

efigence

# SilverTech Navigators Research

Preferencje i zachowania  
pokolenia Silver w używaniu  
aplikacji mobilnych

Warszawa, Luty 2024

# Spis treści



Wprowadzenie	2
Najważniejsze wnioski	3
Jak pokolenie Silver korzysta z aplikacji mobilnych?	4
Silvers i bankowość mobilna	11
Silvers i zakupy mobilne	17
Podsumowanie badania	25
O firmie i autorach	26

# Wprowadzenie



W obliczu postępującego starzenia się społeczeństw Europy, z Polską jako jednym z przykładów najbardziej dotkniętych tym trendem, stoimy przed wyzwaniem adaptacji technologii do ewoluujących potrzeb demograficznych. Dane Głównego Urzędu Statystycznego wskazują na znaczący wzrost odsetka osób starszych – w ciągu ostatnich dziesięciu lat do 26%. Prognozy demograficzne przewidują, że do 2050 roku ta grupa może stanowić aż 40% ogółu populacji. To nie jest tylko statystyka, lecz sygnał do natychmiastowego i strategicznego działania.

Sektor technologiczny, a w szczególności branże związane z produktami konsumenckimi, musi dynamicznie reagować na te zmiany. Kluczowe więc stają się rozwiązania, które będą dostosowane do specyficznych potrzeb Silversów. Innowacje w obszarze aplikacji mobilnych, usług online i innych technologii konsumenckich muszą kierować się zasadami prostoty użytkowania, dostosowania do ograniczeń sensorycznych i funkcjonalności, które wspomogą podniesienie jakości życia tej grupy.

Przedsiębiorstwa, które efektywnie adresują te potrzeby, dostosowując swoje technologie i portfolio produktów do oczekiwań i wymagań rynku senioralnego, mają szansę stanąć na czele nowego, ekspansywnego segmentu rynku i przyczynić się do jego wzrostu.



## Marek Lesiak

CEO & Chief Technology Officer w Efigence



Z każdym rokiem generacja Silver staje się coraz liczniejsza w świecie online. Zachodzące zmiany w udziałach poszczególnych grup wiekowych konsumentów stawiają przed nami wyzwania związane ze sprostaniem ich oczekiwaniom.

Aż 75% użytkowników Allegro powyżej 50. r.ż. jest z nami co najmniej 5 lat, przy czym ponad połowa – ponad 10 lat\*. Wydawać by się mogło że najczęściej na Allegro kupują młodzi, ale dane wyraźnie pokazują, że wśród kupujących jest spory udział pokolenia Silvers. Osoby z tej generacji lubią wracać do tego, co znają. Ważna jest dla nich przejrzystość ofert i wyraźna komunikacja różnic między produktami. Dbają też o ich jakość czy wiarygodność produktów, które wybierają.

Analiza potrzeb osób po 50. r.ż. w branży e-commerce jasno wyznacza nam kierunek rozwoju, by Allegro było miejscem wygodnych i bezpiecznych zakupów dla wszystkich.



## Wojciech Bogdan

Chief Marketing & Financial Services Officer w Allegro

\*Badanie "Heavy, light/medium Allegro online users study" zostało przeprowadzone na reprezentatywnej grupie klientów Allegro w segmentach light, medium i heavy userów w listopadzie 2023 roku.

## Najważniejsze wnioski

- Silvers to osoby aktywnie korzystające z urządzeń mobilnych, prawie 70% z nich korzysta ze swojego urządzenia dłużej niż godzinę dziennie! 69% korzysta z aplikacji bankowych każdego dnia, podczas gdy imponujące 82% realizuje zakupy za pośrednictwem swoich urządzeń mobilnych!
- W sytuacji problemów z nowymi aplikacjami, Silvers samodzielnie poszukują rozwiązań online. Aż 81% zdobywa wiedzę i opinie o mobilnych narzędziach przede wszystkim poprzez lekturę artykułów internetowych oraz dyskusje z rodziną i znajomymi.
- 70% Silversów bankuje za pomocą aplikacji, a najpopularniejszymi są IKO banku PKO BP, Millennium i mBank. Dość dobrze oceniają takie aplikacje mobilne, wskazując na ich intuicyjność oraz posiadanie odpowiednich funkcji, co wpływa na chęć załatwiania przez nie większości spraw bankowych.
- Osoby starsze oraz te z niższym wykształceniem wykazują większy sceptycyzm wobec biometrycznych metod logowania, preferując tradycyjne hasła lub PINy.
- Pomimo wysokiego poziomu bezpieczeństwa aplikacji, seniorzy nadal postrzegają osobistą wizytę w oddziale banku jako bezpieczniejszą opcję do załatwiania spraw w porównaniu do korzystania z aplikacji mobilnej.
- Ponad 80% Silversów dokonuje zakupów za pomocą urządzeń mobilnych, najczęściej kilka razy w miesiącu. 10% dokonuje zakupów tylko na komputerze, a pozostali stawiają tylko na sklepy stacjonarne.
- Serwis Allegro jest pierwszym wyborem zakupowym dla ponad 70% Silversów!
- Dominującą formą płatności za zakupy online wśród osób 50+ jest BLIK.



Telefon to jest nasz komputer. On już ma tyle funkcji, że wszystko co chcemy możemy zrobić przez telefon. To jest nasz komputer, to jest trzecia ręka i druga głowa, wszystko nam pomoże i podpowie.



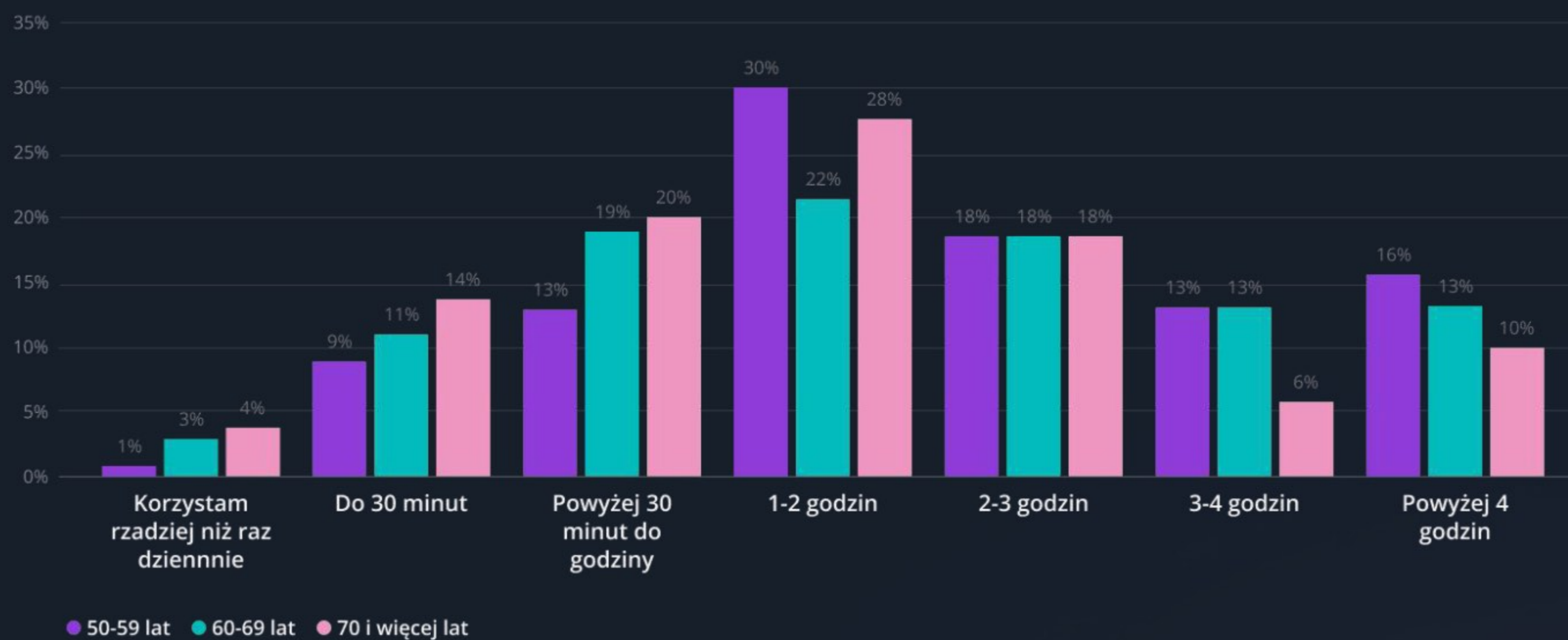
Piotr, 52 lata

**Jak pokolenie Silver  
korzysta z aplikacji  
mobilnych?**

# Urządzenia mobilne jako stały element dnia

- Silwersi najczęściej spędzają od 1 do 2 godzin dziennie przy swoich urządzeniach mobilnych, natomiast 1/3 przedłuża ten czas nawet do 2-3 godzin każdego dnia.
- Tylko 2% korzysta rzadziej niż raz dziennie!
- Powyżej 4 godzin najwięcej korzystają osoby w wieku 50-59 lat.
- Z urządzeń mobilnych powyżej 2 godzin dziennie najczęściej korzystają Silwersi dorabiający do emerytury. Z kolei do 2 godzin na dobę najczęściej są to osoby prowadzące działalność gospodarczą.

## Jak długo każdego dnia korzysta Pan/Pani z urządzeń mobilnych, takich jak smartfon czy tablet? [N=420]

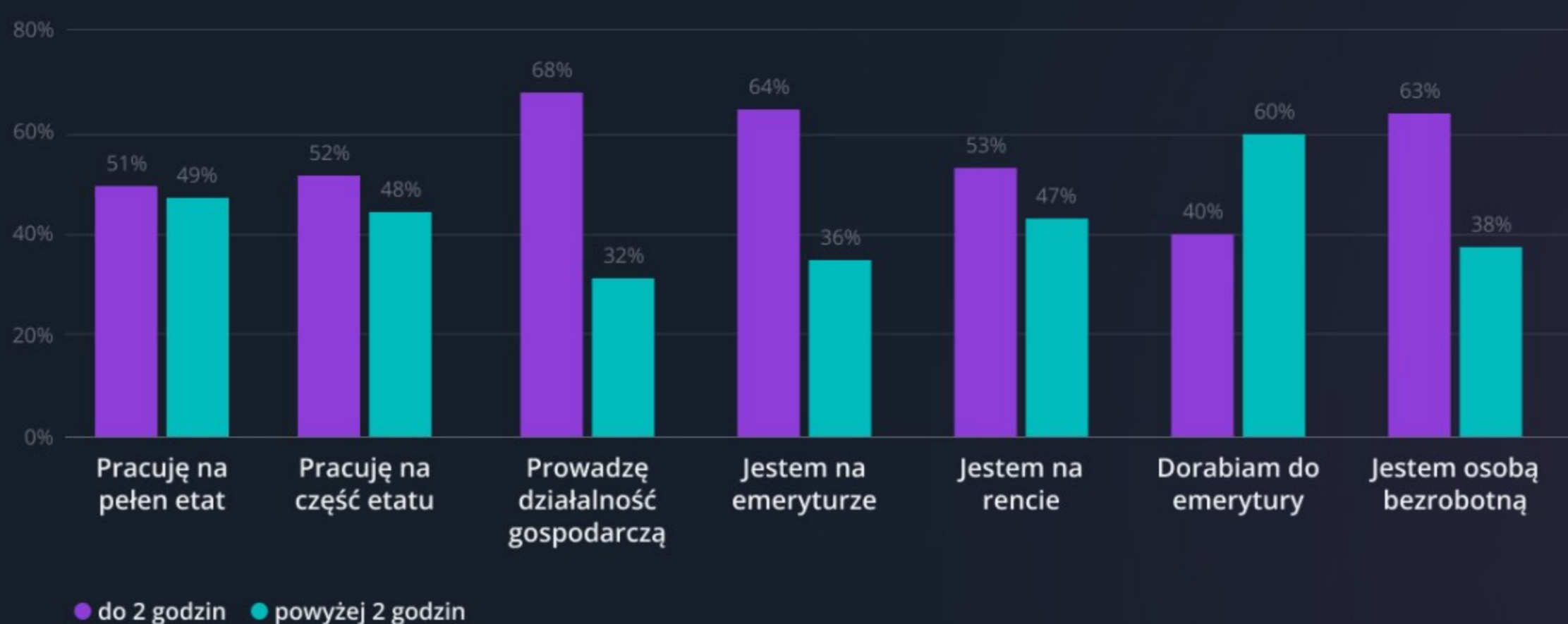


“Dziwimy się młodym, jak jeżdżą w metrze i mają nosy w telefonach, a my mamy tak samo.

Hanna, 64 lata

“Cały dzień korzystam z telefonu od momentu, kiedy się obudzę, aż się kładę. Jeśli nie przeglądam, jeśli nie rozmawiam, jeśli nie szukam, to na pewno słucham muzyki, więc praktycznie 3/4 dnia.

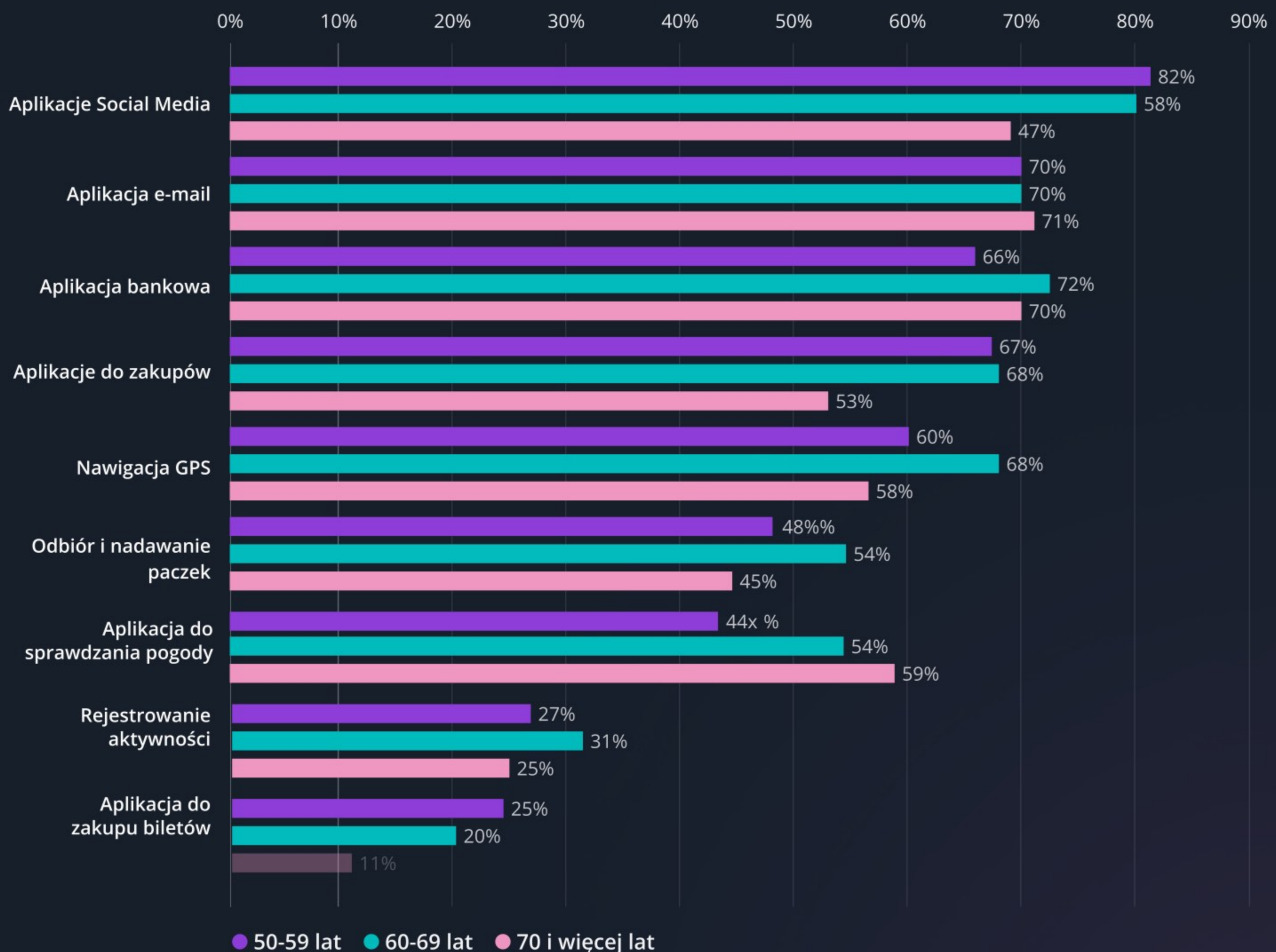
Alicja, 65 lat



# Silversersi aktywnie korzystają z aplikacji mobilnych od social mediów po bankowość i e-commerce

- Z mediów społecznościowych obecnie korzysta już znaczna większość - aż 77% badanych Silversów!
- Ponad 2/3 korzysta z bankowości przez aplikacje mobilne.
- Aplikacji zakupowych najczęściej używają osoby w wieku 50-69 lat.
- Osoby 70+ chętniej sprawdzają pogodę w aplikacji, niż młodszy Silver.

## Z jakich aplikacji mobilnych korzysta Pan/Pani na co dzień? [N=420]



YouTube - uwielbiam muzykę, mogę sobie włączyć koncert, który się kiedyś odbył i ja sobie na nim jestem. Są też bardzo ciekawe przyrodnicze filmy wbrew pozorom, że YouTube jest tylko do muzyki czy też Europa z lotu ptaka.

Barbara, 69 lat

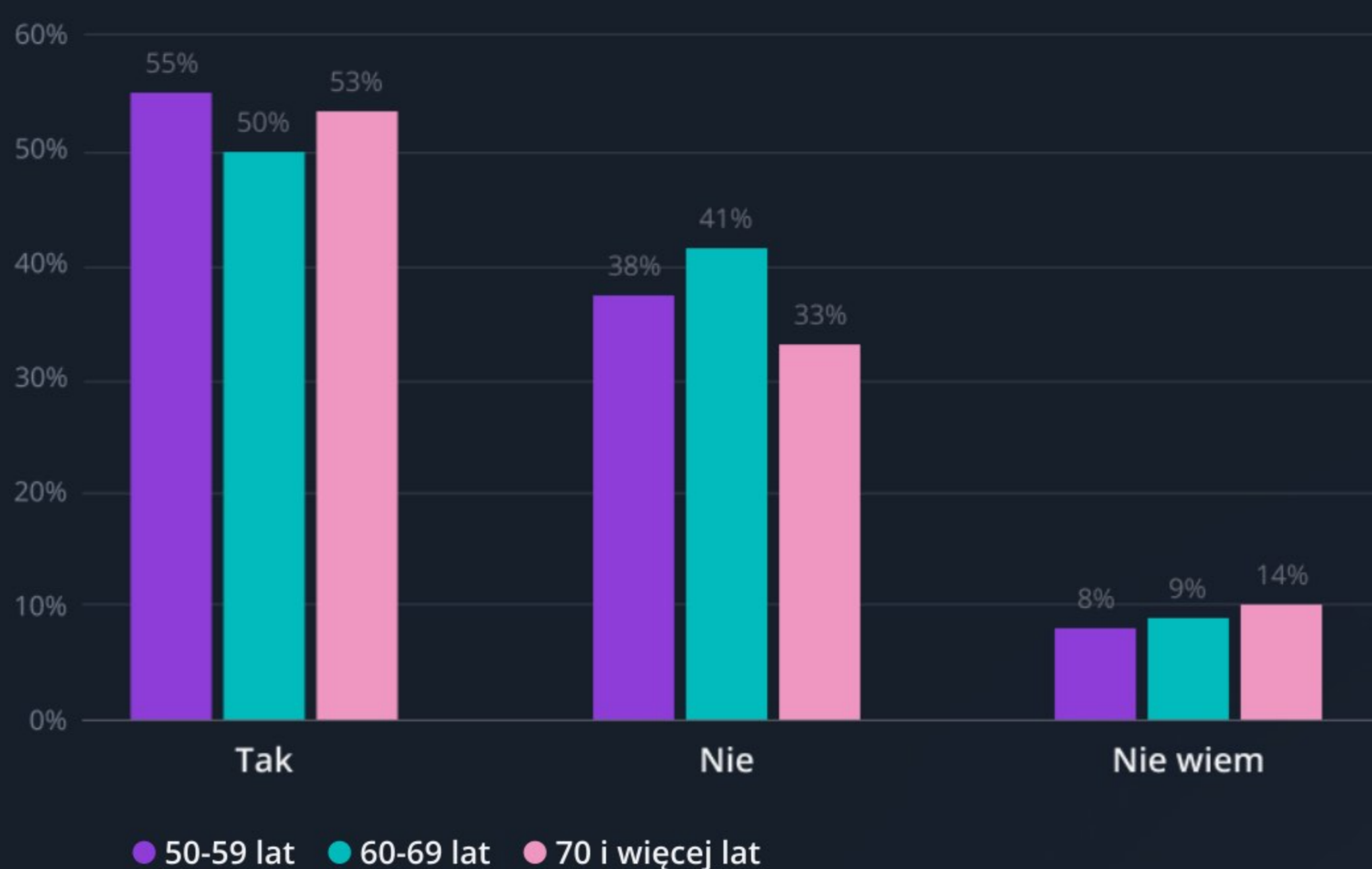
Oinstalowałam aplikację Instagrama, totalnie nie potrafiłam z tego korzystać, tak jak wiem, jak korzystają moi ludzie, jak choćby moja córka. Ona się śmieje, że jestem za stara na Instagrama.

Alicja, 65 lat

# Większa czcionka i jasność ekranu istotnymi funkcjonalnościami

- Połowa Silversów korzysta z możliwości zwiększenia rozmiaru tekstu w swoim smartfonie.
- 14% osób powyżej 70 roku życia nie jest w stanie wskazać, jaką wielkość tekstu ma ustawioną w telefonie.
- Mniej niż ¼ Silversów korzysta z trybu ciemnego.
- Osoby starsze preferują tryb jasny - potwierdziło to 60% badanych.

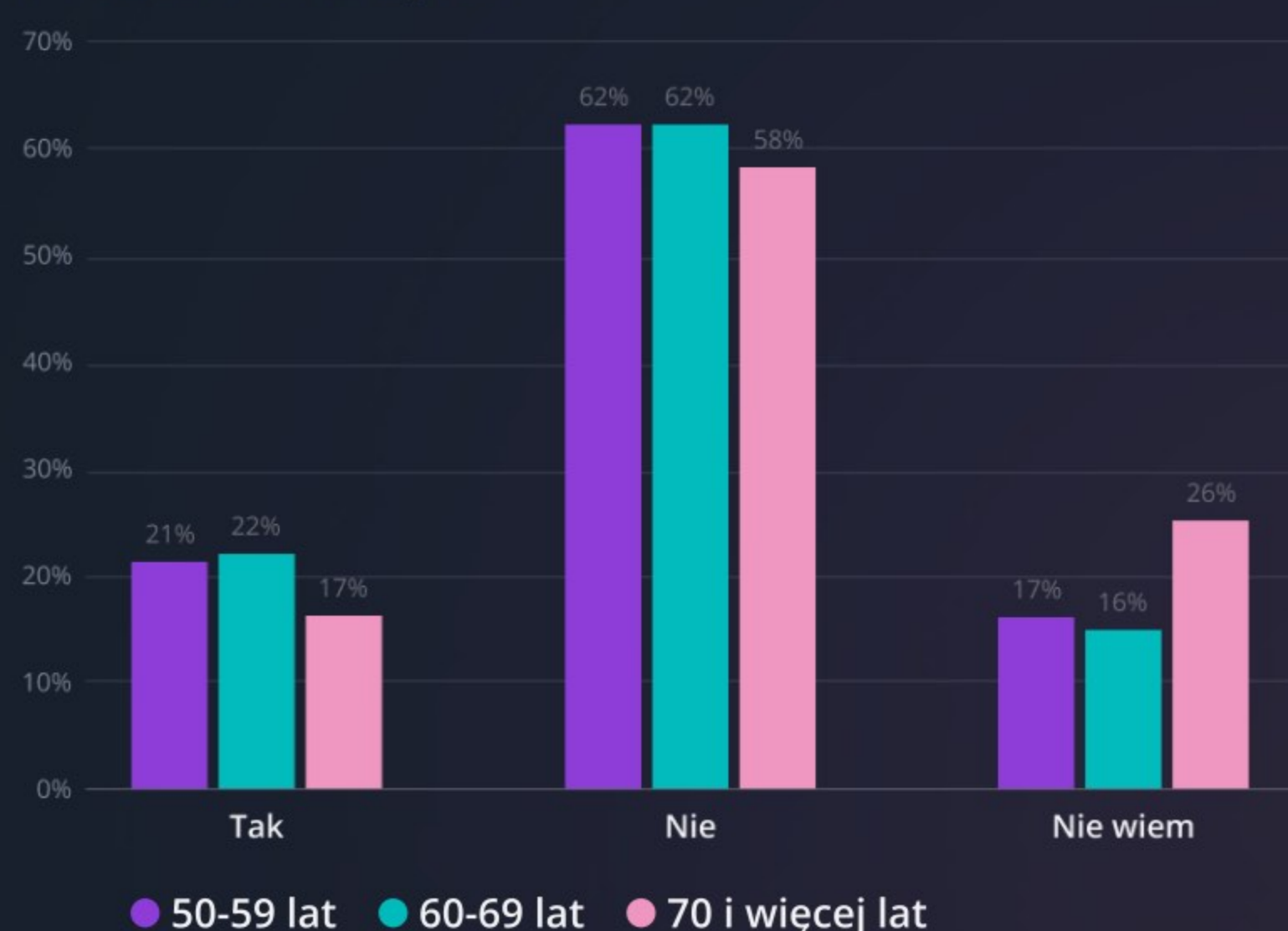
## Czy na Pana/Pani telefonie została dostosowana wielkość liter, aby ułatwić czytanie? [N=420]



Po co korzystać z trybu ciemnego w telefonie. Tylko jeśli nie mogę zasnąć, to zmieniam na ciemno do oglądania filmu na Netflixie.

Małgorzata, 55 lat

## Czy na co dzień korzysta Pan/ Pani z trybu ciemnego? (dark mode) [N=420]

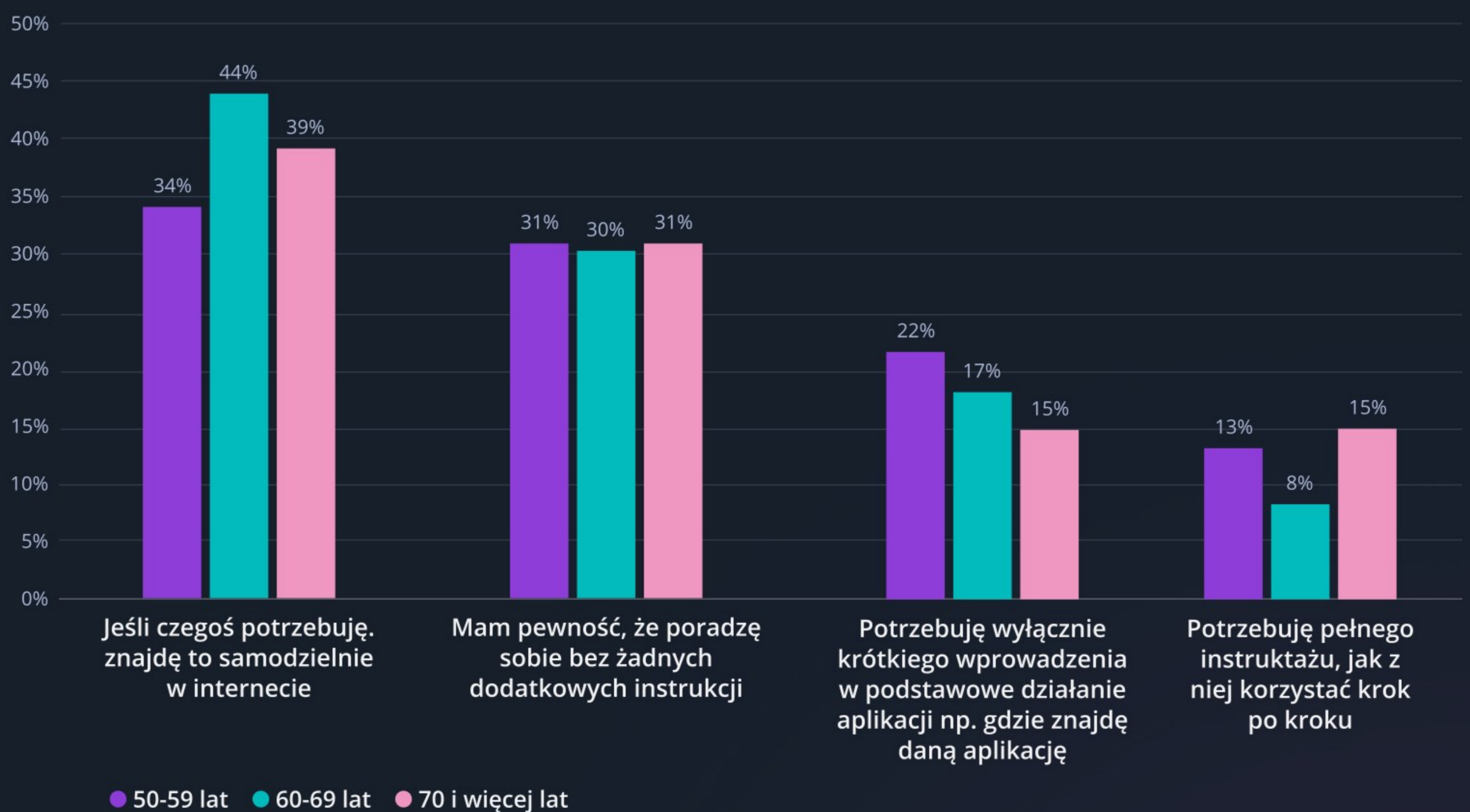




# Osoby 50+ są samodzielne w świecie aplikacji mobilnych

- W przypadku instalacji nowej aplikacji, Silwersi samodzielnie szukają w internecie rozwiązania problemu, jeśli znajdzie taka potrzeba.
- Aż 1/3 osób jest pewna, że poradzi sobie bez zewnętrznego wsparcia przy instalowaniu nowej aplikacji.
- Osoby 70+ częściej oczekują instruktażu obsługi aplikacji niż osoby młodsze.

## Instalując nową aplikację mobilną... [N=420]



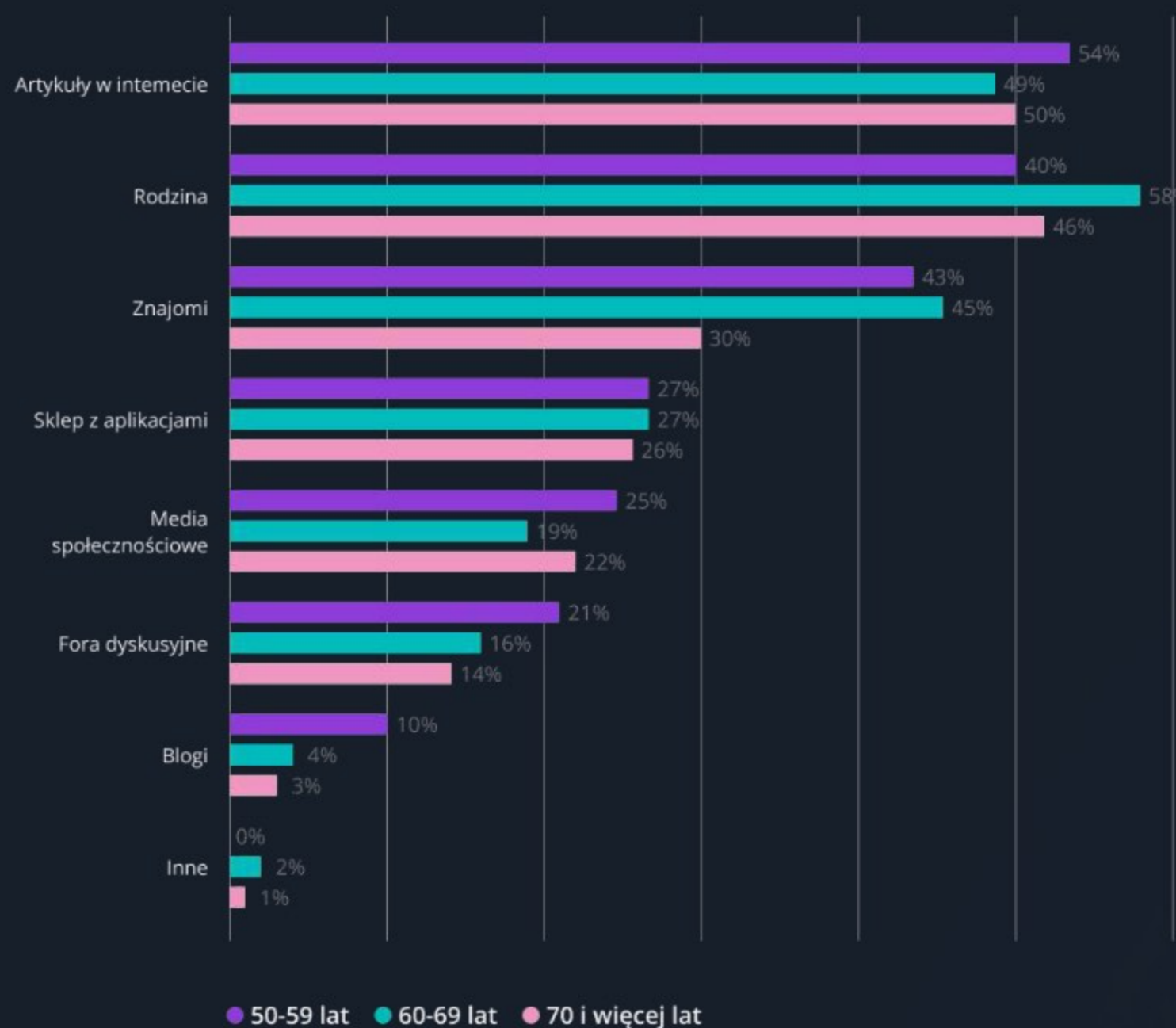
“  
Jak dziecka nie ma w pobliżu, to szukam odpowiedzi w internecie. Wpisuję i znajduję odpowiedź. Raz nawet zadzwoniłam do biura obsługi, jak miałam problem z aplikacją. To nie jest żaden wstyd, po to są konsultanci.

Małgorzata, 55 lat

# Artykuły w sieci najczęstszym źródłem informacji

- Aż 81% osób poszukuje informacji i opinii o aplikacjach mobilnych, przy czym połowa (51%) robi to, przeglądając artykuły internetowe.
- Ważnym źródłem informacji i opinii o aplikacjach są także inne osoby, jak rodzina i znajomi.
- Ponad ¼ zapoznaje się z recenzjami w sklepie, z którego pobierają aplikacje.
- Prawie 40% osób raczej polega na opiniach innych osób.
- Osoby w wieku 60+ wykazują mniejsze zaufanie do opinii innych na temat aplikacji mobilnych.

## Gdzie poszukujesz informacji i opinii o aplikacjach mobilnych? [n=339]



Zdecydowanie zwracam uwagę na opinie, instalując nową aplikację. Poczta pantoflowa zawsze jest niezawodna, ale do tego jeszcze są opinie samych użytkowników, połowa to rodzina i znajomi. Opinie np. na Google. [...] One są wyraźne, są noty od - do. Ważne jest też, ile osób korzysta z danej aplikacji.

Ewa, 57 lat



W sklepach z aplikacjami jest też informacja, kto ile razy pobrał. Jeśli było 100 milionów pobrań, to te osoby sobie dały radę, więc ja też dam radę z tą aplikacją.

Artur, 61 lat

## Jak bardzo Pan/Pani polega na opiniach aplikacji od innych osób? [N=420]



# Odcisk palca najbezpieczniejszy

- Ponad 1/3 osób wskazała, że skanowanie palca jest najbezpieczniejszym sposobem logowania do aplikacji.
- Osoby starsze podchodzą z większą rezerwą do systemów rozpoznawania twarzy, preferując logowanie się za pomocą hasła lub kodu PIN, co wydaje im się bezpieczniejsze.
- Można również dostrzec, że wyższe wykształcenie często koreluje z większym zaufaniem do metod logowania biometrycznego.

**Uzereguj poniższe metody logowania do aplikacji mobilnej/serwisu mobilnego według kolejności od najbardziej do najmniej bezpiecznej według Pana/Pani [N=420]**



W telefonie to logowanie do aplikacji bankowej tylko PIN-em. Rezygnuję z odcisku palca, bo jak się skaleczymy, to jest wtedy problem. PIN można zmienić co jakiś czas, a palca nie.

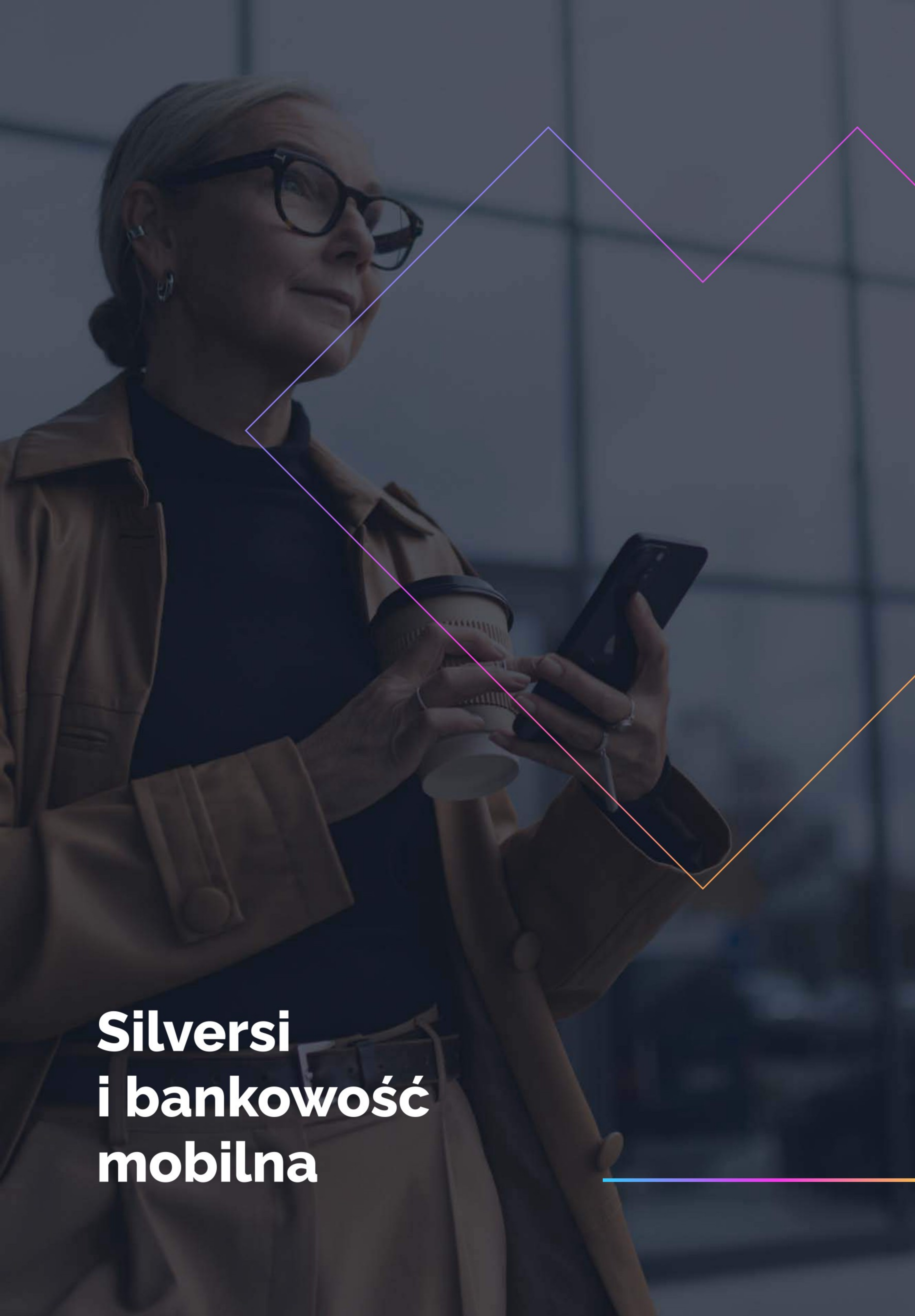
Piotr, 52 lata



Mam wrażenie, że odcisk palca jest bezpieczniejszy, bo jest niepowtarzalny, czy rzeczywiście to nie wiem. Prędzej da się odblokować PIN-em niż odciskiem.

Barbara, 67 lat



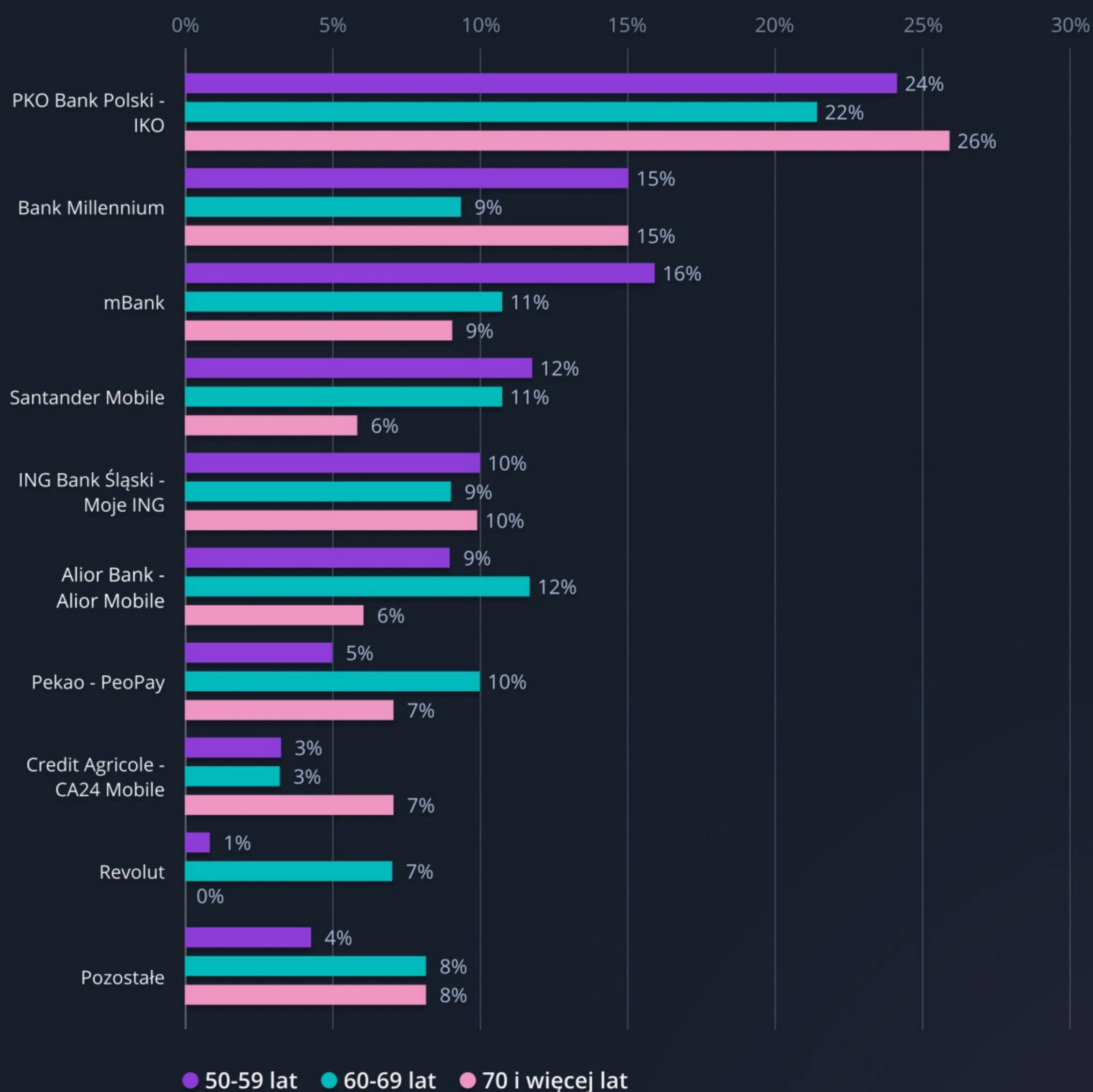


**Silverssi  
i bankowość  
mobilna**

## 70% Silversów potwierdza, że bankuje mobilnie!

- IKO Banku Polskiego jest najczęściej wybieraną aplikacją bankową wśród Silversów - potwierdziła to ¼ osób po 50 roku życia.
- Silversi najczęściej wybierają również aplikacje banków: Millennium, mBank, Santander, ING Bank Śląski, Alior Bank, Peako oraz Credit Agricole.

### Z jakiej aplikacji bankowej korzysta Pan/Pani najczęściej? [n=291]



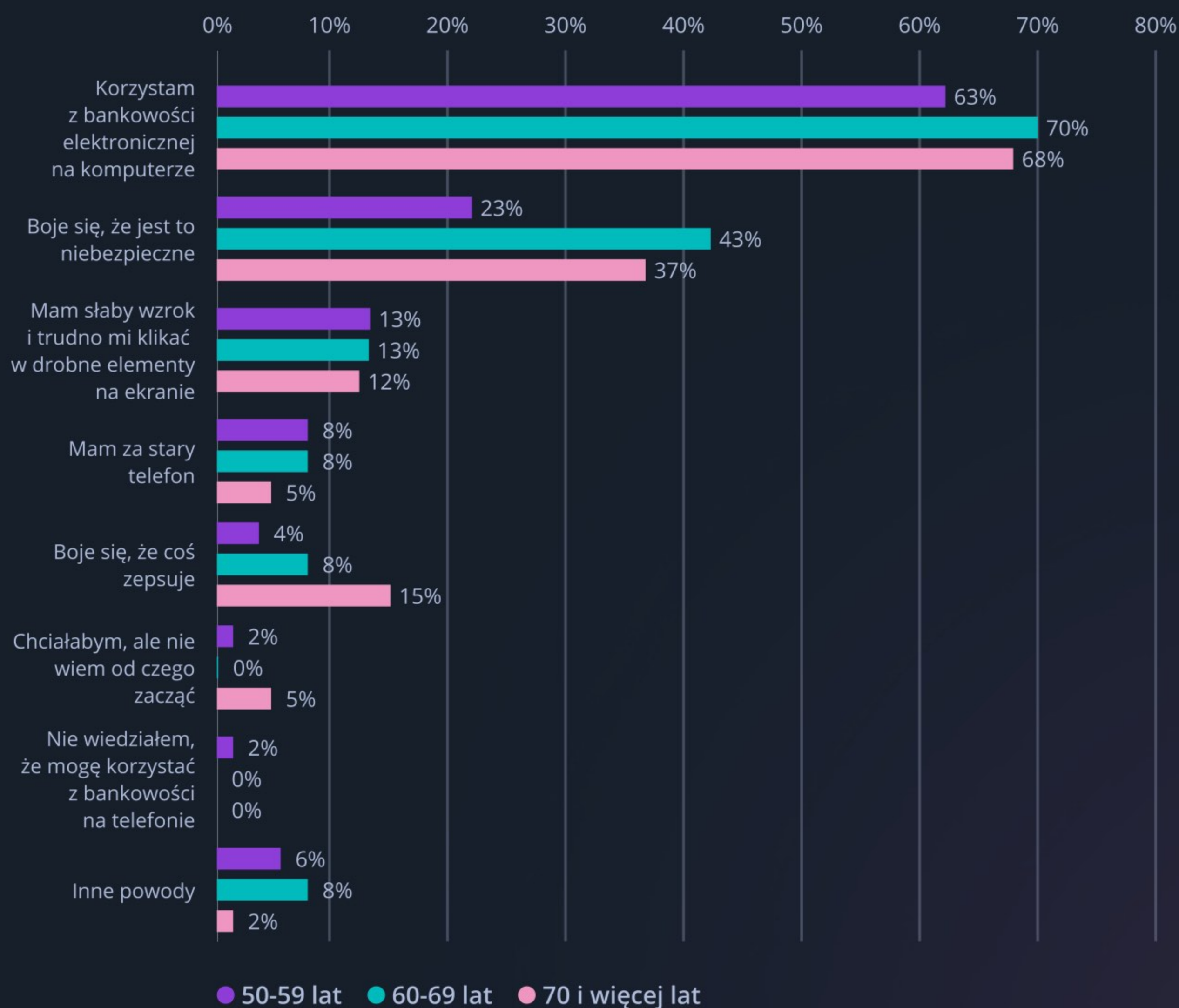
“ Jak instalowała aplikację bankową, to byłam w kontakcie telefonicznym z bankiem. Upewnić się, czy to właściwa aplikacja.

Hanna, 64 lata

# Silwersi niekorzystający z bankowości mobilnej najczęściej wybierają wtedy komputer

- 20% wszystkich Silwersów korzysta z bankowości tylko za pomocą komputera.
- Wciąż są Silwersi, którzy nadal uważają bankowość mobilną za niebezpieczną - potwierdza to 10% badanych.

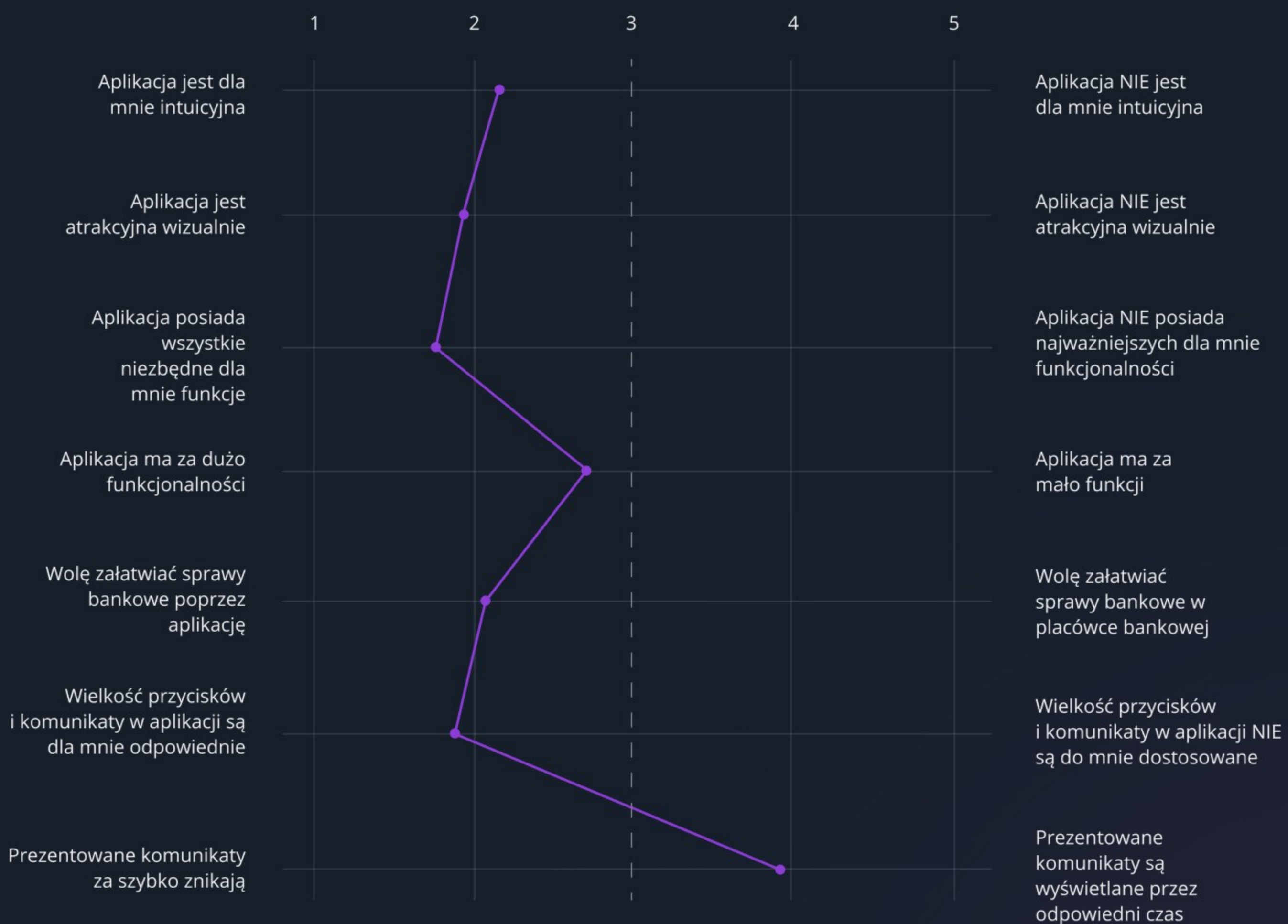
## Dlaczego nie korzysta Pan/Pani z aplikacji mobilnej banku? [n=129]



# Bankowe aplikacje mobilne są użyteczne

- Ogólnie mobilne aplikacje bankowe są intuicyjne, atrakcyjnie wizualnie oraz posiadają odpowiednie funkcje do codziennego bankowania.
- Kwestie dostępności, jak wielkość liter czy prezentowanie komunikatów również zostały dobrze ocenione.

## Na ile Pan/Pani zgadza się z poszczególnymi stwierdzeniami odnośnie do serwisu/ aplikacji do zakupów mobile?



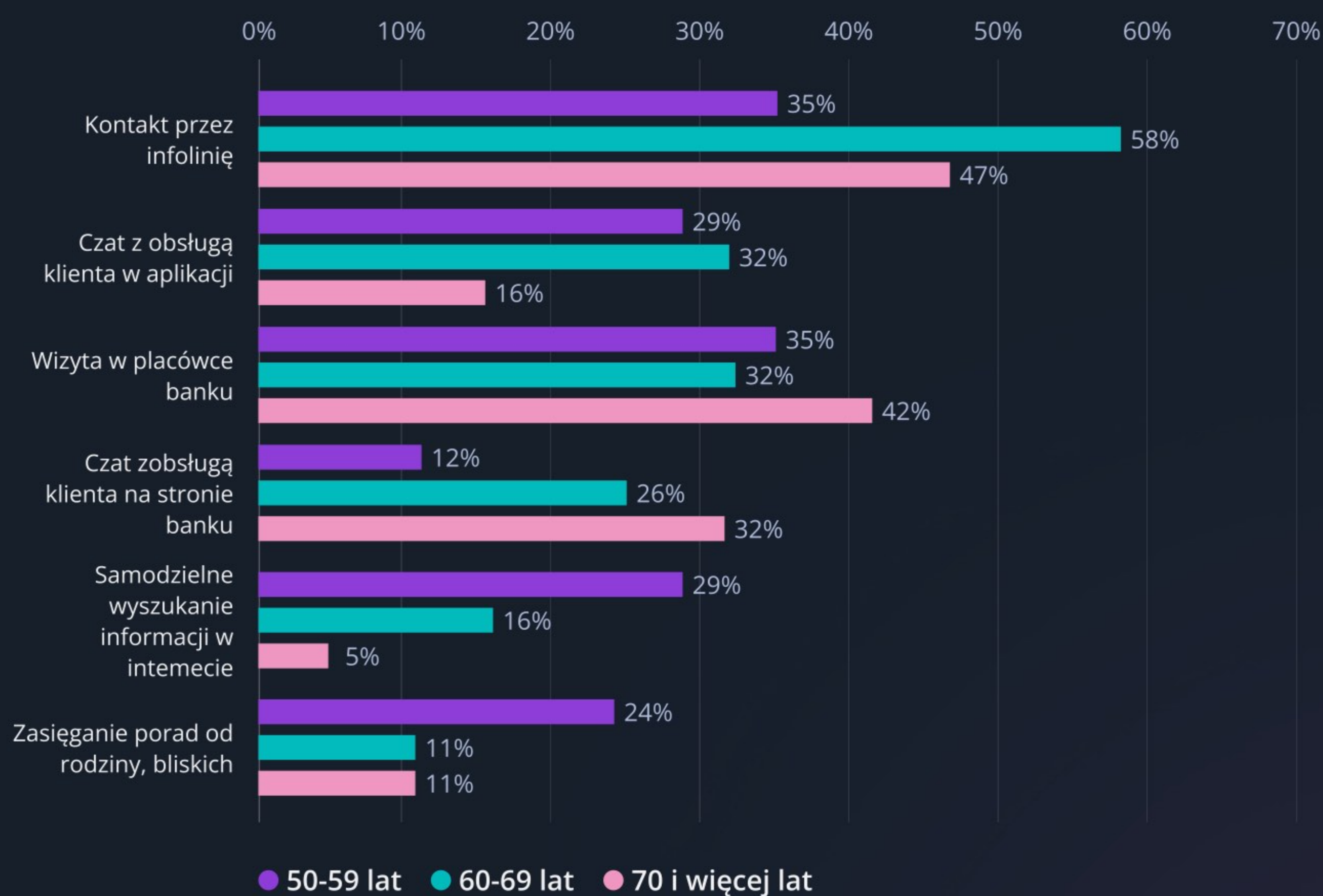
Dla mnie najwygodniejsza jest aplikacja mBanku. Lubię sprawdzić, ile mam na koncie i jakie mam wydatki. Po prostu mnie to uspokaja, jak widzę jaka jest moja sytuacja. Jestem zadowolona z tej aplikacji i to bardzo ułatwia życie.

Barbara, 67 lat

# Silwersi radzą sobie z bankowością mobilną

- Zaledwie 19% osób korzystających z bankowości mobilnej potrzebowało dodatkowej pomocy w korzystaniu z aplikacji.
- Wraz z wiekiem potrzeba dodatkowego wsparcia wzrasta!
- Najczęściej Silwersi sięgają po wsparcie na infolinii banku, czatu w aplikacji oraz udają się do placówki.

## W jakiej formie udało się Panu/Pani otrzymać potrzebne wsparcie w przypadku problemów z aplikacją mobilną banku? [n=54]



Ja nie muszę chodzić do oddziału banku, bo wszystko mogę poprzez aplikację. Łącznie z kredytem.

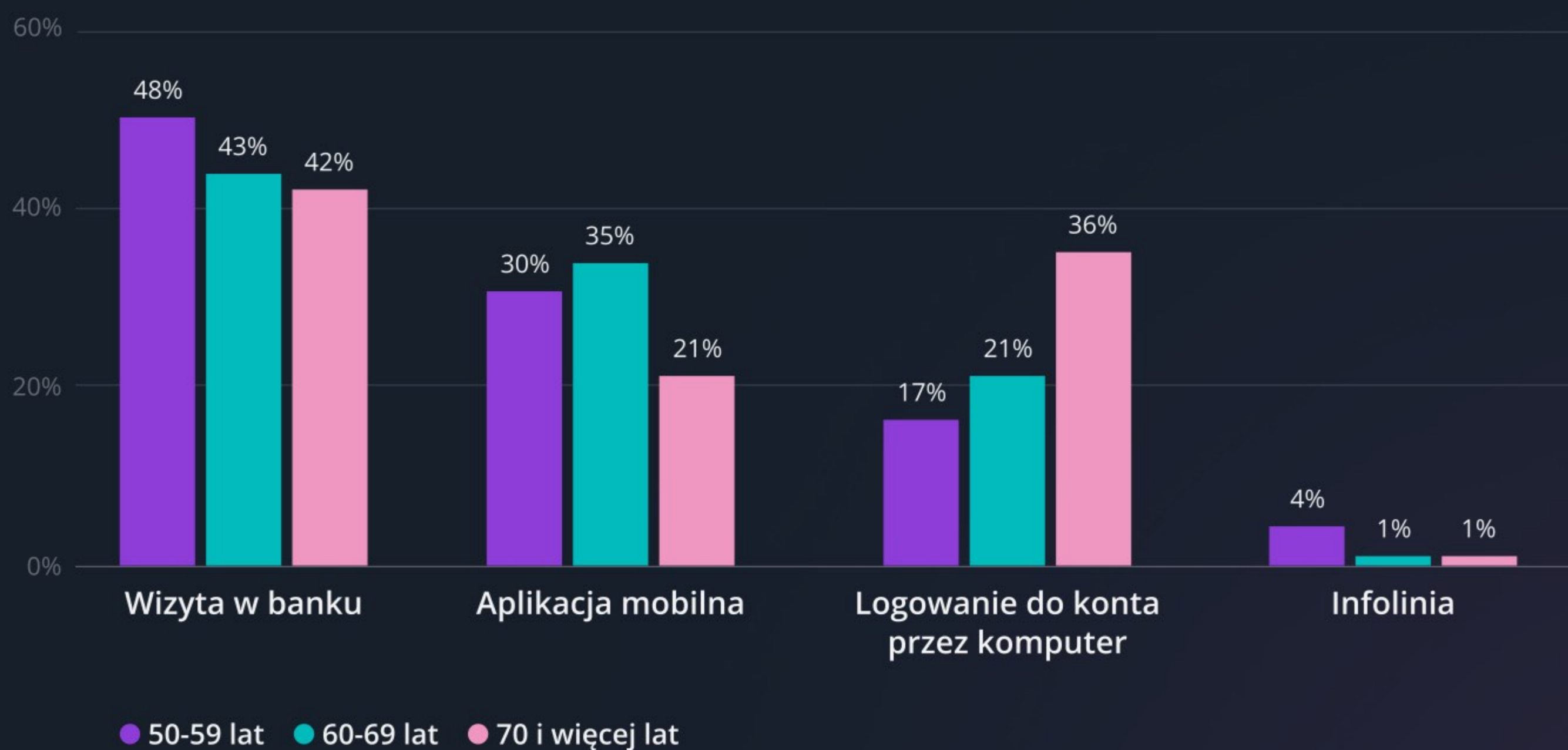
Wiktor, 67 lat

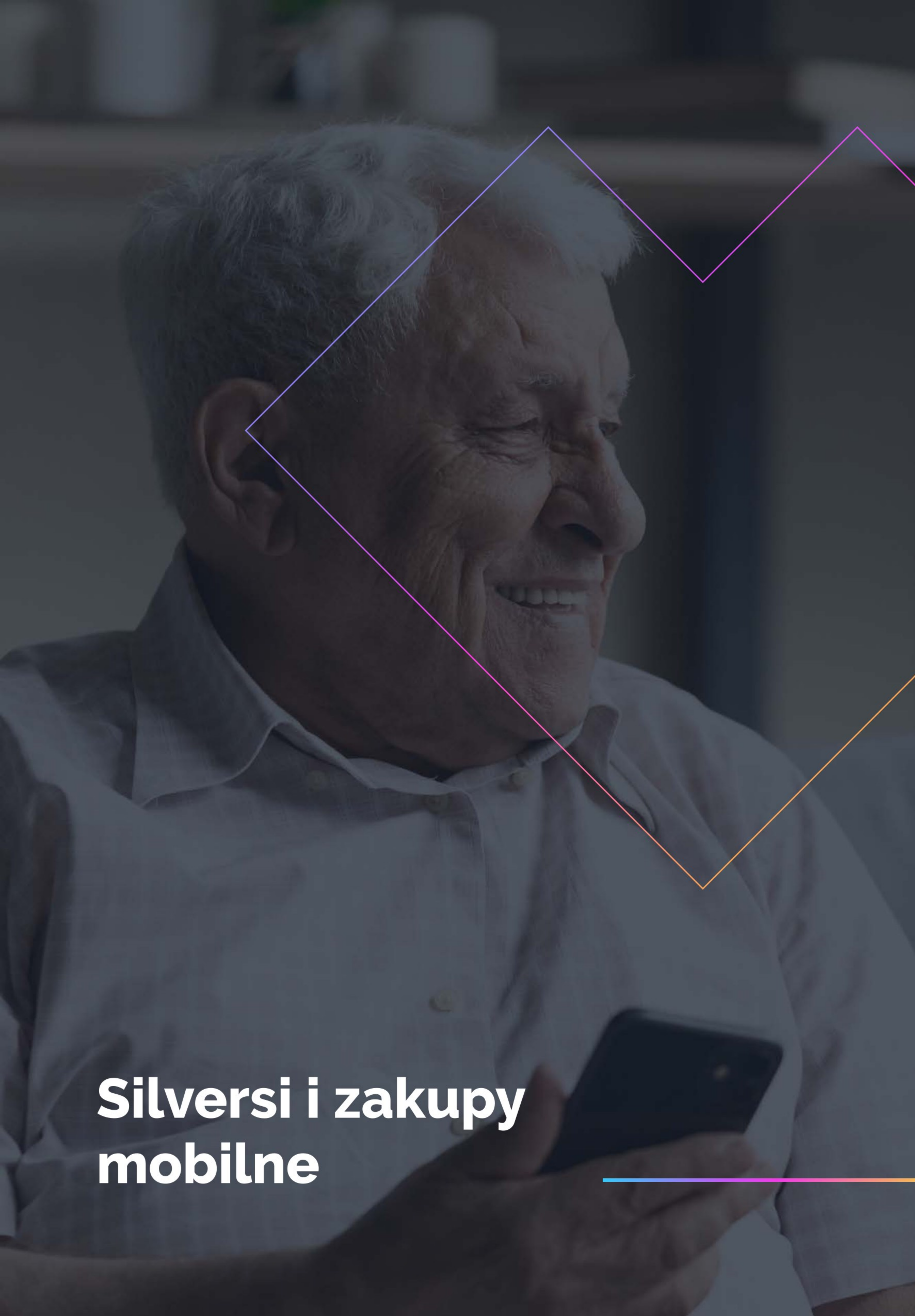


## Jednak to wizyta w banku jest najbezpieczniejsza

- Ogólnie Silwersi wciąż najbezpieczniej czują się podczas wizyty w placówce bankowej.
- Można zaobserwować, że wraz z wiekiem wzrasta poczucie bezpieczeństwa w bankowaniu na komputerze, a spada w bankowości mobilnej.
- Silwersi uznają infolinię bankową za najmniej bezpieczną opcję do załatwiania swoich spraw!

### Uzereguj formy załatwiania spraw bankowych według ich stopnia bezpieczeństwa [N=291]



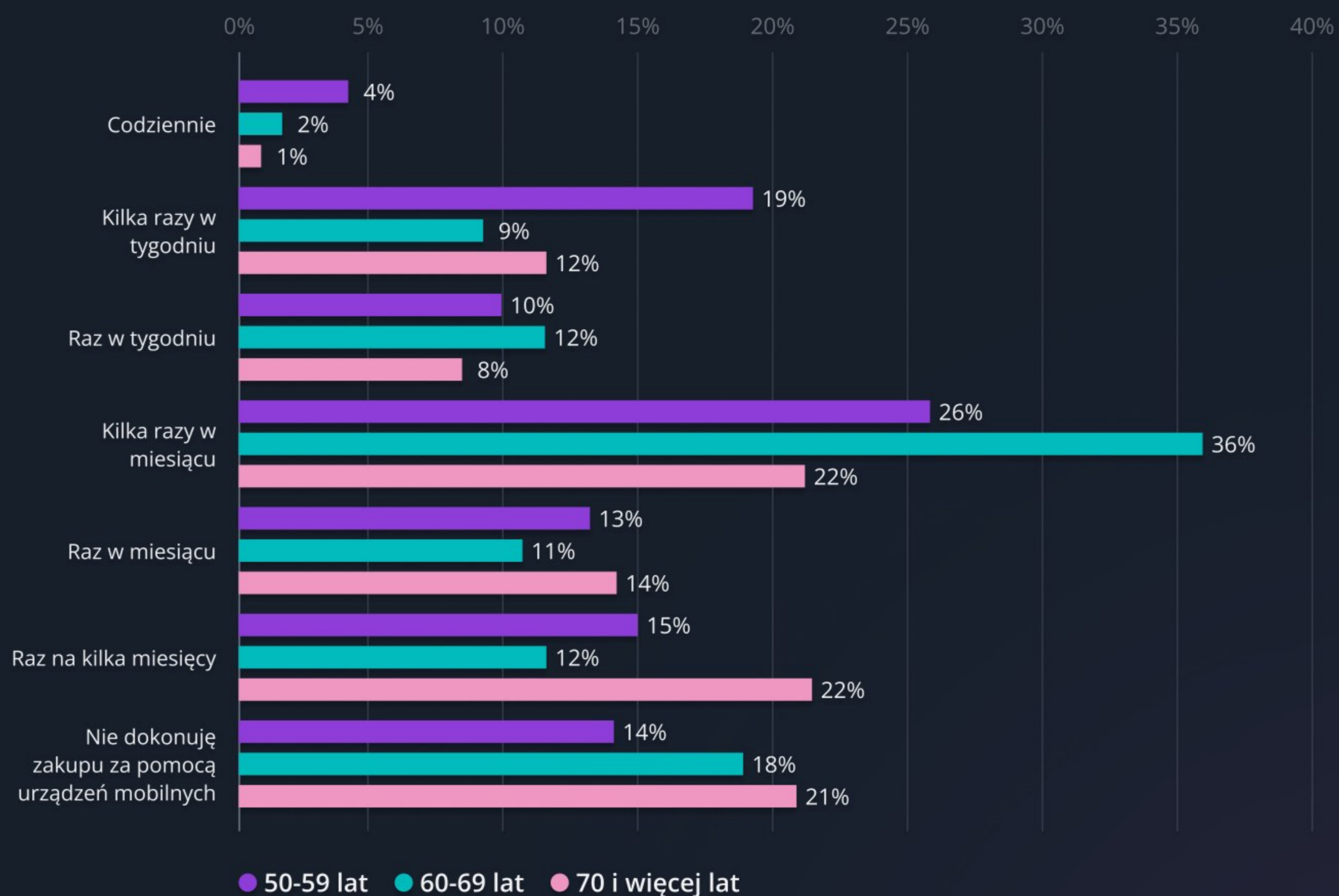


# **Silwersi i zakupy mobilne**

# Pokolenie Silver pokochało zakupy mobilne

- Ponad 80% osób dokonuje zakupów za pomocą urządzeń mobilnych.
- Średnio Silwersi finalizują takie zakupy kilka razy w miesiącu!

## Jak często dokonuje Pan/Pani zakupów online za pomocą urządzeń mobilnych [n=420]



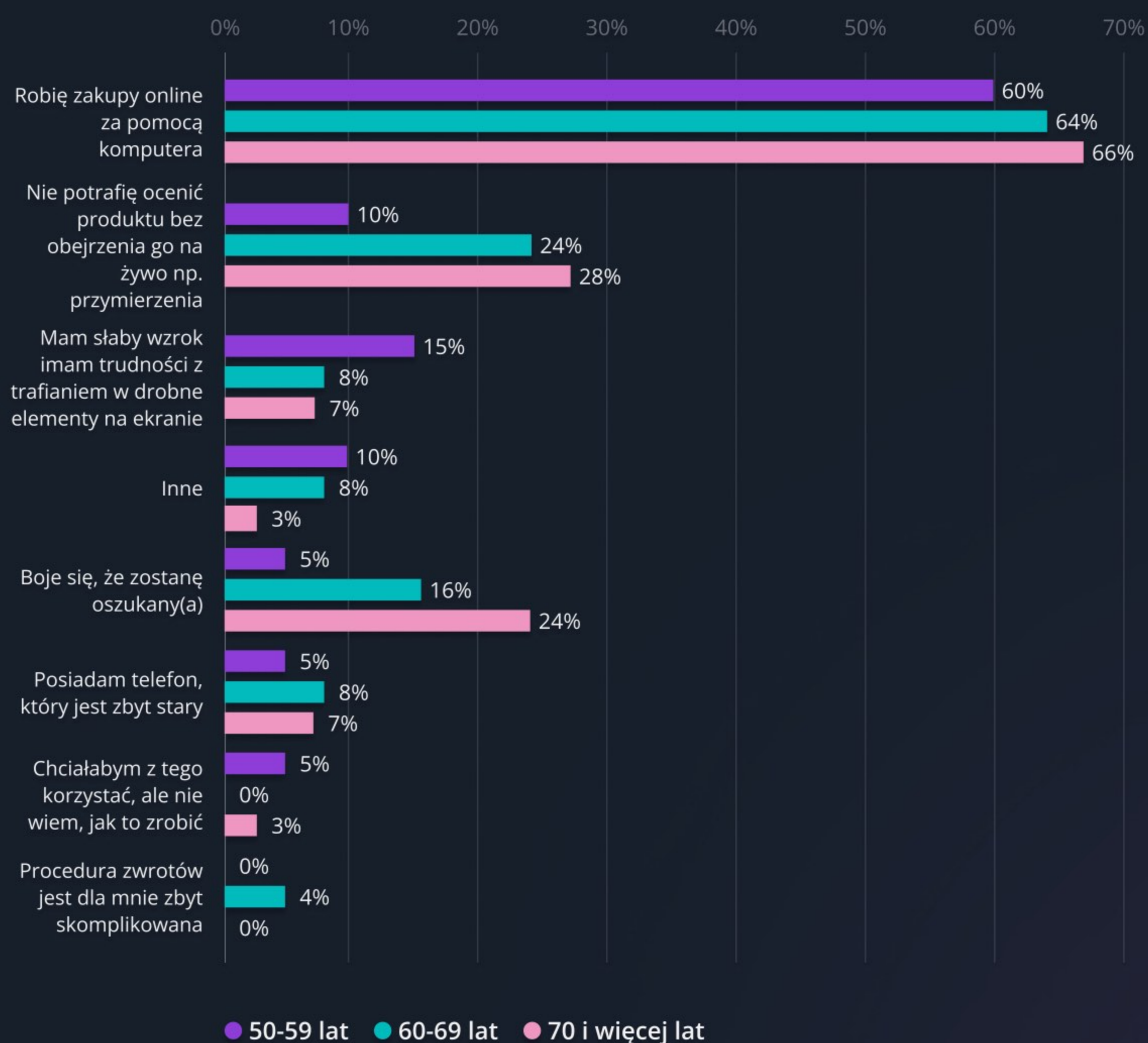
Czekam na coś i sobie przeglądam Allegro i kupuję od razu.

Ewa, 57 lat

# Jednak zakupy online to nie tylko mobile

- Wśród osób nie dokonujących zakupów mobilnych, aż 2/3 osób robi to za pomocą komputera.
- Osoby po 70 roku życia mają większe obawy potencjalnego oszustwa w sieci, a przed zakupem preferują zobaczyć produkt na żywo.

## Dlaczego nie robi Pan/Pani zakupów za pomocą urządzeń mobilnych [n=74]



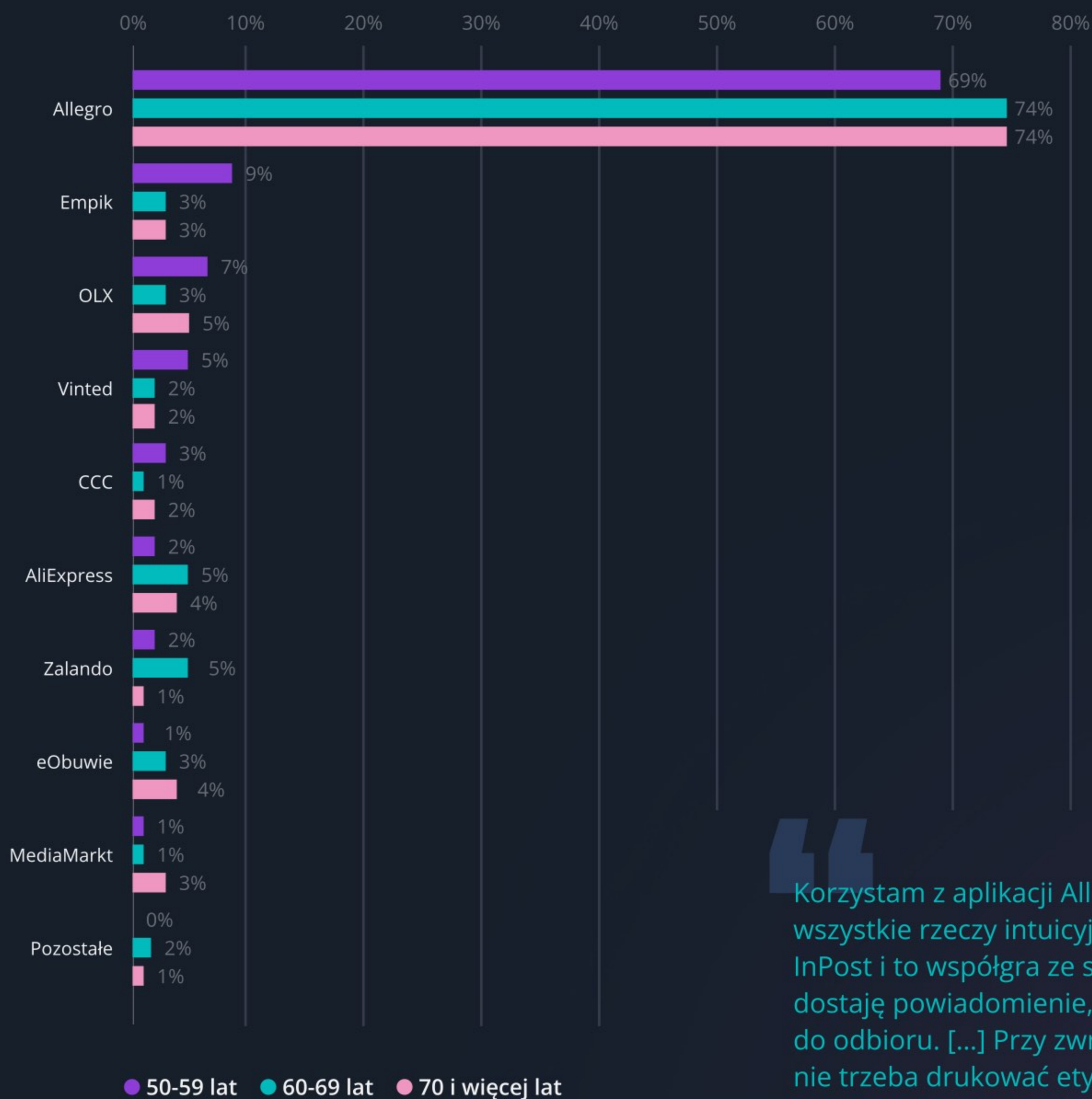
Zamawiam zawsze przez internet z płatnością przy odbiorze, muszę to dotknąć i zobaczyć. Płacenie online za zakupy wydaje mi się skomplikowane, jeśli potrzebuję zapłacić od razu, to dziecko mi to robi.

Barbara, 67 lat

# Allegro liderem mobilnych zakupów wśród Silversów

- Prawie ¾ osób kupujących mobilnie najczęściej korzysta z aplikacji Allegro.
- Pierwszym wyborem są także popularne aplikacje jak kolejno: Empik, OLX, Vinted, CCC czy AliExpress.

## Z jakiego serwisu zakupowego korzystał Pan/Pani najczęściej na urządzeniach mobilnych w ciągu ostatniego pół roku? [n=346]



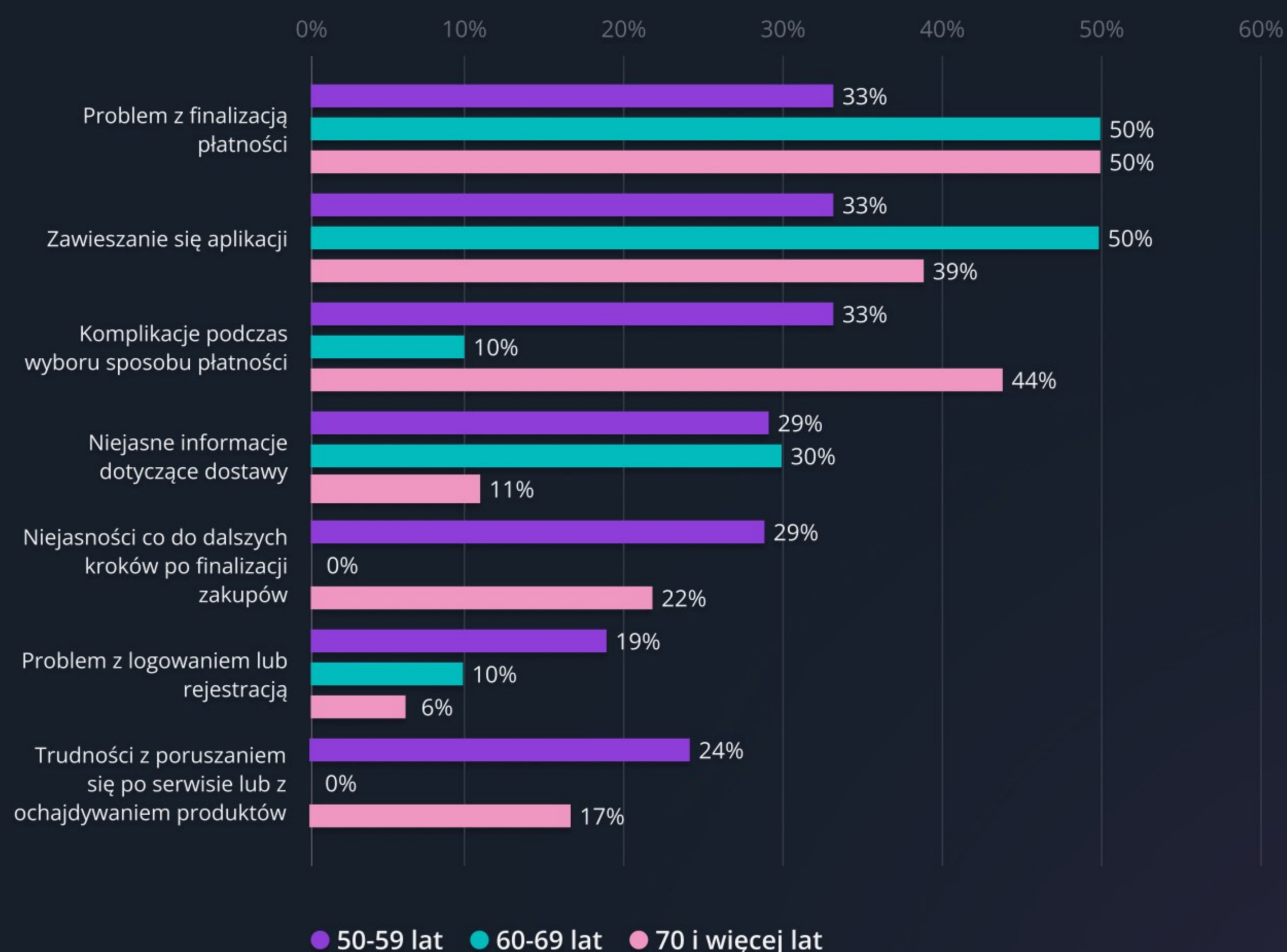
“Korzystam z aplikacji Allegro i robię te wszystkie rzeczy intuicyjnie. Posiadam też InPost i to współgra ze sobą. Od razu dostaję powiadomienie, kiedy paczka jest do odbioru. [...] Przy zwrotach teraz to już nie trzeba drukować etykiety, wystarczy zaznaczyć zwrot i wpisać numer.

Ewa, 57 lat

# Silwersi dobrze sobie radzą w zakupach mobilnych

- Tylko 14% kupujących miało problemy z finalizacją zakupów za pomocą swojego urządzenia mobilnego.
- Najczęściej spotykane trudności to problem z finalizacją płatności, zawieszanie się aplikacji lub komplikacje odnośnie do wyboru formy płatenia.
- Warto podkreślić, że spotykane trudności nie są zależne od wieku użytkowników.

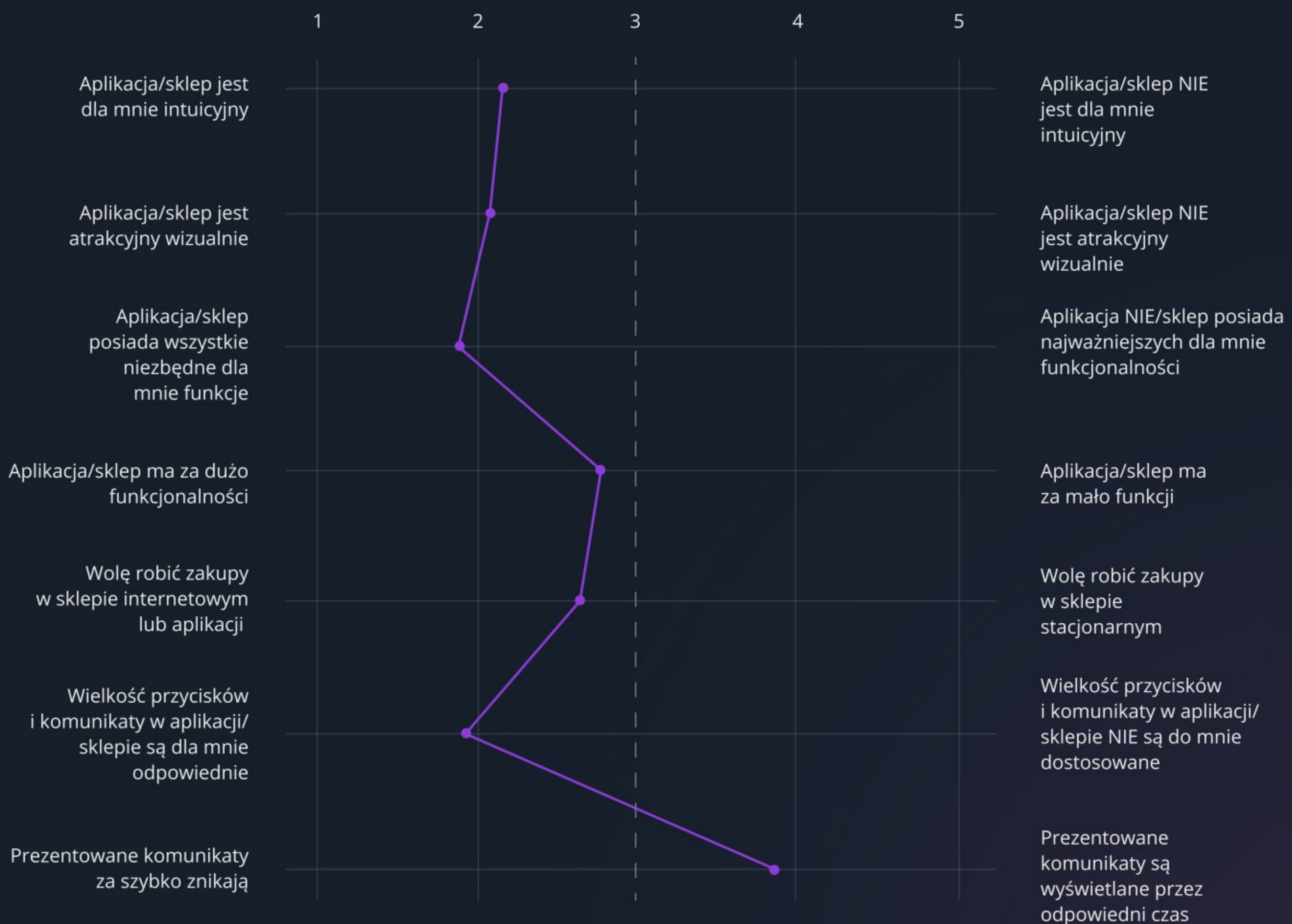
## Jakie trudności z finalizacją zakupu pojawiły się podczas zakupów? [n=49]



# Zakupy mobilne są intuicyjne

- Podobnie jak w przypadku aplikacji bankowych również zakupy mobilne są dla Silversów intuicyjne.
- Aplikacje i sklepy mobilne posiadają wystarczające funkcjonalności oraz cechują się wysokim stopniem dostępności.
- Silversom jest nieco bliżej do zakupów online niż zakupów w sklepie stacjonarnym.

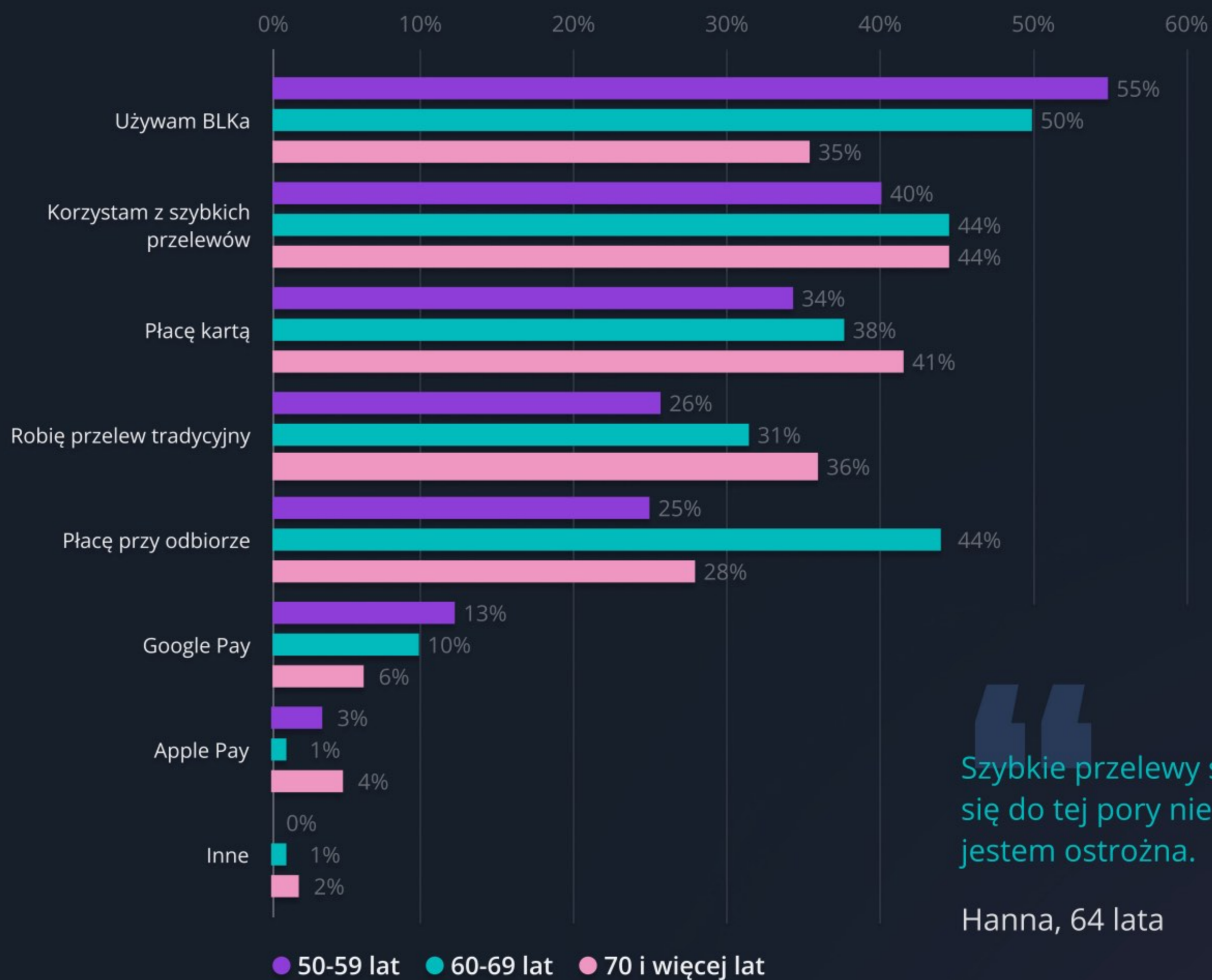
## Na ile Pan/Pani zgadza się z poszczególnymi stwierdzeniami odnośnie serwisu/ aplikacji do zakupów



# Silwersi płacą BLIKIEM

- Silwersi chętnie korzystają z płatności BLIKIEM przy okazji zakupów online, jednak ta chęć spada wraz z wiekiem.
- Osoby 70+ preferują szybkie przelewy, płatności kartą oraz przelewy tradycyjne.
- Im młodsza osoba, tym chętniej korzysta z płatności typowo mobilnych jak np. Google Pay.

## Jakie metody płatności wybiera Pan/Pani najczęściej zakupów? [n=346]



“Szybkie przelewy są bezpieczne, nic się do tej pory nie wydarzyło, ale jestem ostrożna.

Hanna, 64 lata

“[BLIK] Obawiam się, że to nie jest do końca bezpieczne. Mogę być narażona na jakąś stratę finansową. Może po prostu wynika to też z jakiejś mojej niewiedzy, bo nie wiem, jak to dokładnie działa, więc unikam.

Małgorzata, 55 lat

“Zasada działania BLIKA jest ciągle dla mnie niezrozumiała zupełnie, to jest coś, czego nie ogarniam. Jak to jest możliwe, podając numer telefonu mieć od razu pieniądze.

Barbara, 67 lat



# Komentarz Allegro

---



Ponad 80% przedstawicieli generacji Silver dokonuje zakupów online na urządzeniach mobilnych. Z pozostałych 20% badanych aż 60% korzysta z komputera. Daje to jasny obraz, że osoby po 50. r.ż. są istotnymi i aktywnymi uczestnikami świata e-commerce, zatem ich potrzeby z zakresu UX powinny być równie istotne, co w przypadku innych użytkowników.

Co ciekawe, trudności spotykane przy finalizowaniu zakupów mobilnych przez tę grupę wiekową nie odbiegają od tych, które mają pozostali użytkownicy e-commerce. Przedstawiciele generacji Silver najchętniej płacą za pomocą narzędzia BLIK (choć z wiekiem udział tej formy płatności spada), chętnie decydują się również na szybkie płatności. To dowodzi, że branża musi oferować wygodne, bezpieczne i szybkie metody płatności nie tylko z myślą o najmłodszych, ale także o konsumentach Silver, którzy doceniają proste i nowoczesne rozwiązania.

Allegro wychodzi naprzeciw potrzebom swoich klientów, także tych z pokolenia Silver. Upraszczamy proces zakupowy do minimum, a nasza aplikacja mobilna uznawana jest za intuicyjną. To bardzo dobry wynik, choć na tym się nie poprzestajemy i stale wprowadzamy nowe udogodnienia. Nasi klienci mają do wyboru wygodne formy płatności oraz mnogość opcji dostawy, w tym także nowoczesne automaty paczkowe Allegro One Box. Ponadto jednym z najpopularniejszych udogodnień jest usługa Allegro Smart!, czyli chętnie wybierana opcja darmowych dostaw i zwrotów. Innym przykładem jest program „Gwarancja najniższej ceny”, w ramach którego porównujemy ceny setek tysięcy ofert w kilkudziesięciu najpopularniejszych sklepach internetowych, by dać pewność naszym klientom, że na Allegro znajdą je najtaniej. Na platformie dostępnych jest już niemal 800 tys. ofert z tym oznaczeniem.

Generacja Silver stanowi istotny segment uczestników e-commerce, a ich potrzeby z zakresu UX powinny być równie ważne jak w przypadku innych użytkowników.



**Wojciech Bogdan**

Chief Marketing & Financial Services Officer w Allegro

# Podsumowanie badania

## Część I – badanie ilościowe



### Termin badania

13-27.10.2023



### Lokalizacja

Cała Polska



### Badanie

Kwestionariusz CAWI zrealizowany na panelu badawczym.



### Próba badawcza

420 użytkowników smartfonów powyżej 50. r.ż. i posiadających konto w banku.

## Część II – badanie jakościowe



### Termin badania

07-08.11.2023 – 14 osób



### Lokalizacja

Stacjonarnie w Warszawie



### Badanie

Zogniskowany wywiady grupowy połączony z technikami projekcyjnymi.



### Próba badawcza

2 spotkania po 7 osób powyżej 50. r.ż korzystających ze smartfonów i posiadających konto w banku.

## O autorach badania

---

# efigence

Efigence, z ponad 25-letnim doświadczeniem na rynku, specjalizuje się w projektowaniu oraz implementacji zaawansowanych technologii dla bankowości, ubezpieczeń i e-commerce. Ponad 160 naszych ekspertów dostarcza innowacyjne produkty i usługi, koncentrując się na oprogramowaniu na zamówienie, UX/UI i doradztwie strategicznym.

## Partnerzy

# allegro

## Patroni medialni

# Forbes

# cashless.pl

 **PRoto**  
PUBLIC RELATIONS