

Teraźniejszość i przyszłość SmartHome w Polsce

Smartfony stają się komponentem wyższych kategorii SmartHome, jako interfejs pozwalający na zdalne komunikowanie się z urządzeniami i zarządzanie nimi na odległość. Jednocześnie następuje zmiana w zakresie komunikowania się z urządzeniami AGD, ogrzewania, oświetlenia, z manualno-smartfonowego na głosowy. Świadomość klientów w obszarze najnowszych technologii (Asystent Googla, Alexa, AI, VR) jest nadal bardzo słaba.

24 czerwca 2019 r.

Magdalena Sosna
Marketing & Communications
Manager
+48 502 190 293
magdalena.sosna@gfk.com

42 procent ludzi jest niezainteresowanych SmartHome

Rozwiązania SmartHome potrzebują silnego wsparcia komunikacyjnego i edukacji klientów – aż 42 proc. osób zapytanych o używanie bądź zainteresowanie konkretnymi produktami z tego obszaru deklaruje brak zainteresowania. *Warto jednak zauważyć, że pytając o korzyści wynikające z użytkowania konkretnych technologii SmartHome (bez odnoszenia się do konkretnych produktów) wskaźnik niezainteresowanych spada do 26 proc. co pokazuje, że klienci rozumieją lepiej język korzyści, niż język technologii – komentuje Marcelin Matusiak Strategic Insight Manager w dziale Sales Effectiveness & Consumer Insights GfK.*

SmartHome ma przyszłość podobną do smartfonów

Według GfK przyszłość szeroko pojętej kategorii SmartHome jest równie świetlana jak kariery smartphone, który zrewolucjonizował nasze codzienne zwyczaje, wzajemne interakcje, sposób podejmowania decyzji zakupowych, oraz kontakt z reklamą i mediami. Udziały wartościowe kategorii smart na rynku chińskim stanowią już 34%. Głównym czynnikiem wzrostu jest chęć posiadania prestiżowych produktów, co akurat na rynkach azjatyckich, które bez wątpienia kształtują globalne trendy jest niezwykle istotne – komentuje Agnieszka Sora, Managing Director w GfK.

GfK Polonia Sp. z o.o.
ul. Ludna 2
Warszawa, 00-406
Polska

T: +48 22 43 41 000
F: +48 22 43 41 010

Zarząd:
Agnieszka Sora

Sąd Rejonowy
dla M. St. Warszawy
XII Wydział Gospodarczy
Krajowego Rejestru Sądowego
KRS 0000163116
NIP: 527-020-35-72
Kapitał zakładowy:
1 500 000 PLN

Korzyści urządzeń SmartHome

Wśród licznych korzyści, których źródłem są rozwiązania SmartHome, respondenci dostrzegają głównie oszczędność czasu (33 proc.), poprawę komfortu/standardu życia/mieszkania (23 proc.), umożliwienie odpoczynku (20

proc.), oszczędność pieniędzy (20 proc.), oszczędność energii i postawy ekologiczne (18 proc.). Wśród kolejnych wymienianych korzyści respondenci wskazują na dostarczanie rozrywki (16 proc.), uproszczenie i zmniejszenie liczby codziennych, domowych obowiązków np. sprzątania, prania, etc. (16 proc.), możliwość bycia nowoczesnym, innowacyjnym i postępowym (16 proc.), zapewnienie bezpieczeństwa domu i rodziny (13 proc.), możliwość zdobywania wiedzy (12 proc.) oraz ochronę zdrowia własnego i rodziny (10 proc.). Zatem widać, że nawet wśród respondentów niezainteresowanych (w wielkościach bezwzględnych to niemal 14 mln osób) występuje grupa osób świadomych i jest to grupa konsumentów o ogromnym potencjale biznesowym, stąd głównym problemem i wyzwaniem dla producentów i dystrybutorów tego typu rozwiązań w nadchodzącym czasie będzie pozyskanie tej właśnie grupy potencjalnych klientów.

Technologie z potencjałem dla gospodarstw domowych

Według naszych szacunków i prognoz w perspektywie gospodarstwa domowego aktualnie największy potencjał spośród różnych kategorii urządzeń i technologii SmartHome mają roboty odkurzające, kolejny zakup planuje 300 tys. obecnych użytkowników, a nowi klienci szacowani są na 2,5 mln gospodarstw domowych – podkreśla Marcellin Matusiak z GfK. Kolejnym w rankingu jest programator ogrzewania domu, który aktualnie wykorzystywany jest w 400 tys. gospodarstw, 200 tys. planuje zakup kolejnego, a 1,7 mln gosp. to potencjał do zagospodarowania. Następne urządzenia i technologie wzięte pod uwagę przez analityków GfK to: programator oświetlenia w domu (wykorzystywane w 0,2 mln gosp. dom., 0,1 mln gosp. dom. planuje zakup kolejnego, potencjał - 1,6 mln gosp. dom.), sterowanie urządzeniami w domu za pomocą komend głosowych - uruchamianie i wyłączanie urządzeń AGD, ogrzewania, oświetlenia, etc. za pomocą komend głosowych (odpowiednio 0,2 mln, 0,1 mln, 1,5 mln), system sztucznej inteligencji podpowiadający i rekomendujący zachowania w domu pomagające w oszczędności: czasu, energii, pieniędzy, wody (0,2 mln, 0,1 mln, 1,5 mln), aplikacje umożliwiające zdalne sterowanie przez internet/smartfona urządzeniami w domu np. uruchomienie aplikacją robota odkurzającego, pralki, kamer, etc. (0,3 mln, 0,1 mln, 1,4 mln), sprzęt RTV/ AGD wysyłający do smartfona informację o potrzebie serwisu (0,3 mln, 0,1 mln, 1,1 mln), jeden zintegrowany system zarządzania wszystkimi urządzeniami i funkcjonalnościami całego domu (0,2 mln, 0,1 mln, 1,3 mln), programator wentylacji i/lub klimatyzacji (0,2 mln, 0,1 mln, 1,1 mln), podgląd przez smartfona

zawartości lodówki (0,1 mln, 0,0 mln, 1,0 mln).

Technologie z potencjałem dla konsumentów indywidualnych

W perspektywie indywidualnego konsumenta aktualnie największy potencjał spośród różnych kategorii urządzeń i technologii SmartHome ma pisanie maili i SMS'ów za pomocą komend głosowych wykorzystywane dziś przez 1,8 mln konsumentów, przez kolejne 0,7 mln osób planowany jest kolejny zakup w tym zakresie, a potencjał technologii szacowany jest na następne 2,6 mln osób – zdradza Marcelin Matusiak. Kolejnymi technologiami lub urządzeniami w rankingu są: system sztucznej inteligencji rekomendujący zmianę trasy przejazdu samochodem w celu ominięcia korków (odpowiednio 1,0 mln, 0,6 mln, 3,2 mln), smartwatch (1,5 mln, 0,5 mln, 2,8 mln), przeglądanie stron internetowych za pomocą komend głosowych (1,3 mln, 0,4 mln, 2,5 mln), system sztucznej inteligencji rekomendujący zachowania w czasie jazdy samochodem w celu poprawienia ekonomiki jazdy i oszczędność paliwa (0,7 mln, 0,4 mln, 3,0 mln). Historia pokazuje nam jak rozpowszechnienie się epokowych technologii takich jak Internet, czy smartfony, zmieniło społeczeństwa i świat. Obecnie stoimy u progu kolejnej przełomowej technologii, jaką jest SmartHome napędzany przez AI. Technologie SmartHome wchodzą w nasze życie czasem zupełnie niepostrzeżenie, a czasem uświadamiają nam fundamentalną zmianę w korzystaniu z produktów i usług. Potencjał stojący przed produktami SmartHome jest ogromny i różnoraki w zależności od tego, o jakiej kategorii produktów mówimy. W Polsce nadal mamy do przebycia ogromną drogę, gdyż 42% Polaków nie jest obecnie zainteresowane nowymi technologiami. Jednak potencjał tkwiący w tej części klientów, która zanurza się w technologię jest gigantyczny, a kierunek rozwoju wydaje się nieunikniony – podsumowuje Marcelin Matusiak.

– KONIEC –

Informacje o badaniu

Badanie zostało zrealizowane na ogólnopolskiej reprezentatywnej losowej próbie 2000 respondentów w wieku 15+ pomiędzy lutym a marcem 2019 roku.

GfK

GfK stosuje naukowe podejście w analizie danych. Dzięki innowacyjnym rozwiązaniom badawczym dostarczamy informacje o konsumentach, rynkach,



markach i mediach. Zarówno tych dzisiejszych, jak i przyszłych. Dla naszych klientów jesteśmy sprawdzonym partnerem badawczym i analitycznym. „Growth from Knowledge”.