



Soluciones Integrales para su Negocio

Estudio del Nivel de Recomendación y Satisfacción de Operadores Móviles

Agosto 2017

Ficha Técnica

***PUBLICO OBJETO
DE ESTUDIO***

Clientes de Telefonía Móvil en Lima

OBJETIVO DEL ESTUDIO

Evaluar el nivel de recomendación y satisfacción de los clientes de operadoras de telefonía móvil en Lima.

METODOLOGIA

Sondeo exploratorio de carácter cuantitativo a través de las redes sociales.

MUESTRA

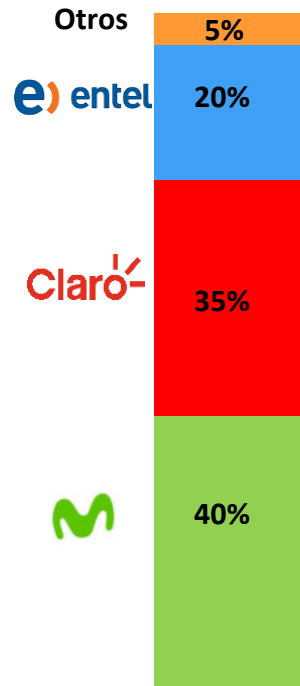
168 clientes contactados.

FECHA DE CAMPO

Del viernes 4 al domingo 13 de agosto del 2017.

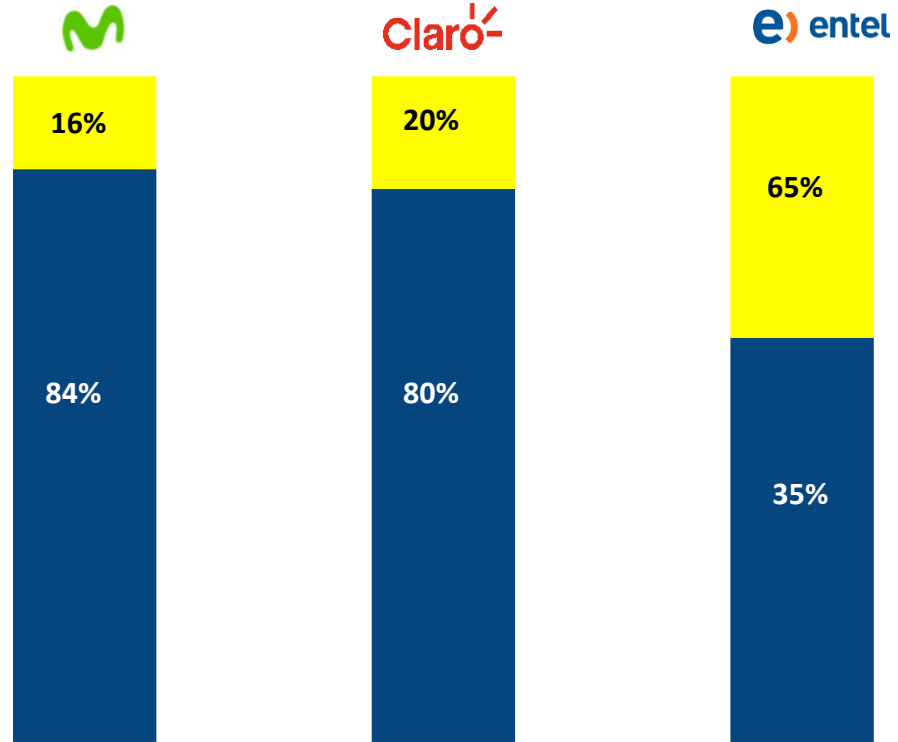
Claro y Movistar tienen un importante base cautiva

¿Quién es su operador actual ?



Base Total: 168

¿Ha realizado cambio de operador en los últimos 18 meses ?

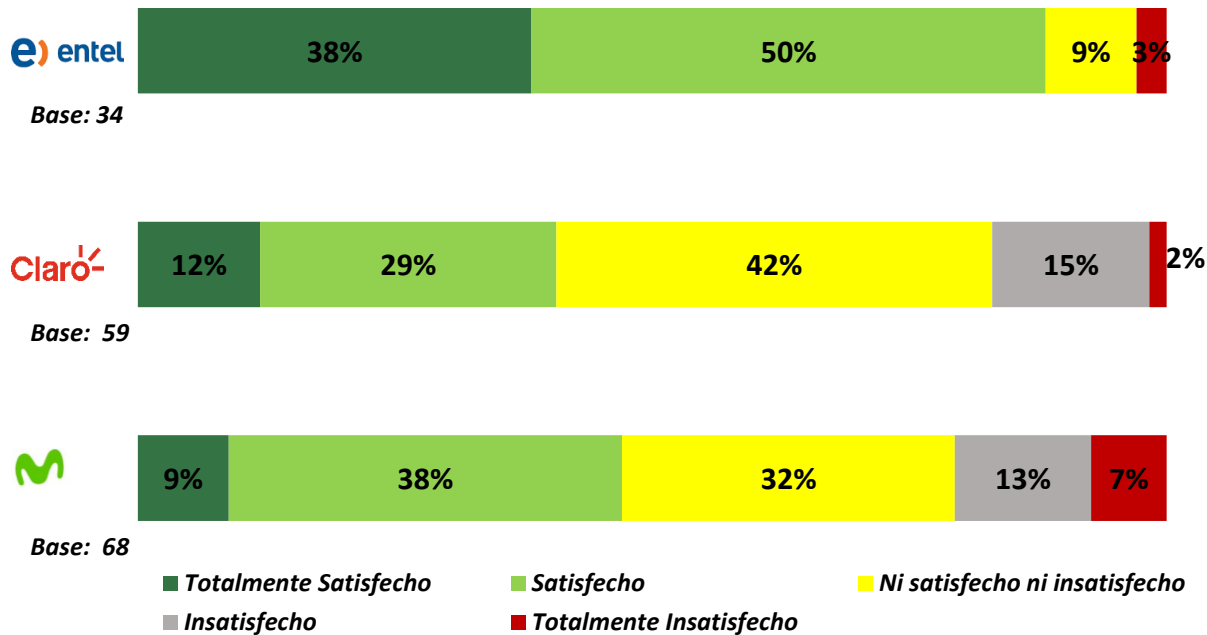


■ No cambió de operador ■ Cambio de operador

- De acuerdo al sondeo, las menciones indican que un 40% de clientes son de Movistar, pero un 16% provino de otro operador.
- Para el caso de Entel, un 20% mencionó que es su operado actual, de los cuales un 65% proviene de otro operador.

Precios y señal son los principales motivos de insatisfacción

¿Qué tan satisfecho se encuentra con su operador actual?



Razones por las que está 'Muy satisfecho/ satisfecho'

- Tiene buena señal (28.7%)
- Brindan megas y llamadas ilimitadas (17.0%)
- Precios adecuados (12.7%)
- Buena atención al cliente (10.4%)

Razones por las que está 'Muy insatisfecho/ insatisfecho'

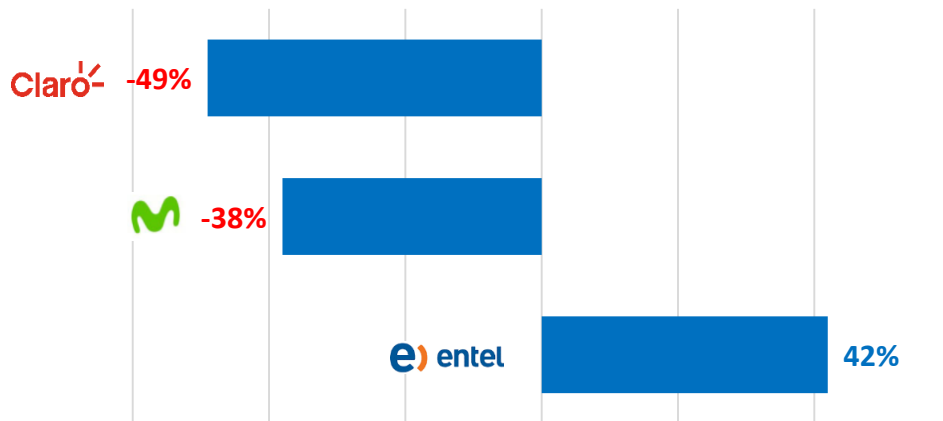
- Tienen pésima atención (44.0%)
- Tienen mala señal (20.0%)
- Precios altos (12.0%)

Base Total: 160

➤ Entel es el operador que tiene mayor mención en la satisfacción actual con el servicio que brinda con un 88% de respuestas.

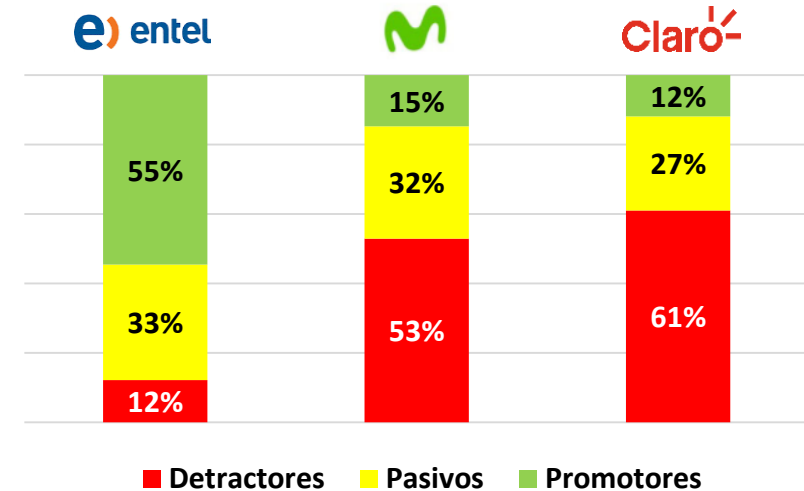
Existe una diferencia significativa en los niveles de recomendación de los operadores

Nivel de Recomendación por Operador



- Tiene buena atención (37.9%)
- Precios, megas y llamadas ilimitadas (34.5%)
- Buena señal (27.6%)

¿Qué tan probable es que recomiende a un amigo, familiar, colega, etc. a su actual operador?



- Tienen pésima atención (48.7%)
- Tienen mala señal (26.3%)
- Precios altos, (25.0%)



Soluciones Integrales para su Negocio

Estudio del Nivel de Recomendación y Satisfacción de Operadores Móviles

Agosto 2017

Estudios para medir la Experiencia Cliente

Tracking virtuales de comunidades

¿Qué es? Mapeo digital de experiencia cliente mientras ocurre a manera de panel a través de aplicativo (móvil o plataforma web).

¿Para qué sirve? Identificar momentos de verdad y experiencias de clientes insitu con piezas gráficas, de audio y video generadas por su público objetivo.



Visualización para los participantes

Quehaceres, diarios, grupos de discusión, funcionalidades móviles, de redes sociales, etc.

Digital Intelligence: Ubikua

¿Qué es? Servicio de Investigación digital que mapea, analiza e interpreta la conversación digital relacionada a tu marca o servicio

¿Para qué sirve? Brinda Oportunidades para adaptar tu estrategia de marketing online u offline y comunicación a lo que hace, dice, piensa y siente tu público objetivo. Logrando así mejores resultados para tu marca o negocio.



Estudios para medir la Experiencia Cliente

Entrevistas y Focus Group

¿Qué es? Reunión con una persona o grupo de personas con características específicas para indagar sobre sus actitudes y reacciones frente a un determinado temas

¿Para qué sirve? Identificar la reacción emocional, conocer las causas de preferencia rechazo a una marca, servicio, producto o concepto y a partir de estas incorporar mejoras.

Mystery Shopping

¿Qué es? Mapeo de servicio en diferentes canales de atención a través de registro en audio y video.

¿Para qué sirve? Identificar y evaluar características del servicio en puntos de atención al cliente.

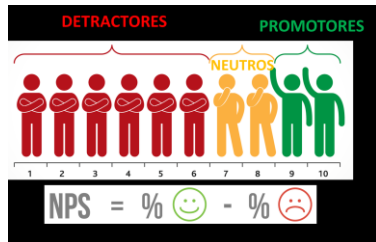


Estudios para medir la Experiencia Cliente

Net Promoter Score

¿Qué es? Indicador de experiencia cliente que mide la lealtad de los clientes y los clasifica de acuerdo a su nivel de recomendación.

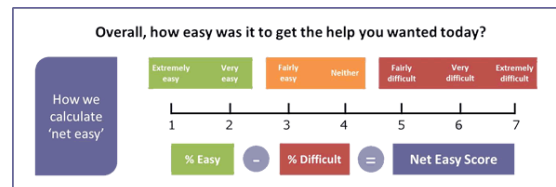
¿Para qué sirve? Identificar los tipos de clientes que se tienen y en base a este generar oportunidades de mejora en la gestión del Cliente



Customer Effort Score

¿Qué es? Indicador que mide el esfuerzo del Cliente al momento de utilizar algún tipo de servicio de la empresa

¿Para qué sirve? Identificar y eliminar las barreras u obstáculos que impiden la satisfacción del Cliente



Customer Satisfaction Score

¿Qué es? Indicador que mide el nivel de satisfacción del Cliente con un servicio o con la empresa

¿Para qué sirve? Identificar y eliminar los motivos de insatisfacción y fortalecer los motivos de satisfacción

