

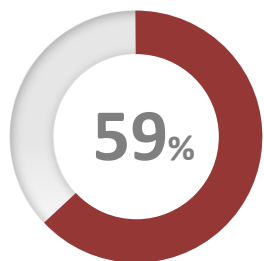


EPSI Rating Telecom Sector 2013

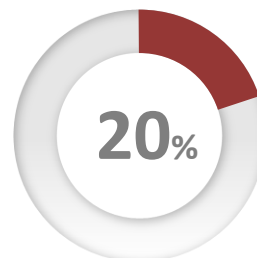
Анализ данных для конференции
TOP MARKETING XIV БИЗНЕС-ФОРУМ
(специально для сессии-схватки экспертов)



Бизнес использует всегда обе стратегии работы с клиентами. Удержание существующих клиентов за счет роста удовлетворенности потребителей делает компанию конкурентоспособной в долгосрочном плане, так как конкурентам становится дорого привлечь таких клиентов. Барьеры перехода действуют краткосрочно, так как они легко копируются конкурентами, а изменение условий игры их серьезно обесценивает и фактор удовлетворенности встает на первый план.

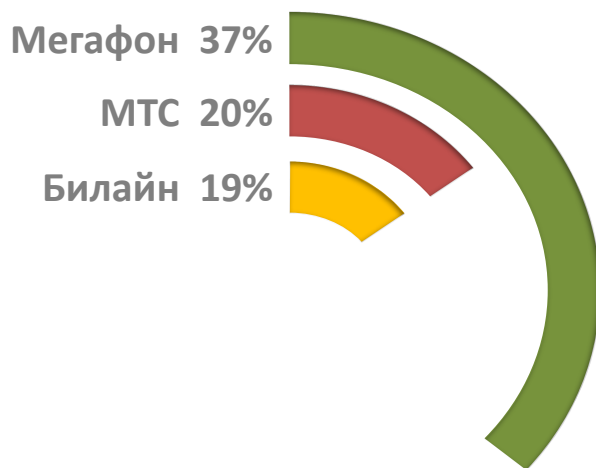


58,7% абонентов операторов сотовой связи знают о введении MNP



20,4% абонентов операторов сотовой связи планируют воспользоваться услугой MNP. Еще 17% не уверены будут ли они использовать MNP

Если принять эти 20% клиентов за 100%, то из них планируют перейти к:



Удовлетворенность клиентов и снижение барьеров перехода всегда достаточно сильно влияют на перераспределение долей рынка и привлечение клиентов.

1. Компании с высоким индексом удовлетворенности потребителей сохраняют существующую базу клиентов.
2. Компании с более высоким индексом удовлетворенности клиентов приобретают долю новых клиентов от операторов с более низким уровнем удовлетворенности и доверия

Ответ: Потенциально это может произойти. Получат приток те операторы, удовлетворенность потребителей которых выше.

Удовлетворенность - причина лояльности

Изменение удовлетворенности потребителей операторов мобильной связи в наибольшей степени влияет на лояльность и удержание потребителей

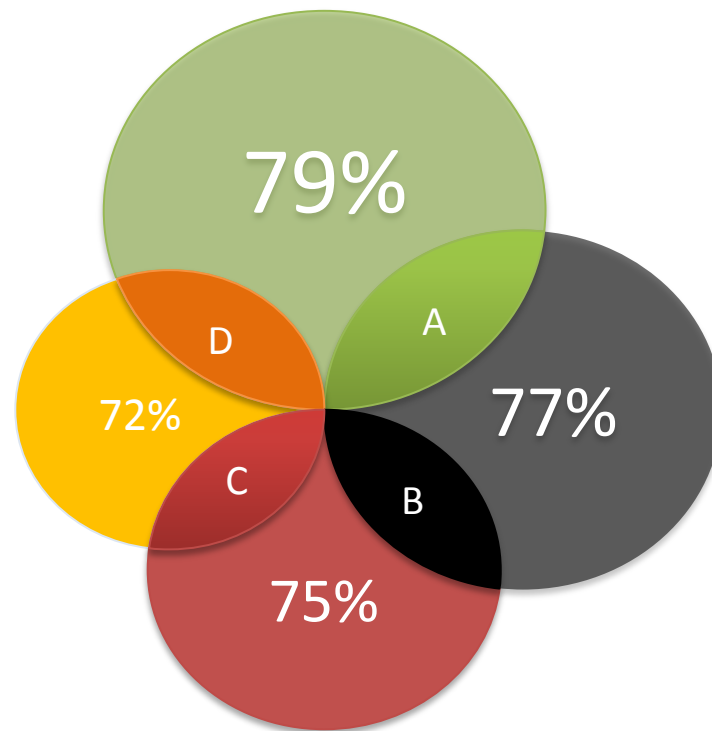
Рост удовлетворенности потребителей у:

Мегафон (A) – на 79% влияет на рост лояльности потребителей

Теле2 (B) – на 77% влияет на рост лояльности потребителей

МТС (C) – на 75% влияет на рост лояльности потребителей

Билайн (D) – на 72% влияет на рост лояльности потребителей



Ответ: В долгосрочной перспективе необходимо повышать удовлетворенность потребителей в соответствии с их приоритетами, так как рост удовлетворенности потребителей делает стратегию привлечения очень дорогой для конкурентов. В краткосрочной перспективе создание барьеров перехода может удержать клиентов (программы лояльности, технические и психологические барьеры), но дерегулирование и возможность скопировать барьеры конкурентами в долгосрочной перспективе делают эту стратегию невыгодной.

Чем выше удовлетворенность потребителей оператора связи, тем меньше они рассматривают альтернатив.

78,7

Индекс удовлетворенности потребителей Мегафон 78,7 баллов. 30% потребителей Мегафон не рассматривают альтернативных операторов связи



71,4

Индекс удовлетворенности потребителей МТС 71,4 балла. Лишь 17% потребителей МТС не рассматривают альтернативных операторов связи



Ответ: Основная причина лояльности – рост удовлетворенности потребителей. Работа с жалобами приводит к краткосрочному росту лояльности. Создание барьеров перехода делает для клиентов дорогим переход к другим операторам связи, но легко копируется конкурентами (покупается конкурентами) или может быть ограничено государством

Мы будем рады продолжить обсуждение исследований
для Вашей компании

ОФИС В РОССИИ И СТРАНАХ СНГ



Александр Кособоков
CEO EPSI in Russia and CIS
T: +7 499 504 43 54# 405
M: +7(921) 947 45 91
E-Mail: akosobokov@epsi-rating.ru

Алексей Маянцев
Project Manager
T: +7 (499) 504 43 54 #401
M: +7 (952) 382 95 75
E-Mail: amayntsev@epsi-rating.ru

ЦЕНТР ИССЛЕДОВАНИЙ И РАЗРАБОТОК В ШВЕЦИИ



Ян Эклоф
CEO EPSI
Тел: +46 70 6964185
E-Mail: jan.eklof@epsi-rating.com

Головной офис в Великобритании
Адрес: 33 St. James Square, SW1 Y4JS
London, United Kingdom
Тел.: +44 203 170 73 60
E-mail: info@epsi-rating.com