ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Αποτελέσματα Πανελλαδικής Έρευνας Καταναλωτών για τη χρήση υπηρεσιών ταχυμεταφοράς δεμάτων

Μάιος 2022

METRONANALYSIS

Ταυτότητα έρευνας

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

- **Ερευνητικός στόχος:** Η ποσοτικοποίηση στοιχείων χρήσης υπηρεσιών ταχυμεταφοράς δεμάτων και η αποτύπωση της εμπειρίας του καταναλωτή από τις υπηρεσίες αυτές
- **Τύπος έρευνας:** Ποσοτική έρευνα με συνδυασμό CATI & CAWI συνεντεύξεων
- **Πληθυσμός στόχος:** Άνδρες και γυναίκες ηλικίας 18 ετών και άνω από το σύνολο των αστικών και αγροτικών περιοχών της ηπειρωτικής και νησιωτικής Ελλάδας που έχουν κάνει χρήση υπηρεσιών έως σήμερα
- **Μέγεθος δείγματος:** 2.004 άτομα
- **Δειγματοληπτικό σφάλμα:** ±2,2% στο σύνολο του δείγματος
- **Διεξαγωγή:** Ιανουάριος – Μάρτιος 2022
- **Έλεγχοι:** Η λογική συνέπεια των ερωτηματολογίων ελέγχθηκε ηλεκτρονικά στο 100%.
- **Σταθμίσεις:** Τα στοιχεία έχουν σταθμιστεί με βάση την κατανομή φύλου και ηλικίας των χρηστών υπηρεσιών ταχυμεταφορών όπως προέκυψε από την έρευνα CATI
- **Σημείωση:** Σημαντικές διαφορές μεταξύ δημογραφικών υπο-ομάδων σημειώνονται με αστεράκι (*)

Metron Analysis is a member of the European Society of Opinion and Marketing Research, Marketing Research Society, World Association of Public Opinion Research, Greek Institute of Customer Service and Greek Association of Opinion and Marketing Research Companies and abides by the relevant codes and principles of professional practice

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Συνήθειες Χρήσης

Συνολικές εμπειρίες συνεργασιών

Επίσπευση παραδόσεων και Lockers

METRONANALYSIS

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Συνήθειες Χρήσης

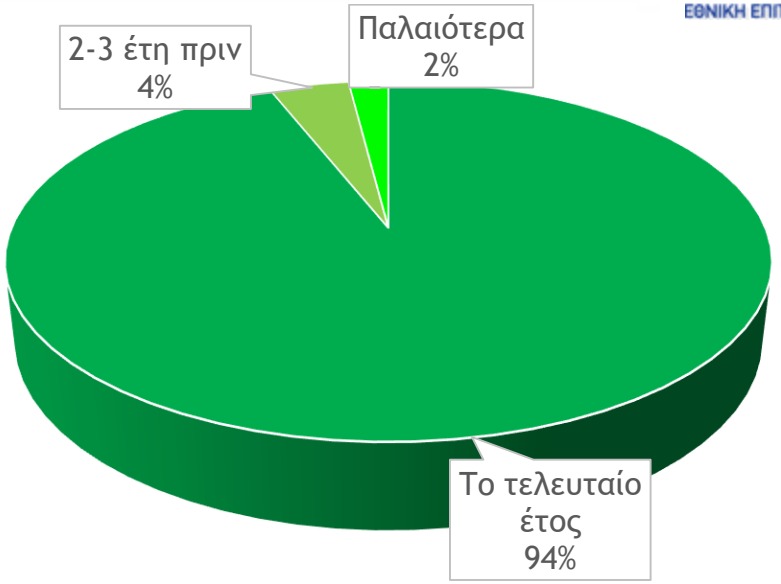
Συνολικές εμπειρίες συνεργασιών

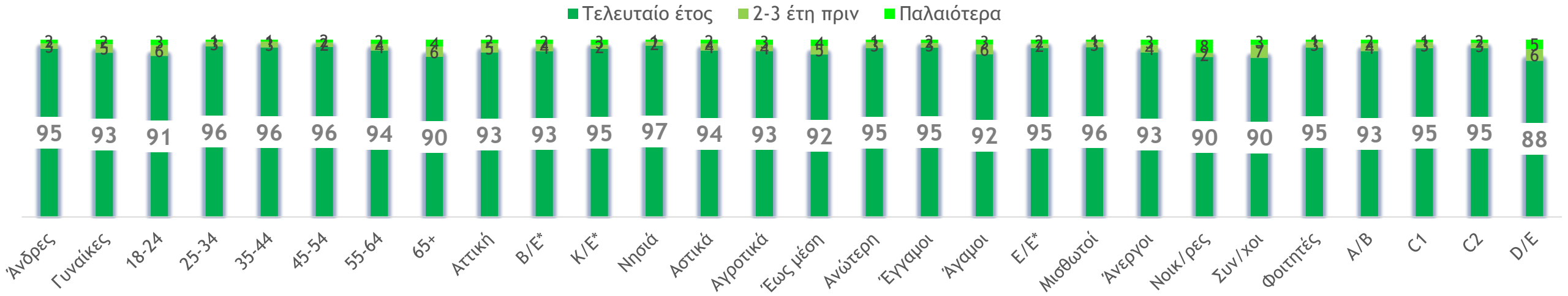
Επίσπευση παραδόσεων και Lockers

METRONANALYSIS

Όλοι σχεδόν οι ερωτώμενοι είναι χρήστες υπηρεσιών τελευταίου έτους

Ερ. Πότε ήταν η τελευταία φορά που χρησιμοποιήσατε υπηρεσίες ταχυμεταφορών (κούριερ) για την αποστολή ή παραλαβή κάποιου δέματος για οποιοδήποτε λόγο (προσωπικό ή επαγγελματικό);
Βάση: Σύνολο δείγματος, N=2.004 άτομα





Φύλο | Ηλικία | Nuts1 Περιφέρεια | Αστικότητα | Εκπαίδευση | Οικ/κη κατάσταση | Θέση στην απασχόληση | Κοινωνική τάξη

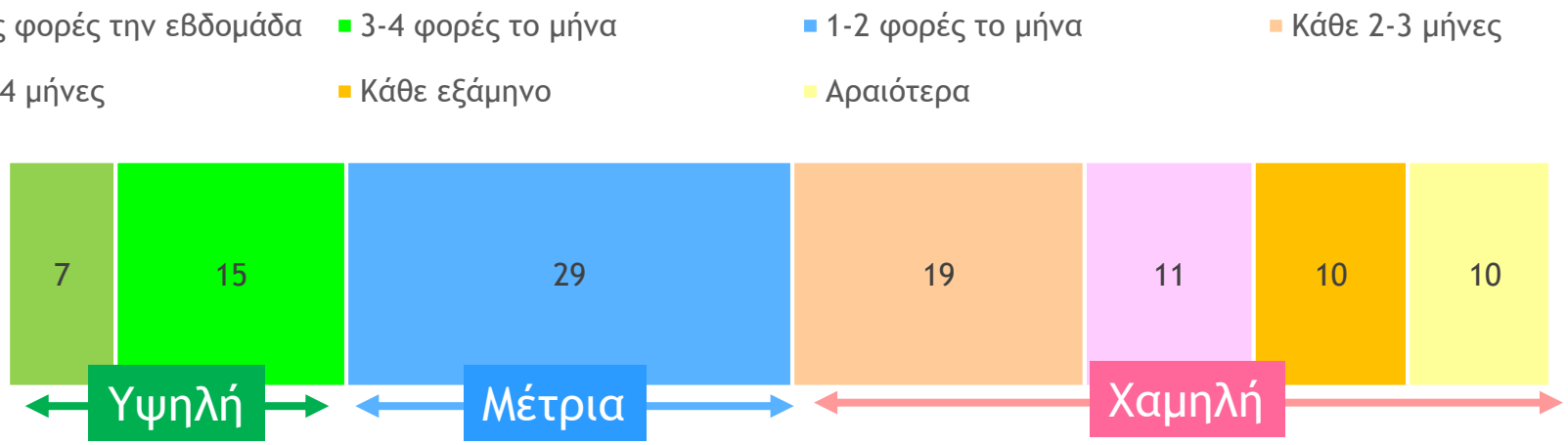
*Β/Ε: Βόρεια Ελλάδα, Κ/Ε: Κεντρική

*Ελεύθεροι Επαγγελματίες

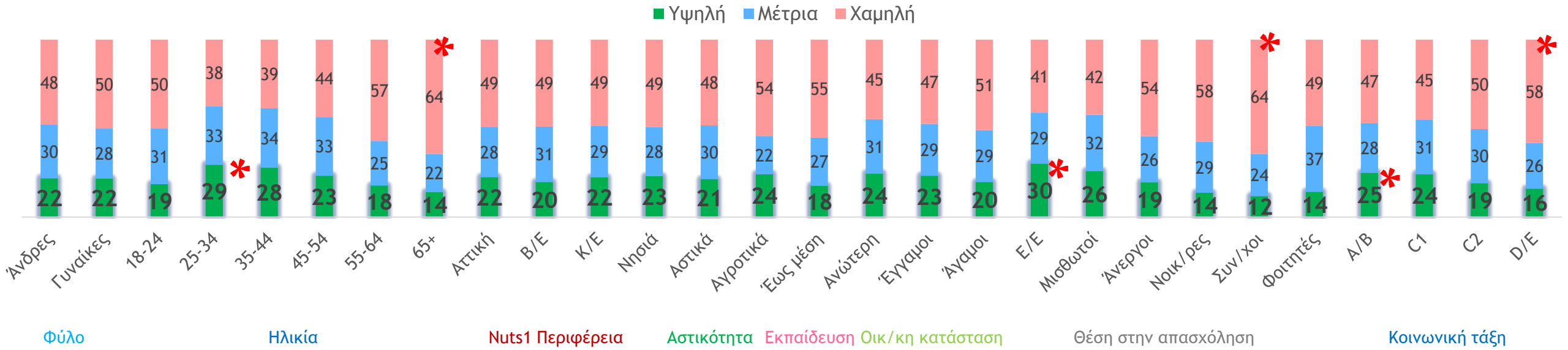
Το 22% των χρηστών είναι υψηλής έντασης αλλά -με βάση τη συχνότητα- χρησιμοποιεί γύρω στο 60% των υπηρεσιών, ενώ το 50% είναι χαμηλής και πραγματοποιεί περίπου το 10% των υπηρεσιών

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Ερ. Γενικά μιλώντας πόσο συχνά χρησιμοποιείτε υπηρεσίες ταχυμεταφορών (κούριερ) για αποστολή ή παραλαβή δέματος για οποιοδήποτε λόγο;
Βάση: Σύνολο δείγματος, N=2.004 άτομα



Ένταση χρήσης->



Η παραλαβή δέματος από αγορά μέσω internet έχει τη μεγαλύτερη διείσδυση 93% και τη μεγαλύτερη ένταση (19% εντατικοί χρήστες). Υψηλή ένταση αλλά χαμηλότερη διείσδυση έχει η B2B περίσταση ενώ χαμηλότερη ένταση αλλά μεγαλύτερη διείσδυση η B2C περίσταση

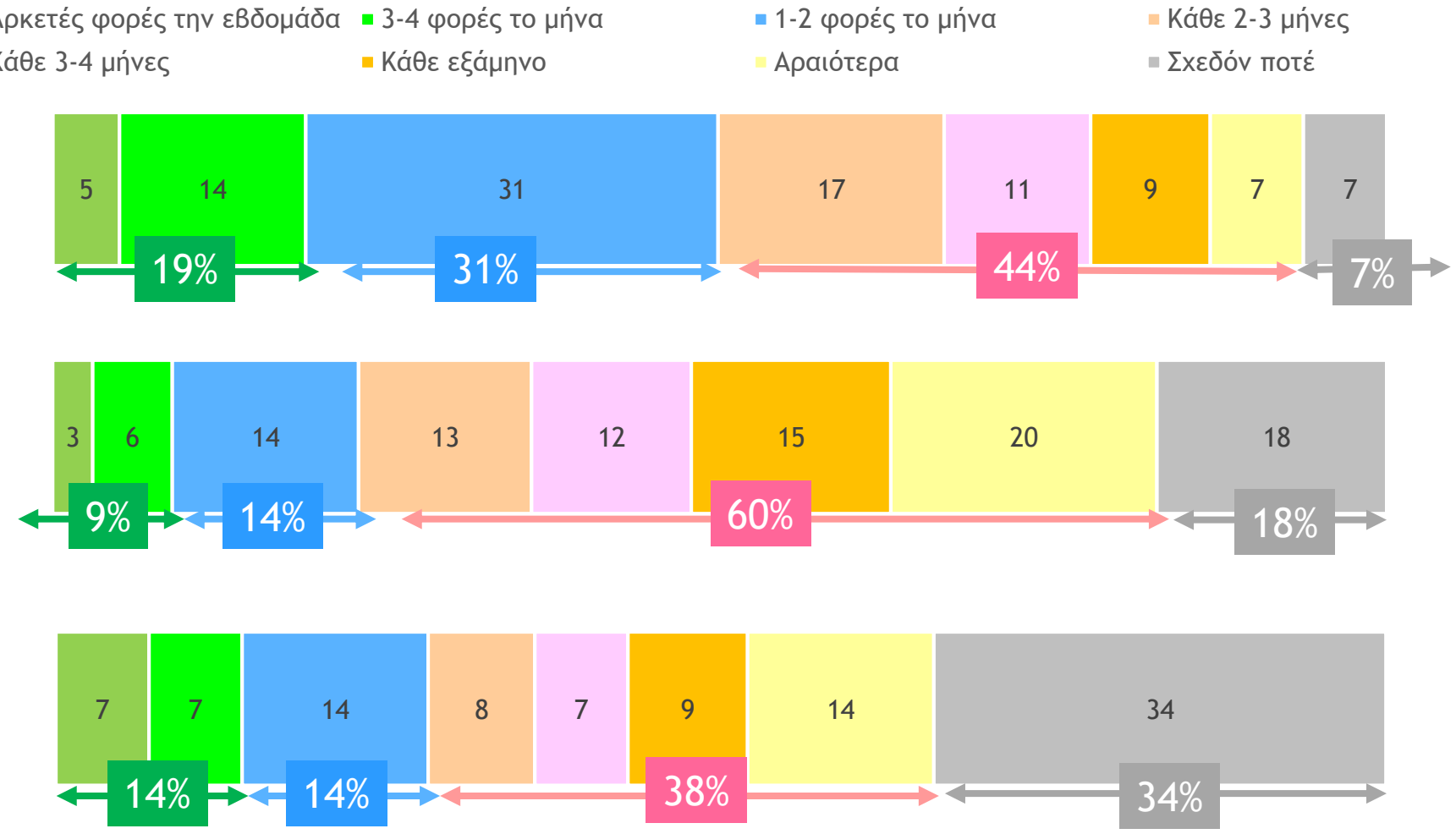
ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Ερ. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε υπηρεσίες ταχυμεταφορών (κούριερ) για τις παρακάτω περιστάσεις;
Βάση: Σύνολο δείγματος, N=2.004 άτομα

Παραλαβή δέματος από αγορά μέσω internet

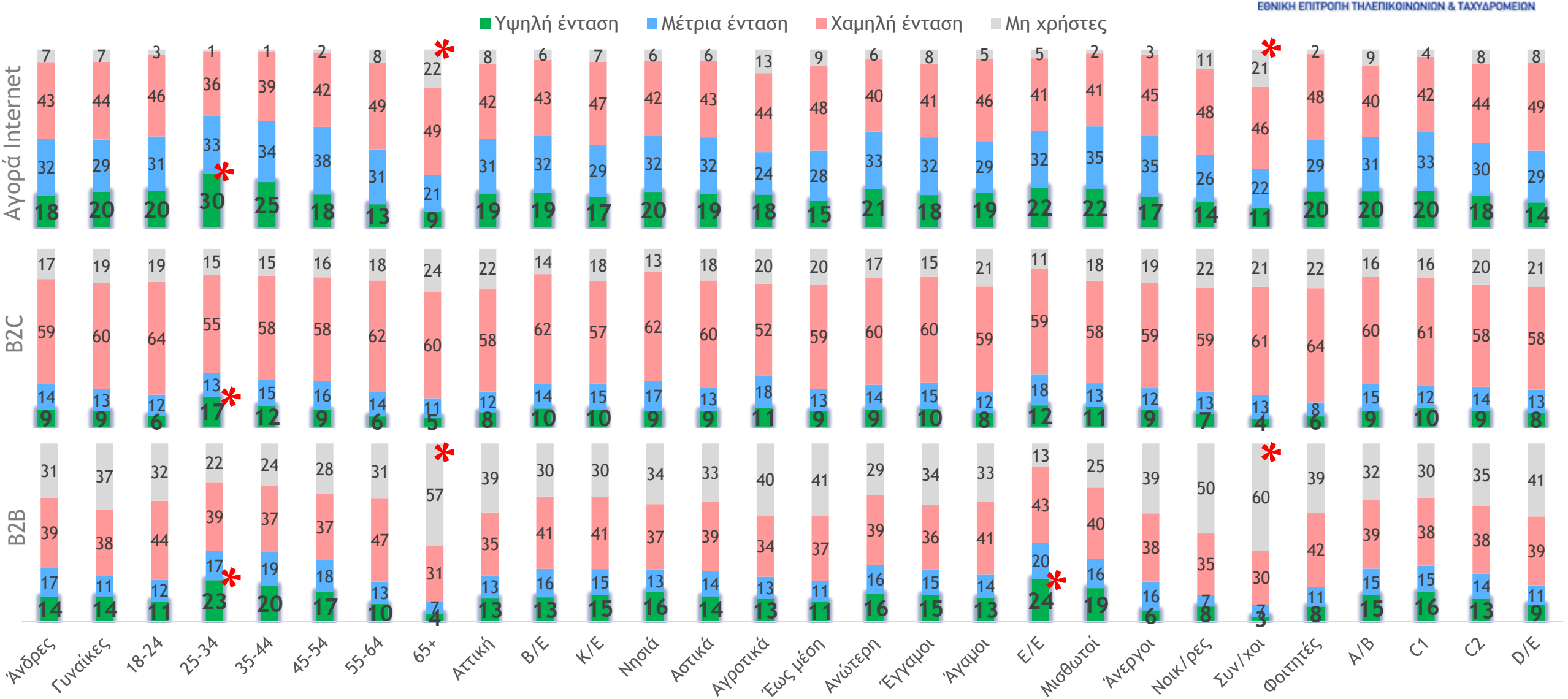
Αποστολή/παραλαβή δέματος από φίλους

Αποστολή/παραλαβή δέματος για επαγγελματικούς λόγους



Σε δημογραφικό επίπεδο, χαμηλότερη διείσδυση υπηρεσιών παρατηρείται στους συνταξιούχους και μεγαλύτερες ηλικίες και μεγαλύτερη ένταση στις ηλικίες 25-34 και στους Ε/Ε για B2B λόγους

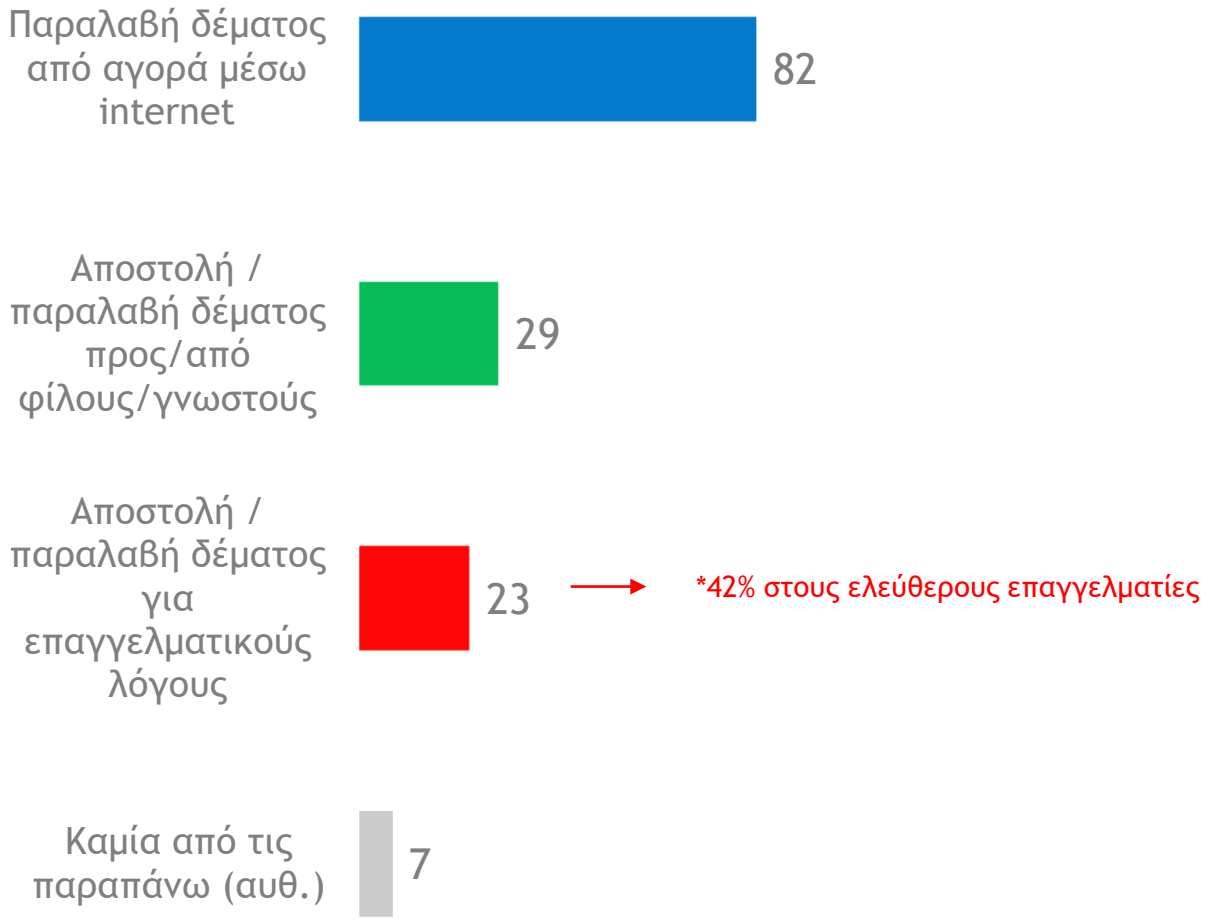
ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ



METRONANALYSIS

Η πανδημία αύξησε τη συχνότητα παραλαβής δεμάτων από αγορές μέσω internet για 8/10 χρήστες

Ερ. Από την έλευση του κορωνοϊού στη χώρα μας, ποια από τις παρακάτω υπηρεσίες ταχυμεταφορών χρησιμοποιείτε συχνότερα σε σχέση με το παρελθόν;
Πολλαπλή λίστα Βάση: Σύνολο δείγματος, N=2.004 άτομα



Σχεδόν απόλυτη η γνώση και χρήση της υπηρεσίας παράδοσης στο χώρο, 2 στους 3 γνωρίζουν την παράδοση στο κατάστημα (1 στους 2 την έχουν χρησιμοποιήσει) και 3 στους 10 σε άλλα σημεία (1 στους 10 είναι χρήστης της υπηρεσίας)

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Ερ. Με βάση όσα γνωρίζετε, σε ποια από τα παρακάτω σημεία μπορεί να παραδώσει μια εταιρεία ταχυμεταφορών κάποιο δέμα; Πολλαπλή λίστα
Βάση: Σύνολο δείγματος, N=2.004 άτομα

Ερ. Σε σχέση με το σημείο παράδοσης έχετε χρησιμοποιήσει κάποια από τις παρακάτω υπηρεσίες ταχυμεταφορών; Πολλαπλή λίστα
Βάση: Χρήστες υπηρεσιών, N=1.985 άτομα

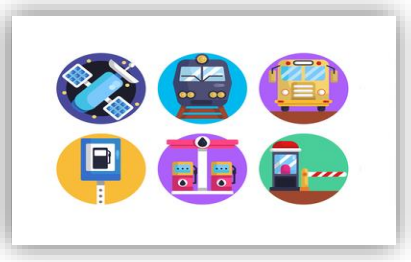
Γνώση | Χρήση

Στο χώρο σας (σπίτι ή δουλειά)

96% | 92%

Σε κατάστημα ταχυμεταφορών

64% | 51%



Σε άλλα σημεία όπως σταθμούς, πρατήρια κοκ

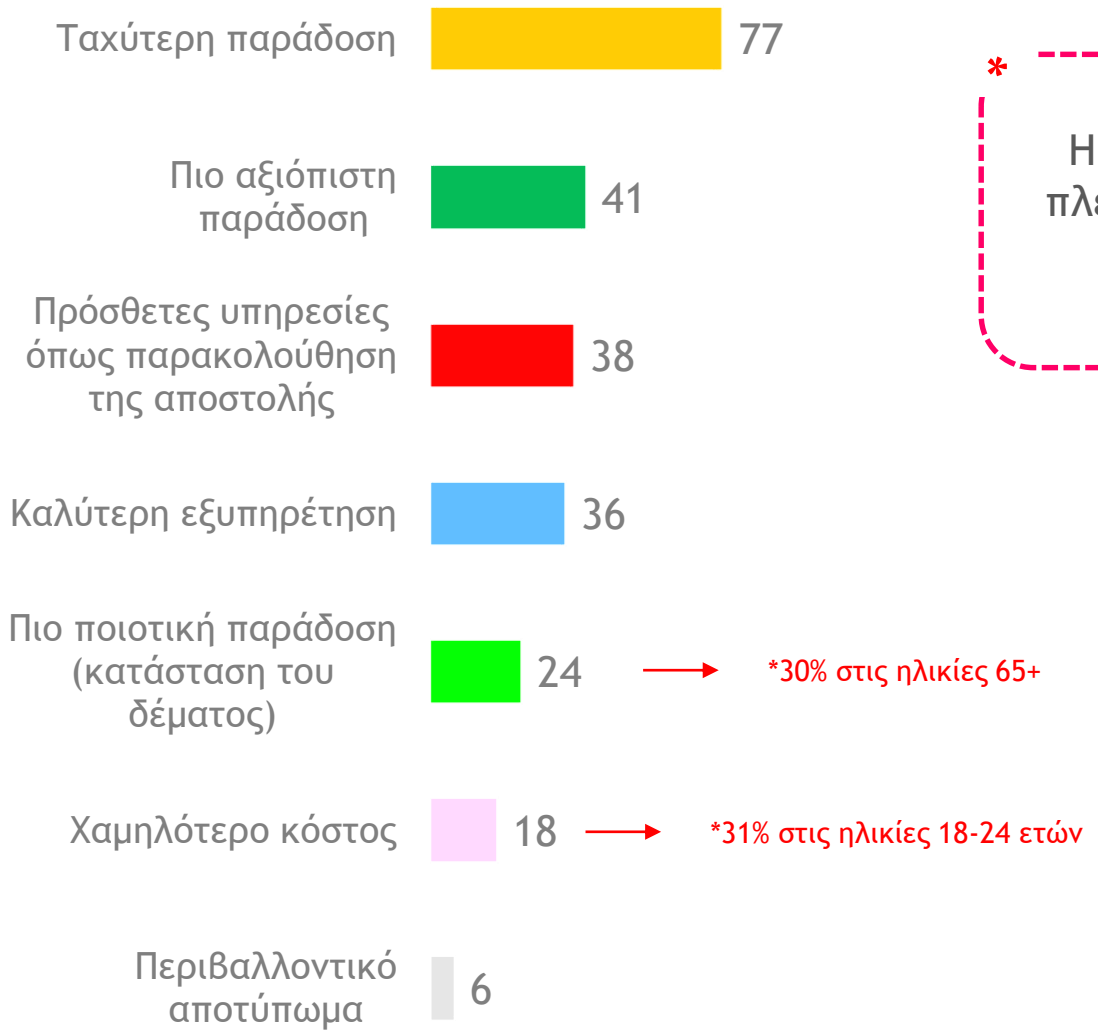
28% | 12%

Ταχυμεταφορές σημαίνει κυρίως ταχύτητα στην παράδοση για τον καταναλωτή και κατά δεύτερο λόγο αξιοπιστία, πρόσθετα services και καλύτερη εξυπηρέτηση από το παραδοσιακό ταχυδρομείο

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Ερ. Ποιοι είναι οι κύριοι λόγοι που χρησιμοποιείτε υπηρεσίες ταχυμεταφορών (κούριερ) έναντι του παραδοσιακού ταχυδρομείου; Πολλαπλή λίστα

Βάση: Σύνολο χρηστών υπηρεσιών, N=1.985 άτομα



* Η ταχύτητα παράδοσης είναι το αναμενόμενο συγκριτικό πλεονέκτημα για τις υπηρεσίες ταχυμεταφορών σε όλες τις δημογραφικές ομάδες

1 στους 2 χρήστες έχει χρησιμοποιήσει την παράδοση της επόμενης ημέρας, 1 στους 3 παράδοση σε συγκεκριμένες ώρες και 1 στους 5 αυθημερόν παράδοση

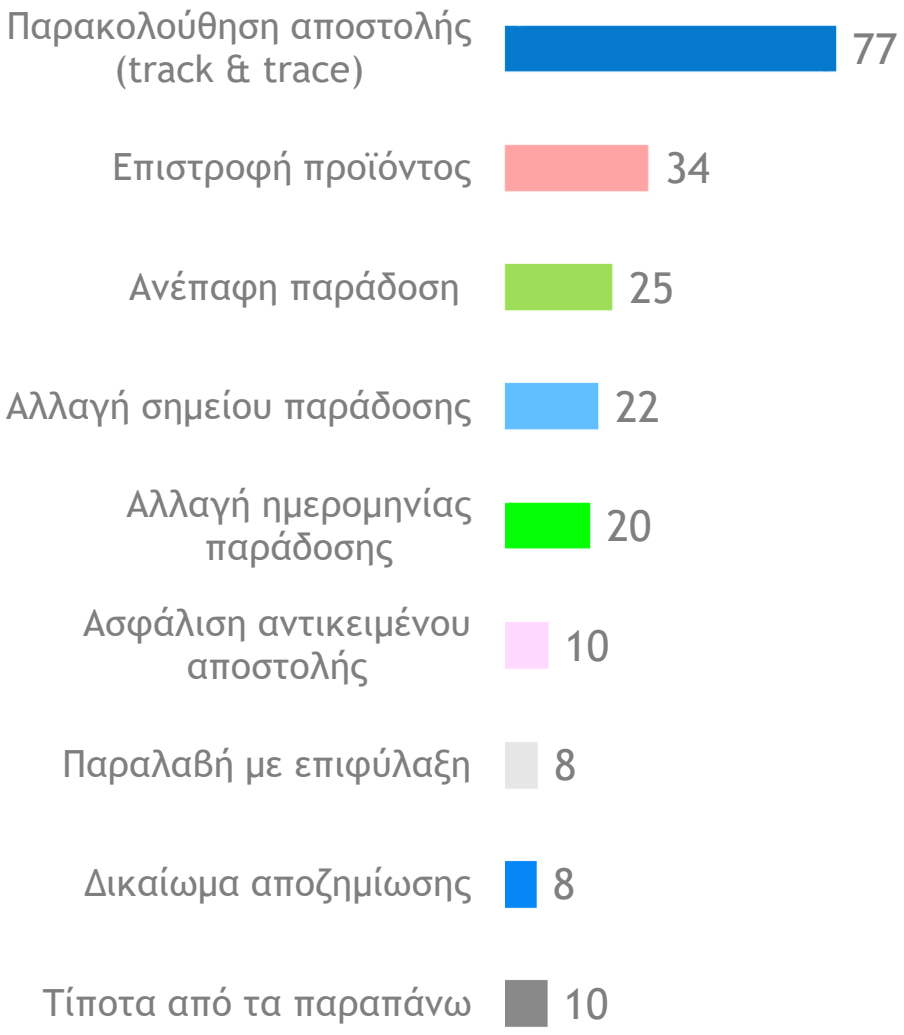
ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

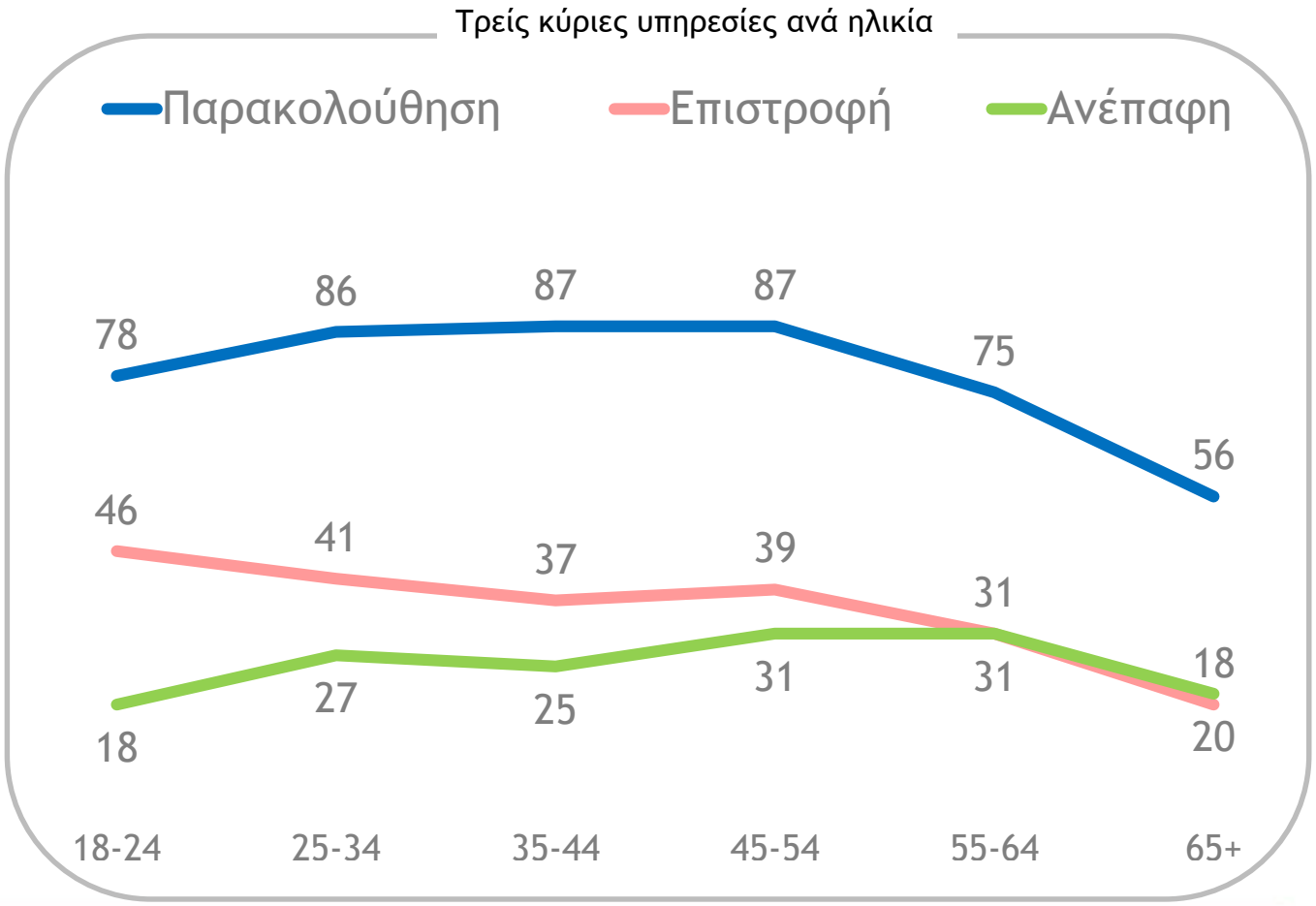
Ερ. Σε σχέση με τον χρόνο παράδοσης έχετε χρησιμοποιήσει κάποια από τις παρακάτω υπηρεσίες ταχυμεταφορών; Πολλαπλή λίστα
Βάση: Σύνολο χρηστών υπηρεσιών, N=1.985 άτομα

*Μέγιστη τιμή (34%) στους κατοίκους νησιών και Ελάχιστη τιμή (9%) στους εντατικούς χρήστες B2B

Η υπηρεσία track & trace είναι η πιο διαδεδομένη στους χρήστες

Ερ. Ποιες από τις παρακάτω δυνατότητες έχετε χρησιμοποιήσει έως σήμερα σε οποιαδήποτε περίσταση αποστολής/παραλαβής δέματος με ταχυμεταφορά;
Πολλαπλή λίστα Βάση: Σύνολο χρηστών υπηρεσιών, N=1.985 άτομα





Πολλαπλές ανάγκες online αγορών που δεν εμφάνιζαν στις αρχές του 2022 τάσεις πρόθεσης μεταβολής

Ερ. Ποια από τα παρακάτω είδη προτιμάτε να αγοράζετε μέσω internet από την έναρξη της πανδημίας (την άνοιξη του 2020) έως σήμερα; Πολλαπλή λίστα
Βάση: Χρήστες παραλαβής δέματος από online αγορά, N=1.906 άτομα

Ερ. Ποια από τα είδη αυτά πιστεύετε ότι θα συνεχίσετε να τα αγοράζετε μέσω internet στο μέλλον; Πολλαπλή λίστα
Βάση: Χρήστες παραλαβής δέματος από online αγορά, N=1.906 άτομα

Η χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου φέρνει κυρίως τον καταναλωτή σε επαφή με τις εταιρείες ταχυμεταφορών (ιδιαίτερα τους νέους και εντατικούς χρήστες)

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

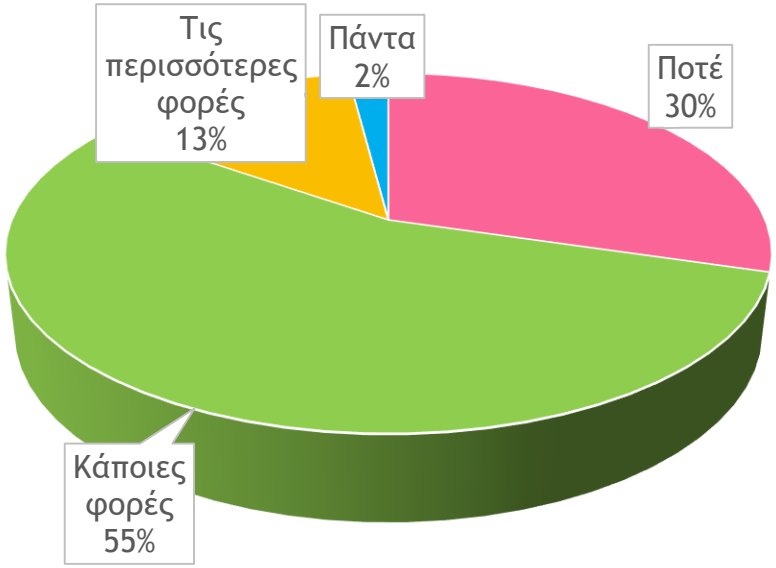
Ερ. Με ποιους από τους παρακάτω τρόπους αρχικά ενημερωθήκατε για τις εταιρείες ταχυμεταφορών; Πολλαπλή λίστα
Βάση: Χρήστες υπηρεσιών, N=1.956 άτομα

Πηγές ενημέρωσης	Ηλικία						Ένταση Χρήσης		
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Υψηλή	Μέτρια	Χαμηλή
E-shops	61 *	62	60	56	46	35	60*	59	44
Δική μου έρευνα	29	36	32	41*	35	30	40*	36	30
Συζητήσεις με φίλους	38	36	30	31	36	33	29	35	34
Διαφημίσεις / social media	33	26	23	27	24	28	23	26	29
Καταστήματα	22	30	20	24	19	16	26	21	20
Απευθείας από εταιρεία	11	19	18	16	13	16	20	16	14
Παρατηρητήριο τιμών της ΕΕΤΤ	6	7	4	1	2	2	4	3	3

Η δυνατότητα επιλογής παρόχου courier σε αγορές online παρατηρείται σπάνια και η επιλογή βασίζεται στο συνδυασμό τιμής/χρόνου λαμβάνοντας υπόψη και την αξιοπιστία του φορέα

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Ερ. Όταν αγοράζετε κάποιο προϊόν μέσω internet σας έχει δοθεί ποτέ η δυνατότητα επιλογής παρόχου ταχυμεταφορών και εάν ναι, πόσο συχνά;
Βάση: Χρήστες παραλαβής δέματος από online αγορά, N=1.906 άτομα

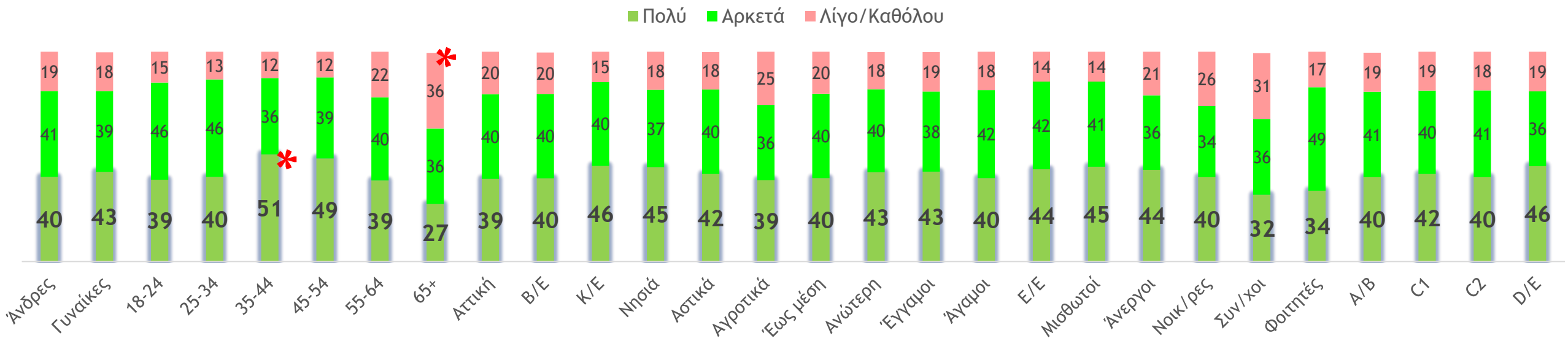


Ερ. Ποιο ήταν σε αυτές τις περιπτώσεις το κύριο κριτήριο επιλογής παρόχου ταχυμεταφορών; Μία απάντηση, Λίστα
Βάση: Χρήστες παραλαβής δέματος από online αγορά που τους έχει δοθεί έστω και σπάνια η δυνατότητα επιλογής παρόχου, N=1.387 άτομα

Υψηλό ενδιαφέρον για τη δυνατότητα επιλογής courier στις online αγορές από το 40% των χρηστών με δυναμική (%πολύ+αρκετά) έως το 80% αυτών

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Ερ. Πόσο θα σας ενδιέφερε στο μέλλον να έχετε τη δυνατότητα επιλογής παρόχου ταχυμεταφορών όταν αγοράζετε κάποιο προϊόν μέσω internet;
Βάση: Αγοραστές online, N=1.906 άτομα



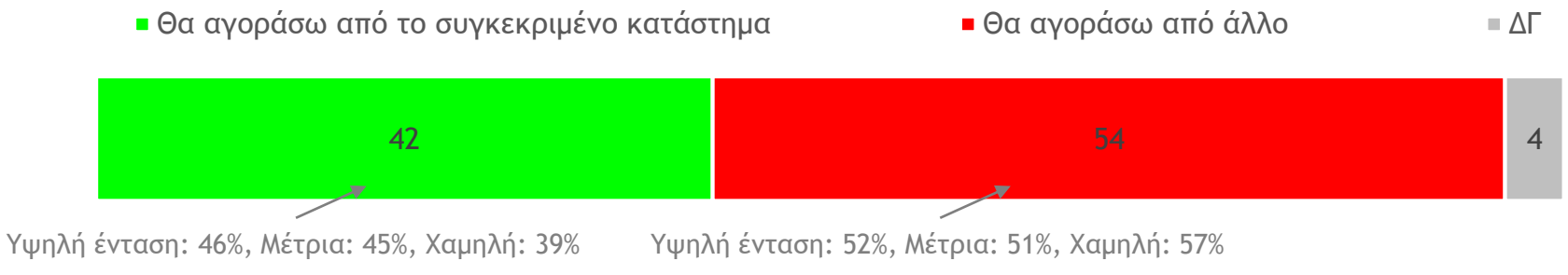
Φύλο | Ηλικία | Nuts1 Περιφέρεια | Αστικότητα | Εκπαίδευση | Οικ/κη κατάσταση | Θέση στην απασχόληση | Κοινωνική τάξη

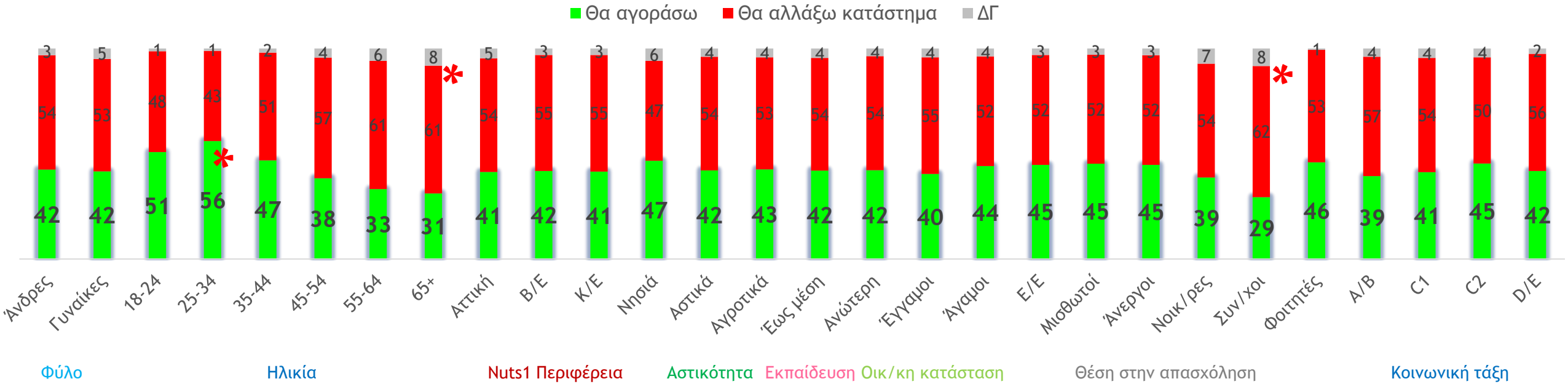
Σε οριακά πλειοψηφικό επίπεδο, οι καταναλωτές θα επέλεγαν να αλλάξουν ηλεκτρονικό κατάστημα προκειμένου να αποφύγουν έναν πάροχο ταχυμεταφορών από τον οποίο είχαν κακή εμπειρία (εξαίρεση οι νέοι σε ηλικία καταναλωτές)

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Ερ. Έστω ότι στο μέλλον θέλετε να αγοράσετε προϊόν από ηλεκτρονικό κατάστημα που συνεργάζεται μόνο με έναν πάροχο ταχυμεταφορών, από τον οποίο είχατε προηγούμενη κακή εμπειρία στο παρελθόν. Θα προχωρήσετε τελικά με την αγορά του προϊόντος από το συγκεκριμένο ηλεκτρονικό κατάστημα ή θα αγοράσετε το προϊόν από άλλο ηλεκτρονικό κατάστημα που συνεργάζεται με άλλον πάροχο ταχυμεταφορών;

Βάση: Αγοραστές online, N=1.906 άτομα





ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Συνήθειες Χρήσης

Συνολικές εμπειρίες συνεργασιών

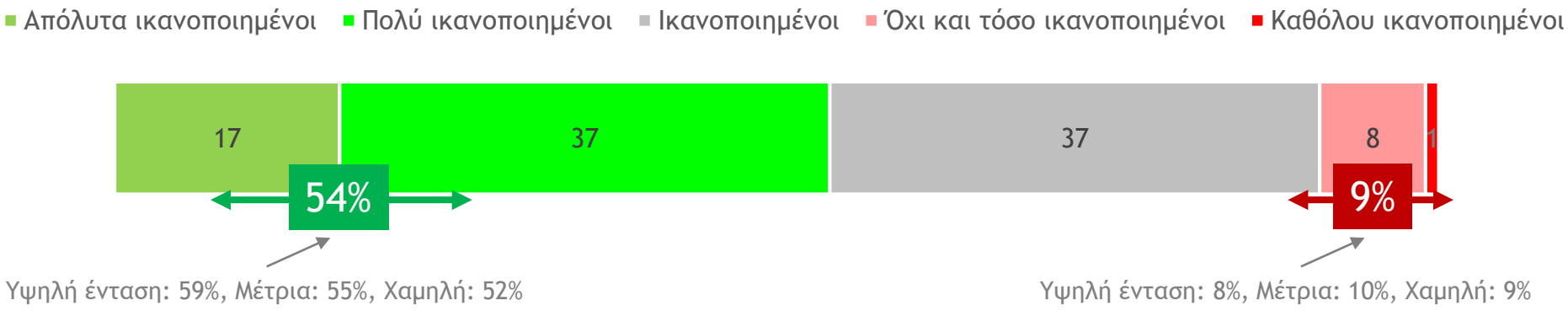
Επίσπευση παραδόσεων και Lockers

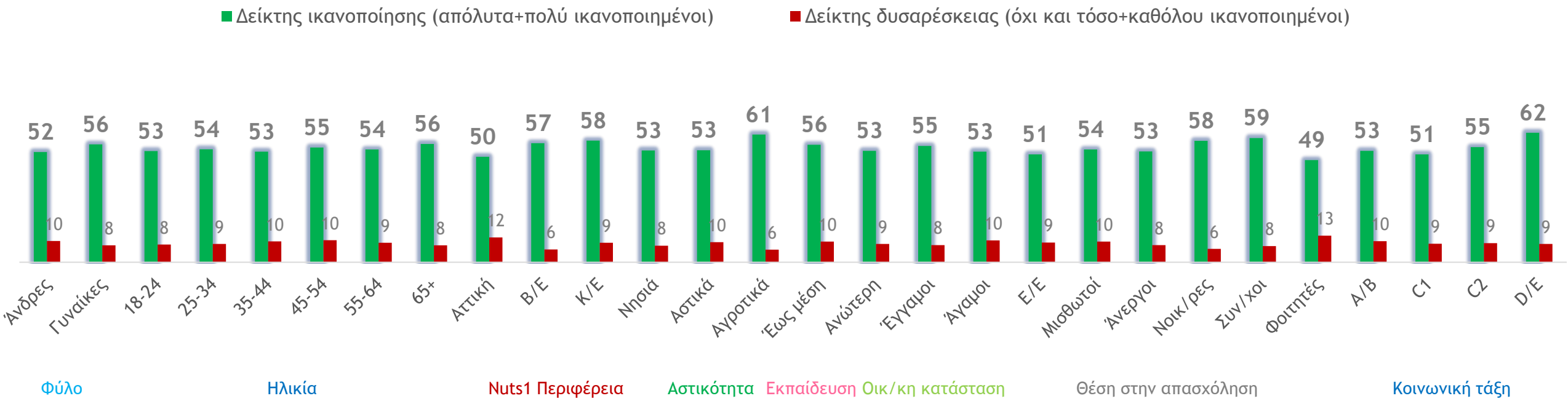
METRONANALYSIS

Στο 54% ο δείκτης ικανοποίησης από τις υπηρεσίες ταχυμεταφορών (μόλις 17% απόλυτα ικανοποιημένοι) και στο 9% ο δείκτης δυσαρέσκειας

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Ερ. Πόσο ικανοποιημένοι είστε συνολικά από τη χρήση υπηρεσιών ταχυμεταφορών;
Βάση: Σύνολο χρηστών N=2.004 άτομα

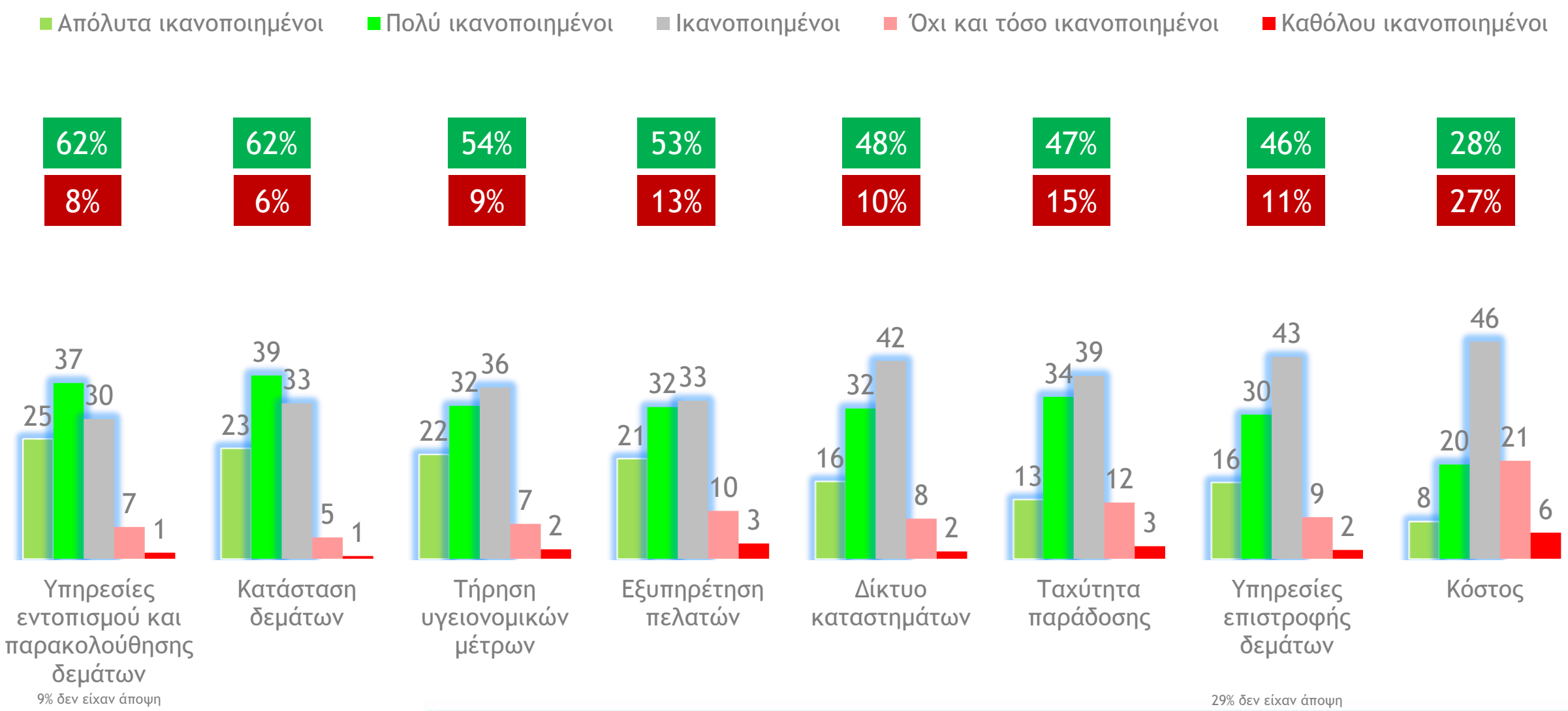




Άνω του 60% η ικανοποίηση από την κατάσταση δεμάτων και τις υπηρεσίες εντοπισμού/παρακολούθησης και υψηλές οι δυσαρέσκειες από κόστος και ταχύτητα παράδοσης

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Ερ. Και ειδικότερα, πόσο ικανοποιημένοι είστε από τα παρακάτω; Λίστα Βάση: Όσοι είχαν άποψη για καθεμία παράμετρο

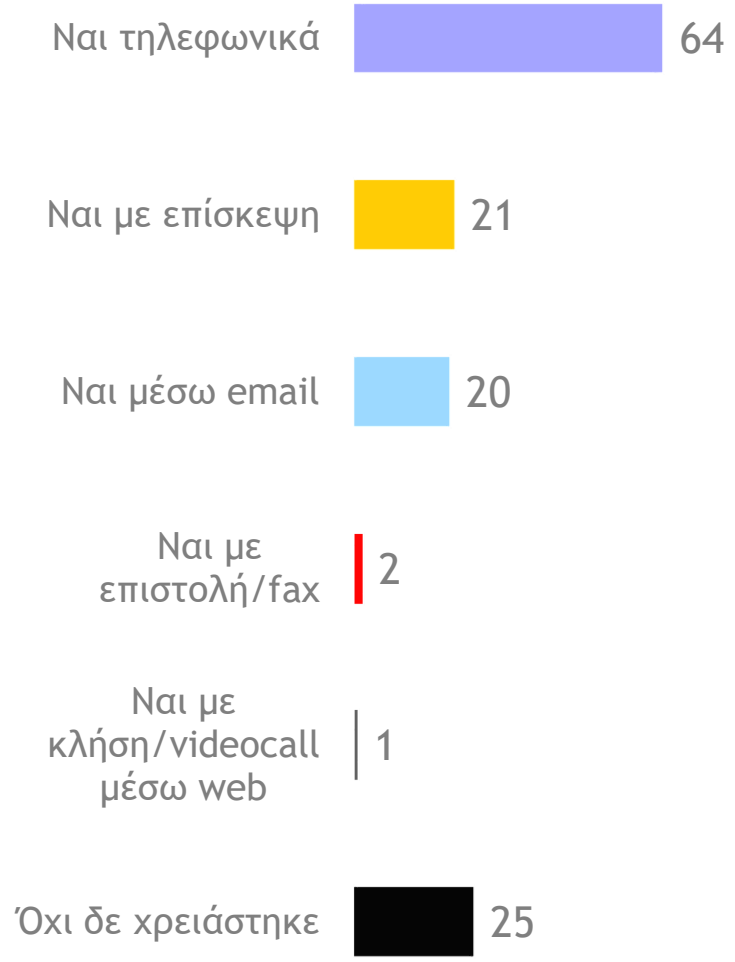


3 στους 4 χρήστες έχουν επικοινωνήσει τα τελευταία χρόνια με κάποια εταιρεία ταχυμεταφορών με κύριο μέσο επαφής την τηλεφωνική επικοινωνία

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Ερ. Έχει τύχει τα τελευταία 1-2 χρόνια, να επικοινωνήσετε για κάποιο θέμα ή πρόβλημα για οποιοδήποτε λόγο με μία εταιρεία ταχυμεταφορών; Πολλαπλή λίστα

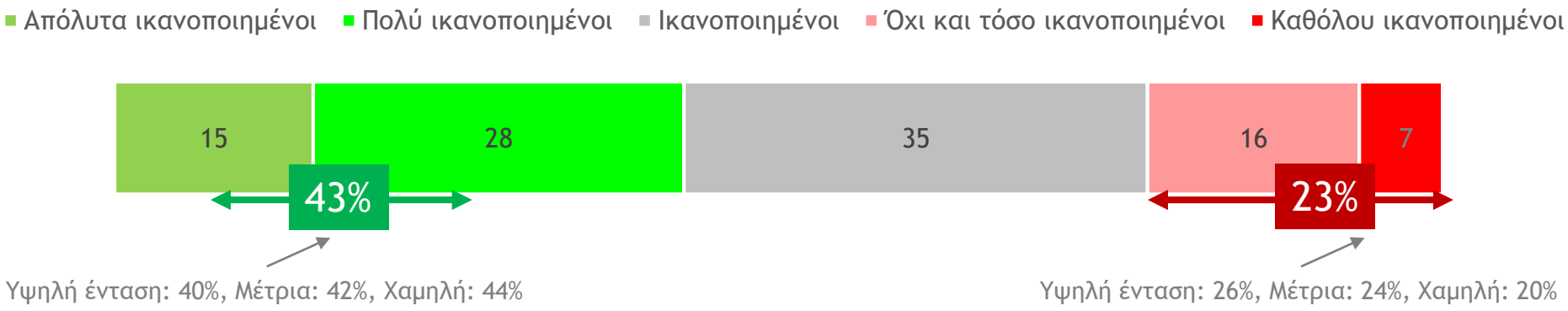
Βάση: Σύνολο χρηστών, N=2.004 άτομα

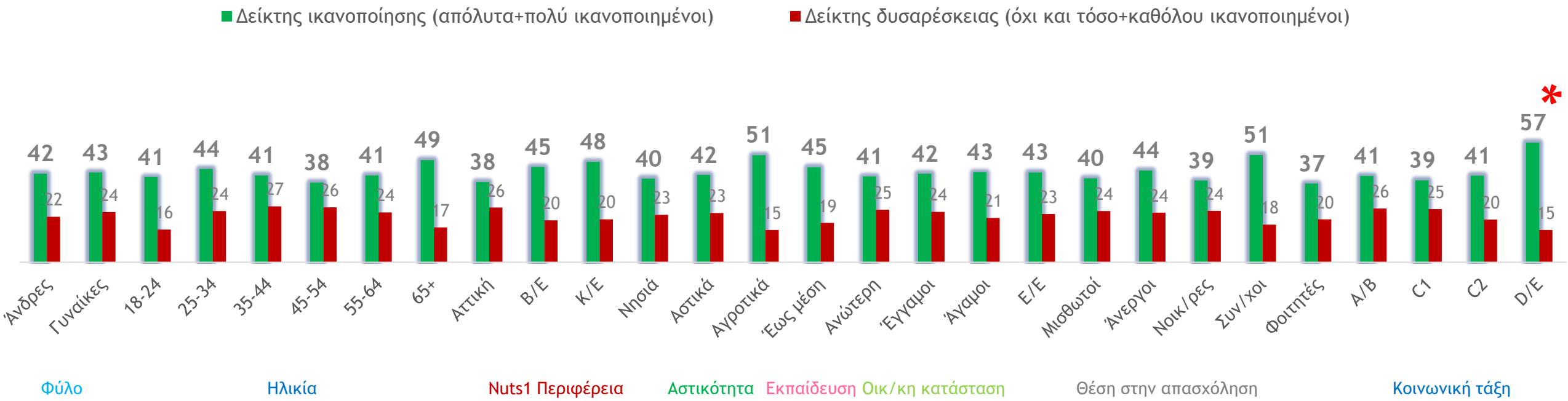


Επικοινωνία με εταιρείες	Αστικότητα		Ηλικία						Ένταση αγορών		
	Αστικά	Αγροτικά	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Υψηλή	Μέτρια	Χαμηλή
Τηλεφωνικά	65 *	48	61	69	68	71 *	61	53	75 *	66	57
Επίσκεψη	22	13	24	25	20	20	22	18	26	23	17
Email	21	18	36	28 *	21	21	16	11	28 *	24	15
Επιστολή	2	3	6	3	2	1	1	-	3	1	2
Call/videocall	1	-	1	1	1	1	1	-	1	1	1
Όχι δεν χρειάσθηκε	23	36 *	16	16	21	20	28	39 *	15	21	32 *

Σε χαμηλά επίπεδα βρίσκεται η εμπειρία από το customer service των εταιρειών ταχυμεταφορών με 4/10 ικανοποιημένους και 2/10 δυσαρεστημένους

Ερ. Πόσο ικανοποιημένοι μείνατε γενικά από την εξυπηρέτηση που λάβατε από τις εταιρείες ταχυμεταφορών όταν επικοινωνήσατε μαζί τους;
Βάση: Χρήστες customer service N=1.549 άτομα





Η δυσκολία πρόσβασης και η απροθυμία εξυπηρέτησης είναι τα δύο βασικά προβλήματα του customer service των παρόχων

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Ερ. Για ποιους λόγους δε μείνατε ικανοποιημένοι;
Βάση: 354 δυσαρεστημένοι πελάτες

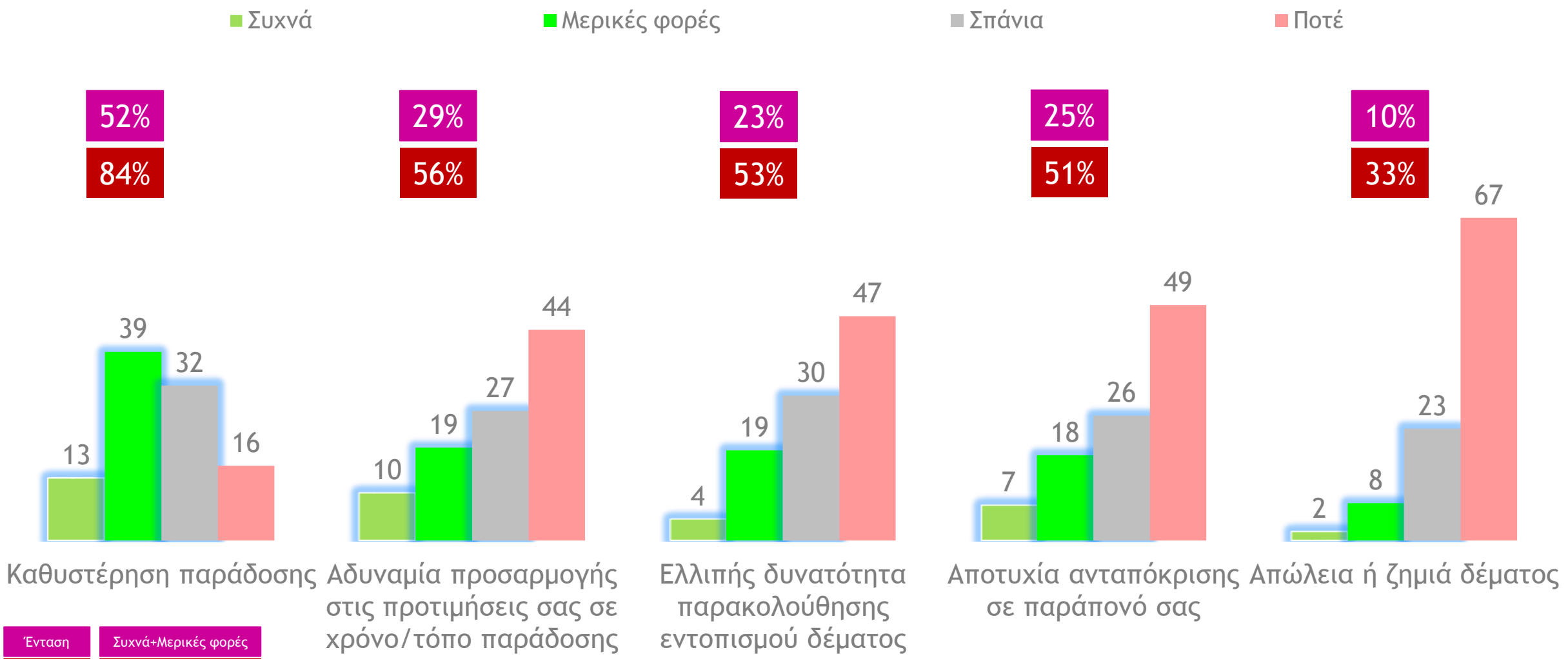
Δυσκολία πρόσβασης 39%	Απροθυμία εξυπηρέτησης 21%	Αγένεια 11%	Αδυναμία παράδοσης 9%	Χρόνοι παράδοσης 9%	Έλλειψη ενημέρωσης 8%	Λάθη παραδόσεων 5%
• Μεγάλη αναμονή στο τηλέφωνο • Μόνο τηλεφωνητές • Δεν απάντησαν ούτε σε email • Δε σήκωσαν ποτέ το τηλέφωνο	• Αδιαφορία για βοήθεια • Δεν είχαν διάθεση να με εξυπηρετήσουν • Κακή εξυπηρέτηση • Δεν προσπαθούν να λύσουν το πρόβλημα μας • Είναι βιαστικοί γιατί υπο-στελεχώνονται	• Αγενείς απαντήσεις • Απαράδεκτη εξυπηρέτηση • Έλεγαν ψέματα • Κακή συμπεριφορά • Δεν υπήρχε λόγος αλλά δεν ήταν ευγενικοί	• Πλήρωσα παράδοση και μου έλεγαν να πάω από το κατάστημα • Είπαν ότι πέρασαν και δεν ήμουν εκεί (δεν υπήρχε χαρτάκι) • Δε μπορούσαν να έρθουν σπίτι	• Αργούσαν πολύ τα δέματα να έρθουν • Έκανε 15 μέρες να έρθει εντός Ελλάδας και 7 μέρες από Αγγλία • Δεν τηρούν ωράρια παραδόσεων • Έκανα τρεις εβδομάδες να φέρουν ένα δέμα εσωτερικού	• Δε μπορούσαν να βρουν το δέμα • Δεν μου έδιναν πληροφορίες • Δεν έδιναν εξηγήσεις • Δεν ήξεραν πότε και που είναι το δέμα • Δεν έχουν γνώσεις • Φαινόταν ότι το είχα παραλάβει και το έψαχναν	• Χάθηκε η παραγγελία • Λάθος αποστολή σε άλλη πόλη • Έχασαν το δέμα • Χάθηκε το δέμα και δε μου επέστρεφαν τα χρήματα • Ήταν ελαττωματικό το δέμα που μου έδωσαν • Είπαν ότι είχαν λάθος διεύθυνση

Από τα παρακάτω προβλήματα συνεργασίας, οι καθυστερήσεις παραδόσεων αξιολογούνται με ιδιαίτερα υψηλούς δείκτες διείσδυσης και έντασης

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Ερ. Έχετε αντιμετωπίσει έως σήμερα κάποια από τα παρακάτω στη συνεργασία σας με εταιρείες ταχυμεταφορών για αποστολή/παραλαβή δεμάτων και εάν ναι πόσο συχνά; Λίστα

Βάση: Όσοι είχαν άποψη για καθεμία παράμετρο

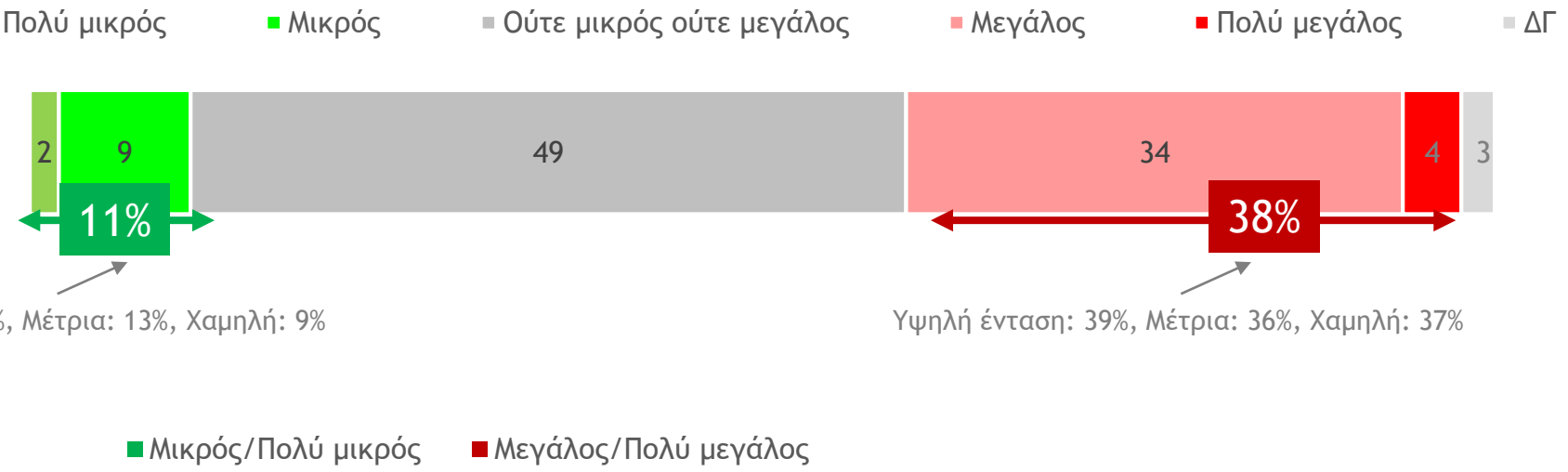


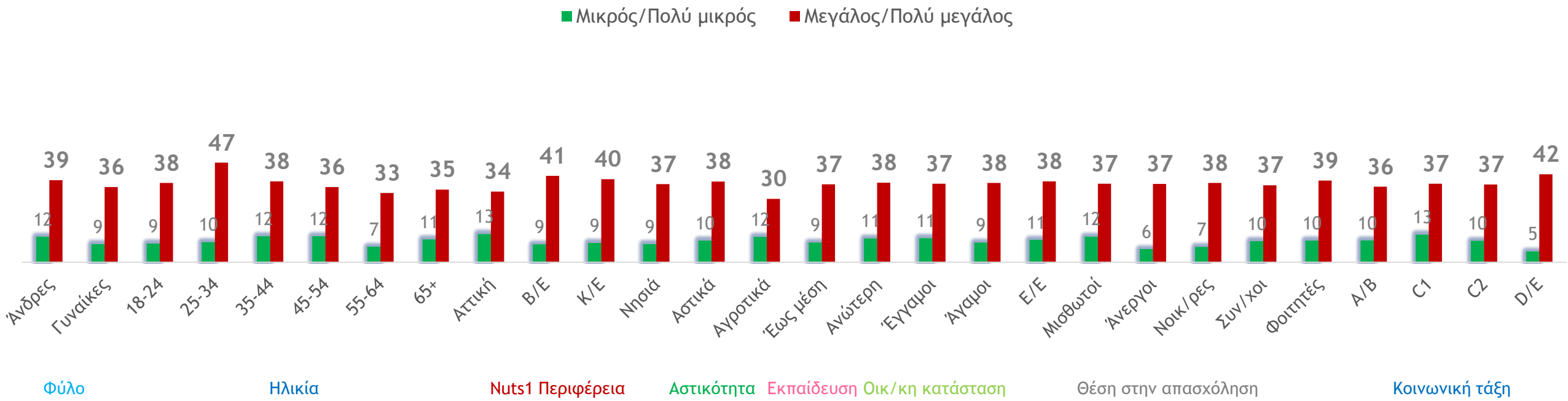
Ένταση	Συχνά+Μερικές φορές
Διείσδυση	Έστω και σπάνια

METRONANALYSIS

Το ισοζύγιο εμπειρίας από τους χρόνους παράδοσης δεμάτων από online αγορές είναι αρνητικό (-27%)

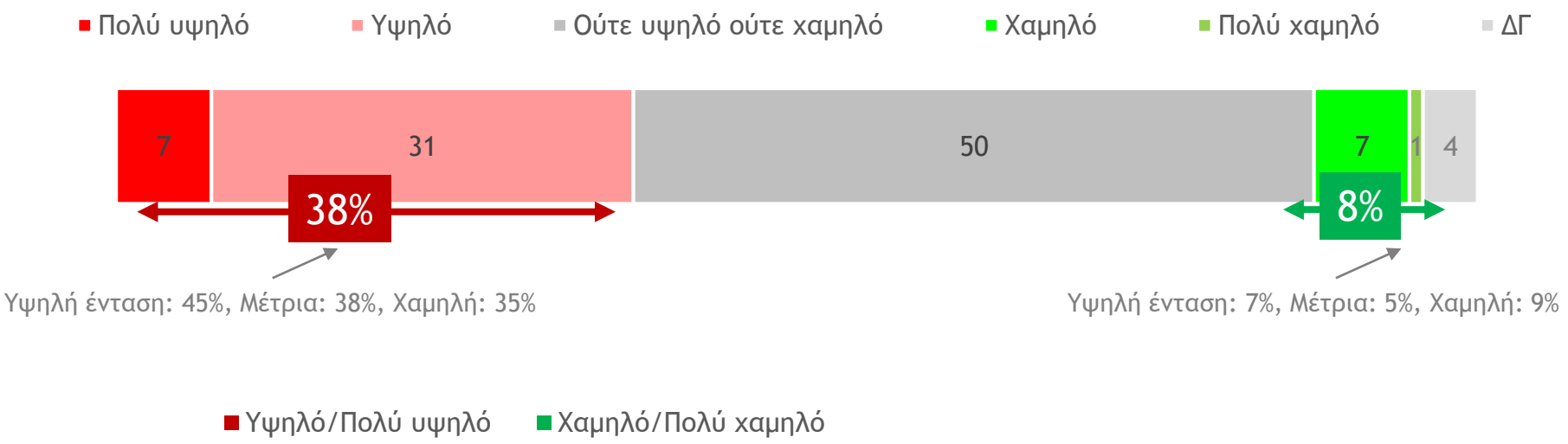
Ερ. Με βάση την εμπειρία σας και όσα γνωρίζετε ο χρόνος παράδοσης ταχυμεταφοράς δεμάτων που αγοράζονται από ηλεκτρονικά καταστήματα είναι;
Βάση: Σύνολο χρηστών
N=2.004 άτομα

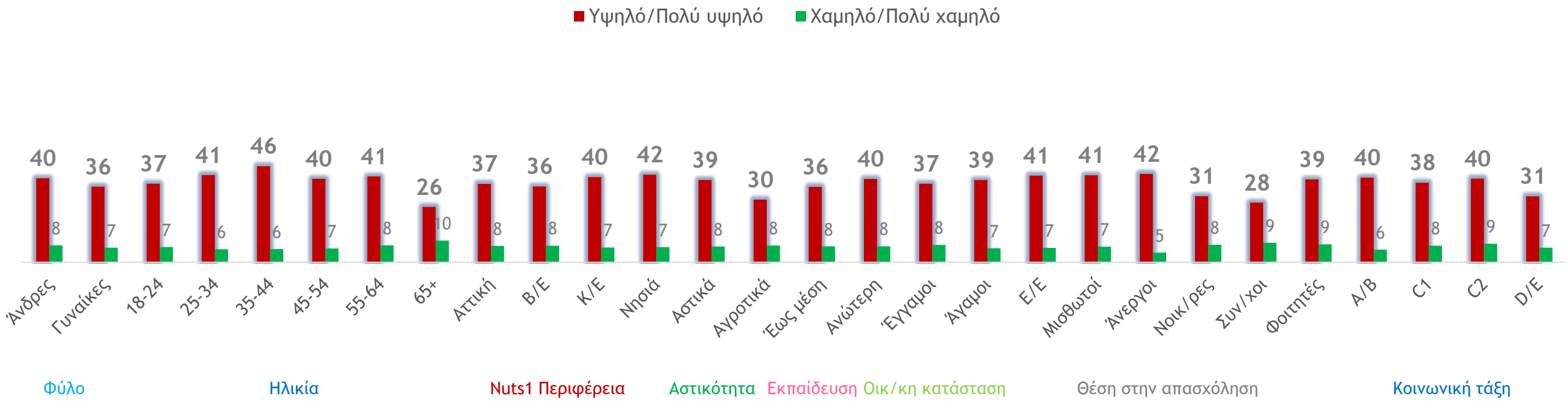




Ομοίως η εμπειρία από το κόστος αποστολής δεμάτων από online καταστήματα είναι αρνητική (-30% ισοζύγιο)

Ερ. Με βάση την εμπειρία σας και όσα γνωρίζετε το κόστος ταχυμεταφοράς δεμάτων που αγοράζονται από ηλεκτρονικά καταστήματα είναι;
Βάση: Σύνολο χρηστών N=2.004 άτομα





ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Συνήθειες Χρήσης

Συνολικές εμπειρίες συνεργασιών

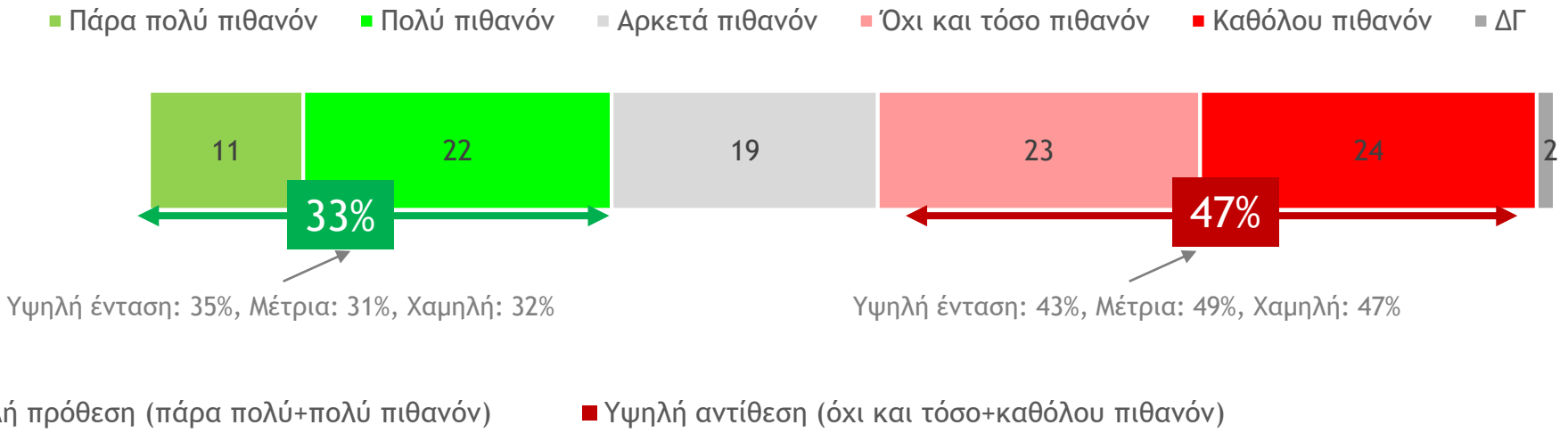
Επίσπευση παραδόσεων και Lockers

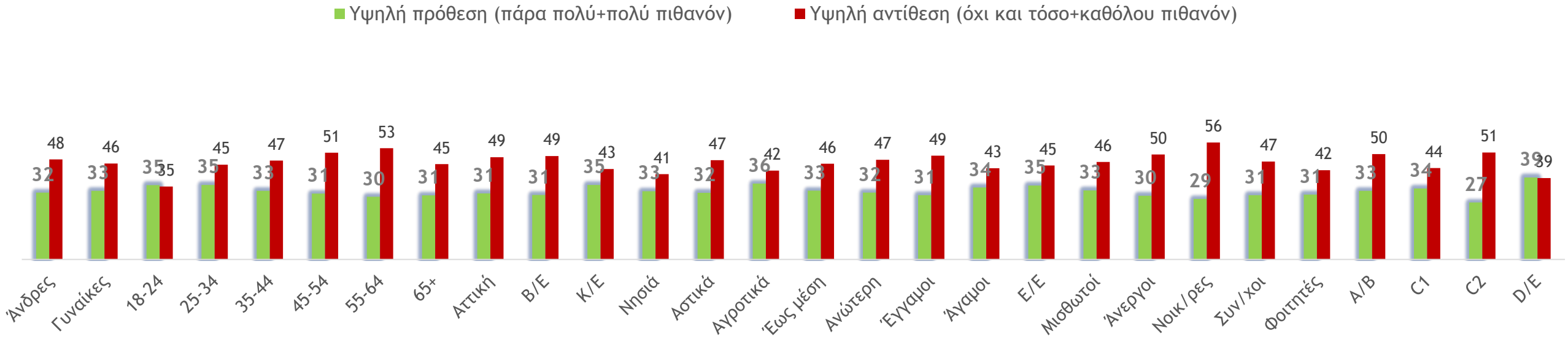
METRONANALYSIS

Στο σενάριο επίσπευσης αποστολής προϊόντος για προσωπική χρήση με επιπλέον χρέωση, 3 στους 10 θα ήταν θετικοί vs. 5 στους 10 που θα ήταν αρνητικοί (οι αντιτιθέμενοι πλειοψηφούν σε όλες τις δημογραφικές ομάδες πέρα από τους 18-24 ετών)

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Ερ. Έστω ότι αγοράζετε μέσω Ίντερνετ, ένα ρούχο αξίας 60 ευρώ και σας δίνεται η δυνατότητα δωρεάν παράδοσης μέχρι 3 ημέρες. Επειδή όμως το χρειάζεστε για κοινωνική υποχρέωση την επομένη της αγοράς, πόσο πιθανό θα ήταν να πληρώσετε επιπλέον χρέωση 10 ευρώ για να το παραλάβετε μέχρι αύριο;
Βάση: Σύνολο χρηστών
N=2.004 άτομα



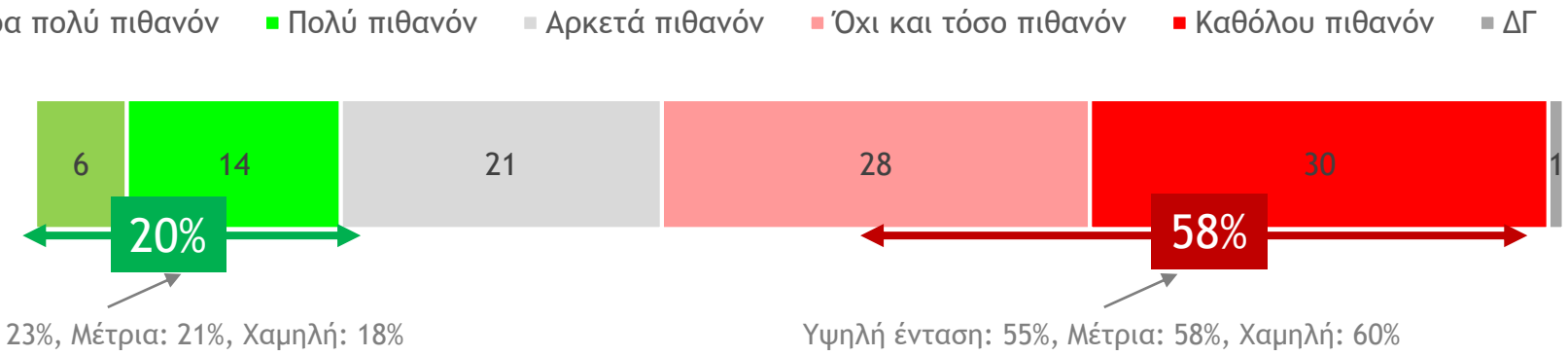


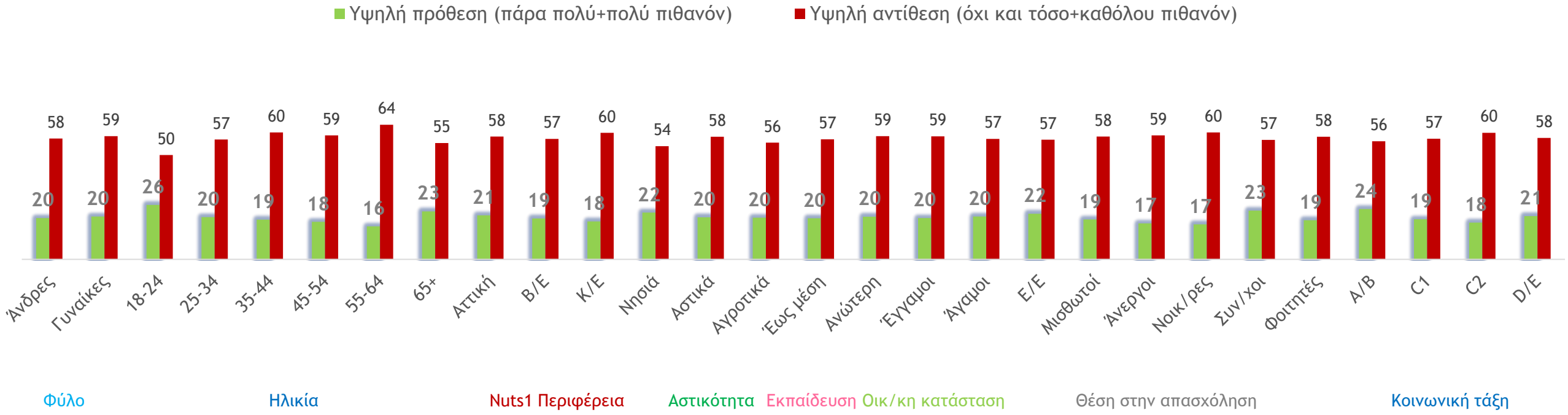
Στο σενάριο επίσπευσης αποστολής προϊόντος για δώρο σε τρίτο με επιπλέον χρέωση, 2 στους 10 θα ήταν θετικοί vs. 6 στους 10 που θα ήταν αρνητικοί (οι αντιτιθέμενοι πλειοψηφούν παντού)

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Ερ. Έστω επίσης ότι αγοράζετε μέσω Ίντερνετ, ένα δώρο για τα γενέθλια ενός φίλου σας που είναι σε 7 μέρες, αξίας 50 ευρώ με δωρεάν παράδοση μέσα σε 5-7 ημέρες. Πόσο πιθανό θα ήταν να πληρώσετε επιπλέον χρέωση 10 ευρώ για να το παραλάβετε μέσα σε 3 ημέρες;

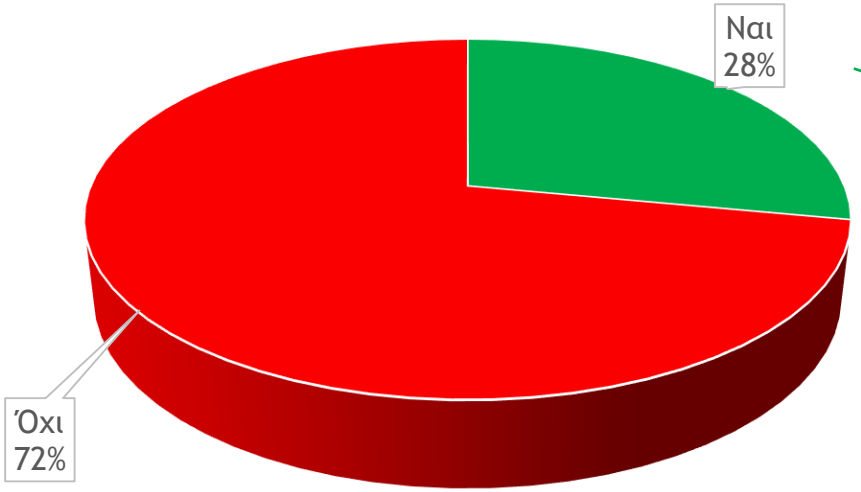
Βάση: Σύνολο χρηστών
N=2.004 άτομα





Η γνώση των αυτοματοποιημένων θυρίδων είναι περιορισμένη όπως και η χρήση τους

Ερ. Κάποιες εταιρίες ταχυμεταφορών έχουν εγκαταστήσει αυτοματοποιημένες/αυτόματες θυρίδες παραλαβής που βρίσκονται σε προστατευμένους με συναγερμό ή/και κάμερες χώρους που διευκολύνουν (όπως πχ supermarket, βενζινάδικα). Στις θυρίδες αυτές οι καταναλωτές παραλαμβάνουν ή τοποθετούν τα δέματά τους, σε χρόνο που τους βολεύει, χωρίς ανθρώπινη επαφή, λαμβάνοντας sms με προσωπικό κωδικό PIN για να τις χρησιμοποιούν. Γνωρίζετε αυτή τη δυνατότητα; Βάση: Σύνολο δείγματος, N=2.004 άτομα

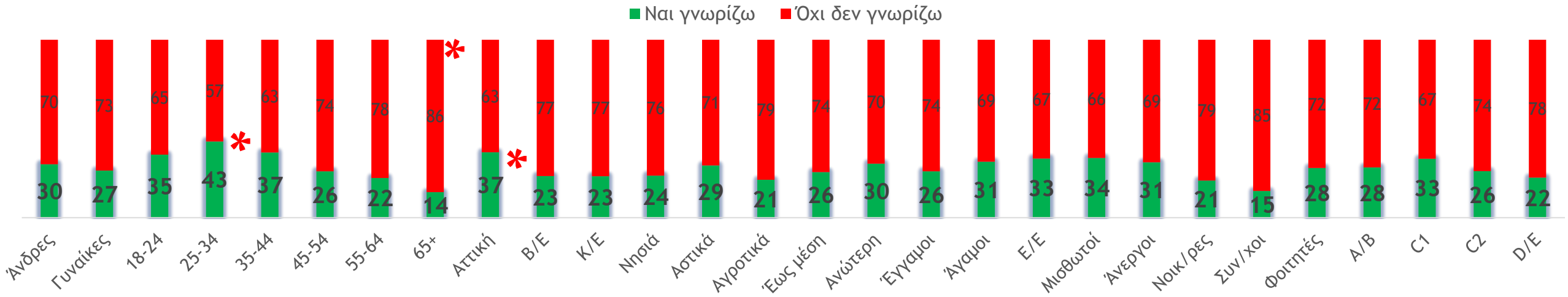


*

Υψηλή ένταση: 41%, Μέτρια: 30%, Χαμηλή: 22%

31% όσων γνωρίζουν έχουν χρησιμοποιήσει τη δυνατότητα παραλαβής/παράδοσης σε θυρίδα

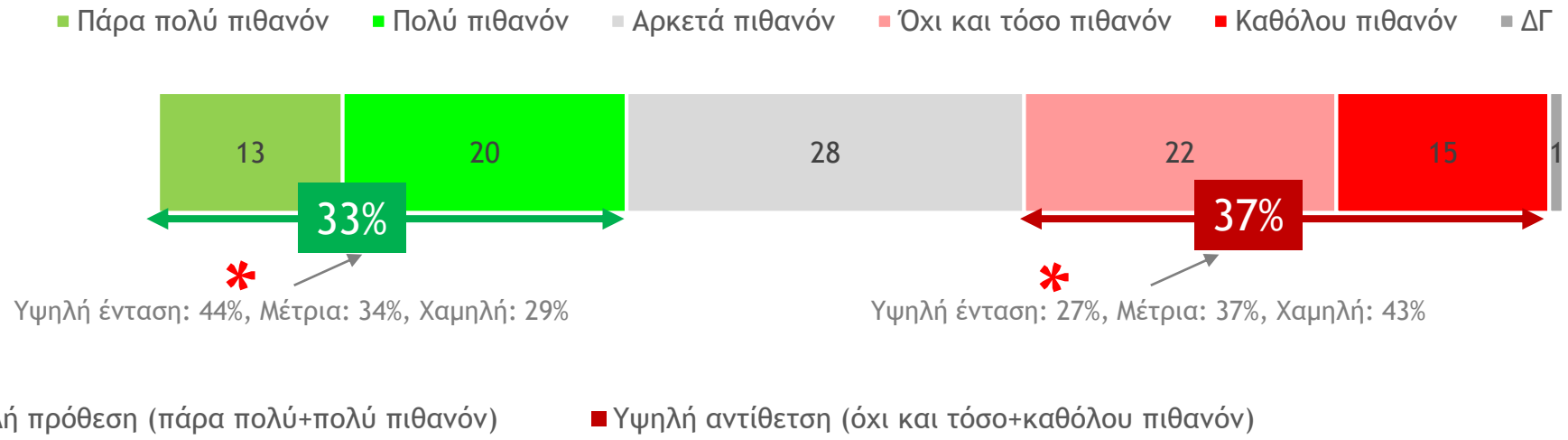
Υψηλή ένταση: 40%, Μέτρια: 26%, Χαμηλή: 28%

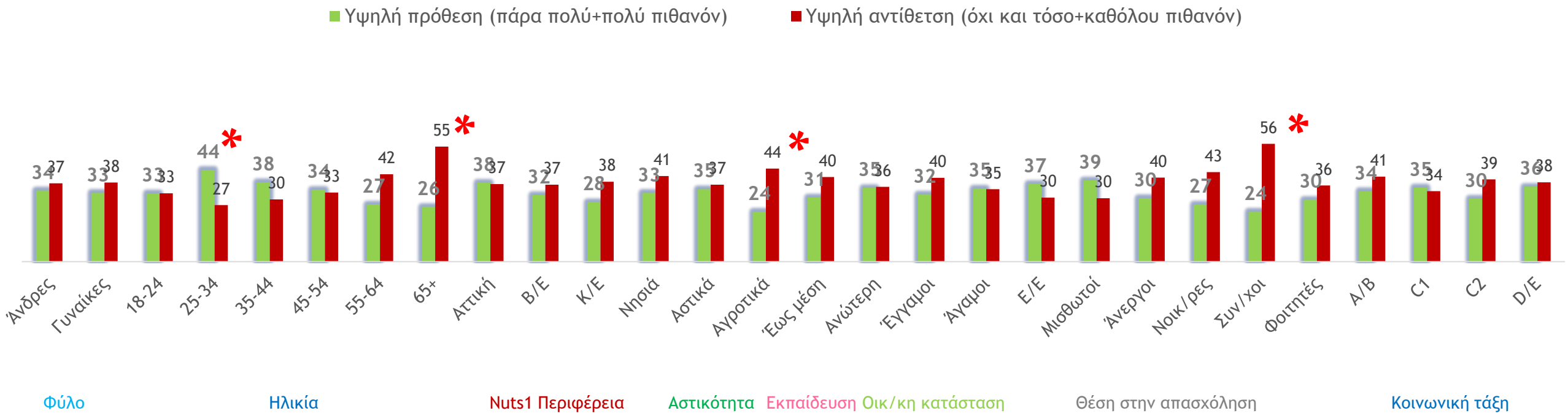


Η προοπτική χρήσης θυρίδων δημιουργεί δίλημμα στους καταναλωτές με 33% να είναι καθαρά υπέρ και 37% σαφώς κατά - Η ένταση χρήσης υπηρεσιών και η ηλικία σχετίζονται με τη στάση

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Ερ. Πόσο πιθανό θεωρείτε να χρησιμοποιήσετε την παραπάνω δυνατότητα για παραλαβή/παράδοση σε θυρίδα στο μέλλον;
Βάση: Σύνολο χρηστών
N=2.004 άτομα



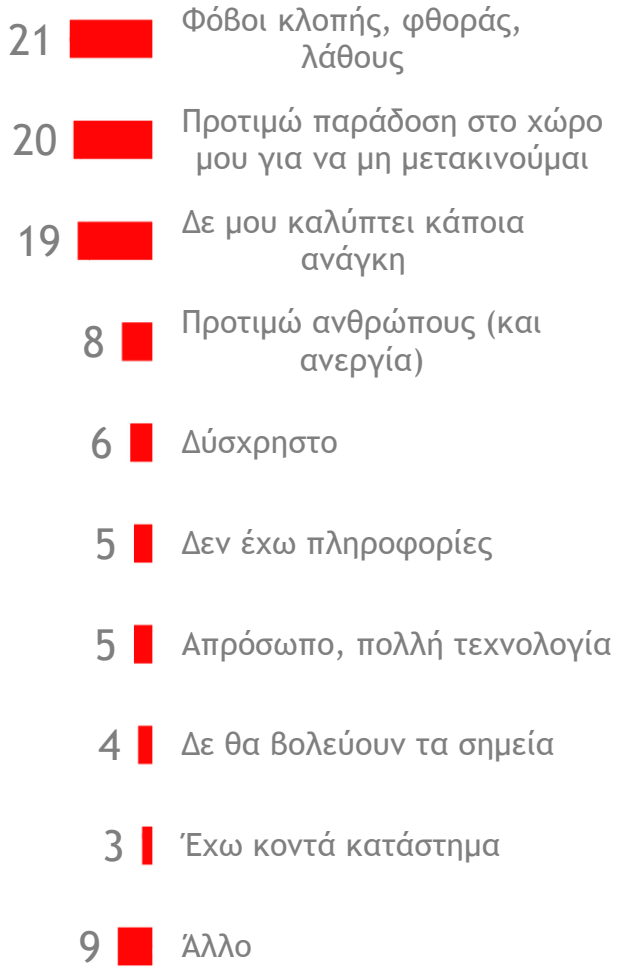


Το convenience της λύσης των θυρίδων (χρόνος και σημείο) βρίσκεται σε αντίθεση με την ανασφάλεια, τη μη κάλυψη κάποιας ανάγκης και την απουσία ανθρώπινης παρουσίας

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Ερ. Για ποιον/ποιους από τους παρακάτω λόγους θεωρείτε ότι θα χρησιμοποιούσατε μια τέτοια υπηρεσία θυρίδας στο μέλλον; Λίστα πολλαπλή N=1.292 άτομα non rejectors (πάρα πολύ+πολύ+αρκετά πιθανόν)

Ερ. Για ποιο λόγο λέτε ότι δεν είναι πιθανό να χρησιμοποιήσετε μια τέτοια υπηρεσία θυρίδας στο μέλλον; Αυθόρμητα N=675 άτομα rejectors (όχι και τόσο+καθόλου πιθανόν)



ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Σύνοψη Αποτελεσμάτων

METRONANALYSIS

Γενικά στοιχεία χρήσης υπηρεσιών ταχυμεταφορών

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

- 1 στους 5 χρήστες υπηρεσιών ταχυμεταφορών είναι εντατικός χρήστης και με βάση τη συχνότητα του εκτιμάται ότι εκπροσωπεί την πλειοψηφία των συναλλαγών που πραγματοποιούνται (**αρχή του Pareto**).
- Η κύρια περίσταση χρήσης υπηρεσιών είναι η **παραλαβή δέματος από αγορά μέσω internet** (19% ένταση και 93% διείσδυση). Η έλευση της **πανδημίας επιτάχυνε δραματικά** τις εν λόγω αγορές (82% πραγματοποιούν συχνότερα από το παρελθόν), αφορούν **πλήθος προϊοντικών κατηγοριών** (ρουχισμός, ηλεκτρονικά, καλλυντικά, παραφάρμακα κοκ) και αναμένεται **να συνεχίσουν να αγοράζονται** στον ίδιο βαθμό από το online κανάλι.
- Επίσης οι online αγορές **ενίσχυσαν την εξοικείωση** των καταναλωτών με τις εταιρείες ταχυμεταφορών
- Στις online αγορές, εάν και δεν είναι διαδεδομένη η **δυνατότητα επιλογής παρόχου** ταχυμεταφορών, κάτι τέτοιο θα έβρισκε **σύμφωνους** τους χρήστες δίνοντας τους ευελιξία ως προς το κόστος, το χρόνο αλλά και την αξιοπιστία του παρόχου.
- Επιπλέον περιστάσεις χρήσης είναι η **αποστολή/παραλαβή δεμάτων για προσωπικούς (μεγάλη διείσδυση και μικρή ένταση)** ή για **επαγγελματικούς λόγους (μεγάλη ένταση και μικρή διείσδυση)**.
- Από πλευράς επιπλέον υπηρεσιών των ταχυμεταφορών:
  - Ως προς τον χρόνο παράδοσης, 1 στους 2 έχουν χρησιμοποιήσει την **υπηρεσία παράδοσης επόμενης ημέρας**
  - Ως προς τον χώρο παράδοσης, οι χρήστες έχουν συνηθίσει να **παραλαμβάνουν στο χώρο τους** (9 στους 10) **ή σε κατάστημα ταχυμεταφορών** (5 στους 10)
  - Ως προς τις υπηρεσίες, 8 στους 10 χρησιμοποιούν την **υπηρεσία track & trace**

Εμπειρία από τη χρήση υπηρεσιών ταχυμεταφορών

- Δεδομένου ότι οι online αγορές είναι η κύρια περίσταση χρήσης, αποτέλεσαν και την κύρια πηγή ενημέρωσης για τους παρόχους.
- Συνολικά η **εμπειρία** από τη χρήση των υπηρεσιών των ταχυμεταφορών βρίσκεται **σε μέτρια επίπεδα** με το δείκτη ικανοποίησης να βρίσκεται στο 54% και οι συνολικές δυσαρέσκειες στο 9%. Αν και η εμπειρία από τις υπηρεσίες track & trace ή από την κατάσταση των δεμάτων είναι πιο θετικές (62% ικανοποίηση), η αποτίμηση εμπειρίας από **το customer service, το δίκτυο, τους χρόνους παράδοσης, τις επιστροφές και το κόστος** είναι πιο αρνητικές (με ποσοστό δυσαρέσκειας για όλες τις παραμέτρους άνω του 10% και 27% για το κόστος).
- Ως αποτέλεσμα, η πλειοψηφία των χρηστών (75%) έχει έρθει σε επαφή με το **customer service** κάποιου παρόχου για κάποιο πρόβλημα με το 43% όμως να μένουν ικανοποιημένοι από την επαφή αυτή έναντι **23% που μένουν δυσαρεστημένοι (τόσο λόγω δυσκολία πρόσβασης όσο και του ιδιαίτερα χαμηλού επιπέδου εξυπηρέτησης)**.
- Σημειώνεται ότι το **βασικό πρόβλημα** που έχουν αντιμετωπίσει σχεδόν όλοι οι χρήστες (84%) και με εξαιρετική ένταση (52%) είναι οι **καθυστερήσεις των παραδόσεων**. Το σημείο αυτό αποκτά υψηλή βαρύτητα για τις εμπειρίες των καταναλωτών καθώς έρχεται σε **αντίθεση με τη βασική προσδοκία** από τις υπηρεσίες ταχυμεταφορών έναντι παραδοσιακού ταχυδρομείου.

Επίσπευση παραδόσεων και Lockers

- Αν και η ταχύτητα παράδοσης είναι το σημαντικότερο στοιχείο του χαρακτήρα των ταχυμεταφορών, αυτό δε σημαίνει ότι το κόστος της υπηρεσίας δεν έχει βαρύτητα στις αντιλήψεις των καταναλωτών. Την τρέχουσα περίοδο εντοπίζεται κενό τόσο στους επιθυμητούς χρόνους παράδοσης όσο και στο επιθυμητό κόστος διαμορφώνοντας **χαμηλή αντίληψη value for money**. Μάλιστα, χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι στα σενάρια **επίσπευσης παραδόσεων (για τον ίδιο ή για τρίτους) με extra κόστος, η πλειοψηφία των χρηστών είναι επιφυλακτικοί, αναδεικνύοντας και την βαρύτητα του κόστους στην εξίσωση αποτίμησης των υπηρεσιών**.
- Από την άλλη μεριά, η πλειοψηφία του κοινού **δεν είναι εξοικειωμένη με το concept των αυτοματοποιημένων lockers** και **διχάζεται** ως προς το εάν θα το χρησιμοποιούσαν στο μέλλον καθώς περιλαμβάνει τόσο την **θετική έννοια της άνεσης (convenience)** αλλά και τις αρνητικές έννοιες της **έλλειψης ασφάλειας (safety), της απουσίας ανθρώπινης επαφής (για πολλαπλούς λόγους) και της αναμενόμενης ταλαιπωρίας** από την ανάγκη μετακίνησης.

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Αποτελέσματα Πανελλαδικής Έρευνας Καταναλωτών για τη χρήση υπηρεσιών ταχυμεταφοράς δεμάτων

Μάιος 2022

METRONANALYSIS