

EPSI Rating

Maksu-tv 2016

Päivämäärä: 31-10-2016

Lisätietojen saamiseksi, vieraile kotisivuillamme (www.epsi-finland.org) tai ota yhteyttä

Tarja Ilvonen, CEO EPSI Rating Suomi

Puhelin: +358 50 569 1921

Sähköposti: tarja.ilvonen@epsi-finland.org

Maksu-tv-palveluiden asiakastyytyväisyys pitkäaikaisessa hitaassa kasvussa

Maksu-tv-kentässä käy myllerrys. Vuonna 2016 Elisa ponkasi pohjalta maksu-tv-operaattoreiden asiakastyytyväisyyden kärkeen ja valloitti asiakkaat. Viime vuoden ykkönen Sonera tipahti pohjalle.

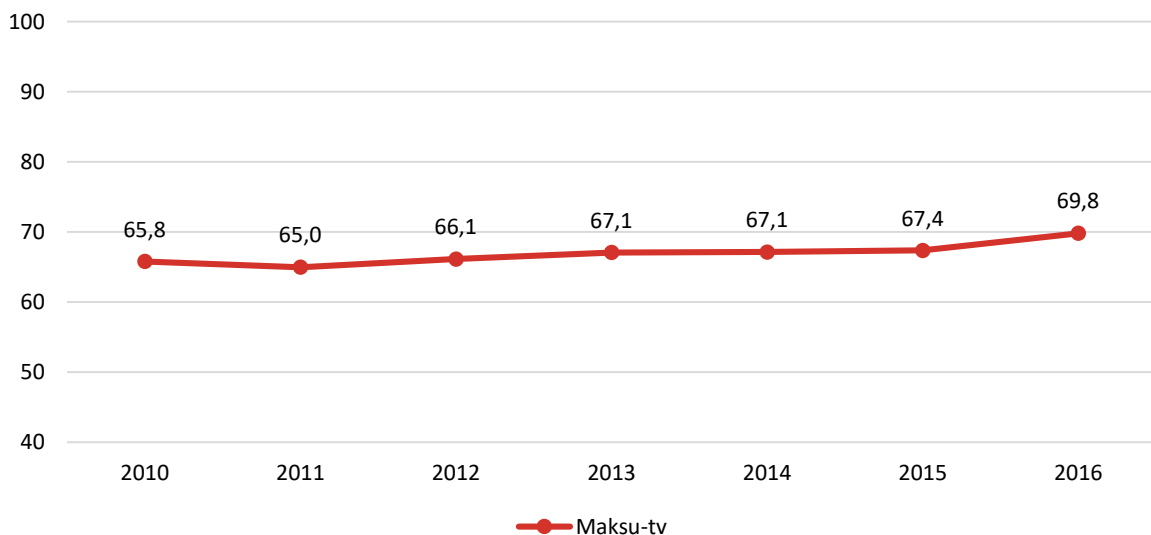
Maksu-tv-palveluiden asiakastyytyväisyys on parantunut vuodessa 2,4 indeksipistettä tasolle 69,8. Maksu-tv-kenttä muuttuu nyt nopeasti ja operaattoreilta vaaditaan kykyä reagoida asiakkaiden kasvaviin tarpeisiin. Kotisohvilta seurattavien ja maksukortin takaa löytyvien kanavapakettien käytöstä on siirrytty entistä enemmän katsomaan itseä kiinnostavaa sisältöä ajasta ja paikasta riippumatta puhelimen, tabletin tai laajakaistan avulla.

Maksu-tv-tutkimuksessa selvitettiin myös suoratoistopalveluiden käyttöä. Liki puolella on käytössä jokin maksullinen suoratoistopalvelu ja suosituin palvelu on Netflix. Netflixin asiakkaat ovat myös hyvin tyytyväisiä palveluunsa (74,7). Elokuvapaketteihin sen sijaan asiakkaat eivät ole kovin tyytyväisiä (62,4) kun taas urheilupaketit saavat asiakkailta kiitosta (78,4).

Asiakastyytyväisyyden kehitys 2010-2016

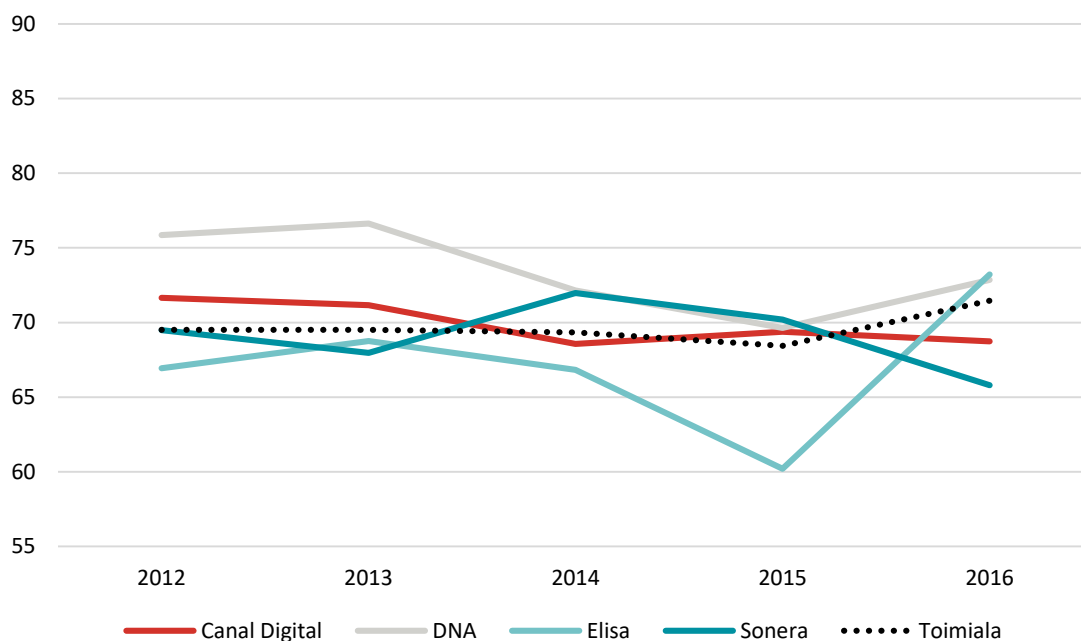
Toimiala - EPSI Rating Maksu-tv 2016

Indeksi 0-100



Elisa on onnistunut valloittamaan asiakkaat puolelleen, minkä seurauksena maksu-tv-palveluiden asiakasuskollisuus kasvoi huikeat 13 indeksipistettä. Myös DNA:n asiakasuskollisuus on parantunut 3,3 pistettä. Suurin asiakaskato käy Soneralla, 4,4 indeksipistettä.

Asiakasuskollisuuden kehitys 2012-2016
 Erot operaattoreiden välillä - EPSI Rating Maksu-tv 2016
 Indeksi 0-100



Maksu-tv-operaattoreiden järjestys keikahti ylösalaisin

Asiakkaiden tarpeisiin pystyi vastaamaan parhaiten Elisa, joka ponnisti kärkisijalle edellisen vuoden viimeiseltä sijalta. Elisa on parantanut toimintaansa kaikilla tutkituilla osa-alueilla. Elisalla on paras imago, odotukset sitä kohtaan ovat suurimmat, ja se pystyy lunastamaan lupauksensa parhaalla palvelunlaadulla ja vastineella rahalle.

Asiakastyytyväisyys

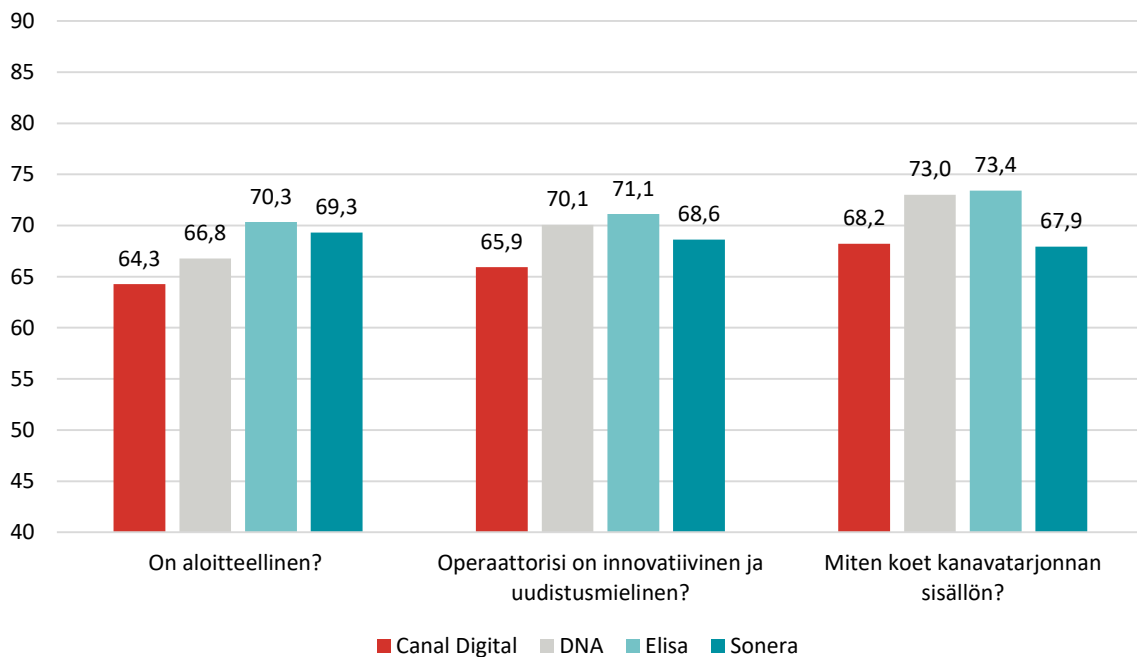
Yksityisasiakkaat	2016	Vertailu vuoteen 2015
Elisa	71,9	9,7
DNA	70,3	2,5
Toimiala	69,8	2,4
Canal Digital	68,0	1,0
Sonera	66,7	-3,4



- Elisa on tehnyt reippaan nousun viime vuoden viimeiseltä sijalta ykköseksi
- Sonera tippui kärkisijalta viimeiseksi

Aikaisempina vuosina kritiikin kohteena olleet maksu-tv-operaattoreiden tekniikan toimivuus ja käyttäjäystävällisyys saivat tänä vuonna enimmäkseen kiitosta. Kun palvelut ja tekniikka kehittyvät, on operaattoreiden kiinnitettävä entistä enemmän huomiota myös siihen, että asiakkaat pysyvät mahdollisuuksista ajan tasalla. Tyypillisesti luotettavuus ja asiakkaista välittäminen merkitsevät asiakkaille paljon, mutta myös innovatiivisuus on tärkeää. Nyt asiakkaiden tyytyväisenä pitämiseen tarvitaankin valinnanvapautta, kiinnostavaa sisältöä ja palvelua, mikä haastaa operaattorit uudistumaan.

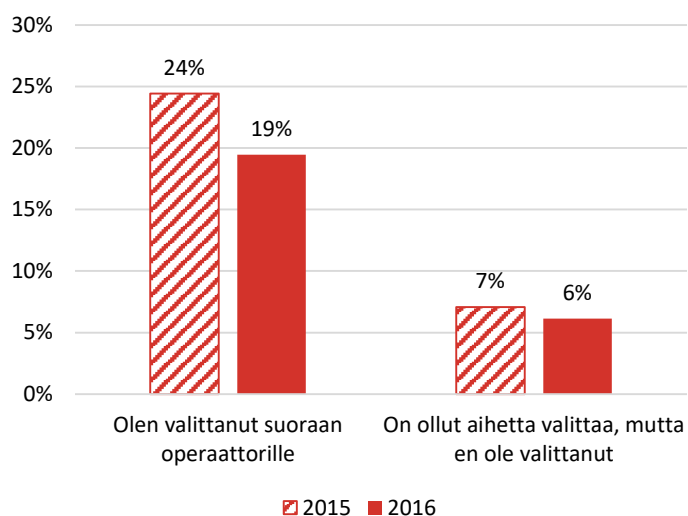
Aloitteellisuus, innovatiivisuus ja kanavatarjonnan sisältö
 Erot operaattoreiden välillä - EPSI Rating Maksu-tv 2016
 Indeksi 0-100



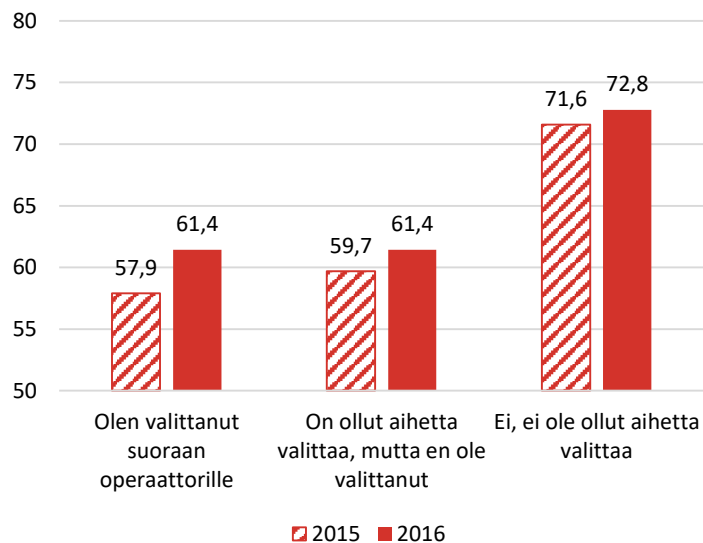
Valitukset

Valitusten määrä on laskussa viime vuoteen nähden, joskin valittavien asiakkaiden määrä on edelleen korkea muihin toimialoihin nähden. Asiakkaat jotka ovat valittaneet tai joilla on siihen ollut aihetta, mutta eivät ole kuitenkaan valitusta tehneet, ovat huomattavasti tyytymättömiä asiakkaita. Asiakastyytyväisyyden parantamisen kannalta on siis erityisen tärkeää pystyä vähentämään valittavien asiakkaiden määrää.

Valitukset viimeisen 12kk aikana Toimiala - EPSI Rating Maksu-tv 2016



Asiakastyytyväisyys & valittaminen Toimiala - EPSI Rating Maksu-tv 2016 Indeksi 0-100



Tulokset pähkinänkuoressa

- Asiakastyytyväisyys ja asiakasuskollisuus laajakaistapalveluihin on loivassa nousussa
- Vuonna 2016 eniten laskee koettu palvelunlaatu sekä odotukset
- Operaattoreilta vaaditaan parempaa aloitteellisuutta, innovatiivisia ratkaisuja sekä monipuolista kanavatarjontaa sisältöä
- Valitusten määrä on laskussa, mutta asiakkaat jotka ovat valittaneet tai joilla on siihen ollut aihetta, mutta eivät ole kuitenkaan valitusta tehneet, ovat huomattavasti tyytymättömiä asiakkaita

Asiakastyytyväisyyden kehitys operaattoreittain 2012-2016

Yksityisasiakkaat	2012	2013	2014	2015	2016
Canal Digital	67,5	66,8	67,7	67,0	68,0
DNA	71,3	72,8	69,1	67,8	70,3
Elisa	63,8	67,1	65,5	62,2	71,9
Sonera	68,0	68,6	68,5	70,1	66,7
Toimiala	66,1	67,1	67,1	67,4	69,8

Tietoa Maksu-tv 2016 -tutkimuksesta

Tutkimuksen kohderyhmä koostuu 18–79-vuotiaista suomalaisista maksutelevisio-operaattoreiden asiakkaista. Tiedot on kerännyt Norstat Finland puhelinhaastatteluiden avulla. Kysymyslomake sisälsi runsaat 30 mallikysymystä ja 15 taustakysymystä. Kysymyksiin vastattiin asteikolla 1–10. Vastajiin otettiin yhteyttä enintään viisi kertaa, jotta haastattelun todennäköisyys olisi mahdollisimman suuri. Norstat Finland haastatteli Maksu-tv 2016 -tutkimukseen yhteensä 581 Suomessa asuvaa 18–79-vuotiaista yksityisasiakasta. Puhelinhaastattelut tehtiin 14.9.-19.10.2016. Vastaavat tutkimukset on toteutettu Ruotsissa, Norjassa sekä Tanskassa.

Asiakastyytyväisyys – Kuinka EPSI Rating mittaa sitä?

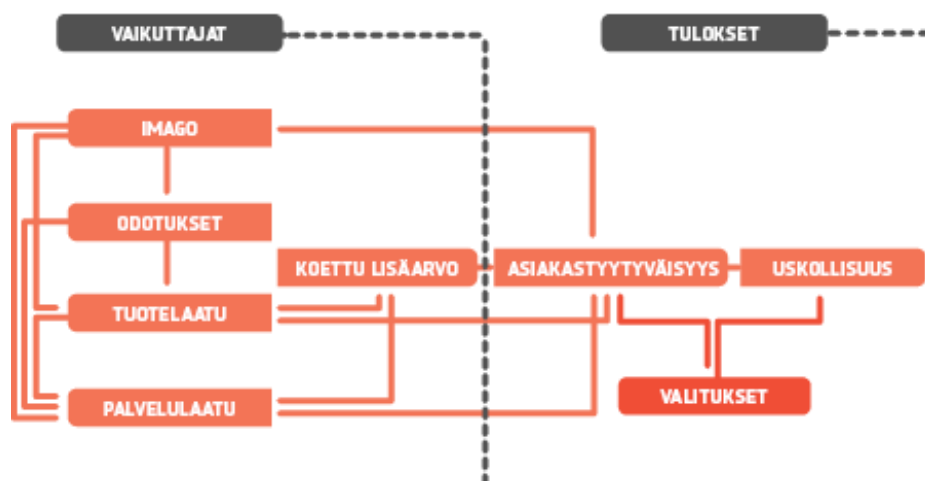
Asiakastyytyväisyyttä tutkitaan seuraavien kolmen kysymysten avulla:

- Ajattele koko kokemustasi sinun operaattoristasi. Miten tyytyväinen olet?
- Missä määrin sinun operaattorisi mielestäsi täyttää odotuksesi?
- Kuvittele joka suhteessa täydellistä operaattoria. Miten kaukana tai miten lähellä täydellistä operaattoria sinun operaattorisi mielestäsi on?

Kunkin aspektin arvosana ilmoitetaan välillä 0-100. Mitä korkeampi arvosana, sitä paremman arvion pankki on saanut asiakkailtaan. Yleisesti voidaan sanoa, että yrityksillä, joiden asiakastyytyväisyyden arvosana on alle 60, on suuria vaikeuksia motivoida asiakkaita pysymään asiakkaina. Sen sijaan yli 75:n arvosana kertoo vahvasta yrityksen ja asiakkaan välisestä suhteesta.

Asiakastyytyväisyys ja asiakasuskollisuus ovat kaksi tärkeää avainindikaattoria yrityksille ja organisaatioille. Näiden kahden indikaattorin mittaamisen lisäksi EPSI-menetelmä tutkii viittä muuta aspektia, joiden avulla voidaan selvittää, mikä tekee asiakkaista tyytyväisiä ja uskollisia.

Kukin aspekti sisältää tietyn määrän kysymyksiä. Alla oleva kaavio kuvaa niitä alueita, joihin EPSI-menetelmä perustuu.



EPSI Rating

EPSI Rating tutkii, miten asiakkaista tulee asiakkaita ja miten he pysyvät uskollisina yritykselle. EPSI Ratingin tutkimukset selvittävät asiakkaiden kokemusten ja yrityksen kanssa käydyn vuorovaikutuksen avulla, mitä mieltä asiakkaat ovat yrityksestä. EPSI Ratingin tutkimusmenetelmä on Tukholman kauppakorkeakoulun suunnittelema ja toimii perustana puolueettomille ja luotettaville tutkimuksille.