



Raport z badania

ZADOWOLENIE Z JAKOŚCI USŁUG TELEKOMUNIKACYJNYCH

KWIECIEŃ 2014

LEADR

LEADS THAT INCREASE YOUR SALES

IRCCENTER.COM

WPROWADZENIE

„Zadowolenie z jakości usług telekomunikacyjnych” to projekt badawczy, poprzez który starano się udzielić odpowiedzi na następujące pytania:

- ③ Z których usług telekomunikacyjnych są najbardziej zadowoleni/niezadowoleni ich użytkownicy?
- ③ Jakie są postawy wobec reklam usług telekomunikacyjnych wśród ich użytkowników?
- ③ Kiedy użytkownicy usług telekomunikacyjnych są gotowi na zmianę dostawców usług telekomunikacyjnych i jak duża jest to grupa?

Projekt został przeprowadzony przez **IRCenter** i **LeadR Sp. z o.o.**

Badanie zrealizowano na losowej próbie n=1796 internautów.

Badanie zostało przeprowadzone metodą RTS (real time sampling), która wyklucza udział tzw. „zawodowych respondentów”.

Dane do badania zgromadzono w styczniu 2014 roku.

IRC CENTER

O SPÓŁCE



IRCenter to agencja specjalizująca się w badaniach i konsultingu marketingowym, m.in. w obszarze **digital** i **interactive**.

Głównym obszarem działalności spółki są:

- ⌚ badania marketingowe, społeczne i polityczne
- ⌚ opracowywanie strategii obecności marki w Digital i Local
- ⌚ bieżący konsulting dot. działań digitalowych i mobilnych
- ⌚ rozwój narzędzi badawczych w obszarze **interactive** oraz **mobile**

SPECJALIZUJEMY SIĘ W:



realizujemy badania marketingowe przy użyciu najnowszych technologii digitalowych



łączymy dane deklaratywne z danymi behawioralnymi konsumentów



docieramy do konsumentów za pomocą technologii mobilnych i społecznościowych



pracujemy dla największych firm w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej

LEADR

O SPÓŁCE

LeadR Sp. z o.o. to agencja interaktywna, specjalizująca się w realizacji kampanii direct marketingowych. Jej zespół tworzą profesjonaliści, którzy kompleksowo projektują kampanie Lead Generation, wspierają w odpowiednim doborze grup docelowych, przygotowują kreację, planują i realizują działania marketingowe w internecie.

Właściciel marki **EN EMAIL NETWORK**



kont email własnych i
Partnerów



kont email na całym
świecie

W RAMACH WSPÓŁPRACY LEADR ZAPEWNIAMY:



kompleksową obsługę
działań email i mobile
marketingowych



realizację
dedykowanych
kampanii Lead
Generation



efektywne
pozyskiwanie baz
danych do dalszej
monetyzacji



pełną obsługę
wysyłek email
marketingowych



wynajem
baz danych



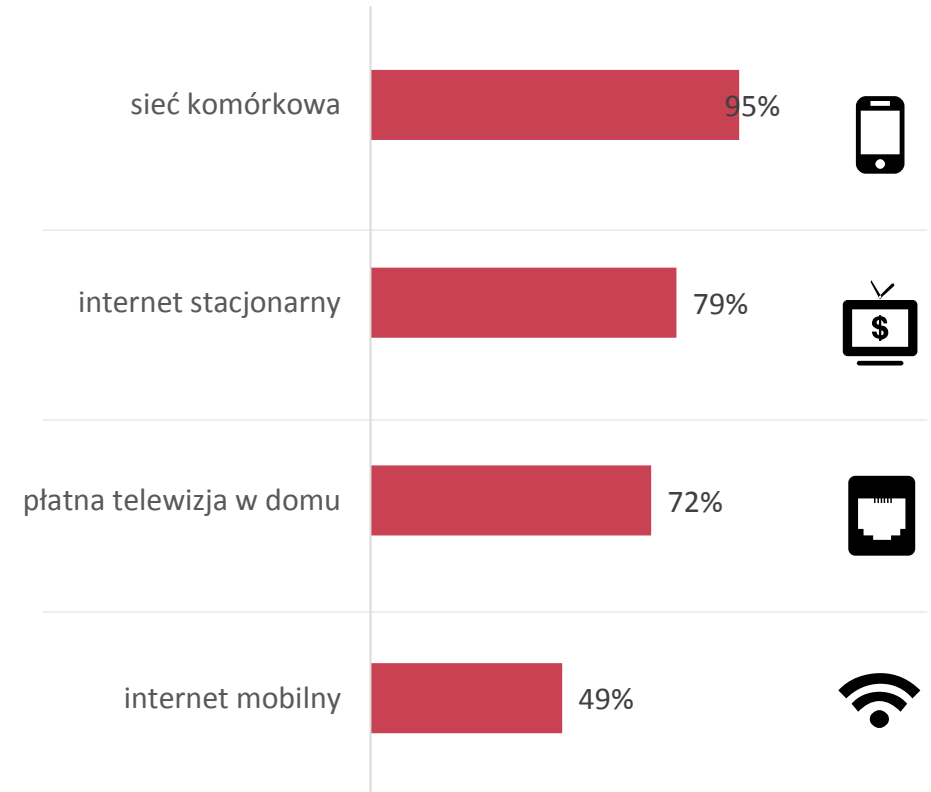
kompleksową obsługę
w zakresie
przygotowywania
kreacji

KTO WZIAŁ UDZIAŁ W BADANIU?

RODZAJE USŁUG

- ⌚ Badanie zostało przeprowadzone wśród użytkowników czterech różnych usług telekomunikacyjnych: sieci komórkowej, internetu stacjonarnego, płatnej telewizji w domu oraz internetu mobilnego.
- ⌚ Wszystkie usługi uwzględnione w naszym projekcie są związane z dostarczaniem internetu lub treści telewizyjnych – bezpośrednio do domu lub na urządzenia mobilne.
- ⌚ Udało nam się dotrzeć przede wszystkim do użytkowników sieci komórkowych. Warto jednak zaznaczyć, że tylko połowa ze zbadanych przez nas osób korzysta z internetu mobilnego.

KORZYSTANIE Z USŁUG TELEKOMUNIKACYJNYCH





TELEFONIA KOMÓRKOWA

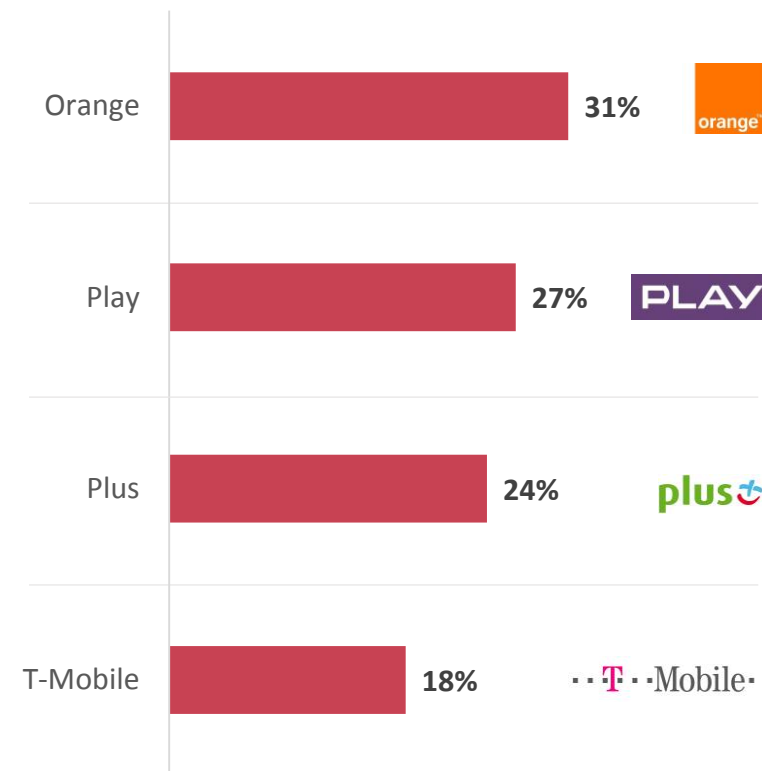
LEADR
LEADS THAT INCREASE YOUR SALES

IRCCENTER.COM

DOSTAWCY USŁUG

- ③ Użytkownicy **Orange** (31%) są najmniej zadowoleni z jakości połączeń, ale dobrze oceniają prędkość internetu w ramach usługi telefonicznej. Operator wybierany jest głównie ze względu na przyzwyczajenie oraz dużą liczbę znajomych, którzy mają telefony w tej sieci.
- ③ Użytkownicy **Play** (27%) są bardzo z niego zadowoleni – zarówno z jakości połączeń, jak i prędkości internetu. Wybierają tego dostawcę głównie z powodu atrakcyjnej ceny.
- ③ Użytkownicy **Plus GSM** (24%) nie są specjalnie zadowoleni z jego usług. O wyborze dostawcy decyduje przyzwyczajenie oraz zaufanie, jakim darzą go klienci.
- ③ Użytkownicy **T-Mobile** (18%) są przede wszystkim zadowoleni z jakości połączeń. Podobnie jak w przypadku Orange – internauci wybierają go z przyzwyczajenia oraz z uwagi na dużą liczbę bliskich osób zarejestrowanych w tej sieci.

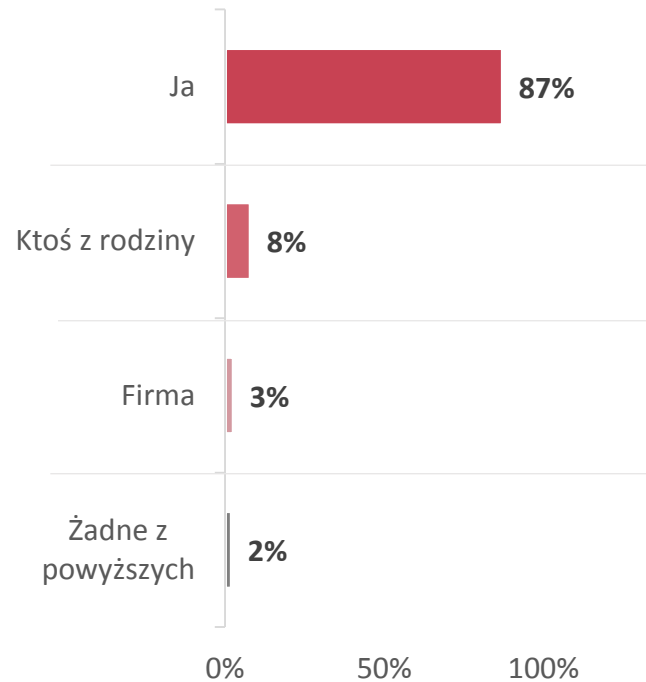
OPERATORZY KOMÓRKOWI



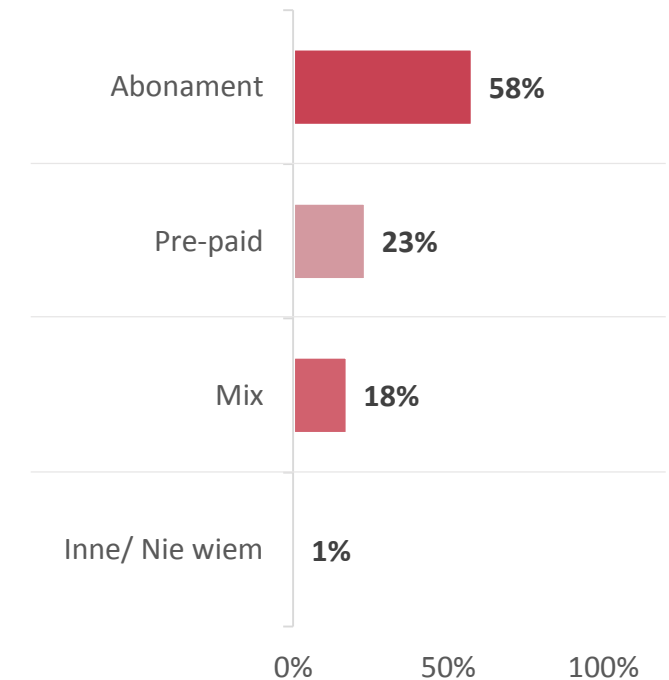
RODZAJE DOSTĘPU

- Największą grupę respondentów stanowili użytkownicy posiadający abonament (58%) i płacący za usługę we własnym zakresie (87%).
- Taki wynik wskazuje, że odpowiedzi udzielone zostały przez osoby samodzielnie wybierające danego operatora i konkretną ofertę.
- Usługi komórkowe stosunkowo rzadko kupowane są dla celów biznesowych.

KTO PŁACI ZA KOMÓRKĘ?



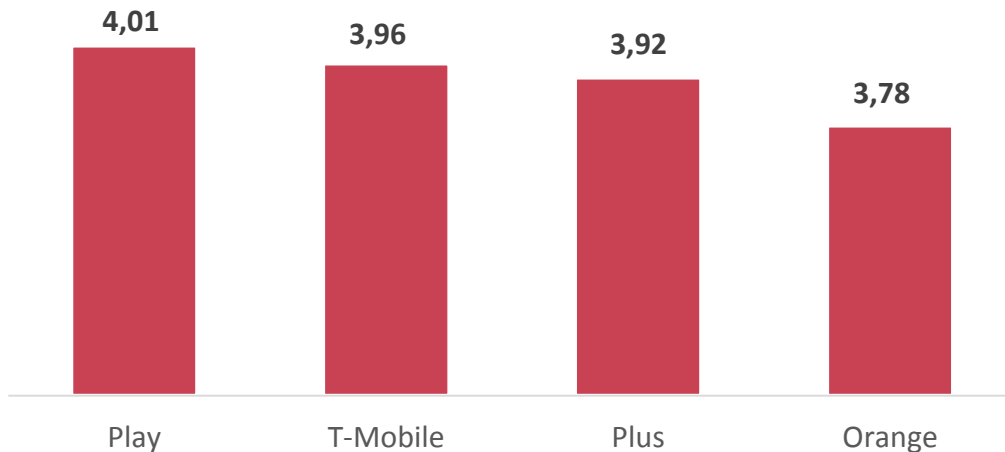
RODZAJE OFERT OCENIANE PRZEZ UCZESTNIKÓW BADANIA



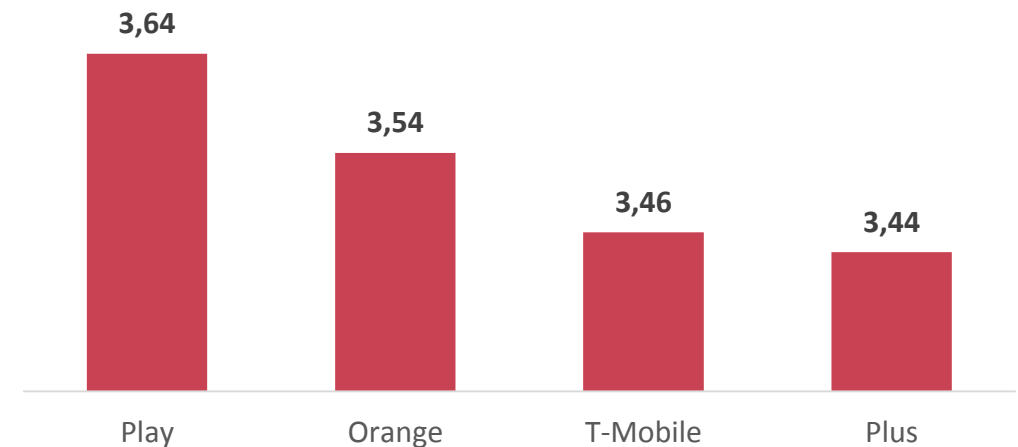
ZADOWOLENIE Z USŁUG OPERATORÓW

- ➔ Obecnie użytkownicy są najbardziej zadowoleni z usług sieci Play – nie tylko z powodu jakości usług, ale i cen.
- ➔ Najgorzej ocenianym dostawcą usług telefonii komórkowej jest Plus GSM – wybierany obecnie głównie z przyzwyczajenia.

ZADOWOLENIE Z JAKOŚCI POŁĄCZEŃ



ZADOWOLENIE Z PRĘDKOŚCI INTERNETU

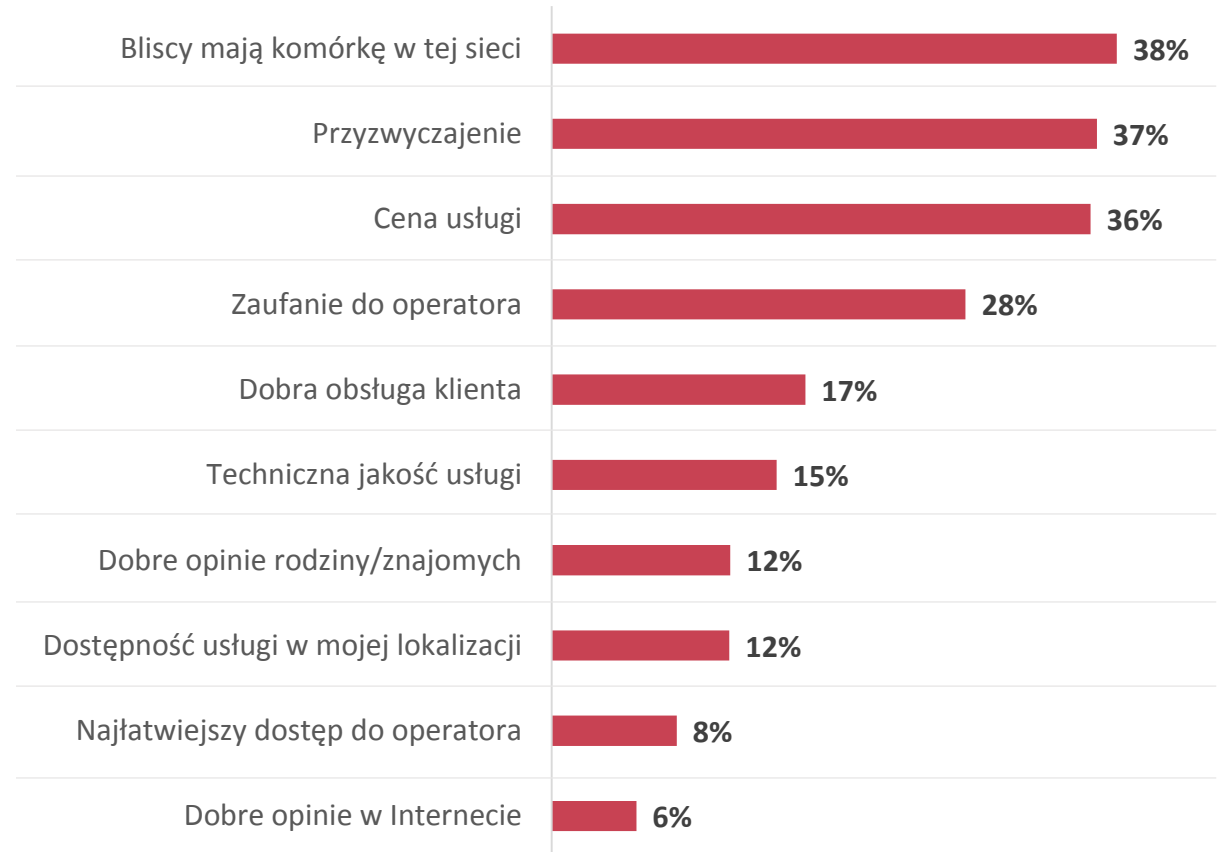


Użytkownicy oceniali operatorów w skali 1-5, gdzie 5 oznaczało „bardzo zadowolony”.

POWODY WYBORU OPERATORA

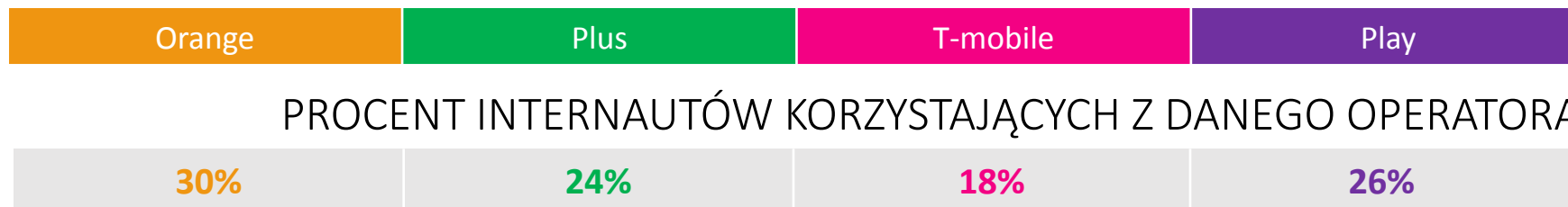
- ⌚ Operatorzy komórkowi najczęściej wybierani są ze uwagi na to, że duża liczba bliskich osób ma telefon w danej sieci (38%) oraz z przyzwyczajenia (37%).
- ⌚ Warto zwrócić uwagę, że opinie w internecie są rzadko wskazywane jako powody wyboru konkretnego dostawcy. Jakość usług operatorów komórkowych to paradoksalnie jedna z najchętniej komentowanych kategorii w polskich mediach społecznościowych.

POWODY WYBORU OPERATORA

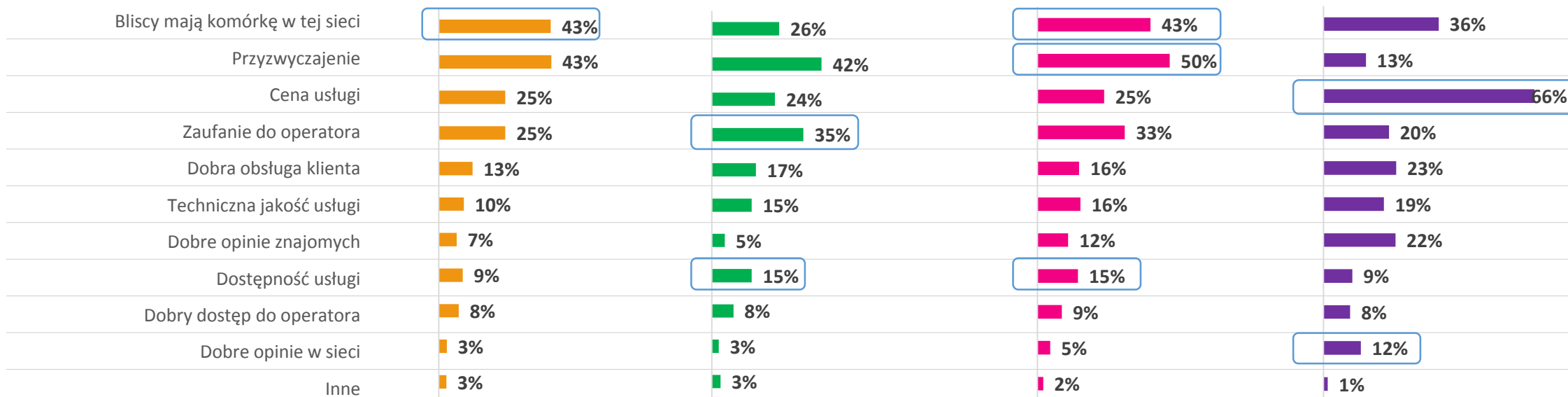


SZCZEGÓŁOWE OCENY DOSTAWCÓW

Orange i T-mobile są wybierane ze względu na bliskich, którzy mają komórkę w tej sieci lub z przyzwyczajenia. Do sieci Plus GSM klienci również są przywiązani. Mają też do niego największe zaufanie i doceniają dostępność usługi operatora. Play jest operatorem innego typu. O jego wyborze decydują korzystne ceny; ma także lepsze oceny w zakresie obsługi klienta oraz technicznej jakości usługi. Sieć wybierana jest częściej od innych ze względu na dobre opinie zarówno znajomych, jak i opinie w internecie.



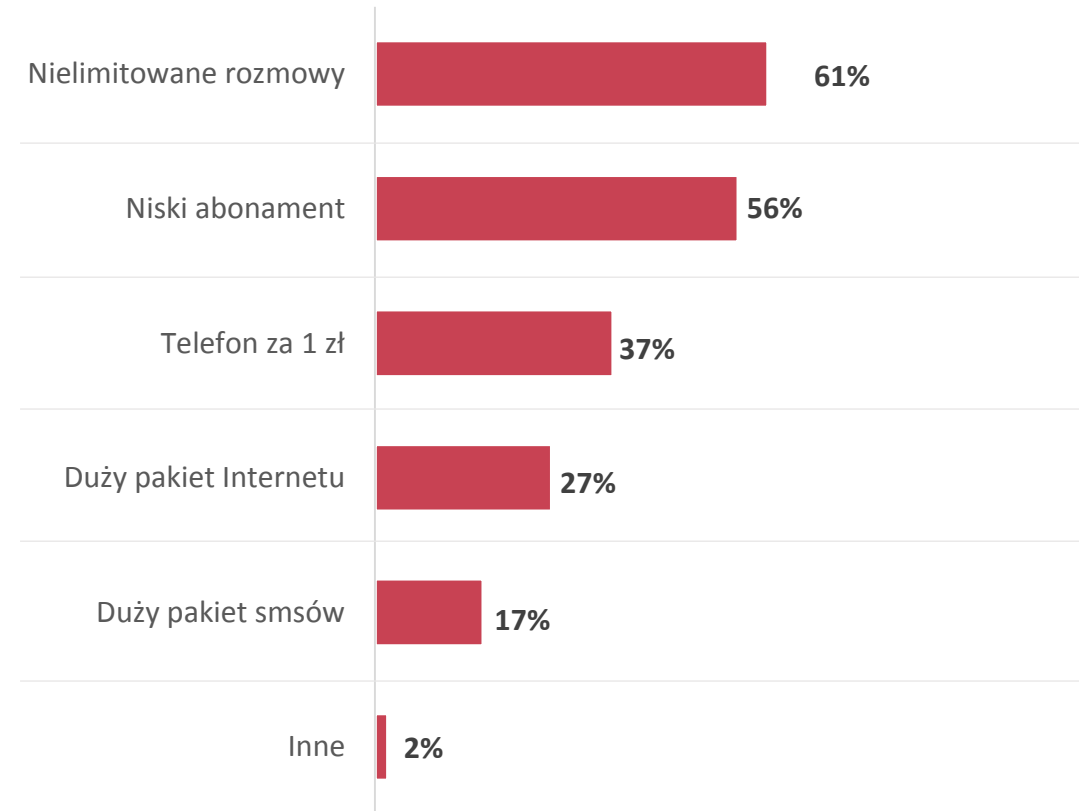
POWODY ZAKUPU USŁUGI U DANEGO OPERATORA:

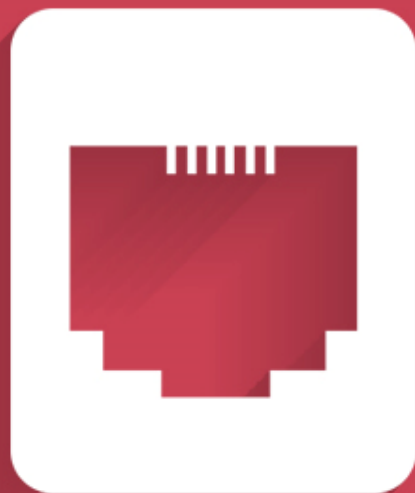


CZYNNIKI DECYZYJNE

- Gdyby użytkownicy mieli zmieniać operatora sieci komórkowej, zwracali by uwagę głównie na nielimitowane rozmowy i niską cenę abonamentu.
- Szeroki pakiet internetowy nie jest jeszcze istotnym czynnikiem determinującym zmianę operatora.
- Najmniej istotne są dla użytkowników ceny SMSów.

NAJWAŻNIEJSZE ELEMENTY OFERTY





INTERNET
STACJONARNY

LEADR

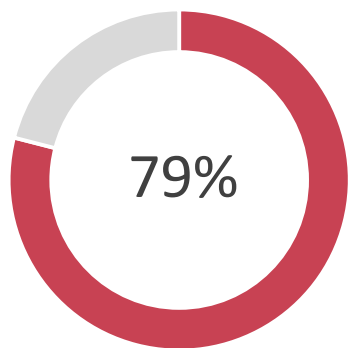
LEADS THAT INCREASE YOUR SALES

IRCCENTER.COM

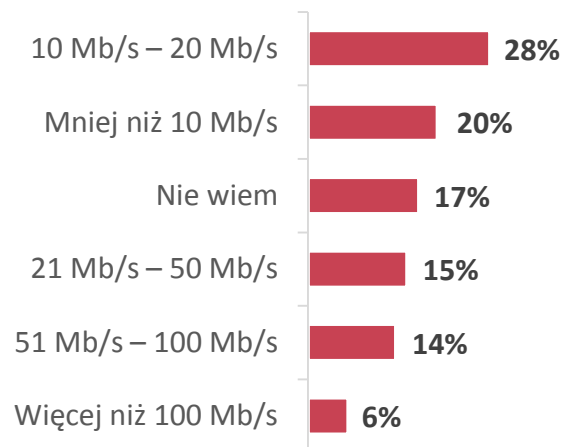
NAJWAŻNIEJSZE INFORMACJE

- Nasz projekt uwzględnił również korzystanie z internetu stacjonarnego w gospodarstwach domowych.
- W badaniu uczestniczyły przede wszystkim osoby korzystające z internetu dostarczanego przez Orange (24%), UPC (14%), Netię (11%) i Vectrę (7%).
- Blisko połowa (48%) respondentów korzysta z internetu wolniejszego niż 21 Mb/s.

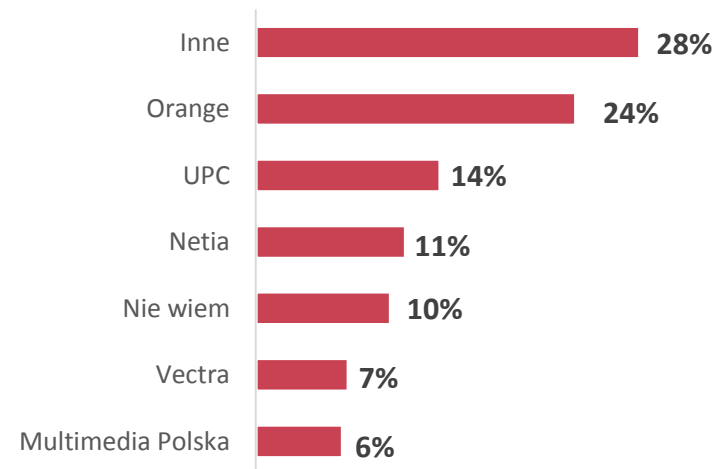
POSIADANIE INTERNETU STACJONARNEGO



PRĘDKOŚĆ POBIERANIA



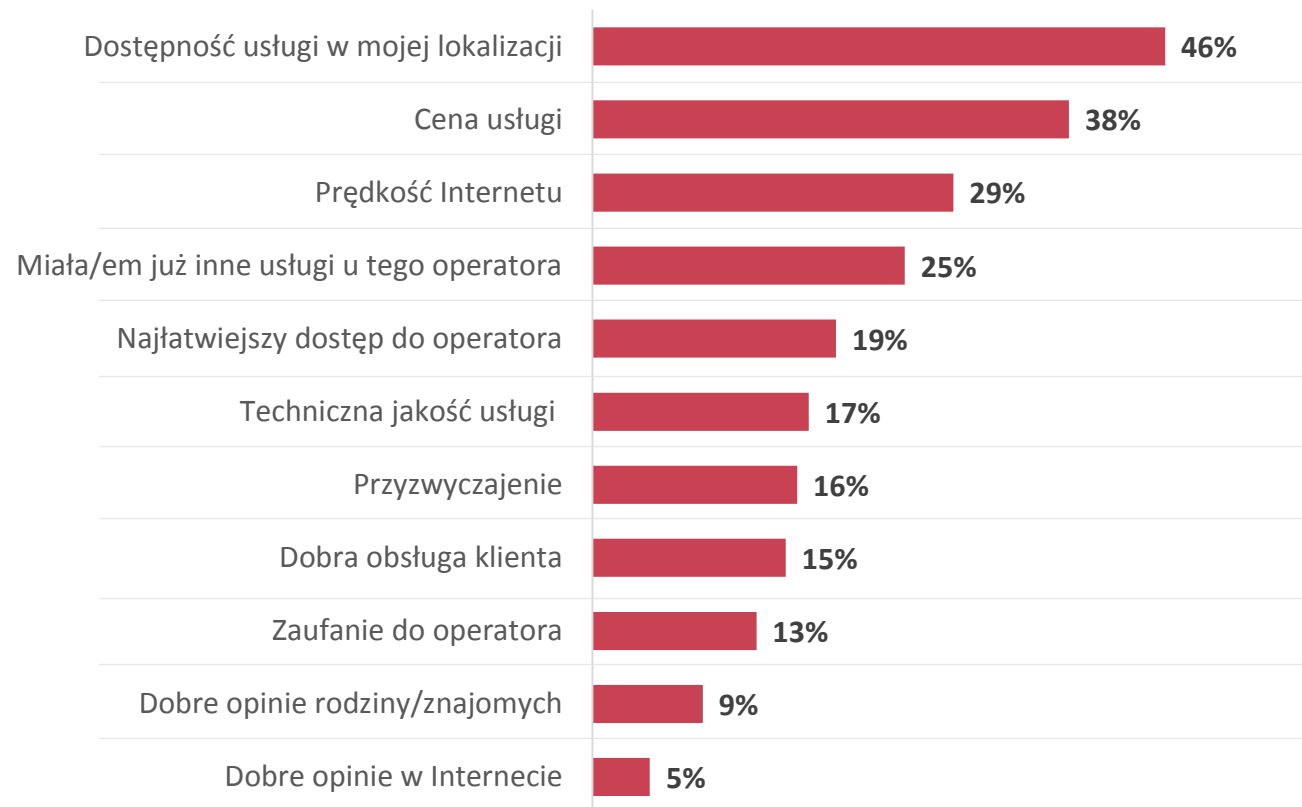
DOSTAWCY INTERNETU STACJONARNEGO



NAJWAŻNIEJSZE INFORMACJE

- W przeciwieństwie do telefonii komórkowej internet stacjonarny jest wybierany głównie (46%) z powodu dostępności usług w danej lokalizacji (telefonia komórkowa – tylko 12%).
- Cena jest drugim najważniejszym czynnikiem (38%) i pojawia się w kontekście wszystkich rodzajów usług internetowych i telewizyjnych.
- Co ciekawe – prędkość internetu jest istotna tylko dla jednej trzeciej użytkowników.

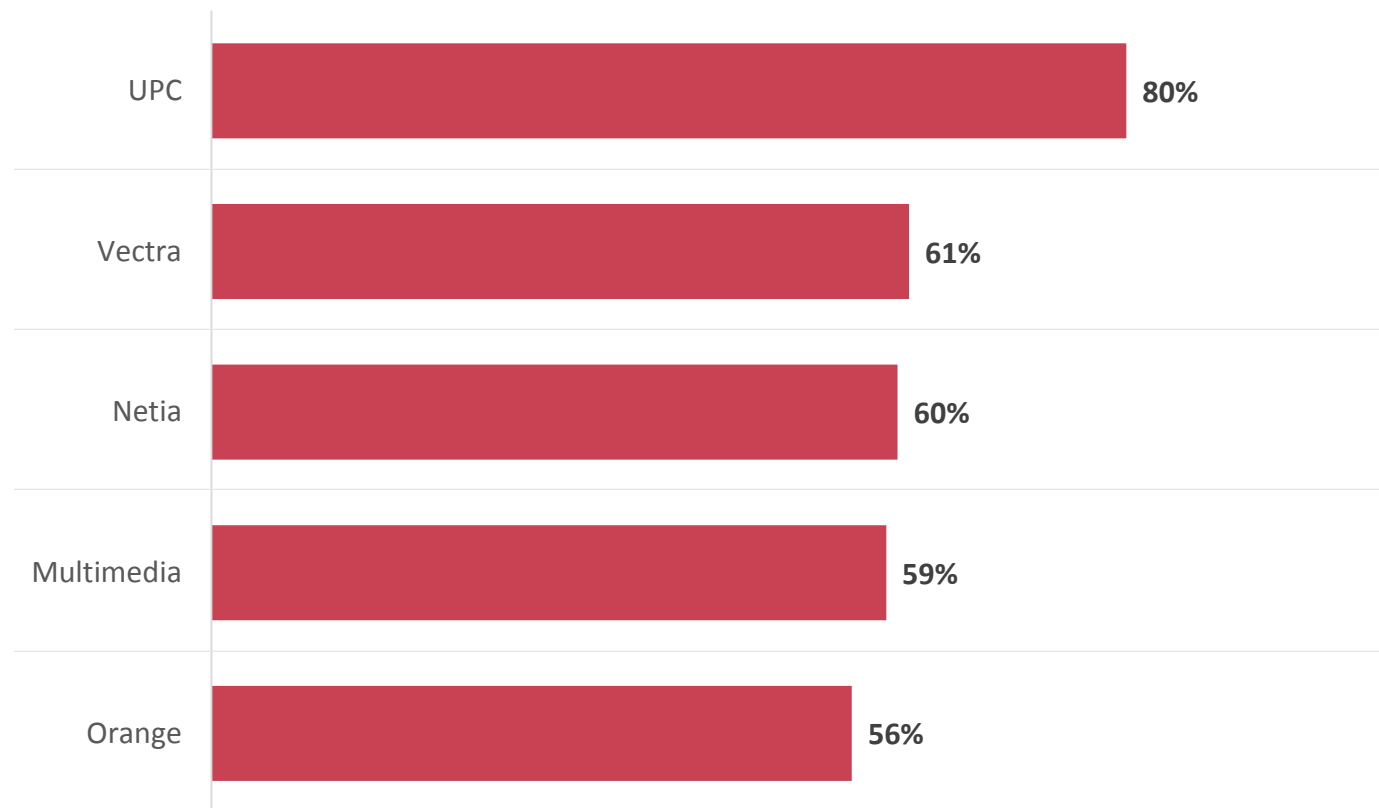
POWÓD WYBORU OFERTY



NAJWAŻNIEJSZE INFORMACJE

- Chociaż Orange jest najpopularniejszym dostawcą internetu stacjonarnego, to jest równocześnie bardzo słabo oceniany (56% zadowolonych).
- Najlepszymi opiniami cieszy się UPC (80% zadowolonych), będąc jednocześnie drugim wśród najpopularniejszych dostawców, wybieranym głównie z powodu dostępności i ceny. Ten operator jest jednocześnie najczęściej wybierany ze względu na prędkość dostarczanego internetu.

ZADOWOLENIE Z PRĘDKOŚCI INTERN. STACJONARNEGO NAJPOPULARNIEJSI DOSTAWCY

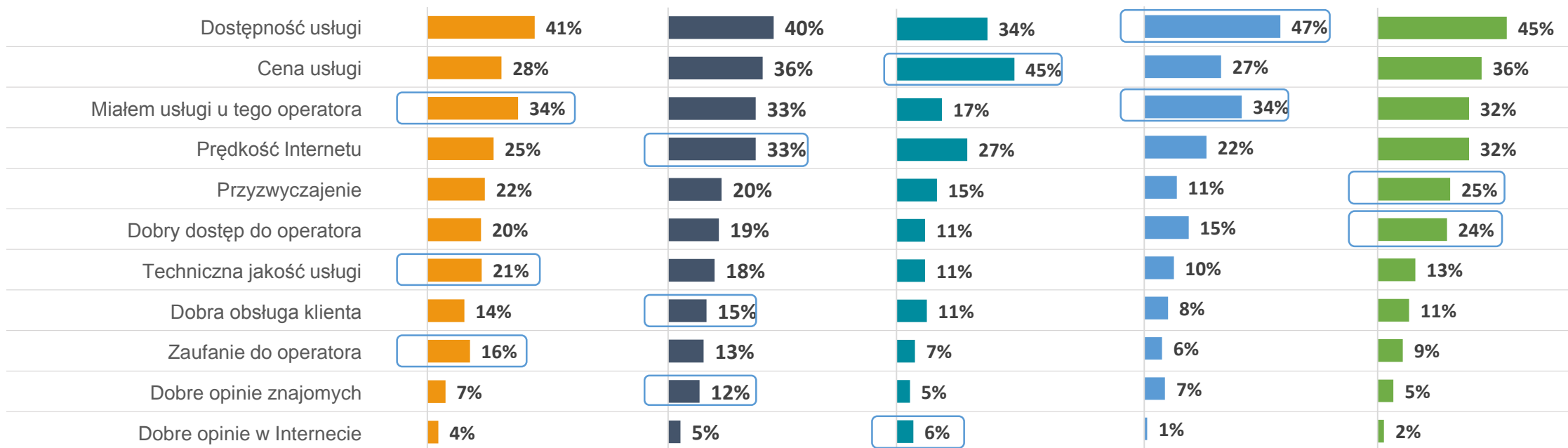


CZYNNIKI WYBORU

Niezależnie od operatora, o jego wyborze decyduje dostępność i cena – w tym kontekście najczęściej wybierani są mniejsi dostawcy. Usługa internetu stacjonarnego kupowana jest u największego operatora, którym jest Orange, głównie z powodu korzystania z innych jego usług. Respondenci dobrze ocenili również techniczną jakość usług. Ciesząca się najlepszymi opiniami – UPC – jest doceniana przede wszystkim za prędkość internetu.



POWODY ZAKUPU USŁUGI U DANEGO OPERATORA:





PŁATNA
TELEWIZJA

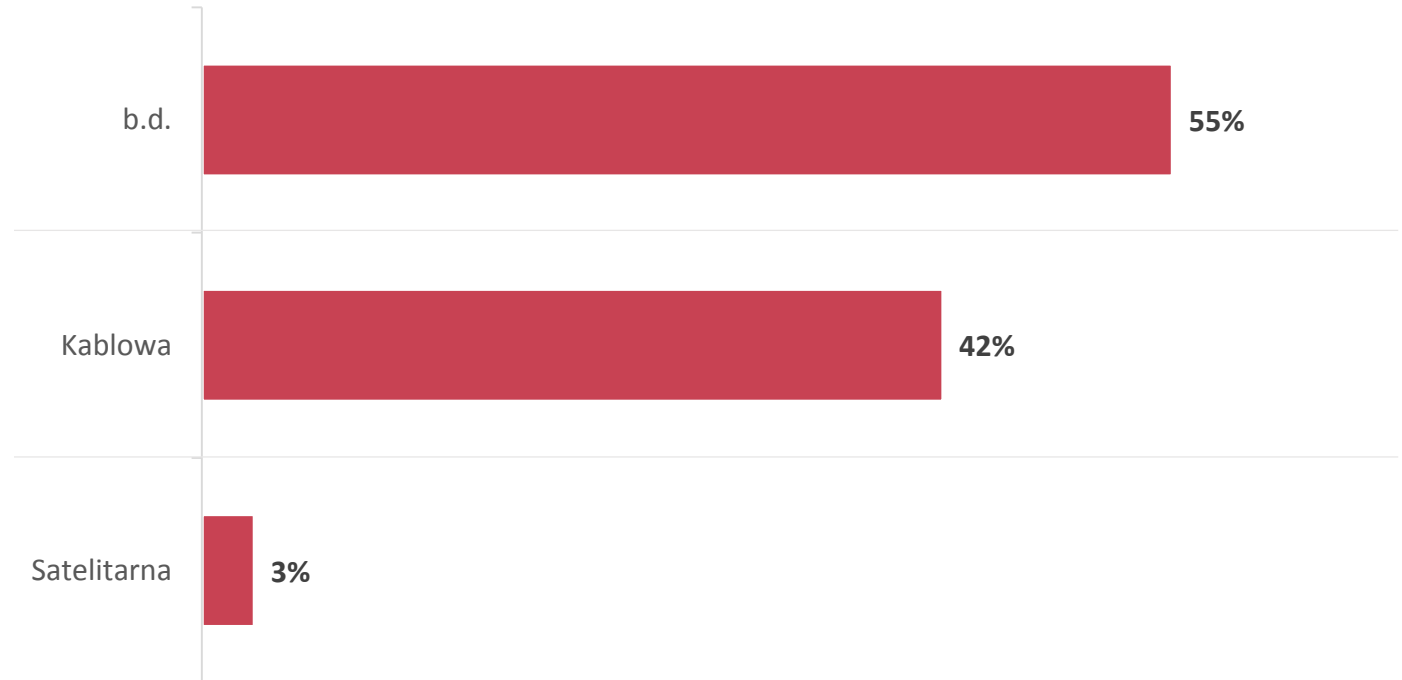
LEADR
LEADS THAT INCREASE YOUR SALES

IRCCENTER.COM

PODSTAWOWE INFORMACJE

- ➔ Z płatnej telewizji korzysta 72% osób, wśród których przeprowadziliśmy badanie.
- ➔ Ponad połowa (55%) uczestników badania korzysta z telewizji satelitarnej, najczęściej z Cyfrowego Polsatu i NC+.
- ➔ Dla większości z tych osób liczy się przede wszystkim cena, a na drugim miejscu – dostępność kanałów i dostępność usługi w danym miejscu.

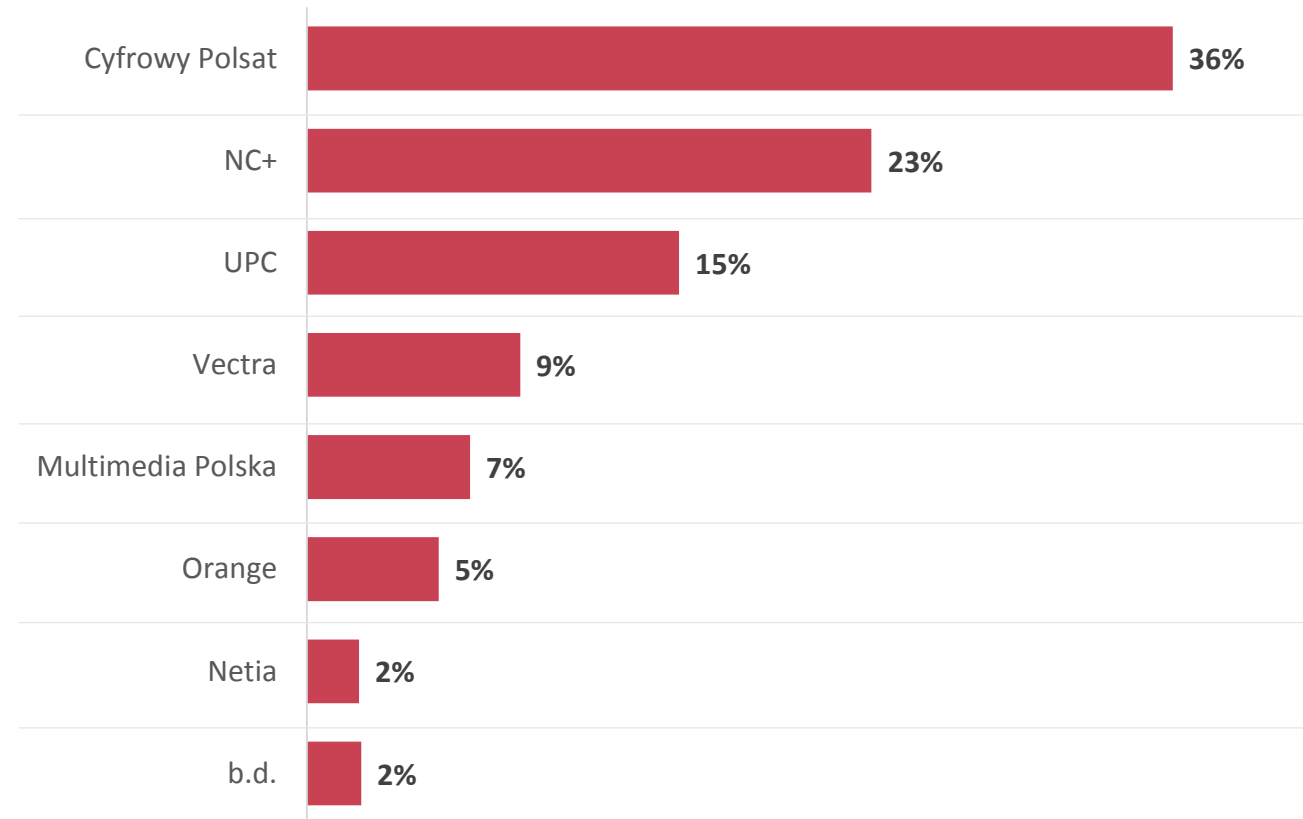
RODZAJE POSIADANEJ W DOMU PŁATNEJ TELEWIZJI



DOSTAWCY USŁUG

- Najwięcej uczestników badania ogląda płatną telewizję dzięki Cyfrowemu Polsatowi (36%). O jego wyborze często decydują opinie innych klientów oraz przyzwyczajenie.
- Mniejsi operatorzy mają jednak swoją szansę w pozyskiwaniu nowych klientów, będąc dostępnym w nietypowych miejscach.
- Wydaje się, że Orange w niewielkim stopniu wykorzystuje potencjał sprzedaży własnej telewizji płatnej.

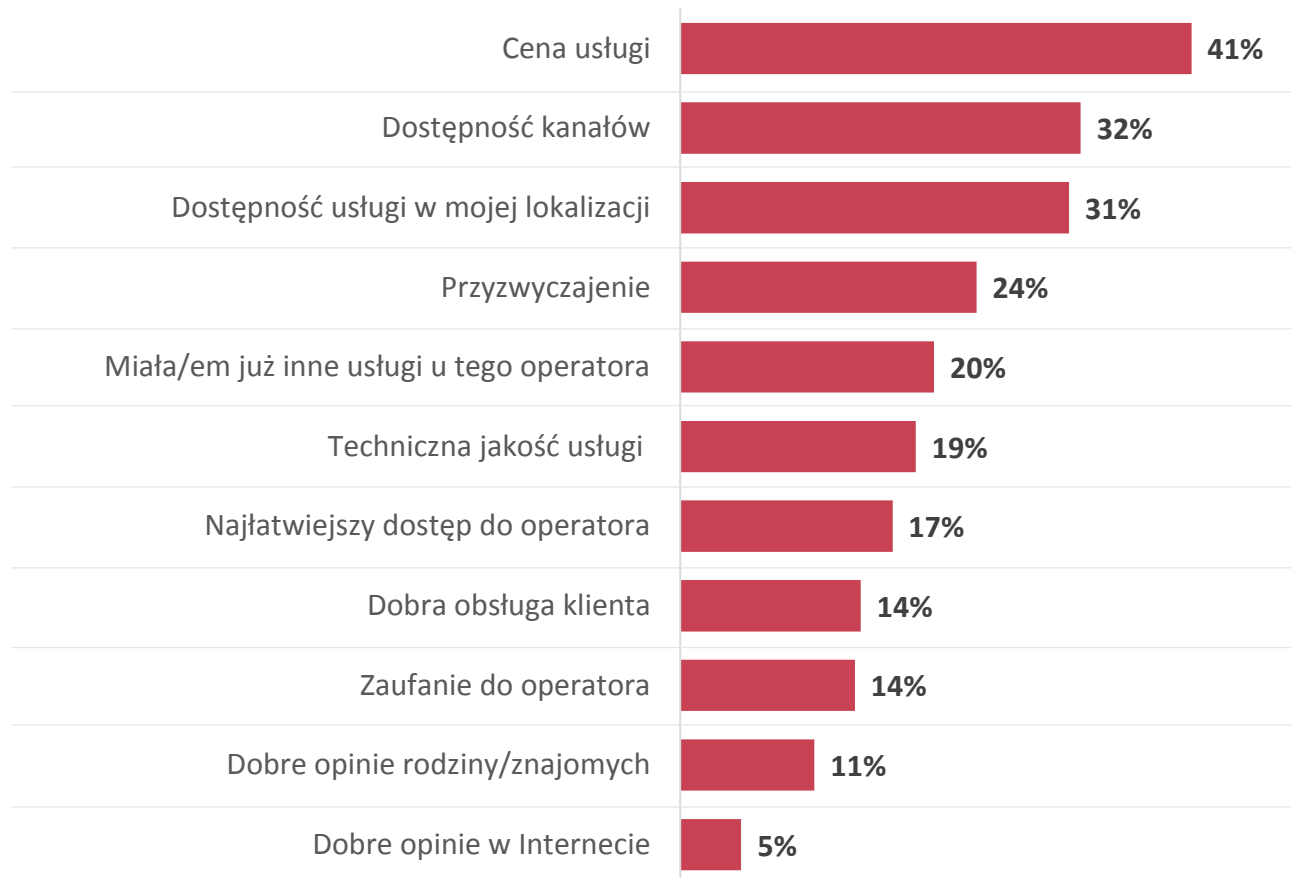
POPULARNOŚĆ DOSTAWCÓW PŁATNEJ TELEWIZJI



POWODY WYBORU OPERATORA

- Co oczywiste, najczęściej wskazywanym czynnikiem wpływającym na wybór operatora jest cena usługi (41%).
- Ważnymi czynnikami wyboru jest także liczba dostępnych kanałów (w tym aspekcie przoduje NC+) oraz dostępność geograficzna (czynnik wskazywany gł. w kontekście mniejszych dostawców).
- Podobnie jak w przypadku innych usług telekomunikacyjnych – telewizja jest relatywnie rzadko wybierana pod wpływem opinii internautów zamieszczonych w mediach społecznościowych.

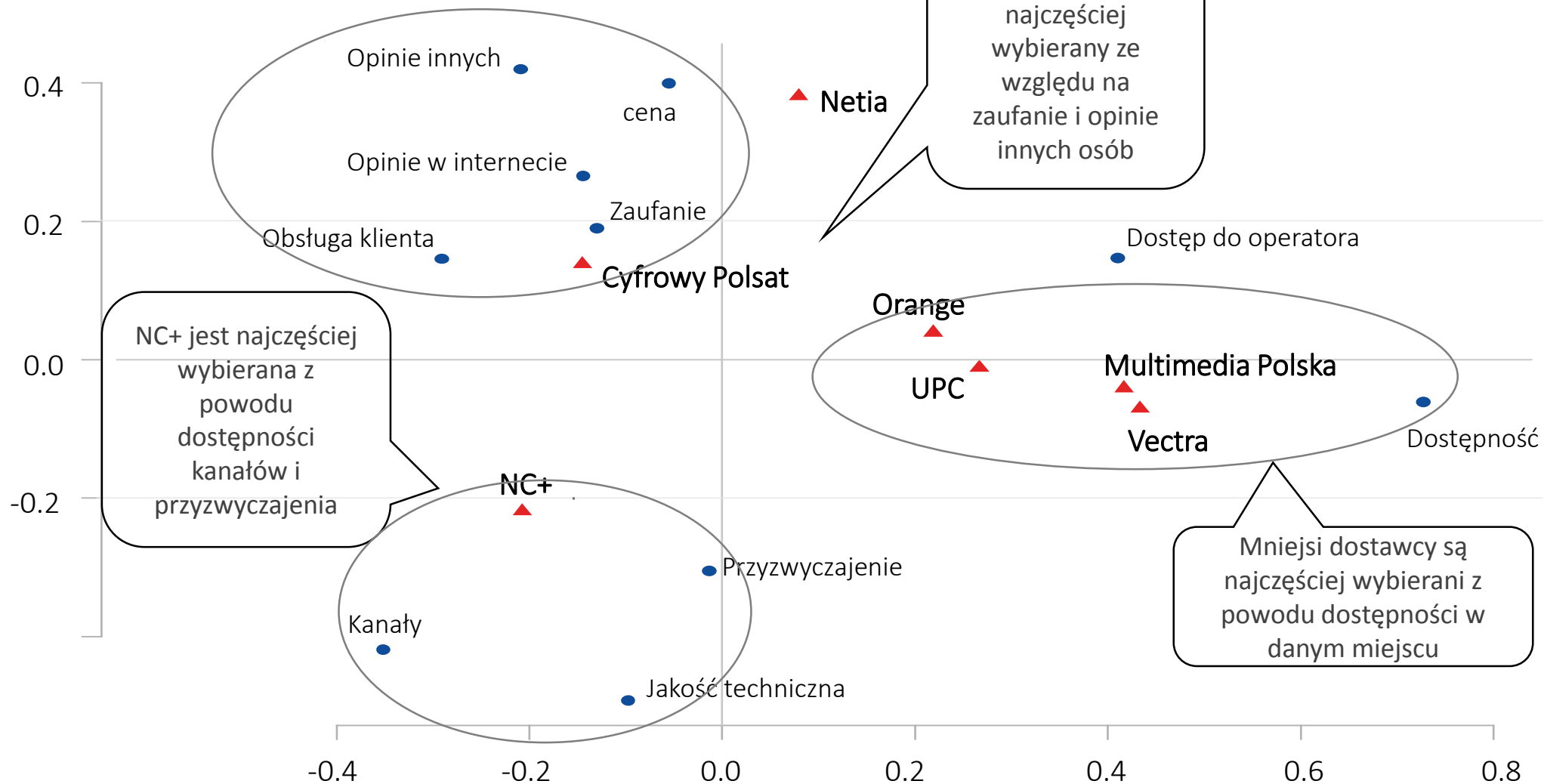
POWODY WYBORU OKREŚLONEGO OPERATORA



CZYNNIKI WYBORU DOSTAWCY

X=65,8%

Y=18,0%





POSTAWY
WOBEC REKLAM

LEADR

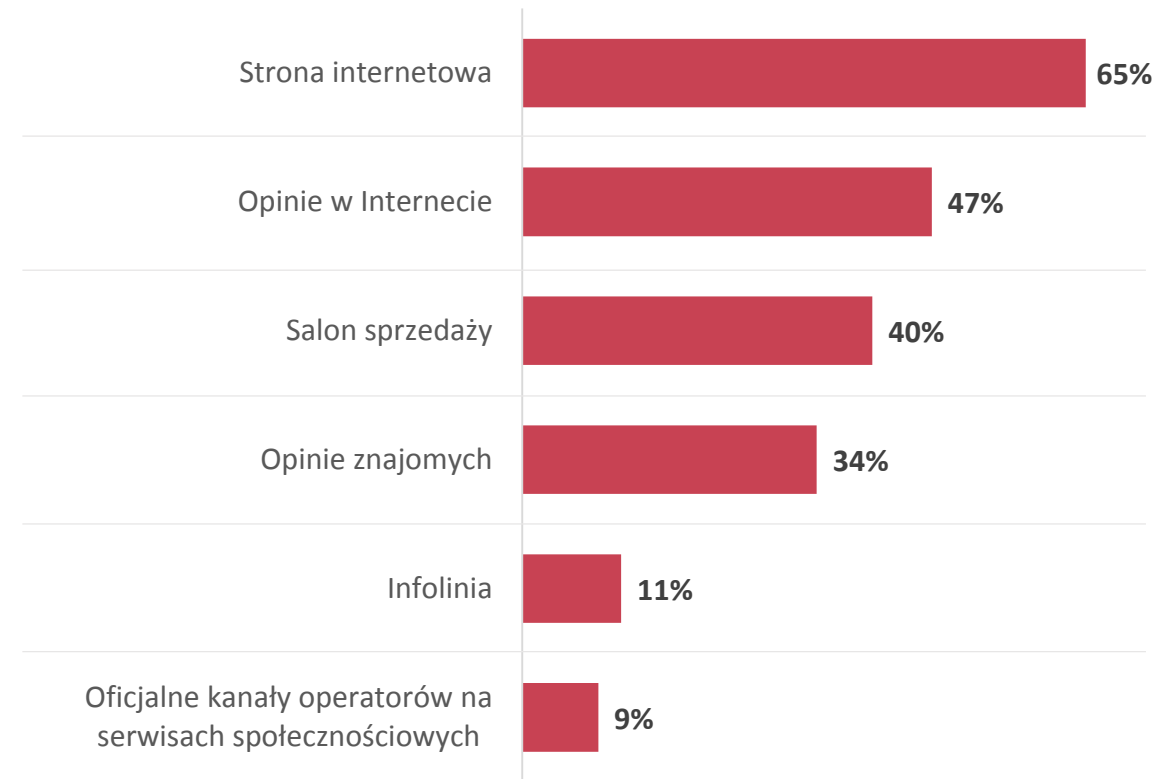
LEADS THAT INCREASE YOUR SALES

IRCCENTER.COM

ŹRÓDŁA INFORMACJI

- ⌚ Internauci zapytani o to, gdzie szukaliby informacji na temat operatorów telekomunikacyjnych wskazują przede wszystkim ich strony internetowe (65%).
- ⌚ Internetowe źródła informacji okazują się ważniejsze nawet od wizyty w salonie.

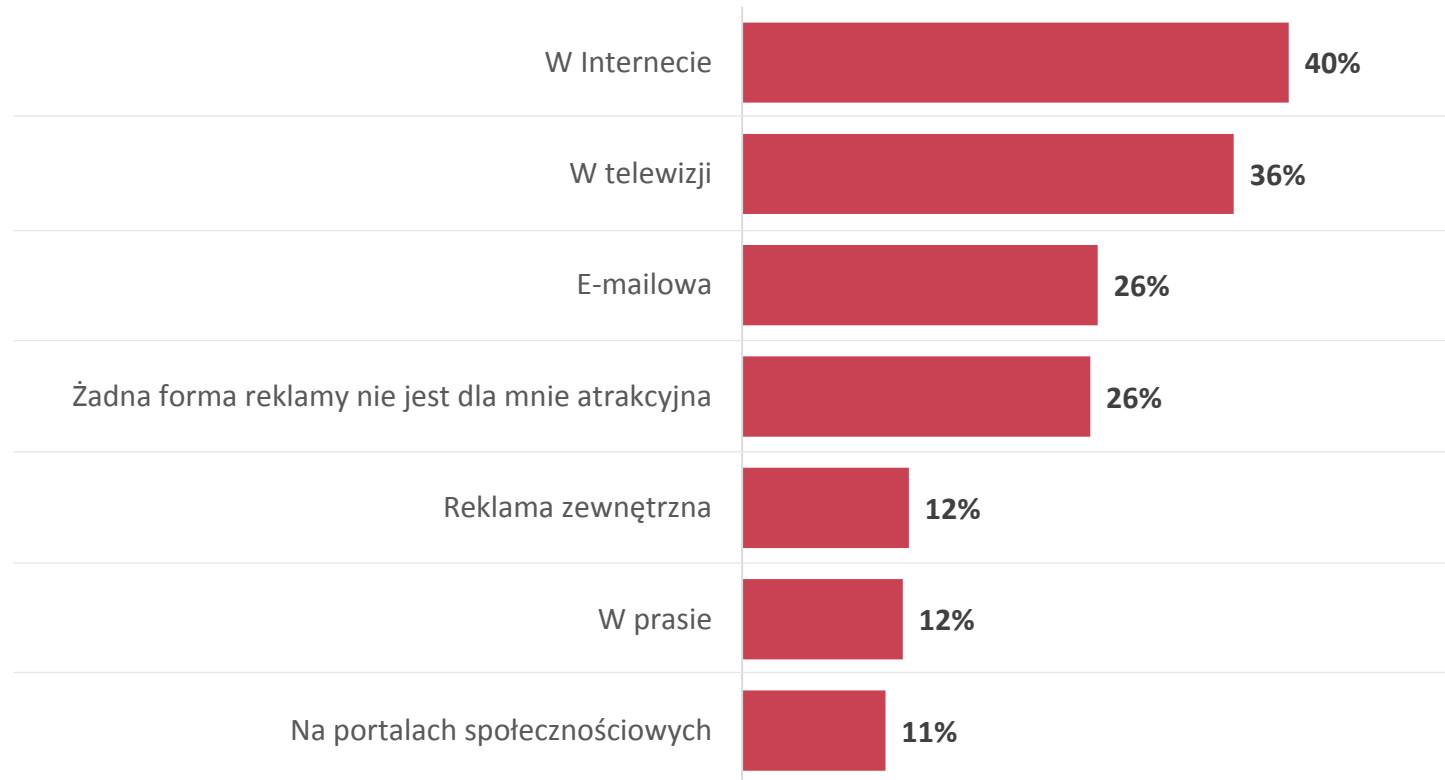
ŹRÓDŁA INFORMACJI O USŁUGACH TELEKOMUNIKACYJNYCH



OCENA FORM REKLAMY

- ⌚ Internet stanowi też źródło najbardziej atrakcyjnych reklam zdaniem użytkowników tego medium. Tam właśnie, obok telewizji, najczęściej doceniają oni content reklamowy.
- ⌚ Co ciekawe – coraz mniej istotnym źródłem reklam są media społecznościowe; być może internauci odczuwają przesyt tym kanałem komunikacyjnym.

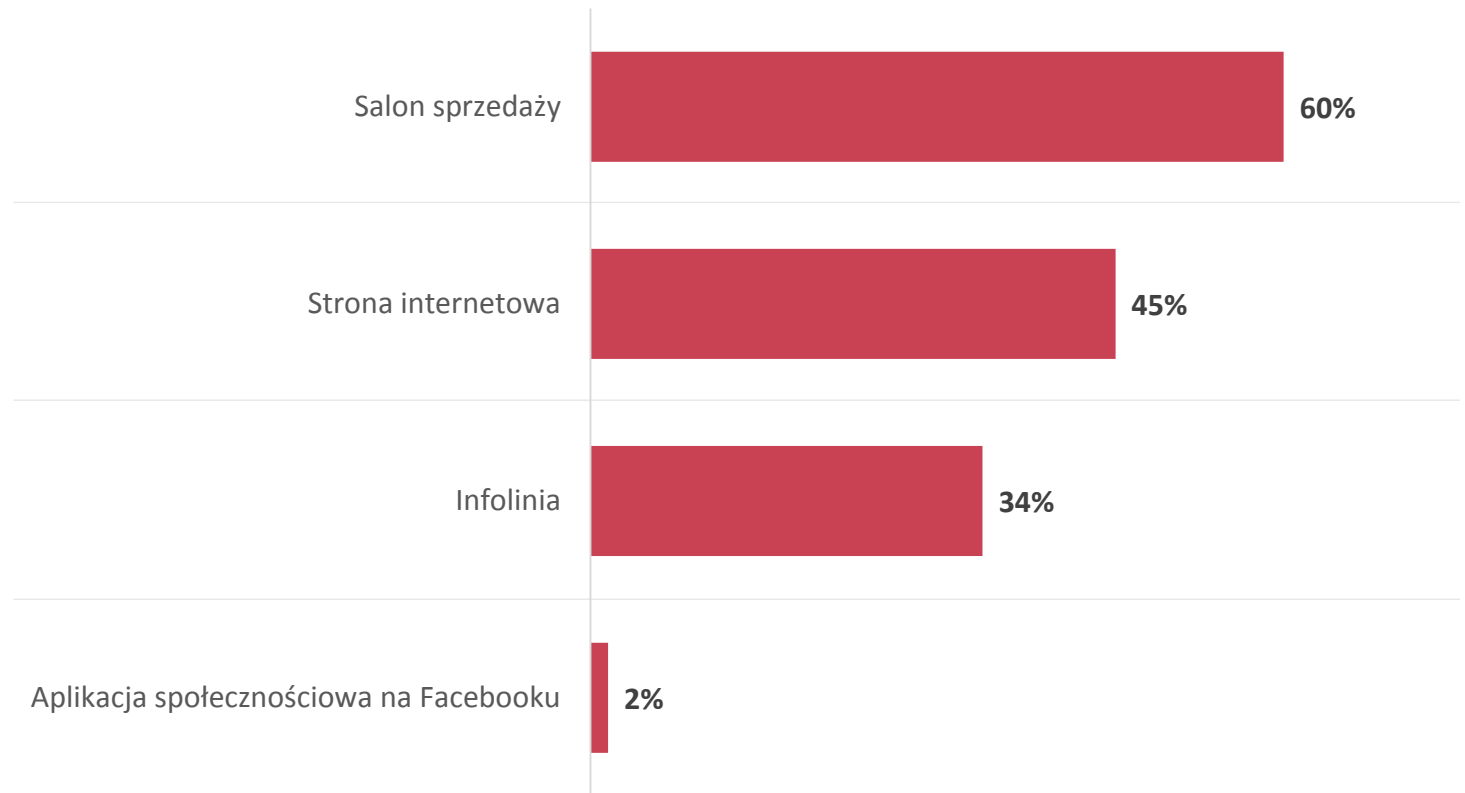
NAJATRAKCYJNIEJSZE FORMY REKLAMY



...PO ZAKOŃCZENIU UMOWY

- Najważniejsze decyzje odnośnie wyboru operatorów podejmowane są w momencie, gdy kończy się wcześniejsza umowa. Wtedy o wiele ważniejsza staje się rozmowa osobista z przedstawicielami operatorów.
- I w tym przypadku okazuje się, że media społecznościowe są najmniej istotną platformą kontaktu w kontekście wyboru nowych usług telekomunikacyjnych.

FORMY KONTAKTU KLIENTA Z OPERATOREM PO ZAKOŃCZENIU UMOWY

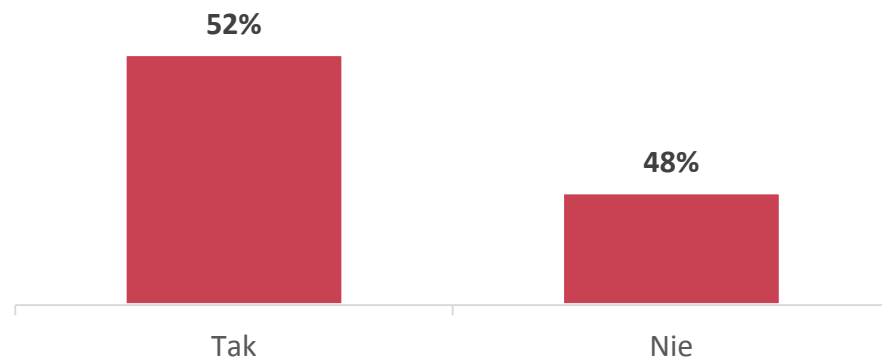


Dane nie sumują się do 100%, ponieważ respondenci mogli wskazać więcej, niż jedną odpowiedź.

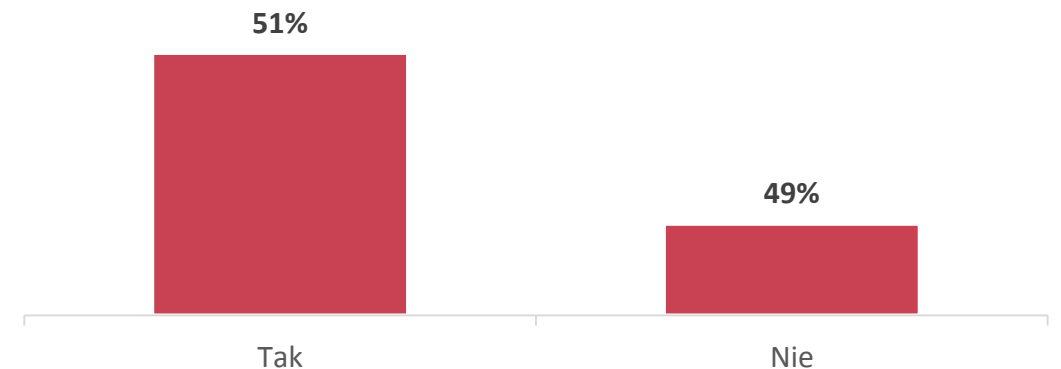
MAILINGI REKLAMOWE

- Przebadani internauci są świadomymi odbiorcami reklamowej komunikacji wysyłanej bezpośrednio na adres mailowy.
- Połowa internautów (52%) nie tylko chce otrzymywać na skrzynkę pocztową mailowe informacje o usługach telekomunikacyjnych, ale i świadomie otworzyła taki mail w ostatnim czasie (51%).

CZY INTERNAUCI CHCIELIBY
OTRZYMYWAĆ OFERTĘ OPERATORÓW
TELEKOMUNIKACYJNYCH NA MAILA?



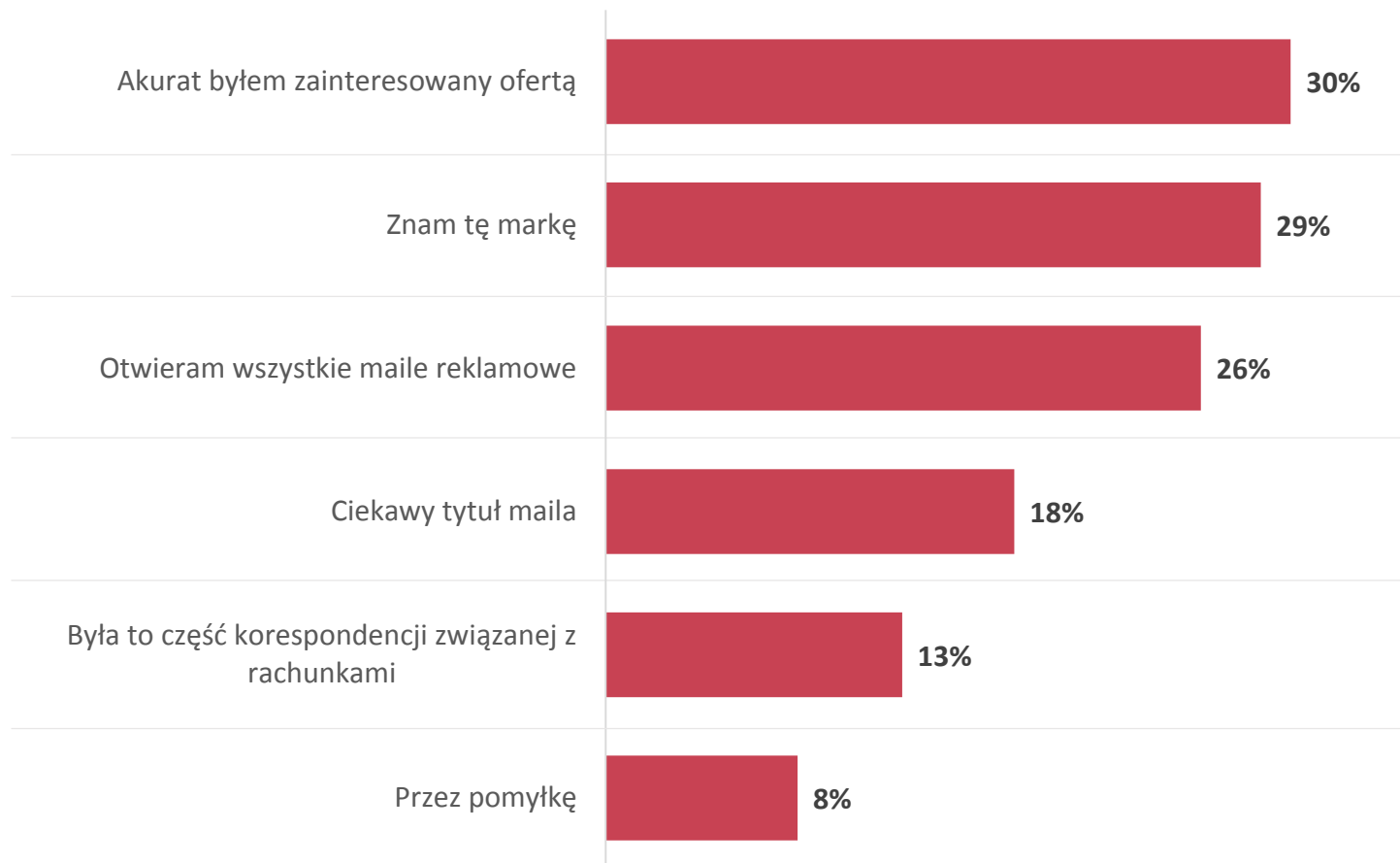
CZY INTERNAUCI W OSTATNIM CZASIE
ŚWIADOMIE OTWORZYLI MAILA Z OFERTĄ
OPERATORA TELEKOMUNIKACYJNEGO?



POWODY OTWIERANIA MAILI

- Internauci oczywiście najczęściej otwierają maile reklamowe wtedy, gdy są akurat zainteresowani daną ofertą (30%).
- Drugim czynnikiem wpływającym na otwarcie maila jest znajomość marki (29%), która przesłała informację.
- Najrzadziej internauci otwierają maile przez pomyłkę (9%).

CO SKŁANIA INTERNAUTÓW DO OTWARCIA MAILA?



Dane nie sumują się do 100%, ponieważ respondenci mogli wskazać więcej, niż jedną odpowiedź.



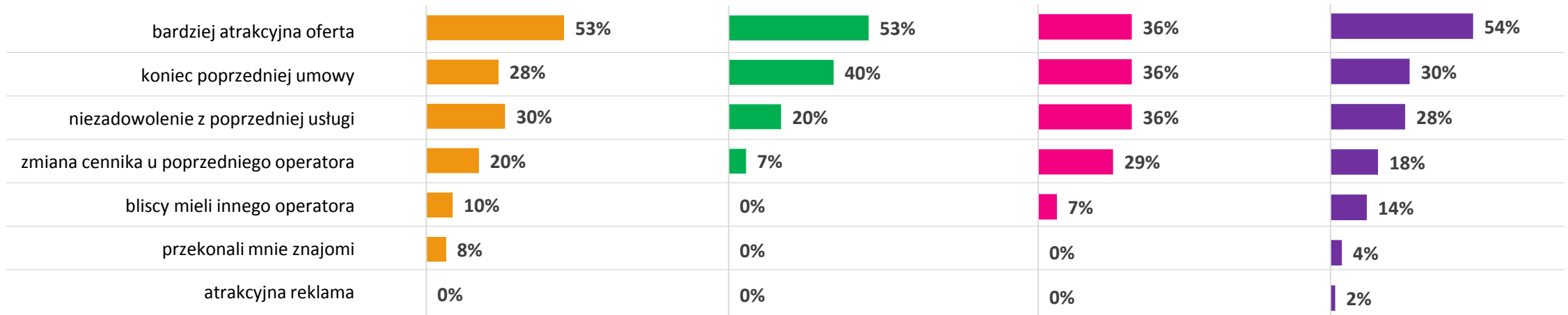
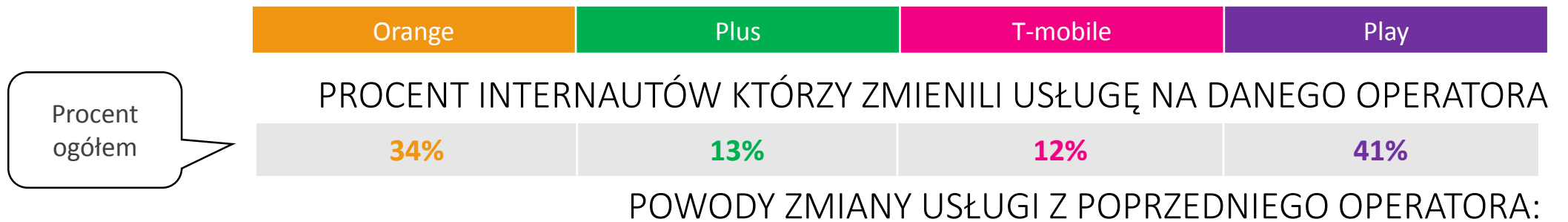
ZMIANA DOSTAWCÓW USŁUG TELEKOMUNIKACYJNYCH

LEADR
LEADS THAT INCREASE YOUR SALES

IRCCENTER.COM

SIECI KOMÓRKOWE

- ⊕ Z powodu skali oczywiście najczęściej zmieniani są najwięksi dostawcy sieci komórkowej – głównie z powodu możliwości skorzystania z jeszcze atrakcyjniejszej oferty.
- ⊕ Kluczowe jest, aby operatorzy komórkowi informowali o nowej ofercie w momencie końca umowy.

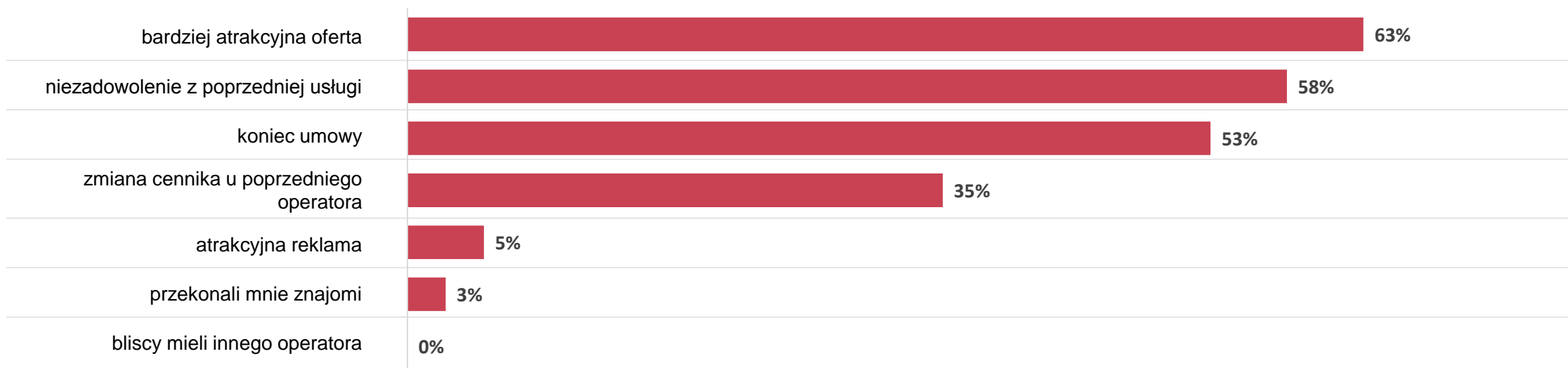


INTERNET STACJONARNY

Internet stacjonarny to kategoria, w której często zmieniany jest dostawca w momencie, gdy poziom niezadowolenia z jakości usługi osiąga swoje apogeum (impuls).

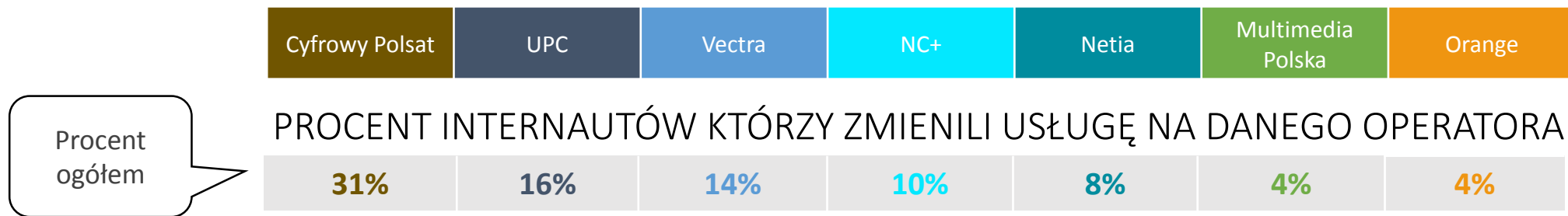


POWODY ZMIANY USŁUGI Z POPRZEDNIEGO OPERATORA:

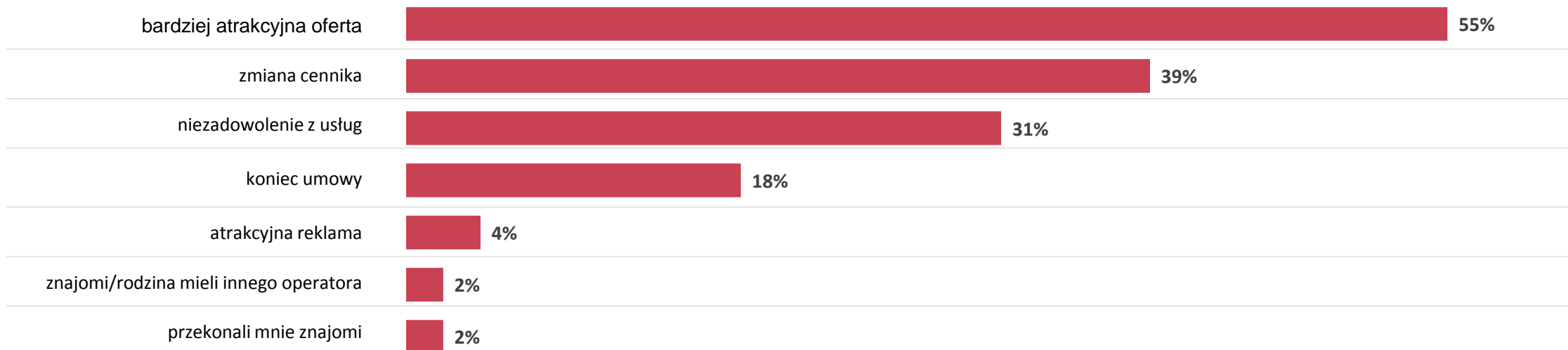


PŁATNA TELEWIZJA

Jednym z najczęstszych powodów wyboru innego niż dotychczas dostawcy płatnej telewizji jest zmiana cennika usług (39%).



POWODY ZMIANY USŁUGI Z POPRZEDNIEGO OPERATORA:



ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY



LEADR
LEADS THAT INCREASE YOUR SALES

LeadR Sp. z o.o.

ul. Dworkowa 3, 00-784 Warszawa



(+48 22) 201 32 99



biuro@leadr.pl



www.leadr.pl

IRCENTER.COM

IRCenter

ul. Jana Pawła 61/164, 01-031 Warszawa



+48 696 435 672



hupa.albert@ircenter.com



www.ircenter.com