



Badanie satysfakcji agentów ze współpracy z serwisami ogłoszeniowymi

Sopot, lipiec/sierpień 2018

otodom. **pöbs**[®]
Partner in
Business
Strategies



informacje o projekcie



ocena serwisów



korzystanie z serwisów



satysfakcja i lojalność



skuteczność serwisów









metryczka





INFORMACJE O PROJEKCIE



metodologia		CAWI (Computer-Assisted Web Interview), CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing)
próba		n=68 (CAWI), n=235 (CATI); razem n=303
termin realizacji		16.07-01.08.2018
respondent		pracownik, agent biura nieruchomości
czas wywiadu		około 12 minut
cele		<ul style="list-style-type: none">• satysfakcja ze współpracy z serwisami ogłoszeniowymi• czynniki wpływające na satysfakcję• skuteczność serwisów ogłoszeniowych
wykonawca		PBS Sp. z o.o.





Korzystanie z serwisów ogłoszeniowych

W ciągu ostatniego roku pracownicy biur nieruchomości **korzystali głównie z Otodom.pl (89%), Gratka.pl (70%), Olx.pl oraz Morizon.pl (po 67%)**. Na kolejnych miejscach uplasowały się portale: Nieruchomości-online (64%), Domiporta i Gumtree (po 41%), domy.pl (37%), oferty.net (36%), zaś szybko.pl (27%). Korzystanie z serwisów nieco się zmniejszyło w stosunku do poprzedniego pomiaru (marzec 2018). Największe spadki zanotowały serwisy: Gratka.pl (o 8 p.%), Domy.pl (o 7 p.%) i Gumtree (o 6 p.%). Z kolei wzrost zaobserwowano w przypadku Olx.pl (o 5 p.%) i Morizon.pl (o 1 p.%)

Agenci współpracują z reguły z kilkoma serwisami (73% badanych korzysta od 4 do 9 serwisów). Z mniejszej liczby portali korzystają częściej pracownicy biur działających na terenie miast do 200 tys. Mieszkańców.

Korzystający z serwisów ogłoszeniowych deklarują, że **najwięcej ofert zamieszczają na Otodom.pl (58%) oraz Olx.pl (44%)**. Korzystanie z tych portali zmalało, ale nadal są one w czołówce.



otodom.





Skuteczność serwisów

Podobnie jak w poprzednich edycjach badania, pracownikom biur nieruchomości jest dość trudno oszacować dokładną liczbę zapytań od klientów, które otrzymują tygodniowo na zamieszczane ogłoszenia wynajmu i sprzedaży nieruchomości (ponad połowa badanych nie potrafiła wskazać konkretnej liczby – 44%).

W subiektywnej ocenie agentów, z portalu [Otodom.pl](https://otodom.pl) przychodzi średnio **najwięcej zapytań** od klientów dotyczących **wynajmu nieruchomości (6,0)**. Jeśli chodzi o zapytania klientów z zakresu **sprzedaży nieruchomości**, to liderem w opinii agentów pozostaje [Otodom.pl](https://otodom.pl), który osiąga średnio **dwukrotnie wyższy wynik, niż w marcu 2018 r. (16,7 w stosunku do 8,1)**. Konkurencyjne serwisy [Gratka.pl](https://gratka.pl) oraz [Olx.pl](https://olx.pl) uzyskały w przypadku zapytań klientów o wynajem nieruchomości niższe średnie, niż [Otodom.pl](https://otodom.pl) (odpowiednio 5,0 i 5,5).

Na tle badanych serwisów [Otodom.pl](https://otodom.pl) uznawany został za **najskuteczniejszy portal ogłoszeniowy** – 46% agentów uważa, że właśnie z tego serwisu otrzymują najwięcej zapytań kończących się sprzedażą nieruchomości (wzrost o 9 p.% w porównaniu z wynikami z marca 2018). Również z [Otodom.pl](https://otodom.pl) przychodzi najwięcej (26%) zapytań kończących się podpisaniem umowy najmy (wzrost o 6 p.%).





Satysfakcja ze współpracy

Podczas badania pracownicy biur nieruchomości oceniali szczegółowo serwisy, z których korzystają. **Ogólna ocena zadowolenia** (na skali 0-10) dla całego rynku serwisów ogłoszeniowych wyniosła 36% i jest to analogiczny wynik od otrzymanego w poprzedniej fali badania z marca 2018 r.

Ogólna ocena **Otodom.pl** wyniosła 44%, co pozwoliło mu zająć 3 pozycję. Na pierwszym miejscu uplasował się **Olx.pl** z wynikiem 47% (jednak należy pamiętać o małej liczbie osób oceniających ten serwis). Drugie miejsce zajęły **Nieruchomości-online.pl** z wynikiem 45%. Zaś czwarte miejsce zajął **Gumtree.pl** z wynikiem 32%. Warto zwrócić również uwagę na nieco niższe oceny satysfakcji, jakie uzyskano w obecnej fali w przypadku niektórych serwisów (nie tylko pod względem ogólnej oceny, ale i szczegółowych aspektów współpracy). Na ich tle oceny serwisu Otodom.pl wyraźnie wzrosły.

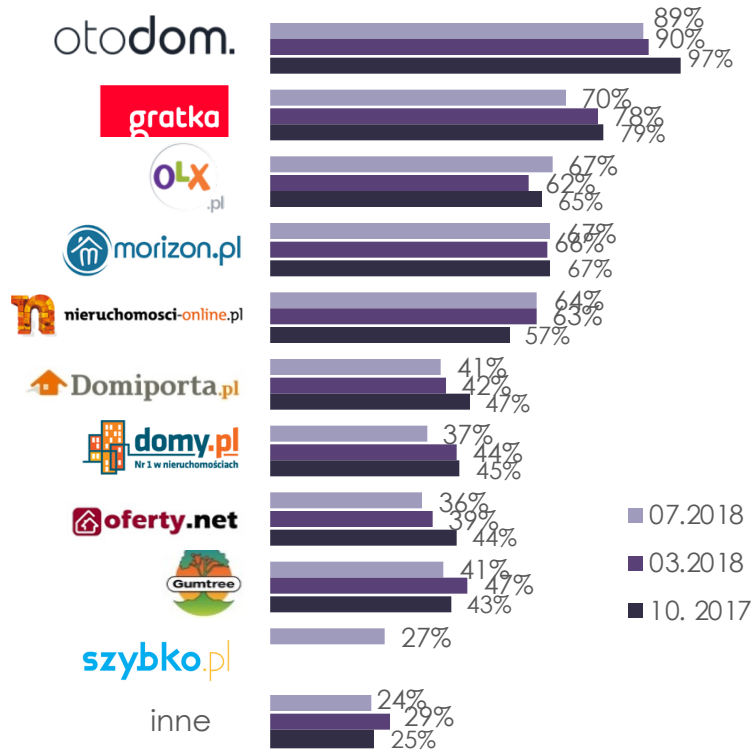
Użytkownicy **najlepiej ocenili poszczególne aspekty 2 serwisów: Otodom.pl oraz Nieruchomości-online.pl**. W serwisie Otodom użytkownicy najwyżej ocenili **wygląd i estetykę** (78% zadowolonych), **wygodę korzystania z konta użytkownika** (73%), **liczbę zapytań od klientów** (63%) oraz **działania wspierające biznes** (40%). Z kolei w serwisie Nieruchomości-online.pl użytkownicy najlepiej ocenili **dopasowanie oferty do potrzeb** (63%) oraz **obsługę klienta** (61%). Zadowolenie z poziomu kosztów zdecydowanie dominuje w serwisie **Gumtree.pl** (79%) oraz **Nieruchomości-online.pl** (67%).



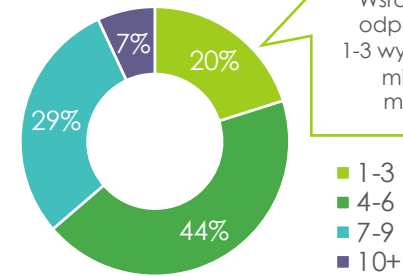


KORZYSTANIE Z SERWISÓW

P1. Z usług których serwisów ogłoszeniowych korzysta Pan(i) jako pracownik biura nieruchomości?



Liczba wykorzystywanych portali:



Wśród mężczyzn odsetek odpowiedzi dla kategorii 1-3 wynosi **26%**, podobnie w miastach do 200 tys. mieszkańców (22%).

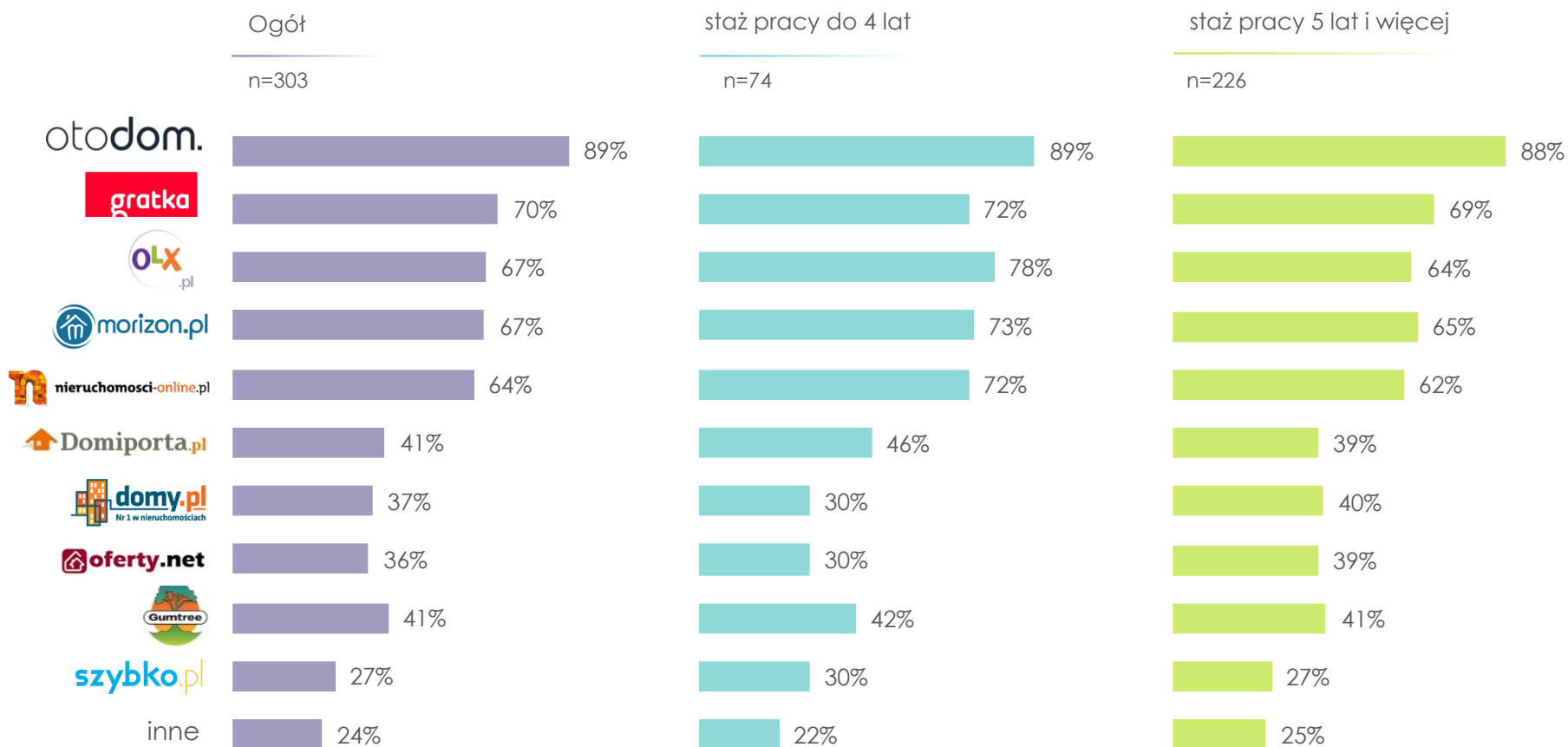
Przykładowe odpowiedzi „inne”:

- lento.pl
- trojmiasto.pl
- sprzedajemy.pl
- dobryadres.pl
- allegro.pl
- homla.pl

Próba: wszyscy badani (n=303)



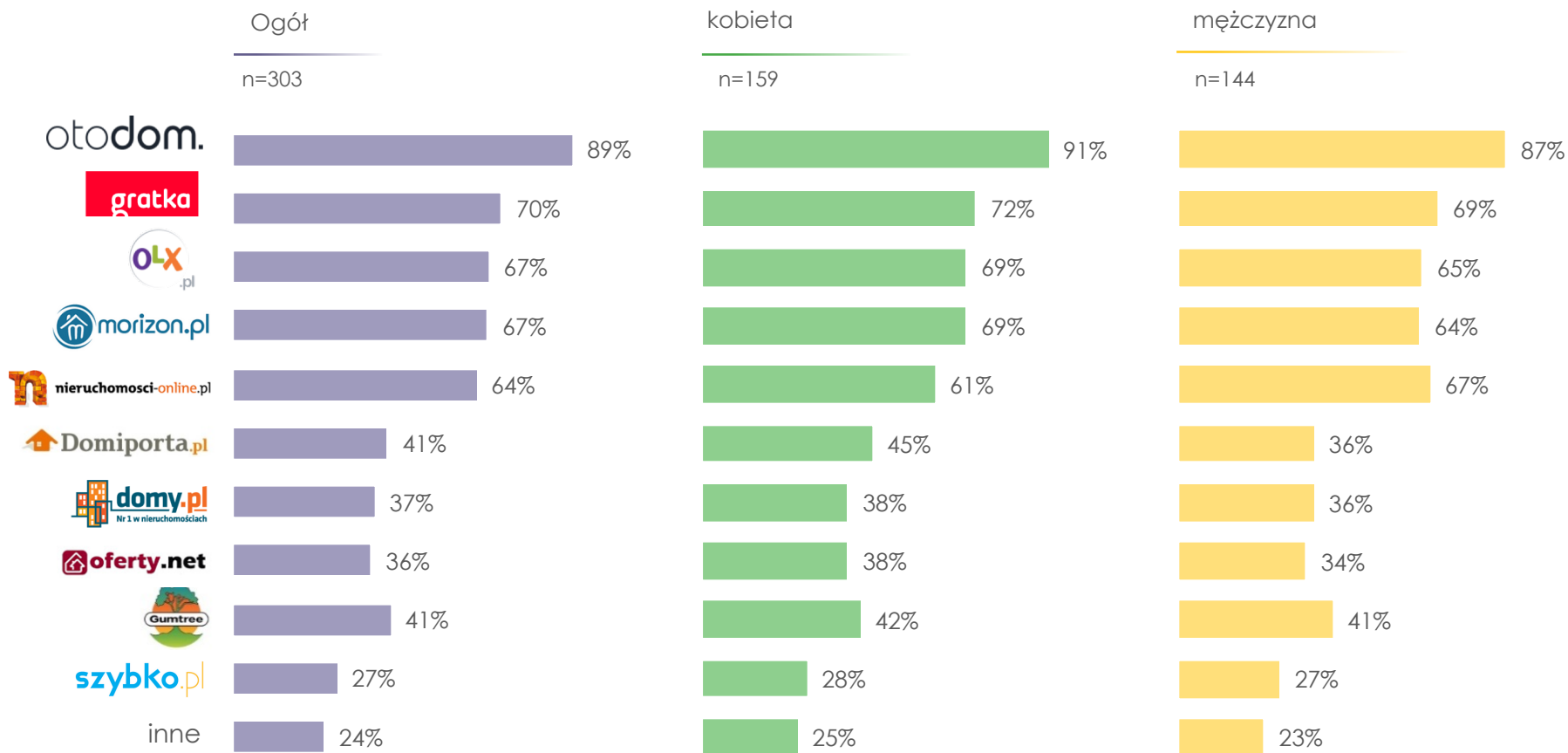
P1. Z usług których serwisów ogłoszeniowych korzysta Pan(i) jako pracownik biura nieruchomości?



Próba: wszyscy badani



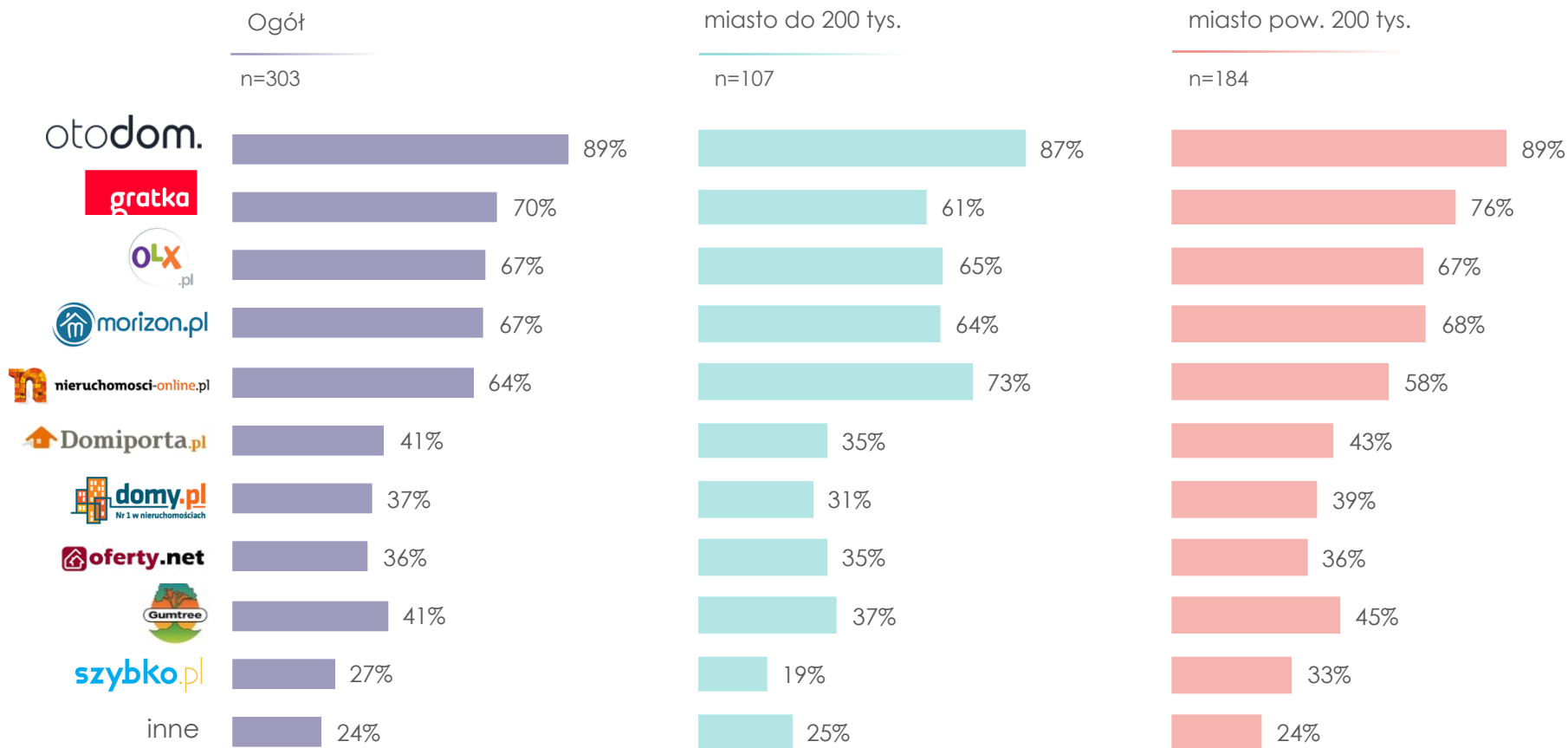
P1. Z usług których serwisów ogłoszeniowych korzysta Pan(i) jako pracownik biura nieruchomości?



Próba: wszyscy badani



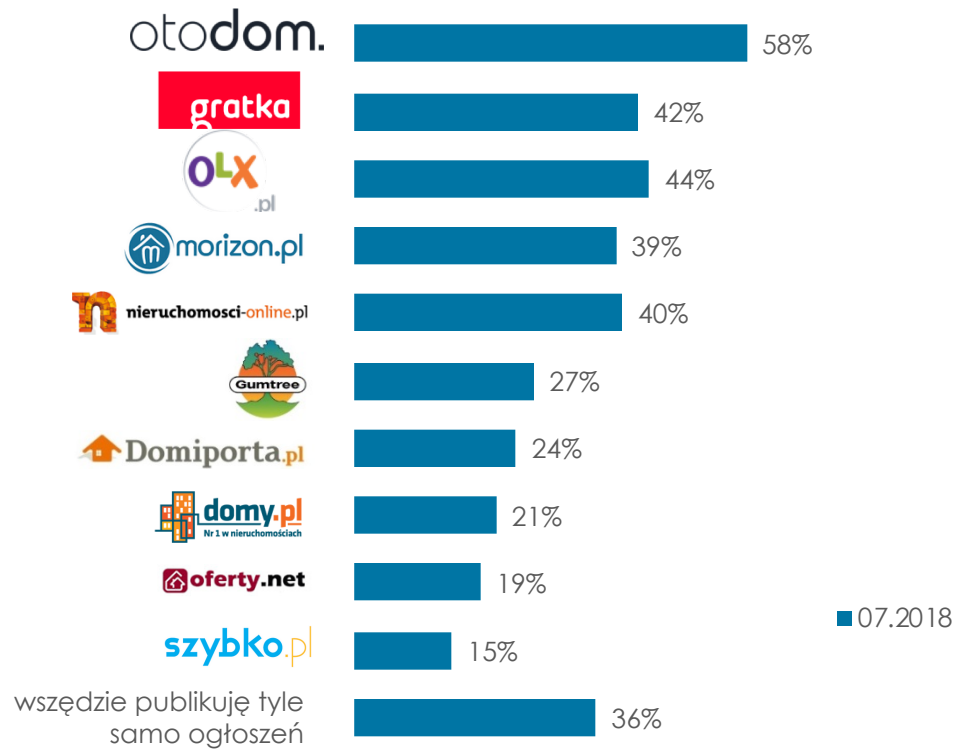
P1. Z usług których serwisów ogłoszeniowych korzysta Pan(i) jako pracownik biura nieruchomości?



Próba: wszyscy badani



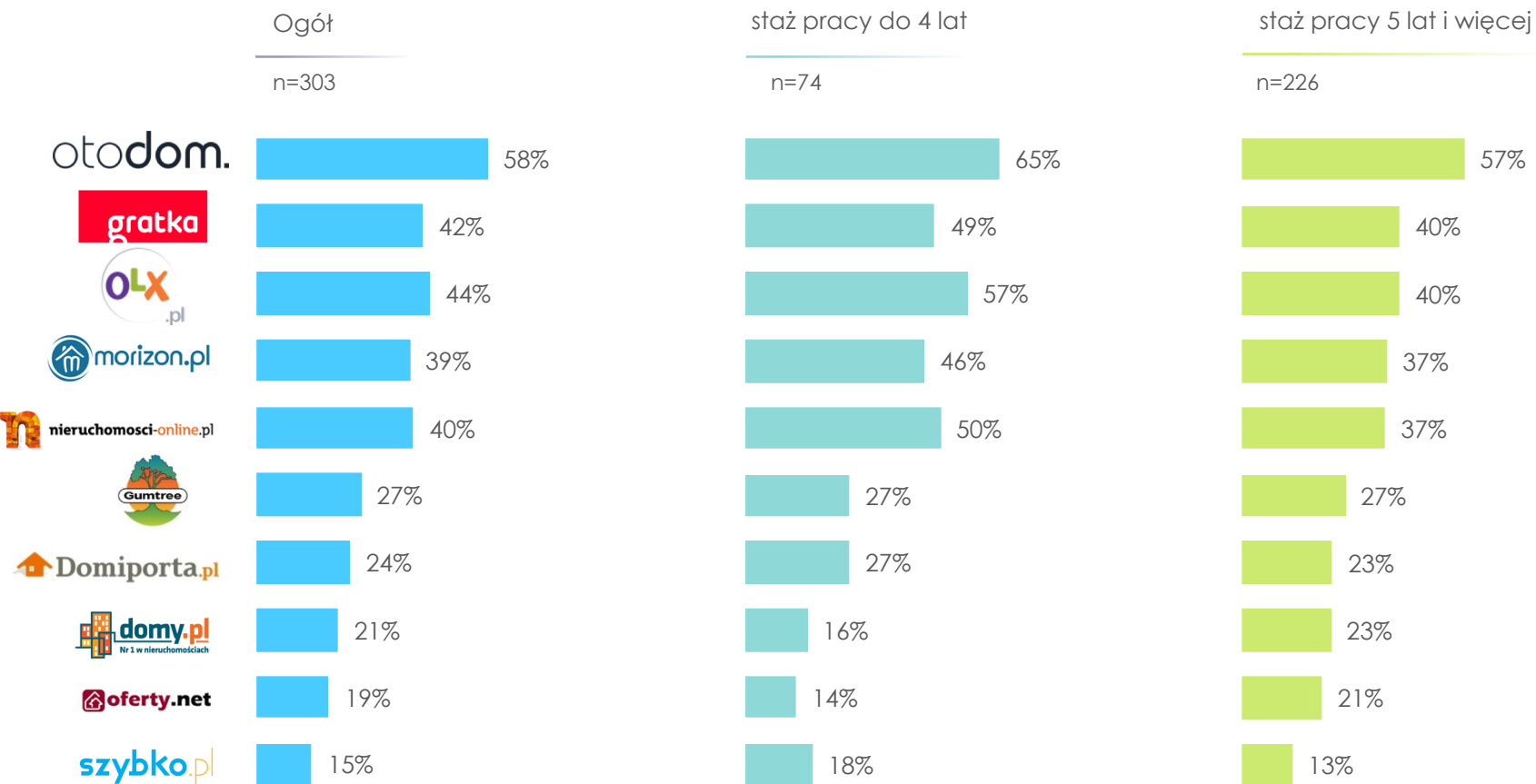
P2. Na których serwisach zamieścił(a) Pan(i) najwięcej ogłoszeń w ciągu ostatnich 12 miesięcy?
(szeregowanie odpowiedzi)



Próba: wszyscy badani (n=303); możliwość szeregowania odpowiedzi.



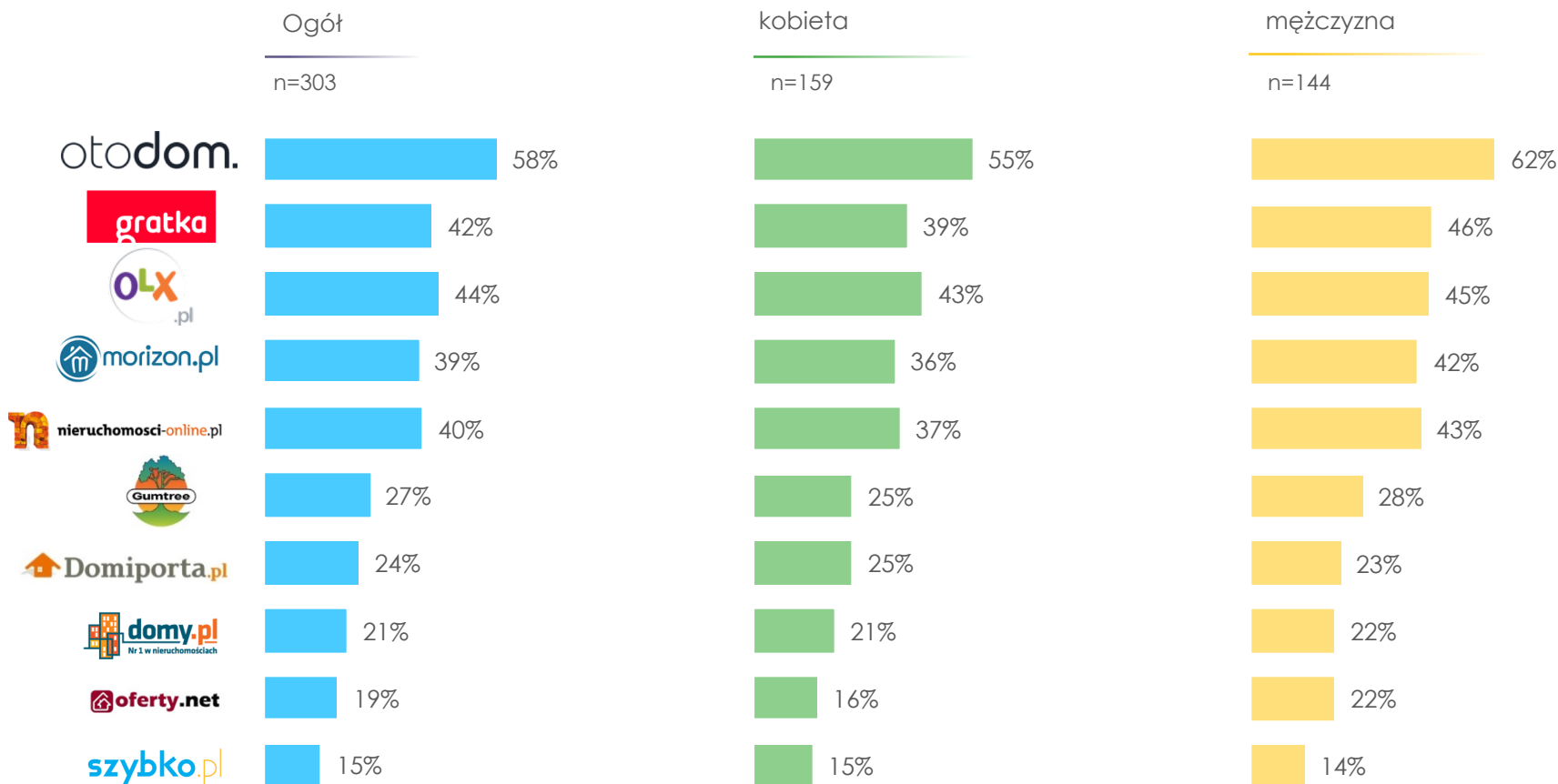
P2. Na których serwisach zamieścił(a) Pan(i) najwięcej ogłoszeń w ciągu ostatnich 12 miesięcy?



Próba: wszyscy badani; możliwość szeregowania odpowiedzi



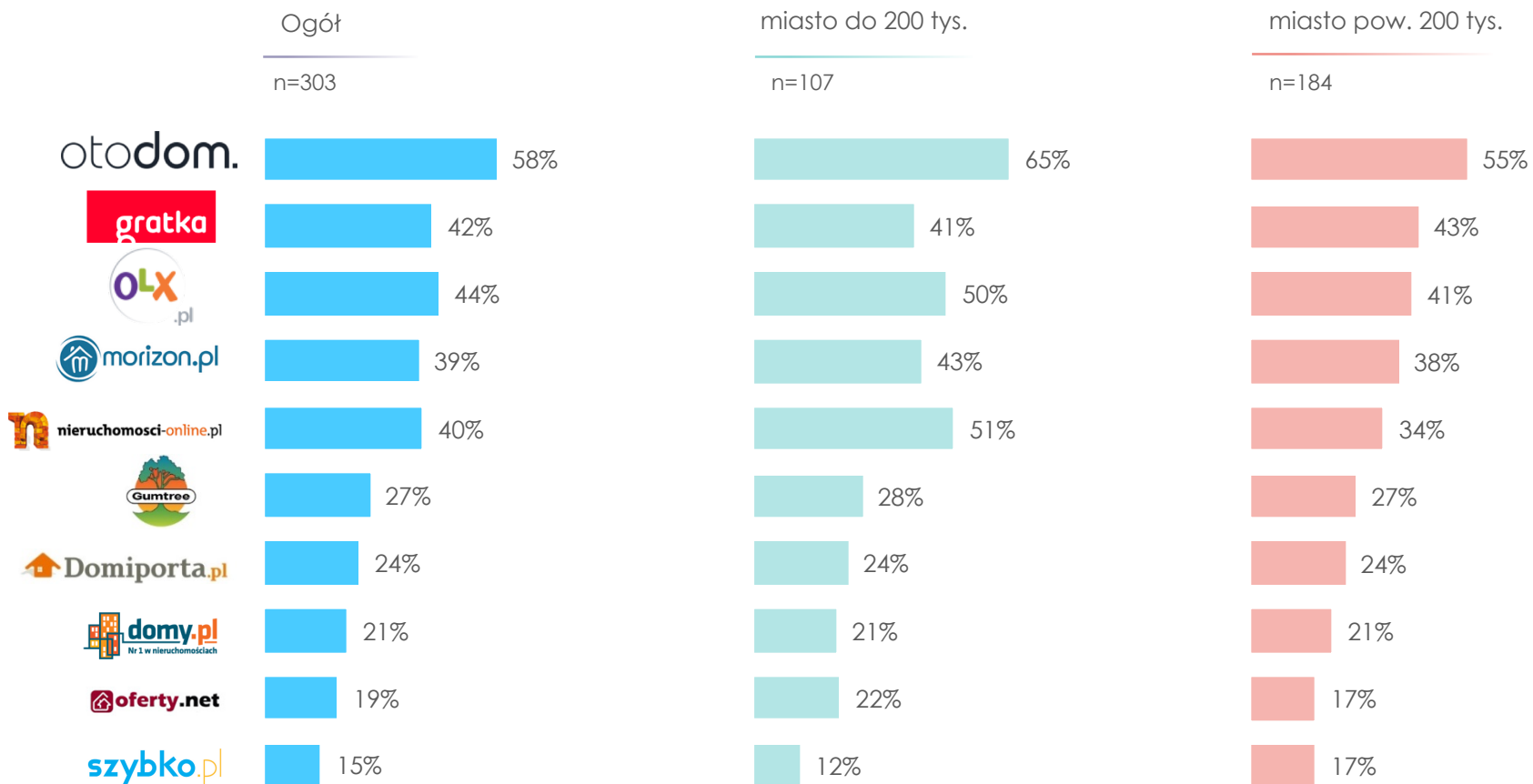
P2. Na których serwisach zamieścił(a) Pan(i) najwięcej ogłoszeń w ciągu ostatnich 12 miesięcy?



Próba: wszyscy badani; możliwość szeregowania odpowiedzi



P2. Na których serwisach zamieścić(a) Pan(i) najwięcej ogłoszeń w ciągu ostatnich 12 miesięcy?



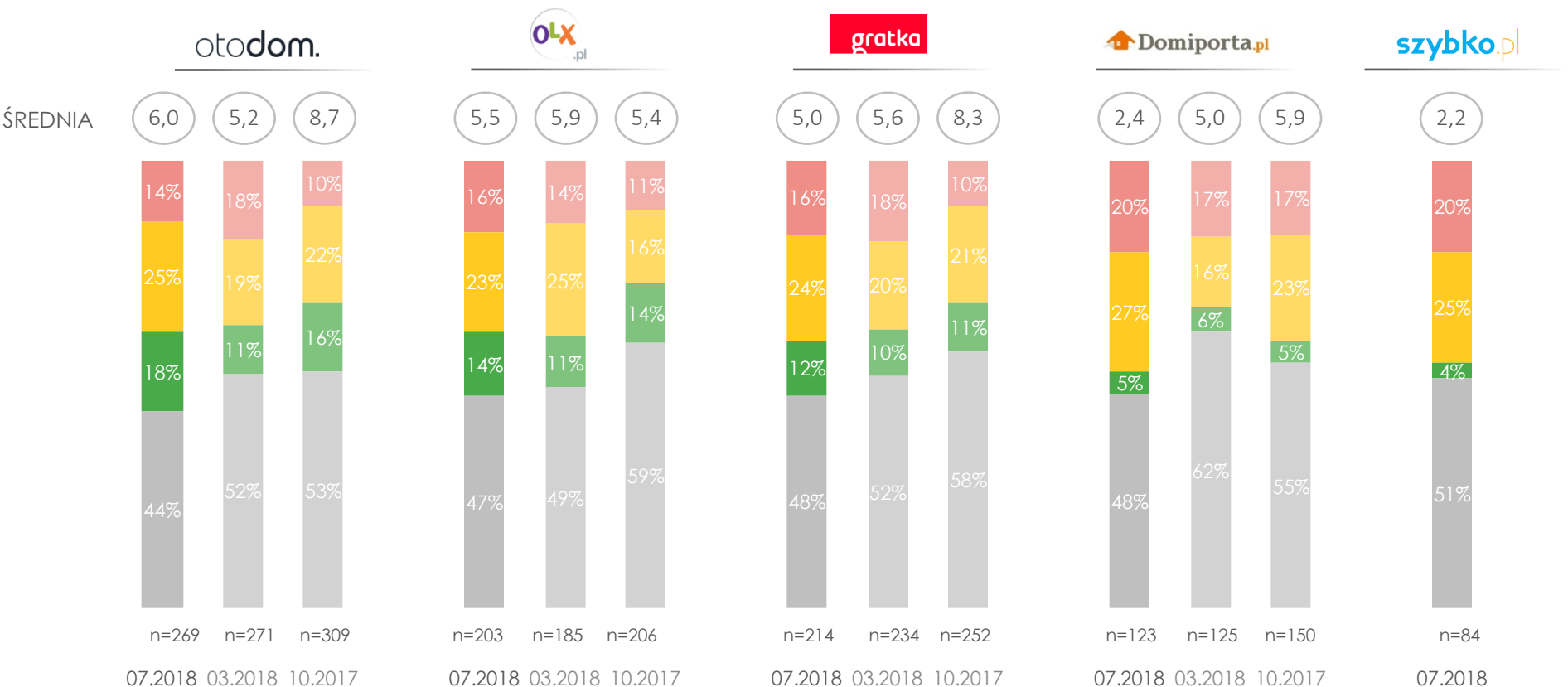
Próba: wszyscy badani; możliwość szeregowania odpowiedzi



SKUTECZNOŚĆ SERWISÓW



P5. Ilu klientów kontaktuje się Panem/Panią z poniższych serwisów w ciągu tygodnia w sprawie ogłoszeń wynajmu nieruchomości?

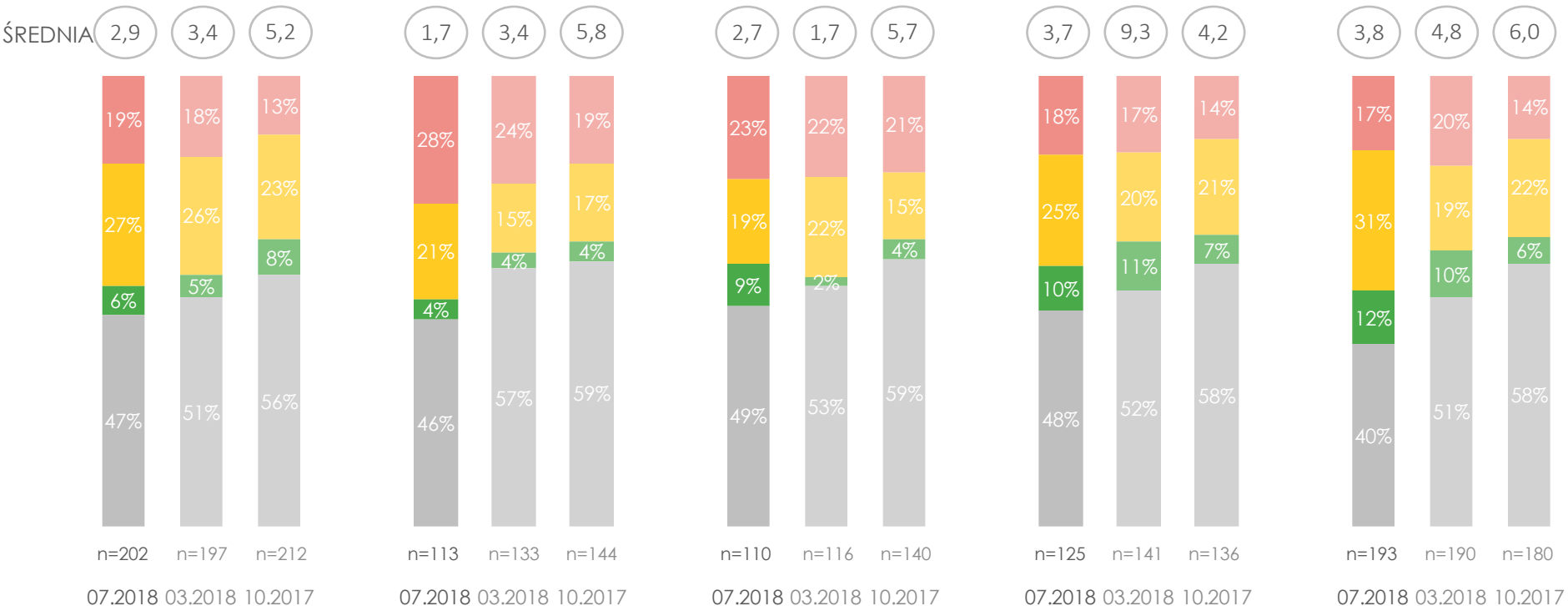


Próba: osoby korzystające z danego serwisu w ciągu ostatnich 12 m-cy; w średnich pominięto odpowiedzi „trudno powiedzieć”

■ 0 ■ 1-5 zgłoszeń ■ pow. 5 zgłoszeń ■ trudno powiedzieć



P5. Ilu klientów kontaktuje się Panem/Panią z poniższych serwisów w ciągu tygodnia w sprawie ogłoszeń wynajmu nieruchomości?

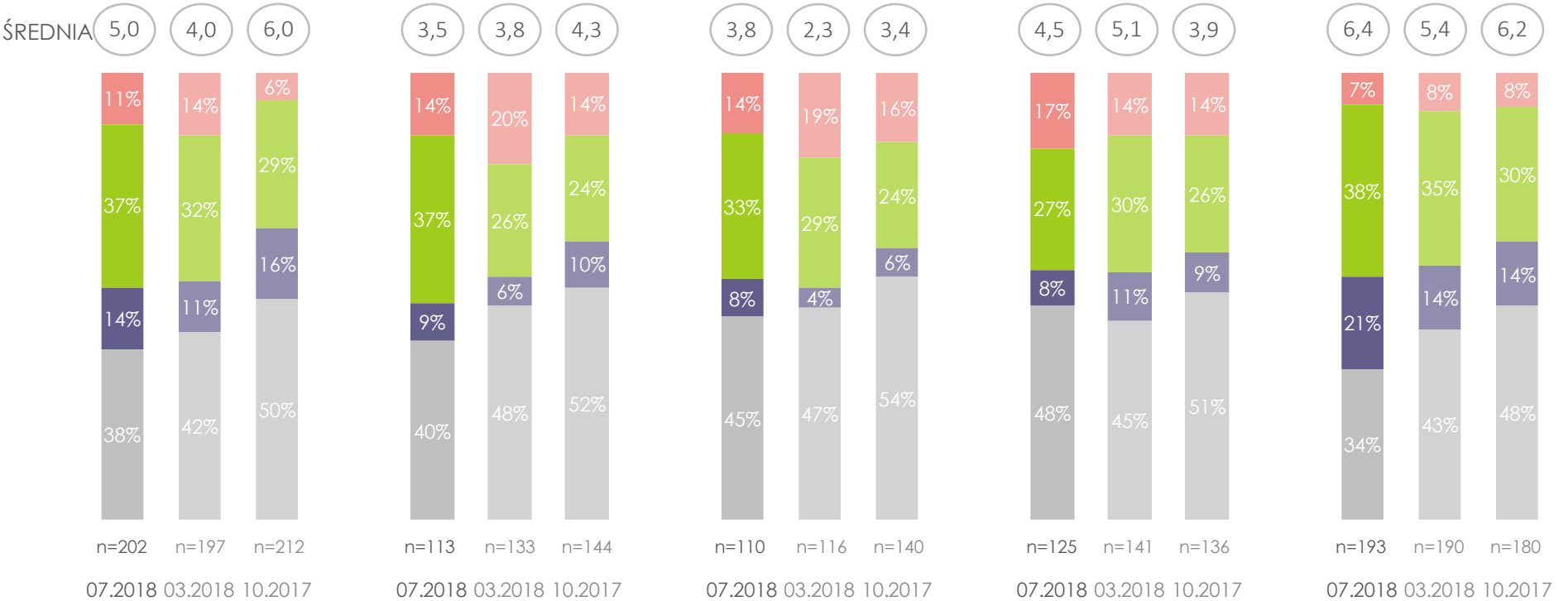


Próba: osoby korzystające z danego serwisu w ciągu ostatnich 12 m-cy; w średnich pominięto odpowiedzi „trudno powiedzieć”

■ 0 ■ 1-5 zgłoszeń ■ pow. 5 zgłoszeń ■ trudno powiedzieć



P6. Ilu klientów kontaktuje się Panem/Panią z poniższych serwisów w ciągu tygodnia w sprawie ogłoszeń sprzedaży nieruchomości?



Próba: osoby korzystające z danego serwisu w ciągu ostatnich 12 m-cy; w średnich pominięto odpowiedzi „trudno powiedzieć”

■ 0 ■ 1-5 zgłoszeń ■ pow. 5 zgłoszeń ■ trudno powiedzieć

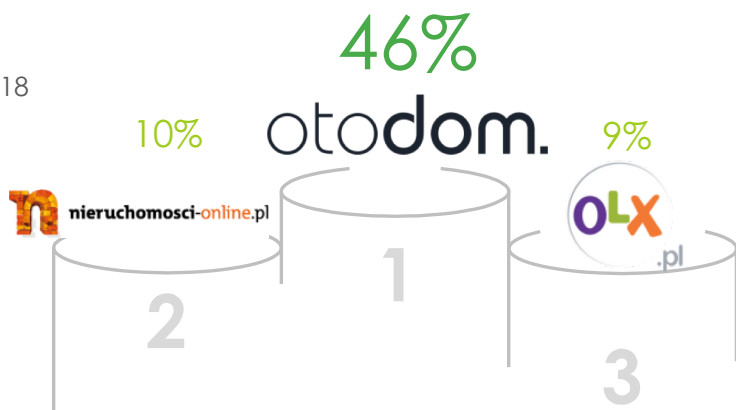


P7. Z którego serwisu przychodzi najwięcej zapytań kończących się **sprzedażą nieruchomości**?

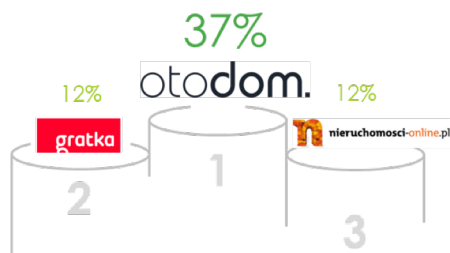


11% odpowiedzi „nie wiem, trudno powiedzieć”

07.2018



03.2018



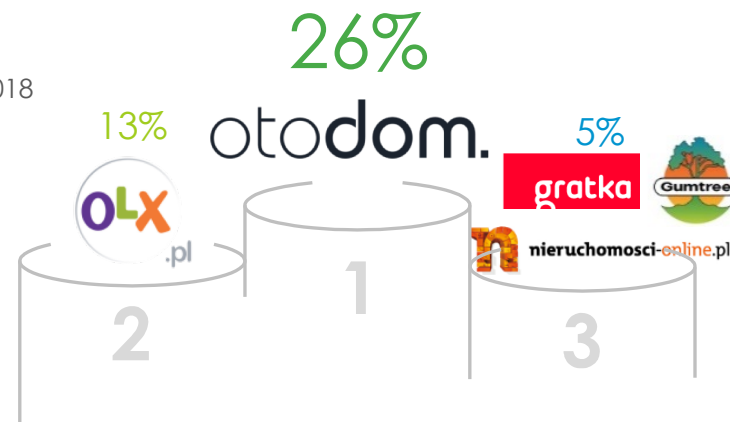
Próba: wszyscy badani, którzy znają więcej niż 1 serwis (n=297)

P8. A z którego serwisu przychodzi najwięcej zapytań kończących się **podpisaniem umowy najmu**?

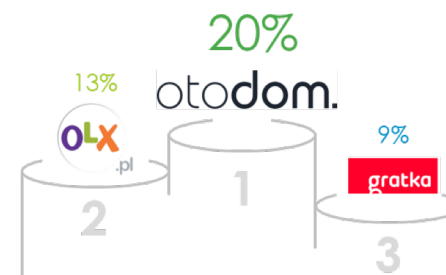


37% odpowiedzi „nie wiem, trudno powiedzieć”

07.2018



03.2018



Próba: wszyscy badani, którzy znają więcej niż 1 serwis (n=297)



OCENA SERWISÓW

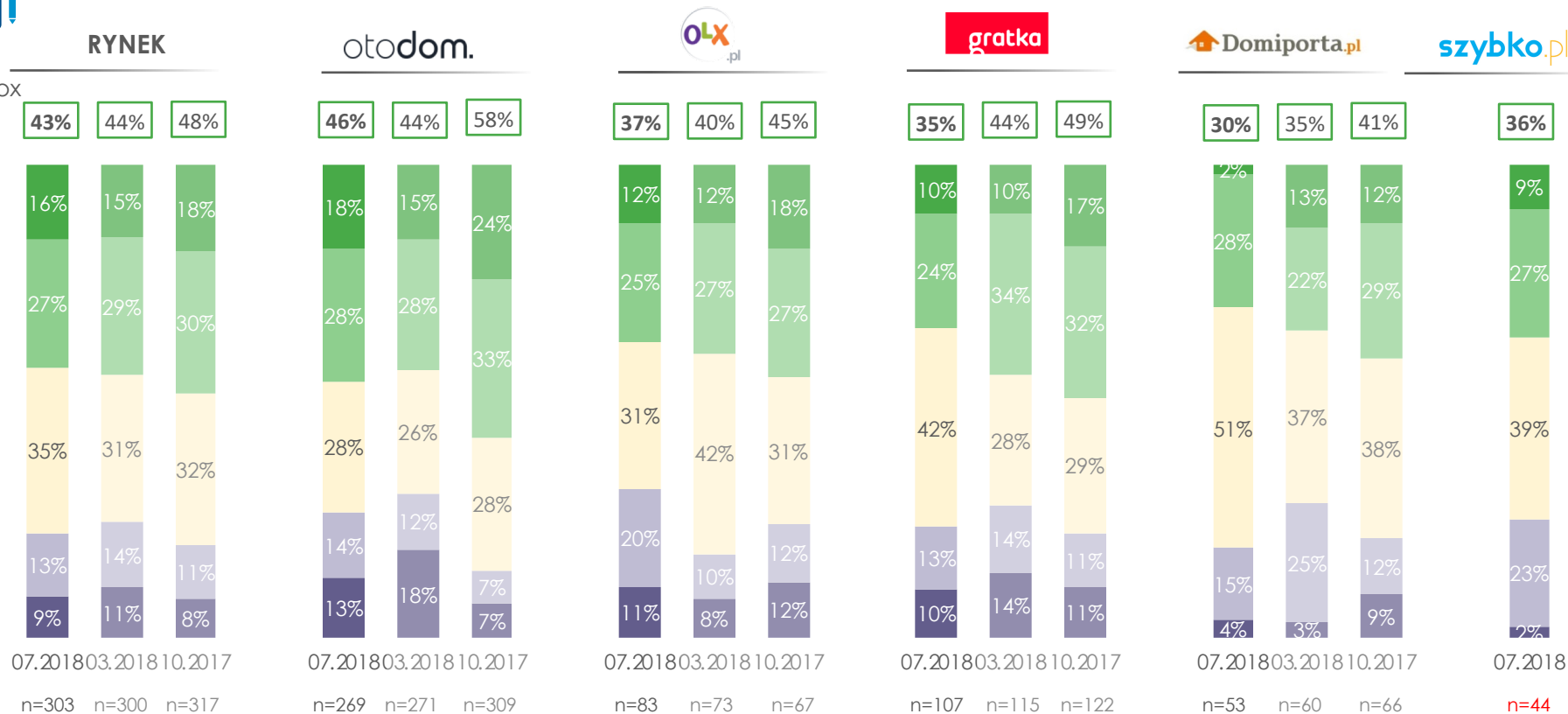


P9. W jakim stopniu jest Pan(i) zadowolony(a) z serwisu pod względem: **dopasowania oferty do potrzeb biura**



- zdecydowanie zadowolony(a)
- raczej zadowolony(a)
- ani zadowolony(a) ani niezadowolony(a)
- raczej niezadowolony(a)
- zdecydowanie niezadowolony(a)

Top2box



Próba: osoby najczęściej wykorzystujące dany serwis

Uwaga! Niska liczebność, dane mają charakter jakościowy.

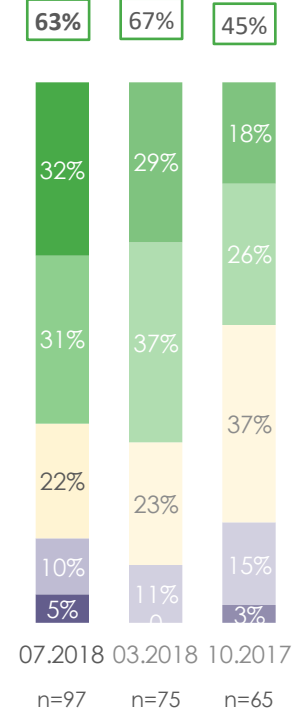
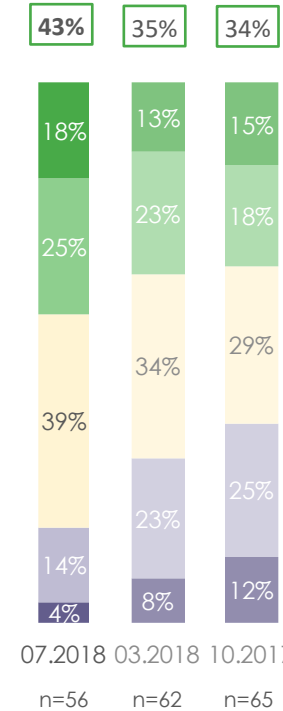
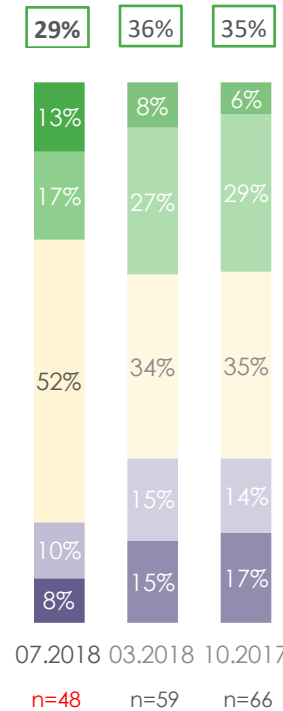
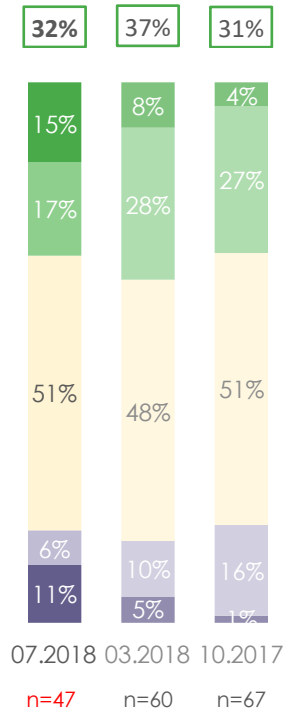
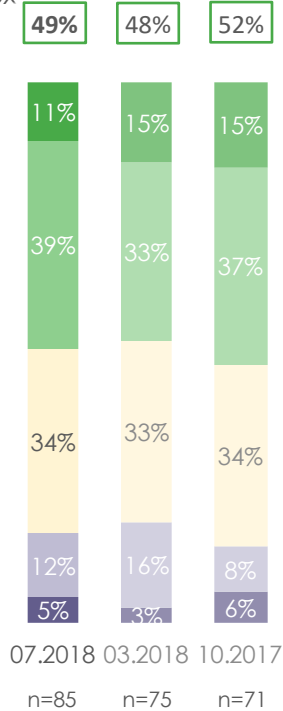


P9. W jakim stopniu jest Pan(i) zadowolony(a) z serwisu pod względem: **dopasowania oferty do potrzeb biura**

- zdecydowanie zadowolony(a)
- raczej zadowolony(a)
- ani zadowolony(a) ani niezadowolony(a)
- raczej niezadowolony(a)
- zdecydowanie niezadowolony(a)



Top2box



Próba: osoby najczęściej wykorzystujące dany serwis

Uwaga! Niska liczebność, dane mają charakter jakościowy.



P9. W jakim stopniu jest Pan(i) zadowolony(a) z serwisu pod względem: **kosztów**

- zdecydowanie zadowolony(a)
- raczej zadowolony(a)
- ani zadowolony(a) ani niezadowolony(a)
- raczej niezadowolony(a)
- zdecydowanie niezadowolony(a)



RYNEK

otodom.

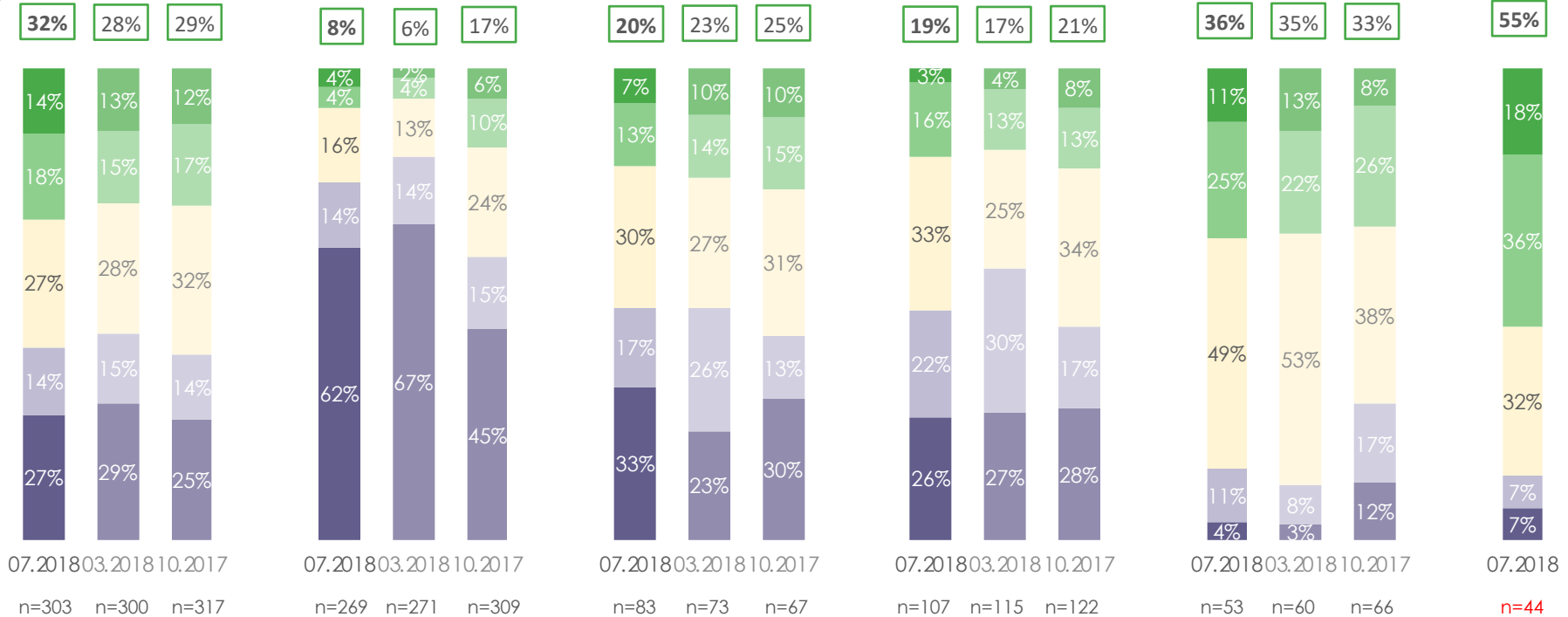


gratka

Domiporta.pl

szybko.pl

Top2box



Próba: osoby najczęściej wykorzystujące dany serwis

Uwaga! Niska liczebność, dane mają charakter jakościowy.

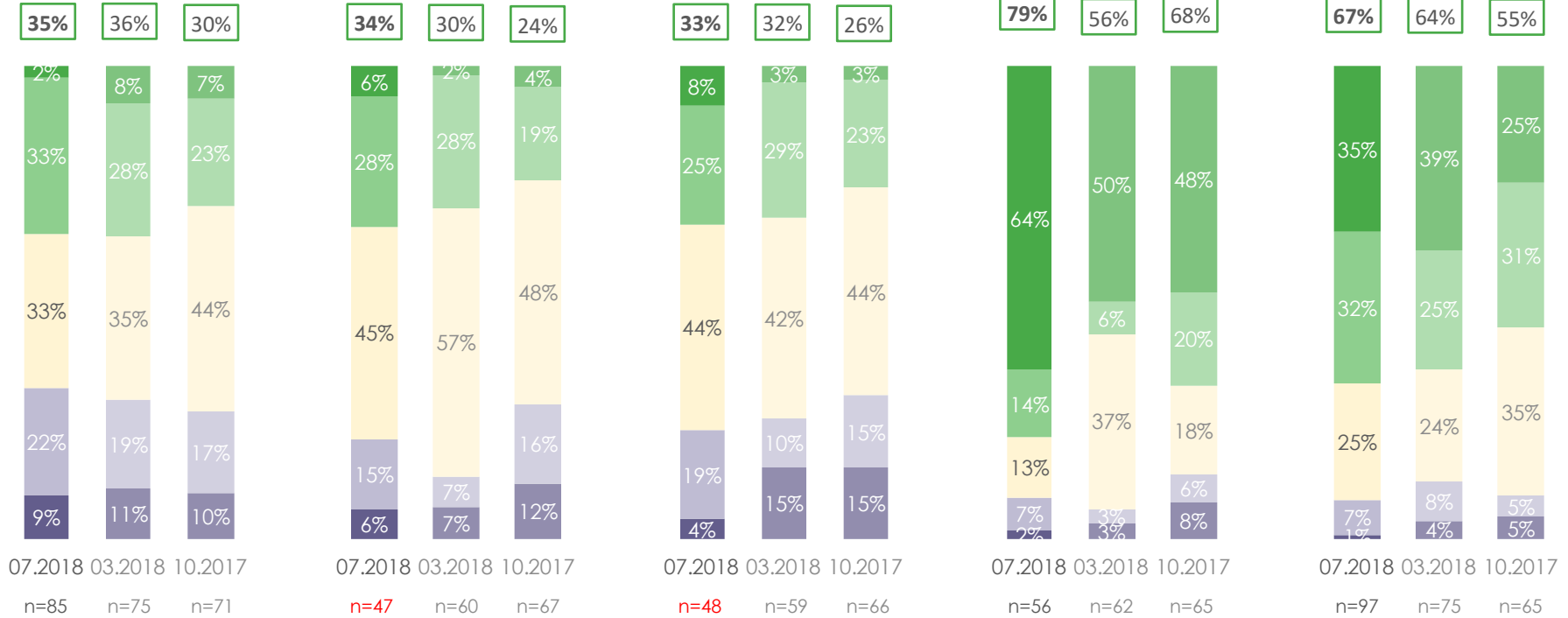


P9. W jakim stopniu jest Pan(i) zadowolony(a) z serwisu pod względem: **kosztów**

- zdecydowanie zadowolony(a)
- raczej zadowolony(a)
- ani zadowolony(a) ani niezadowolony(a)
- raczej niezadowolony(a)
- zdecydowanie niezadowolony(a)



Top2box



Próba: osoby najczęściej wykorzystujące dany serwis

Uwaga! Niska liczebność, dane mają charakter jakościowy.

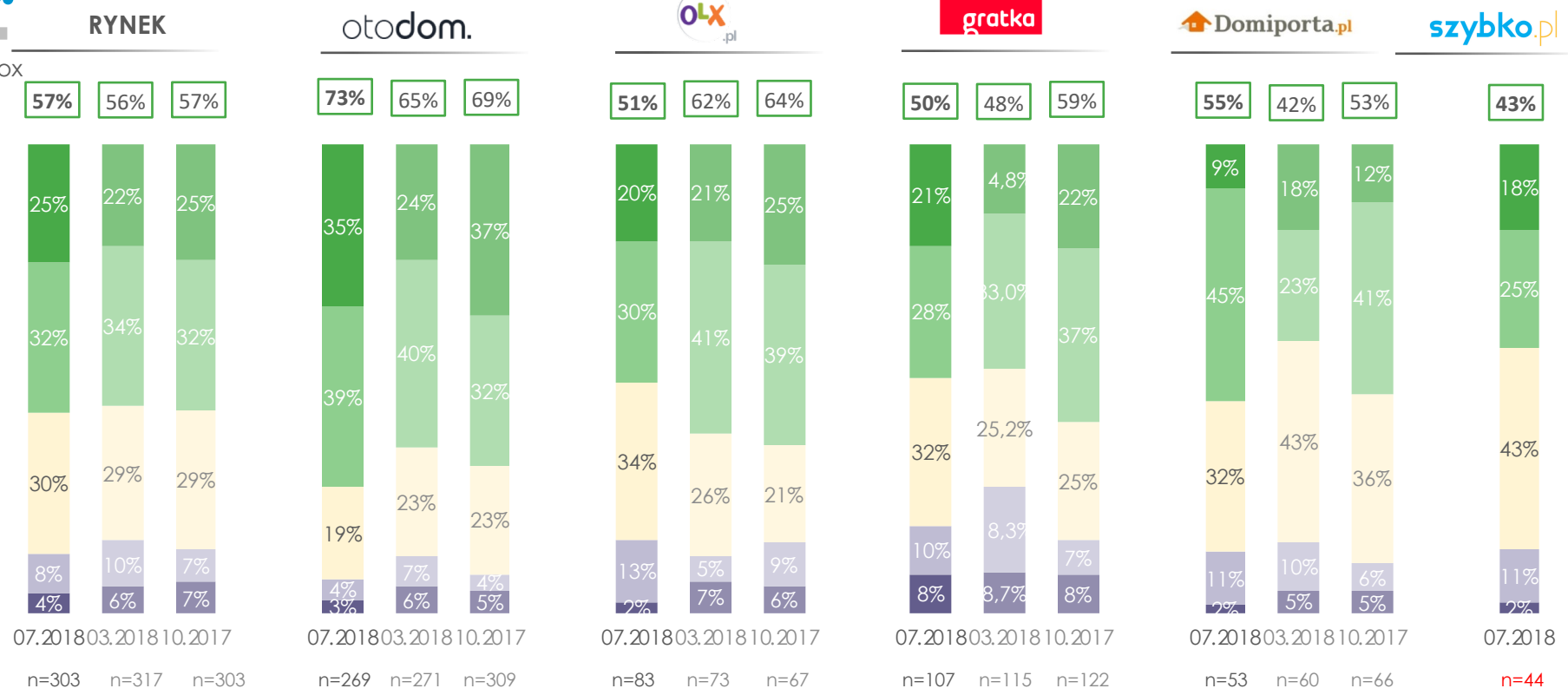


P9. W jakim stopniu jest Pan(i) zadowolony(a) z serwisu pod względem: **wygody korzystania z konta użytkownika**

- zdecydowanie zadowolony(a)
- raczej zadowolony(a)
- ani zadowolony(a) ani niezadowolony(a)
- raczej niezadowolony(a)
- zdecydowanie niezadowolony(a)



Top2box



Próba: osoby najczęściej wykorzystujące dany serwis

Uwaga! Niska liczebność, dane mają charakter jakościowy.

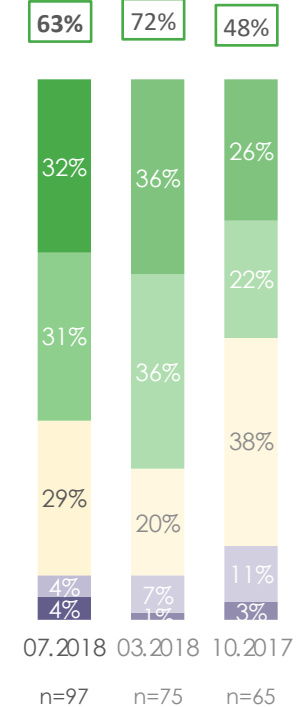
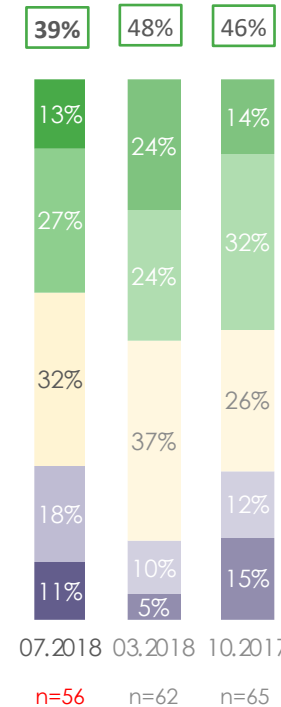
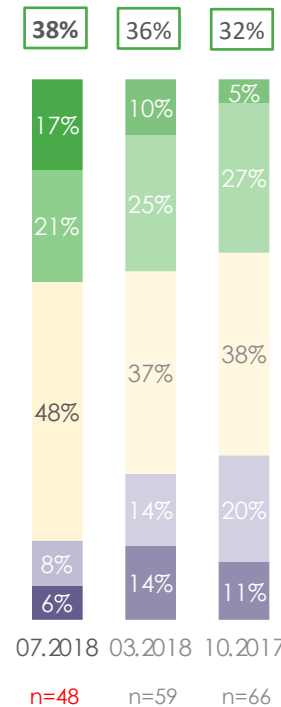
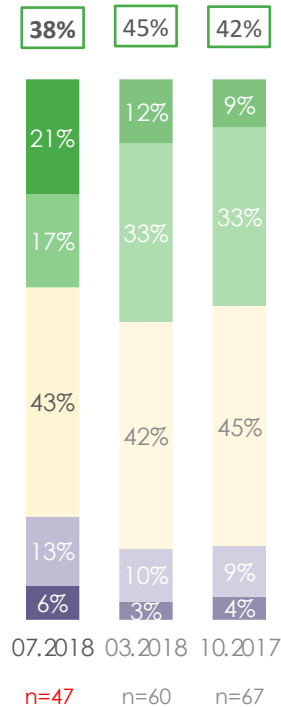
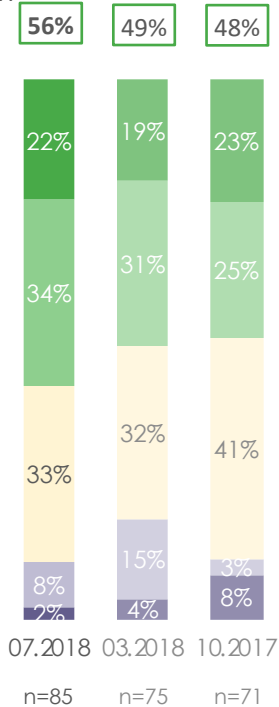


P9. W jakim stopniu jest Pan(i) zadowolony(a) z serwisu pod względem: **wygody korzystania z konta użytkownika**

- zdecydowanie zadowolony(a)
- raczej zadowolony(a)
- ani zadowolony(a) ani niezadowolony(a)
- raczej niezadowolony(a)
- zdecydowanie niezadowolony(a)



Top2box



Próba: osoby najczęściej wykorzystujące dany serwis

Uwaga! Niska liczebność, dane mają charakter jakościowy.



P9. W jakim stopniu jest Pan(i) zadowolony(a) z serwisu pod względem: **liczby zapytań od klientów**

- zdecydowanie zadowolony(a)
- raczej zadowolony(a)
- ani zadowolony(a) ani niezadowolony(a)
- raczej niezadowolony(a)
- zdecydowanie niezadowolony(a)



RYNEK

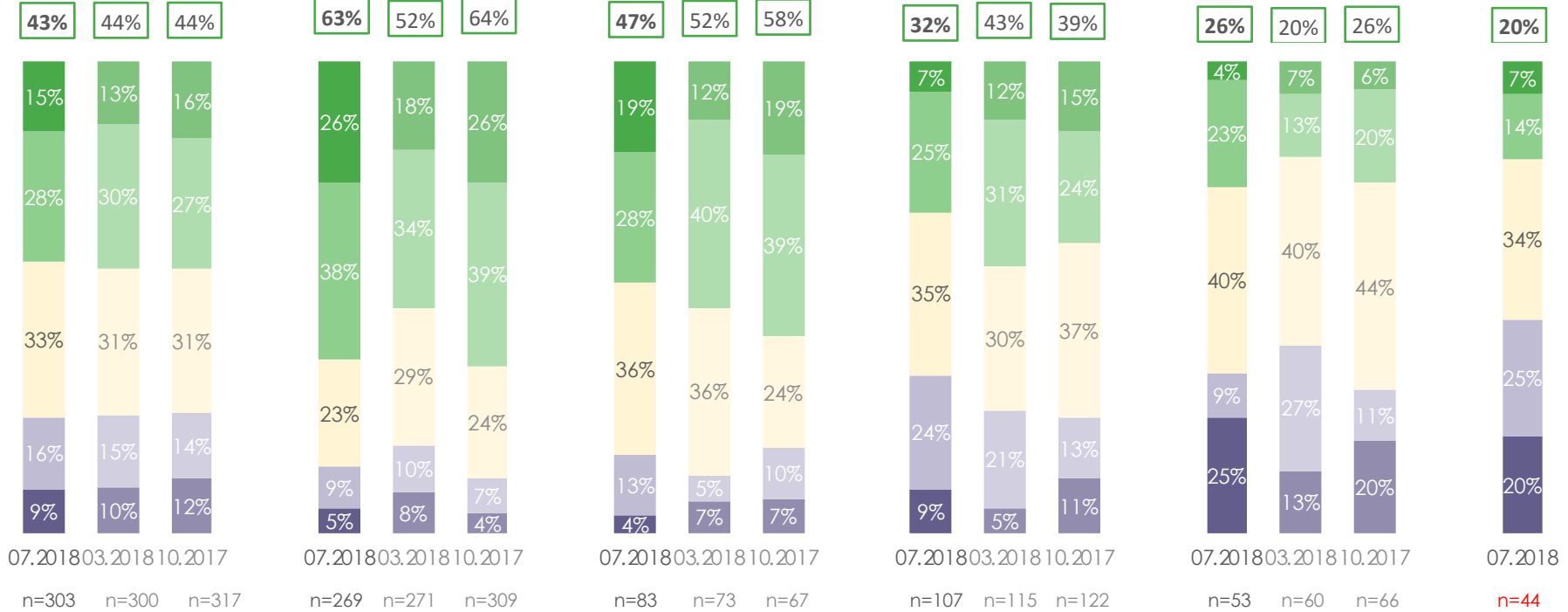
otodom.



Domiporta.pl

szybko.pl

Top2box



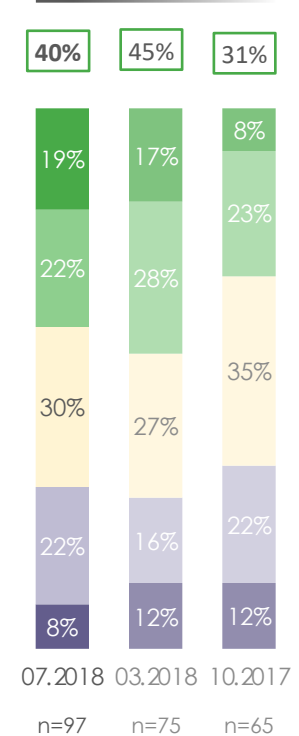
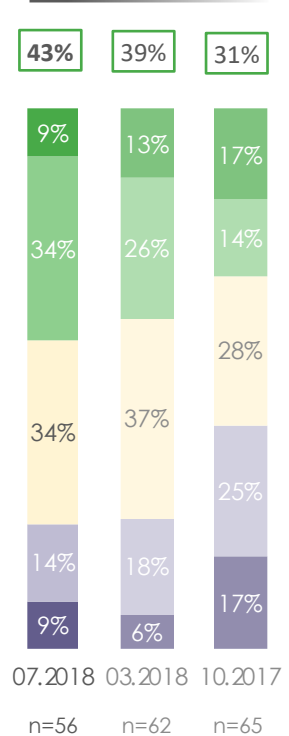
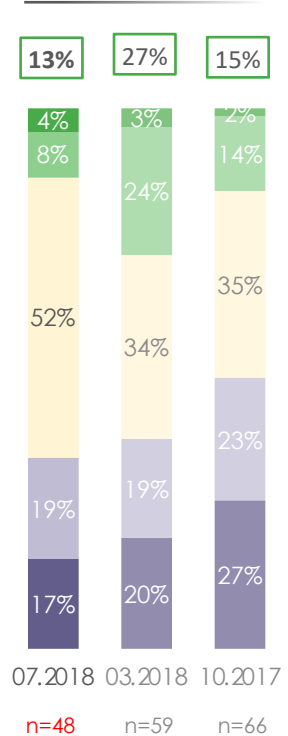
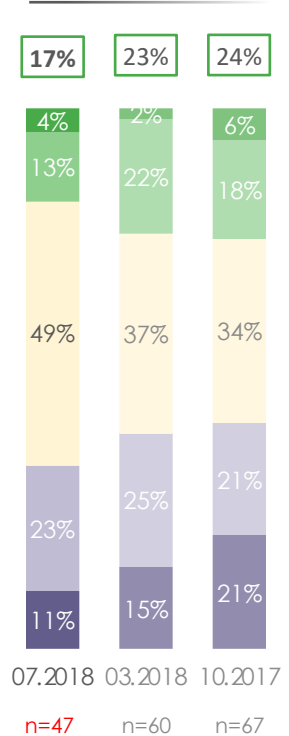
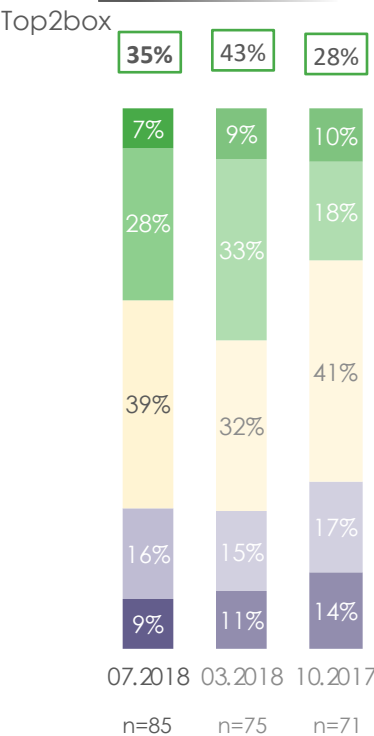
Próba: osoby najczęściej wykorzystujące dany serwis

Uwaga! Niska liczebność, dane mają charakter jakościowy.



P9. W jakim stopniu jest Pan(i) zadowolony(a) z serwisu pod względem: **liczby zapytań od klientów**

- zdecydowanie zadowolony(a)
- raczej zadowolony(a)
- ani zadowolony(a) ani niezadowolony(a)
- raczej niezadowolony(a)
- zdecydowanie niezadowolony(a)



Próba: osoby najczęściej wykorzystujące dany serwis

Uwaga! Niska liczebność, dane mają charakter jakościowy.

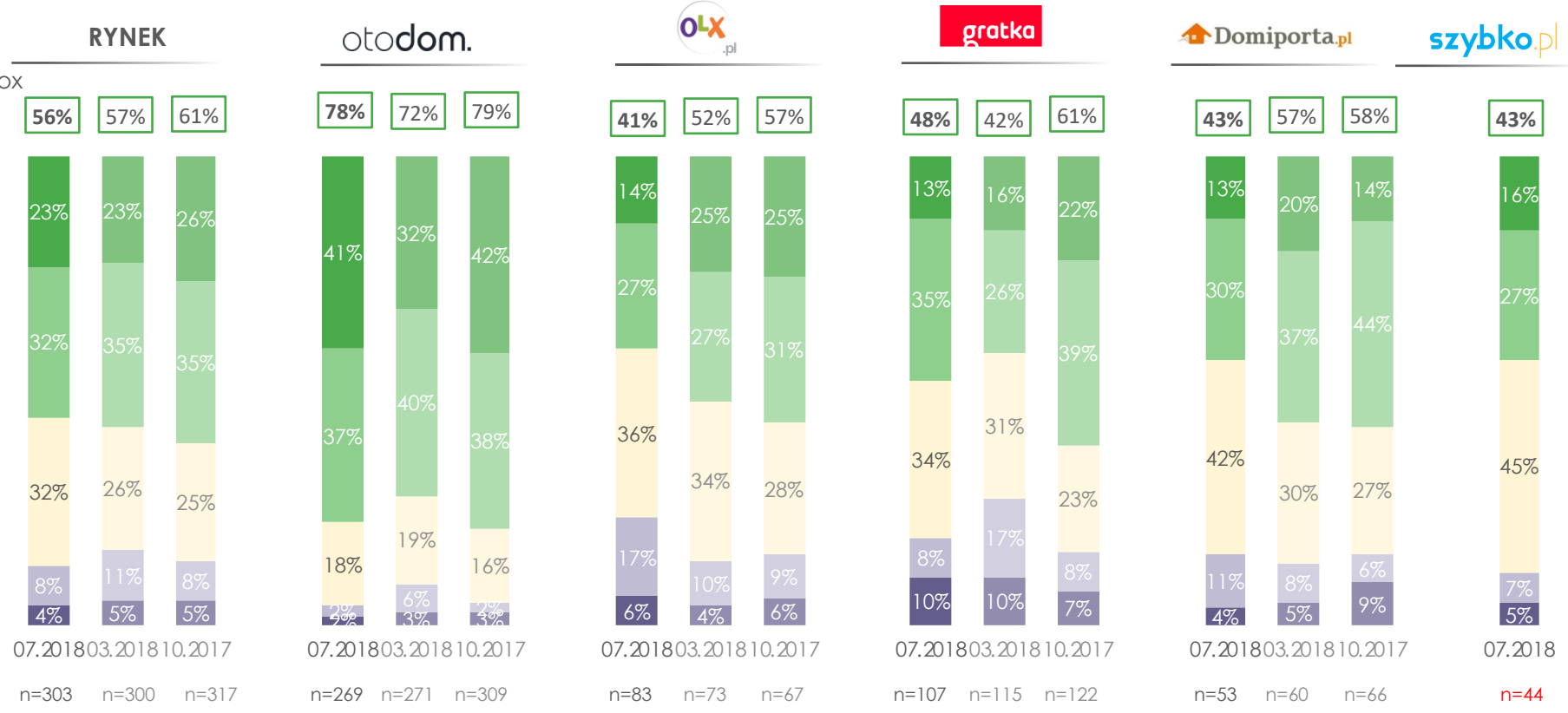


P9. W jakim stopniu jest Pan(i) zadowolony(a) z serwisu pod względem: **wyglądu, estetyki**

- zdecydowanie zadowolony(a)
- raczej zadowolony(a)
- ani zadowolony(a) ani niezadowolony(a)
- raczej niezadowolony(a)
- zdecydowanie niezadowolony(a)



Top2box



Próba: osoby najczęściej wykorzystujące dany serwis

Uwaga! Niska liczebność, dane mają charakter jakościowy.

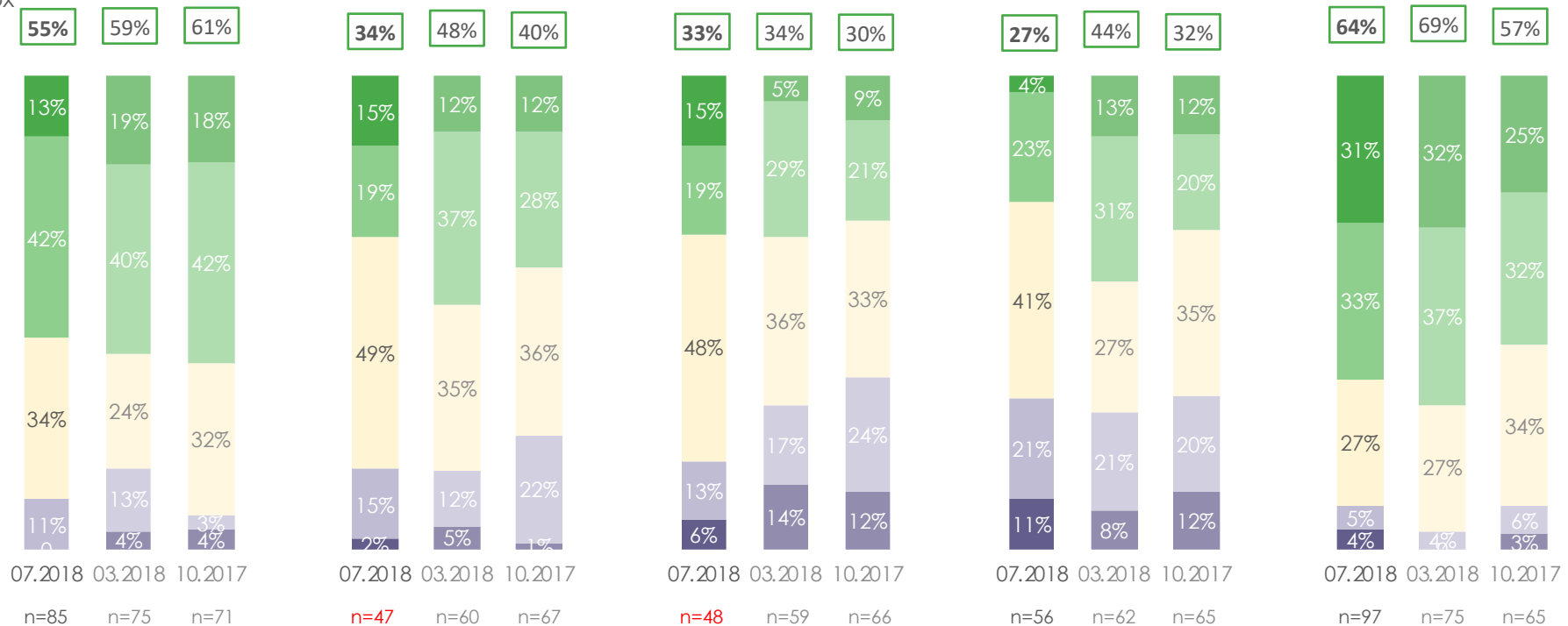


P9. W jakim stopniu jest Pan(i) zadowolony(a) z serwisu pod względem: **wyglądu, estetyki**

- zdecydowanie zadowolony(a)
- raczej zadowolony(a)
- ani zadowolony(a) ani niezadowolony(a)
- raczej niezadowolony(a)
- zdecydowanie niezadowolony(a)



Top2box



Próba: osoby najczęściej wykorzystujące dany serwis

Uwaga! Niska liczebność, dane mają charakter jakościowy.

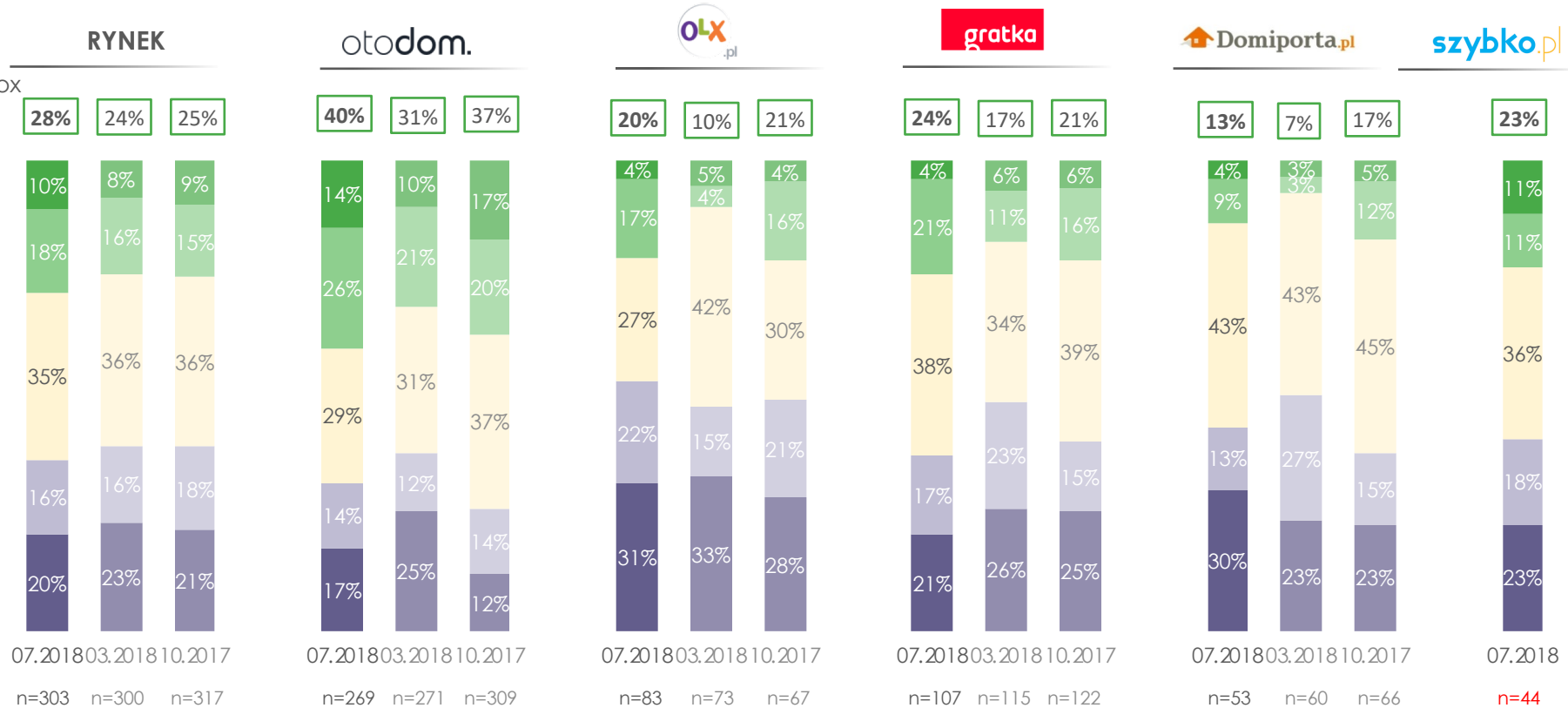


P9. W jakim stopniu jest Pan(i) zadowolony(a) z serwisu pod względem: **działań wspierających rozwój Pani/Pana biznesu**

- zdecydowanie zadowolony(a)
- raczej zadowolony(a)
- ani zadowolony(a) ani niezadowolony(a)
- raczej niezadowolony(a)
- zdecydowanie niezadowolony(a)



Top2box



Próba: osoby najczęściej wykorzystujące dany serwis

Uwaga! Niska liczebność, dane mają charakter jakościowy.

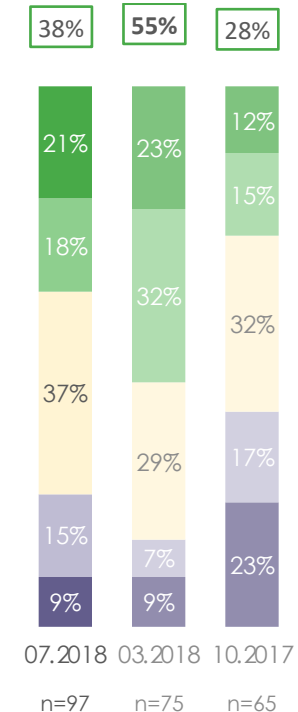
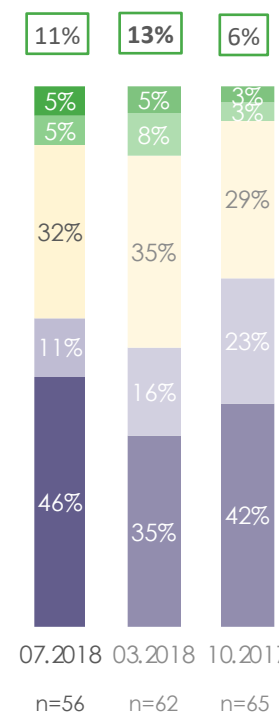
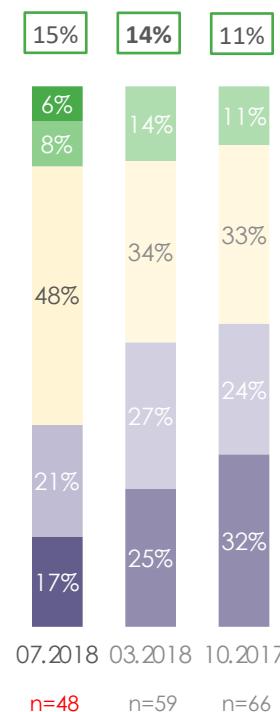
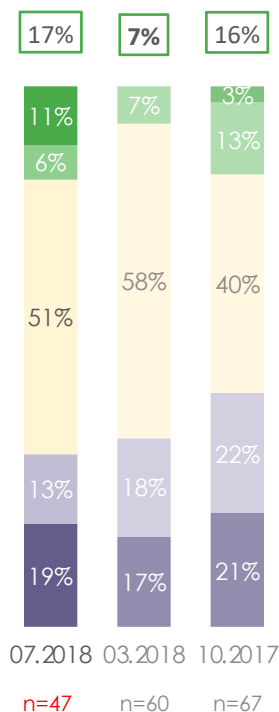
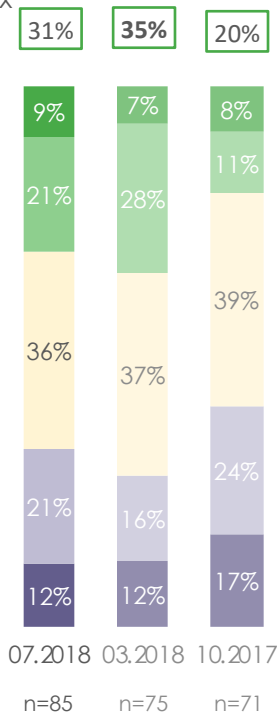


P9. W jakim stopniu jest Pan(i) zadowolony(a) z serwisu pod względem: **działań wspierających rozwój Pani/Pana biznesu**

- zdecydowanie zadowolony(a)
- raczej zadowolony(a)
- ani zadowolony(a) ani niezadowolony(a)
- raczej niezadowolony(a)
- zdecydowanie niezadowolony(a)



Top2box



Próba: osoby najczęściej wykorzystujące dany serwis

Uwaga! Niska liczebność, dane mają charakter jakościowy.



P9. W jakim stopniu jest Pan(i) zadowolony(a) z serwisu pod względem: **obsługi klienta**

- zdecydowanie zadowolony(a)
- raczej zadowolony(a)
- ani zadowolony(a) ani niezadowolony(a)
- raczej niezadowolony(a)
- zdecydowanie niezadowolony(a)



RYNEK

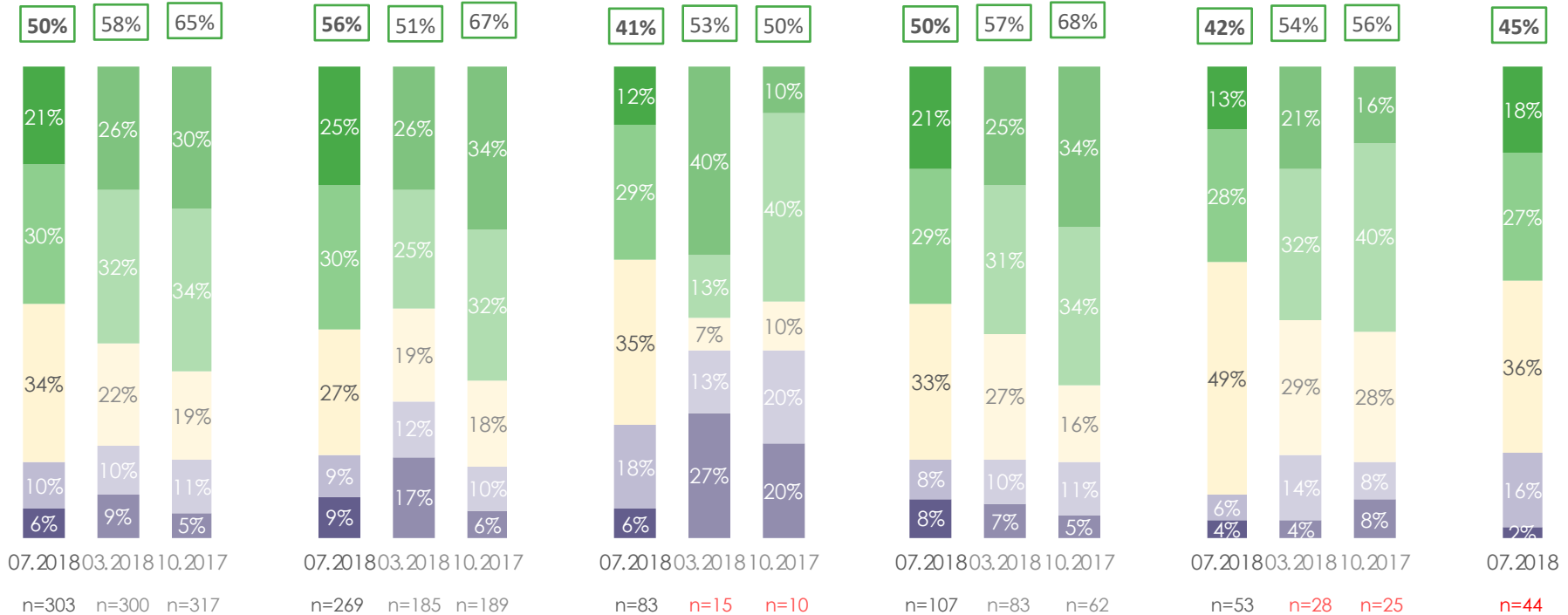
otodom.



Domiporta.pl

szybko.pl

Top2box



Próba: osoby, które kontaktowały się z biurem obsługi klienta danego serwisu

Uwaga! Niska liczebność, dane mają charakter jakościowy.

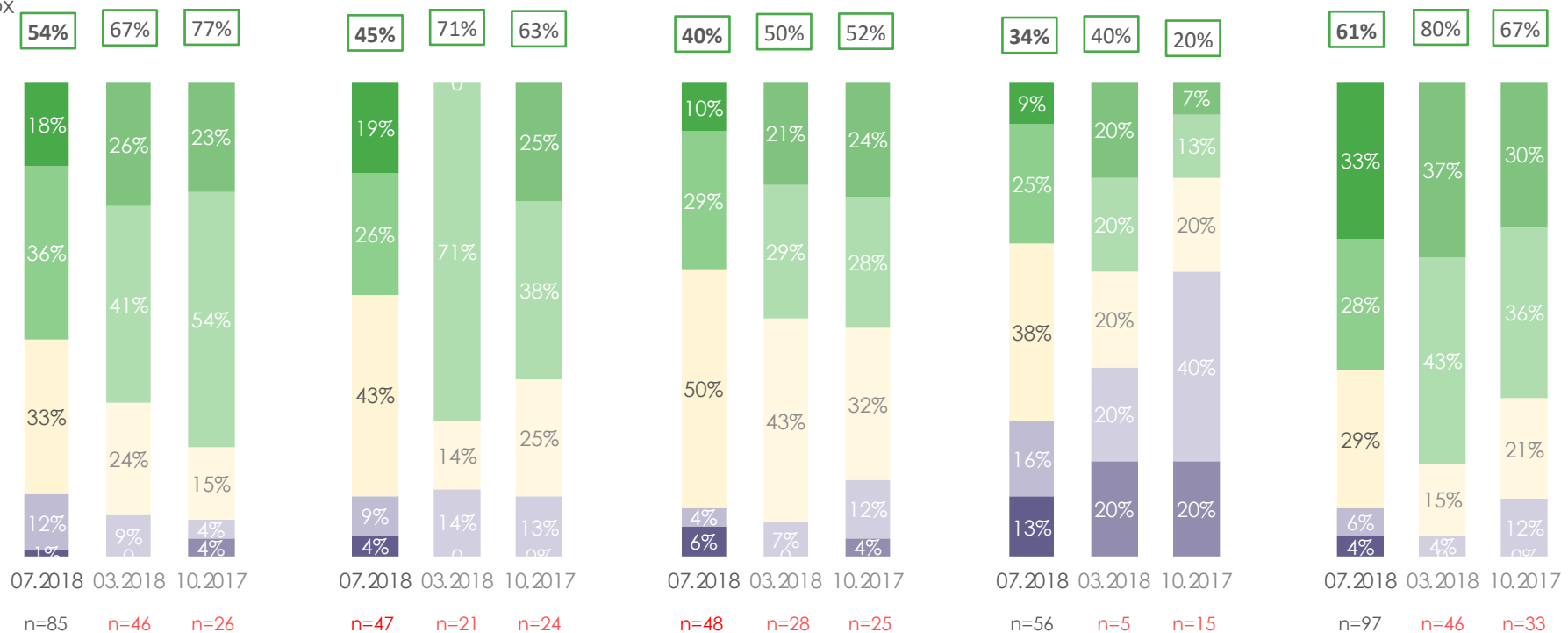


P9. W jakim stopniu jest Pan(i) zadowolony(a) z serwisu pod względem: **obsługi klienta**

- zdecydowanie zadowolony(a)
- raczej zadowolony(a)
- ani zadowolony(a) ani niezadowolony(a)
- raczej niezadowolony(a)
- zdecydowanie niezadowolony(a)



Top2box



Próba: osoby, które kontaktowały się z biurem obsługi klienta danego serwisu

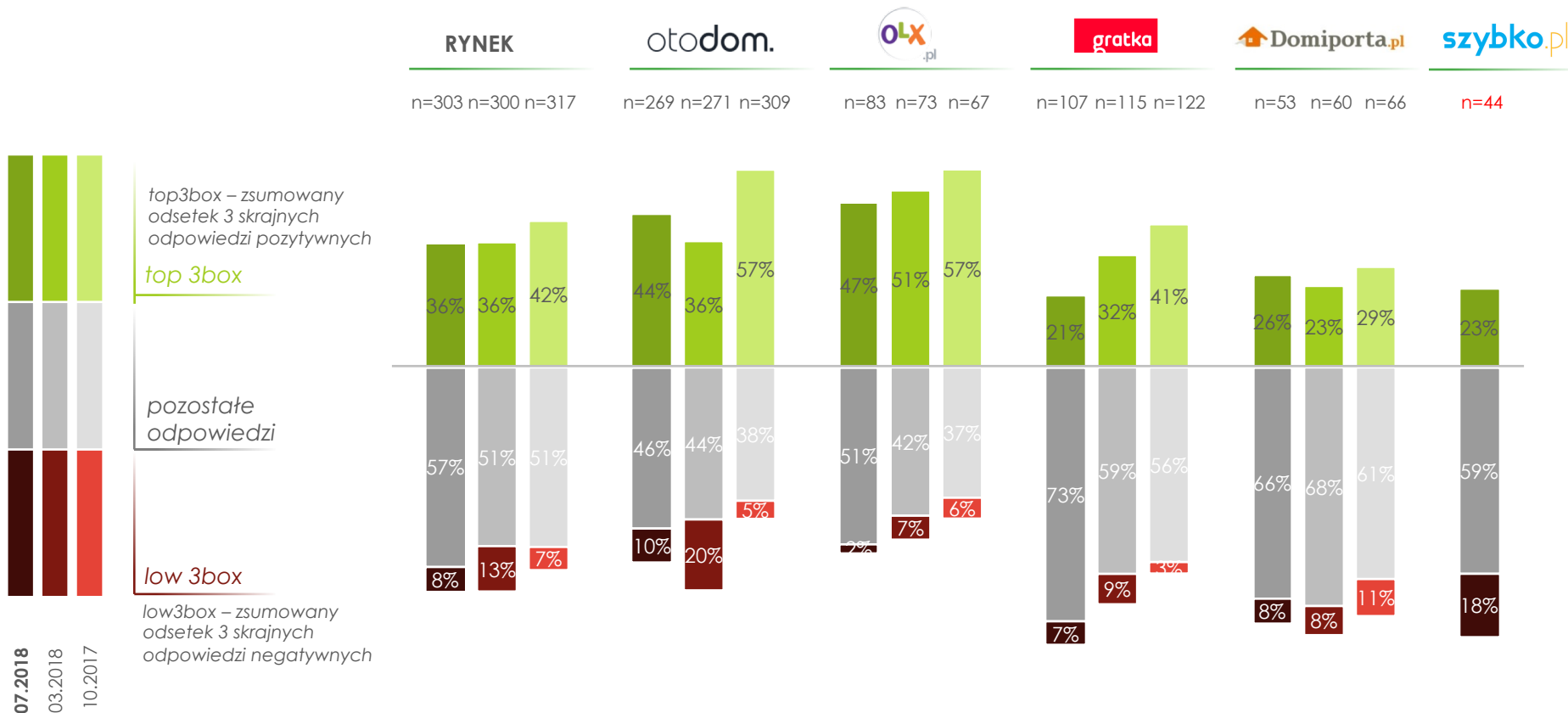
Uwaga! Niska liczebność, dane mają charakter jakościowy.



SATYSFAKCJA I LOJALNOŚĆ



P3. Na ile jest Pan(i) zadowolony(a) z usług serwisu? Proszę o ocenę na skali od 0 do 10, gdzie 0 oznacza ocenę najniższą, a 10 ocenę najwyższą.



Próba: osoby najczęściej wykorzystujące dany serwis

Uwaga! Niska liczebność, dane mają charakter jakościowy.



P3. Na ile jest Pan(i) zadowolony(a) z usług serwisu? Proszę o ocenę na skali od 0 do 10, gdzie 0 oznacza ocenę najniższą, a 10 ocenę najwyższą.



n=85 n=75 n=71



n=47 n=60 n=67



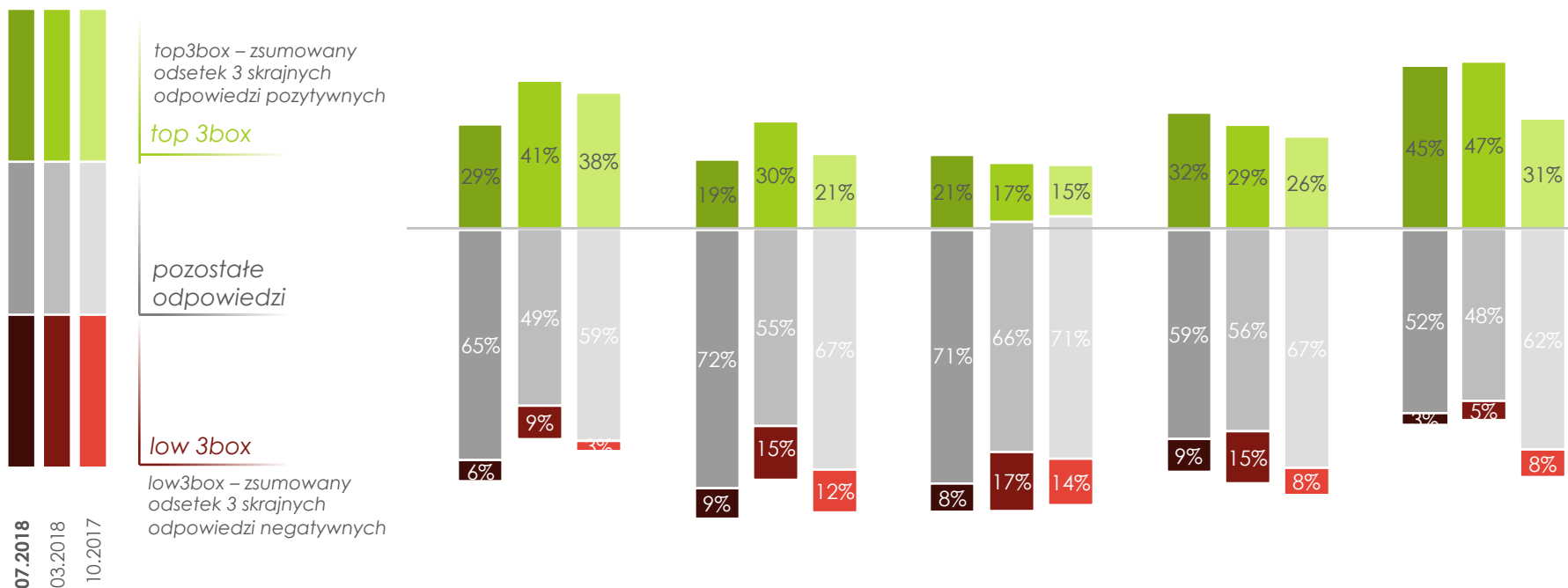
n=48 n=59 n=66



n=56 n=62 n=66



n=97 n=75 n=65



Próba: osoby najczęściej wykorzystujące dany serwis

Uwaga! Niska liczebność, dane mają charakter jakościowy.

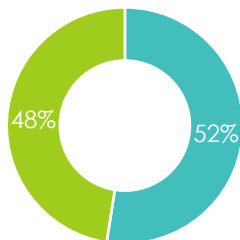


METRYCZKA



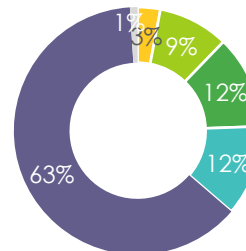
płeć

- kobieta
- mężczyzna



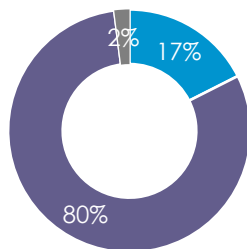
staż na rynku nieruchomości

- do roku
- 1-2 lata
- 3-4 lata
- 5-6 lat
- powyżej 6 lat
- odmowa



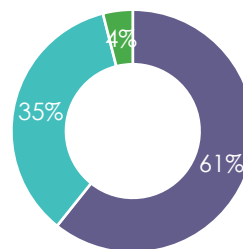
wykształcenie

- średnie
- wyższe
- zawodowe
- odmowa



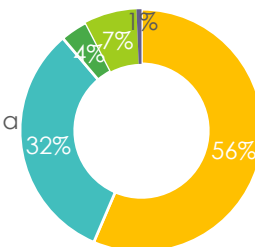
wielkość miejscowości

- miasto pow. 200 tys.
- miasto do 200 tys.
- wieś



stanowisko w firmie

- właściciel
- agent
- osoba odpowiedzialna za marketing
- inne
- odmowa



Próba: wszyscy badani n=303



Dziękujemy za uwagę

W celu uzyskania szczegółowych informacji – skontaktuj się z nami. Z chęcią odpowiemy na pytania również podczas spotkania.



**81-812 Sopot
ul. Junaków 2**
Tel.: (48-58) 550 60 70
Fax: (48-58) 550 66 70
kontakt@pbs.pl
www.pbs.pl

otodom.

Kontakt dla klientów:
partner@otodom.pl

Kontakt dla mediów:
Agata Polińska
Head of Marketing
agata.polinska@otodom.pl
Tel. +48 517 298 924