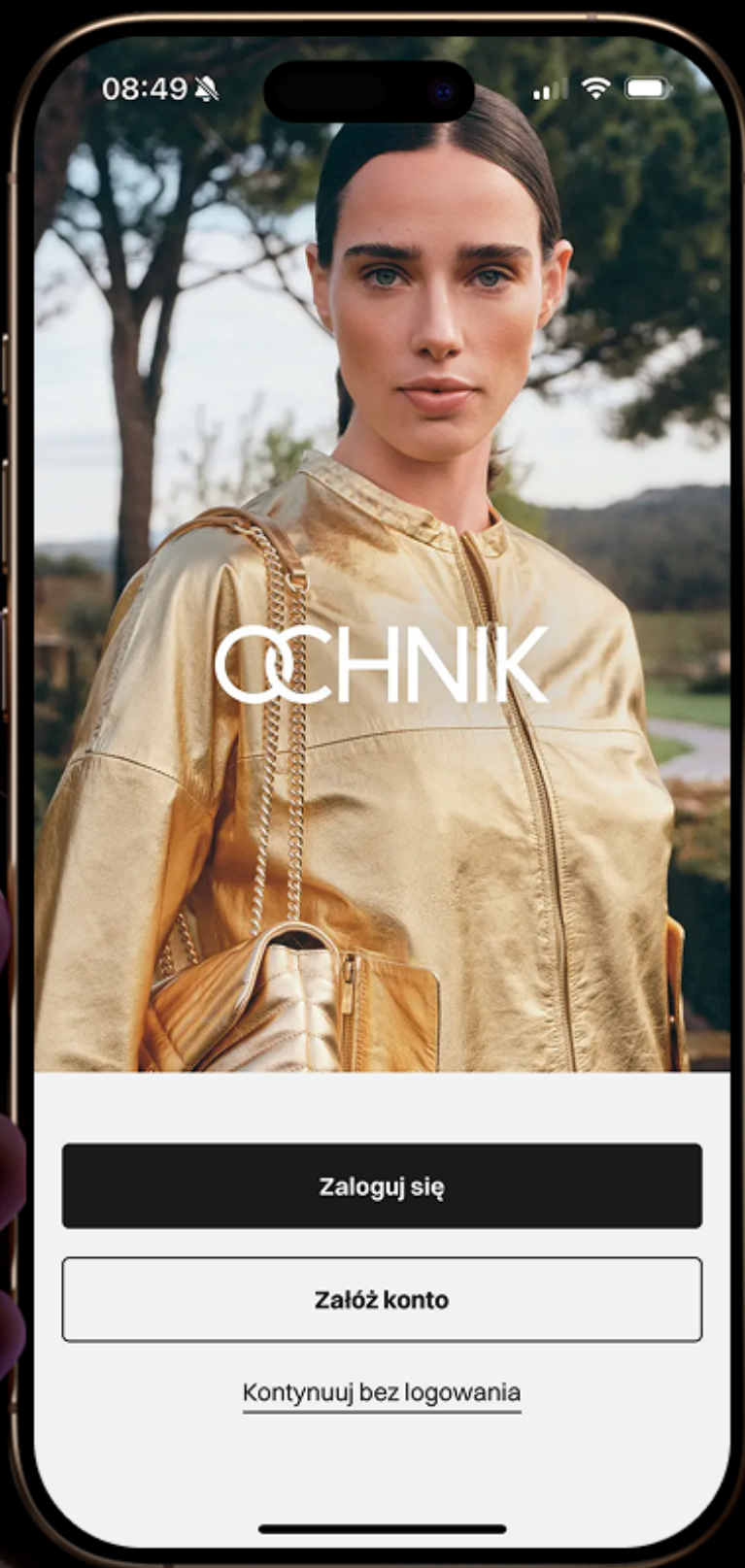


OCHNIK

POWERED BY
TrustMate



CASE STUDY



strona internetowa OCHNIK

Klient



OCHNIK

Marka OCHNIK gości na polskim rynku od przełomowego roku 1989. Jej ponad 30-letnia historia rozpoczęła się od skromnego pragnienia posiadania skórzanej kurtki, które z czasem przerodziło się w wielkie marzenie o rodzinnym przedsiębiorstwie.

Obecnie OCHNIK to jedna z najbardziej rozpoznawalnych polskich marek oferujących galanterię i odzież skórzaną. Najnowsza propozycja marki obejmuje kolekcję tekstylną, w skład której wchodzi nie tylko okrycia wierzchnie, lecz także szeroki asortyment odzieży lekkiej.

W ofercie znajdują się również nowoczesne walizki oraz akcesoria podróżne. Produkty OCHNIK wyróżniają się doskonałą jakością, niepowtarzalnym wzornictwem oraz perfekcyjnym wykończeniem.

Celem działalności OCHNIK jest nie tylko budowanie silnej i rozpoznawalnej polskiej marki, ale także tworzenie kultury organizacyjnej opartej na wzajemnym szacunku, uczciwości i zaufaniu. Markę cechuje troska o otoczenie oraz gotowość do wspierania tych, którzy potrzebują pomocy.

Główny cel projektu

Zwiększenie konwersji poprzez dostarczenie klientom bardziej precyzyjnych i przydatnych informacji zakupowych.

W tym celu wdrożono moduł Premium Feedback, który wzbogaca opinie o cechy użytkownika, atrybuty produktów i pytania pomocnicze, prezentowane bezpośrednio na karcie produktu.

Wyzwania – cele pośrednie



Podjęmowanie decyzji w oparciu o doświadczenia innych użytkowników

Klienci oceniają konkretne cechy produktów, np. pojemność torby, wygodę kurtki czy lekkość walizki. Dzięki temu kolejne osoby mogą łatwiej znaleźć produkty dopasowane do swoich potrzeb.



Lepsze dopasowanie dzięki atrybutom produktowym i cechom użytkownika

Dodanie do opinii informacji o rozmiarze, kolorze czy typie materiału przyspiesza decyzje zakupowe klientów. W efekcie zmniejsza się liczba zwrotów i wzrasta zaufanie do marki.

Etapy realizacji projektu

1

Analiza sytuacji klienta

Wspólnie z zespołem OCHNIK przeanalizowaliśmy kluczowe potrzeby klientów i wyzwania związane z zakupami online.

2

Dobór dedykowanych rozwiązań

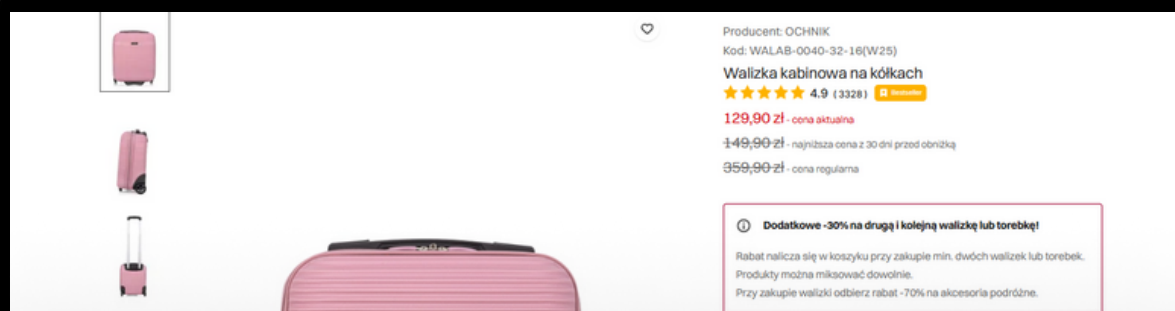
Wdrożyliśmy sondaże, atrybuty i cechy użytkownika, aby opinie były konkretne, dopasowane do wariantu produktu i pomocne przy ocenie rozmiaru czy dopasowania.

3

Efekty wdrożenia

Opinie są bardziej precyzyjne, lepiej dopasowane do potrzeb klientów i zwiększają sprzedaż. TrustMate na bieżąco monitoruje dane i wspiera dalszy rozwój.

strona internetowa OCHNIK



4.9

3328 opinii klientów

zebrany i zweryfikowanych przez

TrustMate



Mobilność

Liczba głosów: 362

Niska Standardowa Wysoka

Jakość

Liczba głosów: 354

Niska Standardowa Wysoka

Odporność na uszkodzenia

Liczba głosów: 350

Niska Standardowa Wysoka

Opinie klientów

Opinie ekspertów

Pytania i odpowiedzi



1

Analiza sytuacji klienta

1. Analiza sytuacji klienta

Brak szczegółowych informacji w opiniach

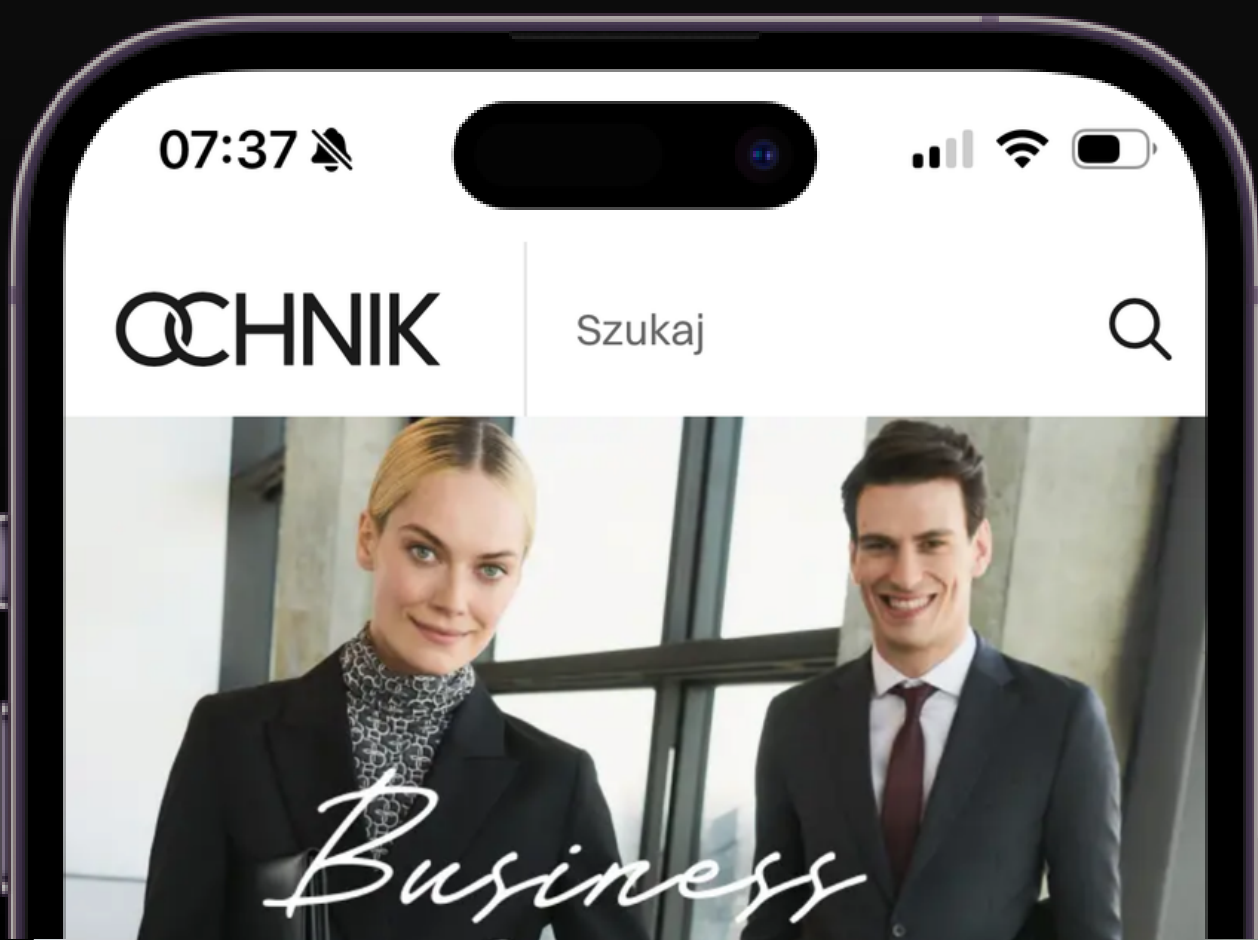
Choć klienci zostawiali recenzje, większość z nich ograniczała się do ogólnych stwierdzeń typu „polecam” lub samych gwiazdek. **Brakowało danych, które ułatwiłyby przyszłym użytkownikom podjęcie świadomej decyzji zakupowej.**

Trudności w analizie doświadczeń klientów

Dla zespołu OCHNIK przydatne byłyby **bardziej usystematyzowane informacje**, które pozwoliłyby nie tylko analizować opinie, ale także lepiej rozumieć oczekiwania klientów względem konkretnych wariantów produktów.

Ograniczona użyteczność opinii

Klienci, mimo dużej liczby recenzji, mieli **trudności w znalezieniu takich, które odpowiadałyby ich potrzebom**, na przykład recenzji osób o podobnym wzroście czy sposobie użytkowania produktu.





2

Dobór dedykowanych rozwiązań

2. Dobór dedykowanych rozwiązań

Lepsze decyzje zakupowe dzięki sondażom produktowym

Dzięki sondażom produktowym opinie to nie tylko ogólne wrażenia, ale także odpowiedzi na konkretne pytania, które pomagają innym klientom w podejmowaniu trafnych decyzji.

Jak to działa? Prosto.



Klaudia

zweryfikowano

★★★★★ 5

Pojemność

Za mała — Idealna — Za duża

Mobilność

Słaba — Zadowolająca — Dobra

Jakość

Słaba — Zadowolająca — Dobra

Walizka jest niezwykle lekka, a jednocześnie solidnie wykonana. Kółka obracają się płynnie we wszystkich kierunkach, co znacznie ułatwia poruszanie się po lotniskach i dworcach. Rączka wysuwa się lekko, a wewnątrz jest świetnie przemyślane – sporo przegródek, miejsce na laptopa i pasy zabezpieczające. Tworzywo jest odporne na zarysowania, więc nie martwię się o bagaż w trakcie podróży. Jestem bardzo zadowolona z tego zakupu i na pewno wyruszę z nią jeszcze nie raz!

3

0

Komentarz sklepu

Klient, wystawiając opinię, uzupełnia krótką ankietę. Zaznacza odpowiedzi na pytania dotyczące np. jakości czy pojemności. Sondaże są dopasowane do kategorii produktów, więc dane są trafne i łatwe do porównania.

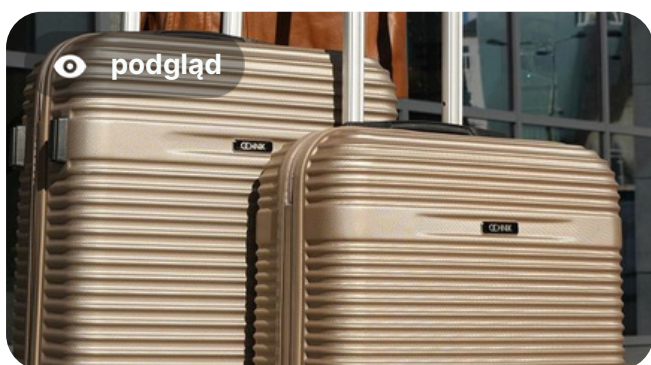
Ogólny wynik sondaży jest wyświetlany na widgetach zbiorczych, natomiast poszczególne oceny w ramach sondaży prezentowane są bezpośrednio przy konkretnych opiniach.

Rezultat? Mniej zwrotów, trafniejsze wybory i wyższa konwersja.

2. Dobór dedykowanych rozwiązań

Atrybuty produktowe – powiązanie opinii z konkretnym wariantem produktu

Opinie stają się naprawdę użyteczne, gdy odnoszą się dokładnie do tego, co kupujący rzeczywiście zamówił, np. konkretnego koloru, rodzaju wykończenia czy materiału. Dzięki atrybutom, każda recenzja zyskuje kontekst, a użytkownik może łatwiej podjąć decyzję.



Klaudia

zweryfikowano

★★★★★ 5

Kolor walizki: Złoty

Materiał: Polipropylen



Od momentu, kiedy ją rozpakowałam, czułam różnicę. Walizka jest niezwykle lekka, a jednocześnie solidnie wykonana. Kółka obracają się płynnie we wszystkich kierunkach, co znacznie ułatwia poruszanie się po lotniskach i dworcach. Rączka wysuwa się lekko, a wewnątrz jest świetnie przemyślane – sporo przegródek, miejsce na laptopa i pasy zabezpieczające. Tworzywo jest odporne na zarysowania, więc nie martwię się o bagaż w trakcie podróży. Jestem bardzo zadowolona z tego zakupu i na pewno wyruszę z nią jeszcze nie raz!

30/07/2024

3

0

Komentarz sklepu

Prezentowane opinie mogą dotyczyć różnych wariantów produktu. System automatycznie przypisuje opinie do odpowiednich wersji, co pozwala na ich czytelne wyświetlanie. Jednak nie oznacza to, że każda wersja produktu posiada osobne, wyłącznie dla niej dedykowane opinie.

Rezultat? Klienci widzą opinie, które naprawdę ich dotyczą.

2. Dobór dedykowanych rozwiązań

Cechy użytkownika w opiniach – pełniejszy kontekst, lepsze dopasowanie

Rozmiar rozmiarowi nierówny, dlatego w opiniach warto uwzględniać nie tylko produkt, ale i osobę, która go używa. Dzięki cechom użytkownika, nowi klienci mogą łatwiej ocenić, czy dany produkt będzie im pasował. Dodatkowe informacje mogą znacząco pomóc w podjęciu świadomej decyzji zakupowej.

The image shows a smartphone screen displaying a product review form. At the top, the status bar shows the time 9:41, signal strength, Wi-Fi, and battery. The app header shows a high-heeled shoe icon, the name 'Kasia' with an edit icon, the product description 'Czarne skórzane szpilki damskie [...]', five star ratings, and a 5.0 score. The form contains three sliders: 'Wzrost' (Height) set to 170, 'Waga' (Weight) set to 65, and 'Dopasowanie' (Fit) set to 'idealnie dopasowane' (perfectly fitted), with labels 'za małe' (too small), 'idealnie dopasowane', and 'za duże' (too large). Below the sliders is a dropdown menu 'Jaka jest Twoja budowa stopy?' (What is your foot shape?) with 'Standardowa.' (Standard) selected. At the bottom is a green progress bar with four steps, the last of which is active, and an orange 'Dalej' (Next) button.

Podczas wystawiania opinii klient może dodać na przykład takie informacje jak: wzrost, waga czy budowa stopy. System automatycznie powiązuje je z opinią, bez potrzeby ręcznego wpisywania. Wszystko odbywa się intuicyjnie, przez suwaki, rozwijane listy lub szybkie pola wyboru.

Efekt? Kupujący widzą opinie od osób o zbliżonych cechach i preferencjach, dzięki czemu łatwiej podejmują trafne decyzje.

2. Dobór dedykowanych rozwiązań

Zweryfikowane opinie – mniejsze ryzyko, większe zaufanie

Opinie klientów to potężne narzędzie sprzedaży, ale tylko wtedy, gdy są prawdziwe i transparentne. Dlatego system TrustMate automatycznie weryfikuje źródło każdej opinii, zapewniając zgodność z europejskimi regulacjami: Omnibus i DSA.

Nie jest konieczna ręczna weryfikacja autentyczności. System samodzielnie rozpoznaje, czy opinia pochodzi od realnego klienta i została wystawiona po zakupie. Co więcej, użytkownicy mogą zgłaszać nieprawidłowości w zgodzie z wymaganiami Digital Services Act.ia.

Rezultat? Pełna transparentność, większe zaufanie.



Klaudia

★★★★★ 5

Częstotliwość Użytkowania: **Sporadycznie**

Waga Walizki: **10 kg**

Rodzaj podróży: **Służbowa**

Pojemność

Za mały

Idealny

Za duży

zweryfikowano



Zgłaszam

3

Efekty wdrożenia

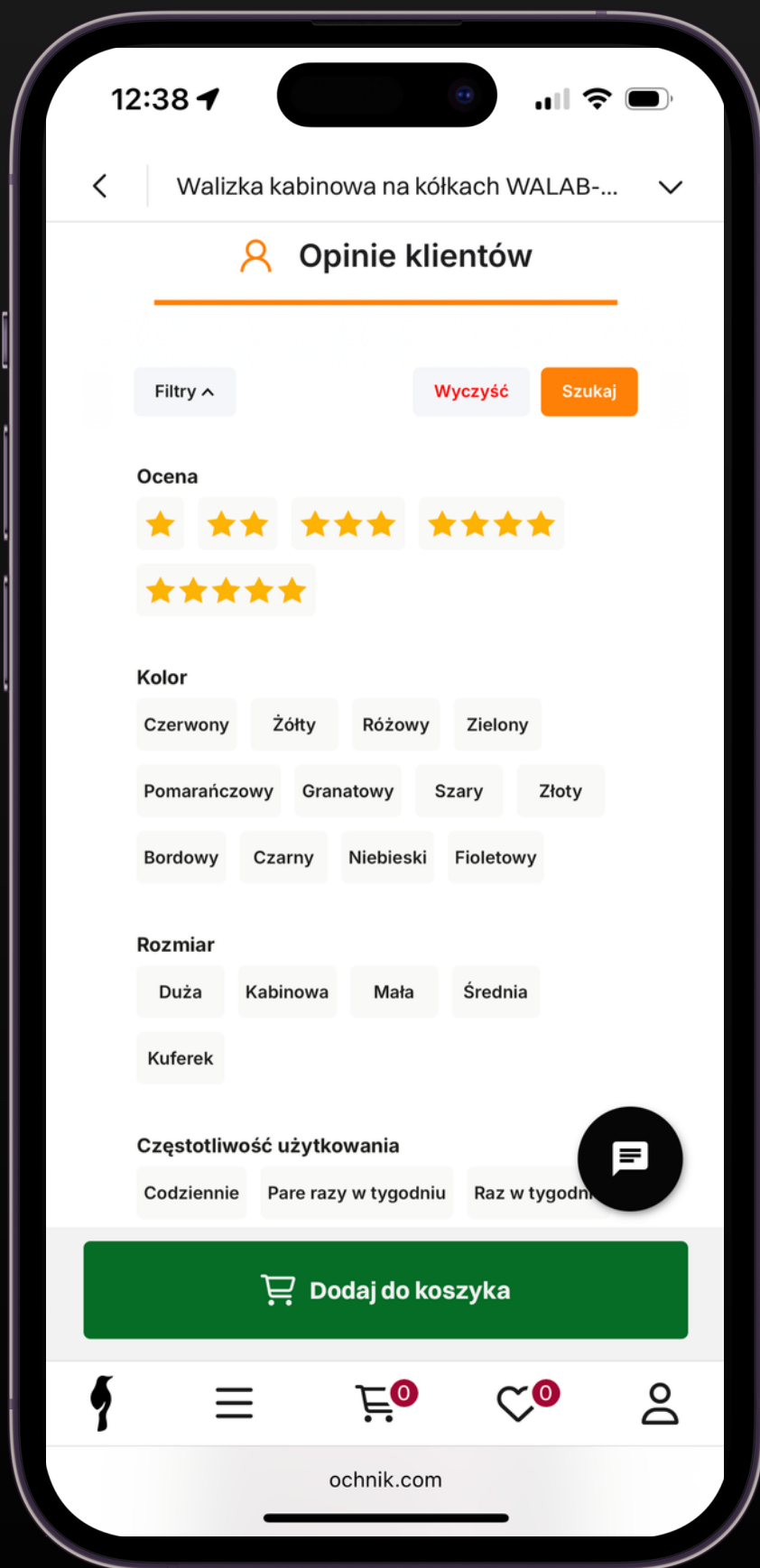
3. Efekty wdrożenia po miesiącu

Dostęp do
zupełnie
nowych,
praktycznych
informacji

Dzięki wdrożeniu
TrustMate klienci
sklepu OCHNIK zyskali
dostęp do zupełnie
nowych, praktycznych
informacji, które realnie
ułatwiają zakupy
online.

Dodatkowo, klienci
mogą teraz filtrować
opinie według
różnorodnych
kryteriów, takich jak
ocena, wariant
produktu czy sposób
użytkowania, co
ułatwia znalezienie
recenzji najbardziej
dopasowanych do ich
potrzeb.

strona internetowa OCHNIK – produkt – Walizka kabinowa na kółkach



3. Efekty wdrożenia po miesiącu

Więcej informacji, mniej zwrotów!

Po kilku miesiącach od wdrożenia systemu opinii TrustMate w sklepie OCHNIK widać wyraźne zmiany w zachowaniach klientów i efektach sprzedażowych.

Zbierane recenzje stały się **znacznie bardziej szczegółowe**, a ich wartość informacyjna realnie **wspiera proces podejmowania decyzji zakupowych**.

Opinie nie ograniczają się już do prostych ocen „gwiazdkowych”. Klienci dzielą się konkretnymi spostrzeżeniami.

Przykład? Jeden z produktów w ofercie OCHNIK zebrał już ponad **3000 opinii**, z których średnia ocena wynosi imponujące **4,9/5**.

To dowód na to, jak bardzo użytkownicy cenią możliwość dzielenia się doświadczeniem w bardziej szczegółowy sposób.



3. Efekty wdrożenia po miesiącu

Średnia 4.96 i tysiące opinii. Klienci OCHNIK piszą więcej i konkretniej

W ciągu pierwszego miesiąca po wdrożeniu systemu TrustMate, OCHNIK osiągnął imponującą średnią ocenę – aż **4.96**.

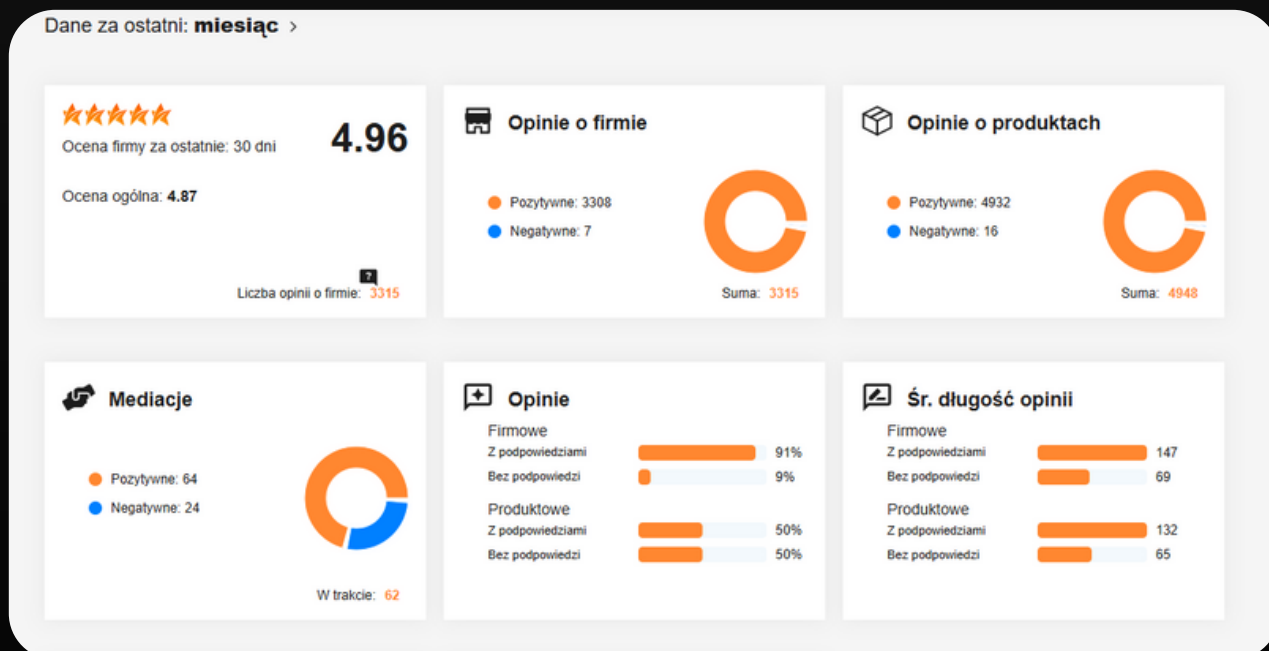
Łącznie zebrano ponad **8 000 opinii** – z czego **4948 to opinie produktowe**, a **3315 dotyczy całej firmy**.

Co więcej, **91% opinii firmowych i 50% produktowych** powstało z pomocą systemu podpowiedzi TrustMate.

Efekt? Dłuższe, bardziej konkretne recenzje.

Średnia długość opinii z podpowiedziami to **132–147 znaków**, podczas gdy te pisane samodzielnie są o połowę krótsze. To właśnie ta dodatkowa warstwa treści realnie pomaga kolejnym klientom w zakupach.

Widok panelu TrustMate



Podsumowanie projektu



Wdrożenie TrustMate przebiegało bardzo sprawnie. Procesy realizowane były krok po kroku, z indywidualnym podejściem i dużą uwagą, szczególnie przy wdrażaniu atrybutów produktowych. Świetny kontakt z opiekunem projektu, szybkie odpowiedzi i konkretne wskazówki znacząco ułatwiły implementację.

Etap uruchamiania sondaży produktowych również oceniam bardzo pozytywnie. Skorzystaliśmy z pełnego wsparcia zespołu TrustMate, co znacznie przyspieszyło wdrożenie. Obecnie otrzymujemy wartościowy feedback od użytkowników, który pozwala nam szybko identyfikować potencjalne nieprawidłowości w ofercie i reagować na nie na bieżąco. Przekłada się to bezpośrednio na trafniejsze decyzje biznesowe oraz zauważalny wzrost zaangażowania odbiorców.

To wdrożenie pokazuje, jak efektywna współpraca i otwarta komunikacja przekładają się na realne rezultaty



Daniel Karaś

Project Manager w Ochnik

Podsumowanie projektu



Od pierwszego spotkania było jasne, że współpraca z zespołem OCHNIK przebiegnie sprawnie – w atmosferze koleżeńskiej, ale i w pełni profesjonalnej.

Cały proces wdrożenia narzędzia TrustMate, zarówno w sklepie polskim, jak i na kilku rynkach zagranicznych, został zrealizowany zgodnie z planem. Na szczególne wyróżnienie zasługuje zaangażowanie Daniela Karasia – Project Managera po stronie Klienta – który wspierał projekt na każdym etapie. Otwarta komunikacja, rzetelność i profesjonalizm całego zespołu pozwoliły na skuteczne osiągnięcie wszystkich założonych celów.

Poza stroną techniczną zadbaliśmy również o szkolenie użytkowników i przygotowanie organizacji do efektywnego korzystania z narzędzia w codziennej pracy.



Martyna Maksymowicz
Dyrektor ds. wdrożeń systemu
w TrustMate

Podsumowanie projektu

Średnia ocen

4,96

w ostatnim miesiącu

Utrzymujący się wysoki poziom satysfakcji klientów

W pierwszym miesiącu po wdrożeniu średnia ocen osiągnęła 4,96 przy ogólnej średniej 4,87. Tak wysoka ocena świadczy o konsekwentnym dbaniu o jakość doświadczeń zakupowych i zaufaniu do marki OCHNIK.

Aż

8263

opinie

Zbudowana baza zaufania klientów

OCHNIK zebrał już ponad 8 tysięcy opinii – w tym 3315 o firmie i 4948 o produktach. To tysiące realnych doświadczeń, które wspierają klientów w decyzjach zakupowych i budują zaufanie do marki.

Aż

99,7%

pozytywnych opinii firmowych

3038 pozytywnych vs. tylko 7 negatywnych

Dzięki wdrożeniu sondaży, atrybutów i cech użytkownika klienci mogą łatwo dzielić się precyzyjnymi opiniami, a marka zyskała pełniejszy obraz ich doświadczeń. Potwierdzają to wysokie oceny oraz minimalna liczba negatywnych komentarzy.

Ponad

99,7%

pozytywnych opinii produktowych

4932 pozytywne vs. tylko 16 negatywnych

System opinii z atrybutami pozwala zebrać nie tylko ocenę, ale i kluczowe informacje o zakupie – jak często klient używa produktu, jaki wariant wybrał i co mu się podoba. W efekcie przeważają wysokie oceny, a negatywne opinie są rzadkością.

TrustMate 