

22 октября 2012

За дополнительной информацией  
и комментариями по проекту обращаться к  
Александру Кособокову, +7 (499) 504 43 54

[aksoobokov@epsi-rating.ru](mailto:aksoobokov@epsi-rating.ru)

**Пресс-релиз: *Удовлетворенность потребителей работой операторов мобильной связи, Россия, EPSI Rating 2012***

**Индекс удовлетворенности розничных потребителей качеством работы сотовых операторов в России в 2012 году не изменился. Удовлетворенность потребителей компании Мегафон наиболее высокая в отрасли. Клиенты Мегафон и Tele2 самые лояльные в России. Ожидания потребителей очень низкие. Внедрение и продажа новых услуг будут проходить трудно. Потребители не всегда видят ценность продуктов и обслуживания операторов.**

**Об исследовании**

**У**довлетворенность потребителей качеством работы операторов мобильной связи в России в 2012 году, как и уровень доверия абонентов не изменились по сравнению с прошлым годом, как показывают результаты исследования EPSI Rating (независимый проект по измерению Общеευропейского Индекса Удовлетворенности Потребителей), опубликованные сегодня. В ходе исследования, сбор данных по которому проходил в сентябре-октябре, около 1100 абонентов в России оценили качество работы своего оператора мобильной связи за прошедшие 12 месяцев. Опрос проводился с помощью телефонных интервью независимым контакт-центром под руководством специалистов EPSI и в соответствии с европейскими стандартами EPSI Rating.

Анализ данных проводился для основных брендов с наибольшей долей рынка и с учетом динамики прошлых лет. EPSI Rating проводит независимые измерения рынка операторов сотовой связи на федеральном уровне с 2007 года. В итоге в рейтинг вошли бренды Билайн, Мегафон, МТС и Tele2.

Выводы о динамике сделаны с учетом ошибки измерений, так как значения индексов имеют некоторый разброс. В среднем для отрасли ошибка измерений составила 1,7 балла и незначительно отличается в зависимости от оператора связи, что свидетельствует об однородном восприятии потребителями работы операторов сотовой связи в России в 2012 году.

Удовлетворенность потребителей в отрасли не изменилась. Мегафон сохраняет свое лидерство в отрасли по удовлетворенности потребителей. Клиенты Мегафон и Tele2 самые лояльные.

Средневзвешенный индекс удовлетворенности потребителей операторов сотовой связи в России за прошедший год не изменился и составил 80,5 балла, что на 1,6% выше, чем в 2011 году. Значение роста находится в пределах ошибки измерений. Потребители примерно одинаково воспринимают качество работы всех операторов. Тем не менее, больше всего удовлетворены, как и в прошлом году, абоненты Мегафон. Индекс удовлетворенности потребителей Мегафон не изменился и составил 81,7 баллов. Изменение индекса находится в пределах 1%. Потребители Билайн и Tele2 оценили свою удовлетворенность работой операторов примерно одинаково на 80,2 балла и 80,7 балла соответственно. При этом индекс удовлетворенности потребителей Билайн не изменился, а компания Tele2 смогла существенно улучшить свои показатели за последний год. Рост индекса для Tele2 составил 4,7%. Потребители МТС, по-прежнему, наименее довольны качеством работы своего оператора в отрасли. Индекс продемонстрировал незначительный рост в 1,8% и достиг уровня 79,7 балла из 100.

За последние шесть лет различия в восприятии качества работы операторов сотовой связи жителями России постепенно стираются. Абоненты стали воспринимать услуги и предложения сотовой связи как повседневный товар, который практически никак не отличается от провайдера

Начиная с 2007 года, когда EPSI Rating впервые провела исследования удовлетворенности потребителей сотовой связи, произошли существенные изменения. Все операторы улучшили свою работу в России, по мнению потребителей. Билайн придерживался стратегии поддержания удовлетворенности своих клиентов на определенном уровне и потерял лидерство в 2011 году. Рост удовлетворенности клиентов Билайн за 6 лет составил всего 3,7%. Наибольшего роста удовлетворенности потребителей достигла компания Tele2. Рост индекса за 6 лет составил 16,9%, что в два раза выше, чем показатели роста у Мегафон и МТС. Безусловно данный рост Tele2 вызван более поздним приходом на рынок, но работа шведского оператора с абонентами впечатляет.

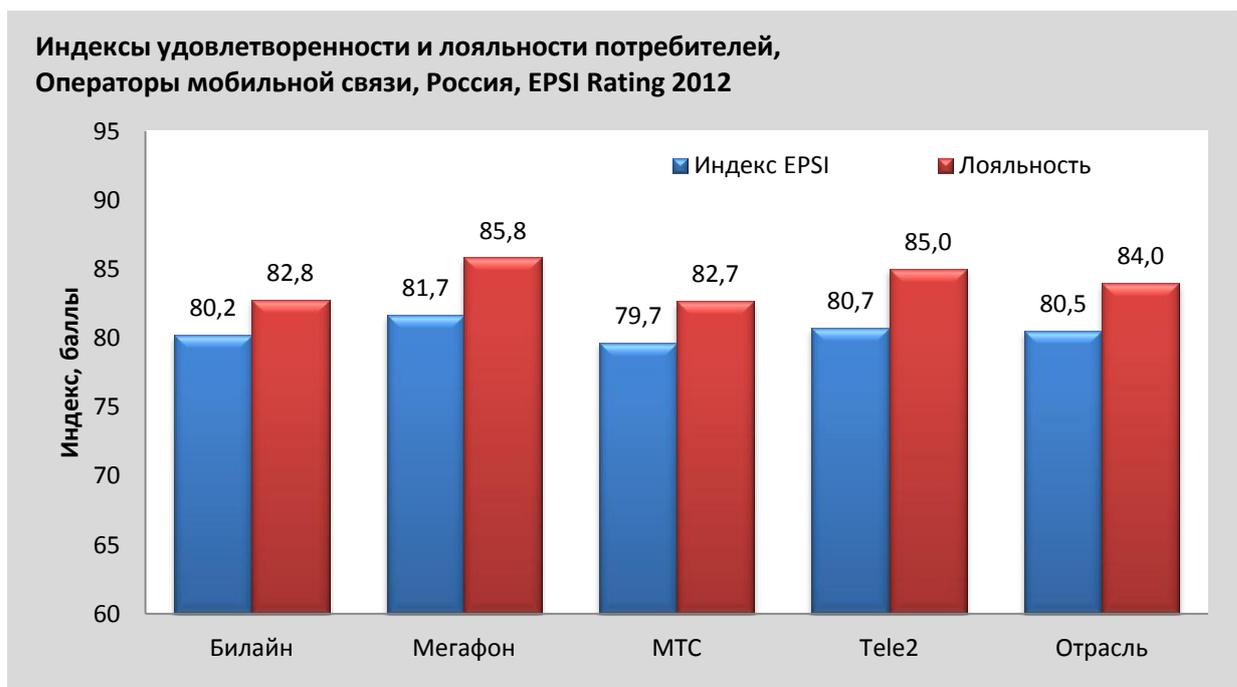
Таб. 1. Индекс удовлетворенности потребителей операторов мобильной связи в в России и изменение к 2011 году. EPSI Rating 2012.

Бренд	Индекс Удовлетворенности (EPSI)	Изменение к 2011 году, (Изменение к 2007 году) %*
Мегафон	81,7	-1,0 (+7,7)
Билайн	80,2	+0,3 (+3,7)
Tele2	80,7	+6,2 (+16,9)
МТС	79,7	+2,1 (+7,0)
Отрасль	<b>80,5</b>	+1,6 (+7,2)

\* Ошибка измерений составила в среднем 1,7 балла (около 2%)

В России потребителям дорого менять своего оператора сотовой связи. Клиенты Мегафон и Tele2 самые лояльные. Внедрение услуги переносимости номера может положительно сказаться на конкуренции в отрасли. Рост удовлетворенности приводит к росту лояльности

Доверие к отрасли в 2012 году не изменилось. Индекс лояльности увеличился на 0,9% и составляет 84,5 балла. Самые лояльные потребители по итогам года у Мегафон и Tele2. Индекс лояльности клиентов этих операторов значительно превышает уровень доверия клиентов остальных игроков рынка. Потребители этих провайдеров гораздо чаще готовы рекомендовать своему окружению услуги и продукты Мегафон и Tele2 и менее склонны рассматривать альтернативы своему основному оператору связи. Наличие высокой удовлетворенности и более высокой лояльности, чем у конкурентов позволит этим компаниям расширять свое сотрудничество с абонентами, легче осуществлять кросс-продажи продуктов и услуг. Около 30% абонентов Мегафон и Tele2 хотят расширять свое сотрудничество с оператором в следующем году. У МТС таких абонентов не больше 20%.



**Рис. 1. Индексы EPSI Rating для операторов мобильной связи России в 2012 году.**

В России одной из немногих стран на постсоветском пространстве по-прежнему сохраняются очень высокие барьеры перехода для абонентов. Наличие барьеров перехода определяется превышением индекса лояльности над индексом удовлетворенности. На протяжении последних четырех лет барьеры перехода в отрасли растут. Операторы сотовой связи удерживают свою клиентскую базу не только за счет высокой удовлетворенности, но и за счет других технических и психологических факторов, которые делают переход абонента к другому оператору затратным мероприятием. Это, скорее всего, снижает уровень конкуренции в отрасли в России и не всегда выгодно

абонентам. Внедрение услуги переносимости номера в стране, безусловно, скажется на конкуренции и те компании, удовлетворенность абонентов которых ниже, чем у конкурентов, смогут увидеть некоторый отток клиентской базы. Также надо заметить, что в России одним из важных психологических барьеров перехода являются внедренные сотовыми операторами программы лояльности. Но следует иметь в виду, что эти программы с легкостью копируются операторами друг у друга и абоненты при выборе оператора не сильно ориентируются на них.

*«Первостепенная задача успешных операторов связи в России - поддерживать и увеличивать, прежде всего, удовлетворенность клиентов. Те компании, которые добиваются лучших результатов относительно конкурентов в области удовлетворенности, могут не беспокоиться за свое будущее и за лояльность. Клиенты будут их рекомендовать, будут покупать новые услуги и конкурентам будет очень дорого переманить такого клиента к себе. Это приведет к росту финансовых результатов через некоторое время, в среднем в 1 год», - комментирует Александр Кособоков, генеральный директор EPSI в России и странах СНГ.*

**Репутация сотовых компаний изменилась в лучшую сторону. Несмотря на рост в текущем году, ожидания потребителей очень низкие. Продавать новые услуги будет сложнее. Качество обслуживания не стоит потраченных денег**

В основе анализа опыта взаимоотношений потребителей с оператором мобильной связи лежат 5 аспектов удовлетворенности – имидж, качество продукта, ожидания потребителей от компании, качество обслуживания и соотношение цена/качество (ценность за деньги). Глубинный анализ данных 2012 года в среднем по отрасли показывает, что потребители не почувствовали каких-либо существенных изменений в качестве работы операторов за прошедший год. Потребители отметили незначительное улучшение репутации операторов сотовой связи на рынке, но это касается в большей степени компании Tele2. Имидж Tele2 существенно улучшился по сравнению с 2011 годом.

Наиболее низкие индексы показывает фактор «Ожидания». Не смотря на некоторый рост ожиданий (3%) в текущем году, в целом по отрасли потребители не ждут улучшений качества работы операторов сотовой связи. Надо заметить, что низкие ожидания затрудняют внедрение новых продуктов и услуг и делают процесс их продажи абонентам более трудоемким и дорогостоящим.

Потребители в России очень высоко оценили в текущем году качество услуг операторов сотовой связи и еще выше качество обслуживания, но усилия операторов сотовой связи не получили соответствующую оценку в удовлетворенности потребителей из-за несоответствующей репутации в обществе и низких ожиданий.

Динамика профиля удовлетворенности потребителей по отрасли,  
Операторы мобильной связи, Россия, EPSI Rating 2012

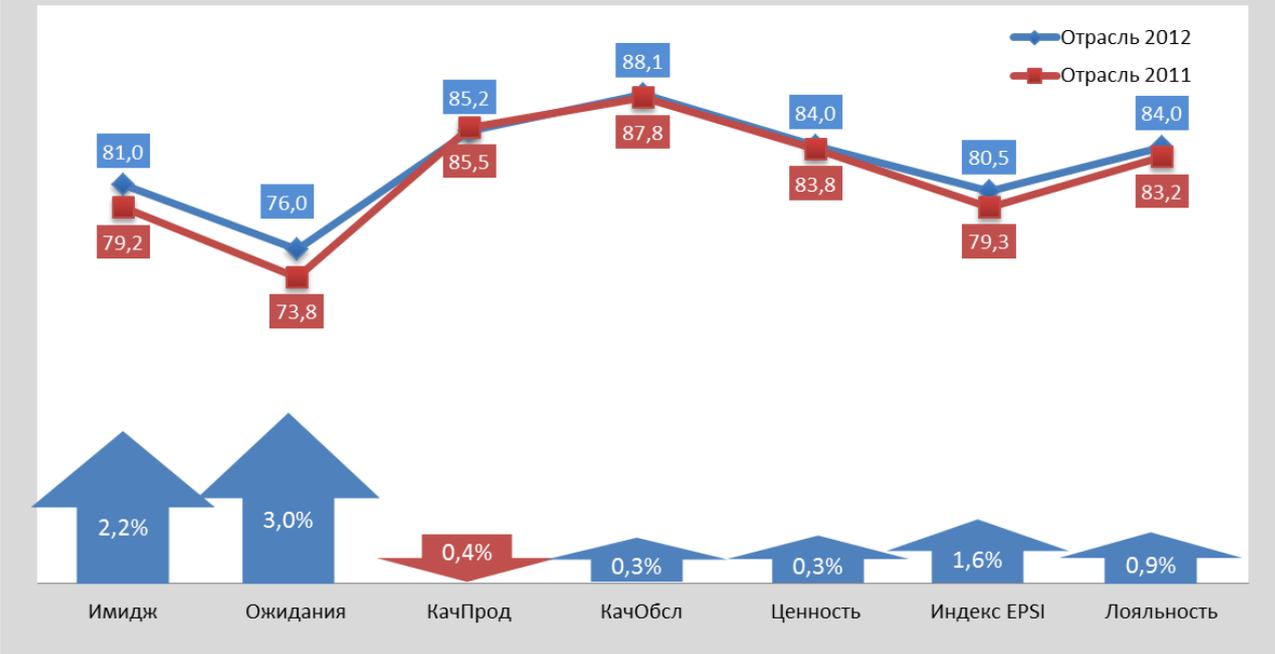


Рис. 2 Профиль удовлетворенности потребителей операторов мобильной связи России в динамике за 2011-2012 годы, EPSI Rating 2012.

Продолжающиеся усилия операторов сотовой связи по улучшению некоторых составляющих качества обслуживания, по мнению потребителей, не стоят потраченных денег и абоненты все меньше готовы платить за действия операторов по улучшению качества обслуживания. Несмотря на действия операторов, потребители не считают, что компании хорошо справляются с обслуживанием за те деньги и время, которое приходится тратить.

За дополнительной информацией, комментариями, организацией интервью об исследовании, а также подписке на полные результаты обращайтесь к Александру Косококову, Анне Макаренко (499) 504 43 54, akosobokov(at)epsi-rating.ru

### Коротко об EPSI

EPSI в России и странах СНГ – подразделение международной исследовательской компании EPSI Research Services со штаб-квартирой в Великобритании и Центром исследований в Швеции. Мы помогаем ведущим компаниям построить систему мониторинга индексов удовлетворенности и лояльности заинтересованных групп (потребителей, персонала, инвесторов, общества), выявить эффекты, влияющие на прибыльность и рост. EPSI регулярно проводит независимые исследования по единому стандарту в 20 европейских странах и странах Евразии.

Почтовый адрес: 190030 Россия, С-Петербург, наб. реки Фонтанки, д. 113А  
Тел.: +7 (499) 504 43 54 (MSK) +7 (812) 947 45 91 (SPB) \* Факс: +7 (812) 310 0379;  
\* E-mail: info@epsi-rating.ru; www.epsi-rating.ru