

Kantar: każdy konsument zna markę InPost

Zgodnie z najnowszym badaniem, znajomość marki InPost sięga 99% wskazań

Według najnowszych badań Kantar – międzynarodowej agencji badawczej – InPost jest najlepiej rozpoznawalną marką dostarczającą przesyłki – otrzymał aż 99% wskazań. Ponadto 93% polskich internautów robiących zakupy online wybiera Paczkomat® InPost jako formę dostawy, a 85% jako formę wysyłki. Natomiast 83% badanych uznaje Paczkomat InPost za najbardziej ekologiczny sposób dostaw. Gotowość do polecenia urządzeń Paczkomat InPost – wskaźnik NPS – osiągnął poziom aż 77 punktów.

Badani wskazują, że InPost używa nowoczesnych rozwiązań internetowych i mobilnych (78%), a także dostarcza przesyłki na czas (77%). Co więcej, 75% internautów deklaruje, że lubi markę InPost, a 76% uznaje ją za markę odnoszącą sukcesy na rynku.

InPost ma znaczącą przewagę nad konkurencją we wszystkich wskaźnikach określających wizerunek i siłę marki. Marka firmy odnotowała wzrost wskaźnika Demand Power (na ile konsumenci są skłonni ją wybrać na podstawie jej wizerunku) o 3 pp. w porównaniu do wyników z kwietnia br. – co świadczy o wzroście udziału w rynku na podstawie wizerunku. Jeszcze większe umocnienie siły marki związane jest z wynikiem najważniejszego w tej kategorii wskaźnika – Meaningful (emocjonalna bliskość i zaspokajanie potrzeb), który wzrósł aż o 21 pp.

– *Listopadowe wyniki Kantar pokazują, że jesteśmy jedną z najbardziej rozpoznawalnych marek w Polsce, a InPost zna praktycznie każdy w Polsce. Ważne jest także, że od lat notujemy najwyższe oceny polskich konsumentów wśród wszystkich firm logistycznych. Aż 75% internautów lubi markę InPost! To wskaźniki praktycznie nieosiągalne dla większości firm na rynku – co daje nam ogromną satysfakcję i motywację do dalszego rozwoju. Dlatego cały czas wprowadzamy nowe rozwiązania dla naszych użytkowników, czego przykładem jest usługa przesyłek międzynarodowych czy nasz program lojalnościowy. Każde badanie potwierdza, że możliwość dostaw i zwrotów za pomocą maszyn Paczkomat są najbardziej motywujące przy wyborach w zakresie zakupów online. Cieszy nas, że nieustająco InPost jest liderem rankingów, jeśli chodzi o sympatię Polaków – mówi **Izabela Karolczyk-Szafrańska, Chief Marketing & ESG Officer w InPost.***

Także wg raportu Gemius, który został opublikowany na początku października 2024 r., InPost notuje najwyższe oceny wśród firm logistycznych. Konsumenci nadal przy zakupach online (81%) głównie preferują dostawę do automatów paczkowych, z wyraźną dominacją urządzeń Paczkomat (88% wskazań). W przypadku zwrotów również wybierają automaty paczkowe (36%), a Paczkomat znajduje się na pierwszym miejscu z 82% wskazań. Automaty



**INPOST
LIDEREM
W BADANIU KANTAR**

99%

wskazuje InPost jako najlepiej rozpoznawalną markę dostarczającą przesyłki

paczkowe są najbardziej motywujące do zakupów online – Paczkomat InPost zajmuje pierwsze miejsce zarówno w dostawach (95%), jak i w zwrotach (75%). Bliskość automatu paczkowego zachęca 84% badanych do zakupów online. Ważne są również możliwość śledzenia paczki (83%) oraz dostawa w weekend (73%), a także zarządzanie przesyłką przez aplikację mobilną (73%). Nadal także rozwiązanie, które umożliwi wygodniejszy odbiór paczek, czyli jego bezdotykowa forma, jest istotne dla badanych (wskazało go 63%) – z tej opcji korzysta aż 93% klientów InPost.

Grupa InPost na koniec 3 kwartału dysponowała blisko 79 000 punktami out-of-home, w tym prawie 44 000 nowoczesnych urządzeń Paczkomat i blisko 35 000 punktów PUDO w 9 krajach (Wielka Brytania, Francja, Polska, Włochy, Hiszpania, Portugalia, Belgia, Luksemburg, Holandia). W ciągu ostatnich 12 miesięcy Grupa zainstalowała rekordową liczbę maszyn – aż 10 000, zwiększając liczbę urządzeń aż o 1/3 r/r.

O InPost

InPost (AEX: INPST) to lider rozwiązań logistycznych dla branży e-commerce w Europie. Założony przez Rafała Brzoskę InPost to obecnie wiodąca platforma dostaw dla e-commerce, która zrewolucjonizowała rynek przesyłek w Polsce. Pierwsze urządzenia Paczkomat® pojawiły się w Krakowie w 2009 roku i bardzo szybko stały się nieodłącznym elementem zakupów internetowych oraz gwarancją szybkości i wygody.

Grupa InPost z koniec Q3 dysponowała blisko 79 000 punktami out-of-home, w tym prawie 44 tysiącami nowoczesnych urządzeń Paczkomat® i 35 tysiącami punktów PUDO w 9 krajach (Wielka Brytania, Francja, Polska, Włochy, Hiszpania, Portugalia, Belgia, Luksemburg, Holandia). InPost świadczy także usługi kurierskie i fulfillment dla sprzedawców e-commerce, współpracując z około 100,000 e-sprzedawców. Tylko w ciągu 2023 roku firma obsłużyła 892 milionów przesyłek.

Od lat jednym z priorytetów firmy InPost jest troska o środowisko naturalne. Strategia Dekarbonizacji Grupy InPost stanowi integralne uzupełnienie strategii biznesowej. InPost przystąpił do inicjatywy SBTi i jako jeden z pierwszych na polskim rynku, zamierza osiągnąć NET-ZERO do 2040 roku.

Więcej informacji na: www.inpost.pl