

JULKAISUVAPAA 02.11.2015 KLO 06.00

EPSI RATING Finland

Pay-TV (maksu-tv)

Yhteenveto



Lisätietoja varten:

tj Mats Nybondas

Puh: 09-4730 3551

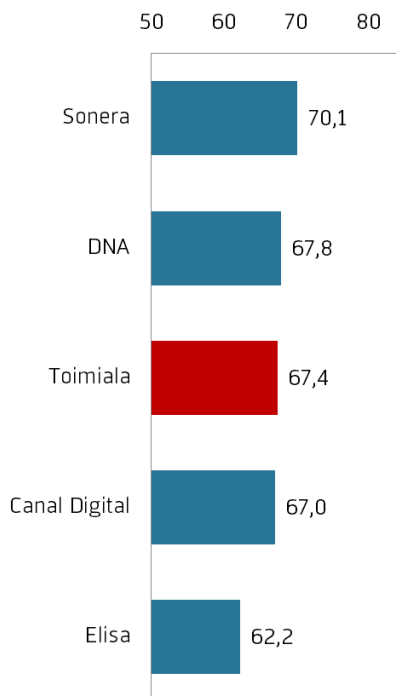
@-posti: mats.nybondas@epsi-finland.org

EPSI Rating

Toimialan arvostus kasvaa, mutta odotuksista vielä jäädään

Asiakastyytyväisyys - Maksu-TV
yksityisasiakkaat - EPSI Rating 2015

Asteikko: 0 -100



Sonera kimpaisi ykköseksi

Asiakaskokemuksen ykköseksi nousee tänä vuonna Sonera parantamalla asiakastyytyväisyyttään kilpailijoitaan enemmän.

Maksu-tv:n kilpi kiillottuu

Tähän asti maksu-TV:n imago ja sen saavuttama asiakastyytyväisyys on ollut selkeästi alle EPSI Ratingin mitattujen toimialojen keskiarvon. Nyt tapahtuu kuitenkin positiivinen muutos ja asiakkaiden mielikuva (imago) maksu-TV-toimittajistaan on kasvanut melkein 2 indeksipistettä.

Vastine rahalle paranee

Koska suomalaiset perinteisesti ovat pitäneet TV-ohjelmia ilmaisina, he edelleen kokevat maksu-TV:tä kalliina, mutta operaattorit ovat nähtävästi kuunnelleet asiakkaitaan ja siten pystyneet parantamaan koettua vastinetta rahalle. Koko toimialan vastine rahalle kohoaa 2 indeksipisteellä, mikä on vertailussa vuodesta toiseen suuri edistysaskel. **Canal Digital** toimii tässä suhteessa hyvänä veturina, peräti 3,7 pisteen parannuksellaan.

Joustavuudella parempi asiakaskokemus

Näyttää siltä, että asiakkaiden kuunteleminen moitteiden muodossa siitä, että kanavatarjonta on ollut liian myyjävetoista, alkaa nyt tuottaa tulosta. Asiakkaat kokevat nyt, että paremmin, joskaan ei täysin toiveiden mukaan, saavat valita itse mistä kanavista ja paketeista he maksavat.

Tekniikka jättää toivomisen varaa

Useimmat valitukset ja aiheet huonoon asiakaskokemukseen aiheuttaa pettävä tekniikka. Lähetykset pätkivät, käytössä olevat digiboksit ja niiden säätimet eivät toimi tai kanavat ja nauhoitukset ovat vaikeasti hallittavissa. Tässä suhteessa kaikki operaattorit saavat enemmän tai vähemmän nuhteita.

Asiakaspalvelu

Varsinkin tilanteissa kun tekniikka pettää, asiakaspalvelu on koetuksella. Riippumatta tästä, Canal Digital on saavuttanut korkeimmat arvosanat asiakaspalvelusta ja ylittää ainoana toimijana asiakkaidensa odotukset tässä suhteessa.

Suoratoistopalvelut

Suoratoistopalveluiden käytöstä kysyttiin samoilta maksu-TV:n käyttäjiltä ja noin neljäsosa haastatelluista kertoi käyttävänsä niitä. Tyytyväisyys näillä oli korkein **HBO Nordicilla**.

TAULUKOT

(asteikko 0-100)

Toimija	EPSI 2011	EPSI 2012	EPSI 2013	EPSI 2014	EPSI 2015
Canal Digital		67,5	66,8	67,7	67,0
DNA	67,4	71,3	72,8	69,1	67,8
Elisa	64,4	63,8	67,1	65,5	62,2
PlusTV	62,3	63,7	63,0	65,8	
Sonera	62,6	68,0	68,6	68,5	70,1
Toimiala	65,0	66,1	67,1	67,1	67,4

VAIKUTTAJAT (0-100)

2015	Imago	Odotukset	Tuotelaatu	Palvelu	Vastine rahalle
Toimiala	70,6	74,9	72,8	74,3	71,7

EPSIn televiestintätutkimus 2015

Tiedonkeruu ja analyysi

Tutkimusdataa on kerätty puhelinhaastatteluin 01.09.-19.10.2015 välisenä aikana Norstat Finlandin toimesta. Kaiken kaikkiaan vastuksia on kerätty n 4000, joista 3000 yksityisasiakaspuolella ja 1500 yritysasiakaspuolella. Maksu-TV:n asiakkaita on haastateltu n. 1000.

Tavoiteryhmä kuluttajapuolella on Suomessa asuvat 18–79-vuotiaat. Yrityspuolella analysoidaan Suomessa toimivia yrityksiä. Näyte tulee Fonectan rekisteristä, mikä päivittyy automaattisesti VRK:sta. Yrityspuolen näyte stratifioidaan, jotta saadaan suuremmille yrityksille suurempi paino. Satunnaisilla puhelinhaastatteluilla voidaan analysoida väh. 8 % markkinaosuuden omaavia yrityksiä, pienempiä voidaan sisällyttää tutkimukseen joko asiakasrekisterein tai satunnaisin, paikallisin puhelinhaastatteluin.

Kysymyslomake sisälsi runsaat 30 mallikysymystä ja 15 taustakysymystä. Kysymyksiin vastattiin asteikolla 1–10. Kunkin haastattelun kesto oli noin 15 minuuttia ja vastaajiin otettiin yhteyttä enintään kymmenen kertaa, jotta haastattelun todennäköisyys olisi mahdollisimman suuri.

Virhemarginaalit ovat haarukassa +/- 2,5 indekspistettä koskien kaikkia indeksejä asteikolla 0-100. Tilastollinen merkitsevyytaso on 95 %. Mallin keskimääräinen selitysaste eri operaattoreiden kohdalla on noin 70 %.

Televiestintäoperaattoreiden asiakastytyväisyystutkimus on tehty täsmälleen samaan aikaan ja samalla tavalla Suomessa, Ruotsissa, Norjassa ja Tanskassa. Tutkimukset ovat osa Euroopan-laajuista EPSI Rating -ohjelmaa. Ohjelmasta vastaa EPSI Research Center, joka kehityksessään myös tekee tiiviisti yhteistyötä Tukholman kauppakorkeakoulun kanssa.

Suomessa tutkimuksesta vastaa toimitusjohtaja Mats Nybondas.

Mats Nybondas

09-4730 3551

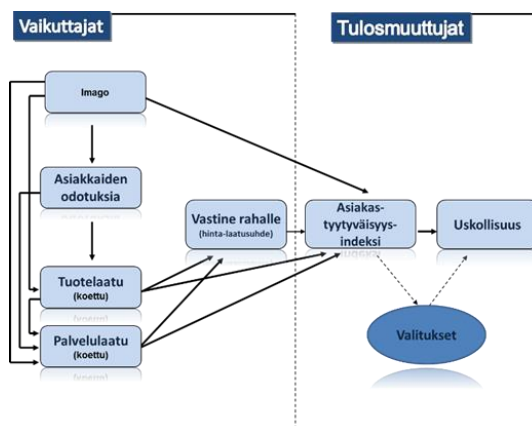
mats.nybondas@epsi-finland.org

Asiakastytyväisyys – Kuinka EPSI Rating mittaa sitä?

EPSI:n tutkimusperusteinen menetelmä takaa puolueettomat ja luotettavat tutkimustulokset. EPSI selvittää, miten asiakkaat pysyvät asiakkaina kysymällä asiakkailta tai muilta sidosryhmiltä, mitä mieltä he ovat tuotteen tai palvelun laadusta.

8

Asiakastytyväisyys 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.



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