

Ocena skuteczności digital signage z perspektywy konsumentów

Raport z badania ilościowego
dla Samsung Polska

Wrzesień 2018



Informacje na temat badania



TERMIN

Wywiady zrealizowane zostały w dniach
08.09.2018 – 09.09.2018 roku.

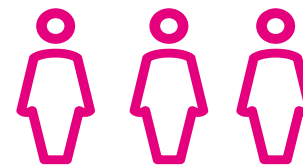


TECHNIKA I MIEJSCE PRZEPROWADZENIA WYWIADÓW

Badanie przeprowadzone zostało metodą
wywiadów bezpośrednich na tabletach
w wybranych restauracjach Gruby Benek.

W sumie Kantar TNS przeprowadził 141
wywiadów w trzech miastach:

Warszawa Ząbki	49
Gdynia	41
Łódź Teofilów	51



PRÓBA BADAWCZA

W badaniu uczestniczyli klienci restauracji
Gruby Benek, którzy odwiedzili wybrane
restauracje w weekend i dokonali
zamówienia na miejscu w lokalach.
Próba badawcza nie była ograniczana
demograficznie i w ankiecie wzięli udział
klienci, którzy wyrazili zgodę na krótką
rozmowę.

Wyświetlana promocja

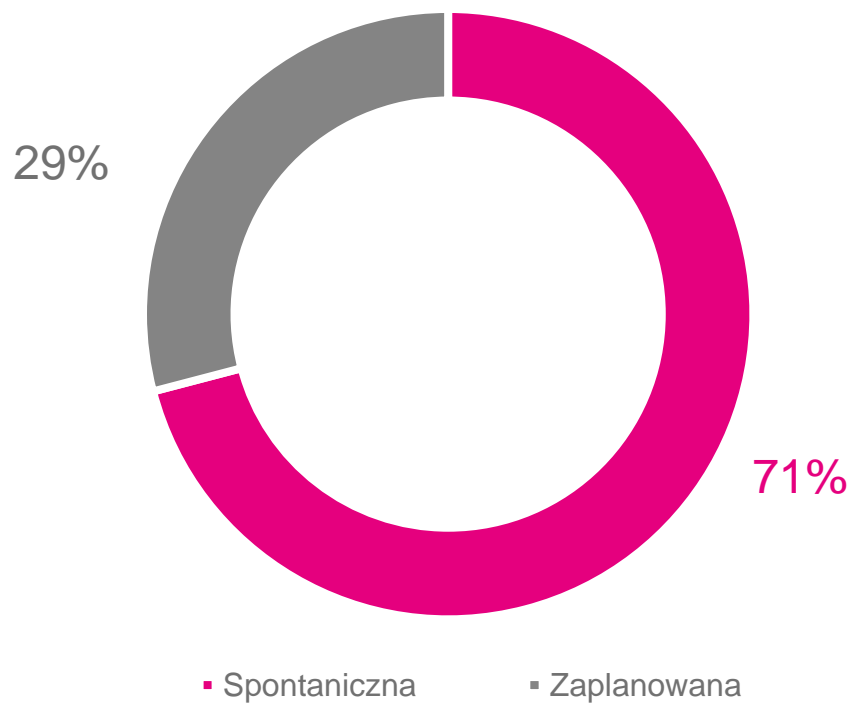
W dniach 08.09.2018 – 09.09.2018 roku w wybranych restauracjach klientom wyświetlana była nowa promocja (wizualizacja obok).



Wizyta w Grubym Benku

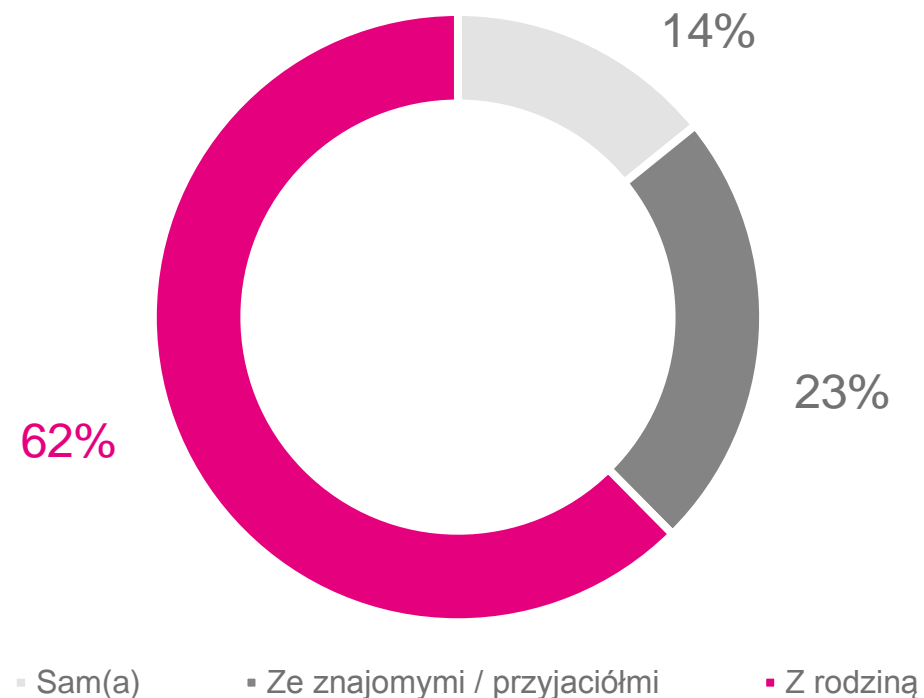
Klienci Grubego Benka odwiedzają zazwyczaj restaurację spontanicznie, bez wcześniejszego planowania. Restauracje są chętnie odwiedzane przez rodziny.

Rodzaj wizyty



Czy Pana(i) wizyta w restauracji była...?

Towarzystwo

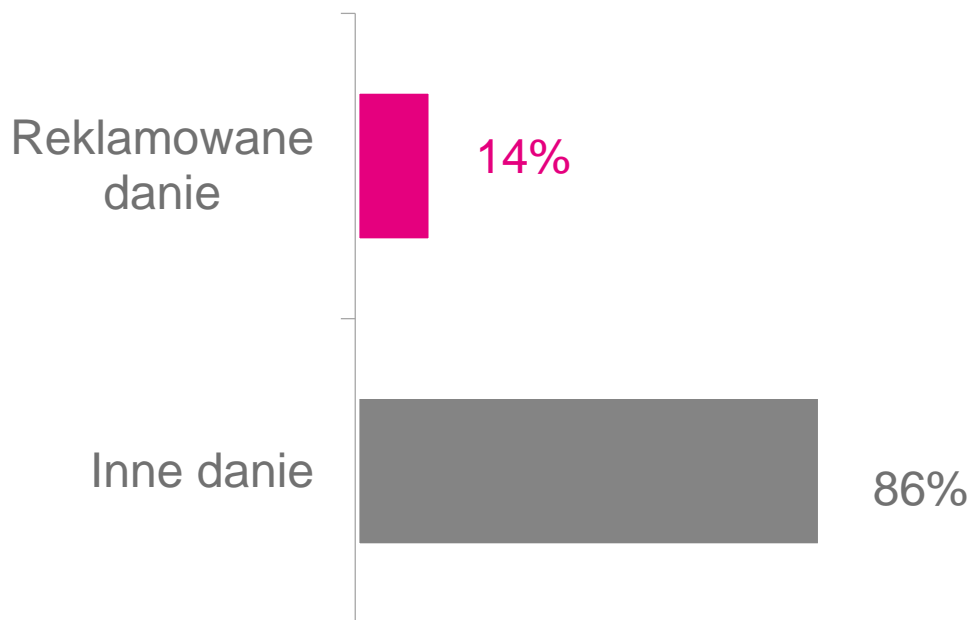


Czy przyszedł/przyszła Pan(i) do restauracji Gruby Benek...?

Zamówione danie

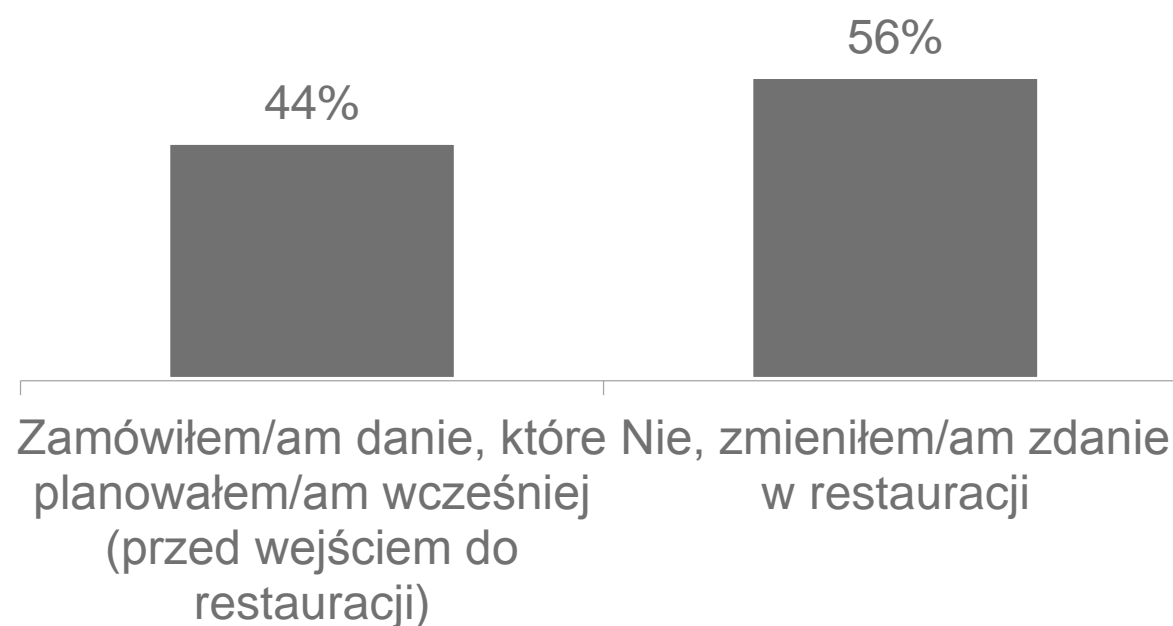
Danie reklamowane na ekranie zamówiło 14% klientów. Około połowa klientów przyznała jednak, że zmieniła zdanie co do zamówienia w restauracji, zatem można było wpłynąć na ich decyzję w ostatniej chwili przed zakupem. Aż 65% klientów, którzy zamówili danie reklamowane na ekranie przyznało, że wchodząc do restauracji miało inny plan i zmieniło swoją decyzję w restauracji (w wyniku poznania nowej promocji).

Zamówione danie



Co Pan(i) zamówił(a)?

Planowanie zamówienia

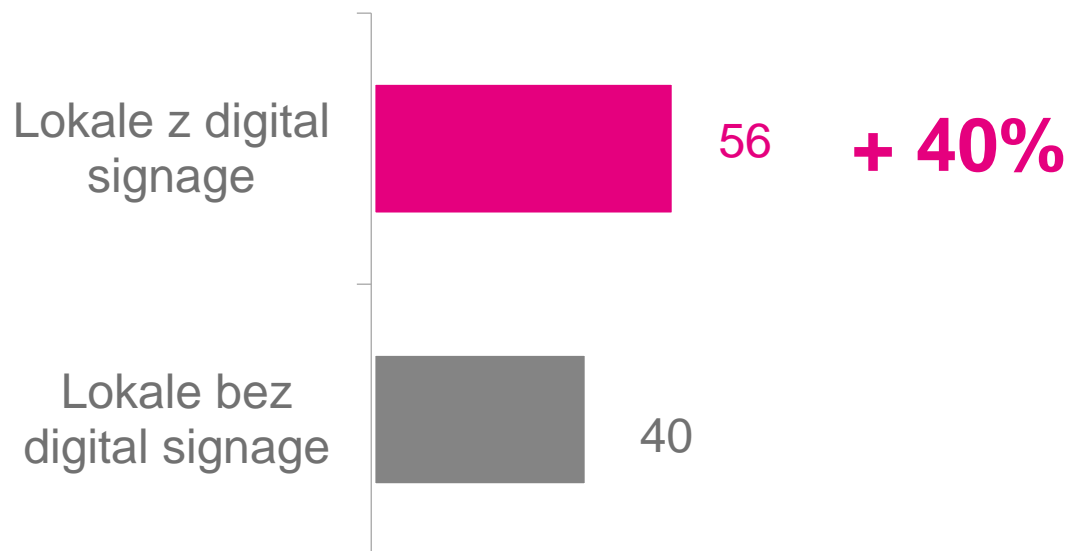


Czy przyszedł/przyszła Pan(i) do restauracji z myślą zamówienia właśnie tego dania?

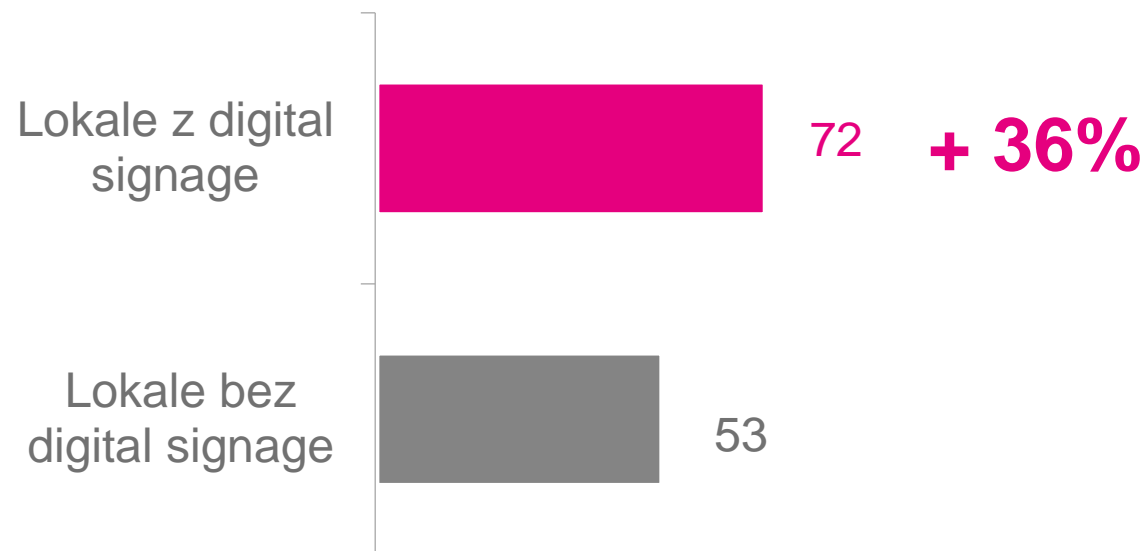
Zamówione danie – wyniki sprzedażowe

W wybranych lokalach, w których na ekranach prezentowana była oferta specjalna napoju i pizzy, sprzedaż napoju wzrosła średnio o 40%, a dania o 36%. Biorąc pod uwagę fakt, że digital signage jest narzędziem stosunkowo nowym jeśli chodzi o sieć Gruby Benek i nadal potrzeba czasu, aby przyzwyczaić klientów pizzerii do tej formy prezentacji oferty, wynik jest tym bardziej imponującym. Już teraz widoczne jest, że ekrany wpływają na znajomość menu lokali i mają wpływ na wybory klientów.

Sprzedaż napoju (sztuki)

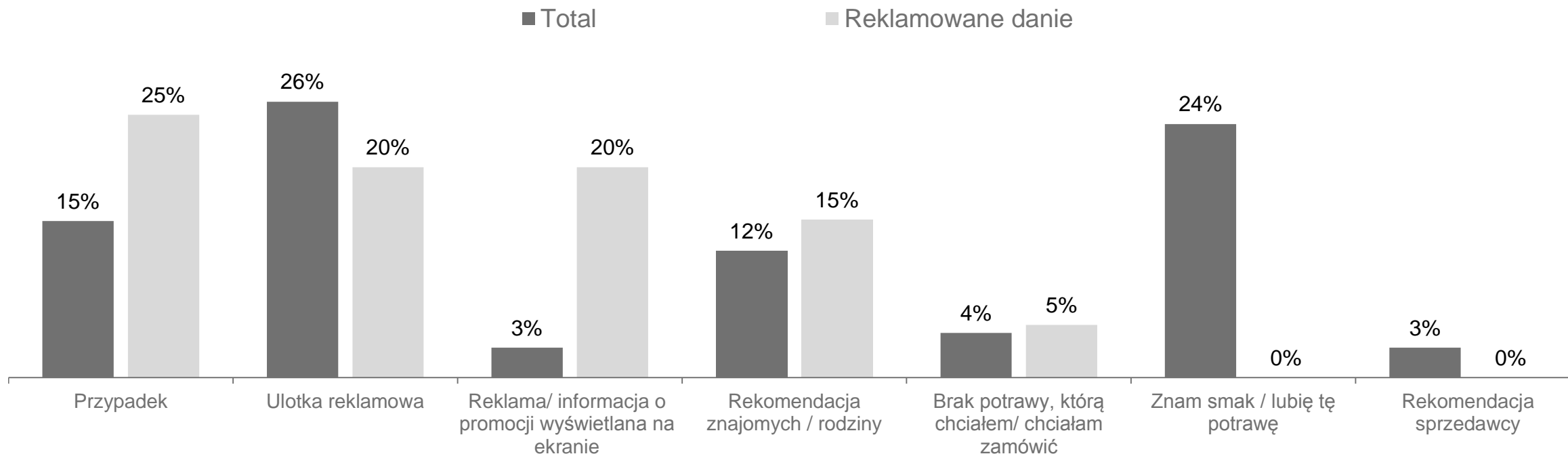


Sprzedaż dania (sztuki)



Elementy mające wpływ na decyzje klientów

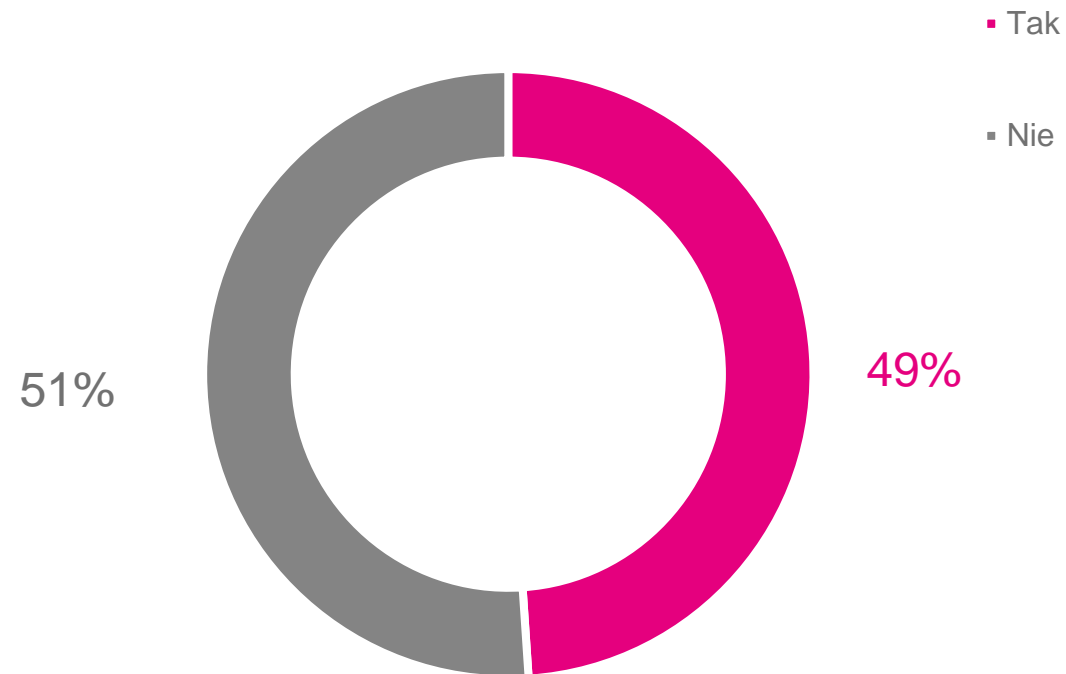
Co piąty klient, który zamówił reklamowane danie, przyznaje, że zrobił to pod wpływem informacji wyświetlanych na ekranie w restauracji. Biorąc pod uwagę brak możliwości uzyskania informacji o promocji w inny sposób (poza digital signage), możemy wnioskować, że aż 80% klientów, którzy kupili reklamowane danie, zasugerowało się digital signage pozauwagowo lub umniejsza jego wpływ na swoje decyzje (o czym świadczy 20% wskazań na ulotkę reklamową, której w restauracji nie było).



Co spowodowało, że zdecydował(a) się Pan(i) właśnie na to danie?

Zauważalność digital signage

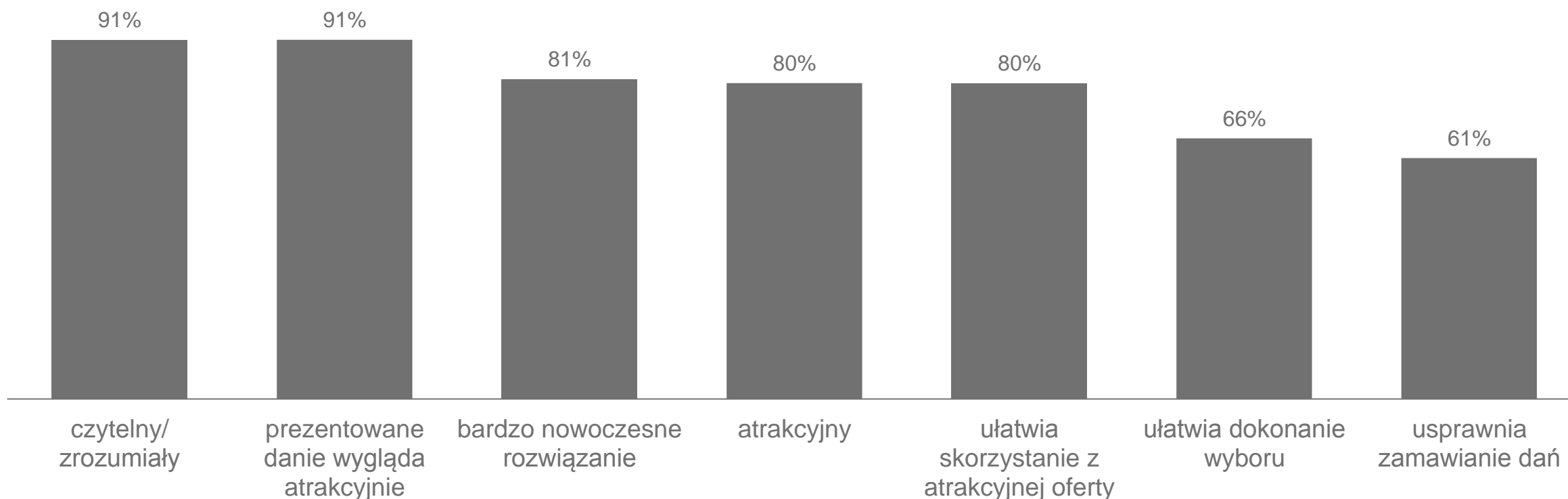
Połowa klientów (w tym istotnie częściej mężczyźni i osoby młodsze) zauważyła digital signage.



Czy zwrócił/a Pan(i) uwagę na ekran, na którym wyświetlane są informacje o aktualnej ofercie?

Ocena ekranu reklamowego (top2boxes ze skali 1-5)

Co drugi klient restauracji Gruby Benek zauważa ekran, na którym wyświetlane są materiały reklamowe. Zdecydowana większość ocenia go pozytywnie – większość klientów przyznaje, że digital signage ułatwiło im podjęcie decyzji w restauracji ze względu na czytelność i widoczność oferty promocyjnej oraz atrakcyjność jej prezentacji. Większość klientów uznała też digital signage za bardzo nowoczesne rozwiązanie.

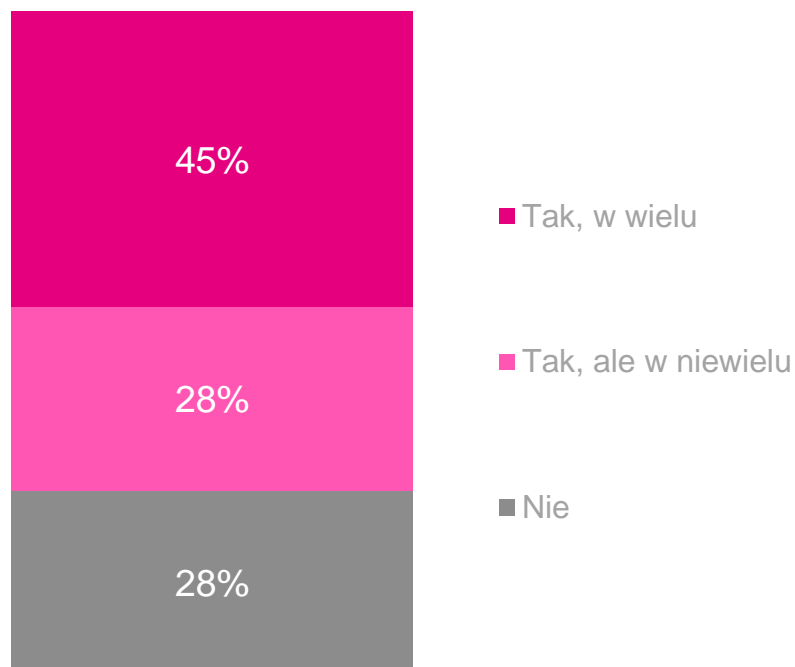


Co sądzi Pan(i) o takim sposobie prezentacji oferty? Na skali od 1 do 5, gdzie 1-Zdecydowanie się nie zgadzam, a 5-Zdecydowanie się zgadzam.

Doświadczenia klientów

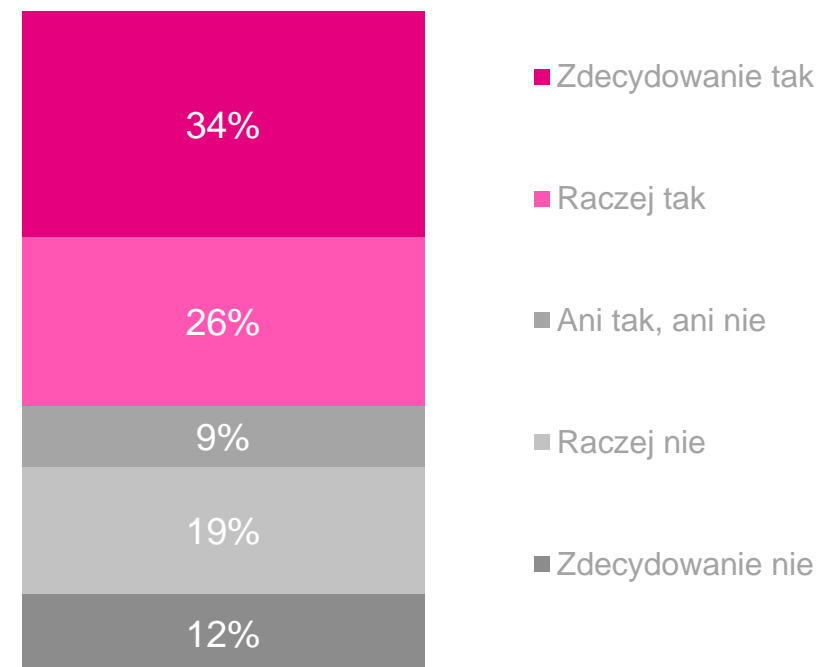
$\frac{3}{4}$ klientów spotkało się już wcześniej z ekranami prezentującymi ofertę promocyjną w innych restauracjach. Wprowadzenie w Grubym Benku ekranów dotykowych do samodzielnego składania zamówień zostanie pozytywnie odebrane przez klientów – jest szczególnie oczekiwane przez mężczyzn oraz osoby młode (do 35 r.ż.).

Wcześniejsze doświadczenia z ekranami



Czy spotkał(a) się Pan(i) z takim rozwiązaniem w innych restauracjach?

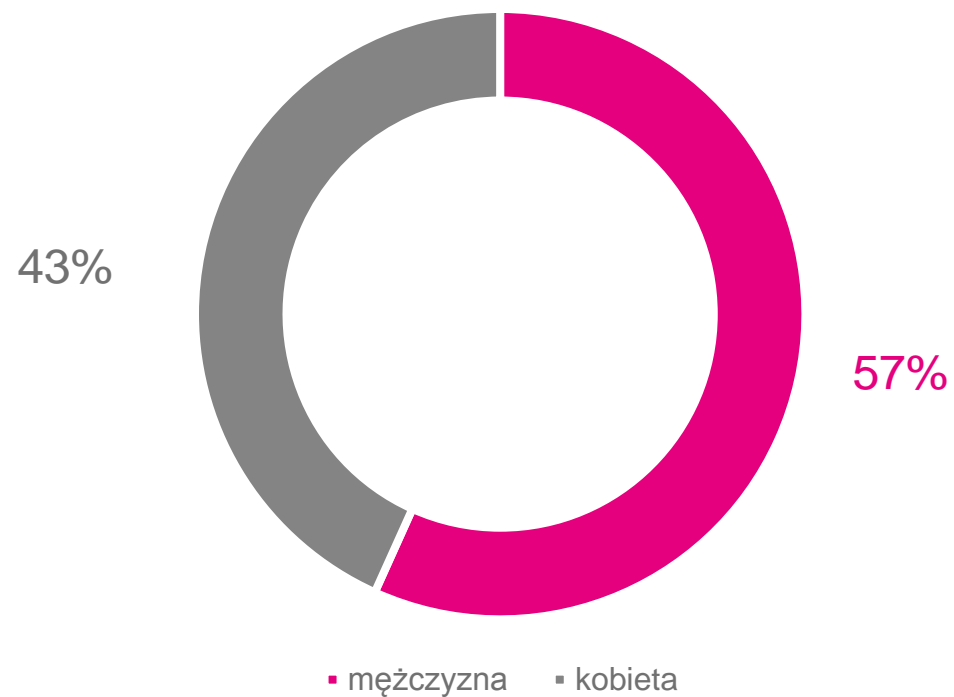
Chęć korzystania z ekranu dotykowego



Czy chciał(a)by Pan(i) móc zamawiać potrawy w Grubym Benku korzystając z monitora dotykowego?

Demografia

Płeć



Wiek

