

Internet w pracy projektanta wnętrz

Jakie narzędzie internetowe pomaga w pracy projektanta? Raport z badań

Czy internet pomaga projektantom wnętrz, czy korzystają oni z innych źródeł inspiracji przy projektach? Gdzie znajdują tę inspirację? Jak oceniają polskie serwisy wnętrzarskie? Jakie narzędzie ułatwiłoby im pracę? Na te pytania agencja Inni PR & Marketing starała się odpowiedzieć w prekursorskim badaniu projektantów wnętrz przeprowadzonym w kwietniu i maju 2011 roku.

Słowem wstępu

Polski rynek mediów wnętrzarskich

Ponad 30 czasopism wnętrzarskich, kilkadziesiąt portali dedykowanych projektowaniu wnętrz i meblom i ponad setka poczytnych portali, w których projektowanie wnętrz jest jednym z głównych działów. Do tego niezliczona ilość blogów, w tym kilkanaście mogących pochwalić się popularnością, której pozazdrościłoby niejedno internetowe medium. Średnia częstotliwość ukazywania się magazynów – miesięczna, średni nakład – ponad 50 tys. egzemplarzy. Przeciętna oglądalność ośmiu najpopularniejszych portali skupionych na designie (architektura, wnętrza, meble) to około 300 000 unikalnych użytkowników miesięcznie (dane za maj 2011). Tak przedstawia się obraz polskich mediów wnętrzarskich.

Jaka jest rola internetu w projektowaniu wnętrz?

Duży rynek mediów wnętrzarskich oraz fakt, że – szczególnie od roku 2009 (czyli od momentu uruchomienia funduszy unijnych na projekty internetowe) – powstało w Polsce szczególnie dużo portali branżowych, w tym portali dla architektów i projektantów wnętrz, sprawił, że agencja Inni PR & Marketing postanowiła sprawdzić, czy, a jeśli tak – to w jaki sposób – projektanci wnętrz z mediów tych korzystają. Głównym celem badania było sprawdzenie, czy internet jest dla projektantów wnętrz znaczącym źródłem inspiracji przy projektowaniu oraz czy istnieją takie internetowe narzędzia, które znacząco wspomagają lub wspomogłyby pracę przy projekcie.

Sposób przeprowadzenia badania

W celu przeprowadzenia badania zaprojektowany został internetowy kwestionariusz wywiadu, za pomocą którego przeprowadzone zostało pogładowe badanie. Informacje o badaniu rozesłane zostały pocztą elektroniczną do ponad 600 pracowni. W badaniu wzięło udział 40 projektantów wnętrz, co oznacza, że odpowiedzi udzieliło około 6% spośród poinformowanych o badaniu osób. Ponieważ liczba badanych jest zbyt mała, by przeprowadzać testy i wnioskowania statystyczne, poniżej przedstawiamy wyłącznie częstości udzielonych odpowiedzi. Wyniki badania proszę traktować pogładowo (nie rozciągać wniosków na wszystkich projektantów) – badanie nie zostało przeprowadzone na grupie reprezentatywnej.

Abstrakt

Źródła inspiracji projektowej

Ośmiu na dziesięciu projektantów, korzysta w poszukiwaniu inspiracji do projektów z wyszukiwarki **Google** oraz **prasy wnętrzarskiej**. Siedmiu na dziesięciu korzysta także ze stron internetowych producentów wyposażenia, 5% mniej – z drukowanych katalogów. Nieco ponad połowa badanych (52,5%) korzysta z branżowych portali i serwisów.

Cechy internetowego serwisu najbardziej pomocne przy poszukiwaniu inspiracji

Za najważniejszy czynnik zdecydowanie uznany został **duży wybór**, czyli duża ilość materiałów graficznych, jakie dane źródło (prasa, portal, katalogi itp.) zawierają. Kolejnym istotnym czynnikiem jest **jakość** zawartych w medium materiałów i **łatwość sortowania** materiałów.

Braki polskich serwisów wnętrzarskich

Dla ponad połowy badanych projektantów najważniejszymi brakami polskich serwisów wnętrzarskich są: **brak dużego wyboru** materiałów graficznych (mebli, akcesoriów wyposażenia, projektów, realizacji) oraz **trudności w sortowaniu** zawartych w serwisie materiałów.

(Nie)przydatność polskich serwisów internetowych w projektowaniu

Niemal co drugi projektant uważa polskie serwisy internetowe za **przydatne źródło**, co trzeci nie ma na ten temat zdania. Co piąty badany projektant uważa natomiast, że serwisy te nie są przydatne w poszukiwaniu inspiracji projektowej.

Mimo tego, że z internetu w poszukiwaniu inspiracji projektowej nie korzysta tylko co piąty projektant, **projektanci-użytkownicy serwisów nie traktują ich jako najważniejszego źródła inspiracji**. Co więcej, polskie serwisy wnętrzarskie pozytywnie ocenia 45% badanych projektantów, przy czym co trzeci nie

wyraża swojej opinii – co może oznaczać zarówno obojętny stosunek do tych serwisów, jak ich nieznamość.

Bolączki projektantów w poszukiwaniu elementów wyposażenia wnętrz

Często **trudno znaleźć producenta mebla**, który znaleziony został w Internecie. Aż 2/3 badanych zgodziło się z tym zdaniem. 40% projektantów uważa, że ma **trudności ze znalezieniem odpowiednich przedmiotów w polskich serwisach wnętrzarskich**.

Korzystne i utrudniające warunki w wykonywaniu pracy projektowej

85%, zgodziła się z opinią mówiącą, że **możliwość znalezienia elementów wyposażenia wnętrz po określonych przez projektanta kryteriach zaoszczędziłaby dużo czasu projektantowi**.

Projektanci preferują sami dobierać elementy wyposażenia wnętrz do projektu według wytycznych klienta, niż pozostawiać wybór klientowi: niemal 2/3 projektantów uważa, że samodzielny wybór wyposażenia przez klienta nie zaoszczędziłby czasu projektantowi.

Obraz pożądanых cech serwisu internetowego, który ułatwiłby pracę projektantom wnętrz

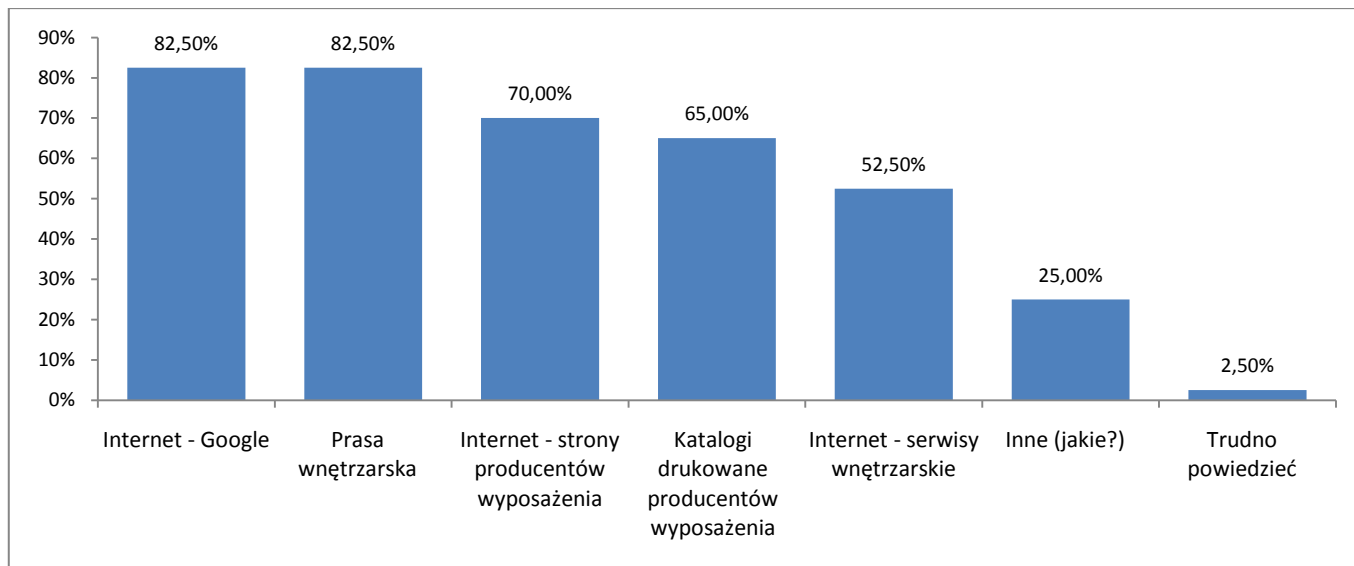
Proste wyszukiwanie, umożliwiające znalezienie produktu po wielu cechach naraz okazało się najbardziej istotną dostrzegalną cechą portalu. Kolejne dwie cechy wskazywane były na drugim bądź trzecim miejscu: to **dostępność (jawność) adresów**, pod którymi można kupić znaleziony przedmiot oraz **zamieszczenie materiałów** ułatwiających projektantowi zaprezentowanie produktu klientowi i umieszczenie produktu w projekcie – zdjęć, opisów produktu, modeli i rysunków technicznych.

W poszukiwaniu inspiracji

media on- i offline

Zapytaliśmy projektantów, z jakich źródeł medialnych korzystają przy poszukiwaniu inspiracji do projektów. Każdy badany mógł wybrać tyle odpowiedzi, ile chciał – jednak bez wskazania źródła najważniejszego. Projektanci do wyboru mieli pięć źródeł – mediów. Wśród mediów internetowych – najpopularniejszą wyszukiwarkę (Google), strony producentów

wyposażenia wnętrz oraz serwisy wnętrzarskie. Wśród mediów offline – prasę wnętrzarską oraz katalogi producentów wyposażenia wnętrz. Zostawiliśmy także projektantom możliwość udzielenia innej niż wymienione wyżej odpowiedzi. Preferowane źródła inspiracji przedstawia poniższy wykres:



Wykres 1: ŹRÓDŁO INSPIRACJI PRZY POSZUKIWANIU ELEMENTÓW WYPOSAŻENIA WNĘTRZ

Zarówno media internetowe, jak i prasa branżowa oraz katalogi producentów wyposażenia są popularnymi źródłami poszukiwania inspiracji przy projektowaniu wnętrz. Z każdego z tych źródeł korzysta większość badanych projektantów.

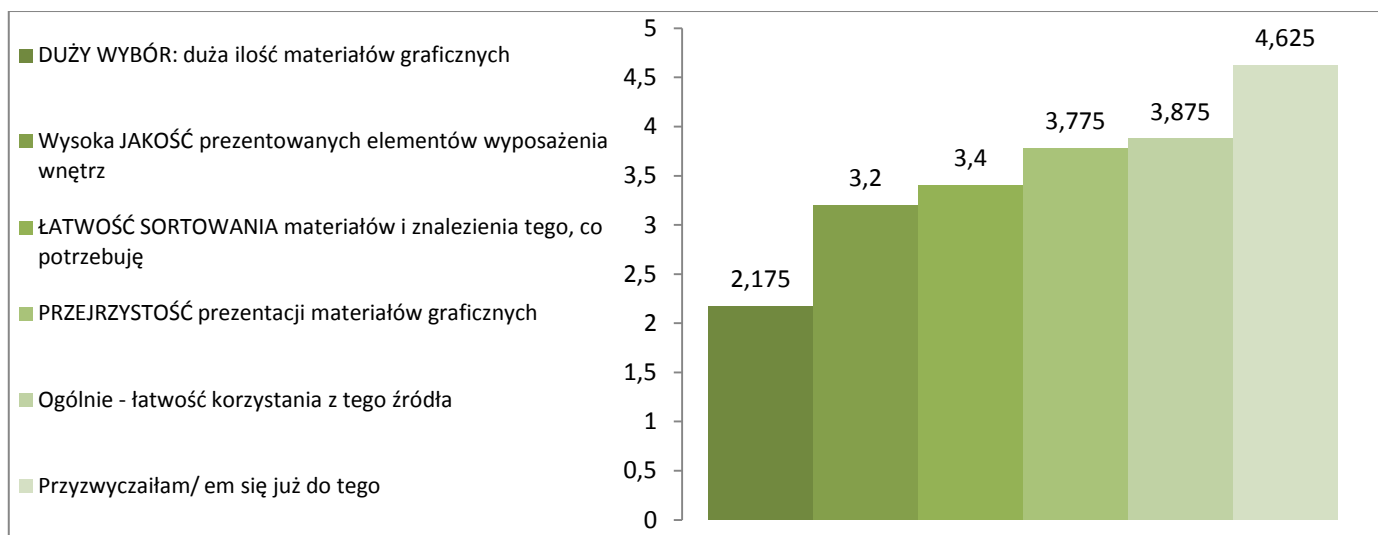
Najwięcej, bo aż ośmiu na dziesięciu projektantów, korzysta z wyszukiwarki Google oraz prasy wnętrzarskiej. Siedmiu na dziesięciu korzysta także ze stron internetowych producentów wyposażenia, 5% mniej – z drukowanych katalogów. Nieco ponad połowa badanych (52,5%) korzysta z branżowych portali i serwisów.

Wydawałoby się, że publikowane na branżowych stronach projekty i elementy wyposażenia, dobrane ze względu na stylizację, kolorystykę czy możliwość zakupu w Polsce, pomocne są przy poszukiwaniu inspiracji. Źródło to było jednak najrzadziej wskazywanym z wyżej wymienionych – dlaczego? Na to pytanie próbujemy odpowiedzieć w dalszej części analizy badań.

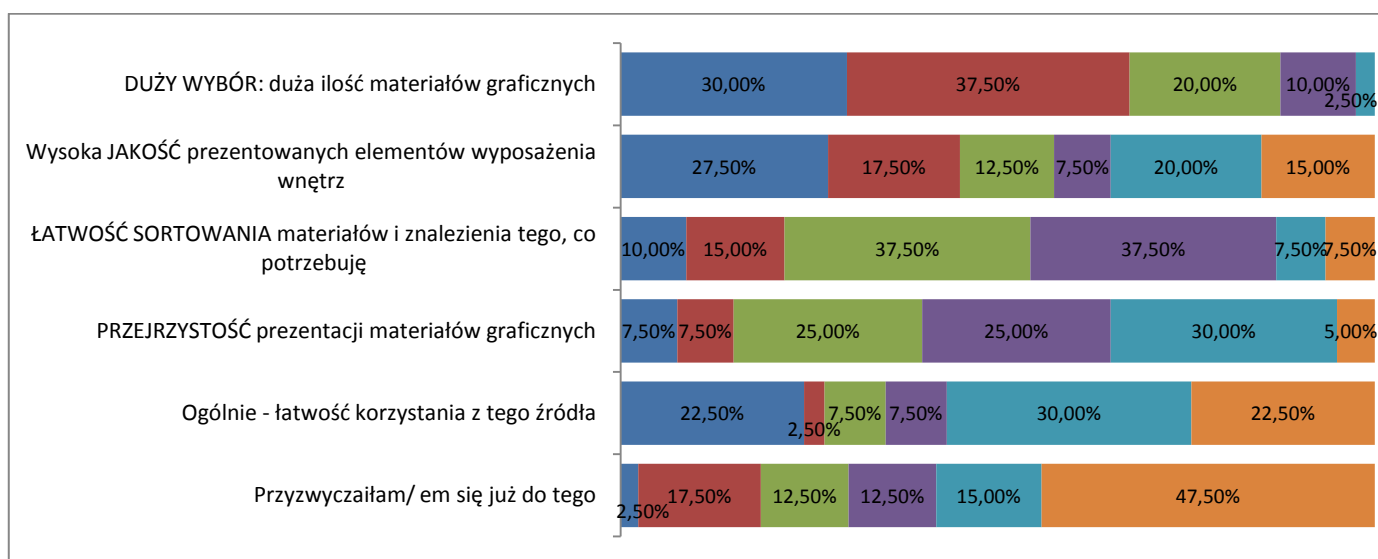
Duży wybór i łatwość sortowania

Branżowe serwisy wnętrzarskie – zarówno portale, jak i blogi – skierowane są przede wszystkim do czytelnika, który poszukuje pomysłu na urządzenie domu lub mieszkania. Portale publikują artykuły poradnikowe i tematyczne, prezentują produkty, udostępniają fora dyskusyjne czy zapewniają możliwość prezentacji własnych zdjęć. To samo dotyczy się portali skierowanych do projektanta. Blogi z kolei prezentują indywidualny wybór wnętrz i elementów wyposażenia, dokonany przez autora bloga.

W dalszej części badań pytaliśmy projektantów, **jakie cechy internetowego serwisu są najbardziej pomocne przy poszukiwaniu inspiracji**, a jakich brakuje w polskich serwisach. W odpowiedzi na pytanie: „Co sprawia, że korzysta Pan/i właśnie z tych (wymienionych w poprzednim pytaniu) źródeł inspiracji?” projektanci porządkowali pożądane cechy serwisu od najważniejszego do najmniej ważnego.



Wykres 2: CZYNNIKI DECYDUJĄCE O WYBORZE ŹRÓDŁA INSPIRACJI – średnie



Wykres 3: CZYNNIKI DECYDUJĄCE O WYBORZE ŹRÓDŁA INSPIRACJI – oceny

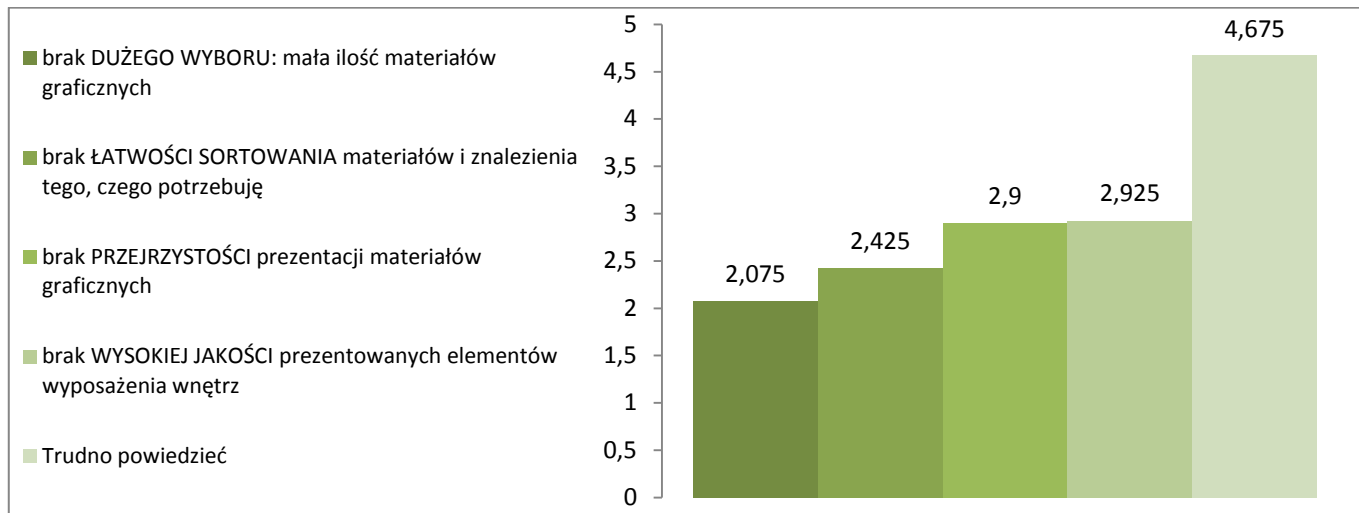
Za najważniejszy czynnik zdecydowanie uznany został **duży wybór, czyli duża ilość materiałów graficznych, jakie dane źródło (prasa, portal, katalogi itp.) zawierają**. Szczególnie w porównaniu do reszty czynników – wysokiej jakości materiałów, łatwości ich sortowania i przejrzystości – jest to czynnik szczególnie istotny, ponieważ aż 2/3 projektantów wskazała go na pierwszym lub drugim miejscu.

Kolejnym istotnym czynnikiem jest **jakość** zawartych w medium materiałów – za najważniejszy lub prawie najważniejszy czynnik uznało go 45% badanych projektantów. **Łatwość sortowania materiałów**, która przekłada się na szybkość znalezienia poszukiwanej treści znalazła się na trzecim miejscu – aż 75% projektantów wymieniło tę cechę na 3 lub 4 miejscu. Przejrzystość prezentacji materiałów

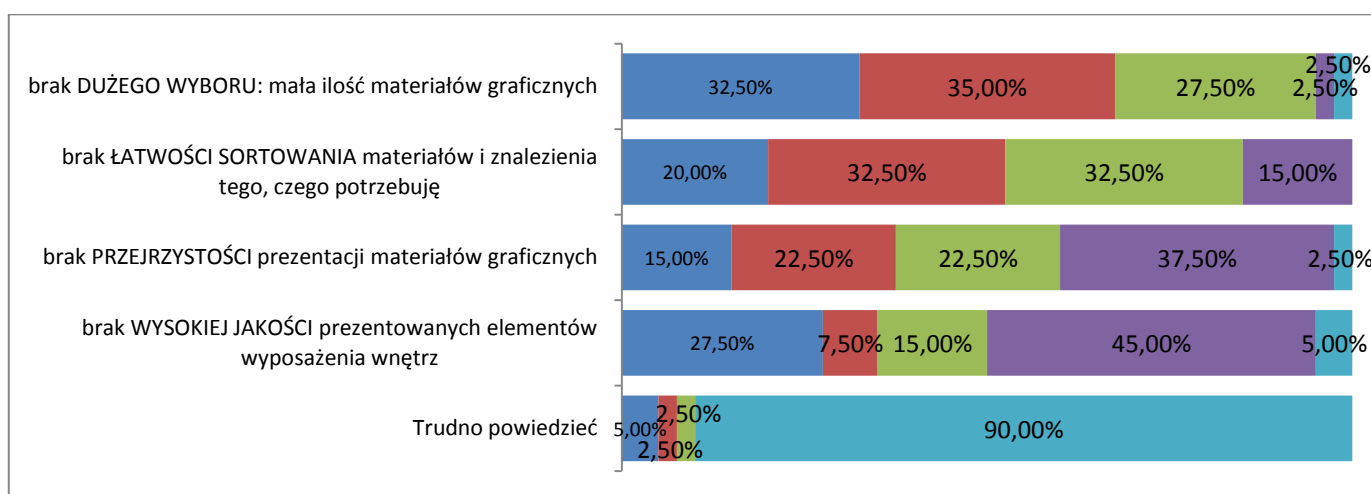
graficznych oraz ogólna łatwość w korzystaniu z danego źródła były mniej istotnymi czynnikami dla większości projektantów. Najmniej istotnym czynnikiem okazało się przyzwyczajenie do korzystania z danego źródła.

Podsumowując: projektanci najczęściej korzystają z Google i prasy wnętrzarskiej oraz stron internetowych producentów wyposażenia. Połowa korzysta z internetowych serwisów wnętrzarskich. Źródła te cenią projektanci za duży wybór prezentowanych materiałów, nieco rzadziej – za wysoką jakość prezentacji oraz łatwość sortowania – czyli znalezienia poszukiwanych materiałów.

Jak oceny te przekładają się na postrzeganie polskich serwisów wnętrzarskich?



Wykres 4: DOSTRZEGANE BRAKI W POLSKICH PORTALACH WNĘTRZARSKICH – średnie



Wykres 5: DOSTRZEGANE BRAKI W POLSKICH PORTALACH WNĘTRZARSKICH – oceny

W ocenie polskich serwisów wnętrzarskich projektanci są mniej zgodni niż w określaniu najważniejszych cech źródeł, z których korzystają w poszukiwaniu inspiracji. Może dlatego, że z serwisów wnętrzarskich korzysta tylko połowa z nich. Brak zgodności widać przede wszystkim w bardziej wyrównanych ocenach cech serwisów niż w przypadku ocen cech źródeł, z których projektanci korzystają. Średnie oceny są dość wyrównane i oscylują między 2 a 3. Oznacza to, że brak jednej charakterystycznej cechy polskim serwisom wnętrzarskim, która wyróżniałaby je negatywnie. Z drugiej strony, dla ponad połowy badanych projektantów najważniejszymi brakami polskich serwisów wnętrzarskich są: brak dużego wyboru materiałów graficznych (mebli, akcesoriów

wyposażenia, projektów, realizacji) oraz trudności w sortowaniu zawartych w serwisie materiałów. Ponad 1/3 badanych za najważniejsze lub prawie najważniejsze uważa brak przejrzystości lub niską jakość prezentowanych przedmiotów.

W wyborze najważniejszej cechy negatywnej polskich serwisów wnętrzarskich kierować się musimy raczej ilością wskazań danej cechy na ostatnich miejscach – i tu zauważymy, że mały wybór materiałów graficznych jest najważniejszym brakiem.

Projektantom trzeba po prostu więcej treści. I intuicyjnego mechanizmu ich sortowania.

W samodzielnym poszukiwaniu inspiracji

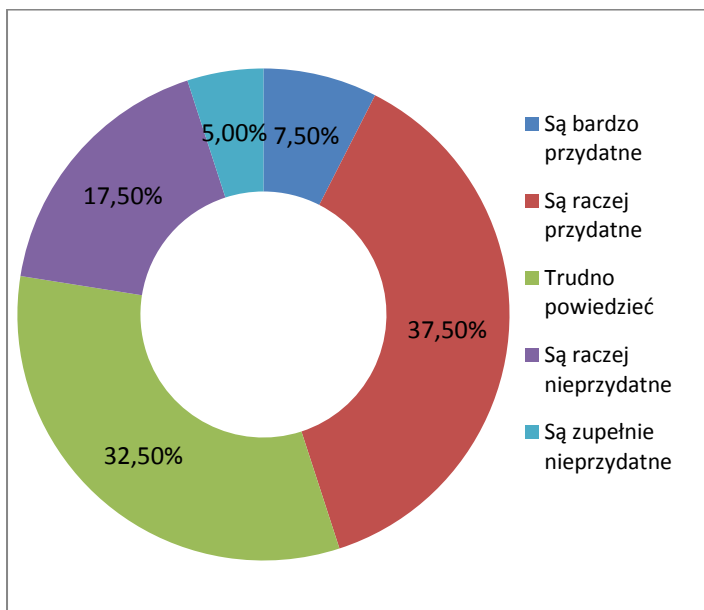
czyli internet nie dla projektanta wewnątrz?

Podzielone zdania charakteryzują projektantów także w przypadku ogólnej oceny przydatności serwisów internetowych w odnajdywaniu inspiracji. Niemal co drugi projektant uważa polskie serwisy internetowe za przydatne źródło, co trzeci nie ma na ten temat zdania. Co piąty badany projektant uważa natomiast, że serwisy te nie są przydatne w poszukiwaniu inspiracji projektowej.

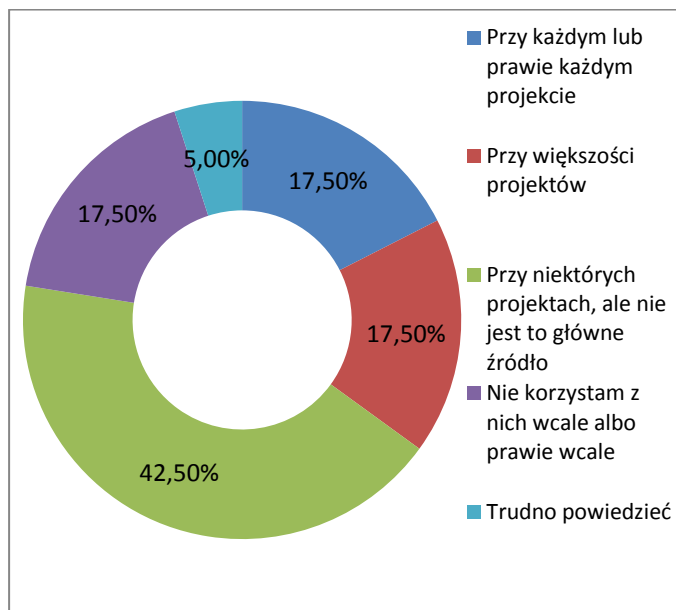
Z poprzedniej części raportu wiemy, że spośród projektantów, którzy wzięli udział w badaniu, wiemy, że co najmniej 82,5% korzysta z internetu jako źródła inspiracji – a zatem z Google, stron producentów wyposażenia i serwisów wnętrzarskich. Sprawdziliśmy, jak często projektanci kierują się do serwisów internetowych w poszukiwaniu inspiracji. Odniesieniem dla określenia częstotliwości był jeden projekt – i tak: ponad połowa z projektantów korzystających w internetowych serwisów deklaruje najrzadszą częstotliwość – twierdzą, że poszukują w nich inspiracji

tylko przy niektórych projektach, jednocześnie określając, że serwisy te nie są dla nich głównym źródłem inspiracji. Kolejne 42% z grupy projektantów korzystających z internetowych serwisów twierdzi, że korzysta z nich przy większości projektów – połowa tej grupy – przy prawie każdym projekcie.

Reasumując – mimo tego, że z internetu w poszukiwaniu inspiracji projektowej nie korzysta tylko co piąty projektant, projektanci-użytkownicy serwisów nie traktują ich jako najważniejszego źródła inspiracji. Co więcej, polskie serwisy wnętrzarskie pozytywnie ocenia 45% badanych projektantów, przy czym co trzeci nie wyraża swojej opinii – co może oznaczać zarówno obojętny stosunek do tych serwisów, jak ich nieznamość.



Wykres 11: Ocena przydatności POLSKICH serwisów internetowych w odnajdywaniu inspiracji bądź elementów wyposażenia wewnątrz



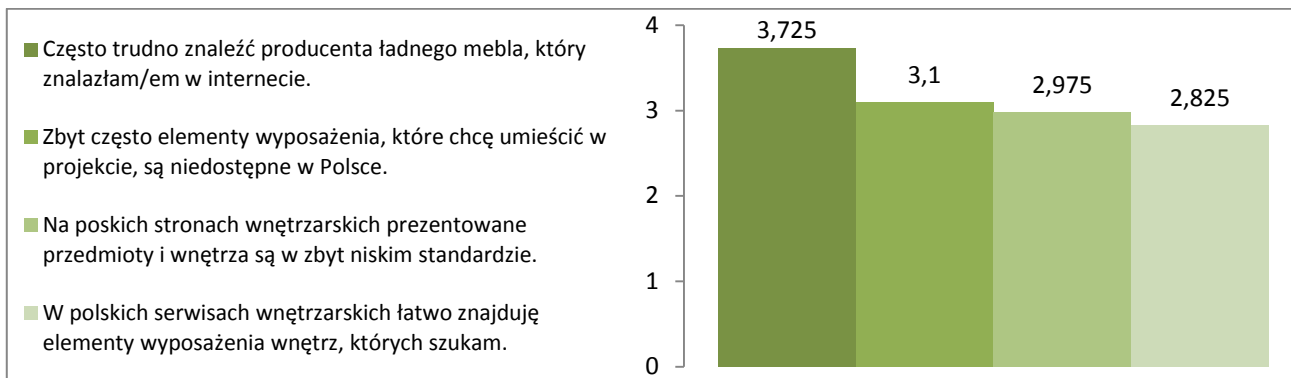
Wykres 12: CZĘSTOTLIWOŚĆ KORZYSTANIA Z SERWISÓW INTERNETOWYCH JAKO ŹRÓDŁA INSPIRACJI

Listy życzeń

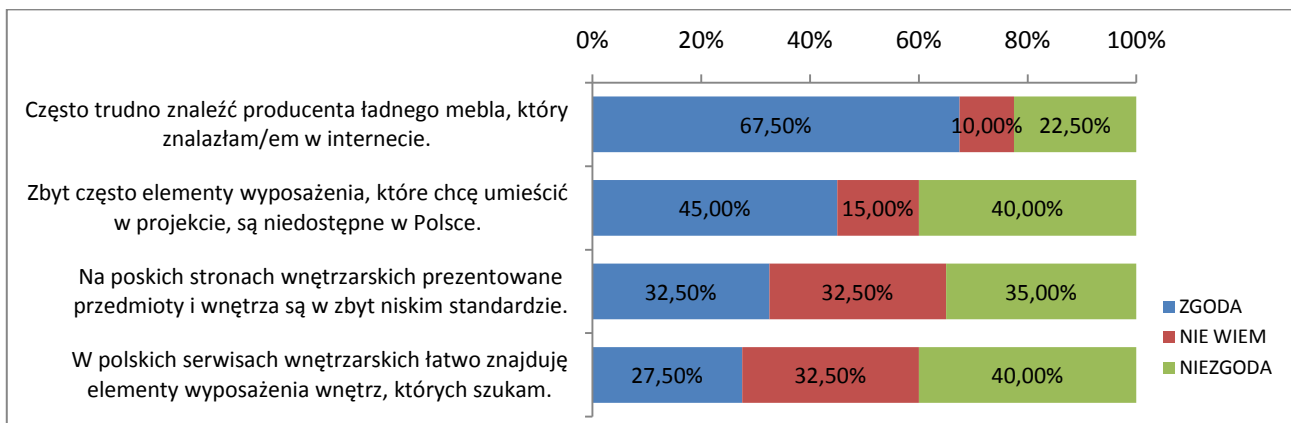
co ułatwi pracę projektantom wnętrz?

Badanie miało na celu między innymi uzyskanie wiedzy na temat pożądaných funkcjonalności serwisu internetowego, który miałyby być dla projektantów wnętrz przydatny. Zanim jednak poprosiliśmy o określenie tych cech, chcieliśmy dowiedzieć się, jakie są bolączki projektantów w poszukiwaniu

elementów wyposażenia wnętrz. W tym celu projektanci poproszeni zostali o określenie, w jakim stopniu zgadzają się lub nie zgadzają z przedstawionymi opiniami. Ocena 5 oznaczała całkowitą zgodę, 1 – niezgodę. Im wyższa średnia, tym więcej opinii przychylnych.



Wykres 7: INTERNET JAKO ŹRÓDŁO INSPIRACJI W OPINIACH PROJEKTANTÓW WNĘTRZ - średnie



Wykres 8: INTERNET JAKO ŹRÓDŁO INSPIRACJI W OPINIACH PROJEKTANTÓW WNĘTRZ - oceny

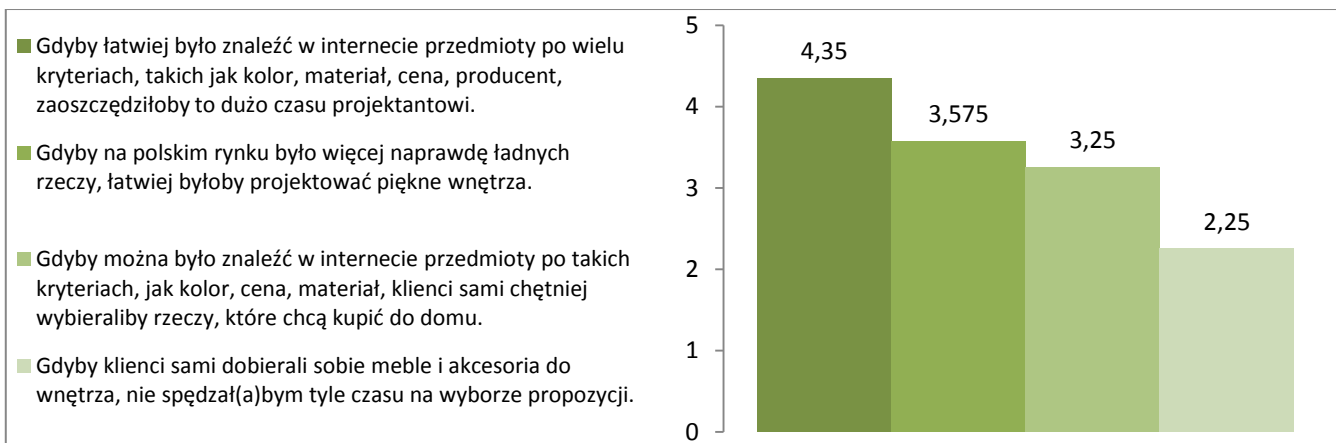
Najwięcej **opinii przychylnych** wśród projektantów zyskała opinia, iż często **trudno znaleźć producenta mebla, który znaleziony został w Internecie**.

Aż 2/3 badanych zgodziło się z tym zdaniem – fakt ten wpływa stąd, iż serwisy, w których projektanci szukają elementów wyposażenia, nie publikują pełnych informacji o produkcie. Szczególnie elementy znajdowane za pomocą wyszukiwarek podlegają tej opinii – nie podawanie przez serwisy źródeł materiałów może mieć istotne znaczenie w nieprzydatności ich publikacji dla projektanta.

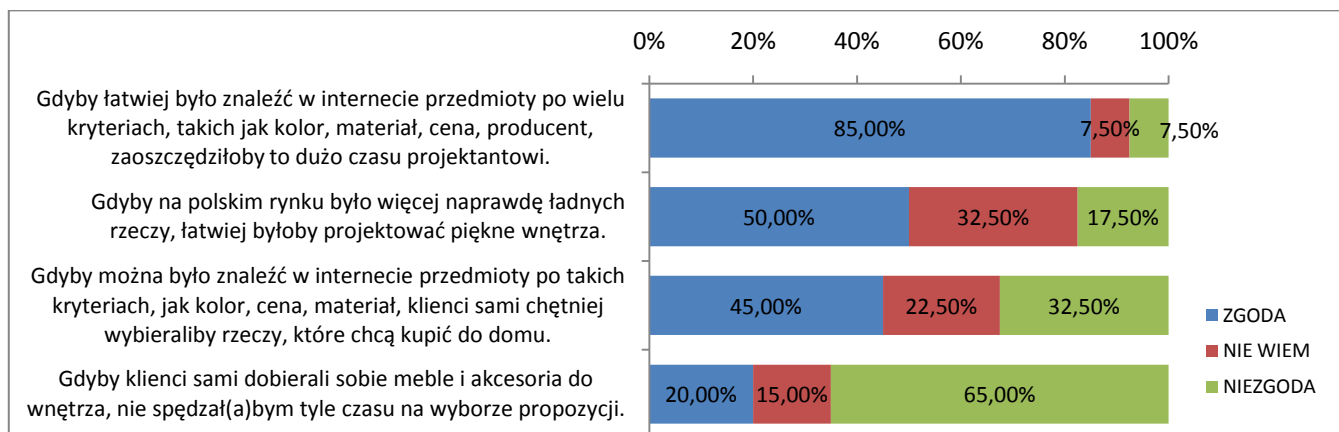
Opinia mówiąca, że trudno znaleźć informacje o dostępności w Polsce produktu, który projektant chce umieścić w projekcie, zyskała podobną ilość opinii przychylnych, jak i nieprzychylnych. Podobną średnią

ocenę uzyskała opinia o niskiej jakości materiałów prezentowanych w polskich serwisach wnętrzarskich – przy czym o ile w przypadku poprzedniej opinii projektanci bardziej zdecydowanie wyrażali zgodę lub niezgodę, o tyle względem jakości materiałów częściej nie mieli zdania – opinie podzielone były niemal po równo.

Najczęściej projektanci nie zgadzali się ze stwierdzeniem „W polskich serwisach wnętrzarskich łatwo znajduję elementy wyposażenia wnętrz, których szukam”. Aż **40% projektantów uważa, że ma trudności ze znalezieniem odpowiednich przedmiotów w polskich serwisach wnętrzarskich**, podczas gdy niemal co trzeci twierdzi przeciwnie.



Wykres 9: CZYNNIKI UŁATWIAJĄCE PROJEKTOWANIE W OPINIACH PROJEKTANTÓW WNĘTRZ - średnie



Wykres 10: CZYNNIKI UŁATWIAJĄCE PROJEKTOWANIE W OPINIACH PROJEKTANTÓW WNĘTRZ - oceny

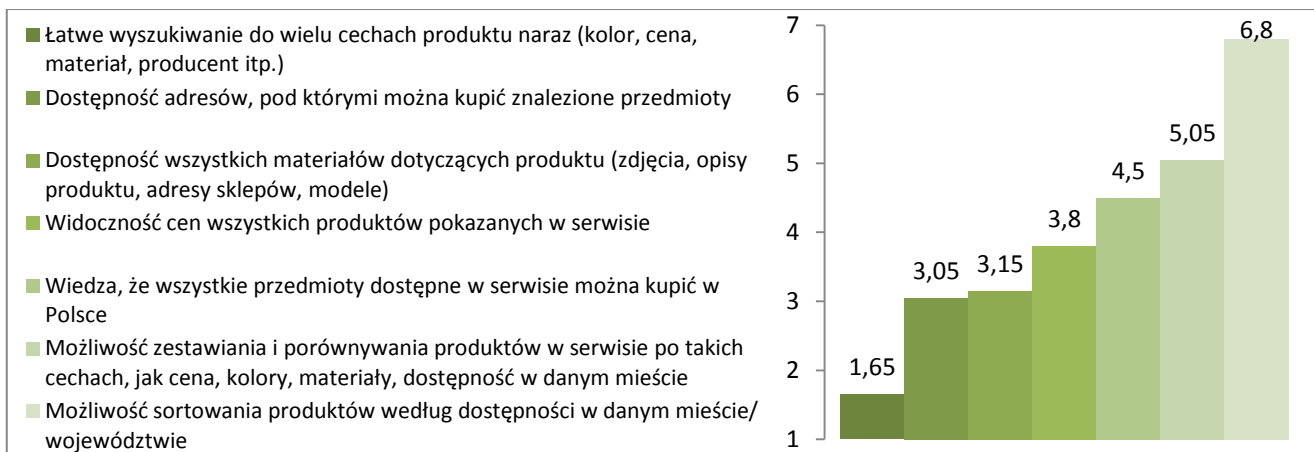
Kolejne opinie miały na celu zbadanie preferowanych przez projektantów sytuacji rynkowych. Opinie ukazują, które sytuacje projektanci określają jako korzystne, a które – jako utrudniające wykonywanie pracy projektowej.

Oszczędność czasu. Zdecydowana większość projektantów, bo aż 85%, zgodziła się z opinią mówiącą, że możliwość znalezienia elementów wyposażenia wnętrz po określonych przez projektanta kryteriach zaoszczędziłaby dużo czasu projektantowi. Oznacza to, że wśród dostępnych na rynku produktów niełatwo jest się poruszać, kiedy szuka się produktów o określonych cechach, a wyniki wyszukiwania nie zawsze dają zadowalające efekty.

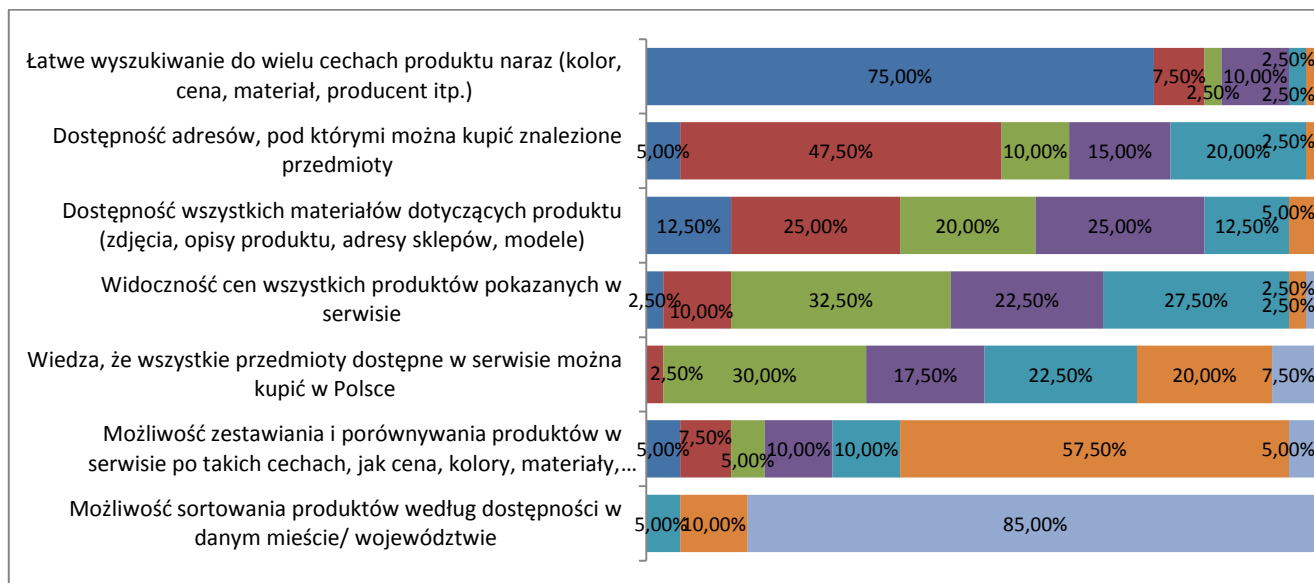
Duży wybór produktów na rynku. Połowa projektantów uważa, że ułatwieniem dla projektanta byłaby dostępność większej ilości ładnych elementów wyposażenia wnętrz na polskim rynku. Jednocześnie co trzeci projektant nie ma zdania na ten temat. Opinia ta nie wyraża bezpośrednio potrzeby posiadania

większego wyboru produktów – projektanci mogą wyrażać zdanie, że niezależnie od zakresu produktów dostępnych na rynku, są oni w stanie projektować piękne wnętrza – tym bardziej, że często sami, w ramach projektu, projektują elementy wyposażenia.

Samodzielne wybieranie elementów wyposażenia przez klienta. Dwie ostatnie opinie ukazują, iż projektanci preferują sami dobierać elementy wyposażenia wnętrz do projektu według wytycznych klienta, niż pozostawiać wybór klientowi. Podzielona jest opinia o tym, że łatwość znalezienia w Internecie elementów wyposażenia według określonych cech spowodowałaby większą chęć samodzielnych poszukiwań wyposażenia wśród klientów. Znajduje ona przychylność 45% badanych, ponad połowa jednak nie ma na ten temat zdania lub nie zgadza się z tą opinią. Z kolei niemal 2/3 projektantów uważa, że samodzielny wybór wyposażenia przez klienta nie zaoszczędziłby czasu projektantowi. Tylko co piąty projektant jest przeciwnego zdania.



Wykres 13: POŻĄDANE CECHY SERWISU INTERNETOWEGO, KTÓRY UŁATWIŁBY PRACĘ PROJEKTANTOM WNĘTRZ - średnie



Wykres 14: POŻĄDANE CECHY SERWISU INTERNETOWEGO, KTÓRY UŁATWIŁBY PRACĘ PROJEKTANTOM WNĘTRZ - oceny

Siedem cech serwisu internetowego daliśmy pod rozważenie projektantom przy kolejnej zabawie w porządkowanie. Prosimy, aby określone przez nas cechy ustawić w kolejności – od najważniejszej do najmniej istotnej. Dzięki temu uzyskaliśmy **obraz pożądanых cech serwisu internetowego, który ułatwiłby pracę projektantom wewnątrz.**

Adekwatnie do opisywanego wcześniej dostrzegalnego przez projektantów braku łatwego sortowania zawartości portali – właśnie **proste wyszukiwanie, umożliwiające znalezienie produktu po wielu cechach** naraz okazało się **najbardziej istotną dostrzegalną cechą portalu**, ułatwiającą projektantowi pracę. Cecha ta bezwzględnie została uznana za najważniejszą przez ¾ projektantów biorących udział w badaniu.

Kolejne dwie cechy wskazywane były na drugim bądź trzecim miejscu: to **dostępność (jawność)**

adresów, pod którymi można kupić znaleziony przedmiot oraz **zamieszczenie materiałów ułatwiających projektantowi zaprezentowanie produktu klientowi i umieszczenie produktu w projekcie** – zdjęć, opisów produktu, modeli i rysunków technicznych.

Mniej istotna okazały się: widoczność cen produktów, informacja, że można dany produkt zakupić w Polsce oraz porównywanie produktów według różnych cech.

Najmniej istotnym okazała się **możliwość sortowania produktów według dostępności terytorialnej** – a zatem wiedza, czy dany element wyposażenia można kupić w danym mieście lub województwie nie jest dla projektanta istotna. Aż 85% projektantów postawiło tę cechę na ostatnim miejscu, kolejne 10% – na przedostatnim.