

INFORMACJA PRASOWA

2 marca 2023 roku

Kantar: InPost najlepiej ocenianym operatorem logistycznym w Polsce

Według badań przeprowadzonych przez Kantar aż 94% respondentów wybiera Paczkomat® InPost podczas zakupów online, jako formę dostawy, a aż 81% wynosi wskaźnik NPS dla usługi nadania i odbioru przez Paczkomat, po wzroście o 6 p.p. r/r!

InPost wraz ze swoją siecią urządzeń Paczkomat® systematycznie umacnia pozycję lidera usług logistycznych dla e-commerce w Polsce. Potwierdzają to wyniki najnowszego badania przeprowadzonego przez Kantar wśród polskich internautów. Paczkomat® InPost nie tylko jest preferowanym sposobem nadania i odbioru przesyłek, ale również cieszy się największym zaufaniem wśród klientów. Automaty paczkowe InPost doceniane są za swoją innowacyjność i łatwość obsługi. Dodatkowo według badania, aż 85% internautów uznaje Paczkomat® za najbardziej ekologiczną formę dostawy.

Jednym z elementów warunkujących sukces w e-commerce jest uwzględnianie w procesie logistycznym preferowanej przez klientów formy dostawy i nadania towaru. Z przeprowadzonych przez Kantar wśród internautów badań wynika, że aż 94% respondentów uznało Paczkomat® InPost za preferowany sposób odbioru swojej przesyłki. Dodatkowo w przypadku nadawania paczki, 4 na 5 (82%) respondentów wskazało Paczkomat®, jako preferowaną formę – to wynik lepszy o 2 p.p. od przeprowadzonego w ubiegłym roku badania. Ponadto marka InPost, jak też same urządzenia cieszą się dużym zaufaniem wśród przebadanych osób. Wartość wskaźnika NPS, który określa poziom zaufania i zadowolenia z usługi w przypadku maszyn Paczkomat® wynosi 81% i jest wyższy od zeszłorocznego wyniku aż o 6 p.p. Dane te potwierdzają pozycję InPost zarówno jako lidera, a także jego status lovebrand'u na rynku usług

logistycznych dla e-commerce w Polsce – 85% badanych deklaruje bowiem sympatię do marki (wzrost o 9 p.p.). W ślad za tym idzie również wysoka rozpoznawalność samej firmy, którą spontanicznie rozpoznaje aż 8 na 10 polskich internautów a 97% po drobnej wskazówce. W świadomości niemal połowy badanych (48%) InPost jest marką Top of Mind (TOM), czyli jest ich pierwszym wyborem. Badanie Kantar zostało przeprowadzone w grudniu 2022 roku w okresie wzmożonego odbioru i wysyłania paczek. Tak wysokie oceny konsumentów potwierdzają jakość usług InPost oraz ich przywiązanie do marki.

– W InPost od zawsze dążymy do tego, by oferowane przez nas usługi ułatwiały ludziom życie i były najlepszą dostępną odpowiedzią na ich potrzeby. Wyniki badania przeprowadzonego przez Kantar potwierdzają, że nasze starania przynoszą efekty w postaci wysokiego zaufania polskich internautów do naszych usług, w szczególności tych, świadczonych za pośrednictwem sieci Paczkomat®. Niezwykle budujący jest fakt, że aż 88% internautów docenia InPost za implementację nowoczesnych rozwiązań w proces logistyczny, a aż 85% uważa nasze automaty paczkowe za łatwe w obsłudze. Tak wysokiej oceny nie byłoby, gdyby nie wdrożone przez nas funkcjonalności, jak choćby możliwość nadania i odbioru przesyłki za pośrednictwem aplikacji, czy opcja nadania przesyłki bez konieczności drukowania etykiety. Cały czas dążymy także do stworzenia przyjaznej dla środowiska usługi logistycznej. Warto podkreślić, że aż 85% osób przebadanych przez Kantar jest przekonanych, że Paczkomat® to najbardziej ekologiczna forma dostawy dostępna na rynku. Skuteczne realizowanie naszych zadań spowodowało wzrost lojalności do naszej marki w porównaniu do zeszłego roku aż o 6 p.p. do poziomu 81%. Jestem dumny z faktu, że ponad 4/5 polskich internautów postrzega Paczkomat® InPost za godny zaufania sposób dostawy

– podkreśla Rafał Brzoska, założyciel i prezes zarządu Grupy InPost.

Badanie, które wykonała niezależna agencja badawcza Kantar zostało przeprowadzone metodą CAWI, w grudniu 2022 roku na grupie reprezentatywnej 1000 osób, kupujących w Internecie w Polsce.