

Исследование необходимости управления акциями в мобильном приложении мерчанта

Марат Магомедов

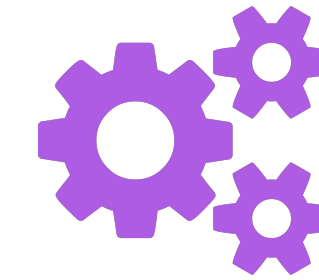
Исследователь пользовательского опыта

Октябрь 2022



Цель исследования

Понять, нужен ли раздел «Календарь акций» в мобильном приложении мерчанта



Метод

Массовый опрос
(продолжительность 6 минут)

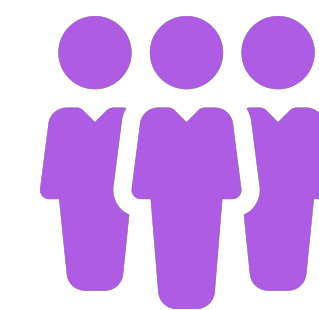


Задачи исследования

Определить, есть ли у мерчантов потребность в управлении акциями в мобильном приложении

Узнать, пользуются ли мерчанты функционалом продвижения у конкурентов

Узнать, какие именно функции календаря акций потенциально могли бы быть востребованы у мерчантов



Выборка

242 человека

Использование мобильного приложения

56% мерчантов знают, но не используют мобильное приложение, 32% не знают и не пользуются им. Лишь 12% опрошенных знают и пользуются мобильным приложением для продавцов.

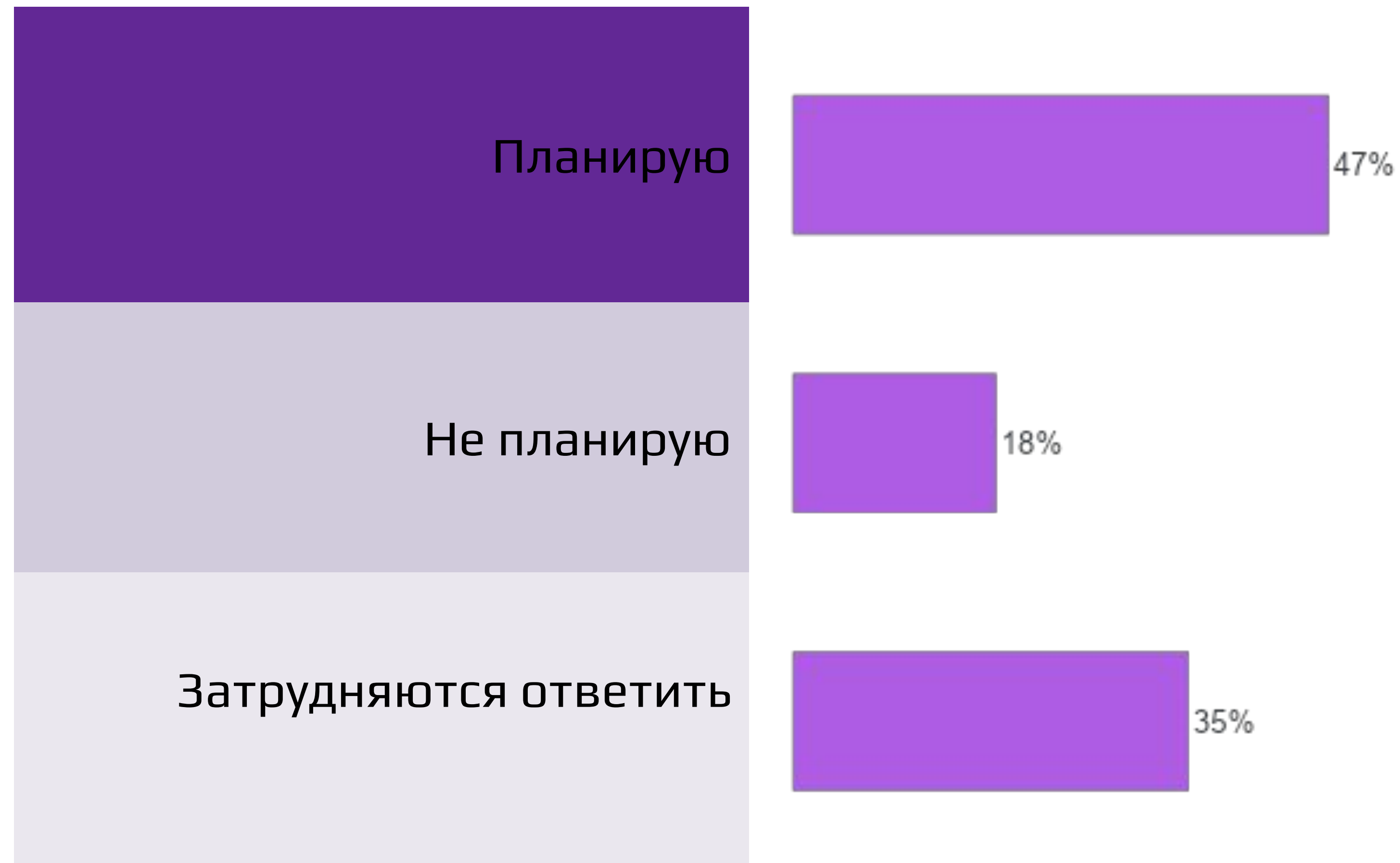


База: 247

Вопрос: Знаете ли вы про мобильное приложение для продавцов СберМегаМаркета?

Планируют ли использовать приложение?*

47% мерчантов, не знающих о мобильном приложении, планируют им пользоваться в будущем



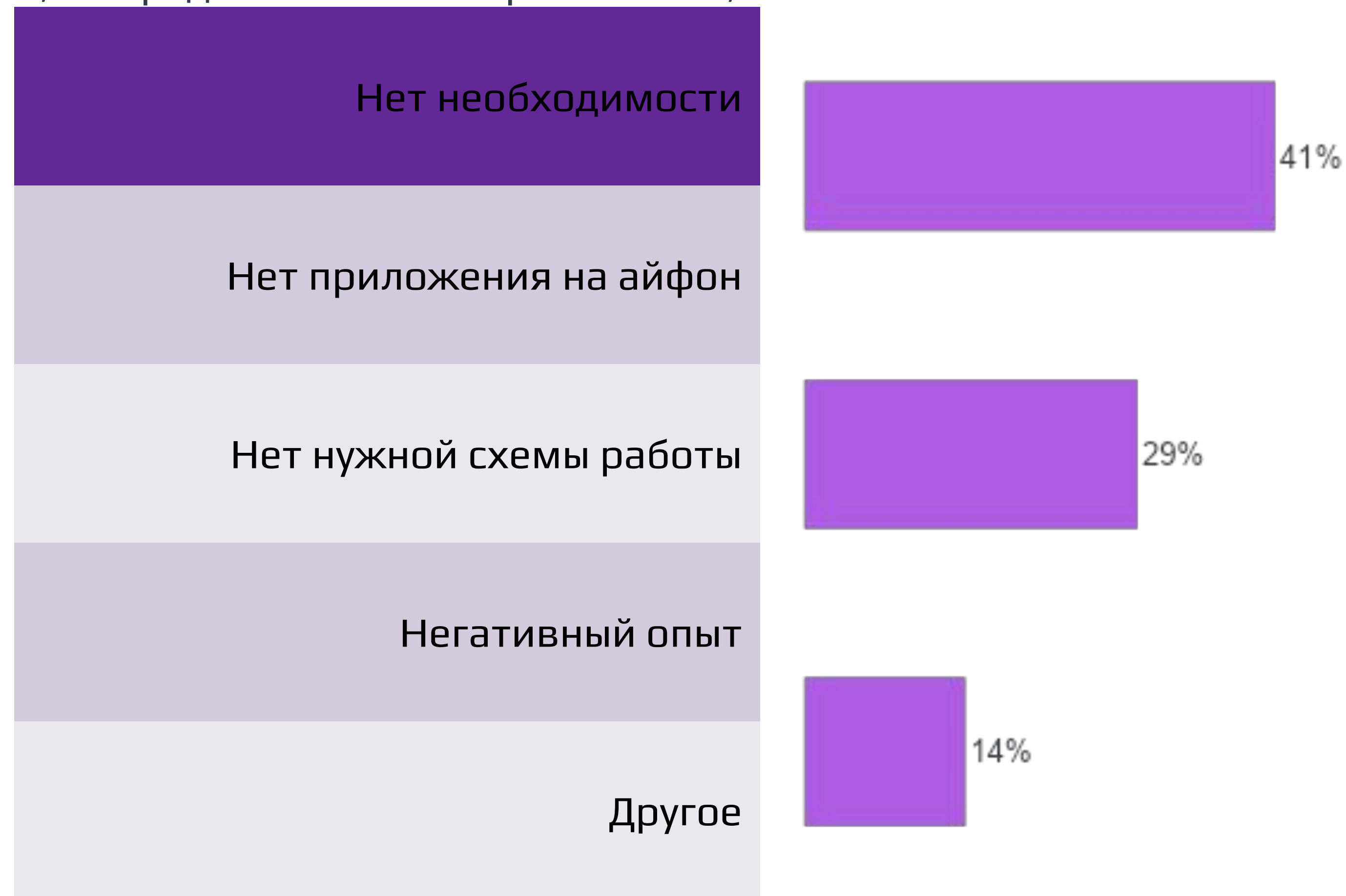
База: 78

Вопрос: Планируете ли пользоваться мобильным приложением?

*Данный вопрос уточнялся только у пользователей, которые в настоящий момент не знают и не пользуются мобильным приложением.

Почему не пользуются приложением?

41% мерчантов не видят необходимости в приложении, 29% - пользователи iOS, 14% работают по схеме, не представленной в приложении, 9% отказались от использования из-за негативного опыта



База: 190

Вопрос: Почему не пользуетесь мобильным приложением?

Потребность в функционале

Для 39% мерчантов нет необходимости в управлении акциями через приложение. Для 34% опрошенных нужно точечное включение/выключение товаров из акции.



База: 148

Вопрос: Что вы хотели бы видеть в мобильном приложении?

//

Приложение не запоминает
логин с паролем. Постоянно
приходится вводить

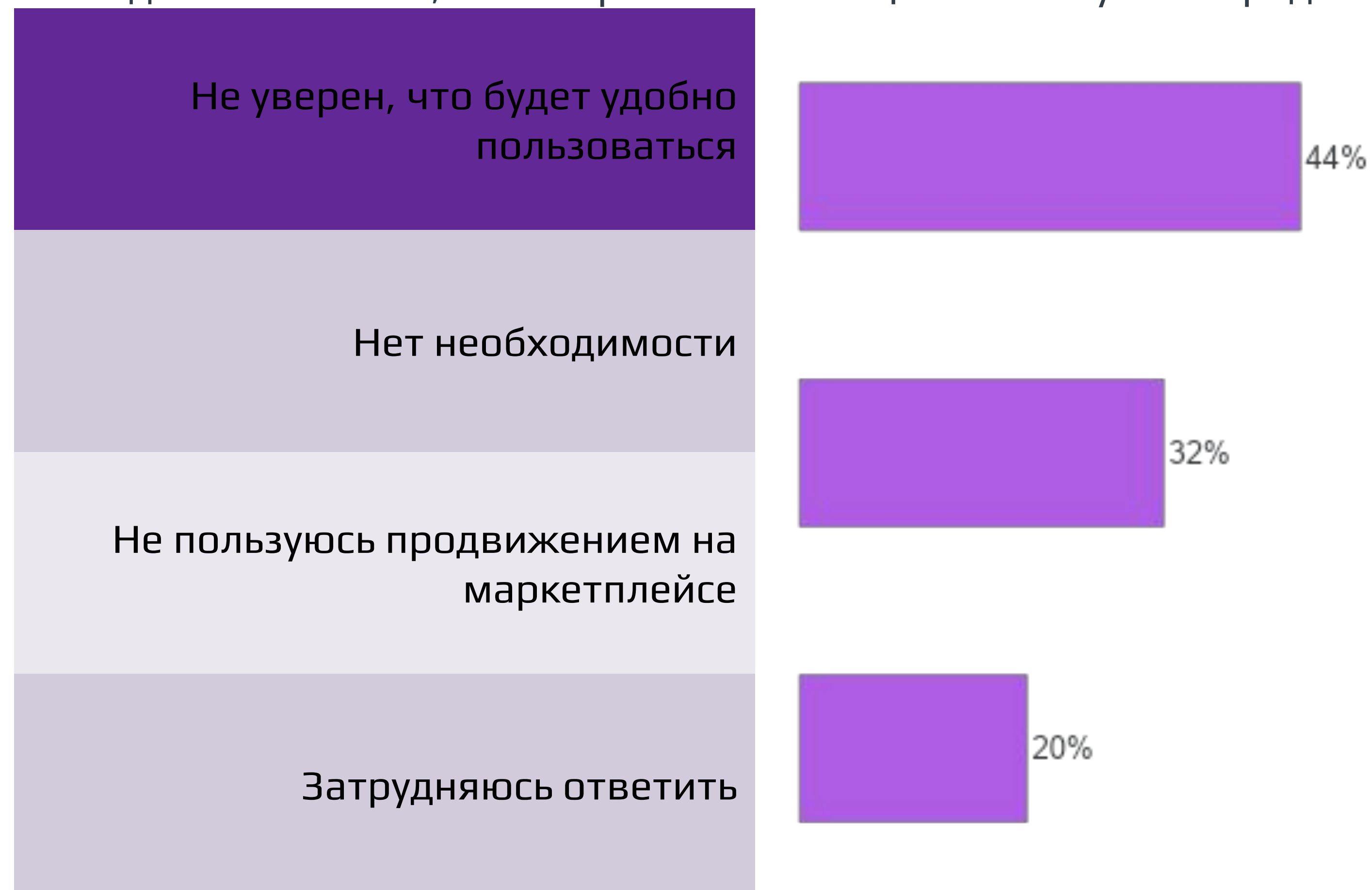
Другие открытые ответы на вопрос «**Что вы хотели бы видеть в мобильном приложении?**» доступны в файле:



ÿæåàíèÿ
ìð÷àíòîâ

Почему нет потребности в функционале?

44% мерчантов не уверены, что будет удобно управлять акциями в мобильном приложении, 32% не видят необходимости в этом, 20% мерчантов вообще не пользуются продвижением



Продвижение в приложениях конкурентов

60% мерчантов пользуются функционалом продвижения в мобильных приложениях конкурентов, 37% не используют данный функционал



База: 65

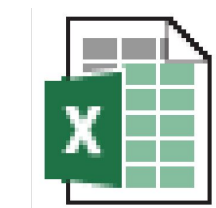
Вопрос: Пользуетесь ли мобильным приложением OZON, WB, ЯндексМаркета, касающемся продвижения товаров (просмотр акций, настройка и т.д.)

*Исходя из анализа открытых ответов, можно сделать вывод, что мерчанты отвечали на ответ «Да пользуюсь», касательно всего пользования мобильного приложения в целом, а не конкретно продвижением.

//

Я активно пользуюсь мобильными приложениями Озон и Вайлдберриз, но не использую их для работы с продвижением и акциями. Использую приложение для работы с заказами, товарами, отправлениями и тп. Очень удобно.

Другие открытые ответы на вопрос «Почему не пользуетесь мобильным приложением?» доступны в файле:



Їđè÷èíû

Выводы

1. Чуть более половины мерчантов не пользуются мобильным приложением. Основные причины: «Нет необходимости», «Нет приложения на айфон», «Нет нужной схемы работы».
2. Треть мерчантов не осведомлены о мобильном приложении для продавцов. Но почти половина из них планируют воспользоваться приложением в будущем.
3. 39% опрошенных отметили, что нет необходимости в функционале мобильного приложения, касающегося продвижения, основная причина - будет неудобно пользоваться приложением. 34% отметили, что хотели бы видеть точечное включение/выключение товаров из акции.
4. Среди открытых ответов многократно встречается жалоба на необходимость вводить логин и пароль при каждом входе.





Спасибо!

Марат Магомедов

Исследователь пользовательского опыта

@MrtMgmv

marat.magomedov@sbermegamarket.ru