość istnienia przepisów wynikających z dyrektywy Omnibus

64% Polaków zetknęło się z informacjami dotyczącymi przepisów nakazujących podawanie najniższej ceny z ostatnich 30 dni w przypadku produktów promocyjnych, a także poprawę przejrzystości opinii konsumenckich przez eliminację opinii sponsorowanych.



Świadomość obowiązywania tych przepisów jest wyższa wśród respondentów młodych (25-34 lata), z dużych miast (od 100-500 tys. mieszkańców) oraz wśród osób w wykształceniu wyższym.

Proszę powiedzieć w jakim stopniu zgadza się Pan(i) z poniższym stwierdzeniem:
Dotarły do mnie informacje na temat nowych przepisów.



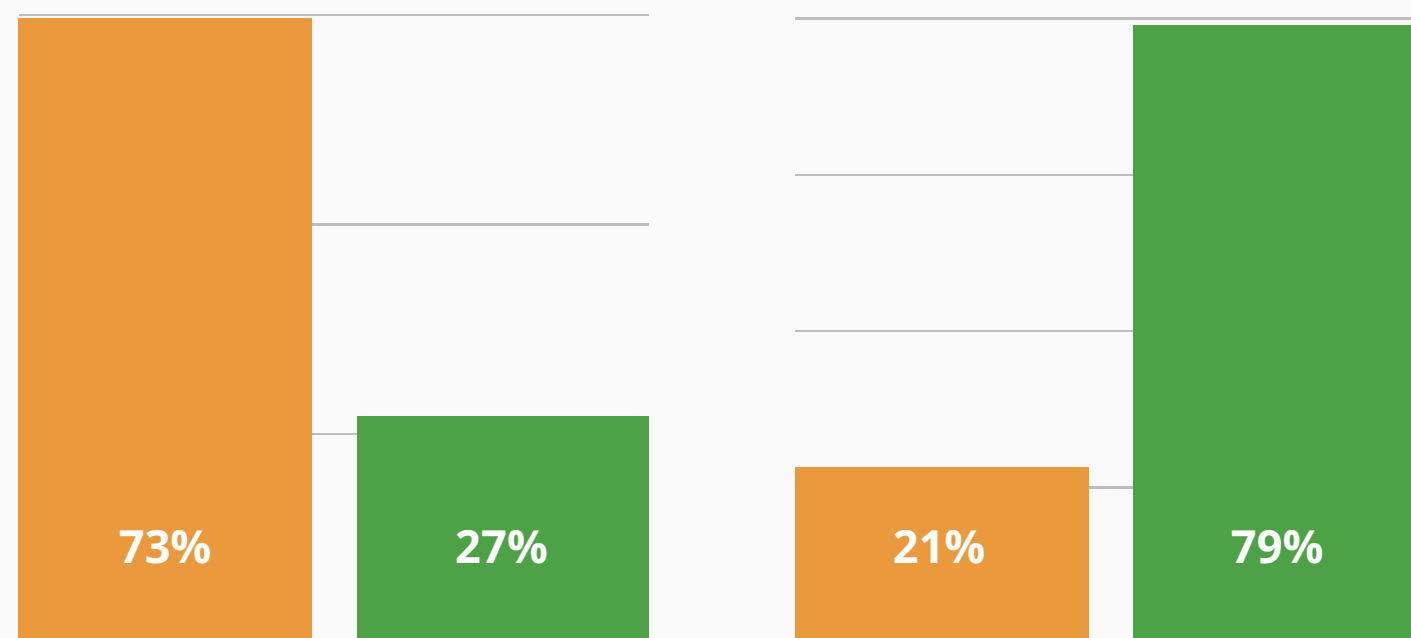
N = 1042. Pytanie jednokrotnego wyboru.

Co Polacy myślą o dyrektywie Omnibus?

Proszę powiedzieć w jakim stopniu zgadza się Pan(i) z poniższym stwierdzeniem:

Przepisy te dotyczą tylko sklepów internetowych:

Przepisy te dotyczą sklepów stacjonarnych i internetowych:



 Zdecydowanie nie lub raczej nie
 Zdecydowanie tak lub raczej tak

N = 1042. Pytanie jednokrotnego wyboru.

Kogo i czego dotyczą przepisy wynikające z dyrektywy Omnibus?

Polacy dość dobrze orientują się kogo dotyczą przepisy wzmacniające ochronę konsumentów.

Aż 79% badanych słusznie wskazało, że dotyczą one zarówno sklepów internetowych jak i stacjonarnych.

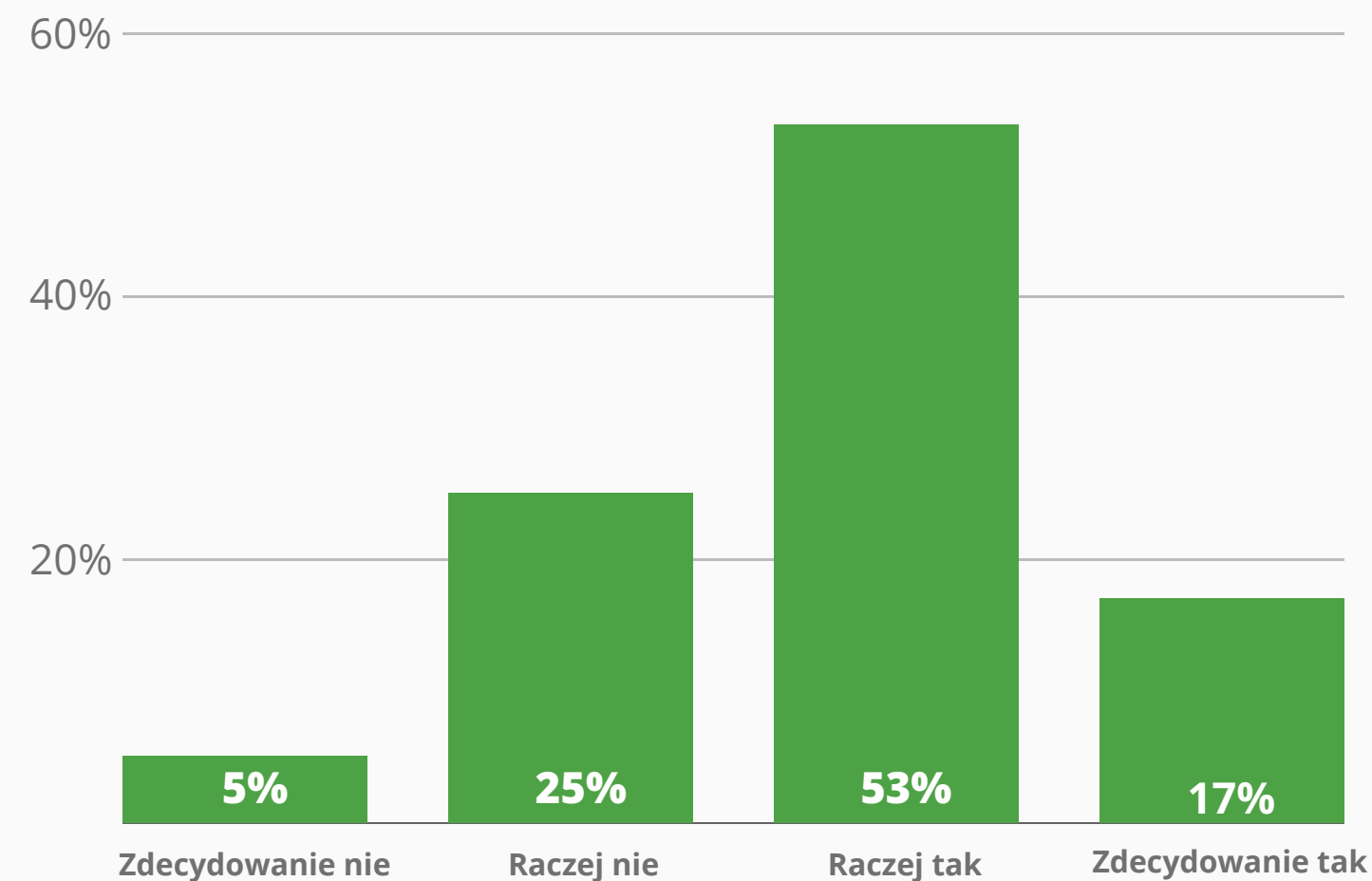


Autentyczność opinii w sieci

Zdecydowana **większość Polaków (71%)** jest świadoma **istnienia obowiązku weryfikacji autentyczności** opinii konsumenckich.



Proszę powiedzieć w jakim stopniu zgadza się Pan(i) z poniższym stwierdzeniem: **Nowe przepisy nakładają obowiązek weryfikacji opinii konsumentów (ich autentyczności) o produktach, tak by wyeliminować opinie sponsorowane.**



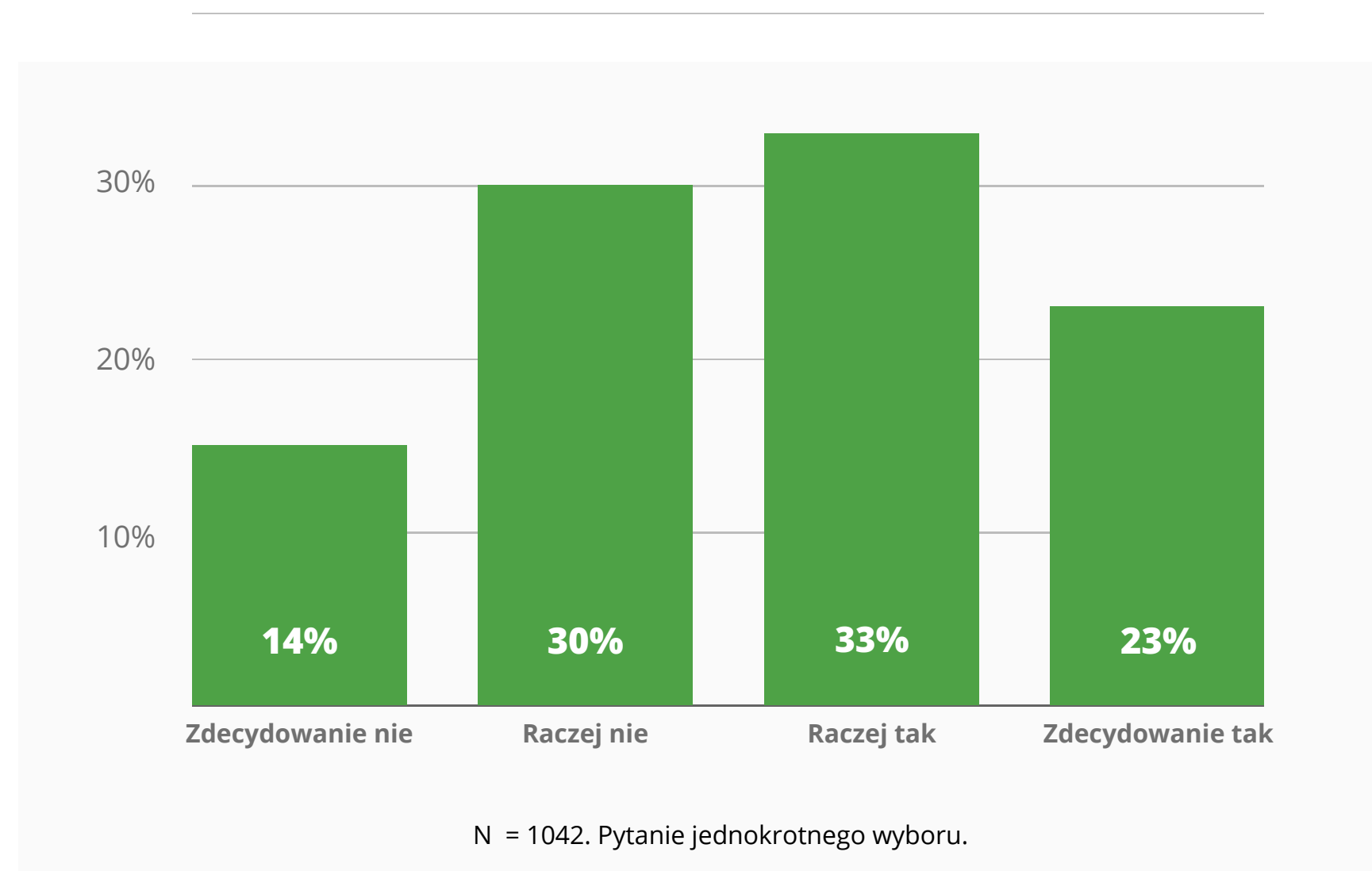
N = 1042. Pytanie jednokrotnego wyboru.

Opinie o nowych przepisach (1/2)

Większość Polaków (56%) spotkała się podawaniem przez sprzedawców najniższej ceny z ostatnich 30 dni.

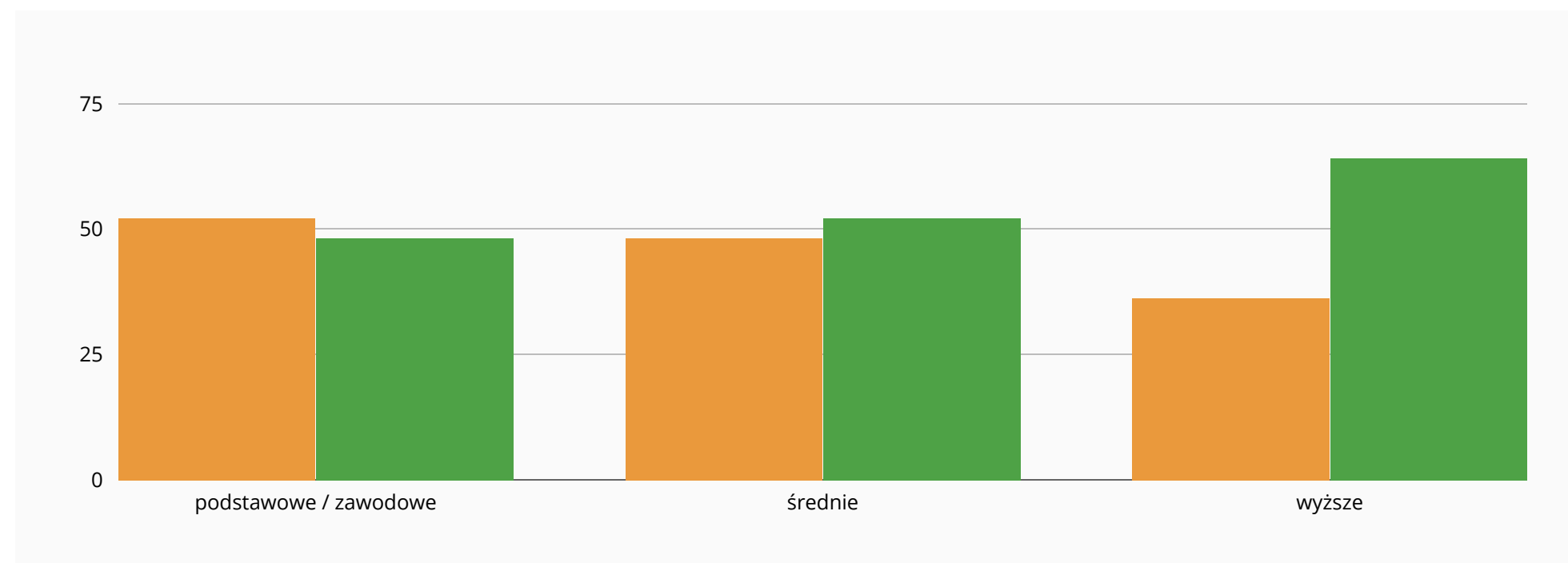
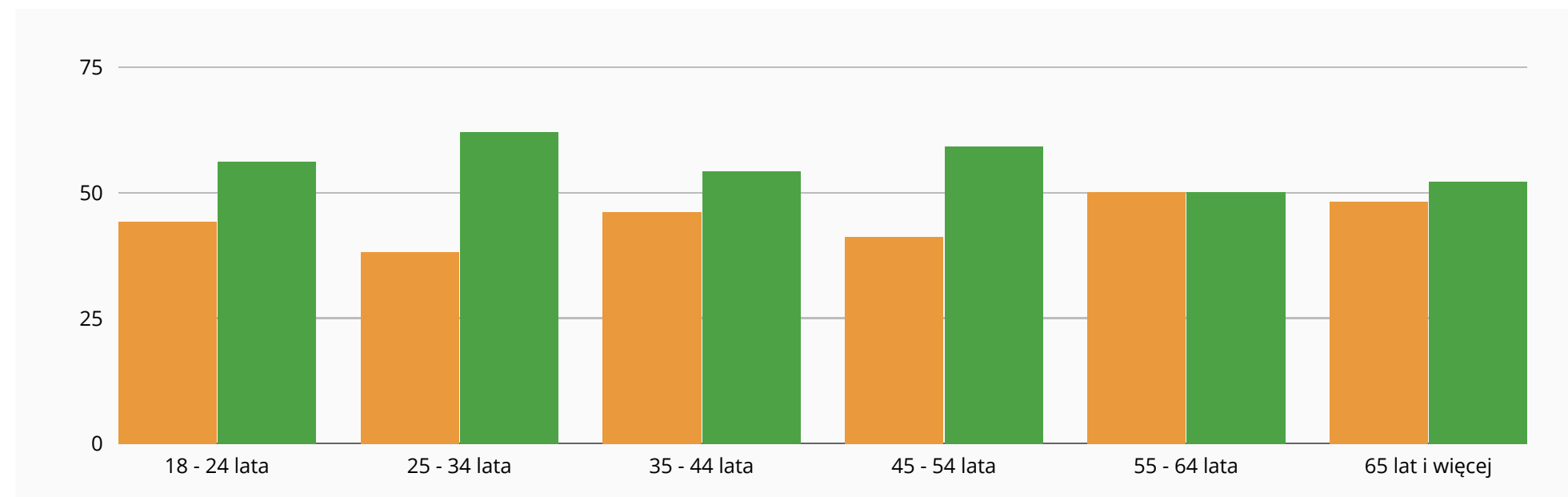


Proszę powiedzieć w jakim stopniu zgadza się Pan(i) z poniższym stwierdzeniem: **Poszukując produktów spotykam już się z podawaniem przez sprzedawców informacji o najniższej cenie z ostatnich 30 dni.**



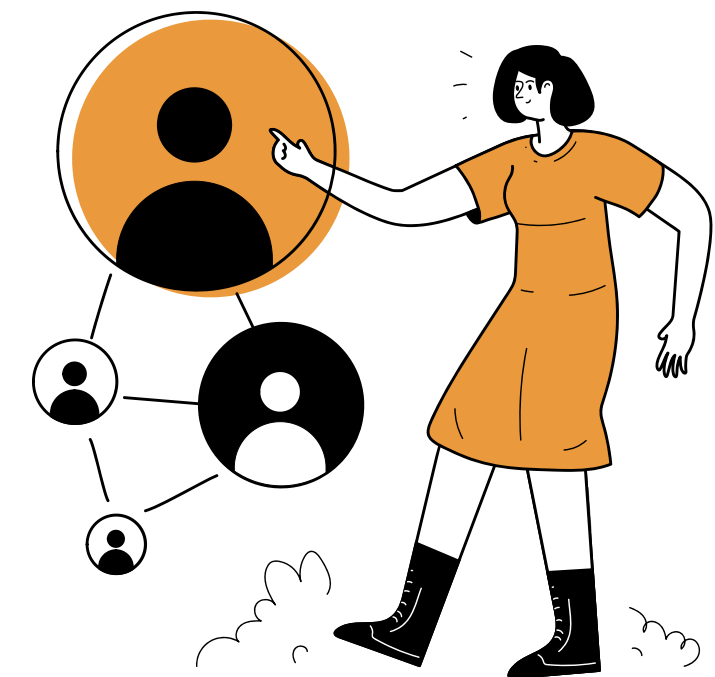
Opinie o nowych przepisach (2/2)

Z podawaną przez sprzedawców ceną z ostatnich 30 dni, częściej spotykają się konsumenci **w grupie wiekowej 25-34 lata (62%)** oraz z **wykształceniem wyższym (64%)**.



Orange: Zdecydowanie nie lub raczej nie
Green: Zdecydowanie tak lub raczej tak

Orange: Zdecydowanie nie lub raczej nie
Green: Zdecydowanie tak lub raczej tak

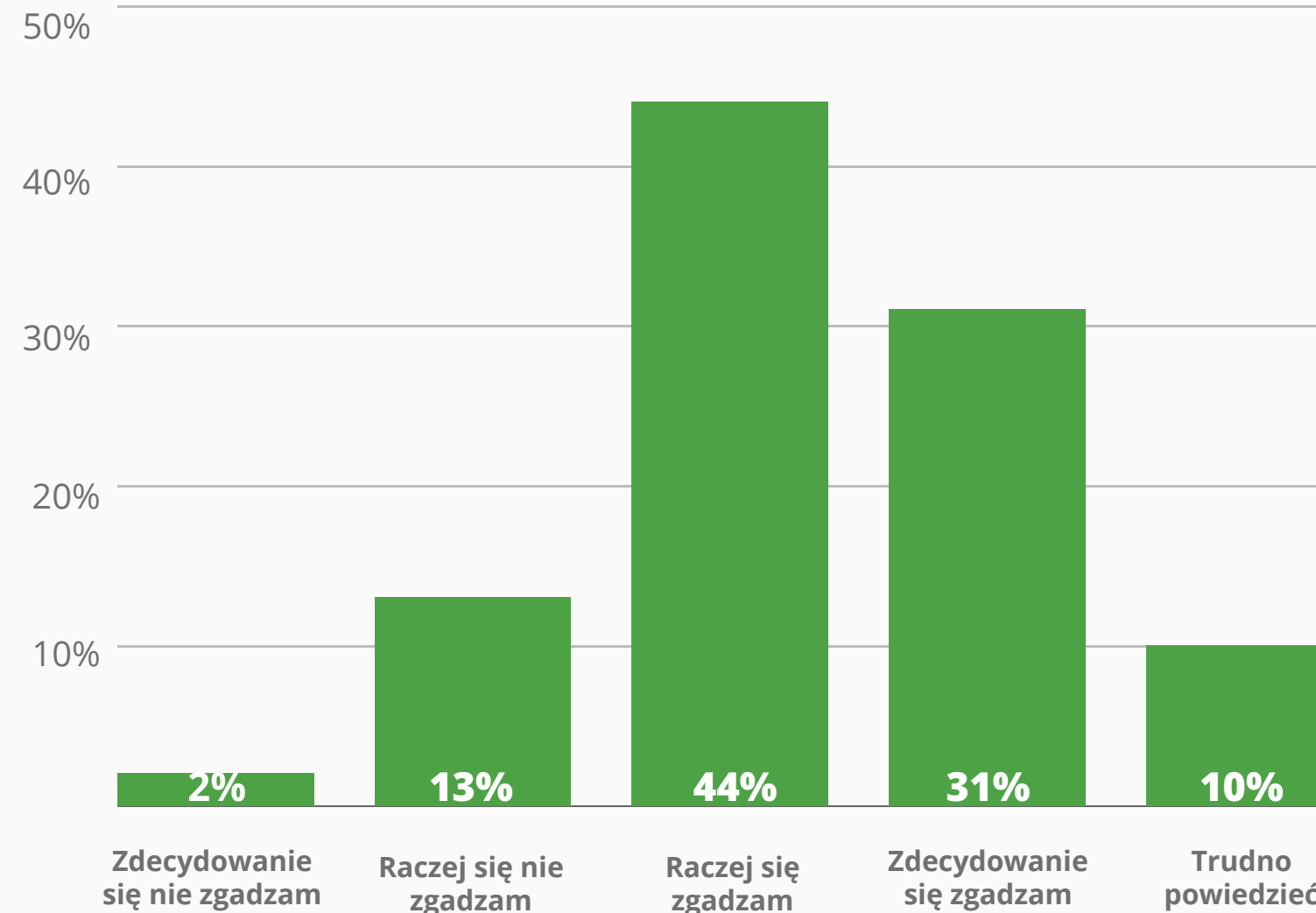


Stop fałszywym promocjom

Polacy są zgodni, że nowe przepisy uniemożliwią sklepom przeprowadzanie fałszywych promocji (75% wskazań).



Proszę powiedzieć w jakim stopniu zgadza się Pan(i) z poniższym stwierdzeniem: **Wprowadzenie obowiązku informowania o najniższej cenie z ostatnich 30 dni w przypadku produktów przecenionych, uniemożliwi sklepom przeprowadzanie fałszywych promocji.**



N = 1042. Pytanie jednokrotnego wyboru.

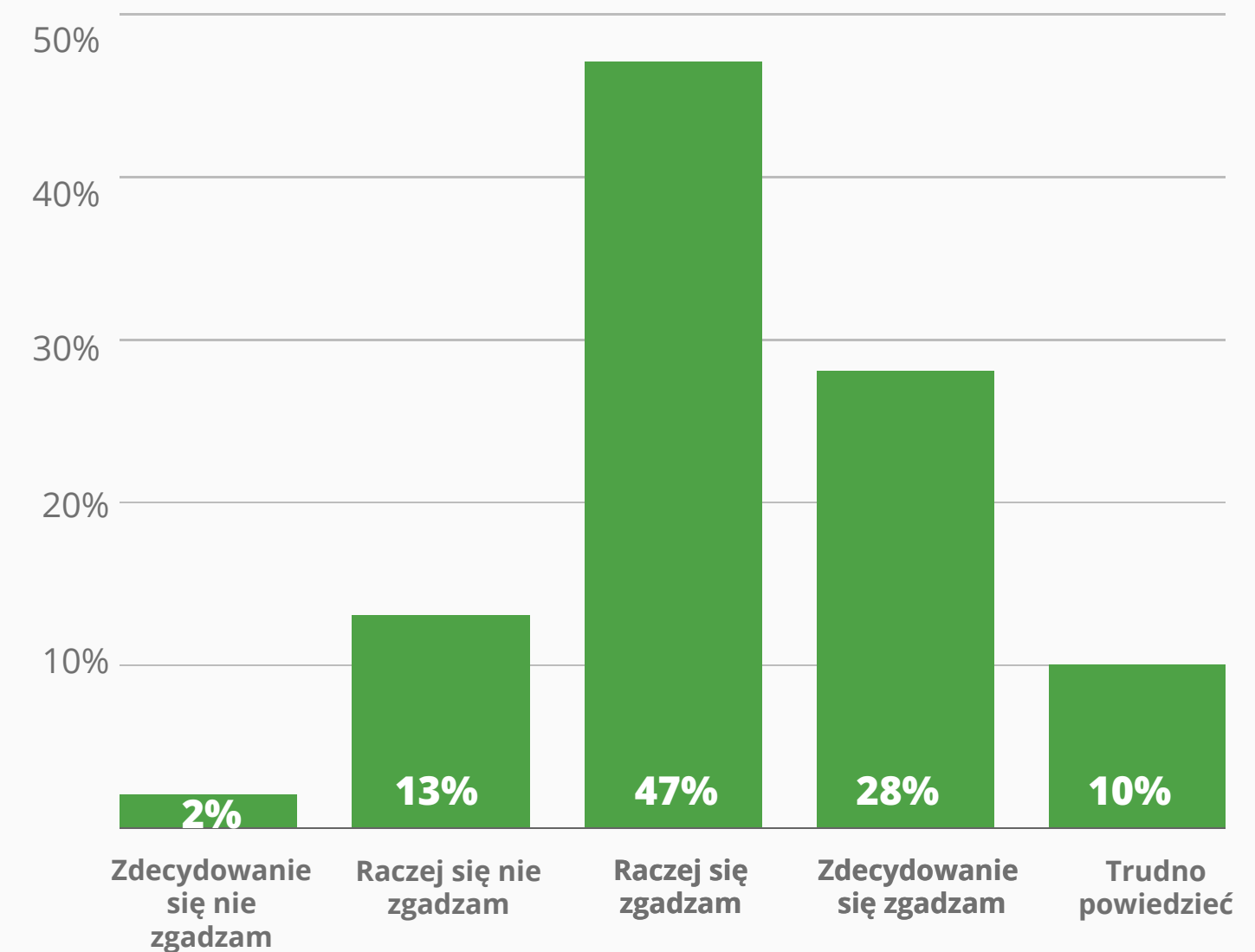
Cena z ostatnich 30 dni

Zdecydowana większość Polaków oczekuje, że **informacja o cenie z ostatnich 30 dni będzie podawana w sposób jasny i czytelny** umożliwiający porównanie z ceną aktualną.



Proszę powiedzieć w jakim stopniu zgadza się Pan(i) z poniższymi stwierdzeniami:

Informacja o najniższej cenie z ostatnich 30 dni będzie podawana w sposób jasny i czytelny, umożliwiający porównanie z ceną aktualną:



N = 1042. Pytanie jednokrotnego wyboru.

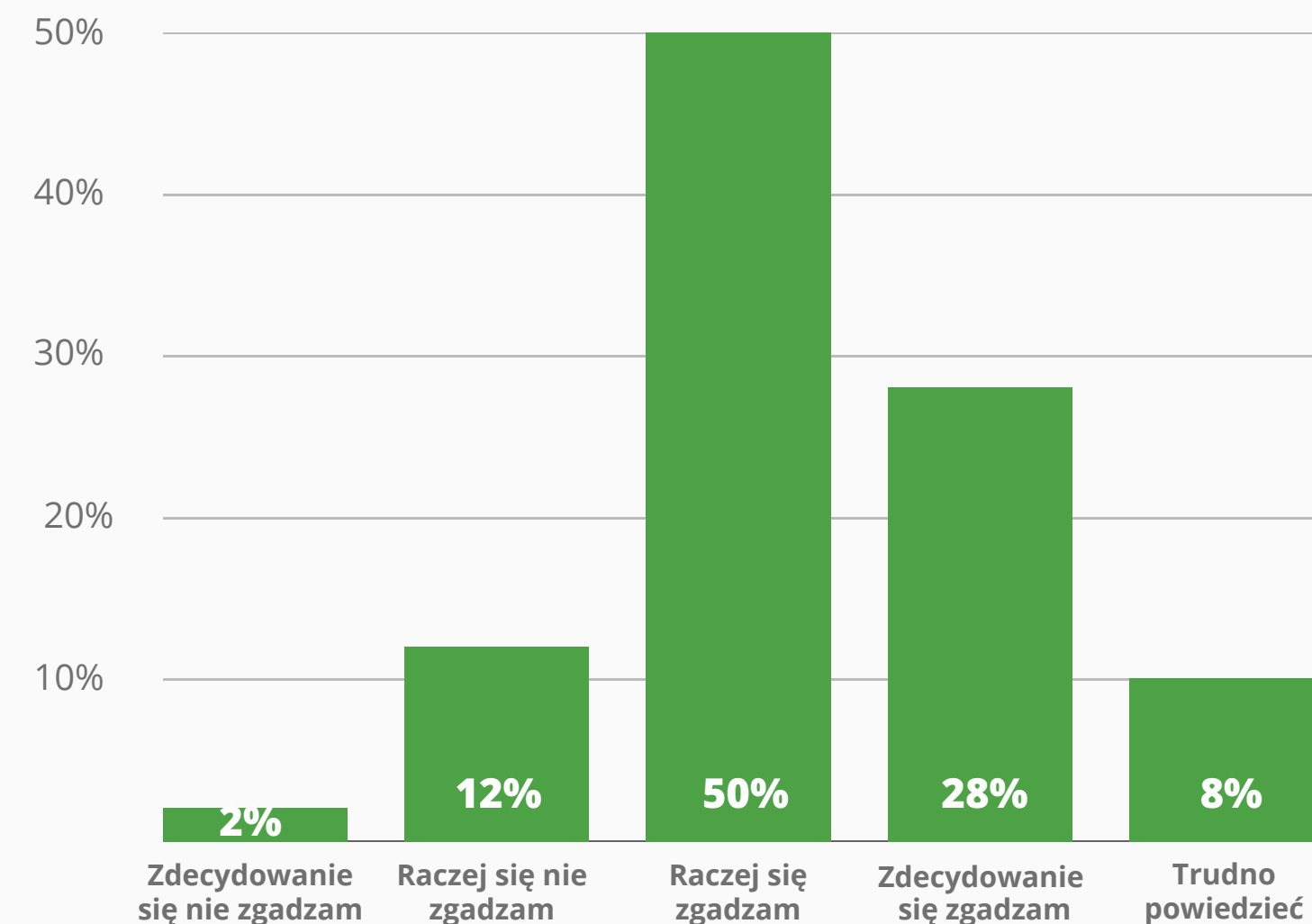
Rzetelne porównanie cen ważne dla klientów

Polacy oczekują, że wprowadzenie przepisów umożliwi rzetelne porównanie cen i wybranie najlepszej oferty na rynku (78%).



Proszę powiedzieć w jakim stopniu zgadza się Pan(i) z poniższymi stwierdzeniami:

Nowe przepisy umożliwią rzetelne porównanie cen i wybranie najlepszej oferty na rynku.



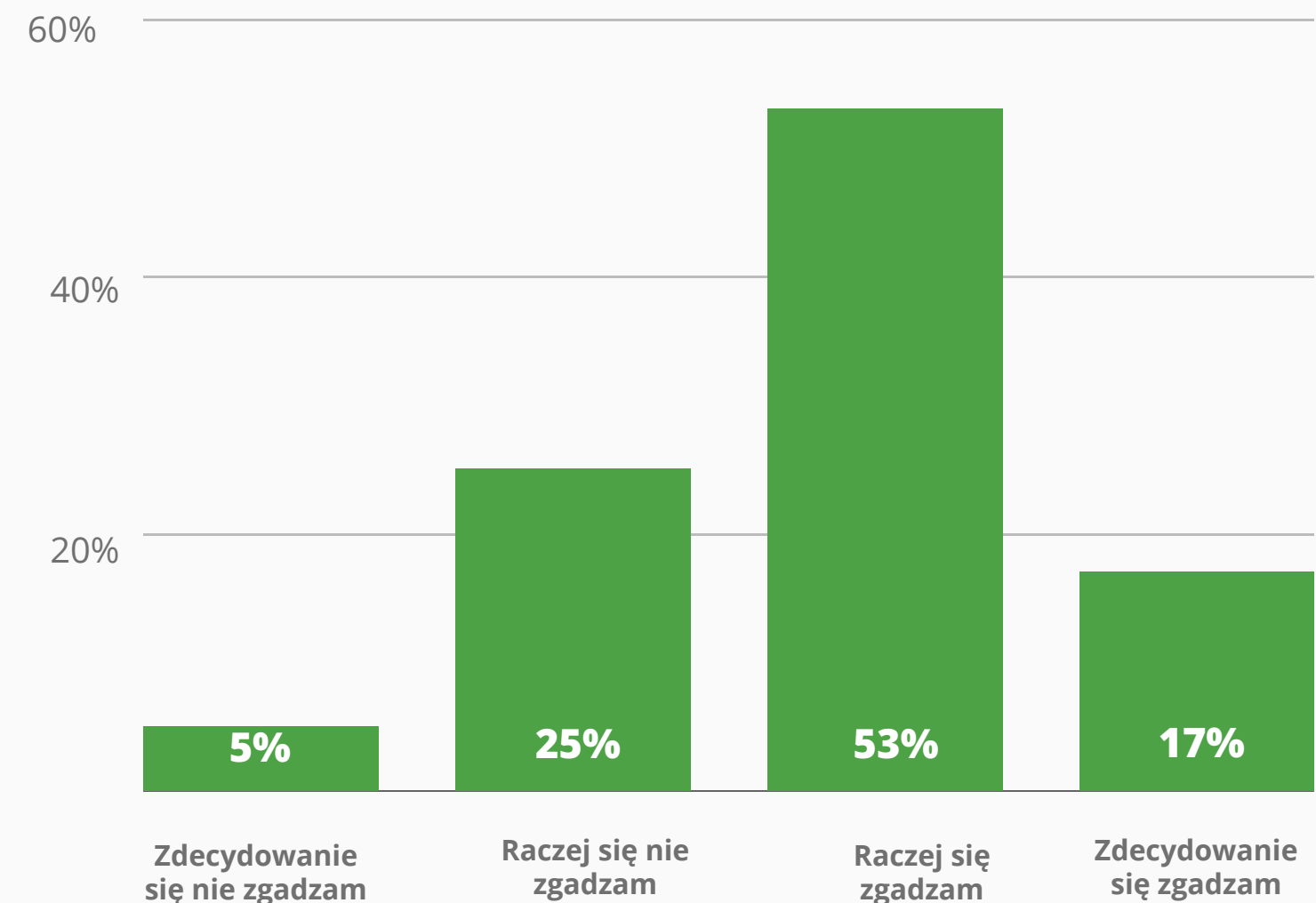
N = 1042. Pytanie jednokrotnego wyboru.

Eliminacja opinii sponsorowanych

Polacy w 78% dokonując wyboru produktów kierują się opiniami innych osób.

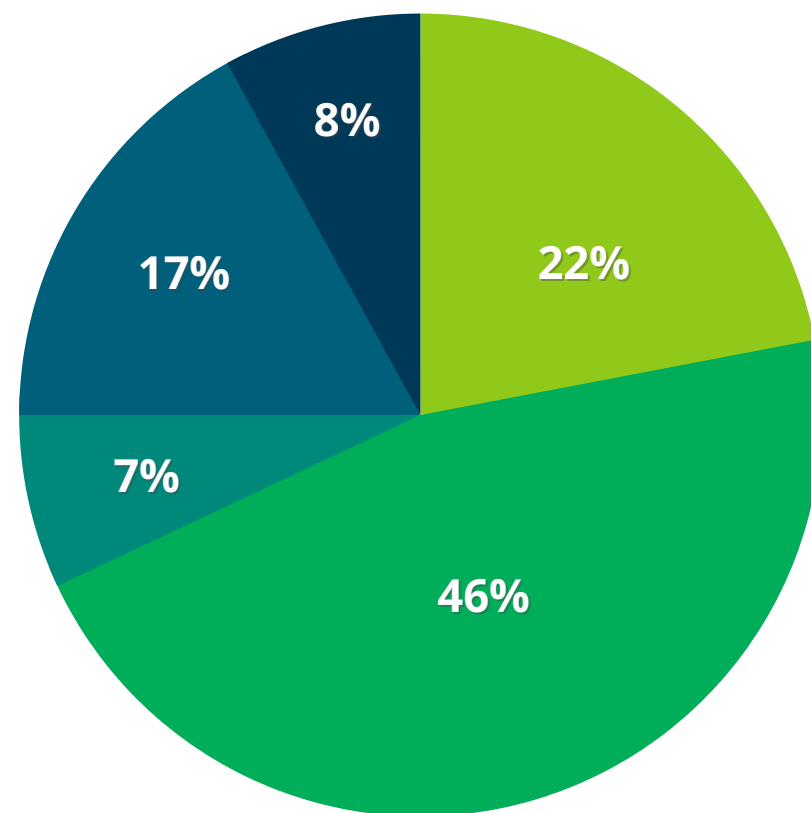


Proszę powiedzieć w jakim stopniu zgadza się Pan(i) z poniższym stwierdzeniem: **Nowe przepisy nakładają obowiązek weryfikacji opinii konsumentów o sprzedawanych produktach tak by wyeliminować oceny sponsorowane.**



N = 1042. Pytanie jednokrotnego wyboru.

Jeśli spotkał(a)by się Pan(i) z sytuacją, że cena promocyjna produktu, który chce Pan(i) kupić była wyższa niż cena z ostatnich 30 dni, co by Pan(i) zrobił(a)?



- Rezygnuję w ogóle z zakupu produktu.
- Szukam produktu w innym sklepie.
- Kupuję ten produkt w tym sklepie, pomimo wyższej ceny.
- Czekam aż cena "wróci" do niższego poziomu.
- Pytam sklep czy może obniżyć cenę do najniższej.

N = 1042. Pytanie jednokrotnego wyboru.

Wprowadzanie w błąd nie popłaca

W opinii konsumentów **gdyby promocyjna cena produktu okazała się wyższa niż cena z ostatnich 30 dni, 46% badanych zdecydowałoby się na zakup produktu w innym sklepie, a 22% w ogóle zrezygnowałoby z zakupów tego produktu.**

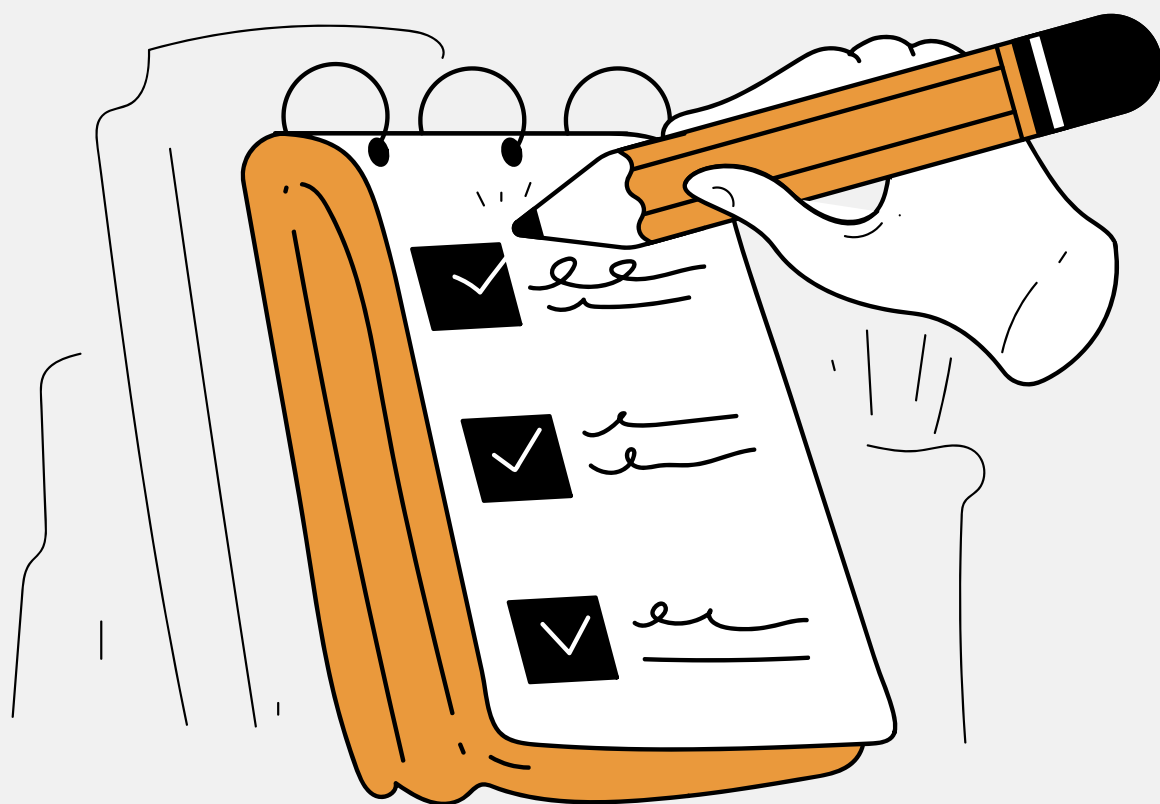
Jedynie 7% badanych kupiłoby produkt mimo wyższej ceny, a 8% poprosiłoby sklep o obniżenie ceny do najniższej z ostatnich 30 dni.

Inną strategią, preferowaną przez **17% respondentów, byłoby przeczekanie aż cena „wróci” do niższego poziomu.**



Pytania?

Skontaktuj się z nami
w każdej chwili!



QUALITY WATCH
CUSTOMER EXPERIENCE COMPANY

Adres e-mail

sales@qualitywatch.pl

Strona internetowa

www.qualitywatch.pl