



Klientocentryczność – rozszerzona perspektywa

Obsługa Klienta czy sam produkt? A może po pierwsze nie szkodzić? W badaniu sprawdziliśmy, który z obszarów w największym stopniu wpływa na wybory konsumenckie oraz jak na tych wymiarach postrzega się marki.

opinionway
CENTRAL EASTERN EUROPE

- & -

**KOZ
MIN
SKI**
UNIVERSITY



1871
RESPONDENTÓW



64
MARKI



**Nasze
badanie
obejmowało:**

21310
PRYZNANYCH OCEN



6
KATEGORII



wybrane kategorie RYNKU USŁUG:

Przesyłki kurierskie



Banki



Ubezpieczenia



Energia



Telekomunikacja



Prywatna opieka medyczna

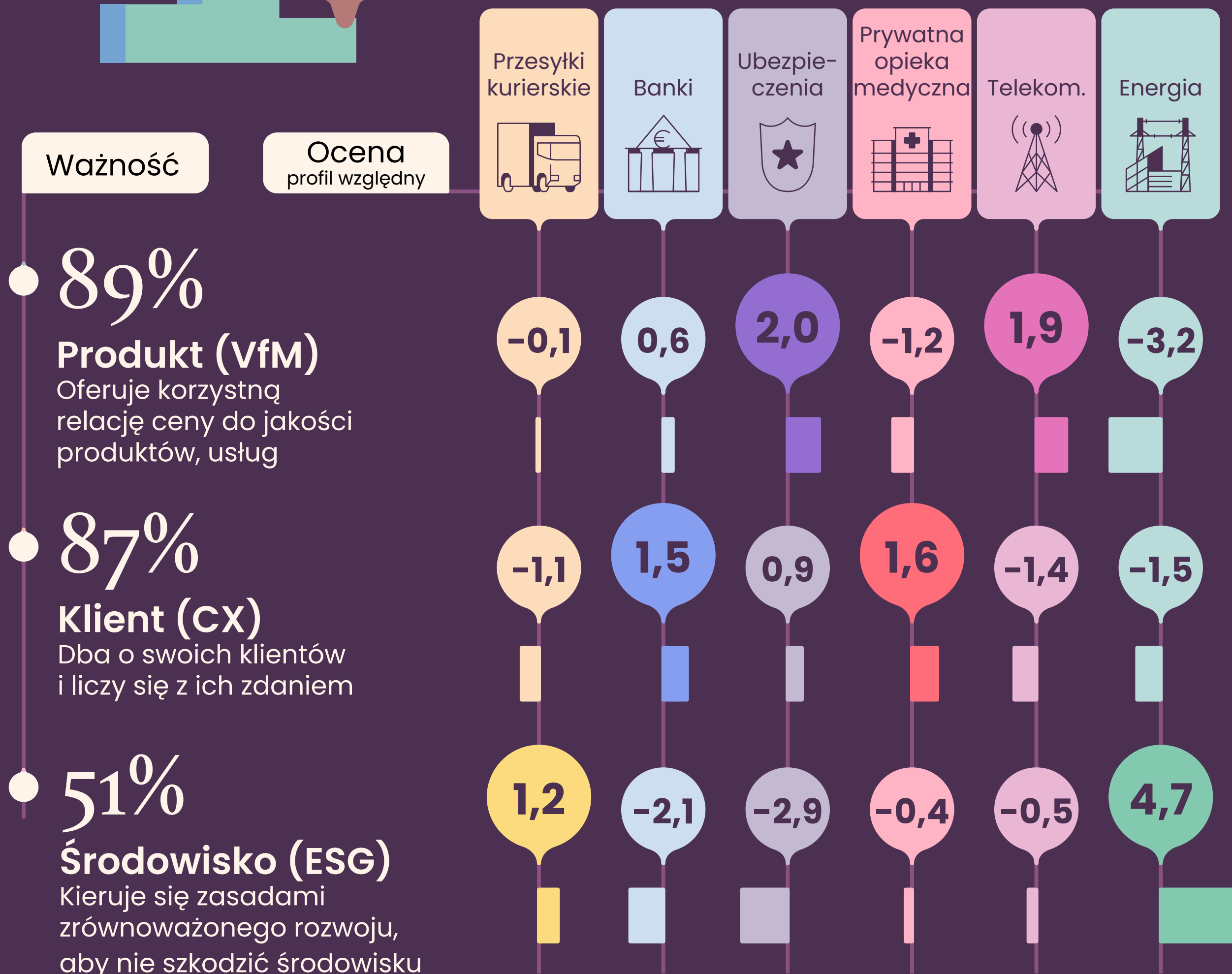


Data realizacji: wrzesień 2025



Postrzeganie branż wg wymiarów Klientocentryczności

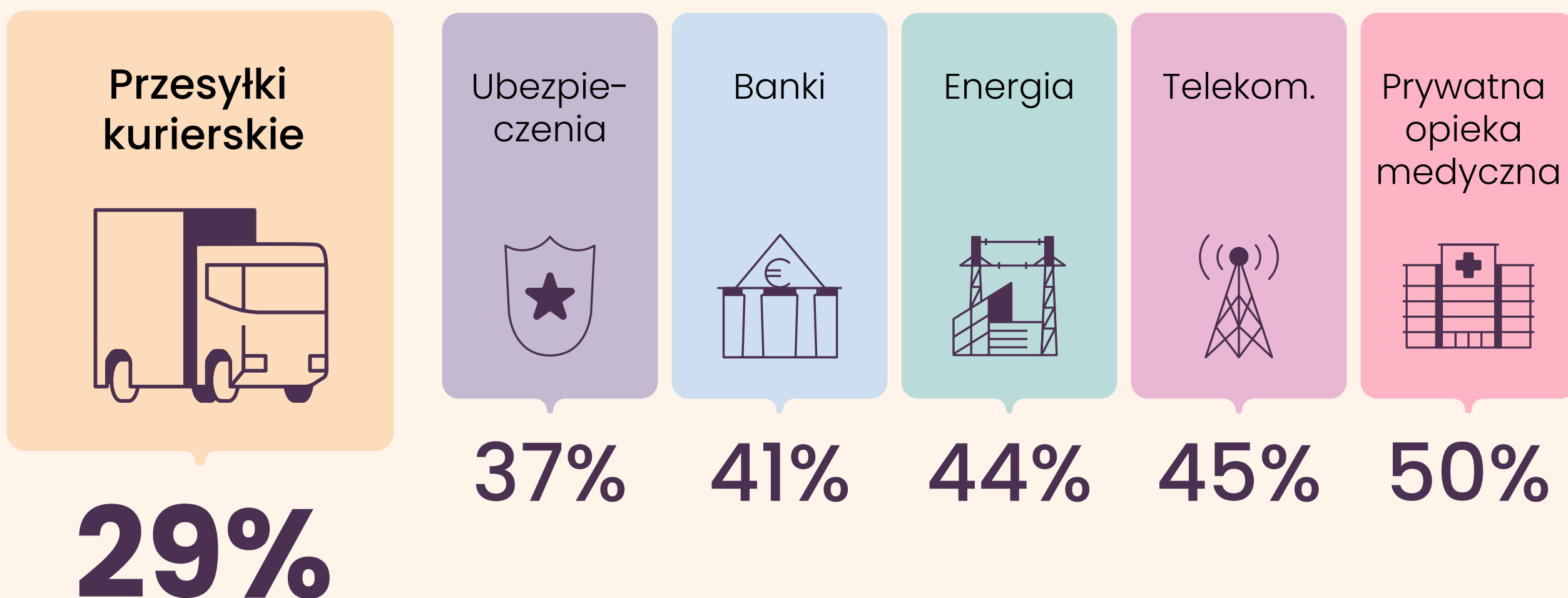
Dla firm ubezpieczeniowych i telekomunikacyjnych wyróżnikiem jest korzystna oferta produktowa. Banki i prywatną opiekę medyczną - wyróżnia dbałość o klientów, a firmy kurierskie i energetyczne - troska o środowisko.



Problemy we współpracy z firmami wg branż

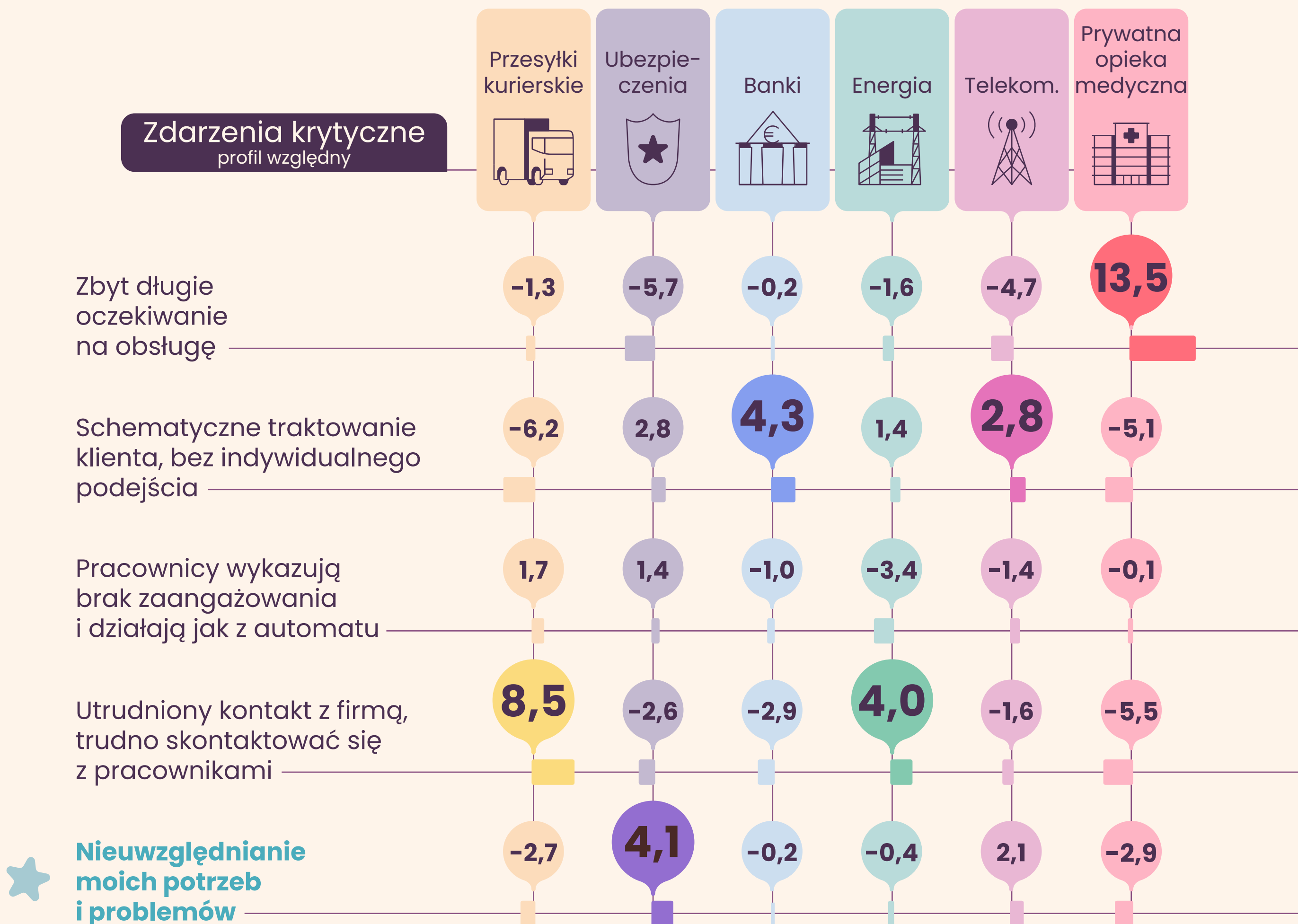
Firmy kurierskie generują najmniej problemów swoim klientom. Najstąbiej pod tym względem wypada prywatna opieka medyczna – połowa korzystających z usług firm z tej branży doświadczyła różnego rodzaju niedogodności.

Ranking branż na rynku usług wg odsetka zdarzeń krytycznych
(im mniejszy odsetek, tym lepiej)

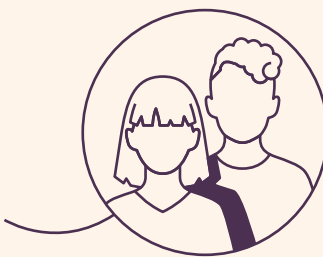


TOP 5 najczęstszych problemów we współpracy z firmami wg branż

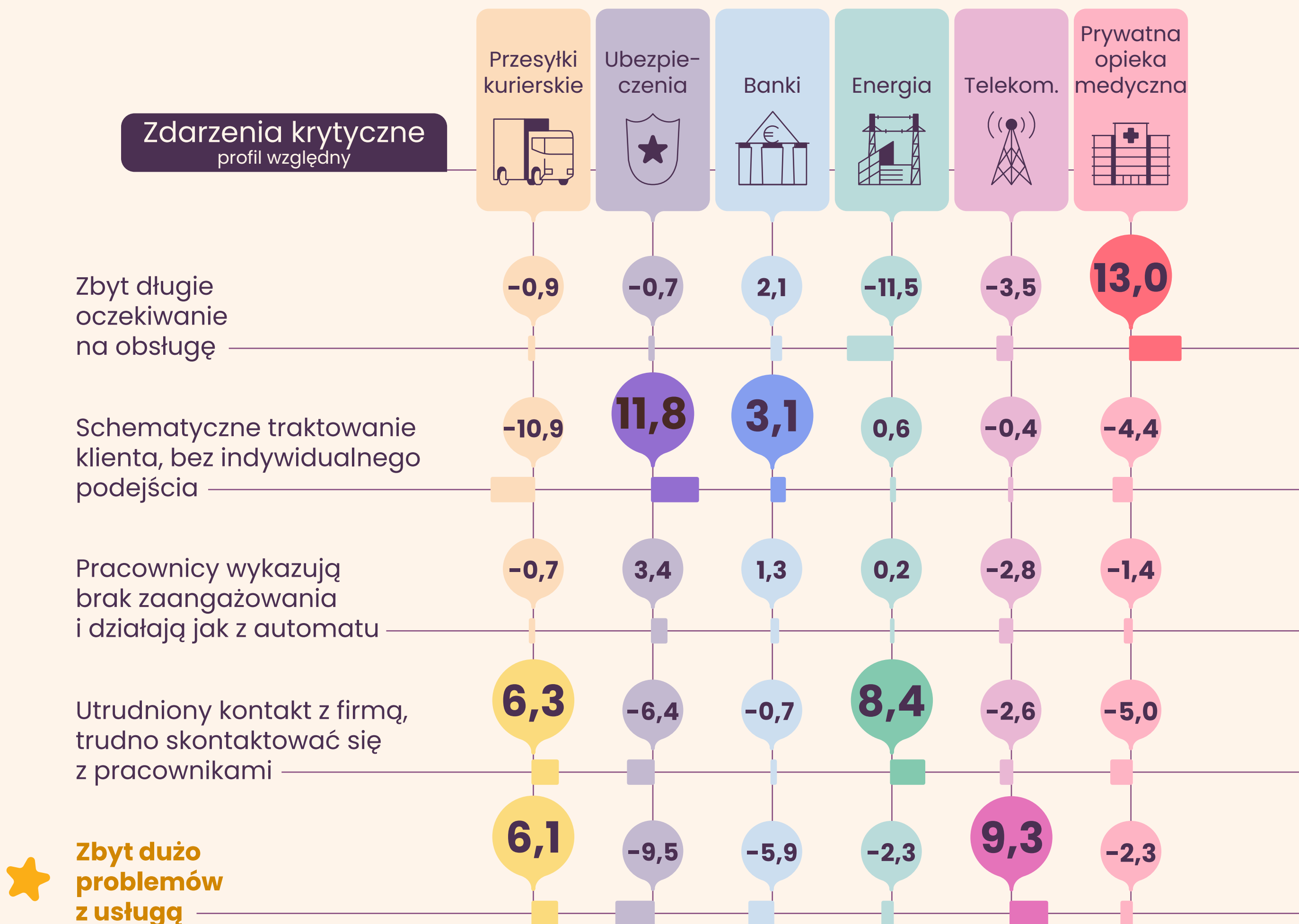
Ubezpieczyciele częściej nie uwzględniają indywidualnych potrzeb klientów. Banki i firmy telekomunikacyjne częściej traktują klienta schematycznie. W firmach kurierskich i energetycznych wskazywano utrudniony kontakt, a w prywatnej opiece medycznej – zbyt długie oczekiwanie na wizytę.



TOP 5 najczęstszych problemów we współpracy z firmami wśród młodych



Młodzi klienci częściej wskazują problemy z jakością usług niż z dopasowaniem do potrzeb. Największe wyzwania to: schematyczna obsługa (banki, ubezpieczenia), długi czas oczekiwania (medycyna), problemy z usługą (telekomunikacja, przesyłki) oraz utrudniony kontakt (energetyka, przesyłki).



Marki z najniższym odsetkiem problemów we współpracy

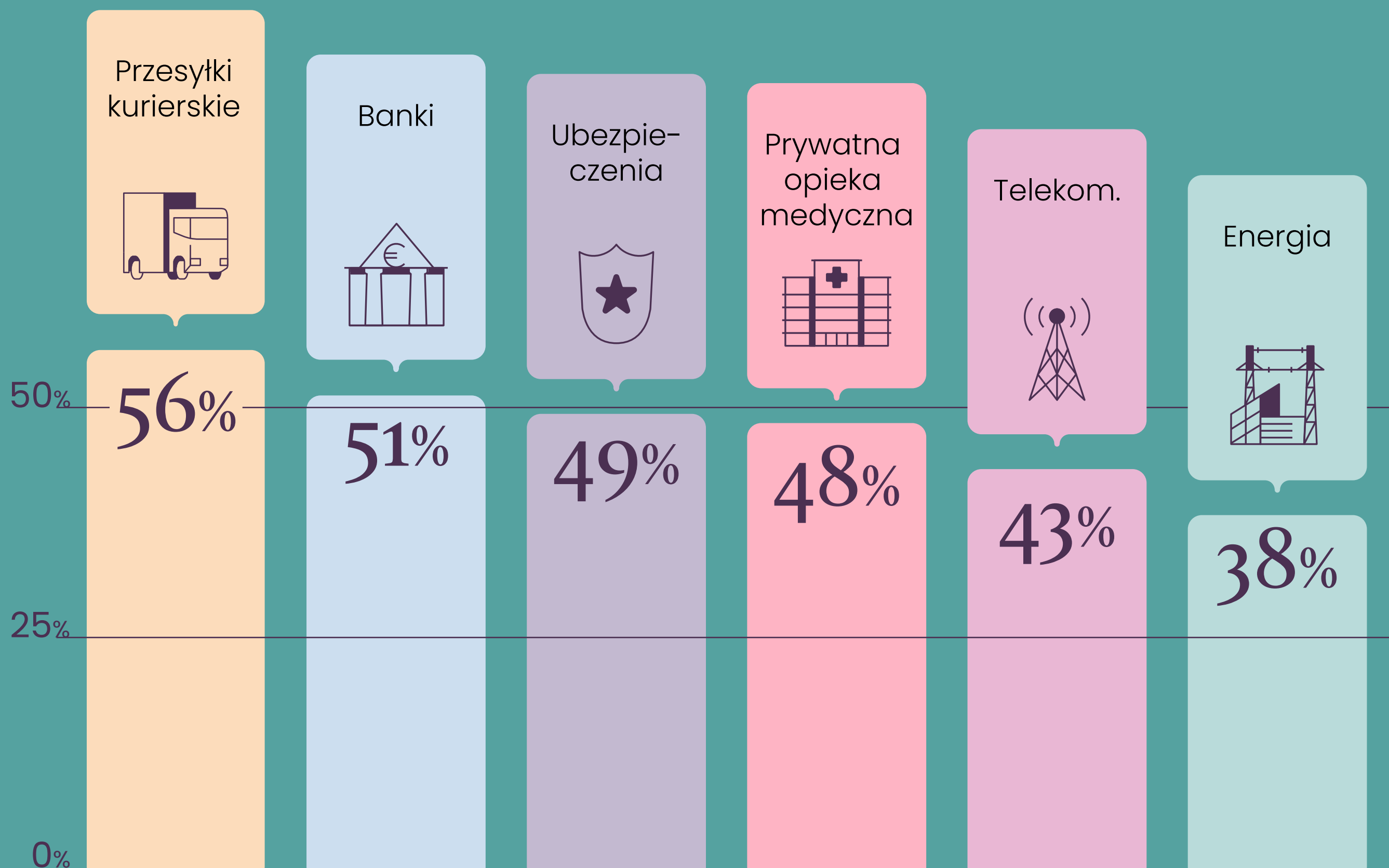
Orlen Paczka i **InPost** są najczęściej wskazywane jako generujące najmniej problemów we współpracy. Do dziesięciu najlepiej ocenianych pod tym względem należą także **nju**, **GLS**, **HDI**, **UPS** i **FedEx**. Pytanie, czy te same firmy postrzegano jako troszczące się o Klienta?

TOP 10 firm z najniższym odsetkiem zdarzeń krytycznych
(im mniejszy odsetek, tym lepiej)



Troska o klienta (CX) – ranking branż

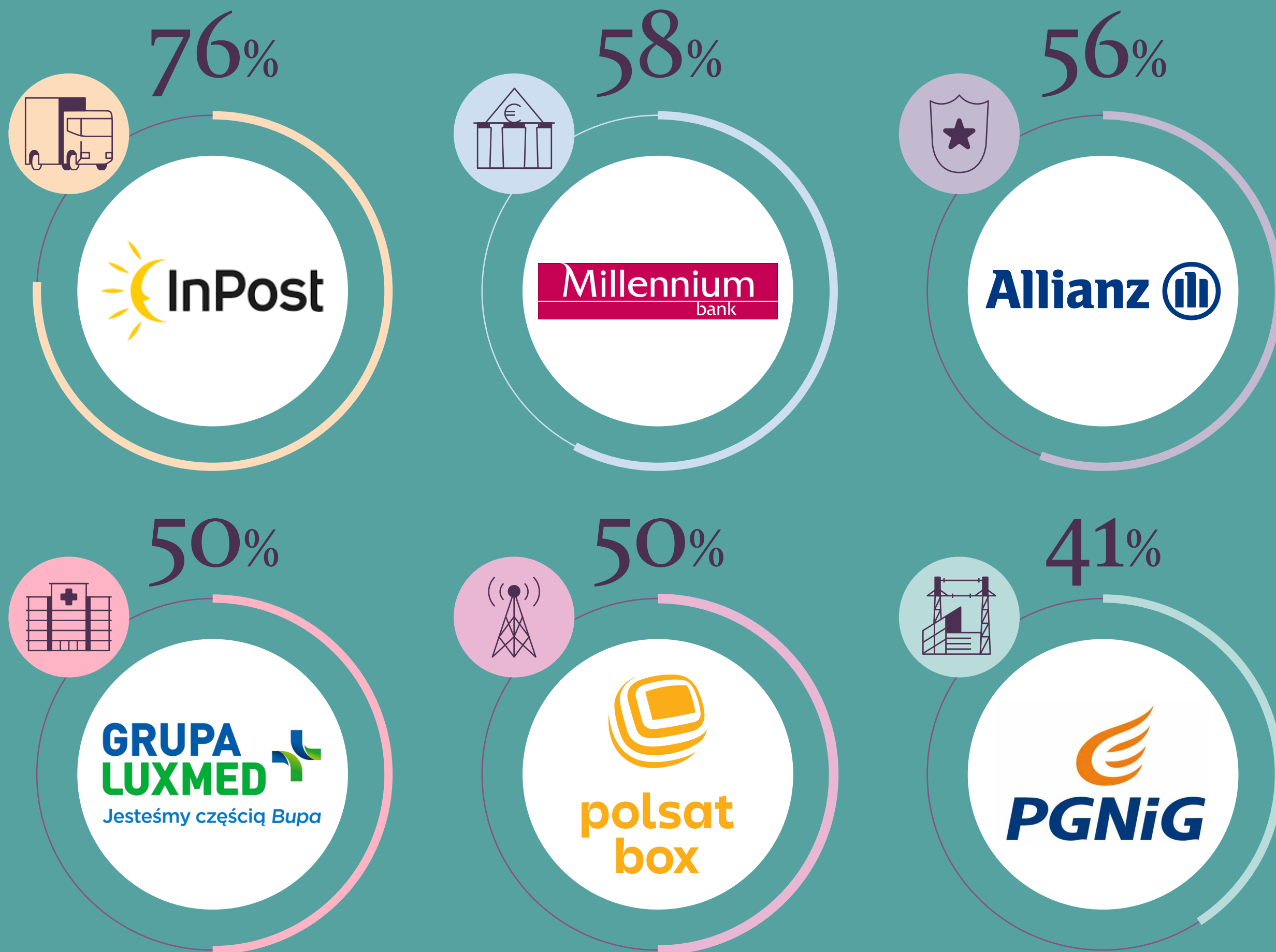
Obecnie firmy kurierskie wyznaczają standard w procesach obsługi. Banki i ubezpieczenia osiągają zbliżone, porównywalne wyniki. Dalej – firmy telekomunikacyjne i energetyka, choć najczęściej zdarzeń krytycznych występuje w opiece medycznej.



%- odsetek respondentów zgadzających się ze stwierdzeniem, że "firma dba o swoich Klientów", wśród korzystających z usług w danej branży – uśredniony wynik dla firm z danej branży

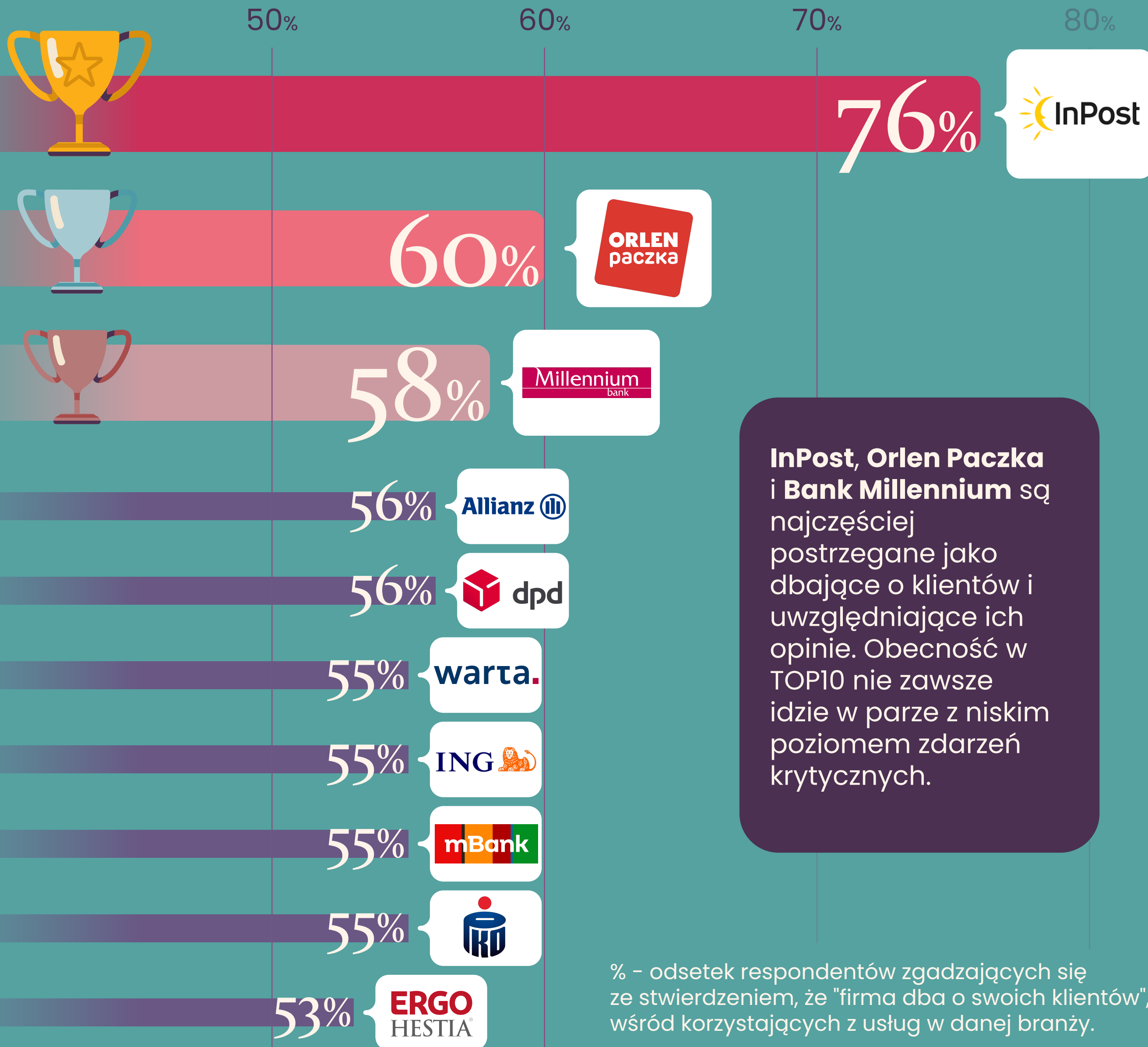
Troska o klienta (CX) – liderzy w branżach

Wyraźna różnica między wynikami InPostu i PGNiG, liderów CX w swoich kategoriach, pokazuje, że poziom koncentracji na customer experience różni się w zależności od branży.



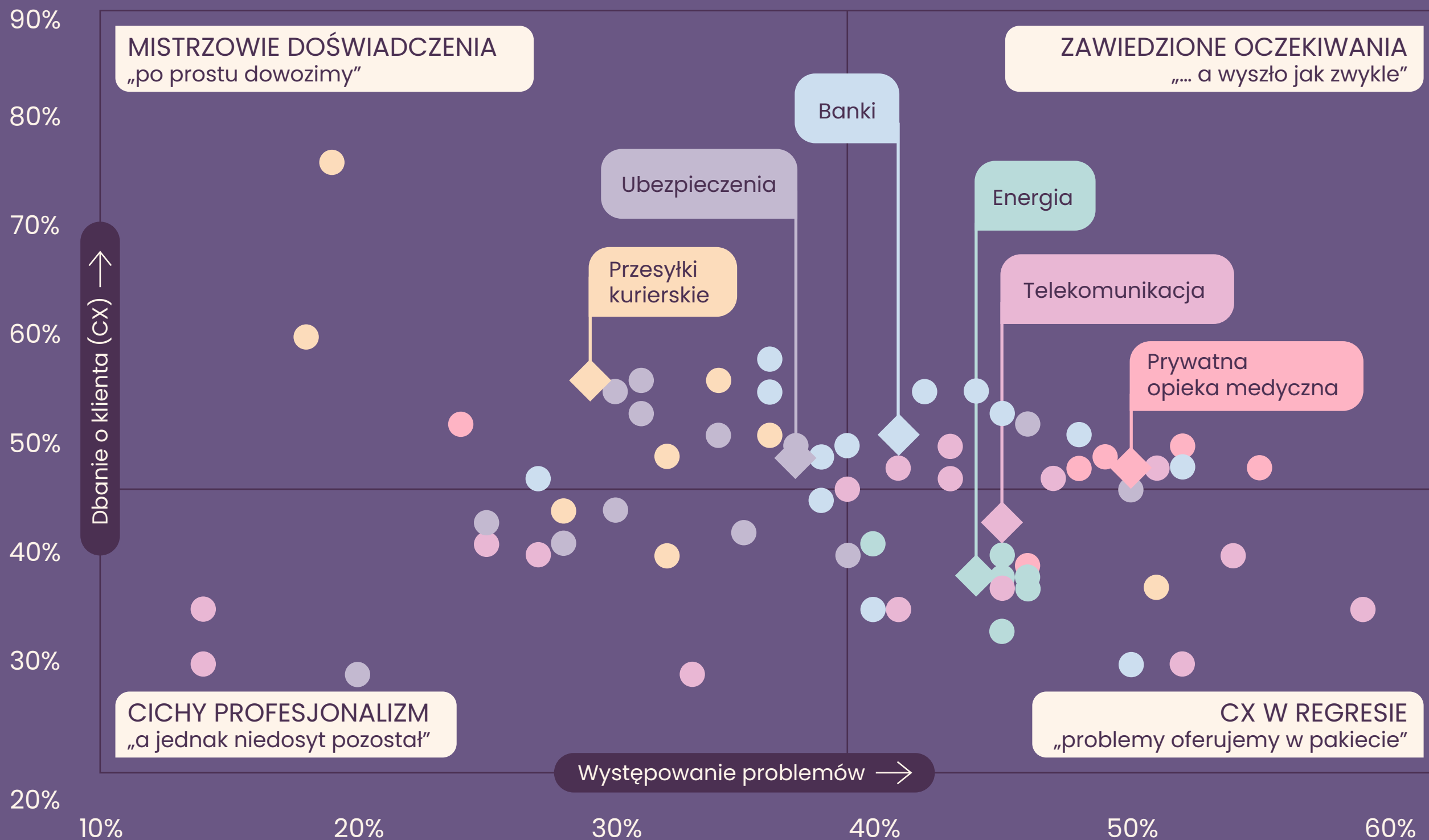
%- odsetek respondentów zgadzających się ze stwierdzeniem, że "firma dba o swoich Klientów", wśród korzystających z usług w danej branży – uśredniony wynik dla firm z danej branży

RANKING TOP 10 FIRM TROSZCZĄCYCH SIĘ O KLIENTA



Między obietnicą a rzeczywistością

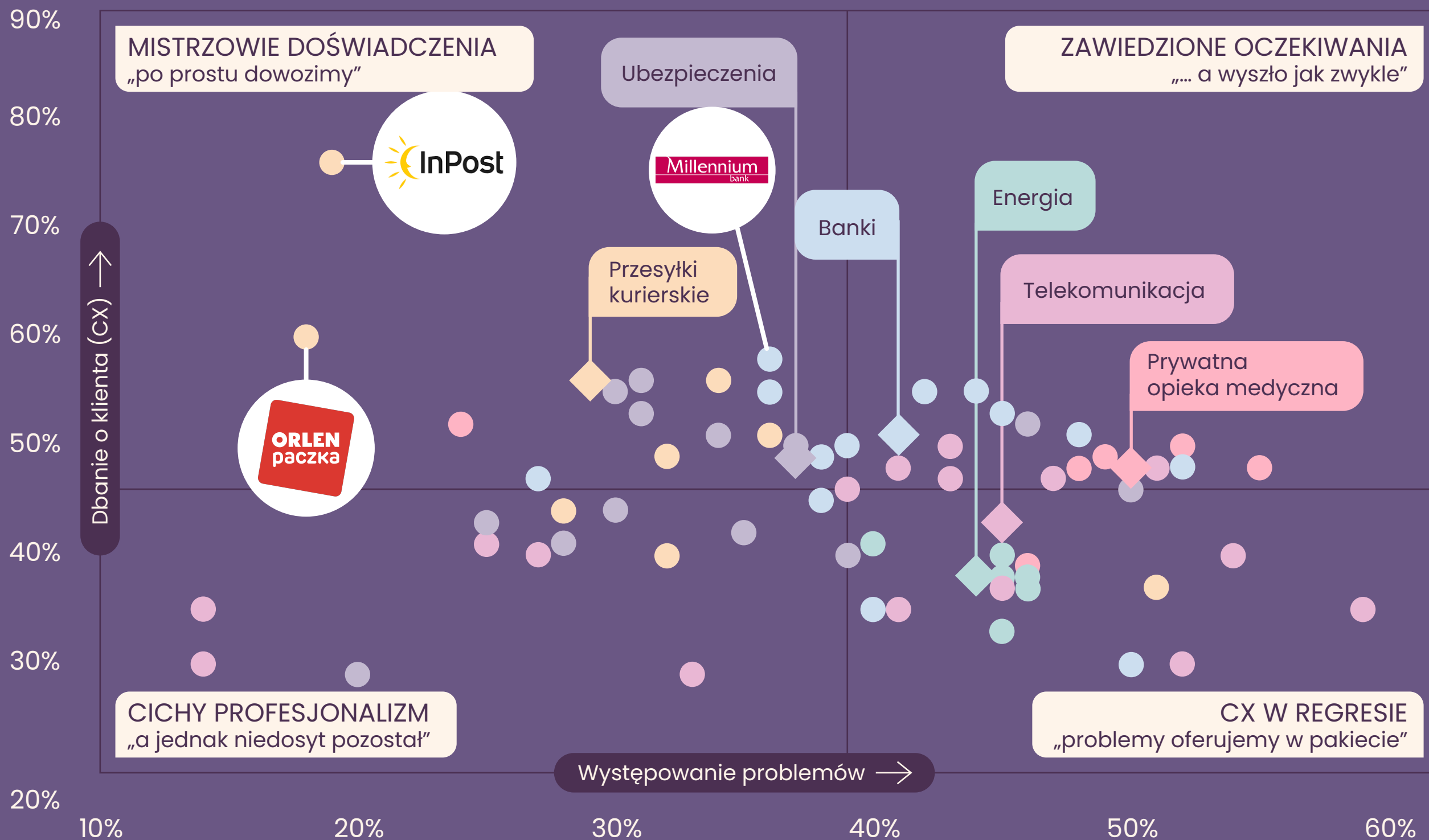
Ocena marki vs problemy występujące we współpracy



Branża kurierska w największym stopniu łączy deklaracje z rzeczywistym doświadczeniem klientów. Firmy z tej branży najczęściej klasyfikowane są jako **Mistrzowie Doświadczenia** lub **Cisi Profesjoniści** (generujący niewiele problemów, jednak bez równie silnego postrzegania jakości obsługi). Z kolei branże energetyczna i telekomunikacyjna pozostają w obszarze CX w regresie, łącząc relatywnie słabe postrzeganie z problemami w obsłudze, przy jednoczesnym istotnym różnicowaniu wyników między poszczególnymi firmami.

Między obietnicą a rzeczywistością

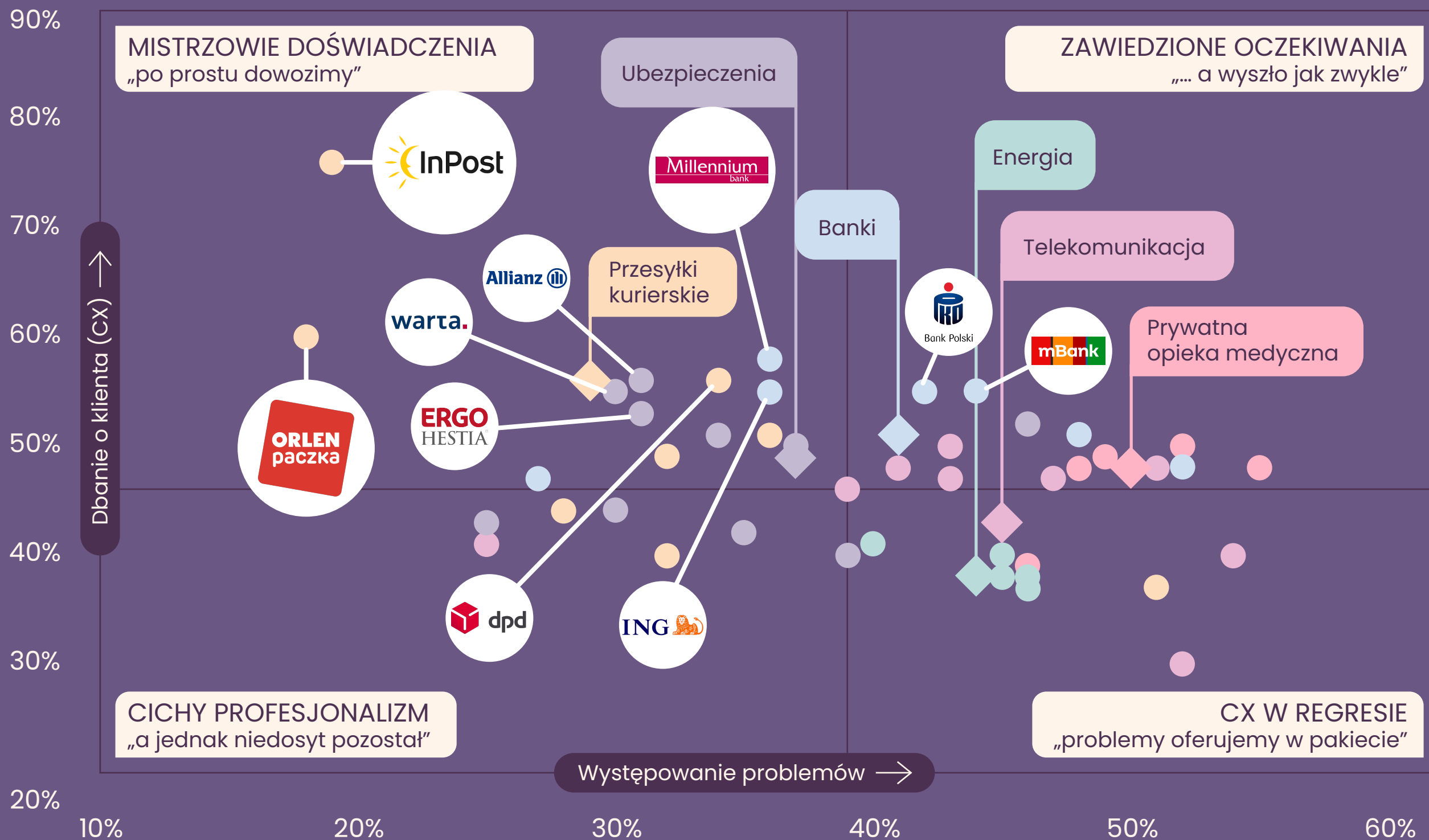
Ocena marki vs problemy występujące we współpracy



Branża kurierska w największym stopniu łączy deklaracje z rzeczywistym doświadczeniem klientów. To efekt bardzo wysokich ocen marek InPost i Orlen Paczka. Firmy z tego sektora najczęściej klasyfikowane są jako Mistrzowie Doświadczenia, a część jako Cisi Profesjoniści – generują niewiele problemów, choć nie zawsze są równie silnie postrzegane przez pryzmat jakości obsługi.

Między obietnicą a rzeczywistością

Ocena marki vs problemy występujące we współpracy



Branża kurierska w największym stopniu łączy deklaracje z rzeczywistym doświadczeniem klientów. To efekt bardzo wysokich ocen marek InPost i Orlen Paczka. Firmy z tego sektora najczęściej klasyfikowane są jako Mistrzowie Doświadczenia, a część jako Cisi Profesjonaliści – generują niewiele problemów, choć nie zawsze są równie silnie postrzegane przez pryzmat jakości obsługi.

opinionway
CENTRAL EASTERN EUROPE

**Dziękujemy
za uwagę!**

Iwona SZEWCZAK Commercial Director



iszewczak@opinion-way.com



+48 505 464 905

Marcin SZCZUDŁOWSKI Research Director



mszczudlowski@opinion-way.com



+48 786 810 548

<https://cee.opinion-way.com/pl>