ЦСП «Платформа» при поддержке X5 Group провел исследование отношения потребителей к развитию экосистем

Исследование отвечает на ряд вопросов:

> Стала ли экосистема частью потребительского опыта или это лишь корпоративная идеология и бизнес-модель?
>
> Каковы удобства и ограничения экосистемы в глазах потребителя? Что привлекает в экосистемы и что удерживает в них?
>
> Каковы страхи и барьеры потребителя, которые могут повлиять на планы бизнеса?

Признавая значительные преимущества современных сервисов, потребители видят в них и новые риски: 80% опрошенных видят в них удобство, экономию времени, при этом – новые цифровые угрозы (53%), 72% считает, что сервисы собирают слишком много данных о клиентах.

Опыт присутствия в экосистемах пока есть не более, чем у 20% интернет-пользователей. При этом 48% хотели бы пользоваться экосистемными сервисами.

В первую очередь потребитель ждет от экосистем финансовой выгоды – скидок (43% тех, кто хотел бы пользоваться сервисами) или подарков, бонусов (15%). Массовый потребитель чувствителен к цене – она остается главным фактором привлечения клиентов.

Ценность присутствия в экосистемах пока преувеличена, а лояльность потребителей экосистемам не сформирована – они мало получают от присутствия в экосистемах, постоянно переходят от сервиса к сервису, руководствуясь любопытством, ценой и удобством. Большинство относятся к «фрагментарным пользователям».

Пока ни одна экосистема не вызывает желания пользоваться только продуктами в ее контуре. Большинству (61%) удобнее пользоваться разными сервисами для разных услуг. 2/3 опрошенных импонируют компании, которые расширяет набор услуг в рамках своей корневой деятельности.

Данные пользователей – основной вопрос будущего для экосистем: 34% положительно относятся к тому, что сервисы собирают данные и используют их для повышения удобства потребителей, 52% считает, что это удобно, но данные могут использоваться и во вред клиенту.

Большинство потребителей испытывает опасения из-за накопления сервисами личной информации. Наиболее чувствительна информация о личной жизни, взглядах, перемещениях (считают допустимой использовать 6-7% опрошенных) и финансовая информация (12%).

Границы информации, которую сервисам допустимо использовать, пролегают там, где человек заканчивает взаимодействие с конкретным сервисом (покупки, предпочтения). Поведение вне конкретных сервисов – поиск информации, перемещения и т.д. – не должны быть доступны для наблюдения по мнению большинства.

Рост экосистем вызывает у ассоциации с монополизацией, отсутствием свободы выбора и беззащитностью потребителя. 46% опрошенных считает, что государству нужно ограничить рост экосистем, так как это создает риски для общества. 33% против ограничений.

Экосистемным игрокам важно работать над просвещением пользования, снятием страхов и смысловой «переупаковкой» того, что связано со сбором данных.

Об исследовании:

Период проведения исследования: сентябрь-октябрь 2021 г.

Онлайн-опрос потребителей на основе панели, 1500 респондентов, РФ, города с населением 100 тыс+, 18+

Глубинные интервью с пользователями онлайн-сервисов, 30 интервью,

Москва и Санкт-Петербург

Подробнее — в докладе:

Скачать PDF