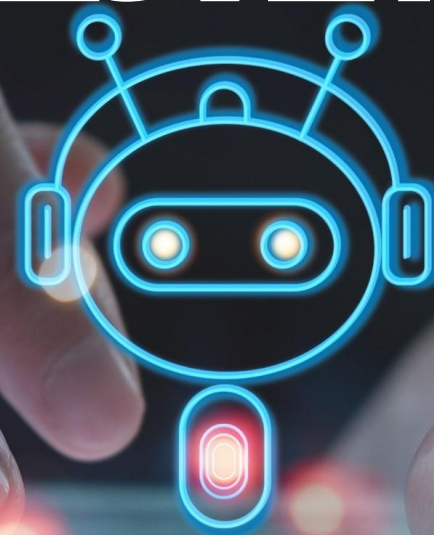


ЦИФРОВЫЕ СЕРВИСЫ В КОММУНИКАЦИИ С ПОТРЕБИТЕЛЕМ 2022



ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

УДОБНО НЕ КОНТАКТИРОВАТЬ С СОТРУДНИКАМИ

Каждому второму (51%) удобно пользоваться терминалами или кассами самообслуживания, чтобы минимизировать контакт с сотрудниками компаний. Удобство заказов через сайт или приложение отмечают еще больше потребителей – 56%. При этом молодому поколению и то, и другое подходит значительно больше (66% и 70% соответственно), с возрастом потребители меньше могут адаптироваться к цифровым сервисам. Схожая ситуация и в случае с использованием чат-ботов, хотя они пока вдвое меньше востребованы (24%), чем цифровые сервисы самообслуживания и онлайн-заказы. В группе 16-19 лет удобство чат-ботов оценили 42% опрошенных; 20-24 года – 38% опрошенных.

НО «ЖИВОЙ ЧЕЛОВЕК» ДОЛЖЕН БЫТЬ НА СВЯЗИ

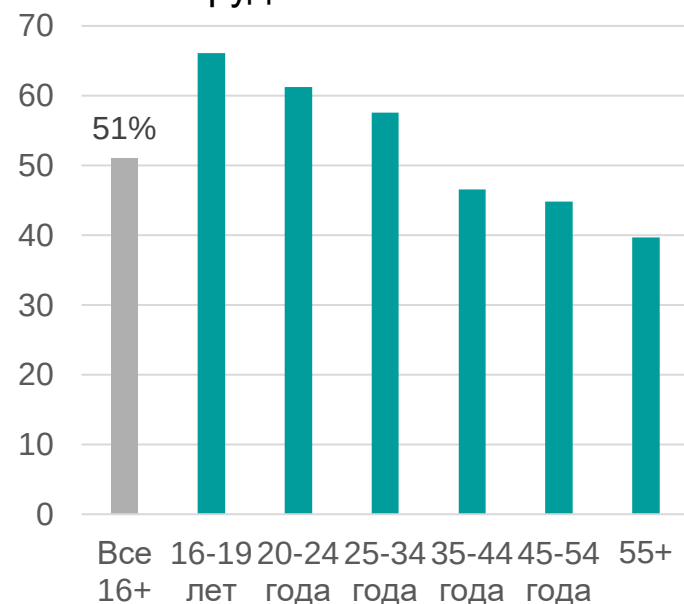
При решении проблем каждый второй предпочитает голосовое общение с сотрудниками компании. В целом среди всех потребителей старше 16 лет 69% считают, что у них в любой момент должна быть возможность переключиться на общение с сотрудником.

РОБОТОВ НА СЛУЖБЕ БРЕНДОВ ПОКА НЕ ЛЮБЯТ

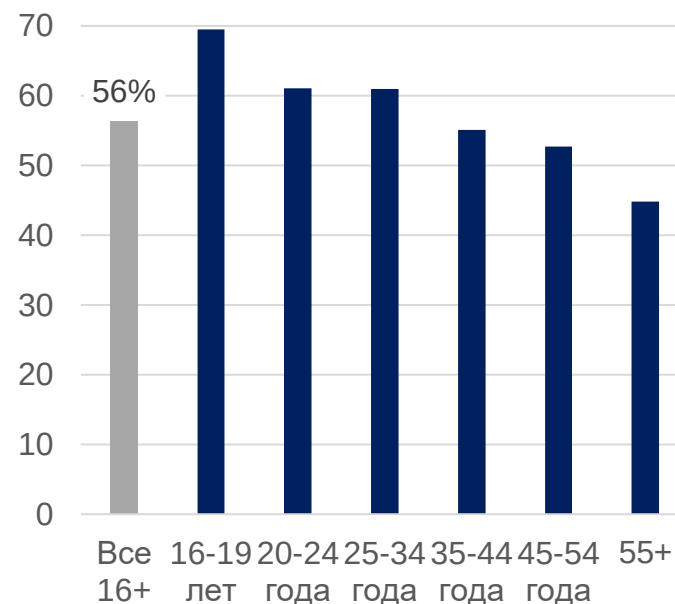
Звонок робота нельзя отнести к тем способам коммуникации, которые нравятся потребителям: 62% опрошенных, услышав, что им звонит робот, вешают трубку. По этому показателю лидирует возрастная группа 55+ с результатом в 70%. Из всех возрастных групп наиболее лояльны к звонкам роботов молодые люди 20-24 лет – в этой группе реже всего скидывают такой звонок 53%.

УДОБСТВО ЦИФРОВЫХ СЕРВИСОВ

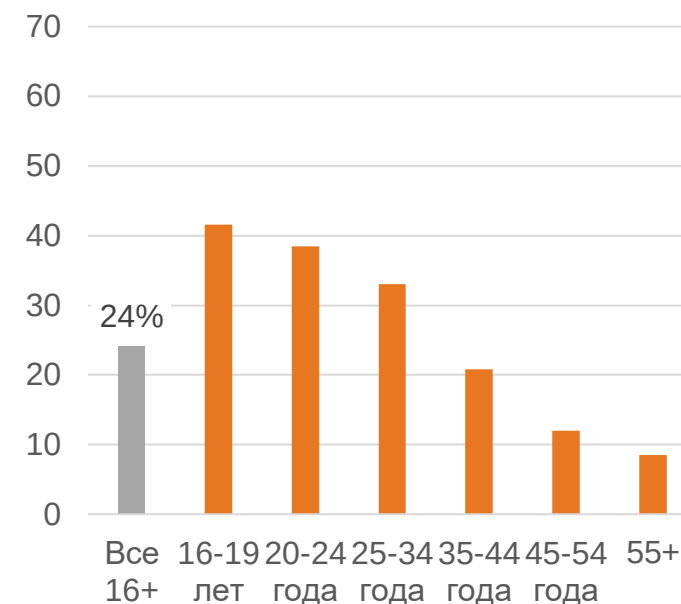
Мне удобно использовать терминалы / кассы самообслуживания и пр., чтобы минимизировать контакт с кассирами и сотрудниками компании



Мне удобно оформлять заказы через сайт или в приложении, не контактируя с представителями компании напрямую



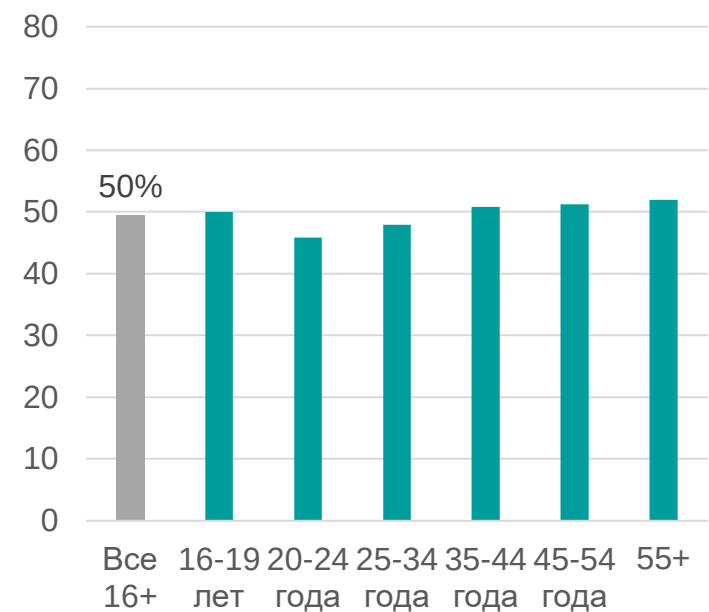
Мне удобно решать вопросы с помощью чат-ботов



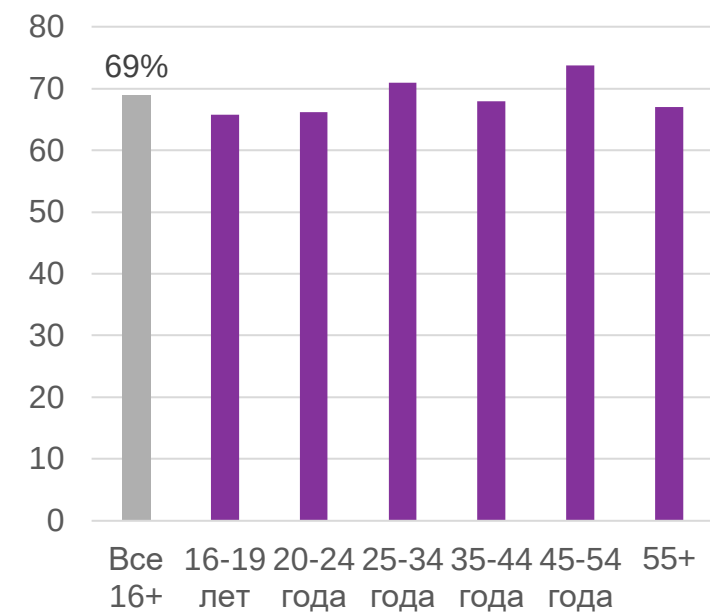
Источник: Ipsos. Исследование [OnLife](#) 2022.
Российские интернет-пользователи 16+, Города с населением 100 тыс.+.
Сбор данных: 14 марта 2022 – 27 марта 2022

ВЗАИМОДЕСТВИЕ С РЕАЛЬНЫМИ СОТРУДНИКАМИ

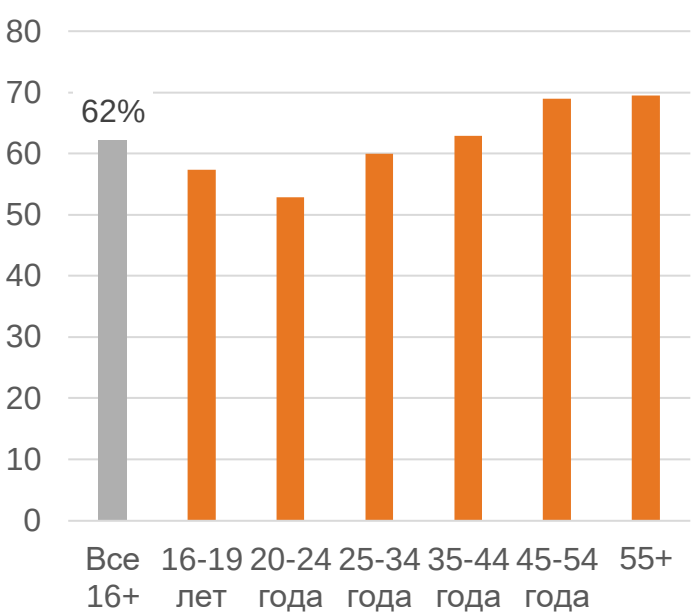
Я всегда предпочитаю голосовое общение с сотрудниками компании для решения возникающих вопросов



Если компания использует ботов, у меня должна быть возможность в любой момент подключиться к общению с сотрудником



Когда я слышу, что мне по телефону звонит робот, я сразу вешаю трубку



Источник: Ipsos. Исследование [OnLife](#) 2022.
Российские интернет-пользователи 16+, Города с населением 100 тыс.+.
Сбор данных: 14 марта 2022 – 27 марта 2022



ОБ ИССЛЕДОВАНИИ ONLIFE

— синдикативный проект для углубленного изучения онлайн-поведения россиян. Цель исследования — получить более полное представление о том, какими устройствами россияне пользуются, что и как покупают через Интернет, а также какими услугами пользуются в онлайн-пространстве. Блоки исследования:

- Социально-демографический блок;
- Стиль жизни;
- Устройства выхода в Интернет;
- Поведение в Интернете;
- Покупки в Интернете;
- Банки и банковские продукты;
- Электронные платежные системы;
- Страхование через Интернет.

Методология

Целевая группа: интернет-пользователи в возрасте 16 лет и старше.

Метод сбора данных: метод CAWI (Самозаполнение анкеты онлайн).

География: более 140 городов России с населением 100 тыс+.

Периодичность: 2 раза в год (весна и осень)

Годовой объем выборки: 5 000 человек (стратифицированная по населенным пунктам).

Генеральная совокупность: 34,4 млн. человек (по последней доступной волне)

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ

#IpsosBeSure

www.ipsos.ru
trends.ipsos.ru
sustainability.ipsos.ru



Ipsos in Russia



Ipsos in Russia



Ipsos in Russia