

Indeks popularnosti aplikacija 2019.

Era digitalnog refleksa

O izveštaju

Kako potražnja za digitalnim uslugama raste i dalje širom sveta, istraživanje "Indeks popularnosti aplikacija" istražuje najnovije trendove u ponašanju korisnika i njihovim stavovima i očekivanjima od ovih usluga.

Izveštaj istražuje na koji način pojačana upotreba digitalnih usluga, naročito putem mobilnih aplikacija, menja način na koji potrošači vide brendove i donose odluke o kupovini, u poređenju sa 2017. godinom.

Istraživanje je obuhvatilo intervjue sa više od 7.000 potrošača, uključujući 2.000 intervjua u USA i Ujedinjenom Kraljevstvu i 1.000 intervjua u Nemačkoj, Francuskoj i Australiji. Istraživanje je sproveda kompanija Insight Avenue u martu 2019.

Uvod

Digitalne usluge i aplikacije su zauvek promenili ljudsko ponašanje.

Ljudi posežu za mobilnim telefonom ujutro čim se probude. Pitaju kućnog asistenta Alexa da uključi svetlo. Dotaknu Sonos da bi slušali svoju omiljenu muziku na Spotify. Skoro svakog budnog trenutka tokom dana ljudi su u interakciji sa nizom aplikacija koje isporučuju određena digitalna iskustva. U stvari, ta iskustva pokreću naše svakodnevne aktivnosti u tolikoj meri da često nismo ni svesni našeg oslanjanja na njih.

Na taj način upotreba digitalnih usluga je postala nastavak ljudskog ponašanja, impulsivna, prirodna, podsvesna radnja – "digitalni redleks".

Digitalne usluge su promenile način na koji živimo, radimo i igramo se

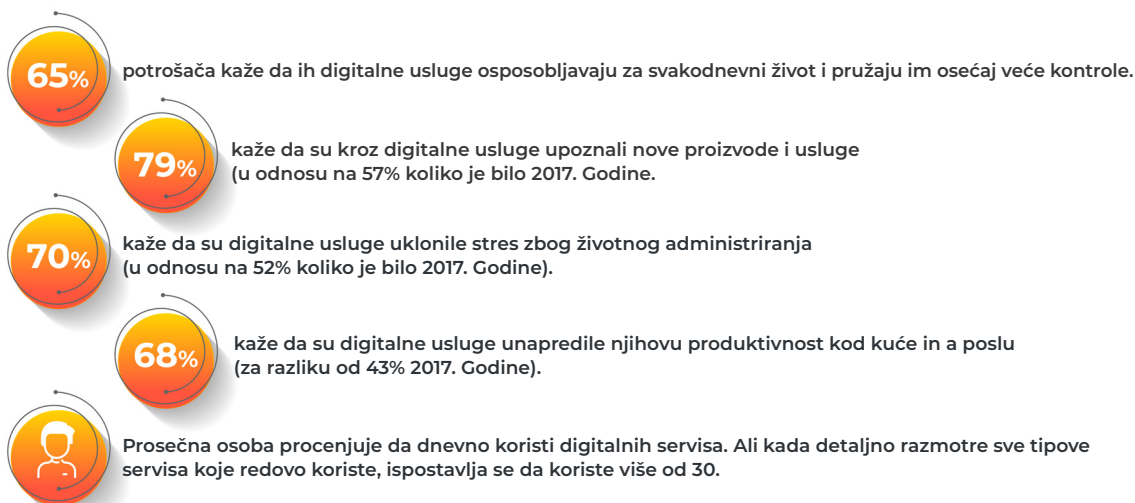
Čini se da apetit za digitalnim uslugama raste jer ljudi svakodnevno koriste sve veći broj aplikacija. U stvari, postale su toliko integrisane u naš svakodnevni život da su anketirani ispitanici koristili 4x više aplikacija dnevno nego što su bili svesni toga.

Indeks popularnosti aplikacija 2019.

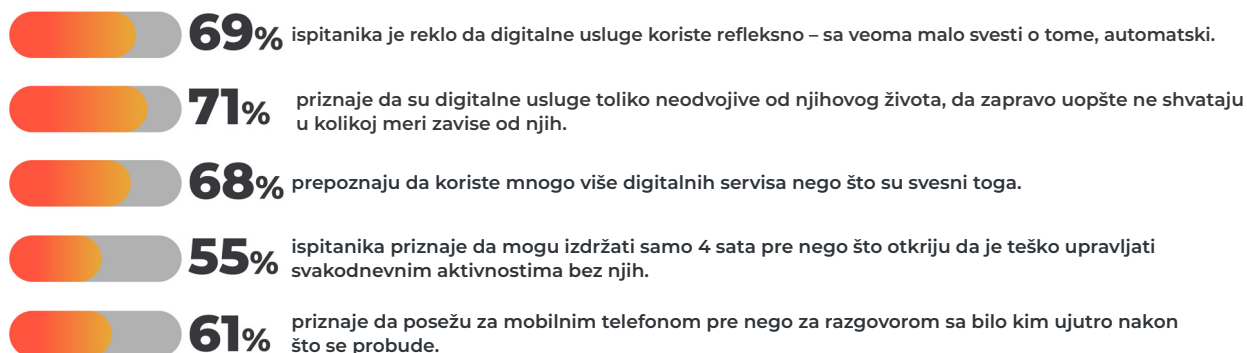
Era digitalnog refleksa

Aktuelna dnevna potrošnja po tipu usluga

Razmišljajući o prosečnom danu, koliko od sledećih vrsta digitalnih usluga koristite?



Digitalni refleks



Potrošači zahtevaju hiper-personalizovana iskustva

70% potrošača želi digitalno iskustvo personalizovano u većoj meri nego što je to slučaj sa ličnim iskustvom. Brendovi bi trebalo da u svakom trenutku pruže prilagođene, intuitivne korisničke doživljaje na svim digitalnim kanalima.

Digitalna očekivanja:

Više od $\frac{3}{4}$ (76%) potrošača navodi da rastu njihova očekivanja o tome kako digitalne usluge treba da rade. Ovaj procenat je 2017. Godine iznosio 62%.

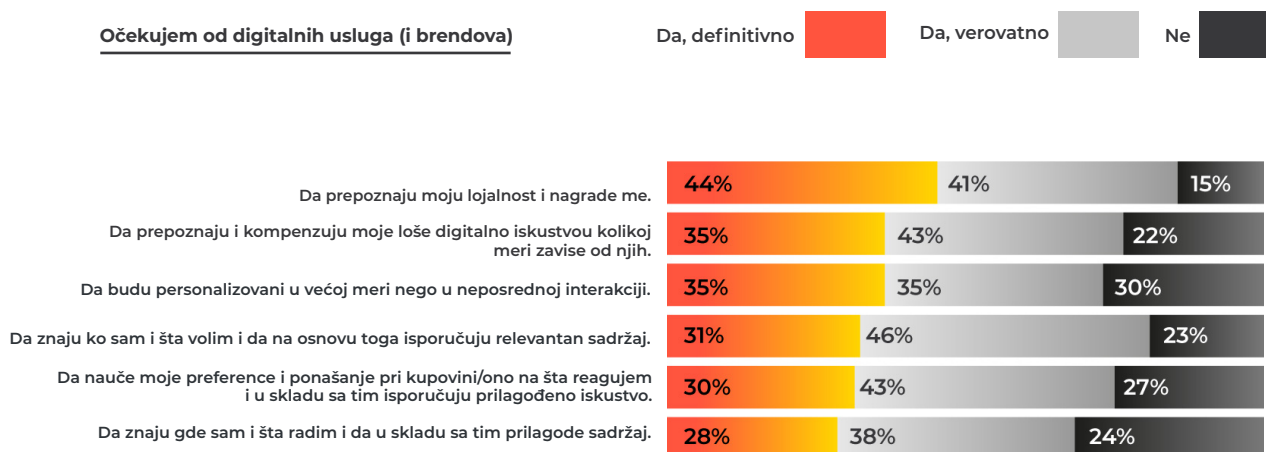
U sledeće tri godine 79% potrošača očekuje da koristi više usluga kontrolisanih glasom i asistivnih virtuelnim asistentima.

73%
očekuje da bude u stanju da koristi virtuelnu realnost u interakciji sa brendovima i njihovim proizvodima pre kupovine.

58%
očekuje da komunicira sa robotima u radnjama, na poslu ili kod kuće.

Digitalne usluge i očekivanja od brendova

Šta očekujete od digitalnih usluga i brendova koje koristite?



Digitalne performanse utiču na odluke o kupovini i upravljaju lojalnošću

Broj potrošača koji tvrde da su lojalniji aplikaciji nego brendu se udvostručio u odnosu na broj od pre dve godine (46% in 2019 compared with 23% in 2017).

Indeks popularnosti aplikacija 2019.

Era digitalnog refleksa

54% potrošača pridaje veći značaj njihovim digitalnim interakcijama sa brendovima nego fizičkim interakcijama.

50% bi bilo spremno da plati više za proizvode/ usluge onoga ko ponudi bolju uslugu od konkurentske.

85% potrošača očekuje da u naredne tri godine bira brendove na osnovu raznovrsnosti digitalnih usluga koje nude.

Problemi u digitalnim performansama

84% korisnika je tokom prošle godine iskusilo probleme u funkcionisanju digitalnih usluga.

Problemi u funkcionisanju se dešavaju kod svih tipova digitalnih usluga, na dnevnoj bazi.

Učestalost problema sa digitalnim uslugama

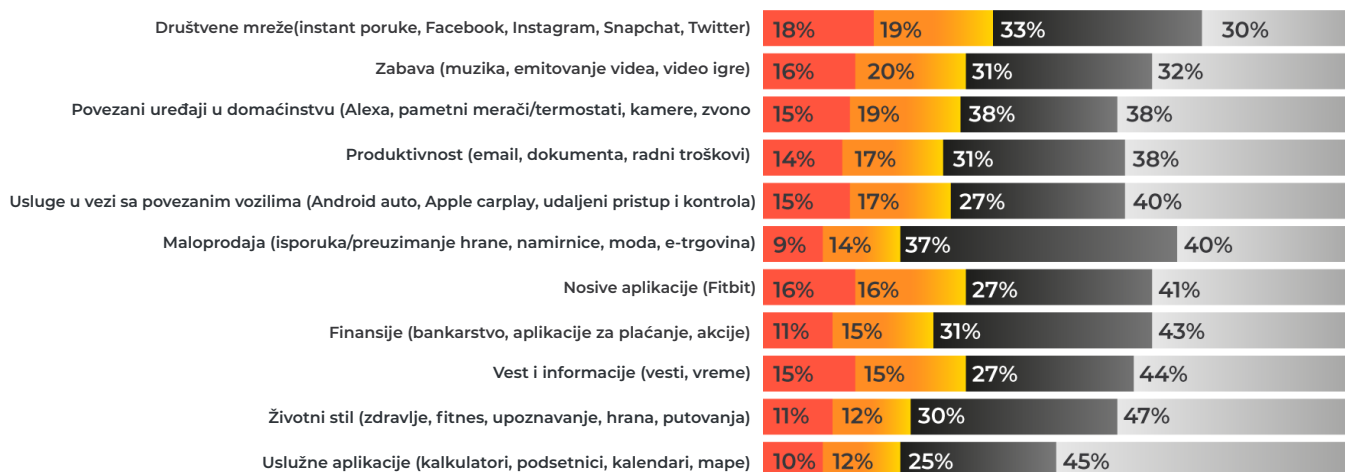
Očekujem od digitalnih usluga (i brendova)

Dnevno

Nedeljno

Mesečno

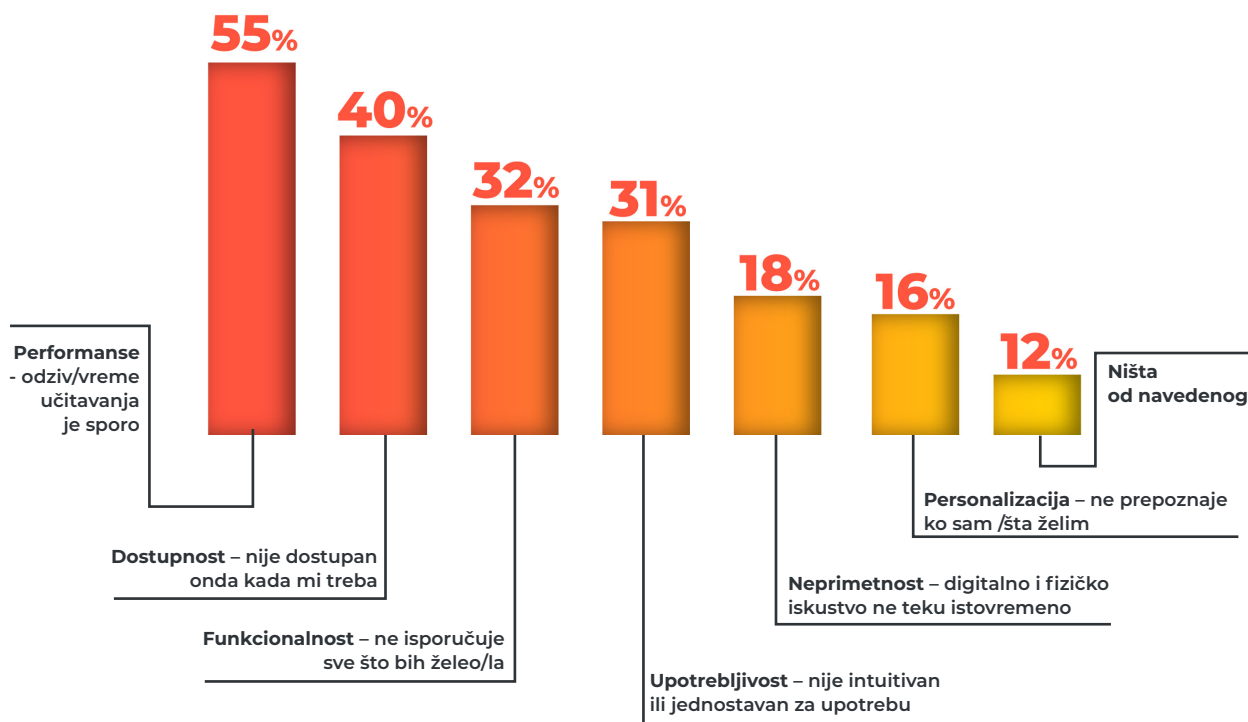
Nikada



Više od polovine (55%) korisnika priznaje da problemi i frustracije sa digitalnim uslugama utiču na njih više nego što bi to želeli.

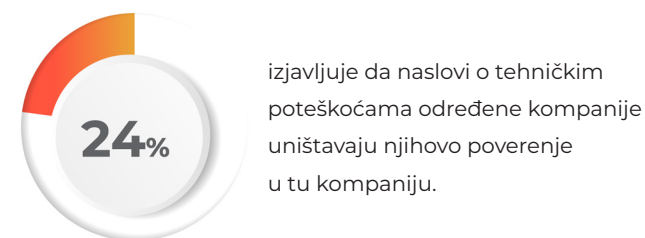
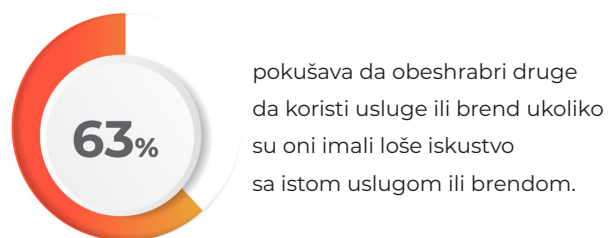
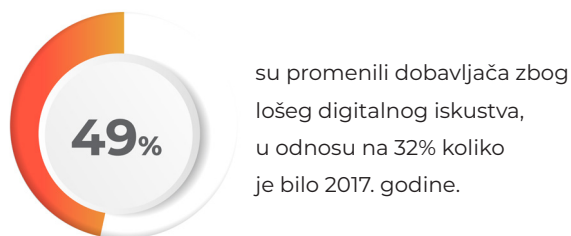
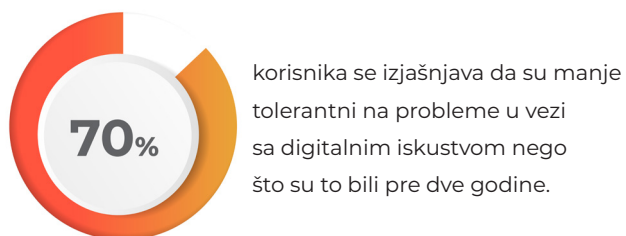
Tipovi problema sa digitalnim uslugama koji su frustrirajući

Koja vrsta problema vas frustrira dok koristite digitalne usluge



Nezadovoljni korisnici mogu uništiti brend

U eri digitalnog refleksa korisnici ne opraštaju i ne zaboravljaju loše digitalno iskustvo. Dve trećine (66%) korisnika se izjašnjava da bi izbegli probanje brenda poznatog po isporuci lošeg digitalnog iskustva.





Indeks popularnosti aplikacija 2019.

Era digitalnog refleksa

Upravljanje lojalnošću i minimizacija rizika kroz nadgledanje performansi aplikacija

Brendovi treba da razumeju ovaj novi fenomen i razviju planove tako da obezbede da mogu da izvuku prednost iz ove evolucije ljudskog ponašanja.

Za one brendove koji to urade na pravi način i uspeju da konstantno isporučuju iskustvo vrhunskog nivoa, mogućnosti da upravljaju korisničkom lojalnošću i rastom prihoda od digitalnih servisa su neograničene

Ne razumeju li dobro, kao što mnoge kompanije trenutno rade, kao rezultat će dobiti ljute korisnike, izgubljen prihod i mrlju na ugledu brenda.

Isporučivanje digitalnog iskustva svetske klase

Donosite odluke i preduzimajte akcije na osnovu uvida u činjenice – isporučivanje uzornog digitalnog iskustva zahteva nadgledanje u realnom vremenu celokupnog tehnološkog steka, od korisničkih uređaja do bazične mreže.

Fokusirajte se na performanse aplikacija – implementacija robustnog rešenja za nadgledanje performansi aplikacije omogućavaju organizacijama da zaštite performance kritičnih aplikacija i iskustvo korisnika u produkciji.

Uskladite performanse sa željenim poslovnim rezultatima – merenje i analiziranje performansi aplikacija i njihovo korelisanje sa performansama poslovanja obezbeđuje da su digitalne usluge uvek usklađene sa poslovnim ciljevima, kao što su korisničko iskustvo i prihod.