

Почти 40% клиентов кабельного телевидения готовы уйти к другому оператору из-за скидок или акций

Как показывает опрос, проведенный порталом сравнения цен на товары и услуги Gudriem.lv, люди довольно консервативны в выборе операторов, предоставляющим пакеты домашнего телевидения и интернета. 63,5% пользователей не меняли своего оператора длительное время, из них 27,2% не меняли никогда, а 36,3% -- как минимум 2 года. Самой популярной причиной, которая подтолкнет клиентов поменять оператора, респонденты назвали появление на рынке очень выгодного предложения (39,8%), а также ухудшение качества у поставщика услуги (38,3%).

Главный фактор выбора – количество каналов

По данным опроса Gudriem.lv, только для каждого пятого (20,1%) клиента домашних комплектов «ТВ+интернет» (или «ТВ+интернет+телефония») в первую очередь важны качество и высокий уровень сервиса услуги, а не ее цена. Каждый третий (29,6%) выбирает оператора по принципу самой низкой цены, а 45,4% -- того, кто предлагает в пакете самое большое количество каналов (или самую высокую скорость интернета) за приемлемую цену.

По словам руководителя новых проектов компании Balticom Ильи Шнайдера, несмотря на то, что часть клиентов заявляет о том, что для них цена важнее качества, в реальной жизни люди более требовательны. «Получив плохое качество интернета и ТВ, клиент рано или поздно уйдет к другому оператору. – поясняет он. – Я не знаю провайдеров, которые привлекают клиентов предложениями, вроде: «Приходите к нам, у нас дешево и плохо!». Цена на пакеты телевидения зависит от того, насколько честно ведет свой бизнес провайдер по отношению к представителю вещаемых каналов, как провайдер формирует пакеты телевидения, какую технологию и абонентные устройства (в случае цифрового вещания) он использует, как организована техническая поддержка и многое другое».

По мнению руководителя отдела телевидения Lattelecom Инги Алики, потребители домашнего телевидения, как правило, не любят менять оператора даже если получают услугу плохого качества. «Наши опросы показывают, что только каждый третий житель Латвии незамедлительно информирует своего провайдера о плохом качестве услуги, -- поясняет она – А 40% о проблемах говорят только тогда, когда они переходят к другому оператору».

Член правления компании IZZI Сандра Крауиня, комментируя данные опроса, поясняет, что сегодня клиенты не готовы менять своего оператора из-за того, что конкурент предлагает аналогичную услугу чуть дешевле. «Наши наблюдения говорят о том, что клиенты уходят к другому оператору по причине того, что он способен предложить более современную услугу, пусть даже немного за большую плату -- говорит она. – К примеру, 70% наших клиентов, которые в сентябре и октябре этого года перешли к нам от других операторов, выбрали пакеты IZZI с HD каналами».

Кто искажает рынок

Впрочем, согласно опросу Gudriem.lv, на вопрос «По какой причине вы готовы сменить оператора телевидения и интернета?» 39,8% ответили так: «Если на рынке появится очень выгодное предложение или акция». Второй по популярности ответ (38,3%) – если перестанет устраивать качество услуги. И 18,1% опрошенных готовы уйти к другому оператору из-за повышения стоимости услуг у нынешнего оператора. Однако тот же опрос показывает, что в действительности только 17,3% клиентов по тем или иным причинам поменяли своего оператора телевидения и интернета. 36,3% сделали это более чем 2 года назад, а 27,2% не меняли никогда.

По словам Инги Алики, потребители часто выбирают своего оператора по принципу дешевой цены, и в результате они платят за те каналы, которые не смотрят совсем. «По нашим опросам, большая часть клиентов телевидения смотрят только половину из тех каналов, которые входят в платные пакеты», -- говорит она.

«Из цифр опроса я вижу, что на рынке есть как минимум 30% потенциальных клиентов – те, кто не меняли оператора – 27,2% и те, кто решил поменять, но еще не сделал это – 2,9%. – говорит Илья Шнайдер. – Очень часто слышно мнение, что этот рынок искажают мелкие операторы, которые в ущерб качеству предлагают дешевые пакеты телевидения и интернета. Однако я вижу, что политикой демпинга занимаются крупные компании, которые ставят своей целью получение прибылей в 2050 году и ведут войну на уничтожение мелких операторов».

Домашний телефон не исчезнет

Согласно опросу, только 4,9% респондентов активно пользуются стационарным телефоном. У 58,8% вообще нет дома такого телефона, у 15,5% телефон есть, но они его не используют, а 16,8% звонят исключительно родственникам. Несмотря на эти данные, представители компаний сошлись во мнении, что фиксированная телефония не прекратит свое существование. «Мы видим, что услуги стационарной связи сегодня выбирают не только пенсионеры и люди в возрасте, но и клиенты от 30 до 45 лет, -- говорит Сандра Крауиня. – Эти клиенты используют наши возможности фиксированной связи, которые позволяют им со своих смартфонов звонить за границу по очень выгодным тарифам».

«Стационарная связь в обозримом будущем не исчезнет, так как кроме домашних телефонов есть много других служб, которым в силу специфики их работы необходимо пользоваться фиксированной телефонией. – считает Илья Шнайдер. – Это техническая поддержка провайдеров, справочные службы, производства, банки, такси и много другого. Люди не хотят терять номер своего телефона, к которому они привыкли за много лет. Кроме того, звонки за границу сегодня всё-таки дешевле с домашнего телефона, чем с мобильного».

Представитель Lattelecom также признала, что стационарная связь по-прежнему актуальна: «Ее активно используют бизнес-клиенты, поэтому как телевидение в свое время не уничтожило радио, так и мобильная связь никак не помешает развитию фиксированной».