

B L U E



M E D I A

Blue Media

Jak kupujemy w internecie?

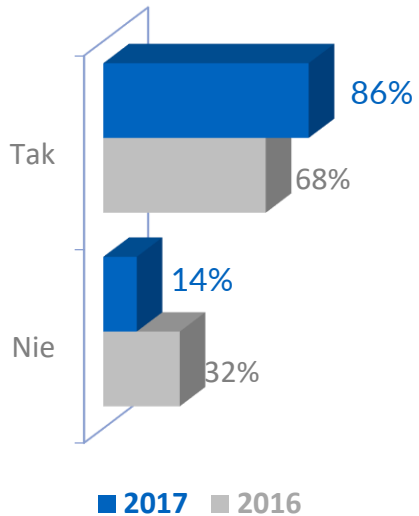
Edycja 2017

Informacje zawarte w raporcie mogą być wykorzystywane i cytowane za podaniem źródła i nazwy zleceniodawcy – firmy Blue Media

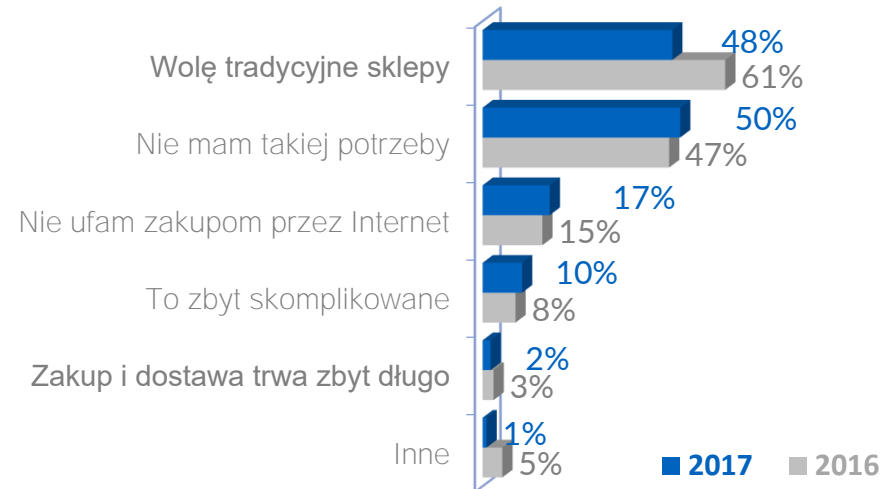
Badanie zostało przeprowadzone przez Satisface na zlecenie firmy Blue Media

Październik 2017

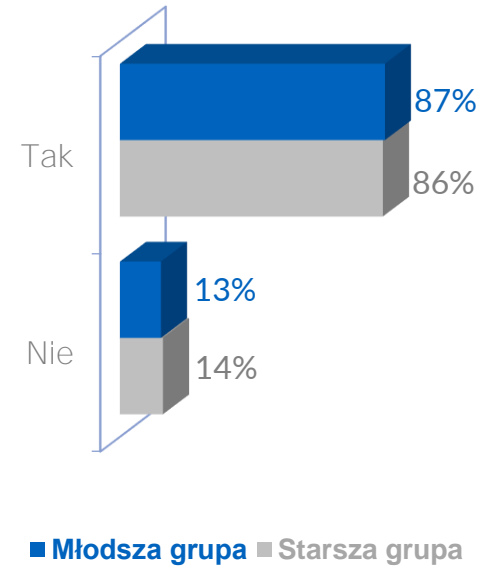
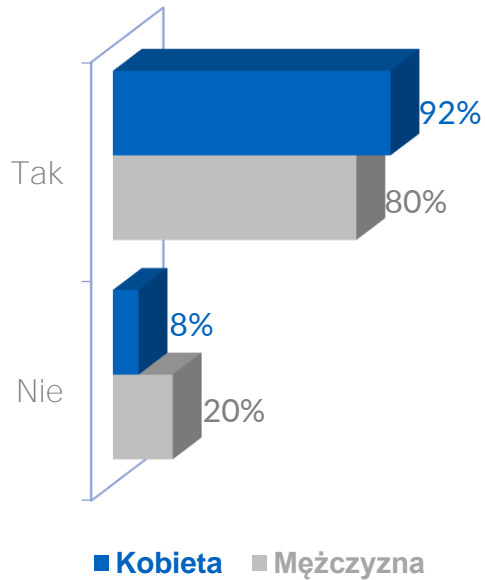
Czy kupuje Pan(i) jakieś produkty lub usługi przez internet



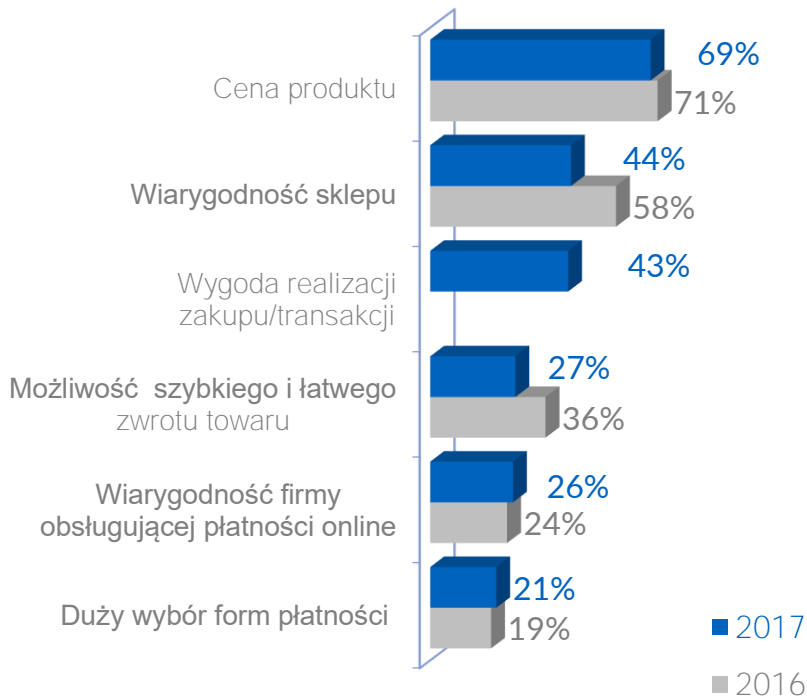
Dlaczego nie robi Pan(i) zakupów przez internet?



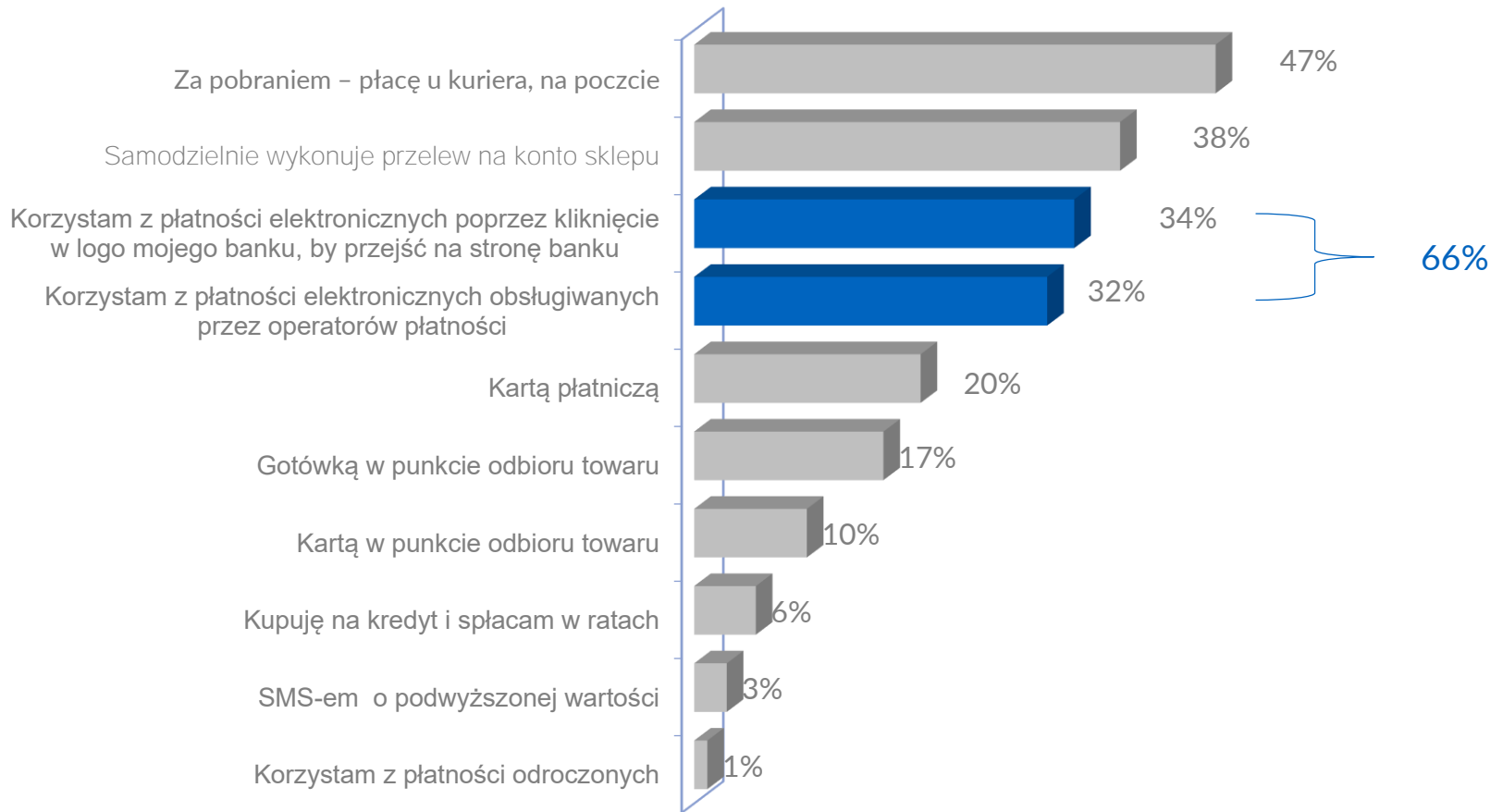
Czy kupuje Pan(i) jakieś produkty lub usługi przez internet?



Co, oprócz dostępności konkretnego produktu, w istotny sposób wpływa na wybór przez Pana(ią) sklepu internetowego, w którym dokonuje Pan(i) zakupu?



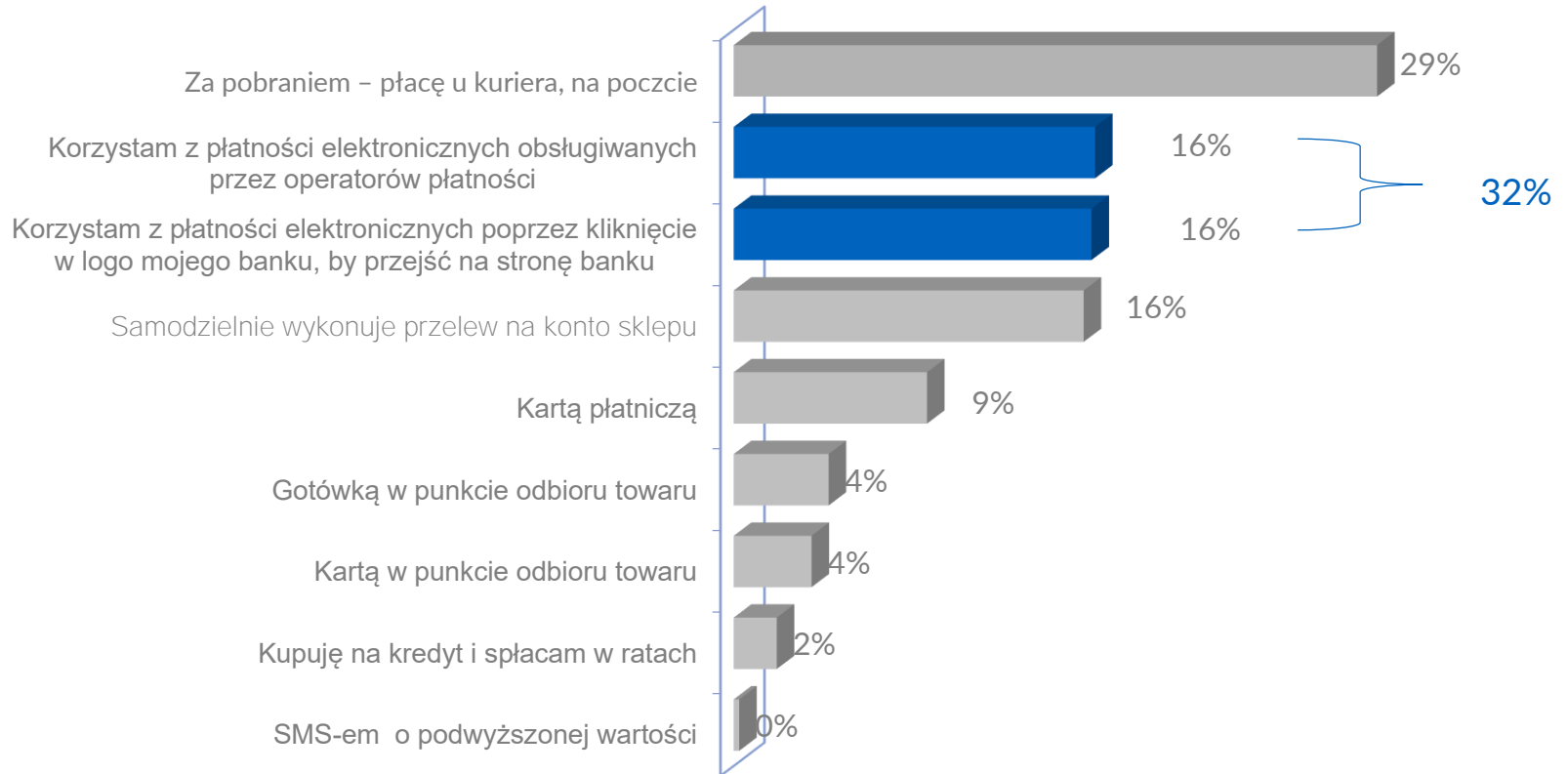
W jaki sposób płaci Pan(i) za zakupione przez internet przedmioty lub usługi?



W jaki sposób płaci Pan(i) za zakupione przez internet przedmioty lub usługi?



Z której formy płatności korzysta Pan/i najchętniej?



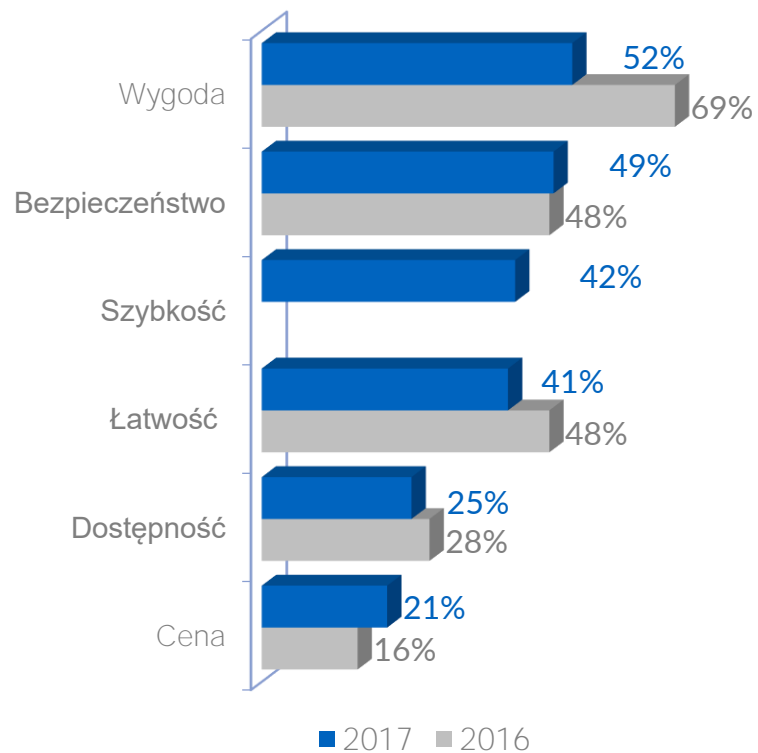
Z której formy płatności korzysta Pan/i najchętniej?



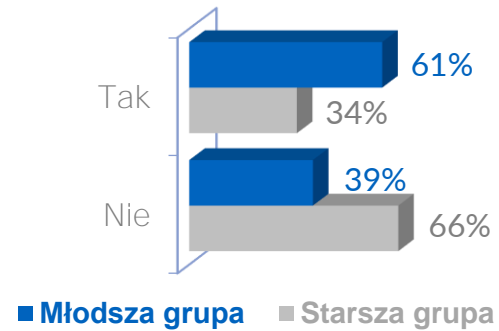
Z której formy płatności korzysta Pan/i najchętniej?



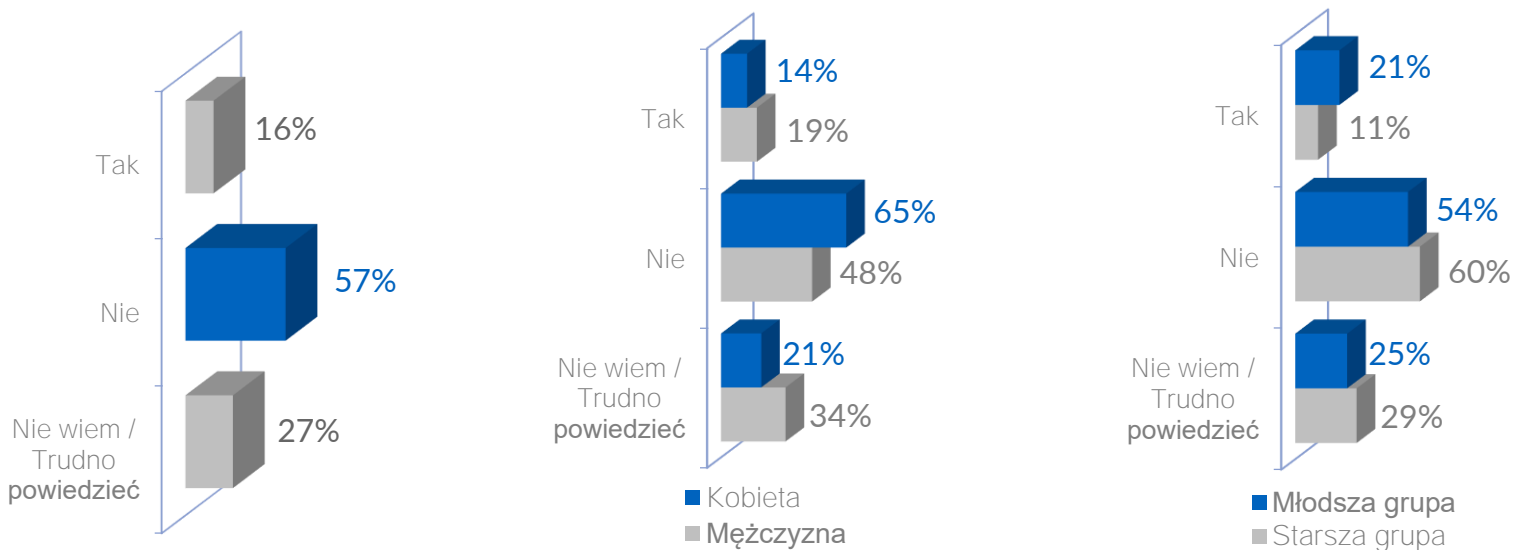
Co decyduje o wyborze tej formy płatności?



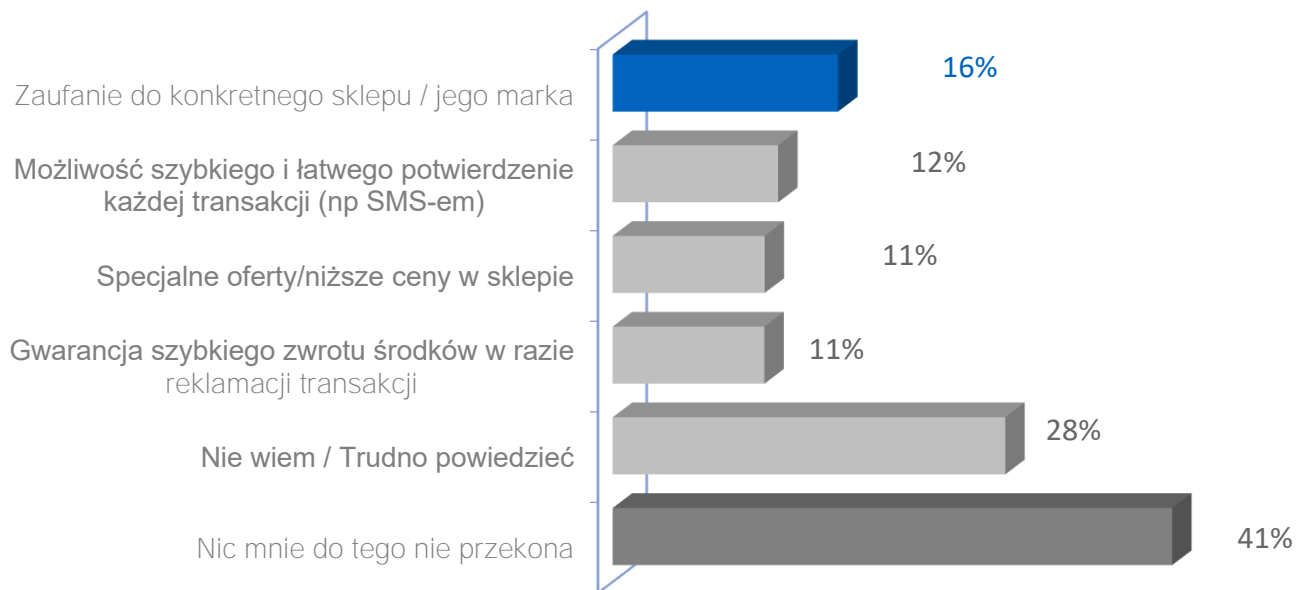
Czy zdarzyło się Panu(i) zrezygnować z zakupu w sklepie internetowym, ponieważ nie znalazł(a) Pan(i) dogodnej dla siebie formy płatności za towar?



Czy był(a)by Pan(i) gotowa(y) zapisać dane swojej karty płatniczej w sklepie internetowym, aby płacić za zakup towarów czy usług tylko jednym kliknięciem?



Co mogłoby przekonać Pana(ią) do zapisania karty płatniczej w sklepie internetowym, aby płacić jednym kliknięciem?



Co mogłoby przekonać Pana(ią) do zapisania karty płatniczej w sklepie internetowym, aby płacić jednym kliknięciem?



METODOLOGIA

Metoda badania – badanie internetowe CAWI z wykorzystaniem internetowego panelu badawczego. Zrealizowano łącznie 1082 wywiady na reprezentatywnej próbie ogólnopolskiej.

TERMIN REALIZACJI

Wywiady realizowane były w czerwcu i lipcu 2017 r.

RESPONDENCI

Polacy w wieku 18-65 lat. Próba reprezentatywna ze względu na wiek, płeć, województwo i wielkość miejsca zamieszkania.

Do analizy przekrojowej wykorzystano następujące podgrupy:

Wiek: Grupa młodsza 18-44 lat; Grupa starsza: 45-65 lat

Płeć: Kobieta/ Mężczyzna

W raporcie użyto porównań do badania ubiegłorocznego. **Należy mieć na uwadze, że w 2016 roku badanie realizowano metoda wywiadów telefonicznych.**

B L U E



M E D I A

Zapraszamy do
kontaktu:

Zuzanna Szybisty

Profeina

zuza@profeina.pl

663 728 472